

Nielsen

Ad Market Trend | december 2009

Maandelijks rapport over de ontwikkelingen in de Nederlandse media- en reclamemarkt

Economische ontwikkelingen

In december is de inflatie uitgekomen op 1,1%, 0,1 procentpunt hoger dan in november. December is de vijfde opeenvolgende maand waarin de inflatie is gestegen. Evenals in november, werd dit voornamelijk veroorzaakt door een stijging van de benzineprijzen. In december was benzine 17% duurder dan een jaar eerder. Dit blijkt uit cijfers van het CBS.

De indicator van het consumentenvertrouwen kwam in januari uit op -10, in december was dit nog -11. Met deze kleine verbetering in januari zet de opgaande lijn in het consumentenvertrouwen door.

De voor seizoen gecorrigeerde werkloosheid kwam in de periode oktober t/m december uit op 5,5%, een stijging van 1,6 procentpunt ten opzicht van dezelfde periode een jaar eerder. Ten opzichte van de vorige driemaandsperiode is de werkloosheid 0,1 procentpunt gestegen.

Bruto mediabestedingen

Evenals in november lagen de bruto mediabestedingen in december 2009 hoger dan in 2008. In december noteerde Televisie een stijging van de bruto mediabestedingen (10,9%) en ook Dagbladen wist de positieve trend in december door te zetten (12,7%). Ondanks een stijging in november, daalden de bruto mediabestedingen aan Folders in december (-16,2%). Dit is ook terug te zien in de lagere bruto mediabestedingen aan Retail. De bruto mediabestedingen in december zijn gestegen met 2,2% ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder, in november bedroeg dit percentage nog 5,9%. Verder is de stijging van Bioscoop opvallend, waarschijnlijk te verklaren door een zeer goed filmjaar met bijvoorbeeld de boxoffice topper Avatar die wereldwijd alle records gebroken heeft.

Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, 2009 ten opzichte van 2008

	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec
Totaal	1,1%	-5,8%	-5,9%	-3,3%	-7,4%	-7,8%	1,7%	-1,1%	-9,1%	-1,6%	1,3%	3,4%
TV	4,5%	-1,2%	-3,1%	0,0%	-4,4%	-8,0%	3,8%	-7,0%	-4,7%	-0,3%	3,3%	10,9%
DB	-4,3%	-17,1%	-5,3%	-6,0%	-9,4%	-1,2%	9,4%	3,7%	2,8%	7,2%	6,1%	12,7%
RAD	-2,2%	-6,0%	2,2%	-12,7%	-19,8%	-9,8%	9,1%	-1,9%	-25,2%	-12,3%	-0,7%	-3,8%
FOL	-3,3%	-4,7%	0,0%	10,1%	4,9%	1,0%	7,2%	34,3%	-14,7%	5,3%	17,5%	-16,2%
PTS	3,0%	-12,8%	-23,4%	-20,1%	-24,2%	-16,1%	-21,2%	-22,4%	-21,5%	-16,4%	-12,6%	-5,8%
OOH	26,3%	-8,3%	-30,3%	-6,6%	-8,7%	-8,0%	-1,9%	4,3%	-16,2%	26,6%	-15,2%	5,1%
VTS	-10,5%	-16,5%	-16,6%	-17,3%	-23,0%	-19,7%	-16,0%	-16,5%	-27,3%	-24,4%	-20,3%	-16,7%
INT	-13,6%	15,2%	-6,1%	-0,4%	12,6%	-23,0%	-19,5%	1,0%	-17,3%	-11,7%	-11,4%	-24,4%
SM	0,0%	9,3%	8,9%	2,8%	8,7%	-2,9%	15,9%	-8,3%	16,1%	4,2%	11,0%	-23,2%
BIO	-13,1%	-8,1%	46,6%	34,9%	-3,3%	-31,1%	-10,8%	43,1%	-5,7%	14,3%	-39,6%	115,1%
NB	-36,8%	-8,1%	-5,2%	0,8%	-17,5%	-27,4%	-18,6%	-17,1%	0,4%	-22,8%	-14,2%	-16,8%

TV: Televisie
DB: Dagbladen
RD: Radio

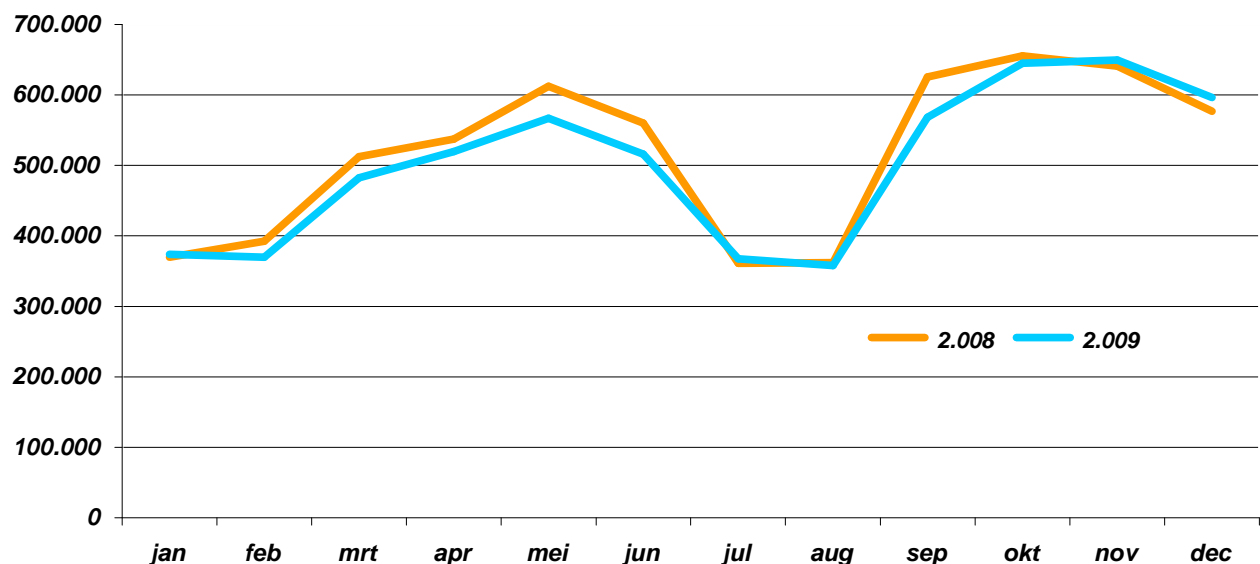
FOL: Folders
PTS: Publiekstijdschriften
OOH: Out of Home

VTS: Vaktijdschriften
INT: Internet
SM: Sponsored Magazines

BIO: Bioscoop
NB: Nieuwsbladen

Bron: Nielsen

Bruto mediabestedingen per maand, 2008 en 2009 YTD (bedragen x 1.000)



Bron: Nielsen

De Retailbranche heeft ook in december weer meer mediadruk gerealiseerd dan in dezelfde maand vorig jaar, voor heel 2009 komt de groei voor deze categorie uit op 5,5%. Ook de bruto mediabestedingen aan Voedings- en Genotmiddelen (3,9%) en Horeca, Toerisme, Recreatie (4,8%) zijn toegenomen in december 2009.

Bruto mediabestedingen hoofdgroepen x € 1.000 en in % ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder (gesorteerd op basis van cumulatieve cijfers 2009)

	2009	dec-09	2009 t.o.v. 2008	dec '09 t.o.v. dec '08
Totaal	6.012.272	596.430	-3,1%	3,4%
Retail	1.242.360	117.227	5,5%	2,2%
Voedings- en Genotmiddelen	848.872	67.837	0,8%	3,9%
Horeca, Toerisme, Recreatie	509.938	45.657	4,9%	4,8%
Telecom, ICT	509.239	50.063	-0,8%	-8,9%
Persoonlijke Verzorging	491.300	59.520	2,1%	43,3%
Overheid, Educatie en Non Profit	386.192	34.927	-2,9%	13,1%
Financiële Dienstverlening	375.866	52.427	-30,9%	-2,7%
Transport	368.082	26.802	-9,6%	-11,3%
Media	310.874	41.363	-5,6%	11,1%
Overige Producten en Diensten	151.611	20.951	10,5%	23,0%
Was- en Reinigingsmiddelen	131.841	8.016	9,3%	15,3%
Zakelijke Dienstverlening	129.477	12.385	-24,5%	-19,0%
Medisch	122.087	12.540	10,6%	-0,9%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	121.879	11.524	23,3%	-17,3%
Mode	80.679	6.733	-22,3%	-32,2%
Huis en Tuin	77.537	8.747	-10,7%	6,7%
Consumenten Elektronica	58.459	11.453	-19,5%	6,0%
Producten Professioneel Gebruik	48.779	4.443	-23,8%	-15,9%
Bouw en Onroerend Goed	26.888	2.240	-33,3%	-30,7%
Agrarisch	20.143	1.573	1,4%	23,7%
Overige Reclame-uitingen	169	4	-43,5%	-85,7%

Bron: Nielsen

Opvallend is dat KPN binnen de top 10 adverteerders in december de enige adverteerder was die minder besteedde ten opzichte van dezelfde maand vorig jaar. KPN is hiermee de enige adverteerder die over heel 2009 minder heeft uitgegeven op basis van bruto mediabestedingen dan in 2008.

Over heel 2009 is er voor de adverteerders Schuitema en Coca Cola elk voor bijna 50% meer aan bruto mediabestedingen geregistreerd. Het mediabudget van L'Oréal was in december 2009 zelfs ruim 80% hoger.

Top 10 adverteerders laatste maand 2009 en cumulatief op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2009)

Ranking			2009	2009 t.o.v. 2008	dec '09 t.o.v. dec '08
2008	2009	Totaal	6.012.272	-3,1%	3,4%
1	1	Unilever Nederland	267.240	9,3%	26,4%
2	2	KPN	120.210	-2,7%	-32,8%
3	3	Procter & Gamble Nederland	99.010	12,4%	38,4%
4	4	L'Oreal Nederland	72.536	2,3%	86,6%
5	5	Albert Heijn	63.354	0,6%	24,6%
16	6	Schuitema	57.135	49,8%	25,2%
15	7	Coca Cola Nederland	55.488	43,0%	41,6%
7	8	Lidl Nederland	50.570	3,2%	9,0%
18	9	Kruidvat Retail	45.914	26,4%	11,5%
6	10	Beiersdorf	45.392	-12,3%	34,8%

Bron: Nielsen

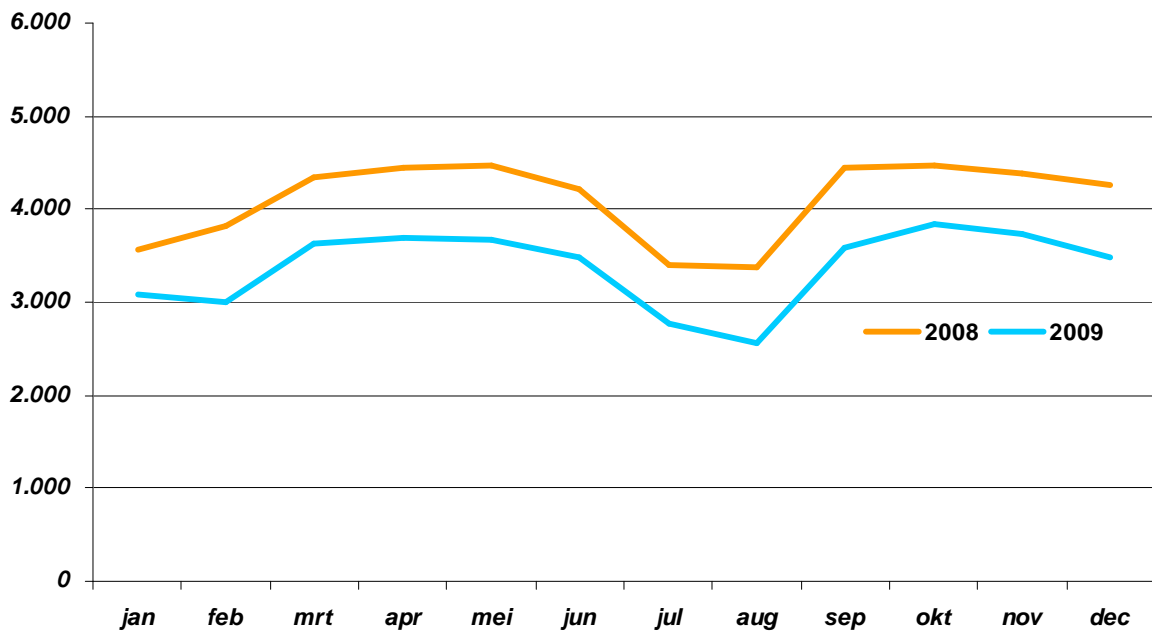
Top 10 producten laatste maand 2009 op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2009)

Ranking			2009	2009 t.o.v. 2008	dec '09 t.o.v. dec '08
2008	2009	Totaal	6.012.272	-3,1%	3%
1	1	Albert Heijn	63.347	0,7%	25%
5	2	C1000	56.559	48,4%	25%
2	3	Lidl	50.570	3,2%	9%
3	4	Kras	41.436	-6,2%	-27%
7	5	McDonald's	40.843	24,1%	-9%
4	6	Gamma	39.082	-0,3%	29%
10	7	Kruidvat	37.602	37,5%	19%
463	8	De Nederlandse Energie Mij.	36.030	-	-
6	9	Media Markt	35.299	-2,2%	-8%
8	10	Artiq	33.376	10,8%	-35%

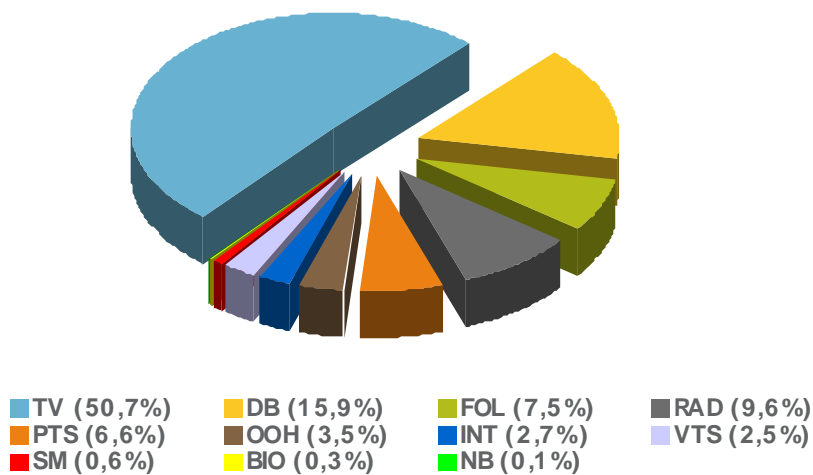
Bron: Nielsen

Aantal adverteerders per maand, 2008 en 2009 YTD



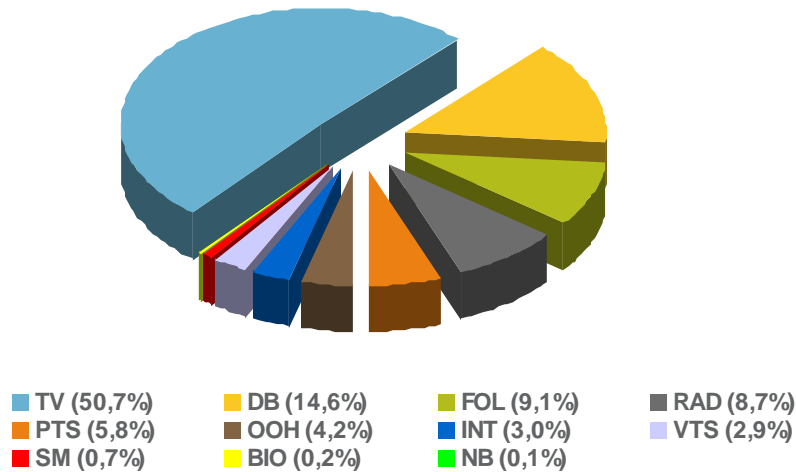
Bron: Nielsen

Marktaandeel mediumtypen december 2009



Bron: Nielsen

Marktaandeelen mediumtypen 2009



Bron: Nielsen

Registratie

Dit informatie in dit rapport is gebaseerd op de mediumtypen Televisie, Radio, Dagbladen, Publiekstijdschriften, Sponsored Magazines, Internet, Vaktijdschriften, Nieuwsbladen, Bioscoop en Out of Home (excl. Digital Out of Home Media). Nielsen registreert de bruto mediabestedingen in Nederland. Hierbij wordt uitgegaan van de bruto tarieven, oftewel de tarieven zoals die op de tariefkaart vermeld staan. De bruto mediabestedingen geven feitelijk de mediadruk weer. Er wordt geen rekening gehouden met eventuele kortingen die verleend worden, barters die afgesloten worden enzovoorts.

Over The Nielsen Company

The Nielsen Company is een wereldspeler op het gebied van informatie en media en neemt de marktleiderspositie in met erkende merken in marketing informatie, onderzoek naar mediabereik en mediabestedingen, online intelligence, mobile measurement, beurzen en tentoonstellingen en business publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). The Nielsen Company is actief in meer dan honderd landen en heeft hoofdkantoren in New York (Verenigde Staten). Kijk voor meer informatie op www.nielsen.com

Media Group, The Netherlands

Postadres:
Postbus 22609
1100 DC Amsterdam ZO

Bezoekadres:
Diemerhof 2
1112 XL DIEMEN



+31 (0)20 – 398 82 00
information-nl@nielsen.com
www.nl.nielsen.com