

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2010/08

Inhalt

1. Werbemonat August 2010 – Highlights	2
2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt	3
3. Entwicklung des Werbedrucks in den Branchen.....	4
4. TOP 10 Year to Date.....	5
5. Entwicklung des Werbedrucks in den Medien	5
6. Verteilung des Werbedrucks in den Medien	6



1. Werbemonat August 2010 – Highlights

Mit dem Monat August hat die Schweiz den Höhepunkt des Festival-Sommers erreicht und gleichzeitig den tiefsten Bruttowerbedruckstand, welcher im Juli 2010 gemessen wurde, überwunden. Der Werbedruck liegt im Monat August 2010 bei rund 274 Mio. CHF. Dies entspricht einer Zunahme von 6.3% gegenüber 2009 und übertrifft das kumulierte Ergebnis YTD von 2008 um 7.1 Mio. CHF.

Die vielen Festivals im August 2010 stärkten die Branche „**Veranstaltungen**“. Der Bruttowerbedruck der Branche stieg im August um 4.2% auf 20.8 Mio. CHF bzw. um 4.5% auf 163.9 Mio. CHF im laufenden Jahr. Davon entfielen im August 2010 mehr als 55% für Werbung der Produktgruppe „**Kunst- und Kulturveranstaltungen**“. Die Top-Produkte der Kunst- und Kulturveranstaltungen waren im August „*Parties*“ (die Street Parade lässt grüssen), „*Orange Cinema*“ und das „*Zürcher Theater Spektakel*“.

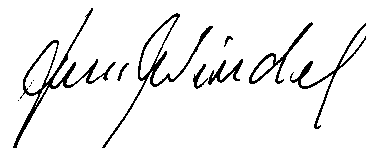
Möglicherweise versuchten die Tabakhersteller die Gunst der Stunde – bzw. der Open-Air-Veranstaltungen – zu nutzen, und erhöhten die Werbeaktivitäten massiv. Mit einem Plus von 277% gegenüber Vorjahr stieg der Bruttowerbedruck der Branche „**Tabakwaren**“ auf 810'000 CHF. Auf das laufende Jahr bezogen, erhöhte sich der Werbeaufwand um 79.1% und stieg auf 10.9 Mio. CHF.

Die „**Telekommunikationsbranche**“ steigerte zwar im aktuellen Monat den Werbedruck

(+19%; +1.8 Mio. CHF), doch liegt das kumulierte Jahrestotal nach wie vor unter Vorjahreswert (-13%; -15.3 Mio. CHF). Den grössten Rückgang an Werbung verzeichneten von Januar bis August 2010 die Produktgruppen „**Internet**“, „**Mobile**“ und „**Fixnet**“. Zu beachten ist jedoch das starke Wachstum der Produktgruppe „**Telekommunikation**“ (+62.4%; +8.2 Mio. CHF). Diese Produktgruppe beinhaltet u.a. die Werbung für produktgruppenübergreifende Angebote. Die starke Zunahme ist hauptsächlich auf Werbung für die Produkte „*Cablecom 3 für 2*“, „*Sunrise Free Internet*“ und „*Swisscom Casa Trio*“ zurückzuführen.

Die Tages-, reg. Wochen- + Sonntagspresse ist nach wie vor die stärkste Mediengruppe und weist im August 2010 einen Anteil am Bruttowerbedruck von 33% aus. Insgesamt hält das Medium Print die Mehrheit (53%) und besitzt damit einen Vorsprung auf die elektronischen Medien (34%) und Aussenwerbung (13%).

Ihr



CEO

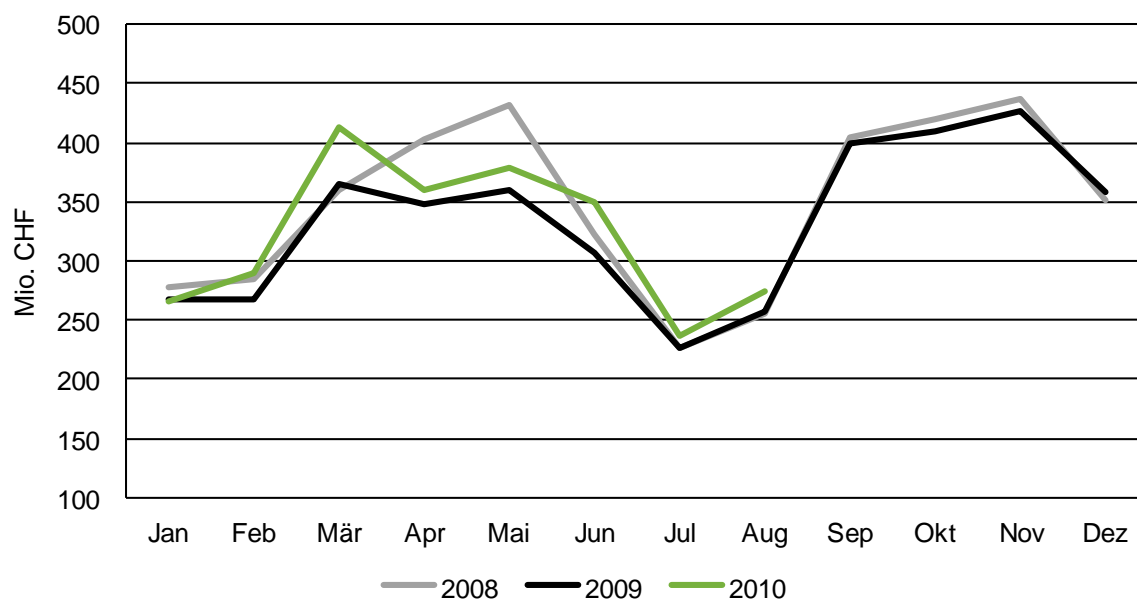
Media Focus

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Entwicklung des Werbedrucks per August 2010

Monat	2008	2009	2010	+/- VJ %
	TCHF	TCHF	TCHF	
Januar	277'966	267'150	265'626	-0.6%
Februar	284'557	267'753	290'092	8.3%
März	360'475	365'633	413'390	13.1%
April	402'116	348'410	360'363	3.4%
Mai	432'104	359'044	379'128	5.6%
Juni	322'783	306'579	349'944	14.1%
Juli	226'987	225'479	236'500	4.9%
August	254'958	257'872	274'022	6.3%
September	404'177	398'823		
Oktober	420'296	408'697		
November	437'015	426'622		
Dezember	350'963	358'827		
Year to Date	2'561'946	2'397'921	2'569'065	7.1%

Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich



3. Entwicklung des Werbedrucks in den Branchen

Branche / Produktgruppen	YTD		August 2010	
	TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
Bauen, Industrie, Einrichtung	119'543	1.9	12'522	21.5
Bekleidung + Wäsche	74'026	10.8	8'447	1.6
Detailhandel	185'245	3.4	21'832	13.0
Dienstleistung	105'737	3.5	12'507	1.0
Energie	19'419	10.1	2'121	53.3
Fahrzeuge	256'004	7.9	20'471	-6.6
PKW (neu)	205'970	5.4	16'780	-6.7
Finanzen	173'272	4.5	19'813	-0.5
Versicherungen	29'916	-0.9	3'417	-50.4
Freizeit, Sport, Touristik	157'062	7.4	16'120	2.0
Getränke	98'274	6.7	8'854	-26.3
Haushaltsartikel / -Geräte	33'601	2.1	3'181	17.8
Initiativen + Kampagnen	158'461	-11.1	19'427	-11.4
Politische Kampagnen	26'261	-18.0	3'913	-6.6
IT + Buero	32'346	7.2	4'602	17.5
IT	27'028	3.5	3'563	9.9
Kosmetik + Körperpflege	225'133	27.2	25'579	32.2
Medien	41'251	-7.1	5'093	16.7
Nahrungsmittel	291'868	22.0	30'170	23.8
Persönlicher Bedarf	76'013	9.6	7'196	11.3
Uhren + Schmuck	31'320	-0.7	2'068	35.5
Pharma + Gesundheit	75'675	0.3	4'563	-31.8
Reinigen	58'956	9.9	9'114	31.5
Tabakwaren	10'868	79.1	810	276.9
Telekommunikation	102'944	-13.0	11'489	19.0
Unterhaltungselektronik + Foto	68'117	46.9	5'548	-0.7
Veranstaltungen	163'971	4.5	20'809	4.2
Verkehrsbetriebe	41'276	-8.7	3'753	-14.2
Alle Branchen	2'569'065	7.1	274'022	6.3

Die Branche Detailhandel beinhaltet branchenübergreifende Werbung.

4. TOP 10 Year to Date

Top 10 Werbungtreibende* YTD	+/- VJ%
1 Migros	18.9
2 Coop	17.7
3 L'Oréal	55.4
4 Procter & Gamble	11.6
5 Unilever Schweiz	31.3
6 Nestlé	1.0
7 Swisscom	-3.8
8 Media Markt	36.5
9 Sunrise Communications	-15.5
10 Reckitt-Benckiser (Schweiz)	-20.4

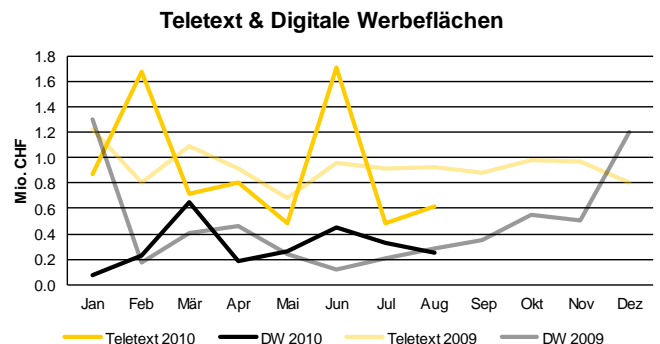
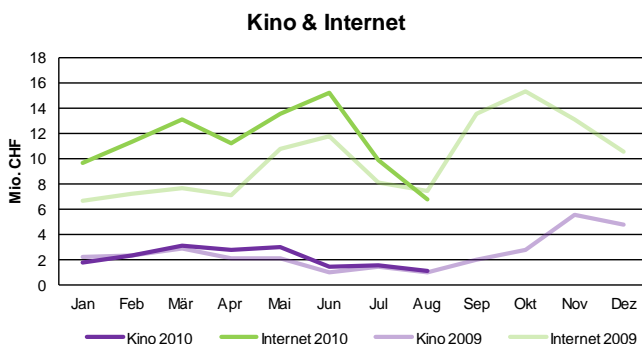
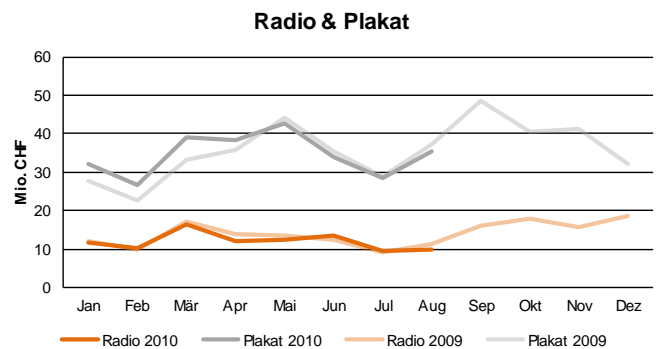
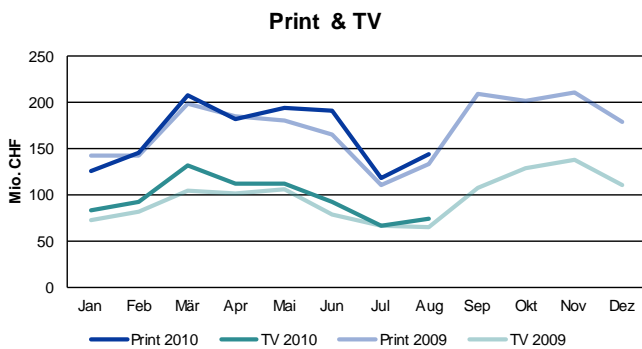
*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

Top 10 Produkte* YTD
1 Mc Donald's Restaurants
2 Swisscom TV
3 SBB
4 Universal Music CD's
5 www.piazza.ch
6 Verband Schweizer Presse
7 Fielmann Brillen
8 Cablecom 3 für 2
9 Danone Activia Joghurt
10 Coca Cola

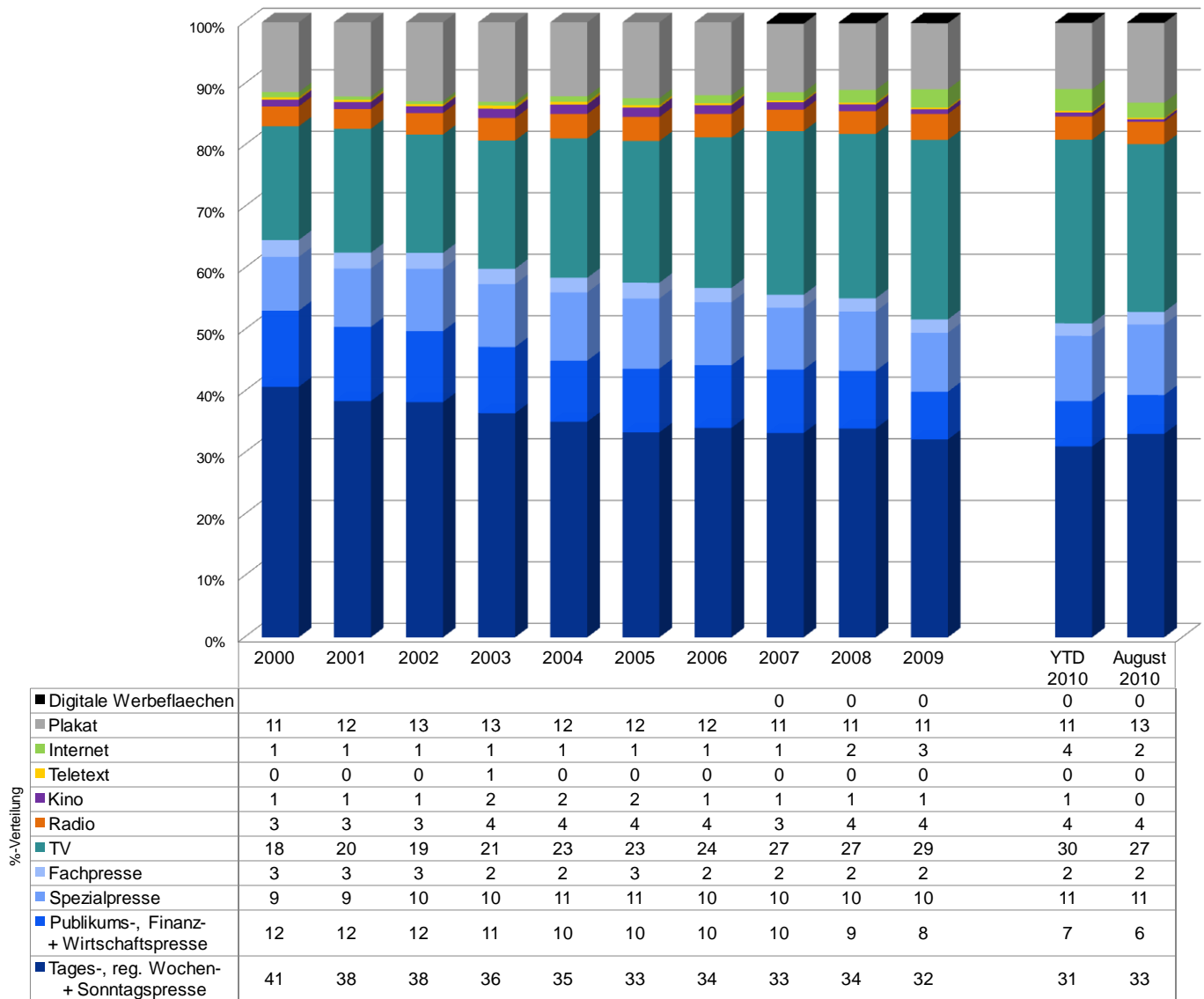
*Produktwerbung; ohne Sortiments- und Imagewerbung

5. Entwicklung des Werbedrucks in den Medien

Entwicklung des Werbedrucks in den Medien (YTD vs. Vorjahr)



6. Verteilung des Werbedrucks in den Medien



Über 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, Digitale Werbeflächen, 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 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 GfK Switzerland AG und The Nielsen Company (Switzerland) GmbH / 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

Website: www.mediafocus.ch