

Nielsen

Ad Market Trend | november 2009

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

Economische ontwikkelingen

De Nederlandse economie is in het derde kwartaal van 2009 met 3,7% gekrompen ten opzichte van een jaar eerder. Dat is aanzienlijk kleiner dan de krimp in het eerste halfjaar. Ten opzichte van het tweede kwartaal is de Nederlandse economie met 0,5% gegroeid. De export is weer verder teruggelopen, maar ook hier is de daling minder dan in het eerste halfjaar. De investeringen vielen verder terug en huishoudens blijven terughoudend bij hun uitgaven.

De inflatie is in november uitgekomen op 1,0%, een stijging van 0,3 procentpunt. De inflatie loopt hiermee vrijwel gelijk met de eurozone. De inflatie is voor de vierde opeenvolgende maand gestegen. Dit werd voornamelijk veroorzaakt door een stijging van de benzineprijzen.

De voor seizoen gecorrigeerde werkloosheid kwam in de periode september t/m november uit op 5,3%, een stijging van 1,5 procentpunt ten opzicht van dezelfde periode een jaar eerder. Ten opzichte van de vorige driemaandsperiode is de werkloosheid 0,1 procentpunt gestegen. De verhoudingen tussen werkloze mannen en vrouwen is nagenoeg gelijk, wel is er een meer dan gemiddelde groei van de werkloosheid onder personen tot 35 jaar.

Bruto mediabestedingen

Na januari en juli noteerde november voor het eerst weer een stijging van de bruto mediabestedingen. Opvallend is dat het mediumtype Televisie na drie maanden rode cijfers in november een stijging noteerde van 3,3%. Dagbladen laat sinds juni al een positieve trend zien en ook Folders (17,5%) en Sponsored Magazines (11,0%) zijn in de plus geeïndigd in november. De overige mediumtypen laten nog een daling zien deze maand, waarbij de daling van Radio minder scherp is geworden (-0,7%). Ook Bioscoop is weer in de rode cijfers gedoken (-39,6%).

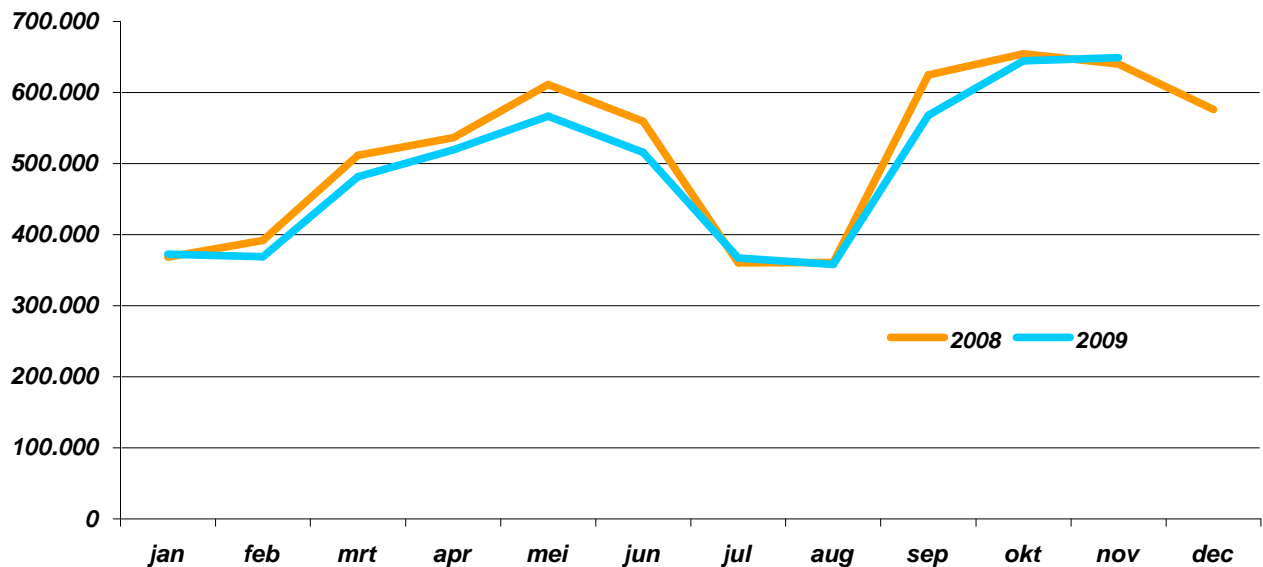
Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, 2009 ten opzichte van 2008

	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov
Totaal	1,1%	-5,8%	-5,9%	-3,2%	-7,3%	-7,8%	1,9%	-0,8%	-9,1%	-1,5%	1,4%
TV	4,5%	-1,2%	-3,1%	0,0%	-4,4%	-8,0%	3,8%	-7,0%	-4,7%	-0,3%	3,3%
DB	-4,2%	-17,1%	-5,2%	-6,0%	-9,4%	-1,1%	9,5%	3,9%	2,8%	7,6%	6,2%
RAD	-2,3%	-6,1%	2,2%	-12,7%	-19,8%	-9,8%	9,1%	-1,9%	-25,2%	-12,3%	-0,7%
FOL	-3,3%	-4,7%	0,0%	10,1%	4,9%	1,0%	7,2%	34,3%	-14,7%	5,3%	17,5%
PTS	2,5%	-13,2%	-23,4%	-20,3%	-24,1%	-16,1%	-21,1%	-22,1%	-21,5%	-16,1%	-12,6%
OOH	26,3%	-8,4%	-30,3%	-5,0%	-6,8%	-5,3%	1,8%	8,7%	-13,9%	29,2%	-12,6%
VTS	-10,6%	-16,8%	-16,8%	-17,3%	-23,2%	-19,9%	-16,1%	-17,3%	-27,3%	-24,6%	-21,5%
INT	-15,5%	15,8%	-6,8%	-0,9%	12,7%	-24,3%	-21,0%	0,9%	-18,6%	-13,8%	-12,7%
SM	0,0%	9,3%	8,9%	2,8%	8,7%	-2,9%	15,9%	-8,3%	16,1%	4,2%	11,0%
BIO	-13,1%	-8,1%	46,6%	34,9%	-3,3%	-31,1%	-10,8%	43,1%	-5,7%	14,3%	-39,6%
NB	-36,8%	-7,9%	-5,2%	0,8%	-17,5%	-27,3%	-18,4%	-16,9%	0,6%	-22,7%	-14,0%

TV: Televisie	FOL: Folders	VTS: Vaktijdschriften	BIO: Bioscoop
DB: Dagbladen	PTS: Publiekstijdschriften	INT: Internet	NB: Nieuwsbladen
RD: Radio	OOH: Out of Home	SM: Sponsored Magazines	

Bron: Nielsen

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



Bron: Nielsen

De Retailbranche heeft ook in november weer meer mediadruk gerealiseerd dan in dezelfde maand vorig jaar. De fabrikanten van voedings- en genotmiddelen verhoogden hun bruto mediabestedingen fors in november 2009 (19,9%), over heel 2009 gemeten groeiden de bestedingen met 0,6%.

De transportsector laat deze maand een plus zien van 14,6%, maar over heel 2009 gemeten namen de bestedingen af met 9,5%.

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

	jan - nov 2009	nov-09	nov-09 v.s nov -08	jan-nov 2009 v.s jan-nov 08
Totaal	5.410.079	648.998	1,4%	-3,7%
Retail	1.124.727	121.652	5,2%	5,9%
Voedings- en Genotmiddelen	781.538	94.070	19,9%	0,6%
Horeca, Toerisme, Recreatie	460.425	54.804	6,2%	5,0%
Telecom, ICT	458.440	57.291	-14,8%	0,4%
Persoonlijke Verzorging	431.934	50.011	11,1%	-1,7%
Overheid, Educatie en Non Profit	350.983	40.053	-17,0%	-4,3%
Transport	340.390	38.932	14,6%	-9,5%
Financiële Dienstverlening	323.178	49.324	-21,7%	-34,2%
Media	269.426	33.162	-8,7%	-7,5%
Overige Producten en Diensten	130.284	15.615	39,2%	9,8%
Was- en Reinigingsmiddelen	123.849	16.154	56,0%	9,0%
Zakelijke Dienstverlening	117.366	15.398	-7,0%	-24,8%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	110.502	12.103	-5,5%	30,2%
Medisch	109.529	14.897	11,9%	12,1%
Mode	73.999	6.641	-10,3%	-21,2%
Huis en Tuin	68.685	9.033	13,6%	-12,6%
Consumenten Elektronica	47.050	8.536	-5,1%	-23,8%
Producten Professioneel Gebruik	44.022	5.882	-7,7%	-24,9%
Bouw en Onroerend Goed	25.016	2.857	-20,2%	-32,5%
Agrarisch	18.569	2.578	15,5%	-0,1%
Overige Reclame-uitingen	165	5	-82,1%	-39,1%

Bron: Nielsen

Ook deze maand is de top 10 adverteerders onveranderd gebleven. Wel hebben KPN, L'Oréal en Lidl deze maand minder besteed. Adverteerder Kras is t/m november uit de top 10 verdwenen en Kruidvat is daarvoor in de plaats gekomen. De bekende kerstcommercials van Coca Cola zorgen voor een stijging van 78,5% voor de frisdrankgigant. De gemiddelde bestedingen over 2009 liggen hiermee net onder de 50%. Schuitema heeft ook deze maand weer fors ingezet, de bestedingen namen in november met 43,4% toe.

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

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

Ranking			nov-09	nov-09	jan-nov '09
jan-nov '08	jan-nov '09	Totaal	648.998	v.s nov-08	v.s jan-nov '08
1	1	Unilever Nederland	25.739	31,5%	8,1%
2	2	KPN	13.623	-15,9%	1,2%
3	3	Procter & Gamble Nederland	10.664	30,3%	10,4%
4	4	L'Oreal Nederland	8.703	-3,7%	-1,9%
5	5	Albert Heijn	5.557	11,8%	-2,1%
18	6	Schuitema	4.544	43,4%	53,6%
15	7	Coca Cola Nederland	3.930	78,7%	43,3%
8	8	Lidl Nederland	4.334	-6,8%	2,5%
7	9	Reckitt Benckiser Nederland	3.369	8,1%	-6,9%
20	10	Kruidvat Retail	5.813	77,2%	28,5%

Bron: Nielsen

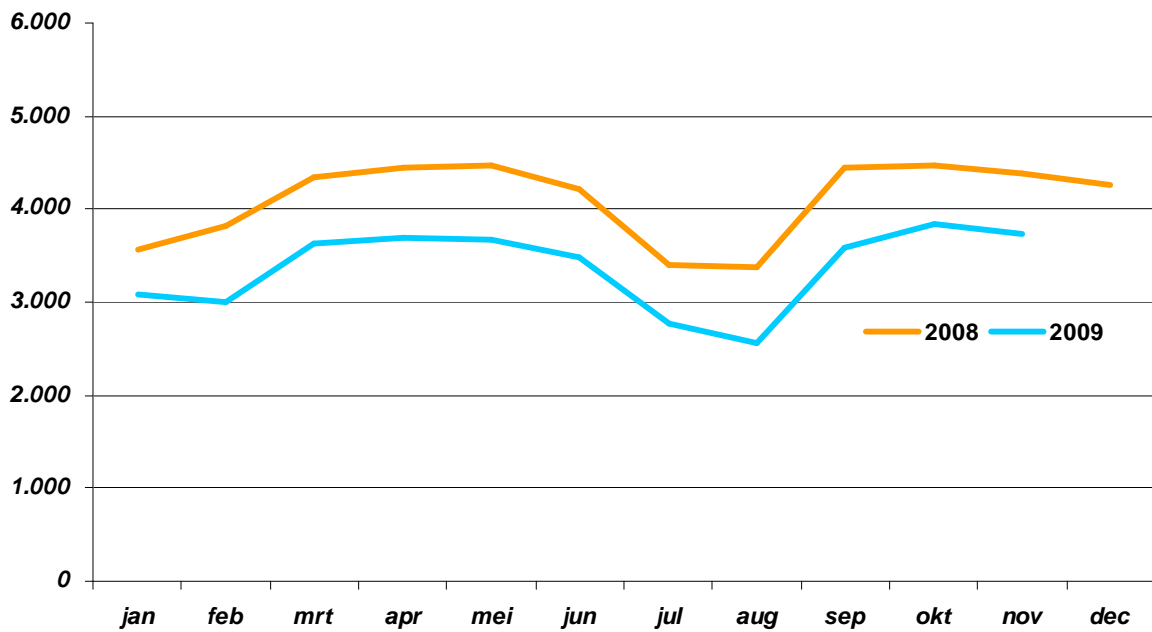
Top 10 producten laatste maand 2009 op basis van bruto mediabestedingen

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

Ranking			nov-09	nov-09	jan-nov '09
jan-nov '08	jan-nov '09	Totaal	648.998	v.s nov-08	v.s jan-nov '08
1	1	Albert Heijn	5.549	11,8%	-2,0%
6	2	C1000	4.539	43,6%	52,1%
2	3	Lidl	4.334	-6,8%	2,5%
3	4	Kras	2.611	2,5%	-4,6%
7	5	McDonald's	3.408	29,1%	27,3%
4	6	Gamma	2.314	-7,8%	-2,6%
11	7	Kruidvat	4.594	90,4%	40,2%
5	8	Media Markt	3.593	-10,7%	-1,7%
459	9	De Nederlandse Energie Maatschappij	2.681	-	-
9	10	Artiq	3.182	-0,2%	16,8%

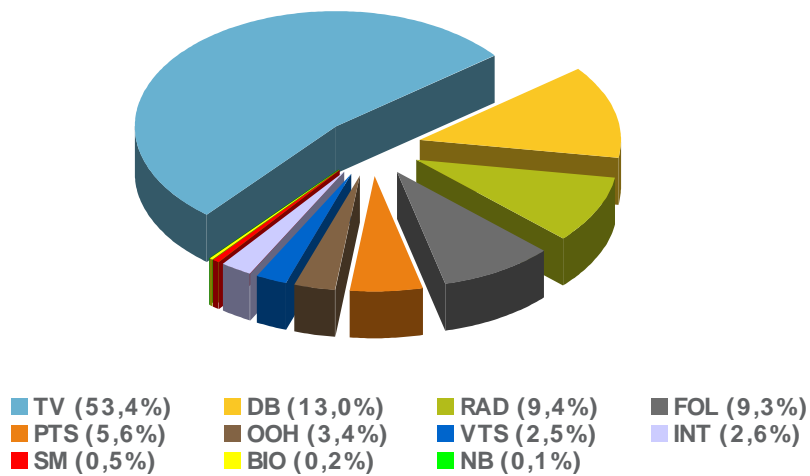
Bron: Nielsen

Aantal adverteerders per maand, 2008 en 2009 YTD



Bron: Nielsen

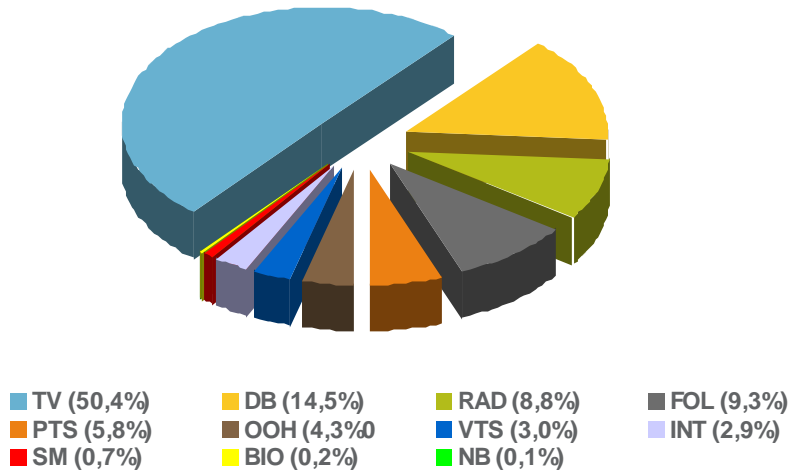
Marktaandeel mediumtypen november 2009



Bron: Nielsen



Marktaandeel mediumtypen dec'08 - nov'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

