DIGITAL OOH GROEIT 6,5% MAAR DUURZAAMHEID WORDT VERPLICHT

Jouw Programmatic Strategie voor 2026

DOELGROEP: CMO'S & SENIOR MARKETEERS | REGIO: NEDERLAND | EDITIE: 2026

frank.news

De Paradox van 2026: Marktgroei vs. Strikte Restricties

Marktgroei 2026

€167M

Totale Nederlandse DOOH-markt (24% van totale OOH)

+6,5%

Verwachte jaarlijkse marktgroei in Nederland

+44%

Wereldwijde stijging in pDOOH-bestedingen

De Urgentie voor CMO's

Fossielverbod Overheid

Amsterdam verbiedt vanaf mei 2026 reclame voor vlees, vliegreizen en fossiele auto's. Den Haag ging als eerste stad ter wereld voorop met een totaalverbod.

Budget Druk

Slechts 19% van de marketeers verwacht in 2026 een hoger totaalbudget. Het verschuiven naar kostenefficiënte pDOOH is een harde eis.

Adoptiesnelheid

Wereldwijde pDOOH-adoptie stijgt komende 18 maanden van 34% naar 48%. First-mover advantage op premium duurzame locaties is cruciaal.

Het DOOH Strategie Framework 2026

5 stappen voor effectieve, programmatic en duurzame campagnes

Stap 1: Programmatic DOOH Setup

Infrastructuur, DSP/DMP selectie & real-time bidding.

Stap 2: Data-Driven Targeting

Contextuele integratie: weer, tijd, locatie, audience.

Stap 3: Duurzame Mediaplanning

Fossielvrije netwerken & groene energie-schermen.

Stap 4: Creatieve Optimalisatie

Dynamische content & real-time A/B testing.

Stap 5: Digitale Integratie

Cross-channel synergie: mobile, geofencing, QR.

Stap 1: Programmatic DOOH Setup

Van inkoop op onderbuikgevoel naar datagedreven real-time bidding (RTB)

DMP & DSP Selectie

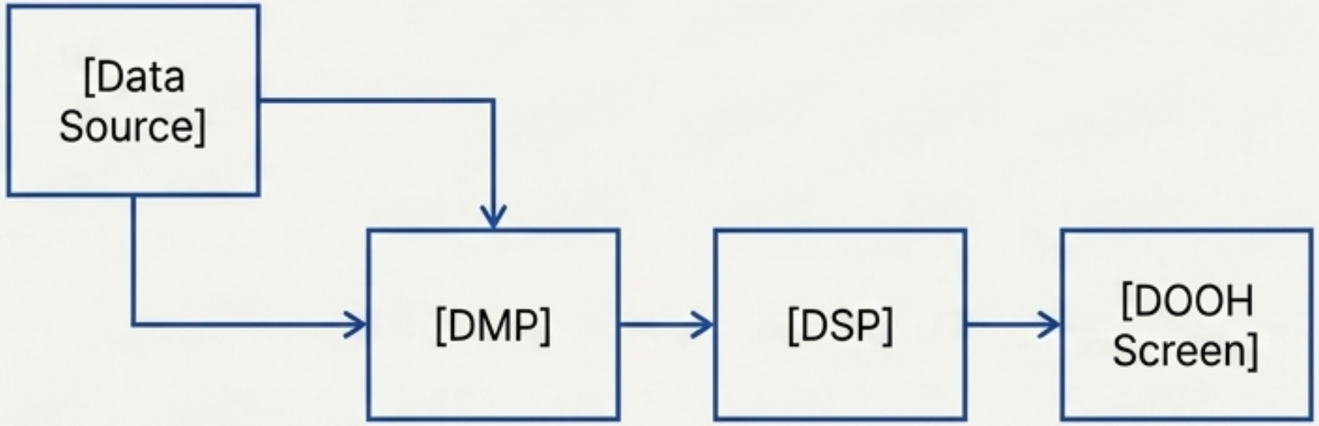
Kies Demand-Side Platforms met een robuuste DOOH-inventaris. Integreer met je bestaande DMP voor naadloze audience targeting.

Inkoopstrategie Bepalen

Beweeg van vaste netwerkinkoop naar open exchange of Private Marketplace (PMP) deals voor gegarandeerde premium schermen.

Real-Time Bidding (RTB)

Stel automatische biedingsregels in, direct gekoppeld aan de actuele passantenstroom en audience-samenstelling voor het scherm.



Primaire KPI: **Bereik per €1.000** (Maximalisatie van media-efficiëntie)

frank.news

Stap 2: Data-Driven Targeting

Real-time budget bijsturen op basis van contextuele variabelen

Locatie Data

Target schermen uitsluitend in specifieke postcodes of binnen een actieradius van 500m van fysieke points-of-sale.

Weer & Omgeving

Activeer specifieke uitingen enkel bij vooraf ingestelde triggers (bijv. regenval of temperatuur >25°C voor ijs-campagnes).

Tijd & Drukte

Verhoog biedingen uitsluitend tijdens spitsuren of wanneer mobiele teldata pieken in dwell-time op stations registreert.

Audience Profielen

Koppel geanonimiseerde mobiele ID-data aan locaties om een hoge indexering van specifieke doelgroepen te garanderen.

Primaire KPI: **Relevantie-score** en **Conversieratio**

Stap 3: Duurzame Mediaplanning

Mitigeer compliancerisico's en navigeer nieuwe gemeentelijke ESG-normen

- **Identificeer Groene Schermen:** Auditeer exploitanten hard op energieverbruik. Selecteer uitsluitend schermen op 100% geverifieerde groene stroom die na middernacht uitschakelen.
- **Navigeer het Fossielverbod:** Zorg voor strikte blacklisting in de DSP van steden met verboden (Amsterdam, Den Haag) voor vlees, vliegreizen en fossiele auto's.
- **Real-time CO2-Compensatie:** Integreer carbon-calculators in de DSP om de voetafdruk per uitservering direct te berekenen en te compenseren.

Brand Safety \ ESG Compliance		
	Suboptimal: Hoge Safety, Lage ESG	**Optimale Setup:** Groene Stroom & Blacklisting
	Non-compliance: Reputatieschade & Lokale Boetes	**Risky:** Lage Safety, Hoge ESG

Primaire KPI: CO2-Reductie % per gerealiseerde impressie

frank.news

Stap 4: Creatieve Optimalisatie (DCO)

Maximaliseer aandachtstijd in een vluchtige omgeving met dynamische content

1. Dynamische Content Creatie

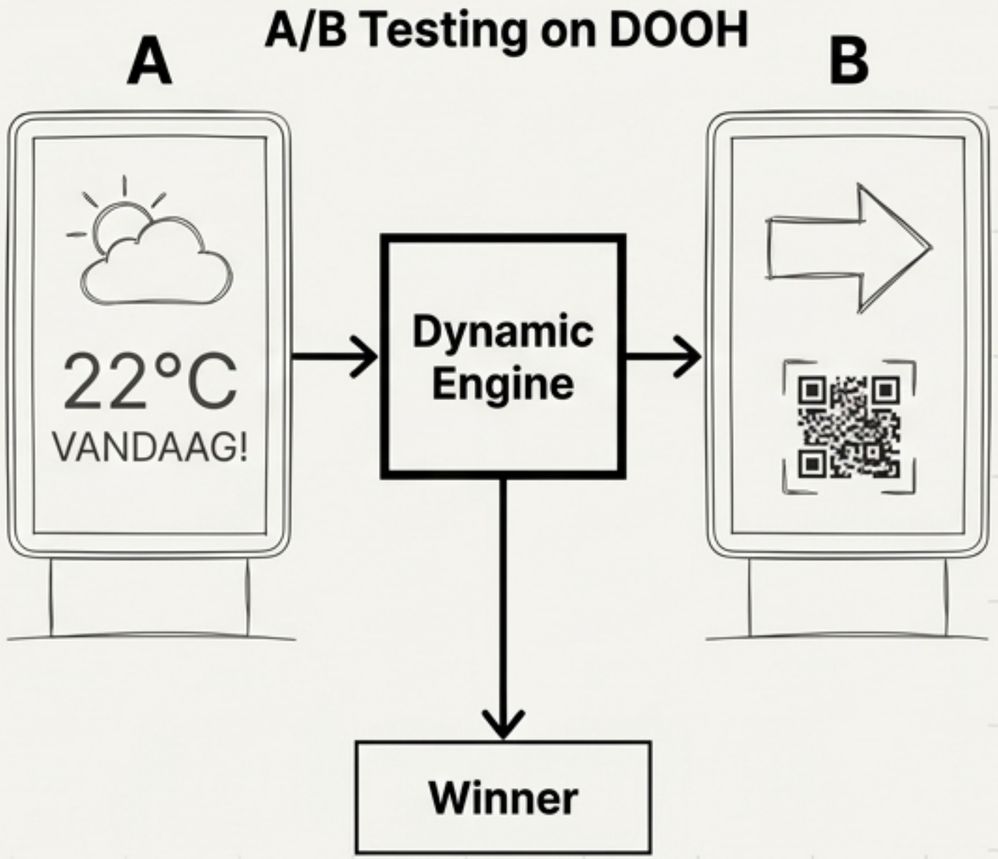
Gebruik DCO-technologie om tekst, prijs of richtingaanwijzers real-time aan te passen aan de passerende doelgroep.

2. Programmatisch A/B Testen

Lanceer meerdere varianten. Het algoritme schuift budget automatisch naar de uiting met de hoogste viewability.

3. Formaatspecifiek Design

Hanteer strikte ontwerpregels: motion design voor digitale masten (hoge snelheid), detailrijke interactie voor street furniture (hoge dwell-time).



Primaire KPI's: Attention Time (seconden) & Brand Lift (%)

frank.news

Stap 5: Integratie met Digital Channels

DOOH is geen silo: activeer de cross-channel multiplier

Mobile Retargeting (Geofencing)

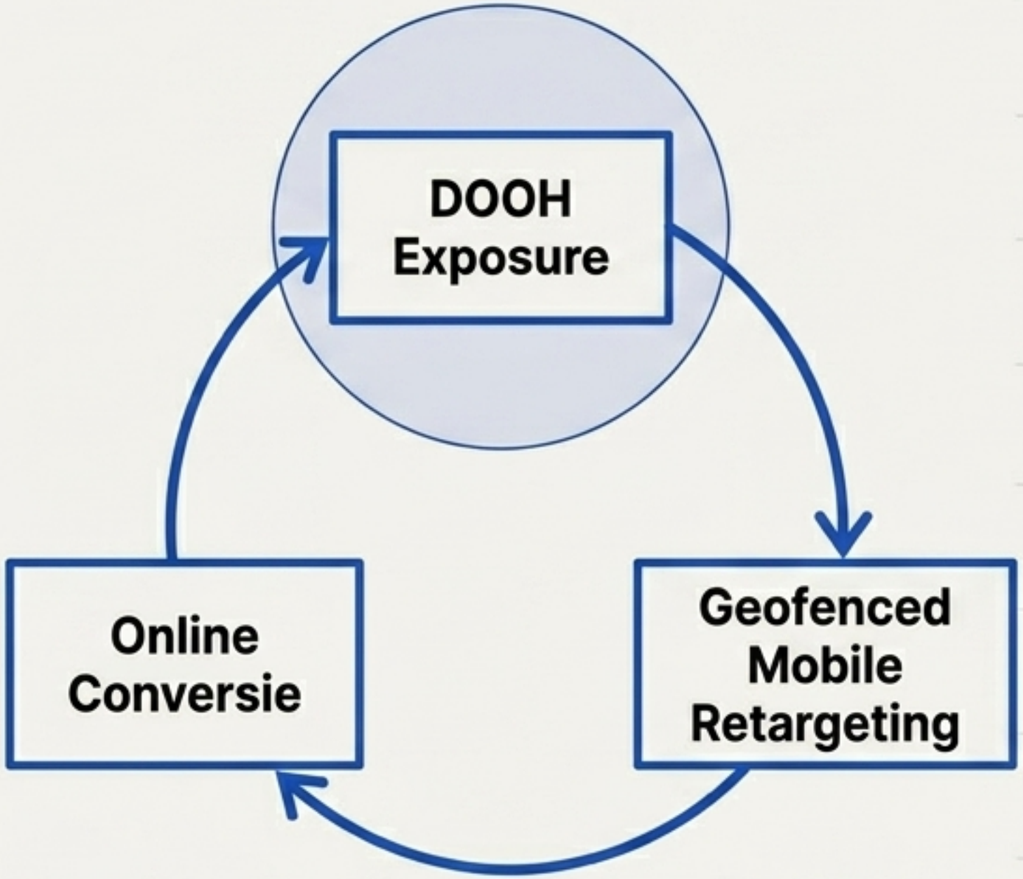
Vang device-ID's af binnen een straal van 50m van het scherm. Retarget deze gebruikers binnen 1 uur met performance ads op social.

Direct-Response Mechanismen

Implementeer dynamische QR-codes op locaties met een hoge dwell-time (NS-stations) voor directe leadgeneratie en attributie.

Omnichannel DSP Beheer

Stuur DOOH, Mobile en Display aan vanuit één centrale DSP om contactfrequentie (frequency capping) over de gehele funnel te beheren.



Primaire KPI: Cross-channel attributie en gecombineerde CPA

frank.news

De Nederlandse Marktcontext: Waar zit de groei?

Strategische budgetallocatie over de 3 belangrijkste premium omgevingen

NS Stations (Transit)

Hoge Dwell-Time | Captive Audience

Ideaal voor complexe boodschappen en QR-activatie. Optimaliseer via pDOOH specifiek voor de spitsuren.

Winkelstraten (Retail)

Hoge Intent | Directe Conversie

Cruciaal voor FMCG. Let op: zwaarst getroffen door gemeentelijke fossielverboden. Directe koppeling met Point-of-Sale data vereist.

Schiphol & Snelwegen

Hoog Volume | Premium B2B

Digitale masten voor grootschalige awareness. Schiphol biedt uiterst specifieke targeting op zakelijke beslissers (B2B).

Primaire KPI's: Bereik, Conversie (Retail), en B2B Lead Generatie

frank.news

Inkoopmodellen: Programmatic vs. Traditioneel

De harde business case voor de verschuiving naar pDOOH in 2026

Dimensie	Traditionele Inkoop (OOH)	Programmatic DOOH (pDOOH)
Kosten / Waste	Vaste netwerkprijzen, hoog risico op waste	✔ Bieden op waarde, strikte CPM-controle
Flexibiliteit	Weken voorlooptijd, geen annulering	✔ Uur-tot-uur pauzeren, real-time optimalisatie
Targeting	Brede demografie, statische locatie	✔ Weer, tijd en live mobility data triggers
ESG Compliance	Trage aanpassing aan lokale regels	✔ Directe uitsluiting via blacklisting / geo-fencing
Meetbaarheid	Achteraf via steekproeven	✔ Real-time attributie en log-level data

Compliance & Uitvoering: Do’s & Don’ts

Voorkom kapitaalvernietiging door slechte data-integratie en ESG-fouten

DO’S (Best Practices)

- ✅ **Sluit lokale regelgeving in de DSP uit:** Voorkom actief boetes door locaties met een fossielverbod proactief te blacklisten.
- ✅ **Creëer specifieke DOOH-assets:** Korte leesafstand op straat vereist een fundamenteel ander design dan een snelwegmast.
- ✅ **Eis transparantie:** Neem harde duurzaamheidseisen (groene stroom) op in de SLA met je mediabureau.

DON’TS (Valkuilen)

- ❌ **TV-assets hergebruiken:** Een 30-seconden commercial presteert desastreus in een DOOH-omgeving zonder geluid.
- ❌ **Blind vertrouwen op ‘broad reach’:** Zonder datatriggers verlies je direct het ROI-voordeel van de pDOOH CPM-premium.
- ❌ **ESG-greenwashing:** Claim geen groene campagne als de hardware van de exploitant op grijze stroom draait of ‘s nachts onnodig aan staat.

Het DOOH KPI Dashboard 2026

Verschuiving van ‘geschat bereik’ naar meetbare performance metrics

Geverifieerde Impressies

Aantal daadwerkelijke passanten op het exacte moment van uitzending (via mobile teldata).

+12% YoY

Dwell Time

Gemiddelde tijd (in seconden) dat de doelgroep zich in de zicht-as van het scherm bevindt.

5.8s

Cross-Channel CPA

De gecombineerde Cost Per Acquisition na DOOH-blootstelling én mobiele retargeting.

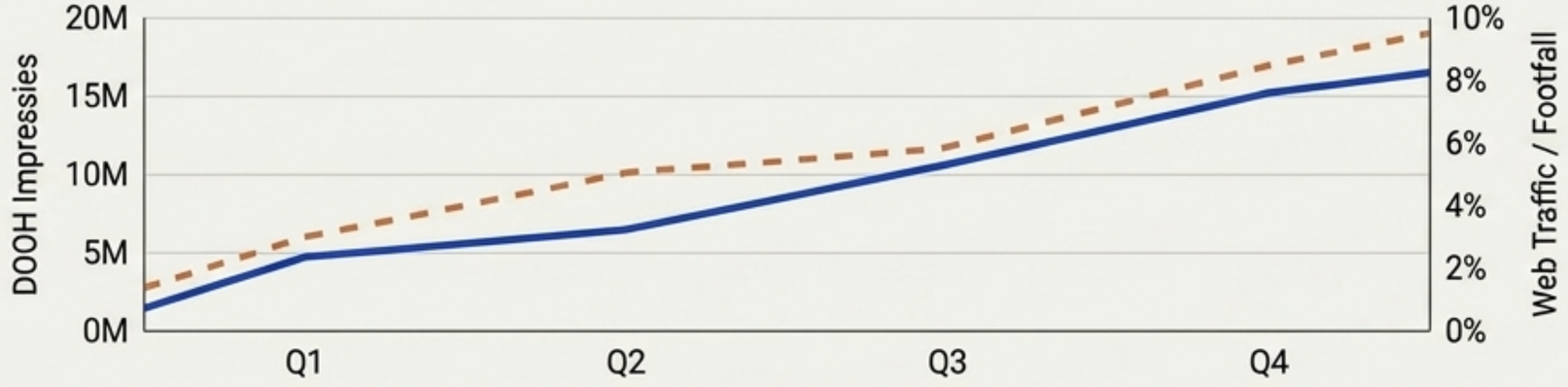
€12.50

CO2-Footprint

Gram CO2 per 1.000 impressies (de nieuwe harde compliance metric voor ESG-rapportages).

15g

Holistische Attributie



DOOH is geen standalone kanaal.

Koppel DOOH log-level data aan web analytics om incrementele lift (brand search, footfall) foutloos te meten.

frank.news

Budget Richtlijnen & Investering

Maximale schaalbaarheid binnen de stagnerende marketingbudgetten van 2026

Tier 3 (€300K - €500K+): Omnichannel Dominantie

Always-on zichtbaarheid. Integratie met custom audio-audiences, real-time footfall studies, en volledige premium CO2-compensatie.

Tier 2 (€150K - €250K): Nationaal Bereik (Data-Driven)

Substantiële landelijke dekking op premium inventaris (incl. snelweg), aangedreven door Dynamic Creative (DCO) en retargeting.

Tier 1 (€50K - €100K): De Pilot & Tactical Push

Ideaal voor hyper-lokale campagnes, **A/B testing van pDOOH data-triggers**, of als add-on op online. Focus op retail en geselecteerde NS-stations.

CPM Benchmark Kader

Realistische pDOOH CPMs variëren in 2026 tussen €8 en €25, afhankelijk van locatie (snelweg vs. Schiphol), data-overlays, en biedingsdrukte op dat moment.

Implementatie Roadmap: Week 1 tot 8

Het actieplan van partnerselectie tot de eerste live pDOOH campagne

Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8

Week 1-2: Audit & Partner Selectie

Audit bestaande vaste contracten op flexibiliteit. Selecteer een gespecialiseerde DSP en stel harde ESG-eisen vast.

Week 3-4: Data & Technologie Setup

Integreer 1st party data via de DMP. Definieer de targeting triggers (weer, tijd) en configureer blacklists voor steden met een fossielverbod.

Week 5-6: Creatieve Ontwikkeling

Ontwikkel dynamische DOOH-templates (DCO). Test leesbaarheid, contrast en motion-design regels per specifiek schermformaat.

Week 7-8: Pilot Launch & Optimalisatie

Lanceer een initiële testcampagne (€50k). Monitor real-time CPM, activeer mobiele retargeting en stuur direct bij op conversie.

frank.news

Executie: Jouw pDOOH Playbook Samengevat

De 5 key takeaways en jouw directe actieplan voor succes

1.
Groei & Efficiëntie:
De markt groeit, budgetten stagneren. pDOOH elimineert elimineert waste via data-driven inkoop.

2.
ESG is Harde Eis:
Fossielverboden dicteren mediaplanning. Blacklisting en groene stroom zijn verplicht.

3.
Context is Koning:
Koppel locatie, weer en doelgroepdata voor een drastische verhoging in relevantie.

4.
Creatieve Wendbaarheid:
Gebruik DCO om uitingen real-time af te stemmen op de passantenstroom.

5.
Cross-Channel Vliegwiel:
Zet DOOH in als motor voor mobiele performance retargeting.

Direct Actieplan (Next 3 Steps)

1. Duurzaamheidsaudit

Controleer per direct huidige OOH-partners op compliance met nieuwe stadsregels en 100% groene stroom.

2. Technologie Keuze

Onboard het juiste DSP-platform om real-time bidding en blacklisting mogelijk te maken.

3. Setup Pilot

Isoleer budget (€50k) voor een afgebakende pDOOH testcase in het volgende kwartaal om de ROI-uplift intern te bewijzen.

frank.news