

## Bol.com meeste uitgaven offline advertenties Sinterklaas: € 5,3 miljoen

**Wormerveer, 14 december 2021 - Met kerst en nieuwjaar in zicht, zouden we bijna vergeten dat begin deze maand de Sint ook langs is geweest. Rondom deze feestdag is ook in 2021 door bedrijven besteed aan advertenties: ruim 24,5 miljoen euro. Bol.com staat hierbij verreweg bovenaan; de webgigant heeft bijna 5,3 miljoen euro uitgegeven aan offline advertenties (op radio, tv, bladen en buitenreclame) rondom Sinterklaas. Dit blijkt uit onderzoek naar deze bruto mediabestedingen van monitoring bedrijf Adfact.**

Adfact monitort, rapporteert en analyseert reclame uitingen: op dagelijkse basis alle massamedia binnen 'above the line' (ATL) campagnes in Nederland. Voor de (bruto) mediabestedingen rondom Sinterklaas heeft het bedrijf gekeken naar advertenties op radio, tv, in (dag)bladen en Out of Home (zoals abri's) rondom Sinterklaas tussen 1 november en 5 december van dit jaar. De totale bruto mediabestedingen in deze periode waren ruim 578 miljoen. 'Slechts' 4,2 % van deze uitgaven, ruim 24,5 miljoen, waren gericht aan Sinterklaas. Dit lijkt veel, maar vergeleken met de totale bestedingen aan het uit Amerika overgewaaid Black Friday, in de laatste week van november, valt het mee. Rondom deze koopjesdag werd door Nederlandse adverteerders meer uitgegeven: ruim 28 miljoen euro.

### Detailhandel grootste adverteerder Sinterklaas

De Nederlandse detailhandel heeft de meeste bruto mediabestedingen in de categorie Sinterklaas: ruim 91% van deze totale bestedingen kwam hieruit (22,4 miljoen euro), gevolgd door de 'media': ruim 657 duizend euro (of 2,7% van de Sinterklaas mediabestedingen). Opvallend genoeg, wellicht door de aanwezigheid van een lockdown, is er niet door de warenhuizen en speelgoedzaken, maar levensmiddelenzaken het meest uitgegeven aan advertenties voor Sinterklaas: ruim € 11,5 miljoen. Verder in de top 5 van branches: warenhuizen op 2 (€ 6,6 miljoen), drogisterijen en parfumerieën op 3 (€ 1,4 miljoen), boekwinkels op 4 (€ 895 duizend) en zaken met huishoudelijke artikelen (€ 828 duizend). Het bedrijf met de meeste bruto mediabestedingen aan Sinterklaas was dit jaar wel voor een 'warenhuis', webgigant Bol.com: bijna € 5,3 miljoen.

	Bedrijf	Bruto mediabestedingen Sinterklaas 2021 (tussen 01.11.2021 en 05.12.2021)
1.	Bol.com	€ 5,3 miljoen
2.	Lidl	€ 4.6 miljoen
3.	Albert Heijn	€ 3.5 miljoen
4.	Jumbo	€ 2.5 miljoen
5.	Kruidvat	€ 1.2 miljoen
6.	Hema	€ 1.1 miljoen
7.	Bladcadeau	€ 456 duizend
8.	Corendon	€ 447 duizend
9.	Big Bazar	€ 424 duizend
10.	Thuiswinkel Waarborg	€ 400 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 verkrijgt 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.