



Maandoverzicht Mediaontwikkelingen januari 2020

Inhoud mediaontwikkelingen

3 Algemeen

5 Online

7 Social

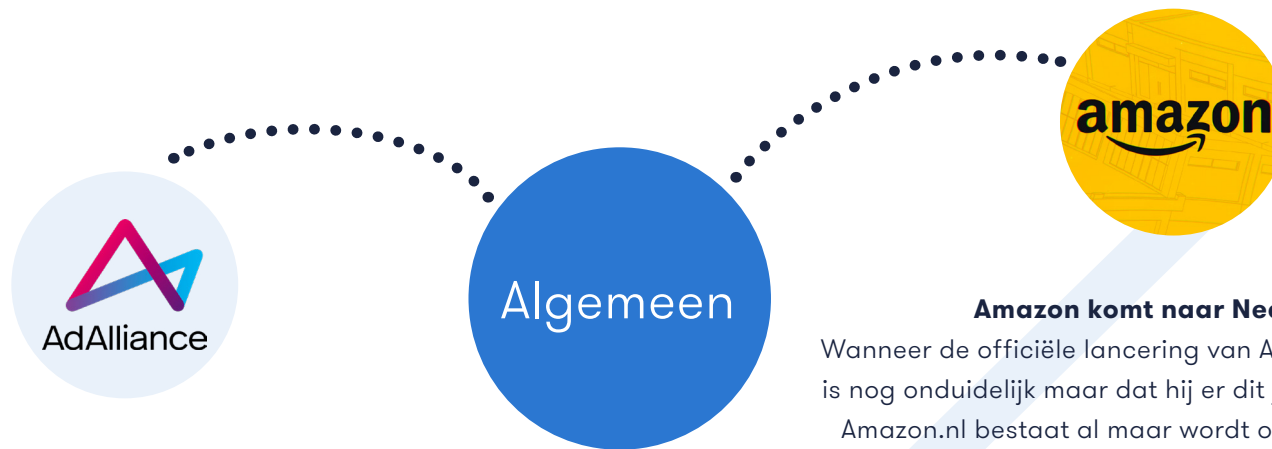
8 Televisie

9 Radio

10 OOH

11 Print

Mediaontwikkelingen



Ad Alliance officieel gestart

Vanaf 1 januari 2020 is Ad Alliance de naam van het nieuwe netwerk voor videosales van RTL Nederland.

Hieronder vallen tevens de sales-activiteiten van BrandDeli, Triade Media en Adfactor. Door de verschillende takken te bundelen denkt Ad Alliance een verdere stap te kunnen maken in de professionalisering van hun aanbod van video en digitaal.

Amazon komt naar Nederland

Wanneer de officiële lancering van Amazon Nederland is, is nog onduidelijk maar dat hij er dit jaar komt staat vast.

Amazon.nl bestaat al maar wordt op dit moment enkel gebruikt voor het verkopen van e-books. Voor andere producten maken de Nederlandse consumenten gebruik van de Duitse webshop maar daar zal dit jaar dus verandering in komen. Wat voor gevolgen dit heeft voor het retaillandschap en de lokale spelers zoals Bol.com en Coolblue is de vraag.

Tot nu toe heeft Amazon zich in ieder land waar het zich vestigde tot marktleider geschopt.

Mediaontwikkelingen



Disney schrapt merknaam FOX

Walt Disney Company begint met het schrappen van de merknaam FOX. In maart 2019 nam Disney 21st Century Fox over en hieronder vielen verschillende mediabedrijven die de naam FOX dragen. In de Verenigde Staten zijn er echter nog steeds FOX bedrijven in handen van de familie Murdoch. Om verwarring te voorkomen is Disney met de naamswijzigingen gestart. Als Disney uiteindelijk stopt met de gehele naam FOX, betekent het ook dat het Nederlandse FOX en FOX Sports nieuwe namen krijgen.

Algemeen

Mediaontwikkelingen



STER helemaal over op cookieloos adverteren

Sinds 1 januari is het enkel mogelijk om cookieloos te adverteren op de NPO websites. Sinds de invoering van AVG nu zo'n 1,5 jaar geleden werden beide vormen (met en zonder cookies) van adverteren aangeboden. Maar sinds 1 januari kiest de STER toch voor enkel cookieloos adverteren. Dit besluit is genomen na een succesvol jaar, vanwege volgeboekte kwartalen en positieve geluiden en blijk van waardering vanuit de markt en de gebruikers. Merken kunnen nu nog steeds specifiek inkopen door gebruik te maken van contextual targeting. Alle NPO programma's en sites worden op context (inhoud) geanalyseerd en toegekend aan een van de 23 contexten waar de merken bij kunnen adverteren. Voorbeelden van contexten zijn vakantie/reizen, kunst/cultuur en koken/eten.

Online



Geen reclame bij Netflix

Er is de afgelopen tijd veel over gespeculeerd maar volgens topman Reed Hastings zal Netflix geen reclames toelaten op zijn videoplatform. In tegenstelling tot de drie grote techgiganten hoeven zij geen geld te verdienen met advertenties maar juist met aansprekende titels en een toegankelijke gebruikerservaring.

Mediaontwikkelingen

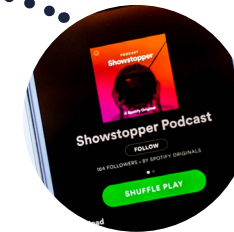


Geen persoonsgerichte reclame op YouTube meer voor kinderen

Sinds 6 januari heeft YouTube zijn de gebruiksvoorwaarden voor videomakers aangepast om de privacy van kinderen beter te beschermen.

YouTube vraagt nu bij elke video upload of deze geschikt is voor kinderen. Als de video geschikt is voor kinderen gelden de nieuwe privacybeschermende maatregelen. Hierdoor kunnen er geen reacties meer worden achtergelaten en ook zijn er geen gepersonaliseerde advertenties meer toegestaan.

Online



Dynamisch adverteren in Spotify podcasts

Sinds juni 2019 kunnen adverteerders al adverteren binnen podcasts van Spotify op categorieniveau. Nu is het sinds begin januari ook mogelijk om dynamische targeting te gebruiken zoals leeftijd, geslacht, luistergedrag en luisterapparaat. Deze nieuwe targeting is enkel mogelijk bij podcast die worden gestreamd en heeft de naam Streaming Ad Insertion (SAI) gekregen.

Mediaontwikkelingen



Social

Adverteren in TikTok binnen Nederland

TikTok is een zeer sterk groeiend platform onder met name de jonge tot zeer jonge doelgroep. Adverteerders zien dan ook steeds meer potentie in dit social medium maar de mogelijkheid van (direct) adverteren blijft nog uit. Slechts in een twintigtal landen is de mogelijkheid tot adverteren inmiddels beschikbaar gemaakt. Het platform zelf heeft uitgesproken dat de uitrol per land zorgvuldig wordt bekeken maar het zal hoogstwaarschijnlijk niet heel lang meer duren voordat het ook in Nederland beschikbaar komt.

Het is momenteel echter wel mogelijk om op kleinere schaal, indirect de adverteren binnen TikTok. TikTok heeft het mogelijk gemaakt op middels het zogenaamde Audience Network van Facebook advertenties te voeren in de app. Dit is uiteraard niet optimaal en je kunt er ook niet voor kiezen om via Facebook alleen de adverteren binnen TikTok maar het kan dus wel zijn dat jouw advertenties die je voert op het Facebook/Instagram platform, zichtbaar worden binnen de TikTok app.

Mediaontwikkelingen



Tops ...

De kijkcijfers van Wie is de Mol en Heel Holland bakt blijven ook in 2020 huizenhoog. Heel Holland bakt behaalt met meer dan 3 miljoen kijkers een marktaandeel van bijna 50% op de zondagavond.



en flops

Minder succesvol waren de nieuwe dagelijkse quiz 50/50 van Winston Gerschtanowitz op SBS6. Ook de opvolger van Chateau Meiland: De Scheetjes presteerde onder verwachting en werd van het tijdslot afgehaald. RTL4 haalde niet het beoogde succes met de nieuwe en dure serie Baantjer: het begin.



Vooruitblik tv in 2020

Discovery bekijkt de mogelijkheden om een lineair klus-en woonzender HGTV in Nederland te lanceren. Hier is nog geen vergelijkbaar concept van op de Nederlandse televisie en kan voor een grote groep adverteerders interessant zijn.



Het Songfestival vindt in 2020 in Nederland plaats. De voorbereidingen zijn in volle gang. Zo zijn de presentatoren Jan Smit, Chantal Janzen en Edsilia Rombley al volop aan het warm draaien. Talpa maakte melding dat Rolf Wouters terug op de buis komt. Hij zal vanaf april op SBS6 te zien zijn met quiz Split Screen.

Mediaontwikkelingen



Edwin Evers weer terug op de radio

In januari 2020 is Edwin Evers tijdelijk teruggekeerd op Radio 538 om z'n oude collega Coen Swijnenberg te vervangen in 'De Coen en Sander Show'. Sinds begin november maakte Sander Lantinga de middagshow met 538-deejay Barend van Deelen nadat Coen Swijnenberg aankondigde even wat gas terug te moeten nemen. Omdat Swijnenberg nog wat tijd nodig heeft en Barend van Deelen begin 2020 op vakantie ging, heeft Edwin Evers vooralsnog de plek overgenomen in 'De Coen en Sander Show'.

Radio



Gouden RadioRing

De 'Gouden RadioRing' voor het beste radioprogramma is dit jaar naar het radioprogramma 'Veronica Inside' van Wilfred Genee op Radio Veronica gegaan. De Zilveren RadioSter Vrouw ging naar Marieke Elsinga van Qmusic en de Zilveren RadioSter Man ging naar Bram Krikke van Slam! De Marconi Award voor beste zender mocht in ontvangst genomen worden door Qmusic.

Mediaontwikkelingen



Clear Channel Nederland wint concessie Gouda

Clear Channel Nederland heeft de concessie in de gemeente Gouda gewonnen. Met ingang van 1 april 2020 start de concessie. De overeenkomst betreft een minimale looptijd van 15 jaar en hiermee voegt de exploitant 230 analoge zijdes en 20 m² schermen toe aan haar netwerk. Een deel van de abri's wordt voorzien van een AED en zonnepanelen.

OOH



Digitale reclamemasten van Clear Channel overgenomen door Ocean

Per 1 januari 2020 heeft Ocean de digitale snelwegmasten van Clear Channel Nederland overgenomen. De reclamemasten waar het om gaat zijn: Triple Digital in Rotterdam (A16), Double Digital in Amsterdam (A5), Diamond in Waddinxveen (A12) en de Box in Amsterdam (A4). Het aantal reclamemasten van Ocean komt hiermee op 283. Hun positie als grootste digitale OOH speler wordt hiermee versterkt.

Mediaontwikkelingen



Donald Duck grootste printbereik

Uit de nieuwste versie van NOM Printmonitor 2019 IV blijkt dat Donald Duck het grootste printbereik heeft.

De top 10 ziet er als volgt uit:

1.	Donald Duck (Sanoma)	1.468.000
2.	Libelle (Sanoma)	1.390.000
3.	ADR Magazine (DPG Media)	1.157.000
4.	LINDA. (Mood for Magazines)	1.146.000
5.	Vrouw (Mediahuis)	1.049.000
6.	Privé (Mediahuis)	1.010.000
7.	Margriet (Sanoma)	944.000
8.	Quest (Hearst)	850.000
9.	vtwonen (Sanoma)	845.000
10.	PLUS Magazine (Plus)	834.000

Print



De weekkrant VIA Limburg wordt vanaf januari niet meer huis-aan-huis verspreid

Het blad wordt dan als vaste bijlage bij De Limburger bijgevoegd. De 110.000 abonnees van De Limburger krijgen het weekblad voortaan op woensdag bij hun krant.

Daarnaast verspreidt de uitgever nog eens 40.000 exemplaren bij een aantal servicepunten. De uitgave blijft digitaal gratis te lezen. Dit is de eerste uitgever die de verspreiding op deze wijze gaat hanteren.

