

Online display advertising tweede kwartaal 2006 stijgt naar € 34 miljoen

IAB Nederland heeft met haar 21 grootste internetexploitanten en Nielsen Media Research de netto online mediabestedingen over het tweede kwartaal van 2006 in kaart gebracht. De netto bestedingen uit online display advertenties kwamen in dit tweede kwartaal uit op 34 miljoen euro.

Deze omzet is afkomstig van duizenden Nederlandse websites, de grootste online dagbladen, webgidsen en zoekmachines. De 21 exploitanten en advertentienetwerken die deelnamen aan deze registratie waren: MSN, Adlink, IP, Netdirect, Adformatie, Funda, Webads, Wanadoo, Veronica, Lycos, ilse media, IDG Nederland, Wegener multimedia, Telegraaf, PCM, TAPPS, WebRegio, Testnet, Zylom en TradeDoubler. Nieuwe participant aan de registratie is Daisycon, marktleider op het gebied van Performance Based Online Marketing.

IAB Nederland-directeur Igor Beuker geeft aan: "In het tweede kwartaal van 2005 bedroegen de netto bestedingen uit online display advertenties nog € 24,2 miljoen. De groei naar € 33,9 miljoen in het tweede kwartaal van 2006, betekent een stijging van 40%."

Branches die voorop liepen qua online mediabestedingen in 2006 waren Media met 23,6%, Telecom & ICT met 14,9%, Financiële Dienstverlening met 12,5%, Horeca-Toerisme-Recreatie met 9,3% en Retail met 5,9%.

De online advertentiebestedingen naar soort zagen er bij de 21 exploitanten over dit kwartaal als volgt uit: 51,84% kwam tot stand door banners en skyscrapers, contentintegratie en sponsoring 29,12%, pop-ups, interstitials en full screen ads 5,57%, e-mail 5,02%, search 4,52% en overig 3,93%.

Igor Beuker: "Display advertising groeide dit kwartaal met 40%. Wereldwijd, ook in Nederland, groeien zoekmachineadvertenties met ruim 100%. De inkomsten over het tweede kwartaal van 2006 van marktleider Google en Yahoo/Overture in Nederland zijn zeker goed voor ruim € 36 miljoen. Online display advertising aangevuld met zoekmachineadvertenties komen dus in het tweede kwartaal van 2006 uit op ruim € 70 miljoen netto. Met de wetenschap dat het vierde en beste kwartaal nog moet komen, zullen de totale netto online bestedingen in 2006 de magische grens van € 250 miljoen waarschijnlijk wel halen. Ik acht de kans zelfs groot dat die grens dit jaar daadwerkelijk doorbroken wordt."

Over IAB Nederland: Het Interactive Advertising Bureau Nederland (IAB) is de brancheorganisatie voor de online advertising en interactieve marketing industrie. IAB houdt zich primair bezig met de professionalisering en stimulering van de interactieve marketingsector. Secundair treedt IAB op als onafhankelijk kennisplatform en vraagbaak voor marketingprofessionals en vakpers. IAB Nederland heeft ruim 60 leden en vertegenwoordigt exploitanten, reclamebureaus, adverteerders, mediabureaus, tv- en mediabedrijven en mobiele telefonieaanbieders. IAB Nederland werkt nauw samen met IAB Europa en IAB USA. IAB Nederland werd opgericht in 1997. Meer informatie: <http://www.iab.nl>.

Over Nielsen Media Research: Nielsen Media Research levert al 50 jaar informatie over mediabestedingen in Nederland. Ze is marktleider en geeft op basis van complete en actuele data inzicht in de ontwikkelingen in de media- en reclamemarkt. Deze informatie is essentieel voor de bedrijfsvoering van alle partijen die in deze markt actief zijn: uitgevers, media-exploitanten, media- en reclamebureaus en adverteerders. Nielsen Media Research levert informatie over de mediabestedingen in vrijwel alle mediumtypen. Ongeacht het mediumtype realiseert ze vergelijkbaarheid in mediadruk op adverteerders- en productniveau. Naast de mediabestedingen legt Nielsen Media Research advertentie-uitingen in deze mediumtypen digitaal vast en levert het bedrijf informatie over mediabestedingen voor personeelsadvertenties. Kijk voor meer informatie op www.nielsenmedia.nl.