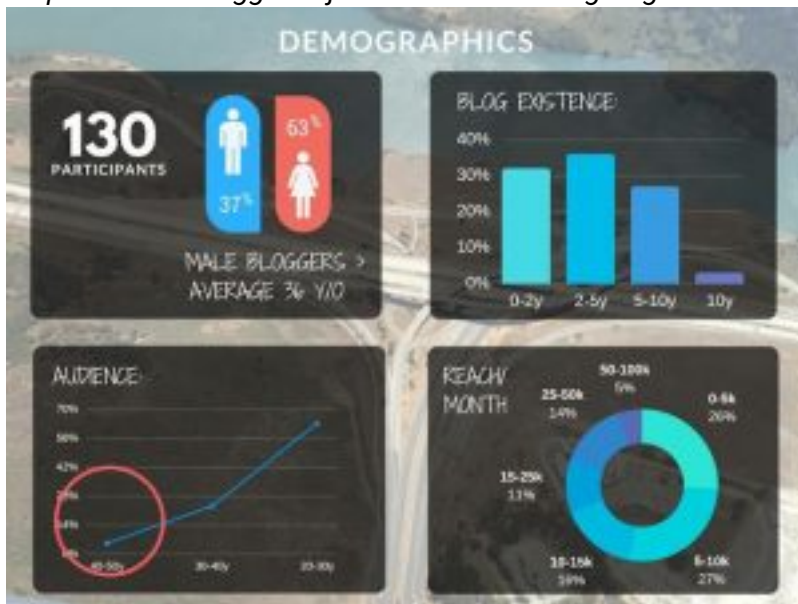


# Belgische bloggers hebben vooral bereik onder jong publiek

08-02-2017 13:47

Rondom de bijeenkomst "Bloggers UTD – the travel gathering" werd een enquête gehouden over de trends en het bereik van reis- en lifestylebloggers in de toeristische sector. Daaruit bleek dat er steeds meer mannen bloggen, er vooral voor 20-30 jarigen wordt geschreven en dat vlogs dé nieuwe tool zijn om lezers inspiratie te bieden. De enquête en de bloggersbijeenkomst werden georganiseerd door het Belgische mediabureau Sound of C.



## Jong publiek

130 Belgische bloggers namen deel aan de survey. 37% daarvan is man, wat een stijging is van bijna 10% ten opzichte van vorig jaar. Ondanks dat ook de leeftijd van de bloggers stijgt – gemiddeld 31 vorig jaar, 36 dit jaar – valt het vooral op dat het publiek van de bloggers erg jong is. Maar liefst 60% van de ondervraagden geeft aan voor 20- tot 30-jarigen te schrijven. Amper 4% schrijft voor 40- tot 50-jarigen, dus daar ligt nog een hele markt open. Verder valt op dat de groep van bloggers met 25.000 unieke bezoekers per maand een stuk groter is geworden dan vorig jaar. Blogs worden dus steeds populairder en bereiken een uitgebreider publiek.

**Authentieke content is koning** Belgische bloggers zakten afgelopen zaterdag af naar Brussel vooral om commerciële samenwerkingen met reismerken te bespreken, maar uit de survey blijkt dat 75% van het merendeel van de blogs toch nog steeds uit eigen content bestaat. Authenticiteit is enorm belangrijk, vooral om je geloofwaardigheid hoog te houden. "De uitdaging ligt hem in het vinden van de juiste merken of organisaties om je overige 25% mee op te vullen", zegt Jo Thuys van organiserend PR-bureau Sound of C. "Als die in lijn liggen met je eigen content, heb je een succesvol businessmodel voor je blog." Dat bloggers snel voor de afgesproken return kunnen zorgen, blijkt ook uit de resultaten van de survey: 48% post binnen de week zijn post naar aanleiding van een commerciële samenwerking. [caption id="attachment\_48030"]



align="alignright" width="300"]

Bloggers

ontvangen uitnodigingen van...[/caption] **Persreizen: te weinig tijd?** Wanneer Belgische reisbloggers wordt gevraagd hoe vaak ze uitgenodigd worden om op reis te gaan, antwoordt de meerderheid (33%) dat ze er ongeveer 5 keer per jaar op uit trekken. Een vrij laag cijfer, maar nog opvallender is dat 14% nooit uitgenodigd wordt. Een gevolg van het feit dat heel wat bloggers nog niet professioneel aan de slag zijn. Zij moeten hun reizen plannen buiten hun normale job, hetgeen praktisch gezien geen evidentie is. Gaan ze toch, dan voorzien ze meestal (75%) één of meerdere blog posts, aangevuld met social media posts. 10% voorziet al vlogs of video posts voor partners. Een trend die in andere landen al een tijdje aan de gang is en nu stilaan ook ingang vindt in België. Zo blijkt dat 32% vlogs graag wil integreren in hun blog en dat 27% er al mee experimenteert. [caption id="attachment\_48031" align="alignright" width="300"]



Inzet van Social Media[/caption] **Visuele social**

**media** Dat bloggers actief zijn op social media, is geen geheim meer. Maar het gebruik van de verschillende kanalen blijft wel steeds wisselen. Momenteel steekt Instagram er met kop en schouders bovenuit, gevolgd door Facebook en tenslotte Twitter, weliswaar met een stuk minder aanhangers. Opvallend is dat Snapchat en Pinterest aan een opmars bezig zijn – opnieuw omwille van hun visuele karakter. “Alles moet almaar sneller gaan”, zegt Jo Thuys. “We nemen zelfs de tijd niet meer om een Facebook-post fatsoenlijk te lezen. Dus zeggen we het liever met beelden. Het hoeft dan ook niet te verbazen dat tools als Instagram Stories

ontzettend populair zijn bij bloggers en voor velen een eerste stap zijn richting volwaardig vloggen” **Toekomst** Ze mogen dan wel met veel zijn, toch staan bloggers in België nog steeds een beetje achter op de rest van de wereld. Het merendeel ziet het als hobby, maar wil dat in de toekomst graag veranderen. Om dat doel te bereiken, plannen ze vooral vergaderingen met professionele bedrijven of andere bloggers in. Verder zoeken ze informatie via internet of volgen ze cursussen. Ze hopen ook deel uit te maken van een grotere bloggergemeenschap (48%) en meer video- en fotocontent te creëren (79%). Uiteraard gaat dat niet zonder slag of stoot. “Heel wat bloggers vinden nog niet genoeg tijd om hen er volledig in te kunnen smijten”, zegt Jo Thuys. “Uiteraard is dat een gevolg van het feit dat ze nog niet full-time kunnen bloggen. Verder zien we dat het voor hen moeilijk is om partners te vinden die perfect met hun visie aansluiten. Maar daar zijn wij dan weer voor: we proberen onze klanten steeds te koppelen met blogs die er het best bij passen. Zo creëer je geloofwaardige verhalen.” Bron: persbericht [Sound of C](#) Bewaren Bewaren Bewaren

Redactie