

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2008/06

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

Inhalt:

1. Werbemonat Juni 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 Juni 2008 – Highlights

Verhaltender Werbemonat Juni: Gegenüber dem Vorjahresniveau ist der Werbedruck um 8.0% auf 305 Mio. CHF gesunken. Das kumulierte Halbjahresergebnis 2008 weist einen Zuwachs von 6.6% aus.

Mit einem Plus von 26.3% (23.1 Mio. CHF) gegenüber der Vorjahresperiode trotzte der Schlüsselmarkt **„Fahrzeuge“** dem Negativtrend der Gesamtbranche. Die Kleinen ganz gross. Die Märkte mit den stärksten Zuwachsraten gegenüber dem Vorjahresmonat sind die Segmente *PKW (neu) Kleinwagen* mit einem Plus von 2.95 Mio. CHF (+113%) und *PKW (neu) Miniklasse* (+1.13 Mio. CHF; +369%). Am wenigsten werbliche Unterstützung im Vergleich zum Vorjahr erhielt das Segment *PKW (neu) Vans/Minivans* mit einem Rückgang von 850'000 CHF (-39.1%). Von dem EM-Sponsoring Duo Hyundai/Kia schaffte es erstaunlicherweise nur ein einziges Modell in die jeweiligen Top 5 der verschiedenen Segmente im Bereich *PKW (neu)*.

Unangetastet konstant an vorderster Front bezüglich des Werbedruckwachstums im 2008 zeigt sich der Schlüsselmarkt **„Unterhaltungselektronik/ Foto/ Film“**. Mit einem Plus von 50.8% im Vergleich zum Vorjahressemester hält man den Zweitplatzierten Schlüsselmarkt **„Uhren/ Schmuck“** (+23.3%) im Halbjahresranking mit 27.5 Prozentpunkten deutlich auf Abstand. Den grössten Anteil an der Topplatzierung im 1. Semester verbuchten die Produktsegmente *Film* (+8.0 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahressemester), *CD's (bespielt)* (+7.1 Mio. CHF) und *Spiegelreflexkameras digital* (+4.9 Mio. CHF).

Im Ranking der Mediengruppen im ersten Halbjahr 2008 belegt **„Internet“**, mitbedingt durch das neue Datenlieferungskonzept, mit einem Plus von 27.6% die Topplatzierung. Trotz dem Juni-Tief folgt dicht darauf die Mediengruppe **„TV“** (+18.7%) und auf dem letzten Podestplatz **„Kino“** (+13.4%).

Der Schlüsselmarkt **„Haushaltsartikel/-geräte“** profitierte beim positiven Monatstrend von 18.4% von einem starken Wachstum im Bereich *Reinigen* (+33.3%; +1.9 Mio. CHF). Aus der Produktsegments-Perspektive brachten die Segmente *Allzweckreiniger* und *Waschmittel sonstiges* mit einem kumulierten Plus von 1.6 Mio. CHF das Monatsergebnis auf Hochglanz.

Zudem weisen die Werbemärkte **„Tabakwaren“ (+37.6%)**, **„Kosmetik/ Körperpflege“ (+10.9%)** und die branchenübergreifende **„Sortimentswerbung“ (+18.7%)** im Werbemonat Juni 2008 eine positive Entwicklung des Werbedrucks gegenüber der Vorjahresperiode aus.

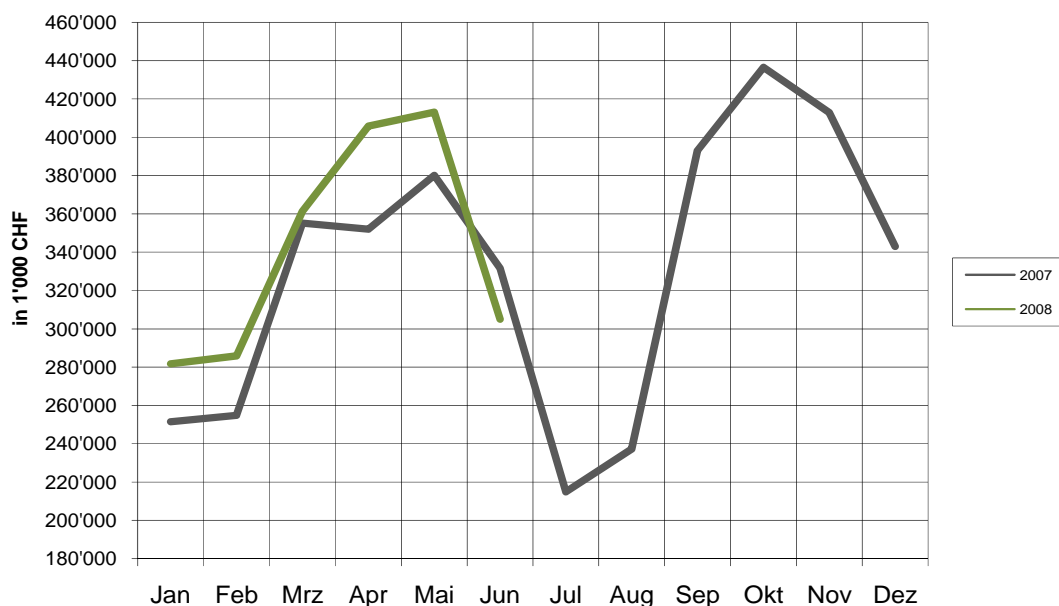
2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per Juni 2008

Monat	2007	2008	+/- %
	TCHF	TCHF	
Januar	251'474	281'768	12.0%
Februar	254'923	285'907	12.2%
März	355'235	361'286	1.7%
April	351'985	405'804	15.3%
Mai	380'127	413'138	8.7%
Juni	331'555	304'996	-8.0%
Juli	214'862	0	
August	237'153	0	
September	393'023	0	
Oktober	436'530	0	
November	412'858	0	
Dezember	342'983	0	
Year to Date	1'925'298	2'052'899	6.6%

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

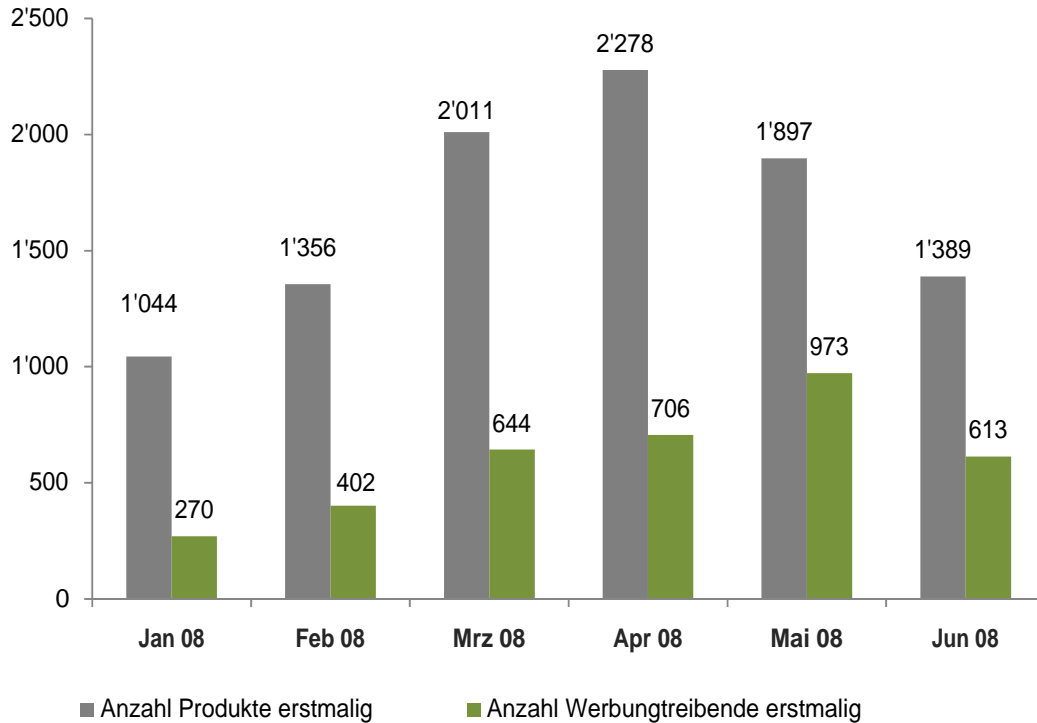


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	Juni 2008		2008 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
	Alle Märkte	304'996	-8.0	2'052'899	6.6
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	5'654	-11.0	65'682	-9.6
2	Dienstleistungen	15'500	-10.0	106'372	10.9
3	Energie	2'337	-18.5	12'830	-18.7
4	Fahrzeuge	35'512	26.3	233'158	7.4
5	Finanzen	22'320	-41.2	171'300	-10.2
6	Gemeinnützige Kampagnen	6'260	-12.1	44'088	7.5
7	Getränke	9'104	-56.0	70'026	0.5
8	Haushaltsartikel/ -geräte	10'910	18.4	67'955	3.3
9	IT	2'873	-36.1	23'892	-27.0
10	Kosmetik / Körperpflege	24'042	10.9	137'394	12.3
11	Möbel / Haus / Garten	12'669	-0.8	94'075	-2.7
12	Nahrungsmittel	23'696	-28.8	188'496	8.8
13	Pharma / Gesundheit	8'238	-18.4	58'172	6.2
14	Politische Kampagnen	2'086	-48.2	27'146	14.8
15	Tabakwaren	1'437	37.6	6'962	-16.9
16	Telekommunikation	20'838	-10.0	121'388	8.2
17	Tourismus / Verkehr	17'476	-4.4	120'549	12.7
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	15'911	22.7	98'893	50.8
19	Uhren / Schmuck	4'854	0.2	31'514	23.3
20	Andere Produktmärkte	23'129	10.0	130'896	9.5
21	Sortimentswerbung*	25'405	18.7	155'921	11.2
22	Imagewerbung*	14'743	13.8	86'192	15.1

* Branchen- und produktmarktübergreifend

4. Neue Werbungtreibende und Produkte im aktuellen Jahr



5. TOP 10

Top 10 Werbungtreibende (Juni 2008)

Position	Werbungtreibende*
1	MIGROS
2	COOP
3	L'ORÉAL
4	SWISSCOM
5	ORANGE
6	PROCTER & GAMBLE
7	RECKITT-BENCKISER
8	NESTLE
9	MEDIA MARKT
10	MERCEDES

* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

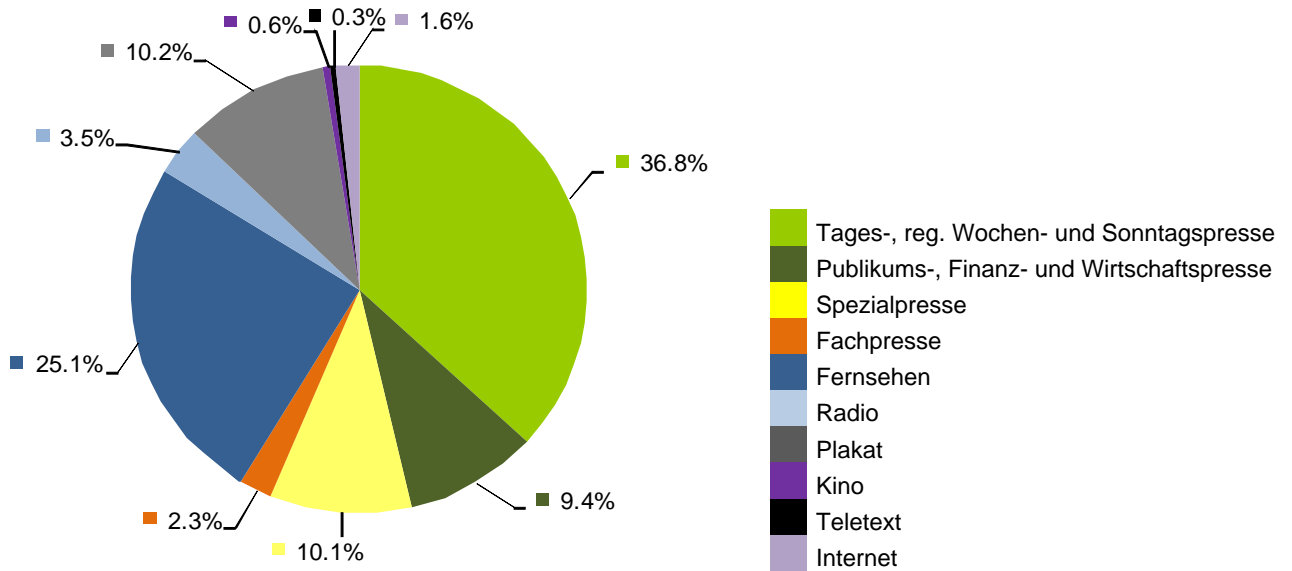
Top 10 Produkte (Juni 2008)

Position	Produkte*
1	ORANGE OPTIMA
2	TELE2 MOBILE TARIFE
3	PEUGEOT 308 SW PKW
4	SEAT IBIZA PKW
5	LG KF 750 SECRET HANDY
6	SUZUKI SWIFT PKW
7	NOKIA N77 HANDY
8	SUNRISE MOBILE ZERO TARIF
9	SMART FORTWO PKW
10	BLUEWIN MOBILE TV

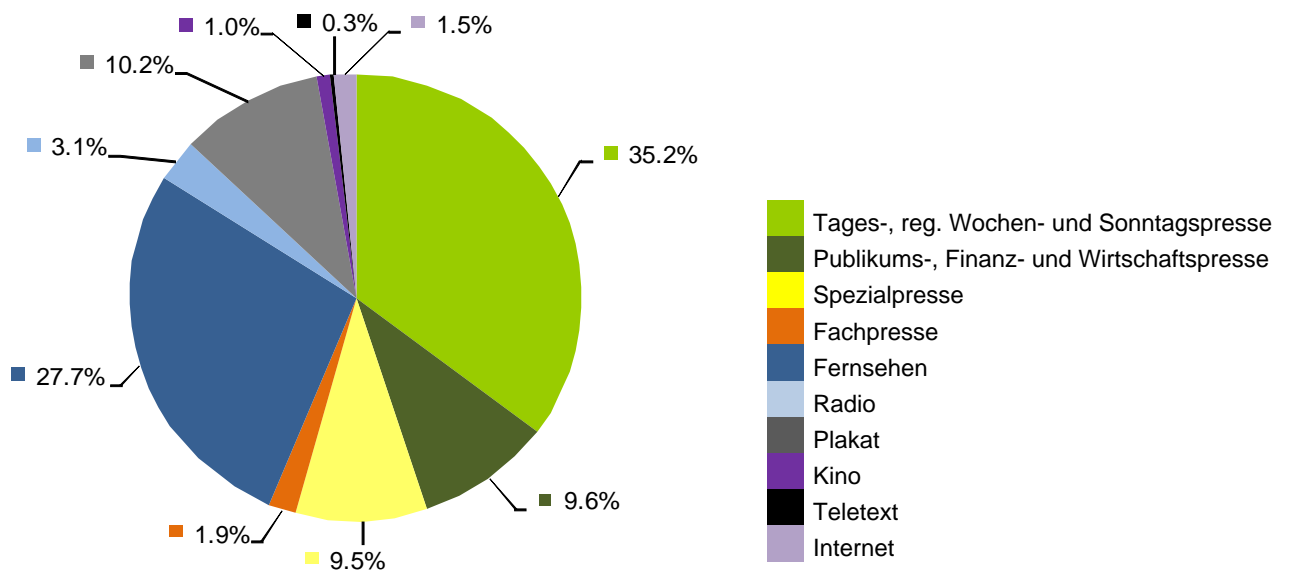
* Produktwerbung [Markenführung]; ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

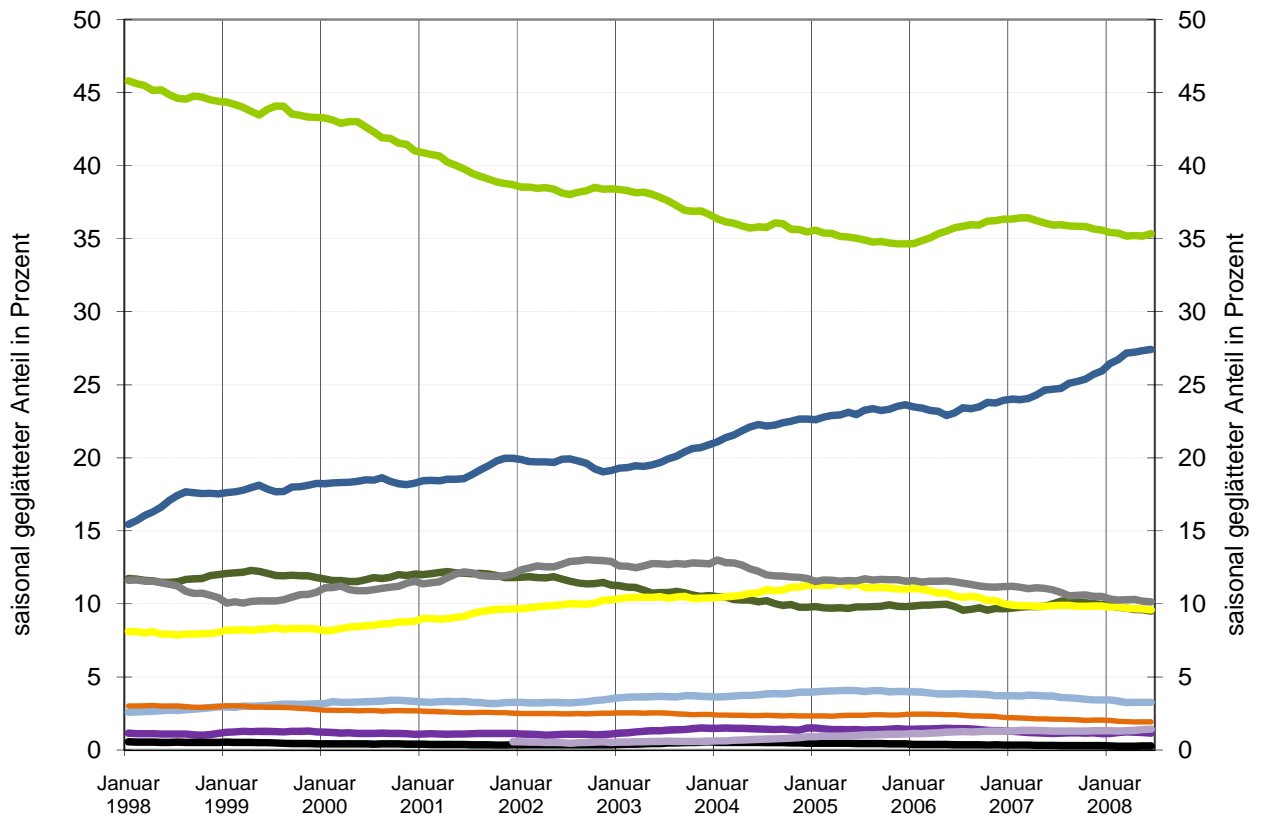
Grafik: Verteilung des Werbedrucks Juni 2008



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per Juni 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