

P E R S B E R I C H T - 6 april 2009

## STIR en NOM publiceren gecombineerd bereik

*Datafusie print en online een feit*

De Stichting Internetreclame (STIR) en het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) publiceren binnenkort hun eerste databestand met daarin het gecombineerde bereik van print en online. Daarmee is een langgekoesterde wens in vervulling gegaan, namelijk het inzichtelijk maken van de overlap in het bereik tussen een papieren titel en online titel. In de tijd dat de roep om meer inzicht in het crossmediale bereik van media steeds luider wordt is dit een uniek project, niet alleen in Nederland maar ook in Europa.

Met de publicatie van het databestand is een eind gekomen aan een lange periode van testen en valideren. Al met al hebben NOM en STIR ruim twee jaar over het project gedaan. Wim Driehuis, voorzitter van NOM zegt hierover: “We hebben gezocht naar de juiste techniek die het gecombineerd bereik van print en online kan produceren. De onderzoekers van NOM en STIR hebben samen met Pointlogic, die de opdracht voor de fusie van de twee bestanden heeft gekregen, een methode ontwikkeld die aan alle eisen voldoet. Daarbij zijn ze bijgestaan door een buitenlandse deskundige op het gebied van fusie van mediabestanden, Dr J. Collins van MRI in de Verenigde Staten.”

Datafusie is een zeer complexe techniek, waarbij twee databestanden aan elkaar worden gekoppeld. Aan een basisbestand, in dit geval de NOM Doelgroep Monitor, met daarin de leesansen van dagbladen en tijdschriften worden kansen voor het bezoek aan websites toegevoegd. Die zijn afkomstig van STIR, waar dagbereik als eenheid is genomen. Met behulp van zogeheten koppelvariabelen wordt gekeken of een respondent uit het ene onderzoek een ‘broertje of zusje’ heeft in het andere onderzoek. Als dat het geval is worden leeskenmerken van de NOM-respondent gekoppeld aan de surfkenmerken van de STIR-respondent.

Met het nieuwe databestand kan berekend worden wat bruto en netto bereik is van een combinatie van print titels en internet sites. Dat betekent dat zowel het exclusief bereik van beide media als het overlap geanalyseerd kan worden. Jeroen Cnossen, voorzitter van STIR: “Dit was een belangrijke wens van vooral de uitgevers van printtitels die in de afgelopen jaren steeds meer zijn gaan investeren in hun on-line producten. Met het nieuwe bestand worden zij in staat gesteld om het gecombineerd bereik van hun print- en internetactiviteiten inzichtelijker te maken richting adverteerders en bureaus. Andersom krijgen adverteerders en bureaus een meer informatie op strategisch niveau over de verhoudingen tussen print- en internetbereik.”

Het gefuseerde bestand zal tweemaal per jaar aan de markt geleverd worden en zal telkens op de meest recente NOM Doelgroep Monitor en STIR Webmetergegevens gebaseerd zijn.

Einde persbericht

***Niet voor publicatie:***

---

Voor meer informatie over het datafusiebestand van STIR en NOM kunt u contact opnemen met:

Wim Driehuis , voorzitter NOM: T: 020-4309112

Jeroen Cossen, voorzitter STIR T: 06-23939455