

# Media Focus

## Werbemarkt Trend

### Report 2008/10

---

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

---

#### **Inhalt:**

1. Werbemonat Oktober 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 im aktuellen 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](mailto:info@mediafocus.ch)

[www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)

---

## 1. Werbemonat Oktober 2008 – Highlights

Im Vergleich der Werbejahre 2007 und 2008 zeichnet sich bis Jahresende ein Kopf-an-Kopf Rennen ab. Der Werbemonat Oktober schlägt in diesem Vergleich mit einem Minus von 7.6% zu Buche. Damit verringert sich das in den Monaten Januar bis September angelegte Polster gegenüber dem Vorjahr von +4.7% auf +3.1%.

Trotz rückläufigem Gesamtmarkt verzeichnete die Branche **„Energie“** im Oktober ein Wachstum von 23.2% gegenüber dem Vorjahresmonat. Begünstigt wurde diese positive Entwicklung durch den Wachstum in der Produktgruppe *Energie – Image*. Bei den steigenden Preisen im liberalisierten Strommarkt ist ein gutes Image Gold wert und wurde daher mit einem Plus von 610'000 CHF (+60%) an Werbedruck gestärkt.

5 von 19 Schlüsselmärkten haben den Datenmonat Oktober mit einem Minus grösser als 20% gegenüber Vorjahr abgeschlossen. Zu diesen Schlüsselmärkten gehört auch der Produktmarkt **„Telekommunikation“** mit einem Minus von 30.5% (-8.6 Mio. CHF). Von den grossen drei Telekommunikations-Anbietern steigerte einzig Orange den Werbedruck im Vergleich zum Vorjahresmonat. So ist es auch nicht weiter überraschend, dass sich in erster Linie die Sparte *Mobile* (- 43.6%; 8.3 Mio. CHF) für den Negativtrend verantwortlich zeigt.

In der Medienperspektive trifft der negative Gesamtmarktrend im Werbemonat Oktober naturgemäss die einzelnen Bereiche sehr unterschiedlich: In der Mediengattung Print verzeichnete die **„Finanz- und Wirtschaftspresse“** das prozentual grösste Minus mit 14.4%. Im Bereich elektronische Medien gehören nebst **„Kino“** (-17.6%) auch die **„Öffentlich-Rechtlichen (TV)“** (-15.7%) zu den Verlierern. Unbeeindruckt von der Negativspirale zeigten sich die **„Internetwerbung“** (+47.4%) und der Bereich **„Teletext“** (+28.8%).

Die Werbemärkte **„Tabak“ (+220.3%)** und **„Gemeinnützige Kampagnen“ (+30.0%)** weisen im Werbemonat Oktober 2008 eine positive Entwicklung des Werbedrucks gegenüber der Vorjahresperiode aus.

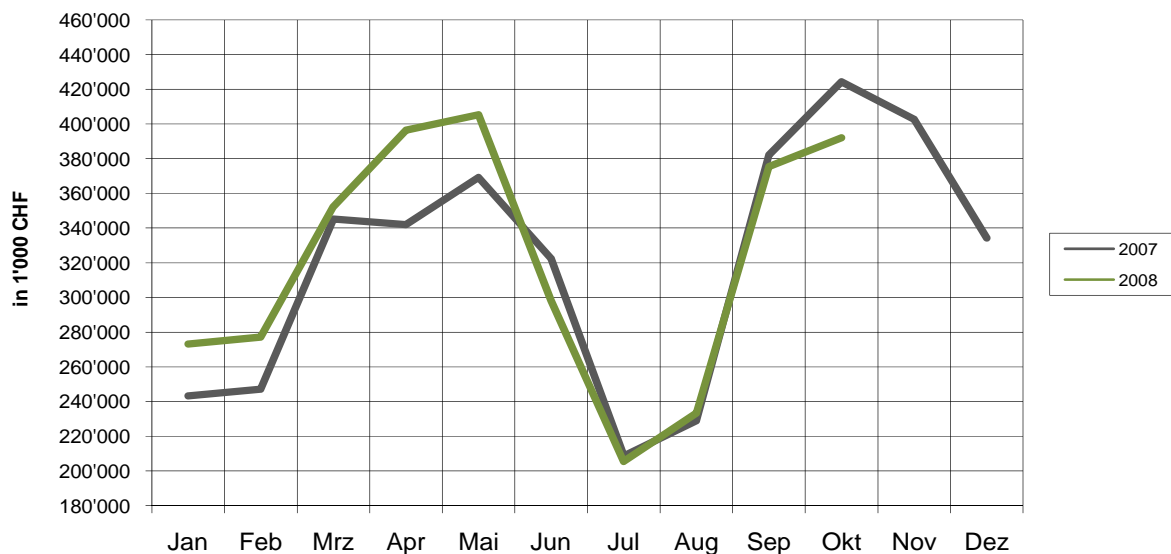
## 2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per Oktober 2008

Monat	2007	2008	+/- %
	TCHF	TCHF	
Januar	243'303	273'266	12.3%
Februar	247'121	277'213	12.2%
März	345'331	352'201	2.0%
April	342'173	396'467	15.9%
Mai	369'299	405'339	9.8%
Juni	322'634	298'288	-7.5%
Juli	208'715	205'516	-1.5%
August	228'964	233'442	2.0%
September	382'249	375'523	-1.8%
Oktober	424'434	392'127	-7.6%
November	402'787	0	
Dezember	334'313	0	
<b>Year to Date</b>	<b>3'114'222</b>	<b>3'209'383</b>	<b>3.1%</b>

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

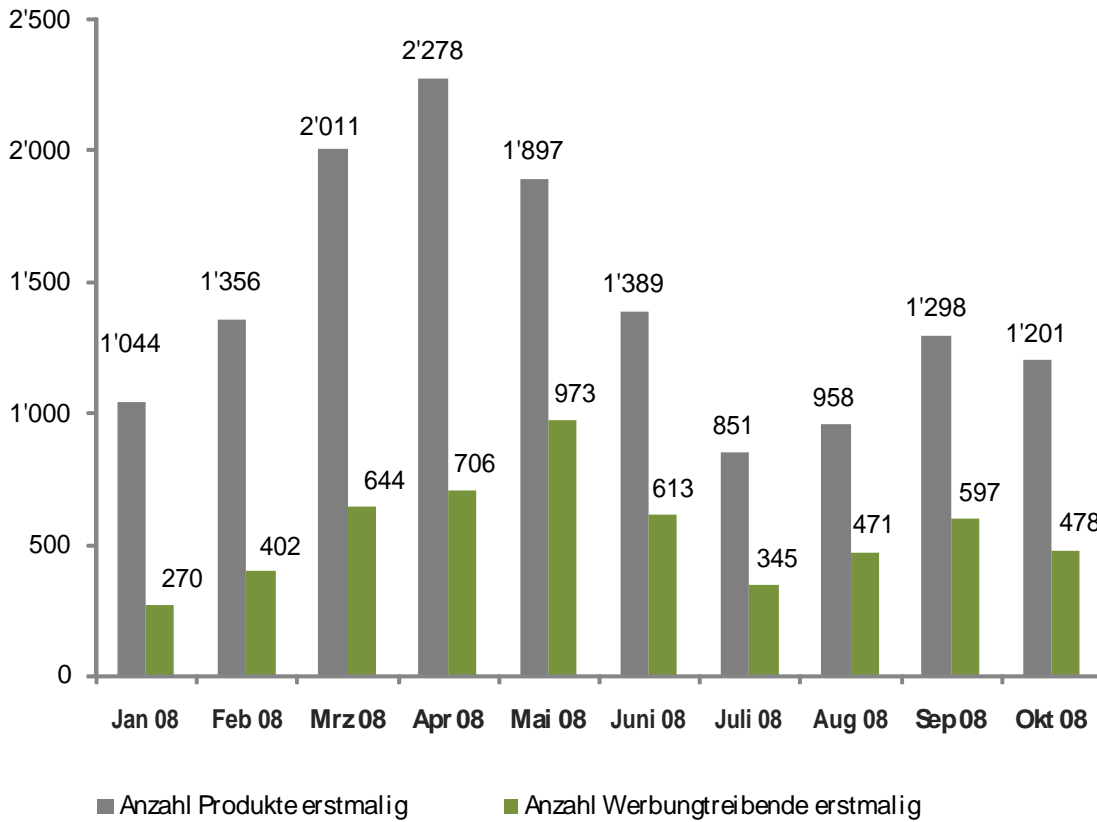


### 3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	Oktober 2008		2008 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
	<b>Alle Märkte</b>	<b>392'127</b>	<b>-7.6</b>	<b>3'209'383</b>	<b>3.1</b>
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	13'073	-7.3	108'517	-4.3
2	Dienstleistungen	17'993	7.6	165'987	10.6
3	Energie	3'497	23.2	21'184	-9.9
4	Fahrzeuge	43'196	-4.9	341'000	4.1
5	Finanzen	45'286	-6.5	299'355	-8.6
6	Gemeinnützige Kampagnen	9'408	20.2	73'197	7.2
7	Getränke	10'731	-24.8	117'004	2.4
8	Haushaltsartikel/ -geräte	13'627	-23.5	109'714	0.2
9	IT	5'050	3.5	36'926	-20.9
10	Kosmetik / Körperpflege	27'666	6.8	226'956	12.4
11	Möbel / Haus / Garten	20'484	-4.5	144'005	-2.8
12	Nahrungsmittel	38'069	3.9	297'420	4.5
13	Pharma / Gesundheit	10'202	9.2	87'444	7.1
14	Politische Kampagnen	5'215	-69.1	42'767	-26.8
15	Tabakwaren	1'801	220.3	11'531	0.8
16	Telekommunikation	19'475	-30.5	174'613	-2.6
17	Tourismus / Verkehr	19'858	17.9	186'044	10.4
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	12'312	-21.6	135'614	26.1
19	Uhren / Schmuck	7'509	-8.3	49'861	17.9
20	Andere Produktmärkte	26'663	-11.9	217'473	3.4
21	Sortimentswerbung*	22'358	-3.8	231'656	8.6
22	Imagewerbung*	18'656	-2.1	131'114	4.0

\* Branchen- und produktmarktübergreifend

#### 4. Neue Werbungtreibende und Produkte im aktuellen Jahr



#### 5. TOP 10 im aktuellen Monat

##### Top 10 Werbungtreibende

Position	Werbungtreibende*
1	MIGROS
2	COOP
3	L'ORÉAL
4	NESTLE
5	PROCTER & GAMBLE
6	SUNRISE COMMUNICATIONS
7	PEUGEOT
8	BEIERSDORF AG
9	SWISSCOM
10	RENAULT

\* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

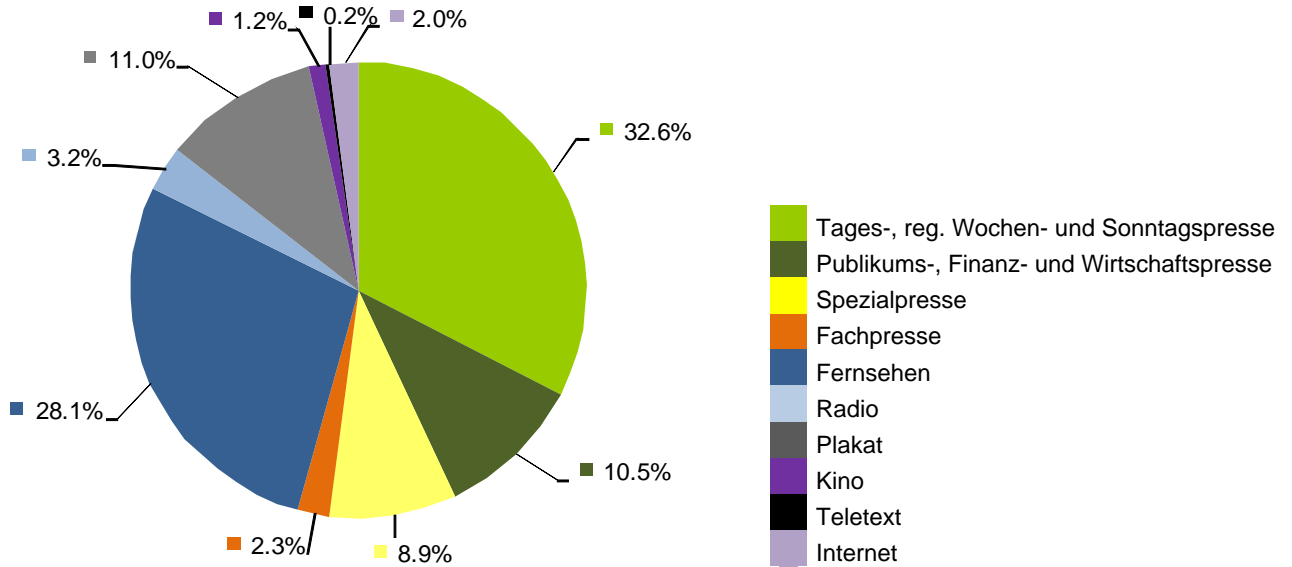
##### Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	RENAULT KOLEOS SUV
2	RIVELLA GELB
3	FORD FIESTA PKW
4	SUBARU FORESTER DIESEL GELAENDEWAGEN
5	SWISS LOTTO
6	PEUGEOT 308 PKW
7	SWISS LIFE VORSORGEVERSICHERUNG
8	RIPOSA MATRATZEN
9	SAMSUNG OMNIA SGH I 900 HANDY
10	EKZ WESTSIDE

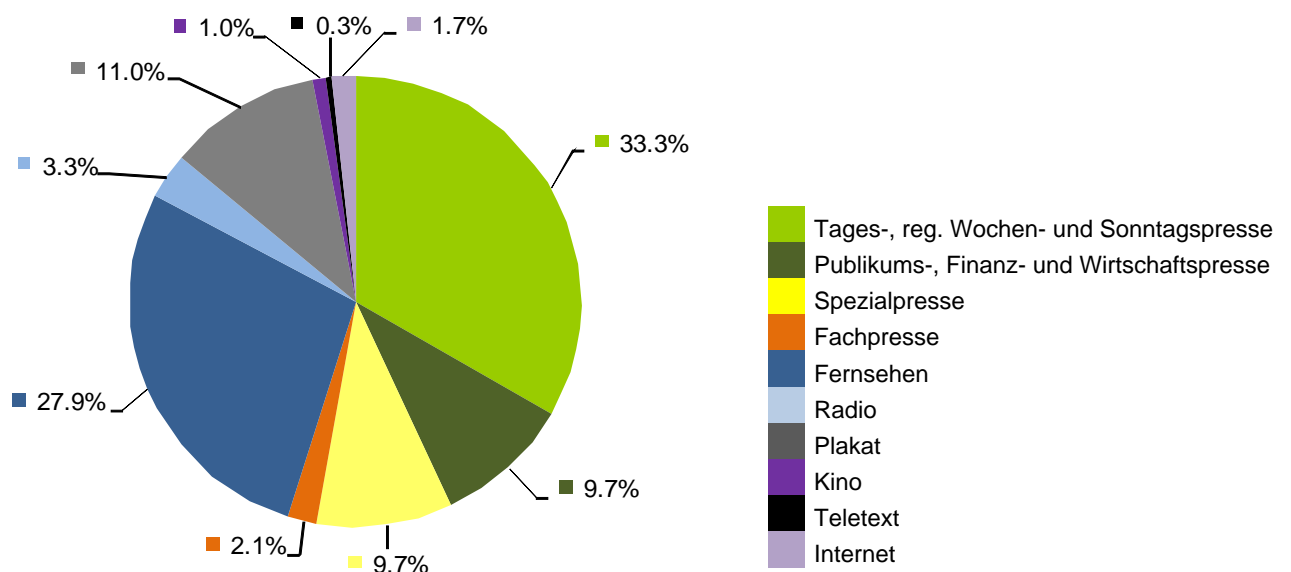
\* Produktwerbung [Markenführung]; ohne Sortiments- und Imagewerbung

## 6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

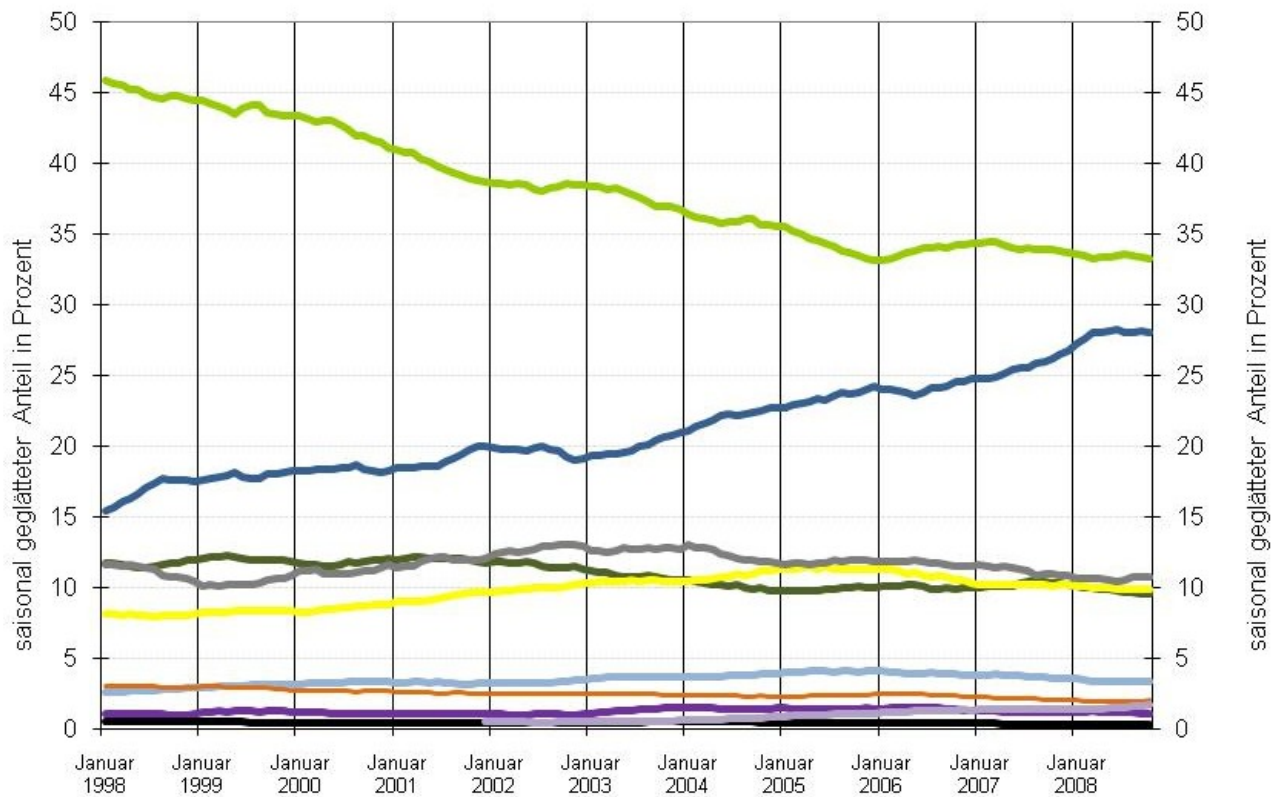
Grafik: Verteilung des Werbedrucks Oktober 2008



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per Oktober 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](mailto:info@mediafocus.ch)  
Web: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)