Video Content Strategie voor Nederlandse Merken 2026

Waarom de traditionele 'TV-first' videostrategie faalt in een gefragmenteerde markt.

Strategisch Playbook voor CMOs

Gebaseerd op Q2 2026 Marktdata

Status: Definitief

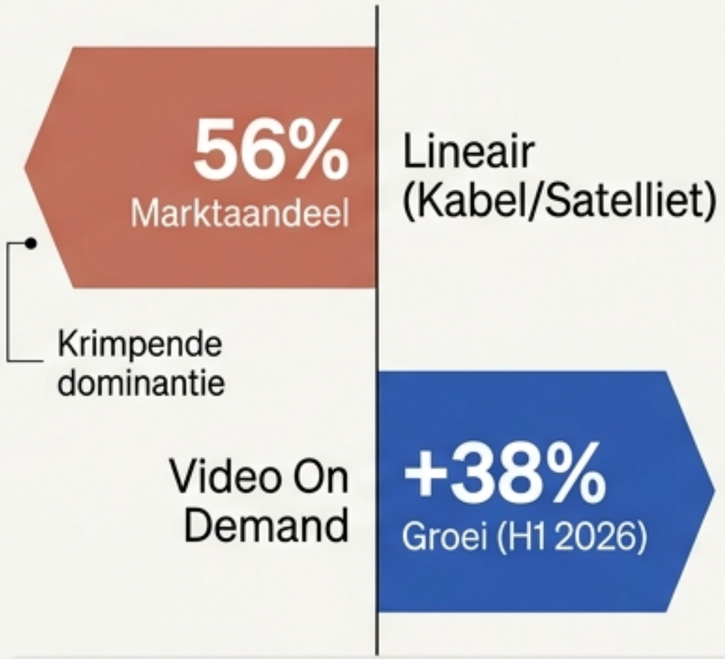
frank.news

Totale Videomarkt Q2 2026

€767 Miljoen

+2,5% ↗ Groei

De Verschuiving: Lineair vs. On-Demand



Sub-metrics: SVOD €289M | TVOD €33,1M

Top 3 Streaming Omzet (Lokale Context)

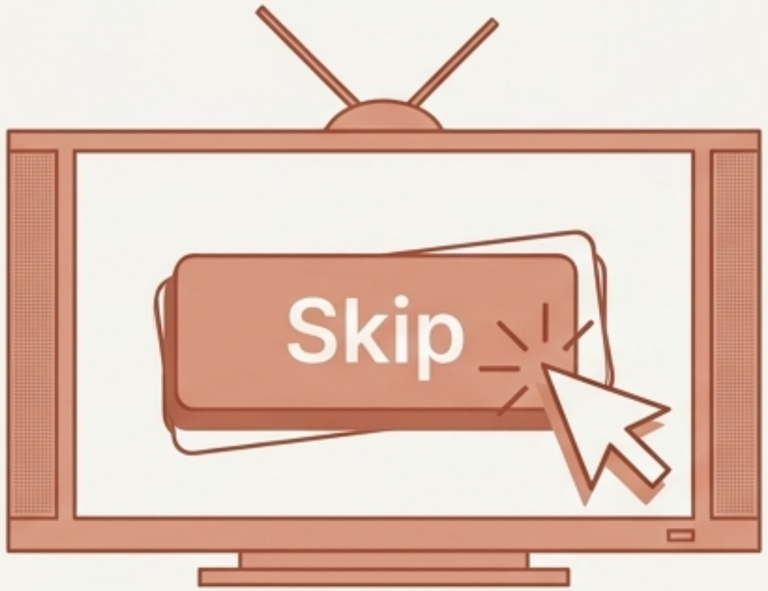
1. Netflix	Marktleider
2. Viaplay	€40,6M
3. Videoland	€36,9M

Bijna de helft van de marktgroei komt uit VOD. Het tv-versus-digitaal budgetgesprek is definitief achterhaald.

frank.news

De Oude Realiteit

'One-Size-Fits-All'



Symptomen: Gedaalde completion rates, genegeerde hooks, weggegooid mediabudget. TV-concepten falen online.

De 2026 Realiteit

'Native Streaming Context'



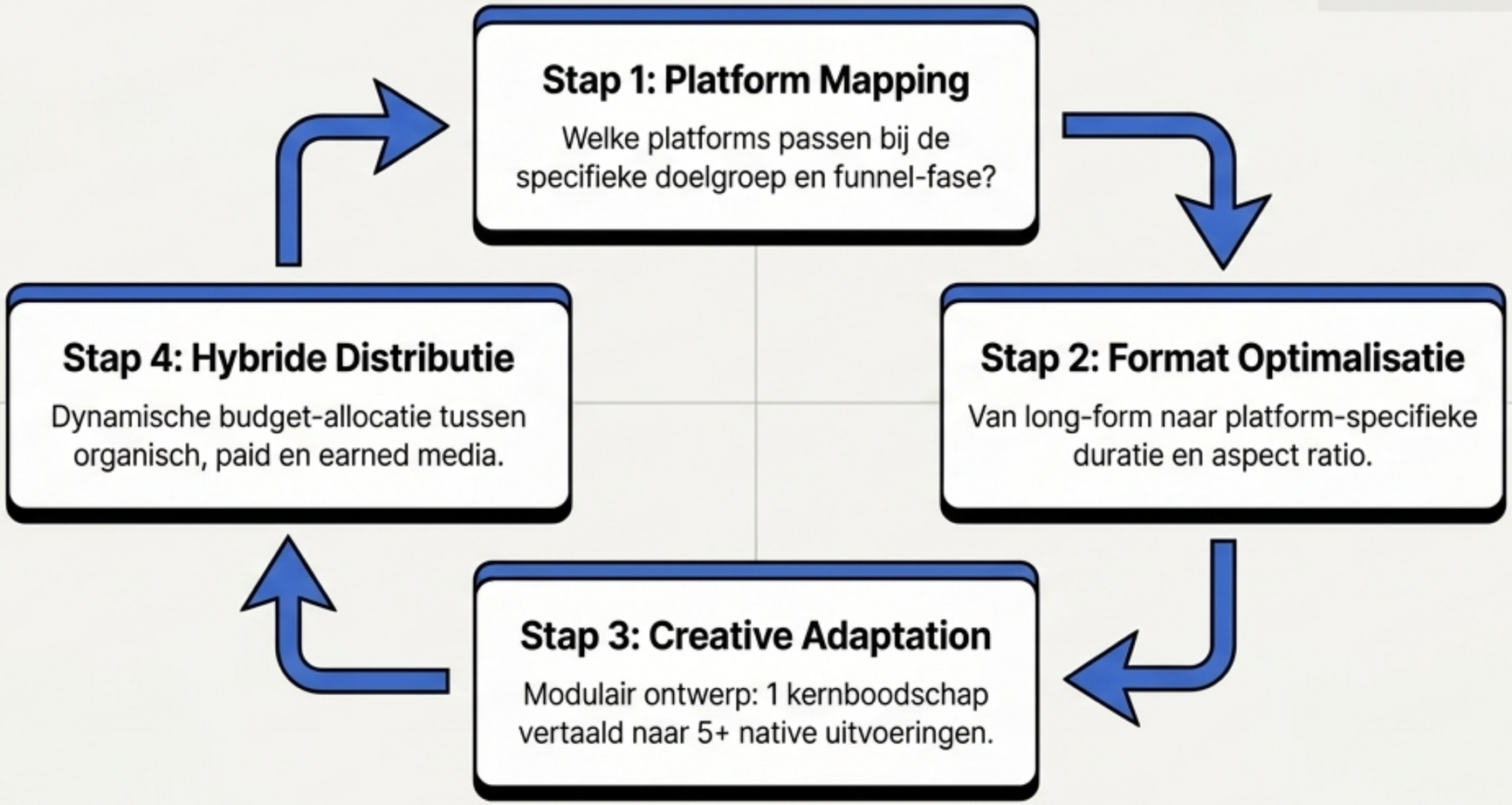
De Oplossing: Campagnes moeten native gebouwd worden voor de context van het platform, niet als luie afgeleide van een 30-seconden tv-spot.

Wie de context negeert, mist de ROI. De aandachtsspanne is niet korter, maar gefragmenteerd.

frank.news

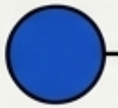
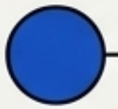
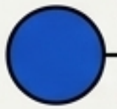
Het 2026 Framework: Navigeren door Fragmentatie

Let op: Dit 4-stappenmodel vervangt de lineaire 'campagne-flight' benadering en introduceert een 'always-adapted' videostrategie.



frank.news

Stap 1: Platform Mapping & Keuzemodel

Platform	Bereik	Engagement	Conversie	B2B Fit	B2C Fit
YouTube					
TikTok					
Insta Reels					
LinkedIn					
VOD (Videoland/Netflix)					

Hoogste trust, vervangt primair tv-budget.

Hoge CPM, maar ongeëvenaarde zakelijke targeting.

Micro-attention, vereist native creators.

Strategisch Inzicht: Kies maximaal 3 zwaartepunten per campagne. Spreiding zonder focus vernietigt je mediabudget.

frank.news

Stap 2: Format Optimalisatie & Duratie Benchmarks

Short-form (3-15 sec)
TikTok & Instagram Reels

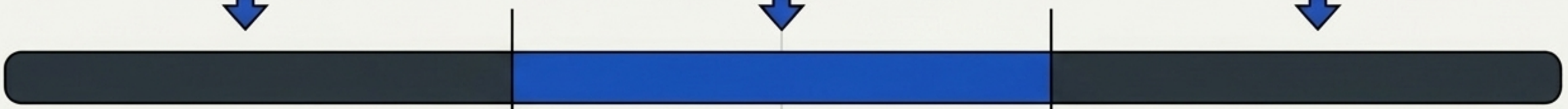
Focus: Audio-driven, visuele hook in de eerste 1,5 seconde, verticale (9:16) framing.

Mid-form (15-60 sec)
YouTube & LinkedIn

Focus: Educatief of verhalend, opbouwende spanning, ondertiteling cruciaal (audio-off gedrag).

Long-form (15s-90s+)
VOD (Videoland) & Connected TV

Focus: Hoge productiewaarde, merkbeleving, 'lean-back' kijkgedrag.



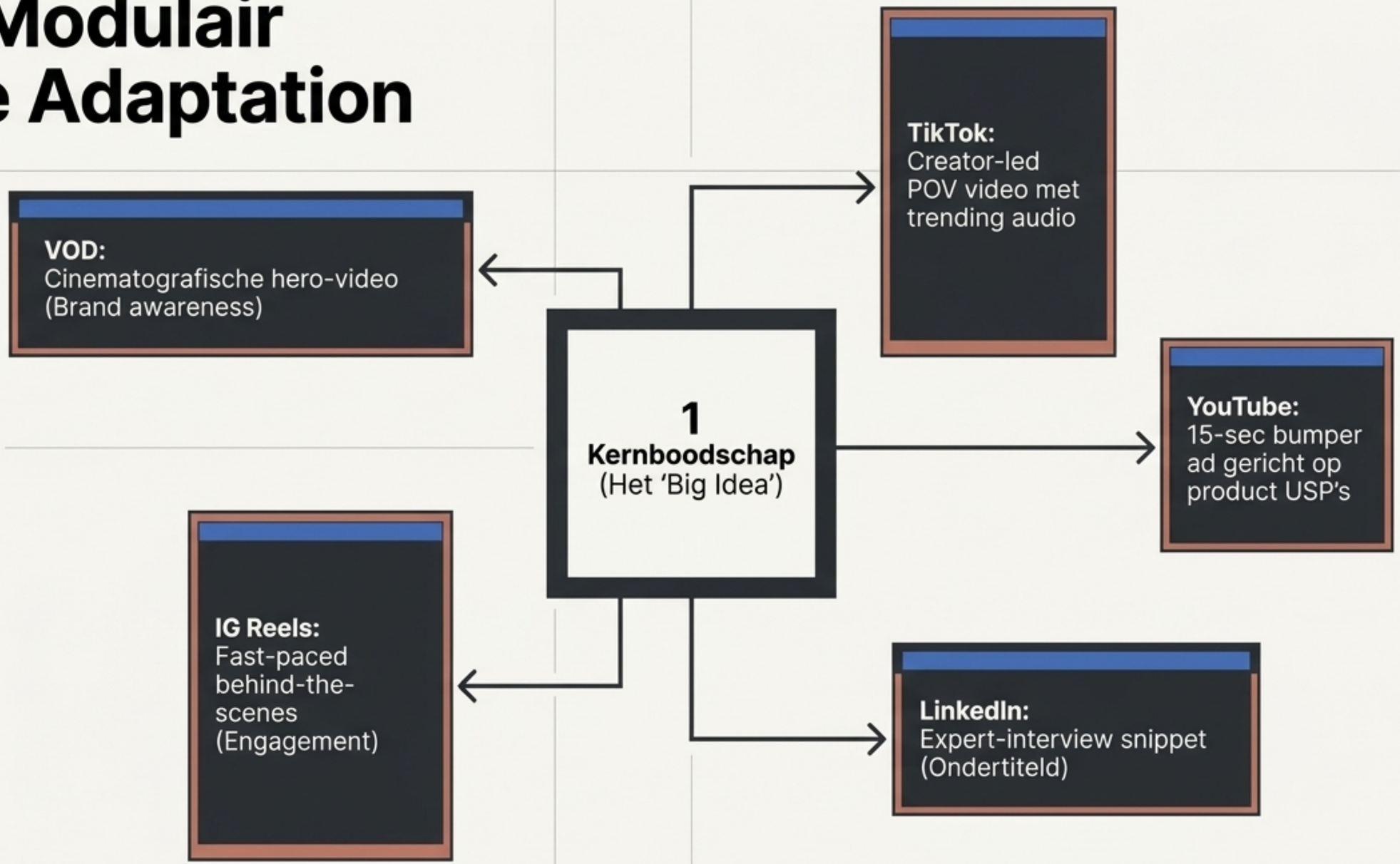
Micro-attention — **Immersive attention**

De transitie van lineair naar digitaal is niet simpelweg je spot korter knippen. Het vereist een fundamenteel ander narratief ritme per platform.

frank.news

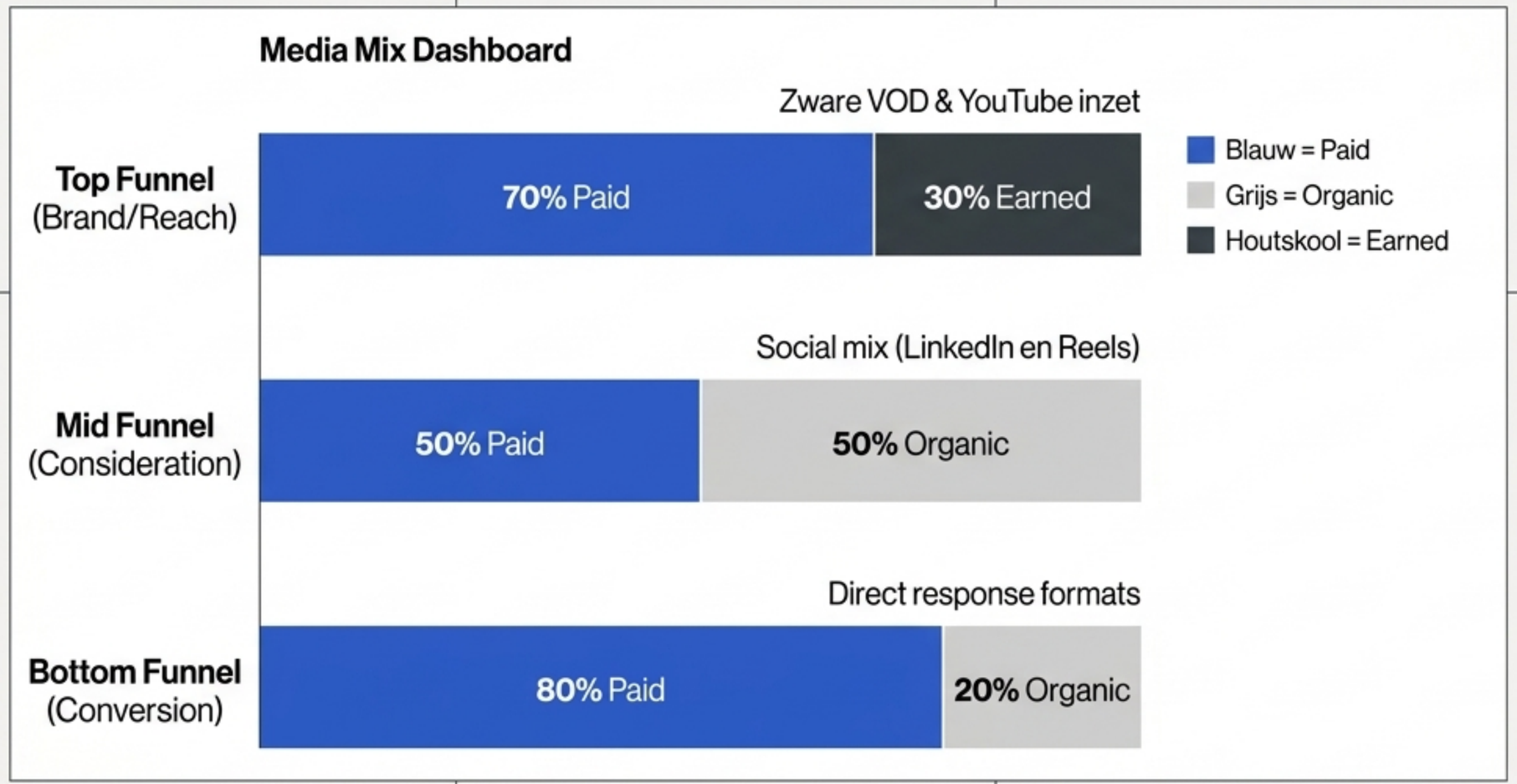
Stap 3: Modulair Creative Adaptation

Strategisch Inzicht:
Ontwerp de modulariteit vóór de shootdag, niet erna in de edit. Dit voorkomt dure reshoots en garandeert platform-native assets.



frank.news

Stap 4: Hybride Distributie & Budget Allocatie



Budget Richtlijnen

Stop met het oude 90/10 model (90% media, 10% creatie).

Verschuif naar een 70/30 model om de vereiste creatieve modulariteit te financieren.

Golden Rule

Optimaliseer de mix per platform om bereik en frequentie te maximaliseren zonder 'ad fatigue' te veroorzaken.

frank.news

Platformspecifieke Best Practices 2026

TikTok

Do: Gebruik native editing tools en lo-fi creator formats.

Don't: Perfect gepolijste corporate video's uploaden.

YouTube

Do: Plaats het merk of product in de eerste 5 seconden (voor de skip-button).

Don't: Een trage 'tv-opbouw' gebruiken die de kijker verliest.

Instagram Reels

Do: Focus op snelle transities en audio-gedreven visuele loops.

Don't: Horizontale (16:9) video's met zwarte balken plaatsen.

LinkedIn

Do: Altijd ondertitelen en focus op data/inzichten in de eerste frame.

Don't: Geluid als cruciaal element voor je verhaallijn maken (80% kijkt mute).

frank.news

De Valkuilen: 5 Fatale Fouten in Multi-Platform Strategie

Fout 1: TV-commercials ongewijzigd croppen voor TikTok.	**Gevolg:** Algoritmische penalty en 0% engagement.
Fout 2: Audio-trends en platformcultuur negeren.	**Gevolg:** Content voelt als een intrusieve advertentie, niet als native content.
Fout 3: Oude TV-benchmarks (GRP's) gebruiken voor VOD.	**Gevolg:** Verkeerde sturing op mediabudgetten en blinde vlekken in ROI.
Fout 4: Media-inkopers en creatieven gescheiden houden.	**Gevolg:** De media-inkoop past niet bij de geproduceerde formaten.
Fout 5: Alle platforms tegelijkertijd willen domineren met een beperkt budget.	**Gevolg:** Versnippering en onzichtbaarheid over de hele linie.

frank.news

Content Recycling: Van 1 Shoot naar 20+ Assets

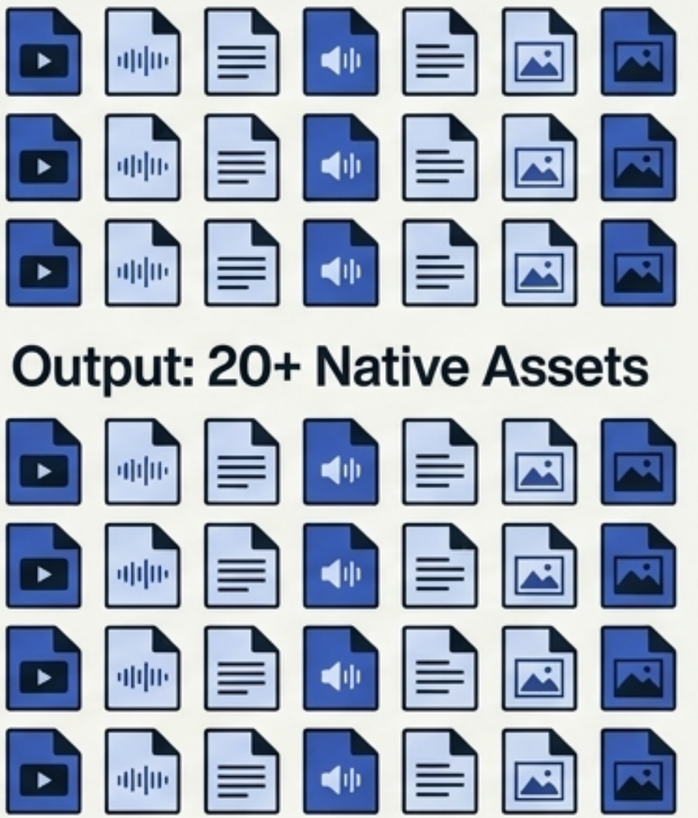
Input

1 Gecoördineerde Shootdag

Capture van core assets, B-roll, en platform-specifieke hooks.

AI-Gedreven Workflow

- AI-montage voor snelle iteraties
- Automatische dynamische ondertiteling
- AI-gestuurde personalisatie op schaal



Output: 20+ Native Assets

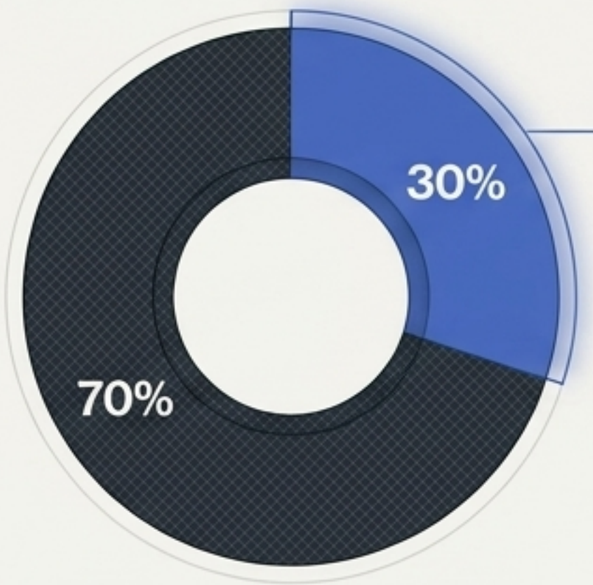
Shorts, Reels, Bumpers, Hero VOD

Inzicht: De versnelling in VOD vereist kortere productiecycli. Zonder AI-tools verdubbelt je productiebudget; **mét AI** schaal je efficiënt en bli

frank.news

Financiën & KPI's: Nieuwe Normen voor 2026

Budget Richtlijnen



Productiekosten: Verschuiving vereist.

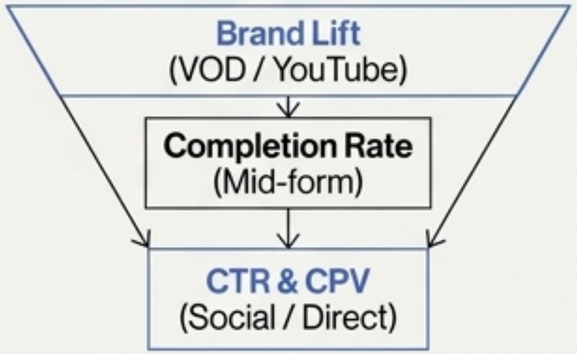
Investeer minimaal 30% van het totale productiebudget specifiek in post-productie en adaptatie om modulaire schaalbaarheid te garanderen.

KPI Dashboard

~~**Oude Norm:** Brede tv-GRP's en lineair bereik.~~

Nieuwe Norm: Categorie-specifieke VOD prestaties.

Wat meet je waar?



Met 38% VOD-groei ligt de benchmark voor creatieve performance fors hoger. Vergelijk met VOD-categoriegenoten, niet met historische tv-cijfers.

frank.news

Organisatorische Impact: Teams Herinrichten

Het Oude Model (Silo's)

Creatief Bureau bedenkt de spot

↓

Productiehuis schiet de spot

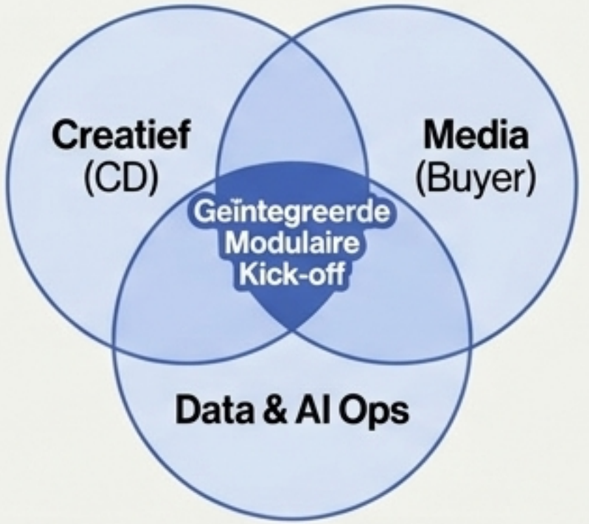
↓

Mediabureau knipt en distribueert

↓

(Resultaat: Trage reactietijd, non-native formats).

Het 2026 Model (Geïntegreerd)



Key Mandates

1. **Media** dicteert de format-eisen aan de voorkant.
2. **Creatie** ontwerpt modulair op basis van deze media-blauwdruk.
3. **AI-operators** versnellen de post-productie iteraties.

Een modulaire strategie faalt in een lineaire organisatie.

frank.news

Implementatie Roadmap: Jouw Actieplan (Week 1-4)

Week 1: Audit & Benchmarking	Oude lineaire KPI's schrappen. Nieuwe VOD-categorie benchmarks vaststellen.
Week 2: Framework Setup	Platform Mapping (Stap 1) afronden. Budget allocatie verschuiven van single-asset naar modulaire productie (70/30 model).
Week 3: AI Tooling & Proces	AI-tools voor montage integreren. Geïntegreerde kick-off met mediabureau en creatie (silo's doorbreken).
Week 4: Modulaire Launch	1 Kernboodschap schieten, direct vertalen naar 5+ native platforms via de AI-workflow. Lanceren en realtime optimaliseren.

frank.news

Samenvatting & Actieplan 2026

5 Key Takeaways

1	Lineair verliest, VOD is de groeimotor **(+38%)**.
2	‘One-size-fits-all’ tv-spots falen online door skip-gedrag.
3	Gebruik het 4-stappen platform-native framework.
4	Schaal content efficiënt via modulaire AI-workflows.
5	Meet succes af aan VOD-benchmarks, niet aan oude GRP's.

Morgen Ochtend: Top 3 Stappen

1. **Bevries huidige producties:** Eis een modulaire uitwerking voor elke aankomende tv-spot.
2. **Integreer teams:** Plan een verplichte gezamenlijke kick-off met je mediabureau en creatieve directie.
3. **Herzie KPI's:** Update je media-dashboard naar native completion rates en CPV-metrics.

Evolueer naar een native, data-gedreven videostrategie, of verlies marktaandeel aan concurrenten die dat wel doen.

frank.news