

Nielsen

Ad Market Trend | juli 2010

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

Economische ontwikkelingen

Volgens de eerste, voorlopige raming van het CBS is de Nederlandse economie in het tweede kwartaal van 2010 met 2,1% gegroeid ten opzichte van hetzelfde kwartaal een jaar eerder. Vergeleken met het voorgaande kwartaal groeide de Nederlandse economie in het tweede kwartaal van 2010 met 0,9%. Dit was voornamelijk vanwege een sterke groei van de uitvoer. De Nederlandse uitvoer van goederen en diensten nam in het tweede kwartaal toe met 12%.

Huishoudens hebben in juni 1,3% meer besteed aan goederen en diensten dan in juni 2009. De groei van de consumptie was groter dan in mei, toen werd er 0,8% meer besteed.

De stemming onder consumenten verbeterde voor de tweede achtereenvolgende maand. De indicator van het consumentenvertrouwen kwam in augustus uit op -11, tegen -14 in juli. Hiermee is het vertrouwen terug op het niveau van eind 2009.

In juli 2010 waren 449.000 personen werkloos. Dit komt overeen met 5,7% van de beroepsbevolking. Een jaar eerder was dit nog 5,2%. Uit cijfers van UWV blijkt dat zowel het aantal werkzoekenden als het aantal WW-uitkeringen in juli licht is gedaald.

De inflatie is in juli gestegen naar 1,6%. Na mei 2009 is de inflatie niet zo hoog geweest. De inflatie steeg vooral door de prijsontwikkeling van aardgas.

Bruto mediabestedingen

De bruto mediabestedingen lagen in juli 10,8% hoger dan in dezelfde maand een jaar eerder. In totaal kwamen de bruto mediabestedingen uit op ruim € 404 mln. De bruto mediabestedingen lagen in juli ruim € 39 mln. hoger dan in juli 2009 en bijna € 46mln. hoger dan in juli 2008.

Alle mediumtypen behalve vaktijdschriften radio en internet noteerden groei. De mediabestedingen aan radio zijn voor het eerst sinds januari dit jaar weer gedaald (-7,7%). Behalve sponsored magazines en televisie, noteerden alle mediumtypen dubbelcijferige groei deze maand.

De groei van de bruto mediabestedingen binnen het cluster audiovisuele media is enigszins geremd door de daling van radio (-7,7%) en is hiermee uitgekomen op 4,9%. Ondanks een kleine dip vorige maand, zijn de mediabestedingen aan bioscoop ook weer toegenomen (77,3%).

De groei van het cluster printmedia is in juni toegenomen tot 17,6%. De mediabestedingen van dagbladen namen het meest toe (23,3%), gevolgd door publiekstijdschriften (10,4%) en sponsored magazines (3,9%). Vaktijdschriften zit bijna weer op het niveau van vorig jaar, de mediabestedingen lagen in juli 2,9% lager dan in juli 2009.

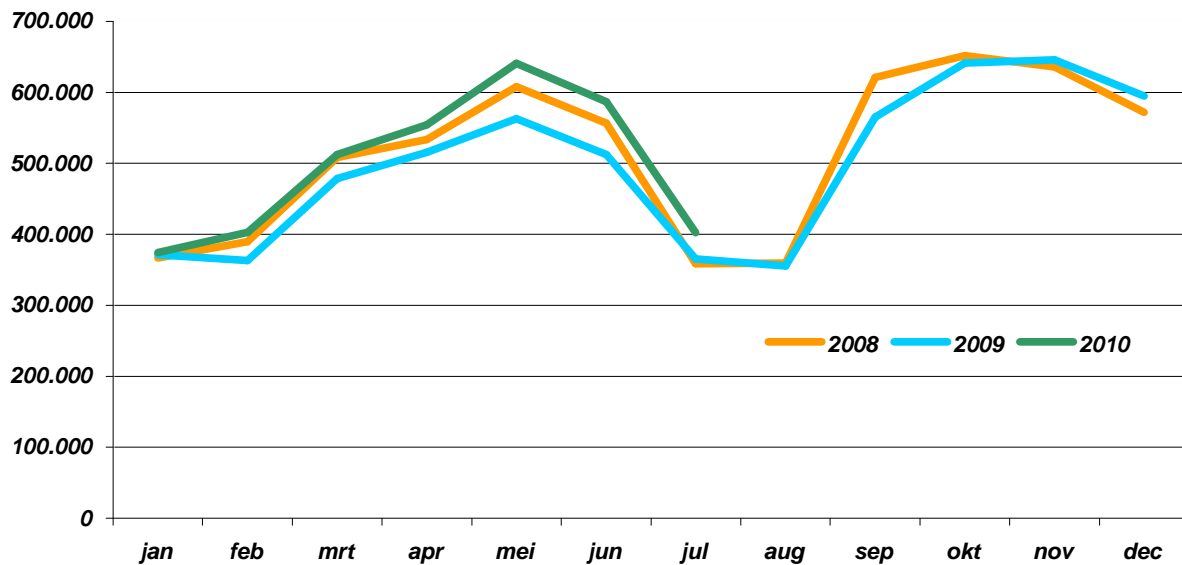
Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder

	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul
Totaal	1,5%	11,6%	7,6%	8,0%	14,3%	14,6%	10,8%
DB	9,2%	18,7%	16,0%	14,9%	9,2%	17,3%	23,3%
PTS	-14,5%	-6,1%	5,2%	13,4%	-1,1%	5,1%	10,4%
SM	67,2%	44,8%	1,1%	46,8%	120,3%	-0,3%	3,9%
VTS	-10,1%	-9,1%	-4,7%	-5,9%	-12,1%	-3,8%	-2,9%
TV	-1,6%	8,1%	3,6%	6,0%	13,7%	17,8%	7,1%
RAD	-0,9%	12,5%	3,8%	10,1%	18,2%	12,6%	-7,7%
BIO	-15,9%	-29,7%	-36,7%	7,3%	46,7%	-5,3%	77,3%
OOH	-9,3%	17,8%	18,0%	10,9%	7,4%	14,8%	32,7%
FOL	25,7%	32,0%	21,7%	10,0%	46,1%	6,8%	24,2%
INT	-7,7%	5,3%	-4,3%	-10,0%	-9,8%	15,8%	-11,0%

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

Branches

In totaal is er in juli door 17 van de 21 branches meer besteed dan in 2009. De top 5 branches had in juni een aandeel van 64,6%, vorig jaar was dit aandeel in juli 64,2%. Voor het eerst dit jaar zijn de cumulatieve bestedingen voor de categorie Financiële Dienstverlening hoger uitgekomen dan dezelfde periode een jaar eerder (0,4%). In juli stegen de bestedingen met 15,9%.

Ondanks overwegend positieve cijfers in 2010, zijn de bestedingen binnen de categorieën Persoonlijke Verzorging en Transport in juli weer onder het niveau van 2009 uitgekomen met respectievelijk -2,5% en -4,3%. Ook Was- en Reinigingsmiddelen (-8,8%) en Zakelijke Dienstverlening (-8,2%) zijn na een opleving in juni weer in de rode cijfers gedoken.

De mediabestedingen binnen de branche Brandstof, Energie, (Petro)Chemie zijn ook in juli weer toegenomen (75,4%). Ondanks dat is er in vergelijking met vorig jaar nog steeds sprake van een daling: -8,5%.

De mediabestedingen binnen de branche Retail zijn in de eerste zeven maanden van 2010 toegenomen met 20,6%. Van alle subcategorieën binnen Retail met een aandeel van meer dan 3% zijn de mediabestedingen toegenomen in deze periode. De nummer 1, Supermarkten, nam toe met 23,5% gevolgd door Meubelbedrijven met 11,9%.



De nummer twee in de periode januari - juli is de branche Voedings- en Genotmiddelen (14,9%). De grootste stijgers binnen deze categorie zijn wederom Pils met een toename van 49,0% en Drinkyoghurt met 67,9%.

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

	jan-jul 2010	jul-10	jan-jul '10 vs jan-jul '09
Totaal	3.485.253	404.329	10,1%
Retail	804.788	89.964	20,6%
Voedings- en Genotmiddelen	521.478	57.899	14,9%
Horeca, Toerisme, Recreatie	293.631	43.374	3,8%
Persoonlijke Verzorging	278.386	31.980	12,5%
Telecom, ICT	263.513	37.949	3,3%
Transport	223.654	26.178	6,2%
Overheid, Educatie en Non Profit	203.775	19.542	1,4%
Financiële Dienstverlening	186.225	18.042	0,4%
Media	161.357	21.295	4,9%
Overige Producten en Diensten	86.632	9.051	19,0%
Was- en Reinigingsmiddelen	73.023	8.339	2,5%
Medisch	68.888	7.273	6,5%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	63.300	7.492	-8,5%
Huis en Tuin	55.922	7.266	41,0%
Zakelijke Dienstverlening	55.029	3.878	-20,9%
Mode	51.716	6.586	24,3%
Consumenten Elektronica	41.785	3.990	40,6%
Producten Professioneel Gebruik	23.933	1.223	-1,2%
Bouw en Onroerend Goed	16.341	1.686	18,6%
Agrarisch	11.311	1.279	-2,2%
Overige Reclame-uitingen	564	43	302,9%

Bron: Nielsen

Top 10 adverteerders

In de periode januari – juli is Kruidvat de hoogste nieuwe binnenkomer op de 6^e plaats. De mediabestedingen van deze retailer zijn in deze periode toegenomen met 77,5%. Ook Media Markt Saturn is nieuw in de top 10 en staat op de 8^e plaats.

In juli zijn de mediabestedingen van Kruidvat Retail het meest toegenomen in de top 10 adverteerders (162,5%). Voornamelijk de bestedingen aan folders en televisie werden verhoogd.



Ook Unilever (6,1%), KPN (49,4%), Procter & Gamble (14,1%) Media Markt Saturn (25,3%) en Coca Cola (55,2%) hebben de mediabestedingen in juli meer dan het gemiddelde laten toenemen.

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

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

Ranking			jan-jul '10	jul-10	jan-jul'10 vs jan-jul '09
jan-jul '09	jan-jul '10	Totaal	3.485.253	404.329	10,1%
1	1	Unilever Nederland	156.805	20.139	6,1%
2	2	KPN	70.379	11.812	13,3%
3	3	Procter & Gamble Nederland	60.932	7.048	58,4%
8	4	Schuitema	40.614	2.859	35,3%
4	5	L'Oreal Nederland	38.872	3.192	5,7%
18	6	Kruidvat Retail	38.871	4.949	77,5%
7	7	Albert Heijn	34.466	4.742	14,1%
16	8	Media Markt Saturn Nederland	32.890	5.016	44,3%
6	9	Coca Cola Nederland	32.483	6.076	7,1%
10	10	Lidl Nederland	29.953	3.981	8,1%

Bron: Nielsen

Top 10 producten laatste maand 2010 op basis van bruto mediabestedingen

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

Ranking			jan-jul '10	jul-10	jan-jul '10 vs. Jan-jul '09
jan-jul '09	jan-jul '10	Totaal	3485253	364862	10,1%
2	1	C1000	40594	3844	35,3%
1	2	Albert Heijn	34466	4769	14,1%
10	3	Kruidvat	32238	1517	84,4%
3	4	Lidl	29523	3827	6,6%
4	5	Kras	25591	4438	-6,7%
7	6	Media Markt	24947	3212	18,8%
15	7	Praxis	24405	1121	97,0%
5	8	Gamma	23925	4546	-0,4%
6	9	McDonald's	23843	4087	6,5%
9	10	De Nederlandse Energie Mij.	19953	1975	5,1%

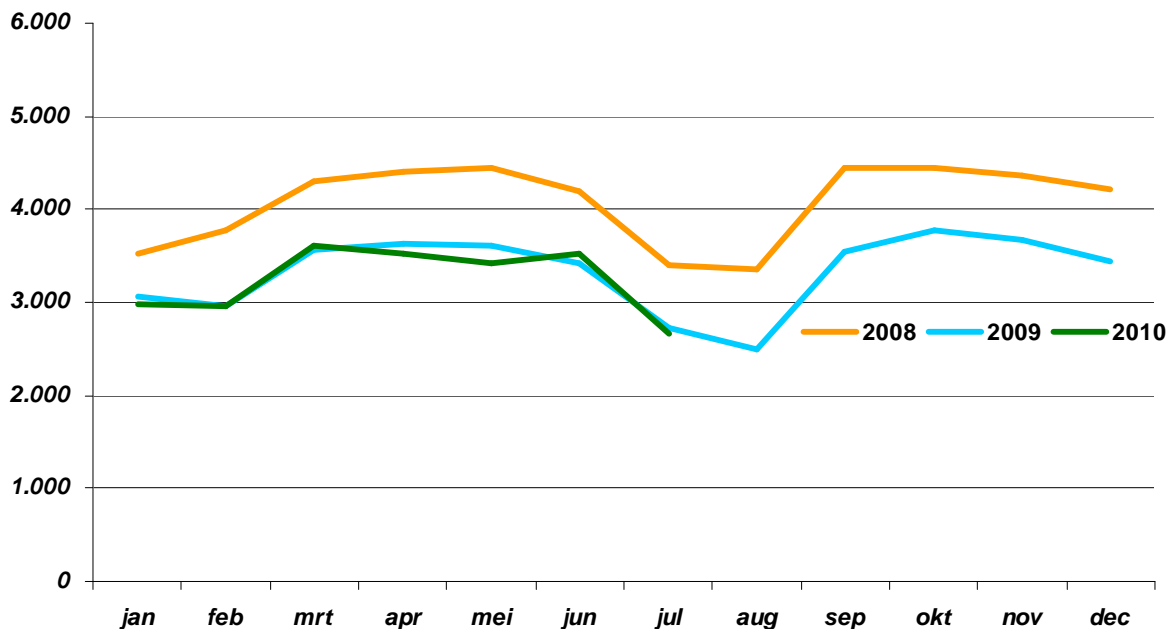
Bron: Nielsen

Top 10 producten

Tot en met juli staan er twee producten in de top 10 producten waarvoor in 2010 minder geadverteerd is dan in dezelfde periode in 2009. De enige nieuwkomer is Praxis, de doe-het-zelver komt met een toename van 97% binnen op de 7^e plaats.

In juli zijn de mediabestedingen afgenomen ten opzichte van dezelfde maand in 2009 voor C1000 (-25,6%), Albert Heijn (-0,6%), Kras (-13,7%) en McDonalds (-3,9%). Voor de overige vijf producten werd meer geadverteerd deze maand ten opzichte van juli 2009.

Aantal adverteerders per maand, 2008, 2009 en 2010 YTD



Bron: Nielsen

Aantal adverteerders

De toename van de bruto mediabestedingen in juli is gerealiseerd met in totaal 65 minder adverteerders dan in juli 2009. In totaal waren er 2.656 adverteerders, een daling van 2,4%. Ten opzichte van juli 2009 zijn er in juli 1.108 nieuwe adverteerders geregistreerd. Daarentegen waren er 1.173 adverteerders die wel in juli 2009 geadverteerd hebben, maar niet in juli dit jaar.

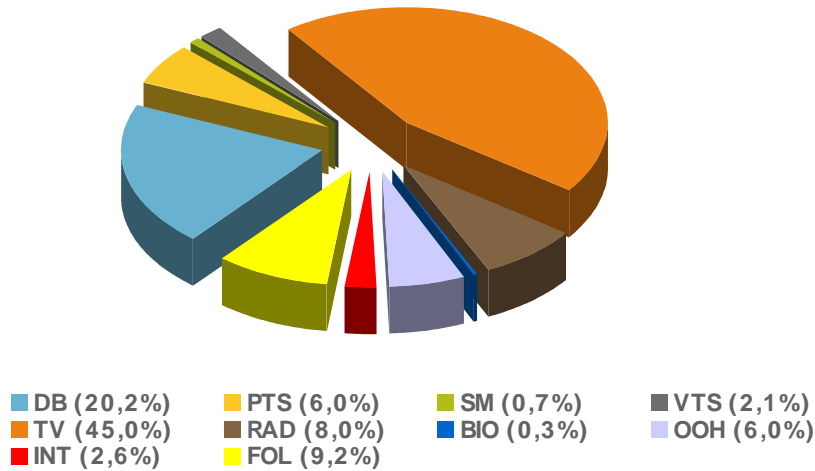
Marktaandelen

Ten opzichte van juli 2009 is het marktaandeel van dagbladen in juli gegroeid met 2% tot 20,2%. Van folders (9,2%) en out of home (6,0%) is het marktaandeel toegenomen met 1%. Dit is voornamelijk ten koste gegaan van televisie (-1,5%) en radio (-1,6%). De marktaandelen van deze twee mediumtypen komen uit op respectievelijk 45,0% en 8,0%.

6/8

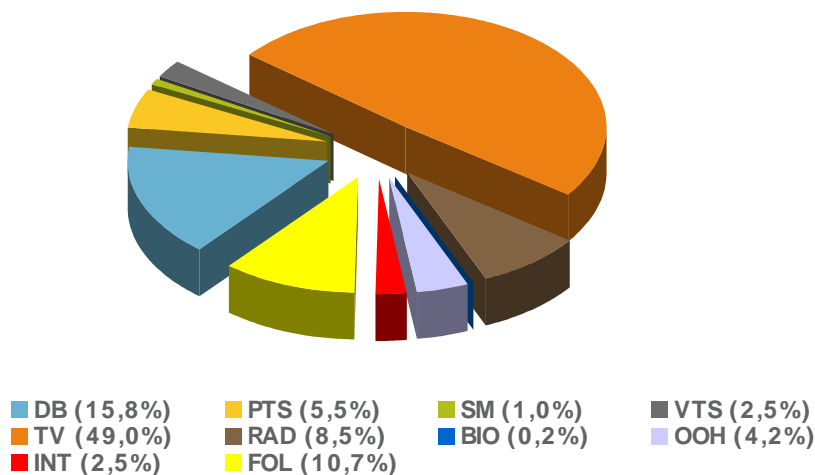
Over de eerste zes maanden van 2010 is het marktaandeel van folders het meest toegenomen (+1,1%). Ook dagbladen (+0,7%) hebben het marktaandeel vergroot. Dit is ten koste gegaan van televisie (-0,6%), vaktijdschriften (-0,5%), publiekstijdschriften (-0,4%) en internet (-0,4%). Sponsored magazines, bioscoop, out of home en radio zijn nagenoeg gelijk gebleven.

Marktaandelen mediumtypen juli 2010



Bron: Nielsen

Marktaandelen mediumtypen januari - juli 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