

Onderzoeksrapport

Enquête Online Identiteit 2009

EEN ONDERZOEK NAAR PRIVACY EN IDENTITEIT OP INTERNET

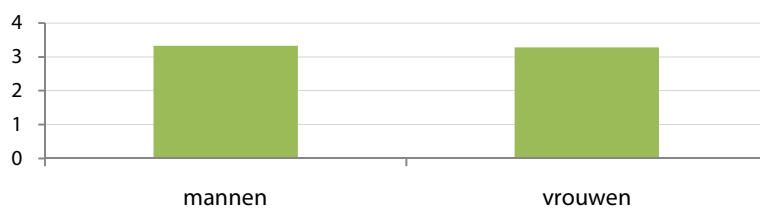


Dit jaar heeft Wieowie een enquête gehouden onder haar bezoekers op de website Wieowie.nl. De enquête behandelt het onderwerp privacy en online identiteit. Meer dan 3000 mensen hebben de enquête van Wieowie ingevuld. In dit document vind je alle uitslagen van de enquête.

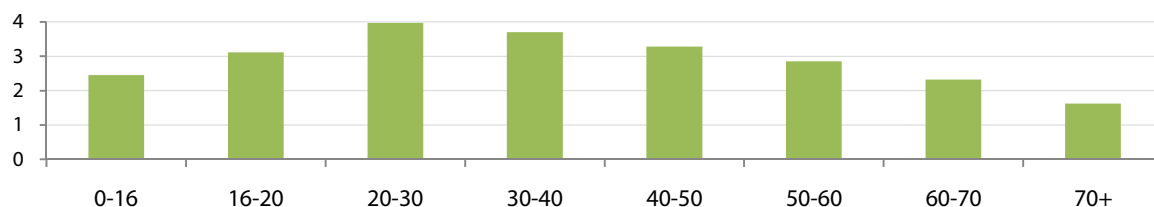
Respondenten hebben gemiddeld 3,3 profielen op sociale netwerken.

Hierbij is amper verschil tussen mannen en vrouwen. Mensen tussen de 20 en 30 jaar hebben gemiddeld de meeste profielen, gevolgd door mensen tussen de 30 en 40 jaar.

Aantal profielen op sociale netwerken



Aantal profielen op soc. netwerken per leeftijdscategorie



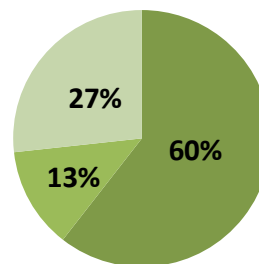


Bijna alle respondenten (87%) geven aan Wieowie voor privégebruik te raadplegen.

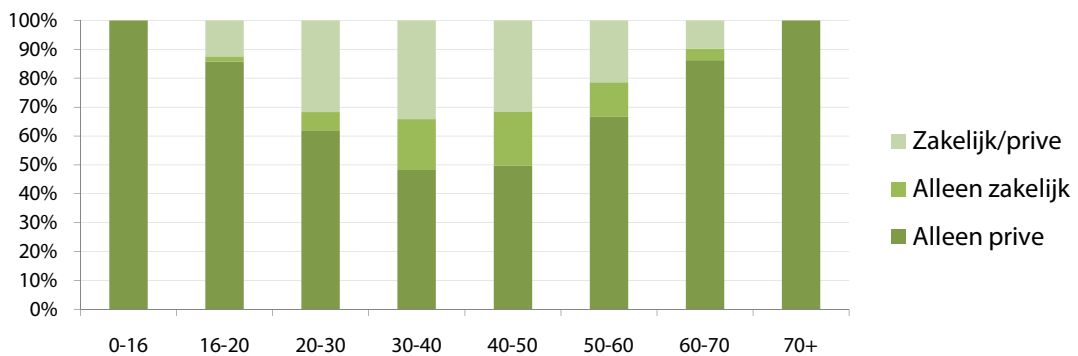
Van dit percentage gebruikt een derde Wieowie ook voor zakelijke doeleinden. 13% gebruikt de site alleen voor zakelijke doeleinden.

Hoe gebruik je Wieowie?

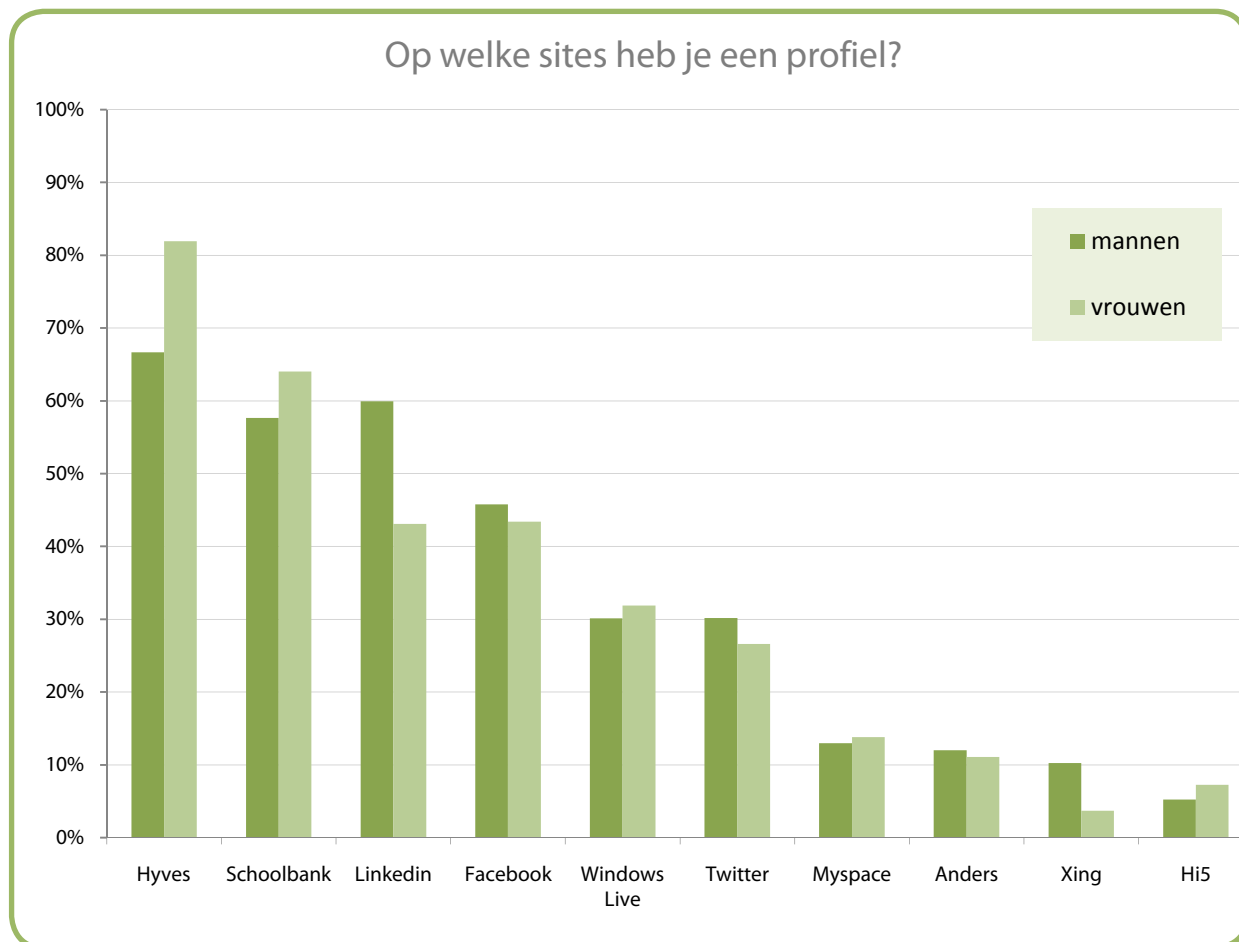
■ Alleen prive ■ Alleen zakelijk ■ Zakelijk/prive



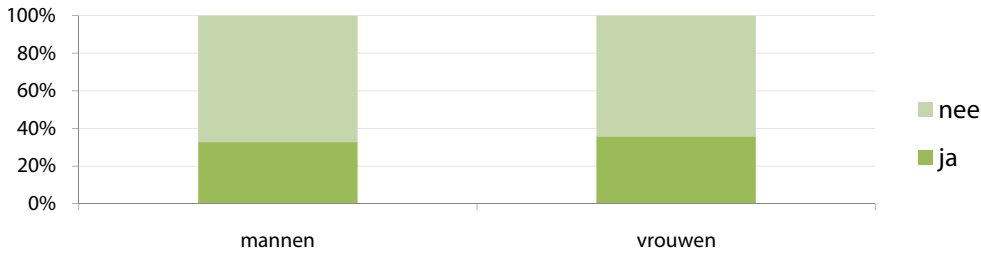
Gebruik Wieowie - leeftijdscategorie



Respectievelijk Hyves, Schoolbank, LinkedIn en Facebook zijn de populairste sites voor het aanmaken van een eigen profiel.



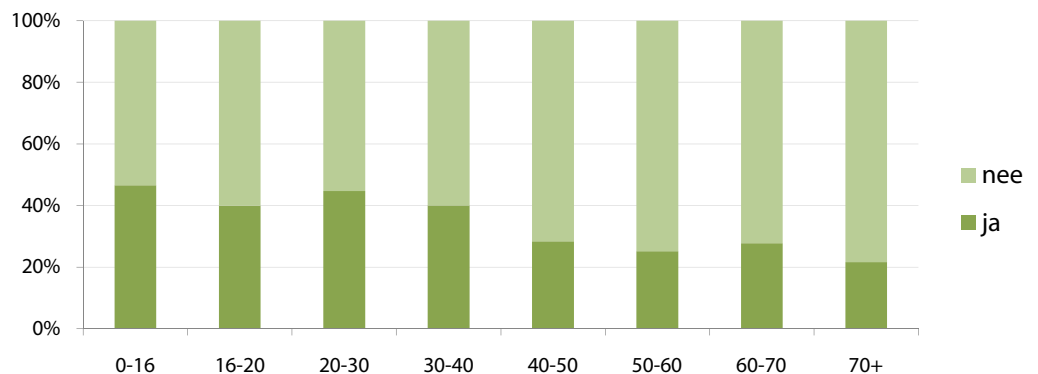
Heb je een site of blog waarop anderen iets te weten kunnen komen over jouw privésituatie?

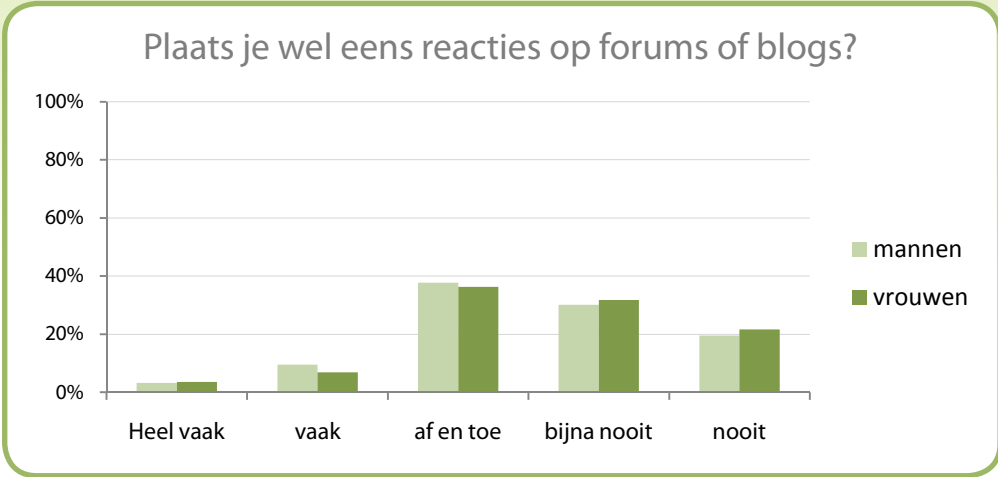


Bijna 35% van de respondenten geeft aan een eigen site of blog te hebben

op internet waar anderen kunnen lezen over het privéleven van de respondent. Respondenten onder 16 en in de leeftijdscategorie tussen de 20-30 hebben het vaakst een eigen site of blog.

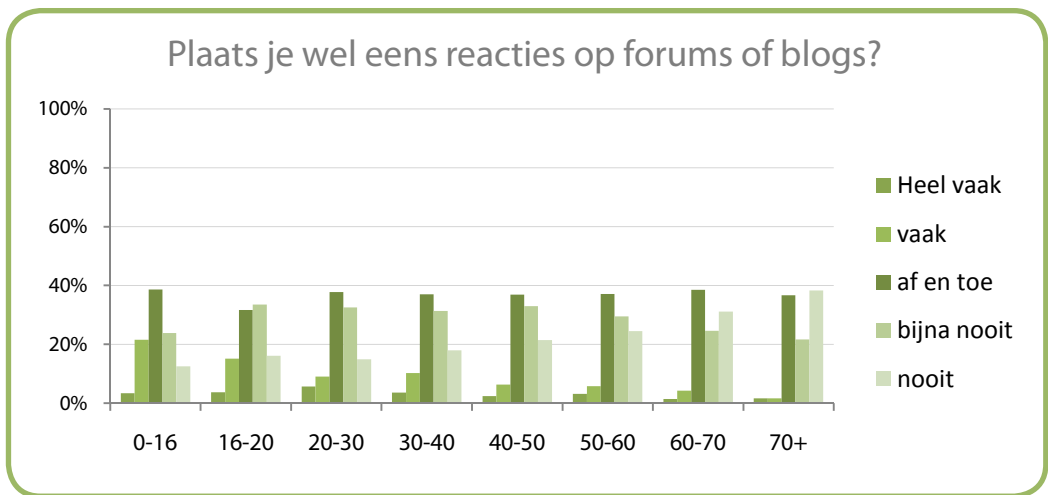
Heb je een site of blog waarop anderen iets te weten kunnen komen over jouw privésituatie?





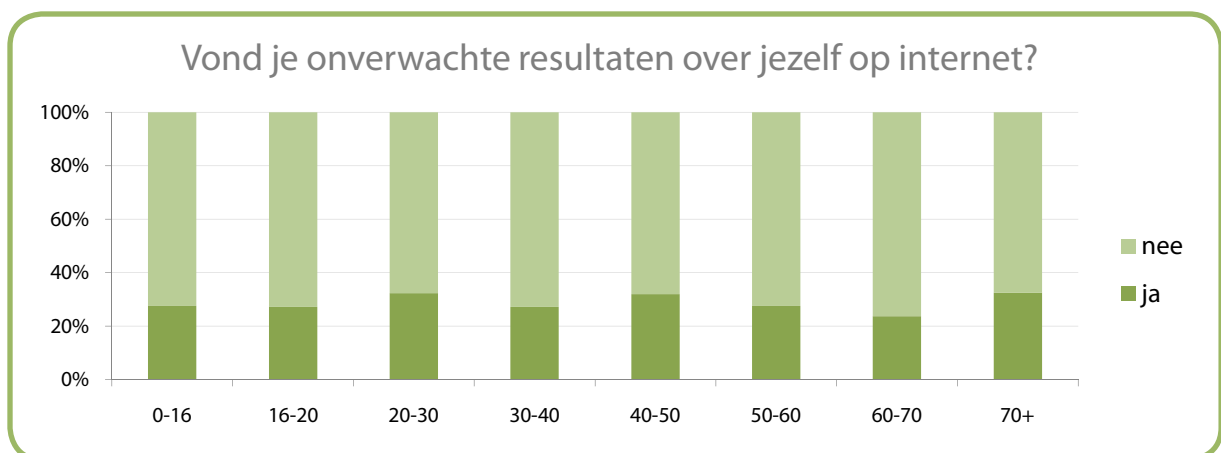
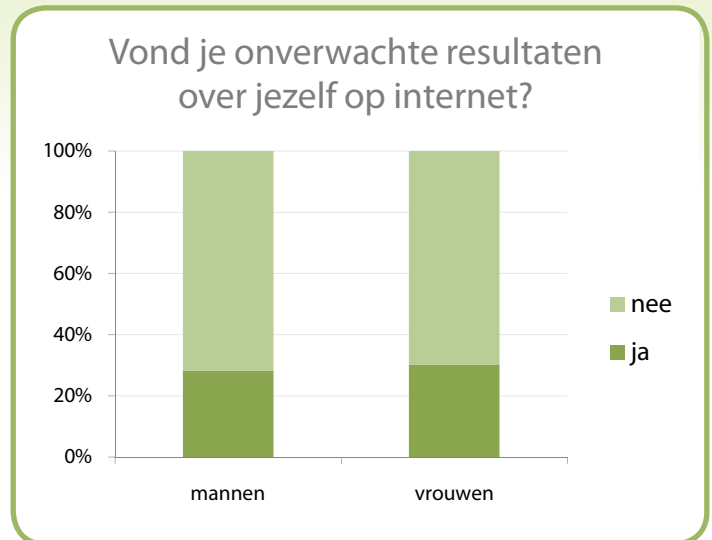
37% van de respondenten geeft aan af en toe een reactie op een forum of blog te plaatsen.

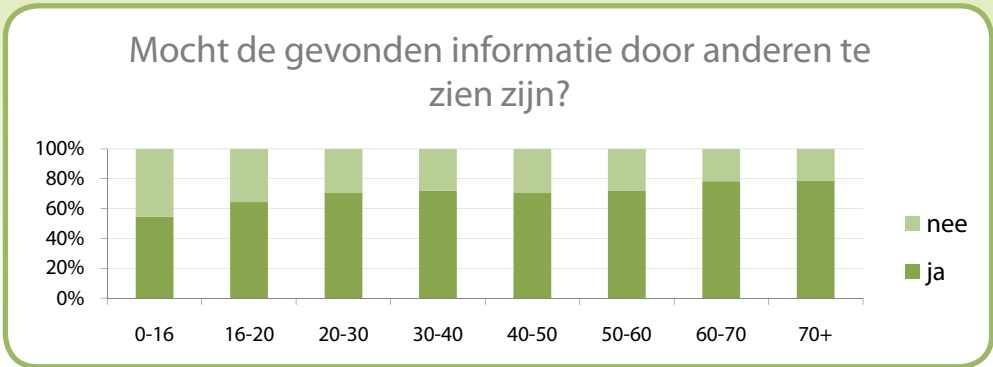
Hoe ouder mensen zijn, hoe minder vaak ze een reactie op een forum of blog plaatsen. De meest actieve groep op dit gebied zijn de respondenten onder 16 jaar.



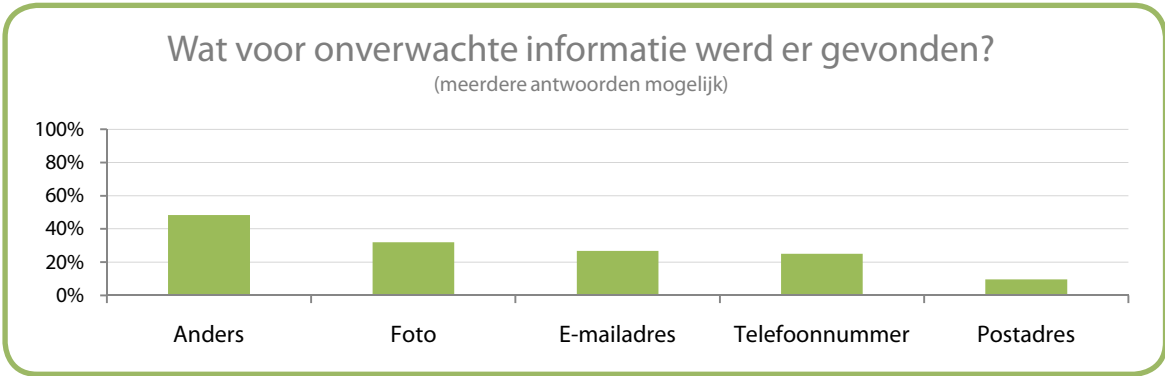
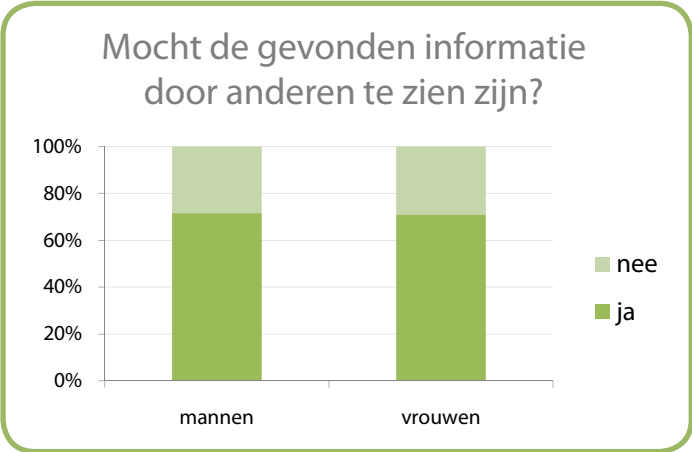
Bijna 30% van de mensen die zichzelf weleens heeft opgezocht op internet was verbaasd over de informatie die ze hier vonden.

Deze informatie betrof voornamelijk foto's, e-mailadressen of telefoonnummers. De meeste mensen hebben aangegeven er geen probleem mee te hebben dat deze informatie inzichtelijk is voor anderen. 30% geeft echter aan liever niet te willen dat anderen deze informatie kunnen inzien.





Er blijkt dat jongeren vaker aangeven dat de informatie niet inzichtelijk had mogen zijn dan ouderen.



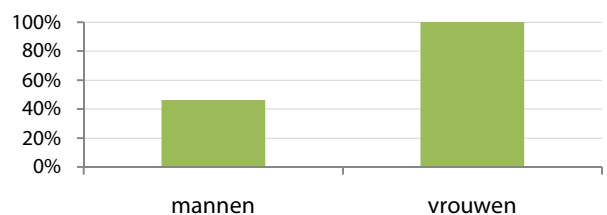
Bijna alle respondenten zijn zich er tegenwoordig van bewust dat de informatie die je tegenwoordig op internet plaatst mogelijk inzichtelijk is voor anderen.

De bewustwording is aanzienlijk groter dan vroeger. Toen was nog maar tweederde van de respondenten zich ervan bewust dat anderen de geplaatste informatie ook konden inzien. De helft van de respondenten geeft aan zich er vroeger al van bewust te zijn geweest dat geplaatste informatie op internet jaren later nog steeds in zoekresultaten op kan duiken.

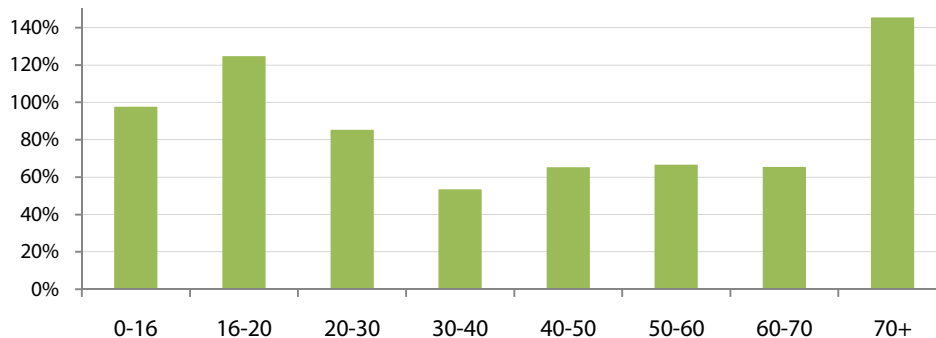
De bewustwording van vroeger ten opzichte van tegenwoordig is het meest toegenomen bij de mensen tot 20 jaar en de groep 70 jaar en ouder. Bij de respondenten tussen de 30 en 40 jaar is deze bewustwording het minst hard gegroeid. In vergelijking is de bewustwording onder vrouwen meer dan twee keer zo groot geworden als onder mannen.

Mannen daarentegen geven aan zich er vroeger beter van bewust te zijn geweest, dat informatie die vroeger op internet is geplaatst tegenwoordig nog steeds uit zoekresultaten verschijnt, dan vrouwen. Hoe ouder de respondent hoe beter deze bewustwording vroeger al was. Uitzondering hierop is de groep 70 jaar en ouder.

Toename bewustwording van zichtbaarheid persoonlijke informatie t.o.v. vroeger

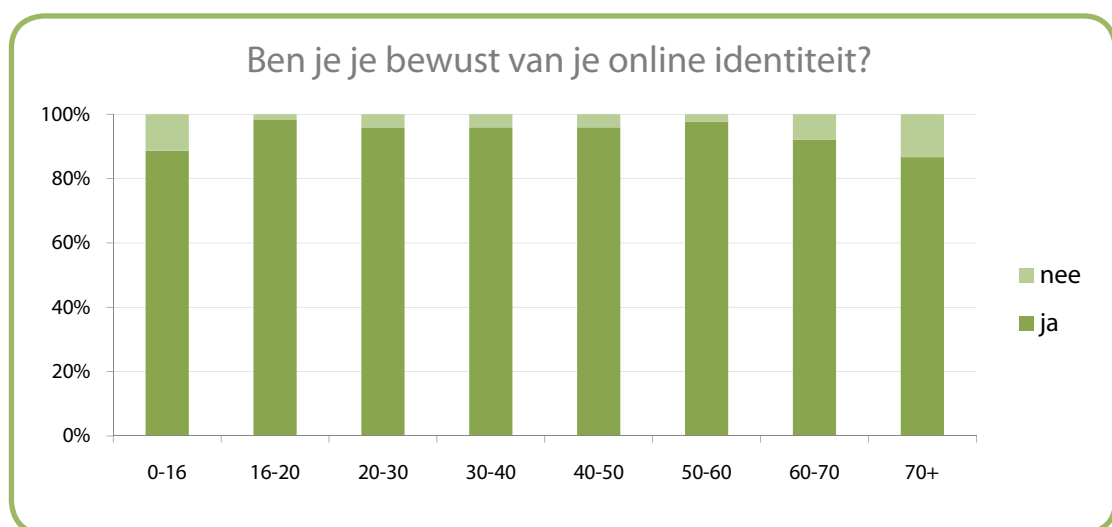
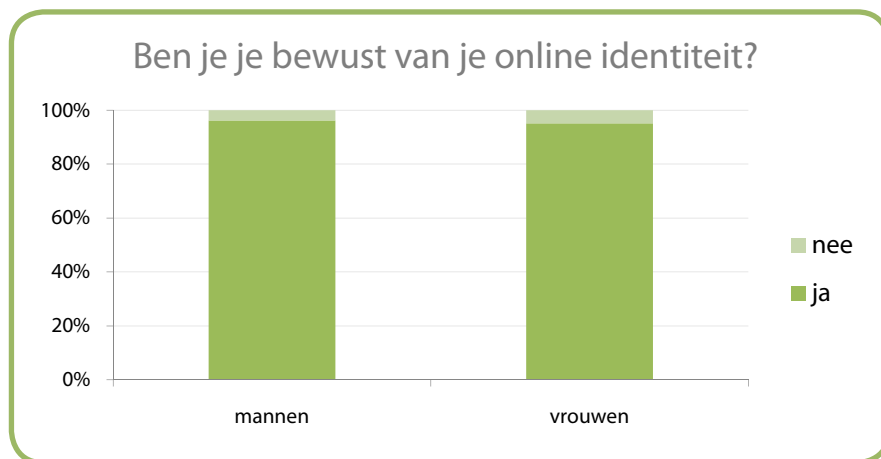


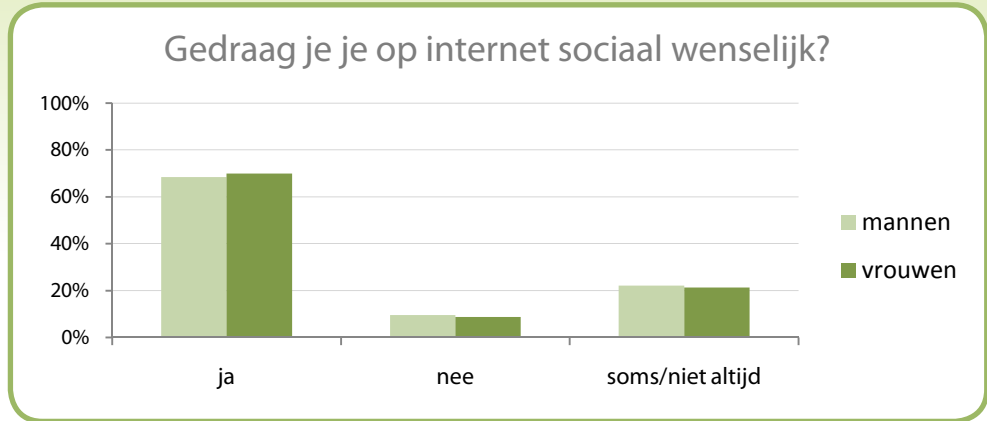
Toename bewustwording van zichtbaarheid persoonlijke informatie t.o.v. vroeger



Tegenwoordig is bijna iedereen van de respondenten zich bewust van zijn/haar online identiteit bij het profileren/presenteren van zichzelf op internet.

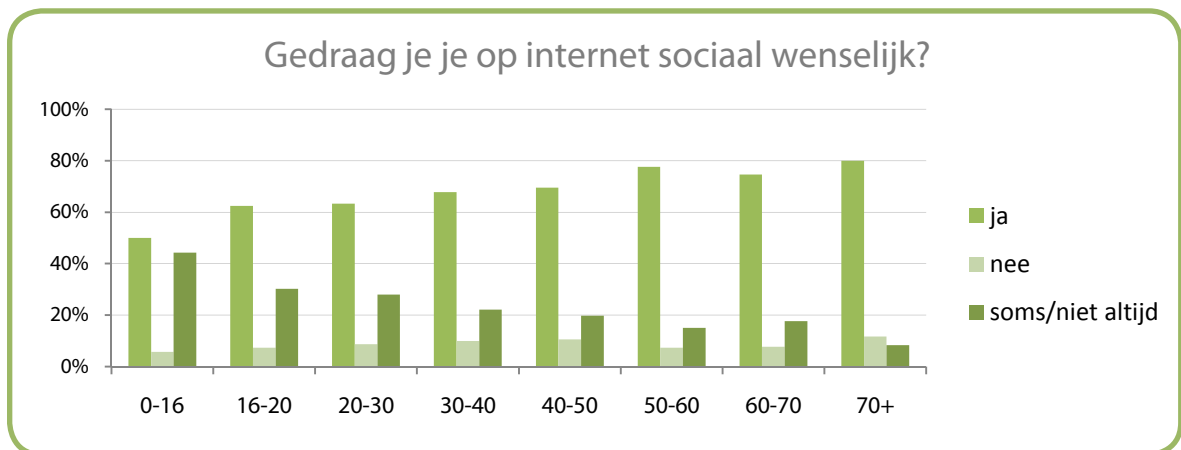
Dit bewustzijn is het grootst onder de respondenten in de leeftijdscategorie 16-20 jaar. Respondenten tot 16 jaar en van 70 jaar en ouder zijn zich het minst bewust van hun online identiteit bij het profileren/presenteren op internet.

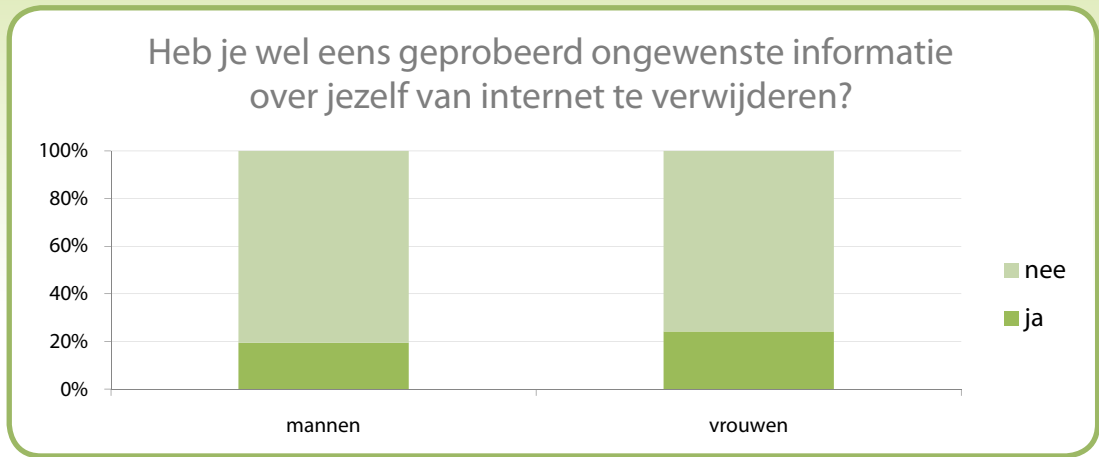




70% van de respondenten geeft aan zich sociaal wenselijk te gedragen op internet.

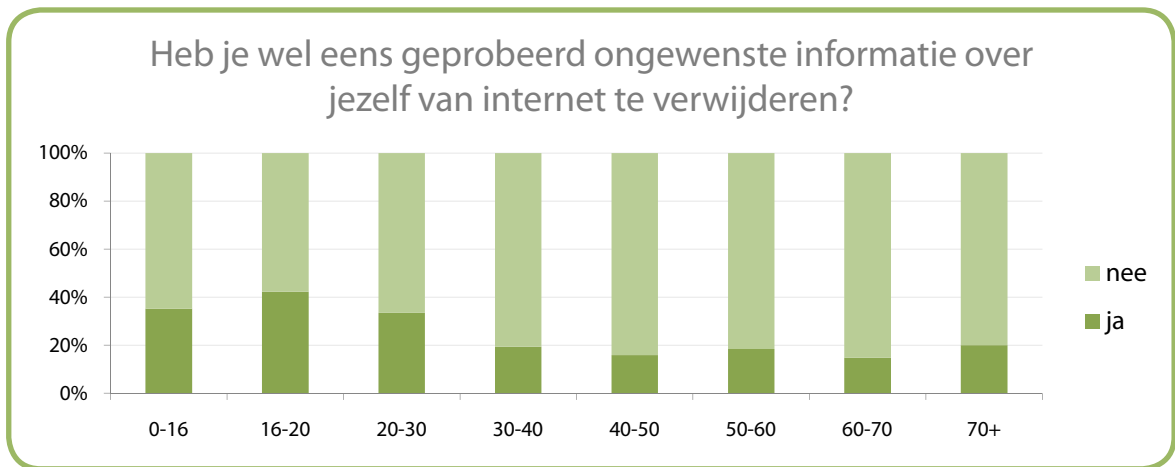
Hoe ouder de respondenten hoe meer sociaal wenselijk men zich gedraagt (muv de 60-70 jarigen).

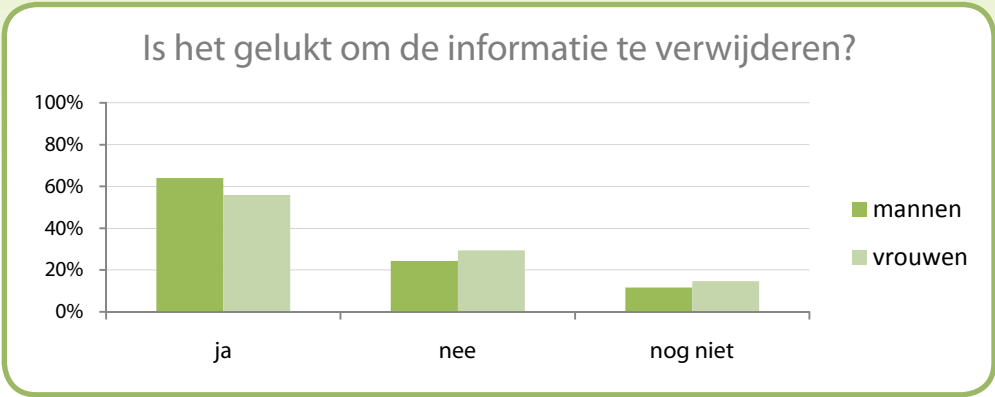




22% van de respondenten heeft weleens geprobeerd informatie over zichzelf van internet te verwijderen.

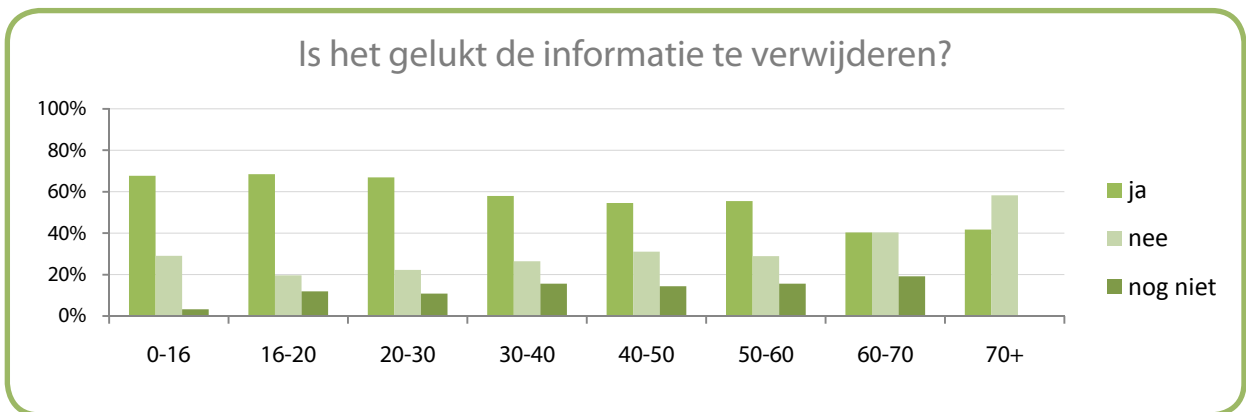
Dit waren vaker vrouwen dan mannen. 16-20 jarigen hebben dit het vaakst geprobeerd. Mensen van 30 jaar en ouder het minst vaak. Wederom ging het voornamelijk om een e-mailadres, telefoonnummer of foto.





Ruim de helft van deze mensen geeft aan succes te hebben gehad in het (laten) verwijderen van de desbetreffende informatie.

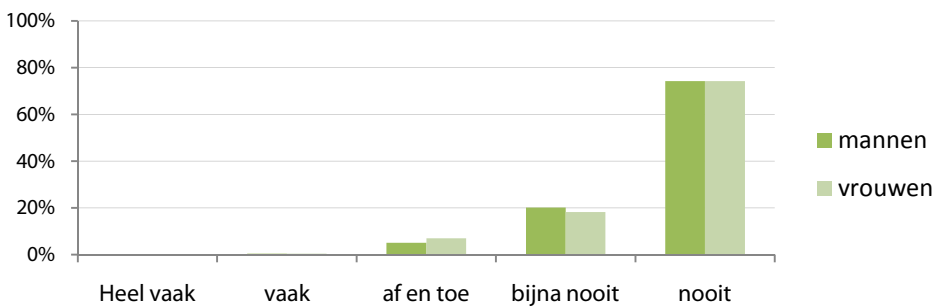
Mannen waren hierin succesvoller dan vrouwen. Jongeren hebben hierbij meer succes geboekt dan ouderen.



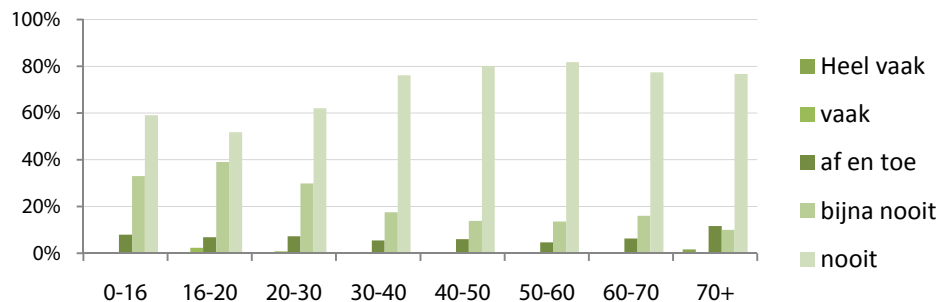
75% van de respondenten geeft aan nog nooit nadeel te hebben ondervonden van negatieve of foutieve informatie

over zichzelf op internet te hebben ondervonden. 20% geeft aan hier bijna nooit last van te hebben gehad. Van het kleine percentage dat er wel(eens) nadeel van heeft ondervonden valt het grootste gedeelte in de leeftijdscategorie 16-20 jarigen.

Heb je wel eens nadeel ondervonden van negatieve/foutieve informatie over jezelf op internet die door anderen werd gevonden?

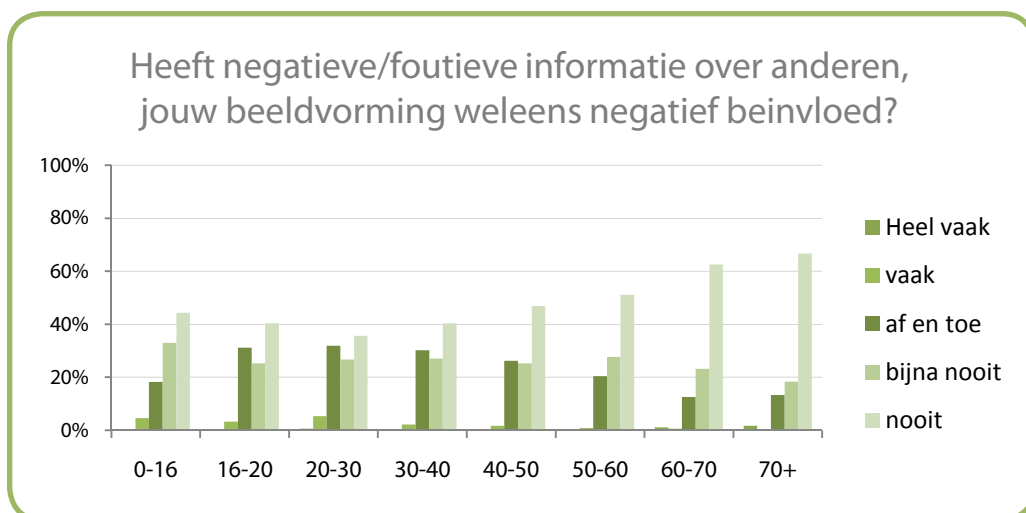
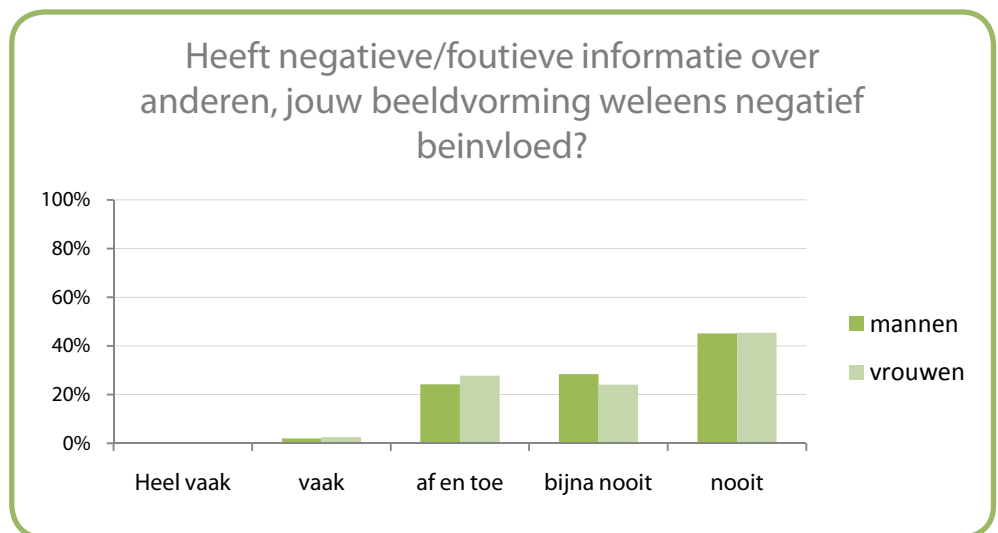


Heb je wel eens nadeel ondervonden van negatieve/foutieve informatie over jezelf op internet die door anderen werd gevonden?



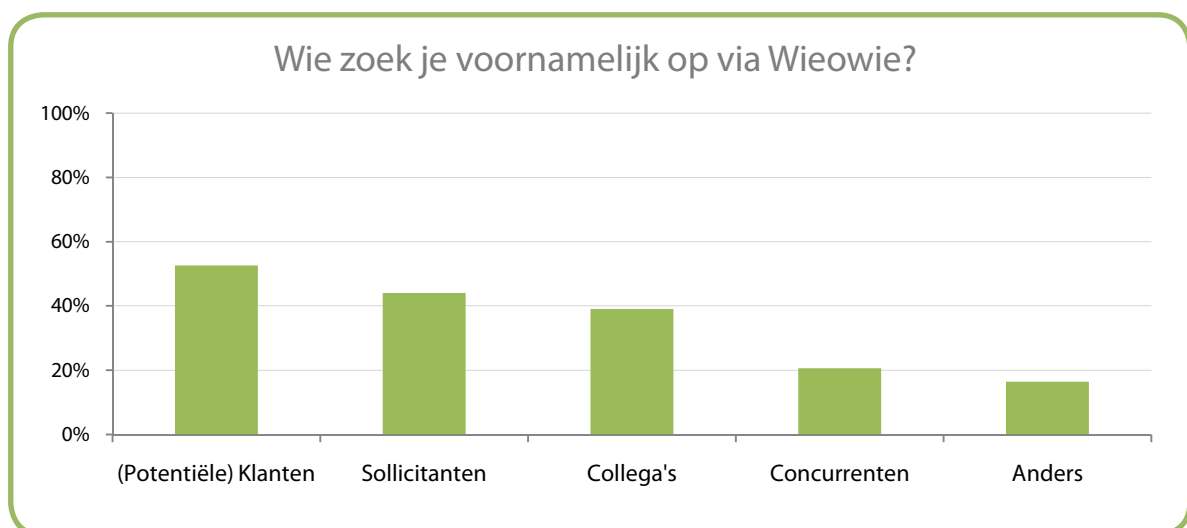
Daarentegen geeft 25% van de respondenten aan wel (eens) negatief beïnvloed te zijn in de beeldvorming over anderen

door negatieve of foutieve informatie op internet. Mensen tot 40 hebben zich het vaakst negatief laten beïnvloeden. Hoe ouder de respondenten hoe minder negatieve beïnvloeding bij de beeldvorming over anderen.

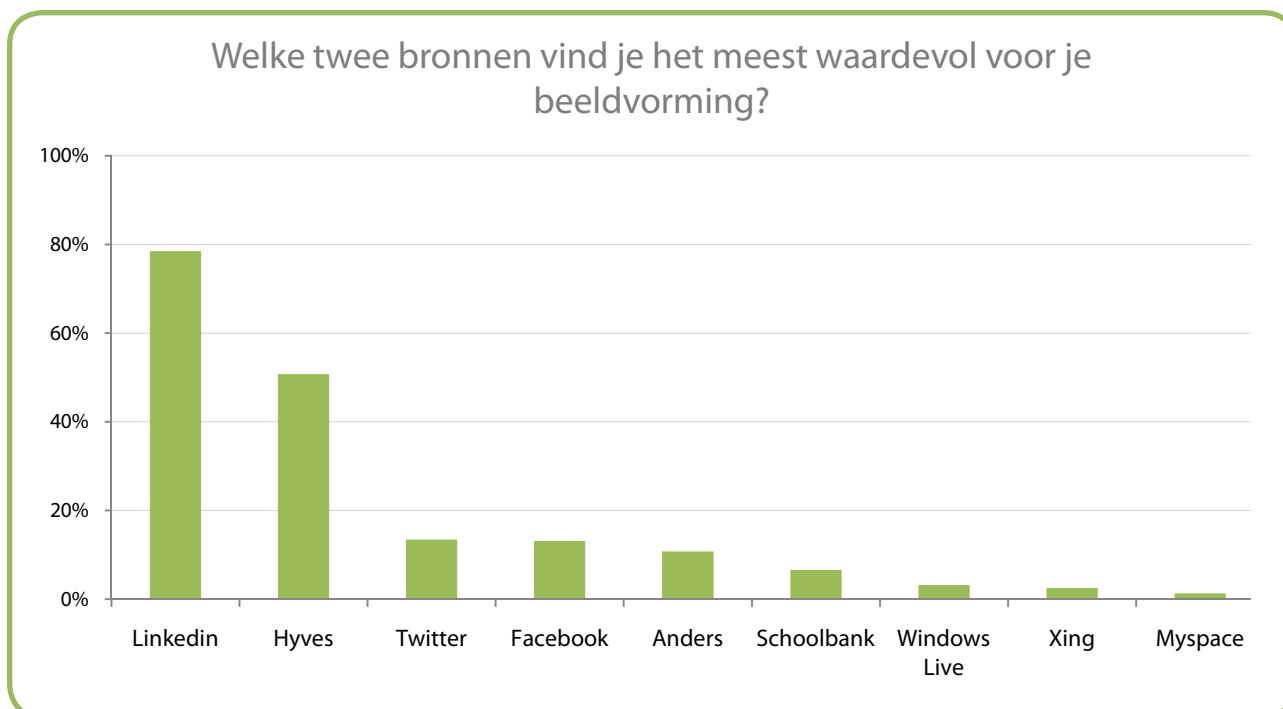


UITSLAGEN VAN DE VRAGEN OVER HET ZAKELIJK GEBRUIK VAN WIEOWIE

Zakelijke gebruikers zoeken voornamelijk naar (potentiële) klanten, sollicitanten en collega's via Wieowie.

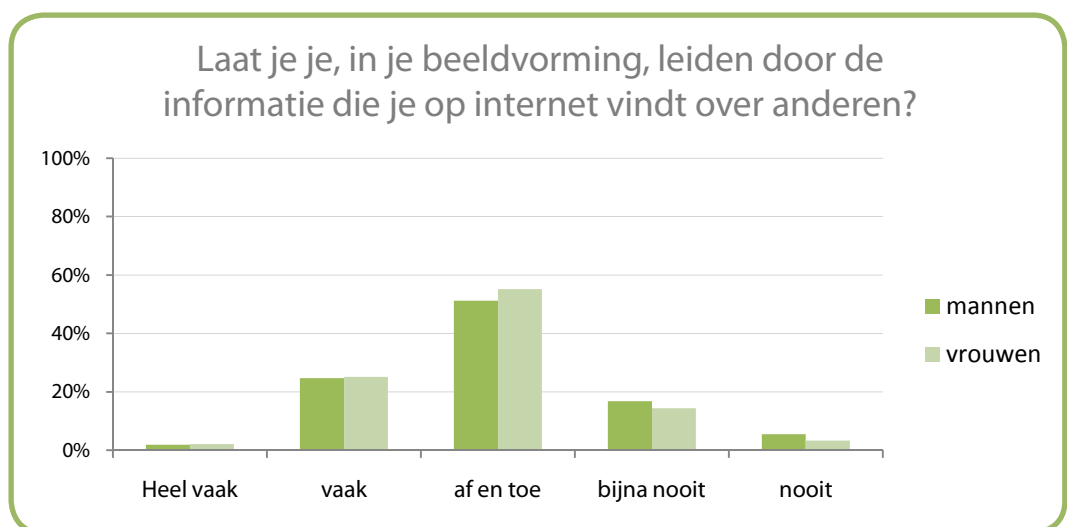
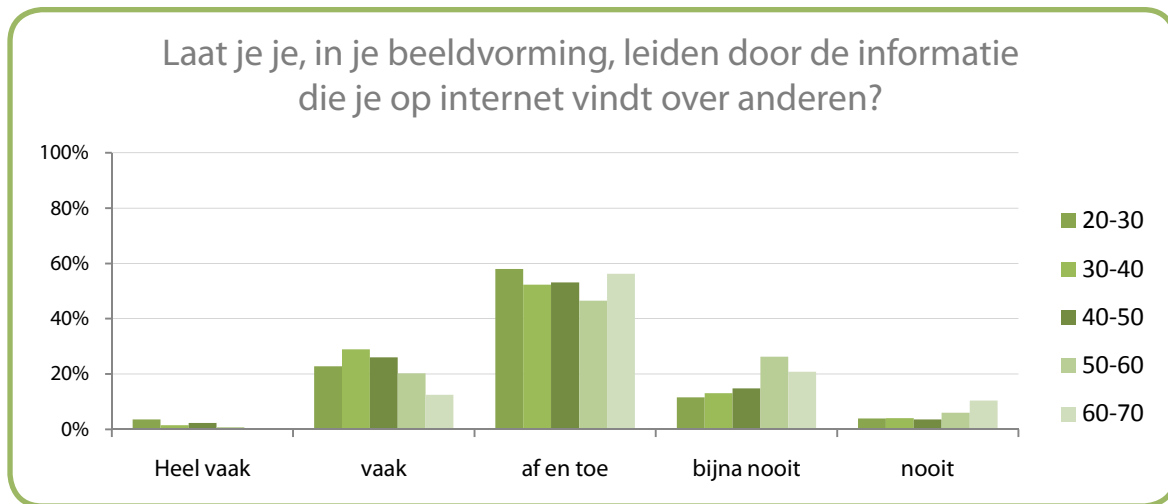


Zakelijke gebruikers vinden LinkedIn (80%) veruit de meest waardevolle bron. De helft van de gebruikers geeft aan ook Hyves een waardevolle bron te vinden.



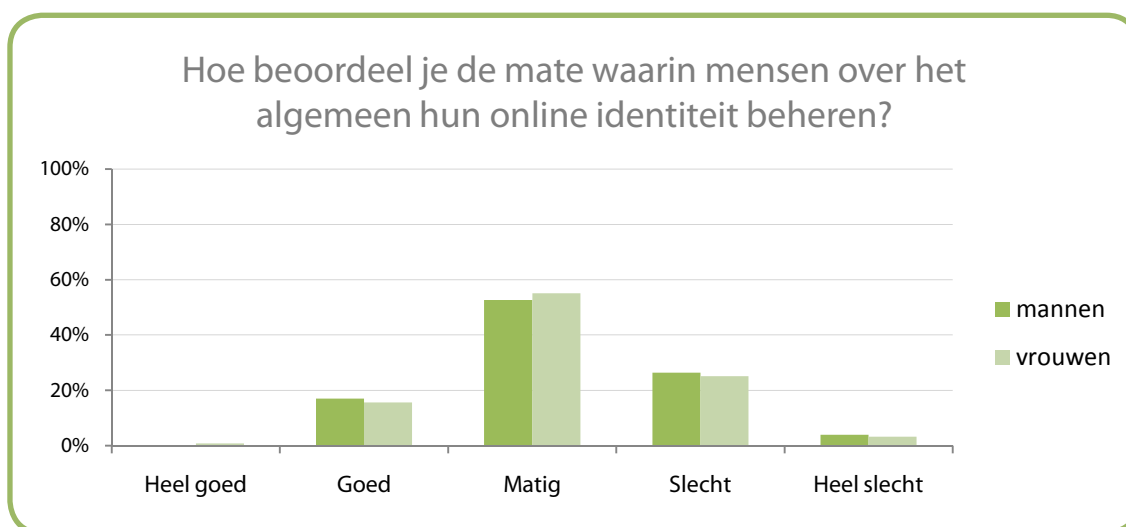
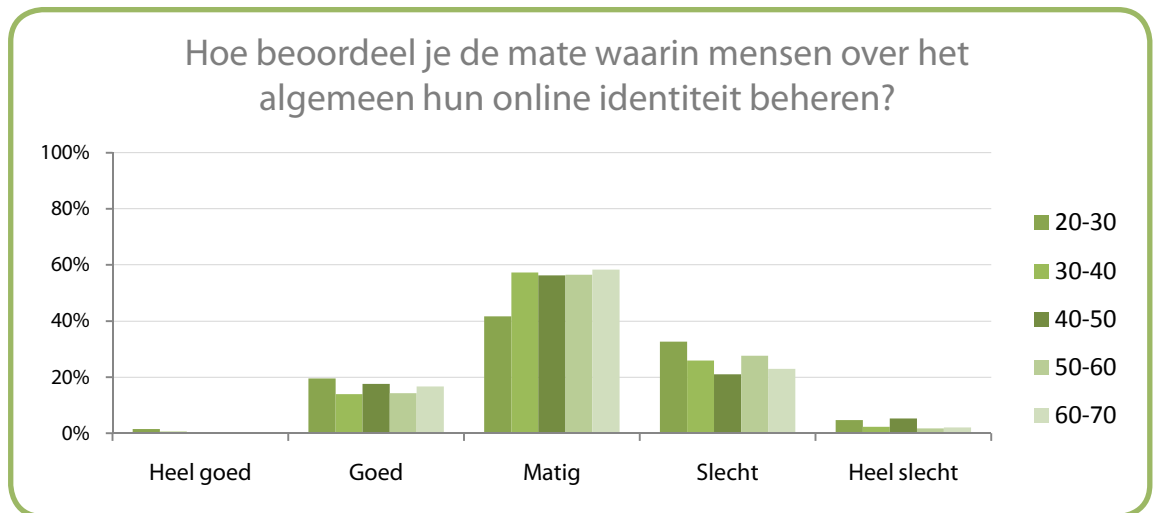
Ruim 75% van de zakelijk gebruikers geeft aan zich in hun beeldvorming vaak (25%) of af en toe (53%) te laten leiden door informatie op internet over anderen.

De mensen die zich laten beïnvloeden bevinden zich voornamelijk in de leeftijdscategorie tussen de 20 en 50.



Zakelijke gebruikers zijn van mening dat de meeste mensen hun online identiteit slecht (26%) tot matig (53%) beheersen.

Hierbij geldt: hoe jonger de respondent, hoe kritischer deze de beheersing van de online identiteit van anderen beoordeelt.



ENKELE VERBANDEN DIE NAAR VOREN KOMEN UIT HET ONDERZOEKSRAPPORT

Mensen die een eigen site of blog hebben zijn desondanks verbaasd over het feit dat er informatie over hun op internet vindbaar is.

Mensen die een eigen site hebben, bloggen of reacties op forums plaatsen geven daarentegen niet aan vaker ongewenste informatie op internet over zichzelf tegen te komen dan mensen die zich minder actief profileren op internet.

Zakelijke gebruikers zijn zich meer bewust van hun online identiteit dan respondenten die Wieowie alleen voor privé doeleinden gebruiken.

De mate waarin beide groepen zich op internet bewust sociaal wenselijk gedragen verschilt niet van elkaar.

Mensen die zich bewust zijn van hun online identiteit laten zich in gelijke mate leiden door informatie op internet over anderen als mensen die zich in mindere mate bewust zijn van hun online identiteit.