

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2009/12

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

Inhalt

1. Werbejahr 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. Werbejahr 2009 – Highlights

Dank einem leichten Plus im Monat Dezember von 2.2% verzeichnet das komplette Werbejahr 2009 ein Minus von „nur“ 4.3% gegenüber 2008.

Im Jahr 2009 resultierte in den Printmedien ein Minus von 10.1% bezüglich des Bruttowerbedrucks. Dies entspricht einem Minus von über 230 Mio. CHF. Ein Plus im Vorjahresvergleich erreichten die Mediengruppe TV, Radio und allen voran die Onlinewerbung.

Von allen Schlüsselmärkten haben folgende fünf Produktmärkte prozentual am deutlichsten zugelegt im 2009: Die Branche „**Energie**“ steigerte ihren Bruttowerbedruck im Vergleich zum Vorjahr um satte 16.1% (+4.2 Mio. CHF) und belegt damit Rang 1. Der Produktmarkt „**Haushaltsartikel/-geräte**“ wiederum weist ein Wachstum von 10.0% (+13.9 Mio. CHF) aus. Die Branchen „**Kosmetik/Körperpflege**“ und „**Nahrungsmittel**“ mit einem Plus von 9.5% (+27.1 Mio. CHF) respektive 8.5% (+31.4 Mio. CHF) im Vorjahresvergleich unterstreichen die Krisenresistenz der schnelldrehenden Konsumgüter im Werbemarkt 2009. Der Schlüsselmarkt „**Pharma/Gesundheit**“ mit dem Plus von 5.3% (+5.9 Mio. CHF) komplettiert die Top 5 des Jahres 2009.

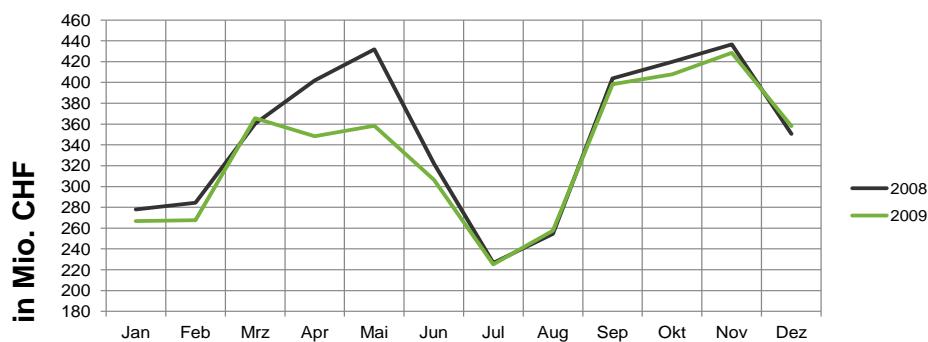
Am anderen Ende des Ranking erscheinen folgende fünf Schlüsselmärkte: Die Werbung für „**Tabakwaren**“ verliert weiterhin an Boden und Bedeutung in den klassischen Werbemedien und verzeichnet das prozentual deutlichste Minus im Vergleich zum Jahr 2008 (-41.4%; -6.1 Mio. CHF). Die Boni in der „**Finanzbranche**“ haben sich schneller erholt als der Bruttowerbedruck, der im 2009 18.8% (-68.4 Mio. CHF) gegenüber dem Vorjahr verliert. Ebenfalls deutlich im Minus schliesst der Schlüsselmarkt „**Uhren/Schmuck**“ das Jahr ab (-18.8%; -15.0 Mio. CHF). Zu den weiteren Verlierern gehören die Branchen „**Dienstleistungen**“ (-13.9%; -27.1 Mio. CHF) und „**Telekommunikation**“ (-11.6%; -26.0 Mio. CHF). Von den Top 3, die bald nur noch zu zweit sind, steigerte lediglich Sunrise den Bruttowerbedruck gegenüber dem Vorjahr. Dies bescherte Ihnen zwar die Top-Position in der Branche, konnte aber das Minus der Firmen Swisscom und Orange nicht wettmachen.

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per Dezember 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
Januar	277'847	266'851	-4.0%
Februar	284'285	267'675	-5.8%
März	360'220	365'521	1.5%
April	401'841	348'282	-13.3%
Mai	431'669	358'481	-17.0%
Juni	322'039	306'347	-4.9%
Juli	226'636	225'202	-0.6%
August	254'623	257'633	1.2%
September	403'769	398'323	-1.3%
Oktober	419'815	407'793	-2.9%
November	436'524	428'391	-1.9%
Dezember	350'532	358'148	2.2%
Year to Date	4'169'798	3'988'647	-4.3%

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

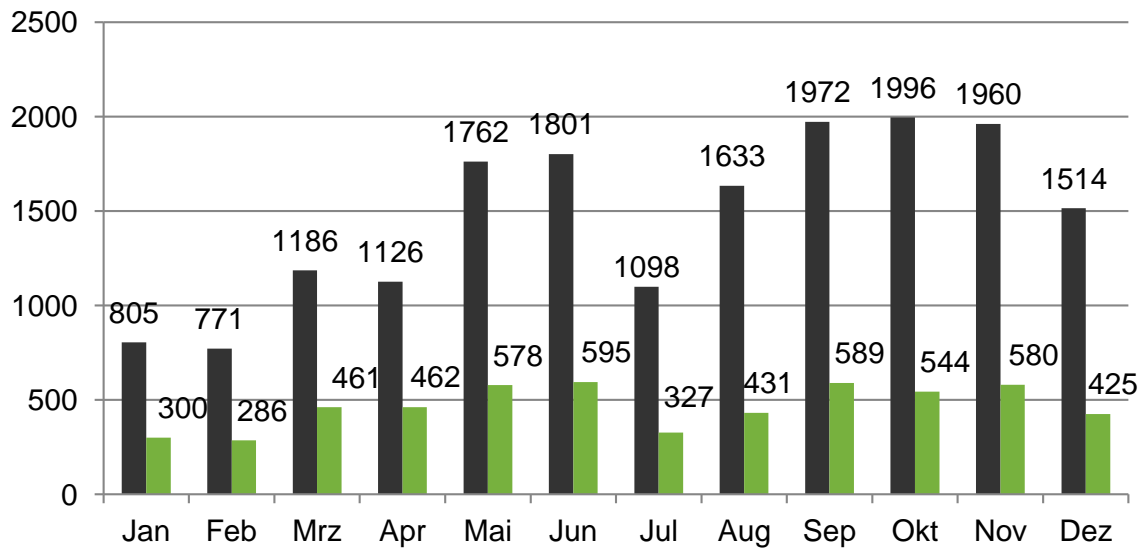


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	Dezember 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
	Alle Märkte	358'148	2.2	3'988'647	-4.3
1	Bekleidung / Freizeit / Sport	8'962	9.6	119'069	-12.9
2	Dienstleistungen	13'099	-2.4	167'695	-13.9
3	Energie	2'086	5.4	30'032	16.1
4	Fahrzeuge	12'381	-36.2	360'803	-8.8
5	Finanzen	17'149	-19.9	295'522	-18.8
6	Gemeinnützige Kampagnen	9'984	-3.0	108'522	-2.7
7	Getränke	16'680	-0.3	148'121	-6.3
8	Haushaltsartikel / -geräte	12'106	8.1	153'240	10.0
9	IT	4'801	10.6	41'903	-8.2
10	Kosmetik / Körperpflege	34'357	22.5	312'991	9.5
11	Möbel / Haus / Garten	10'499	-19.9	159'174	-10.4
12	Nahrungsmittel	41'345	44.7	398'617	8.5
13	Pharma / Gesundheit	10'949	-0.4	116'875	5.3
14	Politische Kampagnen	2'170	-30.4	53'692	1.1
15	Tabakwaren	903	77.3	8'700	-41.4
16	Telekommunikation	22'515	1.8	198'513	-11.6
17	Tourismus / Verkehr	17'154	1.2	220'914	-1.6
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	19'033	9.7	155'139	-10.3
19	Uhren / Schmuck	11'618	-20.1	64'906	-18.8
20	Andere Produktmärkte	49'665	-0.2	504'981	7.3
21	Sortimentswerbung*	24'329	1.6	240'620	-11.4
22	Imagewerbung*	16'362	12.2	128'619	-11.3

*Branchen- und produktmarktübergreifend

4. Neue Werbungtreibende und Produkte im aktuellen Jahr



5. TOP 10 aktueller Monat

Top 10 Werbungtreibende

Position	Werbungtreibende*
1	COOP
2	MIGROS
3	L'ORÉAL
4	PROCTER & GAMBLE
5	SWISSCOM
6	NESTLÉ
7	UNILEVER SCHWEIZ
8	MANOR
9	MEDIA MARKT
10	ORANGE COMMUNICATIONS SA

*Produkt-, Sortiments- und
Imagewerbung

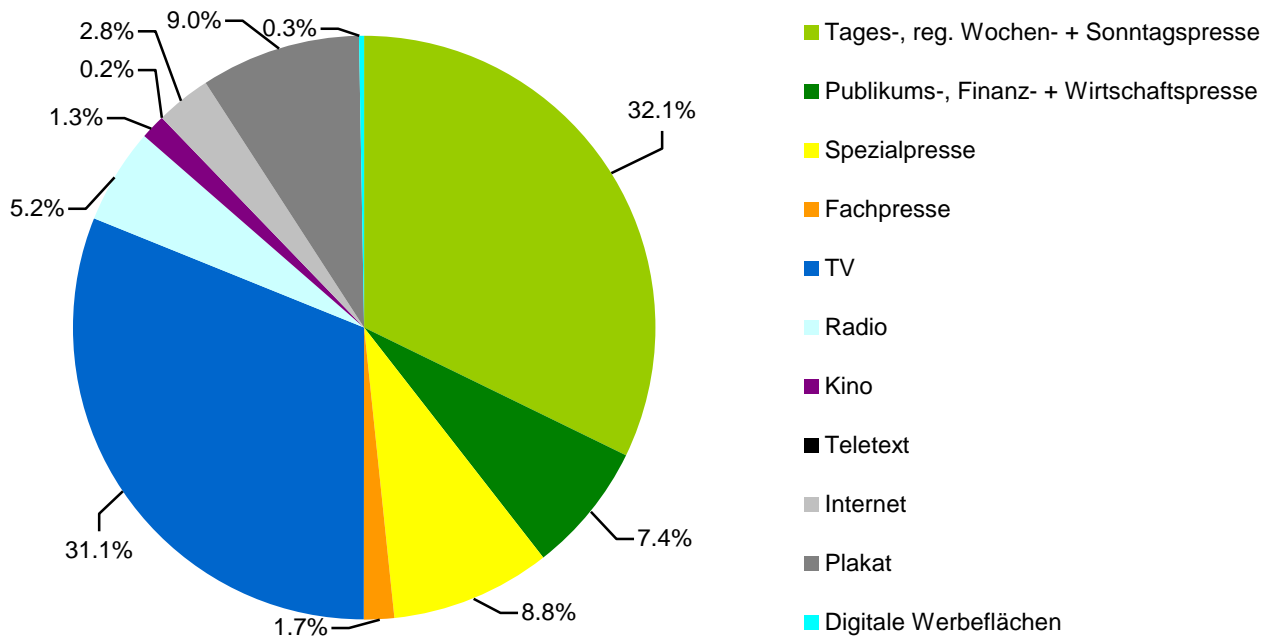
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	ORANGE OPTIMA
2	UNIVERSAL MUSIC CD'S BESPIELT
3	NESPRESSO ESPRESSO-KAFFEE
4	FREY PRALINEN
5	MC DONALD'S RESTAURANTS
6	APPLE IPHONE 3GS
7	SWISSCOM TV
8	SELECTION FETA KAESE
9	COCA COLA
10	ARMANI IDOLE D'ARMANI EDP

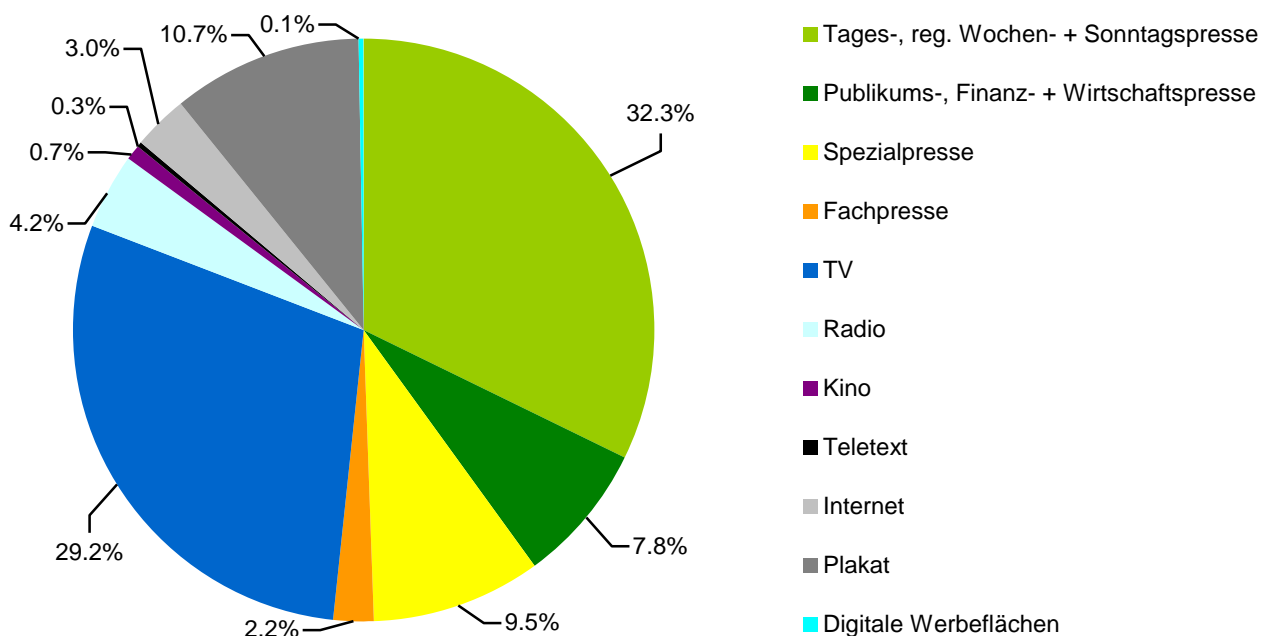
*Produktwerbung (Markenführung);
ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

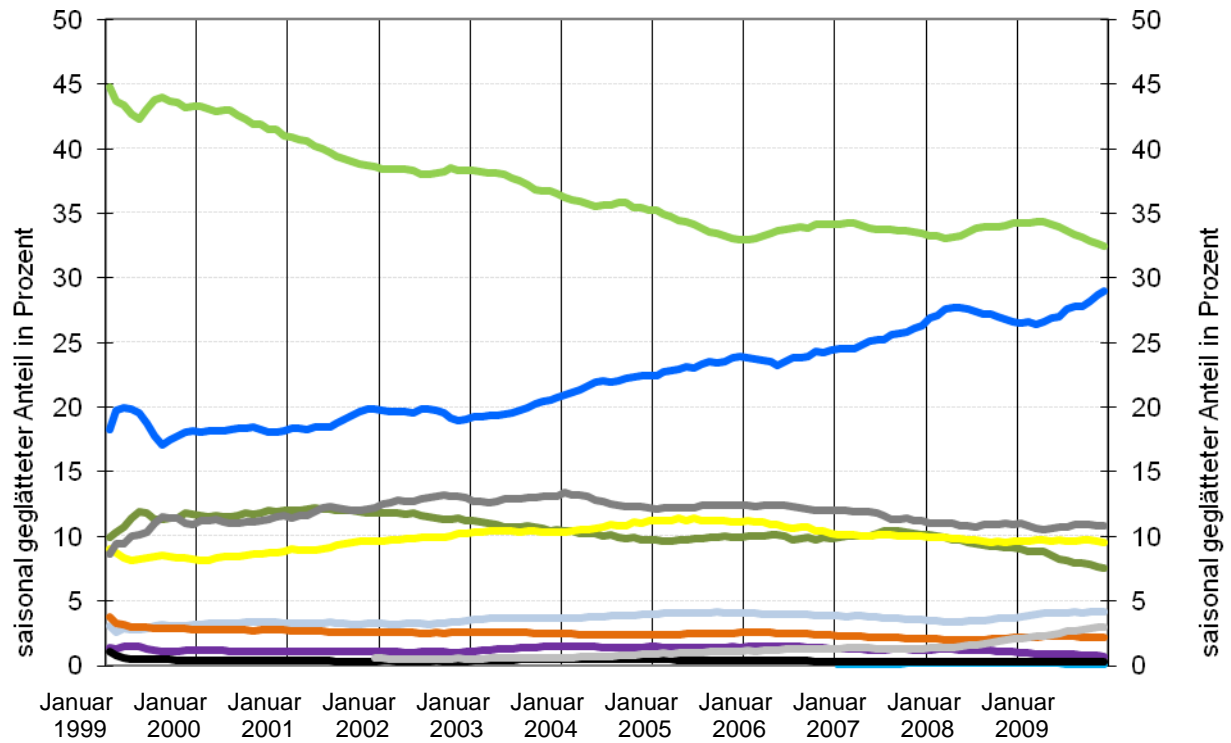
Grafik: Verteilung des Werbedrucks Dezember 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per Dezember 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
Website: www.mediafocus.ch