



# Maandoverzicht Mediaontwikkelingen oktober 2020

# Inhoud mediaontwikkelingen

3 Algemeen

6 Online

9 Social

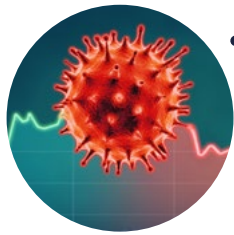
10 Televisie

12 Radio

13 Outdoor

14 Print

# Mediaontwikkelingen



## Tweede coronagolf

We zitten inmiddels middenin de tweede coronagolf. De horeca is volledig gesloten en mensen zitten weer massaal thuis. Hoe staan wij er nu voor in het medialandschap? Er was enorm veel aandacht voor de Lubach fabeltjesfuik dat inmiddels ruim 1.7 miljoen keer bekeken is op YouTube. Naar aanleiding van deze uitzending is dan ook veel discussie ontstaan over deze algoritmes van o.a. Facebook en Google en is het kanaal van Lange Frans verwijderd door YouTube wegens (herhaaldelijke) schending van de richtlijnen. Ook de NOS krijgt steeds vaker kritiek. Mensen lijken de media niet meer te vertrouwen. Maar wordt er dan ook minder media geconsumeerd?

## Algemeen

Tijdens de eerste coronagolf is er aanmerkelijk meer TV gekeken en ook tijdens de tweede golf zien we het TV bereik alweer stijgen tot boven dezelfde maand vorig jaar. Radio heeft minder kunnen 'profiteren' van de coronacrisis, het mediumtype heeft pas in de laatste 3 maanden het niveau van 2019 kunnen evenaren en leek er in augustus iets bovengit te komen. Online is ook zeer stabiel, met slechts een kleine toename van bereik en opvallend genoeg een afname in de twee meest recente maanden. Dat de nieuwswaarde van deze tweede golf minder is dan bij de eerste golf lijkt aannemelijk. Maar het thuiswerken en de mindere mate van sociaal contact zorgt waarschijnlijk toch voor een toename van mediaconsumptie en een langere duur van die consumptie.



# Mediaontwikkelingen



## NH Media, RTV Utrecht, AT5 en Omroep Flevoland beginnen reclamesamenwerking FUNHA

NH Media, Omroep Flevoland Reclame, RTV Utrecht en AT5 starten per 1 november 2020 met een intensieve samenwerking onder de naam FUNHA. Via FUNHA zullen de omroepen hun advertentieruimte gezamenlijk aanbieden. Onder de samenwerking valt de reclameverkoop van NH TV, Omroep Flevoland TV, RTV Utrecht, AT5 en UStad, NH Radio, Omroep Flevoland Radio, Radio M Utrecht en Bingo FM alsmede de websites en apps van deze omroepen.

## Algemeen

### Omzet diepvries groeit sterk dankzij pandemie

Onderzoeksbureau Nielsen stelt vast dat de foodcategorie 'diepvries totaal', inclusief online verkopen, met 10,9% groeide over de afgelopen 12 maanden. In 2020 blijkt diepvries met 13,5% te zijn gegroeid binnen het supermarktkanaal.

Het Brits onderzoeksbureau Dunnhumby Shopper Thoughts stelt dat een op de drie consumenten door de coronacrisis vaker diepvriesproducten koopt. Door een toename van het thuis koken, kopen consumenten minder kant-en-klaar eten en juist meer basisingrediënten en maaltijdcomponenten. In diepvries profiteren vooral aardappelproducten en groenten van deze foodtrend. Deze twee categorieën groeien met 19,1% en 18,3%. Maar ook de verwencategorieën snacks en ijs doen het goed. Ze groeien met resp. 16,6% en 15,4%, becijfert Distrifood. Diepvries food biedt de kans langer gezonde en vers ingevroren ingrediënten in voorraad te houden. Precies wat prettig is in onzekere tijden.



# Mediaontwikkelingen



## NRC lanceert NRC Audio app

Deze toepassing bundelt de beste podcasts uit binnen- en buitenland. Ook zijn er podcasts te vinden die exclusief via de app te beluisteren zijn. De al langer bestaande podcasts NRC Vandaag, Onbehaarde Apen en Haagse Zaken komen in de app, evenals podcasts over uiteenlopende onderwerpen. Zo komt er een meerdelige podcastserie over de cocaïnemaffia in Nederland, een serie over de Amerikaanse presidentsverkiezingen en een wekelijkse podcast over technologie en innovatie. Ook ingesproken columns van onder andere Marcel van Roosmalen en Frits Abrahams komen in de app.

## Algemeen



## NRC Media neemt Sublime over

NRC Media, onderdeel van het Belgische Mediahuis, heeft het radiostation Sublime en diens productie- en audiobedrijf overgenomen. Sublime blijft zelfstandig opereren binnen NRC Media. Naast de landelijke FM-radiozender is Sublime ook op internet actief met vijf digitale radiostations en een audioproductiehuis dat naast radioprogramma's ook podcasts produceert. NRC Media wil groeien in de audiomarkt en ziet de overname als een logische stap daarin.



# Mediaontwikkelingen



## Audioconsumptie verandert

Uit onderzoek van zowel Spotify als het online radio en podcastonderzoek blijkt dat audioconsumptie ten opzichte van 2019 is veranderd. Alle online audiovormen waaronder online radio, on-demand streaming diensten en podcasts laten een groei zien. Daarnaast blijkt dat veel gezinnen samen luisteren. Een belangrijke factor voor de veranderende audioconsumptie is de opkomst van de smartspeaker. Reclame is een grote bron van inkomsten voor de stations en podcasts. Van de respondenten ergert zich 41% aan de reclameboodschappen binnen dit medium en 61% geeft zelfs aan dat ze er voor open staan als reclame alleen als 'branded content' in de programma's naar voren komt. Relevantie is hierbij wel erg belangrijk.

## Online

## Update Amazon

Sinds 10 maart is Amazon live in Nederland. Eind oktober heeft het zijn reclameplatform voor de lokale Nederlandse markt gelanceerd. Het is nu mogelijk om advertentieruimte in te kopen op Amazon.nl, IMDb en binnenkort ook Twitch.tv. Het gaat hier om display advertenties die programmatic ingekocht worden. Omdat Amazon veel first-party data heeft zal het een serieus alternatief worden voor de techreuzen Facebook en Google. Ook partijen die niet op Amazon adverteren kunnen display advertenties plaatsen op het platform.



# Mediaontwikkelingen



## **Google gaat nieuwsmerken betalen voor nieuws**

Google heeft bekend gemaakt dat het de komende drie jaar gaat betalen voor nieuws van nieuwsuitgevers. De investering is bedoeld om de nieuwsuitgevers te betalen voor nieuws dat anders wellicht achter de betaalmuur was verdwenen. Dit nieuws zal verschijnen in de Google News Showcase, dat is een update van het huidige Google Nieuws. In Nederland zijn er nog geen mediabedrijven officieel aan Google verbonden.

Online



## **Google officieel aangeklaagd in de VS**

In de VS is Google officieel aangeklaagd door het Amerikaanse ministerie van Justitie wegens machtsmisbruik in de zoekmachine. Google wordt ervan beschuldigd een illegale monopolie te beschermen door concurrenten buitenspel te zetten met exclusieve contracten en overeenkomsten. Google betaalde bijvoorbeeld aan Apple om de Google zoekmachine als standaardoptie te gebruiken op de iPhone. Google noemt de aanklacht in een eerste reactie gebrekkig: Mensen gebruiken Google omdat ze het willen niet omdat ze gedwongen worden of geen alternatieven kunnen vinden.

## **Google lid van de European Advertising Standards Alliance**

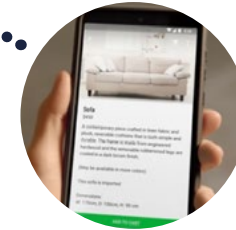
Google is het eerste volledige digitale advertentiebedrijf dat lid wordt van de EASA waar ook de Nederlandse Stichting Reclame Code lid van is. Google voegt zich bij 13 brancheverenigingen die verschillende betrokken partijen binnen het ecosysteem voor adverteerders vertegenwoordigen: adverteerders, reclamebureaus en de media. Al deze verenigingen leggen zich toe op het waarborgen en bevorderen van verantwoorde reclame.



# Mediaontwikkelingen

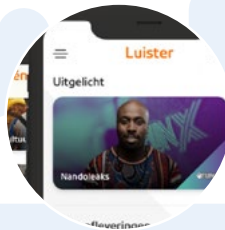


**IAB Nederland & VEA willen fuseren en per 1 januari 2021 verder als één organisatie**



**Facebook wil de shop-functie in de business-Facebook app uitbreiden zodat consumenten online kunnen shoppen via WhatsApp.**

**Online**  
Kort nieuws

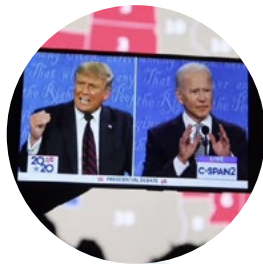


**Het nieuwe audioplatform van NPO is live: NPO Luister.**





# Mediaontwikkelingen



## **Fouten bij Facebook door verkiezingen VS**

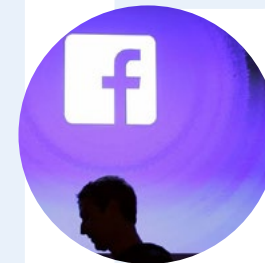
De verkiezingsstrijd in de VS is in volle gang en Facebook heeft geleerd van fouten gemaakt tijdens de voorgaande verkiezingen. Het platform richt zich sterk op regulatie van content en advertenties rondom dit onderwerp.

Na de eerste verkiezing van president Trump zijn er onderzoeken naar buiten gekomen waaruit bleek dat er advertentiecampagnes en Facebookdata zijn gebruikt om de verkiezingen te sturen. Het platform is er alles aan gelegen een herhaling hiervan te voorkomen. Facebook heeft hier strenge regels voor ingesteld en recentelijk heeft zij aangegeven dat ook na de verkiezingen van 2020, advertenties rondom de verkiezingen niet meer zijn toegestaan.

## Social

De nieuwe regels hebben de laatste tijd echter ook voor problemen gezorgd. Talloze advertentieaccounts en campagnes wereldwijd zijn geblokkeerd en/of zelfs compleet afgesloten.

Het algoritme van Facebook bepaalt wat wel en wat niet binnen de regels geplaatst is, maar binnen dit algoritme zitten dus nog een aantal kinderziektes. Veel marketingbureaus hebben met dit probleem te maken gehad en ondanks dat het probleem binnen enkele dagen verholpen is nadat er een persoon naar heeft gekeken, is het wel heel vervelend als een campagne (tijdelijk) stil ligt.



# Mediaontwikkelingen



## **Adverteerders keren in Q3 weer terug op de TV-reclamemarkt**

De TV-reclamemarkt is in het derde kwartaal van 2020 gegroeid met 0,7% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. De adverteerders keerden massaal terug naar TV in het derde kwartaal. Dit zorgde voor een enorme stijging, na de eerste helft van 2020 waarin de TV-reclamemarkt met 23% daalde.

## Televisie



## **Nieuw presentatieduo voor Op1**

Astrid Joosten en Paul de Leeuw zijn toegevoegd aan het presentatieteam van Op1. Deze TV-coryfeeën gaan vanaf 6 november samen de vrijdageditie van de talkshow presenteren.



# Mediaontwikkelingen



## **Aanpassing van het tijdvak commercials voor kansspelen**

Het timeslot waarbinnen het verboden is om commercials voor kansspelen uit te zenden is – op grond van de gewijzigde Nederlandse Mediawet – vanaf 1 november 2020 aangescherpt. Vooralsnog wordt op grond van de gewijzigde Mediawet uitgegaan van de volgende uitgangspunten:

## Televisie

### **Niet tussen 6.00 en 21.00 uur (short odds):**

- Instantloterij (waarvan prijsbepaling geschiedt voordat er een aanvang wordt gemaakt met de uitgifte van de deelnamebewijzen), sportprijsvragen (sportuitslagen raden/voorspellen), totalisator (wedden op uitslag harddraverijen/paarden), casinospelen en speelautomaten (hal).

Voorbeelden: *Toto, Krasloten, Holland Casino en overige casino's zoals Jack's Casino* (dit geldt ook voor joint promotiecampagnes).

### **Niet tussen 6.00 en 19.00 uur:**

- Alle overige kansspelen, zoals loterijen.

Voorbeelden:

*Postcodeloterij, BankGiro Loterij, Vriendenloterij, Staatsloterij, Lotto (incl. Lucky Day en Eurojackpot).*



# Mediaontwikkelingen

## Radio



### DAB+ in de lift

Een jaar geleden stond de teller van het aantal verkochte DAB+ radio's nog op ruim 1,54 miljoen maar dat is in het afgelopen jaar met 674.000 gestegen naar bijna 2,2 miljoen. Een stijging van 43%! Dit blijkt uit de verkoopcijfers tot en met juni 2020 van GfK en JATO Dynamics. Ook het aantal auto's met een DAB+ radio standaard aan boord groeide in de eerste helft van dit jaar naar 56%.



### Sky Radio Christmas op DAB+

En nog meer goed DAB+ nieuws (voor de kerstliefhebbers tenminste...). Sinds 16 oktober is Sky Radio Christmas weer te beluisteren op DAB+. Het station met de beste kersthits neemt tijdelijk de plaats in van Sky Radio Hits.



### Veronica stoelendans

Niet de genoemde namen Edwin Evers, Rob Stenders of Rick van Velthuysen nemen de middagshow over van Wilfred Genee maar Dennis Ruyer zal dit tijdslot voor zijn rekening nemen. Genee en zijn VI-team zijn per 2 november naar de ochtend verhuisd en Dennis Ruyer laat na zijn verhuizing een gat vallen van 10 tot 13 uur, welke zal worden ingevuld door Lindo Duvall.



# Mediaontwikkelingen



## Nieuwe masten

Waar Hillenaar Outdoor eerder al 1.200 reclamevlakken over liet nemen door Clear Channel, hebben zij nu ook veel billboards verkocht aan Exterior Media. Hillenaar Outdoor zal zich in de toekomst volledig focussen op digitale masten langs de snelwegen. Naast de 14 masten die al onder Hillenaar Outdoor vielen, zijn ze druk bezig met het uitbreiden van het netwerk door de toevoeging van nieuwe masten. Zo is Hillenaar druk bezig met nieuwe masten in Den Haag, Breda, Sliedrecht en Maastricht.

## Outdoor



## Coronacrisis

Out of home heeft het moeilijk in de coronacrisis. De investeringen die alle out of home exploitanten op dit moment doen zijn minimaal. Mensen zijn minder op straat waardoor het bereik van out of home achterblijft. We zien dat het bereik van winkelcentra en tankstations 20% achterblijft ten opzichte van de verwachte prognoses. Veel exploitanten moeten dus gaan compenseren in de voorstellen. Zo geeft Exterior bijvoorbeeld 20% extra advertentieruimte in winkelcentra en tankstations.

## Case Greetz

Exterior Media heeft eind augustus een case gedaan met Greetz. Zij hebben een out of home campagne gedaan met een onderzoek van Memo<sup>2</sup>. Een landelijke campagne van 1.500 vlakken heeft geresulteerd in een stijging van 15% in zoekgedrag en een stijging van 22% in websitebezoek. Nog niet eerder werd er een dergelijk experiment opgezet.



# Mediaontwikkelingen



**Teampress lanceert Tip Magazine**  
Op 5 oktober jl. heeft Teampress BV Tip Magazine gelanceerd. Het magazine dient vooral als inspiratiebron en wil lezers inspireren om dingen te doen die ze, voordat ze het magazine lezen, niet zouden doen. Het magazine verschijnt 11x per jaar en heeft een oplage van 27.500 exemplaren. Het zal via de Leeskring en openbare wachtgelegenheden als ziekenhuizen, huisartsen, kappers, etc. verspreid worden.

## Print

### **NoordPers stapt over van broadsheet naar tabloid**

NoordPers, uitgeverij en drukkerij van diverse kranten in Noord-Nederland, stapt met haar kranten langzaam over op tabloidformaat. De Oostermoer zal per 1 november 2020 overgaan naar tabloid en De Ommelander Courant/ De Ommelander, De Regiokrant en De Nieuwsbode gaan per 1 februari 2021 over naar tabloid. De Zuidenvelder, De Koerier en de Eemslander zijn onlangs al overgegaan naar het nieuwe formaat.





**ABOVO  
MEDIA**