



Evaluatie retourpremie koelvries apparatuur 2022

15 juli 2023

Project Evaluatie retourpremie koelvries apparatuur 2022

Document Evaluatie rapport
Status Definitief
Datum 15 juli 2023
Referentie

Projectcode KV-retour2022

Auteur(s) ir. R.J.J. Eijsbouts
Gecontroleerd door drs. J.D. Vlak

Adres Stichting OPEN
Baron de Coubertinlaan 7
2719 EN ZOETERMEER
+31 79 7600 610
www.stichting-open.org

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING	5
2	PLAN VAN AANPAK EN UITVOERING	7
2.1	Doelstellingen	7
2.2	Origineel PvA	7
2.3	PR/ Consumentencampagne en ondersteunende materialen	8
2.4	Cashback procedure: de feitelijke uitbetaling van de koelvries retourpremie	12
3	RESULTATEN	13
3.1	Inzamelresultaat koelvries apparatuur	13
3.2	Bereik campagne	15
3.3	Meting kennisniveau duurzaamheid (exPRtease/ Panelwizard Direct)	17
3.4	Bereik parallelle campagne Urgenda	18
3.5	Bereik free publicity	18
3.6	Waardering campagne (tracking Motivaction)	19
3.7	Resumé	20
4	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	21
4.1	Conclusies	21
4.2	Aanbevelingen	21
	Laatste pagina	22
	Bijlage(n)	Aantal pagina's
I	Mediaplan incl. inkoop communicatiekanalen en radio-uitzendschema	47
II	Campagne statistieken mediabereik	29
III	Kennisonderzoek exPRtease/ Panelwizard direct	36
IV	Resultaten Urgenda campagne	3
V	Evaluatie campagnewaardering Motivaction	15

1

INLEIDING

Namens de gezamenlijke producenten voor koelvries apparatuur (APPLiA, ANStEC) heeft Stichting OPEN in 2022 een eenmalige, landelijke inzamelactie voor koelvries apparatuur uitgevoerd in samenwerking met de verenigde retailorganisaties (Techniek Nederland, RND, Thuiswinkel.org, INRetail) en Urgenda. Deze landelijke inzamelactie komt voort uit het 40 puntenplan dat Urgenda heeft opgesteld, een handreiking die is aangeboden aan het kabinet met maatregelen om de CO₂ uitstoot in Nederland te verminderen. Hierop volgend heeft het kabinet maatregelen bekend gemaakt waarin maatregelen van Urgenda zijn overgenomen. Ten aanzien van de maatregel "Retourpremie koel- en vrieskasten" heeft de toenmalige minister van EZK Wiebes in een brief aan de Tweede Kamer (24 april 2020) gesteld:

"De maatregel ziet toe op het verzamelen en recyclen van oude koel- en vrieskasten met toepassing van een retourpremie van minimaal 35 euro per oude koel- of vrieskast. Wanneer een nieuw en energiezuinig apparaat wordt aangeschaft en een oud (al dan niet werkend) apparaat wordt ingeleverd, wordt een financiële tegemoetkoming verkregen als korting op het nieuwe apparaat."

Door de coronapandemie, waarbij Nederland in 2020 en 2021 op meerdere periodes in lockdown is geweest, is de actie niet direct gestart, maar uitgevoerd in mei-juni van 2022 met een uitloop naar 1 oktober 2022 voor het inleveren van de oude apparaten.

Bij het denken over circulariteit en het correct inleveren van afgedankte apparaten en ook andere afvalstromen, worden retoursystemen¹ of beloningssystemen vaak genoemd als mogelijkheid om het gewenste gedrag te sturen naar een correcte inzameling en hoogwaardige verwerken in overeenstemming met de kwaliteitsstandaard voor verwerking CENELEC². De koelvries retouractie is ontwikkeld om via een extra incentive (retourpremie) twee effecten gelijktijdig te bereiken:

- 1) Het promoten van de verkoop van extra energiezuinige koel- en vriesapparatuur ten gunst van minder energiezuinige koel- en vriesapparatuur;
- 2) Het correct afdanken van de oude koel- en vriesapparatuur zodat een veilige vernietiging van Cfk's en andere koelmiddelen, inclusief de isolatie (purschuim) mogelijk wordt gemaakt door deze apparaten via een gesloten inzamelsysteem aan te bieden bij een CENELEC-gecertificeerde verwerker voor koel- en vrieskasten.

De uitgevoerde actie heeft niet alleen een duidelijk omschreven doel voor koel- en vrieskasten, maar kan ook inzichten opleveren voor het verbeteren van de inzameling van andere producten of andere sectoren, waar de correcte inlevering van producten problemen oplevert en een

¹ Voor kort cyclische producten zoals flessen wordt vaak gewerkt met een statiegeld regeling, waarbij de consument vooraf statiegeld betaalt en dit achteraf – bij het inleveren van flessen – retour ontvangt. Door het geringe bedrag en de korte omloopsnelheid (enkele weken) blijven de administratieve lasten beperkt.

² Comité Européen de Normalisation Electrotechnique. CENELEC, opgericht in 1973, is een standaardiseringcomité voor elektrotechnische standaarden. CENELEC is verantwoordelijk voor Europese standaardisering in het domein van de elektrotechniek. Samen met de ETSI en CEN vormt CENELEC het Europese systeem voor technische standaarden.

retourpremie zou kunnen worden overwogen. Dit evaluatierapport geeft daarom niet alleen de uitgangspunten en bereikte resultaten voor de koelvries retourpremieactie, maar ook conclusies en aanbevelingen voor toekomstige initiatieven.

2

PLAN VAN AANPAK EN UITVOERING

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de projectdoelstellingen, het originele Plan van Aanpak (hierna origineel PvA) wat de basis is geweest voor het offertetraject om tot een deskundig communicatiebureau te komen, de actualisatie van het PvA (hierna actueel PvA) via de uitwerking in het offerteplan en bijbehorende Mediaplan van de winnende inschrijver en tot slot de uitvoering van de koelvries retouractie.

2.1 Doelstellingen

In afstemming met APPLiA/ ANStEC en Urgenda en volgend op de Kamerbrief zijn in volgorde van belangrijkheid de volgende doelen bepaald:

- 1) CO₂ reductie: het informeren van consumenten dat nieuwe koelvries apparatuur veel energiezuiniger¹ is dan oude koelvries apparatuur als een van de Urgenda maatregelen;
- 2) Het stimuleren van de verkoop van energiezuinige koelvries apparatuur ten koste van de verkoop van minder zuinige koelvries apparatuur. Aangezien energiebesparing voorop staat, is de retourpremie gekoppeld aan de nieuwe energie labels A, B, C en D. De labels E, F en G zijn buiten beschouwing te laten;
- 3) Het van de markt halen van de oude, onzuinige koelvries apparatuur om deze verantwoord en op de juiste plek te laten verwerken in overeenstemming met CENELEC, waarmee de actie bedraagt aan de klimaatdoelstellingen en de doelstellingen van Stichting OPEN zoals vastgelegd in het Actieplan 65%.

2.2 Origineel PvA

Op basis van de bovengenoemde doelen is een origineel PvA opgesteld met de volgende hoofdactiviteiten:

- a) PR/ Consumentencampagne
- b) Ondersteunende materialen voor producenten en retailers t.b.v. consumentenbenadering
- c) Feitelijke cashback procedure voor het uitkeren van de retourpremie
- d) Inzamelen en verwerken van afgedankte koelvries apparatuur
- e) Subsidie aanvraag, toekenning en afronding
- f) Accountability: rapportage en verantwoording

¹ Sinds 1 maart 2021 wordt een nieuw energielabel gehanteerd, die loopt van energielabel A (zuinigst) t/m energielabel G (minst zuinig). Het "oude" A+++ label komt overeen met een C label nieuwe stijl.

Naast de afstemming over de hoofddoelen met de diverse stakeholders, is het originele PvA gebruikt als basis voor het aanbestedingstraject voor de selectie van een deskundig communicatiebureau. Het winnende communicatiebureau heeft haar eigen deskundigheid ingebracht ter verbetering van het originele PvA inclusief een bijbehorend Mediaplan (zie verder).

Ten aanzien van activiteit D zijn met de inzamelpartners afspraken gemaakt over de logistiek en aansluitend de verwerking. Alle ingeleverde koelvries apparaten zijn via de milieustraten of via de retailers binnen het netwerk van Stichting OPEN vervoerd naar sorteerlocaties en vandaar uit doorgezet naar de CENELEC verwerkers te weten Coolrec (Dordrecht) of Enviprotect (Duitsland). Hier is de koelvries apparatuur gerecycled voor grondstoffen en zijn Cfk's en andere schadelijke stoffen vernietigd. De werkzaamheden zijn uitgevoerd op kosten van Stichting OPEN, die zijn gedekt via de producentenbijdrage (de afvalbeheerbijdrage) van de achterliggende producenten. In hoofdstuk 3 worden de inzamelresultaten toegelicht.

Voor de uitvoering van de communicatiecampagne is er een aanbestedingstraject gevolgd, gebaseerd op een tenderdocument en het originele PvA dat is afgestemd met APPLiA/ ANStEC, het ministerie van IenW en Urgenda. Voor het aanbestedingstraject zijn de volgende stappen doorlopen:

- 1) Het opstellen van een tenderdocument dat schriftelijk is verzonden naar deskundige communicatiebureaus, van voldoende omvang om de klus te kunnen klaren;
- 2) Het beantwoorden van vragen van de kandidaten. Deze vragen zijn vastgelegd in een Nota van inlichtingen;
- 3) Het beoordelen van de offertes, waarbij de 2 beste offertes door zijn gegaan naar de presentatieronde;
- 4) De toelichting op de ingediende offerte door het desbetreffende communicatiebureau in een presentatieronde, waarbij over en weer vragen zijn beantwoord;
- 5) De feitelijke gunning in de begeleidingscommissie met een unanieme keuze voor Roorda Reclamebureau (hierna Roorda).

De opdracht is uitgevoerd door een consortium dat werd geleid door Roorda (hoofdaannemer). Roorda is een deskundig fullservice reclamebureau en enkele van door Roorda ontwikkelde campagnes zijn "Van A naar Beter", "NIX18", "D-reizen campagne" en mediacampagnes voor LG Electronics Benelux. Met de inschakeling van Roorda is alle deskundigheid binnengehaald om te komen tot een effectieve, succesvolle campagne. In de offerte en het geactualiseerde PvA heeft Roorda de bureaus Tabula Rasa en exPRtease als onderaannemers ingeschakeld ter invulling van kennislacunes binnen Roorda. Tot slot zijn uitvoerende activiteiten zoals de inkoop en reservering van radiokanalen in de offerte en het geactualiseerde PvA opgenomen en daarmee onderdeel van de opdracht geweest.

Onderstaand wordt de opzet van campagne toegelicht, die is gebaseerd op het actueel PvA (de nadere uitwerking van het originele PvA door Roorda), die vervolgens door Roorda is uitgevoerd en begeleid. E en F zijn voor dit inhoudelijke evaluatierapport minder relevant. De subsidie is toegekend en een separate financiële eindafrekening is opgesteld inclusief de bijbehorende accountantsverklaring. De eerste 3 hoofdactiviteiten worden onderstaand nader toegelicht gebaseerd op het geactualiseerde PvA (dus inclusief de inbreng van Roorda).

2.3 PR/ Consumentencampagne en ondersteunende materialen

Hoofdcampagne

Om de (brede) doelgroep van consumenten te definiëren is gebruik gemaakt van het 'Changing Citizen Behaviors'-model. Dit model gaat ervan uit dat 16 procent (innovators en early adopters;

de 'show me'-groep) van de mensen al snel - zonder extra inspanningen – verduurzaamt. Verder vallen 16 procent van de mensen in de groep 'make me', en zullen enkel onder druk van bijvoorbeeld wetgeving actie ondernemen. Beide groepen zijn buiten de scope van de campagne gevallen. De 68% van de mensen in het midden vallen in de 'help me' groep en zijn de focus van de retouractie aangezien in deze groep met een campagne het beste effect bereikt kan worden.

Roorda heeft Tabula Rasa ingeschakeld om de motieven van consumenten om te verduurzamen scherper te krijgen. Tabula Rasa was het eerste bureau in Nederland dat wetenschappelijke inzichten over gedrag en communicatie vertaalde naar de praktijk. Deze evidence based benadering heeft geleid tot een aanpak in communicatie waarbij het te bereiken effect voorop staat. De verkregen inzichten zijn verwerkt in de campagne-uitwerking:

- lange termijn investeringen zijn niet direct aantrekkelijk om 'diep in de buidel te tasten';
- men wil nu resultaat zien en consumenten weten dat zij verantwoordelijkheid hebben als het gaat om het klimaat en hier ook een bijdrage aan kunnen leveren;
- er zijn niet altijd voldoende financiële middelen beschikbaar maar binnen hun mogelijkheden en vaardigheden doen consumenten wat ze kunnen om bij te dragen.

De campagne is uitgewerkt vanuit deze kerngedachte: "We doen wat we kunnen doen, op het moment dat je het van nature tegenkomt". Verduurzamen moet daarom gemakkelijk zijn en mag geen onvoorziene kosten opleveren. De strategische pijlers voor de actie zijn als volgt bepaald:

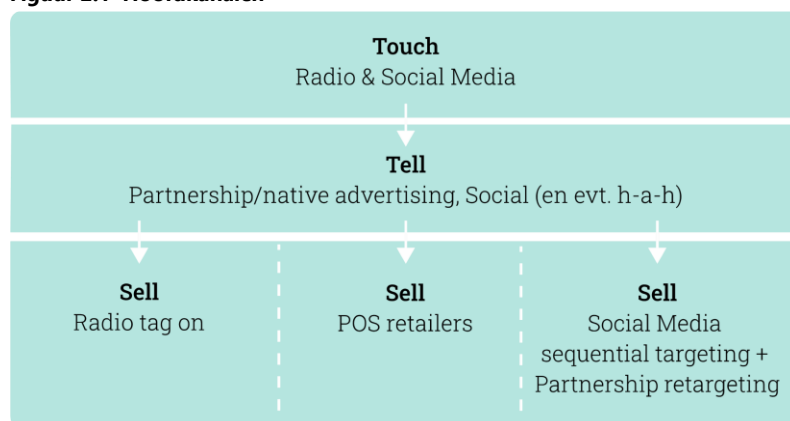
- kennis verhogen (touch, tell): om het beeld te ontcrachten dat het beter is om een koelvries apparaat zo lang mogelijk te gebruiken;
- feedback geven (touch, tell): maak tastbaar wat het vervangen van de koelvries apparaat oplevert en geef feedback. In financiële zin, maar ook voor het milieu;
- maak de vraag klein (sell): om weerstand (reactance) te voorkomen;
- focus op verandermomenten (touch, sell): speel in op natuurlijke verandermomenten en gebeurtenissen zoals een verhuizing of een verbouwing aan de hand van ervaringsverhalen;
- laagdrempeligheid benadrukken (sell): benadruk hoe gemakkelijk het is om mee te doen aan de actie.

De strategische pijlers zijn gebruikt om het Mediaplan op te stellen, wat aansluitend is gebruikt om de communicatiekanalen in te kopen en de communicatieboodschap uit te werken.

Mediaplan en uitwerking

Consortiumpartner ExPRtease/ Panel Direct heeft aanvullend onderzoek gedaan naar het kennisniveau bij consumenten omtrent duurzaamheid. De met behulp van een enquête bij consumenten opgehaalde additionele informatie is gebruikt om de campagne aan te scherpen en ook gebruikt in het PA traject. In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op de onderzoeksresultaten naar het kennisniveau van consumenten over duurzaamheid. De uitwerking van de strategische pijlers heeft geleid tot een advies om de volgende hoofdkanalen in te zetten in de campagne:

Figuur 2.1 Hoofdkanalen



Inkoop mediakanalen

Het Mediaplan is opgesteld om de mediakanalen in te kopen en te vinden in bijlage I. Circa ¼ deel van het budget is besteed aan de inkoop van radiokanalen (in totaal 59 spots per dag, 1.231 spots in totaal via Q-Music, Radio 2, NPO 3FM en de Talpa zenders). De overige inkoopkanalen betroffen de socials (Facebook, Youtube, Native ads, Instagram) en Digital out of Home (screens langs snelwegen en in winkelcentra).

De ervaring van Roorda en exPRtease plus het aanvullende onderzoek is gebruikt om de motivatie "Heel Nederland zegt gedag tegen hun oude koelvries apparatuur" te vertalen in beeldmateriaal voor socials en de radiocampagne gericht op het afscheid nemen van de oude koelvries apparatuur. Als drager voor de radio-campagne en ten behoeve van de socials is het lied "Afscheid" van Xander de Buisonjé bewerkt en opnieuw door hem ingezongen maar dan gericht op het afscheid nemen van de oude koelkast. Bovendien is van het bewerkte lied een professionele, nieuwe videoclip gemaakt en verspreid via de socials om de campagne een brede exposure te geven.

Ondersteunende materialen en hulpmiddelen

Voor de retail is POS materiaal ontworpen (stickers en posters) en verspreid onder retailers om consumenten wegwijs te maken in de koelvries apparatuur binnen de actie. Het POS materiaal is qua beeldmateriaal afgestemd op de gehele campagne zodat er voor de consument een duidelijke herkenning is tussen beeldmateriaal op socials, op websites van internetwinkels en op aanduidingen in fysieke retailwinkels:



Tracking

Op basis van het Mediaplan zijn de communicatiekanalen ingekocht zoals hiervoor al is beschreven. Door middel van tracking is vervolgens bewaakt of de kanalen (radio, socials) presteerden zoals vooraf was aangenomen, om dit zo nodig bij te stellen wanneer dit nodig zou zijn. Het bereik en de effectiviteit van de campagne was beter dan verwacht waardoor een deel van de uitgaven ten behoeve van de communicatiekanalen kon vervallen. Dit heeft geleid tot een besparing op het beschikbare budget (zie hoofdstuk 3).

Campagne door Urgenda

Naast de hoofdcampagne die zich richtte op het verkopen van energiezuinige koelvries apparatuur en het uit de markt halen van oude koelvries apparatuur, heeft Urgenda een parallelle campagne uitgewerkt gericht op het ondersteunen van mensen met minder financiële middelen, om hen te helpen toch te kunnen kiezen voor de duurdere, energiezuinigere varianten. Urgenda heeft daartoe de door Roorda ontwikkelde campagne verder uitgerold in haar uitgebreide netwerk om de actie breder uit te zetten, waaronder gemeenten en woningbouwcorporaties. Gemeenten zouden bijvoorbeeld extra geld ter beschikking kunnen stellen vanuit het minimabeleid ter ondersteuning van de koelvries retouractie.

PR campagne en spin-off (free publicity)

Xander de Buisonjé heeft zijn medewerking verleend aan een PR stunt, waarbij fans toegang kregen tot een privé optreden bij het inleveren van oude koelvries apparatuur, zie de onderstaande beeldimpressies:

Figuur 2.2 Beeldimpressies



Ook heeft hij enkele radio interviews gegeven waarin het belang van het op tijd en correct inleveren van oude, niet-energiezuinige koelvries apparatuur aan bod is gekomen.

Voorlichting duurzaamheid/ website

Via een aparte website (www.koelkastinruilen.nl) over de koelvries retouractie is voorlichting gegeven over duurzaamheid. Naast praktische informatie (wat is de procedure om de retourpremie te ontvangen), is er informatie versterkt over de mogelijkheden voor energiebesparing, die optreden bij het vervangen van oude, niet-energiezuinige koelvries apparatuur, door nieuwe, energiezuinige koelvries apparatuur. Hierbij is de informatie vertaald naar de concrete energiebesparing in kWh per jaar die optreedt bij vervanging. De energiegegevens zijn verkregen van Milieu Centraal, waarmee een consument zelf kan narekenen welke energiebesparing in Euro's optreedt (zie onderstaande tabel):

Tabel 2.1 energieverbruik gemiddelde koelvries apparatuur voor de nieuwe en oude energie labels

NIEUW energielabel	Verbruik (kWh/jaar)	OUD energielabel	Verbruik (kWh/jaar)
A	103	nvt	nvt
B	128	nvt	nvt
C	161	A+++	157
D	201	A++	235
E	252	A+	235
F	315	A	299
G	375	A	392
Nvt	Nvt	B	535
Nvt	Nvt	C	677
Nvt	Nvt	D	784
Nvt	Nvt	E	891
Nvt	Nvt	F	1.069

Wanneer consumenten beschikken over oude koelvries apparatuur met een onzuinig "oud" label (C t/m F), dan kan een vervanging door energiezuinige nieuwe koelvries apparatuur veel energie per jaar besparen, uiteraard afhankelijk van de energie(on)zuinigheid van koelvries apparatuur die al in bezit is van de consument.

Rekenvoorbeeld: als de oude koelvries apparatuur met het "oude" label E wordt vervangen door nieuwe apparatuur met het huidige C label, dan wordt jaarlijks gemiddeld 891 kWh minus 161 kWh = 730 kWh per jaar bespaard (zie tevens tabel 2.1).

De besparing in euro's is vervolgens afhankelijk van het kWh tarief. Het variabele deel van het tarief (excl. transport- en leveringskosten) bedroeg voor een consument in november 2021 nog EUR 0,1755 per kWh (bron CBS), oplopend naar EUR 0,3613 per kWh (mei 2022) en EUR 0,6439 per kWh (september 2022), waarna het tarief daalde naar EUR 0,5266 per kWh (november 2022).

In dit rekenvoorbeeld bespaart energiezuinige koelvries apparatuur 730 kWh per jaar ofwel **EUR 470,-- per jaar** met het tarief zoals dit gold in september 2022 (en EUR 384,-- per jaar met het tarief van november 2022). Met deze besparingen kan energiezuinige koelvries apparatuur in enkele jaren terugverdiend worden. De campagne is er dan ook op gericht geweest deze besparingsmogelijkheid in energie en in geld voor consumenten voor het voetlicht te brengen.

2.4 Cashback procedure: de feitelijke uitbetaling van de koelvries retourpremie

Om tot een zo laagdrempelig mogelijke deelname te komen, is een cashback methode toegepast waar retailers, producenten en consumenten veel ervaring mee hebben. Uitgangspunt: iedere producent vergoedt alleen de retourpremie voor de eigen verkochte apparaten, als uiteraard door de consument aan de voorwaarden van de actie is voldaan:

- de consument is zelf verantwoordelijk voor het aanleveren van de bewijzen via de cashback webpagina's van de individuele producenten;
- de consument scant zijn aankoopbedrag en wijst via een drop-down menu het correcte, nieuw aangeschafte energiezuinige apparaat aan;
- de klant stuurt een verklaring in waaruit blijkt dat hij/zij het oude koelvries apparaat heeft afgegeven in de e-waste container op de milieustraat, of heeft afgegeven aan de chauffeur van de retailer voor het nieuwe apparaat.

Op deze wijze werd gegarandeerd dat alle ingeleverde afgedankte apparaten in het netwerk van Stichting OPEN terecht kwamen zodat een verantwoorde verwerking in overeenstemming met CENELEC mogelijk werd en gelijktijdig de kans op administratieve fouten werd geminimaliseerd.

Gedurende de gehele voorbereiding heeft er een nauwe afstemming plaatsgevonden met de brancheorganisaties van de retail en hun achterban en met de deelnemende producenten aan de actie. Waar nodig is de actie aangepast om het effect zo groot mogelijk te maken. Zo is op aanreiken van de retailorganisaties een wezenlijke aanpassing op het originele PvA doorgevoerd. Energielabel D is achteraf toegevoegd om meer consumenten de kans te geven mee te doen met de actie. Energielabel D koelvries apparatuur is namelijk goedkoper in aanschaf en daarmee toegankelijker voor consumenten maar toch nog steeds energiezuinig (vergelijkbaar met het oude A++ label). Deze aanpassing is afgestemd met Urgenda en het ministerie van IenW en akkoord bevonden.

3

RESULTATEN

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de bereikte resultaten, te weten de fysieke inzamelresultaten, het bereik van de campagne, de waardering en behaalde neveneffecten. Koelvries apparatuur zijn "stabiele" producten waarbij aanschaf en afdanking elkaar in evenwicht houden. Aanschafmomenten voor koelvries apparatuur zijn gekoppeld aan "logische momenten" zoals een verbouwing, een verhuizing of een apparaat wat defect is gegaan en niet gevoelig voor impulsaankopen. Onderstaand wordt nader ingegaan op de bereikte resultaten.

3.1 Inzamelresultaat koelvries apparatuur

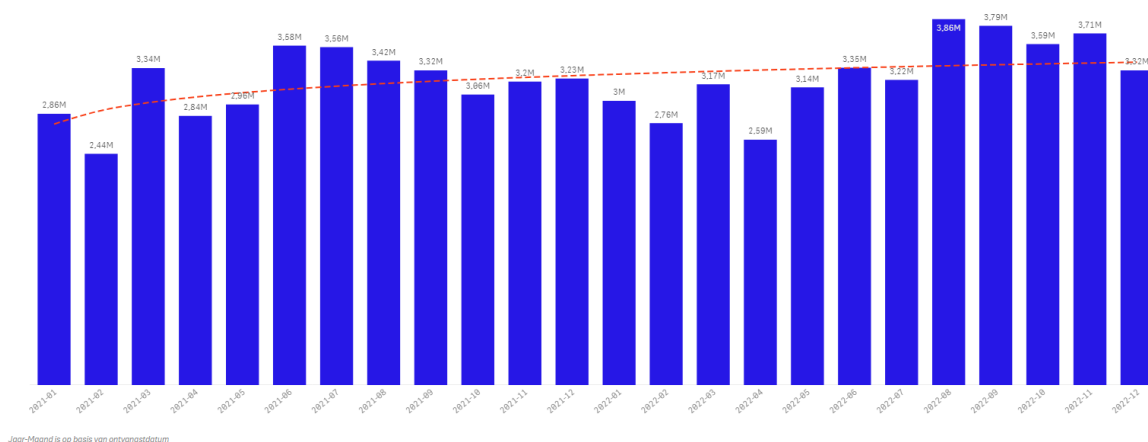
Om het effect van de inzameling te kunnen duiden, is het allereerst van belang om de inzamelresultaten voor koelvries apparatuur over 2022 te vergelijken met de inzamelcijfers over 2021. Stichting OPEN beschikt hiertoe over de volledige landelijke 2021 en 2022 data.

Uit het directe netwerk werd in 2021 in totaal 37.806 ton koelvries apparatuur ingezameld en verwerkt. In 2022 werd 39.474 ton ingezameld, een stijging met 4,4%. Dit komt in 2022 overeen met afgerond 3.300 ton per maand (= circa 67.000 ingeleverde koelvries apparatuur per maand) en een stijging van 2021 naar 2022 met afgerond 1.668 ton op jaarbasis.

In grafiek 3.1 zijn de inzamelresultaten voor koelvries apparatuur op maandniveau zichtbaar gemaakt voor 2021 en 2022. Voor de volledigheid is in grafiek 3.2 voor het oude Wecycle netwerk voor de jaren 2019 en 2020 (ongeveer 70-75% van het landelijke volume) eveneens het verloop op maandniveau weergegeven.

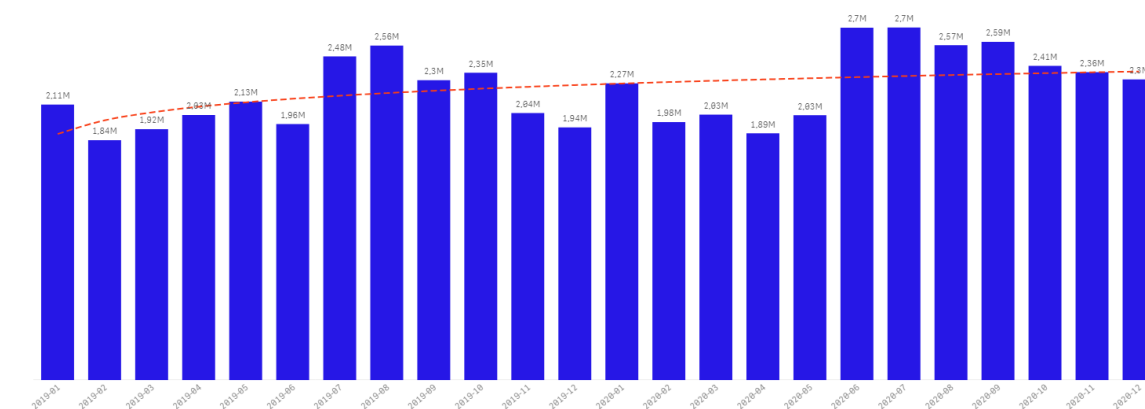
Grafiek 3.1 Inzameling 2021 en 2022 (geheel Nederland)

Trend gewicht in per maand



Grafiek 3.2 Inzameling 2019 en 2020 (alleen Wecycle netwerk)

Trend gewicht in per maand



Jaar-Maand is op basis van ontvangstdatum

Uit beide grafieken valt op te maken dat er een seizoentrend is waar te nemen. De maanden januari, juni, juli en augustus zijn traditioneel de maanden met de meeste afdanking. De maanden februari, maart en april blijven achter op het gemiddelde (zie ook de gestippelde trendlijn). De campagne voor de koelvries retouractie vond plaats in mei-juni 2022. Het effect van de actie wordt uiteraard pas vertraagd zichtbaar aangezien de retourpremie is gekoppeld aan een inlevermoment. Eerst zal immers de nieuwe koelkast geleverd moeten worden voordat de oude koelkast ingeleverd kan worden.

In de eerste 6 maanden van 2021 werd 18.015 ton koelvries apparatuur ingezameld en verwerkt, respectievelijk 17.997 ton in de eerste 6 maanden van 2022. Met andere woorden: de inzameling is stabiel gebleven in de eerste helft van beide jaren waarbij er geen autonome groei heeft plaatsgevonden (zelfs een lichte daling met 18 ton).

Vanaf juli is er echter wel een effect waarneembaar. In de tweede helft van 2021 werd 19.791 ton koelvries apparatuur ingezameld en verwerkt. In de tweede helft van 2022 is totaal 21.477 ton ingezameld en verwerkt, een stijging met afgerond 1.686 ton (= + 8,5%) over de tweede helft van 2022 ten opzichte van 2021. Met name de maanden augustus, september, oktober en november 2022 liggen boven de trendline en volgen na de campagnemaanden mei en juni. Deze 1.686 ton komt neer op 34.200 ingeleverde apparaten extra t.o.v. dezelfde periode in 2021.

Dit resultaat is overigens niet direct te herleiden naar uitgekeerde retourpremies op basis van de cashback methodiek. Afgerond zijn er slechts 800 retourpremies uitgekeerd (exact 792 stuks) wat neerkomt op 40 ton aan direct toerekenbare ingeleverde koelvries apparatuur. Dit is aanzienlijk minder dan de 1.686 ton extra over de tweede helft van 2022. Mogelijke oorzaken van dit direct aan de cashback toe te rekenen tegenvallende resultaat zijn:

- de aanschaf van koelvries apparatuur is gekoppeld aan logische momenten zoals een verbouwing, een verhuizing of het defect raken van koelvries apparatuur. Als een dergelijk logisch moment niet aan de orde is, dan is er voor een consument onvoldoende reden om toch tot een aanschaf van nieuwe, kostbare energiezuinige koelvries apparatuur over te gaan. Een premie van 35 euro is hiervoor simpelweg onvoldoende groot;
- de prijselasticiteit is gering waardoor een premie van 35 euro op energiezuinige koelvries apparatuur van EUR 500,- tot EUR 1.000,- per apparaat onvoldoende bijdraagt aan het afwegingskader van consumenten.

De uitgevoerde campagne kan wel degelijk een indicator zijn geweest voor vervolgacties in een latere fase, met name in combinatie met de energiecrisis veroorzaakt door de oorlog in de

Oekraïne. Het effect van de stijgingen van de energieprijzen werd pas in volle omvang zichtbaar na de zomervakantie, toen duidelijk werd dat er geen sprake was van een tijdelijke stijging van de energieprijzen maar van een trendbreuk die langdurig zou doorwerken.

Tegen de tijd dat dit in volle omvang duidelijk werd, was de cashback actie al beëindigd waardoor de extra inzameling niet rechtstreeks is toe te rekenen aan de cashback sec, maar wel invloed kan hebben op afwegingen van consumenten na de zomerperiode. In de uitwerking van de campagne zijn rekenvoorbeelden getoond van de energiebesparing die bereikt kan worden met energiezuinige koelvries apparatuur. Dit kan honderden euro's per jaar opleveren waardoor nieuwe, energiezuinige koelvries apparatuur in enkele jaren terugverdiend kan worden. Hiermee kan de lage prijselasticiteit wel worden gecompenseerd.

Uit de validatiemeting door Motivaction (zie paragraaf 3.7) nadat de campagne was afgerond, is gebleken dat de campagne, waarin aandacht is gevraagd voor energiebesparing door oude apparaten op het juiste moment te vervangen door zuinige nieuwe apparaten, is begrepen door de consumenten. De gevoerde campagne in combinatie met de sterk gestegen energieprijzen, kan daardoor juist wel de trigger zijn geweest om na de zomervakantie alsnog over te gaan tot het afdanken van onzuinige koelvries apparatuur.

3.2 Bereik campagne

Via meerdere kanalen zijn de consumenten voorzien van informatie, waarbij de inkoop van deze kanalen heeft plaatsgevonden volgens het vooraf opgestelde Mediaplan. In het Mediaplan is het beschikbare budget verdeeld over de verschillende communicatiekanalen met als doel een zo hoog en effectief mogelijk bereik te realiseren voor iedere geïnvesteerde euro. In bijlage II is een uitgebreid overzicht te vinden van het mediabereik en samengevat hieronder:

Website www.koelkastinruilen.nl

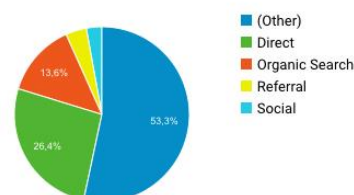
De website is opgezet als landingspagina en verkeersknooppunt naar de cashbackpagina's van de producenten van de energiezuinige koelvries apparatuur. De ingezette media en PR leverde veel verkeer op naar de website en heeft geleid tot afgerond 55.000 consumenten die de website hebben bezocht. Dit is een goed resultaat vanuit het feit dat nieuwe koelvries apparatuur geen modegevoelige apparatuur is en pas wordt aangeschaft als de oude apparatuur niet mee voldoet.

Het grootste deel van het bezoek aan de landingspagina vond plaats via de mobiele telefoon (76%). De meest bezochte pagina's waren de homepage en de 35 euro claimen pagina wat aangeeft dat de consumenten gericht op zoek waren naar informatie. Een deel van de consumenten heeft de website zelfstandig gevonden maar de meeste zijn via andere kanalen naar de website geleid (other) zoals blijkt uit de onderstaande tabel en taartdiagram:

Tabel 3.1 Bezoek website

Default Channel Grouping	Acquisitie		
	Gebruikers ?	Nieuwe gebruikers ?	Sessies ?
	54.965 % van totaal: 100,00% (54.965)	55.372 % van totaal: 100,01% (55.366)	63.229 % van totaal: 100,00% (63.229)
1. (Other)	30.412 (53,35%)	30.061 (54,29%)	32.369 (51,19%)
2. Direct	15.046 (26,39%)	14.960 (27,02%)	17.955 (28,40%)
3. Organic Search	7.729 (13,56%)	6.956 (12,56%)	8.741 (13,82%)
4. Referral	2.191 (3,84%)	1.946 (3,51%)	2.470 (3,91%)
5. Social	1.632 (2,86%)	1.449 (2,62%)	1.694 (2,68%)

Topkanalen



Voor het channel "other" is digitale trackingsinformatie beschikbaar. In de onderstaande tabel is aanvullend aangegeven via welke kanalen de consumenten de website hebben gevonden:

Tabel 3.2 Doorverwijzing naar de website via verschillende kanalen

Bron/medium	Acquisitie			Gedrag		
	Gebruikers	Nieuwe gebruikers	Sessies	Bouncepercentage	Pagina's/sessie	Gem. sessieduur
	30.411 % van totaal: 55,33% (54.965)	30.060 % van totaal: 54,23% (55.966)	32.368 % van totaal: 51,19% (63.229)	89,54% Gem. voor dataweergave: 73,18% (22,36%)	1,16 Gem. voor dataweergave: 1,37 (-15,25%)	00:00:12 Gem. voor dataweergave: 00:00:42 (-72,20%)
1. dpq / native	15.579 (50,73%)	15.123 (50,31%)	16.715 (51,64%)	89,26%	1,18	00:00:14
2. instagram / paidsocial	8.287 (26,98%)	8.224 (27,36%)	8.699 (26,88%)	88,62%	1,17	00:00:10
3. facebook / paidsocial	5.084 (16,55%)	4.955 (16,48%)	5.131 (15,85%)	91,56%	1,13	00:00:05
4. youtube / video	1.762 (5,74%)	1.758 (5,85%)	1.823 (5,63%)	90,78%	1,14	00:00:11

Opvallend was verder dat de website langdurig werd bezocht. Gemiddeld werd een pagina 1:49 minuut bekeken en werd 11% van het bezoek doorgezet naar de desbetreffende producenten pagina. Onderstaand wordt nader ingegaan op het bereik van de overige ingezette kanalen.

Native ads

Via "native ads" worden advertenties getoond en ingepast op een webpagina van een derde partij, waardoor het lijkt of deze advertentie onderdeel is van de eigen communicatie van deze derde partij. Vanuit het Mediaplan was geschat dat 3 miljoen impressies bereikt zouden worden. In werkelijkheid bleek dat er 70% meer impressies zijn behaald, leidend tot 5,1 miljoen native ads. De native ads hebben de meeste traffic opgeleverd richting de campagne homepage www.koelkastinruilen.nl.

Youtube

Via Youtube, non-skippable ads, zijn 4,7 miljoen impressies behaald, 100% van de vooraf bepaalde KPI van 4,7 miljoen impressies. Via Youtube is aanvullende informatie beschikbaar over de effectiviteit en het bereik. De beste prestaties zijn behaald rondom topics recycling, business services en people & society. In totaal werden 66% van de impressies uitgeleverd in de leeftijdsgroepen 35-44 en 45-54. Vanuit Youtube werd er relatief weinig traffic gegenereerd richting de campagne homepage.

Social

Via de sociale kanalen te weten Facebook en Instagram zijn 29,2 miljoen impressies bereikt, ruim 10 miljoen meer dan de vooraf bepaalde KPI van 18,3 miljoen impressies. Ongeveer 25% van de traffic richting de campagne homepage werd via de socials gerealiseerd.

Radio

Een kwart van het gehele budget is besteed aan radio-inkoop. In de doelgroep zaten 4,3 miljoen personen in de leeftijdscategorie 25-54 jaar, waarvan de KPI was om hiervan 80% te bereiken. Dit is net niet gelukt. In totaal zijn 3,4 miljoen personen in deze leeftijdscategorie bereikt bij een KPI van 78,3%. Gemiddeld zijn consumenten in deze doelgroep 15x bereikt via in totaal 1.231 radiocommercials verspreid over de Talpa zenders, Ster zenders en de Q-Music zender.

Digital Out of Home (DOOH)

Hierbij zijn de commercials getoond op screens langs wegen en winkelcentra (877 screens) in een korte burst van 2 weken. In totaal zijn op deze wijze 7,2 miljoen contacten gerealiseerd, iets minder dan de target van 7,25 miljoen contacten (KPI = 99,35%). De meeste contacten zijn behaald in winkelcentra.

Resumé

De vooraf bepaalde doelstellingen ten aanzien van het campagnebereik zijn gedurende de campagne gemonitord en ruimschoots behaald. Er zijn in totaal 49,6 miljoen impressies bereikt, ruim 12 miljoen meer dan origineel was ingeschat. Dit betekent dat de consumenten uit de doelgroep meerdere malen de campagneboodschap hebben ontvangen. Omdat de vastgestelde campagnedoelen ruimschoots bereikt werden tijdens de campagneperiode, was het mogelijk een deel van het campagnebudget vrij te laten vallen.

3.3 Meting kennisniveau duurzaamheid (exPRtease/ Panelwizard Direct)

De koelvries retour is mede ontwikkeld om consumenten bewust te maken van het feit dat oude koelvries apparatuur naar verwachting (veel) minder energiezuinig is dan nieuwe apparatuur, ontworpen volgens de laatste stand der techniek. Om het kennisniveau te achterhalen en waar nodig de campagne aan te scherpen, is een enquête uitgevoerd onder 3.000 consumenten, waarbij 50% van de vragenlijsten geretourneerd zijn. De vragenlijst is opgesteld door exPRtease en uitgevoerd door Panelwizard Direct. De resultaten zijn geanalyseerd door exPRtease waarbij de rapportage is te vinden in bijlage III. Enkele conclusies uit het onderzoek zijn dat:

- 1/8 deel van de Nederlandse consumenten denkt dat de koelvries apparatuur de meeste energie verbruikt in een huishouden. De wasmachine en wasdroger staan overigens bovenaan de lijst ten aanzien van het verwachte energieverbruik;
- de consumenten schatten in dat hun eigen koelvries apparatuur 6,7 jaar oud is;
- de prijs en het energielabel worden het meest genoemd als criterium waarmee rekening gehouden wordt bij de aanschaf van nieuwe koelvries apparatuur;
- koelvries apparatuur wordt in hoofdzaak vooral vervangen zodra deze kapot is (69%). Met andere woorden, Nederlanders zijn zuinig op huishoudelijke apparatuur en er is geen sprake van het versneld afdanken van huishoudelijke apparatuur;
- 62% van de consumenten vindt het dan ook zonde om nog werkende, oude koelvries apparatuur te vervangen, ook al is nieuwe koelvries apparatuur energiezuiniger;
- slechts 10% van de consumenten geeft aan een koelvries apparatuur te vervangen als de koelvries apparatuur te oud is, dus voordat deze kapot is (een impliciete indicatie van het belang van het energieverbruik);
- slechts 4,5% geeft aan dat het lagere stroomverbruik van nieuwe koelvries apparatuur een overweging is om de oude koelvries apparatuur te vervangen. Dit kan een aangrijpingspunt zijn voor vervolgcacties;
- 60% van de consumenten geeft de oude koelvries apparatuur mee met de retailer zodra nieuwe koelvries apparatuur wordt geleverd, 23% levert zelf de koelvries apparatuur in bij de milieustraat. Ook populair is reuse via Markplaats.nl., afgifte bij kringloopbedrijven of afgifte aan vrienden/ familie/ kennissen.

De enquête is uitgevoerd voorafgaand aan de start van de campagne. In deze periode was het effect van hogere energieprijzen (m.u.v. benzine en diesel) nog niet helemaal duidelijk. Mogelijk zouden de afwegingen door consumenten met de huidige inzichten anders gemaakt worden en leiden tot andere enquêteresultaten bij een herhaling van het onderzoek.

De uitgevoerde campagne heeft uiteraard geen enkel effect op het wel of niet kapot gaan van de bestaande koelvries apparatuur terwijl dit voor 69% van de consumenten de hoofdreden is om tot vervanging over te gaan. Dit betekent dat de campagne wel kan bijdragen aan de bewustwording omtrent het sluipende energieverbruik van oude koelvries apparatuur maar niet direct een koopimpuls oplevert. Het vervangen van een koelkast voordat deze kapot is, is contrair aan de eigen beleving van consumenten, waarbij koelvries apparatuur zo lang mogelijk gebruikt moet

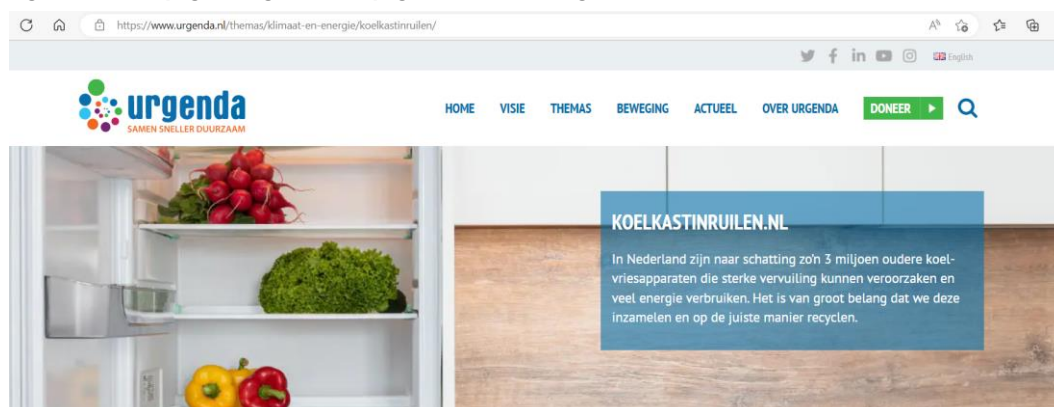
worden. Men kan stellen dat consumenten zuinig zijn op apparatuur en deze zo lang mogelijk willen gebruiken.

De campagne is gefinetuned met als dragend idee dat het goed is om het energieverbruik van de oude koelvries apparatuur te vergelijken met het energieverbruik van de nieuwe apparatuur. Na deze vergelijking kan blijken dat de versnelde afdanking juist goed kan zijn voor het klimaat omdat veel energie kan worden bespaard. Deze campagneboodschap kan er vertraagd toe hebben geleid dat er na de zomerperiode alsnog tot afdanking is overgegaan, toen de problematiek rondom de hoge energieprijzen in volle omvang duidelijk was geworden. Deze boodschap is in het koelvries "Afscheidslied" en de bijbehorende video met een knipoog massaal verspreid via de radiokanalen en de social kanalen Youtube, Facebook, Instagram.

3.4 Bereik parallelle campagne Urgenda

Gemeenten zijn door Urgenda aangeschreven met het verzoek om via het minimabeleid extra middelen ter beschikking te stellen voor de minderbedeelde consumenten. Ook werden energiecoaches van energiecoöperaties geïnformeerd over de actie en de besparing die zuinigere apparatuur oplevert. Daarnaast maakte Urgenda een vlog in samenwerking met Stichting OPEN waarbij concrete tips en trucs worden gegeven over energiebesparing. Tevens gingen meerdere direct e-mailings uit naar achterban en geïnteresseerden van Urgenda, in totaal meer dan 50.000 contactmomenten. Ook heeft Urgenda de actie en het vlog meermaals gepost op haar sociale media. De Urgenda website werd voorzien van een speciale pagina ter promotie van de koelvries retouractie. Een samenvatting van de actie door Urgenda is weergegeven in bijlage IV.

Figuur 3.1 Startpagina Urgenda campagne-ondersteuning



3.5 Bereik free publicity

Door de inschakeling van Xander de Buisonjé is de koelvries retouractie breder opgepakt. Genoemd mogen worden interviews met Xander de Buisonjé op NOSRadio 1 Journaal, Omroep Max en Veronica waarbij de koelvries retouractie aan bod is gekomen.

Daarnaast is de boodschap voorzien van eigen commentaar door mediakanalen op eigen inzicht verspreid. Ten eerste via de grote landelijke kanalen te weten 3FM, Q-music, De Telegraaf (artikel over de actie met een foto van Xander de Buisonjé achter de speciale 'vriezerpiano') en het AD. Daarnaast is de actie ook regionaal opgepakt via vermeldingen bij RTV Utrecht, Radio 5, Omroep Brabant en vakbladen/online bladen zoals Afvalgids.nl, Gooi- en Eemlander, Noord Hollandsch Dagblad, huis-aan-huis Elburg, Veluwefm. Via deze free publicity is een PR waarde van meer dan EUR 150.000,-- bereikt.

3.6 Waardering campagne (tracking Motivaction)

Een campagne in combinatie met een retourpremie draagt met name bij aan een grotere bewustwording bij het correct en tijdig afdanken van een specifieke e-waste stroom, in dit geval de koelvries apparatuur. Stichting OPEN heeft via Motivaction extra trackingsvragen gesteld om de waardering van de campagne onafhankelijk te kunnen meten. In bijlage V zijn de resultaten weergegeven. Samengevat:

- de campagne werd over het algemeen duidelijk en positief gevonden en heeft een goede impact op de belangrijkste doelstelling van de campagne, het vervangen en correct inleveren van verouderde, minder energiezuinige koelvries apparatuur door nieuwe, energiezuinige apparatuur;
- de gemiddelde activatie-intentie (aanzetten tot) bij een spot ligt op 24% (STER). Bij deze campagne ligt de score voor het aansporen tot inleveren van een oude koelvries apparatuur ten behoeve van recycling op 39%, dus hoger dan deze benchmark;
- het aansporen tot feitelijke vervanging van de koelvries apparatuur ligt met 21% duidelijk onder de aansporing tot alleen "inleveren voor recycling". Deze lagere score is verklaarbaar aangezien er dan overgegaan moet worden tot aanschaf;
- de gemiddelde "activatie-intentie" (aanzetten tot gedrag) bij campagnes gericht op inlevering voor recycling van apparaten en lampen breed is 59% (STER). Deze inzamelcampagne is gericht op 1 specifieke, meer complexe e-waste stroom en ligt qua score precies in tussen de brede inlevercampagnes en een reguliere STER campagne.

De campagne werd duidelijk en positief gevonden maar vergrote niet altijd de kennis. De online video werd beoordeeld met een 6,4 en de radiospot werd beoordeeld met een 6,3. Voor een breed uitgezette campagne waarin bewustwording een belangrijk onderdeel vormt, is dit een goede score en vergelijkbaar met soortgelijke bewustwordingscampagnes. De online video werd overigens iets lager gewaardeerd dan de Wecycle tv-commercial ten aanzien van het inleveren van lampen (score 6,7).

Ten aanzien van de impact van de promotie van de retourpremie op beslissingen rondom afdanking en vervanging geeft 60% aan dat de retourpremie invloed heeft op beslissingen rondom het afdanken van koelvries apparatuur zoals het bewust kiezen voor een Wecycle inleverpunt (39%) en het meer letten op het energielabel bij aankoop (14%). Dit is een positieve bijvangst voor toekomstig gewenst gedrag.

De begrippen "cashback" en "energiezuinig en duurzamer" zijn door de respondenten als de belangrijkste onderwerpen benoemd en blijven hangen vanuit de koelvries retouractie. Deze begrippen bieden ook aangrijpingspunten voor toekomstige campagnes. Zo zou de overheid aan consumenten niet alleen financiële ondersteuning kunnen bieden voor de huidige, zeer hoge energieprijzen (tariefreductie) en maatregelen gericht op isolatie (minder gasverbruik) maar ook gericht financiële steun kunnen geven bij de aanschaf van energiezuinige apparatuur ter vervanging van oude apparaten met een hoog elektraverbruik. Een bijkomend voordeel is dat dit ook bijdraagt aan het verminderen van de congestie op het elektriciteitsnetwerk.

Naast koelvries apparatuur zijn wasmachines, vaatwasmachines, wasdrogers, stofzuigers en lampen (vervangen door LED) voorbeelden van apparaten die essentieel zijn in huishoudens en waar bovendien door technologische ontwikkelingen in de afgelopen jaren grote energiebesparingen (en waterbesparingen) bereikt zijn. Het energieverbruik kan structureel verlaagd worden door deze oude apparaten te vervangen door nieuwe, energiezuinige apparaten. Hiertoe zou bijvoorbeeld een methodiek met vouchers uitgewerkt kunnen worden.

3.7 Resumé

De campagne heeft voor de zomervakantie aandacht gevraagd voor het omruilen van oude koelvries apparatuur door nieuwe, zuinige apparatuur en het correct inleveren van de oude apparatuur. Het feitelijke extra inleveren is pas na de zomervakantie opgetreden met in totaal 1.686 ton extra ingeleverde koelvries apparatuur in de tweede helft van het jaar ten opzichte van dezelfde periode in 2021. In fysieke zin heeft de campagne gedurende de actieperiode mei-juni 2022 niet significant bijgedragen aan het vervangen van oude, onzuinige koelvries apparatuur door nieuwe apparatuur met het gelijktijdig inleveren van de oude apparatuur: het effect is pas na de zomervakantie zichtbaar geworden.

Ten opzichte van de aanschafprijs voor nieuwe koelvries apparatuur is de retourpremie relatief gering (5-10%) en daarmee wel een indicator om gedrag de juiste richting in te wijzen, maar geen doorslaggevende trigger (lage prijselasticiteit). De doorslaggevende trigger en de natuurlijke grondhouding van consumenten voor het inwisselen van koelvries apparatuur is namelijk of deze wel of niet kapot is. Er is meer nodig dan alleen een relatief lage stimulans van 35 euro om de consument over te halen tot een vervangingsbesluit voor een kostbaar apparaat.

Een extra stimulans is opgetreden doordat de campagne heeft gewezen op sluipend energieverbruik. In combinatie met de sterk gestegen energieprijzen en het blijven hangen bij consumenten van de begrippen "energieverbruik en duurzaamheid" kan de campagne vertraagd hebben geleid tot een extra afdanking van oude, onzuinige koelvries apparatuur zoals met name in augustus, september en oktober 2022 is terug te zien in de inzamelresultaten. Er zijn in de tweede helft van 2022 maar liefst 34.300 extra koelvries apparaten ingeleverd ten opzichte van dezelfde periode in 2021.

De besparing op het energieverbruik door oude, onzuinige koelvries apparatuur op tijd te vervangen door nieuwe apparatuur, kan in geld uitgedrukt oplopen tot honderden euro's per jaar. Hierdoor kan nieuwe, energiezuinige koelvries apparatuur in enkele jaren worden terugverdiend, wat veel meer gewicht in de schaal legt dan een eenmalige retourpremie van 35 euro.

De overheid zou kunnen overwegen om de financiële ondersteuning voor de hoge energieprijzen voor consumenten (prijzplafond, subsidie voor isolatiemaatregelen gericht op een reductie voor het gasverbruik) uit te breiden met vouchers voor de aanschaf van moderne, energiezuinige apparatuur. Dit kan consumenten met minder financiële middelen in combinatie met de hoge energieprijzen wellicht wel over de streep trekken. De campagne van Urgenda richtte zich hier ook specifiek op via gemeenten en dit effect kan met een nationale actie verder vergroot worden.

Tot slot, het bereik van de campagne via de verschillende kanalen (radio, socials, out of home) is zeer groot geweest, de boodschap werd goed begrepen en de campagne werd goed gewaardeerd. De sleutelwoorden hierbij zijn energieverbruik en duurzaamheid en deze boodschap is ook blijven hangen zoals blijkt uit de achteraf meting door Motivaction. Het bereik van de campagne was dusdanig goed dat een deel van het budget niet ingezet hoefde te worden omdat de vooraf bepaalde KPI's ruimschoots behaald waren. Er zijn afgerond 50 miljoen impressies bereikt, 12 miljoen meer dan origineel was ingeschat. De consumenten uit de doelgroep hebben meerdere malen de boodschap via de radiocampagne en socials ontvangen en begrepen.

4

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

De uitgevoerde koelvries retouractie biedt niet alleen zinvolle informatie over het inleveren van koelvries apparatuur, maar biedt ook inzichten in de (on)mogelijkheden van retourpremie systemen gericht op het correct inleveren van afgedankte elektrische apparaten. Onderstaand zijn de conclusies en aanbevelingen samengevat.

4.1 Conclusies

- a) De campagne heeft geleid tot een extra inzameling van 34.200 koelvries apparaten in de tweede helft van 2022 ten opzichte van dezelfde periode in 2021. Dit komt overeen met 1.686 ton extra inzameling. De inzameling in de eerste helft van 2022 is identiek aan de inzameling in de eerste helft van 2021.
- b) Daarentegen zijn de direct uitgekeerde cashbacks gering. Dit betreft slechts 800 koelvries apparaten. Een premie van 35 euro alleen is kennelijk onvoldoende om consumenten over de streep te trekken, aangezien consumenten van nature koelvries apparaten pas vervangen zodra deze kapot gaan.
- c) De koelvries retouractie toont aan dat de prijselasticiteit van koelvries apparaten gering is. Er is een extra, aanvullende trigger nodig voor consumenten om te overwegen een koelvries apparaat te gaan vervangen dat nog werkt. Hoge energieprijzen in combinatie met een bewustwordingscampagne over energiebesparing kunnen die extra trigger zijn om juist wel tot versnelde vervanging over te gaan.
- d) De campagne die is gevoerd in het kader van de koelvries retourpremieactie is goed gewaardeerd en begrepen. Er zijn afgerond 50 miljoen impressies bereikt, 12 miljoen meer dan oorspronkelijk was ingeschat. De doelgroep heeft meerdere malen de boodschap via de radiocampagne en sociale media ontvangen.

4.2 Aanbevelingen

- a) Het succesvol toepassen van een retourpremie systeem (of andere varianten van financiële incentives) voor duurzame consumptiegoederen is niet eenvoudig toe te passen en wijkt wezenlijk af van statiegeldregelingen voor kort cyclisch verpakkingsmateriaal. Er zijn op dit moment onvoldoende onderbouwde inzichten om een goede beoordeling te kunnen maken over het nut, noodzaak en effect van retourpremie systemen voor duurzame consumptiegoederen.

Het is daarom aan te bevelen om een gedegen wetenschappelijke studie uit te voeren naar de criteria voor succesvolle toepassingen van retourpremie systemen, statiegeldsystemen en zichtbare circulariteitsbijdragesystemen voor duurzame consumptiegoederen met een lange levensduur.

Onder welke condities kunnen deze systemen ingezet worden? Voor welke producten? Hoe moet het systeem gefinancierd worden en hoe moeten de benodigde financiële middelen langjarig beheerd worden? Wat moet er gedaan worden ter voorkoming van fraude en welke instantie is gerechtigd om een circulariteitsfonds te beheren? Welke effecten in fysieke zin kunnen redelijkerwijs bereikt worden

en hoe verhoudt zich dit tot de huidige methodiek? Hoe wordt bereikt dat alle partijen in de keten meewerken?

- b) Nagaan of een nationaal vouchersysteem voor energiezuinige apparatuur opgezet kan worden als flankerend beleid bij de maatregelen die de rijksoverheid al heeft genomen gericht op een financiële ondersteuning van consumenten voor de hoge energieprijzen. Deze financiële ondersteuning van de overheid richt zich momenteel vooral op het beperken van kosten voor consumenten door het instellen van een prijsplafond en het subsidiëren van isolatiemaatregelen ter beperking van het gasverbruik. Het beperken van het elektra verbruik kan een volgende pijler zijn van de ondersteuningsmaatregelen van de overheid en beperkt gelijktijdig de congestie op het elektriciteitsnetwerk.

Bijlage(n)



MEDIAPLAN INCL. INKOOP COMMUNICATIEKANALEN EN RADIO-UITZENDSCHEMA

STICHTING OPEN

RETOURACTIE 2022

INLEIDING

- » Deze cashback actie is onderdeel van een meer jaren plan om de CO2 uitstoot te verminderen. We willen consumenten stimuleren hun oude koelkasten en vriezers te vervangen voor nieuwe, milieuvriendelijke modellen.
- » De opdracht is om een mediaplan uit te werken waarin we zoveel mogelijk mensen binnen de doelgroep met deze actie bereiken. We willen laten weten wanneer deze actie loopt en wat deze inhoudt.



UITGANGSPUNTEN



Doelstelling

Ervoor zorgen dat zoveel mogelijk mensen hun oude apparaat inruilen voor een nieuwer & milieuvriendelijker model



Doelgroep

25-54 jaar



Looptijd campagne

Mei – Juni 2022



Budget



DOELGROEP



DOELGROEP

NL 13+

Iedereen in de leeftijd van 13 jaar of ouder

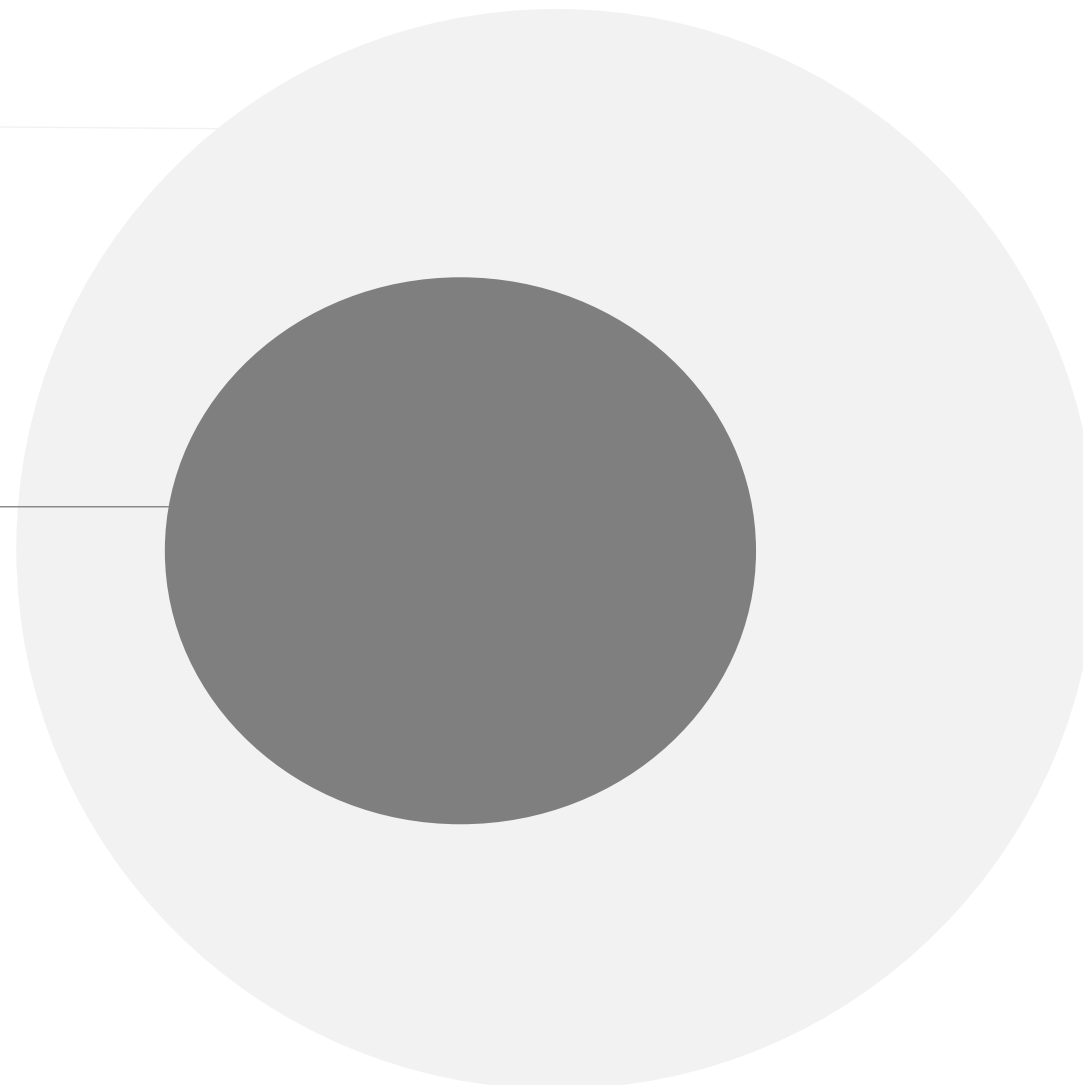
100,0% van NL13+ // 14,8 miljoen mensen

Hoofdkostwinnaar/ partner

Enigszins met het milieu bezig of

producten die ik koop moeten het milieu niet belasten



68% van NL13+ // 10.041.000 mensen







PERSOONLIJK



Geslacht

		
	Man	Vrouw
%	49%	51%
SI	99	101

Dagbesteding




				
	Studie	Werk	Pensioen	Niet werkend
%	2%	61%	21%	16%
SI	17	114	115	106

De gemiddelde leeftijd van deze doelgroep is **51 jaar**.

Leeftijd

	25-34	35-49	50-64	65+
%	16%	27%	29%	25%
SI	106	121	119	115







Opleiding

			
	Laag	Midden	Hoog
%	17%	43%	40%
SI	101	104	95



HUISHOUDEN

Gezinssamenstelling

						
	Jonge single	Jong stel	Stel met jong kind	Stel met oud kind	Single 40+	Ouder stel
%	6%	8%	24%	17%	17%	28%
SI	118	115	105	64	114	118

Inkomen

	€	€ €	€€€
	Laag	Midden	Hoog
%	41%	18%	41%
SI	96	102	104



Nielsen regio

	%	SI
3 grote steden	15%	97
Rest West	30%	103
Noord	10%	95
Oost	21%	98
Zuid	24%	102

Stedelijkheid

	%	SI
Zeer sterk	25%	98
Sterk	31%	103
Matig	16%	103
Weinig	21%	99
Niet	7%	92

Sociale klasse

	%	SI
★ A	23%	97
★ B1	24%	103
★ B2	21%	102
★ C	15%	98
★ D	17%	100





INTERESSES



Meest voorkomende interesses	%	SI	Meest onderscheidende interesses	%	SI
Opvoeden van kinderen	38%	108	Economische en financiële onderwerpen	14%	100
Gemeentelijk nieuws/aankondigingen	34%	106	Politiek	18%	100
Lokale evenementen en activiteiten	33%	104	Vakantie en reizen	29%	99
Wijn	29%	102	Geschiedenis	18%	99
Lokale cultuur(agenda)	29%	102	Musical	11%	98
Klussen/doe het zelf	28%	101	Medische onderwerpen	21%	98
Cabaret	28%	101	Koken en eten	29%	97
Lokale sport(uitslagen)	28%	101	Sterren en shownieuws	5%	97
Belastingzaken	27%	101	Wetenschap en techniek	23%	97
Planten, bloemen, tuinieren	26%	100	Woonideeën, interieuradviezen modern	12%	96
			Economische en financiële onderwerpen	14%	100

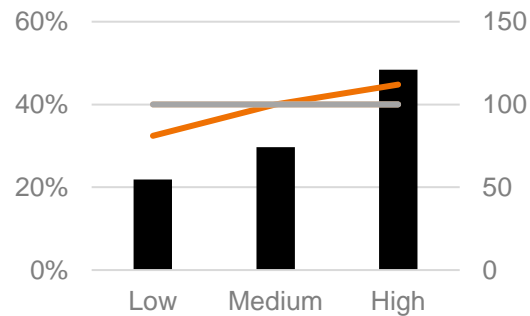
Bron: NPDM 2021 | Primaire doelgroep | % sterk geïnteresseerd in onderwerp



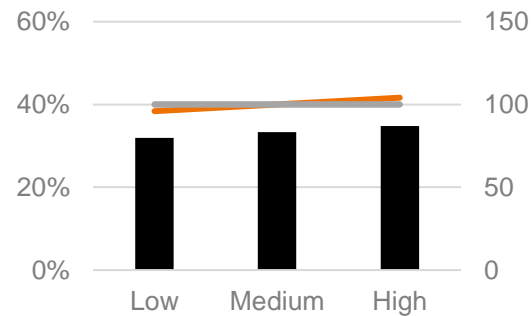
MEDIA IMPERATIVES



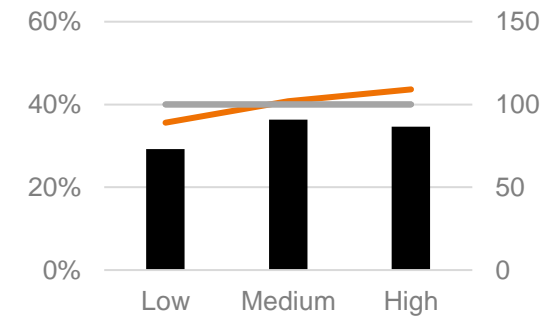
TV



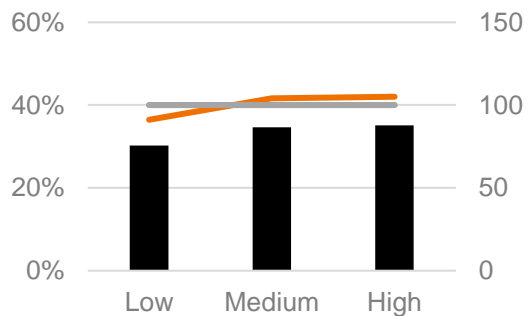
DAGBLADEN



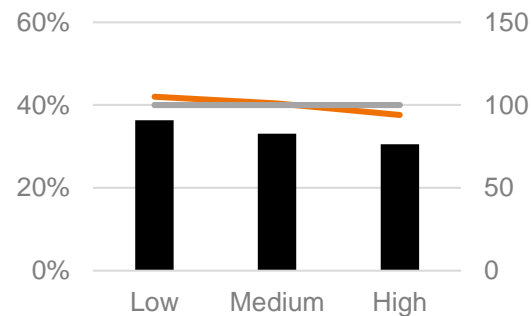
RADIO



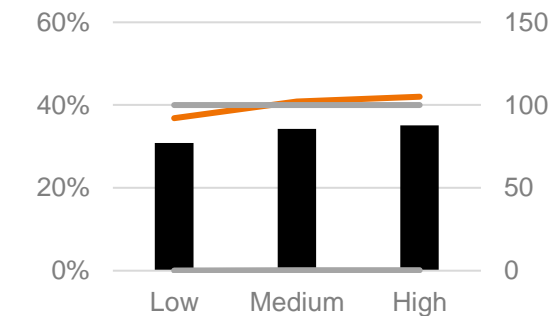
MAGAZINES



INTERNET



OOH



% van doelgroep
 Selectiviteit doelgroep t.o.v. NL13+
 Selectiviteit NL13+



VIDEO EN AUDIO STREAMING



Online TV
16%, SI: 92



Video On demand
23%, SI: 86



Online video
20%, SI: 76



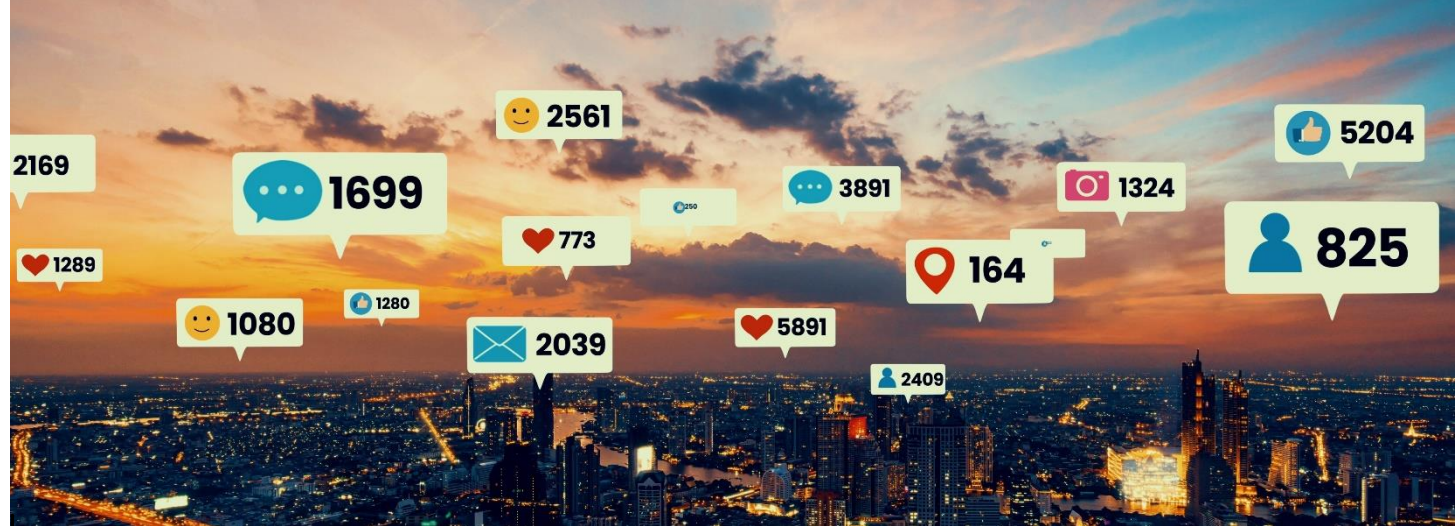
Podcasts
4%, SI: 82



Online radio
19%, SI: **103**



Online muziek
20%, SI: 82



SOCIAL MEDIA



LinkedIn
32%, SI: **104**



Facebook
67%, SI: **103**



Twitter
15%, SI: 94



Instagram
37%, SI: 88



Snapchat
9%, SI: 53



Pinterest
21%, SI: **95**



OUTTAKES DOELGROEP

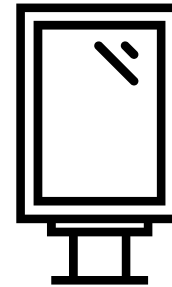
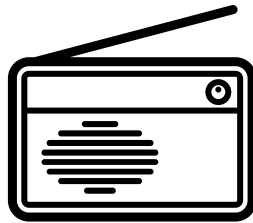
- » Een gemiddeld persoon die we willen bereiken is man/vrouw, gemiddeld 51 jaar, werkt, heeft een gezin met kinderen met interesses die aansluiten bij een gezinsleven (opvoeden en lokale activiteiten)
- » Gezien aard van campagne, advies om een brede doelgroep te hanteren; 25-54 jaar. Hiermee pakken we net ook de onderkant van de doelgroep mee die in fase van grote aankopen zit (nieuw huis/gezinsleven)
- » Ze zijn het best te bereiken via Radio, Online en Outdoor
- » Social zijn ze het meest te vinden op Facebook en Instagram



AANPAK MEDIA



MEDIUMTYPE KEUZE



Gebaseerd op het mediagebruik van de doelgroep adviseren we een gecombineerde inzet van radio, online en outdoor.



FUNNEL AANPAK

» TOUCH

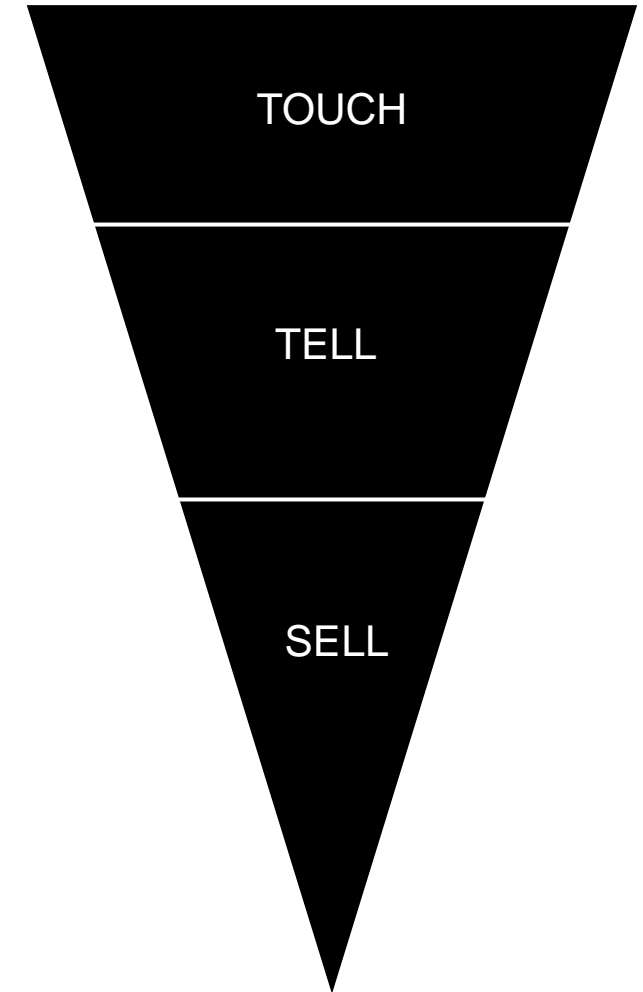
Radio & Social advertising als basis voor breed bereik, hiermee kunnen we in een korte periode snel bereik opbouwen. Advies om hier (D)OOH aan toe te voegen om mensen die in shopping-mood zijn richting electronica winkels te sturen voor orientatie naar nieuwe apparaten.

» TELL

Native advertising & social om de reden achter de activatie uit te leggen.

» SELL

Radio tag-on met CTA & social/native retargeting



DOELSTELLINGEN MEDIA

DOELSTELLING PER LAAG

Elke laag dient zijn eigen functie binnen de overkoepelende funnel goed te vervullen. Dit betekent dan ook dat we voor elk van deze lagen naar een andere doelstelling moeten kijken.

TOUCH

MAXIMAAL AANTAL BEREIKTE PERSONEN

Deze fase moet ervoor zorgen dat men de actie en zijn afzender leren kennen. Met andere woorden, we moeten de doelgroep zoveel mogelijk bereiken.

TELL

BOODSCHAP GOED OVER KUNNEN DRAGEN

Omdat deze laag raakvlak moet hebben met de boodschap, staan hierin kwalitatieve contacten binnen de juiste context centraal.

SELL

LAGE KOSTEN PER GEWENSTE ACTIE

Deze laag zal zich richten op het realiseren van zoveel mogelijk verkeer naar de campagne website, we moeten de doelgroep zoveel mogelijk laten landen.

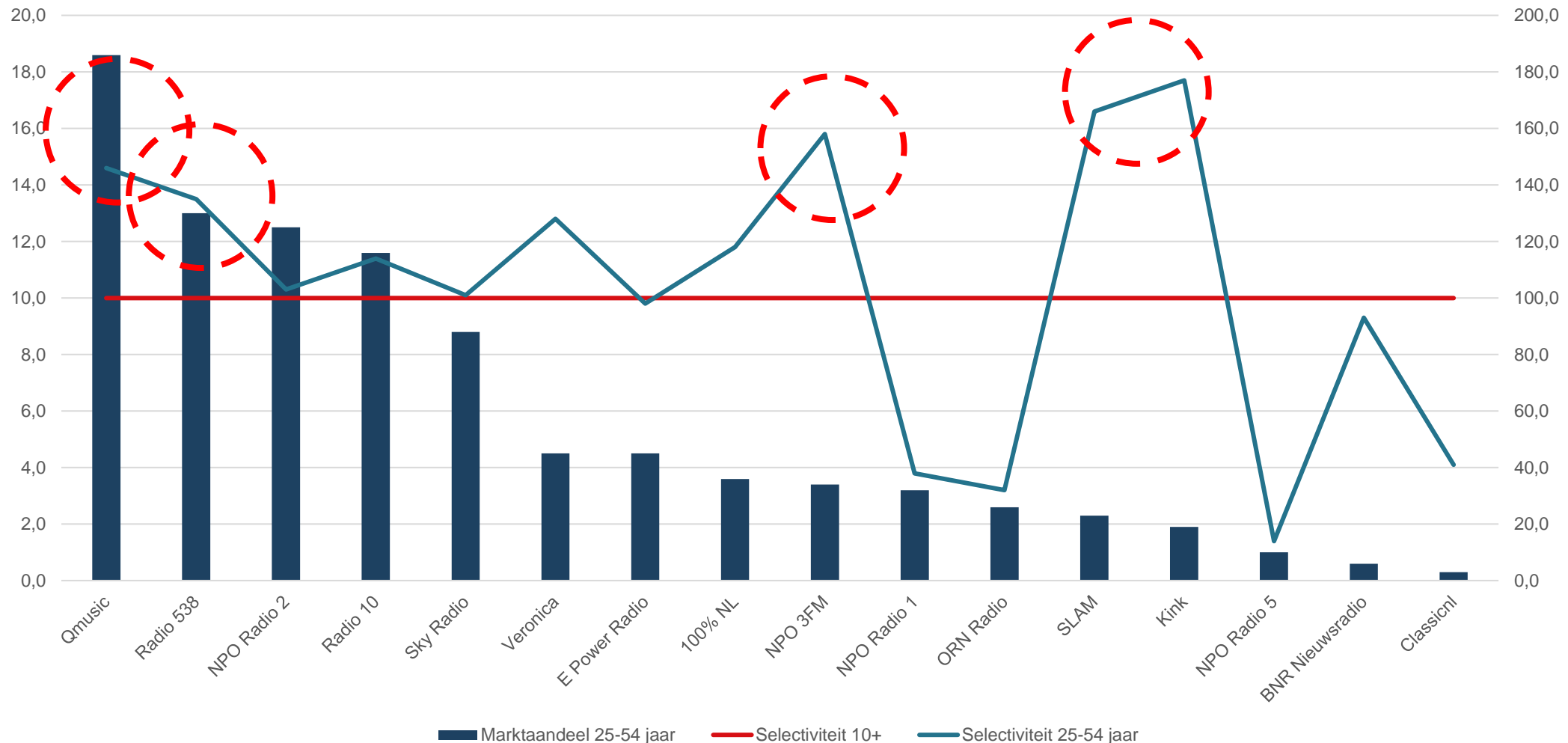


RADIO



RADIO ZENDERANALYSE 25-54 JAAR

Q-MUSIC EN 538 ZIJN DE ZENDERS MET HET GROOTSTE MARKTAANDEEL EN TEVENS SELECTIEF. NPO 3FM EN SLAM FM LATEN EEN ZEER HOGE SELECTIVITEIT ZIEN OP DE DOELGROEP.





ADVIES ZENDERKEUZE

- » Advies is om Q-Music, Radio 2, NPO 3FM en de zenders van Talpa* in te zetten.
- » Om een inkoopvoordeel te realiseren adviseren we de inkoop van het brede zenderpakket bij Talpa. Om zenders uit te sluiten geldt een index van 5% per zender. Kijkend naar de investering op een zender als Classic of Sublime FM weegt dit niet op tegen een toeslag van 5% op zenders zoals 538.

*538, Radio 10, SkyRadio, Radio Veronica, 100% NL, Slam FM, Sublime FM, ClassicNL, Decibel



ADVIES & SPOTLENGTE

Het advies is om een breed tijdvak in te zetten, namelijk maandag t/m zondag 06.00-24.00. Waarom?

- » De doelgroep luistert over de gehele dag heen naar radio.
- » In de weekenddagen luisteren zij over het algemeen minder radio, maar indien de weekenddagen uitgesloten worden zorgt dit voor een prijsstijging van gemiddeld 25%.
- » Op deze manier maximaliseren we tevens het 1+ bereik in plaats van door te bouwen op contacten.

20"	
GRP	1411
1+bereik	80%
GCF	16
Spots per dag	59 (5 per zender)

30"	
GRP	926
1+bereik	77%
GCF	10
Spots per dag	39 (3 per zender)

Kijkend naar de spots per dag adviseren we het 20 seconden scenario. De spotdruk per dag ligt wat aan de lage kant in het 30 seconden scenario met een tijdvak van 6-24u. Indien we de GCF per zender omhoog willen krijgen zullen we zenders moeten schrappen en zal je wat inleveren op je 1+ bereik.



MEDIAPLAN

ZENDERS



Gebaseerd op marktaandeel vs selectiviteit binnen de doelgroep en te realiseren inkoopvoordeel.

TACTICS

Tijdvakkeuze maandag-zondag 06.00-24.00 ten behoeve van het 1+ bereik en te realiseren inkoop voordeel.

SPOTLENGTE

30"

SPOTS & GCF

2-3 spots per dag per zender
GCF van 3 per zender.

BEREIKSPROGNOSES

GRP's:	926
1+ Bereik:	77%
GCF:	10



OUTDOOR



DIGITAL OUTDOOR



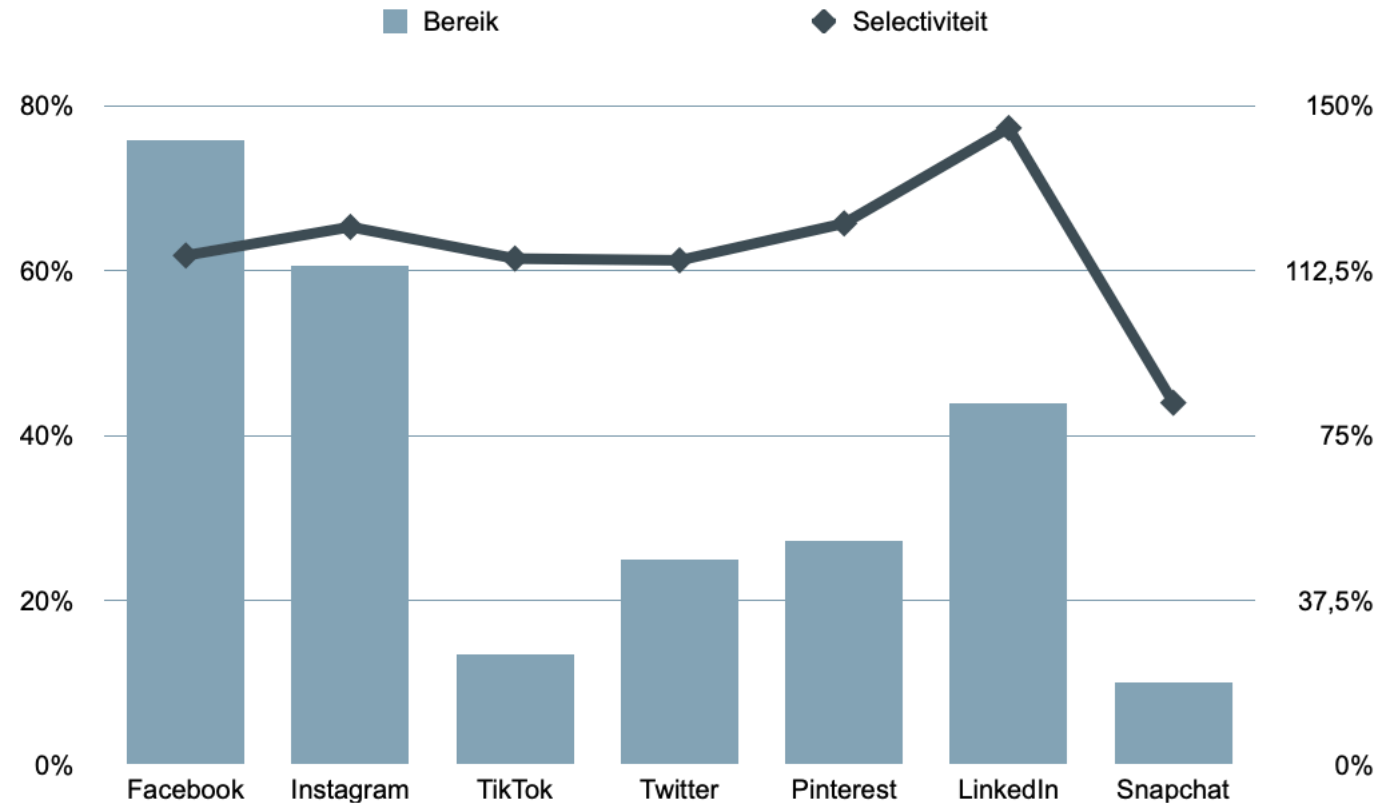
- » Zichtbaar in **winkelgebieden** om footfall naar winkels te stimuleren voor orientatie naar nieuw apparaat
- » **Impactvol** door geanimeerde creatie (6 of 10" spot)
- » Digital OOH is **flexibel**, makkelijk aan en uit zetten of contacten op bepaalde dagen ophogen
- » Targeting: shoppers netwerk
- » BUDGET:
- » 2 weken



SOCIAL



KANAALKEUZE



- » LinkedIn en Instagram hebben de hoogste selectiviteit, op de derde plaats staat Facebook
- » Gezien de boodschap & doelstelling van de campagne adviseren we LinkedIn niet in te zetten
- » We zullen de doelgroep dan ook bereiken op Facebook en Instagram



FACEBOOK & INSTAGRAM

- » Facebook en Instagram zijn onderdeel van hetzelfde bedrijf: Meta
- » Adverteren op Facebook en Instagram verloopt via dezelfde portal en kent dezelfde targeting mogelijkheden
- » Facebook wordt door doelgroep steeds meer gebruikt als het internet: ze bezoeken bedrijfspagina's alsof dit websites zijn, ze houden hier hun evenementenkalender bij en bekijken voornamelijk video's
- » Op Instagram zijn de interesses van onze doelgroep vooral Eten en Drinken, Interieur & DIY en huishouden-gerelateerde zaken zoals opvoeding, dagjes uit en scholing



DE DOELGROEP OP FACEBOOK & INSTAGRAM

NL 13+

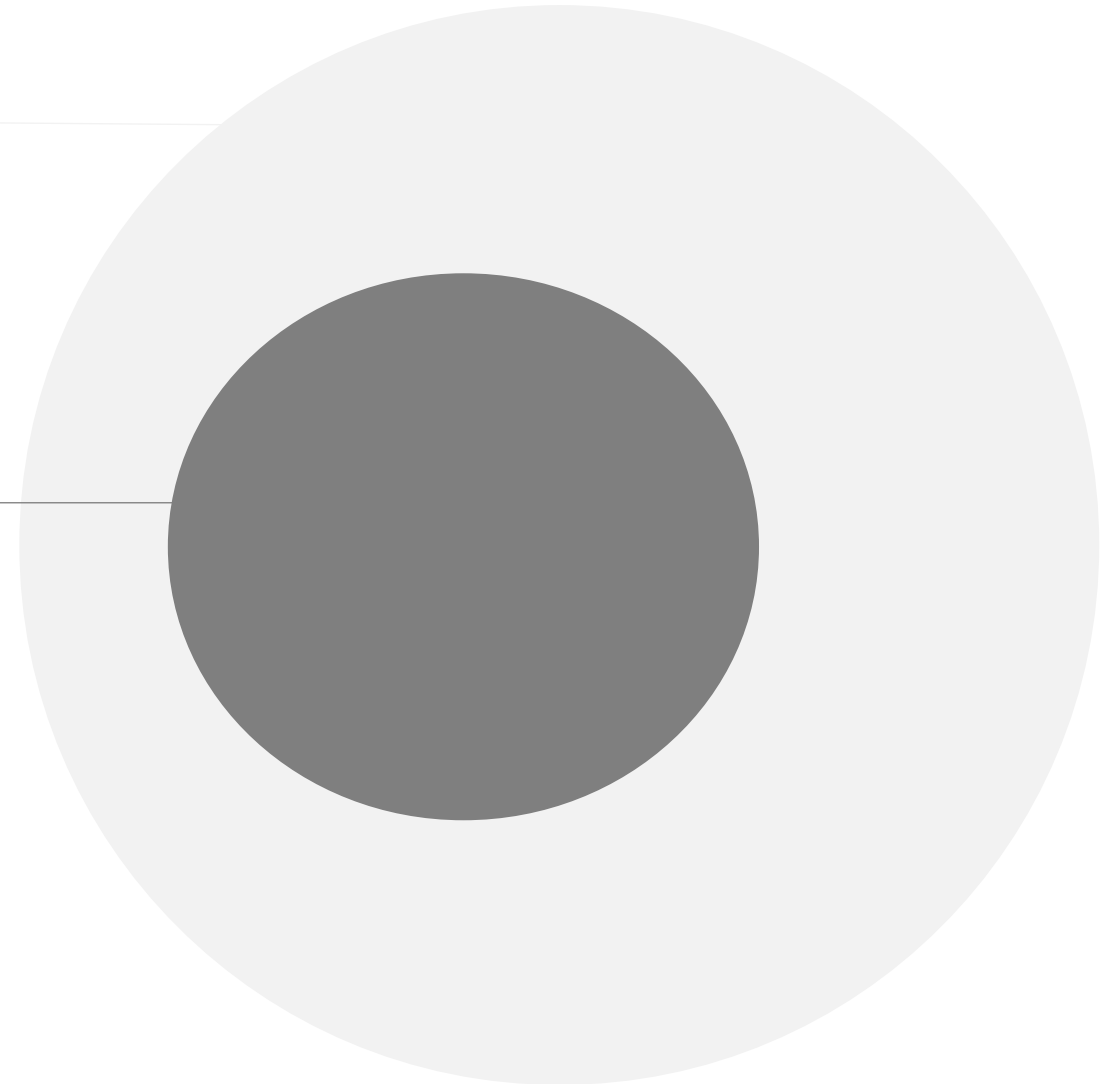
Iedereen in de leeftijd van 13 jaar of ouder

11.900.000 – 14.000.000 gebruikers

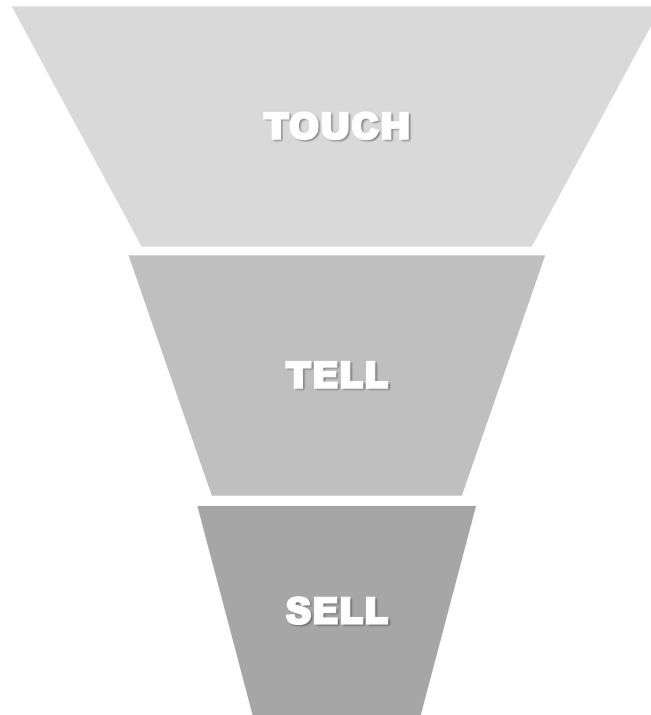
25-54 jaar

Interesse in milieu & duurzaamheid

4.000.000 – 4.600.000 gebruikers



FUNNEL



Doel

Genereren van zoveel mogelijk zichtbaarheid op Facebook en Instagram met algemeen introducerende content.

De kijker van de video opnieuw bereiken met sequential targeting om de boodschap over te brengen.

Gebruikers die interactie vertoonde met touch/tell content **noogmaals bereiken** en **websiteverkeer stimuleren**.

Inkoopmethode

Video views

Uniek bereik

Websiteclicks

Platform

FB, IG

FB, IG

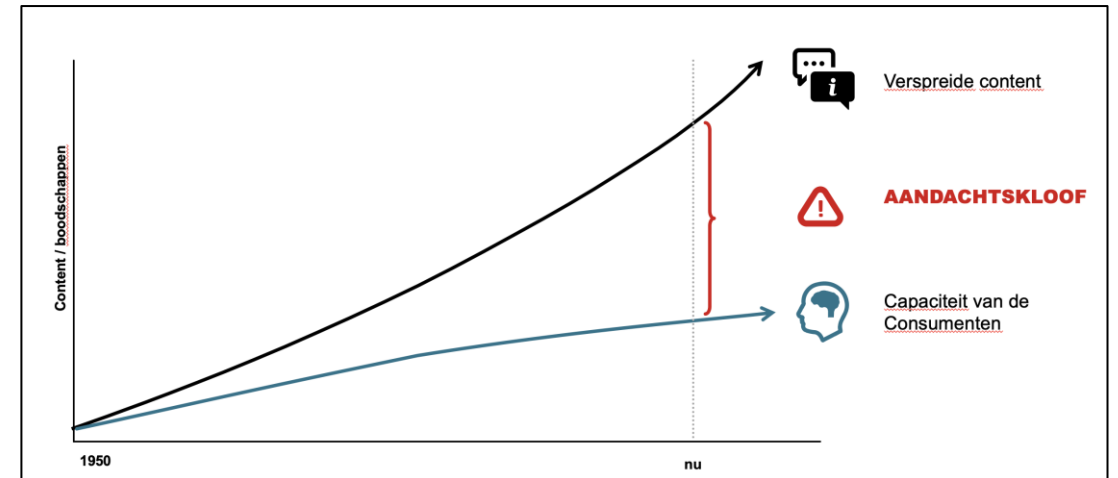
FB, IG

Budget



CONTENTADVIES: VIDEO

- » Doordat er steeds meer content wordt geplaatst, wordt het moeilijker om de aandacht van doelgroep te vangen. We noemen dit de aandachtskloof.
- » Om de aandachtskloof te overbruggen is impactvolle content nodig die de doelgroep direct *pakt*. Dit doen we met video.
- » Waarom video?
 - » Posts met video krijgen vanuit het algoritme van het platform het meeste autonome bereik (lees: gratis zichtbaarheid)
 - » Advertising met video is goedkoper dan stilstaande images dus optimaal gebruik maken van budget
 - » Stopping power van posts met video is groter
 - » Kwaliteitsperceptie van de doelgroep is hoger bij videos



ONLINE



NATIVE AD

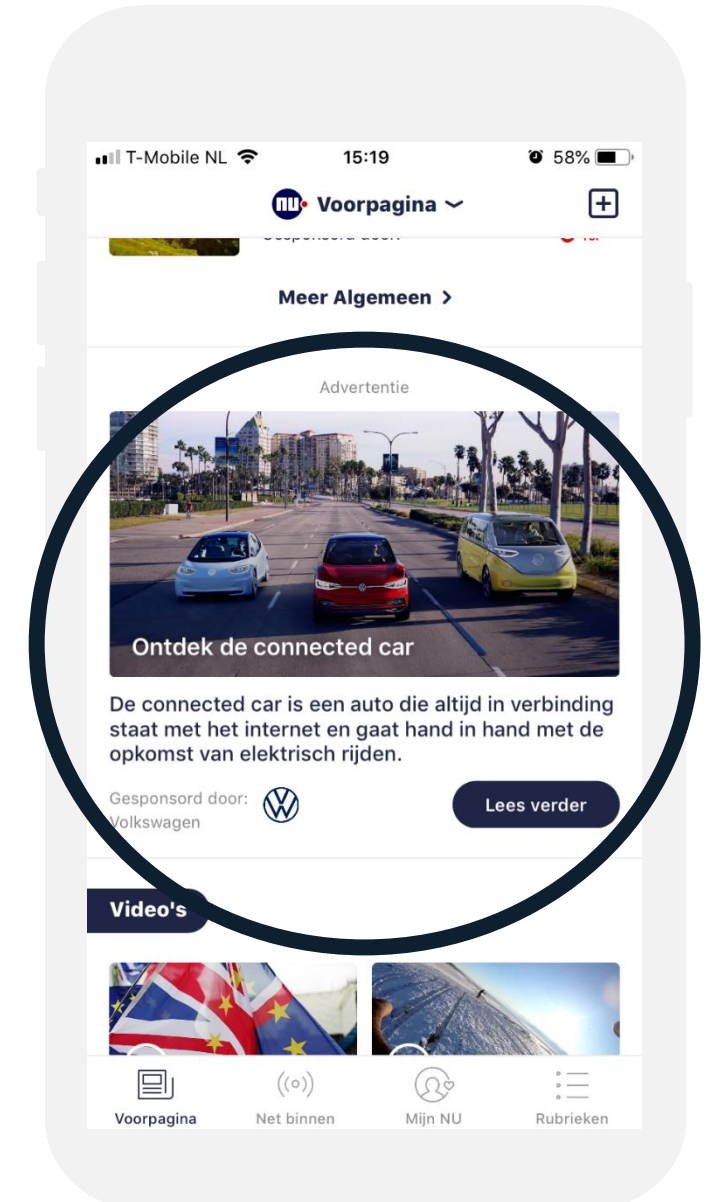
Native ad op DPG nieuwstels waarbij de doelgroep middels een afbeelding en korte tekst getriggerd wordt om meer informatie te lezen/ bekijken op de website.

- » Gericht op het overbrengen van de boodschap. Informatief, bij interesse kan men op de website meer informatie verkrijgen.
- » De ad is in de look and feel van de nieuwssite, waardoor de ad natuurlijk overkomt.
- » De ad staat tussen redactionele content, waardoor de doelgroep eerder uitgenodigd wordt om verder te lezen.

» **Budget:**

» **Impressies:** 3 MLN

» **KPI's:** Umfeld & CTR



DISPLAY RETARGETING

» Display retargeting toevoegen aan de mediamix om men die de uiting gezien heeft wederom te bereiken op relevante websites en apps en traffic richting de website te stimuleren.

» **Budget:**

» **Impressies:** 3MLN

» **KPI's:** CPC



BUILDING BEST BRANDS

LEGAL INFORMATION

1. All rights to the presentation and its contents (including concepts, designs, prices, conditions, plans, etc.) as well as any know-how on which the presentation is based on shall remain with the Agency for an unlimited period of time, regardless of whether the presentation contains copyrights, rights of use or property rights and whether the presentation was only shown or handed over.
2. The contents of the presentation are business secrets in the sense of §2.1 GeschGehG. Any unauthorized use or disclosure of the contents without the prior express consent of the Agency shall be deemed as a violation of the GeschGehG. All contents of the presentation are subject to strict confidentiality.
3. By presenting and / or providing the presentation, the Agency does not grant any rights to the presentation or to the contents of the presentation. Any use, exploitation, duplication, processing as well as any forwarding to third parties in relation to the presentation and its contents is prohibited and requires the express written consent of the Agency.
4. With regard to photos, logos, graphics, sketches etc. contained in the presentation, no copyright or other rights are granted by the presentation and / or transfer of the presentation. These rights are to be acquired separately. Any use without explicit granting of rights is prohibited.
5. Clause 1-4 apply accordingly to all further documents which should be presented or handed over with presentation and / or delivery.



RADIO UITZENDSCHEMA

Adverteerder	Stichting Open
Datum	9-5-2022
Campagne	Stichting Open
Campagneperiode	10 mei t/m 22 mei en 6 t/m 19 juni
Primaire doelgroep	25-54
PO nummer	

Zender	#Spots	#GRPs
NPO Radio 1	0	0,0
NPO Radio 2	83	173,6
NPO 3FM	82	32,2
NPO Radio 4	0	0,0
NPO Radio 5	0	0,0
Radio 538	120	182,3
Radio Veronica	120	87,9
Radio 10	112	183,2
Sky Radio	126	128,3
100% NL	112	44,3
Slam!	112	42,1
Sublime	112	13,0
ClassieNL	112	5,3
Radio Decibel	0	0,0
Qmusic	140	356,6
BNR Nieuwsradio	0	0,0
overige zenders	0	0,0
TOTAAL	1231	1248,7

KPI'S	Doelstelling	Gerealiseerd	Percentage
1+ Bereik	80%	0%	0%
OTS	16,7	0,0	0%
GRP	1336	0	0%
Aantal dagen	28	0	0%

dag	datum	tijd	zender	spotlengte	programma voor	programma na	vkp's	GRP
dinsdag	10-mei-22	06:55	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning		0,8
dinsdag	10-mei-22	07:02	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		0,5
dinsdag	10-mei-22	07:30	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen		0,8
dinsdag	10-mei-22	07:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		3,5
dinsdag	10-mei-22	07:58	ClassieNL	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,1
dinsdag	10-mei-22	07:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		2,3
dinsdag	10-mei-22	08:02	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw		0,6
dinsdag	10-mei-22	09:30	Sublime	25	Sublime's Take 5	Sublime's Take 5		0,2
dinsdag	10-mei-22	09:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		5,5
dinsdag	10-mei-22	09:56	NPO 3FM	25	HET BETERE WERK	JOURNAAL		0,6
dinsdag	10-mei-22	09:56	NPO Radio 2	25	AAN DE SLAG	JOURNAAL		4,2
dinsdag	10-mei-22	10:58	ClassieNL	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,1
dinsdag	10-mei-22	10:58	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize		3,2
dinsdag	10-mei-22	10:58	Radio 538	25	Barend van Deelen	Barend van Deelen		3,2
dinsdag	10-mei-22	11:30	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		0,9
dinsdag	10-mei-22	11:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,2
dinsdag	10-mei-22	12:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize		2,8
dinsdag	10-mei-22	12:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		2,5
dinsdag	10-mei-22	12:58	SLAM	25	Housuh in de Pauzuh	Housuh in de Pauzuh		0,6
dinsdag	10-mei-22	13:05	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	ANNEMIEKE'S A LUNCH		3,8
dinsdag	10-mei-22	13:54	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4,6
dinsdag	10-mei-22	13:58	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow		1,0
dinsdag	10-mei-22	14:54	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4,7
dinsdag	10-mei-22	14:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		1,9
dinsdag	10-mei-22	15:02	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,0
dinsdag	10-mei-22	15:30	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde		3,0
dinsdag	10-mei-22	15:58	100% NL	25	Collin Banks	Collin Banks		0,5
dinsdag	10-mei-22	15:58	SLAM	25	Anoul Hendriks	Anoul Hendriks		0,4
dinsdag	10-mei-22	16:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon		1,6
dinsdag	10-mei-22	16:58	ClassieNL	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,0
dinsdag	10-mei-22	16:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show		2,2
dinsdag	10-mei-22	17:30	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops		0,4
dinsdag	10-mei-22	17:54	Qmusic	25	Domien Verschuuren	Domien Verschuuren		1,8
dinsdag	10-mei-22	18:03	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	WOUTZDAY		1,3
dinsdag	10-mei-22	18:30	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers		0,3
dinsdag	10-mei-22	18:56	NPO 3FM	25	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!	JOURNAAL		0,4
dinsdag	10-mei-22	18:58	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast		0,0
dinsdag	10-mei-22	19:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,2
dinsdag	10-mei-22	20:03	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	DE STAAT VAN STASSE		0,8
dinsdag	10-mei-22	20:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening		0,4
dinsdag	10-mei-22	20:58	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers		0,2
dinsdag	10-mei-22	21:54	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx		0,4
dinsdag	10-mei-22	21:58	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex		0,3
dinsdag	10-mei-22	21:58	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall		0,1
dinsdag	10-mei-22	23:00	NPO 3FM	25	3VOOR12 MET SAGID	JOURNAAL		0,1
dinsdag	10-mei-22	23:02	Veronica	25	Jordi@Night	Jordi@Night	Last	0,2
dinsdag	10-mei-22	23:58	ClassieNL	25	Nachtkastjesconcert	Nachtkastjesconcert		0,0
dinsdag	10-mei-22	23:58	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter		0,2
woensdag	11-mei-22	06:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		1,2
woensdag	11-mei-22	07:30	Radio 10	25	Ekdrom in de Morgen	Ekdrom in de Morgen		2,2
woensdag	11-mei-22	08:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	SANDERS VRIENDENTEAM		0,6
woensdag	11-mei-22	08:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		4,4
woensdag	11-mei-22	09:30	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud		1,4
woensdag	11-mei-22	09:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work		1,9
woensdag	11-mei-22	09:58	ClassieNL	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,0
woensdag	11-mei-22	10:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	AAN DE SLAG		4,1
woensdag	11-mei-22	10:25	Qmusic	25	Het Foute Uur	Het Foute Uur	Second	5,7
woensdag	11-mei-22	10:30	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		0,8
woensdag	11-mei-22	10:58	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger		0,6
woensdag	11-mei-22	10:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,1
woensdag	11-mei-22	11:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work		2,3
woensdag	11-mei-22	11:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize		2,8
woensdag	11-mei-22	11:58	ClassieNL	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,0
woensdag	11-mei-22	11:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,1
woensdag	11-mei-22	12:30	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	Niek van der Bruggen		2,9
woensdag	11-mei-22	12:58	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		0,7
woensdag	11-mei-22	12:58	SLAM	25	Housuh in de Pauzuh	Housuh in de Pauzuh		0,5
woensdag	11-mei-22	12:58	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow		1,3
woensdag	11-mei-22	13:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,1
woensdag	11-mei-22	13:54	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4,8
woensdag	11-mei-22	13:58	ClassieNL	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,0

woensdag	11-mei-22	15:25	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop	1,5
woensdag	11-mei-22	15:54	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden	4,0
woensdag	11-mei-22	15:58	Radio 538	25	Ivo van Breukelen	Ivo van Breukelen	2,7
woensdag	11-mei-22	15:58	SLAM	25	Anoul Hendriks	Anoul Hendriks	0,6
woensdag	11-mei-22	15:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0,0
woensdag	11-mei-22	15:58	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza	1,4
woensdag	11-mei-22	16:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	RUUD DE WILD	3,3
woensdag	11-mei-22	16:58	Radio 10	25	Somertijd	Somertijd	2,2
woensdag	11-mei-22	17:30	100% NL	25	De Barry Paf Show	De Barry Paf Show	0,4
woensdag	11-mei-22	17:56	NPO 3FM	25	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!	JOURNAAL	0,5
woensdag	11-mei-22	18:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0,7
woensdag	11-mei-22	18:58	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0,0
woensdag	11-mei-22	19:25	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx	1,0
woensdag	11-mei-22	19:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,1
woensdag	11-mei-22	19:58	Radio 10	25	Edwin Ouwehand	Edwin Ouwehand	0,6
woensdag	11-mei-22	19:58	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus	0,3
woensdag	11-mei-22	20:58	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall	0,6
woensdag	11-mei-22	20:58	Sublime	25	Sublime Classics	Sublime Classics	0,0
woensdag	11-mei-22	20:58	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers	0,1
woensdag	11-mei-22	21:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,1
woensdag	11-mei-22	21:57	NPO 3FM	25	3VOOR12 MET SAGID	JOURNAAL	0,1
woensdag	11-mei-22	21:58	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0,0
woensdag	11-mei-22	22:55	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0,2
woensdag	11-mei-22	23:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	THE BIG FRANK SHOW	0,1
woensdag	11-mei-22	23:58	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex	0,1
woensdag	11-mei-22	23:58	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0,1
donderdag	12-mei-22	06:30	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0,2
donderdag	12-mei-22	06:30	Radio 10	25	Ekdorm in de Morgen	Ekdorm in de Morgen	1,0
donderdag	12-mei-22	06:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	1,8
donderdag	12-mei-22	07:58	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw	0,5
donderdag	12-mei-22	08:02	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0,5
donderdag	12-mei-22	08:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	1,3
donderdag	12-mei-22	08:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,1
donderdag	12-mei-22	08:58	Radio 10	25	Ekdorm in de Morgen	Ekdorm in de Morgen	3,1
donderdag	12-mei-22	09:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3,9
donderdag	12-mei-22	09:58	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw	0,7
donderdag	12-mei-22	09:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud	1,3
donderdag	12-mei-22	10:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work	2,2
donderdag	12-mei-22	10:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0,2
donderdag	12-mei-22	11:30	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger	0,7
donderdag	12-mei-22	11:30	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud	1,4
donderdag	12-mei-22	11:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,1
donderdag	12-mei-22	11:58	Radio 538	25	Barend van Deelen	Barend van Deelen	3,6
donderdag	12-mei-22	12:54	Qmusic	25	Menno Barreveld	Menno Barreveld	4,1
donderdag	12-mei-22	12:56	NPO 3FM	25	TIMUR	JOURNAAL	0,7
donderdag	12-mei-22	13:30	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	Niek van der Bruggen	3,2
donderdag	12-mei-22	13:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0,1
donderdag	12-mei-22	13:30	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow	1,6
donderdag	12-mei-22	14:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,0
donderdag	12-mei-22	14:56	NPO Radio 2	25	GIJS 2.4	JOURNAAL	3,4
donderdag	12-mei-22	14:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde	2,8
donderdag	12-mei-22	14:58	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza	1,9
donderdag	12-mei-22	15:54	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden	3,7
donderdag	12-mei-22	15:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,0
donderdag	12-mei-22	15:58	Radio 538	25	Ivo van Breukelen	Ivo van Breukelen	2,6
donderdag	12-mei-22	16:30	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	0,1
donderdag	12-mei-22	16:30	Veronica	25	Marisa in de Middag	Marisa in de Middag	1,2
donderdag	12-mei-22	16:58	100% NL	25	De Barry Paf Show	De Barry Paf Show	0,2
donderdag	12-mei-22	16:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show	2,5
donderdag	12-mei-22	17:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0,9
donderdag	12-mei-22	17:30	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0,3
donderdag	12-mei-22	17:55	NPO 3FM	25	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!	JOURNAAL	0,3
donderdag	12-mei-22	18:58	Radio 10	25	Somertijd	Somertijd	0,9
donderdag	12-mei-22	19:57	NPO Radio 2	25	WOUTZDAY	JOURNAAL	1,0
donderdag	12-mei-22	20:30	Sublime	25	Sublime Classics	Sublime Classics	0,0
donderdag	12-mei-22	20:54	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx	0,6
donderdag	12-mei-22	20:57	NPO 3FM	25	VRU - MARK EN RAMON	JOURNAAL	0,2
donderdag	12-mei-22	20:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,2
donderdag	12-mei-22	22:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	THE BIG FRANK SHOW	0,4
donderdag	12-mei-22	23:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	3VOOR12 MET SAGID	0,1
donderdag	12-mei-22	23:25	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0,1
donderdag	12-mei-22	23:54	Qmusic	25	Joost Swinkels	Joost Swinkels	0,2
vrijdag	13-mei-22	07:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	SANDERS VRIEDENTTEAM	0,5
vrijdag	13-mei-22	07:30	Radio 10	25	Ekdorm in de Morgen	Ekdorm in de Morgen	1,9
vrijdag	13-mei-22	07:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	2,2
vrijdag	13-mei-22	07:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	3,1
vrijdag	13-mei-22	07:55	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	1,1
vrijdag	13-mei-22	07:56	NPO Radio 2	25	JAN-WILLEM START OP	JOURNAAL	3,0
vrijdag	13-mei-22	07:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,0
vrijdag	13-mei-22	08:02	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0,8
vrijdag	13-mei-22	08:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3,1
vrijdag	13-mei-22	09:30	Radio 10	25	Ekdorm in de Morgen	Ekdorm in de Morgen	3,5
vrijdag	13-mei-22	09:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	4,9
vrijdag	13-mei-22	10:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	HET BETERE WERK	0,6
vrijdag	13-mei-22	10:30	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud	1,4
vrijdag	13-mei-22	10:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,1
vrijdag	13-mei-22	11:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work	2,2
vrijdag	13-mei-22	11:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuizen	Jeroen Nieuwenhuizen	3,2
vrijdag	13-mei-22	11:30	Radio 538	25	Barend van Deelen	Barend van Deelen	3,1
vrijdag	13-mei-22	11:54	Qmusic	25	Menno Barreveld	Menno Barreveld	4,7
vrijdag	13-mei-22	11:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud	1,2
vrijdag	13-mei-22	12:02	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0,8
vrijdag	13-mei-22	12:58	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0,1
vrijdag	13-mei-22	13:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0,1
vrijdag	13-mei-22	13:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop	1,8
vrijdag	13-mei-22	13:58	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow	1,3
vrijdag	13-mei-22	14:30	100% NL	25	Colin Banks	Colin Banks	0,5
vrijdag	13-mei-22	14:54	Qmusic	25	Top 40	Top 40	3,7
vrijdag	13-mei-22	16:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	RUUD DE WILD	3,0
vrijdag	13-mei-22	16:02	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0,5
vrijdag	13-mei-22	16:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Friday	Sky Feel Good Friday	1,4
vrijdag	13-mei-22	16:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0,1
vrijdag	13-mei-22	16:54	Qmusic	25	Top 40	Top 40	2,7
vrijdag	13-mei-22	17:30	Veronica	25	Marisa in de Middag	Marisa in de Middag	0,6
vrijdag	13-mei-22	17:58	100% NL	25	Stephan Jacobs	Stephan Jacobs	0,1
vrijdag	13-mei-22	18:30	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0,0
vrijdag	13-mei-22	18:58	Radio 538	25	De Weekend Avondshow van 538	De Weekend Avondshow van 538	0,8
vrijdag	13-mei-22	18:58	Sublime	25	Non-stop avond	Non-stop avond	0,1
vrijdag	13-mei-22	19:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,3

First

Second

vrijdag	13-mei-22	19:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0.5
vrijdag	13-mei-22	19:58	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0.0
vrijdag	13-mei-22	19:58	Veronica	25	Soundz Live	Soundz Live	0.2
vrijdag	13-mei-22	20:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	ROB: PARTIJ VOOR DE VRIJDAG	0.3
vrijdag	13-mei-22	20:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	PLATENPALEIS	0.9
vrijdag	13-mei-22	20:58	Radio 10	25	René Verkerk - Happy Hour	René Verkerk - Happy Hour	0.2
vrijdag	13-mei-22	21:58	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0.2
vrijdag	13-mei-22	23:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.0
zaterdag	14-mei-22	06:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0.1
zaterdag	14-mei-22	07:30	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	Oh, Wat Een Nacht	0.2
zaterdag	14-mei-22	09:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	RINKELDEKINKEL	2.1
zaterdag	14-mei-22	09:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1.1
zaterdag	14-mei-22	09:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0.0
zaterdag	14-mei-22	09:30	Radio 538	25	Het Beste van 538	Het Beste van 538	1.4
zaterdag	14-mei-22	09:54	Qmusic	25	Bas van Nimwegen	Bas van Nimwegen	2.9
zaterdag	14-mei-22	09:58	100% NL	25	Giorgio Hokstam	Giorgio Hokstam	0.7
zaterdag	14-mei-22	10:30	Radio 10	25	Martijn Kolkman	Martijn Kolkman	2.0
zaterdag	14-mei-22	10:30	SLAM	25	SLAM! Talent - Hielke Boersma	SLAM! Talent - Hielke Boersma	0.5
zaterdag	14-mei-22	10:58	Sublime	25	Non-stop ochtend	Non-stop ochtend	0.3
zaterdag	14-mei-22	11:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	WEEKEND WIJNAND	0.5
zaterdag	14-mei-22	11:30	Veronica	25	Verschuuren's Goud van Oud	Verschuuren's Goud van Oud	0.9
zaterdag	14-mei-22	11:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1.9
zaterdag	14-mei-22	12:25	Qmusic	25	Tom van der Weerd en Bram Krikke	Tom van der Weerd en Bram Krikke	3.2
zaterdag	14-mei-22	12:30	100% NL	25	Stephan Jacobs	Stephan Jacobs	0.6
zaterdag	14-mei-22	12:30	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer	1.6
zaterdag	14-mei-22	12:58	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.2
zaterdag	14-mei-22	13:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.1
zaterdag	14-mei-22	13:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.2
zaterdag	14-mei-22	13:58	Radio 10	25	René Verkerk	René Verkerk	1.8
zaterdag	14-mei-22	14:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	VRIJZAZO SHOW	2.5
zaterdag	14-mei-22	14:30	SLAM	25	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	0.4
zaterdag	14-mei-22	14:58	Radio 538	25	Mark Labrand	Mark Labrand	1.2
zaterdag	14-mei-22	15:30	100% NL	25	100% NL Top 20 met Colin Banks	100% NL Top 20 met Colin Banks	0.7
zaterdag	14-mei-22	15:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.1
zaterdag	14-mei-22	15:30	Radio 538	25	Mark Labrand	Mark Labrand	1.1
zaterdag	14-mei-22	15:55	NPO 3FM	25	MEGA TOP 30	JOURNAAL	0.4
zaterdag	14-mei-22	16:30	Radio 10	25	Dennis Verheugd	Dennis Verheugd	1.4
zaterdag	14-mei-22	16:58	Radio 538	25	De Weekend Show van 538	De Weekend Show van 538	0.9
zaterdag	14-mei-22	17:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0.9
zaterdag	14-mei-22	17:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.1
zaterdag	14-mei-22	17:58	SLAM	25	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	0.3
zaterdag	14-mei-22	17:58	Veronica	25	Phil Collins Zegt Sorry	Phil Collins Zegt Sorry	0.3
zaterdag	14-mei-22	18:25	Qmusic	25	Het Foute Uur	Het Foute Uur	1.1
zaterdag	14-mei-22	18:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0.6
zaterdag	14-mei-22	19:57	NPO 3FM	25	VERA ON TRACK	JOURNAAL	0.2
zaterdag	14-mei-22	19:58	SLAM	25	SLAM! WKNDMX	SLAM! WKNDMX	0.4
zaterdag	14-mei-22	20:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.2
zaterdag	14-mei-22	20:30	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0.0
zaterdag	14-mei-22	20:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0.4
zaterdag	14-mei-22	21:30	Sublime	25	The Groove - Rob Manga	The Groove - Rob Manga	0.1
zaterdag	14-mei-22	21:58	Radio 10	25	Sven's Classix	Sven's Classix	0.4
zaterdag	14-mei-22	22:25	Qmusic	25	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	0.5
zaterdag	14-mei-22	22:30	Veronica	25	De Top 1000 Allertijden Allertijden	De Top 1000 Allertijden Allertijden	0.1
zaterdag	14-mei-22	22:57	NPO Radio 2	25	ONE SY MULLER	JOURNAAL	0.2
zaterdag	14-mei-22	22:58	SLAM	25	The Boom Room - Gijs Alkemade	The Boom Room - Gijs Alkemade	0.1
zaterdag	14-mei-22	23:30	Radio 10	25	Sven's Classix	Sven's Classix	0.2
zaterdag	14-mei-22	23:54	Qmusic	25	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	0.3
zondag	15-mei-22	06:30	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0.0
zondag	15-mei-22	06:58	Radio 10	25	Het Weekend van 10 - De Grootste Hits Aller Tijden	Het Weekend van 10 - De Grootste Hits Aller Tijden	0.1
zondag	15-mei-22	07:25	Qmusic	25	Bas van Nimwegen	Bas van Nimwegen	0.3
zondag	15-mei-22	07:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.2
zondag	15-mei-22	07:58	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0.1
zondag	15-mei-22	07:58	Sublime	25	Morning Moods	Morning Moods	0.0
zondag	15-mei-22	08:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	0.7
zondag	15-mei-22	08:58	Radio 10	25	Silvan Stoet	Silvan Stoet	0.6
zondag	15-mei-22	08:58	Radio 538	25	Bas Menting	Bas Menting	0.5
zondag	15-mei-22	08:58	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	Oh, Wat Een Nacht	0.2
zondag	15-mei-22	09:58	Classicl	25	Je zondagochtend met classicl	Je zondagochtend met classicl	0.1
zondag	15-mei-22	10:30	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer	1.1
zondag	15-mei-22	11:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1.5
zondag	15-mei-22	11:30	100% NL	25	Giorgio Hokstam	Giorgio Hokstam	0.6
zondag	15-mei-22	11:30	Radio 10	25	Martijn Kolkman	Martijn Kolkman	1.8
zondag	15-mei-22	12:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.1
zondag	15-mei-22	13:25	Qmusic	25	Tom van der Weerd en Bram Krikke	Tom van der Weerd en Bram Krikke	2.1
zondag	15-mei-22	13:30	Radio 538	25	Mark Labrand	Mark Labrand	1.1
zondag	15-mei-22	13:57	NPO Radio 2	25	HOFLEVERANCIER	JOURNAAL	2.0
zondag	15-mei-22	13:58	SLAM	25	SLAM! Talent - Wouter van Stralen	SLAM! Talent - Wouter van Stralen	0.3
zondag	15-mei-22	13:58	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.2
zondag	15-mei-22	13:58	Veronica	25	Dennis Hoebee	Dennis Hoebee	0.5
zondag	15-mei-22	14:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.1
zondag	15-mei-22	15:25	Sky Radio	25	Sky Weekend Hits	Sky Weekend Hits	1.3
zondag	15-mei-22	16:25	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman	1.6
zondag	15-mei-22	16:30	100% NL	25	Giorgio Hokstam	Giorgio Hokstam	0.5
zondag	15-mei-22	16:55	NPO 3FM	25	WIWAVEEKENDSHOW	JOURNAAL	0.3
zondag	15-mei-22	16:58	Veronica	25	Phil Collins Zegt Sorry	Phil Collins Zegt Sorry	0.2
zondag	15-mei-22	17:57	NPO Radio 2	25	VERRUKKELIJE 15	JOURNAAL	1.2
zondag	15-mei-22	17:58	Radio 538	25	538 Top 50 Non Stop	538 Top 50 Non Stop	0.7
zondag	15-mei-22	17:58	Veronica	25	Phil Collins Zegt Sorry	Phil Collins Zegt Sorry	0.2
zondag	15-mei-22	18:30	Sublime	25	Non-stop avond	Non-stop avond	0.1
zondag	15-mei-22	18:55	NPO 3FM	25	WIWAVEEKENDSHOW	JOURNAAL	0.2
zondag	15-mei-22	18:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.2
zondag	15-mei-22	18:58	Radio 10	25	Dennis Verheugd	Dennis Verheugd	1.0
zondag	15-mei-22	19:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0.6
zondag	15-mei-22	19:58	SLAM	25	SLAM! 40 - Anouk Hendrix	SLAM! 40 - Anouk Hendrix	0.3
zondag	15-mei-22	19:58	Veronica	25	Ed Struijlaart	Ed Struijlaart	0.2
zondag	15-mei-22	20:25	Qmusic	25	Jordi Warners	Jordi Warners	0.5
zondag	15-mei-22	20:58	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter	0.4
zondag	15-mei-22	20:58	Sublime	25	Jazzy Sunday	Jazzy Sunday	0.1
zondag	15-mei-22	21:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.1
zondag	15-mei-22	21:57	NPO Radio 2	25	LEO BLOKHUIS	JOURNAAL	0.3
zondag	15-mei-22	22:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	KAAT TOT LAAT	0.0
zondag	15-mei-22	22:54	Qmusic	25	Martijn Biemans	Martijn Biemans	0.3
zondag	15-mei-22	22:58	Classicl	25	Mind radio	Mind radio	0.0
zondag	15-mei-22	23:25	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0.1
maandag	16-mei-22	06:02	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	0.2
maandag	16-mei-22	06:56	NPO Radio 2	25	JAN-WILLEM START OP	JOURNAAL	1.6
maandag	16-mei-22	07:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	1.0

maandag	16-mei-22	07:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,1
maandag	16-mei-22	08:58	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	Ekdome in de Morgen		3,3
maandag	16-mei-22	08:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		3,5
maandag	16-mei-22	08:58	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen		1,2
maandag	16-mei-22	09:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,0
maandag	16-mei-22	09:58	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw		0,8
maandag	16-mei-22	09:58	Sublime	25	Sublime's Take 5	Sublime's Take 5		0,1
maandag	16-mei-22	10:25	Qmusic	25	Het Foute Uur	Het Foute Uur		5,5
maandag	16-mei-22	10:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work		2,2
maandag	16-mei-22	10:58	Radio 538	25	Barend van Deelen	Barend van Deelen		3,4
maandag	16-mei-22	11:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	AAN DE SLAG	Second Last	4,1
maandag	16-mei-22	11:30	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger		0,7
maandag	16-mei-22	12:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	TIMUR		0,9
maandag	16-mei-22	12:02	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,1
maandag	16-mei-22	12:58	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		0,8
maandag	16-mei-22	13:30	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde		2,7
maandag	16-mei-22	13:30	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	Niek van der Bruggen		2,8
maandag	16-mei-22	13:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,1
maandag	16-mei-22	13:58	SLAM	25	Anoul Hendriks	Anoul Hendriks		0,5
maandag	16-mei-22	13:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,1
maandag	16-mei-22	14:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	HERMAN TWEE VIER		0,6
maandag	16-mei-22	14:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		1,8
maandag	16-mei-22	14:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde		2,5
maandag	16-mei-22	14:58	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza		1,4
maandag	16-mei-22	15:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	GIUS 2.4		3,7
maandag	16-mei-22	15:30	100% NL	25	Collin Banks	Collin Banks		0,6
maandag	16-mei-22	15:54	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4,1
maandag	16-mei-22	16:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon		1,4
maandag	16-mei-22	16:58	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops		0,4
maandag	16-mei-22	17:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,1
maandag	16-mei-22	17:58	Radio 10	25	Somertijd	Somertijd		1,0
maandag	16-mei-22	17:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show		1,2
maandag	16-mei-22	18:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!		0,4
maandag	16-mei-22	18:54	Qmusic	25	Domien Verschuuren	Domien Verschuuren		1,5
maandag	16-mei-22	19:02	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,1
maandag	16-mei-22	19:58	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers		0,2
maandag	16-mei-22	21:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening		0,3
maandag	16-mei-22	21:30	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall		0,2
maandag	16-mei-22	21:54	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx		0,3
maandag	16-mei-22	21:58	Sublime	25	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen		0,0
maandag	16-mei-22	22:30	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex		0,1
maandag	16-mei-22	22:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,0
dinsdag	17-mei-22	06:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning		0,3
dinsdag	17-mei-22	06:30	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		0,2
dinsdag	17-mei-22	06:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		1,1
dinsdag	17-mei-22	06:58	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen		0,4
dinsdag	17-mei-22	07:55	NPO 3FM	25	SANDERS VRIJENDENTEAM	JOURNAAL		0,5
dinsdag	17-mei-22	08:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		4,5
dinsdag	17-mei-22	08:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,1
dinsdag	17-mei-22	09:02	Veronica	25	Ruyter's Goud van Oud	Ruyter's Goud van Oud		1,3
dinsdag	17-mei-22	09:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work		2,1
dinsdag	17-mei-22	09:58	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	Ekdome in de Morgen		3,2
dinsdag	17-mei-22	10:30	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		0,9
dinsdag	17-mei-22	10:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,1
dinsdag	17-mei-22	10:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,1
dinsdag	17-mei-22	10:58	Radio 538	25	Barend van Deelen	Barend van Deelen		3,2
dinsdag	17-mei-22	11:25	Qmusic	25	Menno Barreveld	Menno Barreveld		5,1
dinsdag	17-mei-22	11:30	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger		0,7
dinsdag	17-mei-22	12:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize		2,8
dinsdag	17-mei-22	12:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		2,5
dinsdag	17-mei-22	12:56	NPO Radio 2	25	ANNEMIEKE'S A LUNCH	JOURNAAL		4,0
dinsdag	17-mei-22	12:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,2
dinsdag	17-mei-22	12:58	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow		1,1
dinsdag	17-mei-22	14:30	SLAM	25	Anoul Hendriks	Anoul Hendriks		0,6
dinsdag	17-mei-22	14:58	100% NL	25	Collin Banks	Collin Banks		0,5
dinsdag	17-mei-22	14:58	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza		1,2
dinsdag	17-mei-22	15:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	HERMAN TWEE VIER		0,5
dinsdag	17-mei-22	15:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde		3,1
dinsdag	17-mei-22	16:30	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast		0,1
dinsdag	17-mei-22	16:57	NPO Radio 2	25	RUUD DE WILD	JOURNAAL	Second	2,9
dinsdag	17-mei-22	16:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,0
dinsdag	17-mei-22	17:25	Qmusic	25	Domien Verschuuren	Domien Verschuuren		2,3
dinsdag	17-mei-22	17:30	Radio 10	25	Somertijd	Somertijd		1,6
dinsdag	17-mei-22	17:58	Veronica	25	Marisa in de Middag	Marisa in de Middag		0,4
dinsdag	17-mei-22	18:02	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops		0,3
dinsdag	17-mei-22	19:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	WOUTZDAY		1,1
dinsdag	17-mei-22	19:25	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx		1,0
dinsdag	17-mei-22	19:30	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall		0,6
dinsdag	17-mei-22	19:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening		0,4
dinsdag	17-mei-22	19:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,2
dinsdag	17-mei-22	19:58	Sublime	25	Sublime Classics	Sublime Classics		0,0
dinsdag	17-mei-22	20:02	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus		0,3
dinsdag	17-mei-22	20:57	NPO 3FM	25	VRIJ - MARK EN RAMON	JOURNAAL		0,2
dinsdag	17-mei-22	20:58	Sublime	25	Sublime Classics	Sublime Classics		0,1
dinsdag	17-mei-22	21:58	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus		0,1
dinsdag	17-mei-22	22:25	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night		0,3
dinsdag	17-mei-22	22:30	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter		0,1
dinsdag	17-mei-22	23:25	Qmusic	25	Joost Swinkels	Joost Swinkels		0,2
dinsdag	17-mei-22	23:58	Classicl	25	Nachtkastjesconcert	Nachtkastjesconcert		0,0
woensdag	18-mei-22	06:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	SANDERS VRIJENDENTEAM		0,1
woensdag	18-mei-22	06:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		1,2
woensdag	18-mei-22	06:58	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	Ekdome in de Morgen		1,2
woensdag	18-mei-22	07:30	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		0,5
woensdag	18-mei-22	07:58	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw		0,5
woensdag	18-mei-22	08:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		4,6
woensdag	18-mei-22	09:30	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		0,7
woensdag	18-mei-22	09:30	Sublime	25	Sublime's Take 5	Sublime's Take 5		0,1
woensdag	18-mei-22	09:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,0
woensdag	18-mei-22	10:02	Veronica	25	Ruyter's Goud van Oud	Ruyter's Goud van Oud		1,3
woensdag	18-mei-22	10:30	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger		0,6
woensdag	18-mei-22	10:56	NPO Radio 2	25	AAN DE SLAG	JOURNAAL		4,2
woensdag	18-mei-22	10:58	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize		2,8
woensdag	18-mei-22	11:25	Qmusic	25	Menno Barreveld	Menno Barreveld		5,2
woensdag	18-mei-22	11:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work		2,3
woensdag	18-mei-22	11:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,1
woensdag	18-mei-22	12:30	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		0,8

woensdag	18-mei-22	12:30	Classicl	25	Classic in de middag	0,1
woensdag	18-mei-22	12:54	Qmusic	25	Menno Barreveld	4,6
woensdag	18-mei-22	12:58	Veronica	25	De Piepshow	1,3
woensdag	18-mei-22	13:30	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	2,7
woensdag	18-mei-22	13:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	0,1
woensdag	18-mei-22	13:58	100% NL	25	Collin Banks	0,7
woensdag	18-mei-22	14:56	NPO Radio 2	25	GIJS 2.4	3,6
woensdag	18-mei-22	14:58	Classicl	25	Classic in de middag	0,1
woensdag	18-mei-22	14:58	Veronica	25	De Bonanza	1,6
woensdag	18-mei-22	15:30	Radio 538	25	Ivo van Breukelen	2,6
woensdag	18-mei-22	15:30	SLAM	25	Anouf Hendriks	0,5
woensdag	18-mei-22	15:54	Qmusic	25	Wim van Helden	4,0
woensdag	18-mei-22	16:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	0,6
woensdag	18-mei-22	16:58	Veronica	25	Marisa in de Middag	1,5
woensdag	18-mei-22	17:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	2,0
woensdag	18-mei-22	17:30	Radio 10	25	Somertijd	1,5
woensdag	18-mei-22	17:58	Classicl	25	Classic in de middag	0,0
woensdag	18-mei-22	18:54	Qmusic	25	Domien Verschuuren	1,3
woensdag	18-mei-22	18:58	Veronica	25	Willem Doreleijers	0,3
woensdag	18-mei-22	19:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	0,5
woensdag	18-mei-22	19:30	SLAM	25	Avondcircus	0,3
woensdag	18-mei-22	19:57	NPO 3FM	25	VRIJ - MARK EN RAMON	0,2
woensdag	18-mei-22	20:30	Radio 538	25	Lindo Duvall	0,6
woensdag	18-mei-22	20:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	0,2
woensdag	18-mei-22	21:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	0,5
woensdag	18-mei-22	21:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	0,1
woensdag	18-mei-22	21:30	Radio 10	25	Laat met Lex	0,3
woensdag	18-mei-22	21:58	Radio 538	25	Lindo Duvall	0,4
woensdag	18-mei-22	22:25	Qmusic	25	Joost Swinkels	0,5
woensdag	18-mei-22	22:30	Sublime	25	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	0,1
woensdag	18-mei-22	22:55	Sky Radio	25	Sky Late Night	0,2
woensdag	18-mei-22	22:58	Classicl	25	Mind radio	0,0
donderdag	19-mei-22	06:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	0,3
donderdag	19-mei-22	06:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	1,8
donderdag	19-mei-22	06:58	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	0,4
donderdag	19-mei-22	07:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	0,0
donderdag	19-mei-22	08:02	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0,5
donderdag	19-mei-22	08:30	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	3,1
donderdag	19-mei-22	09:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	0,7
donderdag	19-mei-22	09:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	1,9
donderdag	19-mei-22	09:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3,9
donderdag	19-mei-22	09:30	Sublime	25	Sublime's Take 5	0,2
donderdag	19-mei-22	09:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	1,3
donderdag	19-mei-22	11:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	0,1
donderdag	19-mei-22	11:54	Qmusic	25	Menno Barreveld	4,9
donderdag	19-mei-22	11:56	NPO Radio 2	25	AAN DE SLAG	4,0
donderdag	19-mei-22	11:58	100% NL	25	Thomas van Empelen	0,9
donderdag	19-mei-22	11:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	0,1
donderdag	19-mei-22	11:58	Radio 538	25	Barend van Deelen	3,6
donderdag	19-mei-22	12:02	SLAM	25	Housuh in de Pauzuh	0,6
donderdag	19-mei-22	12:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	2,7
donderdag	19-mei-22	13:02	Veronica	25	De Piepshow	1,5
donderdag	19-mei-22	13:54	Qmusic	25	Wim van Helden	3,8
donderdag	19-mei-22	13:55	NPO 3FM	25	TIMUR	0,8
donderdag	19-mei-22	14:25	Sky Radio	25	Sky Non Stop	1,6
donderdag	19-mei-22	14:30	100% NL	25	Collin Banks	0,8
donderdag	19-mei-22	14:30	Radio 538	25	Ivo van Breukelen	2,8
donderdag	19-mei-22	14:54	Qmusic	25	Wim van Helden	3,7
donderdag	19-mei-22	14:58	Classicl	25	Classic in de middag	0,0
donderdag	19-mei-22	15:02	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	0,1
donderdag	19-mei-22	15:58	Veronica	25	De Bonanza	1,7
donderdag	19-mei-22	16:58	Radio 10	25	Somertijd	2,0
donderdag	19-mei-22	17:58	SLAM	25	Dimitris Kops	0,2
donderdag	19-mei-22	18:02	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	0,1
donderdag	19-mei-22	18:30	100% NL	25	De Barry Paf Show	0,2
donderdag	19-mei-22	18:30	Classicl	25	Classic in de avond	0,0
donderdag	19-mei-22	18:57	NPO Radio 2	25	WOUT2DAY	1,2
donderdag	19-mei-22	19:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	0,2
donderdag	19-mei-22	19:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	0,6
donderdag	19-mei-22	19:30	SLAM	25	Avondcircus	0,2
donderdag	19-mei-22	19:54	Qmusic	25	Kai Merckx	0,8
donderdag	19-mei-22	19:58	Radio 538	25	Lindo Duvall	0,7
donderdag	19-mei-22	20:57	NPO Radio 2	25	DE STAAT VAN STASSE	0,5
donderdag	19-mei-22	21:58	SLAM	25	Avondcircus	0,2
donderdag	19-mei-22	22:30	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	0,1
donderdag	19-mei-22	22:58	Radio 10	25	Laat met Lex	0,1
donderdag	19-mei-22	22:58	Veronica	25	Jordi@Night	0,1
donderdag	19-mei-22	23:25	Sky Radio	25	Sky Late Night	0,1
vrijdag	20-mei-22	06:02	SLAM	25	MixMarathon	0,0
vrijdag	20-mei-22	06:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	1,4
vrijdag	20-mei-22	07:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	2,2
vrijdag	20-mei-22	07:30	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0,6
vrijdag	20-mei-22	07:58	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	0,8
vrijdag	20-mei-22	08:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	1,6
vrijdag	20-mei-22	08:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	0,0
vrijdag	20-mei-22	08:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3,1
vrijdag	20-mei-22	09:58	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	3,3
vrijdag	20-mei-22	09:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3,5
vrijdag	20-mei-22	09:58	SLAM	25	MixMarathon	1,0
vrijdag	20-mei-22	09:58	Sublime	25	Sublime's Take 5	0,2
vrijdag	20-mei-22	10:25	Qmusic	25	Het Foute Uur	5,2
vrijdag	20-mei-22	10:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	2,2
vrijdag	20-mei-22	10:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	0,1
vrijdag	20-mei-22	10:30	Sublime	25	Non-stop ochtend	0,2
vrijdag	20-mei-22	10:55	NPO 3FM	25	HET BETERE WERK	0,7
vrijdag	20-mei-22	10:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	1,4
vrijdag	20-mei-22	11:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	3,9
vrijdag	20-mei-22	11:02	SLAM	25	MixMarathon	0,9
vrijdag	20-mei-22	11:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	0,1
vrijdag	20-mei-22	12:25	Qmusic	25	Wim van Helden	4,3
vrijdag	20-mei-22	12:58	Sublime	25	Non-stop middag	0,1
vrijdag	20-mei-22	13:58	SLAM	25	MixMarathon	0,8
vrijdag	20-mei-22	14:30	100% NL	25	Collin Banks	0,5
vrijdag	20-mei-22	14:30	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	2,4
vrijdag	20-mei-22	14:54	Qmusic	25	Top 40	3,7
vrijdag	20-mei-22	14:55	NPO 3FM	25	HERMAN TWEE VIER	0,7
vrijdag	20-mei-22	14:58	Sublime	25	Non-stop middag	0,1
vrijdag	20-mei-22	14:58	Veronica	25	De Bonanza	1,5

vrijdag	20-mei-22	15:02	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0,7
vrijdag	20-mei-22	15:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,1
vrijdag	20-mei-22	15:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop	1,3
vrijdag	20-mei-22	15:56	NPO Radio 2	25	VRIJZAZO SHOW	JOURNAAL	3,2
vrijdag	20-mei-22	15:58	100% NL	25	Colin Banks	Colin Banks	0,4
vrijdag	20-mei-22	15:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde	2,1
vrijdag	20-mei-22	16:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Friday	Sky Feel Good Friday	1,5
vrijdag	20-mei-22	16:58	Veronica	25	Marisa in de Middag	Marisa in de Middag	0,9
vrijdag	20-mei-22	17:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Friday	Sky Feel Good Friday	1,1
vrijdag	20-mei-22	17:58	100% NL	25	Stephan Jacobs	Stephan Jacobs	0,1
vrijdag	20-mei-22	18:30	Radio 538	25	De Weekend Avondshow van 538	De Weekend Avondshow van 538	0,9
vrijdag	20-mei-22	18:54	Qmusic	25	Het Foute Uur	Het Foute Uur	1,0
vrijdag	20-mei-22	19:58	Radio 10	25	René Verkerk - Happy Hour	René Verkerk - Happy Hour	0,5
vrijdag	20-mei-22	20:58	Sublime	25	Funky Friday	Funky Friday	0,1
vrijdag	20-mei-22	22:58	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer	0,1
vrijdag	20-mei-22	23:57	NPO 3FM	25	BOEM BOEM DISCO SHOW	JOURNAAL	0,1
zaterdag	21-mei-22	06:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	HOLY HITS	0,2
zaterdag	21-mei-22	06:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,1
zaterdag	21-mei-22	06:55	NPO 3FM	25	SLAPEN KAN ALTIJD NOG	JOURNAAL	0,1
zaterdag	21-mei-22	06:58	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	Oh, Wat Een Nacht	0,1
zaterdag	21-mei-22	07:55	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	0,6
zaterdag	21-mei-22	08:25	Qmusic	25	Bas van Nimwegen	Bas van Nimwegen	1,5
zaterdag	21-mei-22	08:30	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0,3
zaterdag	21-mei-22	08:58	Radio 538	25	Het Beste van 538	Het Beste van 538	0,8
zaterdag	21-mei-22	08:58	Veronica	25	De Veronica Zaterdag: Ook Hier Goeiemorgen	De Veronica Zaterdag: Ook Hier Goeiemorgen	0,5
zaterdag	21-mei-22	09:25	Qmusic	25	Bas van Nimwegen	Bas van Nimwegen	2,3
zaterdag	21-mei-22	09:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1,3
zaterdag	21-mei-22	09:58	100% NL	25	Giorgio Hokstam	Giorgio Hokstam	0,7
zaterdag	21-mei-22	10:30	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer	1,7
zaterdag	21-mei-22	10:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,1
zaterdag	21-mei-22	10:58	Veronica	25	Verschuuren's Goud van Oud	Verschuuren's Goud van Oud	0,7
zaterdag	21-mei-22	11:55	NPO 3FM	25	WEEKEND WIJNAND	JOURNAAL	0,4
zaterdag	21-mei-22	11:58	Radio 10	25	Martijn Kolkman	Martijn Kolkman	1,9
zaterdag	21-mei-22	12:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	SPIJKERS MET KOPPEN	3,2
zaterdag	21-mei-22	12:02	Veronica	25	Dennis Hoebee	Dennis Hoebee	0,9
zaterdag	21-mei-22	12:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,1
zaterdag	21-mei-22	12:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0,2
zaterdag	21-mei-22	13:30	Radio 10	25	René Verkerk	René Verkerk	1,9
zaterdag	21-mei-22	13:58	100% NL	25	Stephan Jacobs	Stephan Jacobs	0,7
zaterdag	21-mei-22	13:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,1
zaterdag	21-mei-22	13:58	Radio 538	25	Mark Labrand	Mark Labrand	1,6
zaterdag	21-mei-22	14:55	Sky Radio	25	Sky Weekend Hits	Sky Weekend Hits	1,7
zaterdag	21-mei-22	14:58	Radio 10	25	René Verkerk	René Verkerk	1,9
zaterdag	21-mei-22	14:58	SLAM	25	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	0,4
zaterdag	21-mei-22	15:25	Sky Radio	25	Sky Weekend Hits	Sky Weekend Hits	1,5
zaterdag	21-mei-22	15:54	Qmusic	25	Top 40	Top 40	2,4
zaterdag	21-mei-22	15:57	NPO Radio 2	25	VRIJZAZO SHOW	JOURNAAL	1,7
zaterdag	21-mei-22	16:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	WIJAWEEKENDSHOW	0,3
zaterdag	21-mei-22	16:30	Radio 538	25	De Weekend Show van 538	De Weekend Show van 538	1,0
zaterdag	21-mei-22	16:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0,1
zaterdag	21-mei-22	16:54	Qmusic	25	Top 40	Top 40	1,9
zaterdag	21-mei-22	16:58	100% NL	25	100% NL Top 20 met Colin Banks	100% NL Top 20 met Colin Banks	0,5
zaterdag	21-mei-22	16:58	SLAM	25	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	0,3
zaterdag	21-mei-22	17:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0,9
zaterdag	21-mei-22	17:30	Radio 10	25	Dennis Verheugd	Dennis Verheugd	0,9
zaterdag	21-mei-22	17:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,0
zaterdag	21-mei-22	18:58	SLAM	25	SLAM! WKNDMX	SLAM! WKNDMX	0,3
zaterdag	21-mei-22	19:30	Sublime	25	Soufful Staturday	Soufful Staturday	0,1
zaterdag	21-mei-22	19:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,3
zaterdag	21-mei-22	19:58	Radio 538	25	Global Dance Chart	Global Dance Chart	0,5
zaterdag	21-mei-22	19:58	Veronica	25	Ed Struijlaart	Ed Struijlaart	0,2
zaterdag	21-mei-22	20:25	Qmusic	25	Jordi Warners	Jordi Warners	0,8
zaterdag	21-mei-22	23:25	Qmusic	25	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	0,4
zaterdag	21-mei-22	23:30	Radio 10	25	Sven's Classix	Sven's Classix	0,2
zaterdag	21-mei-22	23:58	Sublime	25	The Groove - Rob Manga	The Groove - Rob Manga	0,0
zondag	22-mei-22	06:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,1
zondag	22-mei-22	07:58	Radio 10	25	Silvan Stoit	Silvan Stoit	0,2
zondag	22-mei-22	07:58	Radio 538	25	Bas Menting	Bas Menting	0,3
zondag	22-mei-22	07:58	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	Oh, Wat Een Nacht	0,1
zondag	22-mei-22	08:55	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	0,7
zondag	22-mei-22	08:58	Classicl	25	Je zondagochtend met classicl	Je zondagochtend met classicl	0,1
zondag	22-mei-22	09:30	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0,4
zondag	22-mei-22	09:30	Sublime	25	Morning Moods	Morning Moods	0,2
zondag	22-mei-22	10:25	Qmusic	25	Joep Roelofsen	Joep Roelofsen	2,4
zondag	22-mei-22	10:30	100% NL	25	Giorgio Hokstam	Giorgio Hokstam	0,6
zondag	22-mei-22	10:30	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer	1,1
zondag	22-mei-22	11:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1,5
zondag	22-mei-22	11:58	Sublime	25	Non-stop ochtend	Non-stop ochtend	0,2
zondag	22-mei-22	11:58	Veronica	25	Vera's Vintage Vibes	Vera's Vintage Vibes	0,7
zondag	22-mei-22	12:30	100% NL	25	Stephan Jacobs	Stephan Jacobs	0,8
zondag	22-mei-22	12:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1,4
zondag	22-mei-22	12:57	NPO Radio 2	25	HOFLEVERANCIER	JOURNAAL	2,1
zondag	22-mei-22	12:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,1
zondag	22-mei-22	12:58	Radio 10	25	Martijn Kolkman	Martijn Kolkman	1,4
zondag	22-mei-22	13:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	R.O.B. RADIO OP EEN BROODJE	0,5
zondag	22-mei-22	13:25	Qmusic	25	Tom van der Weerd en Bram Krikke	Tom van der Weerd en Bram Krikke	2,1
zondag	22-mei-22	13:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0,2
zondag	22-mei-22	13:58	Radio 538	25	Mark Labrand	Mark Labrand	1,0
zondag	22-mei-22	14:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,1
zondag	22-mei-22	14:30	Radio 10	25	René Verkerk	René Verkerk	1,2
zondag	22-mei-22	15:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	VRIJZAZO SHOW	1,9
zondag	22-mei-22	15:02	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0,3
zondag	22-mei-22	15:02	Veronica	25	De Weekend Bonanza	De Weekend Bonanza	0,5
zondag	22-mei-22	15:58	Radio 538	25	Mark Labrand	Mark Labrand	0,9
zondag	22-mei-22	16:25	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman	1,6
zondag	22-mei-22	16:30	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0,3
zondag	22-mei-22	17:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	WIJAWEEKENDSHOW	0,3
zondag	22-mei-22	17:25	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman	1,3
zondag	22-mei-22	17:58	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0,2
zondag	22-mei-22	17:58	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0,1
zondag	22-mei-22	18:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0,5
zondag	22-mei-22	18:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,2
zondag	22-mei-22	18:58	Radio 10	25	Dennis Verheugd	Dennis Verheugd	1,0
zondag	22-mei-22	19:58	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0,0
zondag	22-mei-22	21:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	VERA ON TRACK	0,1
zondag	22-mei-22	21:02	Veronica	25	Ik Vraag Dit Voor Een Vriend	Ik Vraag Dit Voor Een Vriend	0,1
zondag	22-mei-22	21:25	Qmusic	25	Martijn Biemans	Martijn Biemans	0,4
zondag	22-mei-22	21:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0,2
zondag	22-mei-22	21:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,1

zondag	22-mei-22	23:57	NPO Radio 2	25	THANK GOD IT'S SUNDAY	JOURNAAL		0.2
maandag	6-jun-22	06:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	JAN-WILLEM START OP		0.9
maandag	6-jun-22	06:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning		0.5
maandag	6-jun-22	06:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		1.3
maandag	6-jun-22	07:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	SANDERS VRIEDENTTEAM	Second	2.7
maandag	6-jun-22	07:30	Radio 10	25	Ekdrom in de Morgen	Ekdrom in de Morgen		0.4
maandag	6-jun-22	07:30	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw		0.4
maandag	6-jun-22	08:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	JAN-WILLEM START OP		3.7
maandag	6-jun-22	08:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning		1.5
maandag	6-jun-22	08:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		5.2
maandag	6-jun-22	09:55	NPO 3FM	25	HET BETERE WERK	JOURNAAL	Second Last	0.5
maandag	6-jun-22	09:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work		1.6
maandag	6-jun-22	09:58	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		0.8
maandag	6-jun-22	09:58	Sublime	25	Sublime's Take 5	Sublime's Take 5		0.3
maandag	6-jun-22	09:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud		1.4
maandag	6-jun-22	10:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0.1
maandag	6-jun-22	11:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0.2
maandag	6-jun-22	13:25	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4.5
maandag	6-jun-22	13:30	SLAM	25	Anouf Hendriks	Anouf Hendriks		0.4
maandag	6-jun-22	13:58	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow		1.4
maandag	6-jun-22	14:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0.1
maandag	6-jun-22	15:30	100% NL	25	Collin Banks	Collin Banks		0.6
maandag	6-jun-22	15:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		1.5
maandag	6-jun-22	15:56	NPO Radio 2	25	GIJS 2.4	JOURNAAL		3.1
maandag	6-jun-22	15:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0.0
maandag	6-jun-22	15:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde		2.9
maandag	6-jun-22	16:25	Qmusic	25	Damien Verschuuren	Damien Verschuuren		3.6
maandag	6-jun-22	16:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show		2.4
maandag	6-jun-22	17:58	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops		0.2
maandag	6-jun-22	18:30	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond		0.0
maandag	6-jun-22	18:30	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast		0.0
maandag	6-jun-22	18:58	100% NL	25	De Barry Paf Show	De Barry Paf Show		0.2
maandag	6-jun-22	18:58	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers		0.3
maandag	6-jun-22	19:54	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx		1.1
maandag	6-jun-22	20:30	Radio 10	25	Edwin Ouwehand	Edwin Ouwehand		0.4
maandag	6-jun-22	20:30	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall		0.3
maandag	6-jun-22	20:30	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus		0.2
maandag	6-jun-22	20:57	NPO 3FM	25	VRJ - MARK EN RAMON	JOURNAAL		0.2
maandag	6-jun-22	21:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0.0
maandag	6-jun-22	21:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening		0.2
maandag	6-jun-22	21:58	Veronica	25	Jordi@Night	Jordi@Night		0.1
maandag	6-jun-22	22:25	Qmusic	25	Joost Swinkels	Joost Swinkels		0.3
maandag	6-jun-22	22:58	Classicl	25	Mind radio	Mind radio		0.0
maandag	6-jun-22	23:30	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter		0.1
maandag	6-jun-22	23:58	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex		0.1
dinsdag	7-jun-22	06:30	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		0.1
dinsdag	7-jun-22	06:30	Radio 10	25	Ekdrom in de Morgen	Ekdrom in de Morgen		0.9
dinsdag	7-jun-22	06:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		1.3
dinsdag	7-jun-22	07:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		3.4
dinsdag	7-jun-22	07:58	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen		1.0
dinsdag	7-jun-22	08:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0.0
dinsdag	7-jun-22	08:58	Sublime	25	De Sublime Ochtendshow met Jaap Brienen	De Sublime Ochtendshow met Jaap Brienen		0.2
dinsdag	7-jun-22	10:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	HET BETERE WERK		0.5
dinsdag	7-jun-22	10:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work		2.0
dinsdag	7-jun-22	10:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize		3.5
dinsdag	7-jun-22	10:54	Qmusic	25	Het Foute Uur	Het Foute Uur		5.8
dinsdag	7-jun-22	10:58	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger		0.6
dinsdag	7-jun-22	11:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud		1.4
dinsdag	7-jun-22	12:02	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0.2
dinsdag	7-jun-22	13:58	100% NL	25	Collin Banks	Collin Banks		0.5
dinsdag	7-jun-22	13:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0.0
dinsdag	7-jun-22	13:58	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	Niek van der Bruggen		2.5
dinsdag	7-jun-22	14:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	GIJS 2.4		3.4
dinsdag	7-jun-22	15:25	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4.2
dinsdag	7-jun-22	15:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		1.8
dinsdag	7-jun-22	15:58	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza		1.3
dinsdag	7-jun-22	16:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	RUUD DE WILD	First	3.1
dinsdag	7-jun-22	16:30	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast		0.1
dinsdag	7-jun-22	17:30	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops		0.3
dinsdag	7-jun-22	17:54	Qmusic	25	Damien Verschuuren	Damien Verschuuren		1.8
dinsdag	7-jun-22	17:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show		1.4
dinsdag	7-jun-22	17:58	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast		0.0
dinsdag	7-jun-22	18:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!		0.5
dinsdag	7-jun-22	18:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon		0.5
dinsdag	7-jun-22	19:02	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus		0.3
dinsdag	7-jun-22	19:30	Radio 10	25	Edwin Ouwehand	Edwin Ouwehand		0.6
dinsdag	7-jun-22	19:58	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond		0.0
dinsdag	7-jun-22	20:02	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers		0.1
dinsdag	7-jun-22	20:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0.1
dinsdag	7-jun-22	21:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	3VOOR12 MET SAGID		0.1
dinsdag	7-jun-22	21:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	DE STAAT VAN STASSE		0.4
dinsdag	7-jun-22	21:25	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx		0.6
dinsdag	7-jun-22	21:30	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex		0.3
dinsdag	7-jun-22	21:58	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond		0.0
dinsdag	7-jun-22	21:58	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus		0.2
dinsdag	7-jun-22	22:25	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night		0.2
dinsdag	7-jun-22	22:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0.0
dinsdag	7-jun-22	22:30	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter		0.1
dinsdag	7-jun-22	23:58	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter		0.1
woensdag	8-jun-22	06:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	SANDERS VRIEDENTTEAM		0.2
woensdag	8-jun-22	06:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning		0.3
woensdag	8-jun-22	06:58	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		1.3
woensdag	8-jun-22	06:58	Radio 10	25	Ekdrom in de Morgen	Ekdrom in de Morgen		0.1
woensdag	8-jun-22	07:30	Sublime	25	De Sublime Ochtendshow met Jaap Brienen	De Sublime Ochtendshow met Jaap Brienen		0.1
woensdag	8-jun-22	07:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		2.2
woensdag	8-jun-22	08:02	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen		1.1
woensdag	8-jun-22	09:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		4.9
woensdag	8-jun-22	10:56	NPO Radio 2	25	AAN DE SLAG	JOURNAAL	Second	4.0
woensdag	8-jun-22	11:58	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		1.1
woensdag	8-jun-22	11:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0.1
woensdag	8-jun-22	11:58	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger		0.5
woensdag	8-jun-22	12:25	Qmusic	25	Menno Barreveld	Menno Barreveld		4.4
woensdag	8-jun-22	12:25	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		1.8
woensdag	8-jun-22	12:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize		2.9
woensdag	8-jun-22	12:56	NPO Radio 2	25	ANNEMIEKE'S A LUNCH	JOURNAAL		3.5
woensdag	8-jun-22	12:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0.1
woensdag	8-jun-22	13:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		1.6
woensdag	8-jun-22	14:02	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza		1.4
woensdag	8-jun-22	14:25	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4.0
woensdag	8-jun-22	14:30	Radio 538	25	Ivo van Breukelen	Ivo van Breukelen		2.3
woensdag	8-jun-22	15:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	HERMAN TWEE VIER		0.6
woensdag	8-jun-22	15:30	SLAM	25	Anouf Hendriks	Anouf Hendriks		0.6

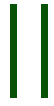
woensdag	8-jun-22	17:58	Classicl	25	Classic in de middag	0.0
woensdag	8-jun-22	17:58	Veronica	25	Marisa in de Middag	0.4
woensdag	8-jun-22	18:02	SLAM	25	Dimitris Kops	0.2
woensdag	8-jun-22	18:02	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	0.1
woensdag	8-jun-22	18:30	Radio 10	25	Somertijd	1.2
woensdag	8-jun-22	19:57	NPO Radio 2	25	WOUTZDAY	0.8
woensdag	8-jun-22	19:58	Radio 538	25	Lindo Duvall	0.6
woensdag	8-jun-22	20:25	Qmusic	25	Kai Merckx	0.8
woensdag	8-jun-22	20:30	Classicl	25	Classic in de avond	0.0
woensdag	8-jun-22	20:30	SLAM	25	Avondcircus	0.2
woensdag	8-jun-22	21:02	Radio 538	25	Lindo Duvall	0.5
woensdag	8-jun-22	21:02	Sublime	25	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	0.0
woensdag	8-jun-22	21:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	0.1
woensdag	8-jun-22	21:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	0.1
woensdag	8-jun-22	22:02	Veronica	25	Jordi@Night	0.0
woensdag	8-jun-22	22:58	Radio 10	25	Laat met Lex	0.3
woensdag	8-jun-22	23:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	0.1
woensdag	8-jun-22	23:25	Qmusic	25	Joost Swinkels	0.3
woensdag	8-jun-22	23:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	0.1
woensdag	8-jun-22	23:58	Classicl	25	Nachtkastjesconcert	0.0
donderdag	9-jun-22	06:02	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	0.3
donderdag	9-jun-22	06:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	1.1
donderdag	9-jun-22	06:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	0.0
donderdag	9-jun-22	07:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	2.3
donderdag	9-jun-22	07:58	Radio 10	25	Ekdrom in de Morgen	2.0
donderdag	9-jun-22	08:58	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	1.1
donderdag	9-jun-22	09:02	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0.7
donderdag	9-jun-22	09:56	NPO Radio 2	25	AAN DE SLAG	3.8
donderdag	9-jun-22	09:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	0.1
donderdag	9-jun-22	10:55	NPO 3FM	25	HET BETERE WERK	0.6
donderdag	9-jun-22	10:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	1.8
donderdag	9-jun-22	11:25	Qmusic	25	Menno Barreveld	4.7
donderdag	9-jun-22	11:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	0.1
donderdag	9-jun-22	12:02	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	3.1
donderdag	9-jun-22	12:30	Classicl	25	Classic in de middag	0.1
donderdag	9-jun-22	13:30	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	0.1
donderdag	9-jun-22	13:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	2.7
donderdag	9-jun-22	14:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	0.6
donderdag	9-jun-22	14:25	Qmusic	25	Wim van Helden	4.0
donderdag	9-jun-22	14:56	NPO Radio 2	25	GIJS 2.4	3.4
donderdag	9-jun-22	14:58	SLAM	25	Anouf Hendriks	0.5
donderdag	9-jun-22	16:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	1.2
donderdag	9-jun-22	16:58	Veronica	25	Marisa in de Middag	1.0
donderdag	9-jun-22	17:58	100% NL	25	De Barry Paf Show	0.2
donderdag	9-jun-22	17:58	Radio 10	25	Somertijd	1.3
donderdag	9-jun-22	17:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	1.3
donderdag	9-jun-22	18:25	Qmusic	25	Domien Verschuuren	1.7
donderdag	9-jun-22	18:30	SLAM	25	Dimitris Kops	0.4
donderdag	9-jun-22	18:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	0.7
donderdag	9-jun-22	19:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	0.2
donderdag	9-jun-22	19:30	Sublime	25	Sublime Classics	0.1
donderdag	9-jun-22	20:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	0.1
donderdag	9-jun-22	20:25	Qmusic	25	Kai Merckx	0.7
donderdag	9-jun-22	20:30	SLAM	25	Avondcircus	0.3
donderdag	9-jun-22	20:58	Veronica	25	Willem Doreleijers	0.1
donderdag	9-jun-22	21:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	0.3
donderdag	9-jun-22	21:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	0.1
donderdag	9-jun-22	21:58	Classicl	25	Classic in de avond	0.0
donderdag	9-jun-22	21:58	Radio 10	25	Laat met Lex	0.4
donderdag	9-jun-22	22:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	0.3
donderdag	9-jun-22	22:30	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	0.1
donderdag	9-jun-22	22:30	Sublime	25	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	0.0
donderdag	9-jun-22	23:55	Sky Radio	25	Sky Late Night	0.1
donderdag	9-jun-22	23:58	SLAM	25	SLAM! non-stop	0.0
donderdag	9-jun-22	23:58	Veronica	25	Jordi@Night	0.0
vrijdag	10-jun-22	07:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	1.0
vrijdag	10-jun-22	08:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	0.6
vrijdag	10-jun-22	08:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	4.5
vrijdag	10-jun-22	08:58	SLAM	25	MixMarathon	0.8
vrijdag	10-jun-22	09:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3.7
vrijdag	10-jun-22	09:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	0.1
vrijdag	10-jun-22	09:58	Radio 10	25	Ekdrom in de Morgen	3.7
vrijdag	10-jun-22	09:58	Sublime	25	Sublime's Take 5	0.3
vrijdag	10-jun-22	10:30	100% NL	25	Thomas van Empelen	1.0
vrijdag	10-jun-22	10:58	Veronica	25	Ruyfer's Goud van Oud	1.5
vrijdag	10-jun-22	11:25	Qmusic	25	Menno Barreveld	4.8
vrijdag	10-jun-22	11:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	2.0
vrijdag	10-jun-22	11:58	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	3.1
vrijdag	10-jun-22	12:02	100% NL	25	Thomas van Empelen	0.7
vrijdag	10-jun-22	12:02	SLAM	25	MixMarathon	0.7
vrijdag	10-jun-22	12:02	Veronica	25	De Piepshow	1.4
vrijdag	10-jun-22	12:30	Sublime	25	Non-stop middag	0.2
vrijdag	10-jun-22	12:57	NPO 3FM	25	R.O.B. RADIO OP EEN BROODJE	0.8
vrijdag	10-jun-22	12:58	Classicl	25	Classic in de middag	0.1
vrijdag	10-jun-22	14:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	2.9
vrijdag	10-jun-22	14:25	Sky Radio	25	Sky Non Stop	1.6
vrijdag	10-jun-22	15:02	Sublime	25	Non-stop middag	0.1
vrijdag	10-jun-22	15:25	Qmusic	25	Top 40	3.8
vrijdag	10-jun-22	15:58	Classicl	25	Classic in de middag	0.0
vrijdag	10-jun-22	15:58	Radio 538	25	538 TOP 50	2.1
vrijdag	10-jun-22	16:02	Veronica	25	Marisa in de Middag	1.0
vrijdag	10-jun-22	16:57	NPO Radio 2	25	RUUD DE WILD	2.0
vrijdag	10-jun-22	16:58	Radio 10	25	Somertijd	0.7
vrijdag	10-jun-22	17:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Friday	0.1
vrijdag	10-jun-22	17:58	100% NL	25	Stephan Jacobs	0.3
vrijdag	10-jun-22	17:58	SLAM	25	MixMarathon	1.2
vrijdag	10-jun-22	18:25	Qmusic	25	Het Foute Uur	0.8
vrijdag	10-jun-22	18:30	Radio 10	25	Somertijd	0.8
vrijdag	10-jun-22	18:58	Radio 538	25	De Weekend Avondshow van 538	0.0
vrijdag	10-jun-22	19:30	Sublime	25	Funky Friday	0.6
vrijdag	10-jun-22	20:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	0.0
vrijdag	10-jun-22	20:30	Classicl	25	Classic in de avond	0.0
vrijdag	10-jun-22	21:57	NPO Radio 2	25	PLATENPALEIS	0.6
vrijdag	10-jun-22	21:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	0.0
vrijdag	10-jun-22	21:58	SLAM	25	MixMarathon	0.1
vrijdag	10-jun-22	21:58	Veronica	25	Soundz Live	0.1
vrijdag	10-jun-22	22:25	Qmusic	25	Stephan Bouwman	0.5
vrijdag	10-jun-22	22:58	Radio 538	25	Mart Meijer	0.2
vrijdag	10-jun-22	23:57	NPO 3FM	25	BOEM BOEM DISCO SHOW	0.0
zaterdag	11-jun-22	06:02	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	0.0

zaterdag	11-jun-22	07:25	Qmusic	25	Bas van Nimwegen	Bas van Nimwegen		0,7
zaterdag	11-jun-22	07:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,1
zaterdag	11-jun-22	07:55	NPO 3FM	25	SLAPEN KAN ALTIJD NOG	JOURNAAL		0,3
zaterdag	11-jun-22	07:55	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning		0,8
zaterdag	11-jun-22	07:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,0
zaterdag	11-jun-22	08:30	Radio 10	25	Silvan Stoet	Silvan Stoet		1,3
zaterdag	11-jun-22	10:30	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer		1,7
zaterdag	11-jun-22	11:55	NPO 3FM	25	WEEKEND WIJNAND	JOURNAAL	Second Last	0,4
zaterdag	11-jun-22	11:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend		1,6
zaterdag	11-jun-22	11:58	SLAM	25	SLAM! Talent - Hielke Boersma	SLAM! Talent - Hielke Boersma		0,5
zaterdag	11-jun-22	11:58	Veronica	25	Verschuuren's Goud van Oud	Verschuuren's Goud van Oud		0,9
zaterdag	11-jun-22	12:25	Qmusic	25	Tom van der Weerd en Bram Krikke	Tom van der Weerd en Bram Krikke		3,4
zaterdag	11-jun-22	13:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag		0,2
zaterdag	11-jun-22	13:58	Radio 10	25	René Verkerk	René Verkerk		1,8
zaterdag	11-jun-22	14:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,0
zaterdag	11-jun-22	14:58	SLAM	25	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen		0,3
zaterdag	11-jun-22	15:02	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag		0,1
zaterdag	11-jun-22	15:30	100% NL	25	100% NL Top 20 met Colin Banks	100% NL Top 20 met Colin Banks		0,7
zaterdag	11-jun-22	16:02	Veronica	25	Phil Collins Zegt Sorry	Phil Collins Zegt Sorry		0,5
zaterdag	11-jun-22	17:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag		0,1
zaterdag	11-jun-22	17:54	Qmusic	25	Top 40	Top 40		1,1
zaterdag	11-jun-22	17:57	NPO Radio 2	25	MUZIEKCAFE	JOURNAAL	Second	0,9
zaterdag	11-jun-22	17:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,0
zaterdag	11-jun-22	17:58	Radio 538	25	De Weekend Show van 538	De Weekend Show van 538		0,5
zaterdag	11-jun-22	17:58	SLAM	25	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen		0,2
zaterdag	11-jun-22	18:02	Sublime	25	Non-stop avond	Non-stop avond		0,1
zaterdag	11-jun-22	18:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon		0,6
zaterdag	11-jun-22	19:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	VERA ON TRACK		0,4
zaterdag	11-jun-22	19:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,2
zaterdag	11-jun-22	19:58	Radio 10	25	Robert Feller	Robert Feller		0,7
zaterdag	11-jun-22	19:58	Radio 538	25	Global Dance Chart	Global Dance Chart		0,5
zaterdag	11-jun-22	20:57	NPO Radio 2	25	CORNÉ KLIJNS SOUL SENSATIONS	JOURNAAL		0,3
zaterdag	11-jun-22	21:54	Qmusic	25	Jordi Warners	Jordi Warners		0,6
zaterdag	11-jun-22	21:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening		0,3
zaterdag	11-jun-22	21:58	Radio 538	25	538 Dance Department	538 Dance Department		0,2
zaterdag	11-jun-22	21:58	SLAM	25	The Boom Room - Gijs Alkemade	The Boom Room - Gijs Alkemade		0,2
zaterdag	11-jun-22	22:02	Veronica	25	De Top 1000 Allertijden Allertijden	De Top 1000 Allertijden Allertijden		0,1
zaterdag	11-jun-22	23:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	ONE'SY MULLER		0,2
zaterdag	11-jun-22	23:25	Qmusic	25	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	World Wide Club 20 met Armin van Buuren		0,3
zaterdag	11-jun-22	23:30	Radio 10	25	Sven's Classix	Sven's Classix		0,1
zaterdag	11-jun-22	23:55	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night		0,3
zaterdag	11-jun-22	23:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,1
zaterdag	11-jun-22	23:58	Classicl	25	Nachtkastjesconcert	Nachtkastjesconcert		0,0
zaterdag	11-jun-22	06:25	Qmusic	25	Qmusic non-stop	Qmusic non-stop		0,2
zondag	12-jun-22	07:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	RINKELDEKINKEL		0,1
zondag	12-jun-22	07:30	Radio 538	25	Bas Menting	Bas Menting		0,4
zondag	12-jun-22	08:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,2
zondag	12-jun-22	08:58	Radio 10	25	Silvan Stoet	Silvan Stoet		0,7
zondag	12-jun-22	08:58	Sublime	25	Morning Moods	Morning Moods		0,1
zondag	12-jun-22	09:30	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop		0,4
zondag	12-jun-22	09:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend		1,0
zondag	12-jun-22	09:58	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	Oh, Wat Een Nacht		0,4
zondag	12-jun-22	10:25	Qmusic	25	Joep Roelofsen	Joep Roelofsen		2,2
zondag	12-jun-22	10:30	Classicl	25	Je zondagochtend met classicl	Je zondagochtend met classicl		0,1
zondag	12-jun-22	10:30	Sublime	25	Non-stop ochtend	Non-stop ochtend		0,2
zondag	12-jun-22	11:58	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer		1,4
zondag	12-jun-22	12:02	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag		0,2
zondag	12-jun-22	12:30	100% NL	25	Stephan Jacobs	Stephan Jacobs		0,7
zondag	12-jun-22	12:57	NPO Radio 2	25	HOFLEVERANCIER	JOURNAAL		1,8
zondag	12-jun-22	12:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,1
zondag	12-jun-22	12:58	Veronica	25	Dennis Hoebee	Dennis Hoebee		0,5
zondag	12-jun-22	13:54	Qmusic	25	Tom van der Weerd en Bram Krikke	Tom van der Weerd en Bram Krikke		2,5
zondag	12-jun-22	14:25	Sky Radio	25	Sky Weekend Hits	Sky Weekend Hits		1,4
zondag	12-jun-22	14:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,1
zondag	12-jun-22	14:30	Radio 10	25	René Verkerk	René Verkerk		1,5
zondag	12-jun-22	14:58	Veronica	25	De Weekend Bonanza	De Weekend Bonanza		0,4
zondag	12-jun-22	15:30	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops		0,3
zondag	12-jun-22	16:30	Radio 538	25	538 Top 50 Non Stop	538 Top 50 Non Stop		1,0
zondag	12-jun-22	16:54	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman		1,7
zondag	12-jun-22	16:55	NPO 3FM	25	WIWAWEEKENDSHOW	JOURNAAL		0,2
zondag	12-jun-22	16:58	Veronica	25	Phil Collins Zegt Sorry	Phil Collins Zegt Sorry		0,2
zondag	12-jun-22	17:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	VERRUKKELIJK 15		1,2
zondag	12-jun-22	17:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon		0,8
zondag	12-jun-22	18:55	NPO 3FM	25	WIWAWEEKENDSHOW	JOURNAAL	First	0,3
zondag	12-jun-22	18:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,3
zondag	12-jun-22	18:58	Radio 538	25	538 Top 50 Non Stop	538 Top 50 Non Stop		0,8
zondag	12-jun-22	18:58	SLAM	25	SLAM! 40 - Anouk Hendrix	SLAM! 40 - Anouk Hendrix		0,3
zondag	12-jun-22	19:30	Sublime	25	Jazzy Sunday	Jazzy Sunday		0,0
zondag	12-jun-22	19:58	Veronica	25	Ed Struijlaart	Ed Struijlaart		0,1
zondag	12-jun-22	20:30	Radio 10	25	Robert Feller	Robert Feller		0,3
zondag	12-jun-22	21:02	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland		0,1
zondag	12-jun-22	21:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	VERA ON TRACK		0,1
zondag	12-jun-22	22:30	SLAM	25	SLAM! Talent - Patrick Wolda & Max Bolhuis	SLAM! Talent - Patrick Wolda & Max Bolhuis		0,0
zondag	12-jun-22	22:54	Qmusic	25	Martijn Biemans	Martijn Biemans		0,1
zondag	12-jun-22	22:55	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night		0,2
zondag	12-jun-22	22:58	Classicl	25	Mind radio	Mind radio		0,0
zondag	12-jun-22	22:58	Radio 10	25	Rob van Someren - De Nacht Wacht	Rob van Someren - De Nacht Wacht		0,0
zondag	12-jun-22	23:58	Radio 538	25	Jurjen Gofers	Jurjen Gofers		0,1
maandag	13-jun-22	06:30	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen		0,4
maandag	13-jun-22	06:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend		0,0
maandag	13-jun-22	07:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning		0,8
maandag	13-jun-22	07:30	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen		0,8
maandag	13-jun-22	07:56	NPO Radio 2	25	JAN-WILLEM START OP	JOURNAAL		3,3
maandag	13-jun-22	08:30	Radio 10	25	Ekdrom in de Morgen	Ekdrom in de Morgen		3,6
maandag	13-jun-22	08:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas		3,5
maandag	13-jun-22	09:30	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw		0,5
maandag	13-jun-22	09:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke		5,5
maandag	13-jun-22	10:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuizen	Jeroen Nieuwenhuizen		3,5
maandag	13-jun-22	10:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!		0,3
maandag	13-jun-22	11:25	Qmusic	25	Menno Barrevelde	Menno Barrevelde		5,2
maandag	13-jun-22	11:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud		1,4
maandag	13-jun-22	12:02	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen		0,6
maandag	13-jun-22	12:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop		1,8
maandag	13-jun-22	12:58	SLAM	25	Housuh in de Pauzuh	Housuh in de Pauzuh		0,4
maandag	13-jun-22	13:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	ANNEMIEKE'S A LUNCH	Last	3,6
maandag	13-jun-22	13:30	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	Niek van der Bruggen		2,7
maandag	13-jun-22	13:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag		0,1
maandag	13-jun-22	13:58	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow		1,4
maandag	13-jun-22	14:54	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden		4,3
maandag	13-jun-22	14:55	NPO 3FM	25	HERMAN TWEE VIER	JOURNAAL		0,7
maandag	13-jun-22	14:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde		3,3

maandag	13-jun-22	14:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0,1
maandag	13-jun-22	15:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,0
maandag	13-jun-22	16:02	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0,4
maandag	13-jun-22	17:58	100% NL	25	De Barry Paf Show	De Barry Paf Show	0,1
maandag	13-jun-22	17:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,1
maandag	13-jun-22	17:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show	1,3
maandag	13-jun-22	17:58	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	0,1
maandag	13-jun-22	18:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!	0,6
maandag	13-jun-22	18:25	Qmusic	25	Damien Verschuuren	Damien Verschuuren	1,9
maandag	13-jun-22	18:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0,7
maandag	13-jun-22	18:58	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers	0,3
maandag	13-jun-22	19:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,2
maandag	13-jun-22	19:58	Radio 10	25	Edwin Ouwehand	Edwin Ouwehand	0,5
maandag	13-jun-22	21:02	Sublime	25	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	0,0
maandag	13-jun-22	21:30	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall	0,3
maandag	13-jun-22	21:54	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx	0,3
maandag	13-jun-22	21:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0,2
maandag	13-jun-22	21:58	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus	0,2
maandag	13-jun-22	22:57	NPO 3FM	25	3VOOR12 MET SAGID	JOURNAAL	0,0
maandag	13-jun-22	22:58	Veronica	25	Jordi@Night	Jordi@Night	0,1
maandag	13-jun-22	23:57	NPO Radio 2	25	THE BIG FRANK SHOW	JOURNAAL	0,1
dinsdag	14-jun-22	06:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	0,5
dinsdag	14-jun-22	06:30	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	1,3
dinsdag	14-jun-22	07:58	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	2,5
dinsdag	14-jun-22	07:58	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	Ekdome in de Morgen	0,4
dinsdag	14-jun-22	08:02	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw	0,4
dinsdag	14-jun-22	08:02	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	1,1
dinsdag	14-jun-22	08:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	5,4
dinsdag	14-jun-22	08:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	1,5
dinsdag	14-jun-22	09:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	HET BETERE WERK	0,5
dinsdag	14-jun-22	09:02	Sublime	25	Sublime's Take 5	Sublime's Take 5	0,2
dinsdag	14-jun-22	09:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,0
dinsdag	14-jun-22	10:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	AAN DE SLAG	4,6
dinsdag	14-jun-22	10:02	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud	1,2
dinsdag	14-jun-22	10:30	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen	0,7
dinsdag	14-jun-22	11:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,1
dinsdag	14-jun-22	11:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0,2
dinsdag	14-jun-22	12:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize	3,0
dinsdag	14-jun-22	13:25	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden	4,6
dinsdag	14-jun-22	13:58	SLAM	25	Anoul Hendriks	Anoul Hendriks	0,3
dinsdag	14-jun-22	14:30	Radio 538	25	Ivo van Breukelen	Ivo van Breukelen	2,4
dinsdag	14-jun-22	14:56	NPO Radio 2	25	GIJS 2.4	JOURNAAL	3,4
dinsdag	14-jun-22	16:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!	0,5
dinsdag	14-jun-22	16:30	100% NL	25	De Barry Paf Show	De Barry Paf Show	0,4
dinsdag	14-jun-22	16:30	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	0,1
dinsdag	14-jun-22	16:54	Qmusic	25	Damien Verschuuren	Damien Verschuuren	2,9
dinsdag	14-jun-22	17:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	0,7
dinsdag	14-jun-22	17:58	Veronica	25	Marisa in de Middag	Marisa in de Middag	0,4
dinsdag	14-jun-22	18:30	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show	1,1
dinsdag	14-jun-22	18:55	NPO 3FM	25	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!	JOURNAAL	0,4
dinsdag	14-jun-22	19:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,3
dinsdag	14-jun-22	19:54	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx	0,8
dinsdag	14-jun-22	19:58	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus	0,3
dinsdag	14-jun-22	20:02	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers	0,1
dinsdag	14-jun-22	20:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0,3
dinsdag	14-jun-22	20:30	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0,0
dinsdag	14-jun-22	20:57	NPO Radio 2	25	DE STAAT VAN STASSE	JOURNAAL	0,5
dinsdag	14-jun-22	20:58	Sublime	25	Sublime Classics	Sublime Classics	0,0
dinsdag	14-jun-22	21:58	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0,0
dinsdag	14-jun-22	22:30	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex	0,2
dinsdag	14-jun-22	22:55	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0,2
dinsdag	14-jun-22	22:58	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter	0,2
dinsdag	14-jun-22	23:25	Qmusic	25	Joost Swinkels	Joost Swinkels	0,2
dinsdag	14-jun-22	23:58	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex	0,1
dinsdag	14-jun-22	23:58	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0,0
woensdag	15-jun-22	06:02	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	0,2
woensdag	15-jun-22	06:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	1,1
woensdag	15-jun-22	06:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,0
woensdag	15-jun-22	06:58	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw	0,2
woensdag	15-jun-22	07:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0,0
woensdag	15-jun-22	08:02	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	1,1
woensdag	15-jun-22	09:58	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0,8
woensdag	15-jun-22	09:58	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	Ekdome in de Morgen	3,5
woensdag	15-jun-22	09:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3,0
woensdag	15-jun-22	10:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	AAN DE SLAG	4,0
woensdag	15-jun-22	10:25	Qmusic	25	Het Foute Uur	Het Foute Uur	5,2
woensdag	15-jun-22	10:30	SLAM	25	Joost Burger	Joost Burger	0,5
woensdag	15-jun-22	11:58	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize	3,2
woensdag	15-jun-22	11:58	Radio 538	25	Barend van Deelen	Barend van Deelen	3,1
woensdag	15-jun-22	12:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	TIMUR	0,6
woensdag	15-jun-22	12:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	ANNEMIEKE'S A LUNCH	3,7
woensdag	15-jun-22	12:02	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0,2
woensdag	15-jun-22	13:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop	1,6
woensdag	15-jun-22	15:02	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0,2
woensdag	15-jun-22	15:25	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden	3,6
woensdag	15-jun-22	15:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop	1,4
woensdag	15-jun-22	15:58	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza	1,6
woensdag	15-jun-22	16:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0,0
woensdag	15-jun-22	16:30	Radio 10	25	Somertijd	Somertijd	2,4
woensdag	15-jun-22	16:58	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show	2,0
woensdag	15-jun-22	17:56	NPO 3FM	25	FRANK EN EVA: WELKOM BIJ DE CLUB!	JOURNAAL	0,5
woensdag	15-jun-22	17:58	100% NL	25	De Barry Paf Show	De Barry Paf Show	0,3
woensdag	15-jun-22	17:58	Radio 10	25	Somertijd	Somertijd	1,2
woensdag	15-jun-22	18:02	Veronica	25	Willem Doreleijers	Willem Doreleijers	0,2
woensdag	15-jun-22	18:30	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0,0
woensdag	15-jun-22	18:30	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0,1
woensdag	15-jun-22	19:25	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx	1,1
woensdag	15-jun-22	19:30	Sublime	25	Sublime Classics	Sublime Classics	0,0
woensdag	15-jun-22	19:57	NPO 3FM	25	VRIJ - MARK EN RAMON	JOURNAAL	0,3
woensdag	15-jun-22	19:58	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall	0,6
woensdag	15-jun-22	20:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,1
woensdag	15-jun-22	21:02	Sublime	25	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	The Sublime Experience met Francis Broekhuijsen	0,0
woensdag	15-jun-22	21:25	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0,1
woensdag	15-jun-22	21:58	SLAM	25	Avondcircus	Avondcircus	0,1
woensdag	15-jun-22	22:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	THE BIG FRANK SHOW	0,2
woensdag	15-jun-22	22:25	Qmusic	25	Joost Swinkels	Joost Swinkels	0,6
woensdag	15-jun-22	22:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0,0
woensdag	15-jun-22	23:55	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0,1
woensdag	15-jun-22	23:58	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter	0,1
donderdag	16-jun-22	06:02	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw	0,1
donderdag	16-jun-22	06:30	Radio 10	25	Ekdome in de Morgen	Ekdome in de Morgen	0,8
donderdag	16-jun-22	06:58	Veronica	25	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	De Veronica Ochtendshow: Ook Goeiemorgen	0,4

donderdag	16-jun-22	07:30	SLAM	25	Early Birds - Martijn La Grouw	Early Birds - Martijn La Grouw	0.4
donderdag	16-jun-22	07:58	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0.4
donderdag	16-jun-22	07:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	2.5
donderdag	16-jun-22	08:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	4.9
donderdag	16-jun-22	08:58	Sublime	25	De Sublime Ochtendshow met Jaap Brienen	De Sublime Ochtendshow met Jaap Brienen	0.2
donderdag	16-jun-22	09:54	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	5.3
donderdag	16-jun-22	10:25	Sky Radio	25	Sky Nonstop@Work	Sky Nonstop@Work	1.8
donderdag	16-jun-22	10:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0.1
donderdag	16-jun-22	11:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	HET BETERE WERK	0.6
donderdag	16-jun-22	11:25	Qmusic	25	Menno Barrevel	Menno Barrevel	4.7
donderdag	16-jun-22	11:58	100% NL	25	Thomas van Empelen	Thomas van Empelen	0.8
donderdag	16-jun-22	11:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0.1
donderdag	16-jun-22	11:58	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize	3.4
donderdag	16-jun-22	11:58	Radio 538	25	Barend van Deelen	Barend van Deelen	3.3
donderdag	16-jun-22	11:58	Sublime	25	De Non-stop Werkdag!	De Non-stop Werkdag!	0.1
donderdag	16-jun-22	12:25	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop	1.9
donderdag	16-jun-22	13:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	TIMUR	0.6
donderdag	16-jun-22	13:56	NPO Radio 2	25	ANNEMIEKE'S A LUNCH	JOURNAAL	3.4
donderdag	16-jun-22	13:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.1
donderdag	16-jun-22	13:58	SLAM	25	Anoul Hendriks	Anoul Hendriks	0.5
donderdag	16-jun-22	14:02	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza	1.8
donderdag	16-jun-22	14:25	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden	4.0
donderdag	16-jun-22	15:30	Radio 538	25	Ivo van Breukelen	Ivo van Breukelen	2.2
donderdag	16-jun-22	15:58	Radio 10	25	Edwin Diergaarde	Edwin Diergaarde	2.4
donderdag	16-jun-22	16:02	Veronica	25	Marisa in de Middag	Marisa in de Middag	1.3
donderdag	16-jun-22	16:30	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	0.1
donderdag	16-jun-22	16:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	1.1
donderdag	16-jun-22	16:57	NPO Radio 2	25	RUUD DE WILD	JOURNAAL	2.7
donderdag	16-jun-22	16:58	100% NL	25	De Barry Paf Show	De Barry Paf Show	0.4
donderdag	16-jun-22	17:58	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0.3
donderdag	16-jun-22	18:02	Sublime	25	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	De Sublime Middagshow met Jan Paul Grootentraast	0.1
donderdag	16-jun-22	18:25	Qmusic	25	Domien Verschuuren	Domien Verschuuren	1.7
donderdag	16-jun-22	18:30	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0.0
donderdag	16-jun-22	18:30	Radio 538	25	De Coen & Sander Show	De Coen & Sander Show	1.0
donderdag	16-jun-22	19:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	WOUTZDAY	1.3
donderdag	16-jun-22	19:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0.6
donderdag	16-jun-22	21:25	Qmusic	25	Kai Merckx	Kai Merckx	0.4
donderdag	16-jun-22	21:30	Radio 10	25	Laat met Lex	Laat met Lex	0.4
donderdag	16-jun-22	21:57	NPO 3FM	25	3VOOR12 MET SAGID	JOURNAAL	0.1
donderdag	16-jun-22	21:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.1
donderdag	16-jun-22	21:58	Radio 538	25	Lindo Duvall	Lindo Duvall	0.3
donderdag	16-jun-22	21:58	Veronica	25	Jordi@Night	Jordi@Night	0.1
donderdag	16-jun-22	22:25	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0.1
vrijdag	17-jun-22	06:30	Radio 10	25	Ekdorn in de Morgen	Ekdorn in de Morgen	0.7
vrijdag	17-jun-22	07:25	Qmusic	25	Mattie & Marieke	Mattie & Marieke	2.8
vrijdag	17-jun-22	07:55	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	0.9
vrijdag	17-jun-22	08:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0.0
vrijdag	17-jun-22	08:58	100% NL	25	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	Goedemorgen 100% NL - Koen Hansen	0.9
vrijdag	17-jun-22	08:58	Radio 538	25	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	De 538 Ochtend met Wietze en Klaas	3.2
vrijdag	17-jun-22	09:02	Sublime	25	Sublime's Take 5	Sublime's Take 5	0.2
vrijdag	17-jun-22	09:58	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0.9
vrijdag	17-jun-22	10:30	Radio 10	25	Jeroen Nieuwenhuize	Jeroen Nieuwenhuize	3.4
vrijdag	17-jun-22	11:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	AAN DE SLAG	4.0
vrijdag	17-jun-22	11:54	Qmusic	25	Menno Barrevel	Menno Barrevel	4.8
vrijdag	17-jun-22	11:58	Veronica	25	Ruyer's Goud van Oud	Ruyer's Goud van Oud	1.4
vrijdag	17-jun-22	12:25	Qmusic	25	Wim van Helden	Wim van Helden	4.7
vrijdag	17-jun-22	12:30	Radio 538	25	Niek van der Bruggen	Niek van der Bruggen	2.7
vrijdag	17-jun-22	13:30	100% NL	25	Colin Banks	Colin Banks	0.6
vrijdag	17-jun-22	13:55	NPO 3FM	25	R.O.B. RADIO OP EEN BROODJE	JOURNAAL	0.8
vrijdag	17-jun-22	13:55	Sky Radio	25	Sky Non Stop	Sky Non Stop	1.9
vrijdag	17-jun-22	13:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.1
vrijdag	17-jun-22	13:58	Veronica	25	De Piepshow	De Piepshow	1.3
vrijdag	17-jun-22	14:30	Radio 538	25	538 TOP 50	538 TOP 50	2.3
vrijdag	17-jun-22	14:58	100% NL	25	Colin Banks	Colin Banks	0.6
vrijdag	17-jun-22	14:58	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.1
vrijdag	17-jun-22	15:55	NPO 3FM	25	HERMAN TWEE VIER	JOURNAAL	0.7
vrijdag	17-jun-22	15:58	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0.4
vrijdag	17-jun-22	15:58	Veronica	25	De Bonanza	De Bonanza	1.2
vrijdag	17-jun-22	16:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.0
vrijdag	17-jun-22	16:30	Radio 10	25	Somertijd	Somertijd	2.0
vrijdag	17-jun-22	17:25	Qmusic	25	Top 40	Top 40	2.6
vrijdag	17-jun-22	17:58	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.1
vrijdag	17-jun-22	18:02	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	WOUTER VINYL FRIDAY	1.3
vrijdag	17-jun-22	19:30	Radio 538	25	De Weekend Avondshow van 538	De Weekend Avondshow van 538	0.7
vrijdag	17-jun-22	19:58	Radio 10	25	René Verkerk - Happy Hour	René Verkerk - Happy Hour	0.5
vrijdag	17-jun-22	19:58	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0.4
vrijdag	17-jun-22	19:58	Veronica	25	Soundz Live	Soundz Live	0.3
vrijdag	17-jun-22	20:25	Qmusic	25	Kai Merckx, Bram Krikke en Tom van der Weerd	Kai Merckx, Bram Krikke en Tom van der Weerd	0.5
vrijdag	17-jun-22	20:30	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0.0
vrijdag	17-jun-22	20:55	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0.6
vrijdag	17-jun-22	20:58	Sublime	25	Funky Friday	Funky Friday	0.1
vrijdag	17-jun-22	22:02	NPO 3FM	25	JOURNAAL	BOEM BOEM DISCO SHOW	0.1
vrijdag	17-jun-22	22:25	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0.2
vrijdag	17-jun-22	22:57	NPO Radio 2	25	FRAGIEL	JOURNAAL	0.2
vrijdag	17-jun-22	22:58	Veronica	25	One Night Stenders	One Night Stenders	0.1
vrijdag	17-jun-22	23:02	SLAM	25	MixMarathon	MixMarathon	0.0
vrijdag	17-jun-22	23:25	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman	0.3
vrijdag	17-jun-22	23:30	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.1
zaterdag	18-jun-22	06:55	NPO 3FM	25	SLAPEN KAN ALTIJD NOG	JOURNAAL	0.2
zaterdag	18-jun-22	06:57	NPO Radio 2	25	HOLY HITS	JOURNAAL	0.3
zaterdag	18-jun-22	06:58	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.1
zaterdag	18-jun-22	07:30	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0.1
zaterdag	18-jun-22	07:30	Sublime	25	Morning Moods	Morning Moods	0.1
zaterdag	18-jun-22	07:58	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	Oh, Wat Een Nacht	0.4
zaterdag	18-jun-22	08:25	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	0.8
zaterdag	18-jun-22	08:30	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0.3
zaterdag	18-jun-22	09:25	Qmusic	25	Bas van Nimwegen	Bas van Nimwegen	2.6
zaterdag	18-jun-22	09:58	Classicl	25	Classic in de ochtend	Classic in de ochtend	0.0
zaterdag	18-jun-22	09:58	Radio 10	25	Silvan Stoet	Silvan Stoet	2.1
zaterdag	18-jun-22	09:58	Veronica	25	De Veronica Zaterdag: Ook Hier Goeiemorgen	De Veronica Zaterdag: Ook Hier Goeiemorgen	0.8
zaterdag	18-jun-22	10:30	Sublime	25	Non-stop ochtend	Non-stop ochtend	0.2
zaterdag	18-jun-22	11:55	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1.6
zaterdag	18-jun-22	11:57	NPO Radio 2	25	HET OOR WIL OOK WAT	JOURNAAL	2.7
zaterdag	18-jun-22	12:30	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.0
zaterdag	18-jun-22	12:30	Radio 10	25	Martijn Kolkman	Martijn Kolkman	2.0
zaterdag	18-jun-22	12:30	Radio 538	25	Mart Meijer	Mart Meijer	1.6
zaterdag	18-jun-22	12:58	SLAM	25	Housuh in de Pauzuh	Housuh in de Pauzuh	0.4
zaterdag	18-jun-22	13:25	Qmusic	25	Tom van der Weerd en Bram Krikke	Tom van der Weerd en Bram Krikke	3.2
zaterdag	18-jun-22	13:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.2
zaterdag	18-jun-22	15:58	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.0
zaterdag	18-jun-22	15:58	Radio 10	25	René Verkerk	René Verkerk	1.6
zaterdag	18-jun-22	16:25	Qmusic	25	Top 40	Top 40	2.2

zaterdag	18-jun-22	16:30	SLAM	25	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	SLAM! Talent - Jarno van der Wielen	0.2
zaterdag	18-jun-22	16:30	Sublime	25	Non-stop middag	Non-stop middag	0.1
zaterdag	18-6-2022	16:55:00	Sky Radio	25	Sky Feel Good Afternoon	Sky Feel Good Afternoon	1.0
zaterdag	18-6-2022	16:58:00	100% NL	25	100% NL Top 20 met Colin Banks	100% NL Top 20 met Colin Banks	0.6
zaterdag	18-6-2022	16:58:00	Radio 538	25	De Weekend Show van 538	De Weekend Show van 538	0.9
zaterdag	18-6-2022	17:55:00	NPO 3FM	25	WIWAWEEKENDSHOW	JOURNAAL	0.3
zaterdag	18-6-2022	18:57:00	NPO Radio 2	25	CORNÉ KLIJNS SOUL SENSATIONS	JOURNAAL	0.8
zaterdag	18-6-2022	18:58:00	Radio 538	25	De Weekend Show van 538	De Weekend Show van 538	0.6
zaterdag	18-6-2022	18:58:00	Veronica	25	Ed Struijlaart	Ed Struijlaart	0.2
zaterdag	18-6-2022	19:30:00	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.2
zaterdag	18-6-2022	19:54:00	Qmusic	25	Jordi Warners	Jordi Warners	1.1
zaterdag	18-6-2022	19:55:00	Sky Radio	25	Sky Feel Good Evening	Sky Feel Good Evening	0.6
zaterdag	18-6-2022	19:57:00	NPO 3FM	25	VERA ON TRACK	JOURNAAL	0.4
zaterdag	18-6-2022	20:02:00	SLAM	25	The Boom Room - Gijs Alkemade	The Boom Room - Gijs Alkemade	0.3
zaterdag	18-6-2022	20:30:00	Radio 10	25	Robert Feller	Robert Feller	0.3
zaterdag	18-6-2022	22:25:00	Qmusic	25	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	World Wide Club 20 met Armin van Buuren	0.5
zaterdag	18-6-2022	23:55:00	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0.3
zaterdag	18-6-2022	23:58:00	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.1
zaterdag	18-6-2022	23:58:00	Radio 538	25	Martin Garrix Radio Show - Martin Garrix	Martin Garrix Radio Show - Martin Garrix	0.1
zaterdag	18-6-2022	23:58:00	Veronica	25	De Top 1000 Allertijden Allertijden	De Top 1000 Allertijden Allertijden	0.1
zondag	19-6-2022	06:02:00	Radio 538	25	Bas Menting	Bas Menting	0.2
zondag	19-6-2022	06:25:00	Sky Radio	25	The Sky Nonstop Music Morning	The Sky Nonstop Music Morning	0.0
zondag	19-6-2022	07:30:00	Radio 538	25	Bas Menting	Bas Menting	0.4
zondag	19-6-2022	07:30:00	SLAM	25	SLAM! non-stop	SLAM! non-stop	0.1
zondag	19-6-2022	07:30:00	Sublime	25	Morning Moods	Morning Moods	0.0
zondag	19-6-2022	07:54:00	Qmusic	25	Bas van Nimwegen	Bas van Nimwegen	0.7
zondag	19-6-2022	07:58:00	Radio 10	25	Silvan Stoet	Silvan Stoet	0.3
zondag	19-6-2022	08:58:00	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.2
zondag	19-6-2022	08:58:00	Veronica	25	Oh, Wat Een Nacht	Oh, Wat Een Nacht	0.3
zondag	19-6-2022	09:55:00	Sky Radio	25	Sky Nonstop Weekend	Sky Nonstop Weekend	1.0
zondag	19-6-2022	10:02:00	Veronica	25	Vera's Vintage Vibes	Vera's Vintage Vibes	0.5
zondag	19-6-2022	10:30:00	SLAM	25	SLAM! Talent - Wouter van Stralen	SLAM! Talent - Wouter van Stralen	0.4
zondag	19-6-2022	11:58:00	Sublime	25	Non-stop ochtend	Non-stop ochtend	0.2
zondag	19-6-2022	12:54:00	Qmusic	25	Tom van der Weerd en Bram Krikke	Tom van der Weerd en Bram Krikke	2.4
zondag	19-6-2022	13:02:00	NPO 3FM	25	JOURNAAL	R.O.B. RADIO OP EEN BROODJE	0.4
zondag	19-6-2022	14:30:00	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.1
zondag	19-6-2022	14:55:00	Sky Radio	25	Sky Weekend Hits	Sky Weekend Hits	1.4
zondag	19-6-2022	14:58:00	100% NL	25	Stephan Jacobs	Stephan Jacobs	0.8
zondag	19-6-2022	14:58:00	SLAM	25	Dimitris Kops	Dimitris Kops	0.4
zondag	19-6-2022	15:02:00	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	VRILZAZO SHOW	1.5
zondag	19-6-2022	15:54:00	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman	1.8
zondag	19-6-2022	15:58:00	Radio 538	25	Mark Labrand	Mark Labrand	0.9
zondag	19-6-2022	16:25:00	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman	1.6
zondag	19-6-2022	17:02:00	NPO 3FM	25	JOURNAAL	WIWAWEEKENDSHOW	0.2
zondag	19-6-2022	17:54:00	Qmusic	25	Stephan Bouwman	Stephan Bouwman	1.1
zondag	19-6-2022	17:58:00	Classicl	25	Classic in de middag	Classic in de middag	0.0
zondag	19-6-2022	17:58:00	Radio 10	25	Dennis Verheugd	Dennis Verheugd	0.9
zondag	19-6-2022	17:58:00	Veronica	25	Phil Collins Zegt Sorry	Phil Collins Zegt Sorry	0.1
zondag	19-6-2022	18:02:00	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	ALBUMSHOW - CORNE KLIJN	0.8
zondag	19-6-2022	19:30:00	Sublime	25	Jazzy Sunday	Jazzy Sunday	0.0
zondag	19-6-2022	19:58:00	Classicl	25	Classic in de avond	Classic in de avond	0.0
zondag	19-6-2022	19:58:00	Radio 538	25	Jaimy de Ruijter	Jaimy de Ruijter	0.9
zondag	19-6-2022	20:02:00	NPO Radio 2	25	JOURNAAL	LEO BLOKHUIS	0.7
zondag	19-6-2022	20:30:00	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.1
zondag	19-6-2022	20:54:00	Qmusic	25	Jordi Warners	Jordi Warners	0.4
zondag	19-6-2022	20:57:00	NPO 3FM	25	VERA ON TRACK	JOURNAAL	0.1
zondag	19-6-2022	21:02:00	SLAM	25	SLAM! Talent - Patrick Wolda & Max Bolhuis	SLAM! Talent - Patrick Wolda & Max Bolhuis	0.1
zondag	19-6-2022	21:58:00	Radio 10	25	Rob van Someren - De Nacht Wacht	Rob van Someren - De Nacht Wacht	0.2
zondag	19-6-2022	22:02:00	Veronica	25	Ik Vraag Dit Voor Een Vriend	Ik Vraag Dit Voor Een Vriend	0.0
zondag	19-6-2022	22:30:00	100% NL	25	De beste muziek van Nederland	De beste muziek van Nederland	0.0
zondag	19-6-2022	22:55:00	Sky Radio	25	Sky Late Night	Sky Late Night	0.2
zondag	19-6-2022	22:58:00	Classicl	25	Mind radio	Mind radio	0.0
zondag	19-6-2022	23:30:00	Radio 10	25	Rob van Someren - De Nacht Wacht	Rob van Someren - De Nacht Wacht	0.0
zondag	19-6-2022	23:58:00	Sublime	25	Dutch Jaxx - Bart & Rolf	Dutch Jaxx - Bart & Rolf	0.0



CAMPAGNE STATISTIEKEN MEDIABEREIK

Amsterdam 24 november 2022

Stats kv-retour

Ruil je oude koel- en vriesapparatuur in en ontvang € 35,-

Direct inruilen →

Jouw oude apparaat helpt het klimaat

Veel nieuwe koelkasten, vriezers en koel-vriescombinaties zijn veel energiezuiniger dan oudere modellen. Koop in de actieperiode een nieuw energiezuinig koelvriesapparaat, lever jouw oude apparaat in en ontvang zo € 35,- retourpremie op de nieuwe. Daarmee bespaar je op je energiekosten en help je het klimaat. Doe jij ook mee?

Wat hebben we gedaan?

koelkastinruilen.nl - de landing vanuit de campagne

- Homepagina prominent een ingang naar claimen en dus naar de fabrikanten
- Homepagina referentie aan de campagne
- site ingestoken op mobiel gebruik
 - 80% online verkeer in Nederland
- Conversie vindt plaats bij de fabrikant
 - geen invloed op vanuit de site buiten snel doorverwijzen

Verkeer op de site

Gebruikers

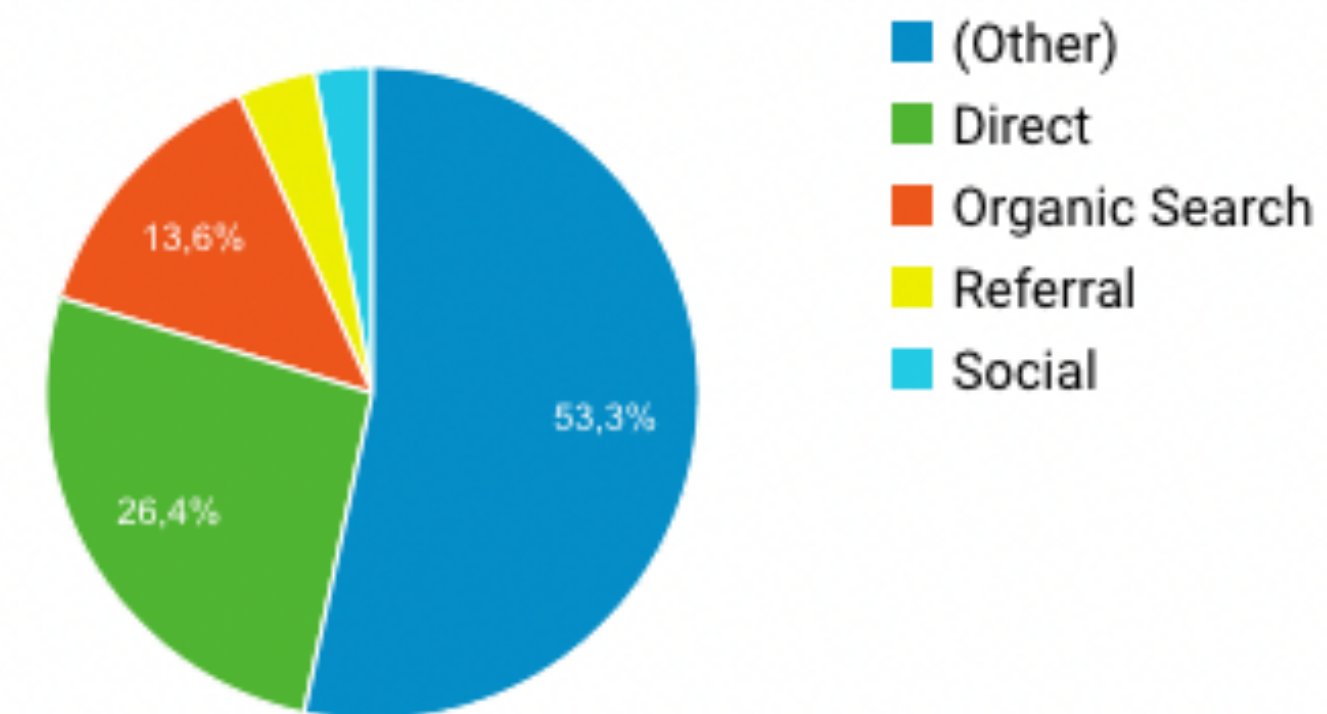
- 76% via mobiel
- 25-34 jaar meeste verkeer (33%)
- Grootste groep 18-34 jaar (61%)
- Leeftijd 55+ maar 10%
- Zuid-Holland en Noord-Holland bijna 50% verkeer
- 9% keert terug op de site

Verkeer

- Veel direct en verkeer via zoekopdrachten (41.4%)
- Veel verkeer door betaalde digitale inzet (53.4%)

Default Channel Grouping	Acquisitie		
	Gebruikers ? ↓	Nieuwe gebruikers ?	Sessies ?
	54.965 % van totaal: 100,00% (54.965)	55.372 % van totaal: 100,01% (55.366)	63.229 % van totaal: 100,00% (63.229)
1. (Other)	30.412 (53,35%)	30.061 (54,29%)	32.369 (51,19%)
2. Direct	15.046 (26,39%)	14.960 (27,02%)	17.955 (28,40%)
3. Organic Search	7.729 (13,56%)	6.956 (12,56%)	8.741 (13,82%)
4. Referral	2.191 (3,84%)	1.946 (3,51%)	2.470 (3,91%)
5. Social	1.632 (2,86%)	1.449 (2,62%)	1.694 (2,68%)

Topkanalen



Betaald digitaal verkeer

- Hoge bounces en korte bezoekduur
- Werkt wel goed voor:
 - branding campagne
 - overall bezoekduur website
 - dus ook doorkliks fabrikanten
- Meerdere paginabezoeken bezoek wat blijft gaat dus door

Bron/medium ?	Acquisitie			Gedrag		
	Gebruikers ? ↓	Nieuwe gebruikers ?	Sessies ?	Bouncepercentage ?	Pagina's/sessie ?	Gem. sessieduur ?
	30.411 % van totaal: 55,33% (54.965)	30.060 % van totaal: 54,29% (55.366)	32.368 % van totaal: 51,19% (63.229)	89,54% Gem. voor dataweergave: 73,18% (22,36%)	1,16 Gem. voor dataweergave: 1,37 (-15,25%)	00:00:12 Gem. voor dataweergave: 00:00:42 (-72,20%)
1. dpg / native	15.579 (50,73%)	15.123 (50,31%)	16.715 (51,64%)	89,26%	1,18	00:00:14
2. instagram / paidsocial	8.287 (26,98%)	8.224 (27,36%)	8.699 (26,88%)	88,62%	1,17	00:00:10
3. facebook / paidsocial	5.084 (16,55%)	4.955 (16,48%)	5.131 (15,85%)	91,56%	1,13	00:00:05
4. youtube / video	1.762 (5,74%)	1.758 (5,85%)	1.823 (5,63%)	90,78%	1,14	00:00:11

Bezoek pagina's

Meest bezochte pagina's

- Homepage
- 35 euro claimen pagina
- Wat is de actie
- Veelgestelde campagne
- Over de campagne
- Waarom koelkast inleveren

Bezoek site

- 54.965 unieke bezoekers
- Lange bezoeksduur

Paginaweergaven

86.803



Unieke paginaweergaves

79.025



Gem. tijd op pagina

00:01:49



Ruil je oude koel- en vriesapparatuur in en ontvang € 35,-

Als je energiezuinige apparaat gekocht is voor 30 juni en de levering nog moet plaatsvinden: je kunt nog tot 1 oktober 2022 het bewijs van inlevering van je oude apparaat indienen op de actiepagina van deelnemende fabrikanten.

[Direct inruilen →](#)

Jouw oude apparaat helpt het klimaat

Veel nieuwe koelkasten, vriezers en koel-vriescombinaties zijn veel energiezuiniger dan oudere modellen. Koop in de actieperiode een nieuw energiezuinig koelvriesapparaat, lever jouw oude apparaat in en ontvang zo € 35,- retourpremie op de nieuwe. Daarmee bespaar je op je energiekosten en help je het klimaat. Doe jij ook mee?

koelkastinruilen.nl



Bezoek per pagina

- Lange bezoeksduur homepage
- Claim pagina heel lang bezocht
- Claim pagina totaal 18% bezoek
- Vragen lang bezocht
- Veel bezoek claim pagina
- Informatie lijkt gelezen te worden

Pagina ?	Paginaweergaven ? ↓	Unieke paginaweergaves ?	Gem. tijd op pagina ?
	86.803 % van totaal: 100,00% (86.803)	79.025 % van totaal: 100,00% (79.025)	00:01:49 Gem. voor dataweergave: 00:01:49 (0,00%)
1. /	26.474 (30,50%)	22.993 (29,10%)	00:00:59
2. /claimen	15.617 (17,99%)	13.968 (17,68%)	00:05:52
3. /wat-is-de-actie	9.400 (10,83%)	8.184 (10,36%)	00:01:24
4. /veelgestelde-vragen	1.212 (1,40%)	1.139 (1,44%)	00:02:40
5. /over-de-campagne	708 (0,82%)	619 (0,78%)	00:01:01
6. /waarom-koelkast-inleveren	432 (0,50%)	404 (0,51%)	00:01:20
7. /toolkit	190 (0,22%)	166 (0,21%)	00:00:38
8. /privacy-disclaimer	103 (0,12%)	93 (0,12%)	00:01:02
9. /?intcid=actie_koelen_vriezen_ct m_Meer_weten_over_deze_actie~ ~~ContentTeaser~	60 (0,07%)	54 (0,07%)	00:00:48
10. /?adfcid=1652692206.g8liDmXYv 0iyD3s6yL_7Gw.MjY4MTQ3MSw0 NjA1Njl	46 (0,05%)	20 (0,03%)	00:06:42

Doorklik naar fabrikanten

Doorklikgedrag naar fabrikanten

- 11.1% van al het bezoek gaat naar een fabrikant
- 61.5% van al het bezoek op de claimpagina gaat naar een fabrikant
- Bosch, Liebherr en Samsung steken boven de andere merken uit in kliks

Gebeurtenislabel ?	Totale gebeurtenissen ? ↓
	9.618 % van totaal: 80,88% (11.891)
1. Bosch	2.496 (25,95%)
2. Liebherr	2.127 (22,11%)
3. Samsung	2.092 (21,75%)
4. Beko	1.385 (14,40%)
5. Miele	774 (8,05%)
6. LG	744 (7,74%)

Digital


Native ads

- Alle KPI's zijn behaald en er zijn 70% meer impressies uitgeleverd dan verwacht
- De uiting zonder tekst behaalde een betere CTR dan de uiting met tekst (0,39% vs. 0,34%)

	Impressions KPI: 3 mio	CPM	Reach	% reach within the target audience	Spends	Budget
NATIVE ADS	5.1M	€5,90	2.4M	24%	€30.000	€30.000

Youtube





- Alle KPI's zijn behaald. 83% van de impressies zijn gegenereerd door versie A, die een betere VTR en CTR behaalde dan versie B (0,06% vs. 0,05% CTR & 84,4% vs. 83% VTR).
- De beste prestaties worden gehaald rondom topics *recycling*, *business services* en *people & society*.
- 66% van de impressies werden uitgeleverd in de leeftijdsgroepen 35 - 44 en 45 - 54.

	Impressions KPI: 4.7 mio	CPM	VTR	% reach within the target audience	Spends	Budget
NON-SKIPPABLE	4.7M	€10,50	84%	47%	€49.350	€49.350

Social

Social

- Alle KPI's zijn behaald.
- Uitleveringen via Facebook behaalden een hogere CTR dan via Instagram (0,27% vs. 0,10%)
- Er zijn geen noemenswaardige verschillen tussen de video varianten te benoemen.

	Impressions KPI: 18.3 mio	CPM	Reach	% reach within the target audience	Spends	Budget
 FEED	10.9M	€2,79	1.5M	47%	€31.601	€82.500
 STORIES	12.6M	€2,71	2.1M	65%	€34.015	
 FEED	5.7M	€2,90	783K	25%	€16.677	
 STORIES	67.8K	€3,04	40K	1,25%	€206	

Radio

Overall resultaten

	DOELSTELLING	GEREALISEERD
NETTO 1+ BEREIK %	80%	78,28%
NETTO 1+ BEREIK #	3.473.600 personen	3.398.917 personen
GRPs	1.336	1.176,13
GCF	16,7	15,0
BUDGET	€ 232.512	€ 232.378



DOELGROEP 25-54 JAAR

4.342.000 personen



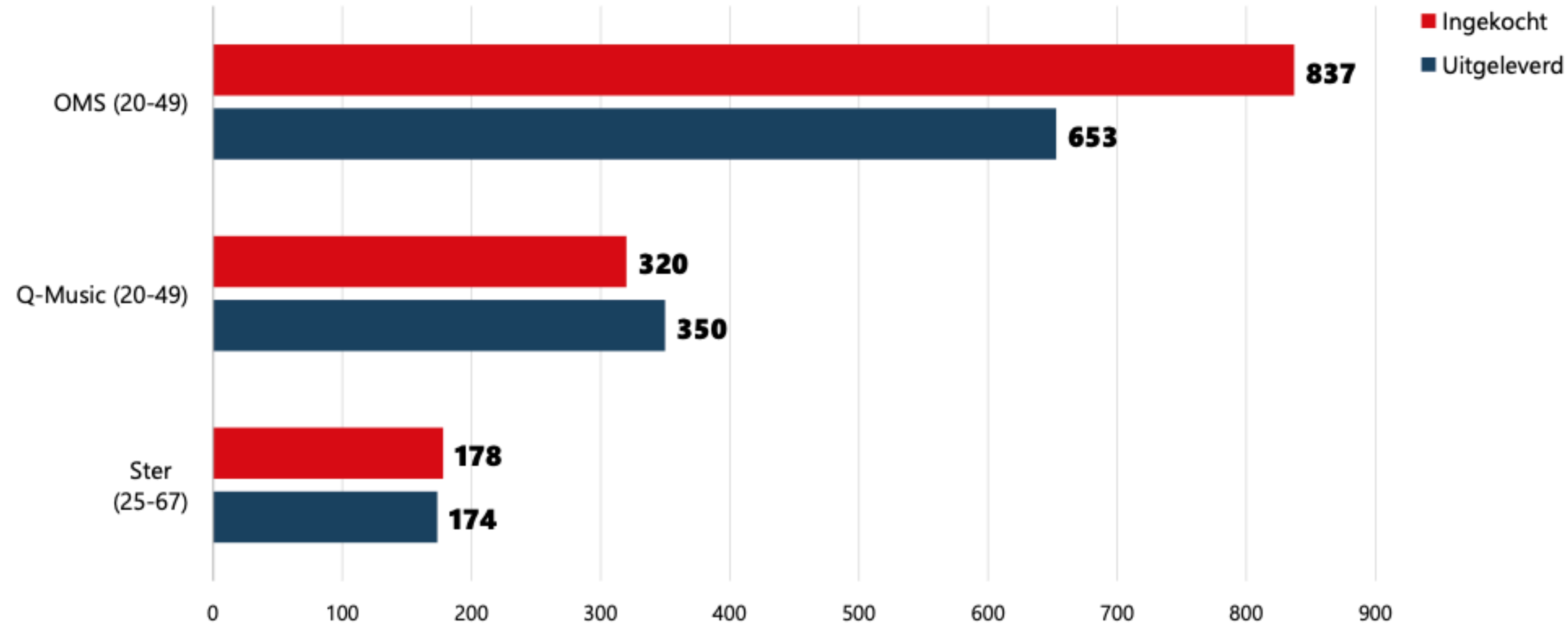
BEVINDINGEN

De bereiksdienstelling net niet helemaal behaald

Gemiddeld is 78,28% van de personen tussen 25-54 jaar ruim 15 keer bereikt

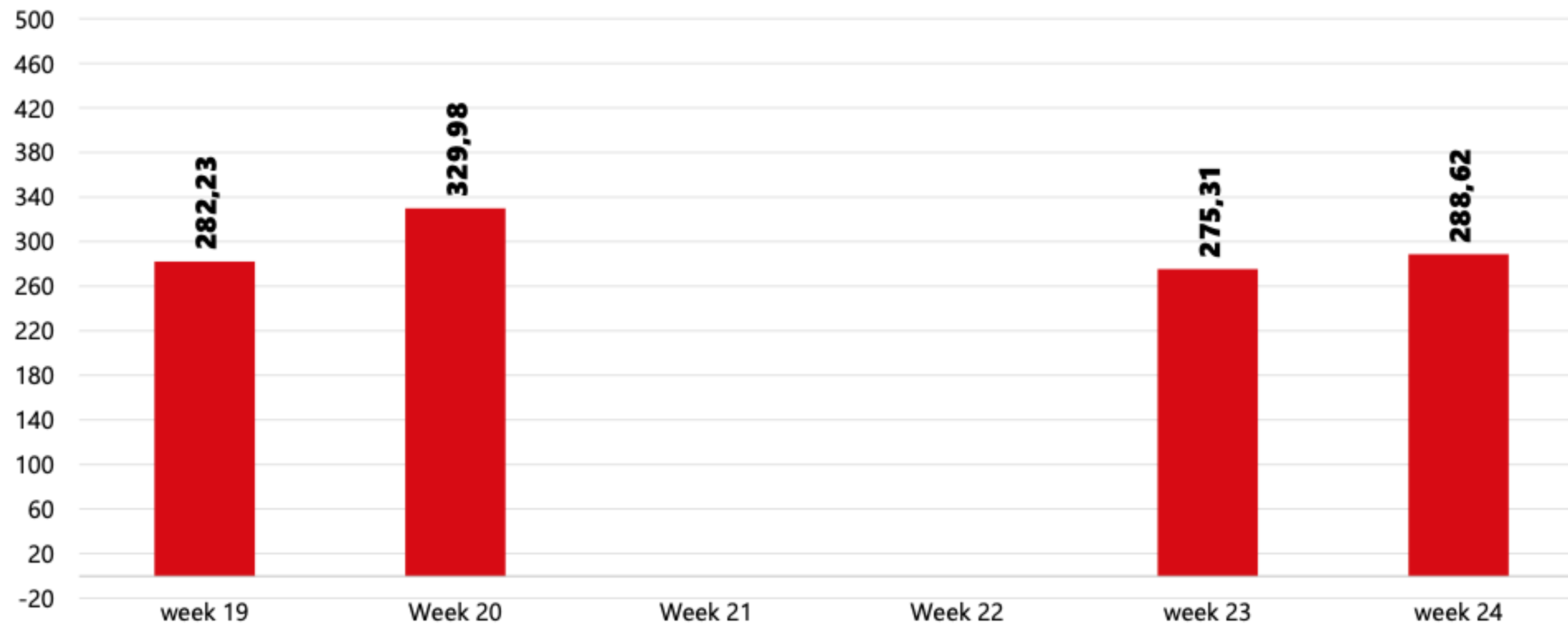
Door hoger uitgevallen GRP prijzen, hebben we de GRP's niet behaald. Bereik is op 1,72% net niet behaald.

GRPs primaire doelgroep



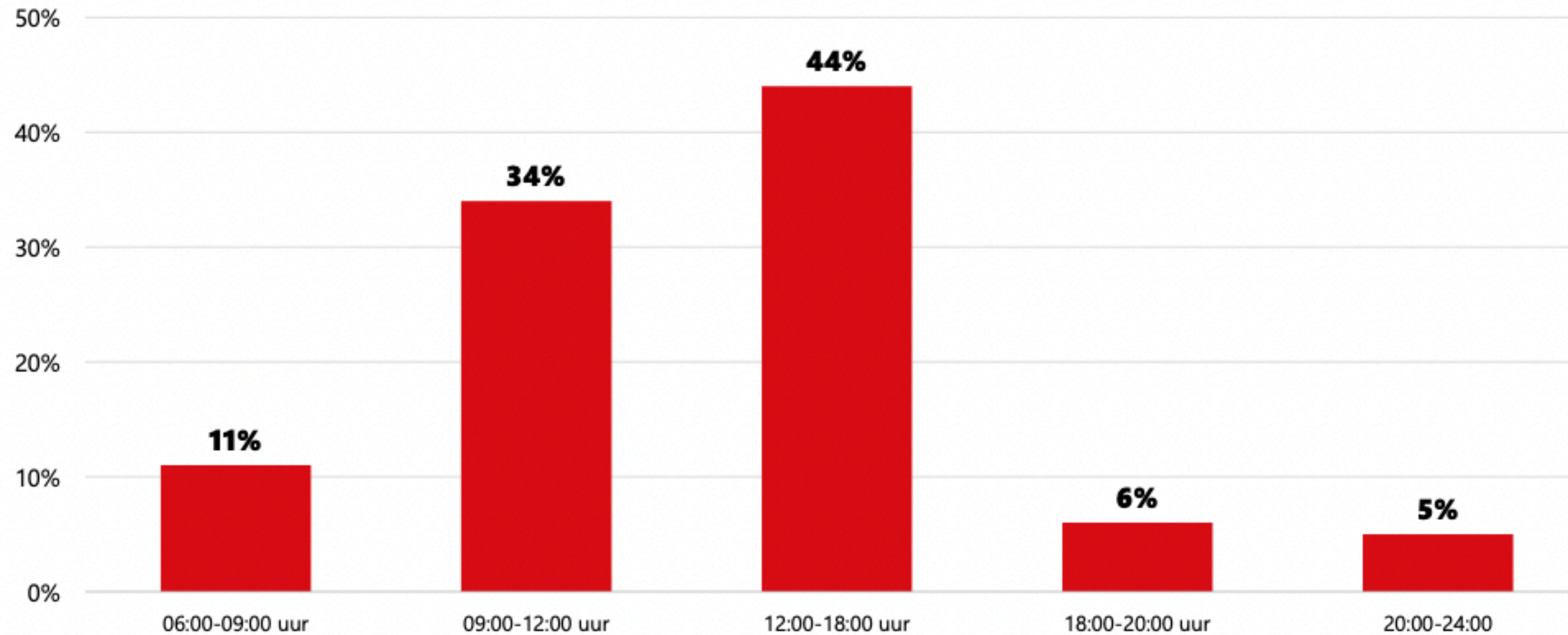
Door een lager aantal GRP's bij OMS hebben we niet de beoogde GRP's behaald. Q-Music heeft overgeschoord. In de doelgroep is Q-Music marktleider en waar OMS marktaandeel verliest (met name door 538), stijgt Q-music elk kwartaal.

GRPs per week primaire doelgroep



De GRP's zijn redelijk gelijk verdeeld over de weken.

Tijdvakverdeling



De meeste GRP's zijn uitgeleverd overdag tijdens kantooruren. Dit sluit aan op het tijdvak dat de doelgroep 25-54 jaar het meest radio luistert.

Out of Home

Digital OOH - Retail Network

	Goal Contacts	Contacts realized	Contacts Performance	Share Of Time	Playouts	Screens
DOOH	7.250K	7.203K	99.35%	8,42%	9.145K	877

Dashboard results

Contacts per Municipality



Contacts per date



Locations



Share of time (date)



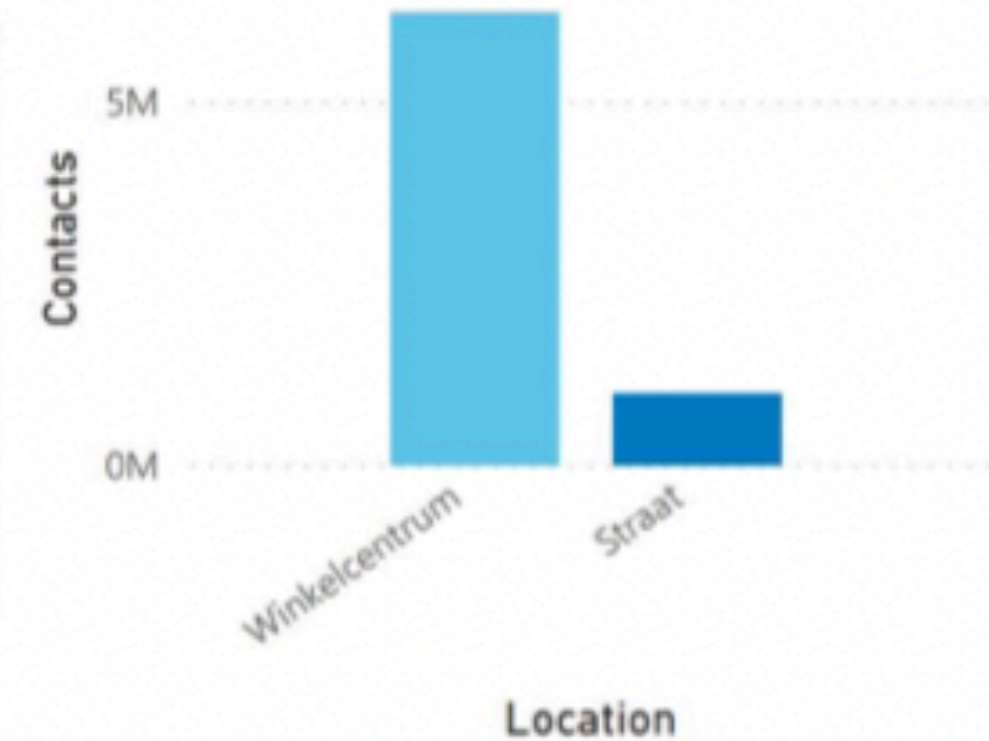
Share of time (location)



Contacts per Location



Contacts per network type



Share of time (municipality)



Conclusies

Conclusies

- Gebruikers begrijpen de werking van de site
- Gebruikers lezen de context op de site
- Doelgroep komt vooral uit bij Claimen, dus een duidelijk doel op de site
- Veel verkeer (55K) bewust op de site. Campagne was dus goed zichtbaar



Conclusies

- Radio: Resultaten van radio niet te optimaliseren tijdens de campagne. Luistercijfers pas bekend na campagne. Door de actualiteiten en wisselingen bij de zenders heeft dit invloed gehad op de luistercijfers en zagen we verschuivingen binnen radioprogramma's.
- OOH: op straat weinig contacten gemaakt, vooral in de winkelcentra veel contacten gerealiseerd. Zagen een dip eind mei, maar daar is geen specifieke verklaring voor te geven.
- Digital: Native heeft 70% meer impressies uitgeleverd dan was afgegeven.
- Social: 60% meer impressies behaald. CPM is gedurende de campagne gedaald. Hoe meer ontvankelijk de doelgroep is voor een boodschap, des te makkelijker zij te bereiken zijn en de CPM zal dalen.

FIN



KENNISONDERZOEK EXPRTASE/ PANELWIZARD DIRECT

Stichting Open KV-inruilactie

exPRtease

april 2022

Contact: Rianne Lubbersen-Jacobi

T: 085-4018250

E: riannelubbersen-jacobi@kienonderzoek.nl

Groningen / Haarlem

W: www.kienonderzoek.nl



twitter.com/panelwizardnl



facebook.com/panelwizardnl



linkedin.com/company/230017

Onderzoeksvraag

In hoeverre is men bekend met duurzaamheid als het om koel/vrieskasten gaat?



Onderzoeksgroep en selectie

Nederlanders in de leeftijd van 18 jaar en ouder



Panel

Panelleden van PanelWizard Direct

Methode

Online onderzoek met uitnodiging via e-mail of via de PanelWizard app

Veldwerkperiode

14 t/m 15 april 2022



Respons

1544 volledig ingevulde vragenlijsten, responspercentage 54%

Betrouwbaarheid

Bij een betrouwbaarheid van 95% kan de steekproefuitkomst maximaal 2,5% afwijken van de werkelijke situatie (als alle Nederlanders in de doelgroep ondervraagd zouden zijn).



Uitleg rondom de toetsing en benoeming van verschillen

In dit rapport worden, naast de totaalresultaten, ook verschillen besproken tussen doelgroepen binnen de steekproef. Deze verschillen worden in de conclusies alleen benoemd wanneer ze statistisch significant zijn, dit wil zeggen dat de kans erg klein is dat ze alleen aan het toeval geweten kunnen worden. Voor het toetsen van de significantie worden verschillende methodes gebruikt (in dit rapport o.a. Chi-Square en T-Toets).

Wanneer een bepaalde groep significant afwijkt van de overige groepen, worden de percentuele verschillen als volgt vermeld in de conclusies: "(..% vs. ..%)". Het eerstgenoemde percentage betreft dan de uitkomst van de benoemde (afwijkende) groep, het tweede percentage betreft het gemiddelde van de overige groepen.

Lid van



EXPERTISE CENTER VOOR MARKETING-INSIGHTS, ONDERZOEK & ANALYTICS

Huidige koel/vrieskast

Wist je dat...

- een achtste van de Nederlanders denkt dat hun koel/vrieskast het apparaat is dat de meeste energie verbruikt in het huishouden?
- het vaker jongeren zijn die denken dat de koel/vrieskast het meeste energie verbruikt?
- voor 12% van de Nederlanders de koel/vrieskast het favoriete huishoudelijke apparaat is?
- de koel/vrieskast vooral een favoriet huishoudelijke apparaat is onder jongeren?
- Drie kwart van de Nederlanders zijn koel/vrieskast niet kan missen?
- vooral dertigers, hoog-en middenopgeleiden, fulltime werkenden en westerlingen hun koel/vrieskast echt niet kunnen missen?
- de Nederlander denkt dat zijn koel/vrieskast gemiddeld 6,7 jaar oud is?

Nieuwe koel/vrieskast

Wist je dat...

- prijs en energielabel het vaakst op 1 staan als belangrijkste eigenschap bij de aanschaf van een koel/vrieskast?
- 60+’ers en niet werkenden het energielabel vaker het meest belangrijk vinden bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast?
- mensen met een koel/vrieskast deze voornamelijk vervangen wanneer de huidige kapot is?
- voor 60+’ers leeftijd ertoe doet als het om vervanging van hun koel/vrieskast gaat?
- zes op de tien hun oude koelkast mee zouden geven aan de verkopende partij wanneer zij de nieuwe komen leveren?
- hoe ouder men is, des te vaker men zegt de oude koel/vrieskast mee te geven aan de verkopende partij van de nieuwe?

Duurzaamheid koel/vriestkast

Wist je dat...

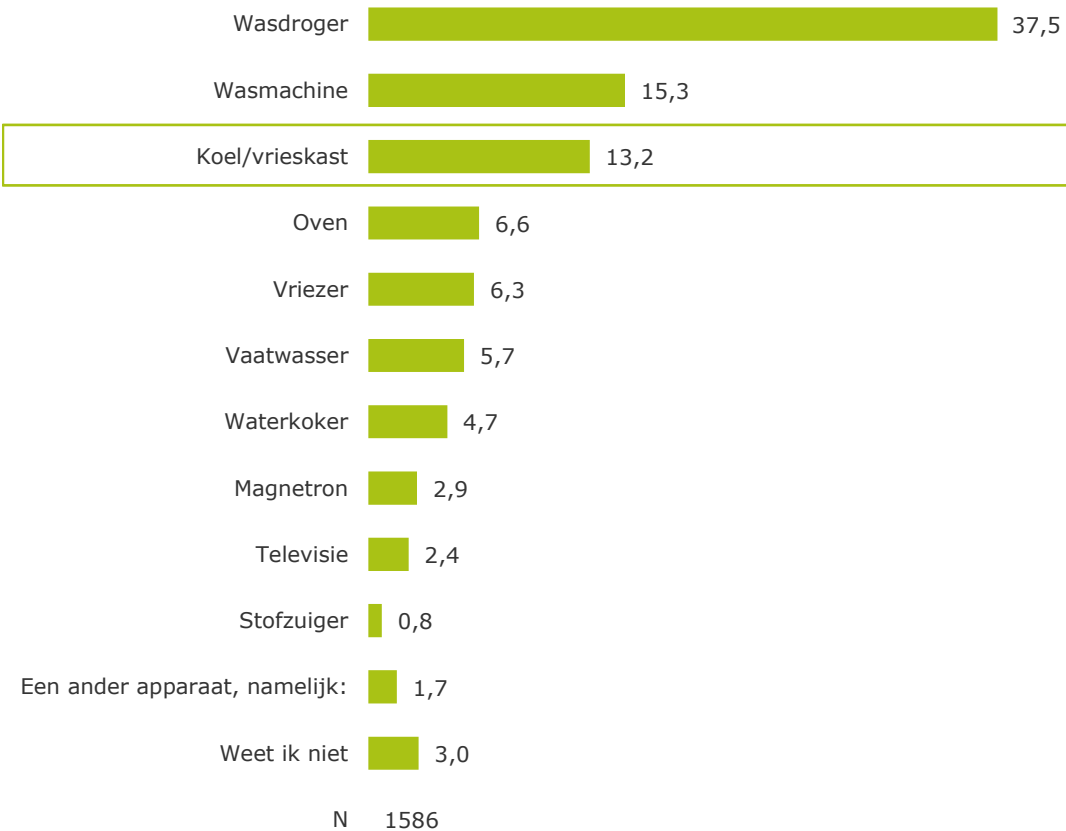
- de voornaamste reden om een koel/vriestkast niet in te ruilen voor een energiezuinigere, is dat men het zonde van het geld vindt?
- jongeren het vaker zonde van het geld vinden om een nieuwe koel/vriestkast aan te schaffen als de oude nog naar behoren werkt?
- een derde denkt dat het blijven gebruiken van een 10 jaar oude koel/vriestkast tot deze kapot is het slimste is om te doen wanneer je kosten wilt besparen?
- de energiezuinigheid voor de helft één van de hoofdoorwegingen is bij de aanschaf van een nieuwe koel/vriestkast?
- de energiezuinigheid vooral onder 70-plussers, eenpersoons huishoudens, niet werkenden en laagopgeleiden de belangrijkste overweging is bij de aanschaf van een nieuwe koel/vriestkast?
- voor de helft korting een drijfveer zou zijn om een werkende koel/vriestkast in te ruilen voor een energiezuinigere?
- korting of een financiële tegemoetkoming vaker onder jongere Nederlanders een mogelijke drijfveer is om hun werkende koel/vriestkast in te ruilen voor een energiezuinigere?
- voor een ruime meerderheid een nieuwe koel/vriestkast zuinig moet zijn in energieverbruik?
- het vaker Friezen zijn die zeggen regelmatig per ongeluk de koel/vriestkast open laten staan?
- een meerderheid niet weet dat voor de meeste apparaten het duurzamer is om ze te gebruiken tot ze op zijn maar dit niet geldt voor oude, onzuinige koel/vriestkasten?
- hoogopgeleiden minder vaak op de hoogte zijn dat het duurzamer is een oude koel/vriestkast in te ruilen voor een energiezuinigere variant dan te wachten tot de oude kapot gaat?
- een meerderheid niet weet dat het stroomverbruik van een koel/vriestkast meer impact heeft op het milieu dan de daadwerkelijke productie ervan?
- 60-plussers vaker weten dat de juiste temperatuur voor een koel/vriestkast 3-4 graden is?

Huidige koel/vrieskast

Energieverbruik

Wist je dat een achtste van de Nederlanders denkt dat hun koel/vrieskast het apparaat is dat de meeste energie verbruikt in het huishouden?

Welk apparaat denkt u dat het meeste energie verbruikt in het huishouden?



- De meeste Nederlanders van 18 jaar en ouder denken dat hun wasdroger het apparaat in hun huishouden is dat het meeste energie verbruikt (38%).
- 15% van de Nederlanders denkt dat de wasmachine het meest verbruikt, gevolgd door 13% die denkt dat hun koel/vrieskast de grootste energieslurper is.

Toelichting:

Bij deze vraag zijn de antwoorden in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen.

Energieverbruik (vervolg)

Wist je dat het vaker jongeren zijn die denken dat de koel/vrieskast het meeste energie verbruikt?

Welk apparaat denkt u dat het meeste energie verbruikt in het huishouden?

Uitsplitsing naar leeftijd

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
Wasdroger	17,7	32,3	39,2	44,1	46,9	44,3
Wasmachine	28,9	19,5	11,7	9,2	11,6	11,0
Koel/vrieskast	25,6	14,7	11,3	12,5	7,6	7,5
Oven	3,4	6,8	7,2	7,7	6,5	7,8
Vriezer	8,6	4,8	4,5	6,3	6,1	7,5
Vaatwasser	4,1	6,8	6,0	4,8	5,8	6,7
Waterkoker	2,3	6,0	8,7	4,8	2,9	3,5
Magnetron	1,1	0,4	3,8	2,9	6,1	2,7
Televisie	4,9	3,2	2,6	1,1	1,4	1,2
Stofzuiger	0,4	0,8	0,8	1,1	1,1	0,8
Een ander apparaat, namelijk:	1,5	1,2	3,0	2,6	1,1	0,8
Weet ik niet	1,5	3,6	1,1	2,9	2,9	6,3
N	266	251	265	272	277	255

- Naarmate de leeftijd toeneemt, neemt het percentage af dat denkt dat de koel/vrieskast het meeste energie verbruikt (26% <30 jaar vs. 8% ≥60 jaar).
- Inwoners van Overijssel in het bijzonder denken dat de koel/vrieskast het apparaat in huis is dat de grootste energieverbruiker is (20% vs. 13% in overige provincies).

Toelichting:

Bij deze vraag zijn de antwoorden in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van het totaal.

Significant hoger

Significant lager

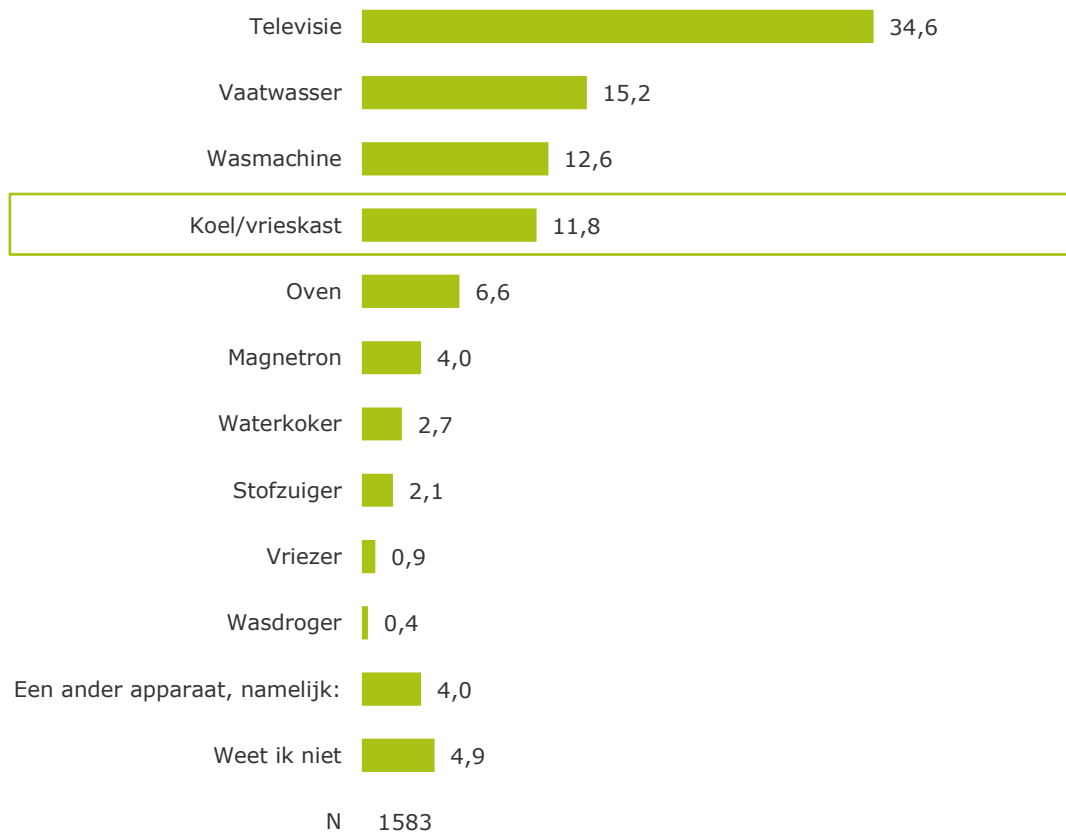
Uitsplitsing naar provincie

	Drenthe	Flevoland	Friesland	Gelderland	Groningen	Limburg	Noord- Brabant	Noord- Holland	Overijssel	Utrecht	Zeeland	Zuid- Holland
Wasdroger	36,6	50,0	38,6	45,3	40,7	27,2	39,5	38,7	34,3	36,7	48,6	31,9
Wasmachine	12,2	10,0	10,5	12,5	18,5	17,4	16,5	13,4	21,2	14,1	13,5	16,8
Koel/vrieskast	14,6	10,0	14,0	10,9	9,3	13,0	12,9	13,8	20,2	18,0	13,5	10,9
Oven	4,9	10,0	3,5	7,8	7,4	9,8	5,6	8,9	3,0	5,5	2,7	5,9
Vriezer	7,3	6,7	5,3	6,8	11,1	10,9	6,0	6,3	4,0	3,1	10,8	5,6
Vaatwasser	4,9	6,7	5,3	5,2	1,9	7,6	6,0	3,3	6,1	3,9	2,7	8,6
Waterkoker	4,9	3,3	10,5	4,7	3,7	1,1	1,6	5,6	4,0	7,0	0,0	6,2
Magnetron	4,9	0,0	1,8	2,1	0,0	1,1	2,8	4,5	4,0	3,1	0,0	3,2
Televisie	2,4	0,0	1,8	2,1	1,9	5,4	2,0	1,9	0,0	2,3	5,4	3,2
Stofzuiger	2,4	0,0	0,0	0,5	0,0	2,2	0,8	0,0	1,0	0,0	0,0	1,8
Een ander apparaat, namelijk:	2,4	0,0	3,5	0,5	1,9	2,2	2,0	0,7	1,0	2,3	0,0	2,7
Weet ik niet	2,4	3,3	5,3	1,6	3,7	2,2	4,0	3,0	1,0	3,9	2,7	3,2
N	41	30	57	192	54	92	248	269	99	128	37	339

Favoriete huishoudelijke apparaat

Wist je dat voor 12% van de Nederlanders de koel/vrieskast het favoriete huishoudelijke apparaat is?

Wat is uw favoriete huishoudelijke apparaat?



- Het meest favoriete huishoudelijke apparaat onder Nederlanders is de televisie (35%).
- Op de tweede plek staat de vaatwasser (15%), gevolgd door de wasmachine (13%).
- Net buiten de top 3 staat koel/vrieskast als meest favoriete huishoudelijke apparaat. Door 12% wordt dit apparaat als meest favoriet bestempeld.

Toelichting:

Bij deze vraag zijn de antwoorden in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen.

Favoriete huishoudelijke apparaat (vervolg)

Wist je dat de koel/vrieskast vooral een favoriet huishoudelijke apparaat is onder jongeren?

Wat is uw favoriete huishoudelijke apparaat?

Uitsplitsing naar leeftijd

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
Televisie	28,6	35,1	35,2	35,1	35,7	38,2
Vaatwasser	15,4	19,1	15,9	16,2	12,3	12,6
Wasmachine	9,0	10,4	15,9	12,5	16,6	11,0
Koel/vrieskast	18,4	14,7	9,1	10,0	7,2	11,8
Oven	12,0	6,4	5,7	7,4	3,2	4,7
Magnetron	2,6	1,6	2,7	4,1	5,4	7,9
Waterkoker	3,0	2,4	2,7	2,6	3,6	2,0
Stofzuiger	3,0	3,6	1,9	0,0	2,5	2,0
Vriezer	0,4	0,0	1,5	0,7	1,4	1,2
Wasdroger	0,4	0,4	0,4	0,0	0,7	0,8
Een ander apparaat, namelijk:	3,8	2,8	3,0	6,3	5,1	3,1
Weet ik niet	3,4	3,6	6,1	5,2	6,1	4,7
N	266	251	264	271	277	254

Uitsplitsing naar arbeidssituatie

	Zelfstandig ondernemer (met personeel)	Werkzaam in loondienst (excl. overheid)	Werkzaam bij de overheid	Arbeids- ongeschikt	Werkloos / werkzoekend / bijstand	Gepensioneerd of VUT	Studerend / schoolgaand	Huisvrouw / huisman / anders	ZZP-er
Televisie	28,6	35,6	25,3	46,4	41,2	37,0	27,2	26,7	30,2
Vaatwasser	19,0	17,1	24,1	11,2	15,7	11,8	14,3	13,8	12,7
Wasmachine	19,0	13,1	6,0	5,6	11,8	14,6	10,9	19,0	11,1
Koel/vrieskast	0,0	10,7	20,5	6,4	15,7	11,2	17,7	10,3	15,9
Oven	9,5	6,3	8,4	4,8	0,0	4,0	13,6	6,0	12,7
Magnetron	4,8	2,9	4,8	5,6	7,8	6,2	2,0	3,4	3,2
Waterkoker	4,8	3,1	0,0	4,8	0,0	2,2	2,0	3,4	3,2
Stofzuiger	4,8	2,0	2,4	0,0	3,9	2,5	4,1	1,7	0,0
Vriezer	0,0	0,8	1,2	2,4	0,0	0,9	0,7	0,0	1,6
Wasdroger	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	1,7	0,0
Een ander apparaat, namelijk:	9,5	3,5	2,4	4,8	2,0	4,3	4,1	5,2	6,3
Weet ik niet	0,0	4,7	4,8	8,0	2,0	4,3	3,4	8,6	3,2
N	21	655	83	125	51	322	147	116	63

- Vooral onder jongeren (<30 jaar) is de koel/vrieskast een favoriet huishoudelijke apparaat (18% vs. 11%). Na televisie (29%) is de koel/vrieskast het meest favoriet bij deze doelgroep.
- Onder zestigers is de koelkast het minst vaak het favoriete huishoudelijke apparaat (7% vs. 13%).
- Is men student of werkzaam bij de overheid dan wordt de koel/vrieskast significant vaker als meest favoriete huishoudelijke apparaat gekozen (resp. 18% en 21% vs. 11%).
- Friezen bestempelen hun koel/vrieskast minder vaak als hun favoriete huishoudelijke apparaat in vergelijking met mensen uit andere provincies (4% vs. 12%). Deze percentages worden hier niet getoond in een tabel, maar zijn terug te vinden in het online dashboard.

Toelichting:

Bij deze vraag zijn de antwoorden in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van het totaal.

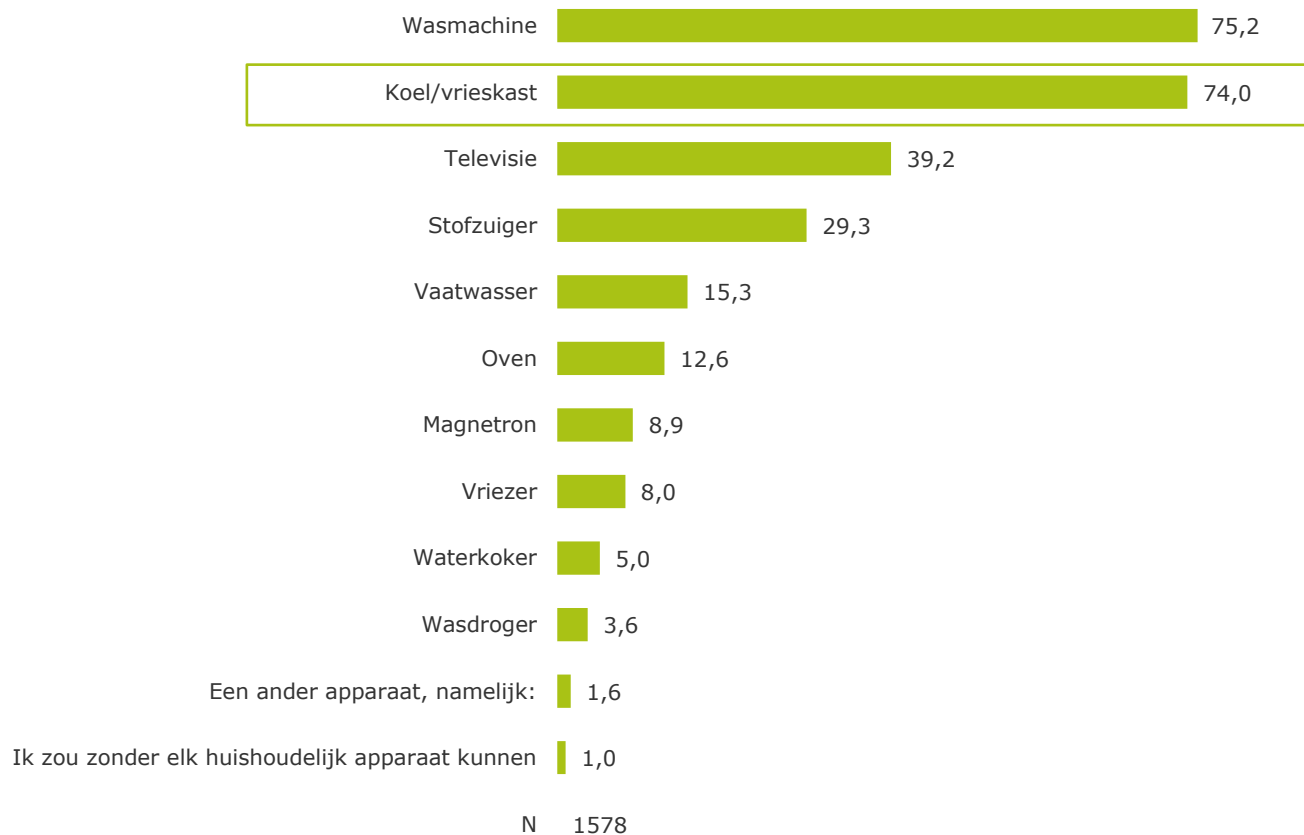
Significant hoger

Significant lager

Onmisbaar huishoudelijk apparaat

Wist je dat drie kwart van de Nederlanders zijn koel/vrieskast niet kan missen?

Welk van onderstaande huishoudelijke apparaten zou u echt niet kunnen missen in het dagelijks leven?
U kunt maximaal 3 antwoorden geven.



- Drie kwart van de Nederlanders plaatst hun koel/vrieskast in de top 3 van huishoudelijke apparaten die ze echt niet kunnen missen in het dagelijks leven (74%).
- Het vaakst wordt de wasmachine genoemd als apparaat dat onmisbaar is (75%).
- Op enige afstand, volgt op de derde plek de televisie (39%).

Toelichting:

Bij deze vraag kon men maximaal 3 antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen.

Onmisbaar huishoudelijk apparaat (vervolg)

Wist je dat vooral dertigers, hoog- en middenopgeleiden, fulltime werkenden en westerlingen hun koel/vrieskast echt niet kunnen missen?

Welk van onderstaande huishoudelijke apparaten zou u echt niet kunnen missen in het dagelijks leven?
U kunt maximaal 3 antwoorden geven.

Uitsplitsing naar leeftijd

	naar leeftijd						naar opleiding			naar arbeidsparticipatie		Niet werkend
	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder	Laag	Midden	Hoog	Fulltime	Parttime	
Wasmachine	69,7	76,5	79,9	80,8	76,4	67,1	71,5	73,2	81,5	74,9	84,6	70,7
Koel/vrieskast	78,0	81,7	78,0	74,5	69,2	62,3	63,4	77,2	79,8	78,5	77,5	69,0
Televisie	22,0	30,7	39,8	42,4	51,4	48,4	50,3	38,7	29,0	39,5	31,2	43,0
Stofzuiger	28,4	32,7	26,5	29,5	27,9	31,3	26,6	28,6	33,1	27,3	32,6	29,2
Vaatwasser	15,9	22,3	18,9	11,8	10,5	12,7	14,4	15,4	15,9	15,6	19,9	12,7
Oven	28,4	10,8	10,2	12,5	5,8	7,9	10,5	13,0	14,2	13,4	13,8	11,5
Magnetron	12,5	7,6	5,7	7,4	6,5	14,3	8,9	10,7	6,5	8,9	3,9	11,5
Vriezer	11,7	7,6	9,5	6,3	5,1	8,3	9,6	8,6	5,8	8,5	6,7	8,4
Waterkoker	6,1	4,4	3,8	5,2	4,0	6,7	6,8	3,5	5,4	3,4	4,8	6,3
Wasdroger	1,9	3,2	4,2	1,8	4,0	6,7	6,1	2,1	3,2	2,8	1,7	5,2
Een ander apparaat, namelijk:	0,8	1,6	1,9	1,8	1,8	2,0	1,7	1,1	2,4	1,8	0,8	2,0
Ik zou zonder elk huishoudelijk apparaat kunnen	0,4	0,8	0,0	0,7	2,5	1,2	0,9	0,8	1,3	1,0	0,3	1,3
N	264	251	264	271	276	252	459	654	465	506	356	716

Uitsplitsing naar regio

	Noord- Nederland	Oost- Nederland	Zuid- Nederland	West- Nederland
Wasmachine	77,6	77,8	70,7	75,8
Koel/vrieskast	69,1	73,8	67,7	78,2
Televisie	36,8	37,2	43,2	38,6
Stofzuiger	33,6	30,0	30,4	27,6
Vaatwasser	15,8	18,4	15,7	13,5
Oven	13,8	10,6	14,7	12,2
Magnetron	9,9	7,8	10,9	8,2
Vriezer	5,9	10,3	8,8	7,1
Waterkoker	3,9	4,4	5,6	5,2
Wasdroger	3,9	3,1	5,1	3,0
Een ander apparaat, namelijk:	1,3	0,6	1,9	2,1
Ik zou zonder elk huishoudelijk apparaat kunnen	0,7	0,6	1,3	1,0
N	152	320	375	731

- Het zijn vaker dertigers (82% vs. 73%), hoog- en middenopgeleiden (78% vs. 63%), fulltime werkenden (79% vs. 72%) en mensen uit het westen van Nederland (78% vs. 70%) waar de koel/vrieskast in hun top 3 staat als het gaat om huishoudelijke apparaten die ze echt niet kunnen missen.
- Zuid-Nederlanders noemen de koel/vrieskast minder vaak in hun top 3 van niet te missen apparaten (68% vs. 76%).
- Bij mensen jonger dan 40 jaar, middenopgeleiden, fulltime werkenden en bij westerlingen staat de koel/vrieskast op een eerste plaats als het gaat om apparaten die ze echt niet kunnen missen.

Toelichting:

Bij deze vraag kon men maximaal 3 antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

Significant hoger

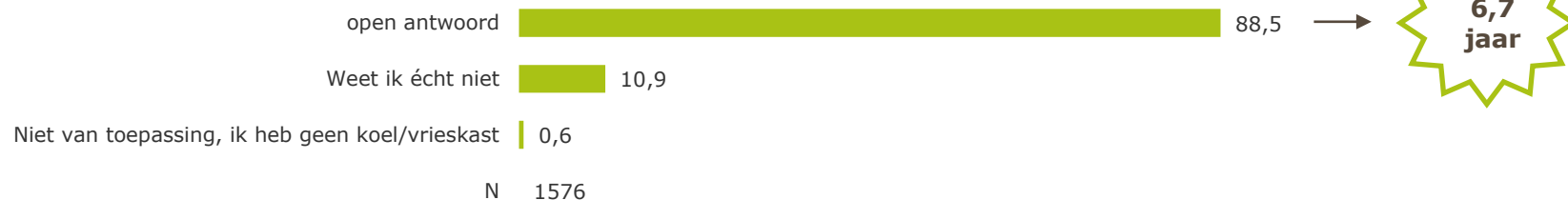
Significant lager

Leeftijd koel/vrieskast

Wist je dat de Nederlander denkt dat zijn koel/vrieskast gemiddeld 6,7 jaar oud is?

Hoeveel jaar oud is uw koel/vrieskast?

Als u dit niet precies weet, probeer dan een schatting te maken.

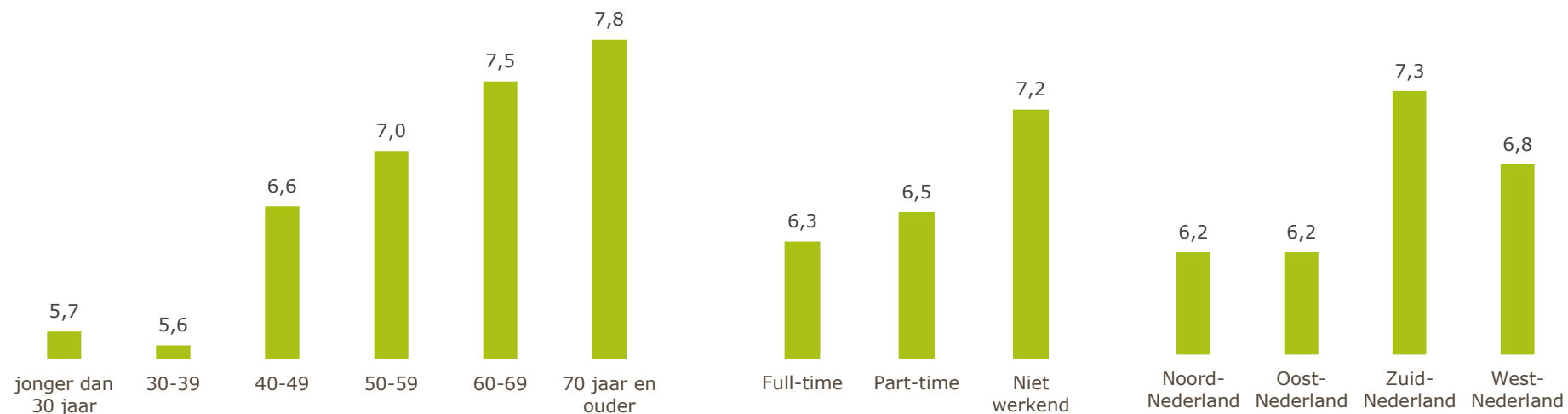


- De gemiddelde leeftijd van een koel/vrieskast is 6,7 jaar oud, zo denkt of schat men.
- 11% weet écht niet hoe oud zijn/haar koel/vrieskast is. Minder dan 1% heeft geen koel/vrieskast.

Uitsplitsing naar leeftijd

naar arbeidsparticipatie

naar regio



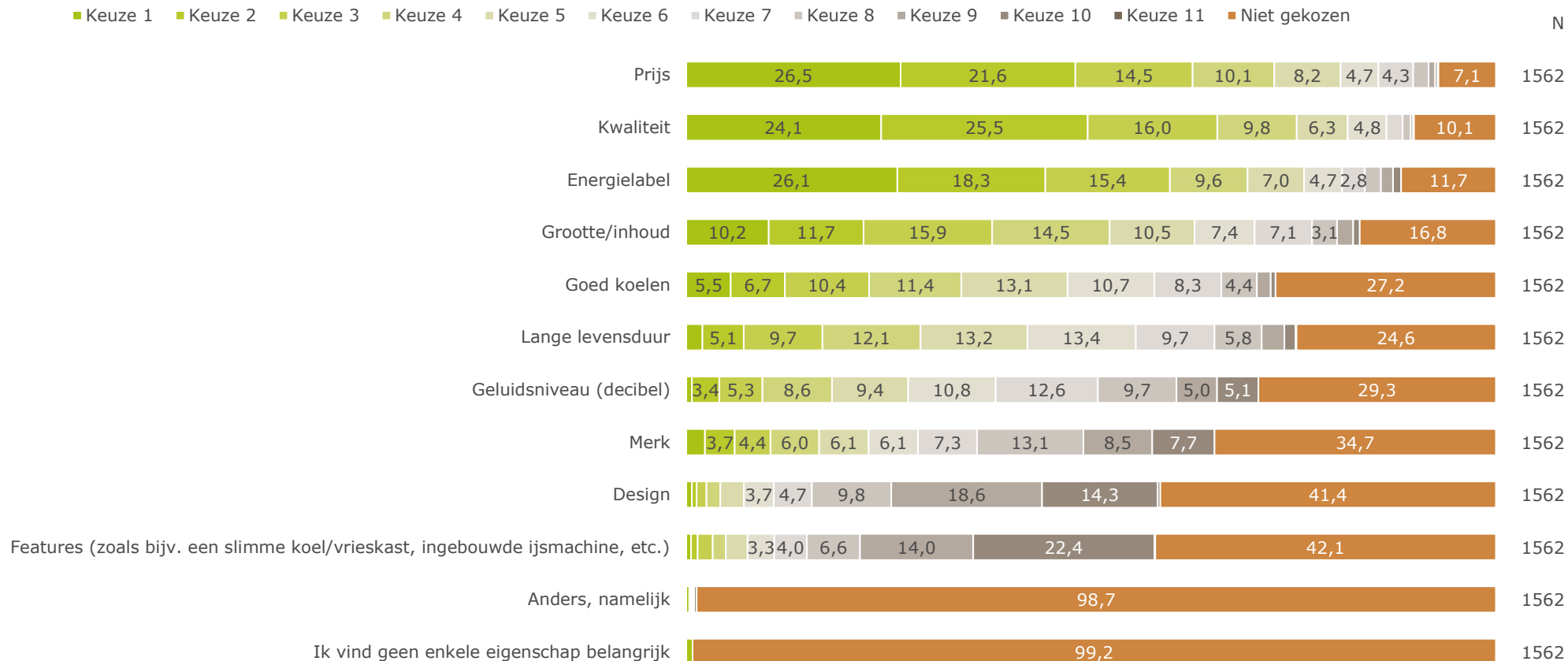
- Hoe ouder men is, hoe ouder de (geschatte) leeftijd van de koel/vrieskast is. Van 5,7 jaar gemiddeld onder mensen jonger dan 40 jaar, tot gemiddeld 7,8 jaar onder mensen van 70 jaar en ouder.
- Hoe minder men werkt, hoe ouder de koel/vrieskast (gemiddeld 6,3 jaar onder fulltime werkenden vs. 7,2 jaar onder niet werkenden).
- De koel/vrieskast is in Zuid-Nederland het oudst (7,3 jaar gemiddeld).

Nieuwe koel/vrieskast

Aanschaf nieuwe koel/vrieskast

Wist je dat prijs en energielabel het vaakst als belangrijkste eigenschappen worden gezien bij de aanschaf van een koel/vrieskast?

Stel u voor dat u een nieuwe koel/vrieskast zou gaan aanschaffen. Welke eigenschappen vindt u het meest belangrijk tijdens het aanschaffen van een koel/vrieskast? Zet onderstaande eigenschappen op volgorde door op het antwoord te klikken. De eigenschap die u het meest belangrijk vindt, zet u op plek 1. De eigenschap die u daarna het meest belangrijk vindt op plek 2, enzovoort. Eigenschappen die u niet belangrijk vindt, hoeft u niet te selecteren.



- Bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast zijn de eigenschappen prijs, kwaliteit en energielabel het meest belangrijk. Ongeveer negen op de tien Nederlanders geven aan dit belangrijk te vinden.
- Prijs wordt het vaakst als meest belangrijk gekozen bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast (27%), gevolgd door energielabel (26%) en kwaliteit (24%).

Toelichting:

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen.

Aanschaf nieuwe koel/vrieskast (vervolg)

Wist je dat 60-plussers en niet werkenden het energielabel vaker het meest belangrijk vinden bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast?

Stel u voor dat u een nieuwe koel/vrieskast zou gaan aanschaffen. Welke eigenschappen vindt u het meest belangrijk tijdens het aanschaffen van een koel/vrieskast? Zet onderstaande eigenschappen op volgorde door op het antwoord te klikken. De eigenschap die u het meest belangrijk vindt, zet u op plek 1. De eigenschap die u daarna het meest belangrijk vindt op plek 2, enzovoort. Eigenschappen die u niet belangrijk vindt, hoeft u niet te selecteren.

Uitsplitsing naar leeftijd

arbeidsparticipatie

% keuze 1	leeftijd						arbeidsparticipatie		
	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder	Fulltime	Parttime	Niet werkend
Prijs	29,2	32,0	29,8	24,0	26,3	17,9	27,1	27,7	25,5
Energielabel	17,5	18,2	21,4	29,9	31,8	37,1	23,7	22,3	29,6
Kwaliteit	30,7	25,1	21,8	21,8	18,6	27,1	24,7	23,7	23,8
Grootte/inhoud	10,1	13,8	14,1	11,1	9,1	3,2	11,6	12,3	8,3
Goed koelen	5,4	4,9	6,1	6,3	5,5	4,8	5,8	6,3	4,9
Merk	1,2	2,0	2,7	1,8	3,6	2,4	2,6	2,3	2,1
Lange levensduur	1,9	1,6	1,1	1,1	1,8	4,8	1,0	2,6	2,5
Design	1,9	0,0	0,8	1,1	0,4	0,0	1,0	0,6	0,6
Geluidsniveau	0,4	0,0	1,1	1,1	0,0	1,6	0,8	0,0	1,0
Features	1,2	1,2	0,0	0,7	0,7	0,0	1,0	0,6	0,4
Anders, namelijk	0,0	0,0	0,8	0,4	1,1	0,4	0,2	1,1	0,3
Ik vind <u>geen</u> enkele eigenschap belangrijk	0,4	1,2	0,4	0,7	1,1	0,8	0,6	0,6	1,0
N	257	247	262	271	274	251	502	350	710

- Bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast vinden vaker 60-plussers (34% vs. 22% <60 jaar) en niet werkenden (30% vs. 23% onder werkenden) het energielabel de meest belangrijke eigenschap.

Toelichting:

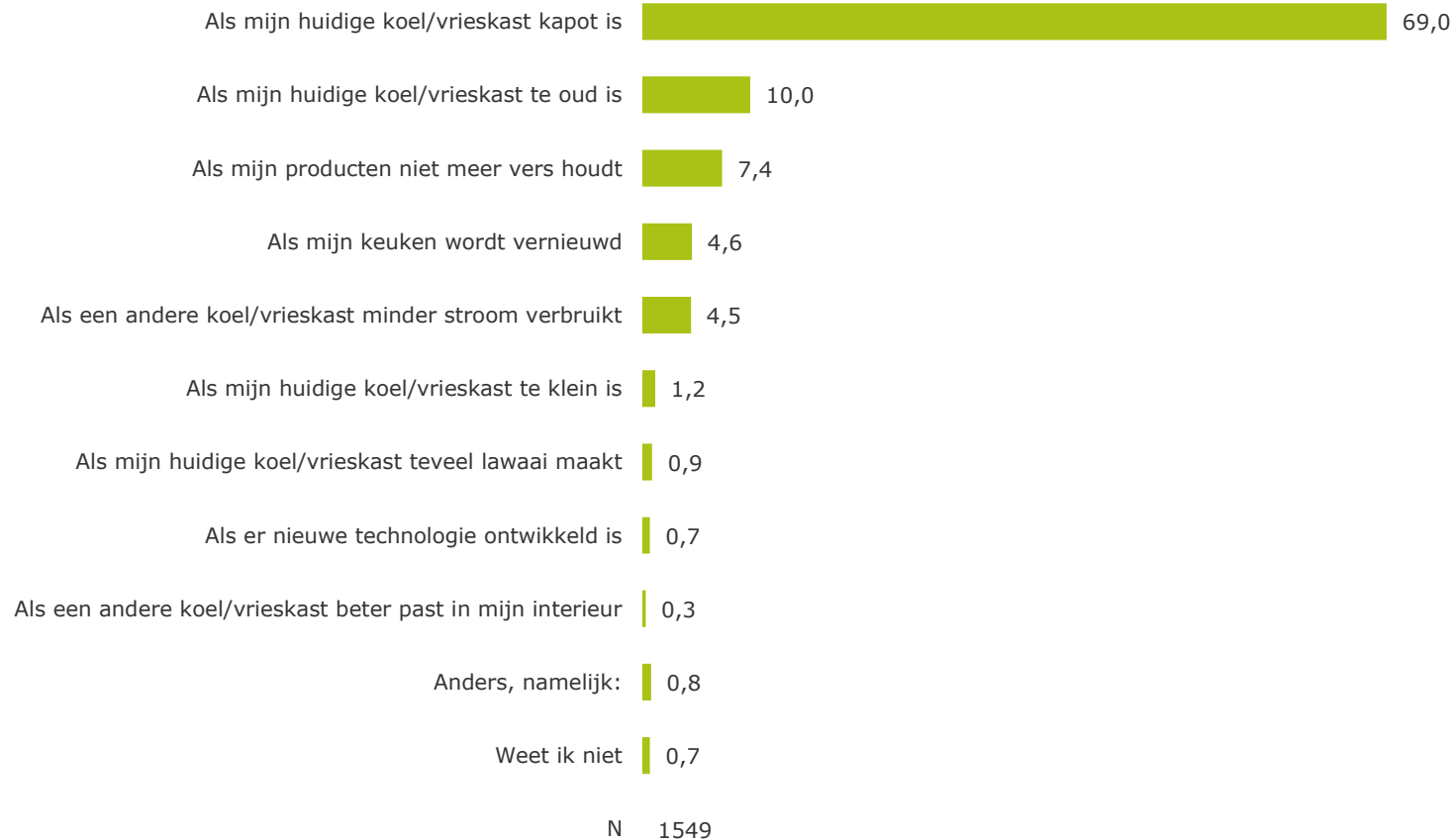
De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

Significant hoger
Significant lager

Vervanging

Wist je dat mensen met een koel/vrieskast deze voornamelijk vervangen wanneer de huidige kapot is?

Wat zou voor u de voornaamste reden zijn om uw huidige koel/vrieskast te vervangen?



- Verreweg de meeste Nederlanders met een koel/vrieskast, namelijk zeven op de tien, geven aan dat de voornaamste reden om hun huidige koel/vrieskast te vervangen is als deze stuk is (69%).
- Voor een tiende is de leeftijd van de koel/vrieskast de voornaamste reden om hem te vervangen (10%).

Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen.

Vervanging (vervolg)

Wist je dat voor 60-plussers leeftijd ertoe doet als het om vervanging van hun koel/vrieskast gaat?

Wat zou voor u de voornaamste reden zijn om uw huidige koel/vrieskast te vervangen?

Uitsplitsing naar leeftijd

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
Als mijn huidige koel/vrieskast kapot is	68,1	66,9	75,6	70,6	71,1	61,0
Als mijn huidige koel/vrieskast te oud is	6,7	7,8	6,5	8,6	14,8	15,7
Als mijn producten niet meer vers houdt	11,4	10,6	3,4	7,8	5,2	6,0
Als mijn keuken wordt vernieuwd	2,4	6,9	8,0	3,7	2,6	4,0
Als een andere koel/vrieskast minder stroom verbruikt	3,1	2,9	3,8	5,9	3,0	8,0
Als mijn huidige koel/vrieskast te klein is	4,7	1,6	0,4	0,7	0,0	0,0
Als mijn huidige koel/vrieskast teveel lawaai maakt	0,4	1,2	1,1	1,1	0,4	1,2
Als er nieuwe technologie ontwikkeld is	1,2	0,8	0,8	0,4	0,4	0,8
Als een andere koel/vrieskast beter past in mijn interieur	0,8	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0
Anders, namelijk:	0,8	0,0	0,0	0,4	1,1	2,4
Weet ik niet	0,4	1,2	0,0	0,7	1,1	0,8
N	254	245	262	269	270	249

- De voornaamste reden om de huidige koel/vrieskast te vervangen is voor veertigers vaker het moment waarop deze kapot is (76% vs. 68%).
- Voor 60-plussers doet de leeftijd van het apparaat ertoe; wanneer deze te oud is, is het voor deze leeftijdsgroep vaker reden om hem te vervangen (15% vs. 7%).
- 70-plussers geven vaker de reden als een andere koel/vrieskast minder stroom verbruikt (8% vs. 4%).
- Voor mensen tot 40 jaar is het argument 'als hij producten niet meer vers houdt' vaker de voornaamste reden (11% vs. 6%).
- Voor jongeren (<30 jaar) vaker als de huidige kast te klein is (5% vs. 1%).

Uitsplitsing naar arbeidsparticipatie

	Fulltime	Parttime	Niet werkend
Als mijn huidige koel/vrieskast kapot is	66,8	74,6	67,8
Als mijn huidige koel/vrieskast te oud is	10,0	5,4	12,3
Als mijn producten niet meer vers houdt	7,6	7,4	7,2
Als mijn keuken wordt vernieuwd	6,4	3,4	3,9
Als een andere koel/vrieskast minder stroom verbruikt	4,6	5,4	3,9
Als mijn huidige koel/vrieskast te klein is	1,4	1,4	1,0
Als mijn huidige koel/vrieskast teveel lawaai maakt	1,2	0,9	0,7
Als er nieuwe technologie ontwikkeld is	1,0	0,6	0,6
Als een andere koel/vrieskast beter past in mijn interieur	0,0	0,0	0,6
Anders, namelijk:	0,2	0,6	1,3
Weet ik niet	0,8	0,3	0,9
N	500	350	699

Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

- Mensen die parttime werken noemen als voornaamste reden van vervanging als hij kapot is (75% vs. 67%), terwijl niet werkenden vaker als voornaamste reden opgeven als hij te oud is (12% vs. 8%).
- Voor fulltimers zou het vernieuwen van een keuken vaker de voornaamste reden zijn om een koel/vrieskast te vervangen (6% vs. 4%).

Significant hoger

Significant lager

Wat doet men met oude koel/vriestkast

Wist je dat zes op de tien hun oude koelkast mee zouden geven aan de verkopende partij wanneer de nieuwe wordt geleverd?

**Stel dat u een nieuwe koel/vriestkast zou kopen, wat zou u dan met uw oude koel/vriestkast doen?
U kunt meerdere antwoorden geven.**



Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

Bij deze vraag kon men meerdere antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen (op basis van totaal).

- Zes op de tien Nederlanders geven hun oude koel/vriestkast mee aan de verkopende partij wanneer zij de nieuwe komen brengen (60%).
- Bijna een kwart brengt hem naar de milieustraat (23%) en ongeveer een vijfde zet de oude koel/vriestkast te koop op een verkoopsite (19%).

Uitsplitsing naar opleiding

	Laag	Midden	Hoog
Meegeven aan de verkopende partij nieuwe koel/vriestkast	61,9	61,5	54,8
Inbrengen bij de milieustraat	23,8	21,5	25,5
Te koop zetten op een verkoopsite	10,9	19,8	25,1
Bij een kringloopbedrijf inleveren	9,6	15,0	15,5
Aan vrienden/familie/kennissen geven	10,9	12,6	14,8
Zelf houden als reserve/tweede koel/vriestkast	5,8	9,7	8,7
Anders, namelijk:	1,1	0,6	1,3
Weet ik niet	3,3	3,0	1,3
N	449	641	458

Significant hoger
Significant lager

- Hoogopgeleiden zeggen minder vaak dat zij hun oude koel/vriestkast mee zouden geven aan de verkopende partij (55% vs. 62%).
- Hoe hoger men is opgeleid, hoe vaker men aangeeft de oude koel/vriestkast te koop te zullen zetten op een verkoopsite (11% laagopgeleiden tot 25% hoogopgeleid).
- Laagopgeleiden zouden de oude koel/vriestkast minder vaak bij de kringloop inleveren (10% vs. 15%) en/of zelf houden (6% vs. 9%).

Wat doet men met oude koel/vrieskast (vervolg)

Wist je dat hoe ouder men is, des te vaker men zegt de oude koel/vrieskast mee te geven aan de verkopende partij van de nieuwe?

**Stel dat u een nieuwe koel/vrieskast zou kopen, wat zou u dan met uw oude koel/vrieskast doen?
U kunt meerdere antwoorden geven.**

Uitsplitsing naar leeftijd

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
Meegeven aan de verkopende partij nieuwe koel/vrieskast	39,0	47,8	61,5	68,0	67,4	73,0
Inbrengen bij de milieustraat	27,6	24,1	22,9	20,8	22,2	23,0
Te koop zetten op een verkoopsite	36,6	34,7	21,0	11,9	5,6	4,4
Bij een kringloopbedrijf inleveren	20,1	13,5	14,5	12,3	13,3	7,7
Aan vrienden/familie/kennissen geven	18,5	19,6	14,5	10,8	9,3	4,4
Zelf houden als reserve/tweede koel/vrieskast	19,3	12,2	6,9	5,6	2,2	4,0
Anders, namelijk:	0,0	0,8	1,1	1,5	1,5	0,8
Weet ik niet	5,5	2,9	2,7	1,1	2,2	1,2
N	254	245	262	269	270	248

- Naarmate de leeftijd toeneemt geeft men vaker aan dat zij de oude koel/vrieskast mee zouden geven aan de partij die hun nieuwe koelkast komt brengen (39% onder jongeren tot 30 jaar vs. 73% onder 70-plussers) en hoe minder vaak zij de koel/vrieskast te koop zouden zetten op een verkoopsite (37% <30 jaar vs. 4% ≥70 jaar).
- Ook zouden 70-plussers minder vaak hun oude koel/vrieskast inleveren bij de kringloop (8% vs. 15% onder <70 jaar) of aan familie of vrienden geven (4% vs. 14%).
- 60-plussers zouden minder vaak hun koel/vrieskast als reserve/tweede koel/vrieskast houden (3% vs. 11%).

Uitsplitsing naar arbeidssituatie

	Zelfstandig ondernemer (met personeel)	Werkzaam in loondienst (excl. overheid)	Werkzaam bij de overheid	Arbeids- ongeschikt	Werkloos / werkzoekend / bijstand	Gepensioneerd of VUT	Studerend / schoolgaand	Huisvrouw / huisman / anders	ZZP-er
Meegeven aan de verkopende partij nieuwe koel/vrieskast	52,4	57,1	54,3	66,7	62,7	72,3	34,5	62,3	66,1
Inbrengen bij de milieustraat	9,5	23,2	24,7	22,0	15,7	25,7	25,9	23,7	19,4
Te koop zetten op een verkoopsite	19,0	24,9	23,5	10,6	23,5	5,1	32,4	9,6	16,1
Bij een kringloopbedrijf inleveren	14,3	14,4	16,0	16,3	17,6	9,0	20,9	7,0	11,3
Aan vrienden/familie/kennissen geven	19,0	14,1	9,9	13,0	17,6	6,8	21,6	8,8	14,5
Zelf houden als reserve/tweede koel/vrieskast	9,5	9,4	6,2	3,3	5,9	2,9	21,6	6,1	11,3
Anders, namelijk:	0,0	0,9	1,2	1,6	0,0	1,0	0,0	2,6	0,0
Weet ik niet	0,0	2,5	1,2	4,1	2,0	1,3	7,2	1,8	1,6
N	21	646	81	123	51	311	139	114	62

- Studenten zouden vaker dan mensen in andere werksituaties hun oude koel/vrieskast te koop zetten op een verkoopsite (32% vs. 18%), bij de kringloop inleveren (21% vs. 13%), aan bekenden geven (22% vs. 12%) of zelf als tweede koel/vrieskast houden (22% vs. 7%). Zij zouden het minder vaak meegeven aan de verkopende partij (35% vs. 62%).

Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

Bij deze vraag kon men meerdere antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

Significant hoger
Significant lager

Duurzaamheid koel/vrieskast

Keuze niet-energiezuinige koel/vrieskast

Wist je dat de voornaamste reden om een koel/vrieskast niet in te ruilen voor een energiezuiniger, is dat men het zonde van het geld vindt?

Wat zouden voor u de voornaamste redenen zijn om een niet-energiezuinige koel/vrieskast te houden en dus niet in te ruilen voor een energiezuinige(re) variant? U kunt maximaal 3 antwoorden geven.



- De voornaamste reden om een koel/vrieskast te houden en niet in te ruilen tegen een energiezuiniger is dat men dit zonde van het geld vindt als de oude nog goed werkt. Ruim zes op de tien Nederlanders noemen dit als voornaamste reden in hun top 3 (62%).
- Ook het feit dat de koel/vrieskast nog voldoet aan de wensen wordt vaak in de top drie genoemd als voornaamste reden om een koel/vrieskast niet in te ruilen voor een energiezuiniger (56%).
- Voor 27% speelt geld een rol; zij geven aan geen geld te hebben voor een nieuwe en dat dit voor hen (een van) de voornaamste reden is om een koel/vrieskast niet in te ruilen.

Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

Bij deze vraag kon men maximaal 3 antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen.

Keuze niet-energiezuinige koel/vriestkast (vervolg)

Wist je dat jongeren het vaker zonde van het geld vinden om een nieuwe koel/vriestkast aan te schaffen als de oude nog naar behoren werkt?

Wat zouden voor u de voornaamste redenen zijn om een niet-energiezuinige koel/vriestkast te houden en dus niet in te ruilen voor een energiezuinige(re) variant? U kunt maximaal 3 antwoorden geven.

Uitsplitsing naar leeftijd

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
Het is zonde van het geld als de oude koel/vriestkast nog goed werkt	69,6	62,0	59,9	64,6	54,4	61,3
De koel/vriestkast voldoet nog aan mijn wensen	49,0	51,0	46,9	59,3	62,2	66,5
Ik heb geen geld voor een nieuwe koel/vriestkast	43,1	27,3	29,0	23,1	23,7	16,5
Een nieuwe koel/vriestkast aanschaffen is niet milieuvriendelijk	13,0	11,4	13,7	13,1	9,3	14,5
Ik ben gehecht aan mijn huidige koel/vriestkast	4,7	3,7	3,1	4,1	4,4	6,9
Anders, namelijk:	0,4	1,6	3,1	3,4	3,7	4,0
Weet ik niet	4,3	5,3	6,9	7,1	8,1	6,5
N	253	245	262	268	270	248

- Het zijn vaker mensen jongeren (<30 jaar) die aangeven dat zij het zonde van het geld vinden om een niet-energiezuinige koel/vriestkast in te ruilen voor een zuinigere (70% vs. 60% onder ≥30 jaar) en/of daar geen geld voor hebben (43% vs. 24%).
- Zestigplussers geven vaker aan dat de oude koel/vriestkast nog voldoet aan de wensen (64% vs. 52%) en er daarom niet wordt overgestapt op een energiezuinigere.
- 70-plussers geven vaker aan dat zij gehecht zijn aan hun huidige koel/vriestkast en daarom geen energiezuinigere willen (7% vs. 4%).

Uitsplitsing naar arbeidssituatie

	Zelfstandig ondernemer (met personeel)	Werkzaam in loondienst (excl. overheid)	Werkzaam bij de overheid	Arbeidsongeschikt	Werkloos / zoekend / bijstand	Gepensioneerd of VUT	Studerend / schoolgaand	Huisvrouw / huisman / anders	ZZP-er
Het is zonde van het geld als de oude koel/vriestkast nog goed werkt	71,4	62,6	66,7	58,5	68,0	57,6	70,5	53,5	64,5
De koel/vriestkast voldoet nog aan mijn wensen	66,7	52,7	48,1	45,5	50,0	67,5	48,9	62,3	66,1
Ik heb geen geld voor een nieuwe koel/vriestkast	14,3	27,6	16,0	42,3	42,0	17,0	41,7	24,6	21,0
Een nieuwe koel/vriestkast aanschaffen is niet milieuvriendelijk	42,9	11,0	16,0	4,1	6,0	13,8	15,1	11,4	24,2
Ik ben gehecht aan mijn huidige koel/vriestkast	0,0	4,2	2,5	3,3	4,0	5,8	5,8	3,5	6,5
Anders, namelijk:	4,8	2,5	2,5	3,3	2,0	3,5	0,7	5,3	0,0
Weet ik niet	4,8	5,6	7,4	8,1	10,0	7,7	5,0	7,9	1,6
N	21	645	81	123	50	311	139	114	62

- Is men studerend, arbeidsongeschikt of werkloos, dan geeft men (logischerwijs) vaker aan dat zij geen geld hebben om een energiezuinigere koel/vriestkast aan te schaffen (42% vs. 23%). Gepensioneerden en werkenden bij de overheid noemen dat juist minder vaak (17% vs. 31%).
- Studerenden geven vaker aan dat zij het zonde van het geld vinden als de oude koel/vriestkast nog werkt (71% vs. 61%) en gepensioneerden geven vaker aan dat ze de koel/vriestkast niet zouden vervangen als deze nog voldoet (68% vs. 53%).

Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

Bij deze vraag kon men maximaal 3 antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

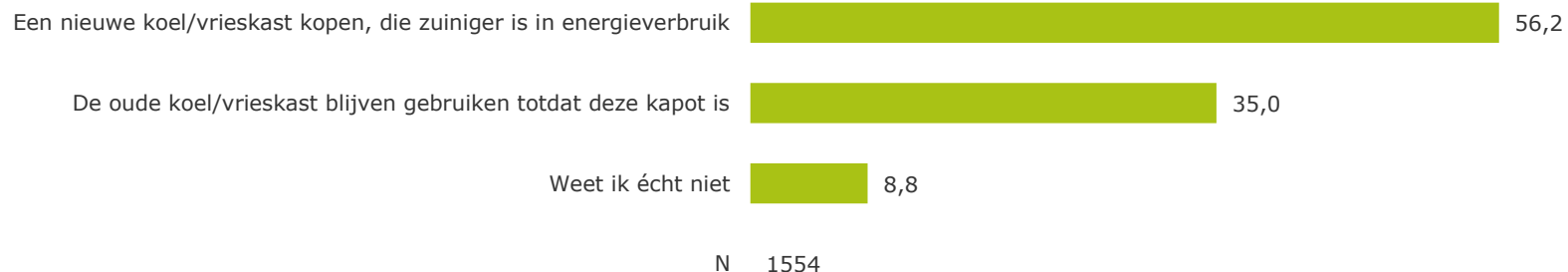
Significant hoger

Significant lager

Kosten besparen

Wist je dat een derde denkt dat het blijven gebruiken van een 10 jaar oude koel/vrieskast tot deze kapot is het slimste is om te doen wanneer je kosten wilt besparen?

Stel dat u een koel/vrieskast heeft die tien jaar oud is. Wat is volgens u het slimste om te doen, wanneer u kosten wilt besparen?



- Op de vraag wat men het slimste acht om te doen wanneer men kosten wil besparen op een koel/vrieskast van tien jaar oud, dan denkt een meerderheid dat een nieuwe kopen, die zuiniger is in energieverbruik, het beste is (56%).
- Ongeveer een derde denkt dat het slimste is om de oude koel/vrieskast te gebruiken tot deze kapot is (35%).

Uitsplitsing naar geslacht

	Man	Vrouw
Een nieuwe koel/vrieskast kopen, die zuiniger is in energieverbruik	52,4	59,7
De oude koel/vrieskast blijven gebruiken totdat deze kapot is	39,1	31,1
Weet ik écht niet	8,5	9,2
N	757	797

naar leeftijd

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
Een nieuwe koel/vrieskast kopen, die zuiniger is in energieverbruik	50,8	53,4	51,0	59,9	58,6	63,2
De oude koel/vrieskast blijven gebruiken totdat deze kapot is	42,5	37,7	39,8	29,7	33,3	27,2
Weet ik écht niet	6,7	8,9	9,2	10,4	8,1	9,6
N	254	247	261	269	273	250

Significant hoger
Significant lager

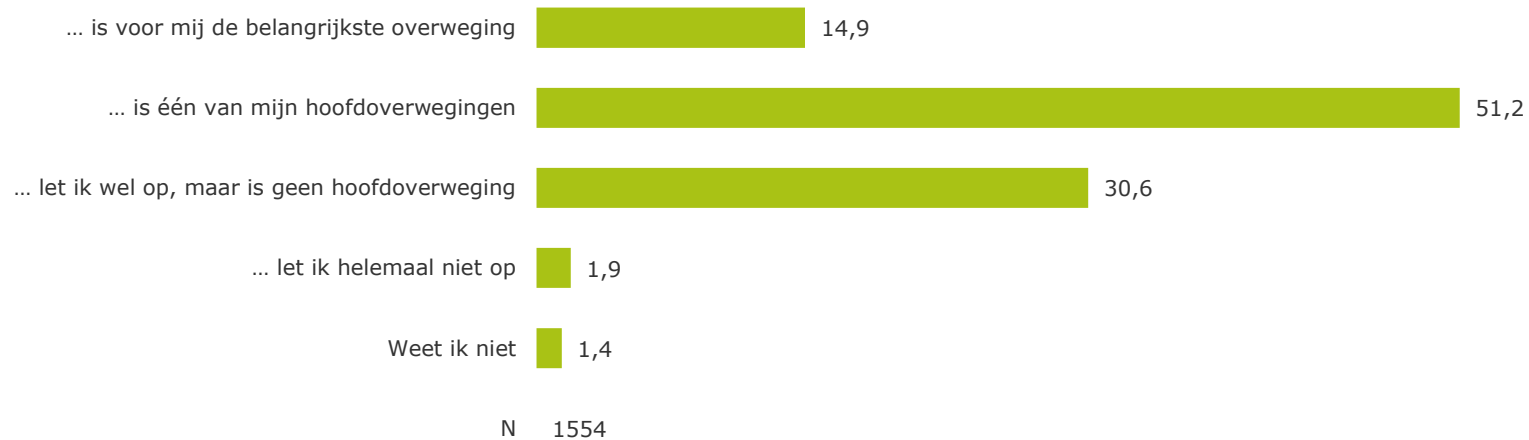
- Mannen en vrouwen denken verschillend als het gaat om wat het verstandigst is om te doen ten aanzien van een tien jaar oude koel/vrieskast. Vrouwen denken vaker dan mannen dat een nieuwe koel/vrieskast kopen die energiezuiniger is, het slimste is om te doen (60% vs. 52%). Mannen denken vaker dat het blijven gebruiken van de oude tot die kapot is het slimste is (40% vs. 31%).
- Is men 70 jaar of ouder, dan denkt men vaker dat een nieuwe energiezuinigere koel/vrieskast kopen het slimst is om kosten te besparen (63% vs. 55% <70 jaar).
- Is men jonger dan 30 jaar dan denkt men vaker dat het blijven gebruiken van de oude koel/vrieskast het slimste is om te doen (43% vs. 34% ≥30 jaar).

Energiezuinigheid bij toekomstige aanschaf

Wist je dat de energiezuinigheid voor de helft één van de hoofdoverwegingen is bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast?

Indien u in de toekomst een koel/vrieskast gaat aanschaffen, welke van onderstaande uitspraken past dan het beste bij de mate waarin u de energiezuinigheid mee zult laten wegen bij de aanschafbeslissing?

De energiezuinigheid...



- Voor de helft van de Nederlanders is energiezuinigheid één van de hoofdoverwegingen bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast (51%).
- Voor 15% is de energiezuinigheid van een koel/vrieskast de belangrijkste overweging en drie op de tien geven aan hier wel op te letten, maar dat het geen hoofdoverweging is bij de aanschaf van een nieuwe (31%).
- 2% geeft aan helemaal niet op energiezuinigheid te letten wanneer ze een nieuwe koel/vrieskast zouden aanschaffen.

Energiezuinigheid bij toekomstige aanschaf (vervolg)

Wist je dat de energiezuinigheid vooral onder 70-plussers, eenpersoons huishoudens, niet werkenden en laagopgeleiden de belangrijkste overweging is bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast?

Indien u in de toekomst een koel/vrieskast gaat aanschaffen, welke van onderstaande uitspraken past dan het beste bij de mate waarin u de energiezuinigheid mee zult laten wegen bij de aanschafbeslissing?

De energiezuinigheid...

Uitsplitsing naar leeftijd (aangepast)

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
... is voor mij de belangrijkste overweging	9,8	9,3	10,7	14,9	17,9	26,4
... is één van mijn hoofdoorwegingen	47,2	49,8	51,7	54,6	53,1	50,4
... let ik wel op, maar is geen hoofdoorweging	40,2	36,8	33,3	26,8	25,3	22,0
... let ik helemaal <u>niet</u> op	2,4	2,8	2,7	1,9	1,5	0,0
Weet ik niet	0,4	1,2	1,5	1,9	2,2	1,2
N	254	247	261	269	273	250

- Naarmate de leeftijd toeneemt, neemt ook het percentage toe dat zegt dat de energiezuinigheid de belangrijkste overweging is bij de aanschaf van een nieuwe koel/vrieskast (26% ≥70 jaar vs. 13% <70 jaar).
- Neemt de leeftijd af, dan geeft men juist vaker aan wel op energiezuinigheid te letten, maar dat dit geen hoofdoorweging is (22% onder 70-plussers tot 40% onder jongeren).

Uitsplitsing naar gezinssituatie

	Eénpersoons huishoudens	Meerpersoons huishoudens zonder kinderen	Huishoudens met kinderen, jongste kind t/m 12 jaar	Huishoudens met kinderen, jongste kind 13 t/m 17 jaar
... is voor mij de belangrijkste overweging	18,8	16,2	10,4	4,1
... is één van mijn hoofdoorwegingen	44,3	51,8	53,8	62,2
... let ik wel op, maar is geen hoofdoorweging	31,5	29,4	32,8	31,6
... let ik helemaal <u>niet</u> op	2,4	1,3	2,7	2,0
Weet ik niet	3,0	1,3	0,3	0,0
N	336	821	299	98

naar arbeidsparticipatie

	Fulltime	Parttime	Niet werkend
... is voor mij de belangrijkste overweging	9,6	13,7	19,1
... is één van mijn hoofdoorwegingen	51,9	52,9	49,9
... let ik wel op, maar is geen hoofdoorweging	34,7	30,9	27,7
... let ik helemaal <u>niet</u> op	2,4	1,4	1,7
Weet ik niet	1,4	1,1	1,6
N	499	350	705

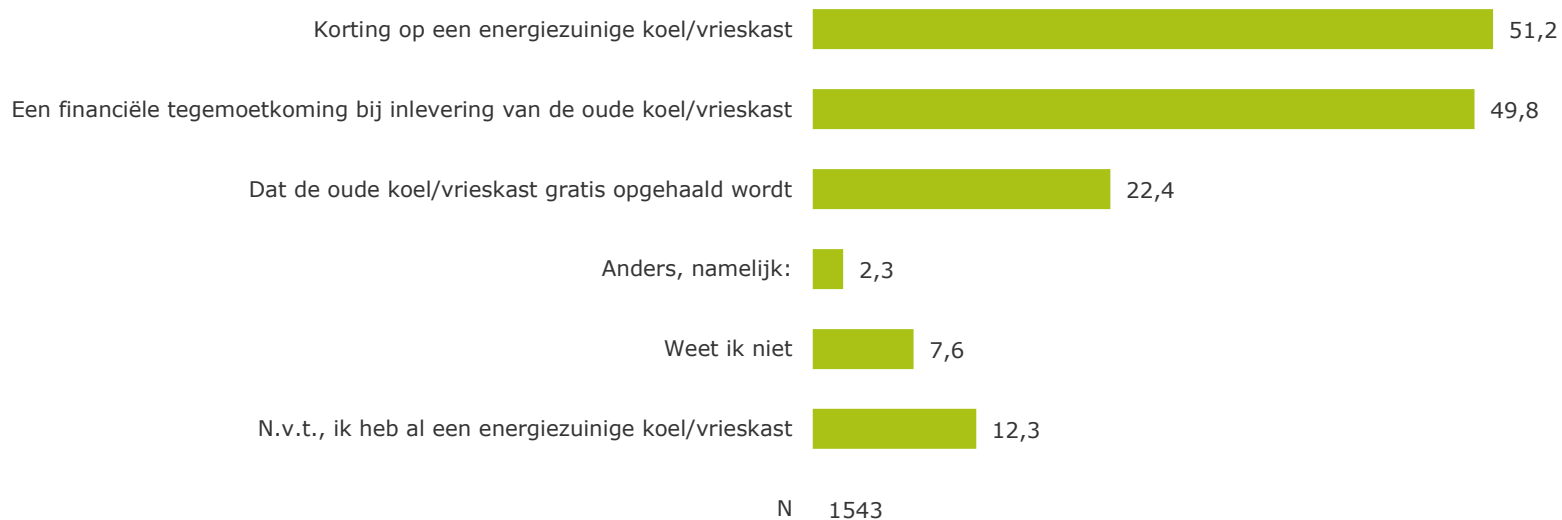
naar opleiding

	Laag	Midden	Hoog
... is voor mij de belangrijkste overweging	20,0	13,9	11,1
... is één van mijn hoofdoorwegingen	45,8	51,2	56,6
... let ik wel op, maar is geen hoofdoorweging	29,1	32,1	30,1
... let ik helemaal <u>niet</u> op	1,8	1,9	2,0
Weet ik niet	3,3	0,9	0,2
N	454	641	459

- Het zijn vaker éénpersoonshuishoudens (19% vs. 14%), niet werkenden (19% vs. 11%) en laagopgeleiden (20% vs. 13%) die aangeven dat de energiezuinigheid van een koel/vrieskast voor hun de belangrijkste overweging is bij de aanschaf van een nieuw exemplaar.

Significant hoger
Significant lager

Wat zou voor u een drijfveer zijn om uw werkende koel/vrieskast in te ruilen voor een energiezuinige(re) variant? U kunt meerdere antwoorden geven.



- Ongeveer de helft van de Nederlanders geeft aan dat korting (51%) en/of een financiële tegemoetkoming bij inlevering van de oude (50%) een drijfveer is om een werkende koel/vrieskast in te ruilen voor eentje die energiezuiniger is.
- Voor 22% zou het gratis ophalen van de oude koel/vrieskast een drijfveer zijn.
- 12% geeft aan reeds een energiezuinige koel/vrieskast te hebben en dat deze situatie niet op hen van toepassing is.

Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

Bij deze vraag kon men meerdere antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen.

Drijfveer inruil (vervolg)

Wist je dat korting of een financiële tegemoetkoming vaker onder jongere Nederlanders een mogelijke drijfveer is om hun werkende koel/vrieskast in te ruilen voor een energiezuinigere?

Wat zou voor u een drijfveer zijn om uw werkende koel/vrieskast in te ruilen voor een energiezuinige(re) variant? U kunt meerdere antwoorden geven.

Uitsplitsing naar leeftijd

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
Korting op een energiezuinige koel/vrieskast	61,5	52,2	51,3	50,7	44,2	47,6
Een financiële tegemoetkoming bij inlevering van de oude koel/vrieskast	60,3	61,2	51,0	51,5	37,9	37,9
Dat de oude koel/vrieskast gratis opgehaald wordt	25,8	26,1	19,2	21,3	18,2	24,2
Anders, namelijk:	1,6	2,4	2,3	2,6	3,0	2,0
Weet ik niet	4,4	4,1	6,5	7,5	11,9	11,3
N.v.t., ik heb al een energiezuinige koel/vrieskast	4,0	9,8	14,6	13,8	16,0	15,3
N	252	245	261	268	269	248

- Is men jonger dan 30 jaar, dan geeft men vaker aan korting op een energiezuinige koel/vrieskast als drijfveer te zien om hun huidige koelkast in te ruilen (62% vs. 49%).
- Voor mensen jonger dan 40 jaar is een financiële tegemoetkoming (ook) vaker een mogelijke drijfveer (61% vs. 45%).
- Het zijn vaker zestigers die aangeven reeds in het bezit te zijn van een energiezuinige koel/vrieskast (16% vs. 12%).

Uitsplitsing naar arbeidssituatie

	Zelfstandig ondernemer (met personeel)	Werkzaam in loondienst (excl. overheid)	Werkzaam bij de overheid	Arbeids- ongeschikt	Werkloos / werk- zoekend / bijstand	Gepensioneerd of VUT	Studerend / schoolgaand	Huisvrouw / huisman / anders	ZZP-er
Korting op een energiezuinige koel/vrieskast	47,6	53,2	64,2	49,2	58,0	44,7	58,7	38,1	53,2
Een financiële tegemoetkoming bij inlevering van de oude koel/vrieskast	38,1	53,8	50,6	57,4	66,0	36,7	58,7	39,8	48,4
Dat de oude koel/vrieskast gratis opgehaald wordt	9,5	22,0	24,7	22,1	28,0	21,5	28,3	19,5	19,4
Anders, namelijk:	4,8	1,6	6,2	3,3	4,0	1,6	2,9	2,7	3,2
Weet ik niet	0,0	5,9	2,5	12,3	2,0	12,2	3,6	14,2	4,8
N.v.t., ik heb al een energiezuinige koel/vrieskast	23,8	12,6	6,2	8,2	2,0	16,7	2,2	20,4	16,1
N	21	645	81	122	50	311	138	113	62

- Is men werkzaam bij de overheid, dan geeft men vaker aan korting op een energiezuinige koel/vrieskast als drijfveer te zien om hun huidige koelkast in te ruilen (64%).
- Voor mensen die werkzaam zijn in loondienst (niet bij de overheid), werklozen en studenten is een financiële tegemoetkoming vaker een drijfveer (resp. 54%, 66% en 59%).
- Het zijn vaker gepensioneerden en huisvrouwen/-mannen die aangeven reeds in het bezit te zijn van een energiezuinige koel/vrieskast (resp. 17% en 20%).

Toelichting:

Deze vraag is niet gesteld aan degenen die geen koelkast hebben.

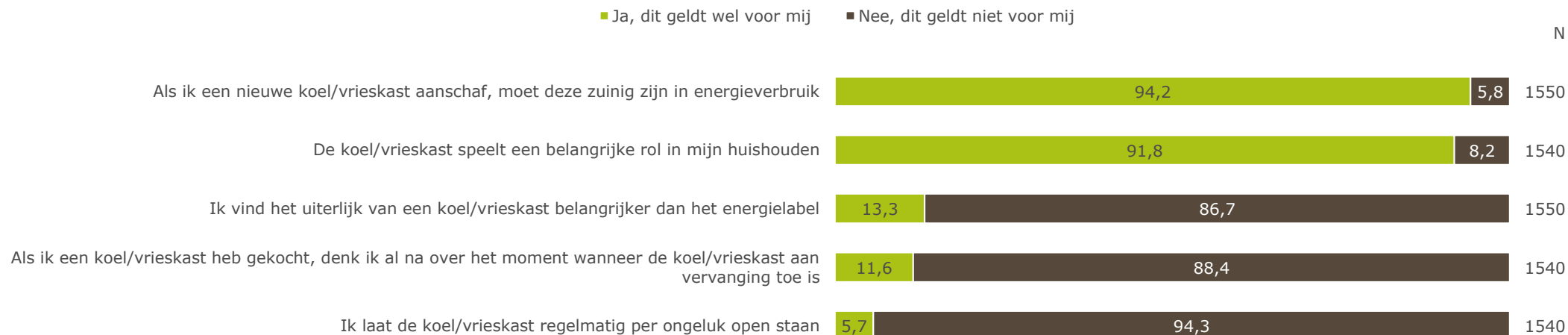
Bij deze vraag kon men meerdere antwoorden geven. De percentages tellen daardoor op tot meer dan 100%.

De antwoorden zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de antwoorden gesorteerd van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

Significant hoger

Significant lager

Gelden onderstaande uitspraken over koel/vrieskasten wel (ja) of niet (nee) voor u?



- Voor 94% moet een nieuwe koel/vrieskast zuinig zijn in energieverbruik.
- Heeft men een koel/vrieskast gekocht, dan denkt 12% al na over het moment wanneer deze toe is aan vervanging.
- 13% geeft aan dat het uiterlijk van een koel/vrieskast belangrijker is dan het energielabel.
- 92% geeft aan dat de koel/vrieskast een belangrijke rol speelt in hun huishouden. 6% laat hem regelmatig per ongeluk open staan.

Toelichting:

De stellingen c, d en e zijn niet voorgelegd aan degenen die geen koelkast hebben.

Ten bate van de rapportage zijn de stellingen gesorteerd op basis van het percentage 'Ja, dit geldt wel voor mij' van meest naar minst gekozen.

Uitspraken (vervolg)

Wist je dat het vaker Friezen zijn die zeggen regelmatig per ongeluk de koel/vrieskast open laten staan?

Gelden onderstaande uitspraken over koel/vrieskasten wel (ja) of niet (nee) voor u?

Uitsplitsing naar leeftijd (aangepast)

% ja dit geldt voor mij	jonger dan 30 jaar	30-39	40-49	50-59	60-69	70 jaar en ouder
Als ik een nieuwe koel/vrieskast aanschaf, moet deze zuinig zijn in energieverbruik	89,6	91,5	92,3	94,8	97,4	99,2
De koel/vrieskast speelt een belangrijke rol in mijn huishouden	92,4	91,8	92,7	90,3	91,4	92,3
Ik vind het uiterlijk van een koel/vrieskast belangrijker dan het energielabel	22,4	20,6	14,6	10,8	7,3	4,8
Als ik een koel/vrieskast heb gekocht, denk ik al na over het moment wanneer de koel/vrieskast aan vervanging toe is	16,1	11,8	7,7	11,6	8,9	13,7
Ik laat de koel/vrieskast regelmatig per ongeluk open staan	6,4	6,9	7,7	4,5	4,1	4,8
N	250	247	261	269	273	250

Uitsplitsing naar provincie

% Ja, dit geldt voor mij	Drenthe	Flevoland	Friesland	Gelderland	Groningen	Limburg	Noord-Brabant	Noord-Holland	Overijssel	Utrecht	Zeeland	Zuid-Holland
Als ik een nieuwe koel/vrieskast aanschaf, moet deze zuinig zijn in energieverbruik	97,5	90,0	96,5	94,2	85,2	94,4	95,0	95,8	89,5	96,9	94,3	93,6
De koel/vrieskast speelt een belangrijke rol in mijn huishouden	89,2	90,0	96,5	91,0	90,7	94,4	91,3	93,4	94,7	92,9	91,4	89,4
Ik vind het uiterlijk van een koel/vrieskast belangrijker dan het energielabel	15,0	6,7	17,5	11,5	13,0	20,0	13,6	9,6	17,9	14,2	8,6	13,7
Als ik een koel/vrieskast heb gekocht, denk ik al na over het moment wanneer de koel/vrieskast aan vervanging toe is	29,7	16,7	10,5	11,6	11,1	15,7	10,8	5,4	9,6	11,0	22,9	13,1
Ik laat de koel/vrieskast regelmatig per ongeluk open staan	5,4	3,3	12,3	6,3	5,6	7,9	6,6	3,9	6,4	4,7	8,6	4,6
N	40	30	57	191	54	90	242	260	95	127	35	329

Toelichting:

De stellingen c, d en e is niet voorgelegd aan degenen die geen koelkast hebben.

De stellingen zijn in willekeurige volgorde aan respondenten getoond. Ten bate van de rapportage zijn de stellingen gesorteerd op basis van het percentage 'Ja, dit geldt wel voor mij' van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

Significant hoger

Significant lager

- Naarmate de leeftijd toeneemt vindt men vaker dat een nieuwe koel/vrieskast bij aanschaf zuinig moet zijn in gebruik. Nagenoeg alle 70-plussers geven dit aan (99% vs. 90% onder <30 jaar). Is men jonger, dan is vaker het uiterlijk van een koel/vrieskast belangrijker dan het energielabel (22% <30 jaar vs. 5% ≥70 jaar).

- Groningers en inwoners van Overijssel geven minder vaak aan dat bij de aanschaf de nieuwe koel/vrieskast zuinig in energieverbruik moet zijn (resp. 85% en 90%).
- Het zijn vaker Drenten en Zeeuwen die bij de aanschaf van een koel/vrieskast al nadenken over het moment wanneer deze aan vervanging toe is (resp. 30% en 23%).
- Het zijn vaker Friezen die zeggen regelmatig per ongeluk de koel/vrieskast open te laten staan (12%).

Hieronder staat een aantal uitspraken over koel/vrieskasten.

Wist u dat...

■ Ja, dat wist ik ■ Nee, dat wist ik niet



- Ruim drie kwart geeft aan op de hoogte te zijn van het feit dat koel/vrieskasten correct worden gerecycled als ze aan retailer worden meegegeven of via de milieustraat worden afgevoerd (77%). Ongeveer zes op de tien weten dat er koelmiddel ontsnapt wanneer koel/vrieskasten niet correct worden gerecycled (63%).
- Hoewel een meerderheid zegt te weten dat het duurzamer is om een oude koel/vrieskast in te ruilen voor een energiezuinige variant dan de oude te blijven gebruiken tot hij het niet meer doet (60%), weet een meerderheid niet dat het voor de meeste apparaten, behalve voor onzuinige oude koel/vrieskasten, geldt dat het juist duurzamer is om ze te gebruiken tot ze kapot zijn (56% weet dit niet).
- Iets minder dan de helft geeft aan te weten dat het energieverbruik van een koel/vrieskast met energielabel A 80% minder is dan van een koel/vrieskast met energielabel G. 47% weet dit wel, 53% weet dit niet.

Toelichting:

Ten bate van de rapportage zijn de stellingen gesorteerd op basis van het percentage 'Ja, dat wist ik' van meest naar minst gekozen.

Kennis (vervolg)

Wist je dat hoogopgeleiden minder vaak op de hoogte zijn dat het duurzamer is een oude koel/vrieskast in te ruilen voor een energiezuinigere variant dan te wachten tot de oude kapot gaat?

Hieronder staat een aantal uitspraken over koel/vrieskasten.

Wist u dat...

Uitsplitsing naar leeftijd

	% ja, dat wist ik	naar leeftijd						naar arbeidsparticipatie			naar opleiding		
		jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder	Fulltime	Parttime	Niet werkend	Laag	Midden	Hoog
... koel/vrieskasten correct worden gerecycled als ze aan een retailer worden meegegeven of via de milieustraat worden afgevoerd?		58,5	76,4	78,5	79,8	82,8	85,6	77,6	75,7	77,4	77,9	76,2	77,5
... er koelmiddel (CFK) ontsnapt indien koel/vrieskasten niet correct volgens de regels worden gerecycled?		38,3	58,1	60,8	77,5	70,3	72,4	69,8	56,9	61,7	62,2	63,8	63,4
... het duurzamer is om een oude koel/vrieskast in te ruilen voor een energiezuinige variant dan de oude te blijven gebruiken tot deze het niet meer doet?		46,8	56,5	57,7	62,9	62,3	74,8	55,8	60,1	63,4	60,2	63,5	55,7
... het energieverbruik van een zuinige koel/vrieskast (energielabel A) 80% minder is dan van een niet-energiezuinige koel/vrieskast (energielabel G)?		46,0	46,5	51,0	42,9	44,3	49,8	46,1	46,1	47,4	50,9	48,4	40,1
... voor de meeste apparaten geldt dat het duurzamer is om ze te gebruiken tot ze kapot zijn, maar dat dit niet geldt voor oude, onzuinige koel/vrieskasten?		38,3	39,8	40,8	43,4	46,9	55,2	40,7	42,8	47,2	47,3	45,6	38,8
	N	248	246	260	267	273	250	496	346	702	452	638	454

- Hoe ouder men is, hoe beter men op de hoogte is van het recyclen van koel/vrieskasten. Voor nagenoeg alle uitspraken geldt dat jongeren (<30 jaar) er minder vaak van op de hoogte zijn, behalve voor de uitspraak dat het energieverbruik van een zuinige koel/vrieskast 80% minder is dan van een niet-energiezuinige koel/vrieskast.
- Niet werkenden geven vaker aan ervan op de hoogte te zijn dat het duurzamer is om een oude koelkast in te ruilen dan de oude te blijven gebruiken tot deze het niet meer doet (63% vs. 58%). Ook geven zij vaker aan te weten dat het voor de meeste apparaten geldt dat het duurzamer is om ze te gebruiken tot ze kapot zijn, maar dat dit niet geldt voor oude, onzuinige koel/vrieskasten (47% vs. 42%).
- Hoogopgeleiden zijn er minder vaak van de op de hoogte dat het inruilen van een oude koelkast duurzamer is dan de oude te blijven gebruiken tot hij het niet meer doet (56% vs. 62%) en dat het voor de meeste apparaten, behalve voor oude onzuinige koel/vrieskasten, geldt dat het duurzamer is om ze te gebruiken tot ze kapot zijn (39% vs. 46%). Ook weten zij minder vaak dat het energieverbruik van een koel/vrieskast met energielabel A 80% minder is dan van een niet-energiezuinige koelkast met een G-label (40% vs. 50%).

Toelichting:

Ten bate van de rapportage zijn de stellingen gesorteerd op basis van het percentage 'Ja, dat wist ik' van meest naar minst gekozen op basis van het totaal.

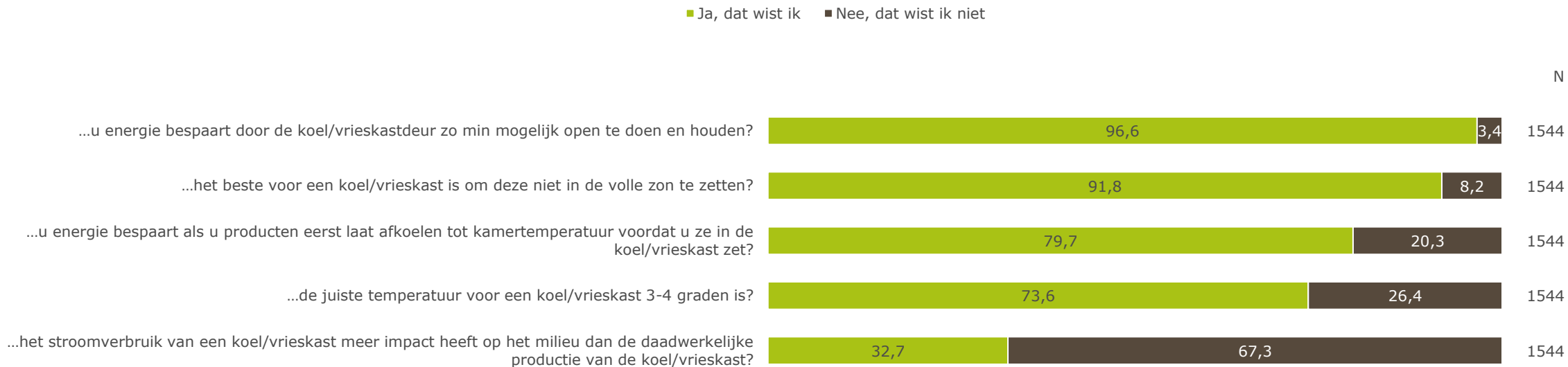
Significant hoger
Significant lager

Kennis energie besparen

Wist je dat een meerderheid niet weet dat het stroomverbruik van een koel/vrieskast meer impact heeft op het milieu dan de daadwerkelijke productie ervan?

Hieronder staat een aantal uitspraken over het besparen van energie/energieverbruik verminderen.

Wist u dat...



- Het gros van de Nederlanders is ervan op de hoogte dat je energie bespaart door de koel/vrieskastdeur zo min mogelijk op te doen en houden (97%).
- Ongeveer negen op de tien weten (ook) dat je een koel/vrieskast het beste niet in de volle zon kunt zetten (92%).
- Acht op de tien weten dat je energie bespaart wanneer je producten eerst tot kamertemperatuur laat afkoelen voordat je ze in de koel/vrieskast zet (80%).
- Drie kwart weet dat de juiste temperatuur voor een koel/vrieskast 3-4 graden is (74%).
- Wat veel mensen echter niet weten, is dat het stroomverbruik van een koel/vrieskast meer impact heeft op het milieu dan de daadwerkelijke productie ervan. Hier is een derde van op de hoogte (33%).

Toelichting:

Ten bate van de rapportage zijn de stellingen gesorteerd op basis van het percentage 'Ja, dat wist ik' van meest naar minst gekozen.

Significant hoger

Significant lager

Kennis energie besparen (vervolg)

Wist je dat 60-plussers vaker weten dat de juiste temperatuur voor een koel/vrieskast 3-4 graden is?

Hieronder staat een aantal uitspraken over het besparen van energie/energieverbruik verminderen.
Wist u dat...

% ja, dat wist ik	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-69 jaar	70 jaar en ouder
...u energie bespaart door de koel/vrieskastdeur zo min mogelijk open te doen en houden?	92,7	97,6	95,0	98,5	97,1	98,8
...het beste voor een koel/vrieskast is om deze niet in de volle zon te zetten?	83,9	89,8	90,8	94,4	94,9	96,4
...u energie bespaart als u producten eerst laat afkoelen tot kamertemperatuur voordat u ze in de koel/vrieskast zet?	64,1	70,7	81,5	84,6	89,0	86,8
...de juiste temperatuur voor een koel/vrieskast 3-4 graden is?	59,7	68,7	76,2	75,3	79,5	81,2
...het stroomverbruik van een koel/vrieskast meer impact heeft op het milieu dan de daadwerkelijke productie van de koel/vrieskast?	39,9	34,6	29,6	34,1	26,0	32,8
N	248	246	260	267	273	250

- Jongeren (<30 jaar) zijn minder vaak op de hoogte van het feit dat je energie bespaart door de koel/vrieskastdeur zo min mogelijk open te doen en te houden. 93% van de mensen jonger dan 30 jaar weten dit ten opzichte van 97% van de mensen van 30 jaar of ouder.
- Ook dat het 't beste is om een koel/vrieskast niet in de volle zon te zetten (84% vs. 93%), je energie bespaart als je de producten eerst laat afkoelen tot kamertemperatuur voordat u ze in de koel/vrieskast zet (64% vs. 83%) en dat de juiste temperatuur van de koel/vrieskast 3-4 graden is (60% vs. 76%) zijn mensen jonger dan 30 jaar minder vaak van op de hoogte dan 30-plussers.
- Gaat het om het stroomverbruik van een koel/vrieskast en dat de impact hiervan op het milieu groter is dan de daadwerkelijke productie van een dergelijke kast zijn mensen jonger dan 30 juist vaker op de hoogte (40% vs. 31%). Zestigters weten dit het minst vaak (26%).

Toelichting:

Ten bate van de rapportage zijn de stellingen gesorteerd op basis van het percentage 'Ja, dat wist ik' van meest naar minst gekozen op basis van totaal.

Significant hoger

Significant lager

Onderzoeksverantwoording

Algemene onderzoeksgegevens

exPRtease Stichting Open KV-inruilactie

Onderzoeksmethode	Online
Steekproef	Nederlanders van 18 jaar en ouder
Bron	PanelWizard
Bruto steekproef	3274
Netto steekproef (# op vrg 1)	1586
Volledige vragenlijsten (netto)	1544
Responspercentage	54%
Datum start veldwerk	14-apr
Datum veldwerk gereed	15-apr
Betrouwbaarheidsniveau*	95%
Maximale afwijking*	2,5%
Representatief naar:	Geslacht, leeftijd, gezinssituatie, arbeidsparticipatie, opleiding, provincie
Weging	Niet van toepassing

Respons breakdown	aantal
bruto steekproef	3274
bouncers (schatting)	131
buiten selectie	n.v.t.
verwijderd na datacheck	111
afgebroken vragenlijsten	42
geen medewerking	1446
Volledige vragenlijsten	1544

* Bij 1544 afgenomen vragenlijsten valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproef uitkomst maximaal 2,5% kan afwijken van de werkelijke situatie (als alle Nederlanders in de doelgroep ondervraagd zouden zijn)

Dit onderzoek is uitgevoerd conform de richtlijnen van ISO 20252 (marktonderzoek)



Geslacht	% gewenst**	% behaald
Man	49,4	48,7
Vrouw	50,6	51,3
N		1586

Leeftijd	% gewenst**	% behaald
18-29 jaar	19,0	16,8
30-39 jaar	15,3	15,8
40-49 jaar	16,3	16,7
50-59 jaar	17,9	17,2
60 jaar en ouder	31,5	33,5
N		1586

Gezinssituatie	% gewenst**	% behaald
Eénpersoons	22,2	21,7
Meerpersoons (zonder kinderen <18)	49,8	52,6
Meerpersoons met kinderen (jongste <13)	20,1	19,2
Meerpersoons met kinderen (jongste 13-17)	7,9	6,4
N		1586

Arbeidsparticipatie	% gewenst**	% behaald
Fulltime (35 uur of meer)	33,1	32,0
Parttime (12 t/m 34 uur)	23,2	22,6
Niet werkend (0 t/m 11 uur)	43,7	45,4
N		1586

Opleiding	% gewenst**	% behaald
Laag	27,8	29,1
Midden	42,4	41,5
Hoog	29,7	29,4
N		1586

Provincie	% gewenst**	% behaald
Drenthe	2,8	2,6
Flevoland	2,2	1,9
Friesland	3,7	3,6
Gelderland	12,0	12,1
Groningen	3,4	3,4
Limburg	6,6	5,8
Noord-Brabant	15,0	15,6
Noord-Holland	16,7	17,0
Overijssel	6,6	6,2
Utrecht	7,6	8,1
Zeeland	2,2	2,3
Zuid-Holland	21,3	21,4
N		1586

** Dit is de verdeling zoals die in heel Nederland is binnen de gewenste selectie (o.b.v. de Gouden Standaard van de MOA)

Achtergrond PanelWizard Direct

Algemene gegevens PanelWizard Direct



- PanelWizard is het onderzoekspanel van Kien onderzoek
- 31.000 leden van 16 jaar en ouder
- Dwarsdoorsnee van de Nederlandse bevolking of specifieke doelgroepen (bv. boodschappers, beleggers, allochtonen, ouders van baby's, etc.)
- Panelleden geven vooraf toestemming voor deelname
- Hoge en betrouwbare respons, door beloning en terugkoppeling
- Representativiteit en (serieuze) medewerking worden voortdurend gecontroleerd en bewaakt
- ISO-gecertificeerd (ISO 20252)
- Hanteert de Gouden Standaard van MOA

Lid van



EXPERTISE CENTER VOOR MARKETING-INSIGHTS, ONDERZOEK & ANALYTICS

Introductie PanelWizard Direct

PanelWizard Direct bestaat sinds 2001 en is sindsdien uitgegroeid tot één van de beste panels van Nederland.

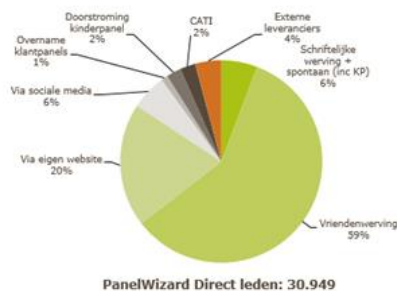
- Ruim 33.000 actieve leden
- ISO-gecertificeerd panel
- Ondersteund door onderzoeksexpertise Kien
- PanelWizard Direct & Kien beide aangesloten bij MOA en ESOMAR en ISO 20252 gecertificeerd



Werving

De werving van panelleden vindt plaats via verschillende bronnen.

- Zoveel mogelijk werken met 'verse' panelleden
- Inschrijvers worden eerst aspirantleden en pas definitief toegelaten tot panel na reactie op bevestigingsmail (double opt-in) en controles op antwoordgedrag (screeningsonderzoek)
- Mogelijkheid tot river recruitment voor specifieke doelgroepen; gerichte member-get-member actie waarbij panelleden die voldoen aan bepaalde criteria worden gevraagd anderen uit dezelfde doelgroep te werven via bijv. mail of sociale media



Motivatie

- Korte en afwisselende vragenlijsten om panelleden gemotiveerd en fris te houden
- Standaardbeloning €0,10 per vraag; 100% koppeling tussen inspanning en beloning
- Beloning zelf houden, sparen voor club/vereniging of doneren aan een goed doel
 - Afgelopen jaren €160.000 geschonken aan goede doelen
- Onderzoeksresultaten worden teruggekoppeld waardoor panelleden betrokken blijven
- Hoge betrokkenheid en motivatie blijkt uit het hoge gemiddelde responspercentage; 65%



Steekproeftrekking en representativiteit

- Steekproeftrekking o.b.v. de Gouden Standaard
- Standaard representatief uitgestuurd op 6 kernvariabelen
- Door hoog responspercentage vrijwel altijd representatieve netto steekproef
- Wanneer niet representatief: respons uit overtollige groepen verwijderen (non-interlocked) of eventueel resultaten wege

Steekproef standaard representatief op:

Geslacht	Regio
Leeftijd	Gezin
Opleiding	Arbeid

Kwaliteit panel en onderzoeken

Betrouwbaarheid van het online veldwerk wordt nauwlettend gecontroleerd:

- Vóór elk onderzoek wordt een controlevraag gesteld naar geslacht en leeftijd van de respondent, waarmee wordt gecontroleerd of de beoogde respondent deelneemt
- Ná elk onderzoek worden kwaliteitscontroles uitgevoerd op de snelheid, lengte, antwoordpatronen en de inhoud van open antwoorden
- Onbetrouwbare, te snelle en niet-serieuze respons wordt verwijderd en bij twee overtredingen worden panelleden uitgeschreven
- Panelleden die al enige tijd geen uitnodiging hebben gehad, krijgen voorrang bij versturen van nieuwe uitnodigingen



Onderhoud en beheer

- Na ieder onderzoek wordt het panellid verzocht om de eigen gegevens te controleren en indien nodig te updaten
- Panelleden worden ook tweemaal per jaar schriftelijk gevraagd om de eigen persoonsgegevens te actualiseren
- De persoonsgegevens van panelleden worden nimmer vrijgegeven, tenzij panelleden hier expliciet toestemming voor geven
- Non-respondenten en bouncers worden twee keer per jaar gecontroleerd en schriftelijk benaderd voor continuering van het panellidmaatschap



IV

RESULTATEN URGENDA CAMPAGNE

Verantwoording koelvriesretouractie

Urgenda, 13 juli 2022

Opzet actie

Maatregel #43 van het 54-puntenplan is het Recycleplan oude koelkasten (besparing 0,4 Mton).
 “In Nederland zijn naar schatting zo’n 3 miljoen koelkasten in huis die ouder zijn dan tien jaar. Oude koel- en vrieskasten zijn erg vervuilend en daarom is er een uitgebreide inzamelstructuur opgezet om koelkasten te verzamelen en recycelen. Koel- en vrieskasten behoren ook tot één van de weinige apparaten waarbij het zuiniger is om het apparaat na 10 jaar te vervangen dan er langer mee doen.”

Het Rijk investeert 1 miljoen euro om burgers te stimuleren hun oude koelvriesapparaten in te ruilen – hierbij krijgen consumenten 35 euro retour van de koelkastfabrikant bij een nieuw apparaat met energielabel A, B, C of D. Urgenda heeft de campagne die reclamebureau Roorda ontwikkelde verder uitgerold in haar uitgebreide netwerk om de actie breder uit te zetten.

Communicatieactiviteiten en -resultaten

In de actieperiode heeft Urgenda de campagne meermaals onder de aandacht gebracht. Op de laatste pagina staan representatieve afbeeldingen van de uitingen.

Verzonden mails

<i>Nieuwsbrieven</i>	<i>Oplage</i>	<i>Benaderd</i>
Urgenda nieuwsbrief algemeen	17.500	2x
Grootouders voor het Klimaat	3.500	2x
SamenSnellerDuurzaam	400	1x
Deelnemers koelepeer	440	1x
Zetmop60	1.400	1x
Meer Bomen Nu	7.800	1x

<i>Direct e-mail</i>	<i>Oplage</i>	<i>Benaderd</i>
Ambtenaren + wethouders duurzaamheid	280	1x
Energiecoöperaties	200	1x
Woningcorporaties	190	1x
Spelers in de Regionale Energie Strategieën	300	1x

Kwantitatieve respons e-mail

Het totale aantal contactmomenten via e-mail bedroeg ca 52.270. Dit leverde in totaal ca 1.400 clicks op naar de actie. Een respons van 2,6%.

Kwalitatieve respons e-mail

In de loop der jaren heeft Urgenda een uitgebreid netwerk opgebouwd binnen woningcorporaties, en energiecoöperaties en onder gemeentefunctionarissen zoals ambtenaren en B&W die klimaat of duurzaamheid in hun portefeuille hebben. De direct e-mails naar deze contacten leverden meerdere toezeggingen op om de actie verder te verspreiden via eigen nieuwsbrieven en social media. Enkele energiecoöperaties zegden in ieder geval toe om het verbruik van koelkasten mee te nemen in de checklist van hun energiecoaches en/of om dit mee te nemen in de informatie in duurzaamheids-winkels of op de site.

In de mail hadden we daarnaast expliciet gevraagd of deze partijen mensen met een smalle beurs in staat wilden stellen om mee te doen met de actie. Van gemeenten kregen we terug dat 6 weken aanlooptijd te kort is voor dit soort extra stappen. Een gemeente gaf telefonisch toe dat zij bonnen verstrekten aan minima voor korting op de aanschaf van koelvriesapparatuur in kringloopwinkels – iets dat zij gezien de hoge verbruikskosten voor de gebruiker en de milieupact nu gaan heroverwegen.

Social Media

Via Meta is de actie driemaal gedeeld met de 20.000 Urgenda-volgers op Facebook en de 5.500 op Instagram, en twee keer de 100 volgers op de Instagram van het nieuwe SamenSnellerDuurzaam.

Voor YouTube is een vlog gemaakt samen met stichting OPEN over het verbruik en de recyclewaarde van koelvriesapparaten. Deze is inmiddels ca 600 keer bekeken (dd begin juli '22).

Earned Media

Er is een opinieartikel geschreven en aangeboden aan lokale media, maar door concurrerend nieuws werd hier afwijzend op gereageerd.

Overig

Ter ondersteuning van de campagne zijn er landingspagina's op urgenda.nl gemaakt met een [toolkit](#) en [meer inhoudelijke informatie](#). Deze zijn zo'n 530 keer bezocht. Daarnaast verwezen we ook vaak naar [de bewuste maatregel in het 54-puntenplan](#), maar daarvan kunnen we niet in detail meten hoe vaak deze is bezocht in het kader van deze campagne. Naar deze pagina – met alle maatregelen van het 54-puntenplan – wordt namelijk vaker verwezen. De pagina is tijdens de campagnelooptijd zo'n 2.000 keer bezocht.

Geachte wethouder,

In Nederland zijn naar schatting zo'n 3 miljoen oudere koel- vriesapparaten in huis die sterk vervuilen en veel energie verbruiken. Daarom is het belangrijk dat we werk maken van het inzamelen en recyclen van oude koelkasten, vriezers en koel- vriescombinaties.

In mei en juni 2022 loopt een landelijke campagne, gebaseerd op een punt uit Urgenda's 54-puntenplan en gesubsidieerd door Het Rijk. Mensen die hun oude koelkast of vriezer inleveren, krijgen van de winkel of webshop 35 euro retour bij aanschaf van een nieuw, energiezuinig exemplaar.

Als wethouder kunt u deze actie ondersteunen door deze bij de inwoners van uw gemeente onder de aandacht te brengen. Ook willen we u vragen om een stap extra te zetten om mensen te helpen deelnemen aan deze actie.

Waarom is inleveren zo belangrijk?

Met de juiste inzameling van oude koelkasten en vriezers kunnen we in Nederland 0,4 megaton uitstoot CO₂ (-equivalenten) besparen.

- Veel oudere koelkasten en vriezers bevatten nog de schadelijke gassen CFK of HFC. Deze gassen zijn inmiddels verboden omdat ze de ozonlaag aantasten en zeer sterke broeikasgassen zijn (5.000 keer zo sterk als CO₂).
- Nieuwe koelkasten en vriezers zijn veel zuiniger. Je oude koelkast inleveren is dus niet alleen beter voor de volksgezondheid en het klimaat, maar op termijn ook voor de portemonnee. Vergelijken met moderne varianten verbruiken oudere, minder energiezuinig ontworpen koelkasten zo'n 220 kWh per jaar méér. Met de energieprijzen van begin 2022 is dit bijna 80 euro op jaarbasis.
- Oude koelkasten en vriezers kunnen uitstekend worden gerecycled. Dan kunnen de grondstoffen van deze oude apparaten benut worden voor nieuwe. Dat is duurzamer dan nieuwe grondstoffen delven.

Deze actie is één van de punten uit het 54-puntenplan van Urgenda om energie te besparen en uitstoot te verminderen (punt 43). Goed voor portemonnee en klimaat, en het maakt ons minder afhankelijk van andere landen zoals Rusland. Op tegenas.nu vind u meer ideeën om aardgas en andere bronnen van energie te besparen.

Uw hulp is nodig

We hopen dat de campagne zoveel mogelijk mensen over de streep haalt, voor een zo groot mogelijke klimaatwinst. U kunt op twee manieren helpen:

1 Help deze actie verspreiden in mei en juni

Vraag de communicatieafdeling om de actie op de communicatiekalender te zetten. Beeldmateriaal inclusief tekstvoorstel is beschikbaar in de [toolkit](https://tegenas.nu). Vanaf 1 mei is de campagnesite koelkastinruilen.nl te bezoeken.

2 Help mensen meedoen aan de actie

Veel minima zouden baat hebben bij een besparing van 80 euro per jaar. Maar door inflatie en gestegen prijzen voor o.a. energie zijn zij niet in staat om te investeren in een nieuwe koelkast. We vragen u om deze mensen extra te ondersteunen. U zou een aantrekkelijke financiële regeling kunnen aanbieden of de inruilpremie verdubbelen, en eventueel een gezamenlijke inkoopactie starten met een partij als Winst Uit Je Woning.

Elke besparing telt! De laatste rapporten van IPCC zijn ronduit alarmerend. Willen we onder de 1,5 graad opwarming van de aarde blijven, dan moeten we elke manier om uitstoot te voorkomen met beide handen aangrijpen en de energierekening omlaag brengen. Het inleveren van een oude koelkast is dan een 'quick win'. Helpt u mee?

Met vriendelijke groet,

Marjan Minnesma
directeur Urgenda

P.S. Heeft u vragen of suggesties, neem dan gerust contact op met projectcoördinator Martijn Scheutjens: martijn.scheutjens@urgenda.nl, 06-24804750.



Geachte heer/mevrouw,

In Nederland zijn naar schatting zo'n 3 miljoen oudere koel- vriesapparaten in huis die sterke vervuiling kunnen veroorzaken en veel energie verbruiken. Het is van groot belang om deze oude koelkasten, vriezers en koel- vriescombinaties in te zamelen en op de juiste manier te recyclen. Daarom zijn de recycle- en koelkastbranche een gezamenlijke campagne gestart, gebaseerd op maatregel 43 uit ons 54-puntenplan.

Als u in mei of juni uw oude koelkast of vriezer inlevert, krijgt u 35 euro retour bij aanschaf van een nieuw, energiezuinig exemplaar!

Doet u mee?



Waarom is inleveren zo belangrijk?

Met de juiste inzameling van oude koelkasten en vriezers kunnen we in Nederland 0,4 megaton uitstoot CO₂ (-equivalenten) besparen.

- Veel oudere koelkasten en vriezers bevatten nog de schadelijke gassen CFK of HFC. Deze gassen zijn inmiddels verboden omdat ze de ozonlaag aantasten en zeer sterke broeikasgassen zijn (5.000 keer zo sterk als CO₂).
- Nieuwe koelkasten en vriezers zijn veel zuiniger. Je oude koelkast inleveren is dus niet alleen beter voor het klimaat, maar op termijn ook voor de portemonnee. Vergelijken met moderne varianten verbruiken oudere, minder energiezuinig ontworpen koelkasten zo'n 220 kWh per jaar méér. Met de energieprijzen van begin 2022 is dit bijna 80 euro op jaarbasis.
- Oude koelkasten en vriezers kunnen uitstekend worden gerecycled. Dan kunnen de grondstoffen van deze oude apparaten benut worden voor nieuwe. Dat is duurzamer dan nieuwe grondstoffen delven.

Elke besparing telt! De laatste rapporten van IPCC zijn ronduit alarmerend. Willen we onder de 1,5 graad opwarming van de aarde blijven, dan moeten we elke manier om uitstoot te voorkomen met beide handen aangrijpen en de energierekening omlaag brengen. Het inleveren van een oude koelkast helpt daarbij. Doet u mee?

Met vriendelijke groet,

Marjan Minnesma
directeur Urgenda

P.S. We zijn ons ervan bewust dat het voor mensen met een kleine beurs moeilijk of onmogelijk is om aan deze actie mee te doen. Op tegenas.nu vindt u meer ideeën om aardgas en andere bronnen van energie te besparen.

URGENDA'S PARTNERS

VOLG URGENDA VIA

Luister ook naar onze podcasts!

© 2022 Stichting Urgenda, alle rechten voorbehouden.

HELP HET KLIMAAT: RUIL UW OUDE KOEL- VRIESAPPARATUUR IN



In Nederland zijn naar schatting zo'n 3 miljoen oudere koel- vriesapparaten in huis. Deze bevatten vaak nog de schadelijke broeikasgassen zoals HFC en CFK en verbruiken relatief veel energie. Het is belangrijk om deze oude koelkasten, vriezers en koel- vriescombinaties in te zamelen en op de juiste manier te recyclen. Daarom start de recycle- en koelkastbranche een gezamenlijke campagne, gebaseerd op maatregel 43 uit ons 54-puntenplan.

Als u in mei of juni uw oude koelkast of vriezer inlevert, krijgt u 35 euro retour bij aanschaf van een nieuw, energiezuinig exemplaar.

> Meer informatie op koelkastinruilen.nl



Voorbeelden van de verzonden uitingen

Linkerkolom: direct e-mail aan wethouders.

Middenkolom: direct e-mail aan mensen die meededen aan zetmop60.nl.

Rechterkolom: nieuwsbriefartikel, Facebook-post, YouTube-video.

URGENDA'S PARTNERS

VOLG URGENDA VIA

Luister ook naar onze podcasts!

© 2022 Urgenda, alle rechten voorbehouden.



EVALUATIE CAMPAGNEWAARDERING MOTIVATION

A photograph of a kitchen. On the left is a tall, dark grey refrigerator. Above it is a built-in oven. The countertop is white and features a sink with a chrome faucet, a coffee maker, a kettle, and several jars. A wicker basket with cleaning supplies is on the right. The wall is tiled with white square tiles. A dark blue banner with white text is overlaid at the bottom.

Campagne “Lever je oude koelkast in”



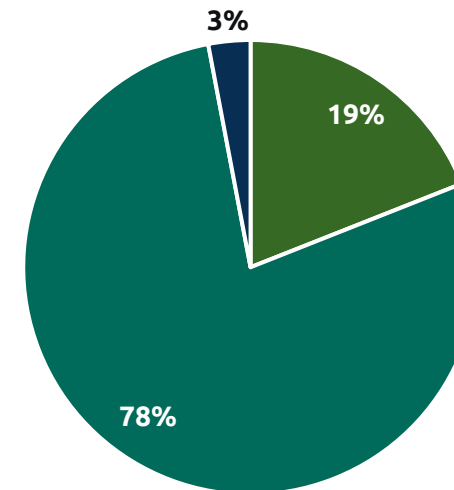
Zichtbaarheid campagne: 19% herkent online video en 24% radiospot

- **19% herinnert** zich (na het tonen er van) dat zij de **online video** eerder hebben gezien. 3% weet het niet (meer) en 78% denkt dat zij deze *niet* gezien hebben.
- **24% herinnert** zich de **radiospot**. 3% weet het niet (meer) en 73% denkt de spot *niet* gehoord te hebben.

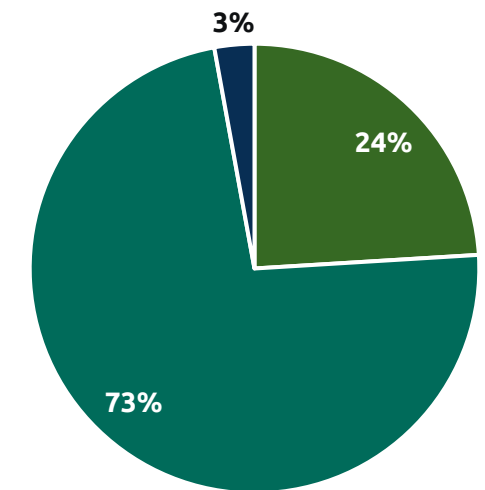


Heb je onlangs onderstaande commercial gezien/gehoord?
(Basis – kon de commercial afspelen)

▶ Online video (n=991)



📻 Radiospot (n=982)



■ Ja ■ Nee ■ Weet ik niet meer

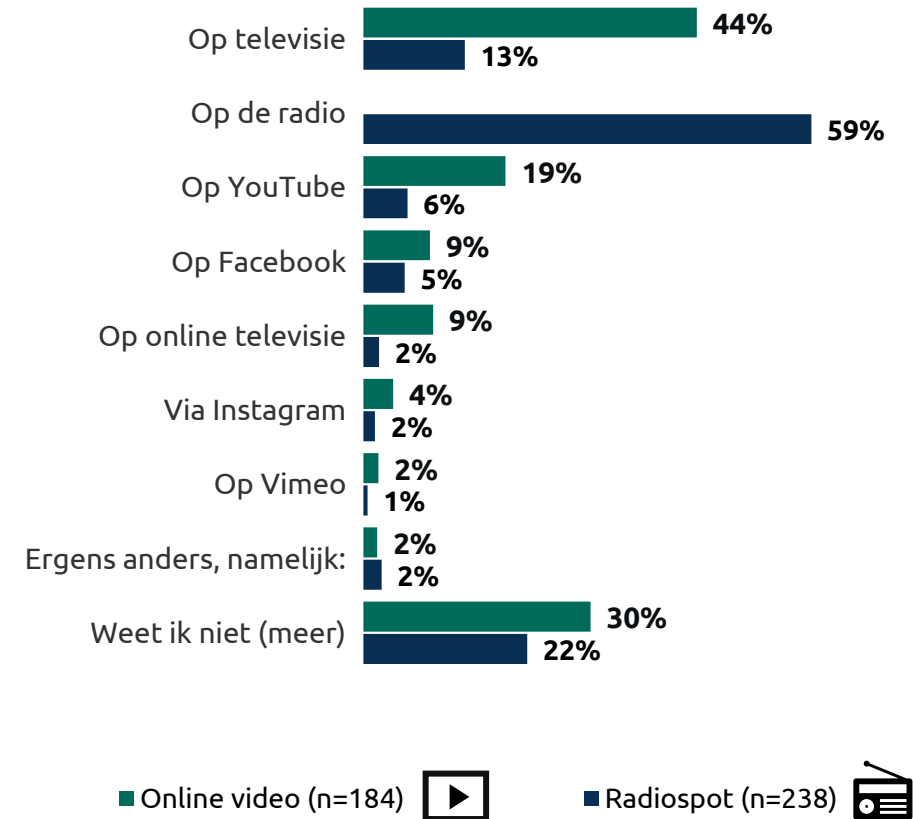
Zichtbaarheid campagne: televisie en radio vaakst genoemde kanalen

- Respondenten die zeggen dat zij de online video gezien hebben, zagen deze het vaakst op **televisie** (44%). Ook zag één op de vijf (19%) de video via **YouTube** en twee tiende via **Facebook** (9%) of **online televisie** (9%).
- Respondenten die zeggen dat zij de radiospot gehoord hebben, hoorden deze het vaakst via de **radio** (59%). Ook hoorde 13% de spot via de **televisie**. Een veel kleinere groep noemt **YouTube** (6%) of **Facebook** (5%).

Waar heb je deze commercial gezien/gehoord?

Meerdere antwoorden mogelijk.

(Basis – heeft onlangs commercial gezien/gehoord)



Begrip: geldbedrag spoort aan tot energiezuinige koelkast

Twee derde van de deelnemers geeft na het zien van de online video (65%) of radiospot (66%) aan dat zij **begrijpen wat de campagne duidelijk wil maken**.

- Respondenten noemen voor de online video en radiospot vergelijkbare onderwerpen.
- Veel noemen dat men **geld ontvangt** voor het recyclen of inruilen van een oude koelkast.

“ Recycle nu je koelkast en ontvang 35,- voor je oude koelkast.

“ Dat je geld terugkrijgt als je je oude energie slurpende koelkast inruilt voor een nieuw zuiniger model.

“ Recycling: de oude koelkast inwisselen tegen een nieuwe en daar een (retour)bedrag voor terugkrijgen.

“ Oude koelkast of vriezer inruilen voor reductie op de aanschafprijs van een nieuwe.

“ Recycling: de oude koelkast inwisselen tegen een nieuwe en daar een (retour)bedrag voor terugkrijgen.

- Ook noemen veel respondenten dat een oude koelkast veel energie kost en dat een nieuwe **energiezuiniger of duurzamer** is.

“ Dat oude koelkasten veel energie verbruiken en dat het daarom goed zou zijn om oude modellen in te ruilen voor een nieuwer model.

“ Koop een nieuwe koelkast voordat die te veel energie gaat slurpen, en recycle de oude.

“ Dat je geen energie meer moet verspillen en daardoor je koelkast beter kan inruilen.

“ Ook al is je apparaat niet kapot, hij kan wel een vervanger gebruiker die energiezuiniger is.

“ Energie slurpende apparaten vernieuwen door nieuwe energie zuinige apparaten.

- Daarnaast noemen sommige respondenten dat zij de commercial **negatief ervaren**.

“ Muziek blijft irritant. Onduidelijk of je de nieuwe koelkast dan ook bij (bv) de mediamarkt kan kopen, of dat dat alleen bij genoemd bedrijf kan.

“ Ik vind dat omgebouwd nummer van Xander de Buissonjé te irritant voor woorden en daarom treft deze commercial niet echt doel meer bij mij.

“ Echt vreselijke reclame. Om dit liedje te gebruiken met zo'n kromme tekst. Ik schakel direct als het langskomt.

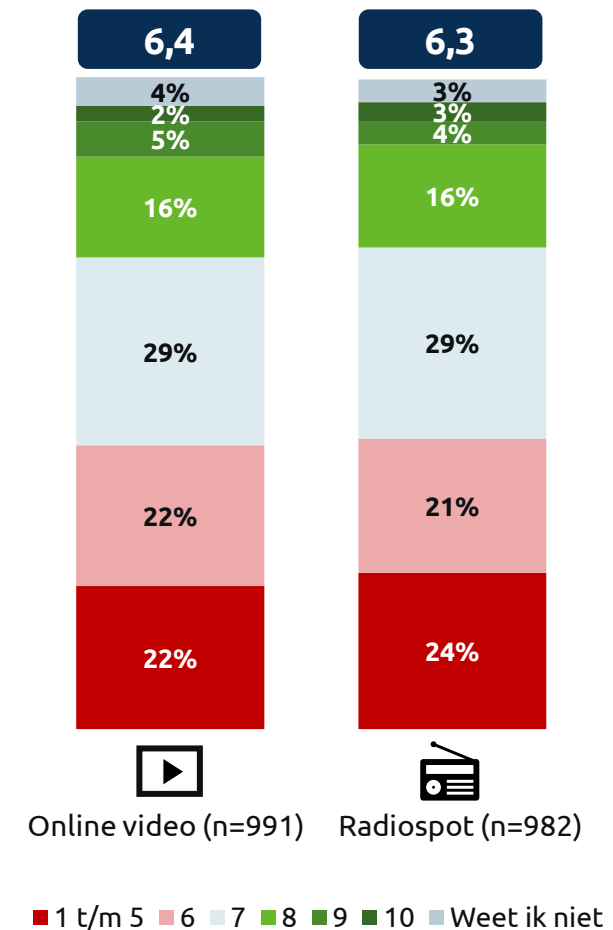
Aandeel van de 65% (online video) en 66% (radiospot) die de volgende termen in het antwoord gebruikt:

	Video	Radio
Koelkast	32%	37%
Oud	25%	27%
Recycle(n)	14%	15%
Energie	13%	4%
Nieuw	13%	16%
35	8%	9%
Euro	6%	8%
Geld	5%	4%
Inruilen	5%	10%
Apparaten	5%	4%
Inleveren	5%	5%
Zuinig	5%	4%
Kopen	4%	5%

Waardering: online video gemiddeld 6,4 en radiospot 6,3

- De campagne *Lever je oude koelkast in* wordt iets minder goed beoordeeld dan de WeCycle tv-commercial die beoordeeld werd met gemiddeld een 6,7.
- De online video krijgt gemiddeld een **6,4**.
 - 23% geeft een 8 of hoger
 - 51% geeft een 6 of 7
 - 22% geeft een onvoldoende (5 of lager)
- De radiospot krijgt gemiddeld een **6,3**.
 - 23% geeft een 8 of hoger
 - 50% geeft een 6 of 7
 - 24% geeft een onvoldoende (5 of lager)

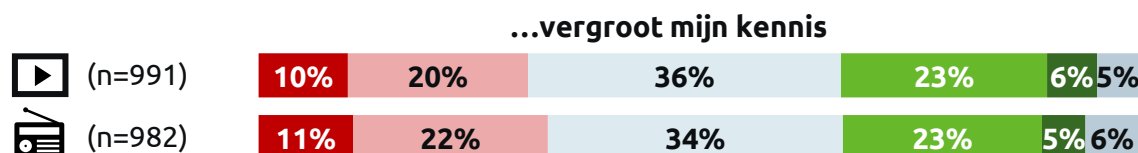
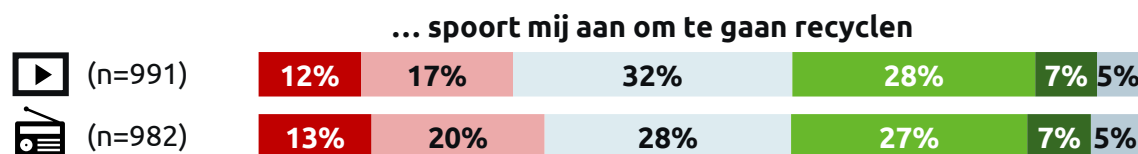
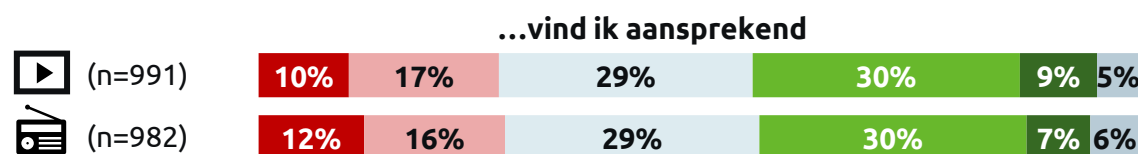
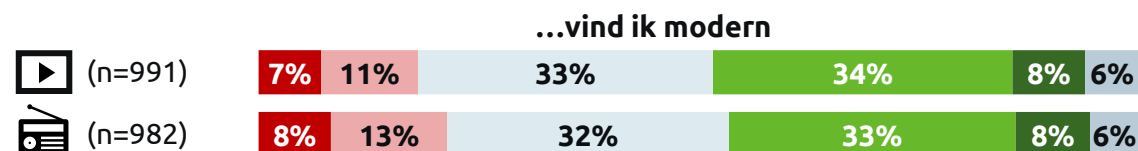
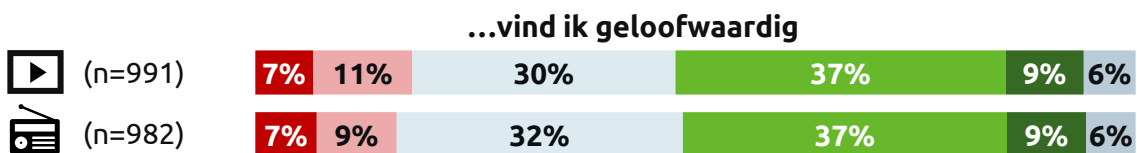
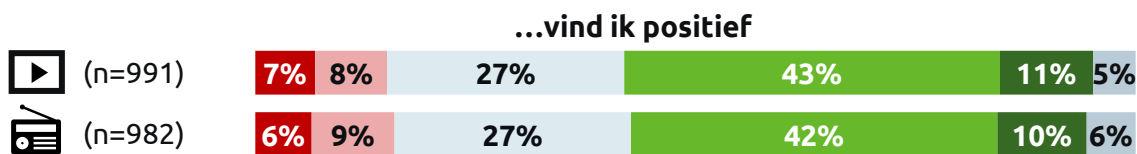
Welk rapportcijfer geef je de commercial die je net hebt gezien/gehoord?
(Basis – kon de commercial afspeelen)



Waardering: campagne wordt duidelijk en positief gevonden, maar vergroot niet vaak de kennis

- Zes op de tien mensen vinden de online video en radiospot **duidelijk** (61% en 59%). Circa de helft vindt deze **positief** (55% en 52%) en **geloofwaardig** (46% en 46%).
- Men vindt de video en de radiospot in iets mindere mate **modern** (42% en 41%) en **aansprekend** (39% en 37%).
- Een derde zegt dat deze commercials hen **aansporen om te gaan recylen** (35% en 34%) of hun **kennis vergroot** (29% en 28%).

In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen over de commercial die je net hebt gezien/gehoord? De commercial...
(Basis – kon de commercial afspelen)

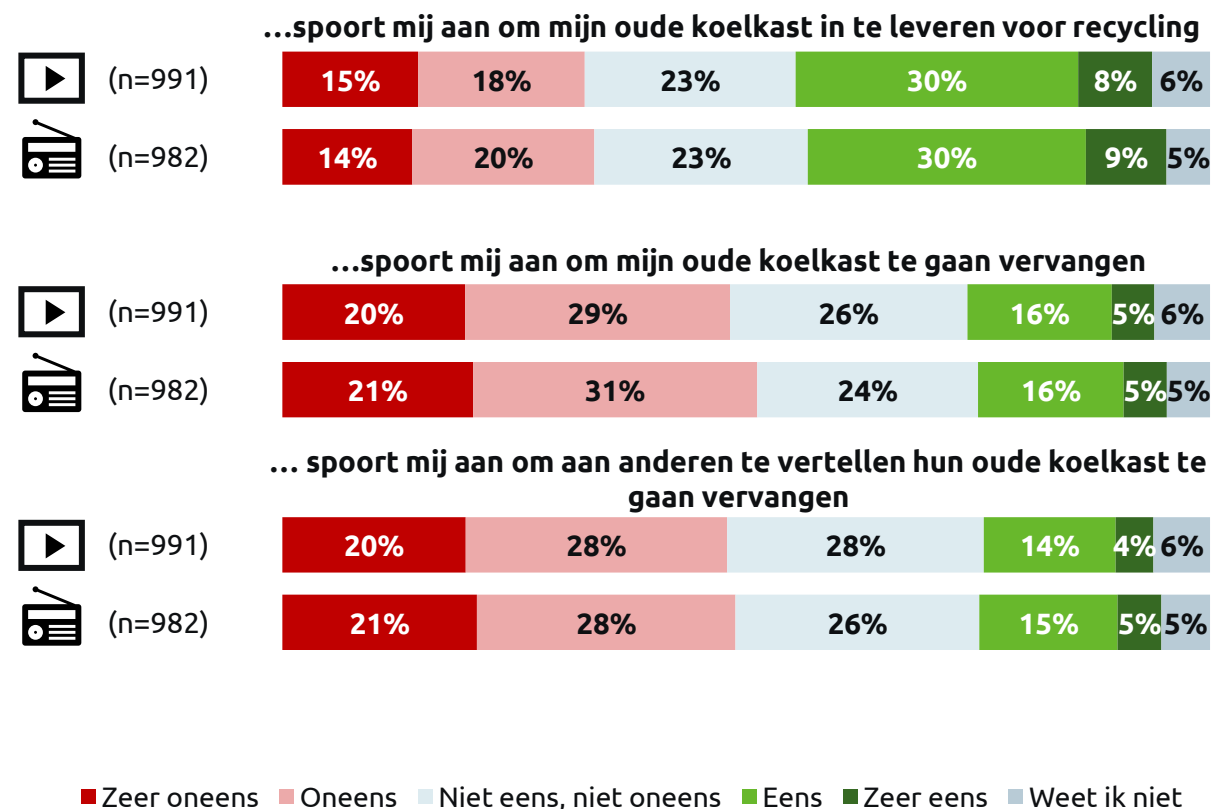


■ Zeer oneens ■ Oneens ■ Niet eens, niet oneens ■ Eens ■ Zeer eens ■ Weet niet

Effect: campagne spoort vier op de tien aan tot recyclen koelkast

- Vier op de tien deelnemers worden door de online video (38%) en radiospot (39%) aangespoord om hun oude koelkast **in te leveren voor recycling**.
- Men zegt in mindere mate dat de video en spot hen aansporen om hun oude koelkast te **vervangen** (21% en 21%) of om **anderen te vertellen** hun oude koelkast te vervangen (18% en 20%).

In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen over de commercial die je net hebt gezien/gehoord? De commercial...
(Basis – kon de commercial afspelen)



Gedrag zonder retouractie: twee op de drie zouden oude koelkast meegeven met bezorger

- Normaal gesproken (zonder retouractie) zouden twee op de drie de oude **koelkast meegeven met de bezorger** bij het plaatsen van de nieuwe koelkast (65%). Eén op de drie zou deze **zelf naar de gemeentelijke milieustraat brengen** (35%).
- Circa een kwart zegt de oude koelkast te **verkopen op Marktplaats.nl** (25%), te **geven aan een kringloopbedrijf** (22%) of te **geven aan vrienden, kennissen of familie** (22%).
- Een kleiner deel zegt de oude koelkast te **verkopen aan vrienden, kennissen of familie** (8%).

De commercials gaan over een retouractie.
Op welke manier of manieren zou je normaal (dus zonder retouractie) een oude koelkast afdanken zodra een nieuwe wordt aangeschaft?

Meerdere antwoorden mogelijk.

(Basis – kon online video of radiospot afspelen, n=1.000)



Gedrag met retouractie: premie heeft invloed bij 60% van de ondervraagden

- Twee op de vijf zeggen dat een retourpremie **geen invloed heeft aangezien het een klein bedrag is** (40%). Voor drie op de vijf (60%) heeft de retourpremie wel een invloed op de beslissing wat men met een oude koelkast doet.
- 39% zou door een retourpremie de oude koelkast bewust **inleveren bij een WeCycle inleverpunt**. Daarnaast zou 14% door de retouractie een **koelkast met een beter energielabel kopen** dan dat zij in eerste instantie van plan waren.
- Ook noemt men dat zij zonder de retourpremie een andere beslissing zouden nemen. Zo zou 16% de oude koelkast dan **weggeven**, zou 11% deze dan **verkopen** en zou 7% deze dan **zelf houden als reserve**.

Heeft een retourpremie van 35 EURO invloed op jouw beslissing wat je met een oude koelkast doet? Meerdere antwoorden mogelijk.
(Basis – kon online video of radiospot afspelen, n=1.000)





Bijlagen



Bijlage | Onderzoekstechnische informatie

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd van 16 tot en met 27 juni 2022.

Methodie respondentenselectie

Uit het StemPunt-panel van Motivaction.

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt-spaarprogramma ontvangen.

Weging

De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Bijlage | Ongewogen en gewogen data

Leeftijd	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
18 t/m 24 jaar	55	5,4	110	10,7
25 t/m 34 jaar	119	11,6	163	15,8
35 t/m 44 jaar	141	13,7	190	18,5
45 t/m 54 jaar	219	21,3	210	20,4
55 t/m 64 jaar	253	24,6	183	17,8
65 t/m 70 jaar	241	23,4	173	16,8

Opleidingsniveau	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Hoog (wo/hbo)	287	27,9	265	25,8
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	516	50,2	533	51,8
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	225	21,9	230	22,4

Geslacht	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Mannen	511	49,7	501	48,8
Vrouwen	517	50,3	527	51,2

Regio	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
3 grote gemeenten	101	9,8	118	11,5
West	278	27,0	306	29,7
Noord	107	10,4	102	9,9
Oost	242	23,5	208	20,3
Zuid	269	26,2	253	24,6
Randgemeenten	31	3,0	41	4,0

Mentality	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Moderne burgerij	230	22,4	240	23,4
Opwaarts mobilen	140	13,6	151	14,7
Postmaterialisten	120	11,7	98	9,5
Nieuwe conservatieven	81	7,9	90	8,7
Traditionele burgerij	138	13,4	124	12,1
Kosmopolieten	126	12,3	133	13,0
Postmoderne hedonisten	121	11,8	104	10,1
Gemaksgeoriënteerden	72	7,0	88	8,6

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

Weet wat mensen drijft.

motivaction
insights and strategy