

Nielsen

Ad Market Trend | april 2010

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

Economische ontwikkelingen

De Nederlandse economie is in het eerste kwartaal van 2010 uitgekomen op een groei van 0,1% ten opzichte van hetzelfde kwartaal in 2009. Ten opzichte van het voorgaande kwartaal groeide de Nederlandse economie in het eerste kwartaal van 2010 met 0,2%. Dit is het derde kwartaal op rij met een positieve kwartaal-op-kwartaalgroei. Wel is deze groei minder dan in de voorgaande twee kwartalen.

De inflatie is in april 2010 gestegen naar 1,1%. Dit is 0,1 procentpunt hoger dan in maart. De stijging van de inflatie komt vooral door duurdere vliegreizen. Een vliegticket was in april gemiddeld 12,6% duurder dan een jaar eerder. Hogere groenteprijzen en verblijfskosten in het buitenland droegen ook bij aan de toename van de inflatie. Dit blijkt uit cijfers van het CBS.

Het volume van de uitvoer van goederen was in maart bijna 14% groter dan een jaar eerder. In februari was dit nog 10%. Hierbij moet rekening worden gehouden met de forse terugval van de uitvoer, die in november 2008 begon. In december was er voor het eerst weer een hoger uitvoervolume. Het uitvoervolume ligt in maart nog iets onder het niveau van maart 2008.

Bruto mediabestedingen

De bruto mediabestedingen zijn in april uitgekomen op ruim € 552 mln. Ten opzichte van dezelfde maand in 2009 is dat een stijging van 7,0%. In april is bioscoop het zevende mediumtype dat boven het niveau van 2009 zit. Na drie maanden van dalingen is bioscoop uitgekomen op een groei van 7,3%.

De groei van de bruto mediabestedingen binnen het cluster Audiovisuele media is uitgekomen op 6,6%. Ook de bruto mediabestedingen aan televisie (5,9%) en radio (10,7%) zijn toegenomen in vergelijking met dezelfde maand in 2009.

Publiekstijdschriften heeft de positieve trend in april weten vast te houden en komt uit op een groei van 13%. Ook dagbladen blijft in de groene cijfers (14,3%), april is hiermee de tiende maand op rij.

April is de vierde maand op rij dat er voor folders meer bruto mediabestedingen zijn geregistreerd dan in dezelfde maand in 2009 (10,0%) en voor out of home is het de derde maand op rij met groei (10,2%). Internet is ook in april weer onder het niveau van 2009 gezakt (-19%).

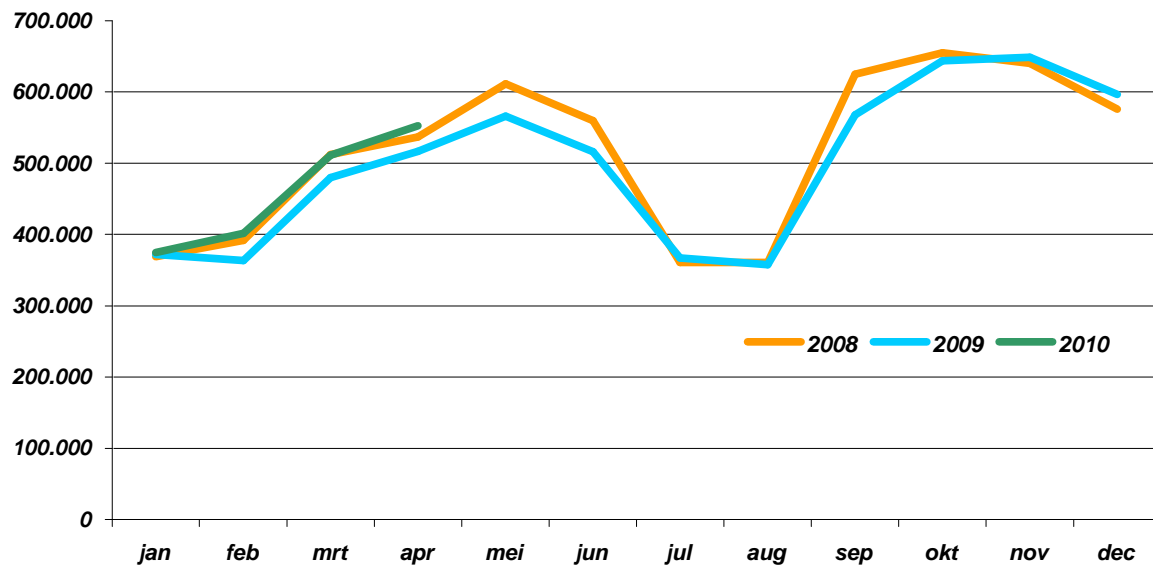
Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder

	jan	feb	mrt	apr
Totaal	0,8%	10,5%	6,5%	7,0%
DB	9,2%	17,8%	15,0%	14,3%
PTS	-14,4%	-7,8%	5,1%	13,0%
SM	-5,1%	-14,0%	-35,6%	-5,9%
VTS	-14,1%	-13,8%	-12,7%	-12,4%
TV	-1,5%	8,2%	3,6%	5,9%
RAD	0,5%	13,8%	4,8%	10,7%
BIO	-15,9%	-29,7%	-36,7%	7,3%
OOH	-10,9%	16,9%	17,2%	10,2%
FOL	25,7%	32,0%	21,7%	10,0%
INT	-8,8%	0,1%	-12,1%	-19,0%

Bron: Nielsen

DB: dagbladen	TV: televisie	OOH: out of home
PTS: publiekstijdschriften	RAD: radio	FOL: folders
SM: sponsored magazines	BIO: bioscoop	INT: internet
VTS: vaktijdschriften		

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



Bron: Nielsen

De bruto mediabestedingen lagen in april bijna € 36 mln. hoger dan in 2009 en bijna € 16 mln. hoger dan in 2008.

Branches

Op basis van de bruto mediabestedingen tot en met april 2010 waren het voornamelijk de kleinere categorieën waarvan de mediabestedingen onder het niveau van 2009 lagen. In totaal is er door 13 van de 21 branches meer besteed dan in 2009. De top 5 branches had een aandeel van 61,4%. De categorieën Overheid, Educatie, Non Profit (5,9%) en Transport (8,7%) hebben de groei ook in april vast weten te houden. De bestedingen binnen Telecom, ICT (8,9%) zijn weer opgelopen na de daling in maart. De daling van de categorie Financiële dienstverlening is afgenomen tot 4,5% in april 2010.

De groei van Retail (12,0%) was voornamelijk vanwege een toename van de mediabestedingen in de categorieën Supermarkten (6,4%), DHZ Artikelen (8,7%), Meubelen (6,7%) en Warenhuizen (7,8%). De nummer twee deze maand is Voedings- en Genotmiddelen (4,4%). De grootste stijger binnen deze categorie is Zuiveldrank met een toename van 62%.



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	apr-10	apr '10 vs apr '09
Totaal	1.839.543	552.365	7,0%
Retail	424.068	127.503	12,0%
Voedings- en Genotmiddelen	252.953	84.812	4,4%
Persoonlijke Verzorging	146.052	49.535	26,1%
Telecom,ICT	133.460	40.579	8,9%
Transport	118.971	36.549	8,7%
Horeca,Toerisme,Recreatie	157.774	35.714	-7,7%
Overheid, Educatie en Non Profit	116.473	31.878	5,9%
Financiële Dienstverlening	104.589	31.834	-4,5%
Media	86.875	25.066	7,3%
Overige Producten en Diensten	49.892	18.341	52,2%
Mode	28.760	11.064	23,2%
Was- en Reinigingsmiddelen	38.886	10.663	1,3%
Medisch	43.140	10.582	54,5%
Huis en Tuin	32.899	10.279	34,5%
Brandstof,Energie,(Petro)Chemie	31.540	7.988	-29,4%
Zakelijke Dienstverlening	32.444	7.968	-41,3%
Producten Professioneel Gebruik	14.401	4.720	-13,1%
Consumenten Elektronica	12.525	3.732	-31,1%
Bouw en Onroerend Goed	7.396	1.892	-13,8%
Agrarisch	6.364	1.631	-4,1%
Overige Reclame-uitingen	81	35	218,2%

Bron: Nielsen

Top 10 adverteerders

Tot en met april 2010 was Mars de hoogste nieuwe binnenkomer in de top 10 adverteerders met een groei van 117,1%. Deze adverteerder stijgt 18 plaatsen en komt binnen op de 10^e plaats. Ook Media Markt (9^e) en Kruidvat (6^e) zijn deze maand nieuw in de top 10.

Adverteerder Lidl heeft in april 2010 als enige minder besteed dan in 2009 en komt uit op -6,4%. Alle overige adverteerders hebben de bestedingen toe laten nemen, Procter & Gamble en Schuitema zelfs met respectievelijk 66,2% en 62,6%

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	apr-10	apr'10 vs apr '09
jan-apr '09	jan-apr '10	Totaal	1.839.543	552.365	7,0%
1	1	Unilever Nederland	77.961	24.933	11,4%
2	2	KPN	32.056	9.679	4,0%
3	3	Procter & Gamble Nederland	31.818	8.560	66,3%
5	4	Schuitema	24.367	8.455	62,6%
6	5	L'Oreal Nederland	22.178	6.650	35,6%
15	6	Kruidvat Retail	20.883	4.723	29,0%
8	7	Albert Heijn	17.453	5.286	5,6%
7	8	Lidl Nederland	16.937	4.367	-6,4%
18	9	Media Markt Saturn Nederland	15.614	5.016	46,4%
28	10	Mars Nederland	15.316	5.515	117,1%

Bron: Nielsen

Top 10 producten laatste maand 2010 op basis van bruto mediabestedingen

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

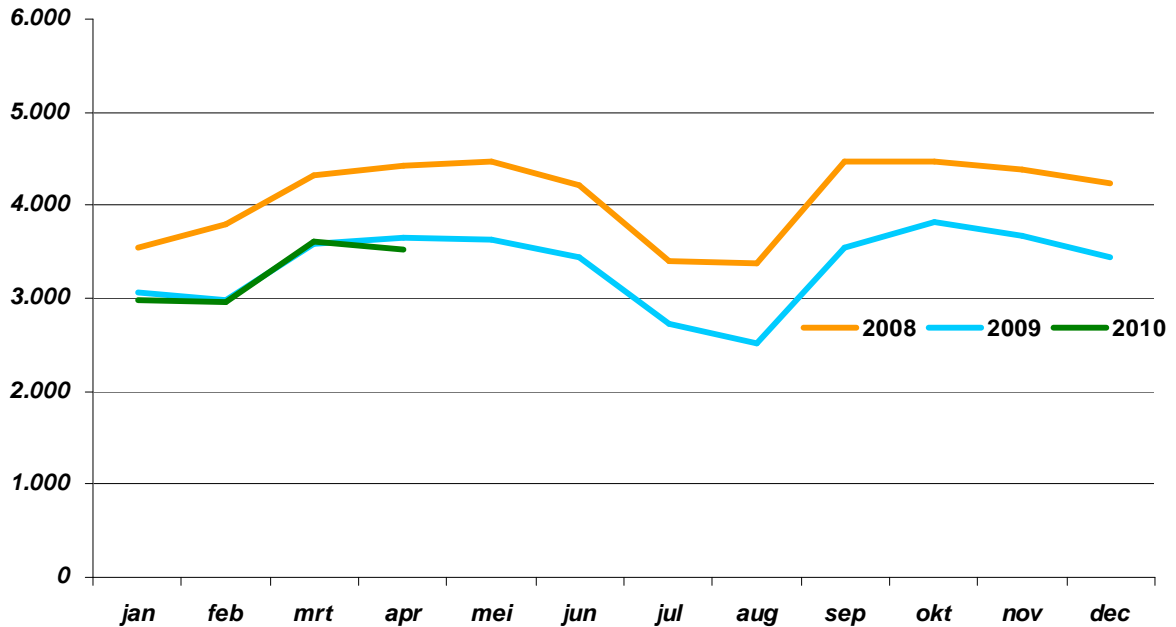
Ranking			2010 YTD	apr-10	apr'10 vs apr'09
jan-mrt '09	jan-mrt '10	Totaal	1.839.543	552.365	7,0%
1	1	C1000	24.367	8.455	62,6%
3	2	Albert Heijn	17.453	5.286	5,6%
9	3	Kruidvat	17.373	3.840	30,3%
2	4	Lidl	16.937	4.367	-6,4%
4	5	Kras	14.417	3.632	2,8%
5	6	Gamma	12.875	3.766	-18,9%
7	7	Media Markt	11.522	3.665	13,5%
8	8	McDonald's	11.405	2.530	-13,4%
11	9	De Nederlandse Energie Mij.	10.614	1.837	-3,8%
14	10	Praxis	10.271	4.613	63,6%

Bron: Nielsen

Top 10 producten

Evenals vorige maand staat C1000 ook tot en met april 2010 op de eerste plaats in de top 10 producten. Met een stijging van 62,6% is het ook meteen de tweede grootste stijger in april. Alleen de toename van de bruto mediabestedingen voor Praxis is net iets hoger, 63,6%. De Nederlandse Energie Maatschappij heeft deze maand voor het eerst dit jaar minder besteed dan in dezelfde maand in 2009, de bestedingen namen af met 3,8%.

Aantal adverteerders per maand, 2008, 2009 en 2010 YTD



Aantal adverteerders

Er zijn in april 131 adverteerders minder geregistreerd in vergelijking met dezelfde maand in 2009, een daling van 3,6%. In totaal zijn er 3.520 adverteerders geregistreerd.

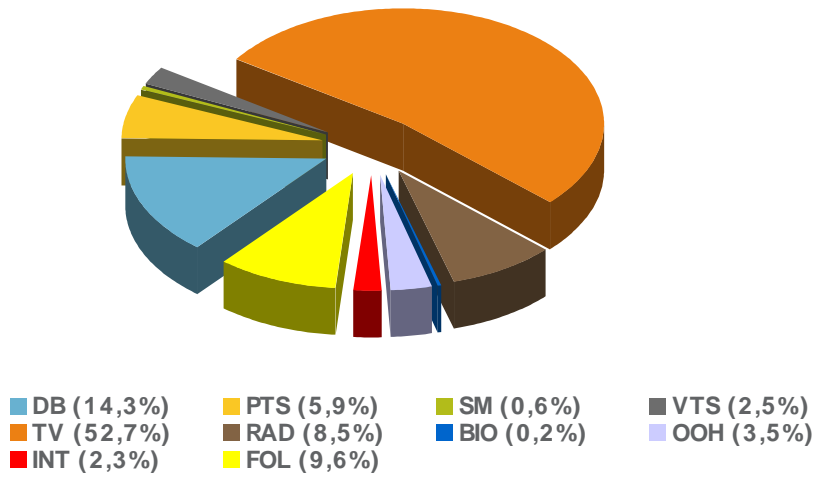
Marktaandelen

Ten opzichte van april 2009 heeft dagbladen het marktaandeel vergroot met 1,0%. Dit is voornamelijk ten koste gegaan van het marktaandeel van internet (-0,7%) en vaktijdschriften (-0,6%).

Over de eerste vier maanden van 2010 hebben folders en dagbladen het marktaandeel weten te vergroten met respectievelijk 1,5% en 1,1%. Behalve vaktijdschriften (-0,6%), internet (-0,5%) en publiekstijdschriften (-0,4%), bleef het marktaandeel van de overige mediumtypen nagenoeg gelijk.

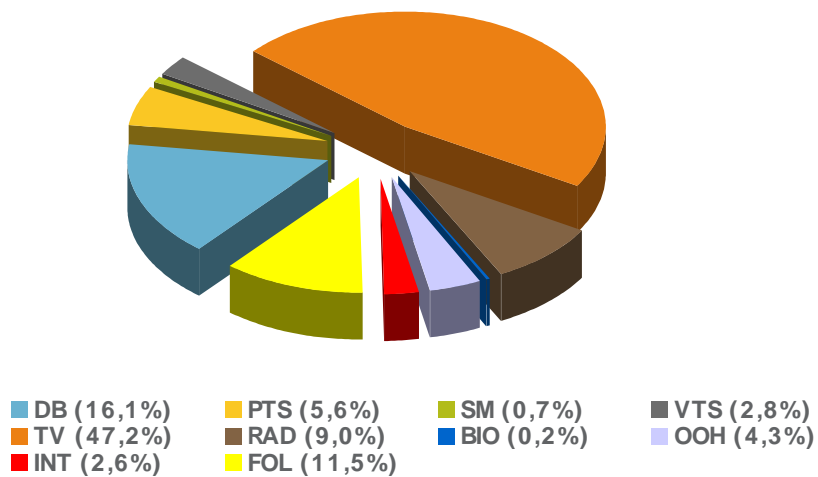


Marktaandelen mediumtypen april 2010



Bron: Nielsen

Marktaandelen mediumtypen januari - april 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 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