



Groei netto mediabestedingen online display advertising in 2008: 9,6%

Vierde kwartaal 2008 goed voor € 44,5 miljoen aan online display advertising bestedingen

IAB Nederland heeft samen met 20 internetexploitanten en Nielsen Media Research de netto mediabestedingen aan online display advertising over het vierde kwartaal van 2008 in kaart gebracht. Deze netto bestedingen in dat kwartaal betroffen € 44,5 miljoen, nagenoeg gelijk aan de bestedingen in het vierde kwartaal van 2007. Over heel 2008 bedroegen de netto bestedingen aan online display advertising € 159,5 miljoen, een stijging van bijna 10 procent ten opzichte van 2007.

Deze omzet is gerealiseerd bij duizenden Nederlandse websites, de grootste online dagbladen, webgidsen en zoekmachines. Deelnemende exploitanten aan deze registratie zijn: RTL Nederland, Adformatie, Funda, WebAds, MSN, Netdirect, Tradedoubler, RealGames, Daisycon, Sanoma Mens Magazine's (via Ilse Media), Veronica (via Adlink), Lycos (via Adlink), Ilse Media, IDG, Wegener Multimedia, Adlink, Testnet, WebRegio, Telegraaf en PCM Uitgevers.

Marco Derksen, voorzitter van IAB Nederland licht toe: "De kredietcrisis heeft dus effect gehad, maar op zich valt het mee. In november stabiliseerden de bestedingen ten opzichte van het jaar daarvoor en in december zagen we voor het eerst in jaren dat er minder werd besteed aan online display advertising dan in december 2007, waardoor het percentage voor het hele kwartaal uitkwam op -0,6. "

Bij de brancheverdeling in het vierde kwartaal van 2008 valt een aantal zaken op:

- Ten opzichte van Q4 2007 zijn de sectoren Transportmiddelen (+52%), Personeel en lokaal volume (+32%), Industrieproducten (+26%) en Telecom/ICT (+17%) de sterkste stijgers.
- De bestedingen vanuit de sector Financiële dienstverlening daalden dit kwartaal met 19 procent ten opzichte van Q4 2007. Het marktaandeel van deze sector daalde navenant naar 13 procent, maar is nog altijd goed voor een tweede plek (na Telecom/ICT met een marktaandeel van 15 procent in Q4 2008). De bestedingen vanuit de sector Horeca, Toerisme en Recreatie daalden dit kwartaal met 15 procent.

Derksen: "Zoals bekend implementeert het IAB dit jaar, samen met Nielsen Media Research, een nieuwe registratiemethode voor de online mediabestedingen en deze meting toont eens te meer aan dat het daar hoog tijd voor is. De cijfers over Q4 van 2008 zijn 'oude stijl' en bevatten voor een groot deel banners en buttons op basis van CPM. Aan zaken die nu sterk in opkomst zijn, zoals performance-based advertising, classifieds en mobile advertising, wordt in de nieuwe methodiek beter recht gedaan. Over een paar maanden beschikken we over de cijfers 'nieuwe stijl' en we zijn benieuwd hoe die er uit zullen zien".

--- Einde ---

Voor meer informatie, niet voor publicatie:

IAB Nederland
Marco Derksen
Tel: 06-27041122
marco@iab.nl

Over IAB Nederland

Het Interactive Advertising Bureau Nederland (IAB) verbindt, inspireert en ontwikkelt de interactieve branche. Het IAB houdt zich primair bezig met de professionalisering en stimulering van deze sector. Secundair treedt IAB op als onafhankelijk kennisplatform en vraagbaak voor marketingprofessionals en vakpers. IAB Nederland heeft ruim 140 leden en vertegenwoordigt exploitanten, reclamebureaus, adverteerders, mediabureaus, tv- en mediabedrijven en mobiele telefonieaanbieders. 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. Meer informatie: <http://www.nielsenmedia.nl>