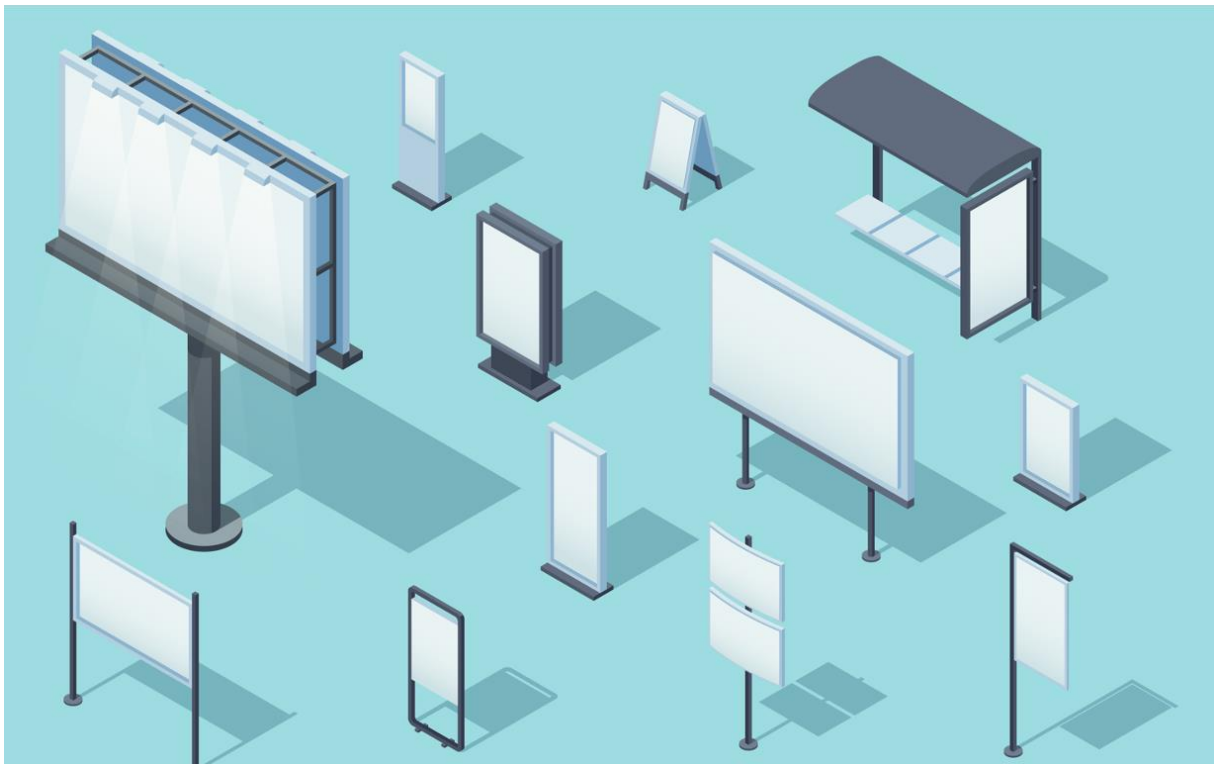


OOH Media investments Benchmark Jan-Jun 2023 / 22



Algemeen

Hierna vindt u het UMA rapport met betrekking tot de halfjaarlijkse Benchmark voor de netto mediabestedingen in OOH media in België.

Dit rapport betreft de eerste semesters van 2022 en 2023 en is gebaseerd op de verklaarde netto mediabestedingen in alle OOH reclameformaten, zonder rekening te houden met technische kosten, taxen en de honoraria.

De cijfers werden gedeclareerd door de mediabureaus dentsu, Havas, Kinetic, Outsight, Rapport en Zigt.

Elk bureau vulde een tabel in met de omzetten van de OOH-media.

De rapporteringen maken een onderscheid tussen de Digitale en de andere OOH Formaten.

Binnen de omzetten van DOOH (Digital OOH) wordt bovendien een onderscheid gemaakt tussen de investeringen via gewone rechtstreekse boekingen en investeringen via 'programmatische buying'.

Alle gedeclareerde netto-omzetten van de deelnemende bureaus zijn gecumuleerd per marktsegment en samengebracht in een eindrapport door onze externe partner [Fidelius](#) met het grootst mogelijke respect voor het vertrouwelijke karakter van de gegevens.

In de tabellen hieronder kan u de evolutie zien van de totale Out Of Home markt in België tussen de eerste semesters van 2022 en 2023.

Benchmark OOH investments in K€ 1st Semester 2023 vs 2022

OOH Market	JAN - JUN 2023		JAN - JUN 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
Total OOH	39.337 €	69,3%	35.126 €	69,8%	112	99
Total DOOH	17.411 €	30,7%	15.199 €	30,2%	115	102
Grand Total	56.748 €	100,0%	50.325 €	100,0%	112,8	100

De totaalomzet in OOH media stijgt in het eerste semester van dit jaar met 'double digit' cijfers (+12,8%) in vergelijking met dezelfde periode in 2022. DOOH (Digital Out Of Home) groeit nog iets sterker dan de globale markt en bestendigt zijn marktaandeel met bijna 31% van de totale investeringen.

De OOH specialisten binnen de UMA geven in deze zesmaandelijks benchmark aan op welke wijze de DOOH formaten werden aangekocht: ofwel via rechtstreekse boekingen ofwel via 'programmatic buying'. Programmatic DOOH (pDOOH) is het snelst groeiende marktsegment. Deze wijze van aankopen van Digital Out Of Home formaten groeide in de eerste jaarmidde met 34% en behelst nu 22% van de totale DOOH omzetten.

Benchmark DOOH investments in K€ 1st Semester 2023 vs 2022

DOOH Market	JAN - JUN 2023		JAN - JUN 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
DOOH direct	13.583 €	78,0%	12.333 €	81,1%	110	96
P - DOOH	3.828 €	22,0%	2.866 €	18,9%	134	117
Total DOOH	17.411 €	100,0%	15.199 €	100,0%	114,6	100

Bureaus en filialen die opgenomen zijn in de cijfers van het UMA-totaal:

Dentsu Belgium (Posterscope), GroupM (EssenceMediacom, MediaCom, Mindshare, Wavemaker), Havas Media, Mediabrands (Initiative, UM, Rapport), OmnicomMediaGroup (Phd, OMD, Semetis), Outsight, Publicis Groupe, Serviceplan (Mediaplus), Space en Zigt.

UMA

Tedescolaan 41

1160 Brussel

www.uma.be

E-mail: max@uma.be