

STRATEGISCH ADVIES VOOR
CMOS & MEDIA BUYERS

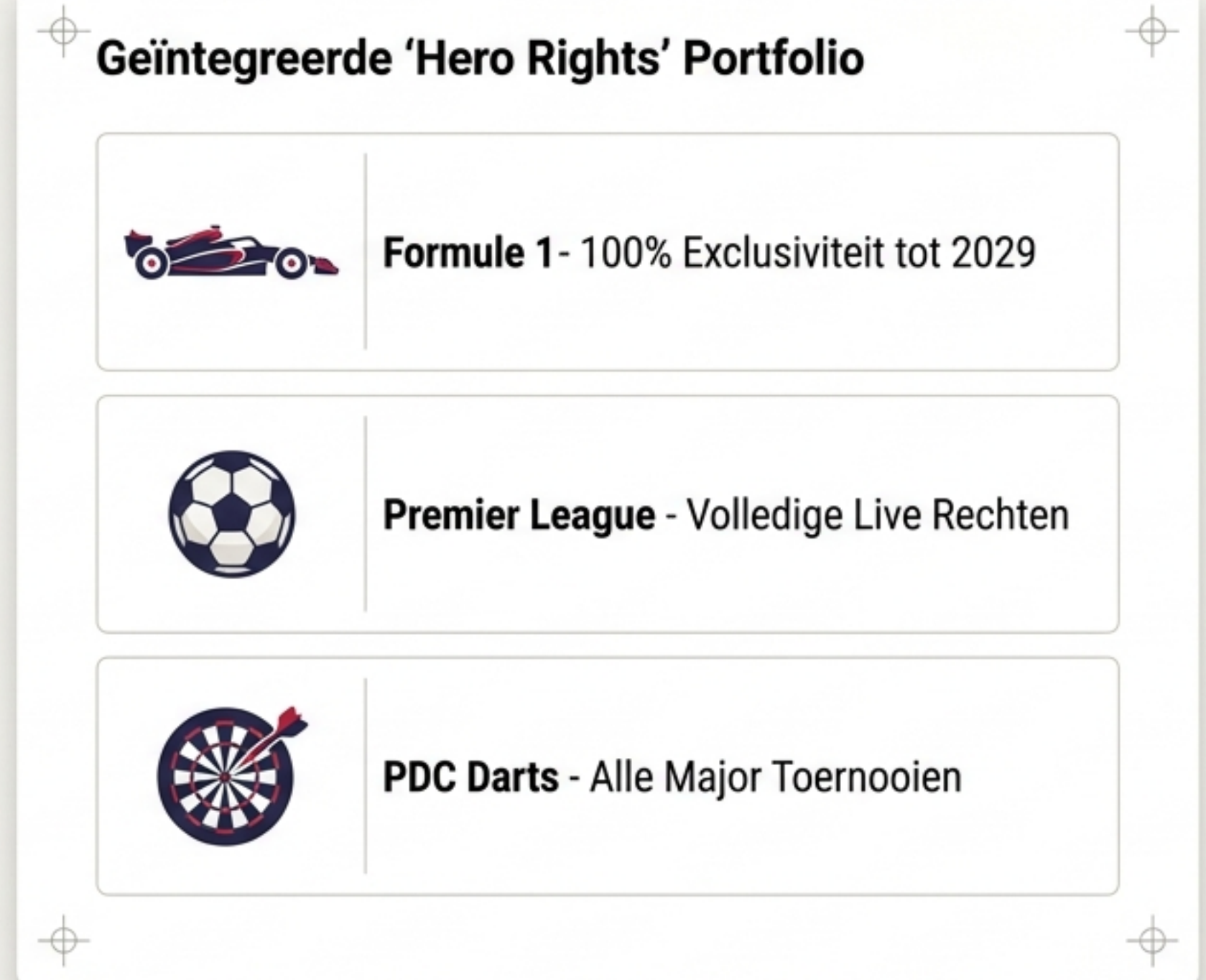
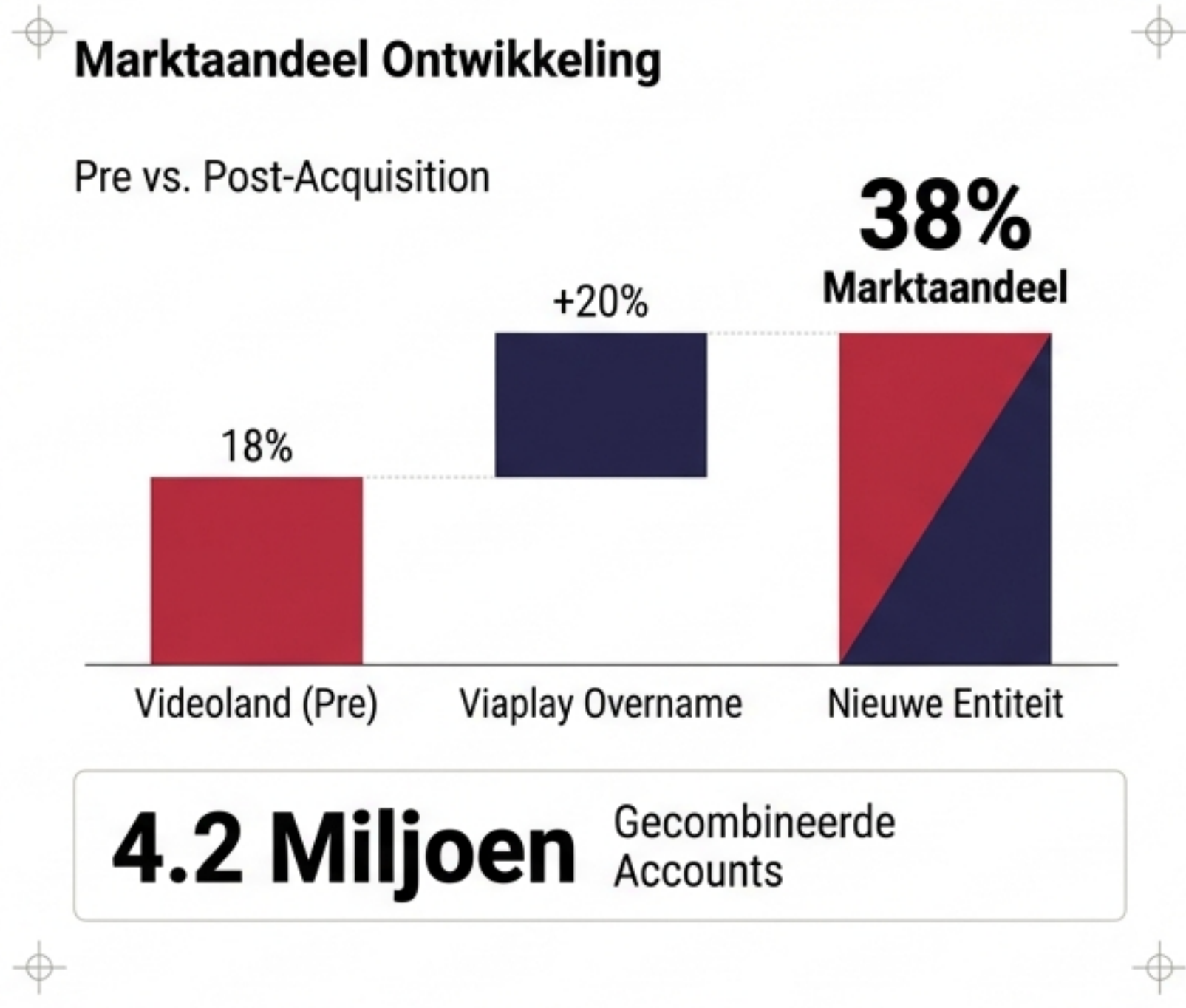
Sport Sponsoring & Streaming Advertising

Het Playbook voor de
Videolond-Viaplay
Consolidatie (2026)



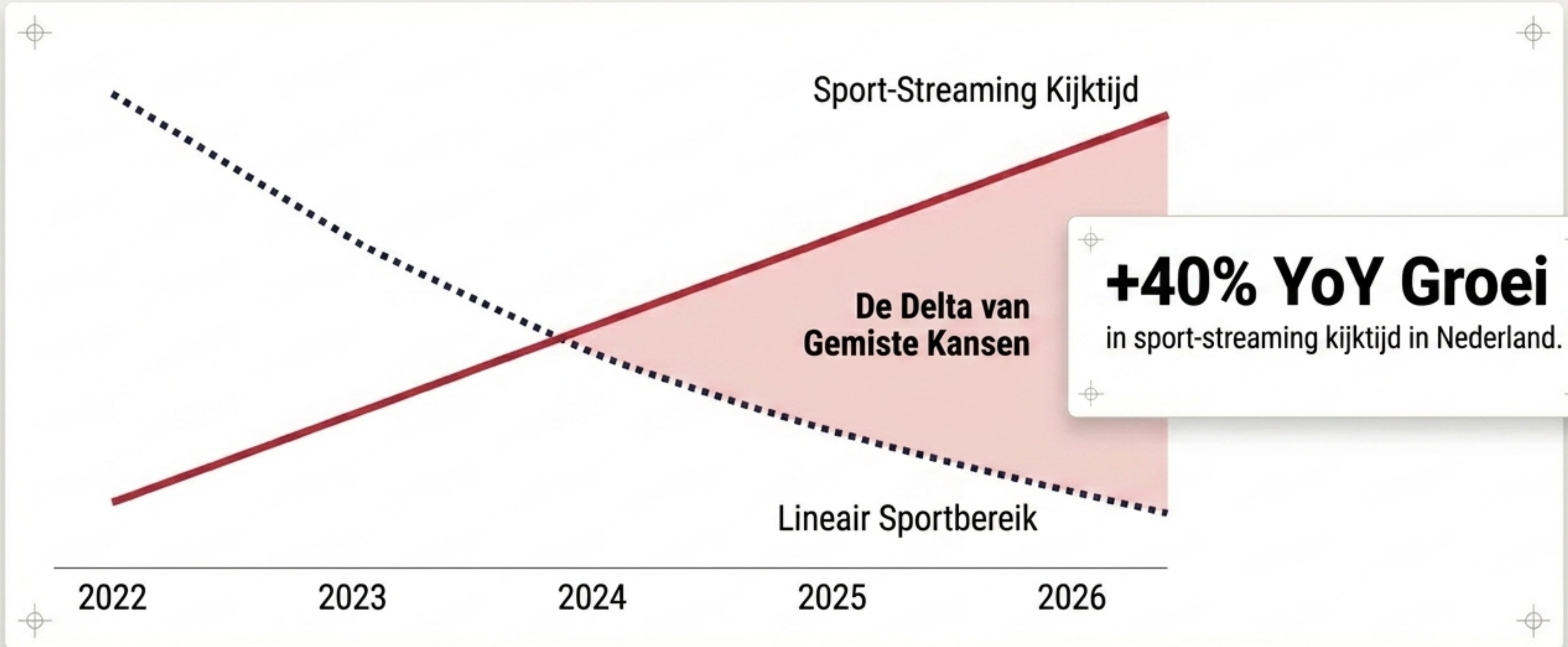
De Consolidatie die de Spelregels Verandert

Videoland is getransformeerd van een lokaal entertainment-platform naar de **absolute marktleider in premium live sport** in de Benelux.



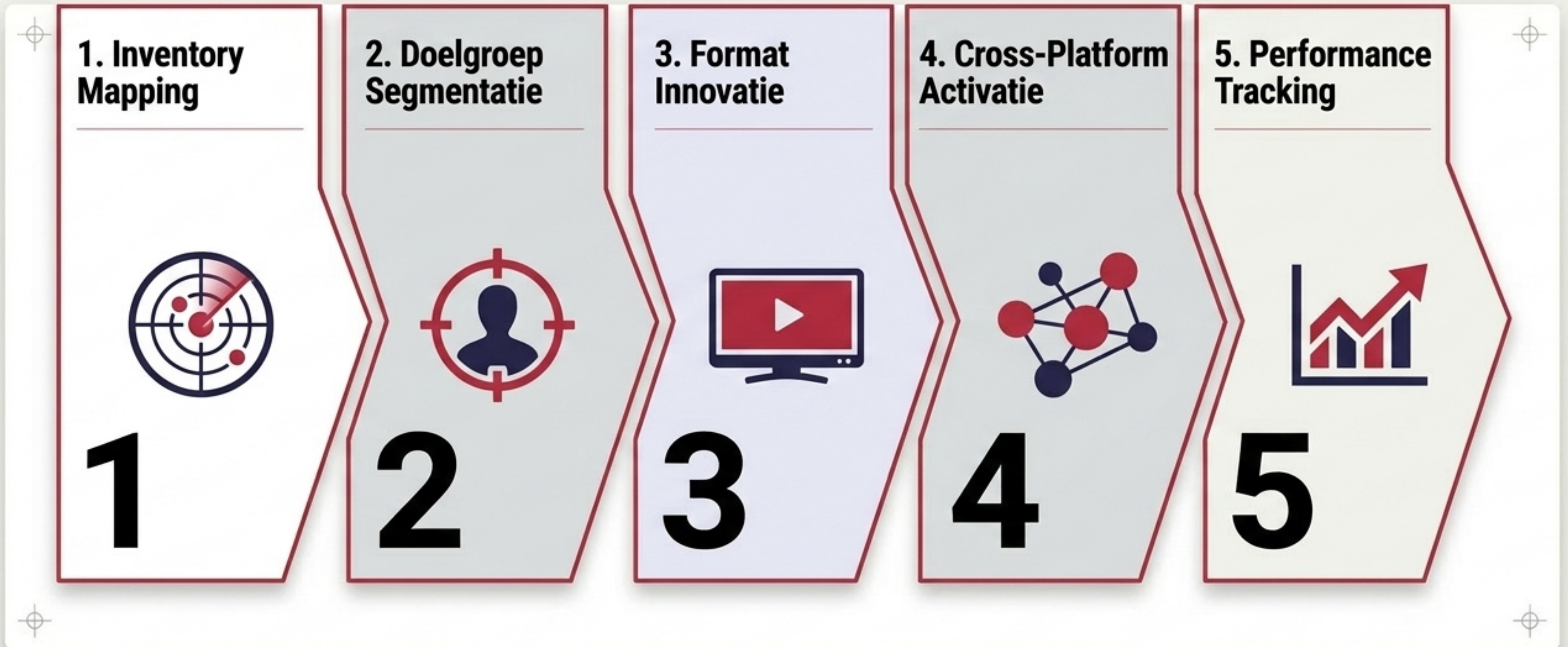
De Verschuiving is Definitief: Lineair Bereik Keldert

Exclusieve sportcontent zit definitief achter een streaming-paywall. Merken die vasthouden aan traditionele TV-inkoop missen de cruciale high-income doelgroepen (Mannen 25-54).



Het Streaming Sports Optimalisatie Framework

Een data-gedreven blauwdruk om succesvol de shift te maken van passieve lineaire sponsoring naar schaalbare, meetbare streaming performance advertising.



Stap 1 — Inventory Mapping: Koppel Merkboodschap aan Sport-DNA

KPI Focus: Unique Reach per sportcategorie

Niet elke sport levert dezelfde kijker. Optimaliseer inkoop op basis van **kijkgedrag** in plaats van alleen bereiksvolume.



Formule 1

Profiel:

Massa-bereik & Live Evenement

Demografie:

Breed, nationale pieken op zondagmiddag



Premier League

Profiel:

Hoge loyaliteit & frequency

Demografie:

Mannen 18-45



PDC Darts

Profiel:

Gen-Z & Millennial engagement

Demografie:

Jong, hoog interactie-niveau

Stap 2 — Doelgroep Segmentatie: Van Massamedia naar Hyper-Targeting

KPI Focus:
Audience Overlap &
CPM Efficiency

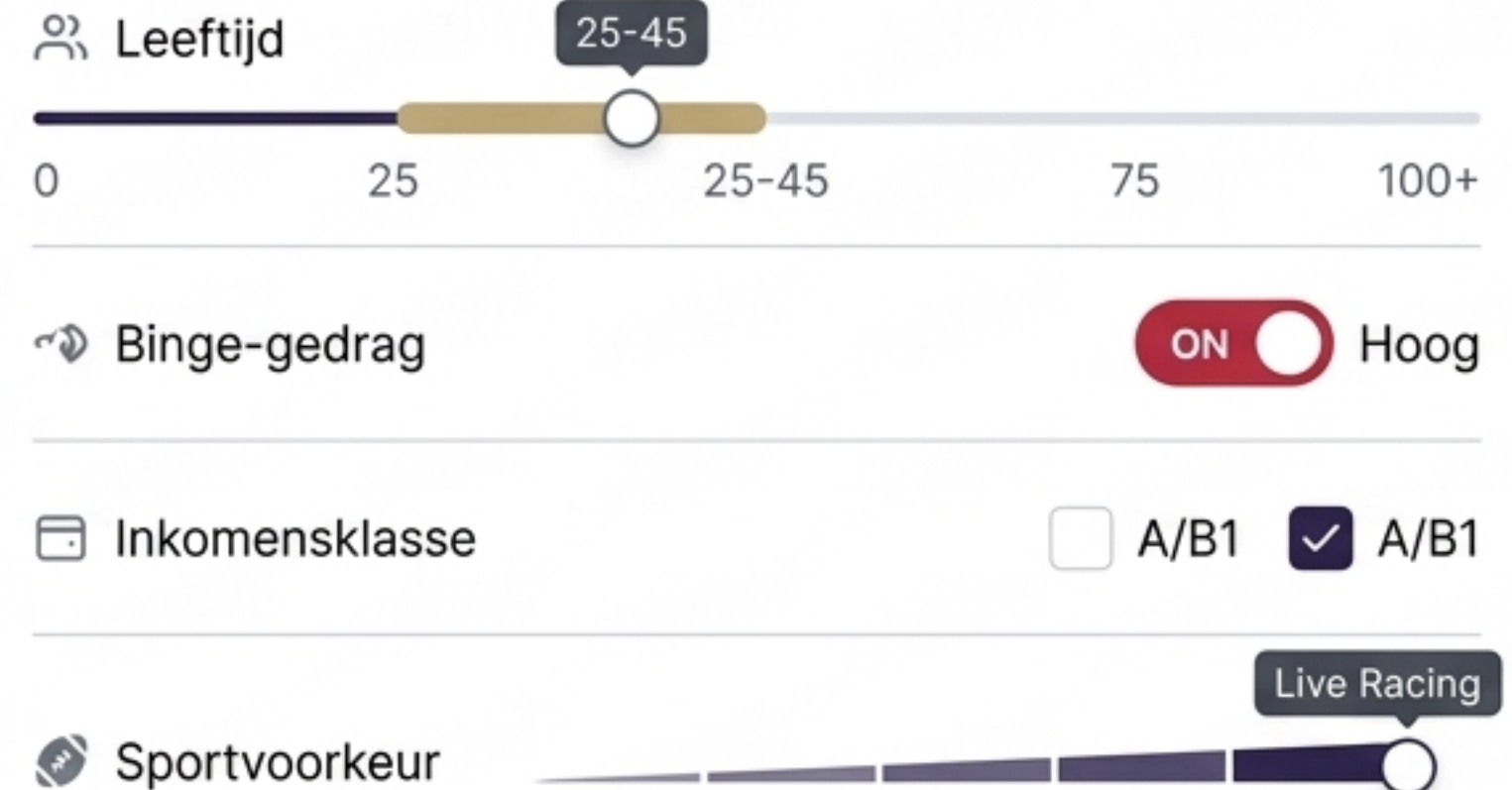
Insight: De fusie levert onschatbare 1st-party data op. Target niet langer op de brede 'F1-kijker', maar specificeer op een geselecteerde cohort om CPM-efficiency drastisch te verhogen.

Audience Intersection



Targeting Dashboard

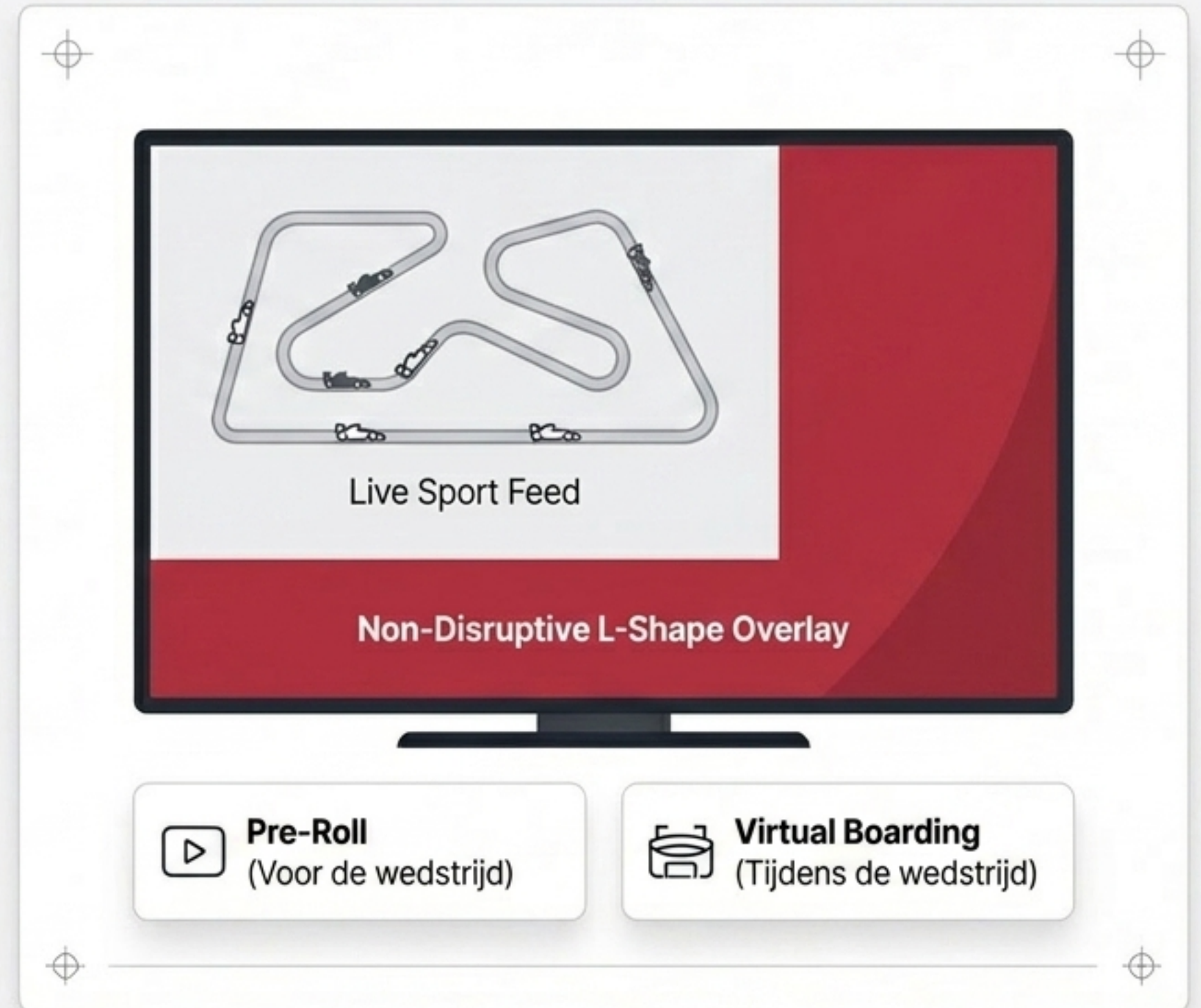
Doelgroep Parameters



Stap 3 — Format Innovatie: Beyond the 30-Second Spot

Insight: Live sport dwing tot nieuwe formaten. Kijkers tolereren geen **pre-roll** of **mid-roll** tijdens een cruciale inhaalactie. Verschuif mediabudgetten naar **non-disruptieve overlays**, **virtual boarding** en **naadloze in-studio branded content**.

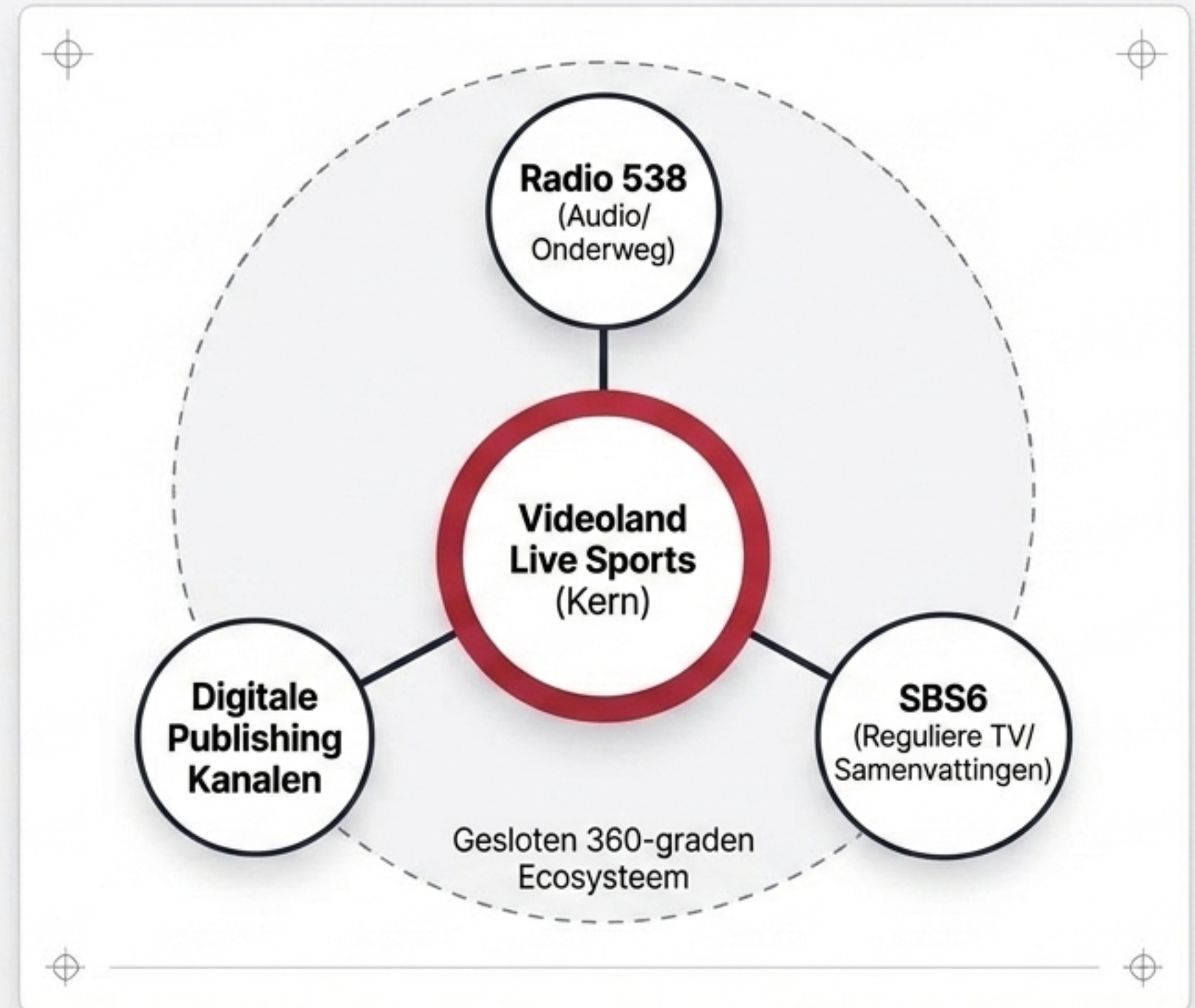
KPI Focus: Completion Rate (VTR) & Brand Lift



Stap 4 — Cross-Platform: Het Geïntegreerde Ecosysteem

Insight: Isoleer streaming niet in de mediamix. Combineer de live-impact van premium sport sport op Videoland met frequency building via Talpa Network voor een 360-graden campagne.

KPI Focus: Total Campaign Reach & Cross-media Frequency



Stap 5 — Performance Tracking: Real-Time ROI Attributie

Insight: Sluit de attributie-loop. Door clean rooms kunnen we view-through data veilig koppelen aan website-conversies. Stuur de campagne-uitingen bij tijdens de rust in plaats van na het weekend.

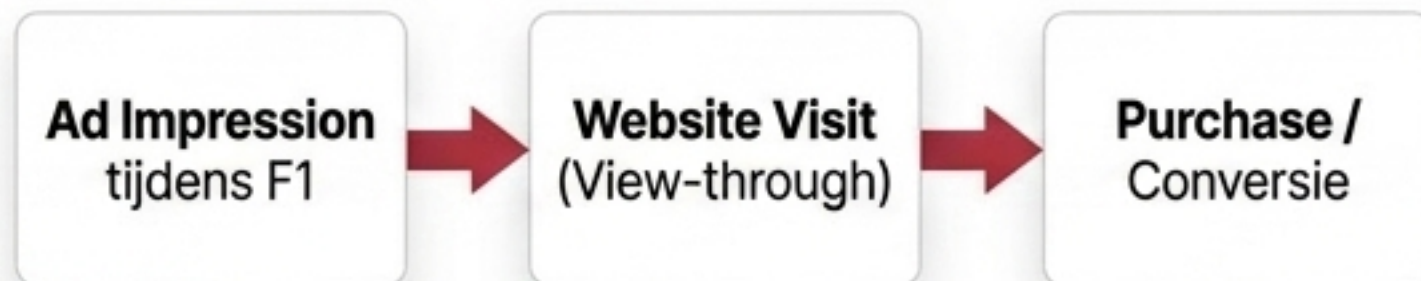
KPI Focus: Conversion Attribution & ROAS

ROAS Dashboard



Real-Time Monitoring

Attributie Funnel



Engagement Matrix

	Segment 1	Segment 2	Segment 3
Pre-Match	Grey	Crimson	Light Red
Live Action	Crimson	Dark Crimson	Light Red
Post-Match	Light Red	Crimson	Grey

Crimson: High Engagement Grey: Lower Engagement

Investeringsklimaat: Wat Kost Impact?

Insight: Premium sport kent een premium prijs, maar de zero-waste targeting compenseert dit aanzienlijk.

Case: Succesvolle integraties zoals Heineken (F1) bewijzen de ROI in deze tier.

Tier 1: Base

Pre-roll + standaard targeting.

Tier 2: Strategic

Match sponsorships + 1st-party data.

Tier 3: Dominance

Volledige ecosysteem integratie (inclusief Talpa).

Gemiddelde CPM's (Cost Per Mille)

Videoland

€18 - €35

YouTube



€10 - €20

Lineaire TV




Breed & Laagste Prijs

Regels voor Succes: Vermijd de Lineaire Mindset

✗ Lineaire Mindset (Vermijden)

- De **30-sec TV-commercial 1-op-1 doorplaatsen** zonder aanpassing. 
- **Frequency caps negeren** (leidt onvermijdelijk tot zware ad-fatigue bij binging). 
- Brede inkoop op **'Gezinnen'** in plaats van op gedrag. 

✓ Streaming Executie (Toepassen)

- Maak **contextuele creatives** (speel direct in op Q3 van de F1-kwalificatie). 
- Gebruik **1st-party data** voor dynamische en gepersonaliseerde uitingen. 
- Stel **strakke, harde frequency caps** in per user-ID. 

Navigeren door de Reclamewetgeving (2026)



Kansspelen

Strikte naleving Besluit Orka. **Verbod** op ongerichte reclame.

Streaming is ideaal omdat adverteerders de vereiste '95% 24+ targeting' bewijslast waterdicht kunnen leveren via account-data.



Alcohol

Respecteer de wettelijke **tijdvensters** (geen vertoning voor 21:00) en handhaaf het **absolute associatieverbod** met **actieve sporters** in beeld.



Data Privacy

Volledige **GDPR-compliance** noodzakelijk. Exploiteer de data binnen de nieuwe cookieless **Videoland 'walled garden'** op een transparante en veilige manier.

Competitieve Positionering: Waar Ligt de Unieke Waarde?



Terwijl concurrenten zich puur internationaal schalen, wint de **Videoland-Viaplay** combinatie door de **ongeëvenaarde mix** van **lokale** cultuur én **exclusieve 'hero' sportrechten** voor de Nederlandse kijker.

Toekomstscenario's: De Volgende Fase van Consolidatie

De fusie-trend stopt niet. Globale platforms bundelen zich steeds verder. Strategisch advies: sluit **nú partnerships af**. **Early movers** in 2026 omzeilen **prijsstijgingen** en bedingen **first-look rechten** voor de ad-tech van morgen.



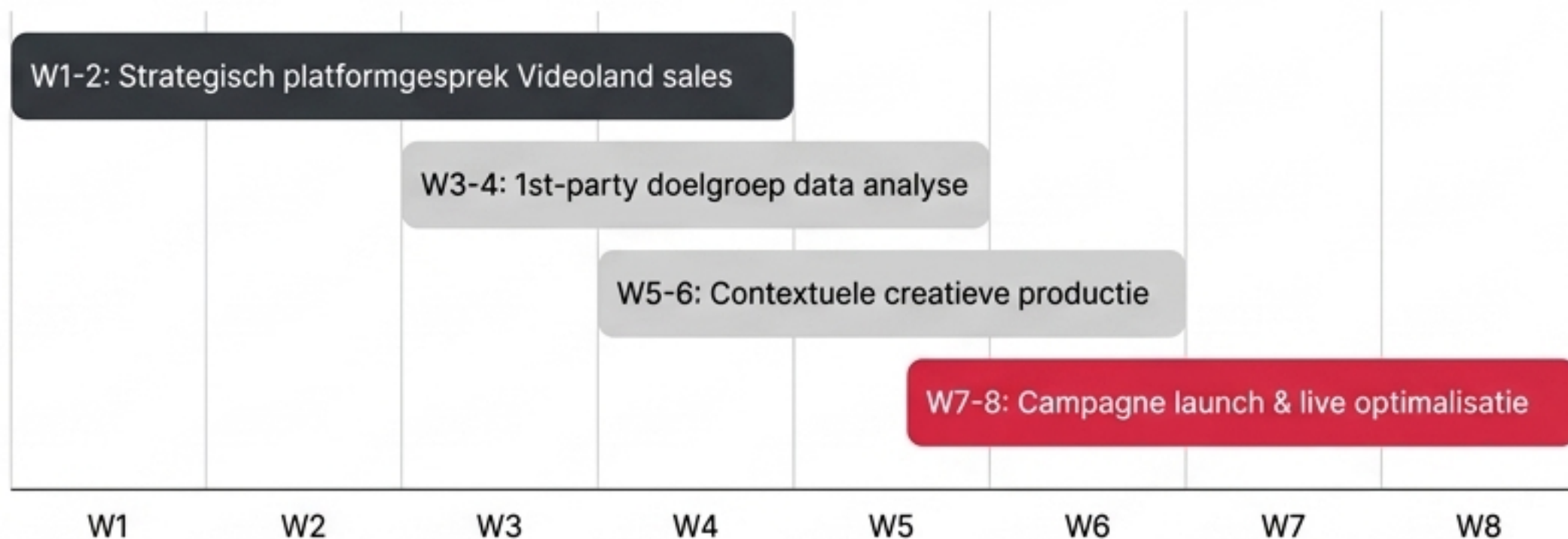
Early Adopter Voordeel: Beveilig nu lagere tarieven en first-look rechten.

Executive Summary & Implementatie Roadmap

5 Key Takeaways

1. Sport-streaming groeit 40% YoY
2. Premium inventory centraal
3. 1st-party targeting verslaat lineair
4. Cross-platform is essentieel
5. Early movers winnen

Implementatie Roadmap



Immediate Next Steps

- 1) Request geüpdatete Media Kit.
- 2) Analyseer huidige sport-mix ROI.
- 3) Zet budget vast voor Q2 Pilot.