

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2009/10

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

Inhalt

1. Werbemonat Oktober 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 Oktober 2009 – Highlights

Obwohl der Oktober der bisher werbestärkste Monat im Jahr 2009 ist, hat der Werbedruck, wie bereits der Vormonat, unter dem Vorjahrswert abgeschlossen. Das Minus beträgt 3.5%. Somit sinkt das kumulierte Minus im aktuellen Jahr (Januar bis Oktober) auf 5.5%. Die elektronischen Medien können, mit Ausnahme von Kino, ein Plus verbuchen.

Absolut betrachtet hat der Schlüsselmarkt „**Kosmetik/Körperpflege**“ das grösste Werbedruck-Wachstum vorzuweisen (+16.7 Mio. CHF) und ist mit 6.9% einer der wenigen Märkte überhaupt, welcher ein kumuliertes Plus gegenüber Vorjahr ausweist.

Der Schlüsselmarkt „**Haushaltsartikel/-geräte**“ hat im Vergleich zum Vorjahresmonat um 67.2% zugelegt. Dies führt zu einem kumulierten Wachstum von insgesamt 12.1% (+14.9 Mio. CHF). Treiber dafür ist nach wie vor die Produktgruppe *Waschmittel* (+157.5%; +4.7 Mio. CHF nach einem September mit +114.6% und +3.3 Mio. CHF). Das Werbeumfeld ist höchst kompetitiv, was sich mit 44 beworbenen Produkten im Oktober belegen lässt.

Die Abstimmung zur Invalidenversicherung im September hallt immer noch nach. So ist der kumulierte Werbedruck (Januar bis Oktober) für „**Politische Kampagnen**“ immer noch knapp 10 Mio. CHF grösser als in der Vorjahresperiode (und im Oktober nur wenig intensiver beworben worden (-2.9%)).

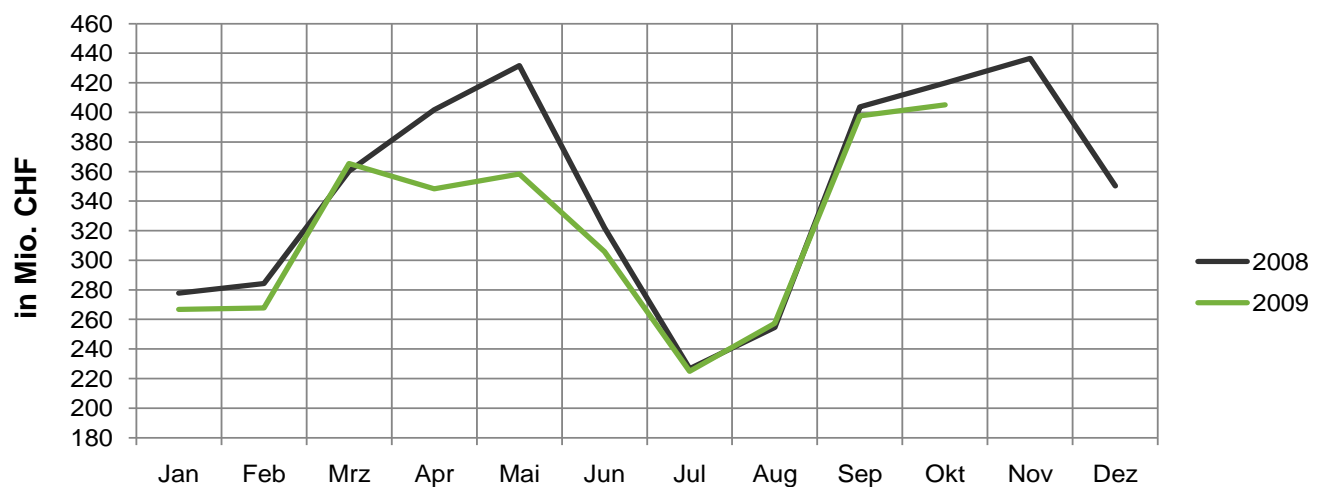
Nicht „richtig auf Touren“ kommen – wen wundert's – die Schlüsselmärkte „**Finanzen**“ (kumuliert -20.8%; 49.9 Mio. CHF) und „**Imagewerbung**“ (kumuliert -23.1%; 22.2 Mio. CHF). Die Finanzmarkt-Kommunikation stellt 2009 eher „Basis- und Kreditprodukte“ zu Lasten von „Anlage- und Vorsorgeprodukten“ in den Vordergrund. So hat z.B. Kommunikation für und mit Kreditkarten um 12 Mio. CHF (kumuliert) zugelegt - „Kontodienstleistungen“ um über 10 Mio. CHF. Demgegenüber steht ein Minus von 76.5 Mio. CHF bei „Finanzen Image“.

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per Oktober 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
Januar	277'847	266'832	-4.0%
Februar	284'285	267'658	-5.8%
März	360'220	365'498	1.5%
April	401'838	348'241	-13.3%
Mai	431'675	358'392	-17.0%
Juni	322'074	305'853	-5.0%
Juli	226'648	224'997	-0.7%
August	254'606	257'308	1.1%
September	403'766	397'718	-1.5%
Oktober	419'812	405'026	-3.5%
November	436'521		
Dezember	350'295		
Year to Date	3'382'772	3'197'525	-5.5%

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

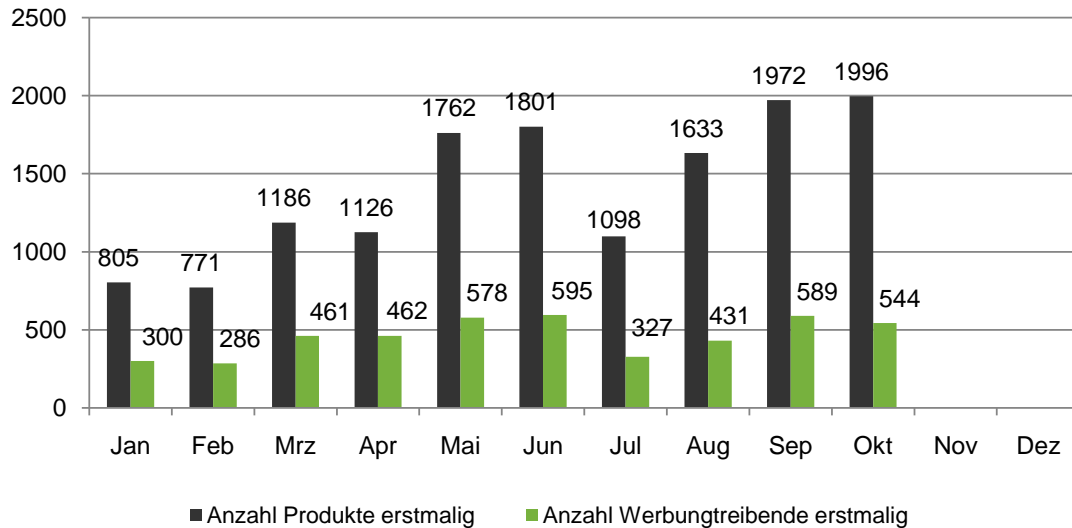


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	Oktober 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
	Alle Märkte	405'026	-3.5	3'197'525	-5.5
1	Bekleidung / Freizeit / Sport	13'463	2.5	99'111	-13.5
2	Dienstleistungen	15'575	-13.5	136'872	-17.3
3	Energie	3'054	-13.1	24'538	14.9
4	Fahrzeuge	43'925	0.8	322'205	-6.1
5	Finanzen	39'399	-14.7	239'590	-20.8
6	Gemeinnützige Kampagnen	8'163	-28.3	78'601	-5.1
7	Getränke	12'649	8.0	113'277	-10.0
8	Haushaltsartikel / -geräte	22'936	67.2	123'159	12.1
9	IT	3'824	-24.1	33'094	-10.6
10	Kosmetik / Körperpflege	33'114	18.9	243'120	6.9
11	Möbel / Haus / Garten	19'797	-2.5	133'213	-6.6
12	Nahrungsmittel	42'544	4.8	308'233	2.4
13	Pharma / Gesundheit	10'014	-5.8	94'949	7.5
14	Politische Kampagnen	3'592	-2.9	44'699	22.3
15	Tabakwaren	373	-80.0	6'640	-43.8
16	Telekommunikation	16'395	-17.0	151'360	-14.7
17	Tourismus / Verkehr	17'545	-11.6	184'067	-1.1
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	12'581	0.5	118'982	-13.4
19	Uhren / Schmuck	6'531	-15.3	41'532	-17.4
20	Andere Produktmärkte	46'394	-8.8	408'262	10.3
21	Sortimentswerbung*	18'671	-11.5	195'908	-13.3
22	Imagewerbung*	14'487	-13.8	96'114	-23.1

*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	NESTLÉ
6	UNILEVER SCHWEIZ
7	BMW (SCHWEIZ) AG
8	RECKITT-BENCKISER
9	SUNRISE COMMUNICATIONS
10	SWISSCOM

*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

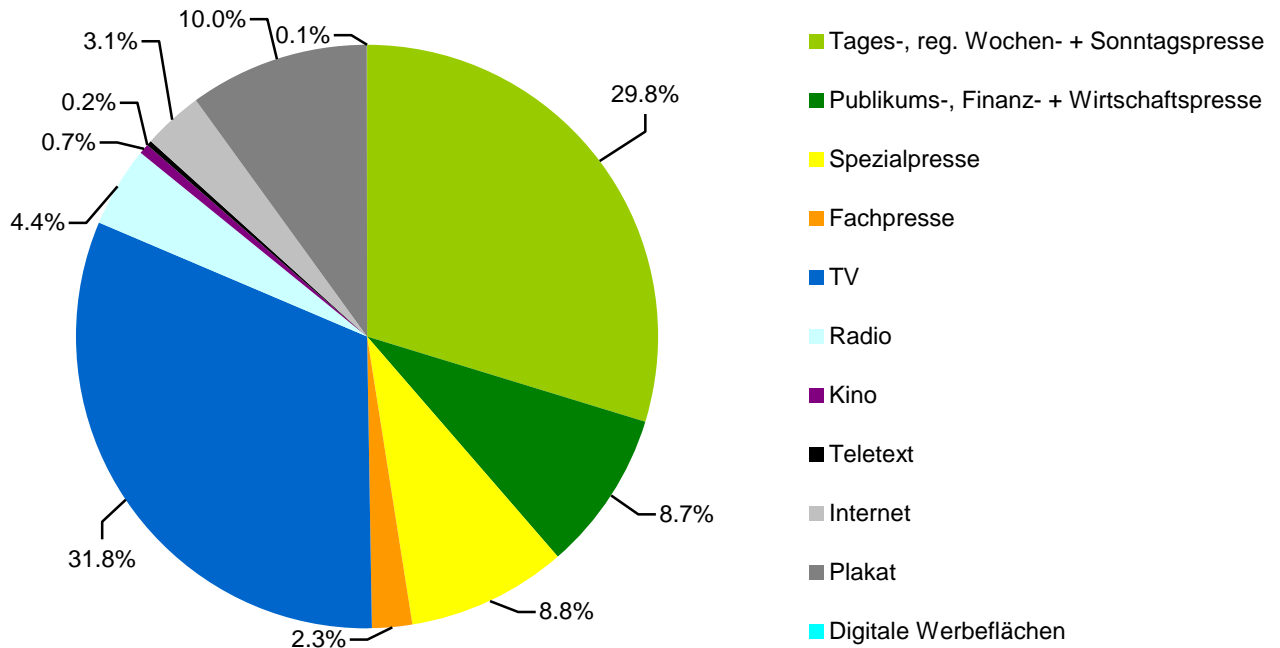
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	BLUEWIN TV
2	BMW X1 GELAENDEWAGEN
3	AXA BANK SPARKONTO PLUS
4	WWW.HELSANA.CH
5	SWISS LIFE VORSORGEVERSICHERUNG
6	SUNRISE FREE INTERNET
7	MC DONALD'S RESTAURANTS
8	OPEL INSIGNIA OPC
9	LG BL20 CHOCOLATE HANDY
10	SKODA YETI GELAENDEWAGEN

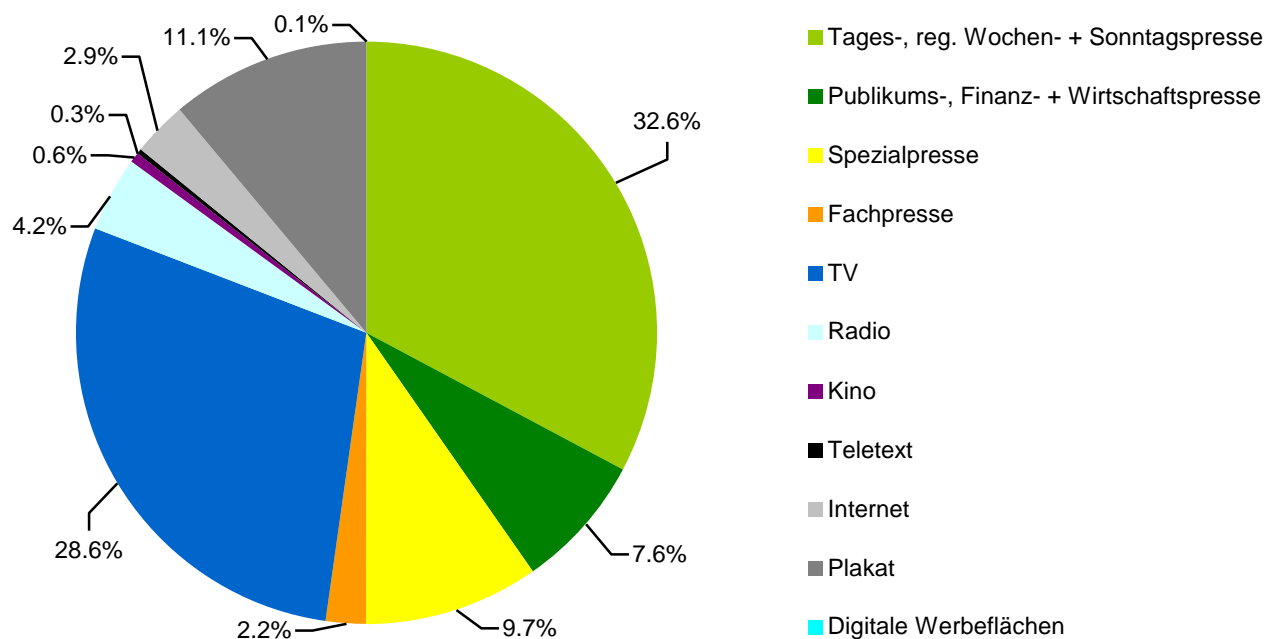
*Produktwerbung (Markenführung); ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

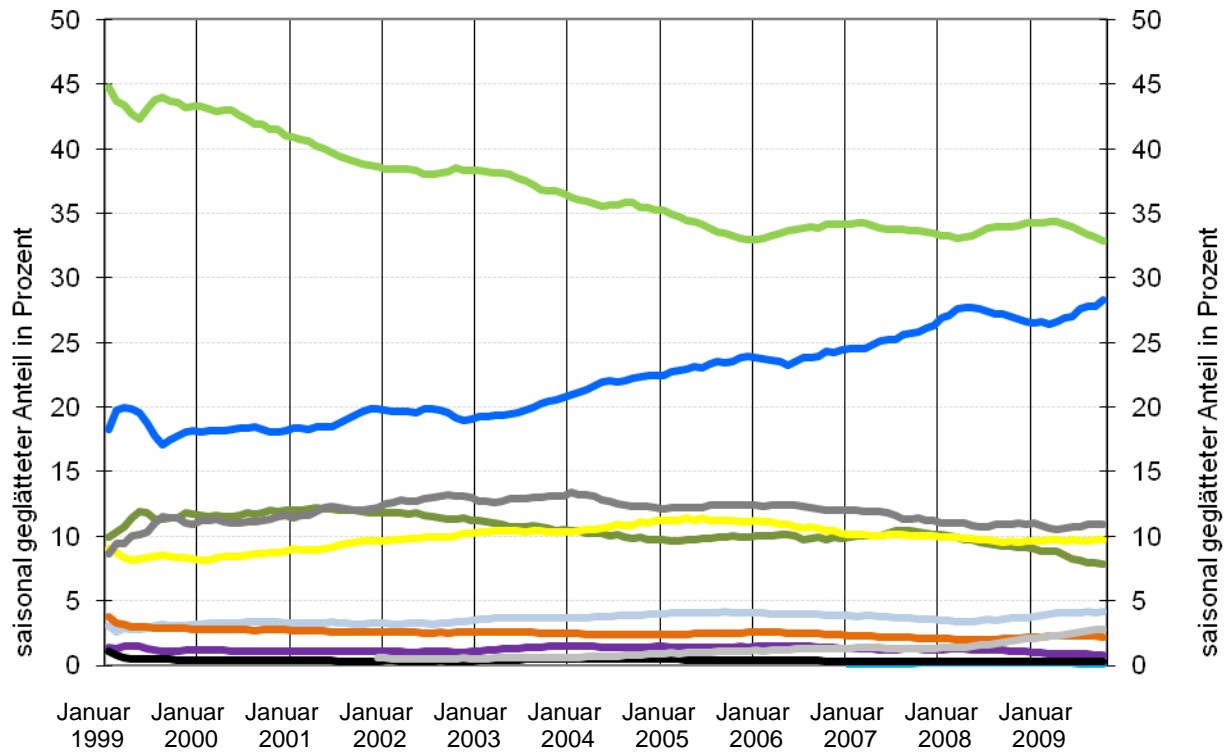
Grafik: Verteilung des Werbedrucks Oktober 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per Oktober 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