

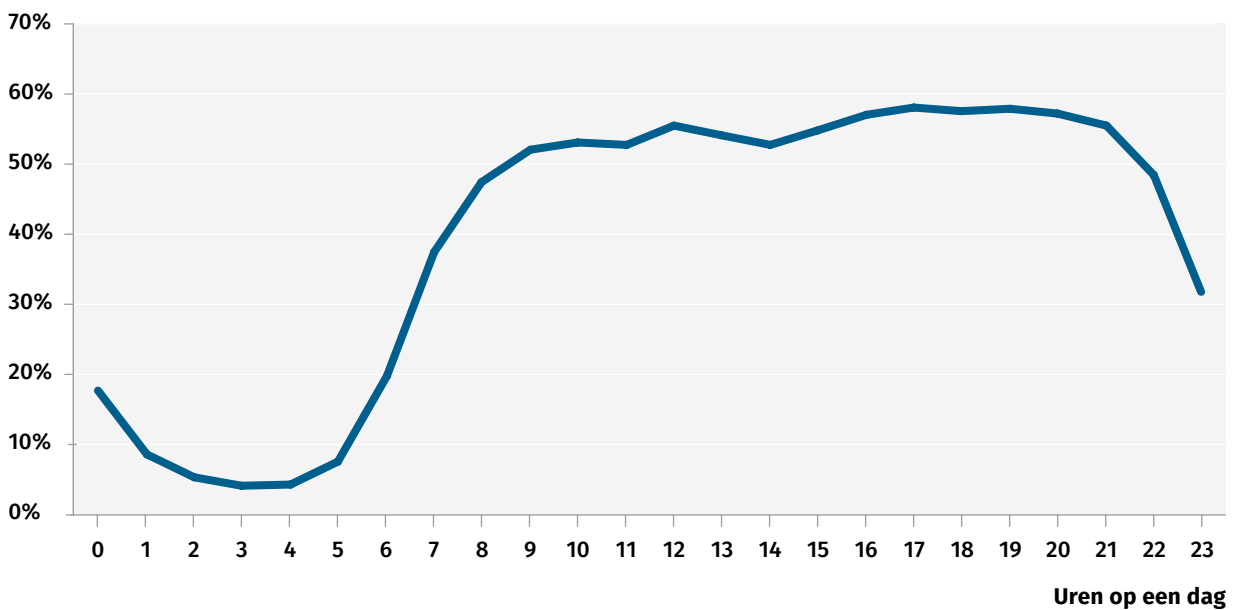
► NIEUW IN NOBO: **BEREIKSMETING PER UUR**

Binnenkort wordt NOBO uitgebreid met nieuwe opties. De consumptie van web en app wordt al een aantal jaar door NOBO gemeten en gerapporteerd tot op het niveau van het bereik per dag. Met de introductie van de 'Tijdvakmodule' in de planningstools wordt het mogelijk de bereiksofbouw door de dag heen te analyseren en bijvoorbeeld tijdvakken met elkaar te vergelijken. Hierdoor krijgt de markt inzicht in het verloop van het online gebruik gedurende de dag.

De metingen per uur tonen in een periode het gemiddelde bereik per uur van een eenheid. Dat kan een app zijn, een website, een device, een doelgroep of een genre. Als meetperiode is april 2019 geselecteerd.

De meest geaggregeerde analyse is die van de totale populatie, voor alle devices, alle sites en apps. Het is een gemiddelde voor alle dagen van de week. Het bereikspatroom van 0.00 t/m 23.59 uur is in grafiek 1 weergegeven.

► **Grafiek 1** Bereik per uur van alle websites en apps op alle devices en alle dagen van de week, doelgroep totaal 6+



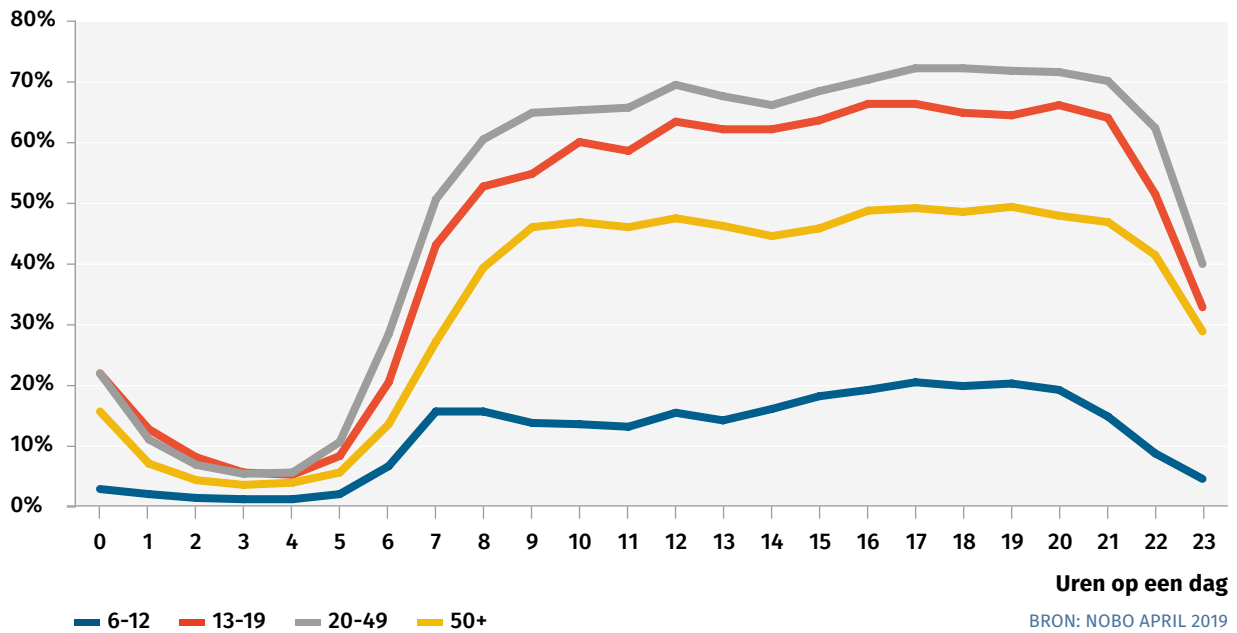
BRON: NOBO APRIL 2019

In de grafiek is het dal in de nacht goed te zien. Die dip in bereik zet 's avonds om 22.00 uur al in (zie de rechterkant van de grafiek). Het bereik begint vanaf 5.00 uur weer op te lopen. Vanaf 9.00 uur tot 22.00 uur ligt het bereik tijdens alle uren tussen de 50% en 60%.

De verschillen in bereik door de dag heen naar geslacht en sociale klasse zijn minimaal. Dat kan niet gezegd worden van de verschillen tussen leeftijdsgroepen.

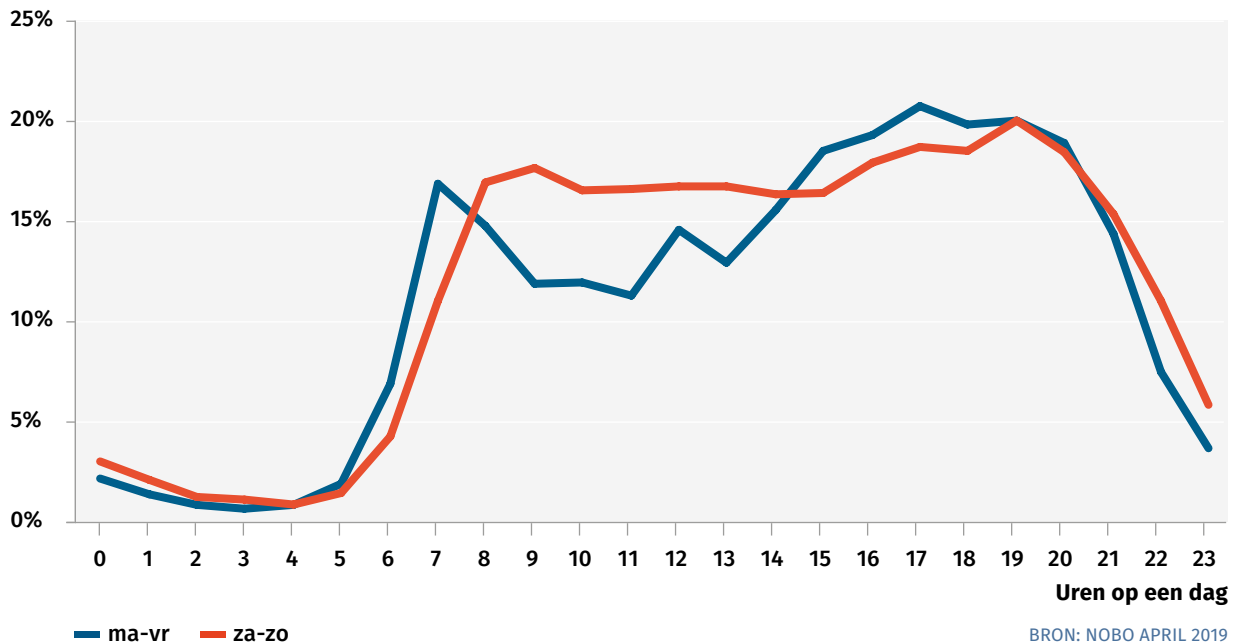
Sites en apps zijn voorzien van een meettag. Untagged sites en apps worden wel gemeten op basis van bereik, maar niet op tijd. Sites en apps als Facebook, Google, Twitter en YouTube bevatten geen meettag.

► **Grafiek 2** Bereik per uur van alle websites en apps op alle devices en alle dagen van de week, naar leeftijdsgroepen



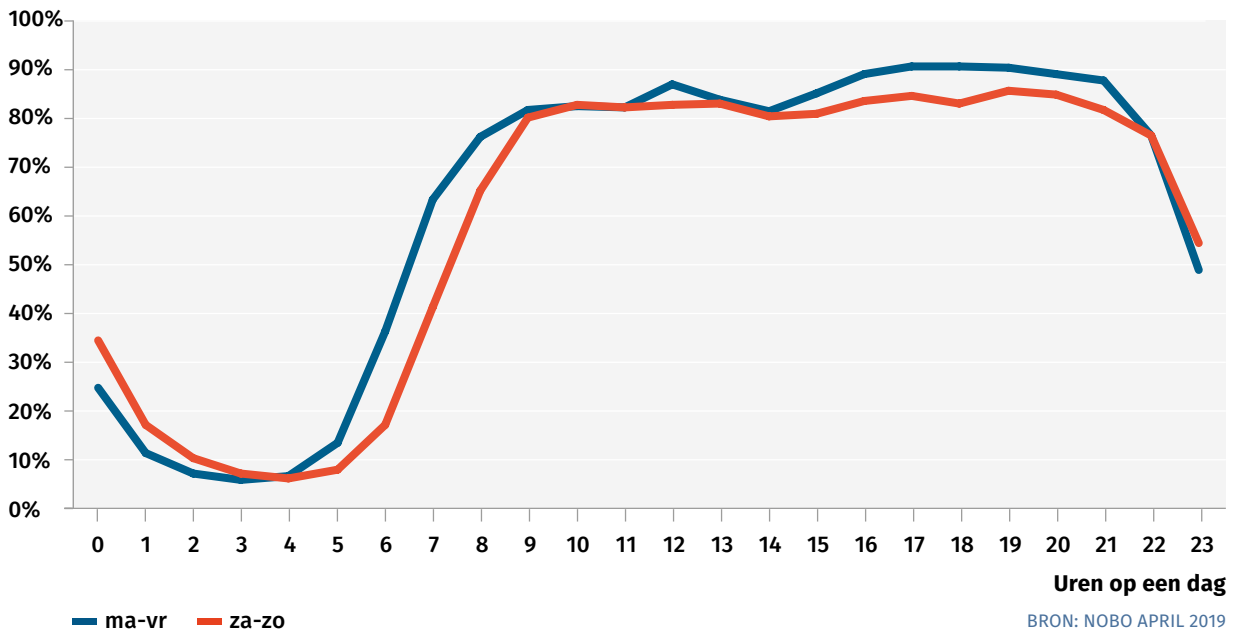
De hoogste bereikscores per uur worden gehaald door de doelgroep 20-49 jaar. In de vooravond is het bereik in deze groep zelfs hoger dan 70%. Onderin de grafiek vinden we het patroon van de 6-12-jarigen die hun online piek rond 19.00 uur hebben. De splitsing van de resultaten van deze jongeren naar werkdagen/weekend laat een groot verschil rond schooltijd zien. Tussen 8.00 en 15.00 uur zijn de bereikpercentages in het weekend beduidend hoger dan doordeweeks.

► **Grafiek 3** Bereik per uur van alle websites en apps op alle devices naar weekend en werkdagen, doelgroep 6-12 jaar



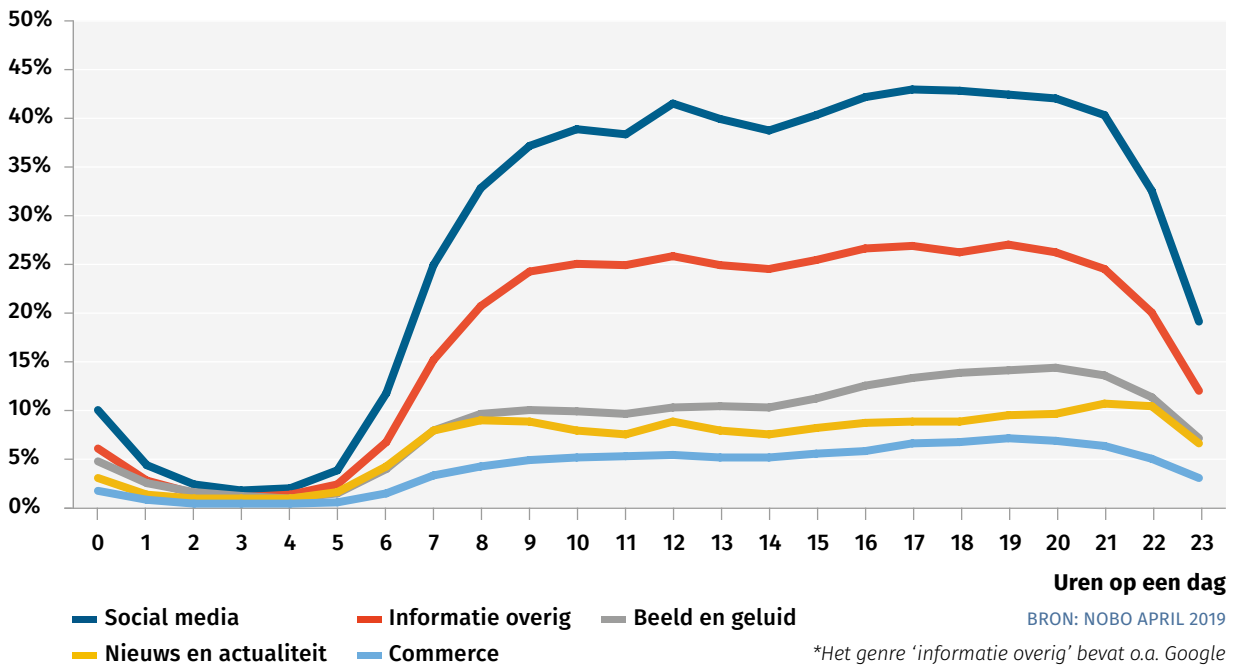
Een vergelijkbare splitsing naar weekend en werkdagen voor de doelgroep 'werkenden' geeft aan dat de online mediaconsumptie in het weekend wat later op gang komt en wat lager blijft dan op werkdagen. Verder is te zien dat het bereik in deze doelgroep een stuk hoger ligt dan het gemiddelde. Aan het begin van de avond worden op maandag tot en met vrijdag bereikscores gehaald die boven de 90% liggen. Voor totaal 6+ is dat per uur hooguit 60% (zie grafiek 1).

► **Grafiek 4** Bereik per uur van alle websites en apps op alle devices naar weekend en werkdagen, doelgroep werkenden



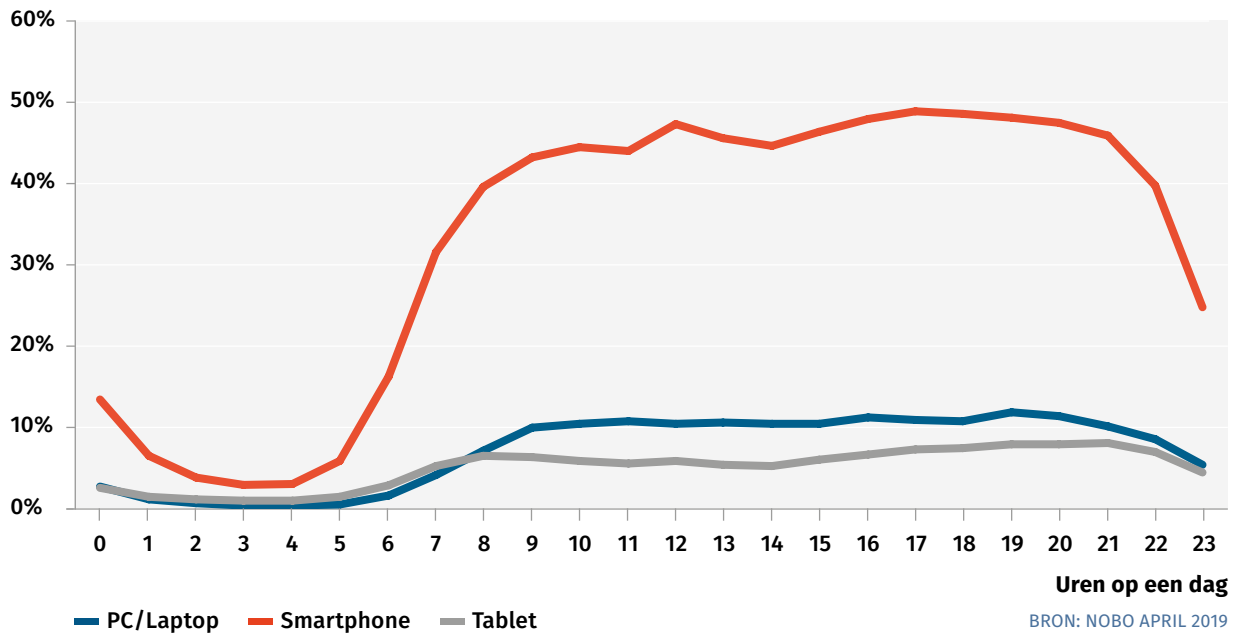
Naast sociodemografische factoren zijn de resultaten van NOBO ook te analyseren op bijvoorbeeld genre. Dan is goed te zien dat de social media het hoogste bereik realiseren met een hoogtepunt in de namiddag en vroege avond waarin het bereik elk uur oploopt tot boven de 40%. De nieuwssites kennen ten opzichte van de andere genres een vroege start in de ochtend.

► **Grafiek 5** Bereik per uur naar top 5 genre* op alle devices en alle dagen van de week, totaal 6+



De grafiek met devicegebruik geeft de leidende rol van de smartphone goed weer. Het patroon en de bereiksscores zijn vergelijkbaar met de eerder gepresenteerde totaalscores uit grafiek 1. De tablet kent aan het begin van de dag een vergelijkbare start met de PC/laptop, maar moet vanaf 8.00 uur de PC/laptop voor laten gaan.

► **Grafiek 6** Bereik per uur naar devices en alle dagen van de week, totaal 6+

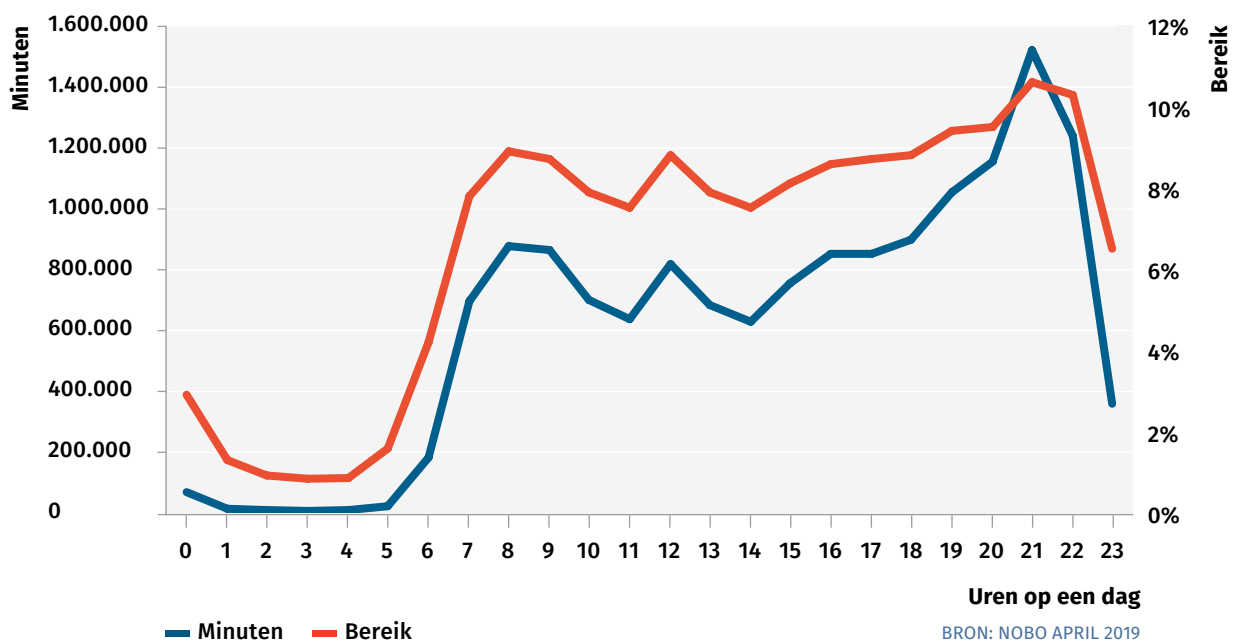


Tijdsvolume

De tot nu toe weergegeven percentages per uur geven het gemiddelde bereik van een bepaald uur weer. Voor sites en apps die een meettag hebben, is het ook mogelijk om tijdsduur te meten en zelfs volume.

Als voorbeeld zijn hier de nieuwssites genomen, waarmee het bereik per uur is vermenigvuldigd met het aantal minuten dat men op nieuwssites heeft doorgebracht. Voor doelgroep 6+ komt het gemiddelde dagvolume dan uit op bijna 15 miljoen minuten. Gemiddeld dus 1 minuut per dag per persoon. De opbouw van dit volume en het bijbehorende bereik per uur zijn weergegeven in de grafiek.

► **Grafiek 7** Bereik en aantal minuten nieuwssites, totaal 6+



Het bereik en het aantal minuten volgen elkaar redelijk tot 14.00 uur. Daarna stijgt het aantal minuten per uur sneller dan het bereik. Dat betekent dat de gemiddelde leestijd per persoon toeneemt. Om 14.00 uur blijkt deze leestijd gemiddeld rond 1 minuut te liggen, om 22.00 uur is dit opgelopen naar bijna twee minuten.

► **Tabel 1** Bereik en tijdsvolume nieuwssites en apps naar geslacht

	TOTAAL 6+	MANNEN	VROUWEN
Bereik per uur in %	6,6%	8,1%	5,1%
Bereik per uur absoluut	1.045.220	640.665	404.555
Bereiksaandeel	100%	61%	39%
Gem. leestijd in minuten per uur	0,50	0,63	0,30
Tijdsvolume (minuten per uur)	665.676	509.804	155.872
Tijdsaandeel	100%	77%	23%

Het tijdsvolume en gemiddelde leestijd blijken onderscheidende factoren bij de vergelijking tussen mannen en vrouwen. Op basis van bereik is de verhouding tussen de twee groepen 61% versus 39%. Als er wordt gemeten in tijdvolume dan blijkt het aandeel van mannen op te lopen naar 77% tegen 23% voor vrouwen. De trefkans dat een man wordt bereikt op een nieuwssite of -app is dus groter als de factor tijd in acht wordt genomen in plaats van uitsluitend bereik.

► **SAMENVATTING**

Het bereik per uur is een welkome aanvulling op de reguliere bereikscijfers uit NOBO. Het geeft zeer nauwkeurig weer hoe het dagvolume in bereik en waar mogelijk ook in tijd is opgebouwd naar doelgroepen, genres, devices of een combinatie van deze variabelen.

Het bereik van de totale populatie 6+ blijkt gedurende het tijdvak 9.00 uur tot 22.00 uur te pieken en komt veelal ieder uur boven de 50% uit. Daarbinnen zijn het vooral de smartphones die het bereik in dat tijdbestek naar hoog niveau tillen.

Verder blijkt dat de doelgroep 20-49 jaar door de dag heen koplopers zijn bij het gebruik van online devices. Ook is te zien dat het de online consumptie in het weekend wat later op gang komt en dat nieuws al heel vroeg op de dag piekt. E-commerce sites en -apps doen het juist in de avond wat beter dan overdag.