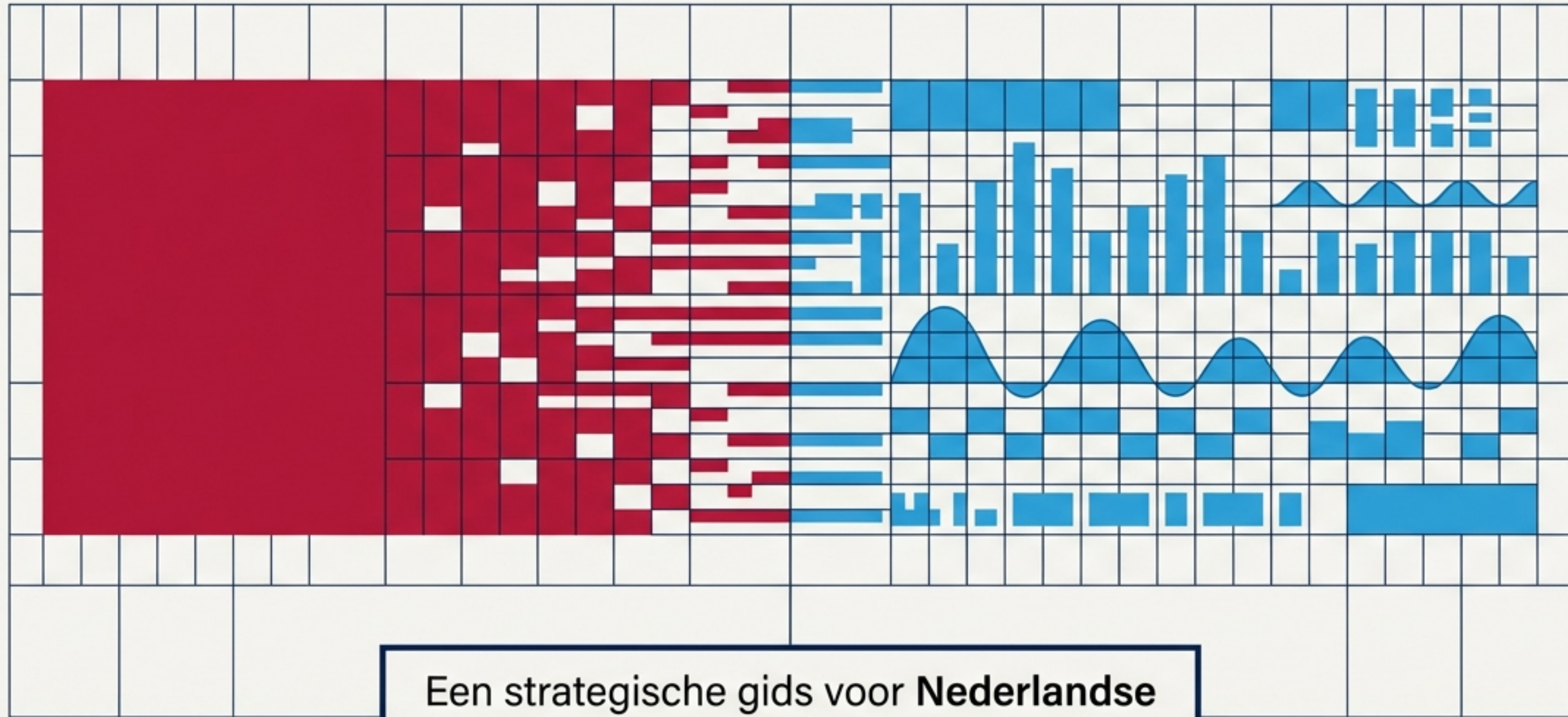
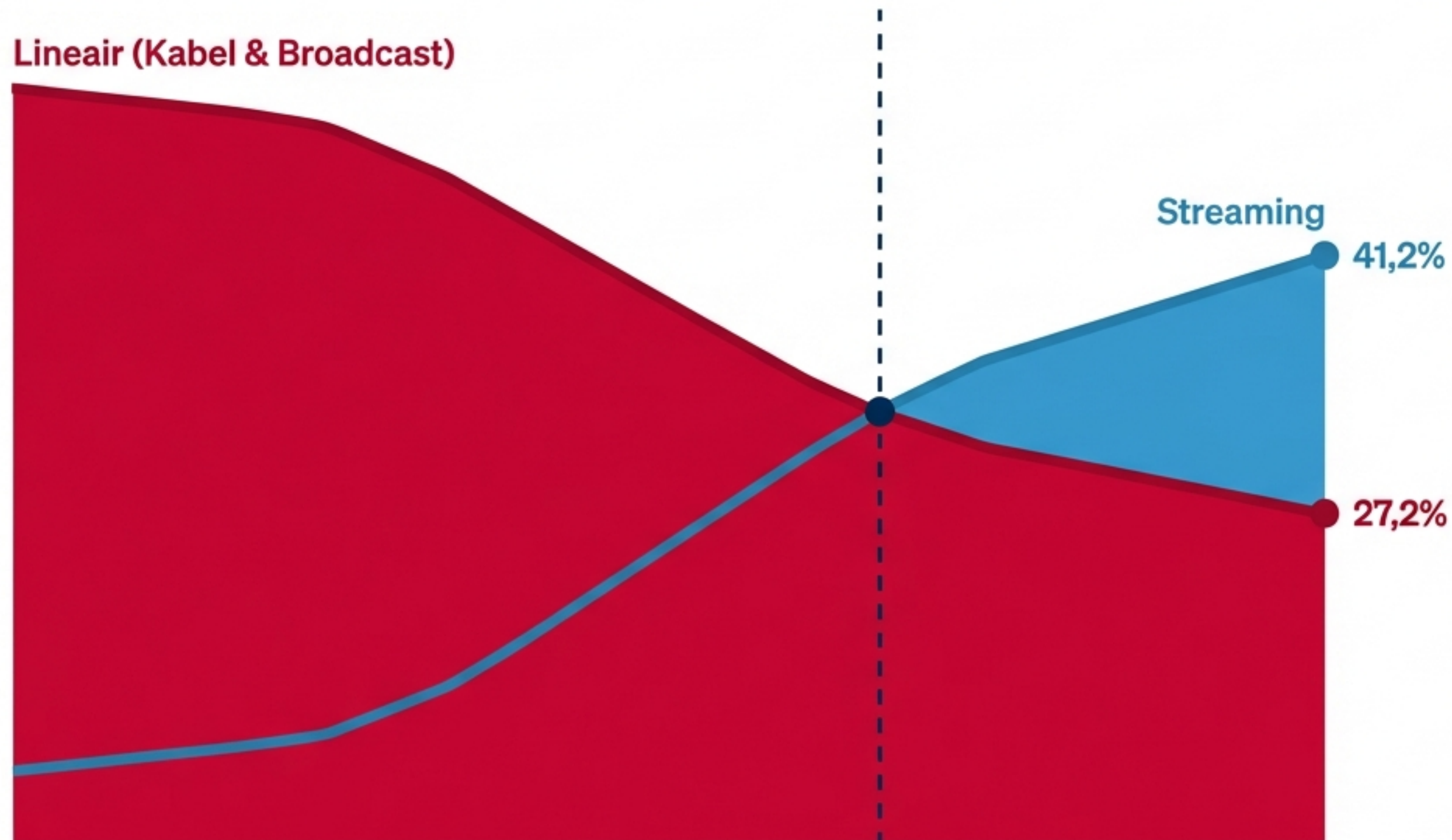


Connected TV Advertising Playbook Nederland 2026

Van Lineair naar Streaming



Situatie-analyse: De Amerikaanse Markt als Voorspeller



De Amerikaanse tv-markt functioneert als de ultieme macro-economische voorspeller. Streaming domineert nu met 41,2% van de kijktijd, terwijl lineair is gedaald tot 27,2%.

De Nederlandse Markt: Waar Staan Wij in Deze Transitie?



Traditioneel Lineair

NPO 1, 2, 3

Sterk in nieuws en live sport, maar krimpende totale kijktijd bij jongere doelgroepen.



Broadcaster VOD

RTL Videoland, NPO Start

Hybride modellen met schaal. NPO test inmiddels advertentie-pilots.



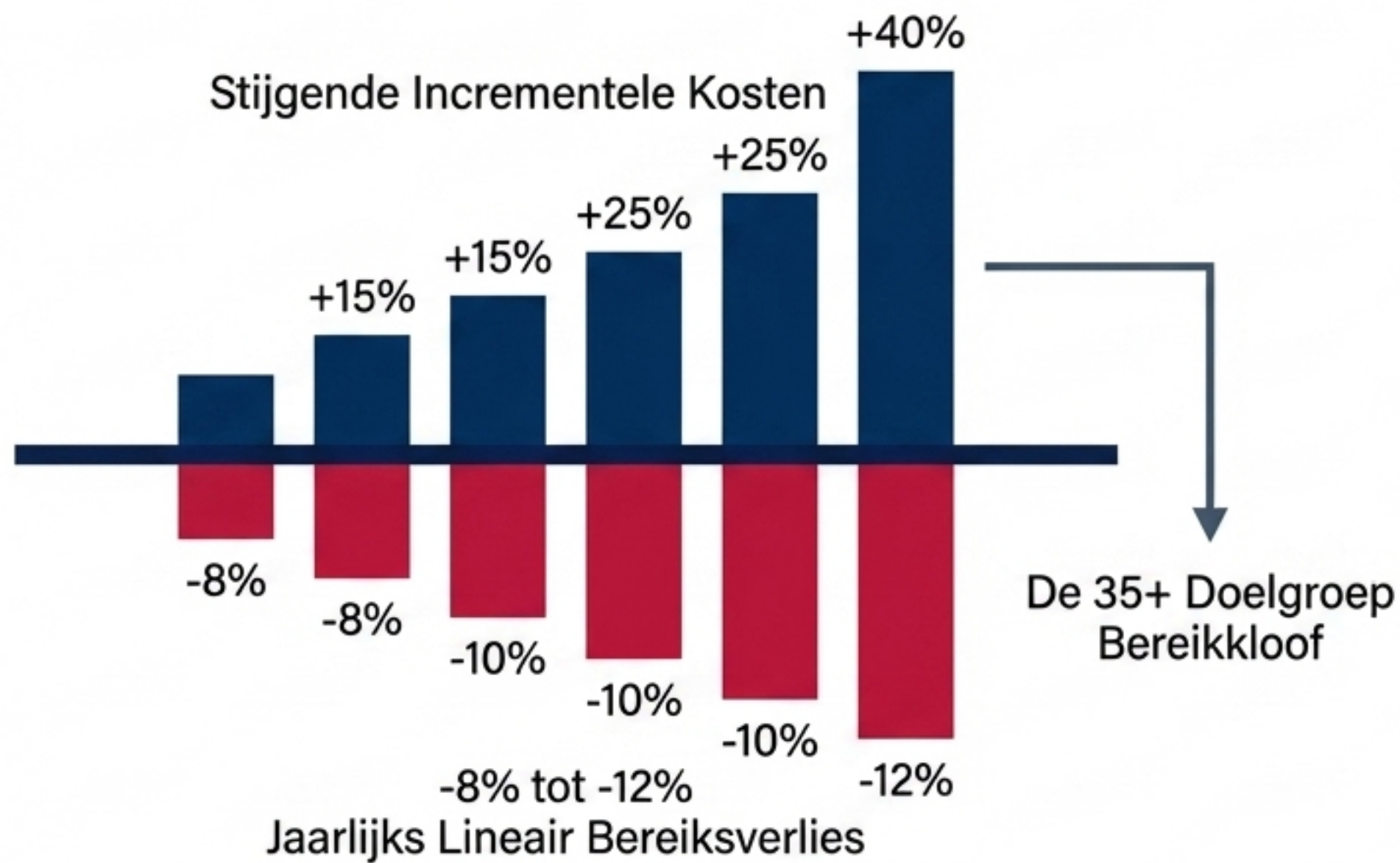
Internationaal CTV & AVOD

Netflix, Disney+, Prime Video, YouTube

Extreem snelle penetratie bij de 35-doelgroepen.

De Urgentie: Waarom Stilzitten Geen Optie Is

De 35+ Doelgroep Bereikkloof



Lineair TV-bereik daalt met 8 tot 12% per jaar.

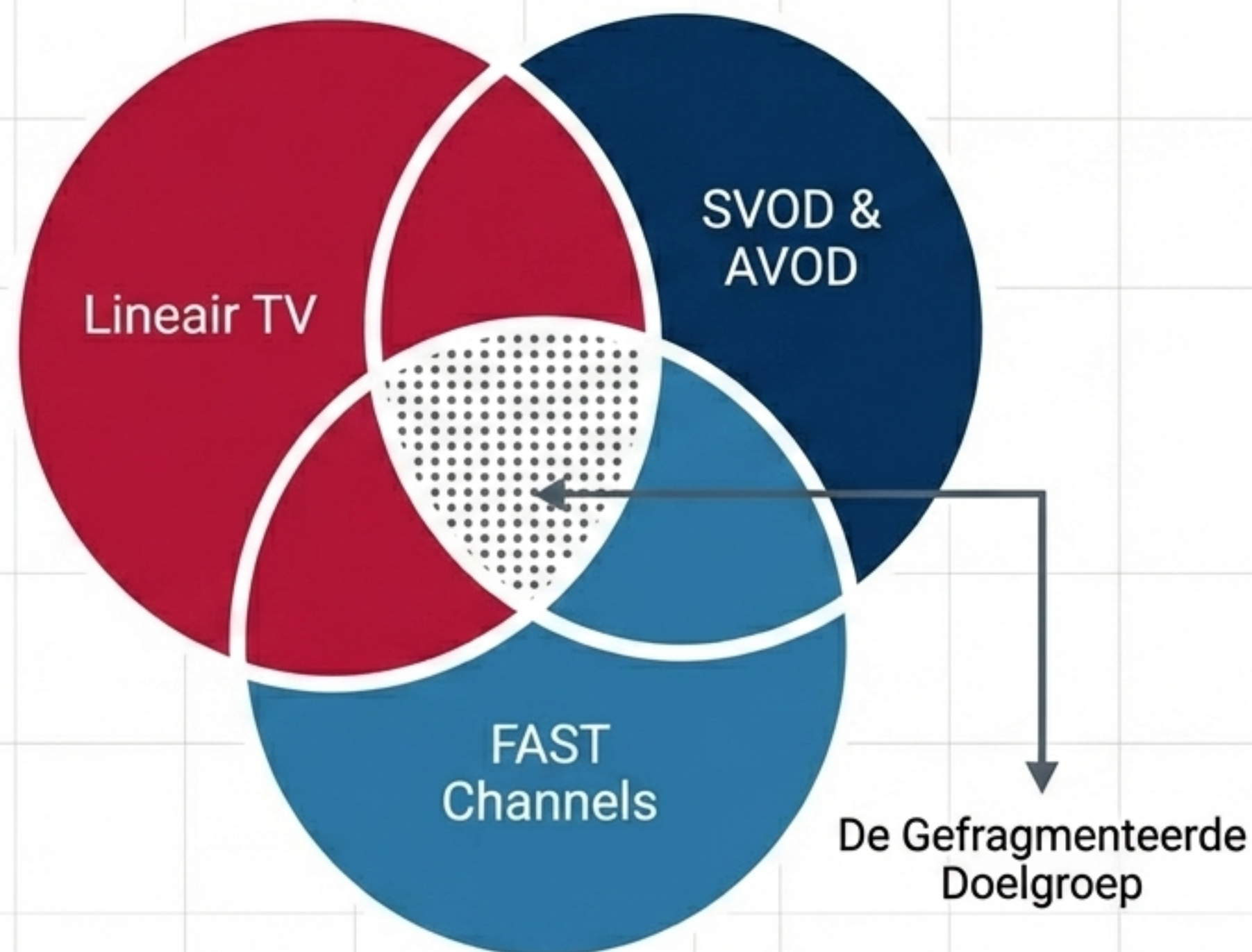
Adverteerders die hun mediamix niet aanpassen, verliezen systematisch contact met de doelgroep onder de 50 jaar.

De incrementele kosten om deze verloren kijkers via lineair te bereiken, stijgen disproportioneel snel.

Het CTV Transformatie Framework



Stap 01: Audience Mapping



Datagedreven Inzicht

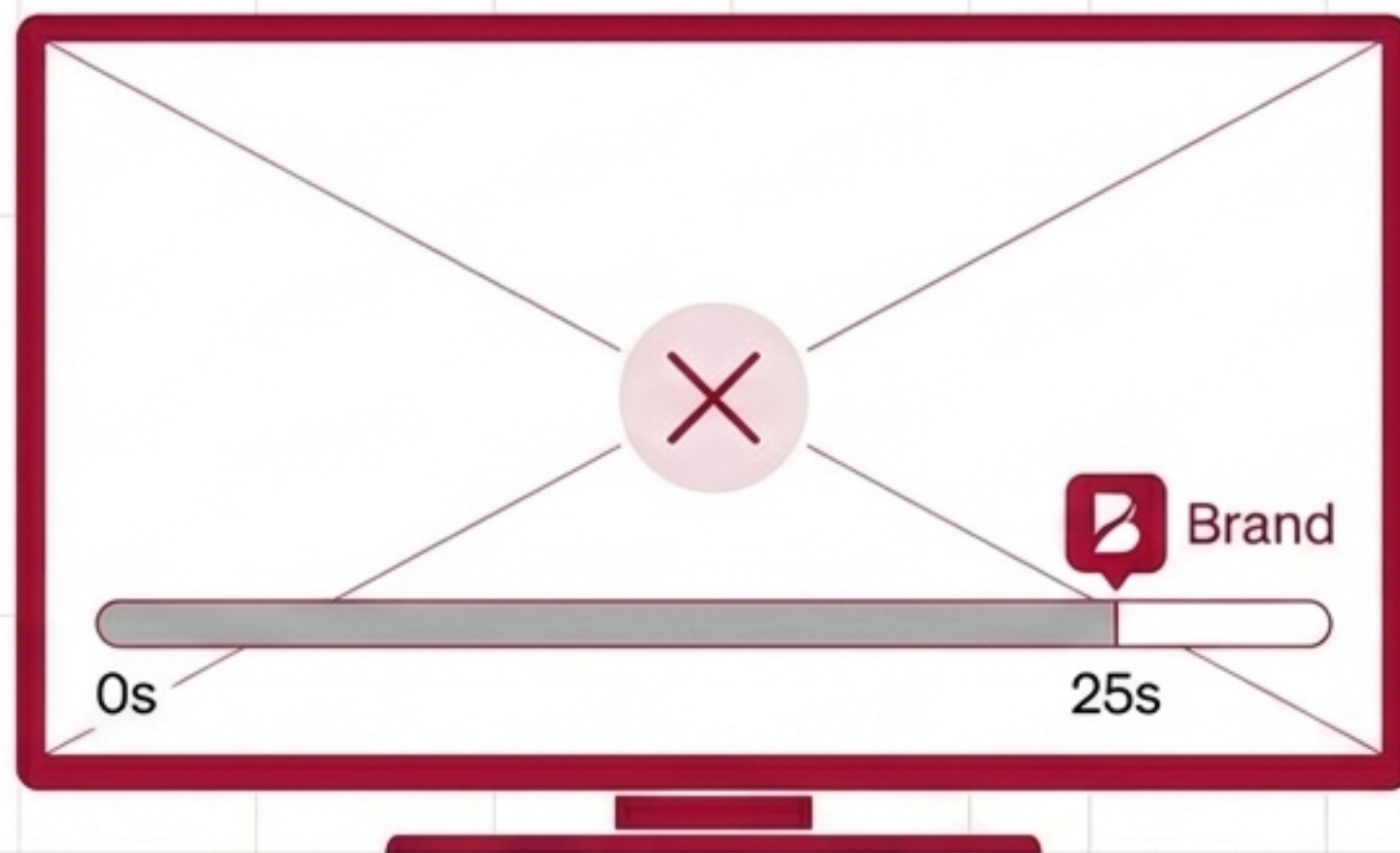
Traditionele meetsystemen volstaan niet meer. Combineer legacy GfK en SKO data met first-party streaming platform insights om cord-cutters en cord-shavers nauwkeurig in kaart te brengen.

Stap 02: Strategische Platform Selectie

PLATFORM TYPE	BEREIK & VOORBEELDEN	TARGETING & CPM
AVOD (Broadcaster)	RTL+, NPO Start met ads	Hoog lokaal bereik. CPM benchmark Nederland: €8-€18.
Internationale CTV	YouTube TV, Prime Video	Schaalbaar, diepe huishouden-targeting.
FAST Channels	Roku Channels, Samsung TV+	Niche bereik, sterke lower-funnel performance.

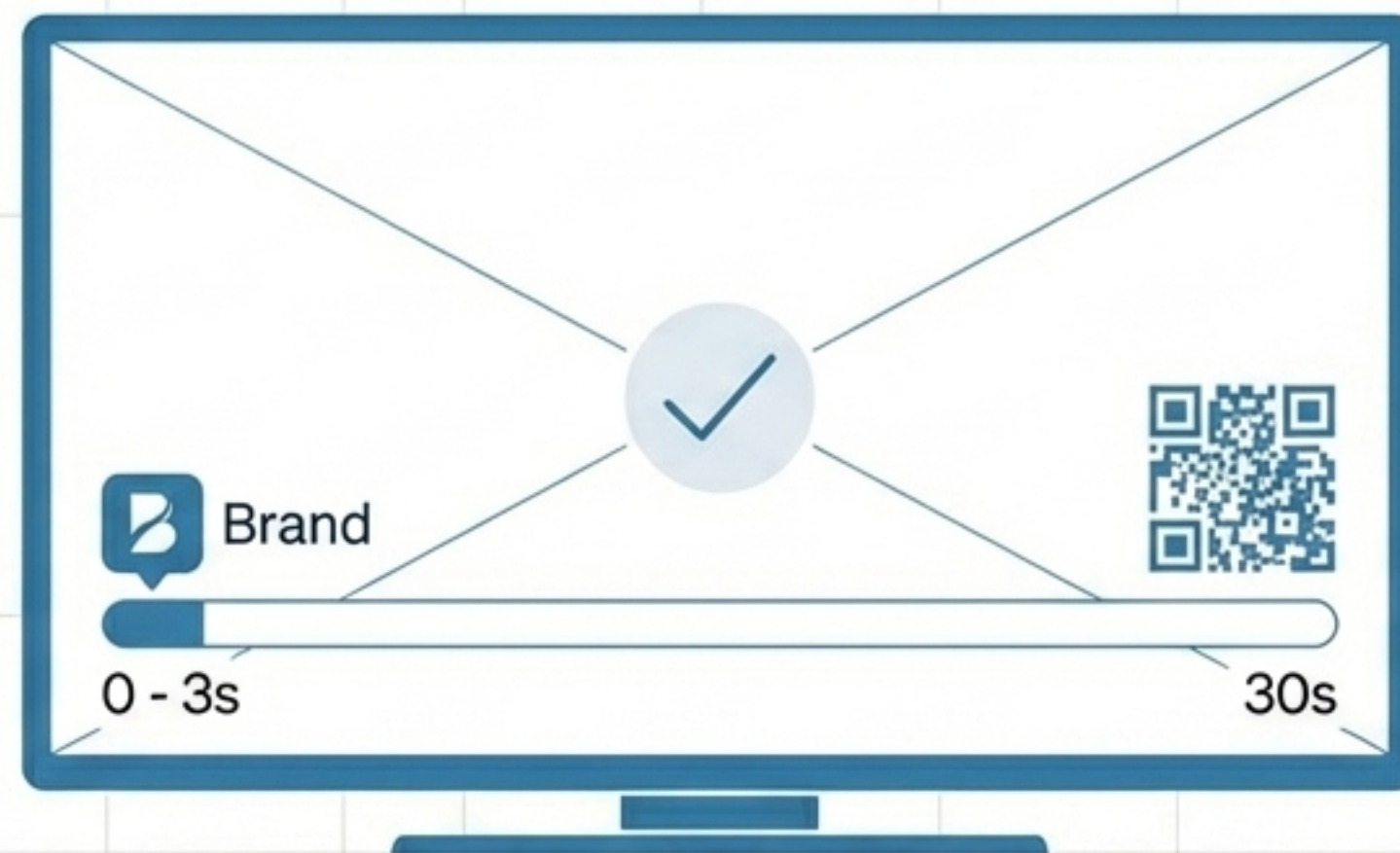
Stap 03: Creative Adaptatie voor het Grote Scherm

Lineaire TVC Recyclen



- Lange opbouw (30s+)
- Merklogo pas na 25 seconden
- Geen directe actie mogelijk

CTV-Specifieke Productie



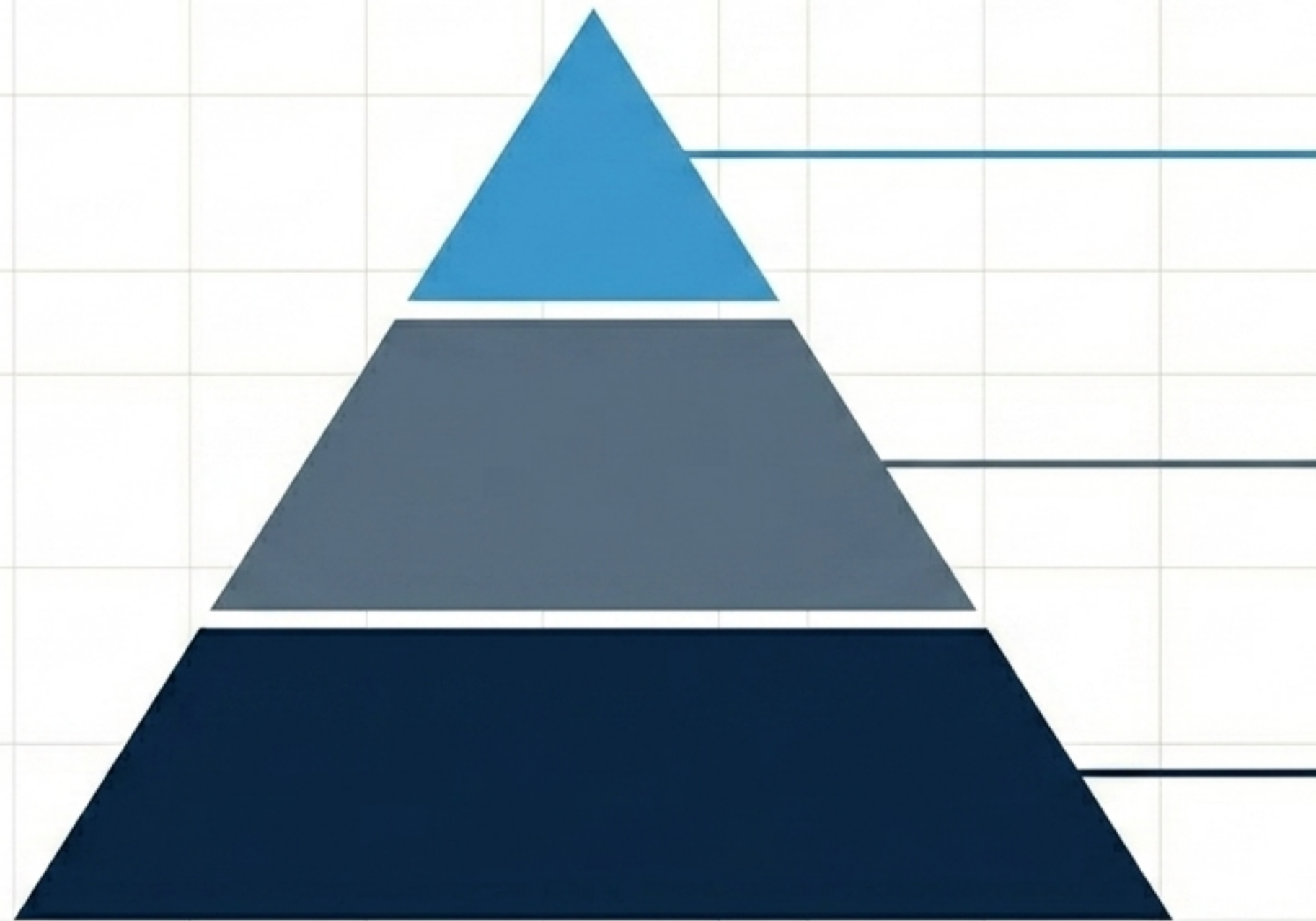
- Non-skippable 15-30s formats
- Snelle branding binnen 3 seconden
- Call-to-action via QR code
- Test iteratief op Completion Rate en Brand Lift

Stap 04: Programmatic CTV Buying



Stap af van traditionele upfront inkoop. Gebruik **Demand--Side Platforms** voor datagedreven executie. Frequency capping over alle kanalen voorkomt irritatie en budgetverspilling.

Stap 05: Geavanceerde Measurement Setup



Sales Attribution Modellen

Koppelen van blootstelling aan conversies, specifiek voor CTV.

Brand Lift Studies

Real-time meten van merkoverweging via CTV-panels.

ACR Data (Automatic Content Recognition)

Pixel-analyse voor exact blootstellingsgedrag.

De Nederlandse Marktcontext in Cijfers

**4,2
Miljoen**

Huishoudens bereikt
door RTL AdAlliance
via CTV.

**Pilots
Gestart**

NPO innoveert met
gerichte advertising
on-demand kanalen.

**+45%
YoY**

Groei van YouTube
CTV consumptie in
Nederland.

Executie-Regels: De Do's en Don'ts

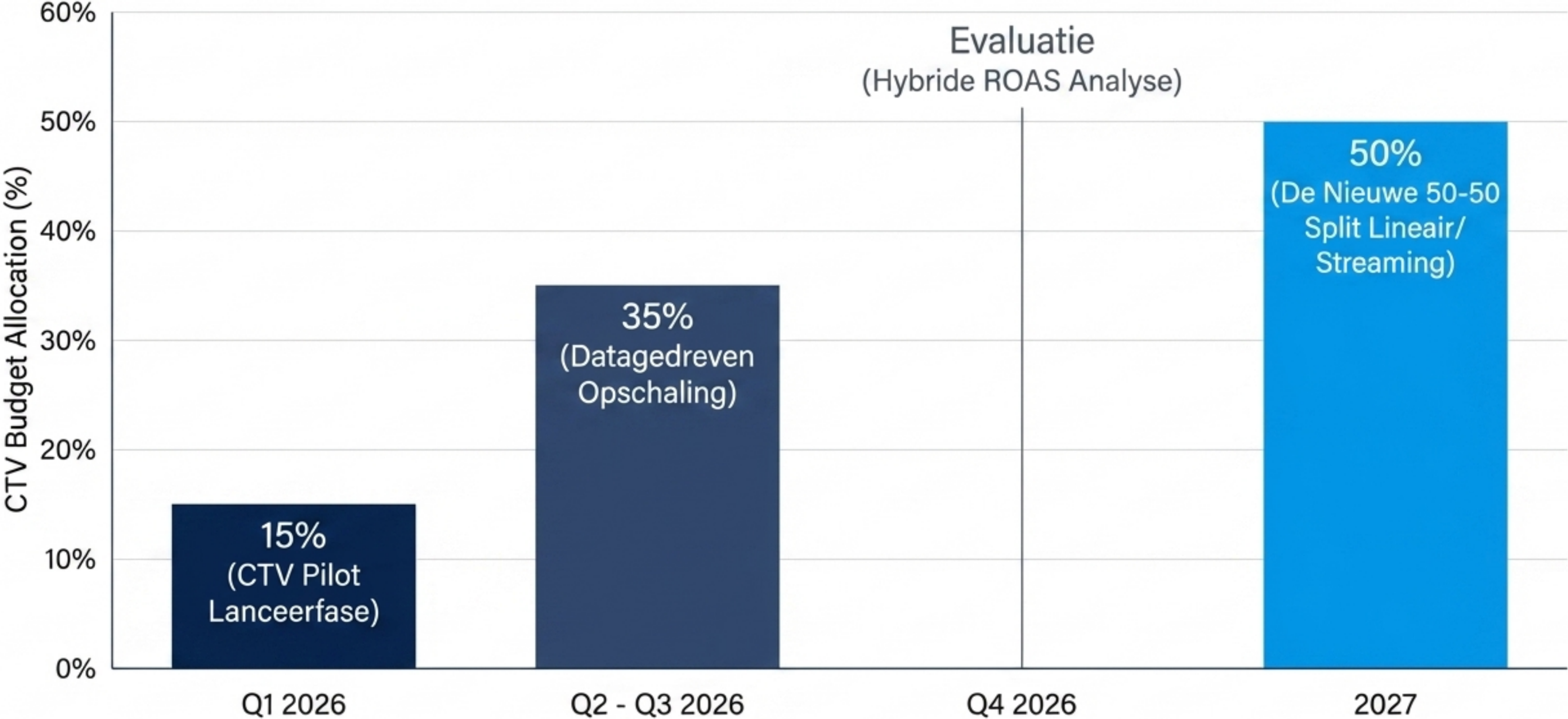
WEL DOEN

- ✓ Test FAST channels specifiek voor lower funnel performance marketing.
- ✓ Segmenteer budget naar doelgroep, niet uit gewoonte naar platform.

NIET DOEN

- ✗ Lineaire budgetten 1-op-1 overzetten naar streaming zonder de creative aan te passen.
- ✗ CTV uitsluitend afrekenen op last-click attributie.

Budget Reallocation Roadmap (2026 - 2027)



Performance Management: Het KPI Dashboard

Video Completion Rate (VCR)

> 85%



View-Through Rate (VTR)

> 70%



Brand Lift

+8 tot 12 pp



Cost Per Completed View (CPCV)

€0,15 - €0,35



ROAS

Vergelijk Lineair vs CTV



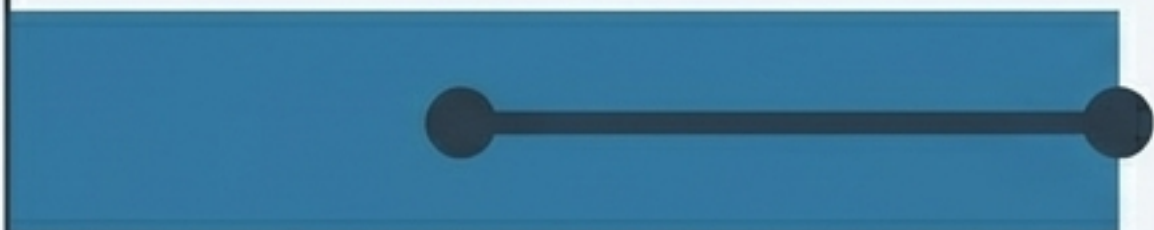
Financiële Richtlijnen: Investeren in Nederland

CPM Vergelijking

Lineair TV: €12 - €25



Connected TV: €8 - €18



De Pilot Drempel

Minimaal €50.000 per kwartaal vereist voor een betekenisvolle, statistisch significante test.

Structurele Aanwezigheid

Jaarbudget vanaf €250.000+ voor volwaardige always-on CTV strategie.

De 4-Weken Implementatie Sprint

Week 1: Audit

Interne audit van huidige TV-spending en doelgroepbereik.

Week 2: Sourcing

Platform gesprekken voeren met RTL AdAlliance, NPO en YouTube.

Week 3: Production

Creative briefing en productie van CTV-geoptimaliseerde video-assets.

Week 4: Launch

Eerste campagne live via DSP met actieve attributiemeting.

Samenvatting: De 5 Key Takeaways

- 1** Streaming wint van lineair; start vandaag nog met de transitie naar CTV.
- 2** CTV is géén lineaire TV 2.0; het vereist een fundamenteel andere creative en targeting.
- 3** FAST channels bieden ongekennde kansen voor performance marketing op het grote scherm.
- 4** Begin met een beheerste 15% budget test in het eerste kwartaal van 2026.
- 5** Measurement (ACR) is complex, maar absoluut essentieel voor het leveren van ROI-bewijs.



Uw Directe Actieplan

01

Analyseer Bereik

Download uw huidige TV-bereik data en vergelijk dit direct met de streaming penetratie van uw specifieke doelgroep.

02

Plan Strategie

Plan deze week een gesprek met RTL AdAlliance en YouTube over de concrete CTV mogelijkheden voor uw merk.

03

Reserveer Budget

Reserveer direct €75.000 uit het Q1 2026 media budget voor de uitvoering van uw eerste CTV pilot campagne.