



Safer Internet Day

2020 | Tuesday
11 February

Together for a better internet



SAFER INTERNET CENTRE



Platform voor de
InformatieSamenleving

Markteffect

Rapportage onderzoek Safer Internet Day

Krijn Vugts
Joris van de Schoor

Januari 2020

Vervelende gebeurtenis op internet

De meest voorkomende vervelende gebeurtenis op internet is het ontvangen van berichten met schokkende inhoud. Van de jongeren geeft 15% aan dit weleens meegemaakt te hebben, van de ouders geeft 13% aan dat hun kind dit weleens meegemaakt heeft. Twee derde van de jongeren geeft echter aan nooit iets vervelends meegemaakt te hebben op internet. Eén op de vijf kent wel iemand in de omgeving die dit wel heeft meegemaakt. Ouders waarvan het kind iets vervelends heeft meegemaakt, zijn hier voornamelijk mee omgegaan door met hun kind in gesprek te gaan.

Informatie zoeken

Zoekmachines zijn onder jongeren de populairste bron voor het zoeken van informatie. Ouders zijn goed op de hoogte van welke bronnen hun kinderen gebruiken. Alleen YouTube is relatief populairder onder jongeren dan hun ouders denken. Driekwart van de jongeren geeft aan met de ouders in gesprek te gaan wanneer zij informatie zoeken om een online probleem op te lossen. Dit blijkt in vrijwel alle gevallen ook effectief te zijn. Een kwart van de jongeren zoekt online naar informatie over het probleem, maar één op de zes jongeren geeft aan dat dit niet het gewenste effect heeft gehad. Wanneer jongeren online informatie zoeken, komen zij voornamelijk terecht op informatieve websites als Wikipedia, Google of op YouTube. Jongeren die juist niet online op zoek gaan naar informatie doen dit omdat zij liever praten met mensen die zij kennen. Eén op de zeven geeft aan de online informatie niet te vertrouwen.

Wanneer ouders algemene vragen hebben over de opvoeding van hun kind(eren), komen zij voornamelijk aan informatie door het met hun partner te bespreken. Daarnaast zoeken ouders online informatie op of praten zij met andere ouders. Wanneer hun kind een online probleem heeft, geeft meer dan de helft van de ouders advies gebaseerd op het eigen gevoel. Drie van de tien ouders gaan online op zoek naar informatie wanneer hun kind een online probleem heeft, en een kwart van de ouders zou samen met het kind online op zoek gaan naar informatie. Wanneer ouders online informatie zoeken over online problemen, komen zij net als de jongeren veelal terecht op informatieve websites ("Google"). Waar één derde van de jongeren aangaf op YouTube terecht te komen, ligt dit aandeel bij ouders aanzienlijk op slechts 15%. Ouders die niet online op zoek gaan naar informatie geven voornamelijk aan dit nog nooit nodig gehad te hebben. Eén op de tien ouders geeft aan online informatie niet te vertrouwen.

Ruim de helft van zowel de jongeren als hun ouders geeft aan geen websites over veilig internetgebruik te kennen. Onder de jongeren en ouders die wel een website kennen, is www.veiliginternetten.nl het best bekend. Zowel één op de tien jongeren als ouders heeft deze website ook weleens bezocht.

Management Summary (2/2)

Verantwoordelijkheid

Ouders is gevraagd bij wie volgens hen de verantwoordelijkheid ligt wanneer een kind ruzie heeft in een groepsapp van school of de opleiding. Ruim één op de drie ouders geeft aan dat zij dit de verantwoordelijkheid van de ruziemakende kinderen vindt. Ouders die aangeven dat de verantwoordelijkheid ergens anders ligt, vinden het voornamelijk een verantwoordelijkheid van de school of van de ouders.

Een overgrote meerderheid van de ouders is het eens met de stelling dat school een belangrijke rol speelt in de mediaopvoeding van kinderen. Ook met de stellingen 'meisjes lopen meer risico op vervelende online situaties dan jongeren' en 'ik vind dat mediaopvoeding niet heel erg verschilt van 'normale' opvoeding' is minimaal de helft van de ouders het eens. De meerderheid van de ouders vindt bovendien dat ouders wel degelijk invloed hebben op wat hun kinderen online doen.



1. Opbouw & inleiding rapportage



Hoofdstuk 2: Vervelende gebeurtenis
Pagina 7 en 8



Hoofdstuk 3: Informatie zoeken
Pagina 9 t/m 20



Hoofdstuk 4: Verantwoordelijkheid
Pagina 21 en 22



Hoofdstuk 5: Social media
Pagina 23



Probleemstelling onderzoek

Vergaar inzicht in de kennis, houding en het gedrag van jongeren en hun ouders met betrekking tot internetrisico's voor jongeren.



Onderzoeksonderwerpen

- › Ervaring vervelende gebeurtenissen online;
- › Informatiebronnen;
- › Social media gebruik.



Verantwoording en betrouwbaarheid

Op basis van deze respons zijn de antwoorden met een zekerheid van 95% en met een nauwkeurigheid van 3,1% generaliseerbaar naar de doelgroep. In de praktijk betekent dit dat wanneer een uitkomst uit het onderzoek 50% is, dit in werkelijkheid tussen 46,9% en 53,1% ligt.



Doelgroep & respons

De doelgroep bestaat uit jongeren tussen de 12 en 18 jaar en hun ouders. In totaal hebben 1.002 jongeren en hun ouders meegedaan aan het onderzoek.

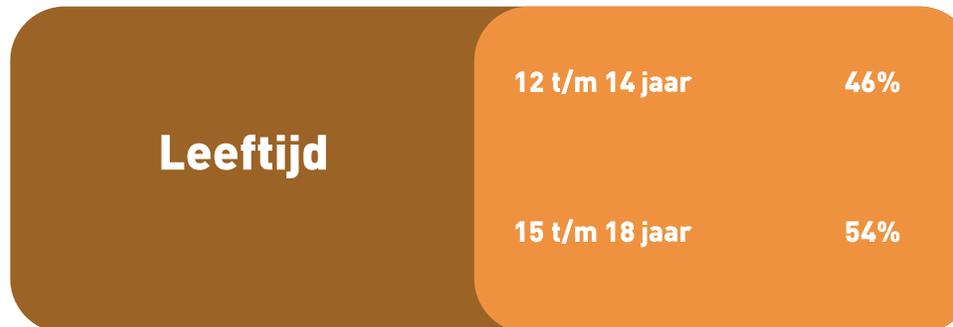


Tijdsplanning

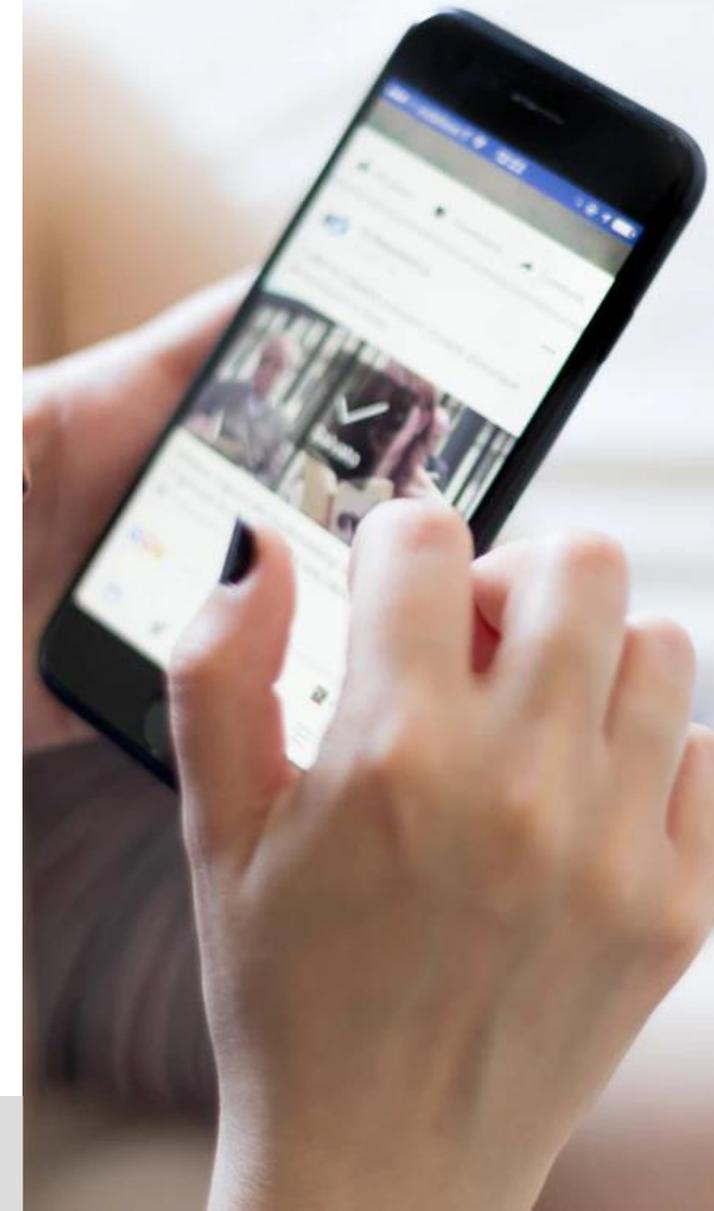
Het onderzoek heeft plaatsgevonden tussen 20 december 2019 en 6 januari 2020.

1. Opbouw & inleiding rapportage

Jongeren



Ouders





Resultaten

2. Vervelende gebeurtenis



Vervelende gebeurtenis op internet

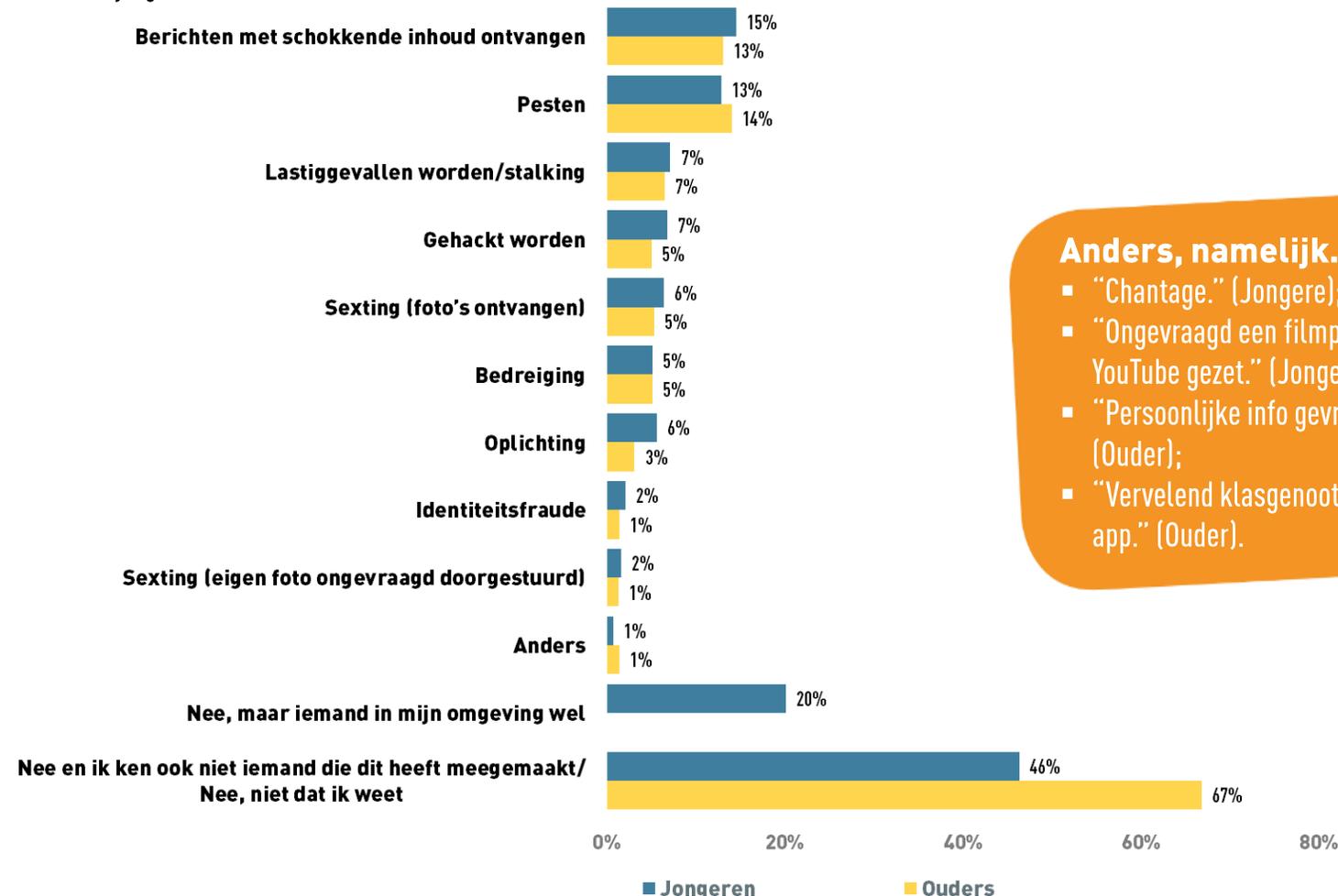
- › Eén op de drie jongeren (34%) heeft weleens een vervelende gebeurtenis meegemaakt op internet. De meest voorkomende vervelende gebeurtenis op internet is het ontvangen van berichten met schokkende inhoud. Van de jongeren geeft 15% aan dit weleens meegemaakt te hebben, van de ouders geeft 13% aan dat hun kind dit weleens meegemaakt heeft;
- › Eén vijfde van de jongeren (20%) heeft zelf niet iets vervelends meegemaakt op internet, maar kent wel iemand in de omgeving die dit wel heeft meegemaakt;
- › In totaal geeft 66% van de jongeren aan zelf nooit iets vervelends meegemaakt te hebben. Ouders blijken goed op de hoogte te zijn: 67% van de ouders geeft aan dat zijn of haar kind nooit iets vervelends heeft meegemaakt op internet.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Meer meisjes (8%) dan jongens (5%) hebben weleens sexting (foto's ontvangen) meegemaakt;
- › Meer meisjes (9%) dan jongens (5%) zijn weleens gestalkt of lastiggevallen.

Figuur 2.1 Heb je/heeft je kind weleens iets vervelends meegemaakt op internet?

Basis: alle jongeren en ouders



Anders, namelijk...

- "Chantage." (Jongere);
- "Ongevraagd een filmpje op YouTube gezet." (Jongere);
- "Persoonlijke info gevraagd." (Ouder);
- "Vervelend klasgenootje via de app." (Ouder).

2. Vervelende gebeurtenis



Omgaan met vervelende gebeurtenis

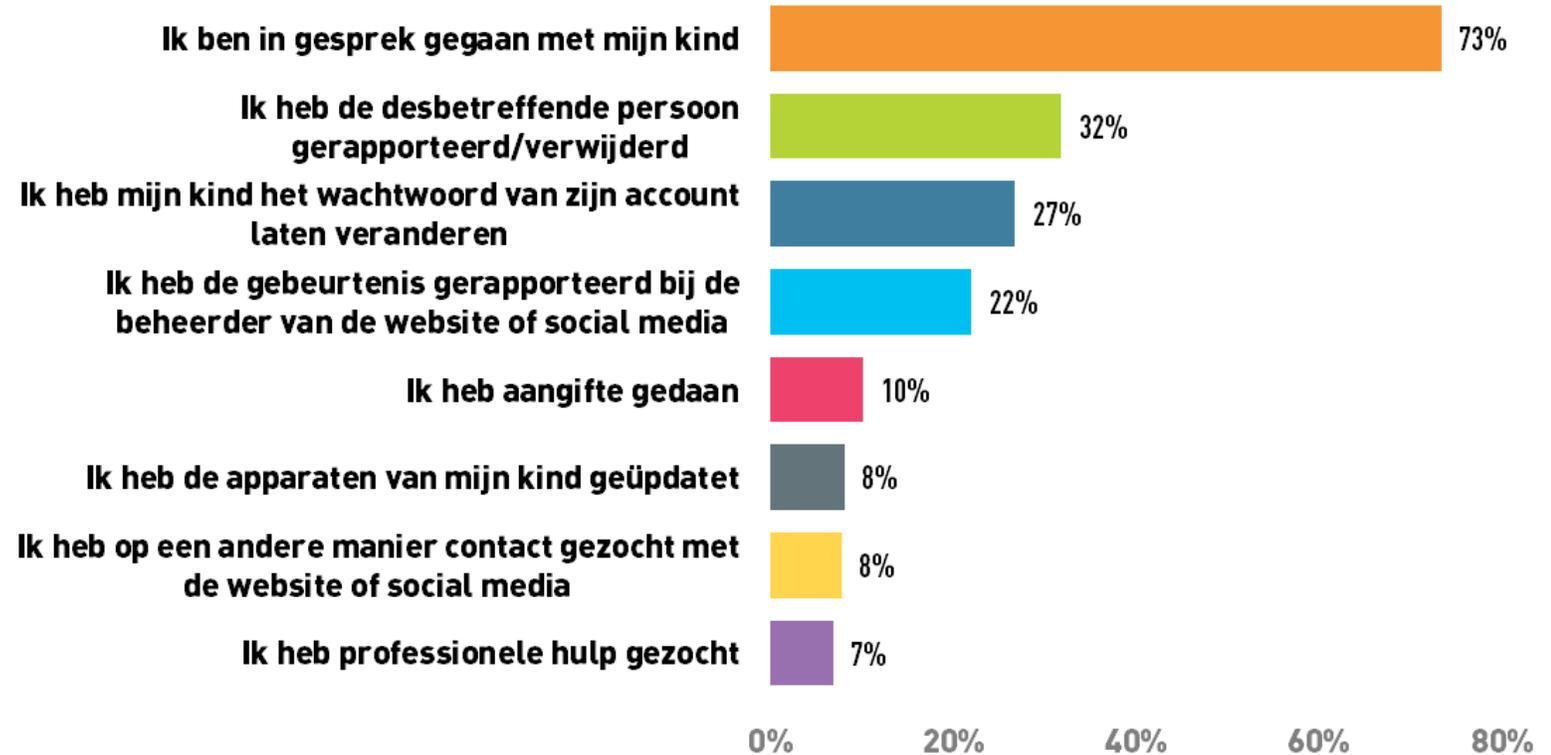
- › Aan ouders waarvan het kind iets vervelends heeft meegemaakt op internet is gevraagd hoe zij destijds met deze gebeurtenis om zijn gegaan;
- › Een grote meerderheid van de ouders (73%) geeft aan na de gebeurtenis met hun kind in gesprek te zijn gegaan;
- › Drie op de tien ouders (32%) geven aan de desbetreffende persoon gerapporteerd/verwijderd te hebben en een kwart van de ouders (27%) heeft zijn of haar kind het wachtwoord van zijn of haar account laten veranderen;
- › Slechts 7% van de ouders geeft aan professionele hulp te hebben gezocht.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

Meer vrouwen (78%) dan mannen (68%) zijn in gesprek gegaan met hun kind.

Figuur 2.2 Hoe ben je hier destijds mee omgegaan?

Basis: ouders waarvan het kind iets vervelends heeft meegemaakt op internet (n=332)



3. Informatie zoeken



Online bronnen van informatie

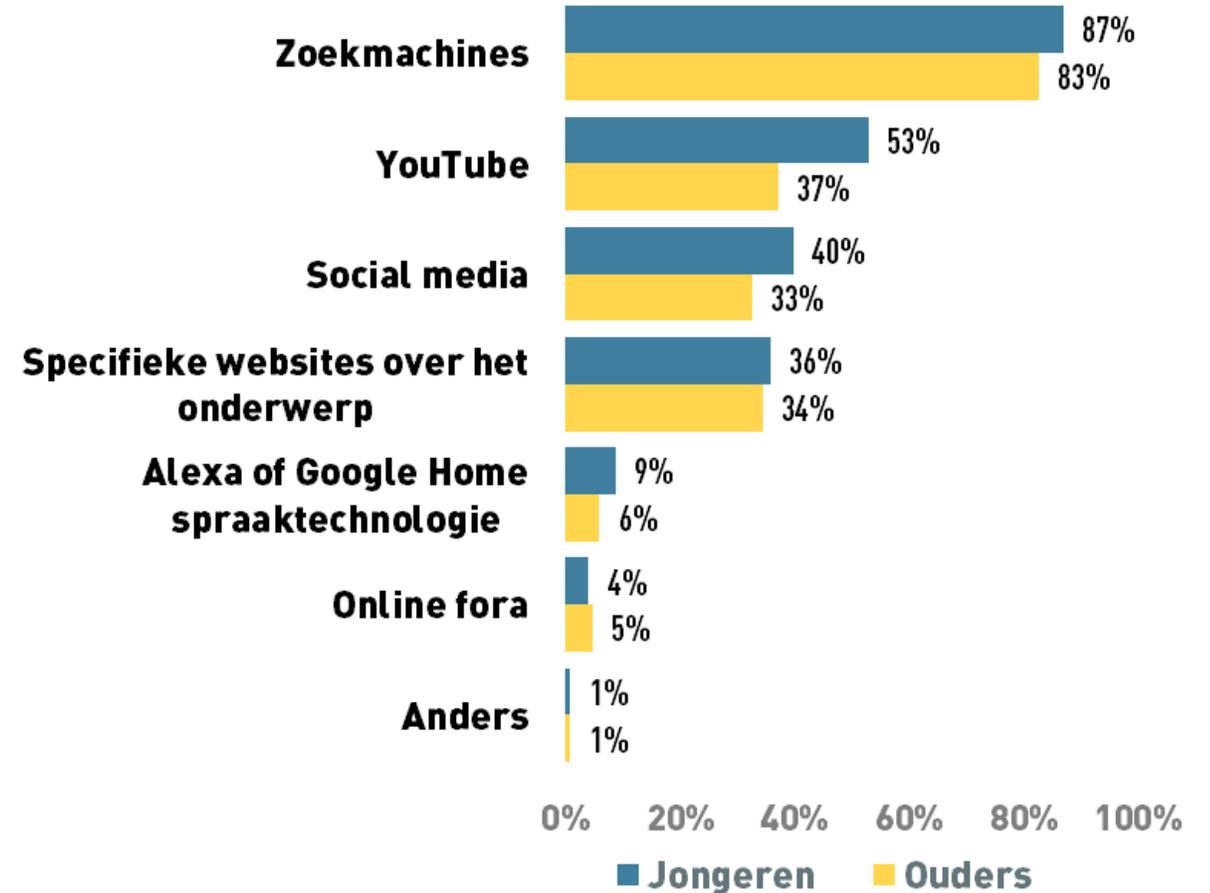
- › Zoekmachines zijn onder jongeren de populairste bron voor het online zoeken van informatie (87%). Dit is goed bekend bij ouders, aangezien 83% van de ouders aangeeft dat hun kind zoekmachines zou gebruiken bij het zoeken van informatie;
- › YouTube is populairder onder jongeren dan hun ouders denken: 53% van de jongeren geeft aan via deze bron informatie te zoeken, 37% van de ouders geeft aan dat hun kind deze bron gebruikt;
- › Iets minder dan één op de tien jongeren (9%) maakt gebruik van spraaktechnologie om informatie op te zoeken.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Meer meisjes (45%) dan jongens (34%) gebruiken social media voor het online opzoeken van informatie;
- › Meer jongens (56%) dan meisjes (50%) gebruiken YouTube voor het online opzoeken van informatie;
- › Meer jongeren van 15 t/m 18 jaar dan van 12 t/m 14 jaar gebruiken social media (45% versus 33%) of specifieke websites (39% versus 32%) voor het online opzoeken van informatie.

Figuur 3.1 Stel dat je/je kind online informatie op wil zoeken. Welke bronnen gebruik je/gebruikt hij of zij dan?

Basis: alle jongeren en ouders



3. Informatie zoeken



Informatie bij online probleem

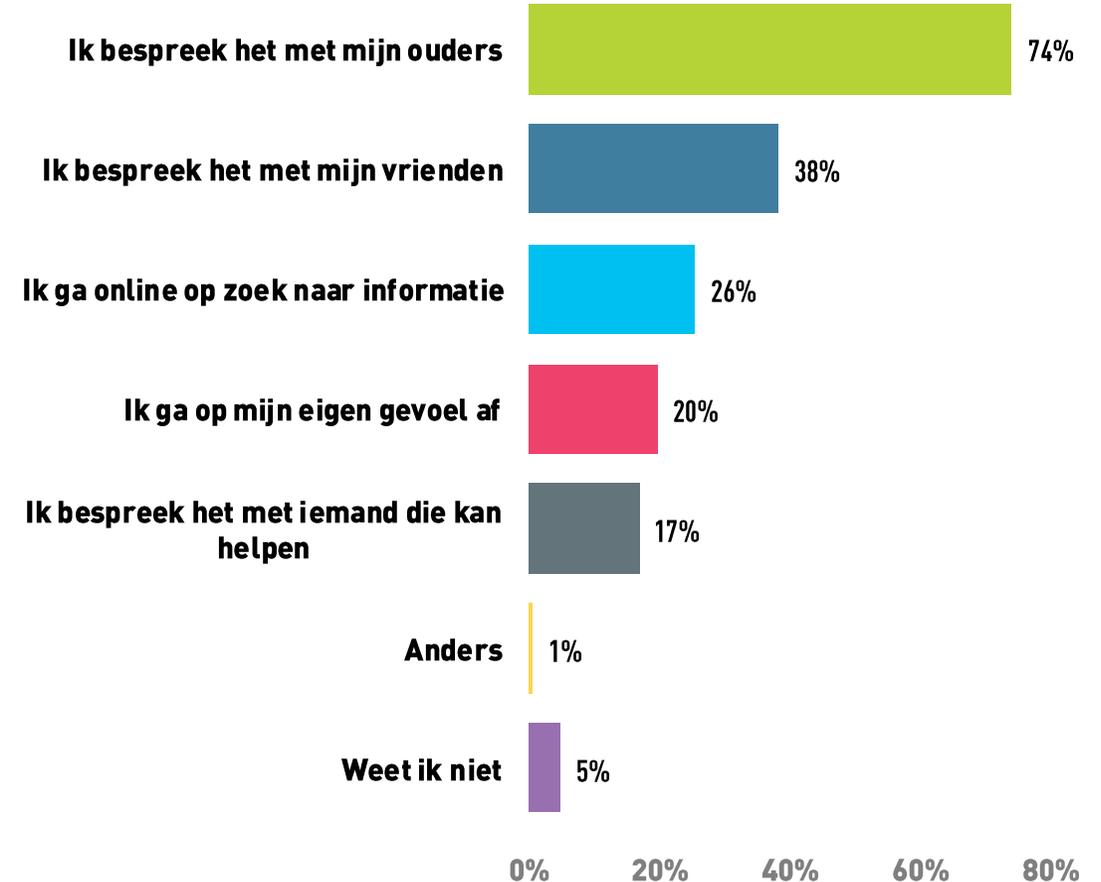
- › Jongeren is gevraagd hoe zij, wanneer ze een online probleem hebben, aan informatie komen om dit op te lossen;
- › Verreweg de meeste jongeren (74%) bespreken hun online probleem met hun ouders. Het bespreken met vrienden volgt met 38% op grote afstand;
- › Een kwart van de jongeren (26%) zoekt online naar informatie voor hun online probleem.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Meer jongeren van 15 t/m 18 jaar dan van 12 t/m 14 jaar gaan op hun eigen gevoel af (25% versus 14%), bespreken het met vrienden (44% versus 32%) of gaan online op zoek naar informatie (29% versus 22%);
- › Meer jongeren van 12 t/m 14 jaar (20%) dan van 15 t/m 18 jaar (14%) bespreken het met iemand die kan helpen, zoals een leerkracht of maatschappelijk werker.

Figuur 3.2 Als je een online probleem hebt, hoe kom je dan aan informatie om dit op te lossen?

Basis: alle jongeren



3. Informatie zoeken

Gewenste effect

- › Wanneer jongeren informatie zoeken voor hun online probleem, doen zij dit (zoals op de vorige pagina te zien was) voornamelijk door het met hun ouders te bespreken. Dit blijkt in vrijwel alle gevallen ook effectief te zijn: 95% van de jongeren die hun problemen met hun ouders bespreken geeft aan dat dit het gewenste effect heeft gehad;
- › Voor alle acties geldt dat de meerderheid van de jongeren vindt dat ze het gewenste effect hebben gehad;
- › Online op zoek gaan naar informatie blijkt het minst effectief te zijn: één op de zes (16%) jongeren geeft aan dat dit niet het gewenste effect had;
- › Jongeren die aangeven een andere actie ondernomen te hebben, vonden deze over het algemeen ook effectief. Voorbeelden zijn het bespreken met de broer/zus, afmelden bij de instantie waar ze een probleem mee hebben of het checken van instellingen van de computer of mobile device.

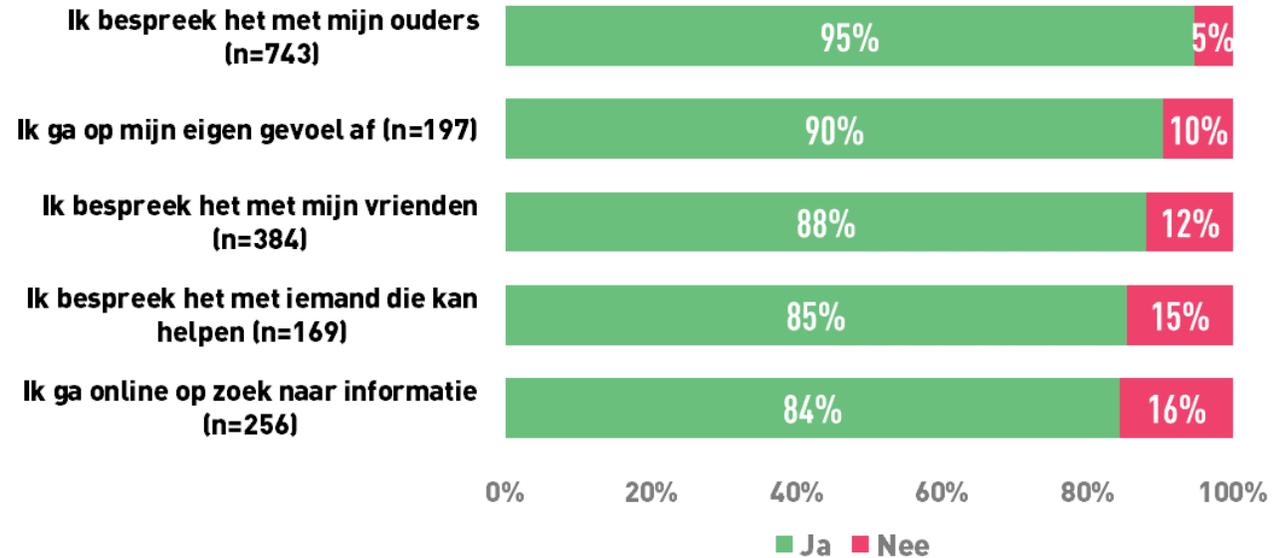
Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

Meer jongeren van 15 t/m 18 jaar (91%) dan van 12 t/m 14 jaar (84%) geven aan dat het bespreken van hun online problemen met vrienden het gewenste effect heeft gehad.



Figuur 3.3 Hebben deze acties het gewenste effect gehad?

Basis: jongeren die de actie hebben uitgevoerd



3. Informatie zoeken



Gewenste effect - toelichtingen

- › Vervolgens is aan jongeren gevraagd of zij hun antwoord toe kunnen lichten;
- › Het merendeel van de jongeren geeft aan altijd problemen met ouders te bespreken, omdat zij altijd bereid zijn te helpen;
- › Jongeren die aangeven dat een actie niet effectief was, noemen hierbij onder andere dat de persoon met wie zij hun online probleem bespraken geen of te weinig kennis had van internet of computers.

Kun je je antwoord toelichten?

- › “Ik voel me nog steeds onzeker.” (*Besprak het met ouders en vrienden, beide niet effectief*);
- › “Mijn ouders helpen altijd als ik problemen heb, mijn vrienden luisteren alleen maar en zeggen wat ik zou kunnen doen.” (*Besprak het met ouders en vrienden, ouders wel effectief, vrienden niet*);
- › “Mijn ouders weten ook niet veel van computers. Sommige vrienden wel.” (*Besprak het met ouders en vrienden, ouders waren niet effectief, vrienden wel*);
- › “Mijn vader is behoorlijk thuis met internet. De leerkrachten wat minder.” (*Besprak het met ouders en de leerkracht, ouders effectief, leerkracht niet*);
- › “Papa, mama en de meester weten altijd een oplossing voor alles.” (*Besprak het met ouders en de leerkracht, beide effectief*);
- › “Voor mij is het goed dit met mensen die dicht bij me staan te bespreken. Zij geven mij ook advies.” (*Besprak het met ouders en vrienden, beide effectief*);
- › “Ze helpen mij altijd met alles.” (*Besprak het met ouders, effectief*).



3. Informatie zoeken



Informatie bij online probleem

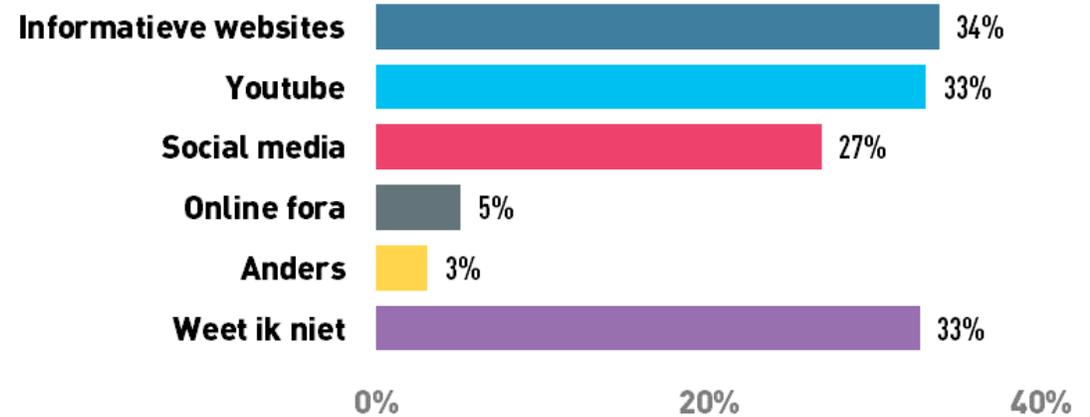
- › Aan jongeren die online op zoek gaan naar informatie over hun online problemen is gevraagd waar zij terecht komen wanneer ze deze informatie zoeken;
- › Jongeren gebruiken hiervoor voornamelijk informatieve websites (34%) en YouTube (33%);
- › Eén derde van de jongeren (33%) geeft aan niet te weten waar zij terecht komen wanneer ze online informatie zoeken over online problemen;
- › Op de vraag welke bij welke informatieve websites de jongeren dan terecht komen, wordt vaak "Google" genoemd.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Meer meisjes (33%) dan jongens (21%) geven aan op social media terecht te komen;
- › Meer jongeren van 12 t/m 14 jaar (44%) dan van 15 t/m 18 jaar (25%) geven aan op YouTube terecht te komen wanneer ze online informatie zoeken.

Figuur 3.4 Waar kom je terecht wanneer je online informatie zoekt over online problemen?

Basis: jongeren die online op zoek gaan naar informatie (n=256)



Welke informatieve websites?

- "Google.;"
- "Wikipedia."

Welke social media?

- "Facebook.;"
- "Insta(gram).;"
- "WhatsApp."

Welke online fora?

- "Dat hangt van het soort probleem af.;"
- "Welke als eerste in Google verschijnen en waarvan ik denk dat ze kunnen helpen."

3. Informatie zoeken



Niet online zoeken

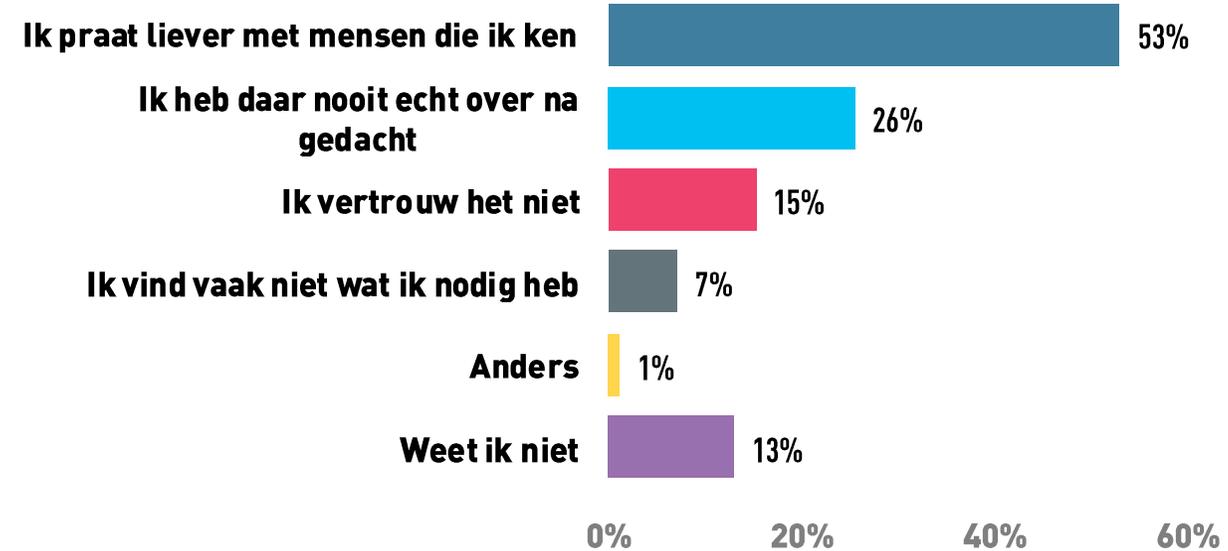
- › Jongeren die bij een online probleem niet online op zoek gaan naar informatie, doen dit veelal niet omdat zij liever praten met mensen die ze kennen (53%);
- › Eén op de zeven jongeren (15%) zoekt niet online naar informatie omdat hij of zij dit niet vertrouwt.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

Meer jongeren van 15 t/m 18 jaar (56%) dan van 12 t/m 14 jaar (50%) geven aan liever met mensen die ze kennen te praten.

Figuur 3.5 Wat is de reden dat je niet online op zoek gaat naar informatie wanneer je een online probleem hebt?

Basis: jongeren die niet online op zoek gaan naar informatie (n=746)



Je geeft aan vaak niet te vinden wat je nodig hebt wanneer je online op zoek gaat naar informatie. Naar welke informatie ben je op zoek in dat geval?

- › “Hoe ik een probleem moet oplossen, een duidelijk stappenplan”.
- › “Informatie die te maken heeft met mijn concrete situatie.”

3. Informatie zoeken



Algemene vragen over opvoeding

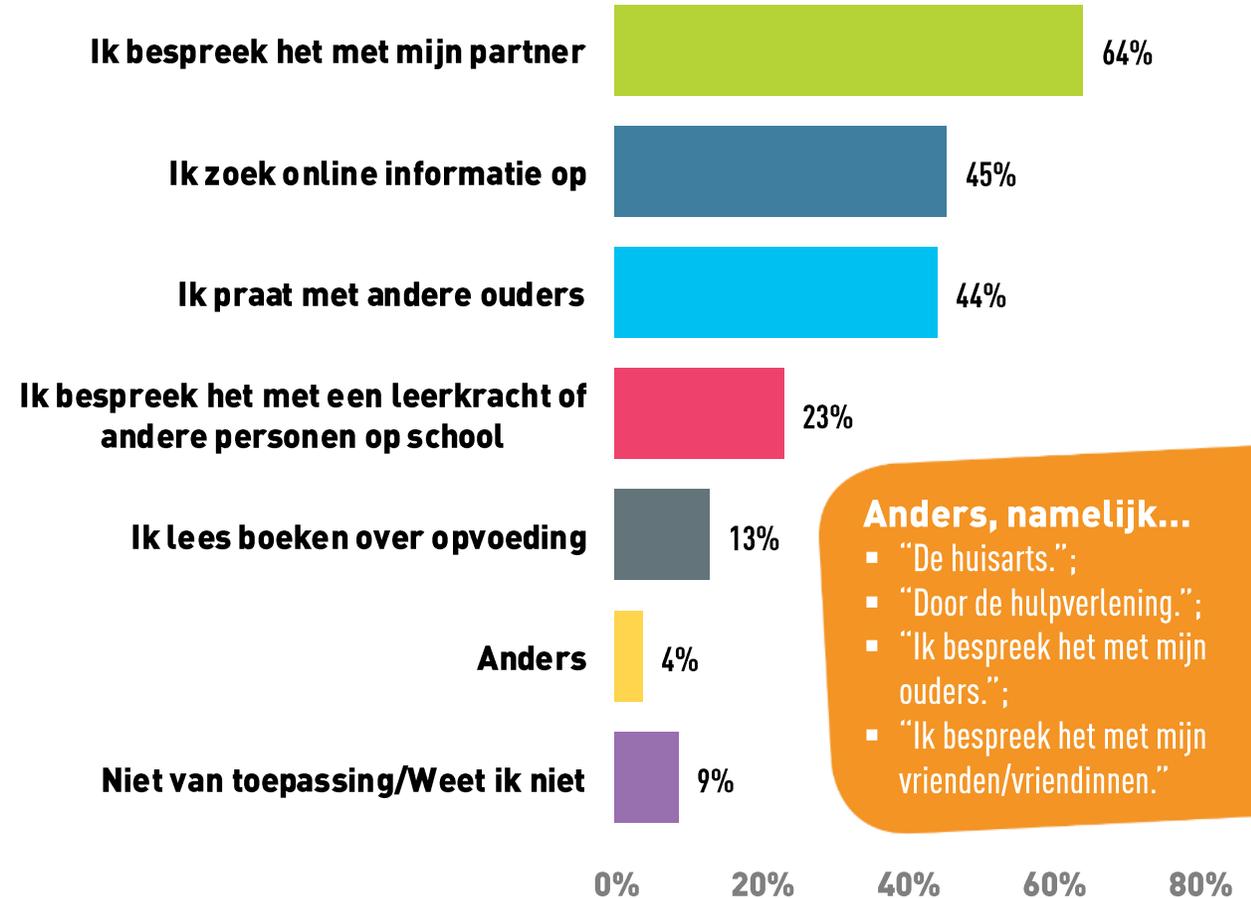
- › Wanneer ouders algemene vragen hebben over de opvoeding van hun kind(eren), komen zij voornamelijk aan informatie door het met hun partner te bespreken (64%). Daarnaast zoeken ouders online informatie op (45%) of praten zij met andere ouders (44%);
- › Ouders die op een andere manier aan informatie komen, noemen hierbij onder andere hulpverleners vanuit de GGZ of huisartsen, het bespreken met de eigen ouders of het bespreken met vrienden en/of vriendinnen.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Meer vrouwen dan mannen praten met andere ouders (48% versus 38%), zoeken online informatie op (48% versus 41%) of lezen boeken over opvoeding (16% versus 9%);
- › Meer mannen (67%) dan vrouwen (62%) bespreken het met hun partner.

Figuur 3.8 Als je algemene vragen hebt over de opvoeding van je kind(eren), hoe kom je dan aan informatie?

Basis: alle ouders



3. Informatie zoeken



Informatie bij online probleem

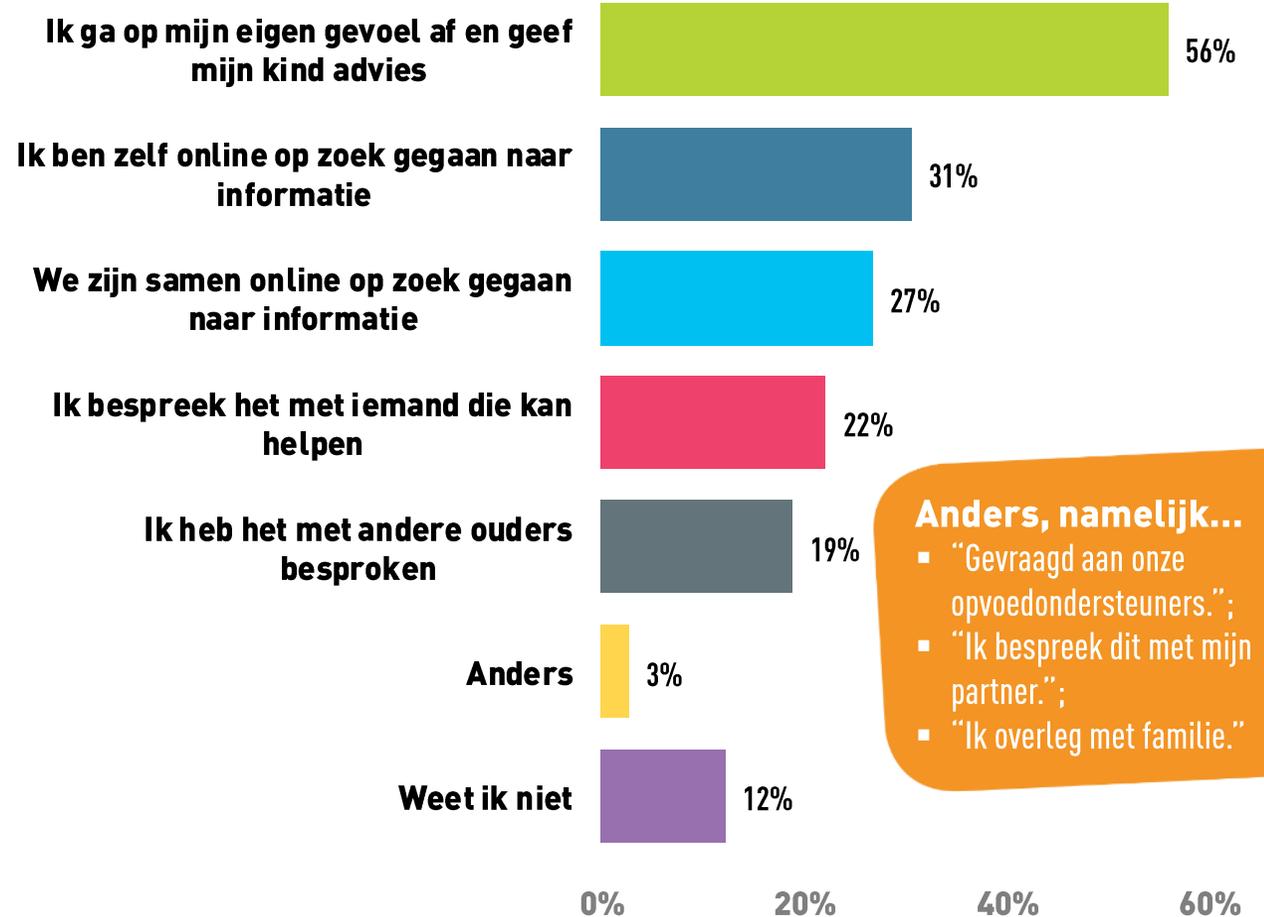
- › Wanneer hun kind een online probleem heeft, geeft meer dan de helft van de ouders (56%) advies gebaseerd op het eigen gevoel;
- › Drie op de tien ouders (31%) gaan online op zoek naar informatie wanneer hun kind een online probleem heeft, en een kwart van de ouders (27%) zou samen met het kind online op zoek gaan naar informatie.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

Meer vrouwen (60%) dan mannen (51%) geven aan op hun eigen gevoel af te gaan en hun kind advies te geven.

Figuur 3.9 Als je kind een online probleem heeft, hoe kom je dan aan informatie om hem/haar te helpen?

Basis: alle ouders



3. Informatie zoeken

Informatie bij online probleem

- › Wanneer ouders online informatie zoeken over online problemen, komen zij net als de jongeren (34%) veelal terecht op informatieve websites (47%);
- › Opvallend is dat één derde van de jongeren (33%) aangaf bij YouTube terecht te komen wanneer zij online informatie zoeken. Onder ouders ligt dit aandeel met 15% een stuk lager;
- › Op de vraag op welke informatieve websites men dan terecht komt, wordt net als bij de jongeren veelal met “Google” geantwoord. Ook ouders die aangeven op een andere plek dan genoemd terecht te komen, geven voornamelijk aan dat dit “Google” is.

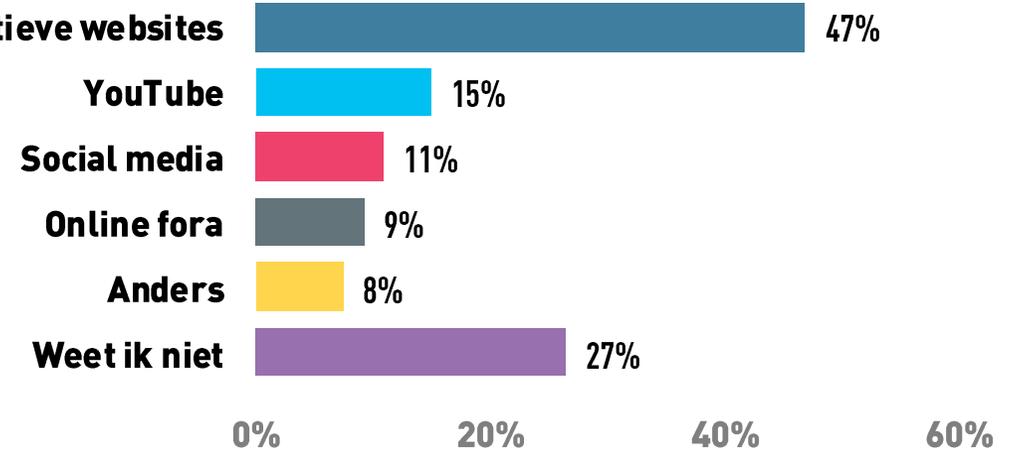
Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

Meer mannen dan vrouwen geven aan op social media (14% versus 8%) of op YouTube (22% versus 10%) terecht te komen.



Figuur 3.10 Waar kom je terecht wanneer je online informatie zoekt over online problemen?

Basis: ouders die online op zoek gaan naar informatie (n=463)



Welke informatieve websites?

- “Google.”;
- “Wat te doen bij...”;
- “Wikipedia.”

Welke social media?

- “Facebook.”;
- “Instagram.”

Welke online fora?

- “Meestal een pagina op Facebook.”;
- “Ouders.nu.”

3. Informatie zoeken

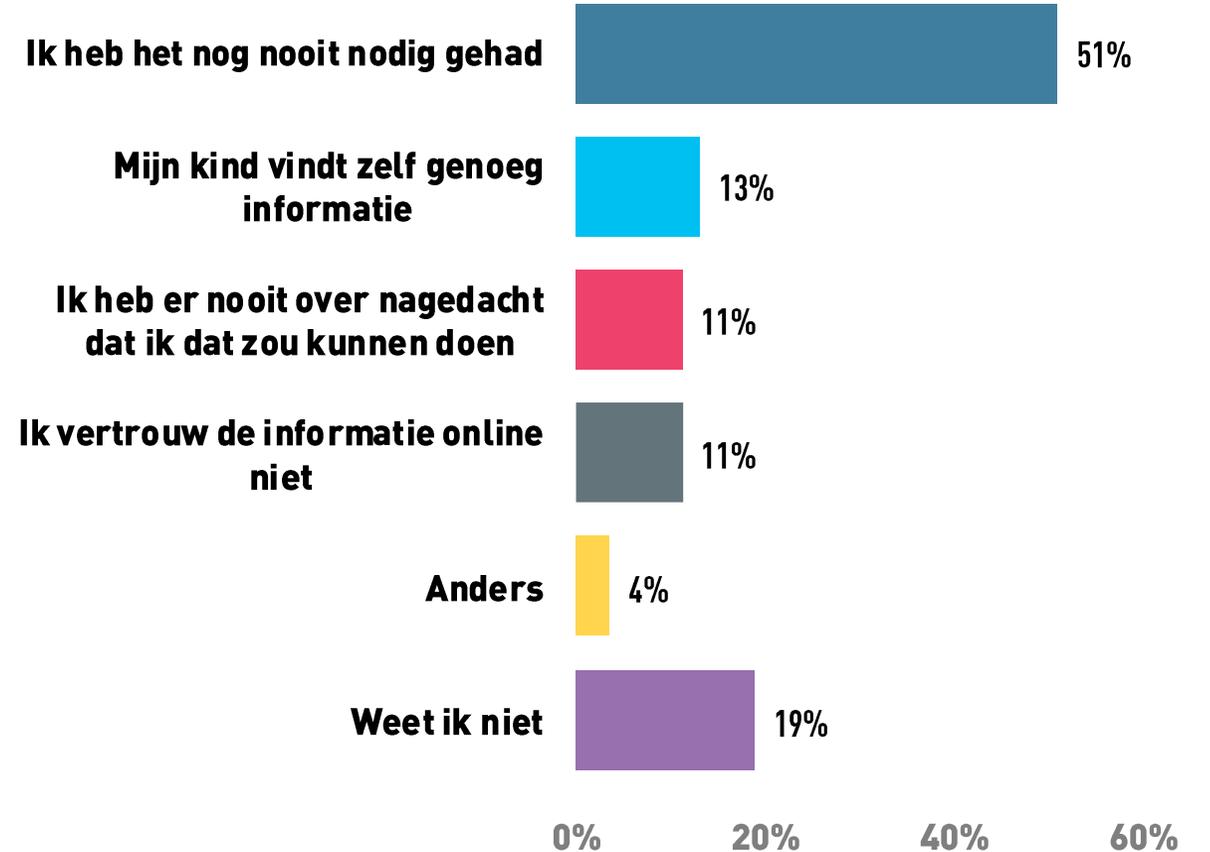
Niet online zoeken

- › Aan ouders die niet online op zoek gaan naar informatie wanneer hun kind een online probleem heeft, is gevraagd wat hier de reden voor is;
- › De helft van de ouders (51%) geeft aan nog nooit online informatie nodig gehad te hebben;
- › Ruim één op de tien ouders (11%) geeft aan de informatie online niet te vertrouwen. Dit aandeel is onder jongeren iets hoger (15%).



Figuur 3.11 Wat is de reden dat je niet online op zoek gaat naar informatie wanneer je kind een online probleem heeft?

Basis: ouders die niet online op zoek gaan naar informatie (n=539)



4. Verantwoordelijkheid



Verantwoordelijkheid in groepsapps

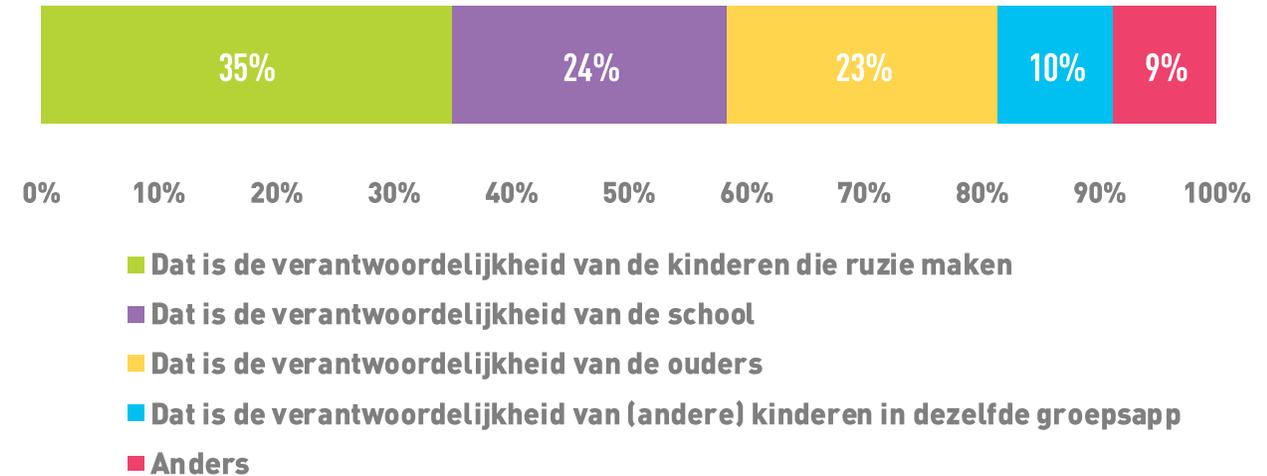
- › Ouders is gevraagd bij wie volgens hen de verantwoordelijkheid ligt wanneer een kind ruzie heeft in een groepsapp van school of de opleiding;
- › Ruim één op de drie ouders (35%) geeft aan dat zij dit de verantwoordelijkheid van de ruziemakende kinderen vindt;
- › Ouders die aangeven dat de verantwoordelijkheid ergens anders ligt, vinden het voornamelijk een verantwoordelijkheid van de school (24%) of van de ouders (23%).

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Meer vrouwen (38%) dan mannen (31%) vinden het de verantwoordelijkheid van de kinderen die ruzie maken;
- › Meer mannen (31%) dan vrouwen (18%) vinden het de verantwoordelijkheid van de school;
- › Des te jonger de ouder is, des te meer wordt geantwoord dat het de verantwoordelijkheid van de ouders is.

Figuur 3.12 Bij wie ligt volgens jou de verantwoordelijkheid wanneer een kind ruzie heeft in een groepsapp van school of de opleiding?

Basis: alle ouders



4. Verantwoordelijkheid

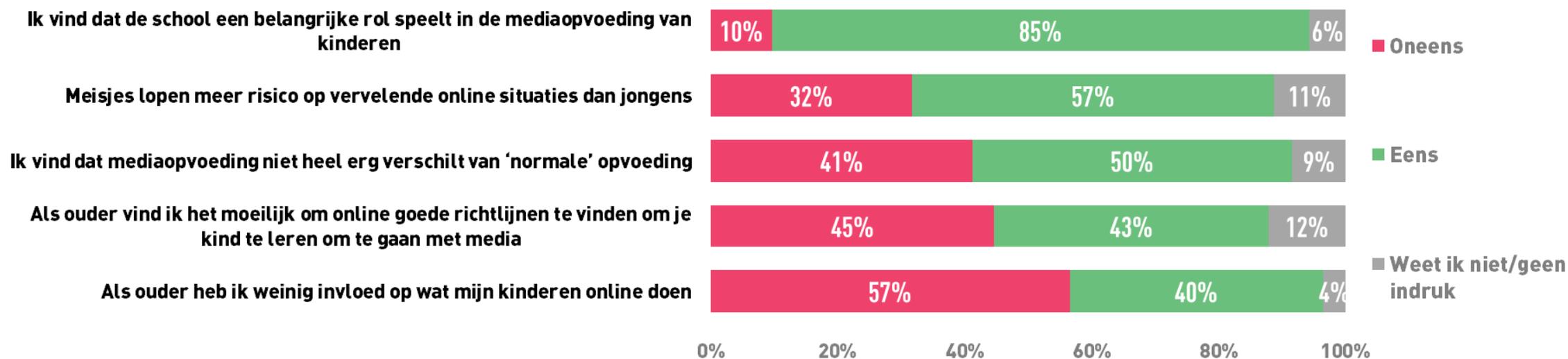


Verschillende stellingen

- › Alle ouders zijn gevraagd in hoeverre zij het met een aantal stellingen eens of oneens zijn;
- › Een overgrote meerderheid van de ouders (85%) is het eens met de stelling dat school een belangrijke rol speelt in de mediaopvoeding van kinderen. Ook met de stellingen 'meisjes lopen meer risico op vervelende online situaties dan jongeren' (57%) en 'ik vind dat mediaopvoeding niet heel erg verschilt van 'normale' opvoeding' (50%) is minimaal de helft van de ouders het eens;
- › De meerderheid van de ouders vindt bovendien dat ouders wel degelijk invloed hebben op wat hun kinderen online doen (57%), maar zij geven tegelijkertijd ook aan dat ze het moeilijk vinden om goede richtlijnen te vinden (43%).

Figuur 3.13 In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

Basis: alle ouders



5. Social media



Social media gebruik

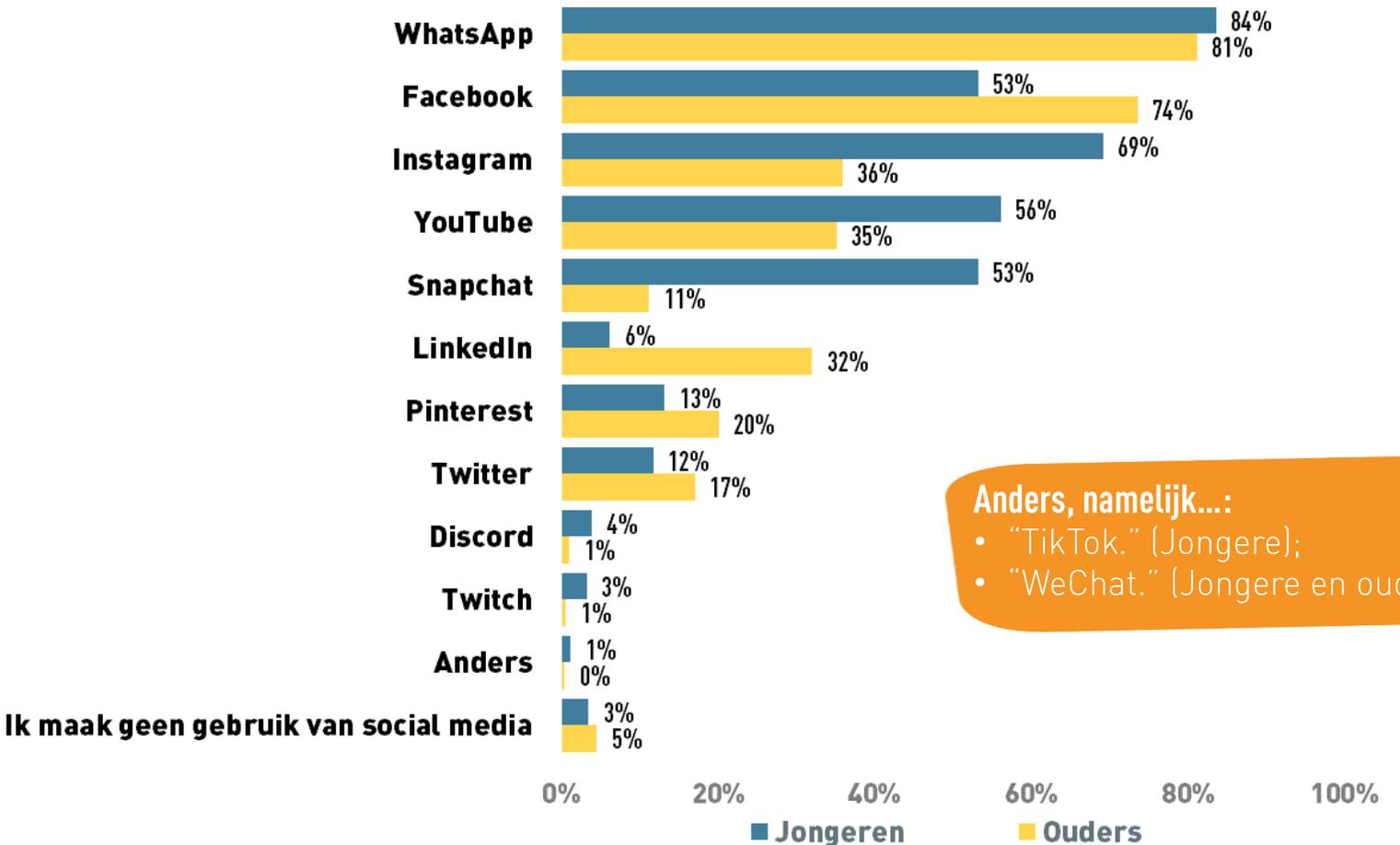
- › Aan alle jongeren en hun ouders is gevraagd op welke social media zij actief zijn;
- › WhatsApp is onder zowel jongeren (84%) als hun ouders (81%) het populairste medium;
- › Jongeren zijn naast WhatsApp het meest actief op Instagram (69%) en YouTube (56%);
- › Ouders maken na WhatsApp het meest gebruik van Facebook (74%) en, in mindere mate, van Instagram (36%) en YouTube (35%);
- › Het aandeel respondenten dat geen gebruik maakt van social media is vergelijkbaar voor jongeren (3%) en ouders (5%).

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Voor alle social media geldt dat meer jongeren van 15 t/m 18 jaar gebruik maken van het medium dan kinderen van 12 t/m 14 jaar;
- › Meer meisjes dan jongens gebruiken Instagram (74% versus 65%) of Snapchat (61% versus 46%).

Figuur 4.1 Op welke social media ben je actief?

Basis: alle jongeren en ouders



Anders, namelijk...:

- "TikTok." (Jongere);
- "WeChat." (Jongere en ouder).

Conclusie

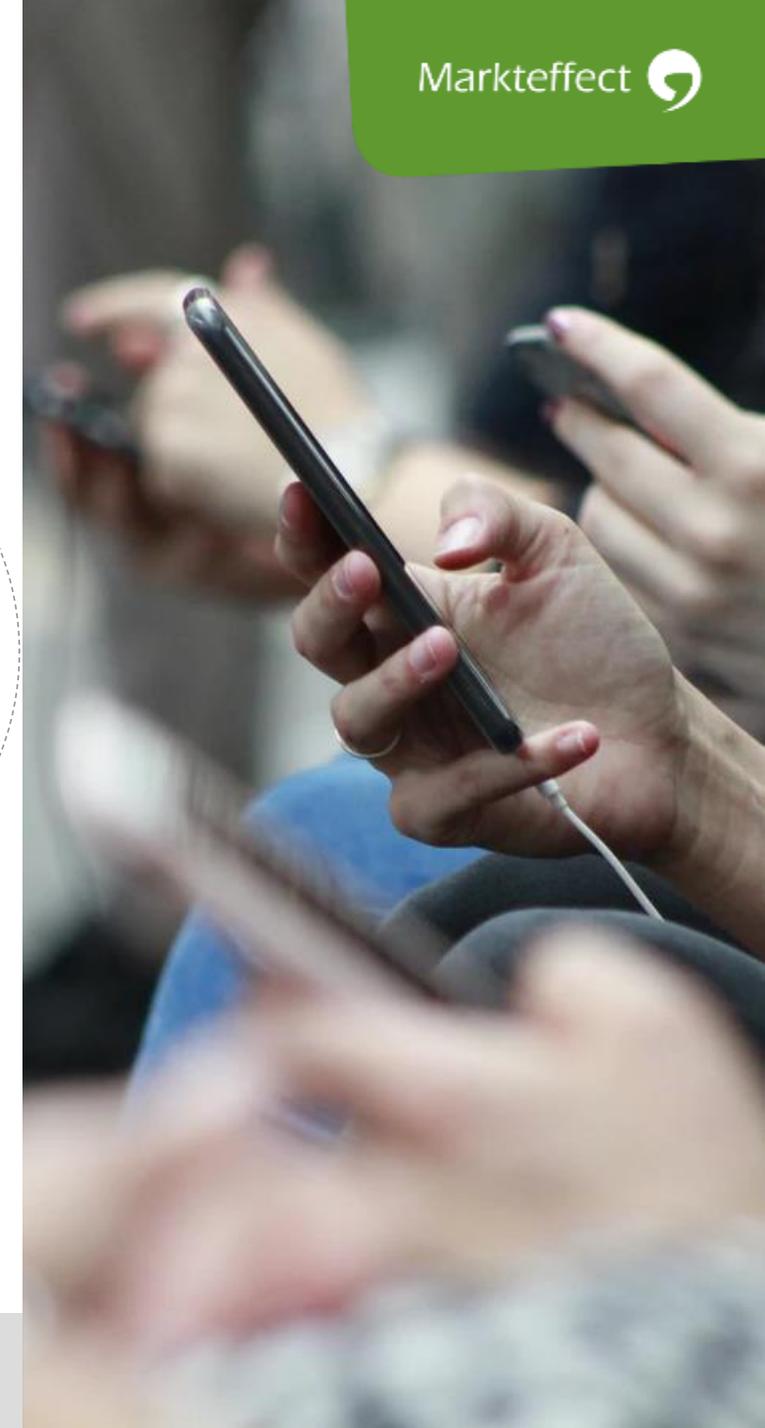
5. Conclusie

Eén derde van de jongeren heeft weleens een vervelende gebeurtenis meegemaakt online. De meest meegemaakte gebeurtenis is het ontvangen van berichten met schokkende inhoud.

Ouders vinden dat school een belangrijke rol speelt in de mediaopvoeding van kinderen

Driekwart van de jongeren gaat in gesprek met ouders wanneer zij een online probleem hebben. Een kwart gaat online op zoek naar informatie, maar dit is lang niet altijd effectief. Websites over veilig internetgebruik zijn niet erg bekend en worden weinig bezocht.

Ouders zijn goed op de hoogte van wat hun kinderen online meegemaakt hebben en gaan met hun kind in gesprek wanneer hij of zij een online probleem heeft.



Colofon

Markteffect B.V.
Schimmelt 46
5611 ZX Eindhoven

040 239 22 90
<https://markteffect.nl/>

Onderzoeksspecialist
Krijn Vugts
k.vugts@markteffect.nl

Research Consultant
Joris van de Schoor
j.vandeschoor@markteffect.nl

Disclaimer ©

Dit rapport is gemaakt door Markteffect B.V., exclusief ten behoeve van gebruik door de opdrachtgever(s). Dit rapport is incompleet zonder te refereren aan, en zal alleen in samenloop worden gezien met, de mondelinge toelichting verzorgd door Markteffect B.V. Dit rapport is eigendom van de opdrachtgever(s) en mag niet worden onthuld aan derden of gebruikt voor elk ander doel zonder vooraf schriftelijke toestemming van Markteffect B.V. of de opdrachtgever(s).

De informatie in dit rapport geeft de visie weer van Markteffect B.V. op basis van door middel van onderzoek gevonden feiten. Tijdens dit onderzoek heeft Markteffect B.V. vertrouwd op de accuratesse en volledigheid van beschikbare informatie van publieke en private bronnen gebruikt voor dit marktonderzoek. Markteffect B.V. en haar werknemers wijzen elke verantwoordelijkheid af betreffende het gebruik van deze rapportage.

