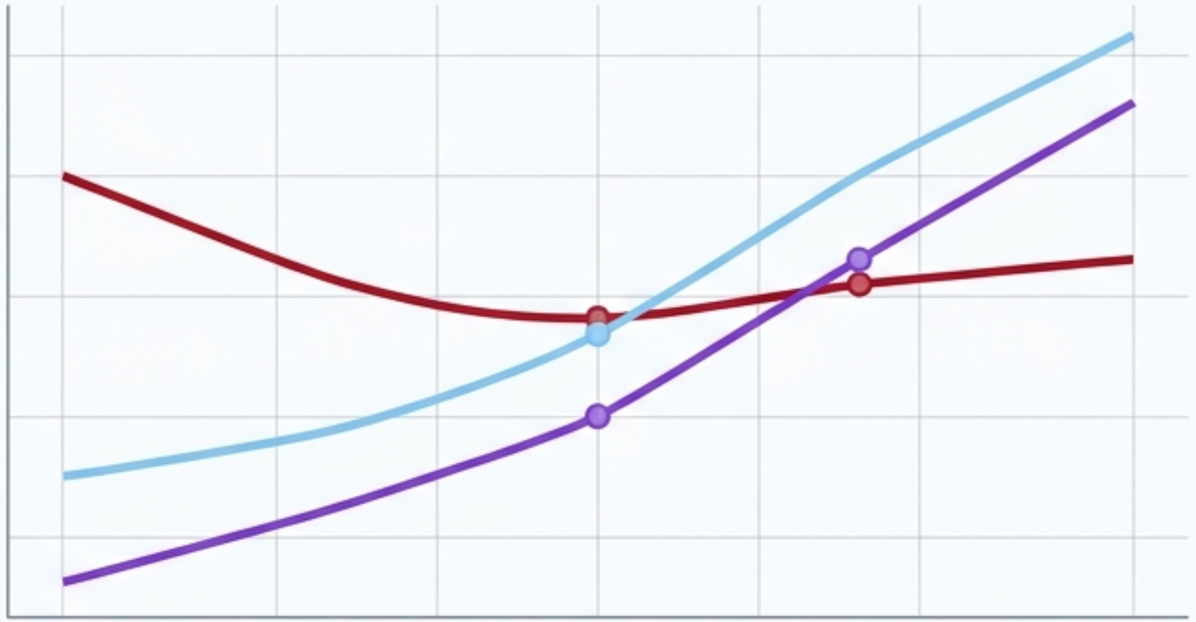


De Nederlandse Streaming Shuffle

Waarom Lokaal Wint van Globaal.

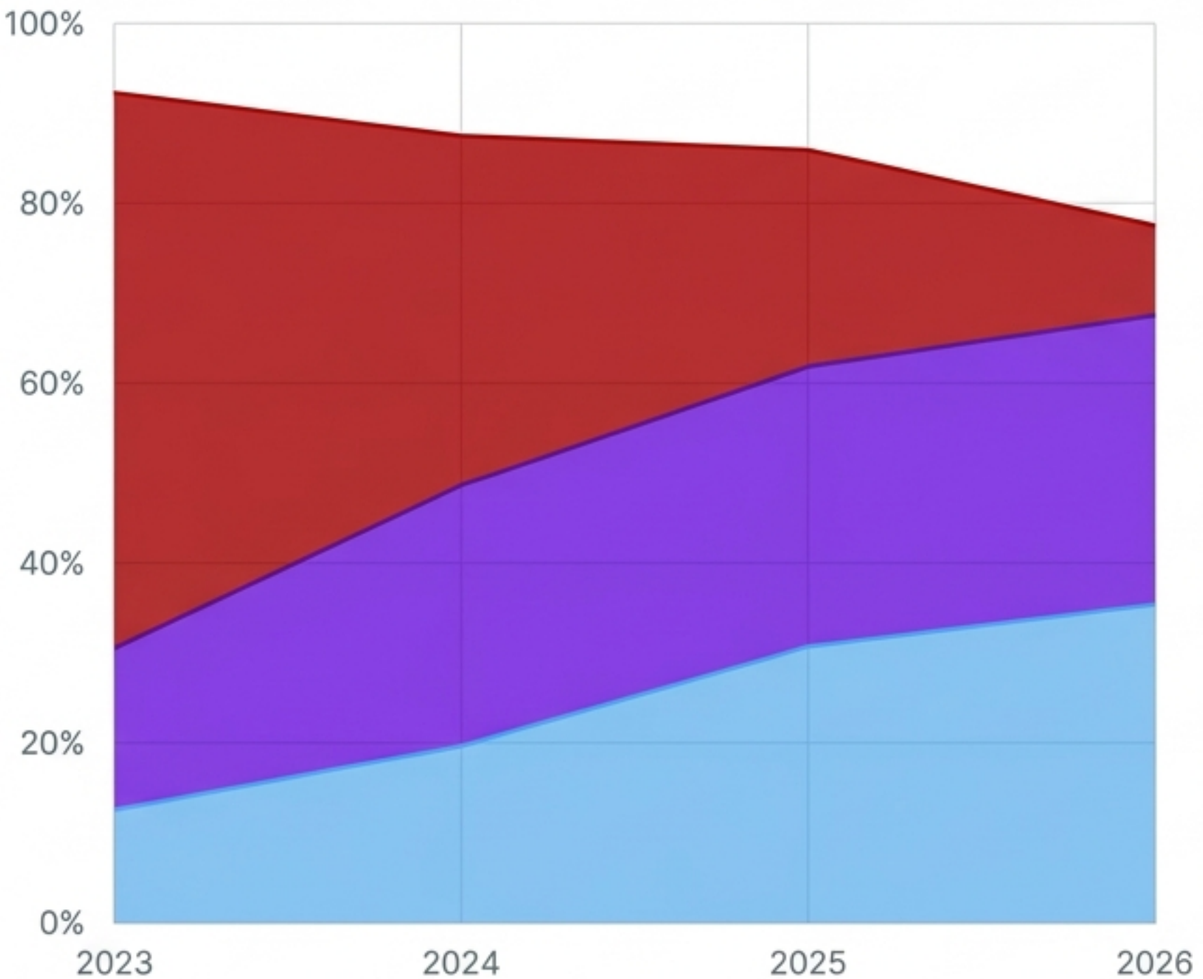
Een strategisch playbook voor Senior Marketeers & CMO’s.

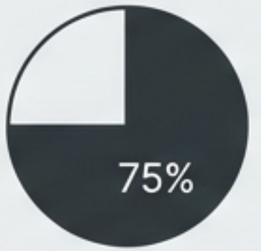
PERSPECTIEVEN OP STRATEGISCHE POSITIONERING IN EEN GEFRAGMENTEERDE MARKT (DATA: GFK 2026)

frank.news

Lokale groei doorbreekt het dogma van verzadiging

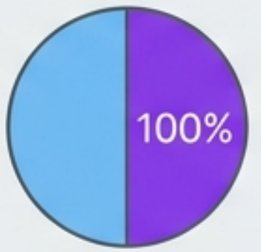
Marktaandeel & Gebruik (GfK Data)





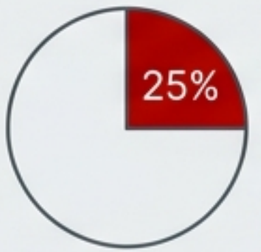
Markt

De Nederlandse videomarkt groeit met +2,5%, primair gedreven door ad-revenue. De taart groeit, maar de verdeling verschuift.



Consument

NPO Start/Plus en Videoland winnen structureel terrein op de globale giganten.



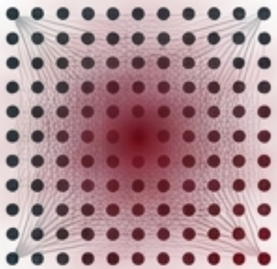
Budget

Waar Netflix de default media-buy was, dwingt de kijker nu een herverdeling af. NPO en Videoland zijn de nieuwe basis.

frank.news

Het nieuwe mediaplanning dilemma: Schaal versus Relevantie

De Globale Valstrik



Ongelooflijke volumes, algoritme-gedreven massa, maar groeiende middelmatigheid.

Wegwerp-content die kijkers binnenhaalt, maar zelden vasthoudt.

(Netflix)

De Lokale Premium



Minder totaalvolume, maar ongeëvenaarde culturele resonantie en vertrouwen.

Hyperlokale relevantie door drama, actualiteit en exclusieve sportrechten (F1, Darts).

(NPO & Videoland)

STRATEGISCHE CONCLUSIE: Content-kwantiteit is geen USP meer.
Kwaliteit en culturele nabijheid winnen de strijd om engagement.

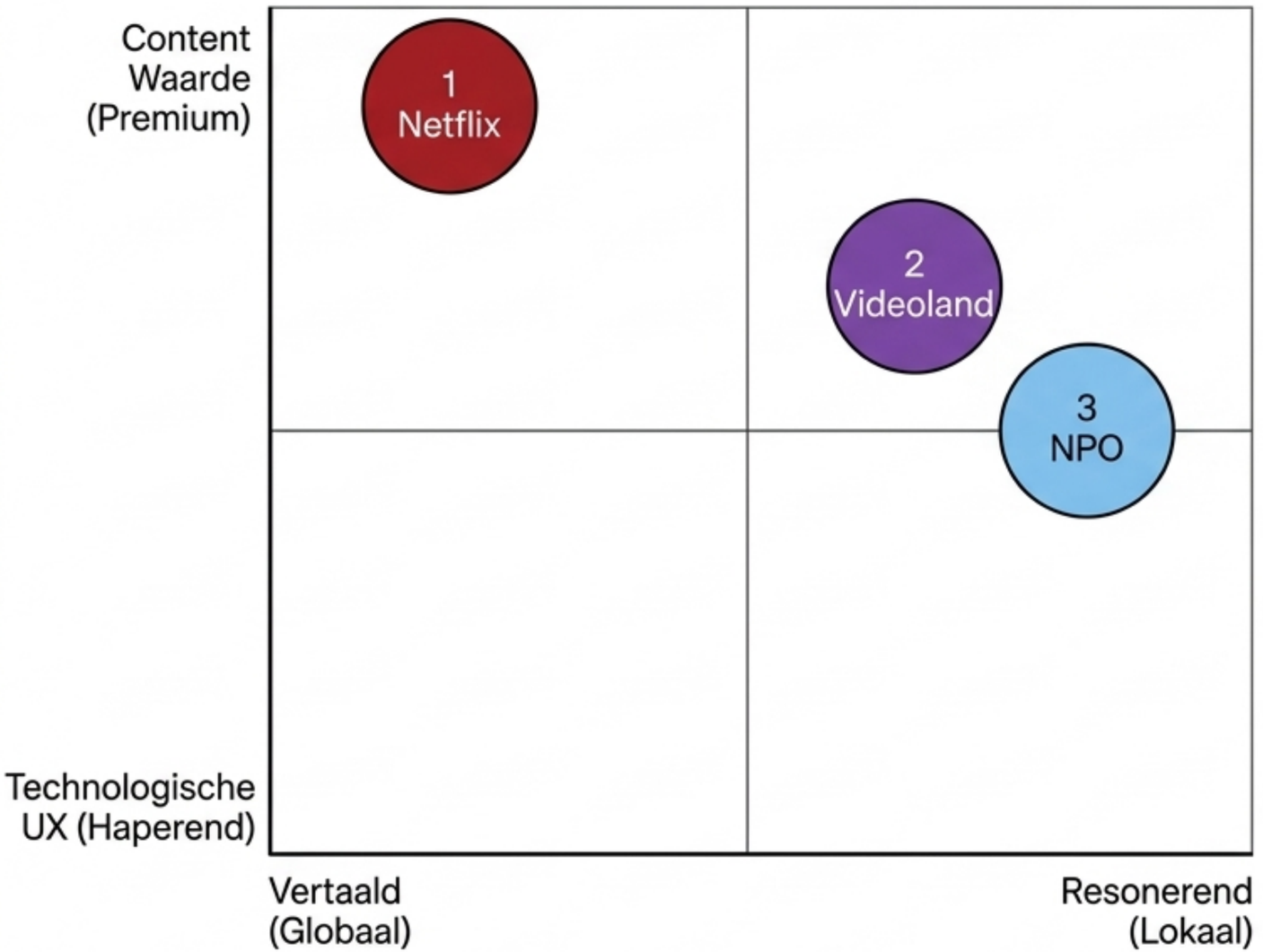
Het Strategic Streaming Framework.



Dit framework biedt CMO's de structuur om budgetten weg te sturen van de 'Netflix-default' naar data-gedreven, lokaal-relevan

frank.news

Pijler 1 & 2: De paradox van Lokalisatie en Differentiatie.



Lokalisatie Strategie

Echte waarde zit niet in ondertiteling, maar in culturele inslag.
Voorbeeld: Videoland trekt massaal abonnees door lokale sporten (F1 & Darts) in te zetten als de ultieme lokale haak.

[KPI: Engagement rate]

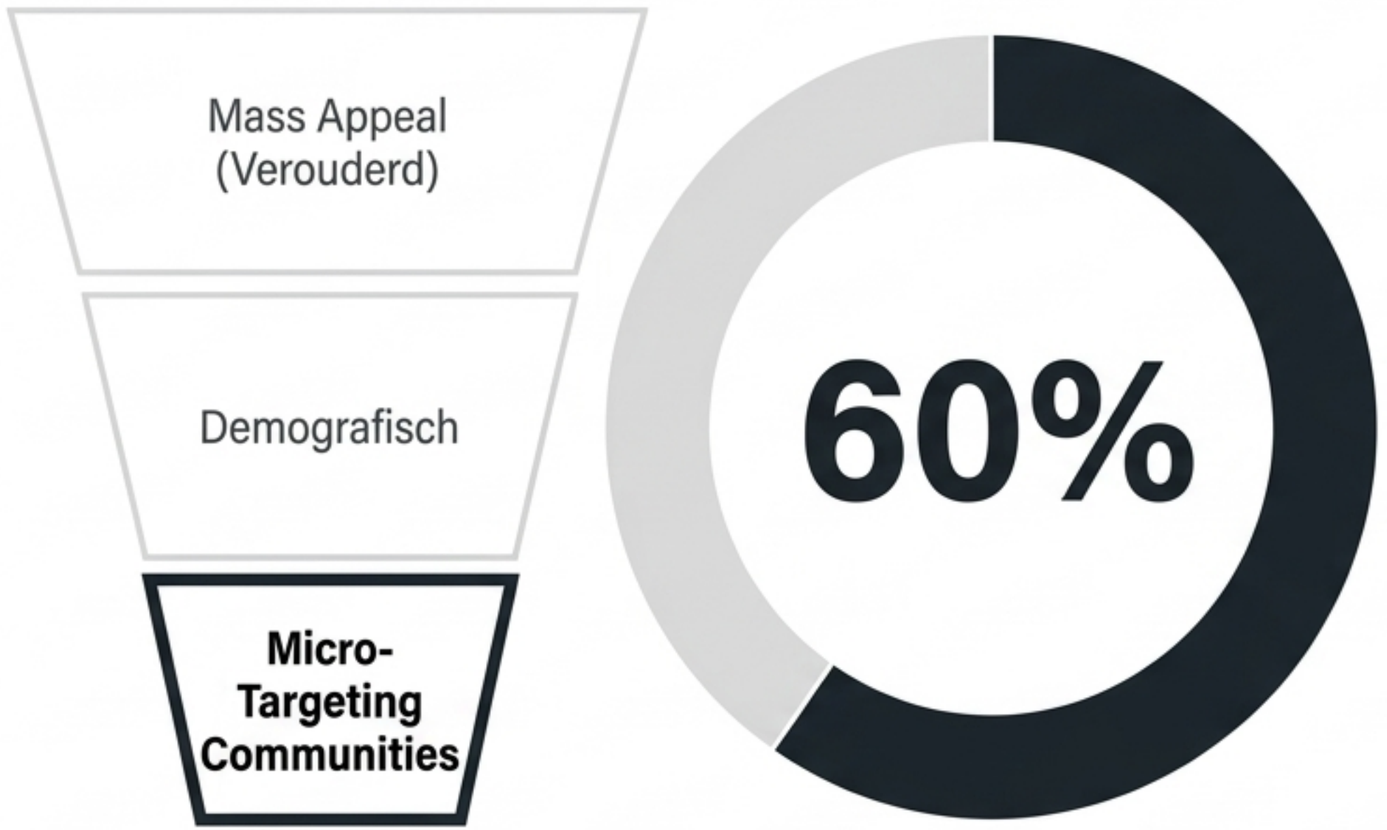
Platformdifferentiatie

Nederlandse platformen winnen op premium content, maar lopen soms achter op technologische UX (tech-debt).
Merken moeten navigeren door briljante content op haperende platformen.

[KPI: UVP score & Churn rate]

frank.news

Pijler 3: Doelgroepsegmentatie in het Ad-Tier Tijdperk



De Ad-Tier Realiteit

Wereldwijd kiest **60%** van de nieuwe Netflix-abonnees voor het reclamemodel. Dit egaliseert het speelveld met **Videoland** en **NPO Start/Plus**, en financiert de groei van de hele markt.

De Strategische Shift

Mass appeal is dood. Marketeers moeten ad-tiers gebruiken om specifieke niches te targeten (bijv. reality-TV fans op Videoland vs. prestige-drama kijkers op NPO). Goedkopere instap via ads creëert nieuwe bereikkansen.

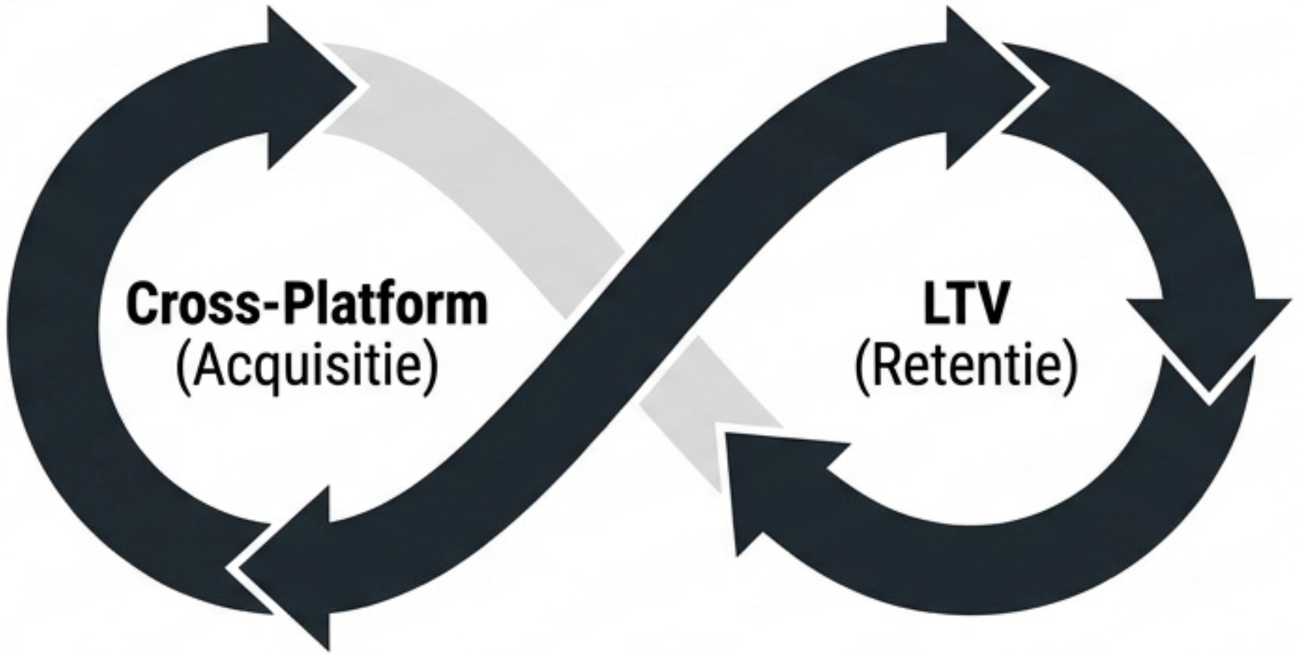
KPI Focus: Cost Per Acquired Subscriber (CPA) per micro-segment.

frank.news

Pijler 4 & 5: Ecosysteem Allianties & Retentie.

Cross-platform Exclusiviteit

Exclusiviteit is niet meer heilig; bereik maximalisatie wel. NPO, RTL en Talpa verkennen strategische allianties (waaronder NLZiet) om een gebundeld, schaalbaar front te vormen tegen Netflix.



Retentie Marketing

De verschuiving van ‘aandacht trekken’ naar ‘aandacht vasthouden’.

Het stoppen van ‘content-snacking’ (kijken en direct opzeggen) vereist doorlopende, relevante merk-aanwezigheid.

KPI Focus: Multi-platform user value | Monthly churn | LTV:CAC ratio

Nederlandse Case Study Matrix: Het Speelveld Ontleed

	NPO Start/Plus	Videoland	Netflix Nederland
Sterkte	Trust, Quality & Actualiteit	Local Heroes, Reality & Sport (F1)	Global Scale & nieuw ad-model volume
Zwakte	Commerciële restricties (Mediawet)	Historische tech-debt	Culturele disconnectie, middelmatigheid
Potentieel	Premium brand safety	Hoge lokale engagement	Massabereik, wisselende CPM's

frank.news

Content Marketing Playbook: Lokale hits bouwen zonder Hollywood-budget.



Principe: Consistentie in boodschap verslaat tijdelijke hype-investeringen.

frank.news

Strategische Do’s and Don’ts in Streaming Marketing.

DO’S

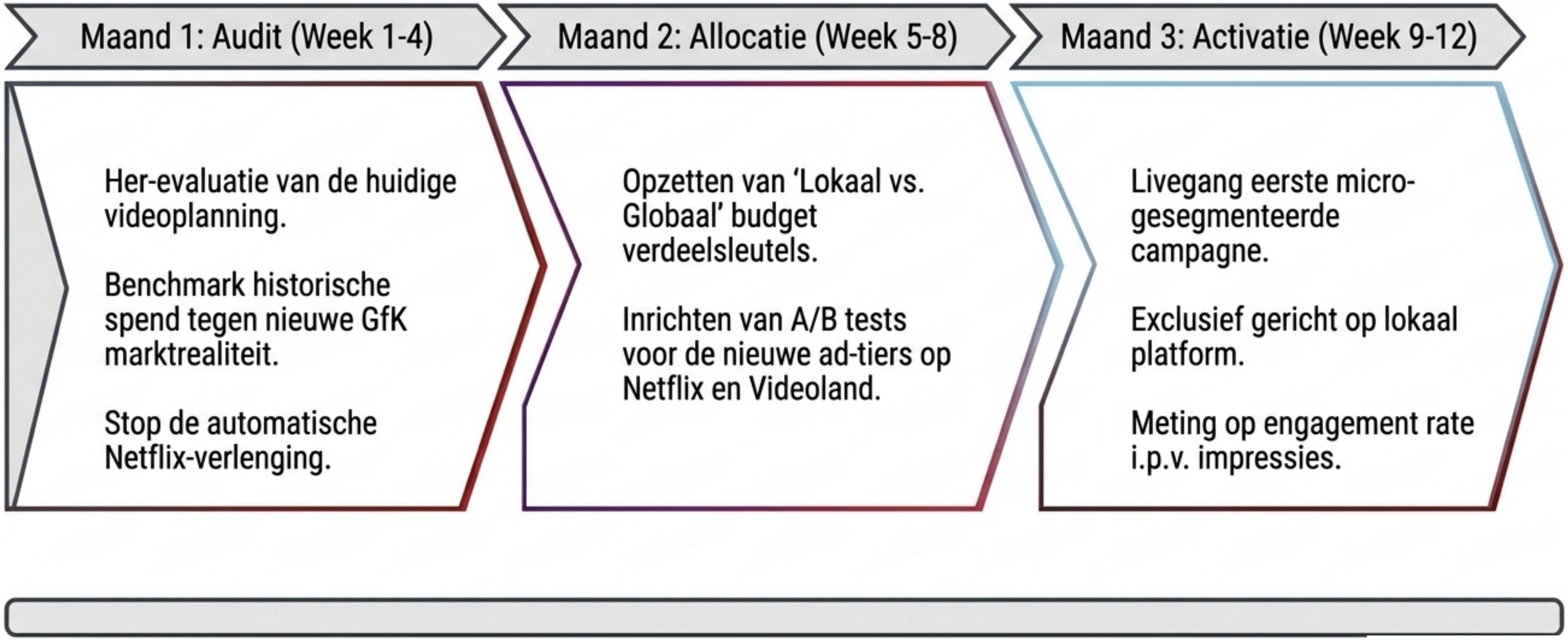
- Accepteer de ad-tier realiteit en alloceer gerichte testbudgetten.
- Investeer diep in lokale, culturele context; wees onderdeel van de grap.
- Kijk actief naar combinatiedeals en cross-platform allianties (bijv. NLZiet/Videoland).

DON’TS

- Over-internationalisering van je brand message op lokale platforms.
- Blind staren op pure platform-volumes in plaats van daadwerkelijke engagement-tijd.
- Te late of oppervlakkige lokalisatie van globale campagnes (ondertiteling is geen strategie).

frank.news

90-Dagen Implementatie Roadmap voor Marketing Teams.



frank.news

KPI Dashboard & Budget Allocatie ('No-Bullshit' Metrics).

8 Metrics Die Tellen

Views
- NPO
- Videoland

CAC (Cost Acq. Customer)
€ 13,78

Completion rate
- NPO
- Videoland

85%

LTV (Lifetime Value)
€3.000

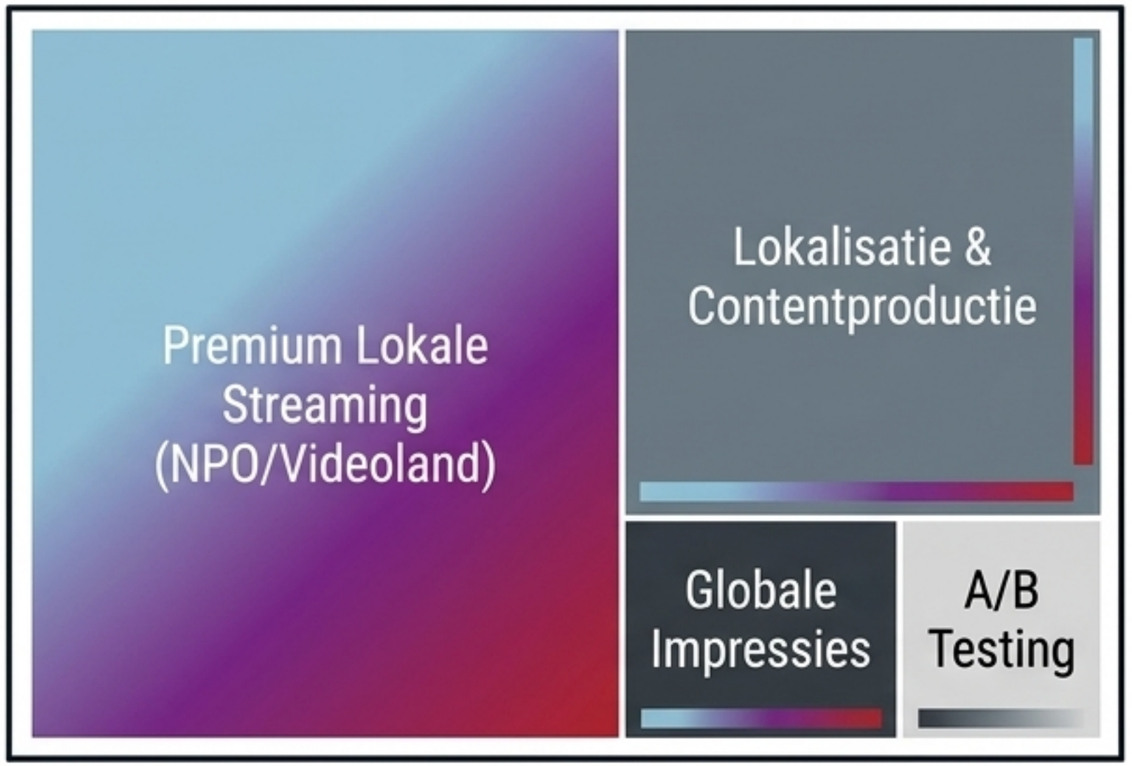
Churn
- NPO
- Netflix

Engagement tijd
25 min

NPS
5-10

Share of Voice
25%

Budget Realiteit



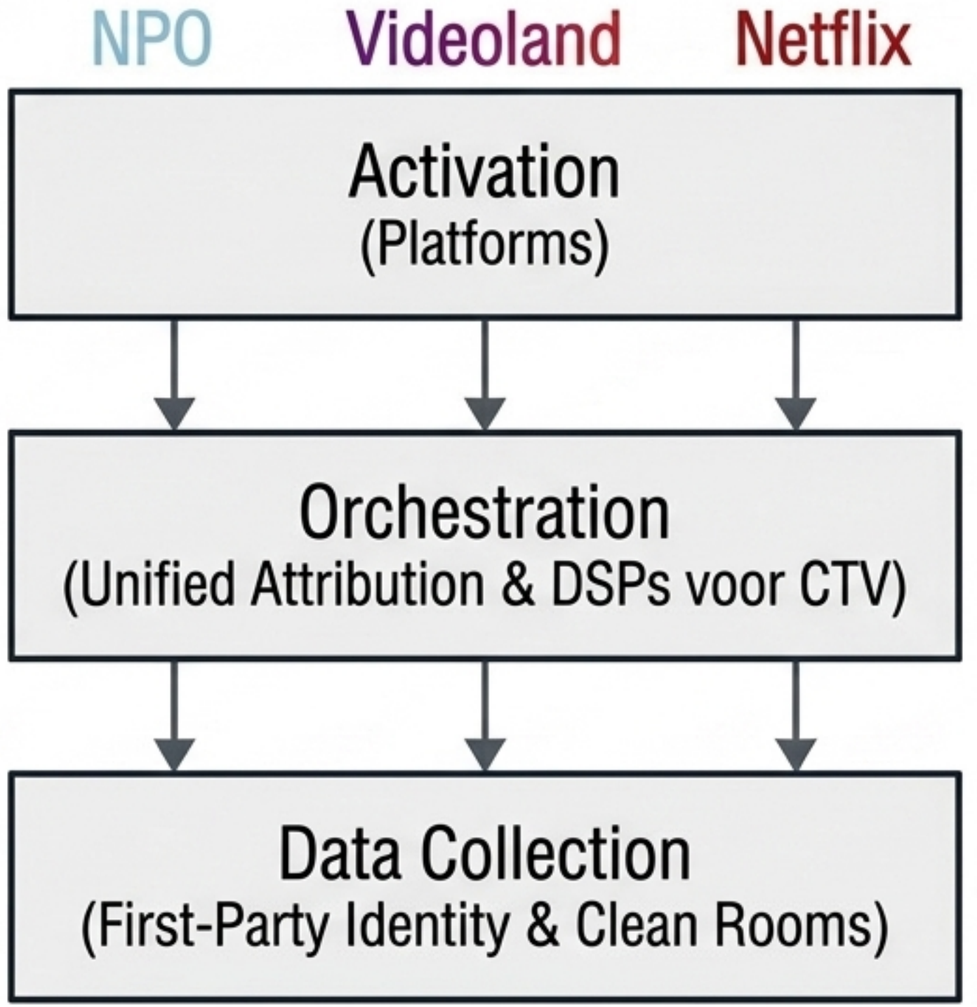
↗ Verschuif budgetten van inefficiënte lineaire TV naar premium lokale streaming.

frank.news

Technology Stack: Orchestratie over Gesloten Ecosystemen.

Het Probleem

Hoe beheer je campagnes naadloos over NPO, Videoland en Netflix tegelijkertijd zonder dubbele attributie?



De Oplossing

Noodzaak voor geünificeerde attributiemodellen.

In het cookie-less tijdperk vereisen walled gardens robuuste oplossingen voor first-party identiteitsbeheer.

frank.news

Toekomstscenario’s: Voorbereiden op 2027+.



frank.news

Actieplan: Drie Directe Stappen voor Morgen.

1

Stop de Netflix-Default

Herschrijf direct je mediabriefings. Eis van bureaus dat **lokaal premium bereik** (NPO/Videoland) het absolute **fundament** van de **videostrategie** is, geen “leuke add-on”.

2

Audit de LTV:CAC Ratio

Stop met optimaliseren op goedkope globale impressies. Meet de **daadwerkelijke financiële waarde** van klanten verworven via **lokale premium content**.

3

Omarm de Ad-Tier met Precisie

Isoleer testbudgetten om de nieuwe ad-tiers op **Netflix** en **Videoland** onmiddellijk te **A/B-testen** op specifieke, lokale **micro-communities**.

frank.news