



STICHTING KIJKONDERZOEK

ONDERWERP: SKO SLUIT CONTRACT MET TNS-NIPO EN KANTAR MEDIA VOOR LEVERING ONLINE VIDEO CURRENCY

DATUM: 10-07-2014

VOLGNUMMER: 8

TNS-NIPO EN KANTAR MEDIA GAAN VOOR SKO DE ONLINE- EN GEINTEGREERDE CROSSPLATFORM KIJKCIJFERS LEVEREN. DAARTOE IS EEN CONTRACT VOOR DE PERIODE 2014-2017 JAAR GESLOTEN. DE ONLINE KIJKCIJFERS VOOR PROGRAMMA-CONTENT EN VIDEOCAMPAGNES MOETEN OP 1 SEPTEMBER 2015 AAN DE MARKT GELEVERD WORDEN.

SKO VIDEODATA INTEGRATIE MODEL (SKO-VIM)

SKO stelt vast dat één eenvoudige totaaloplossing om te komen tot een “VideoTotaal”, opgebouwd uit online- en offline kijkcijfers, niet voorhanden is. Het kijkgedrag naar alle vormen van TV en video is daarvoor te divers. Verschillende databronnen waarin onderdelen van het video-kijkgedrag worden gemeten, zullen aan elkaar gekoppeld moeten worden. SKO heeft daartoe het “Videodata Integratie Model” (SKO-VIM) ontwikkeld.

TNS-NIPO zal zorg dragen voor de opbouw van een online panel van minimaal 3000 personen in huishoudens, waarbinnen op alle devices het videogedrag gemeten zal worden door Kantar Media. Deze data zullen vervolgens gekoppeld worden aan de beschikbare censusdata bronnen voor “Online TV en Video”, “Online commercials” en “Linear Streaming”. Projecten die SKO bij verschillende leveranciers heeft ondergebracht. De gecombineerde panel- en censusdata zullen samen betrouwbare, controleerbare en transparante online kijkcijfers moeten opleveren voor TV en internet-only content.

De finale stap bestaat uit het fuseren van televisie- en online kijkcijfers tot één totaalcijfer: het VideoTotaal. Dat wordt in het laatste kwartaal van 2015 verwacht.

Voor meer informatie over het SKO Videodata Integratie Model verwijzen wij naar de betreffende brochure op de website van SKO. Meer inhoudelijke details over de opzet van het project worden na de zomer bekend gemaakt.

Bas de Vos (Directeur SKO) zegt hierover: *“We gaan samen met TNS-NIPO en Kantar Media werken aan HET onderzoekmodel voor onderzoek naar het kijkgedrag van nu en van de toekomst. We gaan als eerste in de wereld een hybride systeem optuigen dat de zekerheid moet bieden dat we betrouwbare en valide kijkcijfers kunnen blijven meten en rapporteren.”*

Richard Asquith, Global CEO at Kantar Media Audiences commented: *“We are convinced that hybrid systems which integrate data from several complementary sources are the future for TV audience measurement. We are excited by the development work we have done linking representative panel data with large scale behavioural information and are delighted to be working with SKO to make their ground-breaking new service a reality”*

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Bas de Vos, Directeur SKO

T 020 641 43 33

M 06-55 788 452

E Bas.de.vos@kijkonderzoek.nl