

STIR: Wat vertellen de cijfers ons nog meer?

Het maandelijks Internet Bereiksonderzoek van STIR speelt in de online markt een steeds belangrijkere rol waar het gaat om het leveren van consistente cijfers. STIR geldt inmiddels als onafhankelijke autoriteit op dit gebied.

De data is zeer waardevol en goed bruikbaar voor de planning van online campagnes, voor doelgroepplanning, Umfeldplanning en uiteraard om zo efficiënt mogelijk te selecteren.

Cebuco heeft een aantal onderwerpen geselecteerd en een korte analyse uitgewerkt. De onderwerpen die de komende maanden aan bod komen zijn: vakantie, mobiele telefonie, automotive, financiële diensten en middelen en huishoudproducten. Geplaatst in de context van de dagbladsites.

Deel I: Vakantie

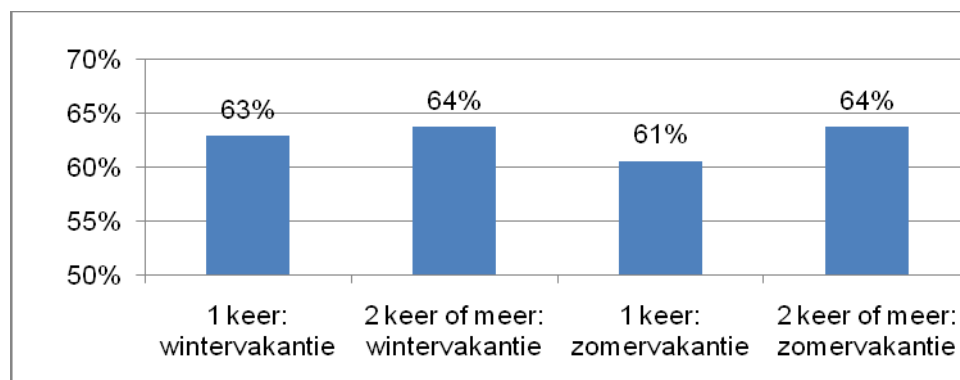
Dagbladsites presteren bovengemiddeld bij de vakantieganger

In de serie 'Wat vertellen de cijfers ons nog meer' trappen we af met het onderwerp: **vakantie**.

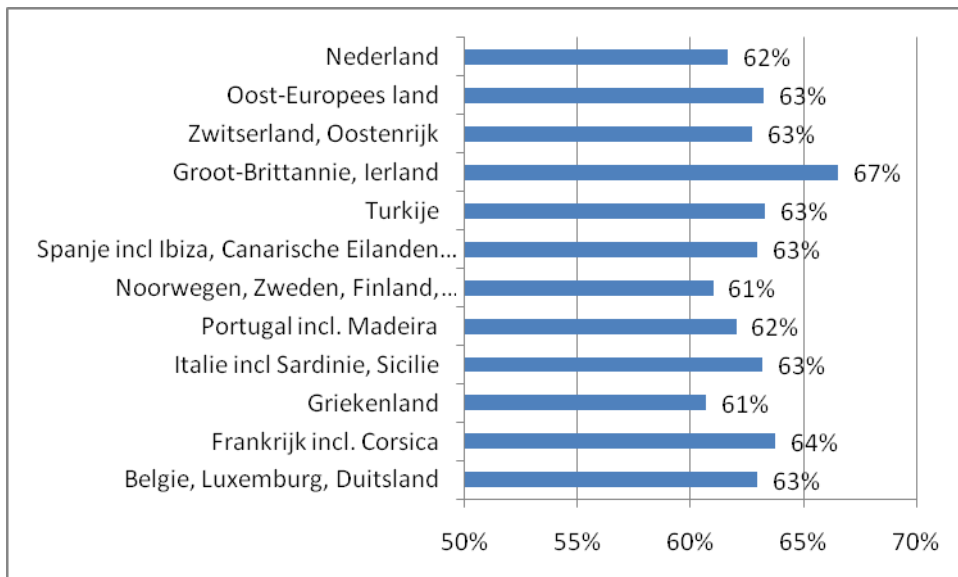
"65% van alle reizen en vakanties worden gekocht via internet". Tel daarbij op, dat internet een nog grotere rol vervult bij de behoefte aan voorinformatie, en we kunnen concluderen dat online media niet mag ontbreken tijdens het communicatieproces.



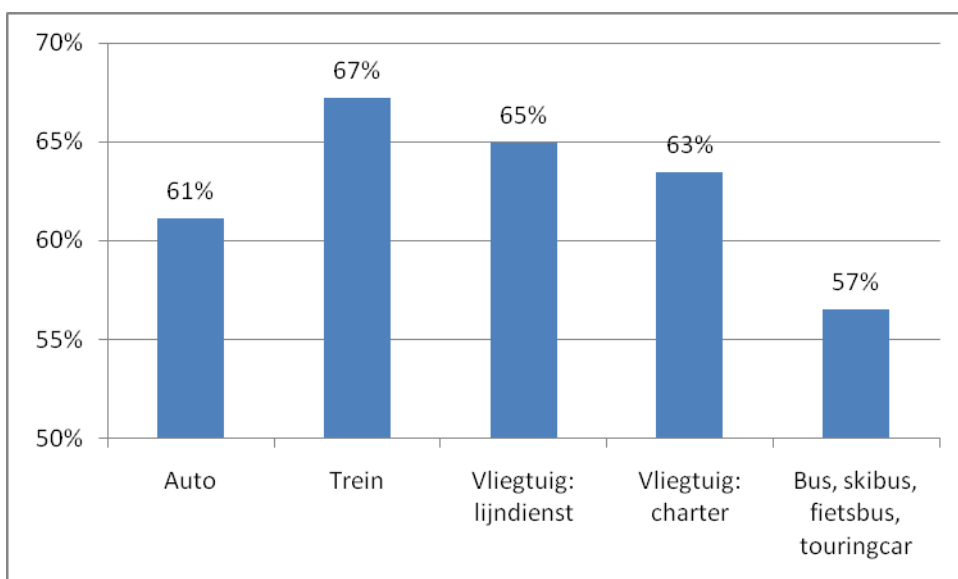
De bezoekers van dagbladsites zijn echte vakantiegangers. Na een maand is een gemiddeld bereik gerealiseerd van ruim 60%. Bij personen die minimaal 2x per jaar op vakantie gaan wordt een nog hoger gemiddeld bereik gerealiseerd (64%). Dit resulteert in een selectiviteitsindex van 129, wat hoog genoemd mag worden voor nieuwssites die maandelijks in totaal ruim 6.776.875 unieke bezoekers trekken.



Ook levert STIR inzicht in vakantiebestemmingen. De volgende landen leveren in absolute aantallen het meeste bereik op: Nederland (4.237.875 unieke personen), België/Luxemburg en Duitsland gezamenlijk 2.117.125 unieke personen en Frankrijk 1.548.375. Groot-Brittannië en Ierland zijn de populairste landen in percentages. Er is geen vakantieland dat onder de 60% gemiddeld bereik per maand scoort, dit is echt een prima prestatie. De grootste uitschieter is Zuidoost Azië, dit gebied realiseert een gemiddeld bereik van ruim 72% binnen een maand.



Hoe reizen onze bezoekers van dagbladsites? De auto is verreweg het populairst. Ruim 5.576.250 unieke bezoekers per maand van de dagbladsites geven de voorkeur aan de auto. Dit is ook in lijn met de favoriete vakantiebestemmingen (Nederland, België, Duitsland en Frankrijk). In percentages realiseert de trein het hoogste bereik.



De bezoekers van dagbladsites gaan goed voorbereid op reis. Binnen een maand realiseren de dagbladsites een gemiddeld bereik van 65% van personen die een reisverzekering hebben afgesloten (selectiviteitsindex 131, absoluut: gemiddeld 4.546.500 unieke personen per maand).

67% van de bezoekers van dagbladsites boekt online zijn of haar vakantie, dit is net iets hoger dan het landelijk gemiddelde van 65%.

Conclusies:

- **Het potentieel aan vakantiegangers op de dagbladsites is zeer massaal.**
- **De dagbladsites kunnen in korte tijd een enorm absoluut bereik genereren (zeker voor seizoensgebonden producten en aanbiedingen).**
- **De individuele dagbladsites en -pagina's bieden voldoende mogelijkheden om zeer selectief te plannen.**



De Stichting Internet Reclame (STIR) is een onafhankelijk orgaan en stelt zich ten doel meer inzicht te verschaffen in online bereik en profielen. De STIR kent inmiddels 58 leden, alle dagbladexploitanten zijn lid van STIR. Het bereik van alle sites van de STIR leden bedraagt nu ongeveer 98% onder alle internetters van 13 jaar en ouder.

Het Internet Bereiksonderzoek wordt in opdracht van STIR uitgevoerd door Intomart GfK in samenwerking met Nedstat. Via speciale analysesoftware kunnen bereiksanalyses gemaakt worden van alle STIR-data.

Naast socio-demografische, worden de volgende achtergrondkenmerken gemeten: aankopen via Internet, interesses en lifestyle, gebruik andere media en internet-demografische kenmerken.

Amsterdam, 11 november 2009.

Cebuco, voor meer informatie: info@cebuco.nl

Bron: Doelgroeponderzoek van STIR, 1HY 2009.