

Online bereiksonderzoek uitgebreid met global mediabrands

20-07-2017 09:15



VINEX (De Verenigde Internet Exploitanten) heeft de rapportage van Nederlands Online Bereiksonderzoek (NOBO) vanaf juli 2017 uitgebreid met global media brands zoals Facebook, Google en Twitter.

Het in november 2016 gelanceerde digitale onderzoek gaf al een breed beeld van de Nederlandse mediamerken. Nu is de rapportage dus compleet voor vrijwel de gehele online advertising markt. De eerste geïntegreerde resultaten zijn terug te vinden in de NOBO-toplijst. De ranking van week 26 (26 juni t/m 2 juli) 2017 laat de sterke positie van de buitenlandse mediabedrijven zien.

De top-3 o.b.v. weekbereik bestaat uit Google*, Facebook en You Tube. Deze merken bereiken wekelijks ruim de helft van de Nederlanders. Overall gaat Google* aan kop, maar onder smartphones is Whatsapp het grootste mediamerk.

In de top-15 zijn zes Nederlandse mediamerken te vinden t.w. Marktplaats, Nu.nl, Buienradar, NOS**, AD en De Telegraaf.

Totaal bereik week 26 (26 juni t/m 2 juli)		Totaal	Desktop/ Laptop	Tablet	Smartphone
1	Google	73,4	49,1	19,4	45,2
2	Facebook	64,2	32,4	17,6	41,1
3	Youtube	53,2	27	12,6	30,6
4	Whatsapp	48,4	0,4	0,6	48
5	Gmail	40,3	17,8	6,8	26,1
6	Marktplaats	31,5	14,4	7,8	17,6
7	NU.nl	27,2	10,3	6,3	16,2
8	Buienradar	26,3	8,5	6,6	16,1
9	Instagram	26,2	5,9	3,1	20,2
10	Messenger	25,3	0	4,1	22,5
11	NOS	22,4	6,6	6,2	14,3
12	Google Drive	21,5	4,5	2,5	16,1
13	AD	20,6	7	4,7	12,7
14	Twitter	19,5	8	2,5	11,7
15	De Telegraaf	17,3	8,1	4,3	8,5
16	Google Play	16	0	1,6	14,8
17	Linkedin	15,8	6,4	2	8,9
18	Google Calendar	14,8	4,3	1,1	11
19	Netflix	13,7	4,1	4,6	6,3
20	Spotify	12,1	0,8	2,2	9,8

Bron: NOBO 2017, selectie: commerciële merken van deelnemende publishers en globals.

Non-tagged

De NOBO-bereikcijfers van de global brands komen tot stand dankzij een zogenoemde “non-tagged” meting. Deze techniek omzeilt de restricties van veel wereldwijde mediabedrijven die lokale tagging van hun media vaak niet toe staan. De “metering-technologie” is geïnstalleerd op alle devices van 2.200 panelleden en wordt geprojecteerd naar het totale mediapanel dat bestaat uit 5.500 respondenten. De resultaten zijn representatief voor alle Nederlanders van 6 jaar en ouder.

De non-tagged data zijn toegespitst op display advertising: voor online video en audio leveren de gerapporteerde bezoekcijfers geen nauwkeurig beeld op.

Meer relevantie

De global mediabrands vormen een relevante aanvulling op de ruim 200 merken uit de tagged-meting van NOBO. De relevantie geldt voor zowel mediabureaus, als voor de deelnemende publishers die hun eigen prestaties willen spiegelen aan de concurrentie, inclusief de global brands. De data vanuit de non-tagged meting kunnen worden ontsloten met behulp van de gebruikelijke mediaplanning-software.

Karin Schut, directeur VINEX: “Voor de meeste uitgevers is NOBO inmiddels de standaardbron voor informatie

over het bereik van hun titels, over alle devices heen. Door de data aan te vullen met ontbrekende mediamerken wordt de dataset nog completer en interessanter voor de markt, waaronder mediabureaus. Bovendien meten we non-tagged ook andere interessante spelers, zoals online retailers en andere online merken die advertentieproposities aanbieden”.

Uitgebreide validatie

Aan de ingebruikname van de non-tagged meting is een uitgebreid validatieproces van enkele maanden voorafgegaan. Bij de controle van deze methode is de non-tagged meting single source geïjkt op het getagde deel van de NOBO-meting. Facebook heeft een bijdrage geleverd door de data aan de eigen bronnen te toetsen. Verder helpt deze partij met aanbevelingen voor verbeteringen en zal dit ook de komende tijd blijven doen. Facebook volgt daarmee de resultaten met grote interesse, hoewel de eigen cijfers voor het bedrijf leidend blijven.

** Google: Google is hier gedefinieerd excl. Youtube, Google Drive, Google Play, Google Calender, GMail, Google+, Google Translate, Google Docs, Google Analytics, inclusief Google Search en overige Google onderdelen)*

*** NOS: t/m 30 juni exclusief NOS Teletekst*