

Frank Hagemans
Tel. 024 - 344 50 07
Mob. 06 - 38 82 31 94
www.klusse nier.nl

Waarom houd ers kiezen voor .nl

Onderzoekshighlights april 2020, SIDN, GfK

KLUSSENIER[®]

MASTER

NL 6-VZJ-99
www.SEGERINK-WOLBERS.nl

Inleiding

Regelmatig voeren wij marktonderzoek uit naar de positie van .nl op de domeinnamenmarkt. De resultaten gebruiken wij in de eerste plaats voor beleidsvorming. Daarnaast zijn de uitkomsten voor registrars interessant, omdat het je inzicht geeft in de vraag naar .nl en het gedrag van (potentiële) houders. Hierop kun je je content afstemmen.

Eerdere edities namen wij op in ons grotere onderzoek 'Trends in internet-gebruik', dit jaar hebben wij in maart een separaat onderzoek uitgevoerd. Het veldwerk vond plaats nadat de beperkende maatregelen in verband met het coronavirus waren doorgevoerd.

De belangrijkste conclusies voor registrars:

- Vrijwel alle startende ondernemers beginnen nu online. Er is in het onderzoek geen starter geweest die offline wil starten en/of zijn domeinnaam niet registreert.
- Vindbaarheid is het belangrijkste criterium om een domeinnaam te selecteren. Betrouwbaarheid een goede tweede.
- .nl profiteert van het stijgende aantal lokale ondernemers dat online gaat.

Bij deze groep is de voorkeur voor .nl 92%. Dat biedt kansen voor lokaal bekende registrars.

Hieronder een greep uit de totale resultaten van het door GfK uitgevoerde onderzoek. Specificatie naar leeftijd, geslacht of ervaring is mogelijk. Ben je voor bijvoorbeeld een blog, nieuwsbrief of ander medium op zoek naar specifieke content, mail dan naar marketing@sidn.nl. Wij helpen je graag.

Opzet van het onderzoek

Voor onze marktonderzoeken werken wij samen met GfK, het grootste en een van de bekendste onderzoeksbureaus van Nederland. GfK heeft een groot panel van particulieren en ondernemers waaraan wij onze vragen voorleggen. In het onderzoek komen 3 soorten vragen terug:

- Vraagverwachting
(Wie registreert .nl? Wie heeft er plannen? Waarvoor?)
- Merkassociatie
(Waarmee associeer je welk domein?)
- Merkvoorkeur
(Welke domeinnaamextensie heeft dan je voorkeur?)

Deze vragen zijn gesteld aan 1.000 zakelijke respondenten (ondernemers, vertegenwoordigers van rechtspersonen).

De belangrijkste conclusies:

Starters nu 100% online

Van de 1.000 respondenten zijn er 60 starters bezig om een bedrijf op te richten. Waar in het verleden een 30% van hen geen online plannen had, gaf 100% van hen aan een domeinnaam te registreren voor online activiteiten. Het is voor het eerst dat er geen enkele ondernemer aangeeft te kiezen voor een 'offline' start. Daarbij geeft 86% aan er ook direct hosting of een website bij te nemen. 18% neemt ook direct een webshop.

Wat bepaalt de keuze voor een domeinnaam?

Uiteindelijk is een vindbare en makkelijk te onthouden domeinnaam het summum. Over de vindbaarheid van .nl publiceerden wij eerder enkele video's. Bij 'gemakkelijk te onthouden' past nog een kanttekening: veel

mensen denken daarbij nog aan korte, snel in te tikken namen. In het huidige mobiele tijdperk is dat veel minder belangrijk. Domeinnamen worden gelezen, maar zelden volledig getypt. Daardoor zijn ook relatief lange domeinnamen, die een logische zin vormen, aantrekkelijk. Zo verkochten veilinghuizen afgelopen jaar diverse domeinnamen met meer dan 25 karakters (bijvoorbeeld homeperformanceprofessionals.com).

> Grafiek 1 | [Wat zoekt een houder in een domeinnaam?](#)

Domeinnaam kopen?

Maar wat als een domeinnaam bezet is? Als het nodig is, zou 75% van de houders bereid zijn de ideale domeinnaam te kopen op de secundaire markt. De meeste houders hebben geld over voor .nl (59%), maar de waardeperceptie van .com is het hoogst. Overigens geeft 25% aan nooit een domeinnaam te zullen kopen. Er is dus ook een grote groep principiële neezeggers.

Tabel 1 | Voor welke domeinnaam zou u het meeste geld overhebben als deze te koop was?

www.adviesbureau.nl	59%
www.adviesbureau.com	13%
www.adviesbureau.eu	2%
www.adviesbureau.net	2%
www.adviesbureau.shop	1%

Buitenlandse ccTLD's winnen ten koste van nieuwe TLD's

Opvallend is dat steeds meer gebruikers en ondernemers een voorkeur hebben voor specifieke landendomeinen als ze over de grens gaan. Waar men enkele jaren geleden vakantiehuisjes in Frankrijk bij voorkeur boekte onder een .com, gebeurt dit nu vooral onder een .fr-domeinnaam. Ook wordt een .de gezien als de logische plek voor het kopen van BMW-onderdelen. Ook voor Nederlandse aanbieders van goederen en diensten in het buitenland kan dit dus een goede keuze zijn. De stijgende bekendheid van buitenlandse ccTLD's gaat ten koste van relatief nieuwe TLD's zoals .travel en .shop.

Tabel 2 | Waar zou u heen gaan om een vakantievilla in Frankrijk te boeken?

www.vakantievilla.nl	33%
www.vakantievilla.fr	27%
www.vakantievilla.com	26%
www.vakantievilla.eu	10%
www.vakantievilla.travel	4%

Lokale ondernemers drijven vraag naar .nl

De typische .nl-registrant is een startende ondernemer die lokaal of regionaal werkt. Onder hen is de merkvoorkeur voor .nl maar liefst 92%. Mede door de coronamaatregelen is het juist deze groep die in grote getalen een website of webwinkel beginnen. Vaak gaat het daarbij niet om nieuwe houders. 92% van hen heeft al een domeinnaam, maar een groot deel daarvan wordt niet gebruikt. De overall voorkeur voor .nl bij zakelijke afnemers steeg ten opzichte van metingen in Q2 en Q4 2019 van 69% naar 76%.

> Grafiek 2 | [Welke extensie heeft uw voorkeur?](#)

Positionering .nl en .com

Ondernemers met internationale plannen hebben in grote meerderheid een voorkeur voor .com als primair domein, maar 72% van hen zou ook overwegen naast .com een .nl te registreren. Het bundelen van de beide namen is dus een sterke propositie. De positie van .nl en .com wordt steeds sterker. .eu zou door 22% van de houders overwogen worden, maar is slechts voor 3% het domein van 1^e voorkeur.

Waarom kiezen houders voor .nl of .com? Wat onderscheidt de 2 domeinen? .nl en .com hebben een sterk verschillende positionering in de ogen van de consument. Waar .nl vertrouwd en veilig is, levert .com bereik en status. Beide domeinen scoren even hoog op het criterium vindbaarheid. Ondernemers verwachten dat ze het goed doen in zoekmachines.

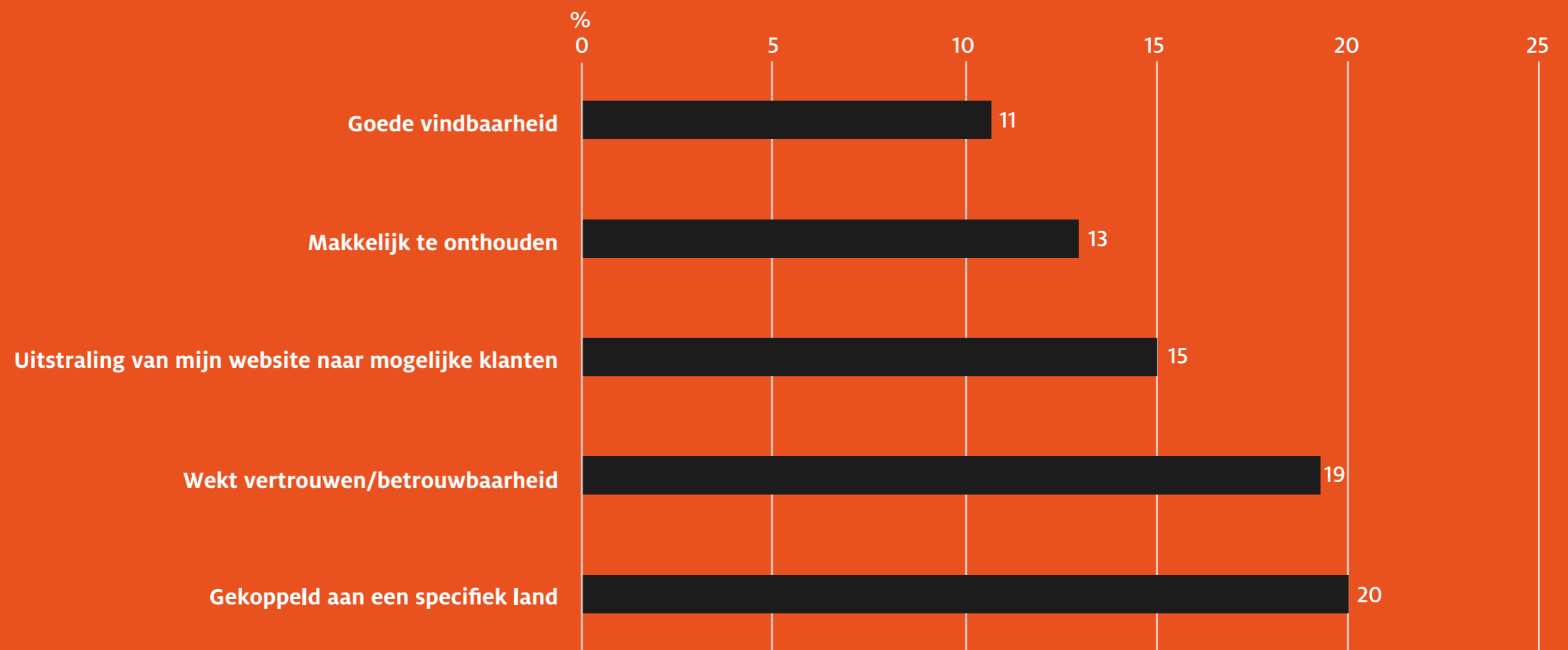
> Grafiek 3 | [Wat onderscheidt .nl en .com?](#)

Interessant voor registrars

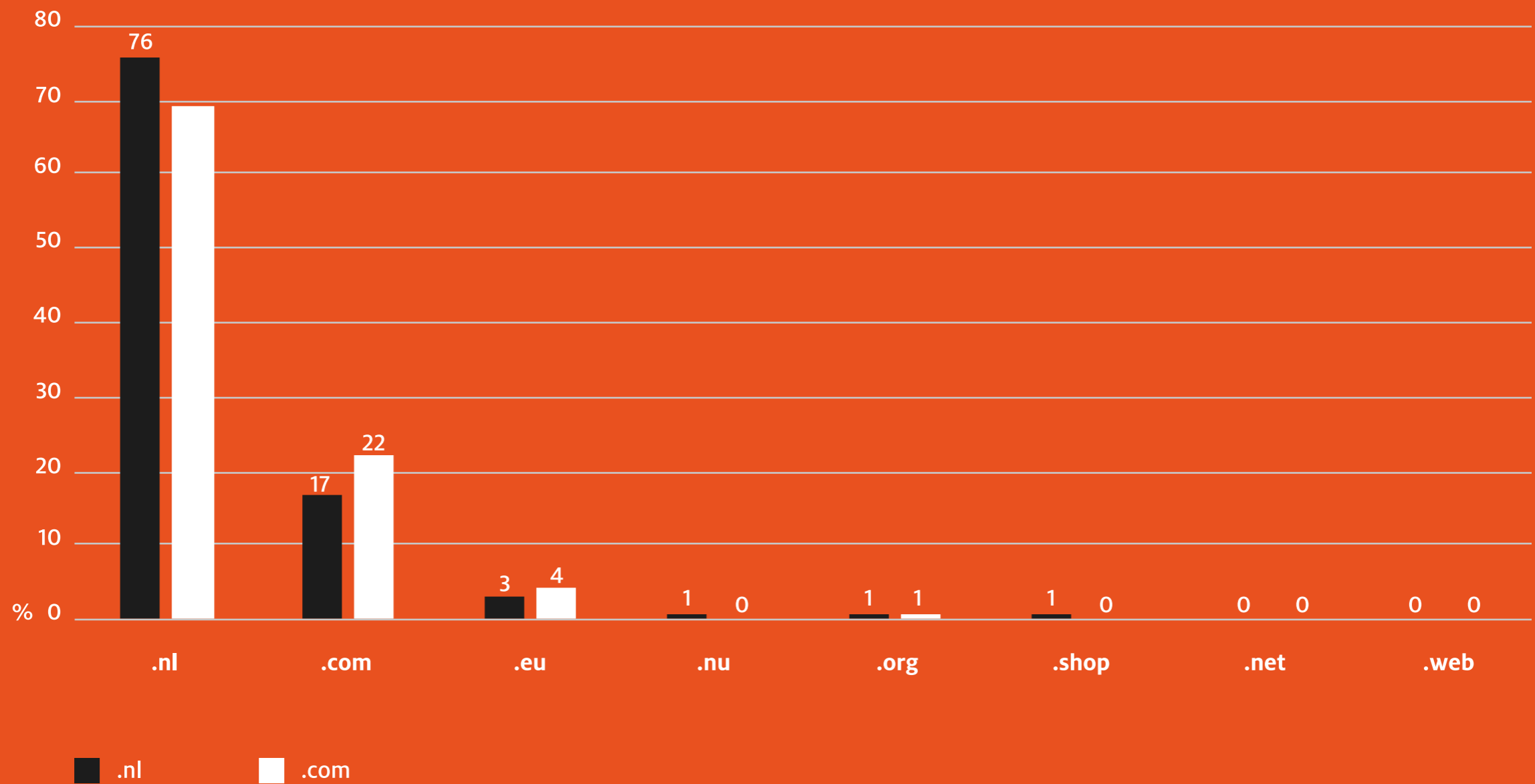
Naast de inzichten die bovenstaande bieden bevat het onderzoek veel vragen die leuk of wetenswaardig zijn voor je blog, website of nieuwsbrief. Voorbeelden van vragen:

- Stel, je wilt een online een paar schoenen van € 450,- kopen, via welke site doe je deze aankoop?
- Stel, je wilt een webwinkel beginnen waar je online geschenken verkoopt aan Nederlandse particulieren. Welke van deze domeinnamen heeft je voorkeur?
- Waarom geef je de voorkeur aan .org/.net/.eu?

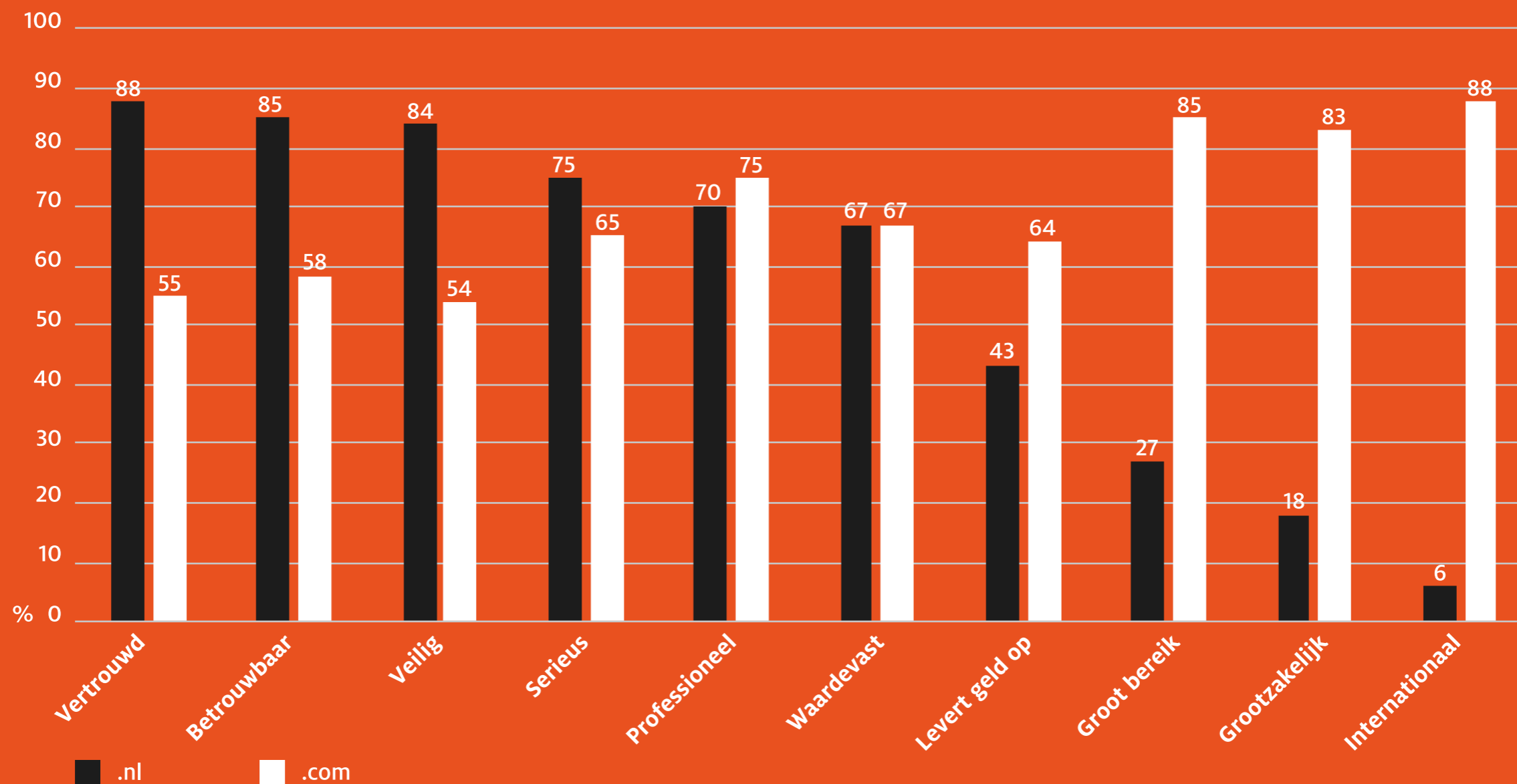
Zoek je een originele insteek voor je volgende blog over domeinnamen? Neem dan contact met ons op via marketing@sidn.nl.



Grafiek 1: Wat zoekt een houder in een domeinnaam?



Grafiek 2: Welke extensie heeft uw voorkeur?



Grafiek 3: Wat onderscheidt .nl en .com?

Colofon

Dit zijn de highlights van een onderzoek dat is uitgevoerd door GfK in opdracht van SIDN. Aan dit rapport werkten mee:

GfK

Henk Delfos – Industry Lead

Erica Nagelhout – Senior Research Manager

SIDN

Michiel Henneke – Marketingmanager

Vertalingen

G & J Barker Translations, Worcester

Contact

Heb je vragen over het onderzoek, mail dan naar marketing@sidn.nl

© SIDN

Teksten en cijfers uit dit rapport mag je overnemen, maar wij willen dan wel graag als bron vermeld worden. Ook worden wij graag vooraf geïnformeerd via communicatie@sidn.nl.

Meld je aan voor onze nieuwsbrief

www.sidn.nl/nieuwsbrief

SIDN

Postbus 5022

6802 EA Arnhem

Meander 501

6825 MD Arnhem

T +31 (0)26 352 55 00

communicatie@sidn.nl

www.sidn.nl