

## **KPN Persbericht, publicatie 26 september 2018 - embargo 9.00 uur**

### **KPN en Talpa Network starten test om tv-beleving persoonlijker te maken**

KPN wil de tv-beleving van zijn klanten persoonlijker en relevanter maken met onder andere reclame op maat en persoonlijke kijktips. Bij reclame op maat ontvangen tv-kijkers voor hen relevantere reclame en kunnen adverteerders specifieke doelgroepen gericht bereiken. Klanten beslissen zelf of zij dit willen. KPN en Talpa Network starten daarom een samenwerking waarin zij in eerste instantie reclame op maat gaan testen.

“Wij willen tv-kijken voor klanten persoonlijker en relevanter maken”, zegt Joost Steltenpool verantwoordelijk voor Products Consumentenmarkt bij KPN. “Daarom beginnen we nu samen met de tv-zenders van Talpa Network met het testen van reclame op maat, al enige tijd gebruikelijk op internet. Onze klanten bepalen uiteindelijk zelf of ze dit willen. Ook willen we klanten kijktips gaan geven die aansluiten bij hun interesse en voorkeuren. Kijkt een klant veel naar documentaires over een bepaald onderwerp, dan maken wij hem attent op vergelijkbare programma’s.”

#### **Test met KPN-medewerkers**

Voor reclame op maat starten KPN en Talpa Network vanaf oktober een test met KPN-medewerkers die ook klant zijn. Zij geven toestemming om klantgegevens, waaronder het kijkgedrag, te gebruiken om relevantere reclames te ontvangen bij het bekijken van tv-programma’s van Talpa Network, te beginnen met SBS6. Daarbij wordt dus een deel van de bestaande reclames vervangen door reclames op maat. Zo zullen bijvoorbeeld sportliefhebbers meer sport gerelateerde reclames ontvangen. Later zullen hier ook de zenders Veronica, Net5 en SBS9 aan worden toegevoegd.

#### **Alleen na toestemming klant**

Wanneer de test succesvol is verlopen, wil KPN reclame op maat op grotere schaal gaan aanbieden. Klanten die interesse hebben in een persoonlijker tv-beleving met daarin kijktips en reclame op maat, zullen KPN hier dan expliciet toestemming voor moeten geven (de zogenoemde opt-in). Met de toestemming zal KPN profielen van huishoudens samenstellen om de persoonlijke tv-beleving mogelijk te maken. De profielen komen tot stand op basis van het kijkgedrag en administratieve gegevens, zoals adres, leeftijd, geslacht en abonnementen op zenderpakketten. De verschillende profielen worden gekoppeld aan specifieke doelgroepen, zoals bijvoorbeeld ‘gezinnen met interesse in sport’. Zo kunnen adverteerders gericht een specifieke doelgroep bereiken.

Alle data die gebruikt worden voor het maken van een klantprofiel, zijn alleen bij KPN bekend en worden nooit ter beschikking gesteld aan derden, zoals adverteerders en televisiezenders. Klanten zullen hun toestemming op elk moment ook weer eenvoudig kunnen intrekken.

Klik [hier](#) voor meer informatie over persoonlijker tv-beleving