



STICHTING KIJKONDERZOEK

AAN
VAN
ONDERWERP
DATUM

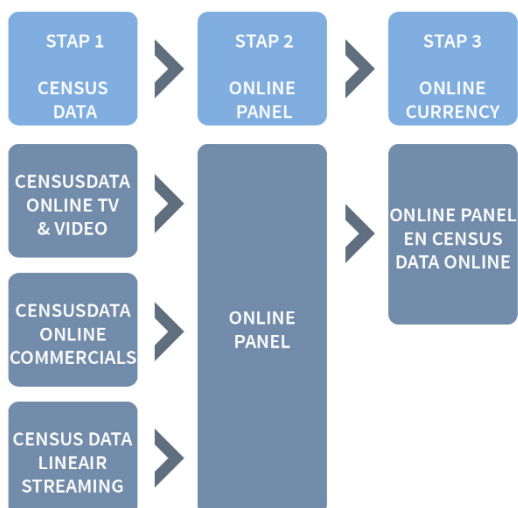
Geïnteresseerden
SKO
Samenvatting online kalibratie
Januari 2016

DOEL: Samenvatting data-integratie voor online videocijfer – kalibratie

DOEL

De data-integratie die de gegevens uit het online panel en census met elkaar combineert, heet ook wel kalibratie. Doel hiervan is om uitspraken te kunnen doen over het online video kijkgedrag. Hiervoor meten we naast het kijkgedrag via een TV-toestel (in het huidige TV-panel) het kijken naar online video-content op alle soorten devices. Dit online kijkgedrag meten we enerzijds in een online panel, wat informatie geeft over gebruiksprofielen en bereikopbouw. Anderzijds meten we het kijkgedrag van online content en online commercials in de players/apparaten zelf. Dit levert totale census-volumes op over het aantal starts en kijkminuten die werkelijk gerealiseerd zijn. Het combineren van de gegevens uit het online panel en census gebeurt door middel van data-integratie en levert een nieuw online videocijfer op. Deze vorm van data-integratie staat in figuur 1 en bespreken we vervolgens in meer detail. Kantar voert deze data-integratie in opdracht van SKO uit.

Figuur 1. Data-integratie van online panel en online census gegevens



DATA-INTEGRATIE VOOR ONLINE VIDEOCIJFER - KALIBRATIE

Omdat het online panel een steekproef is, zullen de gevonden uitkomsten afwijken van de werkelijk gerealiseerde kijkvolumes die in de apparaten zelf worden gemeten. Daarom worden de paneluitkomsten gekalibreerd of in lijn gebracht met de werkelijke censusvolumes. Dit gebeurt aan de hand van een aantal stappen:

- *Modelleren van bereik en aantal kijkminuten (Reach Modelling)*

Eerst wordt bepaald op basis van het werkelijk gerealiseerde kijkvolume hoeveel minuten in het online panel moeten worden bijgesteld om de werkelijkheid te weerspiegelen. Hetzelfde gebeurt voor bereik (op basis van een complexere verdeling – variant van de negatieve binomiaal bereiksverdeling). De methode wordt gebruikt voor elke combinatie van programma, device en tijdvak.

Stel dat uit het online panel een volume komt van 80.000 kijkminuten voor Boer zoekt vrouw op zondagavond via een laptop, maar de census meting (in de apparaten) geeft 100.000 kijkminuten aan, dan zal het panelvolume gecorrigeerd worden naar 100.000 – dit is namelijk het werkelijk aantal gekeken minuten of het censusvolume. Hierbij wordt wel rekening gehouden met onderstaande elementen.

- *Corrigeren voor samenkijken (Co-viewing distribution)*

Vervolgens wordt de kans bepaald waarmee personen uit het online panel samen kijken naar een programma en device op een bepaald moment. Bijvoorbeeld, als 2 mensen samen kijken naar GTST op een tablet, dan wordt het totaalvolume gemeten op tablet voor GTST ook verdubbeld. Er zijn namelijk dubbel zoveel individuele kijkminuten voor dat programma gerealiseerd.

- *Rekening houden met demografische samenstelling kijkers (Search Net algorithm)*

Om kijkvolume uit de census aan online panelleden te kunnen toewijzen, wordt rekening gehouden met de demografische samenstelling van kijkers voor bepaalde programma's. Op basis van een algoritme wordt bepaald welke steekproefgrootte nodig is om nog betrouwbare uitspraken te kunnen doen binnen uitsplitsing van doelgroepen.

Stel dat er voor het 8-uur Journaal op maandag via een PC 100.000 kijkminuten zijn gerealiseerd en we op basis van het online panel de volgende demografische samenstelling van kijkers voor dit programma/tijdvak/device weten:

- 6-19 jr man = 10%
- 6-19 jr vrouw = 15%
- 20-55 jr man = 25%
- 20-55 jr vrouw = 15%
- 55+ jr man = 15%
- 55+ jr vrouw = 20%

Dan kan het zijn dat de databasis voor deze uitsplitsing te klein is voor het Journaal op maandagavond via een PC. Op basis van een algoritme wordt dan data gebruikt van bijvoorbeeld het 8-uur Journaal op de 7 voorbije dagen (of nog langer terug als dit nog onvoldoende blijkt). Er wordt gezocht tot er een voldoende grote groep is om betrouwbare uitspraken op te baseren. Vervolgens wordt bovenstaande verdeling aangehouden - dus bijvoorbeeld 25.000 kijkminuten voor 20-55-jarige mannen (25% van 100.000 minuten).

- *...en ook met kijkersgedrag tussen programma's (Basket Analysis)*

Op basis van kijkersgedrag in het panel wordt bepaald wat de waarschijnlijkheid is dat mensen die het ene programma kijken, ook naar een ander programma kijken. Deze kansen worden meegenomen bij de toewijzing van censusgegevens aan het panel. Op deze manier wordt zoveel mogelijk de consistentie van individueel kijkersgedrag behouden. Stel dat de kijkers naar GTST via een tablet ook vaak naar Danni Lowinski kijken, dan wordt met deze onderlinge samenhang rekening gehouden.

- *Virtuele panelexpansie: online panel*

Om (de zeer gedetailleerde) censusgegevens aan het (veel kleinere) online panel te kunnen toewijzen is het noodzakelijk om het online panel virtueel te vergroten. Hiervoor wordt het panel bijvoorbeeld 10 keer groter gemaakt (van alle panelleden wordt dan gemiddeld 10 keer een kopie gemaakt). Het online panel van 5000 panelleden bestaat na expansie dan uit 50.000 mensen.

Dit geeft een hogere mate van detail of zogenaamde granulariteit om met alle bovenstaande stappen rekening te kunnen houden (zoals het samen kijken, demografische samenstelling kijkersgroep, consistentie van kijkersgedrag tussen programma's etc.).

- *Toewijzing van kijkgedrag (Allocation of viewing/Target implementation)*

Uiteindelijk wordt het online panel verrijkt met realistisch dag- en maandbereik op programma- en device-niveau. De gewogen totalen in het online panel liggen nu in lijn met de censustotalen die gemeten werden op apparaten. Dit resulteert in een online videocijfer.