



Eindgebruikersonderzoek 2009 SURFnet - Eindrapportage -

09-09-2009

Inhoud

Inleiding	3
Management samenvatting	4
Onderzoeksopzet	7
Resultaten Gebruikersonderzoek 2009	10
Computer- en internetgebruik	10
Bekendheid en gebruik nieuwe ontwikkelingen	25
Bekendheid, gebruik en waardering diensten	33
Bekendheid en uitingen	49

Inleiding

SURFnet vindt het belangrijk om de wensen en behoeftes van aangesloten instellingen en gebruikers van de diensten van SURFnet te kennen. Alleen daarmee kan het beleid voor de komende jaren worden vastgesteld en kan de dienstverlening worden verbeterd. Sinds 2004 laat SURFnet haar gebruikersonderzoek uitvoeren onder eindgebruikers van aangesloten onderwijs- en onderzoeksinstituten. Sinds 2006 gebeurt dit jaarlijks. Ook in 2009 is weer een gebruikersonderzoek uitgevoerd.

De resultaten van het gebruikersonderzoek geven SURFnet inzicht in hoeverre studenten en medewerkers bekend zijn met SURFnet en in welke mate gebruik wordt gemaakt van haar diensten.

SURFnet rekent tot haar doelgroep de volgende partijen:

- Universiteiten
- Academische ziekenhuizen en STZ-ziekenhuizen
- Hogescholen
- Onderzoeksinstituten en daarmee vergelijkbare instellingen
- Researchafdelingen van bedrijven
- Bibliotheken
- Overige door het Ministerie van OCW gefinancierde instellingen

De door SURFnet geleverde diensten zijn zowel bedoeld voor de studenten als de medewerkers van de aangesloten instellingen.

Het onderzoek bestaat daarom ook uit twee delen:

- onderzoek onder instellingen
- onderzoek onder eindgebruikers

In dit document wordt gerapporteerd over het onderzoek onder eindgebruikers. Het onderzoek onder eindgebruikers van 2009 is op een behoorlijk aantal onderdelen aangepast ten opzichte van dat van 2008. Bepaalde thema's zijn op verzoek van SURFnet en naar aanleiding van ervaring opgedaan met de eerdere SURFnet gebruikersonderzoeken uitgebreid of ingekort.

Doelen

Er zijn 3 overkoepelende doelen van dit onderzoek.

- Het doel van dit onderzoek is ten eerste *inzicht te krijgen in de performance van SURFnet*.
- Ten tweede is het doel van SURFnet om met de resultaten uit dit onderzoek haar *dienstbaarheid naar gebruikers verder te vergroten*.
- Ten slotte is het doel dit onderzoek te *vergelijken* met de onderzoeken van voorgaande jaren om zo *trends en ontwikkelingen* in kaart te brengen.

De specifieke doelstelling van het eindgebruikersonderzoek is de naamsbekendheid van SURFnet, de bekendheid en het gebruik van de diensten achterhalen.

Management samenvatting

Het SURFnet gebruikersonderzoek 2009 geeft inzicht in het internet(diensten)gebruik onder eindgebruikers van aangesloten instellingen. Bovendien geeft het inzicht in de bekendheid en het gebruik en de waardering van SURFnet-diensten.

Het onderzoek is een vervolg op de gebruikersonderzoeken die al vanaf 2004 worden uitgevoerd. Voor het onderzoek is een online enquête uitgezet onder studenten, docenten, onderzoekers, ICT-medewerkers, artsen/medisch personeel, ondersteunend personeel en directie, management en beleidsmedewerkers. Allen zijn werkzaam bij of studeren aan een van de op SURFnet aangesloten instellingen. In totaal zijn er 1.155 geheel ingevulde en bruikbare vragenlijsten verzameld.

In onderstaande alinea's zijn de belangrijkste bevindingen uit het onderzoek samengevat. In de daarop volgende hoofdstukken zijn de bevindingen uitgebreider beschreven en aan de hand van grafieken verduidelijkt.

Gebruik van internet(diensten)

De respondenten maken gemiddeld per dag bijna 6 uur gebruik van internet voor zakelijke doeleinden (thuis, op kantoor en onderweg). Meer dan een derde maakt wel eens gebruik van mobiel internet, meestal met een Smartphone of een laptop via GPRS/UMTS/HSDPA.

Gaming, films downloaden en het gebruiken van podcasts, wordt weinig gedaan. Filmpjes kijken op internet, tv-programma's bekijken op internet en muziek downloaden wordt juist relatief veel gedaan.

Het meest gebruikt om multimedia te zoeken zijn: Youtube en GoogleVideo. SURFmedia wordt in 20% van de gevallen ook genoemd als bron voor multimedia.

De toepassingen die het meest belangrijk gevonden worden (voor lesgeven, werk, studie) en het meest gebruikt worden zijn: laptops, E-zines en Wiki's. Het minst gebruikt en het minst belangrijk gevonden worden: virtuele werelden en Twitter.

Een online gedeelde werkomgeving wordt vrij veel gebruikt (79%).

Studenten volgen colleges vrijwel niet live (online), on demand iets vaker. Hier is nog de nodige onbekendheid. Ook zeggen docenten niet vaak colleges live of on demand beschikbaar te stellen. Een conferentie terug kijken wordt vaker gedaan.

Nieuwe ontwikkelingen: weblectures, verrijkte publicaties, Open Access en OpenCourseware

Een groot deel van de respondenten kent Weblectures, Verrijkte publicaties, Open Access en OpenCourseware niet. Het meest bekend en gebruikt is Open Access. Mannen zijn beter bekend met Open Access en OpenCourseware dan vrouwen.

Men denkt dat Open Access en OpenCourseware in bepaalde mate kan helpen bij de werkzaamheden in de toekomst. Voor Verrijkte Publicaties en zeker voor Weblectures ligt het aandeel mensen dat zegt dat ze behulpzaam kunnen zijn in de toekomst lager.

SURFmedia, SURFgroepen, eduroam, SURFlichtpaden en SURFfederatie en SURFmailinglijsten

De bekendheid en het gebruik van SURFmedia, SURFgroepen, eduroam, SURFlichtpaden, SURFfederatie en SURFmailinglijsten is niet erg groot (steeds zegt minder dan 20% de verschillende diensten te kennen en te gebruiken). SURFgroepen is het meest bekend en wordt het meest gebruikt.

Mannen zijn beter bekend met alle diensten.

Ten opzichte van de meting in 2008 zijn er positieve veranderingen. Vooral SURFgroepen wordt aanzienlijk meer gebruikt (van 8% in 2008 naar 20% in 2009). Maar ook eduroam mag op meer gebruik rekenen dan in 2008 (van 7% naar 15%). Ook de interesse voor de diensten is gegroeid ten opzichte van 2008. Voor SURFlichtpaden is de groep (zeer) geïnteresseerden gestegen van 11% naar 14% en voor SURFgroepen van 19% naar 24%.

Voor de interesse voor eduroam is gegroeid (percentage (zeer) geïnteresseerd is gestegen van 22% naar 32%).

Het aanbieden van SURFmedia en SURFgroepen op mobiele apparaten vindt ongeveer een derde (zeer) interessant.

SURFlichtpaden wordt door de (kleine groep) gebruikers het beste gewaardeerd. Daarna volgt SURFfederatie. Bij SURFgroepen en eduroam wordt het vaakst 'matig' en 'slecht' genoemd.

SURFgroepen wordt (door de mensen die het minder waarderen) te veel Microsoft georiënteerd gevonden. Een betere multiplatformondersteuning wordt gewenst, alsmede een betere integratie met het intranet van de eigen instelling. Ook zijn er opmerkingen over de webconferentie-functionaliteit: deze is niet altijd beschikbaar en lastig op te zetten voor de instellingen. Een duidelijke handleiding wordt ook gewenst, aangezien de interface niet gebruiksvriendelijk en intuïtief gevonden wordt door de mensen die een lage waardering hebben voor SURFgroepen.

Bij eduroam wordt relatief vaak als verbeterpunten genoemd: beter bereik/betere dekking garanderen (ook op piektijden tussen 11 uur en 16 uur) en hogere snelheid bieden. Ook het inloggen moet makkelijker worden gemaakt, volgens de respondenten die een onvoldoende waardering geven.

Meer dan een derde is (zeer) geïnteresseerd in het inloggen met het instellingsaccount voor de diensten van SURFnet.

Bekendheid SURFnet, SURFfoundation en SURFdiensten

SURFnet is het meest bekend onder de respondenten, maar er is nog een vrij grote groep die zegt SURFnet niet te kennen. SURFfoundation is het minst bekend. Vooral bij artsen en studenten blijft de bekendheid met SURFnet, SURFfoundation en SURFdiensten achter. ICT-medewerkers en directie, management en beleidsmedewerkers zijn vaker op de hoogte.

Mannen zijn ook vaker dan vrouwen op de hoogte van SURFnet, SURFfoundation en SURFdiensten.

Meestal worden SURFnet, SURFdiensten en SURFfoundation bekend via de instelling waar men werkt of studeert, via de desbetreffende website en via medestudenten/collega's.

Vergeleken met de meting van vorig jaar is de bekendheid van SURFnet, SURFfoundation en SURFdiensten wel gestegen. Voor SURFnet geldt dat 34% het kent en gebruikt, terwijl

dat in 2008 nog 20% was. De bekendheid en gebruik van SURFdiensten is ook gestegen met 11 procentpunten van 20% naar 31%. Voor SURFfoundation is het percentage bekend en gebruikt nu 10%, terwijl dat in 2008 nog slechts 2% was.

Bekendheid uitingen

De SURFnet website is het meest bekend, gevolgd door de SURFportal. SURFspace, SURFacademy, SURFnet Expertiseseminar en de SURFnet Relatiedagen scoren net als in 2008 laag. De bekendheid van vrijwel alle uitingen is wel toegenomen ten opzichte van 2008.

Mannen zijn beter op de hoogte dan vrouwen van de SURFportal, www.surfnet.nl, SURF Magazine en SURFnet Nieuws.

Slotoverweging

De bekendheid is op verschillende punten gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Toch heerst er nogal wat onbekendheid. Bijvoorbeeld als het gaat om SURFnet, SURFdiensten en vooral SURFfoundation. Nieuwe ontwikkelingen, zoals weblectures en verrijkte publicaties, zijn vrij onbekend. Ook is in veel gevallen niet precies bekend wat SURFmedia, SURFgroepen, SURFfederatie, SURFmailinglijsten en SURFlichtpaden zijn en wat de precieze mogelijkheden zijn.

De onbekendheid is jammer, want wanneer de diensten gebruikt worden, worden ze wel goed gewaardeerd. Inzetten op de communicatie rond SURFnet, SURFdiensten en SURFfoundation en de aangeboden diensten is van groot belang. Daarbij moeten vooral ook de mogelijkheden van de diensten voor de dagelijkse onderwijspraktijk duidelijk worden gemaakt.

Onderzoeksopzet

Onderzoeksmethode

Voor het gebruikersonderzoek SURFnet 2009 is voor het eindgebruikersonderzoek, net als voorgaande jaren, gebruik gemaakt van een online enquête.

De respondenten zijn in eerste instantie geworven door medewerking te vragen aan de Instellingscontactpersonen (ICP's) van alle op SURFnet aangesloten instellingen. Aan de ICP's is gevraagd om het onderzoek verder binnen hun instelling te verspreiden en te vragen om medewerking.

Aanvullende respons is gegenereerd door verschillende links naar het onderzoek. Een link naar het onderzoek is niet via de geijkte SURFnet-kanalen verspreid (SURFnet-websites en nieuwsbrief), maar via meer algemene (onderwijs)kanalen (verschillende blogs, LinkedIn-groepen).

Het onderzoek is ook gepositioneerd als een algemeen onderzoek naar 'Gebruik van ICT-diensten in het hoger onderwijs'. Dit, omdat ook de bekendheid met SURFnet en de SURFnet-diensten onderdeel was van het onderzoek. Respondenten werven via SURFnet-kanalen zou resultaten over de bekendheid teveel beïnvloeden.

Als incentive zijn onder de respondenten 20 Flip's verloot.

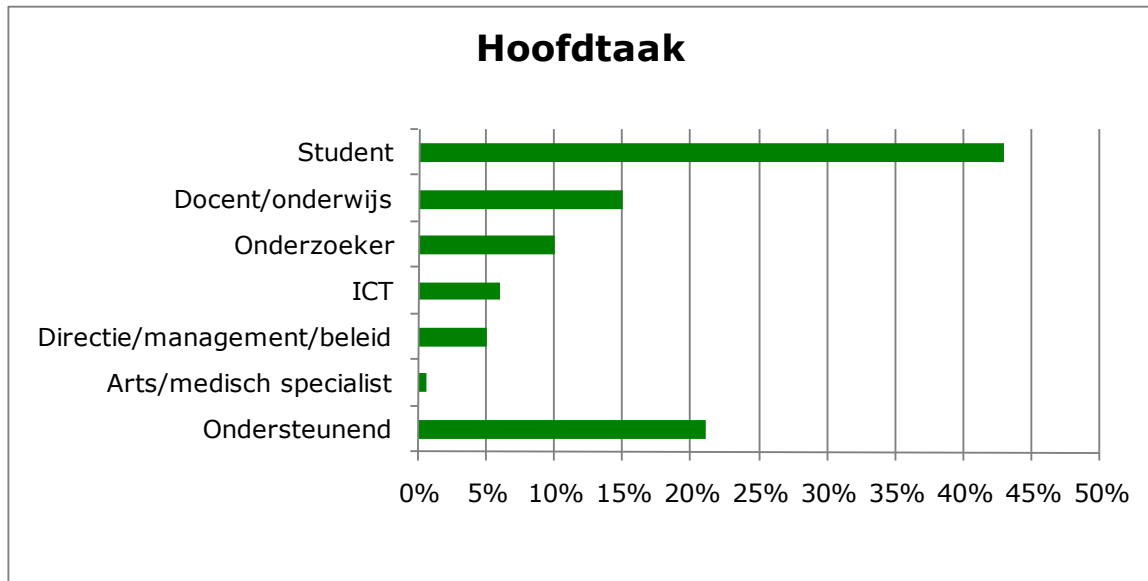
Respons

De vragenlijst heeft online gestaan van 7 april 2009 tot 10 juni 2009 en heeft 1.155 bruikbare, geheel ingevulde vragenlijsten opgeleverd. Hieronder zijn de instellingen opgenomen, waarvan ten minste 10 medewerkers of studenten hebben deelgenomen aan het onderzoek.

<u>Universiteiten</u>		
	Rijksuniversiteit Groningen	177
	TU Delft	69
	Vrije Universiteit Amsterdam	51
	Erasmus Universiteit Rotterdam	12
	TU Eindhoven	15
	Universiteit Twente	14
	Open Universiteit Nederland	53
	Universiteit van Amsterdam	27
	Universiteit Utrecht	20
	Universiteit Leiden	10
<u>Hogescholen</u>	Hogeschool van Amsterdam	126
	Haagse Hogeschool	78
	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen	66
	Hogeschool van Utrecht	48
	Saxion Hogeschool	36
	Hogeschool Domstad	34
	Fontys Hogescholen	25
	Hanzehogeschool Groningen	16
	Hogeschool Windesheim	13
	Hogeschool Rotterdam	12
	Noordelijke Hogeschool Leeuwarden	11

Onderzoeksinstelling	NLR	65
UMC	UMCG	39

De hoofdtaken van de respondenten zijn te verdelen in 7 groepen, die in de onderstaande figuur (1) zijn weergegeven.



Figuur 1 onderverdeling naar hoofdtaken

De groepen en de aantallen die vertegenwoordigd zijn in de respons zijn:

- Studenten (N= 492 / 43%)
- Docent /onderwijs (N=179 / 15%)
- Onderzoekers (N=116 / 10%)
- ICT-personeel (N=68 / 6%)
- Directie, management en beleid (N=59 / 5%)
- Arts/medisch personeel (N=6 (!) / 1%)
- Ondersteunend personeel (N=241)

Onder de groep 'ondersteunend' vallen: administratie, communicatie en marketing, baliemedewerker, audiovisuele ondersteuning, bibliotheekmedewerker, redacteur/webmaster etcetera. Respondenten die werkzaam zijn in de ICT zijn als aparte groep onderscheiden, omdat die in de analyses op sommige vlakken onderscheidend gedrag laten zien.

De groep artsen/medisch personeel is erg klein. Daar moet bij het interpreteren van de resultaten, die ingaan op de verschillen tussen de doelgroepen rekening mee worden gehouden (deze groep is waarschijnlijk niet representatief voor alle artsen/medisch personeel).

58% van de respondenten is man en 42% vrouw. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 36 jaar. De leeftijden liggen tussen de 18 en 72 jaar.

Verschillen tussen doelgroepen

Op basis van de hoofdtaken zijn 7 doelgroepen te onderscheiden. Wanneer er significante verschillen tussen deze doelgroepen blijken te zijn, dan is in dit rapport een uitsplitsing op doelgroep weergegeven.

Vergelijking met vorige jaren

In de tekst is waar mogelijk een vergelijking met de resultaten van vorig jaar gemaakt. Omdat het onderzoek onder eindgebruikers op veel punten is aangepast, zijn niet altijd overal duidelijke vergelijkingen te maken. Als het gaat om de vergelijkingen tussen de doelgroepen, tussen 2008 en 2009, moet er rekening mee worden gehouden dat de groepen iets anders zijn samengesteld. De categorieën 'arts/medisch specialist' en 'ICT' zijn alleen in 2009 onderscheiden van de andere groepen.

Resultaten Gebruikersonderzoek 2009

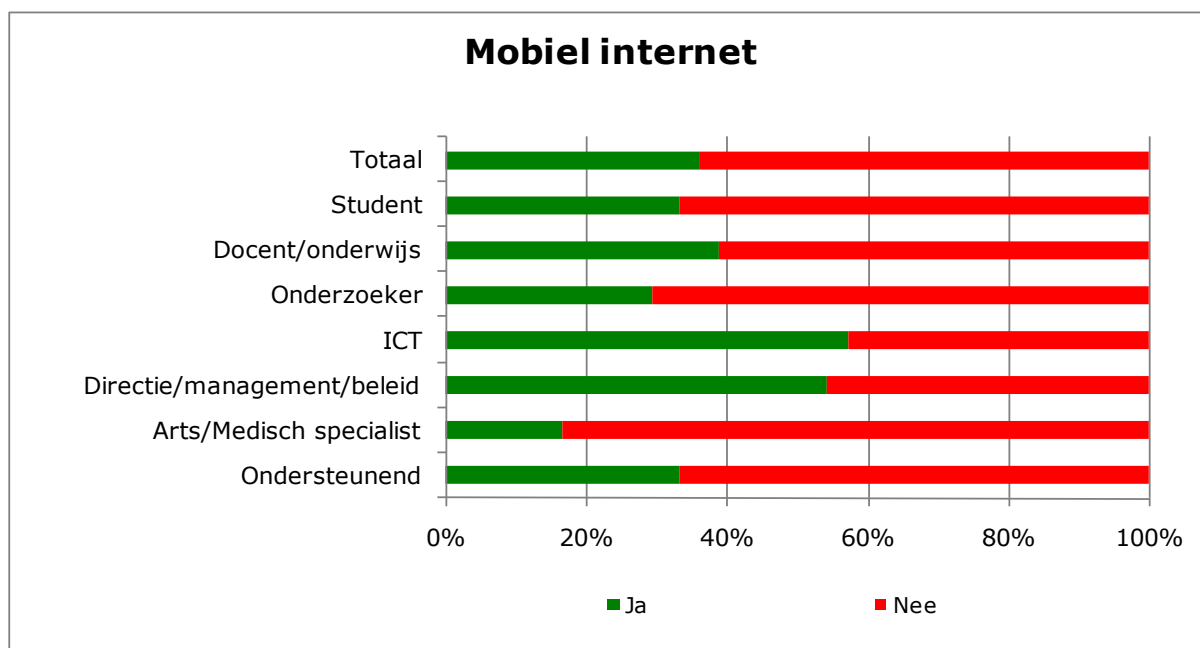
Computer- en internetgebruik

Internetgebruik en verbinding

De respondenten maken gemiddeld per dag bijna 6 uur gebruik van internet voor zakelijke doeleinden (thuis, op kantoor en onderweg). Dat is meer dan voor privédoeleinden (3 uur). Onderweg gebruikt men veel minder lang de verbinding (0,2 uur voor zakelijk gebruik).

Mobiel internet wordt gebruikt door 36%, meestal met een Smartphone (68%) of een laptop (45%) via GPRS/UMTS/HSDPA (82%) en WiFi (59%).

Voor de vraag of men wel eens mobiel internet gebruikt, zijn significante verschillen tussen de doelgroepen gevonden, zoals te zien is in Figuur 2.



Figuur 2 Gebruik van mobiel internet - onderverdeeld naar doelgroepen

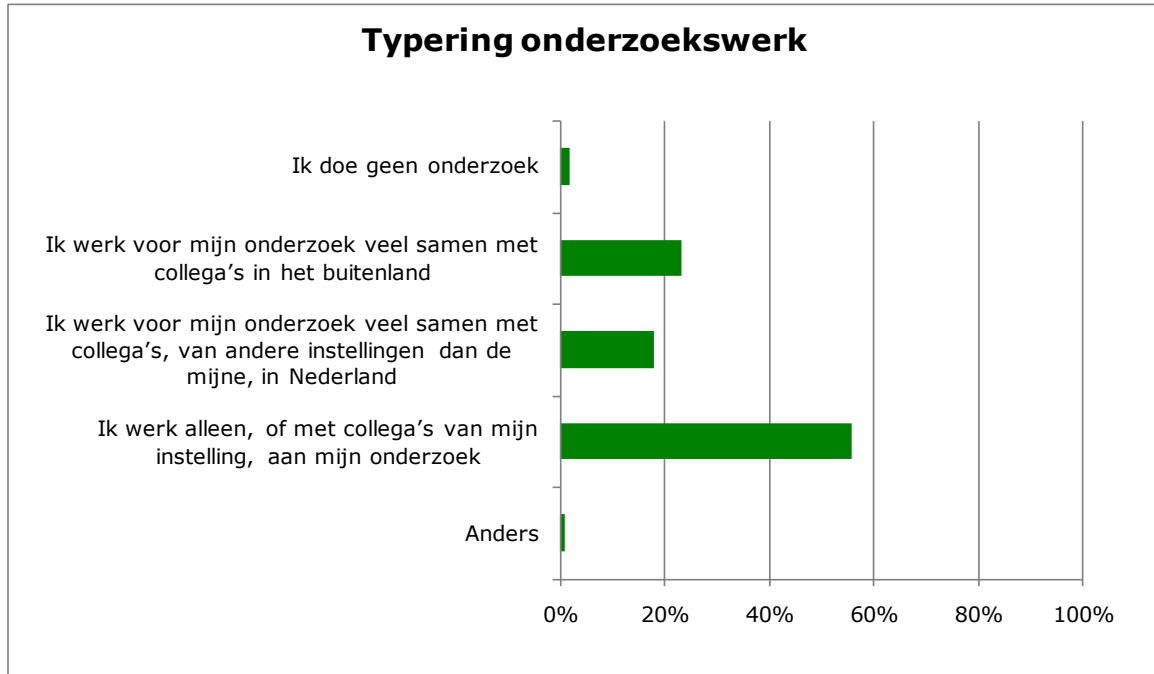
ICT-ers gebruiken het meest mobiel internet (57%). Zij worden gevolgd door directie/management en beleidsmedewerkers (54%). Artsen/medisch specialisten maken het minst gebruik van mobiel internet (17%). Hierbij moet wel de kanttekening gemaakt worden dat het om een zeer kleine groep artsen gaat die vertegenwoordigd is in dit onderzoek (N=6).

Hier is ook een verschil tussen mannen en vrouwen gevonden. Voor mannen geldt een percentage van 47% dat wel eens mobiel internet gebruikt. Voor vrouwen is dat minder (21%).

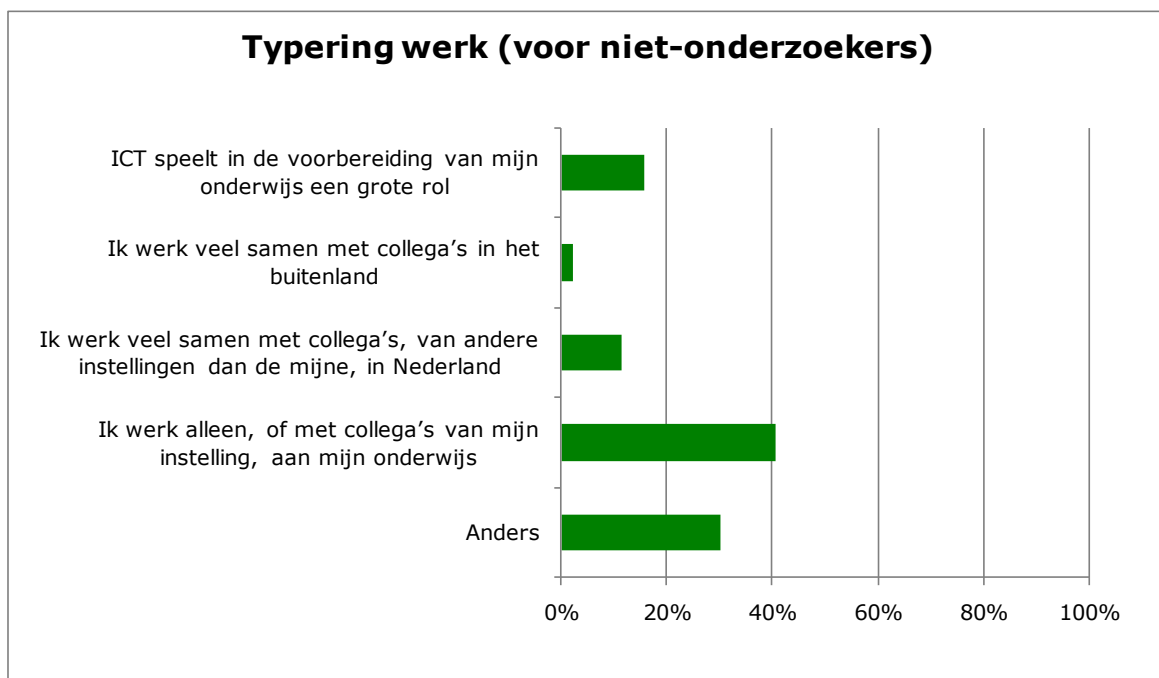
Er zijn geen verschillen tussen doelgroepen als we kijken naar welke apparaten en welke verbinding gebruikt wordt door de mensen die wel eens mobiel internet gebruiken.

Samenwerken

De meeste respondenten geven aan alleen te werken of met mensen binnen de eigen instelling (voor onderzoekers: 56% en voor de overige groepen: 41%). Van de onderzoekers werkt ook nog eens 18% samen met collega's in Nederland en 23% met collega's in het buitenland. Voor 15% van de niet-onderzoekers speelt ICT een grote rol in de voorbereiding van het onderwijs (15% van de totale respons is ook docent of personeel dat zich bezighoudt met onderwijs). Zie Figuur 3 en 4.



Figuur 3 Typering van het onderzoekswerk

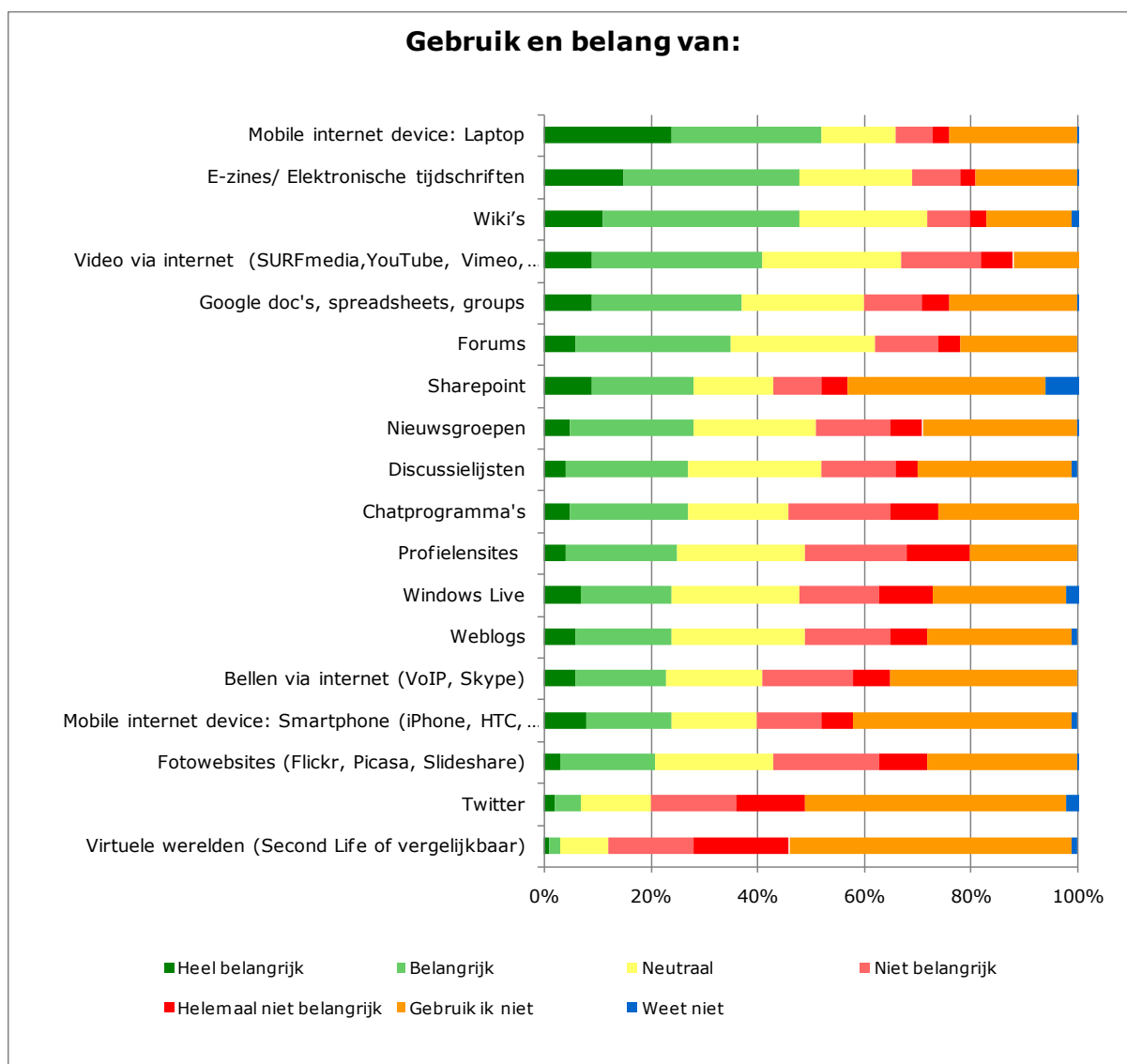


Figuur 4 Typering werk voor niet-onderzoekers

Bij de niet-onderzoekers is de categorie anders vrij groot (30%). Zij geven vaak aan dat een combinatie van de antwoorden geldt (alleen en samen, samen met collega's van dezelfde instelling, maar ook van daarbuiten).

Gebruik en belang van toepassingen

Voor verschillende toepassingen is gevraagd of de respondenten het gebruiken en of zij deze toepassingen belangrijk achten in het onderwijs. Belangrijk (voor lesgeven, werk, studie) en het meest gebruikt zijn: laptops, E-zines en Wiki's. Het minst gebruikt en het minst belangrijk gevonden worden: virtuele werelden en Twitter. Zie Figuur 5.

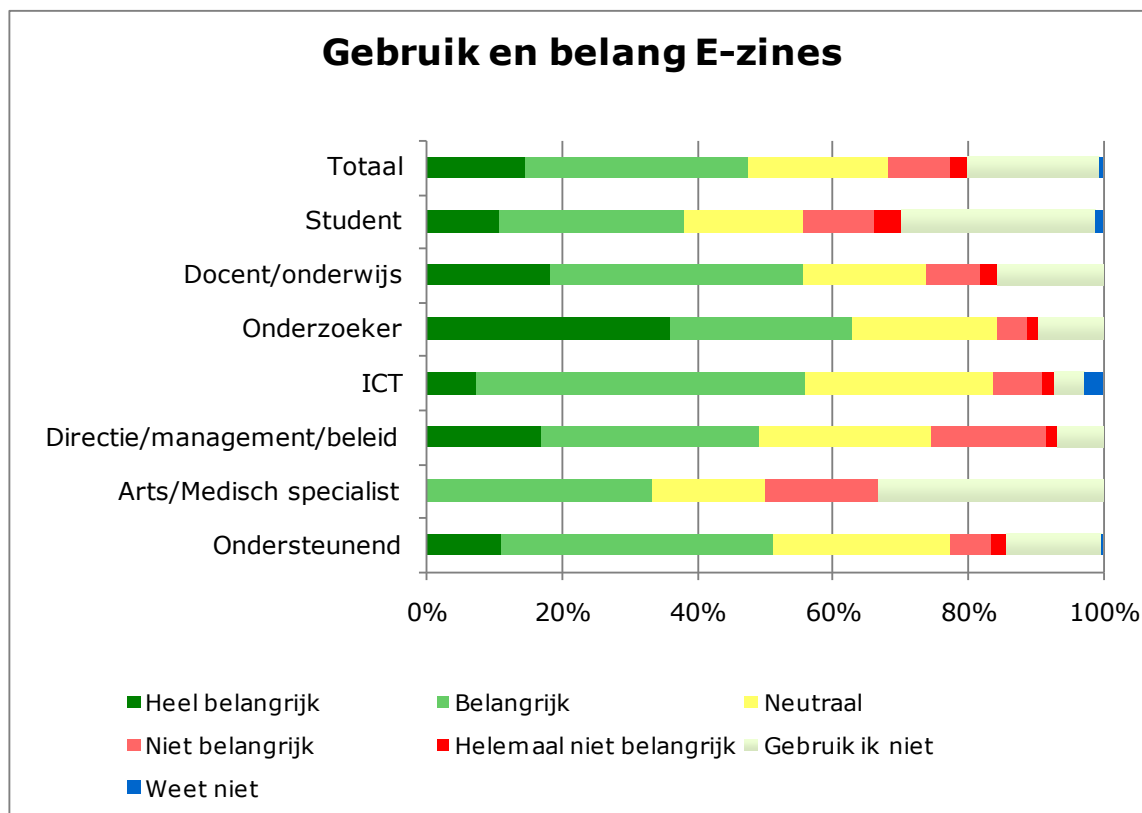


Figuur 5 Gebruik en belang van verschillende diensten

Er is een indicatie dat de verschillende diensten (die in figuur 5 worden behandeld) door meer mensen gebruikt worden dan in 2008. Het antwoord "gebruik ik niet" wordt namelijk over het algemeen minder vaak gegeven als het gaat om de diensten. Voor virtuele werelden gold er in 2008 bijvoorbeeld een percentage van 96% voor het antwoord "gebruik ik niet", terwijl dat in 2009 nog 53% is. De antwoordcategorieën zijn hier echter niet goed vergelijkbaar. In 2008 waren de categorieën: "gebruik ik niet", "voor werk" en "voor privé". In 2009 is gebruik en belang gecombineerd en waren de mogelijke antwoorden: "Heel belangrijk" tot "Heel onbelangrijk", "Gebruik ik niet" en "Weet niet". De volgende tabel is daarom slechts indicatief.

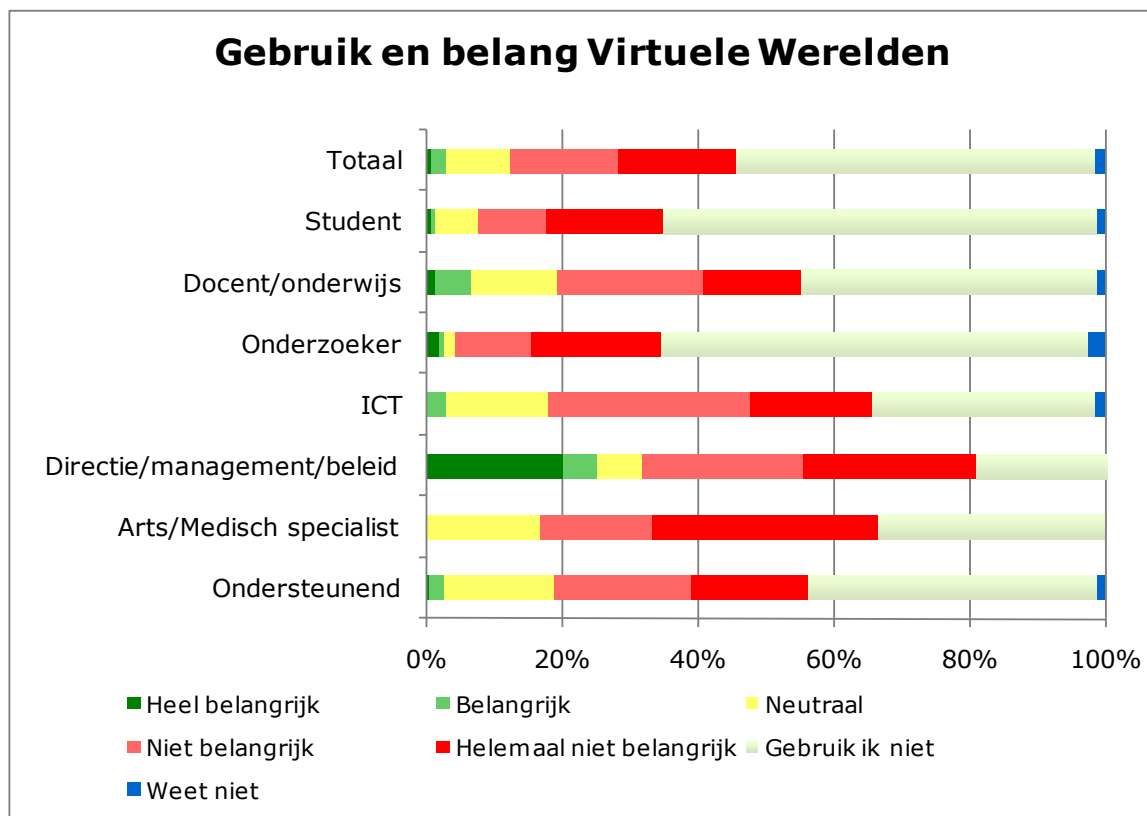
Niet gebruikt	2008	2009
Chatprogramma's	35%	27%
Profielensites	39%	20%
Bellen via internet	61%	35%
Nieuwsgroepen	71%	29%
Discussielijsten	79%	29%
Wiki's	59%	16%
E-zines	50%	19%
Virtuele werelden	96%	53%

Voor enkele toepassingen blijken er significante verschillen tussen de doelgroepen te zijn (Figuur 6 t/m Figuur 11).



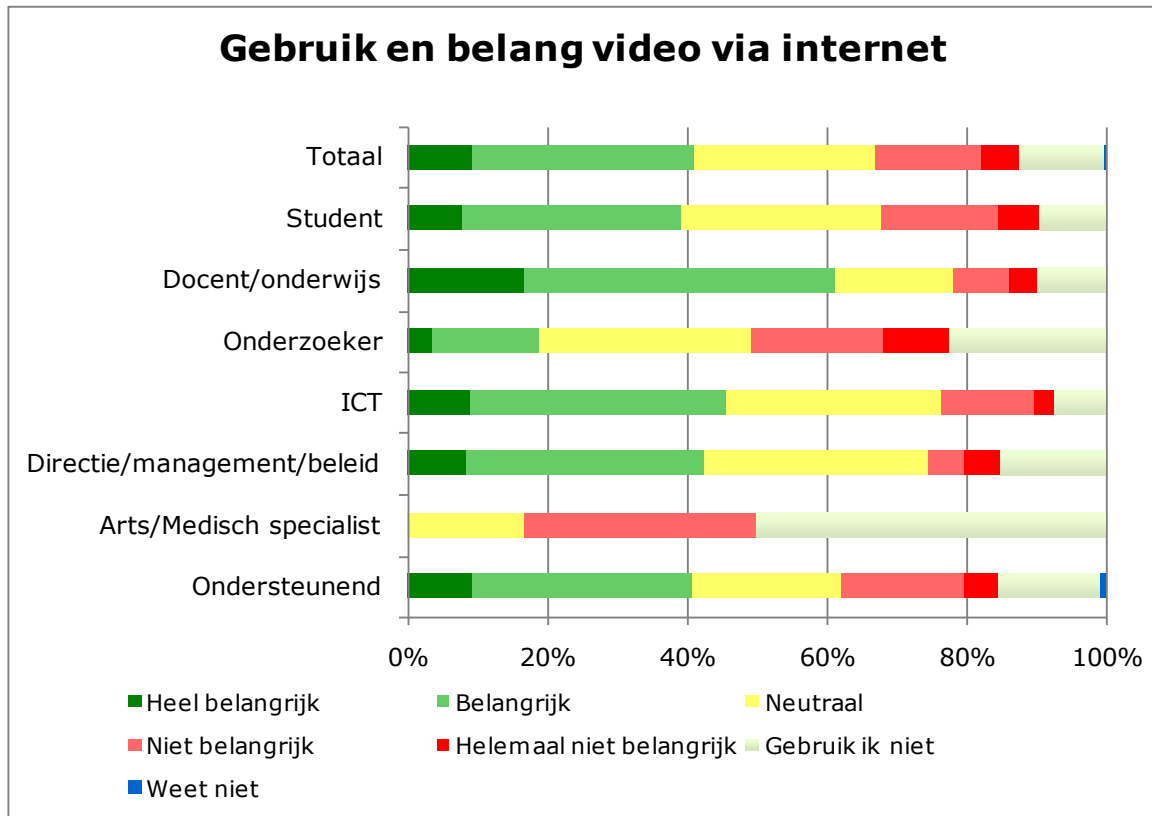
Figuur 6 Gebruik en belang E-zines

Als het gaat om E-zines, zien we dat artsen en studenten deze het minst vaak gebruiken en het minst vaak belangrijk achten (voor lesgeven, werk, onderzoek en studie). Als het gaat om het belang scoren onderzoekers (63% (heel) belangrijk), ondersteunend personeel (51% (heel) belangrijk), ICT-ers (56% (heel) belangrijk) en docenten (55% (heel) belangrijk) bovengemiddeld. Studenten vinden E-zines het minst van belang (38%).



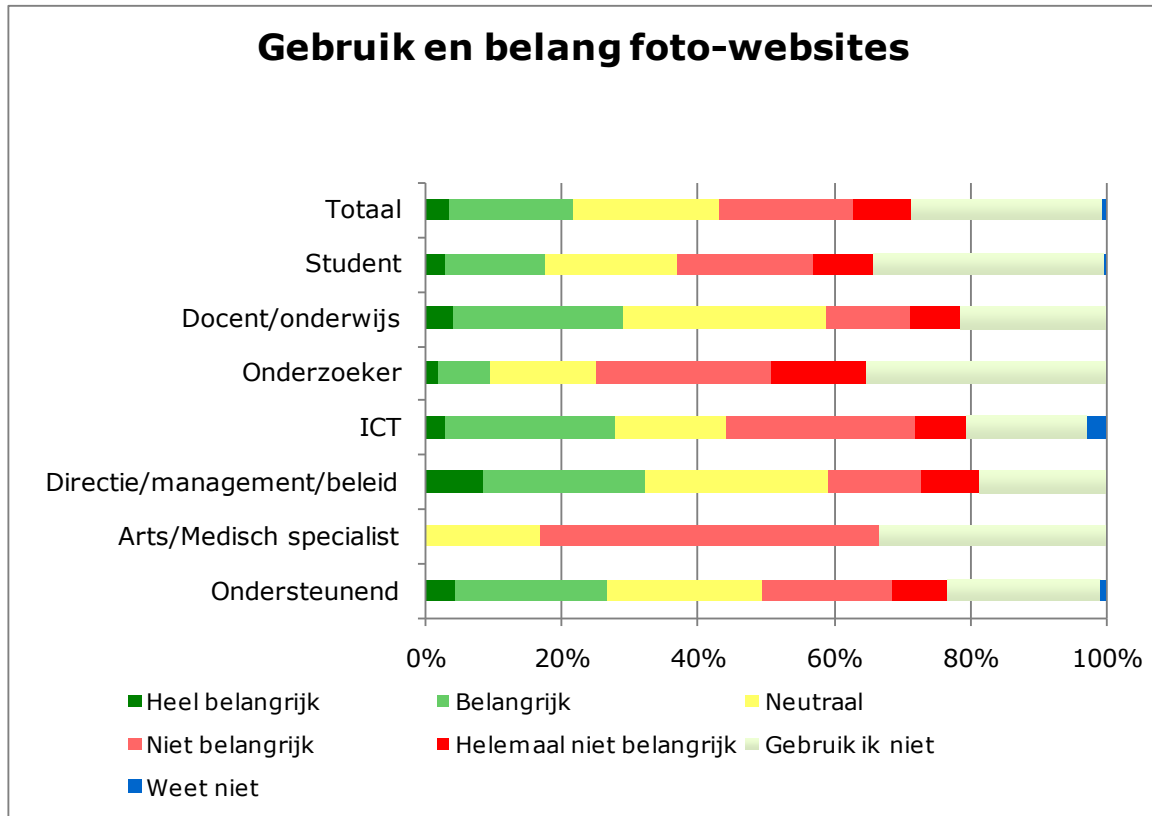
Figuur 7 Gebruik en belang Virtuele Werelden

Virtuele werelden (Figuur 7) worden over het algemeen weinig gebruikt (gemiddeld geeft 53% aan het niet te gebruiken). Weinig respondenten geven aan het in enige mate belangrijk te vinden. Vooral artsen (50% (helemaal) niet belangrijk), directie, management en beleidsmedewerkers (49% (helemaal) niet belangrijk) en ICT-ers (48% (helemaal) niet belangrijk) zien het belang niet duidelijk. Onder ondersteunend personeel en docenten zien we percentages van respectievelijk 38% en 36% voor (helemaal) niet belangrijk.



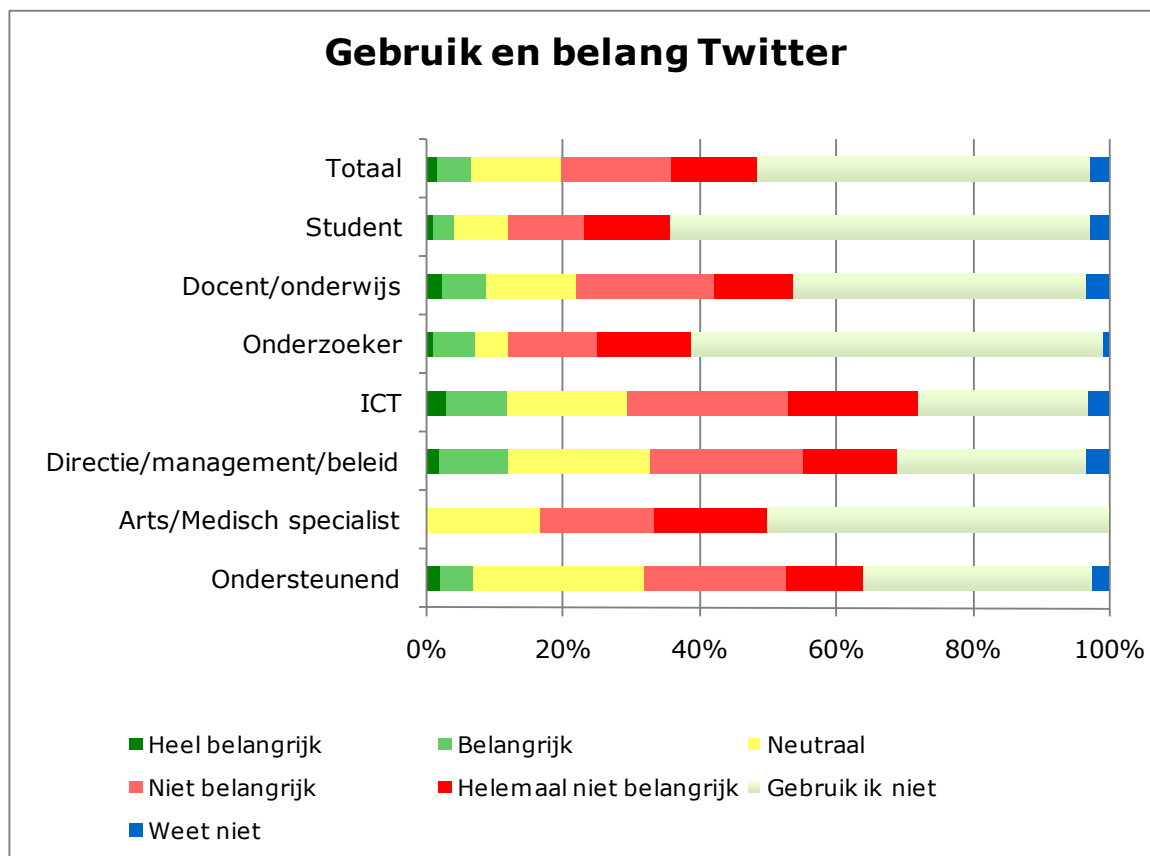
Figuur 8 Gebruik en belang video via internet

Figuur 8 laat het belang zien van video via internet. Dit belang wordt vooral gezien door docenten (62% vindt het (heel) belangrijk). Dit, terwijl artsen (0% (heel) belangrijk) en onderzoekers (19% (heel) belangrijk) het belang niet zien voor hun situatie.



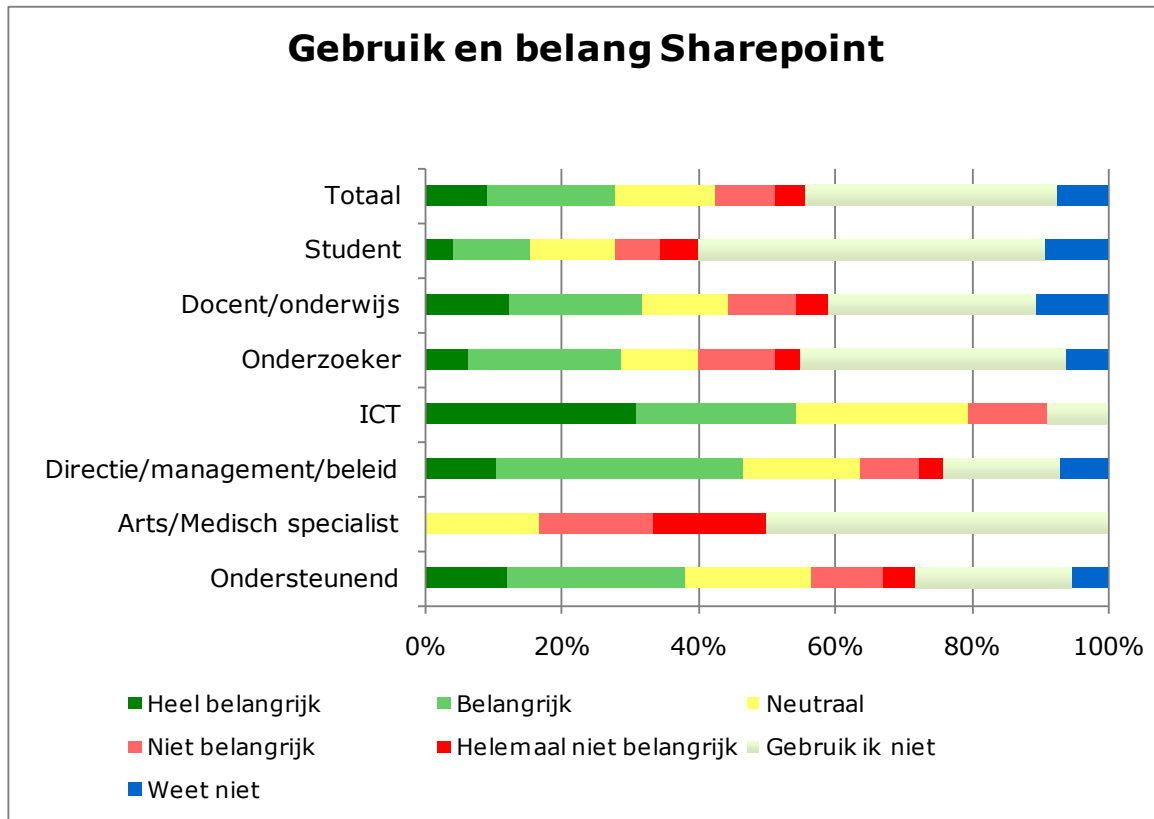
Figuur 9 Gebruik en belang foto-websites per doelgroep

Fotowebsites, zoals Flickr en Picasa vinden artsen (0% (heel) belangrijk) en onderzoekers (10% (heel) belangrijk) het minst van belang. Verder is in Figuur 9 te zien dat directie, management en beleidsmedewerkers het het meest belangrijk vinden (33% (heel) belangrijk). Docenten vinden het in 29% van de gevallen (heel) belangrijk voor hun onderwijs.



Figuur 10 Gebruik en belang Twitter

Figuur 10 laat zien dat Twitter over het algemeen niet zo van belang geacht wordt voor het onderwijs. ICT-ers hebben er het meest een mening over en zijn vaker positief én vaker negatief over het belang dan de andere groepen, maar overwegend negatief. Studenten en onderzoekers geven vaker dan gemiddeld aan Twitter niet te gebruiken. Tussen vrouwen en mannen is er ook een significant verschil gevonden. 44% van de mannen gebruikt het niet, terwijl zelfs 55% van de vrouwen het niet gebruikt.

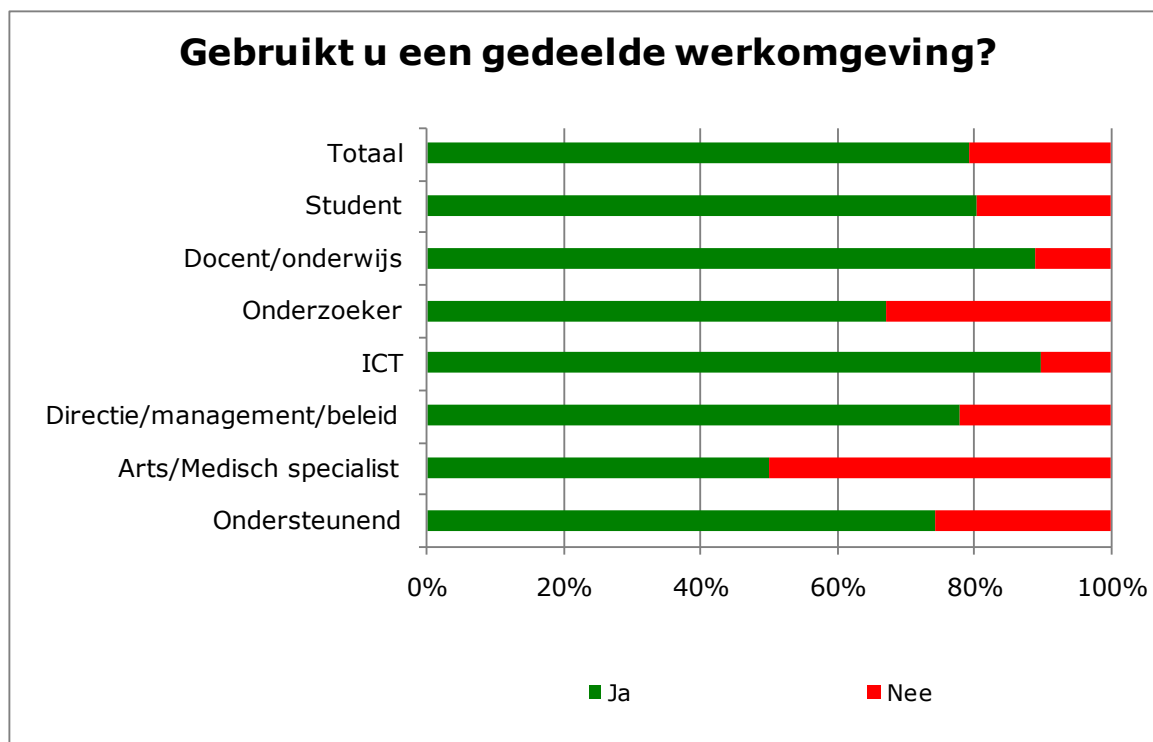


Figuur 11 Gebruik en belang Sharepoint

Over het belang van Sharepoint zijn vooral ICT-ers (55% (heel) belangrijk) en management, directie en beleidsmedewerkers (46% (heel) belangrijk) positief. Studenten geven minder dan gemiddeld aan het belang te zien. Tussen mannen en vrouwen is het verschil dat vrouwen Sharepoint vaker dan mannen niet gebruiken; 45% van de vrouwen gebruikt het niet en 30% van de mannen niet.

Gedeelde online werkomgeving

In Figuur 12 is het gebruik van een gedeelde werkomgeving weergegeven. Een online gedeelde werkomgeving wordt vrij veel gebruikt (79%). Artsen (50%) en onderzoekers (32%) minder dan gemiddeld. Docenten (89%) en ICT-ers (90%) juist bovengemiddeld. 79% gebruikt een gedeelde online werkomgeving, voornamelijk voor het online uitwisselen van bestanden (90%) en om bestanden openbaar te maken (63%).



Figuur 12 Gebruik van gedeelde werkomgeving

De mensen die geen online gedeelde werkomgeving gebruiken, zeggen dat dat voornamelijk komt door:

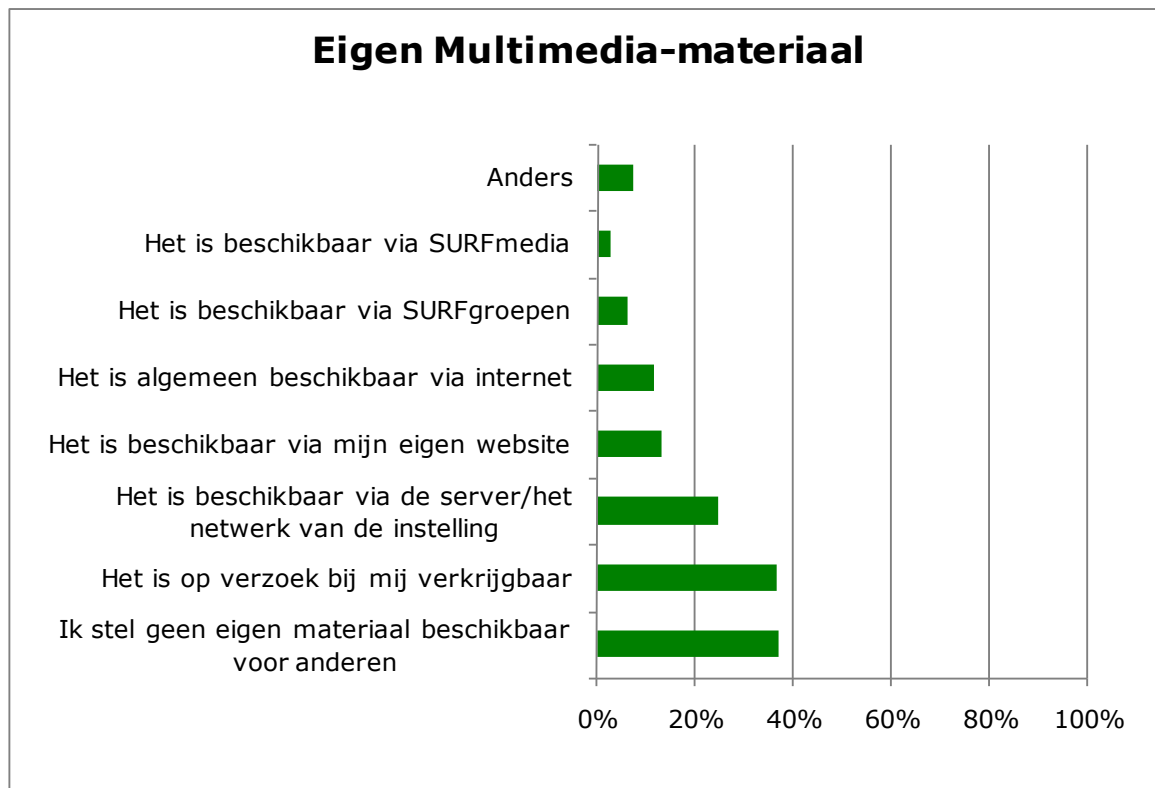
- Geen behoefte (vragen stellen/overleggen gebeurt persoonlijk of per mail, er wordt niet veel gedeeld)
- Lastig om mee te werken
- Niet beschikbaar
- Niet bekend
- Alternatieven gebruikt (face to face, bellen, mailen, Outlook, Google Docs, Skype, MSN)
- Organisatie/collega's nog niet zo ver (niet voldoende kennis, middelen niet aanwezig)
- Blackboard is traag/niet gebruiksvriendelijk, niet voor communiceren
- Chatten wordt vaak niet gedaan en als het gedaan wordt via MSN of ander chatprogramma (of face to face)

85% vindt een gedeelde online werkomgeving (heel) belangrijk.

Multimedia

Het meest gebruikt om multimedia te zoeken zijn: Youtube (77%) en GoogleVideo (43%). SURFmedia wordt in 20% van de gevallen genoemd als bron voor multimedia.

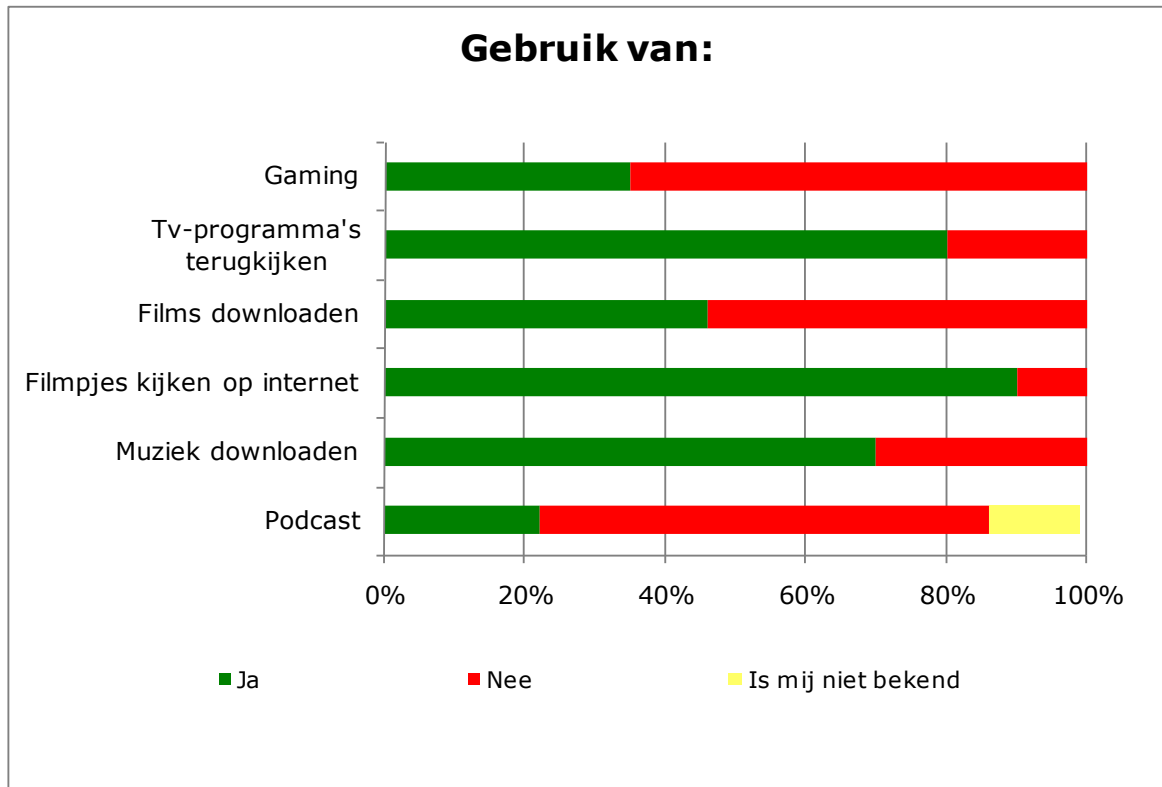
Het beeld van het maken en verspreiden van eigen multimediamateriaal is weergegeven in Figuur 13.



Figuur 13 Beschikbaar stellen van eigen multimediamateriaal

De meeste respondenten maken geen eigen multimediamateriaal (37%). Van degenen die het wel maakt, stelt het grootste deel het niet online beschikbaar. Wel is het op verzoek bij de maker te krijgen (37%). In 25% van de gevallen wordt het via de server van de instelling beschikbaar gesteld. Een eigen website (12%) en internet (13%) zijn minder populair. Via SURFmedia (3%) en SURFgroepen (6%) wordt het eigen materiaal het minst beschikbaar gesteld.

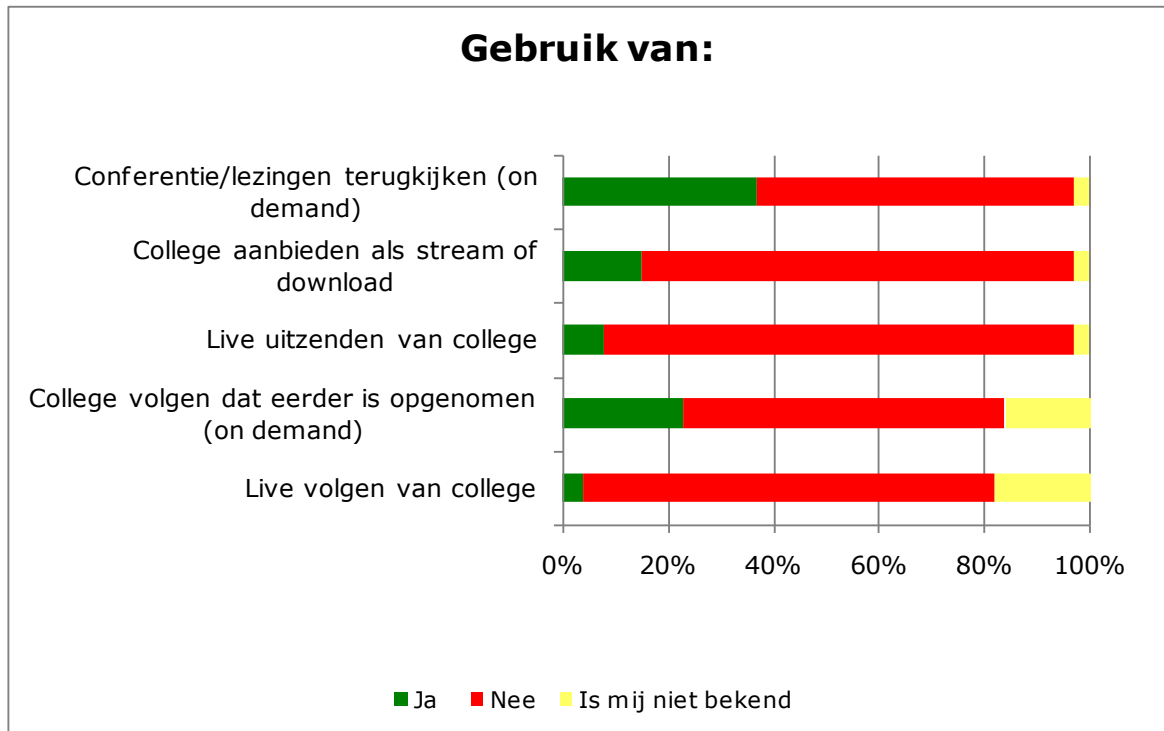
Het gebruik van algemene (niet onderwijs specifieke) online diensten wordt geschetst in Figuur 14.



Figuur 14 Gebruik van algemene online diensten

Gaming en films downloaden wordt het minst gedaan. Net als Podcast, waarvan ook een groep niet weet wat het is. Filmpjes kijken op internet, Tv-programma's bekijken op internet en muziek downloaden wordt het meeste gedaan.

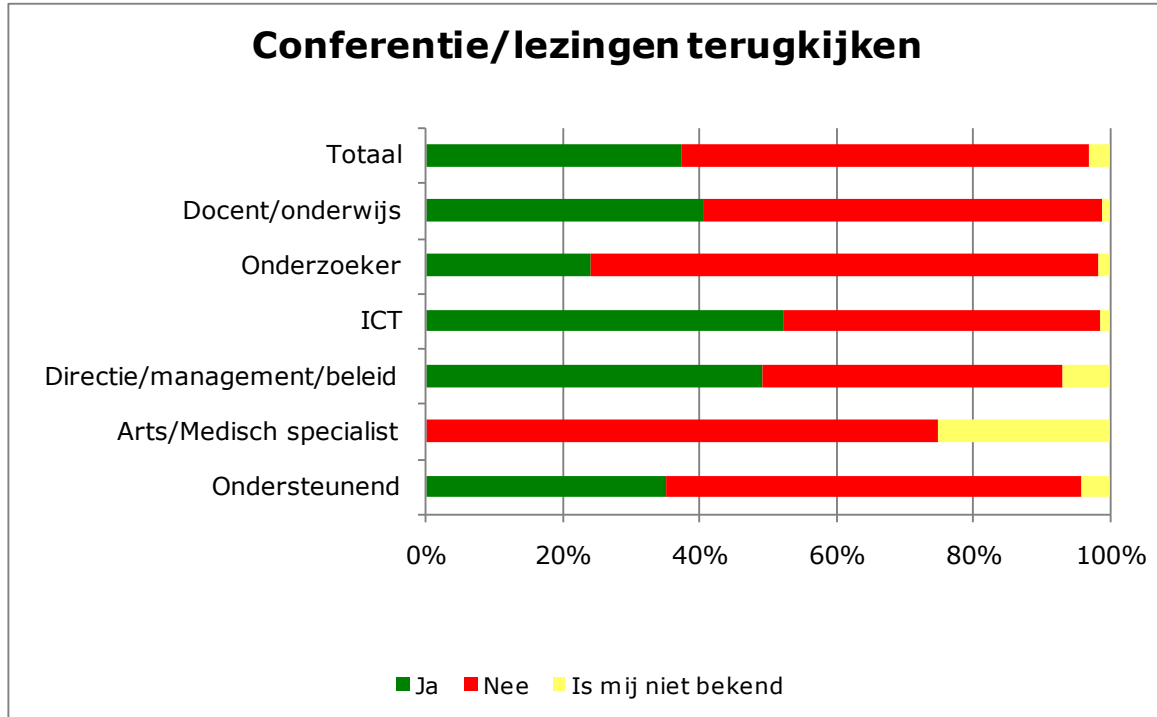
Onderwijsspecifieke online diensten en dan met name op het gebied van live of on-demand volgen van lezingen, is weergegeven in Figuur 15.



Figuur 15 Gebruik van online diensten voor het volgen voor colleges en conferenties

Studenten volgen colleges vrijwel niet live (online). 23% zegt ze wel on demand te volgen. Ook is hier nog de nodige onbekendheid. Ook zeggen docenten niet vaak colleges live of on demand beschikbaar te stellen. Een conferentie terugkijken wordt vaker gedaan (37%)

Figuur 16 laat zien, dat er verschillen zijn tussen de doelgroepen als we kijken naar hoe vaak het online terugkijken van conferenties en lezingen voorkomt.

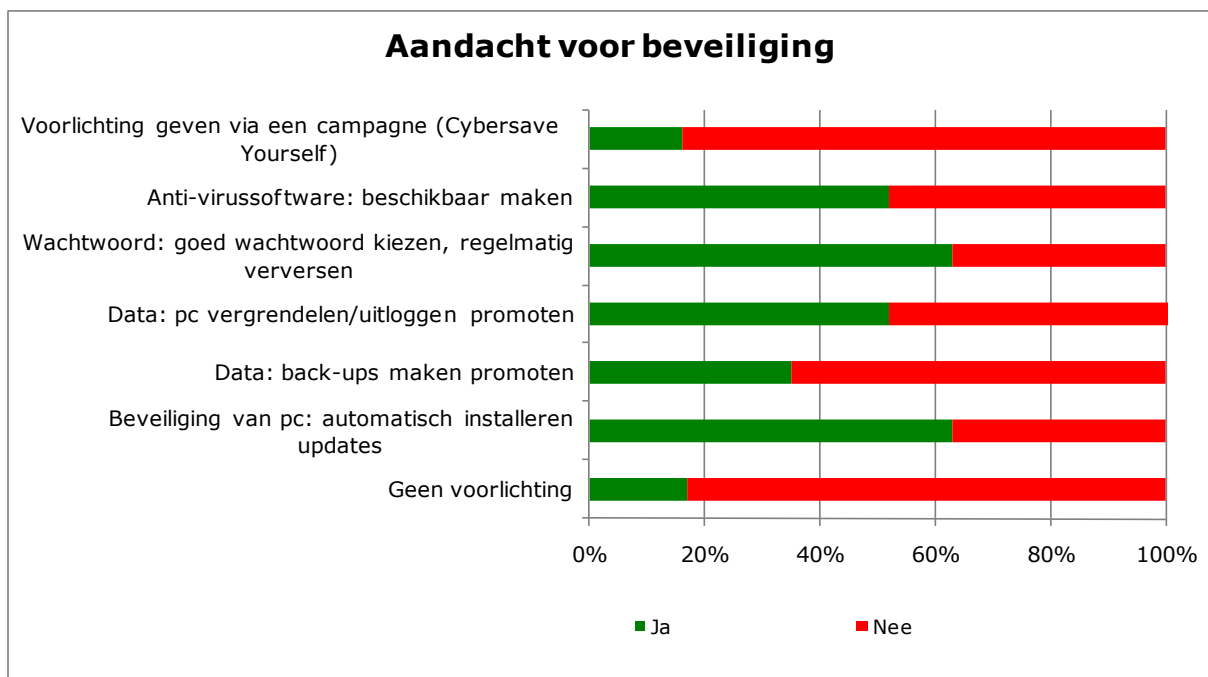


Figuur 16 Conferentie/lezingen terugkijken

Conferenties en lezingen terugkijken doen ICT-ers (52%), directie, management en beleidsmedewerkers (49%) en docenten (40%) vaker dan gemiddeld (37%). Onderzoekers doen het na de artsen, die het helemaal niet doen, het minst (24%).

Aandacht voor Beveiliging

Er wordt door instellingen op verschillende gebieden aandacht besteed aan beveiliging. Dat is te zien in Figuur 17.



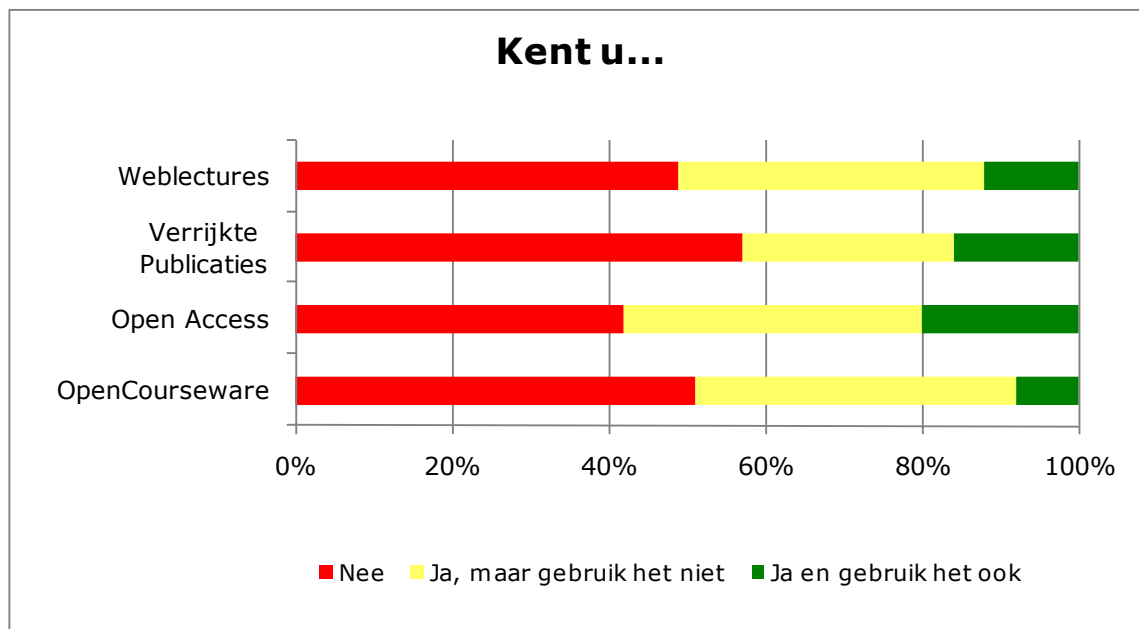
Figuur 17 Aandacht voor beveiliging

Er is met name aandacht voor het goed kiezen van wachtwoorden (63%), beveiliging van de pc door automatisch updates installeren (63%), vergrendelen en uitloggen van de pc (52%) en anti-virus software (52%) beschikbaar maken. Een campagne als Cybersave Yourself is veel minder bekend (16%). In 17% van de gevallen is er geen voorlichting. In de toelichting geeft men aan, dat beveiligingszaken automatisch gebeuren (door de IT-afdeling).

Bekendheid en gebruik nieuwe ontwikkelingen

Weblectures, Verrijkte publicaties, Open Access en OpenCourseware

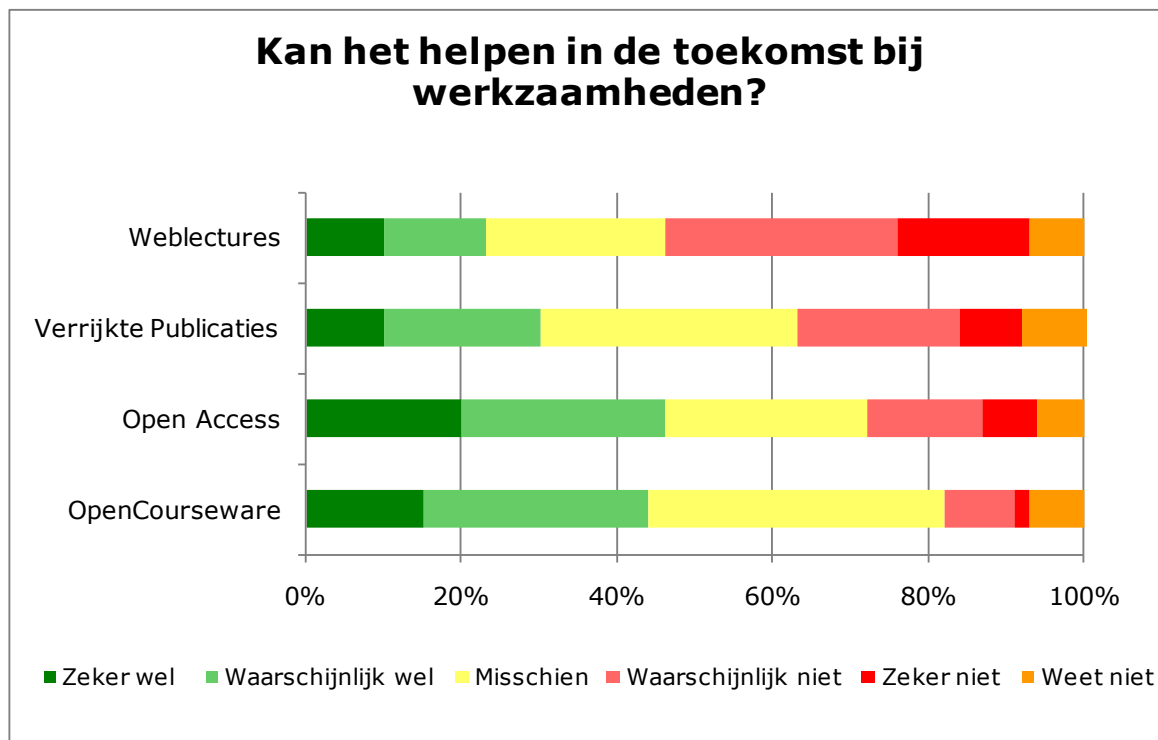
Wat opvalt in Figuur 18 is dat een groot deel van de respondenten Weblectures, Verrijkte publicaties, Open Access en OpenCourseware niet kent. Het meest bekend en gebruikt is Open Access.



Figuur 18 Bekendheid met weblectures, Verrijkte publicaties, Open Access en OpenCourseware

Het minst bekend zijn verrijkte publicaties (57%). Maar de groep die zegt het wel te kennen, maar niet te gebruiken is hier kleiner dan bij de rest. Weblectures en OpenCourseware zijn vergelijkbaar: ongeveer 50% kent de toepassingen niet en ongeveer 40% kent de toepassingen, maar gebruikt ze niet. Het gebruik is lager dan van Open Access en Verrijkte publicaties.

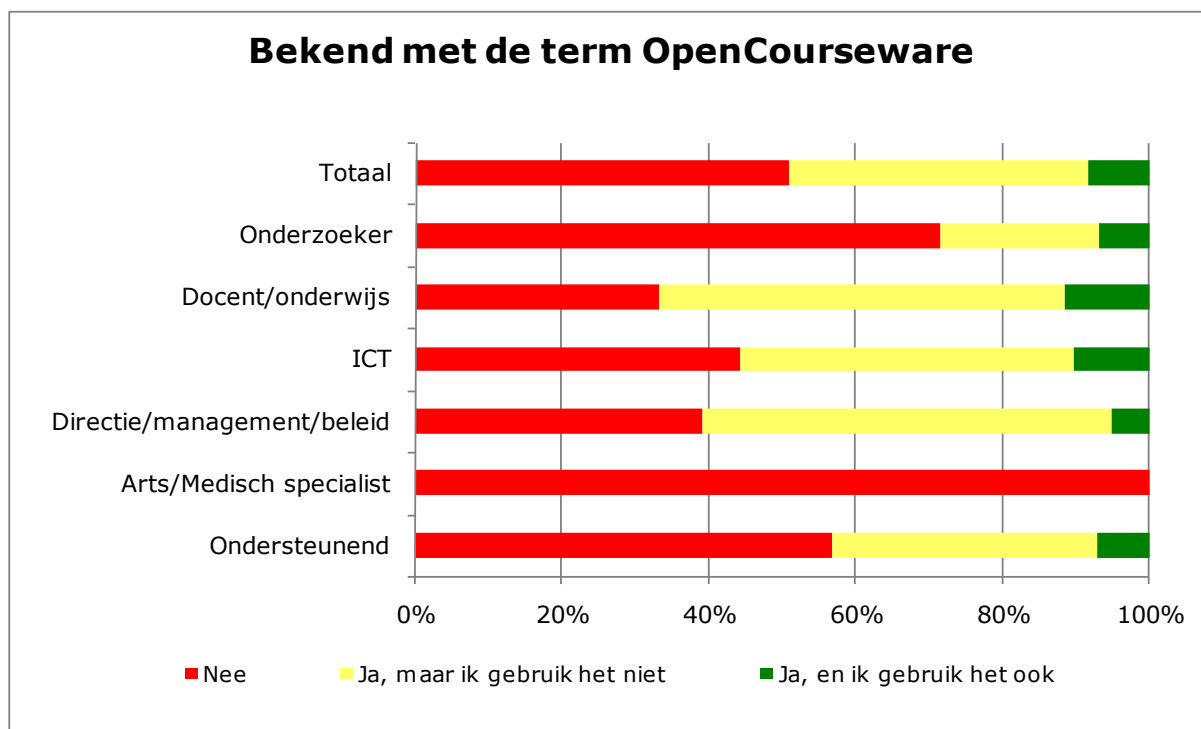
Figuur 19 geeft het nut weer dat de respondenten in de toekomst zien voor Weblectures, Verrijkte publicaties, Open Access en OpenCourseware.



Figuur 19 Nut van weblectures, verrijkte publicaties, Open Access en OpenCourseware

Men denkt dat Open Access en OpenCourseware (zeker of misschien) wel kan helpen bij de werkzaamheden in de toekomst. Voor Verrijkte Publicaties en zeker voor Weblectures ligt het aandeel mensen dat zegt dat ze behulpzaam kunnen zijn in de toekomst lager.

Als het gaat om Open Courseware zien we verschillen tussen de doelgroepen. Dat is te zien in Figuur 20.

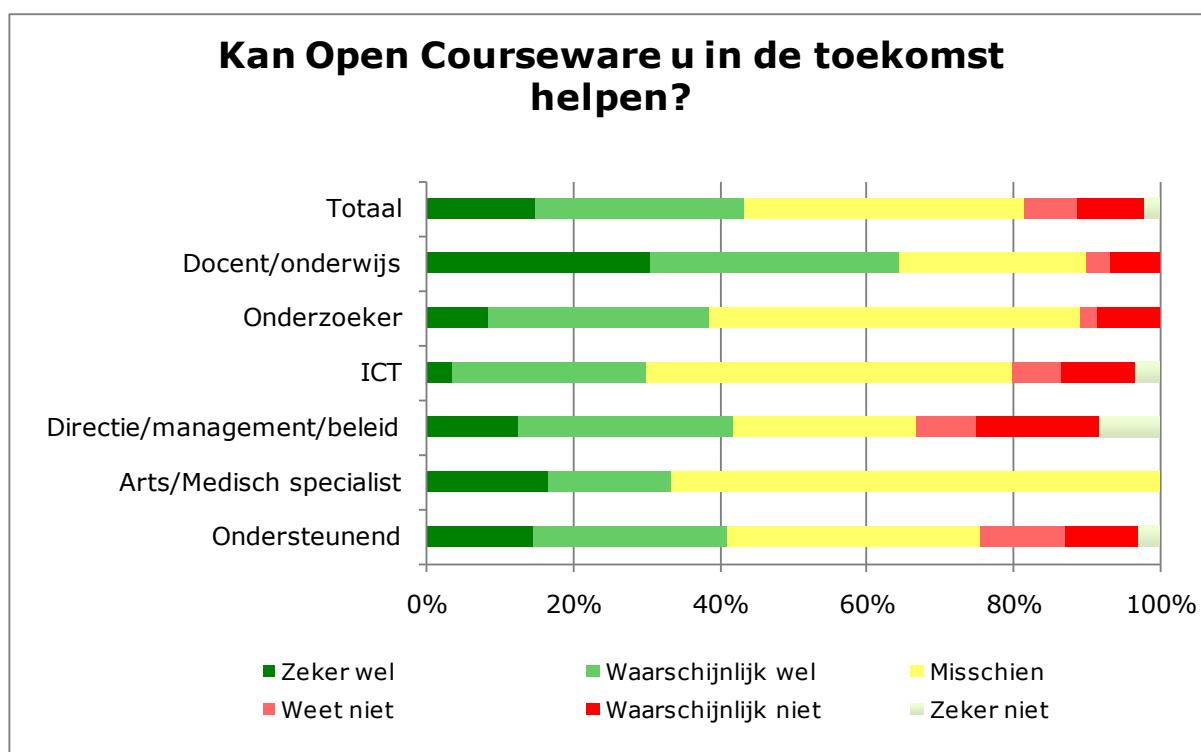


Figuur 20 Bekendheid met OpenCourseware per doelgroep

Artsen/medisch specialisten (de kleine groep die meedeed aan het onderzoek) zijn in het geheel niet bekend met de term (100%). Onderzoekers zijn daarna het minst vaak op de hoogte van de term Open Courseware (72%). Docenten en direct bij onderwijs betrokkenen kennen de term het vaakst (67% kent het), maar gebruiken het niet altijd; 55% kent het, maar gebruikt het niet.

Tussen mannen en vrouwen is er ook een significant verschil gevonden. Mannen kennen de term OpenCourseware vaker dan vrouwen (respectievelijk kent 54% en 40% de term).

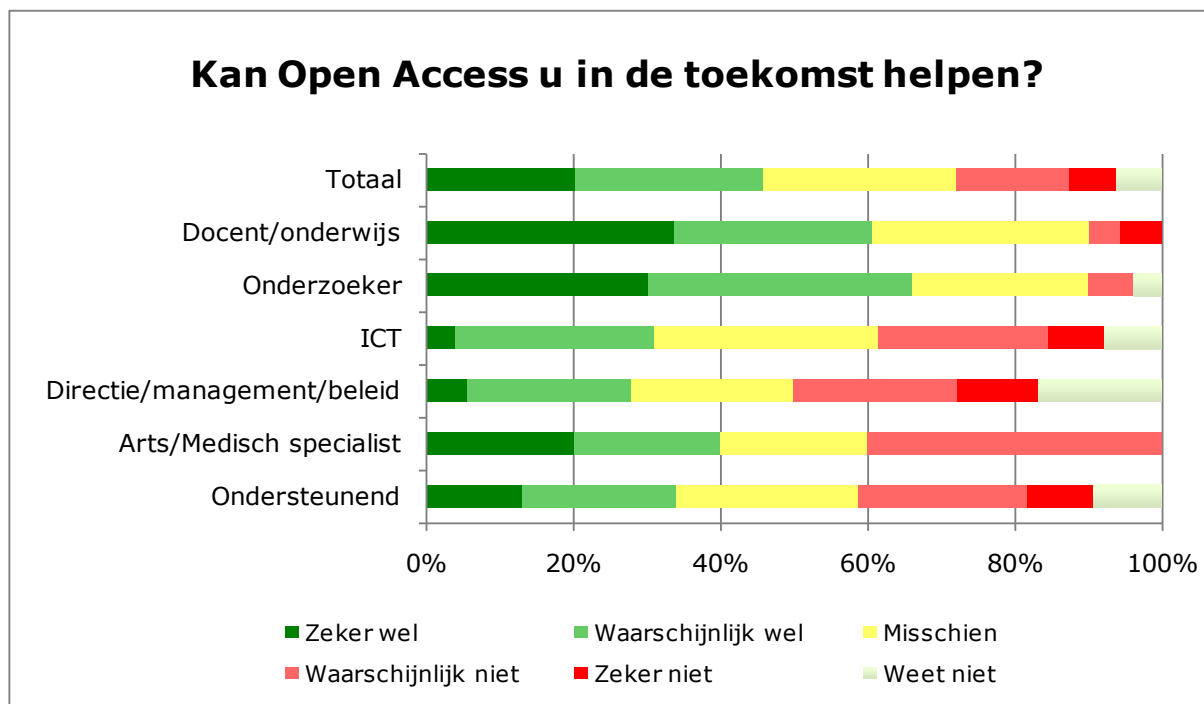
Figuur 21 geeft aan hoe de verschillende doelgroepen het eventuele toekomstige nut van OpenCourseware zien voor hun werkzaamheden. Nadat de mensen die de term Open Courseware niet kenden een beschrijving hebben gelezen, is een groot deel van de docenten van mening dat Open Courseware in de toekomst kan helpen bij hun werk (65% denk zeker of waarschijnlijk wel). Artsen en medisch specialisten tasten nog steeds in het duister en weten niet of het kan helpen. ICT-ers zijn het minst positief over of het zal helpen bij hun werkzaamheden.



Figuur 21 Nut van OpenCourseware in de toekomst per doelgroep

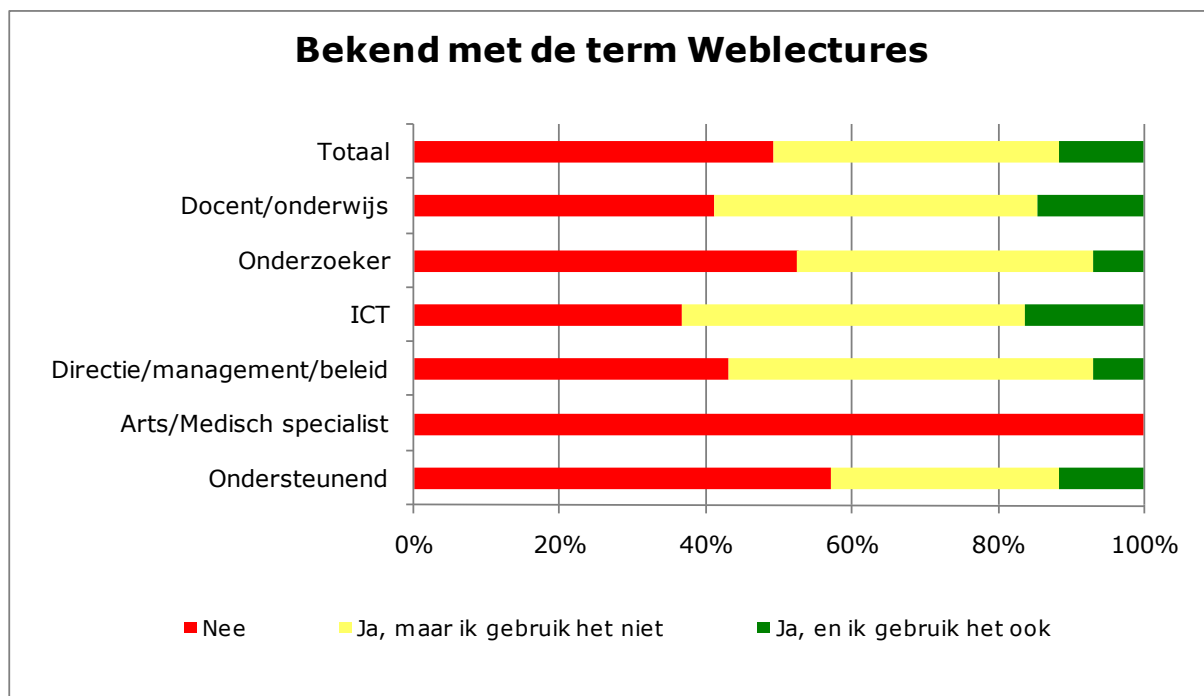
Ook voor Open Access is de vraag gesteld of men het kent en of het in de toekomst zou kunnen helpen bij de werkzaamheden. Voor de bekendheid zijn geen significante verschillen gevonden tussen de doelgroepen. Wel is er een verschil tussen mannen en vrouwen.

Tussen mannen en vrouwen is er ook een significant verschil gevonden. Mannen kennen de term vaker Open Access dan vrouwen (respectievelijk kent 51% en 30% de term). Voor nut in de toekomst zijn er ook verschillen gevonden: onderzoekers en docenten zijn daarover het meest positief. Zie Figuur 22.



Figuur 22 Nut van Open Access in de toekomst per doelgroep

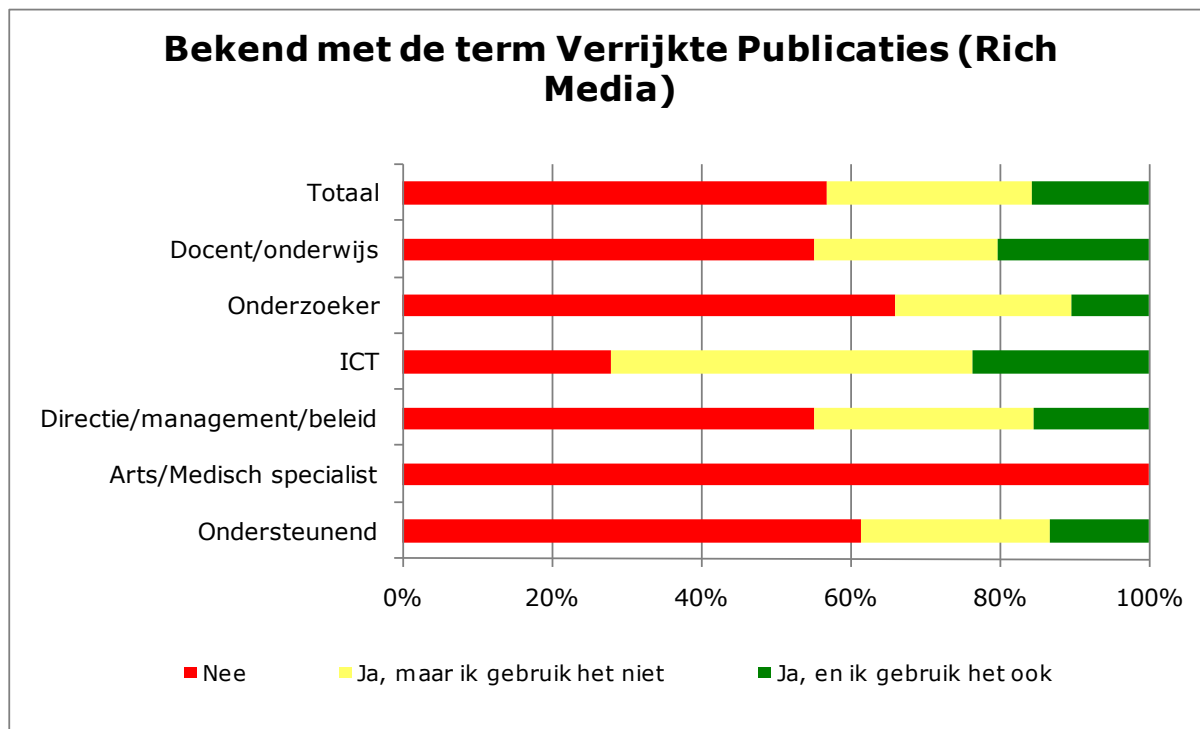
Weblectures zijn over het algemeen bij bijna 50% niet bekend. Verschillen in doelgroepen vinden we hier ook (Figuur 23).



Figuur 23 Bekendheid met Weblectures

Voorals arts/medisch specialisten kennen de toepassing niet. Onderzoekers (53%) en ondersteunend personeel (57%) scoren ook bovengemiddeld als het gaat om de onbekendheid van de term weblectures. ICT-ers (63% kent het en 16% gebruikt het ook) en docenten (59% kent het en 15% gebruikt het ook) kennen de term het vaakst.

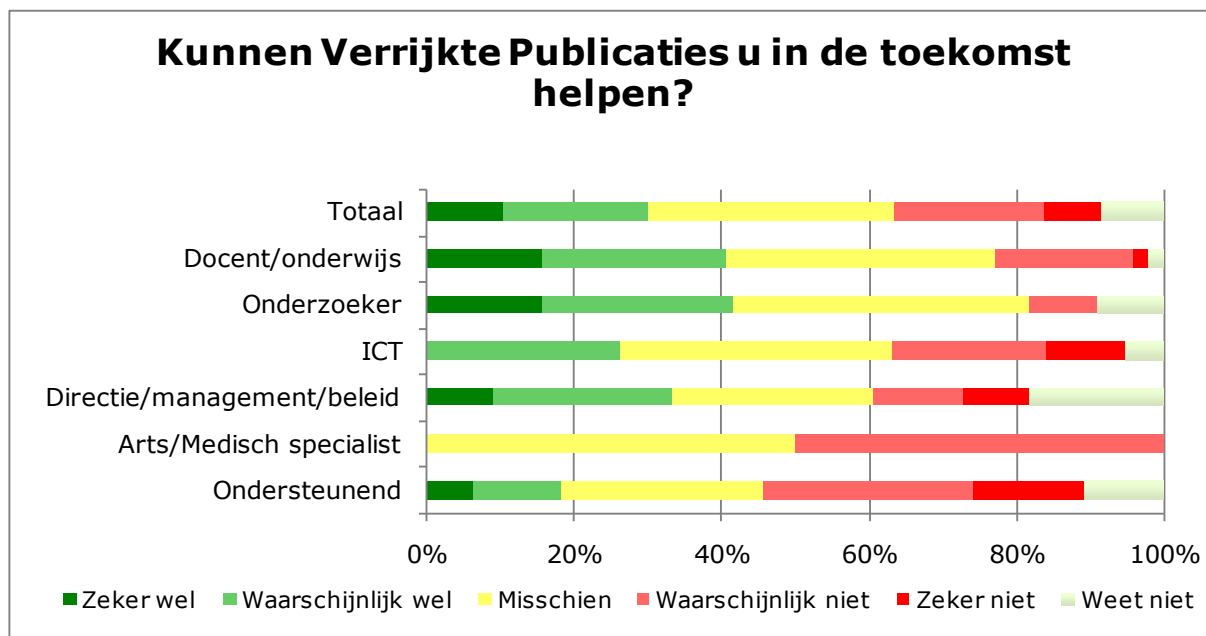
Verrijkte publicaties zijn nog minder goed bekend dan weblectures; 57% kent de term niet. In Figuur 24 zijn de verschillen per doelgroep weergegeven.



Figuur 24 Bekendheid verrijkte publicaties

Voorals bij artsen (100%), onderzoekers (66%) en ondersteunend personeel (61%) is het onbekend. Maar ook bij docenten (55%) en directie, management en beleidsmedewerkers (55%) gaat geen belletje rinkelen bij het horen van de term. ICT-ers zijn het beste op de hoogte van de term verrijkte publicaties of Rich Media.

Of verrijkte publicatie in de toekomst kunnen helpen bij werkzaamheden is weergegeven in Figuur 25.



Figuur 25 Nut van verrijkte publicaties in de toekomst per doelgroep

Het is voor artsen het meest onzeker of verrijkte publicaties gaan helpen bij werkzaamheden in de toekomst (misschien of waarschijnlijk niet; beide 50%). Voor onderzoekers (43% waarschijnlijk of zeker wel) lijkt er het meeste potentieel en voor docenten (41% waarschijnlijk of zeker wel). Ondersteunend personeel geeft beneden gemiddeld aan dat het zou kunnen helpen.

Hieronder worden de belangrijkste voor- en nadelen die men ziet van de verschillende nieuwe diensten opgesomd. Er blijkt voor de meeste nieuwe diensten meer kennis over de voordelen en bekendheid met de diensten nodig voor mensen om het te gaan gebruiken.

Open Courseware: voor- en nadelen

Waarom wordt Open Courseware niet gebruikt?

- geen behoefte, noodzaak, interesse
- geen geschikt materiaal
- geen onderwijstaken

De voordelen van Open Courseware zijn:

- Snel, altijd en overal toegankelijk
- Bespaart tijd en geld
- Kennis delen, Snel toegang tot bronnen en snel verspreiden van materiaal, Niet meer alles zelf hoeven ontwikkelen

De nadelen van Open Courseware zijn:

- Betrouwbaarheid/autoriteit van (de aanbieder van) informatie
- Niet altijd gebruiksvriendelijk
- Is er voldoende relevant aanbod en is het te vinden?
- Tijdgebrek
- Kosten

Wat zou er moeten veranderen om Open Courseware wel te gaan gebruiken?

- Meer materiaal
- Meer kennis over wat ermee kan/ best practices/collega's die er wel mee werken
- Management / beleid van de school moet het promoten

Open Access: voor- en nadelen

Waarom wordt Open Access niet gebruikt?

- Onbekendheid
- Niet nodig, geen behoefte, niet toepasbaar in werkzaamheden

De voordelen van Open Access die vooral gezien worden, zijn:

- Eenvoudige toegang tot informatie en kennis
- Snel
- Lage kosten

Mogelijke nadelen van Open Access zijn volgens de respondenten:

- Betrouwbaarheid van de informatie
- Onbekendheid
- Tijdgebrek: tijd om het eigen te maken, tijd die het kost om het te gebruiken
- Moeilijk te vinden wat je zoekt

Wat zou er moeten veranderen om Open Access wel te gaan gebruiken?

- Meer expertise/kennis /voorlichting over wat ermee kan
- School die het voorschrijft

Verrijkte Publicaties: voor- en nadelen

Waarom worden Verrijkte Publicaties niet gebruikt?

- Niet van toepassing in werk, geen behoefte
- Onbekend

De voordelen van Verrijkte Publicaties, die men ziet:

- Mogelijkheid tot visualiseren, waardoor beter begrip van de stof mogelijk is
- [er blijkt vooral behoefte aan meer informatie over verrijkte publicaties]

Als nadelen ziet men:

- Onwetendheid
- Tijdgebrek
- Vindbaarheid
- Betrouwbaarheid

Wat moet er veranderen om Verrijkte Publicaties wel te gaan gebruiken?

- Zicht op wat ermee kan / ondersteuning
- Beschikbaarheid van bruikbaar materiaal
- Concrete aanleiding/functionele behoefte vanuit werkzaamheden

Weblectures: voor- en nadelen

Waarom worden weblectures niet gebruikt?

- (nog) geen behoefte, toepassing
- beperkt relevant aanbod
- lectures/colleges zijn niet geschikt om op te nemen

De voordelen zijn volgens de respondenten:

- Overal en altijd
- Aanpassen aan tempo student; naluisteren
- Groter bereik

Als nadelen/drempels voor weblectures worden aangegeven:

- Minder/geen interactie
- Zorg om gebruiksvriendelijkheid

- Docenten onbekend en onbemind
- Kost tijd, geld en organisatie om het op te nemen

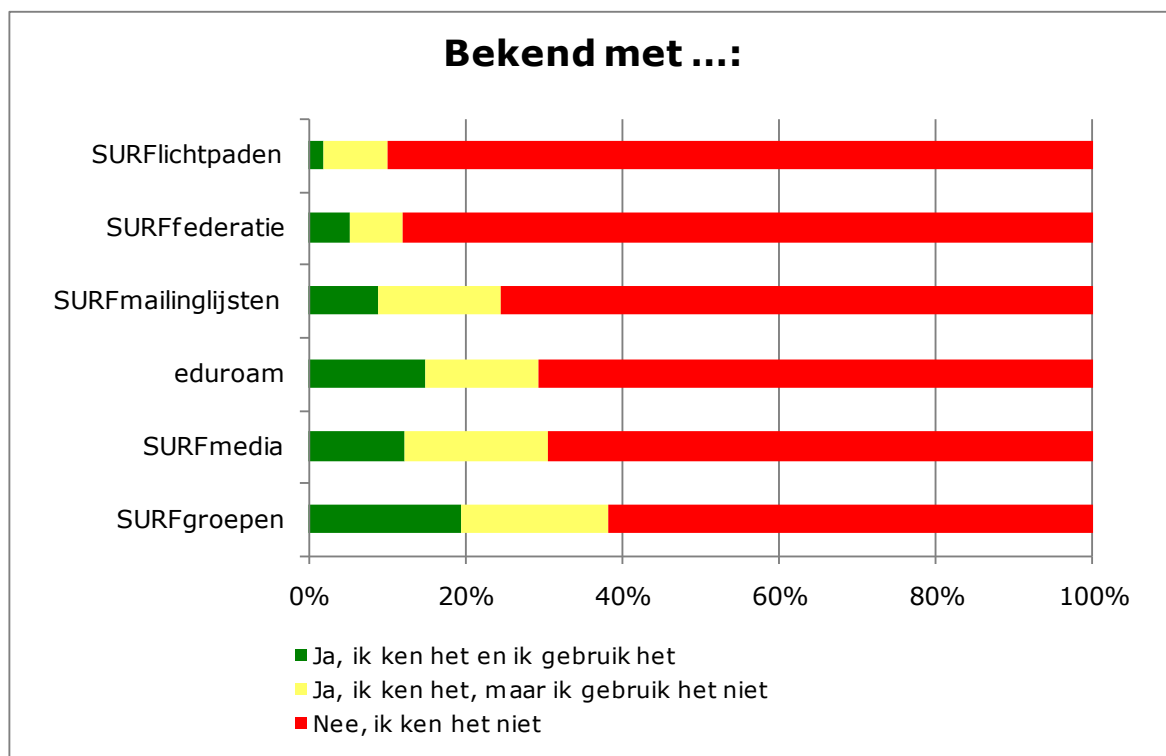
Wat moet er veranderen om het wel te gaan gebruiken?

- Duidelijke toegevoegde waarde/ meer informatie over wat ermee kan
- Experimenten die goede resultaten laten zien/aanbevelingen van anderen
- Relevante content die goed zoekbaar is

Bekendheid, gebruik en waardering diensten

SURFmedia, SURFgroepen, eduroam, SURFlichtpaden, SURFfederatie, SURFmailinglijsten (listserv)

De bekendheid van SURFmedia, SURFgroepen, eduroam, SURFlichtpaden en SURFfederatie en SURFmailinglijsten is niet erg groot (zie Figuur 26). De dienst SURFgroepen is het meest bekend en wordt het meest gebruikt, wat overeenkomt met het beeld uit het onderzoek onder instellingen. SURFgroepen wordt, wat bekendheid en gebruik betreft, gevolgd door SURFmedia en eduroam (waarbij eduroam wel iets meer gebruikt wordt dan SURFmedia). Ook worden de diensten vaak niet herkend na een toelichting.



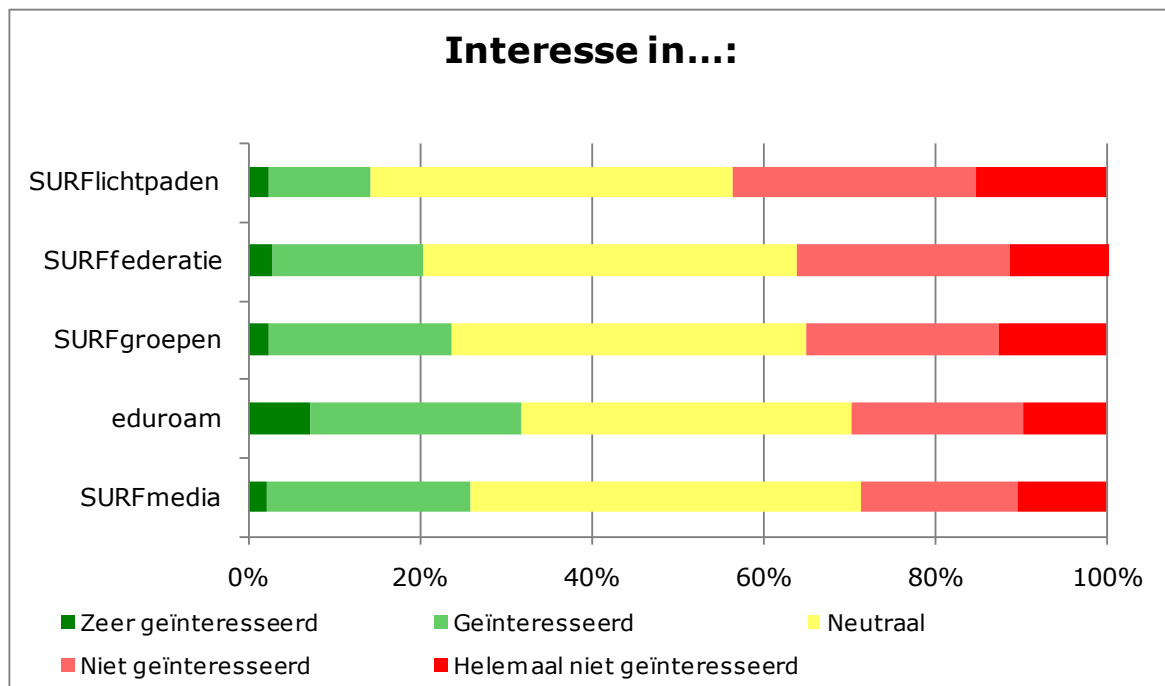
Figuur 26 Bekendheid SURFnet diensten

Ten opzichte van de meting in 2008 is er het een en ander veranderd in de bekendheid en het gebruik van de diensten. Vooral SURFgroepen wordt aanzienlijk meer gebruikt (+12 procentpunten). Maar ook eduroam mag op meer gebruik rekenen dan in 2008 (+8 procentpunten).

Bekend en gebruikt	2008	2009	Vershil
SURFlichtpaden	1%	2%	+1
SURFfederatie	-	5%	*
SURFmailinglijsten	5%	9%	+4
eduroam	7%	15%	+8
SURFmedia	-	12%	*
SURFgroepen	8%	20%	+12

* SURFmedia en SURFfederatie zijn in het onderzoek van 2008 nog niet meegenomen.

De respondenten die ook na het tonen van de beschrijving aangaven de dienst niet te kennen is gevraagd in hoeverre er, op basis van eerder genoemde beschrijving, interesse is in een dergelijke dienst. Dan blijkt er voor alle diensten (enige) interesse na uitleg. De interesse voor eduroam is het grootst. Daarna volgen SURFgroepen en SURFmedia. Voor SURFlichtpaden is de minste interesse (zie Figuur 27).



Figuur 27 Interesse in SURFnet diensten

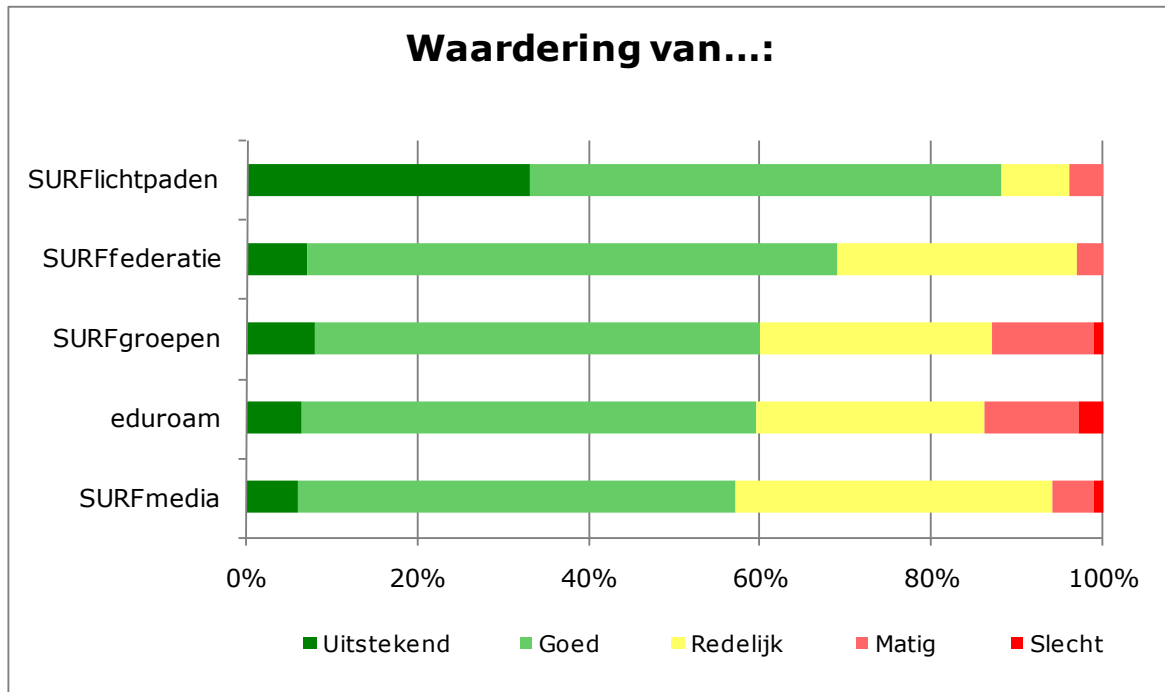
De interesse voor de diensten is gegroeid ten opzichte van 2008. Vooral de interesse voor eduroam is gegroeid, met 10 procentpunten. Voor SURFgroepen is ook meer interesse (5 procentpunten verschil) en voor SURFlichtpaden is de interesse gegroeid met 3 procentpunten.

(zeer) geïnteresseerd	2008	2009	Vershil
SURFlichtpaden	11%	14%	+3
SURFgroepen	19%	24%	+5
eduroam	22%	32%	+10

Alle diensten zijn (net als vorig jaar) vooral bekend geworden door de website van SURFnet en collega's/medestudenten en worden met name gebruikt voor werk. Alleen bij SURFlichtpaden speelde directe benadering van SURFnet ook een grote rol in de bekendheid.

Het aanbieden van SURFmedia en SURFgroepen op mobiele apparaten vindt ongeveer een derde (zeer) interessant.

In Figuur 28 is de waardering van de diensten van SURFnet weergegeven. SURFlichtpaden wordt door de (kleine groep) gebruikers het beste gewaardeerd. Daarna volgt SURFfederatie. Bij SURFgroepen en eduroam wordt het vaakst 'matig' en 'slecht' genoemd.



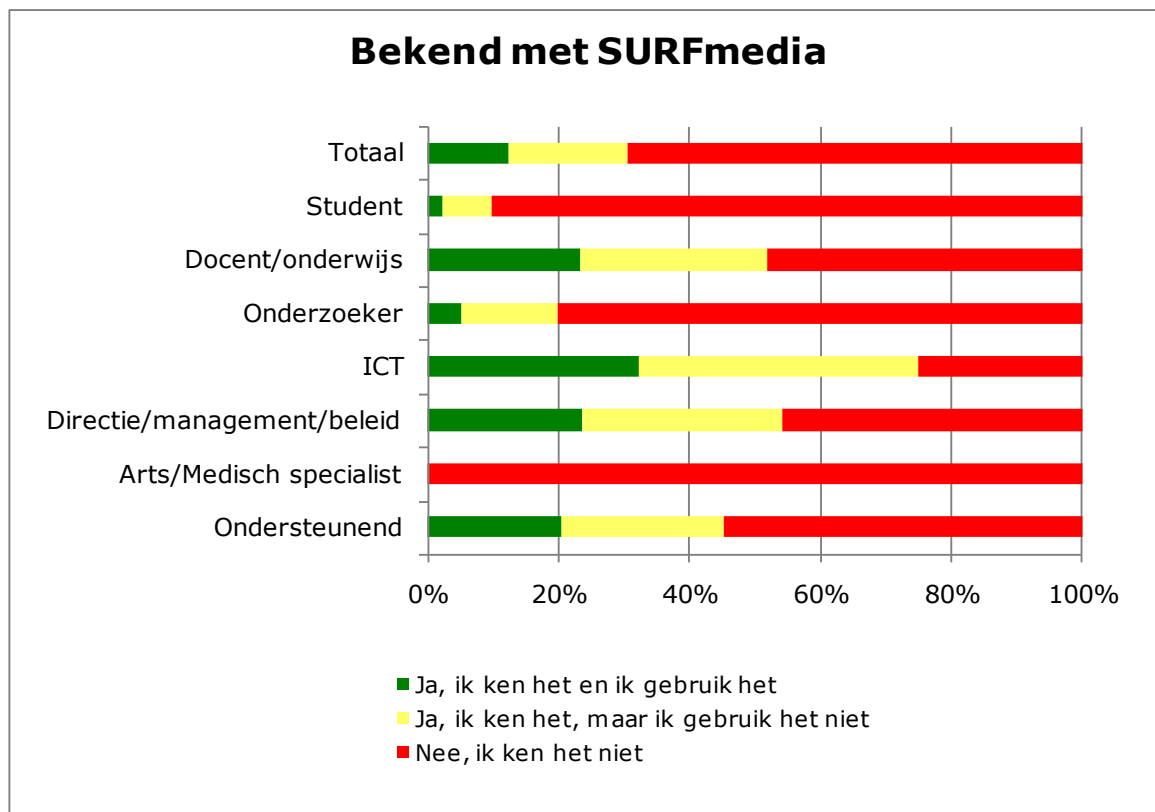
Figuur 28 Waardering van SURFnet diensten

Een vergelijking in de waardering met de diensten is niet goed te maken, omdat er in 2008 niet direct en met dezelfde antwoordcategorieën gevraagd is naar de waardering van de diensten. Wel was in 2008 78% (zeer) tevreden over SURFgroepen en 89% (zeer) tevreden over SURFlichtpaden. Nu vind 60% SURFgroepen goed tot uitstekend en 87% SURFlichtpaden goed tot uitstekend. Hier lijkt een afname van de waardering.

Hierna wordt per dienst verder ingegaan op de bekendheid, het gebruik, de waardering en de interesse.

SURFmedia

SURFmedia is niet voor iedereen bekend; 70% kent het niet (zie Figuur 29).



Figuur 29 Bekendheid met SURFmedia

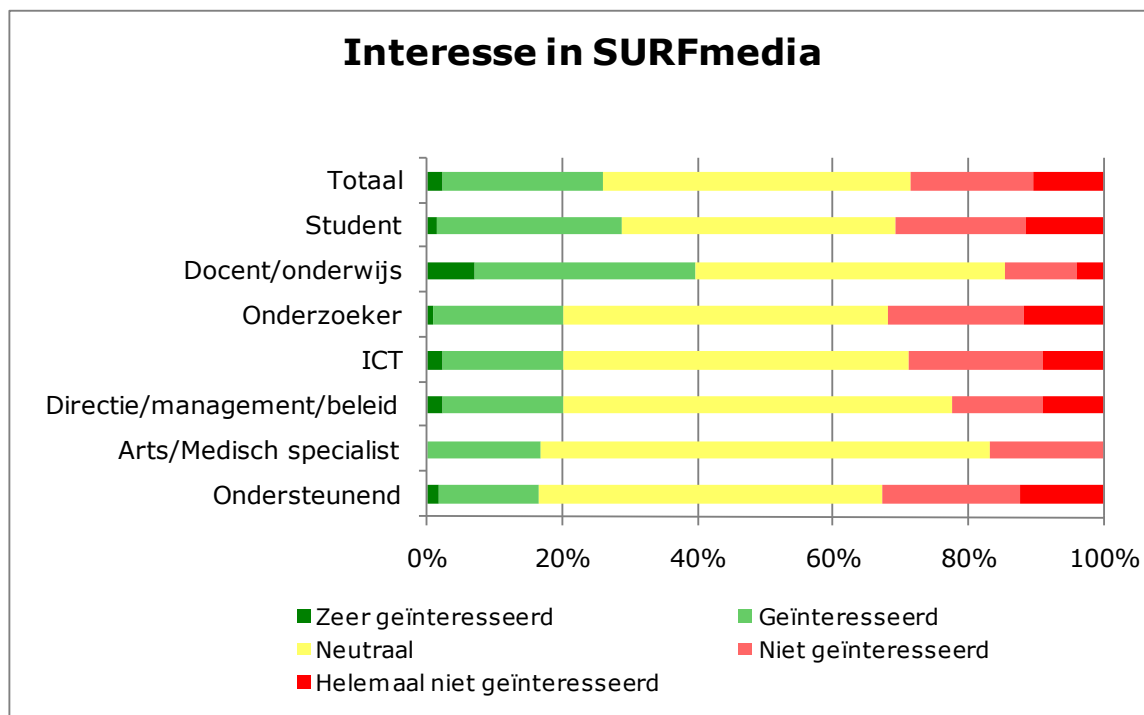
Na uitleg herkent nog steeds 89% van de mensen, die de naam niet direct herkenden, het niet. Er is wel enige interesse na uitleg: 26% is (zeer) geïnteresseerd, 45% is neutraal en 28% (helemaal) niet geïnteresseerd.

SURFmedia is vooral bekend geworden door de websites van SURF en SURFnet (58%). Collegae en medestudenten zijn ook een goede bron (44%). Flyers (5%) en posters (4%) hebben veel minder effect gehad als het gaat om het bekend maken van de dienst.

51% beoordeelt SURFmedia als goed en 37% als redelijk. Verbeterpunten zijn bijvoorbeeld: betere zoekmachine ("zoeken op (relevante) metadata verloopt nog niet optimaal"), meer dan 1GB ruimte, snellere upload, betere interface, betere afscherming en betere inlogprocedure. De concurrerende aanbieders, zoals Youtube, Teachertube, Google worden genoemd als belangrijke reden om SURFmedia niet te gebruiken. SURFmedia en de exacte mogelijkheden zijn onbekender.

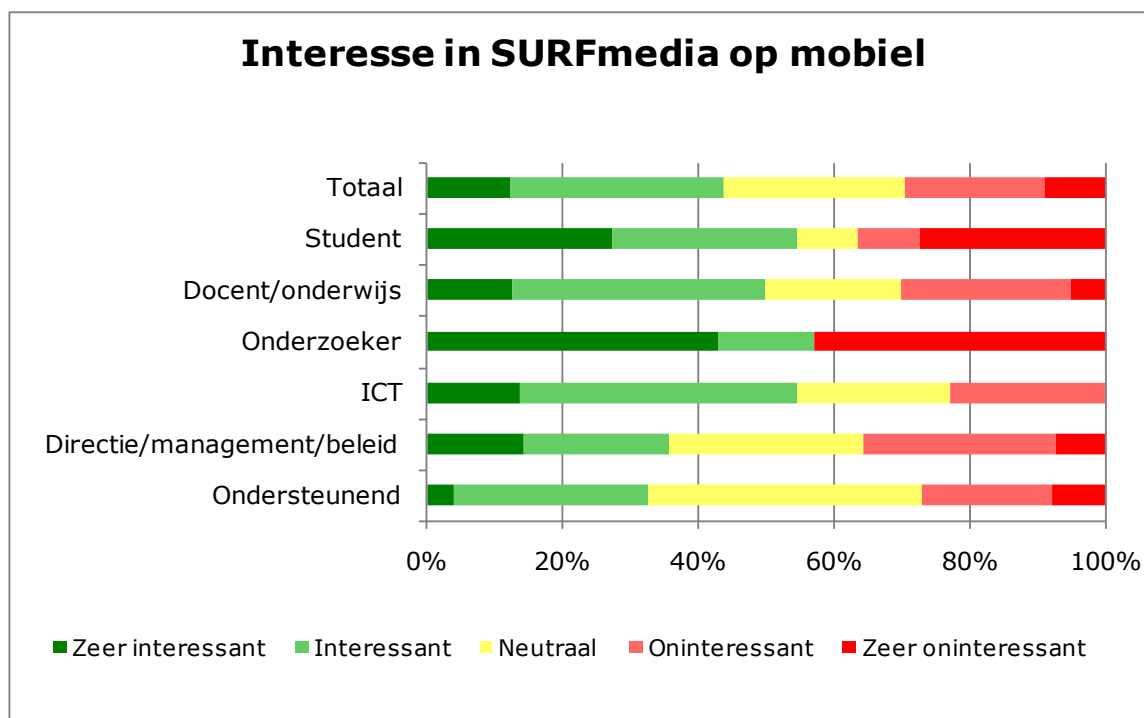
SURFmedia is onbekend bij artsen en ook maar weinig studenten kennen het (voor 90 % is het onbekend). 80% van de onderzoekers kent het niet, maar ICT-ers zijn beter op de hoogte: 32% kent en gebruikt het en nog eens 43% kent het wel, maar gebruikt het niet. 23% van de docenten kent en gebruikt SURFmedia en 28% kent het wel, maar gebruikt het niet.

De interesse voor SURFmedia is overwegend neutraal (Figuur 30). Docenten zijn meer dan de andere groepen geïnteresseerd: 40% is (zeer) geïnteresseerd.



Figuur 30 *Interesse in SURFmedia per doelgroep*

Per doelgroep zijn er significante verschillen gevonden. Deze zijn in Figuur 31 terug te vinden.



Figuur 31 *Interesse in SURFmedia op mobiel per doelgroep*

SURFmedia op mobiel vinden vooral onderzoekers interessant. 43% vindt het zeer interessant en 14% heeft enige interesse. Studenten (54% (zeer) interessant) en ICT-ers (55% (zeer) interessant) vinden het ook interessant. Dat is allemaal meer dan het gemiddelde van 47% (voor interessant en zeer interessant samen). De artsen in dit

onderzoek zijn niet bekend met SURFmedia en hebben de vervolgvraag naar de interesse in een mobiele versie niet gekregen.

Mannen zijn vaker bekend met SURFmedia dan vrouwen: 23% van de vrouwen kent het en 35% van de mannen.

SURFmedia is in het onderzoek van 2008 nog niet meegenomen, omdat de dienst nog niet was gelanceerd op het moment van het onderzoek.

SURFgroepen

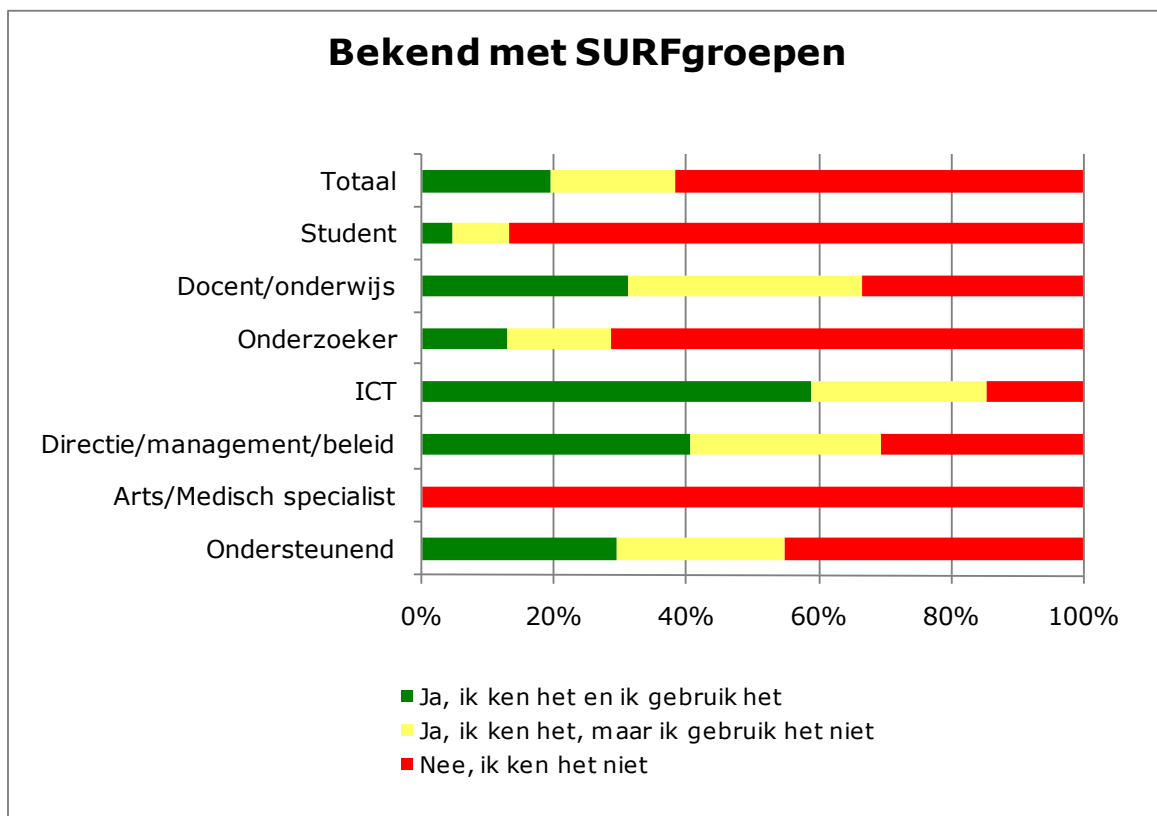
SURFgroepen is bij 62% niet bekend. 83% herkent het ook niet na een toelichting. 23% van de niet-gebruikers is (zeer) geïnteresseerd in SURFgroepen. De grootste groep is neutraal (41%).

19% kent SURFgroepen wel (dit percentage was in 2008 16%), maar gebruikt het niet. De redenen om het niet te gebruiken zijn vooral: er worden alternatieven gebruikt (Scholar, Google, Yahoo, Sharepoint, dropbox, Blackboard, BSCW, eigen samenwerkingsomgeving) en de doelgroep is te weinig bekend met de mogelijkheden. Een duidelijke handleiding wordt gemist en een (aantrekkelijke, gebruiksvriendelijke) teamsite opzetten wordt als lastig en tijdrovend gezien. Voorbeelden die gevolgd zouden kunnen worden zijn ning.com en minds.com. Sharepoint als basis wordt ook bekritiseerd. SURFgroepen wordt (door de mensen die het minder waarderen) ook te veel Microsoft georiënteerd gevonden. Een betere multiplatformondersteuning wordt gewenst, alsmede een betere integratie met het intranet van de eigen instelling. Ook zijn er opmerkingen over de webconferentie-functionaliteit: deze is niet altijd beschikbaar en lastig op te zetten voor de instellingen.

SURFgroepen werd vooral bekend door collegae en medestudenten (59%) en door de website van SURF(net) (43%). De benadering door SURFnet heeft in 15% van de gevallen geleid tot bekendheid van SURFgroepen. Flyers (3%) en posters (4%) hebben wederom relatief weinig effect gehad.

De waardering is: 60% vindt het goed tot uitstekend. 23% vindt het redelijk. Verbeterpunten zijn onder andere: inlogprocedure verbeteren, betere multiplatform ondersteuning, betere interface/lay-out en navigatiestructuur.

In de bekendheid met en interesse voor SURFgroepen zijn enkele verschillen tussen de doelgroepen gevonden. Deze zijn in Figuur 32 en 33 te vinden.



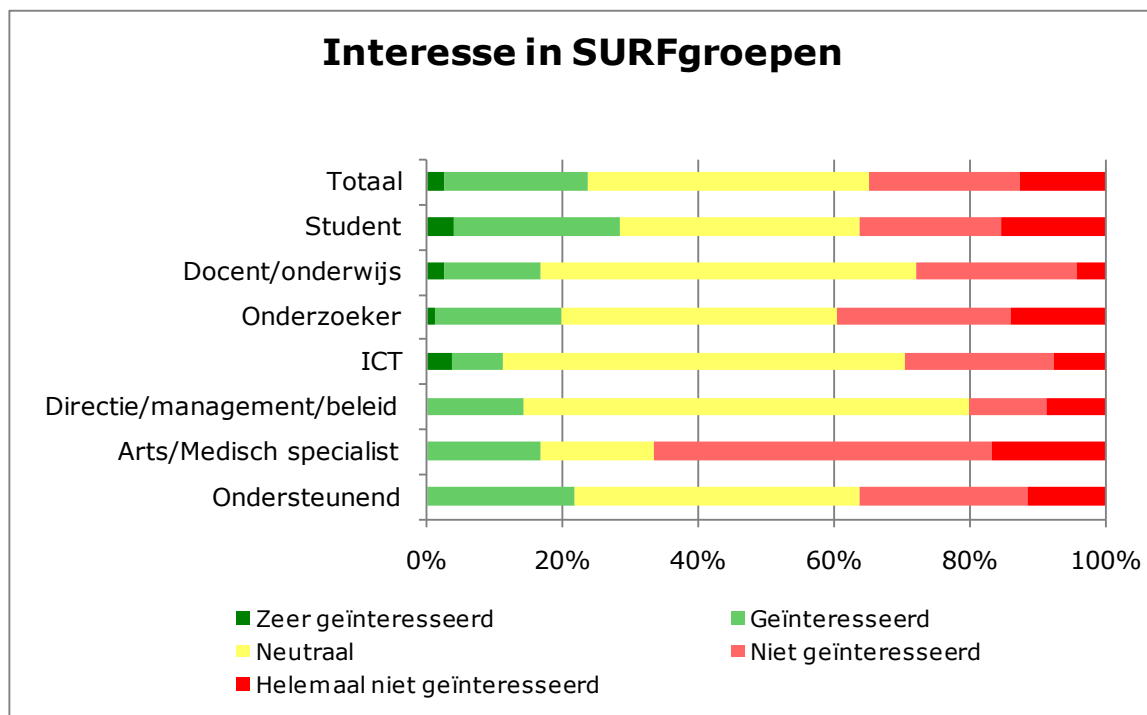
Figuur 32 Bekendheid met SURFgroepen per doelgroep

De bekendheid en het gebruik is ten opzichte van 2008 het meest gegroeid onder de docenten. Maar ook onder directie, management en beleid en onder ondersteunend personeel zijn de bekendheid en het gebruik aanzienlijk gegroeid.

SURFgroepen "bekend en gebruikt"	2008	2009	Vershil
Student	1%	4%	+3
Directie/management/beleid	27%	41%	+14
Docent/onderwijs	14%	31%	+17
Onderzoeker	10%	13%	+3
Ondersteuning*	18%	30%	+12
ICT*	-	59%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

De bekendheid van SURFgroepen is onder mannen (44%) hoger dan onder vrouwen (30%).



Figuur 33 *Interesse in SURFgroepen per doelgroep*

Studenten (87%), onderzoekers (72%) en (de kleine groep) artsen (deze groep kent SURFgroepen helemaal niet) zijn het minst bekend met SURFgroepen. ICT-ers, docenten en directie/management en beleidsmedewerkers zijn beter op de hoogte. Maar ook van deze groepen kent respectievelijk 15%, 33% en 30% SURFgroepen niet.

De interesse voor SURFgroepen is bij studenten het grootst; 29% is (zeer geïnteresseerd). Bij directie, management en beleid is de interesse gedaald. Bij de overige groepen is een lichte stijging van de interesse.

SURFgroepen "geïnteresseerd" en "zeer geïnteresseerd"	2008	2009	Vershil
Student	21%	29%	+8
Directie/management/beleid	24%	14%	-10
Docent/onderwijs	19%	17%	-2
Onderzoeker	17%	20%	+3
Ondersteuning*	11%	22%	+11
ICT*	-	11%	-
Arts	-	17%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

eduroam

71% kent eduroam niet. 84% herkent de dienst ook niet na toelichting. 32% is wel (zeer) geïnteresseerd in de dienst. 30% (helemaal) niet.

15% gebruikt eduroam. Dit percentage was in 2008 nog 7%. 14% kent eduroam, maar gebruikt het niet. Redenen zijn onder andere: andere middelen beschikbaar, niet beschikbaar in de instelling, en net als bij SURFmedia en SURFgroepen onvoldoende bekendheid met de mogelijkheden.

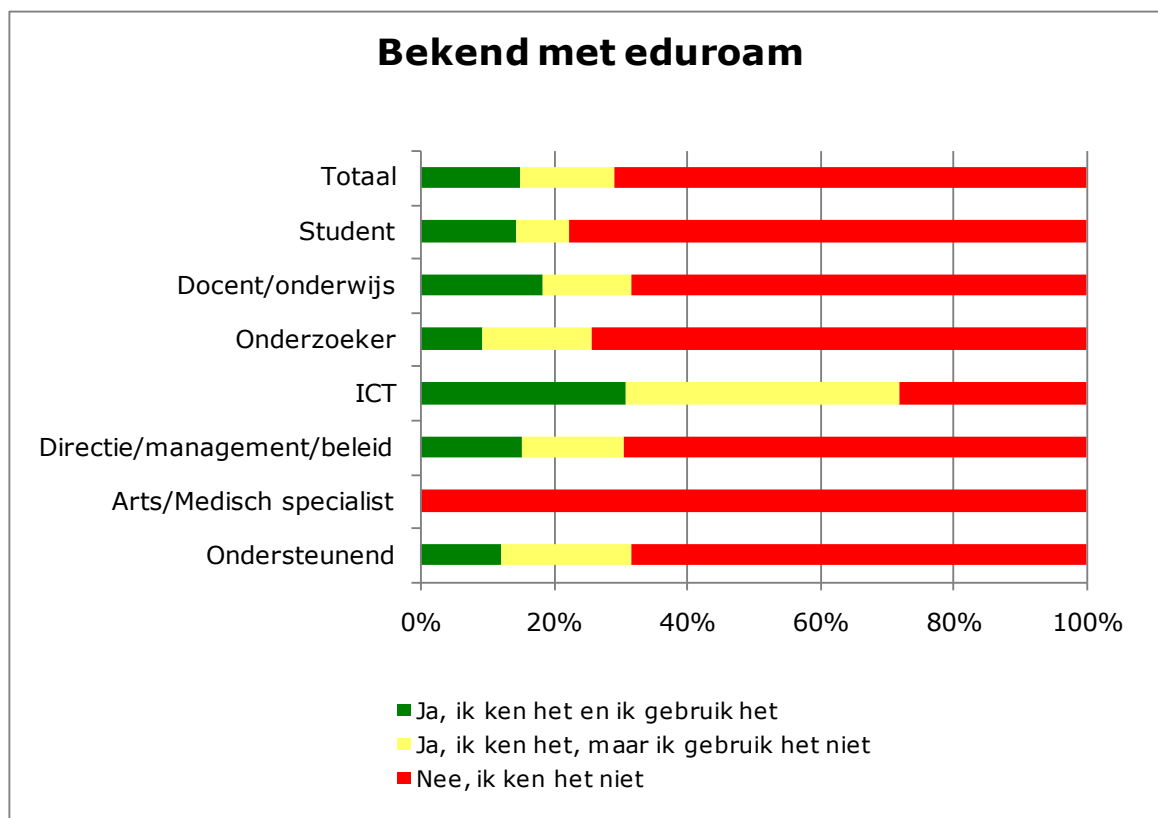
Wederom zijn het de collegae en medestudenten (57%) die voor veel bekendheid zorgen. En ook zorgde de websites van SURF(net) voor de nodige bekendheid (27%). Er

is ook een grote groep (29%) die 'anders' antwoordt op de vraag hoe hij/zij bekend is geraakt met eduroam. Vaak is het zo dat eduroam de verbinding is die door de instelling wordt aangeboden voor draadloos internet en dat het daarom bekend is voor de respondent.

59% zegt eduroam goed tot uitstekend te vinden. Wel zijn er enkele verbeterpunten. Respondenten die niet tevreden zijn over eduroam willen beter bereik/beter dekking, ook op piektijden (tussen 11 uur en 16 uur). Ook wordt een hogere snelheid gewenst. Ten slotte moet het inloggen makkelijker worden gemaakt, volgens de respondenten die een onvoldoende waardering geven.

Er zijn wat betreft de bekendheid met (Figuur 34), interesse voor (Figuur 35) en waardering van (Figuur 36) eduroam enkele verschillen tussen de doelgroepen gevonden.

De bekendheid van eduroam is voor vrijwel alle groepen laag, behalve voor de ICT-ers. Alle groepen (naast de artsen, die eduroam allemaal niet kennen) liggen rond de gemiddelde onbekendheid van 71% met een kleine uitschieter voor studenten van 78% (die eduroam dus niet kent). Bij de ICT-ers is er juist een percentage van 72% van de ICT-ers die eduroam wel kent, hoewel 41% daarvan het niet gebruikt.



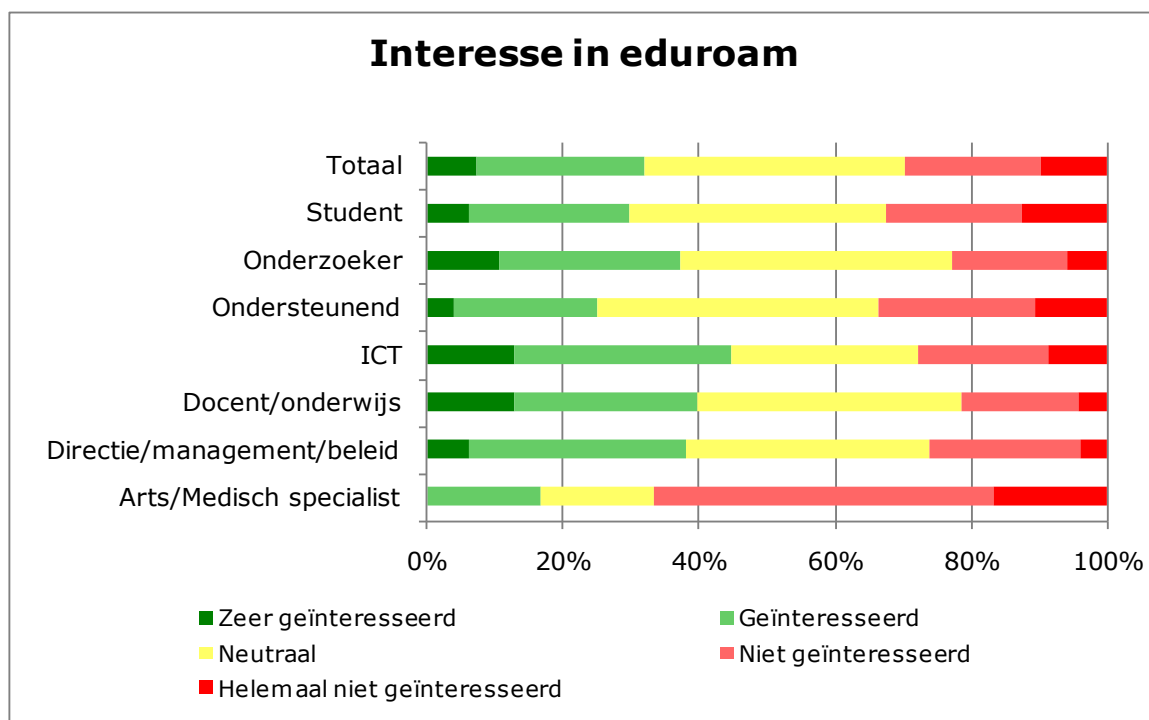
Figuur 34 Bekendheid met eduroam per doelgroep

Het gebruik en de bekendheid van eduroam is sinds 2008 vooral gestegen onder docenten.

eduroam "bekend en gebruikt"	2008	2009	Vershil
Student	6%	14%	+8
Directie/management/beleid	8%	15%	+7
Docent/onderwijs	6%	18%	+12
Onderzoeker	8%	9%	+1
Ondersteuning*	10%	12%	+2
ICT*	-	31%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

De bekendheid van eduroam is, net als bij de andere diensten, onder mannen (38%) hoger dan onder vrouwen (17%).



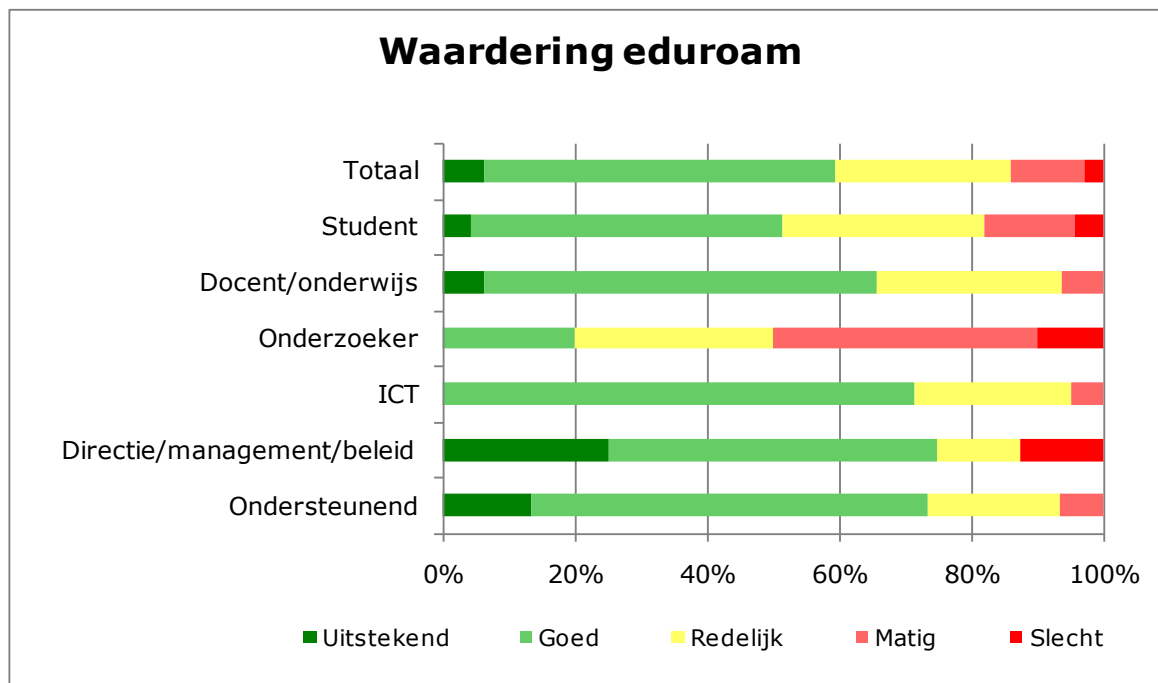
Figuur 35 Interesse in eduroam per doelgroep

De interesse in eduroam is voor ICT-ers het grootst. Daarna volgen docenten, onderzoekers en directie en management. De grootste groei in interesse ten opzichte van 2008 zien we onder onderzoekers en directie, management en beleidsmedewerkers.

eduroam "zeer geïnteresseerd" en "geïnteresseerd"	2008	2009	Vershil
Student	24%	29%	+5
Directie/management/beleid	22%	38%	+16
Docent/onderwijs	25%	40%	+15
Onderzoeker	21%	37%	+16
Ondersteuning*	11%	25%	+14
ICT*	-	45%	-
Arts	-	17%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

De waardering van de mensen die eduroam gebruiken is redelijk goed.



Figuur 36 Waardering eduroam per doelgroep

Alleen de onderzoekers zijn minder tevreden dan de andere groepen; 40% vindt het matig en 10% slecht. Directie, management en beleidsmedewerkers zijn het meest positief: 75% vindt het goed tot uitstekend. 73% van het ondersteunend personeel, 71% van de ICT-ers en 65% van de docenten vindt dat ook.

SURFlichtpaden

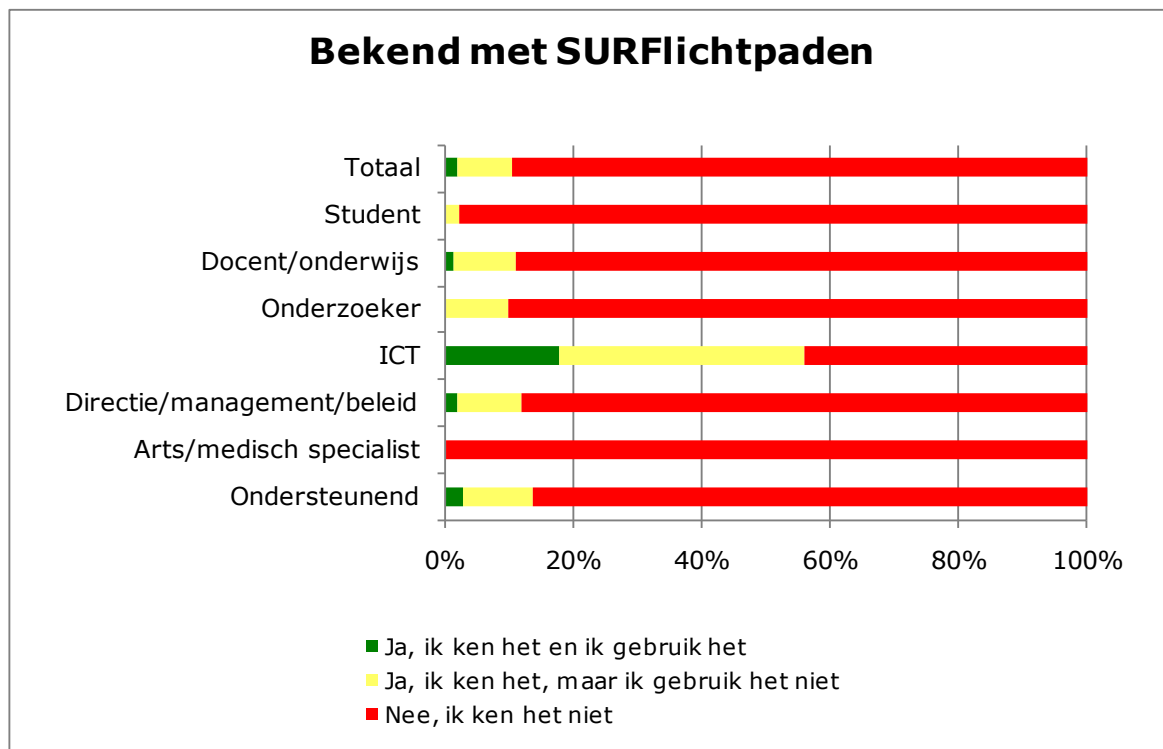
90% kent SURFlichtpaden niet. 93% van de mensen die SURFlichtpaden niet direct herkenden, doen dat ook niet na toelichting. Er is nogal wat onbekendheid dus, net als in 2008, waarin 6% de dienst kende.

Als SURFlichtpaden wel bekend is, komt dat meestal door de websites van SURF(net) (41%) en door medestudenten of collegae (27%). Flyers hebben hier meer dan bij de andere diensten effect gehad (14%).

De meesten zijn neutraal in hun interesse in SURFlichtpaden. 14% is (zeer) geïnteresseerd.

Van de kleine groep die het gebruikt, vindt 54% het goed en 33% uitstekend. Er wordt maar een mogelijk verbeterpunt gegeven: "statistieken voor gebruik beschikbaar maken".

Figuur 37 laat de verschillen zien in de bekendheid van SURFlichtpaden onder de doelgroepen. SURFlichtpaden is erg onbekend onder alle doelgroepen: 100% van de artsen, 98% van de studenten, 90% van de onderzoekers, 89% van de docenten, 88% van directie, management en beleidsmedewerkers en 86% van het ondersteunend personeel kent het niet. Van de ICT-ers kent 44% het niet. 38% van de ICT-ers kent het wel, maar gebruikt SURFlichtpaden niet.



Figuur 37 Bekendheid met SURFlichtpaden per doelgroep

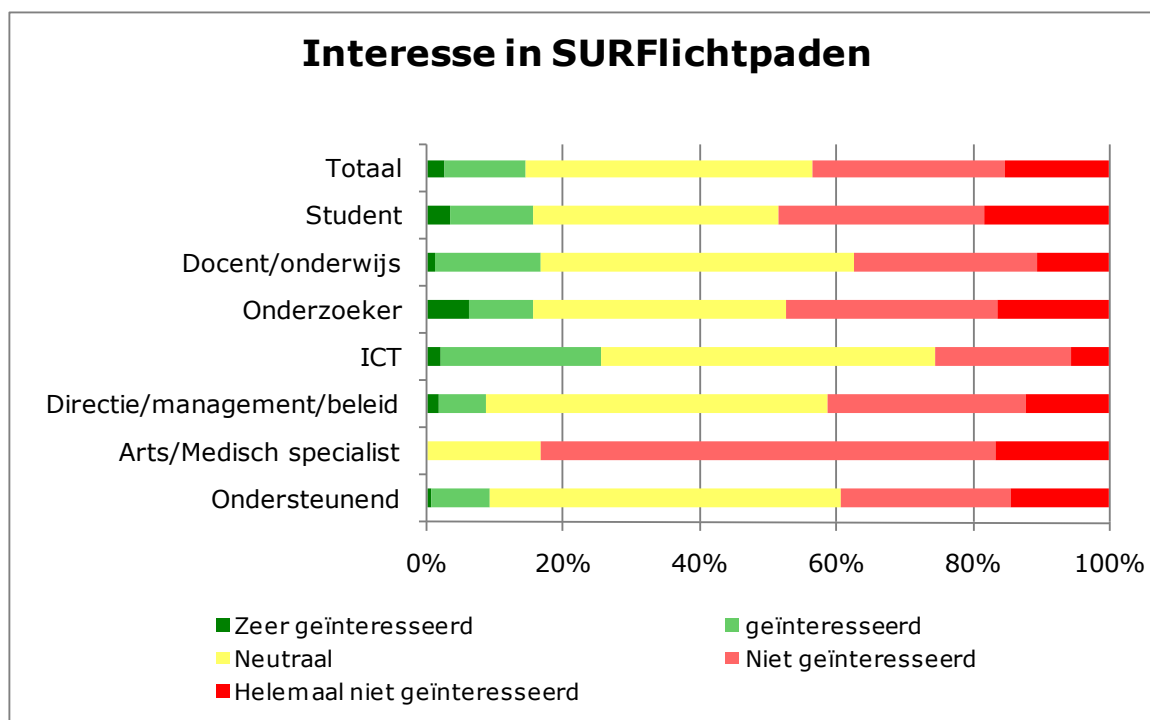
Er verandert weinig in de bekendheid van SURFlichtpaden ten opzichte van 2008. Er lijkt een kleine afname in de bekendheid onder directie, management en beleidsmedewerkers en onder onderzoekers.

SURFlichtpaden "bekend en gebruikt"	2008	2009	Vershil
Student	0%	0%	-
Directie/management/beleid	4%	2%	-2
Docent/onderwijs	0%	1%	+1
Onderzoeker	1%	0%	-1
Ondersteuning*	3%	3%	-
ICT*	-	18%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

Ook de bekendheid van SURFlichtpaden is onder mannen (15%) hoger dan onder vrouwen (4%).

Figuur 38 laat de interesse voor SURFlichtpaden per doelgroep zien.



Figuur 38 Interesse voor SURFlichtpaden per doelgroep

De interesse voor SURFlichtpaden is, wellicht ook door de onbekendheid, vrij klein (gemiddeld is 15% (zeer) geïnteresseerd). De ICT-ers zijn het meest geïnteresseerd met 26%. 15% van de onderzoekers en 16% van de docenten heeft (zeer veel) interesse. Ten opzichte van 2008 is er niet veel veranderd in de interesse voor SURFlichtpaden. Wel is er een kleine daling onder directie, management en beleidsmedewerkers als het gaat om de interesse voor SURFlichtpaden.

SURFlichtpaden "geïnteresseerd" en "zeer geïnteresseerd"	2008	2009	Vershil
Student	11%	15%	+4
Directie/management/beleid	15%	9%	-6
Docent/onderwijs	12%	16%	+4
Onderzoeker	14%	15%	+1
Ondersteuning*	8%	9%	+1
ICT*	-	26%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

SURFfederatie

88% kent SURFfederatie niet. Daarvan herkent ook 87% het niet na een omschrijving. 20% is (zeer) geïnteresseerd in mogelijk gebruik van de SURFfederatie.

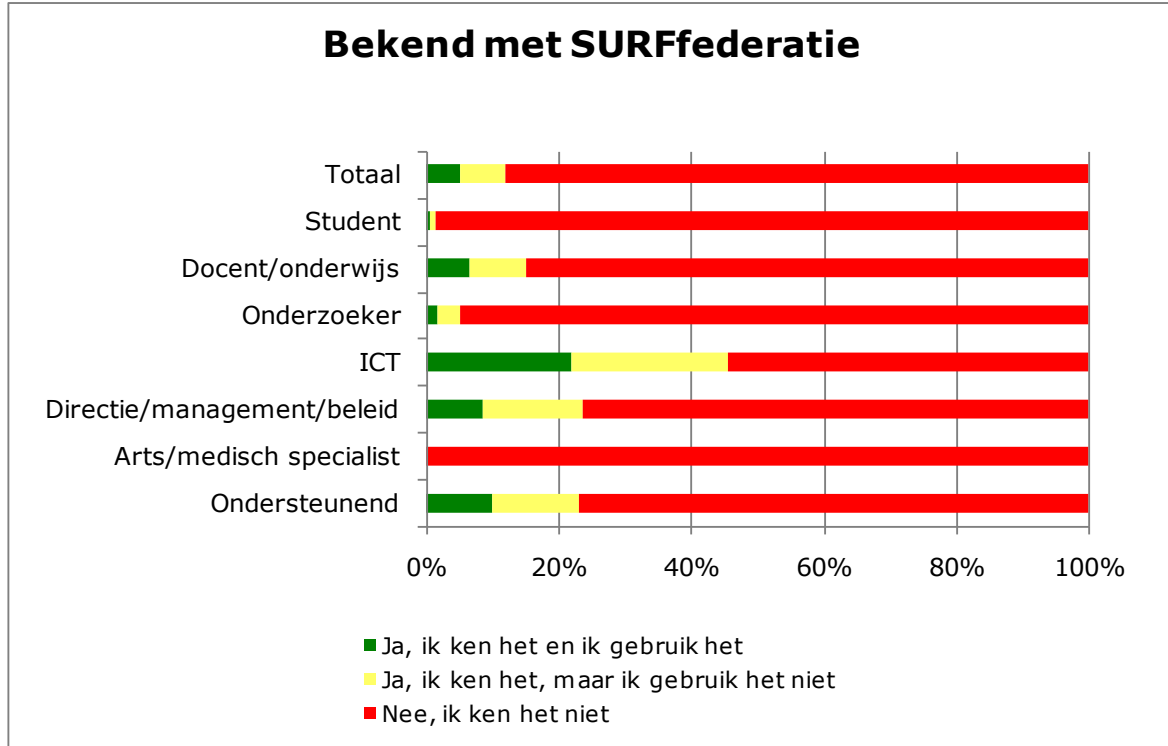
SURFfederatie werd vooral bekend bij de respondenten door de websites van SURF(net) (51%) en door collegae of medestudenten (47%). Directe benadering door SURFnet heeft ook zijn vruchten afgeworpen (21%). Flyers (6%) en posters (2%) doen het hier ook weer niet zo goed, wat het vergroten van de bekendheid betreft.

Van de gebruikers vindt 62% het goed en 7% het uitstekend. 28% zegt SURFfederatie redelijk te vinden.

Figuur 39 en 40 laten de bekendheid van en de interesse voor SURFfederatie zien. SURFfederatie is slecht bekend; gemiddeld kent 88% het niet. Artsen (100%), studenten

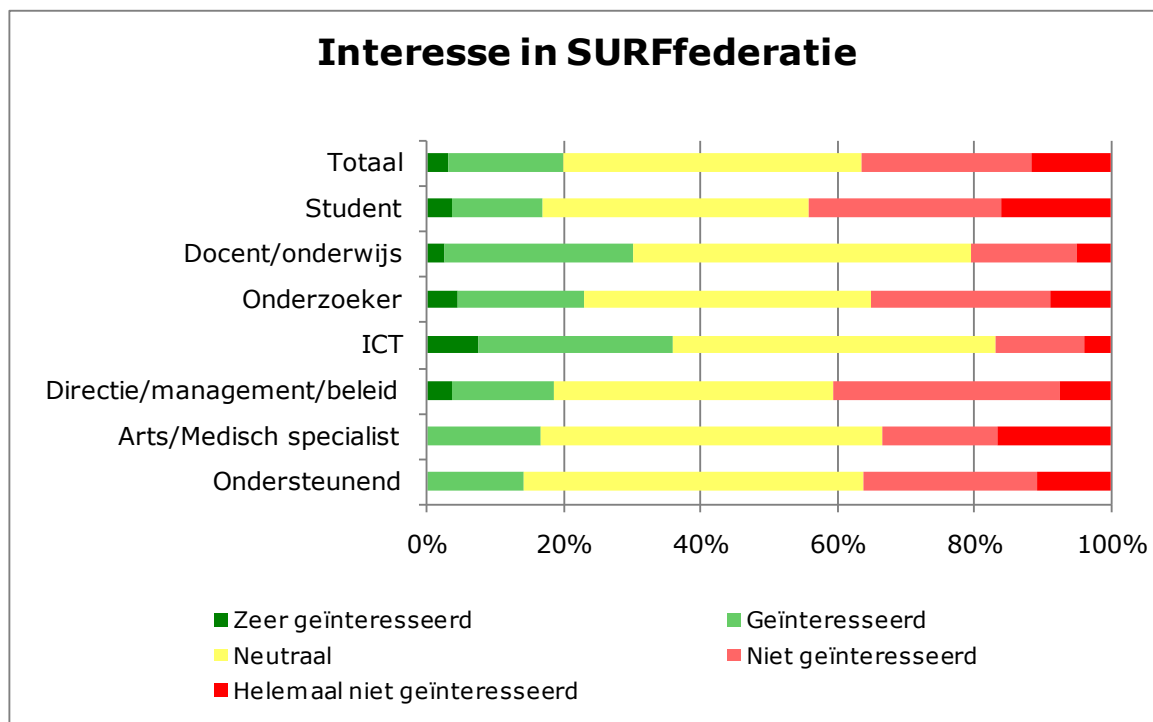
(97%) en onderzoekers (95%) zijn het minst op de hoogte. Van de doorgaans meest ingelichte groep, de ICT-ers, kent ook 54% SURFfederatie niet. Zij zijn wel het meest geïnteresseerd in de dienst (36% is (zeer) geïnteresseerd). Daarna volgen docenten (31% is (zeer) geïnteresseerd).

SURFfederatie is in 2008 niet in het onderzoek meegenomen en derhalve kunnen er in dit onderzoek geen vergelijkingen gemaakt worden met 2008.



Figuur 39 Bekendheid met SURFfederatie per doelgroep

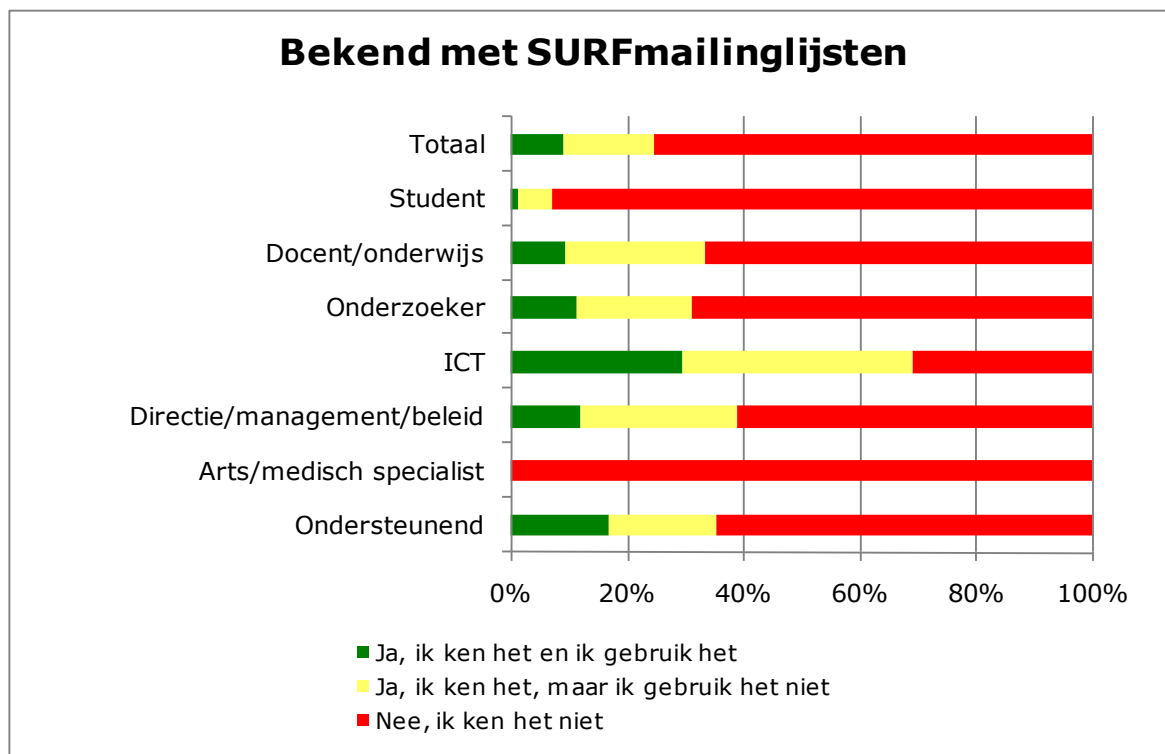
SURFfederatie is onder mannen (15%) beter bekend dan onder vrouwen (7%).



Figuur 40 Interesse in SURFfederatie per doelgroep

SURFmailinglijsten (listserv)

75% is niet bekend met SURFmailinglijsten. Na toelichting geeft nog steeds 78% van die groep aan SURFmailinglijsten niet te herkennen. Ook in de bekendheid met SURFmailinglijsten zijn verschillen gevonden. De artsen kennen SURFmailinglijsten helemaal niet en ook 93% van de studenten heeft geen idee. 40% van de ICT-ers kent het wel, maar gebruikt het niet. Dit is weergegeven in Figuur 41.



Figuur 41 Bekendheid met SURFmailinglijsten per doelgroep

De bekendheid en gebruik van SURFmailinglijsten is onder directie, management en beleidsmedewerkers iets kleiner geworden ten opzichte van 2008. Onder de andere groepen is een lichte stijging. Alleen onder studenten is de bekendheid en gebruik op 1% blijven staan.

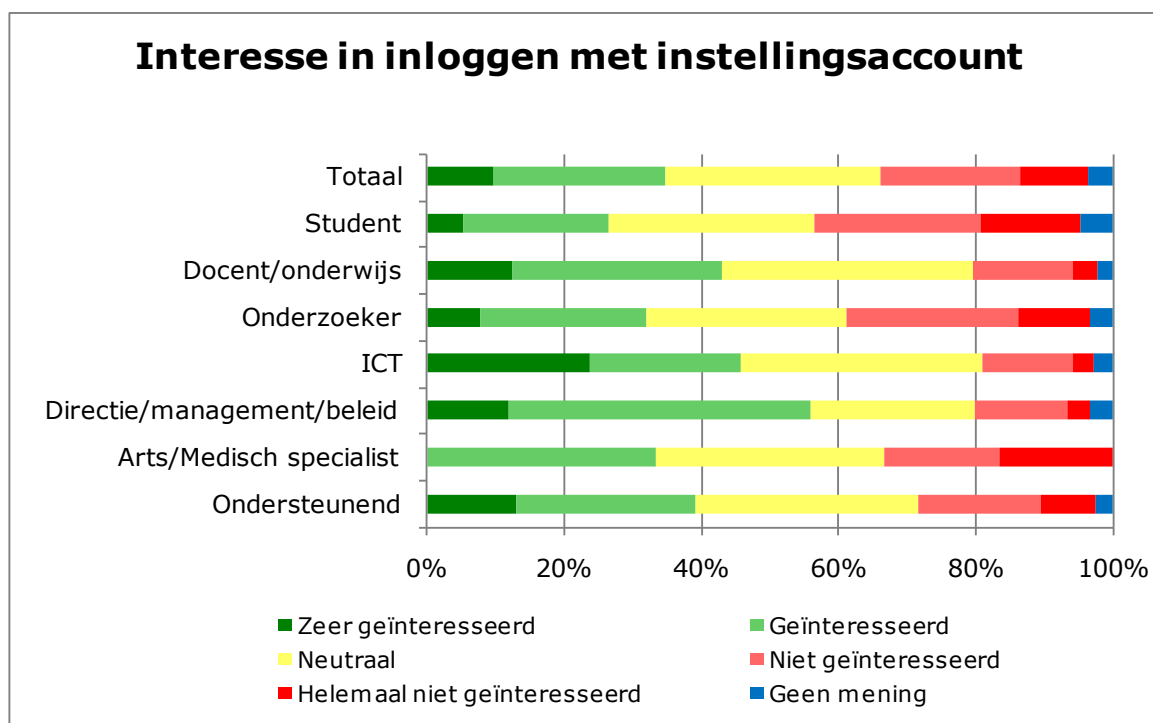
SURFmailinglijsten "bekend en gebruikt"	2008	2009	Vershil
Student	1%	1%	-
Directie/management/beleid	17%	12%	-5
Docent/onderwijs	7%	9%	+2
Onderzoeker	6%	11%	+5
Ondersteuning*	11%	17%	+6
ICT*	-	29%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

De bekendheid van SURFmailinglijsten is onder mannen bijna twee keer groter (30%) dan onder vrouwen (16%).

Inloggen met instellingsaccount

35% is (zeer) geïnteresseerd in het inloggen met het instellingsaccount voor de diensten van SURFnet. In Figuur 42 zijn de verschillen per doelgroep opgenomen.



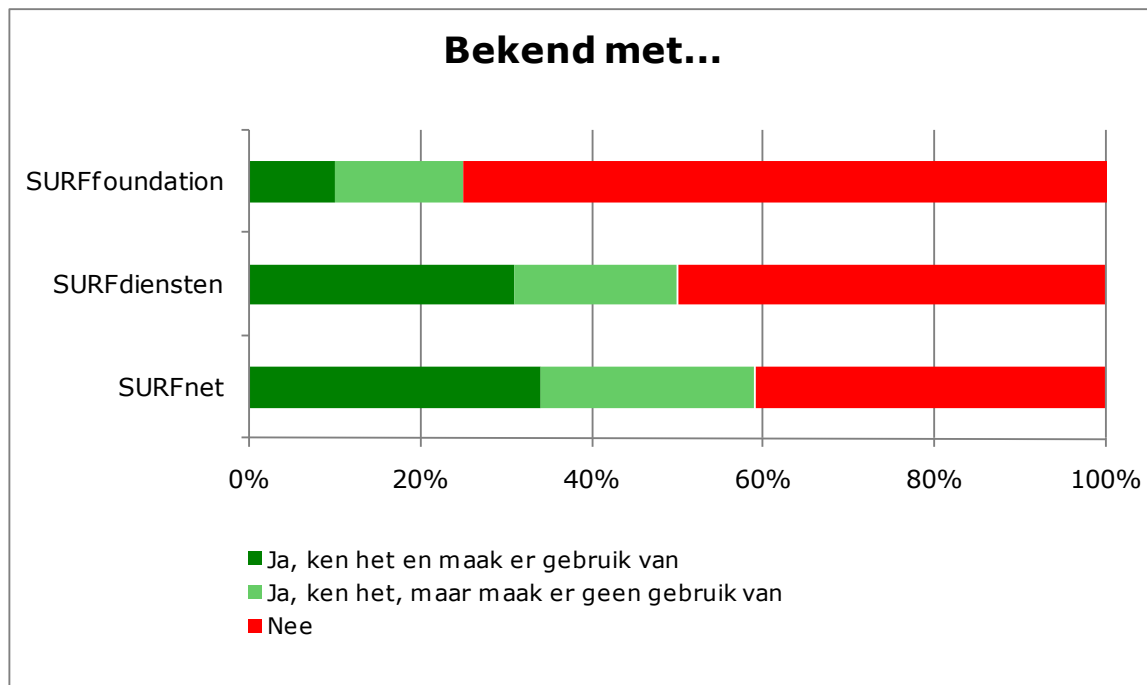
Figuur 42 *Interesse in inloggen met instellingsaccount*

Bij vooral directie, management en beleidsmedewerkers ligt die interesse hoger; 56% is (zeer) geïnteresseerd.

Bekendheid en uitingen

SURFnet, SURFfoundation, SURFdiensten

Figuur 43 geeft de bekendheid weer van SURFnet, SURFfoundation en SURFdiensten.



Figuur 43 Bekendheid met SURFnet, SURFfoundation en SURFdiensten

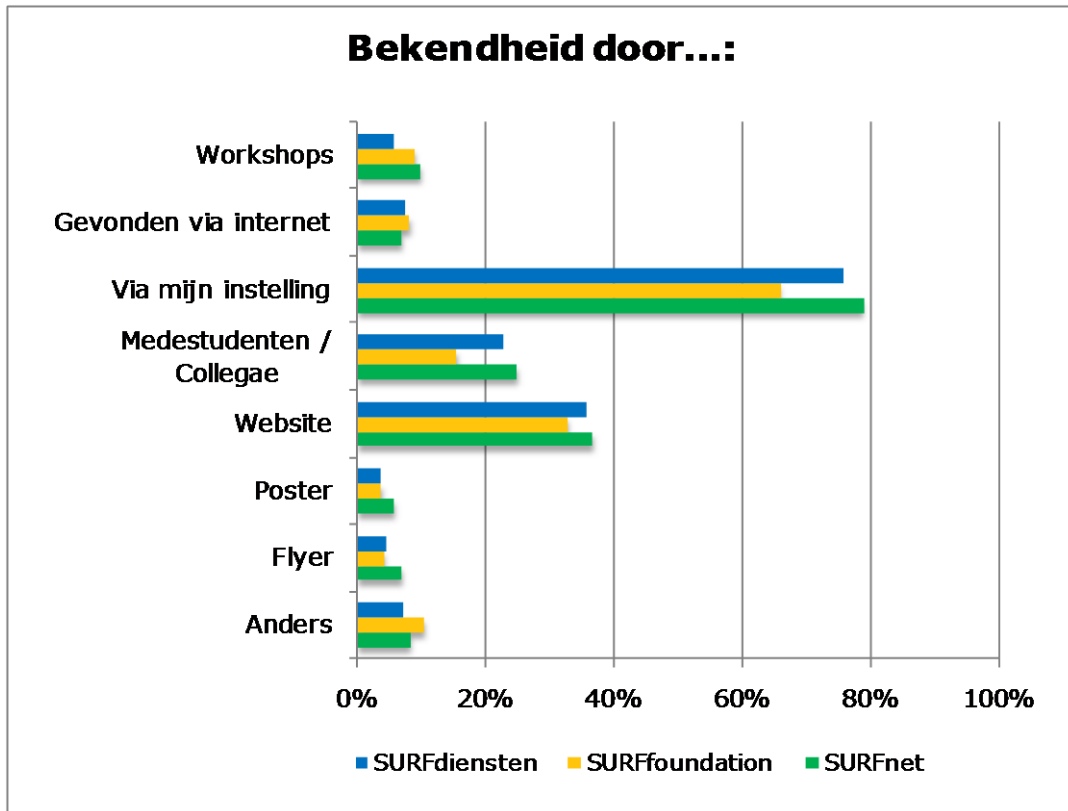
SURFnet is het meest bekend onder de respondenten, maar toch nog 41% kent SURFnet niet. SURFfoundation is het minst bekend.

Vergeleken met de meting van vorig jaar is de bekendheid van SURFnet, SURFfoundation en SURFdiensten behoorlijk gestegen.

Bekend en gebruikt	2008	2009	Vershil
SURFnet	20%	34%	+14
SURFfoundation	2%	10%	+8
SURFdiensten	20%	31%	+11

* in 2008 is gevraagd naar de "bekendheid met de diensten van..." In 2009 naar "bekendheid met...".

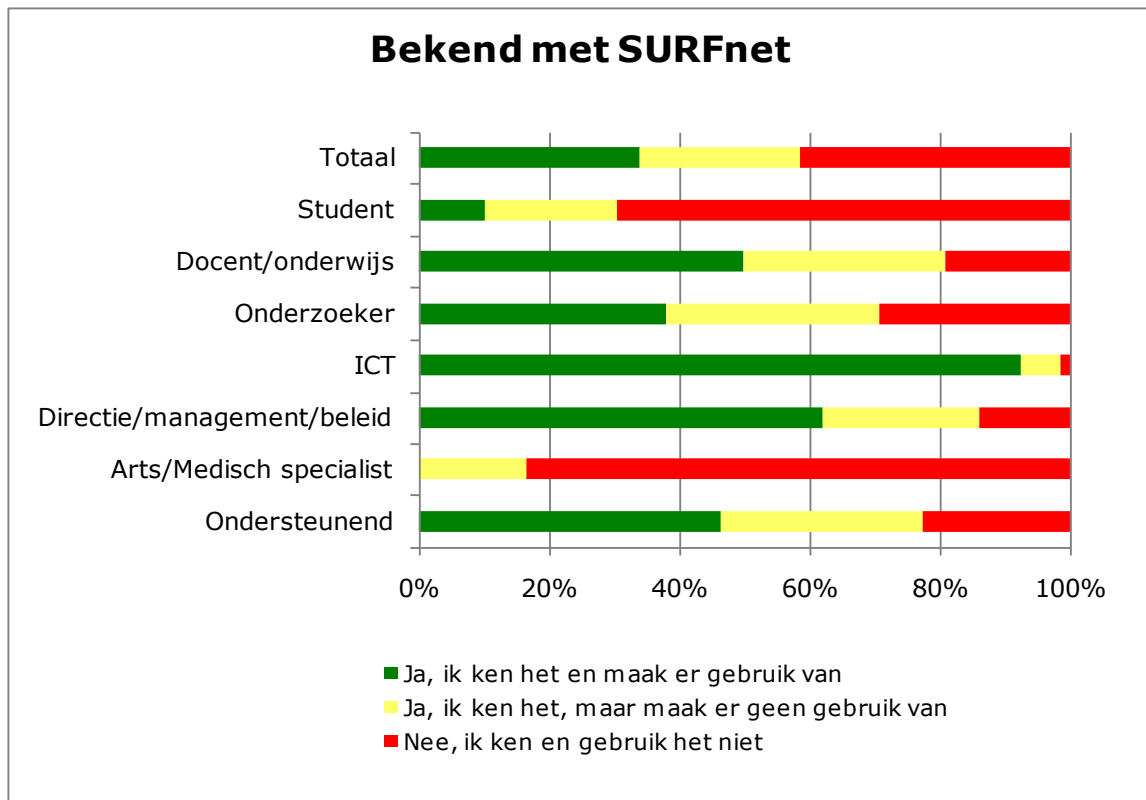
SURFnet is meestal bekend via de instelling waar de respondent werkt of studeert (79%). Via de website is SURFnet ook bekend geworden bij de respondenten (37%) en via medestudenten/collega's (25%). Voor SURFdiensten en SURFfoundation geldt hetzelfde beeld (zie Figuur 44).



Figuur 44 Bekendheid van SURFnet, SURFdiensten, SURFfoundation

SURFnet

De bekendheid van SURFnet en de verschillen die daarin gevonden zijn tussen de doegroepen, zijn te vinden in Figuur 45.



Figuur 45 Bekendheid met SURFnet per doelgroep

De bekendheid met SURFnet is bij artsen het laagst en geen van de (kleine groep) artsen gebruikt SURFnet. Ook bij studenten is de bekendheid laag; 10% kent SURFnet en maakt er gebruik van en 20% kent SURFnet, maar zegt het niet te gebruiken. Studenten zorgen daarmee voor een lagere gemiddelde bekendheid.

Ten opzichte van 2008 is de bekendheid van SURFnet onder studenten iets gestegen; van 7% naar 10% voor "ja, ik ken het en maak er gebruik van". Onderzoekers zijn net als in 2008 de groep die ook minder bekend is met SURFnet. Hoewel de bekendheid wel duidelijk groter wordt; in 2008 gaf nog bijna 60% van de onderzoekers aan SURFnet niet te kennen, nu is dat nog maar 30%.

ICT-ers kennen SURFnet bijna allemaal (99%). En ook het management kent SURFnet (62% en daarbij 24% die het ook gebruikt) meer dan het gemiddelde. Onder het management is de bekendheid van SURFnet iets groter dan vorig jaar. In 2008 zei 43% van deze groep SURFnet te kennen en te gebruiken, nu is dat 62%. Docenten (50% kent het en maakt er gebruik van, 31% kent het, maar gebruikt het niet) en ondersteunend personeel (46% kent en gebruikt het en 31% kent het, maar gebruikt het niet) kennen SURFnet ook meer dan het gemiddelde.

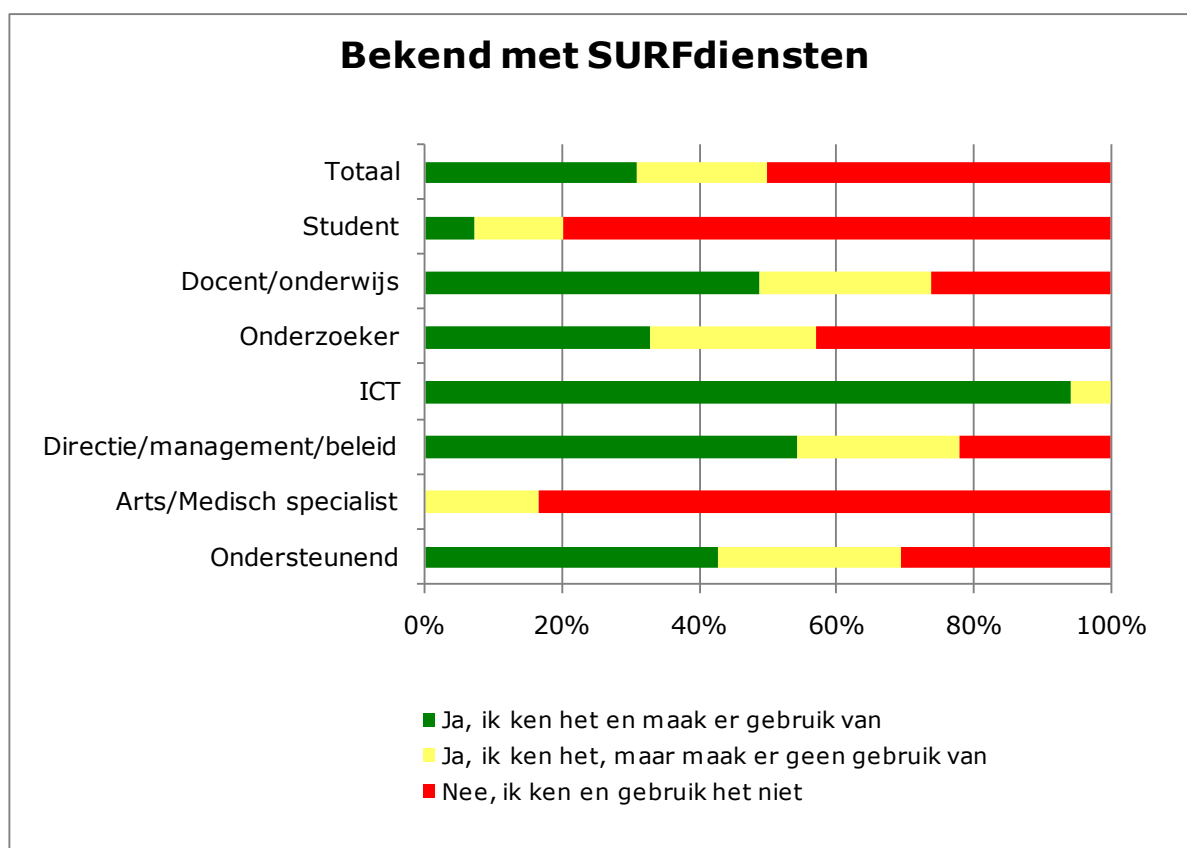
SURFnet "ik ken het en maak er gebruik van"	2008	2009	Vershil
Student	7%	10%	+3
Directie/management/beleid	43%	62%	+19
Docent/onderwijs	32%	50%	+18
Onderzoeker	24%	38%	+14
Ondersteuning*	40%	46%	+16
ICT*	-	93%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

Tussen mannen en vrouwen is er ook een verschil in bekendheid met SURFnet: meer dan de helft (56%) van de vrouwen kent SURFnet niet, terwijl de onbekendheid voor mannen lager ligt dan een derde (31%).

SURFdiensten

De bekendheid van SURFdiensten is ook niet hetzelfde onder alle doelgroepen, zo blijkt uit Figuur 46.



Figuur 46 Bekendheid met SURFdiensten per doelgroep

SURFdiensten is vooral bij ICT-ers bekend (geen enkele ICT-er zegt het niet te kennen). Bij directie, management en beleidsmedewerkers is SURFdiensten ook vrij bekend (78%, waarvan 54% het ook gebruikt), net als bij docenten (79%, waarvan 49% er ook gebruik van maakt). Onder management en docenten is de bekendheid van SURFdiensten daarmee groter dan vorig jaar.

Bij artsen en studenten is het daarentegen zeer onbekend; van de artsen kent 0% het en van de studenten zegt 80% het niet te kennen, wat vergelijkbaar is met de bekendheid van SURFdiensten in 2008 onder studenten.

Onder de onderzoekers is 43% onbekend met SURFdiensten. Dat is een lagere onbekendheid dan in 2008, waarin nog 63% van de onderzoekers onbekend was met SURFdiensten.

Onder studenten zijn er in 2009 relatief minder respondenten die zeggen SURFdiensten te kennen en te gebruiken dan in 2008. Voor de andere groepen is het gebruik gestegen; vooral onder docenten.

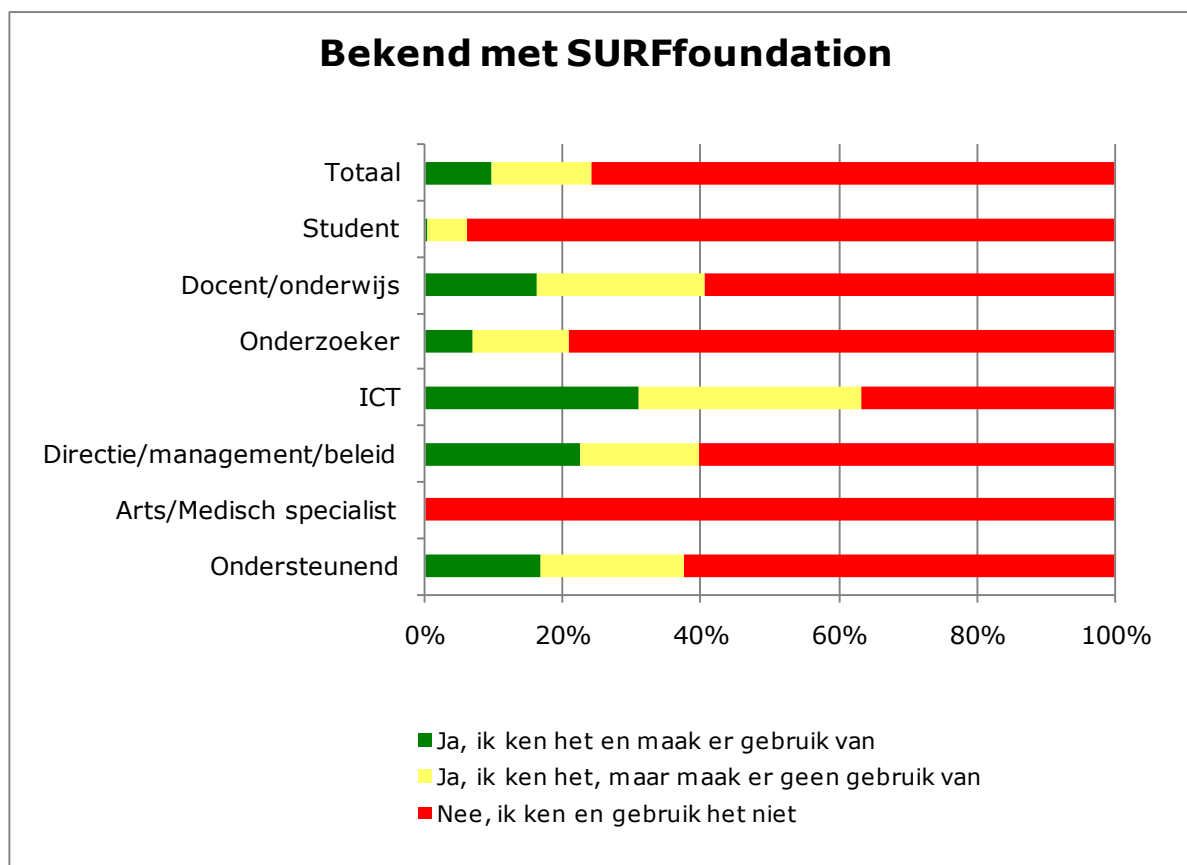
SURFdiensten "ik ken het en maak er gebruik van"	2008	2009	Vershil
Student	11%	7%	-4
Directie/management/beleid	40%	54%	+14
Docent/onderwijs	30%	49%	+19
Onderzoeker	24%	33%	+9
Ondersteuning*	29%	43%	+14
ICT*	-	94%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

Tussen mannen en vrouwen is er ook een verschil in bekendheid met SURFdiensten: 63% van de vrouwen kent SURFnet niet, 37% wel. Bij mannen is de bekendheid groter (59% kent SURFdiensten wel).

SURFfoundation

SURFfoundation is, net als in de vorige meting, het meest onbekend in vergelijking met SURFnet en SURFdiensten; 76% kent het niet. Er zijn verschillen tussen de doelgroepen. Deze zijn weergegeven in Figuur 47.



Figuur 47 Bekendheid met SURFfoundation per doelgroep

Vooral artsen (100%) en studenten (94%) zijn onbekend met SURFfoundation. Het bekendst is SURFfoundation onder ICT-ers (31% kent het en maakt er gebruik van en 32% kent het, maar maakt er geen gebruik van). Bij onderzoekers is de onbekendheid vrij groot (79%). Vooral onder docenten en management is de bekendheid van SURFfoundation gestegen ten opzichte van vorig jaar. In 2008 maakte 3% gebruik van SURFfoundation en in 2009 16%.

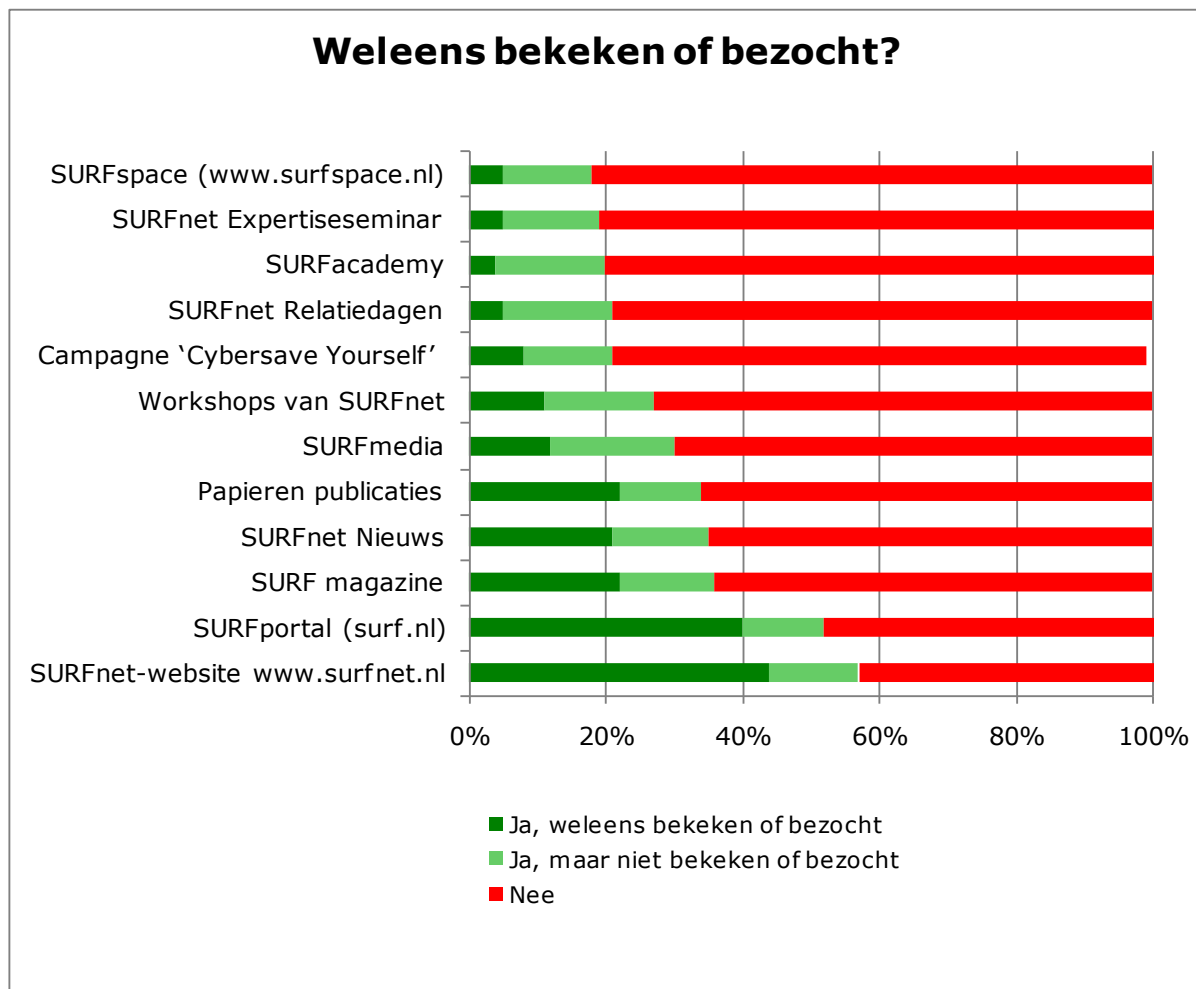
SURFfoundation "ik ken het en maak er gebruik van"	2008	2009	Vershil
Student	0%	0%	-
Directie/management/beleid	11%	22%	+11
Docent/onderwijs	3%	16%	+13
Onderzoeker	1%	7%	+6
Ondersteuning*	6%	17%	+11
ICT*	-	31%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

Tussen mannen en vrouwen is er ook een verschil in bekendheid met SURFfoundation: Een groot deel van de vrouwen (81%) kent SURFnet niet, terwijl de onbekendheid voor mannen lager ligt (72%).

SURF.nl, SURF magazine, SURFnet nieuws, surfnet.nl

In Figuur 48 is de bekendheid met de verschillende uitingen te zien.



Figuur 48 Bekendheid met uitingen

De SURFnet website is het meest bekend (56% kent de website). Toch kent een grote groep (44%) de site www.surfnet.nl niet. 43% kent en gebruikt de site ook. Deze wordt dan vooral gebruikt voor het verzamelen van informatie over diensten en producten (72%), nieuws (46%) en kennisverrijking (33%). De SURF-portal is vergelijkbaar bekend bij de respondenten. Ook hier kent toch nog 49% de site niet. SURFspace, SURFacademy, SURFnet Expertiseseminar en de SURFnet Relatiedagen scoren net als in 2008 laag.

De bekendheid van vrijwel alle uitingen is toegenomen ten opzichte van 2008.

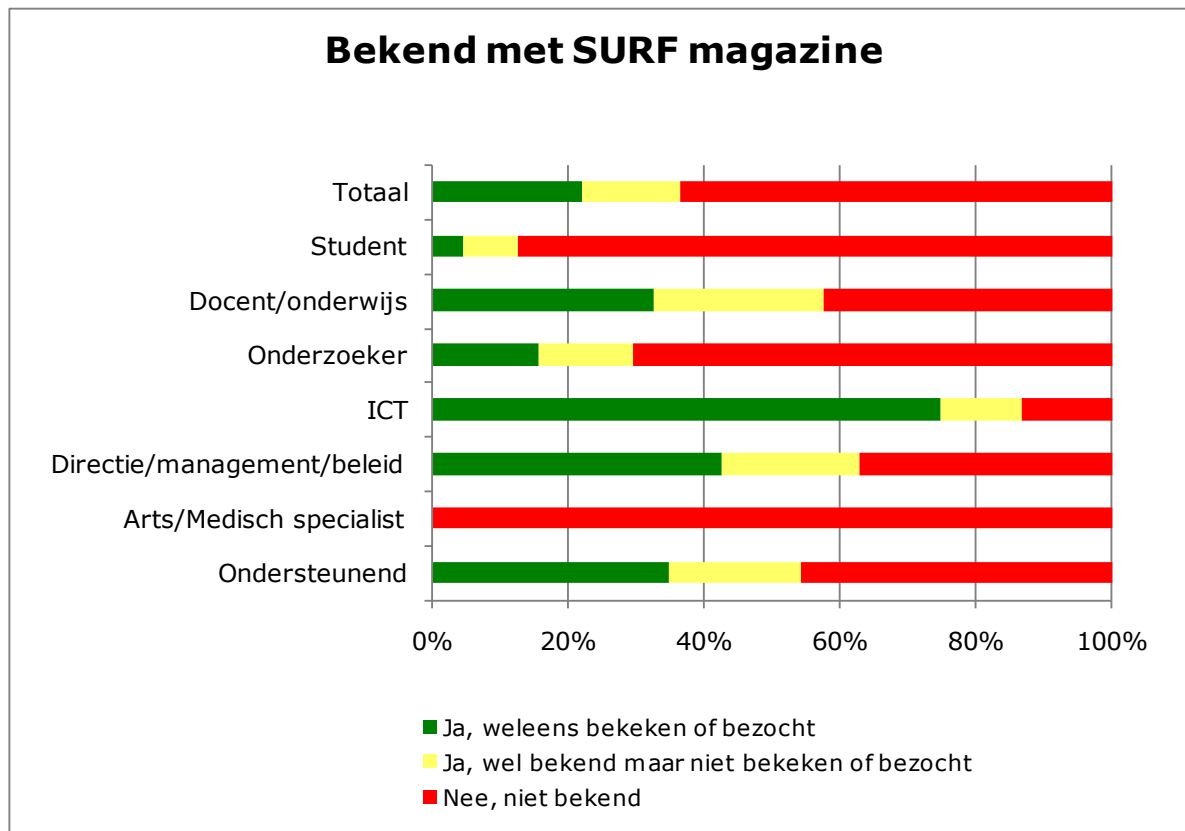
Bekend en bezocht	2008	2009	Vershil
Portal SURF (surf.nl)	19%	40%	+21
SURF magazine	10%	22%	+12
SURFnet Nieuws	9%	21%	+12
www.surfnet.nl	26%	43%	+17
SURFnet Expertiseseminar	2%	5%	+3
SURFnet workshops	3%	11%	+8
SURFacademy	1%	4%	+3
SURFnet Relatiedagen	1%	5%	+4
SURFspace	2%	5%	+3
Papieren publicaties/brochures*	8%	22%	+14

*In 2009 was de term "papieren publicaties" en in 2008 "brochures".

Vooral de bekendheid van surf.nl en www.surfnet.nl zijn toegenomen met respectievelijk 21 en 17 procentpunten.

Significante verschillen tussen de doelgroepen zien we bij SURF magazine, SURFnet Nieuws, surfnet.nl en surf.nl:

- Figuur 49 laat de verschillen zien wat betreft SURF magazine.
- In Figuur 50 zijn de verschillen tussen de doelgroepen terug te vinden voor SURFnet Nieuws.
- De bekendheid van www.surfnet.nl is opgenomen in Figuur 51.
- Figuur 52 geeft de bekendheid weer van de SURFportal www.surf.nl



Figuur 49 Bekendheid met SURF magazine per doelgroep

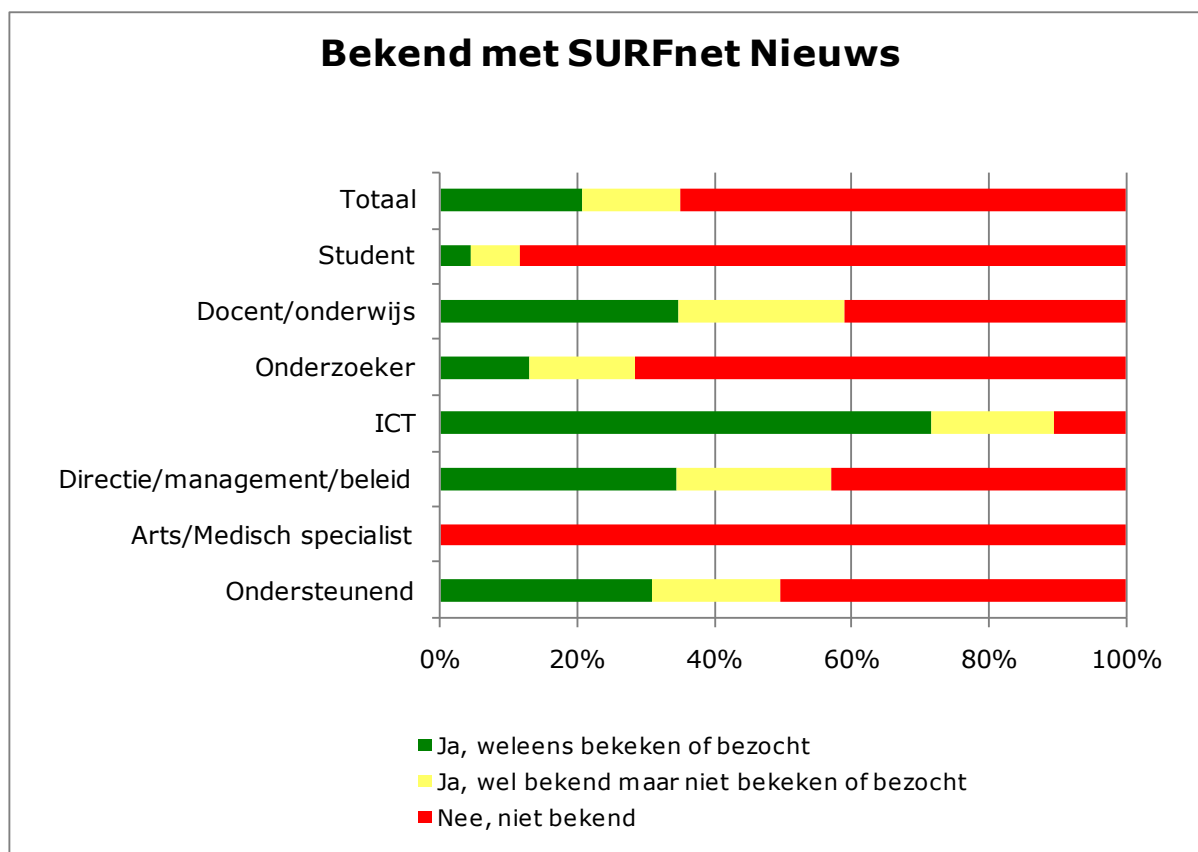
Het best bekend is SURF magazine bij ICT-ers; 75% kent het en heeft het wel eens bekeken en nog eens 12% kent het, maar heeft het nog nooit bekeken. SURF magazine is bij alle artsen en de meeste studenten onbekend (88%). Ook onderzoekers kennen SURF magazine veelal niet (70%).

De grootste groei in bekendheid heeft SURF magazine onder de docenten; in 2008 had 17% SURF magazine wel eens bekeken en in 2009 33%. Ook bij de andere doelgroepen groeide de bekendheid en het bezoek.

SURF magazine "weleens bekeken of bezocht"	2008	2009	Vershil
Student	1%	4%	+3
Directie/management/beleid	32%	42%	+10
Docent/onderwijs	17%	33%	+16
Onderzoeker	8%	16%	+8
Ondersteuning*	25%	35%	+10
ICT*	-	75%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

Mannen en zijn meer bekend met SURF Magazine dan vrouwen. Van de mannen kent 57% het niet en 73% van de vrouwen niet.



Figuur 50 Bekendheid met SURFnet Nieuws per doelgroep

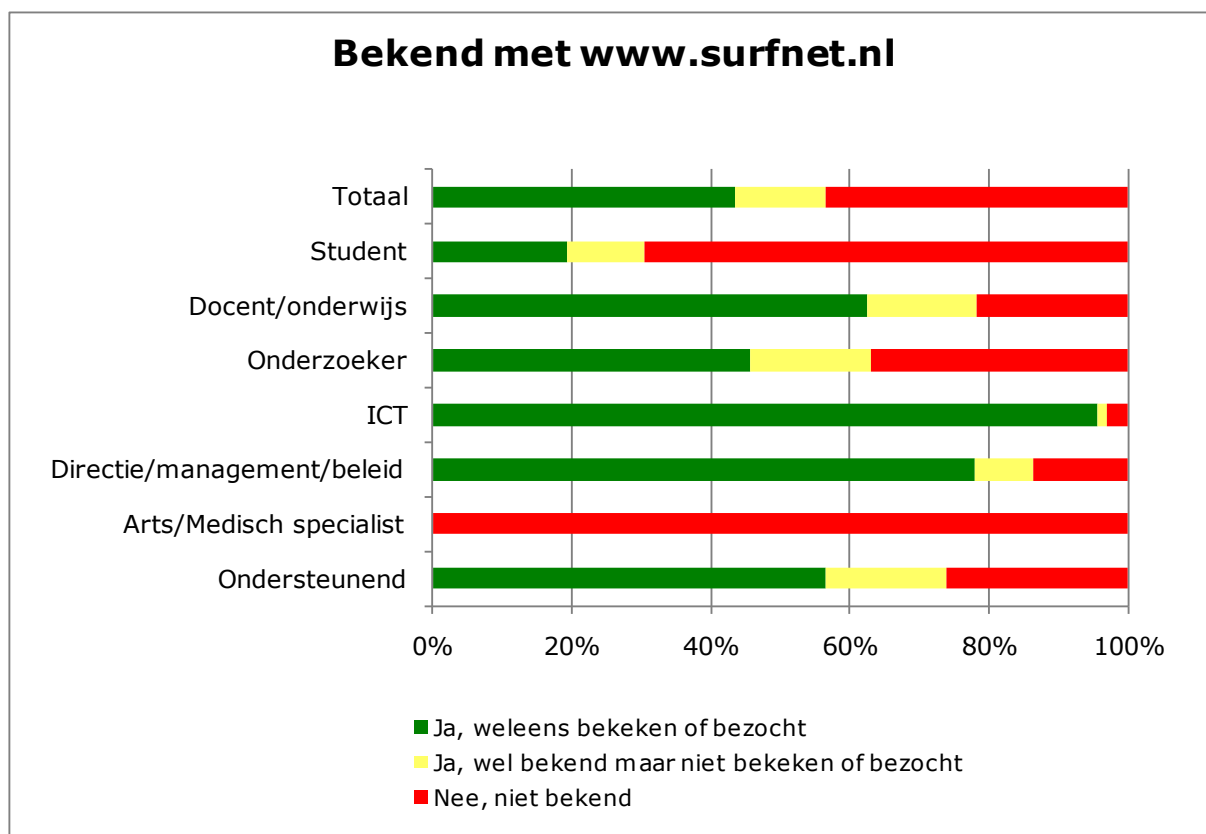
Het best bekend met SURFnet Nieuws zijn de ICT-ers (72% heeft het wel eens bekeken en 18% kent het wel, maar heeft het nog nooit bekeken). Ook bij docenten is SURFnet Nieuws goed bekend: 59% van de docenten kent het (35% heeft het ook wel eens bekeken, 24% -nog- niet).

SURFnet Nieuws is bij artsen (100%) en studenten (89%) wederom het meest onbekend. Onderzoekers zijn ook minder dan gemiddeld bekend met SURFnet Nieuws: 72% kent het niet, terwijl de gemiddelde onbekendheid op 65% ligt. Vooral bij docenten is SURFnet Nieuws sinds vorig jaar bekender geworden: van 13% naar 35%.

SURFnet Nieuws "weleens bekeken of bezocht"	2008	2009	Vershil
Student	2%	4%	+2
Directie/management/beleid	28%	34%	+6
Docent/onderwijs	13%	35%	+22
Onderzoeker	9%	13%	+4
Ondersteuning*	23%	31%	+8
ICT*	-	72%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

Vrouwen zijn minder bekend met SURFnet Nieuws dan mannen (respectievelijk is 75% en 58% niet bekend met SURFnet Nieuws).



Figuur 51 Bekendheid met www.surfnet.nl per doelgroep

De SURFnet-website www.surfnet.nl is goed bekend. Vooral onder ICT-ers is de site goed bekend (96% heeft de site wel eens bekeken). Ook directie en management is bekend met de site (78% kent de site en heeft de site wel eens bekeken). Van de docenten geeft 63% aan de site te kennen en te gebruiken en 16% kent de website wel, maar heeft nog nooit een bezoek gebracht aan www.surfnet.nl.

Gemiddeld kent 45% www.surfnet.nl niet. De website van SURFnet is helemaal niet bekend bij artsen. Bij studenten is de site ook niet goed bekend. Van de studenten kent en bezoekt 19% www.surfnet.nl wel. Dat was 12% in 2008.

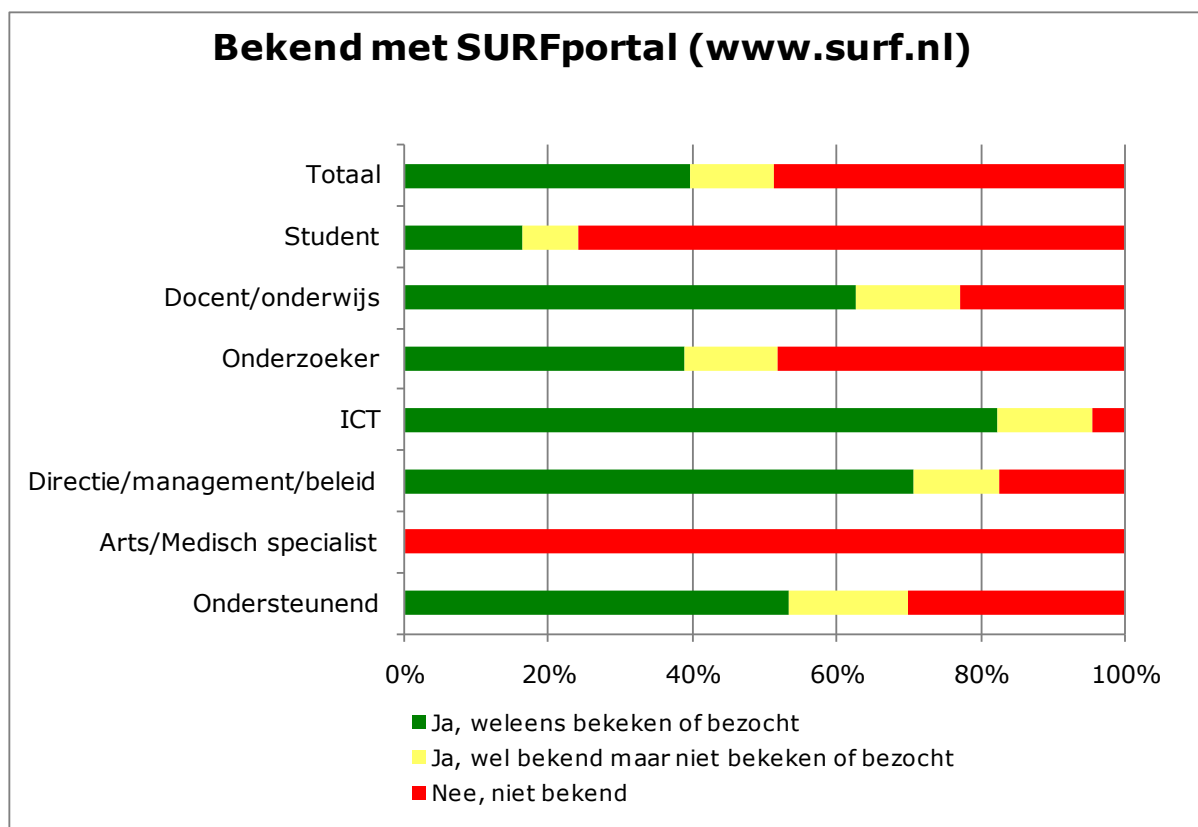
Van de onderzoekers kent en gebruikt 46% deze website, wat in 2008 nog 30% was. Van van het ondersteunend personeel kent en gebruikt 57% www.surfnet.nl. Dat is ook 12 procentpunten hoger dan in 2008.

Directie, management en beleidsmedewerkers zijn goed op de hoogte in vergelijking met de andere groepen: 78% kent en bezoekt de site. In 2008 was dat voor die groep nog 52%.

www.surfnet.nl "weleens bekeken of bezocht"	2008	2009	Vershil
Student	12%	19%	+7
Directie/management/beleid	52%	78%	+26
Docent/onderwijs	41%	63%	+22
Onderzoeker	30%	46%	+16
Ondersteuning*	45%	57%	+12
ICT*	-	96%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

www.surfnet.nl is beter bekend onder mannen (65% kent de website) dan onder vrouwen (43% kent de website).



Figuur 52 Bekendheid met SURFportal per doelgroep

De website www.surf.nl is onder een paar groepen goed bekend. ICT-ers zijn het best bekend met de portal (82% kent en bezoekt de portal; 13% kent de portal wel, maar heeft de portal nog nooit bezocht). Directie en management is ook goed bekend met de SURFportal (71% kent en bezoekt de portal; 12% kent de portal wel, maar heeft de portal nog nooit bezocht). De derde groep die bekend is met de portal vormen de docenten (63% kent en bezoekt de portal en 15% kent de portal wel, maar bezocht hem nog niet).

De SURFportal www.surf.nl is bij artsen totaal onbekend. Ook studenten kennen het veelal niet (76%). Van de onderzoekers zegt 48% surf.nl niet te kennen.

Bij alle doelgroepen is de SURFportal beter bekend en gebruikt dan in 2008. Vooral onder docenten is de antwoordcategorie "weleens bekeken of bezocht" aanzienlijk toegenomen (27 procentpunten).

SURFportal "weleens bekeken of bezocht"	2008	2009	Vershil
Student	4%	16%	+12
Directie/management/beleid	52%	71%	+19
Docent/onderwijs	36%	63%	+27
Onderzoeker	20%	39%	+19
Ondersteuning*	39%	53%	+14
ICT*	-	82%	-
Arts	-	0%	-

*Ondersteuning en ICT was in 2008 één groep en is in 2009 gesplitst.

De bekendheid van de portal is verschillend tussen mannen en vrouwen; een aanzienlijk deel (62%) van de vrouwen kent SURFnet niet, terwijl de portal bij een kleiner deel van de mannen onbekend is (40%).