

Datum: 1 november 2011

TITEL: JIC STIR tekent contract nieuw bereiksonderzoek

Gisteren is het contract getekend tussen JIC STIR en het consortium van Intomart GfK/comScore, waarmee een definitief startschot is gegeven voor het nieuwe online bereiksonderzoek in Nederland. Het onderzoek zal lopen van 2012 tot en met minimaal 2014.

Vooraf het meten van reclamebereik is een belangrijke vernieuwing in het onderzoek. Bij het meten van reclamebereik zal de optie worden aangeboden om de zichtbaarheid van de online uitingen mee te nemen. Maar ook een groter panel van 25.000 personen (6 jaar en ouder) en de hoge frequentie van rapporteren zullen de meerwaarde en bruikbaarheid van het onderzoek voor planners en adverteerders fors doen toenemen. Het bereik van websites wordt straks wekelijks uitgeleverd en voor gerealiseerd campagnebereik zijn dagelijks cijfers beschikbaar.

Andere belangrijke vernieuwingen zijn:

- Meten van de tijd die men op een website doorbrengt.
- Meten van streams.
- Meten van alle websites, met of zonder meetcode.
- Van websites en content voorzien van een meetcode worden alle bezoeken en contacten gemeten zodat ijking en controle mogelijk is (hybride meetmethode).

Frans Kok, directeur van JIC STIR, zegt hierover: *“Na een intensieve tenderperiode van meer dan twee jaar, staan nu alle seinen op groen. We gaan op volle kracht bouwen aan een revolutionair nieuw onderzoek. Ik ben enorm trots op de Technische Commissie en het Bestuur van JIC STIR, die gekozen hebben voor een ambitieus en toonaangevend onderzoek.*

Leendert van Meerem, algemeen directeur Intomart GfK: *“Bij een innovatief medium hoort een innovatief onderzoek. Wat we nu met STIR gaan doen, loopt voorop in het internet onderzoek. Wij zijn voor andere vooraanstaande internetlanden een voorbeeld. Wij zijn er trots op daaraan onze bijdrage te leveren.”*

Einde persbericht.

Voor meer informatie:

JIC STIR

Frans Kok (directeur)

06-39473950

f.kok@stir.nl