

*“How many stars?”: exploring the relationship between internet skills
and the perceived value of online review aspects in food reviews.*

Timo van Ek

s2395118

Communication Science

University of Twente, The Netherlands

Supervisor: Kars Otten

Date of Hand in: 1-7-2024

Abstract

This study investigates the impact of internet skills on the perceived value of online restaurant review components. Using a mixed-methods approach, this research combines a quantitative survey with qualitative interviews to explore how different levels of internet skills influence the way individuals interpret and use online reviews. The survey, with a maximum score of 100 points, assessed participants' internet skills across four factors: Operational Internet Skills, Information Navigation Internet Skills, Communicative Internet Skills, and Content Creation Internet Skills. Participants were categorised into below-median and above-median groups based on their scores, and each group underwent in-depth interviews.

Results indicate that participants with higher internet skills place greater emphasis on nuanced aspects of online reviews, such as the volume and recency of reviews, and show a more critical approach to individual reviews. Those with lower internet skills however prioritise basic review components like average scores and delivery times, and often overlook detailed review content. These findings suggest a clear difference in the perceived importance of review aspects based on internet skills, highlighting that more skilled individuals engage with reviews more deeply, while less skilled individuals focus on more straightforward information and physical aspects like the delivery time, and the importance of a products price when it comes to the perceived value of reviews.

This study concludes that internet skills do indeed affect the perceived value of online review components, with implications for how online platforms can tailor review information to different user groups. Recommendations include enhancing review features for high-skilled users with advanced filters and presenting key review information more prominently for low-skilled users. This research contributes to understanding the role of

internet skills in online consumer behaviour and suggests avenues for future studies to explore additional factors influencing review interpretation.

Table of contents

Abstract.....	2
1. Introduction.....	5
2. Literature review.....	6
2.1 Online review effects and importance.....	6
2.2 What does an average online review consist of ?.....	8
2.3 Internet skills.....	9
2.4 Conclusion.....	10
3. Methodology.....	11
3.1 Design.....	11
3.3 Reliability of the Survey Scale.....	13
3.4 Case interview.....	14
3.5 Step-by-step case interview.....	15
4. Results.....	16
4.1 Selection Survey Total Scores.....	16
4.2 Averages Selection Survey Scores Below Median.....	17
4.3 Averages Selection Survey Scores Above Median.....	18
4.4 Result of the Interviews Below the Median Score.....	18
4.5 Result of the Interviews Above the Median Score.....	21
5. Discussion.....	23
5.1 Discussion of the results.....	23
5.2 Limitations and Future Research.....	25
5.3 Practical Implications.....	26
5.4 Conclusion.....	27
Bibliography.....	28

1. Introduction

In a world where technology is ever advancing the importance of online customer reviews can not be understated. Interpersonal communication expressed by online reviews has become more and more important as an influential source of information both for the managers and for the consumers. (Shaoqiong Zhao, 2020) In the world of today the presence of the internet in everyday life cannot be ignored. The internet has made reading and writing reviews more accessible than ever before. People's opinions have never been more accessible in history. The importance of reviews themselves can not be understated. Not only do reviews significantly influence consumer choices by providing social proof and reducing the perceived risk of a purchase but positive online reviews also improve search engine rankings which would make it easier for potential customers to find the business. (Adak, Pradhan, & Shukla, 2022) It could therefore be argued that the opposite would also be true. Meaning the negative reviews can have a significantly negative effect on the customer choice and the perceived risk of a purchase. According to Luca, M. (2016) positive reviews on Yelp lead to significant increases in revenue for independent restaurants, with each additional star rating translating to a 5-9% revenue increase. With these findings it can be said that understanding how different people interpret these online customer reviews could be an interesting and important avenue of further research. In particular this paper is interested in what the difference is in interpretation and perceived value of interview aspects when it comes to internet skills. Since these reviews are all online it would be interesting to research if there is a difference between these groups. Since reviews significantly impact the way customers choose, not only could knowing what customers with different internet skill levels look for in reviews be used by companies like “Thuisbezorgd” to improve the sales on their website.

This information can also be used by the general public to gain more insight in their online behaviour. With this in mind this paper asks the question: “What is the effect of internet skills on the perceived value of online restaurant review components?”

2. Literature review

To gain further understanding into the aspects of online reviews and internet skills a literature review has been conducted.

2.1 Online review effects and importance

Most people have visited an online webshop before on which customer reviews are displayed. A customer review will be defined as a review left on the website of an online webshop by a consumer of the product the review is left on.

Reviews however take different shapes. This paper will be looking exclusively at reviews left by other customers. This means that reviews made by professional reviewers will be left out of consideration as they are outside of the scope of this paper.

A paper by Dimple Ravindra Patil and Nitin Liladhar Rane (2023) mentions that online restaurant reviews on reviewing websites for restaurants like Zomato are heavily taken into consideration by most of the persons that were interviewed. This paper mentions that negative reviews were especially influential when it came to the decision-making process. According to Dimple Ravidra Patil and Nitin Liladhar Rane (2023) it is important for restaurants to respond to negative reviews and address the issues raised in order to raise their score on the website and therefore gain more customers.

When online reviews related to products are discussed it is important to discuss conversion rates. Conversion rates are the purchase likelihood of a person browsing a product page (Georgios Askalidis, Edward C. Malthouse, 2019). This same paper mentions that the

volume of reviews are an important factor in increasing the conversion rates of a product page. According to Georgios Askalidis and Edward C. Malthouse (2019) accumulating positive reviews is on average responsible for a rise in conversion rates of about 270%.

When discussing conversion rates and the effects of online reviews it has also been documented that the price of an item has an impact on the value customers bestow upon reviews (Georgios Askalidis, Edward C. Malthouse, 2019). It was mentioned that products that were higher in price led to more value being given by people to the reviews of the product. The conversion rate mentioned before could even possibly increase by up to 380% for more expensive products compared to 190% for low-priced items, therefore it can be argued that reviews are valued more when attached to products perceived to be expensive (Georgios Askalidis, Edward C. Malthouse, 2019).

Next this paper would like to discuss elements influencing customer reliance on online reviews. These elements are customer characteristics, valence, number of reviews, and reviewer credibility (Mikaela Vanselius, Cornelia Borg, Amna Asad, 2020). These factors are important and have been found to have an impact on the reliance on online reviews. This paper also states that the reliance and prevalence of online reviews is still growing and increasing. The aforementioned elements are stated to have an enhancing effect of the reliance on online customer reviews. A paper by Daniel S. Kostyra, Jochen Reiner, Martin Natter, Daniel Klapper (2016) shows similar findings by discussing 3 OCR (online customer reviews) dimensions which are valence, volume, and variance which coincides with the previously mentioned paper and also adds the variance of reviews as an important aspect to consider when discussing online reviews. According to the same paper volume and variance have a moderation effect on the valence of a customer. It has also been stated that online customer reviews lead to a decrease in brand importance when it comes to purchasing behaviour.. Meaning that reviews could have a serious impact on brand management.

According to a paper by Sridhar & Srinivasan (2012) online reviews can be divided into Qualitative and Quantitative reviews. The difference being the amount of data present in the review.

Next this paper wants to discuss why people leave reviews. According to Thorsten Hennig-Thurau, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, Dwayne D. Gremler (2004) customers leave reviews for various reasons. “Consumers’ desire for social interaction, desire for economic incentives, their concern for other consumers, and the potential to enhance their own self-worth are the primary factors leading to eWOM behaviour.” (Thorsten et al., 2004) This shows the incentives customers might have to leave reviews.

2.2 What does an average online review consist of ?

“Online customer reviews are an important type of user-generated content, through which consumers share their experiences with products and services in order to help others make informed purchasing decisions.” (Qianqian Liu, Elena Karahanna, Richard T. Watson, 2011) Keeping this in mind it can be argued that understanding what an average online review consists of is extremely important when it comes to understanding the effects of customer reviews. According to the same paper a review consists of. The average customer review can be said to consist of at least 3 components. These components are text comments, images and star ratings from 1 to 5 stars or numerical ratings ranging from 1 to 10. (Prashant Devedi, R. Sujatha, Ruchi Pathak, 2017) These can be seen as the most important aspects that an average online review consists of. Another aspect that may be mentioned are replies to reviews as seen on google reviews. This function allows other customers or even the establishment/business itself to reply to the review. Reviews are often posted under a username or anonymously. An example of this are online reviews on Amazon.com,

furthermore it is possible for reviews to mention either a date of publication or a date of purchase of a product. This can be argued to give an extra layer of context to a review.

To conclude the most important aspects of a review can be argued to be the Star rating/ Score rating and the textual components of the review. The textual components also include the written title for a review according to K. Rakušan (2016) the title is one of the most important aspects of any publication. According to this same paper the title can affect the fate of any article. With this it can be argued that besides the star rating or score the title is one of the most important factors in the success of a review.

2.3 Internet skills

“Internet skills should be seen as completely distinct from computer skills ,as use of the Internet requires more skills than the use of a computer” (Alexander J.A.M. van Deursena , Ellen J. Helsper and Rebecca Eynonc, 2015). According to this paper this is because internet skills include the use of the Internet which requires more skills than the use of a computer. When people look up information and when they have to practise online communication, or create online content (van Deursena et al., 2015).

For this paper it is important to discuss the aspects of internet skills as the degree in which people possess these skills will be important to this research.

The most important aspects to internet skills are Operational internet skills, Information navigation internet skills, Communicative internet skills, and content creation internet skills (Alexander J.A.M. van Deursena , Ellen J. Helsper and Rebecca Eynonc, 2015). This paper has created a short and effective 20 item questionnaire which can be used to access the internet skills of an individual.

According to Alexander van Deursen & Jan van Dijk (2009) internet skills are of utmost importance when it comes to shaping the behaviour of people in an online setting.

A paper by Dorothy Dutta, Mrinmoy K. Sarma (2021) mentions 2 key factors when it comes to the proficiency of internet skills which are education and the age of an individual.

2.4 Conclusion

As established previously the most important aspects of a customer review are the star rating/ score, the title and the textual review. (Prashant Devedi, R. Sujatha, Ruchi Pathak, 2017) (K. Rakušan, 2016).

Customers leave reviews for various reasons. “Consumers’ desire for social interaction, desire for economic incentives, their concern for other consumers, and the potential to enhance their own self-worth (Thorsten Hennig-Thurau, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, Dwayne D. Gremler, 2004)

Reviews are taken into heavy consideration on restaurant review websites (Dimple Ravindra Patil and Nitin Liladhar Rane, 2023). When discussing customer reliance on reviews it is important to remember 3 aspects of reviews: valence, volume, and variance (Mikaela Vanselius, Cornelia Borg, Amna Asad, 2020)

Reviews have impact on conversion rates/ the likelihood to buy a product (Georgios Askalidis and Edward C. Malthouse, 2019) and on the importance of brand importance when it comes to making purchasing decisions (Daniel S. Kostyra, Jochen Reiner, Martin Natter, Daniel Klapper, 2016). When unaddressed negative reviews can lead to a decrease in customers (Dimple Ravidra Patil and Nitin Liladhar Rane, 2023)

Internet skills can be divided into Operational internet skills, Information navigation internet skills, Communicative internet skills, and content creation internet skills (Alexander J.A.M. van Deursena , Ellen J. Helsper and Rebecca Eynonc, 2015). All these aspects come together to form the internet skills scale which this paper will use. Internet skills are of utmost importance when it comes to making decisions and shaping the behaviour of people

on the internet (Alexander van Deursen & Jan van Dijk, 2009). Education and the age of an individual are important antecedents of internet skills (Dorothy Dutta, Mrinmoy K. Sarma, 2021)

With all this in mind it is now possible to actively discuss the various aspects of reviews that are of importance and compare the results of both groups

3. Methodology

The following section of this paper will describe the research design of both the survey and the individual interviews, the way the sample for the interview was formed and the reliability of the scale in the survey that was used.

3.1 Design

The aim of this study is to investigate and discover more about the possible relation between internet skills and the perceived value of online restaurant review components. To this end a two-fold study has been used. The first part is a quantitative survey consisting of 20 items (Alexander J.A.M. van Deursena , Ellen J. Helsper and Rebecca Eynonc, 2015) used to measure internet skills. It was decided to use this survey to create the 2 groups needed as a prerequisite for this study. This study aims to compare between 2 groups. These groups are people with lower internet skills and people with higher internet skills. Lower in this case refers to lower than the average of scores tested and higher means higher than the average score tested. With this 2 groups are created out of the original survey participants.

The second part of the study is a qualitative case interview used to gain insight about the behaviour of the participants when ordering from an Online takeaway website. Participants were asked to visit the Dutch website “Thuisbezorgd” and talk through their train of thought when considering multiple options of establishments to order from. In order to

gain valuable insight into the thought process of the participants in both groups it was decided to use the “Thinking aloud method”. The goal of using this method combined with a task is to gain an understanding about the entire thought process of an individual allowing for an in depth analysis of their perceived value of online restaurant review components.

3.2 Sample Characteristics

Data for the selection questionnaire was gathered by spreading the survey across social media. Out of 60 responses 3 had to be deleted because the response was incomplete. This granted this study a sample size of $n=57$. All participants were between the ages of 18 and 80 years old, with a mean age of $M=46.88$ with a standard deviation of $SD= 17.21$. Participants of the survey were asked if they would agree to a follow-up interview. 25 participants expressed interest in a follow up interview $N=25$ of which 16 participants responded to the invitation to the interview, making the total of participants interviewed $N=16$. Out of these 16 participants 8 participants scored above the median score of 78 while the other 8 scored below this median score allowing for equal sized groups of 8 participants each.

3.2 Selection Survey

The goal of the first part of the study is to create a pool of candidates for the second part of the study. For this it was chosen to use an existing scale with which internet skills can be measured. This scale by Alexander J.A.M. van Deursena , Ellen J. Helsper and Rebecca Eynonc, (2015) consists of 20 items. These 20 items measure Operational internet skills, Information navigation internet skills, Communicative internet skills, and content creation internet skills. Together these can be used to measure the internet skills of an individual. This is also corroborated by another paper by Grošelj, D., van Deursen, A. J. A. M., Dolničar, V., Burnik, T., & Petrovčič, A. (2021) who mention that the scale is applicable and measures

what it was designed for. The survey was conducted using Qualtrics and distributed by the researcher. The survey was a direct copy of the internet skills scale mentioned above as to get the most accurate data possible. To test the scale used, an internal validity analysis was performed.

3.3 Reliability of the Survey Scale

In order to find out if the scale reliability of the survey an analysis of the scale was conducted using R studio. The scales were tested for internal consistency within the scales and between the scales all together using Cronbach's alpha. The survey consists of 4 factors with 5 questions each consisting of a 5-point Likert scale. Since this survey was used to help create the 2 groups for the interviews it was of utmost importance for the survey to be internally consistent for the sample size of $n=57$. For the first factor called "Operational Internet Skills" A Cronbach's alpha of 0.82 was found. For the second factor "Information Navigation Internet Skills" a Cronbach's alpha of 0.67 was found. The third factor "Communicative Internet Skills" has an alpha of 0.80, and the final factor called "Content Creation Internet Skills" has an alpha of 0.83.

Setting a limit of 0.70 It was found that all the factors are internally consistent with the exception of Factor 2 in which it was calculated that removing item Q2_3 which translated from Dutch is "I find searching for information on the internet tiring" would increase the alpha to 0.72. For this reason it was decided to not include this item when discussing the scores when comparing them to the interviews conducted.

Finally, the whole survey was tested for internal consistency which resulted in an alpha of 0.89 which with the minimum of 0.70 was considered high enough to be reliably used in this study to form the interview sample. Since a pre-existing scale was used it was

necessary to find out whether it was consistent with the amount of responses recorded during this study.

3.4 Case interview

From the survey data 2 groups were made. The group with lower internet skills (n=8) and the group of higher internet skills (n=8). The total number of people interviewed was (n=16). It was decided to have groups of comparable size in order to be able to compare the behaviour of the groups.

The interviews started with informed consent in which the researcher clarified what data was to be recorded and how it was to be used. In this case the audio of the interviews was recorded by the researcher to be used for analysis. After the participants signed the consent form the interview started. The interviewees were presented with a laptop opened to the Dutch website “Thuisbezorgd”. This website was chosen because it contains all the most important aspects of reviews, these being the star rating, the title and the textual review. (Prashant Devedi, R. Sujatha, Ruchi Pathak, 2017) (K. Rakušan, 2016). The interviewee was then presented with a task. The task in question was to find a pizza restaurant which they would be most likely to order from and explain their train of thought at every step of the decision making process. For this task it was decided to only permit “smaller” restaurants as to exclude chain restaurants such as “Domino’s” and “New York Pizza” this was done in order to make the participants think deeply about their choice of pizza restaurant and to prevent the interviewee to resort to brand recognition. During this process the interviewer asked some leading questions in order to get more insight into what the interviewee was considering when making their choice. All of the conversation was recorded and used for analysis.

To analyse the interview the interviews were coded using Atlas.ti. This was done using 3 steps. First the interviews were read individually and notes were made on the prevalent themes in the interviews. These notes were taken into consideration for the first round of coding where the themes of the interviews were coded in Atlas.ti. Finally, this was used to discover 21 unique codes that were used in the final data analysis.

3.5 Step-by-step case interview

The case interviews started with the researcher reading some information about the study out loud to the participant. This information included some information like anonymous participation and informed consent. The participant was then given an informed consent form to read through and sign. After the consent form was signed, the researcher opened a document and discussed the task of the case interview as described earlier with the participant giving guidance where needed in order to make sure that the task was properly understood. Next, the researcher would hand the laptop opened on “Thuisbezorgd” to the participant and the recording was started. From the moment the recording was started the researcher would observe and listen to what was being said by the participant. All the while using small questions in order to get the participant to share their thoughts during the process. If reviews were not mentioned at all some questions would be asked as to if the participant considered them at all to gain further insight into their thought process. If reviews were seen as unimportant the researcher would use contextual questions to gain an insight into the exact opinion of the participant and their thoughts. After the pizza restaurant had been chosen the researcher would discuss the results and decision making with the participant. When all questions were answered to the satisfaction of the researcher the interview would be ended and the participant would be thanked for their time. Only after this was done would the

researcher hold a quick debriefing section in which the goals of the research were broadly described to the participant. After this quick debrief the interview would be over.

4. Results

After discovering the scores on the survey and performing a content analysis on the interviews these are the results of the research.

4.1 Selection Survey Total Scores

The survey was used to create the two groups for the interviews. In order to get an understanding into participants' level of internet skills a scale was used with the lowest answer represented by 1 and the highest answer represented by 5.

The complete survey has a maximum of 100 points. The median score of the complete survey is 78 with an average score of $M=76.77$ and a standard deviation of $\sigma= 11.472042948994$.

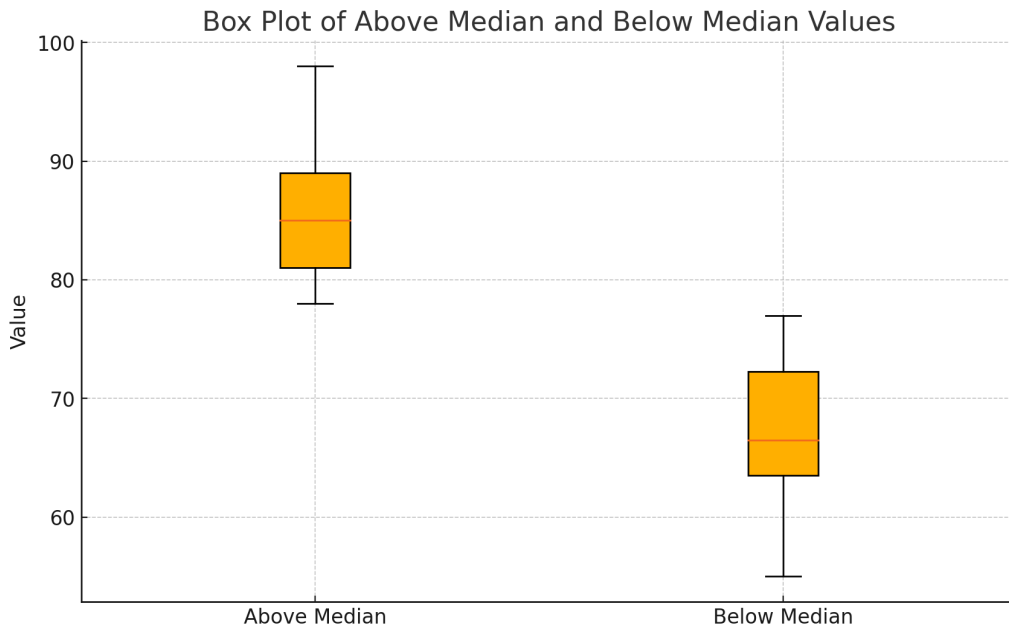
The average score for “Operational Internet Skills” is $M=22.02$ and the median is 23. This factor has a standard deviation of $\sigma= 3.24$ rounded to 2 decimals.

The average score for “Information Navigation Internet Skills” is $M= 19.74$ with a median of 20 and a standard deviation of $\sigma= 3.19$ rounded to 2 decimals

The mean score for “Communicative Internet Skills” is $M= 21.05$ with a Median of 20 and a standard deviation of $\sigma= 2.82$

The final factor “Content Creation Internet Skills” has a mean of $M=14.12$ with a median of 15 and a standard deviation of $\sigma= 4.69$

See table 1 for a distribution of the total score of both groups.

Table 1

4.2 Averages Selection Survey Scores Below Median

The average survey scores of the below median group were collected and analysed to gain further insight into the scores.

The average score of the below median group on the entire survey was $M= 66.93$ with a standard deviation of $\sigma= 3.46$ rounded to 2 decimals

The average score for “Operational Internet Skills” is $M= 20.0$ This factor has a standard deviation of $\sigma= 2.65$ rounded to 2 decimals.

The average score for “Information Navigation Internet Skills” is $M= 17.64$ and a standard deviation of $\sigma= 2.22$ rounded to 2 decimals

The mean score for “Communicative Internet Skills” is $M= 19.04$ and a standard deviation of $\sigma= 2.82$

The final factor “Content Creation Internet Skills” has a mean of $M=10.82$ and a standard deviation of $\sigma= 2.79$ rounded to 2 decimal points.

4.3 Averages Selection Survey Scores Above Median

The average survey scores of the above median group were also collected and analysed to gain further insight into the scores.

The average score of the above median group on the entire survey was $M= 86.28$ with a standard deviation of $\sigma= 5.64$ rounded to 2 decimals

The average score for “Operational Internet Skills” is $M= 23.97$ This factor has a standard deviation of $\sigma= 1.55$ rounded to 2 decimals.

The average score for “Information Navigation Internet Skills” is $M= 22.0$ and a standard deviation of $\sigma= 2.61$ rounded to 2 decimals

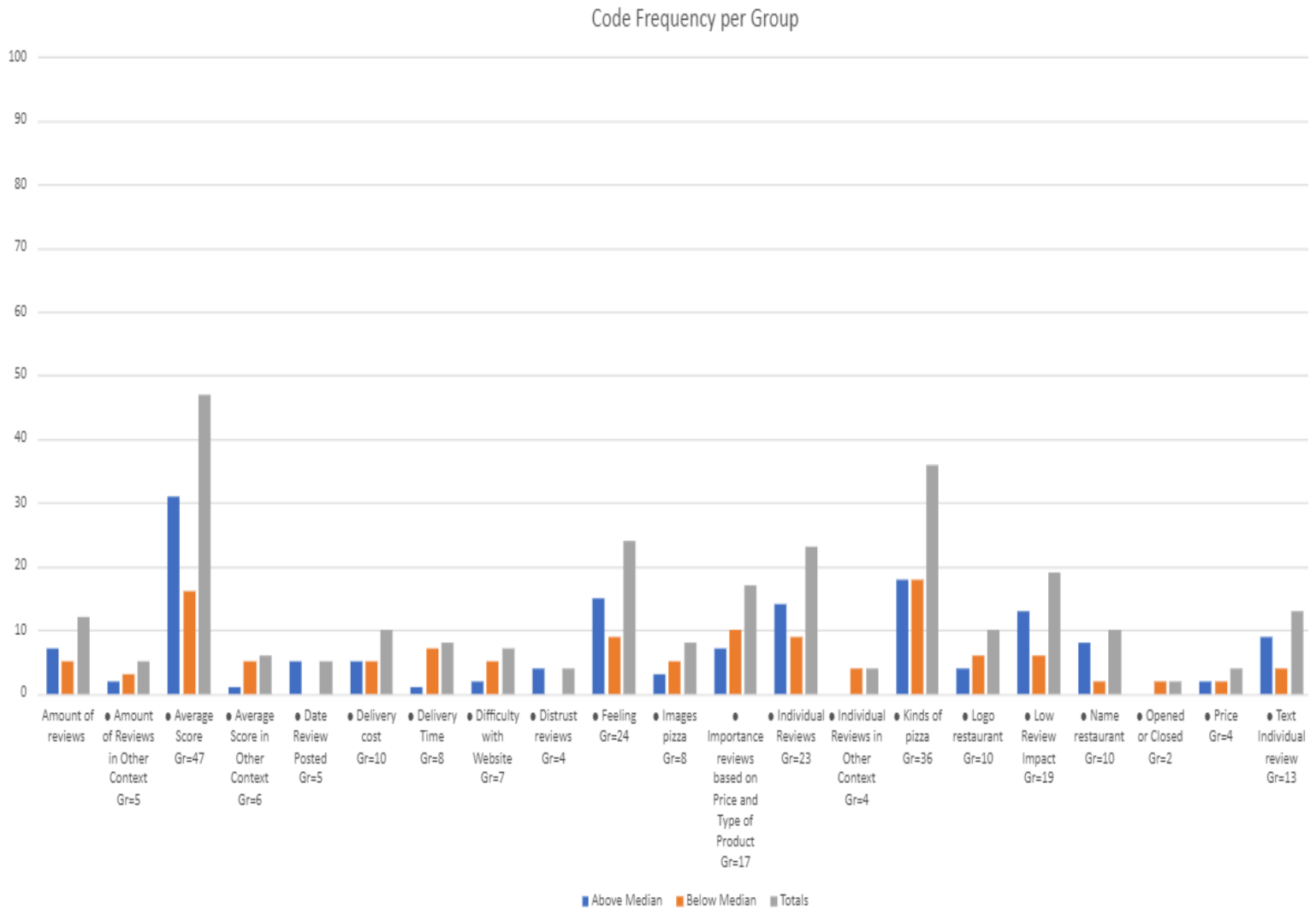
The mean score for “Communicative Internet Skills” is $M= 23.0$ and a standard deviation of $\sigma= 1.98$

The final factor “Content Creation Internet Skills” has a mean of $M= 17.31$ and a standard deviation of $\sigma= 3.12$ rounded to 2 decimal points.

4.4 Result of the Interviews Below the Median Score

In order to answer the research question 16 interviews were conducted, these interviews were divided into two groups consisting of 8 participants above the median score and 8 below it. The interviews were analysed and coded, the major themes present will be discussed further. These interviews were instrumental for gaining insight into what aspects (if any) the participants paid attention to. For all the codes generated for this study see table 2.

Table 2



Findings and attitudes of interviewees below the median when it comes to reviews. When analysing the interviews with participants below the median score multiple themes arose during the coding process. Using these codes themes were constructed for both of the participant groups based on what they mentioned about reviews in the interviews. The interview transcripts can be found in appendix B, and translations of the quotes to english will be in brackets. According to the interviews conducted participants in this group seem to

look at and use reviews less than people with higher internet skills. Now this paper will discuss what the interviews do mention about online reviews.

Average scores. The below median group mentioned average scores being of importance when it comes to online reviews. Participants mentioned that the amount of stars or the average score was something they actively paid attention to during the course of the selection process. Participants of this group had statements such as “Ik kijk wel naar cijfers.” (I do look at numbers.), “Want hij had een 4.8” (Because he had a 4.8) and “Dus daar kijk ik naar, en het aantal sterren.” (So that is what I look for, and the amount of stars.) These statements point to a perceived importance of the amount of stars when it comes to reviews. This coincides with the paper by Prashant Devedi, R. Sujatha, Ruchi Pathak, 2017 which states that average review scores are an important part of online reviews.

Delivery time. According to the interviews participants who scored below the median score put a heavy emphasis on the delivery time mentioned on the Thuisbezorgd website and within the reviews themselves to be important to their decision making process. This can be seen with statements such as “Niet dat ik straks een koude pizza heb.” (Not that I will receive a cold pizza.), “Dat is veel te lang.” (That takes way too long.) and “30-35 minuten is ook nog een beetje te doen.” (30-35 minutes is also do-able). These quotes show the importance that is given to the delivery time mentioned in the online reviews.

Importance of reviews based on the type of product presented. Throughout the interviews with the below median group it was frequently mentioned that the perceived importance of reviews had to do with the type of product which was being decided upon. Since the premise of the interview was to order pizza it was frequently observed that the type of product and especially the price of a product were a deciding factor in the perceived importance of online reviews. This is exemplified with quotes such as “Als je een reisje gaat maken of iets, dan kijk je daar wel naar.” (If you were to take a trip or something, then you

would look at it), “Bij de pizzas niet.” (Not with pizzas.) and “Ja, bij hotels doe ik het altijd wel.” (Yes, I do always do it with hotels). This concept was also mentioned in a paper by Georgios Askalidis and Edward C. Malthouse, 2019 in which the conversion rate of reviews was significantly higher when the product was more expensive.

4.5 Result of the Interviews Above the Median Score

Findings and attitudes of interviewees above the median when it comes to reviews. This paper now aims to succinctly discuss what the above median group values in online reviews. According to the interviews conducted participants in this group seem to look at and use reviews more than people with lower internet skills. Now this paper will discuss what the interviews mention about online reviews.

Average score. Just as observed in the below median group, average review scores are the most mentioned aspect of a review when it comes to the decision making process. This is exemplified by quotes such as “Want hij had een 4.8.” (Because he had a 4.8), “Alles tussen een 4 en 5 is goed.” (Everything between a 4 and a 5 is good.) and “Ja, het gemiddelde is wel belangrijk.” (Yes, the average score is important.) These are just a few of many quotes discussing the importance of the average score when it comes to reviews and the decision making process.

Amount of reviews. The above median score group seems to find the amount of reviews important when it comes to the validity and usefulness of a review. This coincides with the research by Mikaela Vanselius, Cornelia Borg, Amna Asad, 2020 which discusses the importance of the volume of reviews when it comes to trustworthiness. This is exemplified in the interviews by statements like “En hoeveel reviews zijn het en hoe hoog zijn de sterren.” (How many reviews are there and how many stars does it have.), “Nou, als er veel reviews opstaan, wordt er in ieder geval veel besteld.” (Well, if there are a lot of

reviews, then at least they get a lot of orders.) and “Dat vind ik wel belangrijk.” (I do find that important.)

Date review was posted. The date a review was posted was shown to be important to the group with above median scores. The mention that the recency allows them to make a more accurate judgement of the restaurant in its current state. Interviewees said “Ik vind de datum ook wel belangrijk.” (The date matters to me too.) and “Want als het een jaar geleden is schiet het niet op.” (Because if it is a year ago that has no value.) These quotations are a couple examples of the statements made regarding the importance of the date of a review. A paper by Mikaela Vanselius, Cornelia Borg and Amna Asad, 2020 shows that review credibility is important, the interviews show that credibility is increased when the reviews are more recent because it allows for a more accurate picture of the current restaurant as mentioned before.

Individual reviews. During the interviews it was the above median score group who seemed more interested in the actual individual reviews of the restaurant rather than just relying on the average score in order to make their decision. During the interview it was shown that this group took a particular interest in the individual reviews that were left by customers on the website. It was mentioned often that participants looked for negative reviews in order to gain a nuanced view of the general perception of the restaurant. This is best seen in quotes such as “Ik ga juist op zoek naar slechte reviews.” (I actually go looking for negative reviews.), “En dus, doen we veel uit reviews.” (And so, we use a lot from reviews.) and “Ik kijk altijd wel even naar de reviews.” (I do always look at the reviews a bit.) This shows that the above median score group pays special attention to the individual reviews.

The impact of low review scores. While analysing the interviews it was discovered that the impact that low/negative reviews had on the purchasing intention of this group was

quite significant compared to the below average group. Which statements such as “O, dat vind ik niet grappig.” (O, I don’t find that funny.), “Had ik verder gekeken.” (I would have continued searching.) and “Dan ga ik verder zoeken.” (Then I will continue searching.) These sentiments coincide with earlier work by Dimple Ravindra Patil and Nitin Liladhar Rane (2023) in which the impact of negative reviews is described as quite significant.

5. Discussion

The findings of this research lends itself to a couple of interesting interpretations. Overall it was found that online are definitely of importance when it comes to the decision making process when ordering from a restaurant. It can also be said that there is a definite difference between participants who score higher and lower than the median when it comes to the aspects of a review which have a higher degree of perceived importance. These results will now be discussed in more detail.

5.1 Discussion of the results

Similarities between both groups. During the data analysis it came to light that the average review score is a factor which is perceived as almost equally valuable to both groups. Average reviews was seen as the foremost review aspect which each group took into consideration during their decision making process. The average review score was the factor that was mentioned the most by far. This does coincide with previous research which shows that review scores in general are highly important when it comes to the purchasing behaviour of an individual as mentioned by Prashant Devedi, R. Sujatha and Ruchi Pathak, 2017 the average score is one of the three most important aspects of a review. This paper would also argue however that this might also be the case as a result of the average scores being

presented from and centre on the Thuisbezorgd website. This may have led to it being taken into account quicker than other aspects.

The below median group. The below median group seems to put more emphasis on physical matters. By which is meant that physical matters such as the amount of money spent and the physical time they would have to wait on their delivery are of high value to them. During the interviews they were also the group that most often mentioned never looking at reviews on an online restaurant website. The below median group shows a tendency to disregard reviews because of the relative insignificance of the amount of money spent. Multiple interviewees described themselves as more feeling oriented. They would pay more attention to the logo of the website or the pictures of the food. This leads this paper to argue that when it comes to ordering food online the below average group seems to be more physically oriented than the above average group. This is interesting because previous research did not make a clear distinction between people with higher and people with lower internet skills. A paper by Mikaela Vanselius, Cornelia Borg and Amna Asad, 2020 does however mention customer characteristics being an important part in the customers reliance on reviews. With this in mind this paper would argue that one such characteristic should be internet skills as this in this sample seems to have an important impact on the customers' use and reliance on online reviews as a whole.

The above median group. The group with higher internet skills and therefore a score above the median interestingly shows tendencies that align much more with previous research by Mikaela Vanselius, Cornelia Borg and Amna Asad, 2020 which shows the importance of the amount of reviews and the date that a review was posted. These are all aspects that can be observed in the interviews. The impact of low review scores was mentioned frequently just as research by Dimple Ravindra Patil and Nitin Liladhar Rane (2023) suggests. This paper would argue that the higher internet skills of this group allow them to interact with reviews

better and more efficiently than those with lower internet skills. This leads to an increase in the customer's reliance on reviews in the decision making process. Individuals in this group scored significantly higher on the scale for content creation. It can be argued that knowing how to create and write reviews due to higher content creation skills also allows for the individual to gain more understanding and nuance when confronted with reviews. This could possibly be why the individual reviews are perceived as more valuable by this group. This group has more of a grasp on what constitutes a “good” review and are therefore more inquisitive when analysing these reviews rather than trusting the average score.

Answering the research question. The question which this paper attempts to answer is “What is the effect of internet skills on the perceived value of online restaurant review components?” This paper believes to have answered this question. Both groups seem most interested in the average review score. Persons with lower internet skills pay less attention to reviews as a whole and seem to pay more attention to physical components of online food reviews such as delivery time. Persons with higher internet skills however pay more attention to intricate components of a review such as the amount of reviews, the recency of a review and the individual reviews themselves. So to answer the question, this paper argues that there is an observable difference between the attitude towards online reviews of both groups.

5.2 Limitations and Future Research

There are quite a few limitations to keep in mind when assessing the validity of this research. First of all it is important to note that the website used for this study *Thuisbezorgd* caused quite a few issues during this research. As mentioned before it was chosen because it has all the most important aspects of a review, however while conducting the interviews it was discovered that multiple participants did not originally notice the reviews, not because they would investigate them normally but because they could not see the review score

because it was too small for them to notice. Secondly, Thuisbezorgd also had quite a few glitches and errors which caused confusion during the interviews. These were resolved with minor intervention but were not ideal for the validity of this research. Next the participant pool was no issue however multiple people who were open to an interview cancelled last minute causing the active participant pool to decrease significantly. This was luckily no issue however because a sufficient number of participants was still found and the research could continue. More participants however could have led to more significant findings with broader implications for the field of study into the perceived value of online reviews. This research also did not account for the factor of age which could have been an interesting avenue of study.

For future research purposes it would be interesting to take age into account. Performing the same research with the two groups being closer in average age would more clearly show the impact of internet skills as a whole and would remove a potential second variable from the equation.

5.3 Practical Implications

This paper would argue that this research could allow companies like Thuisbezorgd to make changes and implement options for which would benefit either groups to engage more effectively with reviews and make more informed choices. Previous research does show that reviews lead to a higher conversion rate (Georgios Askalidis, Edward C. Malthouse, 2019). Which is why this paper would argue it is beneficial to capitalise on this aspect.

For people with higher internet skills. For Higher-Skilled Users it would be wise to offer advanced search filters and customization options, allowing experienced users to quickly navigate and refine their choices based on specific preferences.

For people with lower internet skills. For Lower-Skilled Users it would be wise to highlight key information from reviews, such as average ratings and most mentioned pros and cons, in a concise and accessible format. This helps users make informed decisions without feeling overwhelmed or being unable to access the desired information.

5.4 Conclusion

This paper and the findings presented within it aims to add to the ongoing discussion and research into the importance of online reviews. Utilising a mixture of a quantitative survey and qualitative interviews to answer the question “What is the effect of internet skills on the perceived value of online restaurant review components?” This paper finds that there are clear differences between individuals with higher and lower internet skills. Individuals with higher internet skills value average reviews, the amount of reviews, the recency of reviews and they experience the effect of negative reviews at an intenser level. Individuals with lower internet skills value reviews less as a whole. Those who do value reviews values the average review score and physical aspects like the delivery time more. They also feel more strongly about reviews the more expensive an item is.

It can be concluded from this paper that this is an important area of study and that future research into this subject is relevant, in order to create better experiences for all people who order food online and therefore increase sales for online restaurants.

Bibliography

- Adak, A., Pradhan, B., & Shukla, N. (2022). Sentiment analysis of customer reviews of food delivery services using deep learning and explainable artificial intelligence: Systematic review. *Foods*, *11*(10), 1500. <https://doi.org/10.3390/foods11101500>
- Askalidis, G., & Malthouse, E. C. (2016). The value of online customer reviews. *RecSys 2016 - Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, 155–158. <https://doi.org/10.1145/2959100.2959181>
- Devedi, P., Sujatha, R., & Pathak, R. (2017). A study on parameters of online reviews content that influence consumers buying behaviour- an Indian perspective. *Journal of Business and Retail Management Research*, *11*(4), 12–24. <https://doi.org/10.24052/JBRMR/V11IS04/ASOPOORCTICCBBAAP/PD/RS/RP>
- Dutta, D., & Sarma, M. K. (2023). Internet skills as an influencer for adoption of digital innovations in a technologically emerging nation: India. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, *20*(1), 25–41. <https://doi.org/10.1108/XJM-12-2020-0259>
- Grošelj, D., van Deursen, A. J. A. M., Dolničar, V., Burnik, T., & Petrovčič, A. (2020). Measuring internet skills in a general population: A large-scale validation of the short Internet Skills Scale in Slovenia. *The Information Society*, *37*(2), 63–81. <https://doi.org/10.1080/01972243.2020.1862377>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, *18*(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/DIR.10073>
- Kostyra, D. S., Reiner, J., Natter, M., & Klapper, D. (2016). Decomposing the effects of online customer reviews on brand, price, and product attributes. *International Journal of Research in Marketing*, *33*(1), 11–26. <https://doi.org/10.1016/J.IJRESMAR.2014.12.004>
- Liu, Q. (Ben), Karahanna, E., & Watson, R. T. (2011). Unveiling user-generated content: Designing websites to best present customer reviews. *Business Horizons*, *54*(3), 231–240. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2011.01.004>

- Luca, M. (2016). Reviews, reputation, and revenue: The case of Yelp.com. *Harvard Business School NOM Unit Working Paper No. 12-016*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1928601>
- Rakusan, K. (2016). The importance of titles. *Curr Res Cardiol*, 3(3), 58.
- Rane, N., Patil, D. R., & Liladhar Rane, N. (2023). *Customer experience and satisfaction: Importance of customer reviews and customer value on buying preference*. <https://doi.org/10.56726/IRJMETS36460>
- Sridhar, S., & Srinivasan, R. (2012). Social Influence Effects in Online Product Ratings. *Https://Doi.Org/10.1509/Jm.10.0377*, 76(5), 70–88. <https://doi.org/10.1509/JM.10.0377>
- Van Deursen, A. J. A. M., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2015). *Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS)*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1078834>
- Van Deursen, A. J. A. M., & Van Dijk, J. A. G. M. (2009). *Using the Internet: Skill related problems in users' online behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.06.005>
- Vanselius, M., Borg, C., & Asad, A. (n.d.). *Online Customer Reviews Within Business-to-Business: Exploring Elements That Affect Customer Reliance On Online Customer Reviews*.

Appendix A: Literature log

22.05 Scopus (((“Online Reviews” OR “Reviews”) AND “Internet skills”) OR (“Digital Literacy”*))

1 result of no value to this research

22.05 Scopus (((“Online Reviews” OR “Reviews”)

18 results

24.05 Google Scholar What is the effect of internet skills on perceived value of online review components.

1 result

28.05 Google Scholar Online review components

5 results

Appendix B: Interview Transcripts

Interview 1

00:00:00

Interviewer

Een hele goede middag.

00:00:02

Interviewee

Hallo.

00:00:03

Interviewer

Nou, voorafgaand aan het case interview, wou ik nog even laten weten dat je op elk moment kunt stoppen en hoeft je ook geen reden voor te geven dan.

00:00:11

Interviewer

Verder is alle persoonsgebonden informatie, zoals je e-mail die ik van je heb gekregen, die is alleen voor mij en die wordt daarna ook verwijderd, die wordt niet aan jou gebonden in het project.

00:00:21

Interviewer

En verder, tenslotte, wou ik nog vragen of ik toestemming heb om dit gesprek op te nemen.

00:00:27

Interviewee

Ja, zeker.

00:00:28

Interviewer

Dat is helemaal mooi.

00:00:29

Interviewer

Dan geef ik jou nu de muis.

00:00:31

Interviewer

En dan kun je beginnen.

00:00:33

Interviewee

Oké.

00:00:35

Interviewee

Ik klik hier denk ik pizza.

00:00:38

Interviewer

Is dat wat je in typt?

00:00:39

Interviewee

Ik typ pizza in.

00:00:52

Interviewee

Dan heb ik er 28 waar het kan.

00:00:55

Interviewee

Even kijken.

00:00:58

Interviewee

Ik scroll er even doorheen.

00:01:06

Interviewer

En waar kijk je dan vooral naar als je er doorheen kijkt?

00:01:07

Interviewee

Ja, ik kijk eigenlijk naar wat voor soorten.

00:01:11

Interviewee

Sommige zijn pizza en sommige zijn toch een Turks restaurant met onder andere Kapsalon

00:01:16

Interviewee

Dus daar kijk ik naar en ik kijk naar het aantal sterren.

00:01:21

Interviewee

Want hier zie ik er één met 4,1.

00:01:23

Interviewee

Die heeft meer dan 200 reviews.

00:01:25

Interviewee

Maar hier zag ik ook één van 4,3.

00:01:28

Interviewee

Midas.

00:01:32

Interviewee

Dus ik denk, ik scroll er eerst even doorheen.

00:01:34

Interviewee

Oh, hier zie ik Papizam, die krijgt 4,5.

00:01:36

Interviewee

Even kijken.

00:01:40

Interviewee

En hier heb ik nog één, die krijgt 4,6.

00:01:46

Interviewee

Ja, en ik weet niet waarom ik die dan weer niet wil.

00:01:49

Interviewee

Maar dat komt denk ik door de naam.

00:01:53

Interviewee

Dus ik denk, even kijken.

00:01:57

Interviewee

Ik ga terug.

00:01:58

Interviewee

Ik scroll terug naar die van 4,5.

00:02:00

Interviewee

Papizam, daar ga ik in.

00:02:04

Interviewee

En dan kijk ik even op de reviews.

00:02:13

Interviewer

Je moet even een paar keer klikken, dat doet het soms niet.

00:02:16

Interviewer

Ik heb hetzelfde probleem bij de rest ook gehad.

00:02:19

Interviewer

Gewoon een keer per keer klikken en dan zo meteen opent hij ineens.

00:02:24

Interviewer

Ja, 4.

00:02:27

Interviewee

Dus dan heeft hij 4,5.

00:02:30

Interviewee

Kwaliteit 4, bezorgdheid 5.

00:02:32

Interviewer

Dus je kijkt nu naar individuele reviews?

00:02:35

Interviewee

Ja, ik scroll er even doorheen.

00:02:37

Interviewee

Maar ik zie hier ook kwaliteit 1.

00:02:38

Interviewee

O, dat vind ik niet grappig.

00:02:40

Interviewee

Als er daar meer van zijn, dan ga ik dit niet doen.

00:02:43

Interviewee

Allemaal kwaliteit 5, kwaliteit 5.

00:02:45

Interviewee

O, dat was er eentje maar. 00:02:48	Interviewee
Kwaliteit 5. 00:02:48	Interviewee
Oké. 00:02:51	Interviewee
Hier kwaliteit 2, slappe bodem. 00:02:53	Interviewee
Gadver. 00:02:55	Interviewee
Hier kwaliteit 3. 00:02:55	Interviewee
Daar word ik helemaal niet zo blij van. 00:03:00	Interviewee
Een eentje, niet geleverd 00:03:01	Interviewee
Ik ga even terug. 00:03:02	Interviewee
Ik ga naar een ander bedrijf. 00:03:05	Interviewee
Even kijken. 00:03:07	Interviewee
Dan pak ik toch... 00:03:09	Interviewee
Even kijken. 00:03:10	Interviewee
Ik had er nog eentje met veel. 00:03:11	Interviewee
4,8. 00:03:12	Interviewee

Hier.
00:03:13
Interviewee

Pizza Palace.
00:03:15
Interviewee

Apeldoorn.
00:03:15
Interviewee

Dan ga ik daar heen.
00:03:17
Interviewee

4,8, daar kunnen niet veel eentjes bij zitten denk ik dan maar.
00:03:22
Interviewee

Even kijken.
00:03:24
Interviewee

En dan ga ik erin.
00:03:26
Interviewee

En dan kijk ik naar de beoordelingen van mensen.
00:03:30
Interviewee

En daar staat kwaliteit en bezorgdheid.
00:03:33
Interviewee

En de eerste paar reviews zijn van juni nog.
00:03:37
Interviewee

Dus dat is nu.
00:03:38
Interviewee

Dus dat vind ik wel belangrijk dat het in de juiste maand is.
00:03:42
Interviewee

En die zijn allemaal, bijna allemaal maximaal.
00:03:48
Interviewee

Nou, niet allemaal, maar de meeste wel.
00:03:51
Interviewee

Oh ja, die vind ik niet erg.
00:03:53
Interviewee

10 minuten te laat, kan ik wel omheen.

00:03:56

Interviewee

Nou, hier word ik wel blij van.

00:03:57

Interviewee

Ik ga hier even kijken.

00:03:58

Interviewee

Ze hebben bijna allemaal vijf scoren op kwaliteit en vijf scoren op de bezorgtijd.

00:04:06

Interviewee

Dus.

00:04:07

Interviewee

Oh.

00:04:11

Interviewer

Ja.

00:04:12

Interviewer

Je klikt op het kruisje en ineens sluit de hele website.

00:04:14

Interviewer

Ik heb dat met iemand anders ook al ervaren.

00:04:16

Interviewer

Dat is Pappizam weer.

00:04:18

Interviewee

Nee, daar zat ik niet in.

00:04:19

Interviewee

Ik zat in een andere.

00:04:21

Interviewee

Daar zat ik in.

00:04:22

Interviewee

Want hij had een 4,8.

00:04:24

Interviewee

Dit pizza restaurant zat ik in.

00:04:26

Interviewer

Vrij onhandig is dat.

00:04:27

Interviewee

Ja.

00:04:28

Interviewee

Oké.

00:04:29

Interviewee

Nou, dus dat ziet er goed uit.

00:04:34

Interviewee

Dan ga ik even kijken naar de pizza's die ze hebben.

00:04:40

Interviewee

Mojo-pizza.

00:04:41

Interviewee

Nooit van gehoord.

00:04:42

Interviewee

Grappig.

00:04:42

Interviewee

Ik wil eigenlijk de gewone pizza's.

00:04:48

Interviewee

American.

00:04:49

Interviewee

Chicago-bacon.

00:04:52

Interviewee

De namen zijn hier allemaal anders dan bij onze eigen pizzeria, dus dat helpt niet heel erg.

00:04:57

Interviewee

Maar mozzarella ham spek, champignons, groen parmesan, die lijkt wel lekker.

00:05:05

Interviewee

En die ook, even kijken.

00:05:07

Interviewee

Mozzarella ham spek, deze wordt het.

00:05:10

Interviewee

Ja, de prijzen zijn ook goed.

00:05:12

Interviewer

Bij Pizza Palace ga je dan voor de Palace Special Pizza?

00:05:15

Interviewer

Ja, daar ga ik voor.

00:05:18

Interviewer

Dus je hebt die keuze gemaakt aan de hand van wat ik kon zien van de review gemiddelde?

00:05:23

Interviewer

Hoeveel reviews er zijn?

00:05:25

Interviewee

Wat de review was.

00:05:27

Interviewer

Ja, de individuele reviews bekeken en ook soms gelezen zag ik.

00:05:32

Interviewee

Ja, want als daar staat slappe pizza bodem of dat soort dingen.

00:05:35

Interviewee

Sommige dingen vind ik niet erg, hoe lang het duurt of als het een keer later is.

00:05:40

Interviewee

Maar als het gewoon slappe pizza is of vieze kaas of dat soort dingen, dat vind ik gewoon niet fijn.

00:05:45

Interviewer

Ja, en ik zag dat je toevallig ook keek naar hoe recent de reviews waren.

00:05:48

Interviewee

Ja, want ik heb weleens, maar dat is bij een vakantie weleens, dan kijk je en dan is het zo lang geleden dat je denkt, ja maar dat kan nu wel heel anders zijn.

00:05:56

Interviewee

Dus ik vind het altijd belangrijk dat het recent is.

00:05:58

Interviewer

Ja.

00:05:59

Interviewee

Zodat je ook zeker weet dat de kok die het nu doet, zeg maar het goed doet.

00:06:02

Interviewee
Ja, niet een andere kok is geweest.
00:06:05

Interviewee
Ja, dat.
00:06:07

Interviewer
Nou, dan hebben we je keuze.
00:06:09

Interviewer
Dankjewel.
00:06:10

Interviewee
Oké, graag gedaan.

Interview 2

00:00:00
Interviewer

Hele goedemiddag.
00:00:02
Interviewer

Goedemiddag.
00:00:03
Interviewer

Voorafgaande interview, voorafgaande opdracht, zou ik nog even willen zeggen dat alle
persoonsgebonden informatie alleen aan mij wordt gezien en daarna ook verwijderd wordt nadat ik
het blad heb geschreven.
00:00:15

Interviewer
Daarnaast kun je elke moment stoppen, daar hoeft je ook geen reden voor te geven.
00:00:20

Interviewer
En tenslotte wil ik toestemming vragen om dit op te nemen en te gebruiken.
00:00:24

Interviewee
Ja, mag.
00:00:25

Interviewer
Dankjewel.
00:00:30
Interviewee

Ik kijk bij thuisbezorgd.nl, ik zie boven al wat plaatjes staan.

00:00:41

Interviewee

En ook pizza's, Amerikaanse pizza's vind ik niet zo fijn.

00:00:44

Interviewee

Shawarma pizza's vind ik ook niet, heeft niks met een pizza te maken.

00:00:48

Interviewee

Italiaanse pizza, ik klik op dat plaatje.

00:01:03

Interviewee

Nou, ik denk dat ik toch maar gewoon hier op klik.

00:01:11

Interviewee

Ja.

00:01:17

Interviewee

Dan hebben we een paar resultaten.

00:01:26

Interviewee

Ik kijk wel naar cijfers.

00:01:28

Interviewee

Dat wil zeggen stelletjes, aantal sterren.

00:01:34

Interviewee

Nou die eerste heeft al 4,1.

00:01:35

Interviewee

Een andere Italiaans pizza.

00:01:40

Interviewee

30-35 minuten is ook nog een beetje te doen.

00:01:43

Interviewee

Qua tijd.

00:01:44

Interviewee

Niet dat ik straks een koude pizza heb.

00:01:47

Interviewee

Ik klik erop.

00:01:49

Interviewee
Dat ziet er goed uit.
00:01:55

Interviewee
Dus ik kijk wel naar het plaatje weer.
00:01:58

Interviewee
Ik kijk ook wel naar de prijs.
00:02:05

Interviewee
Dat valt ook niet tegen.
00:02:07

Interviewee
Netjes.
00:02:11

Interviewee
Pizza Funghi, Pizza Margarita, Calzone.
00:02:17

Interviewee
Ik neem een dubbelgeklapte.
00:02:18

Interviewee
Tomatensaus, salami, garnalen, mosselen.
00:02:24

Interviewee
Ziet er lekker uit.
00:02:26

Interviewer
Dus dan zou je echt gaan voor dit pizzarestaurant?
00:02:29

Interviewer
Ja.
00:02:30

Interviewer
Ik zie dat je de review-scores bekijkt, vooral het gemiddelde ook.
00:02:35

Interviewer
Maakt het voor jou ook uit hoeveel reviews er zijn?
00:02:39

Interviewee
Heb ik eerlijk gezegd helemaal niet nagekeken.
00:02:41

Interviewer

Nee, dat is helemaal goed, dat kan.

00:02:44

Interviewer

Dus individuele reviews, lees jij niet?

00:02:48

Interviewee

Ja, soms wel met andere dingen, maar met eten meestal niet, want als je iets lekkers, is iets lekker.

00:02:56

Interviewer

Ja, dus als het wat duurdere producten misschien zouden zijn, dan zou ik voor een wasmachine dan toch wel van belang zijn.

00:03:01

Interviewee

Ja, dan wil ik ook de productinformatie en dat soort interessante dingen.

00:03:07

Interviewer

Ja, dus wat je hier ziet is dus, van wat ik begrijp is het gemiddelde gewoon, moet hoog genoeg zijn.

00:03:13

Interviewee

Ja.

00:03:13

Interviewer

Dus als het een 1 of een 2 was geweest.

00:03:16

Interviewee

Hoe bedoel je 1 of een 2?

00:03:17

Interviewer

Als het een 1 of een 2 score had gehad.

00:03:19

Interviewer

1 of 2 sterren.

00:03:21

Interviewee

Daar was ik er al helemaal niet naar binnen heen gegaan.

00:03:23

Interviewee

Is helemaal goed.

00:03:26

Interviewer

Dus er zit wel een bepaald aantal.

00:03:28

Interviewee

Sterren wat voor jou...

00:03:29

Interviewee

Ja, ik vind het belangrijk.

00:03:31

Interviewee

Minimaal 4.

00:03:32

Interviewee

Oké.

00:03:35

Interviewer

Nou, dan heb je denk ik je keuze gemaakt bij Pizzeria Sandro.

00:03:41

Interviewee

Ja, Sandro.

00:03:43

Interviewer

Met 4 sterren.

00:03:44

Interviewer

Nou, dankjewel.

00:03:49

Interviewer

Dankjewel.

00:03:50

Interviewee

Ja, graag gedaan.

Interview 3

00:00:00

Interviewer

Een hele goedemiddag.

00:00:02

Interviewee

Goedemiddag.

00:00:03

Interviewer

Voorafgaand aan dat we kunnen beginnen, wil ik nog even laten weten dat alle persoonsgebonden gegevens die ik van je heb, die worden verwijderd.

00:00:09

Interviewer

Die zijn alleen voor mij.

00:00:11
Interviewer
Verder kun je op elk moment stoppen.
00:00:13
Interviewer
Daar hoeft je ook geen reden voor te geven.
00:00:16
Interviewer
En tot slot zou ik willen vragen of ik toestemming heb om dit interview op te nemen.
00:00:20
Interviewee
Zeker, ja.
00:00:21
Interviewer
Mooi.
00:00:22
Interviewer
Nou, dan hebben we alles uit de weg.
00:00:23
Interviewer
Dan kun je beginnen.
00:00:25
Interviewee
Oké.
00:00:26
Interviewee
Ik ga zoeken naar Italiaanse pizza in Apeldoorn.
00:00:30
Interviewee
En even kijken, dit zijn allemaal pizza's waarschijnlijk.
00:00:39
Interviewee
Ik zoek op eigenlijk wel kwaliteit, dus eigenlijk wel 4 sterren.
00:00:42
Interviewer
Je zoekt op reviews zie ik?
00:00:46
Interviewee
Ja, ja.
00:00:47
Interviewee
Nou, Pizza Sandro 4,1, lijkt me niet mis.
00:00:50

	Interviewee
Gratis bezorging vanaf 50. 00:00:52	
	Interviewee
Even kijken. 00:00:56	
	Interviewee
Pizza, als ik pizza met vlees vind lekker. 00:01:01	
	Interviewee
Dat lijkt me heerlijk. 00:01:04	
	Interviewer
Dat is een lasagne volgens mij, maar... 00:01:05	
	Interviewer
Lasagne, oh. 00:01:08	
	Interviewee
Moet even kijken naar de pizza's. 00:01:09	
	Interviewee
Ga ik even kijken, pizza's, vlees. 00:01:12	
	Interviewer
En dan zou je gaan voor de... 00:01:15	
	Interviewee
Dan ga ik inderdaad... 00:01:20	
	Interviewee
Pizza di carne. 00:01:20	
	Interviewer
Is helemaal goed. 00:01:21	
	Interviewee
Salami en spek. 00:01:23	
	Interviewee
Dat lijkt me heerlijk. 00:01:23	
	Interviewer

Oké.

00:01:24

Interviewer

Nou, als je even naar boven kunt scrollen.

00:01:26

Interviewer

Laatst een paar vragen.

00:01:28

Interviewer

Want je hebt de keuze heel snel gemaakt.

00:01:29

Interviewee

Ja.

00:01:30

Interviewer

En ik hoorde dat het gebaseerd was op de reviews ook.

00:01:33

Interviewee

Ja.

00:01:34

Interviewer

Dus deze heeft die 4.1 sterren.

00:01:36

Interviewee

Ja.

00:01:43

Interviewer

Is het aantal reviews voor jou belangrijk?

00:01:46

Interviewee

Daar heb ik niet naar gekeken.

00:01:47

Interviewee

In principe let ik daar wel op, maar ik vind 200 prima.

00:01:52

Interviewer

Ja, maar als er had gestaan bijvoorbeeld 5 sterren met 2 reviews, Ja, dan.

00:01:57

Interviewee

Had ik verder gekeken.

00:01:58

Interviewer

Maar ik heb er niet op gelet.

00:02:00

Interviewer

Nee, oké.

00:02:00

Interviewer

Dus je hebt het niet gezien, maar als het groter had gestaan, had je het misschien wel gezien.

00:02:05

Interviewer

Want het is natuurlijk ook heel klein.

00:02:06

Interviewer

Ik hoor dat wel vaker, dat mensen zeggen van, oh ja, dat staat er ook nog.

00:02:11

Interviewer

Nee, dat.

00:02:12

Interviewer

En je kijkt dus niet naar de individuele reviews zelf.

00:02:15

Interviewer

Je zou erop kunnen drukken en dan zou je ze individueel kunnen lezen.

00:02:18

Interviewee

Nee, want 4,1 vind ik prima van een 5.

00:02:20

Interviewer

Dus voor jou is het gemiddelde heel belangrijk.

00:02:25

Interviewer

Dus het gemiddelde voor de beoordelingen die je krijgt, dus ook als het heel laag is, als het 1 of 2 is, dan zou je zeggen, dan hoef ik niet.

00:02:30

Interviewee

Nee hoor, dan passeer ik, dan ga ik verder zoeken.

00:02:32

Interviewer

En jouw, ik hoorde wat je net zei, 4 vind ik wel prima, dus zit er ergens een limiet voor jou?

00:02:38

Interviewer

Is het 3 en hoger?

00:02:40

Interviewee

Nee, het is 4.

00:02:41

Interviewee

4 is voor mij de limiet.

00:02:42

Interviewee

Alles tussen 4 en 5 is goed.

00:02:44

Interviewer

Ja, oké.

00:02:46

Interviewer

Want ik merk dan wel, vooral bij mij zijn er een paar pizza restaurants die hoger dan een 4 scoren, maar die heb je niet aangekozen.

00:02:51

Interviewer

Dus waarom heb je specifiek deze gekozen?

00:02:54

Interviewee

Omdat ik niet wilde gaan voor New York en Domino's.

00:02:57

Interviewee

Die zag ik voorbij komen, dus ik denk dat dit een hele andere keten of zaak is.

00:03:03

Interviewer

Dus deze zou jij kans geven, zeg maar?

00:03:05

Interviewer

Als je gewoon aan het kijken was en je denkt, sure.

00:03:07

Interviewer

Maar dan maakt het ook niet zo heel veel uit als eentje iets hoger scoort.

00:03:10

Interviewer

Dan maakt het niet zo heel veel uit als het bij een pizzarestaurant is?

00:03:12

Interviewer

Dus de keuze is eigenlijk puur gebaseerd op, zijn de reviews een beetje hoog genoeg?

00:03:18

Interviewer

Hebben ze mijn limiet bereikt waar ze boven moeten zijn?

00:03:22

Interviewer

En daarna is het gewoon even kijken of ze een lekkere pizza hebben, maar.

00:03:25

Interviewee

Dat hebben ze vast wel.

00:03:27

Interviewee

Bij 4,1.

00:03:28

Interviewee

Kijk, als ik echt iets zou boeken, dan zou ik bij booking.com, dan kijk ik wel naar de reviews.

00:03:35

Interviewee

Dat zegt heel veel.

00:03:38

Interviewer

Ja, dat is een beetje meer prijs gebonden.

00:03:40

Interviewer

Dus als dit heel duur was geweest, dan had je voor je iets heel duurs willen bestellen.

00:03:43

Interviewer

Dan had je misschien nog verder die reviews gedoken.

00:03:46

Interviewer

Maar het is toch interessant om te weten dat je toch ook al...

00:03:49

Interviewer

Ja, pizza's die zijn niet...

00:03:50

Interviewer

Die zijn altijd tussen de 10 en 16 altijd.

00:03:53

Interviewer

En je wil natuurlijk wel goeie,

00:03:56

Interviewer

Maar dat is dan wel heel interessant.

00:04:00

Interviewer

Maar dus als het veel duurder was geweest, dan ga je ook individuele reviews bekijken.

00:04:04

Interviewee

Zeker, ja.

00:04:09

Interviewer

Welke wegen zwaarder voor jou?

00:04:10

Interviewer

Positieve of negatieve reviews?

00:04:15

Interviewee

Nou, ik kies vaak al iets met veel sterren, dus dan ga ik wel kijken naar de positieve reviews.

00:04:21

Interviewer

Dus je wil, als je zegt, deze heeft drieënhalve ster, vier, en je gaat daarop drukken en dan lees je de reviews van mensen die vier sterren geven, of vijf, en dan lees je een beetje van wat vonden ze mooi.

00:04:32

Interviewer

Deze hebben ook nog de negatieve om te denken van oeh, wat...

00:04:35

Interviewer

Ja, ook.

00:04:36

Interviewee

Vooral als het vaak terugkomt.

00:04:38

Interviewee

Dan denk ik, nou dat zal er maar een keer van Marit in zitten en dan ga ik verder zoeken.

00:04:43

Interviewee

Ja.

00:04:44

Interviewer

Nou, dus dan heb jij je keuze gemaakt met Pizza Sandro.

00:04:47

Interviewee

Ja.

00:04:48

Interviewer

Heel erg bedankt.

Interview 4

00:00:01

Interviewer

Goedemorgen.

00:00:01

Interviewee

Goedemorgen.

00:00:03

Interviewer

Ik wil nog even herhalen dat dit opgenomen wordt en of ik daar permissie voor heb.

00:00:08

Interviewee

Ja, dat heb je.

00:00:09

Interviewer

Mooi.

00:00:11

Interviewer

Verder nog, dat je elk moment kunt stoppen met onderzoek en je hoeft daar geen reden voor te geven.

00:00:17

Interviewer

En alle persoonsgebonden gegevens die ik heb, die zijn alleen voor mij en die worden daarna verwijderd.

00:00:22

Interviewee

Oké, dat is duidelijk.

00:00:23

Interviewer

Nou, als dat allemaal duidelijk is, dan kun je beginnen.

00:00:25

Interviewee

Oké.

00:00:26

Interviewee

Ik wil een pizza.

00:00:30

Interviewee

Italiaanse pizza.

00:00:40

Interviewer

Waar kijk je nou naar, als je dan zit te lezen?

00:00:44

Interviewee

Nou, ik woon op Mariastraat, daar woon ik.

00:00:49

Interviewee

En ik wil een Italiaanse pizza.

00:00:52

Interviewee
En dan...
00:00:53

Interviewee
Dit is...
00:00:58

Interviewee
Dit is in Apeldoorn.
00:01:02

Interviewee
Dit weet ik niet.
00:01:03

Interviewee
O, Apeldoorn.
00:01:04

Interviewer
Het is allemaal in Apeldoorn.
00:01:05

Interviewer
Dat is de locatie die we hebben ingevuld.
00:01:07

Interviewee
Ja.
00:01:07

Interviewee
Nou, ik ga voor een aanbieding.
00:01:14

Interviewee
Dat zie ik niet.
00:01:19

Interviewee
Of zijn dit de aanbiedingen?
00:01:20

Interviewer
Ja, er zullen wel aanbiedingen tussen staan.
00:01:22

Interviewee
O, maar die hebben geen pizza.
00:01:27

Interviewee
Nee, ik moet een pizza halen.
00:01:31

Interviewee

Ja.
00:01:31
Interviewee

Oh ja, zo wel.
00:01:33
Interviewee

Maar goed.
00:01:37
Interviewer

En als je nou zit te kijken tussen de restaurants, waar let je dan het meest op?
00:01:49
Interviewee

Ja, eh...
00:01:55
Interviewee

Gratis bezorgen.
00:01:57
Interviewee

Nu geopend.
00:01:59
Interviewer

Het is tien uur in de ochtend, dus ik denk haast niet dat ze open zijn.
00:02:15
Interviewer

O, ik moet maar één keer klikken.
00:02:18
Interviewer

Er loopt iets achter volgens mij, omdat hij moet laden.
00:02:21
Interviewer

In ieder geval, ik zag hem net wel.
00:02:23
Interviewee

Oh, ze zijn nog niet open.
00:02:25
Interviewer

Binnenkort open.
00:02:28
Interviewee

Moet je wel weer naar kijken?
00:02:31
Interviewee

Ja, hier staat er ook bij, op de fiets is het gratis.

00:02:36	Interviewee
Jeetje, ik bestel er nooit wat. 00:02:53	Interviewee
Dat merk je wel hè? 00:02:55	Interviewer
Ja, veel keuze, niet? 00:02:56	Interviewer
Eens 00:02:59	Interviewee
Dit is ook Italiaanse pizza. 00:03:01	Interviewee
3,5 euro. 00:03:02	Interviewee
Nou kan mij het schelen 00:03:03	Interviewee
Ik doe een keer gek. 00:03:07	Interviewee
Het kan goedkoper hoor. 00:03:08	Interviewee
Dat heb ik al gezien. 00:03:13	Interviewee
20 minuten. 00:03:14	Interviewee
Dat is veel te lang. 00:03:15	Interviewer
20 minuten is wel gemiddeld. 00:03:17	Interviewee
Ja? 00:03:17	

Interviewer

Ja tegenwoordig.

00:03:18

Interviewer

Dus 20 minuten voor bestellen is redelijk gemiddeld.

00:03:21

Interviewee

Ik neem een Turkse pizza

00:03:23

Interviewer

Nou, dan is mijn vraag aan jou, want dan heb je dus je keuze gemaakt, maar waar keek je vooral naar terwijl je je keuze maakte?

00:03:29

Interviewer

Was dan echt alleen de prijs en de ligging van belang?

00:03:37

Interviewee

Ja, dit is dan toch een beetje, omdat we hier zo in deze setting zitten, maar normaal zou ik kijken naar wat dichtbij is.

00:03:48

Interviewee

En ik weet wat ik lekker vind, dus dat, als ik dan het bedrijf heb gevonden waar ik het wil bestellen, net zo snel als ik die Turkse pizza zag, dan denk ik, oké, die wil ik hebben.

00:03:59

Interviewer

Kijk je dan überhaupt nog naar de reviews die ze hebben?

00:04:08

Interviewee

Ik bestel nooit.

00:04:09

Interviewer

Dit is een beetje moeilijk.

00:04:12

Interviewee

Maar weet je, als ik met andere dingen, dan kijk ik daar wel naar.

00:04:15

Interviewee

Als je een reisje gaat maken of iets, dan kijk je daar wel naar.

00:04:19

Interviewee

En als we lopen in de stad en je kijkt naar de restaurants, dan kijken we ook naar de reviews.

00:04:24

Interviewee

Ja, dat is waar.

00:04:24

Interviewer

Dus als je in de stad loopt en je moet naar een restaurant hebben, dan kijk je wel naar de reviews?

00:04:29

Interviewee

Nee, hier weten we het.

00:04:30

Interviewer

Ja, hier weten we het natuurlijk, maar ik bedoel meer als je ergens bent waar je niet bekend bent.

00:04:35

Interviewer

En dan kijk je dan alleen naar de sterren score, zeg maar een beetje vier uit de vijf sterren, of lezen ze ook echt?

00:04:40

Interviewee

Ja, we lezen ze.

00:04:43

Interviewer

Dus ook van individuele mensen die er allemaal naar het ding hebben gevoeld?

00:04:45

Interviewee

Ja, en aan het einde hebben we altijd een paar bij die heel negatief zijn.

00:04:49

Interviewee

Maar wat het grootst, dat je een gevoel erbij krijgt van, oh dit gaat heel vaak goed.

00:04:54

Interviewee

En misschien kan er ook een persoon liggen.

00:04:57

Interviewer

Ja.

00:04:59

Interviewee

Want wij schrijven zelf nooit reviews.

00:05:01

Interviewee

Nee, nee ik ook niet.

00:05:04

Interviewer

Nee, oké, maar dat is interessant.

00:05:06

Interviewer

En dan is het dus wel, zeg maar, dan lees je echt door.

00:05:08

Interviewee

Dan nemen we daar even de tijd voor.

00:05:11

Interviewer

Is wel belangrijk dan.

00:05:13

Interviewee

Ja.

00:05:13

Interviewer

Ja, oké.

00:05:14

Interviewee

Ja?

00:05:15

Interviewee

Ja.

00:05:16

Interviewer

En het feit dat je dat hier niet doet, dat is eigenlijk alleen maar omdat je normaal niet online bestelt.

00:05:21

Interviewer

Dat heeft niks te maken met dat je minder waarde aanreikt.

00:05:25

Interviewee

Je bestelt nooit een pizza.

00:05:26

Interviewee

Nee, ik bestel. nooit

00:05:27

Interviewee

Ja, en ik ben al helemaal niet zo van de pizza.

00:05:31

Interviewer

Nee, dat is helemaal goed.

00:05:32

Interviewee

Als wij wel eens pizza eten, dan is het goed.

00:05:34

Interviewee

Je bent met z'n tweeën.

00:05:36

Interviewer

Die van de Albert Heijn zijn altijd wel goed.

00:05:40

Interviewer

Die in het versvak liggen, die zijn wel lekker, ja.

00:05:46

Interviewer

We eten tegenwoordig nog maar bloemkoolpizza, dat is ook wel lekker.

00:05:50

Interviewee

Ja, maar we moeten een beetje schipperen.

00:05:53

Interviewee

Ik zal voor de bloemkoolpizza gaan en hij voor die andere.

00:05:56

Interviewee

Maar dat dus.

00:05:58

Interviewer

Nee, maar dan weet ik waar je je keuze mee maakt.

00:05:59

Interviewer

Dat is heel fijn.

00:06:00

Interviewer

En dan zijn we ook klaar.

00:06:02

Interviewer

Dus heel erg bedankt.

00:06:04

Interviewee

Oh, graag gedaan.

Interview 5

00:00:00

Interviewer

Nou, hele goede avond.

00:00:01

Interviewer

Fijn dat je er bent.

00:00:03

Interviewer

Even vooraf, dit onderzoek wordt opgenomen, heb ik permissie om de opname voor mijn onderzoek te gebruiken?

00:00:07

interviewee

Ja hoor.

00:00:08

Interviewer

Ja, er worden ook in mijn onderzoek soms quotes uitgehaald.

00:00:11

interviewee

Ja, geen probleem.

00:00:12

Interviewer

Helemaal goed.

00:00:13

Interviewer

Je kunt altijd stoppen, daar hoef je ook geen reden voor te geven, dus je kunt dan altijd zeggen van ik hoef niet meer.

00:00:18

interviewee

Ja.

00:00:19

Interviewer

En je blijft anoniem en alle persoonsgebonden gegevens die ik van je heb, die worden verwijderd na de tijd.

00:00:24

interviewee

Helemaal goed.

00:00:25

Interviewer

En die wordt ook uit niemand anders laten zien, behalve aan mij.

00:00:28

Interviewer

Nou, als je er dan klaar voor bent, dan geef ik jou de laptop en de muis.

00:00:33

interviewee

Ja.

00:00:35

Interviewer

Zo.

00:00:35

interviewee

En dan mag ik een pizza restaurant gaan zoeken.

00:00:38

Interviewer

Yes.

00:00:39

interviewee

Het eerste wat ik dan doe, is hier even zoeken.

00:00:42

interviewee

Ik ga zoeken op...

00:00:45

interviewee

Pizza restaurant.

00:00:46

interviewee

Er is.

00:00:53

Interviewer

Eigenlijk een spatie tussen pizza en restaurant misschien.

00:00:56

Interviewer

Daar pakt die pizza vaak ook wel gewoon.

00:01:02

Interviewer

Ja, nog één keer klikken.

00:01:03

Interviewer

Oh, ja.

00:01:04

Interviewer

Het zegt wel pizza als u kijkt.

00:01:06

interviewee

Ja.

00:01:09

interviewee

Yes.

00:01:10

interviewee

Pizza Palace, Apeldoorn.

00:01:14

interviewee

Waar ik dan naar ga kijken is naar de minimaal bezorgkosten en de lever tijd.

00:01:23

interviewee

Domino's, dat moet niet zijn.

00:01:25

interviewee

Toren van pizza.

00:01:33

Interviewer

En als je dus afgaat nu, waar kijk je dan vooral naar?

00:01:37

interviewee

Ik zit eigenlijk te kijken naar of er ook referenties zijn, hoe ze bekend staan, omdat je van daar helemaal niets kent.

00:01:46

interviewee

Zoek je toch wat sterren?

00:01:48

interviewee

Kijk, hier heb ik een Italiaanse pizza met 4 sterren.

00:01:55

interviewee

4 sterren, 4,1, 4,7.

00:01:58

interviewee

Pizza Palace Apeldoorn, er zal niet voor niks bovenaan staan.

00:02:00

interviewee

Ik ga voor Pizza Palace Apeldoorn.

00:02:03

interviewee

Open maar even.

00:02:08

interviewee

Yes!

00:02:10

Interviewer

Dus je vindt deze interessant?

00:02:13

Interviewer

Naast de sterren is er nog iets anders waar je naar zou kijken?

00:02:17

interviewee

Wat ze aanbieden.

00:02:18

interviewee

Wat ze hebben.

00:02:19

Interviewer

Het aanbod.

00:02:20

Interviewer

Zijn de hoeveelheid reviews voor jou belangrijk?

00:02:26

interviewee

Niet echt.

00:02:26

Interviewer

Deze heeft natuurlijk een 4.7, dus je kijkt wel of het een hoge review heeft.

00:02:33

Interviewer

Maar als er 5 reviews hadden gestaan had je het net zo goed gevonden als als er 200 stond?

00:02:37

interviewee

Qua reviews die er staan?

00:02:39

Interviewer

Ja, bij deze staat volgens mij dat er 200 mensen zijn die in totaal een 4.7 hebben.

00:02:43

interviewee

Ja, 200 plus.

00:02:45

Interviewer

Dan heb je ook andere die ook een 4.7 kunnen hebben en die hebben dan 10 reviews.

00:02:50

Interviewer

Zou dat voor jou verschil maken?

00:02:52

interviewee

Kijk, even kijken.

00:02:54

Interviewer

Je kunt er...

00:02:54

Interviewer

Oh, hij doet het in één keer.

00:02:56

Interviewer

Ik had vandaag een andere en die wou niet pakken.

00:02:57

interviewee

Die wou niet pakken?

00:02:58

Interviewer

Toen moest ik tien keer drukken op dat ding voordat hij wat liet zien.

00:03:01

interviewee

Ja, ja, ja.

00:03:07

interviewee

Perfect gerecht, die met zorg bereikt worden.

00:03:11

interviewee

Top.

00:03:12

interviewee

Allemaal vijf sterren, vijf sterren.

00:03:13

interviewee

En dan zoek ik ook op even iemand die minder heeft.

00:03:16

Interviewer

Ja, dus dat is ook belangrijk.

00:03:17

Interviewer

Even kijken wat de minpunten zijn.

00:03:19

Interviewer

Om te zeggen, het is toch niet zo goed wat het dan is.

00:03:22

interviewee

De bezorgtijd is wat minder, dat maakt me niet zoveel uit.

00:03:24

interviewee

Ik heb niet zo veel honger.

00:03:28

interviewee

Kijk hier ook.

00:03:29

interviewee

10 minuten te laat normaal gezien, dat vind ik niet zo belangrijk.

00:03:36

Interviewer

Dus dan is naast de totaalscore, kijk je ook nog wel eens naar de.

00:03:40

interviewee

Individuele...

00:03:41

interviewee

Of er individuele slechte recensies zijn.

00:03:44

Interviewer

Ja, dus dan wil je vooral de slechte bekijken, want dan weet je...

00:03:47

interviewee

Juist, en dat heeft allemaal te maken met de bezorgtijd.

00:03:49

Interviewer

Ja.

00:03:50

interviewee

De kwaliteit is overal goed.

00:03:51

Interviewer

Ja, dan kun je natuurlijk zelf nog zeggen van als mijn bezorgtijd niks uitmaakt, dan zit dat allemaal wel goed.

00:03:57

Interviewer

Ja.

00:03:58

interviewee

Ik kan me voorstellen als je haast hebt of je zit op de klok te kijken, dat je dan kiest voor...

00:04:03

Interviewer

Dat je dan misschien voor wat anders kiest.

00:04:05

Interviewer

Dat is wel...

00:04:06

Interviewer

Dat is wel handig aan deze, dat hij de overweging laat zien tussen bezorgdheid en...

00:04:10

Interviewer

Zodat mensen niet twee sterren geven alleen voor...

00:04:14

interviewee

Alleen voor de kwaliteit.

00:04:15

Interviewer

Alleen voor de bezorgdheid of alleen voor de kwaliteit, maar dat het wel gesplitst wordt.

00:04:19

Interviewer

Oké.

00:04:20

interviewee

Dan gaan we de pizza uitzoeken.

00:04:21

Interviewer

Allemaal goed, ga je gang.

00:04:28

Interviewer

Interessante namen deze pizza's allemaal.

00:04:30

interviewee

Ja.

00:04:31

interviewee

Het is anders dan je traditioneel gewend bent.

00:04:36

interviewee

The Washington.

00:04:37

interviewee

On the beach in Washington.

00:04:38

interviewee

Dus hier moet je nu echt gaan kijken van wat zit erin.

00:04:43

Interviewer

Ja, de namen zijn niet bekend zeg maar.

00:04:46

interviewee

Nee.

00:04:48

interviewee

Popeye, ja dit is met spinazie te maken.

00:04:51
interviewee

Americano.
00:04:58
interviewee

Een mixed pizza.
00:04:59
Interviewer

Oh volgens mij kreeg je net, oh shit.
00:05:02
Interviewer

Wees ging in bestelling, volgens mij, oh wacht, bezorgkosten nu verlagen naar nul.
00:05:06
Interviewer

Oh.
00:05:07
interviewee

Nou.
00:05:07
Interviewer

Waarschijnlijk omdat ze bijna dicht zijn.
00:05:08
Interviewer

Normaal kreeg je dan een klein dingetje, maar ze zijn bijna dicht, dus dan moesten ze de laatste gratis ofzo.
00:05:12
Interviewer

Oh.
00:05:13
interviewee

Nou.
00:05:14
Interviewer

Handig.
00:05:15
interviewee

Ideaal.
00:05:16
Interviewer

Oh, maar hij staat nu ook niet meer beschikbaar.
00:05:17
Interviewer

Dus ik denk dat hij gesloten is nu, maar dan wou je natuurlijk niet sluiten hiervoor.

00:05:20
interviewee

Ja, ik heb nog een paar...
00:05:22
interviewee

Even kijken.
00:05:25
interviewee

Stel dat je nu zegt, ik ga bestellen.
00:05:28
Interviewer

Ja.
00:05:33
interviewee

Een bezorger is niet meer beschikbaar.
00:05:34
Interviewer

Nee, maar dat maakt ook voor nu niks uit.
00:05:36
Interviewer

Dus dan zou je deze kiezen.
00:05:39
Interviewer

Gewoon eigenlijk omdat de sterren hoog genoeg zijn.
00:05:42
Interviewer

Dat heeft een score waar ik comfortabel mee ben.
00:05:44
Interviewer

Dus ik denk dat individuele reviews wel belangrijk zijn.
00:05:48
interviewee

Gewoon lekker makkelijk en gauw kijken hoe zijn de reviews.
00:05:53
interviewee

Zijn ze goed bekend, zijn ze niet goed bekend.
00:05:55
interviewee

Als wij in het buitenland zijn dan Zoek ook restaurants op die goede reviews hebben.
00:06:00
interviewee

We hebben het geluk dat we niet naar de prijzen hoeven te kijken.
00:06:05

interviewee

Dan is het wel prettig als je goede reviews hebt, dat je weet dat.

00:06:08

Interviewer

Het eten goed is.

00:06:09

Interviewer

Helemaal bij pizza's natuurlijk, want dan heb je wel prijzen die redelijk gelijk zijn.

00:06:14

Interviewer

Misschien een paar euro, maar vaak.

00:06:17

Interviewer

Zijn pizza's wel rond de 13 euro ergens.

00:06:21

Interviewer

Maar je kijkt dus wel naar de individuele reviews uiteindelijk.

00:06:25

Interviewer

En dan specifiek de negatieve, zei je?

00:06:27

interviewee

Ja, want als je alleen maar naar de positieve kijkt, je moet vaak heel ver scrollen voordat je een negatieve tegenkomt.

00:06:34

interviewee

Maar dan weet je wel wat.

00:06:35

Interviewer

Ja, dus dan weet je wel van, als er iets mis is, dan is het de negatieve.

00:06:38

Interviewer

Moet ik daarop letten?

00:06:40

Interviewer

Ja, oké.

00:06:40

Interviewer

Nee, dat is interessant, want dan weet je natuurlijk van, als de bezorgdheid slecht is, dan denk je van, ja, dan maakt mij dat uit.

00:06:46

Interviewer

Als het eten maar goed is, ja.

00:06:49
Interviewer

Nee, oké.
00:06:49
interviewee

Dus, we kunnen niet meer bestellen.
00:06:52
Interviewer

Nee, jammer genoeg niet.
00:06:53
Interviewer

Ik lust er ook wel een.
00:06:55
Interviewer

Nou, heel erg bedankt.
00:06:56
interviewee

Ik denk niet dat ze in Enschede bezorgen.
00:06:58
interviewee

Jammer.
00:07:00
Interviewer

Nou, heel erg bedankt.
00:07:01
Interviewer

Ja.
00:07:02

Interview 6

00:00:00
Interviewer

Nou, hallo.
00:00:01
Interviewer

Heb ik je toestemming om dit op te nemen en in mijn onderzoek te gebruiken?
00:00:07
interviewee

Ja hoor.
00:00:09
Interviewer

Mooi, en dan wil ik ook nog even gezegd hebben dat je elke moment kunt stoppen en daar hoef je ook geen reden voor te geven.

00:00:13

interviewee

Helemaal goed.

00:00:14

Interviewer

Helemaal goed.

00:00:15

Interviewer

Nou, dan mag je beginnen.

00:00:16

interviewee

Nou, dus ik mag een pizza restaurant gaan zoeken.

00:00:21

interviewee

Als ik hier allemaal dingen boven zie staan, denk ik wel als ik pizza wil eten, eet ik een Italiaanse pizza.

00:00:34

interviewee

Hij moet gewoon...

00:00:34

interviewee

Ja, hij moet even wel naar locaties.

00:00:38

interviewee

Dan zoek ik op pizza

00:00:42

interviewee

Dan kom ik bij allerlei pizza-restaurants.

00:00:46

interviewee

Crazy Italian, dat klinkt wel uitdagend.

00:00:53

Interviewer

En waar kijk je nou vooral naar, terwijl je zomaar tussen de pizza-restaurants heen kijkt?

00:00:58

interviewee

Je ziet, ik let niet op het geld.

00:01:01

interviewee

Niet zozeer dat ik geld te veel let, maar in eerste instantie.

00:01:05

interviewee

Ik moet me aanspreken, ik kreeg Italië en ik dacht, dat zal wel wat inzitten.

00:01:10

interviewee

En ik zie hier een houtoven, dus ik denk, hé, maar hij is echt zo'n stenen oven.

00:01:16

interviewee

Dat zal echt wel een Italiaanse pizzabakker zijn.

00:01:20

interviewee

En wat ik al aardig had, ik wil gewoon echt Italiaan.

00:01:23

interviewee

Of die dat is, dat kan ik hier niet aan zien, dus het enige wat ik kan doen is...

00:01:26

interviewee

Klik er.

00:01:27

Interviewer

Even op, kijk even.

00:01:27

interviewee

Kijken waar ik terechtkom.

00:01:35

interviewee

Ik heb hier de pizza en de pasta.

00:01:45

interviewee

Als ik nou allemaal pizza's wil hebben, dan kan ik daaruit kiezen.

00:01:50

interviewee

Prosciutto di parma, caprese, polo.

00:01:57

interviewee

Ik zoek altijd net even iets wat afwijkt.

00:02:07

Interviewer

Je was je pizza restaurant aan het kiezen.

00:02:11

Interviewer

Geef je dan enige acht aan de reviews die er wel staan, de sterren score bijvoorbeeld.

00:02:17

interviewee

Nee.

00:02:17

Interviewer

Nee, dat weet jij totaal niet toch?

00:02:18

interviewee

Nee.

00:02:19

Interviewer

Waarom niet?

00:02:19

interviewee

Bij de pizza's niet.

00:02:23

interviewee

Ik heb sowieso wel een beetje moeite met de reviews, want ik weet niet wie de review geschreven heeft.

00:02:27

Interviewer

Natuurlijk.

00:02:29

interviewee

En ja, je ziet heel vaak, dat zie je ook bij negatieve review is veel makkelijker dan positieve.

00:02:40

interviewee

Dus die komen altijd een naar boven.

00:02:43

interviewee

En ik heb voor mezelf ook altijd het gevoel dat die een beetje leidend zijn in de keuze van mensen.

00:02:50

Interviewer

En als je dan toevallig ziet dat zo'n pizzarestaurant, deze had natuurlijk wel een redelijk hoge score, maar zo'n pizzarestaurant een score van een 1 of een 2 heeft.

00:02:57

Interviewer

Zou je dan nog steeds de keuze maken van ik ga het zelf gewoon proberen?

00:03:01

interviewee

Nee.

00:03:02

Interviewer

Of is het dan wel dat je.

00:03:03

interviewee

Denkt, ik ga niet diep de reviews in, maar als het met cijfertjes is, 1 of 5.

00:03:08

Interviewer

Ja, het gemiddelde is wel belangrijk.

00:03:10

interviewee

Ik wil het net boven het gemiddelde hebben.

00:03:13

Interviewer

Ja, je wil ergens van een 3 dan of zoiets?

00:03:15

interviewee

Ja, 3 of 4 minimaal.

00:03:18

Interviewer

Ja, dus jij bent niet zo iemand die zou eigenlijk meer zeggen van ik kijk naar misschien een plaatje, misschien de naam en dat is meer waar je de beslissing mee maakt?

00:03:25

interviewee

Ja.

00:03:25

Interviewer

Oké.

00:03:26

interviewee

Dat is de eerste stap.

00:03:28

Interviewer

Dus als je naar reviews kijkt, dan is het wel als het te laag is, denk je nou doe maar niet?

00:03:34

interviewee

Ja, dat klopt.

00:03:36

Interviewer

En als het hoger is?

00:03:38

interviewee

Dan ga ik er makkelijker in mee.

00:03:40

Interviewer

Dan is het wel van dan kan ik deze keer proberen.

00:03:43

Interviewer

Dus omdat het een pizza is, is het ook dat je minder kijkt.

00:03:46

interviewee

Maar ik ga niet alle reviews lezen.

00:03:49

interviewee

Wat daarin staat, dan moet je maar toevallig tegenkomen wat je wel of niet aanspreekt.

00:03:55

interviewee

Maar normaal, ik weet nooit wie de review geschreven heeft.

00:04:01

interviewee

Daar laat ik me dan niet weer door lijden.

00:04:04

interviewee

Booking.com is ook zo'n voorbeeldje.

00:04:05

interviewee

Daar vind je van alles.

00:04:07

interviewee

Als je dan leest waar mensen op afknappen...

00:04:09

Interviewer

Dat is voor mij ook een...

00:04:11

interviewee

Dat speelt voor mij niet eens.

00:04:15

Interviewer

Ja nee natuurlijk, maar toch, als je dan op booking.com een plek zou zien met 2 sterren, dan klopt het waarschijnlijk toch niet.

00:04:22

interviewee

Ja en dan zijn het maar 2 mensen die een review gegeven hebben, toevallig in het verkeerde moment er geweest zijn.

00:04:28

interviewee

Terwijl een ander die heeft 45 reviews en die komt er iets meer dan gemiddeld uit.

00:04:33

Interviewer

Dus dan is het, het aantal reviews is dan als het gaat om bijvoorbeeld een vakantielocatie wel interessant.

00:04:41

interviewee

Iets waar heel weinig reviews op zijn, dan vind ik de review niet van belang.

00:04:46

Interviewer

Ook als ze positief zijn.

00:04:48

Interviewer

Zoals je 2-5 hebt bijvoorbeeld.

00:04:52

interviewee

Dan moet je ze wel gaan lezen en zien wat het betekent.

00:04:56

Interviewer

Ja, je denkt als het een hoog genoeg aantal is, dan zit er een.

00:05:00

interviewee

Beetje veel tijd in.

00:05:00

interviewee

Ja, het is een mooie omgeving, dat is waar, maar ik wil nog niet weten hoe dat appartement van binnen was.

00:05:05

Interviewer

Ja, dus reviews zijn niet belangrijk voor pieters omdat ze gewoon een beetje laag bedrag, laagdrempelig zijn.

00:05:11

Interviewer

Dus dan zijn ze gewoon minder belangrijk.

00:05:13

interviewee

Maar een pizza, hoe is de bodem en hoe is de vulling geweest?

00:05:18

Interviewer

En je zou denken dat als dat een hele lage score heeft, dat dat dan wel weer een spiegeling is van de kwaliteit?

00:05:26

interviewee

Dat hangt er vanaf waarom die negatief is.

00:05:28

interviewee

Voor hetzelfde reden heeft hij een ontzettend lekkere pizza, maar die bezorging was een half uur te laat.

00:05:33

interviewee

Dat lees je ook weer.

00:05:33

interviewee

Dan kun je je afvragen, vind ik tijd nou belangrijk of vind ik de smaak van de pizza belangrijk?

00:05:41

Interviewer

Dus dan schrikken lage reviews wel een beetje bij pizza niet, gewoon afschrikken.

00:05:45

Interviewer

Als je dat ziet dan denk je dan ga ik er niet van niet, dan ga ik naar een andere kijken.

00:05:50

interviewee

Normaal als je erin gaat lezen, maar dat probeer je zo weinig mogelijk te doen.

00:05:55

interviewee

In de basis denk je nou 4 of 5 moet goed zijn, maar dan moet je wel.

00:05:58

Interviewer

Want ik zag wel dat je deze hebt gekozen en deze heeft wel toevallig een hele hoge score.

00:06:02

Interviewer

Die zit volgens mij op 4,7 ofzo?

00:06:03

interviewee

Ik zag er in ieder geval een 4,8.

00:06:06

Interviewer

Dus je zag het wel.

00:06:08

Interviewer

Het was wel iets wat je je opnam voordat je klikte.

00:06:11

interviewee

Ja, je neemt het wel mee, alleen ik ben niet gaan lezen van waar komt die 4 nou vandaan.

00:06:18

Interviewer

Nee, je neemt het van als er 4 is op een pizza restaurant.

00:06:22

Interviewer

Dan is het idee dat het een goedkoper product is misschien doorslaggevend, dat je.

00:06:27

interviewee

Toch denkt van De prijs is niet het doorslaggever.

00:06:31

Interviewer

Nee maar ik bedoel meer als het iets duurders was, bijvoorbeeld bij Booking.com, het was echt een vakantie waar je veel geld aan had, dan zou je wel meer kijken naar.

00:06:38

interviewee

Ja, maar ook daar geldt weer, als je iets gaat zoeken, vaak is het eerst een locatie die heb je, dan weet je wat je budget is, dat zet je vast en dan komt er van alles tevoorschijn.

00:06:51

interviewee

En dan vind ik een lijstje vervelend, maar ik pak het kaartje.

00:06:54

interviewee

Dus dan ga ik kijken op het kaartje.

00:06:55

interviewee

Hoe ligt dat?

00:06:56

interviewee

Ligging vind ik belangrijk.

00:06:57

interviewee

Als je ergens in de buurt van de stad bent, dan wil je wandelend het centrum in kunnen.

00:07:02

interviewee

En dan vind ik de reviews is één ding.

00:07:08

interviewee

Die lees je wel, maar vooral ook de plaatjes vind ik heel belangrijk.

00:07:11

interviewee

Die geef je een beeld van waar ik terecht kom.

00:07:13

Interviewer

Ja, een beetje van zo'n hotelkamer, dat ze me de kamer al laten zien en het zwembad.

00:07:18

interviewee

Ja, dan heb ik...

00:07:20

interviewee

Een beeld van het verhaal.

00:07:21

interviewee

De prijs, nou daar heb ik hem op geselecteerd.

00:07:24

interviewee

De legging is goed.

00:07:25

interviewee

En dan ga je nog een keer naar de review.

00:07:26

Interviewer

Ja, dus dat is een beetje een extra.

00:07:28

Interviewer

Een beetje, als jij al overtuigd was geweest van de foto's.

00:07:33

Interviewer

En je had dan slechte reviews, dan was dat misschien iets minder belangrijk geweest, omdat je zelf al dacht van...

00:07:38

Interviewer

Vrijdag.

00:07:40

interviewee

Rijden we naar Italië en dan ga ik eerst twee dagen naar Milaan.

00:07:44

interviewee

In Milaan heb je ze uitgezocht en eerst wat ik uitgezocht had, dat is afgevallen, wel toch weer vanuit de review, maar pas op het laatste moment.

00:07:50

interviewee

Ik heb me eerst op basis van ligging, prijs en foto's geselecteerd.

00:07:56

interviewee

En dan lees je de review en dan denk je, ja, dat is toch wel heel negatief.

00:08:00

Interviewer

Ja, oké.

00:08:00

Interviewer

Dus als het heel negatief is, dat heeft wel impact, maar heel positief, dan zit er niet heel veel verschil tussen?

00:08:04

interviewee

Nee.

00:08:05

Interviewer

Zeg maar als je een 3,5 en een 4 ziet, dan denk je niet van...

00:08:08

Interviewer

Oké.

00:08:09

Interviewer

Nou, dan heb ik alles gevraagd qua vragen.

00:08:12

Interviewer

Dankjewel.

00:08:14

interviewee

Dat was mooi.

00:08:14

interviewee

En ik heb de koffie op.

00:08:16

Interview 7

00:00:00

Interviewer

Hele goedemiddag.

00:00:02

Interviewee

Goedemiddag.

00:00:02

Interviewer

Dus voorafgaand aan het interview wil ik nog even laten weten dat je elk moment kunt stoppen en daar hoeft je geen enkele reden voor te geven.

00:00:10

Interviewer

Alle persoonsgebonden informatie is alleen voor mij en wordt daarna ook verwijderd.

00:00:14

Interviewer

En tot slot wil ik even vragen of ik toestemming heb om dit op te nemen.

00:00:17

Interviewer

Ja, zeker.

00:00:18

Interviewee

Geen probleem.

00:00:19

Interviewer
Dat is helemaal mooi.
00:00:20

Interviewer
Dan mag je beginnen.
00:00:22

Interviewee
Helemaal goed.
00:00:24

Interviewee
Even kijken.
00:00:27

Interviewee
Kijk, ik moet een pizza bestellen.
00:00:29

Interviewer
Ja, pizza restaurant.
00:00:30

Interviewee
Pizza restaurant.
00:00:32

Interviewee
Ik moet zeggen, ik zie hierboven al staan Italiaanse pizza, Amerikaanse pizza.
00:00:38

Interviewee
Dus ik zou eerst hier een kiezen.
00:00:41

Interviewee
Maar goed, dan klik ik op de Italiaanse pizza.
00:00:44

Interviewee
Dan komen er een aantal restaurants eruit.
00:00:56

Interviewee
Het is deels lastig, maar ik probeer altijd een beetje te kijken.
00:01:00

Interviewee
Ik kijk deels naar het plaatje en ik kijk naar het sterretje, wat voor referentie daar achter staat, cijfer en hoeveel referenties.
00:01:10

Interviewee
En uiteindelijk zeg je de keiharde eisen vanaf hoe laat ze komen.
00:01:17

Interviewee

Of ze bezorgen vanaf minimum bedrag of gratis bezorging vanaf 75 euro.

00:01:22

Interviewee

Vind ik zelf nooit zo heel belangrijk, moet ik zeggen.

00:01:25

Interviewee

Eigenlijk de lekkerste pizza.

00:01:28

Interviewee

Ja, dan kijk ik eigenlijk een beetje naar de plaatjes een stuk.

00:01:34

Interviewee

Ja.

00:01:36

Interviewee

Dan moet ik zeggen, als ik de eerste tien heb gezien, dan geloof ik de rest uiteindelijk ook wel.

00:01:44

Interviewee

Dus dan kijk ik niet heel veel verder.

00:01:50

Interviewee

Ja, dan zou ik gewoon eens kijken bij de Toscana en waarom.

00:01:53

Interviewee

Ja, die is sterretje 3,8.

00:01:54

Interviewee

Dat is niet slecht.

00:01:56

Interviewee

En die heeft 200 plus recensies.

00:01:59

Interviewee

Dus ik denk, ja, dat zijn in ieder geval veel mensen die daar eten en hebben gegeten.

00:02:05

Interviewee

En iets, een referentie achter hebben gelaten.

00:02:08

Interviewee

Even kijken, dan komt het weer populairder uit.

00:02:12

Interviewee

Alleen, ja, ik ben specifiek op zoek naar pizza.

00:02:16

Interviewee

Dus dan ga ik even zoeken.

00:02:18

Interviewee

Bovenin bij.

00:02:20

Interviewee

Pizza.

00:02:23

Interviewee

Ja, en ik moet zeggen, de meeste pizza's zijn bekend qua naam en wat erop zit.

00:02:28

Interviewer

Ja.

00:02:28

Interviewee

En ik moet zeggen, ik ben ook een heel makkelijk pizza-eter, want ik bestel eigenlijk altijd een Pizza Margherita.

00:02:38

Interviewee

Dus die klik ik eens aan, een plusje.

00:02:40

Interviewee

En dan vraagt hij of ik er van allerlei dingen bij wil, een dessert.

00:02:45

Interviewee

Nee, dat hoeft ik niet.

00:02:52

Interviewee

Ik vind het eigenlijk vervelend dat ik aan moet klikken en dat ik hem niet wil.

00:02:56

Interviewer

Dat het automatisch aangegeven wordt is interessant.

00:02:59

Interviewee

Ja, ik heb het liever niet.

00:03:00

Interviewee

En als ik wel eens wil dat ik het aanklik, dan drank je erbij.

00:03:04

Interviewee

Dat mag gewoon, je krijgt er vast los van.

00:03:08

Interviewee

Dan druk ik op bestellen.

00:03:13

Interviewer

Dan moet ik nog een keer aanklikken.

00:03:16

Interviewee

En dat ik hem niet wil.

00:03:21

Interviewer

Nu pakt hij een andere pizza.

00:03:22

Interviewer

Volgens mij heeft hij gedubbeklikt de pizza Capriosa.

00:03:25

Interviewer

Als je daar gewoon op het kruisje duwt, dan is het volgens mij ook goed.

00:03:29

Interviewer

Maar dan heb jij je keuze van restaurant en van pizza gemaakt.

00:03:32

Interviewer

Ja.

00:03:33

Interviewer

En dan merk ik dat je de reviews wel bekijkt.

00:03:36

Interviewee

Ja, ik moet zeggen, alleen de sterretjes en aantallen, maar inhoudelijk...

00:03:41

Interviewee

Ja, ik ga ze niet allemaal langs.

00:03:43

Interviewee

Wie vindt het lekker of niet?

00:03:44

Interviewer

Dus het is voor jou meer van het gemiddelde moet redelijk zijn, want er waren restaurants met hogere reviews.

00:03:50

Interviewee

Ja, ja, weet je, het blijft ook wel een mening, vind ik altijd.

00:03:53

Interviewee

En of het algemeen is ook wel dit bij reviews.

00:03:56

Interviewee

Tenminste, ik geef zelf bijna nooit, maar ik heb het gevoel dat mensen met name een review ook geven als ze niet tevreden zijn.

00:04:05

Interviewee

Maar goed, ja, als er honderd reviews zijn of twintig, ja, en er staat gemiddeld een één.

00:04:10

Interviewee

Dan durf ik het echt niet aan en of dat nu een 3,8 is of 4,2, dat geloof ik wel.

00:04:15

Interviewer

Ja, dus in principe als er een 5 had gestaan, maar er waren twee reviews geweest en je dacht...

00:04:20

Interviewer

Ja, dan.

00:04:20

Interviewee

Is dat de broer en de 98 altijd.

00:04:23

Interviewee

Ja, dat is ook...

00:04:24

Interviewer

Het nummer is eigenlijk dan de grootste doorslaggevende factor, want je moet wel het aantal reviews...

00:04:30

Interviewer

Ja, er moet wel een.

00:04:31

Interviewee

Serius getal zitten en ik kijk altijd naar 50 plus.

00:04:34

Interviewee

Kijk, 20 zijn je familie, vrienden als je bedrijf begint.

00:04:37

Interviewee

Ik heb zelf ook een bedrijf.

00:04:39

Interviewee

Gooi dat in de familie-apps en in één keer heb je vijf sterretjes van twintig mensen.

00:04:44

Interviewee

Dus dat geloof ik, maar daarna gaat het wel iets verder.

00:04:50

Interviewer

Dankjewel voor het maken van je keuze.

00:04:52

Interviewee

Graag gedaan.

Interview 8

00:00:00

Interviewer

Nou, ten eerste heb ik jouw toestemming om het op te nemen en te gebruiken in mijn onderzoek?

00:00:07

Interviewee

Ja, dat heb je.

00:00:08

Interviewer

mooi.

00:00:09

Interviewer

Je kan op elk moment stoppen.

00:00:11

Interviewer

Je hoeft niet aan te geven waarom.

00:00:13

Interviewer

Je kunt op elk moment stoppen.

00:00:14

Interviewer

Je bent anoniem.

00:00:16

Interviewer

Je e-mailadres heb ik, maar dat wordt straks verwijderd.

00:00:19

Interviewer

Dus dat komt ook niet in het eindproduct.

00:00:21

Interviewer

Nou, dan mag je beginnen.

00:00:23

Interviewee
Nou, ik heb zin in een pizza.
00:00:28

Interviewee
Amerikaanse, dat was het ja.
00:00:30

Interviewee
Ik klik even op Amerikaanse pizza.
00:00:34

Interviewee
Nou, ik denk dat ik pas even ga kijken bij pizza Palladino.
00:00:40

Interviewee
Dat klinkt goed.
00:00:42

Interviewee
Ik klik hem aan.
00:00:46

Interviewee
Dan denk ik...
00:00:49

Interviewee
Even kijken.
00:00:51

Interviewee
Kapsalon en Kalfsdöner nog.
00:00:51

Interviewee
Kapsalon en Kalfsdöner
00:01:00

Interviewer
Ik denk dat ik het maar eens voor de kalfsdöner heb.
00:01:14

Interviewer
En het idee is dat je een pizza restaurant uitkiest, dus niet zozeer de pizza zelf zeg maar.
00:01:20

Interviewer
Het gaat echt om waar ga je het halen.
00:01:22

Interviewee
Oké, want ik heb hier dus al pizza palladino aangeklikt.
00:01:25

Interviewer

Ja, die vond je interessant.

00:01:27

Interviewer

Wat sprak je aan?

00:01:29

Interviewee

Nou ja, de naam r.

00:01:31

Interviewer

Ja, alleen de naam?

00:01:34

Interviewer

Was er niks anders waar je naar kijkt als je denkt van, oh, wat ga ik hier bestellen?

00:01:38

Interviewer

Weet ik dat wel zeker?

00:01:40

Interviewee

Nou, ik ben vrij makkelijk en ik bestel ook gewoon vrij makkelijk.

00:01:45

Interviewer

Ja, je denkt gewoon, ik vind er één en ik denk, komt allemaal wel goed.

00:01:49

Interviewee

Ja.

00:01:50

Interviewer

Vind jij, vind je reviews niet van belang bij het kiezen van een restaurant?

00:01:57

Interviewee

Nee.

00:01:58

Interviewee

En dat is eigenlijk omdat ik, ik ben van mening dat juist degene die negatieve effecten hebben gehad bij een restaurant, dat zijn degene ook die de reviews plaatsen.

00:02:10

Interviewee

Omdat er eigenlijk van een restaurant of van wat voor bedrijf dat dan ook is, jij verwacht gewoon, jij betaalt ergens voor, dus krijg je iets.

00:02:17

Interviewee

Ja.

00:02:18

Interviewee

Ik vind, mijn vrouw die kan dat wel heel goed.

00:02:21

Interviewee

Alleen ik heb altijd zoiets van ja, ik bestel het en als ik het dan niet lekker vind, koop ik er gewoon niet meer wat.

00:02:27

Interviewer

Maar bij jou heeft het een sterrenscore, weet je, als het één ster heeft dan zou je nog zeggen van oh, proberen.

00:02:32

Interviewee

Dan zou ik het nog wel kunnen proberen, ja.

00:02:34

Interviewer

Je zou het nog proberen, als het gewoon één sterrenscore heeft

00:02:37

Interviewee

Ja, ja.

00:02:38

Interviewee

Ik zie het wel.

00:02:39

Interviewee

Ik moet wel zeggen, dit nu met een pizzeria vind ik dat iets anders.

00:02:43

Interviewee

Ik weet niet of het voor jou relevant is, maar ik heb vorige week, nee, vorige week niet, drie weken, vier weken geleden, een motorpak besteld in Ierland.

00:02:51

Interviewee

Bij een Adil, die waarschijnlijk uit Pakistan had komen.

00:02:56

Interviewer

Klassieker, ja.

00:02:57

Interviewee

Nou, daar heb ik dus eerst contact gezocht met die man.

00:03:01

Interviewee

De reviews waren goed.

00:03:03

Interviewee

Uiteindelijk heeft hij voor mij dus dat pak helemaal gemaakt, op maat, zoals ik hem wilde hebben.

00:03:07

Interviewer

Netjes.

00:03:09

Interviewee

En voor weinig geld.

00:03:10

Interviewer

Nou, dat is mooi.

00:03:11

Interviewer

Daar zijn de reviews dus wel van gebracht.

00:03:13

Interviewer

Dan wel, maar...

00:03:14

Interviewer

Dus bij eten vind jij dat minder belangrijk?

00:03:18

Interviewee

Ja, ja, ja.

00:03:22

Interviewee

Ja, over smaak valt het twisten, zo simpel is het.

00:03:26

Interviewee

Wat jij lekker vindt, hoeft ik niet lekker te vinden.

00:03:27

Interviewer

Nee, dat klopt.

00:03:29

Interviewee

Of wat jij mooi vindt.

00:03:30

Interviewee

Ik vind dat lastig.

00:03:32

Interviewee

Kijk, op het moment dat je heel veel negatieve reviews hebt, dan nog ben ik wel geneigd om het wel te doen.

00:03:41

Interviewee

Nou, als voorbeeld.

00:03:44

Interviewee

Je hebt hier in Dusty's zitten, die broodjeszaak waar je zondags terecht kunt.

00:03:49

Interviewee

Die staat, de reviews zijn slecht.

00:03:52

Interviewee

Datgene wat in de review staat, vrouwen met onder getatoeëerde armen roken voor het restaurant, dat klopt allemaal.

00:03:59

Interviewee

Maar ja, ik vind ze helemaal lekkere broodjes, dus dan valt voor mij die review weg.

00:04:03

Interviewer

Ja, valt dan natuurlijk wel af.

00:04:05

Interviewee

Ja, ik ga daar heen voor het broodje, niet voor de entourage.

00:04:08

Interviewer

Je hebt de reviews wel gezien?

00:04:09

Interviewee

Ik heb ze wel gezien in dit geval.

00:04:11

Interviewer

Dus je kijkt er soms wel naar?

00:04:13

Interviewee

Wel als het heel slecht is.

00:04:17

Interviewee

In dit geval, wij kwamen door Glanerbrug, daar zag ik die broodjes, wij hebben die broodjes gehaald, en later keek ik op de reviews.

00:04:26

Interviewee

En toen dacht ik van oké, oh wow, kan inderdaad.

00:04:30

Interviewee

Dan nog, Lucas zei, wat een lekkere broodjes.

00:04:35

Interviewee

Ja, dus dat is dan voor mij belangrijk.

00:04:39

Interviewee

Ja, ik persoonlijk trek me daar nooit veel over na.

00:04:41

Interviewer

Tenzij het maar heel laag is, dan kijk je nog een keer van...

00:04:44

Interviewer

Dan.

00:04:44

Interviewee

Kan het nog een keer zijn, ja.

00:04:45

Interviewer

Maar als je eten zelf moet kiezen, dan is het gewoon een beetje, nou, wat ziet er leuk uit, wat een leuk plaatje.

00:04:50

Interviewee

Ja, ja.

00:04:52

Interviewee

Ik heb meestal...

00:04:53

Interviewee

Je zit natuurlijk nu in Apeldoorn.

00:04:56

Interviewee

Ja.

00:04:57

Interviewee

Als jij daar woont, dan weet je vaak ook wel dat iemand zegt van daar moet je heen of daar moet je heen.

00:05:02

Interviewee

De mondelinge reclame vind ik vaak iets belangrijker dan de sterren.

00:05:06

Interviewer

Dus als jij zeg maar zelf ineens in Apeldoorn zou zijn en je zou zeggen van oh shit ik moet echt pizza eten, maar waar ga ik dat doen?

00:05:12

Interviewer

Dan kijk je gewoon naar, kies er wel eentje die niet alle te lage reviews heeft.

00:05:17

Interviewer
Dus ik denk niet dat je zou gaan voor 1 ster of wel.
00:05:20

Interviewee
Misschien wel.
00:05:21

Interviewer
Misschien wel?
00:05:22

Interviewer
Ik heb het niet eens gezien.
00:05:24

Interviewer
Nee, je kijkt er gewoon niet naar.
00:05:25

Interviewer
Oké.
00:05:26

Interviewee
Nee, ik heb even kijken.
00:05:28

Interviewee
Wat hadden we nog staan?
00:05:31

Interviewee
De Pizza Wackers...
00:05:31

Interviewer
Dat blijft bovenaan volgens mij, toch?
00:05:33

Interviewee
Ja, goed.
00:05:34

Interviewer
Weet je, als ik...
00:05:34

Interviewer
Pizza Paladino, ja.
00:05:36

Interviewee
De Pizza Wackers Apeldoorn, Pizza Sandro...
00:05:40

Interviewee

Ja, nee.
00:05:41

Interviewee

Ja, nee.
00:05:42

Interviewee

Ik zou Pizza Palace...
00:05:44

Interviewee

Dat zou ik niet zo gauw wel bestellen.
00:05:46

Interviewee

Dat vind ik een beetje klinken als Auto Palace.
00:05:50

Interviewer

Ja, dat klinkt een beetje minder authentiek ofzo.
00:05:57

Interviewee

Pizza Palladino.
00:05:58

Interviewer

Dat klinkt Italiaans.
00:06:00

Interviewee

Er zit waarschijnlijk een Turk op, maar het klinkt wel Italiaans.
00:06:04

Interviewee

Het maakt niet uit als het eten maar lekker is toch?
00:06:08

Interviewee

Ik had deze net allemaal niet gezien, ik zag er net veel minder.
00:06:11

Interviewer

Nee tuurlijk, dat was hetzelfde maand, maar je ging vrij snel naar die, volgens mij omdat je Amerikaans had gekleed.
00:06:16

Interviewee

Oh, je had Amerikaans aangekleed.
00:06:18

Interviewer

Dat kan zijn ja.
00:06:19

Interviewer

Ja, kijk maar.

00:06:22

Interviewee

Dan zou ik, als ik dit nu zo zie en ik mocht New York en dinges niet kiezen.

00:06:26

Interviewee

Dan denk ik dat ik voor hem zou gaan.

00:06:28

Interviewer

Ja, voor Pizza sandro.

00:06:30

Interviewee

Ja, omdat het ziet er Italiaans uit.

00:06:34

Interviewee

En daar inderdaad, dan zou ik die 4.2 wel zien.

00:06:39

Interviewee

Maar op een 3.8 zou ik hem niet kiezen, zeg maar.

00:06:43

Interviewer

Nee, je zou niet zeggen dat 1 punt score uitmaakt.

00:06:48

Interviewer

Als je twee pizzeria's ziet en je vindt bij de ene het plaatje leuker, dan maakt die score minder uit.

00:06:54

Interviewee

Ja.

00:06:55

Interviewer

De naam of het gevoel dat je van de naam krijgt een beetje.

00:06:59

Interviewee

En als je het met een pizza hebt, dan is de pizza misschien wel wat anders, maar...

00:07:02

Interviewee

Ja.

00:07:03

Interviewee

Papizza.

00:07:04

Interviewee

Papizza.

00:07:09

Interviewer

Wat een naam.

00:07:10

Interviewee

Ja, maar dit ook.

00:07:11

Interviewee

Alibaba.

00:07:12

Interviewee

Alhamidi.

00:07:14

Interviewer

Dat zijn eethuizen volgens mij.

00:07:18

Interviewee

Ja, maar dan zijn er misschien meer eethuis.

00:07:20

Interviewee

Maar ja, er zit natuurlijk, weet je, de echte Italiaan is ook niet meer.

00:07:25

Interviewer

Hier in de wijk hebben we, wat hebben we hier?

00:07:29

Interviewer

Een olijffe, maar ja.

00:07:32

Interviewee

Die hebben we dan eens een keer, dat ik dacht van nou, ik moest 8 euro betalen of 9 euro voor een broodje.

00:07:37

Interviewee

Mijn bakje zat nog niet half vol.

00:07:39

Interviewee

Maar ik heb wel een grote betaald.

00:07:41

Interviewee

Dus ik denk van nou, als ik een grote betaal en ik krijg zo'n laagje shawarma erin.

00:07:45

Interviewee

Maar dan kom ik toch gewoon hier weer.

00:07:47

Interviewee

Ik steek daar niet eens tijd in om een negatieve review te doen.

00:07:52

Interviewee

De één die heel veel in de computer zit, die zou het wel doen.

00:07:57

Interviewer

Je bent meer een gevoelsmens dan als het hier om gaat.

00:08:00

Interviewee

Ik ben monteur, ik ben de hele dag aan het werk en mijn computer doet nooit wat hij moet doen.

00:08:05

Interviewee

Dus dan is het voor mij al vrij snel samenwerken met je computer.

00:08:09

Interviewer

Ik ga gewoon van mijn eigen intuïtie uit.

00:08:11

Interviewee

Ik zie het wel.

00:08:13

Interviewee

Ja, dat is wel een beetje...

00:08:14

Interviewee

Een.

00:08:16

Interviewer

Beetje hoe het dus werkt als je pizza wil krijgen.

00:08:19

Interviewee

Als hier nou een New York pizza op de Lola zou zitten, daar heb ik vroeger op school gezeten, dan zou het er misschien wel aan klikken.

00:08:26

Interviewee

Maar dan ook puur omdat...

00:08:29

Interviewee

Bekend voorkomt.

00:08:31

Interviewer

Ja, dat is bij jou meer naam en een beetje gevoel erachter.

00:08:35

Interviewee

Ja, of wel Toscana of zo.

00:08:37

Interviewer

Ja, want dat klinkt Italiaans.

00:08:41

Interviewee

En ik vind eigenlijk alles wat iets met Italië te maken heeft wel leuk.

00:08:44

Interviewer

Je hebt het goed uitgezocht voor mij.

00:08:47

Interviewer

Toevallig.

00:08:48

Interviewer

Dan zou jij minder de Crazy Italian kant op gaan.

00:08:51

Interviewer

Dat is een beetje een gekke naam voor een pizzeria, ik weet niet.

00:08:54

Interviewee

Crazy Italian.

00:08:55

Interviewee

Kan ook nog wel.

00:08:59

Interviewee

Ja goed, weet je, die kleurtjes vallen natuurlijk iets meer op dan het zwart-wit.

00:09:02

Interviewee

Ja.

00:09:03

Interviewee

Wat doe jij nou dan voor een opleiding dan?

00:09:06

Interviewer

Dat zal ik je zo even vertellen als het interview klaar is.

00:09:08

Interviewer

Ik ben nog aan het opnemen.

00:09:09

Interviewer

Maar volgens mij zijn we op de conclusie dat...

00:09:12

Interviewer

Ja, wat voor jou belangrijk is, is het gevoel.

00:09:15

Interviewer

En sterren zijn wel van belang als ze heel laag zijn.

00:09:18

Interviewer

Maar niet per se als er een punt verschil tussen zit.

00:09:22

Interviewer

Dan denk jij niet meteen van, oh dan moet ik die hebben in plaats van die.

00:09:24

Interviewee

Nee, want een 3,1 zeg maar is een 6.

00:09:27

Interviewee

Een 4 punt is een 8.

00:09:29

Interviewer

Ja, dan denk je van, dat moet ik zelf eerst ervaren en dan kom ik er wel een keer achter.

00:09:34

Interviewee

Ja, nee, voor mij zou het niet zo...

00:09:37

Interviewee

Ik zou wel, als ik er één heb, dan zou ik wel gaan kijken.

00:09:41

Interviewer

Misschien.

00:09:43

Interviewee

Ja.

00:09:43

Interviewee

Je zag het zelf, ik had eigenlijk de beslissing al vanochtend en ik bestond niet.

00:09:46

Interviewee

En ik zag pas later de score.

00:09:49

Interviewer

Ja, dat kan.

00:09:51

Interviewer

Als je echt een gevoelsmens hebt, dat kan hoor.

00:09:54

Interviewer

Ja.

00:09:54

Interviewee

Nou, dat...

00:09:57

Interviewer

Ja, dat is een mooie conclusie om op te eindigen, dankjewel.

00:10:00

Interview 9

00:00:00

Interviewer

Een hele goede middag.

00:00:01

Interviewer

Goedemiddag.

00:00:04

Interviewer

Voorafgaande aan het interview wil ik even zeggen dat je ten alle tijde kunt stoppen.

00:00:08

Interviewee

Oké.

00:00:08

Interviewer

Daar hoeft je ook geen reden voor te geven.

00:00:10

Interviewer

Verder is alle persoonsgebonden informatie alleen voor mij en wordt daarna ook verwijderd.

00:00:16

Interviewer

En tenslotte wil ik graag even toestemming vragen om dit op te nemen.

00:00:20

Interviewee

Akkoord, dat kan.

00:00:21

Interviewer

Helemaal mooi.

00:00:22

Interviewer
Dan mag je beginnen met de opdracht.
00:00:24

Interviewee
Is prima.
00:00:29

Interviewer
Dus wat doe je nu?
00:00:31

Interviewee
Ik zoek op pizza.
00:00:33

Interviewee
En dan zie ik dat er 28 partijen zijn.
00:00:37

Interviewee
Ik ga daar geen bedrag invullen, want dat zie ik dan wel.
00:00:44

Interviewee
En dan zie ik de eerste, Chango's Fried Chicken.
00:00:49

Interviewee
Dat is niet direct pizza naar mijn idee, dat is een bijproduct.
00:00:53

Interviewee
Eethuis Ali Baba, flink.
00:00:58

Interviewee
De Blokker, dat je daar pizza's kan krijgen.
00:01:00

Interviewee
En Domino, dat is wel bekend, maar dat was niet de bedoeling.
00:01:03

Interviewee
En dan zie ik Midas Apeldoorn, dat lijkt mij wel wat, daar klik ik op.
00:01:09

Interviewee
En dan zie ik inderdaad allemaal pizza's.
00:01:21

Interviewee
Tenminste, in de plaatjes nog niet direct.
00:01:24

Interviewee

Dan zoek ik bovenin.

00:01:27

Interviewee

En dan zie ik daar pizza's staan, daar klik ik op.

00:01:30

Interviewee

En dan kan ik de pizza's kiezen die ik wil hebben.

00:01:35

Interviewer

Dus jij, als jij zou moeten kiezen voor een pizzarestaurant, zou je direct voor deze gaan?

00:01:39

Interviewee

Ja, omdat het voor mij een onbekende locatie is.

00:01:42

Interviewee

En de opdracht was om een onbekende pizza, dan pak ik gewoon de eerste die ik kan vinden.

00:01:49

Interviewer

Zijn reviews voor jou nog van belang als je kijkt naar een nieuw onbekend pizzarestaurant?

00:01:56

Interviewee

Nee, normaal kijk ik daar niet bij.

00:02:00

Interviewee

Waar ik wel naar kijk is of het bezorgen mogelijk is.

00:02:02

Interviewee

Dan zie ik dat dat vanaf half 4 mogelijk is.

00:02:06

Interviewer

Oké, dus het review is niet van belang.

00:02:09

Interviewer

Maar stel je voor, je had hierboven gekeken en het had een 1 of 2 sterren gehad.

00:02:13

Interviewer

Had je dat gezien?

00:02:14

Interviewee

Nee, ik heb er ook niet op gelet eerlijk gezegd op dit moment.

00:02:18

Interviewee

Maar dat is misschien ook wel omdat je er niet zelf echt in de buurt woont.

00:02:22

Interviewee

En aan de andere kant, het is natuurlijk een onbekende, dus het zou wel logisch zijn om dat wel te doen.

00:02:27

Interviewee

Ja.

00:02:28

Interviewee

Moet ik ook zeggen dat de reviews nog niet direct...

00:02:31

Interviewer

Staan als het goed is helemaal bovenaan.

00:02:37

Interviewer

Dit is wel een beetje verstopt, maar...

00:02:42

Interviewer

Onder de naam.

00:02:45

Interviewee

Hier is wel heel goed verstopt.

00:02:47

Interviewer

Ja, toch?

00:02:51

Interviewer

Wacht, zie je ze niet?

00:02:55

Interviewer

Ze staat onder de naam van het restaurant daar.

00:02:57

Interviewer

Oh, ja.

00:02:59

Interviewer

Ja, heel klein.

00:03:00

Interviewee

Ja, 4,2, dus dat is goed genoeg.

00:03:05

Interviewee

En er zijn meer dan 200 mensen.

00:03:06

Interviewer

Die...

00:03:07

Interviewer

Ja, dus dat vind je wel van belang, hoeveel mensen.

00:03:09

Interviewee

Ja, als ik er dan op let, dan is het inderdaad wel handig om te weten hoeveel mensen het zijn.

00:03:13

Interviewee

Want wat je in ieder geval vroeg, ik weet niet of dat nu nog zo heel erg is.

00:03:19

Interviewee

maar dat vooral het personeel werd gevraagd om reviews achter te laten.

00:03:22

Interviewer

Dus dan is het aantal wel handig om te weten hoeveel het is, want dan denk je als het meer is dan een bepaalde...

00:03:30

Interviewer

Als het meer is dan vijf bijvoorbeeld, dan zou je zeggen van...

00:03:34

Interviewer

Ja, meestal gaat het toch...

00:03:36

Interviewee

Als ik er nog wel eens naar kijk, ja dat is heel raar, bij pizza's let ik er niet zo op, denk ik zal het goed zijn.

00:03:41

Interviewee

Op het moment dat ik bijvoorbeeld naar een wasmachine op zoek ben of iets...

00:03:46

Interviewee

Dan kijk ik wel eventjes naar de reviews en dan lees ik ze ook wel.

00:03:49

Interviewee

Dat is een wat grotere uitgave bij zo'n pizza van 15-20 euro met bezorgkosten.

00:03:55

Interviewee

Dan denk ik, het zal wel goed zijn.

00:03:58

Interviewer

En wat ik wel zag is, je zei, ga ik misschien wel naar moeten kijken, want je keek er overheen.

00:04:02

Interviewer

Heeft dat te maken met hoe klein het is?

00:04:06

Interviewee

Nee, niet zozeer hoe klein het is, maar er staat een sterretje met 4.2 en ik had verwacht eigenlijk dat er iets van reviews zou staan.

00:04:13

Interviewee

Dat het iets duidelijker op de site aanwezig was.

00:04:18

Interviewer

Ja, daar ben ik met je eens.

00:04:20

Interviewer

Als je ze zou willen zien...

00:04:21

Interviewer

Ja.

00:04:22

Interviewee

Dan kun je erop klikken.

00:04:22

Interviewer

Dan staan ze daar.

00:04:23

Interviewer

Soms vijf keer klikken, want dat ding wil al de helft van de tijd niet laden.

00:04:26

Interviewer

Dan moet je een paar keer klikken.

00:04:28

Interviewer

Gewoon één keer en dan wachten en dan...

00:04:30

Interviewer

Ik weet niet wat er mis is met dat ding, maar ik heb nu al meerdere interviews gehad waar dat gewoon niet wou werken totdat je vijf keer klikt of zo en ineens zegt die...

00:04:40

Interviewer

Ja, gek hè?

00:04:40

Interviewee

Ja, hij blijft inderdaad...

00:04:42

Interviewee

Ja, hier zie je het wel.

00:04:46

Interviewer

En als je normaal wel naar reviews kijkt, is het dan als jij een bepaald aantal sterren ziet dat het meteen een afknapper is?

00:04:58

Interviewee

Wat ik al zei, ik bestel niet heel veel voor thuisbezorgd, af en toe voor mijn stiefvader, eigenlijk zelf nooit, omdat ik meestal dan probeer bij het bedrijf zelf te bestellen.

00:05:09

Interviewee

Omdat ik weet, ik heb zelf in de horeca gewerkt, hoeveel het kost om je aan te sluiten bij zo'n organisatie.

00:05:15

Interviewee

Ze zijn ook niet, wat dat betreft, niet altijd positief in het nieuws geweest, een paar jaar geleden.

00:05:21

Interviewee

Dus dan probeer ik meestal wel te zoeken op pizzeria zelf.

00:05:26

Interviewee

Op het moment dat ik echt een pizza zou willen hebben, op het moment dat ik op de straat woon in Apeldoorn, die aangegeven was, zou ik waarschijnlijk.

00:05:35

Interviewer

Via Google doen met pizza.

00:05:39

Interviewee

Ja, dan krijg je een kaartje en dan kun je te zien waar, dan kun je zo overal op klikken en dan kun je inderdaad ook meteen de reviews en je krijgt de website kunnen toe.

00:05:47

Interviewee

Dus eigenlijk thuisbezorgd, ik zou het alleen maar gebruiken op het moment dat ik er echt niet uit kom.

00:05:57

Interviewer

Ja, als je er echt niet uit komt waar je wilt kijken.

00:06:00

Interviewee

Het is een laatste redmiddel.

00:06:02

Interviewer

Dus bijvoorbeeld een nieuwe locatie waar je nog nooit bent geweest.

00:06:05

Interviewee

Ja, maar goed, aan de andere kant op je telefoon op het moment dat je zegt, mag ik locatie gebruiken, dan geeft hij ook alle pizzeria's in de buurt met van die mooie rode bolletjes.

00:06:15

Interviewee

Volgens mij staat daar zelfs een cijfer bij, maar dat weet ik niet meer helemaal.

00:06:22

Interviewer

Maar ik zie dus wel dat als jij normaal naar reviews zou kijken, dan kijk je naar de gemiddelde sterrenscore en hoeveel beoordelingen er zijn achtergelaten.

00:06:30

Interviewer

Ja, er moeten wel minimaal 10-15 reviews.

00:06:34

Interviewee

Zijn, maar dan heb ik toch wel mijn twijfels.

00:06:37

Interviewee

Aan de andere kant, als het allemaal goed zijn, dan zou je wel wat.

00:06:42

Interviewer

Sneller een kans geven.

00:06:45

Interviewee

Maar goed, over het algemeen bestel ik niet zo snel iets waar Ja, als we wat bestellen dan is het vaak in de buurt en dan weten we wel waar we bestellen.

00:06:55

Interviewer

Ja, daarom.

00:06:56

Interviewer

Dat is ook een van de redenen waarom het een andere locatie is natuurlijk.

00:07:00

Interviewer

Nou, dan heb je je keuze gemaakt denk ik.

00:07:02

Interviewee

Ja.

00:07:03

Interviewer

Midas.

00:07:05

Interviewer

Dankjewel.

00:07:06

Interviewer

Graag gedaan.

Interview 10

00:00:00

Interviewee

Oké, nou ik ga dus nu op zoek naar een pizza.

00:00:03

Interviewer

Ja, ik wil nog even mondeling vragen of ik de toestemming heb om deze opname, deze opname te gebruiken.

00:00:10

Interviewee

Je hebt voor mij alle toestemming.

00:00:11

Interviewer

Mooi, nou dan kun je beginnen.

00:00:15

Interviewee

Ik zie dat de website al voor mij geopend is, dat is mooi.

00:00:18

Interviewee

En wat ik eigenlijk wil doen, ik ga eerst even kijken welke pizzeria er eigenlijk is.

00:00:23

Interviewee

En dan wil ik eerst een keer kijken of ik een pizzeria kan vinden die iets speciaals doet.

00:00:33

Interviewee

Oké.

00:00:34

Interviewee

Locatie...

00:00:35

Interviewee

Pizzeria.

00:00:36

Interviewee
Oh, hij staat er.
00:00:40

Interviewee
Pizza Bakkers van Apeldoorn.
00:00:42

Interviewee
Italiaanse
00:00:43

Interviewee
Nou ja, een pizza, dat is...
00:00:45

Interviewee
Dat is Italiaans.
00:00:46

Interviewee
Ik zou eigenlijk wel een Italiaan willen hebben die de pizza's gaat maken.
00:00:51

Interviewee
Pizza Bakkers van Apeldoorn.
00:00:59

Interviewee
Het vlaggetje van Italië, dat suggereert dat het Italiaans is.
00:01:03

Interviewee
Hier staat ook Italiaanse pizza.
00:01:04

Interviewee
Nou, dan klik ik hem eens aan.
00:01:05

Interviewee
Dan gaan we even kijken wat daar uitkomt.
00:01:10

Interviewee
Pizza Sandro.
00:01:12

Interviewee
Wat ik eigenlijk wel een beetje interesse in heb nu, is of die ook recensies heeft.
00:01:18

Interviewer
Ja.
00:01:18

Interviewee

Dan ga ik even kijken of ik die ergens tevoorschijn kan toveren.

00:01:23

Interviewer

Volgens mij staan de recensies bovenaan.

00:01:26

Interviewee

Links bovenin.

00:01:28

Interviewer

Het is goed als je daar op klikt.

00:01:35

Interviewer

En waar kijk je dan vooral naar?

00:01:40

Interviewee

Bij kwaliteit, bezorgtijd.

00:01:42

Interviewee

Bezorgdheid vind ik nog niet zo heel erg spannend.

00:01:47

Interviewee

Maar wel de kwaliteit.

00:01:52

Interviewee

Als ik het zo bekijk, dan de eerste paar die ik heb gekeken, die hebben best wel een goede recensie afgegeven.

00:01:58

Interviewer

Ja.

00:01:58

Interviewee

En ik hoef eigenlijk niet verder te kijken, want voor mij is het de eerste paar die wat gestuurd hebben, vind ik prima.

00:02:05

Interviewer

Die vind je prima?

00:02:06

Interviewer

Ja.

00:02:06

Interviewer

En dan kijk je naar het gemiddelde of is dat niet echt iets wat je...

00:02:09

Interviewer

Nee, ik kijk gewoon...

00:02:11

Interviewer

Je kijkt specifiek naar individuele mensen die...

00:02:14

Interviewer

Ja, ik blader.

00:02:15

Interviewee

Heel snel door, want als ik heel vaak dit tegenkom, dan denk ik...

00:02:18

Interviewee

Ja.

00:02:18

Interviewer

Als je heel vaak één ster, twee sterren tegenkomt, dan denk je...

00:02:22

Interviewer

Dan denk.

00:02:22

Interviewee

Ik van ja, daar moet ik wel even over nadenken.

00:02:24

Interviewee

Maar weet je, dit is wel een bedrijf dat ik een kans wil geven dat hij mij een pizza mag bezorgen.

00:02:29

Interviewer

Ja, ja, ja.

00:02:30

Interviewee

En voor hetzelfde geld, ja.

00:02:32

Interviewee

Ik hoop dat die pizza dan smaakt.

00:02:33

Interviewer

Ja, dat kan me voorstellen.

00:02:34

Interviewee

Maar als het dan niet zo is, dan heb ik gewoon vreselijk veel pech gehad, want ja, dan heb ik de verkeerde keuze gemaakt.

00:02:39

Interviewer

Ja.

00:02:40

Interviewee

Op een beoordeling van 5 komt hij uit op 4,2.

00:02:43

Interviewee

Vind ik prima.

00:02:44

Interviewee

Voor mij is dat goed.

00:02:45

Interviewee

Dus ik wil bij dit restaurant wel een pizza bestellen.

00:02:50

Interviewer

Oké, dan hebben we dit gedeelte gedaan.

00:02:53

Interviewer

Ik had gedacht dat het iets langer zou duren, maar dat is helemaal mooi.

00:02:56

Interviewee

Ik ben snel, hè?

00:02:57

Interviewer

Ja, je bent wel snel.

00:02:58

Interviewer

Dus waar jij het meeste naar kijkt, als jij ook naar een review kijkt, dat is echt gewoon de eerste paar mensen.

00:03:03

Interviewer

Maar je kijkt niet naar het gemiddelde specifiek, jij kijkt echt naar...

00:03:07

Interviewee

Ik blader even heel snel door wat het gemiddelde uitkomt.

00:03:12

Interviewer

Wat een beetje bovenaan staat.

00:03:14

Interviewee

Daar kan ik mezelf wel heel snel een uitkomst van maken van dat is goed of niet goed.

00:03:21

Interviewee

Als ik terugkom zie ik een gemiddelde staan van 4,2 op een rating van 5 is dat meestal.

00:03:27

Interviewee

Dan score ik bij mij een 8.

00:03:30

Interviewee

En alles wat boven een 8 in.

00:03:33

Interviewer

Goed.

00:03:34

Interviewee

Dat is voor mij goed.

00:03:36

Interviewee

Van oudsher is dat ingegeven.

00:03:38

Interviewee

Als je een 8 hebt gehaald, heb je het goed gedaan, jongen.

00:03:41

Interviewer

Ligt het bij jou dan ook nog ergens aan, als je naar de reviews kijkt, naar hoeveel er bijvoorbeeld zijn?

00:03:46

Interviewer

Nee, daar kijk ik niet aan.

00:03:48

Interviewee

Ik heb op dit moment zin in een pizza en ik ga een pizza bestellen.

00:03:52

Interviewee

En dan wil ik hem.

00:03:55

Interviewee

Ik wil niet van Domino's zijn.

00:03:56

Interviewee

Ik wil ook niet die fastfood

00:03:59

Interviewee

Dan wil ik echt naar een Italiaantje toe, die vanuit Italië hier naar Nederland is gekomen.

00:04:06

Interviewee

Dan denk ik, ja, we gaan het doen.

00:04:07

Interviewee

We gaan het openen.

00:04:08

Interviewer

Ja, dus dan is het echt gewoon de top paar recensies.

00:04:11

Interviewer

Dan denk je, nou, deze geven mij een beeld van.

00:04:15

Interviewer

En dan vooral ook de kwaliteit en niet zozeer de bezorgdheid.

00:04:19

Interviewee

Bezorgdheid vind ik niet zo heel erg belangrijk.

00:04:22

Interviewee

Kijk, ik moet natuurlijk niet zeggen dat ik in de recensie zie dat de bezorgdheid ongeveer twee uur na het moment dat je besteld hebt.

00:04:29

Interviewee

Ja, daar word je daar flauw van.

00:04:30

Interviewer

Nee, natuurlijk.

00:04:32

Interviewee

Zo snel kijk ik niet naar.

00:04:33

Interviewee

Je gaat op een gegeven moment ook met iemand in gesprek.

00:04:35

Interviewee

En dan kan je ook vragen hoe lang het duurt voordat ik mijn pizza kan verwachten.

00:04:38

Interviewer

Ja, tuurlijk.

00:04:39

Interviewer

Je zou normaal met de telefoon bestellen?.

00:04:41

Interviewee

Ja, zeker.

00:04:43

Interviewer

Nou, dan kijk je dus eigenlijk echt naar de top paar reviews en dan denk je, nou...

00:04:49

Interviewer

Maar kijk je ook naar de tekst die in de review staat?

00:04:51

Interviewer

Is dat iets wat je in acht neemt?

00:04:52

Interviewer

Nee, dat is niet...

00:04:53

Interviewer

Je bedenkt van, het maakt niet uit wat ze zeggen.

00:04:55

Interviewer

Als het maar een beetje goede sterren heeft, dan...

00:04:57

Interviewer

Weet je, ik wil een pizza bestellen.

00:04:59

Interviewee

En dan...

00:05:02

Interviewee

Omdat het voor mij helemaal nieuw is bij deze...

00:05:04

Interviewee

Ik ben net nieuw in Apeldoorn en daar wil ik die pizza dan eten.

00:05:10

Interviewee

Maar dan...

00:05:11

Interviewee

Moet ik ergens een indicatie hebben?

00:05:12

Interviewee

Ik zou al die dingen door kunnen blazen.

00:05:14

Interviewee

Dat vind ik gewoon jammer van de tijd.

00:05:16

Interviewee

Ik moet op een gegeven moment maken.

00:05:17

Interviewee

Ik maak een keuze.

00:05:18

Interviewee

En mijn keuze bestaat uit het feit dat ik een Italiaan zoek die een pizzeria heeft.

00:05:24

Interviewee

En dan heb ik die gevonden en dan kijk ik even heel snel door wat zijn de gemiddelde reviews die eruit komen.

00:05:32

Interviewee

Wat ik je al benoemde, als ik heel snel allemaal van die blanke sterretjes zie, dan denk ik, laat maar zitten joh.

00:05:38

Interviewee

Dat is niet goed.

00:05:39

Interviewee

Dan ga ik verder kijken.

00:05:40

Interviewee

Maar als de reviews goed zijn, dan wil ik die man een kans geven.

00:05:44

Interviewer

Ja, en jij bent niet zo iemand die dan denkt van ik wil het beste hebben, dus ik ga vergelijken tussen pizzeria.

00:05:48

Interviewer

Dus jij denkt gewoon eerst de beste die een beetje goede reviews heeft en een beetje leuk eruit ziet.

00:05:53

Interviewee

Ik heb het over een Italiaan.

00:05:55

Interviewer

Ja, er staat een Italiaanse vlag in.

00:05:57

Interviewee

Ik zoek naar een Italiaan en als die man ook nog een beetje gebrekkig Nederlands tegen me spreekt...

00:06:02

Interviewer

Dat is helemaal goed.

00:06:03

Interviewee

Dan heb ik hem gewonnen.

00:06:04

Interviewee

Dan is hij top.

00:06:05

Interviewer

Ja, oké.

00:06:05

Interviewer

Maar dan is het menu ook niet echt van belang ofzo?

00:06:08

Interviewer

Nee, dat is gewoon pizza is pizza.

00:06:11

Interviewee

Timo, nou eerlijk zijn, als jij een pizza bestelt, waar dan ook, of hier in Nederland, dan krijg je alle goed gevulde pizza.

00:06:17

Interviewee

En als je een pizza carbonara bestelt, dan weet ik hoe die eruit ziet.

00:06:21

Interviewee

Wil ik een pizza funghi, dan weet ik hoe die eruit ziet.

00:06:24

Interviewee

Dat soort dingen.

00:06:26

Interviewee

Dus daar heb ik een bepaald verwachtingspatroon bij.

00:06:28

Interviewee

Wil ik een calzone bestellen, dan bestel ik dat, maar dan zijn ze eigenlijk overal gelijk.

00:06:34

Interviewee

De crux zit hem eigenlijk in, Die bodem.

00:06:38

Interviewee

En dat klinkt raar, maar we hebben hier ooit in Enschede een pizzeria gehad, die zat in de lange straat, die had een houten oven.

00:06:47

Interviewee

En die bakte daar zijn pizzeria's in.

00:06:49

Interviewee

Hij bestaat niet meer, maar toen waren wij niet op leeftijd .

00:06:56

Interviewee

Die man had zulke waanzinnig lekkere pizza's, en dan was de bodem ook echt krokant.

00:07:02

Interviewee

En als jij dan...

00:07:04

Interviewee

Ja, een pizza besteld, waar je een kleffe bodem op ziet.

00:07:08

Interviewer

Dus jij hoeft een beetje aan die eerste paar reviews te zien, is de bodem een beetje te doen, is die een beetje lekker?

00:07:13

Interviewee

Ach, moet je kijken.

00:07:14

Interviewee

Het staat niet bij je van die bodem.

00:07:15

Interviewer

Nee, maar ik bedoel, je haalt de kwaliteit er wel vanaf.

00:07:18

Interviewer

Dat je denkt van, nou oké, dat geef ik wel een kans.

00:07:20

Interviewee

Dat geef ik wel een kans.

00:07:22

Interviewee

Dat is waarom ik hem ook besteld heb.

00:07:23

Interviewee

Kijk, als het nou niks is geworden, dan vind ik het heel jammer.

00:07:27

Interviewee

Dan heb ik gewoon een verkeerde keuze gemaakt.

00:07:29

Interviewee

En dan zal ik m'n oren wel te luisteren leggen van, hé luister, Weet jullie misschien nog iemand hier in de buurt een pizza die goed is, een pizzeria die goed is.

00:07:38

Interviewer

Ja.

00:07:39

Interviewee

Ja, en dan krijgt die van mij een kans.

00:07:41

Interviewee

Maar ik ben wel zo, als ik ergens terecht ben gekomen en ik heb daar een goede pizza gegeten.

00:07:46

Interviewer

Dan kom je er weer.

00:07:47

Interviewee

Dan kom ik zeker terug.

00:07:48

Interviewer

Ja, dan ga ik het ook vertellen.

00:07:50

Interviewer

Ja, ja, ja.

00:07:51

Interviewer

Precies hetzelfde.

00:07:53

Interviewee

Ja.

00:07:54

Interviewer

Nou, dat is allemaal goed om te weten.

00:07:56

Interviewer

Dan denk ik dat het einde is van dit gedeelte.

00:07:59

Interviewee

Oké.

00:07:59

Interviewer

Dan kan ik hem even afronden.

Interview 11

00:00:00

Interviewer

Een hele goedemorgen.

00:00:03

interviewee

Goedemorgen Timo, laat eens horen.

00:00:05

Interviewer

Nou, ten eerste kun je dit onderzoek ten alle tijden stoppen.

00:00:09

Interviewer

En je hoeft daar ook geen reden voor te geven.

00:00:11

Interviewer

Alle persoonsgebonden informatie is alleen voor mij en wordt daarna verwijderd zoals je e-mailadres.

00:00:16

Interviewer

En voordat je kunt beginnen wil ik.

00:00:17

Interviewer

Even vragen, heb ik de toestemming om.

00:00:18

Interviewer

Dit op te nemen?

00:00:19

interviewee

Ja, dat ga je ook doen.

00:00:20

Interviewer

Helemaal mooi.

00:00:21

Interviewer

Dan mag je voor mij op het begin.

00:00:23

interviewee

Nou dan gaan we eens even kijken voor vanavond.

00:00:25

interviewee

Pizzaatje, bestellen, dat is iets wat ik nooit doe.

00:00:27

interviewee

Dus dat wordt interessant.

00:00:29
interviewee

Moet je even kijken.
00:00:29
Interviewee

Eens even kijken.
00:00:32
Interviewee

Even kijken.
00:00:34
Interviewee

geopend.
00:00:35
Interviewee

Flink boodschappen, Apeldoorn
00:00:40
Interviewee

Even kijken.
00:00:41
Interviewee

Er zitten allerlei.
00:00:43
interviewee

Daar zoek ik natuurlijk de pizza's he.
00:00:45
interviewee

Even kijken.
00:00:48
interviewee

Ik zie hierboven ook een aantal pizza soorten staan.
00:00:50
interviewee

Italiaanse pizza.
00:00:53
interviewee

Het meest logische wat ik in het.
00:00:55
interviewee

Blikveld zie is dat ik denk, nou, die pakken gewoon.
00:00:59
interviewee

En de pizza moet natuurlijk uit Italië komen.
00:01:01

Interviewee

Oh, kijk eens even, daar komt die. bestel pizza.

00:01:04

interviewee

Hij gaat hieronder open.

00:01:06

Interviewee

Even kijken, maar het zijn toch geen pizza's hier.

00:01:13

Interviewee

Het ziet er een beetje uit als een pizza maar het is een beetje rood.

00:01:36

Interviewee

Even kijken, dit zijn de pasta's.

00:01:38

Interviewee

Pizzas, kijk.

00:01:39

Interviewee

Oh, lekker met de salami, dat smaakt wel.

00:01:41

Interviewer

En waarom spreek ik dit restaurant jaar?

00:01:45

Interviewee

Nou, ik zit gewoon even te kijken welke mij...

00:01:49

interviewee

Waarom natuurlijk als eerste...

00:01:51

interviewee

Pizza is Italiaans.

00:01:54

interviewee

Dan valt me deze op.

00:01:57

interviewee

Zonder dat ik hem dus echt heb vergeleken met iets anders.

00:01:59

interviewee

Ik zie het plaatje van de pizza en oké, dat is voor mij de trigger.

00:02:04

Interviewer

Ik ga even kijken.

00:02:05

interviewee

Ja, ik zal sneller via een plaatje mijn keuze maken dan via de tekst.

00:02:10

Interviewer

Ja.

00:02:10

Interviewer

Zijn die online reviews, die sterren bijvoorbeeld, zijn die nog van belang voor jou dan?

00:02:14

interviewee

Oh, ik heb er totaal niet op gelet.

00:02:17

Interviewer

Nee?

00:02:17

Interviewee

Nee.

00:02:17

Interviewer

Dus dat is niet iets wat je normaal, als je pizza zou bestellen of je zou iets bestellen online, dan zou.

00:02:21

interviewer

Je daar niet echt meteen naar kijken ofzo?

00:02:24

interviewee

Ja, als ik kijk naar de laatste.

00:02:25

Interviewee

Dingen die ik gedaan heb op internet wel.

00:02:28

interviewee

Maar in dit geval minder, zeg maar.

00:02:31

Interviewer

Dat kan, dat kan echt.

00:02:34

Interviewer

Enig idee waarom je eroverheen keek?

00:02:40

Interviewee

Nee.

00:02:40

Interviewee

Nee, maar dan moet ik wel terug gaan kijken, zeg maar.

00:02:44

Interviewee

Even kijken, waar hebben die dingen dan gestaan?

00:02:47

interviewee

O, dat moet dan al daarvoor geweest zijn.

00:02:49

Interviewer

Nee, het staat hier nog steeds.

00:02:52

Interviewer

Ze zijn heel klein.

00:02:53

Interviewee

Hier zo?

00:02:54

Interviewer

Ja.

00:02:55

Interviewer

Dan is het misschien de grote ervan.

00:02:57

Interviewer

Maar zou je er normaal wel naar kijken?

00:02:59

interviewer

Als het hier groot in beeld had.

00:03:01

Interviewer

Gestaan, had je het dan belangrijk gevonden?

00:03:04

interviewee

Als ik snel wat moet hebben, niet.

00:03:07

interviewee

Dan denk ik nou pizza, wat kan er dan fout gaan?

00:03:11

interviewee

Niet zoveel.

00:03:11

Interviewer

Ja, dat klopt natuurlijk wel ja.

00:03:14

interviewee

En als ik dingen koop die je langer gebruikt, want die pizza is morgenochtend alweer verdwenen.

00:03:22

interviewee

Maar als ik het langer gebruik, elektronica apparatuur ofzo, maar dan neem ik ook duidelijk meer tijd.

00:03:27

interviewee

Dan ga ik nooit zitten en ik koop gelijk iets.

00:03:29

interviewee

Nee, dan zoek ik en oké, dat lijkt wel wat.

00:03:32

interviewee

Dat laat ik altijd even bezinken.

00:03:34

interviewee

of ze even overleggen met de ene of de andere.

00:03:38

interviewee

Dan ga ik weer terugkijken en dan ga ik over het algemeen wel wat nauwkeuriger kijken.

00:03:43

interviewee

Hoe liggen die nou?

00:03:45

Interviewer

Dus de prijs zou dan een beslissende factor zijn of de reviews wel of niet van belang zijn.

00:03:49

Interviewer

Ja.

00:03:50

interviewee

En overigens inderdaad, ze hebben een investering.

00:03:53

interviewee

Mochten we een computer kopen of een tablet of noem maar op.

00:03:56

interviewee

Dat gaat over veel geld, vind ik, en dan zoek je wat langer.

00:04:01

Interviewer

Ja, dan wel.

00:04:02

Interviewer

Maar hier zou je zeggen, nou, zou het je opgevallen zijn als het misschien een 1 was geweest, of een 2?

00:04:07

interviewee

Nee.

00:04:08

Interviewer

Nee?

00:04:08

Interviewee

Nee.

00:04:09

interviewee

Want in zo'n scherm, ja, je ziet zo veel, je scrollt wat, en dan is gewoon, ten opzichte van de tekstgrootte, valt dat helemaal niet.

00:04:16

Interviewer

Ja.

00:04:17

Interviewer

Stel je voor, je had de reviews.

00:04:18

interviewer

Wel gezien, ze waren zeg maar groot.

00:04:20

Interviewer

In beeld, en je zei, nou, dat maakt me nog steeds niet heel veel uit, maar het was dan een 1 of een 2 geweest.

00:04:24

Interviewer

Van mijn lage score.

00:04:26

interviewee

Nee, daar had ik verder gekeken.

00:04:27

Interviewer

Had je verder gekeken, dus dan is het wel van belang.

00:04:30

interviewer

Dus eigenlijk als het heel laag is.

00:04:32

Interviewer
Dan zou je denken van, nou dan wel.
00:04:34

interviewee
Ja.
00:04:35

Interviewer
Nee, oké.
00:04:35

Interviewer
Nou, bedankt.
00:04:37

Interviewer
Is dit je keuze dan?
00:04:39

Interviewer
Crazy Italian?
00:04:41

interviewee
Ja, ik vind het...
00:04:43

interviewee
Ik moet het toch kiezen uit partijen die ik niet ken.
00:04:47

Interviewee
En dan ga ik gewoon even kijken.
00:04:48

Interviewee
Nou, ik ben een echte salami.
00:04:50

Interviewee
Dat is voor mij gewoon een goed ding.
00:04:56

Interviewer
Het ziet er wel lekker uit, met pittige saus.
00:04:58

Interviewee
Ja, vind ik wel lekker.
00:05:01

Interviewer
Ik vind het wel grappig.
00:05:02

Interviewer

Ja, de website is de laatste tijd een beetje vaag.

00:05:05

Interviewer

Als je de reviews wil bekijken, dan moet je ook zo'n vijf keer klikken, want dan laat je het niet zien.

00:05:08

Interviewer

Dan moet ik dan ook dit moment zeggen.

00:05:10

Interviewer

Nog handig dat het erbij staat.

00:05:14

Interviewer

Ja, dat is heel gek met deze website.

00:05:15

Interviewer

Als je dan op dat kruisje duwt, dan zet hij helemaal terug naar het begin.

00:05:18

Interviewer

Crazy Italian staat daar natuurlijk nog steeds onder.

00:05:21

Interviewer

Maar ik vind dat wel heel gek.

00:05:22

Interviewer

Dat kan aan mijn laptop liggen, ik heb geen idee.

00:05:27

interviewee

Nee, dat mag nooit aan een laptop liggen.

00:05:30

interviewee

Dus dat zit iets in die site.

00:05:31

interviewer

En dat is wel heel gek.

00:05:35

interviewee

Als ik dat weet van een site.

00:05:36

interviewer

Dan ga ik niet meer ertoe.

00:05:38

interviewee

Ik wil langzaam maar door en als ik iets één stap terug moet kunnen, en als je het dan terug spreekt van dat begin, dat irriteert.

00:05:45

interviewer

Thuisbezorgd is dan wel echt de grootste.

00:05:48

Interviewer

Takeaway website in Nederland.

00:05:49

Interviewer

Dus dan zou je denken dat ze geld genoeg hebben.

00:05:54

interviewer

Ik bedoel, het is hier uitgevonden.

00:05:56

Interviewer

Heb ik begrepen, volgens mij ook.

00:05:57

Interviewee

Dat weet je echt niet.

00:05:58

Interviewer

Het is in Nederland uitgevonden in ieder geval en het is nu in heel.

00:06:02

Interviewer

Veel landen onder een andere naam.

00:06:05

interviewee

Ja, klopt.

00:06:07

Interviewer

Nou, dan zal ik de opname even.

00:06:09

Interviewer

Uitzetten en dan zijn we klaar.

Interview 12

00:00:00

Interviewer

Een hele goede middag.

00:00:01

interviewee

Hallo.

00:00:02

Interviewer

Hi.

00:00:04

Interviewer

Nou, ten eerste kun je elk moment het onderzoek stoppen zonder een reden aan te hoeven geven.

00:00:09

Interviewer

Je bent ook anoniem.

00:00:10

interviewee

Goed.

00:00:11

Interviewer

En verder aan jou de vraag of ik de toestemming heb om dit op te nemen.

00:00:15

interviewee

Ja, dat is prima.

00:00:16

Interviewer

Oké, mooi.

00:00:17

Interviewer

Dan mag je beginnen.

00:00:18

interviewee

Oké.

00:00:19

interviewee

Nou, ik heb zin in pizza in Apeldoorn

00:00:24

interviewee

Dan ga ik eerst eens even kijken naar de Italiaanse pizza.

00:00:27

interviewee

Daar heb ik zin in.

00:00:31

interviewee

En dan kijk ik.

00:00:33

interviewee

Hé, dat is wel grappig.

00:00:34

interviewee

Bestel Italiaans pizza bij 38 locaties.

00:00:38

interviewee

Dan wil ik wel graag een goede hebben.

00:00:42

Interviewer

En als je een goede wil hebben, waar kijk je dan naar?

00:00:44

interviewee

Nou, een goede wil ik in ieder geval een echte Italiaan.

00:00:47

interviewee

Dat vind ik heel belangrijk als ik een Italiaans pizza wil hebben.

00:00:49

interviewee

Ik zie hier allemaal, dat komt bij mij niet uit, kapsalon.

00:00:54

interviewee

Zodra ik shawarma erbij zie, ga ik er overheen.

00:00:58

interviewee

Vind ik niet fijn.

00:01:01

interviewee

Pasta Kijk, La Toscana, dat zal mij aanspreken.

00:01:05

interviewee

Die heeft 3,8 sterren, vind ik wel belangrijk.

00:01:09

interviewee

In principe, of het dichtbij is of niet dichtbij, maakt eigenlijk niet zoveel uit, want het wordt gewoon bezocht.

00:01:17

interviewee

Gratis bezorgkosten, op dat bedrag kom ik toch niet.

00:01:21

interviewee

Dus ik ga eerst eens even kijken bij La Toscana.

00:01:26

interviewee

3,8 reviews.

00:01:30

interviewee

Het menu is meestal wel een beetje hetzelfde, dus dat vind ik dan wat minder belangrijk.

00:01:38

interviewee

Ik ga altijd eerst eens even kijken hoe die eruit komt in klantbeoordelingen.

00:01:43

Interviewer

Als je dat wil zien, dan moet je even een paar keer klikken.

00:01:45

interviewee

Hij doet het soms niet.

00:01:46

Interviewer

Hij viel mijn laatste op.

00:01:48

Interviewer

Als je één keer klikt nu...

00:01:49

Interviewer

Ja, hij opent hem soms niet.

00:01:51

Interviewer

En als je hem uiteindelijk een paar keer klikt, dan doet hij het wel.

00:01:53

interviewee

Nou ja, goed, weet je.

00:01:54

interviewee

Maar dat vind ik in ieder geval heel belangrijk.

00:01:57

interviewee

Deze heeft een 3,8 en dus normaal zijn het vijf sterren.

00:02:02

interviewee

Dus die komt er naar mijn idee wel redelijk goed vanaf.

00:02:06

interviewee

Oh, wacht maar hoor.

00:02:07

Interviewer

Ik zet hem er even weer voor.

00:02:13

Interviewer

Gelukkig onthoudt hij de locatie.

00:02:15

Interviewer

En dan was je bij La Toscana.

00:02:18

Interviewer

Ik zal het wel even weer bijpakken.

00:02:21

Interviewer

Ja, dat is lekker.

00:02:21

Interviewer

Ze had ook Italiaanse pizza's.

00:02:24

Interviewer

La Toscana.

00:02:25

Interviewer

Ik zal eens even kijken of ik die reviews voor je kan openen.

00:02:26

interviewee

Ja, misschien dat je zo kunt kijken.

00:02:28

Interviewer

Want ik weet dat ze hier erbij staan, maar hij wil dat soms niet...

00:02:33

Interviewer

Ik had het laatste keer dat ik hem drie keer opende, dat hij toen ineens open...

00:02:36

Interviewer

Ja, hier.

00:02:36

interviewee

Ah, kijk.

00:02:37

Interviewer

Dan blijft hij ineens open.

00:02:38

interviewee

Ja, ja.

00:02:41

interviewee

Oké, kwaliteit is goed.

00:02:44

interviewee

Kijk, daar heb je wel één en dan lees ik hem.

00:02:48

Interviewer

Dus negatieve reviews lees je dan wel?

00:02:50

interviewee

Ja, want de goede, ja, weet je, ik ben er niet altijd, want sommige bedrijven doen het ook zelf, dus ik ben er altijd wel een beetje alert op.

00:03:00

interviewee

Negatieve zullen ze nooit zelf doen, natuurlijk.

00:03:03

interviewee

En mocht het dan zijn, dan is het, ja, gewoon eens even kijken waarom.

00:03:07

interviewee

Soms is het heel onredelijk.

00:03:09

interviewee

Nog staat hier natuurlijk niet zo heel veel bij de druij van het vet.

00:03:12

interviewee

Was goed warm, top.

00:03:13

interviewee

Nou, over het algemeen ziet het er wel netjes uit.

00:03:18

interviewee

En ik vind dan de datum ook wel belangrijk.

00:03:21

Interviewer

Ja.

00:03:21

interviewee

Dus dan staan de reviews in zo'n...

00:03:22

Interviewer

Je wil recente reviews hebben.

00:03:24

interviewee

Ja, ja, ja.

00:03:25

interviewee

Want als het een jaar geleden is, dan schiet het niet op.

00:03:27

Interviewer

Is het aantal reviews dan ook nog belangrijk voor jou?

00:03:30

interviewee

Nou, als er veel reviews op staan, wordt er in ieder geval veel besteld.

00:03:34

interviewee

Dus dat vind ik wel belangrijk.

00:03:35

Interviewer

Dus het mis van als je een 5-sterre krijgt met een 5-sterre met 2 reviews of een 4,5-sterre met 100 reviews.

00:03:41

interviewee

Ja, dan zou ik daar voor kiezen, want dat vind ik gewoon veel makkelijker.

00:03:46

interviewee

In ieder geval, daar weet je, daar heb je veel meer aan.

00:03:49

Interviewer

Dus jij zou wel zeggen dat reviews voor jou wel heel belangrijk zijn, ook voor online?

00:03:52

Interviewer

Ja.

00:03:53

interviewee

Ja, ook als ik in de stad loop en me zoek in een restaurantje, dan vind ik reviews altijd wel heel belangrijk.

00:04:02

Interviewer

Dus je belangrijkste aspecten zijn dan voor jou zijn aantal sterren, hoeveel reviews en dan een paar van de slechtste lezen en kijken van is dat onredelijk.

00:04:10

interviewee

Ja, ook wel de goede lezen, ook wel even kijken wat de kwaliteiten ervan zijn.

00:04:15

interviewee

En ik ben ook wel, ik vergelijk wel een beetje prijs met elkaar, maar goed als ik goed wil eten, En.

00:04:22

Interviewer

Bij pizza-restaurants is dat natuurlijk ook iets anders.

00:04:25

Interviewer

Ja, daarom.

00:04:26

interviewee

Maar het belangrijkste, ik ben wel inderdaad van, ik zoek wel eerst een authentieke op.

00:04:31

Interviewer

Ja, dus namen en plaatjes zijn vaak ook nog wel belangrijk.

00:04:35

interviewee

Ja, in ieder geval dat het een echte Italiaan is.

00:04:38

interviewee

En dan wil je zeggen dat er een Italiaan op zit, dat is wel eens verschillend.

00:04:41

Interviewer

Als het gespecialiseerd in pizza is, dan.

00:04:43

interviewee

Valt het voor mij af.

00:04:44

Interviewer

Ja, dan is het wel gespecialiseerd in pizza.

00:04:46

Interviewer

Misschien nog pasta ofzo.

00:04:47

interviewee

Ja, inderdaad.

00:04:49

interviewee

Daar zoek ik wel inderdaad echt op.

00:04:51

Interviewer

Dus dan heb jij je keuze gemaakt met la Toscana of wil je nog verder kijken?

00:04:55

interviewee

Nee, vind ik prima.

00:04:56

interviewee

Ziet er goed uit.

00:04:58

Interviewer

Is helemaal goed.

00:04:59

Interviewer

Nou, dankjewel dan.

00:05:01

Interview 13

00:00:00

Interviewer

Voorafgaand aan het interview wil ik jou zeggen dat je anoniem bent.

00:00:05

Interviewer

Ik heb jouw persoonsdata, maar dat wordt verwijderd nadat mijn blad voorbij is.

00:00:08

Interviewer

Niemand anders krijgt dat te zien.

00:00:11

Interviewer

Daarnaast kun je op elk moment stoppen met het interview.

00:00:14

Interviewer

Voor geen enkele reden.

00:00:15

Interviewer

Voor elke reden.

00:00:16

Interviewer

Je mag zelf kiezen als je niet meer verder wilt gaan of niet meer verder te gaan.

00:00:20

Interviewer

En verder wil ik je toestemming vragen om dat dit opgenomen wordt en dat ik dit gebruik in mijn bachelor thesis.

00:00:26

Interviewee

Ja, helemaal goed.

00:00:28

Interviewer

Ja, toestemming.

00:00:30

Interviewer

Allright, dan mag je beginnen.

00:00:31

Interviewee

Oké.

00:00:34

Interviewee

Ja, ik ga dus inderdaad voor Italiaanse pizza, want ik hou niet van Amerikaanse pizza.

00:00:41

Interviewee

Nou ja, New York is dus uitgesloten, maar...

00:00:48

Interviewee

Ja, ik scroll er gewoon even doorheen helemaal.

00:00:51

Interviewee

Dat doe ik meestal, dat ik helemaal naar onder en naar boven scroll.

00:00:54

Interviewee

En dan kijk ik op basis van de sterren, dus bijvoorbeeld...

00:00:58

Interviewee

Die drie sterren hier, die zou ik al niet oplikken.

00:01:04

Interviewee

Dan kijk ik ook wel een beetje naar het plaatje, maar niet echt.

00:01:07

Interviewee

Het zijn vooral reviews en ik zou ook kijken of de delivery gratis is of niet.

00:01:19

Interviewee

Dus in dit geval zou ik dan...

00:01:22

Interviewee

Kijk, want ja, als we dan inderdaad 4,6 hier zien.

00:01:25

Interviewee

30 tot 55 minuten bezorgtijd.

00:01:39

Interviewee

Ja, dus dan ga ik als ik inderdaad die 4,6, nou die is hetzelfde bedrag maar heeft 4,3.

00:01:50

Interviewee

Heeft wel, ja en hij heeft een grotere, hoe zeg je dat?

00:01:56

Interviewee

Die andere heeft een kleiner slot qua bezorgtijd.

00:02:00

Interviewee

Deze kan nog uitlopen.

00:02:02

Interviewee

Dus ik denk dat ik naar deze ga kijken door de customer reviews, gecombineerd met een niet al te hoog bezorgd tarief.

00:02:12

Interviewee

Ik zie wel dat die minimaal 15 euro moet zijn, dat wel.

00:02:16

Interviewee

Maar dat is bij die andere niet anders.

00:02:18

Interviewee

Dus als het inderdaad bij die andere dan minimaal Minder was geweest misschien dan had ik misschien anders gekozen

00:02:27

Interviewee

Oké.

00:02:32

Interviewee

Ja, ik kijk altijd wel...

00:02:33

Interviewee

Ja, dank je.

00:02:34

Interviewee

Ik kijk altijd wel even naar de reviews.

00:02:37

Interviewee

Oh, ja.

00:02:41

Interviewee

Ik was allemaal op zoek.

00:02:43

Interviewee

Goed.

00:02:47

Interviewee

Ik ga juist op zoek naar slechte reviews.

00:02:51

Interviewee

De meest slechte review die zoek ik.

00:02:57

Interviewee

En ja, dat doe ik daadwerkelijk altijd wel.

00:02:59

Interviewer

Ja, nee, ik geloof je.

00:03:01

Interviewee

Oké.

00:03:03

Interviewee

Ja, werd niet geleverd.

00:03:04

Interviewee

Nou, dan denk ik, oké, kan gebeuren.

00:03:09

Interviewee

En voor de rest zie ik heel veel vijf sterren.

00:03:12

Interviewee

Nou ja, en als ik dan inderdaad...

00:03:14

Interviewee

Ik zou nu ook niet super lang doorscrollen, als ik dan niet...

00:03:17

Interviewer

Maar de hoeveelheid stemmen heeft dus wel een impact.

00:03:23

Interviewer

Omdat je zegt, ik zie dat er heel veel vijf sterren zijn en daarom.

00:03:27

Interviewee

Ja, precies.

00:03:28

Interviewee

Want als ik een pizzarestaurant zie met drie reviews met vijf sterren, heb ik liever het pizzarestaurant van 4,5 sterren met een paar honderd reviews.

00:03:42

Interviewee

Want dat, ja, ik denk van ja, iedereen is die reviews achter kunnen laten.

00:03:45

Interviewee

Als je veel reviews hebt en hoge sterren, En dus inderdaad wel een beetje gecombineerd nog een beetje door het bezorgbedrag en het bestelbedrag.

00:03:53

Interviewee

Maar het is vooral inderdaad die sterretjes kijk ik naar.

00:03:59

Interviewee

in die pagina blijven en daarin scrollen, omdat ik dat met elkaar vergelijk.

00:04:03

Interviewer

En is dan de inhoud van de reviews, want hier heb je natuurlijk reviews waar ook tekst in staat.

00:04:07

Interviewer

Let je daar nog op of is.

00:04:08

Interviewee

Dat niet iets wat je...

00:04:09

Interviewee

Eigenlijk alleen dus de slechte reviews.

00:04:11

Interviewee

Ik scroll er dus even doorheen en dan kijk ik of ik heel snel een slechte review vind en waarom dat dan is.

00:04:19

Interviewee

En zoals nu, kijk ik nu, omdat het inderdaad dan voor een onderzoek is, Dus ik probeer het zoveel mogelijk te doen zoals ik het normaal ook zou doen.

00:04:27

Interviewee

Ik zou nu dus niet meer doorscrollen, want nu heb ik er dus eentje gevonden, maar ik zie zoveel vijf sterren dat ik denk, nou oké, ik ga kijken.

00:04:33

Interviewee

Ja, en dan inderdaad qua prijs.

00:04:39

Interviewee

Prijs heeft natuurlijk ook wel wat invloed op, maar die zijn prima.

00:04:42

Interviewee

Kijk, als het inderdaad de reviews niet heel goed waren, maar ik zie hier vervolgens een aantal pizza margarita is hier 10 euro, maar stel je voor die was 16 of 15 geweest, dan had ik gedacht van laat maar.

00:04:54

Interviewee

Dus de prijzen zijn ook prima.

00:04:56

Interviewee

Dus die prijs-kwaliteitsverhouding kijk ik ook wel aan.

00:05:00

Interviewee

Oh, dat zijn eigenlijk best wel goede prijzen.

00:05:03

Interviewer

Ja, je hebt gelijk.

00:05:04

Interviewee

Jezus.

00:05:06

Interviewee

Ja, nee, hier zou ik sowieso wel bestellen.

00:05:10

Interviewee

Ja, ik kijk dan inderdaad ook nog verder naar de info een beetje, I guess.

00:05:16

Interviewer

Een beetje naar de individuele pizza's.

00:05:18

Interviewee

Ja.

00:05:19

Interviewer

Kijk wat er interessant is.

00:05:20

Interviewee

Ja, want gaat het alleen om een Pizza Place kiezen of moet ik nu ook wat verder?

00:05:23

Interviewee

Alleen een Pizza Place.

00:05:25

Interviewee

Ja, deze zou ik kiezen.

00:05:26

Interviewer

Dus je gaat voor Papizam?

00:05:28

Interviewee

Ja, daar zou ik op gaan.

00:05:29

Interviewer

Papizam

00:05:31

Interviewee

Ja, en je hebt dus wel een minimum bestelbedrag van 15 euro.

00:05:35

Interviewee

En ja, daar zou je nog wel van kunnen zeggen, ja, dan moet ik weer 15 euro uitgeven.

00:05:38

Interviewee

Maar ik bestel toch niet zo vaak in mijn eentje pizza.

00:05:41

Interviewee

Dus ja, het is echt inderdaad de prijs kwaliteitverhouding die het voor deze doet.

00:05:48

Interviewee

En dat kijk ik even echt globaal over, zeg maar.

00:05:51

Interviewee

Ik open de reviews wel.

00:05:53

Interviewee

Maar ik kijk dus eerst, ik zie al die sterretjes onder elkaar en ik zet het dus af tegen elkaar.

00:05:59

Interviewee

En hoeveel reviews zijn het en hoe hoog zijn de sterren.

00:06:04

Interviewee

En daarna ga ik dus even kijken van oké, zijn de lage sterren, worden daar hele grove fouten gemaakt of zijn het gewoon dingen die voorkunnen komen?

00:06:15

Interviewee

Ja, en zelfs al is het één slechte review dat er iets mis is gegaan, dat kan, weet je.

00:06:20

Interviewee

Maar als ik inderdaad een paard op elkaar zie, dan zou ik sneller weer eruit gaan.

00:06:23

Interviewer

Dus het aantal is wel degelijk van belang?

00:06:25

Interviewee

Ja, zeker.

00:06:27

Interviewer

Geeft het jou meer een gevoel van credibility?

00:06:30

Interviewee

Ja dat klopt.

00:06:34

Interviewee

Moelijk wat te bestellen waar maar één review op zit, ook al is het vijf sterren.

00:06:38

Interviewer

Ja, dus reviews zijn voor jou wel echt heel erg van belang?

00:06:41

Interviewee

Eh, nou ja, met pizza is dat iets minder natuurlijk, want een pizza, dan denk ik, ja, als het dan niet lekker is, dan ben je een keer 10 euro kwijt.

00:06:50

Interviewee

Maar als we het hebben over bijvoorbeeld kleren, wat ik regelmatig koop, dan heb ik dus wel serieus dat ik een aantal dingen gewoon niet koop, omdat er te weinig reviews voor zijn.

00:07:00

Interviewer

Ja, maar stel je voor, hier waren twee reviews en het was een driester.

00:07:04

Interviewee

Oh, dan had ik het sowieso niet gedaan.

00:07:06

Interviewer

Nee.

00:07:07

Interviewee

Want dan heb je en een matige rating en je hebt weinig.

00:07:11

Interviewee

En dan kan het inderdaad zijn dat het een nieuw pizzarestaurant is, maar ik ga wel heel erg af op wat vinden mensen ervan.

00:07:17

Interviewer

Dus van wat ik begrijp geeft het feit dat het een pizzarestaurant is, geeft het wel meer leeway in.

00:07:23

Interviewer

Het geeft jou meer Ja, er zit meer verschil.

00:07:27

Interviewer

Het maakt iets minder uit.

00:07:29

Interviewee

Ja, het is een beetje een sunken cost situatie .

00:07:33

Interviewee

Hier is het gewoon niet zo'n ramp als je wat slechts krijgt.

00:07:36

Interviewee

Maar inderdaad, bij grotere aankopen dan doe ik het gewoon niet als er geen reviews zijn.

00:07:43

Interviewee

Ik heb inderdaad tijd terug naar elkaar gekeken wat is er voor nieuwe oortjes.

00:07:47

Interviewee

En dan zag ik een paar oortjes die er heel mooi uitzagen.

00:07:50

Interviewee

Maar dan zijn er echt maar een paar reviews en dan doe ik het gewoon niet.

00:07:55

Interviewer

Dus bij een pizza restaurant zou je zeggen, het is wel van belang, maar wel minder.

00:07:59

Interviewee

Ja, dat komt door het product zelf, inderdaad als ik zeg dat het niet zo ramp is als het dan niet goed is, maar ik probeer wel de beste eruit te pakken.

00:08:07

Interviewee

En dat probeer ik dus te filteren door, ja, dus initieel die sterretjes tegen elkaar af te zetten.

00:08:14

Interviewee

En dus doen we veel uit reviews.

00:08:16

Interviewee

En dan even te kijken bij wat zijn de reviews, waar zijn er slechte reviews en waarom.

00:08:22

Interviewee

En dan als dat allemaal prima is en de prijs-kwaliteit verhouding is daar, dan is het gewoon prima.

00:08:28

Interviewee

Maar het is niet iets waar ik echt super veel tijd aan spendeer, omdat het dus maar een pizza is.

00:08:34

Interviewer

Oké, nou dankjewel.

00:08:35

Interviewer

Dat was dan het einde van het interview.

Interview 14

00:00:00

Interviewer

Hallo.

00:00:02

Interviewee

Ja.

00:00:03

Interviewee

Als het goed is heb ik jou verteld dat je elk moment kunt stoppen.

00:00:08

Interviewee

Je hoeft ook geen reden te geven om te stoppen.

00:00:09

Interviewee

Als je je oncomfortabel voelt, kun je gewoon stoppen.

00:00:13

Interviewee

En als je vragen niet wilt beantwoorden hoeft dat niet.

00:00:15

Interviewee

Je blijft anoniem in de research data.

00:00:19

Interviewee

In ieder geval, dat krijg ik alleen.

00:00:20

Interviewer

Te zien en voor de rest wordt. Alle persoonlijke informatie wordt eruit gehaald.

00:00:26

Interviewee

Heb ik jouw toestemming om dit op te nemen?

00:00:29

Interviewee

Ja, zeker.

00:00:30

Interviewer

Mooi, mooi.

00:00:32

Interviewee

Nou, dan kun je beginnen.

00:00:34

Interviewee

Ik heb de locatie al voor je.

00:00:35

Interviewer

Ingevoerd, zodat je dat niet meer...

00:00:38

Interviewee

Ik wil een pizza bestellen.

00:00:42

Interviewee

Wat ik meestal doe is een pizza opzoeken.

00:00:46

Interviewee

Ik moest eentje kiezen die ik niet kende.

00:00:49

Interviewee

Laten we eens kijken, er zijn er.

00:00:50

Interviewee

Een aantal met pizza's, 28.

00:00:52

Interviewee

Meestal wat ik doe is, ik ga gewoon gelijk door een aantal restaurants.

00:00:56

Interviewer

Ja, je klikt gewoon een aantal en.

00:00:58

Interviewee

Dan denk je, oh.

00:00:59

Interviewee

Ja, ik klik ze dan aan en dan kijk ik hier of er ergens pizza's tussen staan.

00:01:05

Interviewee

Beefburger, zeg maar burgers, burgers, burgers.

00:01:09

Interviewee

Meestal hebben die snackbars ook wel een aantal pizza's, maar.

00:01:17

Interviewer

Deze plek heet Kango's Fried Chicken.

00:01:19

Interviewee

Ja, maar Kango's Fried Chicken.

00:01:21

Interviewee

Ik heb pizza ingevuld.

00:01:24

Interviewee

Er staat pizza tussen.

00:01:26

Interviewee

Dat is wel heel vaag, ja.

00:01:27

Interviewee

Ja, dat is raar.

00:01:28

Interviewee

Ja.

00:01:28

Interviewee

Nou, dan gaan we naar de volgende.

00:01:33

Interviewee

Midas Apeldoorn.

00:01:34

Interviewee

Hier een pizza als logo.

00:01:35

Interviewee

Die moet vast pizza's hebben.

00:01:38

Interviewee

Broodjes, schotel, kapsalon, kebab.

00:01:40

Interviewee

Ja, wacht.

00:01:41

Interviewee
Pizza.
00:01:44

Interviewee
Bambino, kinder pizza, tomaat, kaas, margherita, funghi, pepperoni.
00:01:51

Interviewee
Goh, dan kan ik er ook eentje zelf maken.
00:02:03

Interviewee
Volgens mij niet.
00:02:05

Interviewee
Ik wil even kijken.
00:02:08

Interviewee
Of er misschien één is waar dat wel kan.
00:02:11

Interviewee
Vaak bij pizza restaurants kan dat.
00:02:13

Interviewee
Italian zou het misschien kunnen.
00:02:17

Interviewee
En die klik ik aan omdat die Italiaans klinkt en waarschijnlijk pizza zal hebben.
00:02:24

Interviewee
Margherita.
00:02:28

Interviewee
Saggiona.
00:02:31

Interviewee
Calsones.
00:02:37

Interviewee
Heel even verder.
00:02:40

Interviewee
Sassando.
00:02:42

Interviewee

Anders Italiaanse pizza.

00:02:45

Interviewee

Oh, ik heb er twee.

00:02:51

Interviewee

Oh, hier staan ze allemaal gecategoriseerd.

00:02:54

Interviewee

Zelf samengestelde.

00:02:56

Interviewee

Aha.

00:02:57

Interviewee

Kijk, een basispizza.

00:02:59

Interviewer

Dus als jij een restaurant zou kiezen, want dat was de taak, zeg maar.

00:03:02

Interviewee

Dan zou jij gaan voor eentje waar.

00:03:03

Interviewer

Je zelf samengestelde pizza's kan maken.

00:03:06

Interviewee

Ja, precies.

00:03:07

Interviewee

Dat vind ik altijd het lekkerst, want soms hebben ze de gerechten die ik op een pizza wil, die hebben ze niet.

00:03:14

Interviewee

Maar als ik hem samen kan stellen, dan kan ik gewoon zelf bepalen wat.

00:03:17

Interviewee

Ik wil er allemaal op wil.

00:03:20

Interviewee

Zijn reviews voor jou van belang, als je zit te kijken naar een pizzeria, of het algemeen?

00:03:28

Interviewee

Nee, tenzij je het echt twee sterren of iets heeft.

00:03:31

Interviewee

Als de reviews heel laag zijn, dan bekijk ik het meestal niet ook, maar als het drie, vier, vijf, maakt me niet uit.

00:03:36

Interviewee

Als het een beetje redelijk is, dan.

00:03:37

Interviewer

Denk je, nou, is wel goed.

00:03:39

Interviewee

Let je dan toevallig ook nog op andere dingen als je daarnaar kijkt?

00:03:42

Interviewer

Naar, hoeveel reviews ze hebben bijvoorbeeld?.

00:03:44

Interviewee

Nee, eigenlijk nooit.

00:03:46

Interviewee

Nee?

00:03:46

Interviewee

Nee, niet op thuisbezorgd.

00:03:48

Interviewer

Dus jij zou je misschien een beetje.

00:03:50

Interviewee

Meer beschrijven als een soort van gevoelspersoon?

00:03:52

Interviewee

Ja, eigenlijk wel.

00:03:53

Interviewee

Als ik naar een restaurant zou gaan, dan zou ik het misschien wat eerder doen, maar online bestellen eigenlijk niet.

00:03:58

Interviewer

Nee, want jij bent dan van mening dat als het slecht is, dan doe je het gewoon niet nog een keer?

00:04:02

Interviewee

Ja, precies.

00:04:03

Interviewer

Ja, dus dan zit er minder...

00:04:06

Interviewer

Ja, en pizza restaurants zijn natuurlijk redelijk vergelijkbaar qua prijs natuurlijk.

00:04:11

Interviewee

Ja, prijs kwaliteit ook.

00:04:13

Interviewer

Ja, het is een pizza, maar...

00:04:16

Interviewee

Nee, dat is goed om te weten.

00:04:21

Interviewee

Vind je reviews dan helemaal niet van belang naast dat gewoon als ze heel laag zijn?

00:04:26

Interviewee

Of zit je soms wel als je een 5-star review zou zien, zou je zeggen, ja oké dan wel.

00:04:31

Interviewee

Nee, eigenlijk niet.

00:04:32

Interviewee

Kijk, ik vind het prima als ik een avondje uit ben en ik heb gewoon zin in pizza.

00:04:36

Interviewee

Dan ga je niet van, oké, welke pizza is echt de beste pizza die je kan vinden?

00:04:40

Interviewee

Dan heb ik trek, dan wil ik gewoon wat eten.

00:04:42

Interviewer

Ja.

00:04:42

Interviewee

En dan weet je, thuisbezorgd is het makkelijk om iets te vinden als samengestelde pizza's, waar je dat zelf kan doen, vind ik lekker.

00:04:51

Interviewee

Dus daar wil ik de moeite nog wel voor doen, maar om dan ook nog een vijfsterrenrestaurant van pizza's te zoeken, nee.

00:04:58

Interviewer

Nee, ook niet als je nieuw bent in een area, want je kent natuurlijk Apeldoorn niet.

00:05:01

Interviewee

Nee, dat zou ik ook niet doen.

00:05:03

Interviewer

Nee, je zou gewoon zeggen van, ik vind er gewoon een en ander.

00:05:05

Interviewee

Ja, precies.

00:05:06

Interviewee

Ik heb honger.

00:05:06

Interviewee

Ik wil eten.

00:05:07

Interviewer

Dat is heel fair.

00:05:09

Interviewee

Nou, dankjewel.

00:05:10

Interviewee

Dat was het dan.

Interview 15

00:00:00

Interviewer

Een hele goede middag.

00:00:02

Interviewee

Hallo.

00:00:03

Interviewer

Even vooraf wil ik zeggen dat je elk moment het interview kunt stoppen.

00:00:06

Interviewer

Je hoeft er ook geen reden voor te geven.

00:00:08

Interviewer

En verder, als je vragen hebt, kun je altijd bij mij komen.

00:00:12

Interviewer

Alle persoonsgebonden gegevens verwijder ik na de tijd.

00:00:16

Interviewer

En ik wilde vragen of ik toestemming heb om dit op te nemen.

00:00:19

Interviewee

Ja, nou vooruit dan maar.

00:00:21

Interviewer

Oké, als je dan klaar bent, dan mag je beginnen.

00:00:24

Interviewee

Ja.

00:00:24

Interviewer

Neem je tijd.

00:00:25

Interviewee

Ik ga mijn laptop openen..

00:00:28

Interviewee

Moet je mee kunnen kijken?

00:00:29

Interviewer

Ja, ik kan altijd een beetje mee kijken.

00:00:30

Interviewee

Ik zoek pizza, zei je hè?

00:00:32

Interviewee

Ja.

00:00:34

Interviewee

Ik ga voor een Italiaanse pizza.

00:00:35

Interviewee

Ik zie hierbovenaan een rij met verschillende dingen die ik kan bestellen.

00:00:40	Interviewee
Boodschappen, winkels, aanbiedingen. 00:00:42	Interviewee
Italiaanse pizza en Amerikaanse pizza. 00:00:44	Interviewee
Ik heb een keuze. 00:00:45	Interviewee
Ik ga voor Italiaanse pizza. 00:00:46	Interviewee
Klik. Doet de muis. 00:00:49	Interviewee
En ik zie nu een... 00:00:51	Interviewee
een rij dingen ontstaan. 00:00:52	Interviewee
En ik zie de eerste lijkt sushi te zijn. 00:00:55	Interviewee
Pokerbols en sushi. 00:00:56	Interviewee
Dus ik weet niet precies wat daar aan de hand is. 00:00:59	Interviewee
Dus ik ga even kijken bij de linkerbalk. 00:01:04	Interviewee
Gratis bezorging. 00:01:05	Interviewee
Nee, dat zijn geen dingen die ik zoek. 00:01:08	Interviewee
Locaties en producten. 00:01:09	

Interviewee

Ik zie een ding en ik vul gewoon in pizza.

00:01:12

Interviewee

Desalniettemin, type ik het gewoon even uit.

00:01:17

Interviewee

Allright.

00:01:19

Interviewee

En hij heeft hier 16 locaties gevonden bij mij, Apeldoorn, in de buurt.

00:01:24

Interviewee

En daar ga ik even langs.

00:01:25

Interviewee

Midas, Apeldoorn, Döner, Pizza, Kapsalon Döner, Italiaanse Pizza, Crazy Italian.

00:01:34

Interviewee

All right?

00:01:35

Interviewee

Nou, eens kijken.

00:01:37

Interviewee

Die zijn geopend.

00:01:38

Interviewee

Ik heb vanavond pas zin, was de opdracht.

00:01:40

Interviewee

Dus de openingstijd is niet heel erg relevant.

00:01:43

Interviewee

Maar weet je wat?

00:01:44

Interviewee

Ik ga zeggen dat de bezorgkosten dat wel zijn.

00:01:49

Interviewee

Ik weet niet precies wie ik ben in Apeldoorn, maar laat ik maar even doen alsof ik niet heel erg breed in de was zit.

00:01:54

Interviewee

Dus ik zoek er een met een gratis bezorging.

00:01:58

Interviewee

Oh, deze is gesloten voor bezorging.

00:02:00

Interviewee

Dat zoek ik niet.

00:02:00

Interviewee

Ik ben lui.

00:02:02

Interviewee

In Apeldoorn.

00:02:03

Interviewee

Ik zag er hier.

00:02:04

Interviewee

Gratis.

00:02:04

Interviewee

Crazy Italian.

00:02:05

Interviewee

Daar heb ik ook nog niet van gehoord, dus dat valt binnen de opdracht.

00:02:10

Interviewee

Klik met de muis.

00:02:13

Interviewee

En eens kijken.

00:02:13

Interviewee

Klinkt dit aantrekkelijk?

00:02:15

Interviewee

Ik zie een foto van de pizza.

00:02:18

Interviewee

Dat is altijd een goed idee.

00:02:20

Interviewee

En dan kan ik hier in deze balk hierboven zoeken naar pasta's, lunch, pizza's.

00:02:24

Interviewee

Kijk, pizza's. Daar klik ik op.

00:02:27

Interviewee

En dan kan ik hier gaan kijken wat mij aantrekkelijk lijkt.

00:02:31

Interviewee

Niet alle pizza's hebben een foto.

00:02:33

Interviewee

Dat vind ik jammer.

00:02:36

Interviewee

En dat komt er wel onprofessioneel voor mij over.

00:02:39

Interviewee

Dus ik denk dat het kan zijn dat ik hier niks echt aantrekkelijks tussen zie.

00:02:43

Interviewee

Dat ik terug ga naar de vorige paar kanalen om even te kijken of ik daar alsnog een betere vind.

00:02:48

Interviewer

En terwijl je aan het kijken was, kijk je dan ook toevallig nog naar de reviews?

00:02:52

Interviewee

Ja, goeie.

00:02:53

Interviewee

Nee, ik ben eigenlijk voornamelijk naar de ingrediënten aan het kijken, vooralsnog.

00:02:56

Interviewee

Een goeie vraag. Right.

00:03:05

Interviewee

Laat ik zeggen dat ik. Hier.

00:03:11

Interviewee

Een tonno gambriti wil hebben.

00:03:14

Interviewee

Een tomatensaus, kaas, tonijn, garnalen en bosui.

00:03:17

Interviewee

Niet dat dat heel erg relevant is voor je onderzoek welke pizza ik bestel.

00:03:21

Interviewer

Nee, maar het is interessant.

00:03:21

Interviewee

Er staat een I'tje naast.

00:03:23

Interviewee

Ik neem aan, want daarop klik ik meer informatie en kijk over het product.

00:03:26

Interviewee

Allergenen bevat melk en producten daarvan.

00:03:28

Interviewee

Graan en producten daarvan.

00:03:30

Interviewee

Vis en producten daarvan.

00:03:31

Interviewee

Met schaaldingen.

00:03:32

Interviewee

Kan een juridisch probleem melden.

00:03:34

Interviewee

Maar niks hiervan staat mij tegen.

00:03:36

Interviewee

Dat vind ik wel belangrijk om...

00:03:38

Interviewee

Oh, nu heb ik ergens op geklikt.

00:03:40

Interviewee

Op een kruisje dacht ik geklikt te hebben.

00:03:42

Interviewee

Ik dacht op een kruisje geklikt te hebben.

00:03:43

Interviewee

Maar nu ben ik weer op de pagina van zojuist beland.

00:03:47

Interviewee

En ik weet niet precies wat daar gaande is.

00:03:49

Interviewee

Ik zie hier in mijn geschiedenis dat ik terug ben gegaan in de geschiedenis.

00:03:55

Interviewee

En niet gewoon op de terug knop heb geklikt.

00:03:56

Interviewee

Dus ik weet niet wat daar gebeurd is.

00:03:59

Interviewee

Gelukkig weet ik nog bij welke pizzeria ik iets wil bestellen.

00:04:04

Interviewee

Dus dan zie ik ook vier sterren op het restaurant.

00:04:09

Interviewee

Nu erop ben geweest, kijk ik wel even naar de sterren, maar dat had ik niet gedaan.

00:04:13

Interviewer

Had je het origineel niet gedaan?

00:04:14

Interviewee

Nee.

00:04:14

Interviewer

En weet je waarom je dat normaal niet doet?

00:04:19

Interviewee

Nee, in alle eerlijkheid.

00:04:20

Interviewee

Ik bestel niet vaak iets, maar ik kook altijd zelf.

00:04:25

Interviewee

Dus ik ga eigenlijk van uit dat als ze het aan durven te bieden, dat ze het ook wel iets goeds hebben.

00:04:30

Interviewer

Maar als het nou een hele lage score is geweest?

00:04:34

Interviewee

Nou, ik heb het nu gezien, maar ik had..

00:04:35

Interviewer

Het niet gezien

00:04:36

Interviewee

Je kijkt er echt gewoon helemaal niet naar?

00:04:37

Interviewee

Ik was vergeten dat het bestond tot je mij daarop meldde.

00:04:39

Interviewee

Nee, is helemaal goed.

00:04:41

Interviewee

Goed, ik ga het nog een keer proberen om dezelfde pizza te bestellen.

00:04:47

Interviewee

Nu moet ik het terugzoeken.

00:04:47

Interviewee

Waar stond die ook alweer?

00:04:48

Interviewee

Ik ga hier naar pizza's.

00:04:51

Interviewee

Kijken of dit een keer wel goed gaat.

00:04:54

Interviewee

Ja.

00:04:54

Interviewee

En dan kan ik hier nu invullen wat ik wil hebben.

00:04:56

Interviewee

Dat zou ik maar even niet doen.

00:04:58

Interviewee

Want anders krijgt een willekeurige persoon in Apeldoorn een pizza van.

00:05:02
Interviewer
Vindt ie vast niet erg.
00:05:03
Interviewer
Maar je hebt je keuze gemaakt?
00:05:04
Interviewee
Ik heb mijn keuze gemaakt.
00:05:05
Interviewee
Ik zou hier op betalen klikken.
00:05:07
Interviewee
Ja.
00:05:08
Interviewee
Na wat eh...
00:05:11
Interviewer
Extra truffelmayonaise, lekker man.
00:05:13
Interviewee
Ja, na extra truffelmayonaise er op hebben gegooid, zal ik bestellen en wachten in hongerschap.
00:05:21
Interviewee
Tot mijn pizza arriveert.
00:05:24
Interviewer
Is helemaal goed, dankjewel.

Interview 16

00:00:00
Interviewer
Hele goede avond.
00:00:03
Interviewer
Om te beginnen wil ik nog even herhalen dat je elk moment kunt stoppen en dat je niet, daar hoef ik geen reden voor te geven.
00:00:10
Interviewer

Verder is alle persoonsgebonden informatie alleen voor mij en wordt daarna ook verwijderd en wordt ook niet in het verslag gebruikt.

00:00:18

Interviewer

En als laatste voordat we kunnen beginnen is, heb ik toestemming om dit op te nemen?

00:00:23

Interviewee

Ja.

00:00:24

Interviewer

Mooi, dan mag je de muis pakken en beginnen.

00:00:28

Interviewee

Oké.

00:00:29

Interviewee

Producten.

00:00:30

Interviewee

Ik ben op zoek naar pizza.

00:00:40

Interviewee

Locaties.

00:00:43

Interviewer

De locatie staat er al, dus hij pakt alleen wat in de buurt is.

00:00:46

Interviewee

Oké.

00:00:50

Interviewee

Wat...

00:00:50

Interviewee

gewoon alles.

00:00:53

Interviewee

Pizza Palladina ken ik niet.

00:00:55

Interviewee

Pizzeria Apeldoorn ken ik niet.

00:00:58

Interviewee

Nou, die Amerikaanse pizza hou ik niet van.

00:01:01

Interviewee

Ik hou van een Italiaanse pizza.

00:01:03

Interviewee

Nou, dan is het wel heel erg makkelijk.

00:01:04

Interviewee

De pizzabakkers, dat klinkt ook wel goed.

00:01:08

Interviewee

Even kijken.

00:01:09

Interviewee

O, dan heb je ook de tijd, want het wordt bezorgd.

00:01:11

Interviewee

Dat is 20 tot 45 minuten.

00:01:16

Interviewee

Even kijken.

00:01:17

Interviewee

Bezorgkosten, geen minimum.

00:01:21

Interviewee

Bestelbedrag is ook wel belangrijk.

00:01:25

Interviewee

Gratis bezorging van vijftig, maar voor één pizza kost dat geen vijftig euro.

00:01:30

Interviewee

Dat is dan jammer.

00:01:33

Interviewee

Waar ga ik voor dan?

00:01:34

Interviewee

De Crazy Italian.

00:01:36

Interviewee

Dat is lunch, ja, maar het is een diner, dus dat lukt ook niet.

00:01:40

Interviewee

Nou, ik zeg maar wat, hè.

00:01:42

Interviewee

Dus ik ga gewoon voor de bovenste Pizza Sandero

00:01:45

Interviewee

In Apeldoorn.

00:01:49

Interviewer

Dus hier zou jij voor gaan?

00:01:52

Interviewer

Ik hoor je ze niet noemen, maar kijk jij naar de reviews?

00:01:57

Interviewee

Nee.

00:01:58

Interviewer

Nee, eigenlijk totaal niet?

00:02:00

Interviewer

Waarom niet?

00:02:04

Interviewee

Nou, misschien omdat ik in Enschede woon.

00:02:07

Interviewee

En daar weet ik welke bedrijven ik bekijk.

00:02:12

Interviewee

Ja, daar had ik eigenlijk wel naar moeten kijken.

00:02:16

Interviewer

Dus je vindt het eigenlijk wel belangrijk, maar je dacht van, omdat het deze opdracht was, dacht je,

00:02:22

Interviewee

Er niet aan?

00:02:23

Interviewee

Het was niet bij mij opgekomen, laat ik het zo zeggen.

00:02:26

Interviewee

Maar het heeft 4,1 ster, daar kan ik ook nog wel even naar kijken.

00:02:31

Interviewer

Moet je een paar keer drukken, dat ding doet het de helft van de tijd niet.

00:02:35

Interviewer

Gewoon één keer, nog een keer, dat het hier verschijnt en blijft staan.

00:02:38

Interviewer

Ik kwam erachter, ja, soms doet hij het niet.

00:02:42

Interviewee

Vier sterren.

00:02:43

Interviewee

Oké.

00:02:44

Interviewee

Wat is...

00:02:44

Interviewee

kwaliteit is niet goed.

00:02:46

Interviewee

Oh, dan houden we al op kwaliteit.

00:02:49

Interviewee

Hier wel.

00:02:53

Interviewee

Ik kijk naar kwaliteit.

00:02:54

Interviewee

Kwaliteit vind ik belangrijker dan bezorgtijd.

00:03:01

Interviewee

Nou, dat zijn allemaal wel heel veel goede sterretjes.

00:03:07

Interviewer

En lees je dan ook nog de tekst die erbij staat, of is dat niet heel belangrijk voor jou?

00:03:16

Interviewee

Hier wel.

00:03:16

Interviewee

Precies op het gevraagde moment.

00:03:30

Interviewee

Er zijn natuurlijk altijd minder goede recensies.

00:03:35

Interviewee

Dat is gewoon een feit.

00:03:39

Interviewee

Soms willen mensen natuurlijk ook gewoon vervelende dingen zeggen, omdat ze een beetje chagrijnig zijn ofzo.

00:03:44

Interviewee

Dus daar kijk ik wel een beetje doorheen.

00:03:47

Interviewee

Dit ziet er eigenlijk wel goed uit.

00:03:48

Interviewee

Wat zijn de beoordelingen?

00:03:49

Interviewee

Wat is de info?

00:03:50

Interviewer

De locatie van het bedrijf en dat soort dingen.

00:03:56

Interviewee

Kan ik toch nog eventjes teruggaan naar een andere?

00:03:59

Interviewer

Ja, dat kan.

00:04:00

Interviewer

Moet je even kijken hoe je dat doet, want soms doet hij een beetje vaag.

00:04:03

Interviewer

Als het goed is, kunnen we daar weer terug.

00:04:06

Interviewer

Als je dat doet, dan gaat hij helemaal weer naar het begin.

00:04:08

Interviewer

Ik weet nog niet waarom dat is.

00:04:10

Interviewee

Mag ik even een beoordeling?

00:04:11

Interviewee

Ik trek hier de vijf beoordelingen aan.

00:04:15

Interviewee

Even kijken.

00:04:16

Interviewee

Salade, Italiaanse pizza.

00:04:18

Interviewee

4 tot 6.

00:04:20

Interviewee

Ik hou niet van Turks, die valt af.

00:04:24

Interviewee

En Amerikaanse pizza's ook niet.

00:04:28

Interviewee

Dan zou ik dan eigenlijk voor de Papizam komen.

00:04:34

Interviewee

Dat ziet er lekker uit.

00:04:35

Interviewer

En als je naar die reviews kijkt, vind je dan de hoeveelheid ook van belang?

00:04:42

Interviewee

Ja, zeer zeker.

00:04:43

Interviewee

Want als ze er maar één hebben...

00:04:48

Interviewee

Maar op basis van 200 plus beoordelingen.

00:04:51

Interviewer

Dus dat is wel veel, ja.

00:04:54

Interviewee

Gewoon goed.

00:04:57

Interviewee

Heerlijke pizza's, rijk belegd.

00:05:02

Interviewee

Een snelle warme bezorging.

00:05:05

Interviewee

Slappe bodem, daar hou ik wel eens van.

00:05:10

Interviewee

Ja, weet je, ik ben nog wel een keer dat ik gewoon een beslissing maak.

00:05:13

Interviewer

Nee, je mag gewoon een beslissing maken hoor.

00:05:15

Interviewer

Als je zegt van dit is wat ik normaal zou doen, dan kun je gewoon zeggen...

00:05:17

Interviewer

Ja, weet je...

00:05:20

Interviewee

Papizam, ja prima.

00:05:21

Interviewer

Ja, en dan wat ik begrijp is dat je wel reviews vindt wel belangrijk.

00:05:25

Interviewer

Je dacht er even niet aan.

00:05:27

Interviewee

Ja, bij hotels doe ik het altijd wel.

00:05:29

Interviewee

Maar daar zitten we nou niet, maar daar kijk ik altijd wel naar.

00:05:33

Interviewer

Dus dan is het omdat het een pizza is, dat je dacht dat het niet in je opkwam om naar de reviews te kijken.

00:05:38

Interviewer

Want je dacht ja, het is toch eten.

00:05:43

Interviewee

Als ik op thuisbezorgd ben, zit het niet in mijn systeem.

00:05:47

Interviewee

Dat is de reden.

00:05:47

Interviewer

Je bent niet gewend om op thuisbezorgd specifiek te kijken?

00:05:51

Interviewee

juist.

00:05:54

Interviewee

Dat is het.

00:05:54

Interviewee

Want ik kijk, ja, omdat ik gewoon hier woon, doe ik niet heel veel via thuisbezorgd en dan ga ik naar Portionella of Blue Sakura of net wat ik wil bestellen.

00:06:06

Interviewer

Dus eigenlijk gewoon een beetje macht der gewoonte, dat je denkt, nou ja, ik ken het hier.

00:06:10

Interviewer

Dus je weet wat lekker is en je weet wat niet lekker is.

00:06:12

Interviewee

Juist, dat is het.

00:06:13

Interviewer

Dus als je dan ineens in een andere locatie zit, denk je van, oh ja, wacht, ik moet nu echt gaan kijken, want...

00:06:17

Interviewee

Dus nou uit gaan proberen.

00:06:20

Interviewee

Ja, ja, ja.

00:06:21

Interviewee

Dus dat was mijn...

00:06:22

Interviewee

Nou ja, oké.

00:06:23

Interviewer

Dus wat ik dan begrijp is, als je naar de reviews kijkt, dan is het wel de gemiddelde score.

00:06:27

Interviewer

En dan score je wel door de individuele beoordelingen heen en lees je er een paar aan mee van, een paar negatieve lezen merkte ik en een paar positieve?

00:06:34

Interviewee

Ja.

00:06:35

Interviewer

En dan een beetje kijken van wat is goed?

00:06:36

Interviewee

Dat...

00:06:36

Interviewee

Nou, weet je wat mij ook opviel?

00:06:39

Interviewee

Er stond ook salade bij, bij die Papizam.

00:06:46

Interviewee

ik vind die combinatie ook wel weer goed.

00:06:47

Interviewee

Kijk, ik heb ook gekeken van, ik hou niet van de Amerikaanse pizza's, nou die domino's pizza, die hoef ik ook allemaal niet.

00:06:54

Interviewee

Dus ik ga er eigenlijk ervan uit dat dit misschien wel een lokale pizzeria is.

00:07:01

Interviewee

In Apeldoorn.

00:07:03

Interviewee

Dus ik vind alleen het, even kijken, hier kan ik De prijs, ja.

00:07:11

Interviewee

Normaal gesproken, waar ik wel naar kijk bij Thuisbezorgd, kan het ook prijs gebonden zijn.

00:07:23

Interviewee

Dat ook.

00:07:24

Interviewee

Alleen voor een pizza vind ik zo'n generaal iets.

00:07:26

Interviewer

Hij zit altijd tussen de 10 en 16 ofzo.

00:07:28

Interviewee

Ja, juist.

00:07:29

Interviewee

Dus weet je, dat is dan niet zo. belangrijk

00:07:31

Interviewee

En dan ga ik even kijken van, nou ja, wat hebben ze dan allemaal.

00:07:34

Interviewee

En dan zou ik mijn keuze maken.

00:07:35

Interviewer

Maar dan heb je het al gekozen, dan heb je een restaurant al gekozen.

00:07:38

Interviewer

Dus het is Papizam.

00:07:41

Interviewer

Dankjewel voor het maken van je keuze.

00:07:42

Interviewee

Graag gedaan.

Appendix C: Survey



UNIVERSITY OF TWENTE.



Welkom bij het onderzoek over Internet Skills van de Universiteit Twente

Voordat u aan het onderzoek begint, is het belangrijk dat u weet hoe het onderzoek gaat verlopen. Lees daarom onderstaande tekst goed door. Als U iets niet begrijpt, dan kunt u de onderzoeker hier direct vragen over stellen of bereiken via dit e-mailadres: t.j.vanek@student.utwente.nl. De onderzoeker beantwoordt uw vragen graag. Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de internetvaardigheden van Nederlanders en als voorbereiding op een mogelijk vervolg onderzoek. Bij deelname word u gevraagd om een online enquête in te vullen. Deze bestaat uit verschillende soorten vragen. Beantwoord graag alle vragen en neem de tijd om over uw antwoorden na te denken. Dit zal ongeveer 5-10 minuten duren. Deelname aan dit onderzoek brengt geen aanzienlijke risico's of ongemakken met zich mee.

Ik heb dit begrepen

ik heb dit NIET begrepen

Powered by Qualtrics

Protected by reCAPTCHA: [Privacy](#) & [Terms](#)



Door deel te nemen aan het onderzoek heb ik de onderzoeksinformatie gelezen en begrepen. Ik ben 16 jaar of ouder. Ik geef vrijwillig toestemming om deel te nemen aan dit onderzoek en begrijp dat ik kan weigeren vragen te beantwoorden en dat ik me op elk moment kan terugtrekken uit het onderzoek, zonder dat ik hiervoor een reden hoeft op te geven. Ik begrijp dat deelname aan het onderzoek inhoudt dat mijn antwoorden worden opgenomen en verwerkt en dat mijn e-mail (indien gegeven) wordt opgenomen voor een mogelijk vervolggesprek. Ik begrijp dat de door mij verstrekte informatie zal worden gebruikt als gegevens in een bachelorscriptie. Ik begrijp dat de persoonlijke informatie die over mij wordt verzameld en die mij kan identificeren, zoals [bijv. mijn e-mail adres], niet wordt gedeeld buiten het onderzoeksteam en wordt verwijderd na het onderzoek. Ik ga ermee akkoord dat mijn informatie mag worden geciteerd in onderzoeksresultaten.

Ik ga akkoord
Ik ga NIET akkoord



Wat is uw leeftijd?

Als U openstaat tot een vervolg interview vraag ik U om hier aub Uw e-mail adres (of andere contactinformatie) in te voeren. (dit veld is niet verplicht)



Operationele internetvaardigheden

helemaal
oneens oneens neutraal eens helemaal
mee eens

Ik weet hoe ik
opgeslagen
bestanden kan
openen

Ik weet hoe ik een
foto van het
internet kan
opslaan

Ik weet hoe ik
sneltoetsen kan
gebruiken (bv
CTRL-c voor kopie)

Ik weet hoe ik een
nieuw venster open

in mijn internet
browser

Ik weet hoe ik een
website kan
bookmarken
(toevoegen aan de
favorieten)

Informatie-navigatie internetvaardigheden

	helemaal oneens	oneens	neutraal	eens	helemaal mee eens
Ik vind het moeilijk om te besluiten wat de beste zoekwoorden zijn					
Ik vind het moeilijk een website die ik eerder bezocht terug te vinden					
Ik vind informatie zoeken op internet vermoeiend					
Soms zit ik op een website zonder dat ik weet hoe ik er kwam					
Ik vind de manier waarop veel websites zijn ontworpen verwarrend					

Communicatie internetvaardigheden

	helemaal oneens	oneens	neutraal	eens	helemaal mee eens
--	--------------------	--------	----------	------	----------------------

Ik weet welke informatie ik wel of niet kan delen op internet

Ik weet wanneer ik informatie wel of niet kan delen op internet

Ik zorg dat mijn commentaar en gedrag passen bij de situatie waarin ik mij op internet bevind

Ik weet hoe ik kan aanpassen met wie ik informatie deel (bv. vrienden, vrienden van vrienden, of iedereen)

Ik weet hoe ik vrienden uit mijn contactlijst kan verwijderen

Content creatie internetvaardigheden

helemaal oneens oneens neutraal eens helemaal mee eens

Ik weet hoe ik iets nieuws kan maken van bestaande online plaatjes, muziek of video's

Ik weet hoe ik kleine aanpassingen kan maken aan

materiaal dat
anderen hebben
gemaakt

Ik weet hoe ik een
website kan maken

Ik weet welke
(kopieer)rechten
van toepassing zijn
op online materiaal

Ik zou me
zelfverzekerd
voelen bij het op
internet plaatsen
van zelf gemaakte
video's



Bedankt voor het beantwoorden van deze vragenlijst.
U antwoorden zijn opgeslagen

Voor vragen of meer informatie kunt U de onderzoeker bereiken op:
t.j.vanek@student.utwente.nl

Appendix D: Informed consent Case Study

Consent Form for Case Study

Please tick the appropriate boxes

Yes No

Taking part in the study

I have read and understood the study information or it has been read to me. I have been able to ask questions about the study and my questions have been answered to my satisfaction.

I consent voluntarily to be a participant in this study and understand that I can refuse to answer questions and I can withdraw from the study at any time, without having to give a reason.

I understand that taking part in the study involves my audio being recorded and processed

Use of the information in the study

I understand that the information I provide will be used as data in a bachelor thesis.

I understand that personal information collected about me that can identify me, such as [e.g. my name], will not be shared beyond the study team.

I agree that my information can be quoted in research outputs

Consent to be Audio Recorded

Signatures

Name of participant [printed]

Signature

Date

I have accurately read out the information sheet to the potential participant and, to the best of my ability, ensured that the participant understands to what they are freely consenting.

Researcher name [printed]

Signature

Date

Study contact details for further information: Timo van Ek, t.j.vanek@student.utwente.nl

Contact Information for Questions about Your Rights as a Research Participant

If you have questions about your rights as a research participant, or wish to obtain information, ask questions, or discuss any concerns about this study with someone other than the researcher, please contact the Secretary of the Ethics Committee/domain Humanities & Social Sciences of the Faculty of Behavioural, Management and Social Sciences at the University of Twente by ethicscommittee-hss@utwente.nl