Magazinereclame tijdens coronacrisis

09-09-2020 09:36

In het kader van de coronacrisis heeft de MMA exclusief voor haar leden een rapportage opgesteld met de bruto advertentiebestedingen in magazines in het eerste halfjaar 2020. Geconcludeerd kan worden dat de totale bestedingen in magazines met 12% gedaald zijn ten opzichte van het eerste halfjaar 2019.

Alle mediumtypen ondervinden de gevolgen van de coronacrisis op de advertentiemarkt. Zo daalden de tv-bestedingen in het eerste halfjaar met 23%, de radiobestedingen met 30% en de advertentie-inkomsten aan buitenreclame met 44% (publicaties van respectievelijk Screenforce, RAB en Outreach).

In het eerste halfjaar 2020 kwamen de bestedingen in magazines uit op totaal 92,6 miljoen euro. Uit de cijfers blijkt dat vooral in het tweede kwartaal de bestedingen fors zijn afgenomen. Vanaf maart – het begin van de coronacrisis – nemen de bestedingen steeds sterker af: in Q1 daalden de bruto mediabestedingen met 1%, in Q2 met 23%.

MMA leden ontvangen exclusief via de MMA nieuwsbrief een rapportage met hierin:

- Totale bruto mediabestedingen magazines in euro’s – 2019 vs 2020
- Totaal aantal advertenties in magazines – 2019 vs 2020
- Ontwikkeling bruto mediabestedingen magazines in euro’s en aantal advertenties
- Bruto mediabestedingen per magazinesegment – 1ste halfjaar 2020 vs 1ste halfjaar 2019
- Bruto mediabestedingen per branche – 1ste half jaar 2020 vs 1ste halfjaar 2019

David Huijzer