

# The Next Web 2007

## highlights

Een kwantitatief onderzoek naar bekendheid,  
gebruik en toegevoegde waarde van Web 2.0  
onder Nederlandse consumenten

### AUTEURS

drs. Hanneke Vos

drs. Arjan van Geel

### DATUM

AMSTERDAM, MEI 2007



## Vooraf

- Opzet
- Samenvatting

## Resultaten

- Internetgebruik algemeen
- Kennis, gebruik en toegevoegde waarde Web 2.0.
- Online netwerken
- Bloggen

- Dit rapport bevat een beknopte samenvatting van alle resultaten van het onderzoek. Ter illustratie van de hoofdlijnen is een beperkt aantal grafieken met algemene resultaten opgenomen in het rapport.
- In de analyses zijn doelgroepverschillen (leeftijd, geslacht en opleidingsniveau) getoetst voor alle resultaten.
- In het onderzoek zijn ook een aantal open vragen gesteld aan de Nederlandse consument, bijvoorbeeld met betrekking tot de betekenis, motieven en toegevoegde waarde van het gebruik van Web 2.0, online netwerken en blogs. Ook is gevraagd naar redenen om juist niet actief te zijn. Deze vragen zijn door middel van kwalitatieve analyses beantwoord.
- De belangrijkste algemene bevindingen en doelgroepverschillen zijn wel opgenomen in de samenvatting, maar doelgroepverschillen en kwalitatieve analyses zijn niet in dit highlight-rapport opgenomen.
- Indien je geïnteresseerd bent in alle resultaten, tabellen en alle antwoorden op de open vragen kun je het volledige rapport opvragen bij [hanneke@ruigroknetaanel.nl](mailto:hanneke@ruigroknetaanel.nl).

# Vooraf



- ◉ Doel
  - Het doel van het onderzoek is vaststellen hoe het fenomeen Web 2.0 bekeken wordt vanuit de ogen van de consument. Kortom: Het wie, wat, waar en waarom van de Nederlandse consument op Web 2.0.
  
- ◉ Thema's
  - Hoe bekend is het fenomeen Web 2.0 eigenlijk?
  - Hoe actief zijn consumenten op Internet en hoe staan ze tegenover verschillende issues, zoals privacy, spam, advertentiebanneren en betaalde diensten?
  - Welke toepassingen kennen en gebruiken consumenten en waaraan hechten ze de meeste waarde?
  - Hoe en waarom zijn consumenten actief op online netwerken?
  - En hoe zit het met het lezen en bijhouden van blogs in Nederland?
  - Wat levert Web 2.0, netwerken en bloggen uiteindelijk op?
  
- ◉ Uitvoering
  - Kwantitatief online onderzoek
  - Data werden verzameld van 11 april tot en met 17 april 2007
  - Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1.052 (41% respons)
  - Steekproefomvang: 2.587

- In onderstaande tabel is de verdeling van de respondenten van dit onderzoek weergegeven, uitgesplitst naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.

	Totaal	Geslacht		Leeftijdscategorie			Opleidingsniveau		
		Man	Vrouw	jonger dan 35 jaar	35 t/m 54 jaar	55 jaar en ouder	Laag	Middel	Hoog
Alle respondenten	1.052	499	553	336	431	285	339	414	299
Web 2.0 ers	873	412	461	306	356	211	283	345	245
Online netwerkers	436	213	223	229	140	67	137	178	121
Bloglezers	353	163	190	162	129	62	99	137	117
Bloggers	119	53	66	77	32	10	38	48	33

# Samenvatting



## Web 2.0 algemeen

- Het begrip Web 2.0 is bij een ruime meerderheid van de Nederlandse consumenten onbekend. Wel gebruikt een ruime meerderheid diverse Web 2.0 sites en/ of toepassingen. Marktplaats, Wikipedia, YouTube en Hyves zijn de meest gebruikte Web 2.0 toepassingen.
- Marktplaats, Wikipedia en Hyves zijn voor de consument de meest belangrijke sites.
- Foto's worden door maar liefst de helft van de Nederlandse consumenten gedeeld. Overige zaken worden minder vaak gedeeld op internet, zoals muziek, video's en links.
- Actief zijn op Web 2.0 toepassingen gaat vooral ten koste van gebruik van andere media: televisie kijken, boeken, kranten en tijdschriften lezen.
- Energie steken in Web 2.0 is voor de meerderheid van de consumenten rendabel en zinvol: het levert vooral kennis, geld, communicatie, plezier, nieuwe contacten, mogelijkheden tot expressie en zakelijk succes op. Echter, sommige consumenten vinden dat Web 2.0 helemaal niets oplevert.
- De meerderheid van de consumenten ergert zich in grote mate aan advertentiebanneren en maakt zich zorgen over de privacy van gegevens op internet.



## Doelgroepverschillen

- ◉ Web 2.0 een echt mannending: Vooral mannen kennen en gebruiken diverse Web 2.0 sites en toepassingen, steken meer tijd in Web 2.0 en halen er meer uit dan vrouwen. Echte fanatiekelingen zijn dan ook vaker man dan vrouw.
- ◉ Mannen en vrouwen leveren in vergelijking andere activiteiten in om tijd te besteden aan Web 2.0: mannen sporten, werken en slapen minder en gaan minder uit, vrouwen leveren tijd om te besteden aan shoppen en winkelen in.
- ◉ Mannen plaatsen meer en andere content op internet dan vrouwen. Mannen plaatsen relatief vaker dan vrouwen muziek, ideeën met betrekking tot een product of dienst, vakkennis en handige links of bookmarks op internet. Vrouwen plaatsen juist vaker dan mannen ervaringen met betrekking tot een ziekte of medicijn, recepten, informatie over koken en emotionele ervaringen op internet.
- ◉ Er zijn veel verschillen in de wijze waarop jongeren tot 35 jaar Web 2.0 kennen en gebruiken in vergelijking tot consumenten die ouder dan 35 zijn. Jongeren zijn over het algemeen beter bekend met de verschillende sites en toepassingen, gebruiken ze voor meerdere doeleinden, steken meer energie in Web 2.0, plaatsen meer en een grotere diversiteit aan content op internet en zijn actiever op online netwerken. Vanzelfsprekend levert het voor hen ook meer op, in vergelijking tot de oudere consument.

## Online netwerken

- 4 op de 10 Nederlanders is actief op online netwerken en dan met name op sociale netwerken. De rest heeft er geen behoefte aan of interesse in, of heeft er geen kennis over.
- Actief zijn op online sociale netwerken levert de consument vooral contact op met vrienden, kennissen, oude bekenden en nieuwe contacten. Verreweg het meest populaire online sociale netwerk is Hyves.
- De activiteit valt mee: de meerderheid van de online netwerkers besteedt maximaal 2 uur per week aan deze netwerken. Slechts een kleine groep besteedt er veel tijd aan.
- De grootste ergernissen van de consument over online netwerken zijn de afstandelijke communicatie, de openbaarheid van profielen, de interpretatiegevoeligheid van tekstuele boodschappen, de aanwezigheid van fakers, traagheid van sites en dat activiteit tijdrovend is.

## Bloggen

- De meerderheid van de Nederlanders leest nooit blogs.
- Als ze ze lezen, zijn het vooral blogs van vrienden of bekenden. 9 van de 10 bloglezers besteden maximaal 2 uur per weekaan het lezen. Een zeer kleine groep besteedt veel tijd aan het lezen van blogs.
- De inhoud, taalgebruik en afzender zijn het meest van belang om de betrouwbaarheid van een blog te bepalen.
- 1 op de 8 Nederlanders houdt een eigen blog bij, om zich te kunnen uiten, plezier te hebben, anderen te informeren, contact te houden, als naslagwerk of om geld te verdienen.

# Resultaten

## Internetgebruik algemeen

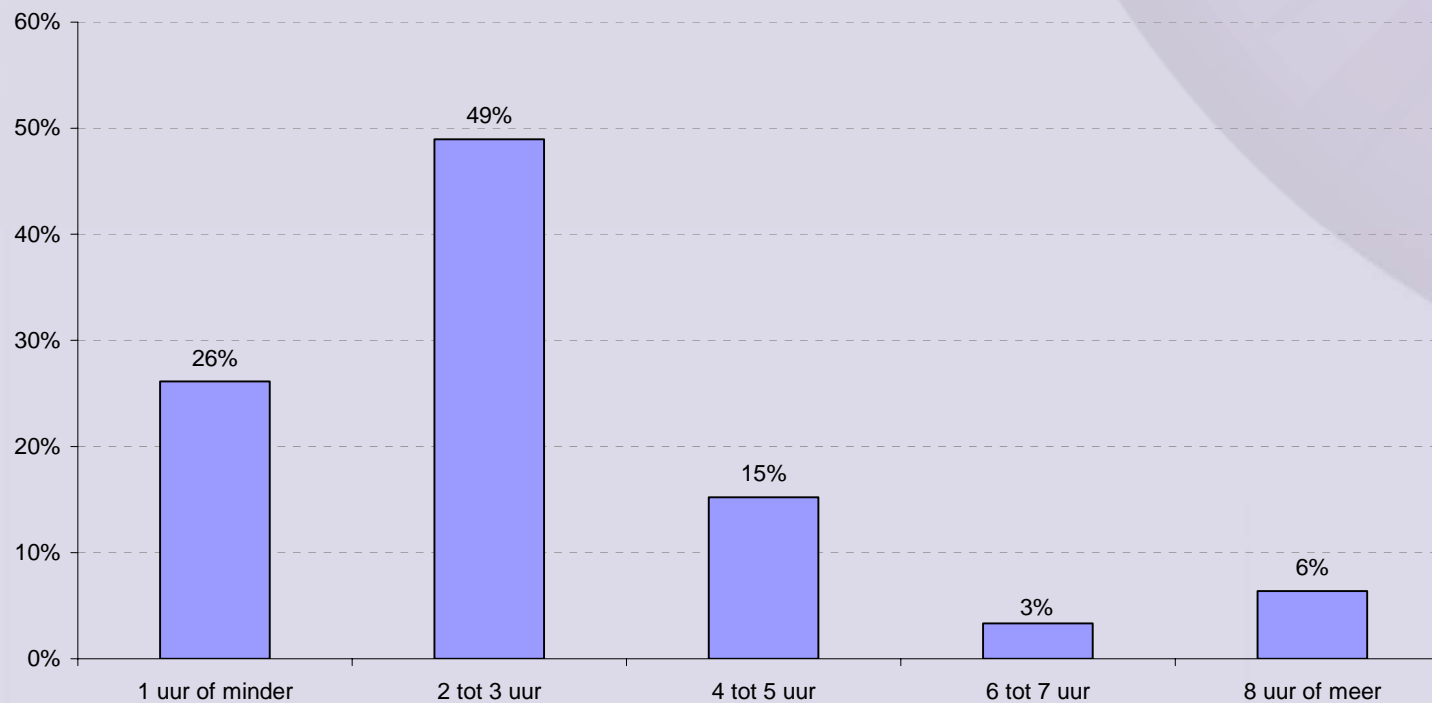


## Helpt Nederlanders 2 tot 3 uur per dag op Internet actief

Hoeveel uur per dag ben jij gemiddeld actief op internet?

Basis: Allen - in percentages (n =1.052)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- Ongeveer een kwart van de Nederlanders is één uur of minder per dag actief online\*.
- 6% van de Nederlanders besteedt per dag gemiddeld 8 uur of meer per dag actief online\*.

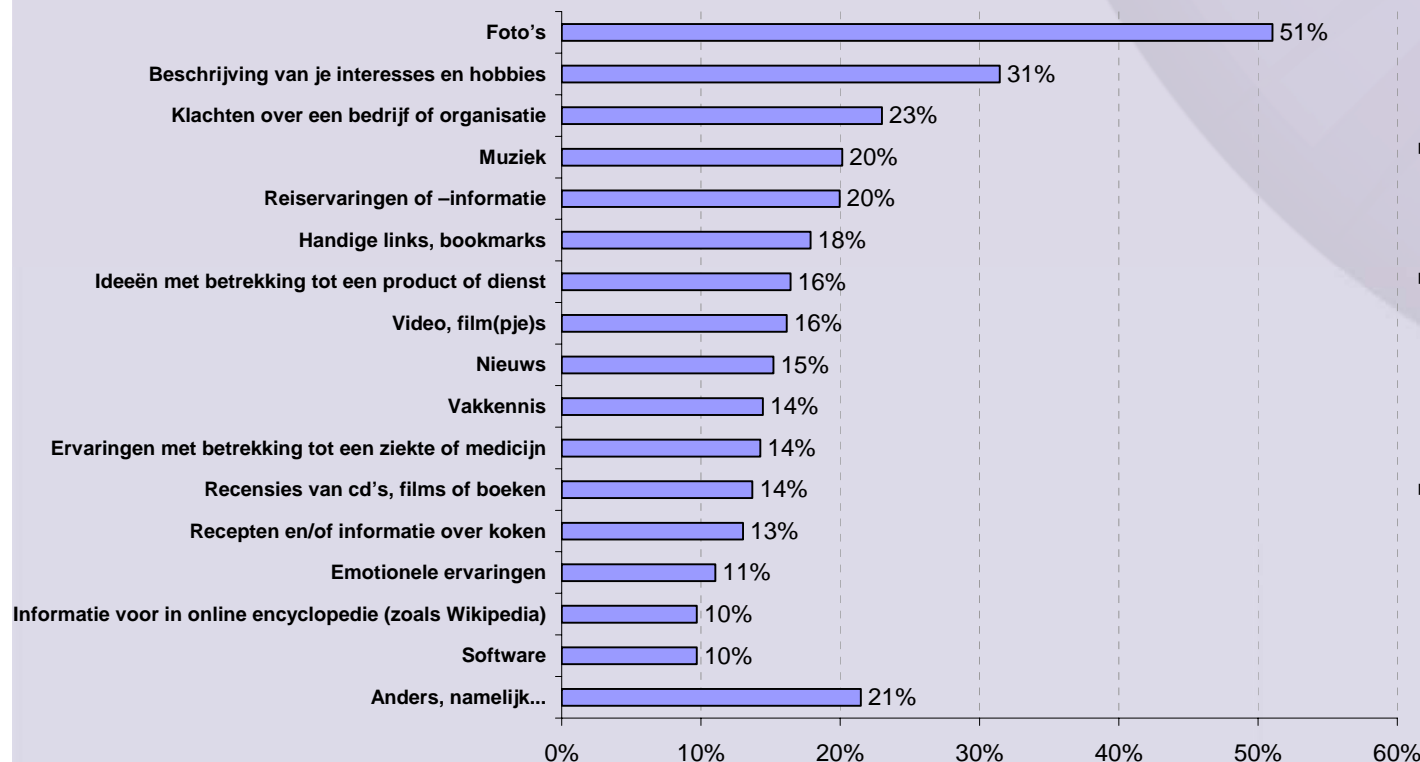
\*Hiermee bedoelen we de tijd dat men actief bezig is met surfen, mailen, etc.

## Helpt Nederlanders plaatst foto's op Internet

### Wat voor info heb je wel eens op internet geplaatst?

Basis: Allen - in percentages (n=1.052)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- Foto's (51%), interesses en hobbies (31%) en klachten over een bedrijf of organisatie (23%) worden door Nederlanders het vaakst op Internet geplaatst.
- 11% zegt helemaal niets op Internet te hebben geplaatst.
- Veel Nederlanders noemden bij 'anders, namelijk' advertenties voor het zoeken of verkopen van een product.
- Overige genoemde zaken zijn: een eigen website, een mening via een forum of weblog, persoonlijke informatie in een profiel, recensies en informatie met betrekking tot genealogie.

## Mannen en vrouwen plaatsen andere content op internet

- Mannen plaatsen vaker dan vrouwen muziek (24%), ideeën met betrekking tot een product of dienst (21%), vakkennis (21%) en handige links of bookmarks (21%) op internet.
- Vrouwen plaatsen juist vaker dan mannen ervaringen met betrekking tot een ziekte of medicijn (17%), recepten en of informatie over koken (17%) en emotionele ervaringen (13%) op internet.
- Nederlanders tot 35 jaar plaatsen vaker content op internet dan oudere Nederlanders. De grootste verschillen zijn te vinden tussen de leeftijdsgroepen jonger dan 35 jaar en 35 tot 54 jaar. Ter illustratie van deze verschillen:

	Jonger dan 35 jaar	35 tot en met 54 jaar	55 jaar en ouder
Foto's	70%	45%	37%
Video's/ filmpjes	26%	13%	8%
Bookmarks	29%	15%	9%
Recensies cd/film/boek	27%	10%	3%

# Web 2.0

## Kennis, gebruik en toegevoegde waarde

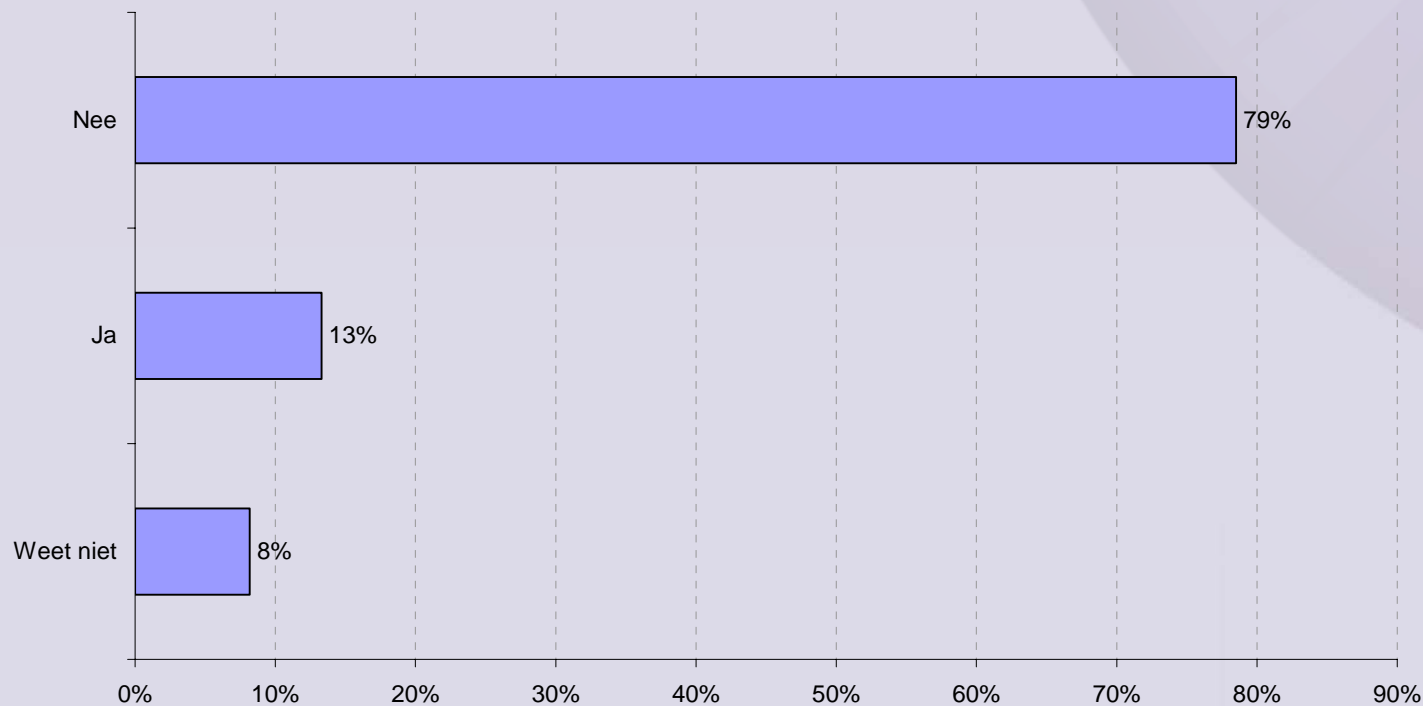


## Meerderheid heeft nog nooit van 'Web 2.0' gehoord

Heb je wel eens gehoord van de term 'Web 2.0'?

Basis: Allen - in percentages (n=1.052)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- 8 op de tien Nederlanders heeft nog nooit van de term 'Web 2.0' gehoord.
- 8% weet niet of hij of zij de term kent.
- Slechts 13% kent de term.

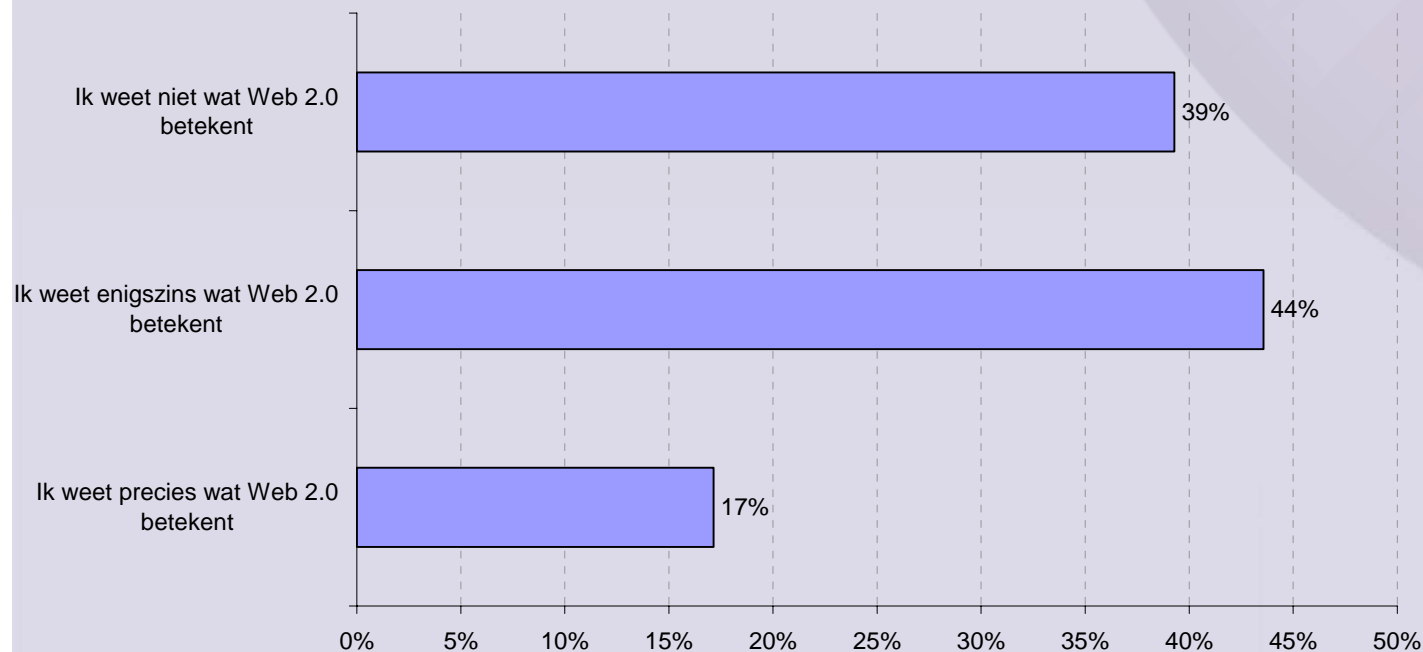


## Slechts klein aantal weet wat Web 2.0 precies is

In hoeverre heb jij een duidelijk beeld van waar deze term precies voor staat?

Basis: Respondenten die van Web 2.0 hebben gehoord - in percentages (n=140)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



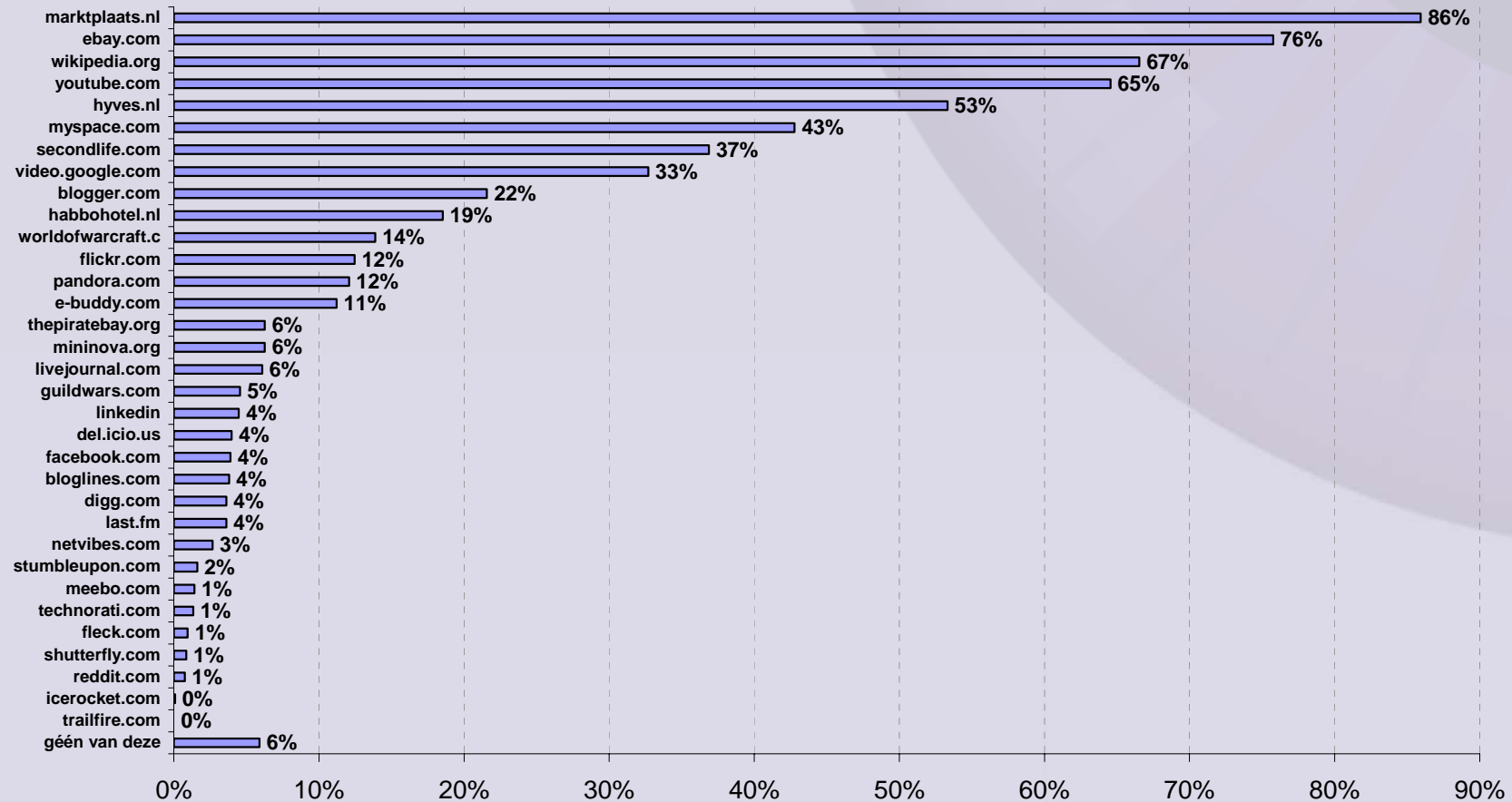
- Van de Nederlanders die wel van de term gehoord hebben, begrijpt slechts 17% precies wat het betekent.
- 44% geeft aan enigszins te weten wat Web 2.0 betekent.
- 39% weet helemaal niet waar de term voor staat.

## Marktplaats en eBay meest bekende sites

Welke van deze Web 2.0 sites en/of toepassingen ken jij (al is het maar van naam)?

Basis: Allen - in percentages (n=1.052)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



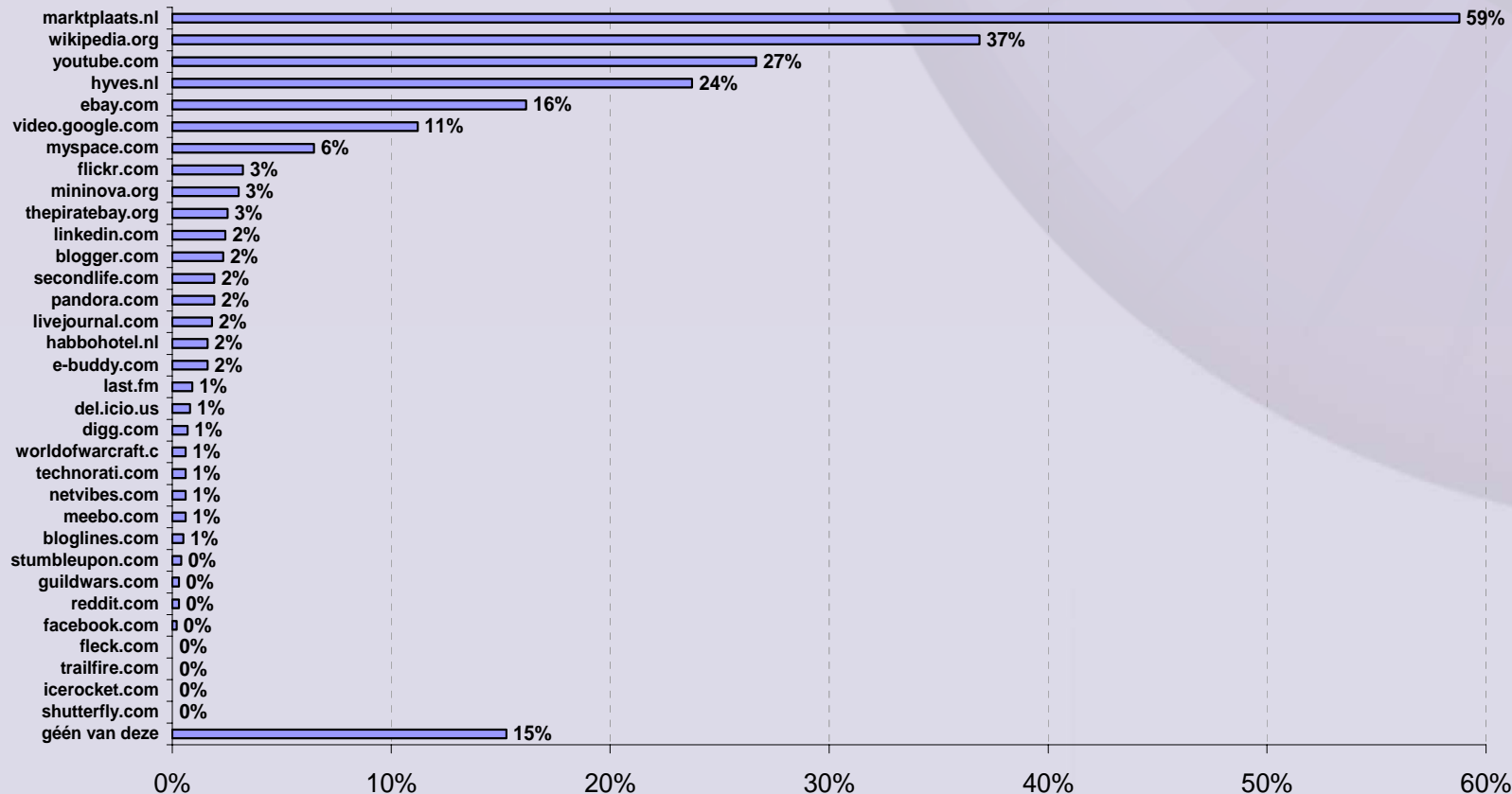
START VOORAF RESULTATEN

## Marktplaats en Wikipedia meest gebruikte toepassingen

Welke van de Web 2.0 sites en/of toepassingen die jij zojuist aangaf te kennen, gebruik je regelmatig?

Basis: Respondenten die één of meerdere Web 2.0 sites kennen - in percentages (n=990)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel

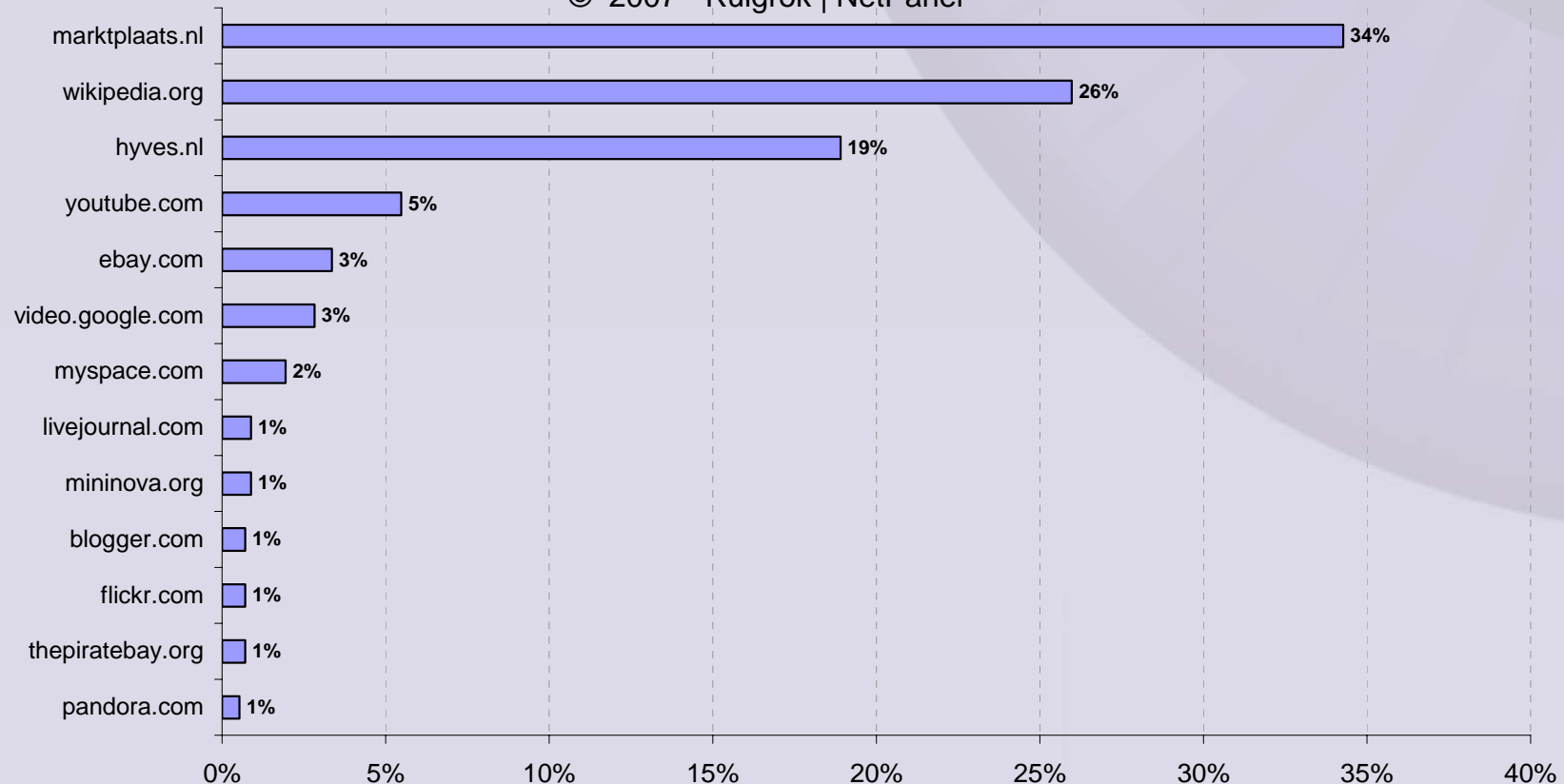


## Marktplaats, Wikipedia en Hyves meest belangrijk voor Nederlander

Welk van de Web 2.0 sites en/of toepassingen waarvan jij zojuist aangaf ze regelmatig te gebruiken, is voor jou het meest belangrijk?

Basis: Respondenten die één of meerdere Web 2.0 sites gebruiken - in percentages  
(n=566)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



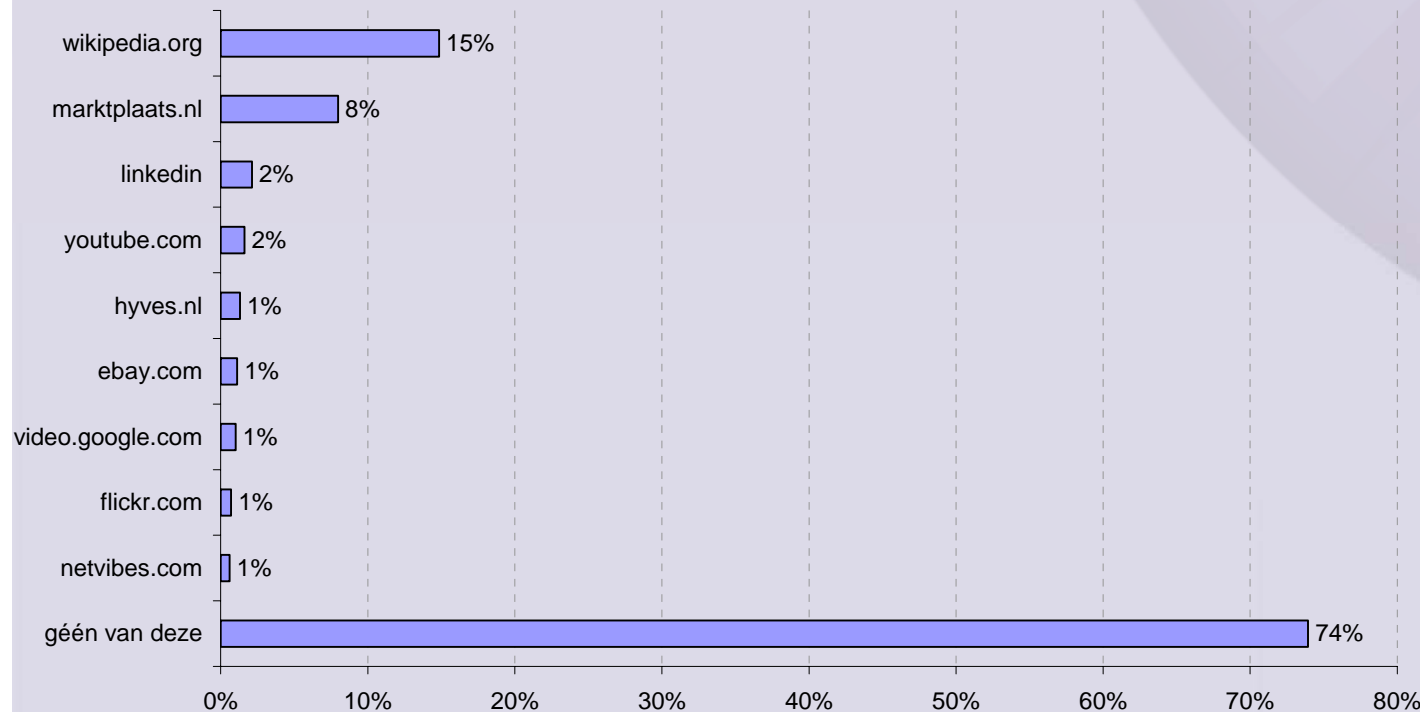
## Wikipedia en marktplaats meest gebruikt voor zakelijke doeleinden

Welk van de Web 2.0 sites/toepassingen waarvan jij zojuist aangaf ze regelmatig te gebruiken, gebruik jij (mede) voor je werk (ZAKELIJK)?

Basis: Respondenten die één of meerdere Web 2.0 sites kennen - in percentages (n=990)

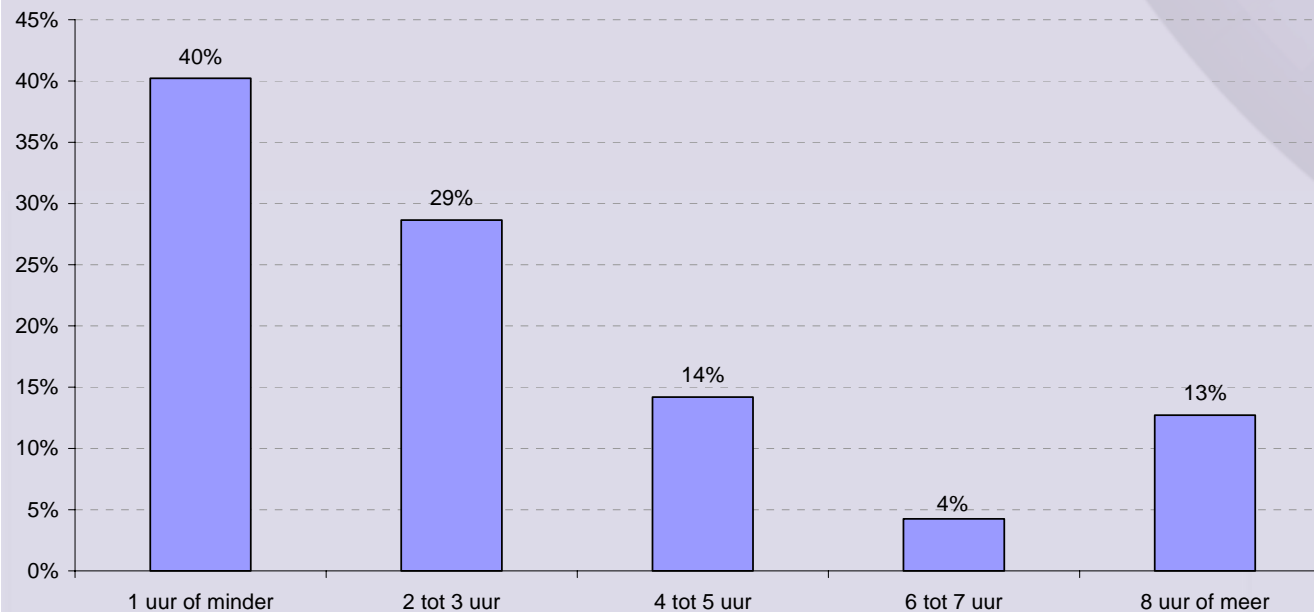
© 2007 - Ruigrok | NetPanel

- Een op de vier Nederlanders gebruikt Web 2.0 voor zakelijke doeleinden (26%).



## Meerderheid besteedt maximaal 3 uur per week aan Web 2.0.

**Hoeveel uur per dag ben jij gemiddeld aan web 2.0 sites en/of toepassingen?**  
 Basis: Respondenten die energie steken in Web 2.0 sites - in percentages (n = 873)  
 © 2007 - Ruigrok | NetPanel



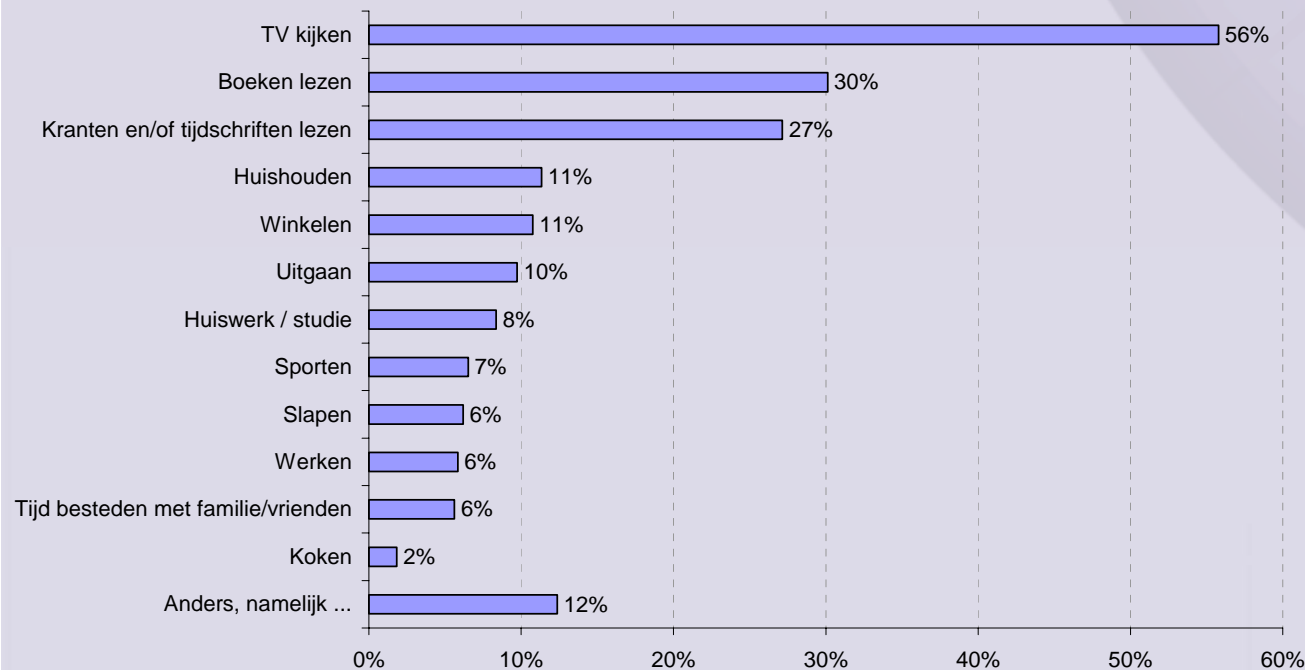
- Gemiddeld besteden Nederlanders die energie steken in Web 2.0 daar 3,8 uur per week aan.
- De meerderheid besteedt wekelijks maximaal 3 uur de tijd aan deze sites (69%).

## Web 2.0 gaat vooral ten koste van TV kijken en lezen

Geef hieronder aan welke activiteiten je nu minder vaak doet om tijd te maken voor Web 2.0. (meerdere antwoorden mogelijk, maximaal 3)

Basis: Respondenten die energie steken in Web 2.0 sites - in percentages (n=873)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



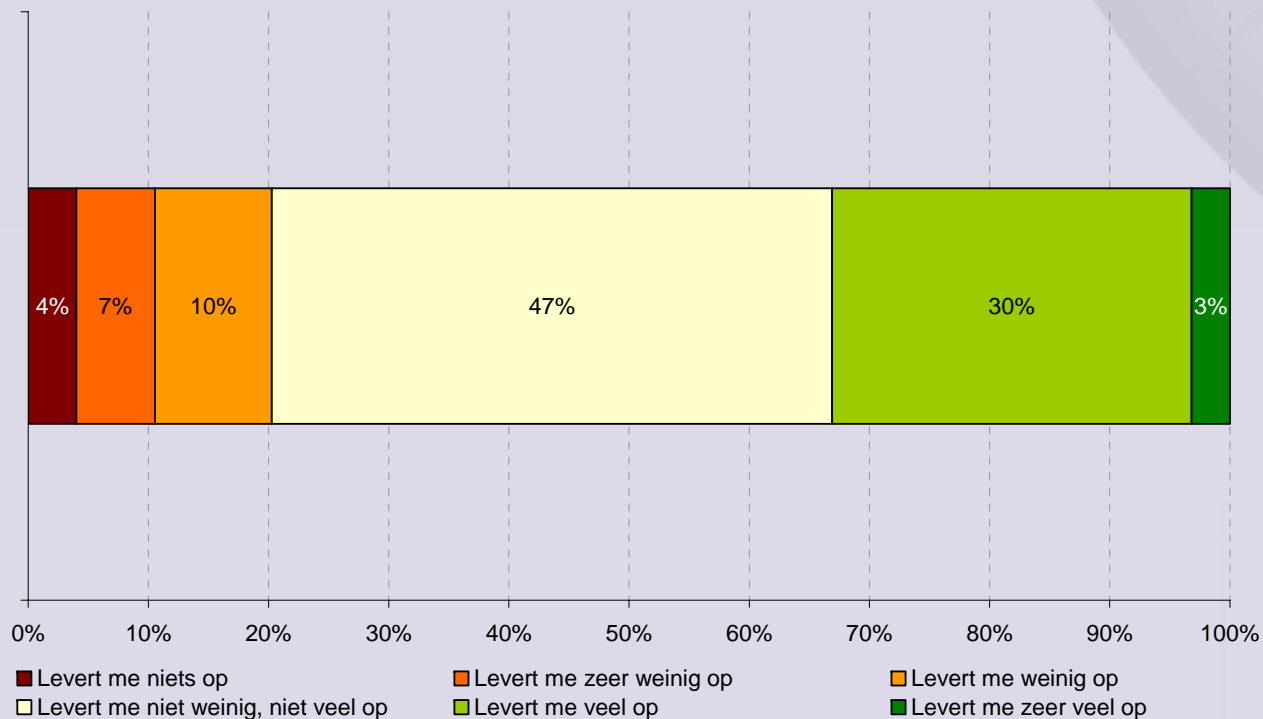
- Nederlanders die tijd en energie in web 2.0 toepassingen steken kijken daarvoor minder vaak tv, lezen minder boeken, kranten en tijdschriften.
- Slechts 6% besteedt minder tijd met vrienden en familie.

## Energie steken in Web 2.0 voor meerderheid rendabel

In hoeverre heb jij het idee dat Web 2.0 sites en/of toepassingen jou iets 'opleveren' (in de breedste zin van het woord)?

Basis: Respondenten die energie steken in Web 2.0 sites - in percentages (n=873)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- Voor 47% van de mensen die tijd en energie in web 2.0 sites stoppen levert dat niet weinig/ niet veel op.
- Voor een derde levert het (zeer)veel op
- Voor twee vijfde levert het (zeer) weinig tot niets op om tijd te steken in web 2.0.



# Online netwerken

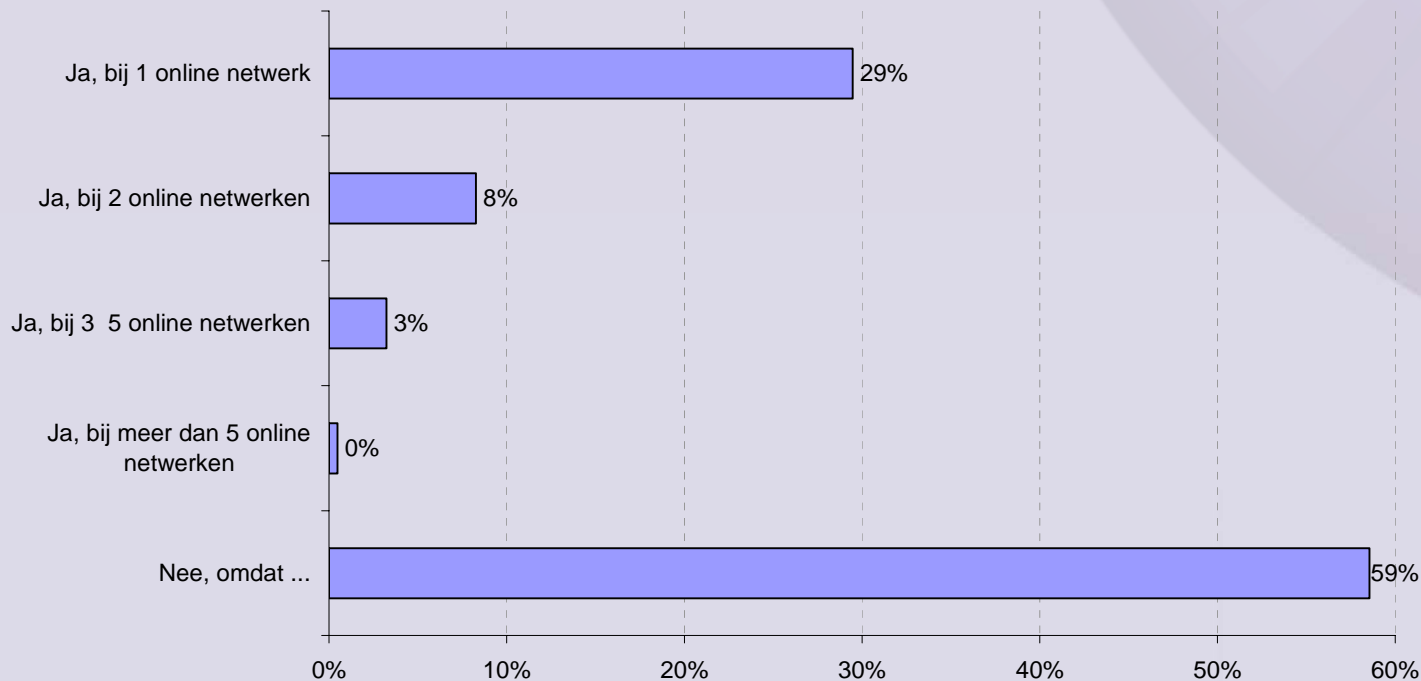


## 4 op 10 Nederlanders actief op online netwerken

Ben je momenteel actief op een (of meerdere) online netwerk(en) op internet?  
(bijvoorbeeld: Hyves, Myspace, LinkedIn, Relatieplanet)

Basis: Allen - in percentages (n=1052)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



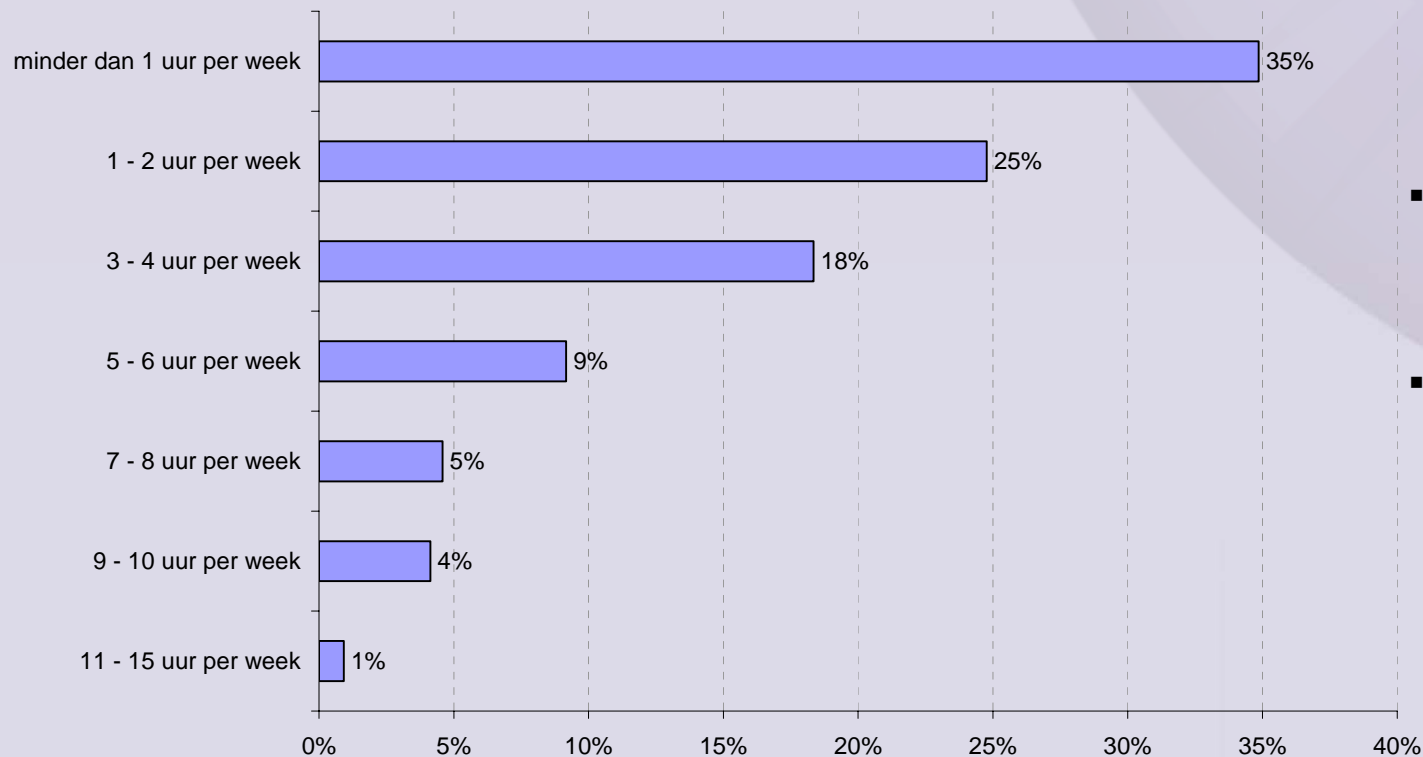
- 40% van de Nederlanders is actief op online netwerken.
- De meerderheid daarvan is slechts op één online netwerk aangesloten.
- 59% van de Nederlanders is niet aangesloten bij een online netwerk.

## Meerderheid besteedt maximaal 2 uur per week aan online netwerken

Hoeveel uur schat je gemiddeld per week hieraan te besteden (alles bij elkaar)?

Basis: Respondenten die actief zijn op online netwerk(en) - in percentages (n=436)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



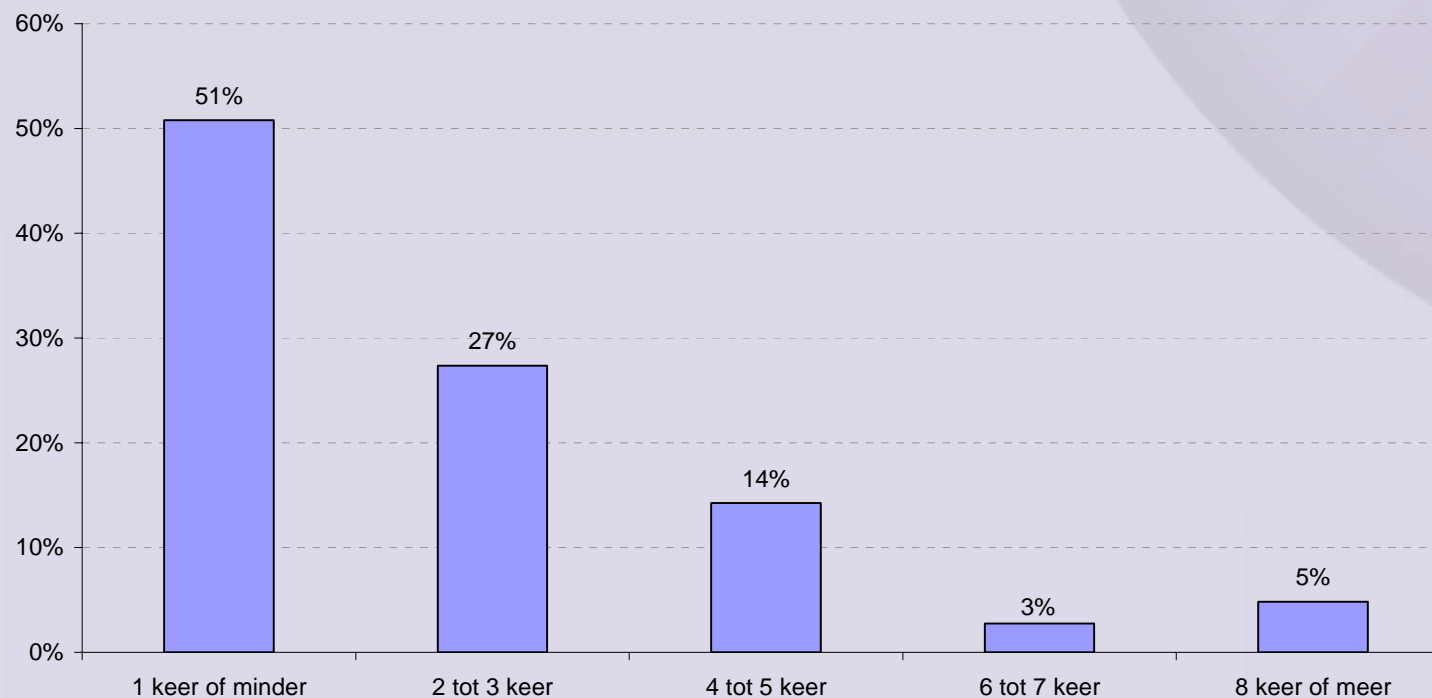
- Van de Nederlanders die tijd besteden aan Web 2.0 doet de meerderheid dat 2 uur of minder (60%).
- 27% besteedt tussen de 3 en 6 uur aan Web 2.0, 9% besteedt tussen 7 en 10 uur.
- Slechts 1 procent besteedt meer dan 10 uur per week aan online netwerken.

## Helpt logt dagelijks in op online netwerken

Hoeveel keer (momenten) per dag log jij gemiddeld in op je online netwerk(en)

Basis: Allen - in percentages (n = 435)

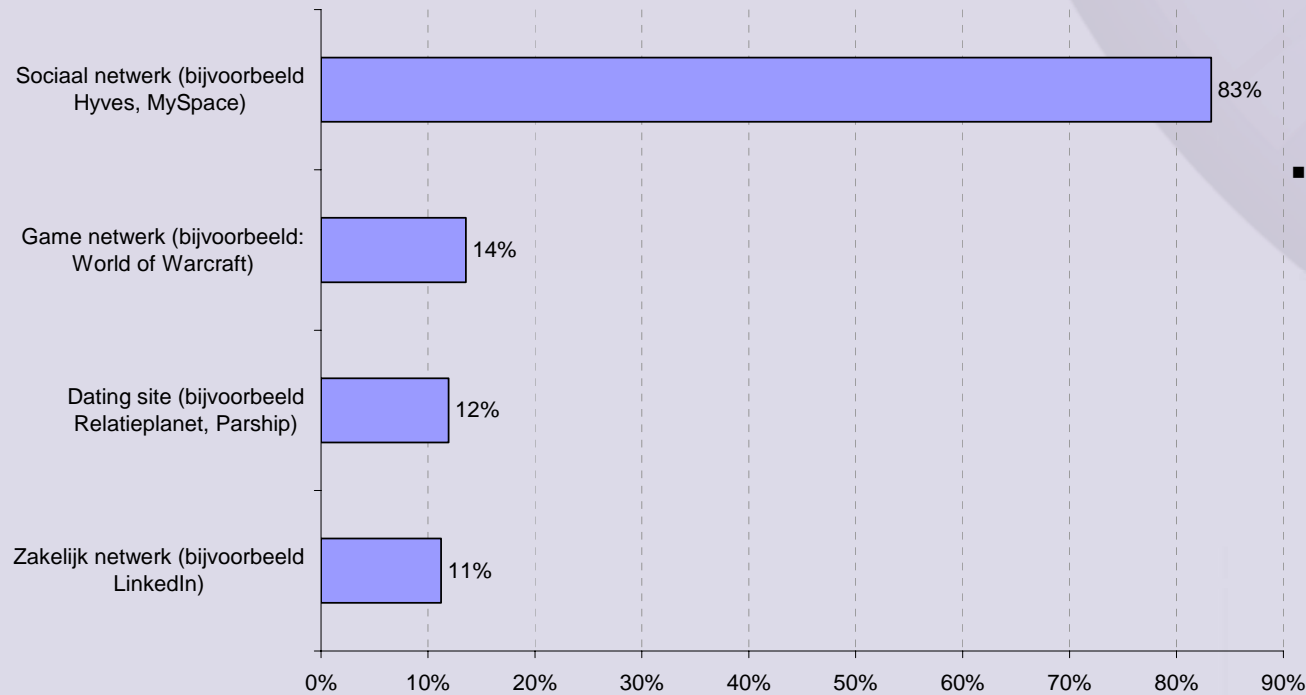
© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- 49% van de Nederlanders, die actief zijn op één of meerdere online netwerken, logt dagelijks meerdere malen in.
- 5% is zeer fanatiek, met 8 keer of meer per dag.

## Online sociale netwerken meest populair

**Geef aan bij wat voor soort online netwerk(en) je bent aangesloten?**  
 Basis: Actief op één of meerdere online netwerken op internet - in percentages (n=436)  
 © 2007 - Ruigrok | NetPanel



- Van de Nederlanders die actief zijn op online netwerken, is 83% actief op sociale netwerken.
- Gamenetwerken (14%), datingsites (12%) en zakelijke netwerken (11%) zijn aanzienlijk minder populair.

## Hyves meest populaire online sociale netwerk

*Op welk online sociale netwerk ben jij het meest actief?*

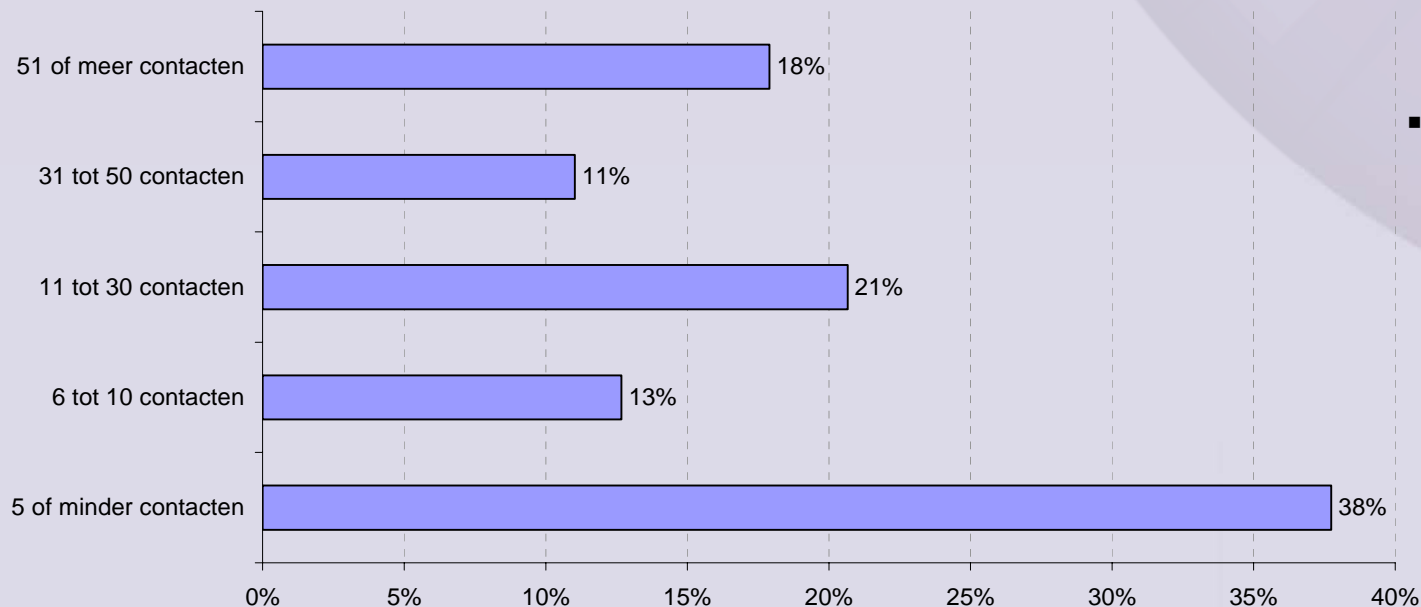
- De overgrote meerderheid (83% van alle Nederlanders die actief zijn op sociale netwerken) noemt *Hyves* als online sociaal netwerk waarop men het meest actief is.
  
- Andere sociale netwerken die regelmatig genoemd worden zijn
  - *MySpace* (8%);
  - *MSN* (7%).
  
- Overige netwerken die minder vaak genoemd worden zijn bijvoorbeeld:
  - *Facebook*;
  - *Seniorweb*;
  - *Second Life*;
  - *Schoolbank*;
  - *Habbohotel*;
  - *Hi5*.

## Aantal eerstegraads contacten varieert sterk

**Hoeveel (directe/ eerstegraads) contacten heb jij op dit sociale netwerk?**

Basis: Nederlanders actief op sociaal netwerk - in percentages (n=363)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- 38% van de Nederlanders die een account heeft op een sociaal online netwerk heeft daar 5 of minder eerstegraads contacten.
- Het gemiddeld aantal contacten op sociale netwerksites is 31, maar varieert sterk en kan hoog oplopen.

## Online sociaal netwerken levert vooral contact op met (oude) bekenden

*Wat heeft het actief zijn op een sociaal netwerk jou tot nu toe opgeleverd?*

- Actief zijn op een sociaal netwerk levert voornamelijk het volgende op:
  - Contact met oude bekenden
  - Contact met mensen waarmee normaalgesproken minder contact zou zijn;
  - Contact met mensen in het buitenland;
  - Nieuwe contacten;
  - Oppervlakkige contacten;
  - Communicatietool;
  - Een tool voor het uitwisselen van tips, foto's en informatie;
  - Plezier.
  
- Ook levert activiteit op sociale netwerken volgens een gedeelte van de netwerkers helemaal niets op

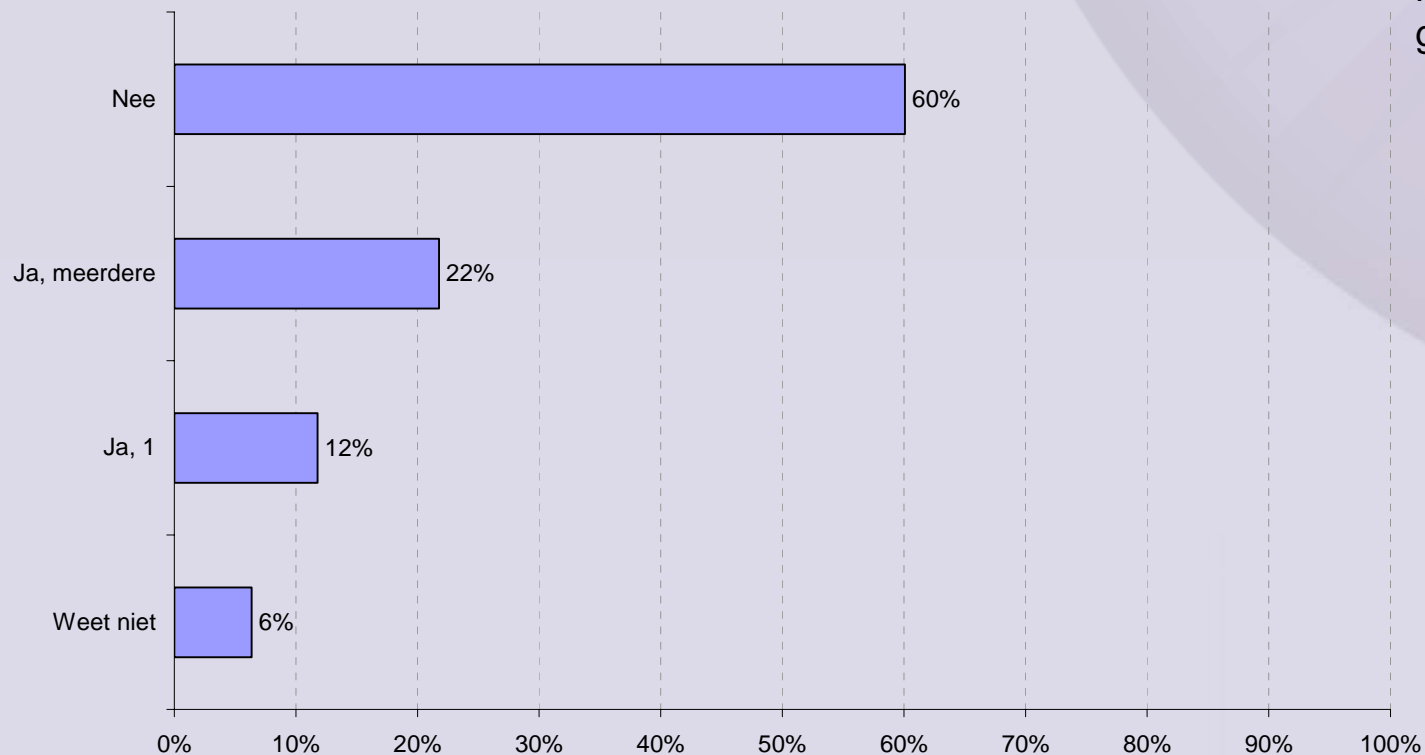


# Bloggen



## 6 op 10 Nederlanders leest nooit blogs

**Lees je wel eens blogs?**  
Basis: Allen - in percentages (n=1.052)  
© 2007 - Ruigrok | NetPanel



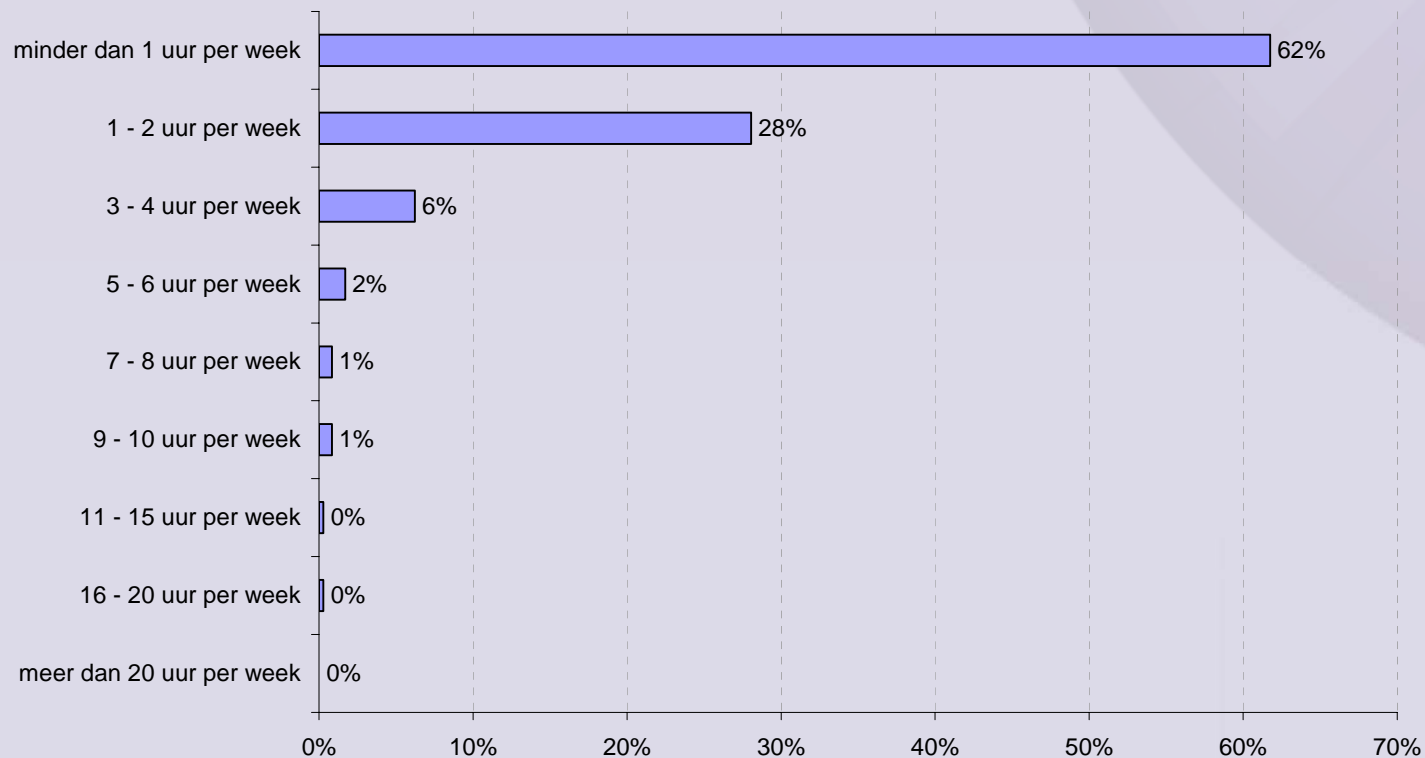
- Zes op de tien Nederlanders leest geen blogs.

## Bloglezer besteedt weinig tijd aan lezen van blogs

Hoeveel tijd besteed je (per week, gemiddeld) aan het lezen van blogs van anderen?

Basis: Leest wel eens blogs - in percentages (n=353)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- Van de Nederlanders die blogs lezen, besteedt 62% daar minder dan een uur per week aan.

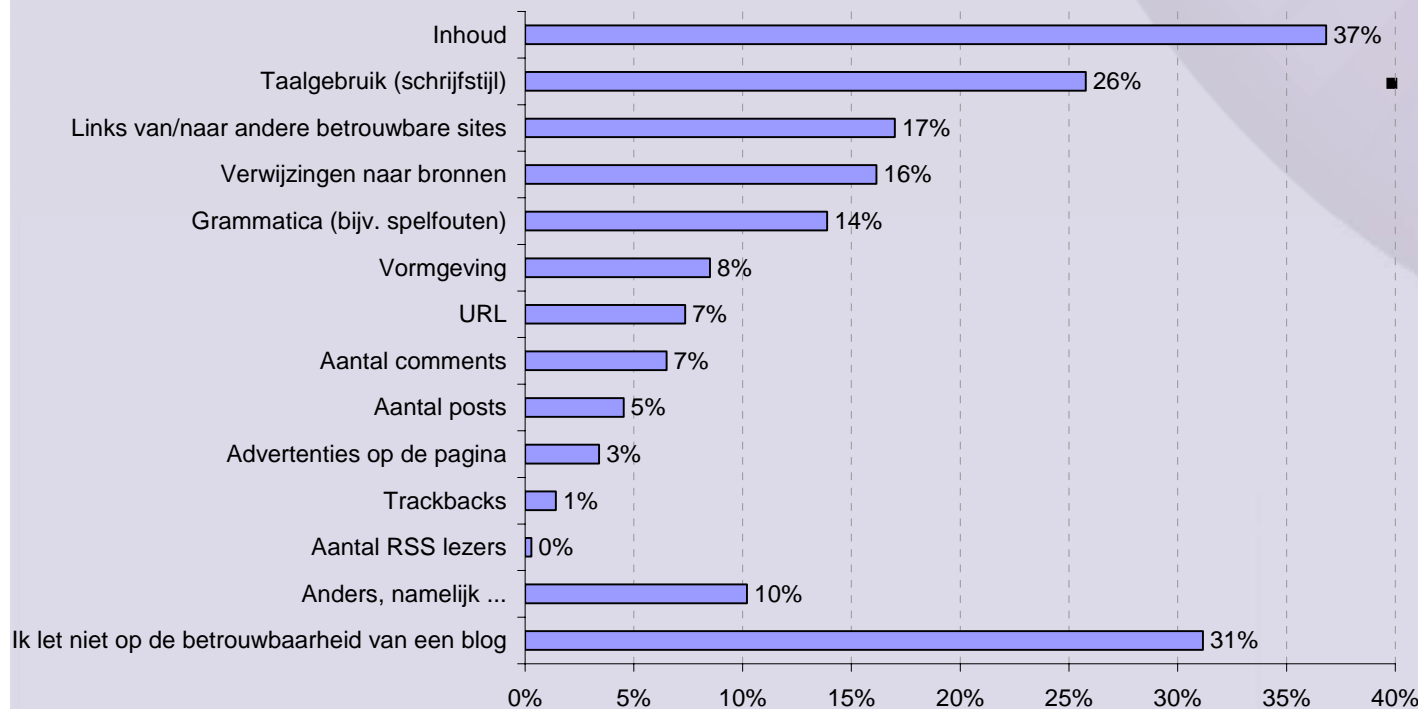
## Inhoud meest bepalend voor betrouwbaarheid blog

Waar kijk jij het meest naar om te bepalen of een blog betrouwbaar is?  
(meerdere antwoorden mogelijk, maximaal 3)

Basis: Leest wel eens blogs - in percentages (n=353)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel

- De inhoud is het meest belangrijk voor de betrouwbaarheid van een blog.
- De schrijver van het blog is een overig criterium dat een aantal keer genoemd wordt bij anders, namelijk ...

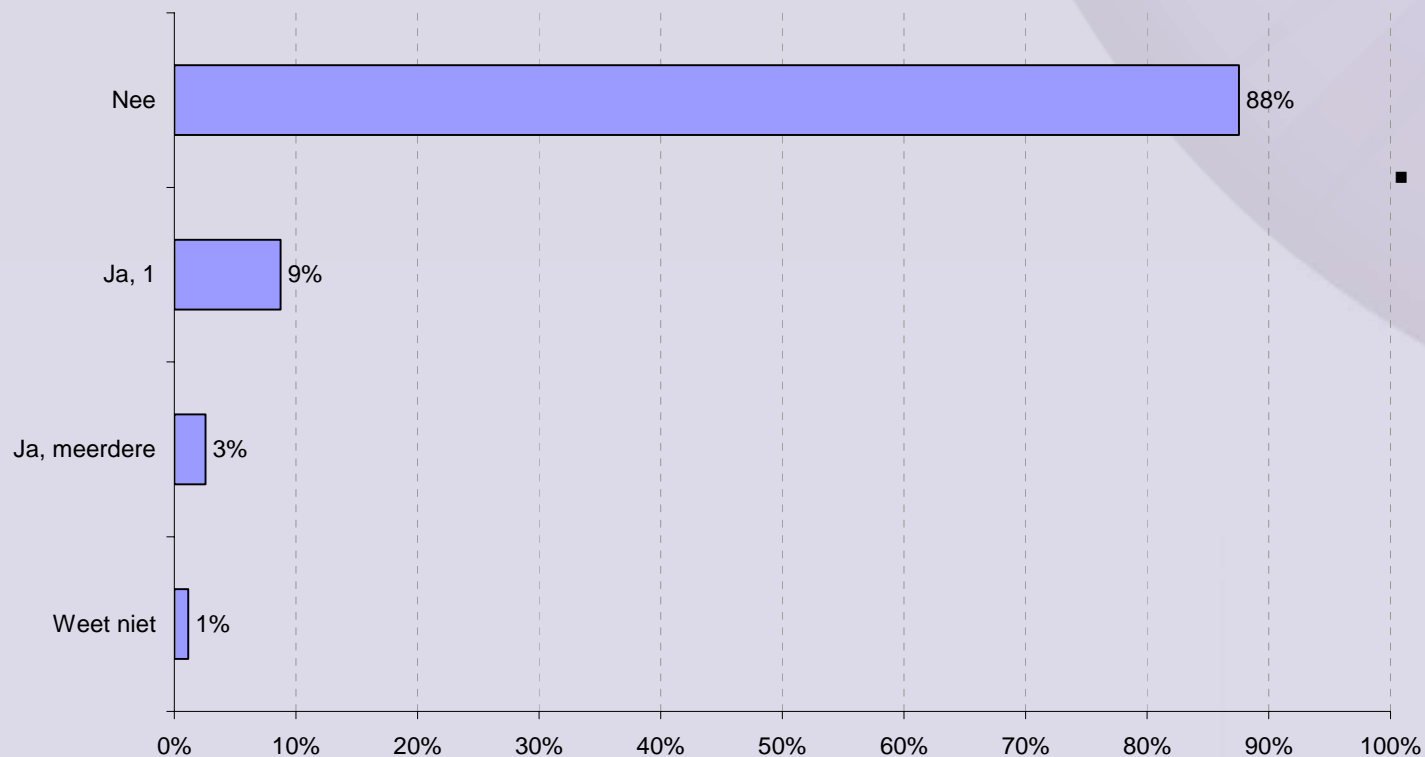


## 1 op 8 Nederlanders houdt eigen blog bij

Heb je momenteel een eigen weblog (blog)?

Basis: Allen - in percentages (n=1.052)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



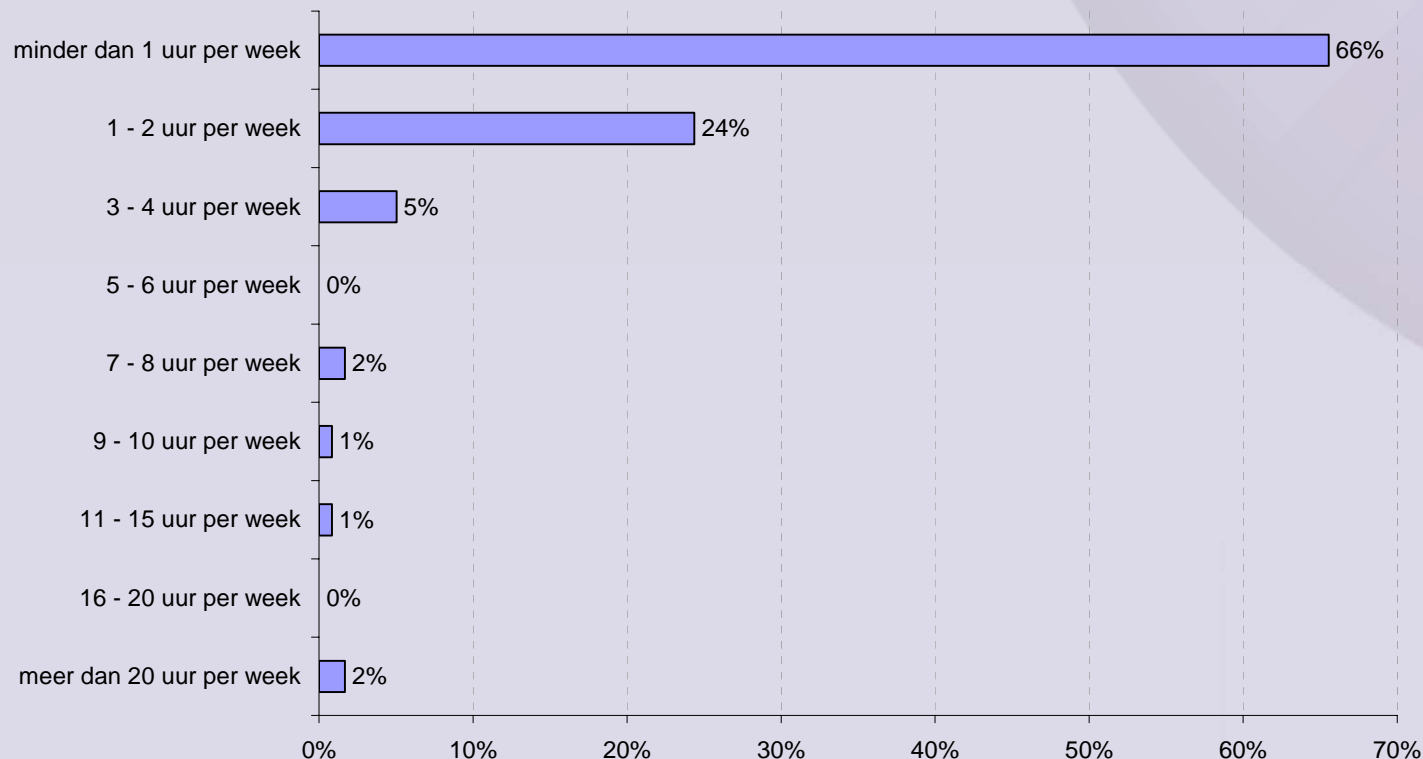
- De ruime meerderheid van de Nederlanders heeft geen eigen weblog (88%).
- 1 op de 8 houdt één of meerdere blogs bij.

## Meerderheid besteedt maximaal 2 uur per week aan bijhouden blog

Hoeveel tijd besteed je (per week, gemiddeld) aan het schrijven in jouw blog(s)?

Basis: Heeft een eigen weblog - in percentages (n=119)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



- 90% van de Nederlanders met een eigen weblog of blog besteedt 2 uur of minder per week aan het schrijven ervan.
- 6% besteedt meer dan 7 uur per week aan het schrijven in eigen blogs.

**VRAGEN?  
MEER WETEN?  
INTERESSE IN HET VOLLEDIGE RAPPORT?  
NEEM GERUST CONTACT MET ONS OP**

**BEL: 020-6238512  
OF MAIL: [HANNEKE@RUIGROKNETPANEL.NL](mailto:HANNEKE@RUIGROKNETPANEL.NL)**

