

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2008/11

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

Inhalt:

1. Werbemonat November 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

MEDIA FOCUS

Stauffacherstrasse 28

8004 Zürich

Tel. 043 322 17 50 Fax 043 322 17 55

info@mediafocus.ch

www.mediafocus.ch

1. Werbemonat November 2008 – Highlights

La crise n'existe pas? Gegenüber dem Vorjahresniveau ist der Werbedruck im November um 2.0% gestiegen. Das kumulierte Plus seit Jahresbeginn beträgt 3.1%. Somit kann mit Sicherheit davon ausgegangen werden, dass auch das komplette Werbejahr 2008 mit einem Plus bilanziert werden wird.

Entgegen dem allgemeinen Tenor berührt die Finanz- respektive Wirtschaftskrise die Werbung (noch) nicht im proklamierten Ausmass. Mit Ausnahme von **TV** (-3.7%), **Radio** (-2.3%) und der **Spezialpresse** (-6.8%) legten alle Mediengruppen im Vergleich mit dem Vorjahresmonat zu. In einem verstärkt volatilen Werbemarkt halten sich die Gewinner und Verlierer der Wirtschaftsentwicklung momentan die Waage. Vielmehr ist zu beobachten, dass es Marktverschiebungen gibt. So erzielte beispielsweise die Displaywerbung in der Mediengruppe **Internet** (+42.3%) unbeeindruckt von der Krise ein sehr gutes Monatsergebnis und dürfte vom einen oder anderen Strategiewechsel profitiert haben.

Und manchmal helfen auch Kalenderkonstellationen, um der Krise entgegen zu wirken. So profitierte die **Sonntagspresse** (+14.9%) im Vorjahresvergleich des Novembers von einem Sonntag mehr im 2008. Einen schwierigen Stand zu Zeiten, in denen Werbeetats diskutiert werden, hat die **Imagewerbung**, welche im November um 21.9% gegenüber dem Vorjahr eingebrochen ist.

Auch der Schlüsselmarkt **„Nahrungsmittel“** legte im November um satte 18.4% (+5.9 Mio. CHF) zu. Ein Löwenanteil an dieser Entwicklung verbuchte die Produktgruppe *Diät- & Energiekost*, welche vor allem durch ein Energieprodukt aus dem Hause Rivella um 2.2 Mio. CHF gewachsen ist. Die Frage nach Sekt oder Selters in der Vorweihnachtszeit beantwortete Coop mit verstärkter Imagewerbung für die Premium Linie Fine Food und verhalf damit der Produktgruppe *Nahrungsmittel Image, Internet & Produktsortiment* zu einem sehr positiven Monatsergebnis (+54.4%; 2.2 Mio. CHF).

Im Abstimmungsmonat legte auch der Schlüsselmarkt **„Politische Kampagnen“** erwartungsgemäss deutlich zu (+273.9%). Der topbeworbene Abstimmungsinhalt im November war die AHV-Initiative.

Die Werbemärkte **„Haushaltsartikel/-geräte“ (+25.5%)** und **„Tabakwaren“ (+17.1%)** wiesen im Werbemonat November 2008 ebenfalls eine positive Entwicklung des Werbedrucks gegenüber der Vorjahresperiode aus.

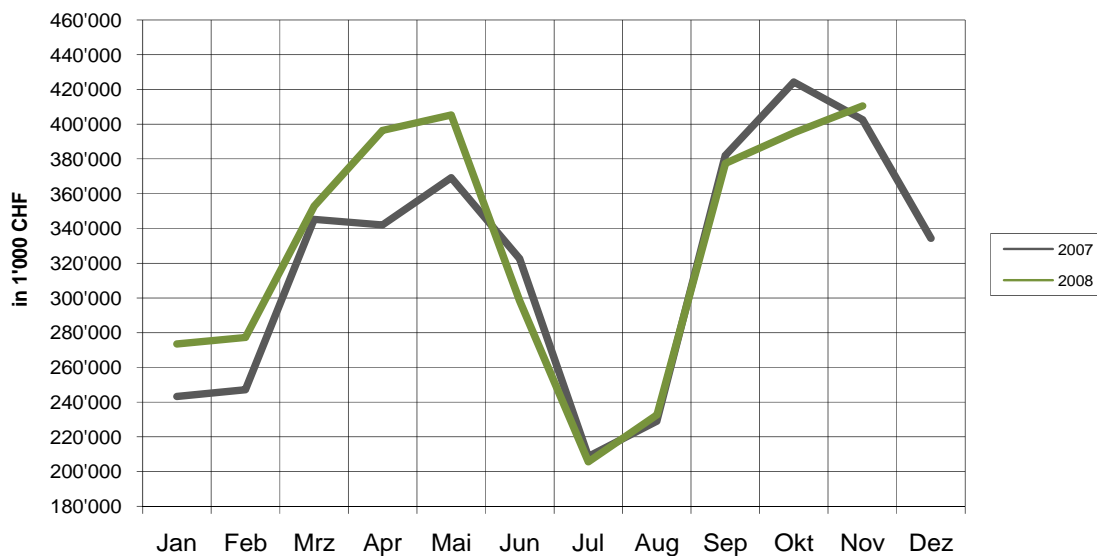
2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per November 2008

Monat	2007	2008	+/- %
	TCHF	TCHF	
Januar	243'303	273'547	12.4%
Februar	247'119	277'236	12.2%
März	345'331	352'829	2.2%
April	342'170	396'501	15.9%
Mai	369'299	405'467	9.8%
Juni	322'634	298'347	-7.5%
Juli	208'715	205'610	-1.5%
August	228'959	232'729	1.6%
September	382'249	377'577	-1.2%
Oktober	424'432	395'138	-6.9%
November	402'787	410'666	2.0%
Dezember	334'313	0	
Year to Date	3'516'998	3'625'647	3.1%

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

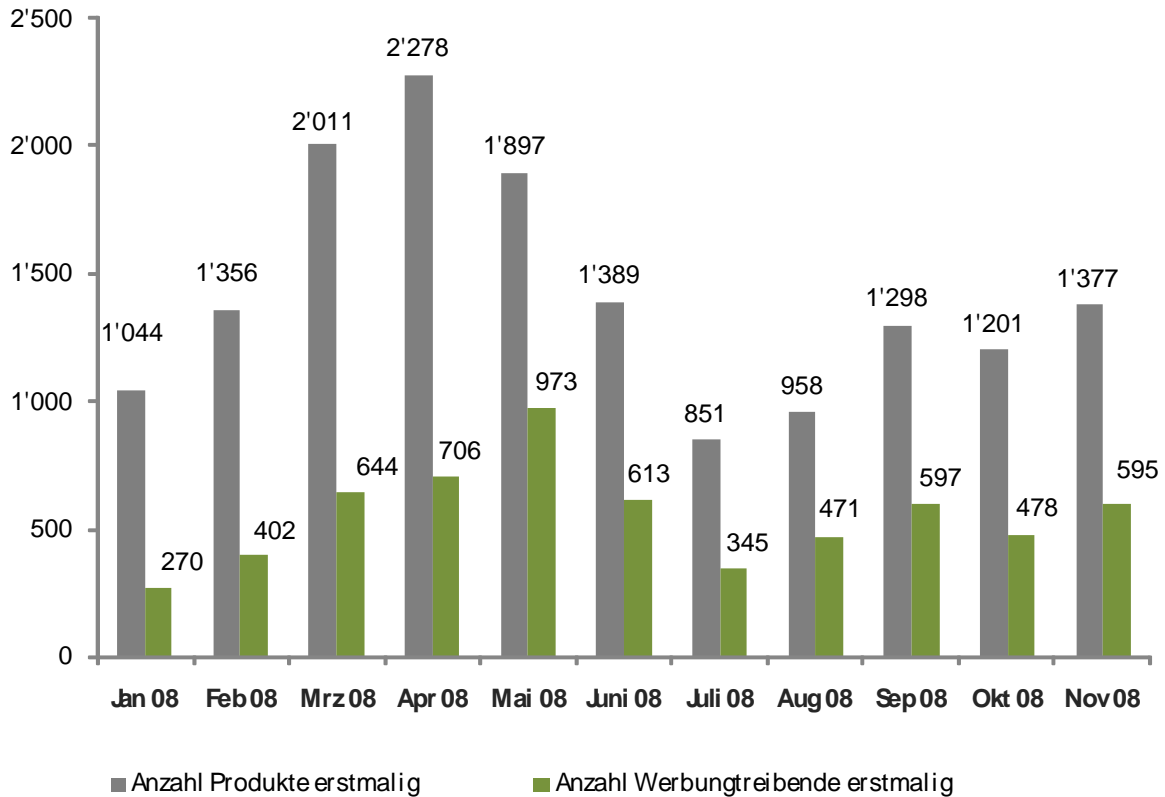


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	November 2008		2008 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
	Alle Märkte	410'666	2.0	3'625'647	3.1
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	13'704	-0.3	122'723	-3.5
2	Dienstleistungen	16'376	10.2	182'860	10.9
3	Energie	2'446	-4.8	23'627	-9.4
4	Fahrzeuge	32'055	-1.5	373'377	3.7
5	Finanzen	39'113	-11.9	338'666	-8.9
6	Gemeinnützige Kampagnen	8'700	2.0	81'922	6.7
7	Getränke	13'047	-0.1	130'197	2.2
8	Haushaltsartikel/ -geräte	18'098	25.5	127'895	3.3
9	IT	4'316	-5.1	41'205	-19.5
10	Kosmetik / Körperpflege	30'334	14.2	257'663	12.8
11	Möbel / Haus / Garten	17'935	-11.4	162'002	-3.8
12	Nahrungsmittel	37'899	18.4	335'430	5.9
13	Pharma / Gesundheit	11'659	16.9	99'757	8.9
14	Politische Kampagnen	13'923	273.9	56'908	-8.4
15	Tabakwaren	2'479	17.1	14'037	3.5
16	Telekommunikation	24'622	-15.4	199'433	-4.3
17	Tourismus / Verkehr	20'565	-7.4	206'933	8.5
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	18'048	-16.3	153'750	19.1
19	Uhren / Schmuck	15'237	-4.7	65'469	12.4
20	Andere Produktmärkte	33'624	13.4	251'685	4.8
21	Sortimentswerbung*	23'896	-4.0	256'517	7.7
22	Imagewerbung*	12'591	-21.9	143'591	1.1

* 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	UNILEVER
7	ORANGE
8	SWISSCOM
9	SUNRISE COMMUNICATIONS
10	RENAULT

* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

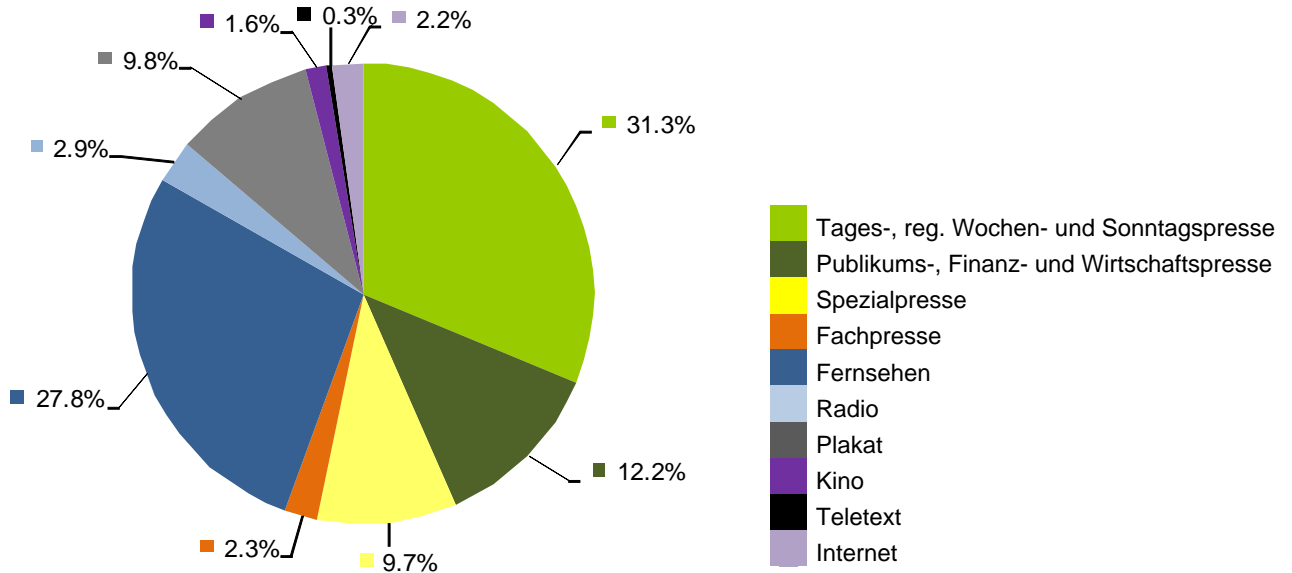
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	ORANGE OPTIMA
2	AXA WINTERTHUR VORSORGE SAEULE 3A
3	HENNES + MAURITZ DAMENKLEIDUNG
4	MICHEL POWER COFFEE BERRY ENERGY DRINK
5	NESPRESSO ESPRESSO-KAFFEE
6	SUNRISE MOBILE ZERO PLUS TARIFE
7	RENAULT MEGANE PKW
8	DELIZIO COMPACT KAFFEETEEMASCHINE
9	RENAULT KOLEOS SUV
10	NIKON D90

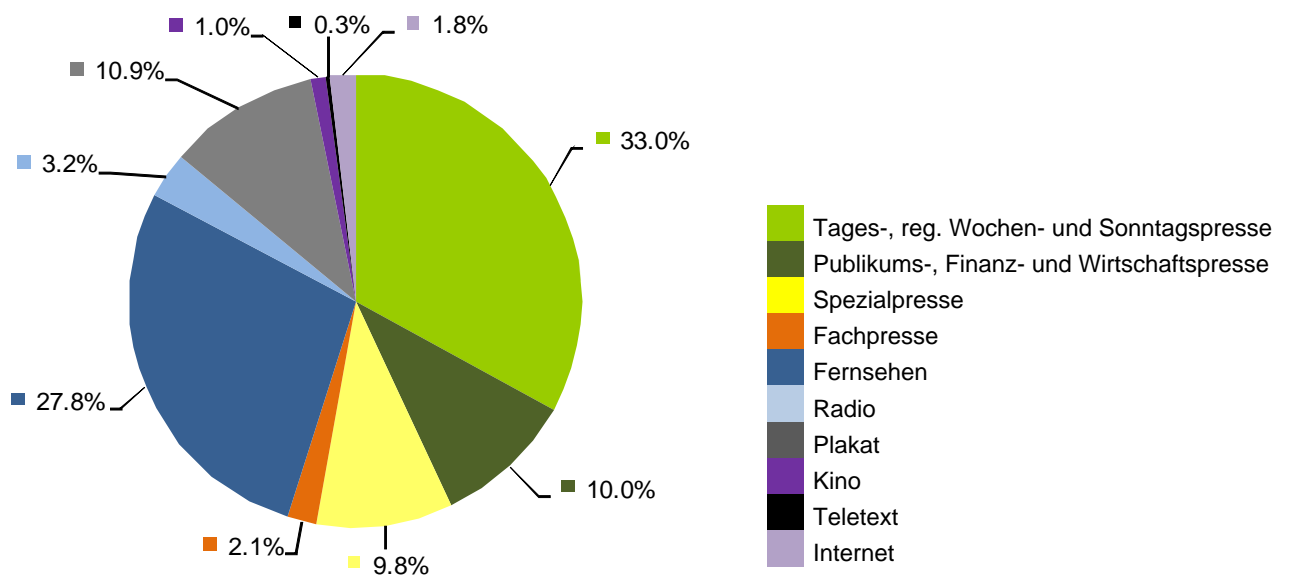
* Produktwerbung [Markenführung]; ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

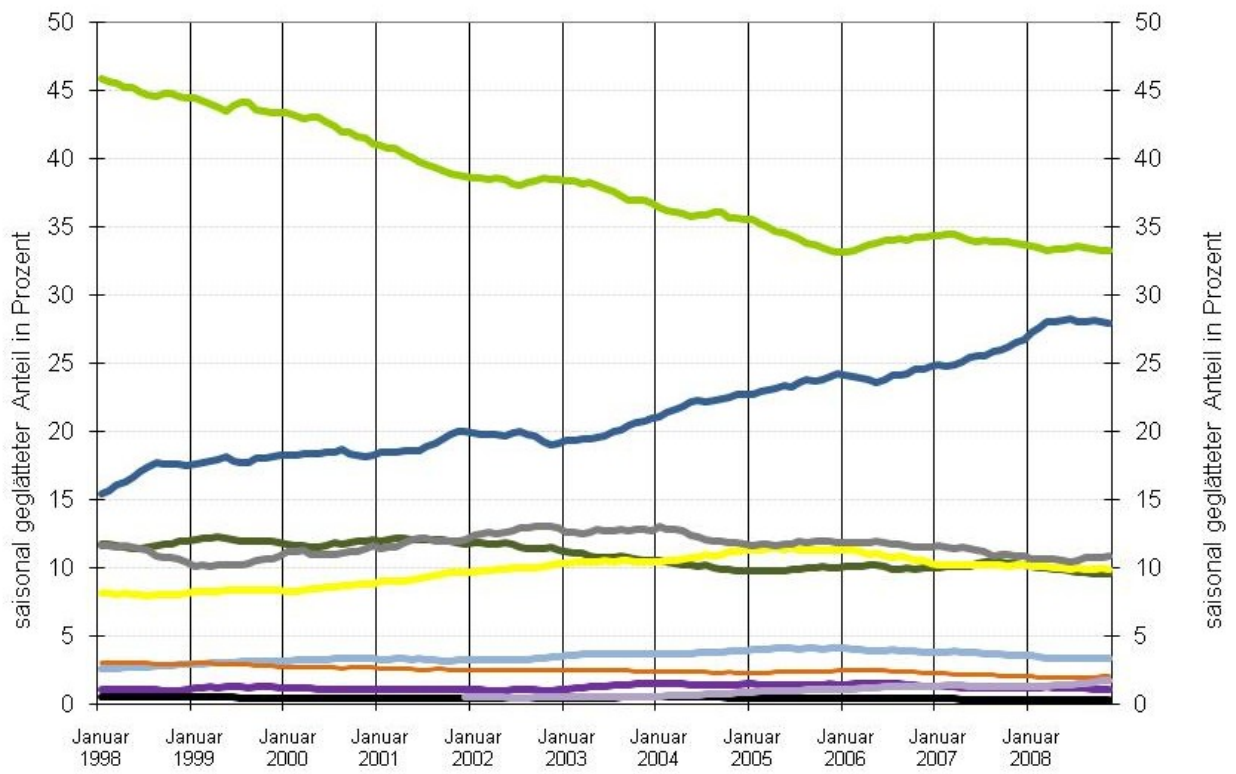
Grafik: Verteilung des Werbedrucks November 2008



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per November 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