

Samenvatting en conclusies Breedband en de Gebruiker 2007



Ervaring en gebruik

Veel van de huidige internetters hebben al ruime ervaring met het medium en meestal gaan zij meer dan een keer per dag online. Ruim de helft van de gebruikers leeft in een huishouden waarbinnen internetgebruik getypeerd kan worden als uitgebreid: de verbinding staat grote delen van de dag aan. Het is dan ook niet verwonderlijk dat deze mensen aangeven dat zij over voldoende internetervaringen beschikken. Over anderen in hun omgeving zijn zij niet zo zeker, dat deze mensen ook voldoende vaardigheden hebben. Er is dan ook behoefte aan informatie over de omgang met internet (mediawijsheid) en aandacht daarvoor in het onderwijs, ondanks het feit dat ouders zelf ook al het nodige doen om hun kinderen te begeleiden bij het internetgebruik.

De huidige breedbandverbindingen worden gebruikt voor heel uiteenlopende activiteiten, maar de toepassingen blijven voor informatie, communicatie en transacties vooralsnog vooral smalbandig. Anders gesteld, toepassingen waar een breed publiek gebruik van maakt, vereisen niet per se de capaciteit van breedbandaansluitingen. E-mailen is nog steeds de grote favoriet onder de communicatieactiviteiten en wordt door vrijwel alle internetgebruikers gedaan. Chatten, waarvoor een breedbandverbinding wel duidelijk voordelen biedt, doet ook meer dan de helft (wel eens). Wat informatie betreft wordt ook een keur aan mogelijkheden die internet biedt benut, maar ook hier is de meest gebruikte toepassing niet het soort dat veel bandbreedte vraagt. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van zoekmachines; vrijwel alle internetgebruikers geven aan hiervan gebruik te maken. Ook zijn route- en reisplanners en online adressenbestanden populair.

Onder de entertainment activiteiten zien we dat een meer breedbandige toepassing het meest gebruikt wordt; het downloaden en online beluisteren van muziek. Daarnaast is ook het downloaden en bekijken van TV uitzendingen doorgedrongen tot de grote groep, terwijl dit in voorgaande jaren veel minder werd gedaan. Gaming wordt ook steeds serieuzer genomen en wordt onderdeel van het dagelijks gebruik, in belangrijke mate ook voor vrouwen. Ouderen (60-plussers) doen wat betreft de entertainmenttoepassingen in een aantal gevallen helemaal niet onder voor jongere generaties.

Over het algemeen laten mensen met een glasvezelverbinding niet per se geavanceerder gebruik zien; eerder ontstaat een minder geavanceerd beeld. Dit minder geavanceerde patroon zien we bij informatie, communicatie, transacties en zeker ook bij entertainment. 'Echte' breedbandtoepassingen, zoals chatten, het spelen van online games en het downloaden van speelfilms worden bijvoorbeeld een stuk minder gedaan door glasvezelgebruikers dan door kabel en ADSL-gebruikers. Wellicht heeft dit te maken met het feit dat de glasvezelgebruikers toevallig in

een omgeving wonen waar een glasvezelpilot plaatsvindt of waar glasvezel voor een lage prijs wordt aangeboden, bijvoorbeeld in dorpen om de lokale/gemeenschapszin te stimuleren. Het lijkt er niet op dat zij gekozen hebben voor een glasvezelverbinding omdat zij tegen de grenzen van hun kabel en adsl verbinding aanliepen. De zeer geavanceerde gebruikers bovendien, hebben niet altijd de keuze om over te stappen op glasvezel. Immers, als glasvezel niet wordt aangeboden in hun wijk, is adsl/kabel vaak de beste optie.

Gekeken naar concrete diensten die nu of in de toekomst mogelijk zijn, zien we dat diensten die gericht zijn op communicatie met familie en bekenden, met een arts of met een expert op afstand door middel van beeld en geluid, op het meeste gebruik kunnen rekenen. Ook het op afstand bedienen van apparaten in en om het huis, alsmede de op afstand benaderbare beveiliging in en om het huis zijn diensten die men wel ziet zitten.

Welke verbinding en welk abonnement?

Prijs en (up- en download)snelheid zijn de twee belangrijkste criteria waarmee gebruikers hun keuze voor een andere verbinding motiveren. Zodra een breedbandgebruiker het in zijn portemonnee dreigt te voelen door hogere abonnementskosten en door opnieuw aansluitkosten te moeten betalen, is het voor velen niet aantrekkelijk om te veranderen van verbinding. De mogelijkheid om nieuwe diensten te kunnen afnemen blijkt nauwelijks een drijfveer voor overstap te zijn. Dit kan te maken hebben met het nog beperkte aanbod van diensten, waarvoor een bepaalde verbinding noodzakelijk is. Ook kan het de onbekendheid met deze diensten zijn.

Er is weinig bekendheid over de verschillen tussen kabel en adsl en glasvezel. Men weet vaak niet wat sneller, beter, betrouwbaarder, meer waar voor je geld en meer geschikt voor bepaalde diensten is. Ook of men glasvezel zal kiezen als het in de wijk wordt aangeboden is voor meer dan de helft van de kabel- en adslgebruikers nog onduidelijk. Toch heeft een groot deel wel het gevoel dat men glasvezel moet hebben om flexibel te zijn in de toekomst, hoewel wordt ingeschat dat voorlopig kabel en adsl voorzien in de capaciteitsbehoefte. Dit lijkt op een geval van "de klok horen luiden, maar niet weten waar de klepel hangt". Er is veel aandacht besteed aan glasvezel in de media, dus is het voorstelbaar dat mensen wel het gevoel hebben dat er iets gaat gebeuren op dit vlak en zij zodoende het idee hebben dat glasvezel de toekomst is. Wat glasvezel precies inhoudt en welke voordelen glasvezel heeft ten opzichte van andere verbindingen, is echter niet duidelijk. Desondanks geeft een meerderheid van de respondenten aan dat glasvezel op zich niet 'te nieuw' voor hen is. We kunnen daar uit opmaken dat zij het gebruik van internet via glasvezel niet als iets wezenlijk anders zien dan gebruik via kabel of adsl.

Bijna de helft van de respondenten geeft vervolgens aan een mobiel apparaat te hebben, waarmee men online kan gaan. Slechts een beperkt aantal van die mensen maakt ook gebruik van deze functionaliteit. Het is te duur, te traag en te onhandig, zijn de redenen die gegeven worden.

In tweederde van de gevallen wordt naast internet, ook minimaal één andere dienst afgenomen. Er is echter beperkte belangstelling om internet, telefonie en tv bij verschillende aanbieders af te willen nemen. Aangezien prijs steeds een belangrijke overweging is, zijn de kostenbesparingen van een open model, waarschijnlijk niet bekend.

Mediawijsheid

Internet heeft zowel positieve als negatieve gevolgen voor gebruikers. Zo kan men verenigingsactiviteiten beter ondersteunen en komt de gebruiker gemakkelijk in contact met gelijkgestemden. Ongeveer één op de vijf respondenten komt ook de negatieve gevolgen van internetgebruik tegen: zij zijn ongewenst geconfronteerd met pornografisch of gewelddadig materiaal.

Mediawijsheid gaat ook over het op waarde kunnen schatten van informatie die via internet beschikbaar is. Eenderde van de respondenten is van mening dat websites inclusief video fragmenten in de informatievoorziening betrouwbaarder zijn dan websites die dat niet doen. Een deel van de respondenten is zodoende ontvankelijk voor een hogere mate van informatierijkheid ("met eigen ogen zien") en triangulatie van informatie: een nieuwsbericht wordt niet alleen beschreven, ook een videofragment zet het nieuwsbericht uiteen. Daarnaast worden gedrukte informatiebronnen als betrouwbaarder gepercipieerd dan informatiebronnen op internet: eenderde vindt gedrukte encyclopedieën betrouwbaarder dan internetversies zoals Wikipedia. Bovendien vindt bijna de helft van de respondenten websites van bestaande kranten betrouwbaarder dan nieuwssites zoals www.nu.nl. Concluderend, informatie via gedrukte media wordt tot op zekere hoogte gezien als betrouwbaardere partij. Als er informatie van internet wordt gehaald, wordt voorkeur gegeven aan de informatierijke bronnen; bijvoorbeeld als er filmfragmenten beschikbaar zijn. Problemen ontstaan overigens als via verschillende media tegenstrijdige beelden naar buiten komen. Denk bijvoorbeeld aan de situatie waarin een gedrukt dagblad anders bericht over een gebeurtenis dan www.nu.nl. De meesten vinden het in dat geval lastig om in te schatten wat waarheid is.

Online nieuws, cultuur en winkelen

Als we kijken naar welke onderwerpen op internet gezocht worden, staan actualiteiten bovenaan. Nieuwssites scoren hoog in de lijst met online informatieactiviteiten. Nieuws neemt dus een belangrijke plek in op internet. Vaak wordt het nieuws alleen nog maar via internet bekeken en is er geen abonnement op een papieren krant (meer). In meer dan een kwart van de gevallen wordt een papieren abonnement aangevuld met online nieuws van een andere krant (dan de papieren krant waarop men een abonnement heeft). Het minst maakt men gebruik van een combinatie van online en offline nieuws van dezelfde krant. Het gaat op internet voornamelijk om een combinatie van landelijk, regionaal en lokaal nieuws van voornamelijk professionele journalisten. Nieuws door 'gewone' burgers wordt door een derde wel af en toe gelezen, maar minder goed geacht dan nieuws van professionele journalisten. Hoewel online nieuws een belangrijke plek inneemt, is men over het algemeen niet bereid te betalen voor extra foto's, beelden of achtergrondinformatie.

Bijna twee derde van de respondenten kijkt wel eens op websites van musea, theaters en andere culturele instellingen. Maar men is vrij uitgesproken over het feit dat internet niet dezelfde ervaring biedt als het werkelijk meemaken van een theater- of museumbezoek. Na bezoek aan een museum of theater zou men (57%) wel graag de mogelijkheid hebben om achteraf in te loggen om bepaalde videobeelden, schilderijen of tekeningen terug te zien. Ook voor digitale informatie en collecties van culturele instellingen en erfgoedinstellingen is men, net als bij online nieuws, niet bereid om een klein bedrag te betalen. Op het internet is men van oudsher gewend aan gratis diensten en informatie en blijkt de betalingsbereidheid voor content op internet nog steeds zeer laag.

Online aanschaf van (consumenten)producten via internet heeft inmiddels ook een belangrijke plek gevonden tussen alle internetactiviteiten. Samenhangend daar mee kan gesteld worden dat internet in toenemende mate een rol is gaan spelen in aankoopprocessen van (consumenten)producten. Dat geldt niet louter voor het daadwerkelijk via internet bestellen van producten. Zo kan internet ook het kanaal zijn dat, additioneel, gebruikt wordt om informatie te verzamelen, specificaties en prijzen van producten te vergelijken en aanbieders te selecteren. Consistent met de long tail gedachte is internet bovendien het kanaal dat gebruikt wordt om aan producten te komen die elders niet of moeilijk verkrijgbaar zijn. Internet kan dus zowel een verkoop- als oriëntatiekanaal zijn; dit blijkt sterk afhankelijk te zijn van het soort product. Consumenten geven aan voor boeken, kranten & tijdschriften en muziek (ongeveer) even vaak in de winkel als op internet te kopen. Voor consumentenelektronica, computer hardware en witgoed & huishoudelijke apparaten geldt dat men aangeeft deze producten meestal in de winkel te kopen,

maar dat internet wel een belangrijk oriëntatiekanaal is. Kleding en levensmiddelen & persoonlijke verzorging worden het meeste gekocht in de winkel. Wat betreft kleding geeft men wel vaker aan via internet te kopen dan als het gaat om levensmiddelen & persoonlijke verzorging.

Websites zoals www.kieskeurig.nl maken het niet alleen mogelijk om specificaties en prijzen van producten (en aanbieders) te vergelijken, ook wordt ruimte geboden aan de gebruiker om ervaringen te delen: wat bevat aan het product en wat juist niet? In hoeverre wordt een bepaald product aangeraden? Deze additionele informatie, gebaseerd op andere gebruikers, speelt een rol bij het aankoopproces. De meeste invloed heeft de mening van anderen op de beoordeling van het product zelf, gevolgd door het idee dat men heeft van de aanbieder van het product. De mening over het merk van een product wordt ook voor een groot deel beïnvloed door de mening van anderen. De beslissing om het product uiteindelijk online of in de winkel te bestellen wordt in mindere mate beïnvloed door meningen van anderen.

Gemeente en zorg online

In welke mate hebben burgers behoefte aan digitale dienstverlening in het publieke en maatschappelijke domein? Wat kunnen we concluderen over huidig en toekomstig gebruik van digitale dienstverlening van gemeenten en binnen de zorg?

Gemeentelijke websites worden vooralsnog veelal gebruikt voor informatievoorziening, bijvoorbeeld over openingstijden van het gemeentehuis maar ook over leven en wonen in de gemeente. Naast informatievoorziening bieden veel gemeenten de mogelijkheid om via internet te interacteren: webformulieren en e-mailfuncties worden ingezet om burgers hun staan te laten horen, vragen te stellen, etcetera. Een derde van de respondenten maakt gebruik van die mogelijkheid. Het daadwerkelijk gebruik maken van digitale diensten, bijvoorbeeld het digitaal aanvragen van het basisuittreksel, doet één op de zeven respondenten. Dat geldt ook voor het online maken van een afspraak. Er is nauwelijks een respondent die zegt via beeld of geluid met de gemeente te communiceren. Dat is op zich niet verwonderlijk, aangezien een dergelijke dienst extra eisen stelt aan zowel de aanbieder (de gemeente) als aan de burger in termen van randapparatuur en vaardigheden. Onder respondenten heerst een diffuus beeld over de kwantiteit (zijn er voldoende digitale diensten?) en kwaliteit (zijn de beschikbare diensten van een hoge kwaliteit?) van digitale dienstverlening door gemeenten. Aanvullend daarop concludeert het merendeel van de respondenten dat internet voor hen niet heeft bijgedragen aan beter contact met gemeenten. Dit laatste is op zich opmerkelijk, aangezien het uitgangspunt van digitale dienstverlening is dat burgers worden gefaciliteerd. Veel burgers herkennen dat beeld dus niet helemaal. Wel zijn zij over het algemeen van mening dat digitale dienstverlening door gemeenten in de toekomst belangrijker wordt.

Ook wat betreft digitale dienstverlening in de zorg is het gebruik nog minimaal. Daar waar respondenten al wel gebruik van maken zijn diensten met overwegend een smalbandig karakter. De kwaliteit van verschillende beschikbare digitale diensten worden door respondenten als onvoldoende gepercipieerd. Internet wordt overigens wel gezien als facilitator om in contact te komen met lotgenoten. Ondanks het matige huidige gebruik van digitale zorgdiensten, voorzien respondenten het aanbod daarvan in de toekomst. Zij zijn echter nog onzeker of diensten, zoals een directe verbinding met huisarts of artspost of het contact houden met een familielid, vriend of kennis, door hen gebruikt zullen gaan worden in de toekomst. Daar komt bij dat respondenten niet bereid zijn een duurder internetabonnement af te sluiten. Liever verhalen ze noodzakelijke kosten op te verzekeraar. Zo vindt de helft van de respondenten dat de verzekeraar moet zorgen voor een internetverbinding als patiënten gebonden zijn aan huis.