

Native advertising steeds belangrijker voor magazine-merken

08-11-2017 08:26



Een jaarlijkse wereldwijde studie van het Native Advertising Institute en FIPP over native advertising in de magazine media branche concludeert dat in 2020 ongeveer 40% van de advertentie-inkomsten uit native advertising zullen komen.

Native advertising is een vorm van reclame, gewoonlijk in online media maar ook wel in geprinte media, dat in vorm en functie lijkt op een gewoon item op het platform waarin het verschijnt. Deze vorm van advertising zorgde in 2016 nog 21% van de inkomsten voor uitgever van magazines en dat gaat dus verdubbelen in de komende jaren.

Deze gegevens komen uit de tweede jaarlijkse wereldwijde research study van het Native Advertising Institute en FIPP over native advertising in de magazine media sector. 207 magazine executives van 53 landen deelden hun ervaringen met native advertising en hun insights geven de hele sector "food for thought".

91% van de uitgever vindt native advertising dan ook 'Belangrijk' tot 'Zeer belangrijk' voor hun bedrijf. 54% verkopen het inmiddels al en nog eens 37% denkt dat zij dit (zeer) waarschijnlijk ook zullen gaan doen in de toekomst. 63% levert video content en, verrassend genoeg, biedt 45% native events aan. Uit het onderzoek blijkt duidelijk dat magazine mediabedrijven bij native in toenemende mate mogelijkheden buiten hun traditionele kanalen najagen, zoals influencer advertising, social media en fysieke ervaringen.

[Het rapport is hier te downloaden/aan te vragen](#)

inct.spiratie 2017

meld je nu aan



customer journey & data-strategieën en social media