

# KANTAR

## Flitspeiling vertrouwen online platforms

Datum: 18 maart 2020



# Achtergrond en doel van het onderzoek

Op 15 maart is het Wereldconsumentendag, de dag waarop de rechten van de consument centraal staan\*. Vooruitlopend hierop wil het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK) inzicht krijgen in het gebruik van online platforms. In hoeverre heeft men vertrouwen in online platforms en welke factoren liggen hieraan ten grondslag?

Het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK) is bezig met een traject om het consumentenvertrouwen in online platforms te vergroten. De resultaten van de flitspeiling worden gebruikt in de communicatie over dit traject.

Kantar heeft in opdracht van het ministerie van EZK een flitspeiling uitgevoerd rondom dit thema. In dit rapport geven we de resultaten van het onderzoek weer.

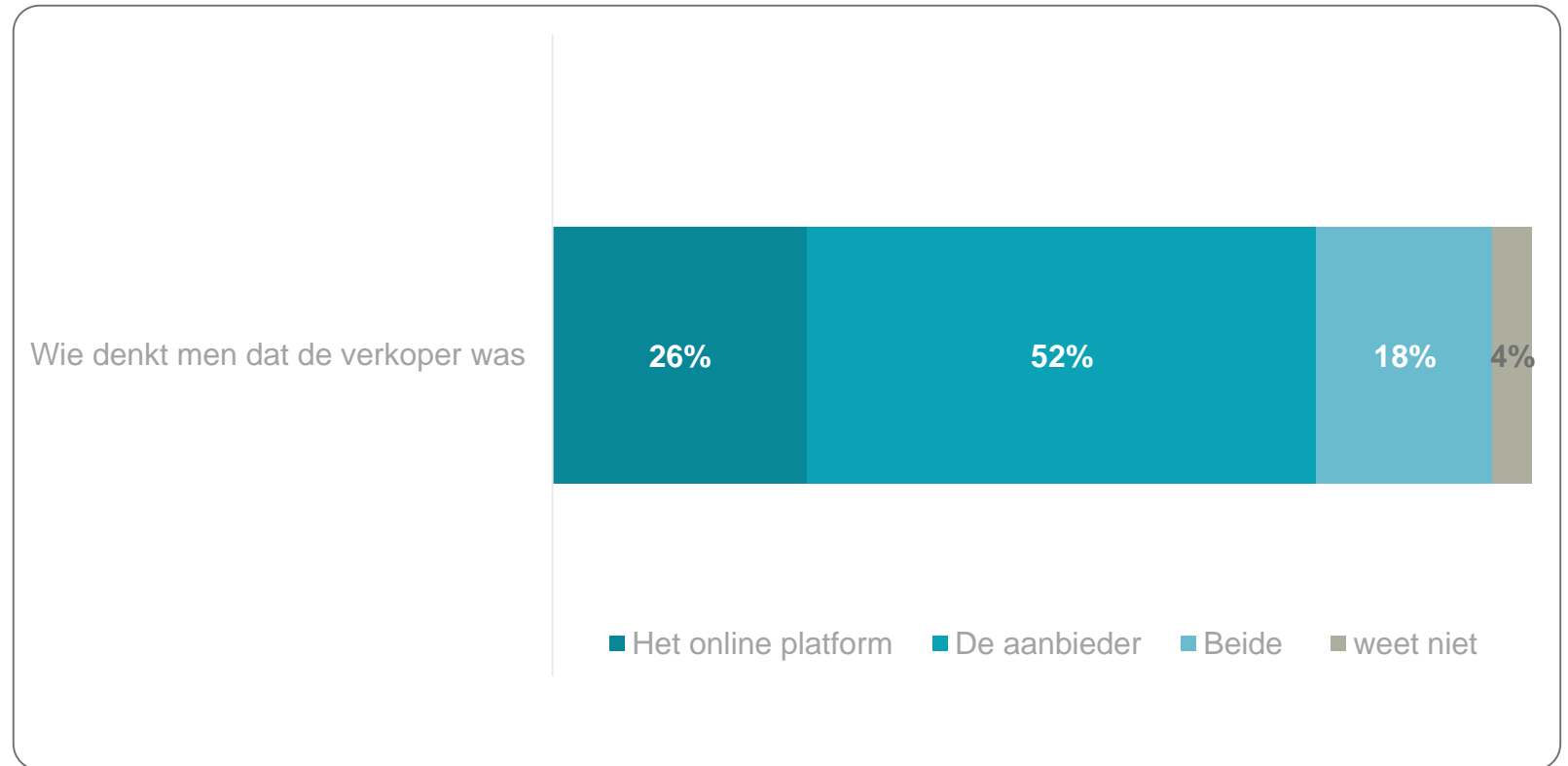
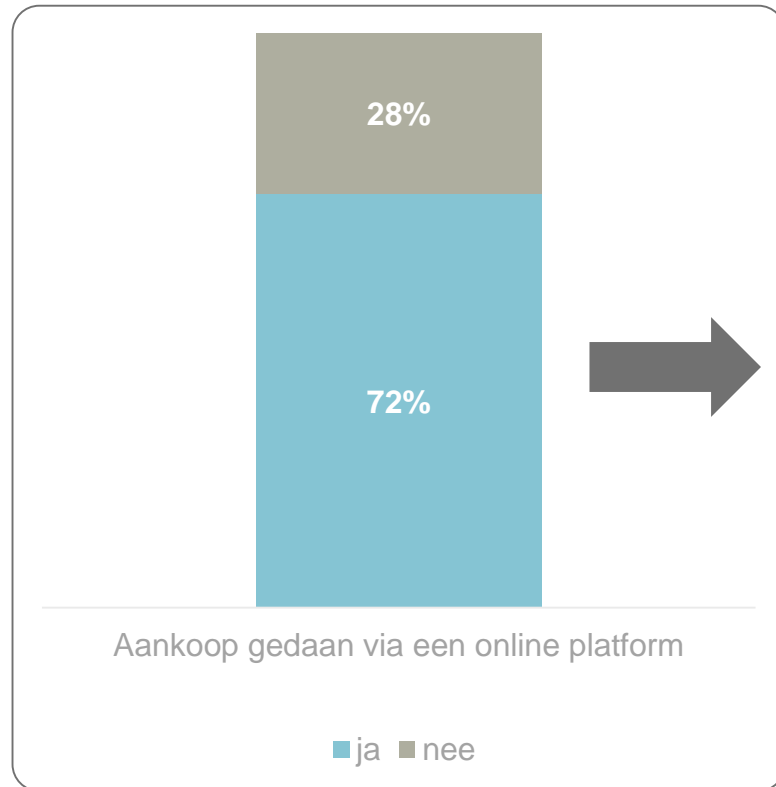
\* Ging niet door in verband met het corona virus.

# Samenvatting

- Bijna drie kwart van de consumenten kocht afgelopen jaar een product of dienst bij een online platform. De helft van de Nederlanders zegt dat het voor hen duidelijk is wat het verschil is tussen een webwinkel en een online platform.
- Bijna een op de acht kopers ervaart problemen of onduidelijkheden bij de aankoop van een product via een online platform. De helft spreekt daar het platform op aan en ook bijna de helft de aanbieder. Nederlanders denken verschillend over wie de verkoper is (het platform of de aanbieder) wanneer je iets aanschaft via een online platform. Ook weet niet iedereen bij wie je moet aankloppen bij een probleem.
- De helft van de Nederlanders heeft vertrouwen in Nederlandse platforms. Het vertrouwen in buitenlandse platforms is steeds lager naarmate het verder weg is; 31% heeft vertrouwen in online platforms uit Europa, 19% uit andere westerse landen en 9% in platforms uit Azië. Consumenten die online platforms niet vertrouwen geven aan liever bij rechtstreeks bij een aanbieder te kopen.
- De veiligheid van de betaalomgeving is de belangrijkste factor die van invloed is op vertrouwen in een online platform (73%), op afstand gevolgd door ervaringen van bekenden (44%), hoe klachten worden afgehandeld (42%) en het hebben van een keurmerk (40%). Waar het platform vandaan komt, is naar hun zeggen voor minder Nederlanders belangrijk (28%), evenals de hoeveelheid gebruikers of hun reviews.
- Naast de veiligheid van de betaalomgeving (54%) maken Nederlanders zich relatief vaak (61%) zorgen over gebruik van hun persoonsgegevens door online platforms.
- Slechts één op de vijf Nederlanders denkt zijn of haar rechten als consument te kennen bij aanschaf via een online platform.

# Bijna drie kwart van de consumenten kocht afgelopen jaar een product of dienst bij een online platform

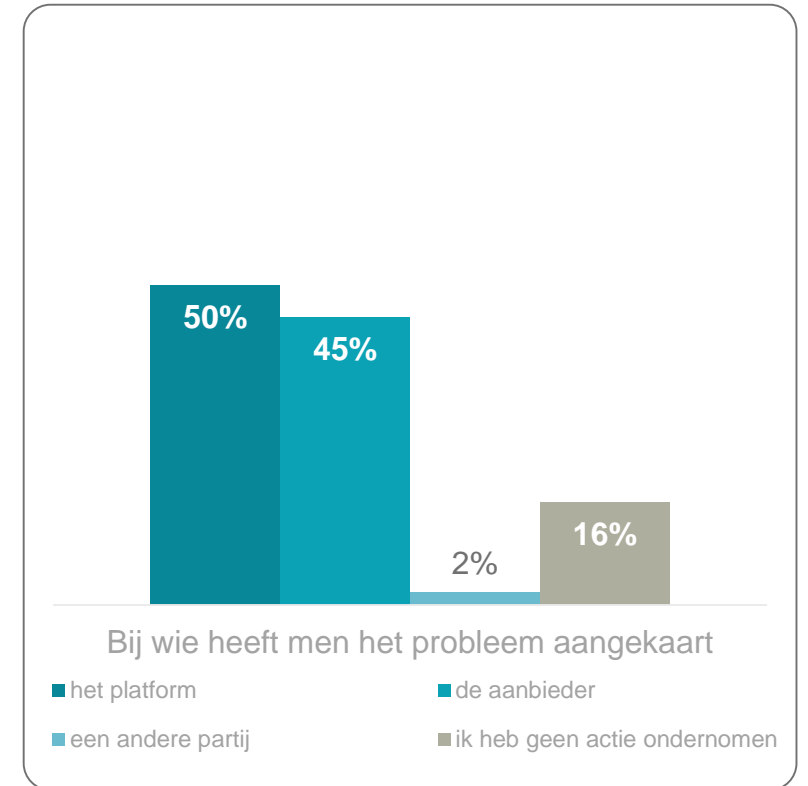
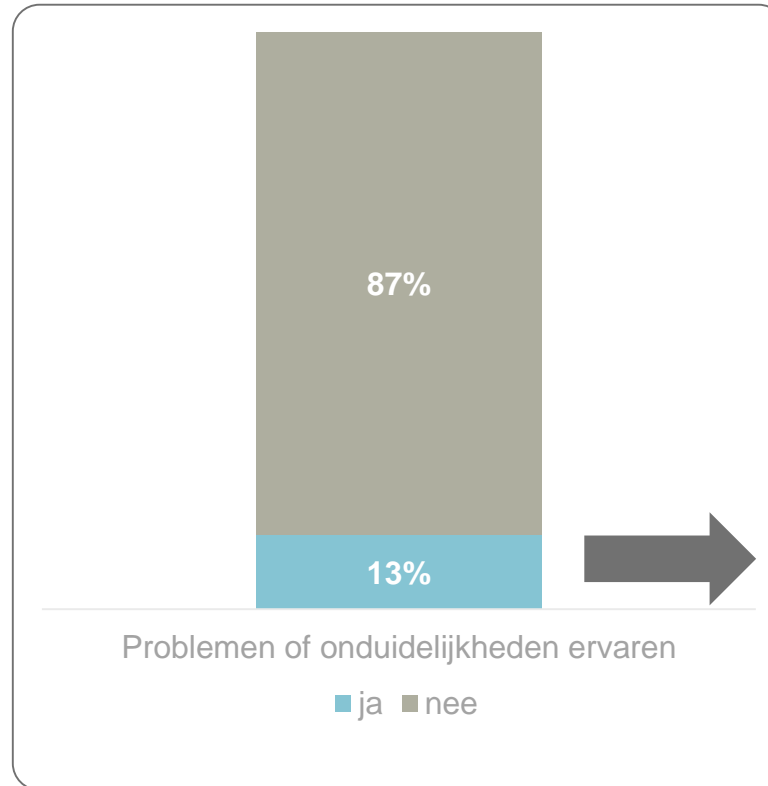
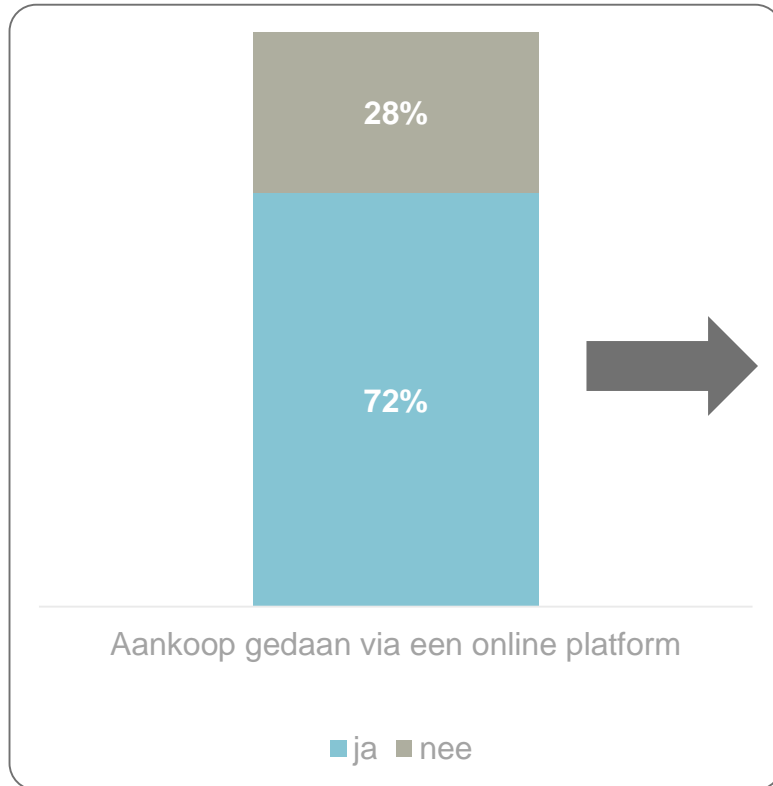
- De helft van de kopers denkt dat de aanbieder de verkoper is, een kwart denkt het online platform.



Heeft u het afgelopen jaar een product of dienst via een online platform aangeschaft? (n=1.132)  
Denk alstublieft aan de laatste keer dat u iets via een platform heeft aangeschaft. Wie was volgens u de verkoper? (n= 811)

# Bijna één op de acht kopers ervaart problemen of onduidelijkheden bij de aankoop van een product via een online platform

- De helft kaart dit aan bij het platform, een bijna net zo groot aandeel bij de aanbieder.

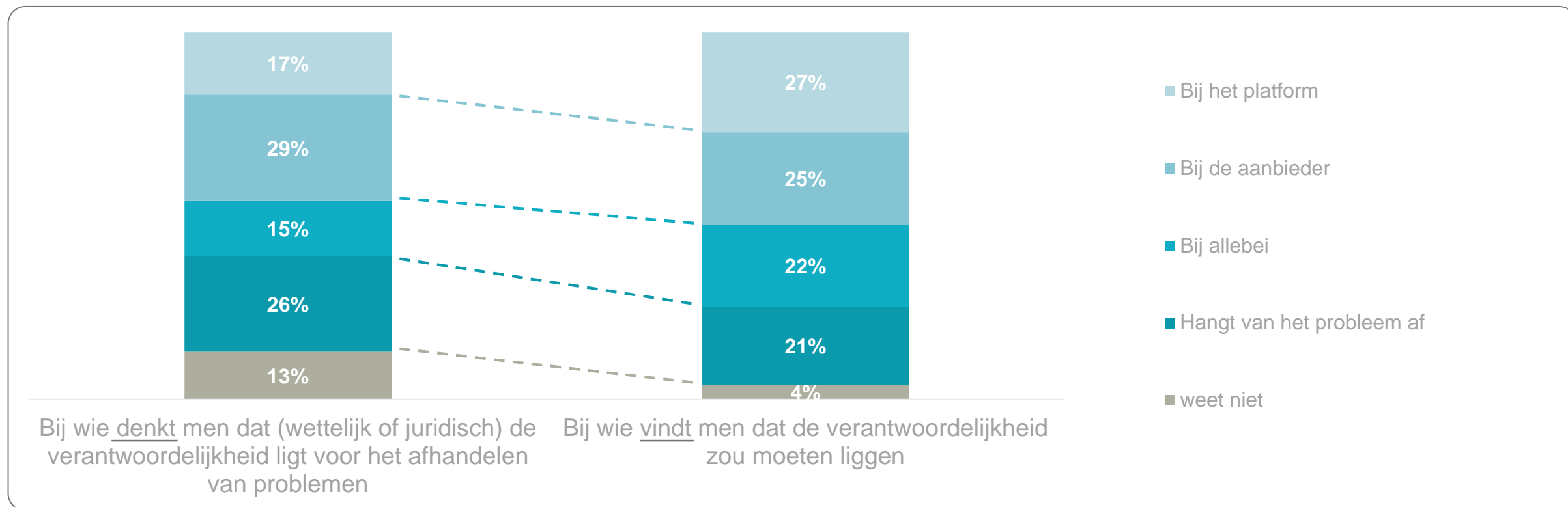


Heeft u het afgelopen jaar een product of dienst via een online platform aangeschaft? (n=1.132)

Heeft u in het afgelopen jaar problemen of onduidelijkheden ervaren bij het afnemen van een product of dienst via een online platform? (n= 811)

Denk alstublieft aan de (laatste) keer dat u een probleem of onduidelijkheid ervaarde. Bij wie heeft u dit probleem aangekaart? (n=104)

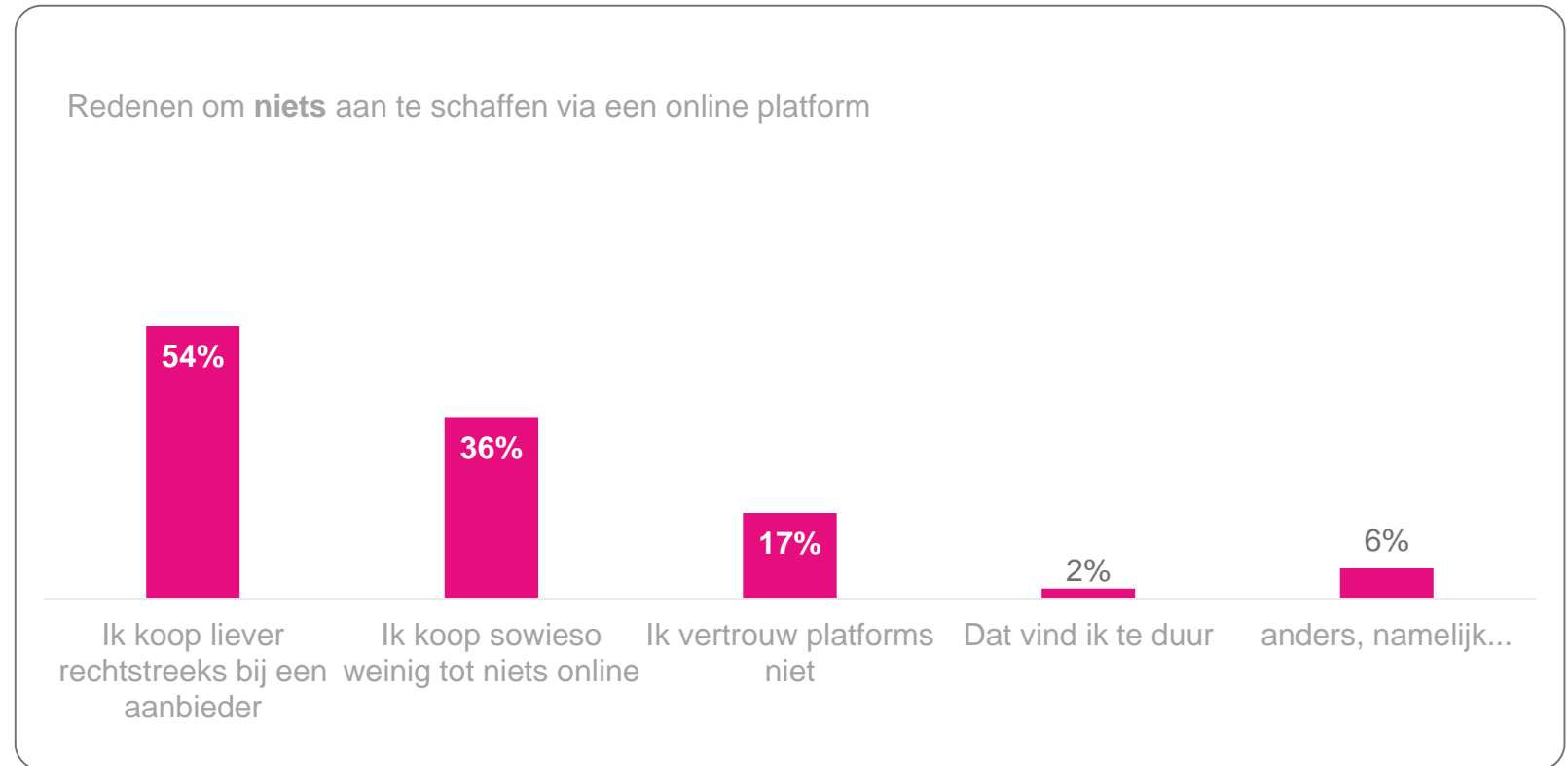
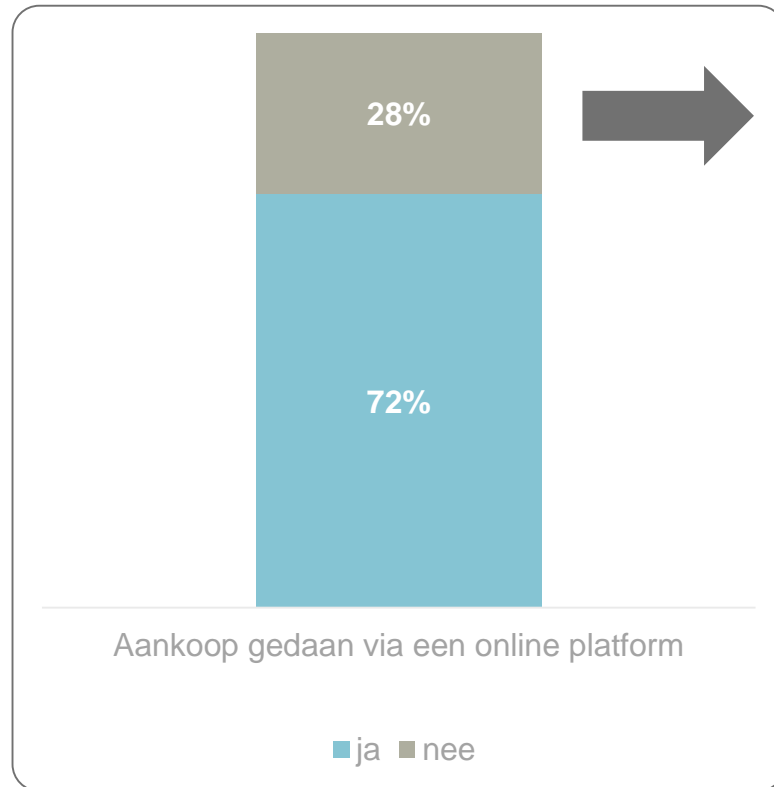
# Een op de vier Nederlanders *vindt* dat het platform verantwoordelijk zou moeten zijn voor probleemaanpak, terwijl slechts één op de zes denkt dat dit wettelijk ook zo is



Heeft u het afgelopen jaar een product of dienst via een online platform aangeschaft? (n=1.132)  
Denk alstublieft aan de laatste keer dat u iets via een platform heeft aangeschaft. Wie was volgens u de verkoper? (n= 811)

# Ruim de helft van de niet-kopers, koopt liever rechtstreeks bij de aanbieder

- Een op de zes niet-kopers heeft geen vertrouwen in online platforms.

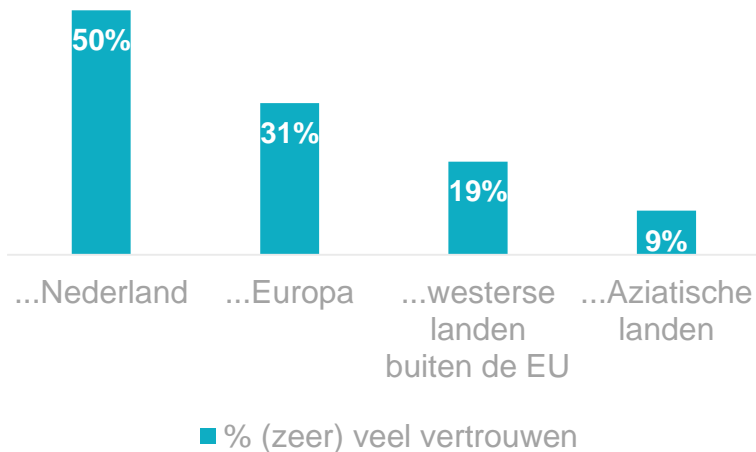


Heeft u het afgelopen jaar een product of dienst via een online platform aangeschaft? (n=1.132)  
Waarom kiest u niet voor een online platform bij de aanschaf van (bepaalde) producten of diensten? (n= 321)

# Men heeft vaker vertrouwen in online platforms dichterbij huis

- Meer dan de helft van de Nederlanders maakt zich weleens zorgen over gebruik van hun persoonsgegevens, of de veiligheid van de betaalomgeving.

Aandeel dat vertrouwen heeft in online platforms uit...



Factoren waarover men zich weleens zorgen maakt

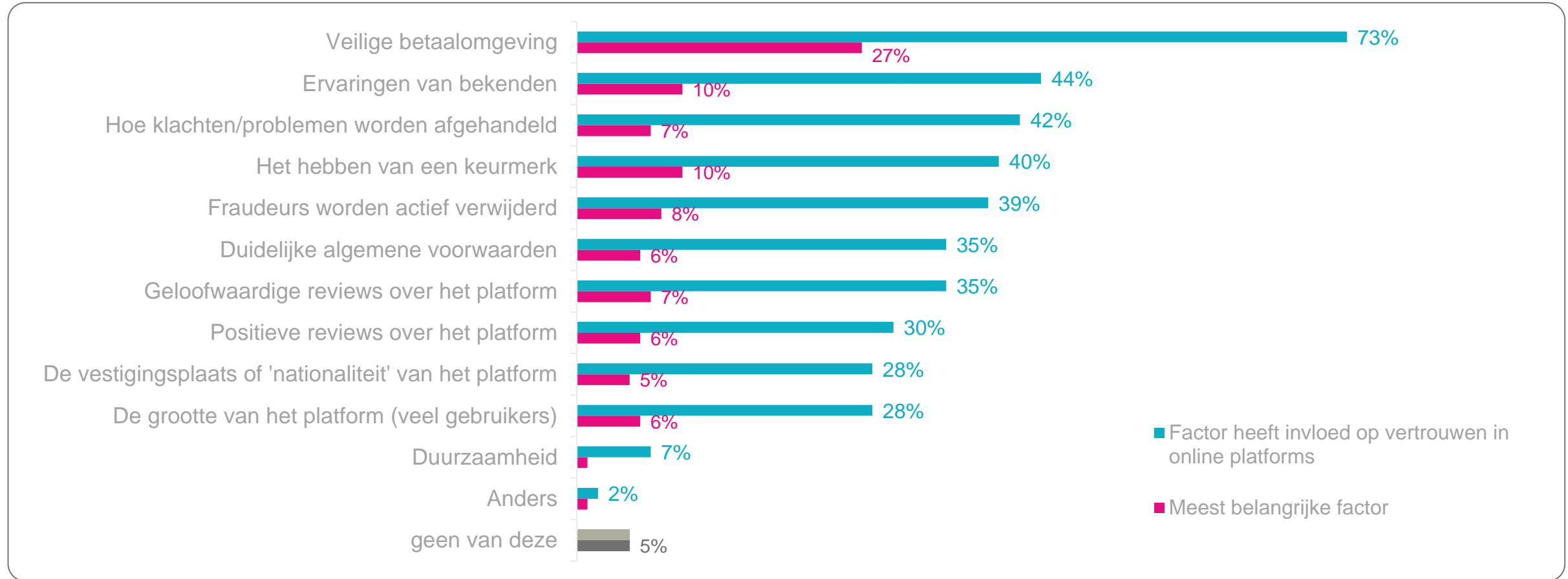


In hoeverre heeft u vertrouwen in de volgende platforms waarop u producten of diensten kunt afnemen? (n=1.132)  
Maakt u zich weleens zorgen over de betrouwbaarheid van online platforms, en waarover? (n= 1.132)



# Een veilige betaalomgeving heeft relatief veel invloed op het vertrouwen

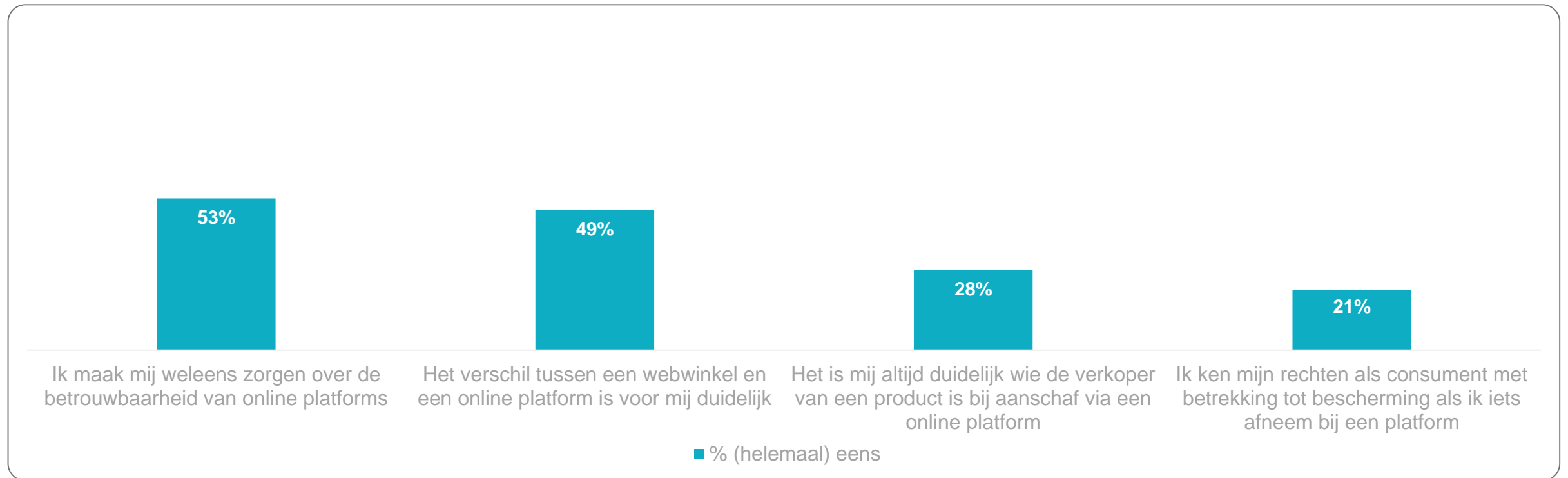
- Voor een kwart van de Nederlanders is dit ook de belangrijkste factor die van invloed is op hun vertrouwen.



Welke factoren beïnvloeden uw vertrouwen in een online platform, en welke zijn hierbij het meest belangrijk? (n=1.132)

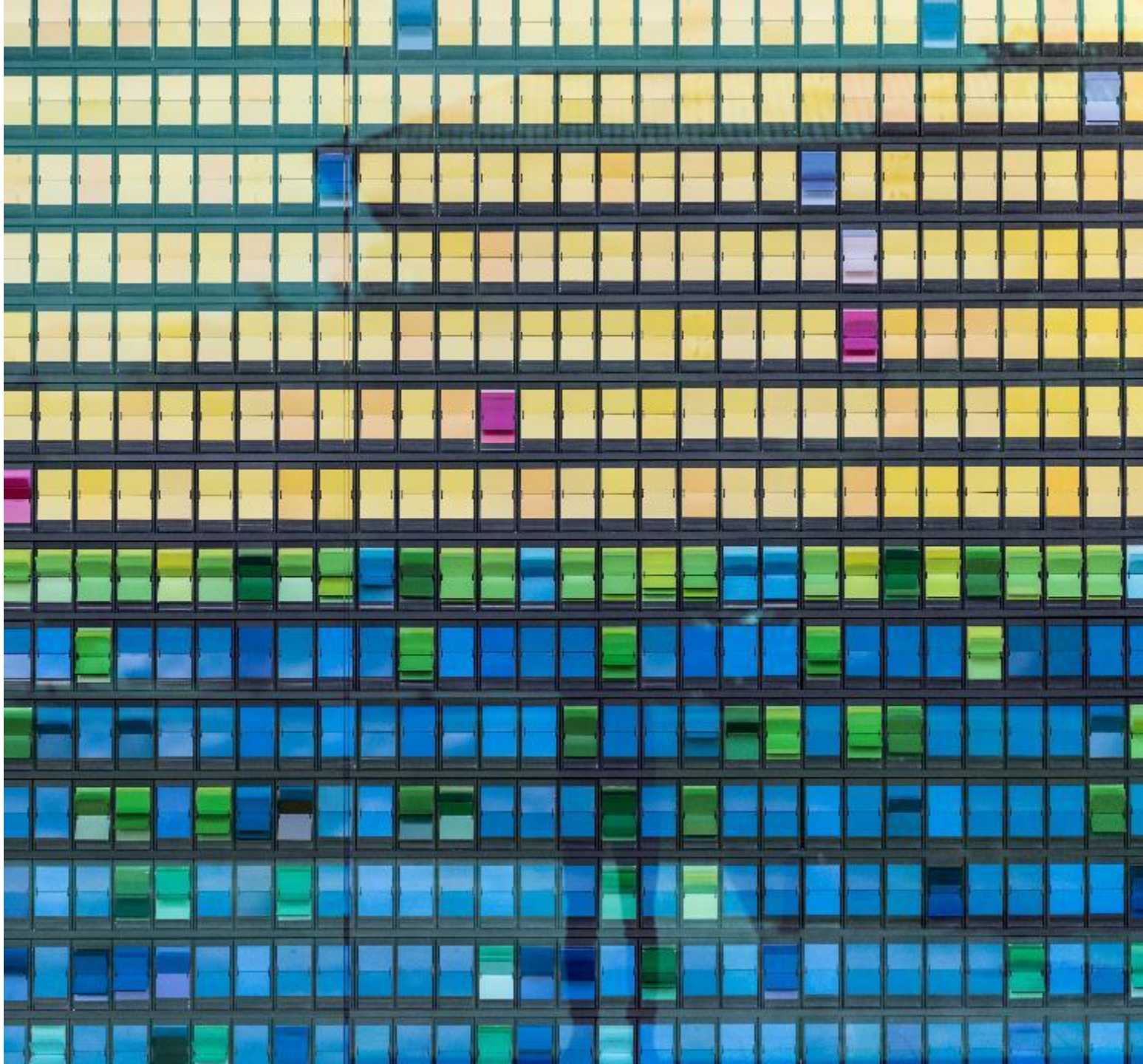
# De helft van de Nederlanders vindt het duidelijk wat het verschil is tussen een webwinkel en een online platform

- Het is minder mensen duidelijk wie de verkoper is bij aanschaf via een online platform of wat in die situatie je rechten zijn als consument.



In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? (n=1.132)

# Onderzoeksverantwoording



# Onderzoeksverantwoording



## Doelgroep

Doelgroep van het onderzoek is het Nederlands Publiek 18+. Er is een representatieve steekproef samengesteld op de kenmerken leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, regio en aantal gezinsleden.



## Steekproefbron

NIPObase.



## Respons

Er zijn bruto n=2.200 personen uitgenodigd. In totaal hebben er netto n=1.132 personen deelgenomen. Een respons van 51%. De netto respons is gewogen op de kenmerken waarop de steekproef is samengesteld.



## Methode

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van een online vragenlijst (CAWI: computer assisted web interviewing).



## Vragenlijst

De vragenlijst is in samenspraak met het ministerie van EZK opgesteld.



## Veldwerkperiode

Het veldwerk heeft gelopen van 6 maart t/m 9 maart 2020.