

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2009/11

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

Inhalt

1. Werbemonat November 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 November 2009 – Highlights

Der November liegt mit -2.1% leicht unter dem Vorjahresmonat. Damit pendelt sich das kumulierte Minus über das gesamte Werbejahr langsam bei -5% ein. Ein erstaunliches Ergebnis erzielte die Mediengruppe TV mit einem Plus gegenüber dem Vorjahr von 18.5%. Diese Entwicklung führte bereits im letzten Monat zu einer werbehistorischen Wachablösung: Die Mediengruppe TV generiert mehr Bruttowerbedruck in CHF als die Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse.

Passend zur kalten Jahreszeit legt die Branche „**Energie**“ im Monat November um 31.1% gegenüber dem Vorjahr zu. Treiber dieser Entwicklung sind die Produktsegmente *Energie Image* (+953 TCHF, + 59%), *Energiewirtschaft Kampagnen* (+32 TCHF, + 945%) und *Gas* (+93 TCHF, + 136%). Der Werbedruck der Produktsegmente *Oel* und *Strom* konnten dieser Entwicklung nicht folgen und verloren im Vergleich zum Vorjahresmonat satte 55.2% (-134 TCHF) respektive 7.7% (-16 TCHF).

Vor dem grossen Weihnachtsschmaus generierte die Branche „**Nahrungsmittel**“ eine Werbedruckoffensive. Dies widerspiegelt sich in einem Wachstum von nicht weniger als 32.5% (+12 Mio. CHF) gegenüber dem Vorjahresnovember. Drei Produktsegmente erzielten über eine Million CHF mehr Werbedruck als 2008: *Tafelschokolade* (+1.6 Mio. CHF, +117%), *Cornflakes*, *Haferflocken*, *Cerealien* (+1.5 Mio. CHF, +504%) und *Margarine* (+1.3 Mio. CHF, +1684%).

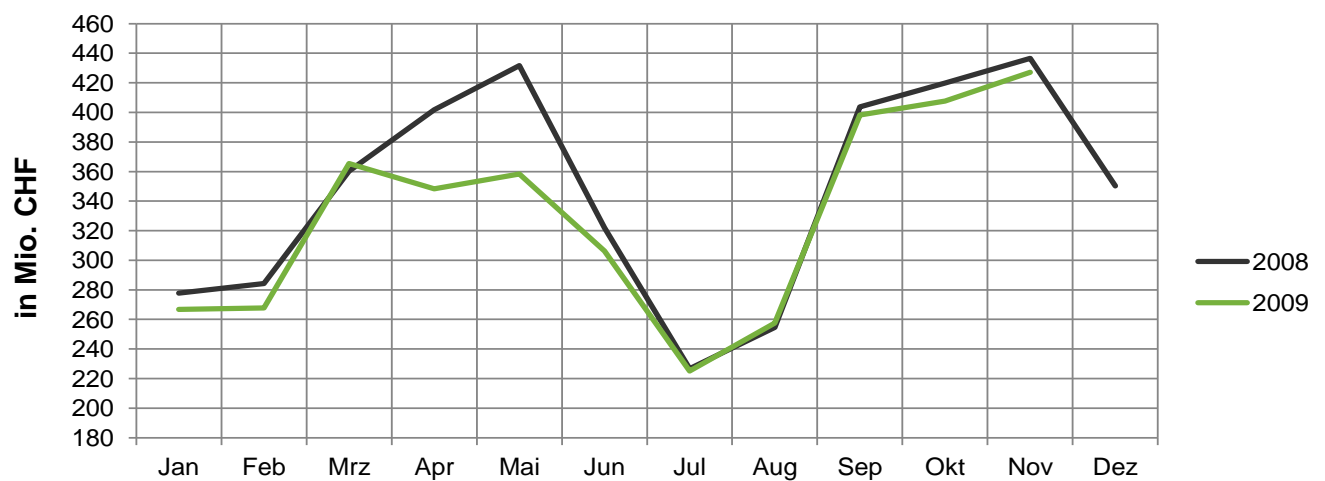
In der Vorweihnachtszeit nimmt der Werbedruck des Schlüsselmarkts „**Gemeinnützige Kampagnen**“ traditionell zu. In diesem Jahr mit einem Plus von 17.1% sogar überproportional. Das Wachstum wurde jedoch nicht bei den klassischen Organisationen wie Caritas, World Vision oder Terre des hommes erzielt sondern aufgrund folgender Themen: Schweinegrippe und deren Prävention, die Kampagne gegen Raserei im Strassenverkehr und der Antiraucherkampagne Bravo.

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per November 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
Januar	277'847	266'836	-4.0%
Februar	284'285	267'662	-5.8%
März	360'220	365'502	1.5%
April	401'838	348'265	-13.3%
Mai	431'666	358'425	-17.0%
Juni	322'036	306'300	-4.9%
Juli	226'633	225'147	-0.7%
August	254'606	257'519	1.1%
September	403'766	398'192	-1.4%
Oktober	419'812	407'615	-2.9%
November	436'521	427'214	-2.1%
Dezember	350'295		
Year to Date	3'819'231	3'628'677	-5.0%

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

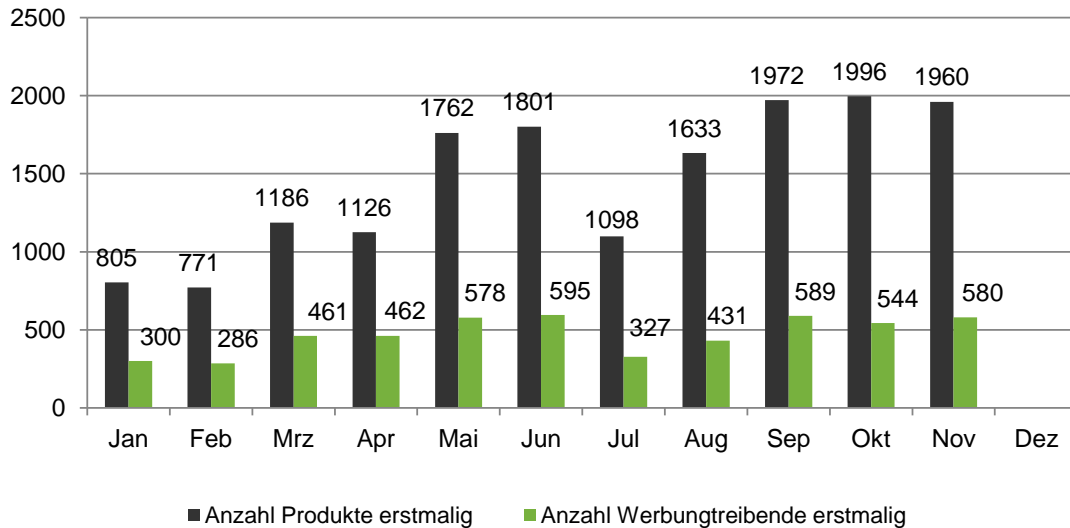


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	November 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
	Alle Märkte	427'214	-2.1	3'628'677	-5.0
1	Bekleidung / Freizeit / Sport	11'413	-20.9	110'661	-14.3
2	Dienstleistungen	16'496	3.4	153'992	-15.1
3	Energie	3'306	31.1	27'884	16.7
4	Fahrzeuge	25'498	-21.6	347'838	-7.4
5	Finanzen	36'731	-7.9	277'975	-18.8
6	Gemeinnützige Kampagnen	11'723	17.1	93'166	-2.9
7	Getränke	17'984	16.4	131'256	-7.1
8	Haushaltsartikel / -geräte	17'965	-1.7	141'154	10.2
9	IT	4'062	-5.2	37'175	-10.0
10	Kosmetik / Körperpflege	35'522	16.9	278'661	8.1
11	Möbel / Haus / Garten	14'613	-16.4	147'799	-7.7
12	Nahrungsmittel	48'772	32.5	357'177	5.7
13	Pharma / Gesundheit	10'958	-6.3	105'931	5.9
14	Politische Kampagnen	6'808	-49.1	51'521	3.1
15	Tabakwaren	1'152	-54.3	7'792	-45.6
16	Telekommunikation	24'390	-2.5	175'898	-13.1
17	Tourismus / Verkehr	19'458	-7.9	203'654	-1.7
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	16'933	-7.0	136'045	-12.6
19	Uhren / Schmuck	11'633	-22.7	53'288	-18.5
20	Andere Produktmärkte	53'521	-6.3	459'472	8.3
21	Sortimentswerbung*	20'442	-9.0	216'351	-12.9
22	Imagewerbung*	17'833	49.8	113'989	-16.7

*Branchen- und produktmarktübergreifend

4. Neue Werbungtreibende und Produkte im aktuellen Jahr



5. TOP 10 aktueller Monat

Top 10 Werbungtreibende

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

*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

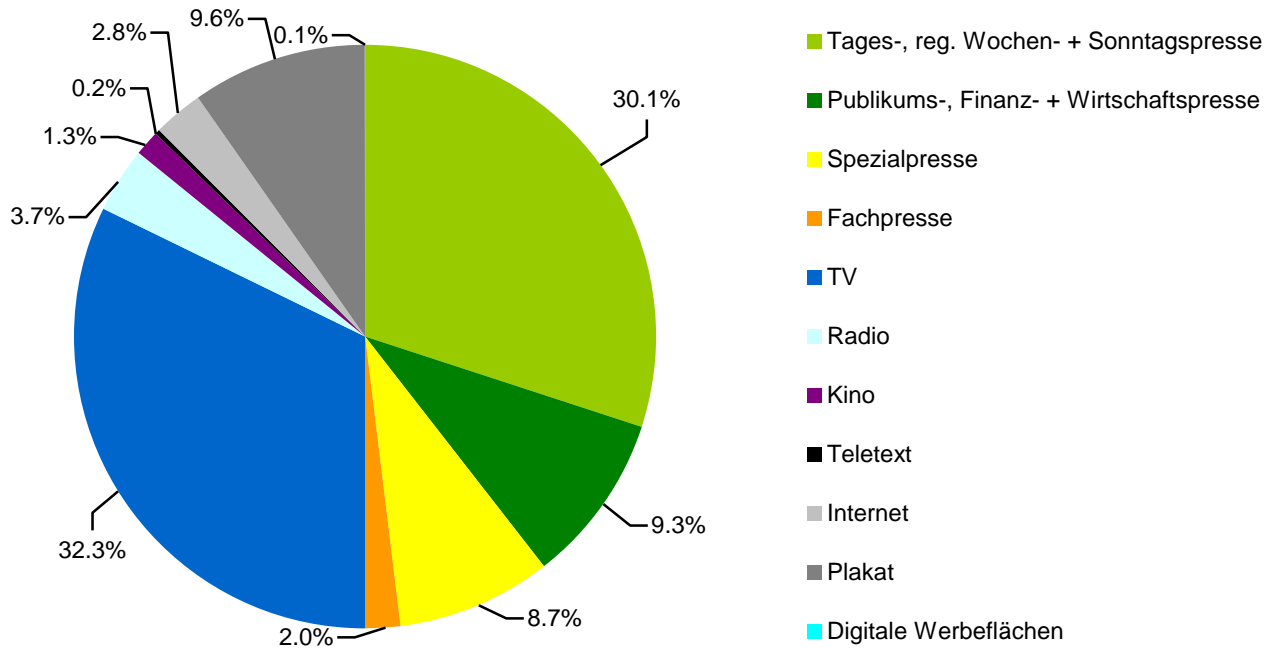
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	ORANGE OPTIMA
2	MC DONALD'S RESTAURANTS
3	SUNRISE GO DAYFLAT
4	HAYMON BUCHANGEBOT
5	NESPRESSO ESPRESSO-KAFFEE
6	VOLVO V50 KOMBI
7	CAILLER SUBLIM TAFELSCHOKOLADE
8	AXA WINTERTHUR VORSORGE SAEULE 3A
9	UNIVERSAL MUSIC CD'S BESPIELT
10	MILLIONEN LOS

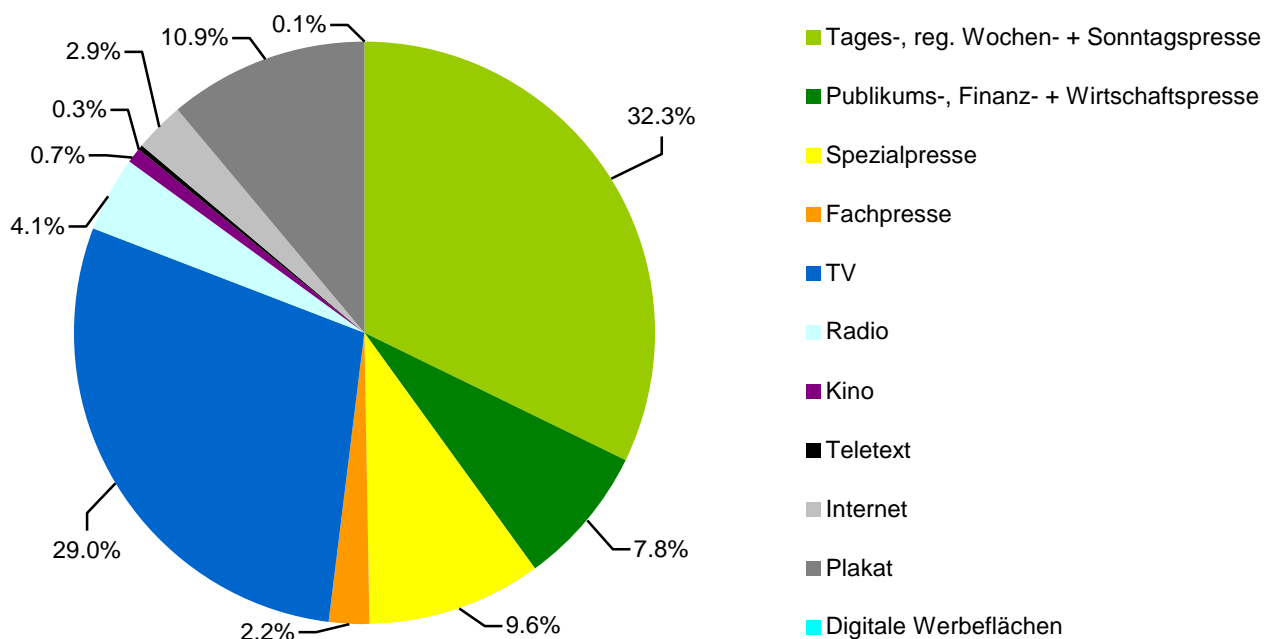
*Produktwerbung (Markenführung); ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

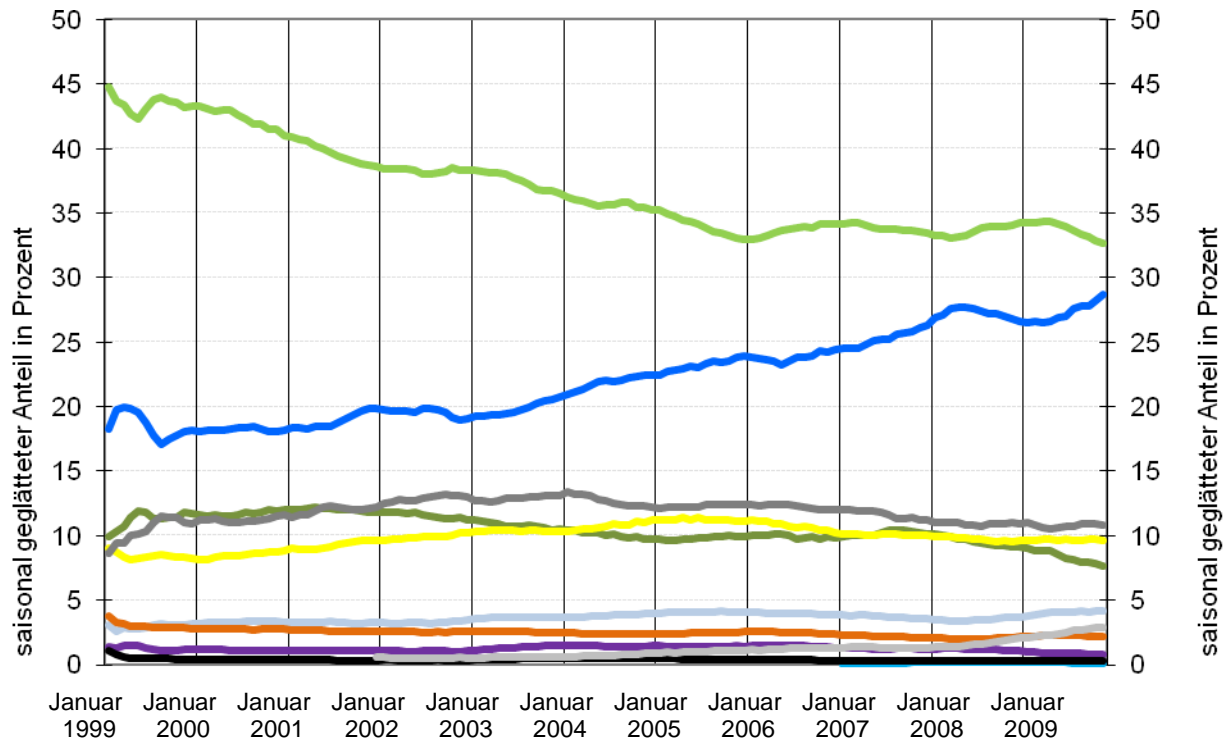
Grafik: Verteilung des Werbedrucks November 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per November 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