



# How to stay in touch with tomorrow's consumer \*

Entertainment & Media Outlook towards 2011

## Trends in the Netherlands 2007-2011

\*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

## **Stelling**

**Televisie is en blijft één van de meest attractieve sectoren in het medialandschap, .....**

# Introductie

The seventh edition of the **Entertainment & Media Outlook for the Netherlands** presents annual historical data for the 2002-2006 period and provides annual forecasts for 2007-2011 in the following 12 entertainment and media segments:

- Filmed Entertainment
- **Television**
- Recorded Music
- Radio Advertising
- Out-of-Home Advertising
- Internet Advertising and Access Spending
- Magazine Publishing
- Newspaper Publishing
- Book Publishing
- Theme Parks
- Sports
- Video Games



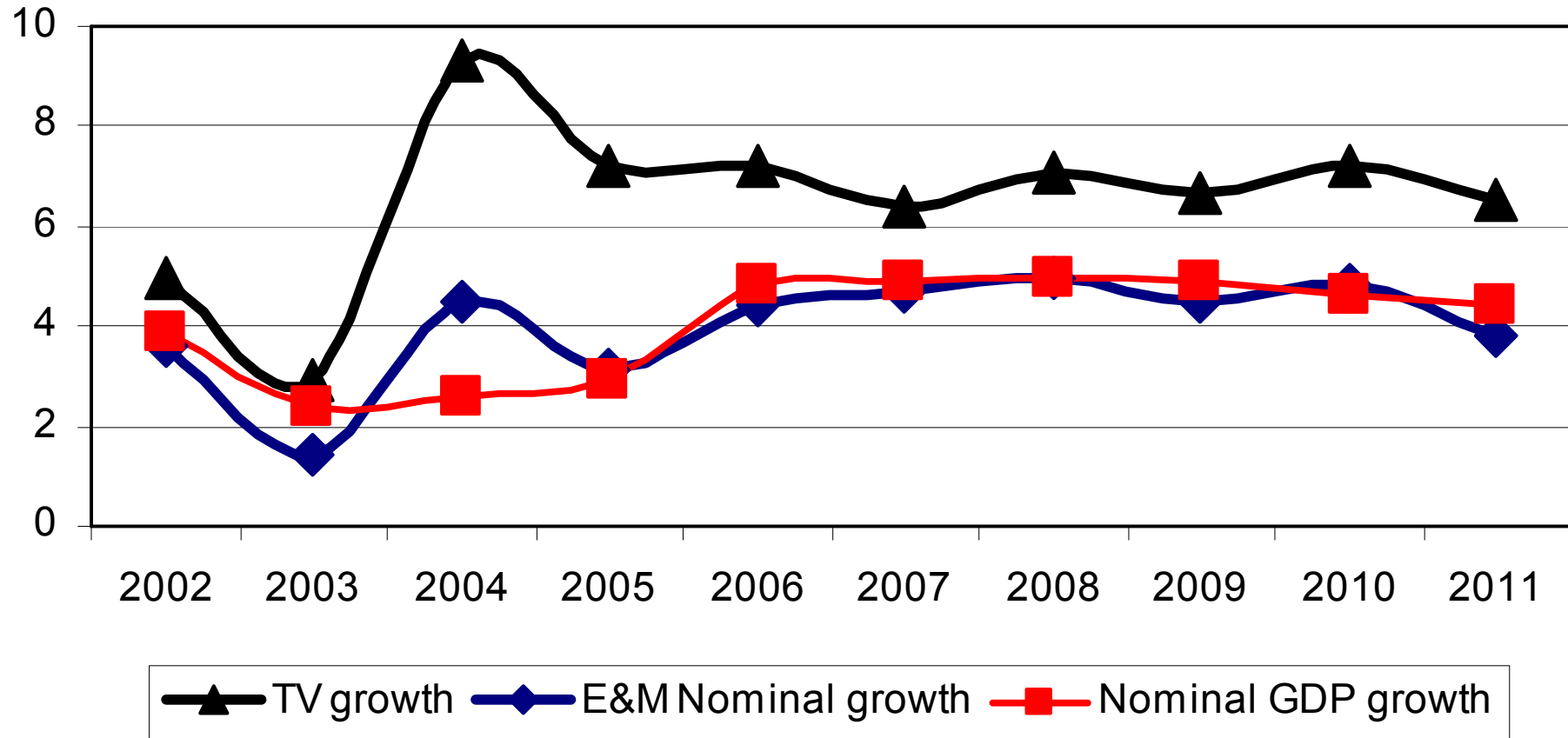
## Televisie volgens Van Dale....

- **televisie**: het elektrisch overbrengen, m.n. door radiogolven, van bewegende beelden resp. de waarneming daarvan [distributie]
- digitale **televisie**: gedigitaliseerd televisiesignaal voor de ontvangst waarvan een digitenne en een settopbox nodig zijn [distributie]
- (als verkorting van) **televisietoestel** [hardware]
- platte **televisie**: met een plat beeldscherm [hardware]
- het hele bestel van de uitzendingen d.m.v. de **televisie** [content]

## Televisie volgens de markt

- Advertentie-inkomsten
- Bestedingen aan abonnementen (kabel, satelliet, Digitenne)
- Bestedingen aan pay-per-view and video-on-demand services
- Bijdrage door de Nederlandse overheid

# Bovengemiddelde groei voor Televisie



# De televisiemarkt in Nederland

Television Market (€ Millions)											
Category	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2007-2011 CAGR
Advertising	790	745	820	850	900	925	975	1,015	1,070	1,100	
% Change	5.3	-5.7	10.1	3.7	5.9	2.8	5.4	4.1	5.4	2.8	4.1
Subscription Spending	1,034	1,127	1,268	1,424	1,576	1,714	1,854	2,006	2,170	2,345	
% Change	6.7	9.0	12.5	12.3	10.7	8.6	6.2	6.2	6.2	6.1	6.9
Pay-Per-View/ Video-on-Demand	21	34	44	55	71	95	125	156	193	233	
% Change	5.0	61.9	29.4	25.0	29.1	33.8	31.6	24.8	23.7	20.7	26.8
Government Contribution to Public Television	455	460	453	442	424	427	430	435	440	445	
% Change	0.7	1.1	-1.5	-2.4	-4.1	0.7	0.7	1.2	1.1	1.1	1.0
Total	2,300	2,366	2,585	2,771	2,971	3,161	3,384	3,612	3,873	4,123	
% Change	5.0	2.9	9.3	7.2	7.2	6.4	7.1	6.7	7.2	6.5	6.8
Netherlands as a % of Western Europe	4.4	4.3	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	

Sources: PricewaterhouseCoopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates

## Megatrends – de consument centraal

- De consument kan zijn tijd (=aandacht) maar 1x besteden
- De consument wil relevante content (en advertenties...) en is bereid daarvoor betalen
- Het tempo van (technologische) verandering wordt bepaald door de consument
- Technologische ontwikkelingen stimuleren groei (maar deel van groei is verschuiving binnen de sector)
- De rol van de overheid lijkt nog niet uitgespeeld

## Stelling

**Televisie is en blijft één van de meest attractieve sectoren in het medialandschap, zolang de aandacht van de consument kan worden vastgehouden**



# How to stay in touch with tomorrow's consumer \*

Entertainment & Media Outlook towards 2011

## Trends in the Netherlands 2007-2011

\*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS 