

Albert Heijn meeste uitgaven offline reclame feestdagen: €14,4 miljoen

Wormerveer, 14 januari 2022 - Supermarktketen Albert Heijn heeft in de laatste maanden van 2021 het meest uitgeven aan offline advertenties rondom de feestdagen: ruim 14,4 miljoen euro. Het gaat hierbij om bruto mediabestedingen in de traditionele offline media (radio, televisie, bladen), 'Out of Home' (zoals Abri's) en bioscoopreclame. Dit blijkt uit data van onderzoeksbureau Adfact.

Voor dit onderzoek heeft Adfact gekeken naar de uitingen in november en december 2021 rondom het thema 'feestdagen'. Hierbij is onderzoek gedaan naar alle offline uitingen rondom Sinterklaas, Kerst en Oud & Nieuw. In november 2021 was 13,8% van de totale offline mediabestedingen gericht op deze onderwerpen (ruim 42 miljoen euro van een totaal van ruim 304 miljoen). In december was bijna 50% van de offline reclame gericht op de feestdagen: ruim 172,5 miljoen euro van een totaal van ruim 357 miljoen.

Supermarkten meeste uitgaven offline reclame rondom feestdagen

Van alle branches is er in de detailhandel in december het meest uitgegeven aan offline reclame gericht op de feestdagen, ruim 104,5 miljoen euro (of 60,6% van de totale mediabestedingen gericht op feestdagen). Op een tweede plek: sport en spelartikelen. Hier is ruim 14,3 miljoen euro besteed (goed voor 8,3% van de totale bestedingen aan feestdagen) en op een derde de media, met ruim 11,1 miljoen euro (6,4% van het totaal gericht op feestdagen).

Albert Heijn grootste besteder

Binnen de detailhandel hebben levensmiddelenzaken het meest uitgegeven aan 'feestdagen reclame'; met supermarktketen Albert Heijn aan kop. Van de totale € 59,7 miljoen euro uitgegeven in deze sector, heeft de AH € 14,4 miljoen uitgegeven aan reclame rondom de feestdagen in december. Kijkend naar alle reclamebestedingen van de super, zijn deze offline advertenties gericht op de feestdagen 94,3% van het totaal. Slechts 5,7% van de advertenties van de Albert Heijn waren in de laatste maand van het jaar niet gericht op de feestdagen.

Ondanks het forse bedrag, zijn deze mediabestedingen alsnog net iets minder dan in 2020. Een jaar eerder gaf de supermarkt 14,9 miljoen uit aan de feestdagen. Nummer 1 'mediabesteder' van 2021, grootste concurrent van Albert Heijn, Jumbo, staat op een tweede plek in dit 'rijtje'. Jumbo Supermarkten gaf in december ruim 12,5 miljoen euro uit aan offline reclame rondom de feestdagen. In 2020 was dit nog 12,3 miljoen 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.

Top 3 Bruto Mediabestedingen Feestdagen December 2021 Hoofdbranche

1. Detailhandel	€ 104.576.134	60,6% van het totaal
2. Sport en spel	€ 14.312.816	8,3% van het totaal
3. Media	€ 11.121.286	6,4% van het totaal

Top 10 Bruto Mediabestedingen Feestdagen December 2021 Branches

1. Levensmiddelenzaken	€ 59.724.330	34,6% van het totaal
2. Kansspelen	€ 14.313.851	8,3% van het totaal
3. Warenhuizen	€ 12.292.893	7,1% van het totaal
4. Drogisterij en parfumerie	€ 11.439.897	6,6% van het totaal
5. Elektronica en witgoed	€ 4.887.109	2,8% van het totaal

Top 3 Bruto Mediabestedingen Feestdagen December 2021 Merken

Merk	Bruto Mediabestedingen Feestdagen 2021	Bruto mediabestedingen Feestdagen 2020	Vershil in bestedingen 2021 tov 2020
1. Albert Heijn	€ 14.404.049	€ 14.919.461	-3,5%
2. Jumbo	€ 12.527.555	€ 12.283.591	2,0%
3. Lidl	€ 9.581.291	€ 9.131.411	4,9%
4. Bol.com	€ 9.503.742	€ 2.732.338	247,8%
5. Aldi	€ 8.003.068	€ 6.003.558	33,3%
6. Kruidvat	€ 7.836.398	€ 5.631.780	39,1%
7. Plus	€ 7.709.628	€ 9.583.848	-19,6%
8. Nationale Postcode Loterij	€ 6.916.786	€ 6.852.645	0,9%
9. Staatsloterij	€ 5.885.929	€ 4.500.154	30,8%
10. Coca-Cola	€ 3.755.315	€ 1.760.154	113,4%