

December 2022

SIA. Research

Influencer Marketing in Nederland

STORYBOARD

“

“De moderne marketeer kan niet meer om influencer marketing heen. Creators definiëren cultuur en transformeren de toekomst van media en commercie. Wereldwijd is er veel te lezen over ons vakgebied, maar in Nederland is er nog maar weinig onderzoek gedaan. Wij vonden het daarom hoog tijd worden om de Nederlandse consument eens de hemd van het lijf te vragen over de mate waarop zij geïnfluenced worden.”

MARTIJN DE KEMP

FOUNDER STORYBOARD, VOORZITTER DDMA COMMISSIE INFLUENCER MARKETING



Bron: Emerce

STORYBOARD

Hoe het onderzoek is opgezet

Onderzoek naar influencer marketing in Nederland.

Het hoofddoel van de studie is om inzicht te verkrijgen over de feitelijke staat van influencer marketing in de Nederlandse markt, en daarmee adverteerders inzicht te bieden.

Voor dit onderzoek zijn in oktober 2022 meer dan 1000 Nederlanders van 18 jaar en ouder gevraagd naar verschillende aspecten van Influencer Marketing.

Het onderzoek en de meting is uitgevoerd conform de vereiste onderzoeksrichtlijnen. De resultaten zijn representatief voor de Nederlandse populatie van 18 jaar en ouder.

Dit onderzoek is powered by

SIA.



www.storyboard-agency.com/SIA

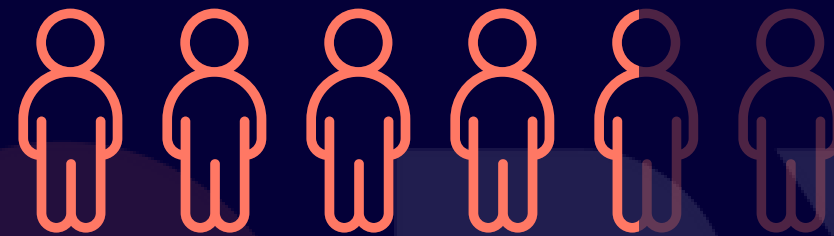
Influencer marketing het grootst onder Gen-Z

Nederlandse jongeren zitten vrijwel allemaal op social media. Deze generatie is opgegroeid op het internet, en kent eigenlijk geen wereld zonder influencers.

Maar liefst 75% van de Nederlanders tussen de 18 en 25 jaar oud één of meerdere influencers. Dat is aanzienlijk meer dan het landelijk gemiddelde van 61%.

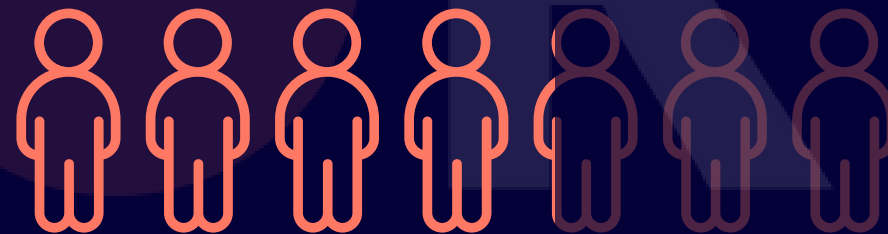
De verwachting is dat dit percentage in de onderkant van Gen-Z (12-18 jaar) nóg hoger ligt.

75%



...van de Gen-Z'ers volgt tenminste één influencer

61%

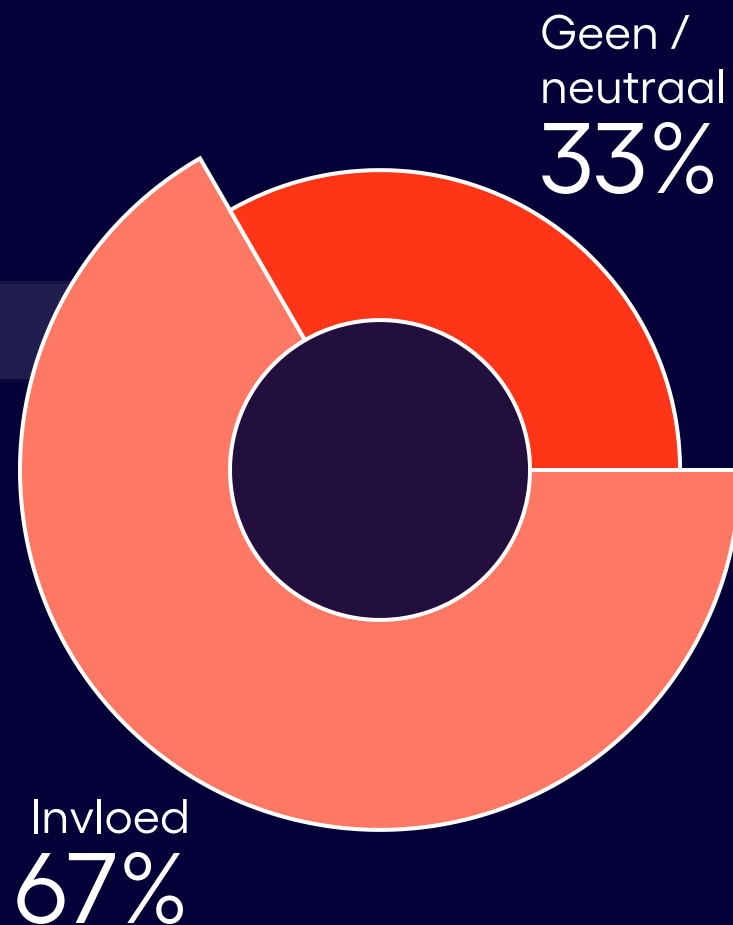


...van alle Nederlanders volgt tenminste één influencer

In welke mate wordt Nederland beïnvloed in haar koopgedrag?

Significante invloed op koopgedrag

Van alle Nederlanders die tenminste een influencer volgt, geeft tweederde aan dat zij wel eens een product kopen wat door een influencer wordt aanbevolen.



Goed voor 850 miljoen omzet

Een astronomisch bedrag dat in de Nederlandse economie rondgaat en direct gecorreleerd is aan aanbevelingen van influencers.

Nederlanders tussen de 18 en 25 jaar (Gen-Z)

€ 130 per jaar

Het bedrag dat de gemiddelde Gen-Z'er per persoon per jaar uit geeft aan producten of diensten die door influencers worden aanbevolen.

Nederlandse
bevolking

€ 80 per jaar

Het bedrag dat de de gemiddelde Nederlander per persoon per jaar uit geeft aan producten of diensten die door influencers worden aanbevolen.

Totale omzet van aanbevolen producten & diensten

€ 850 Miljoen

Invloedrijke content creators hebben een celebrity status vergelijkbaar met de bekendheid van Linda de Mol.

- 1 Enzo Knol
- 2 Nikkie Tutorials
- 3 Monica Geuze
- 4 Anna Nooshin
- 5 Gio Latooy
- 6 Yvonne Coldeweijer
- 7 Don de Jong
- 8 Kalvijn
- 9 Kaj Gorgels
- 10 Nienke Plas

* Deze influencers hebben de hoogste spontane bekendheid



In de Creator Economy ontstaan nieuwe verdienen modellen

Het verdienenmodel van toonaangevende creators draait al lang niet meer enkel om het aanprijzen van 3rd party producten en diensten.

Creators experimenteren met content achter paywalls en zetten hun eigen producten en diensten in de markt.



Overzicht van Creator Economy merken en producten

Naast het kwantitatieve consumentenonderzoek speurden we het internet af naar merken die door creators geleid worden. We kwamen we tot een eerste –en zeker niet uitputtende– lijst, waaruit wel blijkt dat ons land een hoop ondernemende creators kent.

ETEN / DRINKEN

	Freddy Tratlehner
	Bram Krikke
	Ron Simpson
	Nina Pierson
	Rens Kroes
	Kalvijn







SPORT / GEZONDHEID

	Joel Beukers
	Monica Geuze
	Mo Bicep

SPEELGOED

	Jill Schirrhofer
---	------------------

KLEDING / SCHOENEN

	Lizzy van der Ligt
	Romee Strijd
	Stefan de Vries
	Jipp Heldoorn
	Channah Koerten
	Paulien Riemis

BEAUTY / PERSOONLIJKE VERZORGING

	Anna Nooshin
	Nikkie de Jager
	Negin Mirsalehi

ACCESSOIRES

	Yara Michels
	Linda Tol

ZELFONTWIKKELING

	Sanny Verhoeven
	Jessie Jazz Vuijk
	Celine Charlotte
	Ron Simpson

MEDIA

	Ernst-Jan Pfauth & Alexander Klöpping
	Bas Louissen, Chris Bergström & Domien Verschuuren
	Sander Schimmelpenninck & Jaap Siewertsz van Reesema
	Yvonne Coldeweijer

LEISURE

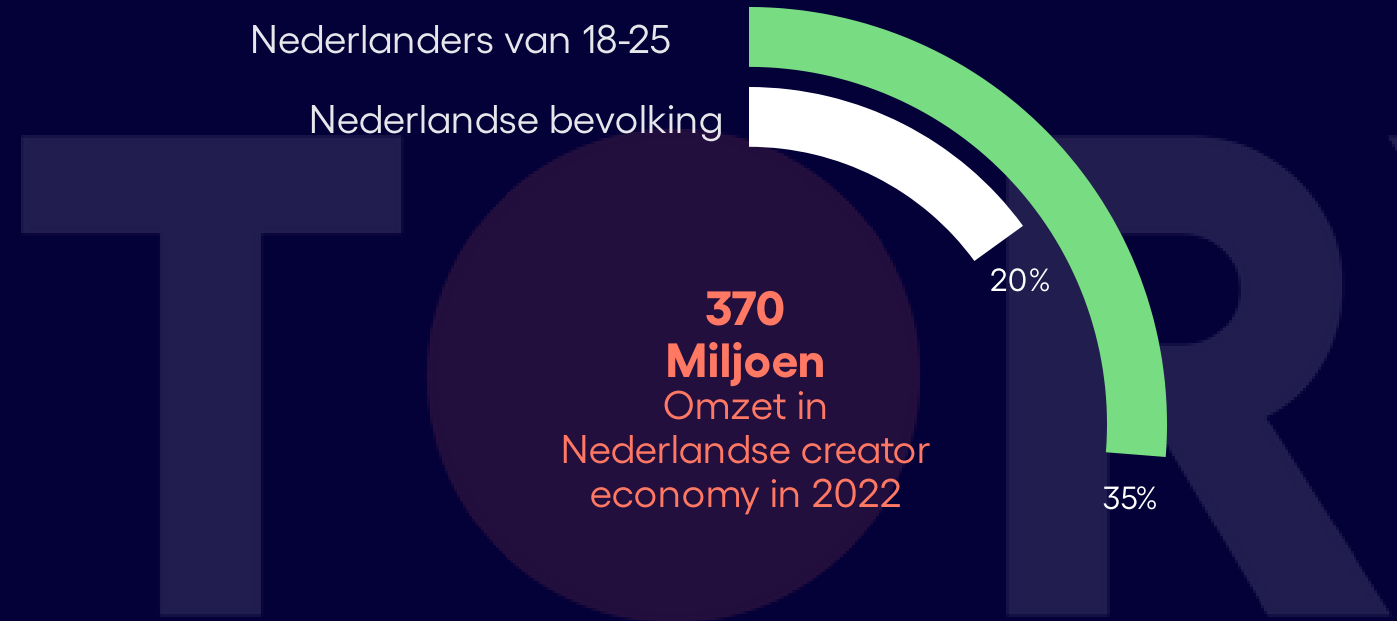
	de Huismuts
---	-------------

Creator Economy significant onder 18-25 jaar

We vroegen de Nederlandse bevolking of ze wel eens een product of dienst hebben aangeschaft dat door een influencer zelf in de markt is gezet.

Een derde van de Gen-Z'ers tussen de 18-25 jaar geeft aan dit wel eens te hebben gedaan.

Meer dan een derde van jongvolwassenen tussen de 18-25 heeft wel eens een product of dienst gekocht dat door een creator zelf in de markt is gezet.



Consumenten verwachten in de toekomst meer uit te geven

Voor jongeren van nu zijn invloedrijke creators de nieuwe supersterren. Zij treden in de voetsporen van het tijdperk van MTV en hitkrant posters.

Zoals jongeren twintig jaar geleden Spice Girls-mokken en Red Hot Chili Peppers-shirts kochten, kopen ze nu truien van Dylan of sieraden uit de lijn van Djamila.

Meer dan

50% van 18-25

Verwacht het komende jaar meer geld uit te geven aan producten en diensten die door invloedrijke creators worden aanbevolen.

Meer dan

33% van Nederland

(18-65) verwacht meer geld uit te gaan geven aan producten en diensten die door invloedrijke creators worden aanbevolen.

December 2022

Thank you.

www.storyboard-agency.com

hello@storyboard-agency.com

STORYBOARD