

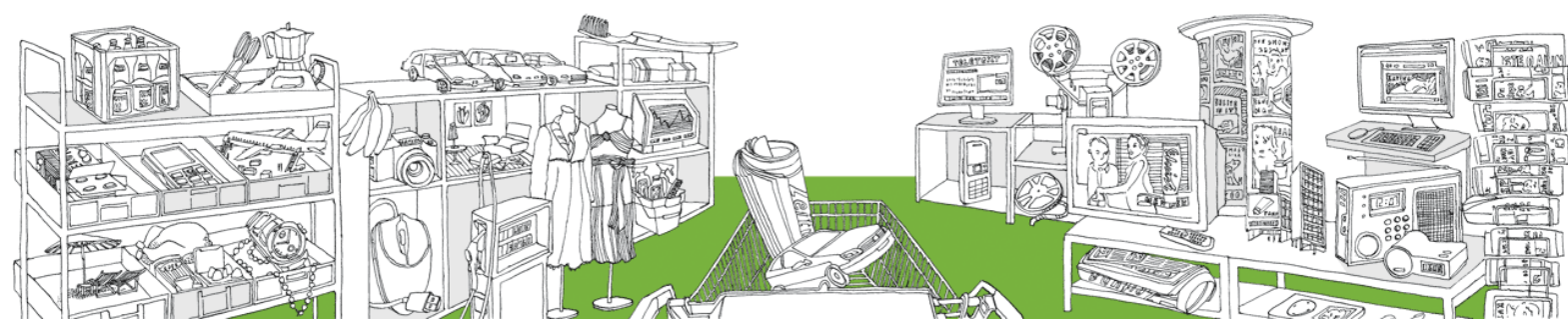
Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2010/03

Inhalt

1. Werbemonat März 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 März 2010 – Highlights

Die Zahlen des ersten Quartals sehen durchaus positiv aus. Der Bruttowerbedruck steigerte sich im ersten Quartal 2010 um 7.5% (+67.5 Mio. CHF) gegenüber dem ersten Quartal 2009. Das gute Quartalsergebnis ist hauptsächlich auf die Werbeaktivitäten im Monat März zurückzuführen. Rund 42% (412.5 Mio. CHF) des Quartals-Werbevolumen ist alleine dem Monat März 2010 geschuldet.

Die „**Printmedien**“ konnten den positiven Trend im Monat März 2010 fortsetzen und 5.4% (+10.6 Mio. CHF) über Vorjahreswert abschliessen. Die Mediengruppe „**Plakate**“ übertraf den Vorjahresmonat um 17.1%, was einem Plus von 5.7 Mio. CHF entspricht.

Im ersten Quartal 2010 wurde in den Branchen „**Nahrungsmittel**“, „**Fahrzeuge**“ und „**Kosmetik + Körperpflege**“ der grösste Bruttowerbedruck gemessen. Alle drei Branchen verzeichneten im Vergleich zum Q1 2009 höhere Werte.

Die Branche „**Nahrungsmittel**“ generierte im laufenden Jahr einen Werbedruck von 108.1 Mio. CHF. Dies entspricht einem Plus von 43.2% gegenüber Vorjahr. „Schokolade + Süswaren“ ist mit 24.4 Mio. CHF die wichtigste Produktgruppe der Branche im Q1 2010. Prozentual gesehen legte jedoch die Produktgruppe „Früchte + Gemüse“ im Q1 2010 am stärksten zu (+263.1%; +4.3 Mio. CHF).

Erwartungsgemäss verzeichnete die Produktgruppe „PKW (neu)“ mit rund 87.3 Mio. CHF den grössten Werbedruck in der Branche „**Fahrzeuge**“ im laufenden Jahr. Dies entspricht einem leichten Plus von 1.7% gegenüber dem Q1 2009. In den Segmenten „Untere Mittelklasse“ und „Mittelklasse“ nahm der Bruttowerbedruck um 30.5% (5.4 Mio. CHF) bzw. um 28.6% (4.6 Mio. CHF) ab. Intensiver als im Vorjahr wurden hingegen die Segmente „Coupe + Sportwagen“ (+316.2%; +1.2 Mio. CHF) und „Luxuswagen“ (+179.5%; +0.7 Mio. CHF) beworben.

Der Bruttowerbedruck der Branche „**Kosmetik + Körperpflege**“ stieg im ersten Quartal 2010 um 20.3% (+13.3 Mio. CHF). Den grössten Wertzuwachs verbuchten die Produktgruppen „Pflegerische Körperkosmetik“ (+56.6%; +4.2 Mio. CHF) und „Haarpflege“ (+67.4%; +3.6 Mio. CHF) im Vergleich zur Vorjahresperiode.

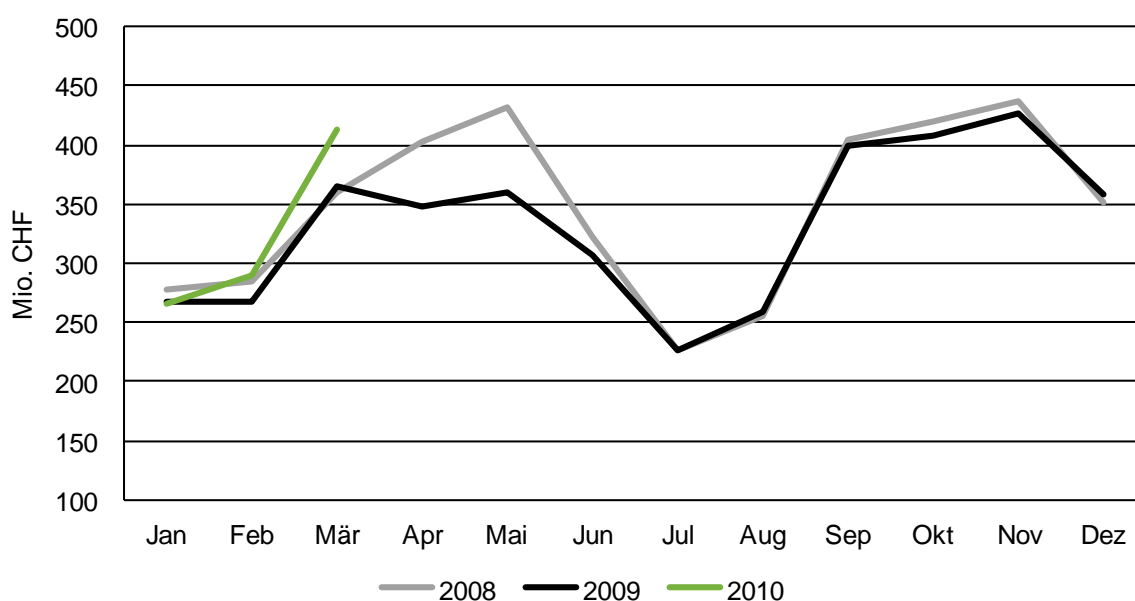
Die Top Produkte des Monats März 2010 der Branche „**Kosmetik + Körperpflege**“ sind „*Dermo Expertise Youth Code*“ (1.2 Mio. CHF), „*Lancome Hypnose Precious Cells Mascara*“ (1.2 Mio. CHF) und „*Elseve Full Repair 5 Shampoo*“ (1.1 Mio. CHF). Der Frühling 2010 wird somit garantiert schön!

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Entwicklung des Werbedrucks per März 2010

Monat	2008	2009	2010	+/- VJ %
	TCHF	TCHF	TCHF	
Januar	277'966	267'151	266'322	-0.3%
Februar	284'557	267'929	289'574	8.1%
März	360'475	365'726	412'456	12.8%
April	402'116	348'591		
Mai	432'104	359'249		
Juni	322'783	306'646		
Juli	226'987	225'470		
August	254'958	257'999		
September	404'177	398'702		
Oktober	420'296	408'574		
November	437'015	426'705		
Dezember	350'963	358'534		
Year to Date	922'999	900'806	968'352	7.5%

Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich



3. Entwicklung des Werbedrucks in den Branchen

Branche / Produktgruppen	YTD		März 2010	
	TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
Bauen, Industrie, Einrichtung	43'533	-4.5	19'546	-9.6
Bekleidung + Wäsche	31'096	24.2	22'155	19.9
Detailhandel	66'263	-3.0	27'914	20.8
Dienstleistung	42'544	-4.2	15'674	-11.3
EDV + Buero	13'186	14.5	4'827	7.7
EDV Hard- / Software + Services	10'660	12.2	3'919	5.0
Energie	7'236	23.5	4'305	53.5
Fahrzeuge	103'263	1.2	49'572	11.5
PKW (neu)	87'254	1.7	39'822	14.9
Finanzen	60'131	-7.3	26'223	-3.1
Versicherungen	8'515	31.7	4'319	0.9
Freizeit, Sport, Touristik	62'064	12.7	22'645	9.1
Getränke	26'868	0.1	10'350	-8.0
Haushaltsartikel / -Geräte	14'738	24.7	7'630	22.9
Initiativen + Kampagnen	69'465	-5.9	21'671	5.1
Politische Kampagnen	15'846	-16.3	4'251	90.0
Kosmetik + Körperpflege	78'926	20.3	36'218	26.9
Medien	16'994	-6.4	5'276	-2.3
Nahrungsmittel	108'083	43.2	48'220	61.7
Persönlicher Bedarf	28'942	19.9	14'865	24.2
Uhren + Schmuck	10'856	-0.7	7'359	14.2
Pharma + Gesundheit	34'610	11.0	11'873	27.6
Reinigen	20'609	15.6	7'566	5.6
Tabakwaren	2'812	15.2	966	345.6
Telekommunikation	37'364	-24.6	15'490	-25.4
Unterhaltungselektronik + Foto	26'177	103.0	8'762	63.9
Veranstaltungen	56'942	9.7	24'414	11.0
Verkehrsbetriebe	16'507	0.4	6'296	-5.9
Alle Branchen	968'352	7.5	412'456	12.8

Die Branche Detailhandel beinhaltet branchenübergreifende Werbung.

4. TOP 10 Year to Date

Top 10 Werbungtreibende* YTD	+/- VJ%
1 Migros	23.1
2 Coop	-1.9
3 L'Oréal	51.7
4 Media Markt	144.3
5 Procter & Gamble	2.7
6 Nestlé	42.0
7 Unilever Schweiz GmbH	42.2
8 Swisscom	3.7
9 Peugeot (Suisse) SA	49.0
10 Manor	46.7

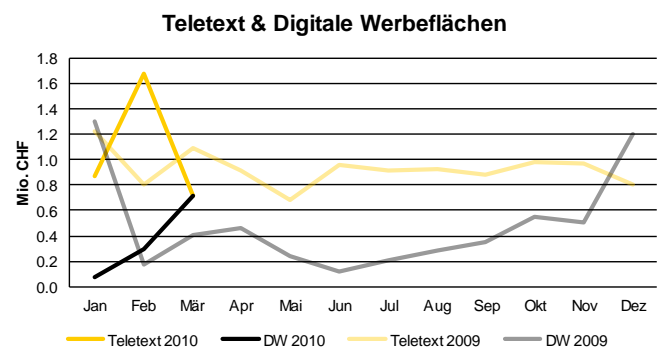
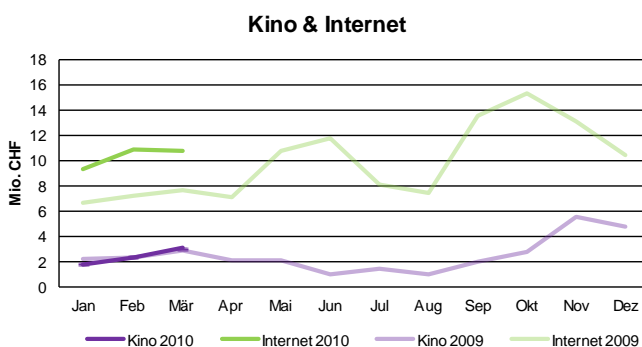
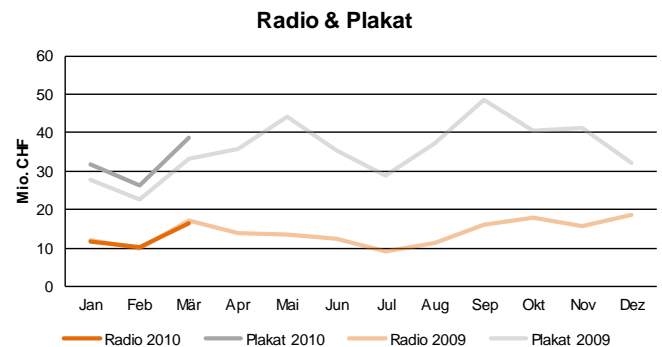
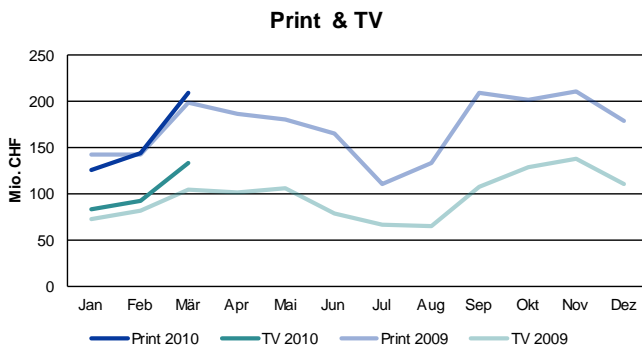
*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

Top 10 Produkte* YTD
1 Swisscom TV
2 Mc Donald's Restaurants
3 Danone Activia Joghurt
4 Universal Music CD's
5 Cablecom 3 für 2
6 SBB
7 Sunrise Mobile Abo
8 Fielmann Brillen
9 Buitoni TK-Pizza
10 Sunrise Free Internet Angebot

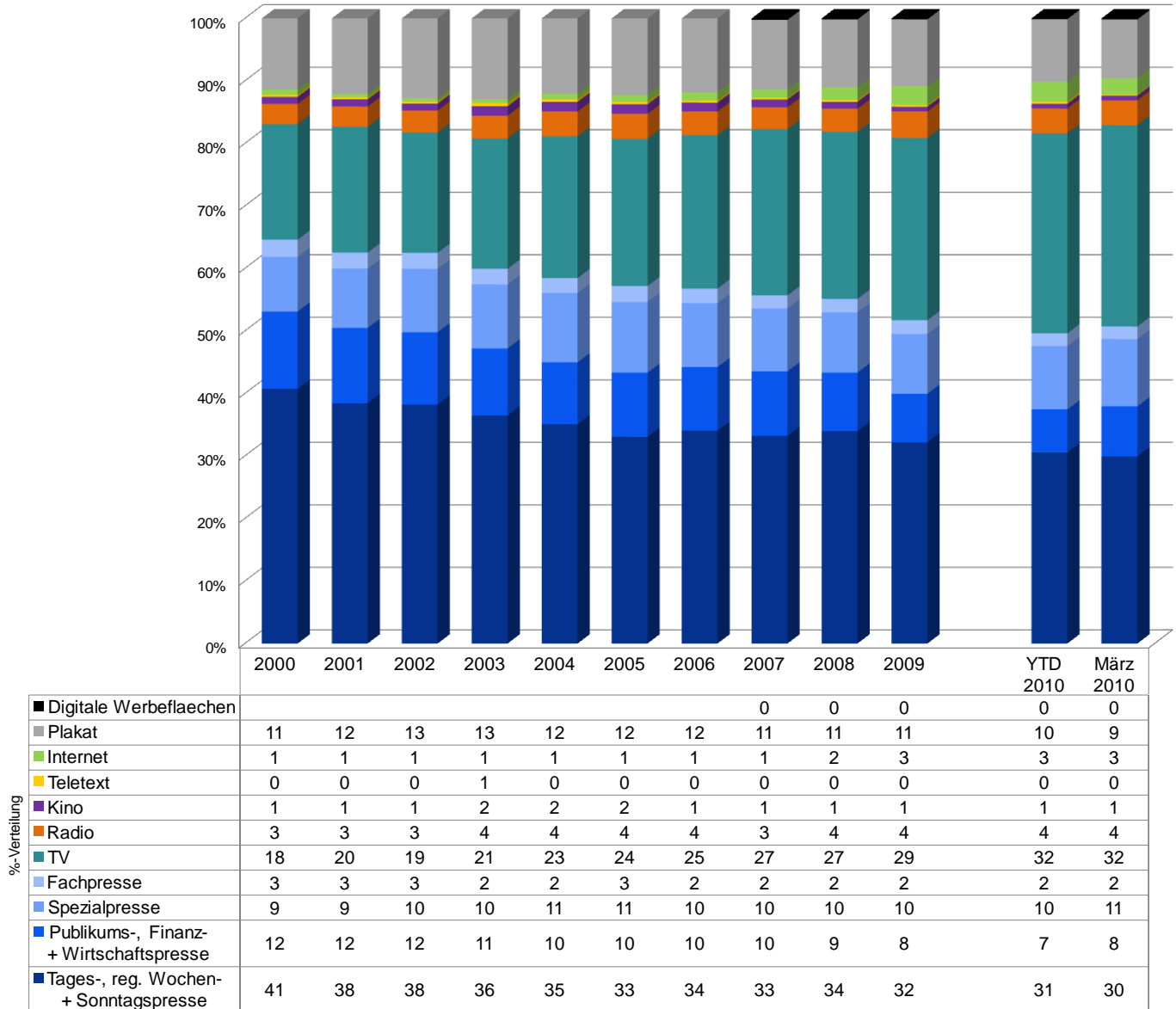
*Produktwerbung (Markenführung);
ohne Sortiments- und Imagewerbung

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