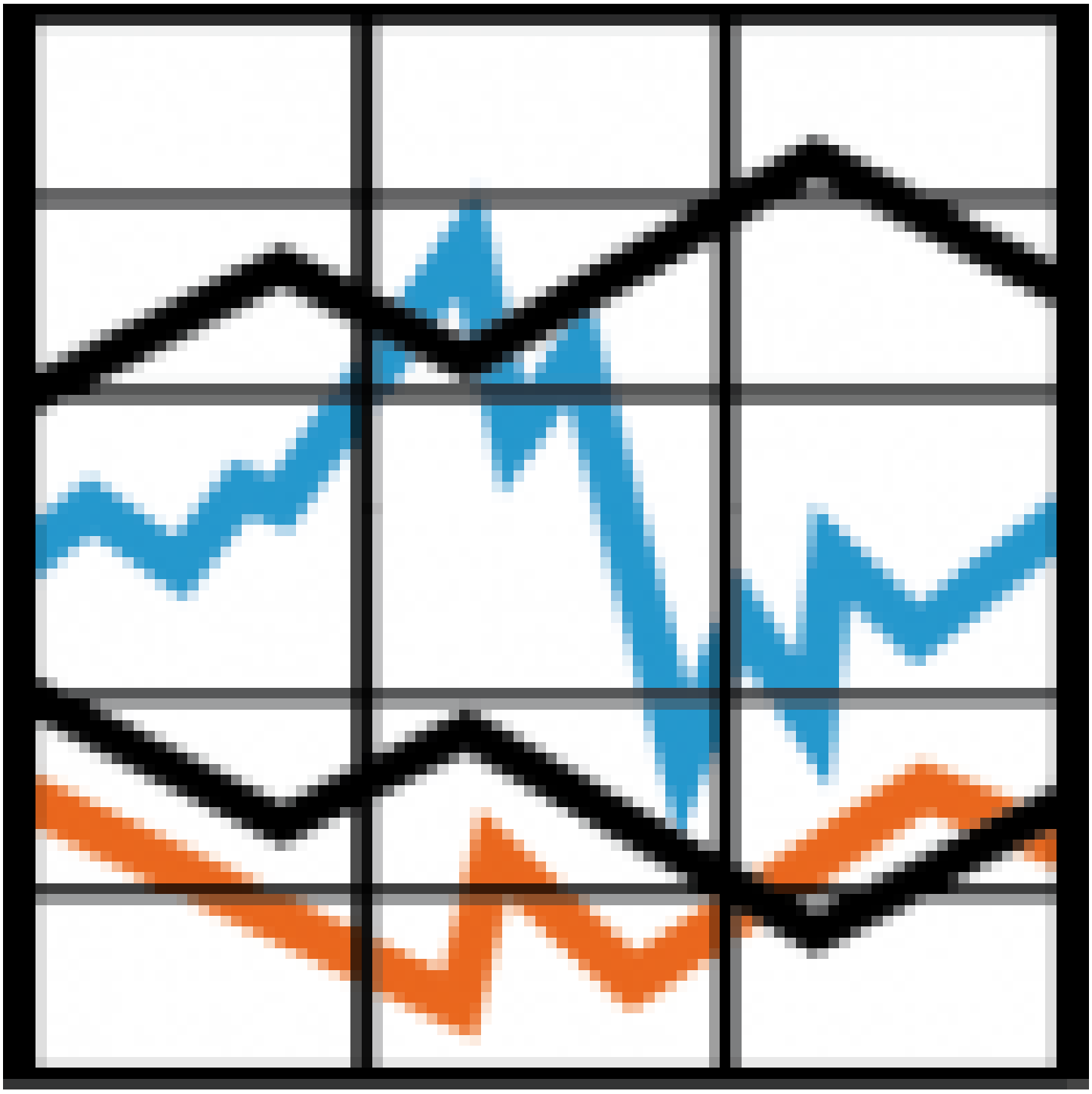
Nieuw systeem voor bereikmeting

17-03-2015 11:37



Het HOI is opgeheven en opgegaan in de Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM). Dat meet voortaan de oplages van dagbladen en tijdschriften, waarbij zowel de print- als digitale variant wordt gemeten en de gegevens waar nodig worden ontdubbeld. Omdat het meten van oplages iets anders is dan het opstellen van gebruikersprofielen, moeten de rekenmethodes aangepast worden om de cijfers vergelijkbaar te maken.

Omdat titel en product al lang niet meer identiek zijn, vanwege de verschillende uitingen die speciaal voor print, online, mobiel, radio en tv worden gemaakt en omdat het contact tussen de titel en de doelgroep tegelijkertijd via al deze media plaatsvindt, is het nodig om appels en peren bij elkaar op te tellen. Er is in deze verscheidenheid immers ook een constante: het is (gedeeltelijk) dezelfde content, die door dezelfde redactie volgens dezelfde formule wordt gemaakt waarmee de doelgroep bereikt wordt.