



PERSBERICHT

MAANDAG 2 JULI 2018

Publicatie eisenpakket nieuw crossmediaal bereiksonderzoek

Op 2 juli hebben de organisaties voor bereiksonderzoek in Nederland gezamenlijk een Request for Proposal (RfP) gepubliceerd voor de opzet en uitvoering van een nieuw mediabereiksonderzoek. Hiermee is Nederland het eerste land in de wereld waarin een tender wordt gestart voor een crossmediaal bereiksonderzoek. Dit onderzoek gaat het “kijken”, “lezen” en “luisteren” naar/van media en reclame via alle beschikbare kanalen, online en offline, samenbrengen. Aan onderzoekbureaus wordt gevraagd om met voorstellen te komen. Het doel is om in het najaar tot een keuze te komen.

De RfP is het resultaat van een hechte samenwerking tussen Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM), Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO), Stichting KijkOnderzoek (SKO) en de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX). Via deze organisaties zijn alle grote Nederlandse media-exploitanten en omroepen betrokken, alsmede de bond van adverteerders (BVA) en het Platform Media Adviesbureaus (PMA).

Nieuwe standaard

De RfP moet leiden tot een nieuwe, gezamenlijke standaard voor het meten en rapporteren van bereik van media en reclame. Het nieuwe onderzoek dient te voldoen aan een aantal uitgangspunten:

- 1) Er is behoefte aan meer en continu inzicht in het crossmediale bereik en gebruik van media en reclame door doelgroepen; dit vraagt bijvoorbeeld om het creëren van overlap waar mogelijk.
- 2) Het onderzoek dient future-proof te zijn door aan nieuwe vormen van mediaplanning, -inkoop en trading tegemoet te komen, zoals: addressable advertising, programmatic, mobile, SVOD-media.
- 3) De verzamelde data over het kijken, lezen en luisteren moeten voldoen aan de geldende kwaliteitsstandaarden. Daarbij moet de opzet en dataverzameling volledig GDPR en E-privacy compliant zijn.
- 4) Door de samenwerking tussen de bereiksonderzoeken moeten efficiency voordelen gerealiseerd worden.

Nieuwe organisatie

De initiatiefnemers van de tender, SKO, NLO, NOM en VINEX, zijn van plan om een nieuwe organisatie op te richten die verantwoordelijk wordt voor het nieuwe bereiksonderzoek. Over de organisatievorm en de mogelijke transitie naar een nieuwe organisatie zal in de komende maanden verder worden gesproken.

Deelname RfP

De RfP bestaat uit een Engelstalig document dat bij de initiatiefnemers is op te vragen door een verzoek te sturen via info@tmam.nl¹. Bureaus hebben tot 16 juli de tijd om aan te geven of zij mee willen doen aan de tender.

EINDE PERSBERICHT

¹ TMAM staat voor: Total Media Audience Measurement



Voor meer informatie:

- Irena Petric (directeur NOM), +31 (0) 6 2060 3201
- Frans Kok (directeur NLO), +31 (0) 6 3947 3950
- Sjoerd Pennekamp (directeur SKO), +31 (0) 6 2344 5589
- Karin Schut (directeur VINEX), +31 (0) 6 5757 3027

Over NOM

Stichting NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia) is verantwoordelijk voor het leveren van bereikcijfers voor dagbladen, magazines en HAH-kranten in Nederland. Tegenwoordig is de doelstelling verbreed naar het in kaart brengen van het totaal lezen (het bereik) van mediamerken van nieuwsmedia en magazines, ongeacht het platform waarop content wordt verspreid. De participanten van NOM zijn: NDP Nieuwsmedia (NDP), Magazine Media Associatie (MMA), Platform Media Adviesbureaus (PMA) en de bond van Adverteerders (BVA). Voor meer informatie over NOM: www.nommedia.nl.

Over NLO

Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO) is verantwoordelijk voor het onderzoek naar het radioluistergedrag van de Nederlandse bevolking en de rapportering daarvan. NLO is een Joint Industry Committee waarin de Nederlandse Publieke Omroep (NPO), het Radio Advies Bureau (RAB), het Platform Media Adviesbureau (PMA) en de bond van adverteerders (BVA) samenwerken. Voor meer informatie over NLO: www.nationaalluisteronderzoek.nl.

Over SKO

Stichting KijkOnderzoek (SKO) is verantwoordelijk voor het onderzoek naar het kijkgedrag van de Nederlandse bevolking. SKO is verantwoordelijk voor de rapportering en de controle van de kijkcijfers en voor aanpassingen en innovaties in de methode van het kijkonderzoek. In SKO zijn de Nederlandse Publieke Omroep (NPO), Screenforce (TV-marketingcentrum), het Platform Media Adviesbureau (PMA) en de bond van adverteerders (BVA) vertegenwoordigd. Voor meer informatie over SKO: www.kijkonderzoek.nl.

Over VINEX

VINEX staat voor Verenigde Internetexploitanten en is opdrachtgever van het online bereiksonderzoek in Nederland (NOBO). VINEX is een initiatief van vooraanstaande publishers, die streven naar transparantie en uniformiteit in de Nederlandse online (advertentie-)markt. Voor meer informatie over VINEX: www.vinex.nl.