

PwC: Bestedingen Nederlandse entertainment- en mediasector onder druk

01-10-2013 08:31

Ook dit jaar zal de advertentiemarkt krimpen (met 0,7%), zo voorspelt PwC. Pas in 2014 en de jaren daarna vindt er weer een lichte groei plaats. Internetadverteerders zetten de enorme groei van afgelopen jaren voort, maar deze groei compenseert niet de advertentie-inkomsten die papieren kranten, tijdschriften, radio en televisie mislopen. Kranten (-9%), tijdschriften (-6,4%), televisie (-5,9%) en radio (-4,7%) verloren vorig jaar de meeste advertentie-inkomsten. Daarentegen zagen de gamesindustrie (28,9%) en de internetsector (8,4%) hun inkomsten uit advertenties juist stijgen.

In 2017 zullen de bestedingen aan internetadvertenties al 43% van de totale advertentiemarkt bedragen. Nu is dat nog een derde. Volgens Ennèl van Eeden bereiken we waarschijnlijk nog voor 2020 het omslagpunt, waarbij er voor het eerst meer geadverteerd wordt op internet dan op andere platformen. "Daarnaast verschuiven grote wereldwijde merken hun advertentiebudgetten meer en meer naar opkomende economieën, zoals China en Rusland", zegt Ennèl van Eeden "Nederland behoort tot de verliezers. Vooral de glossy magazines voelen het aan den lijve."

Volgens de outlook geven consumenten nog wel in groeiende mate geld aan internettoegang. De bestedingen aan internettoegang stijgen gemiddeld jaarlijks met 8,3% van 3,5 miljard euro in 2012 naar 5,2 miljard in 2017. Vooral de bestedingen aan mobiele internettoegang stijgen de komende vijf jaar explosief, gemiddeld jaarlijks met 17%.