

Mediabestedingen stijgen

10-11-2016 10:23



Waar de advertentie-inkomsten de eerste helft van dit jaar in de bioscoop stegen met 24%, op het internet met 11% en op tv met 5,7%, daalden ze voor printmedia met bijna 10%. Dit blijkt uit cijfers van Nielsen.

De inkomsten uit advertenties in printmedia daalden over de hele linie. De netto daling was het grootst bij dagbladen: meer dan 12%. Dat was meer dan de afname over heel 2014 en 2015. Huis-aan-huisbladen deden het nauwelijks beter met een daling van bijna 12%. Publiekstijdschriften zagen de inkomsten uit de verkoop van advertenties dalen met iets minder dan 10%.

Omdat de cijfers per medium zijn en veel printmedia ook een plaats op het internet hebben (waar de advertentie-inkomsten wel stegen), is de totale daling bij verschillende titels wellicht iets minder sterk. Ook zeggen gemiddelden niet alles over individuele titels. Maar over het geheel is het beeld toch dat de printsector niet weet te profiteren van de aantrekkende advertentiemarkt.