



&gt;&gt;

**WAT IS EEN ALGEMENE WAARNEMING ALS JE DE CIJFERS OVER 2023 OVERALL BEKIJKT? ZIJN ADVERTEERDERS VOORZICHTIGER GEWORDEN?**

De totale bruto mediabestedingen daalden in 2023 met iets meer dan 5%. Dat lijkt vrij fors na de stijgingen van 11% in 2021 en 7% in 2022. Echter, we zetten 2023 af tegen het sterke jaar 2022 dat het definitieve einde van de coronapandemie inluidde. Gedreven door dat positieve sentiment namen de mediabestedingen toen nog bovengemiddeld toe. Bijna alle mediumtypen noteerden groei en vaak zelfs dubbelcijferig. In dat opzicht was er in 2023 misschien ook wel sprake van een kleine correctie.

Investerings in media zijn daarbij over het algemeen zeer afhankelijk van economische ontwikkelingen. Als we economisch de wind mee hebben, dan zijn de mediabestedingen ook hoog. Als de economische activiteit stagneert, zoals in 2023 door een terugval in de wereldhandel, de sterk gestegen rente en de hoge inflatie, dan zie je dat meestal ook weer terug in een afnemende bereidheid om te investeren in media. Daarnaast is 2023 een oneven jaar, dus een jaar zonder

# POSITIEVE CIJFERS VOOR TV BETEKENEN MEESTAL OOK POSITIEVE CIJFERS VOOR DE TOTALE MARKT

grote sportevenementen zoals een *EK- of WK voetbal* en de *Olympische Spelen*. Dat heeft altijd invloed op de hoogte van de mediabudgetten van bedrijven, zeker als Nederland of Nederlanders van zich doen spreken.

**DE BESTEDINGEN OVERALL ZIJN GEDAALD. WAT KAN DAARVAN DE REDEN ZIJN? IS ER SPRAKE VAN MINDER BUDGET?**

Een groot deel van de oorzaak van de daling van 5% is terug te voeren op televisie. De bestedingen daar daalden met 9% en met een aandeel van bijna 60% in de totale bruto mediabestedingen is de impact van de ontwikkelingen bij tv direct voelbaar op de cijfers van de gehele markt. Bedrijven lijken budgetten te verschuiven van televisie naar andere mediumtypen, zoals radio en OOH. Retailers vormen de grootste branche met een aandeel van meer dan een kwart in de totale bruto mediabestedingen. Zij investeerden fors minder in tv, maar juist meer in radio en OOH. Dat geldt ook voor adverteerders uit de branche Voedings- en Genotmiddelen. Per saldo namen ondanks de verschuivingen naar andere mediumtypen de totale mediabestedingen van deze categorieën sterk af.

**IS DIE VERSCHUIVING VAN TV NAAR RADIO EN OOH NOG IETS SCHERPTE TE DUIDEN?**

Bij televisie ligt de oorzaak van de daling bij veel lagere bestedingen van de twee veruit belangrijkste branches: Retail en Voedings- en Genotmiddelen. De eerste besteedde bijna 15% minder, de tweede ruim 13%. Het gezamenlijke aandeel van beide in de totale tv-bestedingen is ruim 40%, dus de impact van de lagere investeringen laat zich voelen. De daling bij retailers komt vooral van supermarkten. Zij schroefden hun budgetten met meer dan 20% terug.

Een derde belangrijke oorzaak voor de daling bij televisie is het verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen sinds juli 2023. Televisie was het belangrijkste mediumtype voor deze branche met bestedingen die in 2022, het enige volledige jaar waarin adverteren was toegestaan voor deze sector, bijna € 100 miljoen bedroegen.

Radio had geen last van het verbod op online gokreclame en zag retailers en ook supermarkten juist meer adverteren, net als adverteerders uit de branche Voedings- en Genotmiddelen. Feitelijk geldt dat over de hele linie dat adverteerders meer besteedden aan radio, ook bijvoorbeeld automerken. Opvallend was wel dat financiële dienstverleners, traditioneel een belangrijke branche voor radio, 12% minder besteedde in 2023. De toename in andere branches compenseerde die daling echter ruimschoots.

OOH dankt de groei vooral aan de bijna onstuitbare groei van Digital Out Of Home en dat is terug te zien over vrijwel de hele breedte qua branches. Net als bij radio groeiden de bestedingen van belangrijke sectoren als Retail en Voedings- en Genotmiddelen fors.

**WAAROM ZIJN ER IN DE TOP 100 GEEN CIJFERS VAN SOCIAL MEDIA OPGENOMEN? HOE KAN HET DAT ER GEEN BETROUWBARE EN HARDE CIJFERS ZIJN?**

Nielsen registreert sinds 2022 de bruto mediabestedingen aan social media. Dat betreft Facebook, Instagram en X (voorheen Twitter). In 2023 is TikTok aan de registratie toegevoegd. De cijfers zijn er dus wel degelijk, alleen zijn de cijfers nog niet altijd zo robuust en stabiel als Nielsen zou willen. Daarom zijn we voorlopig terughoudend in het meenemen van deze data in trendanalyses. Wellicht dat we volgend jaar social media wél mee kunnen nemen. De omvang van de bruto mediabestedingen aan social media (meer dan 20% van de totale bruto mediabestedingen) geeft daar in ieder geval alle aanleiding toe.

**GAAN MERKEN OOK MEER BUDGETTEN SCHUIVEN RICHTING SOCIAL? IS TIKTOK -ZOAALS UIT VEEL ONDERZOEKEN BLIJKT- DE NIEUWE HEILIGE GRAAL VOOR ADVERTEERDERS?**

Merken zijn voortdurend op zoek naar de beste manieren om hun doelgroepen te bereiken, ze moeten daar zijn waar hun doelgroep is. Als de doelgroep op TikTok zit, dan moet de adverteerder daar ook zijn. Het hangt uiteindelijk heel erg af van wie je doelgroep is. Als fabrikant van trapliften maak je andere keuzes qua in te schakelen media dan wanneer je een onder jongeren populair kledingmerk bent. De heilige graal is ook eerder een ideale mix van media waarmee de doelgroep bereikt wordt dan per se één medium of mediumtype. En dat verschilt per adverteerder en doelgroep.

**BIJ DE STIJGERS ZIEN WE ONDER MEER UNITED MUSIC EVENTS, ESSENT EN VOLVO. WAT IS HIER DE VERKLARING VOOR?**

United Music Events is een geheel nieuwe adverteerder die in 2023 het hele budget inzette op online display. De gehele energiebranche is heel veel meer gaan adverteren in 2023, waarbij Essent het mediabudget veruit het meest heeft verhoogd. De bijna € 29 miljoen is ongeveer drie keer zoveel als in de voorgaande jaren toen het budget ongeveer € 10 miljoen bedroeg. Televisie, radio en online display profiteerden met name van de hogere bestedingen van deze energieleverancier. De mediabestedingen van Volvo waren in 2022 veel lager dan gemiddeld. In 2023 werd dat 'hersteld' en kregen de bestedingen door de introductie van de EX30, waarvoor vooral tv werd ingeschakeld, nog eens een extra boost.

**BIJ DE STERKSTE DALERS ZIEN WE VWS, SAMSUNG EN ANWB. WAT IS JOUW VERKLARING HIERVOOR?**

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport adverteerde enorm veel tijdens de coronapandemie. >>



## TOP-100 ADVERTEERDERS 2023

De Top-100 Adverteerders van *MarketingTribune* is gebaseerd op het *Nielsen Jaarrapport Bruto Mediabestedingen*. Het rapport bevat daarnaast nog veel meer informatie over en achtergronden bij de ontwikkeling van de bruto mediabestedingen. Per mediumtype lees je over de grootste media-owners en branches, aantallen adverteerders, gemiddelde budgetten en seizoenspatronen. Het rapport sluit af met een tienjarenoverzicht voor nog meer inzicht in trends.

Speciaal voor lezers van *MarketingTribune* biedt Nielsen het Jaarrapport Bruto Mediabestedingen 2023 eenmalig aan voor € 495,-. Stuur daarvoor een mail naar [marketing-nl@nielsen.com](mailto:marketing-nl@nielsen.com) met als onderwerp *MarketingTribune Top100*. Vermeld in de mail de volledige bedrijfsgegevens (bedrijfsnaam, adres, contactpersoon) en facturatie-gegevens, inclusief BTW-nummer, KvK-nummer en indien nodig het PO-nummer.

>> Op het hoogtepunt, in 2021, liepen de bestedingen zelfs op tot € 85 miljoen. In 2022 was dat bedrag al gehalveerd, maar nog steeds hoog omdat we nog in de laatste fase van de pandemie zaten. In 2023 vielen de bestedingen met € 19 miljoen weer binnen de bandbreedte van vóór corona.

Samsung besteedde in 2023 vooral minder aan tv, online display en Out Of Home. De totale bestedingen waren daarmee de laagste in de laatste tien jaar. Daar staat ook tegenover dat de bestedingen in 2022 juist behoorlijk hoger waren dan 'normaal'. Dat had weer te maken met onder andere de hoge mediabudgetten voor de Galaxy S22 en de Galaxy Z Flip 4, waarvoor in 2023 nauwelijks nog geadverteerd werd.

De ANWB heeft in 2023 drastisch gesneden in het overall budget en de laagste bestedingen in tien jaar laten noteren. ANWB Private Autoleasing, ANWB Reisbureau, ANWB Verzekeringen, op alles is bezuinigd in 2023. De bezuinigingen troffen alle mediumtypen, maar het meest tv.



BESTEDINGEN PER MEDIUMTYPE		
	2022	2023
TELEVISIE	4.357,7	3.960,5
RADIO	892,8	950,2
ONLINE DISPLAY	783,4	705,2
DAGBLADEN	535,1	546,6
OUT OF HOME	489,0	538,2
MAGAZINES	171,8	156,2
FOLDERS	96,7	85,7
BIOSCOOP	27,1	25,1
VAKTIJDSCHRIFTEN	19,1	20,6
<b>TOTAAL</b>	<b>7.372,7</b>	<b>6.988,3</b>

BEDRAGEN X € 1.000.000 | BRON: NIELSEN

**WAT WORDT HET VOOR MEDIAJAAR 2024? EN WAAROM? ZIE JE SIGNALLEN VOOR VERHOOGING BUDGETTEN OF JUUST NIET?**

De verwachting is dat de economie zich herstelt in 2024, wat een positieve invloed zou moeten hebben op mediabudgetten. Bovendien is 2024 een even jaar, met in de zomer het EK Voetbal in Duitsland en de Olympische Zomerspelen in Parijs. Dat zorgt altijd voor hogere investeringen in media en zeker tv plukt daar de vruchten van. Gezien het aandeel van dat mediumtype in de totale bruto mediabestedingen betekenen positieve cijfers voor televisie meestal ook positieve cijfers voor de totale markt. Ook is de groei nog niet uit (D)OOH en timmert radio enorm aan de weg. Beide mediumtypen groeiden in 2023 in een best moeilijke markt. Het ligt in de lijn der verwachting dat die groei zich onder een iets gunstiger gesternte in 2024 voortzet.

**TOP-25**  
CONCERNS 2023



2023	2022	CONCERN	2022	2023	TELEVISIE	RADIO	ONLINE DISPLAY	DAGBLADEN	OUT OF HOME	MAGAZINES	FOLDERS	BIOSCOOP	VAKTIJDSCHRIFTEN
1	1	AHOLD	271,8	252,9	156,7	28,8	20,4	15,6	16,2	1,8	13,2	0,2	0,0
2	2	AS WATSON	133,7	138,2	100,9	18,8	5,1	0,0	4,0	0,1	9,3	0,0	-
3	8	PROCTER & GAMBLE	107,3	136,4	134,5	-	0,5	0,8	0,1	0,4	-	-	0,0
4	7	UNILEVER	114,1	128,7	104,4	6,8	0,1	0,1	14,8	1,9	-	0,5	0,1
5	4	TMNL	124,0	119,1	69,2	26,0	10,6	2,8	9,9	-	-	0,7	0,0
6	6	DPC	119,4	116,6	61,4	33,1	12,5	3,7	4,3	0,8	-	0,7	0,1
7	5	LIDL	123,1	116,5	68,6	13,8	6,6	9,9	11,4	0,7	5,2	0,3	-
8	3	NEDERLANDSE LOTERIJ	131,6	114,1	75,7	15,8	16,4	0,7	5,3	0,1	-	0,1	0,0
9	10	NATIONALE GOEDE DOELN LOTERIJ	80,1	84,2	57,0	8,9	5,0	6,5	6,2	0,4	-	0,1	-
10	9	JUMBO	95,0	79,4	60,7	11,9	0,5	1,5	3,1	1,2	0,5	-	-

BEDRAGEN X € 1.000.000 | BRON: NIELSEN

DE HEILIGE GRAAL IS EERDER EEN IDEALE MIX VAN MEDIA DAN PER SE ÉÉN MEDIUM OF MEDIUMTYPE



# TOP-100

## ADVERTEERDERS 2023



2023	2022	ADVERTEERDER	2022	2023	TELEVISIE	RADIO	ONLINE DISPLAY	DAGBLADEN	OUT OF HOME	MAGAZINES	FOLDERS	BIOSCOOP	VAKTIJD-SCHRIFTEN
1	7	PROCTER & GAMBLE NEDERLAND	107,3	136,3	134,5	-	0,5	0,8	0,0	0,4	-	-	0,0
2	1	ALBERT HEIJN	144,7	135,9	87,5	11,9	5,6	12,2	9,8	1,2	7,5	0,1	0,0
3	2	A.S.WATSON EUROPE HEALTH&BEAUTY	126,7	130,0	96,0	17,3	4,6	0,0	3,2	0,1	8,7	0,0	-
4	4	UNILEVER NEDERLAND	114,1	128,7	104,4	6,8	0,1	0,1	14,8	1,9	-	0,5	0,1
5	3	LIDL NEDERLAND	123,1	116,5	68,6	13,8	6,6	9,9	11,4	0,7	5,2	0,3	-
6	5	NEDERLANDSE LOTERIJ ORGANISATIE	111,8	105,2	69,3	15,8	13,9	0,7	5,3	0,1	-	0,1	0,0
7	6	ODIDO	108,6	103,5	56,4	23,3	10,5	2,8	9,9	-	-	0,7	0,0
8	9	BOL.COM	93,5	86,6	51,9	13,0	13,9	1,9	5,3	0,5	-	0,1	-
9	8	JUMBO SUPERMARKTEN	94,6	79,1	60,7	11,9	0,5	1,5	3,1	1,0	0,4	-	-
10	13	KPN	56,0	66,9	28,3	20,3	13,8	0,2	4,1	0,0	-	0,1	0,0
11	10	ALDI CULEMBORG	63,9	58,4	44,3	6,3	0,8	2,1	0,2	-	4,7	-	-
12	14	FRIESLANDCAMPINA CONSUMER PROD.	52,7	58,0	46,8	9,8	0,1	-	0,5	0,8	-	-	0,0
13	12	MCDONALD'S NEDERLAND	57,0	57,4	33,7	14,5	3,8	0,2	4,8	-	-	0,4	-
14	24	HEMA	39,0	47,1	39,6	2,5	1,1	0,1	0,2	0,2	3,5	-	-
15	22	NATIONALE POSTCODE LOTERIJ	39,3	45,5	27,0	6,3	4,1	3,7	4,1	0,1	-	0,1	-
16	20	THE WALT DISNEY COMPANY	43,2	44,9	35,1	1,4	4,0	0,0	4,1	0,1	-	0,1	-
17	27	VODAFONE	35,9	43,0	27,0	11,6	0,9	0,2	3,2	0,0	-	0,1	-
18	21	VRIENDENLOTERIJ	40,7	38,7	30,0	2,6	0,9	2,8	2,1	0,3	-	0,1	-
19	11	JACOBS DOUWE EGBERTS NL	60,5	38,6	30,0	3,6	0,2	0,8	2,9	0,7	-	0,4	-
20	17	PLUS RETAIL	47,8	35,7	27,0	5,4	0,3	0,1	0,3	-	2,6	-	-
21	15	AMAZON EUROPE	51,7	35,4	14,2	9,6	1,4	0,1	10,0	0,0	-	0,1	-
22	33	DPG MEDIA	32,0	35,0	20,1	5,8	2,4	1,8	4,1	0,8	-	0,0	0,0
23	34	PEPSICO NEDERLAND	31,9	34,5	31,5	-	0,6	-	1,0	0,8	-	0,5	0,0
24	31	SPECSAVERS	33,1	34,2	30,3	2,4	0,3	0,8	0,2	0,2	-	-	-
25	39	PON'S AUTOMOBIELHANDEL	30,6	33,6	29,1	3,2	0,9	0,0	0,2	0,1	-	-	0,0
26	28	CORENDON INTERNATIONAL TRAVEL	34,8	33,3	9,1	0,4	7,6	14,4	1,2	0,6	-	-	0,0
27	16	COOLBLUE	51,2	33,1	24,3	3,1	3,8	-	1,9	0,0	-	-	-
28	65	MARS NEDERLAND	20,2	32,9	32,1	0,1	0,1	-	0,1	0,3	-	0,2	-
29	37	HENKEL NEDERLAND	31,1	32,4	31,8	-	-	-	0,4	0,2	-	-	-
30	32	BEIERSDORF	32,9	32,1	30,9	-	0,3	-	0,8	0,1	-	-	-
31	46	LOUWMAN & PARQUI	28,2	31,8	20,7	8,9	1,6	0,1	0,4	0,1	-	-	-
32	18	MONDELEZ NEDERLAND	43,9	31,7	29,7	-	0,5	-	0,6	0,9	-	-	0,0
33	34002	UNITED MUSIC EVENTS	-	31,5	-	-	31,5	-	-	-	-	-	-
34	47	SUNWEB GROUP	28,0	30,8	16,9	6,3	0,5	6,6	0,5	0,0	-	-	-
35	40	RENAULT NEDERLAND	30,5	30,4	21,0	8,2	0,5	0,1	0,5	0,1	-	-	0,0
36	165	ESSENT ENERGIE VERKOOP NED.	9,9	28,6	13,3	8,5	5,8	0,1	0,9	-	-	-	0,0
37	38	RABOBANK NEDERLAND	30,9	27,9	13,5	7,6	2,1	2,7	1,3	0,4	-	0,1	0,0
38	45	ZIGGO	28,2	27,8	13,7	7,6	1,7	2,4	1,9	0,2	-	0,4	-
39	42	TALPA RADIO	30,2	27,8	17,8	-	1,1	0,2	8,7	-	-	-	-
40	30	HORNBACH BOUWMARKT NEDERLAND	33,4	27,7	4,7	7,5	5,8	3,1	5,8	0,0	0,7	0,0	0,0
41	60	INTER IKEA SYSTEMS	22,0	27,2	18,0	5,0	3,4	0,0	0,8	-	-	-	-
42	36	L'OREAL NEDERLAND	31,3	26,7	25,5	-	0,0	0,0	1,1	0,1	-	-	-
43	57	CARGLASS	23,1	25,2	25,2	-	0,0	-	-	-	-	-	-
44	54	TUI NEDERLAND	23,4	25,2	14,6	4,9	0,5	3,1	1,8	0,1	-	0,1	0,1
45	23	OMEGA PHARMA	39,1	24,3	21,9	0,4	1,8	-	-	0,2	-	-	0,0
46	43	RB HYGIENE HOME	29,3	23,5	23,3	-	-	0,0	-	0,1	-	-	0,0
47	70	PRAxis GROEP	19,2	23,3	16,4	3,3	1,6	-	0,0	-	2,0	0,0	-
48	50	NEDERLANDSE SPOORWEGEN	25,2	23,3	11,0	6,0	3,0	-	3,1	-	-	0,1	0,0
49	53	KIA MOTORS NEDERLAND	23,5	23,2	17,5	1,3	2,7	0,0	1,6	0,1	-	0,1	-
50	56	ETOS	23,2	22,9	14,4	3,8	0,2	0,2	0,2	0,0	4,0	-	-
51	75	PERFETTI VAN MELLE	18,5	22,8	21,8	0,2	0,3	-	0,2	0,2	-	-	0,0

2023	2022	ADVERTEERDER	2022	2023	TELEVISIE	RADIO	ONLINE DISPLAY	DAGBLADEN	OUT OF HOME	MAGAZINES	FOLDERS	BIOSCOOP	VAKTIJD-SCHRIFTEN
52	69	STELLA FIETSEN	19,2	22,5	0,9	0,8	0,7	18,7	-	1,4	-	-	-
53	102	NESTLE NEDERLAND	13,6	21,6	16,0	0,8	0,1	-	4,2	0,5	-	-	-
54	58	HOLLAND CASINO	23,0	21,6	13,5	0,1	6,5	0,0	1,0	-	-	0,4	-
55	48	COCA-COLA NEDERLAND	26,0	21,4	12,8	2,4	0,5	0,3	2,9	0,6	-	1,8	0,1
56	29	HEINEKEN NEDERLAND	33,7	21,2	15,7	0,4	1,4	0,3	2,7	0,6	-	-	0,0
57	25	MEDIA MARKT SATURN NEDERLAND	36,9	21,0	11,2	3,5	1,9	0,2	3,8	-	0,5	-	-
58	157	SHELL NEDERLAND VERKOOPMIJ	10,1	20,9	10,5	3,7	2,1	2,0	2,4	0,0	-	0,2	-
59	89	HYUNDAI MOTOR NEDERLAND	15,7	20,9	14,6	4,1	0,7	0,1	1,5	0,1	-	-	0,0
60	77	ASR NEDERLAND	18,2	20,2	13,9	1,5	1,2	0,2	3,4	0,0	-	-	0,0
61	52	FERRERO	24,8	19,7	19,4	-	0,0	-	-	0,3	-	-	-
62	133	MINISTERIE VAN FINANCIEN	11,3	19,6	8,3	8,0	1,9	0,2	0,8	0,3	-	0,2	0,0
63	174	C&A NEDERLAND	9,2	19,6	14,8	1,0	0,5	0,0	2,7	0,5	-	-	-
64	19	MINISTERIE VAN VOLKSGEZONDHEID, WELZIJN, SPORT	43,8	19,2	11,7	5,5	0,4	0,8	0,4	0,1	-	0,2	0,0
65	61	PROMINENT COMFORT PRODUCTEN	21,9	19,1	6,5	1,5	0,1	10,5	-	0,5	-	-	-
66	107	VRUMONA	13,4	19,0	16,8	1,8	0,1	-	0,2	0,2	-	-	0,0
67	64	ABN AMRO BANK	21,2	18,3	10,2	5,2	1,2	0,6	0,8	0,1	-	0,2	0,0
68	67	KARWEI HOLLAND NATIONAAL	19,4	18,2	9,7	4,6	0,5	-	1,1	0,1	2,1	-	-
69	51	GAMMA NEDERLAND	24,9	18,0	10,3	3,4	0,6	0,0	0,4	0,0	3,3	-	-
70	326	VOLVO CARS NEDERLAND	4,4	17,9	13,0	2,2	1,8	0,2	0,6	0,1	-	-	0,0
71	98	NISSAN NEDERLAND	14,4	17,7	14,6	2,4	0,5	-	0,1	0,0	-	0,1	0,0
72	110	COTY BENELUX	13,2	17,6	16,4	-	0,0	-	1,1	0,1	-	-	-
73	116	UNIBET INTERNATIONAL	12,8	17,4	3,4	-	14,0	-	-	-	-	-	-
74	85	HALEON NL	16,9	17,4	16,4	0,5	0,0	-	0,2	0,2	-	-	0,0
75	55	ALLIANZ BENELUX	23,3	17,2	10,1	3,5	3,3	-	0,3	-	-	-	0,0
76	94	DE VOLKSBANK	15,0	17,0	12,1	2,5	1,9	0,4	0,1	-	-	-	0,0
77	190	X20 BADKAMERS NEDERLAND	8,3	16,7	9,5	0,7	5,9	-	0,7	-	-	-	-
78	320	SOCIAL DEAL	4,4	16,5	5,6	5,9	0,1	3,5	1,5	-	-	-	-
79	86	WEHKAMP.NL	16,5	16,3	10,6	3,7	0,8	0,0	1,2	0,0	-	-	-
80	72	DELTA FIBER NETWERK	18,8	16,3	14,0	0,0	0,5	0,1	1,7	-	-	-	-
81	99	DAY TRADERS	14,2	16,2	0,2	-	0,0	16,0	-	-	-	-	-
82	95	VATTENFALL NEDERLAND	14,8	16,2	12,2	2,3	0,8	0,1	0,5	0,1	-	0,2	-
83	90	CHANEL	15,7	16,1	10,0	-	0,1	0,2	4,9	0,9	-	-	-
84	83	MINISTERIE ECONOMISCHE ZAKEN EN KLIMAAT	17,1	16,1	8,6	5,1	1,3	0,6	0,4	0,0	-	0,1	0,0
85	26	SAMSUNG ELECTRONICS BENELUX	35,9	15,8	12,4	-	2,2	0,1	1,1	0,1	-	0,0	-
86	78	EMMA MATRATZEN	18,0	15,8	15,2	0,3	0,1	0,0	0,1	0,0	-	-	-
87	200	ENECO ENERGIE	7,7	15,7	9,0	4,4	2,1	0,0	0,1	-	-	-	0,0
88	49	DIRK VAN DEN BROEK SUPERMARKTEN	25,4	15,7	-	4,9	1,6	7,1	0,1	0,0	2,0	-	-
89	92	SIMPEL.NL	15,4	15,6	12,8	2,7	0,1	-	-	-	-	-	-
90	76	STELLANTIS NEDERLAND	18,3	15,5	9,1	3,2	1,5	-	1,5	0,0	-	0,1	-
91	96	MINISTERIE VAN DEFENSIE	14,6	15,4	13,2	1,8	0,2	0,1	0,1	0,0	-	0,2	-
92	41	INDEPENDER.NL	30,4	15,3	9,5	2,3	3,2	-	0,1	0,1	-	-	-
93	119	BRIDGEFUND	12,5	15,3	2,5	4,2	5,2	1,6	1,8	0,0	-	-	-
94	71	DOMINO'S PIZZA NETHERLANDS	19,0	15,1	9,5	2,6	0,0	-	2,3	-	0,8	-	-
95	112	CITROEN NEDERLAND	13,1	15,0	6,4	5,4	1,1	0,3	1,7	-	-	0,0	-
96	88	L'ORÉAL DIVISIE LUXE PROD.	16,0	14,9	12,5	-	0,2	-	1,7	0,5	-	-	-
97	115	ASN ALG.SPAARBANK VOOR NEDERLAND	12,9	14,9	11,4	3,2	0,1	0,1	-	0,0	-	-	-
98	101	DR.OETKER NEDERLAND	13,7	14,7	13,4	0,4	0,3	-	0,1	0,6	-	-	0,0
99	68	STAGE ENTERTAINMENT	19,3	14,6	5,3	5,5	0,6	1,9	0,7	0,6	-	0,0	-
100	73	OPEL NEDERLAND	18,5	14,5	9,8	3,5	0,6	-	0,6	-	-	-	-

BEDRAGEN X € 1.000.000 | BRON: NIELSEN



# TOP-50 MERKEN 2023



MARKETING TRIBUNE  
MEER OVER MARKETING

2023	2022	MERK	2022	2023	TELEVISIE	RADIO	ONLINE DISPLAY	DAGBLADEN	OUT OF HOME	MAGAZINES	FOLDERS	BIOSCOOP	VAKTIJDSCHRIFTEN
1	1	ALBERT HEIJN	144,7	135,5	87,5	11,6	5,6	12,2	9,8	1,2	7,5	0,1	0,0
2	3	KRUIDVAT	103,6	114,4	88,9	12,6	4,4	0,0	2,6	0,1	5,7	0,0	-
3	2	LIDL	113,7	110,0	66,4	11,5	6,1	8,9	11,2	0,4	5,2	0,3	-
4	6	ODIDO	92,4	87,2	43,8	20,6	10,2	2,3	9,6	-	-	0,7	0,0
5	5	BOL	93,5	86,6	51,9	13,0	13,9	1,9	5,3	0,5	-	0,1	-
6	4	JUMBO	95,0	79,4	60,7	12,0	0,5	1,5	3,2	1,0	0,4	-	-
7	9	KPN	52,2	63,6	28,3	17,6	13,4	0,2	3,8	0,0	-	0,1	0,0
8	7	ALDI	63,9	58,4	44,3	6,3	0,8	2,1	0,2	-	4,7	-	-
9	8	MCDONALD'S	57,6	57,9	33,7	14,5	4,3	0,2	4,8	-	-	0,4	-
10	12	STAATSLOTERIJ	48,7	48,3	30,7	7,8	7,1	0,1	2,4	0,1	-	0,1	0,0
11	16	HEMA	39,0	47,1	39,6	2,5	1,1	0,1	0,2	0,2	3,5	-	-
12	17	NATIONALE POSTCODE LOTERIJ	38,7	45,1	27,0	6,3	4,1	3,7	3,7	0,1	-	0,1	-
13	15	VRIENDENLOTERIJ	40,7	38,7	30,0	2,6	0,9	2,8	2,1	0,3	-	0,1	-
14	10	AMAZON	51,8	35,9	14,2	9,9	1,5	0,1	10,0	0,0	-	0,1	-
15	13	PLUS	46,6	35,6	27,0	5,3	0,3	0,1	0,2	0,1	2,6	-	-
16	22	SPECSAVERS	33,1	34,2	30,3	2,4	0,3	0,8	0,2	0,2	-	-	-
17	20	CORENDON	34,8	33,1	9,1	0,4	7,6	14,3	1,2	0,6	-	-	0,0
18	11	COOLBLUE.NL	51,2	33,1	24,3	3,1	3,8	-	1,9	0,0	-	-	-
19	35781	UNITED MUSIC EVENTS	-	31,5	-	-	31,5	-	-	-	-	-	-
20	45	VODAFONE	22,5	29,8	16,2	9,5	0,9	0,2	3,0	0,0	-	0,1	-
21	155	ESSENT	9,9	28,6	13,3	8,5	5,8	0,1	0,9	-	-	-	0,0
22	26	NIVEA	29,5	28,6	27,7	-	0,3	-	0,6	0,0	-	-	-
23	32	TOYOTA	25,2	28,2	17,5	8,7	1,5	0,1	0,3	0,1	-	-	-
24	24	RABOBANK	30,9	27,8	13,5	7,6	2,1	2,7	1,3	0,4	-	0,1	0,0
25	31	ZIGGO	28,2	27,8	13,7	7,6	1,7	2,4	1,9	0,2	-	0,4	-
26	21	HORNBAACH	33,4	27,7	4,7	7,5	5,8	3,1	5,8	0,0	0,7	0,0	0,0
27	48	IKEA	22,0	27,2	18,0	5,0	3,4	0,0	0,8	-	-	-	-
28	42	CAR GLASS	23,1	25,2	25,2	-	0,0	-	-	-	-	-	-
29	38	TUI	23,4	25,2	14,6	4,9	0,5	3,1	1,8	0,1	-	0,1	0,1
30	33	SUNWEB	25,2	25,0	13,3	4,8	0,4	6,6	0,0	0,0	-	-	-
31	28	DISNEY	29,1	24,3	18,2	0,6	2,0	-	3,3	0,0	-	0,1	-
32	122	LENOR	11,1	24,0	23,7	-	0,3	-	-	-	-	-	-
33	56	PRAXIS	19,2	23,3	16,4	3,3	1,6	-	0,0	-	2,0	0,0	-
34	37	KIA	23,5	23,2	17,5	1,3	2,7	0,0	1,6	0,1	-	0,1	-
35	40	ETOS	23,2	22,9	14,4	3,8	0,2	0,2	0,2	0,0	4,0	-	-
36	41	CAMPINA	23,1	22,8	18,3	3,8	0,0	-	0,2	0,4	-	-	0,0
37	99	DPG MEDIA	12,4	22,8	15,4	1,7	1,6	1,4	2,4	0,3	-	-	0,0
38	44	RENAULT	22,6	22,5	15,0	6,6	0,5	0,1	0,3	0,0	-	-	0,0
39	55	STELLA	19,2	22,5	0,9	0,8	0,7	18,7	-	1,4	-	-	-
40	43	HOLLAND CASINO	23,1	21,6	13,5	0,1	6,6	0,0	1,0	-	-	0,4	-
41	74	HYUNDAI	15,7	21,3	14,6	4,1	0,7	0,4	1,5	0,1	-	-	0,0
42	18	MEDIA MARKT	36,9	21,0	11,2	3,5	1,9	0,2	3,7	-	0,5	-	-
43	158	SHELL	9,8	20,8	10,5	3,5	2,1	2,0	2,4	0,0	-	0,2	0,0
44	61	ASR	18,5	20,4	13,9	1,7	1,3	0,2	3,3	0,0	-	-	0,0
45	34	NS	25,2	20,3	9,3	5,4	3,0	-	2,6	-	-	-	0,0
46	173	C&A	9,2	19,6	14,8	1,0	0,5	0,0	2,7	0,5	-	-	-
47	14	MINISTERIE VWS	43,8	19,1	11,7	5,4	0,4	0,8	0,4	0,1	-	0,2	0,0
48	53	VOLKSWAGEN	19,6	19,0	15,8	2,6	0,4	0,0	0,2	0,0	-	-	0,0
49	51	ABN AMRO	21,0	18,9	10,2	5,4	1,3	1,0	0,8	0,1	-	0,1	0,0
50	118	DREFT	11,2	18,7	18,2	-	-	0,2	-	0,2	-	-	0,0

BEDRAGEN X € 1.000.000 | BRON: NIELSEN

# TOP-10 ADVERTEERDERS 2023



TELEVISIE 2023			
1	PROCTER & GAMBLE NEDERLAND	134,5	
2	UNILEVER NEDERLAND	104,4	
3	A.S.WATSON EUROPE HEALTH&BEAUTY	96,0	
4	ALBERT HEIJN	87,5	
5	NEDERLANDSE LOTERIJ ORGANISATIE	69,3	
6	LIDL NEDERLAND	68,6	
7	JUMBO SUPERMARKTEN	60,7	
8	ODIDO	56,4	
9	BOL.COM	51,9	
10	FRIESLANDCAMPINA CONSUMER PROD.	46,8	

RADIO 2023		
1	ODIDO	23,3
2	KPN	20,3
3	A.S.WATSON EUROPE HEALTH&BEAUTY	17,3
4	NEDERLANDSE LOTERIJ ORGANISATIE	15,8
5	MCDONALD'S NEDERLAND	14,5
6	LIDL NEDERLAND	13,8
7	BOL.COM	13,0
8	ALBERT HEIJN	11,9
9	JUMBO SUPERMARKTEN	11,9
10	VODAFONE	11,6

DAGBLADEN 2023		
1	STELLA FIETSEN	18,7
2	DAY TRADERS	16,0
3	CORENDON INTERNATIONAL TRAVEL	14,4
4	STIP REIZEN	12,2
5	ALBERT HEIJN	12,2
6	PROMINENT COMFORT PRODUCTEN (HK)	10,5
7	LIDL NEDERLAND	9,9
8	GLB DIGITAAL	9,7
9	UITGEKOOKT MAALTIJDBEZORGING	8,0
10	DIRK VAN DEN BROEK SUPERMARKTEN	7,1

MAGAZINES 2023		
1	FREETIME COMPANY	2,2
2	OTTO OOMS	2,2
3	UNILEVER NEDERLAND	1,9
4	STELLA FIETSEN	1,4
5	ALBERT HEIJN	1,2
6	ELSEVIER	1,1
7	GASSAN DIAMONDS	1,0
8	FLUISTER	1,0
9	JUMBO SUPERMARKTEN	1,0
10	BINVARA	1,0

OUT OF HOME 2023		
1	UNILEVER NEDERLAND	14,8
2	711	12,1
3	LIDL NEDERLAND	11,4
4	AMAZON EUROPE	10,0
5	ODIDO	9,9
6	ALBERT HEIJN	9,8
7	TALPA RADIO	8,7
8	TECHNICAL SERVICES GROUP	8,1
9	DUVEL MOORTGAT NEDERLAND	6,0
10	HORNBAACH BOUWMARKT NEDERLAND	5,8

ONLINE DISPLAY 2023		
1	UNITED MUSIC EVENTS	31,5
2	UNIBET INTERNATIONAL	14,0
3	NEDERLANDSE LOTERIJ ORGANISATIE	13,9
4	BOL.COM	13,9
5	KPN	13,8
6	B2S EVENTS	11,3
7	ODIDO	10,5
8	SMART GAMING	9,0
9	CORENDON INTERNATIONAL TRAVEL	7,6
10	LIDL NEDERLAND	6,6

# TOP-10 STIJGERS

2023	2022	ADVERTEERDER	2022	2023	+ €
33	34004	UNITED MUSIC EVENTS	-	31,5	31,5
1	7	PROCTER & GAMBLE NEDERLAND	107,3	136,3	29,1
37	166	ESSENT ENERGIE VERKOOP NED.	9,9	28,6	18,7
4	4	UNILEVER NEDERLAND	114,1	128,7	14,6
71	327	VOLVO CARS NEDERLAND	4,4	17,9	13,5
28	66	MARS NEDERLAND	20,2	32,9	12,8
79	321	SOCIAL DEAL	4,4	16,5	12,2
135	34005	B2S EVENTS	-	11,3	11,3
104	408	PICNIC	3,3	14,4	11,1
10	13	KPN	56,0	66,9	10,9

2023	2022	MERK	2022	2023	+ €
19	35781	UNITED MUSIC EVENTS	-	31,5	31,5
21	155	ESSENT	9,9	28,6	18,7
55	364	VOLVO	4,4	17,9	13,5
99	14287	SUN	0,0	13,3	13,3
32	122	LENOR	11,1	24,0	12,9
62	368	SOCIALDEAL.NL	4,4	16,5	12,2
7	9	KPN	52,2	63,6	11,3
129	35782	B2S EVENTS	-	11,3	11,3
87	477	PICNIC	3,3	14,4	11,1
43	158	SHELL	9,8	20,8	11,0

# TOP-10 DALERS

2023	2022	ADVERTEERDER	2022	2023	- €
65	19	MINISTERIE VAN VOLKSGEZONDHEID, WELZIJN, SPORT	43,8	19,2	-24,6
157	35	ANWB	31,9	9,8	-22,1
19	11	JACOBS DOUWE EGBERTS NL	60,5	38,6	-21,9
87	26	SAMSUNG ELECTRONICS BENELUX	35,9	15,8	-20,1
27	16	COOLBLUE	51,2	33,1	-18,1
21	15	AMAZON EUROPE	51,7	35,4	-16,3
58	25	MEDIA MARKT SATURN NEDERLAND	36,9	21,0	-15,9
9	8	JUMBO SUPERMARKTEN	94,6	79,1	-15,5
110	44	BETENT	28,4	13,3	-15,1
94	41	INDEPENDER.NL	30,4	15,3	-15,1

2023	2022	MERK	2022	2023	- €
47	14	MINISTERIE VWS	43,8	19,1	-24,7
156	23	ANWB	32,1	9,8	-22,3
69	19	SAMSUNG	36,2	16,0	-20,2
18	11	COOLBLUE.NL	51,2	33,1	-18,1
42	18	MEDIA MARKT	36,9	21,0	-16,0
14	10	AMAZON	51,8	35,9	-15,9
6	4	JUMBO	95,0	79,4	-15,6
89	27	TOTO	29,5	14,0	-15,5
100	30	BETCITY.NL	28,4	13,3	-15,1
78	25	INDEPENDER.NL	30,4	15,3	-15,1

BEDRAGEN X € 1.000.000 | BRON: NIELSEN