

4 toekomstscenarios voor TV en Video

28-08-2019 09:53



Deloitte heeft vier toekomstscenarios ontwikkelt over hoe de TV en Video wereld in Nederland eruit zou kunnen zien en wat de impact kan zijn voor zowel de betrokken partijen.

Gekeken is bijvoorbeeld naar de toekomst van partijen als RTL en Talpa en wat de rol van grote telecom partijen zoals KPN, Vodafone en T-Mobile kan zijn. Daarnaast worden de streaming-platforms die er nu zijn, Videoland, RTLXL en NL-Ziet tegen het licht gehouden

De vier scenarios schetsen allemaal een beeld van hoe deze markt er in 2030 uit zou kunnen zien. Ieder van de scenarios schetst een specifieke plausibele ontwikkeling waarbij de scenarios onderling sterk verschillen. Deloitte heeft niet de pretentie om binnen deze scenarios te voorspellen welke het meest waarschijnlijk is maar wil met deze 4 scenarios partijen in staat stellen zich in te stellen op de grote veranderingen en onzekerheden die er aan zullen komen.

De vier scenarios in het kort:

Scenario 1: Universele supermarkt

Een paar wereldwijde digitale platformbedrijven, zoals Amazon en YouTube, nemen de leidende rol in aggregatie en distributie over van traditionele omroepen, zoals RTL en NPO. Deze platforms zijn zeer actief in de hele waardeketen en bepalen de creatie, aggregatie en distributie van inhoud en de directe klantrelatie. Net als bij grote supermarkten biedt elk van de digitale platformbedrijven een uitgebreid assortiment wereldwijde

en nationale content, alleen gedifferentieerd door enkele exclusieve producties en sportrechten.

Scenario 2: Content Endgame.

Content wordt de belangrijkste onderscheidende factor in de video-industrie, terwijl distributie, zoeken en aanbevelingen eigenlijk als 'commodities', vanzelfsprekendheden, worden beschouwd. Dat geeft grote wereldwijde content-eigenaren, zoals Disney, WarnerMedia en misschien vooral Netflix een leidende rol. Zij zijn verticaal geïntegreerd in de gehele waardeketen. Ze richten zich op distributie via hun eigen kanalen, het omzeilen van de platforms en het creëren van directe klantrelaties.

Scenario 3: Revenge of the Broadcasters

Nationale omroepen en internationale digitale platformbedrijven bestaan naast elkaar in de markt, waarbij de eerste gericht is op inhoud van lokale kwaliteit en de tweede op wereldwijde producties en blockbusters. Kijkers kunnen kiezen of ze lineaire of niet-lineaire inhoud van internationale of lokale bronnen willen bekijken.

Scenario 4: Lost in diversity

Iedereen doet alles in dit scenario: er zijn geen dominante spelers. In plaats daarvan worden consumenten bediend door talloze distributieplatforms die een rijk scala aan concurrerende inhoud bieden. Een duidelijk onderscheid tussen productie en distributie van inhoud is een ander belangrijk kenmerk van dit scenario.

De scenarios worden verder toegelicht op [de site van Deloitte](#) en daar zullen de 4 scenarios de komende tijd ook verder diepgaand worden uitgewerkt.

David Huijzer