

Mediabestedingen Singles Day in Nederland gering: 1,7 miljoen euro

Amsterdam, 19 november 2021 - Online uitverkoop festijn 'Singles Day' krijgt ook in ons land voet aan de grond, al lijkt de Nederlandse adverteerder niet heel happig. Rondom het van oorsprong Chinese fenomeen, op 11 november, werd slechts door een gering aantal merken specifiek geadverteerd in de Nederlandse media. De totale bruto mediabesteding was ruim 1,7 miljoen euro, blijkt uit data van monitoring bedrijf Adfact.

Singles Day in Nederland

Adfact heeft voor dit onderzoek gekeken naar de bruto mediabestedingen rondom Singles Day in de traditionele media: radio, televisie, bladen en 'out of home' en bioscoopreclame. Opvallend is dat Nederlandse adverteerders vaker kiezen voor een langere periode met korting, in plaats van alleen op 11 november. Zo komt MediaMarkt met 'Singles Week' (dagelijks 11 verleidelijke deals), hebben Easytoys en Beddenreus het ook over Singles Week (en draaien ze samen een campagne) en geeft parfumerie Douglas al vanaf 1 november 25% korting op artikelen. De parfumerie staat dan ook bovenaan als het gaat om de meeste bruto mediabestedingen omtrent Singles Day: ruim 892 duizend euro, waarvan ruim 648 duizend euro aan reclames op tv. De 'nummer 2' in het rijtje is elektronicazaak Media Markt geeft al een stuk minder uit: in totaal 600 duizend euro aan bruto mediabestedingen. Een overzicht van bestedingen dit jaar (online mediabestedingen zijn in dit onderzoek niet meegenomen):

Merk	Product	Totaal
Douglas	Parfumerie	€ 892 duizend
MediaMarkt	Elektronica	€ 600 duizend
Kamera Express	(Foto)elektronica	€ 100 duizend
Beter Bed	Slaapkamerspecialist	€ 51,5 duizend
Keukenloods	Keukenspecialist	€ 41 duizend
Beddenreus	Slaapkamerspecialist	€ 25 duizend
Keukenwarenhuis.nl	Keukenspecialist	€ 19,6 duizend
Easytoys.nl	Erotiek	€ 10,3 duizend

Chinese uitverkoopdag

Het van oorsprong Chinese Singles Day ontstond in 1993 en werd initieel alleen door universiteiten gevierd. Vanaf 2009 is het een omvangrijke online uitverkoopdag en zelfs het grootste online koop spektakel van het jaar in China, sinds het werd opgepakt door webgigant Alibaba. Chinese webshops verkopen tegenwoordig op deze datum meer dan in Nederland in een jaar wordt verkocht (in 2020 ruim 75 miljard dollar).

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.