

Nielsen

Ad Market Trend | mei 2009

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

Bruto mediabestedingen

Mei is de derde maand op rij die een daling van de bruto mediabestedingen laat zien ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder. Behalve het mediumtype Folders (4,9%) noteerden alle mediumtypen een daling in mei 2009. De grootste dalingen werden geregistreerd in Publiekstijdschriften (-27,3%) en Vaktijdschriften (-22,6%).

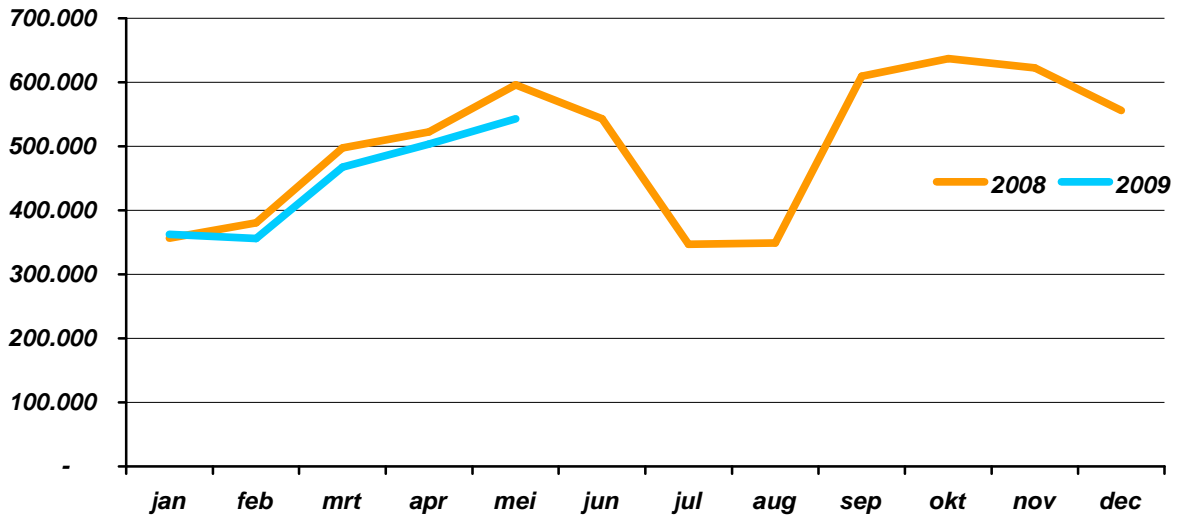
Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, 2009 ten opzichte van 2008

2009 t.o.v. 2008	januari	februari	maart	april	mei
Totaal	1,6%	-6,5%	-6,1%	-3,6%	-8,9%
Televisie	4,4%	-1,1%	-3,1%	-0,1%	-5,0%
Dagbladen	-4,5%	-17,4%	-5,7%	-6,3%	-10,1%
Folders	-3,3%	-4,7%	0,0%	10,1%	4,9%
Radio	-2,3%	-5,9%	2,6%	-12,0%	-19,5%
Publiekstijdschriften	1,2%	-13,3%	-24,2%	-20,4%	-27,3%
Out Of Home	27,1%	-7,2%	-32,1%	-9,4%	-14,7%
Vaktijdschriften	-10,7%	-14,4%	-15,1%	-17,3%	-22,6%
Sponsored Magazines	0,4%	-3,6%	7,4%	-10,8%	-1,3%
Bioscoop	-13,1%	-8,1%	46,6%	34,9%	-3,3%
Nieuwsbladen	-36,0%	-9,4%	-5,7%	-0,8%	-18,5%

Bron: Nielsen



Bruto mediabestedingen per maand, 2008 en 2009 YTD



Bron: Nielsen

Ondanks de algemene negatieve trend besteedden een aantal branches meer in mei 2009. Voornamelijk Agrarisch (115,6%), Brandstof, Energie,(Petro)Chemie (113,1%), Medisch (54,9%) en Was- en Reinigingsmiddelen (38,0%) vormden de uitzondering.

In de periode januari – mei 2009 steeg de hoofdgroep Brandstof, Energie, (Petro) Chemie het meest (60,5 %). Dit was vooral te danken aan Energiebedrijven die 78,1% meer investeerden.



Bruto mediabestedingen hoofdgroepen x € 1.000 en in % ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder

	jan - mei 2009	mei-09	jan - mei 2009	mei-09
Totaal	2.231.402	542.910	-5,1%	-8,9%
Retail	476.876	114.542	2,5%	2,3%
Voedings- en Genotmiddelen	326.264	88.600	-1,5%	-8,3%
Horeca, Toerisme, Recreatie	188.466	41.408	0,1%	2,4%
Persoonlijke Verzorging	167.257	45.193	-8,3%	-19,3%
Telecom, ICT	162.383	42.854	-4,8%	-6,3%
Financiële Dienstverlening	136.506	28.228	-26,8%	-45,5%
Transport	145.573	36.207	-10,7%	-7,9%
Overheid, Educatie en Non Profit	146.133	31.111	2,8%	-0,9%
Media	109.964	24.813	-7,0%	-4,6%
Zakelijke Dienstverlening	53.168	10.435	-19,3%	-34,2%
Overige Producten en Diensten	51.235	8.710	-13,1%	-28,9%
Was- en Reinigingsmiddelen	50.180	12.879	1,8%	38,0%
Medisch	45.770	10.913	14,5%	54,9%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	51.048	17.018	60,5%	113,1%
Mode	31.872	6.544	-28,1%	-41,7%
Huis en Tuin	29.840	6.909	-23,7%	-23,3%
Consumenten Elektronica	18.179	6.963	-30,6%	-40,0%
Producten Professioneel Gebruik	20.340	4.321	-23,6%	-37,1%
Bouw en Onroerend Goed	11.087	2.176	-29,0%	-46,3%
Agrarisch	9.204	3.073	25,0%	115,6%
Overige Reclame-uitingen	58	13	-59,4%	-56,7%

Bron: Nielsen

In de top 10 adverteerders blijft Unilever Nederland veruit de nummer één. Ten opzichte van mei 2008 heeft Unilever 3,8% meer geadverteerd en in de periode jan – mei 2009 -0,6% ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. De nummer twee, KPN, heeft in mei het budget opgeschroefd met 72,7%, de grootste toename in mei onder de top 10 adverteerders. Beiersdorf staat in mei met een toename van 39,0% op een derde plaats. Verder is Coca Cola Nederland met een stijging van 59,4% in mei en 23,2% cumulatief in 2009 opvallend. Deze adverteerder komt van de 20^e plaats en staat in mei op nummer 5.

Van de adverteerders in de top 10 heeft Mars Nederland het budget het meest teruggeschoefd, zij besteedden 25,9% minder. In de top 10 producten is er minder geadverteerd voor Albert Heijn (-20,2%), Kras (-9,2%) en Gamma (-4,1%).

**Top 10 adverteerders in mei 2009 en cumulatief op basis van bruto mediabestedingen
(x € 1.000)**

Ranking		jan - mei '09			
mei-08	mei-09	mei-09	mei-09	t.o.v. jan - mei '08	
1	1 Unilever Nederland	30.504	3,8%	-0,6%	
4	2 KPN	11.446	72,7%	12,0%	
15	3 Reckitt Benckiser Nederland	6.377	39,0%	15,3%	
3	4 L'Oreal Nederland	6.332	-5,0%	-0,2%	
20	5 Coca Cola Nederland	6.201	59,4%	23,2%	
2	6 Beiersdorf	6.190	-38,5%	-10,7%	
7	7 Procter & Gamble Nederland	5.785	1,1%	-0,3%	
7083	8 De Nederlandse Energie Mij	5.720	-	-	
10	9 Royal FrieslandCampina	5.180	0,0%	5,8%	
9	10 Mars Nederland	5.037	-5,1%	-25,9%	

Bron: Nielsen

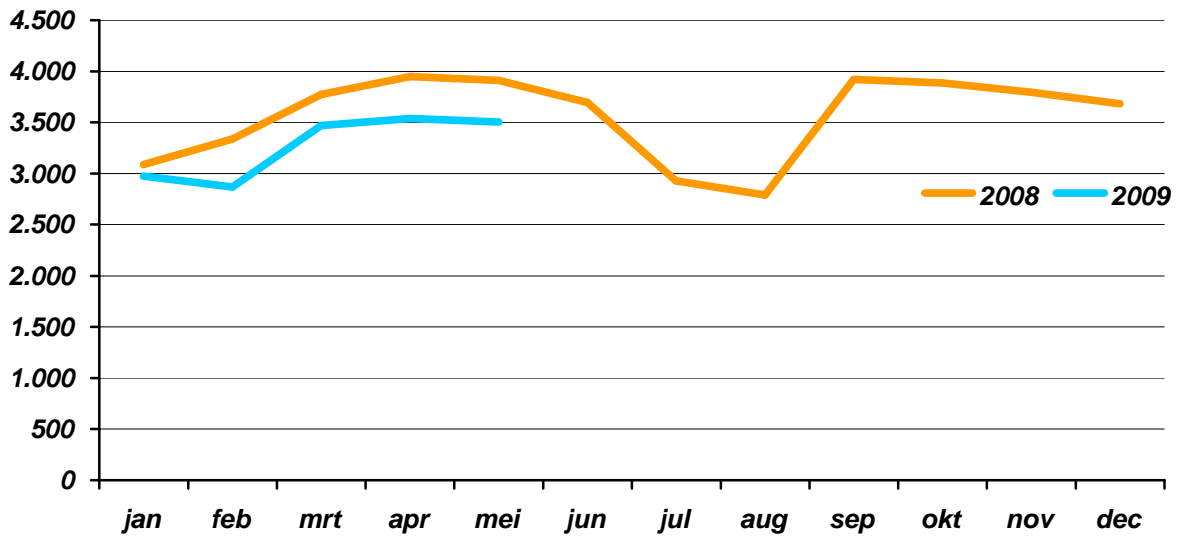
Top 10 producten in mei 2009 op basis van bruto mediabestedingen (x € 1.000)

Ranking		jan - mei '09			
mei-08	mei-09	mei-09	mei-09	t.o.v. jan - mei '08	
9833	1 De Nederlandse Energie Mij.	5.720	-	-	
2	2 Albert Heijn	4.977	-2,1%	-20,2%	
8	3 C1000	4.822	34,1%	49,1%	
41	4 KPN Digitenne	4.163	132,6%	17,4%	
12	5 Artiq SMS	4.125	48,3%	34,8%	
9	6 McDonald's	3.882	15,7%	24,7%	
9834	7 KPN Bellen & Internet Mob.Zakel.	3.791	-	681,8%	
6	8 Kras	3.781	-5,4%	-9,2%	
10	9 Lidl	3.648	9,1%	8,6%	
5	10 Gamma	3.416	-17,4%	-4,1%	

Bron: Nielsen

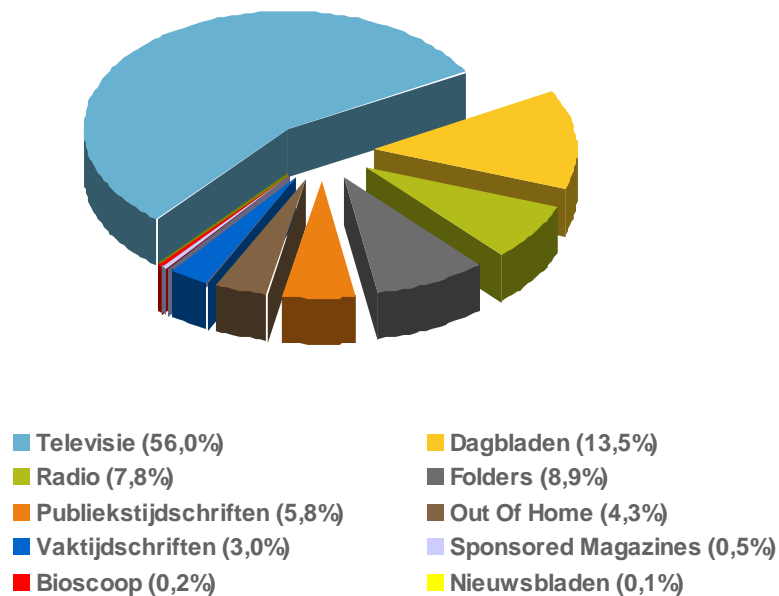
De top 10 adverteerders is 1,3% meer gaan adverteren, de top 100 besteedde 1,3% minder. Van de bijna 17.000 bedrijven die adverteerden heeft de top 10.000 4,7% minder geadverteerd in de eerste vijf maanden van 2009 ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Was er in de periode jan – apr 2009 over deze drie gemiddelden individueel nog sprake van een stijging, over de eerste vijf maanden spendeerde alleen de top 10 adverteerders meer ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. In dezelfde periode zijn er 0,5% minder advertenties geplaatst, terwijl dit over jan – apr 09 nog toegenomen was met 1,4%. Er zijn effectief dus niet alleen minder adverteerders, er wordt ook minder advertentieruimte geboekt.

Aantal adverteerders per maand, 2008 en 2009 YTD



Bron: Nielsen

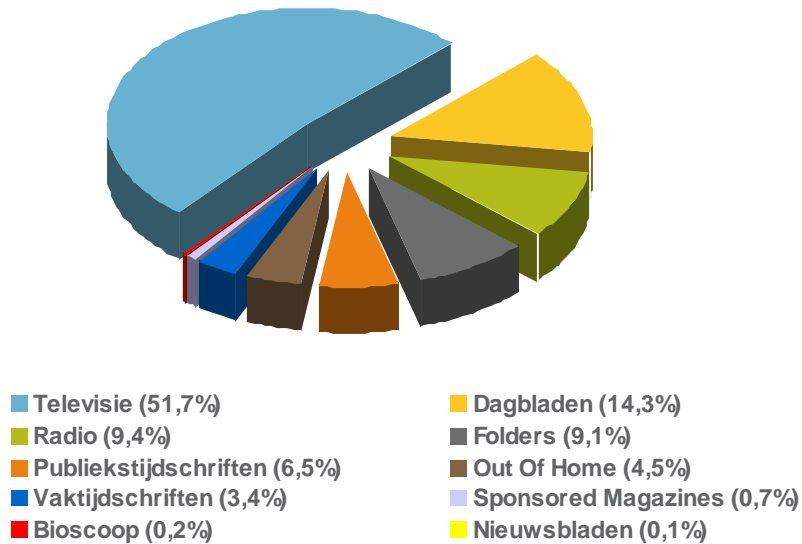
Marktaandeel mediumtypen mei 2009



Bron: Nielsen



Marktaandeelen mediumtypen juni '08- mei '09



Bron: Nielsen

Registratie

Dit informatie in dit rapport is gebaseerd op de mediumtypen Televisie, Radio, Dagbladen, Publiekstijdschriften, Sponsored Magazines, Vaktijdschriften, Nieuwsbladen, Bioscoop en Out of Home. Nielsen registreert de bruto mediabestedingen in Nederland. Hierbij wordt uitgegaan van de bruto tarieven, oftewel de tarieven zoals die op de tariefkaart vermeld staan. Daarbij wordt dus geen rekening gehouden met eventuele kortingen die verleend worden, barthers 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