

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2010/12

Inhalt

| | |
|---|---|
| 1. Werbejahr 2010 – Highlights | 2 |
| Sonderanalysen zum Werbemarkt Schweiz 2010 | 3 |
| 2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt | 4 |
| 3. Entwicklung des Werbedrucks in den Branchen..... | 5 |
| 4. TOP 10 Year to Date..... | 6 |
| 5. Entwicklung des Werbedrucks in den Medien | 6 |
| 6. Verteilung des Werbedrucks in den Medien | 7 |



1. Werbejahr 2010 – Highlights

Das Werbejahr 2010 endete erfreulich. Mit einem Werbedruck von über 4.35 Milliarden CHF übertrifft das Jahr 2010 die Vorjahreswerte um rund 9% (+359.1 Mio. CHF) und die Zahlen des Jahres 2008 um über 4% (+178.8 Mio. CHF).

Nach einem tiefen Start im Januar 2010 (265.7 Mio. CHF) mit einem Bruttowerbedruck unter den Werten von 2009 und 2008, stieg das gemessene Werbevolumen in den folgenden Monaten und übertraf den März 2008 und März 2009 um 14.5% (+52.3 Mio. CHF) bzw. 13% (+47.4 Mio. CHF). Im berühmten „Sommerloch“, im Juli 2010, lag der Bruttowerbedruck zwar bei einem Jahrestief von 236.9 Mio. CHF, überragte jedoch die Zahlen von 2009 und 2008. Der Bruttowerbedruck erholte sich binnen zweier Monate und kratzte im September 2010 knapp an der 450-Millionen-Grenze. Nach einem letzten Anstieg im November auf 468.0 Mio. CHF schloss das Jahr im Dezember 2010 mit einem Bruttowerbedruck von 422.5 Mio. CHF, was einer Zunahme von knapp 18% (+64.0 Mio. CHF) gegenüber 2009 entspricht.

Die Top-Werbebranchen des Jahres 2010 sind „**Nahrungsmittel**“ (487.4 Mio. CHF; +18.8%), „**Fahrzeuge**“ (482.8 Mio. CHF; +16.5%) und „**Kosmetik + Körperpflege**“ (381.4 Mio. CHF; +21.3%).

In der Branche „**Nahrungsmittel**“ wurde im Jahr 2010 die Produktgruppe „**Schokolade + Süswaren**“ am intensivsten beworben. Der Werbedruck stieg gegenüber Vorjahr um knapp 33% auf über 100.2 Mio. CHF.

Gemäss der Werbestatistik von Media Focus wurde der Bruttowerbedruck der Branche „**Fahrzeuge**“ im Jahr 2010 um über 16% (+60.6 Mio. CHF) gegenüber Vorjahr erhöht. Innerhalb der werbestärksten Produktgruppe „**PKW (neu)**“ generierte das Produktsegment „**Geländewagen + SUV**“ einen Werbedruck von knapp 52 Millionen CHF. Dies entspricht einer Steigerung von knapp 22% (+ 9.4 Mio. CHF) gegenüber 2009.

Die dritte Top-Branche „**Kosmetik + Körperpflege**“ zeigte in den vergangenen zehn Jahren ein starkes Wachstum. Seit 2000 erhöhte sich der Werbedruck um über 220% und beträgt im Jahr 2010 über 381.5 Mio. CHF. Über 17% des Werbevolumens des Jahres 2010 ist dem Bereich „**Pflegende Gesichtskosmetik**“, 13% dem Bereich „**Dekorative Kosmetik**“ und 11% der Produktgruppe „**Düfte**“ zuzuordnen.

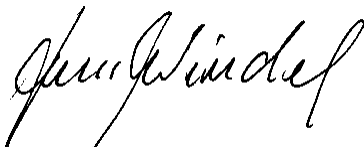
Aus Mediensicht sieht die Entwicklung der drei Top Medien im 2010 wie folgt aus: Das Werbevolumen in den „**Printmedien**“ erhöhte sich insgesamt um 7.3% gegenüber Vorjahr (+150.3 Mio. CHF). Innerhalb der Mediengruppe Print verlor einzig die „**Fachpresse**“ an Werbedruck (-2.4%; -2.1 Mio. CHF). Der sich in den vergangenen Jahren abzeichnende Trend setzt sich weiter fort: In der Mediengruppe „**TV**“ erhöht sich der Werbedruck um 12.8% auf über 1.3 Milliarden CHF im 2010. Die Mediengruppe „**Plakat**“ übertrifft das Vorjahresvolumen um 4.2% und weist für das Jahr 2010 einen Wert von 446.3 Mio. CHF aus.

Sonderanalysen zum Werbemarkt Schweiz 2010

| | |
|--|-----------|
| Durchschnittliche Dauer der TV-Spots in Sekunden im Jahr 2010 | 21.8 |
| Durchschnittliche Dauer der Radio-Spots in Sekunden im Jahr 2010..... | 19.7 |
| Anzahl Firmen, die im 2010 werblich aktiv waren..... | 21'047 |
| %-Anteil Bruttowerbedruck der Top 10 Werbungtreibenden im Jahr 2010 | 20.7 |
| Anzahl ausgestrahlter TV-Spots im Jahr 2010 | 1'210'811 |
| %-Anteil der TV-Spots aus der Branche Kosmetik + Körperpflege im Jahr 2010 | 21.5 |
| %-Anteil der TV-Spots aus der Branche Nahrungsmittel im Jahr 2010..... | 19.7 |
| Wochentag mit dem durchschn. grössten Werbevolumen in den Printmedien im Jahr 2010 | Mittwoch |
| Wochentag mit dem durchschnittlich grössten Werbevolumen im TV im Jahr 2010..... | Sonntag |
| Wochentag mit dem durchschnittlich grössten Werbevolumen im Radio im Jahr 2010..... | Freitag |

Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches Werbejahr 2011.

Ihr



CEO

Media Focus

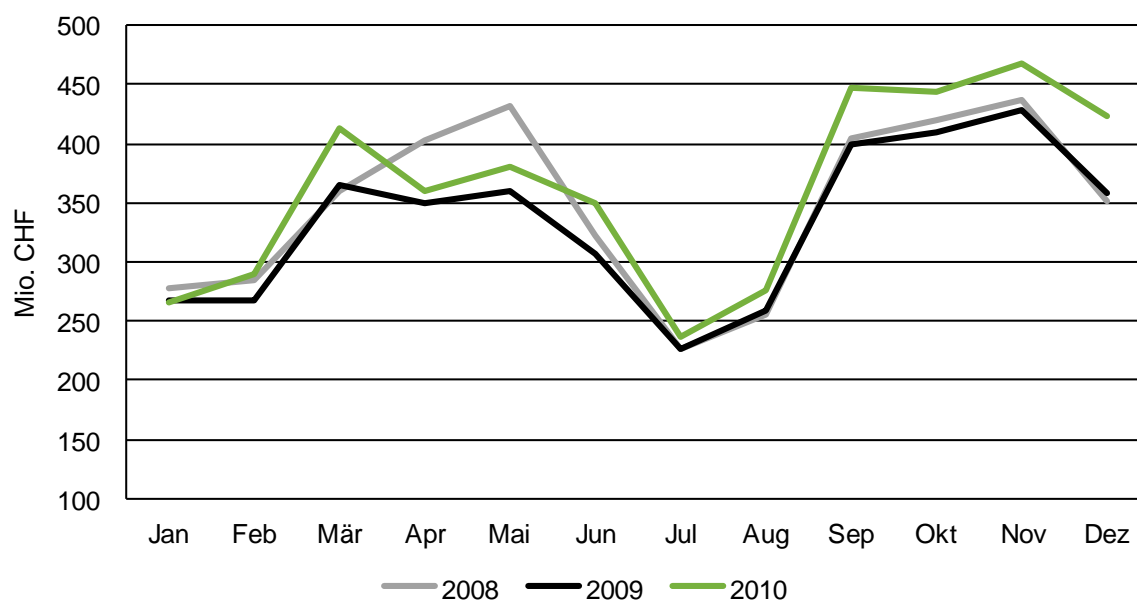
Die Zahlen basieren auf der Media Focus Werbedruckstatistik, Dezember 2010 Update

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Entwicklung des Werbedrucks per Dezember 2010

| Monat | 2008 TCHF | 2009 TCHF | 2010 TCHF | +/- VJ % |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|
| Januar | 277'966 | 267'363 | 265'747 | -0.6% |
| Februar | 284'557 | 267'954 | 290'189 | 8.3% |
| März | 360'475 | 365'444 | 412'808 | 13.0% |
| April | 402'116 | 348'782 | 360'639 | 3.4% |
| Mai | 432'104 | 359'364 | 379'746 | 5.7% |
| Juni | 322'783 | 306'914 | 350'365 | 14.2% |
| Juli | 226'987 | 225'794 | 236'884 | 4.9% |
| August | 254'958 | 258'170 | 276'177 | 7.0% |
| September | 404'177 | 399'320 | 446'444 | 11.8% |
| Oktober | 420'296 | 409'031 | 443'800 | 8.5% |
| November | 437'015 | 427'596 | 467'972 | 9.4% |
| Dezember | 350'963 | 358'405 | 422'454 | 17.9% |
| Year to Date | 4'174'397 | 3'994'137 | 4'353'226 | 9.0% |

Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich



3. Entwicklung des Werbedrucks in den Branchen

| Branche / Produktgruppen | YTD | | Dezember 2010 | |
|--------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|
| | TCHF | +/- VJ % | TCHF | +/- VJ % |
| Bauen, Industrie, Einrichtung | 205'212 | 7.2 | 14'261 | 11.1 |
| Bekleidung + Wäsche | 135'119 | 11.6 | 8'419 | -7.9 |
| Detailhandel | 300'439 | 3.9 | 35'645 | 5.5 |
| Dienstleistung | 176'787 | 8.0 | 14'665 | 16.5 |
| Energie | 30'251 | 3.3 | 1'715 | -17.1 |
| Fahrzeuge | 428'805 | 16.5 | 21'429 | 71.6 |
| PKW (neu) | 347'182 | 15.5 | 15'822 | 94.5 |
| Finanzen | 300'794 | 3.2 | 19'067 | 8.9 |
| Versicherungen | 64'209 | -2.5 | 2'611 | -5.2 |
| Freizeit, Sport, Touristik | 236'609 | 2.0 | 19'571 | -2.5 |
| Getränke | 163'973 | 9.0 | 21'332 | 27.2 |
| Haushaltsartikel / -Geräte | 65'474 | 7.3 | 8'952 | 77.0 |
| Initiativen + Kampagnen | 266'944 | -7.4 | 25'684 | 1.3 |
| Politische Kampagnen | 48'932 | -9.9 | 1'862 | -14.0 |
| IT + Buero | 56'646 | 6.9 | 7'445 | 21.0 |
| IT | 48'084 | 9.2 | 6'596 | 24.6 |
| Kosmetik + Körperpflege | 381'448 | 21.3 | 42'624 | 24.7 |
| Medien | 66'109 | -1.4 | 7'128 | 10.4 |
| Nahrungsmittel | 487'362 | 18.8 | 44'186 | 5.0 |
| Persönlicher Bedarf | 151'539 | 15.9 | 23'690 | 30.6 |
| Uhren + Schmuck | 71'495 | 9.2 | 14'018 | 22.3 |
| Pharma + Gesundheit | 123'994 | 5.5 | 12'874 | 15.4 |
| Reinigen | 94'006 | -2.7 | 5'729 | -23.3 |
| Tabakwaren | 16'698 | 91.1 | 1'505 | 62.7 |
| Telekommunikation | 208'509 | 4.9 | 35'112 | 57.0 |
| Unterhaltungselektronik + Foto | 129'905 | 33.4 | 24'052 | 23.4 |
| Veranstaltungen | 254'787 | 4.7 | 18'489 | 9.4 |
| Verkehrsbetriebe | 71'815 | 1.8 | 8'878 | 64.2 |
| Alle Branchen | 4'353'226 | 9.0 | 422'454 | 17.9 |

Die Branche Detailhandel beinhaltet branchenübergreifende Werbung.

4. TOP 10 Year to Date

| Top 10 Werbungtreibende* YTD | +/- VJ% |
|------------------------------|---------|
| 1 Migros | 16.3 |
| 2 Coop | 20.7 |
| 3 L'Oréal | 30.8 |
| 4 Procter & Gamble | 6.2 |
| 5 Nestlé | 12.2 |
| 6 Swisscom | 32.4 |
| 7 Unilever Schweiz | 12.2 |
| 8 Sunrise Communications | -6.0 |
| 9 Media Markt | 15.7 |
| 10 Manor | 8.9 |

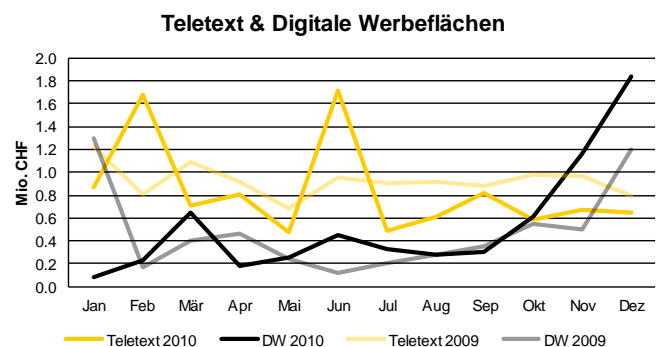
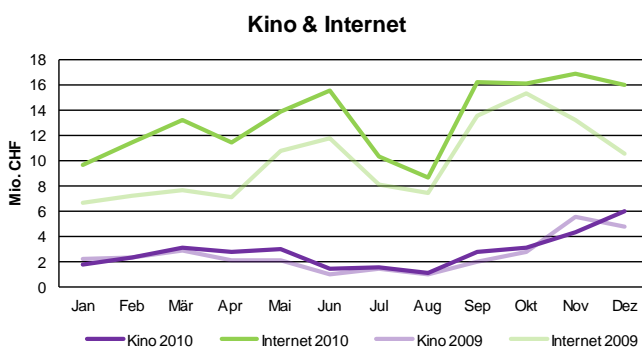
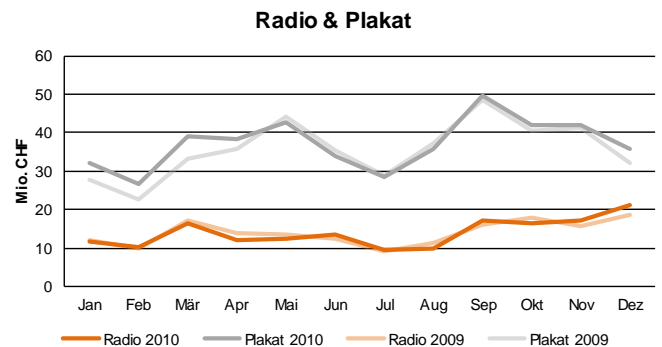
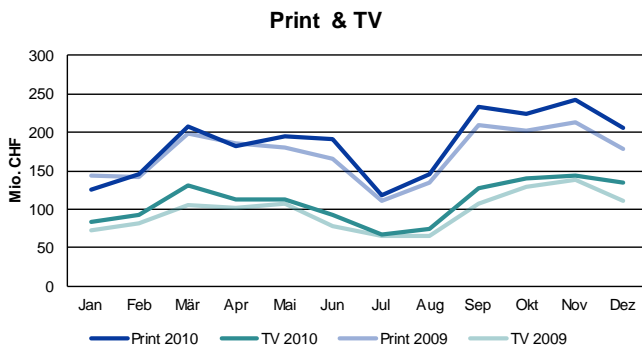
*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

| Top 10 Produkte* YTD |
|----------------------------------|
| 1 Swisscom TV |
| 2 Mc Donald's Restaurants |
| 3 SBB |
| 4 Universal Music CD's |
| 5 Cablecom 3 für 2 |
| 6 www.piazza.ch |
| 7 Hennes + Mauritz Damenkleidung |
| 8 www.ifolor.ch |
| 9 Verband Schweizer Medien |
| 10 Orange Me |

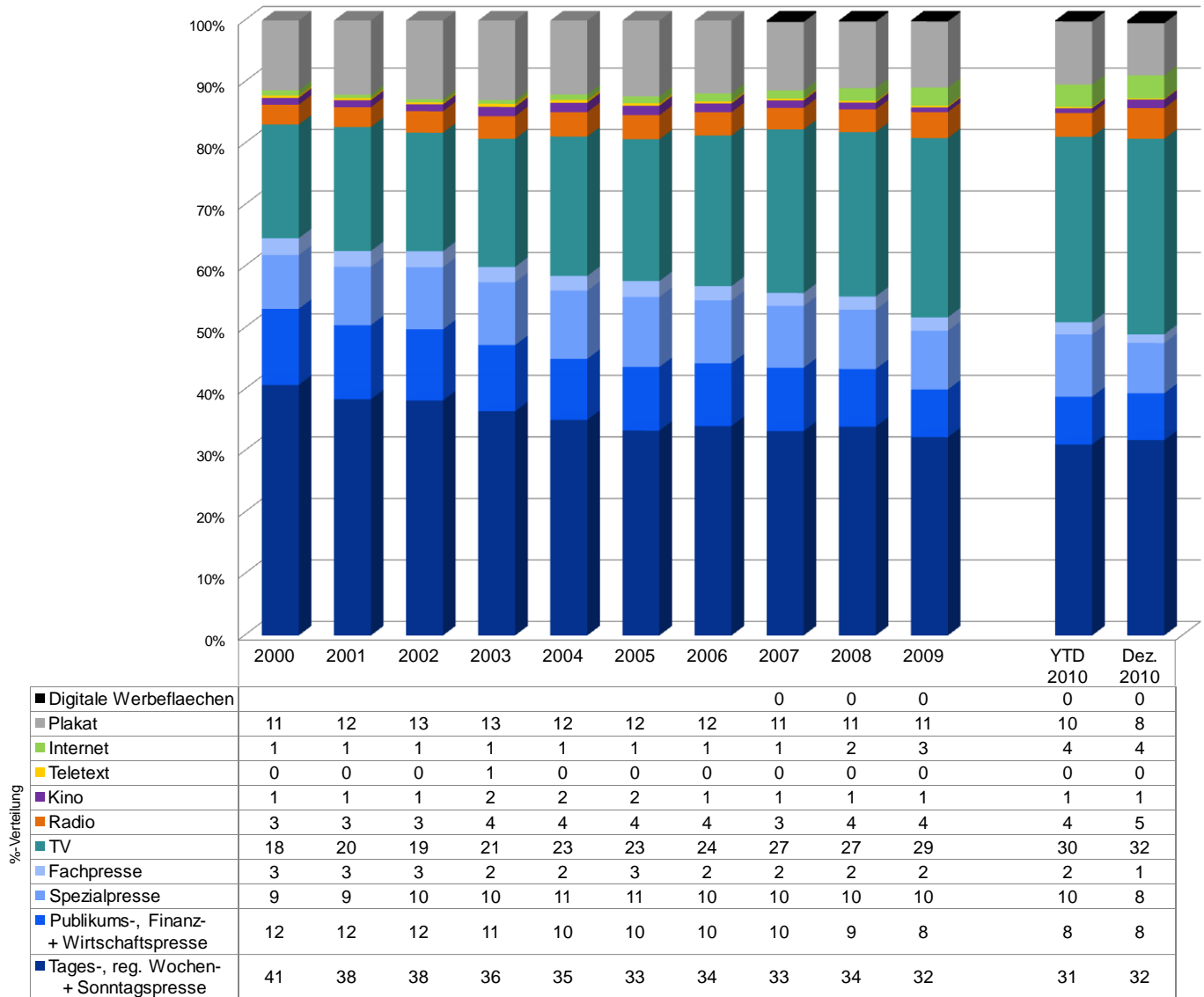
*Produktwerbung; ohne Sortiments- und Imagewerbung

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.

Media Focus erweiterte im 2010 die Geschäftstätigkeit um den Bereich Suchmaschinenforschung. Mit den Dienstleistungen Brand Protect (Markenschutz im SEA), Markt- und Konkurrenzanalysen (im SEA & SEO) und bidalgo (Kampagnenoptimierung) kann die Werbekommunikation im Search Engine Marketing erstmalig analysiert, kontrolliert und gezielt gesteuert werden.

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