

## PERSBERICHT

### DE UMA BENCHMARK VAN DE OOH INVESTERINGEN TOONT VOOR DE DERDE KEER OP RIJ EEN STERKE GROEI MET DUBBELE CIJFERS HET MARKTAANDEEL VAN DIGITAL OOH BLIJFT STABIEL

**De totale omzetten van de OOH-media zijn opnieuw met een kwart toegenomen.  
Digital OOH is goed voor 30% van de investeringen in België & Luxemburg.**

Voor het eerst is deze studie van de media-investeringen in de OOH media samengesteld voor twee markten: België en Luxemburg.

De gedeclareerde investeringen door de gespecialiseerde agentschappen van de UMA worden gerapporteerd met een opsplitsing tussen de klassieke OOH formaten en de DOOH via rechtstreekse boekingen en via 'programmatic buying'.

Eerste conclusie: de OOH media zetten met een stevige 'double digit' groei de tendens van 2022 en 2023 verder. De totale OOH markt groeit met 25% ten aanzien van dezelfde periode vorig jaar.

We stellen ook een trendbreuk vast met de afgelopen 3 jaren: de investeringen in DOOH (Digital Out Of Home) stijgen (+19%) niet langer sneller dan de globale OOH markt, waardoor het marktaandeel van DOOH stabiliseert net onder de 30%.

#### Benchmark OOH investments in K€ Belgium & Luxemburg Jan-Jun 2024 vs 2023

	JAN - JUN 2024		JAN - JUN 2023		Evolution Index 24/23	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
<b>Total OOH</b>	49.105 €	70,1%	39.312 €	69,0%	125	101
<b>Total DOOH</b>	20.979 €	29,9%	17.629 €	31,0%	119	97
<b>Grand Total</b>	<b>70.084 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>56.941 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>123</b>	<b>100</b>

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

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'.

### Benchmark DOOH investments in K€ Belgium & Luxemburg Jan-Jun 2024 vs 2023

	JAN - JUN 2024		JAN - JUN 2023		Evolution Index 24/23	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
<b>DOOH direct</b>	16.424 €	78,3%	13.793 €	78,2%	119	100
<b>DOOH progr</b>	4.555 €	21,7%	3.836 €	21,8%	119	100
<b>Total DOOH</b>	<b>20.979 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>17.629 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

Binnen het marktsegment van Digital OOH, blijft het marktaandeel van de investeringen via programmatic stabiel. Ongeveer 22% van de investeringen in DOOH campagnes gebeuren via de programmatic tools en platformen.

U kan de semestriële rapporten met de Benchmarks van de OOH investeringen lezen op de website van de uma ([uma.be](http://uma.be)) en op [best-of-ooh.be](http://best-of-ooh.be)

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](http://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: Billups, Clear Channel, GroupM, Guidooh, JCDecaux, , Lijncom, Mediafield, Rapport, Shelf Service.

