

Sociale media, de laatste cijfers

David Kok

Newcom Research & Consultancy doet sinds 2010 het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en de verwachting van sociale media. Net als vele andere onderzoeken, laat dit onderzoek zien dat sociale media geen hype is. Gemeenten die dus nog steeds denken dat "sociale media wel zullen overwaaien", zouden dus nog eens goed moeten nadenken. Tegelijkertijd past er altijd een belangrijke kanttekening bij grote cijfers. Zoals Jay Baer terecht zegt: "1,2 biljoen mensen op Facebook is leuk, maar als je bericht maar 14 likes krijgt, dan heb je daar niet zoveel aan".

Traditionele platformen blijven groot

Newcom concludeert dat het afgelopen jaar geen versnippering heeft plaatsgevonden in de platformen. De traditionele platformen Facebook en YouTube zijn groot gebleven. Ook jongeren keren Facebook niet massaal de rug toe. Het gebruik van Twitter is gestegen, maar het dagelijks gebruik is gedaald. Ook Google+ is gestegen en nieuwe sociale media platformen veroveren terrein. Alle lagen van de bevolking gebruiken sociale media, maar zorgen om privacy zijn nog steeds aan de orde. Interessant is dat gemeenten steeds meer gevolgd worden op Facebook. Was dat in 2012 nog 16%, in 2014 is dat al 18%. Daarmee staan ze op de derde plek van type organisaties dat gevolgd wordt op Facebook. Overigens volgt 34% van alle mensen nog niets via sociale media (Vertrouwensindex 2013, Newcom).

Sociale media is verankerd in alle lagen van de bevolking

Newcom concludeert dat bijna negen op de tien Nederlanders gebruik maakt van sociale media. Onder jongeren (15-19 jaar) is de penetratie van het gebruik van sociale media zelfs 99%. Gemiddeld maken zij gebruik van vier platformen. Maar zelfs onder 80-plussers is de penetratie nog 63%!

Uiteraard maakt niet iedereen evenveel gebruik van sociale media. Newcom heeft hiervoor een Social Media Landscape Model ontwikkeld. Hierin geven ze aan dat 3,5 miljoen Nederlanders een overtuigd gebruiker is van sociale media. Zij zijn actief op meerdere platformen, hebben hierin veel vertrouwen en sociale media zijn een volledig onderdeel van hun bestaan. Twee miljoen Nederlanders zijn dedicated, zij gebruiken sociale media meer dan gemiddeld en zien een groeiende betekenis van sociale media.

Daartegenover staan 4,6 miljoen Nederlanders die aarzelen. Zij maken beperkt gebruik van sociale media en staan hier neutraal tegenover. Drie miljoen

Nederlanders zijn sceptisch. Zij maken beperkt of geen gebruik van sociale media, hebben er geen vertrouwen in en het staat 'ver van hun bed'.

Facebook en YouTube zijn de meest gebruikte platformen

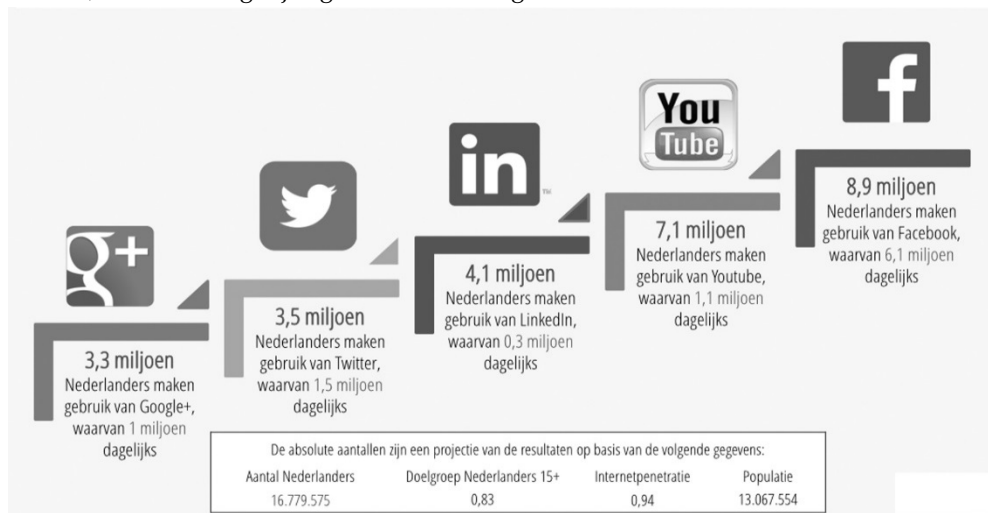
Inmiddels maken 8,9 miljoen Nederlanders gebruik van Facebook, waarvan 6,1 miljoen dagelijks. Het dagelijks gebruik laat een stijging zien van 22% ten opzichte van het jaar daarvoor. Het belang van Facebook is ook groter geworden. Zes op de tien respondenten ziet Facebook momenteel als het belangrijkste platform (59%). Dit is hoger dan in 2013, hoewel men Facebook destijds ook al het belangrijkste platform vond (50%). Vier van de tien mensen die vorig jaar Twitter het belangrijkste platform vonden voor zichzelf, vinden nu Facebook het belangrijkste.

Sinds 2013 is slechts 5% van de Nederlanders afgehaakt bij Facebook. De belangrijkste redenen om te stoppen zijn:

1. Er zitten te veel mensen op waar ik niks mee heb (48%).
2. Het kost me te veel tijd (41%).
3. Ik vertrouw het platform niet (34%).

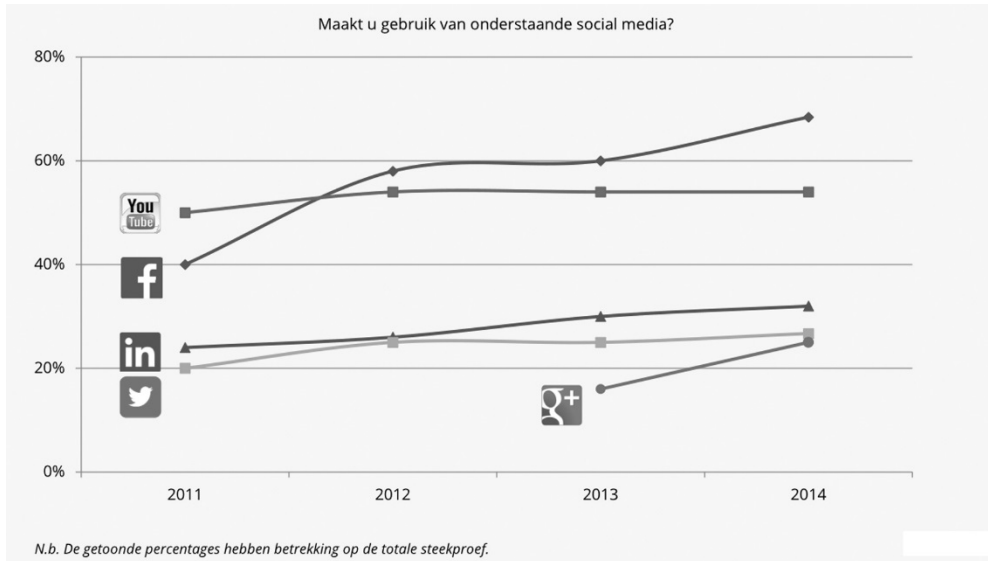
Uit mondiale cijfers blijken oninteressante berichten de belangrijkste reden om met Facebook te stoppen. Daarnaast blijkt dat 75% van de betrokkenheid bij berichten in de eerste vijf uur na plaatsing gebeurt.

YouTube volgt kort na Facebook met 7,1 miljoen gebruikers, waarvan 1,1 miljoen dagelijks. LinkedIn staat op een derde plaats. Zij hebben meer geregistreerden dan Twitter, maar het dagelijks gebruik scoort lager.



Afbeelding 1: aantal gebruikers sociale media kanalen. Bron: Newcom Research & Consultancy – Nationale Social Media Onderzoek 2014

Wanneer we kijken naar de groei van de platformen, dan zien we dat Google+ relatief de grootste groei heeft doorgemaakt. Het platform blijft op dit moment echter nog achter ten opzichte van de andere platformen.



Afbeelding 2: percentages gebruik sociale media kanalen. Bron: Newcom Research & Consultancy – Nationale Social Media Onderzoek 2014

Om Twitter is het afgelopen jaar veel te doen geweest. Het gebruik nam af, vooral onder jongeren. In totaal nam 11% van de Nederlanders het afgelopen jaar afscheid van Twitter. De belangrijkste redenen waren:

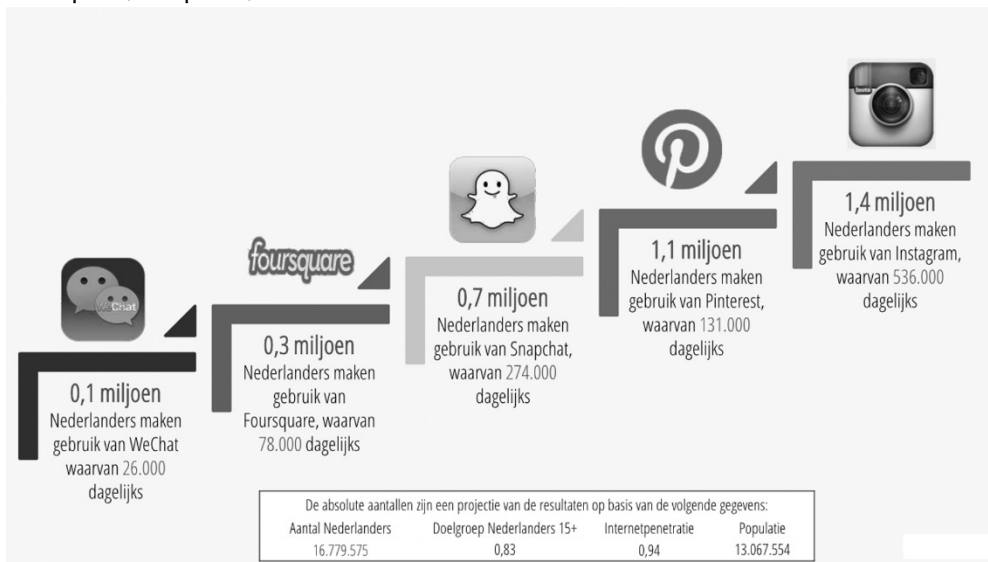
1. Het levert me te weinig op (36%).
2. Het kost me te veel tijd (32%).
3. Ik voel me er niet meer thuis (27%).

Rens Diets (Coosto) schreef op 27 mei 2014 een blog over het twittergebruik. Met Coosto dook hij in alle Nederlandse twitterdata vanaf 2012 en hij kwam tot de volgende conclusies: “grovweg kan worden gesteld dat we Twitter met zijn allen schaarser, maar steeds inhoudelijker inzetten (meningen geven in plaats van activiteiten delen). [...] Verder zie ik dus ook dat we Twitter steeds meer gebruiken om tegen bedrijven te praten. Dit is natuurlijk ook verklaarbaar: daar waar bedrijven steeds actiever deelnemen aan de online dialoog, weten steeds meer mensen het webcareteam te vinden. Maar de toename is opvallend fors. Het toont maar aan dat het voor bedrijven steeds eenvoudiger wordt om goede analyses te maken met data van sociale media en hier de klantenservice op te richten”.

Zijn verwachting: “Twitter is nog lang niet ten dode opgeschreven: we worden steeds inhoudelijker en praten steeds meer over merken en bedrijven. En, eerlijk is eerlijk, 5 miljoen songfestivaltweets, dat is toch wel genoeg?”

Gebruik nieuwe platformen enorm gestegen

Naast de traditionele platformen, ziet Newcom een grote stijging in het gebruik van nieuwe platformen. Instagram is in gebruik verdubbeld ten opzichte van vorig jaar: van 0,7 miljoen gebruikers naar 1,4 miljoen. Met een dagelijks gebruik van 536.000 mensen (+347% ten opzichte van 2013). Ook andere kanalen groeien: WeChat, foursquare, Snapchat, Pinterest.



Afbeelding 3: aantal gebruikers sociale media kanalen. Bron: Newcom Research & Consultancy – Nationale Social Media Onderzoek 2014

Zorgen en vertrouwen zijn een gegeven ondanks integratie sociale media

Ondanks de integratie van sociale media in het dagelijkse leven van Nederlanders, blijft zes op de tien Nederlanders zich zorgen maken om hun privacy. Het vertrouwen in sociale media is voornamelijk onder jongeren afgenomen van 42% naar 31%. Alleen in de leeftijdscategorie 20 tot en met 39 jaar zien we dat het vertrouwen iets is toegenomen (van 26 naar 29%). Toch blijkt uiteindelijk dat jongeren zich minder zorgen maken en meer vertrouwen hebben in sociale media.

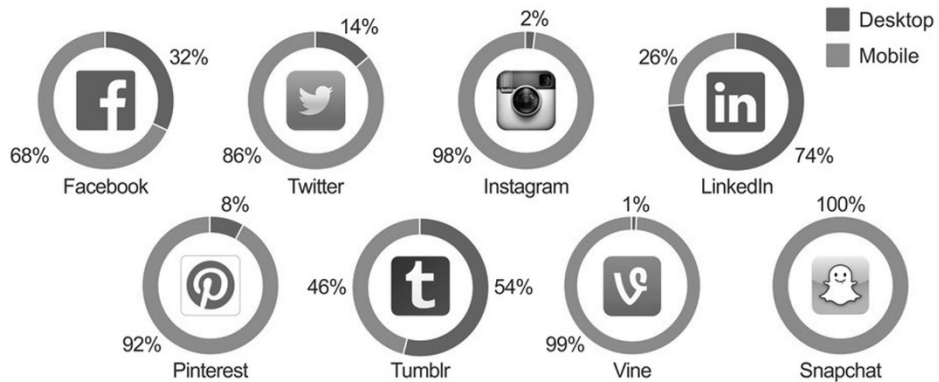
We zijn allemaal vooral mobiel

Anno 2014 zien we dat in de Verenigde Staten sociale media vooral mobiel gebruikt worden (zie figuur). Hoewel sommige platformen (vrijwel) alleen mobiel gebruikt kunnen worden (Vine, Snapchat, Instagram), scoren de grote drie platformen ook

heel hoog in hun mobiele gebruik: Twitter (86%), LinkedIn (74%) en Facebook (68%).

Social Network Activity: Mobile vs. Desktop

% of time spent on social networks in the United States, by platform*



THE WALL STREET JOURNAL. * December 2013, Age 18+ Source: comScore © ⓘ ⓘ statista

Afbeelding 4: activiteiten op sociale media kanalen: mobiel versus desktop. Bron: The Wall Street Journal, december 2013.

Met een van de hoogste smartphonepenetraties van de wereld zullen deze cijfers mogelijk nog hoger liggen in Nederland. Inmiddels beschikt ruim 72% van de Nederlandse consumenten over een smartphone. Daarmee zitten we met ons kikkerlandje boven de Verenigde Staten, waar 62,5% over een smartphone beschikt. 51% van de Nederlandse huishoudens heeft inmiddels een tablet in huis.