



# Nationale Social Media Onderzoek 2018

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, drs. Steven Boekee, drs. Hans Hoekstra, dr. Oscar Peters

Publicatiedatum: 29 januari 2018

# Woord vooraf: een korte inleiding

Social Media zijn niet meer weg te denken uit het media landschap en staan volop in de belangstelling. Maar welke platformen worden op dit moment gebruikt? En met welke frequentie? Wat zijn de stijgers en dalers?

Newcom voert al sinds 2010 het grootste onderzoek van Nederland uit naar het gebruik van Social Media. Dit grootschalige landelijk onderzoek is in 2018 voor het [achtste jaar op rij](#) gehouden, met opnieuw een indrukwekkende respons (n=6.783).



**Copyright 2018 Newcom Research & Consultancy B.V.**

Alle rechten voorbehouden. U mag publiceren. Maar niets uit dit document mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevens bestand of openbaar gemaakt worden zonder bronvermelding.

De bron die u dient te vermelden is [Newcom.nl](#), inclusief (indien online) een werkende hyperlink en logo vermelding.

# Het grootste trendonderzoek in Nederland

De steekproef van 6.783 respondenten vormt een representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder.

In januari 2018 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.

Mocht u vragen hebben, dan staan de uitvoerende onderzoekers u graag te woord op 088 – 7704 600 of op [service@newcom.nl](mailto:service@newcom.nl)



m Social

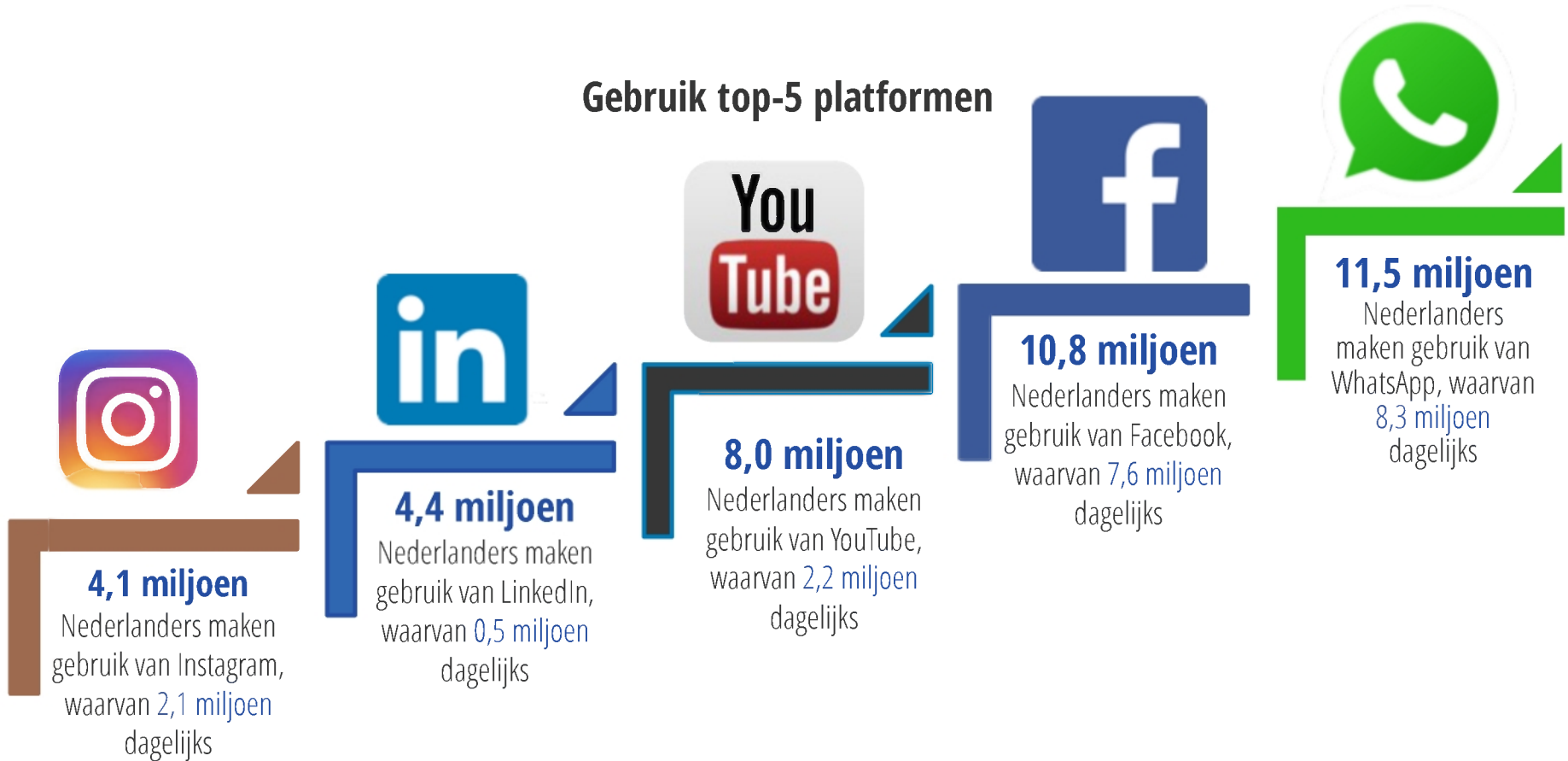
## Welke social media platformen worden gebruikt?

- Hoeveel maken er in totaal gebruik van per platform?
- Hoeveel dagelijkse gebruikers zijn er?
- Wat zijn de trends?

Conclusie 1: WhatsApp is het grootste platform in 2018, gevolgd door Facebook en YouTube.

WhatsApp is ook in 2018 het grootste social media platform.

### Gebruik top-5 platformen

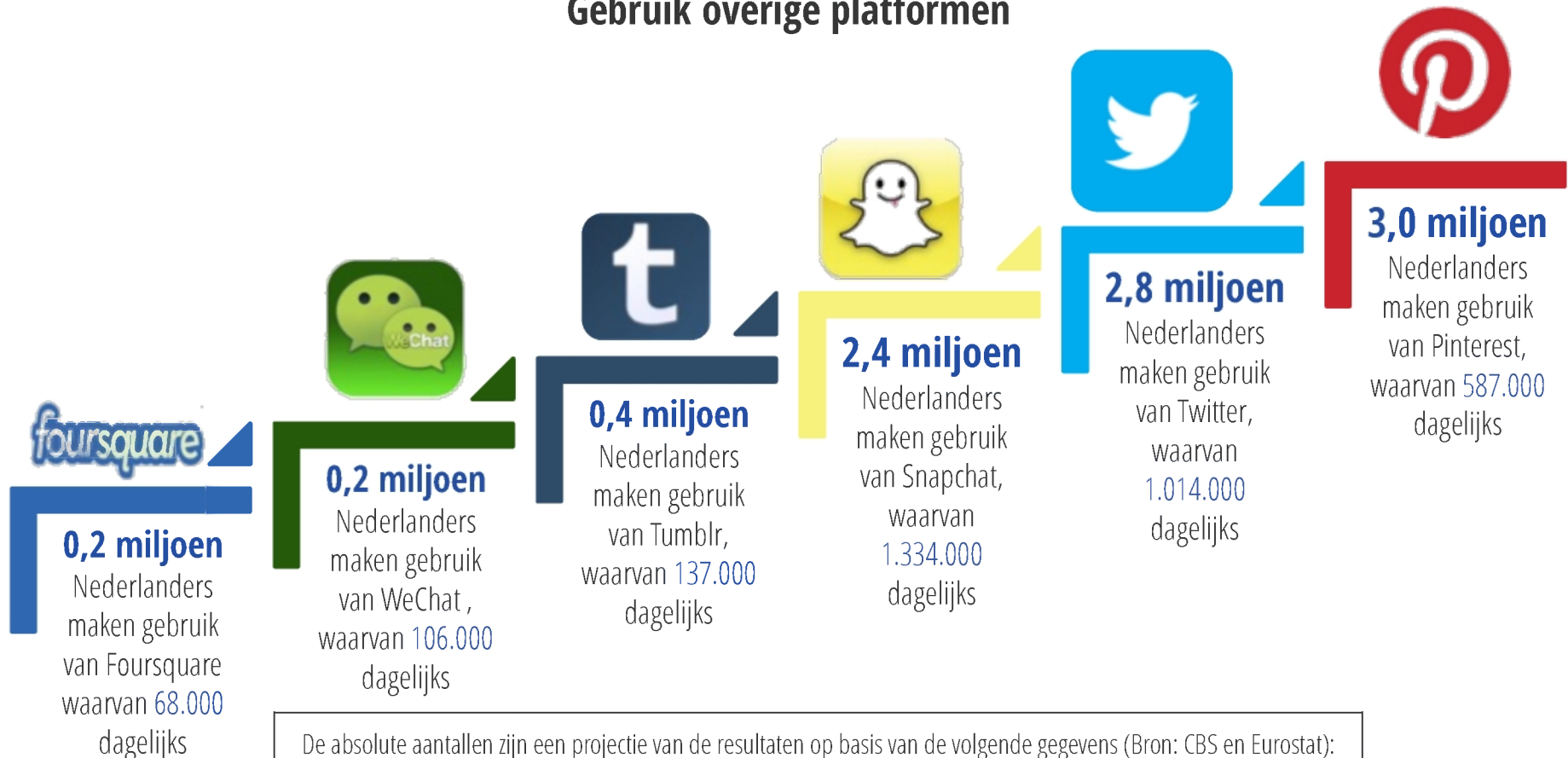


De absolute aantallen zijn een projectie van de resultaten op basis van de volgende gegevens (Bron: CBS en Eurostat):

Aantal Nederlanders	Doelgroep Nederlanders 15+	Internetpenetratie	Populatie
17.081.507	14.299.739	0,97	13.870.408

Pinterest passeert Twitter in gebruik. Snapchat zit daar vlak achter.

### Gebruik overige platformen



De absolute aantallen zijn een projectie van de resultaten op basis van de volgende gegevens (Bron: CBS en Eurostat):

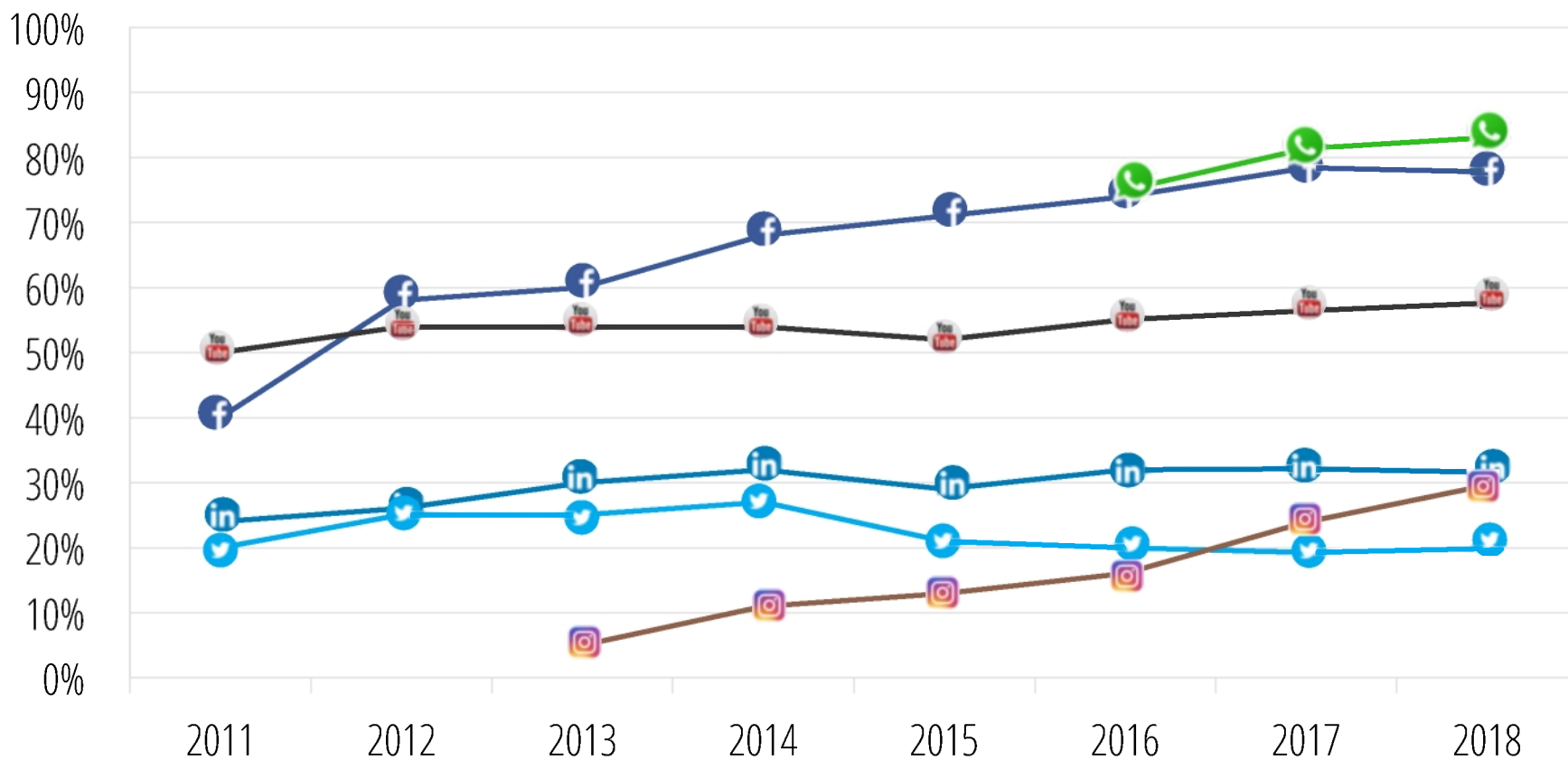
Aantal Nederlanders	Doelgroep Nederlanders 15+	Internetpenetratie	Populatie
17.081.507	14.299.739	0,97	13.870.408

Conclusie 2: Instagram groeit het sterkst en heeft nu 4,1 miljoen gebruikers, waarvan 2.1 miljoen dagelijks op het platform te vinden zijn.



Het gebruik van Instagram groeit door onder Nederlanders, terwijl het percentage Facebook-gebruikers stagneert.

Gebruik totaal van social media

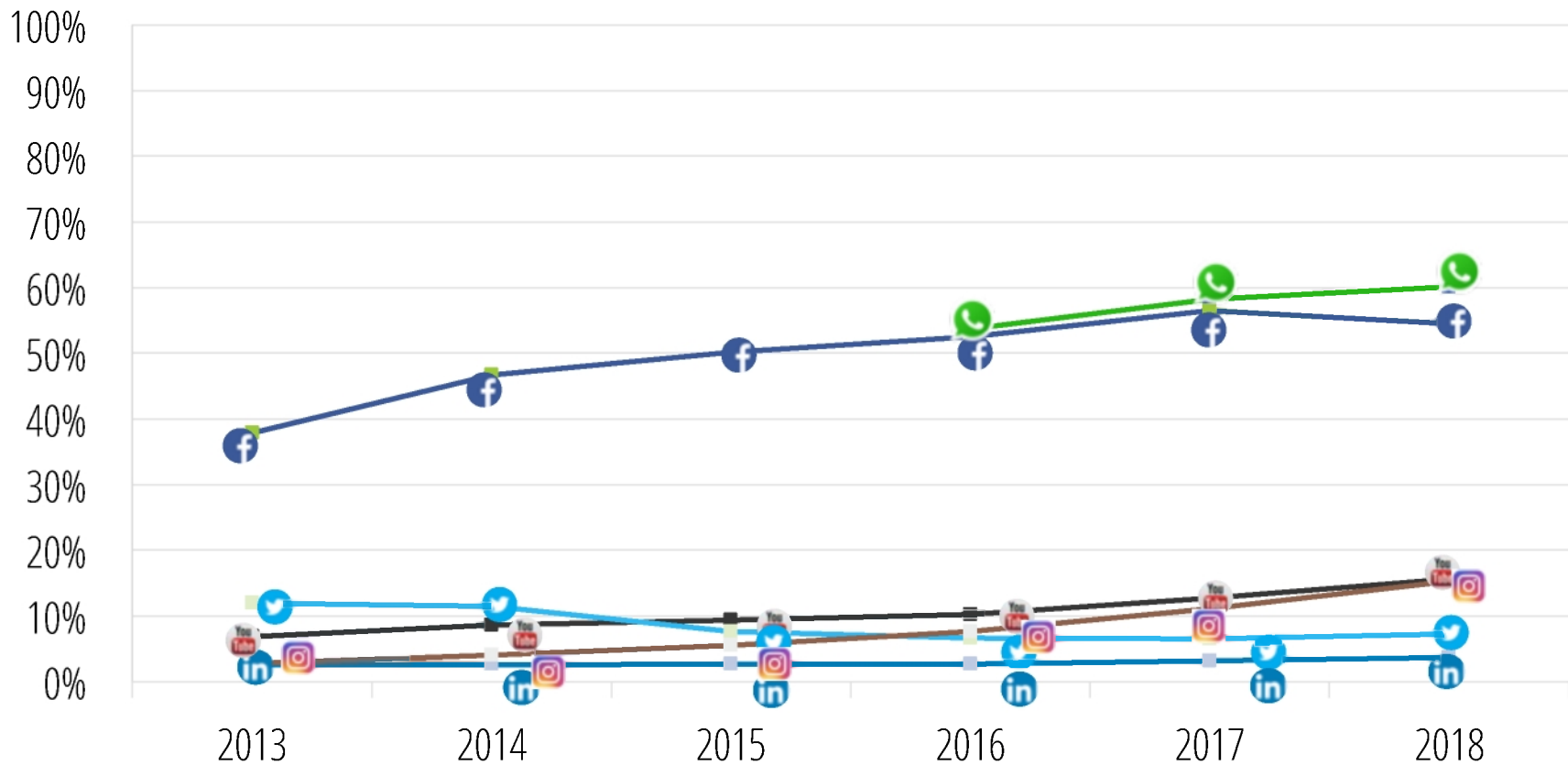


*N.b. Gebruik WhatsApp is in 2016 voor het eerst gemeten.*

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

Het dagelijks gebruik van Instagram is sterk gestegen onder Nederlanders. Het dagelijks gebruik van Facebook daalt.

### Dagelijks gebruik van social media



*N.b. Gebruik WhatsApp is in 2016 voor het eerst gemeten.  
N.b. De getoonde percentages hebben betrekking op de totale steekproef.*

# Het dagelijks gebruik in 2018 in aantallen.

	2018
 Dagelijks gebruik	8,3 miljoen
 Dagelijks gebruik	7,6 miljoen
 Dagelijks gebruik	2,2 miljoen
 Dagelijks gebruik	2.1 miljoen
 Dagelijks gebruik	1.3 miljoen

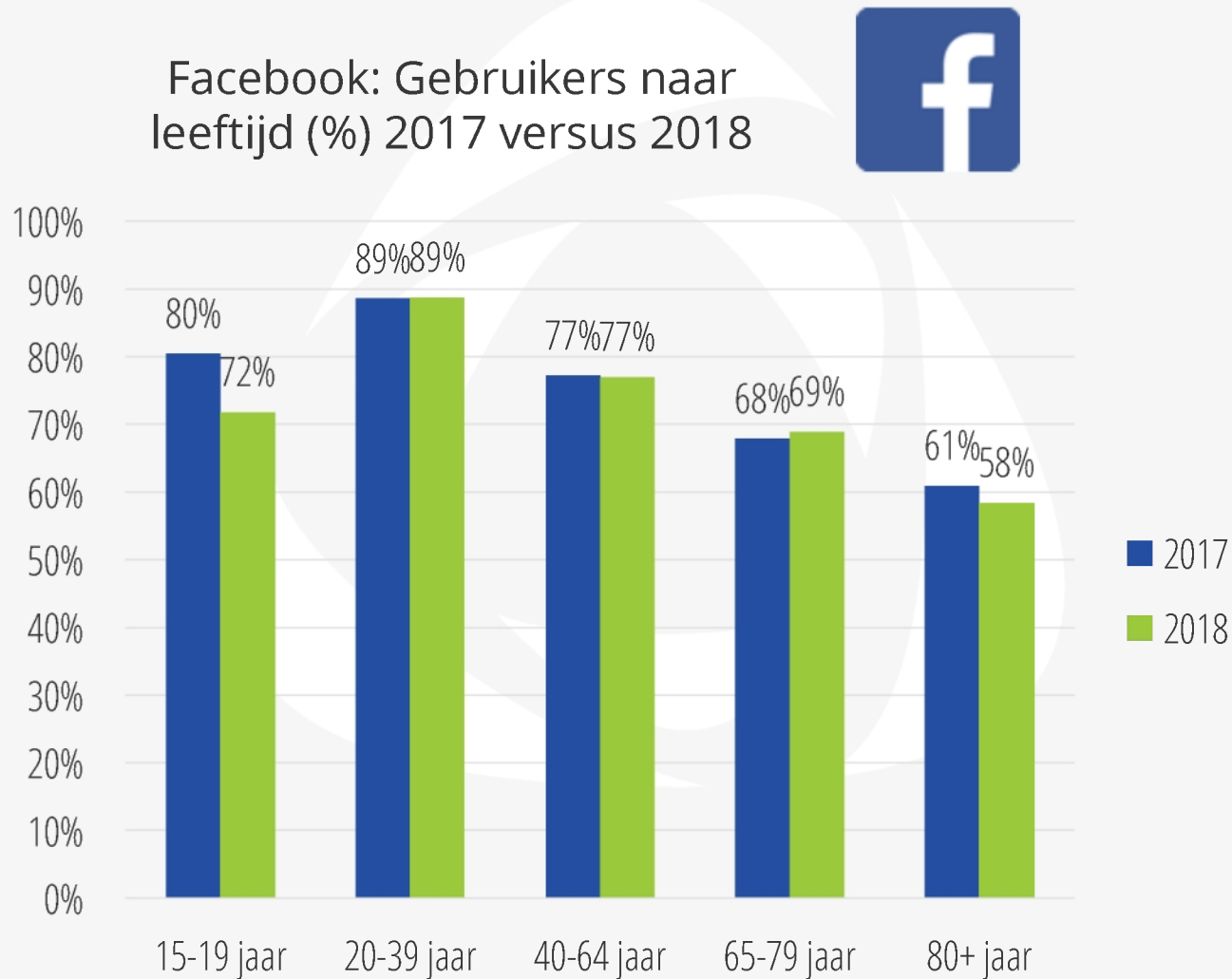
	2018
 Dagelijks gebruik Twitter	1.014.000
 Dagelijks gebruik Pinterest	587.000
 Dagelijks gebruik LinkedIn	500.000
 Dagelijks gebruik Tumblr	137.000
 Dagelijks gebruik WeChat	106.000
 Dagelijks gebruik Foutsquare	68.000

A close-up photograph of two young women looking at a smartphone together. The woman on the left has curly brown hair, and the woman on the right has straight brown hair. They are both looking intently at the screen. A green semi-transparent box with a halftone pattern is overlaid on the right side of the image, containing white text.

**Hoe is het gesteld met het gebruik van social media platformen als we inzoomen op leeftijdscategorieën?**

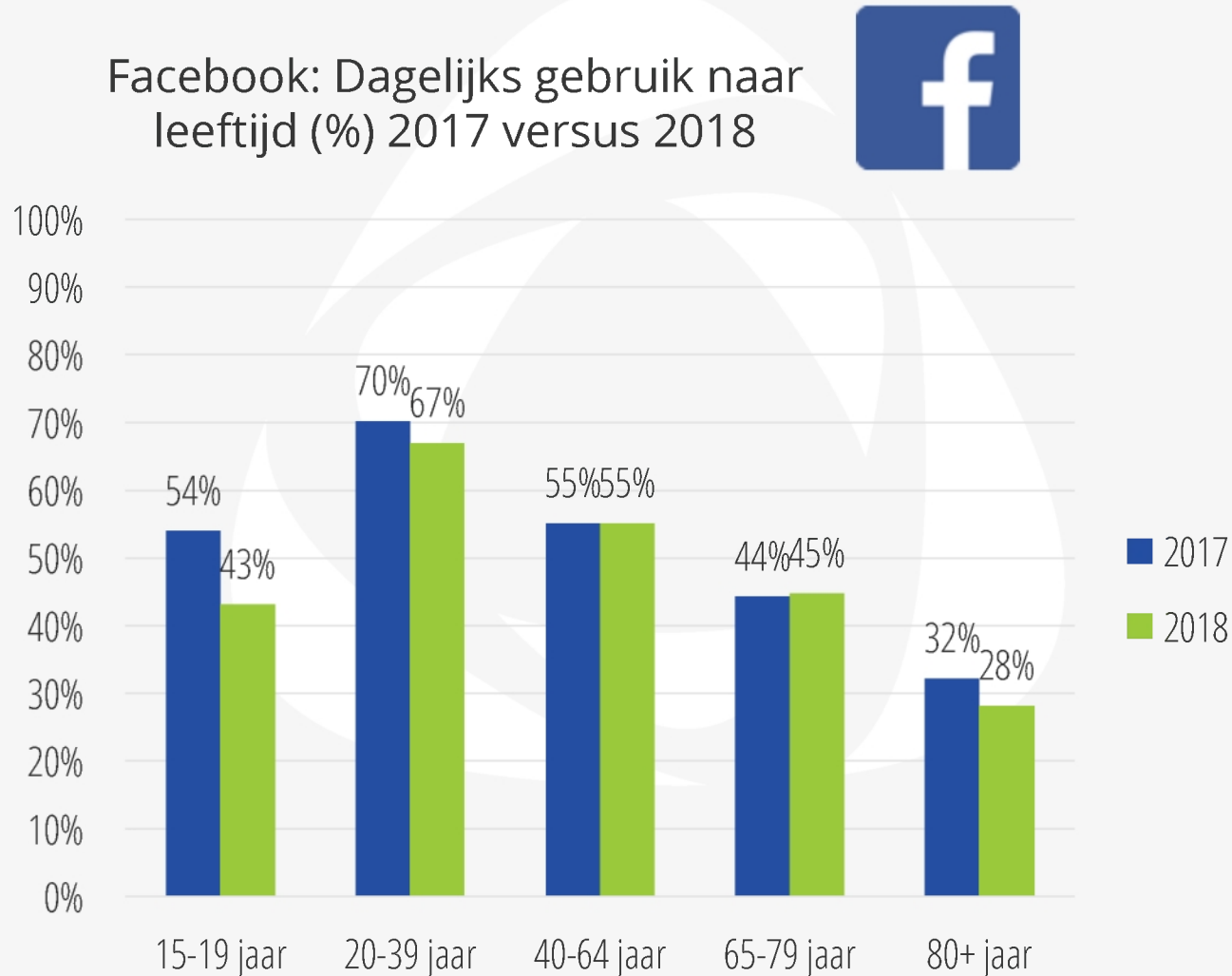
Conclusie 3: Facebook verliest terrein onder jongeren tot 20 jaar, ook in het dagelijks gebruik.  
We verwachten dat deze trend doorzet.

Het totale gebruik van Facebook neemt af onder jongeren van 15 t/m 19 jaar, terwijl het in de andere groepen niet stijgt.



*De getoonde percentages hebben betrekking op de totale steekproef.*

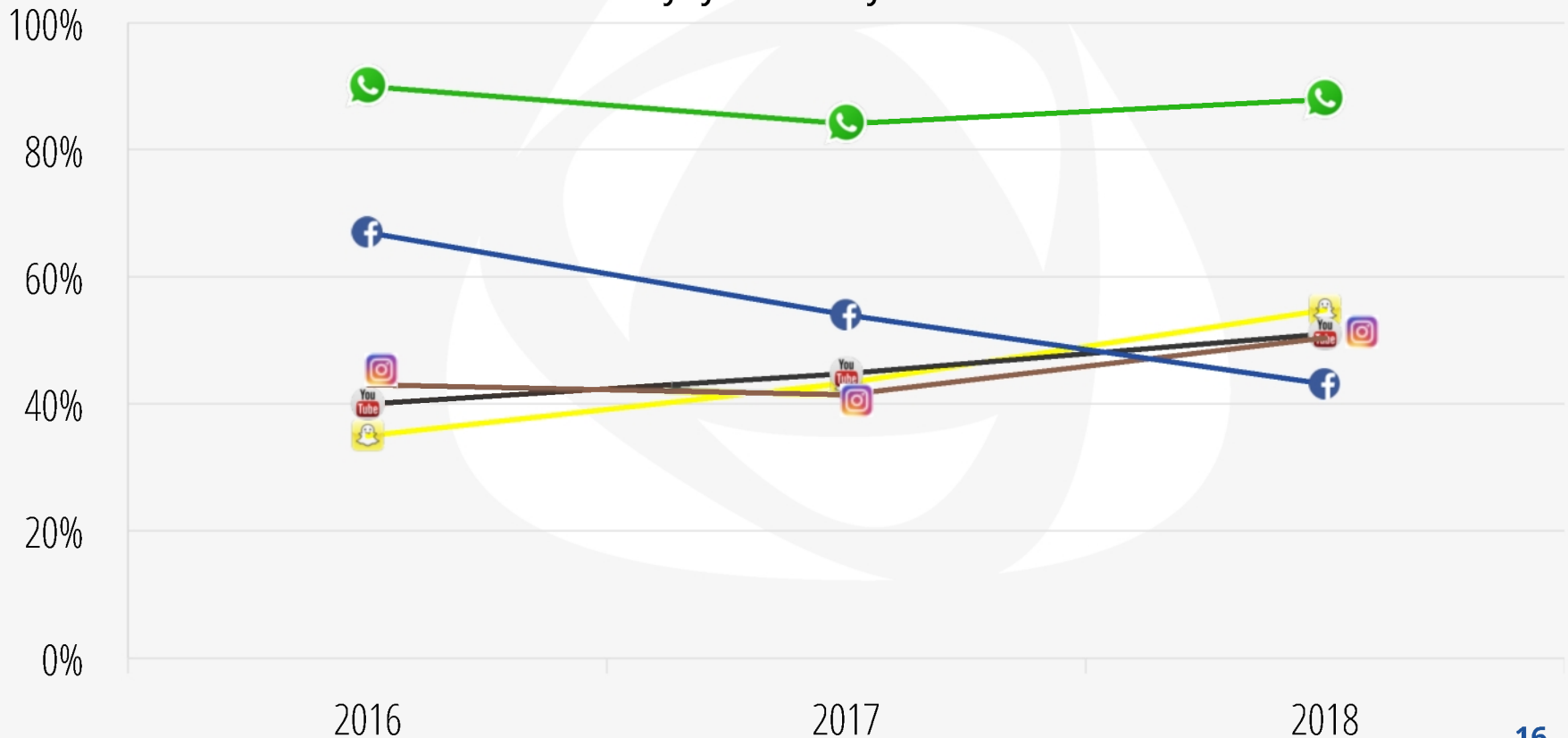
Met name in de jongste leeftijdsgroep neemt het dagelijks gebruik van Facebook behoorlijk af.



*De getoonde percentages hebben betrekking op de totale steekproef.*

Facebook zakt terug van plek 2 naar plek 5 qua dagelijks gebruik onder jongeren tussen 15 en 19 jaar.

Dagelijks gebruik social media (%) 2016-2018  
- Leeftijd 15-19 jaar





# Waarom jongeren afhaken van Facebook? Jongeren voelen zich minder thuis tussen de (oudere) mensen die op Facebook zitten.

## Waarom geen gebruik meer van Facebook? - Leeftijd 15 t/m 19 jaar



Naast het 'niet meer thuis voelen', vinden de jongeren andere social media (Instagram en Snapchat) nu gewoon leuker.

"Geen zin meer in... heb nu instagram."

"Het is voor mijn ouders en hun vrienden."

"Ik gebruik andere social media die beter zijn."

Het (dagelijks) gebruik van Facebook daalt onder jongeren (15 t/m 19 jaar)



"Is nu iets voor oude mensen."









"Mijn vrienden zitten daar ook niet op."

"Snap en Insta leuker."








































"Vond het niet meer leuk."

Conclusie 4: Instagram, Snapchat & YouTube zijn relatief sterk onder jongeren van 15 tot en met 19 jaar. Facebook nog altijd sterke positie in leeftijdscategorieën 20 jaar en ouder.









Totaal gebruik: Instagram en Snapchat zijn relatief sterk onder jongeren van 15 tot en met 19 jaar.

% gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
	97%	93%	86%	67%	38%
	72%	89%	77%	69%	58%
	86%	74%	54%	38%	21%
	12%	45%	36%	14%	7%
	73%	46%	22%	9%	6%
	23%	26%	21%	9%	9%
	19%	30%	21%	12%	8%
	72%	32%	7%	1%	1%

# Dagelijks gebruik: Facebook nog altijd sterke positie in leeftijdscategorieën 20 jaar en ouder.

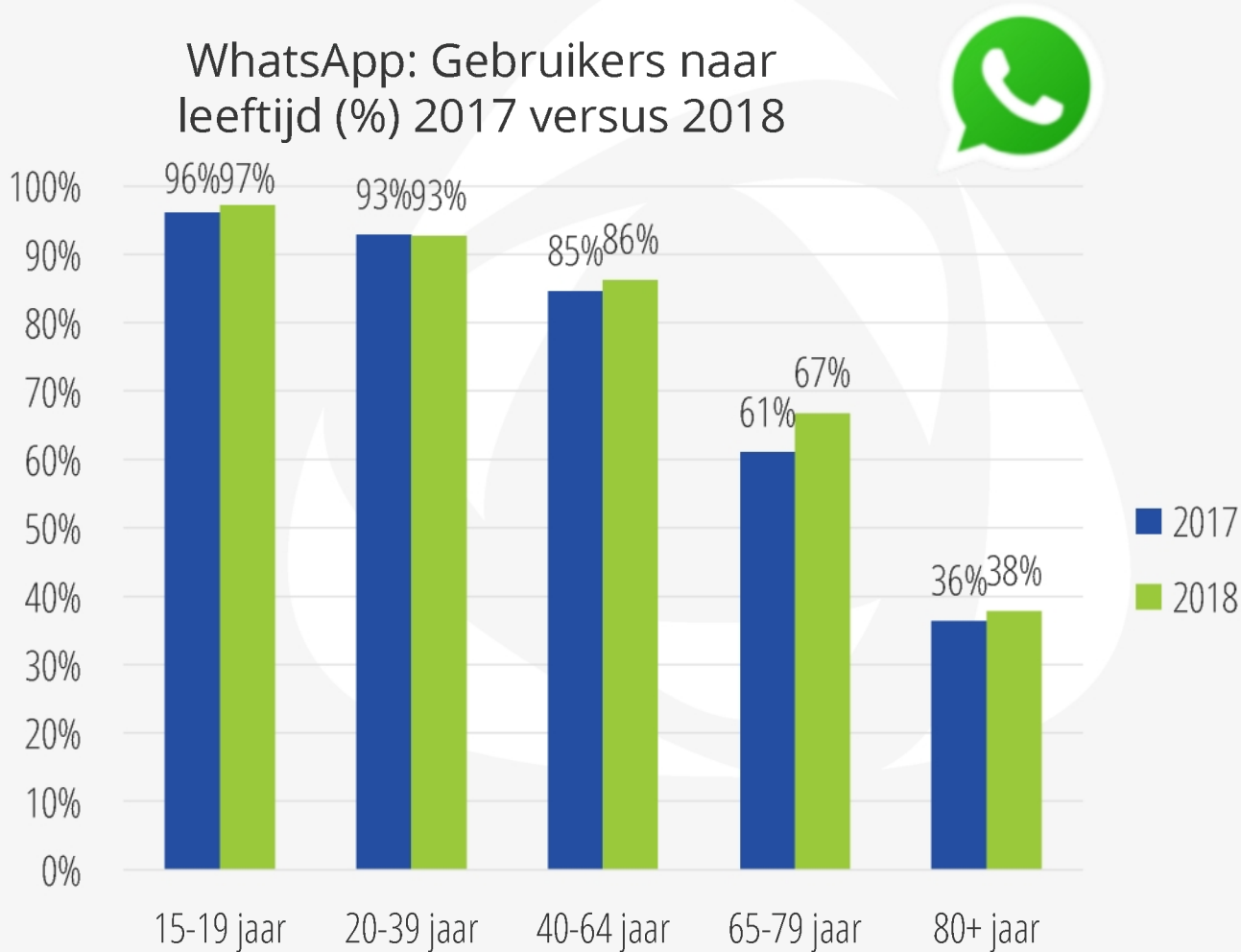
Plaats platform	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.				 	 
7.				 	 
8.					

## Dagelijks gebruik: Facebook nog altijd sterke positie in leeftijdscategorieën 20 jaar en ouder

% dagelijks gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
	88%	78%	59%	34%	13%
	43%	67%	55%	45%	28%
	51%	24%	10%	5%	2%
	1%	5%	5%	1%	2%
	50%	27%	8%	1%	2%
	9%	10%	8%	3%	5%
	4%	6%	4%	3%	2%
	55%	16%	2%	0%	1%

Conclusie 5: Het gebruik van WhatsApp & Instagram groeit in bijna alle leeftijdscategorieën.

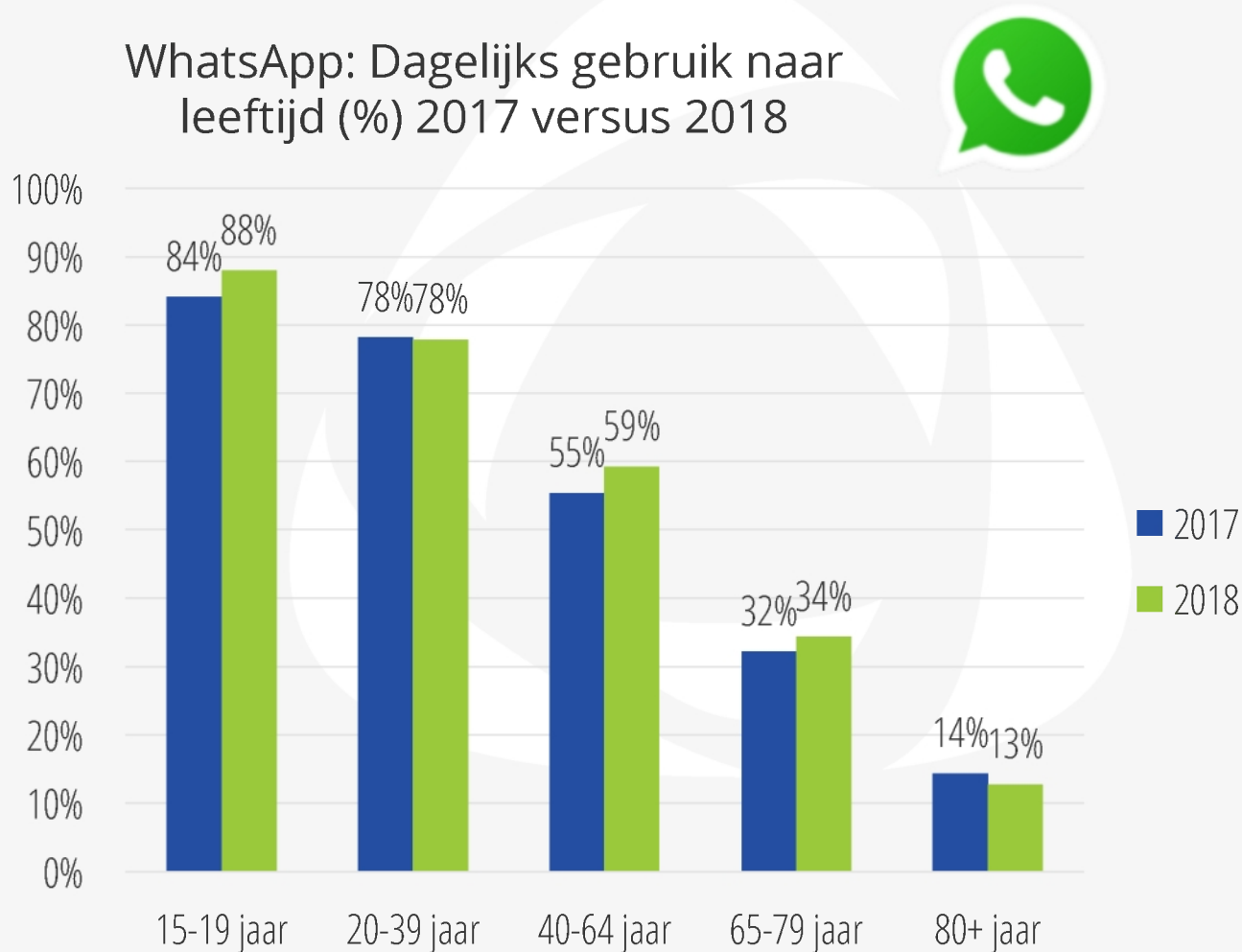
Het totale gebruik van WhatsApp groeit licht in de leeftijdsgroep 65+ en is stabiel in de overige leeftijdsgroepen.



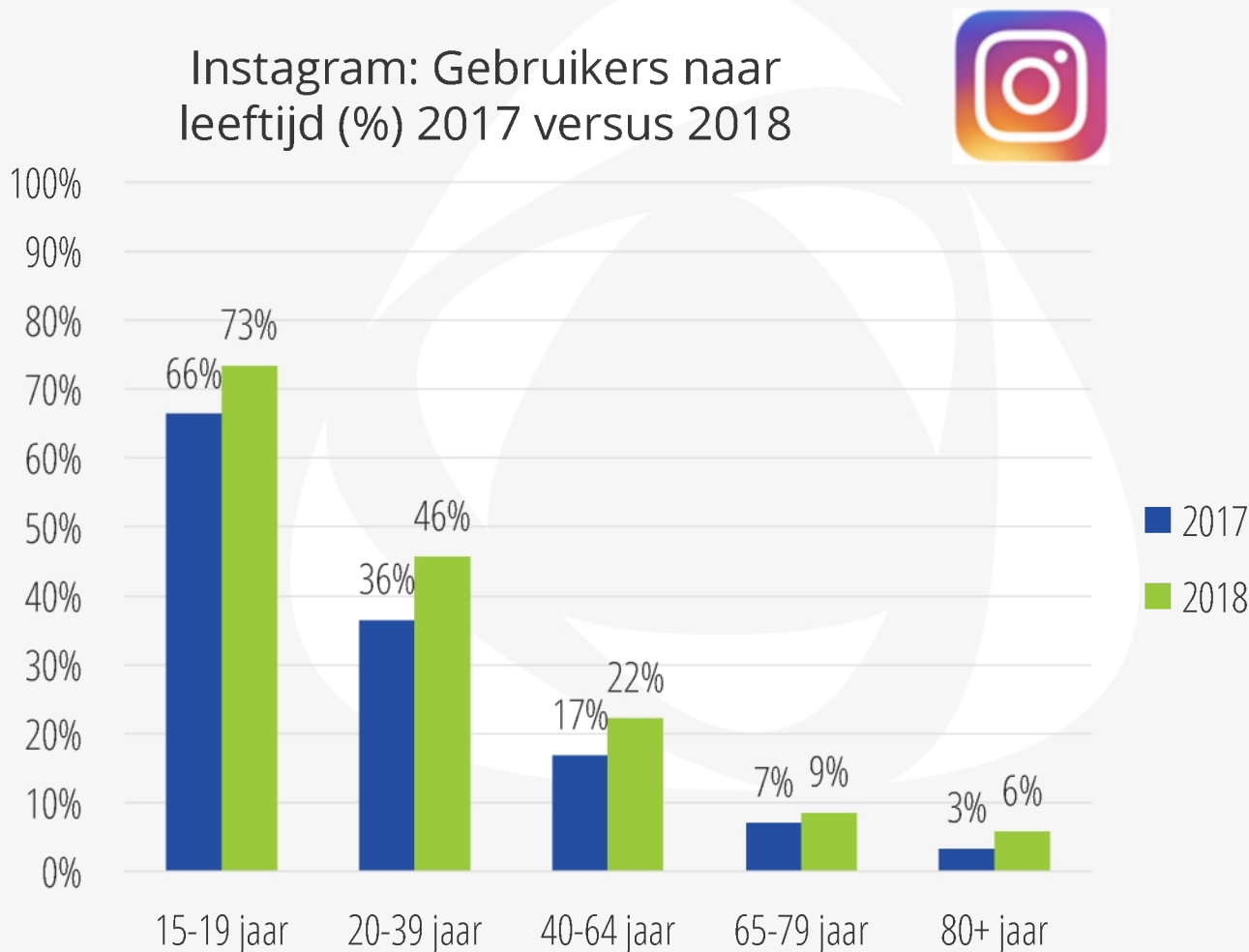
*De getoonde percentages hebben betrekking op de totale steekproef.*



Het dagelijks gebruik van WhatsApp groeit in een aantal leeftijdscategorieën.

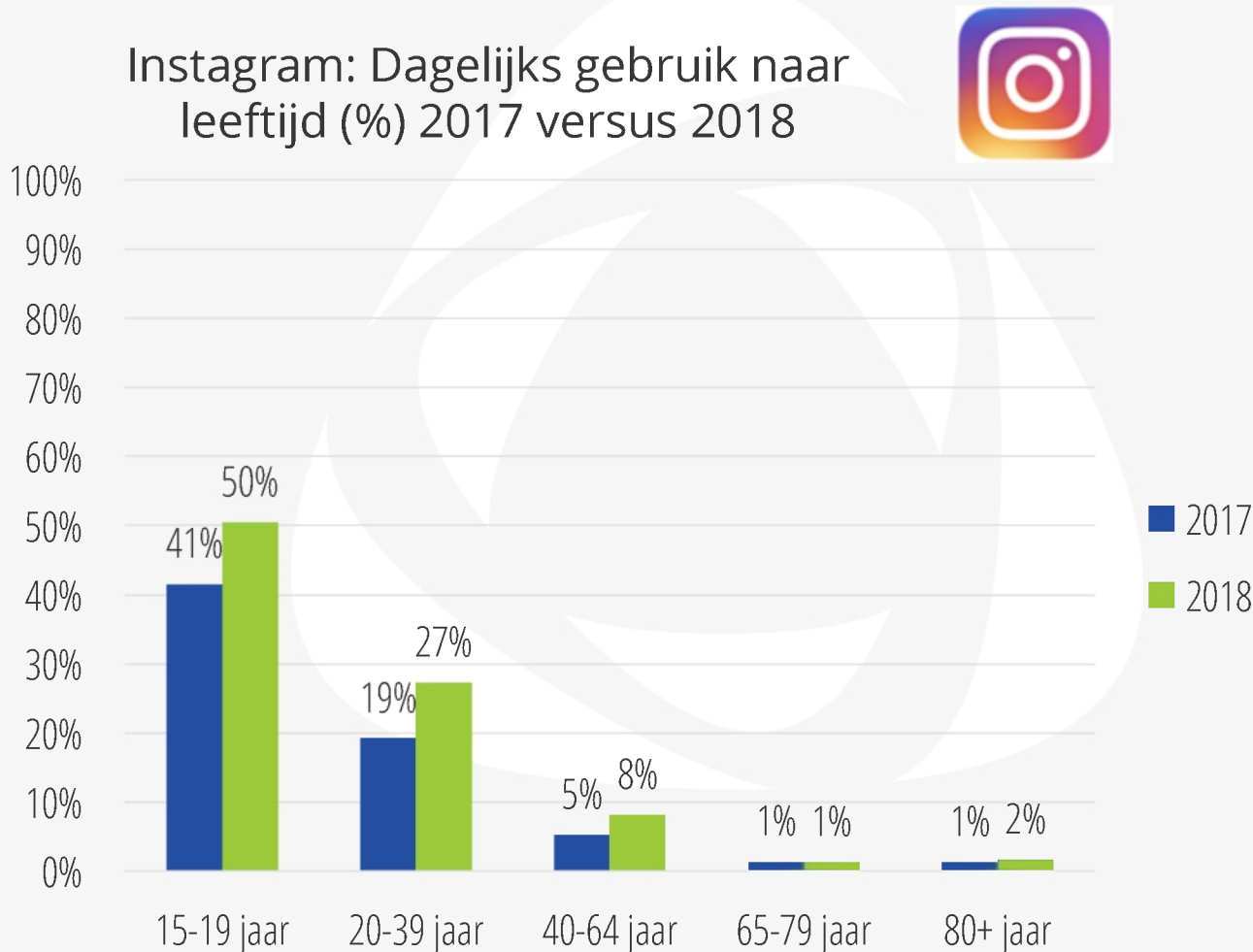


# Het totale gebruik van Instagram groeit in alle leeftijdsgroepen.



*De getoonde percentages hebben betrekking op de totale steekproef.*

Het dagelijks gebruik van Instagram is behoorlijk gegroeid in de leeftijdscategorie 15 t/m 39 jaar.



*De getoonde percentages hebben betrekking op de totale steekproef.*



**Hoe is het gesteld met  
de mate van vertrouwen  
in social media als  
medium?**

Conclusie 6: Het vertrouwen in social media is nog altijd beperkt, de zorgen om privacy blijven hoog.

# Het vertrouwen in social media is net als in 2017 laag

## Vertrouwen in social media

**66%** maakt zich zorgen over de doorverkoop van gegevens

66% in 2017

**56%** maakt zich zorgen over hun gegevens

54% in 2017

**57%** weet niet of social media te vertrouwen zijn

57% in 2017

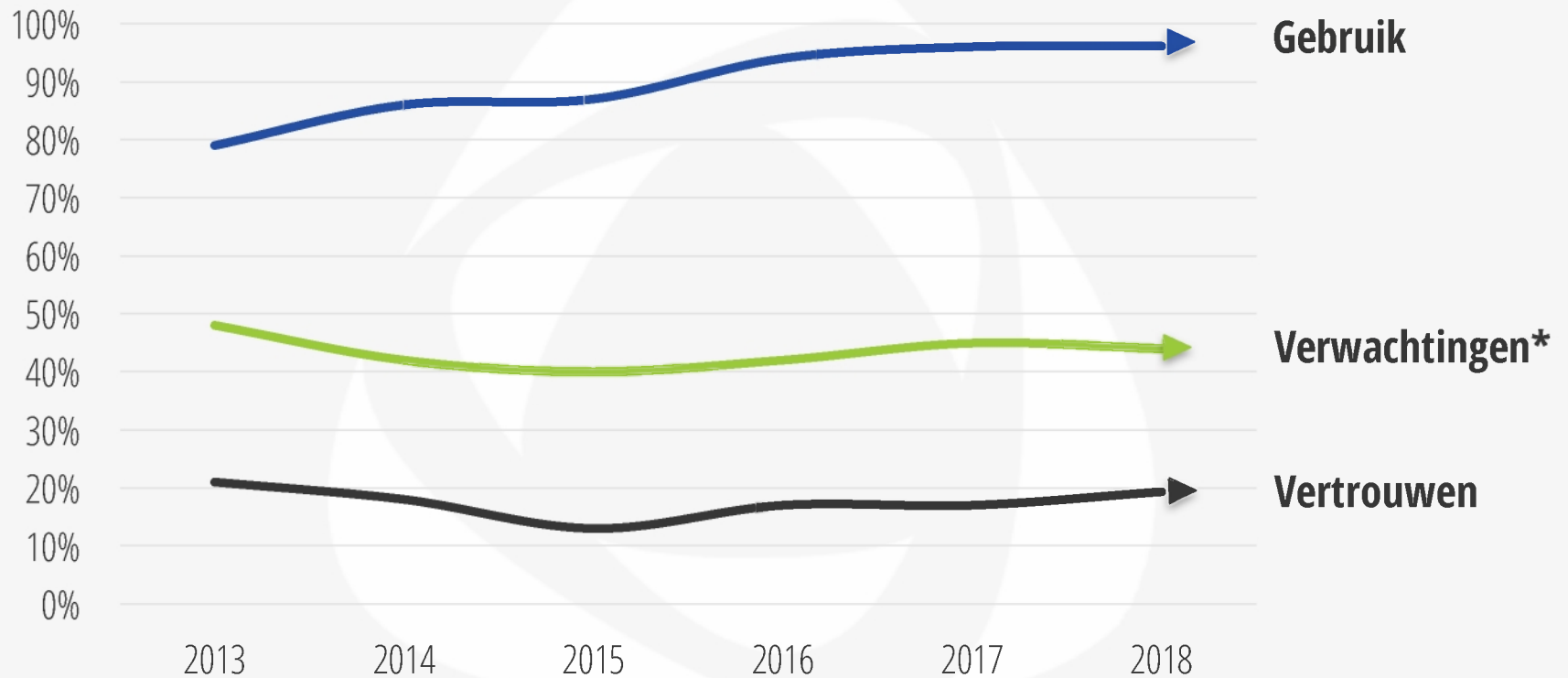
**19%** heeft (zeer) veel vertrouwen in social media

17% in 2017



Het gebruik van en vertrouwen in social media lijkt zich te hebben gestabiliseerd.

### Social media - algemene ontwikkeling



\***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"*



# Conclusies Nationale Social Media Onderzoek 2018



## De conclusies van het Nationale Social Media Onderzoek 2018

1. [WhatsApp](#) is het grootste platform in 2018 onder Nederlanders, gevolgd door [Facebook](#) en [YouTube](#).
2. [Instagram](#) groeit het sterkst en heeft nu 4,1 miljoen gebruikers, waarvan 2.1 miljoen dagelijks op het platform te vinden zijn.
3. [Facebook](#) verliest terrein onder jongeren tot 20 jaar, ook in het dagelijks gebruik. We verwachten dat deze trend doorzet.
4. [Instagram](#), [Snapchat](#) & [YouTube](#) zijn relatief sterk onder jongeren van 15 tot en met 19 jaar. Facebook nog altijd sterke positie in leeftijdscategorieën 20 jaar en ouder.
5. Het gebruik van [WhatsApp](#) & [Instagram](#) groeit in bijna alle leeftijdscategorieën
6. Het [vertrouwen](#) in social media is nog altijd beperkt, de zorgen om privacy blijven hoog.

# Bijlagen



- 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.
- [www.onderzoekstool.nl](http://www.onderzoekstool.nl) is een label van Newcom.

- 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 het testen van concepten, onderzoek naar de behoeften en tevredenheid van klanten en imago onderzoek.
- 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. 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 | drs. Steven Boekee | drs. Hans Hoekstra |

dr. Oscar Peters

[www.newcom.nl](http://www.newcom.nl) | [service@newcom.nl](mailto:service@newcom.nl)

### **Vestiging Amsterdam**

Herengracht 564

1017 CH Amsterdam

### **Vestiging Enschede**

Hengelosestraat 221

7521 AC Enschede

T: 088 – 7704 600

