

# Media Focus

## Werbemarkt Trend

### Report 2009/03

---

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

---

#### **Inhalt:**

1. Werbemonat März 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 März 2009 – Highlights

Mit einem Minus von 3% im März scheint der freie Fall des Werbedrucks vorerst ein wenig gebremst.

Weiterhin unbeeindruckt von dem Negativtrend entwickeln sich die Mediengruppen Radio, Internet und Teletext, welche im 1. Quartal Zuwachsraten im zweistelligen Bereich vorzuweisen haben. Die Mediengruppen Kino, „Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse“ und Plakat bilden den negativen Gegenpol mit Negativtrends im zweistelligen Bereich.

Auch einige Schlüsselmärkte zeigten im Monat März ein antizyklisches Werbeverhalten:

Der Schlüsselmarkt „**Uhren/Schmuck**“ verzeichnete mit 25.2% den deutlichsten Zuwachs im März. Dabei können die Monatsergebnisse der beiden Bereiche unterschiedlicher nicht sein. *Uhren* legte um 35% (+1.2 Mio. CHF) zu, *Schmuck* verzeichnete eine Negativtrend von 31% (-0.4 Mio. CHF). Der traditionell printkonzentrierte Schlüsselmarkt zeigt sich als Stütze der angeschlagen Mediengruppe *Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse*. Das Wachstum der Uhrenbranche schlug sich in dieser Mediengruppe mit einem Plus von knapp einer Million CHF nieder (+70.1%).

Ob diese positive Entwicklung der Uhrenbranche von konstanter Natur ist oder lediglich durch den veränderten Zeitpunkt der Baselworld (vom April in den März) ausgelöst wurde, dürfte sich in den nächsten Monaten zeigen.

Die im Januar und Februar rückläufige Branche „**Fahrzeuge**“ lässt mit einem Plus aufhorchen. Sowohl die Autoverkäufe wie auch die eingesetzten Werbegelder offenbarten einen positiven Wert im Vergleich zum Vorjahresmonat.

Das Wachstum des Werbedrucks von insgesamt 13.4% oder 5.2 Mio. CHF wurde von einzelnen Segmenten stärker getragen. Die Segmente *Mini-Klasse, Kleinwagen, untere Mittelklasse, obere Mittelklasse* und *Geländewagen/SUV* verzeichneten allesamt Zuwachsraten im zwei- und dreistelligen Bereich. In den genannten Segmenten wurden im März 30 neue Modelle beworben, welche lediglich 7% des Gesamtwachstums von über 4 Mio. CHF ausmachten.

Die Branche „**Kosmetik/Körperpflege**“ zeigte nicht nur einen positiven Trend im Monat März (+23.2%; +5.3 Mio. CHF) sondern erzielte auch das höchste absolute Wachstum des 1. Quartals 2009 im Vergleich zur Vorjahresperiode: Plus 10.4 Mio. CHF.

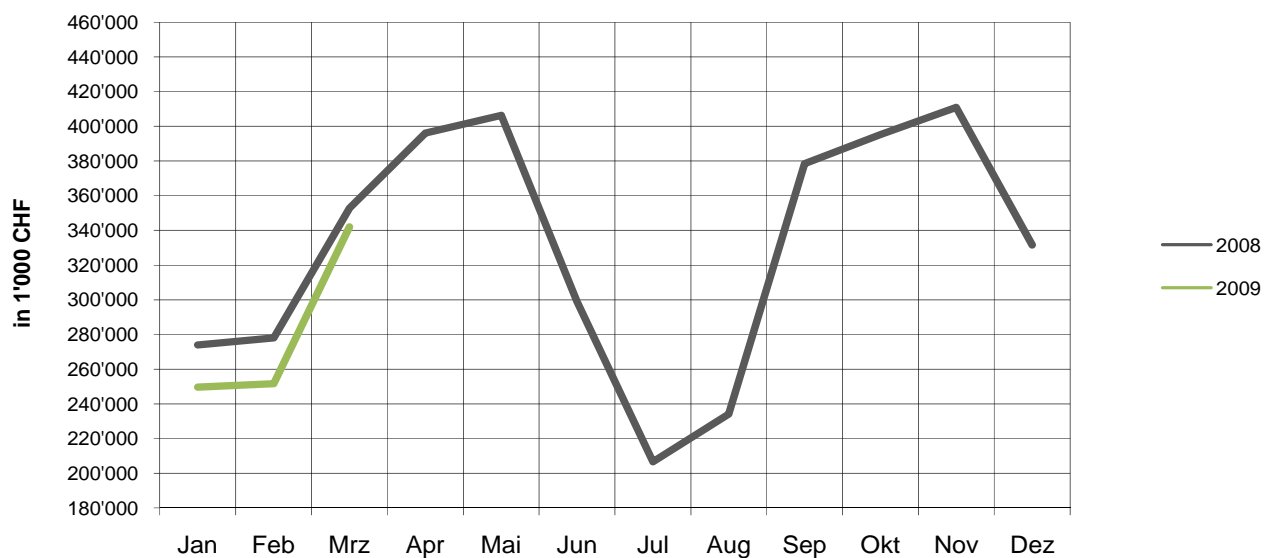
## 2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per März 2009

Monat	2008	2009	+/- %
	TCHF	TCHF	
Januar	273'936	249'602	-8.9%
Februar	278'089	251'632	-9.5%
März	352'673	341'929	-3.0%
April	396'157	0	
Mai	406'405	0	
Juni	299'029	0	
Juli	206'648	0	
August	233'962	0	
September	378'470	0	
Oktober	395'186	0	
November	410'863	0	
Dezember	331'528	0	
<b>Year to Date</b>	<b>904'698</b>	<b>843'163</b>	<b>-6.8%</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

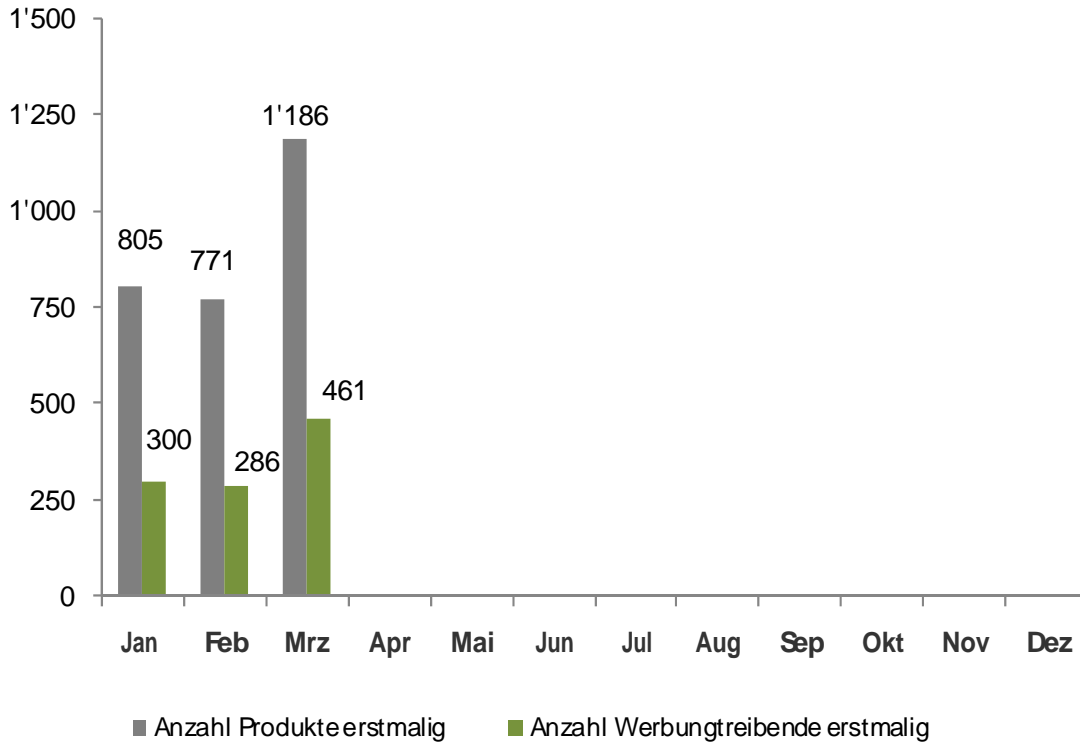


### 3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	März 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
	<b>Alle Märkte</b>	<b>341'929</b>	<b>-3.0</b>	<b>843'163</b>	<b>-6.8</b>
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	17'697	-1.1	25'125	-6.3
2	Dienstleistungen	17'762	-2.9	44'931	-17.5
3	Energie	2'790	20.3	5'828	12.3
4	Fahrzeuge	44'025	13.4	101'147	-1.9
5	Finanzen	26'424	-16.8	63'387	-24.2
6	Gemeinnützige Kampagnen	5'446	-29.2	19'010	-14.1
7	Getränke	11'013	-10.5	24'701	-18.4
8	Haushaltsartikel/ -geräte	13'078	11.0	28'811	11.5
9	IT	3'821	-20.9	9'444	-24.4
10	Kosmetik / Körperpflege	28'279	23.2	64'872	19.1
11	Möbel / Haus / Garten	18'614	0.2	38'604	-9.0
12	Nahrungsmittel	28'882	-17.3	74'591	-14.5
13	Pharma / Gesundheit	9'095	15.5	30'778	22.9
14	Politische Kampagnen	2'672	20.7	21'223	138.3
15	Tabakwaren	200	-78.4	2'392	34.9
16	Telekommunikation	20'575	-7.5	48'885	-12.3
17	Tourismus / Verkehr	19'809	5.7	54'134	-5.3
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	11'585	-23.5	33'698	-19.2
19	Uhren / Schmuck	6'327	25.2	10'640	10.4
20	Andere Produktmärkte	22'366	5.4	55'428	-4.3
21	Sortimentswerbung*	21'235	-6.0	61'760	-5.7
22	Imagewerbung*	10'233	-29.6	23'772	-28.7

\* 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	NESTLE
6	SUNRISE COMMUNICATIONS
7	SWISSCOM
8	BMW
9	UNILEVER
10	MANOR

\* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

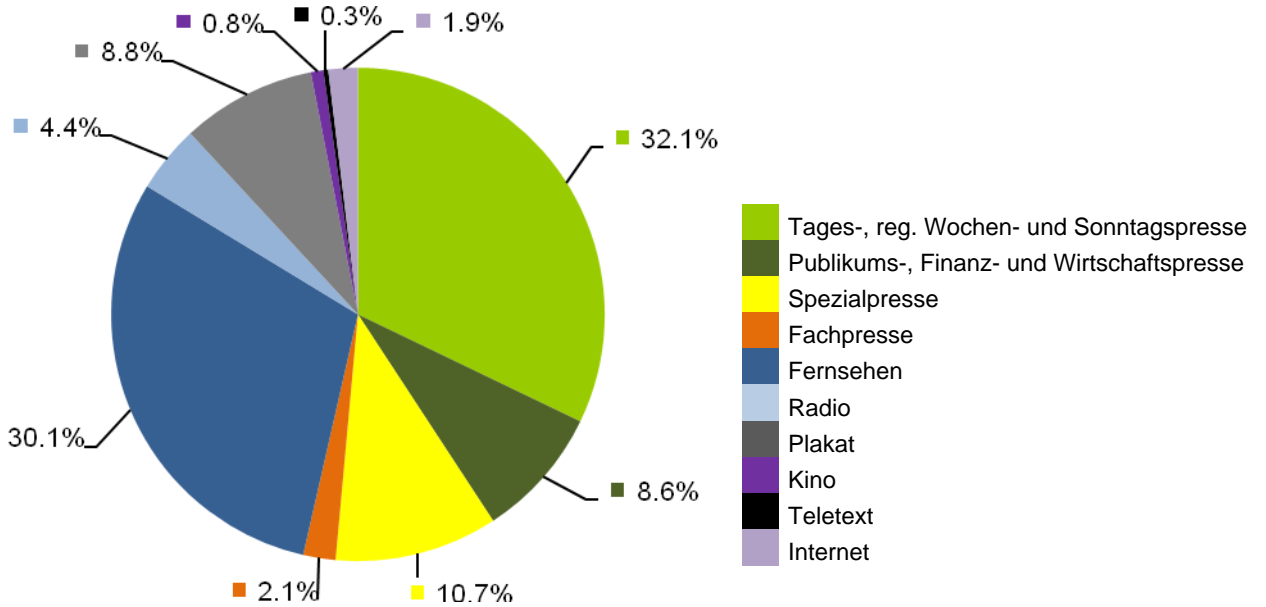
##### Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	BLUEWIN TV
2	ORANGE OPTIMA
3	APPLE IPHONE 3G
4	V/ZUG COMBI STEAM
5	MERCEDES E-KLASSE
6	SUNRISE GO DAYFLAT
7	COCA COLA
8	SIMIQ MOBILE MOBILE CONTENT
9	AXA WINTERTHUR MOTORFAHRZEUGVERSICHERUNG
10	FIAT 500 PKW

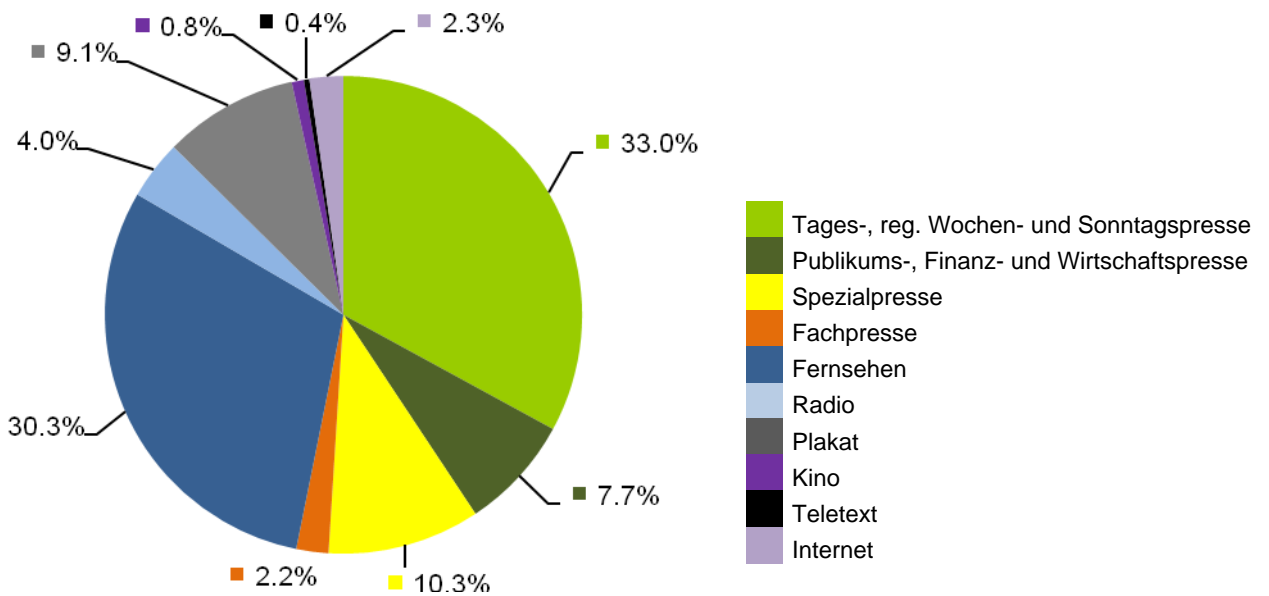
\* Produktwerbung [Markenführung]; ohne Sortiments- und Imagewerbung

## 6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

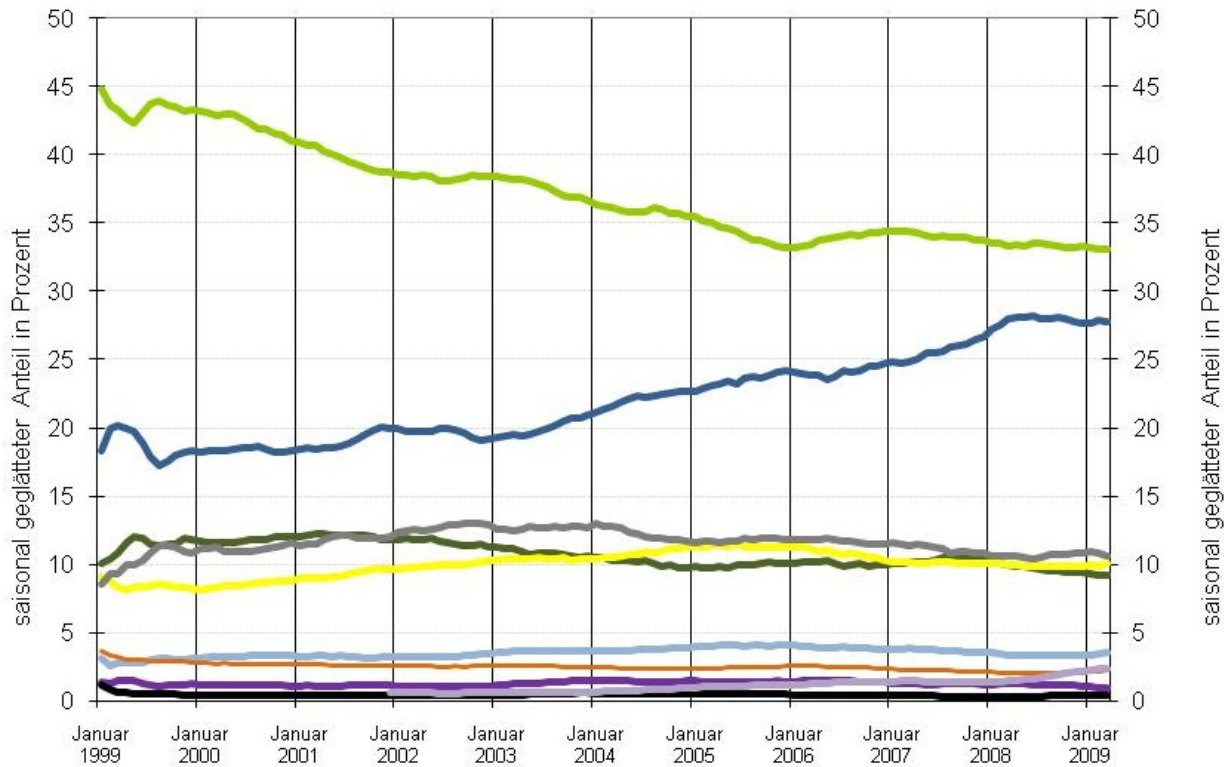
Grafik: Verteilung des Werbedrucks März 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per März 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 (0)43 322 17 50  
Fax: +41 (0)43 322 17 55  
E-Mail: [info@mediafocus.ch](mailto:info@mediafocus.ch)  
Web: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)