

Maandoverzicht Mediaontwikkelingen februari 2020



Inhoud mediaontwikkelingen

3 Algemeen

4 Online

6 Social

7 Televisie

8 Radio

9 Outdoor

10 Print

Mediaontwikkelingen

cool
blue

Effect Coronavirus op mediawereld

Dat het Coronavirus ook negatieve gevolgen heeft voor de economie werd al snel duidelijk. Producten uit China en Azië worden inmiddels al weken veel minder of niet aangeleverd en hierdoor lopen de voorraden snel terug. Maar ook de mediawereld ondervindt de eerste gevolgen van het Coronavirus. Zo schroeft Coolblue haar investering in media en marketing terug vanwege tekorten. Verschillende affiliate links van de webshop doen het sinds 21 februari niet meer. En na speculaties bleek de webshop dit gedaan te hebben omdat ze verwachten dat producten van Chinese leveranciers opraken en er dus schaarste zal ontstaan. Volgen er meerdere adverteerders waardoor mediaexploitanten de gevolgen op grotere schaal gaan ondervinden?

Algemeen



Nieuwe concurrent voor Netflix en Disney+?

DPG Media en Telenet willen in het najaar 2020 een nieuwe streamingdienst lanceren en een serieuze concurrent gaan vormen voor Netflix en Disney+. De dienst zal in eerste instantie Vlaamse en internationale content gaan aanbieden, waardoor een start in België logisch lijkt. Maar gezien de positie die DPG in de Nederlandse markt vervult zal een uitrol naar Nederland snel, zo niet direct, volgen.

Mediaontwikkelingen



Google for Jobs live Nederland

Google for Jobs is sinds 7 februari live. Het is geen standaard vacaturesite waar vacatures geüpload kunnen worden, maar het toont vacatures in de zoekresultaten vanuit andere jobboards of werken bij sites. Met de nieuwe job widget wil Google de zoektocht naar een nieuwe baan makkelijker maken door gebruik te maken van aanwezige historische data zoals eerder vertoond zoekgedrag, locatie en demografische kenmerken. Let op: niet alle vacatures worden standaard getoond op het platform hiervoor moeten ze wel voldoen aan bepaalde eisen. Op dit moment wordt de werkzoekende nog doorverwezen naar een van de jobboards of de werken bij site van de betreffende vacature en zijn er ook nog geen kosten aan verbonden. Maar hoelang dit kosteloos blijft is uiteraard de vraag.



IAB publiceert online video handboek

Online video is (nog steeds) groeiend en flink aan het door ontwikkelen. Vanuit deze gedachte heeft de Taskforce Online Video van IAB Nederland een tweede editie van het online videohandboek uitgebracht. Het handboek biedt een overzicht van alle technische, operationele en commerciële aspecten van online video. Het handboek kan gedownload worden van de website van IAB Nederland en is interessant voor iedereen die interesse heeft in online video.



Mediaontwikkelingen



Spotta lanceert Folders.nl

Vanaf 12 februari gaat de huidige website en app Spotta verder als Folders.nl. Dit nieuwe platform komt voort uit een samenwerking tussen Spotta en de digitale dienstverlener WePublish. Folders.nl is het een na grootste platform in online folders.

In tegenstelling tot andere platformen is dit een meer data gedreven platform met als doel uiteindelijk betere inzichten voor de retailers.



Webwereld.nl stopt

Uitgever IDG stopt per 1 maart met een van de oudste Nederlandse nieuwssites; webwereld.nl. De uitgever geeft aan dat het te maken heeft met een strategische koerswijziging van meer lokaal en regionaal nieuws naar internationaal nieuws waardoor de content van webwereld niet meer aangevuld zal worden.



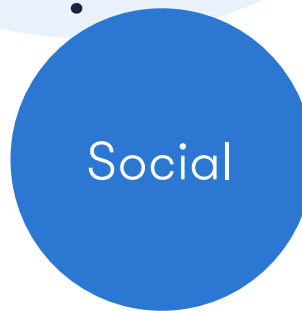
Online cookies liggen onder vuur

Cookies vormen al sinds jaar en dag een belangrijk onderdeel van het online ecosysteem: van het bewaren van producten in het winkelmandje tot het meten van conversies, zonder cookies zou dit een stuk lastiger gaan. Sinds cookies echter gebruikt worden voor het maken van unieke gebruikersprofielen liggen ze onder een vergrootglas van privacy groepen. Naast de AVG-wetgeving doen nu ook internet browsers een duit in het zakje. Marktleider Google Chrome is de laatste in de rij met de aankondiging third party cookies binnen nu en 2 jaar te gaan blokkeren. Bovendien worden cookies zonder 'SameSite=None' setting standaard beperkt vanaf februari.

Zaak dus om dit z.s.m. aan te passen zodat analytics en andere metingen goed blijven werken.



Mediaontwikkelingen



Augmented Reality heeft toekomst in ads

Recentelijk heeft Facebook het mogelijk gemaakt om een augmented reality onderdeel toe te voegen aan advertentie mogelijkheden binnen het platform voor zowel Facebook als Instagram.

Dit biedt adverteerders de mogelijkheid om een extra dimensie aan hun productaanbod toe te voegen. Augmented reality kan op verschillende manieren worden gebruikt bijvoorbeeld in wearables en huis/kantoor inrichting.

Stel je bent een opticiën met een groot aanbod aan verschillende brillen. Het is mogelijk om van die brillen 3D-modellen te maken alvorens deze via een advertentie beschikbaar te maken om via de camera van een telefoon het alvast op je gezicht te zetten.

Op deze manier kunnen gebruikers het product al uitproberen om te zien of product past bij hem of haar. Daarnaast zijn er ook gave toepassingen te bedenken voor woning/kantoor inrichters. Wanneer je 3D-modellen bouwt van jouw producten kan men via jouw advertentie het meubelstuk alvast in zijn/haar kamer plaatsen om te zien of het er bij past of niet. Al met al zijn er legio mogelijkheden te verzinnen met deze optie en de mogelijkheid tot het adverteren ervan op grote schaal was tot voor kort nog niet mogelijk binnen het platform!



Mediaontwikkelingen



De helft van de NLZIET abonnees heeft geen vast tv-abonnement meer

Uit onderzoek van Telecompaper blijkt dat NLZIET snel groeit. De consumenten die geen vast traditioneel lineair tv-abonnement meer kopen neemt toe, waardoor de groeipotentie van NLZIET groot is. Zo blijkt ook dat bijna de helft van de NLZIET abonnees heeft geen vaste tv-aansluiting meer. De streamingdienst levert op dit moment de mogelijkheid om live te kijken naar 34 tv-zenders. Daarnaast kan er ook reclamevrij teruggekeken worden naar eerder uitgezonden programma's.



Matthijs van Nieuwkerk stopt met de wereld draait door

Matthijs van Nieuwkerk stopt met de wereld draait door. Hij heeft wel voor 3 jaar bijgetekend bij BNNVara. Vanaf begin volgend jaar zal hij met een nieuw zaterdagavondprogramma komen.



Ster onderzoek biedt inzicht in hoe het brein werkt bij reclame

Ondanks dat we tegenwoordig weinig aandacht hebben voor reclame, komen de boodschappen wel bij ons binnen. Ons brein verwerkt informatie namelijk vaak onbewust. Het onbewuste systeem is verantwoordelijk voor 95% van onze beslissingen. Het merendeel van de reclames wordt dus vaak onbewust verwerkt. Aan de hand van vijf praktijkvoorbeelden toont Ster aan dat impliciet commercialonderzoek bij uitstek geschikt is voor het optimaliseren van een reclameboodschap- en campagne. Deze methodiek meet de intuïtieve reactie en voorkomt sociaal wenselijke antwoorden.



Mediaontwikkelingen



Hitlijsten

Hitlijsten doen het altijd goed voor radiozenders; de zenders proberen hiermee hun luistertijd te verlengen en zodoende het marktaandeel te vergroten. Afgelopen maand stonden zowel Radio Veronica, Sky Radio, Radio 538 als Qmusic in het teken van een hitlijst in de strijd om de luisteraar. Zo was op Veronica de Album-Top-500-Allertijden te horen, ging 538 even terug naar de zeroes met de 00's-Top-538 en zocht Qmusic het nog een decennium eerder met de 90's-Top-500.

Op Valentijnsdag was op Sky Radio de Valentijns-Top-101 te beluisteren.

Radio



Radio 10 groeit in Brabant!

De start van Radio 10 Brabant op de frequenties van Radio 8FM heeft de zender geen windeieren gelegd. Het aandeel in Noord-Brabant steeg de afgelopen twee metingen flink. Ten opzichte van een jaar geleden is de stijging meer dan 50%. Het weekbereik steeg in de provincie met 28%, dat zijn 71.000 personen (Noord-Brabanders) meer dan vorig jaar. Door deze strategische zet kunnen we dus voorzichtig concluderen dat het een gewenst effect heeft op de landelijke cijfers waar ook een mooie groei te zien is.



Mediaontwikkelingen



Exterior biedt digitale abri's aan in Groningen

In Groningen is het vanaf nu mogelijk om digitale abri's in te zetten. Het gaat in totaal om 64 schermen. Op de digitale schermen is een lichte animatie mogelijk, 50% van de beelden beweegt 50% van de tijd.



Exploitatie GVB bussen- en tramnetwerk gewonnen door Ocean

Het complete bussen- en tramnetwerk in de voertuigen van het Amsterdamse GVB wordt per 1 april overgenomen door Ocean. In totaal gaat het om 1.240 schermen. Het totale aantal schermen komt daarmee op 1.688, verdeeld over 308 voertuigen.



Mediaontwikkelingen



Ja/Ja sticker voorlopig niet in gemeente Utrecht

De invoering van de Ja/Ja sticker in gemeente Utrecht is voorlopig van de baan. Het gerechtshof heeft hiertoe besloten omdat het Ja/Ja systeem in strijd zou zijn met de Rechten van de Mens.

Per 1 januari 2020 geldt in gemeente Utrecht een verordening waarbij zowel ongeadresseerd reclamedrukwerk als huis-aan-huis-kranten alleen bezorgd mogen worden als op de brievenbus een Ja/Ja sticker staat. De uitgever van Stadsblad Utrecht had in een kort geding gevraagd deze maatregel aan te passen welke door het hof toegekend is.

Het huis-aan-huis-blad Stadsblad Utrecht mag dus (voorlopig) weer overal bezorgd worden, tenzij er een Nee/Nee sticker opgeplakt is.

Print



Nieuw huis aan huis blad in Limburg

Nadat de weekkrant VIA Limburg niet meer huis-aan-huis verspreid wordt, is er in Parkstad Limburg en omstreken een nieuw huis aan huis blad gelanceerd; Parkstad Leeft! De krant zal 11x per jaar huis aan huis verspreid worden en heeft een oplage van 125.000 exemplaren.



