

**SKO stapt over op Gouden Standaard**  
**Met ingang van 1 januari 2007 gaat de Stichting KijkOnderzoek gebruik maken van de *Gouden Standaard* als norm voor de weging van het kijkonderzoek. De cijfers van deze standaard zijn afkomstig van het Centraal Bureau voor de Statistiek en door de MarktOnderzoekAssociatie als weegnorm in de markt aanbevolen. Voorheen maakte SKO gebruik van de *Zilveren Standaard* afkomstig van de MiniCensus. De gegevens van deze laatste standaard zijn gedateerd en worden niet meer geactualiseerd. Met de overstap naar de Gouden Standaard maakt SKO voor haar publicaties gebruik van de meest actuele cijfers over de samenstelling van de Nederlandse bevolking.**

**Datum**

20 September 2006

**Volgnummer**

2006/1

**Nadere informatie**

Nelly Kalfs

020 641 4333

Groen van Prinstererlaan 91

1181 TR Amstelveen

**[www.kijkonderzoek.nl](http://www.kijkonderzoek.nl)**

De invoering van de Gouden Standaard leidt in het kijkonderzoek tot een zekere trendbreuk. Oorzaak hiervan is tweeledig. Niet alleen is sprake van een autonome ontwikkeling op voor het kijkonderzoek belangrijke variabelen wat leidt tot een aanpassing in de samenstelling van de bevolking, ook de methode van dataverzameling die gebruikt wordt om tot de Gouden en Zilveren standaard te komen, is verschillend. Bij de variabelen opleiding, leeftijd en geslacht zijn de aanpassingen het grootst. Aangezien lichte kijkers zoals hoger opgeleiden, jongeren en mannen vanaf het gebruik van de Gouden Standaard zwaarder mee gaan wegen in de resultaten van het kijkonderzoek, is de verwachting voor 2007 dat de kijktijd op een lager niveau gerapporteerd wordt. De huidige gemiddelde kijktijd bedraagt 195 minuten per dag. De verwachting is dat door de nieuwe weegnorm de kijktijd ongeveer 5 minuten lager zal uitkomen. De precieze effecten worden pas zichtbaar in 2007.

**Noot voor de redactie**

**Over SKO**

Stichting KijkOnderzoek (SKO) is een marktbrede organisatie, waarin alle partijen vertegenwoordigd zijn die direct betrokken zijn bij de in- en verkoop van (commerciële) zendtijd. In SKO participeren:

- Publieke Omroep namens alle publieke zendgemachtigden
- de Stichting tot Promotie en Optimalisatie van Televisiereclame (SPOT) namens de verkoop maatschappijen van Nederlandse televisiezenders
- het Platform Media Adviesbureaus (PMA)
- adverteerders, verenigd in de bond van adverteerders (BVA)

SKO is vanaf 1 januari 2002 opdrachtgever van het kijkonderzoek.