



Hét Marketingmagazine van Nederland - met DutchCowboys en Marketing Online

# MOLBLOG

- Home
- Search
- E-mail
- Mobile
- Weblog
- Crossmedia
- iTV
- Marketing
- Media
- Merken
- Trends
- Top of flop
- Achtergrond
- Innovatie
- Onderzoek
- Design
- Boeken
- Direct Marketing
- Narrowcasting
- MVO Marketing
- PR

- **Houden marketeers wel van bloggen?** - ma 9 jul, 13:20
- **Unilever zet mes in marketingafdeling...** - vr 6 jul, 08:58
- **'MKB laat kansen zoekmachinemarketi..** - do 5 jul, 11:17
- **Jeroen de Bakker weg bij TBWA** - wo 4 jul, 21:31
- **Welkom in the Age of Marketing** - wo 4 jul, 04:34

POLL

**Nederland houdt uitverkoop:**

- En dat is slecht voor marketing
- Onzin, marketing blijft belangrijk

→ STEM

ZOEKEN

Weblog

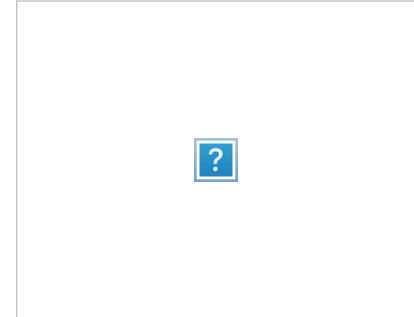
Marketing Online

DutchCowboys

→ ZOEK

## Twitter is onzin!

[di 10 jul 2007, 09:39]



Onze poll wijst uit: [Twitter](#) is onzin.

We vroegen de bezoekers van MolBlog wat ze van Twitter vinden. En hun antwoord is duidelijk: het is de nieuwe hype.

279 stemmen kwamen er binnen. En slechts 18 procent vindt het zinvol. 82 procent zegt dat het onzin is.

De nieuwe poll gaat over de uitverkoop van Nederlandse bedrijven.

Danone koopt Numico (vroeger Nutricia) en ABN Amro en tal van andere bedrijven overkomt hetzelfde: ze verdwijnen in buitenlandse handen. Is dat wel goed voor marketing?

De beslissingen worden toch voortaan elders genomen? Of kunnen die overnemende bedrijven hun investeringen alleen maar terugverdienen als ze dicht op de lokale markten blijven zitten?

En dus de lokale marketeers alle ruimte geven? Of moeten ze juist bezuinigen om de investeringen terug te verdienen en is marketing het kind van de rekening? Of...

Stem!

## Gerelateerde items

- Danone wil Numico overnemen
- Nieuwe poll: is Twitter nou echt wel leuk?
- Barclays offert adelaar als het ABN Amro krijgt
- De jacht op de ABN Amro-klant is geopend
- 07 MarketingLive! Stephan Fellingier
- Verslaggeving The Next Web
- KWID: Hét Nederlands antwoord op Twitter?
- Tamme opening tijdens Ad:Tech San Francisco
- Twitter: web 2.0 in crackvorm
- Marketeers moeten 'conversation architects' worden
- ABN Amro en Hema te koop

Theo van Vugt | Online | 2759 x gelezen → stuur door → 31 reacties

< Vorige artikel Terug Volgende artikel >

Ludo Raedts

Moet de kop niet zijn "Molblog lezers snappen toegevoegde waarde twitter niet"?

Ze hebben gelijk, je kan ook per post met elkaar communiceren. Adverteren kan je ook in kranten en op televisie.....

di 10 jul 2007, 14:18

Theo van Vugt <tvanvugt at kluwer dot nl> [website]

@ludo: niet meteen iedereen (of althans 82 procent) beledigen. Je moet er niet al te zwaar aan tillen, als JIJ het belangrijk vindt, moet je er vooral mee doorgaan. Maar vergis je niet: niet iedereen holt meteen achter elk nieuw ding aan.

di 10 jul 2007, 14:22

marco <info at upstream dot nl> [website]

Ludo heeft wel een punt Theo, de titel suggereert het als een feit terwijl het niet meer of minder is dan de mening van de molblog-lezer.

### Top 5 reacties

- 22 Redenen om geen iPhone te willen [40 reacties]
- Twitter is onzin! [31 reacties]
- Grote vuur moet terug bij naamcreatiebureaus [23 reacties]
- NUON Jehovah's getuigen [16 reacties]
- De appel en de groenteman [16 reacties]

### Recente reacties

**Theo van Vugt** - Is wel een knop: rechterkolom: Input Needed:..

**Look J. Boden** - Marketing zou, in de breedste zin van het wo..

**Jos van Liempd** - Niet zo somber doen... Is juist waar "we" zo..

**warkor** - Voor maatwerk of een unieke shirt "bijbeltek..

**Jan Willem** - Op http://babyblogs.nl zijn moeders ook druk..

VOLG EEN OPLEIDING BIJ **LECTRIC** INTERNETOPLEIDINGEN

- Leergang online marketeer
- Online bereik genereren
- Zoekmachine marketing
- Website optimalisatie
- E-mail marketing
- Viral marketing

### Archief

<< Juli 2007 >>

Zo	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

### Tijdschrift voor Marketing

#### Juli/Augustus

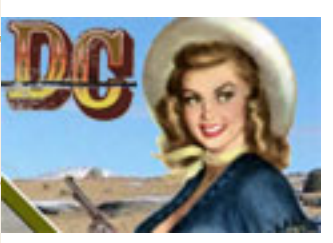
- Uitslag van de Grote Marketing Enquête 2007
- Giep Franzen over Jack Daniel's
- Fundament van Nima heeft verjonging nodig
- Nieuwsbuddy Dag moet snel verouderen
- Jan Bunt, deel twee
- Interactieve bureaus over marketeers

### Nieuwsbrief

Wekelijks het marketingnieuws per e-mail?

(Email)

→ Abonneren



### Input needed!

Stuur ons je tips, gossip en nieuws!

→ mail de Mol



### Headlines

**Marketing Online**

Grote Marketing Enquête 2007:...

'Pensioenverzekeraars benutten...

'Marketeers hebben meer onlinekennis,...

Overstromingen grootste milieuzorg...

**Marketingfacts**

AdWords advertenties op (concurrerende)...

Google MyMaps volgt Facebook

TV op het web: automerken omarmen...

ReclameReview: bewegenmetreuma...

**DutchCowboys**

Podcasts van Ben Tiggelaar gratis...

Moet eerlijk zeggen dat het ook bij mij even duurde voordat ik de impact van twitter en vergelijkbare micro-bloggingplatformen begreep. Vooral het feit dat het zo eenvoudig is te combineren met mobiel maakt het een krachtig communicatie-instrument. Of het nu al door marketeers moet worden opgepakt? Ik denk het niet. Kijk eerst maar eens de kat uit de boom en speel er wat mee.

di 10 jul 2007, 14:44

Theo van Vugt <tvanvugt at kluwer dot nl> [website]

@Marco: ja, maar dat is de kracht van de eenvoud. Er wordt zoveel gezegd en getikt, je moet wel een poging doen om de aandacht te trekken. En reacties als die van jou en anderen zetten het dan wel weer in het juiste licht.

di 10 jul 2007, 14:48

Michel <mail at michelrijnders dot nl> [website]

Twitter is inderdaad geen onzin. Onafhankelijk van hoe groot de groep is blijft de toepassing per individu zinnig of onzinnig. En de groep die het zinnig vindt lijkt nog steeds sterk te groeien. De titel is een beetje misleidend dus.

di 10 jul 2007, 15:50

Kari-Anne <kfygi at kluwer dot nl>

Twitter is idd geen onzin: communicatie is nooit onzin. Ik vind het wel een hype. De vraag blijft wat mij betreft wel staan wat voor waarde het kan hebben voor de marketeer.

Ik denk dat je het moet zien als een voorbode van wat komen gaat.

di 10 jul 2007, 16:09

Daan <daantol at gmail dot com> [website]

Ben het totaal eens met Kari-Anne >> denk dat het idd het hype is en het is absoluut een voorbode op wat gaat komen. Twitter is alleen nu (nog) niet echt een heel interessant communicatiemiddel. Alleen als twitter straks wordt gekoppeld met je mobiele telefoon >> dan kan het wel eens wat interessante dingen opleveren.....

di 10 jul 2007, 17:08

marco <info at upstream dot nl> [website]

@daan: "Alleen als twitter straks wordt gekoppeld met je mobiele telefoon"? Heb je het überhaupt wel eens bekeken? Twitter (en andere microblogsystemen) zijn juist gemaakt voor mobiel!

di 10 jul 2007, 17:18

Paul

Twitter is wel heel erg voyeuristisch moet ik zeggen, zoiets van kijk mij nu eens gaaf zijn en leuke dingen doen. Kunt er inderdaad mee communiceren, maar is erg onrustig, onhandig en is zeker een hype. Maar desalnietemin een erg leuk idee en wellicht onderdeel van een grotere ontwikkeling?

di 10 jul 2007, 18:21

Tim van de Rijdt <info at youpaper dot nl> [website]

Leuk om te zien dat Twitter in eerste instantie wordt afgeschoten in de poll en dat in deze comments vooral lovende reacties loskomen.

Als het zo veel emotie losmaakt kan het niet anders dan een gigantisch succes worden!! :-)

Trouwens, in bijvoorbeeld MSN namen en de WieWatWaar functie van Hyves is al wel te zien dat mensen graag laten weten wat ze aan het doen zijn. Een soort van push-persoonlijke-interesse-functie!

di 10 jul 2007, 20:11

Michel <mail at michelrijnders dot nl> [website]

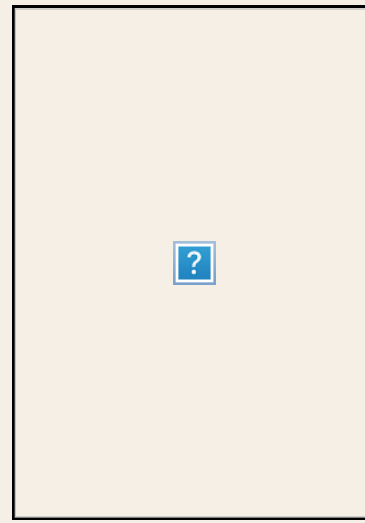
@Paul: ik zie Twitter juist meer en meer gebruikt worden als een soort van ideeen-chatkanaal. Niet zozeer laten zien wat voor interessants je doet, maar delen van wat je doet en tegen welke vragen en problemen je aanloopt en daarop respons en medewerking krijgen. Twitter kan wat dat betreft ideaal werken binnen een organisatie. Zijn er al organisaties die dit intern succesvol gebruiken?

di 10 jul 2007, 20:34

Vincent everts <vincent at everts dot net> [website]

18% lijkt me heel veel. Je zou 1 extra vraag moeten stellen hoeveel van die 18%/82% het echt heeft geprobeerd. Wie zijn de echte twitteraars? Het is een beetje de discussie of je Email, RSS, MSN gebruikt. Duurt gewoon even voordat het duidelijk is wat het inhoud en waarom het nuttig is.

Vincent



→ [In dit nummer](#)

### MolBlog team

Pepita Bos  
Ronald Velten  
Paul Blok  
Frans Jan Boon

→ [meer MolBlog team](#)

### Nationale weblogs

Frankwatching  
Communicatie Online  
Marketingfacts  
Brickmeetsbyte

→ [meer Nationale weblogs](#)

### Internationale weblogs

Battelle media  
Brand Science Institute weblog  
Siliconbeat  
MasterNewMedia

→ [meer Internationale weblogs](#)

### Internationale businessblogs

Kelseygroup  
Forrester  
Ysearchblog  
Ask  
Brandperspectives.com

### Adformatie links

Adformatie  
Marketing-online  
Adforesult  
Communicatie-online

### Branche informatie

IAB Nederland  
SpinAwards  
Stir  
VEA  
BVA

### Search Engines

Google  
MSN  
ilse  
Yahoo

→ [meer Search Engines](#)

### Onderzoek

eMarketer  
Jupiterresearch  
Forrester  
CBS  
Pew  
Marketing Research Base

Wordt er gekeken naar online video...

PC vs. Console

YouTube camera

### AdfoBlog

Live actie in de bioscoop

Carré sterkste culturele merk

Hoe werkt user generated content...

Telfort op de markt

### Resultblog

Reclame in de bus: appels met ...

Van Bel spreekt: "Klanten kunnen...

Sms-alert: naar buiten die kli...

Promcast: het snoepje van de w...

### Mobilecowboys.nl

Cell Phone Revolution; de geschiedenis...

Ook een 5 Megapixel Samsung G600...

YouTube camera

Mijn iPhone. . .

### Communicatie Online

Communicatie organiseert 'De...

Huizinga past campagne OV-chipkaart...

3,3 miljoen euro voor promotie...

Poll: uitslag Gouden Kooi en nieuwe...

### Frankwatching

De mallemlen van de mieren

Online leren hoe 'het' moe...

Google test nieuwe vorm van YouTube...

Zorg 4.0: Science or F(r)ictio...

W3C HTML 1.0

W3C CSS

RSS

OK



di 10 jul 2007, 21:29

anna-maria PUUR <anna-maria at puuramsterdam dot nl> [website]

honderd jaar geleden vond men elke dag douchen ook onzin, maar het maakt het leven wel aangenamer. weet ook nog niet wat het ultieme nut is maar vind het wel prettig.

di 10 jul 2007, 21:40

Mathijs <start4all at gmail dot com> [website]

Het is inderdaad juist interessant om het mobiel te gebruiken. Het is inderdaad een hype en een hype-creator (zie Operator11, schiet dat ook maar af ;-)  
De toegevoegde waarde van iets zie je pas wanneer je het een kans gunt en je er voor open stelt.

di 10 jul 2007, 21:45

Daan <daantol at gmail dot com> [website]

@marco >> aaaah....oeps >> ik snap dat ik er volledig naast zat.. Dit verklaart voor mij namelijk een hoop >> heb iets te snel 'even' rondgekeken....excuus  
Ik snapte er al niks van....waarom mensen dit wilde doen vanachter de pc.

di 10 jul 2007, 21:53

Eric <info at start2date dot nl> [website]

Het web is nog steeds de meest gebruikte manier om te Twitteren, kijk maar eens goed rond op Twitter.com. Mobiel wint terrein, maar de mobiele breedbandpenetratie zal daarvoor nog moeten stijgen.

Ik zie Twitter wél als een nuttig kanaal voor marketeers. Twitter kan gewoon onderdeel zijn van je totale communicatiestrategie. Zelfs Discovery Channel heeft een eigen account aangemaakt. Daarnaast is Twitter een waardevol middel om contacten te leggen en ideeën uit te wisselen, ook voor marketeers.

di 10 jul 2007, 22:04

Roy <euroshop at chello dot nl>

Dacht ook eerst wat een hype. Maar zie twitter nu steeds meer als handige tiny chat gebruikt worden en minder als een "waar ben ik en wat doe ik" funkanaal. Wat me verder opvalt dat de gebruikers ouder zijn dan de gemiddelde msn'er en dat is lijkt mij een reden om hier eens serieus naar te kijken.

wo 11 jul 2007, 00:28

Danielle Jansen <danielle [punt] jansen [at] gmail [punt] com> [website]

Laten we ook niet het twitteren tijdens evenementen als Pinkpop en Awakenings vergeten waarbij zowel degenen die aanwezig zijn op dat evenement als degenen die niet dat geluk hebben met elkaar en de buitenwereld twitteren via een apart kanaal. Zeker als er dan een mashup van al dat soort data wordt gemaakt op de website is het een interessant, snel en bruikbaar kanaal.

wo 11 jul 2007, 08:30

Jim Stolze [website]

Ha Theo,  
Volgende keer ook even een oproep op Twitter plaatsen als je zo'n poll representatief wilt laten zijn.

Doet mij ook denken aan alle meningen van mensen over SecondLife. Dat waren er meer dan "dutch residents" :-)

Groetjes, Jim

wo 11 jul 2007, 09:13

mf <info at marketingfacts dot nl> [website]

@Theo: ik hoop dat je bij de Grote Marketing Enquête een iets representatiever panel hebt gebruikt ;-)

wo 11 jul 2007, 09:24

Theo van Vugt <tvanvugt at kluwer dot nl> [website]

@MF: kom op! Ook jij weet toch wel het verschil tussen een poll op MolBlog en een representatief onderzoek van trendbox onder marketeers? Dat zijn twee verschillende zaken...

wo 11 jul 2007, 09:39

Mathijs <start4all at gmail dot com> [website]

Oke goed punt Theo, maar volgens mij is er wat 'ruis' over de definitie van zin en onzin ontstaan. Ik denk dat de mensen die Twitter op de juiste wijze gebruiken deze kunnen inzetten voor marketing- en communicatiedoelen én daarnaast het netwerk kunnen versterken. Bij netwerken gaat het

## Tijdschriften

Tijdschrift voor Marketing

Adformatie

Emerce

Adforesult

Fem Business

Twinkle

namelijk juist om wat je naast je werk met elkaar verbindt (humor, hobby en andere 'onzin' die je doen besluiten toch die deal bij iemand neer te leggen of in ieder geval sympathie opwekken)

wo 11 jul 2007, 10:15

Maurits <info at mauritsfondse dot nl> [website]

Hoe kom ik hier terecht?  
Via Twitter!

Ik ben niet zo van de 'goedemorgen allemaal' en ' heerlijk ontbijtje' maar ik ben wel up to date door wat iedereen via Twitter laat weten.  
To Twit or not to Twit, that's the question. Gewoon doen en kijken wat het voor je doet. En niet te snel oordelen, dat helpt vaak.

wo 11 jul 2007, 11:42

Ludo Raedts [website]

@Theo van Vugt: wel grappig wat je zegt "niet iedereen holt meteen achter iets nieuws aan". Ik denk dat je als marketeer je in ieder geval bewust moet zijn van de ontwikkelingen en van het feit dan een deel van je klanten daar wel mee bezig is. Een nieuwe ontwikkeling afdoen als Hype is erg makkelijk, maar de meeste nieuwe ontwikkelingen beginnen als Hype. (Hypecycle)

Twitter voegt voor mij op dit moment iets toe. Of dat over drie maanden ook nog geldt weet ik niet maar dat is ook niet belangrijk. Als het gaat om contact maken wil je weten waar je klanten NU zijn.

wo 11 jul 2007, 11:55

Justin

Vermakelijk en herkenbaar stuk over Twitter: [googlewatch.eweek.com](http://googlewatch.eweek.com)

wo 11 jul 2007, 12:04

danielle jansen <gwendolyn [dot] kronsage [at] gmail [dot] com> [website]

@Justin, precies ook iemand die een mening heeft zonder ooit getwitterd te hebben.

wo 11 jul 2007, 18:32

Guy Sie <guy at guysie dot nl> [website]

Ligt het aan mij of is deze poll niet helemaal logisch? Nederland houdt uitverkoop, en dat is of slecht voor marketing - of marketing blijft belangrijk. Maar dat zijn helemaal niet elkaars tegenpolen?

do 12 jul 2007, 10:10

Theo van Vugt <tvanvugt at kluwer dot nl> [website]

@Guy: wil het wel uitleggen: Nederland houdt uitverkoop. Buitenlandse partijen nemen NL bedrijven over. Keuze: dat is slecht voor marketing, want de beslissingen worden voortaan elders genomen.  
Andere keuze: onzin, want marketing blijft belangrijk. Ook al zit de RVB ergens in Frankrijk, de VS of Engeland.  
Maar dat staat ook al boven in het stukje, of heb je dat niet gelezen?

do 12 jul 2007, 10:38

mf <info at marketingfacts dot nl> [website]

Hmmm, ik krijg veel meer "Nieuwe reactie op het artikel 'Twitter is onzin!'" emails dan hier reacties staan. Worden er reacties verwijderd of hebben jullie zo'n last van spam?

do 12 jul 2007, 10:43

theo

@MF: we willen gewoon graag dat je hier vaak komt...is goed voor je.

Ik vrees dat het een hapering is in de machinerie. ik stuur iemand de machinekamer in.

do 12 jul 2007, 11:34

mf <info at marketingfacts dot nl> [website]

@theo: ;-)

Misschien goed om ze meteen te vragen een eerste zin of wellicht de hele reactie op te nemen in die email. Dan beslis ik zelf of het interessant is om door te klikken. Ik raak nu de helft van de tijd geirriteerd.

do 12 jul 2007, 11:41

## Reageren

Naam   
Email   
Homepage

Bericht

Gegevens onthouden  Mail me bij nieuwe reacties

## Overzicht afgelopen week

### Donderdag

- 12:41 Hoe reageren werknemers op onverwacht bloot(5)
- 11:02 Gunning (van Unilever naar Vedior): 'Mensen komen ...'(1)
- 07:59 Delft goes YouTube(0)
- 06:21 De kracht van marketing(0)

### Woensdag

- 15:41 `Gratis kranten lager gewaardeerd dan betaalde k...(0)
- 15:04 Overname Unilever?(9)
- 12:48 Kloteklanten, wat moet je ermee?(4)
- 12:10 MySpace overgewaardeerd, ofwel de ene oogbal is de...(7)
- 11:01 GME: Marketeers ontdekken onlinevideo(2)
- 10:22 Unilever beloont consumenten voor actief participe...(0)
- 09:49 NL versus het buitenland(1)
- 01:07 'Van ruilen komt minder CO2'(1)

### Dinsdag

- 19:51 Meer uit social networks halen met widgets?(7)
- 10:46 Nielsen laat de oogballen links liggen(0)
- 09:49 Marketeers zetten internet nog te weinig in, ondan...(0)
- 09:39 **Twitter is onzin!** (31)
- 09:30 Podcast-gids op Amsterdamse tram(2)

### Maandag

- 21:00 Sprint wijst lastige klanten de deur(0)
- 20:14 Sponsoring hoeft niet MVO te zijn van Heinz(0)
- 20:09 Danone wil Numico overnemen(7)
- 19:14 Nederlandse bedrijven te weinig vernieuwend(0)
- 19:12 Annette Knijnenberg naar ilse media(0)
- 18:37 Wie ziet ze vliegen?(3)
- 18:25 Barclays zet de toon met OnePulse(0)
- 18:00 CMO's hebben geen effect(3)
- 13:20 Houden marketeers wel van bloggen?(4)
- 05:52 De Zeven Wereldwonderen van de nieuwe klassieke ti...(5)
- 04:00 iPhone-rivalen zullen meer keuze bieden(10)

### Zondag

- 23:00 Video snelst groeiende online medium(1)
- 00:00 Marketingman gaat Volkswagen in de VS leiden(1)

### Zaterdag

- 23:17 Procter & Gamble maakt weer een soap(0)
- 12:38 Brands around the globe(0)
- 01:00 Google biedt Michael Moore excuses aan(0)

### Vrijdag

- 12:33 De appel en de groenteman(16)
- 08:58 Unilever zet mes in marketingafdeling in Nederland(11)
- 05:00 Merken paaien moederbloggers(1)

© 2006 All Rights Reserved.

MolBlog is een initiatief van [DutchCowboys.nl](http://DutchCowboys.nl) en [Tijdschrift voor Marketing](http://Tijdschrift voor Marketing).

All views and opinions expressed are those of the authors of Molblog.

All trademarks, slogans, text or logo representation used or referred to in this website are the property of their respective owners.