

Nielsen

Ad Market Trend | november 2011

Rapport over de ontwikkelingen in de Nederlandse media- en reclamemarkt

Economische ontwikkelingen

Nederlandse consumenten waren in november veel minder somber over hun financiële situatie dan in oktober. Ze waren wel pessimistischer over het economisch klimaat. Al met al veranderde het consumentenvertrouwen nauwelijks. De indicator verbeterde 1 punt en kwam uit op -32. In december is de stemming onder consumenten verder verslechterd, de indicator van het consumentenvertrouwen daalde 5 punten en kwam uit op -37. Consumenten waren met name pessimistisch over hun financiële situatie in 2012. Nooit eerder waren consumenten zo somber.

De inflatie is in september op 2,6% uitgekomen en ligt sinds ongeveer juli 2011 op dit niveau. De prijsontwikkeling van kleding en benzine had in november een verlagend effect op de inflatie. Daarentegen had de prijsontwikkeling van bloemen en planten een verhogend effect.

In november waren er evenveel werklozen als in oktober, in de vier voorafgaande maanden nam de werkloosheid nog toe. De voor seizoensinvloeden gecorrigeerde werkloosheid was in november 455.000 personen, wat overeenkomt met 5,8% van de Nederlandse beroepsbevolking. Dit blijkt uit cijfers van het CBS.

Internet

Nielsen is in juli 2011 gestart met een nieuwe registratie van de bruto mediabestedingen aan online display advertising (internet). De nieuwe internetregistratie biedt een sterk verbeterde representativiteit, compleetheid en detaillering. De bruto mediabestedingen zijn voortaan zichtbaar op site- en op exploitantniveau. Nielsen is de eerste en enige die deze detaillering voor online display advertising biedt. De nieuwe registratie volgt de huidige internetregistratie i.s.m. exploitanten op.

In verband met de gewijzigde methodiek in de registratie van internet per 1 juli 2011, is de data vóór juli 2011 niet meer te vergelijken met de data ná juli 2011. Om die reden zijn de bruto mediabestedingen aan internet uit de Ad Market Trend gelaten.

Bruto mediabestedingen

De bruto mediabestedingen zijn in november afgenomen met 2,6% in vergelijking met dezelfde maand in 2010. In totaal bedroegen de bruto mediabestedingen in november 2011 € 636 mln. Publiekstijdschriften is deze maand het enige mediumtype in het cluster printmedia dat groei noteerde (7,9%). Ook voor radio (1,6%), bioscoop (20,6%) en out of home (11%) zijn de bruto mediabestedingen toegenomen. Vaktijdschriften en televisie zaten op ongeveer hetzelfde niveau als vorig jaar, sponsored magazines en folders leverden met respectievelijk 20% en 30% het meest in deze maand.

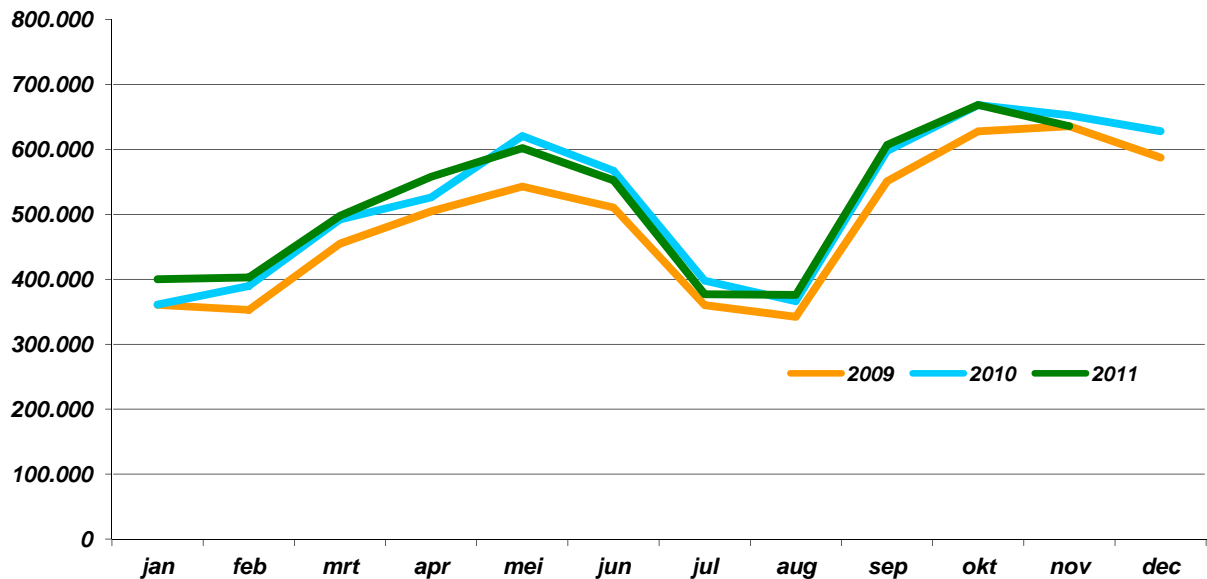
Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder (excl. Internet)

	jan-11	feb-11	mrt-11	apr-11	mei-11	jun-11	jul-11	aug-11	sep-11	okt-11	nov-11
Totaal	10,8%	3,3%	1,2%	6,0%	-3,0%	-2,6%	-5,3%	2,7%	1,5%	0,0%	-2,6%
DB	-5,9%	-3,2%	-7,4%	-1,8%	-10,6%	-17,4%	-22,6%	4,1%	-1,9%	-5,1%	-2,0%
PTS	5,2%	5,1%	5,6%	4,2%	-1,3%	-0,8%	-1,3%	12,8%	5,0%	-6,0%	7,9%
SM	6,9%	-9,7%	18,5%	-6,2%	-10,5%	46,4%	40,0%	-3,8%	-10,8%	37,7%	-19,4%
VTS	-2,7%	-0,5%	-6,4%	4,5%	-0,8%	-5,2%	-8,1%	-5,0%	2,3%	-9,0%	-0,1%
TV	18,4%	8,0%	10,6%	5,8%	1,0%	0,9%	-1,4%	6,7%	1,3%	-1,2%	-0,8%
RAD	5,1%	-0,1%	-6,3%	1,2%	0,9%	3,6%	1,7%	2,8%	3,5%	8,4%	1,6%
BIO	16,3%	-2,4%	50,3%	58,0%	-33,8%	66,1%	26,9%	6,1%	-4,2%	42,4%	20,6%
OOH	24,2%	9,5%	8,4%	35,8%	-11,6%	4,8%	7,6%	-5,5%	8,0%	8,9%	11,0%
FOL	14,1%	-7,1%	-25,3%	13,3%	-15,0%	-14,5%	-9,0%	-13,5%	2,6%	5,9%	-29,8%

Bron: Nielsen

DB: dagbladen	VTS: vaktijdschriften	OOH: out of home
PTS: publiekstijdschriften	TV: televisie	FOL: folders
SM: sponsored magazines	RAD: radio	BIO: bioscoop

Bruto mediabestedingen per maand, 2009, 2010 en 2011 YTD, (bedragen x 1.000 excl. Internet)



Bron: Nielsen

Branches

De twee grootste branches noteerden een daling in november. Retail blijft de grootste branche, maar de bestedingen namen af met 15,9%. De vier grootste categorieën binnen Retail noteerden een daling: Supermarkten -7,2%, Drogist/Parfumerie -2,4%, DHZ Zaken -7% en Meubelzaken -20,9%. Ook Voedings- en Genotmiddelen nam af, voornamelijk de categorieën Zuivel (-12,7%), Snoepgoed (-9,6%), Koffie/Thee (-17,8%) noteerden lagere bruto mediabestedingen dan in november 2010.

Van de top 10 branches noteren in november alleen de eerste twee branches een daling, de overige branches noteerden een toename van de bruto mediabestedingen. Transport noteerde de grootste groei, de bestedingen in deze branche namen toe met 34,4%, gevolgd door Telecom,ICT dat een toename noteerde van 29,6%. Dit waren ook de grootste uitschieters, de overige branches in de top 10 groeiden tussen de 4% en 9% in november 2011. Ook Financiële Dienstverlening zit na twee maanden van dalingen weer boven het niveau van 2010 (1,5%).



Bruto mediabestedingen hoofdgroepen x € 1.000 en in % ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder (gesorteerd op basis van cumulatieve cijfers 2011 excl. Internet)

	jan-nov 2011	nov-11	nov '11 t.o.v. nov '10
Totaal	5.676.262	635.738	-2,6%
Retail	1.251.876	123.006	-15,9%
Voedings- en Genotmiddelen	854.877	78.174	-21,5%
Horeca, Toerisme, Recreatie	534.605	64.561	7,6%
Persoonlijke Verzorging	452.156	54.354	4,0%
Transport	432.540	52.560	34,4%
Telecom, ICT	405.498	45.435	29,6%
Financiële Dienstverlening	318.712	51.016	1,5%
Overheid, Educatie en Non Profit	311.766	34.954	7,3%
Media	264.623	34.966	7,7%
Overige Producten en Diensten	112.010	11.490	8,5%
Medisch	110.607	11.525	-22,2%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	105.385	12.715	11,5%
Mode	98.120	8.978	27,5%
Was- en Reinigingsmiddelen	97.935	11.986	-24,6%
Zakelijke Dienstverlening	96.939	10.346	-17,2%
Huis en Tuin	83.046	7.507	-28,0%
Consumenten Elektronica	69.251	13.955	16,3%
Producten Professioneel Gebruik	34.595	3.906	-28,6%
Bouw en Onroerend Goed	24.294	2.729	-13,2%
Agrarisch	17.300	1.568	-14,2%
Overige Reclame-uitingen	127	7	-36,4%

Bron: Nielsen

Top 10 adverteerders

De bruto mediabestedingen in de periode januari – november lagen 0,7% hoger dan in dezelfde periode in 2010. In totaal bedroegen de bestedingen tot en met november €5,7 mrd. De top drie adverteerders is gelijk aan vorig jaar, de bestedingen van deze drie adverteerders zijn echter wel flink afgenomen: Unilever -10,5%, Procter & Gamble -23,7% en KPN -26,7%. Nieuw in de top 10 is Vodafone, de bestedingen van deze telecommer namen toe met 188,8% in november. Lidl komt van plaats 11 binnen op een 9^e plaats.

Top 10 producten

In de periode januari – november is alleen Plus nieuw in de top 10 producten. Ook op basis van de eerste tien maanden noteert de top drie producten een daling van de bruto mediabestedingen. Lidl (+14,3%), McDonald's (7,4%), Kras (15,8%) en Gamma (4,6%) noteerden in die periode echter een toename.

4/7

Top 10 adverteerders laatste maand 2011 en cumulatief op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2011 en excl. Internet)

Ranking			jan-nov '11	nov-11	nov '11
jan-nov '10	jan-nov '11	Totaal	5.676.262	635.738	vs nov '10
1	1	Unilever Nederland	240.104	35.995	38,7%
2	2	Procter & Gamble Nederland	86.430	7.659	-35,6%
3	3	KPN	70.684	5.762	9,0%
28	4	Vodafone	67.119	9.352	188,8%
4	5	Kruidvat Retail	65.592	7.973	-9,6%
5	6	Albert Heijn	56.480	7.123	-9,8%
7	7	L'Oreal Nederland	54.653	5.450	-22,2%
6	8	Schuitema	54.465	5.005	-7,3%
11	9	Lidl Nederland	53.655	4.507	-14,3%
10	10	Coca Cola Nederland	45.280	1.125	-57,0%

Bron: Nielsen

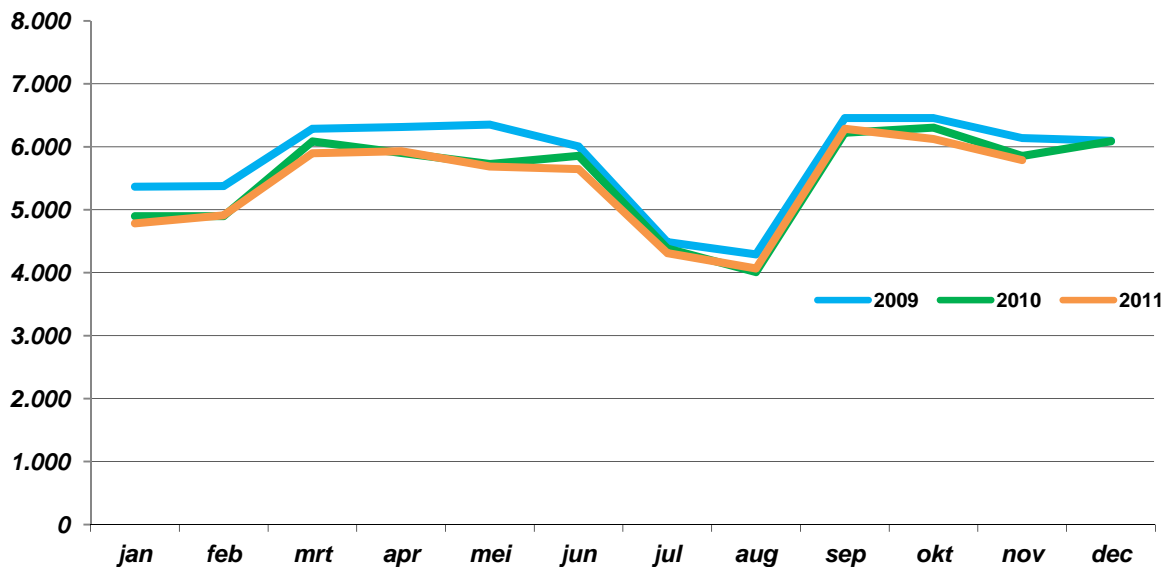
Top 10 producten laatste maand 2011 op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2011 excl. Internet)

Ranking			jan-nov '11	nov-11	nov '11
jan-nov '10	jan-nov '11	Totaal	5.676.262	635.738	t.o.v. nov '10
1	1	Albert Heijn	56.194	7.117	-9,9%
2	2	C1000	54.453	5.005	-7,3%
4	3	Lidl	53.655	4.507	-14,3%
3	4	Kruidvat	51.548	5.645	-22,7%
6	5	McDonald's	43.445	3.944	-8,9%
7	6	Kras	41.971	2.964	19,3%
13	7	Plus	38.069	3.667	39,9%
5	8	Media Markt	38.019	4.587	-4,6%
9	9	Gamma	34.537	4.528	28,3%
8	10	Praxis	29.080	2.121	-26,3%

Bron: Nielsen

Aantal adverteerders per maand, 2009, 2010 en 2011 YTD (excl. Internet)



Bron: Nielsen

Aantal adverteerders

In november zijn er 66 adverteerders minder geregistreerd in vergelijking met november 2010, een afname van 1,1%. Ten opzichte van 2009 is het aantal adverteerders deze maand afgenomen met 5,7%. In totaal hebben er 5.788 bedrijven geadverteerd in november, gemiddeld werd er € 110.000 besteed per adverteerder.

Internet

Zoals eerder in het rapport al is aangegeven, is Nielsen in juli 2011 een nieuwe registratie gestart voor de bruto mediabestedingen van online display advertising. In verband met de gewijzigde methodiek is de data vóór 1 juli 2011 niet meer te vergelijken met de data ná 1 juli 2011. De bruto mediabestedingen aan online display advertising bedroegen in november bijna € 60 mln. en daarmee was internet op basis van bruto mediabestedingen het op drie na grootste mediumtype in Nederland.

Nielsen heeft de sites in de internetregistratie ingedeeld in 26 channels. De twee grootste channels in november zijn Nieuws & Opinie (aandeel 21,5%) en Dagbladen (aandeel 21,4%). De bruto mediabestedingen van deze twee categorieën waren zowel voor de nummer 1 als de nummer 2 € 13 mln.

Met een aandeel van 25,5% was Financiële Dienstverlening de grootste branche binnen online display advertising in november (€ 15 mln.) Het totale bruto mediabudget van Financiële Dienstverlening

gemeten over alle mediumtypen bedroeg in november € 66 mln. Na televisie (aandeel 43,3%) is internet het tweede mediumtype binnen deze branche.

ING voerde in november de lijst met adverteerders op internet aan met € 3,3 mln. De totale bruto mediabestedingen van deze adverteerder over alle mediumtypen gemeten bedroegen € 7.2 mln. Het aandeel van internet in het bruto mediabudget was 45,9%, dagbladen had een aandeel van 26,2%.

De top 5 websites op basis van de bruto mediabestedingen in de totale markt in november 2011 bestond uit:

		nov-11
	Websites	59.821
1	Nu.nl	11.978
2	Marktplaats.nl	11.645
3	ad.nl	5.193
4	Startpagina.nl	2.957
5	deTelegraaf.nl	2.580

Registratie

De informatie in dit rapport is gebaseerd op de bruto mediabestedingen van nationale producten en diensten in Nederland in de mediumtypen televisie, radio, dagbladen, publiekstijdschriften, sponsored magazines, internet, vaktijdschriften, bioscoop en out of home (excl. digital out of home media). Hierbij wordt uitgegaan van de bruto tarieven, oftewel de tarieven zoals die op de tariefkaart vermeld staan. Er wordt geen rekening gehouden met eventuele kortingen die verleend worden, barters die afgesloten worden enzovoorts. De werkelijke (=netto) mediabestedingen kunnen afwijken.

Over Nielsen

Nielsen 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