

Nielsen

Ad Market Trend | augustus 2009

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

Economische ontwikkelingen

De inflatie in augustus 2009 is 0,3%. Dat is 0,1 procentpunt hoger dan in juli, toen het laagste niveau werd bereikt sinds 1987. Dit blijkt uit cijfers van het CBS. De lichte stijging van de inflatie komt door de prijsontwikkeling van autobrandstoffen. Tanken was in augustus weliswaar nog 10,4% goedkoper dan een jaar eerder, maar in juli was dit nog 16,7%. Dit had een verhogend effect op de inflatie. De stijging van de inflatie werd gedempt door goedkopere vliegtickets en voedingsmiddelen. Vliegen was 11,6% goedkoper dan vorig jaar en voeding werd 0,4% goedkoper.

De detailhandel heeft in juli van dit jaar 3,6% minder omzet geboekt dan in dezelfde maand een jaar eerder. Er was sprake van een afname in zowel het volume als de prijzen. Het volume was 2,1% kleiner en de prijzen 1,5% lager. De prijsdaling was volledig toe te schrijven aan lagere brandstofprijzen.

Bruto mediabestedingen

Na een kleine opleving in de ontwikkeling van de bruto mediabestedingen in juli van 1,6% is augustus toch weer onder de nullijn gezakt en uitgekomen op een daling van 1,2%. Dit is wel de kleinste afname van de bruto mediabestedingen sinds februari 2009 in vergelijking met dezelfde maand in 2008. Dagbladen heeft de positieve trend ook in augustus weten door te zetten (4,2%). Door de 'agressieve' reclamestrategie van met name Retailers blijkt Folders goed bestand tegen de crisis, het mediumtype noteert een stijging van 34,3% in augustus. Televisie en Radio duiken beide in de rode cijfers, met een daling van respectievelijk 7,0% en 2,1%. Bioscoop heeft een goede maand achter de rug, de bezoekersaantallen nemen weer toe en ook de bruto mediabestedingen zijn fors gestegen (43,1%).

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

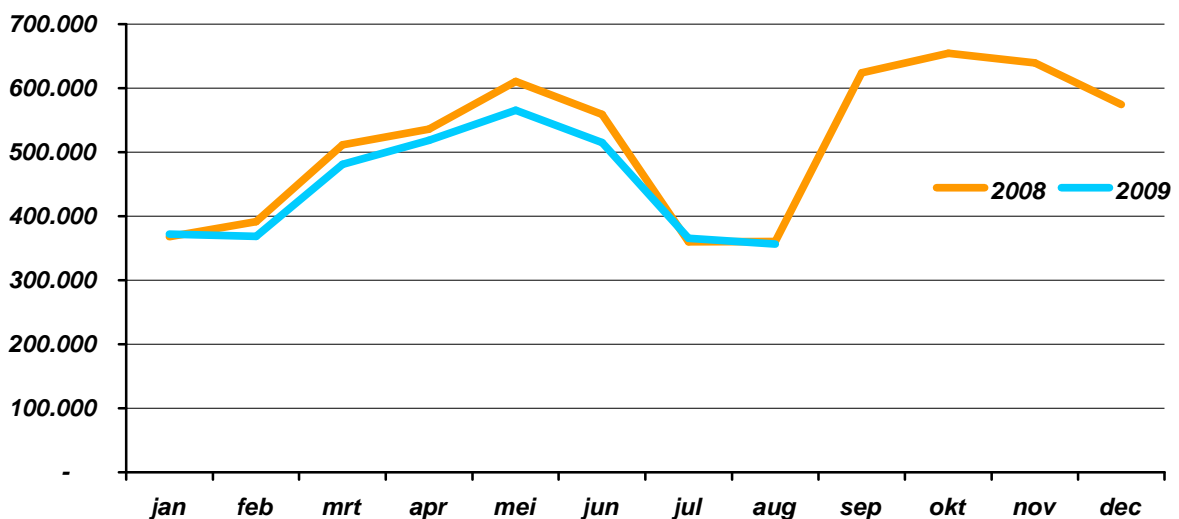
2009 t.o.v. 2008	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug
Totaal	1,0%	-5,8%	-5,9%	-3,3%	-7,4%	-7,9%	1,6%	-1,2%
Televisie	4,5%	-1,2%	-3,1%	0,0%	-4,4%	-8,0%	3,8%	-7,0%
Dagbladen	-4,6%	-17,4%	-5,4%	-6,1%	-9,6%	-1,3%	9,5%	4,2%
Radio	-2,3%	-5,9%	2,4%	-13,1%	-19,5%	-9,7%	9,0%	-2,1%
Folders	-3,3%	-4,7%	0,0%	10,1%	4,9%	1,0%	7,2%	34,3%
Publiekstijdschriften	2,5%	-12,9%	-23,4%	-20,1%	-24,2%	-16,2%	-21,4%	-22,5%
Out Of Home *	26,4%	-8,3%	-30,1%	-6,4%	-8,6%	-8,0%	-1,9%	4,2%
Vaktijdschriften	-10,6%	-16,7%	-16,7%	-17,1%	-23,1%	-19,7%	-16,7%	-18,8%
Internet **	-15,6%	15,9%	-6,9%	-1,0%	12,6%	-24,3%	-21,0%	1,1%
Sponsored Magazines	0,0%	8,7%	8,5%	2,8%	8,5%	-2,6%	16,0%	-24,4%
Bioscoop	-13,1%	-8,1%	46,6%	34,9%	-3,3%	-31,1%	-10,8%	43,1%
Nieuwsbladen	-36,8%	-7,9%	-5,2%	0,8%	-17,5%	-27,3%	-18,4%	-16,9%

* Excl. Digital Out Of Home Media

** Gegevens gebaseerd op 12 internetexploitanten

Bron: Nielsen

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



Bron: Nielsen

Ook in augustus is er weer meer geadverteerd in de Retailbranche dan een jaar geleden (18,8%), waarmee het gemiddelde voor januari – augustus 2009 op 5,7% uitkomt. De stijging binnen Telecom, ICT (3,9%) komt voornamelijk door een toename in de categorieën Tele-, Internetlijnen (15,5%) en Multiplay Diensten (22,2%).

De bruto mediabestedingen aan Financieel Dienstverlening (-36,0%), Zakelijke Dienstverlening (-28,1%) en Voedings- en Genotmiddelen (-2,6%) blijven verder afnemen. In deze laatste categorie komt dit voornamelijk door een afname van de bruto mediabestedingen aan Bier (-28,8%) en Koek, Toast, Biscuits (-19,8). De afname van de bruto mediabestedingen binnen Financiële Dienstverlening kwam vooral door een daling bij Bemiddelingskantoren Kredietinstellingen (-38,0%) en Beleggingen (-51,6%).

Bruto mediabestedingen hoofdgroepen x € 1.000 en in % ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder (gesorteerd op basis van cumulatieve cijfers 2009)

	jan - aug 2009	aug-09	jan - aug 2009 t.o.v. jan - aug 2008	aug-09 t.o.v. aug-08
Totaal	3.540.488	356.118	-4,2%	-1,2%
Retail	756.340	87.264	5,7%	18,8%
Voedings- en Genotmiddelen	505.997	47.966	-2,6%	-0,9%
Telecom,ICT	295.008	37.144	3,9%	21,9%
Horeca,Toerisme,Recreatie	309.149	29.391	3,1%	3,6%
Persoonlijke Verzorging	278.108	31.233	-3,4%	1,6%
Financiële Dienstverlening	200.726	14.372	-36,0%	-50,8%
Transport	229.777	17.202	-9,6%	-25,7%
Overheid, Educatie en Non Profit	223.896	19.337	2,2%	-14,8%
Media	174.428	21.085	-9,0%	-6,8%
Zakelijke Dienstverlening	75.770	4.287	-28,1%	-59,4%
Overige Producten en Diensten	84.799	10.989	-0,5%	42,1%
Was- en Reinigingsmiddelen	80.260	8.381	5,0%	-10,0%
Medisch	73.250	7.131	17,4%	74,7%
Brandstof,Energie,(Petro)Chemie	74.152	5.502	50,5%	95,0%
Mode	46.425	4.646	-24,2%	-32,0%
Huis en Tuin	42.901	4.175	-17,7%	25,1%
Consumenten Elektronica	31.324	1.123	-24,1%	3,0%
Producten Professioneel Gebruik	29.102	2.151	-26,4%	-12,1%
Bouw en Onroerend Goed	15.782	1.296	-36,9%	-22,8%
Agrarisch	13.164	1.442	10,4%	1,0%
Overige Reclame-uitingen	128	1	-37,6%	-85,7%

Bron: Nielsen

In de top 10 adverteerders zijn voornamelijk Coca Cola Nederland en Schuitema nog steeds opvallende stijgers. In augustus hebben zij hun mediabudget bijna verdubbeld ten opzichte van augustus 2008. Hiermee komen zij op de respectievelijk 6^e en 7^e plaats in de top 10. Beiersdorf is deze maand uit de lijst verdwenen en adverteerder Kras is in de lijst verschenen. Procter & Gamble (-1,5%) en Albert Heijn (-15,1%) hebben in augustus 2009 minder geadverteerd dan in dezelfde periode vorig jaar, maar over de eerste acht maanden van 2009 zijn de bruto mediabestedingen wel gestegen.

Top 10 adverteerders laatste maand 2009 en cumulatief op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2009)

Ranking			aug-09	aug-09	jan - aug '09
jan - aug '08	jan - aug '09	Totaal	356.118	t.o.v. aug-08	t.o.v. jan - aug '08
1	1	Unilever Nederland	19.234	4,8%	1,6%
2	2	KPN	8.578	13,9%	4,9%
3	3	Procter & Gamble Nederland	8.106	6,4%	-1,5%
4	4	L'Oreal Nederland	6.157	-10,7%	0,2%
5	5	Albert Heijn	4.676	25,3%	-15,1%
11	6	Coca Cola Nederland	4.315	93,3%	27,2%
10	7	Schuitema	4.055	85,2%	48,1%
8	8	Reckitt Benckiser Nederland	2.179	-12,0%	4,1%
9	9	Lidl Nederland	4.032	16,6%	9,5%
6	10	Kras	3.286	-10,6%	-2,6%

Bron: Nielsen

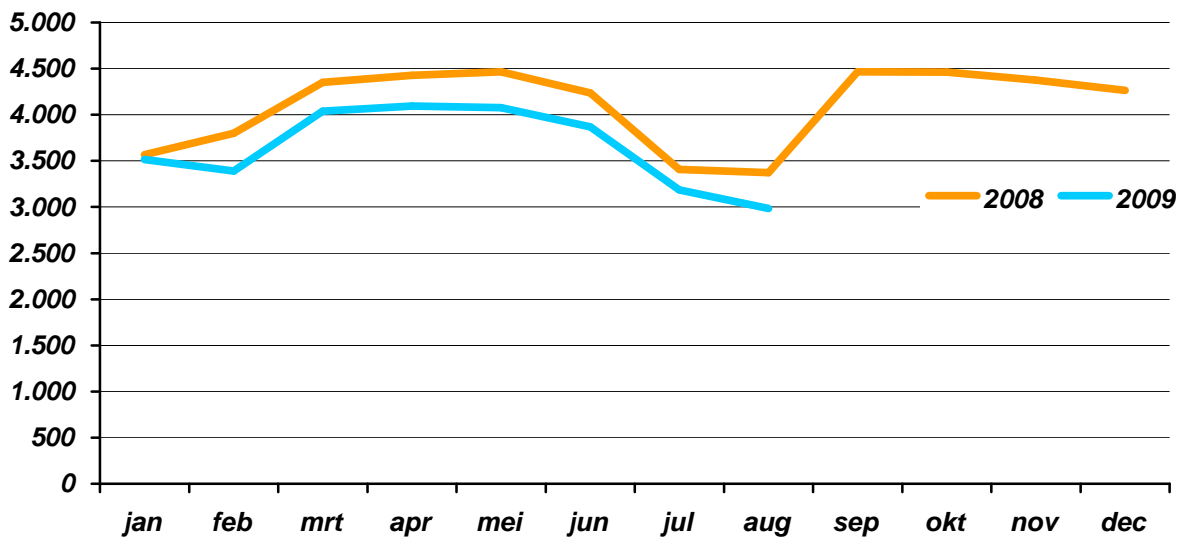
Top 10 producten laatste maand 2009 op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2009)

Ranking			aug-09	aug-09	jan - aug '09
jan - aug '08	jan - aug '09	Totaal	356.118	t.o.v. aug-08	t.o.v. jan - aug '08
1	1	Albert Heijn	4.676	25,4%	-15,1%
5	2	C1000	3.864	76,5%	47,4%
3	3	Lidl	4.032	16,6%	9,5%
2	4	Kras	3.286	-10,6%	-2,6%
4	5	Gamma	3.193	25,0%	2,9%
7	6	McDonald's	3.121	20,1%	29,0%
6	7	Media Markt	2.622	0,2%	3,0%
9	8	Artiq	2549	8,9%	22,4%
11	9	Kruidvat	4357	113,6%	30,1%
25396	10	De Nederlandse Energie Mij	1468	-	-

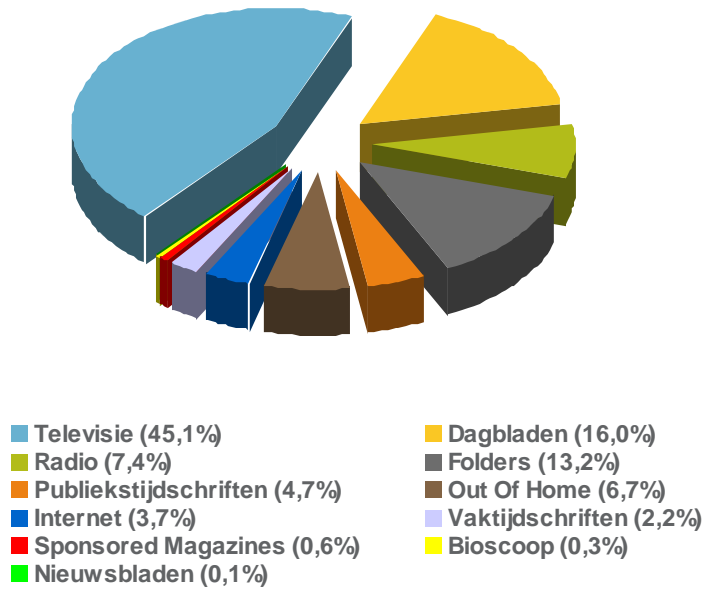
Bron: Nielsen

Aantal adverteerders per maand, 2008 en 2009 YTD



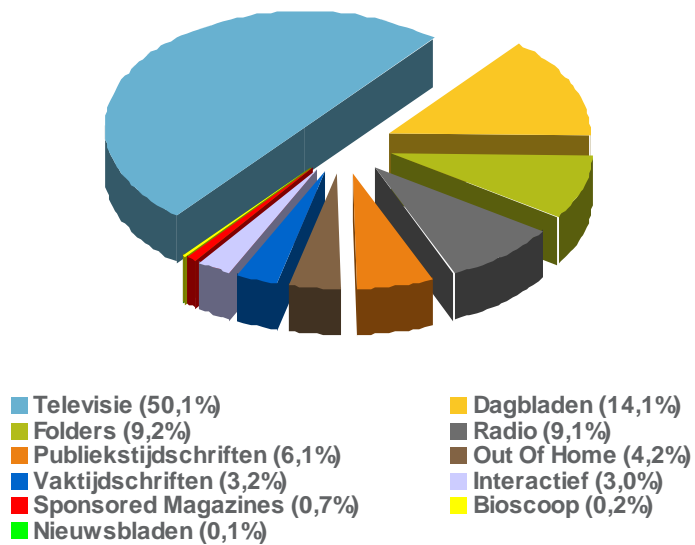
Bron: Nielsen

Marktaandeelen mediumtypen augustus 2009



Bron: Nielsen

Marktaandeelen mediumtypen sept '08- aug '09



Bron: Nielsen



Registratie

Dit informatie in dit rapport is gebaseerd op de mediumtypen Televisie, Radio, Dagbladen, Publiekstijdschriften, Sponsored Magazines, Internet, Vaktijdschriften, Nieuwsbladen, 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