




# Crossmediaal meetsysteem

## Eindverslag

<b>Programma</b>	
<b>Aanbestedende diensten</b>	
<b>Externe begeleider</b>	

## Inhoudstafel

1	Samenvatting.....	3
2	Context & Objectieven .....	4
2.1	Achtergrond.....	4
2.2	De projectinitiators.....	5
2.2.1	VRT.....	5
2.2.2	Programma Innovatieve Overheidsopdrachten.....	5
2.3	Het voortraject: “Crossmediaal meetsysteem” .....	6
2.3.1	Context en doel van het project.....	6
2.3.2	Gevolgd proces tijdens het voortraject .....	7
3	In kaart brengen van de huidige situatie.....	9
3.1	Pijler 1 - Data meten.....	9
3.2	Pijler 2 - Data koppelen .....	9
3.3	Pijler 3 - Data interpreteren .....	10
4	Bepalen van de gebruikersbehoeften .....	11

## 1 Samenvatting

Dit document is het eindverslag van het voortraject “Crossmediaal meetsysteem”, waarbij Addestino optrad als externe begeleider voor PIO. Het traject is opgestart in februari 2021 en is - in het kader van het opnemen van crossmediaal meten binnen het Relance-initiatief van de Vlaamse Overheid voor de mediasector - in februari 2022 op non-actief gezet. Dit verslag bevat enkel de resultaten van de stappen die in het voortraject reeds zijn uitgevoerd.

De VRT wenst door middel van een innovatieve aanpak een crossmediaal meetsysteem te realiseren waarmee cross-platform user journeys van de Vlaamse mediagebruiker in kaart gebracht kunnen worden om hier inzichten uit te verwerven. Een belangrijk aspect van dit voortraject (en het project in een groter geheel) is de samenwerking met andere spelers uit het Vlaamse medialandschap. Om deze verschillende partijen op een efficiënte manier aan tafel te krijgen en zo een overkoepelend beeld van de gebruikersbehoeften in Vlaanderen te krijgen, wordt er gekeken naar het Relance-initiatief van de Vlaamse overheid (waar financiering wordt voorzien voor technologieprojecten in de Vlaamse media) als hefboom. In dat kader, is, met aanzet vanuit dit voortraject, de oprichting van een consortium (XMM) gestart dat het Vlaamse medialandschap vertegenwoordigt.

De conclusie van het voortraject en de mogelijke vervolgstappen van een aanbesteding zijn nog niet duidelijk, aangezien noch verzameling van de gebruikersbehoeften, noch marktanalyse of marktconsultatie hebben kunnen plaatsvinden. Desalniettemin heeft dit voortraject reeds impact gehad op twee vlakken.

1. De as-is situatie binnen de VRT rond de huidige manier van werken, welke metingen er gebeuren, de data die beschikbaar is en hoe die beschikbaar gesteld wordt, evenals mogelijke gaten in de werkwijze en instroom van data, is gedetailleerd in kaart gebracht. Deze analyse toont aan dat een crossmediaal meetsysteem zeer innovatief is vanuit het standpunt van de VRT.
2. Een eerste referentieoplossing bestaat uit 3 grote functionele blokken die alle innovatieve gebruikersnoden realiseert. Data wordt verzameld vanuit een crossmediaal panel, waarna het verrijkt en gefusioneerd wordt met data uit andere bronnen (bvb. RDP-data, online census data). Op basis van deze data worden verklarende en voorspellende modellen gebouwd, om inzichten uit te verwerven.

Het voortraject heeft eveneens als katalysator gediend om het aspect ‘crossmediaal meten’ binnen het Relance-initiatief<sup>1</sup> in een versnelling te duwen en te verbreden naar het gehele Vlaamse medialandschap (i.e. aanzet naar de oprichting van het XMM consortium).

---

<sup>1</sup> <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/35-miljoen-voor-relanceplan-mediasector>

## 2 Context & Objectieven

### 2.1 Achtergrond

Dit verslag beschrijft alle stappen van het voortraject van ‘Crossmediaal meetsysteem’, die tot op heden zijn gerealiseerd, nl. het definiëren van de huidige situatie omtrent het meten, behandelen en verwerken van data binnen VRT. Om strategische redenen is het voortraject echter op non-actief gezet. De VRT wil zich, in het breder kader van het Relance-initiatief voor de mediasector, eerst op andere crossmediale prioriteiten focussen, die buiten de vastgestelde scope voor PIO vallen. De doelstelling van dit verslag is het documenteren van de tot hiertoe vergaarde informatie, dewelke dan geconsulteerd kunnen worden door alle betrokken partijen indien het project opnieuw wordt hervat.

Addestino Innovation Management werd door de projecteigenaars (i.e. het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten (PIO) in samenwerking met de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) aangesteld om het voortraject van het project rond ‘Crossmediaal meetsysteem’, in het kader van het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten, te faciliteren. Addestino heeft als missie om innovatie te leveren aan zijn klanten, *end-to-end*, vanaf het idee tot het eindresultaat. Deze missie wordt volbracht dankzij drie centrale pijlers:

- Addestino omvat een multidisciplinair team dat in staat is om innoverende doorbraken te realiseren doorheen business, strategie, technologie en gebruikerservaring.
- Addestino beheerst een iteratieve *end-to-end* methodologie waarmee risico gereduceerd wordt en product- en dienstontwikkeling succesvol versneld wordt.
- Addestino bezit een diepgaande technologische kennis en past die pragmatisch toe in verscheidende industriesectoren (telecom, gezondheidszorg, energie, transport, elektronica, enz.) en in verscheidene omgevingen (startups, kmo’s, multinationals, universiteiten en overheidsinstellingen).

Tijdens het voortraject van ‘Crossmediaal meetsysteem’ neemt Addestino de rol op van externe begeleider. Als externe begeleider faciliteert en coördineert Addestino het voortraject, begeleidt en modereert het de workshops en stimuleert het de nodige wisselwerking tussen de verschillende partijen. Als externe begeleider treedt Addestino steeds op in het algemeen belang, met als taak om de deelnemers aan de marktconsultatie resultaatgericht en op één lijn te krijgen. Daarnaast verschaft Addestino het nodige inzicht en de nodige ervaring in het innovatiegebeuren, mede door het aanwenden van een weldoordacht plan van aanpak van het voortraject en een methodologie voor de inhoudelijke discussies en denkprocessen tijdens de werksessies.

Dit eindverslag is aldus het resultaat van een gestructureerd proces om het innovatiepotentieel van ‘Crossmediaal meetsysteem’ te bepalen met als doel de vraagstelling naar aanbodzijde te verfijnen in het kader van een pre-commercieel of een commercieel bestek.

## 2.2 De projectinitiators

### 2.2.1 VRT

De VRT wil alle Vlamingen informeren, inspireren en verbinden, en zo de Vlaamse samenleving versterken. Als openbare omroep heeft de VRT de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een hoogkwalitatief aanbod op radio, TV en online die de belangstelling van de Vlaamse mediagebruikers wekken en aan hun behoeftes voldoen. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma's brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijds educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd. De VRT volgt de technologische ontwikkelingen op de voet zodat hij zijn programma's, als dat nodig en wenselijk is, ook via nieuwe mediatoepassingen aan zijn kijkers en luisteraars kan aanbieden.

### 2.2.2 Programma Innovatieve Overheidsopdrachten

Het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten (PIO) van het Departement Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI) heeft als doel de omvangrijke koopkracht van de Vlaamse overheid (en de bredere publieke sector in Vlaanderen) meer strategisch in te zetten voor innovatie. Hiertoe wil het PIO overheidsorganisaties in Vlaanderen stimuleren en helpen om een deel van hun aankoopmiddelen te besteden aan innovatieve overheidsopdrachten, dat wil zeggen het (laten) ontwikkelen en/of aankopen van innovatieve producten en diensten waarmee ze hun eigen werking en publieke dienstverlening kunnen optimaliseren en beter kunnen inspelen op de vele maatschappelijke uitdagingen waarvoor ze staan. Op die manier wil het PIO bijdragen tot een performantere overheid, competitievere ondernemingen en oplossingen voor uitdagingen van maatschappelijk belang (gezondheid, milieu en energie, veiligheid, ...). Concreet begeleidt het PIO andere overheden en publieke organisaties bij innovatieve overheidsopdrachten en kan het PIO innovatieve overheidsopdrachten co-financieren tot max. 50%.

Daarnaast voorziet het PIO in externe consultants om de publieke organisaties te ondersteunen bij het voorbereiden van de innovatieve overheidsopdracht.

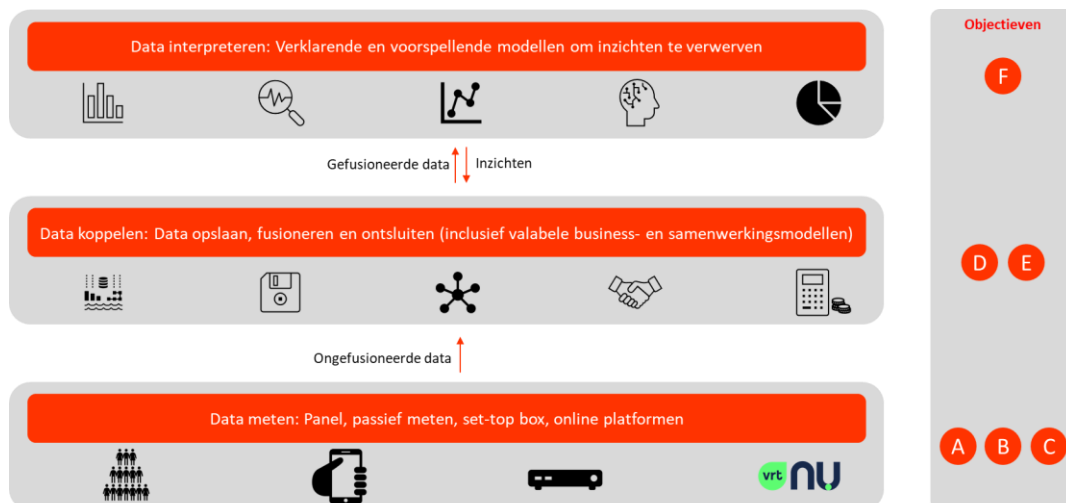
Meer informatie is beschikbaar op <http://www.innovatieveoverheidsopdrachten.be/>.

## 2.3 Het voortraject: “Crossmediaal meetsysteem”

### 2.3.1 Context en doel van het project

Met dit project wil de VRT een crossmediaal meetsysteem realiseren waarmee cross-platform user journeys van de Vlaamse mediagebruiker in kaart gebracht kunnen worden om hier inzichten uit te verwerven. Sociodemografisch geprofileerde data, verkregen door het meten bij een representatief panel van de Vlaamse samenleving dat voldoende regionaal gespreid is, kan via hybride metingen slim gekoppeld worden met grote hoeveelheden anonieme logdata, verkregen uit eigen bronnen (o.a. VRT Nu en digitale audioconsumptie van radio), maar ook uit externe bronnen (zoals bvb. Streamz en set-top boxen). Deze verrijkte data kan vervolgens gebruikt worden om het gedrag en de user journey van de mediagebruiker te captureren, zodanig hier verklarende inzichten en voorspellingen uit te extraheren. Merk op dat bij het uitschrijven van dit project de initiatiefnemers niet op de hoogte zijn van het bestaan of gebruik van dergelijk systeem elders in de wereld. In Nederland is men in april 2021 begonnen aan het traject voor de ontwikkeling van een ‘oplossing voor totale crossmediale bereikmeting’<sup>2</sup>, met gelijkaardige doelen. Sommige andere partijen, zoals de BBC, beschikken al over deeloplossingen die heel wat inzichten kunnen bieden voor dit traject.

Naast het technologische aspect, is ook het opstellen van valabele business- en samenwerkingsmodellen van groot belang. Niet alleen om data en inzichten te delen binnen de Vlaamse mediahorizon, maar ook om de mogelijkheid tot export naar andere markten binnen het Europese landschap mogelijk te maken.



Figuur 1: De verschillende lagen (pijlers) van het meetsysteem, met indicatie van de objectieven per laag.

Vanuit een oplossingsstandpunt kan dit meetsysteem opgedeeld worden in 3 lagen, ook wel pijlers genoemd. Deze pijlers, gevisualiseerd in Figuur 1, kwantificeert men als:

1. Data meten: Data meten gebruik makende van een panel, smartphone, set-top boxen van telecomproviders, online platformen zoals VRT Nu en meer
2. Data koppelen: Gemeten data (zie pijler 1) ophalen, deze data opslaan, verrijken, fusioneren en ontsluiten (inclusief valabele business- en samenwerkingsmodellen)

<sup>2</sup><https://www.mm.be/news-nl-53021-kantar-en-ipsos-starten-een-totale-crossmedia-meting-in-nederland>; <https://www.ipsos.com/nl-nl/nationaal-media-onderzoek-gaat-van-start>

3. Data interpreteren: Verklarende en voorspellende modellen ontwikkelen om inzichten te verwerven

Concreet kunnen voor deze lagen de volgende objectieven geïdentificeerd worden:

Objectieven rond data meten:

- A. De huidige data<sup>3</sup> uitbreiden naar een overzicht van de user journey over de kanalen heen, bijvoorbeeld een twintiger die in de auto naar het verslag van een voetbalwedstrijd luistert om bij thuiskomst op TV de wedstrijd verder te bekijken.
- B. De huidige data<sup>3</sup> uitbreiden naar verschillende locaties, zoals thuis of onderweg.
- C. De user journey verrijken met context informatie, bijvoorbeeld met wie er gekeken wordt of in welke context.

Objectieven rond data koppelen (opslaan, fusioneren en ontsluiten) over mediabedrijven heen:

- D. De data verkregen bij een panel verrijken met online census data, bijvoorbeeld aangereikt door een telecomoperator.
- E. De verkregen data openstellen naar andere partijen, zoals bijvoorbeeld regionale omroepen en verschillende content leveranciers.

Objectieven rond data interpreteren:

- F. De gecollecteerde data vertalen naar verklarende en voorspellende modellen voor verschillende toepassingen, bijvoorbeeld ontsluiten in dashboards voor redacties of het gebruiken van modellen in algoritmes.

Het resulterende systeem dient van duurzame aard te zijn, zodat het ook levensvatbaar blijft eens de financiering voor technologische innovatie wegvalt. Een mogelijkheid zou zijn om het nieuwe meetsysteem te integreren in de CIM-infrastructuur, zodoende tot een enkel systeem te komen.

Tijdens dit PIO-voortraject zullen de gebruikersnoden voor elk van de 3 pijlers in kaart worden gebracht, en wordt de technologische haalbaarheid van elke pijler afzonderlijk & van het geheel afgetoetst met industriespelers.

### 2.3.2 Gevolgd proces tijdens het voortraject

Het voortraject van 'Crossmediaal meetsysteem' liep van februari 2021 tot februari 2022 en beslaat het volgende proces:

#### 1. Scherpstellen van de scope van het voortraject

Het formuleren van de scope en het doel van de exploratie: Welk probleem dient er opgelost te worden?

Hiertoe werd op 19/02/2021 een eerste vergadering georganiseerd met vertegenwoordigers van EWI (PIO), VRT en Addestino.

#### 2. In kaart brengen van de huidige situatie

Om de huidige situatie in kaart te brengen, werden een aantal interviews uitgevoerd met medewerkers van VRT. Dit om een zicht te krijgen op de huidige manier van werken, de data die vandaag de dag beschikbaar is en hoe die beschikbaar gesteld wordt binnen de VRT, evenals mogelijke gaten in de werkwijze en instroom van data. Zo kan bij het in kaart brengen van de gebruikersnoden vermeden

---

<sup>3</sup>De sociodemografische data verkregen door metingen bij een representatieve populatie (panel), alsook de beschikbare anonieme logdata.

worden dat noden die vandaag al vervuld kunnen worden meegenomen worden en ligt de focus op de crossmediale behoeften.

Aan de hand van deze vergaarde informatie werd een map-of-the-world opgesteld, die een compleet beeld biedt van de huidige processen en betrokken actoren.

### **3. Bepalen en prioriteren van de gebruikersbehoeften**

Het in kaart brengen van de gebruikersbehoeften, door middel van use cases, die de wensen van het VRT en (media) partners voor dit project capteren. Welke functionaliteiten of mogelijkheden moet de oplossing omvatten? Hierbij hoeft er geen rekening gehouden worden met eventuele wettelijke beperkingen, technologische risico's of databeperkingen.

Daarnaast het prioriteren van de gebruikersbehoeften aan de hand van planningpoker. Hierin wordt bepaald welke use cases de meeste impact kunnen hebben vanuit gebruikersstandpunt.

### **4. Marktanalyse uitgevoerd door Addestino**

Op basis van de behoefteanalyse, worden conceptuele oplossingen uitgewerkt. Daarnaast gebeurt onderzoek naar de huidige state-of-the-art oplossingen. Deze resultaten vormen de leidraad voor de marktconsultatie en worden gebruikt om de scope ervan vast te leggen, d.m.v. een synthesesessie.

### **5. Marktconsultatie met geïnteresseerde industriepartners en kennisinstellingen**

Samen met verschillende spelers uit industrie en kenniscentra, worden de technische haalbaarheid, het innovatiepotentieel en de risico's in een workshop ingeschat. Dit gebeurt op basis van de opgestelde use cases.

**6. Eindverslag van de marktconsultatie** opgemaakt door Addestino op basis van alle vergaarde informatie tijdens de werksessies.

Merk op dat stappen 3 t.e.m. 5 niet hebben plaatsgevonden.



### 3 In kaart brengen van de huidige situatie

In de eerste plaats werd gefocust op het in kaart brengen van de huidige manier van werken, de data die vandaag de dag beschikbaar is en hoe die beschikbaar gesteld wordt binnen de VRT, evenals mogelijke gaten in de werkwijze en instroom van data. Deze informatie laat toe om later, bij het bepalen van de gebruikersnoden, de focus op het crossmediale te houden en de noden die vandaag de dag al vervuld kunnen worden uit te filteren.

Door middel van interviews met experts van VRT uit verschillende domeinen, werden de antwoorden op volgende vragen verkregen.

- Welke metingen gebeuren er al voor TV, radio, online & social media? (Pijler 1 – Data meten)
- Hoe lopen de data stromen binnen de VRT en hoe wordt de verkregen data verwerkt? (Pijler 2 – Data koppelen)
- Hoe wordt de data geïnterpreteerd? (Pijler 3 – Data interpreteren)

Onderstaande paragrafen beschrijven de observaties voor elk van de drie pijlers. Deze tonen aan dat een crossmediaal meetsysteem zeer innovatief is vanuit standpunt van de VRT.

#### 3.1 Pijler 1 - Data meten

De centrale vraag hier draait rond het inzicht krijgen in welke metingen er vandaag al gebeuren voor de verschillende kanalen (TV, radio, online & social media). Uit de interviews worden vier belangrijke observaties onderscheiden:

- Videoconsumptie via TV gebeurt vandaag passief en is zeer granulaair, maar beperkt zich tot kijkgedrag thuis.
- Audioconsumptie via lineaire radio is weinig granulaair door het gebruik van een verklaard gedrag methode, maar kent wel een (beperkte) crossmediale dimensie. Zo worden online radio en radio via TV mee gemeten.
- Online mediaconsumptie kent een groter crossmediaal gedrag tussen platformen voor gekende gebruikers, maar blijft voornamelijk een census meting. Voor de eigen kanalen van VRT, gebeurt deze meting dubbel, eenmaal door het CIM en eenmaal door de VRT zelf.
- Consumptietrends worden gemeten via surveys die crossmediaal kunnen zijn, afhankelijk van de focus van het onderzoek. Deze surveys worden uitgevoerd op een sociodemografisch zeer goed gekende populatie. Ze is echter beperkt in data volume en puur gebaseerd op verklaard gedrag.

Al bij al wordt de mediaconsumptie vandaag voornamelijk in silo's gemeten. Wat er reeds bestaat van crossmediale metingen is ofwel beperkt qua scope (e.g. enkel online tussen platformen voor gekende gebruikers) of volume/granulariteit (surveys).

#### 3.2 Pijler 2 - Data koppelen

Rond data koppelen, is het doel inzicht te krijgen in de hedendaagse data stromen en data verwerkingen binnen de VRT. Er kunnen hieruit drie grote lijnen gehaald worden.

- Het verwerken van mediaconsumptie gebeurt nog zeer in silo's, ondanks het centraal beschikbaar zijn van de meeste data uit interne en externe bronnen. Het richt zich voornamelijk op rapportering naar interne stakeholders.
- Het combineren van databronnen vandaag voornamelijk als doel om data te verrijken en is het niet gericht op datafusie.
- Samenwerken met verschillende externe partijen, voor de uitwisseling van data, komt alsmear meer aan de orde, maar is vooral gericht op data binnen nemen.

### 3.3 Pijler 3 - Data interpreteren

Op vlak van verklaringen en voorspellingen, is het interessant te weten hoe data vandaag de dag al geïnterpreteerd wordt. Men kan de data-interpretatie onderbrengen in drie categorieën:

- Overzicht van "volumes" via klassieke rapporten & dashboard
- Trends & correlaties (oorzaak/gevolg) door data uit verschillende bronnen te combineren (manueel of via data lake)
- "Voorspelling" via algoritmes die continue data consumeren en zichzelf updaten

De voornaamste focus binnen data interpreteren ligt op de klassieke rapportering van mediaconsumptie, met inspanningen van de studiedienst en 'Data & Intelligence'-teams binnen VRT om trends te capteren. Voorspellen beperkt zich tot aanbevelingsalgoritmes voor de online platformen.

## 4 Bepalen van de gebruikersbehoeften

Om de wensen van de VRT en (media)partners voor dit project te capteren, worden de gebruikersnoden onder de vorm van use cases verzameld. Hierbij wordt in kaart gebracht over welke functionaliteiten en mogelijkheden de oplossing moet beschikken. Dit zonder rekening te houden met eventuele wettelijke beperkingen, technologische risico's of databeperkingen. Daarnaast worden deze gebruikersbehoeften geprioriteerd aan de hand van planningpoker. Hierbij wordt bepaald welke use cases de meeste impact kunnen hebben vanuit gebruikersstandpunt.

Teneinde een systeem te bekomen dat zo breed mogelijk gedragen wordt binnen het Vlaamse medialandschap, is het belangrijk om zoveel mogelijk, zo niet alle, Vlaamse mediaspelers mee te krijgen in dit verhaal. Relance werd gezien als mogelijke hefboom om deze spelers rond tafel te krijgen. Om dit te faciliteren, werd vanuit het Departement Cultuur, Jeugd & Media (DCJM) een consultant aangesteld om een werkgroep op te stellen met afgevaardigden van de verschillende Vlaamse mediaspelers. Deze werkgroep zou dan op zijn beurt de nodige personen afvaardigen die in het PIO voortraject betrokken kunnen worden bij het opstellen en prioriteren van de gebruikersnoden.

Het samenstellen van deze werkgroep is in de zomer van 2021 uitgegroeid tot het opstellen van een consortium<sup>4</sup> met als doel het opstellen van een crossmediaal meetsysteem (XMM-consortium). Ondersteund door twee XMM-consultants, werd gewerkt aan een samenwerkingsdossier en het opstellen van de werkpakketten waarop gewerkt zou worden. In dit geheel diende de vraag zich aan hoe PIO en dit voortraject in het grotere geheel passen en wat de rol van Addestino zou zijn.

De overkoepelende XMM werkpakketten werden in november 2021 bepaald:

- Werkpakket 1: Panel & meetinstrument (XMM)
- Werkpakket 2: Logdata en koppelingen (XMM & PIO)
- Werkpakket 3: Verklarende en voorspellende inzichten uit data (XMM & PIO)
- Werkpakket 4: Prototype & valorisatie (XMM & PIO)

Bij het opstellen van deze werkpakketten, werden door het consortium ook reeds de mogelijke focuspunten voor het PIO-voortraject aangegeven. Dit in samenspraak met VRT, PIO en Addestino. Hiervoor werden door de XMM-consultants ook reeds een eerste reeks gebruikersnoden verzameld, waarop Addestino zou kunnen verder werken.

Voor PIO werd de volgende scope vastgelegd:

- Fusie algoritmen: in scope van het XMM en daarna overdracht naar CIM (WP2)
- Reccommandaties en engagement: dashboards met inzichten voor individuele deelpartijen van het consortium (e.g. VRT, DPG...) (WP3)
- Koppeling XMM met eigen middelen (VRT)

---

<sup>4</sup> <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/nieuws/35-miljoen-voor-relanceplan-mediasector>

Vanuit het consortium is in februari 2022 besloten om de prioriteiten en beschikbare middelen in eerste plaats te focussen op werkpakket 1. Dit, gecombineerd met een aantal juridische uitdagingen om relance en PIO samen te brengen, leidde tot het besluit om dit PIO-voortraject dan ook on-hold te zetten. Desalniettemin, heeft het voortraject wel als katalysator gediend voor de uitwerking van het XMM-consortium.