Native advertising blijft groeien

12-12-2018 08:54

In 2017 zorgde native advertising voor 31% van de advertentie-inkomsten bij uitgevers van magazines en de verwachting is dat dit aandeel zal blijven groeien. In 2016 bedroeg het aandeel native advertising nog 21%. Meer dan 50% van de ondervraagde uitgevers geeft aan native advertising erg belangrijk te vinden en 40% vind het belangrijk,terwijl 80% positief staat tegenover dit soort van adverteren. Het zorgt voor een positieve kijk op de toekomst, de verwachting is dat over 3 jaar 46% van de omzet zal komen uit native advertising.

86% van de omzet komt uit geschreven content, 68% uit video content en 50% uit een mix. Opmerkelijk is dat bij 55% van de respondenten het redactionele team zelf verantwoordelijk is voor het maken van de native advertising, terwijl ongeveer de helft van de bedrijven aangeeft een aparte afdeling te hebben voor het verzorgen van native advertising content. Tegelijkertijd wordt deze vorm vaak verkocht in combinatie met traditionele vormen van advertising en is er bij de meeste bedrijven ook geen speciaal sales team voor native advertising.

85% van de ondervraagden geeft opmerkelijk genoeg ook aan wel eens klachten te hebben gehad van lezers over deze vorm van advertising.

(Native advertising is een vorm van reclame, gewoonlijk in online media maar ook wel in geprinte media, dat in vorm en functie gelijkt op een gewoon item op het platform waarin het verschijnt.)

Download hier het hele rapport