

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2009/05

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

Inhalt

1. Werbemonat Mai 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 Mai 2009 – Highlights

Der Werbedruck blieb auch im Monat Mai deutlich unter den Vorjahreswerten. Das Ergebnis, dass alle Mediengruppen einen Negativtrend ausweisen ist ein Novum in der Werbestatistik. Noch kein einziger Monat im Datenbestand von Media Focus (ab 1999) zeigte ein solch negatives Ergebnis. Kumuliert verliert der Mai 17.6% gegenüber der Vorjahresperiode, auch dies stellt leider einen Negativrekord in den Daten von Media Focus dar. Die Printmedien und Kino spüren die Wirtschaftskrise weiterhin am deutlichsten. Beide Mediengruppen verlieren deutlich über 20% gegenüber dem Vorjahresmonat.

Aus Sicht der Schlüsselmärkte von Media Focus gibt es einige Bereiche, die sich im Mai antizyklisch verhalten haben und einen positiven Trend vorweisen können:

Die Branche „**Nahrungsmittel**“ steigerte den Werbedruck im Vergleich zum Vorjahr um sachte 1.6% (+600'000 CHF). Der Zuwachs verteilt sich auf verschiedene Produktgruppen. Mit einem prozentualen Zuwachs von 104.6%, dies entspricht einem Plus von 1.2 Mio. CHF, zeigt sich die Produktgruppe *Sauce, Suppen, Würzen* als grösster Wachstumstreiber. Das meistbeworbene Produkt stammt aus dem Hause Nestlé: Die Desserts von La Laitière.

Ebenfalls im Plus haben folgende Schlüsselmärkte den Mai abgeschlossen: „**Gemeinnützige Kampagnen**“ (+5.1%), und „**Möbel, Haus, Garten**“ (+1.3%).

In den Mai-Daten ist neu die Mediengruppe Digitale Werbeflächen in das Universum der Werbedruckstatistik integriert worden. Rückwirkend bis und mit dem Jahr 2007 können die Trends und Entwicklungen dieser innovativen Werbeform, auch bekannt unter dem Begriff „AdScreen“, analysiert werden. Das junge Medium konnte in den Jahren 2007 und 2008 einen Werbedruck von 9.3 bzw. 7.3 Millionen CHF aufbauen.

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

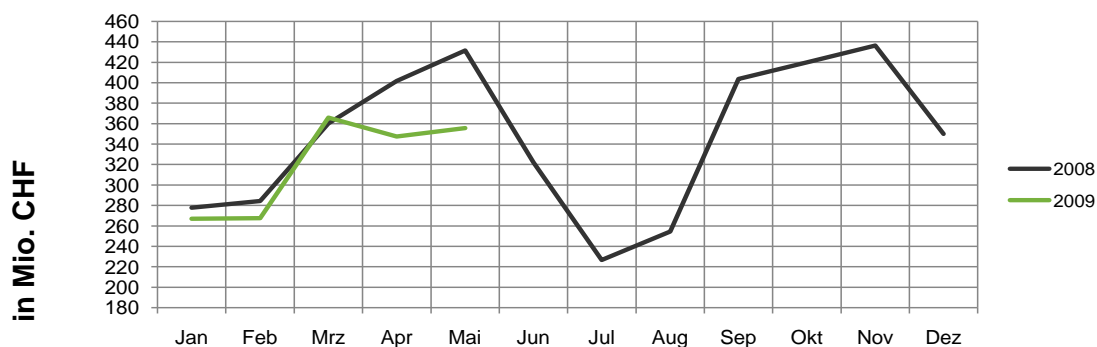
Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per Mai 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
Januar	277'848*	266'856	-4.0%
Februar	284'220*	267'461	-5.9%
März	360'141*	365'903	1.6%
April	401'756*	347'553	-13.5%
Mai	431'550	355'625	-17.6%
Juni	322'072	0	
Juli	226'645	0	
August	254'625	0	
September	403'656	0	
Oktober	491'814	0	
November	436'446	0	
Dezember	350'050	0	
Year to Date	1'755'515	1'603'398	-8.7%

Die Branche „Veranstaltungen“ ist ab dem Datenmonat Mai 2008 in die Trendanalysen eingeschlossen.

* Januar 2008 – April 2008: Werbedruck ohne Branche „Veranstaltungen“

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

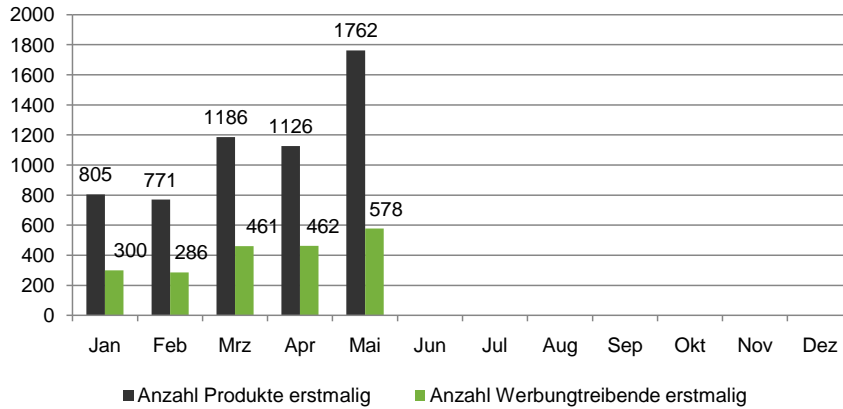


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	Mai 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
	Alle Märkte	355'625	-17.6	1'603'398	-8.7
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	11'252	-5.5	48'482	-17.7
2	Dienstleistungen	12'700	-28.5	69'002	-21.0
3	Energie	3'665	37.7	12'517	18.9
4	Fahrzeuge	32'002	-18.1	171'991	-10.0
5	Finanzen	24'074	-30.0	108'873	-26.4
6	Gemeinnützige Kampagnen	8'211	5.1	35'303	-10.7
7	Getränke	13'988	-26.7	52'541	-19.1
8	Haushaltsartikel / -geräte	12'205	-18.4	55'450	-1.1
9	IT	4'177	-1.5	17'428	-14.0
10	Kosmetik / Körperpflege	27'300	-9.4	116'340	2.5
11	Möbel / Haus / Garten	16'263	1.3	72'252	-8.0
12	Nahrungsmittel	39'488	1.6	146'804	-7.1
13	Pharma / Gesundheit	11'919	-15.9	53'237	7.2
14	Politische Kampagnen	2'904	-71.7	27'371	12.1
15	Tabakwaren	855	-48.5	4'247	-20.8
16	Telekommunikation	18'727	-15.2	82'675	-15.1
17	Tourismus / Verkehr	20'250	-4.3	94'488	-6.9
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	14'275	-35.7	61'607	-20.7
19	Uhren / Schmuck	5'335	-18.5	21'883	-20.1
20	Andere Produktmärkte	46'105	-12.6	201'313	28.8
21	Sortimentswerbung*	18'043	-26.6	101'334	-13.1
22	Imagewerbung*	11'885	-37.7	48'261	-33.2

*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	NESTLÉ
4	L'ORÉAL
5	PROCTER & GAMBLE
6	SWISSCOM
7	UNILEVER
8	MEDIA MARKT
9	RECKITT BENCKISER
10	SUNRISE COMMUNICATIONS

*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

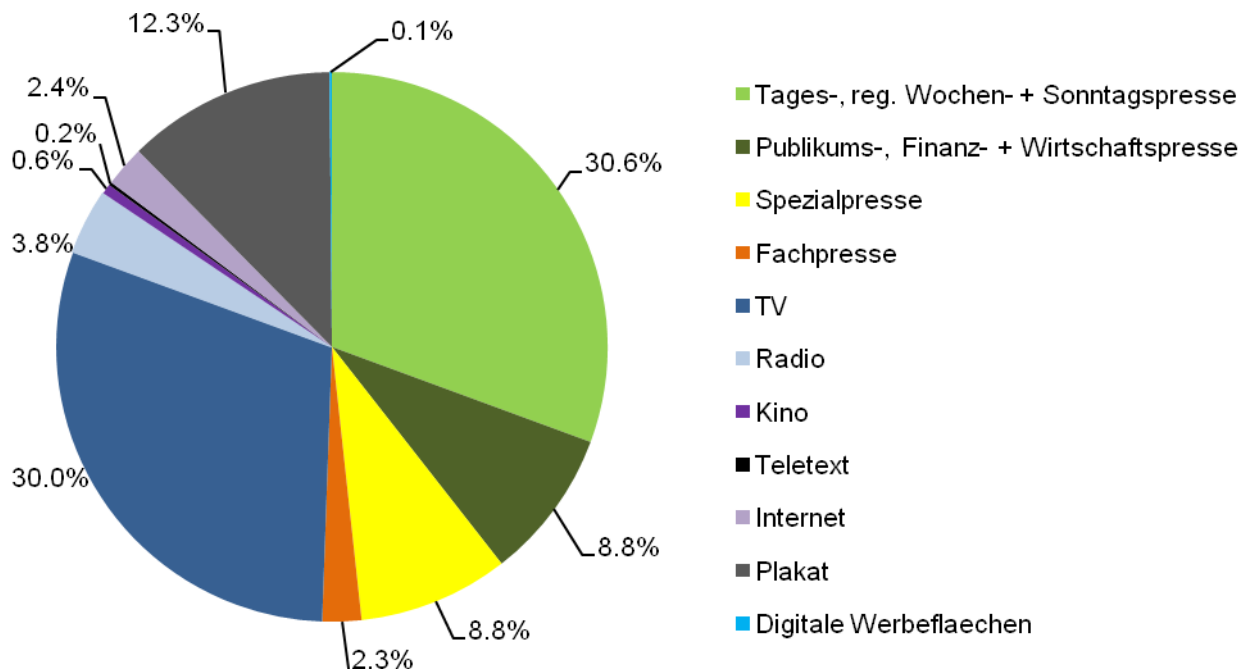
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	MÖVENPICK CLASSIC EIS
2	CS HYPOTHEKEN
3	BMW Z4 ROADSTER CABRIO
4	FIAT 500 PWK
5	FIELMANN BRILLEN
6	ORANGE MOBILE PRIMA
7	PEUGEOT 3008 SUV
8	TOYOTA URBAN CRUISER SUV
9	RENAULT GRAND SCENIC PKW
10	SUVA CARE

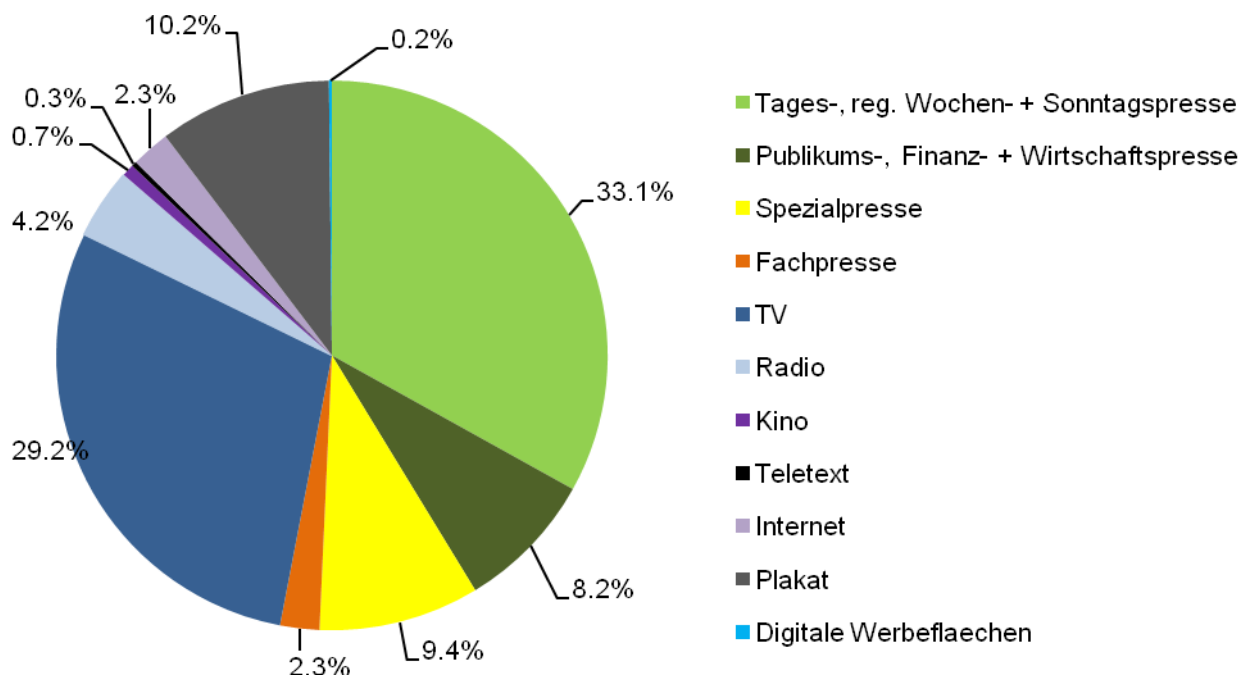
*Produktwerbung (Markenführung); ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

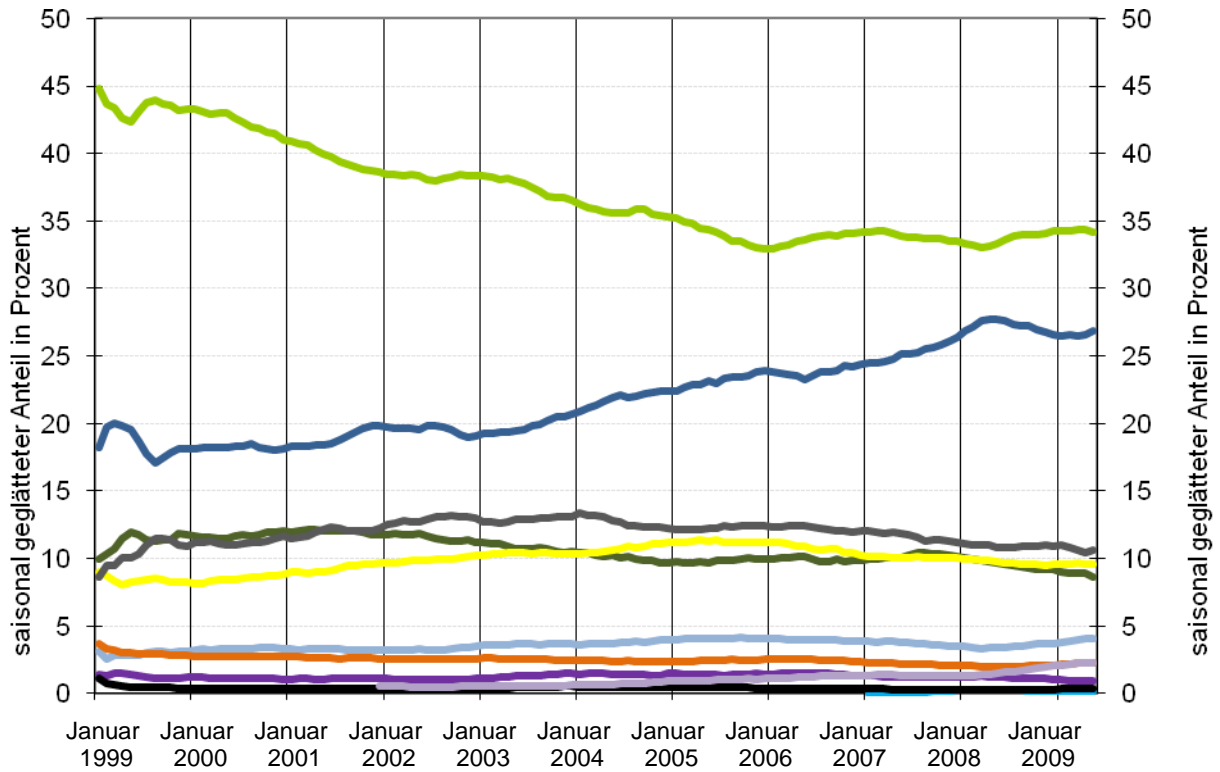
Grafik: Verteilung des Werbedrucks Mai 2009



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