



Nationale Social Media Onderzoek 2016

Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en verwachtingen van social media #NSMO

Uitgevoerd door: Newcom Research & Consultancy B.V.

Auteurs: drs. Neil van der Veer, Rob Sival BSc., Isabelle van der Meer MSc.

Het grootste trendonderzoek in Nederland



In 2010 is Newcom gestart met een grootschalige studie naar social media. Dit grootschalige landelijk onderzoek is dit jaar voor het zesde jaar op rij gehouden, met opnieuw een indrukwekkende respons (n=10.484).

In januari 2016 heeft Newcom Nederlanders van 15 jaar en ouder uitgenodigd om deel te nemen aan het Nationale Social Media Onderzoek. Via een online vragenlijst kon men deelnemen aan het onderzoek.

De steekproef vormt een representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder.

Wat kwam uit ons vorige onderzoek begin 2015?

Het social media landschap in 2015



Facebook en Google+ groeien nog steeds;

Facebook kent voor het eerst een daling in het gebruik onder jongeren van 15 t/m 19 jaar;

Twitter maakt een duikvlucht in (dagelijks) gebruik;

Ondanks lichte daling in algemeen gebruik LinkedIn, neemt het dagelijks gebruikt iets toe;

Instagram en Pinterest veroveren steeds meer terrein;

Het nut van social media is groter dan de zorgen en het vertrouwen.



Gebruik 6 grote social media platformen

Whatsapp is grootste social media platform van 2016, Facebook en YouTube stijgen, terwijl het gebruik van Twitter en Google+ in 2016 daalt

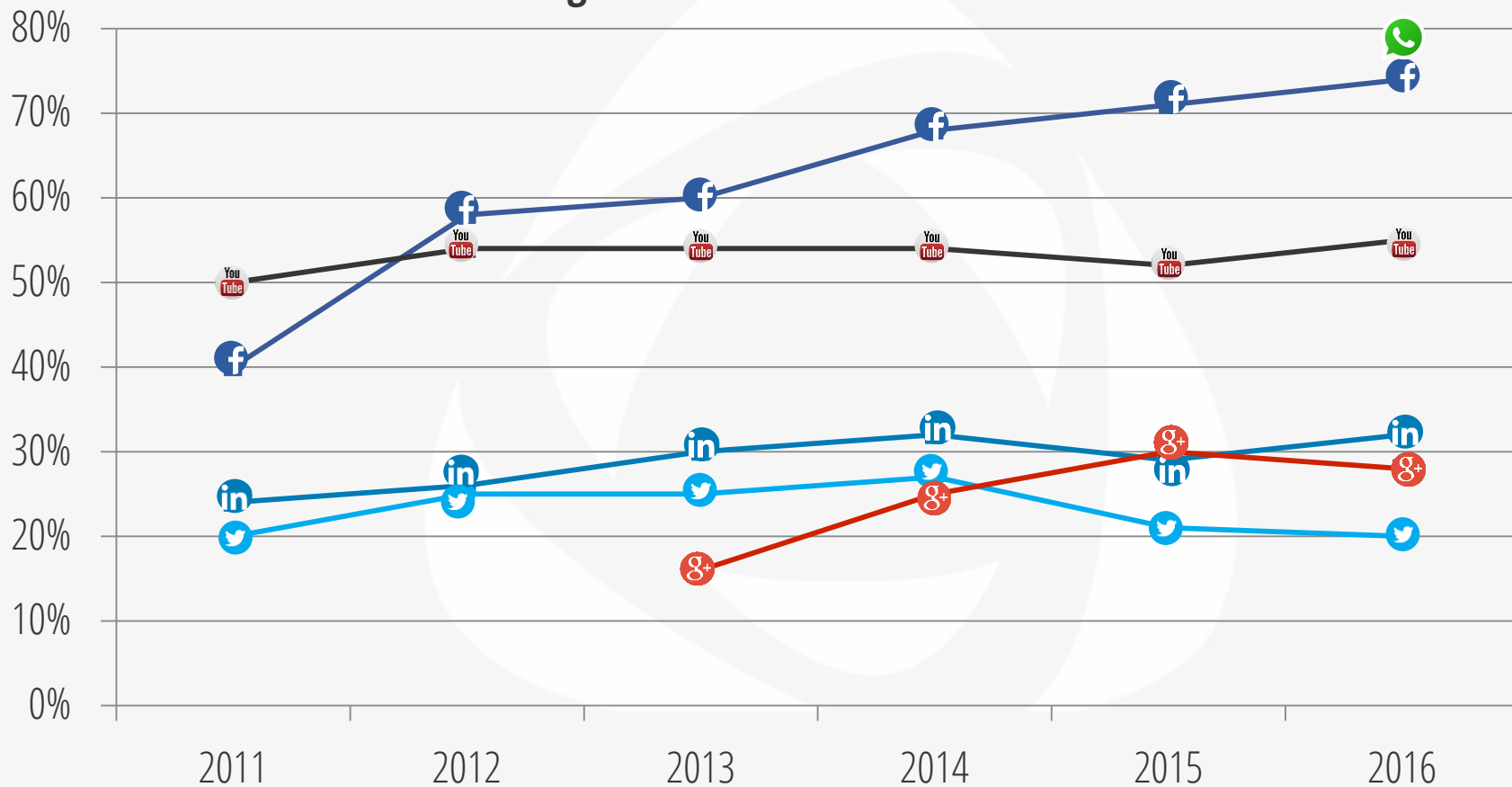
Whatsapp is het grootste social media platform in 2016

Top 6: meest gebruikte platformen



Groei Facebook zet door in 2016, Google+ daalt dit jaar voor het eerst en Twitter daalt verder, maar niet zo hard als in 2015

Maakt u gebruik van onderstaande social media?



N.b. Gebruik Whatsapp is in 2016 voor het eerst gemeten.

N.b. De getoonde percentages hebben betrekking op de totale steekproef.

LinkedIn, Twitter en Google+ dalen in het dagelijks gebruik t.o.v. vorig jaar

		2015	2016	% verandering in 2016 t.o.v. 2015
	Dagelijks gebruik	6,6 miljoen	6,8 miljoen	+3%
	Dagelijks gebruik	1,2 miljoen	1,3 miljoen	+8%
	Dagelijks gebruik	1,3 miljoen	1,2 miljoen	-8%
	Dagelijks gebruik	0,4 miljoen	0,3 miljoen	-25%
	Dagelijks gebruik	1,0 miljoen	0,9 miljoen	-10%

A hand is holding a black smartphone. The screen shows the iOS home screen with various app icons. A green semi-transparent overlay with a fine grid pattern is positioned over the middle of the phone. Inside this overlay, there is white text. The background of the entire image is a blurred outdoor scene with green foliage.

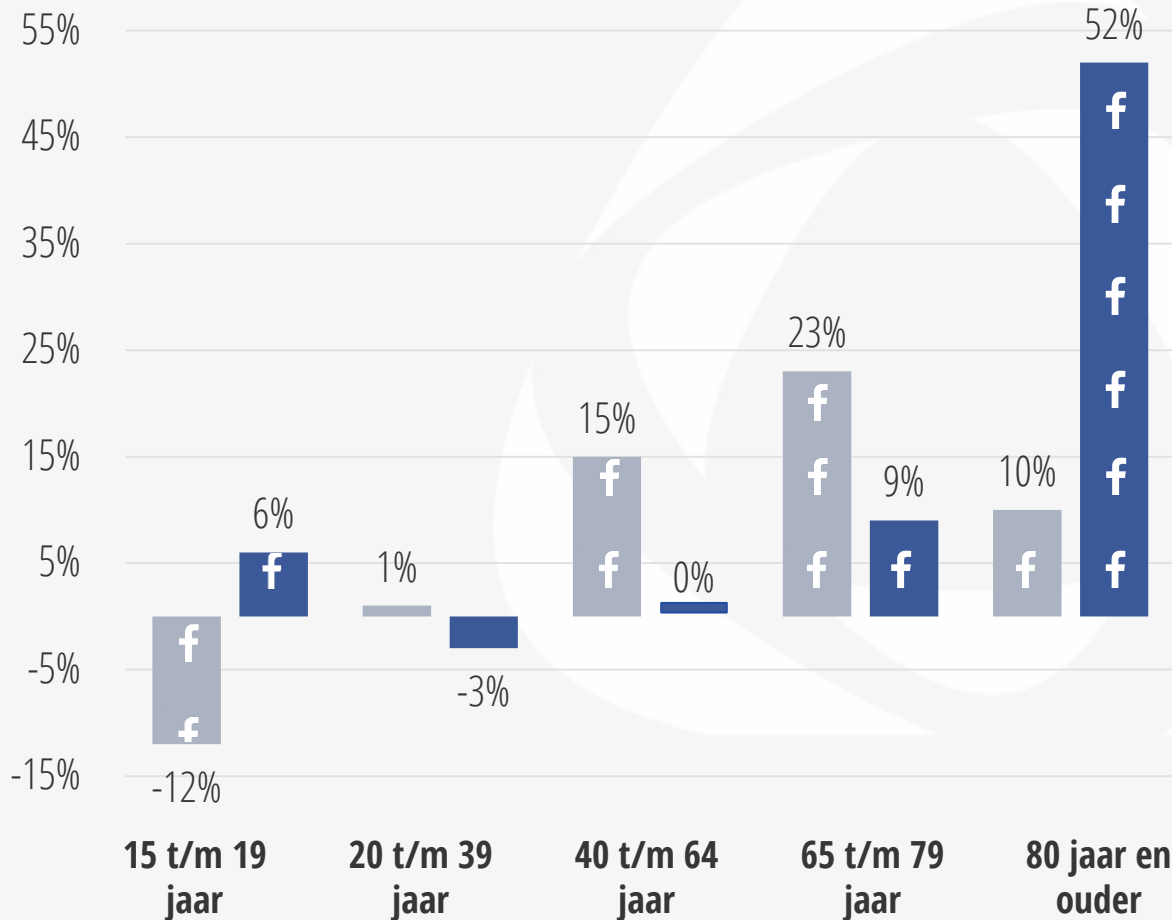
Ingezoomd op de grote social media platformen

Groei facebook voornamelijk te wijten aan 65-
en 80-plussers. Daling Twitter het grootst
onder jongeren tot 19 jaar

Grote stijging van Facebook onder 65- en met name 80-plussers, terwijl de daling onder jongeren stabiliseert in 2016

Facebook: toename aantal gebruikers naar leeftijd

Let op: relatieve toename



afhakers

Slechts 5% van de Nederlanders is afgehaakt bij Facebook.

De belangrijkste redenen om te stoppen met het gebruik van Facebook zijn:

1. Er zitten te veel mensen op waar ik niks mee heb (43%);
2. Ik vertrouw het social media platform niet (36%);
3. Het kost me te veel tijd (33%).



Gebruik 2015 t.o.v. 2014

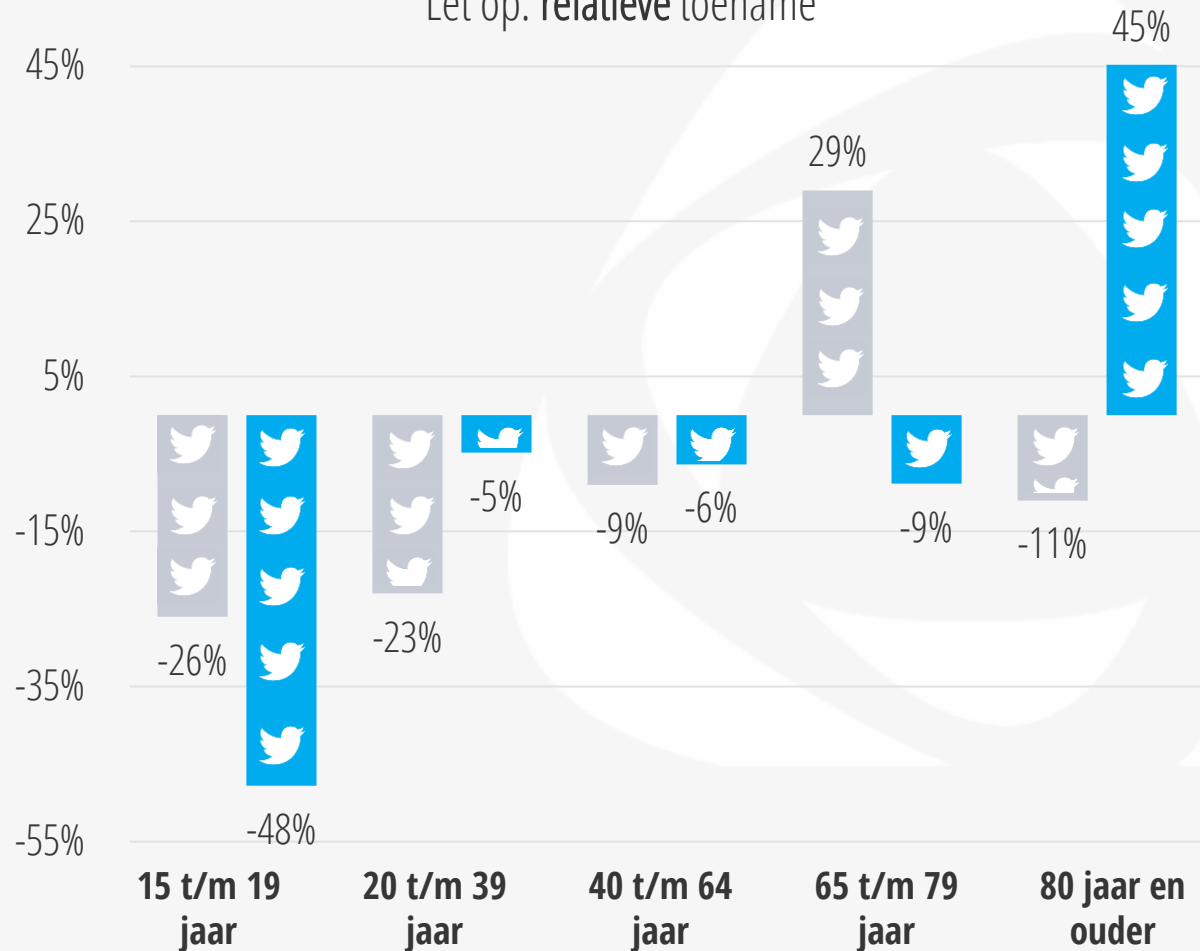


Gebruik 2016 t.o.v. 2015

Vooral onder jongeren grote afname gebruikers Twitter, terwijl Twitter onder 80-plussers juist groeit

Twitter: toename aantal gebruikers naar leeftijd

Let op: relatieve toename



11% van de Nederlanders is afgehaakt bij Twitter.

De belangrijkste redenen om te stoppen met het gebruik van Twitter zijn:

1. Het levert me te weinig op (35%);
2. Het kost me te veel tijd (28%);
3. Ik voel me er niet meer thuis (27%).



Gebruik 2015 t.o.v. 2014

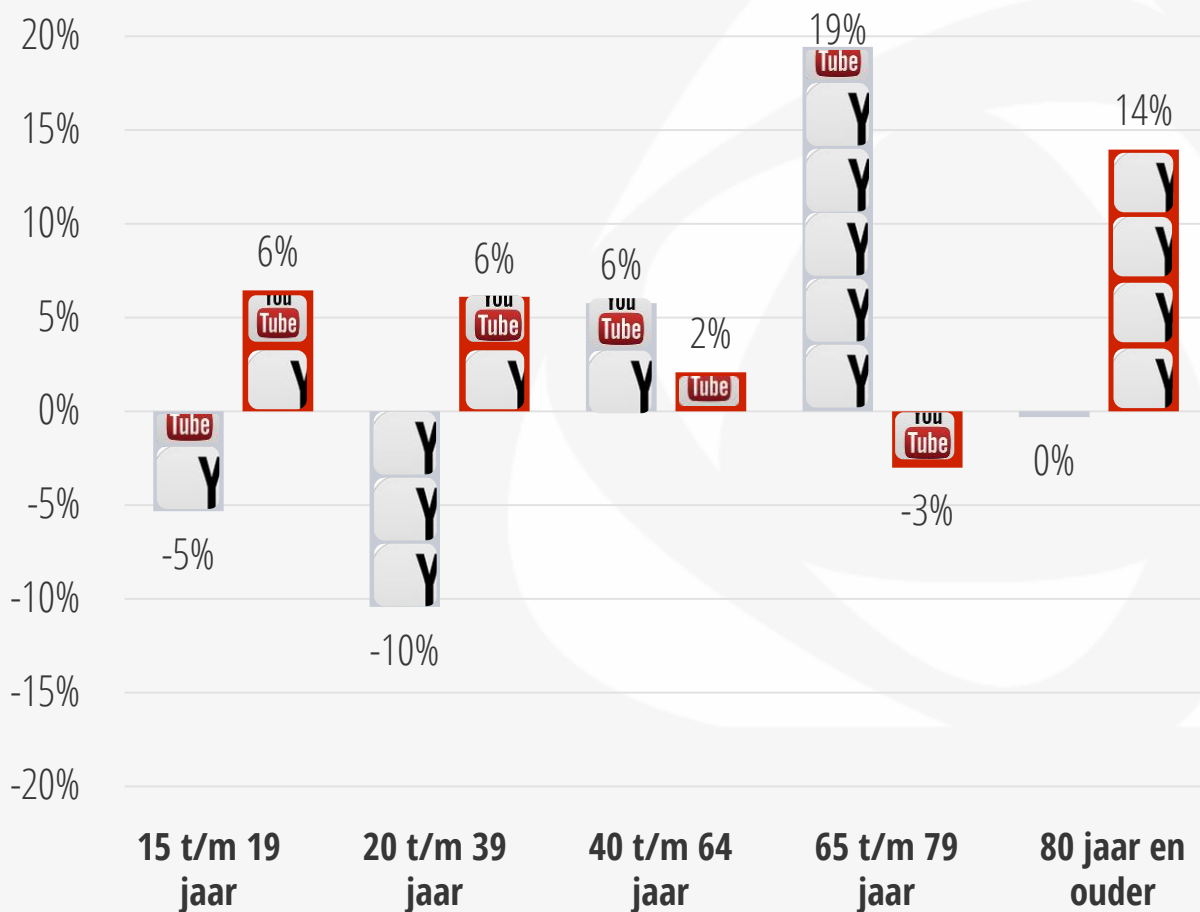


Gebruik 2016 t.o.v. 2015

YouTube stijgt dit jaar met name onder jongeren tot 39 jaar

YouTube: toename aantal gebruikers naar leeftijd

Let op: relatieve toename



Afhakers

9% van de Nederlanders is afgehaakt bij YouTube.



Gebruik 2015 t.o.v. 2014

Gebruik 2016 t.o.v. 2015

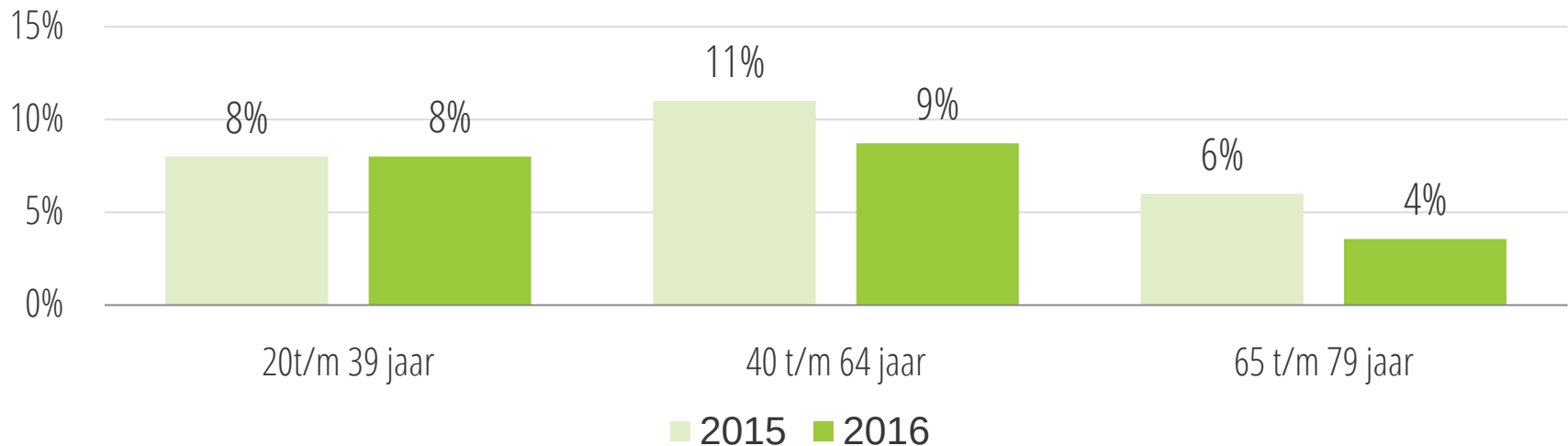
Totaal aantal gebruikers LinkedIn groeit, terwijl dagelijks gebruik onder Nederlanders ouder dan 39 afneemt



+ 11%

totaal gebruikers in Nederland
 (ongeacht hoe vaak ze gebruik
 maken)

Dagelijkse gebruikers LinkedIn naar leeftijd



N.b. 15 t/m 19 jarigen zijn niet opgenomen vanwege de lage n in deze subgroep

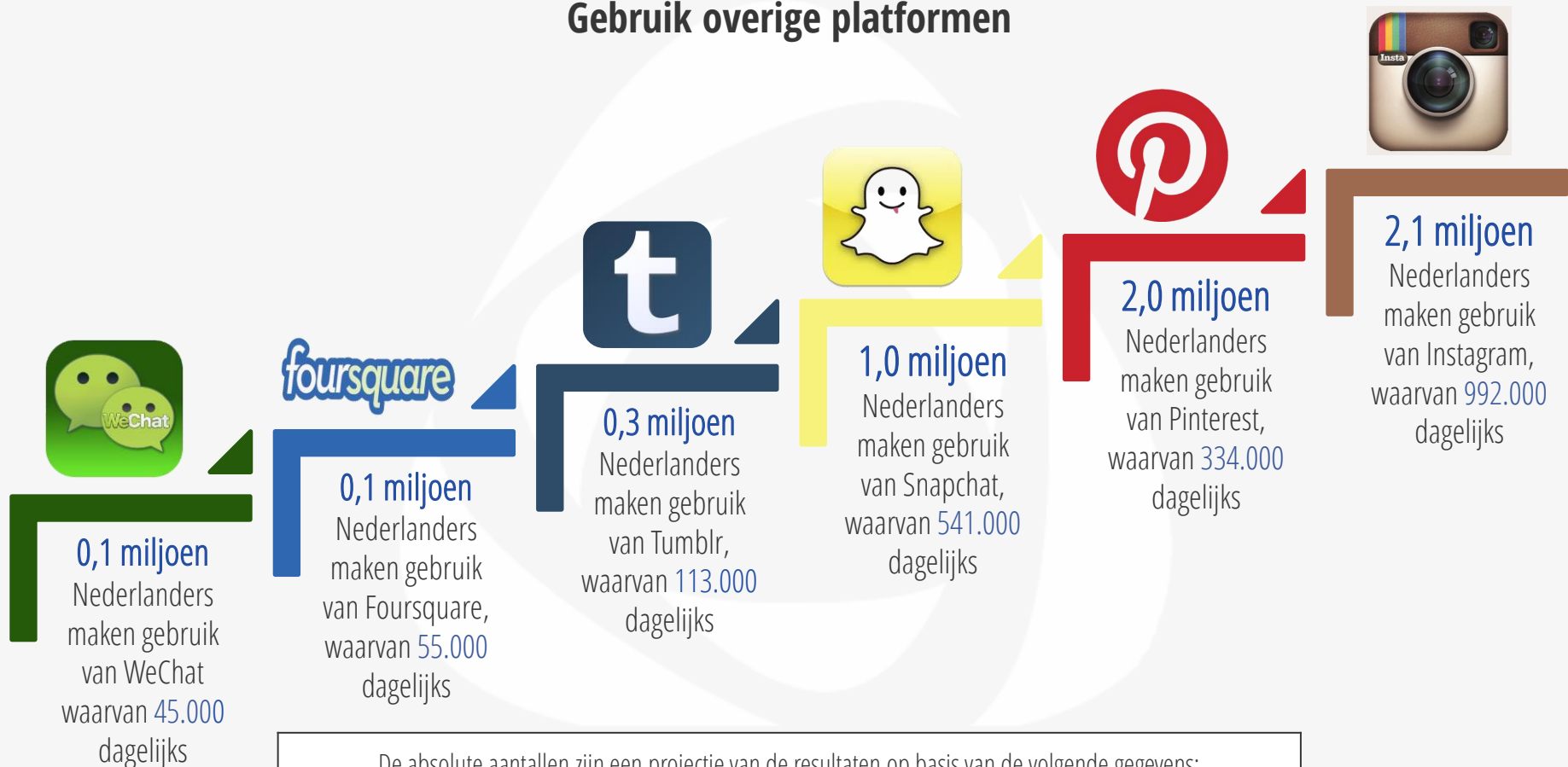


Gebruik overige social media platformen

Alle overige social media platformen nemen
toe in gebruik, behalve Tumblr

Onder overige platformen zijn vooral Instagram en Pinterest populair

Gebruik overige platformen



De absolute aantallen zijn een projectie van de resultaten op basis van de volgende gegevens:

Aantal Nederlanders	Doelgroep Nederlanders 15+	Internetpenetratie	Populatie
16.900.726	0,82	0,94	13.027.080

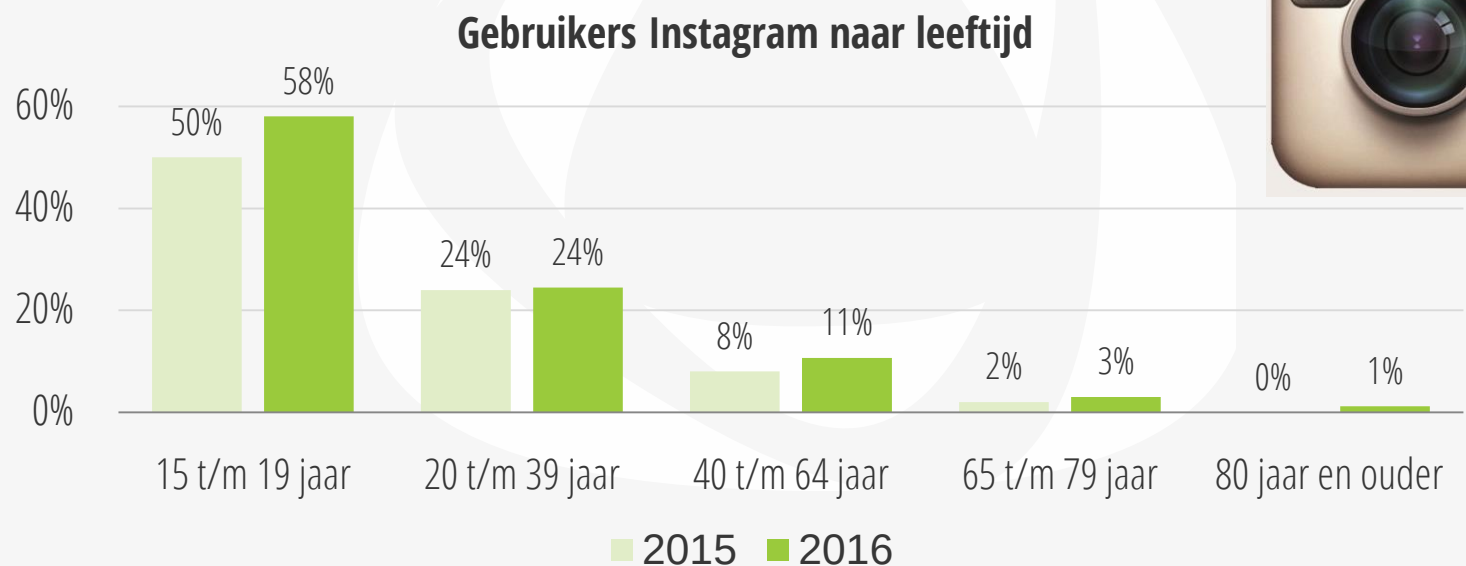
Gebruik Snapchat, foursquare en Wechat fors gestegen, ook Instagram en Pinterest blijven groeien in 2016

		2015	2016	% verandering in 2016 t.o.v. 2015
	Dagelijks gebruik	722.000	992.000	+37%
	Dagelijks gebruik	261.000	334.000	+28%
	Dagelijks gebruik	320.000	541.000	+69%
	Dagelijks gebruik	31.000	55.000	+77%
	Dagelijks gebruik	28.000	45.000	+61%
	Dagelijks gebruik	125.000	113.000	-10%

Instagram voornamelijk populair en groeiend onder jongeren t/m 19 jaar

58% van alle Nederlandse jongeren van 15 t/m 19 jaar maken gebruik van Instagram

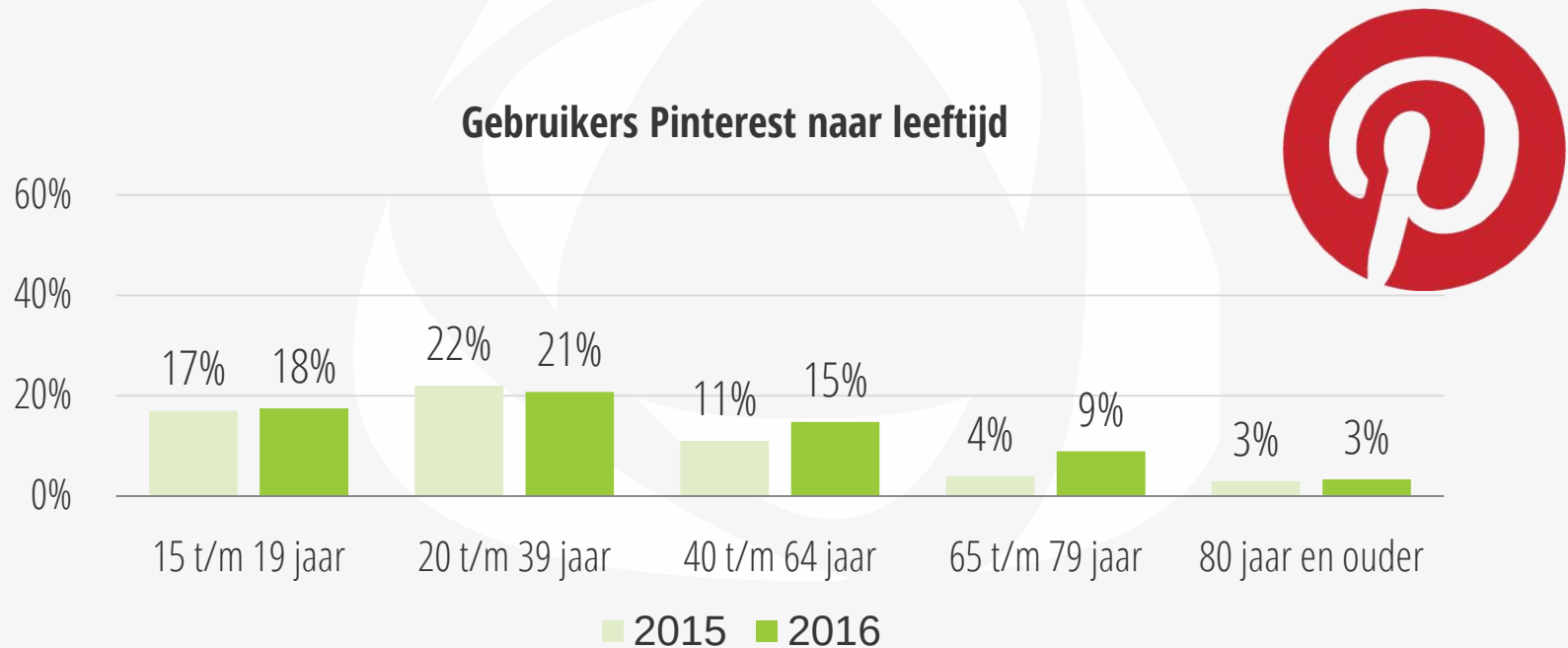
52% van alle Nederlandse studenten/scholieren maakt gebruik van Instagram



Pinterest voornamelijk populair onder 15 tot 39 jarigen, maar groei vindt ook onder 40 tot 79 jarigen plaats

21% van alle Nederlanders van 20-39 jaar maken gebruik van Pinterest

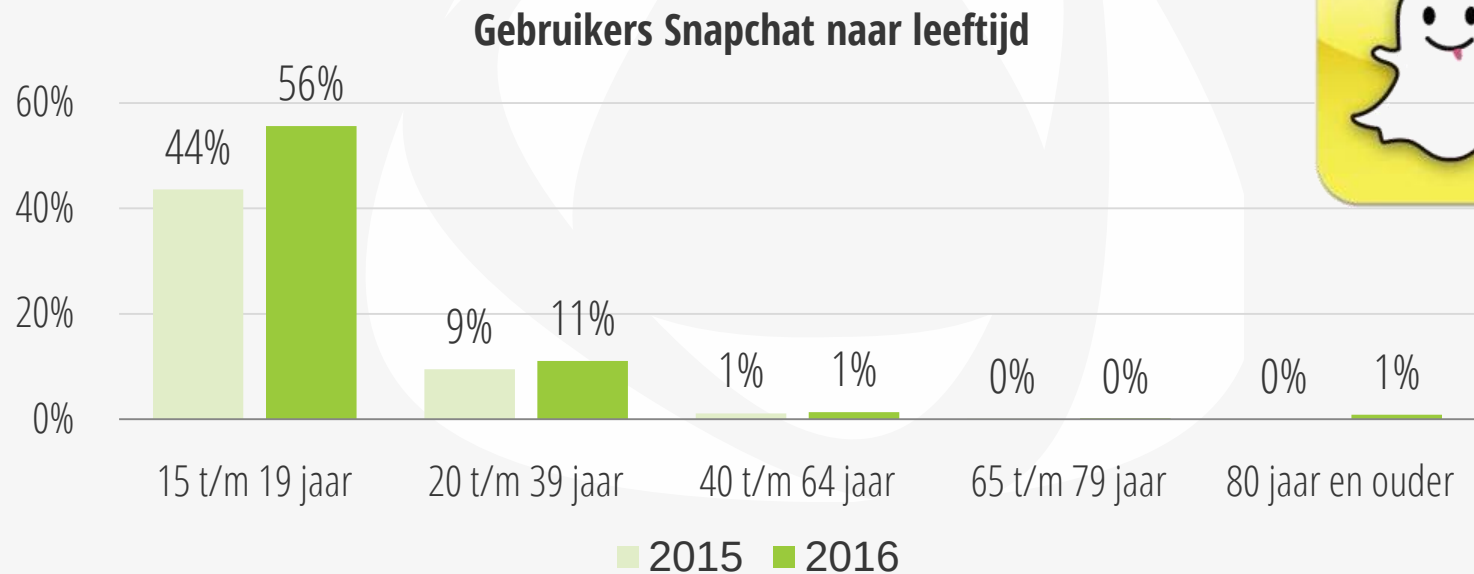
21% van alle Nederlandse studenten/scholieren maakt gebruik van Pinterest



Snapchat voornamelijk populair onder jongeren t/m 19 jaar

56% van alle Nederlanders van 15-39 jaar maken gebruik van Snapchat

51% van alle Nederlandse studenten/scholieren maakt gebruik van Snapchat





Belang social media platformen

Twitter en Instagram verliezen terrein van Facebook

Voor wie Twitter en Instagram vorig jaar nog het belangrijkste platform was, kiest nu de meerderheid voor een ander platform

Het belang van social media platformen

	% zowel vorig jaar als dit jaar belangrijkste	% dit jaar ander platform belangrijkste		
facebook.	87%	13%		
LinkedIn	71%	29%		
You Tube	73%	27%		
twitter	44%	56%	→	 30% vindt Facebook nu het belangrijkste
Google+	86%	14%	→	 8% vindt Instagram nu het belangrijkste
 Instagram	42%	58%	→	 7% vindt Snapchat nu het belangrijkste
Overige Media	52%	43%	→	 48% vindt Facebook nu het belangrijkste



Zorgen en vertrouwen

Zorgen omtrent social media blijven aanwezig,
maar nemen niet toe

Het vertrouwen in social media is net als in 2015 laag

Vertrouwen in social media

66% maakt zich zorgen over de doorverkoop van gegevens

66% in 2015

58% maakt zich zorgen over hun gegevens

59% in 2015

58% weet niet of social media te vertrouwen is

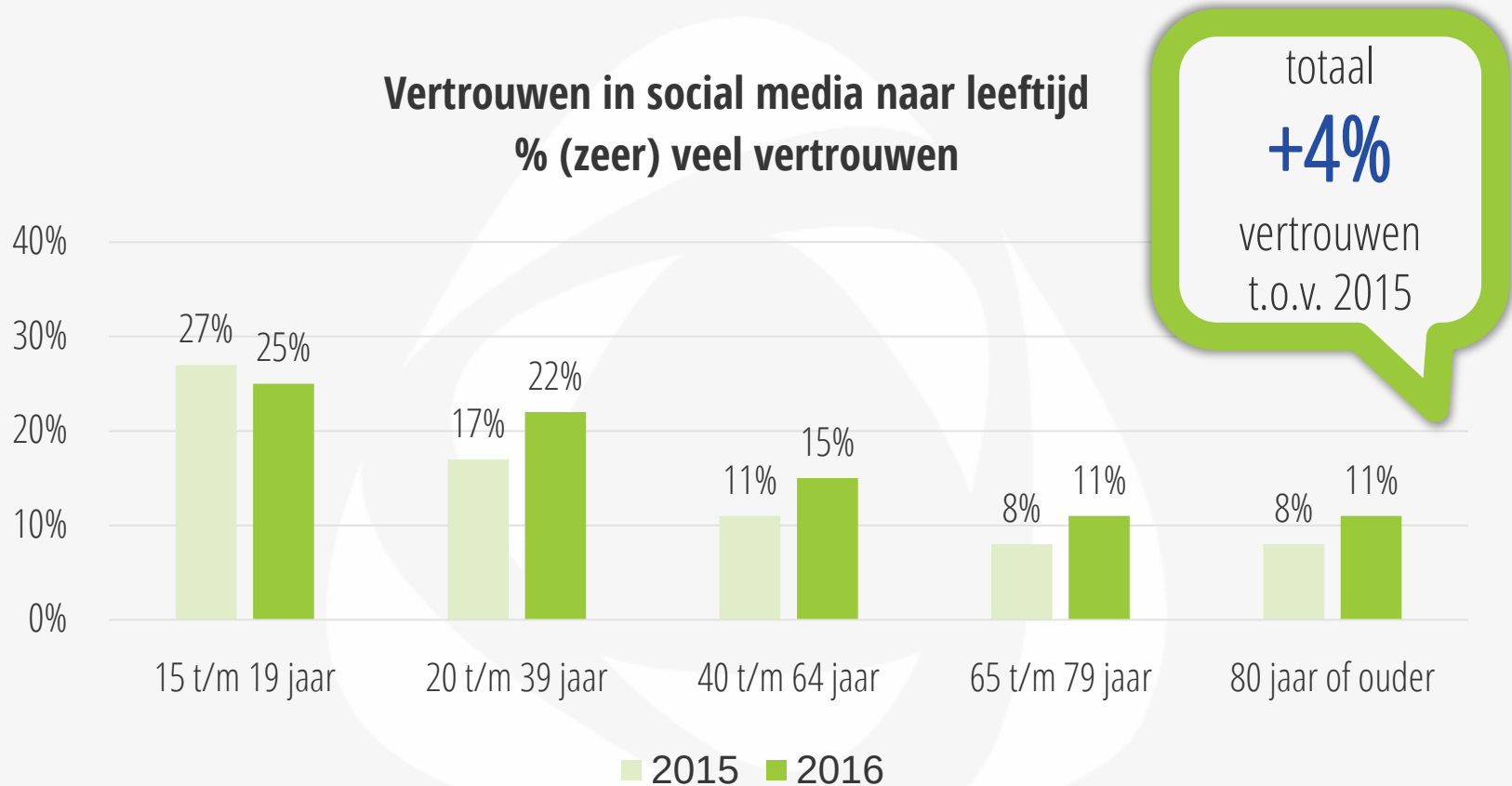
58% in 2015

17% heeft (zeer) veel vertrouwen in social media

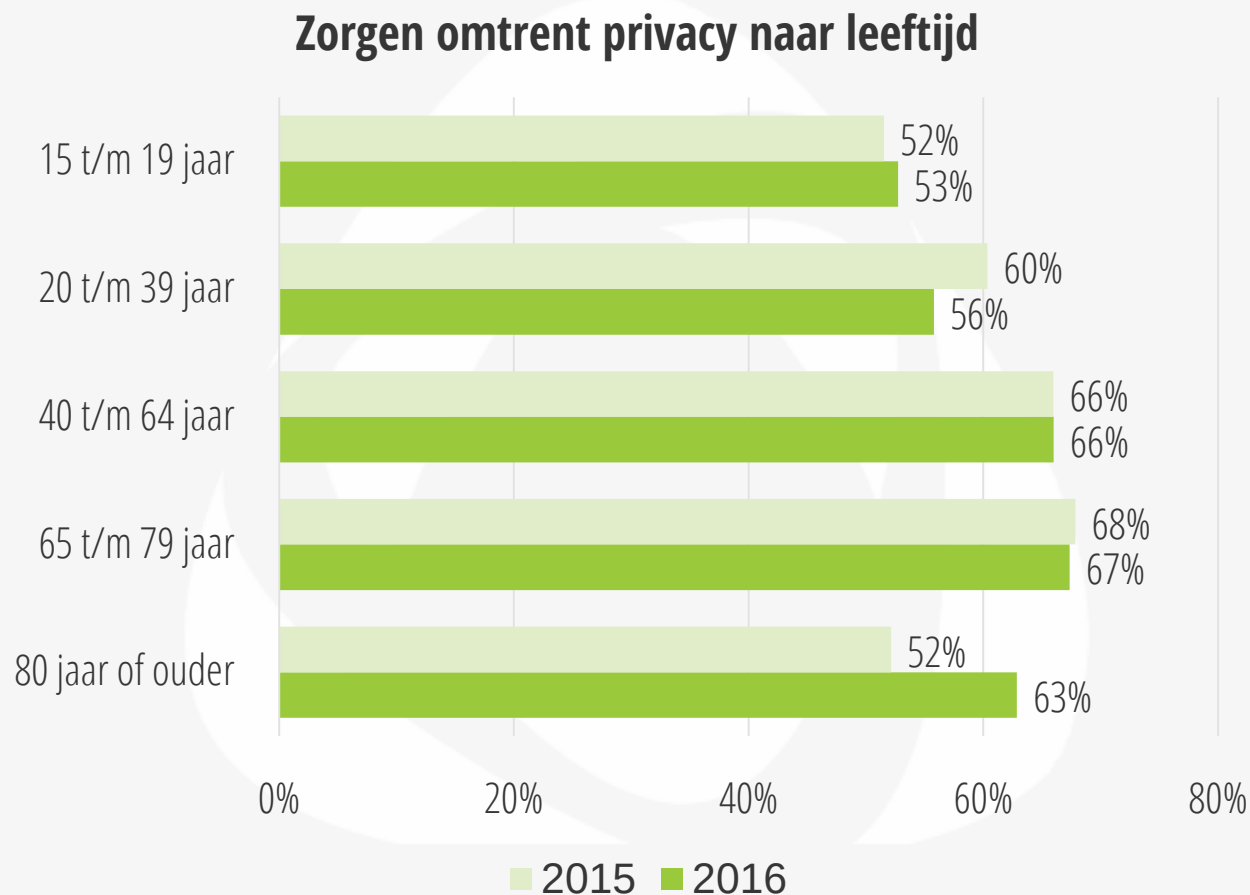
13% in 2015



Vertrouwen in social media blijft ondanks lichte stijging onder alle leeftijdsgroepen laag



De zorgen omtrent privacy blijven aanwezig



Vertrouwen in social media blijft een afhaakmotief

Vertrouwen in social media als afhaakmotief

71% van de afhakers van een of meerdere platformen, maakte zich zorgen over hun gegevens

75% in 2015

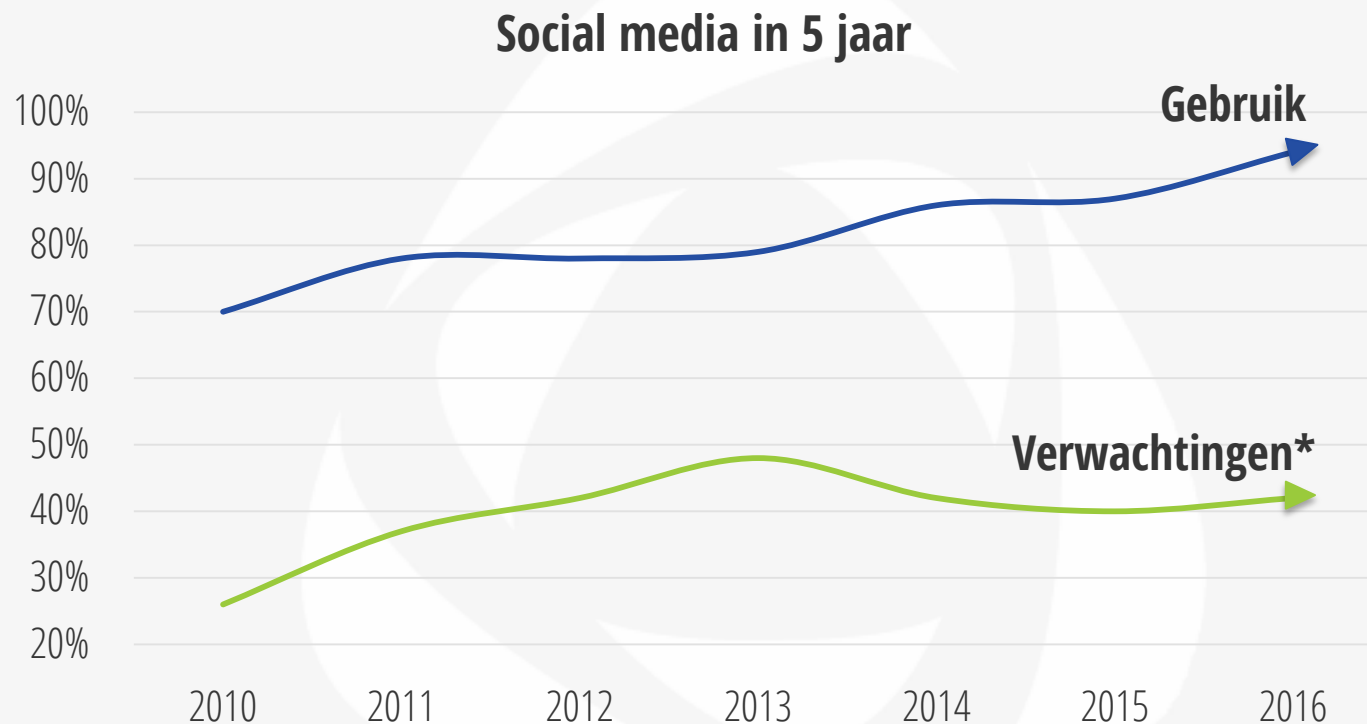
36% van de Facebook afhakers haakt af, omdat ze Facebook niet vertrouwen

37% in 2015

Zes jaar social media



Verwachtingen omtrent social media blijven gelijk, terwijl het gebruik blijft toenemen



*Verwachtingen: gemiddelde score van onderstaande twee stellingen

"Ik verwacht dat social media een steeds belangrijkere bijdrage gaan vormen in de manier waarop ik informatie verzamel"

"Ik verwacht dat social media een steeds grotere rol gaan spelen in mijn leven de komende jaren"

The background of the slide features a collection of incandescent light bulbs hanging from thin red cords against a textured, greyish-blue wall. Some bulbs are in sharp focus, while others are blurred, creating a sense of depth. A large, semi-transparent green rectangle with a fine grid pattern is positioned in the center-right of the slide, serving as a backdrop for the title.

Highlights

Het social media landschap in 2016 in zes highlights

1. Whatsapp is grootste platform in 2016, Facebook en YouTube blijven groeien;
2. Facebook groeit met name onder ouderen, daling onder jongeren stabiliseert in 2016;
3. LinkedIn groeit in aantal gebruikers, maar dagelijks gebruik neemt af;
4. Daling Twitter zet door in 2016, maar daling is dankzij oudere doelgroepen minder groot dan in 2015;
5. Instagram en Pinterest blijven groeien en zijn met name populair onder jongeren;
6. Het gebruik van social media blijft stijgen, zorgen om privacy zijn hoog.

Twee van de drie voorspellingen van vorig jaar klopten

Enkele voorspellingen voor de komende jaren

Instagram is binnen 2 jaar groter dan Twitter;

Vertrouwen wordt de komende jaren steeds meer een issue;

Facebook is over 1 jaar nog steeds de grootste onder jongeren, maar zal wel verder dalen.

} Instagram is qua dagelijks gebruik Twitter voorbij.
Vertrouwen blijft een issue

} Daling FB onder jongeren heeft in 2015 niet doorgezet

Vier nieuwe voorspellingen voor komend jaar

1. Stijging gebruik social media onder **ouderen** zet het komend jaar gestaag door;
2. **Instagram** is volgend jaar in zowel dagelijks als absoluut gebruik groter dan Twitter;
3. **Facebook** heeft haar groeipotentieel onder jongeren bereikt;
4. Stijging YouTube, Instagram en Snapchat voorspellen een verdere **explosieve toename van beeld- en livecontent** op social media.

A photograph of a large pile of blue binder rings with silver-colored metal springs, scattered on a white surface. A semi-transparent green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text 'Bijlagen'.

Bijlagen

Over Newcom Research & Consultancy B.V.

- Newcom brengt haar opdrachtgevers – via bruikbaar marktonderzoek en slimme tools – nauw(er) in contact met de klant.
- Wij geloven dat succesvolle organisaties in nauw contact staan met hun doelgroep. Dit betekent dat succesvolle organisaties de doelgroep écht kennen en begrijpen. Alleen dan zijn organisaties in staat de beste klantervaring te geven.
- Newcom Research & Consultancy is een onafhankelijk bureau dat organisaties met full-service marktonderzoek inzicht geeft in hoe zij optimaal kunnen aansluiten bij de wensen van de doelgroep. Denk aan concepttesting, klanttevredenheid- en klantbehoeftenonderzoek, imago-onderzoek, maar ook aan workshops en trainingen.
- Newcom is aangesloten bij de MarktOnderzoekAssociatie (MOA) en is NEN-ISO 9001 gecertificeerd. Newcom werkt vanuit kantoren in Enschede en Amsterdam.

Het veldwerk voor dit onderzoek vond plaats in samenwerking met Panel Inzicht



Panel Inzicht is gespecialiseerd in het uitvoeren van online kwantitatief onderzoek. Panel Inzicht beschikt over één van de grootste ISO gecertificeerde onderzoekspanels van Nederland. Daarnaast zijn we actief in België, Frankrijk, Duitsland & Polen. Wij helpen u graag bij het uitvoeren van uw online onderzoek.

Mogen wij u ook in contact brengen met uw doelgroep?

Neem dan contact op met ons:

Panel Inzicht

0341-760055

INFO@PANELINZICHT.NL

WWW.PANELINZICHT.NL

Meer informatie? Neem contact met ons op!

Newcom Research & Consultancy B.V.

drs. Neil van der Veer

www.newcom.nl | info@newcom.nl

Vestiging Amsterdam

Herengracht 564
1017 CH Amsterdam

T: 020 - 639 32 51

Vestiging Enschede

Hengelosestraat 221
7521 AC Enschede

T: 053 - 483 66 00

F: 053 - 433 74 15

