

## Ondanks covid ook dit jaar meer mediabestedingen Black Friday

**Wormerveer, 3 december 2021 - Ondanks de pandemie is er ook dit jaar weer meer dan vorig jaar uitgegeven aan advertenties rondom Black Friday. In totaal werd door adverteerders dit jaar al ruim 28 miljoen euro uitgegeven aan offline reclame rondom het uit Amerika overgewaaid koopfestijn. In vergelijking met 2020, is er in 2021 al ruim 3 miljoen euro meer uitgegeven aan advertenties op radio, tv, (dag)bladen en buitenreclame. Dit blijkt uit onderzoek van monitoring bedrijf Adfact.**

De meeste bruto mediabestedingen zijn gedaan voor televisiereclame: ruim € 14,8 miljoen. Radio volgt met € 6,2 miljoen, dan de (dag)bladen met € 5,6 miljoen. 'Out of home' reclames (zoals abri's) sluiten de lijst met ruim € 1,4 miljoen euro.

### Amazon koploper mediabestedingen Black Friday

Black Friday is traditioneel de dag na Thanksgiving, dit jaar op vrijdag 26 november. In de VS is de uitverkoopdag, het weekend dat erop volgt en de maandag erna ('Cyber Monday') al sinds de jaren '80 een traditie. De naam komt oorspronkelijk uit Philadelphia en werd in de jaren '60 voor het eerst gebruikt door de politie om te wijzen naar de enorme verkeersdrukte in de stad op de dag na Thanksgiving. Begin jaren '80 komen de eerste meldingen van 'Black Friday': winkeliers komen voor het eerst 'in het zwart' te staan; oftewel beginnen het nieuwe jaar met winst (verliezen werden destijds in het rood bijgehouden). Het koopfestijn krijgt sinds een aantal jaar meer voet aan de grond in Nederland, mede dankzij het bestaan van Sinterklaas, waardoor consumenten (extra) inkopen doen in de loop naar het kinderfeest. Sinds 2017 lopen de bruto mediabestedingen op: van € 9.7 miljoen naar € 15.8 miljoen in 2018, € 23 miljoen in 2019, € 25 miljoen in 2020, tot ruim € 28 miljoen dit jaar.

Het bedrijf dat dit jaar het meest heeft uitgegeven aan (offline) reclame rondom BlackFriday is niet geheel verrassend van oorsprong Amerikaans: Amazon.nl. De gigant gaf bijna 3,5 miljoen euro uit aan advertenties. Nederlandse bedrijven volgen met lagere mediabestedingen.

Voor dit onderzoek heeft Adfact gekeken naar de bruto mediabestedingen op radio, tv, in (dag)bladen en Out of Home (zoals abri's) rondom Black Friday (en andere benamingen zoals tegenhanger Green Friday, Fair Friday, Yellow Friday en White Friday, Cyber week, Cyber Monday - tussen 19.11.2021 en 30.11.2021).

### Top 10 merken bruto mediabestedingen Black Friday

	Merk	Bruto mediabestedingen 2021
1.	Amazon.nl	€ 3.5 miljoen
2.	MediaMarkt	€ 1.4 miljoen
3.	Bol.com	€ 1.1 miljoen
4.	Koopjedeal.nl	€ 866 duizend
5.	Smulderstextiel.nl	€ 779 duizend
6.	Prominent	€ 772 duizend
7.	Youfone	€ 726 duizend
8.	T-mobile	€ 702 duizend
9.	Vodafone	€ 691 duizend
10.	Zalando	€ 648 duizend

### 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.