



31-10-2008

4 op 10 Nederlandse surfers actief op sociaal netwerk

4 op de 10 surfende Nederlanders behoort tot minstens één sociaal netwerk. Het meest gekende en gebruikte sociaal netwerk in Nederland is Hyves, gevolgd door LinkedIn. Internetgebruikers maken een duidelijk onderscheid tussen hun netwerken voor privé en professionele doeleinden. Consumenten ervaren dat bedrijven sociale netwerken gretig gebruiken als advertentiekanaal. Het Verenigd Koninkrijk ligt op vlak van gebruik van sociale netwerken ver voor op België en Nederland. Dit alles blijkt uit een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting rond de bekendheid en het gebruik van sociale netwerken in België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Hyves is het populairste sociaal netwerk in Nederland

4 op de 10 surfende Nederlanders behoort tot minstens één sociaal netwerk. De meest gekende netwerken zijn MySpace (62%) en Facebook (39%), maar worden slechts door minder dan 1 op 10 surfers gebruikt. Hoogst scorend in gebruik is Hyves. Dit netwerk wordt door een kwart van de surfers gebruikt (24%), gevolgd door LinkedIn (18%) en Myspace (9%).

17% van de Nederlandse internauten behoort tot 2 of meer sociale netwerken. Vaak zien we dat surfers een onderscheid maken tussen hun privé en professionele online netwerken. Hyves, Facebook en MySpace zijn de sociale netwerken die eerder voor privédoeleinden gebruikt worden. Deze netwerken worden ook meer door jongere surfers gebruikt (18-30). LinkedIn wordt vooral binnen en professionele context gebruikt door de leden. LinkedIn wordt meer door mannen gebruikt dan door vrouwen.

Adverteren op sociale netwerken gevoelig?

Bedrijven gebruiken de populariteit van deze sociale netwerken om met hun doelgroep in contact te komen. Consumenten ervaren dit vooral als het plaatsen van advertenties (67%) en het aankondigen van events (52%). In mindere mate denkt men aan het creëren van merkgroepen (31%), het echt communiceren met consumenten (16%) en het creëren van virtuele figuren rond advertentie-iconen (16%). Consumenten zijn zeer gevoelig voor wat bedrijven op sociale netwerken doen. "We merken dat consumenten niet willen dat bedrijven hun digitaal platform zouden 'misbruiken' om te adverteren. Belangrijk is dus dat marketeers goed nadenken op welke manier ze communiceren in de sociale netwerken. Wij voelen bij veel van onze klanten de behoefte om 'iets' te ondernemen op een sociaal netwerk maar vaak weten bedrijven niet hoe te starten. Consumenten willen meer en meer dat merken zich gedragen als mensen en niet zozeer als een bedrijf, een hele uitdaging voor de klassiek geschoolde marketeer", aldus Steven Van Belleghem, managing partner bij InSites Consulting.

Het Verenigd Koninkrijk ver voor op België en Nederland

Op vlak van het gebruik van sociale netwerken op het internet scoren België en Nederland zo goed als gelijk met 4 op de 10 surfers die gebruik maakt van deze platformen. In het Verenigd Koninkrijk maakt inmiddels al een grotere groep (liefst 66% van de surfende bevolking) deel uit van minimum één sociaal netwerk. Over de drie landen heen zijn MySpace & Facebook veruit de meest bekende sociale netwerken, beiden vooral voor privé doeleinden gebruikt. Opvallend is dat deze twee netwerken veel minder bekend zijn in Nederland. Het meest privé gebruikte sociaal netwerk daar is Hyves. Dit netwerk richt zich volledig op de Nederlandse markt en is dus amper gekend in België of het Verenigd Koninkrijk. Het onderzoek van InSites Consulting toont aan dat het gebruik en de penetratie van online sociale netwerken in België en Nederland op korte termijn nog aanzienlijk zal groeien. Ongeveer 1 op 3 van de Belgische (33%) en Nederlands (29%) surfers geeft aan er in de toekomst meer gebruik van te maken voor privédoeleinden. De verwachte groei in professioneel gebruik ligt lager en blijft beperkt tot 1 op 4 surfers in België (23%) en Nederland (23%), en 13% in het Verenigd Koninkrijk.

Deze onderzoeksgegevens zijn het resultaat van een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in september 2008. Naast andere branding en communicatie topics, werd het gebruik van en de attitude tov sociale netwerken in kaart gebracht. In totaal hebben 900 consumenten en 250 marketeers deelgenomen aan

Persbericht - 31-10-2008

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

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.