

Amsterdam, 12 juli 2022

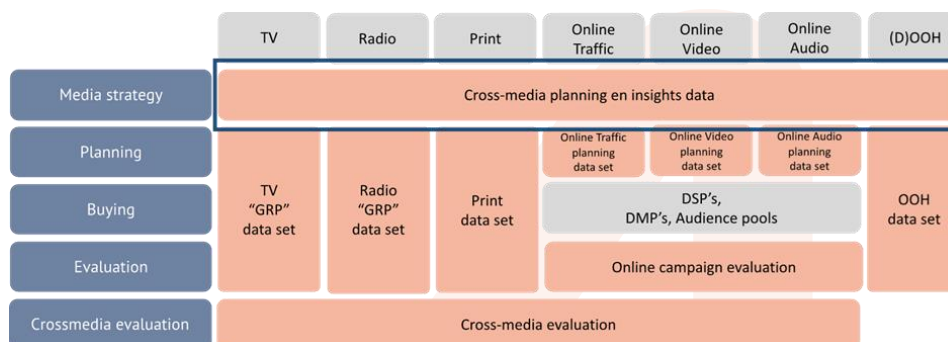
NMO start tender voor NMO Cross Media

Het Nationaal Media Onderzoek (NMO) bevindt zich in de opbouwfase. In eerste instantie worden alle afzonderlijke bereiksonderzoeken vernieuwd en verbeterd. Daarna is het doel om de diverse onderdelen bij elkaar te brengen, zodat er één cross-mediale dataset ontstaat waarmee de markt op strategisch niveau kan plannen. Voor het integreren van alle relevante datasets is een “Request for Proposal” (RfP) geschreven -getiteld “NMO Cross Media”- die vandaag wordt vrijgegeven. Aan bureaus met ervaring op dit terrein wordt gevraagd om zich voor 25 juli te melden als geïnteresseerde en uiterlijk 1 november een voorstel uit te brengen.

In NMO Cross Media werken verschillende partijen samen om te komen tot een cross-mediale dataset: Stichting KijkOnderzoek (SKO), Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO), Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM), Stichting Verenigde Internetexploitanten (Vinex) en Stichting Buitenreclame Onderzoek (BRO). Laatstgenoemde is nieuw in de samenwerking binnen NMO en voornemens buitenreclame-onderzoek op termijn volwaardig onderdeel te laten uitmaken van NMO.

De beoogde geïntegreerde dataset voorziet in een groeiende behoefte aan cross-mediale inzichten. Voor de diverse stadia in het planningsproces zijn al datasets voorhanden die in de markt als standaarden gelden (zie figuur 1). Voor strategische planningsdoeleinden ontbreekt nog een standaard die door de hele markt wordt geaccepteerd. Met NMO Cross Media wordt aan die behoefte tegemoet gekomen.

Figuur 1: datasets en standaarden t.b.v. mediaplanning



Het is de bedoeling om dit jaar tot een bureaukeuze te komen en om de eerste voorbereidingen op te starten. Uiteindelijk moet dat leiden tot de lancering van NMO Cross Media Planning en Insights in 2023.

De RfP is op aanvraag bij NMO verkrijgbaar.

Einde persbericht

Noot voor de redactie:

Voor een toelichting of meer informatie over NMO Cross Media Planning en Insights kunt u contact opnemen met: Karin Schut, directeur VINEX: 06-57573027

Over NMO:

Het Nationaal Media Onderzoek (NMO) is een initiatief van de organisaties voor mediabereiksonderzoek in Nederland: Stichting KijkOnderzoek (SKO), Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO), Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) en de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX). Onder de vlag van NMO wordt in de loop van 2022/2023 het bereik van televisie, radio, print en online gemeten en zal het op termijn de huidige standaarden vervangen. Elk afzonderlijk bereiksonderzoek wordt daarbij vernieuwd en sterk verbeterd en zal het cross-mediale karakter van mediaconsumptie verder worden doorgevoerd.

NMO wordt uitgevoerd door Kantar en Ipsos.

Meer informatie: [Nationaalmediaonderzoek.nl](https://nationalemediaonderzoek.nl)