

Nielsen

Ad Market Trend | juni 2009

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

Economische ontwikkelingen

De economie is in het eerste kwartaal van 2009 met 4,5% gekrompen. Dit is de sterkste afname in meer dan zestig jaar. Vooral de export en de investeringen liepen sterk terug. Ten opzichte van het voorafgaande kwartaal kromp de economie met 2,6%. Zo'n grote kwartaal-op-kwartaal-krimp is niet eerder gemeten. Vooral de export en de investeringen waren in het eerste kwartaal fors lager dan een jaar eerder. Het volume van de uitvoer van goederen en diensten was 11,7% kleiner dan een jaar eerder. Ook de investeringen waren 9,5% lager. Verder besteedden huishoudens 2,4% minder dan vorig jaar. De overheidsconsumptie was met 2,5% groter dan in het eerste kwartaal van 2008. Door dit alles begint de werkloosheid begint op te lopen.

Werkloosheid

De voor seizoengecorrigeerde werkloosheid kwam in de periode april – juni 2009 uit op 368.000 personen, 4,7% van de werkzame beroepsbevolking. Dit is 16.000 personen meer dan in de vorige driemaandsperiode. Het is de vierde maand op rij dat er sprake is van een sterk stijgende werkloosheid, blijkt uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek.

Bruto mediabestedingen

Juni is de vierde maand op rij die een daling van de bruto mediabestedingen laat zien ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder. De daling is ten opzichte van een maand eerder wel iets minder scherp geworden (-8,1%). Alleen Folders wist nog een kleine groei te behalen ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder (+1,0%). Verder noteerden alle mediumtypen een daling. De grootste daling werd geregistreerd bij Bioscoop (-31,1%), terwijl dit mediumtype twee maanden eerder nog 34,9% groeide. Ook Sponsored Magazines noteerde een sterke daling (-16,8%). Opvallend is dat de mediumtypen Radio en Dagbladen de grootste afname van de daling registreerden in juni 2009 ten opzichte van mei 2009. Dagbladen zit met -1,5% boven het marktgemiddelde van juni 2009, terwijl er een maand eerder nog een daling van 9,7% werd geregistreerd. Verder is de daling van Radio 10,3 procentpunt minder dan in mei.

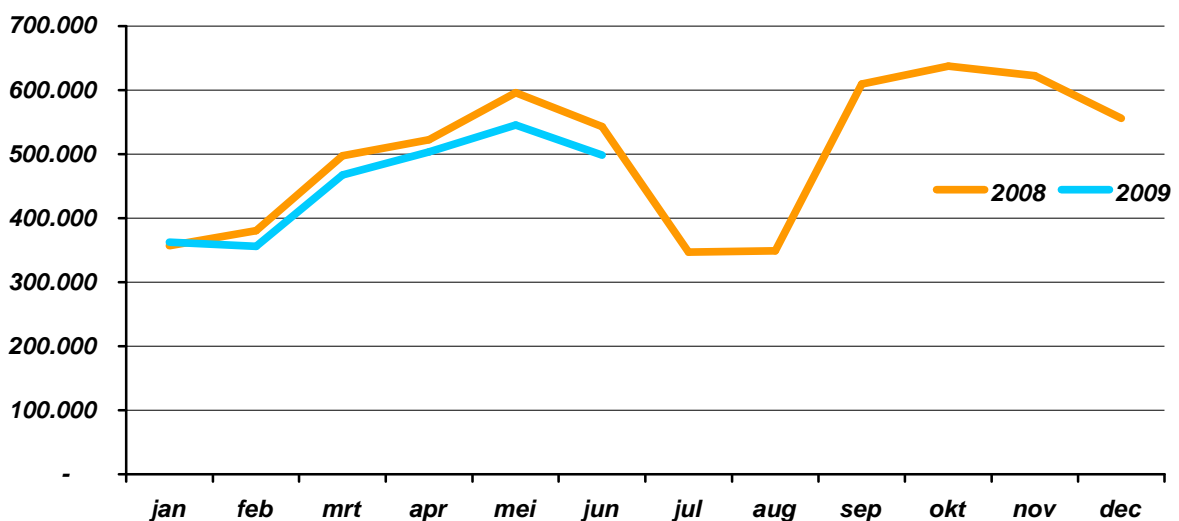


Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, 2009 ten opzichte van 2008

2009 t.o.v. 2008	januari	februari	maart	april	mei	juni
Totaal	1,6%	-6,5%	-6,1%	-3,6%	-8,6%	-8,1%
Televisie	4,4%	-1,1%	-3,1%	-0,1%	-5,0%	-8,5%
Dagbladen	-4,6%	-17,3%	-5,5%	-6,1%	-9,7%	-1,5%
Folders	-3,3%	-4,7%	0,0%	10,1%	4,9%	1,0%
Radio	-2,3%	-5,9%	2,6%	-12,0%	-19,4%	-9,1%
Publiekstijdschriften	1,3%	-13,3%	-24,1%	-20,4%	-25,0%	-18,9%
Out Of Home	27,1%	-7,2%	-32,0%	-9,3%	-12,2%	-11,5%
Vaktijdschriften	-10,6%	-16,6%	-16,5%	-17,2%	-23,3%	-21,1%
Sponsored Magazines	0,4%	-3,6%	7,6%	-9,7%	0,0%	-16,8%
Bioscoop	-13,1%	-8,1%	46,6%	34,9%	-3,3%	-31,1%
Nieuwsbladen	-36,0%	-9,4%	-5,2%	-0,8%	-17,8%	-27,5%

Bron: Nielsen

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



Bron: Nielsen

Over de eerste zes maanden van 2009 is er in de Retailbranche 3,0% meer besteed. Verder heeft ook de Overheid een duit in het zakje gedaan (2,6%). Ook in de branches Was- en Reinigingsmiddelen (7,8%), Medisch (11,5%), Brandstof, Energie en (Petro)Chemie (57,6%) en Agrarisch (21,2%) waren de bruto mediabestedingen hoger dan in dezelfde periode in 2008.

De bruto mediabestedingen in Financiële Dienstverlening (-33,2%) en Zakelijke Dienstverlening (-22,7%) blijven afnemen. De daling in de sector Transport (-11,7%) wordt veroorzaakt door een daling van 15,3% in de categorie Personenauto's. Zonder deze categorie zou Transport een groei van 1,4% laten zien.

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

	jan - jun 2009	jun-09	jan - jun 2009	jun-09
Totaal	2.732.435	499.052	-5,6%	-8,1%
Retail	586.636	109.733	3,0%	5,2%
Voedings- en Genotmiddelen	404.907	78.592	-2,0%	-4,0%
Horeca, Toerisme, Recreatie	230.189	41.461	-1,6%	-9,0%
Telecom, ICT	202.481	39.689	-3,7%	0,2%
Persoonlijke Verzorging	212.851	44.895	-5,8%	3,2%
Financiële Dienstverlening	160.299	23.602	-33,2%	-56,0%
Transport	175.408	29.736	-11,7%	-16,8%
Overheid, Educatie en Non Profit	178.611	32.239	2,6%	0,6%
Media	133.319	23.202	-5,1%	4,1%
Zakelijke Dienstverlening	62.604	8.767	-22,7%	-42,1%
Overige Producten en Diensten	60.286	9.037	-10,4%	8,3%
Was- en Reinigingsmiddelen	62.768	12.581	7,8%	40,2%
Medisch	57.006	11.197	11,5%	0,6%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	61.667	10.565	57,6%	43,9%
Mode	37.109	5.117	-25,6%	-8,1%
Huis en Tuin	34.293	4.406	-22,4%	-12,9%
Consumenten Elektronica	26.083	7.858	-30,6%	-30,7%
Producten Professioneel Gebruik	22.482	2.918	-27,5%	-35,2%
Bouw en Onroerend Goed	12.820	2.131	-39,3%	-61,4%
Agrarisch	10.510	1.284	21,2%	-0,9%
Overige Reclame-uitingen	106	44	-36,1%	120,0%

Bron: Nielsen

In de top 10 adverteerders hebben zes van de tien adverteerders meer geadverteerd in de eerste zes maanden van 2009. De nummer één in de top adverteerders, Unilever, heeft 2% meer geadverteerd in de periode januari – juni 2009 ten opzichte van 2008. In juni heeft Unilever 11,2% meer geadverteerd. KPN en Reckitt Benckiser hebben beide minder geadverteerd in juni, maar over de eerste zes maanden van 2009 namen de bestedingen nog wel toe. Beiersdorf heeft in juni 2009 bijna 50% meer geadverteerd, in mei was dit 39% en hiermee lijkt deze adverteerder de strategie gewijzigd te hebben.

Coca Cola en Schuitema blijven nog steeds sterke stijgers. Coca Cola heeft in jan – jun 2009 24,3% meer uitgegeven aan reclame en Schuitema 39,2%. Hiermee staan ze respectievelijk op de 6^e en 7^e plaats in de top 10.

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

Ranking			jun-09	jun-09	jun-09
jan - jun 2008	jan - jun 2009	Totaal	499.052	t.o.v. jun-08	t.o.v. jan - jun 2008
1	1	Unilever Nederland	30.881	11,2%	2,0%
2	2	KPN	8.824	-18,5%	5,6%
3	3	Procter & Gamble Nederland	5.950	-25,3%	-5,7%
5	4	L'Oreal Nederland	6.948	-11,3%	-3,0%
7	5	Reckitt Benckiser Nederland	4.943	-20,4%	6,6%
10	6	Coca Cola Nederland	6.007	27,9%	24,3%
16	7	Schuitema	4.721	6,9%	39,2%
6	8	Beiersdorf	5.121	46,3%	-2,9%
4	9	Albert Heijn	5.498	-24,0%	-21,1%
9	10	Lidl Nederland	4.245	6,3%	8,2%

Bron: Nielsen

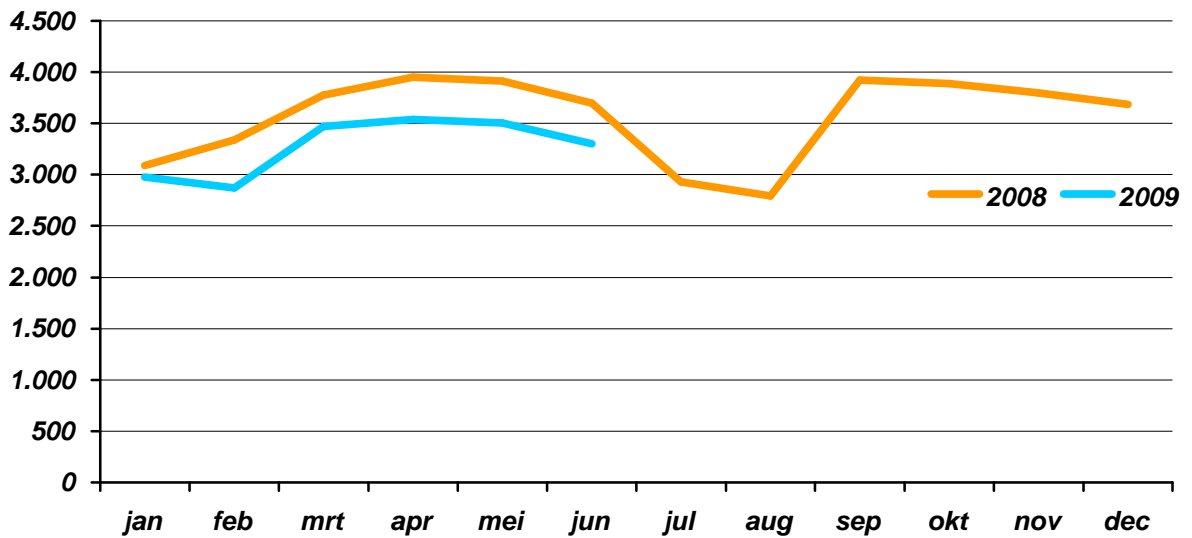
Top 10 producten juni 2009 op basis van bruto mediabestedingen (x € 1.000)

Ranking			jun 2009	jun-09	jun-09
jan - jun 2008	jan - jun 2009	Totaal	499.052	t.o.v. jun-08	t.o.v. jan - jun 2008
5	1	C1000	4.707	6,6%	39,2%
1	2	Albert Heijn	5.498	-24,0%	-21,1%
3	3	Lidl	4.245	6,3%	8,2%
2	4	Kras	4.151	24,6%	-4,6%
4	5	Gamma	2.855	-7,5%	-4,6%
8	6	McDonald's	4.121	19,4%	23,5%
6	7	Media Markt	3.776	-6,7%	-0,5%
11	8	Artiq	3.762	15,5%	30,0%
22641	9	De Nederlandse Energie Mij.	3.295	-	-
10	10	Kruidvat	3.195	38,8%	16,7%

Bron: Nielsen

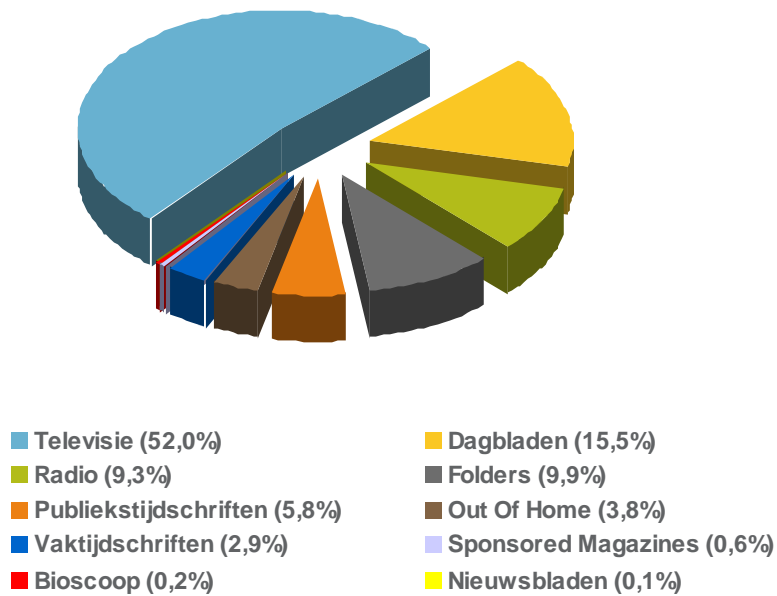
Ondanks dat er in de eerste zes maanden van 2009 3% meer is geadverteerd in de Retailbranche, is er 21,1% minder geadverteerd voor Albert Heijn en dit product staat hiermee op de tweede plaats. De toename van de advertentie-uitgaven van Schuitema hebben ervoor gezorgd dat C1000 op de eerste plaats is komen te staan.

Aantal adverteerders per maand, 2008 en 2009 YTD



Bron: Nielsen

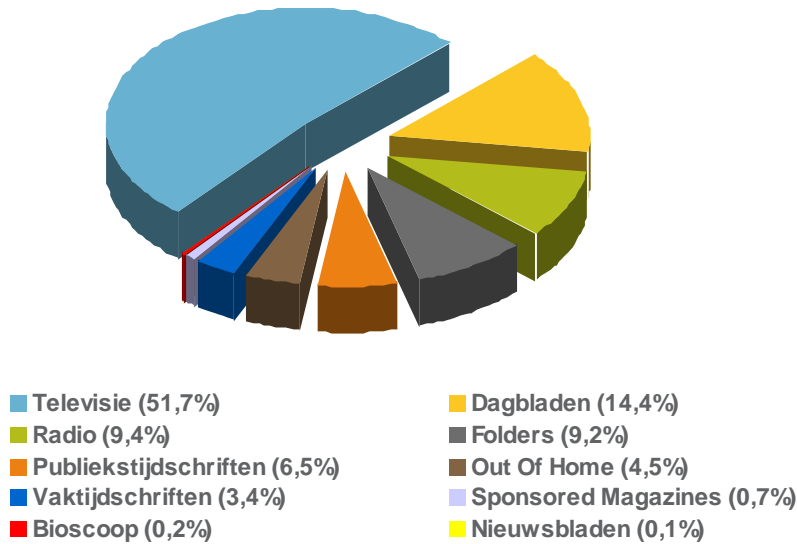
Marktaandeel mediumtypen juni 2009



Bron: Nielsen



Marktaandeelen mediumtypen juli '08- juni '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, 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