

Direct mail in cijfers

De investeringen in direct mail zijn in 2021 in vergelijking met 2020 met drie procent toegenomen tot 243,5 miljoen euro. Maar vergeleken met 2019 (pre-corona) is er sprake van een daling van 13 procent. Dat blijkt uit cijfers van Media Data Bank (MDB) en Nielsen.

Hoe evolueren de investeringen in direct mail? Daarvoor zijn er twee bronnen: het jaarverslag van bpost en MDB/Nielsen (waarvoor bpost ook gegevens aanlevert). Bpost meldde in het jaarverslag van 2021 een stijging van 7,9 procent van de 'externe bedrijfsopbrengsten' van 'advertising mail', zoals bpost direct mail benoemt, in vergelijking met 2020. Voor 2021 gaf het postbedrijf 197 miljoen euro op, in 2020 was dat 182,6 miljoen euro. Maar qua volume was er in 2021 maar een stijging van 0,9 procent ten opzichte van 2020. Dat was op zich al beter dan in het 'coronajaar' 2020 tegenover 2019. Toen ging het volume met 18,8 procent achteruit "...waarvan -36,2 procent van maart tot mei 2020 (beïnvloed door campagnes die werden geannuleerd als gevolg van de sluiting ingevolge COVID-19 van alle niet-essentiële winkels van 18 maart 2020 tot en met 10 mei 2020 en een verbod op promoties tot en met 3 april 2020) en -24,3 procent in de maand november (gelet op de volledige sluiting van niet-essentiële winkels in die maand)", aldus bpost in het jaarverslag over 2021. Maar de inkomsten uit advertising mail zijn in 2021 nog ver achtergebleven bij die van 2019 (pre-corona). Toen kwamen de inkomsten uit op 236 miljoen euro. Er is dus een achteruitgang van 16,5 procent als we 2021 vergelijken met 2019.

Aandeel

De cijfers van MDB/Nielsen weerspiegelen die trend, al zijn die gegevens wel enigszins anders dan die van bpost. Voor 2019 noteerde men een besteding aan direct mail van 279,3 miljoen euro, voor 2020 kwam men uit op 236,5 miljoen euro (een daling van iets meer dan 15%) en voor 2021 was het cijfer 243,5 miljoen

(een stijging van 3%). MDB/Nielsen geeft ook cijfers van direct mail in vergelijking met andere (klassieke) media. In totaal besteedden adverteerders in 2021 zo'n 3,8 miljard euro in de media, fors meer dan in 2020, maar -0,6 procent minder dan in 2019. Voor direct mail komt men in 2021 op een marktaandeel uit van 6,3 procent, vorig jaar was dat nog 7,1 procent. Direct mail is daarmee het vijfde grootste medium qua bestedingen.

RECLAME-INVESTERINGEN 2021

Medium	uitgaven in 000 euro	aandeel	evolutie tov 2020
Televisie	1.895.719.697	49,04%	+27%
Dagbladen	623.146.998	16,12%	+7%
Radio	548.814.811	14,2%	+8%
Out of home	315.493.697	8,6%	-7%
Direct mail	243.574.773	6,3%	+3%
Tijdschriften	226.000.167	5,85%	-2%
Gratis pers	11.171.603	0,29%*	-
Bioscoop	1.384.244	0,04%*	-
Totaal	3.865.305.990		

BRON: NIELSEN, SPACE

*onvolledige gegevens

In de MDB/Nielsen cijfers ontbreken echter gegevens over digitale media. UBA, de United Brands Association (vroeger Unie van Belgische Adverteerders) berekende in samenwerking met de UMA (United Media Agencies) dat de uitgaven voor onlinereclame in 2021 bijna 1,9 miljard euro bedroegen. De totale bestedingen aan reclame komen daarmee uit op zo'n 5,8 miljard euro. Als je de uitgaven voor direct mail in die context bekijkt, zakt het aandeel tot zo'n 4 procent.

Sectoren

MDB/Nielsen heeft ook een rangschikking gemaakt van de bestedingen in direct mail per sector. Daarbij valt de enorme dominantie van de retailsector ('distributie' in de terminologie van MDB/

Nielsen) op: de retailers (vooral supermarkten) zijn goed voor driekwart van de investeringen in direct mail. En ten opzichte van 2020 nemen die met 4,7 procent toe. De tweede grootste sector qua aandeel zijn de diensten met iets meer dan 10 procent. Op de derde plaats komt de sector van cultuur, toerisme, vrije tijd en sport met een aandeel van 4,8 procent. De top drie is goed voor 90 procent van alle uitgaven in direct mail. Per sector zijn er grote verschillen in de evolutie van de bestedingen, maar als er naar het aandeel gekeken wordt dan is alles relatief...

Retail is dominant

UITGAVEN AAN DIRECT MAIL PER SECTOR

	2020	2021	aandeel	evolutie
Voeding	3.251.441	3.243.041	1,3%	-0,3%
Dieren	141.652	86.106	0,1%	-39,2%
Persoonlijke verzorging	1.772.286	2.745.785	1,1%	+55%
Corporate	1.440.844	1.019.494	0,4%	-29,2%
Cultuur, toerisme, vrije tijd, sport	11.621.004	11.586.976	4,8%	-0,3%
Distributie	176.559.040	184.769.868	75,9%	+4,7%
Divers	81.174	108.839	0,1%	+34,1%
Energie/brandstoffen	472.992	845.128	0,4%	+78,7%
Onderhoud huis/kantoor	6.479	11.802	0,1%	+82,2%
Uitrusting huis/kantoor	3.220.010	2.861.645	1,2%	-11,1%
Kleding/accessoires	2.097.400	2.231.949	0,1%	+6,4%
Gezondheid, welzijn	2.628.644	4.389.613	1,8%	+67%
Diensten	29.164.150	25.543.591	10,5%	-12,4%
Tabak	4.418	3.400	0,1%	-18%
Telecom	1.705.013	2.439.792	1%	+2,9%
Transport	2.371.530	1.687.744	0,7%	-28,8%
Totaal	236.537.807	243.574.773		+3%

BRON: MDB/NIELSEN