

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2008/12

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

Inhalt:

1. Werbemonat Dezember 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 aktueller Monat.....	5
6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen	6

1. Werbemonat Dezember 2008 – Highlights

Trotz des Minus von 1.1% im Dezember konnte das Werbejahr 2008 dank sehr guten Monaten im ersten Halbjahr positiv abgeschlossen werden.

Mit dem Plus von 2.6% landet das Jahr 2008 in der 10-Jahresanalyse im Mittelfeld. Werbestatistisch wird sich das Jahr der Finanz- und Wirtschaftskrise also nicht besonders prominent in den Geschichtsbüchern platzieren. Deutliche Vorboten eines möglichen Überschwappens der Rezession auf die Werbeindustrie sind weiterhin nicht sichtbar. Mit dem dritten aufeinanderfolgenden Minusmonat kann man TV als erstes Opfer schwindender Werbebudgets ausmachen. In der Ganzjahresbetrachtung verlor Kino mit einem Minus von 10% am Deutlichsten an Werbeboden.

Trotz des sehr guten Monats Dezember (+27.2%), verpasste der Schlüsselmarkt **Pharma / Gesundheit** das Jahrespodest knapp. Mit einem Jahresergebnis von Plus 10.2% resultierte Platz 4 aller Schlüsselmärkte.

Die alljährliche Grippewelle fordert das Gesundheitswesen und fördert den Werbedruck im Pharmabereich. Jeder Arzneimittelhersteller möchte beim Kauf der Grippevorsorge und Grippebekämpfung top-of-mind sein. Annähernd 1.5 Mio. CHF Werbedruck im Dezember unterstützte die Pharmaunternehmen bei diesem Vorhaben. Dies sind 310'000 CHF (+26.5%) mehr als im Vorjahresmonat.

Der Schlüsselmarkt-Primus 2008, mit einem Zuwachs von 15.5%, ist die Branche **„Unterhaltungselektronik / Foto / Film“**. An diesem Ergebnis änderte sich auch trotz dem deutlichen Minus von 9.5% im Dezember nichts mehr.

Die Segmente, welche diese Entwicklung im 2008 in erster Linie ermöglichten, sind *Systemkameras digital* (+8.5 Mio. CHF; +324.4%), *Filme* (+8.0 Mio. CHF; +19.5%) und *CD's (bespielt)* (+5.7 Mio. CHF; +27.5%).

Wie bereits im Vormonat erzielte der Schlüsselmarkt **„Haushaltsartikel/-geräte“** ein Wachstum von über 25%. Dank dem Dezember-Wachstum von 27.2% erzielte der Schlüsselmarkt ein Plus von 4.8% im Jahr 2008.

Die Werbemärkte **„Politische Kampagnen“ (+99.5%)** und **„Gemeinnützige Kampagnen“ (+16.4%)** wiesen im Werbemonat Dezember 2008 ebenfalls eine positive Entwicklung des Werbedrucks gegenüber der Vorjahresperiode aus.

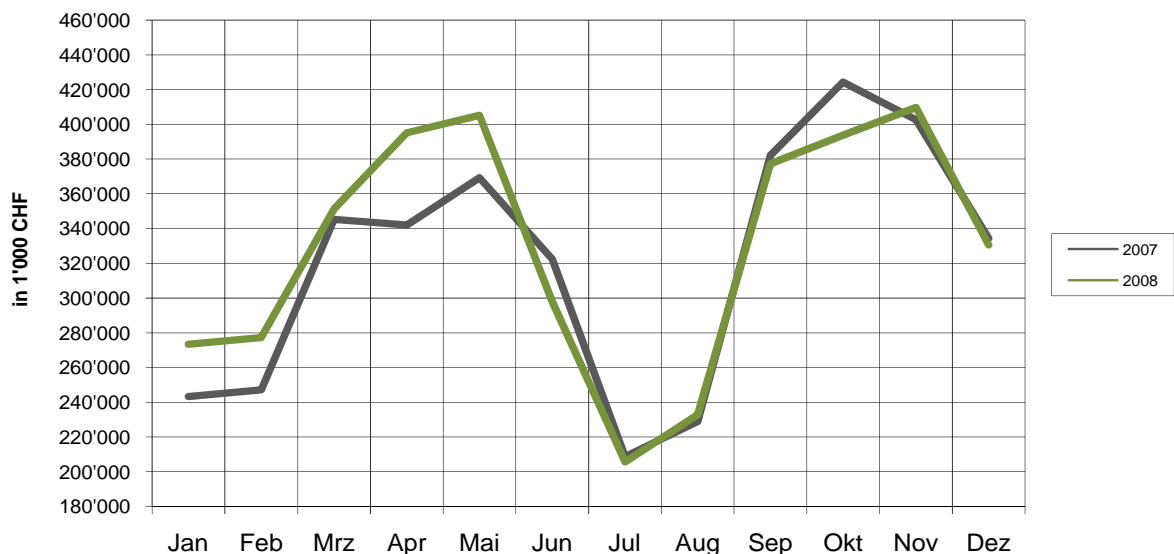
2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per Dezember 2008

Monat	2007	2008	+/- %
	TCHF	TCHF	
Januar	243'300	273'314	12.3%
Februar	247'120	277'265	12.2%
März	345'327	351'549	1.8%
April	342'173	395'163	15.5%
Mai	369'299	405'163	9.7%
Juni	322'634	298'076	-7.6%
Juli	208'715	205'642	-1.5%
August	228'964	232'809	1.7%
September	382'249	377'257	-1.3%
Oktober	424'433	393'825	-7.2%
November	402'786	409'762	1.7%
Dezember	334'313	330'683	-1.1%
Year to Date	3'851'311	3'950'508	2.6%

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

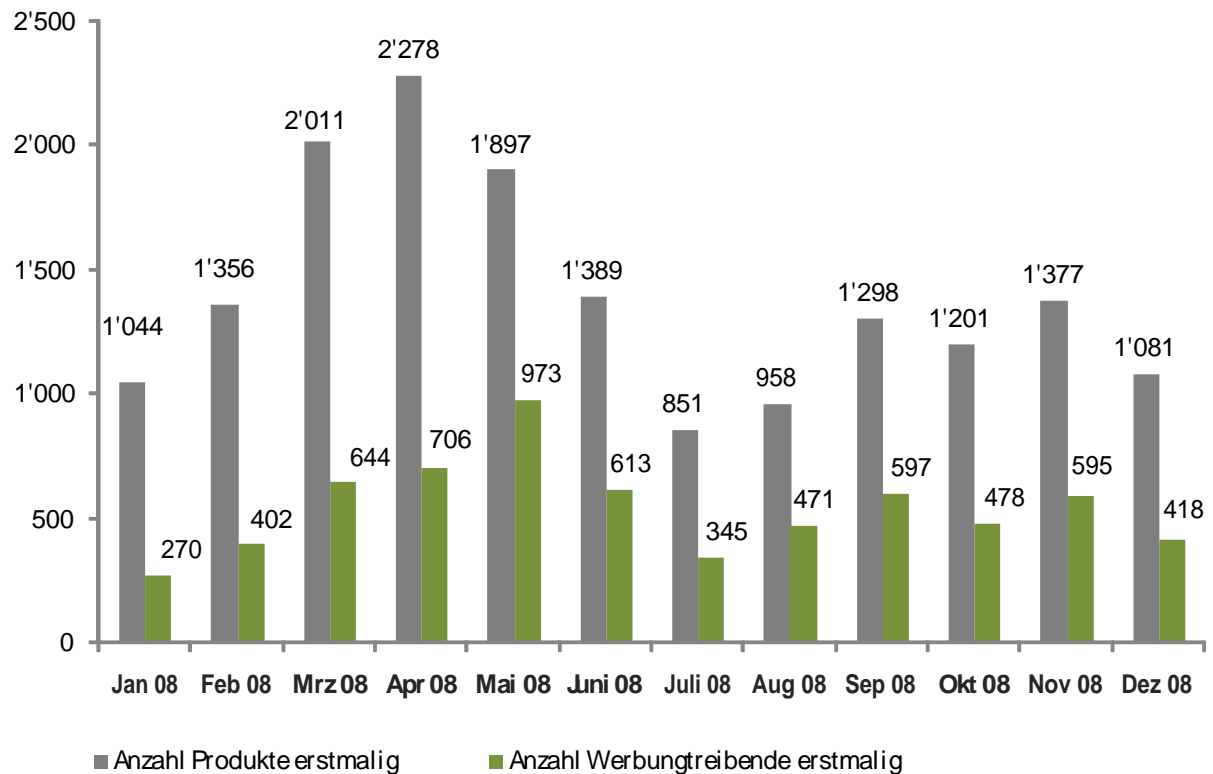


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	Dezember 2008		2008 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
	Alle Märkte	330'683	-1.1	3'950'508	2.6
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	7'959	8.1	129'428	-3.8
2	Dienstleistungen	13'715	4.5	197'064	10.7
3	Energie	1'925	-34.0	25'525	-11.9
4	Fahrzeuge	19'189	3.3	392'338	3.6
5	Finanzen	21'105	1.8	359'946	-8.3
6	Gemeinnützige Kampagnen	9'016	16.4	90'854	7.4
7	Getränke	16'201	-4.0	146'146	1.3
8	Haushaltsartikel/ -geräte	11'135	27.2	139'012	4.8
9	IT	4'357	-31.3	45'542	-20.9
10	Kosmetik / Körperpflege	28'013	-2.5	285'649	11.1
11	Möbel / Haus / Garten	12'878	0.3	174'786	-3.6
12	Nahrungsmittel	28'711	-9.9	364'111	4.5
13	Pharma / Gesundheit	10'823	27.2	110'285	10.2
14	Politische Kampagnen	3'728	99.5	61'093	-4.5
15	Tabakwaren	476	-56.0	14'524	-0.8
16	Telekommunikation	22'132	-13.2	221'854	-5.1
17	Tourismus / Verkehr	16'521	-1.3	223'029	7.5
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	16'948	-9.5	170'751	15.5
19	Uhren / Schmuck	14'501	-9.0	79'733	7.5
20	Andere Produktmärkte	32'412	11.8	283'602	5.3
21	Sortimentswerbung*	24'009	8.4	276'616	6.2
22	Imagewerbung*	14'927	-21.2	158'619	-1.4

* Branchen- und produktmarktübergreifend

4. Neue Werbungtreibende und Produkte im aktuellen Jahr



5. TOP 10 aktueller Monat

Top 10 Werbungtreibende

Position	Werbungtreibende*
1	COOP
2	MIGROS
3	L'ORÉAL
4	NESTLE
5	PROCTER & GAMBLE
6	SWISSCOM
7	UNILEVER
8	SUNRISE COMMUNICATIONS
9	UBS
10	DIE POST

* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

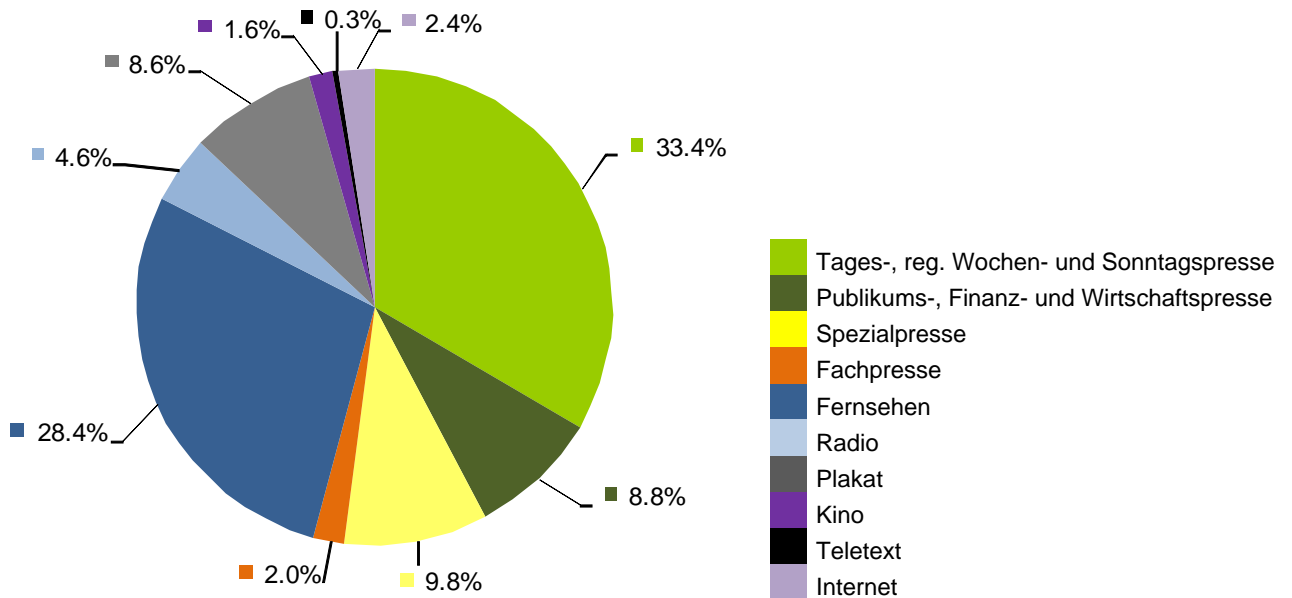
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	NESPRESSO ESPRESSO KAFFEE
2	UNIVERSAL MUSIC CD'S BESPIELT
3	MILLIONEN LOS
4	BLUEWIN TV
5	NESCAFE DOLCE GUSTO KAFFEEMASCHINE
6	ORANGE OPTIMA
7	SUNRISE MOBILE ZERO PLUS TARIF
8	SONY ERICSSON CYBER-SHOT C 905 HANDY
9	COCA COLA
10	RENAULT LAGUNA COUPE

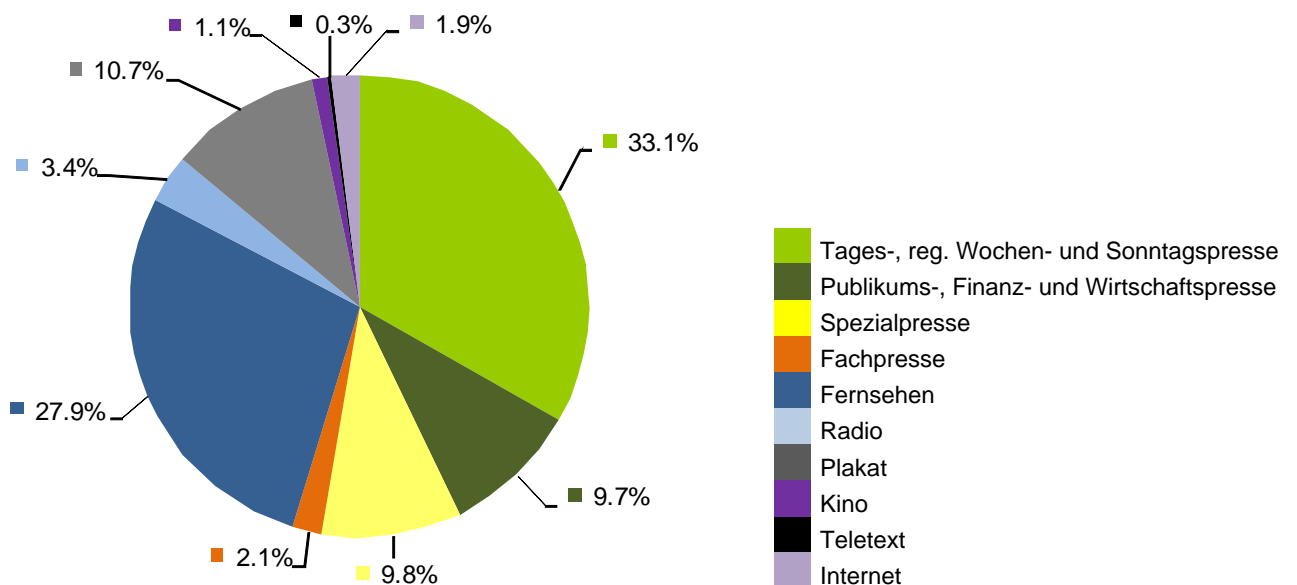
* Produktwerbung [Markenführung]; ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

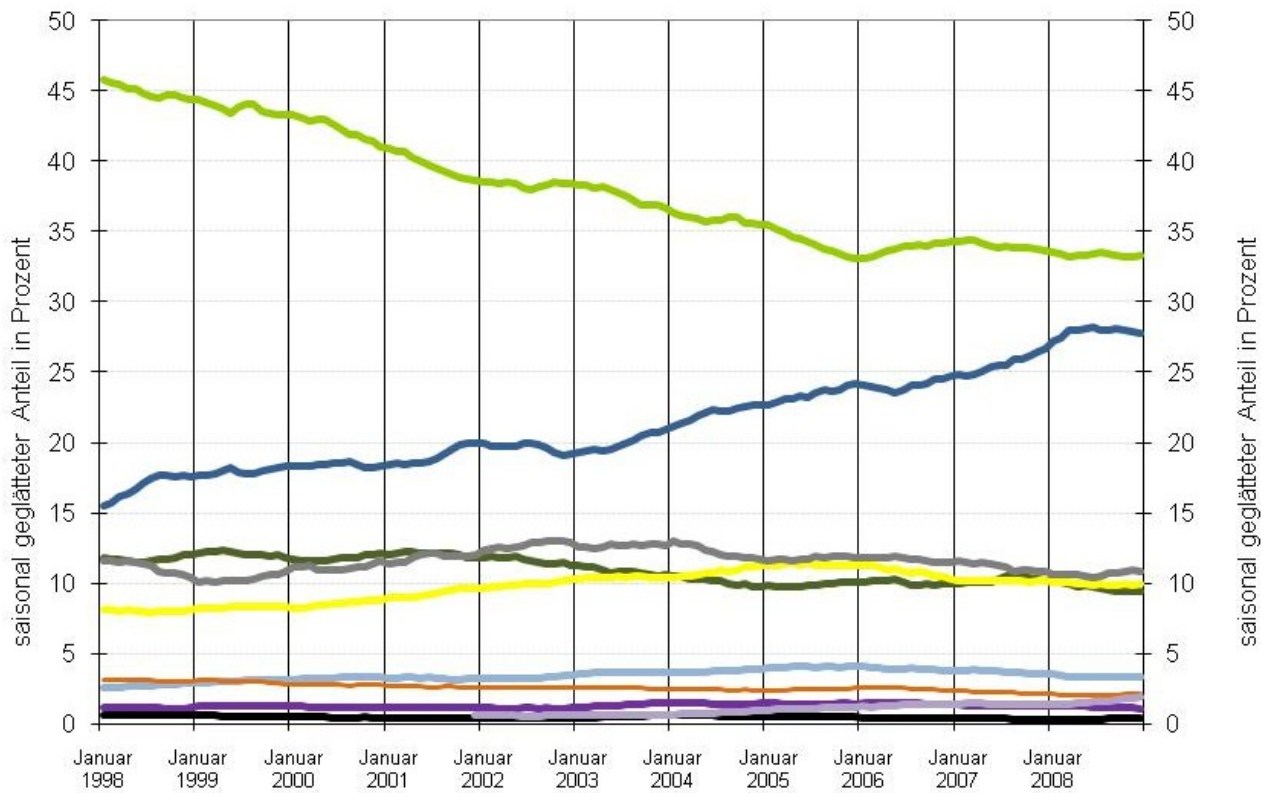
Grafik: Verteilung des Werbedrucks Dezember 2008



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per Dezember 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