

# Media Focus

## Werbemarkt Trend

### Report 2009/08

---

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

---

#### **Inhalt**

1. Werbemonat August 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

## 1. Werbemonat August 2009 – Highlights

Der August ist der zweite Monat im 2009, der ein Plus gegenüber dem Vorjahreswert ausweist. 0.8% betrug der Zuwachs des Bruttowerbedrucks im Vergleich zum August 2008. Davon profitierten in erster Linie die Mediengruppen TV, Radio und Plakat. Weiterhin einen deutlichen Einbruch verzeichnen die Printmedien.

In der Mediengruppe *Tages-, reg. Wochen- und Sonntagspresse* fehlten in den Monaten Januar bis August im Vergleich zum Vorjahr 85 Mio. CHF Bruttowerbedruck. Dies macht bei 187 Werbeträgern ein Minus im Schnitt von ca. 450'000 CHF pro Werbeträger. Diese Entwicklung führte unter anderem zu einer Bereinigung dieser Mediengruppe um einige Werbeträger, welche im Zeitraum Januar bis August einen Bruttowerbedruck von ca. 15 Mio. CHF auswiesen.

Wie bereits im Juli legte die Branche „**Fahrzeuge**“ auch im August mit einem Plus von 45.9% deutlich zu. Weiterhin sind es vor allem die Segmente Mittelklasse und Kleinwagen, sowie neu auch die SUV, welche sich für den positiven Trend verantwortlich zeigen. Noch nicht im Gleichtakt mit dem Werbemarkt bewegen sich die Statistiken der neu eingelösten Neuwagen von *Auto-Schweiz*. Weder im Juli (-9.0%) noch in der Gesamtperspektive Januar bis Juli (-11.5%) lassen sich die positiven Anzeichen des Werbemarkts in der Statistik von *Auto-Schweiz* bereits wiedererkennen.

Der etwas überraschende Zuwachs des Schlüsselmarkt „**IT**“ mit einem Plus von 31.4% (+0.8 Mio. CHF) lässt sich sehr schnell herunter brechen. Das Segment „*Rechner (portable)*“ und dabei insbesondere die Laptops der Marken HP und Dell (zusammen + 1.4 Mio. CHF) waren im Alleingang für das positive Monatsergebnis verantwortlich.

Mit dem Minus von 43% im Monat August gehört „**Uhren/Schmuck**“ zu den 5 Schlüsselmärkten mit dem negativsten Trend im 2009. Der Negativtrend wird getrieben vom Bereich Uhren, der alleine im August ein Minus von 55.6% verbuchte.

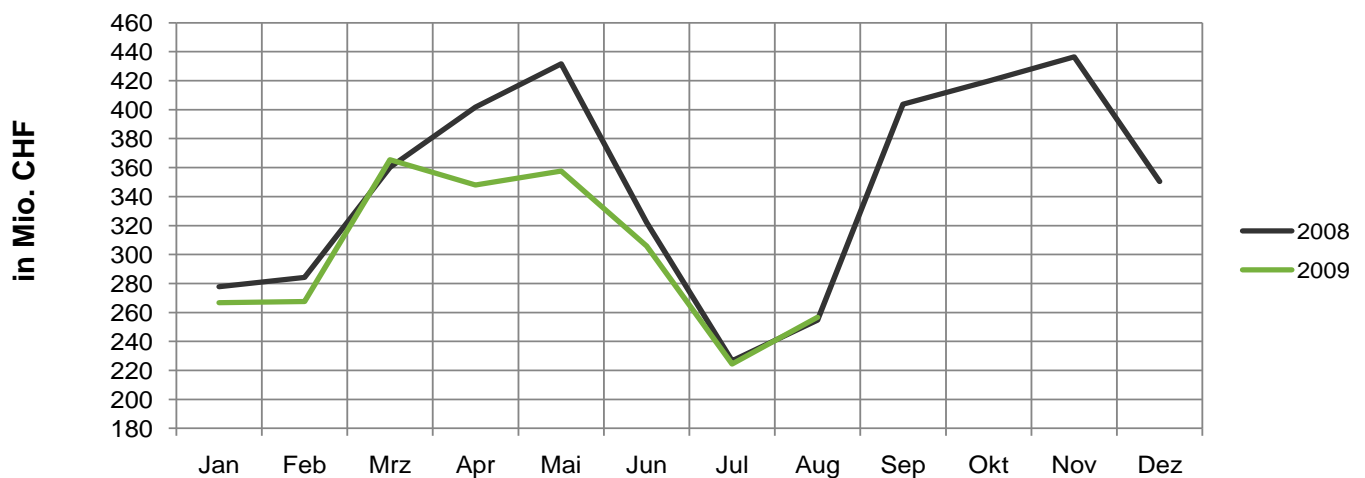
Ebenfalls deutlich im Plus haben folgende Schlüsselmärkte den August abgeschlossen: „**Energie**“ (+20.9%), „**Gemeinnützige Kampagnen**“ (+20.4%), „**Politische Kampagnen**“ (+21.5%), und „**Pharma**“ (+35.2%).

## 2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per August 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
<b>Januar</b>	277'847	266'682	-4.0%
<b>Februar</b>	284'285	267'580	-5.9%
<b>März</b>	360'220	365'474	1.5%
<b>April</b>	401'838	347'991	-13.4%
<b>Mai</b>	431'675	357'598	-17.2%
<b>Juni</b>	322'074	305'937	-5.0%
<b>Juli</b>	226'648	224'492	-1.0%
<b>August</b>	254'606	256'622	0.8%
<b>September</b>	403'766		
<b>Oktober</b>	419'812		
<b>November</b>	436'521		
<b>Dezember</b>	350'295		
<b>Year to Date</b>	2'559'193	2'392'377	-6.5%

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

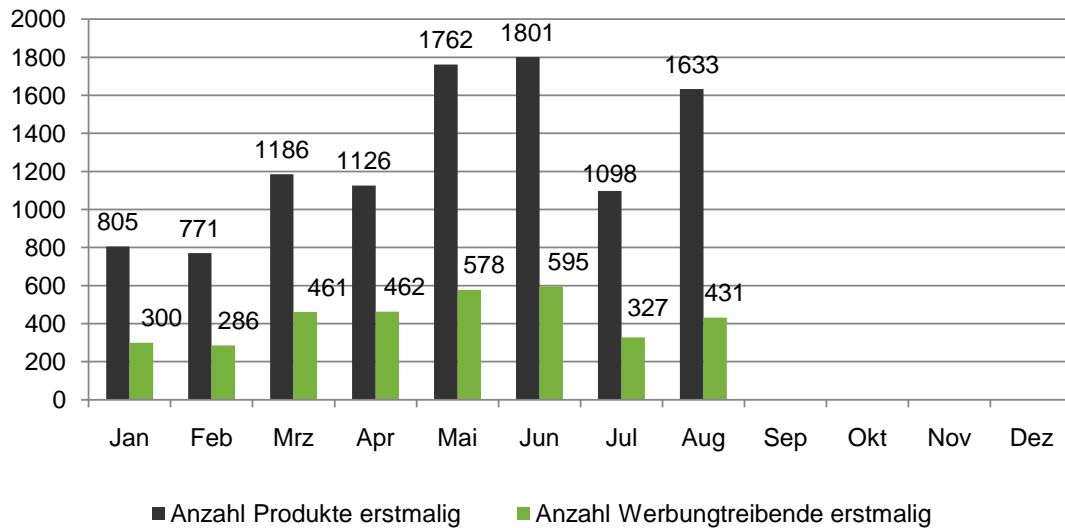


### 3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	August 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
	<b>Alle Märkte</b>	<b>256'622</b>	<b>0.8</b>	<b>2'392'377</b>	<b>-6.5</b>
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	8'344	2.4	65'495	-18.6
2	Dienstleistungen	12'357	-16.3	101'963	-19.8
3	Energie	1'430	20.9	18'113	20.5
4	Fahrzeuge	21'719	45.9	235'818	-7.4
5	Finanzen	19'383	-13.2	163'736	-22.4
6	Gemeinnützige Kampagnen	7'157	20.4	54'463	-3.6
7	Getränke	11'936	-0.4	90'558	-10.9
8	Haushaltsartikel / -geräte	9'562	12.5	84'297	1.7
9	IT	3'144	31.4	25'202	-10.5
10	Kosmetik / Körperpflege	19'274	6.7	175'950	3.1
11	Möbel / Haus / Garten	8'157	-6.0	98'441	-7.4
12	Nahrungsmittel	22'910	7.8	229'191	1.4
13	Pharma / Gesundheit	6'642	35.2	75'185	11.3
14	Politische Kampagnen	4'625	21.5	36'955	12.6
15	Tabakwaren	209	-58.9	6'029	-32.0
16	Telekommunikation	9'484	-9.1	117'838	-16.0
17	Tourismus / Verkehr	14'858	3.5	145'779	0.2
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	10'365	-7.3	94'460	-17.9
19	Uhren / Schmuck	1'529	-43.0	31'002	-19.1
20	Andere Produktmärkte	36'669	-2.8	311'848	16.2
21	Sortimentswerbung*	17'134	-28.0	159'466	-13.1
22	Imagewerbung*	9'735	37.4	70'590	-28.4

\*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	PROCTER & GAMBLE
4	L'ORÉAL
5	MANOR
6	SWISSCOM
7	UNILEVER
8	RECKITT BENCKISER
9	MEDIA MARKT
10	ALDI SUISSE

\*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

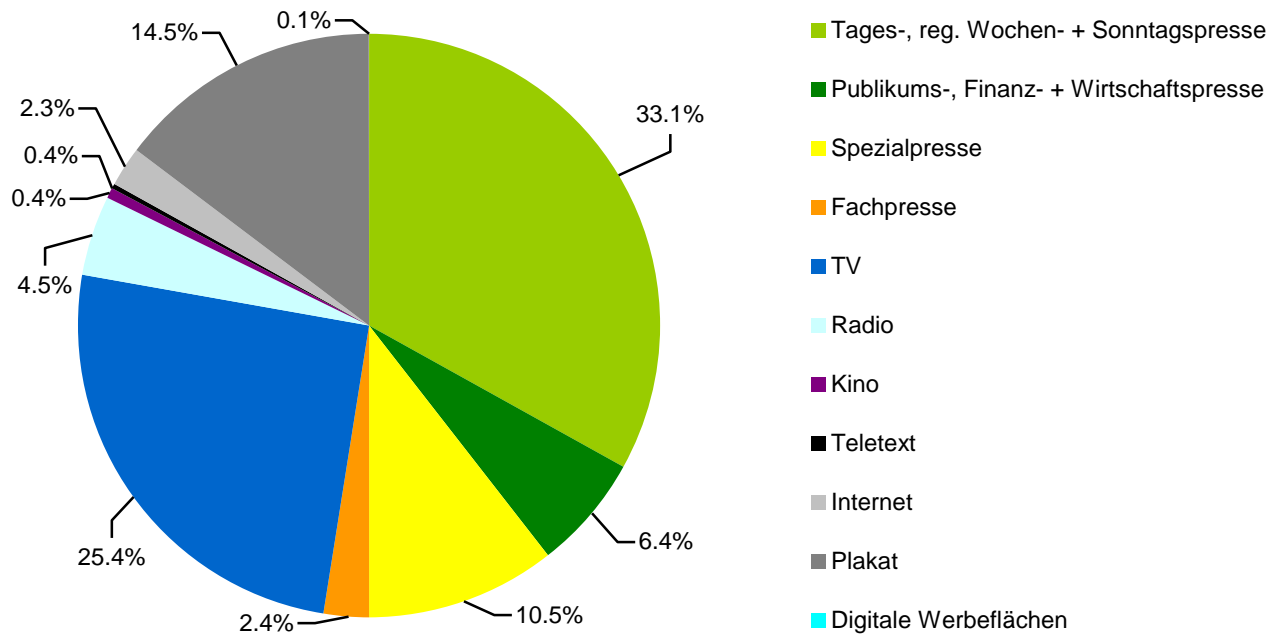
##### Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	RIVELLA GELB
2	MC DONALD'S RESTAURANTS
3	MANOR KINDERKLEIDUNG
4	SWISSCOM MOBILE NATEL BEFREE
5	PEUGEOT 3008 SUV
6	SIMIQ MOBILE MOBILE CONTENT
7	AXA WINTERTHUR MOTORFAHRZEUGVERSICHERUNG
8	VOLVO V50 DRIVE DIESEL KOMBI
9	SUNRISE FREE INTERNET
10	BLUEWIN TV

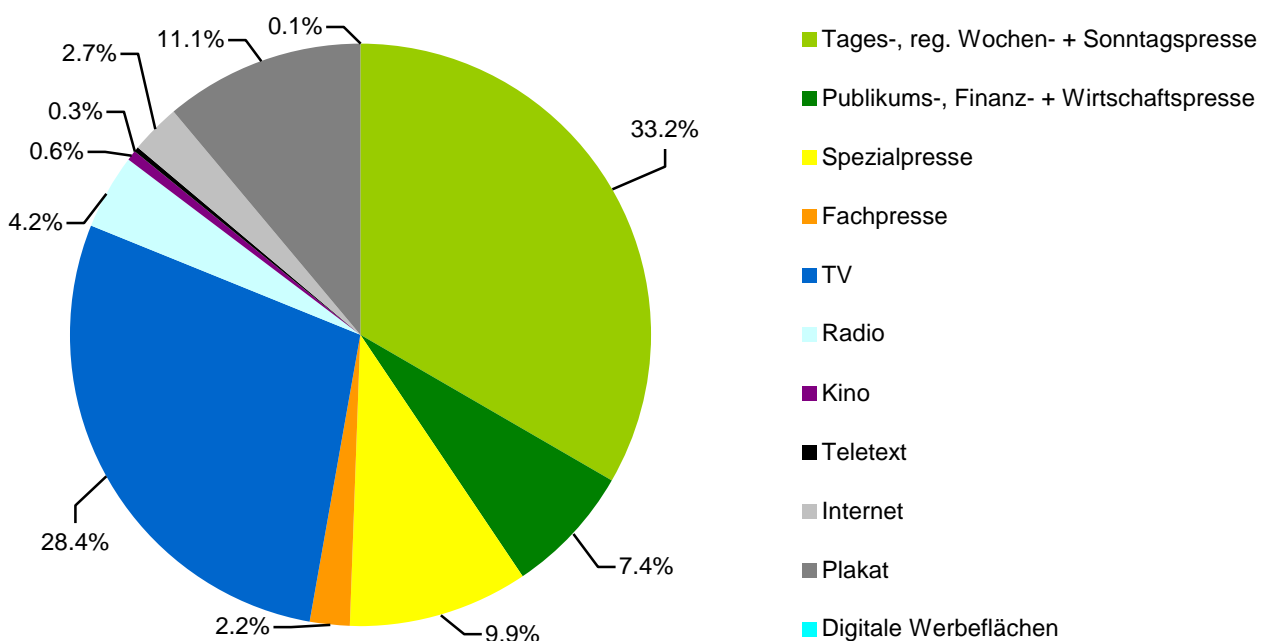
\*Produktwerbung (Markenführung); ohne Sortiments- und Imagewerbung

## 6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

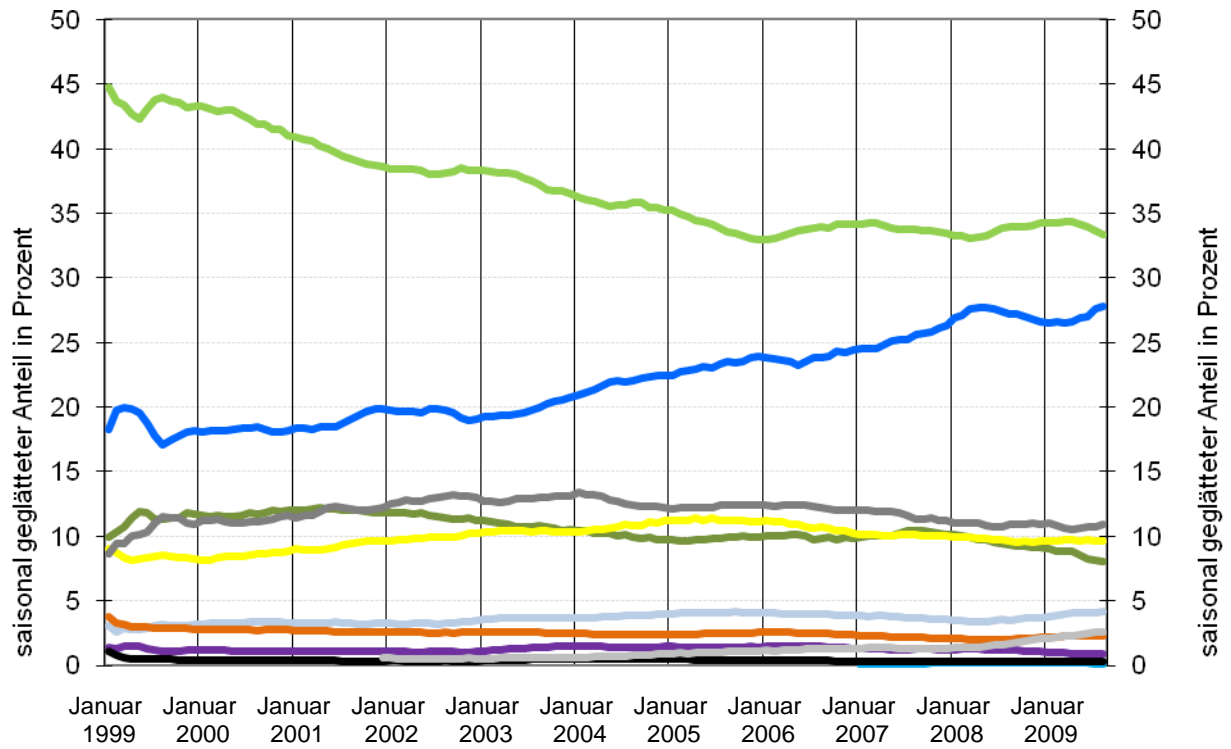
Grafik: Verteilung des Werbedrucks August 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per August 2009



Grafik: Saisonal geglättete monatliche Werbedruckverteilung in den Mediengruppen



- Tages-, reg. Wochen- + Sonntagspresse
- Publikums-, Finanz- + Wirtschaftspresse
- Spezialpresse
- Fachpresse
- TV
- Radio
- Kino
- Teletext
- Internet
- Plakat
- Digitale Werbeflächen

## 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, 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](mailto:info@mediafocus.ch)  
Website: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)