

## Umsätze nach Branchen und Medien / Chiffre d'affaires selon les branches et médias

Monat Februar 2004 / mois février 2004

Branche	Feb. 04 Fev. 04	+/-%	ZT	PZ	FZ	RA	TX	PL	OW	TV	KI
Total in/en CHF 1000	250'148	-3,6	126'616	34'641	753	4'977	1'363	23'235	1'749	54'379	2'436
HANDEL / COMMERCE	27'371	-1,8	16'712	4'921	4	374	0	848	49	4'356	107
KONSUMGUETER / BIENS DE CONSOMMATION	50'173	3,2	5'346	8'751	73	271	6	5'522	87	28'838	1'278
BEKLEIDUNG, SCHUHE / HABILLEMENT, CHAUSSURES	3'687	-17,3	2'132	988	0	178	16	281	0	65	26
BUEROBEDARF / ARTICLES DE BUREAU	5'032	23,1	2'576	1'022	115	140	0	123	245	811	0
TELEKOMMUNIKATION / TELECOMMUNICATIONS	10'475	36,4	5'589	450	0	42	168	1'601	217	2'156	253
VERKEHR / TRANSPORTS	33'413	-14,6	17'005	4'261	48	910	18	5'096	170	5'384	522
KULTUR – FREIZEIT / CULTURE ET LOISIRS	17'865	4,0	4'277	3'992	10	1'046	508	3'368	98	4'394	170
UE/FOTO, UHREN / ELECTRONIQUE DE DIVERT. PHOTO, MONTRES	7'178	-15,7	4'020	1'398	36	238	6	388	59	1'026	6
FINANZEN, VERSICHERUNGEN / FINANCES, ASSURANCES	15'324	9,6	6'908	2'235	59	198	134	3'017	144	2'594	35
WOHNEN, HAUS / HABITAT, MAISON	9'020	1,8	2'966	2'429	73	820	0	407	8	2'316	0
DIENTSTLEISTUNGEN / SERVICES	3'063	-7,3	2'071	75	0	47	469	33	314	53	0
MEDIEN / MEDIAS	7'543	-24,6	3'891	1'310	29	581	36	671	62	961	3
VERWALTUNG – POLITIK / ADMINISTRATION, POLITIQUE	4'149	-9,5	1'805	177	5	103	0	1'304	5	714	35
RUBRIKEN / PETITES ANNONCES	55'856	-8,7	51'317	2'632	301	29	2	576	289	710	0

Bemerkung / Remarque:

Basis: Gemessene Werte: Fakturierte Bruttowerte (ohne Freespace, Rabatte, RBK, JUP etc.):

Zeitungen (ZT), Publikumszeitschriften (PZ), Fachzeitschriften (FZ), Radio (RA), Teletext (TX),  
Plakate (PL), Online-Werbung (OW)

Erschienene Bruttowerte (inkl. Freespace), ohne Rabatte, RBK, JUP etc.:

TV, Kino (KI)

Base: valeurs relevées: Chiffre d'affaires brut facturé (sans espace libre, rabais, CAR, RACHA etc.):

Journaux (ZT), Presse grand public (PZ), Presse professionnelle (FZ), Radio (RA), Télétexte  
(TX), Affichage (PL), publicité en ligne (OW)

Chiffre d'affaires brut calculé selon la parution

(incl. espace libre, sans rabais, CAR, RACHA etc.):

TV, Cinéma (KI)

Da sich die Messgrößen bei TV- und Kinowerbung einerseits und bei der Werbung in den übrigen Medien andererseits unterscheiden, ist ein diesbezüglicher intermedialer Marktanteilsvergleich nicht zulässig.

Puisque la publicité à la télévision / au cinéma et la publicité dans les autres médias sont mesurées de manière différente, des comparaisons intermédiaires des parts de marché ne sont pas admises à ce sujet.