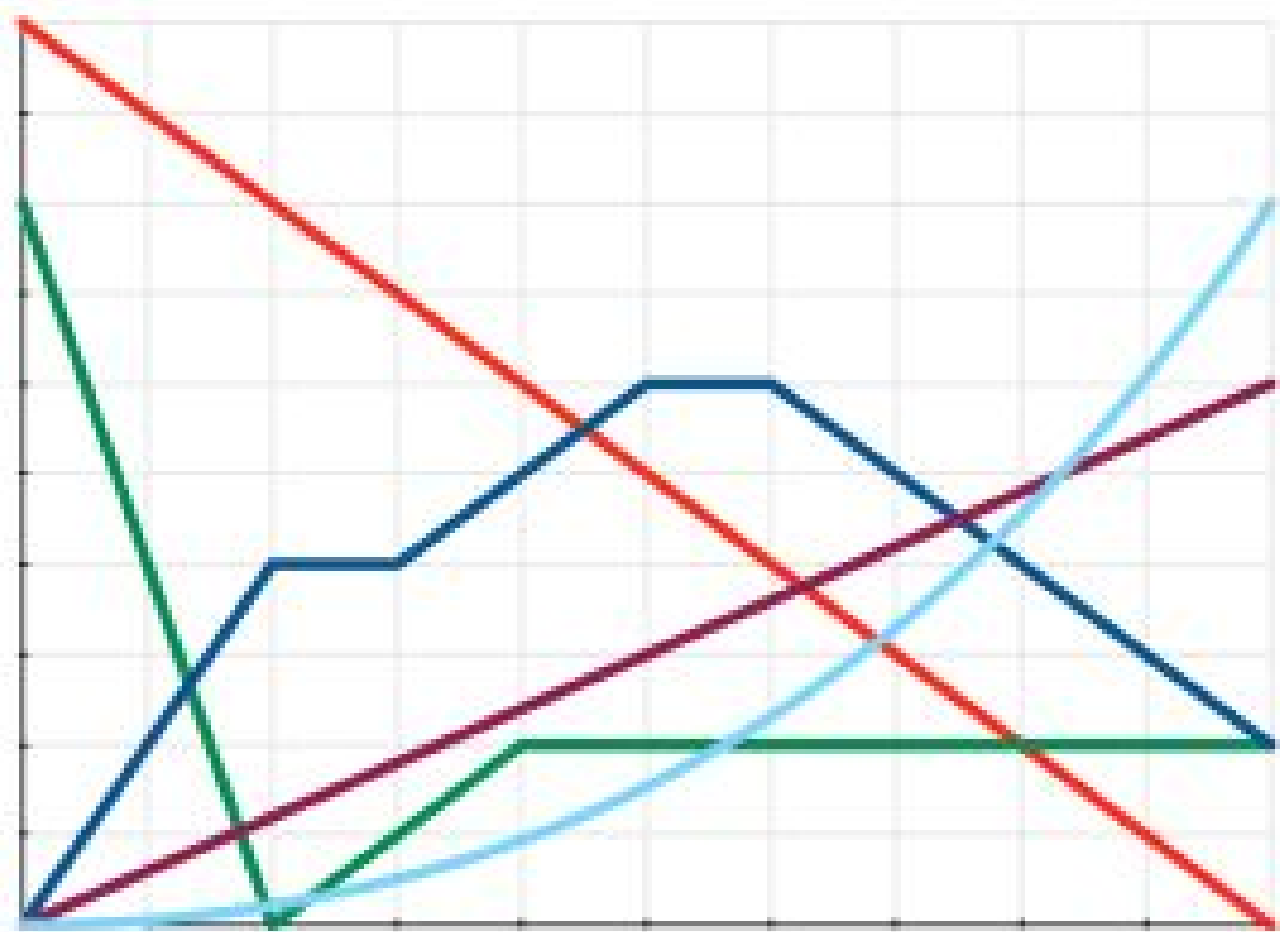


Alle bereikonderzoek in 2019 geïntegreerd

23-11-2017 11:21



De bereikonderzoeken voor kijken, luisteren en lezen worden gebundeld tot één crossmediaal onderzoek. De betrokken organisaties - SKO, NOM, VINEX, NLO, BRO en PMA - kondigden gisteren op een bijeenkomst van de MVG aan dat de geïntegreerde rapportages in 2019 gepubliceerd gaan worden.

De nieuwe manier van rapporteren speelt beter in op de crossmediale ambities van uitgevers en adverteerders. Er zullen ook nieuwe technieken gebruikt worden, zoals passieve metingen, hybride methodes en datafusie. Doordat bij de verschillende metingen dezelfde panels gebruikt worden, kan op kosten worden bespaard.

Daarop vooruitlopend worden de bereikcijfers van print- en online media vanaf 7 december 2017 gebundeld en onder de naam NOM Mediamerken gepresenteerd. Complexe onderdelen als tags op sites en apps worden nu automatisch gecontroleerd.

Eerder dit jaar heeft de NOM honderden HAH-bladen in het basisonderzoek opgenomen, waardoor regionale media efficiënter worden onderzocht. Voor landelijke printmedia heeft NOM de frequentie van publicaties verhoogd.