



13-01-2009

## Mensen vertrouwen het meest hun vrienden, kennissen en collega's

Mensen hebben het meest vertrouwen in elkaar: vrienden, kennissen en collega's worden als de meest geloofwaardige bron van informatie gezien. Lokale beroemdheden en politici scoren het laagst. Deze trend is identiek voor België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk. Daarnaast is internet het belangrijkste en meest betrouwbare medium geworden om informatie te vinden en te verspreiden. Dit blijkt uit een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

### Mensen vertrouwen het meest hun vrienden, kennissen en collega's

Mensen zien elkaar als de meest betrouwbare bron van informatie, meer bepaald hun vrienden, kennissen en collega's. Op de tweede plaats komen dokters en specialisten. Pas daarna komen academici, werknemers van bedrijven en financiële analisten. Helemaal achteraan in het rijtje staan lokale beroemdheden, politici en internationale sterren. Slecht 4 tot 7% vindt deze groepen betrouwbare bronnen van informatie. Opvallend is ook dat slechts 11% sportpersoonlijkheden als geloofwaardig evalueert. Deze trend is identiek voor België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

### Internet is de meest betrouwbare bron van informatie

Meer dan de helft van de mensen (58%) vindt internet de meest betrouwbare bron van informatie. Op de tweede en derde plaats vinden we respectievelijk kranten (17%) en televisie (13%). Op het internet leest 7 op 10 surfers commentaren op websites over producten en merken. "Gezien de grote geloofwaardigheid die we aan elkaars mening hechten, is de feedback die te lezen staat op websites over producten en merken een enorme beïnvloeder van aankoopbeslissingen geworden. Zelfs al kennen we die mensen niet persoonlijk, toch houden we rekening met veel van deze online recensies geschreven door andere surfers.", aldus Steven Van Belleghem, Director Branding & Communication Research, InSites Consulting.

Deze onderzoeksgegevens zijn het resultaat van een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in september 2008. Naast andere merken en communicatie topics, werden bronnen en gebruik van Word of Mouth in kaart gebracht. In totaal hebben 900 consumenten en 250 marketeers deelgenomen aan dit online onderzoek, verdeeld over België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk. De cijfers zijn representatief voor de internetpopulatie van elk land, en dit naar leeftijd (18-65) en geslacht.



Contact:  
**Steven Van Belleghem**  
Director Branding & Communication Research  
[Steven.vanbelleghem@insites.eu](mailto:Steven.vanbelleghem@insites.eu)  
T +32 9 269 16 07 | M +32 497 473 444

### InSites Consulting

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 80 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op [www.insites.eu](http://www.insites.eu).