

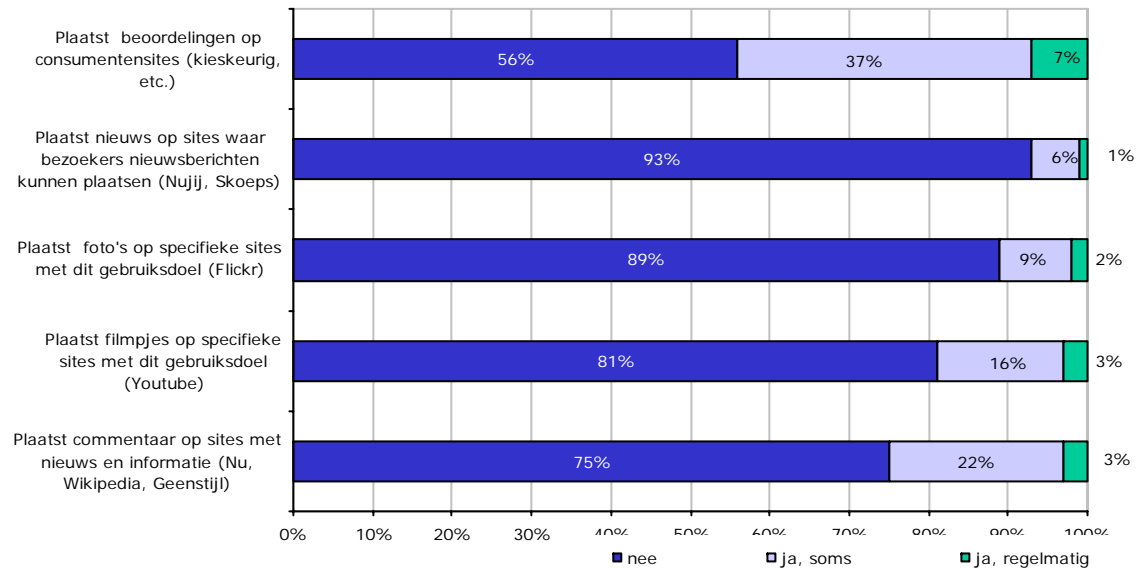
Als we de vakpers erop naslaan dan is Web 2.0 alom aanwezig. De internetter is actief aan het participeren, communiceren en publiceren geslagen. Websites zoals bijvoorbeeld Youtube en Hyves hebben miljoenen leden. Onderstroom vroeg zich af in welke mate al deze leden dan ook daadwerkelijk actief zijn. En in welke mate zijn de leden van online communities actief met hun netwerk bezig? In week 26 peilden we dan ook de stemming onder 1000 respondenten in de leeftijd van 16 tot 65 jaar.

Meer dan de helft van de Nederlanders neemt inmiddels deel aan een of meerdere online communities. Daarbij komt dat 10% van de Nederlanders nog van plan is om actief te worden. Naast online communities is 'bloggen' populair. Ongeveer 1 op de 8 Nederlanders heeft een of meerdere weblogs. De meerderheid heeft echter nog nooit een weblog gehad (76%). Opvallend daarbij is dat vrijwel iedereen inmiddels weet wat een weblog is.

Nederlanders die online netwerken links laten liggen doen dit omdat zij er de toegevoegde waarde niet van inzien; zij zien er de lol niet van in (56%), geven de voorkeur aan persoonlijke ontmoetingen (30%) of vinden dat het

eenvoudigweg teveel tijd kost (22%). Privacy overwegingen lijken slechts een marginale rol te spelen (11%).

Web 2.0 activiteiten



Alhoewel een groot deel actief is binnen zijn online community, betekent dit niet automatisch dat er veel buiten het netwerk om wordt gedeeld. Er blijkt een kleine groep heavy users te zijn die zeer actief is met publiceren op allerlei sites. Het zijn echter steeds dezelfde mensen die regelmatig hun mening geven, op artikelen reageren en eigen content op Flickr en Youtube publiceren. Het gros van de internetters blijkt daarentegen helemaal niet actief op het web. Het meest gangbare is het plaatsen van reviews op sites zoals Kieskeurig en Zoover. Daarnaast geeft 22% van de respondenten aan soms commentaar te geven op nieuwssites, weblogs en Wikipedia.

Web 2.0 is vaker een mannenaangelegenheid (plaatsen vaker beoordelingen, commentaar, filmpjes, etc.). Ook zijn jongeren oververtegenwoordigd, vooral als het gaat om het plaatsen van filmpjes en 'bloggen'. Zo plaatst bijvoorbeeld bijna 30% van de 16-33 jarigen wel eens een filmpje op Youtube.

Zoals gezegd neemt ongeveer 54% van de Nederlandse internetgebruikers deel aan online netwerken. Van deze groep is de meerderheid slechts bij 1 of 2 netwerken aangesloten (76%). Voor het overgrote deel betreft dit sociale netwerken, slechts 14% is actief op zakelijke netwerken. Bijna 1 op de tien Nederlanders heeft wel eens een uitnodiging van zakelijke relaties ontvangen voor LinkedIn, maar neemt (heel herkenbaar) verder niet actief deel aan dit netwerk.

Zoals verwacht vormt Hyves met afstand het grootste sociale netwerk van Nederland; bijna 3 van de 4 gebruikers van sociale netwerken is actief op deze community. Hiernaast is ruim de helft lid van Schoolbank.nl en neemt 26% deel aan Live Spaces. Hyves is vooral populair onder jongeren, terwijl Schoolbank duidelijk een ouder publiek aantrekt. Hyves trekt echter niet alleen maar jonge leden. Inmiddels zit 13% van de 49 tot 65 jarigen op Hyves.

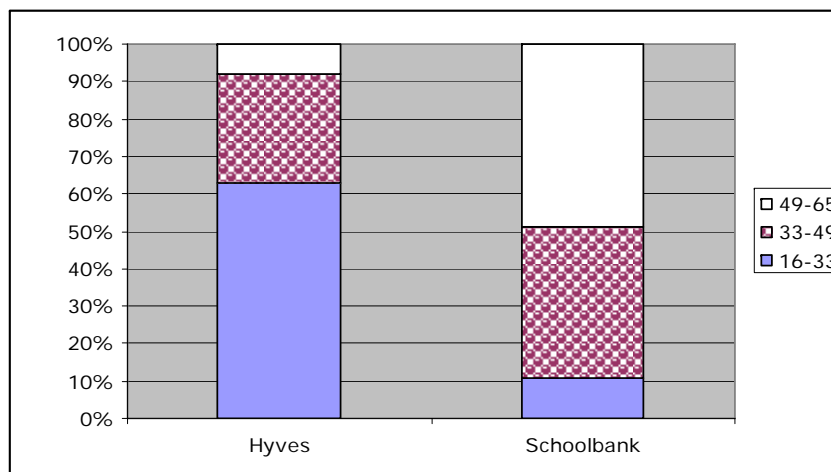
Van alle communities wordt Hyves naar eigen zeggen ook het meeste gebruikt; 58% van de

gebruikers van online netwerken is het meest actief op deze site, op ruime afstand gevolgd door Schoolbank (17%), Windows Live Spaces (8%), MySpace (4%) en LinkedIn (2%).

Echter, het gebruik is minder intensief dan een eerste indruk doet vermoeden; slechts ongeveer een kwart van de gebruikers logt met een dagelijkse frequentie in. Daarbij komt dat bijna 60% van alle gebruikers minder dan een uur per week besteed aan online netwerken. Jongeren zijn wel actiever dan ouderen.

De positie van Hyves staat dan ook onder druk. Slechts een derde van de Hyvers ziet de toekomst van hun community zonnig in en verwacht dat het netwerk alleen maar verder zal uitbreiden. De grootste groep ziet het spookbeeld opdoemen van een 'kerkhof vol dode profielen' (38% signaleert inmiddels al dat de meeste gebruikers na verloop van tijd veel minder actief worden). Hiernaast verwacht een grote groep gebruikers (27%) dat Hyves het moeilijk zal krijgen door de verwachte opkomst van andere communities. Bijna 75% van de leden van online netwerken staat dan ook open voor nieuwe netwerken. Ongeveer de helft van deze groep is te verleiden met een netwerk dat juist alleen maar is gericht op specifieke hobby's of interesses. In het segment 49-65 jaar loopt dit zelfs op tot 76%.

Profiel Hyves vs Schoolbank



Bijna 10% van de Hyvers is een heavy user. Opvallend is echter dat bijna 75% aangeeft met mate te Hyven of zelfs nauwelijks meer met Hyves bezig te zijn.

De gemiddelde Hyver heeft ruim 51 contacten. Nog geen derde hiervan wordt overigens tot de naaste vriendenkring gerekend (gemiddeld geldt voor 16 contacten dat dit echte vrienden betreft).

De Hyver heeft geen moeite met privacy. Bijna iedereen plaatst persoonlijke informatie zoals naam, woonplaats, hobby's en interesses en foto's in het profiel. Het is echter al minder gebruikelijk om informatie over merkvoorkeur, favoriete TV-programma's en filmpjes op Hyves te zetten; ongeveer 1 op de 4 Hyvers doet dit.

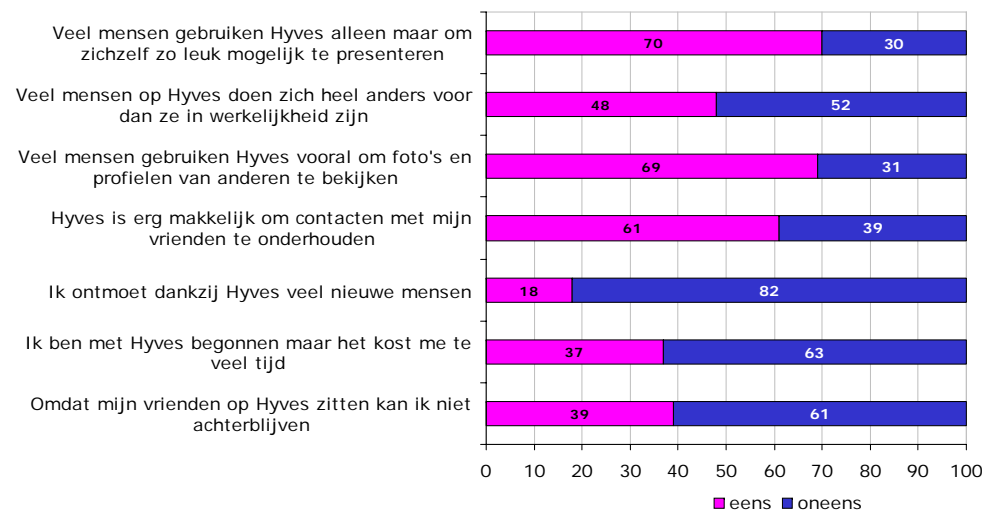
Hyvers lijken tot nog toe slechts sporadisch informatie te plaatsen op hun profiel dat is geleverd door adverteerders (6%). Ongeveer 1 op de 10 Hyvers heeft zich al wel aangemeld bij een Hyve van een specifiek merk. Echter, bijna driekwart van de Hyvers die zich bij andere pagina's hebben aangemeld dan die van vrienden kijkt hier nauwelijks nog naar om (maandelijks of minder vaak).

De belangrijkste motivatie om te Hyven is dan ook het onderhouden en aanhalen van contacten met (oude) bekenden. Dit geldt voor ruim tweederde van de Hyvers.

Hiernaast speelt voyeurisme een belangrijke rol; bijna 3 op de 5 Hyvers geeft aan dat het bekijken van foto's en profielen van anderen een populaire bezigheid is.

Overigens menen vooral mannen dat Hyves wordt gebruikt om zichzelf zo leuk mogelijk onder de aandacht te brengen (is dit wellicht zelfprojectie?). Hyves lijkt geen verkapte datingsite te zijn. Slechts 18% Hyvers zegt veel nieuwe mensen te ontmoeten via dit netwerk en er worden nauwelijks afspraakjes geregeld (1%).

Gebruik Hyves



De Web 2.0 revolutie voltrekt zich niet in die mate dat iedereen en masse actief deelneemt aan het internet. Vooralsnog lijkt ook hier de 80/20 regel te gelden; 20% van de internetters publiceert 80% van de content. Dit neemt niet weg dat de Nederlander druk bezig is met zijn online netwerken. En het eind hiervan is nog zeker niet in zicht. Daar waar Hyves momenteel nu nog floreert als sociaal netwerk & peepshow zal het in de nabije toekomst geduchte concurrentie kunnen gaan ondervinden van communities rondom speciale interesses. En daar ligt waarschijnlijk ook meer potentie voor adverteerders om op in te springen. Een merken hyve is alleen weggelegd voor de echt populaire merken. Al die anderen zullen aansluiting moeten zien te krijgen bij wat de mensen daadwerkelijk bezig houdt.