

## PERSBERICHT

DINSDAG 18 MEI

### PUBLICATIE EISENPAKKET MEDIA MONITORING NATIONAAL MEDIA ONDERZOEK (NMO)

Op 18 mei publiceren de organisaties voor bereiksonderzoek in Nederland gezamenlijk een Request for Proposal (RfP) voor media monitoring binnen het nieuwe Nationaal Media Onderzoek (NMO). Eerder zijn de contracten voor de bereiksmetingen ten behoeve van NMO gegund aan Kantar en Ipsos. Nu is het moment aangebroken om de registratie, classificatie en harmonisatie van content en reclame binnen dit onderzoek vorm te geven. Zowel voor de individuele mediumtypen als crossmediaal, zodat we precies weten aan welke media-inhoud het Nederlandse publiek is blootgesteld. Aan onderzoeksbureaus en andere bedrijven met ervaring op dit gebied wordt gevraagd om met voorstellen te komen. Het doel is om in het najaar tot een keuze te komen.

De RfP moet leiden tot een nieuwe, gezamenlijke standaard voor het monitoren en rapporteren van content en reclame binnen TV, radio en online. “Binnen NMO geloven we dat de beste crossmediale datasets gebouwd worden op basis van de beste datasets voor de individuele mediumtypen. Daarom kiezen we er nu expliciet voor om de registratie, classificatie en harmonisatie van content en reclamecampagnes op verschillende modaliteiten op elkaar af te stemmen”, aldus SKO-directeur Sjoerd Pennekamp. De verwachting is dat er door innovatie en nieuwe technieken binnen dit domein nieuwe mogelijkheden zullen ontstaan. In de RfP zullen de kernelementen van een nieuw systeem voor de registratie, classificatie en harmonisatie verder worden toegelicht.

De RfP bestaat uit de volgende onderdelen:

1. Media Monitoring TV
2. Media Monitoring Radio
3. Media Monitoring Online
4. Cross Media Harmonization

De RfP is het resultaat van een hechte samenwerking tussen de partijen verenigd in het Nationaal Media Onderzoek: Stichting KijkOnderzoek (SKO), Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO), de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX) en Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM). Via deze organisaties zijn alle grote Nederlandse media-exploitanten en omroepen betrokken, alsmede de bond van Adverteerders (bVA) en het Platform Media Adviesbureaus (PMA).

#### Deelname RfP

De RfP bestaat uit een Engelstalig document dat bij de initiatiefnemers is op te vragen door een verzoek te sturen via [info@nationaalmediaonderzoek.nl](mailto:info@nationaalmediaonderzoek.nl). Bureaus hebben tot 1 juni om zich te registreren voor deze tender.

---

**EINDE PERSBERICHT**

**Voor meer informatie:**

- Sjoerd Pennekamp (directeur SKO), +31 (0) 6 2344 5589
- Frans Kok (directeur NLO), +31 (0) 6 3947 3950
- Karin Schut (directeur VINEX), +31 (0) 6 5757 3027

**Over SKO**

Stichting KijkOnderzoek (SKO) is verantwoordelijk voor het onderzoek naar het kijkgedrag van de Nederlandse bevolking. SKO is verantwoordelijk voor de rapportering en de controle van de kijkcijfers en voor aanpassingen en innovaties in de methode van het kijkonderzoek. In SKO zijn de Nederlandse Publieke Omroep (NPO), Screenforce (TV-marketingcentrum), het Platform Media Adviesbureau (PMA) en de bond van Adverteerders (bvA) vertegenwoordigd. Voor meer informatie over SKO: [www.kijkonderzoek.nl](http://www.kijkonderzoek.nl).

**Over NLO**

Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO) is verantwoordelijk voor het onderzoek naar het radioluistergedrag van de Nederlandse bevolking en de rapportering daarvan. NLO is een Joint Industry Committee waarin de Nederlandse Publieke Omroep (NPO), het Radio Advies Bureau (RAB), het Platform Media Adviesbureau (PMA) en de bond van Adverteerders (bvA) samenwerken. Voor meer informatie over NLO: [www.nationaalluisteronderzoek.nl](http://www.nationaalluisteronderzoek.nl).

**Over VINEX**

VINEX staat voor Verenigde Internetexploitanten en is opdrachtgever van het online bereiksonderzoek in Nederland (NOBO). VINEX is een initiatief van vooraanstaande publishers, die streven naar transparantie en uniformiteit in de Nederlandse online (advertentie-)markt. Voor meer informatie over VINEX: [www.vinex.nl](http://www.vinex.nl).

**Over NOM**

Stichting NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia) is verantwoordelijk voor het leveren van bereikscijfers voor dagbladen, magazines en HAH-kranten in Nederland. Tegenwoordig is de doelstelling verbreed naar het in kaart brengen van het totaal lezen (het bereik) van mediamerken van nieuwsmedia en magazines, ongeacht het platform waarop content wordt verspreid. De participanten van NOM zijn: NDP Nieuwsmedia (NDP), Magazine Media Associatie (MMA), Platform Media Adviesbureaus (PMA) en de bond van Adverteerders (bvA). Voor meer informatie over NOM: [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl).