

## E-mail neemt plek folder in

Van onze redactie economie

**AMSTERDAM - Reclame via internet heeft bijna de traditionele reclamefolders ingehaald. Van de 2,6 miljard euro die dit jaar in Nederland wordt uitgegeven aan direct marketing, wordt 44 procent besteed aan digitale reclame.**

De traditionele folder en de reclamebrief leggen het af tegen gerichte reclame per e-mail en sms en tegen advertenties op websites en bij internetzoekmachines.

Dat blijkt uit een vandaag gepresenteerd onderzoek, uitgevoerd in opdracht van het Amsterdamse direct-marketingbedrijf Mailmedia. Daaruit blijkt dat het aandeel van digitale directe reclame dit jaar drie procentpunt stijgt.

De vijfhonderd grootste adverteerders in Nederland geven inmiddels 26 procent van hun reclamebudget uit aan direct marketing: reclame waarbij consumenten rechtstreeks door bedrijven worden benaderd, via folders, de telefoon en dus steeds vaker via mail en internet. De rest van het budget gaat op aan advertenties in onder meer dagbladen en reclame op tv.

De overheid en de it-branche maken de grootste omslag van brievenbus naar mailbox. Bij de overheid gaat inmiddels 35 procent van het marketingbudget op aan digitale reclame, in de it-sector ruim veertig procent. Belangrijkste digitale reclamemaker blijft de amusementsbranche, die 65 procent van zijn marketingbudget aan internet besteedt.