

Vijf trends voor het Belgische internet

De portals gaan vooruit, maar zijn minder overheersend. Het social web boomt en er zijn alsmear meer vrouwen online. Isabelle Driège, partner en general manager bij Emakina/Media, nam de Belgische internettrends die 2008 kenmerkten onder de loep.

Naar welke sites surfden de Belgische internauten het vaakst in 2008? Om dat uit te zoeken stelde Emakina/Media een top 100 van de drukst bezochte sites op. Uit de cijfers van het Metriweb-onderzoek komen vijf interessante trends naar voren.

Portals overheersen nog steeds maar...

Globaal blijven de portals stabiel en domineren ze nog steeds de markt. Grote winnaar is en blijft Windows Live Hotmail dat meer dan 4.900.000 regelmatige unieke bezoekers per maand bereikt. Daarmee vertegenwoordigt de site 93% van de Belgische surfers. Verrassend genoeg moet de vroegere nummer één Skynet zijn podiumplaats afstaan en genoegen nemen met de vierde plaats. De Belgacomportal moet voortaan rekening houden met een nieuwkomer, het sociale netwerk Netlog. Dat kan prat gaan op meer dan 7.165.492 unieke bezoekers. Verder stellen we vast dat bepaalde sites een stabiel bereik optekenen, maar niet meer in de top 100 staan door de opmars van nieuwe sites zoals het videoplatform Dailymotion, de community Com-

mentCaMarche, kaartensite Mappy, enzovoort. Heel wat van deze uitgevers zijn internationaal en willen hun Belgische bereik op de reclamemarkt verzilveren.

2008 was ook een goed jaar voor de online kranten die hun bereik allemaal (licht) zien stijgen, zowel in het noorden als in het zuiden van het land. De stijging is te wijten aan de drukke actualiteit die bepaald werd door de Amerikaanse verkiezingen, het communautaire dossier, de val van Yves Leterme en uiteraard de economische crisis. Bij de mediagroepen verandert er niets. De Persgroep voert nog steeds de rangschikking aan met HLN.be, terwijl Le Soir nog steeds de grootste Franstalige krant op het Belgische web is. Rossel scoort overigens op het internet: naast Le Soir doen ook Vlan.be, CineNews, Vacature/Références en L'Echo het goed in deze rangschikking.

Wie profiteert van de crisis?

Dezelfde economische crisis komt ook andere sitecategorien zoals de zoekertjes ten goede: Kapaza, Vlan Online, 2dehands.be, Autoscout24, Koopjeskrant, Vivastreet, Hebbes, Spotter...

Top 5 Dailies

Website	unique visitors/ month	regular visitors/ month	total visits/ month
HLN.be - 7sur7.be	4.375.543	1.910.233	18.135.490
De Standaard Online	1.980.721	1.033.794	8.390.034
LeSoir.be	1.202.072	660.428	4.191.200
Gazet van Antwerpen	1.114.681	596.162	3.409.513
De Tijd	1.099.695	511.275	4.983.720

Metriweb vs. Google Ad Planner

Metriweb houdt twee belangrijke vervormingen in. Ten eerste telt het onderzoek enkel de sites die het initiatief nemen om mee te doen (en dus het abonnementsgeld te betalen). Ten tweede omvat Metriweb hoofdzakelijk uitsluitend Belgische uitgevers en houdt het geen rekening met de internationale spelers op het internet, behalve indien die beslissen tot het onderzoek toe te treden. Hoewel Metriweb in het algemeen door ongeveer iedereen aanvaard wordt op de Belgische markt, biedt het eerder een vervormd beeld in plaats van een trouwe weerspiegeling van het Belgische web.

In dat verband is het leerzaam Metriweb te vergelijken met Google Ad Planner. Dat is een tool van Google waarmee een mediaplan op maat kan worden opgemaakt aan de hand van de enorme reserve aan sociodemografische gegevens die de zoekmotor biedt.

Op basis van Google Ad Planner ziet de rangschikking van het Belgische internet er globaal uit als volgt:

1.	Live.com
2.	msn.com
3.	facebook.com
4.	Yahoo.com
5.	ebay.be
6.	netlog.com
7.	skynet.be
8.	skyrock.com
9.	telenet.be
10.	free.fr

De leider van de rangschikking (Microsoft) is dezelfde als bij Metriweb, maar we zien dat het sociale netwerk Facebook, veilingssite eBay en dienstenportal Yahoo! meer nationale sites als Netlog of Skynet onmiddellijk voorafgaan. Verrassender is dat we op tien toegangsprovider Free tegenkomen. Die mooie plaats is vooral te danken aan het aantal sites dat Free op zijn servers host.

Vermelden we tot slot twee afwezigen in de rangschikking: encyclopedie Wikipedia en... Google zelf.



De Persgroep voert nog steeds de rangschikking van de nieuwssites aan met HLN.be en 7sur7.be.

Bij de jobportals stellen we in het algemeen en logischerwijze een licht dalende trend vast. Bedrijven rekruteren minder en publiceren dus minder jobaanbiedingen. Enkel juni en september, twee zomermaanden, waren 'positief'. Dat is de periode waarin de pas afgestudeerde werkzoekenden op de markt komen. Internauten op zoek naar een job en grote rekruterende bedrijven blijven goede klanten van de gespecialiseerde sites (Vacature/Références, VDAB...). Deze laatste krijgen nochtans concurrentie met de komst van B2B sociale netwerken als LinkedIn of Viadeo. Zij bieden bedrijven immers de mogelijkheid zowat op maat te gaan shoppen inzake human resources.

De opmars van het social web

Volgens de jaarlijkse Zeitgeist van Google waren Facebook, Netlog, Youtube en Hotmail de meest frequente requests op het web het afgelopen jaar. Op lokaal niveau werd de grootste vooruitgang geboekt door Mijn Restaurant en Exquisa in Vlaanderen; in Wallonië was die eer weggelegd voor de Olympische Spelen en Secret Story (waaruit nogmaals de culturele verschillen tussen beide gemeenschappen blijken).

De opmars van het social web blijkt logischerwijze ook uit de Metriweb-rangschikking. Naast de eerder genoemde

doorbraak van Netlog staan Skyrock en zijn Skyblogs op de vijfde plaats, gevolgd door andere gemeenschappen zoals SeniorenNet (16e) of GarageTV (21e), de kloon van YouTube die door Telenet ontwikkeld werd. Belgische internauten zijn dus echte fans van het Web 2.0 geworden en de trend naar 'user-generated content' zou zich nog duidelijker aftekenen als spelers zoals Facebook, MySpace en Youtube zouden besluiten aan het Metriweb-onderzoek deel te nemen.

We kunnen ons afvragen of dit succes van het social web niet samenhangt met dat van het mobiele internet. Dat kreeg een ware boost dankzij de iPhone en zijn netwerken van de derde generatie. Tegenwoordig neem je je sociale netwerk gewoon overal mee naartoe en kun je aldus profiteren van alle voordelen die geolokalisatie biedt. De evolutie staat ongetwijfeld nog in haar kinderschoenen, maar zou in een stroomversnelling kunnen terechtkomen als de mobiele telefonie-operatoren zouden besluiten meer middelen te investeren in mobiel internet.

Internet verleidt de vrouwen

Tussen 2005 en 2008 nam het aantal surfende vrouwen toe met 3%. Hun interessecentra verschillen van die van de mannen. Ze zoeken

Top 5 Communities

Website	unique visitors/ month	regular visitors/ month	total visits/ month	total page requests/ month
NETLOG	7.165.492	1.820.401	26.796.218	828.808.618
SKYROCK Website	3.570.433	1.442.594	16.216.063	433.633.293
SeniorenNet	1.196.698	663.839	2.370.640	14.028.071
CommentCaMarche	1.124.327	476.101	1.687.926	3.682.456
GARAGE TV	1.095.146	585.925	1.611.353	14.199.359

in de eerste plaats informatie over koken (recepten,...), voeding en persoonlijke hygiëne. Vrouwen doen minder aankopen online, maar hebben een grotere voorliefde voor sociale media (blogs, sociale netwerken, communities,...). De drie sites met het meest

vrouwelijke bereik zijn MSN Hotmail en MSN portal, Sky-net en HLN / 7sur7. De Persgroep plukt dus de vruchten van zijn inspanningen om een exclusief vrouwelijk kanaal op zijn informatiesites te ontwikkelen. Vermelden we tot slot het succes van vrou-

wengemeenschappen als Au Féminin.be, Flair, Libelle, Femi Style...

Het web blijft het favoriete medium van de jongeren, minder van de senioren

Zoals iedereen al weet zijn adolescenten en jonge volwassenen verslaafd aan nieuwe technologieën. Deze voorliefde heeft uiteraard een impact op de rangschikking en blijkt onder andere uit het succes van sites voor gaming (9lives, Arena 51...), het 'sharen' van video's (Garage TV), vrijetijdsbesteding (CineNews) of communities (Rendez-Vous, Netlog, Skyrock...). Uiteraard is er ook het vrijwel dagelijkse gebruik van instant messaging en e-mail, twee tools waarvoor MSN de absolute alleenheerschappij heeft.

Senioren van hun kant geven nog steeds blijk van koudwatervrees tegenover het internet. Hun terughoudendheid heeft verschillende oorzaken: de voor hen minder geschikte leesbaarheid van de sites, de complexiteit van de technologische tool, het jargon dat bij het medium hoort... Tweede vaststelling: ondanks het succes van gemeenschappen als SeniorenNet in Vlaanderen zijn de oudste bevolkingsgroepen niet enthousiaster voor sites die speciaal voor hen in het leven geroepen werden (maar wie wil graag opgesloten worden in het hokje van de derde leeftijd?). Senioren surfen overigens niet om mee te zijn, wel vooral om praktische informatie te vinden. Dat verklaart bijvoorbeeld de populariteit van een zoekmotor als Google.