

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2009/07

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

Inhalt

1. Werbemonat Juli 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 Juli 2009 – Highlights

Die Krise macht Ferien. Im Monat Juli blieb der Bruttowerbedruck mit -1.4% minimal unter dem Vorjahreswert. Aus der Medienperspektive sorgte die Mediengruppe TV mit einem Plus von knapp über 30% (+15 Mio. CHF) fast im Alleingang für das gute Monatsergebnis. Alle anderen Mediengruppen, mit Ausnahme von Internet, blieben unter dem Wert des Vorjahresmonats.

9 von 19 definierten Schlüsselmärkten legten im Vergleich mit dem Vorjahresmonat im zweistelligen Prozentbereich zu. Zu den Wachstumsmärkten gehören erfreulicherweise auch die zwei grössten Schlüsselmärkte, die Fahrzeug- und Nahrungsmittelbranche.

In der Branche „**Fahrzeuge**“ legten vor allem zwei Neuwagensegmente deutlich zu: *Kleinwagen* und die *untere Mittelklasse* mit ein Plus von jeweils 1.9 Mio. CHF gegenüber Vorjahresmonat. So erstaunt es auch nicht weiter, dass gleich drei Automodelle zu den meistbeworbenen Produkten im Monat Juli gehören: Der VW Polo, Alfa Romeo Mito und Fiat 500 Cabriolet. In der Betrachtung des gesamten 2009 (Jan – Juli) legte das Segment *Obere Mittelklasse* mit Abstand am Deutlichsten zu (+4.5 Mio. CHF; 187%).

Der Schlüsselmarkt „**Kosmetik Körperpflege**“ mit einem Plus von 26.9% (+4 Mio. CHF) im Monat Juli ist demnach weiterhin auch über Vorjahr in der Gesamtjahresperspektive. Im Juli konnten vor allem die Marktbereiche *Düfte* (+288.4%; +1.44 Mio. CHF), *Mundpflege* (+64.1%; +1.17 Mio. CHF), *Babyhygiene/-pflege* (+552.5%; +0.92 Mio. CHF) und *Haarentfernung* (+55.0%; +0.80 Mio. CHF) merklich zulegen. Allesamt Produktbereiche, die sich während der Fussball-EM im Vorjahr werbetechnisch zurückhaltend verhalten haben.

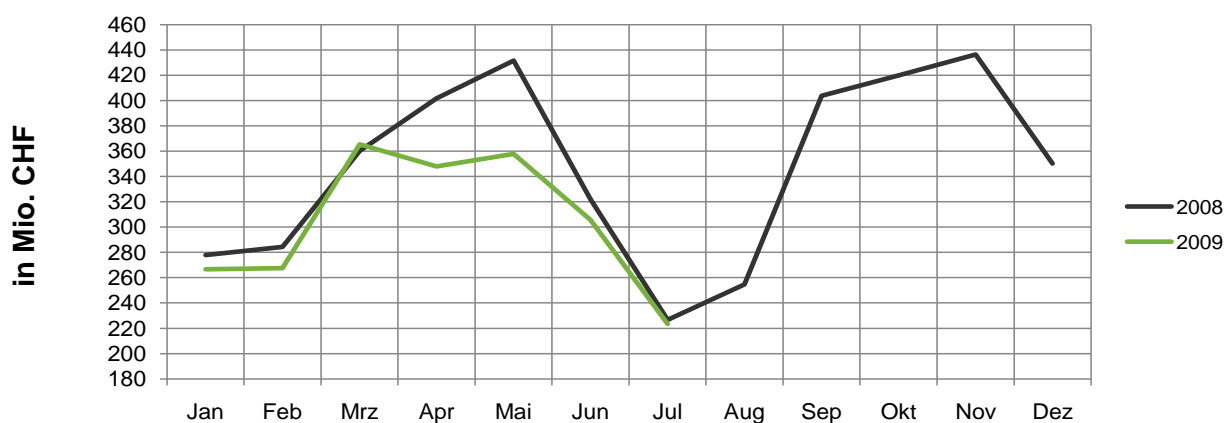
Ebenfalls deutlich im Plus haben folgende Schlüsselmärkte den Juli abgeschlossen: „**Energie**“ (+31.2%), „**Haushaltsartikel**“ (+22.7%), „**Tourismus/Verkehr**“ (+22.0%), und „**Bekleidung/Freizeit/Sport**“ (+16.9%).

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per Juli 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
Januar	277'847	266'678	-4.0%
Februar	284'285	267'616	-5.9%
März	360'220	365'471	1.5%
April	401'838	347'980	-13.4%
Mai	431'675	357'780	-17.1%
Juni	322'074	305'747	-5.1%
Juli	226'648	223'397	-1.4%
August	254'620	0	
September	403'766	0	
Oktober	419'812	0	
November	436'521	0	
Dezember	350'295	0	
Year to Date	2'304'588	2'134'669	-7.4%

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

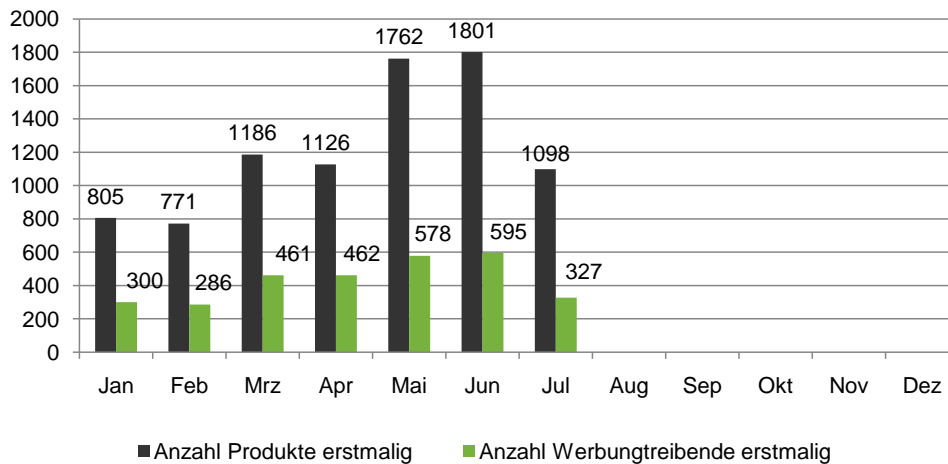


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	Juli 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
	Alle Märkte	223'397	-1.4	2'134'669	-7.4
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	3'485	16.9	57'167	-20.9
2	Dienstleistungen	8'052	-17.4	89'375	-20.4
3	Energie	1'423	31.2	16'683	20.4
4	Fahrzeuge	15'845	13.5	213'363	-11.0
5	Finanzen	10'793	-40.8	145'168	-23.0
6	Gemeinnützige Kampagnen	5'165	13.1	47'138	-6.7
7	Getränke	11'574	-20.0	78'215	-12.7
8	Haushaltsartikel / -geräte	9'237	22.7	74'733	0.5
9	IT	2'038	-21.9	22'047	-14.4
10	Kosmetik / Körperpflege	18'952	26.9	156'646	2.7
11	Möbel / Haus / Garten	7'167	2.7	90'391	-7.5
12	Nahrungsmittel	23'544	12.7	205'375	0.3
13	Pharma / Gesundheit	5'098	14.8	68'534	9.4
14	Politische Kampagnen	2'078	-15.7	32'270	11.2
15	Tabakwaren	698	-55.7	5'820	-30.3
16	Telekommunikation	11'200	-8.7	108'131	-16.7
17	Tourismus / Verkehr	14'762	22.0	130'829	-0.3
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	9'792	-10.7	84'071	-19.0
19	Uhren / Schmuck	2'566	-19.4	29'480	-17.2
20	Andere Produktmärkte	33'888	-1.2	275'320	19.3
21	Sortimentswerbung*	18'578	-7.1	142'163	-11.0
22	Imagewerbung*	7'462	1.0	61'750	-32.6

*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	UNILEVER
6	NESTLÉ
7	MC DONALD'S
8	RECKITT BENCKISER
9	SUNRISE COMMUNICATIONS
10	ALDI SUISSE

*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

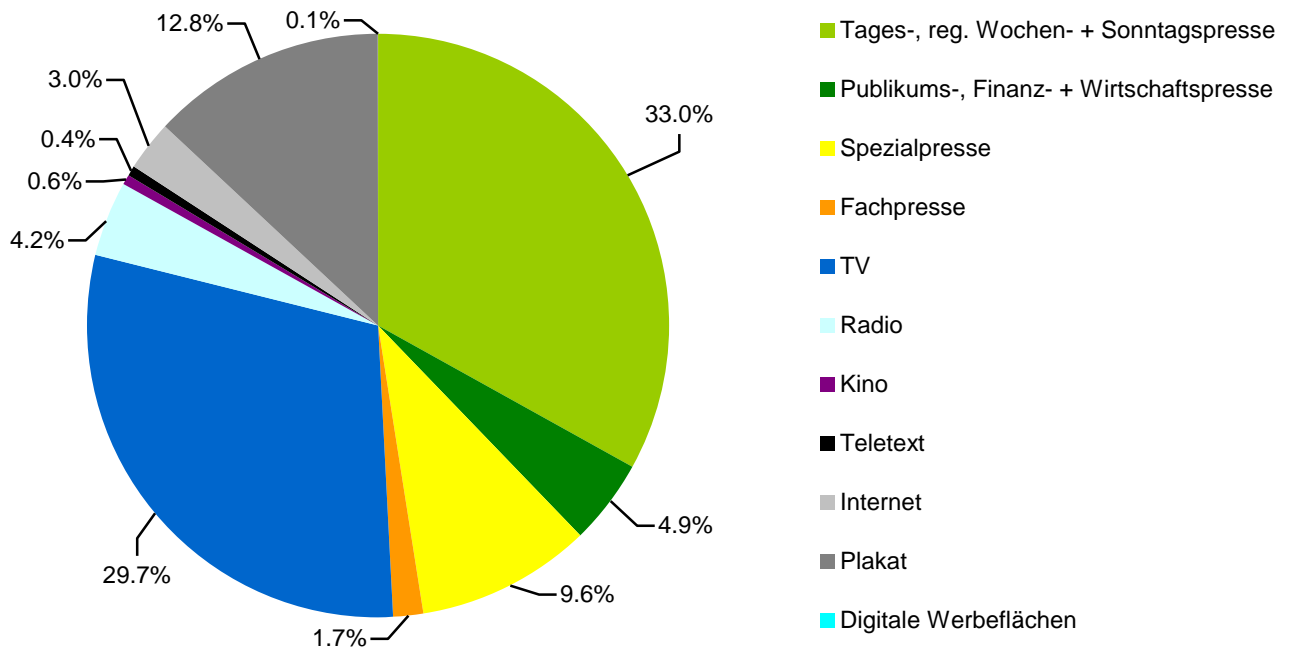
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	MC DONALD'S RESTAURANTS
2	FRISCO EXTREME
3	VW POLO PKW
4	FORD PKW-LEASING
5	SBB
6	ALFA ROMEO MITO PKW
7	BRAUN ORAL-B ELEKTR. ZAHNBÜ.
8	SIMIQ MOBILE MOBILE CONTENT
9	FIAT 500 CABRIO
10	ELMEX ZAHNPASTA

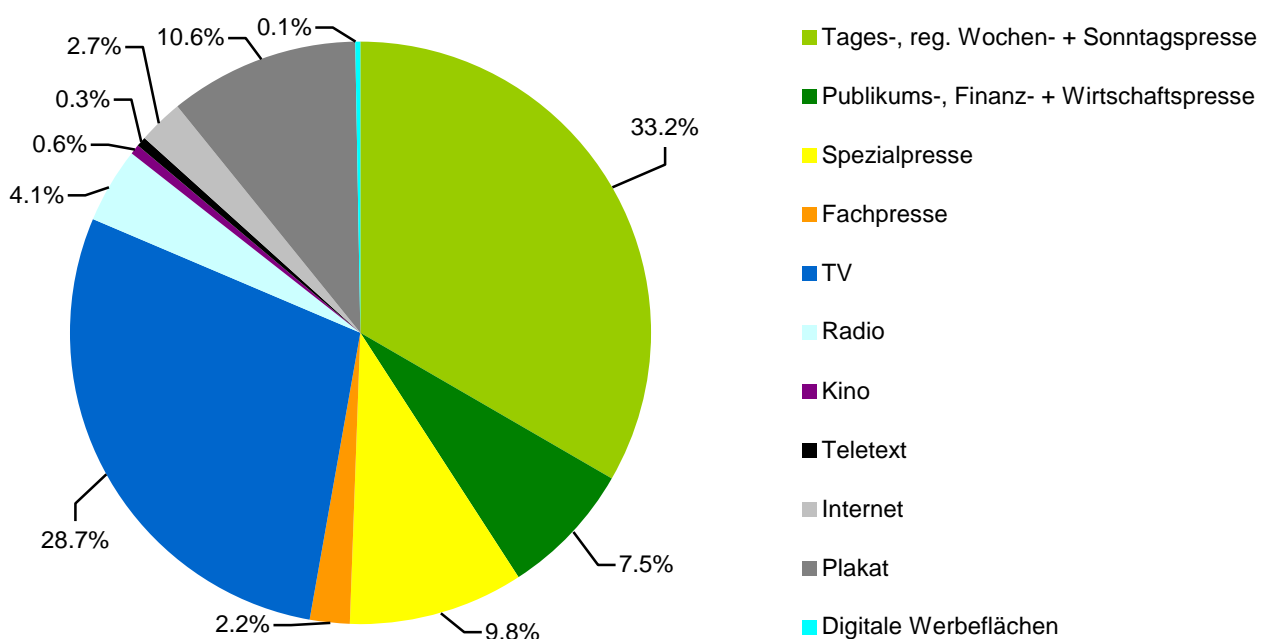
*Produktwerbung (Markenführung); ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

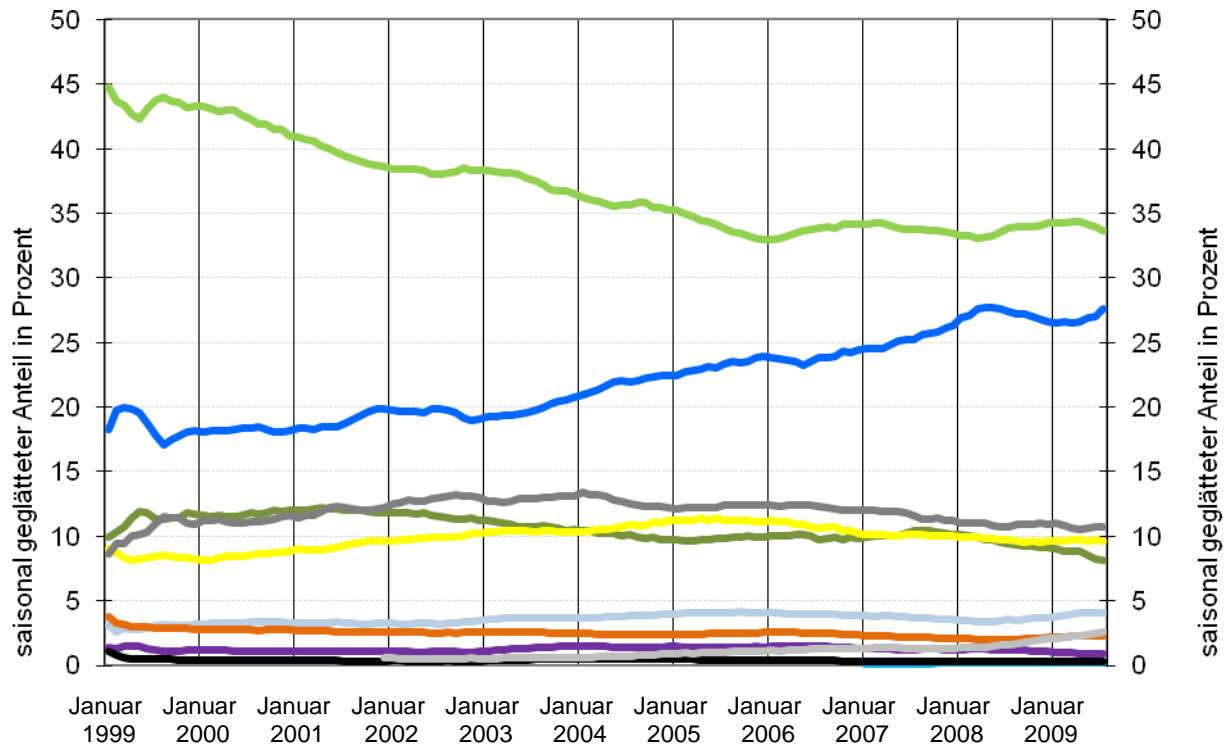
Grafik: Verteilung des Werbedrucks Juli 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per Juli 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