

‘Niet shoppen maar skypen’

25-05-2007 00:00

Vrouwen shoppen minder door internet en besteden veel tijd aan zogenaamde Web2.0 toepassingen als chatten. Mannen werken, slapen en sporten minder door internet. Marktplaats, WikiPedia, YouTube en Hyves zijn de meest populaire websites en vooral foto's worden online met elkaar gedeeld. Praten over hobbies en vooral ook klagen over bedrijven is online populair.

Dit blijkt uit een online onderzoek naar trends en ontwikkelingen op internet onder ruim duizend respondenten, uitgevoerd door Ruigrok|NetPanel in samenwerking met The Next Web Conference.

Vier op de tien Nederlanders zijn actief op online netwerken via onder ander het meest populaire online social netwerk Hyves. Hyvers doen dit vooral om contact met vrienden te onderhouden, oude bekenden opnieuw te ontdekken. Van de ondervraagden is 49 procent twee tot drie uur per dag actief op internet. Mannen checken het vaakst hun email en vrouwen praten meer over medische onderwerpen, koken en emotionele ervaringen. Mannen praten over producten, vakkennis en handige links.