

Nielsen

Ad Market Trend | juli 2009

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

Economische ontwikkelingen

De Nederlandse economie is in het tweede kwartaal van 2009 met 5,1 % gekrompen ten opzichte van hetzelfde kwartaal een jaar eerder, blijkt uit cijfers van het CBS. Deze krimp is nog iets groter dan die in het eerste kwartaal die al de grootste was na de Tweede Wereldoorlog. De investeringen liepen het sterkst terug, maar ook de export was meer dan 10 % lager dan een jaar geleden. Huishoudens gaven minder uit en de overheidsbestedingen namen als enige wel toe. In het tweede kwartaal van 2009 was het volume van de uitvoer van goederen en diensten 10,9 % lager dan in hetzelfde kwartaal van 2008. Deze daling is groot, maar iets minder dan die in het eerste kwartaal. Dit geldt zowel voor de uitvoer van Nederlands product als voor de wederuitvoer.

Bruto mediabestedingen

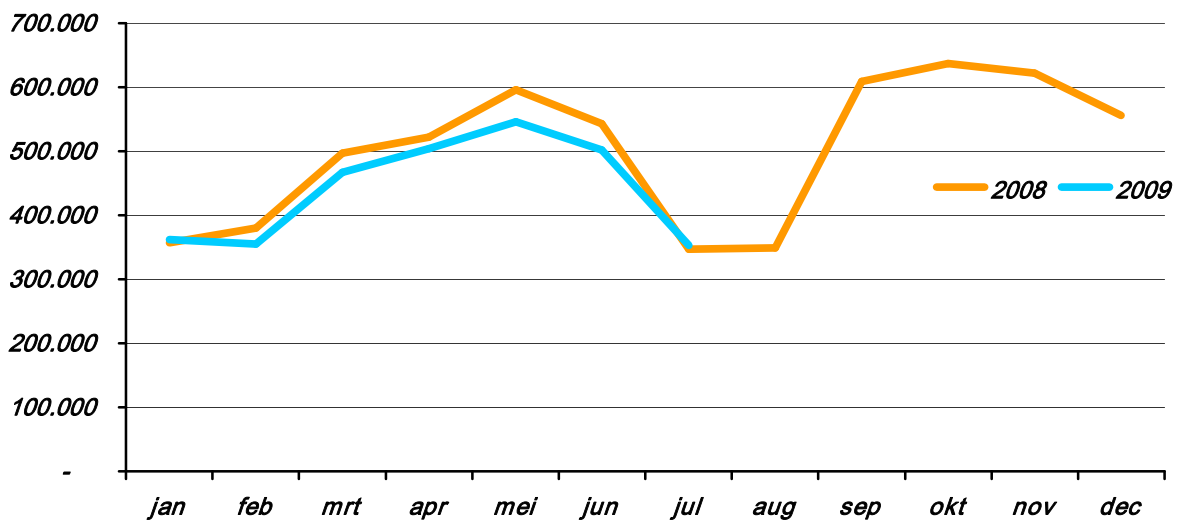
Nadat de daling in juni (-7,5%) al iets terugliep ten opzichte van de daling in mei (-8,3), is juli de eerste maand sinds januari 2009 die een stijging van de bruto mediabestedingen laat zien ten opzicht van dezelfde maand een jaar eerder. In juli lieten zelfs vijf van de tien mediumtypen een stijging zien. Opvallend is dat het mediumtype Dagbladen voor het eerst in 2009 een stijging van de bruto mediabestedingen realiseerde (9,4%).

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

2009 t.o.v. 2008	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul
Totaal	1,6%	-6,5%	-6,0%	-3,5%	-8,3%	-7,5%	1,9%
Televisie	4,4%	-1,1%	-3,0%	0,1%	-4,5%	-7,9%	3,7%
Dagbladen	-4,6%	-17,3%	-5,5%	-6,1%	-9,7%	-1,6%	9,4%
Folders	-3,3%	-4,7%	0,0%	10,1%	4,9%	1,0%	7,2%
Radio	-2,3%	-5,9%	2,6%	-12,0%	-19,5%	-9,2%	9,2%
Publiekstijdschriften	1,3%	-13,3%	-24,1%	-20,4%	-24,9%	-17,5%	-22,5%
Out Of Home	27,1%	-7,2%	-32,0%	-9,7%	-12,2%	-11,5%	-7,7%
Vaktijdschriften	-10,6%	-16,3%	-16,3%	-17,2%	-23,0%	-20,0%	-22,6%
Sponsored Magazines	0,4%	-3,6%	7,6%	-9,7%	0,0%	-2,6%	15,0%
Bioscoop	-13,1%	-8,1%	46,6%	34,9%	-3,3%	-31,1%	-10,8%
Nieuwsbladen	-36,0%	-9,4%	-5,2%	-0,8%	-17,8%	-27,5%	-18,4%

Bron: Nielsen

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



Bron: Nielsen

In juli is er 14,4% meer geadverteerd door de Retailbranche. Ook voor de branches Horeca, Toerisme, Recreatie (27,4%), Transport (14,3%) en Persoonlijke Verzorging (8,2%) zijn opvallend meer bruto mediabestedingen geregistreerd. Dit is een gevolg van stijgende bestedingen in de categorieën Filiaalbedrijven, Touroperators, Personenauto's en Huid-/Haarverzorging.



Voedings- en Genotmiddelen vallen in de top 5 branches uit de toon, hiervoor is bijna 11% minder geadverteerd. De bruto mediabestedingen in Financiële Dienstverlening (-47,6%) en Zakelijke Dienstverlening (-44,3%) blijven verder afnemen.

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

	jan - jul 2009	jul-09	jan - jul 2009	jul-09
Totaal	3.090.498	353.009	-4,7%	1,9%
Retail	663.730	77.042	4,2%	14,4%
Voedings- en Genotmiddelen	453.466	48.534	-3,0%	-10,9%
Horeca, Toerisme, Recreatie	268.236	38.144	1,7%	27,4%
Telecom, ICT	241.470	33.284	0,0%	6,4%
Persoonlijke Verzorging	245.517	32.434	-4,1%	8,2%
Financiële Dienstverlening	174.550	14.209	-34,7%	-47,6%
Transport	201.226	25.674	-9,0%	14,3%
Overheid, Educatie en Non Profit	195.583	16.995	3,6%	16,3%
Media	149.820	17.933	-6,9%	-11,9%
Zakelijke Dienstverlening	66.373	3.902	-24,6%	-44,3%
Overige Producten en Diensten	69.404	9.120	-4,1%	80,3%
Was- en Reinigingsmiddelen	71.908	9.135	7,5%	5,5%
Medisch	65.210	7.939	12,9%	19,5%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	65.631	3.966	49,5%	-17,0%
Mode	41.341	4.175	-23,4%	3,0%
Huis en Tuin	38.382	4.025	-20,8%	-5,9%
Consumenten Elektronica	28.871	2.756	-27,1%	35,3%
Producten Professioneel Gebruik	23.903	1.333	-29,9%	-56,5%
Bouw en Onroerend Goed	14.071	1.219	-38,1%	-23,9%
Agrarisch	11.678	1.169	12,1%	-33,1%
Overige Reclame-uitingen	127	21	-33,9%	-19,2%

Bron: Nielsen

In de top 10 adverteerders hebben 7 van de tien adverteerders meer geadverteerd in de eerste zeven maanden van 2009. De nummer één in de top adverteerders, Unilever, heeft 1,6% meer geadverteerd in de periode januari – juli 2009 ten opzichte van 2008. In juli heeft Unilever echter 1,2% minder geadverteerd. KPN en Reckitt Benckiser hebben beide minder geadverteerd in juli, maar over de eerste zeven maanden van 2009 namen de bestedingen wel toe. Opvallend zijn de afgenomen bruto mediabestedingen van Albert Heijn. Gemiddeld heeft de grootste kruidenier van Nederland 19% minder geadverteerd tot nu toe in 2009 ten opzichte van 2008.

Coca Cola en Schuitema blijven nog steeds sterke stijgers. Coca Cola heeft in jan – jul 2009 21,1% meer uitgegeven aan reclame en is in vergelijking met vorige maand één plaats opgeklommen.

Schuitema heeft 45,8% meer aan reclame ingekocht in januari – juni in vergelijking met 2008 en staat op de 7^e plaats in de lijst.

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

Ranking			jul-09	jul-09	jan - jul 2009
jan - jul 2008	jan - jul 2009	Totaal	353.009	1,9%	-4,7%
1	1	Unilever Nederland	18.602	-1,2%	1,6%
2	2	KPN	7.731	-4,3%	4,3%
3	3	Procter & Gamble Nederland	6.591	15,7%	-2,8%
5	4	L'Oreal Nederland	6.731	30,6%	2,0%
10	5	Coca Cola Nederland	3.917	3,3%	21,1%
7	6	Reckitt Benckiser Nederland	3.343	-2,5%	5,5%
16	7	Schuitema	3.874	115,2%	45,8%
4	8	Albert Heijn	4.784	-6,3%	-19,1%
9	9	Lidl Nederland	3.830	10,7%	8,5%
6	10	Beiersdorf	1.541	-50,4%	-7,8%

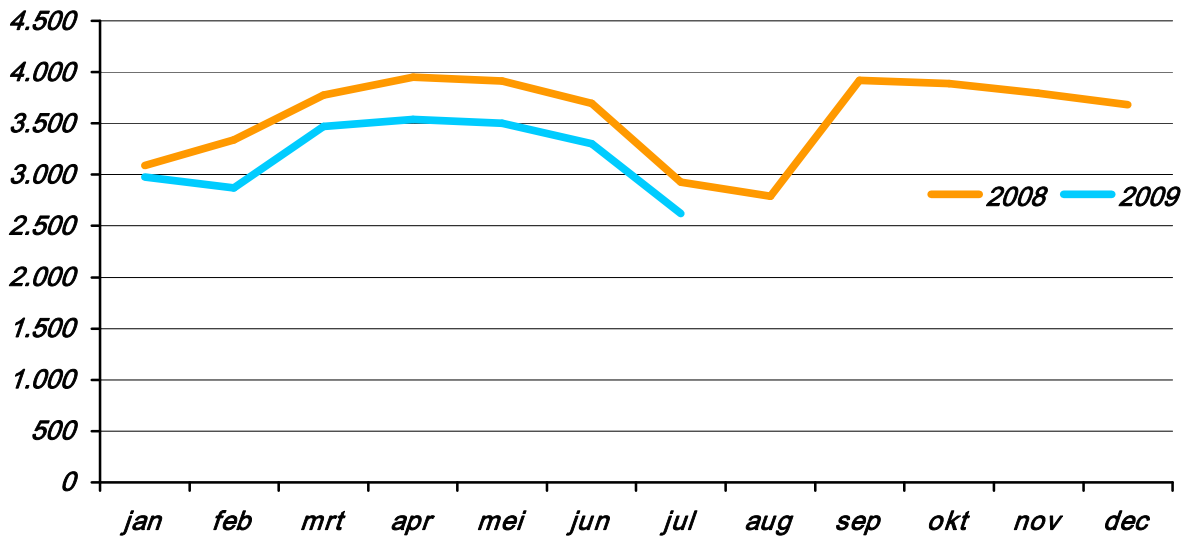
Bron: Nielsen

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

Ranking			jul-09	jul-09	jan - jul-09
jan - jun 08	jan - jun 09	Totaal	353.967	t.o.v. jul-08 2,2%	t.o.v. jan - jul-08 -4,6%
6	1	C1000	3.874	115,7%	45,8%
1	2	Albert Heijn	4.784	-6,3%	-19,1%
3	3	Lidl	3.830	10,7%	8,5%
2	4	Kras	4.386	12,3%	-2,2%
4	5	Gamma	4.546	30,5%	0,5%
7	6	McDonald's	4.036	56,0%	28,4%
5	7	Media Markt	3.239	12,2%	1,2%
10	8	Artiq	2.440	-3,1%	24,7%
23723	9	De Nederlandse Energie Mij.	1.975	-	-
11	10	Kruidvat	1.517	43,7%	18,6%

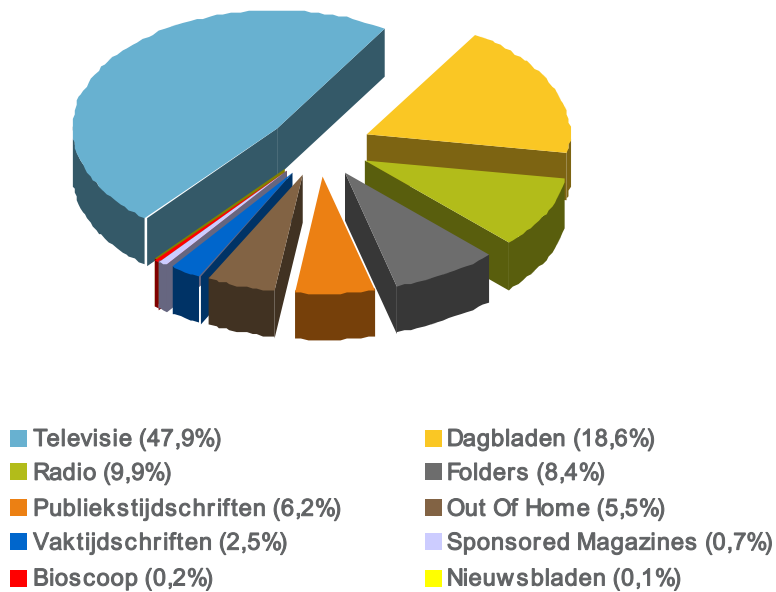
Bron: Nielsen

Aantal adverteerders per maand, 2008 en 2009 YTD



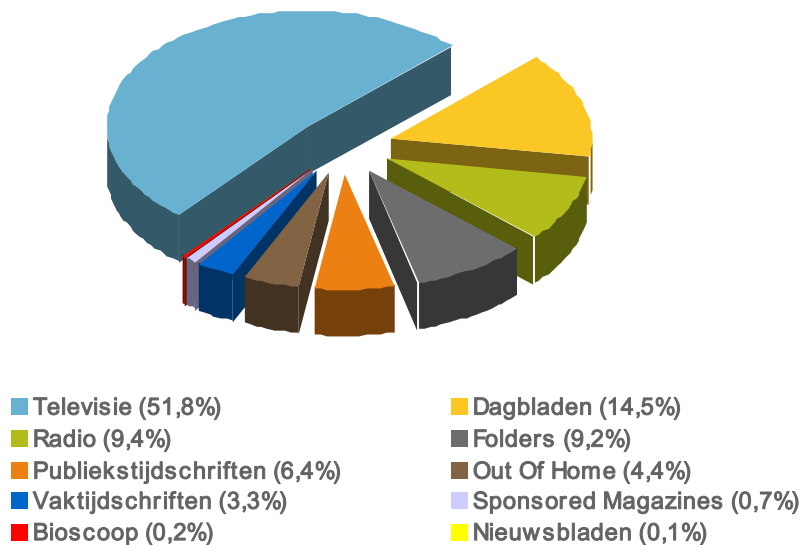
Bron: Nielsen

Marktaandeel mediumtypen juli 2009



Bron: Nielsen

Marktaandeel mediumtypen aug '08-juli '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. 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