

Matige interesse adverteerders narrowcasting

27-07-2006 00:00

Adverteerders staan nog niet te springen om structureel in narrowcasting te investeren. Zeven op de tien adverteerders is niet van plan dat de komende drie jaar te doen. Slechts veertien procent is dat wel van plan. Dat blijkt uit een enquête van de Bond van Adverteerders (BVA) onder veertig leden.

Ondanks het lage percentage van veertien is eenderde van de respondenten wel enthousiast over narrowcasting. Bart van der Gaag, mediaspecialist bij BVA: "De uitkomst bevestigt dat het medium nog in de kinderschoenen staat en dat op korte termijn het advertentievolume beperkt zal blijven. Er zal eerst door de exploitanten flink geïnvesteerd moeten worden in kwaliteit en distributie. Pas dan heeft het voor de markt ook zin om gezamenlijk tot een bereiksonderzoek te komen."