

BNNVARA bundelt bereik in een overzicht

10-11-2017 09:55



BNNVARA lanceert BIKL, een rapportage met de Bereik-, Impact, Kijk- en Luistercijfers van de eigen omroep. Op BIKL zijn de bereikcijfers te vinden van BNNVARA-titels op alle meetbare kanalen; radio, tv, websites, Facebook, Youtube, Twitter en Instagram. De rapportage is intern ontwikkeld om voorbij de kijk- en luistercijfers te kijken waarop programma's nu vooral worden beoordeeld. BIKL maakt naast het bereik op de lineaire kanalen, alle clicks, views en fans inzichtelijk.

Volgens Algemeen Directeur Gerard Timmer is het hoog tijd voor een rapportage die past in een tijd van veranderende mediaconsumptie. Timmer: "Of een programma succesvol is wordt momenteel bepaald aan de hand van de kijkcijfers op NPO1, 2 of 3 of op basis van het luisteraandeel op één van de radiozenders. Maar die opvattingen gaan nog altijd niet vergezeld van het bereik en de impact op alle nieuwe platforms. Volgers op Instagram, Facebook of Twitter, het aantal abonnees op YouTube, of überhaupt hoeveel er op al deze platforms is gereageerd of gediscussieerd aan de hand van programma's die we maken spelen in de beoordeling van programma's of de kracht van netten en zenders nog altijd geen rol.

Onterecht, want het is toegenomen bereik en extra impact. BNNVARA wil dit industrie-brede vraagstuk mede oplossen en publiceert daarom als eerste omroep dit integrale bereiksoverzicht. Wij willen niet wachten tot iedereen het met elkaar eens is; dat maakt programma's, netten en zenders kwetsbaar omdat deze beperkt worden beoordeeld. Wij publiceren een eerste versie en ontwikkelen deze door. Daarmee willen we het debat opengooien en de deur openzetten voor partijen die het met ons willen doorontwikkelen tot een gedragen instrument voor de media-industrie in de breedte."

BIKL is voor BNNVARA de eerste stap naar inzichtelijkheid in de impact van haar content. In de bètaversie van BIKL zijn in eerste instantie alle beschikbare kwantitatieve data inzichtelijk gemaakt, met uitzondering van de luistercijfers en reacties op internetfora. Deze worden in het voorjaar van 2018 toegevoegd. De volgende stap is een op dataonderzoek en socio-maatschappelijk onderzoek gebaseerde impactrapportage. Op basis daarvan kan daadwerkelijk inzichtelijk gemaakt worden hoe groot of waardevol de impact was. In eerste

aanleg belangrijk voor de makers, die zo nog beter inzicht krijgen in bereik van de door hen gemaakte content over de diverse platforms.

inct.spiratie 2017

meld je nu aan



customer journey & data-strategieën en social media