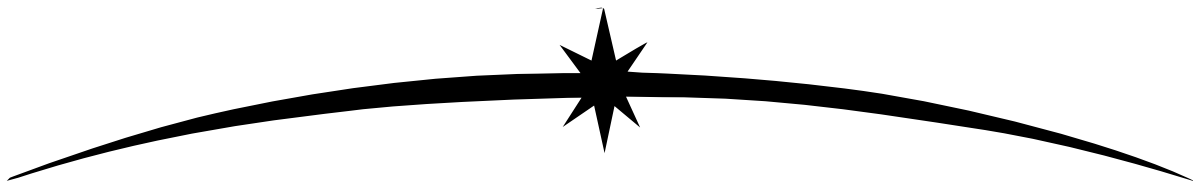


Disney OPENT DE AANVAL OP NETFLIX

HET AMERIKAANSE MEDIALANDSCHAP ZAL DE KOMENDE JAREN OP DE SCHOP GAAN



De manier waarop televisie wordt gekeken, verandert snel. De opkomst van streamingdiensten zoals Netflix en de verschillende mogelijkheden om programma's uitgesteld te kijken, hebben grote gevolgen voor het verdienmodel van mediabedrijven. **Het bod op 21st Century Fox maakt duidelijk dat het traditionele Walt Disney-concern de aanval inzet op de nieuwkomers.**

In haar rapport *De toekomst van televisie* stelde ABN Amro in december dat televisie lange tijd weinig last had van de disruptieve kracht van internet, zoals dagbladen en tijdschriften dat wel hebben ondervonden. Maar dat is aan het veranderen, volgens de bank.

Mediatycoon John de Mol riep ook al eens dat Nederlandse mediabedrijven onmachtig zijn om de concurrentie op de advertentiemarkt met partijen als Google en Facebook aan te gaan. En de traditionele televisiesector ondervindt sterke concurrentie van streamingdiensten als Netflix en HBO. Het aantal kijkminuten naar 'lineaire' televisie (gekeken op het moment dat het wordt uitgezonden) daalt sinds 2015 snel.

Jarenlang schommelde het aantal kijkminuten voor lineaire

televisie rond de drie uur per dag. In even jaren dankzij de grote sportevenementen wat meer, in oneven jaren wat minder. Vanaf 2015 begint het aantal kijkminuten echter sterk te dalen. ABN Amro schat het aantal lineaire kijkminuten voor 2017 in op 150 minuten. Dit zou een daling van 16 procent in drie jaar betekenen, een duidelijke trendbreuk. Er zijn verschillende oorzaken: jongeren zitten steeds meer op sociale media en videoplatforms als YouTube, daarnaast wordt er meer tijd doorgebracht voor betaalde streamingdiensten zoals Netflix.

Netflix deed in september 2013 zijn intrede op de Nederlandse markt. Binnen een jaar had het bedrijf hier een miljoen abonnees, halverwege 2017 is dit aantal uitgegroeid tot 2,35 miljoen. Twintigers brengen tegenwoordig gemiddeld al zo'n drie kwartier

per dag door met kijken naar streaming video-on-demand, vaak via de smartphone of de tablet.

Traditionele televisiepartijen als RTL en de Nederlandse publieke omroep proberen een antwoord te vinden door zelf meer online te gaan. RTL biedt via Videoland en RTL XL films en programma's aan, de publieke omroep lanceerde de afgelopen zomer NPO Start, waar vrijwel het volledige publieke aanbod terug te vinden is. Deze initiatieven kunnen echter niet voorkomen dat de inkomsten uit de traditionele reclamespotjes rond de televisieprogramma's sterk teruglopen.

MUIS EET VOS

Het Amerikaanse Walt Disney werd groot met Mickey Mouse, maar is tegenwoordig ook eigenaar van de traditionele tv-zender ABC en een groot aantal andere televisiekanalen, en loopt tegen dezelfde ontwikkeling aan als de NPO en RTL hier. Disney pakt het groot aan en deed in december een bod van 52 miljard dollar op de film- en tv-studio's van 21st Century Fox, een van de grootste entertainmentdeals ooit. Het gaat Disney vooral om de inhoud ('content'), Fox mag de nieuws- en sportcatalogus houden. De zenders Fox

**HET AANTAL
KIJKMINUTEN
NAAR
'LINEAIRE'
TELEVISIE
DAALT SINDS
2015 SNEL**