

# PERSBERICHT

Amsterdam, 4 februari 2014

## NOM Kids Monitor



Vandaag presenteert NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia) de resultaten van de eerste NOM Kids Monitor. Dit multi-client onderzoek is uitgevoerd door GfK Intomart in het najaar van 2013 onder 2.000 kinderen in de leeftijd van 6 t/m 12 jaar.

Het onderzoek heeft het brede mediagedrag van kinderen in deze leeftijdsgroep in kaart gebracht: van het gebruik van digitale apparaten, gamen, internetten, televisie kijken, radio luisteren, lezen van kranten en tijdschriften, bioscoopbezoek tot het gebruik van sociale media. Ook zijn de interesses en activiteiten van kinderen onderzocht.

De resultaten - in de vorm van een presentatie en mediaplanningsbestanden - zijn beschikbaar voor de afnemers van het onderzoek.

De belangrijkste conclusies zijn dat kinderen ware media-omnivoren zijn. Hoe ouder ze zijn hoe meer media ze gebruiken. Dat geldt niet alleen voor digitale media (gamen is hun belangrijkste activiteit), maar zeker ook voor traditionele media zoals dagbladen en tijdschriften. Hoewel ze nog niet oud genoeg zijn is Facebook de populairste als het gaat om sociale media. En verder zijn ze gelukkig ook nog gewoon kinderen: ze spelen veel (buiten en binnen), ze sporten veel, houden van dieren en muziek en lezen veel boeken.

De tweede editie van NOM Kids Monitor wordt in september 2014 uitgevoerd.

---

*Voor meer informatie kunt u contact opnemen met dr. Irena Petric, directeur NOM.  
Telefoonnummer: 020 – 820 44 34 (op woensdag is het NOM Bureau gesloten).  
E-mail: [i.petric@nommedia.nl](mailto:i.petric@nommedia.nl)*