


Wo wirbt ihr Kunde

Input Session des VSM - 27. September 2017

-  Werbepräsenz
-  Medienpräsenz
-  eCommerce
-  Expertise

Inhalt

- Die Referenten
- Arten der Kommunikationsforschung
- Erhebungsmethodik
- Beispiele

Die Referenten

Monika Jokovic



Senior Manager Sales & Client Services

Kundenberatung, Kooperations-
management & Finance

Michel Bächtiger

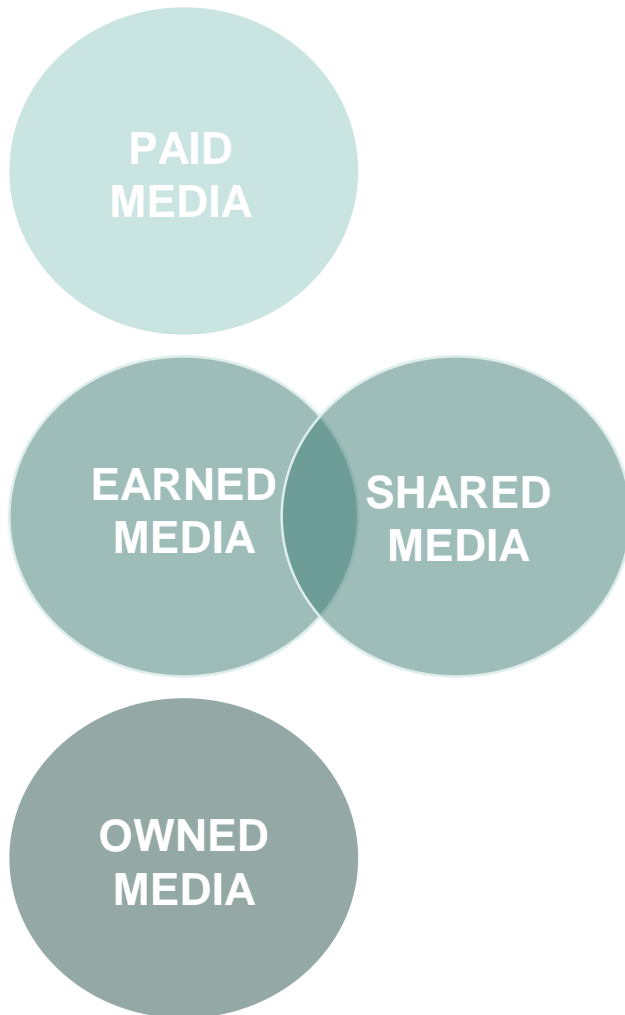


Senior Manager Operation

Datenerhebung, Methodik &
Kooperationsmanagement

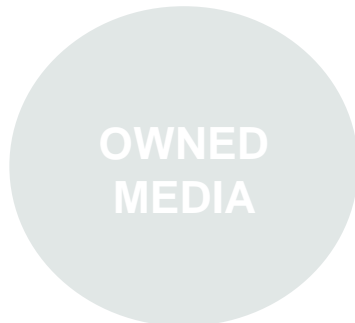
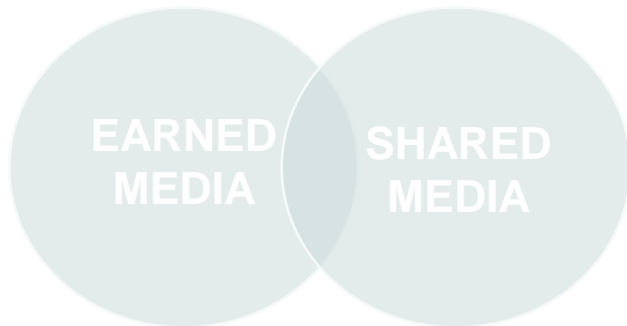
Arten der Kommunikationsforschung

Arten der Kommunikationsforschung



- Werbepräsenz
 - Werbekampagnen
 - Sponsoring
- Medienpräsenz
 - Journalistische Leistung
 - Soziale Netzwerke
 - Blogs, Foren, Videos, Kommentare, ...
- Präsenz auf eigenen Medien
 - Website
 - Prospekte, Broschüren
 - Mailings (Print/Web)
 - Give-Aways, Gadgets

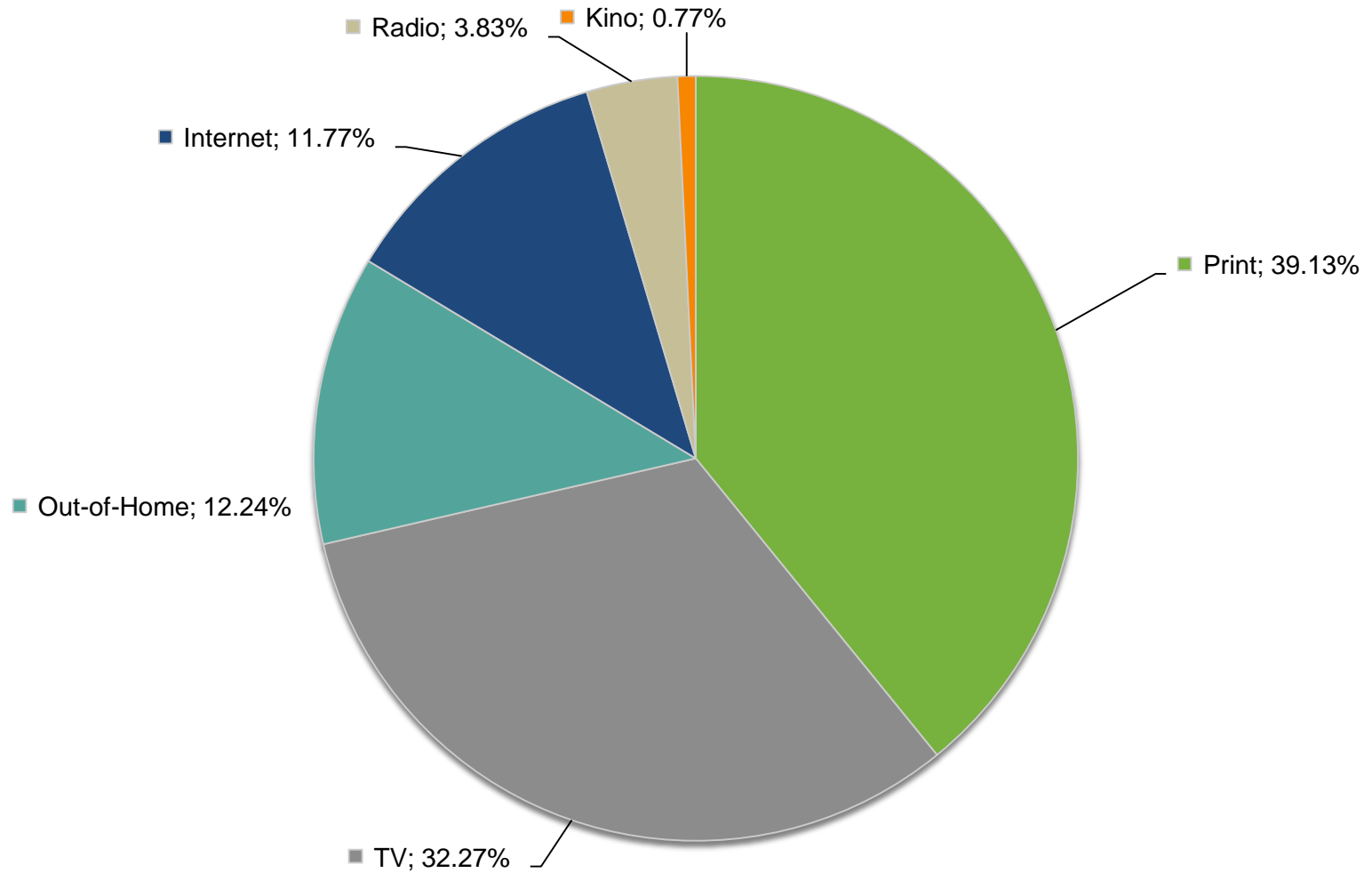
Arten der Kommunikationsforschung



- Werbepräsenz
 - Werbekampagnen
 - Sponsoring
- Medienpräsenz
 - Journalistische Leistung
 - Soziale Netzwerke
 - Blogs, Foren, Videos, Kommentare, ...
- Präsenz auf eigenen Medien
 - Website
 - Prospekte, Broschüren
 - Mailings (Print/Web)
 - Give-Aways, Gadgets

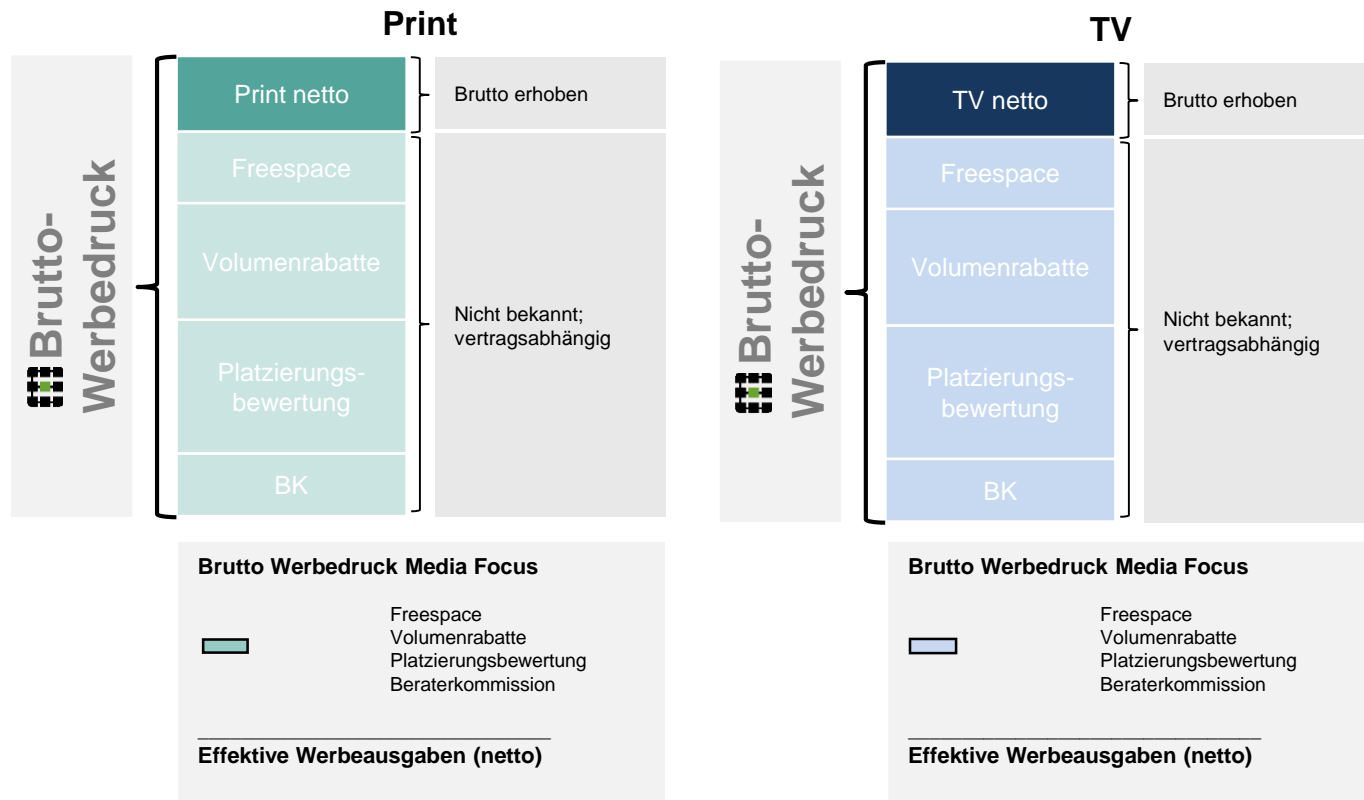
Erhebungsmethodik

Währung für Werbedruck



Währung für Werbedruck

- Werbewert der Schaltung als anerkannte Währung



Factsheet Print

- Strukturierung nach Typologie Schweizer Presse
- Aufnahmekriterien
 - Beglaubigte Auflagen
(Spezial- & Fachpresse: nicht beglaubigte Auflagen ab >50'000 / >20'000 / >7'500)
 - Eintrag in der TSP
 - Spezial- & Fachpresse: Q-Publikationen
- Eigenerhebung
 - Sichterfassung in digitalisierter Ausgabe

	Universum	Erfassungsregeln	
Print	<ul style="list-style-type: none">• Tages-, reg. Wochen- und Sonntagspresse• Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse• Spezialpresse• Fachpresse	<ul style="list-style-type: none">• ca. 150 Titel• ca. 70 Titel• ca. 90 Titel• ca. 100 Titel	<ul style="list-style-type: none">• nicht erfasst : Rubriken, Inserate-Kombis• ohne Grösseneinschränkung : textanschliessende Inserate• ab 100mm / 1/16-Seite : Reklamen• ab 500mm / 1/8-Seite : andere Inserate

Factsheet TV

- Aufnahmekriterien
 - 1% Marktanteil in den Zielgruppen 3+, 3-11, 12-39 oder 40-65
- Eigenerhebung
 - Sichterfassung in Aufnahmen
 - Datenlieferungen (z.B. Regionalsender)
 - Validierung über Angebot & Datenlieferungen

	Universum	Erfassungsregeln	
TV	<ul style="list-style-type: none">• Öffentlich-rechtlich• Werbefenster • Privat sprachregional• Privat regional	<ul style="list-style-type: none">• SRF1, SRF zwei, SRF Info RTS 1/2, RSI LA 1/2• Sat.1 Pro Sieben, RTL, RTL2, VOX, Kabel 1, Super RTL, MTV, M6, Cartoon Network, Nickelodeon, TF1, W9, RTL9, DMAX, NITRO, 6ter, C8, Sixx• 3plus, 4plus• Tele Basel, Tele M1, TVO, Tele Tell, Tele Züri, Telebärn	<ul style="list-style-type: none">• erfasste Werbeformen : Zeitraum 06:00 – 01:59 Uhr, Normalspots, Single Spots, alle Werbeformen innerhalb eines gekennzeichneten CH-Werbeblocks• nicht erfasste Werbeformen : Splitscreen, Product Placement, Dauerwerbesendungen• TV Sponsoring ist vom Kundenvertrag abhängig

Factsheet OOH / Radio / Kino

- Datenlieferung
 - Datenveredelung anhand Abgleich von Daten und Kreationen

	Universum	Erfassungsregeln
Out-of-Home	<ul style="list-style-type: none">• APG (alle Divisionen)• Clear Channel• Shop Display• Canal Poste• Goldbach Media• Neo Advertising• Excom Media AG	<ul style="list-style-type: none">• erfasste Werbeformen : klassische Plakatformate, Megaposter, Sonderformate (Flughafen, POI/POS, Tourismus und Verkehr)• Digital OOH der Anbieter APG und Clear Channel erst ab 2016• nicht erfasste Werbeformen : Werbung im eigenen Netz
Radio	<ul style="list-style-type: none">• 18 Privatsender	<ul style="list-style-type: none">• nicht erfasst : Sponsoring, Radios I-CH• Info: öffentlich-rechtliche Radiosender dürfen keine Werbung ausstrahlen
Kino	<ul style="list-style-type: none">• WerbeWeischer	<ul style="list-style-type: none">• Erfasste Werbeformen : Kinospots und Dias• nicht erfasst : Open Air Kinos

Factsheet Online

- Display
 - Datenlieferung
- Search
 - Eigenerhebung

	Universum	Erfassungsregeln	
Internet (Display)	<ul style="list-style-type: none">• Admeira, audienzz, AZ Medien, Comparis, Goldbach Audience, Omnimedia, SevenOne Media, United Internet Media, Tamedia, Zattoo	<ul style="list-style-type: none">• Klassische Display Werbung (inkl. Bewegtbild)• Rund 100 Websites• ab 2011 werden die Daten auf Site-Ebene ausgewiesen• Mobile & Desktop• Alle Buchungsformen	<ul style="list-style-type: none">• erfasste Werbeformen : Fullbanner, Leaderboard, Skyscraper, Rectangle, Expandable Ad, Maxi-/Monsterboard, Wallpaper/Roadblock, Floating-/Layer Ad, AdAppeal/CornerAd, Branding Day/Tandem Ad, Interstitial, StreamingAd/VideoAd, Text-Ads, inkrementelle Werbung/Publireportagen/Advertorials,• Nicht erfasste Werbeformen / Marktbereiche : Medienwerbung, Classifieds, Affiliates, Netzwerke
Internet (SEA)	<ul style="list-style-type: none">• Google Adwords	<ul style="list-style-type: none">• erfasst: ca. 35'000 Keywords, 4x täglich abgefragt, alle Anzeigen der ersten Ergebniss-Seite, Gerätespezifische Abfrage• nicht erfasst : Google Shopping, Google Display	

Interpretationsschwierigkeiten

- Firma (Hersteller) vs. Werbungtreibender



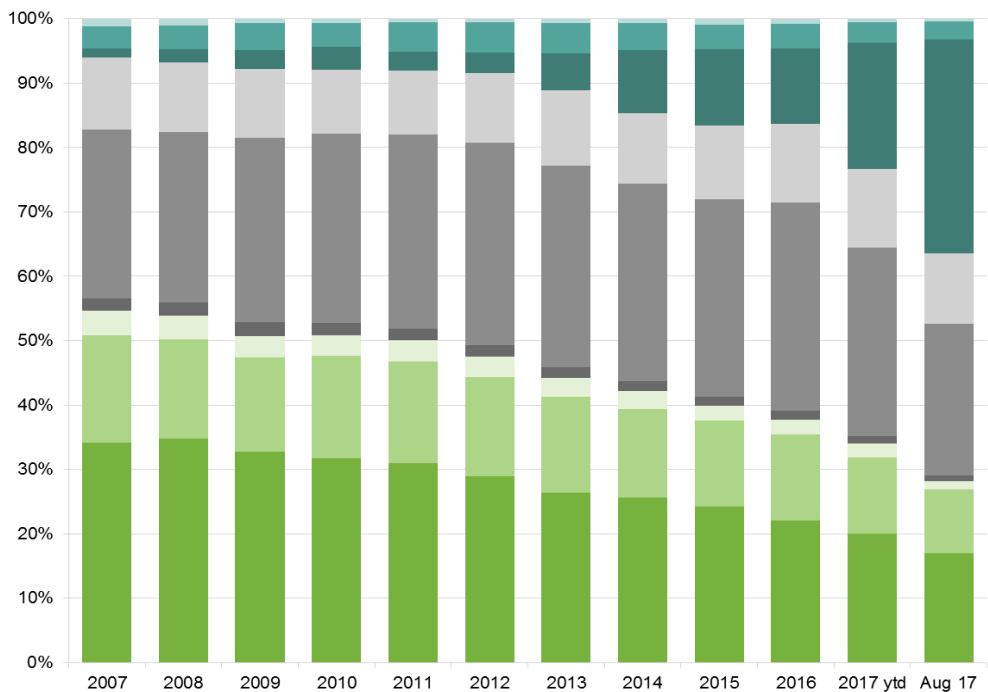
- Firma (Samsung)
 - Hersteller des beworbenen Produktes
- Werbungtreibender (Swisscom)
 - Werbeauftraggeber der Schaltung

Interpretationsschwierigkeiten

- Werbepräsenz vs. Werbeumsätze
 - Media Focus publiziert die Werbepräsenz (Brutto Brutto)
 - Werbeumsätze werden von der Stiftung Werbestatistik (Nettostatistik) publiziert

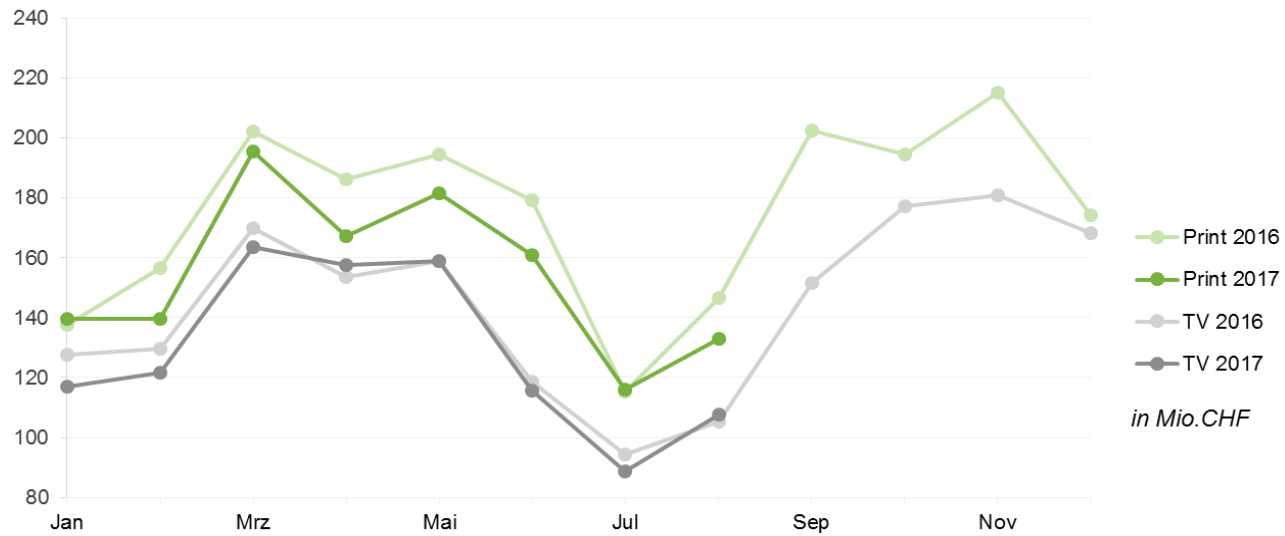
Beispiele

Entwicklung in den Medien – Vorjahresvergleich



Mediengruppe	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Aug
Tages-, regionale Wochen- & Sonntagspresse	34.1	34.7	32.7	31.6	30.9	28.9	26.4	25.5	24.2	22.1	20.0	17.0
Publikums-, Finanz- & Wirtschaftspresse	16.7	15.4	14.6	15.9	15.8	15.4	14.8	13.8	13.3	13.3	11.9	9.9
Spezialpresse	3.7	3.7	3.3	3.2	3.3	3.1	3.0	2.7	2.4	2.4	2.1	1.3
Fachpresse	2.0	2.1	2.1	1.9	1.8	1.8	1.7	1.5	1.4	1.4	1.2	0.9
TV	26.1	26.3	28.6	29.3	30.0	31.4	31.3	30.7	30.7	32.3	29.3	23.5
Out-of-Home	11.2	10.8	10.7	10.0	9.9	10.9	11.7	11.0	11.3	12.2	12.2	11.0
Internet	1.3	2.0	2.9	3.5	2.9	3.2	5.7	9.7	11.9	11.8	19.6	33.2
Radio	3.4	3.6	4.1	3.7	4.6	4.6	4.6	4.3	3.9	3.8	3.2	2.7
Kino	1.2	1.1	0.7	0.7	0.6	0.6	0.7	0.7	0.9	0.8	0.6	0.5

Entwicklung – Vorjahresvergleich



Werbedruck in den Branchen mit Vorjahresvergleich

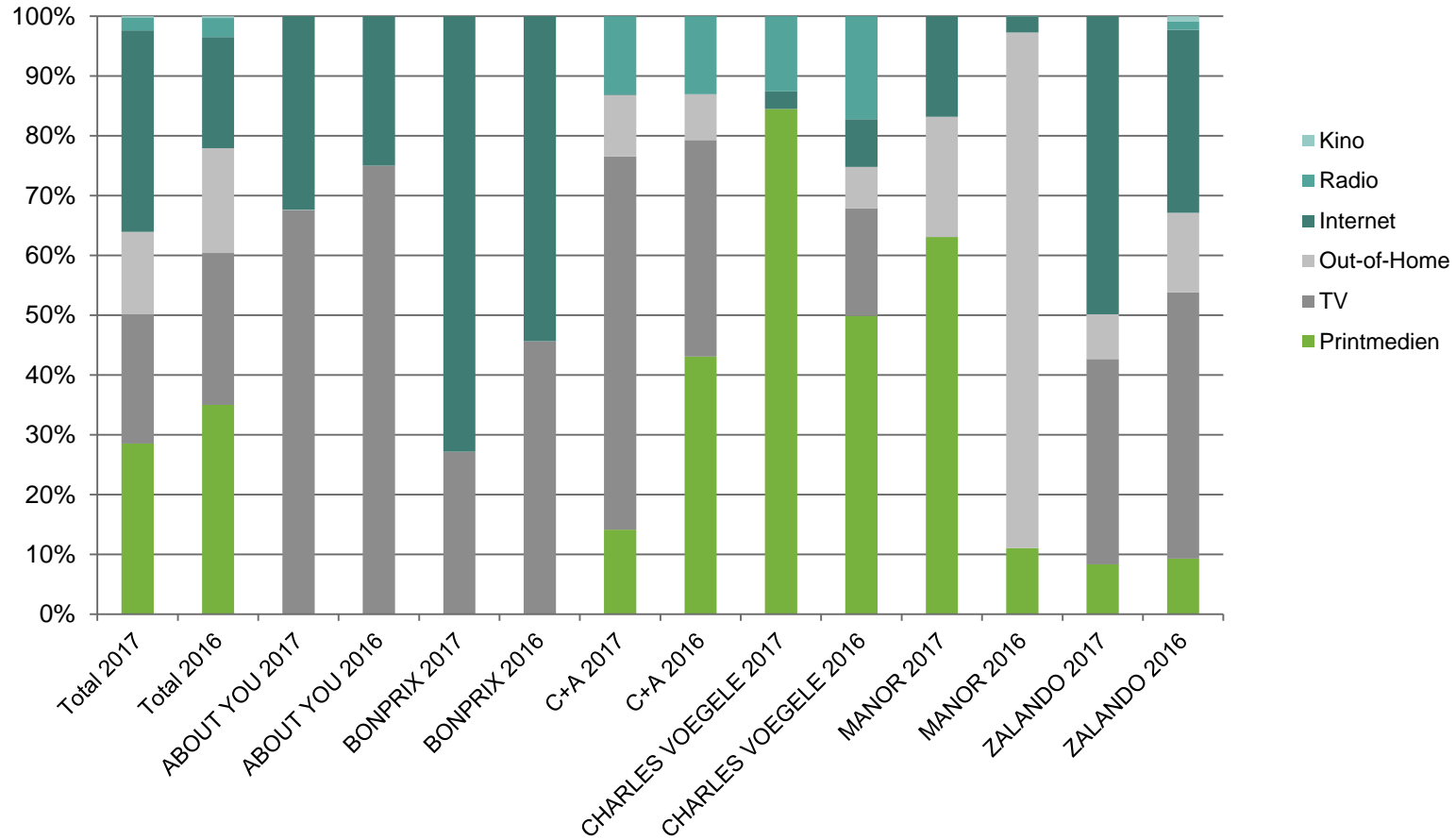
Branche/Produktgruppe	YTD		Aug 17	
	Mio. CHF	+/- VJ %	Mio. CHF	+/- VJ %
Nahrungsmittel	341.0	0.0	40.2	0.1
Detailhandel	316.4	7.9	40.3	7.0
Freizeit, Gastronomie, Tourismus	298.9	29.0	47.0	86.2
Fahrzeuge	268.4	-6.1	26.6	13.3
PKW (neu)	213.3	-9.0	20.6	5.6
Initiativen & Kampagnen	254.5	6.9	29.7	2.7
Politische Kampagnen	36.2	-12.4	3.2	-5.6
Dienstleistung	248.2	27.3	40.4	75.0
Bauen, Industrie, Einrichtung	228.7	17.3	32.7	51.6
Finanzen	224.9	10.5	27.8	36.8
Versicherungen	77.0	5.1	7.0	-13.9
Mode & Sport	197.8	4.6	28.8	28.9
Uhren & Schmuck	54.4	13.7	5.7	23.5
Veranstaltungen	170.4	5.9	21.6	10.0
Kosmetik & Körperpflege	158.3	-3.0	20.7	11.0
Digital & Haushalt	155.4	9.1	22.8	73.0
IT, Hard- & Software	49.8	5.0	7.5	106.2
TV & Home Entertainment	22.9	7.5	2.2	12.4
Getränke	135.8	-12.1	15.4	-10.3
Pharma & Gesundheit	127.4	12.0	11.8	29.3
Telekommunikation	109.8	-5.2	12.0	13.0
Persönlicher Bedarf	78.0	7.4	11.1	34.9
Verkehrsbetriebe	64.9	9.7	10.8	23.0
Medien	60.9	4.2	5.8	-9.3
Reinigen	51.6	-7.6	8.4	-6.5
Energie	18.6	13.2	3.1	197.8
Tabakwaren	3.7	-36.5	1.2	383.2
Alle Branchen	3'513.5	6.8	458.1	25.6

Top 10 im August

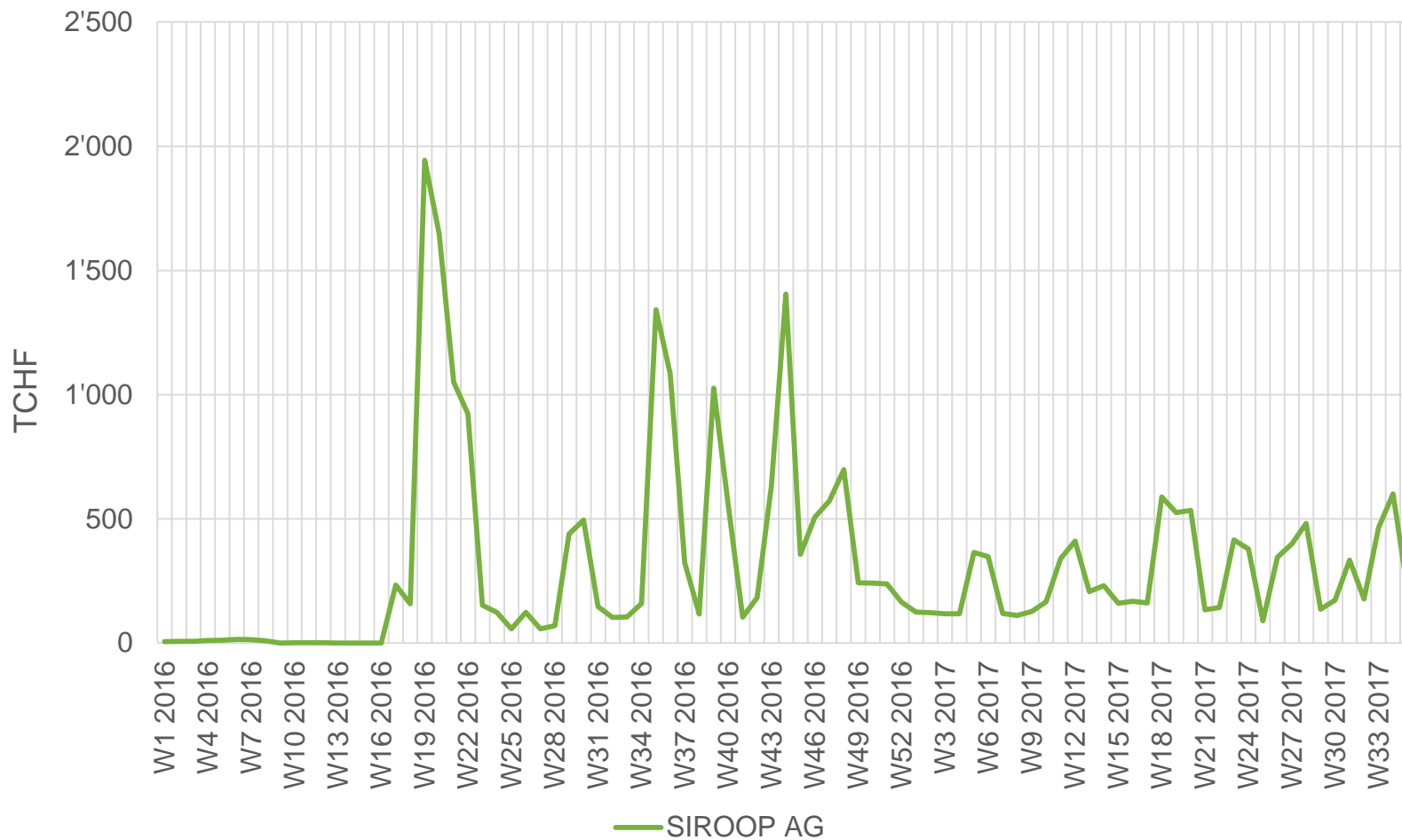
Top 10 Werbungtreibende		+/- VJ %
1	Migros	1.0
2	Coop	-32.8
3	Ferrero Schweiz AG	42.6
4	Procter & Gamble	1.5
5	Swisscom	29.8
6	Trivago GmbH	62.6
7	Lidl Schweiz AG	7.6
8	Denner AG	63.5
9	Aldi Suisse AG	7.1
10	Dipl. Ing. Fust AG	-7.3

Top 10 Produkte	
1	McDonald's Restaurants
2	Ferrero Kinder Überraschung
3	siroop.ch
4	Giotto
5	Ferrero Kinder Bueno
6	Nissan Micra
7	Feldschlösschen braufrisch
8	Pampers Windeln
9	Apple Iphone 7
10	Swiss Air Lines Flugangebot

Mediamix: Bekleidungsmarkt 2016/2017ytd

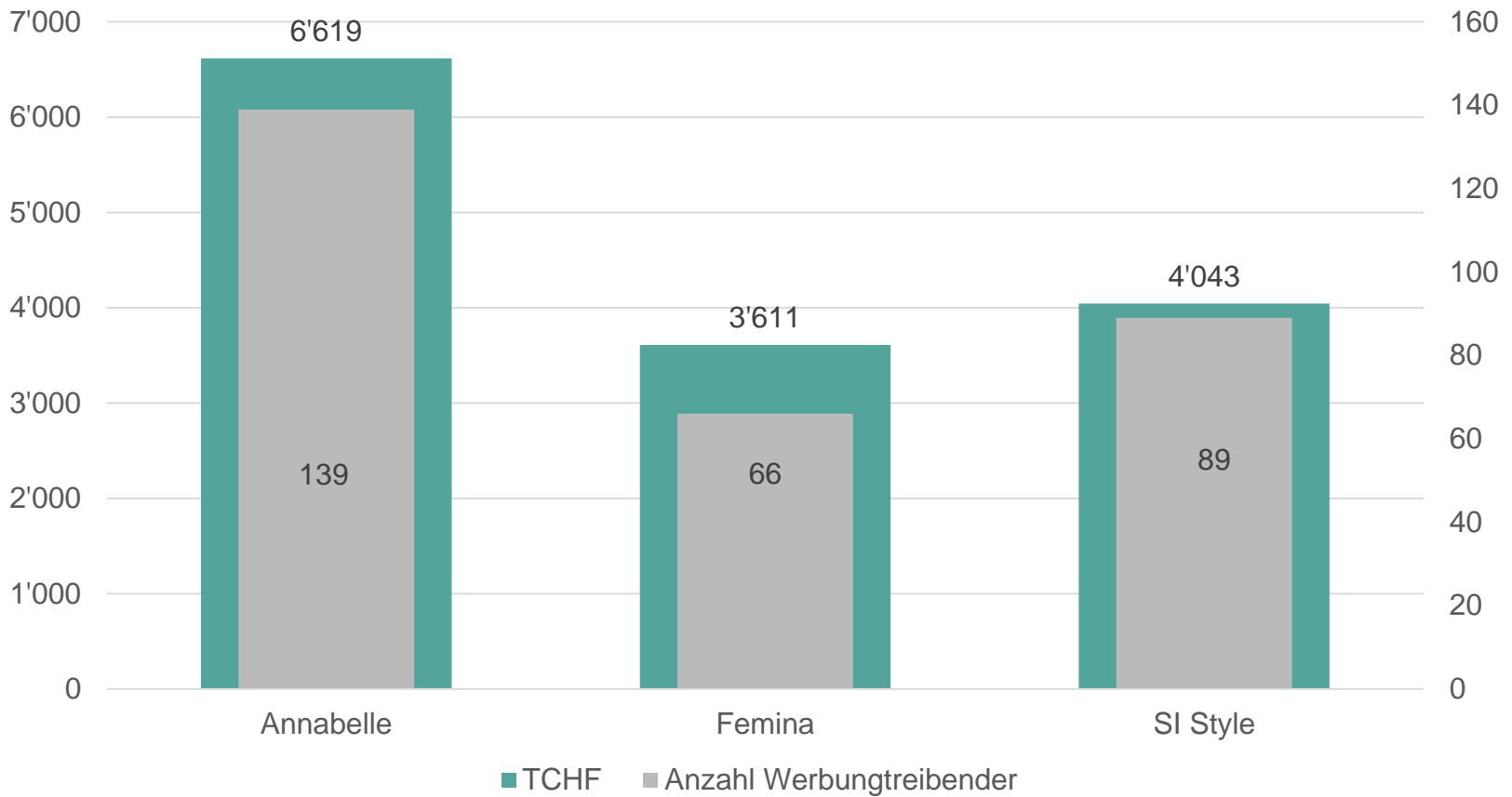


Saisonalität: Sirop



Negativliste: Annabelle vs. Femina vs. SI Style 2017

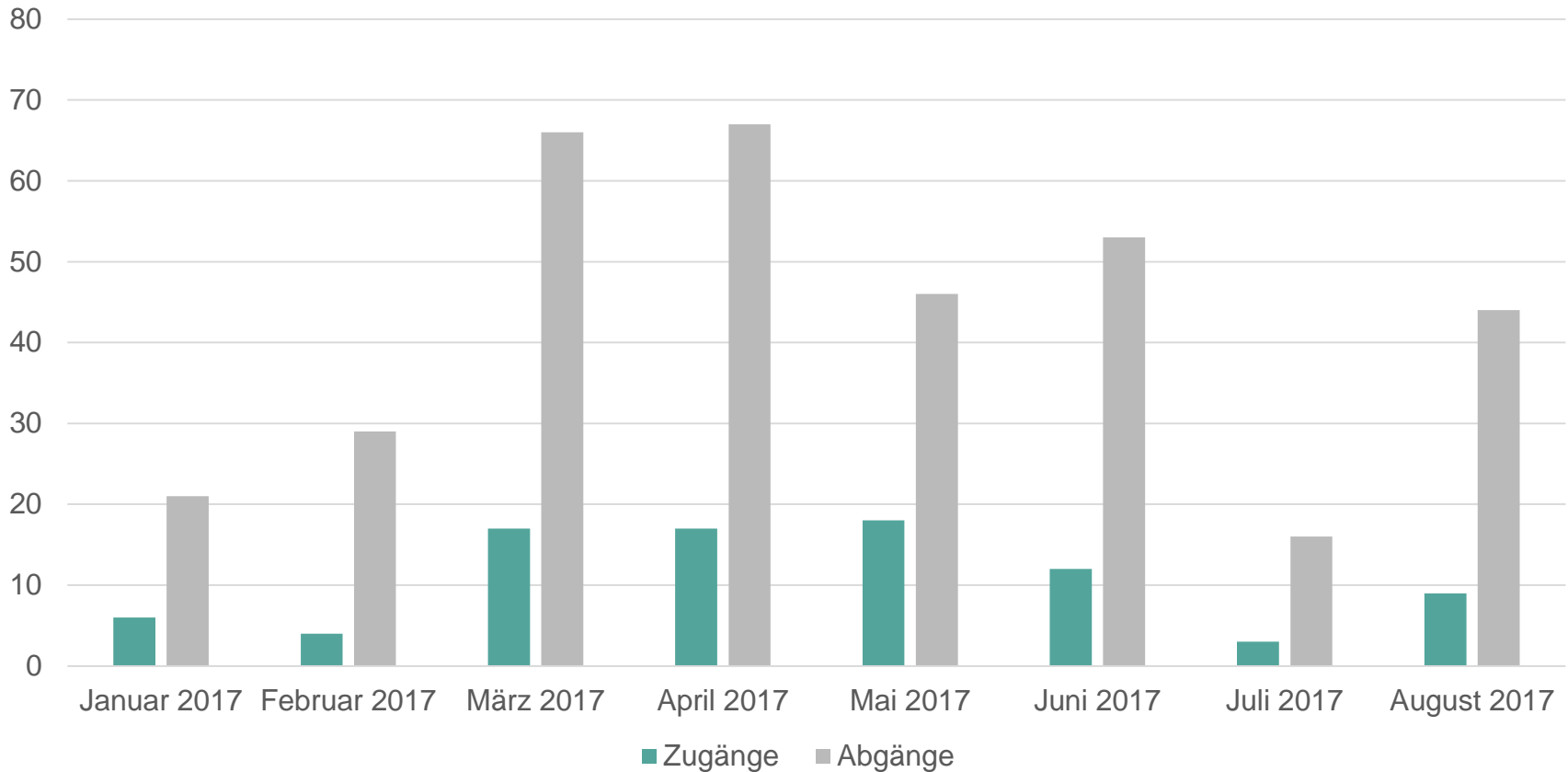
Anzahl Firmen und deren Werbebruttovolumen, die nicht im jeweils anderen Titel Anzeigen gebucht haben



Zu-und Abgangsstatistik: Annabelle

Werbungtreibenderzugänge vs. Werbungtreibenderabgänge im Titel Annabelle im Jahr 2017

Basis: Firmen, die 2016 geworben haben, nicht aber im 2017



www.mediafocus.ch

Factsheet Medien

	Universum	Erfassungsregeln
Print	<ul style="list-style-type: none"> Tages-, reg. Wochen- und Sonntagspresse Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse Spezialpresse Fachpresse 	<ul style="list-style-type: none"> ca. 150 Titel ca. 70 Titel ca. 90 Titel ca. 100 Titel
TV	<ul style="list-style-type: none"> Öffentlich-rechtlich Werbefenster Privat sprachregional Privat regional 	<ul style="list-style-type: none"> SRF1, SRF zwei, SRF Info RTS 1/2, RSI LA 1/2 Sat.1 Pro Sieben, RTL, RTL2, VOX, Kabel 1, Super RTL, MTV, M6, Cartoon Network, Nickelodeon, TF1, W9, RTL9, DMAX, RTL NITRO, 6ter 3plus, 4plus Tele Basel, Tele M1, TVO, Tele Tell, Tele Züri, Telebärn
Out-of-Home	<ul style="list-style-type: none"> APG (alle Divisionen) Clear Channel Shop Display Canal Poste Goldbach Media Neo Advertising Excom Media AG 	<ul style="list-style-type: none"> erfasste Werbeformen : klassische Plakatformate, Megaposter, Sonderformate (Flughafen, POI/POS, Tourismus und Verkehr) Digital OOH bis 2015 unter der Mediengruppe Digitale Werbeflächen Digital OOH der Anbieter APG und Clear Channel erst ab 2016 nicht erfasste Werbeformen : Werbung im eigenen Netz
Internet (Display)	<ul style="list-style-type: none"> Admeira, audienzz, AZ Medien, Comparis, Goldbach Audience, Omnimedia, SevenOne Media, United Internet Media, Tamedia, Zattoo 	<ul style="list-style-type: none"> Nur klassische Display Werbung Rund 80 Websites ab 2011 werden die Daten auf Site-Ebene ausgewiesen Mobile & Desktop Alle Buchungsformen
Internet (SEA)	<ul style="list-style-type: none"> Google Adwords 	<ul style="list-style-type: none"> erfasste Werbeformen : Fullbanner, Leaderboard, Skyscraper, Rectangle, Expandable Ad, Maxi-/Monsterboard, Wallpaper/Roadblock, Floating-/Layer Ad, AdAppeal/CornerAd, Branding Day/Tandem Ad, Interstitial, StreamingAd/VideoAd, Text-Ads, inkrementelle Werbung/Publireportagen/Advertorials, Nicht erfasste Werbeformen / Marktbereiche : Medienwerbung, Classifieds, Affiliates, Netzwerke Bewertung (Ausnahme!) : brutto fakturiert (exkl. Freespace)
Radio	<ul style="list-style-type: none"> 18 Privatsender 	<ul style="list-style-type: none"> erfasst: ca. 35'000 Keywords, 4x täglich abgefragt, alle Anzeigen der ersten Ergebniss-Seite nicht erfasst : Gerätespezifische Abfrage, Google Shopping, Google Display
Kino	<ul style="list-style-type: none"> WerbeWeischer 	<ul style="list-style-type: none"> nicht erfasst : Sponsoring, Radios I-CH Info: öffentlich-rechtliche Radiosender dürfen keine Werbung ausstrahlen
		<ul style="list-style-type: none"> Erfasste Werbeformen : Kinospots und Dias nicht erfasst : Open Air Kinos