

Datum: 8 maart 2010

## STIR geeft tenderdocument vrij

### Meten van reclamebereik als eis

Na een intensieve verkenning van de eisen en wensen van de marktpartijen, heeft JIC STIR een tenderdocument opgesteld voor het online bereiksonderzoek voor de periode van 2011-2013, met een optie tot verlenging met twee jaar.

Het contract voor de komende periode is opgedeeld in vier deelcontracten:

- Contract 1. Het online bereiksonderzoek.
- Contract 2. Een zichtbaarheidsonderzoek t.b.v. het bepalen van contactkansen.
- Contract 3. Aanvullende onderzoeken (de huidige Internet Marktmonitor en STIR Labs).
- Contract 4. Auditing van het meetproces en de bereikcijfers.

### Reclamebereik

Belangrijk verschil ten opzichte van het huidige onderzoek is dat JIC STIR het meten van reclamebereik als eis stelt. JIC STIR heeft niet het doel om zelf de data te gebruiken als eenheid om af te rekenen. Het is wel gewenst dat de data beschikbaar worden gesteld aan marktpartijen die ermee kunnen afrekenen. Daarmee neemt de bruikbaarheid van de online bereikcijfers voor adverteerders en mediaplanners toe. Voorwaarde is dat de frequentie van de rapportage wordt verhoogd van maandelijks naar wekelijks en mogelijk zelfs naar dagelijks.

### Hybride

JIC STIR vraagt verder aan onderzoeksbureaus om de mogelijkheid van een hybride meetsysteem te verkennen. Bij hybride meten wordt een panelonderzoek gecombineerd met een systeem waarin alle internetverkeer wordt gemeten (ongefilterd, buiten een panel om). Het panel zorgt dan voor normcijfers voor unieke bezoekers, bereikopbouw en de profielen. Het ongefilterd meten levert de volume metrics.

In november 2010 hoopt JIC STIR een keuze te kunnen maken voor het bureau dat het online bereiksonderzoek in Nederland vanaf medio 2011 gaat uitvoeren.

---

### Einde van het persbericht.

Voor meer informatie:  
JIC STIR  
Frans Kok (directeur)  
06-39473950  
[f.kok@stir.nl](mailto:f.kok@stir.nl)