



### **Fotomateriaal: ho maar!**

Bloggers vinden het prima als bedrijven hen vaker benaderen, ook voor het delen van fotomateriaal. Nederlandse bedrijven doen dat echter nog in beperkte mate (slechts 9%). In andere Europese landen is dat beeld niet anders. Marianne Aalders: "Bedrijven laten hier een kans liggen. Dat is opvallend, aangezien het bij elke marketeer bekend zou moeten zijn dat visuele content vandaag de dag heel belangrijk is en alleen maar aan dominantie toeneemt. Online draait het vooral om foto's, video's, graphics en animaties. Dat geldt ook voor blogs."

### **Uitnodigingen zijn leuk, euro's nog leuker**

Uitnodigingen en persberichten ten spijt, bloggers krijgen bij voorkeur vooral graag betaald voor een blog (37%), of gratis producten toegestuurd (20%). Maar bedrijven komen vooralsnog mondjesmaat over de brug met betalingen. Dit tot grote ergernis van bloggers.

"Bloggers hebben het gevoel dat bedrijven voor een dubbeltje op de eerste rang willen zitten. Waarom wel willen betalen voor een advertentie in een magazine, en niet voor een promoted blogposting? Een andere frustratie is de onpersoonlijke benadering naar bloggers toe. Bijvoorbeeld het toesturen van een persbericht zonder enige tekst en uitleg. Ook ontstaat regelmatig het gevoel dat de persoon die een blogger benadert het desbetreffende blog überhaupt niet volgt of zelfs gelezen heeft," zo stelt Aalders.

In Nederland heeft bijna één op de vijf bloggers van zijn hobby-blog inmiddels zijn werk gemaakt. Aalders verwacht dat dit aantal zal stijgen. "Vooral foodblogs zijn mateloos populair, van recepten tot aan restaurantreviews. Hier liggen duidelijk kansen voor bloggers, en dus vanzelfsprekend ook voor het bedrijfsleven."

Ruim 1.350 gerenommeerde bloggers verspreid over tien Europese landen werkten in 2014 mee aan de Blog Barometer.