



PERSBERICHT

DE UMA BENCHMARK VAN DE OOH INVESTERINGEN TOONT EEN BLOEIENDE EN SNEL EVOLUERENDE MARKT.

Op 2 jaar tijd zijn de totale omzetten van de OOH-media met 31% gegroeid. Tijdens dezelfde periode heeft Programmatic DOOH een belangrijke rol opgeëist in de markt. Bijna een kwart van de investeringen in DOOH gebeuren via Programmatic.

Voor de derde maal heeft de UMA een benchmark van de OOH investeringen samengesteld op basis van de netto media-investeringen, met opsplitsing tussen de klassieke OOH formaten en de DOOH via rechtstreekse boekingen en via 'programmatic buying'. In dit rapport worden de evoluties geanalyseerd vanaf 2021.

Eerste conclusie: de OOH media zetten met een stevige 'double digit' groei de tendens van 2022 verder. De totale OOH markt groeit met 16,5 % ten aanzien van dezelfde periode vorig jaar. Ook stellen we andermaal vast dat DOOH (Digital Out Of Home) nog iets sterker groeit dan de globale markt en zijn marktaandeel bestendigt met bijna 33% van de totale investeringen.

Benchmark OOH investments in K€ Total Year 2023 vs 2022

OOH Market	JAN - DEC 2023		JAN - DEC 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
Total OOH	81.159 €	67,3%	72.402 €	69,9%	112	96
Total DOOH	39.467 €	32,7%	31.120 €	30,1%	127	109
Grand Total	120.627 €	100,0%	103.522 €	100,0%	116,5	100

Bron: UMA - Cumul van de cijfers van dentsu, Havas, GroupM, Outsight, Rapport, Zigt

“De double digit groei van 16,5% in 2023 duidt voor het derde jaar op rij op een bloeiende OOH industrie”, becommentarieert Jos Van Campenhout, CEO van Outsight. “Digital Out Of Home (DOOH) verstevigt met een indrukwekkende groei van +27% zijn positie en is goed voor bijna een derde (32,7%) van de totale investeringen.”

De OOH specialisten van de UMA maken ook een onderscheid in hun rapportering in de wijze van aankopen van de DOOH formaten: ofwel via de rechtstreekse boekingen ofwel via 'programmatic'.



“Programmatic DOOH (pDOOH) is andermaal het snelst groeiende marktsegment”, vervolgt Van Campenhout. “Programmatic Digital Out Of Home’ (pDOOH) heeft tijdens het afgelopen jaar een belangrijke positie ingenomen met een duizelingwekkende stijging van 30% van het omzetvolume. Bijna ¼ van alle DOOH werd in 2023 programmatic aangekocht.”

Benchmark DOOH investments in K€ Total Year 2023 vs 2022

DOOH Market	JAN - DEC 2023		JAN - DEC 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
DOOH direct	30.185 €	76,5%	23.990 €	77,1%	126	99
P - DOOH	9.283 €	23,5%	7.130 €	22,9%	130	103
Total DOOH	39.467 €	100,0%	31.120 €	100,0%	126,8	100

“Er is een duidelijke correlatie tussen de stijging van het aantal campagnes die gebruik maken van pDOOH en de progressie van de totale markt”, stelt Thomas De Greef, Head of OOH bij GroupM. “De mogelijkheden die Programmatic DOOH biedt, trekken extra budgetten aan van nieuwe adverteerders die de stap naar buitenreclame zetten om hun digitale campagnes te versterken door DOOH formaten te integreren in hun media mix. Bovendien voegen steeds meer adverteerders die vertrouwd zijn met de krachten van OOH media, ook pDOOH toe om hun campagnes nog doeltreffender te maken.”

Uit de analyses van de cijfers over 3 jaar, zijn de tendensen nog duidelijker;

Benchmark DOOH investments in K€ Total Year 2023 - 2022 - 2021

OOH Market	2023				2022				2021	
	K€	Evol Y-2	% Market	Evol Y-2	K€	Evol Y-1	% Market	Evol Y-1	K€	% Market
Total OOH	81.159 €	117	67,3%	89	72.402 €	104	69,9%	93	69.484 €	75,5%
Total DOOH	39.467 €	175	32,7%	134	31.120 €	138	30,1%	123	22.509 €	24,5%
Grand Total	120.627 €	131	100%		103.522 €	113	100%		91.993 €	100%

DOOH Market	2023				2022				2021	
	K€	Evol Y-1	% Market	Evol Y-2	K€	Evol Y-1	% Market	Evol Y-1	K€	% Market
DOOH direct	30.185 €	146	76,5%	83	23.990 €	116	77,1%	84	20.702 €	92,0%
P - DOOH	9.283 €	514	23,5%	293	7.130 €	395	22,9%	285	1.807 €	8,0%
Total DOOH	39.467 €	175	100%		31.120 €	138	100%		22.509 €	100%

In twee jaar zijn de investeringen in de totale markt van OOH media gegroeid met 31%, daarbinnen groeiden de DOOH formaten met 75%. Programmatic DOOH verviervoudigde zijn marktaandeel.

Einde persbericht



Over Best Of OOH

Het Best Of OOH platform toont de 'good practices' en informeert over initiatieven binnen deze dynamische sector: www.best-of-ooh.be

Best Of OOH is een initiatief van 360° Academy met de steun van de UMA en telt 9 partners binnen de OOH sector: Clear Channel, GroupM, Guidoo, JCDecaux, Lijncom, Mediafield, Outsight, Rapport, Shelf Service.



CROWNED

SAMSUNG GALAXY Z FLIP5

oktober 27, 2023



Objective Campaign : Create a wow effect around the launch of the new galaxy Z Flip5 with an immersive & interactive experience. Reach the Gen Z & Millennials Media Characteristics : Basis...

IMPACT INTERIM

oktober 27, 2023



Objective Campaign : Our primary goal is to create a viral sensation through a thoughtfully designed Out-of-Home (OOH) campaign that resonates with our target audience. Simultaneously, we aim to drive widespread...

WALT DISNEY – INDIANA JONES

oktober 22, 2023



Objective Campaign : Urban Media, a leader in creative out-of-home advertising campaigns, has created a unique advertising campaign for Disney following the highly anticipated premiere of the new film Indiana Jones...

VLAAMSE OVERHEID – VOLWASSENONDERWIJS

oktober 22, 2023



Objective Campaign : "Nog een reden om bij te leren" (another reason to continue learning). That's the slogan of the campaign for adult education by the Flemish Government. With this out-of-home...