



Onderwerp: SKO en Intomart GfK introduceren 2 innovaties in het kijkonderzoek per 2013: Metricline Audio Code en Meting game consoles

Datum: 21-12-2012 Volgnummer: 13

Per 3 januari 2013 zal Intomart GfK in opdracht van SKO een nieuwe meettechniek introduceren in het KijkOnderzoek: De MetricLine codetechniek.

Intomart GfK heeft middels een unieke samenwerking met MetricLine (Frankrijk) kans gezien om deze techniek te gaan integreren in het bestaande systeem van de Taris5000 meter. Om dit te realiseren hebben de SPOT zenders afgelopen jaar in het audio gedeelte van hun uitzendingen een onhoorbare code opgenomen die uitsluitend door de kijkmeters wordt herkend.

SKO heeft in het contract voor het kijkonderzoek met Intomart GfK de eis opgenomen om voor de grotere zenders minimaal twee zenderherkenningstechnieken te hebben, met de voorkeur om hiervan minimaal één een codetechniek te laten zijn. Er wordt sinds april 2007 in het kijkonderzoek al gebruik gemaakt van het zogenaamde Audio Matching. Enhanced Audio Matching (EAM) is door het Engelse Common Technology Center ontwikkeld (samenwerkingverband tussen Intomart GfK en Kantar Media). Nu wordt daar dus de codetechniek aan toegevoegd.

De combinatie van twee complementaire zenderherkenningstechnieken (fingerprinting & watermarking) zal leiden tot een nog betere herkenning van de juiste zender en biedt ook meer mogelijkheden om het snel evoluerende kijkgedrag, zoals uitgesteld kijken, in kaart te brengen. Nederland is het eerste land in de wereld waar voor alle grotere zenders twee technieken naast elkaar worden gebruikt voor de kijkmeting.

Per 3 januari 2013 zal het uitgesteld televisiekijken via game consoles in de kijkcijfers worden opgenomen.

Door een aanpassing in het systeem van het kijkonderzoek wordt het mogelijk om ook uitgesteld televisiekijken, waarbij een ander apparaat dan een harddisk of connected TV het signaal verzorgt, op te nemen in het uitgestelde kijken. Het gaat nu nog vooral om gameconsoles, maar geldt ook voor eventuele andere nieuwe bronnen van televisiekijken die op de televisie worden aangesloten.

Bas de Vos (directeur SKO) zegt hierover: *"Het kijkonderzoek blijft zich eigenlijk continu vernieuwen en verbeteren om een optimale meting van het kijkgedrag via het televisietoestel te meten. Het is goed te constateren dat we samen met Intomart GfK de Nederlandse televisiemarkt het beste kunnen bieden dat er op het gebied van televisieonderzoek is"*.

Noot voor de redactie

Nadere informatie/ Further information:

Bas de Vos
020 641 4333
06 55788452

SKO, Stichting KijkOnderzoek
Groen van Prinstererlaan 90, 1181 TR Amstelveen
T 00 31 20 641 43 33, F 00 31 20 642 83 49
E info@kijkonderzoek.nl, I www.kijkonderzoek.nl