

The.nlyst

STERKE POSITIE .NL, VERAN- DERINGEN GAAN LANGZAAM

Alles over het onderzoek van SIDN naar eindgebruikers van domeinnamen



Ruud Alaerds, Keala Consultancy

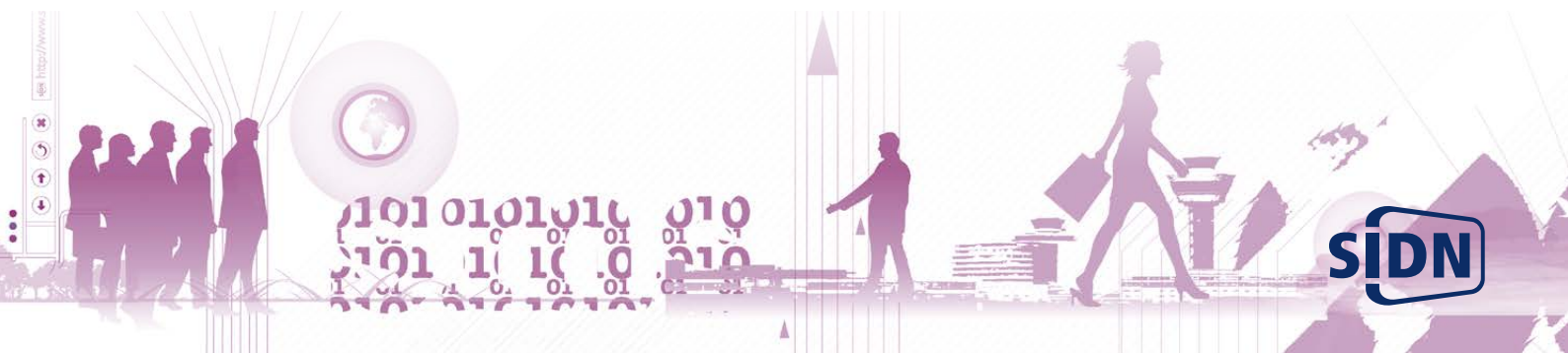
Doelstelling en uitvoering

Met het onderzoek wilde SIDN inzicht krijgen in de aankoop- en opheffingsintentie van domeinnaamhouders en prospects, in het gebruik van domeinnamen in de particuliere en zakelijke markt en in de relatie tussen domeinnamen en alternatieven zoals apps en social media. Voor het onderzoek zijn 1500 particulieren en 750 ondernemingen en instellingen bevroegd. Het grote aantal respondenten maakt het mogelijk om socio-demografisch te segmenteren.

De afgelopen maanden heeft marktonderzoek- en adviesbureau Keala, voorheen bekend onder de naam Heliview, in opdracht van SIDN voor de derde keer onderzoek gedaan naar de positie van .nl in de zakelijke en particuliere markt. Doel was het inzicht in de eindgebruikers van .nl-domeinnamen te vergroten.

Wijzigingen ten opzichte van eerdere onderzoeken

Ten opzichte van de eerdere onderzoeken die SIDN heeft laten uitvoeren, zijn in dit onderzoek een aantal nieuwe elementen geïntroduceerd. De belangrijkste wijziging was dat respondenten niet alleen bevroegd werden als domeinnaamhouder of prospect, maar in hun hoedanigheid van internetgebruiker. In dat kader is bijvoorbeeld ook gevraagd naar de relatie tussen de vraag naar domeinnamen en social media. Ruud Alaerds, managing director van Keala: "Toen we hier in 2011 een eerste onderzoek naar deden voor SIDN kwamen we erachter dat de uitkomsten vooral nieuwe vragen oproepen. ☺"



Voorwoord

Onlangs heeft SIDN voor de derde keer een onderzoek uit laten voeren naar het gebruik van het internet en domeinnamen in Nederland. De belangrijkste resultaten delen we graag met u in dit nummer van The.nlyst.

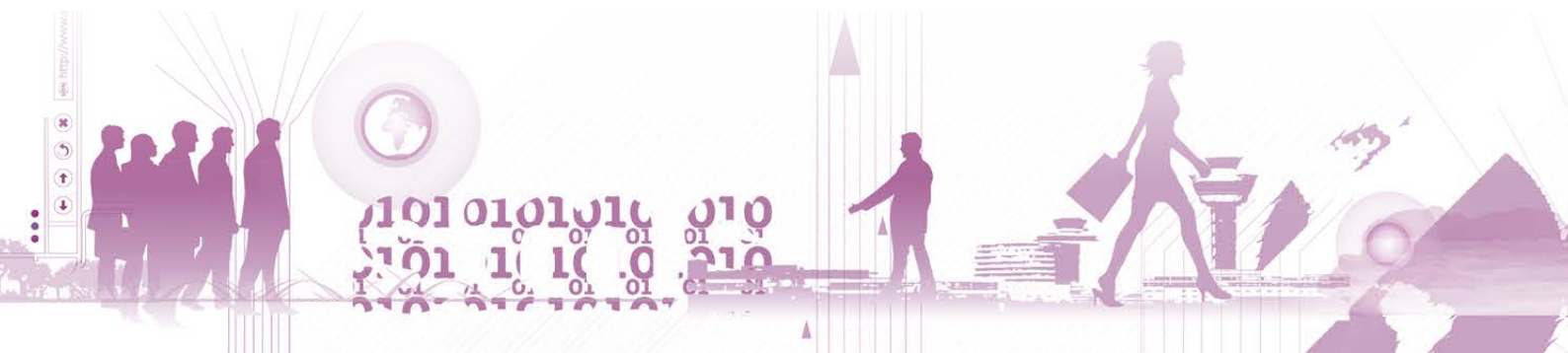
De belangrijkste reden dat we zulke onderzoeken uit laten voeren is dat we hiermee de economische en maatschappelijke waarde van het internet helpen vergroten. De uitkomsten stellen we beschikbaar aan bedrijven, maatschappelijke organisaties, de overheid en politici. Zij kunnen deze onder meer gebruiken om beter in te spelen op ontwikkelingen in de markt en bij het formuleren van beleid. Daarnaast zijn onderzoeken als deze van groot belang voor SIDN zelf. Ze geven inzicht in de waarde van domeinnamen en ontwikkelingen in gebruik en vraag. En helpen ons bij het bepalen van ons beleid.

De veranderingen in het gebruik van domeinnamen kwamen ook ter sprake tijdens een door ICANN georganiseerde rondetafeldiscussie met ceo's van ccTLD's, waar ik onlangs bij aanwezig was. We spraken daar onder meer over de toenemende afhankelijkheid van internet, over overheden die meer grip op het internet willen krijgen, over de nieuwe gTLD's en over de miljarden burgers op de wereld die nog geen toegang hebben tot het internet. De conclusie was opmerkelijk: de grootste bedreiging voor het huidige DNS is slecht omgaan met de grootste kansen. Als het opnemen van nieuwe gTLD's in de root een chaos wordt, zal dat het vertrouwen in het internet ondermijnen. Mensen zullen vaker gebruik gaan maken van alternatieven voor domeinnamen en overheden zullen nog meer invloed naar zich toe trekken. De nieuwe gTLD's mogen dus eigenlijk niet mislukken.

Daarom ben ik ook zo benieuwd naar de volgende ICANN-meeting in Beijing, China in april. Op dit moment worden de ruim 1900 aanvragen voor nieuwe gTLD's stuk voor stuk beoordeeld door ICANN. Het was een lange weg daar naartoe en er zijn signalen dat ook deze fase meer voeten in aarde heeft dan verwacht werd. Wij zullen de mededelingen van ICANN hierover op de voet volgen.

Voor nu wens ik u veel leesplezier.

Roelof Meijer,
Algemeen directeur





Michiel Henneke, SIDN

⊕ Daarom hebben we dit onderzoek breed ingestoken. Het geeft niet alleen inzicht in ontwikkelingen op de markt voor domeinnamen en de bekendheid van SIDN en de registrars, maar brengt ook motivaties in kaart en trends in het gebruik van zoekmachines, apps, devices, enzovoorts. Dit maakt het mogelijk om dwarsverbanden te leggen en oorzaak-gevolganalyses op te zetten.” Een onderzoek met deze aandachtgebieden en van deze omvang is uniek in de wereld. Volgens Michiel Henneke, marketing manager bij SIDN zijn de resultaten opgevraagd door partijen uit de hele wereld.”

.nl onbedreigd aan kop

De resultaten van het onderzoek bevestigen de leidende positie van .nl in Nederland. Van alle particulieren en bedrijven zou 75-80% .nl overwegen, als zij nu een domeinnaam zouden registreren. Dit is veel meer dan bij welk ander topleveldomein dan ook, onder particulieren is het zelfs de hoogst gemeten merkvoorkeur ooit. In de perceptie van zowel bedrijven als particulieren is .nl ook het meest betrouwbare domein.

Maar liefst 96% van de respondenten noemt .nl betrouwbaar of zeer betrouwbaar. Ook over het registreren van een domeinnaam en de contacten daaromheen, zowel met registrars als SIDN, zijn domeinnaamhouders zeer

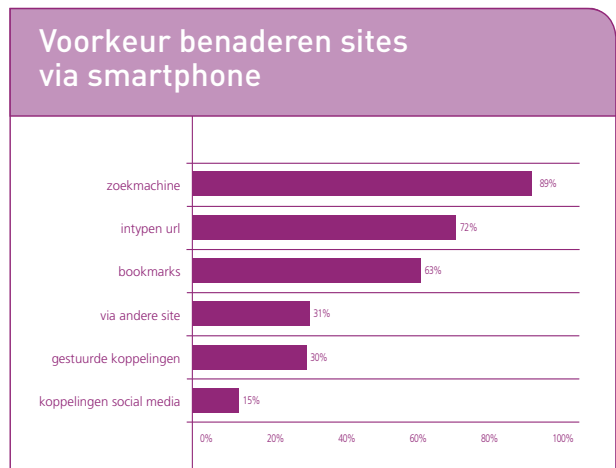
positief, zij beoordelen het proces bij de registrars met een 8,0. Domeinnaamhouders die contact hebben gehad met SIDN zijn tevreden over de kwaliteit van dat contact, zij waarderen dit met gemiddeld een 7,7.

Gestegen naamsbekendheid

SIDN mag rekenen op een naamsbekendheid die fors hoger ligt dan enkele jaren terug: 20% bij particulieren en 38% bij bedrijven. Dit is opvallend omdat SIDN slechts beperkt rechtstreeks contact heeft met domeinnaamhouders. Bij overheidsinstellingen is de naamsbekendheid van SIDN zelfs 68%. Ook de namen van enkele registrars zijn inmiddels behoorlijk bekend.

We blijven urls intypen

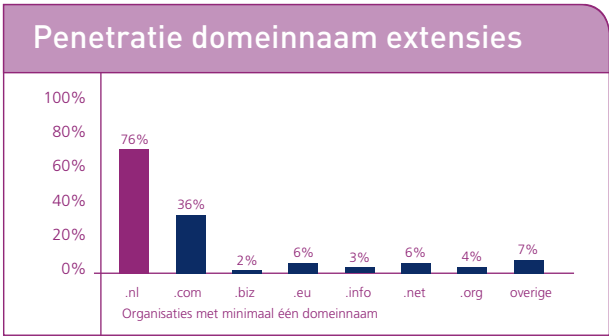
Hoe gebruiken mensen domeinnamen? Uit het onderzoek blijkt dat er op dat gebied weinig veranderd is. De toename van het aantal devices, zoals tablets en smartphones, leveren nog weinig andere gebruikspatronen op. Google, bookmarks en simpelweg een url typen in de browser zijn nog steeds de meest gebruikte navigatiemethoden. ⊕



De opkomst van mobiele devices, zoals tablets en smartphones, heeft nog niet gezorgd voor grote veranderingen in de benadering van websites.



From: isoc@isoc.nl
 To: info@sidn.nl
 Cc:
 Subject: Security



Bij organisaties blijft .nl veruit het populairst hoewel er flinke verschillen zijn tussen segmenten. Deze informatie vindt u in het volledige onderzoeksrapport.

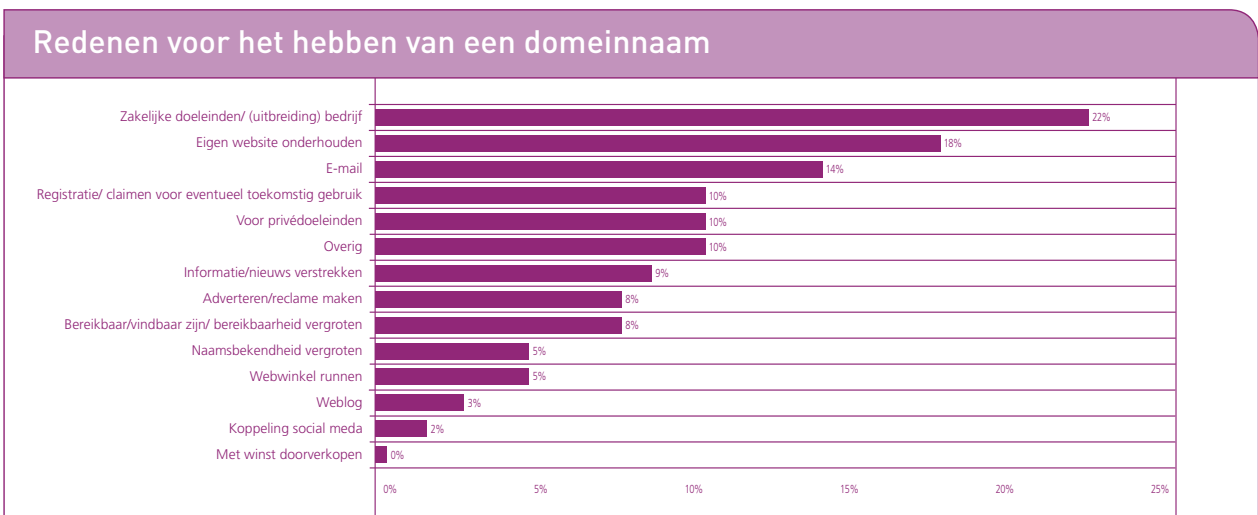
⊕ De meerderheid van de respondenten verwacht dat het belang van apps en social media in de komende jaren fors gaat toenemen, maar in vergelijking met het onderzoek van vorig jaar lijkt dit nu nog nauwelijks het geval. Volgens Ruud Alaerds is dit misschien wel de meest opvallende uitkomst van het onderzoek: “We hadden verwacht meer veranderingen waar te zullen nemen. Je zou namelijk verwachten dat het belang van domeinnamen af zou nemen door het gebruik van apps en social media. Deze aanname leeft in de markt. Maar als iets bij De Wereld Draait Door is geweest, wordt het nog niet algemeen gebruikt. Het aantal voorlopers is klein en

ontwikkelingen dringen nu eenmaal langzaam door tot de massa. Nieuwe gebruiksvormen zullen uiteindelijk wel opkomen en zorgen voor andere patronen, maar deze ontwikkeling gaat minder snel dan vaak gedacht.”

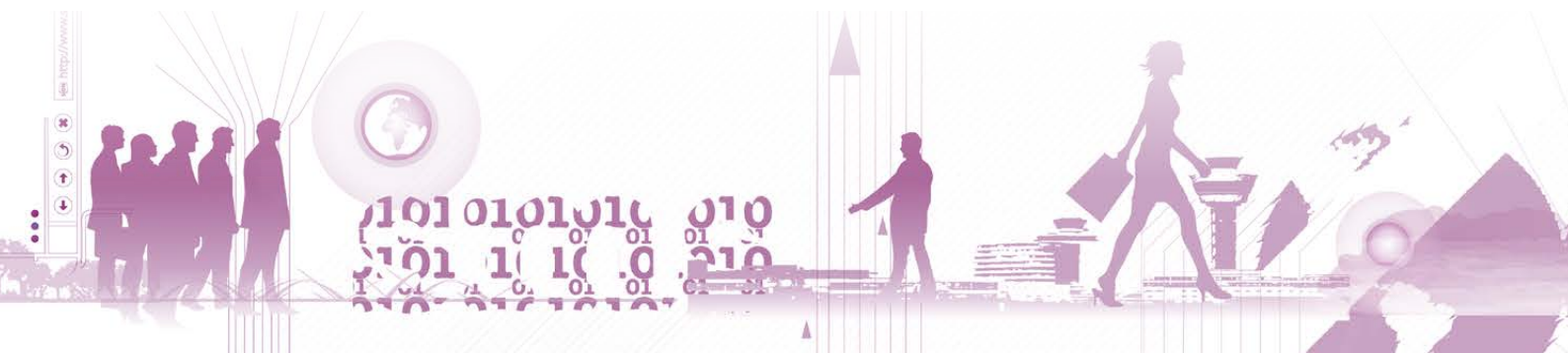
Groeiverwachting zakelijke markt

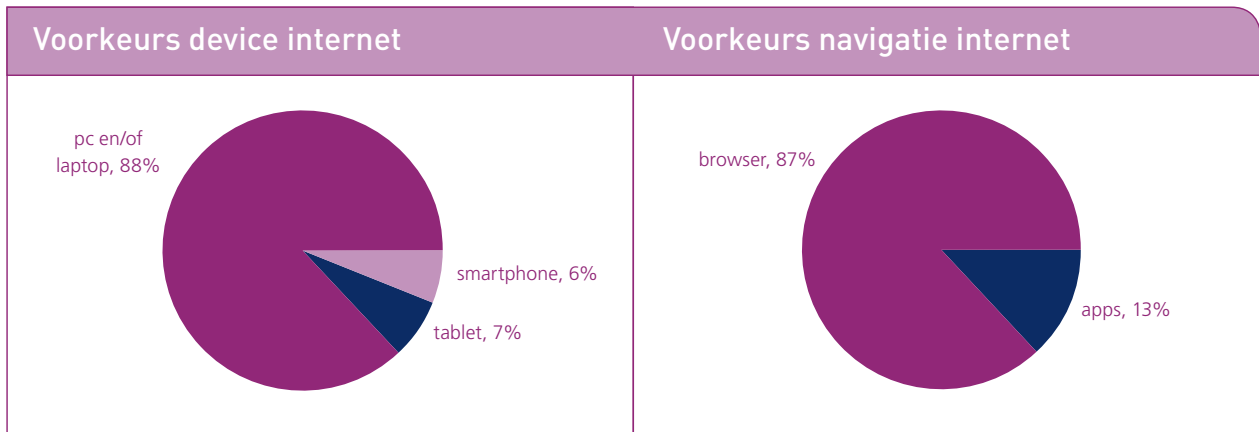
Zowel particulieren als bedrijven verwachten dat ze de komende jaren meer domeinnamen zullen registreren. Vooral het vertrouwen van ondernemers in online is rotsvast. Zij verwachten dat het gemiddelde aantal domeinnamen in hun bezit de komende drie jaar zal groeien van 6,0 naar 8,9. Ook vorige onderzoeken lieten dergelijke hoge groeiverwachtingen zien. Groeiverwachtingen die niet werden waargemaakt.

Zo ligt ook het percentage ongebruikte namen in werkelijkheid veel hoger (30-50%) en de opheffingen nemen sneller toe dan respondenten aangaven. Ruud Alaerds heeft wel een verklaring voor dit verschil tussen plan en realiteit: “Het ligt in de aard van ondernemers om positief te zijn, om veel projecten op te starten. Ze zijn niet gefocust op projecten die niet doorgaan. Daarnaast zoeken veel organisaties in deze tijd van crisis hun heil op internet; wie geen manieren ziet om zijn omzet op ⊕



Voor particulieren met minimaal één domeinnaam zijn zakelijk gebruik en het hebben van een eigen website de belangrijkste redenen om een domeinnaam te registreren. De eigen website is ook de vaakst spontaan genoemde toepassing van een domeinnaam.





Internetten doen we nog steeds het liefst met een pc of laptop. Internetbrowsers blijven de voorkeur houden boven apps. Opvallend is het dat de verschillen tussen segmenten klein zijn. Jongeren gebruiken bijvoorbeeld wel vaker smartphones en apps, maar het beeld is hetzelfde.

⊕ peil te houden, zoekt de oplossing al snel in online, zeker omdat de kosten relatief laag zijn. Veel projecten stranden echter." Tot slot kan de reden gezocht worden in het gedrag van registrars. Veel ongebruikte domeinnamen werden in het verleden niet opgegeven door de registrar. Omdat de intentie van de domeinnaamhouder onduidelijk was of omdat hij niet bereikbaar was. Gedwongen door de crisis gaan veel registrars nu alsnog over tot het opheffen van dergelijke namen. In de beleving van de domeinnaamhouder zijn deze namen echter al niet meer van hem, waardoor ze in onderzoeken als deze niet naar voren komen.

Hoge verwachtingen van e-commerce

Het meest wordt verwacht van e-commerce: de organisaties die beschikken over een webwinkel verwachten dat het omzetaandeel van online de komende drie jaar zal groeien van 12% naar 33%. Ruud Alaerds: "Dit lijkt een zeer reële inschatting. Steeds meer markten bewegen zich richting e-commerce. Ook voor producten en

diensten die online wat moeilijker te verkopen zijn, worden steeds vaker verkoopmodellen gevonden."

Vervolg vragen

Net zoals bij de onderzoeken die SIDN in het verleden uit heeft laten voeren, roept dit onderzoek vragen op die in een vervolgonderzoek beantwoord zullen moeten worden. Michiel Henneke: "We zijn vooral geïnteresseerd in de beweegredenen achter gedrag. Wat zijn de triggers die ervoor zorgen dat mensen een site benaderen via een url of via een app? Maakt het iets uit of je een computer zit of een tablet gebruikt? Welke omstandigheden bepalen de motivatie voor je keuze?" Een diepgaand vervolgonderzoek hiernaar zal daarom de volgende stap zijn.

Meer informatie

Voor meer informatie over de resultaten van dit onderzoek kunt u contact opnemen met Michiel Henneke via marketing@sidn.nl.



DE SCHEIDING TUSSEN WEBSHOPS EN TRADITIONELE WINKELS VERDWIJNT

Hoogleraar Cor Molenaar over de verwachtingen op gebied van e-commerce.

Cor Molenaar is hoogleraar Bedrijfskunde aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam en is gespecialiseerd in de invloed die het internet heeft op het koopgedrag van mensen en bedrijven. Daarnaast is hij onder meer voorzitter van de Stichting Certificering Thuiswinkel Waarborg. Hij vertelt over de veranderingen in ons koopgedrag, over location based services en clustering.

Uit het onderzoek dat gehouden is in opdracht van SIDN blijkt dat ondernemers verwachten dat de inkomsten uit e-commerce de komende jaren zullen verdrievoudigen. Verwacht u dat ook?

“Ja, dit is zeker een reële verwachting. Op dit moment wordt zo’n 10 tot 12% van de non-food verkocht via het internet. Dit groeit de komende jaren naar een 35%, goed voor ongeveer 20 miljard euro per jaar. Maar afhankelijk van je manier van kijken, zou het cijfer ook lager of hoger uit kunnen vallen. Wat we nu zien is een integratie van technieken. De scheiding tussen webshops en traditionele winkels verdwijnt en er komen nieuwe bedrijfs- en verdienmodellen op. Winkels zullen steeds vaker ook verkopen via internet, webshops hebben steeds vaker een winkelpand. Veel winkels zullen slechts een klein gedeelte van hun assortiment op voorraad hebben. De rest kan worden thuisbezorgd of opgehaald in de winkel.”



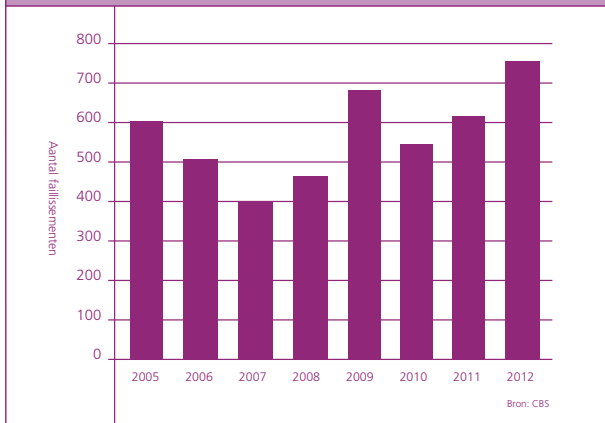
Cor Molenaar, Erasmus Universiteit Rotterdam

De populariteit van e-commerce betekent dus niet het einde van de traditionele winkel?

“Zeker niet. Maar we moeten ons beseffen dat het gedrag van klanten wezenlijk verandert. De vraag waar ondernemers mee te maken hebben, is: wat maakt een winkel uniek? Dit is bijna nooit meer het assortiment. Natuurlijk blijven voor bepaalde artikelen ‘gewone’ webshops of winkels bestaan, maar verder zullen de twee



Faillissementen detailhandel



Het aantal faillissementen in de detailhandel was niet eerder zo hoog als in 2012. Ten opzichte van 2009, het eerste jaar van de kredietcrisis, is het aantal faillissementen met circa 10% gestegen.

kanalen integreren. Voor de traditionele winkel gaat het dan meer om de beleving, het geven van hulp en beantwoorden van vragen.”

Welke factoren zijn van belang voor deze ontwikkeling?

“Allereerst zal er meer pijn gevoeld worden bij de winkeliers. Dit is veruit de belangrijkste reden om dingen te veranderen. Retailers hebben veel last van de crisis en er zijn heel wat zaken failliet gegaan, maar misschien nog niet genoeg. Ten tweede zullen retailers meer moeten samenwerken. Er wordt nu nog teveel gedacht in vechtmogelijkheden, concurrentie is er bijna alleen op prijs. En tot slot moet er veel veranderen bij overheden. Op gemeentelijk niveau kun je denken aan het openingstijdenbeleid, aan vergunningen, distributie of stadsplanning. Maar gemeentes stellen andere prioriteiten en de inspanningen blijven ver achter bij wat nodig is.

Ik zie vooral een gebrek aan regie. Daar is volgens mij een rol weggelegd voor Den Haag. Onlangs hebben we daarom met thuiswinkel.org het onderzoek Shopping 2020 gelanceerd. Dit zou moeten resulteren in concrete

aanbevelingen, waarmee ondernemend Nederland succesvol online kan verkopen in 2020, ook internationaal. Een toekomstvisie op online verkoop van producten en diensten in breed politiek-maatschappelijk perspectief.”

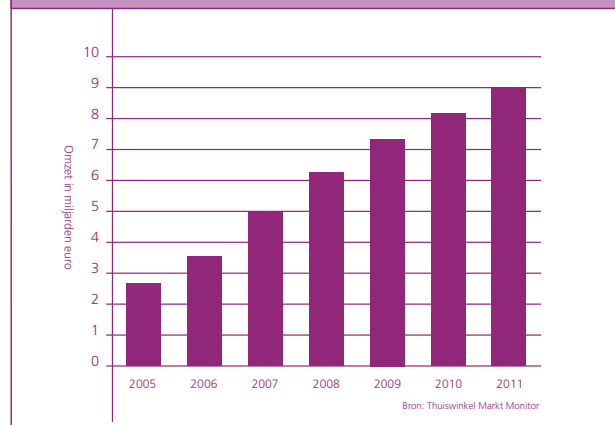
Hebben de opkomst van social media en mobiel internet invloed op e-commerce?

“Op dit moment nog niet. Natuurlijk kopen we wel via mobiel en tablet, maar deze platforms hebben nog geen aparte rol. Wel zien we langzaam signalen dat social media onderdeel worden van het koopproces. Je kunt dan denken aan vrienden die je tips geven als ze via Facebook zien dat je in een bepaalde winkel bent of aan tips over een winkelstraat in Google Maps. De strategieën van Facebook en Google zijn helemaal gericht op zulke location based services.”

Is het voor webwinkels verstandig om te investeren in social media of wordt het belang overdreven?

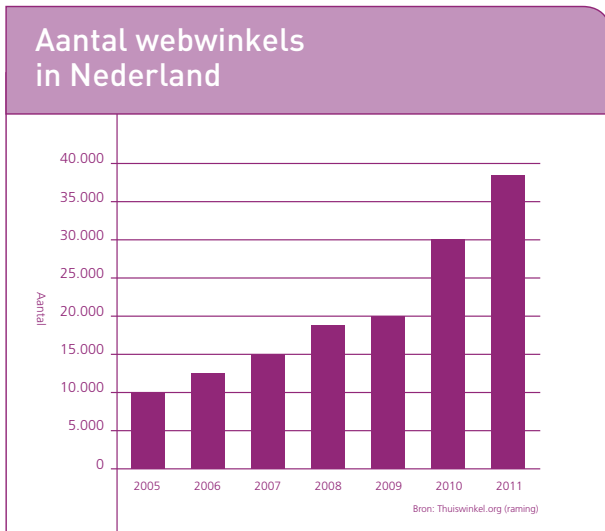
“Investeren in social media is zeker verstandig. Verwacht er alleen geen grote omzetschommelingen van. Social media ⊕

Omzet online winkelen in Nederland



Online winkelen in Nederland zit in de lift. Tussen 2000 en 2011 is de omzet door verkoop van diensten en producten via internet verzesvoudigd. Ondanks de crisis kwam de omzet in 2012 waarschijnlijk uit op ongeveer 9,6 miljard euro.





De raming van Thuiswinkel.org is beduidend hoger dan het aantal bij de KvK geregistreerde webwinkels. Omdat zij in andere SBI-code-indelingen vallen, laten niet alle webwinkels zich bij de KvK als webwinkel registreren.

- ⊕ zijn heel geschikt om in te spelen op het gevoel van klanten, op hun betrokkenheid bij je merk of bij je winkel. Je kunt het dus vooral gebruiken om te werken aan loyalty en merkbekendheid.”

E-commerceondernemers zijn erg afhankelijk van Google. Komen er nog ooit alternatieven?

“De search-inkomsten van Google staan onder druk en het bedrijf begint zich op andere zaken te richten. Er zijn namelijk steeds meer alternatieven. Als je op zoek bent naar een boek, hoef je niet meer naar Google, dat kan je ook vinden bij bol.com. Of stel dat je een tas wil kopen. Veel mensen zullen niet zoeken op Google, maar op beslist.nl. Daar vind je een lange lijst met vaak kleine aanbieders. Je vertrouwt ze omdat je beslist.nl vertrouwt. Amazon doet hetzelfde, daar kunnen kleine boekhandels tweedehandsboeken aanbieden. De clustering van verschillende aanbieders zorgt dus voor betrouwbaarheid en maakt het minder nodig om een Google search op te starten.

Google zoekt het daarom in onder meer de genoemde location based services. Stel dat je in een meubelzaak

komt, dan zal google je binnenkort op andere zaken in de buurt wijzen en op online alternatieven. Je zult zelfs direct kunnen bestellen via Google, de zoekmachine wordt dan een soort winkelcentrum.”

Hoe belangrijk is een goede domeinnaam nog voor een retailer?

“Clustering draagt er natuurlijk aan bij dat het belang van een goede domeinnaam minder wordt. Vroeger moest elke online winkel een naam hebben die je kunt onthouden, maar dat is voor de meeste shops niet meer nodig omdat ze gevonden kunnen worden via een centrale plek, zoals beslist.nl. Consumenten gaan naar een plek die ze vertrouwen en kiezen daar voor een kleine partij.”



Registrar in beeld – ByYourSite

“VOOR ONZE UITSTRALING IS HET BELANGRIJK OM REGISTRAR TE ZIJN.”

Edwin Weijzen is een van de twee eigenaren van ByYourSite, een internetbedrijf met vestigingen in Groningen en Amersfoort. Domeinnaamregistratie is voor ByYourSite een klein maar belangrijk onderdeel van hun dienstenpakket.

Wat maakt ByYourSite uniek?

“Onze full service propositie. In een markt waar veel bedrijven een niche opzoeken, hebben wij gekozen voor een breed scala aan diensten. We werken vooral voor de iets grotere klanten, zoals Yves Rocher of Weight Watchers. Deze bedrijven zijn niet zo groot dat ze alles in eigen huis hebben en ze vinden het fijn dat ze alles bij één partij kunnen neerleggen.”

Hoe belangrijk is het voor jullie om registrar te zijn?

“Voor de uitstraling van ons bedrijf is het erg belangrijk dat we zelf .nl-registraties aan kunnen bieden. Omdat we in Nederland actief zijn, hebben we nu eenmaal het meest met .nl te maken. En als je iets bij een ander bedrijf inkoopt, moet je dat ook aan je klant uit kunnen leggen.”

Wat verwacht u van de nieuwe gTLD's?

“Ik verwacht daar heel weinig van. Een aantal van onze klanten vindt het wel interessant, maar meer om de concurrentie voor te zijn dan uit strategische overwegingen. In Nederland zal .nl altijd sterker blijven.”



Edwin Weijzen,
ByYourSite

Hoe belangrijk is DNSSEC?

“Bij onze klanten leeft dit net zomin als de nieuwe gTLD's. Toch vind ik dat we mee moeten in deze ontwikkeling. Dat hoort gewoon bij goede service. Op dit moment zijn onze systemen er nog niet klaar voor, maar we zijn er wel mee bezig. Mijn complimenten voor de inspanningen van SIDN op dit vlak, ze hebben het echt op de kaart gezet.”

Zal de daling van het aantal registrars aanhouden?

“Ik denk het wel. De markt consolideert. Kleine partijen overleven niet of worden opgeslokt door de grote jongens. Deze trend zal zich voortzetten.”

Hoe ziet u de toekomst?

“We roepen al drie jaar dat we de crisis wel uitzitten, en dat lukt ons ook. Toch zal ik blij zijn als er een einde aan is gekomen. Wij zijn klaar voor groei. Als de economie weer aantrekt, verwacht ik veel beweging. Als het economisch beter gaat zullen bedrijven weer vaker een deel van hun budget reserveren voor iets innovatiefs. En op het gebied van mobile gaan we zeker slagen maken.”

Opgericht 1999 **Vestigingen** 2

Werknemers 20 fte

Domeinnamen in beheer ca. 4.200 waarvan
2.000 .nl-domeinnamen

From: isoc@isoc.nl

To: info@sidn.nl

Cc:

Subject: Security

.NL Analysed

	TLD		Aantal Q4	Groei
1	.com	Algemeen	106.079.236	1,2% =
2	.de	Duitsland	15.283.687	0,5% =
3	.net	Algemeen	14.882.186	0,3% =
4	.tk	Tuvalu	14.411.875	13,6% =
5	.uk	Ver. Koninkrijk	10.299.989	0,5% =
6	.org	Algemeen	10.105.576	0,2% =
7	.info	Algemeen	7.150.701	-4,8% =
8	.cn	China	6.368.833	11,6% =
9	.nl	Nederland	5.115.652	1,5% =
10	.ru	Rusland	4.258.470	5,8% =
11	.eu	Europese unie	3.701.004	1,0% =
12	.br	Brazilië	3.085.842	0,8% =
13	.ar*	Argentinië	2.690.000	2,2% =

	TLD		Aantal Q4	Groei
14	.au	Australië	2.577.337	2,0% =
15	.fr	Frankrijk	2.510.067	2,8% ↑
16	.it	Italië	2.488.733	1,7% ↓
17	.pl	Polen	2.402.494	0,5% =
18	.biz	Algemeen	2.210.318	0,0% =
19	.ca	Canada	2.007.878	1,8% =
20	.ch	Zwitserland	1.752.794	1,1% ↑
21	.us	Ver. Staten	1.733.349	-0,6% ↓
22	.es	Spanje	1.627.156	1,9% =
23	.be	België	1.346.772	2,1% =
24	.co*	Colombia	1.330.000	1,4% ↑
25	.jp	Japan	1.318.715	0,9% ↓
	* schatting			

De omvang van de totale markt nam in het vierde kwartaal toe met 6 miljoen domeinnamen, iets lager dan de groei in het derde kwartaal. De groei over heel 2012 is uitgekomen op 25 miljoen, bijna 30% hoger dan de groei in 2011. In het algemeen kunnen we dus spreken van een succesvol jaar.

Kijken we naar de afzonderlijke TLD's dan zien we een ander beeld. Voor ongeveer tweederde van alle TLD's was de groei afgelopen jaar lager dan de groei in 2011. Het blijft

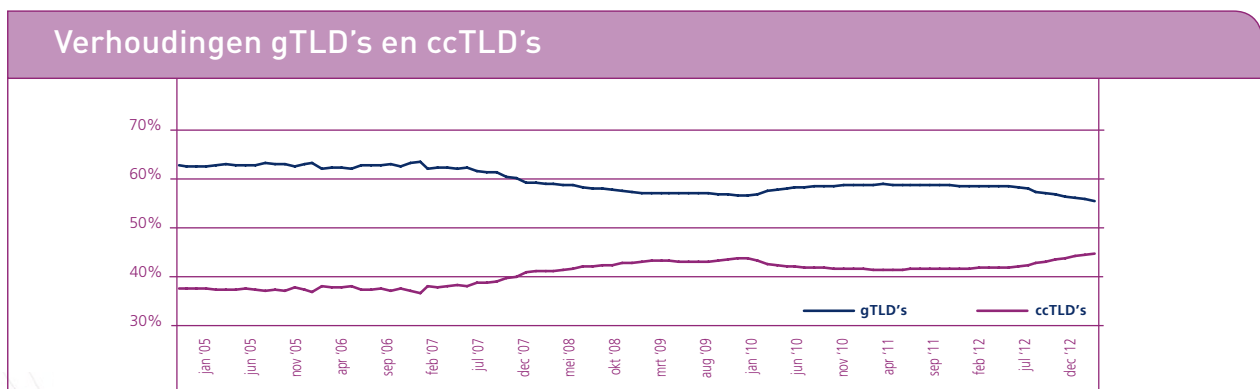
echter groei en dat is in de huidige economische omstandigheden niet voor elke organisatie weggelegd. Echt reden tot klagen is er voor 7 TLD's die in 2012 gekrompen zijn, aangevoerd door .info waarvan de omvang met ruim 1 miljoen afnam.

Met name de TLD's van BRIC-landen als .cn, .ru en de gratis tld .tk namen de groei voor hun rekening. De drie sterkste groeiers in 2012 waren .tk (+7,5 miljoen), .com (+6,8 miljoen) en .cn (+2,8 miljoen), gezamenlijk waren zij verantwoordelijk voor 70% van de totale groei.

Verhoudingen cc- & gTLD's

In de afgelopen jaren was de groei van het totaal aantal domeinnamen grotendeels toe te schrijven aan de generieke TLD's. Door de sterke groei van .tk en .cn zien we dat beeld

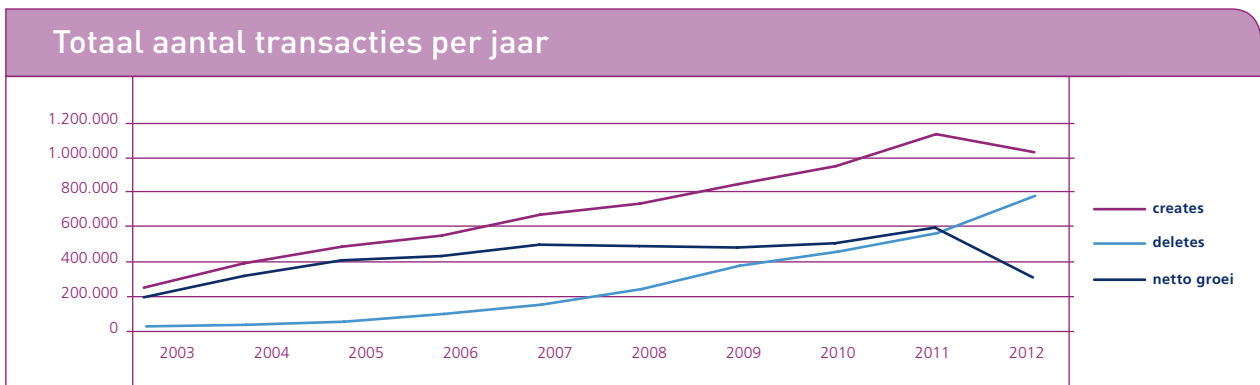
verschuiven naar de ccTLD's. In 2012 nam de omvang van alle ccTLD's met 18,4 miljoen toe, voor de gTLD's bedroeg de toename 6,6 miljoen. In 2011 was dat nog 8,5 tegen 10,8 miljoen.



.nl in 2012

Voor .nl was 2012 een zwak jaar, wij zagen een sterke daling van de netto groei. In december is de groei voor de tweede keer in 2012 zelfs negatief geweest, met -1.100 domeinnamen. De totale netto groei over heel 2012 kwam uit op 315.933, dat was 48% lager dan de netto groei in 2011. Hiermee lag de netto groei op het niveau van 2003. De stijging van het aantal opgeheven domeinnamen is de voornaamste oorzaak van de afgenomen groei in 2012, zie

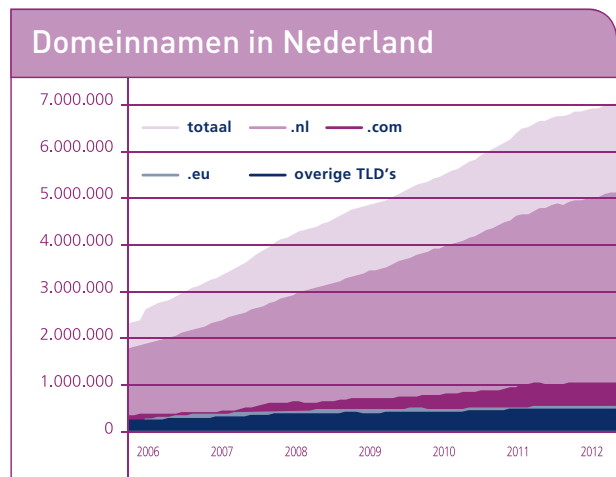
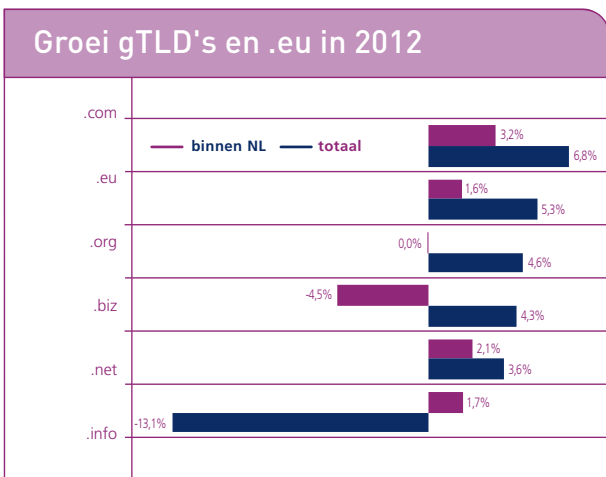
ook de grafiek. Het aantal opheffingen steeg met 34% ten opzichte van 2011, terwijl het aantal nieuwe registraties met 8,7% afnam. In aantallen betekent dit dat er gedurende het jaar bijna 1,1 miljoen nieuwe domeinnamen zijn geregistreerd (na 2011 het hoogste aantal ooit), terwijl er circa 750.000 werden opgeheven. In het interview met Ruud Alaerds en Michiel Henneke wordt dieper ingegaan op de achtergronden van deze ontwikkeling.



Ontwikkelingen Nederlandse markt in 2012

De ontwikkeling van de Nederlandse markt was naar mondiale maatstaven zwak in 2012. Binnen deze markt presteert .nl echter bovengemiddeld. Ons binnenlands marktaandeel is gestegen naar 73%, dat is ten opzichte van eind 2011 een stijging van bijna 1%. De totale groei van de Neder-

landse markt bedroeg 5,4%, dat is minder dan de helft van de gemiddelde groei per jaar in de afgelopen 6 jaar. Opvallend is dat de groei van door ons gemonitorde TLD's binnen Nederland significant lager was dan die van de TLD's overall (.info uitgezonderd), zie volgende grafiek.



From: isoc@isoc.nl
 To: info@sidn.nl
 Cc:
 Subject: Security

Evenementenkalender

SIDN is vertegenwoordigd op tal van nationale en internationale evenementen. We doen dit vanuit onze taak als registry van het .nl-domein en vertegenwoordigen daarbij de Nederlandse internetgemeenschap en de .nl-registrars. Ook organiseren wij zelf geregeld bijeenkomsten. In de komende maanden is SIDN, voor zover nu bekend, vertegenwoordigd op de volgende evenementen:

Datum	Evenement	Plaats
07-04 t/m 12-04	46th ICANN Meeting	Beijing, China
13-05 t/m 17-05	RIPE 66	Dublin, Ierland
14-05 t/m 16-05	2013 WTPF	Geneve, Zwitserland
03-06 t/m 05-06	CENTR Jamboree 2013	Amsterdam
20-06 t/m 21-06	EuroDIG 2013	Lissabon, Portugal
27-06	SIDN BBQ	Maarssen

SIDN Labs

SIDN Labs is het onderzoeks- en innovatieprogramma van SIDN. Via het weblog op www.sidnlabs.nl geven wij een kijkje achter de schermen van SIDN Labs en vertellen onze medewerkers over hun werkzaamheden in dit programma. Het gaat hierbij om onderzoeksresultaten, publicaties, nieuwe diensten en producten en praktische informatie, maar ook om lange-termijn visies en nieuwe ideeën. Het is een interactief blog, dus we nodigen iedereen van harte uit te reageren op de berichten of deze te bediscussieren met andere bezoekers.



Suggesties

Wilt u graag een onderwerp uitgelicht zien in de The.nlyst? Mailt u dan uw suggesties naar communicatie@sidn.nl.

Wist u dat...

... SIDN op dit moment diverse vacatures heeft. Kom werken bij het bedrijf achter .nl. Kijk op www.werkenbijsidn.nl voor alle vacatures en maak direct kennis met de medewerkers van SIDN.

...de supportafdeling van SIDN ook bereikbaar is via Twitter? Volg ons via @SIDNsupport.



Colofon

The.nlyst is een platform voor informatie over (.nl-) domeinnamen en wordt vier keer per jaar gratis verspreid onder relaties van SIDN.

Redactieadres

SIDN
Postbus 5022
6812 AR ARNHEM, Nederland
communicatie@sidn.nl

Aan deze editie werkten mee

Ruud Aleards, Cor Molenaar, Edwin Weijzen, Roelof Meijer, Michiel Henneke, Sean Schuurman van Rouwendal, Martin Sluijter, Lycke Hooegeven en Daniel Federer

Vormgeving & realisatie

ARA Direct, Rotterdam – www.ara.nl

Vertalingen

G & J Barker Translations – www.gandjbarker.co.uk

Aantal

ca. 2.500

Abonnementen

The.nlyst wordt gratis verspreid onder relaties van SIDN. Voor het aanvragen of opzeggen van een abonnement, kunt u mailen naar communicatie@sidn.nl.

Auteursrecht

Ondanks alle zorg die besteed is aan de samenstelling van deze uitgave aanvaardt SIDN geen aansprakelijkheid voor schade die het gevolg is van enige onvolkomenheid of fout in de inhoud hiervan. Tenzij expliciet anders is aangegeven komen de auteursrechten op alle informatie en afbeeldingen die in de The.nlyst worden geopenbaard toe aan SIDN. Het overnemen van (delen van) artikelen uit dit magazine is toegestaan indien daarbij de The.nlyst als bron wordt vermeld en SIDN over de overname wordt geïnformeerd via communicatie@sidn.nl.

ISSN: 2212-2842

From: isoc@isoc.nl
To: info@sidn.nl
Cc:

