

# Media Focus

## Werbemarkt Trend

### Report 2009/04

---

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

---

#### **Inhalt**

1. Werbemonat April 2009 – 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 aktueller 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 April 2009 – Highlights

Der Werbedruck ist im freien Fall! Alle Branchen mit Ausnahme von „Energie“ und „IT“ haben ein Minus gegenüber dem Vorjahrszeitraum, was für den Monat April ein Minus von 18.6% ergibt und kumuliert -10.3% (-133 Mio CHF) bedeutet.

Die Printmedien haben insgesamt 12% gegenüber der Vorjahresperiode (Jan-April 2008) verloren. Besonders eingebüsst haben die Mediengruppen „*Tages-, reg. Wochen- + Sonntagspresse*“ (-13%) und „*Publikums-, Finanz- + Wirtschaftspresse*“ (-18%), aber auch die Mediengruppen *TV* (-6.6%) und *Plakat* (-20.5%) weisen einen negativen Trend aus. Positiv stehen die Mediengruppen „*Fachpresse*“ (+7%) und „*Internet*“ (+26.1%) da. Allerdings halten diese Mediengruppen nur geringe Medien-Mix-Anteile und haben daher nur marginale Einflüsse auf den Gesamtmarkttrend.

Während die Veränderung im Schlüsselmarkt „**Uhren/Schmuck**“ (-48.9%) auf den veränderten Zeitpunkt der Baselworld (März statt April wie im Vorjahr) zurückzuführen ist, haben die Schlüsselmärkte „**Finanzen**“ (-29.9%) und „**Fahrzeuge**“ (-21.4%) mit einer hohen Wahrscheinlichkeit den Werbedruck aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation angepasst. Trotzdem ist bemerkenswert, dass aus den Top10 der am intensivsten beworbenen Produkte fünf PKW-Modelle stehen.

Keine andere Branche verzeichnet ein grösseres Vorjahreswachstum (kumuliert +72.8%) als „**Politische Kampagnen**“. Auch bei Branchen, welche Produkte bewerben, die dem eigenen Wohlbefinden dienen, ist kumuliert ein positives Ergebnis zu registrieren wie z.B. „**Kosmetik/Körperpflege**“ (+6.5%) oder „**Pharma/Gesundheit**“ (+15.7%). Nach wie vor sind aber vor allem die Unternehmen aus dem „Detailhandel“, der „Telekommunikation“ oder „FMCG-Konsumgüter-Hersteller“ die grössten Werbungtreibenden.

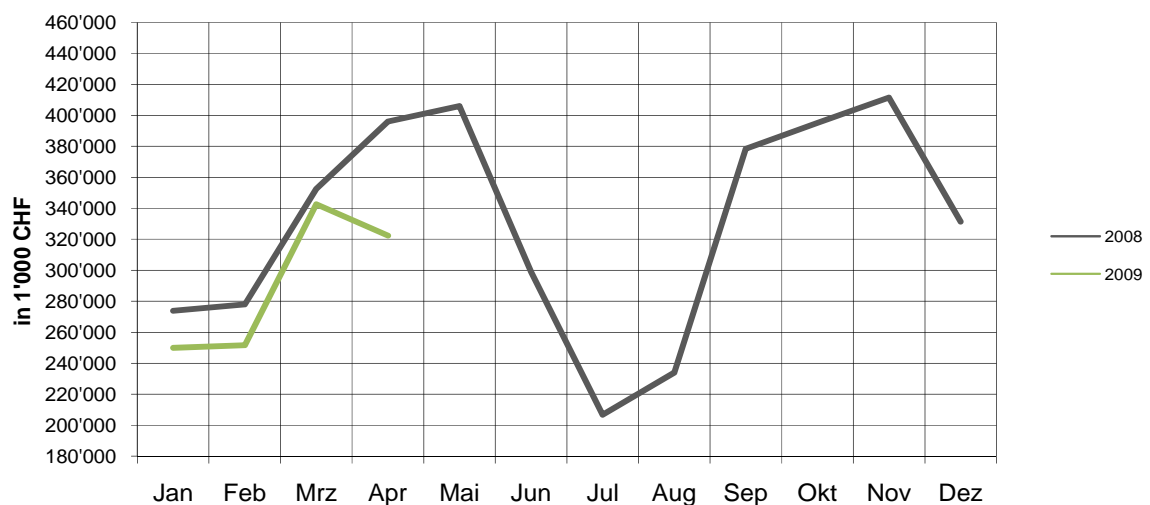
## 2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per April 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
Januar	273'883	250'096	-8.7%
Februar	277'961	251'614	-9.5%
März	352'558	342'749	-2.8%
April	396'141	322'491	-18.6%
Mai	405'999	0	
Juni	298'870	0	
Juli	206'665	0	
August	233'886	0	
September	378'371	0	
Oktober	395'125	0	
November	411'518	0	
Dezember	331'385	0	
<b>Year to Date</b>	<b>1'300'542</b>	<b>1'166'950</b>	<b>-10.3%</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

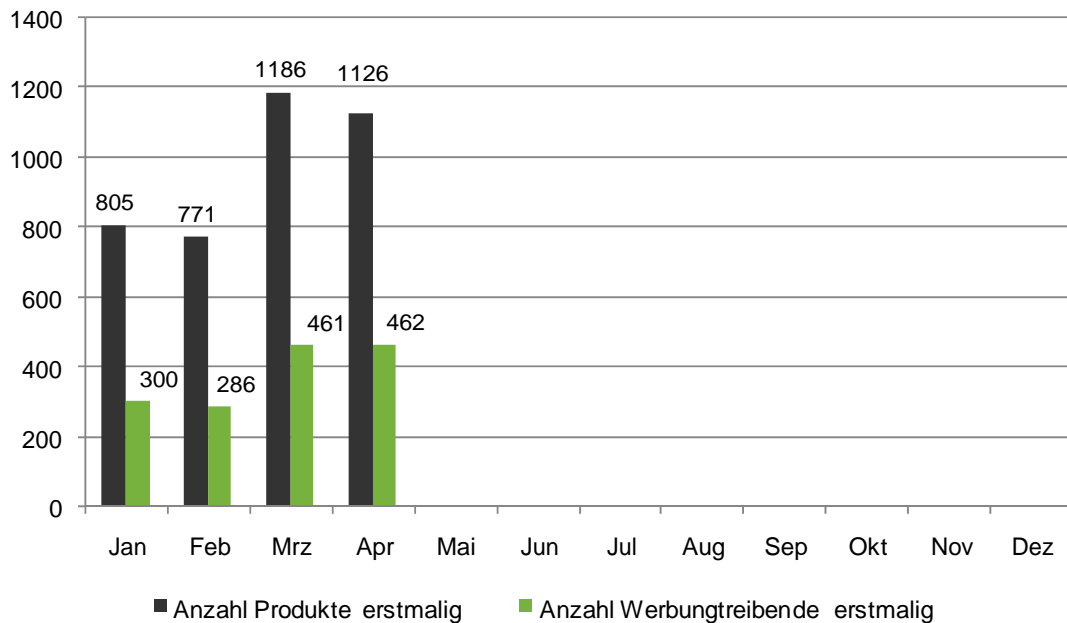


### 3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	April 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
	<b>Alle Märkte</b>	<b>322'491</b>	<b>-18.6</b>	<b>1'166'950</b>	<b>-10.3</b>
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	11'792	-41.6	37'008	-21.3
2	Dienstleistungen	11'940	-28.0	55'853	-19.6
3	Energie	2'986	13.3	8'813	12.6
4	Fahrzeuge	38'362	-21.4	139'710	-8.0
5	Finanzen	20'926	-29.9	84'697	-25.4
6	Gemeinnützige Kampagnen	7'342	-9.2	26'956	-14.4
7	Getränke	11'436	-5.8	36'096	-14.9
8	Haushaltsartikel/ -geräte	14'386	-5.9	43'204	5.1
9	IT	3'845	9.2	13'298	-16.9
10	Kosmetik / Körperpflege	23'883	-17.4	88'822	6.5
11	Möbel / Haus / Garten	16'968	-15.4	55'546	-11.1
12	Nahrungsmittel	34'897	-1.3	109'504	-10.7
13	Pharma / Gesundheit	10'197	-2.1	41'022	15.7
14	Politische Kampagnen	3'152	-39.5	24'398	72.8
15	Tabakwaren	945	-49.9	3'337	-8.8
16	Telekommunikation	14'938	-23.3	63'887	-15.1
17	Tourismus / Verkehr	19'107	-17.1	73'668	-8.1
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	13'119	-4.1	46'942	-15.2
19	Uhren / Schmuck	5'724	-48.9	16'390	-21.4
20	Andere Produktmärkte	23'356	-1.5	78'969	-3.3
21	Sortimentswerbung*	21'418	-19.5	83'118	-9.7
22	Imagewerbung*	11'772	-39.5	35'713	-32.4

\*Branchen- und produktmarktübergreifend

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



#### 5. TOP 10 aktueller Monat

##### Top 10 Werbungtreibende

Position	Werbungtreibende*
1	MIGROS
2	COOP
3	NESTLE
4	L'OREAL
5	PROCTER & GAMBLE
6	UNILEVER
7	SWISSCOM
8	RECKITT-BENCKISER
9	SUNRISE COMMUNICATIONS
10	MC DONALD'S

\* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

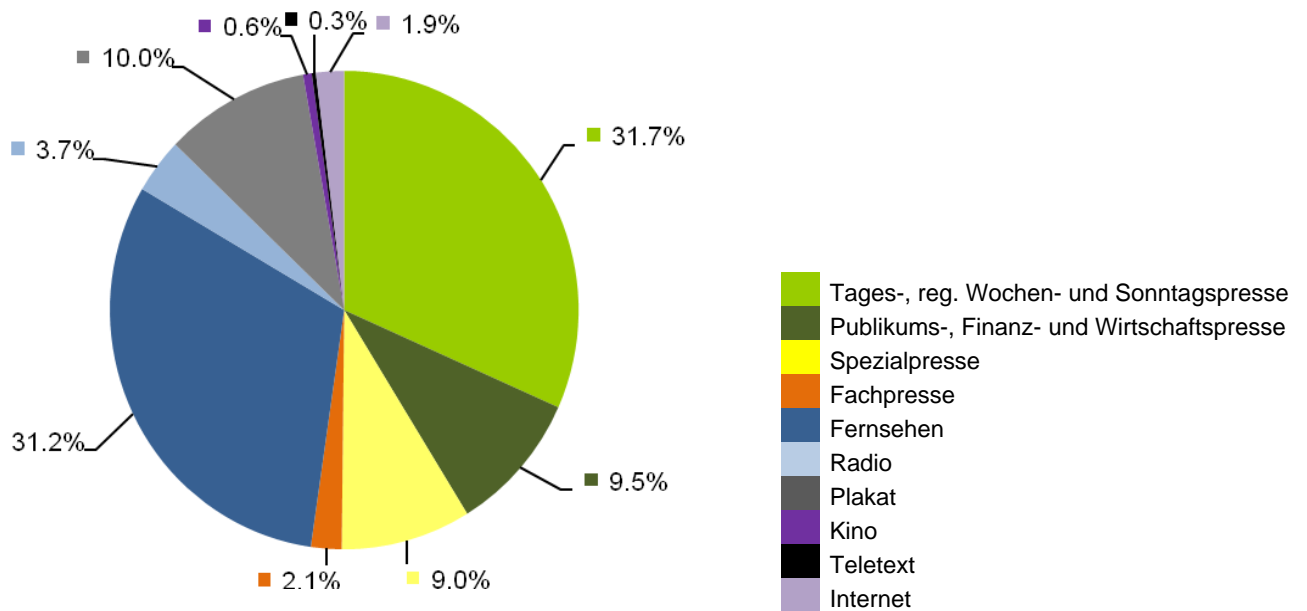
##### Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	BLUEWIN TV
2	NESPRESSO CITIZ KAFFEEVOLLAUTOMAT
3	PEUGEOT 308 CC
4	HONDA INSIGHT HYBRID PKW
5	RENAULT MEGANE PKW
6	SUNRISE ADSL 5000
7	SIMIQ MOBILE MOBILE CONTENT
8	NESPRESSO ESPRESSO-KAFFEE
9	NISSAN QASHQAI SUV
10	FORD KA PKW

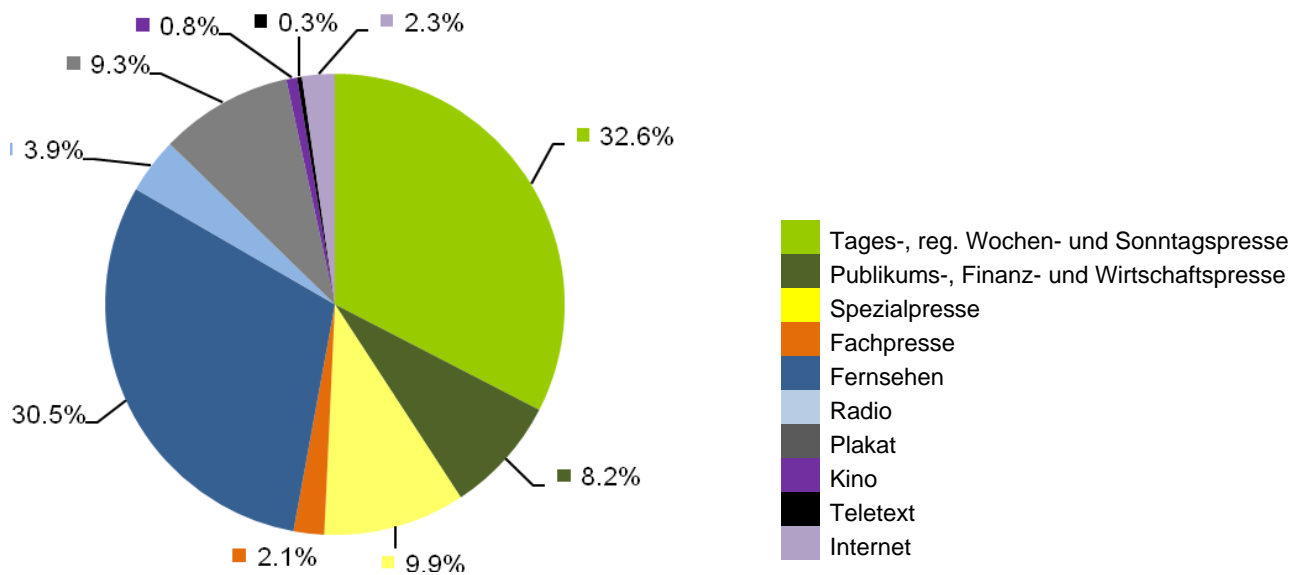
\* Produktwerbung (Markenführung); ohne Sortiments- und Imagewerbung

## 6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

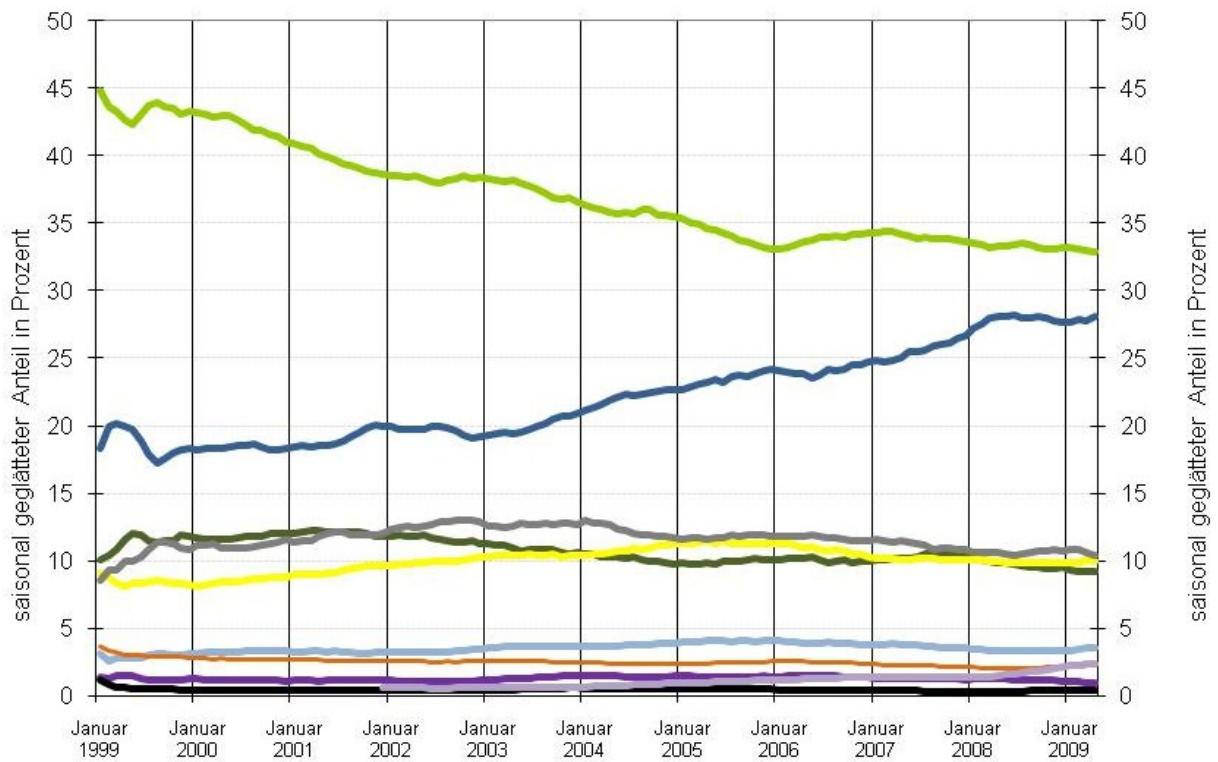
Grafik: Verteilung des Werbedrucks April 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per April 2009



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 GfK Switzerland 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 43 322 17 50  
Fax: +41 43 322 17 55  
E-Mail: [info@mediafocus.ch](mailto:info@mediafocus.ch)  
Website: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)