

- PERSBERICHT -

SKO START ONDERHANDELINGEN MET INTOMART OVER CONTRACT KIJKONDERZOEK

In maart 2000 heeft Stichting KijkOnderzoek (een samenwerkingsverband van SPOT, NOS, PMA en BVA*) een tender uitgeschreven voor kijkonderzoek in de periode 2002 tot en met 2006. Het bestuur van Stichting KijkOnderzoek heeft na intensief beraad besloten om de onderhandelingen met Intomart te starten over de invulling van het contract. De belangrijkste reden voor deze keuze is geweest dat Intomart een combinatie van meetinstrumenten aanbiedt waarmee met grote zekerheid alle toekomstige vormen van televisiekijken nauwkeurig kan worden gemeten, onafhankelijk van de medewerking van zenders, settop box fabrikanten en kabelmaatschappijen.

Eén van de grootste uitdagingen bij toekomstig kijkonderzoek is het meten van nieuwe vormen van televisiedistributie, met name televisieontvangst via settop boxen, interactieve televisieontvangst (zoals *video on demand* en de *electronic program guide*), televisie kijken via de digitale videorecorder, het kijken van televisie via de PC, rechtstreeks of via internetsites van zenders. De huidige techniek van het meten van de frequentie waarop is afgestemd voldoet daarvoor niet. Voor het meten van de meeste vormen van toekomstige televisieontvangst heeft Intomart, in samenwerking met Taylor Nelson Sofres, de zogenaamde *Picture Matching* techniek ontwikkeld. Deze techniek komt er op neer dat de beelden die op het televisiescherm van de respondent verschijnen worden vergeleken met de beelden die op dat moment door alle te ontvangen televisiezenders worden uitgezonden. Deze meettechniek is daarmee geschikt voor bijna alle vormen van distributie en onafhankelijk van de medewerking van derden. Voor interactieve televisie en voor kijken van televisie via de PC zijn twee andere technieken ontworpen, te weten het elektronisch aflezen van wat er binnen de settop box gebeurt en de geluidsmeter.

Prof. dr. Jan van Cuilenburg, voorzitter van het bestuur van Stichting KijkOnderzoek: "We zijn zeer gelukkig met de keuze van Intomart, met name omdat Intomart ons heeft gegarandeerd, nu en in de toekomst 99% van alle kijkgedrag, op welke manier de bekeken programma's dan ook worden gedistribueerd, nauwkeurig te kunnen meten. Wij denken dat we met dit systeem, waarbij verschillende meetinstrumenten worden gebruikt, voorlopen op de internationale standaard van kijkonderzoek. Alle bij Stichting KijkOnderzoek betrokken partijen, dus zowel de aanbieders als de afnemers van reclamezendtijd, staan volledig achter dit nieuwe meetinstrument."

Over het andere contract binnen het kijkonderzoek, te weten het classificeren van programma's en spots wordt momenteel nog onderhandeld met TvTimes Nederland, een gezamenlijke dochteronderneming van Peaktime en Telmar/HMI. Een beslissing over het gunnen van deze opdracht wordt binnenkort verwacht.

- EINDE BERICHT -

voor de redactie:

nadere informatie is te verkrijgen bij:
Jan Ligthart, directeur Stichting KijkOnderzoek
020 – 6443286

*Stichting KijkOnderzoek is in februari 2000 opgericht, met als verantwoordelijkheid het opzetten, uitvoeren en doen uitvoeren van continu kijkonderzoek naar televisie-uitzendingen van publieke en commerciële zenders per 1 januari 2002. In deze stichting zijn die partijen vertegenwoordigd die direct betrokken zijn bij de in- en verkoop van (commerciële) zendtijd, te weten SPOT (namens de Nederlandse televisiezenders), de NOS, BVA/Associatie Nederlandse Adverteerders en het Platform Media Adviesbureaus (PMA). In het KijkOnderzoek wordt het televisiekijk-gedrag van de Nederlandse bevolking gemeten. De resultaten (kijkcijfers) worden gebruikt bij het ontwikkelen van programma's en bij het in- en verkopen van reclamezendtijd.