

Nationaal Media Onderzoek gaat van start

31-03-2021 09:18



Na een intensief tenderproces zijn Kantar en Ipsos door SKO, NLO, NOM en VINEX geselecteerd om het nieuwe geïntegreerde bereiksonderzoek op te zetten. Onder de nieuwe naam Nationaal Media Onderzoek (NMO) zal het bereik van televisie, radio, print en online worden gemeten en gaat het op termijn de huidige standaarden vervangen. De crossmediale opzet van het nieuwe onderzoek is een wereldprimeur. Nog niet eerder worden genoemde mediakanalen op deze manier gezamenlijk gemeten en gerapporteerd.

David Huijzer