

## Branchenkurzreport

*Werbung und damit verbundene Kreativleistungen*

Slowakei



## MARKTINFORMATIONEN

### Die wichtigsten Informationsquellen

Einen hervorragenden Überblick über den Bereich bieten die beiden Wirtschaftsfachzeitschrift bzw. deren Websites Strategie und ETrend. Beide Medien bieten statistische Daten, Rankings und Reportagen. Strategie erscheint monatlich, wobei sich Beilagen bestimmten Themen wie z.B. Medienagenturen (Juni 2008) oder dem Online-Bereich (August 2008) widmen. Das Wirtschaftsmagazin ETrend erscheint ebenfalls monatlich. Die Beilage Top-Trend z.B. aus Juni 2008 war den Bereichen Werbung und Medien gewidmet. Eine führende Rolle im Bereich Mediendaten und Analysen spielt die Medienagentur Median SK mit der Forschungsmethode Market & Media & Lifestyle – TGI (MML TGI) ein. Sie veröffentlicht u.a. quartalsmäßig die Auflagenhöhe und Marktanteile der Printmedien und Einschaltquoten im Radio und Fernsehen. Der Basisreport ist kostenlos auf der Homepage von MEDIAN SK zu finden.

Die britische Forschungsagentur TNS (Taylor Nelson Sofres) ist in der Slowakei durch ihre Niederlassung TNS SK vertreten. Seit 2004 wendet TNS die „peoplemeter“-Methodologie an, wodurch es in der hiesigen Werbebranche zu beträchtlichen Veränderungen gekommen ist. Die Daten sind nur Abonnenten zugänglich.

### Markt- und Meinungsforschungsinstitute

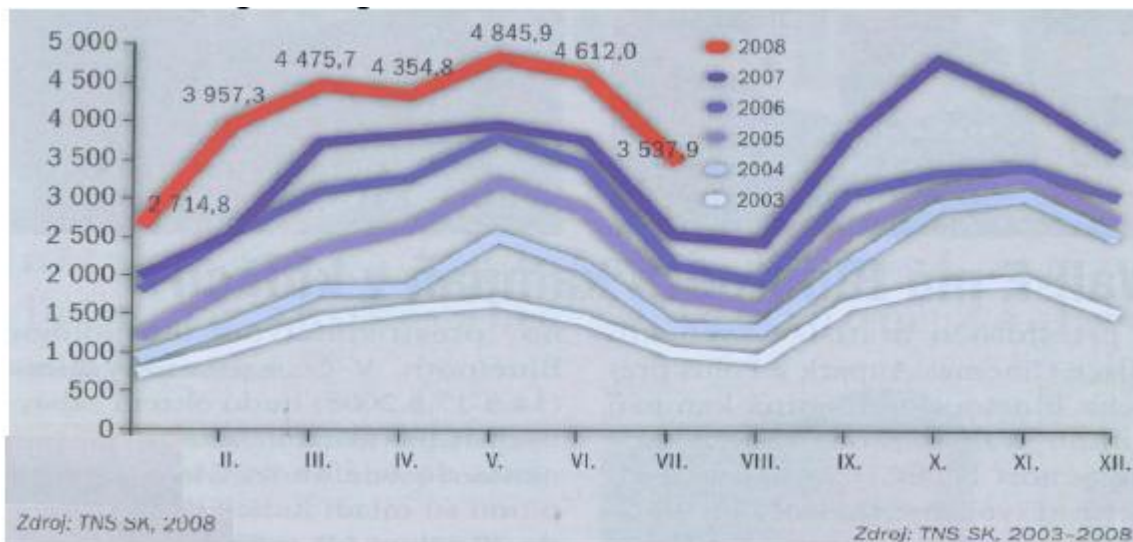
Der Markt- und Meinungsforschungsmarkt wird auf SKK 800 Mio. (EUR 27 Mio.) mit einem jährlichen Zuwachs von 15% geschätzt. Seit 1993 veröffentlicht das Statistikamt der Slowakischen Republik (Štatistický úrad Slovenskej republiky) Daten. Daneben sind etliche Agenturen und Firmen auf dem Markt tätig, die unterschiedliche Methodik anwenden. Die 1999 gegründete Slowakische Vereinigung der Forschungsagenturen (Slovenská asociácia výskumných agentúr) zählt neun Mitglieder. Sie selbst ist Mitglied der ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research.

Ein Ranking der slowakischen Marktforschungsunternehmen nach Umsatz für 2007 erschien im Trend im Juni 2008.

## MARKTDATEN

### Gesamtvolumen des Werbemarktes

Die Werbeausgaben steigen in den letzten Jahren kontinuierlich an. Eine Aufteilung in Mio. SKK nach Monaten zeigt die folgende Grafik:



Quelle: Strategie August 2008

2007 wurde mit 14% ein Rekord-Wachstum verzeichnet. Nach Schätzungen der Zeitschrift *Stratégia* beliefen sich die Ausgaben auf SKK 9,8 Mrd. (ca EUR 325 Mio.). Für 2008 wird ein weiterer Anstieg um 11% erwartet. Die bedeutendsten Werbeträger sind das Fernsehen (44%) gefolgt von Zeitungen (33%).

## WERBETRÄGER

Im Großen und Ganzen haben sich die Marktanteile der einzelnen Werbeträger im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich verändert. Von den steigenden Werbeaufwendungen haben die Werbeträger unterschiedlich stark profitiert:

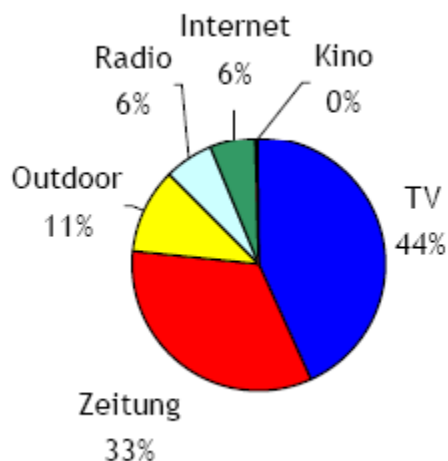
Die Aufwendungen für Fernsehwerbung beliefen sich im Jahr 2007 auf SKK 4,2 Mrd., während diese 2006 noch bei SKK 3,7 Mrd. lagen (Steigerung von 14,1%).

Für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften wurden rund SKK 3,3 Mrd. (2006: SKK 3,1 Mrd.; Steigerung von 6,9%) ausgegeben.

Außenwerbung (Outdoor) konnte 2007 beim Bruttowerbeaufwand, der sich 2007 auf SKK 1,1 Mrd. belief (2006: SKK 0,9 Mrd.; Zuwachs 19,6%) ebenfalls ein Plus verzeichnen.

Einen rasanten Zuwachs haben die Ausgaben für Internet-Werbung 2007 verzeichnet: Mit SKK 0,6 Mrd. sind sie im Vergleich zum Vorjahr um über 60% gestiegen (2006: SKK 0,3 Mrd.). Der Marktanteil bleibt mit lediglich 5,7% aber nach wie vor gering.

Bedeutendster Werbeträger ist das Fernsehen (44%), gefolgt von Printmedien (33%), Outdoorwerbung (11%), dem Radio und Internet mit jeweils 6%. Kinowerbung spielt eine untergeordnete Rolle. (Quelle: *Stratégia* 2008)



### Fernsehen

Fernsehen ist in der Slowakei das am weitesten verbreitete Medium. Insgesamt 88 % der Bevölkerung sehen täglich mindestens einen der auf Slowakisch, Tschechisch oder Ungarisch sendenden TV-Kanäle.

Es gibt fünf überregionale Fernsehstationen mit Sendelizenz. Der öffentlich-rechtliche Sender Slovenská televízia STV – seit über 45 Jahren im Geschäft - und der Privatsender Markíza senden über terrestrisches Signal. Die drei Privatsender TV Joj, TA3, Nautik TV kann man nur über Kabelfernsehen empfangen.

Eine Aufstellung der Fernsehsender nach Einschaltquote und Marktanteil bietet die folgende Aufstellung:

TV Einschaltquoten + Marktanteile		
Fernsehen	Einschaltquote/ 1.+2. Quartal 2008	Marktanteil/ 1.+2. Quartal 2008
TV Markiza	66%	40%
STV1	30%	15%
STV2	6%	8%
STV3	1%	0.1%
TV JOJ	33%	16%
TA3	4%	1,5%
Prima TV - tschechische	5%	
NOVA - tschechische	5%	
ČT 1 - tschechische	3%	
ČT 2 - tschechische	0,5%	
RTL KLUB - ungarische	3,0%	
MTV1 - ungarische	2%	
MTV2 - ungarische	0,5%	
DUNA TV - ungarische	0,5%	
ORF1 und ORF2 - deutsch	0,2%	

Quelle: [www.strategie.sk](http://www.strategie.sk)

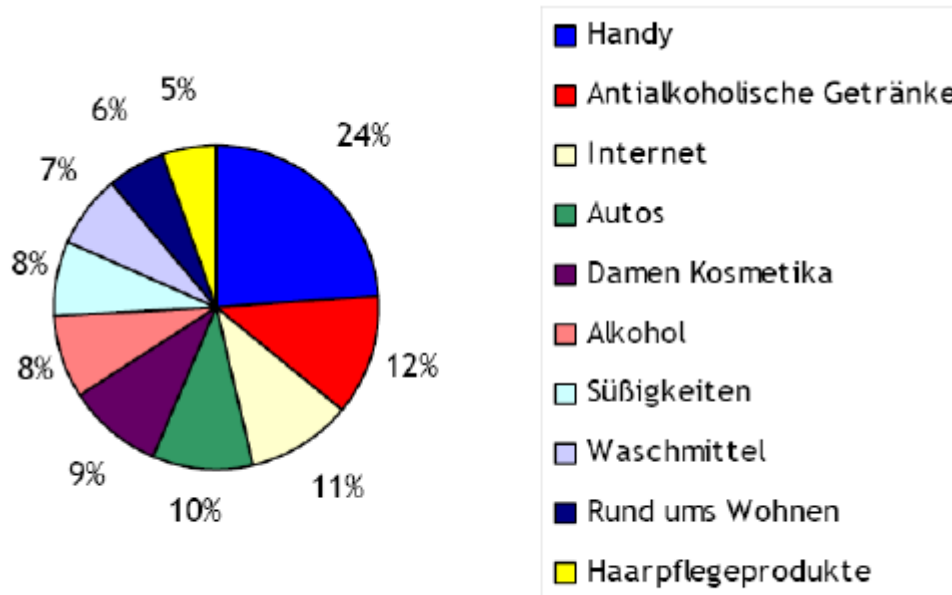
### Printmedien

42 % aller Slowaken lesen täglich eine der sieben Tageszeitungen. Die wichtigsten Printmedien sind in privater Hand. Von den ausländischen Investoren sind aufgrund ihrer starken Position der Schweizer Konzern Ringier und die deutsche Verlagsgruppe Passau zu nennen.

### Werbekunden

Wie im Vorjahr sind die drei größten Werbekunden auch im Jahr 2007 in der Telekommunikationsbranche zu finden. Die beiden größte slowakischen Telekommunikationsunternehmen T-Mobile (mehrheitlich im Besitz der Deutschen Telekom) mit Werbeinvestitionen in Höhe von SKK 2,3 Mrd. und Orange mit SKK 2,1 Mrd. befinden sich unangefochten auf den ersten beiden Plätzen unter den Werbekunden.

Betrachtet man die Werbeschaltungen nach Produktkategorien bzw. Branchen, so bestätigt sich das oben bereits Angeführte, dass die Telekommunikationsbranche mit 24% zu den am meisten beworbenen Sektoren gehört. Mit einem Anteil von 12% folgen Getränke und mit 11% das Internet. Auf Platz vier und fünf befinden sich mit 10% bzw. 9% die Automobilbranche und die Kosmetikindustrie.



Quelle: Strategie August 2008

### Außenwerbung

Die größte Gesellschaft auf dem slowakischen Outdoor Werbe-Markt ist Akzent media. Sie wurde 1990 gegründet und gehört zur internationalen Gruppe Epamedia, die Marktführer in der CEE Region ist. In der Slowakei hat Akzent media im Bereich Plakatwerbung mit mehr als 5000 Billboards, 360 Bigboards, mehr als 3000 Citylights, 520 Miniboards, 70 Backlights, 7 Superlights oder 100 Fassaden einen Marktanteil von 33%.

Nummer zwei ist das seit 1993 existierende slowakische Unternehmen Nubium, das mehr als 3000 Billboards, 90 Bigboards, 70 Citylights und 8 Megaboards betreibt.

Von über 50 Unternehmen, die im Bereich Outdoor Werbung tätig sind, sind weiters die bekanntesten: Recar ([www.recar.sk](http://www.recar.sk)), JCDecaux ([www.icdecaux.com](http://www.icdecaux.com)), BigBoard Slovensko ([www.bigboard.sk](http://www.bigboard.sk)), Gryf ([www.gryf.sk](http://www.gryf.sk)), Ispa (<http://ispa.sk>), Q-EX ([www.qex.sk](http://www.qex.sk)), Šanca ([www.sanca.sk](http://www.sanca.sk)) und MegaBoard ([www.megaboard.sk](http://www.megaboard.sk)).

### Megaboards

Die Miete eines klassischen Megaboards (Format 8 x 5 Meter) kostet ca. SKK 50 000,-, EUR 1660,- pro Monat. Megaboards Backlight (8x5 m) kosten ca SKK 55 000,- / EUR 1825,-. Bei Billboards bewegt sich Mietpreis zwischen SKK 4 000,- / EUR 133,- und SKK 8 000,- EUR 266,- pro Monat. Die Preise für großformatige Megaboards hängen vom Standort ab.

## Hörfunk

Der Rundfunk in der Slowakei hat nach der Wende 1989 eine rasante Entwicklung erlebt. Es wurden abgesehen vom öffentlich-rechtlichen Rundfunksender über 20 Privatsender gegründet, die zwar überwiegend regional bzw. lokal senden, aber allgemein die öffentliche Meinung sehr stark prägen. Alle Sender kann man auf FM hören.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunksender Slovenský rozhlas (SRo) hat sechs Kanäle - Rádio Slovensko (Einschaltquote von 17,8%), Rádio Regina, den Jugendsender Rádio FM, den Literatursender Rádio Devín, Radio Patria für die Minderheiten (0,7%) und Radio Slovakia International für ausländische Hörer sendet.

Öffentlich-rechtliche Rundfunksender 1+2. Q. 2008		
	Einschaltquote	Marktanteil
Rádio Slovensko	17,8%	8%
Rádio Regina	7%	8%
Rádio FM	18%	k. a.
Rádio Devín	1%	k. a.
Rádio Patria	0,7%	k. a.

Quelle: [www.strategie.sk](http://www.strategie.sk)

Neben den slowakischen Rundfunkstationen spielen jene Sender eine wichtige Rolle, die im benachbarten Ungarn ausstrahlen (wie etwa Danubius Radió, Sláger Radió, Kossuth Radió, Petöfi Radió, Kék Duna Radió oder Bartók Radió). Gerade entlang der Grenze werden sie in hohem Maße (insgesamt 5 %) von der ungarischen Minderheit gehört. Die österreichischen Sender, die im Grenzgebiet, vor allem in Bratislava und Umgebung, zu empfangen sind (Ö1, Ö3, Radio Wien, Radio Niederösterreich, Antenne, 88,6 oder Kronehit), haben eine Einschaltquote von 0,4 %.

Private Rundfunksender		
	Einschaltquote	Marktanteil
Rádio Expres	22,8%	26%
Fun rádio	13,9%	12%
Jemné melódie	8,5%	9%
Rádio Okey	6,9%	7%
Rádio Viva	4,3%	5%
Rádio Lumen	3%	k. a.
Rádio Hey!	1,2%	k. a.

Quelle: [www.strategie.sk](http://www.strategie.sk)

## Internet

Die wichtigsten Unternehmer des Bereiches haben sich zur Assoziation der Internet Medien (Asociácia internetových médií AIM) zusammengeschlossen. Insgesamt werden 22 Internet Portale betrieben. Hauptaufgaben der AIM sind die Forcierung der Internetnutzung in der Slowakei, Standardisierung der Richtlinien für online Werbung zu erreichen und den Erfahrungsaustausch der Mitglieder zu fördern. Der Jahresumsatz der Mitglieder ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen:

2005 - 230 Mio. SKK / EUR 7,63 Mio.

2006 - 306,7 Mio. SKK / EUR 10,2 Mio.

2007 - 491 Mio. SKK / EUR 16,3 Mio.

2008 (1. Quartal) – 151,6 Mio. SKK / EUR 5 Mio.

## **Kino**

Die Besucherzahl ist von 9 Mio. Anfang der 90er Jahre auf 2 Mio. im Jahr 2007 zurück gegangen. Als Grund wird die steigende Verwendung von DVDs und Download-Möglichkeiten im Internet angeführt. Die Zahl der Kinos ist von 700 auf 200 gesunken.

## **WEITERE FORMEN VON WERBUNG**

### **Anzeigeblätter**

Avízo ist Marktführer und erscheint in Auflagen zu etwa 200.000 Stück. Seit 1991 wird in die Briefkästen Pardon (Auflage etwa 90 000 Stk.) geliefert. Diese Anzeigeblatt hat außer in Bratislava noch weitere Lokalredaktionen in sieben Städten: Nitra, Trenčín, Trnava, Topoľčany, Zvolen, Banská Bystrica und Košice. In den letzten Jahren war aufgrund des starken Baubooms ein starker Zuwachs an kostenlosen Anzeigeblättern für die Immobilienbranche zu beobachten.

### **Dialogmarketing und Direct-mail**

In der Slowakei ist laut Werbegesetz (Artikel 3) die Werbung durch Fax, telefonische Anrufen oder elektronische Nachrichten an Personen, die keine Einwilligung gegeben haben, nicht erlaubt.

### **Public Relations**

Der Public Relations Bereich entwickelte sich in der Slowakei erst Mitte der 90-er Jahre. Heute sind in der Slowakei mehr als 50 PR-Agenturen tätig. Das jährliche Marktwachstum beträgt etwa 10%. Zu den bekanntesten und umsatzstärkste PR Agenturen gehören:

### **Below the Line**

Below the Line (BTL) Marketing Methoden sind in der Slowakei gängig. Vor allem in den großen Einkaufszentren wie etwa Polus City Center, Aupark, Avion Shopping Park oder Shopping Pallace in Bratislava aber auch in den anderen größeren Städten nützen die Firmen die Möglichkeit, neue Produkte zu präsentieren und oft zu Promotion-Preisen zu verkaufen. Zu den bekannten Agenturen, die sich auf den Bereich BTL spezialisieren, gehören Dimar Slovakia Emotion4 P&P , , SLOVAKIA oder TESS/maxi promotion .

## **Impressum**

Herausgeber:  
Fachverband Werbung und Marktkommunikation  
Wirtschaftskammer Österreich  
1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 73  
T +43 (0) 5 90 900 - 3541  
F +43 (0) 5 90 900 - 285  
E [werbung@wko.at](mailto:werbung@wko.at)  
H [www.fachverbandwerbung.at](http://www.fachverbandwerbung.at)

Obmann: Dr. Peter Drössler  
Geschäftsführer: Mag. Markus Deutsch

### Für den Inhalt verantwortlich:

AWO-Redaktion Inland, Telefon: 05 90 900-4212, 4214, 4321, Telefax: 05 90 900-255,  
E-Mail: [awo.publikationen@wko.at](mailto:awo.publikationen@wko.at), Internet: <http://wko.at/awo>

Diese Publikation ist eine Zusammenfassung des entsprechenden AWO-Branchenreports „Werbung und damit verbundene Kreativleistungen“. Diese Zusammenfassung finden Sie auch auf [www.fachverbandwerbung.at](http://www.fachverbandwerbung.at). Die Langfassung kann per E-Mail von Mitgliedsunternehmungen kostenlos unter [werbung@wko.at](mailto:werbung@wko.at) unter Angabe Ihres WKO-Pin-Codes bestellt werden.

Der Fachverband Werbung und Marktkommunikation übernimmt trotz sorgfältiger Auswahl und Überprüfung sämtlicher Informationen keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit. Jede Haftung vom Herausgeber und Verfasser ist daher ausgeschlossen.