

Online of Offline?

Een kwantitatief onderzoek naar de digitalisering
anno 2007

In opdracht van Postbank

AUTEURS

drs. Sanne Kempers

drs. Hanneke Vos

drs. Martijn van der Veen

DATUM

AMSTERDAM, juli 2007



- Het onderzoek
 - In juni 2007 hebben we onder 1.185 respondenten een onderzoek gedaan naar de mate van digitalisering anno 2007.
 - In het onderzoek geven de respondenten aan van welke activiteiten zij via internet uitvoeren. Van allerlei activiteiten die de afgelopen jaren via internet mogelijk zijn geworden, meten we of de Nederlander dit liever offline of online doet.

- De resultaten
 - Uit het onderzoek komt naar voren dat internet sterk geïntegreerd is in onze dagelijkse activiteiten. Echter, soms wint het oude vertrouwde het nog van digitale mogelijkheden.

- Conclusie en onze visie
 - Snelheid en gemak zijn vaak redenen om gebruik te maken van online diensten, vooral als het gaat om het verkrijgen van informatie, content of het kopen van producten. Wanneer de activiteit draait om menselijk contact is men sterker geneigd te kiezen voor offline diensten.

Vooraf

- Samenvatting
- Inhoud
- Opzet

Resultaten

- Referentiekader
- Activiteiten via internet
- Kaart versturen
- Informatie zoeken
- Kopen en verkopen tweedehandsspullen
- Winkelen
- Nieuwslezen
- Reis boeken
- Huis kopen of verkopen
- Foto's delen
- Bankzaken
- Muziek
- Doelgroepverschillen per activiteit

Conclusies

- Conclusies

Vooraf



- ◉ Doel
 - Het onderzoek heeft als doel inzicht te verkrijgen in de kracht van internet en hoe dit door de consument wordt ervaren.

- ◉ Uitvoering
 - Online kwantitatief onderzoek onder de NetPanel Adviesraad.
 - Doelgroep: De Nederlandse bevolking tussen de 18 en 65 jaar oud.
 - In totaal zijn 4.243 panelleden uitgenodigd voor het onderzoek. Uiteindelijk hebben 1.185 mensen de vragenlijst ingevuld. Dat betekent dat er een respons gehaald is van 28%.
 - De datacollectie heeft gelopen van 12 juni tot 14 juni 2007.

Resultaten



Achtergrond van de respondenten

- 37% van de respondenten is Postbankklant
- 63% van de respondenten is klant bij een andere bank

- De verdeling mannen en vrouwen is 50/50

- 34% is tussen de 18 en 34 jaar
- 47% tussen de 35 en 54 jaar
- 20% is 55 jaar of ouder

- 28% heeft een inkomen beneden modaal
- 22% heeft een modaal inkomen
- 26% heeft een inkomen boven modaal

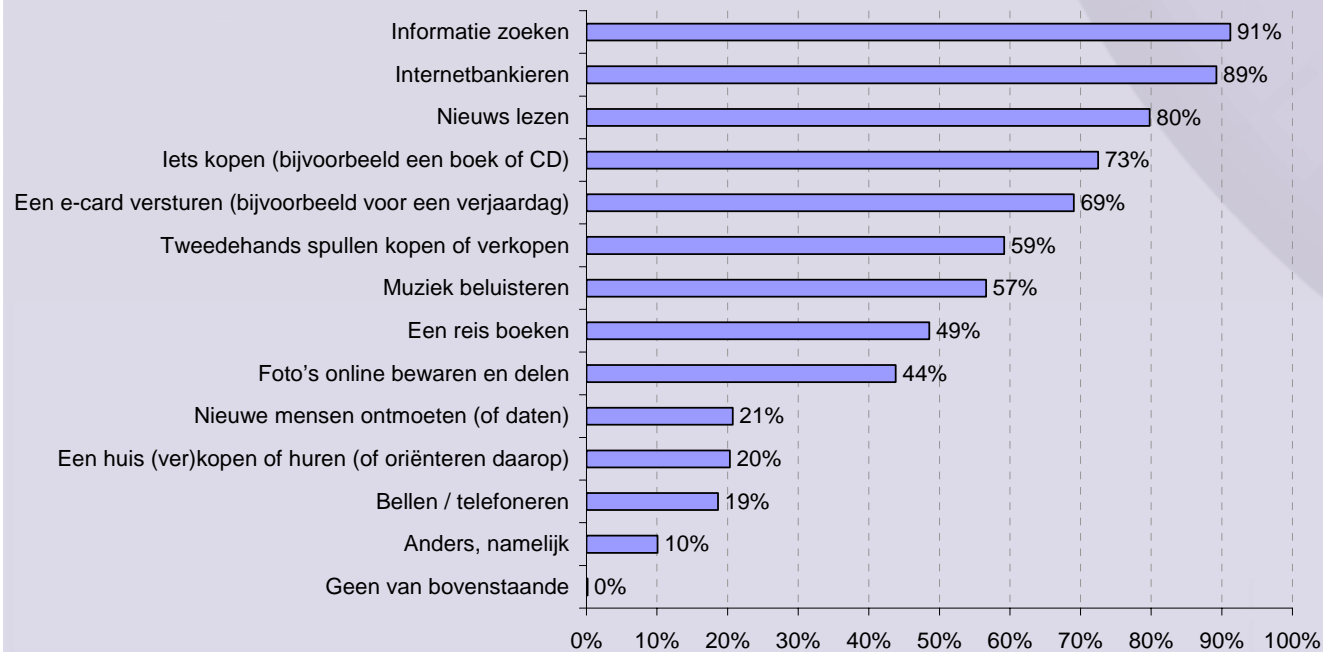
- 11% komt uit Noord Nederland
- 17% komt uit Oost Nederland
- 48% komt uit West Nederland
- 24% komt uit Zuid Nederland

Internet sterk geïntegreerd in dagelijkse activiteiten

Welke van de onderstaande activiteiten doe jij wel eens op internet?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



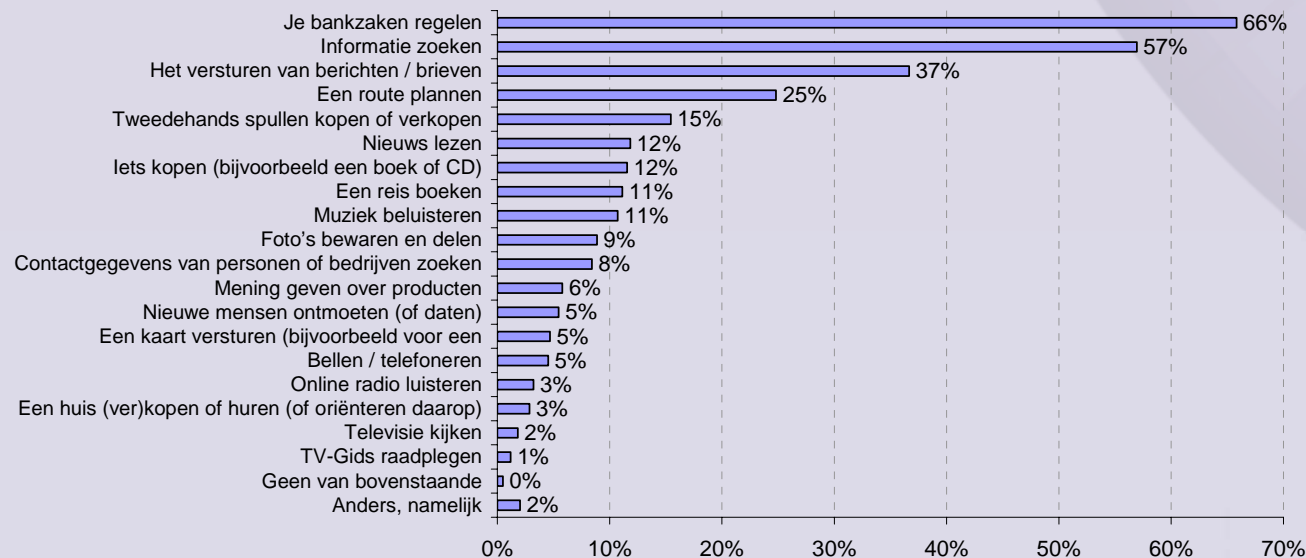
- Een grote meerderheid zoekt informatie (91%), bankiert (89%) en leest nieuws via internet (80%).
- Geen enkele Nederlander geeft aan helemaal geen activiteiten te doen via internet.

Internet verbetert vooral het regelen van bankzaken

Kies hieronder de drie activiteiten waarvan jij vindt dat de komst van internet het meest een verbetering heeft gebracht in jouw leven.

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



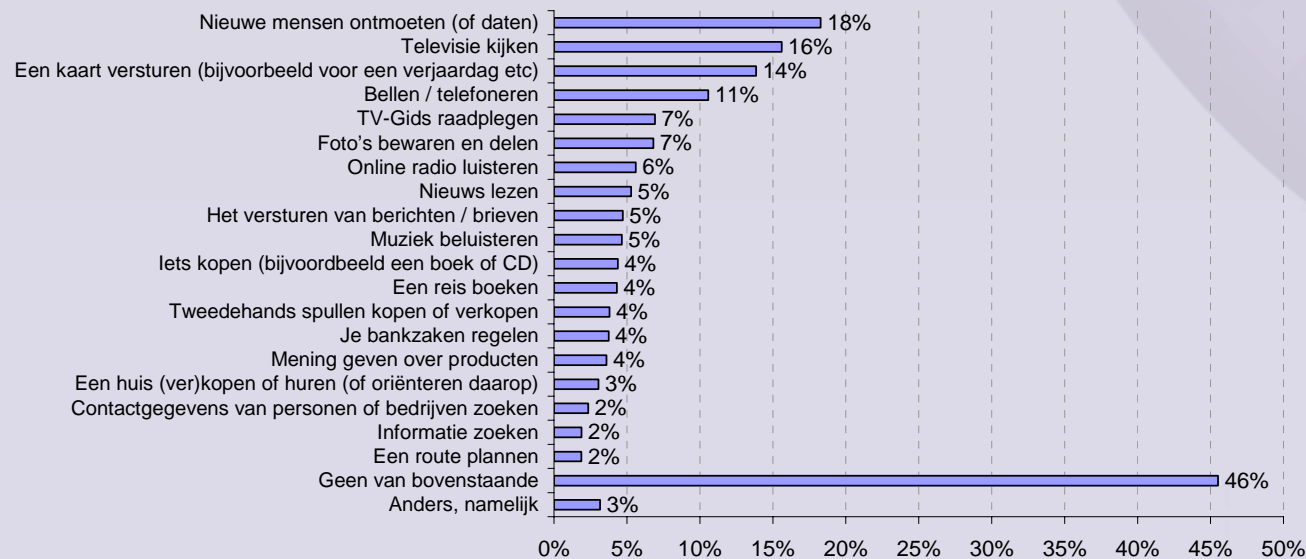
- Ruim de helft van de Nederlanders vindt dat internet het regelen van bankzaken (66%) en informatie zoeken (57%) beter heeft gemaakt.
- Niemand vindt dat internet geen van de genoemde activiteiten verbeterd heeft.

Bijna helft vindt dat internet niets verslechtert

Kies hieronder de drie activiteiten waarvan jij vindt dat de komst van internet het meest een verslechtering heeft gebracht in jouw leven.

Basis: Allen - in percentages (n=1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



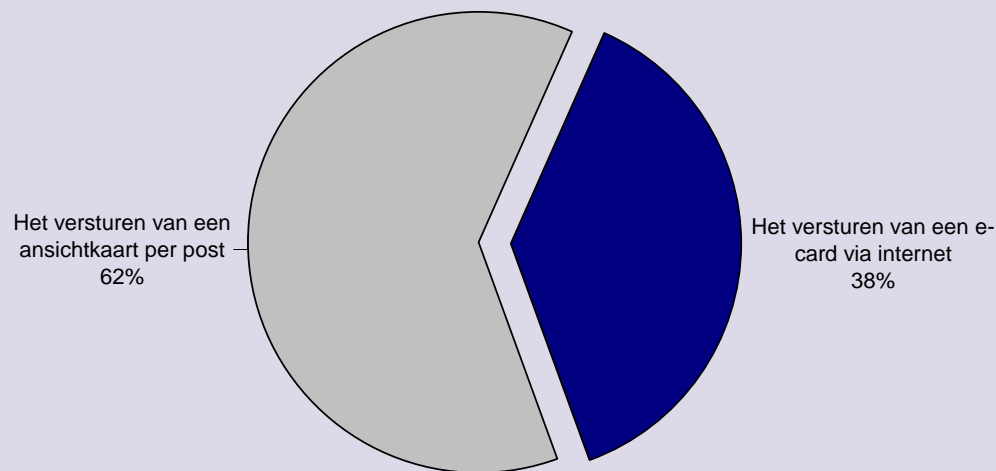
- Nieuwe mensen ontmoeten (18%), televisie kijken (16%) en kaarten versturen (14%) zijn het meest verslechterd nu dit ook op internet mogelijk is.
- 46% van de Nederlanders vindt dat internet helemaal geen slechte invloed heeft op activiteiten.

Echte kaart gaat nog steeds voor e-Card

Als je een kaart wilt sturen naar vrienden, familie of bekenden (bijvoorbeeld voor een verjaardag), waar gaat dan in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Sneller (73%)
2. Makkelijker (68%)
3. Geen postzegel nodig (52%)
4. Ruime keuze op internet (51%)
5. E-card kan bewegen (44%)

Belangrijkste redenen offline:

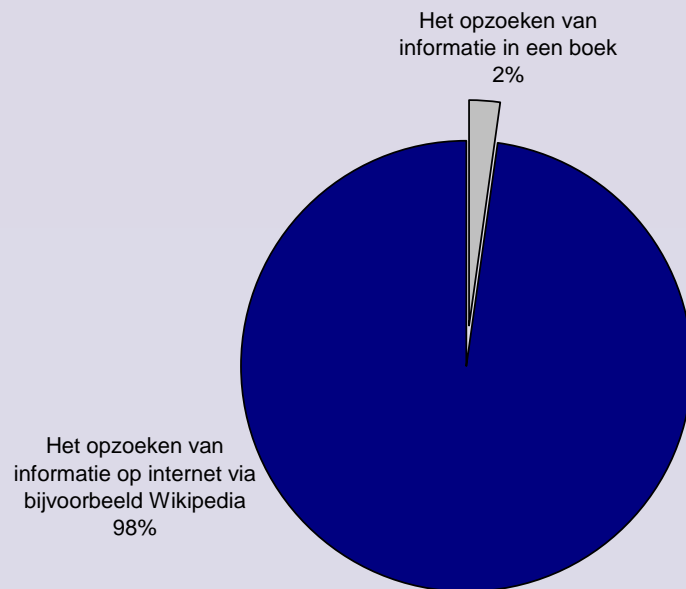
1. Persoonlijker (75%)
2. Meer impact op de ontvanger (38%)
3. Niet iedereen heeft e-mail (31%)
4. Uit gewoonte (14%)
5. Makkelijker bewaren (13%)

Informatie opzoeken in boeken bijna verdwenen

Als je informatie op wilt zoeken over een bepaald onderwerp, waar gaat dan in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Sneller en makkelijker zoeken (86%)
2. Links naar andere bronnen en informatie (60%)
3. Actueler (up-to-date) (56%)
4. Uitgebreider (52%)
5. Gratis (43%)

Belangrijkste redenen offline:

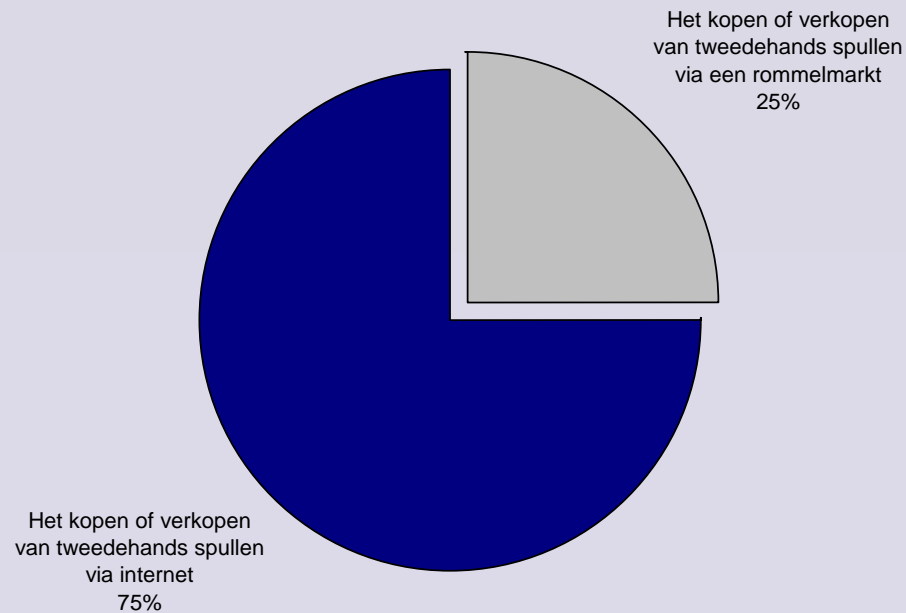
1. Lezen van papier is prettiger (57%)
2. Betere/ diepgaandere informatie (46%)
3. Betrouwbaar (35%)
4. Gewoonte (17%)
5. Geen computer nodig (3%)

Rondstruinen op internet populairder dan rommelmarkt

Als je tweedehands spullen wilt kopen of verkopen, waar gaat dan in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Snel en makkelijk zoeken (65%)
2. Deur niet uithoeven (61%)
3. Veel bezoekers, groter bereik (61%)
4. Makkelijk kopen en verkopen (58%)
5. Niet tijdgebonden (57%)

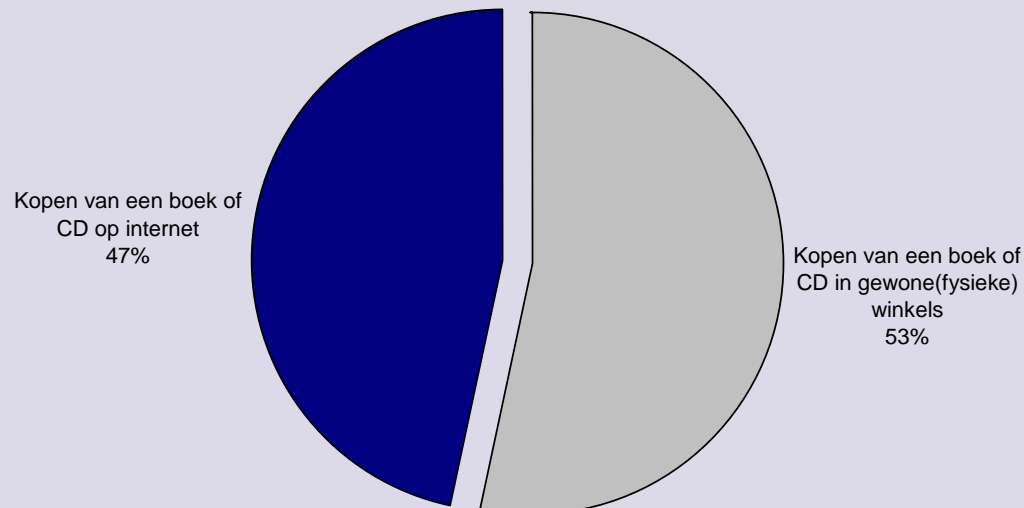
Belangrijkste redenen offline:

1. Spullen direct kunnen bekijken en vasthouden (75%)
2. Gezelligheid, lekker rondstruinen (63%)
3. Makkelijker afdingen (28%)
4. Grotere kans op toevalstreffer (24%)
5. Goedkoper (12%)

Winkelvloer heeft lichte voorkeur boven online shop

Als je een boek of CD wilt kopen, waar gaat dan in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)
© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Snel en makkelijk zoeken (58%)
2. Niet tijdgebonden (55%)
3. Makkelijk prijzen vergelijken (55%)
4. Deur niet uithoeven (50%)
5. Overzichtelijk aanbod (48%)

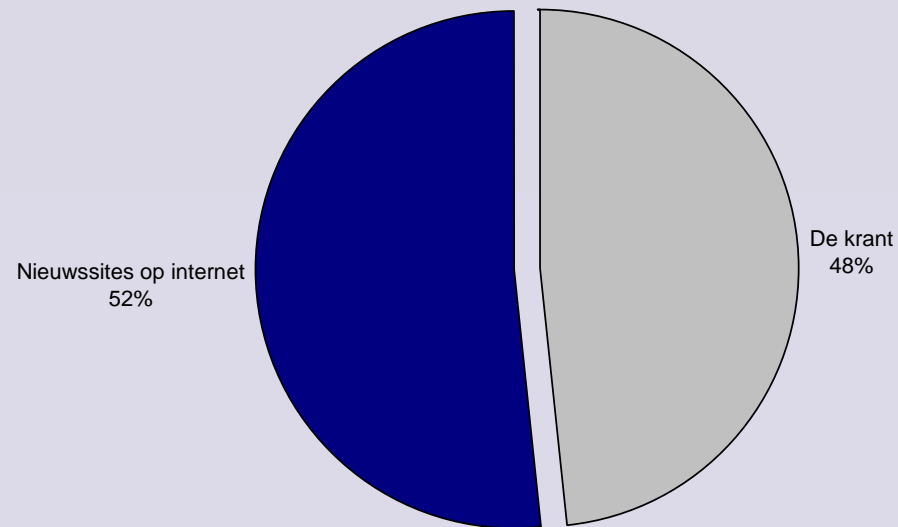
Belangrijkste redenen offline:

1. In boek kunnen bladeren/ cd kunnen beluisteren (73%)
2. Boek of cd kunnen bekijken, vasthouden (61%)
3. Aankoop direct in huis (47%)
4. Persoonlijke service (33%)
5. Gezelligheid (22%)

Op hoogte blijven van nieuws zowel online als offline

Waar gaat in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit om op de hoogte te blijven van het nieuws?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)
© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Actueler (up-to-date) (62%)
2. Gratis (60%)
3. Geen krantenabonnement (59%)
4. Korte berichten, prettig leesbaar (48%)
5. Links naar andere bronnen (39%)

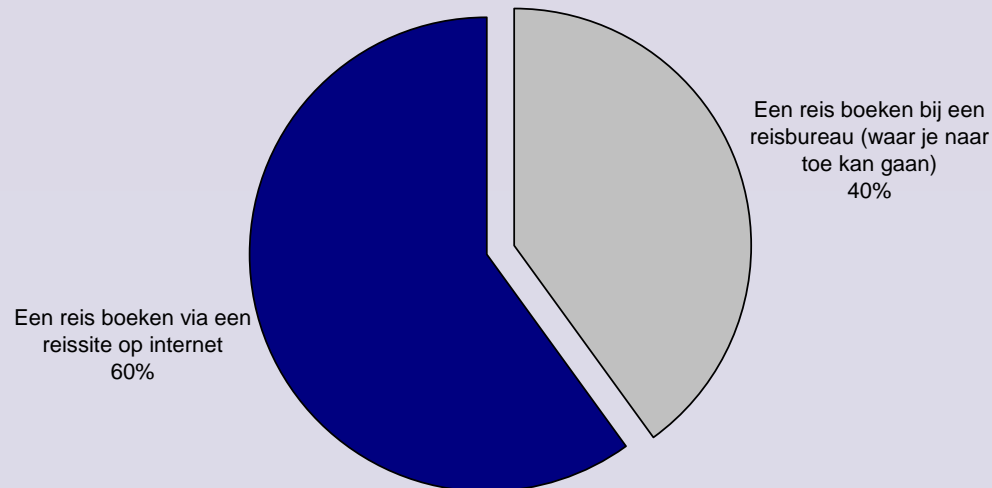
Belangrijkste redenen offline:

1. Krant lezen is ontspanning (57%)
2. Krant is onderdeel van mijn dagelijks (ochtend/ avond) ritueel (56%)
3. Lezen van papier prettiger (55%)
4. De krant kun je meenemen (42%)
5. Gewoonte (27%)

Reizen boeken vaker via internet

Als je een reis gaat boeken voor je vakantie, waar gaat dan in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)
© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Makkelijk prijzen vergelijken (73%)
2. Snel en makkelijk zoeken (69%)
3. Niet tijdgebonden (59%)
4. Deur niet uithoeven (51%)
5. Sneller (50%)

Belangrijkste redenen offline:

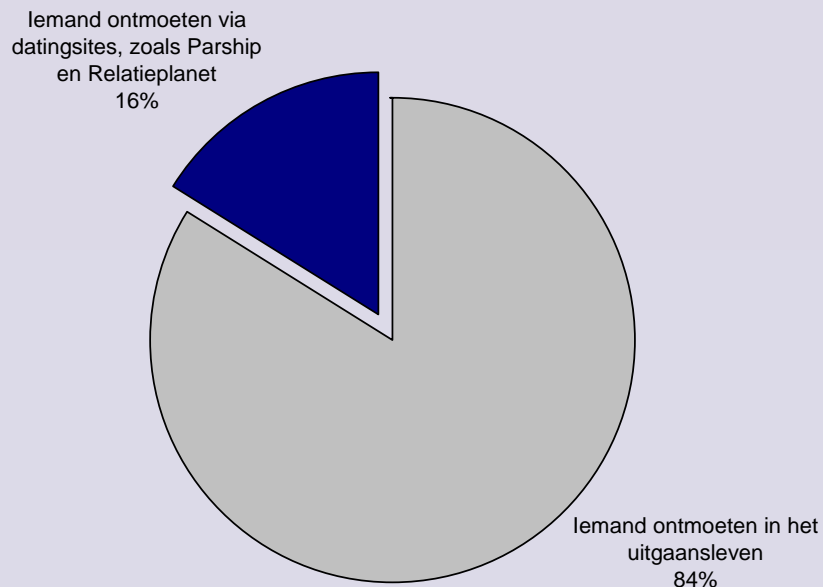
1. Persoonlijke service (82%)
2. Hulp bij het kiezen (56%)
3. Direct zicht op beschikbaarheid (36%)
4. Minder kans op fouten bij het boeken (35%)
5. Veiliger betalen (23%)

Eén op tien geeft voorkeur aan internetontmoeting

Stel dat je graag iemand wilt ontmoeten, waar gaat dan in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Contact geleidelijk opbouwen (64%)
2. Makkelijk zoeken (61%)
3. Laagdrempelig (60%)
4. Eerst online contact is veiliger (47%)
5. Nee zeggen is makkelijker (44%)

Belangrijkste redenen offline:

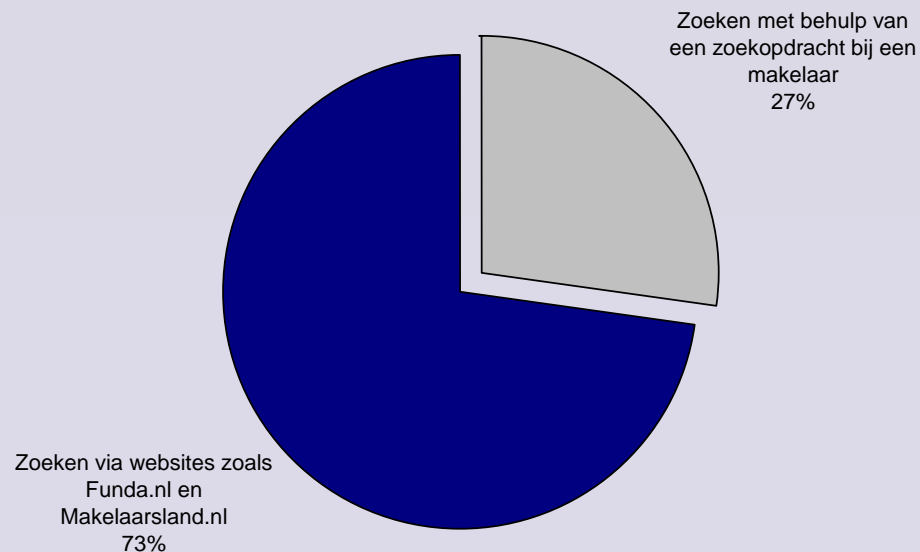
1. Beter zien hoe iemand eruitziet (50%)
2. Vollediger beeld van iemand (50%)
3. Eerst rustig kunnen observeren (49%)
4. Gezelliger (49%)
5. Ongedwongen/ niet zo geforceerd (45%)

Zoeken woning overwegend digitaal

Als je op zoek bent naar een nieuwe woning, waar gaat dan in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Overzichtelijk aanbod (73%)
2. Makkelijk zoeken (71%)
3. Niet tijdgebonden (62%)
4. Alles zelf onder controle houden (50%)
5. Goedkoper (17%)

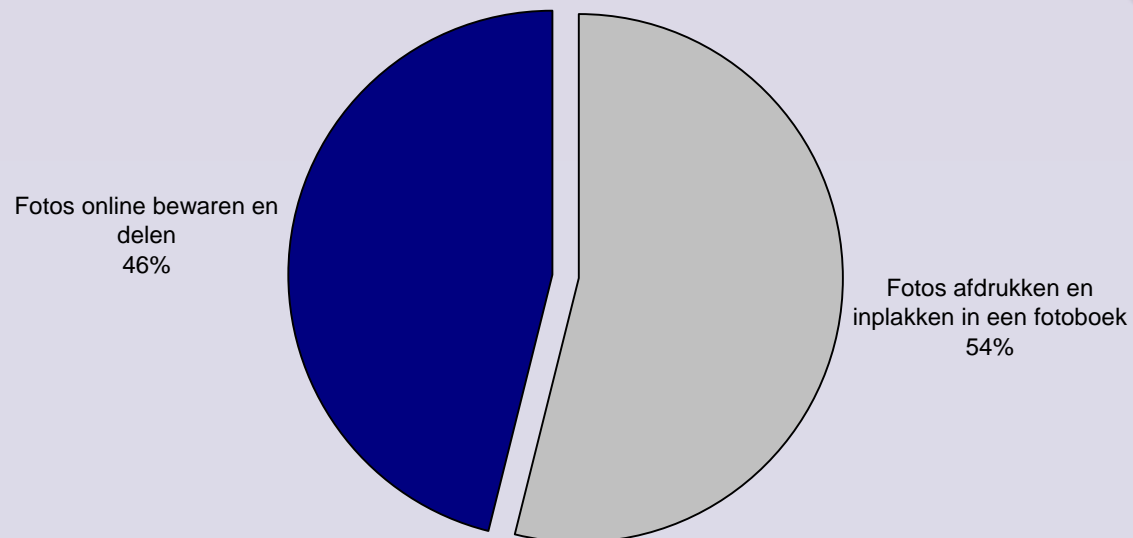
Belangrijkste redenen offline:

1. Persoonlijke service (64%)
2. Makelaar is eerder op de hoogte van beschikbare panden (49%)
3. Kennis van de markt (49%)
4. Betrouwbaarheid (43%)
5. Je hoeft niet zelf te zoeken (28%)

Foto's delen zowel online als offline

Je kan foto's afdrukken en in een fotoboek plakken. Je kan foto's ook online bewaren en delen met vrienden, familie en bekenden. Waar gaat in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)
© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Makkelijker te delen (72%)
2. Snel (62%)
3. Overal ter wereld beschikbaar (62%)
4. Makkelijk kopieerbaar (60%)
5. Goedkoper (50%)

Belangrijkste redenen offline:

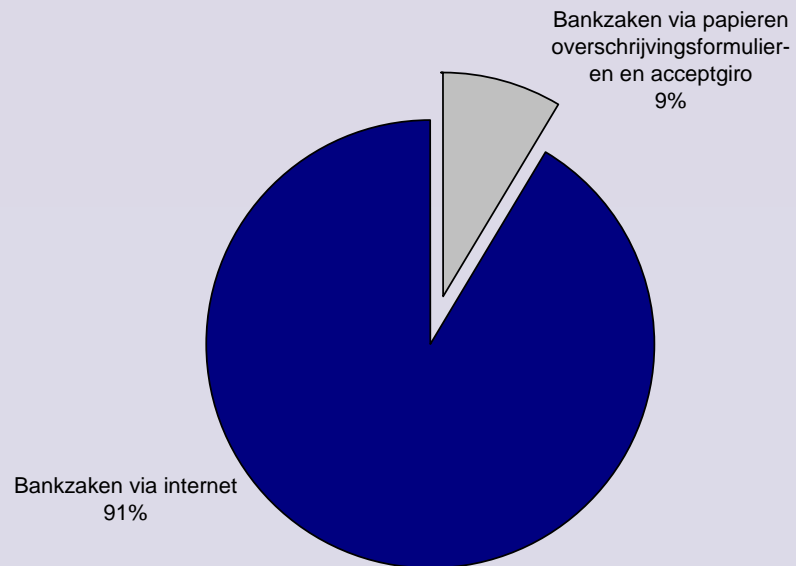
1. Tastbaarheid (69%)
2. Leuker laten zien vanuit boek (68%)
3. Persoonlijker (67%)
4. Afgedrukt is mooier dan op scherm (35%)
5. Blijft langer bewaard (35%)

Bankieren gebeurt hoofdzakelijk via internet

Je kan je bankzaken regelen via papieren overschrijvingsformulieren en acceptgiro's. Je kan je bankzaken ook via internet regelen. Waar gaat in de meeste gevallen jouw voorkeur naar uit?

Basis: Allen - in percentages (n= 1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Altijd actueel overzicht bij- en afschrijvingen (86%)
2. Snel (79%)
3. Snel geld kunnen 'verschuiven' tussen eigen rekeningen (75%)
4. Goed overzicht verstuurd opdrachten (69%)
5. Overal en altijd te gebruiken (67%)

Belangrijkste redenen offline:

1. Meer controle over financiën (60%)
2. Gewoonte (48%)
3. Geen computer nodig (30%)
4. Past in dagelijks patroon (30%)
5. Toch langs brievenbus lopen (25%)

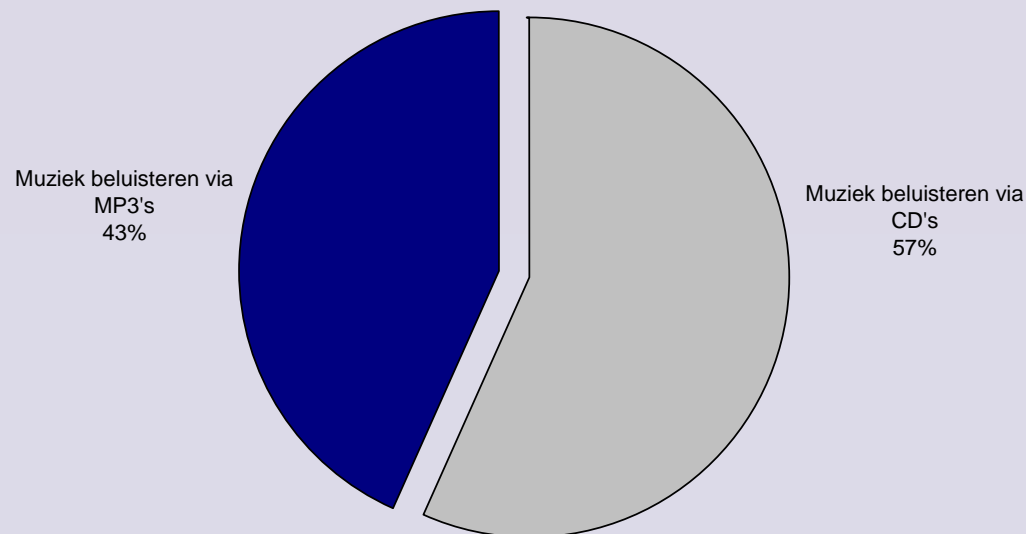
Muziek liever op CD dan als MP3

Stel dat je de muziek van een nieuwe zanger of band wilt beluisteren, waar gaat in de meeste gevallen jouw voorkeur dan naar uit, naar CD's of naar (gedownload) MP3's?

MP3's?

Basis: Allen - in percentages (n=1.185)

© 2007 - Ruigrok | NetPanel



Belangrijkste redenen online:

1. Opslagcapaciteit speler/ opslagmedium (75%)
2. Handig voor één nummer (72%)
3. Handig op draagbare MP3-speler (67%)
4. Makkelijk te kopiëren (53%)
5. Geen draagbare CD-speler hebben (12%)

Belangrijkste redenen offline:

1. Geen MP3-speler hebben (49%)
2. Gewoonte (36%)
3. Tastbaar (31%)
4. Boekje willen hebben (26%)
5. Dat is beter voor de artiest (18%)

Doelgroepverschillen*

*Per onderdeel van het onderzoek worden verschillen die door toetsing significant bevonden zijn aangegeven.



Jongeren kiezen vaker voor ansichtkaart

● E-card versus ansichtkaart:

- De meerderheid kiest nog steeds voor een ansichtkaart per post naar vrienden, familie of bekenden (62%).
- Jongeren tot 30 jaar kiezen vaker voor het ouderwets versturen van een ansichtkaart dan 50 plussers (68% versus 57%).
- Opvallend is dat jongeren tot 30 jaar (84%) hiervoor vaker dan vijftigplussers en 41-50 jarigen (65% en 75%) als reden geven dat een ansichtkaart per post persoonlijker is.
- Ouderen waarderen juist vaker dan jongeren tot 30 jaar de mogelijkheid om makkelijk te reageren (33% versus 17%), de ruime keuze aan e-cards (67% versus 37%), de spellingscontrole (10% versus 0%) en de mogelijkheid om de e-card te laten bewegen (55% versus 28%).

Ook oudere zoekt bij voorkeur online informatie

● **Google/Wikipedia versus boeken:**

- Slechts 2% van Nederland prefereert het boek als favoriete manier om informatie te zoeken in vergelijking met internet.
- Hierin verschillen vijftigplussers niet van jongere Nederlanders; zij hebben internet als informatiebron volledig omarmd.
- Jongeren tot 30 jaar zoeken informatie op internet vaker dan vijftigplussers uit gewoonte (20% versus 6%) of vinden het vervelender om naar de bibliotheek te gaan (17% versus 10%). Ouderen gebruiken internet juist vaker dan jongeren vanwege de uitgebreidheid (59% versus 44%), actualiteit (60% versus 54%) en links naar andere bronnen (65% versus 55%).

Rommelmarkt meer voor de vijftigplusser

● **Marktplaats versus rommelmarkt:**

- Vijftigplussers hebben vaker dan jongeren tot 30 jaar de voorkeur voor het kopen of verkopen van spullen via de rommelmarkt (32% versus 17%).
- Vijftigplussers geven relatief vaker dan jongeren tot 30 jaar als motivatie dat afdingen op een rommelmarkt makkelijker is (31% versus 15%) en dat de kans op een toevalstreffer groter is dan kopen via een website als marktplaats (30% versus 16%).

Jongeren willen product kunnen vasthouden, ouderen willen service

○ Boek/cd online kopen versus in een winkel:

- Ondanks alle vooruitgang kiezen nog steeds meer mensen bij het kopen van een boek of cd voor de winkel in plaats van een online shop (53% versus 47%).
- Jongeren tot 30 jaar vinden het belangrijker dan vijftigplussers om een boek of cd te kunnen vasthouden in een winkel (70% versus 56%), terwijl ouderen de persoonlijke service relatief belangrijk vinden (40% versus 25%).

Jongere leest nieuws online uit gewoonte

○ Krant versus nu.nl:

- Ongeveer evenveel mensen geven voorkeur aan een papieren krant als aan het online nieuws lezen.
- Nederlanders tot 30 jaar en tot 40 jaar geven vaker voorkeur aan online nieuws lezen (respectievelijk 61% en 62%), in vergelijking tot 41-50 jarigen (52%). De vijftigplusser wijkt het sterkst af, 63% verkiest papier boven online. Jongeren tot 30 jaar verkiezen online nieuws vaker dan vijftigplussers vanwege gewoonte (18% versus 9%) en het kunnen lezen van nieuws tijdens werktijd (42% versus 27%). Vijftigplussers gaan in vergelijking met jongeren juist vaker voor online vanwege de links (58% versus 26%), de betere leesbaarheid doordat de berichten korter zijn (63% versus 50%) en vanwege filmpjes en geluidsfragmenten (47% versus 26%).
- Opvallend is verder dat Noorderlingen ruim twee keer zo vaak als Zuiderlingen een papieren krant verkiezen (19% versus 6%), omdat deze meer betrouwbare informatie biedt dan online nieuws. Noorderlingen die voor online nieuws gaan vinden vaker dan Zuiderlingen dat kranten zoveel oud papier opleveren (35% versus 20%).

Ouderen zijn blij niet de deur uit te hoeven om reis te boeken

○ Reissite versus Reisbureau:

- Internet wint het van de reisbureaus als het gaat om het boeken van een reis, 62% verkiest online boven offline boeken.
- Vijftigplussers gaan vaker dan jongeren tot 30 jaar naar een reisbureau omdat ze dan direct zicht hebben op de beschikbaarheid (43% versus 30%). Ouderen boeken vaker dan jongeren online omdat je de deur er niet voor uithoeft (60% versus 49%) en het niet tijdsgebonden is (66% versus 50%).

Mannen denken kansen te vergroten door online daten

- **Online Daten versus Daten in het uitgaansleven:**
 - Een ruime meerderheid verkiest het uitgaansleven boven een datingsite om iemand te ontmoeten (84%).
 - Redenen die vrouwen vaker dan mannen aangeven om te kiezen voor het ontmoeten van iemand in het uitgaansleven zijn: 'je kunt eerst rustig observeren' (54% versus 44%) en 'veiliger, je weet wat je krijgt' (39% versus 31%).
 - Mannen vinden het uitgaansleven juist vaker 'gezelliger' (55% versus 43%) en 'romantischer' (33% versus 20%) dan iemand online ontmoeten. Mannen die voorkeur hebben voor het online zoeken van een date geven ruim twee keer zo vaak als vrouwen als reden dat er een betere kans is op een goede match via internet (31% versus 13%).

Vrouwen gaan voor persoonlijke service

● Funda versus Makelaar:

- Internet wint het op het terrein van het zoeken van een huis ruimschoots van de makelaar: 73% kiest voor online zoeken.
- Vrouwen vinden vaker dan mannen de 'persoonlijke service' (70% versus 58%) en het feit dat de makelaar eerder op de hoogte is van beschikbare panden (55% versus 43%) belangrijk om toch voor een makelaar te gaan.

Vrouwen showen graag album, mannen willen overal bij foto's kunnen

● Fotosite versus fotoboek:

- Ondanks dat de fotosite als manier om foto's te bewaren en delen voor bijna de helft de voorkeur heeft, wint het fotoboek het altijd nog voor een kleine meerderheid (54%).
- Vrouwen kiezen vaker voor een inplakken dan mannen (62% versus 46%) en vooral omdat vrouwen het leuker vinden om foto's vanuit een boek te kunnen laten zien (73% versus 63%).
- Mannen daarentegen kiezen vaker dan vrouwen voor online foto's delen en bewaren, omdat het overal ter wereld beschikbaar is (69% versus 52%).

Oudere kiest vaker voor bankzaken op papier

- **Internetbankieren versus Papieren overschrijvingen en afschriften:**
 - Nog maar 10% kiest voor het regelen van de bankzaken op papier.
 - Vijftigplussers kiezen relatief vaker voor papier dan jongeren tot 30 jaar (13% versus 3%).
 - Jongeren kiezen vaker dan ouderen voor internet omdat het overal en altijd te gebruiken is (74% versus 62%). Vijftigplussers waarderen het overzicht van de verstuurde opdrachten meer dan jongeren tot 30 jaar (76% versus 65%).

Vrouwen kiezen cd wegens gebrek aan MP3 speler

- **Nieuwe band ontdekken via MP3 versus op CD:**
 - De cd wint het nog altijd van de mp3 als het gaat om het beluisteren van muziek van een nieuwe band, 57% geeft de voorkeur aan een cd.
 - Vrouwen kiezen vaker dan mannen voor cd's om muziek van een nieuwe band te beluisteren (65% versus 48%).
 - Vrouwen geven als reden voor hun voorkeur voor een cd vaker dan mannen dat ze geen MP3 speler hebben (53% versus 45%).

Conclusies



- Activiteiten via internet zijn sterk geïntegreerd in ons dagelijks leven. Vrijwel iedereen onderneemt activiteiten via internet.
- Snelheid en gemak zijn vaak redenen om gebruik te maken van online diensten. Andere veelvoorkomende redenen zijn het niet de deur uit hoeven en het feit dat online activiteiten niet tijdgebonden zijn.
- Of Nederlanders de voorkeur hebben voor online of offline diensten is afhankelijk van het soort activiteit.
- Informatie zoeken, het regelen van bankzaken, het kopen en verkopen van tweedehands spullen, een nieuwe woning zoeken en een reis boeken doen Nederlanders bij voorkeur online.
- Boeken of cd's kopen, op de hoogte blijven van het nieuws en foto's delen worden ongeveer even vaak online als offline gedaan.
- Vaak wint het oude vertrouwde het nog van digitale mogelijkheden. Een kaart sturen naar vrienden of familie, muziek luisteren van een nieuwe band en het ontmoeten van mensen zijn activiteiten die bij voorkeur offline worden gedaan.

- Ouderen lijken online mogelijkheden minder te benutten dan jongeren. Dat betekent niet dat ouderen de online mogelijkheden links laten liggen, veel activiteiten voeren zij ook online uit.
- Met name jongeren tot 30 jaar en vijftigplussers verschillen sterk van elkaar in hun redenen voor hun voorkeur voor online of offline. Over het algemeen kan gezegd worden dat ouderen kiezen voor online vanwege extra mogelijkheden, zoals links naar andere pagina's, filmpjes en geluidfragmenten. Jongeren kiezen juist vaker voor online mogelijkheden uit gewoonte, zij zijn er immers meer mee opgegroeid.
- Mannen en vrouwen verschillen in de redenen waarom ze kiezen voor een online of offline activiteit. Vrouwen hebben vaker meer sociale beweegredenen om te kiezen voor een online of offline activiteit, mannen meer functionele redenen.