Twitter en GfK gaan samenwerken bij tv ratings

24-01-2014 09:58



De Twitter TV Ratings maakt het voor GfK mogelijk om data te leveren over de frequentie en het bereik van de twitterberichten over specifieke TV programma's. Deze nieuwe methode zal later dit jaar in Duitsland, Oostenrijk en Nederland worden uitgerold en het zal TV zenders in staat stellen inzicht te krijgen in het aanvullende publiek dat zij via sociale media bereiken. Daarnaast krijgen mediabureaus en adverteerders toegang tot betere analyses om hun cross-media campagnes te plannen en te evalueren.

Matthias Hartmann, CEO van GfK, zegt: "We zijn erg blij met deze samenwerking met Twitter. We staan aan het begin van de digitale mediatransformatie en Twitter heeft zichzelf gepositioneerd als 'Social Soundtrack' van live evenementen en van televisie. De interactie tussen diverse media is voor ons bijzonder interessant en samen met onze innovatieve nieuwe partner Twitter, geeft GfK inzicht in de cross-media effecten.

Ali Rowghani, COO van Twitter, zegt: "Twitter is voor miljoenen mensen in Duitsland, Oostenrijk en Nederland een echte partner geworden tijdens het TV kijken. Het publiek vindt het prettig om tijdens het televisie kijken Twitter te gebruiken en actief deel te nemen aan live discussies over de programma's. Wij zijn erg blij dat GfK haar ervaring op het gebied van het meten van kijk- en luistercijfers nu ook inzet om het bereik van social media te meten. Dit maakt het mogelijk om TV zenders inzicht te geven in het bereik via social media tijdens TV kijken."