webinargeek

Benchmarks 2027

# Webinar Benchmarkrapport 2027

# Webinar Benchmarkrapport 2027

Staan er al webinars voor 2027 gepland? Ontdek hoe jouw opkomst, kijktijd en interactie zich verhouden tot die van andere webinars. WebinarGeek heeft de webinardata uit 2026 geanalyseerd om je inzicht te geven in je resultaten en kansen voor je volgende webinars.

Dit rapport is gebaseerd op webinardata van WebinarGeek uit 2026, geanalyseerd in oktober 2026. Het gaat over inschrijvingen, live opkomst, kijktijd, interactie en het bekijken van replays. De gegevens omvatten B2B- en B2C-doelgroepen en webinars voor onder meer leadgeneratie, training, sales en klantonboarding. Zo kan je je resultaten vergelijken met webinars die een vergelijkbaar doel hebben.

Ontdek WebinarGeek

## De belangrijkste benchmarks

Inschrijvingen

65%

van de inschrijvingen komt binnen in de week voor het webinar

Starttijd van je webinar

15:00

Starttijd met de hoogste opkoms

Herinneringsmails

1 hr

verstuur je herinneringsmail een uur voor het webinar

Kijkduur

56 min

gemiddelde kijktijd

# Inhoudsopgave

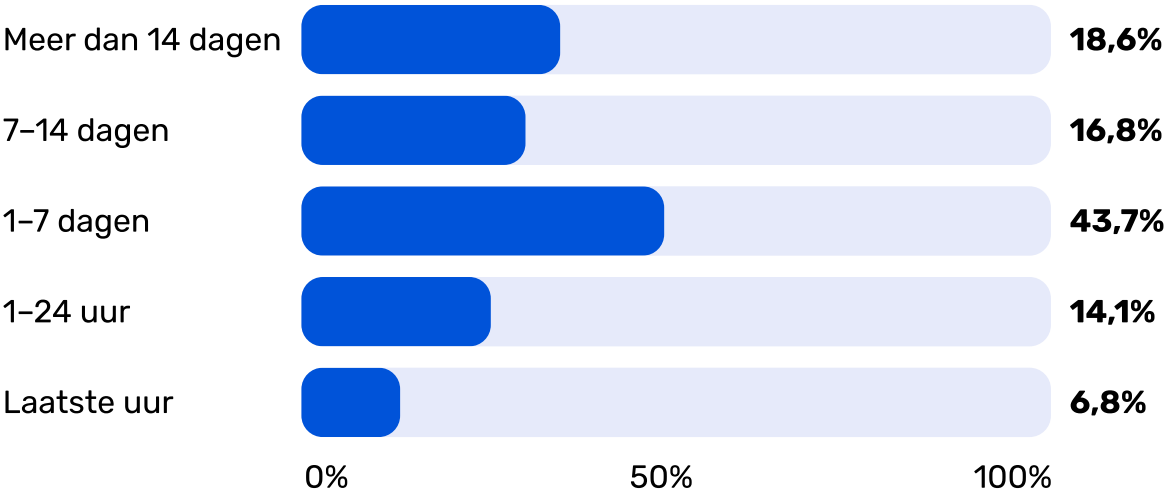

| | |
|---|---|
| **1 Inschrijvingen** | Wanneer mensen zich inschrijven |
| **2 Starttijd van je webinar** | Wanneer ingeschreven deelnemers live kijken |
| **3 Herinneringsmails** | Timing en aantal herinneringsmails |
| **4 Kortere webinars trokken niet meer live kijkers** | Webinarduur en kijktijd |
| **5 Maak van je webinar een gesprek** | Deelname tijdens en na het live webinar |
| **6 Doel en doelgroep** | Verschillen per doel en tussen B2B en B2C |

# 01 Inschrijvingen

Bijna twee derde van de inschrijvingen komt binnen in de week voor je webinar, en sommige mensen schrijven zich pas vlak voor de start in. Begin op tijd met promoten, blijf je webinar in de laatste week onder de aandacht brengen en houd de inschrijving open voor late aanmeldingen.

## Wanneer mensen zich inschrijven

Hoe lang voor het webinar mensen zich inschreven




TIP

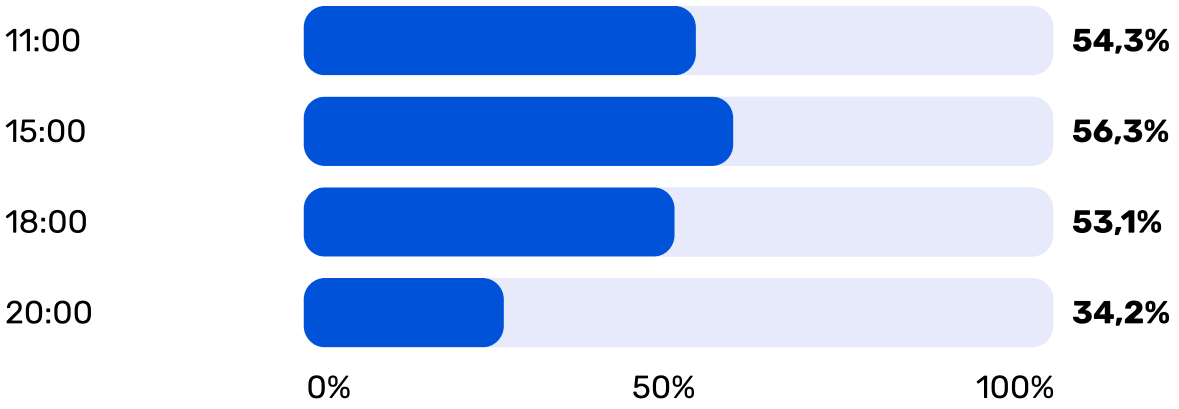
Publiceer je registratiepagina en kondig je webinar bijvoorbeeld 2 weken van tevoren aan. Verstuur in de laatste 7 dagen nog een e-mail of plaats een bericht op social media, want dan komen de meeste inschrijvingen binnen. Houd je registratiepagina open tot het webinar begint,

# 02 Starttijd van je webinar

De starttijd kan verschil maken voor het aantal inschrijvers dat live kijkt. Om 15:00 uur was de gemiddelde opkomst 56,3%, gevolgd door 11:00 uur (54,3%) en 18:00 uur (53,1%). Dat geeft je verschillende tijdstippen om te testen, passend bij het dagritme van je doelgroep. Laat in de avond was de opkomst lager: om 20:00 uur was die 34,2%.

## Live opkomst per starttijd

Percentage ingeschreven deelnemers dat live keek




Alle starttijden zijn in Midden-Europese Tijd (CET/CEST)

TIP

Plan je volgende webinar om 15:00 uur als dat past bij de tijdzone en het dagritme van je doelgroep. Probeer bij vergelijkbare webinars ook 11:00 uur en vergelijk welk percentage van de inschrijvers live kijkt. Zo ontdek je welk tijdstip voor jouw publiek werkt. Deel de opname na afloop, zodat mensen die er niet bij konden zijn alsnog kunnen kijken.

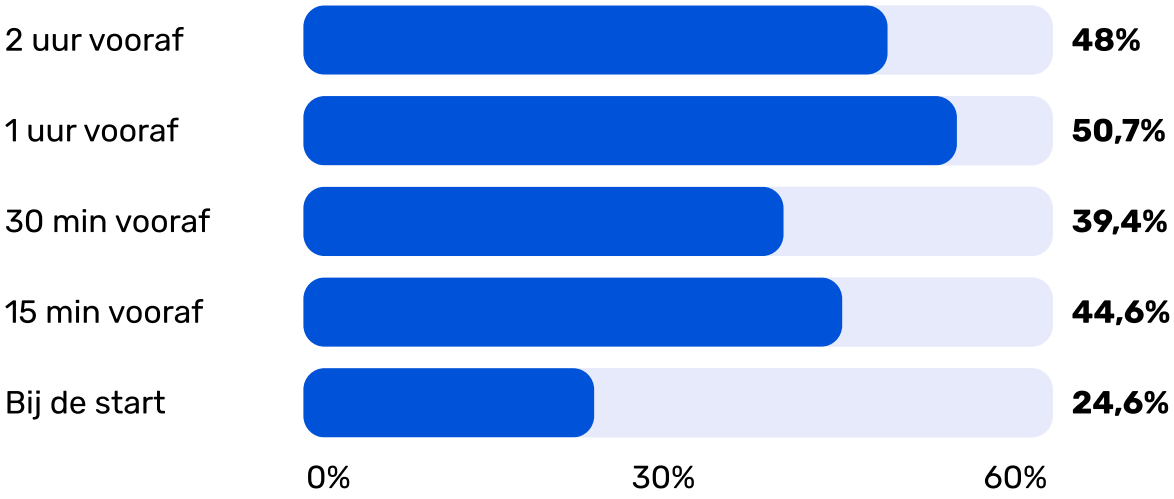
# 03 Herinneringsmails

## Verstuur ongeveer een uur voor je webinar een herinneringsmail

Bij webinars met één herinneringsmail die een uur voor de start werd verstuurd, keek gemiddeld 50,7% van de inschrijvers live. Dat is gemeten over 1.430 webinars en ongeveer 85.000 inschrijvingen. Werd de herinnering pas verstuurd toen het webinar begon, dan was de live opkomst gemiddeld 24,6%.

## Live opkomst per verzendmoment

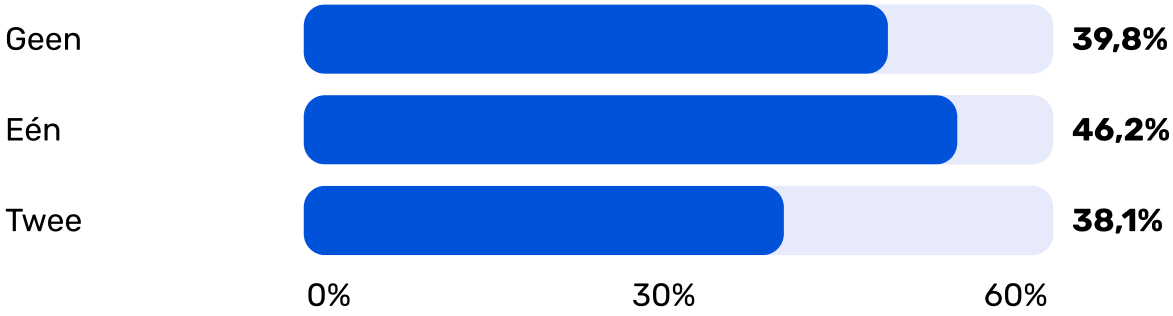
Live opkomst afhankelijk van het moment waarop de herinneringsmail werd verstuurd




Deze vergelijking gaat over webinars met één herinneringsmail. Het resultaat voor een uur van tevoren is gebaseerd op 1.430 webinars met ongeveer 85.000 inschrijvingen. Live opkomst is het percentage inschrijvers dat het webinar live bijwoonde.

# Opkomst per aantal herinneringsmails

Percentage inschrijvers dat live keek, per aantal verstuurde herinneringsmails.




Bij één herinnering was de gemiddelde live opkomst 46,2%, tegenover 39,8% zonder herinnering en 38,1% bij twee. Gebruik deze benchmarks om je mailflow te beoordelen, niet als vaste regel voor het aantal mails dat je verstuurt.

TIP

Laat WebinarGeek automatisch een bevestigingsmail versturen zodra iemand zich inschrijft, en plan ongeveer een uur voor de start een herinnering in. De bevestiging bevat de praktische informatie, de herinnering helpt mensen op tijd aanwezig te zijn. Stem je mailflow af op je doelgroep en vergelijk de live opkomst om te zien wat werkt.

AAN DE SLAG

**Automatiseer je webinarmails**
Verstuur een bevestiging bij inschrijving, plan een herinnering voor het webinar en deel na afloop de opname. Regel het allemaal in één mailflow.

Bekijk de mailflow

# 04 Kortere webinars trokken niet meer live kijkers

Kortere webinars trokken niet vanzelfsprekend een groter deel van de inschrijvers naar de live sessie. Ook bij webinars langer dan 90 minuten bleef de live opkomst rond de 40% of hoger, al was die groep kleiner. Gemiddeld duurde een webinar 72 minuten en keken kijkers bijna 56 minuten.

WEBINARDUUR

## 72 min

**Gemiddelde duur van een webinar**
In 2024 duurde een webinar gemiddeld 70 minuten, in 2026 was dat 72 minuten.

KIJKTIJD

## 55,9 min

**Gemiddelde tijd dat kijkers keken**
Kijkers keken gemiddeld bijna een uur. Plan genoeg tijd om je onderwerp duidelijk uit te leggen en vragen te beantwoorden.

WEG BINNEN 5 MINUTEN

## 7,3%

**van de deelnemers keek minder dan 5 minuten**
Haken kijkers snel af? Controleer dan of het webinar aansluit bij wat je op de registratiepagina belooft. Houd de introductie kort en kom snel bij het hoofdonderwerp.

TIP

Kies een duur waarin je je onderwerp helder kan behandelen en ruimte overhoudt voor vragen. Maak de waarde vroeg duidelijk en vermijd een lange introductie. Bekijk na afloop op welke momenten kijkers afhaakten en gebruik die inzichten om je volgende webinar te verbeteren.

# 05 Maak van je webinar een gesprek

Live interactie geeft je publiek de ruimte om mee te doen, vragen te stellen en ideeën te delen. In de onderzochte webinars deed gemiddeld 31% van de kijkers actief mee via polls, quizzen, chat, vragen, stemmen op vragen of calls to action. In WebinarGeek kan je polls en quizzen vooraf voorbereiden en tijdens het webinar starten.

ACTIEVE DEELNAME

31%

van de kijkers deed mee via een interactie, gemiddeld per webinar

**Geef interactie een plek in je webinar**
Een kijker telt als actieve deelnemer zodra die minstens één keer meedoet: een poll beantwoorden, een vraag stellen of een chatbericht sturen. Plan een poll rond een belangrijk onderwerp of nodig mensen uit om na een demo vragen te stellen, en vergelijk daarna de deelname bij soortgelijke webinars.

REPLAYS BEKIJKEN

**Met een replay geef je inschrijvers een nieuwe kans om te kijken**
Met een replay kunnen mensen kijken op een moment dat het ze uitkomt. Deze benchmarks laten zien welk deel van de inschrijvers de opname bekeek en hoeveel mensen die het live webinar misten later alsnog keken.

OPNAME BEKEKEN

# 11%

**van alle inschrijvers bekeek de webinaropname**

Mensen die de opname bekeken, begonnen gemiddeld zo'n 4 dagen na het live webinar met kijken. Zorg dat de replay na afloop beschikbaar en makkelijk te vinden blijft.

LIVE GEMIST, LATER BEKEKEN

# 11,5%

**van de mensen die het live webinar misten, bekeek de replay binnen 7 dagen**

Dit cijfer is gebaseerd op webinars met een replay die minstens 7 dagen geleden waren afgelopen.

TIP

Stuur de opname mee in je follow-up-mail, zodat mensen die het live webinar misten kunnen kijken wanneer het ze uitkomt. Kijkers van de opname begonnen gemiddeld zo'n 4 dagen later, dus houd de link de hele week na het webinar makkelijk vindbaar. Tel ook de replayweergaven mee als je het totale bereik van je webinar bekijkt.

AAN DE SLAG

**Betrek je publiek bij het gesprek**
Verzamel vragen via Q&A of nodig een kijker uit op het podium om live een vraag te stellen. Zet je interactie-instellingen voor het webinar klaar.

Bekijk alle interacties

# 06 Doel en doelgroep

## Verschillen in interactie en kijkduur per type webinar

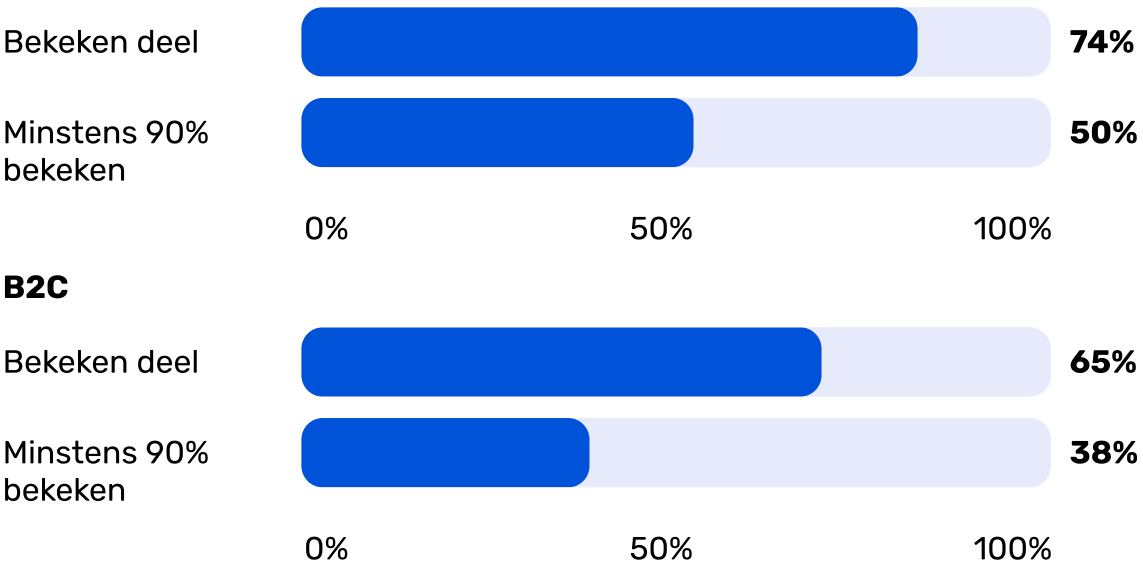
Hoe mensen kijken en meedoen, verschilt per doel van je webinar. Saleswebinars hadden de meeste actieve deelname, bij trainingen bleven kijkers langer kijken en bij onboardingwebinars bekeken ze een groter deel van de sessie. Vergelijk je eigen webinars met de benchmark voor hetzelfde doel in de tabel hieronder.

## Benchmarks per webinardoel

| Doel | Interactie | Gem. duur | Gem. kijktijd | Bekeken deel |
|---|---|---|---|---|
| **Community en interactie** | 52,1% | 75,4 min | 64 min | 77,24% |
| **Interne communicatie** | 45,53% | 45,5 min | 42,7 min | 79,84% |
| **Klantonboarding** | 31,92% | 41,2 min | 38,2 min | 82,11% |
| **Leadgeneratie en marketing** | 49,91% | 70 min | 55,3 min | 64,61% |
| **Sales en conversie** | 56,22% | 82,5 min | 63,4 min | 60,3% |
| **Training** | 52,21% | 77,6 min | 63,9 min | 74,53% |

# B2B kijkers bekeken een groter deel van het webinar

B2B-kijkers bekeken gemiddeld 74% van een webinar, tegenover 65% bij B2C. De helft van de B2B-kijkers bekeek minstens 90% van de sessie. Bij B2C was dat 38%. Deze cijfers gaan over het bekeken deel van het webinar, niet over de kijktijd in minuten.




TIP

Vergelijk je resultaten met webinars die een vergelijkbaar doel en publiek hebben. Kijk bij trainingen naar deelname en kijktijd, en controleer bij onboarding hoeveel van de sessie kijkers afmaken. Gebruik de B2B- of B2C-cijfers als context voor je kijkdoelen en volg of je eigen resultaten verbeteren.

HET PLAYBOOK

# Zes ideeën om te testen bij je volgende webinar

01

**Begin op tijd en blijf promoten**
Blijf je webinar ook in de laatste week promoten. Juist dan komen de meeste inschrijvingen binnen

02

**Test een start om 15:00**
Het tijdstip met de hoogste gemeten opkomst. Controleer of het past bij de tijdzone van je doelgroep

03

**Herinner je publiek een uur van tevoren**
Eén herinnering op dat moment gaf gemiddeld 50,7% live opkomst

04

**Neem de tijd voor je onderwerp**
Kortere webinars trokken niet meer live kijkers. Zorg dat de inhoud de tijd waard is

05

**Benut de eerste vijf minuten**
Maak duidelijk wat kijkers kunnen verwachten en kom snel tot de kern

06

**Bied een opname aan**
Van de mensen die er live niet bij waren, keek ongeveer één op de negen binnen een week alsnog

Maak een account aan

Upgrade je abonnement

Over de gegevens. Dit rapport is gebaseerd op webinars die in 2026 met WebinarGeek zijn gehost. De analyse is uitgevoerd in oktober 2026. Vergelijkingen met eerdere jaren gebruiken gegevens uit 2024. De steekproefgrootte verschilt per meetwaarde. De bevindingen laten patronen zien en bieden geen garantie voor de resultaten van ieder webinar.