

Media Focus

Werbemarkt Trend

Report 2009/09

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

Inhalt

1. Werbemonat September 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 September 2009 – Highlights

Der Werbemonat September hat 2.1% unter dem Vorjahrswert abgeschlossen. Somit beträgt das kumulierte Minus im aktuellen Jahr (Januar bis September) 5.9%. Ein Plus im Monat September konnten die Mediengruppen Plakat, Internet, Spezialpresse und TV verbuchen.

Das erste Mal im aktuellen Jahr legte der Schlüsselmarkt **„Unterhaltungselektronik, Foto & Film“** im Vergleich zum Vorjahresmonat zu. Das Wachstum von insgesamt 1.7 Mio. CHF resultierte in erster Linie aus den Produktgruppen *Film und Pay-TV* (+45.3%; +1.2 Mio. CHF), *Foto* (+176.8%; +780'000 CHF) und *Fernseher* (+69.2%; +470'000 CHF). Im Bereich Film erzielte die Schweizer Kinoproduktion „Cargo“ den höchsten Werbedruck, im Bereich Foto die Digitalkamera Canon EOS 1000D. Insgesamt machten die Top10 der beworbenen Produkte im Monat September fast 50% des Werbedrucks aus. Fünf dieser zehn Produkte wurden im Vorjahr noch nicht beworben. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Werbedrucks von der Produktinnovation dieses Schlüsselmarktes. Das Gerät von Gestern interessiert niemanden.

Wieder einmal stieg der Werbedruck für **„Politische Kampagnen“** aufgrund des Abstimmungswochenendes im Monat September mit 98.5% deutlich an. Während die allgemeine Volksinitiative werbetechnisch quasi ignoriert wurde, generierte die Abstimmung zur Invalidenversicherung einen Werbedruck von insgesamt 7.4 Mio. CHF (5 Mio. CHF im Monat September).

Der Schlüsselmarkt **„Haushaltsartikel/-geräte“** legte mit 20.3% deutlich zu. Dieser Zuwachs stammt fast ausnahmslos aus der Produktgruppe *Waschmittel* (+114.6%; +3.3 Mio. CHF). In diesem höchst kompetitiven Werbeumfeld verteilte sich der Werbedruck im September auf insgesamt 39 Produkte.

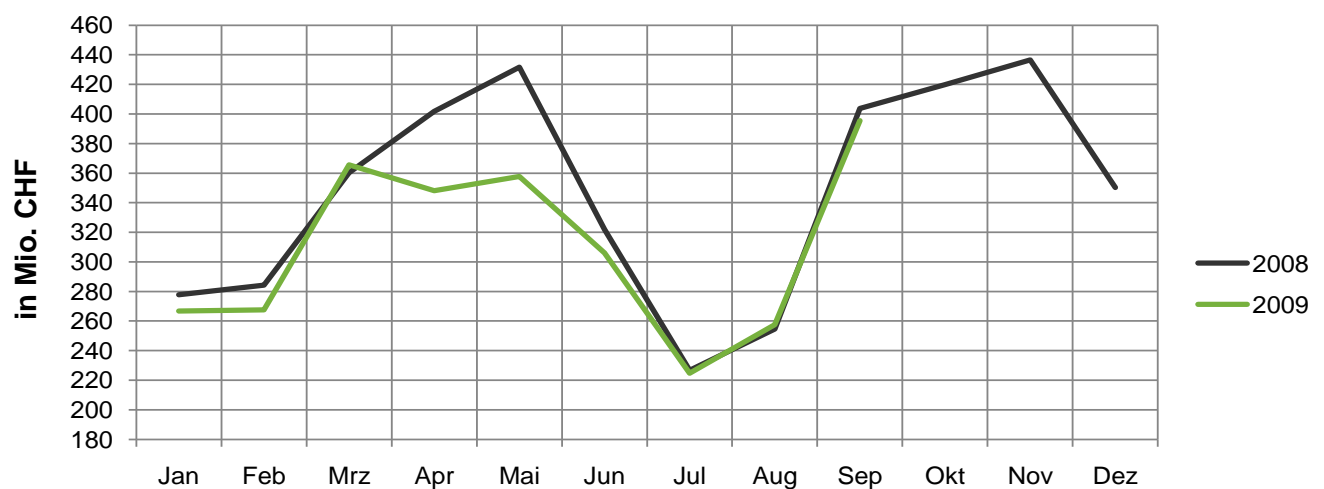
Ebenfalls deutlich im Plus haben folgende Schlüsselmärkte den September abgeschlossen: **„Kosmetik/Körperpflege“** (+16.7%), und **„Energie“** (+18.1%).

2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per September 2009

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	+/- %
Januar	277'847	266'833	-4.0%
Februar	284'285	267'517	-5.9%
März	360'220	365'663	1.5%
April	401'838	348'024	-13.4%
Mai	431'675	357'746	-17.1%
Juni	322'074	306'054	-5.0%
Juli	226'648	224'665	-0.9%
August	254'606	257'587	1.2%
September	403'766	395'486	-2.1%
Oktober	419'812		
November	436'521		
Dezember	350'295		
Year to Date	2'962'960	2'789'574	-5.9%

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

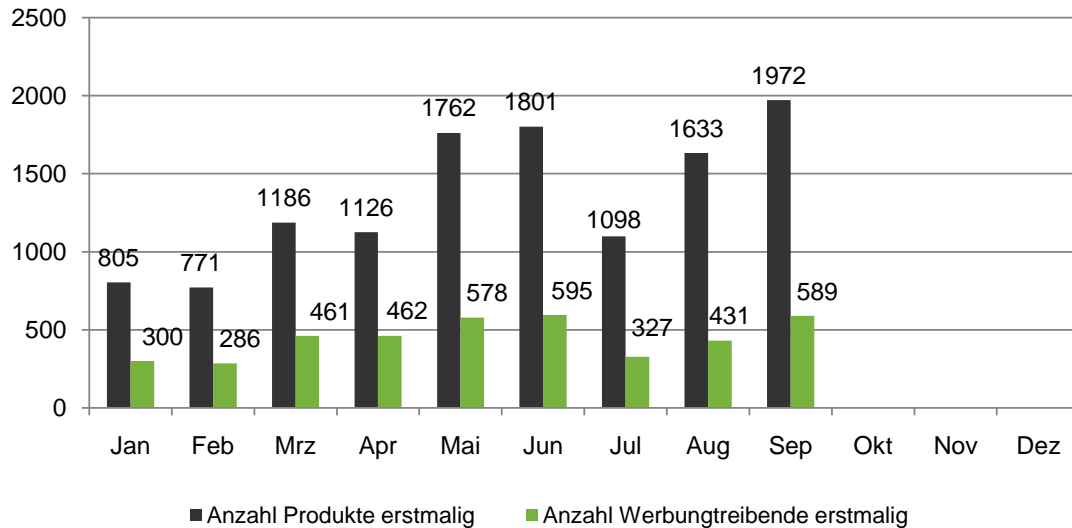


3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

Position	Werbemarkt	September 2009		2009 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ%	TCHF	+/- VJ%
	Alle Märkte	395'486	-2.1	2'789'574	-5.9
1	Bekleidung / Freizeit/ Sport	18'536	-7.7	84'113	-16.5
2	Dienstleistungen	18'436	-7.6	121'169	-17.8
3	Energie	3'317	18.1	21'430	20.1
4	Fahrzeuge	41'628	-4.8	277'383	-7.0
5	Finanzen	35'267	-21.8	199'169	-22.2
6	Gemeinnützige Kampagnen	9'328	-5.6	63'913	-3.7
7	Getränke	10'046	-19.6	100'633	-11.8
8	Haushaltsartikel / -geräte	15'950	20.3	100'246	4.3
9	IT	4'059	5.6	29'271	-8.5
10	Kosmetik / Körperpflege	33'849	16.7	209'670	5.0
11	Möbel / Haus / Garten	16'470	-3.4	114'910	-6.9
12	Nahrungsmittel	33'814	3.7	265'566	2.0
13	Pharma / Gesundheit	9'624	-4.3	84'820	9.3
14	Politische Kampagnen	10'184	98.5	47'151	24.3
15	Tabakwaren	211	-80.6	6'240	-37.3
16	Telekommunikation	16'816	-3.1	134'802	-14.5
17	Tourismus / Verkehr	20'399	-3.6	166'268	0.0
18	Unterhaltungselektronik / Foto / Filme	11'642	17.6	106'199	-15.0
19	Uhren / Schmuck	3'880	-9.7	34'875	-18.1
20	Andere Produktmärkte	50'164	-2.5	362'324	13.2
21	Sortimentswerbung*	17'935	-17.3	177'267	-13.5
22	Imagewerbung*	13'929	17.8	82'154	-24.6

*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	L'ORÉAL
4	PROCTER & GAMBLE
5	SUNRISE COMMUNICATIONS
6	NESTLÉ
7	RECKITT BENCKISER
8	SWISSCOM
9	ORANGE COMMUNICATIONS S.A.
10	MARS SCHWEIZ AG

*Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

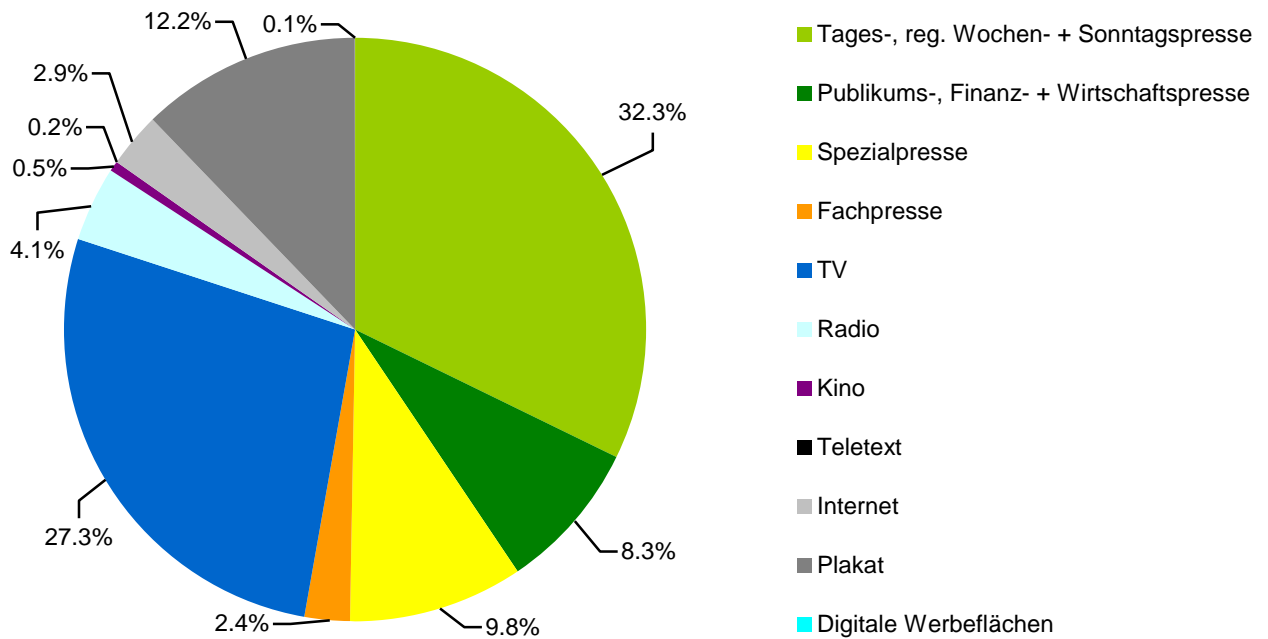
Top 10 Produkte

Position	Produkte*
1	ORANGE MOBILE X-TREME UNLIMITED
2	MC DONALD'S RESTAURANTS
3	MAZDA 3 PKW
4	SUNRISE FREE INTERNET
5	SANITAS COMPACT ONE VERSICHERUNG
6	BLUEWIN TV
7	YALLO MOBILE TARIF
8	AXA WINTERTHUR MOTORFAHRZEUGVERSICHERUNG
9	DANONE ACTIVIA JOGHURT
10	AUDI A 5 SPORTBACK

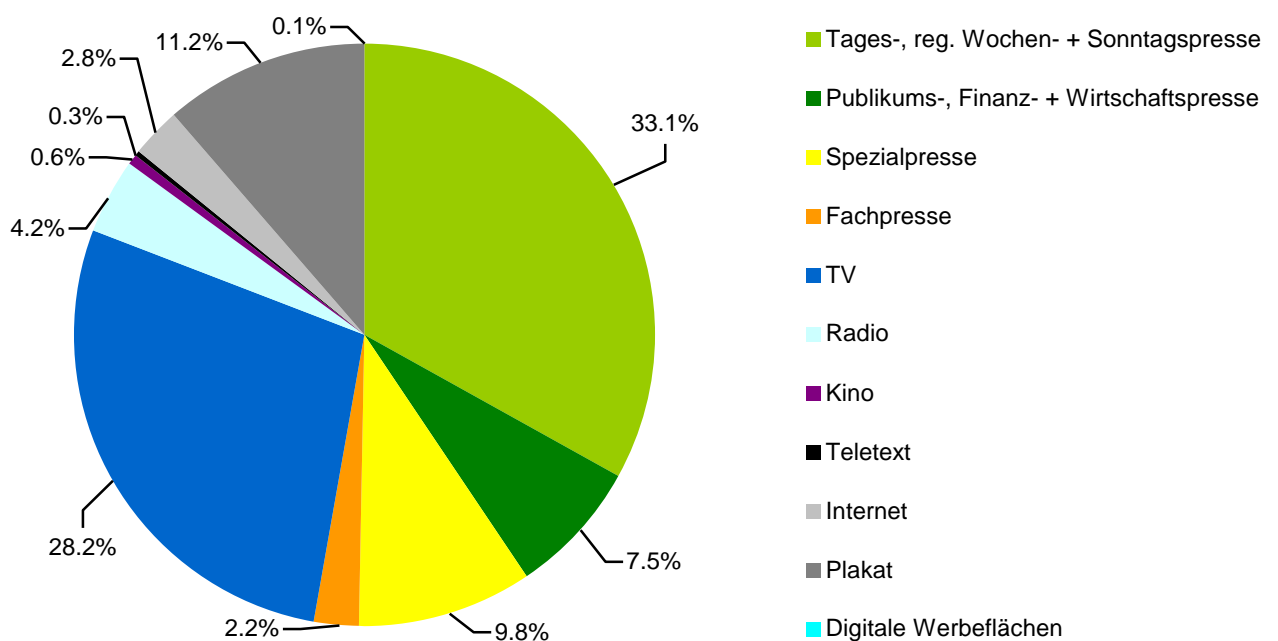
*Produktwerbung (Markenführung); ohne Sortiments- und Imagewerbung

6. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

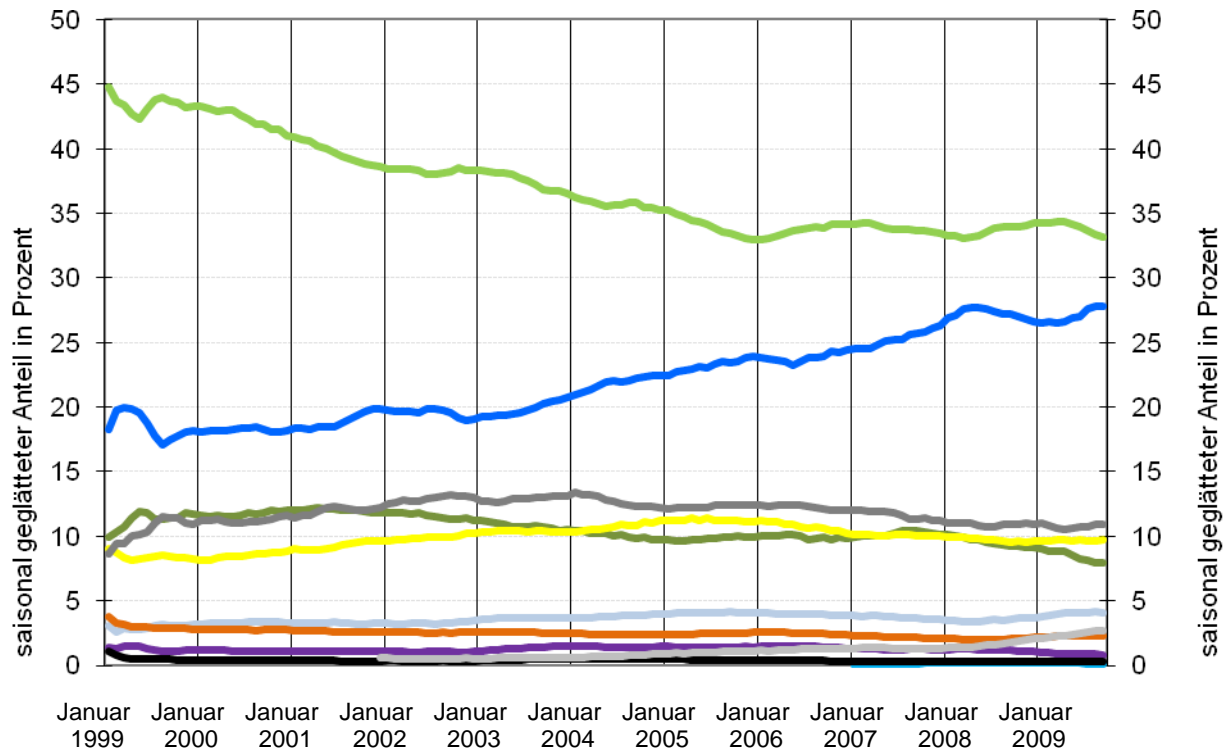
Grafik: Verteilung des Werbedrucks September 2009



Grafik: Verteilung des Werbedrucks Year to Date per September 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