Mediabestedingen dalen in 2020 met 7 procent

16-06-2020 09:50

IPG Mediabrands voorspelt dat de mediabestedingen door de coronacrisis snel zullen krimpen. Daarbij rekenen ze met een krimp van het gemiddelde van de Nederlandse economie van 7,5%, waar het CBS uitkomt op 6%. Niettemin zijn de cijfers ook voor uitgevers zorgelijk. Offline mediabestedingen zullen volgens het bureau met 10 procent dalen terwijl digitale bestedingen met 15 procent zullen dalen. Het goede nieuws: in 2021 zullen de totale netto advertentie-opbrengsten weer groeien met 5 procent.

Dit blijkt uit de jaarlijkse Ad Spend forecast voor Nederland van Magna Nederland, de buying- en planning unit van IPG Mediabrands.

De afgelopen twee jaar is de Nederlandse advertentiemarkt gegroeid met gemiddeld 5 procent per jaar. Met name de digitale bestedingen namen toe, in een economie die gemiddeld 2 tot 3 procent per jaar groeide.

De verwachting is dat de televisie-advertentiemarkt, die ongeveer 20 procent van de totale advertentiemarkt beslaat, gaat dalen met 15 procent in 2020. Bij de radio verwacht IPG Mediabrands een daling tot 20 procent. De tijd die consumenten aan tv en radio besteden is de juiste maanden juist toegenomen.

Ook op de digitale advertentiemarkt zal de schade van de lockdown-periode niet meet worden goedgemaakt, maar deze markt zal zich wel relatief snel herstellen.

Frank Veerkamp