



Podcastcampagne

Lendahand

in diverse podcasts binnen het

advertentienetwerk



Hugo Noordman, Max Gerritsen en Leon Boelens van de De Grote Podcastlas



Investing with social return

Help entrepreneurs in developing countries grow their businesses by investing in their crowdfunding projects on Lendahand. Start with as little as €50 and earn up to 7% annual interest.

[Learn how it works](#) [Sign up](#)



Podcastcampagne

Briefing

Lendahand is een Nederlands crowdfundingplatform dat mensen de mogelijkheid biedt om te **investeren in sociale en duurzame projecten** in opkomende landen. Door middel van leningen aan lokale ondernemers draagt Lendahand bij aan structurele economische groei en betere levensomstandigheden wereldwijd.

Voor hun campagne was Lendahand op zoek naar een advertentie middel waarin de tijd werd genomen om **het verhaal te vertellen**, en dat binnen een doelgroep die openstaat voor **duurzaam en impactvol beleggen**. Die combinatie vonden ze in native podcast sponsoring. Het succes van deze aanpak heeft ons bovendien het vertrouwen gegeven om ook te starten met (host-read) spot advertenties.



Inzet

Podcasts

In 2024 en 2025 was Lendahand te horen in een mix van succesvolle podcasts binnen het advertentienetwerk van Dag en Nacht en Tonny Media.

Er werd bewust gekozen voor titels met een **betrokken en nieuwsgierig publiek** – luisteraars die graag wat beter begrijpen hoe de wereld in elkaar zit, en iets goeds willen doen met hun geld.

Denk aan podcasts over duurzaamheid, actuele thema's en persoonlijke groei, verteld door hosts die het verhaal van Lendahand op een oprechte en creatieve manier konden overbrengen.





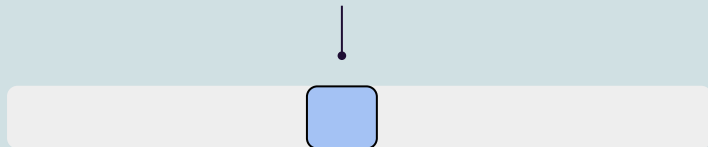
Inzet

Sponsoring

Lendahand heeft gekozen voor een langdurige samenwerking met meerdere podcasts. Inmiddels zijn ze te horen in meer dan **24 afleveringen**, verspreid over verschillende titels.

De podcasters brengen de boodschap op hun eigen manier – oprecht, creatief en afgestemd op hun publiek. De sponsorvermeldingen duurden gemiddeld anderhalve minuut en blijven ook bij later terugluisteren hoorbaar. Beluister de segmenten hiernaast.

Sponsoring
±1.5 minuut



01

Betrouwbare Bronnen

Klik op play om de advertentie af te spelen



02

De Grote Podcastlas

Klik op play om de advertentie af te spelen



03

Geschiedenis voor Herbeginners

Klik op play om de advertentie af te spelen



04

De Rode Lantaarn

Klik op play om de advertentie af te spelen



lendahand 



Sponsoring werkt ontzettend goed voor Lendahand, juist omdat wij geen doorsnee beleggingsproduct zijn. Dankzij de persoonlijke stijl van de hosts krijgen luisteraars een goed beeld van wie we zijn en wat we doen. Onze input wordt feilloos vertaald naar een passend verhaal.

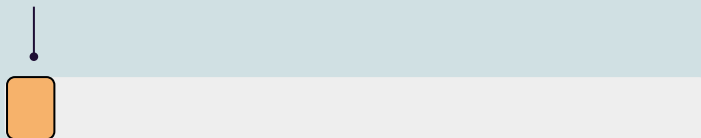
Lily Zhou - Head of Marketing bij Lendahand

Lendahand Spots

Naast sponsoring werd een **algemene voice-over spot** ingezet in verschillende podcasts – ideaal om snel **naamsbekendheid** op te bouwen.

In **De Grote Podcastlas** werd een host-read pre-roll ingezet, ingesproken door de hosts zelf. In 30 seconden vertelden ze op persoonlijke en geloofwaardige wijze waarom investeren via Lendahand de moeite waard is. Kort, krachtig en een goede aanvulling op de sponsegmenten.

(Host-read) Pre-roll
±30 sec



01

Voice-over Pre-roll
Diverse podcasts
(± 30 sec)

Klik op play om de advertentie af te spelen



02

Host-read pre-roll
De Grote Podcastlas
(±30 sec)

Klik op play om de advertentie af te spelen





Lendahand

Resultaat

- **15% van alle nieuwe investeerders** kwam binnen via een podcast van Dag en Nacht.
- Na ruim 8 maanden ziet Lendahand nog steeds **geen tot minimale verzadiging**.

De campagnes blijven presteren – een krachtig bewijs van een sterke content-match tussen merk en podcast.



Meer dan

24

*gesponsorde
afleveringen in 4
verschillende
podcasts*

270.000

pre-roll **impressies** tot
nu toe

Na **8 maanden** is in de
meeste gevallen

geen

of maar lichte
verzadiging te zien

15%

van **nieuwe
investeerders** komt
binnen via een
podcast van Dag en
Nacht

lendahand 



***Context is key** bij native sponsoring. Hoe beter de match tussen show en ons platform, hoe hoger de conversie. Denk vanuit de luisteraar en geef hosts **creatieve vrijheid**. Wij stimuleren ze om onze boodschap in eigen woorden te brengen – zo voelt het niet als een advertentie. De hosts van De Grote Podcastlas zijn hier echt een mooi voorbeeld van.*

Lily Zhou - Head of Marketing bij Lendahand