

Mediabestedingen sterk gedaald in eerste halfjaar 2013

18-10-2013 07:59



De groei van internet is daarbij volledig toe te schrijven aan search met een stijging van 12,3%. De twee andere categorieën binnen internet, online display advertising en classifieds, directories & listings, zagen de bestedingen met respectievelijk 1,8% en 1% dalen. De enorme stijging bij bioscoop, dat relatief een klein aandeel heeft in de totale netto mediabestedingen, is te danken aan de volledige digitalisering. Daardoor kan dit mediumtype beter inspelen op wensen van adverteerders en waren zij bereid meer in bioscoop te investeren.

Alle overige mediumtypen hadden te maken met een terugloop van de netto mediabestedingen, waarbij de onderlinge verschillen per mediumtype groot waren. Radio deed het relatief gezien beter dan de totale markt met een daling van slechts 2,6%. De krimp van de netto mediabestedingen aan televisie was met 5,5% exact gelijk aan het marktgemiddelde. Ook out of home ontkwam niet aan de huidige malaise en zag de netto mediabestedingen met meer dan 8% dalen.

De grootste daling vond net als in heel 2012 plaats binnen print. Dagbladen zagen de bestedingen met bijna 17% teruglopen. De afname bij huis-aan-huis / nieuwsbladen was met 20% de grootste van alle mediumtypen. De netto mediabestedingen aan publiekstijdschriften daalden met bijna 13%. De totale netto mediabestedingen aan het mediumcluster print namen af met iets meer dan 17%.

Voor het berekenen van de netto mediabestedingen doet Nielsen twee keer per jaar onderzoek onder uitgevers en media-exploitanten in Nederland. Daarin wordt gevraagd een opgave te doen van de netto advertentie-inkomsten over het betreffende jaar. Deze opgaven aggregereert Nielsen tot een totaalcijfer per mediumtype. Waar nodig worden cijfers gewogen en geëxtrapoleerd om een zo volledig mogelijk beeld van de werkelijke omvang van de netto mediabestedingen per mediumtype en van de markt te kunnen geven.

De netto mediabestedingen in de eerste zes maanden van 2013 en de vergelijking van deze bestedingen met die van 2012 zijn gebaseerd op de volgende mediumtypen: dagbladen, h-a-h-bladen / nieuwsbladen, publiekstijdschriften, televisie, radio, bioscoop, internet en out of home.

INSPIRATIE OPDOEN?!

Kom naar **inct.spiratie 2013**: 10 topsprekers over uitgeven & ondernemen

www.inctspiratie.nl