

## Ondanks lockdown veel mediabestedingen, ook binnen reissector

**Amsterdam, mei 2021 - Ondanks de tweede lockdown zijn in het eerste kwartaal van dit jaar ruime mediabestedingen gedaan. Ten opzichte van de cijfers uit 2020 is wel een daling te zien van ruim 10 procent. De pandemie en bijbehorende maatregelen in elke sector lijken geen belemmering te zijn geweest voor de verschillende adverteerders; in totaal werd er ruim 970 miljoen euro uitgegeven. Zo blijkt uit cijfers over de bruto mediabestedingen van Q1 2021 van Adfact.**

### Detailhandel grootste aandeel mediabestedingen

Van alle mediabestedingen heeft de detailhandel het grootste aandeel, 23 procent van alle bestedingen. In de top 20 van merken vinden we niet geheel verrassend supermarktketen Albert Heijn bovenaan (ruim 21 miljoen), samen met concurrenten Jumbo (ruim 16 miljoen) en Lidl (ruim 15 miljoen). Opvallende namen in de top 20 van grootste merken zijn verder kledingmarktplaats Vinted (9,5 miljoen) en streamingdienst Disney+ (7,2 miljoen).

Van alle media wordt er het meest uitgegeven aan advertenties op televisie. Meer dan 60% van alle uitingen worden hier gedaan, goed voor ruim 620 miljoen euro. Radio komt daarna (14 procent) en dan de dagbladen (11,5%). Reclame via 'out of home' (buitenreclame zoals abri's) en tijdschriften hebben het laagste aandeel: respectievelijk 7 en 3 procent.

### Reizen

Ondanks de maatregelen en bijbehorende beperkingen voor de reisbranche, werd er ook in de reissector geld uitgegeven aan reclame, al is het beduidend minder dan voorgaande jaren. Er is vooral ingezet op advertenties in dagbladen en televisie. Reisorganisatie Prijsvrij.nl heeft tot op heden de hoogste mediawaarde: ruim € 2,2 miljoen. Het is dan ook niet geheel onverwachts dat de organisatie het failliete D-Reizen onlangs heeft overgenomen. Prijsvrij is een 'snelle stijger', in 2019 kwam het bedrijf niet voor in de top 10 van bedrijven met meeste mediabestedingen (besteding was hier nog geen 1,7 miljoen euro) binnen de reisbranche en in 2020 op plaats 5, met een totale besteding van € 5,5 miljoen. Afgelopen jaren stond concurrent Corendon bovenaan de lijst als grootste besteder. Ter vergelijking: in 2019 gaf het bedrijf in totaal ruim 44 miljoen euro uit en in het eerste kwartaal van dit jaar ruim 790 duizend euro.

### Over Adfact

Adfact monitort, rapporteert en analyseert reclame uitingen: op dagelijkse basis alle massamedia binnen 'above the line' (ATL) campagnes in Nederland. Adfact slaat alle televisie- en bioscoop commercials, radiospotjes, dagblad- en tijdschrift advertenties, buitenreclame-, online display- en video uitingen op. Daarnaast verrijkt het bedrijf deze opgeslagen uitingen met informatie over o.a. merk, concern, branche, productlijn, mediawaarde, mediabureau, heading en verschijningsdatum. Daarbovenop kunnen aan reclame-uitingen branchespecifieke kenmerken worden toegevoegd.

-----  
Noot voor de redactie:

Kijk voor meer informatie op <https://adfact.nl/> of neem contact op met Joris Bos via [joris@adfact.nl](mailto:joris@adfact.nl)

Informatie van Adfact mag gepubliceerd worden indien als bronvermelding Adfact wordt aangemerkt.