

Nielsen

Ad Market Trend | september 2009

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

Economische ontwikkelingen

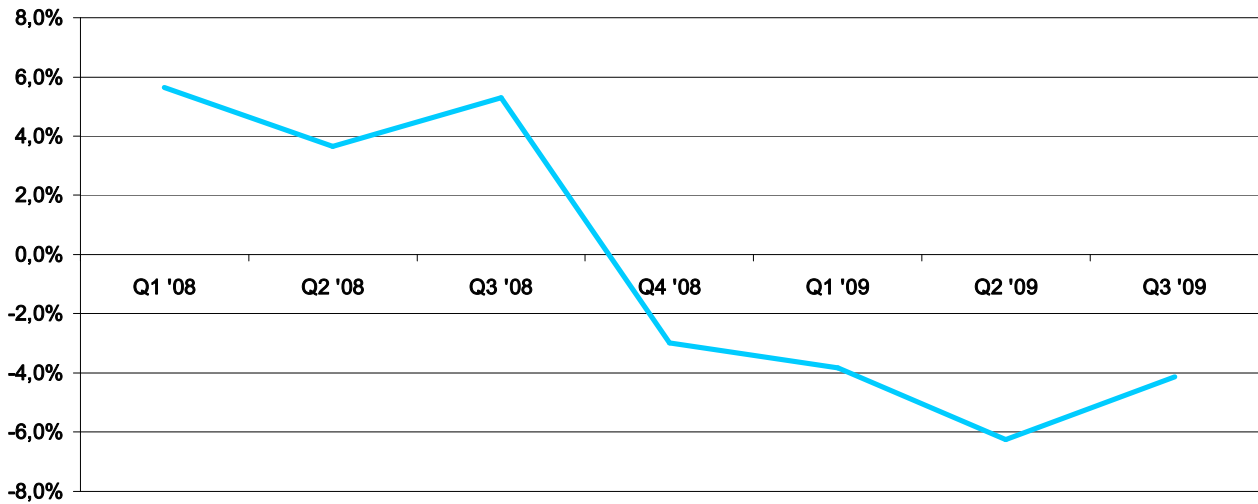
De inflatie is in september weer iets gestegen en komt uit op 0,4%. Dat is 0,1 procentpunt hoger dan in augustus en 0,2 procentpunt hoger dan in juli. Dit blijkt uit cijfers van het CBS. De lichte stijging in september is voornamelijk veroorzaakt door duurdere vliegtickets en kleding. Verder droegen hogere prijzen van televisies en geluidsapparatuur bij aan de oplopende inflatie.

In de afgelopen drie kwartalen is het vertrouwen van consumenten toegenomen. Ze waren met name veel minder negatief over de economische situatie in de komende twaalf maanden, aldus het CDS. Vooral mannen en personen met hoge inkomens zijn inmiddels weer positief over de toekomst van de economie. Vrouwen en consumenten met een laag inkomen waren het meest pessimistisch over de economische ontwikkeling in 2009.

Bruto mediabestedingen

De bruto mediabestedingen in september daalden met 9,3%. Hiermee komt het derde kwartaal uit op een daling van 4,1%. In het tweede kwartaal werd een daling genoteerd van 6,3% en het eerste kwartaal van 2009 was dit -3,8%. Naast Folders en Sponsored Magazines hebben Dagbladen en Bioscoop het derde kwartaal ook met een groei af kunnen sluiten. In het derde kwartaal is er voor vier van de tien mediumtypen een groei geregistreerd van de bruto mediabestedingen ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Het mediumtype Dagbladen heeft voor het eerst sinds Q3 2008 een groei gerealiseerd.

Ontwikkeling bruto mediabestedingen per kwartaal in % t.o.v. voorgaand jaar
2008 en 2009 (YTD)



2009 t.o.v. 2008	Q1	Q2	Q3
Totaal	-3,8%	-6,3%	-4,1%
Televisie	-0,5%	-4,2%	-3,2%
Dagbladen	-8,6%	-5,5%	5,2%
Radio	-1,8%	-14,2%	-10,7%
Folders	-2,3%	5,2%	5,1%
Publiekstijdschriften	-12,8%	-20,4%	-21,9%
Out Of Home*	-6,2%	-7,7%	-4,7%
Vaktijdschriften	-14,9%	-20,1%	-22,9%
Internet**	-2,8%	-4,7%	-13,8%
Sponsored Magazines	6,3%	2,6%	8,5%
Bioscoop	5,7%	-6,0%	6,2%
Nieuwsbladen	-17,7%	-14,4%	-11,7%

* Excl. Digital Out Of Home Media

** Gegevens gebaseerd op 12 internetexploitanten

In september is er alleen voor Dagbladen en Sponsored Magazines een groei geregistreerd. Opvallend is de daling bij Folders (-14,7%). Na zes maanden achtereenvolgens een groei van de bruto mediabestedingen te hebben gehaald, is de mediadruk van dit mediumtype in september afgenomen. Ook Out of Home, Internet en Bioscoop hebben na een groei in augustus een daling in september geregistreerd. Voor de mediumtypen Radio (-25,1%) en Vaktijdschriften (-28,2%) is in september de grootste maandelijkse daling geregistreerd in 2009 ten opzichte van dezelfde maand in 2008.

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

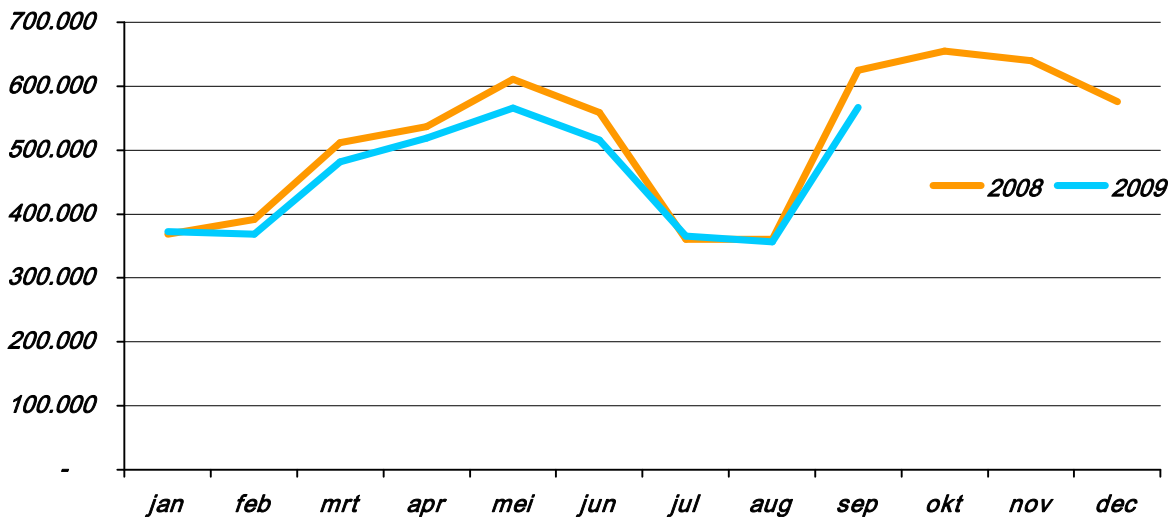
2009 t.o.v. 2008	jan - sep	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep
Totaal	-4,9%	1,1%	-5,8%	-5,9%	-3,3%	-7,4%	-7,9%	1,7%	-1,0%	-9,3%
Televisie	-2,9%	4,5%	-1,2%	-3,1%	0,0%	-4,4%	-8,0%	3,8%	-7,0%	-4,7%
Dagbladen	-3,3%	-4,2%	-17,0%	-5,2%	-6,1%	-9,2%	-1,1%	9,5%	3,9%	2,8%
Radio	-9,5%	-2,3%	-6,1%	2,2%	-13,1%	-19,5%	-9,8%	9,1%	-1,9%	-25,1%
Folders	2,7%	-3,3%	-4,7%	0,0%	10,1%	4,9%	1,0%	7,2%	34,3%	-14,7%
Publiekstijdschriften	-18,6%	2,4%	-12,9%	-23,4%	-20,1%	-24,2%	-16,2%	-21,3%	-22,1%	-22,3%
Out Of Home*	-6,2%	26,4%	-8,3%	-30,1%	-6,4%	-8,6%	-8,0%	-1,9%	4,2%	-16,4%
Vaktijdschriften	-19,1%	-10,5%	-16,7%	-16,7%	-17,1%	-23,2%	-19,6%	-16,0%	-17,5%	-28,2%
Internet**	-7,1%	-15,5%	15,7%	-6,8%	-1,0%	12,7%	-24,3%	-21,0%	1,1%	-19,5%
Sponsored Magazines	5,7%	0,0%	8,7%	8,5%	2,8%	8,5%	-2,6%	16,0%	-8,3%	15,7%
Bioscoop	2,0%	-13,1%	-8,1%	46,6%	34,9%	-3,3%	-31,1%	-10,8%	43,1%	-5,7%
Nieuwsbladen	-14,7%	-36,8%	-7,9%	-5,2%	0,8%	-17,5%	-27,3%	-18,4%	-16,9%	-0,2%

* 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

Voor het eerst sinds maart 2009 zijn er minder bruto mediabestedingen geregistreerd voor Retail (-1,0%). Het gemiddelde voor januari – september komt hiermee uit op 4,8%. Geen van de categorieën in de top vijf branches heeft een groei gerealiseerd in september, terwijl er van deze groep alleen voor Overheid, Toerisme, Recreatie een daling geregistreerd was in augustus.

De stijging van de branche Horeca, Toerisme, Recreatie (1,9%) in september komt voornamelijk door een toename van de bruto mediabestedingen voor Touroperators en in Cultuur, Sport.

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

			jan - sep 2009	
	jan - sep 2009	sep-09	t.o.v. jan - sep 2008	t.o.v. sep-08
Totaal	4.111.349	566.639	-4,9%	-9,3%
Retail	871.963	114.779	4,8%	-1,0%
Voedings- en Genotmiddelen	586.603	80.294	-3,2%	-7,4%
Telecom,ICT	344.860	49.821	2,3%	-6,5%
Horeca,Toerisme,Recreatie	349.937	39.623	3,0%	1,9%
Persoonlijke Verzorging	330.241	50.897	-2,8%	-2,0%
Financiële Dienstverlening	231.889	31.145	-36,8%	-41,3%
Transport	266.362	36.533	-10,6%	-16,8%
Overheid, Educatie en Non Profit	267.283	43.355	0,1%	-10,2%
Media	202.387	26.492	-9,0%	-10,4%
Zakelijke Dienstverlening	88.875	13.011	-27,8%	-25,9%
Overige Producten en Diensten	98.379	13.514	1,6%	19,5%
Was- en Reinigingsmiddelen	93.073	12.794	3,7%	-4,0%
Medisch	82.655	10.508	14,4%	6,8%
Brandstof,Energie,(Petro)Chemie	87.812	12.544	41,4%	3,8%
Mode	59.307	12.858	-21,6%	-10,9%
Huis en Tuin	48.743	5.832	-18,0%	-20,7%
Consumenten Elektronica	34.455	3.101	-24,8%	-31,8%
Producten Professioneel Gebruik	32.932	4.956	-28,0%	-29,1%
Bouw en Onroerend Goed	18.626	2.899	-35,2%	-22,8%
Agrarisch	14.840	1.683	8,5%	-4,8%
Overige Reclame-uitingen	130	1	-41,2%	-93,8%

Bron: Nielsen

In de top 10 adverteerders zijn voornamelijk Coca Cola Nederland en Schuitema nog steeds opvallende stijgers. In september heeft Schuitema het budget verdubbeld ten opzichte van september 2008. Coca Cola noteerde een stijging van 35,8%. Voor KPN en Lidl zijn minder bruto

mediabestedingen geregistreerd in september ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder, maar over de eerste negen maanden noteren beide nog een groei.

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

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

Ranking			sep-09	sep-09	jan - sep '09
jan - sep '08	jan - sep '09	Totaal	566.639	t.o.v. sep-08	t.o.v. jan - sep '08
				-9,3%	-4,9%
1	1	Unilever Nederland	24.134	21,5%	3,4%
2	2	KPN	11.467	-7,7%	2,2%
3	3	Procter & Gamble Nederland	14.714	17,4%	2,2%
4	4	L'Oreal Nederland	7.515	-5,6%	-0,7%
5	5	Albert Heijn	7.998	74,7%	-6,1%
12	6	Coca Cola Nederland	5.902	127,1%	35,8%
16	7	Schuitema	6.536	89,1%	53,4%
9	8	Lidl Nederland	3.635	-11,5%	6,9%
7	9	Reckitt Benckiser Nederland	2.690	-43,8%	-2,2%
8	10	Kras	2.816	-24,0%	-5,3%

Bron: Nielsen

In september is er 74,8% meer geadverteerd voor de nummer 1 in de top 10 producten, Albert Heijn, dan in dezelfde periode een jaar eerder. Ook nemen de bruto mediabestedingen voor C1000 nog steeds toe. De mediabestedingen voor Lidl nemen voor het eerst sinds lange tijd af.

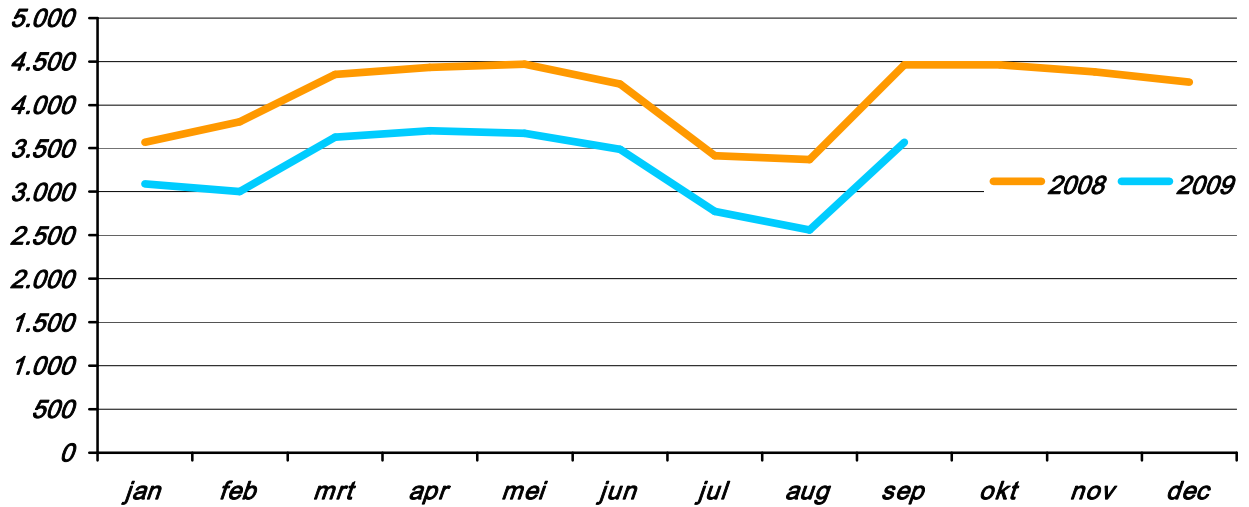
Top 10 producten laatste maand 2009 op basis van bruto mediabestedingen

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

Ranking			sep '09	sep '09	jan - sep '09
jan - sep '08	jan - sep '09	Totaal	566.639	t.o.v. sep '08	t.o.v. jan - sep '08
				-9,3%	-4,9%
1	1	Albert Heijn	7.998	74,8%	-6,1%
5	2	C1000	6.173	79,1%	51,5%
3	3	Lidl	3.635	-11,5%	6,9%
2	4	Kras	2.816	-24,0%	-5,3%
7	5	McDonald's	4.104	2,9%	24,5%
4	6	Gamma	1.830	-56,0%	-5,1%
6	7	Media Markt	2.389	2,8%	3,0%
27239	8	De Nederlandse Energie Mij.	5.403	-	-
10	9	Kruidvat	3.980	38,1%	31,3%
8	10	Artiq	2.676	-3,7%	18,9%

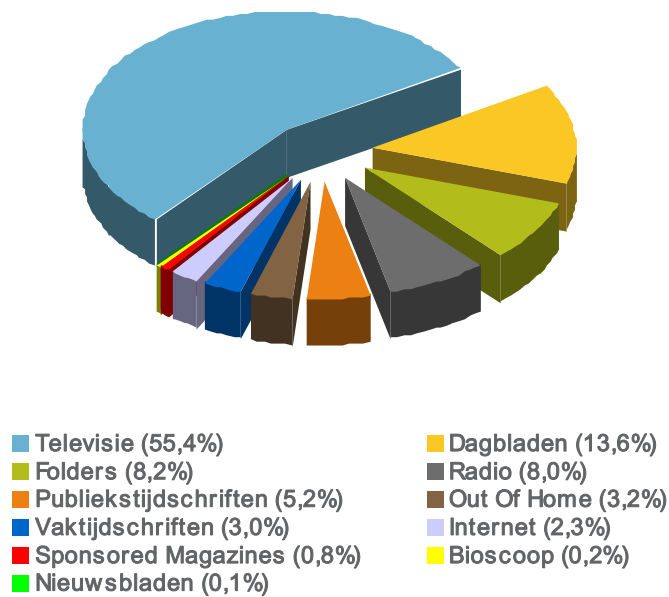
Bron: Nielsen

Aantal adverteerders per maand, 2008 en 2009 YTD



Bron: Nielsen

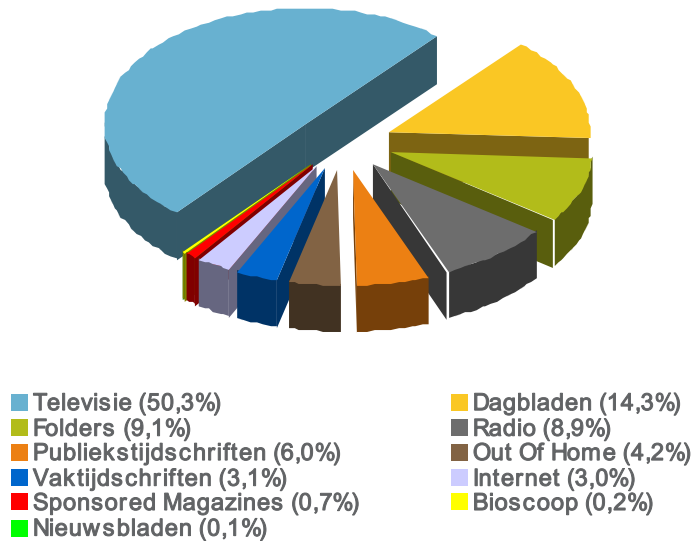
Marktaandelen mediumtypen september 2009



Bron: Nielsen



Marktaandeel mediumtypen sept '08- aug '09



Bron: Nielsen

Registratie

Dit informatie in dit rapport is gebaseerd op de mediumtypen Televisie, Radio, Dagbladen, Publictjidschriften, Sponsored Magazines, Internet, Vaktjidschriften, 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