

woensdag, 17 februari 2010 (9:56)

Ministeries van OCW en EZ geven opdracht aan Nielsen en TNS Nipo

Groot onderzoek naar reclamebestedingen in mediasector

De Ministeries van OCW en EZ hebben onderzoeksbureaus Nielsen en TNS Nipo gevraagd om samen een grootschalig onderzoek te doen naar de ontwikkelingen van de reclamebestedingen in de mediasector. Onderzoekers van beide bureaus zullen kijken in welke mate er sprake is van substitutie of synergie van reclamebestedingen tussen de diverse mediaplatformen. De uiteindelijke bevindingen worden voor het zomerreces aangeboden aan de Tweede Kamer.



Stagnerende reclame-inkomsten onder de loep

Oprachtgevers van het onderzoek zijn minister Plasterk van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen en staatssecretaris van Economische Zaken, Frank Heemskerk. Als aanleiding voor het onderzoek noemen ze de stagnerende reclame-inkomsten in de mediasector, een ontwikkeling waar met name dagbladen last van hebben. Hierdoor staan de huidige verdienmodellen van media onder druk.

Media-experts aan 't woord

Het onderzoek zal uit twee delen bestaan; een kwantitatieve reclamebestedingenanalyse en een serie kwalitatieve expertinterviews. Naast inzicht in de mate van substitutie of synergie, wordt bij de expertinterviews ook aandacht besteed aan crossmediale inzet van reclamecampagnes en nieuwe reclamemogelijkheden voor print in het algemeen, en dagbladen in het bijzonder. Hiervoor worden adverteerders, mediabureaus, media-exploitanten en andere media-experts geïnterviewd.