

Wat vindt Nederland van internet?

De Nationale Internetenquête

November 2011

Inhoudsopgave

Sectie		Pagina
1	Samenvatting	1
2	Introductie	6
3.1	Thema: Economie	8
3.2	Thema: Maatschappij	15
3.3	Thema: Individu	26
Appendices		
A	Achtergrond enquête	34

Sectie 1

Samenvatting

Internet is onmisbaar in het zakenleven, belangrijk in privéleven, kan nog meer betekenen voor de maatschappij

Algemene conclusies

- Internet wordt erkend als een onmiskenbaar belangrijke factor voor onze economie, nu en in de toekomst. Respondenten geven aan dat internettoegang voor de privésituatie van groot belang is, maar vooral vanuit zakelijk oogpunt essentieel is.
- Een kleine meerderheid (51%) van de respondenten beschouwt internet als een recht voor iedere Nederlander gezien het belang voor het zakelijke en privéleven, en dus de maatschappij. Internet brengt vooral mensen en kennis samen, maar dit vraagt tegelijkertijd extra aandacht voor bijbehorende risico's, bijvoorbeeld op het gebied van cybercrime en borging van privacy. Internet biedt nog volop kansen voor de maatschappij, zoals op het vlak van duurzaamheid.
- Voor het opbouwen en onderhouden van relaties wordt internet veel gebruikt, al wordt het niet als vervanging voor fysieke ontmoetingen gezien of onmisbaar geacht.

Achtergrond

- Dit jaar is het 25 jaar geleden dat de eerste .nl-domeinnaam op het internet ging. De Nationale Internetenquête hoort bij dit jubileum. In de Nationale Internetenquête hebben SIDN en PwC aan ruim 10.000 respondenten gevraagd welke rol internet nu voor hen speelt en in de komende jaren gaat spelen. De vragen in de Nationale Internetenquête gaan in op de rol van internet rond drie thema's: Economie, Maatschappij en Individueel.
- We hebben in de Nationale Internetenquête twee doelgroepen bevestigd. Ten eerste hebben we in de reguliere enquête respondenten gevraagd die gezamenlijk een representatief beeld geven van de mening van Nederland. Daarnaast hebben we voor de meer zakelijk en economisch gerichte vragen een groep respondenten benaderd vanuit het bedrijfsleven.

Internet is cruciaal voor concurrentiepositie Nederland, kansen in efficiencyverbetering en communicatie belangrijker dan zelf innoveren

Economie

- De resultaten bevestigen dat internet niet meer weg te denken valt uit het bedrijfsleven en hiermee dus van grote waarde is voor de economische activiteit binnen Nederland en de concurrentiepositie. Het belang van internet voor de economie (45% van de respondenten vindt internet onmisbaar voor de economie) wordt ook hoger ingeschat dan het belang van internet voor de maatschappij of het individu (respectievelijk 36% en 28%).
- De zakelijke respondenten zien meer kansen dan bedreigingen. Opvallend is dat zij die kansen hoofdzakelijk zien in een verhoging van de efficiency en mogelijkheden voor beter klantcontact. Relatief weinig zakelijke respondenten (15%) zien kansen in het zelf ontwikkelen van nieuwe innovatieve internettoepassingen of concepten. Investerings in infrastructuur (77%) en kennis (62%) zijn vereist om Nederland de sterke positie op het gebied van internet te laten behouden en uit te breiden.
- De respondenten verwachten over 5 jaar meer uitgaven te doen via internet dan nu het geval is (gemiddeld 50% meer). Vooral respondenten met hogere inkomens verwachten in de toekomst (relatief) meer via internet uit te zullen geven. Deze verwachting ligt lager dan de gemiddelde stijging in de periode tussen 2007 en 2010, waarin de omzet van internetwinkels is verdriedubbeld. Toch geeft deze uitkomst een sterke indicatie dat er nog verdere groei te verwachten is in de internetbestedingen. Daarmee zet de verschuiving van consumptie via fysieke kanalen naar consumptie via internet voorlopig door, zij het mogelijk minder sterk dan voorheen.

Internet brengt mensen en kennis ongebreideld samen, daardoor zijn cybercrime en privacy hot topics

Maatschappij

- De respondenten hebben een uitgesproken mening over de rol die internet vervult binnen onze maatschappij. Een kleine meerderheid (51%) ziet toegang tot internet als grondrecht voor iedere inwoner. De respondenten zien internet als een van de top 5 grootste uitvindingen van de 20ste eeuw. Internet is ook met grote voorsprong de belangrijkste manier waarop wij in Nederland kennis verwerven en verspreiden. Voor het verzamelen van informatie vertrouwt een absolute meerderheid (80%) op internet als kennisbron.
- Internet biedt nog volop kansen voor onze maatschappij. Bijvoorbeeld om onze algehele duurzaamheid verder te vergroten. Individuen kunnen ook nog gemakkelijker onderdeel uit gaan maken van het sociale en politieke debat. Een voorbeeld is dat er meer respondenten aangeven dat zij de politiek door internet als transparanter ervaren dan respondenten die het daar mee oneens zijn (38% tegen 29%). Een omvangrijke groep (23%) verwacht dat zij de komende jaren via internet direct contact zullen hebben met een politicus of vertegenwoordiger van een politieke partij. Een uitgekiende internetstrategie kan in de politiek dus lonend zijn.
- De voordelen die internet aan onze maatschappij biedt, heeft volgens de respondenten ook een keerzijde. De grootste potentiële bedreiging op internet vormt volgens de respondenten de mogelijkheden tot inbreuk op de privacy.
- Opvallend is daarnaast dat de kans om met cybercriminaliteit in aanraking te komen veel hoger ingeschat wordt (36%) dan de kans om met fysieke criminaliteit in aanraking te komen (25%). Beide vormen van criminaliteit worden overigens als even schadelijk beschouwd en de meerderheid van de respondenten vindt daarom dat er evenveel middelen moeten worden besteed aan cybercrime dan aan gewone criminaliteit.

Internet is een verrijking voor het opbouwen en onderhouden van relaties Het is geen substituuat en het is ook niet onmisbaar

Individu

- Het belang van internet voor het persoonlijk leven is lager dan het belang voor de economie en de maatschappij. Dit neemt niet weg dat respondenten ook een grote toegevoegde waarde zien van internet voor het privéleven en het onderdeel is geworden van het dagelijks leven.
- Een absolute meerderheid (85%) gebruikt internet dagelijks of bijna dagelijks. Bij een groot deel (49%) is het gebruik het afgelopen jaar toegenomen.
- Internet is een spil geworden in het ontmoeten van mensen en het opbouwen en onderhouden van relaties met familie en vrienden. Een meerderheid van de respondenten geeft aan internet te gebruiken voor het opbouwen en onderhouden van contacten, maar ziet internet niet als onmisbaar. Internet lijkt in relaties voor de meerderheid meer een verrijking te zijn voor, dan een vervanging van hun fysieke communicatie.
- Internet wordt door een aanzienlijk deel van de respondenten als bedreiging gezien voor het bewaken van een gezonde werk-privé balans: een kleine minderheid (40%) geeft aan dat werk- en privé zaken door internet steeds meer door elkaar dreigen te lopen. Deze ontwikkeling wordt niet als een positieve gezien: een grote meerderheid (74%) van de respondenten die dit als een issue ziet, geeft aan hier moeite mee te hebben.

Sectie 2

Introductie

De Nationale Internetenquête - Introductie

Achtergrond & aanleiding

Dit jaar is het 25 jaar geleden dat de eerste .nl-domeinnaam geregistreerd werd. De Nationale Internetenquête hoort bij dit jubileum. Om te begrijpen welke invloed internet heeft op het individu, de economie en de maatschappij heeft SIDN in samenwerking met PwC en Sanoma Media onderzoek gedaan via de Nationale Internetenquête. In de Nationale Internetenquête is gevraagd welke rol internet voor de respondenten speelt en in de komende jaren gaat spelen. De vragen in de Nationale Internetenquête gaan in op de rol van internet rond drie thema's, te weten: Economie, Maatschappij en Individu.

Deze enquête is zowel onder de zakelijke en de particuliere gebruikers gehouden.

- De particuliere gebruiker geeft een doorsnede van internetgebruikers in Nederland weer. Aan particulieren zijn vragen gesteld over wat internet voor hen persoonlijk betekent.
- Aan deelnemers die internet zakelijk gebruiken zijn ook vragen gesteld over de invloed van internet op onze economie.

Het doel van dit onderzoek is het creëren van bewustwording in Nederland over de invloed die internet heeft op het individu, de economie en de maatschappij en hoe gebruikers aankijken tegen toekomstige ontwikkelingen.

Onze conclusies zijn gebaseerd op enquêtes onder ruim 10.000 particulieren en ongeveer 500 zakelijke gebruikers in Nederland.

Opbouw van dit rapport

Dit rapport bevat de resultaten van de enquête en onze analyses. Het rapport is opgebouwd uit 3 thema's:

- 1) *Economie*: Wat betekent internet voor onze welvaart en wat gaat de bijdrage van internet zijn in de toekomst?
- 2) *Maatschappij*: In hoeverre is de samenleving veranderd door internet? Wat gaat er straks nog verder veranderen? Wie moeten hierin een rol spelen?
- 3) *Individu*: Wat betekent internet voor ons persoonlijk? Heeft internet de manier waarop we met elkaar omgaan veranderd?

Sectie 3.1

Thema Economie

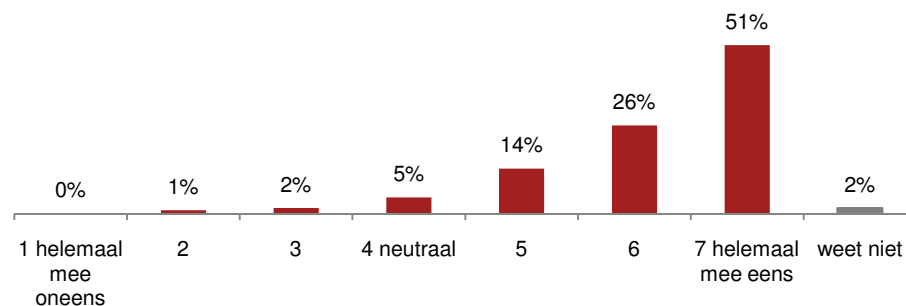
Internet is cruciaal voor de internationale concurrentiepositie van Nederland

Zakelijke respondenten zijn van mening dat de internationale concurrentiepositie sterk zal verslechteren wanneer Nederland achterloopt op internetgebied. Internet is om dezelfde reden volgens de respondenten *cruciaal voor de internationale concurrentiepositie van Nederland* ten opzichte van opkomende economieën.

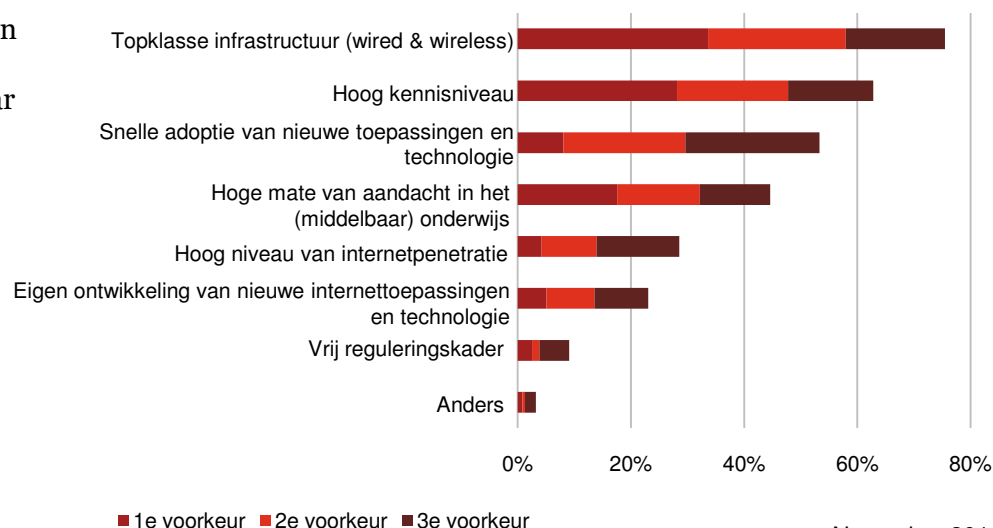
Voor een sterke positie op internetgebied is volgens de zakelijke respondenten een *topklasse infrastructuur de topprioriteit*. Op de tweede plaats komt een hoog kennisniveau. Aandacht voor internet in het onderwijs, bijvoorbeeld als verplicht vak, is hieraan gerelateerd en vinden respondenten ook belangrijk. Een snelle adoptie van nieuwe toepassingen en technologie komt op de derde plaats. Een hoog niveau van internetpenetratie en een vrij reguleringskader zien de respondenten als minder belangrijk, mogelijk omdat zij vinden dat daar in Nederland al aan is voldaan.

Voor de Nederlandse economie wordt een hoog belang toegedicht aan internet. Slechts 4% geeft aan dat internet onbelangrijk is voor de economie tegenover een grote groep (45%) die internet als onmisbaar ziet voor de Nederlandse economie (zie pagina 29 in sectie 3.3 – Individueel).

Internet is cruciaal voor de internationale concurrentiepositie van Nederland ten opzichte van opkomende economieën



Wat heeft Nederland nodig om een sterke positie op internetgebied te verkrijgen en te behouden?



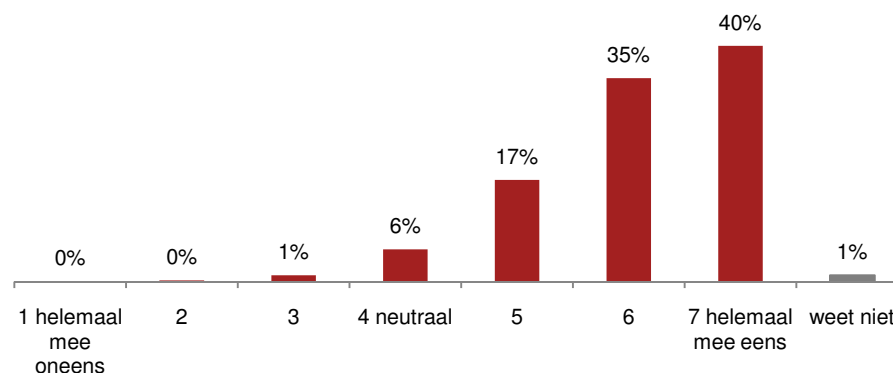
Internet biedt het Nederlandse bedrijfsleven nu en in de toekomst meer kansen dan bedreigingen

Zakelijke respondenten zijn optimistisch en zij zien internet meer als een kans dan een bedreiging. Slechts 3% is het oneens met de stelling dat internet meer kansen dan bedreigingen biedt.

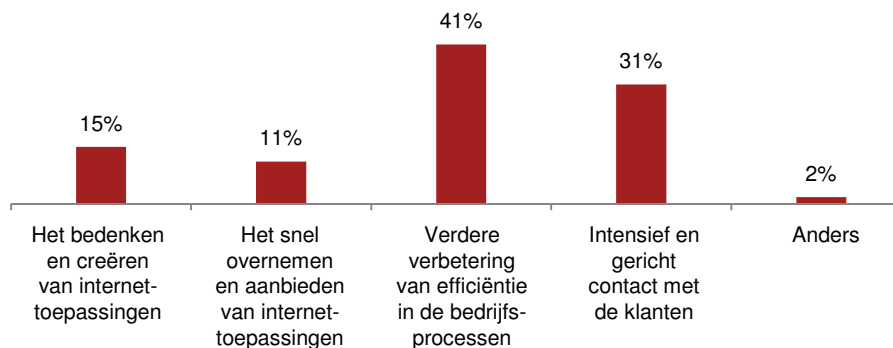
Door internet is het eenvoudiger geworden om actief te worden op buitenlandse markten. Dit geldt natuurlijk niet alleen voor Nederlandse bedrijven maar ook voor buitenlandse bedrijven die kansen zien in de Nederlandse markt. Nederlandse ondernemers zouden in deze concurrentiestrijd een nadeel kunnen hebben door de kleine thuismarkt. De zakelijke respondenten zien dit niet als een probleem. 56% van de respondenten is het helemaal of gedeeltelijk oneens met de stelling dat Nederland te klein zou zijn om als springplank naar buitenlandse markten te dienen.

De waarde van internet zit volgens de respondenten niet zozeer in het aanbieden en het creëren van internettoepassingen, maar meer op de toepassing in bedrijfsprocessen. 41% van de zakelijke respondenten ziet de verdere verbetering van processen als de grootste kans die internet het bedrijfsleven biedt. E-mail, websites en social media maken het mogelijk om *gericht te communiceren* met klanten. 31% ziet intensief en gericht contact met de klant daarom als grootste kans voor het bedrijfsleven.

Internet biedt voor het Nederlandse bedrijfsleven op dit moment meer kansen dan bedreigingen



Wat is de grootste kans die internet biedt voor het Nederlandse bedrijfsleven?



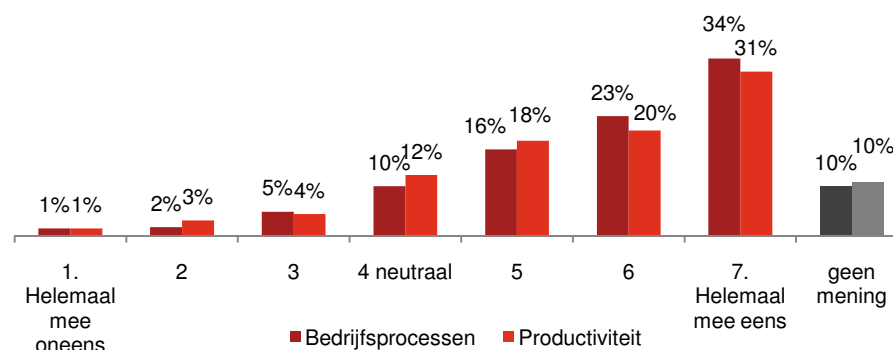
Internet is essentieel voor ontwikkeling van het Nederlandse bedrijfsleven en er is vertrouwen dat het de komende 5 jaar tot verbeteringen leidt.

Zakelijke gebruikers verwachten dat internet de organisatie waarvoor zij werken in staat zal stellen om efficiënter te gaan werken. Een overgrote meerderheid is het erover eens dat *bedrijfsprocessen efficiënter worden en de productiviteit van werknemers toeneemt*. Dit komt overeen met wat als grootste kans wordt aangegeven door respondenten: verdere verbetering van efficiency in bedrijfsprocessen.

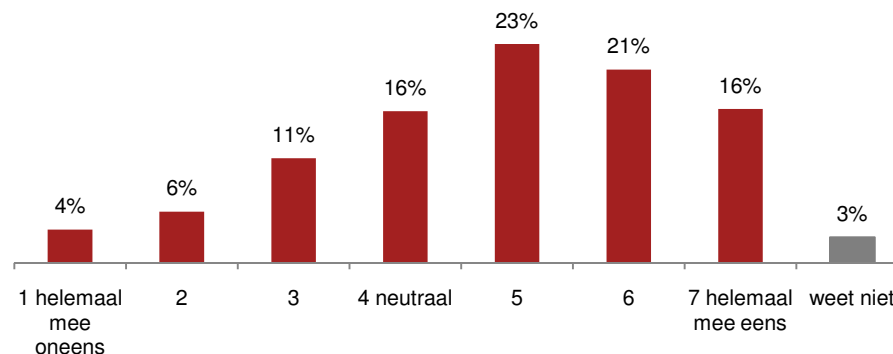
Volgens de zakelijke respondenten heeft het niet goed functioneren van de internetverbinding een grotere impact op de organisatie dan het niet goed functioneren van de verkeersinfrastructuur (wegennet). De particuliere respondenten zien toch meer op tegen een vertraging in het verkeer dan een vertraging op internet. Zo blijkt uit een vraag die wij de consumenten stelden.

Veel respondenten onderschrijven de stelling dat organisaties zonder een heldere visie op de inzet van internet voor hun strategie en verdienmodel, geen toekomst hebben in de economie.

Ik verwacht dat internet onze organisatie de komende 5 jaar in staat zal stellen om ... te verbeteren



Organisaties zonder een heldere visie op de inzet van internet voor hun strategie en verdienmodel hebben geen toekomst in de economie



Respondenten verwachten in 2016 anderhalf keer meer aankopen te doen via internet dan in 2011

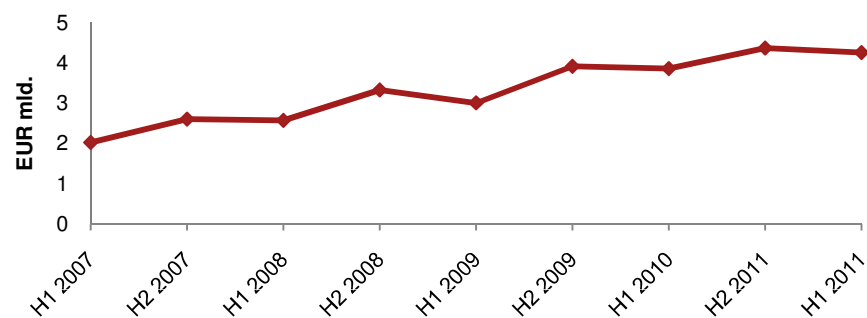
Wij hebben alle respondenten de open vraag gesteld welk product zij nooit via internet zouden kopen. Een auto is het vaakst gegeven antwoord. Ook versgoederen en kleding werden veel genoemd. Ook een ring zullen een aantal respondenten niet snel via het via internet bestellen. Producten die veel respondenten nooit (meer) in een fysieke winkel zouden kopen zijn cd's en dvd's, tickets, boeken en reizen.

Volgens een raming van Thuiswinkel.org zijn er inmiddels 37.500 webwinkels in Nederland. De omzet van online winkels in Nederland is de afgelopen jaren fors gestegen. Werd in 2007 nog EUR 2,8 miljard omgezet, in 2010 was dit gegroeid tot EUR 8,2 miljard. Ter vergelijking; de totale omzet van de detailhandel in 2010 was circa EUR 90 miljard (bron: CBS). Online-verkopen vormen dus ongeveer 10% van de totale aankopen.

In de nationale internetenquête is alle respondenten gevraagd wat zij verwachten over de toename van hun uitgaven op internet. *Gemiddeld verwachten de respondenten in 2016 anderhalf keer zoveel uit te geven als in 2011.* Dit gemiddelde verhult echter dat er veel variatie is onder de deelnemers. Bezitters van een smartphone verwachten, ondanks hun relatief intensievere gebruik van internet, een minder hoge stijging van hun uitgaven dan gemiddeld. Hoe lager het inkomen hoe kleiner de uitgavenstijging is die men verwacht.

Het is naar onze mening een terechte vraag of consumenten in staat zijn zelf te exact voorspellen hoeveel zij in de toekomst gaan uitgeven en dus om op basis van dit resultaat prognoses op te stellen. Het globale beeld is dat de verschuiving van consumptie via fysieke kanalen naar consumptie via internet voorlopig door lijkt te zetten, maar opvallend minder snel dan voorheen.

Omzet online winkelen per half jaar



Bron: Thuiswinkel Markt Monitor

Hoeveel procent van de bestedingen doet u nu via internet en hoeveel procent verwacht u te gaan doen via internet over vijf jaar?



Respondenten komen nog graag in fysieke winkels ondanks de toename van winkelen op internet

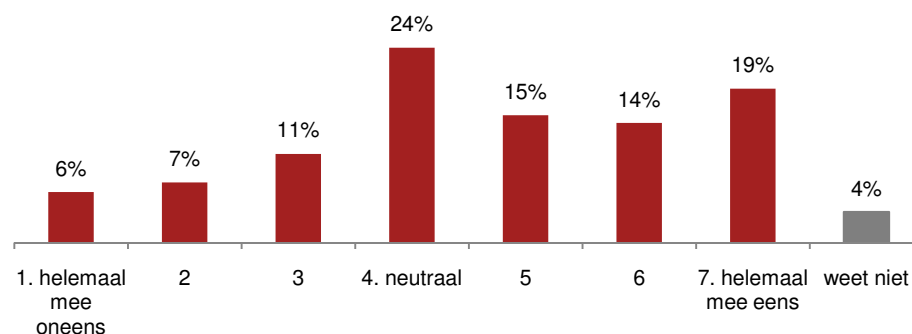
Respondenten hebben in de afgelopen 10 jaar minder in winkels gekocht doordat zij producten en diensten kochten op internet. Uit cijfers van het CBS blijkt dat in 2010 70% van de Nederlanders wel eens iets via internet heeft gekocht. De deelnemers aan de enquête verwachten bovendien dat deze trend doorzet. Toch zullen fysieke winkels niet verdwijnen, een meerderheid koopt nog steeds liever in een fysieke winkel dan op internet. Vrouwen geven aan een grotere voorkeur te hebben voor fysieke winkels dan mannen. Bezitters van een smartphone of tablet hebben relatief een grotere voorkeur voor winkelen op internet dan gemiddeld.

Uit de enquête blijkt dat supermarkten, meubelwinkels en autodealers bovenaan staan als het gaat om winkels die men liever fysiek bezoekt in plaats van op internet. Een groot gedeelte van de respondenten bezoekt liever een fysieke winkel dan het online alternatief.

Minder dan 30% van de respondenten bezoekt liever een fysiek reisbureau, of huizenmakelaar dan een gelijksoortige internetwinkel. Muziek en filmverkopers hebben het moeilijk door concurrentie van online alternatieven, slechts 12% geeft de voorkeur aan een fysieke platenzaak of videotheek. Vrouwen kiezen er vaker voor om een supermarkt of warenhuis fysiek te bezoeken.

Gezien het feit dat ongeveer 10% van de aankopen online plaatsvindt en het globale beeld van verschuiving van consumptie via fysieke kanalen naar online kanalen (zie pagina 12 in sectie 3.1 – Economie) zouden hier in de toekomst verschuivingen in kunnen optreden.

Ik koop liever in een fysieke winkel dan in een internetwinkel



Bij welke soort winkels of dienstverleners bezoekt u liever een fysieke winkel of kantoor?

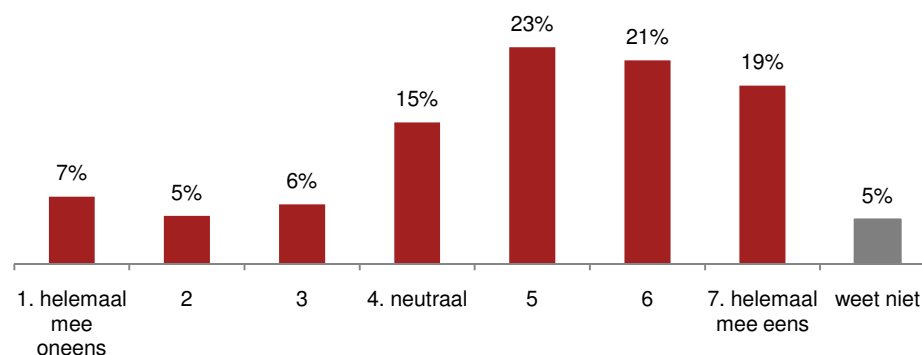
	Totaal	Mannen	Vrouwen
Supermarkten	68%	66%	70%
Meubelwinkels	60%	57%	62%
Autodealers	59%	60%	59%
Kledingverkopers	52%	54%	51%
Keukenwinkels	46%	44%	47%
Warenhuizen	42%	38%	45%
Electronica verkopers	36%	35%	38%
Financiële tussenpersonen	35%	33%	36%
Huizenmakelaars	30%	30%	29%
Reisbureaus	17%	17%	18%
Muziek en film verkopers	12%	13%	11%
Weet niet	6%	5%	6%
Anders	2%	2%	2%
Alles via internet	1%	2%	1%

Respondenten zeggen geld te besparen doordat internet hen helpt goede aankopen te doen, maar besparingen lijken niet het primaire doel

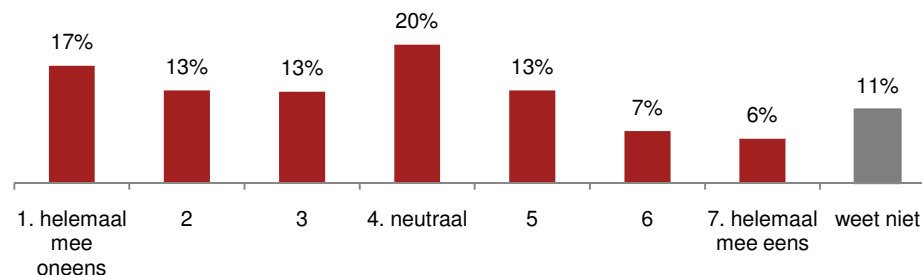
Internet maakt het eenvoudig om producten en prijzen te vergelijken. 63% van de respondenten geeft aan dat *internet hen helpt om goede aankopen te doen waardoor zij geld besparen*. Dit resultaat is in lijn met een bevinding in het trendrapport Computer en internetgebruik 2010 van de Universiteit Twente. Volgens dit onderzoek heeft 77% van de internetters via internet een product goedkoper gekocht dan in de winkel. Respondenten die hier het meest positief op antwoorden zijn uiteraard consumenten die veel online winkelen.

De besparingen zijn in de meeste gevallen beperkt. Volgens de respondenten zijn de kosten van hun internetabonnement hoger dan het geld dat zij besparen met het kopen van producten via internet. Personen die veel zaken via internet aanschaffen slagen hier echter wel in. Een kwart van de respondenten is het er in meer of mindere mate mee eens dat de besparingsmogelijkheden van het kopen van producten via internet opwegen tegen de kosten van een internetabonnement. Geld besparen door het gebruik van internet lijkt daarmee voor de meerderheid van de gebruikers niet het primaire doel.

Internet helpt mij goede aankopen te doen, daardoor bespaar ik geld



Met het geld dat ik bespaar met het kopen van producten via internet, verdien ik de kosten van mijn internetabonnement terug



Sectie 3.2

Thema Maatschappij

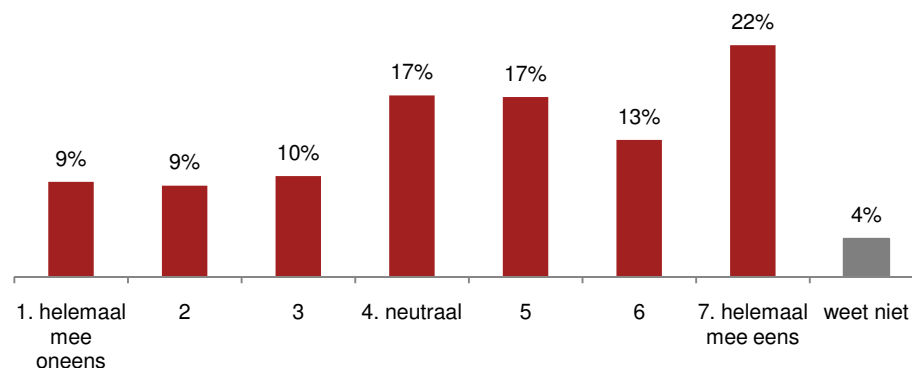
Toegang tot internet wordt door een kleine meerderheid beschouwd als een basisbehoefte en een recht voor iedere Nederlander

In Finland geldt een recht op internet. Elke Fin heeft recht op breedbandinternet met een snelheid van 1 megabit per seconde. In Nederland is een dergelijk recht niet officieel vastgelegd.

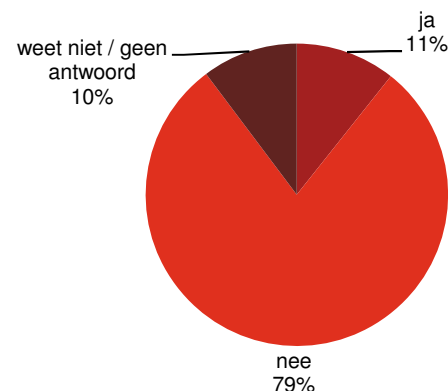
Bijna alle Nederlanders zijn actief op internet en uit de enquête blijkt dat het belang van internet voor het onderhouden van relaties groot is. Ook geven respondenten aan dat internet van groter belang is voor de Nederlandse maatschappij, dan voor het eigen individu (zie pagina 29 in sectie 3.3 – Individu). Daarom kan ervoor gepleit worden dat internet een basisbehoefte is om te functioneren in de maatschappij. Een meerderheid kan zich hier in meer of mindere mate in vinden: vooral respondenten met een lager inkomen en lagere opleiding. Slechts 9% wijst het idee volledig af dat iedere Nederlander recht heeft op internettoegang. Respondenten geven aan dat zij het hebben van een internetverbinding belangrijker vinden dan het bezit van radio of een bibliotheekabonnement.

Een ruimer bestedingsbudget leidt tot een minimale toename in uitgaven aan sneller of mobiel internet. Slechts 11% van de respondenten geeft aan dat indien men een ruimer bestedingsbudget zou hebben men sneller of mobiel internet zou overwegen. Deze groep bestaat voornamelijk uit mannen, mensen werkzaam in de ICT sector, ondernemers en mensen in het bezit van een smartphone en/of tablet. De meerderheid van de respondenten is het hier echter niet mee eens. Zij zouden met een ruimer bestedingsbudget met name sparen en het besteden aan primaire levensbehoeften (zoals voedsel).

Naast voedsel, onderdak en kleding heeft elke Nederlander recht op toegang tot internet



Zou u met €50 per maand meer bestedingsruimte ook sneller internet of mobiel internet overwegen?



De meerderheid vindt internet één van de belangrijkste uitvindingen van de twintigste eeuw

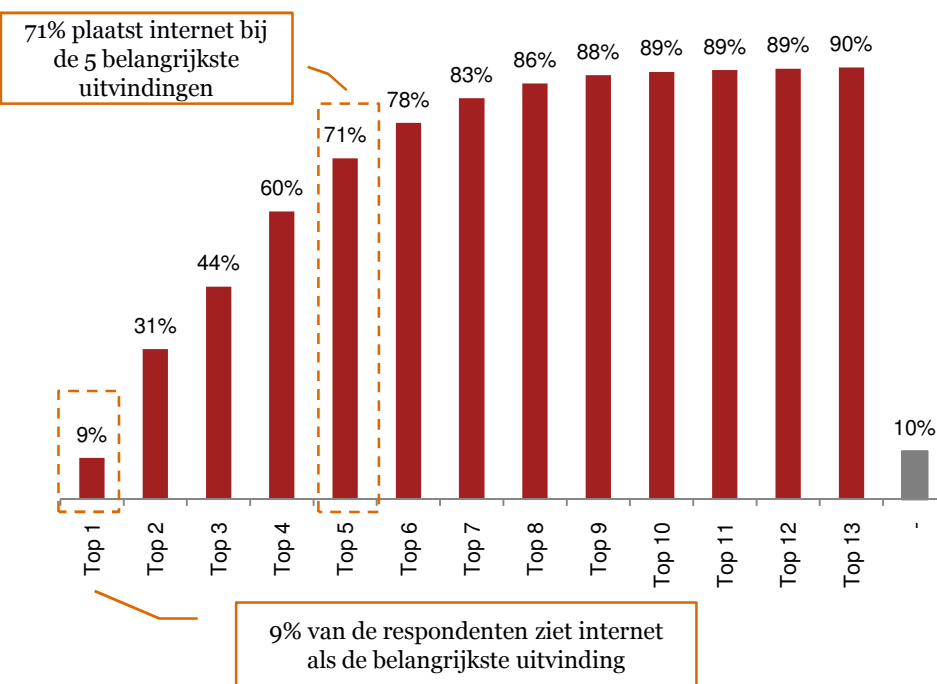
Ongeveer 9% van de respondenten geeft aan internet te zien als allerbelangrijkste uitvinding van de twintigste eeuw. Een ruime meerderheid van de respondenten (71%) geeft aan dat internet tot de vijf belangrijkste uitvindingen van de vorige eeuw behoort.

Ook medisch-technologische doorbraken zoals antibiotica, techniek om DNA te onderzoeken en de anticonceptiepil scoren hoog in de top van uitvindingen. Ook de televisie en mobiele telefoon zijn door veel respondenten aangevinkt.

Er is een relatie tussen de mate waarin mensen internet gebruiken en hun waardering voor internet als uitvinding. Respondenten die internet de vinding van de eeuw vinden zijn veelgebruikers van internet (dagelijks of bijna dagelijks) en hebben vaker een tablet of smartphone.

Hoe lager het inkomen hoe belangrijker internet als uitvinding wordt gevonden. 12% van de respondenten met een inkomen lager dan modaal vindt internet de belangrijkste uitvinding van de eeuw. Tegenover 6% van de respondenten met een inkomen van meer dan 3 keer modaal.

Internet behoort tot één van de belangrijkste uitvindingen van de twintigste eeuw



Voorgelegde lijst met uitvindingen

De ruimtevaart	De mobiele telefoon	Antibiotica
De radio	Plastic	De anticonceptiepil
De televisie	De lopende band	Techniek om DNA te onderzoeken
De magnetron	PIN-betalingen	Techniek om te klonen

Internet is essentieel voor de manier waarop wij in Nederland kennis verwerven en verspreiden

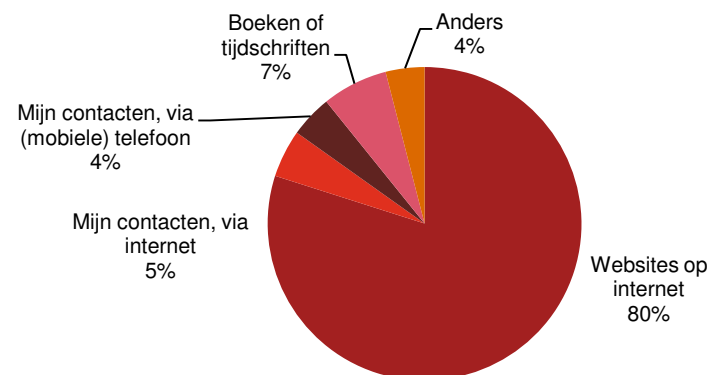
Internet is een zeer belangrijke vorm van informatievergaring geworden in de maatschappij. Bij het verzamelen van informatie, raadpleegt 80% van de respondenten websites op internet. Vooral een grote groep hoger opgeleiden en respondenten die niet elke dag internet gebruiken haalt haar informatie nog uit boeken en tijdschriften. Opvallend is dat met name respondenten van pensioensgerechtigde leeftijd het vaker eens zijn met deze stelling.

De verwachting van het gros van de respondenten is dat alle informatie die men nodig heeft nu en in de toekomst beschikbaar zal zijn via internet. Slechts 7% van de respondenten is het hier helemaal mee oneens.

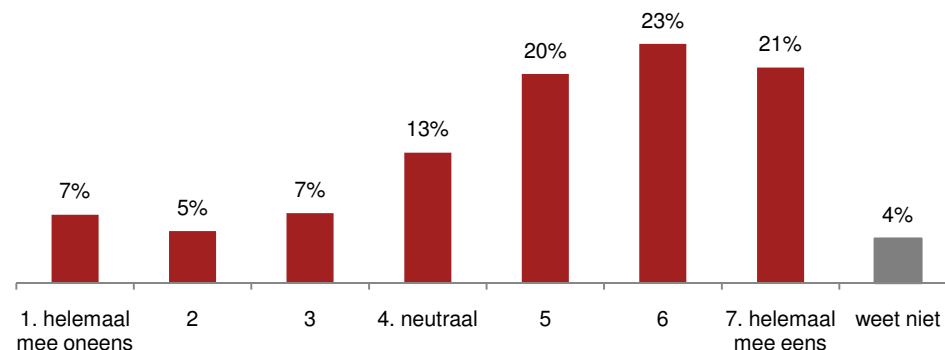
Het belang van internet is ook zichtbaar op het gebied van opleiding en studie. De meerderheid van de respondenten is van mening dat studieboeken in de toekomst gedigitaliseerd zouden moeten worden.

De meningen over de relatie tussen carrièrekansen en zelfontplooiing en de beschikbaarheid van internet zijn verdeeld. Vooral hoger opgeleiden en mensen werkzaam in de ICT-sector vinden internet belangrijk voor hun carrièrekansen.

Als ik iets niet weet dan raadpleeg ik vooral...



Ik verwacht dat ik alles wat ik ooit moet weten zal vinden op internet



Respondenten vinden dat internet kan bijdragen aan het verduurzamen van de samenleving

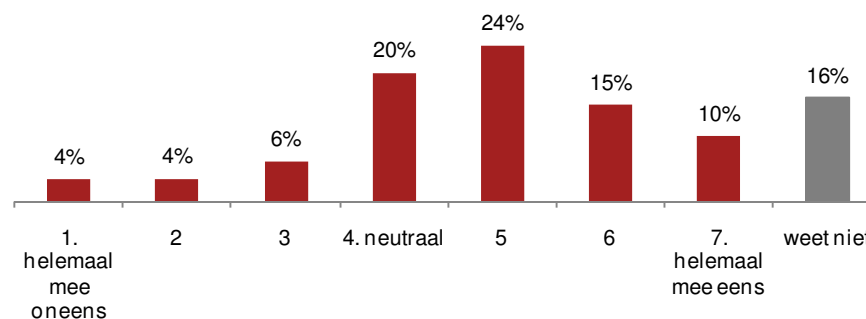
Internet kan meer doen aan *verduurzaming* dan nu het geval is. Meer deelnemers aan de enquête zijn het hiermee eens dan oneens. Een kleine meerderheid (51%) is echter niet van plan extra te betalen voor duurzaam internet.

Een flink deel van de organisaties gebruikt internet om duurzamer te opereren. Aangegeven wordt dat dit (onder andere) kan door thuiswerken, flexibelere werktijden en videoconferencing.

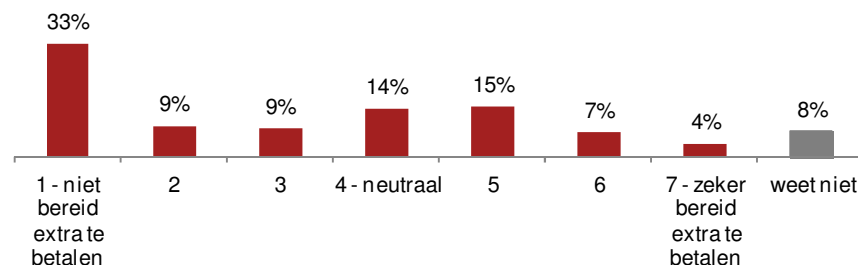
Internetgebruikers noemen in de beantwoording van een open vraag vooral reisebewegingen en een vermindering van de papierbehoefte als de bijdrage van internet aan de verduurzaming van de economie. Daarnaast hebben online handelsplatformen zoals Marktplaats.nl een tweede leven gegeven aan veel producten.

Een meerderheid van de respondenten geeft aan *niet extra te willen betalen voor een duurzame internetverbinding*. Toch is er ook een behoorlijk deel (26%) dat in meer of mindere mate wel bereid is te betalen voor een internetverbinding die het milieu minder belast.

Internet kan veel meer doen voor een duurzame samenleving dan nu het geval is



Ik zou bereid zijn extra te betalen voor een groene (niet-milieubelastende) internet verbinding (net als bijvoorbeeld groene stroom)

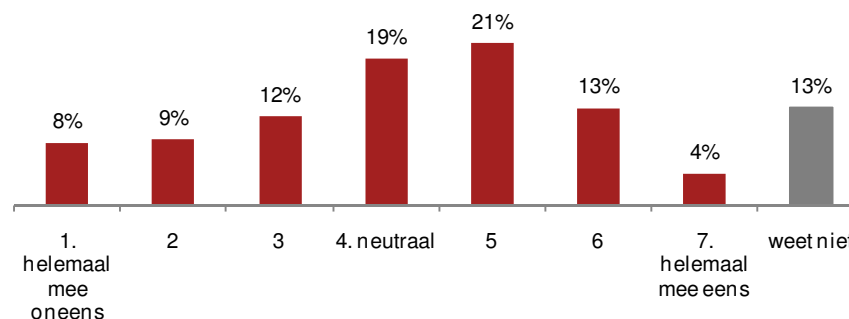


Een groot deel van de respondenten vindt dat internet de afstand tussen de politiek en de burger verkleint als gevolg van meer transparantie

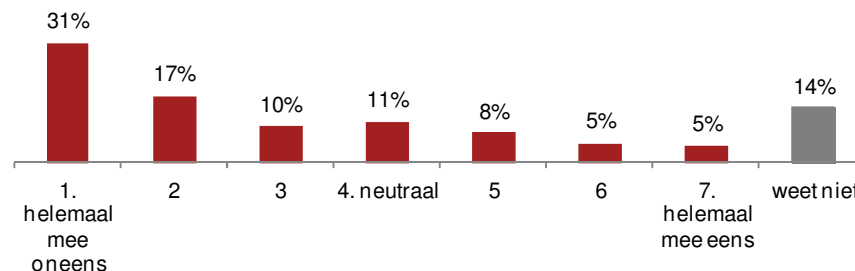
Er zijn meer respondenten die het eens zijn met de stelling dat internet heeft geleid tot meer transparantie in de politiek (38%) dan respondenten die het daarmee oneens zijn (29%). Opvallend is dat mannen en jongeren het vaker oneens zijn met deze stelling.

Een minderheid van de respondenten verwacht in de komende vier jaar minimaal één keer contact te hebben met een politicus of politieke partij via internet. Ongeveer 18% (score 5-7) van de respondenten heeft positieve verwachtingen ten aanzien van deze stelling. Communicatie via internet is daarmee voor de politiek een belangrijk aandachtspunt in de komende jaren. Onder deze groep bevinden zich met name mannen, zelfstandig ondernemers, hoger opgeleiden en mensen met een smartphone en/of tablet. Opvallend is dat jongeren vaker aangeven geen positieve verwachtingen hebben ten aanzien van het hebben van rechtstreeks contact met een politicus in de komende vier jaar, terwijl juist deze groep gezien wordt als de 'internetgeneratie'.

Internet heeft gezorgd voor meer transparantie in de politiek



Ik denk de komende 4 jaar minimaal 1 keer rechtstreeks contact te hebben met een politicus of politieke partij via internet



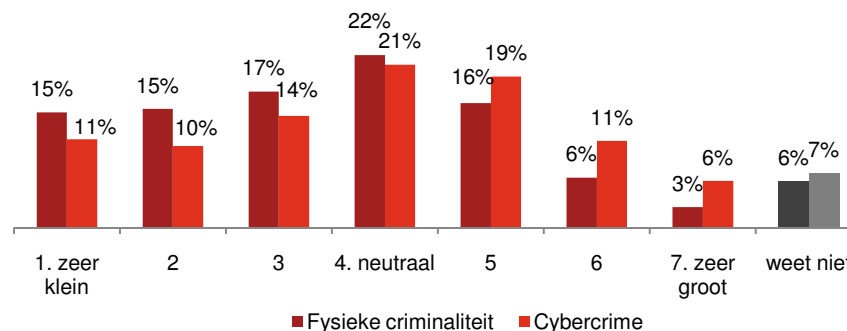
Respondenten vinden cybercriminaliteit even schadelijk als fysieke criminaliteit

Met de groei in het gebruik van internet is in de afgelopen jaren ook de criminaliteit op internet toegenomen. Voorbeelden hiervan zijn het inbreken in computernetwerken (*hacking*), identiteitsfraude en oplichting. Uit onderzoek van Norton blijkt dat het aantal Nederlanders dat in het afgelopen jaar slachtoffer werd van cybercriminaliteit (25%) meer dan drie keer zo hoog ligt als het aantal Nederlanders dat te maken had met fysieke criminaliteit (7%).*

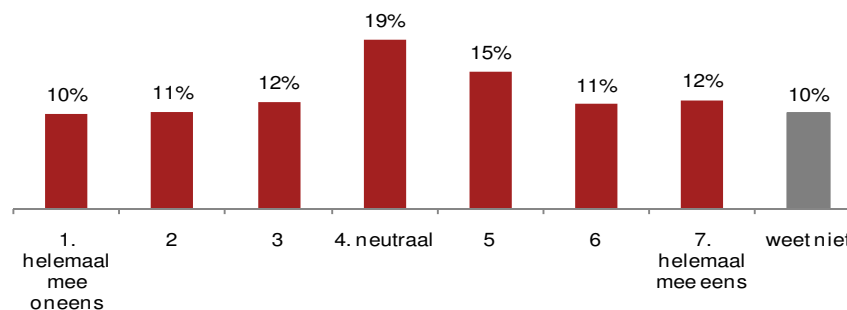
Respondenten achten de kans dat zij in aanraking komen met cybercriminaliteit groter dan dat zij te maken krijgen met fysieke criminaliteit. 36% vindt het niet onwaarschijnlijk dat ze met criminaliteit op internet te maken krijgen. Met name hoger opgeleiden, ondernemers en ouderen achten deze kans groot. Voor criminaliteit op straat of thuis is dit 25%. Respondenten zijn ervan overtuigd dat cybercriminaliteit in de komende vijf jaar zal toenemen.

Ongeveer de helft van de respondenten is het er geheel of gedeeltelijk mee eens dat de overheid online-criminaliteit goed aan kan dankzij online opsporingsmogelijkheden. Maar de leeftijdsgroep 45-65 is het hier mee oneens. Ook hoger opgeleiden, mannen en mensen werkzaam in de ICT-sector hebben minder vertrouwen in de aanpak van cybercriminaliteit van de overheid.

Hoe groot acht u de kans dat u op dit moment in aanraking komt met criminele activiteiten op straat/ thuis en via internet?



De overheid kan cybercriminaliteit goed aan dankzij online opsporingsmogelijkheden



* Bron: Norton Cybercrime Rapport 2011

Vertrouwen in veiligheid van vastgelegde digitale gegevens loopt uiteen, geen verschil tussen het vertrouwen in bedrijven en de overheid op dit vlak

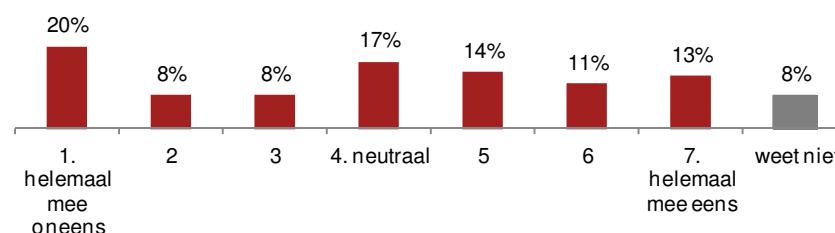
Er is geen organisatie die alle gegevens op internet vastlegt en controleert. Wij hebben respondenten de vraag voorgelegd of zij zich veiliger zouden voelen als een dergelijke organisatie wel zou bestaan. De meningen hierover zijn verdeeld. 38% van de respondenten zou het een veiliger gevoel geven als een centrale gezaghebbende instantie alle uitingen en gedragingen op internet vastlegt en controleert. Bij een bijna vergelijkbaar percentage, 36%, zou dat juist niet het geval zijn.

Bedrijven en overheden ontvangen en versturen veel vertrouwde gegevens via internet. Een deel van respondenten vertrouwt er niet op dat deze organisaties de veiligheid van gegevens kunnen borgen. Een even grote groep heeft dat vertrouwen echter wel. Het vertrouwen in bedrijven is bijna gelijk aan het vertrouwen dat de respondenten hebben in de overheid.

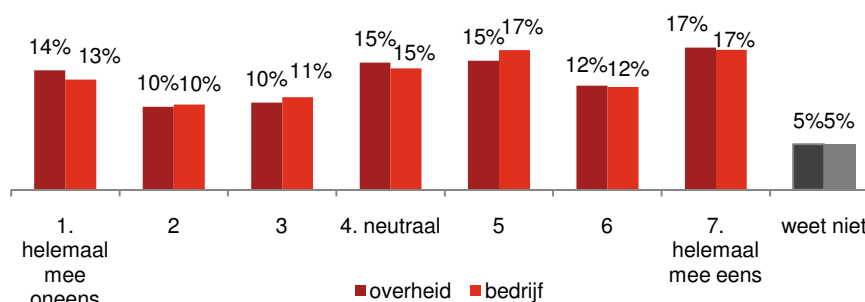
Onder hoger opgeleiden en respondenten werkzaam in de ICT-sector is het vertrouwen in de borging van gegevens lager dan gemiddeld. Gepensioneerden, ouderen en gezinnen daarentegen hebben een groter vertrouwen in bedrijven en overheden die digitale gegevens vastleggen.

De enquête is uitgevoerd in september 2011. Respondenten hebben de vragen dus beantwoord na het begin van de berichtgeving over DigiNotar, het bedrijf dat verantwoordelijk was voor door de uitgifte van door overheden gebruikte certificaten. Na het besluit om deze certificaten niet langer te gebruiken hebben particulieren en bedrijven problemen ondervonden in de communicatie met overheden, zoals de Belastingdienst. Deze gebeurtenissen en de berichtgeving hebben mogelijk de uitkomsten van deze vragen beïnvloedt. Wij hebben niet kunnen onderzoeken of dat inderdaad het geval is. Herhaling van de Nationale Internetenquête kan hier nadere inzichten over verschaffen in de toekomst.

Het geeft mij een veilig gevoel als één centrale gezaghebbende instantie exclusief alle uitingen en gedragingen op internet van iedereen vastlegt en controleert



Ik vertrouw erop dat de overheid/ een bedrijf de veiligheid van de gegevens die zij vastlegt van uitingen en gedragingen op internet goed kan borgen



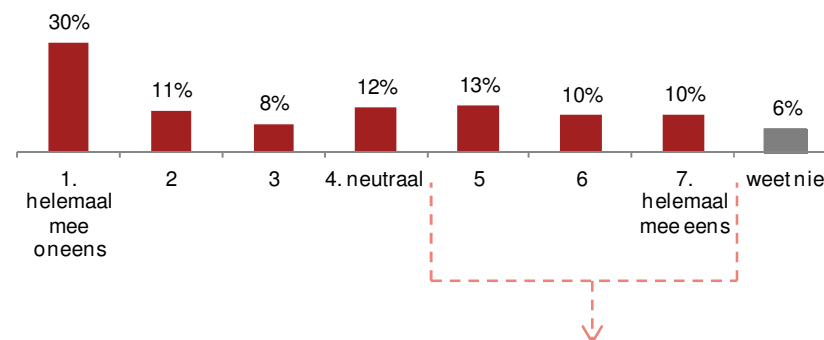
1 op de 3 zakelijke respondenten geeft aan dat het volgen van surfgedrag van gebruikers cruciaal is voor hun businessmodel

Privacyvraagstukken rondom internetgebruik zijn niet voor alle organisaties relevant. Daarom hoeft het geen verbazing te wekken dat een fors deel van de zakelijke respondenten aangeeft dat een strengere bewaking van de privacy geen gevolgen heeft voor de ontwikkeling van hun organisatie.

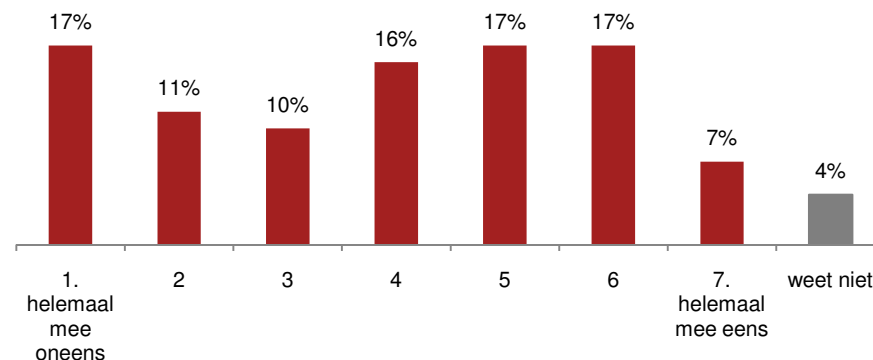
33% van de zakelijke respondenten geeft aan dat het volgen en gebruiken van surfgedrag van gebruikers cruciaal is voor het businessmodel van de organisatie waarvoor zij werken. De meerderheid geeft aan dat het volgen van surfgedrag voor hun organisatie niet relevant is.

Van de groep waarvoor het volgen van surfgedrag onderdeel is van het businessmodel van de organisatie geeft 41% aan dat een strengere bewaking van de privacy van internetgebruikers hun organisatie remt in de economische ontwikkeling. Gecombineerd met het feit dat privacy gezien wordt als de grootste bedreiging op internet door de Nederlandse internetgebruikers levert dit voor deze organisaties een contradictie op die de komende jaren om aandacht zal blijven vragen.

Het volgen en gebruiken van surfgedrag van gebruikers en het inzetten van deze informatie is cruciaal voor het businessmodel van onze organisatie



Een strengere bewaking van de privacy van internetgebruikers remt organisaties in hun economische ontwikkeling



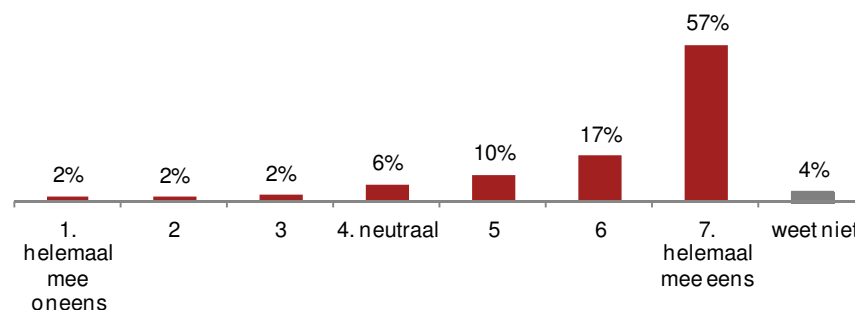
Op internet dienen dezelfde normen en waarden te gelden als in de fysieke wereld

De meerderheid van de respondenten is van mening dat op internet dezelfde normen en waarden zouden moeten gelden als in de fysieke wereld. Opvallend genoeg zijn mannen het minder vaak eens met deze stelling dan vrouwen.

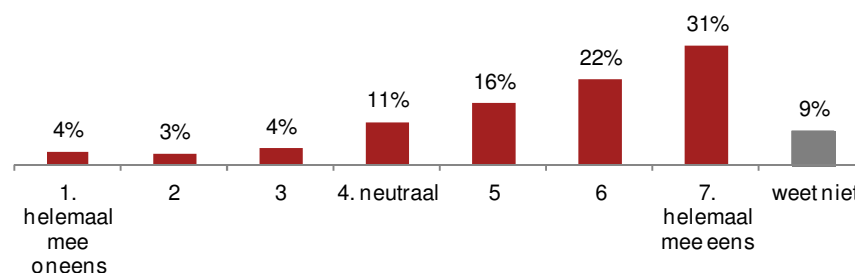
In de praktijk hanteren mensen op internet niet dezelfde normen en waarden als in de fysieke wereld, zo geven respondenten aan. Zij vinden bijvoorbeeld dat er op internet meer gediscrimineerd wordt.

Respondenten zijn er van overtuigd dat als men niet anoniem zou zijn op internet, het gedrag van de internetgebruiker meer in lijn zou zijn met de normen en waarden in de fysieke wereld. Hoger opgeleiden en mensen werkzaam in de ICT-sector zijn het hier minder vaak mee eens dan de gemiddelde respondent.

Op internet horen dezelfde normen en waarden te gelden als in de echte (fysieke) wereld



Als mensen niet meer anoniem zijn op internet, dan gedragen zij zich op internet netter dan nu het geval is. Net als in de echte (fysieke) wereld



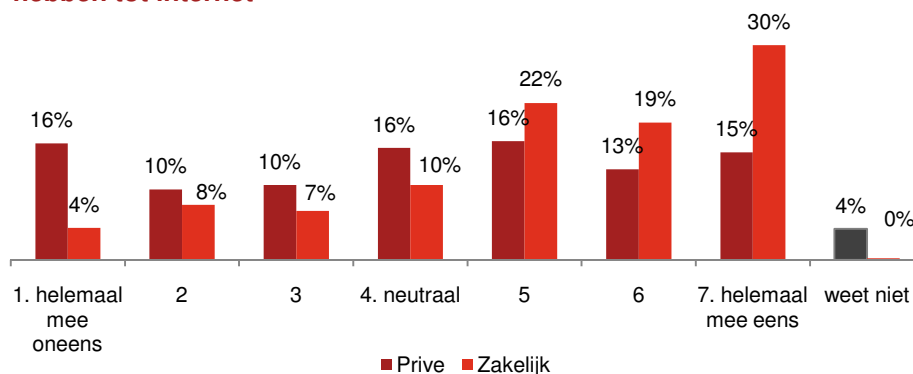
Altijd en overal toegang tot internet is belangrijk, maar niet essentieel voor het normaal functioneren in de maatschappij

Mobiel internet maakt het mogelijk om op bijna elke plek gebruik te maken van internet. Vooral de zakelijke respondent hecht veel waarde aan het overal toegang hebben tot internet. 71% reageert positief op de stelling dat het essentieel is om altijd en overal toegang te hebben. Dit is dan ook een groep met een hoge penetratie van smartphones (63%).

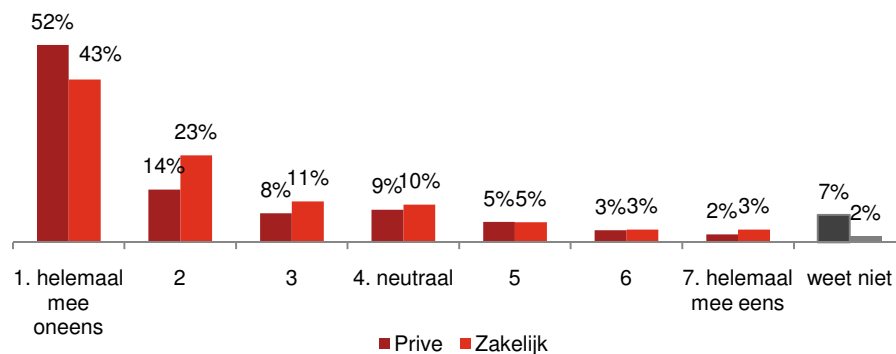
Voor de privégebruiker lijkt dit een stuk minder belangrijk. Het zijn voornamelijk de hoger opgeleiden die minder belang hechten aan het altijd en overal toegang hebben tot internet. Ondernemers, mensen in het bezit van een tablet en mensen die vaak met het OV reizen hechten wel veel waarde aan toegang tot internet op elke plek en elke tijd.

Zowel zakelijk als privé zijn de respondenten niet van mening dat indien men geen toegang heeft tot mobiel internet er een risico is om in een sociaal isolement te raken. De kleine groep die het wel met deze stelling eens is bestaat voornamelijk uit mannen, ondernemers en mensen die vaak met het OV reizen.

Ik vind het essentieel om altijd en overal toegang te hebben tot internet



Mensen zonder mobiel internet lopen het risico om in een sociaal isolement te raken



Sectie 3.3

Thema Individu

Internet is in het persoonlijk leven belangrijk, maar niet onmisbaar

Internet is belangrijk voor de respondenten. Dat blijkt uit de vraag hoe belangrijk internet voor hen persoonlijk is. Slechts 9% geeft aan dat internet onbelangrijk voor hen is.

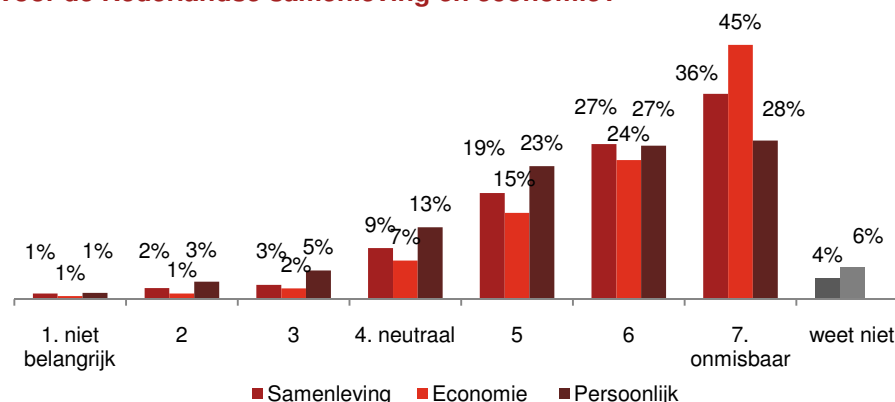
Vinden veel respondenten internet voor henzelf al belangrijk, het belang voor de Nederlandse samenleving vindt men nog groter. Bezitters van een tablet schrijven een grotere waarde toe aan de bijdrage van internet aan economie en samenleving. De waardering van vrouwen is hoger dan die van mannen. Hoe hoger het inkomen hoe hoger het belang toegekend aan internet.

De persoonlijke waardering neemt toe met de intensiteit waarmee gebruik van internet wordt gemaakt. Voor werknemers in de ICT is de waardering hoger dan voor andere werknemers. Zelfstandig ondernemers hebben een hogere persoonlijke waardering dan werknemers in loondienst. Voor gepensioneerden is het persoonlijk belang van internet lager dan het gemiddelde. Opvallend genoeg neemt de persoonlijke waardering juist toe met leeftijd. Blijkbaar groeit het belang van internet naarmate men ouder wordt, onder de voorwaarde dat men nog actief is op de arbeidsmarkt.

Wij hebben respondenten de open vraag gesteld wat zij zien als de grootste kansen en bedreigingen. De meest genoemde kans is de *toegang tot een enorme hoeveelheid informatie en kennis* die internet biedt. Daarnaast noemen respondenten de mogelijkheden om contacten en sociale netwerken te onderhouden.

Respondenten zien *inbreuk van de privacy als grootste potentiële gevaar*. Daarnaast maken zij zich zorgen over veiligheid, zoals virussen, hackers en identiteitsdiefstal.

Hoe belangrijk is volgens u internet voor u persoonlijk en voor de Nederlandse samenleving en economie?



Veel respondenten gebruiken internet elke dag en de helft van hen is internet het laatste jaar vaker gaan gebruiken

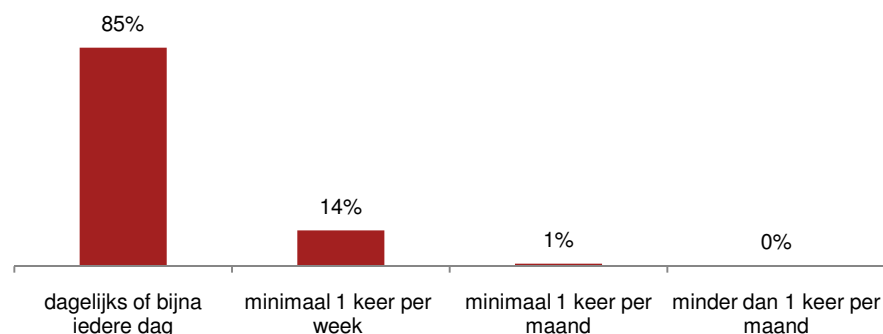
Ruim 85% van de respondenten geeft aan in de afgelopen drie maanden internet dagelijks of bijna iedere dag gebruikt te hebben. 14% is minimaal een keer per week internet opgegaan.

49% is het er geheel of gedeeltelijk mee eens dat zijn of haar internetgebruik over de afgelopen 12 maanden is toegenomen. Een minderheid is het hiermee niet eens.

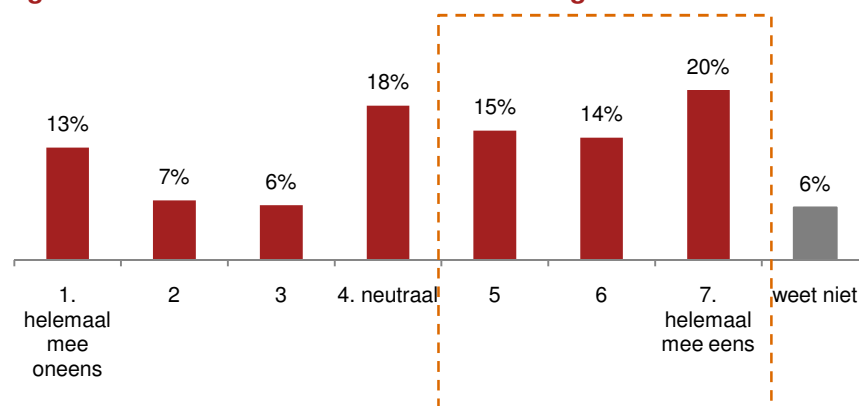
Mobiel internet heeft in de afgelopen jaren een grote vlucht genomen. Dankzij smartphones en tablets is het mogelijk om op elke plek internet op te gaan. Het ligt voor de hand dat internetgebruik van bezitters van een smartphone of een tablet in de afgelopen twaalf maanden meer dan gemiddeld is toegenomen. Bijna 14% van de respondenten bezit een tablet en 46% een smartphone. Hun gebruik is inderdaad meer gegroeid dan gemiddeld maar de verschillen zijn klein.

Internetgebruik is in de afgelopen twaalf maanden het minst toegenomen onder hoger opgeleiden en mensen werkzaam in de ICT – sector. De laatste groep was al veel actief op internet. Van de respondenten die werkzaam zijn in de ICT – sector geeft 99% aan internet dagelijks of bijna dagelijks te gebruiken.

Hoe vaak heeft u in de afgelopen 3 maanden internet gebruikt?



Ik gebruik internet nu vaker dan 12 maanden geleden



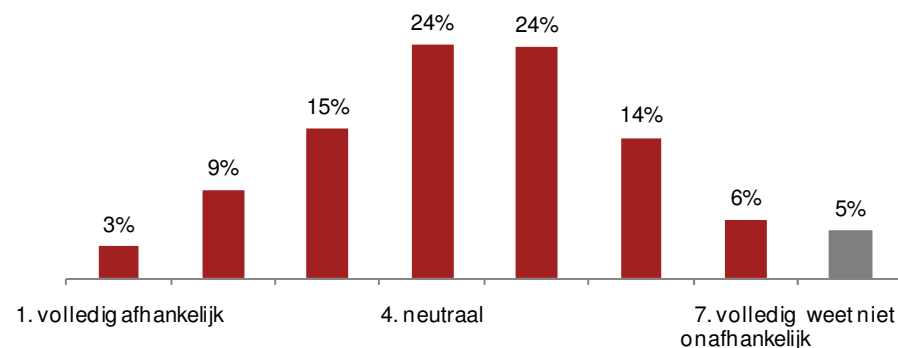
Een dag zonder internet is mogelijk, maar een week (zakelijk) en een maand (privé) is voor de meesten te lang

Uit de enquête blijkt dat er in de Nederlandse maatschappij een grote mate van afhankelijkheid van internet is ontstaan: ongeveer 27% van de respondenten geeft aan afhankelijk te zijn. Vooral onder mensen die werkzaam zijn in de ICT-sector en hoger opgeleiden is de afhankelijkheid groter dan gemiddeld. Het is niet verwonderlijk dat ook bezitters van een smartphone of tablet vaker zeggen dat ze afhankelijk zijn van internet op dit moment, al is de afwijking ten opzichte van het gemiddelde niet groot.

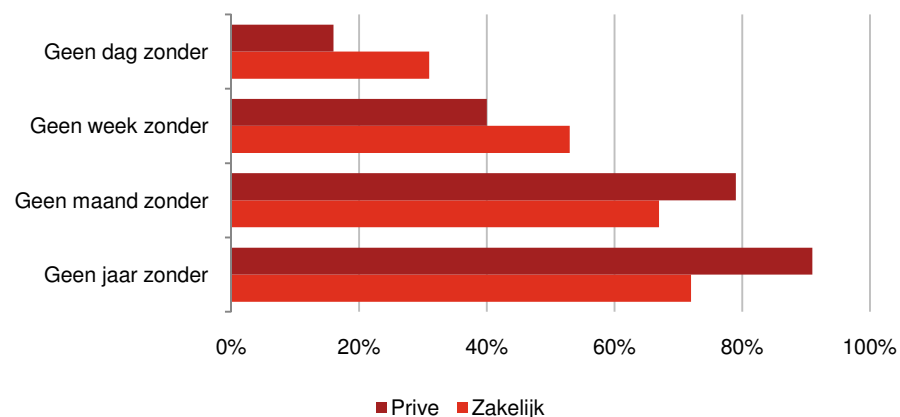
Ook al ligt het gebruik van internet in Nederland zeer hoog, een ruime meerderheid geeft aan redelijk makkelijk een dag zonder internet te kunnen. Dit geldt zowel voor zakelijke als privégebruikers. Is een dag zonder internet nog wel mogelijk, als het meer wordt krijgt een flink deel van de respondenten het moeilijk. Slechts 21% zegt een maand zonder internet te kunnen. 9% zou het zonder internet wel een jaar volhouden. Opnieuw zijn het de respondenten die over een smartphone beschikken die de grootste behoefte hebben aan internet. Opvallend is dat hoogopgeleiden (hbo of universiteit) vaker aangeven dat zij een dag of week zonder internet kunnen dan lager opgeleiden.

Niet voor elke zakelijke activiteit is internet noodzakelijk. Dit verklaart dat 28% van de respondenten, die een voltijd- of deeltijd baan hebben of ondernemer zijn, aangeven een jaar zonder internet te kunnen.

Hoe beoordeelt u uw afhankelijkheid van internet op dit moment?



Nee, ik kan geen dag/week/maand jaar zonder internet



Internet is zeer belangrijk, maar niet onmisbaar om relaties te onderhouden

Internet is een *zeer belangrijk medium om relaties te onderhouden*.

Van alle soorten relaties die via internet worden onderhouden - en in sommige gevallen ook worden gelegd -, blijkt het voor zakelijke relaties het belangrijkste. Maar minder dan de helft van de respondenten (42%) vindt internet hiervoor redelijk tot zeer onmisbaar (score 5, 6 of 7). Ook voor vriendschappelijke relaties en familierelaties is internet belangrijk, maar voor het grootste deel van de respondenten niet onmisbaar.

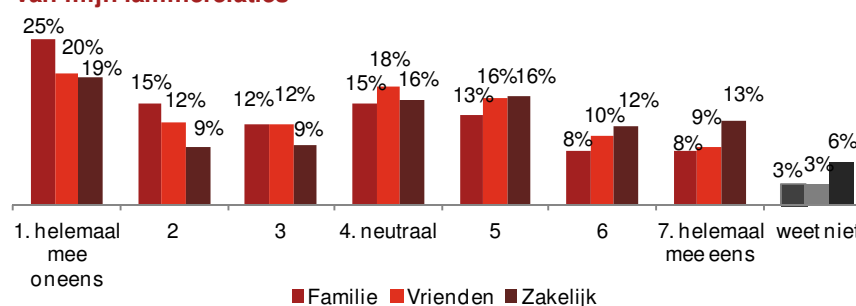
Het belang dat respondenten hechten aan internet voor het onderhouden van relaties is ook terug te zien in de *tijd* die zij hieraan besteden: bijna een kwart van de respondenten besteedt *meer tijd aan relaties via internet dan elkaar in levende lijve te ontmoeten*. Daarbij speelt mogelijk ook mee dat bijna de helft van de respondenten door internet meer relaties onderhouden met mensen die ver weg wonen. De meerderheid (65%) verwacht niet om vriendschappen te verliezen als ze niet meer actief zijn op internet, bijvoorbeeld door het niet langer actief zijn op social media. Opvallend is dat ook jongeren het hier relatief vaak mee eens zijn.

Internet helpt natuurlijk ook bij *het leggen van nieuwe contacten*.

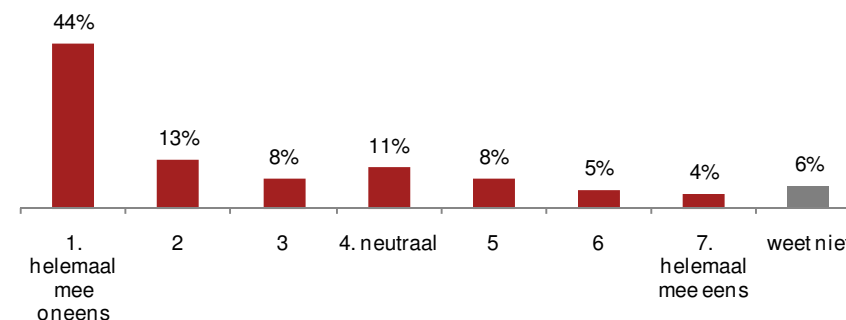
Opvallend is dat ongeveer 1 op de 10 respondenten aangeeft zelfs meer vriendschappen te hebben gesloten via internet dan in het dagelijks leven. Het is aannemelijk dat dit is gedreven door de sterke opkomst van social media.

Samengevat kunnen we stellen dat internet een zeer belangrijke spil is in de interactie tussen vrienden, familieleden en zakelijke relaties, maar voor de meerderheid niet onmisbaar. Voor de meerderheid is internet een verrijking als hulpmiddel, voor een kleiner deel is het werkelijk onmisbaar. Ook naar de toekomst toe.

Internet is onmisbaar voor het leggen en onderhouden van mijn familierelaties



Als ik niet (meer) actief ben op internet (bijv. op Facebook of Hyves) heb ik over 5 jaar minder relaties dan nu



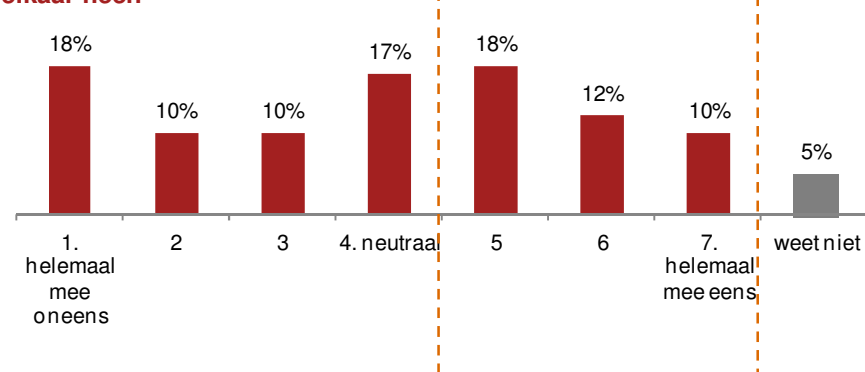
Werk en privé lopen voor een deel van de respondenten meer door elkaar heen door internet, dit wordt niet als positief gezien

Voor een deel van de respondenten *lopen werk en privé steeds meer door elkaar heen als gevolg van internet*. Dit geldt vooral voor hoger opgeleiden en zelfstandige ondernemers. Echter, volgens cijfers van het CBS werkt gemiddeld bij een bedrijf 53% van het personeel met internet. Het is daarom niet verbazingwekkend dat maar een deel van de respondenten (40%) de grens tussen werk en privé door internet ziet vervagen.

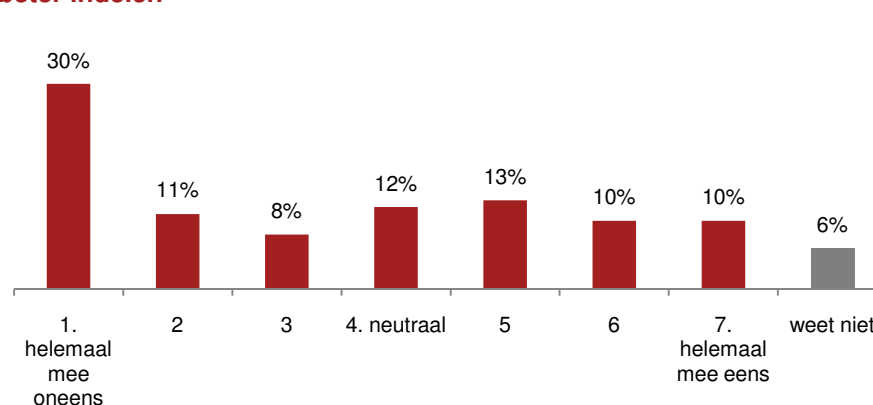
Aan de ene kant geeft internet een deel van de respondenten de mogelijkheid om zelf werktijden beter in te delen. 33% van de respondenten zegt dit in meer of mindere mate te kunnen doen. Aan de andere kant geeft 49% van de respondenten aan dat het bestaan van internet niet de mogelijkheid biedt om werktijden beter in te delen. Gezien het percentage van het personeel dat gemiddeld bij een bedrijf met internet werkt is ook dit weer deels te verklaren.

Als we specifiek kijken naar de groep respondenten bij wie werk en privé door internet meer door elkaar heen is gaan lopen (zie gestippeld kader rechts) geeft 74% uit die groep aan daar ook moeite mee te hebben. Slechts 4% van deze groep heeft hier juist geen moeite mee. Ook geeft 81% van deze groep aan de werktijden niet beter in te kunnen delen door internet.

Door internet lopen werk en privé steeds meer door elkaar heen



Door het bestaan van internet kan ik mijn werktijden zelf beter indelen



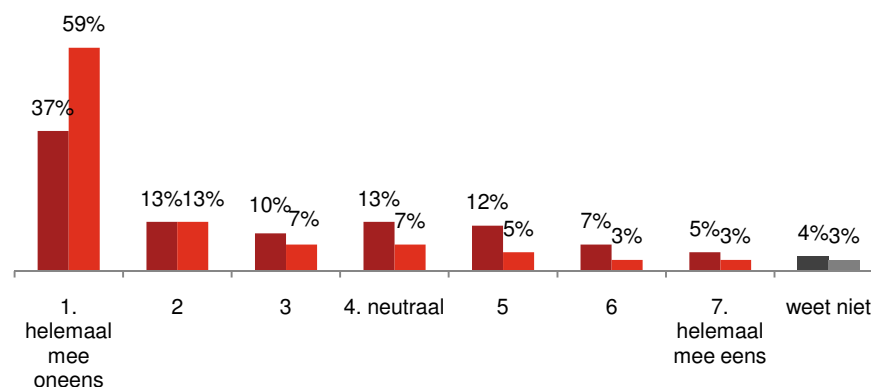
Respondenten hebben liever niet dat surfgedrag wordt opgeslagen. De meningen over gerichte reclame zijn verdeeld

Bescherming van de privacy is een gevoelig onderwerp. Aan de ene kant lijken consumenten hun hele leven te delen op social media. Aan de andere kant heeft een meerderheid van de respondenten er moeite mee als surfgedrag wordt opgeslagen. De weerzin tegen het gebruik van surfgegevens neemt toe als data wordt gebruikt voor reclamedoeleinden. Een meerderheid heeft er echter ook problemen mee als surfgedrag wordt opgeslagen voor het verbeteren van de internetervaring. Met name respondenten in de leeftijdscategorie 45-65 geven aan er vaker moeite mee te hebben dat surfgedrag gebruikt wordt voor gerichte benadering. Daarentegen hebben tabletbezitters minder bezwaren dan gemiddeld tegen dataopslag als de gegevens worden gebruikt voor de verbetering van de internetervaring. Gepensioneerden hebben sowieso minder bezwaren tegen opslag van het surfgedrag.

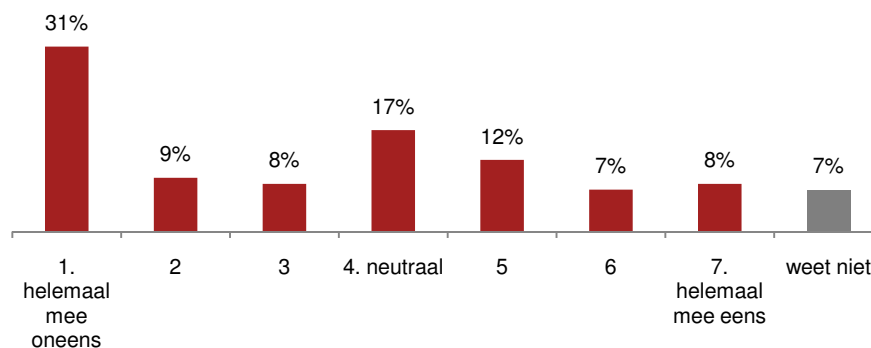
48% van de respondenten ziet liever algemene reclame voor een brede doelgroep dan reclame die op hen persoonlijk van toepassing is. 27% daarentegen ziet liever gerichte reclame. Gepensioneerden hebben een sterke voorkeur voor op hen persoonlijk gerichte reclame. Hoger opgeleiden en mensen met een hoger inkomen hebben relatief veel weerstand tegen reclame op internet die op hen is afgestemd.

In juni 2011 heeft de Tweede Kamer een wetswijziging aangenomen waarmee bedrijven worden verplicht om eindgebruikers toestemming te vragen voor het plaatsen van zogenaamde *tracking cookies*. De wetswijziging moet nog worden aangenomen door de Eerste Kamer. In september 2011 hebben publieke discussies plaatsgevonden over de nut en noodzaak van deze wetswijziging. De wetgeving en de berichtgeving erover kunnen de meningen van respondenten beïnvloeden hebben. Dit zou onderzocht kunnen worden door de Nationale Internetenquête op een later moment te herhalen.

Ik vind het niet erg als mijn surfgedrag wordt opgeslagen en gebruikt voor verbetering van mijn internetervaring of voor reclamedoeleinden



Ik zie liever reclame die op mij persoonlijk van toepassing is, dan algemene reclame die voor een grotere doelgroep bestemd is



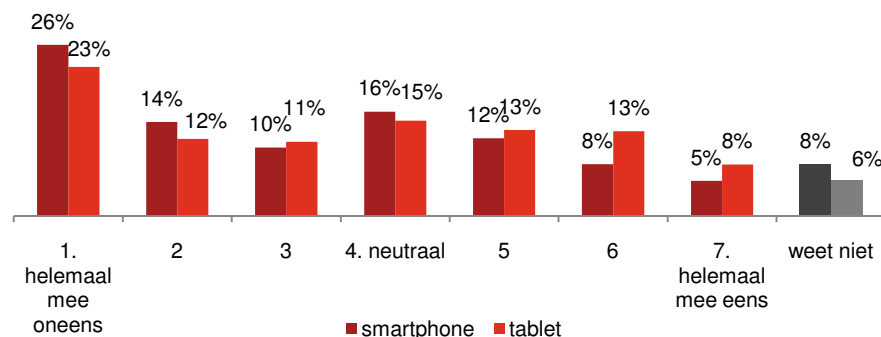
Gebruikers van smartphones en tablets verwachten niet dat apps het gebruik van reguliere websites verdringen

In de laatste jaren zijn steeds meer applicaties ('apps') ontwikkeld voor smartphones en tablets. Uit ons onderzoek blijkt de populariteit van apps onder de gebruikers van smartphones en tablets. Tevens blijkt dat deze populariteit groter is onder tablet-bezitters in vergelijking met respondenten in het bezit van een smartphone.

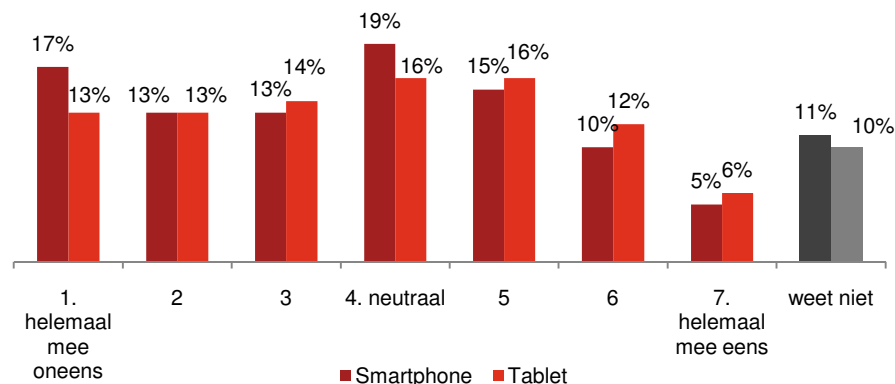
Een groot voordeel van apps is dat de bediening van 'reguliere websites' geoptimaliseerd is voor mobiel gebruik. 34% van de smartphone en tablet gebruikers verkiest apps boven het gebruik van een reguliere website. Opvallend is het hoge percentage respondenten dat helemaal geen voorkeur geeft aan een app ten opzichte van een reguliere website.

In lijn hiermee is dat er meer respondenten zijn die verwachten dat mobiele apps niet het gebruik van reguliere websites zullen verdringen dan respondenten die dat wel verwachten. 30% is het er geheel of gedeeltelijk mee eens dat zij naar verwachting over 5 jaar overwegend gebruikmaken van apps. 40% is het hier niet mee eens en verwacht dat er nog steeds een plek zal zijn voor reguliere websites.

Ik geef de voorkeur aan het gebruik van apps op mijn smartphone/ tablet in plaats van een reguliere website als ik daarmee hetzelfde kan doen



Ik verwacht over 5 jaar primair gebruik te maken van mobiele apps en nauwelijks van reguliere websites



Appendix A

Achtergrond enquête

Representativiteit van de enquête (1/2)

Het onderzoek is primair representatief voor de 94% van de Nederlanders die internet gebruiken. De representativiteit van de resultaten is sterk doordat een aantal vragen overeen komen met bekende CBS-vragen en de resultaten dus daarmee geverifieerd en gecorrigeerd zijn. Ook is de steekproef met ruim 11.000 respondenten zeer omvangrijk. Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online enquête. Het onderzoek is uitgesplitst in twee doelgroepen:

- Particulieren van 18 jaar en ouder, een doorsnede van internetgebruikers in Nederland.
- Zakelijke gebruikers van internet, deelnemers die specifiek vanuit het zakelijk gebruik van internet zijn benaderd over de invloed van internet op onze economie.

Aantallen respondenten per kanaal

- 2.366 natuurlijke particuliere respondenten (respondenten die via een website van Sanoma Media zelf naar de site zijn gegaan om in te vullen) via www.nationaleinternetenquete.nl & www.denationaleinternetenquete.nl
- 8.384 ingekochte particuliere respondenten
- 473 ingekochte zakelijke respondenten (verkregen via Het Financiële Dagblad)

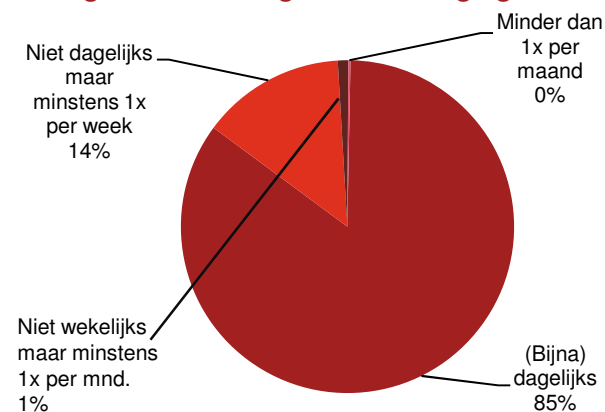
Representativiteit particuliere enquête

- Omdat het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online enquête is het aannemelijk dat de deelnemers in de online enquête actiever zijn op internet dan de gemiddelde Nederlander. Daarom hebben wij de dataset gewogen om deze zo representatief mogelijk te maken, binnen de gegeven onderzoeksopzet.
- Gegeven de gebruikte onderzoeksopzet met digitale enquêtering zijn de resultaten zo representatief mogelijk gemaakt. Dit is gedaan door te wegen met gegevens van het CBS. De dataset is daarmee zo representatief als mogelijk gemaakt voor personen die de afgelopen 3 maanden minstens één keer gebruik hebben gemaakt van internet. Dit is ongeveer 91% van de Nederlandse bevolking tussen de 12 en 75 jaar.

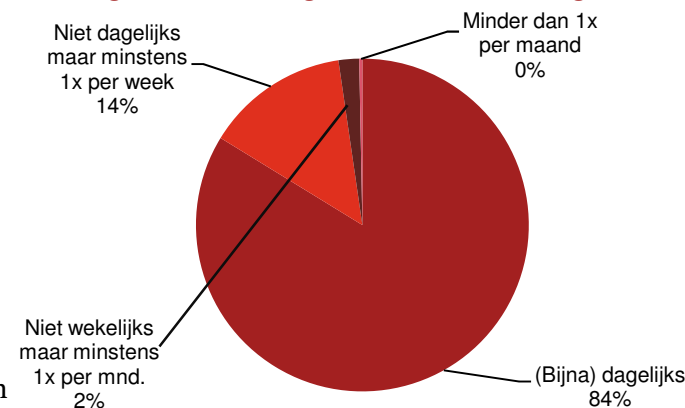
Weging

- De respondenten zijn gewogen naar mate van internetgebruik. Figuur 1 laat de samenstelling van de dataset zien na de weging en figuur 2 laat de verdeling zien volgens het CBS.

Figuur 1: Internetgebruik na weging



Figuur 2: Internetgebruik CBS verdeling



Representativiteit van de enquête (2/2)

Weging voor leeftijd en geslacht

- Naast de weging voor representativiteit van actieve internetgebruikers is het ook noodzakelijk gebleken, gegeven de uiteindelijke totale set aan respondenten, om een weging toe te passen op leeftijd en geslacht.
 - Leeftijd: Figuur 3a laat de samenstelling van de dataset zien na de weging en figuur 3b Laat de verdeling zien volgens het CBS.
 - Geslacht: Figuur 4a laat de samenstelling van de dataset zien na de weging en figuur 4b Laat de verdeling zien volgens het CBS.

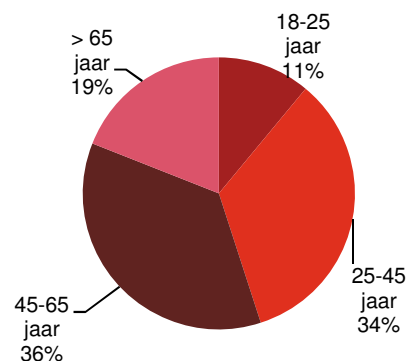
Bronnen

- Om tot de weging te komen hebben wij gebruik gemaakt van cijfers van het CBS over de bevolkingssamenstelling en cijfers van het CBS over (de mate van) internet gebruik door de Nederlandse bevolking.

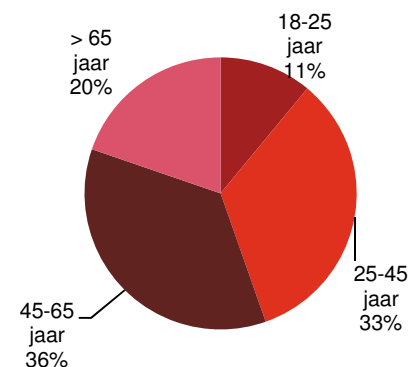
Representativiteit zakelijke enquête

- De zakelijke enquête geeft de ongewogen resultaten weer van ongeveer 500 respondenten. Hiervan is 95% man, 66% in de leeftijdscategorie 44-65 en is de ruime meerderheid hoger opgeleid (83%). De groep respondenten bevat bovendien veel zelfstandigen (44%) en mensen in loondienst die meer dan 32uur per week werken (32%). Sectoren die met name goed vertegenwoordigd zijn in de groep respondenten zijn zakelijke dienstverlening (30%) en financiële dienstverlening (20%).

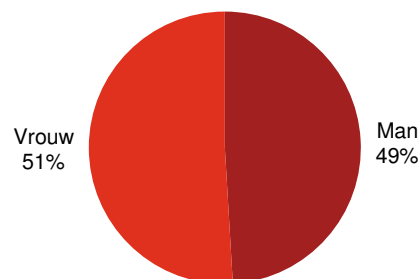
Figuur 3a: Dataset na weging



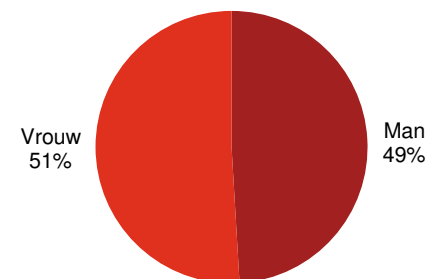
Figuur 3b: CBS verdeling



Figuur 4a: Dataset na weging



Figuur 4b: CBS verdeling



Contactinformatie



Onder leiding van:

Hans Luijendijk

Telefoon: 088-7927498

hans.luijendijk@nl.pwc.com

Erik Brouwer

Telefoon: 088-7927680

erik.brouwer@nl.pwc.com

Met medewerking van:

Joris Beek

Rajendra Sitompoel

Marlies Staarink

Eveline de Vries

Harry van Til