

Reclame-investeringen 2012 Q4 – 2011 Q4 (Nationaal)

Uit de AdQlik-page van MediaXim MDB lezen we dat de reclame-investeringen in het 4^{de} kwartaal van 2012 gedaald zijn met 1,08% t.o.v. 2011 (1.059.782.863,05 € tegenover 1.071.322.002,11 €). Op nationaal vlak zien we een dalende trend bij Dagbladen (-10,19%), Free Press (-8,44%), Magazines (-3,63%) en Radio (-0,97%).

Er valt wel een groei te noteren voor 5 andere mediumtypes. De sterkste stijgers zijn: Lokale Televisie (+146,95%), Cinema (+8,17%) en Outdoor (+6,06%). Internet (+0,19%) en Nationale Televisie (+0,90%) kennen een lichte vooruitgang.

Investments National: Comparison 2011 Q4 vs. 2012 Q4			
MEDIA	2011 Q4	2012 Q4	Ratio Y-1
Cinema	€ 10.338.245,92	€ 11.183.307,52	8,17 %
Daily Press	€ 225.309.528,18	€ 202.355.648,33	-10,19 %
Free Press	€ 40.124.655,62	€ 36.739.815,41	-8,44 %
Internet	€ 54.970.146,87	€ 55.074.823,01	0,19 %
Magazines	€ 79.989.720,82	€ 77.082.216,40	-3,63 %
National Television	€ 449.506.126,21	€ 453.541.470,62	0,90 %
Outdoor	€ 75.132.268,34	€ 79.684.997,09	6,06 %
Radio	€ 129.536.066,46	€ 128.278.195,10	-0,97 %
Television (Local & Thematic Networks)	€ 6.415.243,69	€ 15.842.389,57	146,95 %
Total	€ 1.071.322.002,11	€ 1.059.782.863,05	-1,08 %

Reclame-investeringen 2012 Q4 – 2011 Q4 (Noord – Zuid)

Bij een vergelijking tussen Noord en Zuid blijkt dat het Noorden (-0,97%) betere resultaten haalt dan het Zuiden (-1,29%) maar beide landsgedeelten kennen wel een lichte daling.

De daling in het Noorden is vooral te wijten aan de sterke terugval van de Dagbladen (-11,11%) en de zachte achteruitgang van Magazines (-2,66%), Internet (-0,78%), Nationale Televisie (-0,76%) en Free Press (-0,76%). Dit kan niet gecompenseerd worden door de stijging in Cinema (+4,41%), Outdoor (+5,05%), Lokale Televisie (+58,41%) en Radio (+3,12%).

Voor het Zuiden zorgt de aanzienlijke inkrimping van de investeringen in printmedia en Radio (-5,27%) voor het negatieve cijfer. Wat opvalt is dat Internet (+1,63%) en Nationale Televisie (+4,21%) in het Zuiden wel positieve groeicijfers kent in vergelijking met het Noorden. Toch kunnen deze mediatypes met Cinema (+10,74%), Lokale Televisie (+64,08%) en Outdoor (+6,50%) de negatieve trend niet keren.

Media Investments: Comparison North vs. South & 2011 Q4 vs. 2012 Q4			
MEDIA	2011 Q4	2012 Q4	Ratio Y-1
North	€ 665.193.640,41	€ 658.812.283,63	-0,97 %
Cinema	€ 5.384.114,51	€ 5.632.786,75	4,41 %
Daily Press	€ 143.386.931,07	€ 129.053.277,59	-11,11 %
Free Press	€ 18.405.534,48	€ 18.266.808,27	-0,76 %
Internet	€ 33.160.210,84	€ 32.902.801,83	-0,78 %
Magazines	€ 49.754.477,42	€ 48.466.095,34	-2,66 %
National Television	€ 305.193.793,94	€ 302.888.729,47	-0,76 %
Outdoor	€ 41.027.192,48	€ 43.208.232,47	5,05 %
Radio	€ 63.565.299,88	€ 65.611.389,59	3,12 %
Television (Local & Thematic Networks)	€ 5.316.085,79	€ 12.782.162,32	58,41 %
South	€ 406.128.361,70	€ 400.970.579,42	-1,29 %
Cinema	€ 4.954.131,41	€ 5.550.520,77	10,74 %
Daily Press	€ 81.922.597,11	€ 73.302.370,74	-11,76 %
Free Press	€ 21.719.121,14	€ 18.473.007,14	-17,57 %
Internet	€ 21.809.936,03	€ 22.172.021,18	1,63 %
Magazines	€ 30.235.243,40	€ 28.616.121,06	-5,66 %
National Television	€ 144.312.332,27	€ 150.652.741,15	4,21 %
Outdoor	€ 34.105.075,86	€ 36.476.764,62	6,50 %
Radio	€ 65.970.766,58	€ 62.666.805,51	-5,27 %
Television (Local & Thematic Networks)	€ 1.099.157,90	€ 3.060.227,25	64,08 %

Reclame-investeringen 2012 S2 – 2011 S2 (Nationaal)

De uitgaven voor reclame zijn in het tweede halfjaar van 2012 met 1,22% gedaald t.o.v. het tweede semester van 2011 (1.821.256.590,15 € tegenover 1.843.776.531,63 €). Lokale Televisie (+95,80%), Outdoor (+4,81%) en Cinema (+0,62%) gaan er op vooruit. De printmedia met elk een verlies van meer dan 5%, krijgen zware klappen. Nationale Televisie (-0,39%), Radio (-0,94%) en Internet (-1,19%) kunnen het verlies enigszins nog beperken.

Investments National: Comparison 2011 S2 vs. 2012 S2			
MEDIA	2011 S2	2012 S2	Ratio Y-1
Cinema	€ 20.093.250,80	€ 20.216.887,34	0,62 %
Daily Press	€ 389.060.345,33	€ 363.812.481,65	-6,49 %
Free Press	€ 69.760.359,32	€ 65.990.756,04	-5,40 %
Internet	€ 100.205.765,77	€ 99.013.224,41	-1,19 %
Magazines	€ 137.676.360,93	€ 129.477.895,25	-5,95 %
National Television	€ 731.075.178,19	€ 728.250.415,98	-0,39 %
Outdoor	€ 148.104.829,58	€ 155.231.826,72	4,81 %
Radio	€ 233.537.201,40	€ 231.335.381,54	-0,94 %
Television (Local & Thematic Networks)	€ 14.263.240,31	€ 27.927.721,22	95,80 %
Eindtotaal	€ 1.843.776.531,63	€ 1.821.256.590,15	-1,22 %

Reclame-investeringen 2012 S2 – 2011 S2 (Noord – Zuid)

Bij een opdeling tussen Noord en Zuid zijn de gegevens over een halfjaar gunstiger voor het Noorden (-0,78%) dan het Zuiden (-1,93%) al kennen beide landsgedeelten een daling.

Wat opvalt is dat tussen de 2 landsgedeelten bij slechts 5 mediatypes eenzelfde tendens waarneembaar is. De Dagbladen, Internet en Magazines kennen in het Noorden en het Zuiden een verlies. De achteruitgang bij deze reeks is in het Zuiden wel zwaarder. Zowel Outdoor als Lokale Televisie tonen een winst. Deze stijging is in het Noorden wel steviger als in het Zuiden.

De andere 4 mediatypes kennen een winst in het Noorden en een verlies in het Zuiden of vice versa.

De Gratis Pers stijgt in het Noorden met 3,14% terwijl het in het Zuiden zwaar achteruitgaat (-12,36%).

De reclame-investeringen voor Radio tonen hetzelfde al zijn de verschillen hier niet zo groot: het Noorden (+1,67%) en het Zuiden (-3,46%).

Cinema en Nationale Televisie gaan in het Zuiden daarentegen lichtjes vooruit en in het Noorden achteruit.

Media Investments: Comparison North vs. South & 2011 S2 vs. 2012 S2			
MEDIA	2011 S2	2012 S2	Ratio Y-1
North	€ 1.135.797.907,50	€ 1.126.942.159,24	-0,78 %
Cinema	€ 10.576.604,35	€ 10.524.009,34	-0,50 %
Daily Press	€ 244.458.687,67	€ 231.681.546,90	-5,23 %
Free Press	€ 31.312.531,06	€ 32.296.582,59	3,14 %
Internet	€ 59.820.673,24	€ 59.428.475,81	-0,66 %
Magazines	€ 85.794.004,94	€ 81.590.783,54	-4,90 %
National Television	€ 497.111.981,28	€ 487.225.737,70	-1,99 %
Outdoor	€ 80.447.455,41	€ 84.461.517,75	4,99 %
Radio	€ 114.693.700,90	€ 116.604.348,73	1,67 %
Television (Local & Thematic Networks)	€ 11.582.268,65	€ 23.129.156,88	99,69 %
South	€ 707.978.624,13	€ 694.314.430,91	-1,93 %
Cinema	€ 9.516.646,45	€ 9.692.878,00	1,85 %
Daily Press	€ 144.601.657,66	€ 132.130.934,75	-8,62 %
Free Press	€ 38.447.828,26	€ 33.694.173,45	-12,36 %
Internet	€ 40.385.092,53	€ 39.584.748,60	-1,98 %
Magazines	€ 51.882.355,99	€ 47.887.111,71	-7,70 %
National Television	€ 233.963.196,91	€ 241.024.678,28	3,02 %
Outdoor	€ 67.657.374,17	€ 70.770.308,97	4,60 %
Radio	€ 118.843.500,50	€ 114.731.032,81	-3,46 %
Television (Local & Thematic Networks)	€ 2.680.971,66	€ 4.798.564,34	78,99 %