

### 3. Internet Marktmonitor

De Internet Marktmonitor is een panelonderzoek van STIR dat onder 1.000 personen het surfgedrag op alle websites registreert. Dit in tegenstelling tot de Webmeter (n = 10.000), dat alleen het surfgedrag op de STIR-aangesloten websites vastlegt.

De Internet Marktmonitor heeft als doel het totale surfgedrag in Nederland vast te leggen en daarbinnen de verhouding tussen STIR-websites en niet-STIR-websites te bepalen. Tevens geeft de monitor potentiële nieuwe STIR deelnemers weer.

De metingen van de Internet Marktmonitor zijn gebaseerd op het thuisurfgedrag op alle websites. Werk- en andere locaties worden buiten beschouwing gelaten. Over de periode van januari t/m december 2009 was het Marktmonitor panel gemiddeld 1.031 leden groot. De samenstelling is zoveel mogelijk representatief voor de Nederlandse surfpopulatie. Dit wordt gecontroleerd op de variabelen geslacht, leeftijd en aantal uren surfen thuis.

#### 3.1 Websites

Een website zoals gerapporteerd in de Internet Marktmonitor is de hoofddomeinnaam met (land) extensie; eventuele subdomeinnamen en subpagina's worden dus gecompriemd op het niveau van de hoofddomeinnaam. Enkele voorbeelden:

- <http://www.nu.nl/news.jsp?n=415402&c=10> wordt <http://www.nu.nl/>
- <http://shop.lego.nl/leaf.asp?type=11> wordt <http://www.lego.nl/>

Om als een zelfstandige website in de rapportage te worden meegenomen moeten er minimaal 40 metingen van één website in één maand worden geregistreerd én moeten deze metingen door minimaal 5 unieke panelleden zijn gegenereerd. Alle websites die onder deze grens vallen worden samengevoegd in de categorie 'overige'.

De websites worden op twee manieren gecodeerd voordat ze in de uiteindelijke rapportage worden opgenomen. De eerste is een codering of een website aangesloten is bij STIR. Dit betreft per 1 december 2009 totaal 49 deelnemende participanten met circa 440 gerapporteerde websites. Ten tweede worden verschillende websites/URLS's die naar exact dezelfde inhoud verwijzen (o.a. redirects) als één unieke website gecodeerd oftewel samengevoegd.

Deze laatste codering gebeurt handmatig op basis van o.a. het vergelijken van websitenamen. Door de grote hoeveelheid unieke websites en diversiteit daarvan is echter niet te garanderen dat alle mogelijke websites volledig correct zijn samengevoegd. Het is mogelijk dat een kleine onbekende website die redirect naar een bestaande website (vergelijkbaar met frs.nl die redirect naar freerecordshop.nl) niet is samengevoegd met de hoofdsite.

Daarnaast is de toegewezen codering een momentopname. Indien een website op een later tijdstip wordt overgenomen en onder een ander domeinnaam komt te vallen, kan dit niet automatisch opgemerkt worden.

Uit de resultaten zijn verwijderd de websites van Intomart GfK, websites van overige onderzoekbureaus en online panels (bijvoorbeeld lightspeedpanel.com, noties.nl, insites.be), websites van advertentienetwerken (bijv. doubleclick.net, webads.nl, google-syndication.com), 'onzichtbare' websites als passport.net en hyves.modules.nl, IP adressen en intranetwerken.

### 3.2 Top 100

Voor alle websites is per maand het bereik binnen de Nederlandse surfpopulatie van 13 jaar en ouder berekend. Bereik is het percentage personen van de steekproef dat gedurende een maand minimaal één pagina van een website heeft bezocht. Het totaal aantal pageviews van een website zijn berekend door het aantal geregistreerde pagina's van een respondent te vermenigvuldigen met zijn weegfactor en dat voor alle respondenten te sommeren.

Aangezien de rapportage meerdere maanden beslaat zijn de resultaten als maandgemiddelde over de betreffende periode berekend (i.v.m. de vergelijkbaarheid met andere bronnen zoals Webmeter). De top 100 lijst van websites is dan ook gesorteerd op het gemiddeld maandbereik. STIR publiceert dit gemiddelde maandbereik niet om verwarring met de cijfers uit de Webmeter te voorkomen.

Veel websites genereren slechts een beperkt bereik. Per maand hebben circa 1.500 websites een gemiddeld bereik van meer dan 1% en alleen de top 100 websites hebben een bereik van meer dan 10%. Voor de top 500 geldt dat negen van de tien websites met het grootste gemiddeld maandbereik vorig jaar ook weer nu het grootste bereik hebben. De Telefoongids heeft nu door het samengaan met de Gouden Gids een top 10 positie verworven en Startpagina uit de top 10 van best bezochte websites verdrongen. Youtube.com heeft ondertussen een 4e positie in de ranglijst verworven en Hyves heeft van alle STIR-sites opnieuw het meeste bereik.

De hoogste nieuwkomer in de ranglijst is twitter.com op positie 90. Deze site kwamen we in de halfjaarrapportage van 2009 voor het eerst tegen (op positie 151) en is daarna dus nog flink doorgestegen. Andere opvallende nieuwkomers zijn bing.com en vakantievelingen.nl. Facebook stijgt van positie 161 in 2008 naar een 35e positie in 2009.

Tabel 8: top 100 Internet Marktmonitor 2009 (op basis van gemiddeld maandbereik)

2009	2008	Website	Domein	STIR
1	1	• google.nl	google	-
2	2	• google.com	google	-
3	3	• hyves.nl	hyves	STIR
4	6	▲ youtube.com	youtube	-
5	4	▼ hotmail.com	msn	STIR
6	5	▼ marktplaats.nl	marktplaats	STIR
7	7	• wikipedia.org	wikipedia	-
8	10	▲ ing.nl (voorheen postbank.nl)	ingbank	-
9	11	▲ detelefoongids.nl	detelefoongids	STIR
10	13	▲ bol.com	bol	-
11	9	▼ startpagina.nl	ilse media	STIR
12	14	▲ buienradar.nl	buienradar	STIR-A
13	12	▼ rabobank.nl	rabobank	-
14	18	▲ live.com	msn	STIR
15	16	▲ nu.nl	ilse media	STIR
16	15	▼ msn.com	msn	-
17	17	• microsoft.com	microsoft	-
18	20	▲ telegraaf.nl	telegraaf	STIR
19	23	▲ rtl.nl	rtl	STIR
20	19	▼ anwb.nl	anwb	STIR
21	21	• ziggo.nl	ziggo	-
22	24	▲ wehkamp.nl	wehkamp	-
23	22	▼ web-log.nl	ilse media	STIR
24	25	▲ nos.nl	Publieke Omroep	STIR
25	32	▲ blogspot.com	blogspot	-
26	35	▲ euroclix.nl	euroclix	-
27	37	▲ moneymiljonair.nl	moneymiljonair	-
28	26	▼ omroep.nl	Publieke Omroep	STIR
29	27	▼ ns.nl	ns	-
30	30	• abnamro.nl	abnamro	-
31	29	▼ 9292ov.nl	9292ov	STIR-A
32	36	▲ ah.nl	ah	-
33	39	▲ fok.nl	fok	STIR-A
34	31	▼ zylom.com	Realgames	STIR
35	161	▲ facebook.com	facebook	-
36	38	▲ kpn.com	kpn	-
37	41	▲ tntpost.nl	tnt	-
38	42	▲ yahoo.com	yahoo	-
39	43	▲ belastingdienst.nl	belastingdienst	-
40	44	▲ neck.nl	neckermann	-
41	34	▼ ebay.nl	marktplaats	STIR
42	48	▲ ad.nl	De Persgroep	STIR
43	81	▲ ask.com	ask	-
44	59	▲ beslist.nl	beslist	STIR-A
45	51	▲ staatsloterij.nl	staatsloterij	-
46	45	▼ funda.nl	funda	STIR
47	49	▲ kieskeurig.nl	ilse media	STIR
48	57	▲ photobucket.com	photobucket	-
49	80	▲ zinn geld.nl	zinn geld	-
50	83	▲ yieldmanager.com	yieldmanager	-

Bron: STIR Internet Marktmonitor 2008/2009

## Vervolg top 100 Internet Marktmonitor

2009	2008	Website	Domein	STIR
51	109	▲ upc.nl	upc	-
52	60	▲ meteox.nl	meteox	STIR-A
53	106	▲ infonu.nl	infonu	-
54	50	▼ speurders.nl	telegraaf	STIR
55	61	▲ first-impressions.nl	detelefoongids	-
56	28	▼ routenet.nl	routenet	STIR-A
57	91	▲ wordpress.com	wordpress	-
58	78	▲ vodafone.nl	vodafone	-
59	47	▼ xs4all.nl	xs4all	-
60	76	▲ adobe.com	adobe	-
61	74	▲ digid.nl	digid	-
62	85	▲ telefoonboek.nl	telefoonboek	STIR-A
63	67	▲ tvgids.nl	Publieke Omroep	STIR
64	84	▲ kruidvat.nl	kruidvat	-
65	68	▲ uitzendinggemist.nl	Publieke Omroep	STIR
66	65	▼ otto.nl	otto	-
67	62	▼ ikea.com	ikea	-
68	58	▼ spele.nl	spele	STIR-A
69	95	▲ flickr.com	flickr	-
70	94	▲ t-mobile.nl	t-mobile	-
71	82	▲ hema.nl	hema	-
72	225	▲ gmodules.com	google	-
73	64	▼ vergelijk.nl	vergelijk	STIR-A
74	66	▼ tweakers.net	vnu	STIR
75	71	▼ vara.nl	Publieke Omroep	STIR
76	108	▲ tele2.nl	tele2	-
77	70	▼ vistaprint.nl	vistaprint	-
78	79	▲ imdb.com	imdb	-
79	77	▼ custhelp.com	custhelp	-
80	86	▲ postcodeloterij.nl	postcodeloterij	-
81	72	▼ tweedehands.net	tweedehands	STIR-A
82	52	▼ schoolbank.nl	ilse media	STIR
83	63	▼ punt.nl	punt	-
84	102	▲ knmi.nl	knmi	-
85	130	▲ weborama.fr	weborama	-
86	141	▲ volkskrant.nl	De Persgroep	STIR
87	46	▼ relatieplanet.nl	relatieplanet	-
88	137	▲ thepiratebay.org	thepiratebay	-
89	54	▼ msn.nl	msn	STIR
90	-	twitter.com	twitter	-
91	98	▲ marktplaza.nl	marktplaza	-
92	93	▲ weeronline.nl	IM Travel	STIR
93	56	▼ kelkoo.nl	kelkoo	STIR
94	90	▼ zoover.nl	IM Travel	STIR
95	214	▲ mailplus.nl	mailplus	-
96	55	▼ hetnet.nl	kpn	STIR-A
97	210	▲ linkedin.com	linkedin	STIR-A
98	96	▼ ciao-shopping.nl	ciao-shopping	STIR-A
99	53	▼ online.nl	online	-
100	105	▲ ilocal.nl	ilocal	STIR-A

Bron: STIR Internet Marktmonitor 2008/2009

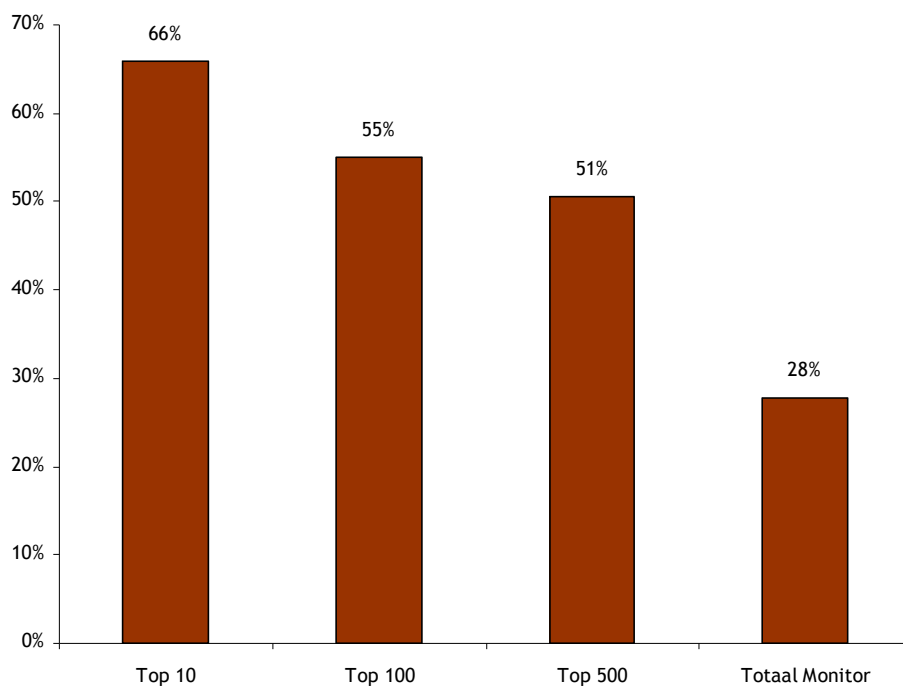
### 3.3 Aandeel STIR-websites

Eén van doelstellingen van de Internet Marktmonitor is het kunnen weergegeven van het aandeel van STIR-websites ten opzichte van het totale internetvolume. Hiervoor worden de pageviews van de deelnemende websites van STIR gedeeld door het totaal van alle pageviews die gemeten zijn in het onderzoek.

Binnen de top 100 uit de vorige paragraaf hebben de STIR-websites een aandeel van 55% op basis van het aantal pageviews. In totaal genereert de top 100 maandelijks zo'n 12,5 miljard pageviews. Daarvan behoren er bijna 7 miljard tot een STIR-website of een website die is aangesloten bij een advertentienetwerk dat wordt gemeten door STIR.

De hele Internet Marktmonitor meet gemiddeld 33 miljard pageviews per maand, waarvan 28% behoort tot de STIR-websites. Voor de top 10 geldt een aandeel van 66%. Dit hoge aandeel wordt vooral veroorzaakt door Hyves en Marktplaats die ten opzichte van hun bereik een zeer hoog aantal pageviews genereren.

Grafiek 16: aandeel STIR-websites in de top 10, 100 en 500 en totaal Internet Marktmonitor



Bron: Internet Marktmonitor STIR 2009

### 3.4 Internet Marktmonitor versus Webmeter

Het totaalbereik van alle bij STIR aangesloten websites in de Internet Marktmonitor is 97,4%. Uit het Webmeter onderzoek blijkt dat het totaalbereik (alleen op de thuislocatie, gemiddeld over 2009) 96,3% is. Beide onderzoeken leveren dus verschillende cijfers op, zij het dat het verschil zeer gering is. Toch kunnen beide onderzoeken niet zomaar vergeleken worden. De belangrijkste redenen hiervoor zijn:

- Gebruikte methodiek:
  - Marktmonitor logt URL's terwijl Webmeter meet door middel van meetcodes.
- Niet-volledige codering van de STIR-websites: Marktmonitor meet altijd alle pagina's, terwijl niet altijd alle pagina's een STIR-meetcode voor de Webmeter bevatten.
- Metingen van third party content:
  - dit wordt in Marktmonitor altijd alleen onder de URL van de contentleverancier gemeten, terwijl in Webmeter het ook wordt gemeten onder de website die de content weergeeft. Voorbeeld: content van Telegraaf op MSN (msn.telegraaf.nl) wordt in de Marktmonitor alleen geteld bij telegraaf.nl, terwijl dit in Webmeter onder MSN wordt gemeten.
- Metingen van de door de gebruiker ingestelde startpagina:
  - Marktmonitor meet alleen pagina's die het directe gevolg zijn van een 'user action', zoals klikken, adres intypen, gebruik back en forward button, echter meet dus geen ingestelde startpagina's.
- Verschillende meetperiodes: de Marktmonitorresultaten geven een gemiddelde over 12 maanden, terwijl de Webmeter maandelijkse resultaten zijn.
- Kleinere steekproef:
  - het Internet Marktmonitorpanel is 1.000 leden groot, terwijl het Webmeterpanel 10.000 leden groot is.
- Mogelijkheid tot het tijdelijk uitschakelen van de Marktmonitormetingen door de pauzeknop in te schakelen. Dit zal met name bij 'privacy-gevoelige' websites gebeuren (bijv. telebankieren).

Zoals gezegd wordt om verwarring met de Webmetercijfers te voorkomen bij de Internet Marktmonitor geen bereikcijfers weergegeven.