

Jongeren: liever chatten dan twitteren

Twitteren en bloggen zijn zaken waar jongeren nog relatief weinig aandacht aan besteden. Slechts 2 procent maakt gebruik van Twitter. Dit blijkt uit onderzoek van Ecreation onder bijna 1.500 jongeren.

Om de jongeren te bereiken met reclameboodschappen kunnen bedrijven beter geen televisie, banners op websites of e-mailreclame inzetten. Maar liefst 71 procent geeft aan dit de irritantste vormen van reclame te vinden. Ook het principe van een gratis sms'je voor elke ontvangen reclameboodschap is nog lang geen gemeengoed. Eén op de tien bestempelt deze reclamevorm als irritant. De oude vertrouwde folders in de brievenbus zijn favoriet, evenals digitale nieuwsbrieven en reclame die aangeboden wordt via zogenoemde chatbots. "Je ziet dat jongeren een sterke voorkeur hebben voor communicatievormen waar ze zelf de hand in hebben. Het maakt daarbij niet uit of het gaat om persoonlijke of zakelijke contacten", zo concluderen de onderzoekers.

