

# SKO 2012 10 JAAR

---

Onderwerp: **SKO 10 jaar verantwoordelijk voor de Nederlandse kijkcijfers: Jubileumboek wordt gepresenteerd op de 5<sup>e</sup> editie van de SKO TV-Middag op dinsdag 22 mei 2012**

Datum: 13-03-2012 Volgnummer: 5

---

**SKO viert in 2012 haar 10-jarige bestaan als verantwoordelijke instantie voor de Nederlandse kijkcijfers. In deze periode heeft SKO gezorgd voor belangrijke aanpassingen en innovaties in het Kijkonderzoek, waardoor de kijkcijfers tot op de dag van vandaag voldoen aan de allerhoogste kwaliteitseisen.**

Het Nederlandse Kijkonderzoek, zoals dat in opdracht van Stichting KijkOnderzoek wordt uitgevoerd door Intomart GfK en The Nielsen Company, is internationaal 'state of the art'. Dat geldt ook voor de aanvullende onderzoeksprojecten, zoals het SKO WEB-TV project dat SKO de afgelopen jaren initieerde en dat door comScore en Intomart GfK wordt uitgevoerd.

Het 10-jarige bestaan zal gevierd worden tijdens de 5<sup>e</sup> editie van de SKO TV-Middag op 22 mei 2012 in Hotel Arena te Amsterdam. Tijdens dit event zal het SKO jubileumboek worden gepresenteerd. Hierin zullen de belangrijkste ontwikkelingen in het Nederlandse TV landschap, het Kijkonderzoek en TV-gebruik terug te vinden zijn.

*Het eerste persbericht dat SKO uitstuurde in 2002:*

## PERSBERICHT

Amsterdam, 2 januari 2002

### **SKO brengt nieuwe kijkcijfers uit**

Vanaf 1 januari 2002 is de Stichting KijkOnderzoek (SKO), een Joint Industry Committee van de Stichting tot Promotie en Optimalisatie van Televisiereclame (SPOT), Platform Media Adviesbureaus (PMA), BVA/Associatie Nederlandse Adverteerders en NOS, verantwoordelijk voor het uitgeven van de kijkcijfers. Daarmee is een standaard voor de kijkcijfers ontstaan die door alle marktpartijen breed wordt omarmd.

### *Achtergrond*

De missie van SKO is het uitvoeren van (continu) kijkonderzoek naar televisie-uitzendingen ten behoeve van omroepinstellingen, waaronder ook begrepen instellingen die zich bezighouden met reclame-uitzendingen bij die omroepinstellingen, adverteerders en mediabureaus.

Doel van SKO is het vestigen en handhaven van het zogenaamd KijkTotaal voor het kijkgedrag van de Nederlandse bevolking. Het gerapporteerde KijkTotaal uit het Nederlandse kijkonderzoek is een, zowel door de media-aanbieder als de media-afnemer, vertrouwde kwantitatieve maatstaf, waarmee de mediaprestatie die wordt aangeboden en afgenomen naar gangbare sociaalwetenschappelijke kwaliteitscriteria kan worden gemeten, te weten:

- statistisch betrouwbaar en nauwkeurig
- methodologisch valide
- marktrelevant en
- transparant

SKO als Joint Industry Committee van SPOT, NPO, BVA en PMA zorgt voor het vestigen en bestendigen van maatschappelijk en marktbreed vertrouwen in het nationale kijkonderzoek waarin het kijkgedrag van de Nederlandse bevolking wordt gemeten.

### *Noot voor de redactie*

Nadere informatie/ Further information:

Bas de Vos

020 641 4333

06 55788452