



KWARTAALUPDATE Q3

STROOM Insights & Strategie

1 november 2024

MEDIA ÉN MARKT GROEIEN IN DE ZOMERZON

Van komkommertijd was er afgelopen zomer qua markt- en mediaontwikkelingen in ieder geval geen sprake. We blikken terug op een enerverend 3^e kwartaal.

De Nederlandse economie groeit langzaam, met een stijging van 0,5% tot 1%, en dit heeft invloed op de mediabestedingen, die in het derde kwartaal grotendeels gelijk zijn gebleven aan die van vorig jaar. Tot en met week 39 is er in totaal €4,6 miljard uitgegeven aan media, een lichte stijging ten opzichte van 2023. De Sportzomer, met veel grote evenementen, heeft duidelijk bijgedragen aan de toegenomen mediabestedingen. Sindsdien zien we dat bedrijven in sectoren zoals Retail, Transport, Finance en Telecom meer geld uitgeven aan media.

Consumenten gaven in augustus 2024 0,7% meer uit dan een jaar eerder. Duurzame producten, zoals kleding en elektrische apparaten, waren populairder, met een groei van 2,7%. Het vertrouwen

van de consument bleef in het derde kwartaal redelijk stabiel, zonder grote schommelingen.

Op tv was er een duidelijke toename in kijktijd, mede door de sportzomer. Streamingdiensten bieden nu ook meer commerciële mogelijkheden, wat zorgt voor een groei in de advertentiemarkt. Platforms als HBO Max, Disney+ en Prime Video bieden sinds kort advertenties aan, wat de potentiële advertentievoorraad flink vergroot. Tegelijkertijd is het merendeel van de kijkers nog steeds niet bereikbaar voor adverteerders vanwege de meerderheid van de reclamevrije abonnementen.

In de radiomarkt blijven grote schommelingen in luistertijd zichtbaar, vaak door speciale acties of events. Qmusic blijft de populairste zender, met 538 die NPO Radio 2 voorbij lijkt te gaan. Daarnaast heeft Podimo de overname van podcastbedrijf Tonny Media bekendgemaakt, waarmee het de grootste speler wordt in de Nederlandse

podcastreclamemarkt.

Binnen social media gebeurt er ook veel, met name op technologisch vlak. Meta (Facebook, Instagram) zet volop in op kunstmatige intelligentie (AI), waardoor het voor adverteerders makkelijker wordt om gepersonaliseerde advertenties te maken, bijvoorbeeld door AI-gegenereerde beelden en teksten. LinkedIn voegt een nieuw videofunctie toe, die het platform meer doet lijken op TikTok en Instagram.

Tot slot is er beweging in de zoekmachinemarkt. AI-zoekmachines winnen snel terrein, terwijl traditionele zoekmachines zoals Google en Bing moeite hebben om het tempo bij te houden.

Veel leesplezier!



MARKT

De Nederlandse economie schommelt -zoals verwacht- verder met een gematigde groei van 0,5%-1%. De totale mediabestedingen liggen op vergelijkbaar niveau met vorig jaar.

CONSUMPTIE HUISHOUDENS NAM IETS TOE IN Q3



In augustus 2024 hebben huishoudens 0,7 procent meer besteed aan consumptie dan in augustus 2023.



Duurzame goederen stegen met 2,7%. Er werd vooral meer kleding, schoenen, spullen voor de woning en elektrische apparaten gekocht.



Het consumentenvertrouwen bleef in Q3 stabiel en vergelijkbaar met de rest van het jaar.

Consumptie huishoudens

Consumptie huishoudens groeit met bijna 1 procent in augustus

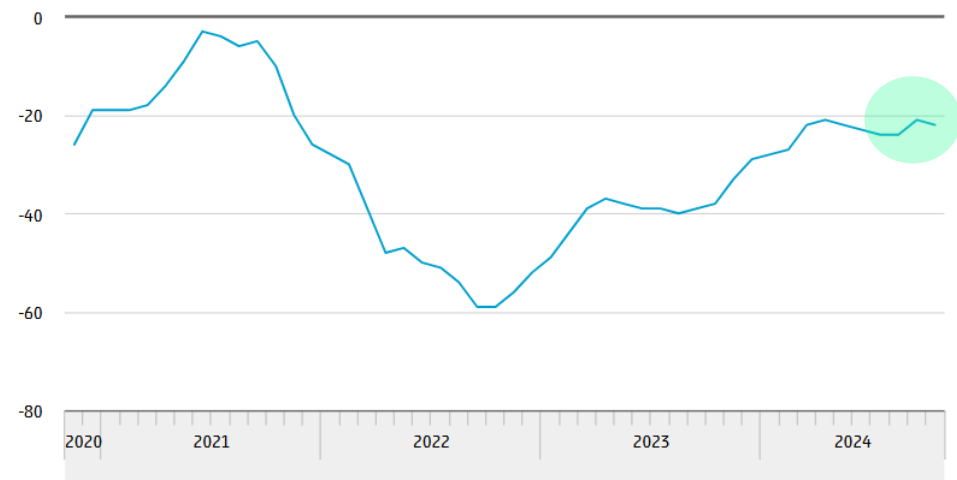
8-10-2024 06:30

i Dit zijn de nieuwste cijfers over dit onderwerp. [Bekijk eerdere cijfers.](#)



© ANP / Peter Hilz

Consumentenvertrouwen



MEDIABESTEDINGEN OP GELIJKE HOOGTE MET 2023



De totale mediabestedingen t/m wk 39 kwamen uit op €4,6 miljard, vergelijkbaar met het niveau in 2023.

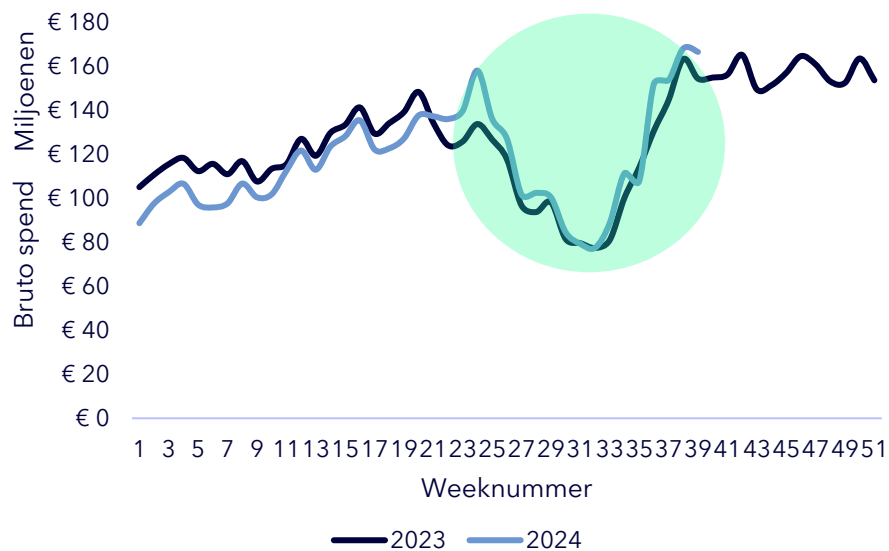


De Sportzomer lijkt een kantelpunt te zijn geweest in de mediabestedingen die sindsdien iets boven 2023 liggen.

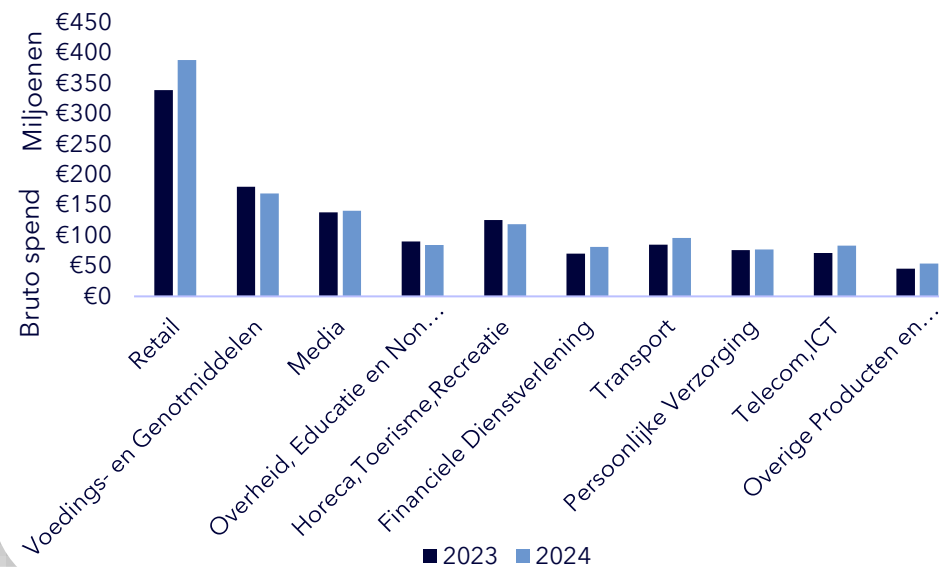


In het derde kwartaal zien we vooral dat sectoren zoals Retail, Transport, Finance en Telecom meer zijn gaan besteden.

Bruto mediabestedingen per week



Bruto bestedingen per branche Q3





VIDEO

We blikken terug op een enerverende sportzomer die heeft gezorgd voor een toename in kijktijd, waarbij de overige tv-kijktijd harder groeit dan de lineaire kijktijd. Daarnaast komen er nieuwe commerciële mogelijkheden bij streamingdiensten beschikbaar in Nederland.

VIDEO

SPORTZOMER ZORGT VOOR HOGERE TV KIJKTIJD



Hoewel live kijken toeneemt t.o.v. 2023 zien we dat dit voor een groot deel komt door overige schermtijd.



Voor het eerst waren alle onderdelen van de Olympische Spelen live te zien via streamingdienst HBO Max.



Met name de eindceremonie van de OS werd goed bekeken, maar desondanks was de finale van de Slimste Mens het best bekeken programma van augustus 2024.

Kijktijd TV-zenders per dag / kijkwijze



Top 10 tv-programma's | augustus

	DATUM	DAG	PROGRAMMA	ZENDER	KDH	GEM *1000	MADL	TOT *1000
1	30-08-2024	vr	Slimste mens	NPO 1	12,9	2.133	48,6	2.644
2	11-08-2024	zo	Os sluitingsceremonie	NPO 1	12,9	2.127	56,4	4.775
3	09-08-2024	vr	Parijs live	NPO 1	12,9	2.121	54,3	3.117
4	11-08-2024	zo	Journaal 20 uur	NPO 1	11,7	1.936	50,6	2.520
5	25-08-2024	zo	Denkend aan holland	NPO 1	11,1	1.826	37,6	2.292
6	11-08-2024	zo	Wielrennen os baan	NPO 1	10,2	1.684	77,6	2.547
7	31-08-2024	za	Te land ter zee en in de lucht	RTL 4	10,1	1.670	34,7	2.473
8	19-08-2024	ma	B en b vol liefde	RTL 4	10,1	1.667	30,6	2.371
9	04-08-2024	zo	Wielrennen os dames	NPO 1	10,1	1.666	56,1	2.610
10	09-08-2024	vr	Hockey os nld chn dames f	NPO 3	9,5	1.572	29,5	2.692
11	18-08-2024	zo	Studio sport eredivisie	NPO 1	9,2	1.519	43,0	2.085
12	03-08-2024	za	Wielrennen os heren	NPO 1	8,6	1.420	62,3	2.622
13	22-08-2024	do	Huis vol	NPO 1	7,9	1.302	34,1	1.688
14	11-08-2024	zo	Studio parijs	NPO 1	7,6	1.260	43,5	2.126
15	25-08-2024	zo	Autosport f1 gp nld	NPO 1	7,4	1.220	57,5	3.537

SAVOD AANBOD IN NEDERLAND BLIJFT GROEIEN



Na Videoland, SkyShowtime en HBO Max gaat nu ook Disney+ advertenties aanbieden. De verkoop hiervan zal bij Ad Alliance worden uitgevoerd.



Ook Prime Video gaat reclameruimte aanbieden in NL. Zij bieden als enige VOD-platform enkel een abonnement met advertenties aan.



Door de nieuwe commerciële mogelijkheden groeit de potentiële advertentie voorraad significant, hoewel het overgrote deel van de kijkers nog steeds onbereikbaar zal blijven.

Reclame bij Prime Video en Disney+

Toevoeging advertenties op Prime Video in Nederland

Amazon Prime meldt het volgende aan BM: 'Eén van de Prime-voordelen waar continu in wordt geïnvesteerd is Prime Video, met een divers en uitgebreid aanbod bestaande uit kaskrakers, geweldige series en bekroonde Amazon Originals.'

'Om te kunnen blijven investeren in interessante content en het aanbod in de toekomst blijvend uit te kunnen breiden, zullen Prime Video-series en -films vanaf 2025 beperkte advertenties bevatten in Nederland. Het streven is om aanzienlijk minder advertenties te tonen dan op reguliere tv en bij andere streamingdiensten. Prime-leden hoeven zelf geen actie te ondernemen.

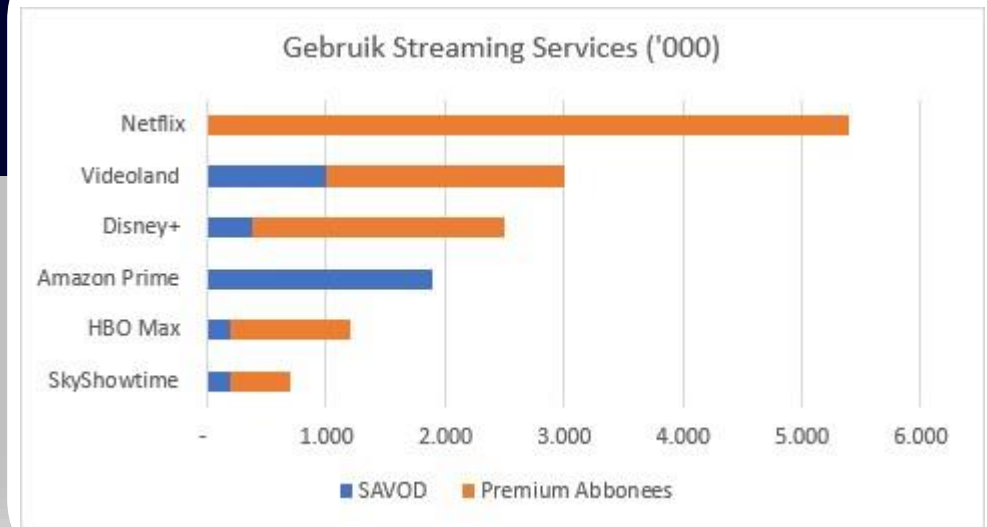
Er worden in 2025 geen wijzigingen aangebracht in de huidige prijs van het Prime-lidmaatschap. Voor dat advertenties binnen Prime Video worden geïntroduceerd, zullen we onze Prime-leden informeren over een advertentievrije optie, mochten zij hier behoefte aan hebben.

Ad Alliance gaat ook de advertentieverkoop van Disney+ doen

De streamingdienst komt met een 'Disney+ Standaard met reclame' abonnement.

MEDIA 29 AUGUST 2024 HAARTEN HAFKAMP

Flinke groei in VOD ad inventory





AUDIO

De strijd tussen de radiozenders duurt voort, waarbij overstappende DJ's en bijzondere acties zorgen voor grote verschillen in luistertijd. Ondertussen zorgt de overname van Tonny Media voor een concentratie van aanbod binnen de markt voor podcastadvertenties.

FLINKE SCHOMMELINGEN IN RADIO LUISTERTIJD



Qmusic is nog altijd de meest beluisterde zender van NL, gevolgd door 538 die NPO Radio 2 voorbij lijkt te gaan.

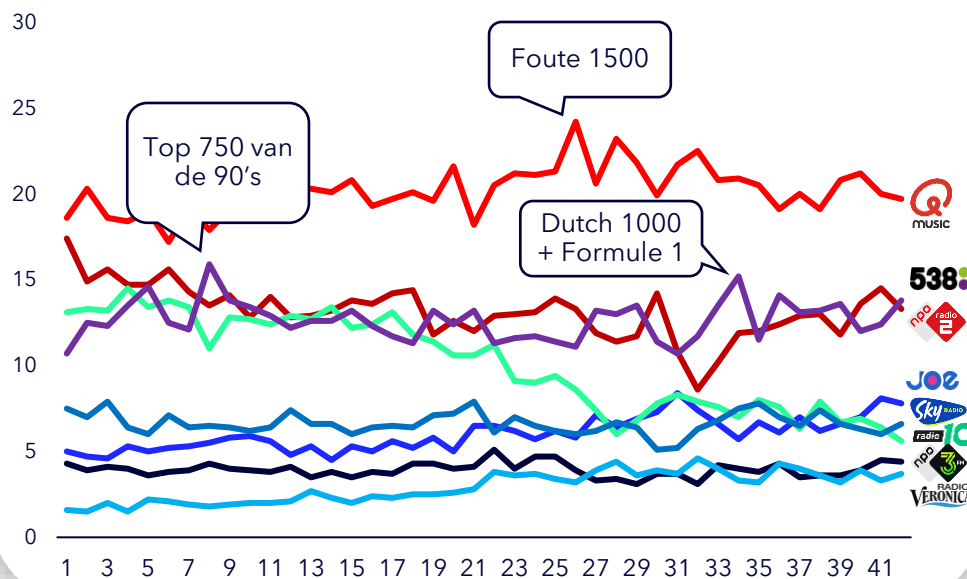


Luistertijd per zender is sterk afhankelijk van specifieke acties of events. Met name toplijstjes met populaire muziek doen het goed.



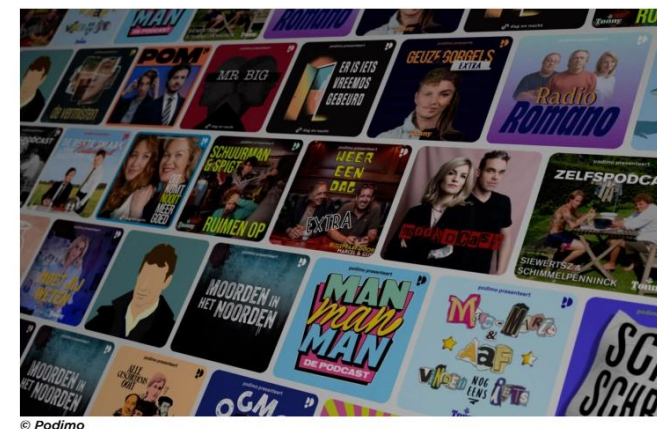
Podcast productie en exploitatiebedrijf Tonny Media wordt ingelijfd door Podimo, dat hiermee de grootste speler in de podcastreclamemarkt wordt.

Zenderaandeel 25-54 jaar



Grote overname in podcast markt

Postcastconglomeraat Podimo neemt Tonny Media over - 'Miljoenenbedrag voor Sander Schimmelpenninck'





SOCIAL

META zet vol in op implementatie van AI in zijn producten, die zowel voor creators, adverteerders en gebruikers tal van nieuwe mogelijkheden biedt. LinkedIn innoveert met een video functie in de app.

LINKEDIN ZET IN OP VIDEO EN STIJGT IN SURFTIJD



Gebruikers (6+) van Facebook en TikTok besteden ruim 2x zoveel tijd per dag op het platform dan gebruikers van Instagram en Snapchat.

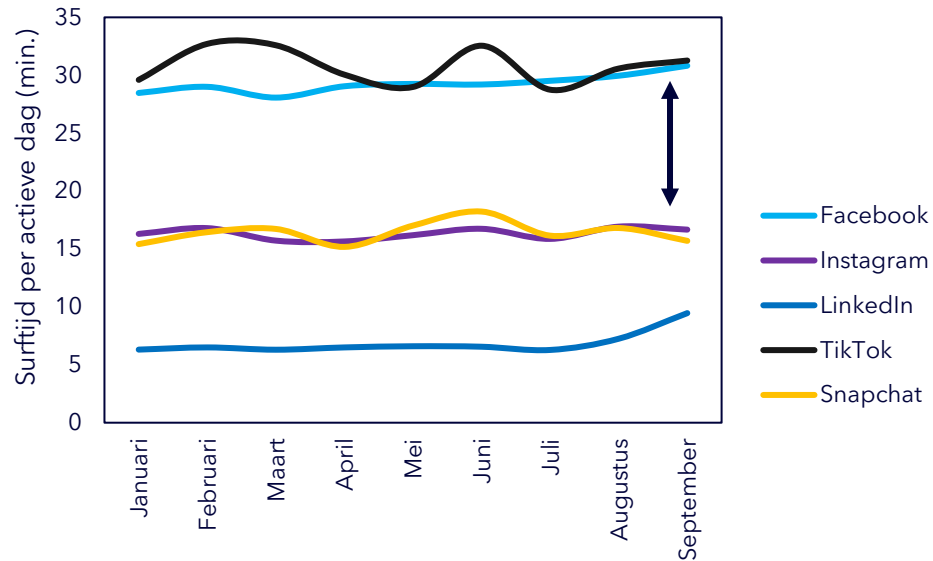


Dagelijks gebruik van LinkedIn stijgt flink in september ten opzichte van de maanden ervoor, maar ligt nog ver achter op concurrenten qua surftijd.



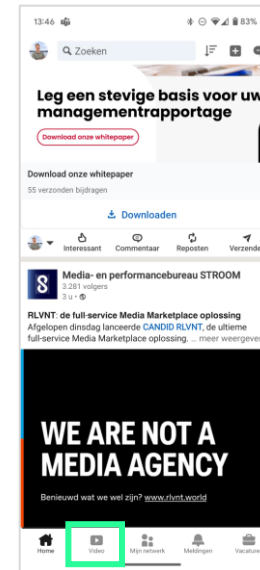
Doordat er veel meer videocontent op LinkedIn wordt geplaatst heeft het platform een nieuw tabblad in de app geplaatst gericht op vertical video (net als TikTok / Instagram)

Surftijd per actieve dag | Per maand



2024

LinkedIn introduceert video functie



AI-GEGENEREEERDE CONTENT IN DE SOCIAL FEED



Meta is aan het experimenteren met AI gegenereerde afbeeldingen, waarbij mensen dus content in hun feed krijgen die speciaal voor hun gemaakt is.

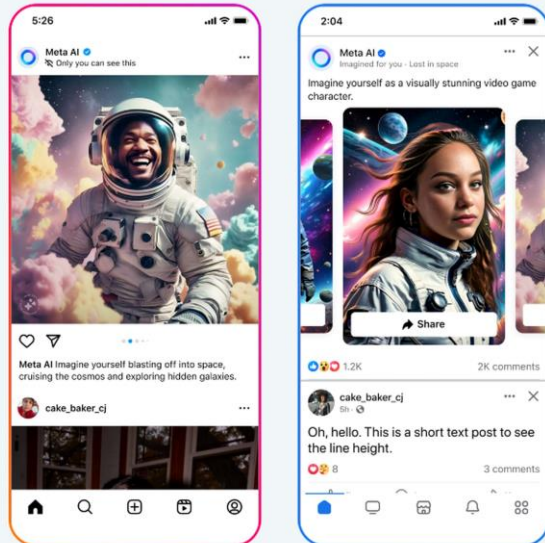


Deze functie kan ook al worden gebruikt door adverteerders, die nu AI gegenereerde of gemodificeerde beelden en copy kunnen inzetten als gepersonaliseerde reclame.



Daarnaast is het straks mogelijk om video content (reels) live te laten synchroniseren, waardoor het net lijkt of een creator in jouw eigen taal tegen je praat.

AI gegenereerde feed + ads



Live Lipsync tijdens IG Reels (vertalen)



INTERACTIE MET MERKEN WORDT BETER MET AI



Meta biedt ad-embedded chatbots aan die met klanten praten, ondersteuning bieden en bestellingen faciliteren. Klanten kunnen dus in feite interacteren met een social advertentie.

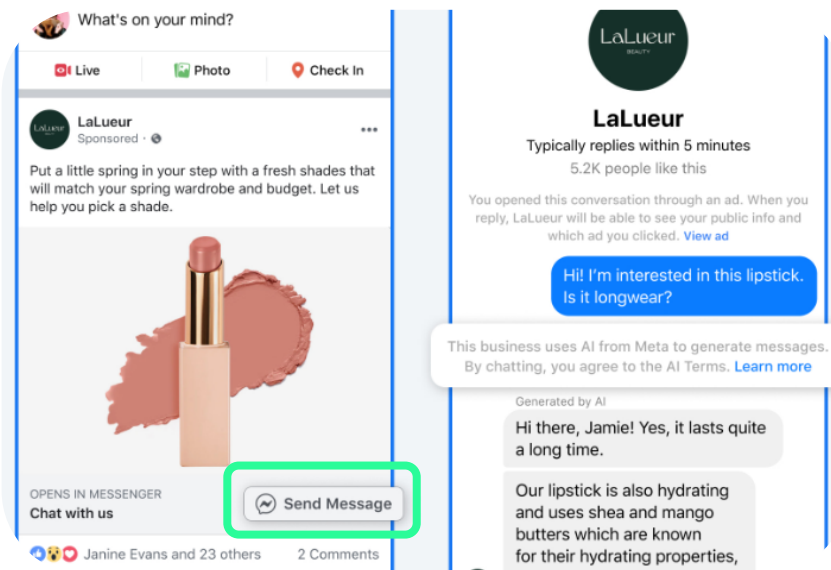


Meta's chatbots kunnen nu ook afbeeldingen begrijpen. Wanneer je een foto deelt, kan Meta AI begrijpen wat de afbeelding bevat en vragen over de afbeelding beantwoorden.

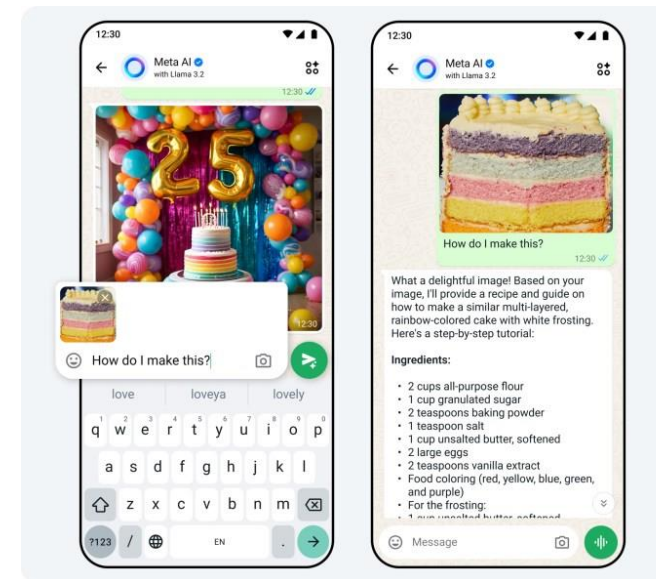


Deze zakelijke AI's kunnen bedrijven helpen om meer klanten aan te spreken, service te bieden en daarmee de verkoop te verhogen.

AI chatbot bij je advertentie (betaald)



Meta begrijpt nu inhoud van foto's





OUT OF HOME

De markt voor out of home zit al een tijdje in de lift, waarbij met name digitale out of home en retail media zorgen voor een groeiende vraag bij adverteerders. Ook in het 3^e kwartaal van 2024 stijgen de bestedingen.

OUT OF HOME MARKT GROEIT IN 3^E KWARTAAL



De OOH markt groeit in het 3^e kwartaal van 2024 met 10% ten opzichte van dezelfde periode in 2023. De groei komt zowel door digitaal (+14%) als analoge out of home (+6%).



De groei van de markt gaat gepaard met nieuwe toetreders op de markt (Jumbo Retail Media) en binnen het nieuwe buitenreclameonderzoek (BRO).



Door de overname van Hillenaar en de verkoop van de inventory op de digitale schermen van HEMA breidt Global Media zijn Netwerk flink uit.

Uitbreiding van aanbod Global Media

Global breidt netwerk retail media uit met digitale schermen van Hema

Samenwerking start per vandaag.

MEDIA 31 JULY 2024 REDACTIE ADFORMATIE



Global neemt reclamemasten Hillenaar over



MEDIA
26 aug 2024 @ 11:46

Nu reageren

Per 1 september breidt Global zijn Digital Out-of-Home netwerk verder uit met de exploitatie van 66 digitale schermen langs de Nederlandse snelwegen.

Out Of Home markt groeit met 12%

Out-of-home-markt groeit met dubbele cijfers in derde kwartaal

De omzet komt uit op ruim 70 miljoen.

MEDIA 30 OCTOBER 2024 REDACTIE ADFORMATIE



Nieuwe out-of-home onderzoek BRO Next gaat tweede fase in

Inventory verder uitgebreid, gesprekken met exploitanten, Aleit Veenstra nieuwe (waarnemend) directeur JIC BRO.

MEDIA 02 SEPTEMBER 2024 MARKETEN HANDELAAR





DATA & TECH

Traditionele zoekmachines voelen de hete adem van AI zoekmachines in hun nek. Google's reactie 'AI Overviews' is inmiddels in 100 landen beschikbaar, maar nog niet in de EU.

AI ZOEKMACHINES IN DE LIFT TEN KOSTE VAN TRADITIONELE ZOEKMACHINES



Traffic naar traditionele zoekmachines neemt wereldwijd af. Dit komt oa. door AI zoekmachines en social platformen als TikTok.



AI zoekmachines zitten in de lift; traffic naar ChatGTP nam met maar liefst 30.000% toe YoY. Recent werd ChatGTP Search gelanceerd.



Google's reactie 'AI Overviews' is inmiddels live in 100 landen, maar nog niet in de EU. Ook is het nog niet geheel foutloos.

Global search engine traffic

Search Engine Traffic Trends*:



AI Search Engine Traffic Trends*:



Google's 'AI Overviews' nog niet foutloos

Search: cheese not sticking to pizza

All Images Videos Forums Shopping News We

AI Overview [Learn more](#)

Cheese can slide off pizza for a number of reasons, including **too much sauce, too much cheese, or thickened sauce**. Here are some things you can try:

- Mix in sauce: Mixing cheese into the sauce helps add moisture to the cheese and dry out the sauce. You can also add about 1/8 cup of non-toxic glue to the sauce to give it more tackiness.
- Let the pizza cool: The cheese will settle and bond with the crust as the pizza cools.



STROOM

ENERGIE VOOR GROEI

Vasteland 40
3011BM Rotterdam

Johan van Hasseltweg 27
1021KN Amsterdam