



2019 – What's Happening Online 2019 – Resultaten

Inhoud

Hoofdstuk 1

Social media blijft #trending

Hoofdstuk 2

Opnieuw een stijging in gebruik social media bij Generatie X

Hoofdstuk 3

Kijken, kijken, en soms wat posten

Hoofdstuk 4

Reizen en eten, de ideale combi op Instagram!

Hoofdstuk 5

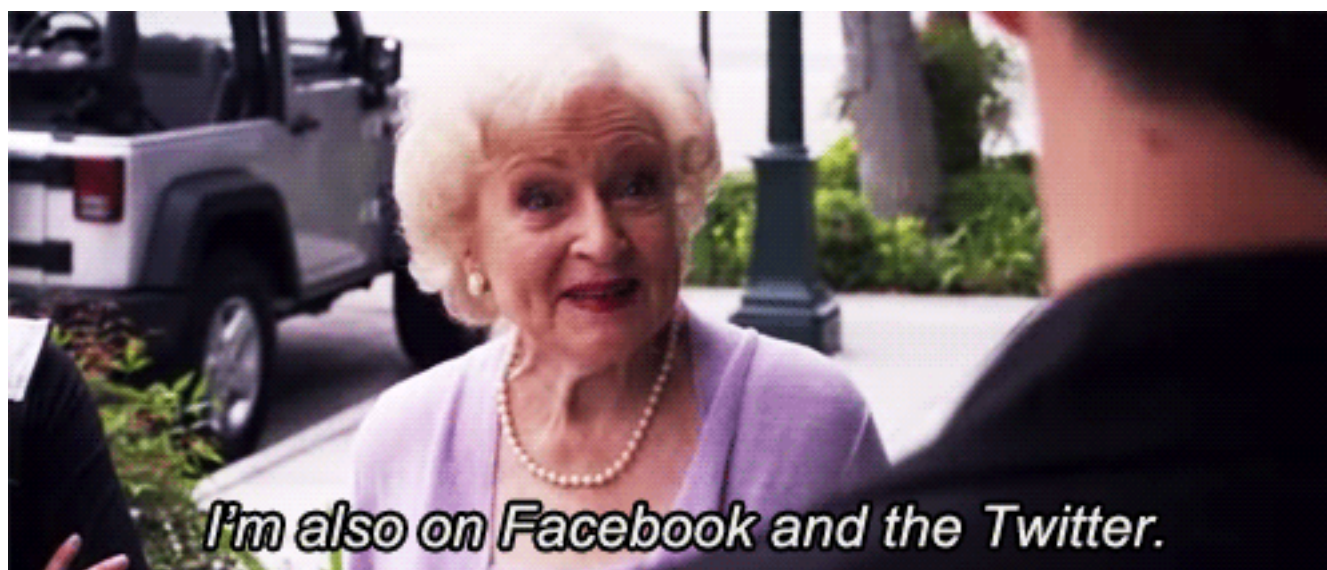
Vierkante (opgemaakte) ogen door YouTube

Hoofdstuk 1

Social media blijft #trending



We appen, snappen, grammen, chatten en linken wat af met elkaar. Het gebruik van verschillende netwerken neemt jaarlijks toe. Vorig jaar lag het gebruik van WhatsApp en Facebook nog redelijk dicht bij elkaar. Dit jaar is het moment dan echt daar: het gebruik van Facebook is op zijn retour, met name onder onze jongste generatie: Digitieners. Whatsapp is en blijft voorlopig het meest populaire medium, dus we hoeven nog niet te switchen naar een ander netwerk.



Nederlanders massaal op social media

94% van de Nederlanders gebruikt ten minste één sociaal medium. Whatsapp steekt er met kop en schouders bovenuit: maar liefst 82% van Nederland gebruikt dit. Ook onze oudere generatie, want 73% van de Babyboomers maakt gebruik van WhatsApp. Niet zo gek aangezien Whatsapp groepjes een belangrijk communicatiekanaal zijn binnen families! Wie heeft er geen familie-app met een naam als "La Familia", "Married with Children" of "Jalapeño Hotties"?

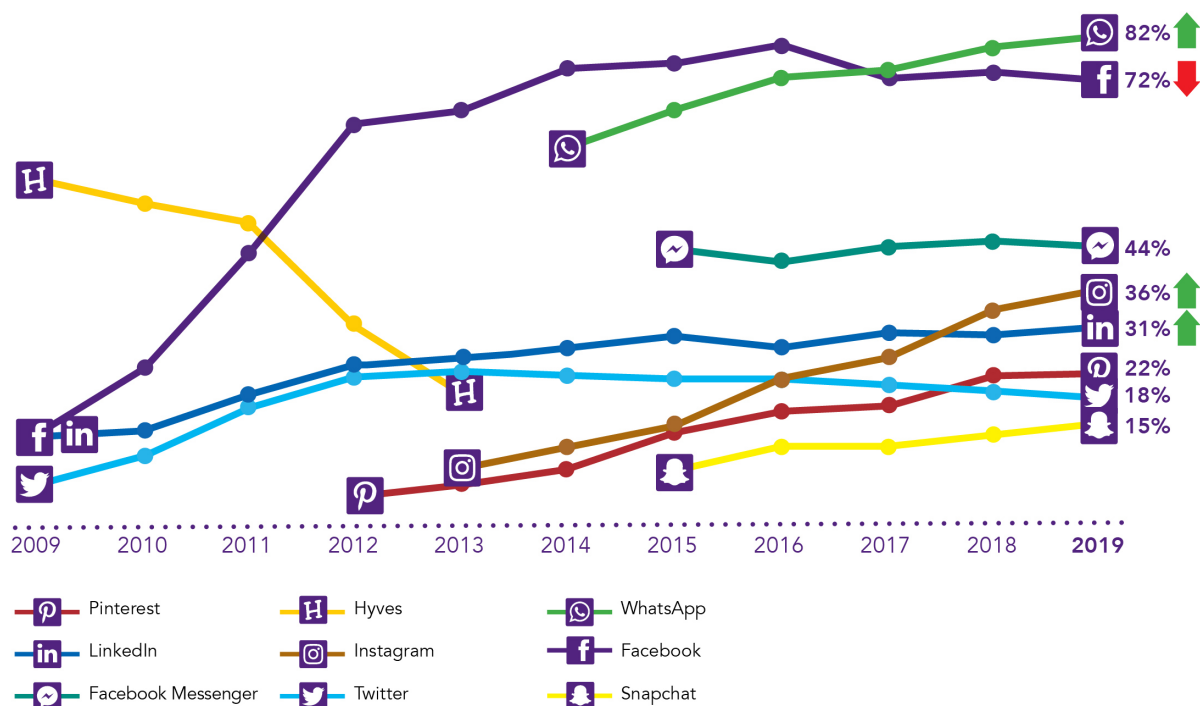
Whatsapp is de onbetwiste nr. 1 onder Nederlanders.

Facebook vs Insta en Snapchat

Ook dit jaar zien we de dalende trend van het aantal actieve Facebookgebruikers doorzetten. Hoewel in alle generaties Facebook nog steeds prima vertegenwoordigd is, zien we dat het voornamelijk een interessant medium is voor de oudere generaties. De jonkies (Digitieners) plaatsen daarentegen hun eigen gezicht of dat van hun 'niffauw' liever op Snapchat of Instagram. Het gebruik van beide platformen is in deze generatie flink gestegen

ten opzichte van 2018.

VAN WELKE VAN ONDERSTAANDE ONLINE NETWERKEN MAAK JIJ ACTIEF GEBRUIK? | BASIS: 18+ (n=2.402)



Hoofdstuk 2

Opnieuw een stijging in gebruik social media bij Generatie X



Iedere generatie zijn eigen netwerk

Millennials zijn niet echt te porren voor Snapchat; het gebruik lijkt niet meer te stijgen. Generatie X en Babyboomers kijken er niet eens naar om, terwijl de populariteit onder Digitieners nog stevig toeneemt. Het gebruik van Instagram is daarentegen in bijna alle generaties gestegen. LinkedIn blijft het meest populair onder Millennials.

Plaatjes kijken, jezelf (zakelijk) profileren of business updates lezen, past helemaal in hun werkende leven. Opvallend is dat de Millennial ten opzichte van alle andere generaties ook

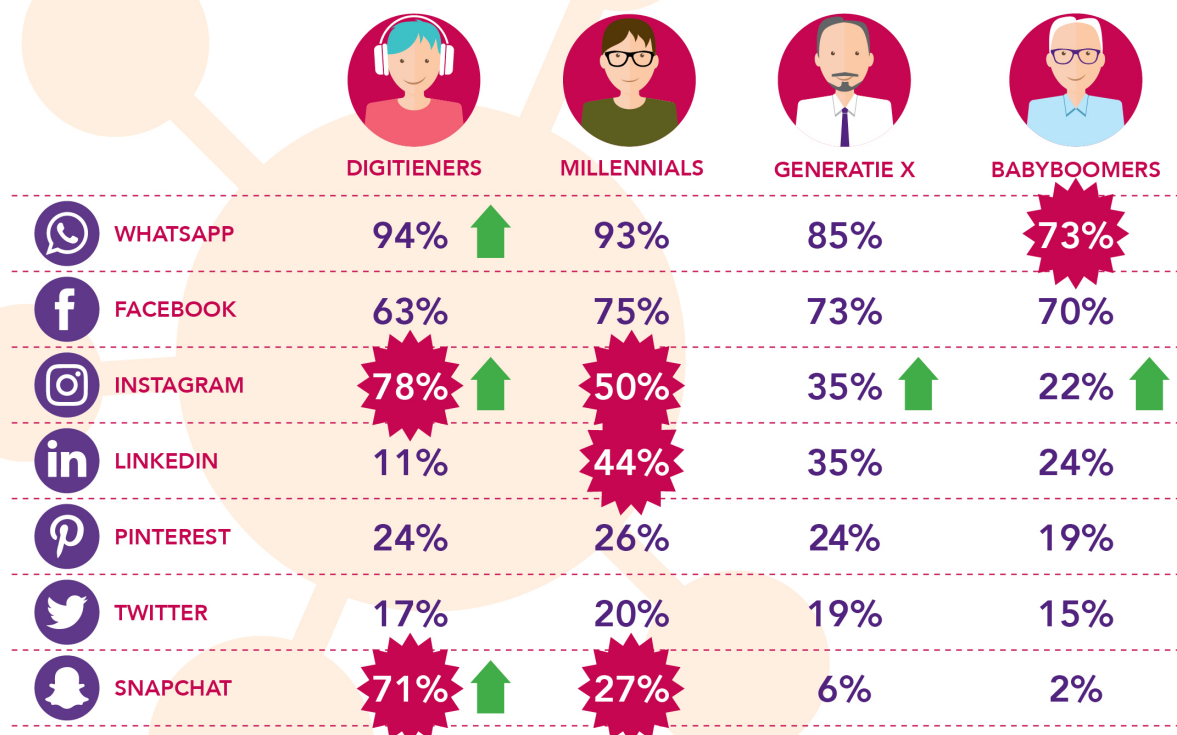
meer gebruikt maakt van andere typen social media, zoals Strava en Tinder. In deze generatie zijn de statistieken van sportieve inspanningen, zoals een 10K run of rondje wielrennen hartstikke belangrijk om te delen. Het vinden van de ware liefde, of leuke date, doet maar liefst 1 op de 10 Millennials via Tinder!



Pinnen en tweeten we nog?

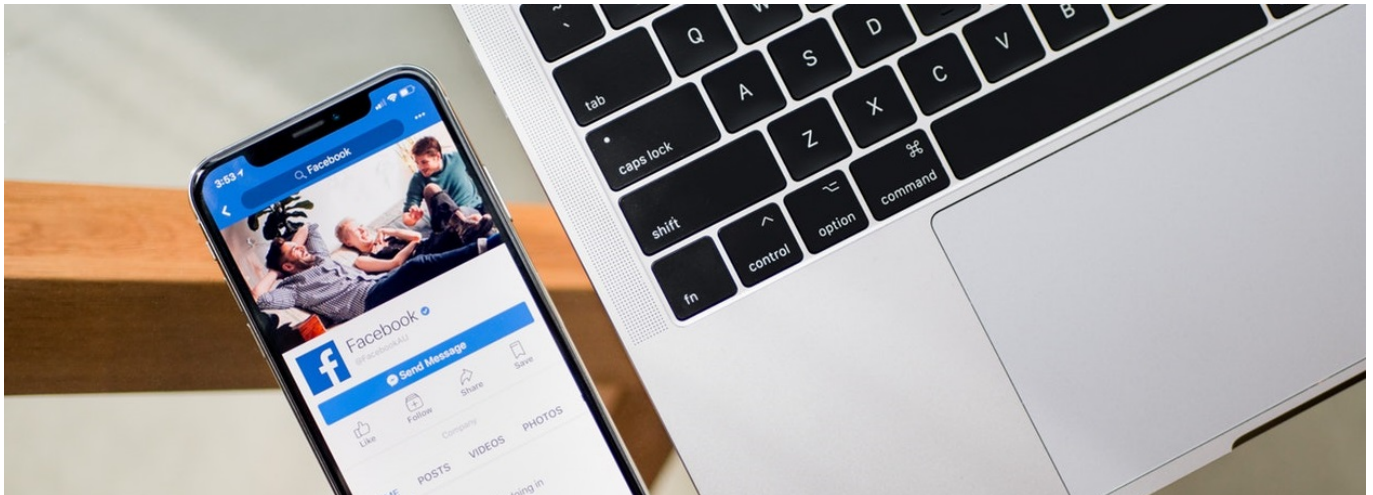
Het gebruik van Pinterest en Twitter stagneert. Toch wordt er alsnog vrolijk op los gepint en getweet, echter ligt dit over alle generaties redelijk gelijk. Het pinnen is overigens wel aan meer vrouwen besteed, want 1 op de 3 vrouwen waant zich in de inspirerende wereld van creatieve DIY's.

VAN WELKE VAN ONDERSTAANDE ONLINE NETWERKEN MAAK JIJ ACTIEF GEBRUIK? | BASIS: 18+ (n=2.402)



Hoofdstuk 3

Kijken, kijken, en soms wat posten



Altijd op de hoogte

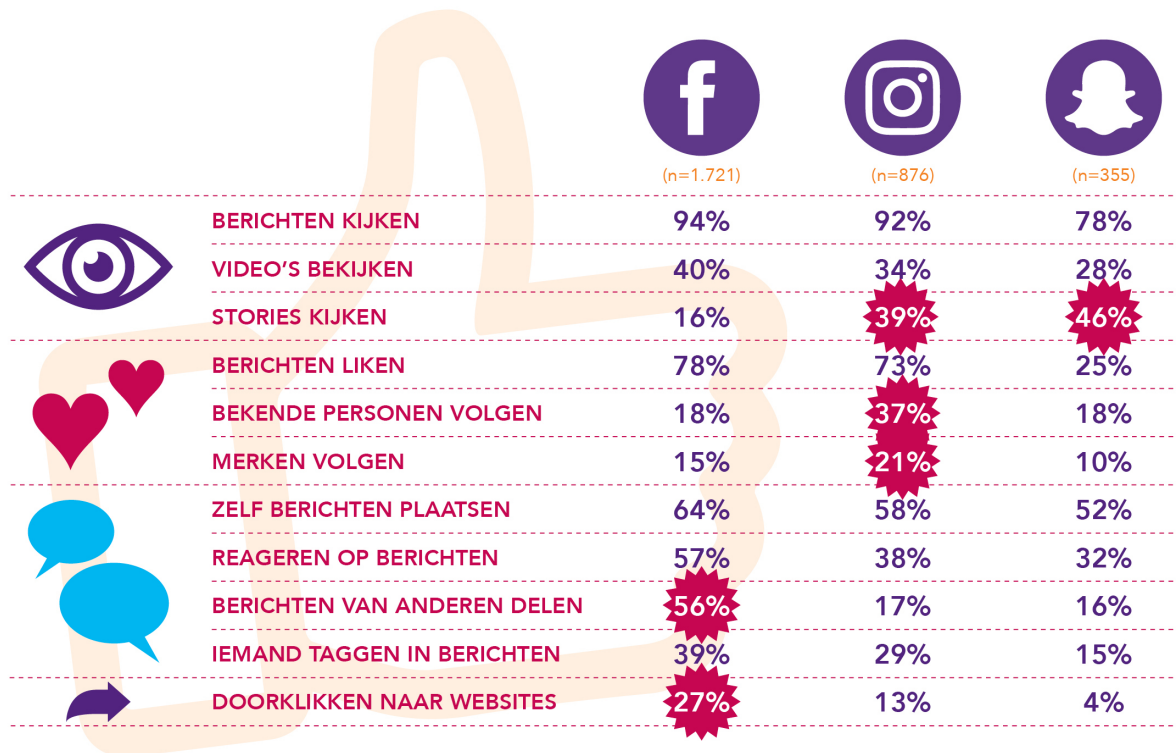
We kijken, liken en delen graag tijdens al die uren die we op social media doorbrengen! Maar waarom eigenlijk? Een inkoppertje misschien, maar de belangrijkste reden is dat wij Nederlanders lekker 'op de hoogte willen blijven'. Van het laatste nieuws (52%) tot wat vrienden allemaal uitspoken (56%). Het zijn overigens niet allemaal 'echte' vrienden, want Instagram gebruiken we maar al te graag om stiekem een kijkje te nemen in het leven van BNend Nederland. Dan hebben we niet over de bekende bloggers en vloggers, we kijken heel graag naar het gezinsleven van Chantal Jansen, het artiestenbestaan van Martin Garrix en het uitgavenpatroon van Lil' Kleine. Verder worden we graag via social media geïnspireerd (33%) of geïnformeerd over producten (40%).



‘Even’ kijken

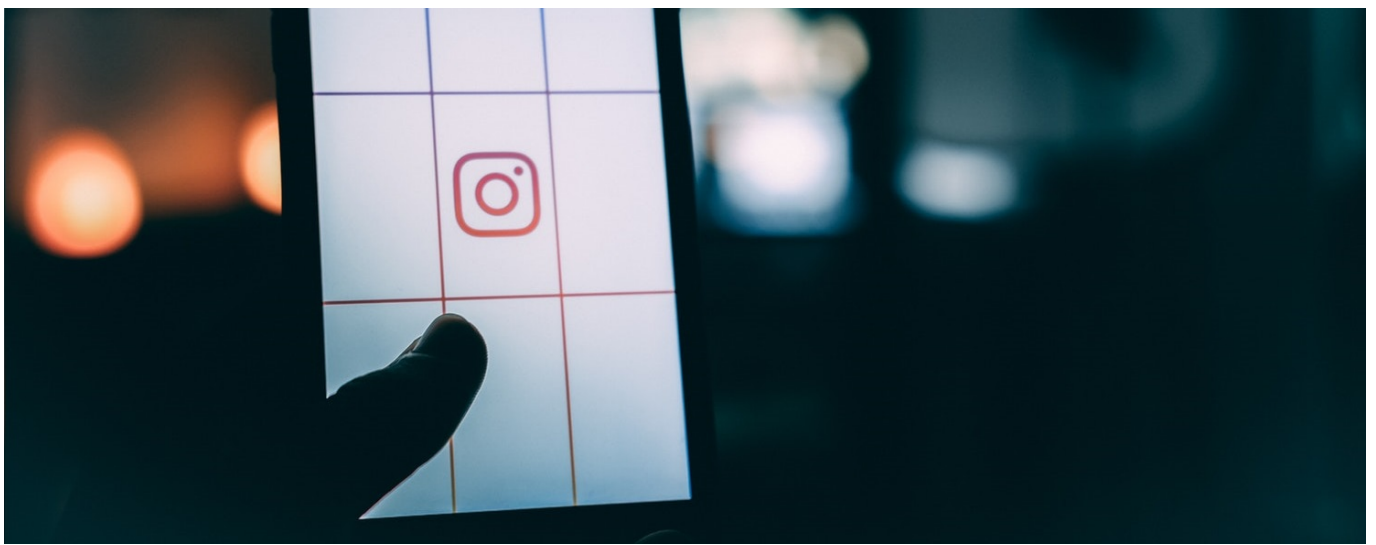
Op Facebook en Instagram wordt veel rondgekeken en geliked. Zelf een bericht of story posten doen we toch echt in mindere mate! Desalniettemin durven Nederlanders zichzelf via Facebook (64%) en Instagram (58%) wel bloot te geven door een selfie of berichtje te posten. Op Facebook zijn het Generatie X en de Babyboomers die méér berichten posten dan de jongere generaties. Voor Snapchat geldt het tegenovergestelde, daar domineert de jongere generatie als het gaat om het posten van foto's. Op Insta plaatsen de Millennials het meest, maar ook de oudere gebruikers zijn hier vrij actief. Opvallend is dat via Facebook meer wordt doorgeklikt naar andere websites dan via andere social media. Maar liefst een kwart van de Nederlanders klikt wel eens door.

WELKE VAN ONDERSTAANDE ACTIVITEITEN DOE JIJ WEL EENS OP DEZE SOCIAL MEDIA?



Hoofdstuk 4

Reizen en eten, de ideale combi op Instagram!



Met die paar vakantieweken per jaar zijn Nederlanders niet in staat om de wereld volledig met eigen ogen te zien, daarom dromen we graag weg bij reisplaatjes en vakantiekiekjes van anderen via Instagram. #reizen en #travelgram zijn favoriet!

What's for dinner tonight?

Daarnaast watertanden we van prachtig opgemaakte bordjes, gerechten met véél en smeltende kazen en doorgesneden #homemade baksels. Eten en drinken is favo topic #2. En opvallend is dat deze categorie door vrouwen wat meer bekeken wordt (37% vrouw vs.

24% man).

66% van de Instagrammers kijkt minstens eens per dag op Instagram

- 1 Met 82% ligt dit percentage hoger bij de Digitieners
- 2 71% van de Instagrammende Millennials zit dagelijks op het platform
- 3 62% van Instagram gebruikend Generatie Z is dagelijks terug te vinden op de app
- 4 52% van de Babyboomers komen dagelijks terug op Insta

#model, #gymlife

De jongere generaties laten zich graag inspireren met de nieuwste kleding trends en beautytips. Kleding, beauty en lifestyle scoren absoluut hoog in deze generaties. De Millennial voegt graag nog wat foto's en stories toe op zijn/haar tijdlijn op het gebied van gezondheid. Al dat lekkere eten en drinken moet natuurlijk afgewisseld worden met fitte plaatjes van sportieve lichamen en heerlijke caloriearme salades met avocado.

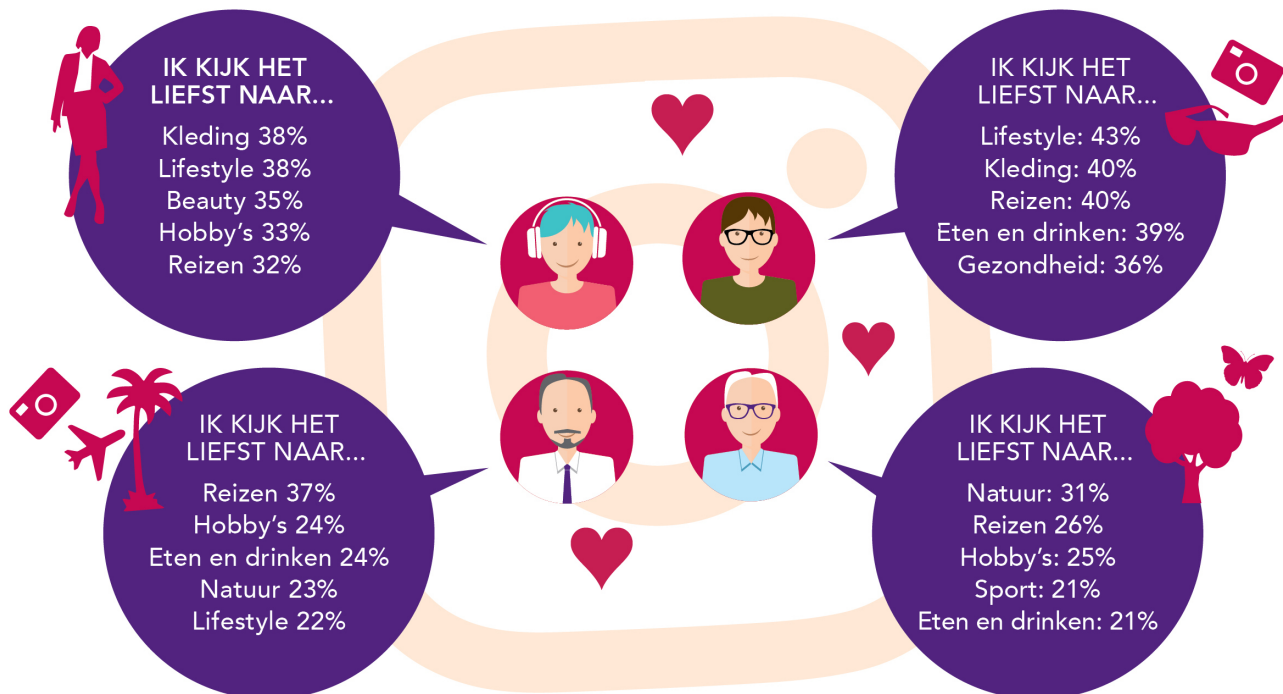


#lovenature

Voor de oudere generaties zijn net als vorig jaar reizen en hobby's belangrijk. Bij Babyboomers staat de natuur bovenaan de ranking. 1 op de 3 Babyboomers gebruikt Instagram om het Hollandse landschap, bijzondere diersoorten of een ondergaande zon in zich op te nemen. Opvallend: Een kwart van de Babyboomers op Insta gebruikt het netwerk meerdere keren per dag

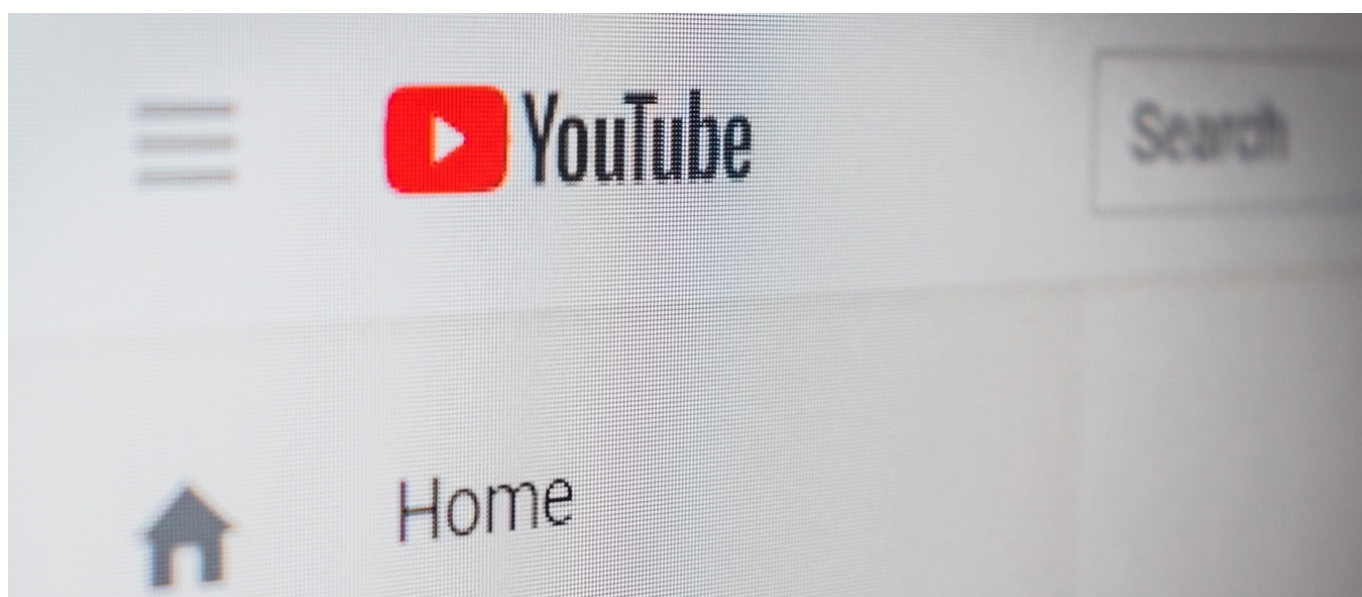
OVER WELKE ONDERWERPEN BEKIJK JIJ GRAAG PAGINA'S OF POSTS OP INSTAGRAM?

BASIS: INSTAGRAMGEBRUIKERS (n=876)



Hoofdstuk 5

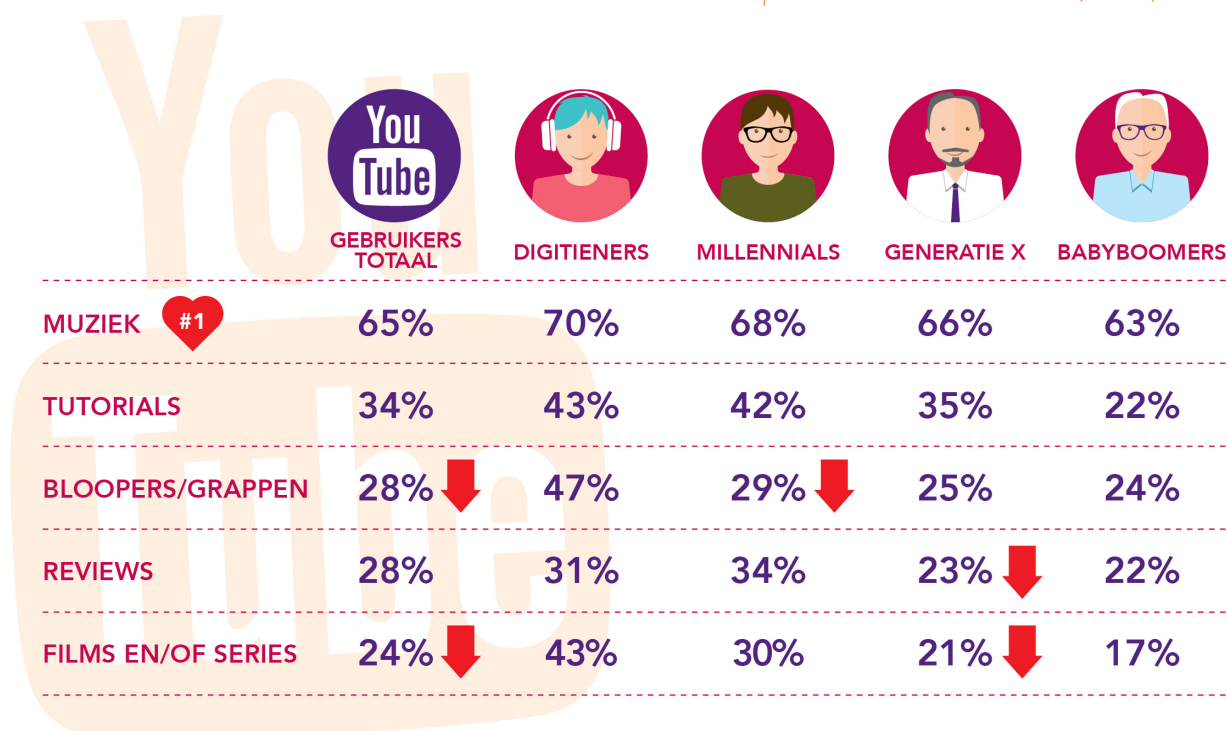
Vierkante (opgemaakte) ogen door YouTube



Iedereen op YouTube?

8 op de 10 Nederlanders maken wel eens gebruik van YouTube. Uiteraard ligt dit het hoogst onder de jongere generaties, daar tikt het aantal YouTube-kijkers bijna de 100% aan. Maar ook 2 op de 3 Babyboomers maken gebruik van dit videokanaal!

WELKE ONLINE VIDEO'S BEKIJK JIJ GRAAG OP YOUTUBE? | BASIS: GEBRUIKERS VAN YOUTUBE (n=1.889)



Dé bron voor muziek, tutorials, bloopers en reviews

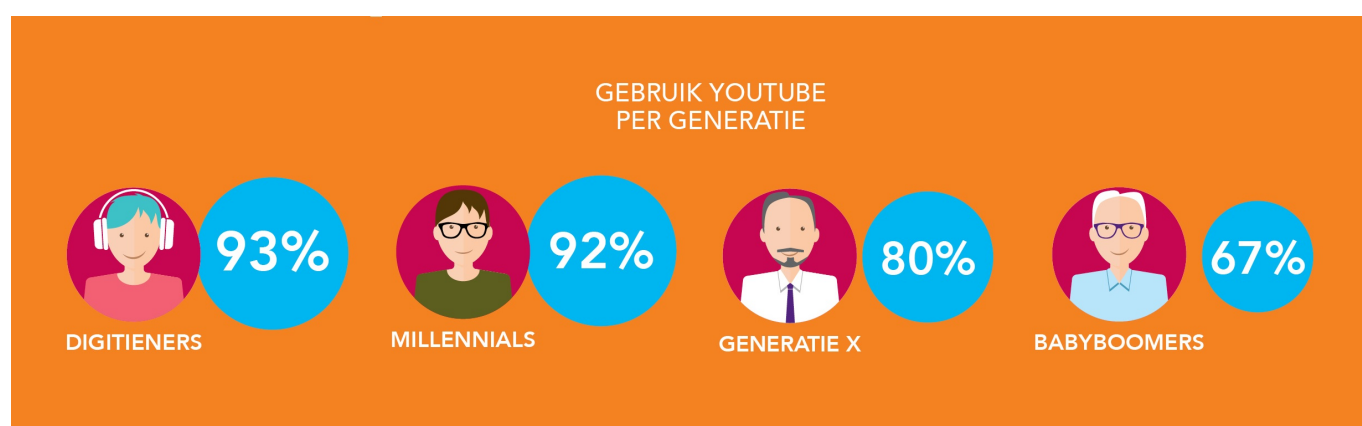
Iedereen houdt van muziek! Met stip op #1 wordt YouTube daarom door alle generaties het meest gebruikt voor het kijken en luisteren van lekkere deuntjes. Daarnaast worden wij Nederlanders graag geïnspireerd en geïnformeerd. We kijken via YouTube naar video's waar ingewikkelde (of eenvoudige) recepten worden uitgelegd, sportinstructies worden gegeven, ogen een totale make-over ondergaan of reviews worden gegeven van de nieuwste gadgets. Ook zeker een kwart van Nederland zit schuddebuikend achter Youtube, kijkend naar bloopers en missers (van anderen uiteraard).

Kijken we dan geen films/series meer via YouTube? Zeker wel, een kwart gebruikt YouTube hiervoor, naast bijvoorbeeld uitgesteld kijken, Netflix en andere video-platformen.



Vlogs, unboxing en games vooral populair onder Digitieners

Digitieners kijken graag vol verwachting hoe vloggers als Monica Geuze, Anna Nooshin de ene na de andere doos openen vol interessante artikelen, of hoe gamers als Thorben Fortnite-levels uitspelen. Oudere generaties vinden dit minder boeiend.



Meer weten over wat Nederlanders online uitspoken? [Download het hele rapport!](#)