

# Onderzoeksdocument



**Joram Binsbergen, Manouk Draisma, Marcha-Lie Moal & Menno Jongejan**

**Projectmanager: Gijs Gootjes**

*09-03-2012*

**interactivenewsformats@gmail.com**  
**<http://medialab.hva.nl/interactivenewsformats>**

# Onderzoeksdocument

Interactive News Formats

**Joram Binsbergen, Manouk Draisma, Menno Jongejan  
en Marcha-Lie Moal**

**Projectmanager      Gijs Gootjes**

***09-03-2012***

interactivenewsformats@gmail.com  
<http://MediaLAB.hva.nl/interactivenewsformats>

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Managementsamenvatting</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>MediaLAB, NOSop3 en de opdrachtbeschrijving</b>	<b>3</b>
2.1	Wie zijn wij?	3
2.2	NOSop3	4
2.3	Opdrachtbeschrijving	4
<b>3</b>	<b>Connected TV</b>	<b>6</b>
3.1	Onderzoeksverantwoording Connected TV	6
3.1.1	Probleemstelling	6
3.1.2	Doel	6
3.1.3	Onderzoeksmethode	6
3.1.4	Onderzoeksvragen	7
3.1.5	Output	7
3.1.6	Begrippen	7
3.2	Onderzoeksresultaten: Connected TV	9
3.2.1	Hoeveel wordt Connected TV in Nederland gebruikt?	9
3.2.2	Welke producenten bieden Connected TV aan in Nederland?	10
3.2.3	Welke aanbieders/ providers bieden Connected TV aan in Nederland?	13
3.2.4	Welke content leveranciers spelen een belangrijke rol in het aanbod voor Connected TV in Nederland?	15
3.2.5	Welke technische aspecten spelen een belangrijke rol voor Connected TV in Nederland?	17
3.2.6	Wat hebben andere (nieuws) programma's al gedaan met Connected TV	18
3.3	Conclusie Connected TV	19
<b>4</b>	<b>Second Screen</b>	<b>21</b>
4.1	Onderzoeksverantwoording Second Screen	21
4.1.1	Desk Research	21
4.1.2	Field Research	21
4.1.3	Probleemstelling	22
4.1.4	Doelstelling	22
4.1.5	Onderzoeksdoelstelling	22
4.1.6	Onderzoeksvraag	22
4.1.7	Begrippen	22
4.2	Onderzoekresultaten Second Screen	23
4.2.1	De markt	23
4.2.2	Succes van het interactief TV-kijken	24
4.2.3	PlayToTV	25
4.2.4	Mogelijkheden van Second Screen	26

4.3	Second Screen applicaties	26
4.3.1	Remotely.tv	27
4.3.2	TVOH Thuiscoach	28
4.3.3	Tour de France	29
4.3.4	Wie is de Mol?	30
4.3.5	Nationale Wetenschaps quiz / IQ-test	31
4.3.6	Heineken Star Player	32
4.3.7	VPRO Zomergasten	33
4.3.8	The winner is...	34
4.3.9	Villasquare	35
4.3.10	Germany's Next Top Model	36
4.3.11	SnappyTV	37
4.3.12	Galileo	38
4.4	Conclusie Second Screen	39
<b>5</b>	<b>Interactieve nieuwsformats</b>	<b>40</b>
5.1	Onderzoeksverantwoording Interactieve nieuwsformats	40
5.1.1	Desk Research	40
5.1.2	Probleemstelling	40
5.1.3	Doel	40
5.1.4	Onderzoeksdoelstelling	40
5.1.5	Onderzoeksvraag	40
5.1.6	Begrippen	41
5.2	Onderzoeksresultaten Interactieve nieuwsformats	41
5.2.1	RTL Nieuws 365	42
5.2.2	Nieuwsuur	43
5.2.3	BBC News	44
5.2.4	Sky News Active	45
5.2.5	Heute Journal Plus	46
5.3	Conclusie Interactieve nieuwsformats	47
<b>6</b>	<b>Gamification of the News</b>	<b>48</b>
6.1	Onderzoeksoptzet crossmediaal interactieonderzoek	48
6.1.1	Onderzoeksmethode – Desk Research	48
6.1.2	Probleemstelling	48
6.1.3	Onderzoeksvraag	48
6.1.4	Begrippen	49
6.2	Resultaten gamification of the news	50
6.2.1	Google News	50
6.2.2	Mashable	52
6.2.3	Huff Post Social Media	54
6.3	Conclusie gamification of the news	55
<b>7</b>	<b>Crossmediaal interactieonderzoek NOSop3</b>	<b>56</b>
7.1	Onderzoeksoptzet crossmediaal interactieonderzoek	56
7.1.1	Probleemstelling	56

7.1.2 Doel	56
7.1.3 Onderzoeksmethode	56
7.1.4 Onderzoeksdoelstelling	57
7.1.5 Onderzoeksvraag	57
7.1.6 Begrippen	57
7.2 Resultaten crossmediaal interactieonderzoek	58
7.2.1 Twitterconversatie	58
7.3 Conclusie crossmediaal interactieonderzoek	60
7.4 Vervolgonderzoek crossmediaal interactieonderzoek	60
7.4.1 Aanvulling met gedetailleerde webstatistieken	60
7.4.2 Twittergebruik net voor, tijdens en na de TV-uitzending	60
7.4.3 Vervolg op deze 0-meting tijdens TVLab	60
<b>8 Referenties</b>	<b>61</b>



## 1 Managementsamenvatting

NOSop3 heeft de behoefte om het nieuws op vernieuwende en verfrissende wijze over te blijven brengen aan het publiek. Het televisielandschap is de laatste jaren aan verandering onderhevig. NOSop3 wil hier zo goed mogelijk op inspelen. Daaruit is een project voortgevloeid waarin studenten uit het MediaLAB gevraagd zijn een innovatief, interactief nieuwsformat te ontwikkelen, dat tijdens het experimentele TVLab in augustus 2012 op Nederland drie uitgezonden kan worden.

Inmiddels hebben we met vier afstudeerders in het MediaLAB drie weken onderzoek gedaan naar het veranderende televisielandschap. De onderzoeken en de daaruit voortvloeiende inzichten die we de afgelopen weken hebben opgedaan staan in dit onderzoeksrapport beschreven.

Het televisielandschap is momenteel aan verandering onderhevig en er zijn steeds meer aanbieders en mogelijkheden op het gebied van Connected TV en Second Screen applicaties. In dit onderzoeksdocument hebben we de verschillende mogelijkheden en aanbieders geanalyseerd. Hier vanuit zijn de belangrijkste elementen voor NOSop3 in kaart gebracht. Verder hebben we gedurende één dag de activiteit op de online social area's van NOSop3 in kaart gebracht. Tot slot zijn we ingegaan op een trend gamification of the news, waarbij steeds meer spelelementen worden gemengd met de publicatie van het nieuws.

Uit bovenstaande onderzoeken zijn interessante voorbeelden naar voren gekomen die tijdens de conceptfase ter inspiratie goed van pas komen. Zo is er een platform News 360 waarin het nieuwsaanbod zo gepersonaliseerd wordt dat het precies aansluit bij de locatie, interesses en voorkeuren van de gebruiker. Voor het interactieve nieuwsformat zien we veel kansen en interessante elementen die we tijdens de conceptfase zullen combineren tot verschillende interactieve nieuwsformats.

## 1.1 Belangrijke inzichten zijn:

- Ruimte voor 'curating news' elementen, waarbij bijvoorbeeld BN'ers die door de doelgroep als autoriteit gezien worden delen van het nieuws kunnen samenstellen voor hun achterban.
- De doelgroep inzetten voor het ontsluiten voor data, er is zoveel beeld- en videomateriaal beschikbaar binnen de NOS waar momenteel te weinig mee gebeurt.
- Inspelen op gameification of the news, het toevoegen van spelelementen om zo de doelgroep te binden aan het nieuwsplatform.
- NOSop3 inzetten als gids/portal met interessante achtergrondinformatie, blogs en visualisaties van het nieuws.
- Inspelen op locative media, aangepast nieuws gericht op het tijdstip en de locatie van de gebruiker. Door het NOSop3 nieuwsaanbod onder andere beschikbaar te maken binnen de educatieve sector.
- Het 3<sup>e</sup> scherm?! combinaties mogelijk tussen Connected TV en second screen.



## 2 MediaLAB, NOSop3 en de opdrachtbeschrijving

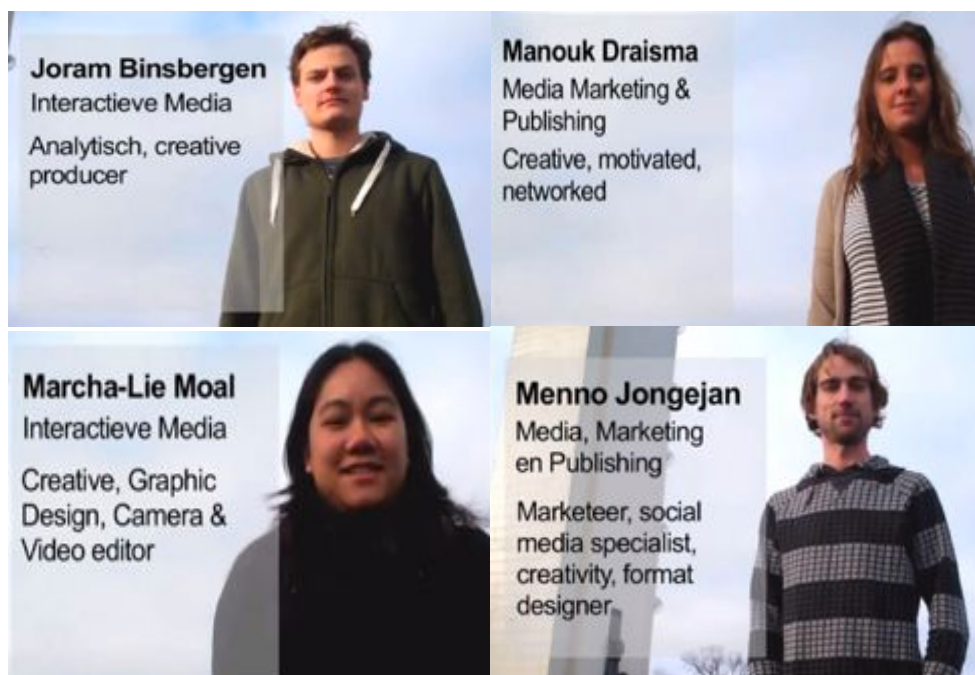
Het MediaLAB voert in opdracht van het bedrijfsleven, de creatieve sector en het onderwijs onderzoek uit in de vorm van projecten gericht op digitale interactieve media producties. MediaLAB Amsterdam:

- werkt met de nieuwste technieken aan nieuwe producten.
- doet toegepast onderzoek in opdracht van en in samenwerking met de markt.
- speelt in op vragen uit de markt.

In samenwerking met het MediaLAB en de NOSop3 ontwikkelen wij in het eerste half jaar van 2012 een interactief nieuws format op televisie.

### 2.1 Wie zijn wij?

Wij zijn Team Interactive News Formats, namens het MediaLAB Amsterdam ontwikkelen wij in het eerste half jaar van 2012 een interactief nieuwsformat voor de NOSop3.



## 2.2 NOSop3

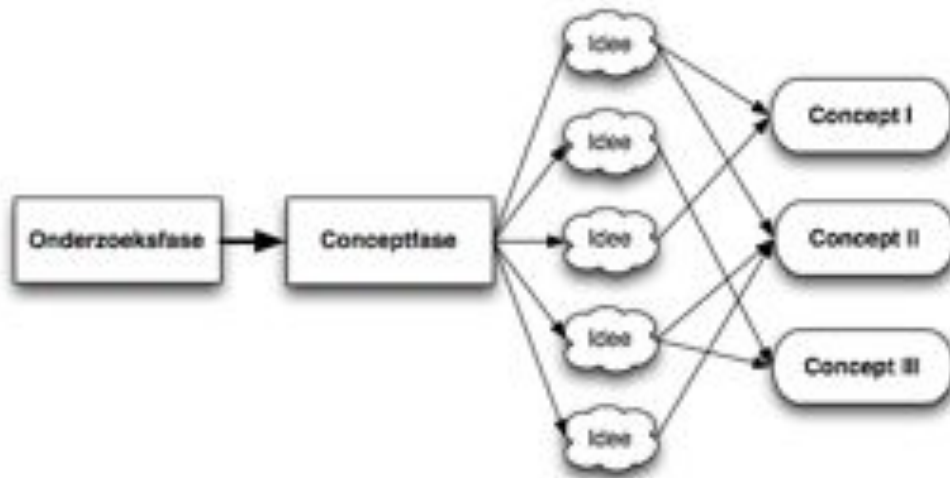
Volgens de website van de NOSop3 (nos.nl 2011) doet NOSop3 24 uur per dag, 7 dagen per week, as it happens verslag van het laatste nieuws en biedt daarbij ook context en achtergronden. Het nieuws van de NOS sluit aan bij de wereld van de kijker (in onderwerpkeuzes en in de communicatie van het nieuws), is betrouwbaar (feiten en bronnen worden altijd gecheckt) en van hoge kwaliteit (NOS Nieuws stelt hoge journalistieke eisen en leeft de journalistieke code na).

NOSop3 is voortgevloeid uit de verplichting van de NOS heel Nederland te bedienen van nieuws. Eerst als NOS Headlines, later als journaal op 3 en sinds 2007 als NOSop3. Voor de jeugd tot 12 jaar is er het Jeugdjournaal, en de volwassen doelgroep wordt bediend met de reguliere nieuwsuitzendingen van de NOS. Jong adolescenten werden in het verleden dus niet direct aangesproken en voorzien in hun behoefte aan nieuws die aansluit bij hun belevingswereld en *tone of voice*. Met NOSop3 is hier een eind aan gekomen.

NOSop3 verzorgt naast de televisie-uitzendingen ook het nieuws op radiozender 3FM. (Volkskrant 2012)

## 2.3 Opdrachtbeschrijving

NOSop3 heeft de behoefte om op vernieuwende en verfrissende wijze de jonge doelgroep te blijven bedienen. Daaruit is een project voortgevloeid waarin studenten gevraagd wordt een innovatief, interactief nieuwsformat te ontwikkelen. Via het MediaLAB wordt dit project door vier studenten behandeld. Allereerst volgt een onderzoeksfase van drie weken, waaruit een aantal concepten voortvloeit. Uit deze concepten volgt een drietal concepten die wij volledig uitwerken. Daaruit kiest de NOSop3 vervolgens definitief concept dat in de opvolgende weken verder wordt uitgewerkt.



## 2.4 TVLab

Daarnaast is dit project onderdeel van het TVLab. TVLab is een experimentele week vol vernieuwende programma's op Nederland 3. In de laatste week van augustus staat Nederland 3 volledig in het teken van nieuwe formats en interactie met het publiek. Programmamakers van de Publieke Omroep krijgen de kans om hun nieuwste formats te testen op televisie. Daarbij is de grote vraag: zijn deze formats origineel, vernieuwend en horen ze thuis op Nederland 3?

Kortom, de komende maanden gaan wij namens het MediaLAB Amsterdam een interactief nieuwsformat voor NOSop3 ontwikkelen dat eind augustus tijdens de TVLab-week op Nederland 3 wordt uitgezonden.

## **3 Connected TV**

### **3.1 Onderzoeksverantwoording Connected TV**

Tijdens de eerste twee onderzoeken 'Connected TV' en 'second screen' moeten we een beter beeld krijgen van het veranderende TV-landschap. Er is een goede kans dat ons interactieve nieuwsformat gebruik gaat maken van een Second Screen applicatie of van de mogelijkheden van Connected TV. Om tijdens de conceptfase op de hoogte te zijn van de ontwikkelingen en innovaties op het gebied van Connected TV en Second Screen toepassingen richten we onze eerste onderzoeken op deze twee onderwerpen.

#### **3.1.1 Probleemstelling**

Connected TV is momenteel erg gefragmenteerd, er zijn veel verschillende aanbieders, televisieproducenten en andere belanghebbenden die allen hun eigen ontwikkeling doorzetten. Voor programmamakers en ontwikkelaars is het lastig om hun product voor al deze platformen te ontwikkelen.

#### **3.1.2 Doel**

Het doel van dit eerste onderzoek is om Connected TV in Nederland in kaart te brengen. Zodat we weten hoeveel Connected TV in Nederland gebruikt wordt, welke partijen er bij betrokken zijn en met welke technische aspecten we rekening moeten houden. Het secundaire doel is het in kaart brengen van innovatieve toepassingen omtrent Connected TV.

#### **3.1.3 Onderzoeksmethode**

Het grootste deel van dit onderzoek valt onder deskresearch aangezien we gebruik maken van bestaande onderzoeksresultaten, (internet) publicaties en vakpresentaties op congressen en dergelijke. Tevens bestaat dit onderzoek deels uit een concurrentie-analyse waarin de verschillende aanbieders vergeleken worden. (Generic Work Process 2012)

### 3.1.4 Onderzoeksvragen

- Hoeveel wordt Connected TV in Nederland gebruikt?
- Welke producenten (hardware) bieden Connected TV aan in Nederland?
- Welke aanbieders/ providers bieden Connected TV aan in Nederland?
- Welke content leveranciers spelen een belangrijke rol in het aanbod voor de Connected TV in Nederland
- Welke technische aspecten spelen een belangrijke rol voor Connected TV in Nederland
- Wat hebben andere (nieuws) programma's al gedaan met Connected TV (internationaal)

### 3.1.5 Output

Aan de hand van het onderzoek naar Connected TV maken we een tabel waarin alle onderzoeksvragen kort behandeld worden. Hierin zijn alle kerngegevens en betrokken partijen in één overzicht terug te zien. Daarnaast maken we een onderzoeksrapport waarin alle onderzoeksvragen kort worden beantwoord. Dit onderzoeksrapport sluiten we af met een aanbeveling voor het gebruik van Connected TV binnen een nieuw interactieve nieuwsformat voor de NOSop3.

### 3.1.6 Begrippen

Binnen dit onderzoek worden er verschillende termen en begrippen gebruikt die wellicht onbekend zijn. Daarom verklaren we hieronder enkele begrippen.

#### **Definitie Connected TV**

Connected TV is een televisietoestel dat verbonden is met het internet. Er zijn veel verschillende aanbieders die internet op de televisie aanbieden, vaak hanteren zij termen als I-TV, IP-TV, Smart TV, Net-TV en interactieve TV. Wij hanteren voor het overzicht voor al deze diensten de term Connected TV.

#### **Definitie Smart TV**

Een door de merken Samsung, LG, Philips, Panasonic en Sony vaak gehanteerde term voor televisietoestellen die verbonden zijn met het internet.

#### **Definitie set-top box**

Vertaler van het digitale signaal naar signaal dat door de radio en het televisietoestel kan worden weergegeven. De decoder zorgt er bovendien voor dat elk huishouden krijgt waarop zij volgens hun abonnement recht op hebben. (<http://www.encyclo.nl/lokaal/10280>)

**Definitie DLNA-technologie**

DLNA staat voor "Digital Living Network Alliance". DLNA wordt gevormd door een groep van aangesloten bedrijven die afspraken hebben gemaakt over het eenvoudig koppelen van apparaten zoals persoonlijke computers, consumenten elektronica en mobiele apparaten. Volgens de DLNA organisatie kan de koppeling draadloos of via een vast netwerk gebeuren met als doel om binnen de huisomgeving op een simpele manier digitale media te kunnen delen of verder te ontwikkelen.

(<http://www.pioneer.eu/nl/products/42/84/tech/DVDPlayer/DLNA.html>)

**Definitie Video-on-Demand**

Video-on-Demand (VOD) is een dienst die een gebruiker toelaat om, op het moment dat hij dit wil, video te bekijken, die opgevraagd wordt via het internet. Een VOD-systeem is vaak onderdeel van interactieve televisie.

(<http://nl.wikipedia.org/wiki/Video-on-demand>)

**Definitie IPTV**

Internet Protocol Television (IPTV) is een verzamelnaam voor diensten en toepassingen die tv-kijken over het internetprotocol mogelijk maken.

(<http://nl.wikipedia.org/wiki/IPTV>)

**Definitie ITV**

ITV staat voor interactieve televisie is een televisietechniek waarbij interactie mogelijk is tussen de kijkers en de informatie die ze krijgen op het scherm, via de digitale decoder.

([http://nl.wikipedia.org/wiki/Interactieve\\_televisie](http://nl.wikipedia.org/wiki/Interactieve_televisie))

**Definitie HbbTV**

HbbTV staat voor Hybride Broadcast Broadband Televisie

HbbTV wordt vaak gewoon genoemd als Hbb en wordt ook wel connected TV genoemd. Het is een open industrie standaard voor hybride digitale tv en IPTV om via breedband entertainment te leveren aan de aangesloten tv's en set-top boxes. Met behulp van HbbTV kunnen producten en diensten over verschillende technologieën aangeboden worden (satelliet, kabel, etc.)

## **3.2 Onderzoeksresultaten: Connected TV**

Op dit moment zijn er veel mogelijkheden op het gebied van televisie kijken in Nederland. Met de nieuwste vorm van televisie kijken, Connected TV, is het mogelijk om bijvoorbeeld films en TV-series via 'Apps' op je TV te bekijken. Bij enkele TV's is het mogelijk om naast de applicaties ook direct op internet te gaan.

Om gebruik te maken van Connected TV heb je een televisie nodig die Connected TV ondersteund en je TV moet aangesloten zijn op het internet. Naast je televisiesignaal kun je toegang krijgen tot de interactieve aanbod van je televisie-aanbieder. Er zijn op dit moment negen televisie-aanbieders die Connected TV aanbieden in hun pakket. (DigitaalTVkijken, 2012)

### **3.2.1 Hoeveel wordt Connected TV in Nederland gebruikt?**

Connected TV is aan een grote opmars bezig. De technologie begint volwassen te worden en steeds meer consumenten wennen aan de vele mogelijkheden die Connected TV te bieden heeft.

Inmiddels is de penetratiegraad van breedband internet in Nederland gestegen tot 86 procent, waarmee Nederland op dit punt een derde positie in Europa inneemt.

Televisietoestellen met internet komen steeds meer voor; in 2011 zijn er 425.000 connected televisietoestellen verkocht, in 2012 zullen er 1,2 miljoen over de toonbank gaan. Gelet op de hoge penetratiegraad van breedband internet in Nederland is er dus grote ruimte voor groei op de Connected TV-markt. (Spreekbuis.nl, 2011)

Inmiddels biedt 27 procent van alle verkochte TV's in Nederland al internettoegang om verrijkte content binnen te halen. (Immovator.nl, 2012)

Er wordt verwacht dat eind 2013 zo'n 50 a 60 procent van de huishoudens in Nederland over een Connected TV beschikt. (Intomart GfK, 2011)  
Volgens Barbara Schouten, hoofdonderzoeker bij Intomart GfK, past de komst van internet naar de TV bij het multitasken tijdens het televisiekijken, dat ruim de helft van de Nederlanders wel eens doet. "Kijktijd neemt toe en wordt kijk-tegelijkertijd. Denk aan het gebruik van laptops, smartphones en tablets terwijl er naar de televisie wordt gekeken."

Ook zag Schouten de afgelopen vijf maanden een stijging in de verkoop van televisietoestellen boven de 43 inch. 'Mensen kiezen daar deels voor omdat ze uiteindelijk ook meerdere dingen tegelijk op het grote scherm willen doen.'

Volgens onderzoek van Telecompaper (2011) onder 6.600 respondenten gebruikt lang niet iedereen die in het bezit is van een Connected TV daadwerkelijk de mogelijkheden ervan. Maar liefst 44% gebruikt nooit de extra functies. Gemiddeld wordt content via Connected TV twee uur per week bekeken.

### **3.2.2 Welke producenten bieden Connected TV aan in Nederland?**

In Nederland zijn er vijf hardware producenten die Connected TV aanbieden. Deze vijf producenten die Connected TV aanbieden zijn Sony, Philips, Samsung, Panasonic en LG. Volgens James Tjan, projectleider NOS Nieuwe Media, is de NOS aanwezig op de Sony, Playstation3, Philips, Samsung en LG.

In de opvolgende paragrafen worden deze producenten en hun technologie beschreven.



### **Sony (Sony Internet TV)**

Sony Internet TV bestaat uit twee onderdelen:

- Bravia Internet Video. Hiermee kun je on-demand kijken naar gemiste programma's van SBS 6, Net5 en Veronica, maar ook naar het NOS journaal, Eurosport, Berliner Philharmoniker en popconcerten van Moshcam, YouTube en DailyMotion.
- Bravia Internet Widgets met apps zoals Twitter, Facebook, Picassa, Buienradar etc.  
(nederland.broadbandTVnews.com, 2011)

Sony heeft een wereldwijd Video-on-Demand platform met een filmbibliotheek van ruim 1000 titels, een eigen muziekkanaal (MUZU) en Sony de 3D-experience waar men naar korte 3D-impresies, films en trailers kan kijken. (TotaalTV, 2011)

### **Philips (Philips Net TV)**

Sinds 2009 heeft ook Phillips zijn eigen Connected TV-platform. De uitgebreide Smart TV en telt vier onderdelen:

- Met Simplyshare kun je met behulp van DLNA-technologie naast het bedienen van je TV met een iPhone/iPod/iPad-app ook muziek, foto's en video's via WiFi streamen vanaf je tablet, smartphone of laptop.
- Binnen het onderdeel Control kun je een smartphone, tablet of draadloos toetsenbord aansluiten voor de bediening van Net TV, zoals YouTube etc.
- Via Net TV krijg je toegang tot vijf videotheken in Europa: Videoland voor Nederland, VideoFutur, Film2Home, iConcerts en Cartoon Network. Gemiste uitzendingen zijn eenvoudig terug te kijken via Uitzending Gemist en RTL XL op Net TV.
- Philips biedt met Program een eigen programmagids om programma's op te nemen en te pauzeren om dan later te hervatten.

### **Samsung (Samsung Smart TV)**

Samsung gaat verder dan Sony en Philips met marketing van 'Smart TV'. Dat is ook direct zichtbaar op de webpagina voor televisies met de nieuwste snufjes zoals filmaanbevelingen die via de online aangeboden Moviemax komen op grond van eerder kijk- en zoekgedrag, alsmede de mogelijkheid om Facebook en Twitter direct te gebruiken.

Met de integratie met Android en iPhone, de mogelijkheden om actief te surfen en om eenvoudig de TV te verbinden met alle andere apparatuur en externe harde schijven kun je in feite alles wat digitaal beschikbaar is ook in goede kwaliteit op je TV krijgen. Met de AllShare-software op de pc kun je

de content van je pc doorzoeken, streamen en afspelen op TV.  
(nederland.broadbandTVnews.com, 2011)

### **Panasonic (Viera Cast)**

Panasonic Viera Cast biedt online content via Connected TV op het nieuwe Panasonic 2009 Viera Full HD assortiment. De technologie wordt gecombineerd middels een breed scala aan online content die beschikbaar is gekomen door een partnership van Panasonic met toonaangevende content providers zoals YouTube, Picasa, Eurosport, Bloomberg voor financieel nieuws en lokale weerberichten.

([http://www.panasonic.nl/html/nl\\_NL/127805/index.html](http://www.panasonic.nl/html/nl_NL/127805/index.html))

### **LG (LG NetCast)**

LG levert zijn Smart TV-platform niet enkel op zijn nieuwe TV's en bluray spelers, maar via een 'SmartTV-Upgrader' kan elke LG-televisie met HDMI-aansluiting ge-updatet worden naar LG NetCast. De upgrader, die aanstaande zomer op de Nederlandse markt komt, biedt ook een browser om te internetten op TV.

LG biedt internationaal Google Maps, Facebook, Twitter, YouTube, Picasa, Accuweather en Vtuner (radio) aan en in de VS toegang tot een flink aantal videotheken zoals Vudu, Netflix en CinemaNow, Hulu en Amazon Video on Demand en sportdiensten als NHL Gamecenter, NBA Game Live en MLB.TV. In Nederland beperkt het aanbod zich tot de online videotheek van Videoland, RTL Gemist en browsen over het web.

Onderscheidend bij LG is de 'Magic Motion' afstandsbediening die als een muis werkt (vergelijkbaar met Nintendo Wii) voor sneller navigeren over het scherm dan met de conventionele afstandsbediening.

Net als andere spelers heeft LG inmiddels een applicatie voor iPhone en Android smartphones om de TV op afstand te bedienen en gebruikt het de DLNA-standaard om in een 'thuisnetwerk' content van foto- en videoapparatuur, pc's etc. op TV te vertonen.

(nederland.broadbandTVnews.com, 2011)

### 3.2.3 Welke aanbieders/ providers bieden Connected TV aan in Nederland?

In Nederland zijn er op dit moment negen aanbieders/providers die Connected TV aanbieden.

In twee jaar tijd is het aantal aanbieders/providers die Connected TV aanbieden in Nederland verdubbeld. (Immovator, 2011)

Bijna iedere digitale televisieaanbieders/providers bieden hetzelfde pakket aan. Volgens de websites van de verschillende aanbieders bieden zij de volgende functionaliteit: (digitaalTVkijken.nl, 2012)

UPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videotheek</li> <li>• Opnemen op afstand (je digitale videorecorder instellen via internet)</li> <li>• Programma Gemist</li> <li>• Rode knop (stemmen op talentjachten, doneren aan goede doelen of meedoen aan IQ-quiz)</li> <li>• UPC Games</li> <li>• Uitbreiden Zenderpakket / HD-zenders</li> </ul>
Ziggo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Films en series kijken wanneer je wilt</li> <li>• Programma's opnemen en pauzeren</li> <li>• TV Gemist (gemiste uitzendingen terug kijken)</li> </ul>

KPN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programma's opnemen en pauzeren</li> <li>• Elektronische TV-Gids (Informatie krijgen over het programma dat je kijkt en programma's die nog komen)</li> <li>• Videotheek</li> <li>• Digitaal TV-kijken op TV, laptop of tablet</li> <li>• Programma's terugkijken</li> </ul>
CanalDigitaal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitaal TV kijken in HD</li> <li>• Opnemen, pauzeren, terugspoelen</li> </ul>
Tele2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactieve televisiegids (duidelijke overzicht van alle TV- zenders en herinneringen instellen van favoriete programma's)</li> <li>• Programma Gemist</li> <li>• Videotheek</li> <li>• Opnemen, pauzeren, terugspoelen</li> </ul>
T-Mobile	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale TV kijken</li> <li>• Opnemen, pauzeren, terugspoelen</li> </ul>
Scarlet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale TV kijken</li> <li>• Teletekst</li> <li>• Elektronische programmagids</li> <li>• Programma's opnemen en terugkijken op TV of laptop</li> <li>• Uitzendingen pauzeren en opnemen.</li> </ul>
Telfort	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale TV kijken</li> <li>• Opnemen, pauzeren, terugspoelen</li> <li>• Programma gemist</li> <li>• Videotheek</li> </ul>
XS4all	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale TV kijken</li> <li>• Opnemen, pauzeren, terugspoelen</li> <li>• Videotheek</li> <li>• Programma's Gemist</li> </ul>



(Immovator 2011, Presentatie Niels Jonkman (Glashart Media) 2011)

### 3.2.4 Welke content leveranciers spelen een belangrijke rol in het aanbod voor Connected TV in Nederland?

Nederlandse consumenten geven dit jaar 53 miljoen euro uit voor het huren en kopen van online films en series. Volgend jaar wordt het omslagpunt bereikt waarbij consumenten meer uitgeven aan video-on-demand (VOD) versus DVD en BluRay. Het merendeel van de 53 miljoen euro omzet in dit mediasegment gaat nu nog naar de kabelbedrijven. Maikel Verhaaren (GfK) vermoedt dat zij marktaandeel gaan inleveren ten gunste van nieuwe partijen zoals Pathé, Videoland, Apple, Google en Yahoo. (Emerce 2011)

#### Video on Demand in Nederland

Hieronder worden de verschillende partijen die zich in Nederland met video-on-demand bezig houden uiteengezet.

**NPO**

Gerald van der Wijngaart, voorlichter van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) zegt het volgende over hun VOD-activiteiten: "We hebben Uitzending gemist voor Connected TV volgens de HbbTV-standaard ontwikkeld. Televisietoestellen die deze standaard ondersteunen, kunnen Uitzending Gemist aanbieden. Door voor HbbTV te kiezen, is er één standaard applicatie waardoor het beheer overzichtelijk is. (Immovator 2012)

**VPRO**

VPRO heeft als doelstelling om de invloed te vergroten met uitgesteld kijken. Erik van Heeswijk, Hoofdredacteur Digitaal van de VPRO, vindt dat zijn omroep, gezien de doelgroep, vooraan moet staan met on-demand: "Platform- en tijdonafhankelijk aanbieden, dat is de grote gedachte voor distributie. Wij bedienen bovendien een publiek dat gemiddeld relatief weinig televisie kijkt en druk bezet is. (Immovator 2011)

**SBS**

De SBS is op de hoogte van de nieuwe mogelijkheden van Connected TV, maar voor hen is het belangrijkste criterium dat ze kunnen verdienen aan het beschikbaar maken van extra content. Uiteindelijk zal de adverteerder, consument of distributeur echt moet betalen. Zo stelt Jeroen Verbeek, directeur Digitaal van SBS. Recent hebben UPC en SBS de on-demand diensten uitgebreid naar programma's van de zenders SBS6, Net5 en Veronica die in een mix van gratis en betaald worden aangeboden. Met UPC, Ziggo en Caiway regelde SBS themakanalen voor Secret Story. (immovator 2011)

**Veamer**

Veamer is een Nederlandse video-on-demand dienst waar je zowel films en series kan huren als kopen. Prijzen verschillen van €1,50 voor het huren van een aflevering van een TV-serie en €5 voor het huren van een nieuwe film. Deze online dienst is tevens beschikbaar op de meeste Connected TV's. (Veamer.nl, 2012) Sinds de start in 2009 is het uitgegroeid tot de grootste online VOD-aanbieder van Nederland. Veamer is onderdeel van SBS (luisteronderzoek.nl 2012)

### **Uitzending gemist**

Uitzending Gemist is beschikbaar voor de Philips Net TV, en is te vinden als eigen app binnen de Net TV app-omgeving. Daarnaast ondersteunt Uitzending Gemist de HbbTV standaard. Via één gestandaardiseerde webinterface wordt via HbbTV Uitzending Gemist geoptimaliseerd en toegankelijk voor televisies met een internetverbinding. Doordat Uitzending Gemist gebruik maakt van de HbbTV standaard is het mogelijk dat andere fabrikanten binnenkort ook Uitzending Gemist gaan aanbieden. Inmiddels voert Uitzending Gemist inmiddels gesprekken met Sony en LG. (testlab.publiekeomroep.nl)

### **3.2.5 Welke technische aspecten spelen een belangrijke rol voor Connected TV in Nederland?**

De twee meest voorkomende Connected TV aansluitingen zijn IPTV en ITV (afkorting voor internet TV) Beide verbinden een televisie met het internet, maar wat zijn nu precies de verschillen in deze twee standaarden?

#### **IPTV**

IPTV kan het beste omschreven worden als digitale kabel televisie, waarbij de provider het totale netwerk beheert net zoals ze bij het huidige TV signaal doen.

Enkele karakteristieken van IPTV

- Uitzendkanalen worden via de digitale kabel samen met het TV signaal naar de consument gebracht.
- Providers bepalen precies wat ze aanbieden, en managen het hele systeem. Digital Rights Management (DRM) is standaard geïnstalleerd om de copyright rechten van de content te waarborgen. Het aanbod van de content is gebonden aan een specifiek apparaat.
- Abonnementvormen en klantenservice zijn vergelijkbaar met de traditionele TV aansluitingen.

#### **ITV**

ITV is daarentegen gebaseerd op een open model waarbij de content via het regulieren internet beschikbaar is op de televisie.

Enkele karakteristieken van ITV

- Het video aanbod kan beveiligd worden met DRM, maar dit is lang niet altijd het geval.
- Het netwerk kan niet volledig beheerd worden door de provider. Content wordt gestreamd, onder andere via peer-to-peer technologie. Klantenservice wordt voornamelijk online aangeboden, en is minder ontwikkeld dan bij IPTV. (3vision.TV, 2012)

## **HbbTV**

De TV-industrie wil dit jaar op grote schaal Hybrid broadcast broadband TV (HbbTV) in Nederland uitrollen. De belangrijkste omroepen (NPO, RTL en SBS) en een aantal grote fabrikanten (onder meer Philips, LG, Samsung, Sharp en Sony) hebben zich verenigd in het HbbTV Platform Nederland, een initiatief van iMMovator Cross Media Network, waarin ook marktonderzoeker GfK Retail and Technology participeert. (immovator, 2012)

HBB TV is een nieuwe technologische standaard voor Connected TV applicaties, waardoor interactie mogelijk is. Het HbbTV-sigitaal wordt met het TV-sigitaal meegestuurd. Overigens zijn niet alleen Connected Tv-toestellen voor HbbTV geschikt te maken, ook andere apparaten kunnen ermee overweg, als ze toegang tot internet kunnen krijgen. Denk aan set-topboxen en satellietontvangers. Tot nu toe moest je voor elk platform een aparte applicatie ontwikkelen, omdat elk apparaat weer andere technische specificaties heeft. HbbTV wil dit standaardiseren zodat in de toekomst met één softwareoplossing alle HbbTV-ondersteunende Connected TV apparaten te bereiken zijn.

HbbTV wordt per land uitgerold. Verwacht wordt dat aan het einde van dit jaar de nieuwe Tv-toestellen allemaal Hbb geschikt zijn. Oudere connected apparatuur is vaak ook in staat om met Hbb-signalen overweg te kunnen, maar daar is die mogelijkheid meestal niet geactiveerd. Via bijvoorbeeld een firmware update is dat vaak alsnog te doen, maar dat hangt van de fabrikanten af. Ik heb gehoord dat in 2014 naar verwachting de helft van alle Tv-toestellen in Nederland Hbb geschikt zal zijn. (immovator, 2012)

### **3.2.6 Wat hebben andere (nieuws) programma's al gedaan met Connected TV**

UPC maakte in verschillende jaren doneren aan 3FM Serious Request via Connected TV mogelijk. Op het evenementenkanaal 14 kan de digitale UPC-kijker de verrichtingen in het Glazen Huis volgen. Dat kan ook op kanaal 117 waar het publiek digitaal themakanaal 101 TV te zien is. Via de interactieve rode knop kunnen UPC-abonnees op alle kanalen waar op dat moment de 3FM Serious Request actie te zien is na het doneren ook een verzoekplaat aanvragen. In slechts enkele stappen kan dit met de afstandsbediening gebeuren.

Inmiddels hebben meerdere omroepen de rode knop ontdekt, zo kon je meedoen aan BNN's Nationale IQ-test en kan je bij verschillende spelshows stemmen op je favoriete deelnemer door middel van de rode knop.



Over het algemeen is er in Nederland nog amper geëxperimenteerd met de mogelijkheden van Connected TV. In de UK lopen ze op dit punt voorop. Zo worden bijvoorbeeld interactieve reclames steeds vaker toegepast. Meer over deze ontwikkelingen in het format onderzoek.

### **3.3 Conclusie Connected TV**

Connected TV is aan een grote opmars bezig. Televisietoestellen met internet komen steeds meer voor. Eind 2013 wordt er verwacht dat zo'n 50 a 60 procent van de huishoudens in Nederland een Connected TV heeft. Echter heeft momenteel slechts 27 procent van alle verkochte TV's in Nederland internettoegang om verrijkte content binnen te halen. Daarnaast gebruikt 44% van de bezitters nooit de extra functies van hun Connected TV. Wel zijn steeds meer oude televisies via HbbTV aan te sluiten als Connected TV. Kortom steeds meer consumenten komen in aanraking met de nieuwe mogelijkheden van Connected TV, de groei en acceptatie wordt pas de komende jaren verwacht.

Er zijn vijf producenten in Nederland die Connected TV's aanbieden. De producenten die Connected TV aanbieden zijn: Sony (Sony Internet TV), Philips (Philips Net TV), Samsung (Samsung Smart TV), Panasonic (Viera Cast) en LG (LG NetCast). Elke aanbieder realiseert zijn eigen platform, waardoor de verscheidenheid toeneemt. Contentproducenten worden hierdoor gedwongen hun content voor al deze platformen aan te passen.

Ook de aanbieders van digitale televisie meegegaan in de ontwikkeling van Connected TV. In een periode van 2 jaar is het aantal aanbieders verdubbeld van 5 in 2009 tot 9 in 2011.

De meeste omroepen zijn aanwezig op verschillende Connected TV platformen. Meestal in de vorm van video-on-demand en het terug laten kijken van uitzendingen. Steeds meer omroepen zoals de NPO richten zich op de open standaard HbbTV, waardoor er slechts één applicatie ontwikkeld hoeft te worden om meerdere platformen te bereiken.

Het diverse aanbod en de vele technische verschillen maken van Connected TV een gefragmenteerde markt. Het is voor ontwikkelaars lastig om met alle verschillende toestellen rekening te houden. Inmiddels is er een voorzichtig begin gemaakt in open standaarden zoals HbbTV en de Smart TV. De NOS is momenteel op verschillende platformen aanwezig met de laatste nieuwsuitzendingen. De publieke omroep heeft recentelijk besloten om zich te focussen op de openstandaard HbbTV.



## **4 Second Screen**

### **4.1 Onderzoeksverantwoording Second Screen**

De resultaten van dit onderzoek bieden een bijdrage aan de kennis over Second Screen en de toepassing hiervan op de Nederlandse televisie. Het onderzoek geeft inzicht in de relevantie/meerwaarde die aan de consument wordt geboden en biedt investeerders of marketeers de kans om op basis van de verworven informatie communicatiestrategieën te bedenken.

#### **4.1.1 Desk Research**

Voor dit onderzoek hebben wij gebruik gemaakt van deskresearch. Dit houdt in: het verzamelen, analyseren en interpreteren van gegevens die bruikbaar zijn bij de onderzoeksopdracht, maar die eerder door andere zijn verzameld. Hiervoor hanteren wij de volgende zoekstrategie:

Systematische methode: raadplegen van databases, vakbladen, boeken en het internet. Wij hebben een aantal relevante artikelen gevonden en deze gebruikt voor dit onderzoek.

Om erachter te komen welke ontwikkelingen er op het gebied van Second Screen en interactieve televisie op dit moment zijn hebben wij verder gezocht dan alleen Google. Wij hebben voor dit onderzoek gebruik gemaakt van buitenlandse artikelen. Ook hebben wij gezocht via Google Scholar, Lexus Nexis, CBS. Voor kijkcijfers en andere ontwikkelingen omtrent het bekijken van televisie hebben wij gebruik gemaakt van SPOT, SKO, Mediaonderzoek en Villamedia. Voor interessante artikelen over Second Screen en interactieve televisie hebben wij gebruik gemaakt van Frankwatching en Marketingfacts.

#### **4.1.2 Field Research**

Om erachter te komen welke ontwikkelingen er op het gebied van Second Screen zijn hebben wij ook gebruik gemaakt van field research. Door erachter te komen welke ontwikkelingen volgens experts in de komende twee jaar door zullen ontwikkelen, hebben verschillende experts benadert om hun visie hierop te geven. Wij hebben deze experts (o.a. Frank Angermann werknemer van AR-browser Junaio) gevonden via LinkedIn en zeer leuke reacties gekregen op onze vragen aan hen. Daarnaast hebben wij ook gesproken met Rob Prass en heeft hij ons een presentatie gegeven waarvan veel informatie nuttig is geweest voor ons onderzoek.

#### **4.1.3 Probleemstelling**

Second Screen applicaties worden steeds vaker ontwikkeld voor tv-programma's. Er worden steeds meer mogelijkheden toegepast, echter gaat het voornamelijk om het experimenteren en zijn er nog amper best practices binnen Second Screen-applicaties bekend.

#### **4.1.4 Doelstelling**

Het doel is het verkrijgen van informatie met betrekking tot second screen-applicaties in zowel binnen- als buitenland, om zo de mogelijkheden voor NOSop3 in kaart te brengen.

#### **4.1.5 Onderzoeksdoelstelling**

De onderzoeksdoelstelling is een duidelijk beeld verkrijgen van de mogelijkheden van second screen-applicaties en op welke manier deze momenteel worden ingezet. Speciale aandacht gaat uit naar second screen-applicaties met betrekking tot nieuwsvergaring.

#### **4.1.6 Onderzoeksvraag**

De volgende onderzoeksvraag is er geformuleerd:

Welke second screen-applicaties worden op dit moment ingezet, en wat zijn de mogelijkheden van het tweede scherm?

#### **4.1.7 Begrippen**

Binnen dit onderzoek worden er verschillende termen en begrippen gebruikt die wellicht onbekend zijn. Daarom wil ik hier graag de begrippen Second Screen en Interactieve televisie definiëren.

#### **Definitie Second Screen**

De één noemt het de iPad, de ander zijn smartphone. In vaktal zeggen we second screen, digital pal of een companion screen. Het gaat om een apparaat dat toegang geeft tot internet en dat je kunt gebruiken terwijl je televisie kijkt.

([moaweb.nl/kenniscentrum](http://moaweb.nl/kenniscentrum))

#### **Definitie Interactieve televisie**

“Televisiekijken met de toevoeging van computertechniek via de decoder. Zo wordt het mogelijk om mee te spelen met TV spelletjes, te reageren op discussieprogramma's en keuzes te maken in zenderaanbod.”

(<http://www.encyclo.nl/lokaal/10280>)

## 4.2 Onderzoekresultaten Second Screen

### 4.2.1 De markt

Uit onderzoek van Intomart Gfk (Trends In Digitale Media 2011) blijkt dat Second screen definitief doorbreekt. Second screen betekent alle toestellen waarmee men online kan gaan terwijl men televisie kijkt. Het aantal bezitters van iPads en andere tablets is per december 2011 gestegen tot 1.700.000 Nederlanders (14% van de internettende bevolking). Daarnaast zijn er nog eens 1,7 miljoen Nederlanders van plan binnen afzienbare tijd een tablet aan te schaffen.

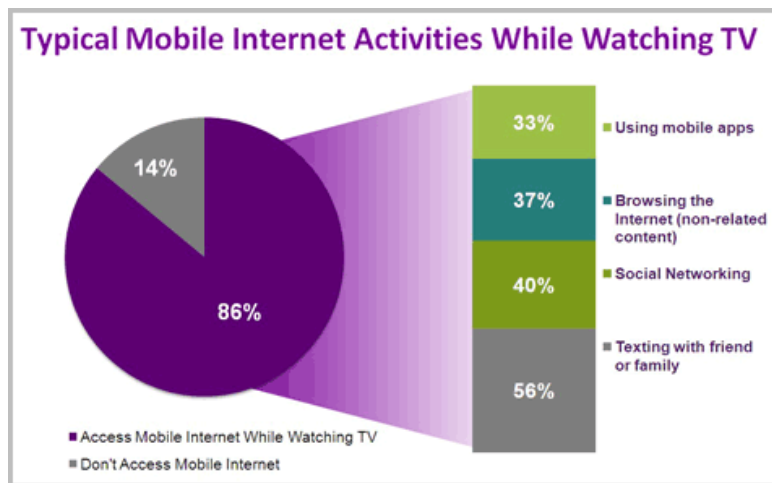
De eerste iPad kwam pas in 2010 op de markt en maakt een spectaculaire opmars door. Bijna de helft van de onderzochte personen heeft een smartphone. Uit de december meting blijkt dat inmiddels 45% van de 850 onderzochten personen vanaf 13 jaar in het bezit is van een smartphone. Binnen de doelgroep 18-34 jaar ligt dit percentage zelfs op 69%. Maar liefst 76% van de Nederlandse bevolking die gebruik maakt van internet is in het bezit van een laptop, nog steeds één van de meest gebruikte second screens tijdens het TV kijken.

Smartphones, laptops, notebooks en meer recent tablets zijn volgens het onderzoek (Trends in de digitale media 2011) niet meer weg te denken uit de Nederlands huiskamer. Online gaan om een Tweet te plaatsen op Twitter, een melding te posten op Facebook of een kijkje achter de schermen te nemen bij The Voice Of Holland. Het gaat allemaal steeds makkelijker. De uitrol van draadloze netwerken in het huis groeit enorm. Gevolg, iedereen is overal online in het huis, dus ook voor de televisie.

Kort:

- 1,7 miljoen tablets in Nederland.
- 4,5 miljoen smartphones
- GFK verwacht eind 2011 een verdubbeling van het aantal smartphones in Nederland
- 19% van onze mediatijd zijn wij aan het multitasken

In de afbeelding hieronder is te zien dat 86% van de respondenten hun mobiel gebruikt terwijl zij televisie aan het kijken zijn. De meeste hiervan sturen berichtjes naar vrienden of familie onder het televisie kijken.



(<http://www.slideshare.net/JoopKoppen/second-screen>)

Volkskrantblogger Thijs van Soest noemt het televisieaanbod van 2011 'teleurstellend saai'. Van Soest is reeds jarenlang actief als blogger en schrijft over ontwikkelingen in het medialandschap. "Zo ontzettend veel zenders, omroepen, geld, creativiteit, maar niks nieuws onder de zon. Geen flops, maar ook niets opzienbarends en al helemaal geen uitschieters". (Volkskrant, Bang en risicoloos programmeren leidt tot ubersaai TV-seizoen, 2011)

De ontwikkelingen op televisiegebied gaan echter razendsnel. Interactieve televisie en nieuwe concepten als PlayToTV en communiceren met grote groepen tijdens programma's maken hun opmars, en zaken als meestemmen via sms zijn inmiddels gemeen goed.

Langzaam aan maakt interactieve televisie ook in Nederland stappen vooruit. Tweewegcommunicatie tussen adverteerders/programmamakers en de kijker is in aantocht. Door de komst van nieuwe, meer uitgebreide decoders bieden het kijkerspubliek de mogelijkheid om via de afstandsbediening te stemmen of extra informatie op te vragen. Internet op de televisie is ook in aantocht.

#### 4.2.2 Succes van het interactief TV-kijken

Volgens Exmachina, die uiteraard enigszins voor eigen kerk preekt, voelen mensen die interactief televisie kijken zich meer betrokken bij programma's en zappen zij minder snel weg, ook niet tijdens reclames. Volgens Exmachina is dit een gevolg van de interactiemogelijkheden die interactieve televisie biedt. (Exmachinagames.com 2011)

Dankzij social media kunnen kijkers onderling meningen delen en commentaar geven op elkaar. De resultaten van dit onderlinge contact zijn direct te zien op televisie en vormt zo een platform voor televisiekijkers. Programmamakers kunnen tevens direct zien hoe er gedacht wordt over het programma en wat ze eventueel kunnen veranderen om de inhoud te verbeteren. Een goed voorbeeld hiervan is het programma *The Voice of Holland* op RTL 4. Een goed lopend programma met meer dan 3 miljoen kijkers bij de finale. De thuiscoach-applicatie voor het programma is inmiddels 600.000 keer gedownload. Men kan daarmee invloed uitoefenen, naast natuurlijk het sms'en. De applicatie is gratis te downloaden en versterkt de verbintenis tussen programma en kijker. Bij *the Voice* staat interactie en participatie door middel van social media centraal. Kijkers worden betrokken bij het programma en kunnen meedenken over de content en kunnen hun mening melden.

Volgens Sanne Fleskens, journalist bij Frankwatching, is met *The Voice* is een goede stap gemaakt richting het interactieve TV kijken, echter zijn andere programma's nog erg terughoudend. (Frankwatching 2011)

#### **4.2.3 PlayToTV**

Een andere ontwikkeling komt volgens Bas Nieuwenhuijsen (Immovator.com, 2011) vanuit het bedrijf Ex Machina. PlayToTV verandert de manier waarop de kijkers nu met elkaar in contact staan. Televisie, evenementen, sociale netwerken en games worden op een meer 'spannende' manier gebracht. Het geeft televisiekijkers de kans mee te spelen met hun favoriete programma's. De kijkers kunnen het opnemen tegen hun vrienden en andere deelnemers en daarnaast worden meningen en kennis gedeeld.

Een voorbeeld hiervan is dat op tweede kerstdag in 2010 de kijkers voor het eerst vanuit huis, met laptop op schoot live mee konden spelen met de Nationale Wetenschapsquiz. Er keken zo'n 800.000 kijkers naar de quiz.

Exmachina geeft op zijn website aan dat PlayToTV dé oplossing is voor producenten, uitgeverijen van games, mediabedrijven en adverteerders. Reden? Volgens Frankwatching (*Televisie als social network*, 2011): De interactiviteit en informatievoorziening wordt op een sociale, leuke en loyale manier overgebracht op een grote hoeveelheid mensen tegelijk.

#### **4.2.4 Mogelijkheden van Second Screen**

Aan de hand van ons vooronderzoek, waar wij verschillende second screen voorbeelden hebben bekeken, zijn de volgende mogelijkheden naar voren gekomen:

- Realtime extra data voor de kijker
- Co-creatie door kijkers
- Delen op social media
- Like-en op Facebook
- Interactie tussen programmamaker en kijker
- Gebruikers controle (achter de schermen)
- Live polls
- Realtime quizen

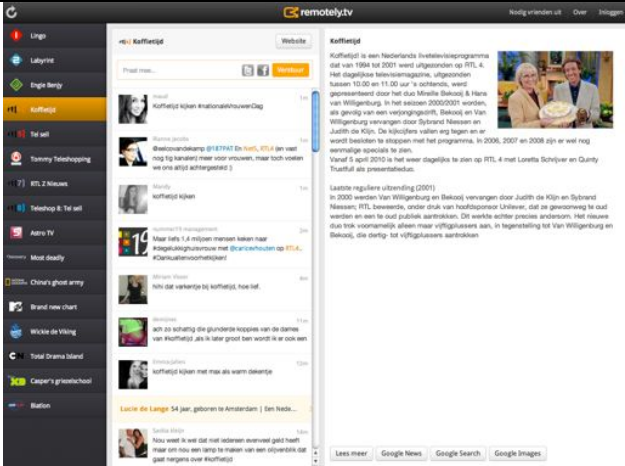
#### **4.3 Second Screen applicaties**

We hebben onderzoek verricht naar bestaande second screen applicaties zowel in het binnen- als buitenland. Hieronder kort beschreven wat de eigenschappen zijn en wat daarvan belangrijk is voor NOSop3.




### 4.3.1 Remotely.tv

Remotely TV is een applicatie gericht op alle zenders op de Nederlandse televisie. Je ziet in één oogopslag alle live-info, tweets en apps voor de programma's van de publieke omroep, RTL, SBS6, Veronica, Discovery, MTV en National Geographic. Momenteel wordt de applicatie slechts getoond via een website. Er wordt hard gewerkt aan apps voor smartphones en tablets. Remotely bekijkt wat er op TV is en vindt daar automatisch extra informatie bij, de meeste informatie komt van Wikipedia.

<b>Naam:</b>	<b>Remotely TV</b>
<b>Beschrijving:</b>	Remotely TV is een applicatie gericht op de Nederlandse televisiezenders. Remotely TV toont in één oogopslag alle live-info, tweets en apps van het bijbehorende Tv-programma.
<b>Platform</b>	Web app – alle platformen
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Overkoepelend platform, informatievoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Live achtergrondinformatie</li> <li>• Alle gerelateerde Twitter-berichten bekijken</li> <li>• Snelle koppeling naar de officiële programma-apps</li> <li>• Automatisch extra informatie over het programma</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soms geeft Remotely TV niet de juiste informatie (Zo werd de naam Beatrix niet als Koningin van Nederland, maar als technisch besturingssysteem omschreven.) (<a href="https://medialab.hva.nl/interactivenews/2012/02/29/remotely-tv/">https://medialab.hva.nl/interactivenews/2012/02/29/remotely-tv/</a>)</li> <li>• Als webapp niet aanwezig op het applicatiescherm van de mobiele telefoon.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	De achtergrondinformatie en bijbehorende tweets zijn overzichtelijk in één platform weergegeven.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>The screenshot shows the Remotely TV website interface. On the left, there is a sidebar with a list of TV channels and programs, including 'Lingo', 'Labyrint', 'Engel Sindy', 'koffertje', 'Tel sat', 'Tommy Telechopping', 'RTL 2 Nieuws', 'Teleshop 8: Tel sat', 'Astro TV', 'Most deadly', 'Oorlog's ghost army', 'Brand new chart', 'Wilde de Viking', 'Total Drama Island', 'Capin's groenteschool', and 'Station'. The main content area is titled 'koffertje' and displays a list of tweets related to the program. The tweets include mentions of 'koffertje kijken', 'Beatrix', and 'koffertje kijken'. On the right side of the main content area, there is a detailed article about the program 'koffertje', which is a Dutch television program that aired from 1994 to 2001. The article mentions that the program was hosted by Beatrix and Hans van Willigenburg, and that it was replaced by 'koffertje kijken' in 2007. The article also mentions that the program was replaced by 'koffertje kijken' in 2007 and 2008, and that it was replaced by 'koffertje kijken' in 2007 and 2008.</p> <p style="text-align: center;">www.remotely.tv (2012)</p>

### 4.3.2 TVOH Thuiscoach

De Thuiscoach-app van TVOH betreft de kijker bij het stemproces van het programma. Je kunt audities terugkijken beoordelen, extra info opvragen over coaches. Bij het stemmen verdien je punten die worden doorvertaald in een ranglijst. De hoogste score maakt kans op een prijs. (RTL, 2012)

<b>Naam:</b>	<b>The Voice of Holland Thuiscoach</b>
<b>Beschrijving:</b>	De Thuiscoach-app van TVOH betreft de kijker bij het stemproces van het programma.
<b>Platform:</b>	Android / iOS – Native app
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing:</b>	Game en informatievoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• App buiten uitzending ook te gebruiken.</li> <li>• Veel aandacht voor app tijdens programma.</li> <li>• Betreft kijkers bij programma.</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registratie nodig; minder laagdrempelig.</li> <li>• Geen koppeling met Social Media in app.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voor NOSop3 is interessant dat je de app ook buiten de uitzending kunt gebruiken. Hierdoor bind je de doelgroep aan je merk. Ruime aandacht voor de app in het programma stimuleert gebruik.
<b>Afbeelding</b>	 <p>(www.exmachina.com 2011)</p>

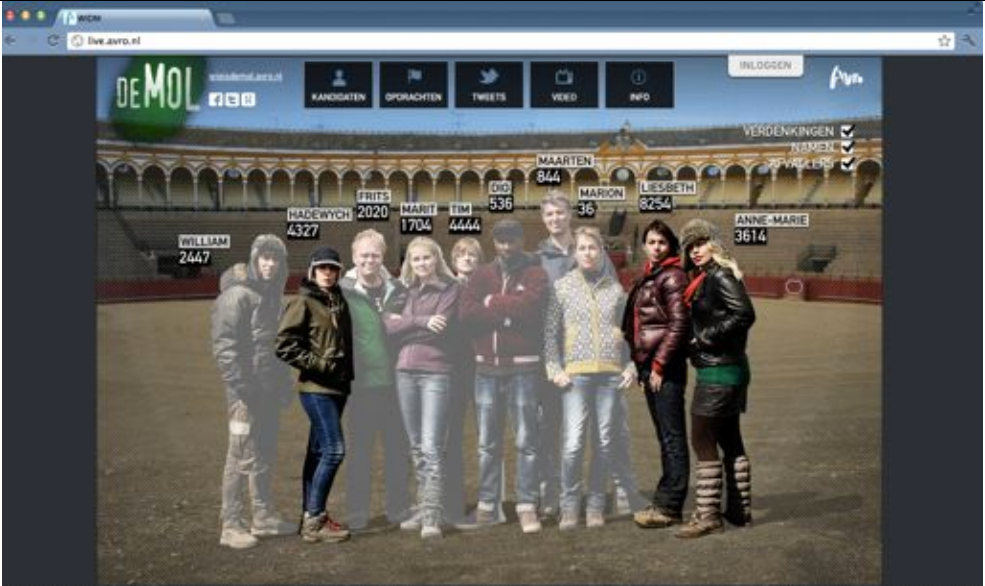
### 4.3.3 Tour de France

Via de Tour de France-app kun je sinds 2010 op je mobiel en via je tablet realtime verslagen bekijken, dataklasseringen bekijken en achtergrondinformatie over de renners opvragen. Deze app is bereikbaar via het web en zodoende op alle platformen te gebruiken. Voor degenen die niet in de gelegenheid zijn de Tour de France te kijken biedt de app de mogelijkheid op de hoogte te blijven van de koers. Voor 2010 is er ge-experimenteerd met native apps.

<b>Naam:</b>	<b>Tour de France</b>
<b>Beschrijving:</b>	Met de Tour de France-app kun je op je mobiel en tablet realtime verslagen en dataklasseringen bekijken. Daarnaast kan je achtergrondinformatie over de renners opvragen.
<b>Platform:</b>	Web app - Alle platformen
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Informatievoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veel meer informatie beschikbaar dan dat er op de TV mogelijk is.</li> <li>• Schematische weergave ter ondersteuning van de live verslaggeving op TV.</li> <li>• Real-time statistieken en koersinformatie over alle renners.</li> <li>• Webapp dus platform onafhankelijk</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Als webapp niet aanwezig op het applicatiescherm van de mobiele telefoon.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Via de webapplicatie zijn de statistieken en extra informatie, die tijdens de live-uitzending niet op de TV vertoont worden, wel beschikbaar op het tweede scherm.
<b>Afbeelding:</b>	


#### 4.3.4 Wie is de Mol?

Wie is de Mol? is een avontuurlijk spelprogramma waarbij een team van bekende Nederlanders opdrachten uitvoert in het buitenland en jaagt op de mol die mee doet. Met de app kun je raden wie de mol is, scores zien van wat de andere kandidaten en medespelers hebben gestemd, delen via social media, statistieken bekijken, tweets bekijken en de opdrachten bekijken.

<b>Naam:</b>	<b>Wie is de Mol?</b>
<b>Beschrijving:</b>	Wie is de Mol? is een avontuurlijk spelprogramma waarbij een team van bekende Nederlanders opdrachten uitvoert in het buitenland en jaagt op de mol die mee doet.
<b>Platform:</b>	Web app - Alle platformen
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Game
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De AVRO zendt het televisieprogramma ook uit via live.avro.nl</li> <li>• De uitzending is ook live te bekijken als je in het buitenland zit</li> <li>• Extra informatie over de deelnemers en opdrachten</li> <li>• Via live.avro.nl direct je gedachten over Wie is de Mol delen met anderen via social media</li> <li>• Als webapp niet aanwezig op het applicatiescherm van de mobiele telefoon.</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registratie nodig</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Belangrijk voor NOSop3 is de achtergrondinformatie en het delen via social media.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>The screenshot shows the 'Wie is de Mol?' website interface. At the top, there are navigation buttons for 'KANDIDATEN', 'OPDRACHTEN', 'TWEETS', 'VEED', and 'INFO'. Below the navigation bar, a group of contestants is shown standing in a stadium. Above each contestant, their name and score are displayed. The scores are: WILLIAM (2447), HADEWYCH (4327), FRITS (2020), MARIT (1704), TIM (4444), DID (536), MARION (36), LIESBETH (3254), and ANNE-MARIE (3614). The website also features a 'WILDOGEN' button and a 'VERDIENKINGEN' section with 'NOMEN' and 'OPDRACHTEN' options.</p>

#### 4.3.5 Nationale Wetenschaps quiz / IQ-test

Éénmaal per jaar worden deze twee quizzes op de televisie uitgezonden. Sinds 2011 bestaat er de mogelijkheid voor thuispelers om mee te doen met het spel via apps. Hiervoor bestond al de mogelijkheid om mee te spelen op de laptop, of natuurlijk ouderwets met pen en papier.

<b>Naam:</b>	<b>Nationale Wetenschapsquiz / Nationale IQ-test</b>
<b>Beschrijving:</b>	<p><u>Nationale Wetenschapsquiz:</u> De kijkers thuis kunnen tijdens de uitzending met de laptop of via een app live meespelen.</p> <p><u>Nationale IQ-test:</u> Tijdens de Nationale IQ test speel je live mee met je laptop, smartphone of iPad.</p>
<b>Platform:</b>	Web- en native app - Alle platformen
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Game
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De app is buiten de uitzending ook te gebruiken</li> <li>• Betreft de kijkers bij programma</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registratie werkt drempelverhogend</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voor NOSop3 is het meespeel-element, het delen van scores met je vrienden en de statistieken belangrijk.
<b>Afbeelding:</b>	

#### 4.3.6 Heineken Star Player

Een applicatie voor voetbaluitzendingen. Via de iPhone en tablet kun je situaties voorspellen, spelen met vrienden en meedoen met een quiz.

Verder is er achtergrondinformatie over de spelers en locatie beschikbaar.

<b>Naam:</b>	<b>Heineke Star Player</b>
<b>Beschrijving:</b>	Een applicatie voor voetbaluitzendingen. Via de iPhone en tablet kun je situaties voorspellen, spelen met vrienden en meedoen met een quiz. Verder is er achtergrondinformatie over de spelers en locatie beschikbaar.
<b>Platform:</b>	Native app - iPhone / iPad
<b>Kosten:</b>	gratis
<b>Soort toepassing</b>	Game
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voetbalwedstrijden voorspellen</li> <li>• Creëer je eigen competitie en neem het op tegen je vrienden</li> <li>• Meedoen met een quiz</li> <li>• Achtergrondinformatie over speler en locaties</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Je moet minstens 17 jaar zijn om de app te downloaden</li> <li>• Je moet een sterke Wifi / 3G connectie hebben.</li> <li>• Je iPhone batterij moet goed opgeladen zijn</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voor NOSop3 is het meedoen met de quiz en de achtergrondinformatie interessant.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(Heineken Star Player, <a href="http://www.constagiousmagazine.com">www.constagiousmagazine.com</a>, 2011)</p>




#### 4.3.7 VPRO Zomergasten

VPRO Zomergasten is een praatprogramma waarin Rick Felderhof met verschillende BN'ers naar zijn villa vertrekt om het leven te bespreken. Via de tablet kun je fragmenten bekijken en berichten plaatsen. Daarnaast is er extra informatie over de gasten te vinden.

<b>Naam:</b>	<b>VPRO Zomergasten</b>
<b>Beschrijving:</b>	Via de tablet kun je fragmenten bekijken en berichten plaatsen. Daarnaast is er extra informatie over de gasten te vinden.
<b>Platform:</b>	Alle platformen
<b>Kosten:</b>	Web app - gratis
<b>Soort toepassing</b>	Discussieplatform, informatievoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extra informatie zien over de gast en onderwerp tijdens de uitzending</li> <li>• Live reageren op Twitter op de uitzending</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Als webapp niet aanwezig op het applicatiescherm van de mobiele telefoon.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voor NOSop3 is het interessant dat je extra informatie kan bekijken en dat je live kan Twitteren over het programma.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(www.angrybytes.nl 2011)</p>

#### 4.3.8 The winner is...

The winner is, is een talentenjacht op SBS6. Hier is te voorspellen welke kandidaat naar de volgende ronde gaat en hier kan je punten mee winnen. Daarnaast is er meer nieuws, video's, foto's en achtergrond informatie over de kandidaten beschikbaar.

<b>Naam:</b>	<b>The Winner is...</b>
<b>Beschrijving:</b>	The winner is, is een talentenjacht op SBS6. Binnen de app kun je voorspellen welke kandidaat naar de volgende ronde gaat en hier kan je punten mee winnen. Daarnaast is er nieuws, video's, foto's en achtergrond informatie over de kandidaten beschikbaar.
<b>Platform:</b>	Web app - Alle platformen
<b>Kosten:</b>	gratis
<b>Soort toepassing</b>	Programma/brandingplatform
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrokkenheid door stemmen</li> <li>• Incentive om mee te spelen in de vorm van prijzen</li> <li>• Voorziet in informatie wat betrokkenheid stimuleert</li> <li>• Social Media-koppeling</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Als webapp niet aanwezig op het applicatiescherm van de mobiele telefoon.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voor NOSop3 is de achtergrond informatie interessant.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(<a href="http://www.thewinneris.nl/speel-mee">http://www.thewinneris.nl/speel-mee</a>)</p>



#### 4.3.9 Villasquare

Villasquare is een talkshow in België. Er ontstaat hier interactie tussen de kijkers en presentatoren, redactie en kijkers en de kijkers onderling en hun social media (Facebook en Twitter). Opvallend is hier dat uit onderzoek is gekomen dat de gebruikers wel invloed willen hebben op het programma maar geen behoefte hebben aan een discussieplatform.

<b>Naam:</b>	<b>Villasquare</b>
<b>Beschrijving:</b>	Villasquare is een talkshow in België. Er ontstaat hier interactie tussen de kijkers en presentatoren, redactie en kijkers en de kijkers onderling en hun social media (Facebook en Twitter). Opvallend is hier dat uit onderzoek is gekomen dat de gebruikers wel invloed willen hebben op het programma maar geen behoefte hebben aan een discussieplatform.
<b>Platform:</b>	Web-app - Alle platformen
<b>Kosten:</b>	gratis
<b>Soort toepassing</b>	Discussieplatform
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social media-koppeling</li> <li>• Betreft kijker bij programma</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inloggen maakt minder laagdrempelig</li> <li>• Behoeftte aan discussieplatform blijkt minimaal</li> <li>• Als webapp niet aanwezig op het applicatiescherm van de mobiele telefoon.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Het delen via social media en de lage behoefte aan discussie van kijkers.
<b>Afbeelding:</b>	<p>(Villasquare evablogt.be)</p>

#### 4.3.10 Germany's Next Top Model

Een televisie programma waarin ze op zoek zijn naar het mooiste en beste topmodel van Duitsland. Via de webapp die bruikbaar is op zowel mobiel en tablet als op de computer kunnen gebruikers mee beoordelen, interactie ontstaat met vrienden, er is een poll en voorspellingen kunnen uitgebracht worden.

<b>Naam:</b>	<b>Germany's Next Top Model</b>
<b>Beschrijving:</b>	GNTM is een televisieprogramma waarin ze op zoek zijn naar het mooiste en beste topmodel van Duitsland. Via de voor zowel tablet als mobiel geoptimaliseerde web-app kunnen gebruikers deelnemers aan het programma beoordelen, clips en programma's terugkijken. Social media-koppelingen verzorgen interactie met vrienden, er worden polls gehouden en voorspellingen kunnen uitgebracht worden.
<b>Platform:</b>	Web app - Alle platformen
<b>Kosten:</b>	gratis
<b>Soort toepassing</b>	Programma/brandingplatform
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betreft kijker bij programma</li> <li>• Social Media-koppeling</li> <li>• Clips en programma's terugkijken vergroot bereik</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clips en programma's verbruiken veel bandbreedte</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voor NOS op3 is de beoordeling en poll interessant.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(Germany's Next Top Model, <a href="http://www.mobilehighlights.de">http://www.mobilehighlights.de</a>)</p>

#### 4.3.11 SnappyTV

Snappy TV is een multi-programma second screen applicatie. Volgens deze website biedt het nieuwsprogramma's de mogelijkheid om online kijkers te vinden en content direct te delen via social media. Interessant is dat SnappyTV de mogelijkheid biedt om clips te knippen en te delen. De applicatie is alleen in Amerika te gebruiken. (Snappy TV)

<b>Naam:</b>	<b>SnappyTV</b>
<b>Beschrijving:</b>	SnappyTV is een multi-programma second screen applicatie dat realtime achtergrondinformatie en social media-koppeling biedt.
<b>Platform:</b>	Alle platformen
<b>Kosten:</b>	gratis
<b>Soort toepassing</b>	Native app
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogelijkheid om online kijkers te vinden</li> <li>• Direct content delen via social media</li> <li>• Video delen</li> <li>• Ook first screen-app door mogelijkheid live te kijken</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inloggen</li> <li>• Alleen verkrijgbaar in Amerika</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voor NOSop3 is het interessant om direct content te delen via social media, live tv kijken op device en video te delen.
<b>Afbeelding:</b>	<p><b>1 See it - Snap it</b> Get instant highlights of shows you are watching. Just hit Snap.</p> <p><b>2 Share it</b> Share the highlights with your friends on Facebook and Twitter. Let them see what everyone is already talking about.</p> <p><b>3 Tune-in</b> Don't miss out on what your friends are watching and talking about.</p>

#### 4.3.12 Galileo

Galileo is een wetenschappelijke quiz die op de Duitse televisie is te zien. Om mee te doen moet je als gebruiker de Junaio-app hebben gedownload op je mobiele-telefoon. Volgens Frank Angermann (Developer Relations and Content Development, Junaio at Metaio GmbH 2012) zijn Galileo en Junaio erg blij met de resultaten. Tijdens de eerste show deden 45.000 gebruikers mee en tijdens de uitzendingen in maart deden 250.000 personen mee. Volgens de website van ProSieben (Galileo-zeitreise) trok Galileo na de eerste aflevering al 1,7 miljoen kijkers, van wie er dus zo'n 45.000 via de app meespeelden. Bij de eerste uitzendingen stond Galileo op nummer 1 van meest getwitterde onderwerpen in Duitsland. Hierdoor schoot het kijkersaandeel van Galileo in de leeftijdscategorie 14-49 jaar met 14% omhoog.

<b>Naam:</b>	<b>Galileo</b>
<b>Beschrijving:</b>	Junaio is een AR-platform. Voor dit platform is een grafische schil ontwikkeld waarmee meespelen met Galileo wordt gefaciliteerd.
<b>Soort toepassing</b>	Native app – Alle platformen
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Techniek:</b>	Schil op AR-platform, game
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vanaf de bank meespelen met de quiz vergroot betrokkenheid</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Speelt zich af op klein scherm in geval van telefoon</li> <li>• Verplicht dicht bij scherm</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Vernieuwende inzet van AR. Betrokkenheid ruim gewaardeerd door kijkers.
<b>Afbeelding:</b>	

#### 4.4 Conclusie Second Screen

Uit bovenstaande voorbeelden zijn verschillende elementen naar voren gekomen die interessant kunnen zijn voor een interactief nieuwsformat van NOSop3. De belangrijkste elementen uit de Second Screen applicaties zijn:

- Real time achtergrondinformatie en relevante twitterberichten overzichtelijk tonen tijdens een tv-uitzending.
- Een tweede scherm is uitermate geschikt om extra informatie te tonen waar tijdens de live-uitzending geen ruimte voor is. (Zoals extra statistieken over de renners in de Tour de France.)
- Het toevoegen van spelelementen om de kijker te binden aan de tv-uitzending.
- Het voorspellen van het nieuws als spelelement.
- Het delen van nieuwsfragmenten en relevante informatie via de verschillende sociale netwerken.
- Een naadloze koppeling tussen de TV en het tweede scherm via augmented reality of audiocues. Zoals gebruikt wordt bij Remotely.tv en Galileo.
- Het gebruik van een tweede scherm zonder de aanwezigheid van een TV, dus als eerste scherm.

## **5 Interactieve nieuwsformats**

### **5.1 Onderzoeksverantwoording Interactieve nieuwsformats**

De resultaten van dit onderzoek leveren een bijdrage aan de kennis over interactieve televisie en de toepassing hiervan op de Nederlandse televisie. Het onderzoek geeft inzicht in de relevantie/meerwaarde die aan de consument wordt geboden en biedt investeerders of marketeers de kans om op basis van de verworven informatie communicatiestrategieën te bedenken.

#### **5.1.1 Desk Research**

Voor dit onderzoek hebben wij gebruik gemaakt van deskresearch. Dit houdt in: het verzamelen, analyseren en interpreteren van gegevens die bruikbaar zijn bij de onderzoeksoopdracht, maar die eerder door andere zijn verzameld. Hiervoor hanteren wij de systematische methode: raadplegen van databases, vakbladen, boeken en het internet. Wij hebben een aantal relevante artikelen gevonden en deze gebruikt voor dit onderzoek.

#### **5.1.2 Probleemstelling**

Op dit moment hebben wij als team nog geen goed beeld van de best practices binnen nieuws-gerelateerde Interactieve televisie. Alvorens we aan de opzet van een format gaan werken is het belangrijk dat wij als team een goed beeld hebben van wat er op dit moment al ten uitvoer is gebracht met betrekking tot interactieve televisie.

#### **5.1.3 Doel**

Het doel is het verkrijgen van informatie met betrekking tot interactieve televisie-formats in zowel binnen- als buitenland, welke als input en/of inspiratie kunnen dienen voor de ontwikkeling van een succesvol interactief televisieformat voor NOSop3.

#### **5.1.4 Onderzoeksdoelstelling**

De onderzoeksdoelstelling is een duidelijk beeld verkrijgen van de wijze waarop interactieve televisie op dit moment wordt ingezet met betrekking tot nieuwsvoorziening.

#### **5.1.5 Onderzoeksvraag**

De volgende onderzoeksvraag is geformuleerd:

Welke interactieve televisie-formats met betrekking tot nieuwsvoorziening worden op dit moment ingezet door nieuwszenders en/of nieuwsprogramma's in zowel binnen- als buitenland?

### **5.1.6 Begrippen**

Binnen dit onderzoek worden er verschillende termen en begrippen gebruikt die wellicht onbekend zijn. Daarom definiëren we hier graag het begrip interactieve televisie.

#### **Definitie interactieve televisie**

Televisiekijken met de toevoeging van computertechniek via devices. Zo wordt het mogelijk om mee te spelen met TV spelletjes, te reageren op discussieprogramma's en keuzes te maken in zenderaanbod.

## **5.2 Onderzoeksresultaten Interactieve nieuwsformats**

In de praktijk wil het nog steeds niet vlotten met het medium interactieve televisie. Met de digitalisering van de kabelnetten is het toekomstperspectief echter positief. Via internet wordt de consument vertrouwd met enkele aantrekkelijke en toegankelijke mogelijkheden, waarvan "uitzending gemist" een populair voorbeeld is. Met interactieve televisie verandert de huidige, statische manier van televisie kijken.

De conventionele manier van televisiekijken houdt in dat de kijker gedwongen wordt af te wachten wat de programmamakers en omroepen op gezette tijden voorschotelen. Met interactieve televisie kan de kijker echter zélf bepalen op welk moment hij naar een bepaald programma kijkt, kan hij zélf kiezen uit verschillende camerastandpunten bij een sportwedstrijd, of actief meedoen met een spelprogramma.

Vergeleken met de Verenigde Staten, is Europa behoorlijk vooruitstrevend op het gebied van interactieve televisie. Volgens analisten heeft Europa met het tweewegteleviesysteem nog steeds een voorsprong op Amerika. In Europa is Groot-Brittannië het meest actief voor wat betreft experimenten met interactieve televisie. De Britse kijker zoekt, bij gebrek aan vaste kabelnetten, zijn toevlucht tot de satelliet. Via de decoder wedden Britten op paardenraces en bepalen bij sportwedstrijden hun eigen, favoriete camerastandpunten. Wij hebben in dit formatonderzoek gekeken naar wat er al gedaan wordt met interactieve televisie op nieuwsprogramma's. We hebben voorbeelden uit zowel Nederland, Engeland, Duitsland en Australië. Daarnaast hebben we geconcludeerd welke punten hiervoor belangrijk zijn voor NOSop3. (Interactief scenario schrijven 2011)

### 5.2.1 RTL Nieuws 365


RTL Nieuws heeft begin 2012 een iPad-applicatie uitgebracht. De app is gebaseerd op een mix van krant en televisie. Je kunt de laatste nieuwsuitzendingen bekijken, exclusieve columns lezen van Rick Nieman, Frits Wester en Albert Verlinde, spelletjes spelen, file-informatie checken en het weerbericht bekijken inclusief Buienradar. De headlines, sport, beursnieuws, video's en zelfs RTL Boulevard zijn onderverdeeld in tabbladen. (RTL Nieuws 2011)

<b>Naam:</b>	<b>RTL Nieuws 365</b>
<b>Beschrijving:</b>	RTL Nieuws 365 is een applicatie waar je onder andere de laatste nieuwsuitzendingen, file-informatie en weerberichten kan bekijken, exclusieve columns kunt lezen en spelletjes kan spelen.
<b>Platform</b>	Native app - iPad
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Informatie- /nieuwsvoorziening en entertainment
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laatste nieuwsuitzending overal beschikbaar</li> <li>• Door ruime informatievoorziening binding met doelgroep</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RTL Nieuws 365 is alleen voor de iPad ontwikkeld.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	De laatste nieuwsuitzendingen terug kijken.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(RTL Nieuws 365)</p>




### 5.2.2 Nieuwsuur

Nieuwsuur heeft sinds eind 2011 een webapp. De mobiele site bevat informatie over de laatste en de volgende uitzending van Nieuwsuur. De app geeft achtergrondinformatie en om 22.00 uur is het mogelijk om de live-uitzending via de app te bekijken. De volgende ochtend zijn de onderwerpen van de avond daarvoor als losse items terug te kijken. De app is bedoeld om meer achtergrondinformatie beschikbaar te stellen en reageren op onderwerpen en standpunten mogelijk te maken. (NOS weblog 2011)

<b>Naam:</b>	<b>Nieuwsuur</b>
<b>Beschrijving:</b>	Nieuwsuur is een webapplicatie die informatie bevat over de laatste en de volgende uitzending van Nieuwsuur. De app geeft achtergrond informatie, om 22.00 uur is het mogelijk om de uitzending live te bekijken via de app.
<b>Platform</b>	Web app – alle platformen
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Informatie-/ nieuwsvoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Achtergrondinformatie over de items van Nieuwsuur</li> <li>• De uitzending live bekijken op je smartphone, tablet of laptop</li> <li>• Losse items terugkijken</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Slechte vindbaarheid</li> <li>• Als webapp geen aanwezigheid op de mobiele telefoon</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	De uitzending live bekijken op je smartphone, tablet of laptop en achtergrond informatie over de items
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(Nieuwsuur, 2011)</p>

### 5.2.3 BBC News

Meer dan drie miljoen mensen per maand maken gebruik van interactieve TV op BBC News. Bij BBC News wordt er gebruik gemaakt van Connected TV. Het rode-knop principe staat hierbij voorop. Door gebruik te maken van de rode-knop die in verbinding staat met interactieve televisie bestaat de mogelijkheid om te switchen tussen verschillende nieuwsonderwerpen. Er kan gekeken worden naar 'News 24', de headlines, het weer, entertainment, sport etc. (BBC 2011)

<b>Naam:</b>	<b>BBC News</b>
<b>Beschrijving:</b>	BBC News is een applicatie die gebruik maakt van Connected TV. Met de applicatie is het mogelijk om te switchen tussen verschillende nieuwsonderwerpen, kan er naar 'News 24', de headlines, het weer, entertainment, sport etc. gekeken worden. Daarnaast kan je BBC News ook voor je tablet en smartphone gebruiken
<b>Platform</b>	Native app en Connected TV (rode knop)
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Informatie-/ nieuwsvoorziening en entertainment
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor Connected TV kan je gebruik maken van de rode knop en kan je switchen tussen verschillende nieuwsonderwerpen</li> <li>• Je kan kijken naar News 24, de headlines en het weer</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elk platform heeft een andere lay-out</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Nieuwsuitzendingen en de headlines bekijken
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(BBC, 2011)</p>

### 5.2.4 Sky News Active

Sky News Active maakt van Connected TV. Achter de rode knop kun je 24/7 interactief de nieuwsprogramma's bekijken. Er is keuze tussen acht specialistische nieuwskanalen en daartussen kun je makkelijk schakelen. Zodra je bent geabonneerd op Austar, zijn er geen extra kosten en kun je gebruik maken van deze manier van nieuws kijken. (Austar.com Sky News Active 2011)

<b>Naam:</b>	<b>Sky News Active</b>
<b>Beschrijving:</b>	Sky News Active is een applicatie die ook gebruikt van Connected TV. Met de rode knop kan je 24/7 interactief nieuwsprogramma's bekijken. Daarnaast is er een keuze tussen acht specialistische nieuwskanalen en daartussen kun je makkelijk schakelen.
<b>Platform</b>	Connected TV
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Informatie-/ nieuwsvoorziening en entertainment
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 24/7 interactief nieuwsprogramma's bekijken</li> <li>• Vrije keuze in nieuwsrubriek</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Om gebruik te maken van Sky News Active moet je geabonneerd zijn op televisieaanbieder Austar</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	24/7 interactief nieuwsprogramma's bekijken, vrije keuze nieuwsrubriek.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>The screenshot shows the Sky News Active interface. At the top, there are four main categories: SKY NEWS (with a news anchor), HEADLINES (with a 'LIVE' indicator), WEATHER (with a map), and JAMIE NEALE (with a 'REPLAY' indicator). Below these are four more categories: TOP STORY (with a 'SCHOOLBOY SHOT DEAD' headline), IN DEPTH (with a man speaking), SHOWBIZ (with a woman's face), and SPORT (with a 'BREAKING NEWS' indicator). At the bottom, there is a navigation bar with eight buttons: 1 FRONT PAGE, 2 NEWS, 3 SPORT, 4 SHOWBIZ, 5 BUSINESS, 6 MONEY, 7 WEATHER, and 8 LOTTERY. Below the navigation bar are four interactive options: Vote, Msg Us, Read Msg, and Sky Active. At the very bottom, there is a Sky News logo, the time 12:55, and a prompt: 'SELECT for full screen video / 2 - 8 for text'.</p>
	( <a href="http://paultrow.com">http://paultrow.com</a> , 2011)

### 5.2.5 Heute Journal Plus

Heute Journal Plus maakt gebruik van internet op televisie en biedt video-on-demand via HbbTV. Met veel achtergrondinformatie, foto's, actueel nieuws en inzicht in het werk van de makers. Veel vragen van ZDF-kijkers passen niet binnen de 30 minuten zendtijd, vandaar dat via de web-app veel meer informatie wordt aangeboden. Onder de symbolen Video, Internet Link, Explanatory Graphics, Social Networks en Sleutelgat sorteert de redactie elk element van het programma om aanvullende informatie te geven. Op het moment dat één van deze elementen relevant zijn, knippert het bijbehorende pictogram kort tijdens de show. De kijker kan eenvoudig via de afstandsbediening beslissen of hij meer wil weten over het onderwerp en zich even los scheurt uit de show of dat hij de show gewoon volgt en eventueel op een later tijdstip de extra informatie volgt. (ZDF – unternehmen 2011)

<b>Naam:</b>	<b>Heute Journal Plus</b>
<b>Beschrijving:</b>	Heute Journal Plus maakt gebruik van internet op televisie en biedt video-on-demand via HbbTV. Met veel achtergrondinformatie, foto's, actueel nieuws en inzicht in het werk van de makers.
<b>Platform</b>	Connected TV en web app
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Informatie-/ nieuwsvoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Video-on-demand via HbbTV</li> <li>• Achtergrondinformatie over de items</li> <li>• Foto's, actueel nieuws en inzicht in het werk van de makers bekijken</li> <li>• Vernieuwende, heldere lay-out</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leidt af van programma</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Achtergrondinformatie over de items en video-on-demand
<b>Afbeelding:</b>	 <p>(Heute Journal Plus, ZDF, 2011)</p>

### 5.3 Conclusie Interactieve nieuwsformats

Interactieve televisie zit momenteel in Nederland in een beginstadium vergeleken met landen als Engeland, Duitsland en Australië. De komende jaren wordt echter een sterke groei in Nederland verwacht. TV zenders zullen steeds meer inspelen op de nieuwe mogelijkheden omtrent interactieve televisie. Uit het onderzoek naar interactieve nieuwsformats zijn een aantal interessante elementen naar voren gekomen zoals:

- Een nieuwsplatform zoals RTL365 waar de nieuwsbehoefte van de consument gedurende de hele dag vervuld wordt met de laatste nieuwsuitzendingen, file- en weerberichten en achtergrond informatie. Hierin is de koppeling tussen TV, web en print interessant.
- Live nieuwsuur kijken via de webapplicatie met achtergrond over de verschillende items.
- Via de Connected TV is in Engeland het laatste nieuws van de BBC altijd beschikbaar op de televisie. Tijdens de nieuwsuitzending kan je gemakkelijk switchen tussen de verschillende newsitems. Vergelijkbaar aanbod wordt door Sky News in Australië aangeboden.
- De Duitse publieke omroep ZDF biedt met het Heute Journal Plus tijdens de uitzending extra informatie aan op zowel de Connected TV als op een Second Screen applicatie.

## **6 Gamification of the News**

### **6.1 Onderzoeksoptzet crossmediaal interactieonderzoek**

In dit onderzoek gaan we in op de trend 'gamification of the news' waarbij steeds meer spelelementen worden toegevoegd aan de verslaggeving van het nieuws. Het onderzoek geeft naast enkele voorbeelden inzicht in de relevantie/meerwaarde die via gamification of the news wordt gecreëerd.

#### **6.1.1 Onderzoeksmethode – Desk Research**

Voor dit onderzoek hebben wij gebruik gemaakt van deskresearch. Dit houdt in: het verzamelen, analyseren en interpreteren van gegevens die bruikbaar zijn bij de onderzoeksoopdracht, maar die eerder door andere zijn verzameld. Hiervoor hanteren wij de volgende zoekstrategie:  
Systematische methode: raadplegen van databases, vakbladen, boeken en het internet. Wij hebben een aantal relevante artikelen gevonden en deze gebruikt voor dit onderzoek.

#### **6.1.2 Probleemstelling**

We zijn onvoldoende op de hoogte van de nieuwe mogelijkheden binnen gamification of the news. Zonder verkenning van de mogelijkheden hebben we geen duidelijke input voor tijdens de conceptfase.

#### **6.1.3 Onderzoeksvraag**

Welke nieuwszenders gebruiken gamification om hun nieuwsaanbod te verrijken?

#### **Deelvraag**

Welke spelelementen worden er toegevoegd aan het nieuwsaanbod?

#### **6.1.4 Begrippen**

Binnen dit onderzoek worden er verschillende termen en begrippen gebruikt die wellicht onbekend zijn. Daarom definiëren we hieronder de belangrijkste begrippen.

##### **Definitie gamification**

Gamification is het gebruik van spelelementen voor het stimuleren van speelgedrag binnen spelneutrale omgevingen.

- **Het gebruik van spelelementen**  
Het gebruik van bepaalde elementen uit games zoals speldynamica en -mechaniek, achterliggende principes uit spelontwerpen, de psychologie achter games en andere aspecten uit gaming.
- **Stimuleren van speelgedrag**  
Hierbij gaat het om de gevoelens en gedragingen die games kunnen oproepen bij de speler, zoals betrokkenheid, samenwerking, fanatisme, verslaving, interactie, competitie, leren etc.
- **Spelneutrale omgevingen**  
Het gaat dus niet om het spelen van spelsimulaties, serious games, managementgames etc. Het gaat er juist om dat er elementen uit games worden ingezet in 'gewone' omgevingen. Hierbij kun je denken aan werk, opleiding, gezondheid, sport, communities, burgerparticipatie, etc. (Frankwatching, 2011)

##### **Definitie gamification of the news**

Het toevoegen van spelelementen binnen de publicatie van het nieuws.

##### **Definitie Badges**

Digitale badge die een bepaalde status/rang aangeeft. Je kan het zien als een soort medaille die je verdient na het lezen van een bepaald artikel of het uitvoeren van een bepaalde opdracht.

## **6.2 Resultaten gamification of the news**

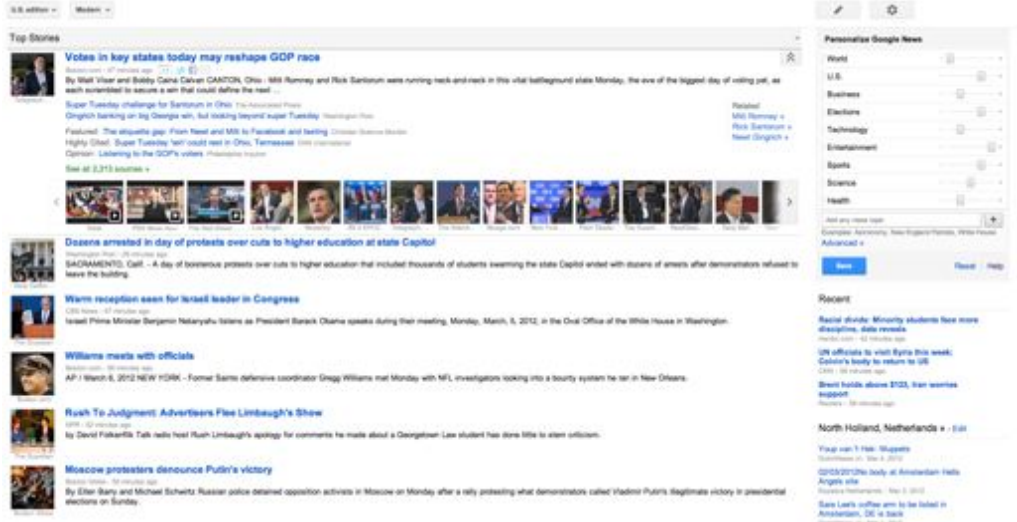
Gamification, is gebruik maken van speelelementen in niet-game-toepassingen, Bij gamification of the news worden speelelementen aan het nieuws toegevoegd om het aantrekkelijker, socialer en leuker te maken. Gamification is een snel groeiende trend binnen de web- en mobiele technologie. Waardoor is gamification zo succesvol? Het belangrijkste is motivatie, de toegevoegde speelelementen zijn een belangrijke drijfveer voor de gebruikers om terug te komen. Kortom gamification motiveert de gebruikers om verder te lezen, commentaar te geven of om mee te doen aan acties.

### **6.2.1 Google News**

Google News belooft je leesgedrag met badges. Als je veel over basketbal leest kun je een basketbal badge veroveren. Elke badge heeft tevens verschillende niveaus (brons, zilver, goud, platina en ultimate), afhankelijk van hoeveel je over dat onderwerp leest. Badges zijn momenteel alleen beschikbaar op de Amerikaanse versie van Google News.

Badges zijn standaard afgeschermd van anderen, maar ze zijn ook met vrienden te delen. Dat wordt dan natuurlijk weer gekoppeld is aan Google+ dat is immers waar je Google vrienden zich nu bevinden. Als de badges een succes blijken belooft Google het systeem verder uit te rollen. Naast de badges update breidt Google de mogelijkheden om het nieuws te personaliseren uit. Zo kun je met “News for you” per onderwerp aangeven hoe belangrijk je het onderwerp vindt, en op basis daarvan zal het nieuwsaanbod worden aangepast.




<b>Naam:</b>	<b>Google News</b>
<b>Beschrijving:</b>	Uitgebreide up-to-date berichtgeving, verzameld uit bronnen vanuit de hele wereld door Google Nieuws.
<b>Platform</b>	Web app – alle platformen, Android app.
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Nieuwsportal, informatievoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gepersonaliseerd nieuws</li> <li>• Badges die motiveren om meer te lezen.</li> <li>• Sociale koppeling met Google+</li> <li>• Uitgebreide up-to-date verzameling van al het nieuws.</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oppervlakkig nieuws, weinig achtergrond.</li> <li>• Directe koppeling met Facebook en Twitter ontbreekt.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	De gebruiker kan per thema aangeven hoeveel nieuws er over dat thema binnengehaald moet worden. Badges motiveren om meer te lezen en vaker terug te komen.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>The screenshot shows the Google News interface. At the top, there are navigation options for 'U.S. edition' and 'Mobile'. Below this is a 'Top Stories' section with several news items, each featuring a small image and a headline. The first headline is 'Votes in key states today may reshape GOP race'. Other headlines include 'Dozens arrested in day of protests over cuts to higher education at state Capitol', 'Warm reception seen for Israeli leader in Congress', 'Williams meets with officials', 'Rush To Judgment: Advertisers Flee Limbaugh's Show', and 'Moscow protesters denounce Putin's victory'. On the right side, there is a 'Personalize Google News' sidebar with various categories like 'U.S.', 'Business', 'Elections', 'Technology', 'Entertainment', 'Sports', 'Science', and 'Health'. At the bottom of the screenshot, the URL 'http://news.google.com/news?ned=us&amp;pz=1&amp;zx=cxqbaatz5xkj' is visible.</p> <p><a href="http://news.google.com/news?ned=us&amp;pz=1&amp;zx=cxqbaatz5xkj">http://news.google.com/news?ned=us&amp;pz=1&amp;zx=cxqbaatz5xkj</a></p>

### 6.2.2 Mashable

Een van de grootste en meest gevolgde online nieuwsportalen op het web is Mashable.com. Het werkt ongeveer hetzelfde als Google News, alleen kan je bij Mashable ook het nieuws via Facebook en Twitter volgen, delen en becommentariëren. 'Mashable follow' is een gepersonaliseerde laag over hun blog, die je in staat stelt je eigen homepage te bepalen op basis van topics die je volgt. Je volgt de onderwerpen waar je interesse naar uit gaat en laat de minder boeiende onderwerpen links liggen.

Gamification elementen zitten hem tevens in het behalen van badges. Het volgen van onderwerpen en het lezen van artikelen wordt beloond met badges van het gelezen onderwerp. Op die manier probeer je een kenner op een bepaald gebied te worden. Je streeft er op die manier naar om je profiel '100% te maken.'

"Buiten het koppelen van en delen op de gangbare sociale netwerksites kun je nu ook M-sharen, waarbij je een artikel deelt binnen je eigen Mashable netwerk, eventueel aangevuld met de gebruikelijke socials. Dat eigen Mashable netwerk bestaat uit mensen die je kunt volgen en waarvan de activiteit in je timeline zichtbaar wordt. Dit is uitgebreid met 'recommended for you' en 'topics to follow' lijstjes, voor topics én mensen dus. Door dit ook met gebruikers te doen wordt de nieuwssite waar je toch al dagelijks komt een mooie ontmoetingsplek voor gelijkgestemden. In de hoofdnavigatie is naast het Mashable logo een rits aan nieuwe buttons komen te staan. Bijvoorbeeld 'My Stories' voor je persoonlijk gefilterde nieuwslijst, en 'Activity' om je Mashable netwerk op de voet te kunnen volgen. In je timeline en bij vrijwel alle activiteiten kun je comments achterlaten." (Marketingfacts 2011)

<b>Naam:</b>	<b>Mashable</b>
<b>Beschrijving:</b>	Een van de grootste en meest gevolgde online nieuwsportals op het web, voornamelijk gericht op technologie en nieuwe media.
<b>Platform</b>	Web app, iPhone & Android native app, alle platformen
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Nieuwsportal, informatievoorziening
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mashable follow, gepersonaliseerde laag over hun blog.</li> <li>• Badges te verdienen bij het lezen van bepaalde artikelen.</li> <li>• Gemakkelijk te delen met Facebook, Twitter en later terug te lezen via Instapaper.</li> <li>• Interessante 'recommended for you' en 'topics to follow' lijstjes.</li> <li>• M-sharen, eigen netwerk voor gelijkgestemden.</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Te veel content binnen te veel onderwerpen, weinig overzicht.</li> </ul>
<b>Interessant voor NOS:</b>	Gepersonaliseerd nieuws op basis van de interesses en voorkeuren van de gebruiker.
<b>Afbeelding:</b>	 <p>Bron: <a href="http://mashable.com/">http://mashable.com/</a></p>

### 6.2.3 Huff Post Social Media

Op Huff Post Social Media, kan je ook je eigen nieuws samenstellen. Je kunt interessante personen volgen, nieuwsitems delen en reageren op de berichten. Daarnaast is er bij Huff Post een spelelement toegevoegd. Je kunt het nieuws voorspellen. Wekelijks zijn er 15 tot 20 vragen waarvan je kunt voorspellen of deze waar of niet waar zijn. Vragen als 'Zal Barack Obama opnieuw als president gekozen worden in 2012?' of 'Zal Julian Assange worden aangeklaagd?' zijn voorbeelden hiervan.

<b>Naam:</b>	<b>Huff Post Social Media</b>
<b>Beschrijving:</b>	Groot Amerikaanse nieuwsportal. Naast het personaliseren van het nieuws kan je via <a href="http://www.huffingtonpost.com/predict-the-news/">http://www.huffingtonpost.com/predict-the-news/</a> het nieuws voorspellen.
<b>Platform</b>	Web app – alle platformen, Android & iPhone app.
<b>Kosten:</b>	Gratis
<b>Soort toepassing</b>	Nieuwsportal, informatievoorziening, game
<b>Pluspunten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gepersonaliseerd nieuws</li> <li>• Gemakkelijk interessante personen en bloggers volgen.</li> <li>• Sociale koppeling met alle gangbare sociale media.</li> <li>• Gamification ingezet bij het voorspellen van het nieuws.</li> </ul>
<b>Minpunten:</b>	
<b>Interessant voor NOS:</b>	Voorspellen van het nieuws als spelelement toegevoegd.
<b>Afbeelding:</b>	 <p><a href="http://www.huffingtonpost.com/predict-the-news/">http://www.huffingtonpost.com/predict-the-news/</a></p>

### **6.3 Conclusie gamification of the news**

Gamification of the news is een interessante trend, we zien mogelijkheden om spelelementen toe te voegen binnen ons concept. Over het algemeen verhogen deze spelelementen de betrokkenheid van de gebruiker. Daarnaast motiveert het de gebruiker om bepaalde (inter)acties aan te gaan. Wij zien het meeste in de volgende gamificationelementen

- Gepersonaliseerd nieuws, op basis van je locatie, interesses, voorkeuren, vrienden en invloedrijke personen.
- De sociale koppeling met vrienden en gelijkgestemden.
- Elementen zoals het voorspellen, aandragen en zelf samenstellen van het nieuws.

## **7 Crossmediaal interactieonderzoek NOSop3**

### **7.1 Onderzoeksoopzet crossmediaal interactieonderzoek**

#### **7.1.1 Probleemstelling**

NOSop3 bereikt zijn publiek via verschillende media: radio, televisie, web en de online social area's. Op deze media wordt met regelmaat oproep gedaan tot actie, of wordt verwezen naar achtergrond informatie op de website. Voor elk afzonderlijk medium zijn de gebruikersgegevens en mate van interactie bekend. Maar we weten momenteel niet hoe de verschillende media zich tot elkaar verhouden.

#### **7.1.2 Doel**

Het doel is inzicht krijgen in de wisselwerking die bestaat tussen de verschillende media die door NOSop3 worden ingezet en de invloed van call-to-actions.

#### **7.1.3 Onderzoeksmethode**

Om het onderzoek uitvoerbaar te houden hebben we besloten om ons te richten op één onderwerp van woensdag 22 februari 2012. Namelijk de afgekeurde diploma's op de hogeschool Windesheim. Voor dit onderwerp is gekozen omdat het veel ophef veroorzaakte en derhalve op alle mediatypen is uitgezonden. Daarnaast veroorzaken dit soort berichten door die ophef verhoogde activiteit op de verscheidene online social area's, zodat we de crossmediale interactie het beste in kaart kunnen brengen.

We verzamelen met terugwerkende kracht de gegevens van de verschillende media.

- Twitter
- Facebook
- Hyves
- De NOSop3 website/ reacties via discussie
- De NOSop3 tv-uitzending
- En de nieuwsbulletins elk uur op de radio (3FM en FunX)

De gegevens leggen we vervolgens over elkaar heen op een tijdlijn, zodat verbanden en verwijzingen tussen deze verschillende media inzichtelijk worden gemaakt. Hierop markeren we de call-to-actions zodat de invloed van deze oproepen meetbaar wordt gemaakt.

#### **7.1.4 Onderzoeksdoelstelling**

Na dit onderzoek willen we inzicht hebben in de invloed van crossmediale call-to-actions, en hoe de interactieve verhoudingen tussen de verschillende media zijn met betrekking tot een bepaald onderwerp gedurende een dag.

#### **7.1.5 Onderzoeksvraag**

Hoeveel interactie is er verspreid op de dag over een bepaald onderwerp, en hoe verhoudt die interactie op de verschillende media zich tot elkaar met betrekking tot dit onderwerp?

Heeft een call-to-action invloed op zowel de website, als op de interactie op de verschillende social area's?

#### **7.1.6 Begrippen**

Binnen dit onderzoek worden er verschillende termen en begrippen gebruikt die wellicht onbekend zijn. Daarom definiëren we hieronder de belangrijkste begrippen.

##### **Definitie Hogeschool Windesheim**

Windesheim werkt als kennisinstelling aan kwalitatief hoger onderwijs, onderzoek en ondernemen. Met ruim 21.500 studenten, duizenden cursisten en 1.769 medewerkers in de vestigingsplaatsen Zwolle, Lelystad en Almere is Windesheim één van de grotere hbo-instellingen in Nederland. (<http://www.windesheim.nl> 2012)

##### **Definitie crossmediaal**

Het verspreiden van dezelfde boodschap via verschillende kanalen. ([www.recruitment-blog.nl/recruitment/recruitment-woordenboek&hellip](http://www.recruitment-blog.nl/recruitment/recruitment-woordenboek&hellip))

##### **Definitie online social area's**

Online social areas (OSA) zijn, zoals de naam al zegt, plekken op het internet waar mensen met elkaar in contact zijn. Het zijn sociale plekken. Voor NOS op 3 zijn er drie belangrijke soorten OSA: eigen accounts op social media, de social media accounts van NOS op 3 en blogs, fora en andere sociale plekken online.

Om persoonlijk contact te onderhouden met de doelgroep is NOS op 3 standaard actief op de volgende Online Social Areas (OSA's): Twitter, Facebook, Hyves en YouTube. NOS op 3 heeft hiervoor speciale accounts opgezet. Daarnaast is NOS op 3 bij relevantie aanwezig op special interest websites, blogs en fora. (uit: handboek NOSop3 ontvangen van Maike Olij)

## 7.2 Resultaten crossmediaal interactieonderzoek

We hebben zoals in de onderzoeksopzet beschreven de crossmediale interactie op woensdag 22 februari 2012 rondom de afgekeurde diploma's van de opleiding journalistiek op Hogeschool Windesheim in kaart gebracht.

De opzet van het onderzoek was om de Twitter, Facebook en Hyves conversaties gedurende woensdag 22 februari 2012 in kaart te brengen en te vergelijken met het websitebezoek van zowel het video-item en het Windesheim artikel op de NOSop3 website. Daarnaast probeerde we verbanden tussen de verslaggeving op de radio en de televisie met de osa's (online social area's) te ontdekken.

Tijdens het onderzoek bleek dat er op Twitter ophef was ontstaan over het onderwerp Windesheim, dit leidde tot 32 tweets die al dan niet 'geretweet' werden of overige reacties op Twitter opleverde. Echter bleef het op Facebook akelig stil en was er geen activiteit op Hyves omtrent dit onderwerp. Momenteel heeft NOSop3 ons alleen het totaal aantal bezoekers van het artikel en het video-item op de website kunnen leveren. Het gaat om 2113 bezoekers van de artikelpagina, het precieze aantal kijkers aan het einde van de dag van het video-item op internet is onduidelijk maar er wordt gesproken over zo'n 385. (bron: Gerard de Kloet, chef NOSop3) Er is dus momenteel niet na te gaan of en op welk moment de reacties op Twitter extra verkeer hebben opgeleverd. Er zijn via Disqus geen reacties op het Windesheim artikel geplaatst op de NOSop3 website. De uurlijkse radio-uitzendingen op 3FM bleken achteraf niet per uur terug te luisteren. Hierdoor ontbreekt het medium radio in onze analyse.

### 7.2.1 Twitterconversatie

Om de Twitterberichten over Windesheim die aan NOSop3 zijn gerelateerd te kunnen achterhalen zijn we begonnen met het verzamelen van de berichten waar zowel het zoekwoord Windesheim als het zoekwoord NOSop3 in voor kwamen. Dit om overige conversaties over Windesheim waar NOSop3 niet de directe aanleiding van is buiten beschouwing te laten. Deze zoekopdracht leverde 32 tweets op. Deze zijn we vervolgens stuk voor stuk gevolgd om vervolg reacties en retweets van deze 32 originele tweets te achterhalen. Tot slot hebben we de verbanden tussen al deze tweets op een tijdslijn in kaart gebracht. Deze tijdslijn hebben we vervolgens digitaal in Prezi nagemaakt. Het resultaat hiervan is te zien op: <http://prezi.com/abfufuzd9qli/copy-of-crossmediaal-interactie-onderzoek-MediaLAB-NOSop3/>



De tijdslijn begint met een bericht van Sjoerd Hartholt, een oud student van de journalistiek opleiding van Windesheim, waarin hij aangeeft later die middag geïnterviewd te worden door TV Oost en de NOS. Vervolgens plaatst Gerard de Kloet, chef NOSop3, een bericht met een link naar het zojuist op de NOSop3 website gepubliceerde artikel over Windesheim. Gedurende de middag reageren enkele studenten van Windesheim met de verbazing dat hun HBO diploma opeens niets waard blijkt te zijn. Iets na 16:00 uur verspreid het nieuws zich snel door berichten van Arno Leblanc, verslaggever bij 3FM & NOSop3, en Bart Jan Cune, nieuwslezer van het NOSop3 nieuws op 3FM. Beide verwijzen naar een zojuist geplaatst artikel op de website van Windesheim zelf. Op deze berichten ontstaat bij verschillende personen ophef omdat er niet duidelijk wordt aangegeven dat het alleen de opleiding journalistiek betreft.

Bart Jan Cune reageert hierop met het volgende:



De kritiek duurt vervolgens voort als andere studenten hierop inhaken. Zo rond 22:00 uur beginnen de eerste verwijzingen en aankondigingen naar de TV uitzending van 22:30. Opvallend feit is dat er tot een minuut voor de uitzending nog gesproken wordt over NOSop3 en Windesheim maar tijdens en na de uitzending blijft het stil omtrent dit onderwerp. Pas de volgende ochtend gaat de conversatie op Twitter door mede door nieuwe informatie die over Windesheim naar buiten komt.

### **7.3 Conclusie crossmediaal interactieonderzoek**

- Op Hyves was geen activiteit op woensdag 22 februari omtrent het onderwerp Windesheim.
- De activiteit op de Facebookpagina van NOSop3 was beperkt tot twee berichten en enkele reacties.
- Op Twitter was er gedurende de hele dag interactie met het onderwerp, er ontstond met name ophef over een onduidelijke titel waardoor het niet duidelijk was dat het alleen om de opleiding journalistiek ging.
- Er zijn geen reacties geplaatst op de NOSop3 website via Disqus.
- Het medium radio ontbreekt in deze analyse.
- Opvallend is dat er tijdens en na de TV-uitzending geen activiteit rondom het onderwerp Windesheim is geweest op de online social area's.
- De gedetailleerde webstatistieken ontbreken waardoor we niet kunnen aantonen wat de invloed van bepaalde Twitterberichten is op het websitebezoek.

### **7.4 Vervolgonderzoek crossmediaal interactieonderzoek**

#### **7.4.1 Aanvulling met gedetailleerde webstatistieken**

Het lijkt ons interessant om het crossmediale interactie onderzoek aan te vullen met de gedetailleerde webstatistieken. Waardoor we van uur tot uur kunnen nagaan hoe het websitebezoek van het Windesheim artikel en het video-item ontwikkeld. Met deze informatie kunnen we tevens de invloed van bepaalde twitterberichten aantonen.

#### **7.4.2 Twittergebruik net voor, tijdens en na de TV-uitzending**

Ten tweede lijkt het ons interessant om een vervolgonderzoek te doen naar het twittergebruik net voor, tijdens en na de TV-uitzending. Het viel ons namelijk op dat de online activiteit tijdens en na de TV-uitzending achterwege bleef.

#### **7.4.3 Vervolg op deze 0-meting tijdens TVLab**

Tot slot kunnen we dit onderzoek zien als een 0-meting. Het is dan ook interessant om dit zelfde onderzoek met een ander relevant onderwerp tijdens TVLab te herhalen om te kijken welke invloed het interactieve nieuws format heeft op de online interactie in vergelijking met een reguliere TV-uitzending.

## 8 Referenties

3vision.TV, [http://www.3vision.TV/opinions\\_12.html](http://www.3vision.TV/opinions_12.html) 22-02-12

Audience Interaction with Augmented Reality for TV-Shows. Geraadpleegd op 10 januari 2012, van;  
[http://webTV.fhstp.ac.at/testsystem/media/uDAYIV\\_Vortrag\\_Kastel\\_5Seiten%20mitBilder.pdf](http://webTV.fhstp.ac.at/testsystem/media/uDAYIV_Vortrag_Kastel_5Seiten%20mitBilder.pdf)

Connected TV: de TV's zelf, Peter Olsthoorn  
Gepubliceerd op: 3 juni 2011  
<http://www.nederland.broadbandTVnews.com/2011/06/03/connected-TV-de-TV%E2%80%99s-zelf/>

Connected TV de nieuwe standaard, Robert-Jan Breeman  
28-06-2011, <http://immovator.nl/connected-TV-de-nieuwe-standaard>

Connected TV heeft de toekomst, Bas Nieuwenhuijsen, gelezen op 15 februari 2012  
[http://spreekbuis.nl/content/2180/Connected\\_TV\\_heeft\\_de\\_toekomst.html](http://spreekbuis.nl/content/2180/Connected_TV_heeft_de_toekomst.html)

Daniel Gelder Commercial Director & Consumer Platform  
Strategy at metaio GmbH

Exmachinegames PlaytoTV. Geraadpleegd op 11 januari 2012, van;  
<http://www.exmachinagames.com/2011/11/playtoTV/>

Eindrapport Villa Square. Geraadpleegd op 11 januari 2012, van;  
<http://www.slideshare.net/vrtMediaLAB/eindrapport-villasquare>

Eerste gebruikscijfers Connected TV, Geschreven door Peter Olsthoorn  
Gepubliceerd op: 11-05-2011  
<http://www.immovator.nl/eerste-gebruikerscijfers-connected-TV>

E-mail:  
Gerard de Kloet (Gerard.de.Kloet@nos.nl, 23 februari 2012.).  
Re: aanpassing verzoek stats

Frankwatching – Gamification: dé nieuwe uitdaging voor organisaties?  
Geraadpleegd op 05 maart 2012, van;  
<http://www.frankwatching.com/archive/2011/11/11/gamification-de-nieuwe-uitdaging-voor-organisaties/>

Frankwatching – Televisie als social network. Geraadpleegd op 11 januari 2012, van;  
<http://www.frankwatching.com/archive/2011/02/22/televisie-als-social-network/>

Frankwatching – Is Nederland klaar voor interactieve televisie. Geraadpleegd op 11 januari 2012, van;  
<http://www.frankwatching.com/archive/2010/12/14/is-nederland-klaar-voor-interactieve-televisie/>

Frank Angermann (Developer Relations and Content Development, Junaio at Metaio GmbH

Germany's Next Topmodel – ExMachinagames. Geraadpleegd op 11 januari 2012, van; <http://www.exmachinagames.com/2011/08/gntm/>

Germany's first augmented reality music video Geraadpleegd op 11 januari 2012, van:  
<http://www.augmentedplanet.com/2011/01/germany%E2%80%99s-first-augmented-reality-music-video>

Gaan televisieomroepen aan Connected TV?  
Gepubliceerd op 24-05-2011  
<http://www.immovator.nl/wat-vinden-televisieomroepen-van-connected-TV>

Generic Work Process, Bas Leurs (Rotterdam University of Applied Sciences)  
geraadpleegd op 20-02-12 <http://project.cmd.hro.nl/cmi/hci/toolkit/>

HbbTV: extra informatie achter je TV-kanaal  
<http://www.immovator.nl/HbbTV-extra-informatie-achter-je-TV-kanaal>  
Bas Nieuwenhuijsen gepubliceerd op 07-02-2012

iMMovator Cross Media Cafe Connected TV (7 februari 2012).  
Presentatie van Barbara Schouten (GfK)  
<http://www.slideshare.net/iMMovator/barbara-schouten-gfk-cmc-connected-TV>

Presentatie Niels Jonkman (Glashart Media) @ MPJC 2011.  
Gepubliceerd op: 28 juni 2011  
Van: [http://www.slideshare.net/iMMovator/presentatie-niels-jonkman-glashart-media?from=ss\\_embed](http://www.slideshare.net/iMMovator/presentatie-niels-jonkman-glashart-media?from=ss_embed)

Interactie scenario schrijven Geraadpleegd op: 23 februari 2012 van:  
[http://intra.iam.hva.nl/content/0708/verdieping2/interactief\\_scenarioschrijven/intro-en-materiaal/Scenarioschrijven-Reader.pdf](http://intra.iam.hva.nl/content/0708/verdieping2/interactief_scenarioschrijven/intro-en-materiaal/Scenarioschrijven-Reader.pdf)

James Tjan, projectleider NOS Nieuwe Media, gesprek gevoerd op 21-02-2012

Marketingfacts Gamification 2011 Geraadpleegd op: 28 februari 2012 van:  
([http://www.marketingfacts.nl/berichten/20110401\\_mashable\\_follow\\_the\\_engaged\\_news\\_community](http://www.marketingfacts.nl/berichten/20110401_mashable_follow_the_engaged_news_community) )

Mediaonderzoek.nl Het nieuwe TV-kijken. Geraadpleegd op: 11 januari 2012, van; <http://www.mediaonderzoek.nl/2067/het-nieuwe-TV-kijken/>

Nederlanders geven 53 miljoen uit aan video on demand  
Geplubliceerd op 12 oktober 2011 09:01 door Erwin Boogert  
<http://www.emerce.nl/nieuws/nederlanders-geven-53-miljoen-uit-video-on-demand>  
Uit onderzoeksgegevens die Maikel Verhaaren van marktonderzoeker GfK

Nos weblog- nieuwsuur Geraadpleegd op: 23 februari 2012 van:  
<http://weblogs.nos.nl/nieuwemedia/2011/04/28/mobiele-site-voor-nieuwsuur-gelanceerd/>

SBS grootste aanbieder VOD in Nederland met Veamer  
dinsdag, 08 november 2011 20:33  
<http://www.luisteronderzoek.nl/nieuws-nieuwe-media-en-techniek/2949-sbs-grootste-aanbieder-vod-in-nederland-met-veamer>

Sky News Active Geraadpleegd op: 23 februari 2012 van:  
<http://www.austar.com.au/TV/support/sky-news-active.aspx>

Sony breidt eigen Connected TV platvorm verder uit  
Geschreven door: Jarco Kriek  
Gepubliceerd op: 22 november 2011  
[http://www.totaalTV.nl/nieuws/7000/Sony\\_breidt\\_eigen\\_connected\\_TV\\_platform\\_verder\\_uit.html](http://www.totaalTV.nl/nieuws/7000/Sony_breidt_eigen_connected_TV_platform_verder_uit.html)

SnappyTV Solutions for news broadcasters. Geraadpleegd op 11 januari 2012, van ; <http://www.snappyTV.com/corp/solutions/news.html>

Telecompaper, dinsdag 26 april 2011 | 15:03 CET,  
<http://www.telecompaper.com/nieuws/telecompaper-potentieel-gebruik-connected-TV-is-30-procent>

Turning the TV into a touch screen with Junaio. Geraadpleegd op 11 januari 2012, van; <http://www.junaio.com/press/releases/2011/turning-the-TV-into-a-touch-screen-with-junaio/>

Uitlegparty: Netflix in Nederland  
door David Lemereis, Bright, 07-03-2011 12:44  
<http://www.bright.nl/uitlegparty-netflix-nederland>

Uitzending Gemist voor connected television  
Geplaatst door Gerald van der Wijngaart op 8 October 2010  
<http://testlab.publiekeomroep.nl/2010/10/08/uitzending-gemist-voor-connected-television/>

Unternehmen – ZDF Geraadpleegd op: 23 februari 2012 van:  
<http://www.unternehmen.zdf.de/index.php?id=72&artid=485&backpid=161&cHash=554af9a1fd> )

<http://www.veamer.nl>  
Geraadpleegd op 17 februari 2012

VIERA Cast - Panasonic en on-line content partners luiden nieuw tijdperk in van internet entertainment  
Geraadpleegd op: 15 februari 2012  
[http://www.panasonic.nl/html/nl\\_NL/127805/index.html](http://www.panasonic.nl/html/nl_NL/127805/index.html)

Volkskrant (2011) - Bang en risicoloos programmeren leidt tot übersaai TV-seizoen. Geraadpleegd op 11 januari 2012.

Volkskrant (2012) – Je bent jong en je wil wat nieuws. Geraadpleegd op 16 februari 2012, pagina 12, 13.

Windesheim, <http://www.windesheim.nl/nl-nl/over-windesheim/>.  
Geraadpleegd op 8 maart 2012.