

Netto mediabestedingen online display advertising € 41 miljoen in vierde kwartaal 2006

Totale netto mediabestedingen online display advertising in 2006 gestegen naar € 137 miljoen

IAB Nederland heeft samen met 21 internetexploitanten en Nielsen Media Research de netto mediabestedingen aan online display advertising over het vierde kwartaal van 2006 in kaart gebracht. Deze netto bestedingen betroffen in dat kwartaal € 41 miljoen, een groei van 38% ten opzichte van Q4 2005 (€ 29,8 miljoen). De totale netto bestedingen bij deze exploitanten steeg in 2006 naar € 137 miljoen, een groei van 40% ten opzichte van 2005 (€ 97,4 miljoen).

Deze omzet is gerealiseerd bij duizenden Nederlandse websites, de grootste online dagbladen, webgidsen en zoekmachines. Deelnemende exploitanten aan deze registratie zijn: IP, Adformatie, Funda, WebAds, Wanadoo, MSN, Netdirect, Tradedoubler, Zylom, Daisycon, Veronica, Lycos, Ilse, IDG, Wegener, Adlink, Testnet, WebRegio, TAPPS, Telegraaf en PCM.

IAB-bestuurslid Marcel Udo geeft aan: "Deze bestedingscijfers zijn natuurlijk geen verrassing voor ons. Kwartaal vier is traditiegetrouw de periode waarin de meeste mediabestedingen worden gedaan. Dat wordt hier bevestigd. Het gaat in Nederland, maar in feite wereldwijd, uitstekend met de ontwikkelingen op het gebied van interactieve advertising en online marketing. Met deze exploitanten dekken we een groot deel van de markt en deze gegevens zijn zonder meer illustratief te noemen. En omdat het aantal deelnemende exploitanten ten opzichte van 2005 stabiel is gebleven, is de trend ook nog eens representatief."

Branches die voorop lopen qua online mediabestedingen in 2006 zijn de media (aandeel van 24,1%, was 21,6%), financiële dienstverlening (14,1%, was 17,1%) en telecom/ICT (13,4%, was 17,7%). Udo: "Deze drie branches zijn samen goed voor meer dan de helft van de bestedingen en dat is al jaren zo. Wel zie je dat hun aandeel enigszins terugloopt, ten gunste van bijvoorbeeld zakelijke dienstverlening (van 4,3% naar 5,5%) en industrieproducten (van 2,4% naar 3,5%). Ook de overheidsbestedingen nemen toe, net als voedingsmiddelen en consumentenelektronica.

De online advertentiebestedingen naar advertentiesoort zagen er bij de exploitanten over het vierde kwartaal van 2006 als volgt uit: 57,9% kwam tot stand door banners, buttons en skyscrapers, 20,6% door contentintegratie, 7% door e-mail, 6,5% door pop-ups, pop-unders en interstitials, 4% door search en 4% door barbers. Over heel 2006 zijn de cijfers als volgt:

	2005	2006
Button, banner, skyscraper	49,3%	55,0%
Pop-up/-onder, interstitial	6,3%	5,6%
E-mail	5,2%	6,6%
Search	2,1%	4,2%
Contentintegratie	34,0%	25,0%
Barbers & overig	3,2%	3,6%

Udo licht toe: "Je mag op basis van deze gegevens en de bestedingen bij partijen als Google, Yahoo Search en een aantal e-mailmarketingbedrijven beslist veronderstellen dat de totale netto online mediabestedingen dik over de € 250 miljoen zijn gegaan in 2006."

--- Einde ---

Contactgegevens Marcel Udo: 06-29013501 / marcel@iab.nl

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 80 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 1998. 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: www.nielsenmedia.nl