TV EN ONLINE KIJKCIJFERS GEFUSEERD

1E RELEASE FUSIEDATA
(GEBRUIKERSBROCHURE)

Alles uit deze brochure mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt, maar alleen onder de uitdrukkelijke voorwaarde van vermelding van: **Bron: Stichting KijkOnderzoek**.

EERSTE RELEASE FUSIEDATA

Nieuwe dataset met gefuseerde TV en Online kijkcijfers (beschikbaar vanaf 21 april 2017)

De fusie van de bestaande dagelijkse Online videokijkcijfers en televisiekijkcijfers levert een crossmediaal videokijkcijfer op. Hiermee is het mogelijk om uitspraken te doen over het crossmediale bereik van programma's en video commercials.

In de eerste release, beschikbaar vanaf 21 april 2017, kunnen fusiedata gebruikt worden voor alle personen van 6 t/m 64 jaar in Nederland. Hierbij kan voor het eerst worden vastgesteld wat Online devices (zoals computers, tablets en smartphones) netto toevoegen aan het kijkgedrag en bereik dat via het TV-scherm is gerealiseerd, en omgekeerd.

Wat is nieuw?

De cijfers geven voor het eerst inzicht in de overlap tussen kijkers die bereikt zijn via het TV-scherm en via Online devices. Deze overlap kan berekend worden voor programma's, zenders, tijdvakken en commercials. Bijvoorbeeld een programmaserie waarvan iemand één keer een aflevering via de TV heeft gezien en één keer een aflevering via de tablet heeft gekeken, telt over de hele periode van het programma mee als bereikte kijker via zowel TV als Online. Ook contacten met een campagne kunnen bij dezelfde personen via verschillende devices zijn gerealiseerd.

Nu is er ook inzicht in de overlap in bereik voor TV en Online. De cijfers geven antwoord op vragen als:

- Hoeveel netto bereik heeft mijn campagne exclusief op TV opgeleverd? (en)
- Hoeveel Online bereik is gerealiseerd, bovenop dit TV-bereik? (en)
- Hoeveel mensen van 20 tot en met 49 jaar bereikten we met een programma, zowel via de TV als via Online devices?

Aangezien de inzet van de mediumtypen Online en TV verschillende doelstellingen kan dienen en kan resulteren in een ander effect, blijft analyse van de afzonderlijke TV- en Online datasets mogelijk om kijkdichtheden te bepalen voor zowel programma's als zenders.

Hoe werkt de fusie?

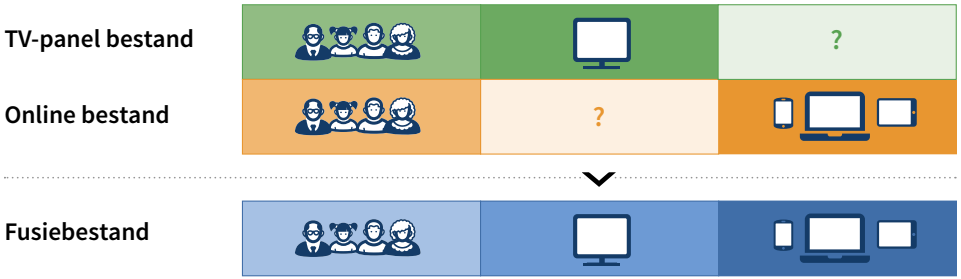
De fusie is een statistische techniek die het niet gemeten TV-kijkgedrag in het Online panel aanvult op basis van gedrag geregistreerd in het TV-panel. Hiervoor worden de meest op elkaar lijkende panelleden van het TV- en Online panel op basis van relevante kenmerken aan elkaar gekoppeld in een verrijkt data-bestand. Dit fusiebestand bevat zowel de informatie uit het TV- als het Online panel.
Meer info: kijkonderzoek.nl/data-integratie

Crossmediale fusieresultaten

De fusiedata bevatten een set van data-bestanden met geïntegreerde resultaten van TV- en Online video programma's en commercials. Vanaf 21 april is het mogelijk om uitspraken te doen over het crossmediale gedrag van personen van 6 tot en met 64 jaar. Naar verwachting vanaf maandag week 27 2017 zal het ook mogelijk zijn om uit het fusiebestand te rapporteren over de doel-groep 65 jaar en ouder.

SKO werkt op dit moment nog aan het in lijn brengen van de weegschema's in het TV- en Online panel. Dit is een vereiste om te kun-nen rapporteren over de hele bevolking van 6 jaar en ouder.

SKO TV en Online Fusie



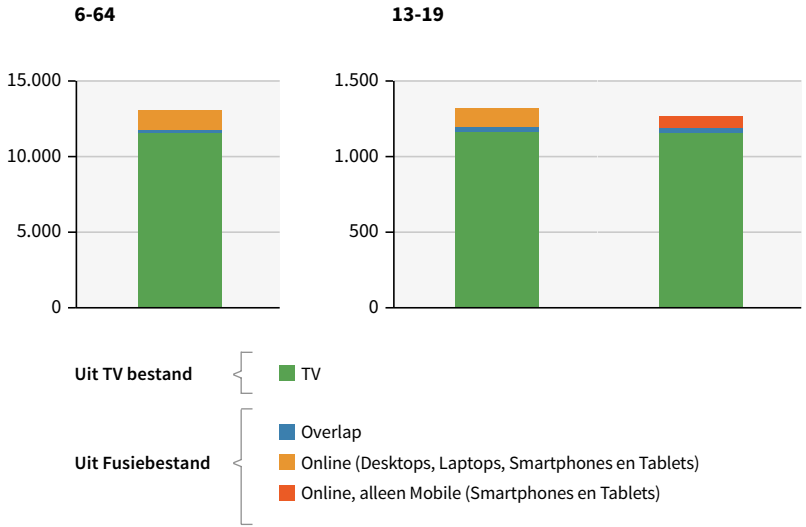
Hoe zien de fusiedata eruit?

De fusiedatabestanden hebben dezelfde structuur als de Online datasets. Dat betekent dat dezelfde doelgroepen, devices en soorten content kunnen worden gerapporteerd zoals nu voor de Online data mogelijk is. Met fusiedata is het mogelijk om het Online bereik en de overlap van TV- en Online devices toe te voegen aan het bereik gerealiseerd via het TV-scherm. Dit laatste wordt gerapporteerd uit de TV data. Zie het voorbeeld hiernaast. Ook zijn de TV- en Online zenders en publishers, en alle video-, programma- en spotgegevens geharmoniseerd voor TV en Online.

Hoe kan ik toegang krijgen tot de data?

De data worden toegankelijk gemaakt door SKO en kunnen worden ingelezen met applicaties ontwikkeld door softwarebureaus, die door SKO zijn goedgekeurd om de fusiedata te rapporteren. Op dit moment is het mogelijk om te rapporteren via de Holland Fusion applicatie van TechEdge. Andere softwareapplicaties zullen binnenkort beschikbaar worden gesteld.

Weekbereik (x 1.000) per doelgroep en device



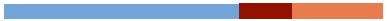
Welke rapportages zijn nu beschikbaar in de fusiedata?

De crossmediale fusieresultaten bevatten nu drie resultaattypen die gerelateerd zijn aan het uitzendmoment van TV- en Online programma's en commercials. De rapportages hebben betrekking op het kijken via het TV-scherm en Online devices:

1. op het moment van uitzenden (live of lineair kijken)

2. op de uitzenddag (live kijken + VOSDAL*),

3. op de uitzenddag en de zes opvolgende dagen na de uitzenddag (live kijken + VOSDAL* + UGK dag 1-6)



Deze resultaattypes zijn ook van toepassing op de rapportage van de opzichzelfstaande Online resultaten in de fusiedata.

Welke rapportages zijn beschikbaar voor Online commercials in de fusiedata?

Online video commercials zoals pre-, post- en mid-rolls die uitgespeeld worden rondom videocontent worden altijd gerapporteerd op het kijkmoment of moment van play out. Dit betreft altijd kijkgedrag op het uitzendmoment (zie B). Ook is het mogelijk om lineaire televisie-uitzendingen van een aantal zenders online te bekijken, bijvoorbeeld via www.npo.nl/live.

Dit geldt ook voor de TV-reclameblokken eromheen. In het fusiebestand gaat het hier om lineaire televisie-uitzendingen die via web-players of apps van TV-zenders zijn bekeken. In dit geval is er sprake van kijkgedrag op het moment van uitzenden (zie B) of op de uitzenddag (zie A). Dit laatste kan voorkomen in het geval dat de stream gepauzeerd wordt gedurende een aantal minuten.

In de fusiedata zien de Online spots er als volgt uit:

	SPOT TYPE	ZENDER	PLATFORM	UITGESTELD KIJKEN
A	**Linear Online**	NPO1, NPO2, NPO3, SBS6, Veronica	Online	Live, VOSDAL
B	**Online pre-, post- en mid-rolls**	Alle Online Spots aangesloten Publishers	Online	Live (Kijkmoment)

*VOSDAL = Viewing On Same Day As Live (= uitgesteld kijken op de uitzenddag)

RAPPORTAGEREGELS

Voor het gebruik van de fusiedataset geldt een aantal regels om betrouwbare resultaten te kunnen rapporteren.

- De TV data in de fusiedataset kunnen alleen worden gebruikt voor de berekening van de overlap tussen TV en Online.
- TV resultaten kunnen niet apart worden gerapporteerd in de fusiedata.
- Ook het netto bereik dient te worden gerapporteerd op basis van de TV resultaten uit de TV dataset.
- Resultaten uit het fusiebestand kunnen alleen gerapporteerd worden voor leeftijdsgroepen van 6 tot en met 64 jaar. De rapportage van Totaal 6+ en de leeftijdsgroepen van 65 jaar en ouder is op dit moment niet mogelijk. De verwachting is dat dit per maandag week 27 (3 juli 2017) wel mogelijk is.
- In het fusiebestand geldt geen aparte ondergrens voor het rapporteren van het programmabereik.
- Voor het rapporteren van Online videocommercials en gefuseerde resultaten kan de gebruiker zelf vrij bepalen naar welk percentage van de commercial iemand moet hebben gekeken om in het spotbereik mee te tellen (start, 25%, 50%, 75% of compleet gekeken).
- Het advies van SKO is om een ondergrens van minimaal 25% te hanteren voor Online campagnes en ook voor de berekening van de netto bereikresultaten (TV + Online) uit het fusiebestand. Deze ondergrens is gelijk aan de rapportageregel die wordt geadviseerd voor de Online kijkcijfers.
- De rapportage van het bereik voor minstens 2 contacten kan in het fusiebestand alleen op totaal niveau (TV + Online) worden gerapporteerd. Het is niet toegestaan om dit uit te splitsen naar TV en de afzonderlijke Online devices.

Hoe bereken ik netto bereik voor TV en Online?

Het is mogelijk om het netto bereik te berekenen door het bereik van TV en van TV + Online uit het fusiebestand te combineren met het bereik van TV uit het TV databestand.

Het is belangrijk dat het bereik van TV altijd wordt gerapporteerd uit het TV-databestand en niet uit het fusiebestand. Het netto bereik wordt volgens onderstaande formule berekend:

	A	B	C	D	E	F
		FUSIEBESTAND				
1	Doelgroep	TV+Online uit fusie	TV uit fusie	Online uit fusie	TV uit TV data	Netto bereik
2	6 t/m 64 jr	40,4	39,1	2,0	38,2	=(B2-C2)+E2

Stappen

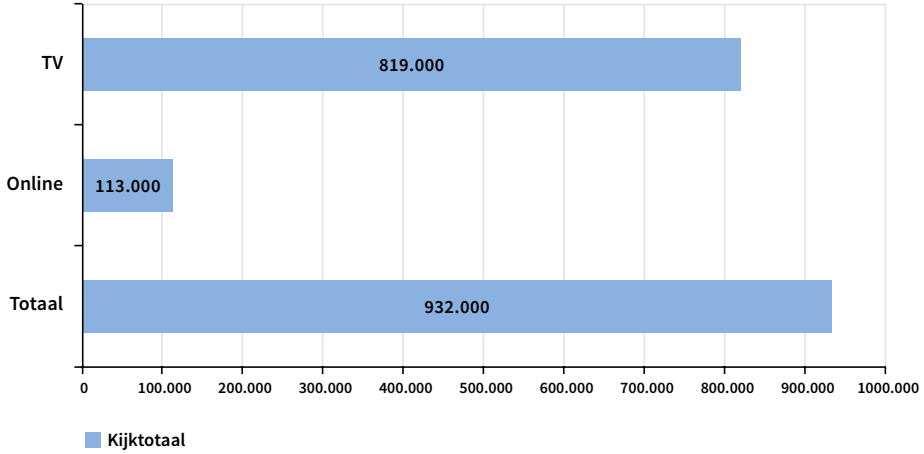
1. Uit het fusiebestand worden de volgende resultaten berekend:
   a) het totaalbereik dat gerealiseerd is via het TV-scherm en Online devices (TV + Online) (B)
   b) het afzonderlijke bereik gerealiseerd via het TV-scherm (TV uit de fusiedata) (C)
   c) het afzonderlijke bereik gerealiseerd via Online devices (Online uit de fusiedata) (D)
2. Uit het TV bestand wordt het afzonderlijke bereik gerealiseerd via het TV-scherm (TV-data) nogmaals berekend (E)
3. Het netto bereik wordt berekend door van het totaalbereik TV + Online (uit fusie; B2) het afzonderlijke TV bereik (uit fusie; C2) af te trekken en hier het afzonderlijke TV bereik (uit TV data; E2) aan toe te voegen.

Dit geldt voor zowel analyses over programma's als voor commercials.

Hoe bereken ik gemiddelde kijkcijfers voor TV en Online programma's?

De berekening van de performance van programma's en zenders voor kijkdichtheid en absoluut aantal kijkers kan worden verkregen door de kijkcijfers van TV (bron: TV data) en Kijkcijfers Online (bron: Online data) te combineren.

Gemiddelde aantal kijkers 6 t/m 64 jaar voor een programma



DEFINITIES

KDH
Percentage van de doelgroep dat gemiddeld naar een commercial, programma of zendergroep keek

KDH 000
Aantal kijkers in de doelgroep dat gemiddeld naar een commercial, programma of zendergroep keek

BEREIK%
Het percentage kijkers dat minimaal één keer (voor een bepaalde tijd) naar één commercial, programma of zender, van respectievelijk een reeks commercials, programma's of tijdvakken heeft gekeken

ABSOLUUT (000)
Het absoluut aantal kijkers dat minimaal één keer (voor een bepaalde tijd) naar één commercial, programma of zender, van respectievelijk een reeks commercials, programma's of tijdvakken heeft gekeken

OVERLAP
Kijkers die bereikt zijn via zowel het TV-scherm als Online devices (desktop, laptop, tablet en/of smartphone)

NETTO BEREIK
Het afzonderlijke TV- of Online bereik van programma's of commercials. Dit is het bereik gerealiseerd via TV of Online minus de overlap (TV + Online) uit het fusiebestand. Voor het netto TV-bereik dient de overlap in bereik (TV + Online) uit het fusiebestand gecombineerd te worden met het bereik van TV uit het TV databestand.

SKO TV PANEL
Op basis van het kijkgedrag van dit panel worden uitspraken gedaan over het televisiekijkgedrag van de totale Nederlandse bevolking (6+).

SKO ONLINE PANEL
Op basis van het kijkgedrag van dit panel worden uitspraken gedaan over het Online kijkgedrag van de totale Nederlandse bevolking (6+). Het panel is opgezet in samenwerking met de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX).

WAT ZIT ER IN DE ONLINE METING?

Programma's
In de meting is het online kijkgedrag naar alle beschikbare Online content opgenomen. Tot en met 27 dagen na de TV-uitzenddag is deze content te relateren aan de oorspronkelijke uitzending. Alleen Online kijkcijfers van programma's van de NPO, RTL Nederland en SBS Broadcasting worden (vooralsnog) gerapporteerd. Met ingang van 1 januari 2016 worden de data door SKO dagelijks uitgeleverd, waarbij de Online data vanaf 1 oktober 2015 zijn inbegrepen.

Commercials
Sinds 1 juni 2016 is SKO gestart met de rapportage van online direct ingekochte campagnes bij RTL, SBS, Ster en Sanoma. Per 1 januari 2017 zijn ook BrandDeli campagnes aan de online kijkcijfers toegevoegd. In de meting zijn Online commercials opgenomen in verschillende vormen; pre-, post- en mid-rolls die uitgespeeld worden rondom videocontent. Naast de commercials rondom lineaire televisie-uitzendingen van Online zenders wordt over Online commercials (in TV-reclameblokken) bij lineaire televisie-uitzendingen van de NPO en SBS zenders, die via webplayers of app's zijn uitgespeeld, gerapporteerd.

STICHTING KIJKONDERZOEK
Hogehilweg 10
1101 CC Amsterdam
T +31 (0)20 641 43 33
www.kijkonderzoek.nl
twitter.com/KijkOnderzoek

Redactie: SKO, Vormgeving: Krijn Ontwerp