

**Gastkijken onderdeel van 'currency'
kijkonderzoek**

Na uitvoerig onderzoek heeft het bestuur van de Stichting KijkOnderzoek (SKO) besloten dat gastkijken zoals dat thans door de 'meter' wordt gemeten, kan worden opgenomen in het totale kijkgedrag van de Nederlandse bevolking. Vanaf 1 januari 2005 maken de gastkijkers onderdeel uit van de 'currency' van het kijkonderzoek.

Datum

9 september 2004

Volgnummer

G1/2004

Nadere informatie

Nelly Kalfs

020 641 4333

www.kijkonderzoek.nl

Voor het meten van kijkgedrag wordt in Nederland gebruik gemaakt van een people meter systeem. Dit systeem meet het kijkgedrag bij een panel van 1.240 huishoudens (2.800 personen) dat representatief is voor de Nederlandse bevolking. Met de people meter is het niet mogelijk het kijkgedrag van de panelleden buitenshuis te meten. Wat het systeem wel kan registreren is het kijkgedrag van gasten bij de panelleden thuis.

De Stichting KijkOnderzoek heeft dit gastkijken in beeld gebracht. Omdat het kijkonderzoek werkt met een steekproef van Nederlandse huishoudens, zijn de gasten die bij panelleden op bezoek komen representatief voor de panelleden die bij anderen thuis televisie kijken. Maar van de gasten is minder bekend als het gaat om persoonskenmerken dan van de panelleden. Met een fusietechniek is het gastkijken zodanig toegekend aan de panelleden dat het volwaardig kan worden meegeteld in het kijkonderzoek. Vorig jaar werd reeds vastgesteld dat de gebruikte fusietechniek wetenschappelijk valide en betrouwbaar is. Omdat de fusietechniek nieuw is, hebben de partijen binnen SKO echter afgesproken deze techniek ook nog te testen op 'robuustheid'. Levert de fusie door de tijd dezelfde resultaten op, en zijn de effecten op de kijkcijfers consequent?

Uit de analyses blijkt dat de kwaliteit van de fusie goed is. Het kijkgedrag dat succesvol kan worden gekoppeld, is hoog. En hoewel in sommige weken het aandeel gastkijken wat lager of hoger is, zijn de effecten op profielen van zenders en doelgroepen plausibel en wijzen consistent in dezelfde richting. Duidelijk is dat het gastkijkgedrag een eigen specifiek karakter heeft. Hoewel alle zenders gastkijkers kennen, hebben de muziek- en kindersenders relatief gezien de meeste gastkijkers. Ook DVD wordt vaak samen met gasten bekeken. Jongeren realiseren ten opzichte van de andere doelgroepen het meeste gastkijkgedrag.