



Rapport

Actualisatie onderzoek tarieven SONT

Auteurs

Jasper Veldman

Berend Holwerda

Rapport

Actualisatie onderzoek tarieven SONT

Auteurs

Berend Holwerda

Jasper Veldman

Opdrachtgever

Stichting Onderhandelingen Thuis kopie (SONT)

Publicatienummer

2026.034-11037

Citeren als

Dialogic (2026). *Actualisatie onderzoek tarieven SONT*. In opdracht van Stichting Onderhandelingen Thuis kopie.

Datum

23 juni 2026

Beeld omslag

Viadans via iStock

Inhoud

1	Inleiding	4
	1.1 Achtergrond	4
	1.2 Onderzoeksvragen	5
	1.3 Onderzoeksaanpak	5
2	Audiowerken	7
	2.1 Muzieknummers	7
	2.2 Podcasts	10
	2.3 Radioprogramma's	14
3	Audiovisuele werken	16
	3.1 Speelfilms, series, documentaires en overige tv-programma's	16
	3.2 Onlinevideo's	24
	3.3 Muziekvideo's	26
4	Boeken en geschriften	27
	4.1 E-books	27
	4.2 Luisterboeken	32
	4.3 Overige informatie uit (digitale) publicaties	37
5	Afbeeldingen	39
	5.1 Inleiding	39
	5.2 Actualisatie netto marginale opbrengst voor rechthebbenden	39
6	Overzicht	41

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

In 2024-2025 heeft Dialogic in opdracht van de Stichting Onderhandelingen Thuis kopie (SONT) onderzoek¹ gedaan naar het in kaart brengen van de schade per consumptie (van een thuis kopie). In dat onderzoek is een analysekader gehanteerd waarbij de schade is bepaald aan de hand van de vergoeding die de rechthebbende zou hebben ontvangen voor de consumptie in een streamingsmodel. Specifieker definieerden we de vergoeding als de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van een gelicentieerde consumptie.

Een voorbeeld om deze definitie toe te lichten, is aan de hand van muziekstreamingsdiensten zoals Spotify. Een consument kan voor een vast bedrag per maand een abonnement afsluiten op een muziekstreamingdienst. Diegene kan dan ongelimiteerd muziek uit de catalogus luisteren, en hoeft geen additionele kosten te betalen per consumptie. De muziekstreamingdienst betaalt echter wel per consumptie een bedrag uit aan de rechthebbenden. In het vorige onderzoek is dit het bedrag dat per consumptie van een muzieknummer door streamingdiensten wordt vergoed, bepaald op €0,00503 tot €0,00516.

SONT wenst de door ons bepaalde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden te actualiseren, en heeft Dialogic gevraagd dit te doen in een beknopt vervolgonderzoek. De aanleiding voor deze actualisatie is meerledig:

1. SONT geeft aan dat sinds de uitvoering van het vorige onderzoek de consumentenprijzen van verschillende streamingsdiensten fors zijn gestegen. Dit zou ook kunnen betekenen dat de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden is gestegen.
2. In een aantal gevallen (bijvoorbeeld bij audiovisuele werken) is in het vorige onderzoek data uit jaarverslagen over het jaar 2023 gebruikt, terwijl er inmiddels recentere data beschikbaar is.
3. In een aantal gevallen (bijvoorbeeld bij luisterboeken) is zeer recent nieuwe gebruikersdata beschikbaar gekomen.²
4. Voor een aantal typen werken (specifiek wetenschappelijke artikelen en afbeeldingen) bestaat bij SONT de wens om de huidige analyse te verdiepen.

¹ Dialogic (2025) *Onderzoek herijking tarieven SONT*. [\[dialogic.nl\]](https://dialogic.nl)

² Zie o.a. NOS (2026) *Schrijversbond over tarieven streamingsdiensten. 8,5 cent per beluisterd boek*. [\[nos.nl\]](https://nos.nl)

Hieronder lichten we de onderzoeksvragen van dit vervolgonderzoek toe.

1.2 Onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen die centraal staan in dit onderzoek, zijn de volgende:

1. *In hoeverre is het meenemen van geactualiseerde data in de analyse van de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van consumptie van auteursrechtelijk beschermde werken (o.b.v. het eerdere onderzoek) mogelijk, en leidt dit naar verwachting tot uitkomsten die significant afwijken van de eerdere uitkomsten?*
2. *Indien het meenemen van geactualiseerde data mogelijk is en leidt tot andere uitkomsten, wat is dan de geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden?*

Wij voeren deze actualisatie uit voor de volgende typen werken:

- Audiowerken
 - a. Muzieknummers
 - b. Podcasts
 - c. Radioprogramma's
- Audiovisuele werken
 - a. Films (speelfilms of korte films)
 - b. Televisieseries
 - c. Documentaires
 - d. Andere televisieprogramma's
 - e. Onlinevideo's
 - f. Muziekvideo's
- Boeken en geschriften
 - a. E-books
 - b. Luisterboeken
 - c. Informatie uit (digitale) boeken, kranten, tijdschriften of lesmateriaal (met extra aandacht voor een verbijzondering naar wetenschappelijke artikelen).
- Afbeeldingen
 - a. Dit is één categorie waaronder alle foto's, illustraties, cartoons, beeldende kunst of andere professionele afbeeldingen vallen.

1.3 Onderzoeksaanpak

Voor het onderzoek hebben we dezelfde aanpak gehanteerd als in het vorige onderzoek. Dat betekent dat het onderzoek voornamelijk leunt op deskstudie, aangevuld met

enkele gesprekken met stakeholders (Auteursbond, Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers, DuPho, Groep Algemene Uitgevers, Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers en Pictoright).

2 Audiowerken

2.1 Muzieknummers

2.1.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In het eerdere onderzoek is de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor muzieknummers vastgesteld op €0,00503 tot €0,00516 per stream.

De netto marginale opbrengst voor rechthebbenden is destijds vastgesteld op basis van data die is ontvangen van de Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers (NVPI) en heeft betrekking op het jaar 2024.

2.1.2 Noodzaak voor actualisatie

De netto marginale opbrengst is vastgesteld op basis van de afdrachten van muziekstreamingsdiensten aan rechthebbenden. Het omvat daarbij de reguliere afdracht aan rechthebbenden (door de muziekstreamingsdiensten) en de afdracht aan Bu-maStemra. In het eerdere onderzoek werd duidelijk dat ongeveer 70% van de inkomsten van muziekstreamingsdiensten wordt afgedragen aan de rechthebbenden. Dit percentage lijkt redelijk stabiel te zijn over de jaren.

Voor het bepalen van de noodzaak van de actualisatie kijken wij allereerst naar de consumentenprijzen van muziekstreamingsdiensten. Bij een gelijkblijvend percentage van de afdracht, en een gelijkblijvend luistergedrag³ betekent een stijging van de consumentenprijzen een hogere waarde per consumptie. In Nederland kijken wij dan specifiek naar de in Nederland meest gebruikte diensten Spotify en YouTube Music.⁴ Deze diensten hebben een marktaandeel van respectievelijk 57,1% (Spotify) en 13% (YouTube Music) in 2025.⁵

Spotify heeft in 2025 de abonnementsprijzen voor zowel nieuwe klanten (per 1 april) als bestaande klanten (per 1 mei) verhoogd.⁶ Het gaat om een verhoging van 1 tot 4 euro per maand, afhankelijk van het abonnement. Omgerekend naar percentages gaat het om een stijging van ca. 16% tot 22%. Dit betreft de eerste prijsverhoging sinds juli

³ Dit lijkt ook aannemelijk. Een consument gaat naar verwachting niet snel meer of minder luisteren omdat de prijs van het abonnement stijgt.

⁴ NMO (2026) *NMO Mediatrends 2025*. [\[nationaalmediaonderzoek.nl\]](https://nationalemediaonderzoek.nl)

⁵ Hierbij geldt wel dat de NMO binnen de cijfers ook andere platforms dan muziekstreamingsdiensten heeft genomen. Zo staan onder andere ook Storytel (2,9%), NPO Luister (2,8%), Podimo (2,7%) en Fluister (0,9%) in de lijst.

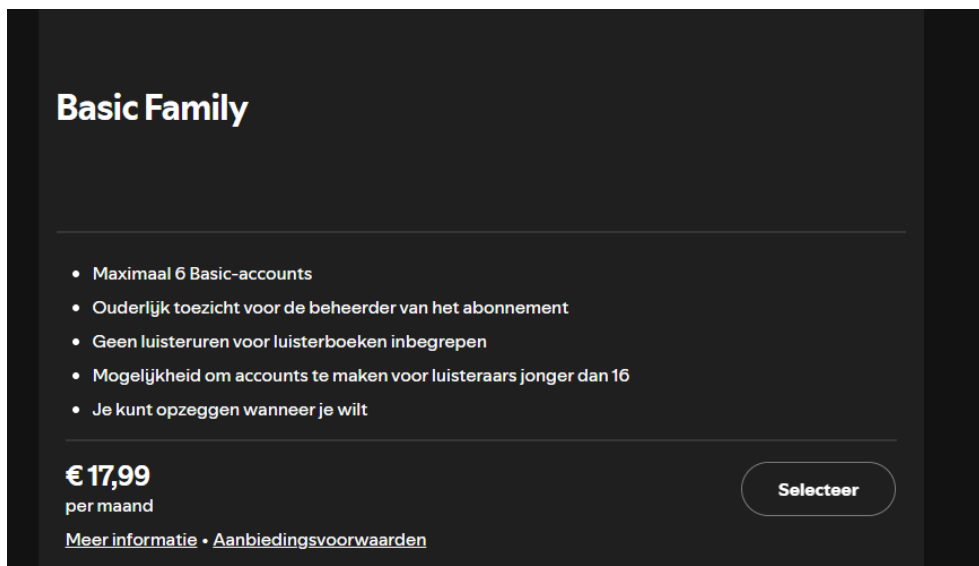
⁶ Tweakers (2025) *Spotify verhoogt prijzen van Premium met 1 tot 4 euro per maand*. [\[tweakers.net\]](https://tweakers.net)

2023. Voor YouTube Music is de laatste prijsverhoging in september 2024 doorgevoerd, en dus al meegerekend in het vorige onderzoek.⁷

In het eerdere onderzoek waren de cijfers gebaseerd op de data over 2024. Gezien de substantiële prijsverhoging door Spotify en het grote marktaandeel van deze dienst, is een actualisatie van de uitkomsten wenselijk. Hierbij moet rekening worden gehouden met het feit dat de prijsverhoging gedurende het jaar is doorgevoerd. Daarnaast moet worden vastgesteld of de afdrachtspercentages gelijk zijn gebleven. Tot slot is relevant om te bepalen of het aantal abonnees substantieel is gewijzigd.

2.1.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Opmerkelijk genoeg geeft de NVPI, op onze navraag, aan dat sinds het wijzigen van de abonnementsprijzen door Spotify er geen wijziging heeft plaatsgevonden in de afdracht. Een mogelijke oorzaak is dat Spotify de prijsverhoging heeft gebruikt om vergoedingen uit te keren aan makers van luisterboeken. De functie voor het beluisteren van luisterboeken binnen Spotify is geïntroduceerd in oktober 2024 voor Premium-abonnees. Zij kregen daardoor de mogelijkheid om maximaal 12 uur naar audioboeken te luisteren.⁸ Een half jaar later is de prijsverhoging doorgevoerd voor de Premium-abonnees. Wat daarbij niet expliciet is gecommuniceerd is dat het voor bepaalde Premium-abonnees mogelijk was om te switchen naar een Basic-abonnement, zonder luisteruren voor luisterboeken. Zie daarvoor ook onderstaande afbeelding.



Figuur 1 Basic Family account Spotify

⁷ Tweakers (2024) *YouTube verhoogt prijzen Premium-abonnementen in Nederland en België – update.* [tweakers.net]

⁸ NU.nl (2024) *Betalende Spotify-abonnees kunnen voortaan audioboeken beluisteren.* [nu.nl]

De prijs van dit Basic Family abonnement is gelijk aan de prijs van het Premium Family abonnement voor de prijsverhoging van april vorig jaar. Dit wekt de indruk dat de prijsverhoging vooral is doorgevoerd om een vergoeding te kunnen betalen voor de luisterboeken. In paragraaf 4.2.3 gaan we daar nader op in.

Op basis van deze bevinding is het aannemelijk dat de huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden kan worden gehandhaafd.

Vanuit de betalingsplichtigen zijn, naar aanleiding van het vorige onderzoek, vragen gesteld over de eerder ingeschatte netto marginale opbrengst van €0,00503 tot €0,00516 per stream. Deze cijfers liggen namelijk hoger dan de waarden die zij zelf online⁹ vonden. Wij hebben daarvoor de volgende redenen:

1. Bij één van de onlinebronnen¹⁰ is het verschil te verklaren doordat in de bron wordt gekeken naar de vergoeding die *wereldwijd* gemiddeld wordt uitgekeerd voor Spotify (\$0,00238 per stream). In *Nederland* ligt die vergoeding ook volgens deze bron hoger (\$0,00362 per stream). In ons onderzoek hebben wij ons specifiek gericht op Nederland.
2. Bij een andere onlinebron¹¹ is ook duidelijk te zien dat er verschillen zijn in de vergoeding tussen de muziekstreamingsplatforms. Hierbij wordt duidelijk dat een groot platform als Apple Music een relatief hogere vergoeding lijkt te betalen dan Spotify. In de hierbij genoemde bron gaat het om een verschil van \$ 0,00800 per stream (Apple Music) versus \$ 0,00318 per stream (Spotify). De eerder aangeleverde data van de NVPI was een gewogen *gemiddelde* vergoeding vanuit alle muziekstreamingsplatforms.
3. Ten slotte geldt dat wij in ons onderzoek hebben gekeken naar de gehele vergoeding die wordt uitgekeerd vanuit Spotify. De bedragen die online rondgaan zijn gebaseerd op de vergoeding voor alleen de naburige rechten (c.q. *royalties*) die aan platenlabels worden uitgekeerd. Dit betreft echter slechts een deel van de vergoeding die Spotify (en andere streamingdiensten) uitkeert (ca. 55% van hun inkomsten). Zij keren ook een deel van hun inkomsten (ca. 15% van hun inkomsten) uit als vergoeding voor de auteursrechten. Het lijkt erop dat in de online berekeningen dit bedrag vaak niet wordt meegenomen. In de online berekeningen gaat het namelijk over de “uitbetalingen van streamingsplatforms” en de “Spotify royaltyies”. Dit terwijl de vergoeding voor de auteursrechten wordt uitbetaald via BumaStemra.

Samengevat is de eerdere inschatting van de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor muzieknummers, van **€ 0,00503 tot € 0,00516** per stream

⁹ Zie bijvoorbeeld hier: [\[artist.tools\]](#)

¹⁰ Zie bijvoorbeeld hier: [\[artist.tools\]](#)

¹¹ Zie bijvoorbeeld hier: [\[virpp.com\]](#)

(afhankelijk van de gehanteerde distributiekosten), op basis van onze bevindingen nog altijd onderbouwd.

2.2 Podcasts

2.2.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In het eerdere onderzoek is de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor podcasts vastgesteld tussen € 0 en (meer dan) € 0,125 per stream¹².

De netto marginale opbrengst voor rechthebbenden is destijds vastgesteld op basis van verschillende openbare bronnen.

2.2.2 Noodzaak voor actualisatie

In het vorige onderzoek bleek dat het lastig was om een goede netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van de consumptie van podcasts vast te stellen. Er bleek in de podcastmarkt sprake van grote diversiteit aan verdienmodellen. Zo wordt gewerkt op basis van een vergoeding per stream, maar bijvoorbeeld ook op basis van advertenties. Verder was er ook sprake van een gebrek aan informatie. Alleen al daarom is het wenselijk om te kijken naar een actualisatie: mogelijk is er nu wel meer informatie beschikbaar.

2.2.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In deze actualisatie hebben we op basis van reclame- en luistercijfers van podcasts een nieuwe inschatting gemaakt van de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per consumptie van een podcast.

Reclamecijfers

De omvang van de totale markt voor podcastsreclame is gebaseerd op het Audiojaarrapport 2025 van Audify¹³. Hierin is aangegeven dat de totale netto audioreclame-investering in podcasts in 2025 € 10,9 miljoen bedroeg.¹⁴ Dit is een stijging van 189,8% ten opzichte van 2024, toen de netto audioreclame-investering € 3,76 miljoen bedroeg.

De € 10,9 miljoen is niet gelijk verdeeld over de kwartalen. Voor het eerste kwartaal van 2025 bedroeg de netto audioreclame-investering € 0,9 miljoen, gevolgd door € 1,2

¹² Wij hebben daarbij geen apart onderscheid gemaakt naar de consumptieduur.

¹³ Audify (2026) *Audiojaarrapport 2025*. [\[audify.nl\]](https://audify.nl)

¹⁴ Dit is inclusief de reclame-inkomsten van recasts. Recasts zijn podcasts die eerder op radio of televisie zijn uitgezonden. Audify heeft aangegeven dat de reclame-inkomsten van deze recasts ook worden meegenomen bij de reclame-inkomsten voor podcasts.

miljoen in het tweede kwartaal, € 3,3 miljoen in het derde kwartaal en ten slotte € 5 miljoen in het vierde kwartaal. Het is onduidelijk in hoeverre hier sprake is van autonome groei of dat seizoens-effecten een rol spelen.

Uit contact met Audify blijkt dat dit bedrag alle spot en non-spot reclame-inkomsten omvat die vanuit de audiobedrijven zijn gefactureerd. Het gaat dus om ook de sponsoringen die door de podcastmakers zelf worden opgelezen. Tegelijkertijd geldt dat eventuele reclames vanuit partijen die niet deelnemen aan de meting niet worden meegenomen. Een van de partijen die niet deelneemt is Spotify. Eventuele reclames die door Spotify zelf bij podcasts worden gezet, zijn dus niet meegenomen in het bedrag. Het totale bedrag aan reclame-inkomsten ligt dus waarschijnlijk hoger.

Luistercijfers

Voor het bepalen van de luistercijfers van podcasts is gebruikt gemaakt van de Podcast Maanddata van NMO.¹⁵ De cijfers betreffen het gemiddeld aantal downloads en gebruikers per podcast per week en worden gerapporteerd op maandbasis. Zo kende de podcast van Boekestijn en De Wijk in januari 2025 gemiddeld ongeveer 400.000 downloads per week door bijna 200.000 gebruikers. Het systeem van podcastbeluistering laat niet toe om te meten hoe vaak een podcastaflevering wordt beluisterd. Wij hebben ervoor gekozen om te kijken naar het aantal downloads¹⁶. Hoewel dit niet de beste benadering is voor het luistergedrag is dit wel de best beschikbare data.

Het NMO rapporteert op maandbasis het 'gemiddeld aantal downloads per week' van alle verschillende podcasts. Wij hebben dit omgerekend¹⁷ voor het jaar 2025 en komen dan uit op ruim 527,5 miljoen downloads. Een punt van aandacht is dat de cijfers voor heel 2025 pas vanaf juli ook data van Podimo bevatten.

Inkomsten uit streaming

In het vorige onderzoek kwam ook naar voren dat Podimo ook een vergoeding per stream uitbetaalt aan de makers. Afgaand op de supportpagina op de website van Podimo¹⁸ blijkt dit nog steeds het geval te zijn. In het vorige onderzoek bestond al enige onduidelijkheid over de hoogte van dit bedrag, omdat de websitepagina gedurende het onderzoek werd aangepast. Het is aannemelijk dat Podimo met specifieke

¹⁵ NMO (2026) 4. *Podcast Maanddata*. [nmodata.nl]

¹⁶ Er wordt hierbij de volgende definitie gehanteerd: "*Downloads zijn unieke bestandsverzoeken die zijn gedownload (unique file requests). Om tot unieke verzoeken te komen, worden meerdere verzoeken van hetzelfde IP-adres, user-agent, aflevering en datum gefilterd.*"

¹⁷ Per maand hebben wij het 'gemiddeld aantal downloads per week' van alle individuele podcasts gesommeerd om tot een gemiddeld aantal downloads per week in die maand te komen. Zo werden er in januari 2025 gemiddeld 7,3 miljoen podcasts per week gedownload. Gemiddeld werden er in heel 2025 10,1 miljoen podcasts per week gedownload. Voor 52 weken resulteert dit in een totaal aantal downloads van ruim 527,5 miljoen.

¹⁸ Zie [support.podimo.com]

podcastmakers specifieke afspraken maakt die afwijken van de genoemde generieke vergoeding. Er is in het vorige onderzoek uitgegaan van een *vergoeding per stream* van € 25 per 1.000 luisteraars. Wij hanteren in dit onderzoek hetzelfde bedrag.

Netto marginale opbrengsten voor rechthebbenden per consumptie

Op basis van bovenstaande twee cijfers kunnen wij een indicatie geven van de gemiddelde reclameopbrengst per aflevering. Wij hebben daarvoor de totale audioreclame voor podcasts (€ 10,9 miljoen) gedeeld door het totaal aantal downloads van podcasts (527.574.138 in 2025). Wanneer we ervan uitgaan dat de reclameopbrengsten volledig ten gunste van de makers komen levert dit een bedrag van € 0,02066 reclameopbrengst per podcastdownload op voor heel 2025.

Zoals aangegeven bevat de luisterdata pas vanaf juli 2025 de data van Podimo. Het hierboven gegeven aantal downloads over 2025 is dus een onderschatting. Een van de gedachten was om een berekening te maken op basis van de tweede helft van 2025. Over die maanden hebben we namelijk wel de luistercijfers en ook de reclame-uitgaven. Echter, in de data over reclame-uitgaven zien wij dat in het derde en vierde kwartaal van 2025 veel meer uitgaven aan reclame voor podcasts zijn gedaan dan in de andere twee kwartalen. Naast een groei in de reclamecijfers lijkt hier gedeeltelijk ook sprake van een seizoens-effect. De reclame-uitgaven in het vierde kwartaal van 2024 waren namelijk hoger dan die in het eerste en tweede kwartaal van 2025. Bovendien waren de reclame-uitgaven voor het vierde kwartaal van 2025 ook hoger (€5 miljoen) dan die voor het eerste kwartaal van 2026 (€3,8 miljoen).¹⁹ Omdat het seizoens-effect niet synchroon loopt met het seizoens-effect in de downloadcijfers, verschilt de verhouding tussen beide per periode en is een analyse op basis van uitsluitend de tweede helft van 2025 niet representatief.

Alles overwegende is de meest redelijke benadering om de downloadcijfers voor het eerste halfjaar van 2025 te corrigeren voor het ontbreken van de Podimo-data. Dit kan worden gedaan door het marktaandeel van Podimo in het eerste halfjaar te schatten. We hebben daarvoor gekeken wat het aandeel van de Podimo-podcasts was binnen de downloads voor het tweede halfjaar van 2025 (ca. 20%). Vervolgens hebben we de downloadcijfers voor het eerste half jaar verhoogd met ca. 25%²⁰. We kwamen daarvoor uit op een totaal aantal downloads van ruim 580 miljoen voor 2025. Indien je het bedrag van €10,9 miljoen aan reclame-inkomsten deelt door 580 miljoen, kom je uit op een bedrag van € 0,01874 reclameopbrengst per podcastdownload.

¹⁹ Audify (2026) *Adverteerders investeren 52,8 miljoen euro in eerste kwartaal 2026*. [audify.nl]

²⁰ De aanname is dat via Podimo 20% van de downloads wordt bepaald en via de andere kanalen 80%. Voor de correctie hebben we daarom de downloadcijfers van de eerste zes maanden van 2025 vermenigvuldigd met 1/0,80.

Het bedrag van € 0,01874 per podcastdownload sluit aan bij de uitkomsten van het vorige onderzoek. In het vorige onderzoek vonden wij dat een veelgenoemd bedrag voor adverteren in podcasts tussen de € 0,01500 en €0,03000 per beluistering lag. Hierbij geldt wel de nieuwe cijfers zijn bepaald per podcastdownload en niet per beluistering.

Daar bovenop komen dan nog de mogelijke inkomsten uit de vergoeding per stream. Op basis van de downloadcijfers weten we dat 20% van de podcastdownloads vanuit Podimo komt, en dat door Podimo met een vergoeding van € 25 per 1.000 luisteraars wordt gerekend²¹. Dit zou dan betekenen dat boven op de reclameopbrengsten nog een bedrag per download komt van $€ 0,025 * 0,201 = \text{ca. } € 0,005$. Wij komen zo-
doende uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van **€ 0,02376** per download van een podcast.²²

Disclaimer

In de voorgaande analyse zijn we ervan uitgegaan dat de volledige inkomsten terecht komen bij rechthebbenden. Het is onduidelijk of dit het geval is. Binnen online reclames wordt vaak onderscheid gemaakt tussen de CPM (*Cost per Mille*) en RPM (*Revenue per Mille*). De CPM is wat adverteerders betalen per 1.000 luisteraars en de RPM is wat de rechthebbenden daadwerkelijk ontvangen per 1.000 luisteraars. In bovenstaande analyse hebben we gesteld dat de CPM gelijk is aan de RPM. Tegelijkertijd weten wij dat in veel gevallen niet alle inkomsten terechtkomen bij rechthebbenden. Een partij als YouTube keert bij onlinevideo's bijvoorbeeld maar 55% van de inkomsten uit aan rechthebbenden.²³ Indien ook bij podcasts slechts een gedeelte van de inkomsten terechtkomt bij rechthebbenden zal de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden lager liggen. Het is echter niet bekend welk deel van de inkomsten terechtkomt bij rechthebbenden.

Een tweede punt is dat wij ons voor de gebruikscijfers hebben gebaseerd op de data van NMO. Uit een nadere analyse van die data blijkt dat niet alle podcasts worden meegenomen. Zo ontbreken bijvoorbeeld De Stijn, Tobi en Jeppe Show, Held in Eigen Verhaal en Bankzitters Achter de Schermen in de data van NMO terwijl het volgens de site van Podimo wel populaire podcasts zijn.²⁴ Audify heeft aangegeven dat reclame-uitgaven binnen deze podcasts wel zijn meegenomen binnen de totale reclamecijfers. Hierdoor zou de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden dus in werkelijkheid lager kunnen liggen. Waarbij uiteraard nog wel de vraag is of ook daadwerkelijk alle reclame rondom podcasts is meegenomen (zie ook eerder).

²¹ Dit kwam naar voren tijdens het vorige onderzoek. Alleen is gedurende dat onderzoek de websitepagina van Podimo waar dit op stond offline gehaald.

²² Door afrondingsverschillen is de stijging net wat groter dan €0,005.

²³ Zie [\[youtube.com\]](https://www.youtube.com)

²⁴ Zie [\[podimo.com\]](https://www.podimo.com)

Een derde punt is dat in deze berekening andere verdiensten voor rechthebbenden niet zijn meegenomen. Het gaat dan bijvoorbeeld om afspraken tussen podcastmakers en platforms, zoals tussen Joe Rogan en Spotify. hiervan zijn de zoals een directe vergoeding vanuit een platform (bijvoorbeeld tussen Joe Rogan en Spotify). Een ander voorbeeld is de mogelijkheid om bij Spotify als consument rechtstreeks een abonnement af te sluiten op een podcast. Dit is een niet limitatieve opsomming van de andere verdiensten.

2.3 Radioprogramma's

2.3.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Voor de radioprogramma's kwamen wij in het vorige onderzoek tot een schatting van **€ 0,04150 en € 0,08705** als netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per stream²⁵. Dit was gebaseerd op de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van muzieknummers en podcasts.

2.3.2 Noodzaak voor actualisatie

In het vorige onderzoek was de berekening gebaseerd op de achterliggende netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van muzieknummers en podcasts. Aangezien de waarde van podcasts is aangepast, is het logisch om de berekening voor radioprogramma's aan te passen.

2.3.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Wij hebben voor de actualisatie gewerkt met dezelfde aannames als in het vorige onderzoek. In dat onderzoek is in kaart gebracht welke type categorieën radioprogramma's er zijn. Zie daarvoor de onderstaande tabel.

Tabel 1 Type radioprogramma's dat wordt opgeslagen (Bron: Verian, n = 82)

Type	Aandeel 2023
Actualiteiten	37%
Hoorspelen	10%
Entertainment/muziek	71%

Wij hebben in dit geval de aanname gedaan dat de categorieën 'Actualiteiten' en 'Hoorspelen' uit bovenstaande tabel gezien kunnen worden als podcasts en de categorie

²⁵ Er is hier dus geen verbijszondering gemaakt naar de tijdsduur van een stream.

'Entertainment/muziek' als muzieknummers. Wij hebben de hiervoor genoemde vergoedingen daarvoor gewogen. In onderstaande overzicht is deze weging te zien.

- Voor 'Actualiteiten' was het marktaandeel 37% en de geschatte netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van €0,02376 per consumptie (o.b.v. podcasts). Gewogen komen we dan tot een netto marginale opbrengst voor deze categorie van ca. € 0,00879 per consumptie.
- Voor 'Hoorspelen' was het marktaandeel 10% en de geschatte netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van €0,02376 per consumptie (o.b.v. podcasts). Gewogen komen we dan tot een netto marginale opbrengst voor deze categorie van ca. € 0,002376 per consumptie.
- Voor 'Entertainment' was het marktaandeel 71% en de geschatte netto marginale opbrengst voor rechthebbenden tussen de € 0,06040 tot € 0,06190 (o.b.v. muzieknummers²⁶). Gewogen komen we dan tot een netto marginale opbrengst voor deze categorie voor ca. € 0,04286 tot € 0,04396.

Wij hebben de gewogen waarden opgeteld en gedeeld door 1,18. Het totaal van de verschillende categorieën telt namelijk op tot 118% doordat respondenten konden aangeven dat ze van meerdere typen podcasts een thuiskopie hebben gemaakt.

Bovenstaande berekening resulteert in een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van radioprogramma's van € 0,04578 tot € 0,04749 per stream.

²⁶ Wij maken hierbij de aanname dat een uitzending een uur duurt en dat er gemiddeld ca. 12 muzieknummers per uur worden gedraaid.

3 Audiovisuele werken

3.1 Speelfilms, series, documentaires en overige tv-programma's

3.1.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In het eerdere onderzoek is de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor deze typen werken op basis van verschillende methoden benaderd.

- Via de 'bottom-up-benadering' (via de jaarverslagen van Netflix) kwamen wij uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van ca. € 0,0012 tot ca. € 0,0022 per minuut. Voor een serie-aflevering van twintig minuten gaat het dan om een netto marginale opbrengst van **€ 0,023914 tot € 0,044768** per stream. In het geval van een film van honderd minuten gaat het dan om een netto marginale opbrengst van **€ 0,11957 tot € 0,22384** per stream.
- Via de 'brede' top-down benadering (vanuit de marktprijzen) waarbij de economische waarde wordt afgeleid van feitelijke bestedingen van eindgebruikers, kwamen we uit op een gemiddelde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van **€ 0,145 tot € 0,249** per stream. Hierbij is niet gecorrigeerd voor het type werk. Het is voorstelbaar dat de waarde voor bepaalde typen werken lager is dan de voorgestelde range en voor andere juist iets hoger. De uitkomsten van deze benadering hadden dezelfde ordegrrootte als de Netflix-benadering.

3.1.2 Noodzaak voor actualisatie

Voor de bottom-up-benadering geldt dat er sowieso een noodzaak is voor een actualisatie. De waarden zijn destijds bepaald aan de hand van het jaarverslag over 2023 en er zijn inmiddels actuelere jaarverslagen beschikbaar. Voor de top-down benadering geldt dat er ook nieuwe data beschikbaar is. Aanvullend op deze twee benaderingen kiezen wij ervoor om nog een extra bottom-up-benadering te doen die meer toegespitst is op de Nederlandse situatie.

3.1.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In deze paragraaf voeren we onze actualisatie uit van de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor de categorie speelfilms, series, documentaires en overige televisieprogramma's. Wij baseren ons daarvoor op een aantal routes.

Actualisatie op basis van jaarverslagen

In Tabel 2 hebben we een berekening gemaakt van de gemiddelde netto-opbrengst per stream voor rechthebbenden op basis van de jaarverslagen van Netflix voor de periode 2023-2025 als benadering voor de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden.

Tabel 2 Berekening netto-opbrengst voor rechthebbenden voor video (o.b.v. Netflix jaarverslagen)

	2023	2024	2025
Omzet uit streaming	\$33.640.000.000	\$39.000.966.000	\$45.183.036.000
Kosten licensed content	\$7.145.446.000	\$7.689.014.000	\$8.713.558.000
Kosten produced content	\$7.051.991.000	\$7.612.503.000	\$7.708.608.000
Totale contentkosten	\$14.197.437.000	\$15.301.517.000	\$16.422.166.000
Totale streamtijd	1,098 × 10 ¹³ minuten	1,128 × 10 ¹³ minuten	1,146 × 10 ¹³ minuten
Opbrengst per minuut (\$)	\$0,001293	\$0,001357	\$0,001433
Wisselkoers (Dollar naar euro) ²⁷	0,9248	0,9239	0,885
Opbrengst per minuut (€)	€ 0,0011958	€ 0,0012533	€ 0,0012682

We hebben er in deze berekening voor de netto marginale opbrengst bewust voor gekozen om alleen te kijken naar de *kosten* voor content. In het vorige onderzoek is er ook gekeken naar de totale kosten. Echter, deze kosten bevatten ook posten die niet relevant zijn voor de specifieke content, zoals algemene personeelskosten en marketingkosten voor Netflix zelf. Door alleen te kijken naar de contentkosten sluiten we ook aan bij de berekening van andere typen werken (c.q. platforms), zoals muzieknummers (Spotify) en e-books/luisterboeken (Storytel). Wij zien dat de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden redelijk stabiel is over de afgelopen drie jaar en dat deze uitkomt op **€ 0,0011958 tot € 0,0012682** per minuut.

Voor bovenstaande cijfers geldt dat er idealiter wordt gekeken naar de Nederlandse situatie (bijvoorbeeld Videoland) maar daar zijn geen cijfers over beschikbaar. Wij moeten dus vertrekken vanuit vooral wereldwijde cijfers. In bovenstaande berekening is ook niet meegenomen dat er momenteel afspraken worden gemaakt tussen videostreamingplatforms en rechthebbenden over een additionele afdracht. Dit zou behelzen dat rechthebbenden van Nederlandse producties een additionele vergoeding van gemiddeld 6% van de relevante omzet van videostreamingplatforms krijgen (ook met terugwerkende kracht tot en met 2020).

²⁷ Gebaseerd op data van de ECB waarbij is gekeken naar de gemiddelde wisselkoers in het betreffende jaar [\[ecb.europa.eu\]](https://www.ecb.europa.eu)

Actualisatie op basis van Nederlandse omzet

In aanvulling op een berekening van de jaarverslagen hebben we nog een berekening specifiek voor Nederland gedaan. Wij hebben daarvoor de volgende uitgangspunten gehanteerd:

Abonnees in Nederland

- In het eerste kwartaal van 2024 had bijna 50% van de Nederlandse huishoudens een abonnement op Netflix.²⁸
- Nederland telde op 1 januari 2024 8.374.404 huishoudens.²⁹
- Wij gaan ervan uit dat in het eerste kwartaal van 2024 **4.178.202** huishoudens in Nederland een abonnement hadden op Netflix.

Contentkosten voor Nederland

- De totale omzet van Netflix in Nederland bedroeg in 2024 € 420.500.000.³⁰
- Het aandeel van de contentkosten binnen de totale omzet bedroeg in 2024 39,23%.³¹
- De totale contentkosten schatten wij daarom voor Nederland op **€164.977.6555**.

Streamtijd van abonnees

- De totale streamtijd van Netflix-abonnees wereldwijd bedroeg in 2024 11.280 miljard minuten.
- Het aantal betalende abonnees van Netflix wereldwijd was in 2024 gemiddeld genomen over het hele jaar 277.730.000.³²
- De wereldwijd gemiddelde streamtijd per betalende abonnee van Netflix bedroeg in 2024 **111 minuten** per dag.³³ Idealiter hadden we dit berekend specifiek voor de Nederlandse situatie. Hier is echter geen data over beschikbaar, dus hanteren wij het wereldwijd gemiddelde in onze berekening.

²⁸ Emerce (2024) *Bijna 50 procent van alle Nederlandse huishoudens heeft een Netflix-abonnement*.

²⁹ CBS (2026) *Huishoudens; grootte, samenstelling, positie in het huishouden, 1 januari*. [opendata.cbs.nl]. Geraadpleegd op 30 april 2026.

³⁰ Netflix kende in 2024 een marktaandeel van bijna 15% binnen de Nederlandse tv- en videomarkt. De omzet van de totale tv- en videomarkt bedroeg in 2024 2,9 miljard euro. De bron hiervoor is: het artikel op Tweakers van Schults (2025) *Netflix is grootste streamingdienst in Nederland, Viaplay en Videoland volgen*. [tweakers.net]. Het percentage is verbijzonderd naar 14,5% op basis van de volgende bron: Filmtotaal (2025) *Netflix is de streamingkoning van Nederland maar de #2 is verassend te noemen*. Voor het bepalen van de omzet hebben we de omzet van de gehele markt vermenigvuldigt met het marktaandeel van Netflix.

³¹ Dit is gebaseerd door de contentkosten van Netflix voor het jaar 2024 te delen door de omzet van Netflix in 2024 (zie daarvoor Tabel 2).

³² Netflix (2026) *Annual Reports & Proxies. 2024 Annual Report*. [ir.netflix.net]

³³ Wij hebben hiervoor de totale streamtijd in 2024 gedeeld door het gemiddeld aantal betalende abonnees in 2024.

Gegeven de voorgaande berekeningen komen wij uit op een totale streamtijd van abonnees van Netflix in Nederland van 170 miljard minuten.³⁴ Als wij dat delen door de totale contentkosten komen wij uit op een waarde van € 0,0009701 per minuut. Dit ligt net wat lager dan de eerder gevonden waarden.

Actualisatie op basis van Nederlandse abonnementen

Als derde hebben we nog een actualisatie gedaan op basis van de Nederlandse abonnementsprijzen.

Streamtijd van abonnees

- De totale streamtijd van Netflix-abonnees wereldwijd bedroeg in 2025 11.460 miljard minuten.
- Het aantal betalende abonnees van Netflix wereldwijd was in 2025 gemiddeld genomen over het hele jaar 307.063.000.³⁵
- De gemiddelde streamtijd van een betalende abonnee van Netflix bedroeg in 2025 **102 minuten** per dag.³⁶ Idealiter hadden we dit berekend specifiek voor de Nederlandse situatie. Hier is echter geen data over beschikbaar.

Netflix kent in Nederland drie verschillende abonnementen: (1) Basis (€9,99 per maand), (2) Standaard (€15,99 per maand) en (3) Premium (€20,99 per maand). Voor onze berekening zijn wij uitgegaan van het Standaardabonnement waarmee op twee apparaten tegelijk Netflix kan worden gekeken. In onderstaande tabel is onze berekening te zien.

Netflix	Waarde
Abonnementsprijs	€ 15,99 per maand
Abonnementsprijs exclusief btw	€ 13,21 per maand
Abonnementsprijs exclusief marge ³⁷	€ 4,80
Gemiddelde streamtijd per maand ³⁸	3.110 minuten
Waarde per minuut streamen	€ 0,001544

³⁴ We gaan er hierbij van uit dat het wereldwijde kijkgedrag correspondeert met het Nederlandse kijkgedrag. Specifieke data voor Nederland is niet beschikbaar.

³⁵ Het aantal abonnees eind 2025 was 325 miljoen. Zie daarvoor: Serietotaal (2026) *Netflix heft meer dan 325 miljoen abonnees*. [serietotaal.nl]. Het aantal abonnees bedroeg eind 2024 301.626.000 (Bron: jaarverslag). Wij hebben uiteindelijk het gemiddelde van de twee genomen.

³⁶ Wij hebben hiervoor de totale streamtijd in 2025 gedeeld door het aantal abonnees in 2025.

³⁷ Hiervoor is de abonnementsprijs exclusief btw vermenigvuldigd met 36,35%, het aandeel van de streamingskosten binnen de totale omzet van Netflix in 2025.

³⁸ Hiervoor hebben we het aantal minuten van 102 vermenigvuldigd met 365 en vervolgens gedeeld door 12.

Op basis van voorgaande berekening komen wij uit op een waarde per minuut streamen van € 0,001544. Dit ligt net wat hoger dan de eerste berekening. Het is hierbij ook wel afhankelijk van het type abonnement. Als wij de berekening hadden gedaan voor het Basis-abonnement van € 9,99 per maand, zou de waarde nog maar € 0,000964 per minuut bedragen. Dit komt doordat de abonnementsprijs lager ligt maar de streamtijd hetzelfde is. Evenzo zou de waarde € 0,002026 per minuut bedragen op basis van het Premium-abonnement van € 20,99 per maand.

Actualisatie op basis van de top-down benadering

Voor het onderzoek hebben we ook een actualisatie gedaan op basis van de in het vorige onderzoek gehanteerde top-down benadering. Wij hebben toen de waarde van de audiovisuele markt bepaald op basis van de marktomvang, geschatte consumentenprijzen en de gemiddelde kijktijd. We maken bij de audiovisuele markt onderscheid naar twee deelmarkten. De eerste markt is die voor lineaire televisie, de tweede markt is die voor videostreamingdiensten. In de komende paragrafen werken we beiden markten nader uit.

Markt voor lineaire televisie

De markt voor lineaire televisie hebben wij ingeschat op **€1.977 miljoen** euro voor het jaar 2024. Dit is een opstelsom van de omzet bij de NPO (€767 miljoen), RTL (€504 miljoen), Talpa (€419 miljoen), de premiumkanalen (€250 miljoen) en de vergoeding voor doorgifte van films en tv-programma's (€37,9 miljoen).

Voor de NPO is het bedrag gebaseerd op de begroting³⁹ voor lineaire televisie bij de NPO (€566 miljoen) voor 2024 waarbij we nog hebben gecorrigeerd voor de overhead. Dit hebben we gedaan door het bedrag van €566 miljoen te delen door de totale contentkosten (€818 miljoen) en dit percentage te vermenigvuldigen met de overhead (€290 miljoen). Het bedrag wat dit opleverde (€200 miljoen), hebben we opgeteld bij het eerdere bedrag van €566 miljoen.

Voor RTL hebben we ons gebaseerd op de cijfers uit het jaarverslag van 2024. Daaruit kwam naar voren dat RTL in 2024 een omzet had van €634 miljoen.⁴⁰ Wij hebben hierbij wel gecorrigeerd voor de omzet van Videoland, dat platform valt namelijk onder RTL. Op basis van andere data weten wij dat Videoland een marktaandeel heeft van

³⁹ NPO (2023) *Begroting 2024 NPO*. [open.overheid.nl]

⁴⁰ Broadcast Magazine (2025) *Uitstekende jaarcijfers 2024 voor RTL Nederland*. [broadcastmagazine.nl]

4,5% binnen de totale televisie- en videomarkt van €2,9 miljard.⁴¹ Dit bedrag van €130,5 miljoen hebben we in mindering gebracht op de omzet van RTL.

Voor Talpa hebben we ons gebaseerd op het jaarverslag van 2024.⁴² Het bedrag voor de premiumkanalen is gebaseerd op dezelfde bron als ons vorige onderzoek en heeft ook betrekking op 2024.⁴³ De vergoeding voor doorgifte van films en tv-programma's is gebaseerd op de informatie op de website van VOICE.⁴⁴

Omdat er geen data beschikbaar is over de totale streamtijd per abonnement (c.q. huishouden) baseren wij ons op de gemiddelde kijktijd per persoon zoals opgenomen in een rapport van het Nationaal Media Onderzoek (NMO).⁴⁵ Zij rapporteerden dat in 2024 de Nederlandse bevolking gemiddeld 2 uur en 10 minuten per dag naar televisiezenders keek.⁴⁶ Na een correctie voor de gemiddelde grootte van een huishouden (2,10)⁴⁷ komen wij tot een gemiddelde kijktijd van 3 uur en 22 minuten per dag per huishouden.⁴⁸ Dit dagelijks gemiddelde hanteren wij voor alle circa 8,4 miljoen Nederlandse huishoudens.⁴⁹

Markt voor videostreaming

De totale omzet van videostreamingdiensten kan gebaseerd worden op verschillende bronnen. Telecompaper⁵⁰ heeft het voor 2024 over een omzet van 1,2 miljard euro, terwijl het Filmfonds spreekt over een bedrag van 1,347 miljard euro voor SVOD over 2024.⁵¹ Wij gaan voor het onderzoek uit van de 1,347 miljard euro van het Filmfonds. Dit sluit aan bij het vorige onderzoek. Daarnaast is de informatie van Telecompaper gebaseerd op een nieuwsartikel en hebben wij niet de daadwerkelijke bron kunnen bekijken.

⁴¹ Tweakers.Net (2025) *Netflix is grootste streamingdienst in Nederland, Viaplay en Videoland volgen*. [tweakers.net]

⁴² Marketingreport (2026) *Talpa Topco Holding jaarcijfers 2024: hogere omzetten en positief resultaat*. [marketingreport.nl/]

⁴³ Telecompaper (2025) *Omzet streamingabonnementen voor het eerst boven EUR 1 mrd*. [telecompaper.com/]

⁴⁴ VOICE (2026) *Inzicht in geldstromen 2024*. [voice-info.nl]

⁴⁵ NMO (2026) *NMO Mediatrends 2025*.

⁴⁶ NMO (2026) *NMO Mediatrends 2025*.

⁴⁷ De gemiddelde grootte van een huishouden is 2,10 personen, zie hiervoor CBS (2025) *Huishoudens nu* [www.cbs.nl]

⁴⁸ Gemiddelde van 2 uur en 10 minuten (alle personen in het huishouden kijken altijd samen) en 4 uur en 33 minuten (alle personen in het huishouden kijken altijd alleen).

⁴⁹ Het gemiddelde aantal huishoudens in Nederland tussen 1 januari 2024 en 1 januari 2025 bedroeg 8,39 miljoen. CBS (2025) *Huishoudens; samenstelling, grootte, regio, 1 januari* [opendata.cbs.nl]

⁵⁰ Broadcast Magazine (2025) *Uitstekende jaarcijfers 2024 voor RTL Nederland*. [broadcastmagazine.nl]

⁵¹ Filmfonds (2025) *Film facts & figures of the Netherlands. Summer 2025*. [filmfonds.nl]

Het aantal abonnees van videostreamingdiensten is niet eenvoudig vast te stellen. In het eerdergenoemde onderzoek van de NMO wordt informatie gedeeld over het aantal videostreamingdiensten in gebruik per huishouden. Op basis van die informatie komen wij tot 3,5 abonnementen per huishouden. Echter, NMO rekent ook platforms als ESPN, Pathé Thuis en Ziggo Sport Totaal tot videostreamingdiensten. ESPN en Ziggo Sport Totaal rekenen wij al mee onder de premiumkanalen voor lineaire televisie en Pathé Thuis is een *transactional*/videostreamingsdienst waarbij betaald moet worden per consumptie. Die laten wij juist buiten beschouwing in deze analyse. Bovendien is het onduidelijk wat er precies wordt verstaan onder gebruik. In het rapport van NMO wordt genoemd dat het gebruik in de praktijk kan afwijken van daadwerkelijk eigendom of beheer van een abonnement. Deze afwijking kan ontstaan omdat het technisch mogelijk is om streamingsdiensten te gebruiken zonder zelf een abonnement te hebben afgesloten. Dit kan dan door gebruik te maken van de inloggegevens van een persoon met een abonnement, al wordt hier steeds strenger tegen opgetreden.

Voor dit onderzoek gaan wij uit van 1,16 videostreamingabonnementen per huishouden voor het jaar 2024. Dit aantal is bepaald op basis van het percentage van de huishoudens met een abonnement op de volgende streamingsdiensten⁵²: Netflix (50% huishoudens), Videoland (20% huishoudens), Disney+ (19% huishoudens), Amazon Prime Video (15% huishoudens) en Viaplay (12% huishoudens). Het totaal van deze diensten telt op tot 116% (vandaar dus het aantal van 1,16). Overigens ontbreken in dit overzicht HBO Max en NPO Start Plus.

Wij hebben voor de volledigheid nog gekeken of dit in lijn is met recentere data en dat lijkt het geval te zijn. In 2026 lijken Nederlandse huishoudens gemiddeld 1,37 abonnementen op videostreamingsdiensten te hebben. Dit aantal volgt uit twee verschillende bronnen. In het eerste geval is gekeken naar het totale aantal abonnees van de volgende streamingsdiensten⁵³: Netflix (4,2 miljoen), Videoland (2,1 miljoen), Disney+ (2,8 miljoen), Amazon Prime Video (1,8 miljoen) en Viaplay (0,6 miljoen)⁵⁴. We hebben daarnaast gebruik gemaakt van de cijfers van Searchlab.⁵⁵ Gemiddeld hebben Nederlandse huishoudens 2,4 abonnementen op streamingsdiensten, waaronder ook audio-streamingsdiensten. De gemiddelde maanduitgave aan streaming bedraagt € 28, waarvan € 16 (57%) aan videostreamingsdiensten. Op basis van de aanname dat de kosten voor streamingsabonnementen gelijk zijn verdeeld resulteert dit in gemiddeld $57\% \times 2,4 = 1,37$ videostreamingsabonnementen per huishouden.

⁵² GP Blog (2024) *Een groot geheim onthuld? 'Zoveel abonnees heeft Viaplay in Nederland'*. [\[www.gpblog.com\]](https://www.gpblog.com). Geraadpleegd op 27 mei 2026.

⁵³ Searchlab (2026) *Internetgebruik Nederland Statistieken 2026* [\[searchlab.nl\]](https://searchlab.nl)

⁵⁴ Totaal TV (2026) *Toekomst Viaplay in Nederland onzeker: komende weken cruciaal*. [\[www.totaaltv.nl\]](https://www.totaaltv.nl). Geraadpleegd op 27 mei 2026.

⁵⁵ Searchlab (2026) *Internetgebruik Nederland Statistieken 2026* [\[searchlab.nl\]](https://searchlab.nl)

Qua streamtijd per abonnement (c.q. huishouden) gaan wij uit van een gemiddelde van 111 minuten per dag per abonnement voor het jaar 2024. Dit gemiddelde volgt uit de totale streamtijd in 2024 voor Netflix gedeeld door het gemiddeld aantal betalende abonnees voor Netflix in 2024. Idealiter hadden we dit berekend specifiek voor Nederland én waarbij de gemiddelde streamtijd voor alle abonnementen is meegenomen. Er is echter geen betere data beschikbaar. Daarom doen wij de aanname dat deze dagelijkse gemiddelde streamtijd gelijk is voor alle abonnementen.

Doorrekening

Op basis van voorgaande informatie komen we uit op onderstaande prijzen per minuut content.

- Voor lineaire televisie komen we uit op een gemiddelde prijs per minuut content van € 0,002365 tot € 0,004967 (gemiddeld €0,003204).⁵⁶
- Voor videostreamingdiensten komen we uit op een gemiddelde prijs per minuut content van €0,003417.⁵⁷

Wij hebben dit nog gewogen naar marktaandeel van de twee sectoren (o.b.v. de omzet) en komen dan uit tot een gewogen gemiddelde prijs van € 0,002791 tot €0,004339 per minuut (gemiddeld € 0,003290). Net als in het vorige onderzoek dienen we dan nog te corrigeren voor het feit dat slechts een deel van deze prijs bij rechthebbenden toekomt. Wij hanteren hierbij net als in het vorige onderzoek een percentage van 40%.

Op basis van voorgaande komen we dan uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van €0,001116 tot € 0,001735 per minuut voor audiovisuele werken (gemiddeld € 0,001316).

Conclusie

Wij komen in het onderzoek tot een aantal verschillende waarden voor de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor dit type werk. Het varieert tussen de € 0,0009701 en € 0,001735 per minuut afhankelijk van de gekozen methodiek en het jaar.

⁵⁶ Wij gaan daarbij uit van €1.977 miljoen omzet gedeeld door 8,39 miljoen huishoudens (op basis van CBS-data), een periode van 365 dagen en een gemiddelde streamtijd van 130 tot 273 minuten per dag per huishouden (gemiddeld 202).

⁵⁷ Wij gaan daarbij uit van €1.347 miljoen omzet gedeeld door 9,73 miljoen abonnementen (8,38 miljoen huishoudens o.b.v. CBS-data en 1,16 abonnementen per huishouden), een periode van 365 dagen en een streamtijd van 111 minuten per dag per abonnement.

3.2 Onlinevideo's

3.2.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In het eerdere onderzoek is de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van onlinevideo's vastgesteld op € 0,000465 tot € 0,018587 per stream. Dat was dan specifiek het geval voor YouTube. Het bedrag is destijds vastgesteld op basis van verschillende openbare bronnen.

3.2.2 Noodzaak voor actualisatie

In het vorige onderzoek bleek dat het lastig was om een goede netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van de consumptie van onlinevideo's vast te stellen. Er was sprake van een grote diversiteit aan bronnen van informatie. Op basis van nieuwe inzichten en andere bronnen zien wij nu mogelijkheden tot een verdere verfijning van de inschatting.

3.2.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Waardebepaling o.b.v. advertentiemarkt

Het verdienmodel van onlinevideo's is gebaseerd op advertenties. Deloitte en VIA hebben in april 2025 een onderzoek gepubliceerd over de markt voor digitale advertenties in Nederland. Zij stellen vast dat er in 2024 maar liefst €559 miljoen besteed is aan advertenties voor onlinevideo's.⁵⁸ Hierbij wordt enkel aangegeven dat het grootste gedeelte van deze uitgaven wordt gespendeerd aan YouTube.

Het is belangrijk om op te merken dat TikTok en Snapchat buiten deze categorie vallen. Zij vallen binnen dat onderzoek onder de categorie *social advertising*. Er wordt geen uitsplitsing gemaakt naar het aandeel van TikTok en Snapchat binnen deze categorie.

Voor de kijkcijfers hebben we ons gebaseerd op een publicatie van Channel Factory. In een artikel uit 2024⁵⁹ gaven zij aan dat Nederland in mei 2024 maar liefst 13 miljoen Nederlandse gebruikers heeft en dat deze gemiddeld 50 minuten per dag YouTube kijken in mei. Voor het gehele jaar 2024 zou dit neer komen op 237,9 miljard minuten aan YouTube-video's die bekeken zijn.⁶⁰ Wij hebben deze cijfers ook geverifieerd bij de uitvoerders van het onderzoek. Een van de redenen voor het hoge aantal minuten per dag is dat er ook veel muziekvideo's worden bekeken (c.q. beluisterd) op YouTube.

⁵⁸ Deloitte & VIA (2025) *Digital Advertising Spend 2024. The Netherlands*.

⁵⁹ Marketingreport (2024) *Channel Factory: Nederlanders kijken 50 minuten per dag naar YouTube*. [marketingreport.nl/]

⁶⁰ 50 minuten per dag x 366 dagen x 13 miljoen gebruikers

Wanneer wij aannemen dat het gehele bedrag van €559 miljoen aan reclame-uitgaven voor onlinevideo's is besteed aan YouTube, komen wij tot een gemiddelde reclamebesteding van € 0,002350 per minuut voor YouTube. Hierbij dient voor het bepalen van de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden nog rekening te worden gehouden met de inhouding van YouTube zelf. Zij keren gemiddeld genomen ca. 55% uit aan rechthebbenden.⁶¹ Dit betekent dat wij uitkomen op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van **€ 0,001292 per minuut** voor onlinevideo's.

Reflectie

In het eerder onderzoek kwamen we uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van € 0,000465 tot € 0,018587 per stream. Het is lastig om een vergelijking met dat onderzoek te maken, omdat wij in het vorige onderzoek uitgingen van een waarde per stream, terwijl wij hier uitgaan van een waarde per minuut.

Overigens is er nog wel een kanttekening te maken bij de nieuwe berekening. Voor de bepaling van de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden zijn wij ervan uitgegaan dat het kijkgedrag in de maand mei een representatieve weergave is voor het kijkgedrag in het hele jaar. Het is denkbaar dat er juist in de herfst en winter relatief meer YouTube wordt gekeken.

Een ander aandachtspunt is dat wij TikTok niet hebben meegenomen in deze berekeningen. Verschillende bronnen reppen over een gemiddelde tijdsconsumptie van 89 tot 97 minuten per dag voor TikTok.⁶² Newcom rapporteert in hun sociale mediaonderzoek dat er in Nederland in 2024 2,4 miljoen dagelijkse gebruikers voor TikTok waren en 1,3 miljoen dagelijkse gebruikers voor Snapchat. Belangrijk: zij hebben alleen Nederlanders van 15 jaar en ouder gevraagd om deel te nemen. Als we ervan uitgaan dat een dagelijkse gebruiker van TikTok 97 minuten spendeerde in de app (dat waren de meest recente cijfers), dan komen wij voor 2024 uit op een totale kijktijd van 84,972 miljard minuten. Dit is substantieel en komt qua ordegrrootte in de buurt van de 237,9 miljard minuten per jaar voor YouTube. In het hypothetische scenario dat er nul euro aan advertenties wordt besteed op TikTok zou door het meenemen van de kijkminuten op TikTok de waarde per minuut dalen van € 0,001292 naar € 0,0009522.⁶³ Maar uit het onderzoek van Deloitte en VIA wordt duidelijk dat dit niet het geval is. Alleen weten we niet of de waarde in dezelfde orde van grootte ligt als voor YouTube. De geactualiseerde netto marginale opbrengst gaat daarom uit van de aanname dat de vergoeding per minuut voor onlinevideo's via andere platforms vergelijkbaar is met YouTube.

⁶¹ Zie [www.youtube.com]

⁶² Zie: [dutchcowboys.nl] en [bright.nl]

⁶³ € 559 miljoen x 55% uitkering aan rechthebbenden / (84,972 miljard minuten TikTok + 237,9 miljard minuten YouTube).

Tegelijkertijd geldt ook dat wij bij het bepalen van de waarde van YouTube-video's niet de inkomsten van YouTube Premium hebben meegenomen. Personen met een abonnement hierop krijgen geen advertenties te zien maar er wordt wel een vergoeding uitgekeerd aan de rechthebbenden van video's.

3.3 Muziekvideo's

3.3.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In het vorige onderzoek kwamen wij tot een gemiddelde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per stream van een muziekvideo van €0,009659 met een onder- en bovengrens van **€ 0,000697 en € 0,023914**.

3.3.2 Noodzaak voor actualisatie

De waarde van de muziekvideo's was gebaseerd op de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van de reguliere video's (zoals speelfilms en series) en die van online-video's. Aangezien beide aangepast zijn in dit onderzoek, dient ook de waarde voor muziekvideo's te worden herzien.

3.3.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Voor de waardebepaling hebben we dezelfde aanpak gehanteerd als bij het vorige onderzoek.

- 38,6% van de muziekvideo's is een concertregistratie en is daardoor vergelijkbaar met een video uit de eerste categorie (speelfilms, series, documentaires en overige televisieprogramma's).
- 61,4% van de muziekvideo's is een videoclip en is daardoor vergelijkbaar met onlinevideo's.
- Voor concertregistraties hanteren we als netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per stream een bedrag van € 0,0009701 tot € 0,001716 per minuut (de waarde van een minuut reguliere video).
- Voor videoclips hanteren we als netto marginale opbrengst van rechthebbenden per stream een bedrag van € 0,001292 (de waarde van een minuut online video).

Op basis van die berekening komen we uit op een gemiddelde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per stream van muziekvideo's van **€ 0,001168 tot €0,001456 per minuut** voor het jaar 2024.

4 Boeken en geschriften

4.1 E-books

4.1.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In het eerdere onderzoek is de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor e-books vastgesteld op **€ 0,8512** per consumptie. Dit is vastgesteld op basis van de vergoeding die door de Koninklijke Bibliotheek wordt uitbetaald voor het lenen van een e-book bij de Online Bibliotheek.

4.1.2 Noodzaak voor actualisatie

De belangrijkste noodzaak voor de actualisatie is dat het tarief destijds gebaseerd was op de vergoeding die in 2020 werd uitbetaald en dat het gebaseerd is op het business-model van de Online Bibliotheek. Er zijn echter ook andere platforms waarop e-books gelezen kunnen worden, zoals Kobo Plus, op basis van andere modellen.

4.1.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Onderzoeken van de Auteursbond en Groep Algemene Uitgevers (GAU)

Voor de actualisatie hebben wij gesproken met de Auteursbond en de GAU. Beiden gaven in het gesprek aan dat zij onderzoek (laten) doen naar de tarieven voor e-books en luisterboeken.

De Auteursbond heeft haar achterban opgeroepen om informatie met hen te delen over de jaarlijkse royaltyafrekeningen die zij ontvangen van hun uitgever.⁶⁴ Sinds 2022 geldt er namelijk een wettelijke transparantieplichting, op basis waarvan schrijvers en vertalers kunnen controleren of hun uitgever hen de juiste informatie geeft over de exploitatieopbrengsten van hun werk. Middels het onderzoek wil de Auteursbond inzicht krijgen in hoe de uitgevers omgaan met deze verplichting.

De GAU gaat onderzoek doen naar de inkomsten uit streaming (van e-books en luisterboeken).⁶⁵ Bij hen komt het onderzoek voort uit de onduidelijkheid die er momenteel over bestaat. Voor het onderzoek wordt, door een onafhankelijk onderzoeksbureau, inzage verkregen in de financiële administratie van een aantal uitgeverijen. De GAU heeft daarbij aangegeven dat een aantal grote en kleine uitgeverijen al medewerking heeft toegezegd.

⁶⁴ [\[auteursbond.nl\]](https://auteursbond.nl)

⁶⁵ [\[algemene-uitgevers.nl\]](https://algemene-uitgevers.nl)

Voor beide onderzoeken geldt dat ze op dit moment in uitvoering zijn. Het is inmiddels ook duidelijk dat er geen resultaten bekend zullen worden voor oplevering van ons onderzoek. Het is overigens ook nog de vraag of deze rapporten openbaar worden. Tegelijkertijd kunnen ze voor de SONT wel waardevolle input opleveren. Er wordt namelijk veel duidelijker inzichtelijk gemaakt wat de inkomsten zijn vanuit streamingsdiensten voor e-books en luisterboeken. Bij de GAU wordt daarvoor zelfs brondata geraadpleegd en dat zou een nauwkeurig beeld op moeten leveren. In onze ogen is het voor de SONT waardevol om te verkennen of er van deze resultaten gebruik gemaakt kan worden bij een toekomstige waardebeoordeling.

Waardebepaling vanuit e-lending

Voor de waardebeoordeling vanuit e-lending geldt dat wij dit nu gebaseerd hebben op data over 2020. Dit was het meest recente jaar waarvoor openbare data beschikbaar was. Wij hebben binnen het vorige onderzoek ook contact gehad met de Koninklijke Bibliotheek en het was helaas niet mogelijk om recentere data met ons te delen.

Voor dit onderzoek hebben we daarom gekeken of we op basis van de ontwikkeling van de tarieven voor het Digitaal Standaard abonnement van de Online Bibliotheek een correctie konden toepassen. De informatie hierover was online niet beschikbaar dus wij hebben dit opgevraagd bij de Online Bibliotheek. Zij gaven aan dat het tarief voor het Digitaal Standaard abonnement in 2020 € 42 per jaar bedroeg. Op dit moment is het tarief voor hetzelfde abonnement € 45 per jaar. Dit is een stijging van meer dan 7 procent.

Wij hebben deze stijging toegepast op de eerder door ons bepaalde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden. Hiermee komt de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per consumptie van een e-book uit op € 0,912.

Waardebepaling via abonnementsmodellen

Een andere route die is verkend in deze actualisatie is een waardebeoordeling via abonnementsmodellen. Wij hebben hiervoor gekeken naar de twee van de grootste commerciële platforms van e-books in Nederland: Kobo Plus en Storytel.⁶⁶

Abonnement	Doel	Lees- en luistertijd	Prijs per maand
Kobo Plus Lezen	Lezen	Onbeperkt	€ 11,99
Kobo Plus Luisteren	Luisteren	Onbeperkt	€ 11,99
Kobo Plus Lezen & Luisteren	Lezen en Luisteren	Onbeperkt	€ 14,99

⁶⁶ KVB Boekwerk (2024) *Gebruik leesabbonementen blijft groeien*. [\[kvbboekwerk.nl\]](https://kvbboekwerk.nl)

Abonnement	Doel	Lees- en luistertijd	Prijs per maand
Storytel Flex	Lezen en Luisteren	10 uur per 30 dagen	€ 7,99
Storytel Premium	Lezen en Luisteren	30 uur per 30 dagen	€ 9,99
Storytel Unlimited	Lezen en Luisteren	Onbeperkt	€ 13,99

De platforms kennen net iets anders businessmodellen. Kobo Plus biedt altijd een onbeperkte lees- en/of luistertijd aan, en de gebruiker kan zelf kiezen of e-books en/of luisterboeken in het abonnement vallen. Bij Storytel vallen zowel e-books als luisterboeken altijd in het abonnement. Bij Storytel onderscheiden de abonnementen zich in tegenstelling tot Kobo juist op de maximale lees/luistertijd. De duurste abonnementen van beide platforms bieden beide zowel luister- als leesboeken bij een onbeperkte lees- c.q. luistertijd.

Om te komen tot een waardebeoordeling is er een aantal aannames die wij moeten doen. De eerste is dat de uitbetaling van Kobo Plus en Storytel op een vergelijkbare manier gaat als bij Spotify. Spotify keert een vrij stabiel percentage van hun inkomsten uit aan de rechthebbenden. Uit het jaarverslag van Storytel wordt duidelijk dat in 2025 hun *cost of sales* 57,6% was⁶⁷, waarmee wij de aanname doen dat dit het percentage is dat zij hebben uitgekeerd aan hun rechthebbenden.

KVB Boekwerk heeft data gepubliceerd over de gemiddelde gebruiksduur van leesplatformen per week.⁶⁸ Er wordt per persoon gemiddeld 271 minuten aan e-books per week gelezen, en gemiddeld 165 minuten aan luisterboeken per week beluisterd. Onze aanname is dat dit vergelijkbaar is met het gedrag van gebruikers van Kobo Plus en Storytel. Op maandbasis komt de luistertijd van luisterboeken dan uit op 715 minuten en de leestijd van e-books op 1.174 minuten. Hoewel het in de praktijk mogelijk is om abonnementen te delen met andere personen corrigeren wij hier niet voor in de berekeningen, omdat hier geen cijfers over beschikbaar zijn. Later in deze paragraaf reflecteren wij op deze aanname.

In onderstaande tabel hebben we een waardebeoordeling gedaan voor Kobo Plus Lezen. De belangrijkste aanname is dat de hierboven gemiddelde leestijd van 1.174 representatief is voor alle gebruikers van Kobo Plus Lezen in Nederland. Verder gaan we ervan uit dat de prijs per minuut wordt bepaald door de netto-inkomsten (na aftrek van de brutomarge van de aanbieders) te delen door het aantal leesminuten. Zo werkt de waardebeoordeling ook voor muziekstreamingsdiensten zoals Spotify.

⁶⁷ Zie pagina 7 in dit document: [\[storytelgroup.com\]](https://storytelgroup.com). Het gaat dan om de *cost of sales* van 2.025,5 miljoen Zweedse kronen gedeeld door de *net sales* van 3.518 miljoen Zweedse kronen.

⁶⁸ KVB Boekwerk (2025) *Luisterboeken en podcasts winnen terrein*. [\[kvbboekwerk.nl\]](https://kvbboekwerk.nl)

Kobo Plus Lezen	
Abonnementsprijs	€ 11,99 per maand
Abonnementsprijs exclusief btw	€ 9,91 per maand
Abonnementsprijs exclusief marge ⁶⁹	€ 5,705
Gemiddelde leestijd per maand	1.174 minuten
Waarde per minuut lezen	€ 0,004858

Voor Kobo Plus Lezen komen wij op waarde per minuut lezen uit van € 0,004858. Doordat boeken qua dikte en complexiteit van elkaar verschillen is het niet eenvoudig om een vertaling te maken naar een waarde per consumptie van een e-book. Nu is dat ook niet direct nodig voor dit onderzoek, maar het is wel wenselijk om een vergelijking te kunnen maken met de eerdere bedragen. Uitgaande van een gemiddelde leesduur van 6 uur voor een boek⁷⁰, komen wij voor Kobo Plus Lezen uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van € 1,7490 per consumptie.⁷¹ Dit is substantieel hoger dan de €0,912 per consumptie die wij eerder hebben bepaald.

We hebben de waarde per minuut nog voor een aantal andere abonnementen doorge-rekend:

Platform	Prijs per maand	Vergoeding per minuut	Vergoeding per boek
StoryTel Pre-mium ⁷²	€9,99	€ 0,004048	€ 1,4572
Kobo Plus Lezen en Luisteren	€ 14,99	€ 0,006074	€ 2,1866
Storytel Unlimited	€ 13,99	€ 0,005669	€ 2,0407

⁶⁹ Hiervoor is de abonnementsprijs exclusief btw vermenigvuldigt met 57,6% (percentage dat wordt uitgekeerd aan rechthebbenden).

⁷⁰ Het is lastig om betrouwbare informatie te vinden over de gemiddelde leesduur van een e-book. De gemiddelde leesduur hangt af van de dikte van het boek en de leessnelheid van de lezer. Dit getal is een inschatting van onze kant op basis van verschillende onlinebronnen.

⁷¹ Hierbij merken wij op dat voor de uitkomst van onze analyse het niet uitmaakt welke gemiddelde leesduur wij hanteren. Wij gebruiken deze gemiddelde leesduur om een vergelijking te kunnen maken met de eerder bepaalde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per consumptie van een e-book o.b.v. een vergelijking met het lenen van een e-book.

⁷² Met een leestijd van ca. 20 uur per maand zou de gemiddelde lezer binnen de limiet (30 uur) van dit abonnement blijven.

De waarde per minuut ligt bij de laatste twee abonnementen aanmerkelijk hoger dan in de eerdere berekening. Dat komt doordat er gerekend wordt met een hogere abonnementsprijs. De vraag is of dat een realistische benadering is, omdat bij die laatste twee abonnementen ook luisterboeken beluisterd kunnen worden. Indien iemand zowel leest als luistert dan daalt de waarde naar € 0,003523 en € 0,003775 per minuut.⁷³

Zoals eerder benoemd moeten we bij de abonnementen nog wel één kanttekening plaatsen. Het is mogelijk om deze te *delen* met andere personen, zowel binnen als buiten een huishouden. Dit kan al gedaan worden door simpel de inloggegevens te delen. Het is daardoor de vraag of de gemiddelde leesduur per abonnement wel de juiste is. Stel dat bijvoorbeeld twee personen van hetzelfde Kobo Plus Lezen account gebruiken en allebei evenveel lezen, dan daalt de waarde per consumptie van € 0,004858 naar € 0,002429 per minuut en van € 1,7490 per boek naar € 0,8745 per boek. Bij Storytel geldt hierbij wel dat je maar op één apparaat tegelijk de app kan gebruiken, al blijkt in de praktijk dat dit eenvoudig te omzeilen is.⁷⁴

Conclusie

Het is lastig om een eenduidige waarde te bepalen voor de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van de consumptie van een e-book. De grootste uitdaging is dat er op dit moment twee onderzoeken uit worden gevoerd naar de vergoedingen van streamingsdiensten voor rechthebbenden. Die kunnen gedetailleerd inzicht bieden in de Nederlandse situatie en zijn het meest bruikbaar. Tegelijkertijd geldt dat die onderzoeken nog niet zijn afgerond voordat dit onderzoek moet worden opgeleverd.

Vanuit de e-lending komen wij in ieder geval tot een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van € 0,912 per beluisterd boek. Uitgaande van een e-book met een leestijd van 6 uur zou de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden € 0,002533 per minuut zijn. Vanuit de abonnementsmodellen komen wij tot een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van €0,004048 tot €0,06074 per minuut voor een e-book (en daarmee ca. €1,45 tot €2,20 voor een geheel boek).

Wij hebben getracht een inschatting te maken voor de Nederlandse situatie. Wij weten dat van 19% van alle e-book lezers Kobo Plus gebruikt en 13% de Online Bibliotheek (13%).⁷⁵ Daarnaast hebben we een inschatting gemaakt voor elk van de waarden op basis van de informatie uit de vorige paragraaf. In onderstaande is het overzicht te zien.

⁷³ Dit is dan onder de aanname van een gemiddelde leestijd van 1174 minuten per maand en luistertijd van 715 minuten per maand.

⁷⁴ Zie: support.storytel.com

⁷⁵ KVB Boekwerk (2025) *Luisterboeken én podcasts winnen terrein*. [\[kvbboekwerk.nl\]](https://kvbboekwerk.nl). Het gaat dus om het aandeel gebruikers van die platforms binnen de totale groep e-book lezers. Binnen deze groep is er ook een deel dat e-books los koopt en/of een ander leesplatform gebruikt.

	Aandeel	Waarde per minuut
Kobo Plus (Lezen)	19%	€ 0,004858
Online Bibliotheek KB	13%	€ 0,002533

Uitgaande van deze waarden hebben wij een gewogen gemiddelde bepaald en daarmee kwamen wij uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van €0,003914 per minuut voor een e-book.

4.2 Luisterboeken

4.2.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

In het eerdere onderzoek is de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor luisterboeken vastgesteld op **€ 0,8512** per consumptie. Dit is dezelfde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden als werd gehanteerd bij e-books. Er is hiervoor gekozen omdat er beperkte informatie beschikbaar was.

4.2.2 Noodzaak voor actualisatie

Een van de redenen om te kijken naar een actualisatie van de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van luisterboeken is een nieuwsbericht dat recentelijk verscheen. Daaruit kwam naar voren dat schrijfster Lieke Marsman 8,5 eurocent had overgehouden per beluisterd boek op het platform Fluister⁷⁶. Dit wekt de indruk dat de eerder door ons gemaakte inschatting aan de hoge kant is.

Een ander punt is dat Spotify in 2024 als nieuwe speler is gearriveerd op de luisterboekenmarkt, en direct ook een dominant marktaandeel heeft verworven.⁷⁷ Eerder in paragraaf 2.1.3 gaven we ook al aan dat Spotify een prijsverhoging heeft doorgevoerd ten gunste van de luisterboeken.

4.2.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Onderzoek Auteursbond en GAU

Net als bij de waardebepaling van de e-books geldt voor de luisterboeken dat de onderzoeken van de Auteursbond en de GAU zeer waardevol zijn. Echter, wij kunnen deze niet gebruiken voor ons onderzoek.

⁷⁶ NOS (2026) *Schrijversbond boos over tarieven streamingsdiensten: '8,5 cent per beluisterd boek'*. [\[nos.nl\]](#)

⁷⁷ KVB Boekwerk (2025) *Luisterboeken en podcasts winnen terrein*. [\[kvbboekwerk.nl\]](#)

Waardebepaling vanuit e-lending

Voor de waardebepaling vanuit e-lending geldt dat wij in het vorige onderzoek voor luisterboeken dezelfde waarde hebben gehanteerd als e-books. Hiermee komt de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per consumptie van een luisterboek uit op € 0,912.

Waardebepaling vanuit abonnementsmodellen: Fluister

Wij hebben bij de inventarisatie daarom eerst in nader detail naar het nieuwsbericht over de vergoeding voor luisterboeken gekeken. In het bericht werd aangegeven dat schrijfster Lieke Marsman 8,5 eurocent per beluisterd boek overhield op het platform Fluister. De eerste kanttekening hierbij is dat zij niet de enige rechthebbende is; de uitgeverij ontvangt ook een vergoeding. In het artikel wordt aangegeven dat de auteurs bij fysieke boeken 10% van de verkoopprijs ontvangen en bij e-books 25% van de netto-opbrengst. In het artikel is niet gespecificeerd wat die netto-opbrengst precies betekent.

Als we de aanname doen dat Lieke Marsman ook 25% van de netto-opbrengst heeft gekregen dan zou er per boek 34 eurocent zijn uitgekeerd aan de rechthebbenden. Nog steeds lager dan onze eerdere bevindingen maar het verschil is wel minder groot. Het is ook de vraag hoe representatief Fluister is voor de markt voor luisterboeken. Ze staan niet in de top drie van platforms via waar luisterboeken worden geconsumeerd. Dat zijn namelijk Spotify, Storytel en de Online Bibliotheek.⁷⁸ Wat ten slotte ook een rol speelt, is dat Fluister onderdeel is van DPG Media. Mensen die al een abonnement hebben op een krant of magazine van DPG Media kunnen Fluister zonder meerkosten gebruiken, terwijl een regulier abonnement begint vanaf € 2,30 per week. Nu geldt bij platforms voor luisterboeken eenzelfde verdienmodel voor rechthebbenden als bij muziekstreamingsplatforms. Daarbij wordt een deel van de inkomsten afgedragen aan de rechthebbenden. De afdracht per minuut luisteren (naar een muzieknummer of luisterboek) wordt bepaald door de totale inkomsten voor rechthebbenden te delen door de totale luistertijd van alle gebruikers. Bij Fluister is de kans aanwezig dat de inkomsten relatief laag zijn omdat veel gebruikers er zonder meerkosten gebruik van kunnen maken (omdat ze al een abonnement hebben op een krant of magazine van DPG Media). Als die gebruikers Fluister wel veel gebruiken kan dit leiden tot een lage afdracht per minuut voor rechthebbenden. Dit kan dus een mogelijke verklaring zijn voor de eerdergenoemde lage afdracht van schrijfster Lieke Marsman.

Waardebepaling via abonnementsmodellen: Kobo Plus, Storytel en Spotify

Net als bij de e-books kunnen we voor de luisterboeken ook gebruik maken van een waardebepaling via de abonnementsmodellen van Storytel en Kobo Plus. Daarnaast is

⁷⁸ KVB Boekwerk (2025) *Luisterboeken én podcasts winnen terrein*. [\[kvbboekwerk.nl\]](https://kvbboekwerk.nl)

uiteeraard Spotify ook van belang, omdat die zoals hiervoor aangegeven de nieuwe en dominante speler is. Wij behandelen die later in deze paragraaf.

In onderstaande tabel hebben we een waardebepaling gedaan voor Kobo Plus Luisteren. Wij gaan uit van een gemiddelde luistertijd van 715 minuten per maand. De belangrijkste aanname is dat die luistertijd representatief is voor alle gebruikers van Kobo Plus Luisteren in Nederland. Wij houden hierbij geen rekening met de mogelijkheid om abonnementen te delen. Later in deze paragraaf reflecteren wij op deze aanname. Verder gaan we ervan uit dat de prijs per minuut wordt bepaald door de netto-inkomsten (na aftrek van de brutomarge van de aanbieders) te delen door het aantal leesminuten. Zo werkt de waardebepaling ook voor muziekstreamingsdiensten zoals Spotify.

Kobo Plus Luisteren	
Abonnementsprijs	€ 11,99 per maand
Abonnementsprijs exclusief btw	€ 9,91 per maand
Abonnementsprijs exclusief marge ⁷⁹	€ 5,705
Gemiddelde leestijd per maand	715
Waarde per minuut lezen	€ 0,007979

Voor Kobo Plus Luisteren komen wij op een waarde per minuut luisteren uit van €0,007979. Doordat boeken qua dikte en complexiteit van elkaar verschillen is het niet eenvoudig om een vertaling te maken naar een waarde per consumptie van een luisterboek. Nu is dat ook niet direct nodig voor dit onderzoek, maar het is wel wenselijk om een vergelijking te kunnen maken met de eerdere bedragen. Uitgaande van een gemiddelde luistertijd van een boek van 10 uur⁸⁰, komen wij voor Kobo Plus Luisteren uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van € 4,7876 per consumptie.⁸¹ Dit is substantieel hoger dan de €0,912 per consumptie die wij eerder hebben bepaald.

We hebben de waarde per minuut nog voor een aantal andere abonnementen doorge-rekend:

⁷⁹ Hiervoor is de abonnementsprijs exclusief btw vermenigvuldigd met 59,1% (100% - bruto marge van 40,9%)

⁸⁰ Het is lastig om betrouwbare informatie te vinden over de gemiddelde luisterduur van een luisterboek. Wij hebben een bron gevonden die rept over een gemiddelde luisterduur van 8 tot 12 uur [speechify.com]

⁸¹ Hierbij merken wij op dat voor de uitkomst van onze analyse het niet uitmaakt welke gemiddelde luisterduur wij hanteren. Wij gebruiken deze gemiddelde luisterduur om een vergelijking te kunnen maken met de eerder bepaalde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden per consumptie van een luisterboek o.b.v. een vergelijking met het lenen van een luisterboek.

Platform	Prijs per maand	Vergoeding per minuut	Vergoeding per boek
StoryTel Premium ⁸²	€9,99	€ 0,006648	€ 3,9890
Kobo Plus Lezen en Luisteren	€ 14,99	€ 0,009976	€ 5,9855
Storytel Unlimited	€ 13,99	€ 0,009310	€ 5,5862

De waarde per minuut ligt bij de laatste twee abonnementen aanmerkelijk hoger dan in de eerdere berekening. Dat komt doordat er gerekend wordt met een hogere abonnementsprijs. De vraag is of dat een realistische benadering is omdat bij die laatste twee abonnementen ook boeken gelezen kunnen worden. Indien iemand zowel luistert als leest dan daalt de waarde naar € 0,003523 en € 0,003775 per minuut.⁸³

Er zit bij de abonnementen nog wel één kanttekening. Het is mogelijk om deze delen met andere personen, zowel binnen als buiten een huishouden. Dit kan al gedaan worden door simpel de inloggegevens te delen. Het is daardoor de vraag of de gemiddelde leesduur per abonnement wel de juiste is. Stel dat bijvoorbeeld twee personen van hetzelfde Kobo Plus Luisteren account gebruiken en allebei evenveel luisteren, dan daalt de waarde per consumptie van € 0,007979 naar € 0,003990 per minuut en van € 4,7876 per boek naar € 2,3938 per boek. Bij Storytel geldt hierbij wel dat je maar op één apparaat tegelijk de app kan gebruiken, al blijkt in de praktijk dat dit eenvoudig te omzeilen is.⁸⁴

Het abonnementsmodel van Spotify is ingewikkelder. Binnen Spotify Premium is het namelijk mogelijk om luisterboeken te beluisteren voor 12 tot 15 uur per maand. Dit is dus *naast* de mogelijkheid tot het beluisteren van muzieknummers (en gezien de abonnementsprijs ligt de nadruk daar nog altijd op muzieknummers – met andere woorden, het ligt niet voor de hand dat abonnees een Spotify-abonnement afsluiten en uitsluitend naar luisterboeken luisteren). Zoals eerder aangegeven heeft Spotify de prijsverhoging van hun abonnementen daarnaast aangegrepen om gebruikers de mogelijkheid te bieden om luisterboeken te consumeren. Voor dit onderzoek hebben wij tot slot gekeken of wij meer informatie konden vinden over de vergoedingen die vanuit Spotify worden betaald aan rechthebbenden. Een van de bronnen is een artikel van

⁸² Met een leestijd van ca. 20 uur per maand zou de gemiddelde lezer binnen de limiet (30 uur) van dit abonnement blijven.

⁸³ Dit is dan onder de aanname van een gemiddelde leestijd van 1174 minuten per maand en luistertijd van 715 minuten per maand.

⁸⁴ Zie: [\[support.storytel.com\]](https://support.storytel.com)

een schrijfster die zelf luisterboeken op Spotify heeft staan.⁸⁵ In haar artikel verwijst ze ook naar een spreadsheet met achterliggende data over de totale vergoeding die zij heeft ontvangen. Omdat deze schrijfster haar boeken zelf heeft ingesproken ontvangt zij zowel de auteursvergoeding als de naburige rechten voor het inspreken. Onderstaande tabel geeft deze achterliggende data.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Month	Minutes listened	Full listens	Unique listeners	Completion ratio	Change in listens year on year	
2	July 24	19,244.00	37.5	86	43.60465116		
3	Aug 24	19,997	38.5	90	42.77777778		
4	Sep 24	21,722	42	98	42.85714286		
5	Total:		118				
6	July 25	65,981	127.2	339	37.52212389	339.2	
7	Aug 25	94,310	182.6	441	41.40589569	474.2857143	
8	Sep 25	108,063.80	210	527	39.84819734	500	
9	Total:		519.8	Perc change in listens	440.5084746		
10							
11	Q1 24 sales credited	111		Q1 25 sales credited	502		
12	Royalties paid (USD)	537.53			1535.99		
13	Credits per full book listen:	0.9406779661			0.9525616698		
14	Dollar per credit	4.842612613			3.059741036		
15	Dollar per book listened	4.555338983			2.954963447		
16							
17							

Zij komt uit op een totale vergoeding van \$ 2,9550 per beluisterd boek en na omrekening op een waarde van \$ 0,005724⁸⁶ per beluisterde minuut. De gemiddelde wisselkoers was in die periode \$ 1,1681 voor € 1.⁸⁷ Op basis van die wisselkoers komen wij uit op een waarde €2,5295 per beluisterd boek en een waarde van € 0,004897 per beluisterde minuut. Dit zit in dezelfde ordegrootte als de waarden voor Storytel en Kobo Plus, maar is wel lager. Het is ook de vraag of er voor Nederland andere afspraken gemaakt zijn tussen Spotify en de rechthebbenden.

Conclusie

Het is lastig om een duidelijke conclusie te trekken over de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van de consumptie van een luisterboek. De grootste uitdaging is dat er op dit moment twee onderzoeken uit worden gevoerd naar de vergoedingen van streamingsdiensten voor rechthebbenden. Die kunnen gedetailleerd inzicht bieden in de Nederlandse situatie en zijn het meest bruikbaar. Tegelijkertijd geldt dat die onderzoeken nog niet zijn afgerond voordat dit onderzoek moet worden opgeleverd.

⁸⁵ Amie Mcnee (2025) *How much money do i make from audiobooks? Are audiobooks actual worth it for authors?* [amiemcnee.substack.com]

⁸⁶ Wij hebben hiervoor het totaal aantal minuten bepaald voor juli, augustus en september 2025 (dit was 268.365). Vervolgens hebben we dit gedeeld door de uitbetaalde *royalties* van \$1.535,99

⁸⁷ [ecb.europa.eu]

Vanuit de e-lending komen wij in ieder geval tot een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van € 0,912 per beluisterd boek. Uitgaande van een luisterboek van 10 uur zou de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden €0,001520 per minuut zijn. Vanuit de abonnementsmodellen komen wij tot een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van € 0,004897 tot € 0,009976 per minuut voor een luisterboek (en daarmee ca. € 2,5 tot € 6,00 voor een geheel boek). Dit is fors hoger dan de eerder gevonden waarden, maar lijkt tegelijkertijd wel recht te doen aan de werkelijke situatie. Zeker omdat het bedrag van € 2,5 per beluisterd boek ook wordt ondersteund door een concreet voorbeeld.

Wij hebben getracht een inschatting te maken voor de Nederlandse situatie. Wij weten de marktaandelen van Spotify (21%), Storytel (19%) en de Online Bibliotheek (14%).⁸⁸ Daarnaast hebben we een inschatting gemaakt voor elk van de waarden op basis van de informatie uit de vorige paragraaf. In onderstaande is het overzicht te zien.

	Aandeel	Waarde
Spotify	21%	€ 0,004897
Storytel	19%	€ 0,006648 ⁸⁹
Online Bibliotheek	14%	€ 0,001520

Uitgaande van deze waarden hebben wij een gewogen gemiddelde bepaald en daarmee kwamen wij uit op een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van **€ 0,004638 per minuut** voor luisterboeken.

4.3 Overige informatie uit (digitale) publicaties

4.3.1 Huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

De huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden voor overige informatie uit (digitale) publicaties is in het vorige onderzoek geschat tussen de € 0,00116 en € 0,1166 per consumptie. Dit is vastgesteld op basis van verschillende bronnen.

4.3.2 Noodzaak voor actualisatie

Bij deze categorie werken was het de vorige keer niet eenvoudig om tot een duidelijke netto marginale opbrengst voor rechthebbenden te komen. Er is sprake van een grote

⁸⁸ KVB Boekwerk (2025) *Luisterboeken én podcasts winnen terrein*. [kvbboekwerk.nl]. Er is echter geen informatie beschikbaar over de marktaandelen van andere platforms.

⁸⁹ Dit is op basis van de waarde voor Storytel Premium.

diversiteit aan exploitatiemodellen en aanbieders en er was geen bereidheid tot het delen van data. Daarnaast is door Stichting de Thuis kopie ook aangegeven dat educatieve werken, wetenschappelijke werken en niet uitgegeven werken onvoldoende zijn meegenomen in het vorige onderzoek.

4.3.3 Geactualiseerde netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Wij hebben getracht voor dit onderzoek een actualisatie uit te voeren van dit type werk, maar dit bleek toch te gecompliceerd. De belangrijkste reden hiervoor is dat wij geen zicht hebben op de werken waarvan een thuis kopie wordt gemaakt. Hierdoor weten wij niet goed wat de relevante businessmodellen zijn. Zeker omdat het hier ook gaat om losse teksten die niet uitgegeven hoeven te zijn, zoals recepten en blogs die online beschikbaar zijn gesteld.

Hierbij speelt voor de markt voor educatieve materialen ook dat deze complex is. Zoals aangegeven in het vorige onderzoek wordt er voor de wetenschappelijke artikelen überhaupt geen vergoeding betaald aan de auteurs ervan. Het komt bij *open access* zelfs voor dat auteurs een vergoeding moeten *betalen* aan uitgeverijen. Er lijkt hier bovendien ook sprake te zijn van een licentiemodel waarbij een universiteit of hogeschool een abonnement afsluit bij een uitgeverij waarna deze onbeperkt toegang tot de wetenschappelijke artikelen krijgt. De vergoeding die hierbij wordt betaald, lijkt ook onafhankelijk te zijn van het aantal keren dat een wetenschappelijk artikel wordt gelezen of gedownload.

Op de markt voor lesmateriaal voor middelbare scholieren is een vergelijkbare tendens te zien. Daar komen licenties ook steeds vaker voor. Een school sluit een licentie af met een uitgeverij voor het vaak digitale lesmateriaal op basis van het aantal leerlingen dat een school heeft. Hierbij wordt er gewerkt met online lesmateriaal en fysieke leerwerkboeken.⁹⁰ Dit is onafhankelijk van het aantal gebruikte boeken. Hierbij geldt ook nog eens dat de school degene is die het lesmateriaal bekostigt en niet de leerling zelf.

Voor beide modellen is het erg lastig om de waarde van een thuis kopie vast te stellen. Binnen de verdienmodellen van de uitgeverijen wordt er namelijk niet direct gekeken naar hoe vaak een wetenschappelijk artikel of lesboek wordt geconsumeerd.

Vanwege de genoemde beperkingen is het niet gelukt om voor dit type werk een actualisatie uit te voeren.

⁹⁰ Zie bijvoorbeeld: [\[noordhoff.nl\]](http://noordhoff.nl)

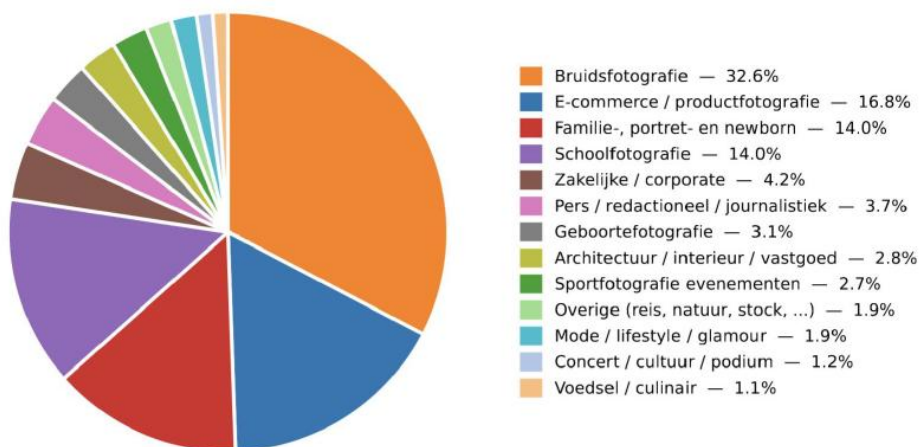
5 Afbeeldingen

5.1 Inleiding

Voor afbeeldingen is in het eerdere onderzoek geen eenduidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden bepaald. Daarom geldt dat er geen huidige netto marginale opbrengst voor rechthebbenden is. In dit onderzoek zullen we deze waarde dan ook niet actualiseren. Wel presenteren we enkele nieuwe inzichten die kunnen helpen bij het maken van een inschatting.

5.2 Actualisatie netto marginale opbrengst voor rechthebbenden

Op basis van het eerdere onderzoek weten wij dat van de typen afbeeldingen gemaakt door professionals die worden opgeslagen, het grootste gedeelte foto's betreft (49%). Deze categorie is daarom het startpunt van de actualisatie. Vanuit de branchevereniging voor professionele fotografen (DuPho) hebben wij data over ontvangen over het aandeel van de verschillende typen fotografie. Deze is weergegeven hieronder in Figuur 2.



Figuur 2 Aandeel professionele fotografie naar betaalde foto's: Geschat aandeel per genre op basis van foto's die de eindgebruiker daadwerkelijk afneemt en betaalt (bron: DuPho)

In bovenstaande figuur zien we dat bruidsfotografie (32,6%) de belangrijkste categorie van professionele fotografie is, gevolgd door e-commerce en productfotografie (16,8%) en familie-, portret- en *newborn*-fotografie (14%) en schoolfotografie (14%).

Verder is er vanuit de rechthebbenden nog informatie aangeleverd over de prijzen van foto's voor de verschillende categorieën. Wij hebben daarbij specifiek gekeken naar de situaties waarbij privépersonen foto's aanschaffen. In Tabel 3 zijn de resultaten daarvan te zien.

Tabel 3 Prijzen foto's (Bron: data DuPho)

	Minimumprijs	Maximumprijs
Bruidsfotografie	€4 per foto	€8 per foto
Familie-, portret- en newborn	€14 per foto	€21 per foto
Schoolfotografie	€4 per foto	€6 per foto
Geboortefotografie	€7 per foto	€10 per foto
Sportfotografie evenementen	€6 per foto	€8 per foto

Gecorrigeerd voor de aandelen van de verschillende categorieën⁹¹ komen we uit op een prijs van € 4,03 tot € 6,65 per foto. Dit bedrag zegt alleen iets over de waarde van een *losse foto* en niet over de waarde van een thuiskopie (c.q. de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden). Bovendien is dit gebaseerd op data die ons door de rechthebbenden is aangeleverd.

Wij hebben nog gekeken naar de mogelijkheden om deze prijzen te vertalen naar een netto marginale opbrengst voor rechthebbenden. Echter, door het ontbreken van een duidelijk streamingsmodel waarbij ook een vertaling gemaakt kan worden naar een consumptie per afbeelding en het liefst zelfs per minuut, bleek dit toch niet mogelijk te zijn. De hiervoor genoemde cijfers bieden wel tot op zekere hoogte indicatie in de waarde van een afbeelding als werk. Waarbij dit uiteraard niet direct iets zegt over de netto marginale opbrengst voor rechthebbenden van een afbeelding.

Bij bovenstaande cijfers dient te worden opgemerkt dat foto's gemaakt door professionals slechts één van de categorieën is die onder afbeeldingen valt waarvan thuiskopieën worden gemaakt. Er vallen ook (1) illustraties, (2) cartoons en (3) andere afbeeldingen gemaakt door professionals onder. Wij hebben voor dit onderzoek niet gekeken naar de waarde en prijzen van deze categorieën. In het vorige onderzoek kwam naar voren dat foto's een aandeel van 49% hadden binnen de gehele categorie afbeeldingen gemaakt door professionals.

⁹¹ Dit betekent dat we hebben gekeken wat het gewogen gemiddelde is van de categorieën uit Figuur 2 waarvoor we informatie hebben over de prijs per foto.

6 Overzicht

Werk	Waarde eerdere onderzoek	Waarde actualisatie
Muzieknummers	€ 0,00503 - € 0,00506 per consumptie (2024)	€ 0,00503 - € 0,00506 per consumptie (2025)
Podcasts	€0 - €0,125 per consumptie (2024)	€ 0,02376 per podcastdownload (2025)
Radioprogramma's	€ 0,04150 - € 0,08705 per consumptie (2024)	€ 0,04204 tot € 0,04442 per consumptie (2025)
Speelfilms, series, documentaires en overige tv-programma's	€ 0,11957 - € 0,249 per consumptie (2023)	€ 0,0009701 tot € 0,001735 per minuut (afhankelijk van methodiek en jaar) ⁹²
Onlinevideo's	€ 0,000465 - € 0,018587 per consumptie (afhankelijk per jaar)	€ 0,001292 per minuut (2024)
Muziekvideo's	€ 0,000697 - € 0,023914. per consumptie (afhankelijk van het jaar)	€ 0,001168 tot €0,001456 per minuut (2024)
E-books	€ 0,8512 per consumptie (2020)	€0,003914 per minuut (2025) ⁹³
Luisterboeken	€ 0,8512 per consumptie (2020)	€0,004638 per minuut (2025) ⁹⁴

⁹² Dit correspondeer met ca. €0,09701 tot €0,1735 per consumptie van een film van 100 minuten (vergelijkbaar met het eerdere onderzoek)

⁹³ Dit correspondeert met ca. €1,41 per gelezen boek (uitgaande van een gemiddelde leesduur van 6 uur)

⁹⁴ Dit correspondeert met ca. €2,78 per beluisterd boek (uitgaande van een gemiddelde luisterduur van 10 uur)

Werk	Waarde eerdere onderzoek	Waarde actualisatie
Overige informatie uit (digitale) publicaties	€ 0,00116 - € 0,1166 per consumptie (afhankelijk van de methodiek en jaar)	Geen actualisatie kunnen uitvoeren
Afbeeldingen	Niet kunnen vaststellen	Niet kunnen vaststellen



Onderzoek voor *onderbouwd* beleid.

Dialogic innovatie & interactie

Hooghiemstraplein 33

3514 AX Utrecht

030-2150580

www.dialogic.nl