

Ondanks pandemie in 2021 forse mediabestedingen: ruim €4,7 miljard

Wormerveer, 23 december 2021 - Ondanks een tweede corona jaar met lockdowns, hebben Nederlandse adverteerders wederom meer uitgegeven aan reclame in 2021 dan in het voorgaande jaar. Het gaat hierbij om bruto mediabestedingen in de traditionele media (radio, televisie, bladen), 'Out of Home' (zoals Abri's) en bioscoopreclame. Tot nu toe is er in 2021 al meer dan 4,7 miljard euro uitgegeven: een stijging van 10 procent in vergelijking met 2020. Dit blijkt uit voorlopig onderzoek naar de totale bruto mediabestedingen van 2021 van monitoring bedrijf Adfact.

Om tot deze data te komen deed Adfact onderzoek naar de totale (bruto) mediabestedingen van Nederlandse adverteerders van januari tot en met november 2021. Hieruit blijkt dat ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar, de mediabestedingen in 2021 met 10 procent zijn gestegen. Op een pre-corona niveau zitten we nog niet: in 2019 waren deze mediabestedingen 4,1% meer.

Totale bruto mediabestedingen januari - november 2021

Jaar	Bedrag	Percentage t.o.v. vorig jaar
2021	€ 4.761.756.919	+ 10,0%
2020	€ 4.330.160.674	- 12,7%
2019	€ 4.959.227.669	nvt

Detailhandel grootste mediabestedingen

Voor dit onderzoek heeft Adfact ook gekeken naar de verdeling van de mediabestedingen tussen de verschillende branches. Bovenaan met de meeste uitgaven is hier de detailhandel terug te vinden, media en verkeer & vervoer volgen. Ter vergelijking: pre-corona (in 2019) zag de top 3 er anders uit: Detailhandel bovenaan, gevolgd door verkeer & vervoer, en toerisme op 3. Een logische verklaring voor het uitblijven van toerisme in de top 3 van 2021 is uiteraard de pandemie, lockdowns en reisbeperkingen. Uiteraard zijn in dit onderzoek de bestedingen van december nog niet meegerekend, de feestdagen zullen nog zeker invloed op het eindtotaal hebben.

Jumbo meeste uitgaven

Na een monstercampagne rondom de sportzomer en het EK (19,51 miljoen euro aan mediabestedingen) zal het niemand verbazen dat supermarktketen Jumbo het merk is met de meeste advertentie uitgaven dit jaar. De super gaf tot nu toe ruim 95,3 miljoen euro uit aan offline advertenties. In vergelijking met 2020 is de mediawaarde van het bedrijf daarmee met 84,3% gestegen, een enorme sprong vooruit; het verschil van 2020 ten opzichte van het jaar ervoor was namelijk slechts 1,5%. Jumbo heeft hiermee concurrent Albert Heijn van de troon gestoten: AH was in 2019 en 2020 het merk met de meeste mediabestedingen. Discount concurrent Aldi is op dit gebied een 'nieuwe speler'. De Duitse supermarktketen is sinds 2019 beduidend meer gaan uitgeven aan advertenties, ook door de inzet van tv-reclame vanaf september 2020 (voor deze datum deden ze dit niet). Het verschil in uitgaven in 2020 was al een stijging van 73,1% ten opzichte van 2019 en dit jaar, in vergelijking met 2020, is er een enorme stijging te zien: 204,8%.

Top 5 merken grootste mediabestedingen 2021 (Jan - Nov)

Merk	Mediabestedingen 2021	Mediabestedingen 2020	Mediabestedingen 2019
Jumbo	€ 95.331.202	€ 51.732.703	€ 50.973.435
Albert Heijn	€ 88.047.264	€ 89.588.846	€ 88.448.522
Lidl	€ 74.867.728	€ 72.978.724	€ 81.841.967
Kruidvat	€ 68.878.652	€ 67.604.480	€ 75.049.416
Bol.com	€ 52.132.144	€ 30.140.508	€ 17.092.136

Opvallende stijgers en dalers

Een andere opvallende ontwikkeling bij de merken is te zien bij Bol.com: in 2020 ten opzichte van 2019 zag de techgigant al een stijging van 76,3% in mediabestedingen. Dit jaar, in vergelijking met 2020 wederom een forse stijging van 73,0%. Alhoewel dit een forse stijging is, is de webshop hiermee niet de grootste procentuele stijging. Deze eer gaat naar concurrent MediaMarkt: met uitgaven van meer dan 23,8 miljoen euro in 2021 ziet dit merk een stijging van 204,6% in bruto offline advertentiekosten.

Van de top 50 merken van 2021 is de grootste procentuele stijger in media uitgaven de NS. De Nederlandse Spoorwegen gaven dit jaar ruim 14,6 miljoen euro uit, een stijging van 878,6%. Pre-corona, in 2019, was dit percentage 57,8%. Opvallendste en grootste procentuele daler van de top 50 is Koopjedeal.nl, die dit jaar ruim 63% minder uitgaf. in 2020 nog op een zesde plek van merken die het meest uitgaven aan advertenties. Dit jaar is de site niet meer terug te vinden in de top 10, maar op plek 33.

Top 5 grootste procentuele stijgers merken (vanuit merken top 50, 2021 tov 2020)

Merk	Stijgingspercentage
NS	+878,6% (naar 14,7 miljoen euro)
ING	+288,6% (naar 16,8 miljoen euro)
Aldi	+204,8% (naar 41,6 miljoen euro)
MediaMarkt	+204,6% (naar 23,9 miljoen euro)
Prominent	+124,2% (naar 18,6 miljoen euro)

Top 5 grootste procentuele dalers merken (vanuit merken top 50 2021 t.o.v. 2020)

Merk	Dalingspercentage
Koopjedeal.nl	-63,1%
Renault	-43,8%
Kpn	-36,8%
Vodafone	-29,0%
Corendon	-26,9%

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, branche, productlijn, mediawaarde, mediabureau, heading en verschijningsdatum. Daarbovenop kunnen aan reclame-uitingen branchespecifieke kenmerken worden toegevoegd.