

Nielsen

Ad Market Trend | maart 2010

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

Economische ontwikkelingen

De inflatie is in maart 2010 uitgekomen op 1,0%. Dit is 0,2% hoger dan in februari. De stijging van de inflatie kwam vooral door de prijsontwikkeling van benzine. Benzine werd in maart duurder, waardoor de prijs nu 17% hoger is dan in maart 2009. In februari was de benzineprijs nog 13% hoger dan een jaar eerder. Benzine is na september 2008 niet zo duur geweest. Dit blijkt uit cijfers van het CBS.

Het volume van de uitvoer van goederen was in februari ruim 11% groter dan een jaar eerder. In januari was dit nog 8%. Hierbij moet rekening worden gehouden met de forse terugval van de uitvoer, die in november 2008 begon. Daarna was het uitvoervolume in de eerste helft van 2009 zo'n 11 tot 15% lager dan een jaar eerder. Sindsdien is de afname steeds kleiner geworden. In december was er voor het eerst weer een hoger uitvoervolume. Het uitvoervolume ligt in februari nog iets onder het niveau van februari 2008.

De stemming onder consumenten verslechterde in april. De indicator van het consumentenvertrouwen kwam uit op -15, tegen -12 in maart. Het vertrouwen in de toekomst liep sterk terug. Het oordeel over het economisch klimaat in de komende 12 maanden verslechterde met 13 punten, dat over de eigen financiële situatie in de komende 12 maanden met 10 punten. Consumenten oordeelden niet alleen pessimistischer over hun eigen financiële situatie in de komende 12 maanden, ze vonden de tijd ook minder gunstig voor het doen van grote aankopen.

Werkloosheid

Uit cijfers van het CBS blijkt dat de seizoensgecorrigeerde werkloosheid in de periode januari t/m maart uitkwam op 5,8% (447.000 personen), een stijging van 1,7 procentpunt ten opzicht van dezelfde periode een jaar eerder. Ten opzichte van de vorige driemaandsperiode is de werkloosheid 0,1 procentpunt gestegen. Over een langere periode bekeken, lijkt het tempo van de daling af te nemen.

Bruto mediabestedingen

1/8

De bruto mediabestedingen zijn in maart uitgekomen op ruim € 512 mln. Ten opzichte van dezelfde maand in 2009 is dat een stijging van 6,2%. Opvallend is dat voor het eerst sinds januari 2009 de mediabestedingen in Publiekstijdschriften gestegen zijn. Binnen Printmedia zijn verder ook de bestedingen aan Dagbladen gegroeid. Sinds juli 2009 (9,5%) noteert Dagbladen al positieve cijfers en deze maand komt uit op 15,6%.

Binnen Audiovisuele media zijn er alleen voor Bioscoop minder bruto mediabestedingen geregistreerd in vergelijking met dezelfde maand in 2009 (-36,7%). Sinds de top-maand december 2009 zijn de bestedingen in de eerste driemaanden van 2010 nog niet boven het niveau van 2009 uitgekomen. Verder hebben Televisie (3,6%) en Radio (4,8%) de postieve trend vast weten te houden binnen dit cluster.

Maart is de derde maand op rij dat er voor Folders meer bruto mediabestedingen zijn geregistreerd dan in dezelfde maand in 2009 (21,7%). Ook Out of Home lijkt de stijgende trend weer opgepakt te hebben (8,7%). Internet is na februari weer onder het niveau van 2009 gezakt (-12,1%).

Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder

	jan-10	feb-10	mrt-10
Totaal	0,5%	10,0%	6,2%
TV	-1,6%	8,1%	3,6%
DB	9,2%	17,8%	15,6%
RAD	0,9%	13,6%	4,8%
FOL	25,7%	32,0%	21,7%
PTS	-14,3%	-7,7%	5,3%
OOH	-14,9%	7,2%	8,7%
VTS	-14,1%	-14,1%	-13,6%
INT	-8,8%	0,1%	-12,1%
SM	-5,1%	-14,0%	-44,6%
BIO	-15,9%	-29,7%	-36,7%

Bron: Nielsen

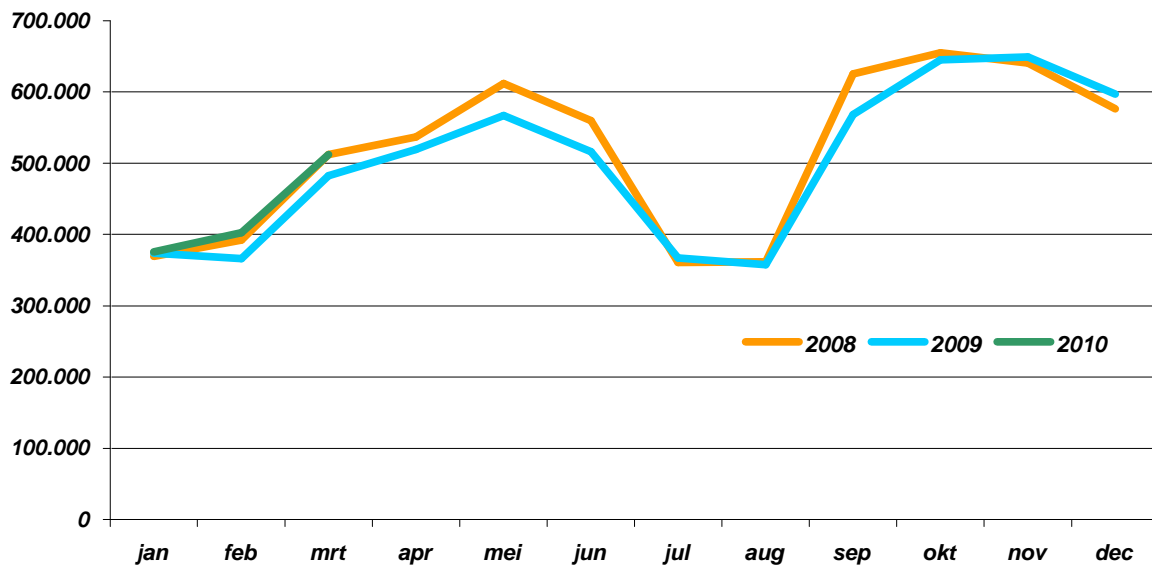
TV: Televisie
DB: Dagbladen
RD: Radio

FOL: Folders
PTS: Publiekstijdschriften
OOH: Out of Home

VTS: Vaktijdschriften
INT: Internet
SM: Sponsored Magazines
BIO: Bioscoop



Bruto mediabestedingen per maand, 2008, 2009 en 2010 YTD (bedragen x 1.000)



Bron: Nielsen

Ook in maart lagen de bruto mediabestedingen hoger dan in 2009 en ongeveer op hetzelfde niveau als in 2008.

Branches

In maart hadden de top 5 branches een aandeel van 60,6%. In totaal is er in 15 van de 21 branches meer besteed dan in 2009. De branche Horeca, Toerisme, Recreatie zit in maart 2010 voor het eerst sinds juni 2009 onder het niveau van de bestedingen een jaar eerder. Overheid, Educatie, Non Profit (8,7%) en Transport (7,1%) noteert voor de eerste keer dit jaar groei. Transport noteerde in de maanden januari, juli en november 2009 een groei van de mediabestedingen, maar in de overige maanden daalden de bestedingen tussen de 10% en 20%. De categorie Telecom, ICT (-11,5%) noteerde in maart voor het eerst in 2010 een daling van de bruto mediabestedingen. In december 2009 daalden de bestedingen met 8,9%. In januari lagen de mediabestedingen aan Financiële dienstverlening nog boven het niveau van 2009, de afgelopen twee maanden zijn de bestedingen weer afgenomen tot een daling van 18,8% in maart 2010.

De categorie Retail blijft de onbetwiste nummer 1 met een groei van 21,3% in maart 2010. Deze groei was voornamelijk vanwege een toename van de mediabestedingen in de categorieën Supermarkten (19,1%), Meubelen (47,4%) en Warenhuizen (23,5%).



Bruto mediabestedingen hoofdgroepen x € 1.000 en in % ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder (gesorteerd op basis van cumulatieve cijfers 2010)

	2010 YTD	mrt-10	mrt- 10 t.o.v. mrt-09
Totaal	1.290.065	512.270	6,2%
Retail	296.838	127.597	21,8%
Voedings- en Genotmiddelen	168.194	67.391	6,9%
Horeca, Toerisme, Recreatie	123.018	39.118	-6,3%
Persoonlijke Verzorging	96.459	40.048	14,3%
Telecom, ICT	92.859	36.225	-11,5%
Overheid, Educatie en Non Profit	84.808	35.249	8,7%
Transport	82.400	30.158	7,1%
Financiële Dienstverlening	72.756	26.355	-18,8%
Media	62.688	24.387	6,7%
Medisch	32.522	10.485	21,5%
Overige Producten en Diensten	31.622	12.340	-9,8%
Was- en Reinigingsmiddelen	28.394	11.624	22,2%
Zakelijke Dienstverlening	24.453	9.456	-25,6%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	23.586	11.530	11,9%
Huis en Tuin	22.580	7.880	51,8%
Mode	17.591	10.417	10,7%
Producten Professioneel Gebruik	9.707	4.066	-14,0%
Consumenten Elektronica	8.792	2.973	32,4%
Bouw en Onroerend Goed	6.037	2.878	10,3%
Agrarisch	4.714	2.077	15,5%
Overige Reclame-uitingen	47	15	25,0%

Bron: Nielsen

Top 10 adverteerders

De top 10 adverteerders is in maart wederom helemaal groen gekleurd, de bruto mediabestedingen van alle adverteerders waren hoger dan in dezelfde maand in 2009. De grootste stijger deze maand is Kruidvat die binnenkomt op de 4^e plaats komend vanaf plaats 15 met een stijging van de bruto mediabestedingen van 125,8%. Ook Media Markt (10^e) is deze maand nieuw in de top 10 met een groei van 34,3%.

In maart had de top 10 een aandeel in de totale mediabestedingen van 15%. In maart 2009 was dit 13%.

Top 10 adverteerders laatste maand 2010 en cumulatief op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2010)

Ranking			2010 YTD	mrt-10	mrt-10 t.o.v. mrt-09
jan-mrt '09	jan-mrt '10	Totaal	1.290.064	512.270	6,2%
1	1	Unilever Nederland	53.022	20.390	15,3%
3	2	Procter & Gamble Nederland	23.259	10.035	90,1%
2	3	KPN	22.116	10.398	6,1%
16	4	Kruidvat Retail	16.160	6.895	125,8%
6	5	Schuitema	16.064	6.158	9,7%
4	6	L'Oreal Nederland	15.597	6.839	64,6%
7	7	Lidl Nederland	12.570	5.035	22,3%
14	8	Albert Heijn	12.168	4.797	36,0%
5	9	Kras	10.781	3.625	9,4%
39	10	T-Mobile	10.630	3.818	24,2%

Bron: Nielsen

Top 10 producten laatste maand 2010 op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2010)

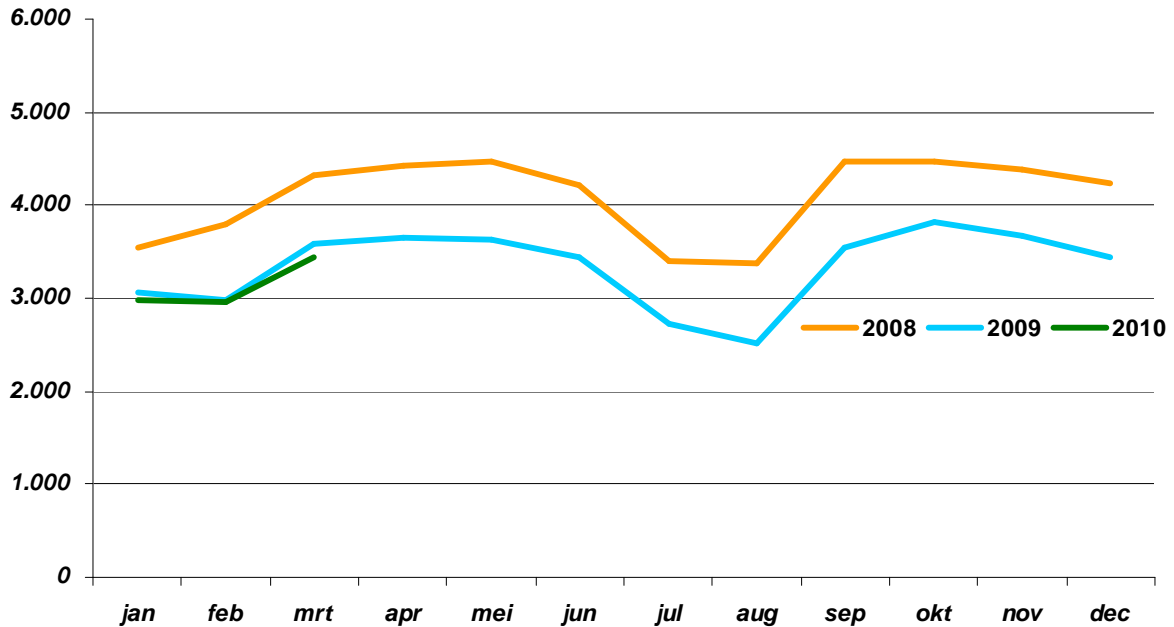
Ranking			2010 YTD	mrt-10	mrt-10 t.o.v. mrt-09
jan-mrt '09	jan-mrt '10	Totaal	1.290.064	512.270	6,2%
1	1	C1000	16.064	6.158	9,7%
9	2	Kruidvat	13.531	5.852	144,5%
3	3	Lidl	12.570	5.035	22,3%
4	4	Albert Heijn	12.168	4.797	36,0%
2	5	Kras	10.778	3.625	9,4%
5	6	Gamma	9.108	2.970	-11,5%
8	7	McDonald's	8.875	3.130	5,0%
10	8	De Nederlandse Energie Mij.	8.776	3.862	23,3%
12	9	Hema	8.034	2.822	-2,3%
7	10	Media Markt	7.857	3.250	1,8%

Bron: Nielsen

Top 10 producten

Er is voor twee van de tien producten in de top 10 minder geadverteerd in maart 2010 ten opzichte van 2009. Op basis van cumulatieve cijfers in 2010 zijn er vijf stijgers in de lijst: Kruidvat, Gamma, McDonald's, De Nederlandse Energie Maatschappij en Hema.

Aantal adverteerders per maand, 2008, 2009 en 2010 YTD



Aantal adverteerders

Er hebben in maart 150 adverteerders niet geadverteerd waarvoor vorig jaar maart wel nog mediabestedingen geregistreerd zijn, een daling van 4,2%. In totaal zijn er 3.435 adverteerders geregistreerd.

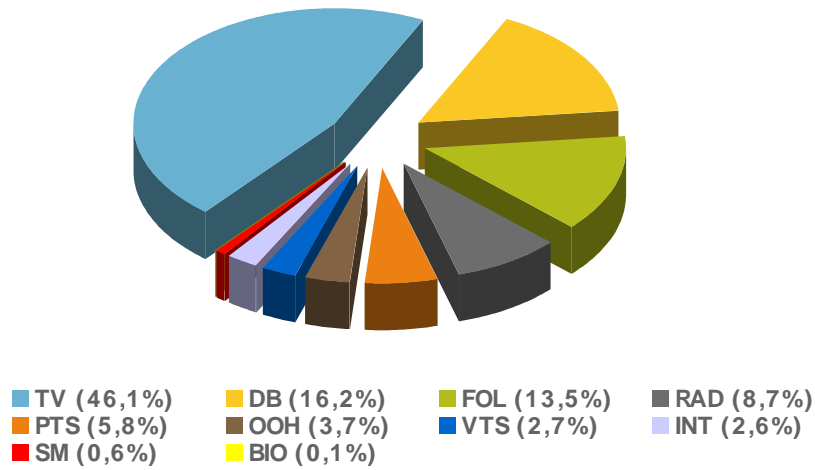
Marktaandeelen

Het mediumtype Dagbladen heeft in maart het marktaandeel vergroot met 1,3%. Ook Folders (1,7%) en Out of Home (0,1%) hebben een groter marktaandeel dan in maart 2009. Alle overige mediumtypen hebben marktaandeel in moeten leveren, Televisie heeft met -1,1% de grootste veer moeten laten.

Over de eerste drie maanden van 2010 heeft Dagbladen ook het marktaandeel vergroot met 1,3% en ook nu voornamelijk ten koste van Televisie (-0,9%). Folders heeft 2,0% meer marktaandeel en Radio is gelijk gebleven. De overige mediumtypen hebben marktaandeel in moeten leveren.

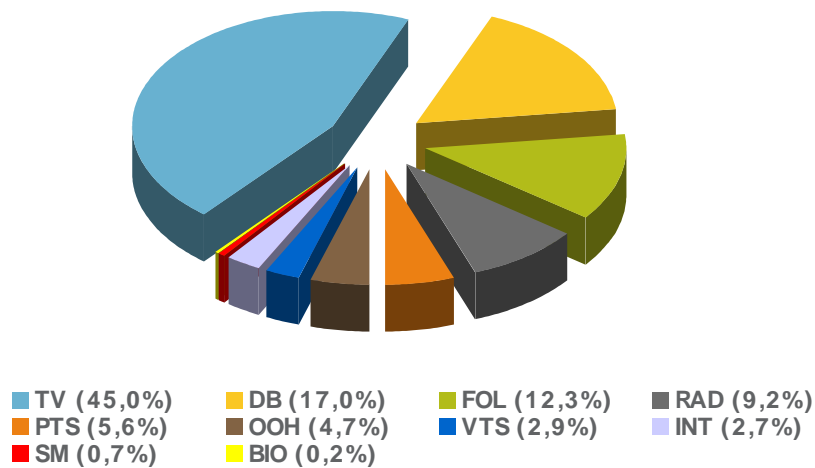


Marktaandeel mediumtypen maart 2010



Bron: Nielsen

Marktaandeel mediumtypen januari - maart 2010



Bron: Nielsen



Registratie

Dit informatie in dit rapport is gebaseerd op de mediumtypen Televisie, Radio, Dagbladen, Publiekstijdschriften, Sponsored Magazines, Internet, Vaktijdschriften, 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 mediumbereik 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