

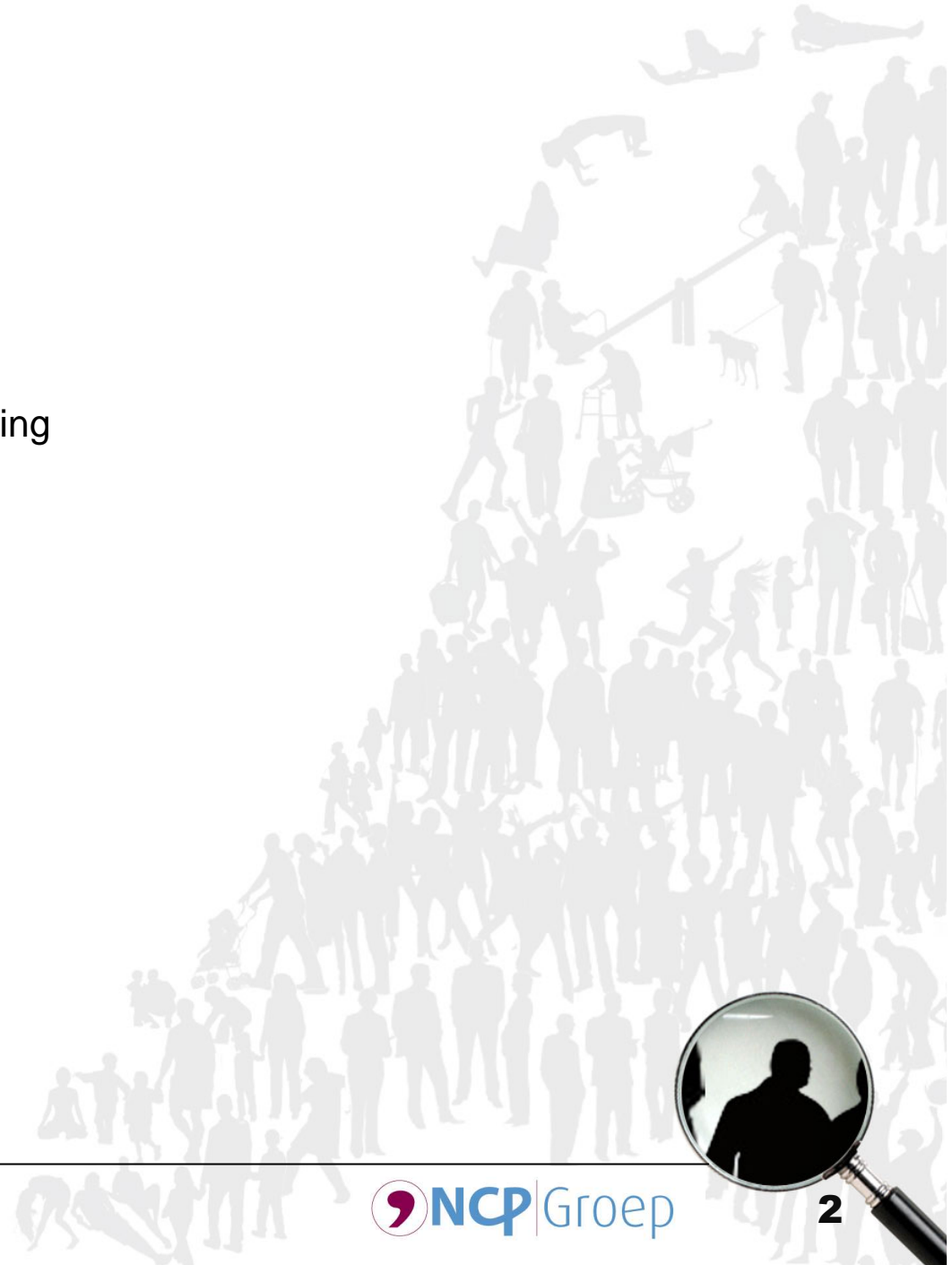
# Het vakantie onderzoek



Onderzoek onder Nederlandse bevolking

# Inhoud

- Doelstelling
- Onderzoekopzet en verantwoording
- Resultaten
- Conclusie



# Doelstelling

## *Inleiding*

Veel bedrijven zetten in de zomerperiode minder personeelsadvertenties uit. Toch is het voor hen aantrekkelijk om in de zomer in De Telegraaf te adverteren. In deze periode stijgt de losse verkoop van De Telegraaf. Ook wordt De Telegraaf veelvuldig gelezen op de camping en andere vakantieplaatsen in binnen- en buitenland.

## *Doel van het onderzoek*

Inzicht geven in het effect van de zomer op het mediagedrag van de Nederlandse (beroeps)bevolking: Hoe ziet deze verschuiving eruit en welke rol speelt De Telegraaf in het mediagedrag in de zomer? Daarnaast zal het onderzoek inzicht geven in de effectiviteit van personeelsadvertenties in de zomer.

# Onderzoeksopzet

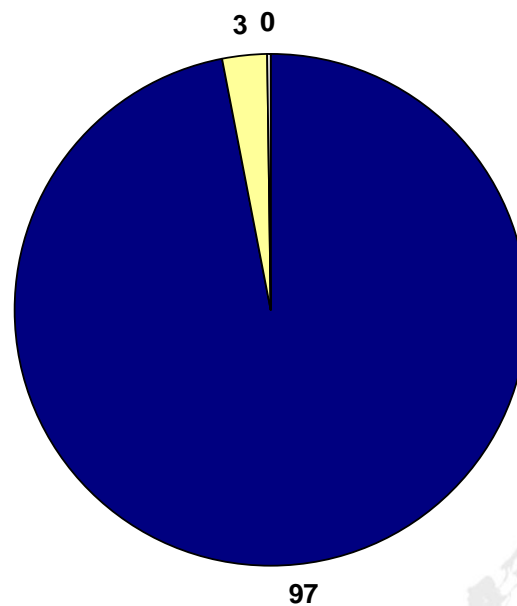
- Methode van onderzoek: CAWI
  - Computer Assisted Web Interviewing
  - Via Europiniepanel
  
- Populatie : Nederlandse beroeps bevolking
  
- Steekproefgrootte : 656 personen
  
- Representativiteit : gewogen op geslacht en leeftijd
  
- Veldwerkperiode : 12-15 mei 2009

# Mediagedrag in de zomer.



# In de zomer zitten mensen meer buiten.

97% geeft aan meer tijd buiten te besteden in de zomer.



■ Ja, in de zomer ben ik meer tijd buiten

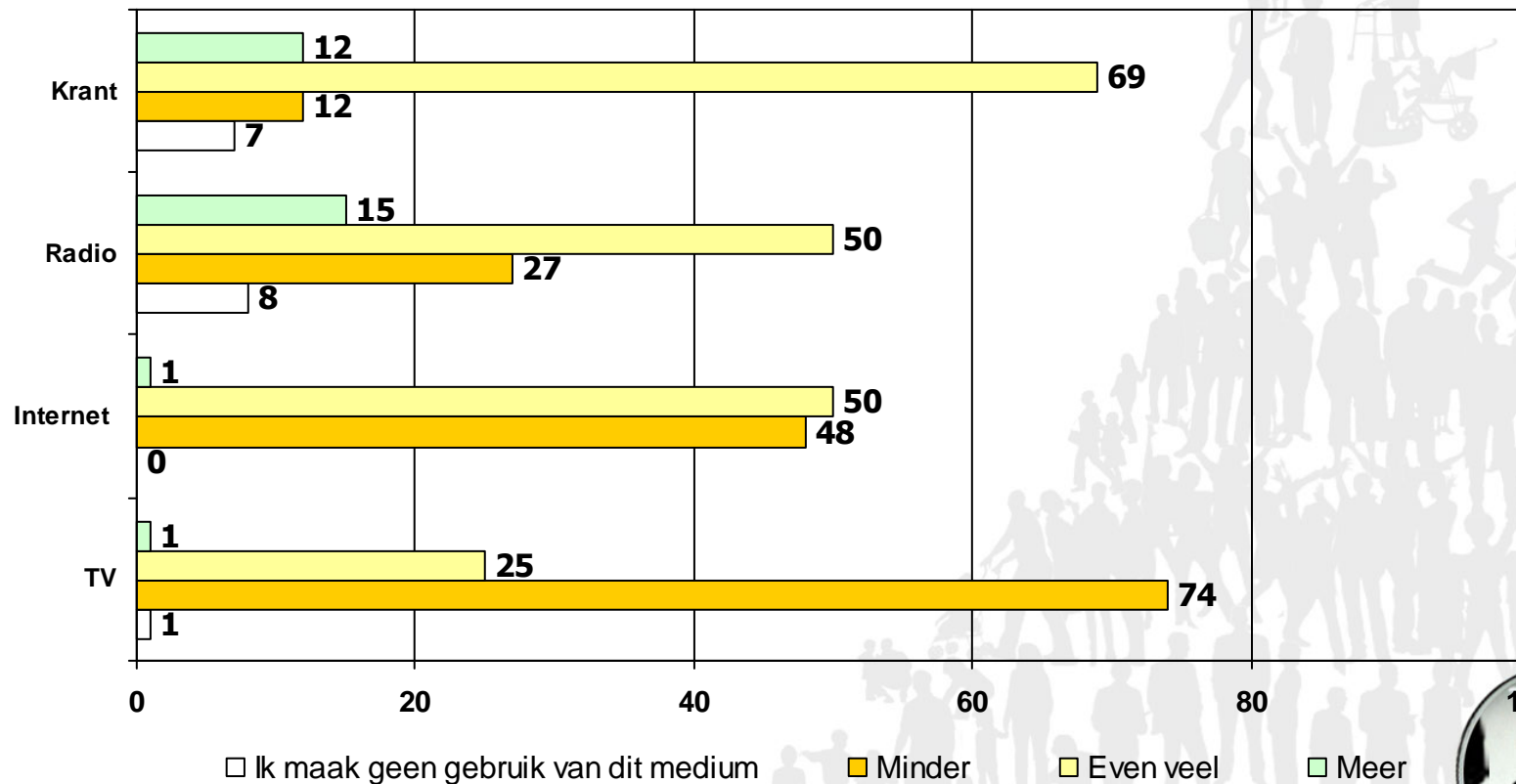
■ Nee, in de zomer ben ik net zoveel buiten als in de winter

□ Weet niet



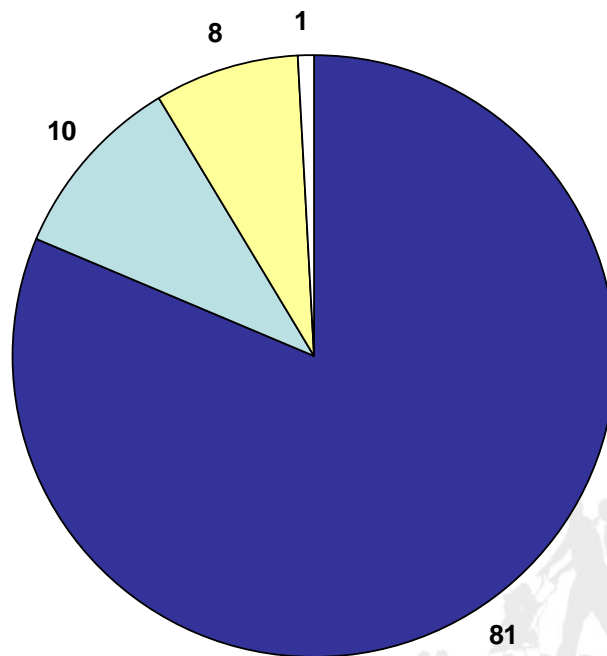
# Dit heeft effect op het mediagedrag. Het Internetgebruik en tv kijken neemt in grote mate af.

De krant is het enige medium waar even veel gebruik van wordt gemaakt. Ook naar radio wordt nog veel geluisterd, al is het wel minder dan in andere seizoenen.



# Het leesgedrag van de krant blijft stabiel, omdat mensen het leuk vinden om ook buiten de krant te lezen.

81% van de mensen leest graag een krant in de buitenlucht.

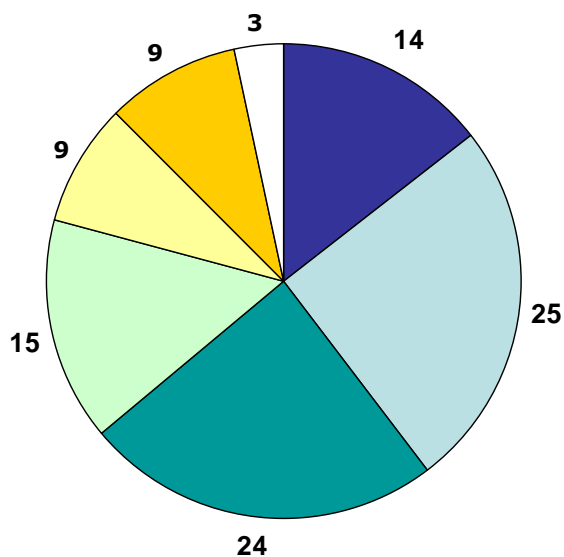


■ Ja □ Nee ■ Ik lees nooit de krant □ Weet niet/ geen mening

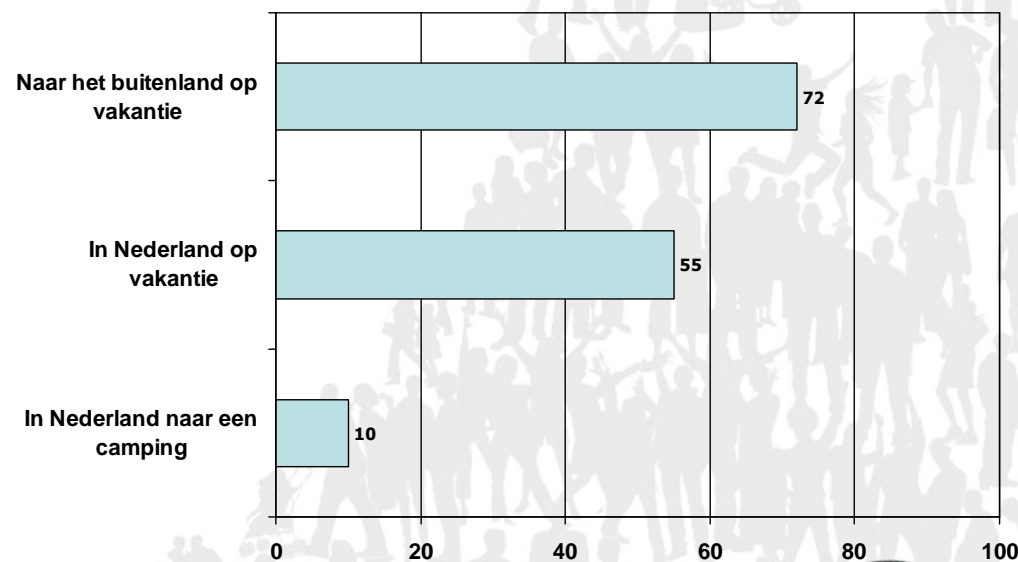


# Bijna iedereen gaat op vakantie in de zomer, wat ook van invloed is op het mediagedrag.

91% gaat een of meerdere keren op vakantie. 72% gaat naar het buitenland op vakantie, 55% (ook) in Nederland.

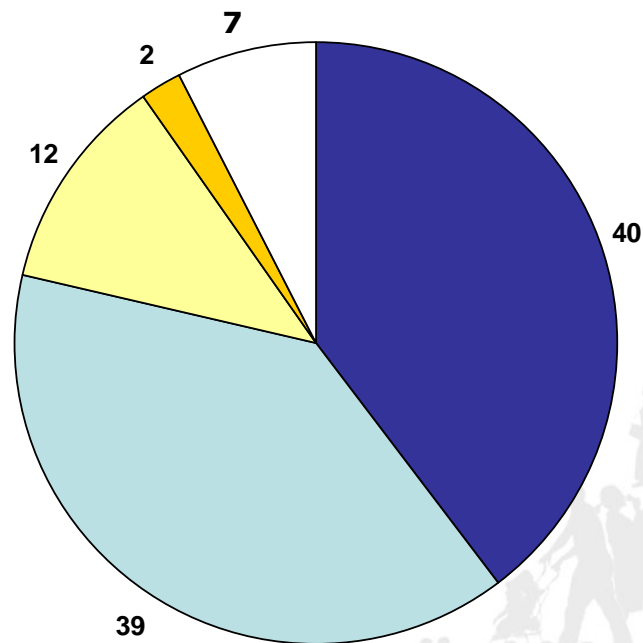


- 1 keer
- 2 keer
- 3 keer
- 4 keer
- 5 keer of meer
- Ik ga niet op vakantie
- Weet niet/ geen mening



# De meeste mensen zijn 2 tot 4 weken op vakantie.

40% gaat 1 tot 2 weken, 39% 3 tot 4 weken. 14% gaat langer op vakantie.

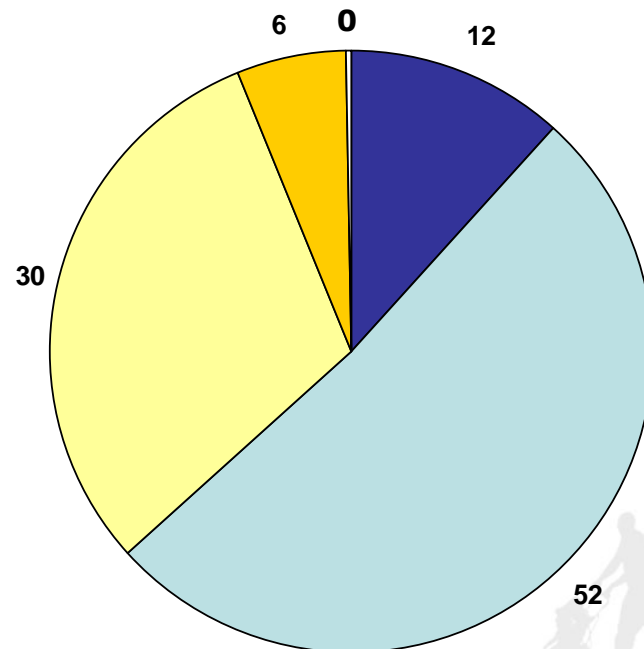


■ 1-2 weken □ 3-4 weken □ 5-8 weken ■ Langer dan 8 weken □ Weet niet/ geen mening



# Er is veel behoefte aan nieuws tijdens de vakantie.

94% heeft hier behoefte aan, waarvan 64% veel behoefte heeft aan nieuws.

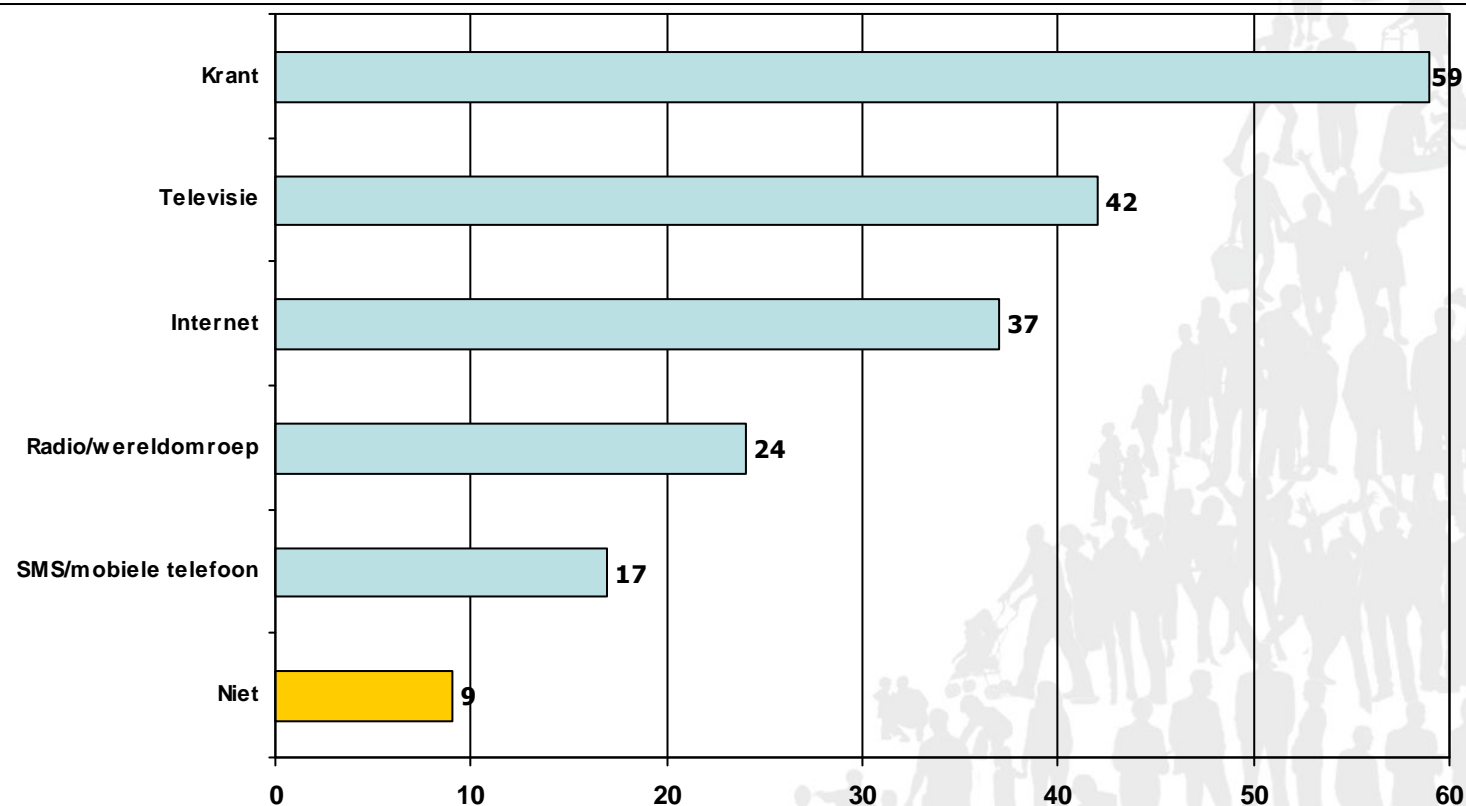


■ Zeer veel behoefte   ■ Behoefte   ■ Klein beetje behoefte   ■ Helemaal geen behoefte   □ Weet niet/ geen mening



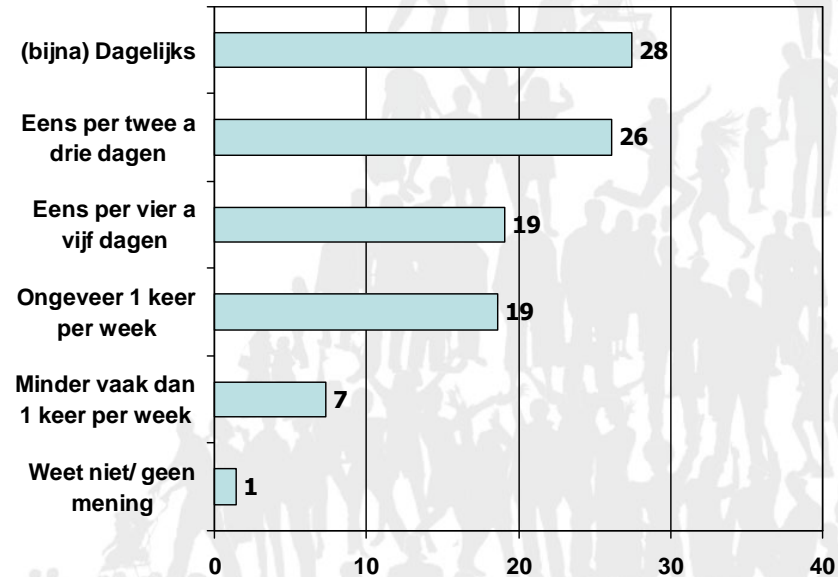
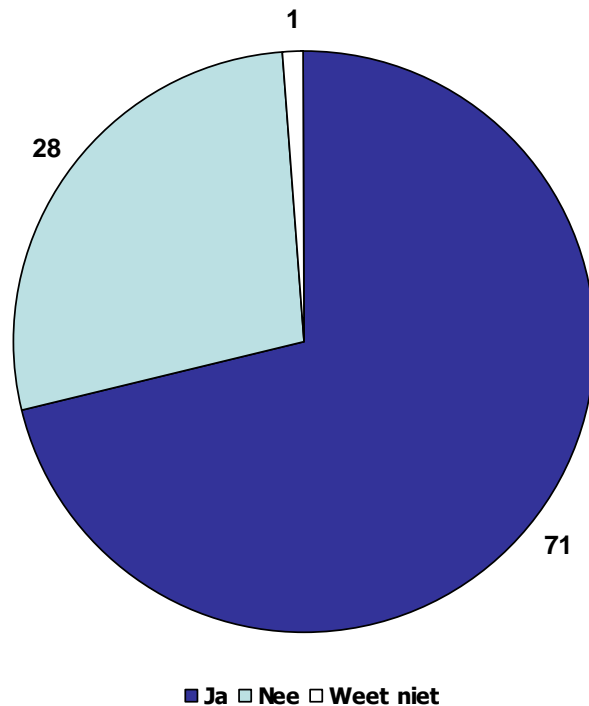
# De krant is op vakantie het medium om tijdens de vakantie op de hoogte te blijven.

60% gebruikt de krant voor het nieuws. Televisie komt op de tweede plaats. Mensen kijken bijv. (buitenlandse) zenders op hun hotelkamer. Internet volgt met 37%.



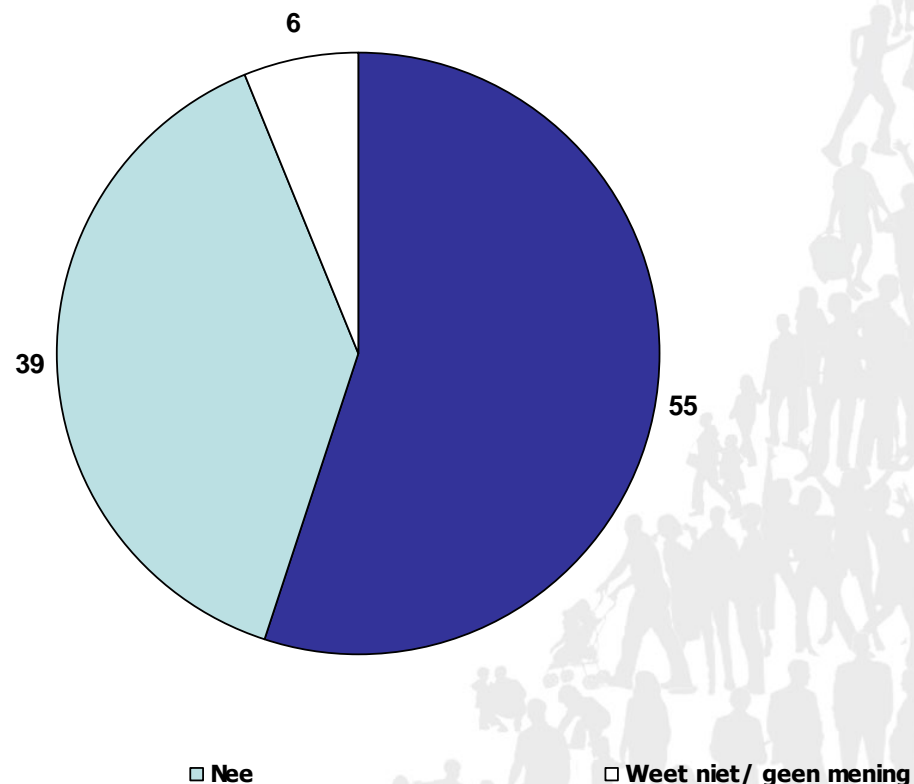
# De Telegraaf is de enige krant die in het buitenland actueel verschijnt. 71% van de vakantiegangers leest De Telegraaf op vakantie.

Hiervan leest 54% hem minimaal één keer in de twee, drie dagen. De Telegraaf heeft dus een enorm bereik onder vakantiegangers.



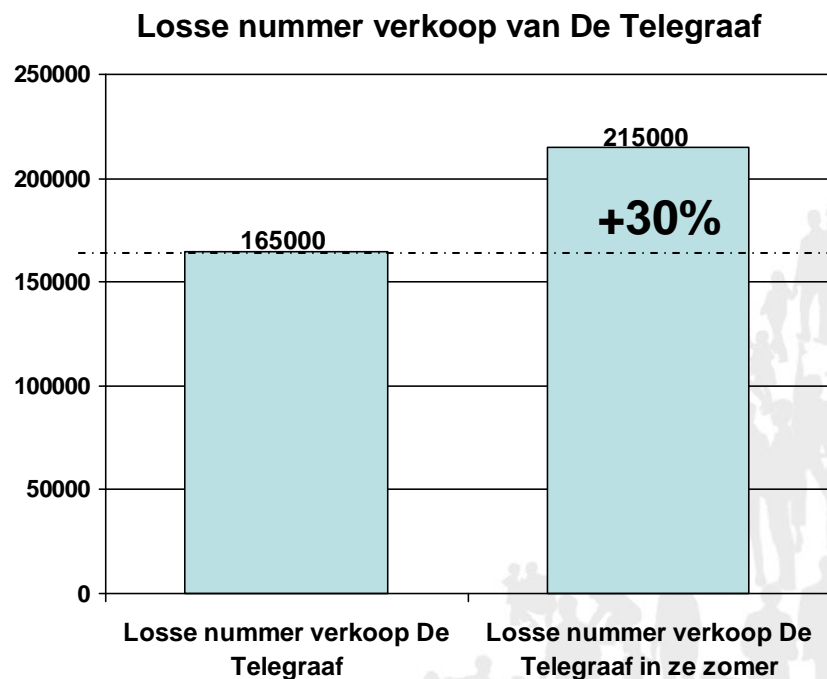
# Op vakantie wordt De Telegraaf ook veel doorgegeven.

Bijna 6 op de 10 mensen die op vakantie De Telegraaf lezen, geeft de krant hierna door. Dit vergroot het bereik.



# De losse verkoop van De Telegraaf stijgt in de zomer.

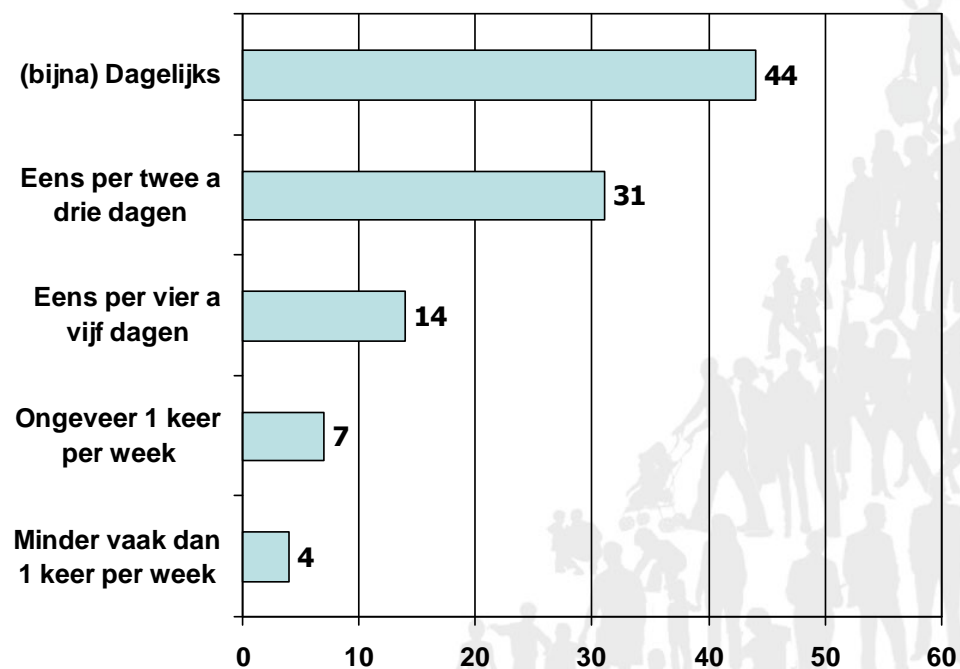
De losse nummer verkoop stijgt met 30%.



# Abonnees blijven ook op vakantie De Telegraaf lezen.

Driekwart koopt De Telegraaf minimaal één keer in de twee,drie dagen. Weekend abonnees, losse nummer kopers en niet-Telegraaf lezers kopen de krant op vakantie ook heel vaak.

Leesgedrag 7/7 abonnees op vakantie



# Conclusie mediagedrag in de zomer

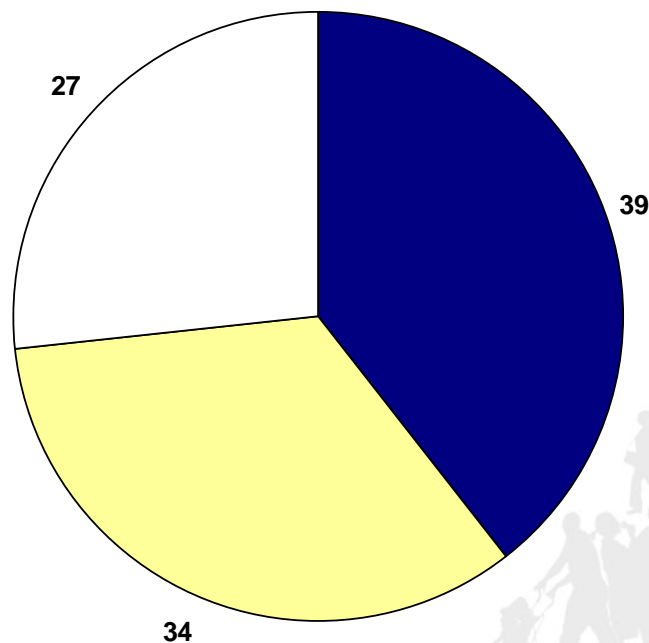
- Het mediagedrag verandert in de zomer. Mensen zitten veel meer buiten en gaan op vakantie.
- Behalve de krant, is bij alle media een achteruitgang te constateren in de tijd dat er aan de media besteed wordt.
- De Telegraaf wordt in de zomer echter nog beter gelezen in de zomer dan in andere seizoenen:
  - Mensen vinden het leuk om buiten de krant te lezen.
  - De Telegraaf is de enige krant in het buitenland met een actuele verschijningsdatum.
  - Maar liefst 71% van de vakantiegangers leest De Telegraaf op vakantie. De doorgeeffactor is hoog op vakantie.
  - Losse nummer verkoop stijgt.

# Vacatures in de zomer



# 39% van de werkende mensen neemt de tijd om stil te staan bij hun loopbaan

34% geeft aan dat ze dit vaker zouden moeten doen. 27% weet niet of ze wel voldoende stilstaan bij hun loopbaan.



■ Ja, ik neem vaak de tijd om stil te staan bij mijn loopbaan

■ Nee, ik zou vaker de rust moeten nemen om even stil te staan

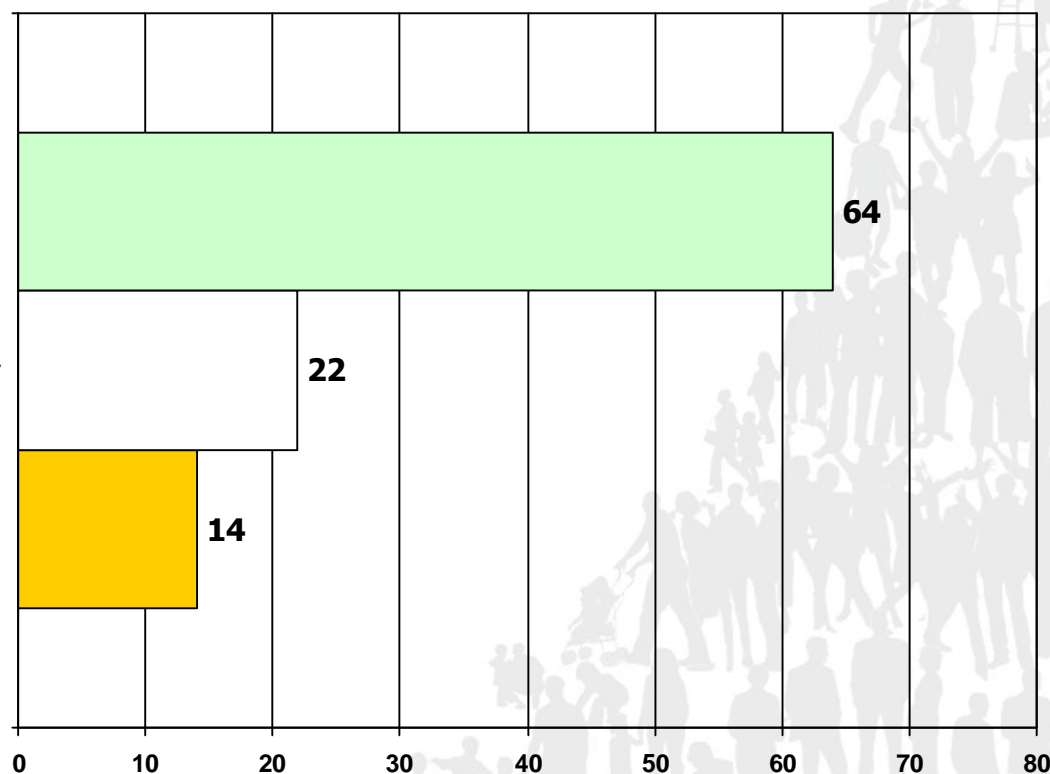
□ Weet niet/ geen mening



# Tijdens de vakantie bespreken mensen hun werksituatie.

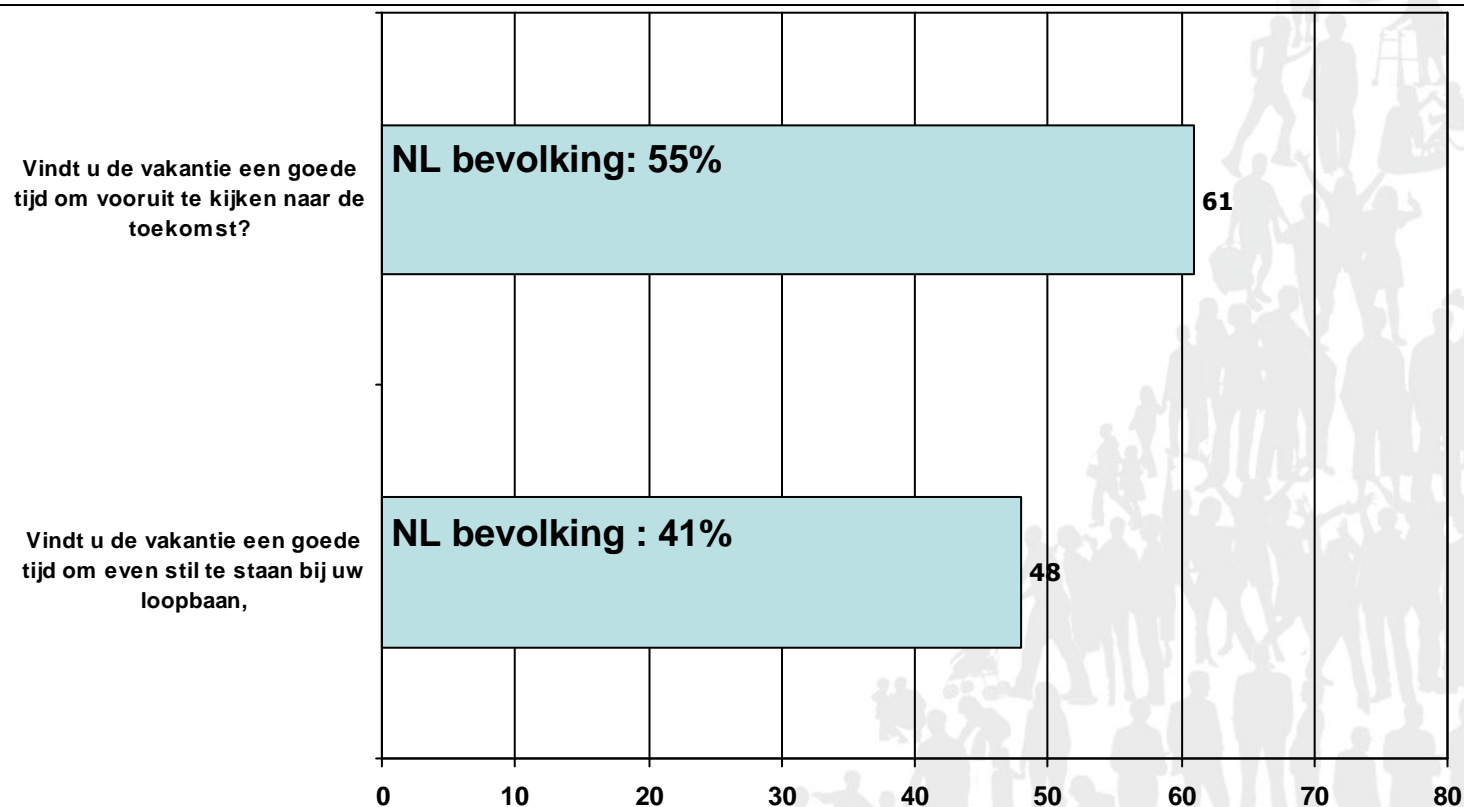
64% geeft aan dit met anderen te doen tijdens hun vakantie.

Op vakantie praat ik wel eens met anderen (bijv. partner) over mijn werk.



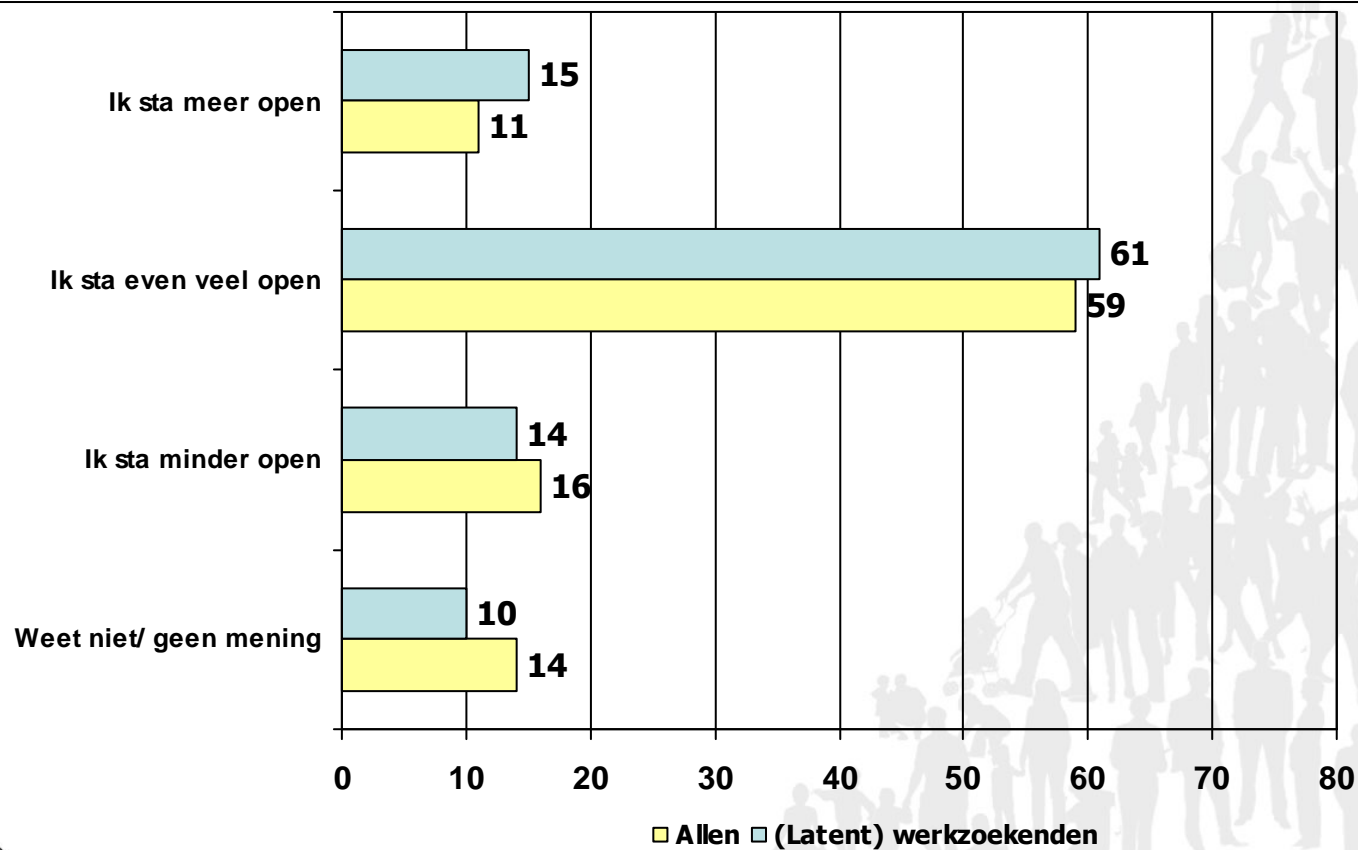
# De vakantie is een goed moment om vooruit te kijken.

Dit vindt 61% van de (latent) werkzoekenden. 48% vindt de vakantie een goed moment om terug te blikken.



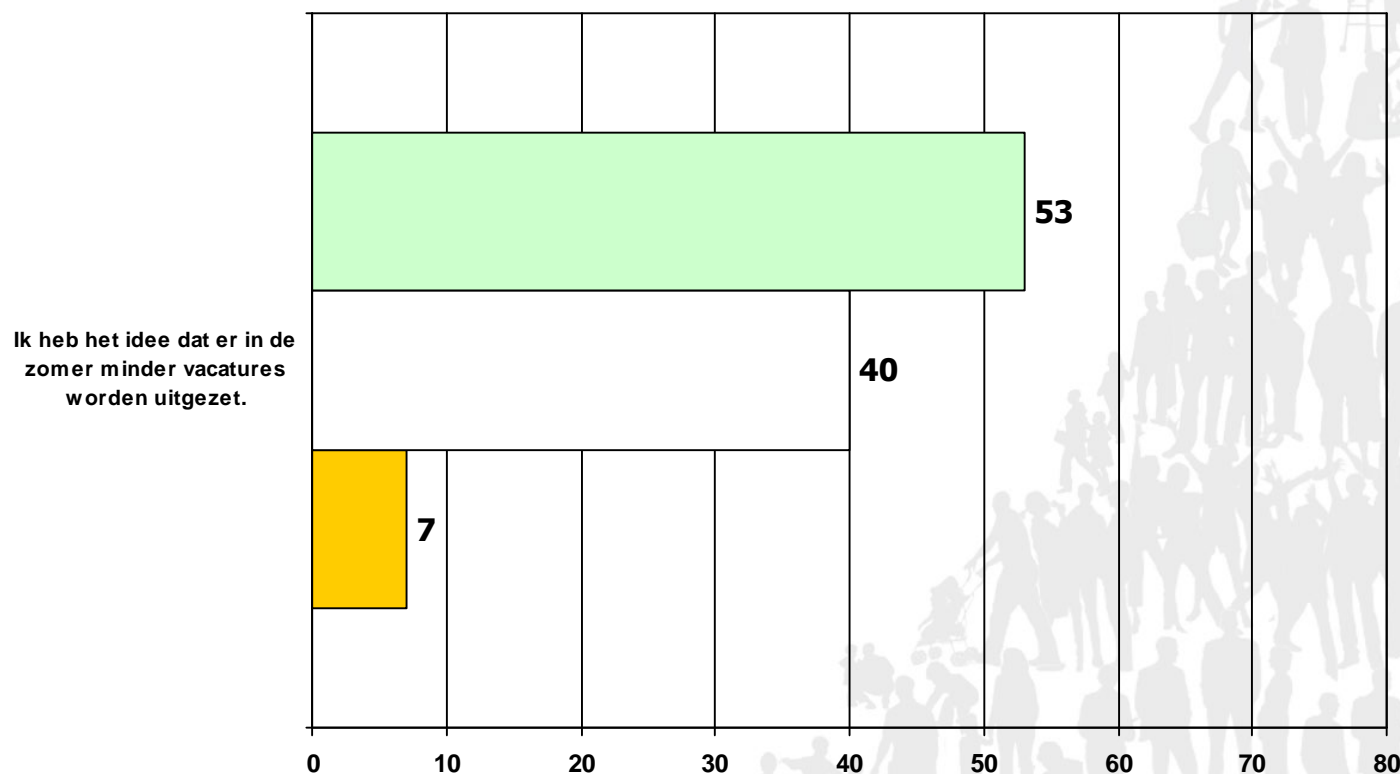
# De meeste mensen staan tijdens de vakantie net zo veel open voor een vacature als in andere tijden van het jaar.

Driekwart van de (latent) werkzoekenden staat net zo veel of zelfs meer open voor een baan.



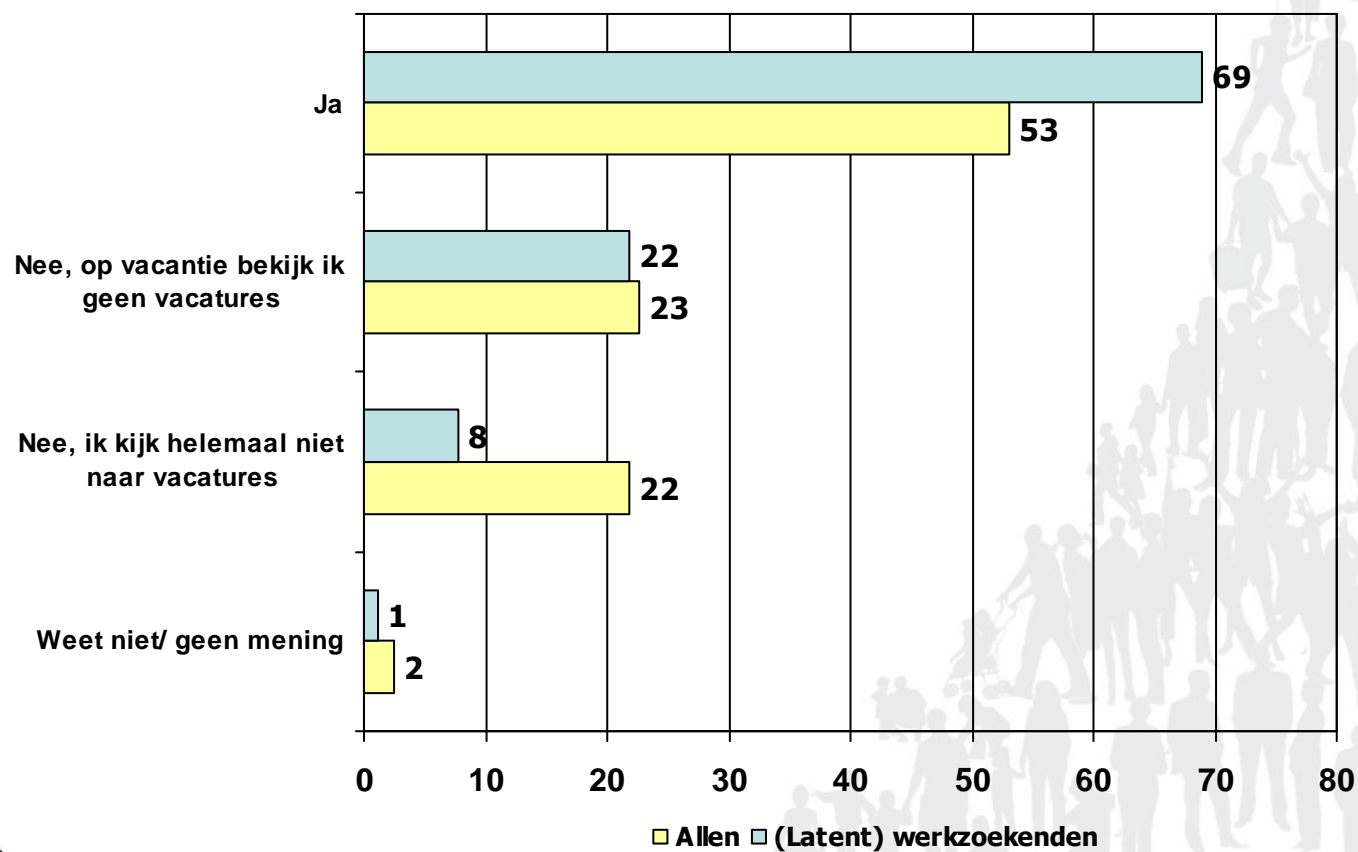
# Mensen hebben het idee dat er in de zomer minder vacatures uitstaan.

Een vacature valt dan ook meer op.



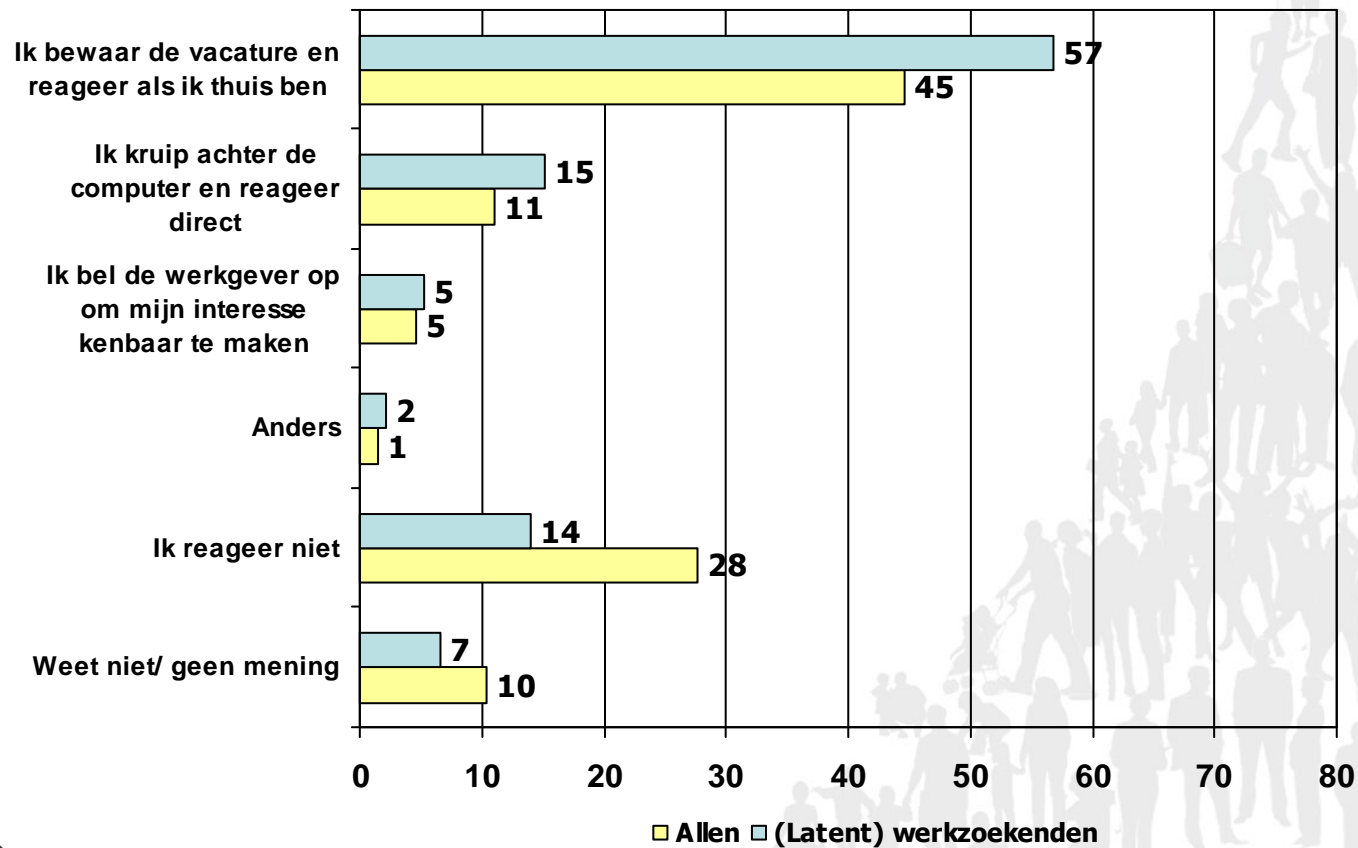
# 7 op de 10 (latent) werkzoekenden bekijkt vacatures op vakantie.

Ook op vakantie heeft het zin om vacatures uit te zetten in de media die ze daar gebruiken.



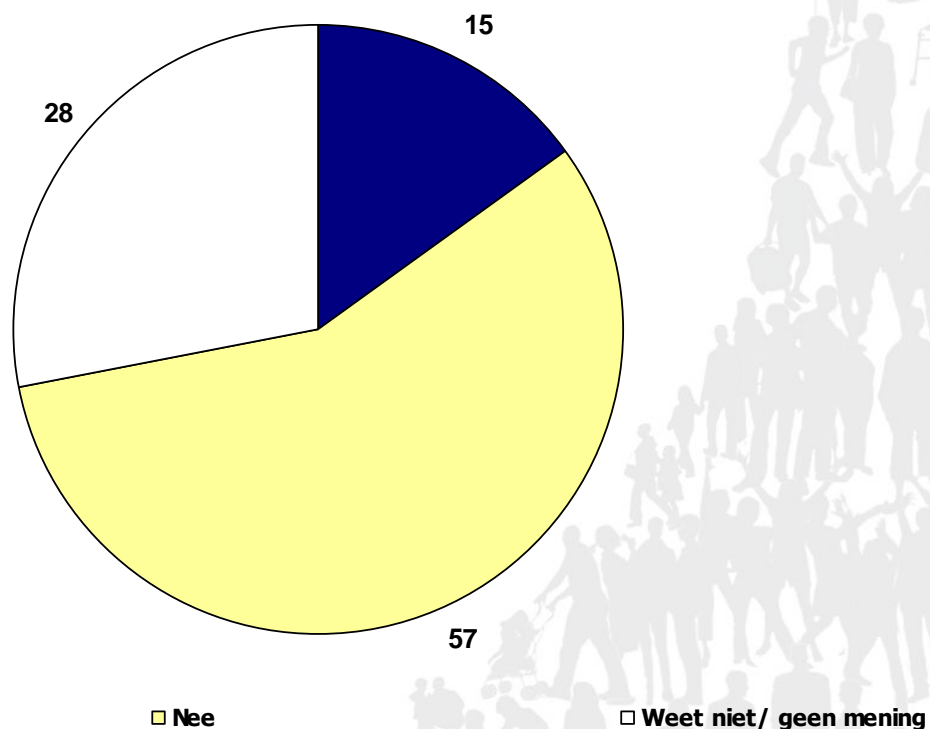
# Als (latent) werkzoekenden een vacature tegenkomen, bewaren ze deze totdat ze thuis zijn. Dan reageren ze.

15% kruipt gelijk achter de computer, 5% belt op.



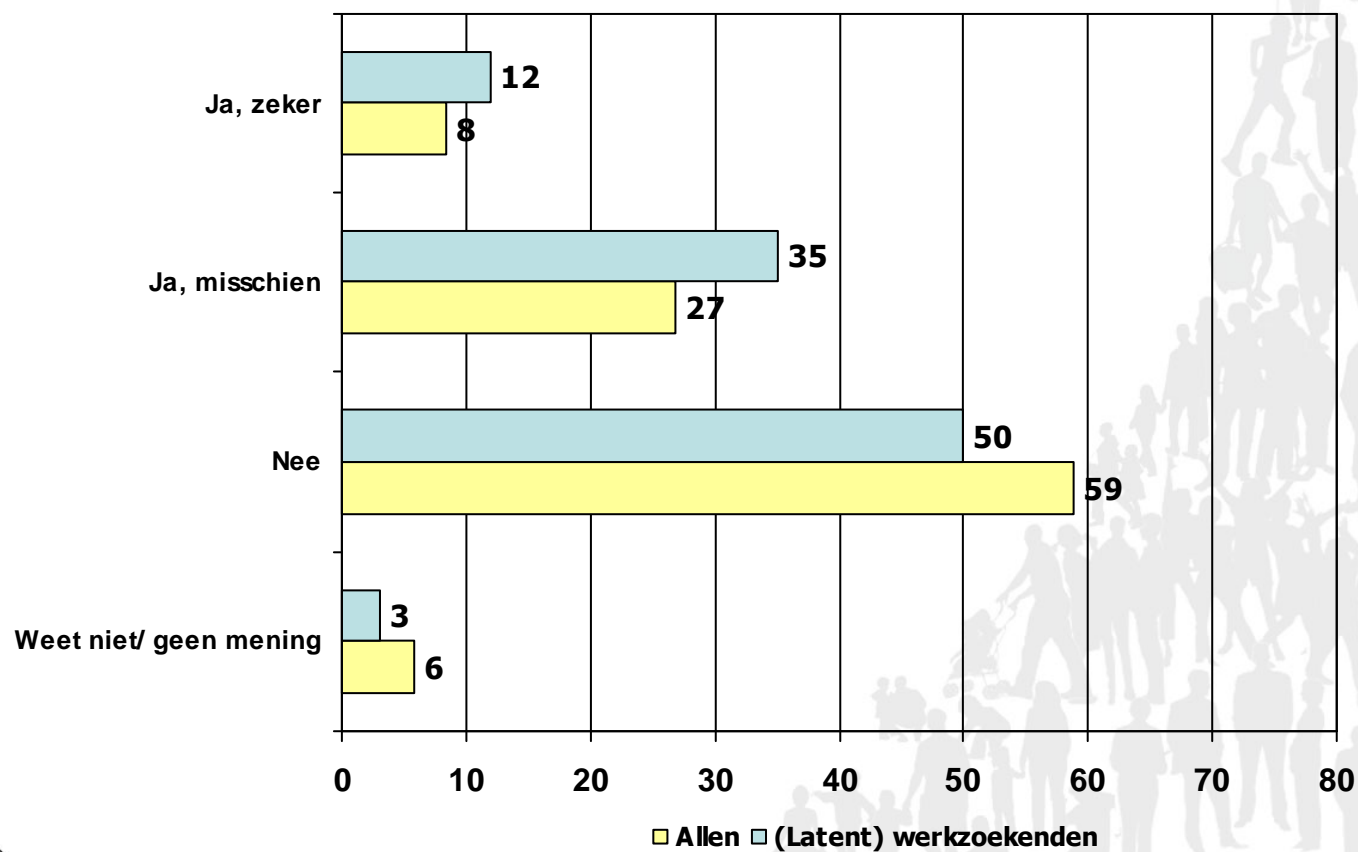
# Van de mensen die niet reageren, geeft bijna iedereen aan dit thuis ook niet gedaan te hebben.

15% had dan wel gereageerd.



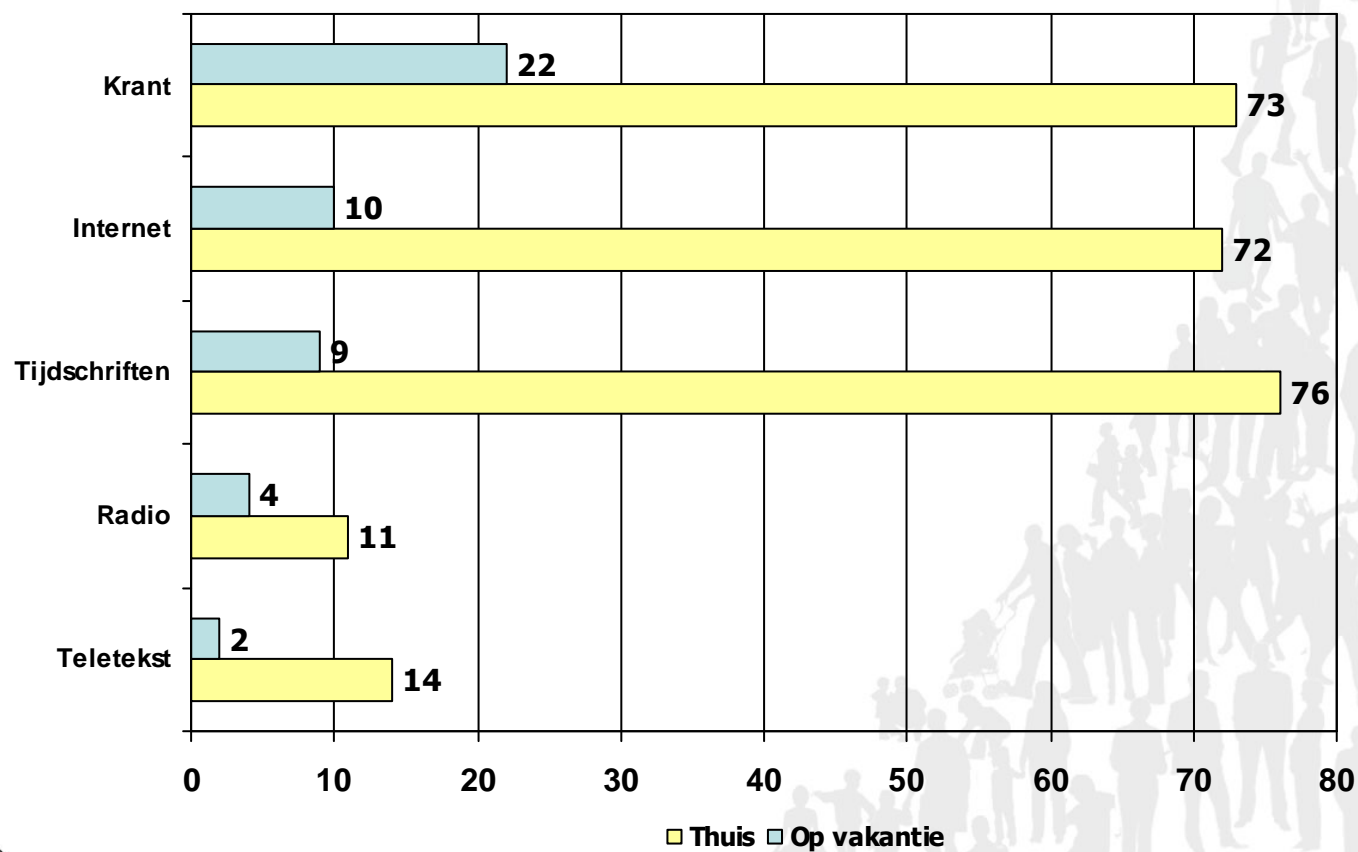
# Reageren per sms lijkt in opkomst.

47% van de (latent) werkzoekenden overweegt via SMS te reageren, als dit kan.



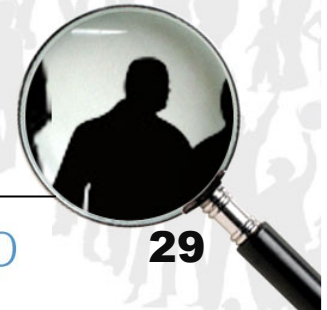
# Op vakantie wordt de krant het meest gebruikt voor vacatures.

Andere media worden minder gebruikt.



# Conclusie vacatures in de zomer

- Het leven wordt steeds sneller en hectischer. Veel mensen geven aan dat ze meer tijd moeten nemen om stil te staan bij hun loopbaan.
- De (zomer)vakantie is een goed moment om stil te staan bij je loopbaan en veel mensen vinden de (zomer)vakantie een goed moment om vooruit te kijken.
- Hoewel werkgevers in de zomer minder personeelsadvertenties uitzetten, blijkt uit dit onderzoek dat het ook juist gunstig kan zijn om in deze periode te adverteren:
  - Mensen hebben het idee dat er minder vacatures uitstaan. Een vacature valt dan meer op.
  - Ook op vakantie worden vacatures goed bekeken.
  - Mensen bewaren interessante vacatures en reageren als ze thuis zijn.



# Slotconclusie



## Slotconclusie (1)

- In de zomer wordt minder tijd besteed aan televisie, Internet en radio. Aan de krant wordt ook in de zomer veel tijd besteed.
- De Telegraaf is in de zomer een goed medium om te adverteren. De losse verkoop van De Telegraaf stijgt met 30%.
- In het buitenland is De Telegraaf de enige krant met een actuele verschijningsdatum. Het bereik in het buitenland is groot:
  - Maar liefst 71% van de vakantiegangers leest De Telegraaf op vakantie.
  - De doorgeefactor is hoog op vakantie.

## Slotconclusie (2)

- Hoewel werkgevers in de zomer minder personeelsadvertenties uitzetten, blijkt uit dit onderzoek dat het ook juist gunstig kan zijn om in deze periode te adverteren:
- De zomer is een geschikte periode om stil te staan bij je loopbaan.
  - Mensen hebben het idee dat er minder vacatures uitstaan. Een vacature valt dan meer op.
  - Ook op vakantie worden vacatures goed bekeken.
  - Mensen bewaren interessante vacatures en reageren als ze thuis zijn

