MEMO: OVERLAP STARTMINUUT BIJ VOD EN COMMERCIËLE UITINGEN

Samenvatting

In de huidige rapportage kan online (VOD-)kijktijd onterecht worden toegekend aan een commerciële uiting, zoals een billboard of spot, die in dezelfde minuut start als waarin een VOD-programma eindigt of een billboard of spot die in dezelfde minuut eindigt als waarin een VOD-programma start. Dit noemen we de overlap startminuut. De oorzaak is de NMO-rapportageregel die start- en eindtijden afkapt naar hele minuten, terwijl de kijkdata op secondeniveau wordt aangeleverd.

Commerciële uitingen worden niet aangeleverd in de VOD-censusdata en hebben binnen Video Totaal data alleen lineaire cijfers. Online kijkcijfers bij billboards en spots zijn daarom een gevolg van de afkapping en geen werkelijk kijkgedrag. NMO werkt aan een structurele oplossing. Tot die tijd verzoekt NMO gebruikers om voor commerciële uitingen alleen de lineaire cijfers te gebruiken.

Wat is de overlap startminuut?

Fifty5Blue levert de kijkdata in de ruwe data aan op secondeniveau. De huidige NMO-rapportageregel schrijft echter voor dat start- en eindtijden in de rapportagesoftware worden teruggebracht naar minuten, door de seconden af te kappen. Eindigt een VOD-programma en start een lineair element binnen dezelfde minuut, dan krijgen beide na afkapping dezelfde minuut als tijdstip. Ook in het geval dat een billboard of spot in dezelfde minuut eindigt waarin een VOD-programma start. Daardoor ontstaat in de software een overlap die er in werkelijkheid niet is. Online kijktijd van de laatste seconden van het VOD-programma wordt dan ook toegekend aan het lineaire element dat in die minuut start. Uit eerdere analyses van NMO blijkt dat het gaat om 0,1 tot 1,1% van de GRP's kunnen herkend worden als VOD.

Voorbeeld: B&B Vol Liefde en billboard op RTL 4

In de ruwe data eindigt B&B Vol Liefde om 21:00:10 uur. Vanaf dat moment start in de lineaire feed een billboard. Na toepassing van de rapportageregel worden zowel de eindtijd van het programma als de starttijd van het billboard gerapporteerd als 21:00:00 uur. De online kijktijd van de laatste 10 seconden van het VOD-programma wordt daardoor ook aan het billboard toegekend.

Zender	Begintijd	Eindtijd	Titel	Prog Type	TV Kdh%	Videoland Ad Tier Kdh%	Overige VOD Platforms Kdh%
RTL 4	20:35:00	21:00:00	B en b vol liefde	Part	6,38	0,03	0,71
RTL 4	21:00:00	21:01:00	B205132b	Billboard	4,70	0,02	0,19

Bron: TechEdge-rapportage.

Het billboard was uitsluitend lineair beschikbaar, niet via Videoland Ad Tier of andere VOD-platforms. De online kijkcijfers bij het billboard (0,02% en 0,19% Kdh%) zijn dus volledig het gevolg van de overlap en zouden niet gebruikt moeten worden.

Achtergrond

Commerciële uitingen worden binnen Video Totaal alleen lineair gemeten. Kijken naar reclameblokken is opgenomen in lineair kijken op het grote scherm en in live lineair kijken op kleine schermen naar NPO, ESPN en KPN (categorie: Lineaire TV Zenders). VOD van de broadcasters (zoals Videoland of NPO Start) bevat geen reclameblokken; daar horen dus ook geen VOD-kijkcijfers bij blokken, spots of billboards te staan.

Tijdens de testfase heeft NMO al gezien dat door de afkapregel af en toe VOD-kijken aan spots wordt toegekend. Dit punt is besproken in de gebruikerssessie in december 2025 en in de Kamer Kijken van januari 2026 en staat op de roadmap om op te pakken met Fifty5Blue en softwarebureaus.

Voorbeeldsituaties die met dit onderwerp samenhangen:

- **Billboards zonder VOD-versie.** Een gebruiker ziet dat het Sportjournaal in Video Totaal een NPO1-VOD-versie heeft, maar de billboards niet, terwijl die bij terugkijken via NPO Start wel in beeld zijn. Dat klopt: kijken naar billboards via VOD wordt niet aan de billboards toegekend. Billboards hebben alleen lineaire cijfers.
- **VOD kijktijd die na dag 7 nog wijzigt op kleine schermen.** Een gebruiker ziet dat kijktijd van kleine schermen na dag 7 nog wordt toegekend. Onterecht toegekende VOD-kijktijd op commerciële uitingen via de overlap startminuut kan hieraan bijdragen.

Hoe hier nu mee om te gaan

Tot er een permanente oplossing gevonden is, adviseert NMO het volgende:

- Gebruik voor commerciële uitingen (blokken, spots en billboards) alleen de lineaire kijkcijfers (Lineaire TV Zenders).
- Beschouw online of VOD-kijkcijfers bij een commerciële uiting als een gevolg van de overlap startminuut, niet als werkelijk kijkgedrag. Neem ze niet mee in GRP-, bereik- of factuurberekeningen.
- Binnen TechEdge kunnen gebruikers een platform-split toevoegen bij het uitgesteld kijken om de omvang per spot of billboard in kaart te brengen, zodat zichtbaar wordt welk deel van de kijktijd uit VOD komt.
- Let vooral op uitingen die starten in dezelfde minuut als waarin een VOD-programma eindigt, zoals een billboard direct aansluitend op een programma.
- De cijfers van het programma zelf blijven bruikbaar; het effect beperkt zich tot de uiting die in de overlappende minuut start.

Twijfel je over een specifieke uitzending of rapportage, neem dan contact op met NMO.

Vervolg

NMO werkt aan een structurele oplossing. Daarvoor is eerst verder onderzoek nodig. Een rapportageregel (zoals ‘geen commercials in VOD’) is niet eenvoudig in te regelen bij softwarebureaus. En aan sommige andere opties zitten ook nadelen. Kortom, vervolgonderzoek is nodig. We informeren de Kamer Kijken en gebruikers zodra dit onderwerp op de agenda staat.