

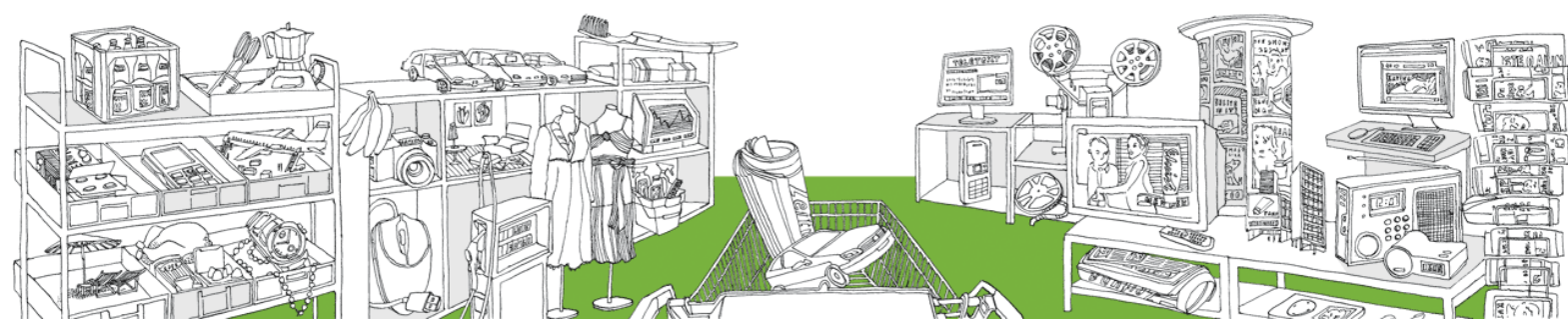
Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2010/02

Inhalt

1. Werbemonat Februar 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 Februar 2010 – Highlights

Das leichte Minus des Vormonats konnte der Werbemonat Februar wieder wett machen. Das laufende Jahr (Jan-Feb 2010) liegt 3.2% (+17.1 Mio. CHF) über Vorjahreswert. Der Februar, isoliert betrachtet, erzielte ein sehr gutes Ergebnis. Verglichen mit Februar 2009 steigerte sich der Bruttowerbedruck um satte 7.2% (+19.3 Mio. CHF).

Nach dem langen Abwärtstrend konnte die Mediengattung **„Print“** seit zehn Monaten erstmalig wieder ein Plus verzeichnen. Der Vergleich zum Vorjahresmonat zeigte ein Plus von 1.7%, was rund 2.5 Mio. CHF entspricht. Höchst erfreulich ist auch, dass über alle Mediengruppen lediglich zwei, die **„Tages-, reg. Wochen- + Sonntagspresse“** und **„Publikums-, Finanz- + Wirtschaftspresse“**, ein Minus (jeweils ca. 1%) gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen hatten.

Prozentual gesehen fällt die Entwicklung der Branchen **„Bekleidung + Wäsche“**, **„Persönlicher Bedarf“** und **„Unterhaltungselektronik + Foto“** sehr positiv auf.

Obwohl der Frühling zuweilen auf sich warten lässt, startete die Branche **„Bekleidung + Wäsche“** im Februar 2010 zur Grossoffensive. Mit einem Werbedruck von +73.4% (+2.5 Mio. CHF) gegenüber dem Vorjahr lockten die Bekleidungshersteller mit der neuen Frühjahrskollektion. Der stärkste Werbedruck wurde in der Produktgruppe **„Oberbekleidung“** gemessen (2.9 Mio. CHF). 50% dieser Werbung ist einzig

an das weibliche Geschlecht gerichtet. Somit ist auch kaum verwunderlich, dass H&M mit der Kampagne **„SONIA RYKIEL FOR H&M“** der stärkste Werbetreibende im Februar 2010 in der Bekleidungsbranche war.

Mit der erstmaligen TV-Präsenz von Manor dürfte auch die kommende März-Analyse der Bekleidungsbranche ein Plus ausweisen.

Mit 55.1% (+1.7 Mio. CHF) mehr Werbedruck als im Vorjahresmonat entwickelte sich die Branche **„Persönlicher Bedarf“** positiv. Obwohl das Spitzensegment **„Uhren + Schmuck“** im Februar 2010 mehr Werbedruck verzeichnete als im Vorjahr (+7.5%; +138'200 CHF), konnte das Segment das Minus vom Januar 2010 (-49.1%; -1.3 Mio. CHF) noch nicht wettmachen. In der Gesamtjahresperspektive (Jan-Feb 2010) verlor das Segment bisher 25.9% (-1.2 Mio. CHF).

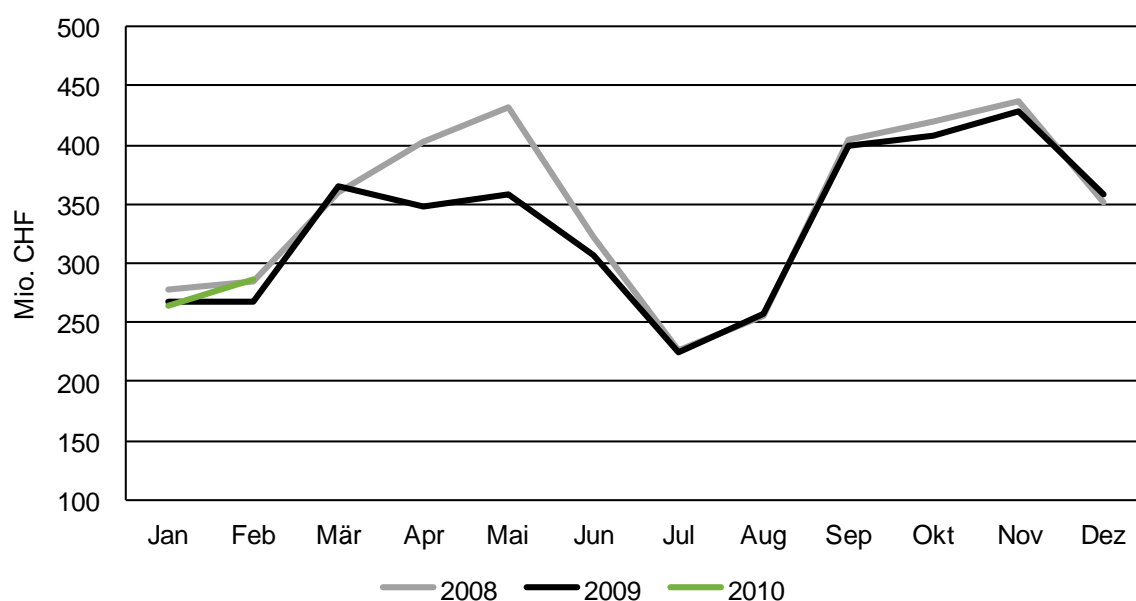
Das aktuelle Plus der Branche **„Unterhaltungselektronik + Foto“** (+34.9%; +2.2 Mio. CHF) ist wie bereits im Januar zum grössten Teil auf Image-Werbung zurückzuführen. Das Segment **„Unterhaltungselektronik + Foto Image“** nahm verglichen mit Februar 2009 um 2.8 Mio. CHF (+364.4%) zu. Dieser Zuwachs ist wie im Vormonat hauptsächlich Media Markt zu verdanken. Die Jubiläumskampagne und diverse Promotionsangebote von Media Markt machten rund 85% des Segmenttotals aus.

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Entwicklung des Werbedrucks per Februar 2010

Monat	2008	2009	2010	+/- VJ %
	TCHF	TCHF	TCHF	
Januar	277'847	266'882	264'671	-0.8%
Februar	284'285	267'691	286'963	7.2%
März	360'220	365'544		
April	401'841	348'303		
Mai	431'669	358'978		
Juni	322'039	306'373		
Juli	226'636	225'286		
August	254'623	257'665		
September	403'769	398'430		
Oktober	419'815	408'139		
November	436'524	428'699		
Dezember	350'532	358'953		
Year to Date	562'132	534'573	551'634	3.2%

Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich



3. Entwicklung des Werbedrucks in den Branchen

Branche / Produktgruppen	YTD		Februar 2010	
	TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
Bauen, Industrie, Einrichtung	24'234	1.7	13'109	4.7
Bekleidung + Wäsche	8'790	34.1	5'916	73.4
Detailhandel	38'353	-15.2	20'332	3.6
Dienstleistung	26'493	-0.6	11'850	-5.7
EDV + Buero	8'289	18.1	2'901	-6.7
EDV Hard- / Software + Services	6'672	15.9	2'206	-10.8
Energie	2'918	-4.4	1'705	-9.5
Fahrzeuge	53'552	-6.9	30'286	-7.5
PKW (neu)	47'476	-7.2	26'366	-7.5
Finanzen	33'749	-10.8	16'978	-11.2
Versicherungen	4'175	91.0	1'340	69.8
Freizeit, Sport, Touristik	39'305	14.6	17'884	16.1
Getränke	16'130	3.7	7'003	-3.1
Haushaltsartikel / -Geräte	7'132	27.9	3'957	26.4
Initiativen + Kampagnen	47'649	-10.3	24'551	17.0
Politische Kampagnen	11'761	-29.6	8'366	60.7
Kosmetik + Körperpflege	41'847	13.0	28'377	20.3
Medien	11'719	-8.4	4'980	-19.9
Nahrungsmittel	58'803	29.1	31'093	25.9
Persönlicher Bedarf	8'500	15.6	4'695	55.1
Uhren + Schmuck	3'328	-25.9	1'981	7.5
Pharma + Gesundheit	22'578	3.2	10'367	9.5
Reinigen	12'860	20.7	7'197	20.0
Tabakwaren	1'845	-17.0	911	-27.6
Telekommunikation	21'598	-24.9	13'571	-19.8
Unterhaltungselektronik + Foto	22'682	83.4	8'675	34.9
Veranstaltungen	32'455	8.5	17'514	21.2
Verkehrsbetriebe	10'152	4.3	3'112	-21.1
Alle Branchen	551'634	3.2	286'963	7.2

Die Branche Detailhandel beinhaltet branchenübergreifende Werbung.

4. TOP 10 Year to Date

Top 10 Werbungtreibende* YTD	+/- VJ%
1 Migros	20.9
2 Coop	-14.3
3 L'Oréal	36.0
4 Media Markt	215.4
5 Procter & Gamble	13.0
6 Nestlé	26.3
7 Swisscom	30.8
8 Unilever Schweiz GmbH	46.9
9 Peugeot (Suisse) SA	38.1
10 Reckitt-Benckiser (Schweiz)	-9.8

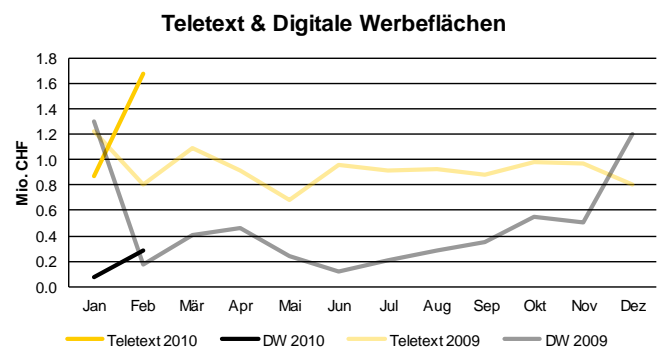
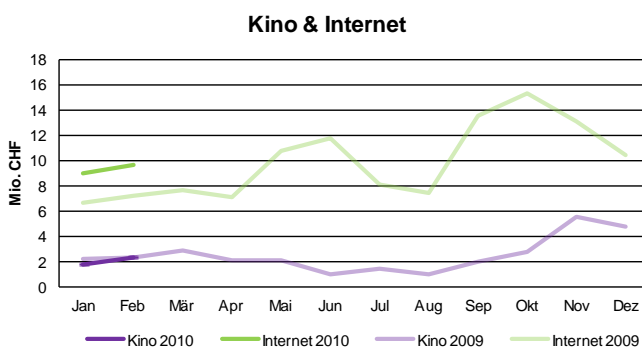
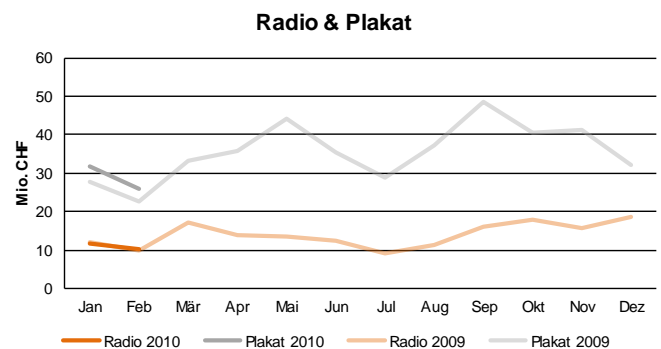
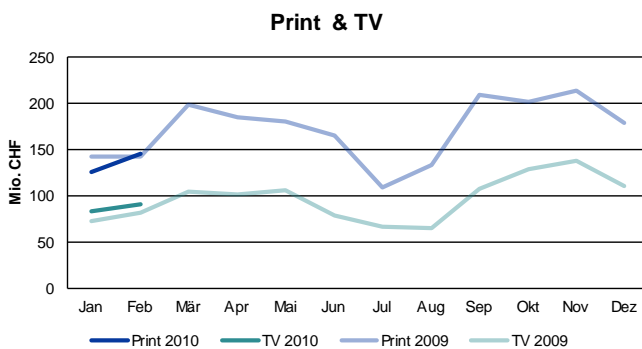
*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

Top 10 Produkte* YTD
1 Swisscom TV
2 Mc Donald's Restaurants
3 Sunrise Free Internet Angebot
4 Skoda Superb Combi
5 Danone Activia Joghurt
6 Mercedes E-Klasse My Star Kombi
7 Helvetic Tours
8 Buitoni TK-Pizza
9 Peugeot 207
10 SBB

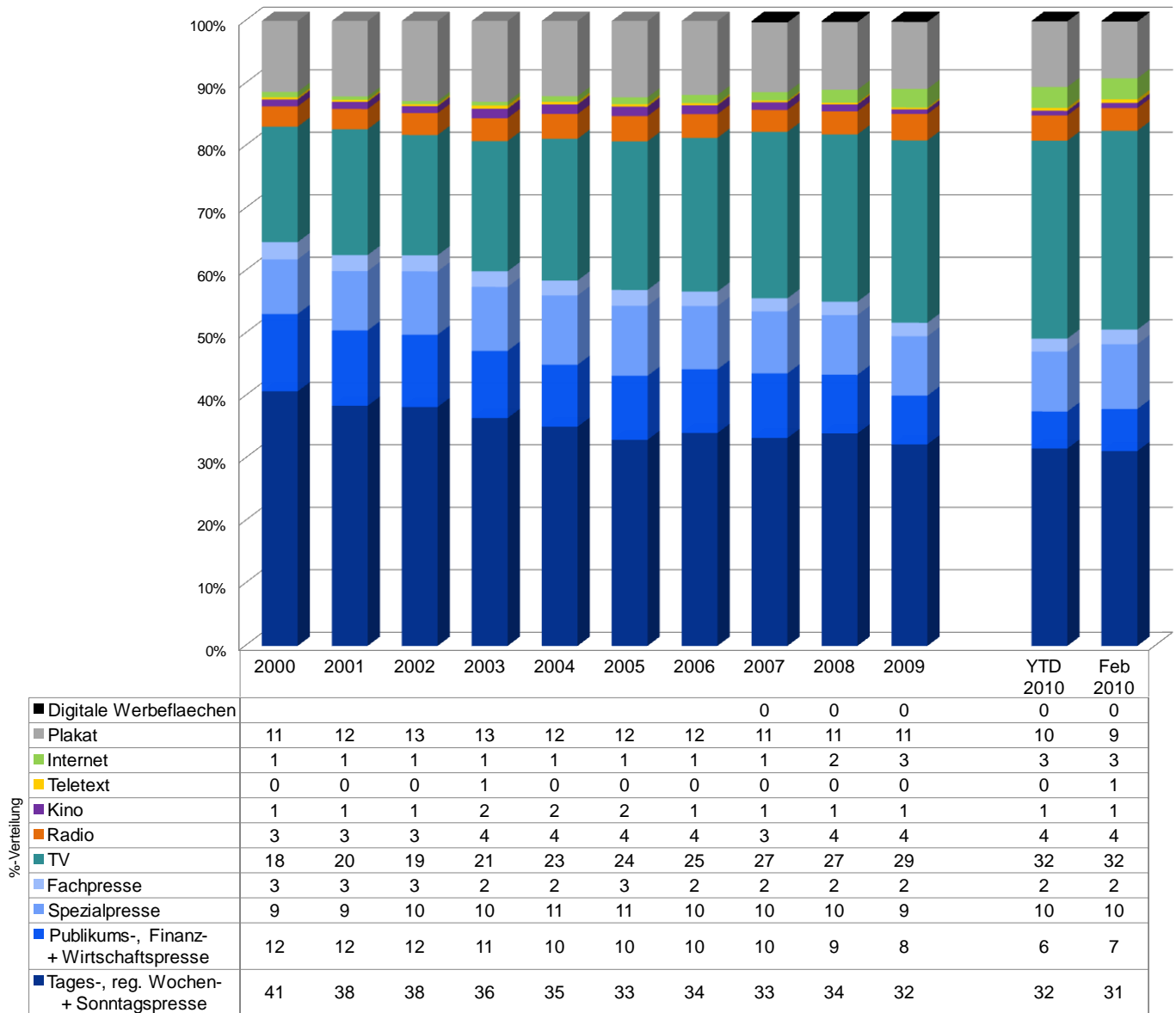
*Produktwerbung (Markenführung);
ohne Sortiments- und Imagewerbung

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 43 322 17 50
Fax: +41 43 322 17 55
E-Mail: info@mediafocus.ch
Website: www.mediafocus.ch