

# NPO Advertising onder Druk: Strategische Keuzes voor Merken in 2026

Een Executive Playbook voor CMO's

**Focus:** Mediastrategie 2026

**Framework:** Hybride Allocatie

**Classificatie:** Strategisch Advies

# Het financiële fundament van de NPO kraakt, wat leidt tot acute schaarste in bereik en stijgende contactprijzen.

KPI

€167M

Afdracht aan OCW in 2025 (Lager dan 2024)

KPI

€189M

Gedaalde totale Ster-omzet in 2025

“Structurele bijdrage staat onder druk – Carla Berkhout, Financieel Directeur.

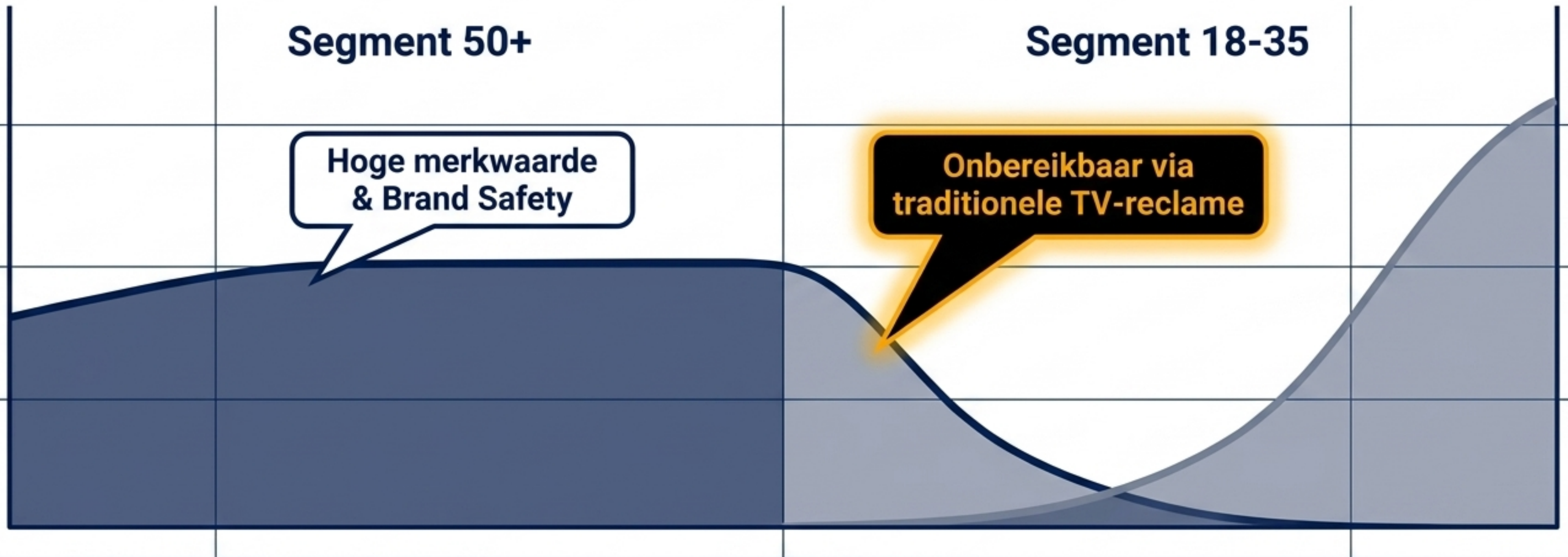
**Wettelijke beperkingen**  
(Geen eigen digitale platformen + Geen data-gedreven targeting toegestaan)

Remming van groeipotentie

Dalend marktaandeel ten opzichte van Meta/Google

**Afnemende schaalgrootte maakt campagnes duurder per contactmoment.  
Innovatiekracht in targeting blijft structureel achter.**

# De demografische kloof dwingt tot een herziening: traditioneel massabereik veroudert in hoog tempo.



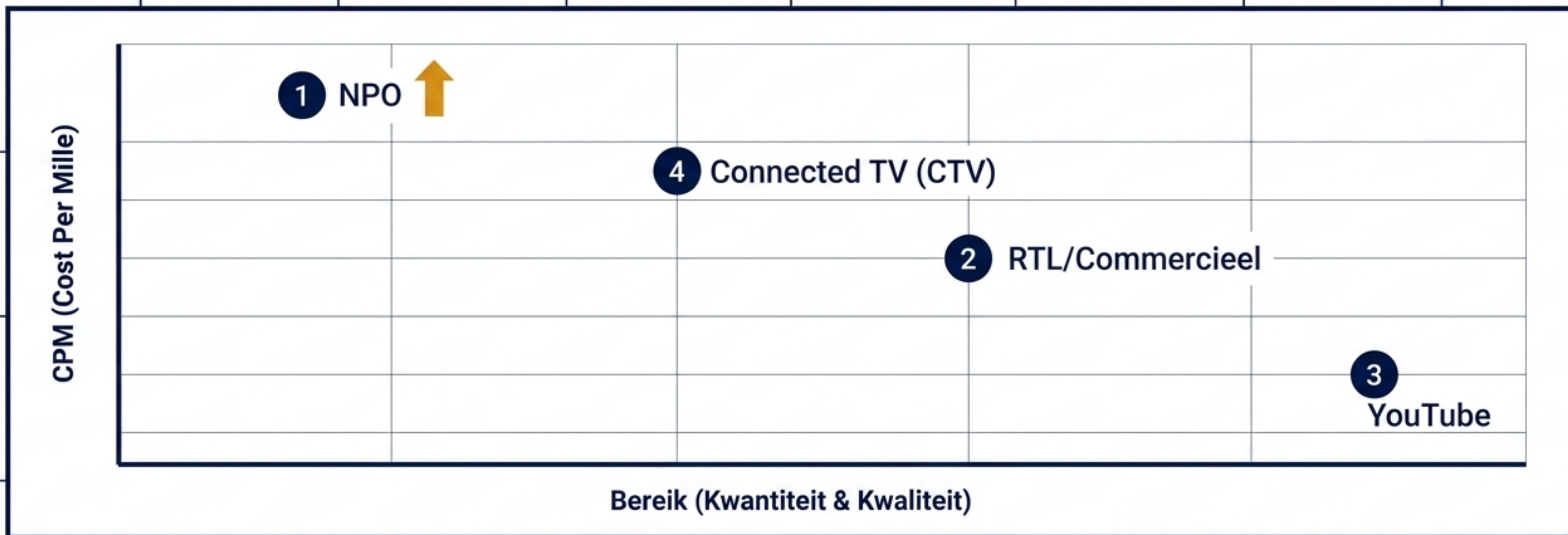
Lineaire televisie verliest dominant marktaandeel. Adverteerders die vasthouden aan historische NPO-allocaties betalen een premium voor een vergrijzende doelgroep, terwijl jonge consumenten exclusief overstappen naar ad-supported streaming.

# Het NPO-Bereik Framework: Een 4-stappen aanpak voor mediaplanning in 2026



Doelstelling: Bescherming van effectief bereik en ROI in een versnipperend medialandschap.









# Stap 1 - Bereik Audit: Bereken uw ware 'Cost Per Meaningful Contact' nu de NPO-schaalbaarheid daalt.



## Audit Directive Panel

Verschuif de focus van 'bruto bereik' naar 'kwalitatieve contactfrequentie'. Een verzwakte NPO vereist dat budgetten lineair herverdeeld worden zodra de CPM de pijngrens van efficiëntie overschrijdt.

## Stap 2 - Doelgroep Mapping: NPO verliest op datagedreven schaal, maar blijft de gouden standaard voor brand safety.

	NPO/Ster	Meta/TikTok	YouTube	Ad-Supported Streaming
AVG & ePrivacy Compliance	 Contextuele targeting via first-party data is het enige toegestane mechanisme.			
Targeting Precisie				

### Strategic Takeaway

Behoud NPO expliciet voor reputatiegevoelige campagnes en 50+ bereik. Voor conversiegedreven, specifieke doelgroepen is een exit-strategie naar digitaal noodzakelijk.

## Stap 3 - Hybride Strategie: Bouw een massamediale basis met NPO, aangevuld met gerichte SVOD-lagen.



### Action Directive

Stop met 100% lineaire inkoop. Gebruik de NPO als basislaag en sluit Joint Business Planning (JBP) deals af met streamers om de missende 18-35 doelgroep te vangen.

# Stap 4 - Scenario Planning: Mitigeer krimp met alternatieve videoplatforms en de opmars van digitale audio

Politieke Druk

**Scenario B:** Hoge krimp NPO  
- Verschuif zwaartepunt naar commerciële zenders en Connected TV.

**Scenario C:** Audiorevolutie  
- Substitutie via YouTube en SiriusXM audio-integraties.

**Scenario A:** Status Quo - Behoud huidige hybride mix.

**Scenario D:** Regionaal alternatief -  
Uitwijken naar regionale omroepen voor lokaal vertrouwen.

Tempo van Digitalisering

Zorg voor flexibele contractvoorwaarden in 2026 om budgetten kwartaal-op-kwartaal te kunnen verschuiven.

# Operationele Richtlijnen: Valkuilen en kansen in de NPO-inkoop voor 2026.

## Do's

### **Kapitaliseer op mega-events:**

Investeer zwaar rondom het EK Voetbal en de Olympische Spelen in 2026 voor tijdelijk massabereik.

### **Benut contextuele targeting:**

Gebruik NPO's first-party data binnen de strikte AVG-kaders voor brand-safe omgevingsplanning.

## Don'ts

### **Vermijd programma-afhankelijkheid:**

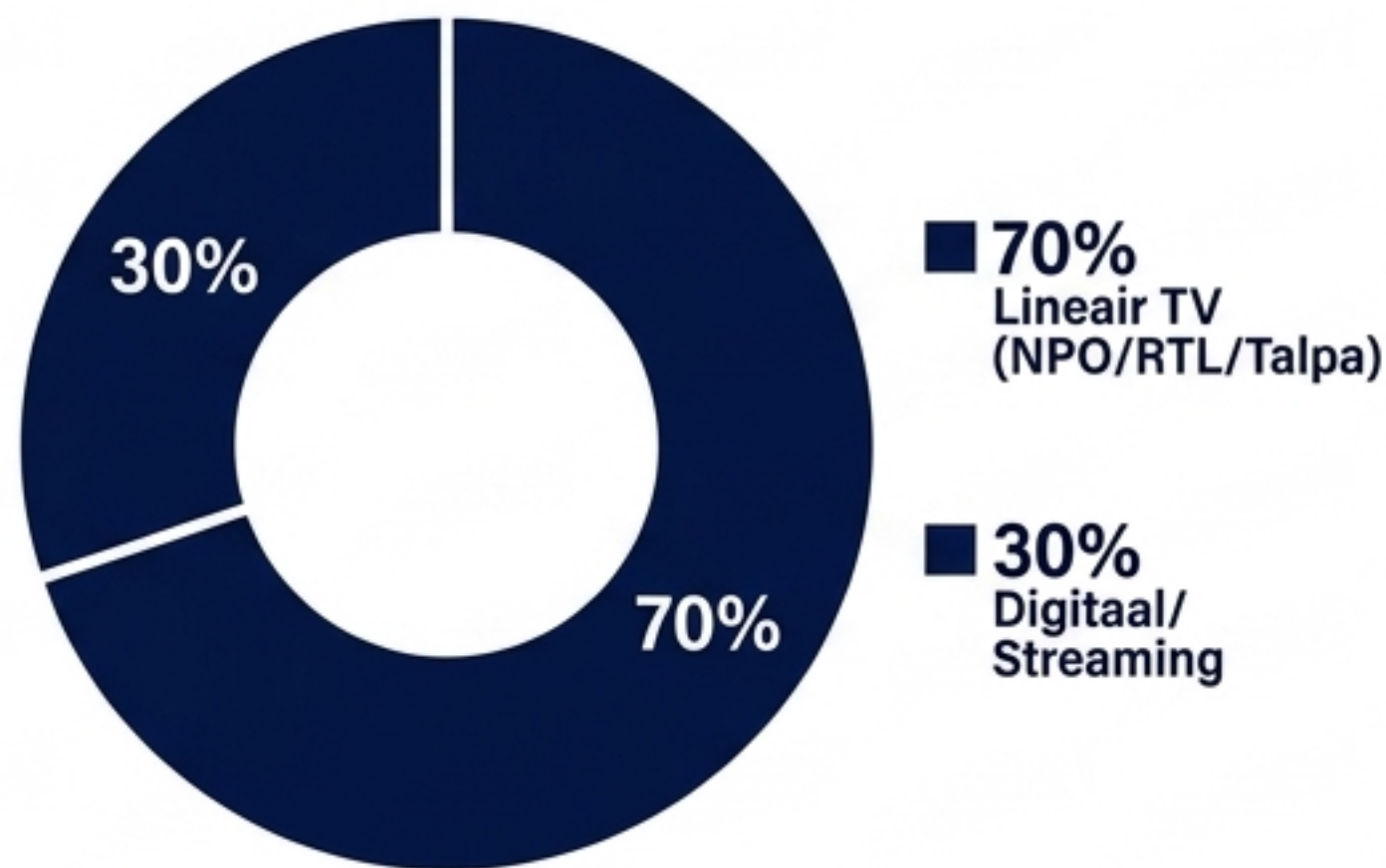
Staar niet blind op individuele kijkcijferhits; focus op zendertijdvakken ter voorkoming van seizoensinvloeden.

### **Reken niet op programmatic agility:**

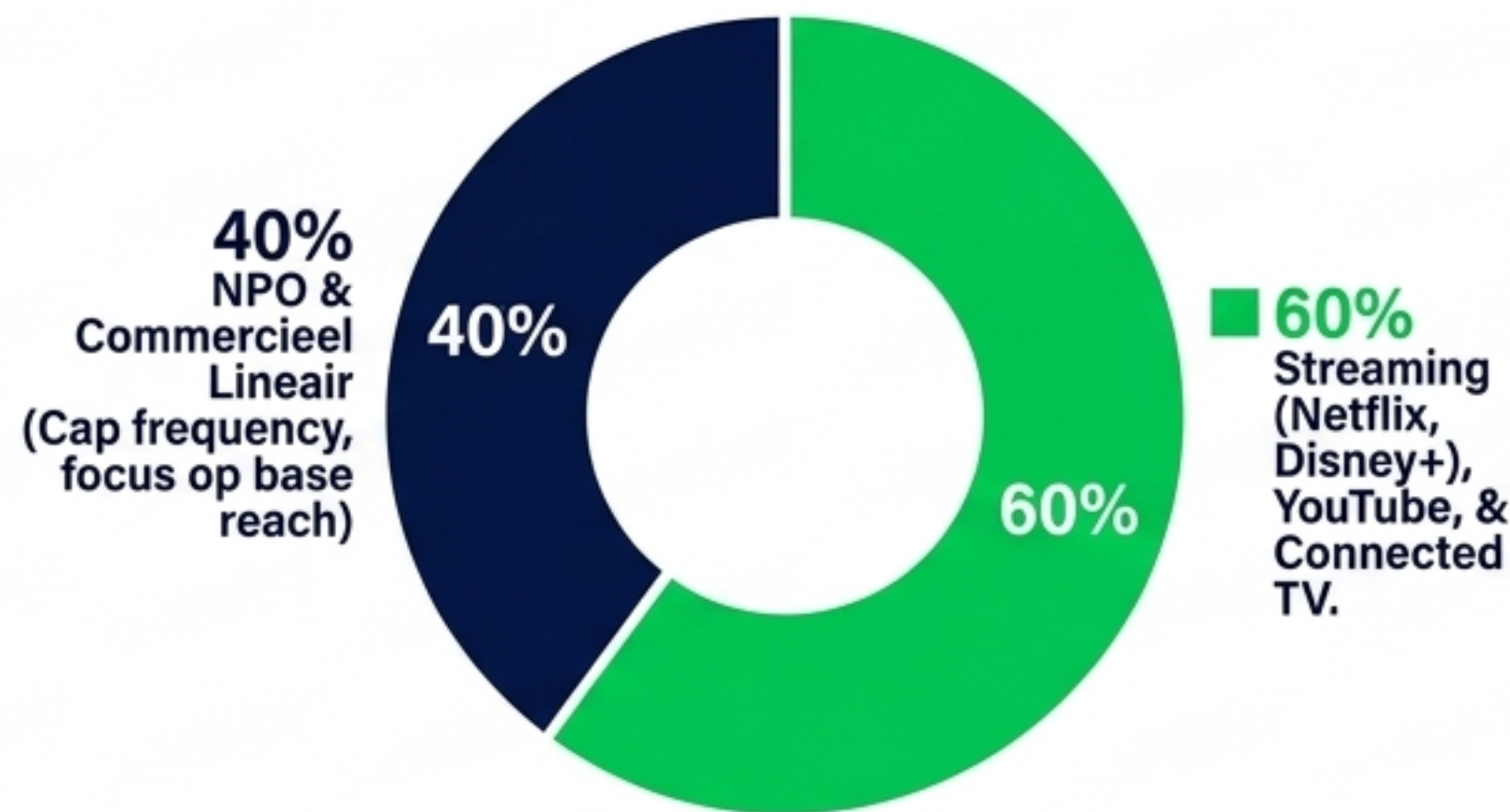
De Ster mist de real-time optimalisatie van Meta/Google. Gebruik NPO niet voor actiematige, kortcyclische performance campagnes.

# Budget Allocatie: Implementeer de 40/60 Split Strategie om bereik en frequentie te optimaliseren.

## Traditionele Allocatie



## 2026 Aanbevolen Allocatie



Deze verschuiving is geen optie, maar noodzaak. Het compenseert het bereiksverlies onder de 50-minners en verlaagt de gemiddelde cost-per-contact over de gehele mediamix.

# Risk Management: Bescherm de mediaportfolio tegen politieke onzekerheid en brand safety dreigingen.

	Risico	Waarschijnlijkheid	Impact	Mitigatiestrategie
1	Politieke bezuinigingen op NPO (Rijksbegroting)	Hoog	Groot	Diversifieer videobudgetten proactief naar premium commerciële VOD-platforms.
2	Reputatieschade op ongereguleerde social platforms	Middel	Groot	Behoud een 'safe haven' baseline budget bij NPO voor corporate communicatie.
3	Gebrek aan technologische innovatie bij Ster	Hoog	Middel	Gebruik externe data-partners om NPO-impact cross-mediaal te valideren, onafhankelijk van Ster-rapportages.

# Technologie & Meten: AI-agenten dichten de kloof tussen cross-mediale planning en activatie



Zonder overkoepelend AI-gedreven meetmodel resulteert de 40/60 split in data-silo's.  
Meetbaarheid over kanalen heen is de topprioriteit voor 2026.

# Implementatie Roadmap 2026: Van lineaire evaluatie naar geïntegreerde streaming partnerships.

Q1	Q2	Q3	Q4
<p><b>Bereik Audit &amp; Heronderhandeling</b></p>	<p><b>JBP Initiatie &amp; Zomer-events</b></p>	<p><b>Tech &amp; Dashboard Integratie</b></p>	<p><b>Volledige 40/60 Allocatie</b></p>
<p>Huidige Ster-commitments herzien; kritische pijngrens voor CPM bepalen.</p>	<p>Start Joint Business Planning met Netflix/SVOD; inzet EK Voetbal via NPO voor piekmomenten.</p>	<p>Uitrol van AI-gedreven meetmodellen via partners zoals Locala voor cross-channel tracking.</p>	<p>Evaluatie van de hybride strategie; definitieve budgetverschuiving voor 2027 gebaseerd op Q3 data.</p>

# Samenvatting: 5 strategische zekerheden voor mediaplanners in 2026.

1.

**Schaarste** is Structureel.

NPO-afdracht en omzet dalen; bereik **wordt duurder**.

2.

Jong is Digitaal.

De 18-35 doelgroep is **onbereikbaar zonder** agressieve inzet van SVOD.

3.

Hybride is de Norm.

Een **40/60** (Lineair/Digitaal) mediamix is **essentieel** voor optimaal uniek bereik.

4.

Compliance blijft **Koning**

Ster blijft onmisbaar voor **brand-safe, privacy-compliant** (50+) datacommunicatie.

5.

AI is de Brug.

**Investeer in AI-agenten** om gefragmenteerde kanaaldata **om te zetten in actie**.

# Actieplan: Drie concrete stappen voor uw mediabureau in Q1 2026.

## 1. Her-evalueer Ster-commitments.

Vraag uw mediabureau om een onmiddellijke berekening van de actuele CPM-inflatie bij de NPO.  
Annuleer inkoop die de kostenefficiëntie-drempel overschrijdt.

## 2. Start Streaming JBP-gesprekken.

Open direct de dialoog met partijen als Netflix en Disney+ voor Joint Business Planning.  
Reserveer testbudget om de 94 miljoen ad-tier gebruikers aan te boren.

## 3. Implementeer Cross-Mediaal Meten.

Selecteer en integreer AI-gedreven meettools om overlappend bereik tussen NPO, YouTube (incl. SiriusXM audio) en SVOD transparant te maken.