

1. Inleiding

In 2010 zal STIR voor het eerst het Internet Jaarboek elektronisch publiceren in plaats van op papier. STIR heeft hiermee als de toegankelijkheid van de data te vergroten en een breder publiek te bereken. Het boek zal kosteloos in delen verschijnen en regelmatig geactualiseerd worden. In het overgangsjaar 2009 is geen jaarboek verschenen, maar daar waar mogelijk zal in de nieuwe versie referentiemateriaal uit 2008 gebruikt worden zodat geen informatie verloren gaat.

Het afgelopen jaar is een belangrijk jaar geweest voor STIR. De exploitanten die zich vanaf het begin af aan verenigd hebben in de Stichting Interactieve Reclame participeerden in een nieuwe Joint Industry Committee (JIC), waarbij de adverteerders (BVA) en mediabureaus (PMA) mede-opdrachtgever zijn geworden van het online bereiksonderzoek. De JIC-STIR is daarmee op dezelfde wijze georganiseerd als het televisie-, print en buitenreclame onderzoek in Nederland.

De exploitanten binnen JIC STIR hebben zich bij aanvang van de nieuwe organisatie verenigd in VINEX, wat staat voor Verenigde Internetexploitanten.

1.1 De onderzoeken van JIC STIR

In het Internet Jaarboek zullen alle onderzoeken van JIC STIR behandeld worden. Dat zijn naast de Webmeter, de Internet Marktmonitor en de Establishment Survey. Hieronder vindt u een korte beschrijving van elk van de onderzoeken:

1. Establishment Survey (elk halfjaar)
 - a. IJkonderzoek voor de Webmeter
 - b. Bron voor standaarddata m.b.t. internetconsumptie
2. Internet Marktmonitor (elk halfjaar)
 - a. benchmarkonderzoek voor de Webmeter
 - b. meet alle websites in plaats van alleen de STIR-aangesloten websites
3. Webmeter (maandelijks)
 - a. online bereiksonderzoek dat als standaard dient in de Nederlandse markt
 - b. gedetailleerde informatie per website/channel over het netto bereik, contactfrequentie en profiel van bezoekers.

De Webmeter, het belangrijkste onderzoek van JIC STIR, is door Intomart GfK en Nedstat ontworpen om een volledig en representatief beeld van het surfgedrag van de online populatie in Nederland te meten. Dit wordt bereikt door:

- een representatief geselecteerd panel;
- uitgebreide registratie van de achtergrondkenmerken van elk panellid;
- registratie van het surfgedrag per online panellid vanaf elke locatie (thuis, werk, school/universiteit, onderweg en elders);
- registratie van surfgedrag naar websites in de loop van de tijd;

De Webmeter heeft primair als doel om het bereik en de overlap van websites te meten. Hierdoor kunnen mediaplanners reclamecampagnes beter inplannen en kunnen website-eigenaren en exploitanten het profiel van hun bezoekers continu analyseren.

In de navolgende hoofdstukken worden elk van de onderzoeken uitvoerig besproken en vindt u de belangrijkste resultaten van die onderzoeken.

Naast de drie genoemde onderzoeken vindt u ook analyses van aanvullende studies binnen STIR, namelijk de fusie tussen NOM- en STIR-data en het streamingproject zoals STIR dat heeft uitgevoerd met de Stichting Kijkonderzoek (SKO).