

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2008/08

**Monatlicher Report mit Zahlen und Informationen
zur Entwicklung der Werbemärkte in der Schweiz**

Inhalt:

1. Werbemonat August 2008 – Highlights	2
2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt	3
3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten	4
4. Neue Werbungtreibende und Produkte im aktuellen Jahr	5
5. TOP 10	5
6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen	6

MEDIA FOCUS

Stauffacherstrasse 28

8004 Zürich

Tel. 043 322 17 50 Fax 043 322 17 55

info@mediafocus.ch

www.mediafocus.ch

1. Werbemonat August 2008 – Highlights

Konstanter Werbemonat August: Gegenüber dem Vorjahresniveau ist der Werbedruck um 1.2% auf 231 Mio. CHF gestiegen. Das kumulierte Plus seit Jahresbeginn beträgt 5.9%.

Wie bereits im Juli profitierte der Schlüsselmarkt **„Getränke“** auch im August von einem werbeintensiven Produktlaunch (Rivella gelb) und konnte insgesamt um 34.8% (+3.0 Mio. CHF) im Vergleich zur Vorjahresperiode zulegen. Doch nicht nur die Produktgruppe *alkoholfreie Getränke* (+33.3%), sondern auch *Bier* (+83.4%) legte gegenüber dem August 2007 deutlich zu.

Der unangefochtene Primus im Werbejahr 2008 (+43.1% year to date), der Schlüsselmarkt **„Unterhaltungselektronik/Foto/Film“**, gab sich auch im August keine Blösse und steigerte seinen Bruttowerbedruck um 38.7% (+3.0 Mio. CHF). In der Detailbetrachtung fällt auf, dass dieser Zuwachs vornehmlich aus den Produktgruppen *Film & Pay-TV* und *Foto* stammt. Beide steigerten ihren Bruttowerbedruck um 1.3 Mio. CHF. Der Film „Dark Knight“ erkämpfte sich in der Produktgruppe *Film & Pay-TV* die Topplatzierung bezüglich des Werbedrucks im August. Im Bereich *Foto* wiederum sorgten die digitalen Spiegelreflexkameras und die Online-Anbieter von Fotoalben und Posterdruck für das Wachstum.

Von den aktuellen bzw. geplanten Preisen und Gewinnen im Produktmarkt **„Energie“** kann die Werbeindustrie nicht profitieren. Im August wurde der Werbedruck um 24.3% verringert. Dies ergibt in der Perspektive des laufenden Jahres ein Ergebnis von Minus 20.4% (-3.8 Mio. CHF).

Zudem weisen die Werbemärkte **„Tabak“ (+100.3%)**, **„Dienstleistungen“ (+22.4%)** und **„Kosmetik / Körperpflege“ (+16.9%)** im Werbemonat August 2008 eine sehr positive Entwicklung des Werbedrucks gegenüber der Vorjahresperiode aus.

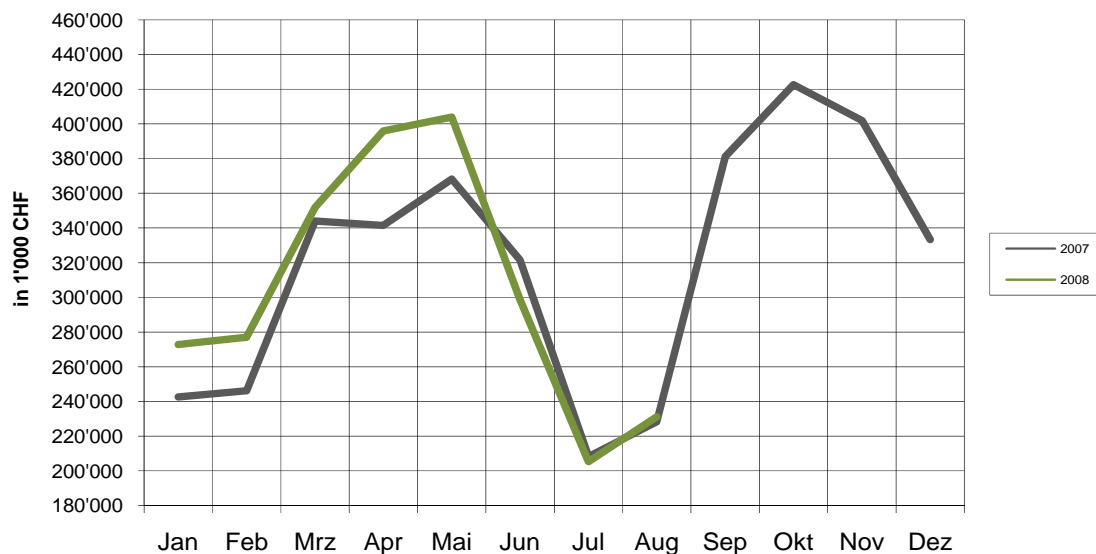
2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per August 2008

Monat	2007	2008	+/- %
	TCHF	TCHF	
Januar	242'682	272'749	12.4%
Februar	246'255	276'933	12.5%
März	344'228	351'919	2.2%
April	341'565	395'991	15.9%
Mai	368'368	403'970	9.7%
Juni	321'671	298'722	-7.1%
Juli	208'287	205'276	-1.4%
August	228'445	231'074	1.2%
September	381'352	0	
Oktober	422'770	0	
November	402'162	0	
Dezember	333'466	0	
Year to Date	2'301'500	2'436'634	5.9%

Für eine Aufrechterhaltung der Vergleichbarkeit wurde die Branche *Veranstaltungen* in den Trendanalysen ausgeschlossen. Der Ausschluss erfolgt bis zum Datenmonat Mai 2009, ab welchem Vorjahreswerte für Analysen zur Verfügung stehen.

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

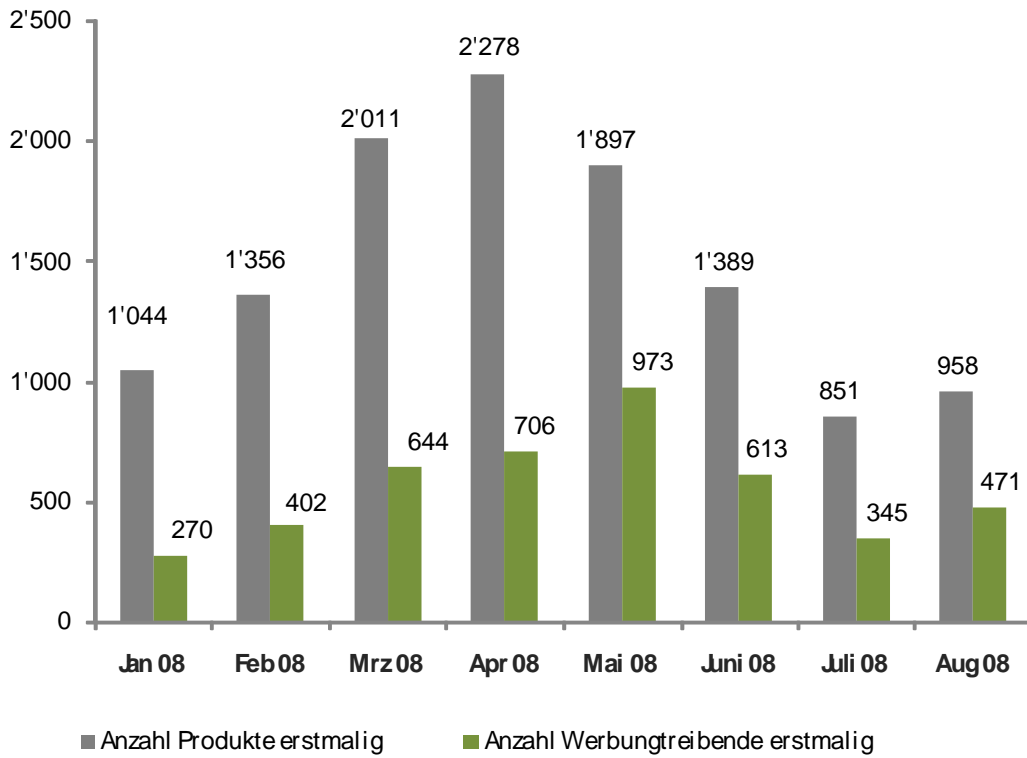


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	August 2008		2008 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
	Alle Märkte	231'074	1.2	2'436'634	5.9
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	7'867	15.3	75'421	-7.5
2	Dienstleistungen	14'522	20.6	127'655	12.8
3	Energie	1'184	-24.3	14'818	-20.4
4	Fahrzeuge	14'595	-12.4	253'794	6.1
5	Finanzen	22'025	-2.5	209'005	-8.3
6	Gemeinnützige Kampagnen	5'893	-6.4	53'856	3.1
7	Getränke	11'621	34.8	94'407	7.3
8	Haushaltsartikel/ -geräte	8'504	-11.8	82'864	3.4
9	IT	2'335	-37.2	27'947	-25.1
10	Kosmetik / Körperpflege	18'034	16.9	170'058	10.6
11	Möbel / Haus / Garten	8'824	-18.1	107'065	-3.5
12	Nahrungsmittel	20'683	-6.2	227'553	4.7
13	Pharma / Gesundheit	4'821	-10.0	66'943	4.4
14	Politische Kampagnen	3'732	1.2	32'276	16.6
15	Tabakwaren	472	100.3	8'691	-5.5
16	Telekommunikation	10'228	-7.3	138'317	5.1
17	Tourismus / Verkehr	13'874	0.9	144'457	10.6
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	10'863	38.7	113'527	43.1
19	Uhren / Schmuck	2'672	34.4	37'557	28.1
20	Andere Produktmärkte	17'046	-3.6	164'086	8.9
21	Sortimentswerbung*	24'500	9.5	186'677	10.5
22	Imagewerbung*	6'778	-18.3	99'656	11.2

* Branchen- und produktmarktübergreifend

4. Neue Werbungtreibende und Produkte im aktuellen Jahr



5. TOP 10

Top 10 Werbungtreibende (August 2008)

Position	Werbungtreibende*
1	MIGROS
2	COOP
3	PROCTER & GAMBLE
4	L'OREAL
5	MANOR
6	COCA COLA BEVERAGES
7	SWISSCOM
8	RECKITT-BENCKISER
9	DIE POST
10	IKEA

* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

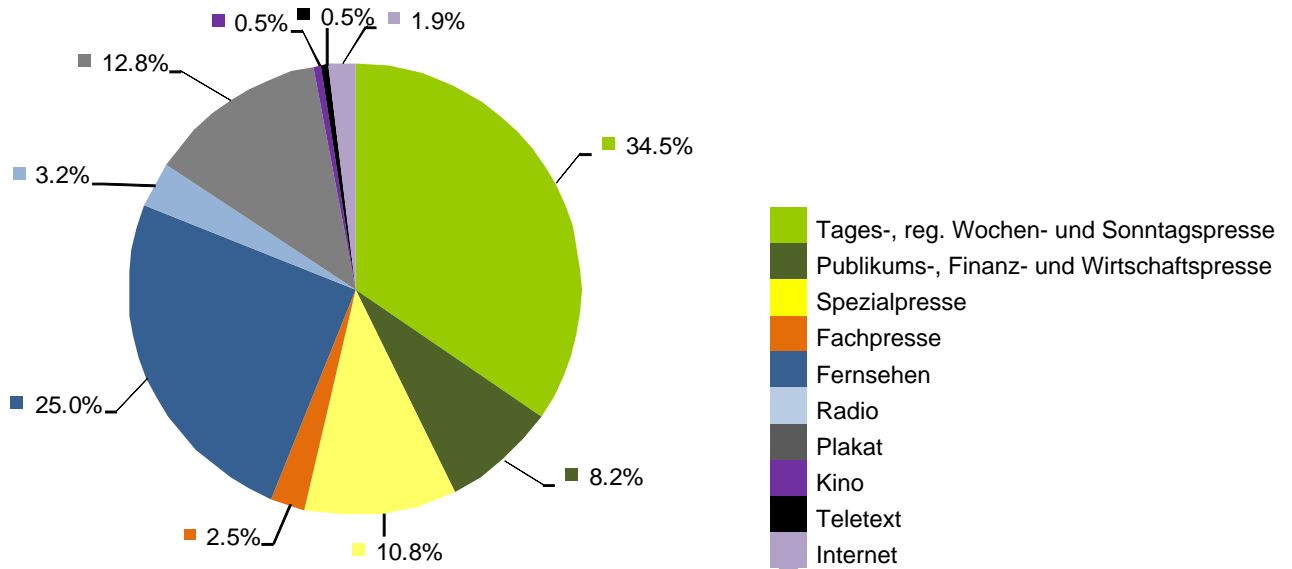
Top 10 Produkte (August 2008)

Position	Produkte*
1	AXA WINTERTHUR FAHRZEUGVERSICHERUNG
2	FELDSCHLOESSCHEN ALKOHOLFREI
3	THE DARK KNIGHT
4	SUVA RISK UNFALLVERSICHERUNG
5	RIVELLA GELB
6	SWISSCOM MOBILE NATEL LIBERTY MEZZO
7	COCA COLA ZERO
8	OMEGA UHREN
9	TOTAL WASCHMITTEL
10	COCA COLA LIGHT

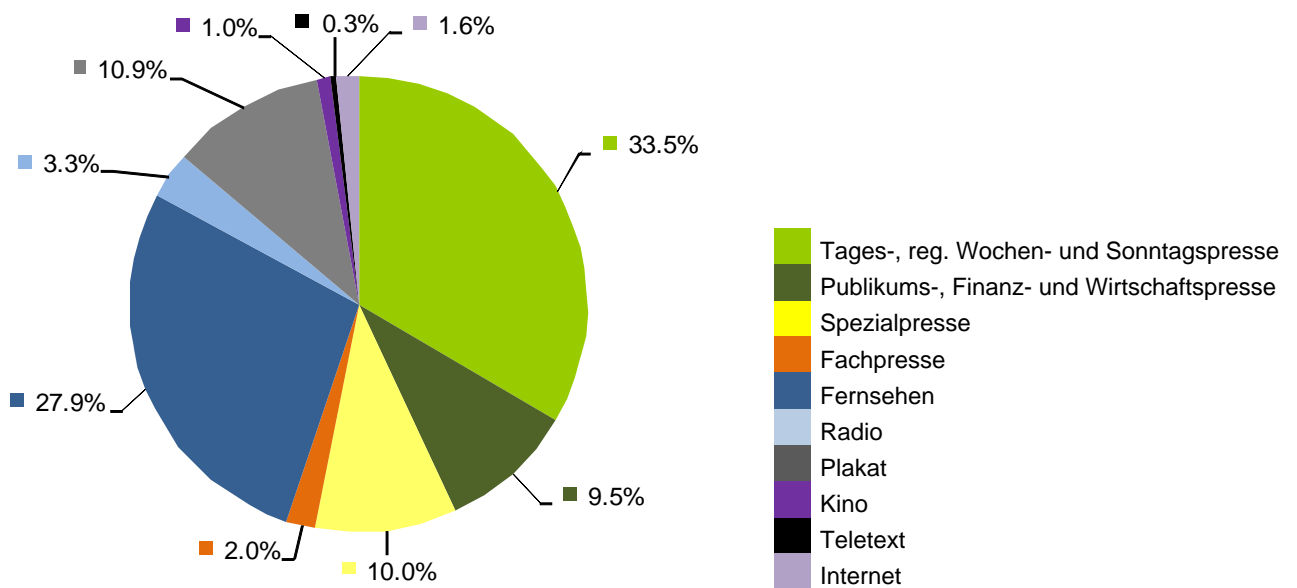
* Produktwerbung [Markenführung]; ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

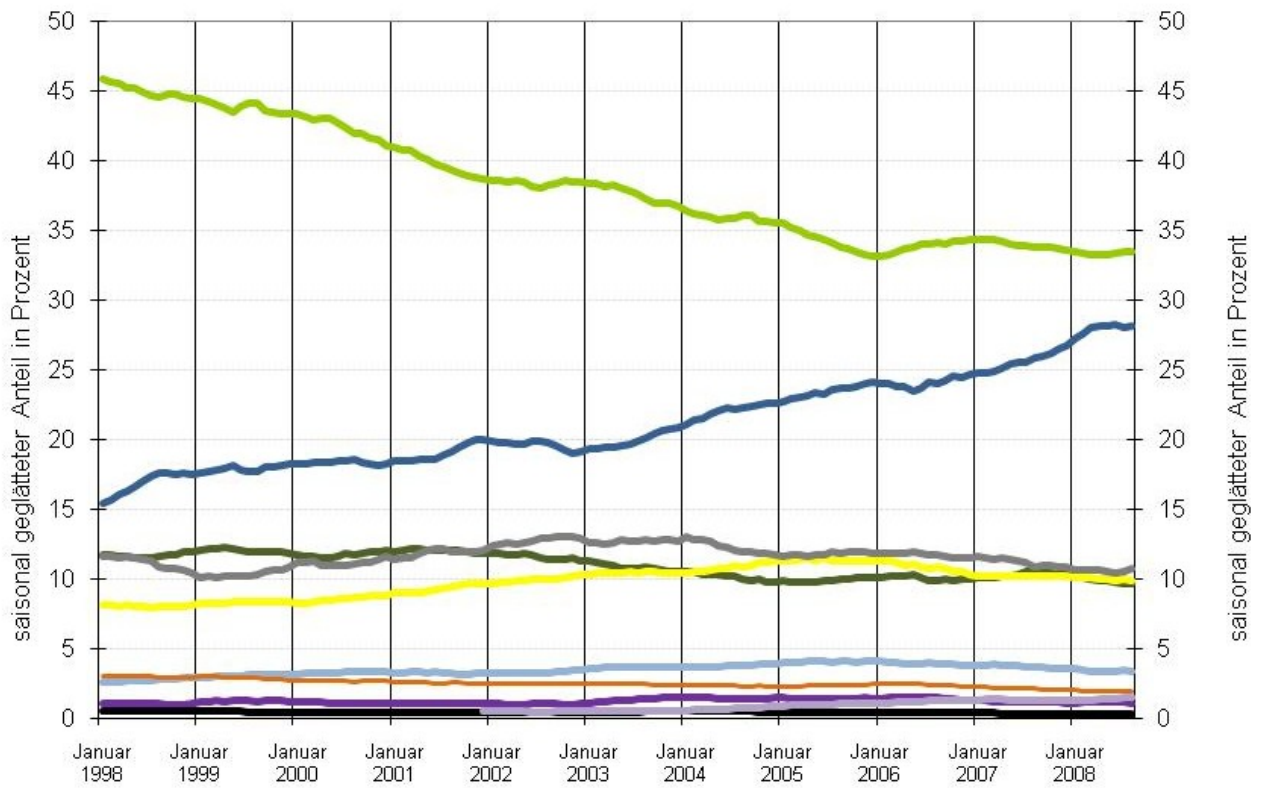
Grafik: Verteilung des Werbedrucks August 2008



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per August 2008



Grafik: Saisonal geglättete monatliche Werbedruckverteilung in den Mediengruppen



- Tages-, reg. Wochen- und Sonntagspresse
- Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse
- Spezialpresse
- Fachpresse
- Fernsehen
- Radio
- Plakat
- Kino
- Teletext
- Internet

Zu Media Focus

Media Focus misst und erfasst seit 1990 in der Schweiz den Werbedruck in den klassischen Werbemedien Print (Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse; Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse; Spezialpresse; Fachpresse), Fernsehen, Radio, Plakat, Kino, Teletext und Internet.

Die Werbedruckstatistik von Media Focus basiert auf einer produktgenauen Erfassung für jede Werbeaktivität. Dieser Detaillierungsgrad ist in der Schweiz einmalig und erlaubt entsprechend tiefgehende Analysen aller Werbemärkte.

Media Focus bietet eine sogenannte Brutto-Werbestatistik an, welche den Werbedruck misst. „Brutto“ bedeutet, dass jede erschienene Werbeschaltung (mit Ausnahme der Werbung für Werbemedien) nach dem offiziellen Tarif des jeweiligen Werbeträgers bewertet wird. Die „Brutto“-Bewertung ist der international anerkannte Standard zur Analyse von Werbemärkten und kommt weltweit zur Anwendung.

Als Joint Venture der beiden global tätigen Marktforschungsunternehmen IHA-GfK AG und ACNielsen SA / Nielsen Media Research ist Media Focus Teil eines weltweit führenden Netzwerkes im Bereich der Werbe- und Medienforschung.

Kontakt

Media Focus
Stauffacherstrasse 28
CH-8004 Zürich

Telefon: +41 (0)43 322 17 50
Fax: +41 (0)43 322 17 55
E-Mail: info@mediafocus.ch
Web: www.mediafocus.ch