

# Audio Streaming Strategie 2026: Van Lineair naar On-Demand

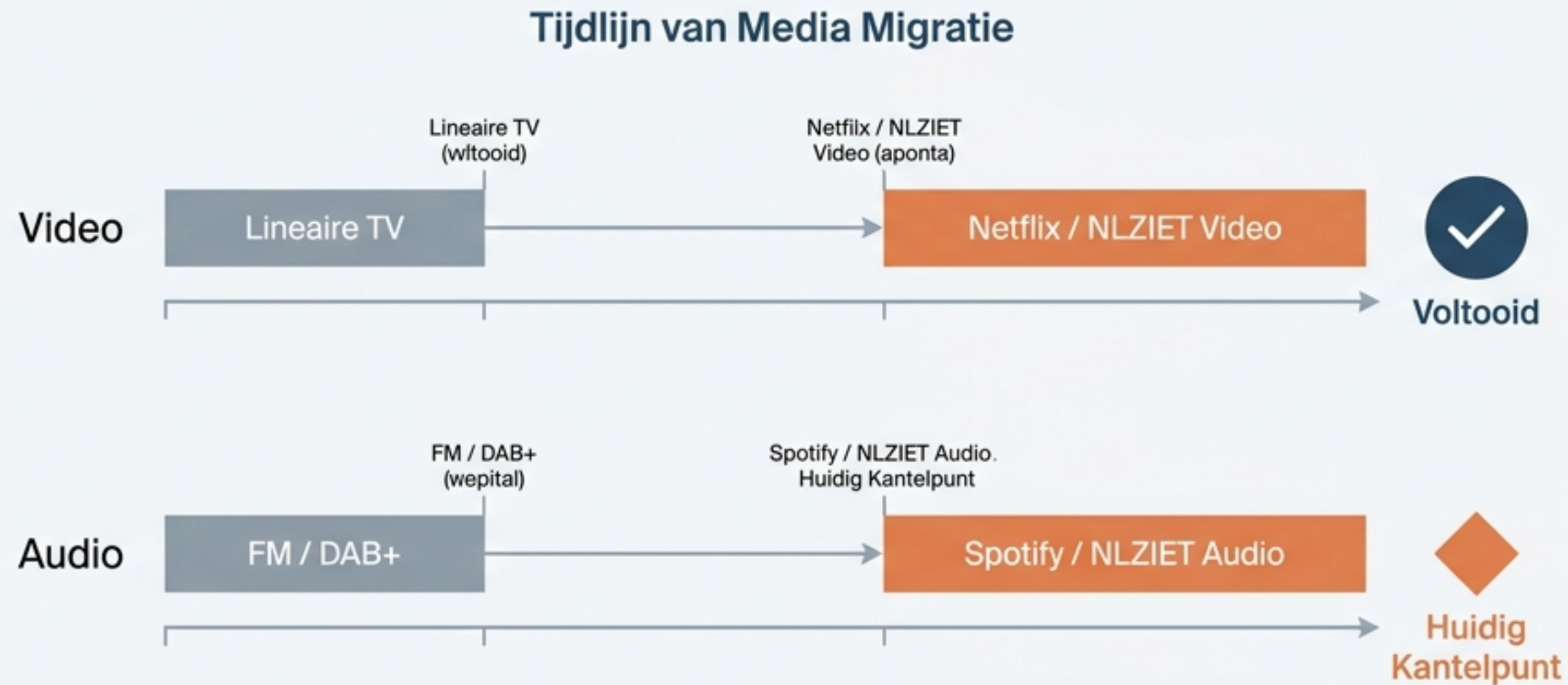
Een operationeel playbook voor de transitie naar audio 2.0.  
De toekomst van audio-advertising begint nu.



Auteur: Media Strategy Group  
Status: Definitief

# De digitalisering van radio bereikt het ‘Spotify-scenario’

Met de integratie van 70+ radiozenders op NLZIET en de verschuiving naar Apple CarPlay/Android Auto, is het omslagpunt bereikt. De techniek is gelijkgetrokken; de strijd gaat nu puur om platformintegratie.



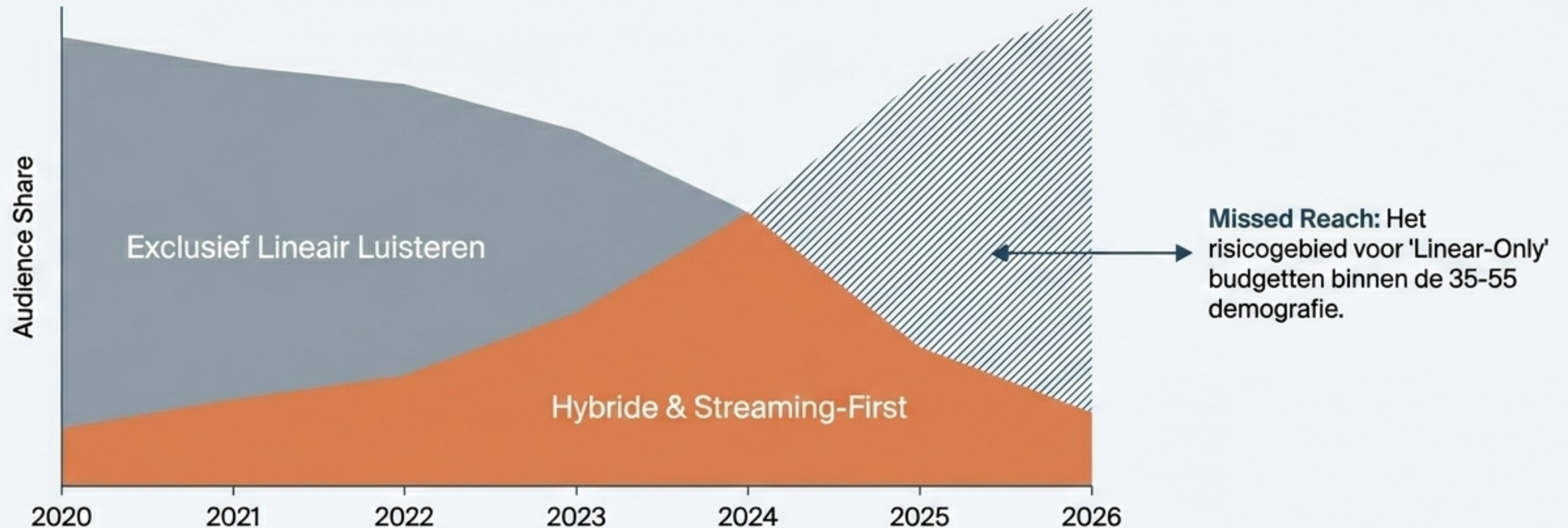
“There’s really no reason AM can’t sound the same quality as FM these days; technology is caught up, the only thing missing is the separation.”

– Bob Pittman, Voormalig CEO MTV Networks.

**Conclusie:** Kwaliteit is geen USP meer. Vindbaarheid in het autodashboard is de nieuwe battleground.

# De migratie van de 35+ doelgroep versnelt

Adverteerders die vasthouden aan traditionele inkoop creëren een blinde vlek. Terwijl exclusief lineair bereik krimpt, groeit Spotify in Nederland naar meer dan 6 miljoen gebruikers.



# 4-Stappenplan voor een Toekomstbestendige Audiostrategie

Succesvolle transitie vereist geen abrupte afschrijving van lineair, maar een gecontroleerde, data-gedreven herverdeling van kapitaal en creatie.



## 1

### Audience Audit

Breng hybride luistergedrag in kaart.

Metric: Reach Overlap



## 2

### Portfolio Herbalancing

Verschuif budgetten op basis van rendement.

Metric: Efficiency / Waste ratio

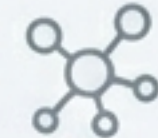


## 3

### Content & Context

Optimaliseer creatie voor headsets.

Metric: Completion Rate



## 4

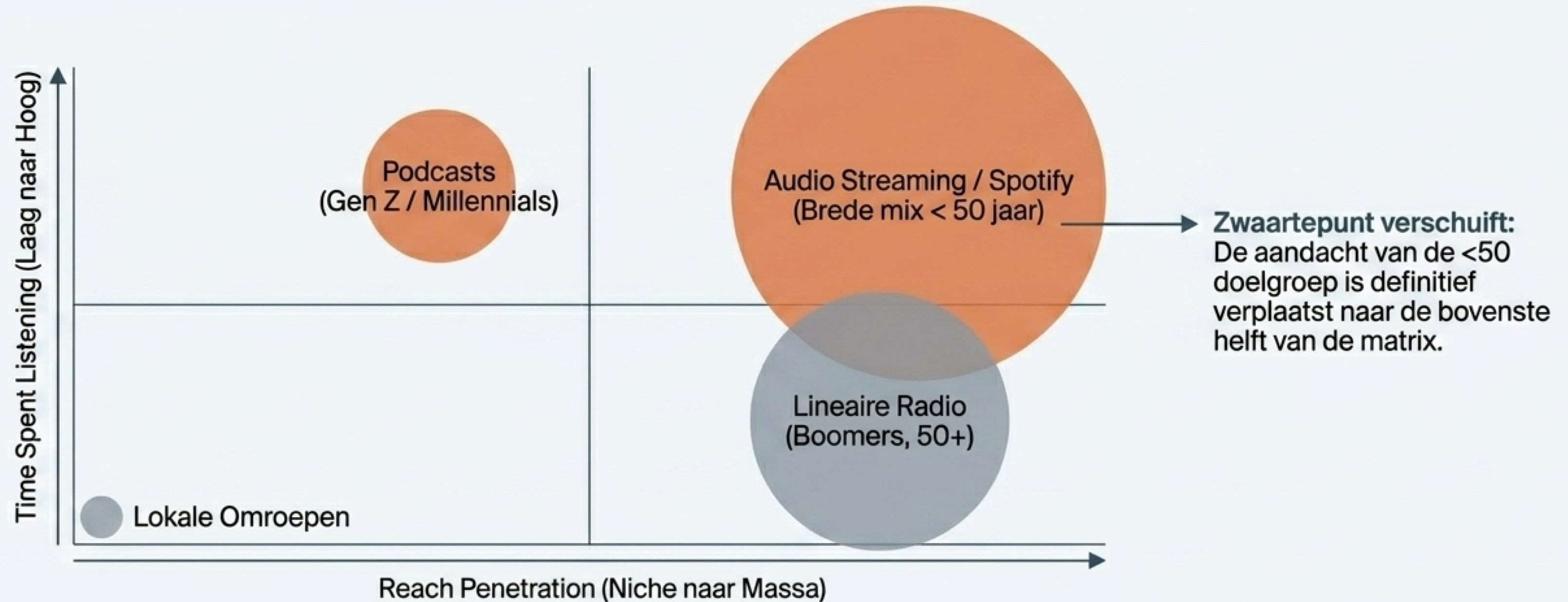
### Platform Strategie

Selecteer het juiste ecosysteem.

Metric: Incrementeel Bereik

# Stap 1: Breng het werkelijke hybride luistergedrag in kaart

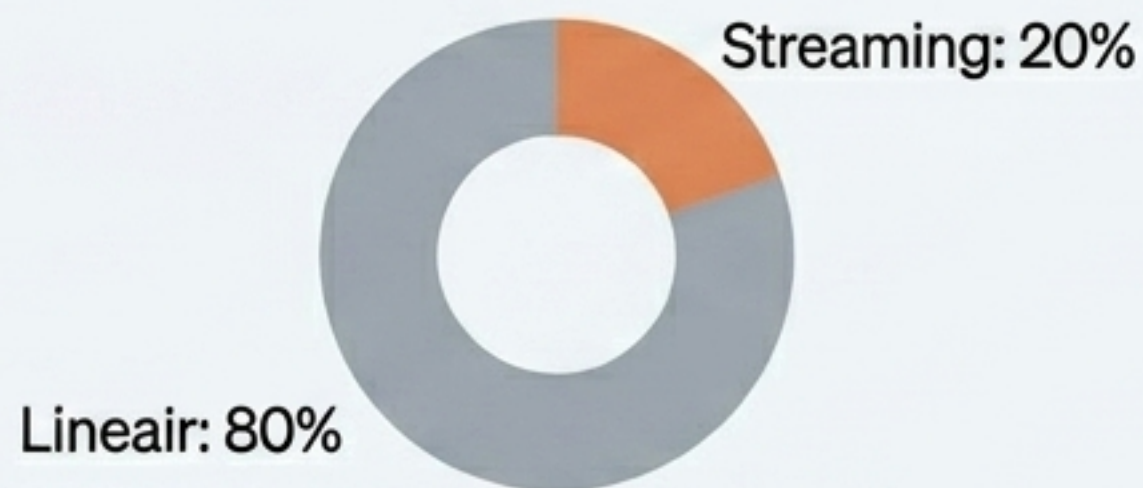
Lineair bereik verhult de fragmentatie. Gebruik GfK en Spotify Audience Insights om de werkelijke aandacht te analyseren.



## Stap 2: Verschuif naar een 50/50 allocatiemodel binnen 12 maanden

Een 80/20 budgetverdeling is financieel inefficiënt in 2026. De hogere CPM van streaming wordt ruimschoots gecompenseerd door nul 'waste' en precisie-targeting.

### Huidige Norm



### Lineaire Radio

### Doelstelling 2026



### Streaming Audio

📉 Lage CPM

🗑️ Hoge Waste

↔️ Broad Targeting

📈 Hogere CPM

🎯 0% Waste

🎯 Precision Targeting (First-party data)

**Conclusie:** Effectieve kosten per RELEVANTE luisteraar zijn lager bij streaming, ondanks een hogere instap-CPM.

# Stap 3: Audio in streaming vereist een nieuwe creatieve standaard

Lineaire 'schreeuw-commercials' voor een massapubliek falen in de intieme, gepersonaliseerde headset-omgeving van on-demand luisteraars.

## Diagnostische Vergelijkingstabel

### Lineair (Broadcast)

Lengte: 30 seconden

Tone of voice: Luid / Actiematig

Context: Brede zenderprogrammering

KPI focus: Call-to-action

### Streaming (On-Demand)

Lengte: 15 seconden

















Tone of voice: Conversational / Intiem

Context: Playlist-gebaseerd

KPI focus: Completion rate

# Stap 4: Selecteer platforms op basis van incrementeel bereik

Bouw het ecosysteem rondom Spotify voor massa-bereik, en gebruik opkomende hybride spelers zoals NLZIET voor naadloze integratie in het autodashboard.

	Targeting Capaciteit	Bereik (NL)	Dashboard Integratie	Data Transparantie
Spotify				
NLZIET Radio (Wildcard)				
Apple Music / Podcasts				
YouTube Music				

Evaluatie gebaseerd op adverteerderswaarde voor incrementeel luisterbereik, Q2 2026.

# Nederlandse Marktcontext: NMO data toont de urgentie voor diversificatie

Exclusief lineair inkopen is onvoldoende voor een mediaplan met nationale dekking in 2026.

Zender	Marktaandeel (%)	Digital Vulnerability Risk
NPO Radio 2	12,2%	Hoog (Vergrijzend)
Qmusic	10,9%	Middel (Hybride transitie)
Radio 538	7,9%	Middel (Sterke concurrentie)

## De Blinde Vlek

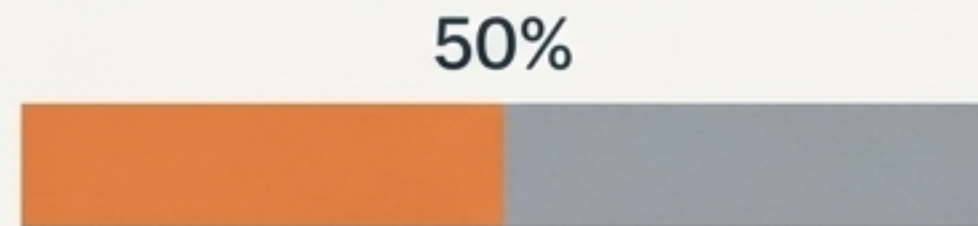
**Spotify: >6 Miljoen actieve Nederlandse gebruikers.**

Valt buiten de NMO radar, maar is cruciaal voor dekkingsopbouw in de 20-45 doelgroep. Zonder streaming dekking verliest u bereik onder koopkrachtige millennials.

# Het Nieuwe KPI Dashboard: Stuur op aandacht, niet slechts op bereik

GRP's werken niet in een gefragmenteerd ecosysteem. Verschuif de meetlat van 'potentiële oren' naar 'aantoonbare voltooiingen'.

## Digital Audio Share of Voice



Volgt de budget-shift versus concurrenten.

## Completion Rate



## Cost Per Completed Listen (CPCL)

[Totale Media Spend]

---

[Aantal Voltooide Beluisteringen]

Ontmaskert de verborgen inefficiëntie van de lage lineaire CPM.

# Budget Allocatie Richtlijnen: Scenario's voor 2026

De executie van de transitie schaalt met de budgetomvang. Actieplannen op basis van inkoopmacht.

€50k (Challenger)	€250k (Scale-up)	€1M+ (Market Leader)
<ul style="list-style-type: none"><li>• 100% Digital Audio 📡</li><li>• Focus op hyper-targeting.</li><li>• Podcast sponsorships.</li><li>• Geen lineaire waste.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 30% Lineair / 70% Streaming</li><li>• Lineair voor base reach.</li><li>• Streaming voor contextuele targeting.</li><li>• Start incrementality testing.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 50/50 Allocatie Streaming</li><li>• Geavanceerde attributiemodellering.</li><li>• Cross-platform frequency capping.</li><li>• Custom brand integrations (NLZIET).</li></ul>

# Valkuilen bij de transitie: Navigeer zonder bereik te verliezen

Te snel veranderen is net zo gevaarlijk als te langzaam veranderen. Behoud van 50+ bereik via lineair blijft noodzakelijk.

## Don'ts

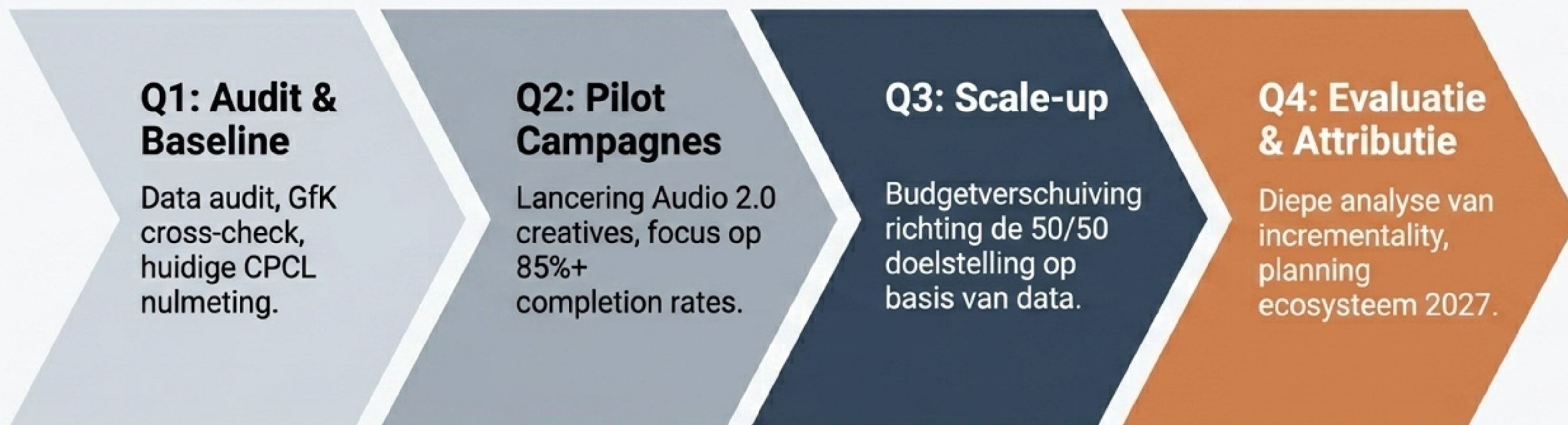
- ✗ **Lineair in één keer dumpen:** Direct verlies van massa-bereik bij de 50+ doelgroep.
- ✗ **Lift & Shift creatives:** 1-op-1 radio commercials recyclen voor Spotify formats.
- ✗ **Blind staren op CTR:** Audio genereert merkvoorkeur, geen directe clicks.

## Do's

- ✓ **Experimenteerbudget reserveren:** Label structureel 10-15% voor digital pilots.
- ✓ **Incrementality studies opzetten:** Meet het werkelijke extra bereik via third-parties.
- ✓ **Cross-platform frequency capping:** Voorkom irritatie door datagedreven beheer.

# Implementatie Roadmap: Van inzicht naar executie in 12 maanden

Een gefaseerde aanpak minimaliseert risico. Begin met data, bewijs de case met pilots, schaal op basis van succes.



# 5 Strategische Takeaways voor 2026

- 1 Streaming is het heden:** Het 'Spotify-scenario' is voltrokken; het autodashboard is volledig gedigitaliseerd.
- 2 Lineair blijft (voorlopig):** Dump traditionele radio niet te vroeg; het blijft essentieel voor 50+ massa-bereik.
- 3 Optimaliseer de Yield (CPCL):** Stop met sturen op GRP/CPM. Cost Per Completed Listen is de enige zuivere maatstaf.
- 4 Audio 2.0 Creatie:** On-demand luisteren vereist contextuele, intieme 15-seconden formats in plaats van broadcast schreeuwers.
- 5 Test Incrementality Nu:** Zonder data-audit en platform pilots mist u in 2027 fundamenteel marktaandeel.

# Actieplan: De volgende 3 stappen voor uw team

Vertaal dit playbook vandaag nog naar concrete briefings voor **mediabureaus** en creatieve studio's.

## **Plan de Data Audit:**

Brief uw mediabureau vandaag nog op een '**incrementality study**' van het huidige lineaire bereik.

## **Benchmark Platforms:**

Evalueer directe integratiekansen en **data-transparantie** bij **Spotify** en de nieuwe NLZIET propositie.

## **Brief de Creatieve Studio:**

Stop de 'lift & shift'. Start de ontwikkeling van specifieke 'Audio 2.0' assets gericht op headset-context.