

# PERSBERICHT

## Nieuw Luisteronderzoek met reclamebereik



Amstelveen, 11 oktober 2011 – RAB (Radio Advies Bureau), NPO (Nederlandse Publieke Omroep, BVA (bond van adverteerders) en PMA (Platform Media Adviesbureaus) hebben samen de opzet van het nieuwe Luisteronderzoek bekendgemaakt.

Het Luisteronderzoek is vernieuwd en heet met ingang van januari 2012 Nationaal Luister Onderzoek (NLO). Het nieuwe onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van een onafhankelijke organisatie: Stichting NLO. Daarin participeren BVA, NPO, PMA en RAB.

De afgelopen jaren heeft RAB een aantal belangrijke verbeteringen aangebracht aan het bestaande CLO Luisteronderzoek:

- Online invullen van radioluistergedrag primaire focus
- Gepersonaliseerd radiolog met volgorde radiozenders gebaseerd op persoonlijke voorkeur van iedere respondent
- Random Digital Dialing steekproeftrekking
- Toevoegen NPO leefstijl- en interessevragenlijst
- Naast luisterplaats ook luisteren via internet
- Samenwerking met andere JIC's in MSS (Media Standaard Survey) voor afstemming doelgroepdefinities en weegnormen

Parallel hieraan heeft RAB de afgelopen jaren verschillende elektronische meters getest voor het meten van radioluistergedrag.

In 2010 heeft RAB samen met BVA en PMA de uitgangspunten vastgesteld waar een nieuw luisteronderzoek aan moet voldoen en op 1 september 2010 is een internationale tender uitgeschreven. In 2011 hebben de partijen de ingediende voorstellen besproken en is uiteindelijk gekozen voor het onderzoeksvoorstel van Intomart GfK. Het nieuwe Luisteronderzoek start 1 januari 2012.

Het nieuwe onderzoek zal gebruik gaan maken van een hybride methode. Daarbij wordt het luistergedrag per kwartier gemeten met behulp van een verbeterd radiolog en minuut- en reclamebereik wordt aangevuld op basis van data uit een additioneel meterpaneel.

PMA Directeur Johan Smit en Hanne Alblas van BVA: *'Zowel bij de adverteerders, als bij de media adviesbureaus leefde de wens om ook voor radio het reclamebereik te kunnen meten. Met gebruik van de Mediawatch nemen we nu een grote stap in die richting'*

De verbeteringen in het nieuwe radio onderzoek zijn:

1. Naast online en schriftelijk ook de mogelijkheid om het radiolog via een smartphone in te vullen
2. Extra aandacht voor werving en begeleiding van allochtone respondenten
3. Meting op alle dagen van het jaar

Het meterpaneel gaat gebruik maken van de Telecontrol Mediawatch, dat is een horloge dat de panelleden moeten dragen en dat automatisch geluid registreert. Met behulp van audiomatching software kan dan achteraf elektronisch worden vastgesteld of en naar welke radiozenders panelleden hebben geluisterd.

RAB directeur George Bohlander: *'Het nieuwe NLO combineert met de hybride methode 'the best of both worlds'. Door op basis van het verbeterde radiolog gebruik te blijven maken van de luisterdichtheid per kwartier ontstaat er geen trendbreuk. Door de toevoeging van minuutindexen op basis van het meterpaneel krijgen radiozenders en de reclamemarkt inzicht in het minuut en reclamebereik'*

---

## **RAB**

RAB (Radio Advies Bureau) ondersteunt adverteerders en mediabureaus om radio zo effectief mogelijk in te zetten. Voorts is RAB tot 1 januari 2012 opdrachtgever van het CLO Continu Luister Onderzoek. Door de bundeling van krachten van alle publieke en commerciële omroepen wil RAB de ontwikkeling van het vakgebied stimuleren. Binnen RAB zijn alle publieke en commerciële omroepen en stations vertegenwoordigd.

**Noot voor de redactie:** Voor vragen kunt u contact opnemen met RAB directeur George Bohlander, tel: 020-3451596 of 06-24109497 of via e-mail: [gc.bohlander@RAB.FM](mailto:gc.bohlander@RAB.FM).