

Nieuw NOM printbereiksonderzoek vanaf 2017

21-11-2016 08:38



Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) gaat vanaf 2017 met de NOM Print Monitor (NPM) vier keer per jaar updates van bereikscijfers op de markt brengen. Nu nog wordt NPM slechts twee keer per jaar gepubliceerd.

Het gemiddeld bereik van landelijke titels zal worden gebaseerd op voortschrijdende jaargemiddelden. Op deze manier zullen actuele printbereikscijfers van landelijke mediamerken gekoppeld kunnen worden met bereikscijfers van hun digitale counterparts (die worden gemeten in het internetbereiksonderzoek NOBO).

In 2015 is de vragenlijst van de NOM Print Monitor al aangepast en daarmee klaargemaakt voor de koppeling met de gegevens van digitaal bereik in NOBO. NOM is dan ook voornemens om in 2017 de eerste koppeling tussen de twee bereiksgegevens plaats te laten vinden, om daarmee de informatie over het lezen van totale mediamerken te verkrijgen – ongeacht op welke platform men leest, op papier of digitaal.

Dit nieuws werd bekend gemaakt tijdens de presentatie van de NOM HAH-kranten Monitor 2016. Vanaf januari 2017 zullen HAH-kranten opgenomen worden in het reguliere printbereiksonderzoek van NOM, naast landelijke dagbladen, regionale dagbladen en magazines. Er zullen dan twee producten op de markt komen: de NOM Print Monitor (NPM) met bereiksgegevens van alle landelijke dagbladen en magazines en combinaties van regionale dagbladen, en de NOM Regio Monitor (NRM) met bereiksgegevens van regionale dagbladen en HAH-kranten. Beide onderzoeken worden gekoppeld met de NOM Doelgroep Monitor (DGM), die talloze mogelijkheden biedt voor het vormen van communicatiedoelgroepen. Het vernieuwde onderzoek wordt uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK, hiervoor zijn NOM en GfK een nieuwe samenwerking aangegaan.

NOM Print Monitor geldt al jaren als currency voor printbereik van Nederlandse dagbladen en magazines. Daarnaast is in 2014 en 2016, onder auspiciën van NOM, de NOM HAH-kranten Monitor gepubliceerd. Beide onderzoeken worden uitgevoerd door GfK. Door de groeiende behoefte bij uitgevers om combinaties van regionale en lokale media te maken, en de roep om meer efficiëntie en kostenbeheersing, heeft NOM besloten om de twee onderzoeken binnen één veldwerk te verenigen. Per jaar zullen 17.000 respondenten (representatief voor alle Nederlanders van 13 jaar en ouder) ondervraagd worden over hun leesgedrag van (landelijke en regionale) dagbladen, magazines en HAH-kranten. Daarbij wordt gebruik gemaakt van de modernste digitale onderzoekstechnologie met veel mogelijkheden voor visuele ondersteuning.