

KB nationale bibliotheek
Bron voor vooruitgang

motivaction
insights and strategy

Het informatiezoekgedrag van Nederlanders

Jaarlijks onderzoek van KB nationale bibliotheek
2026

M260902 23-11-2026

Tamar Koopman t.koopman@motivaction.nl
Lex van Meurs l.vanmeurs@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond en opzet	3
Conclusies	4
Leeswijzer resultaten	5
Resultaten	6
H1. Achtergrond	6
H2. Belangrijkste resultaten	10
H3. Uitkomsten stellingen	16

Achtergrond en opzet

De KB nationale bibliotheek bewaart het collectieve geheugen van Nederland. Alles wat er in of over Nederland wordt gepubliceerd, is te vinden in de archieven van de KB. Hiermee is de nationale bibliotheek van Nederland een belangrijke bron voor informatie. Onderzoekers, studenten, wetenschappers en nieuwsgierige mensen gebruiken de bronnen van de KB om meer te weten te komen over bepaalde onderwerpen. De KB hecht aan deze ongefilterde, oorspronkelijke informatievoorziening.

In het licht van de meerjarige campagne vanuit het nieuwe merkverhaal 'Bron voor vooruitgang' is de KB een jaarlijks onderzoek begonnen naar hoe Nederlanders denken over het belang van informatie, de (zorgen over) betrouwbaarheid en toegankelijkheid hiervan. Ook wil de KB weten van welke bronnen Nederlanders gebruik maken om aan hun informatie te komen en welke rol AI en sociale media hierin hebben.

Ter ondersteuning van de campagne voerde Motivaction een kwantitatief onderzoek uit onder Nederlanders van 18 tot en met 80 jaar. Het onderzoek belicht hun informatiebehoeften, brongebruik en ervaringen met informatie die tot nieuwe inzichten, beslissingen of veranderingen leidt. Daarbij is aandacht voor betrouwbaarheid, broncontrole en toegankelijkheid, onder meer in relatie tot AI en sociale media. Ook is onderzocht welke rol Nederlanders voor de KB zien als toegankelijke gids naar betrouwbare informatie.

Centrale onderzoeksvraag

- Waar halen Nederlanders informatie vandaan wanneer zij iets belangrijks willen leren, beslissen of veranderen, en in hoeverre brengt die informatie hen verder?

Onderzoeksdoelstelling

- **Inzicht verkrijgen** in hoe Nederlanders informatie zoeken, gebruiken en beoordelen, en welke betekenis betrouwbare bronnen hebben voor hun keuzes, ontwikkeling en meningsvorming.



Methode

- Online vragenlijst: **26 vragen**
- Gemiddelde invultijd: **8 minuten**
- Veldwerk: **12 t/m 22 oktober 2026**



Doelgroep

- Doelgroepen:
  - **Nederlanders tussen 18-80 jaar**
  - Representatief op basis van: **geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, regio, waarden & leefstijl (Mentality)**



Respondentenselectie en steekproef

- StemPunt-panel: bruto **n=3.798** mensen uitgenodigd
- Steekproef: netto **n=1.025** Nederlanders tussen 18-80 jaar gerespondeerd (27%), gewogen naar bovengenoemde kenmerken

Conclusies

Informatie biedt veel Nederlanders houvast bij leren, beslissen en veranderen. Toch zijn betrouwbaarheid, eigen regie en toegang niet vanzelfsprekend.

Veelgebruikte informatiebronnen genieten niet automatisch vertrouwen. Zoekmachines worden door 66% van Nederlanders gebruikt, sociale media door 45% en AI door 40%. Dat gebruik gaat niet altijd samen met vertrouwen: onder gebruikers vindt 14% sociale media en 33% AI betrouwbaar. Wetenschappelijke informatie, deskundigen en bibliotheken behoren juist tot de bronnen die onder hun gebruikers het meeste vertrouwen genieten, al worden ze in vergelijking met andere informatiebronnen juist relatief weinig geraadpleegd.

Nederlanders willen zelf hun informatiebronnen kiezen. 75% wil zelf bepalen van welke bronnen men nieuws ziet en 70% wil zoeken zonder beïnvloeding door eerder zoek- en klikgedrag. Die behoefte aan regie staat niet op zichzelf: zij gaat samen met meer zorgen over misleidende informatie en meer ervaren moeilijkheden met meningsvorming door sociale media.

Naast zorgen over misinformatie ervaren Nederlanders moeite met beoordelen en kiezen. 73% maakt zich zorgen over onjuiste of misleidende informatie. Ook het vinden van houvast is een uitdaging: 56% vindt betrouwbaarheid steeds moeilijker te beoordelen en 50% vindt kiezen door het (grote) informatieaanbod soms lastiger. Deze uitkomsten laten zowel maatschappelijke zorgen als persoonlijke uitdagingen zien.

AI wordt naar eigen zeggen vaker een startpunt, maar overtuigingskracht is geen bewijs van betrouwbaarheid. 34% zegt steeds vaker bij AI te beginnen en 23% vindt een overtuigend AI-antwoord al snel betrouwbaar. Vaker bij AI beginnen hangt bovendien samen met vaker een mening vormen op basis van alleen een kop of titel. Dat wijst op een mogelijke spanning tussen snel antwoord krijgen en zorgvuldig beoordelen, zonder een oorzakelijk verband aan te tonen. (‘Steeds vaker’ beschrijft een ervaren verandering, geen gemeten trend.)

Snelle meningsvorming hangt samen met nieuws-consumptie via sociale media en bevestigend klikgedrag. 61% twijfelt door misinformatie vaker aan nieuwsberichten, terwijl 34% soms al een mening vormt na uitsluitend een kop of titel. Deze laatste groep ontvangt vaker een groot deel van het nieuws via sociale media (57% vs. 23%) en klikt vaker op informatie die aansluit bij bestaande opvattingen (65% vs. 32%). Daarmee lijken beperkte kennisname en bevestigend klikgedrag samen te hangen, zonder dat een oorzakelijk verband is aangetoond.

Toegang tot betrouwbare informatie wordt gezien als een publieke verantwoordelijkheid. 81% vindt dat betrouwbare informatie voor iedereen gratis toegankelijk moet zijn en 76% ziet hierin een overheidsrol. Het belang van toegang wordt onderstreept door het beslisvertrouwen dat goede informatie 77% geeft. Tegelijkertijd ervaart 43% belemmeringen door kosten en betaalmuren. Daarmee ontstaat een spanning tussen ideaal en ervaren praktijk.

Leeswijzer resultaten

Dit rapport presenteert de onderzoeksresultaten op totaalniveau. De resultatensectie bestaat uit drie hoofdstukken:

Hoofdstuk 1. Achtergrond
Dit hoofdstuk toont de resultaten over het informatiegebruik van Nederlanders (18-80 jaar). De onderwerpen die aan bod komen zijn: geraadpleegde informatiebronnen en vertrouwen hierin, informatievaardigheid en zoek-/controlegedrag.

Hoofdstuk 2. Belangrijkste resultaten
Dit hoofdstuk toont de belangrijkste resultaten die voortkomen uit de onderzoeksresultaten. Iedere richting is daarbij voorzien van bewijslast (de specifieke resultaten waarop deze gebaseerd is) en duiding.

Hoofdstuk 3. Uitkomsten stellingen
Dit hoofdstuk toont de resultaten van alle in dit onderzoek voorgelegde stellingen. De volgende thema's komen hierin aan bod: informatiebehoeften, concrete ervaring, brongebruik, effect van informatie, betrouwbaarheid, broncontrole, toegankelijkheid, maatschappelijke meningsvorming, lokale bibliotheekdiensten.

KB nationale bibliotheek
Bron voor vooruitgang

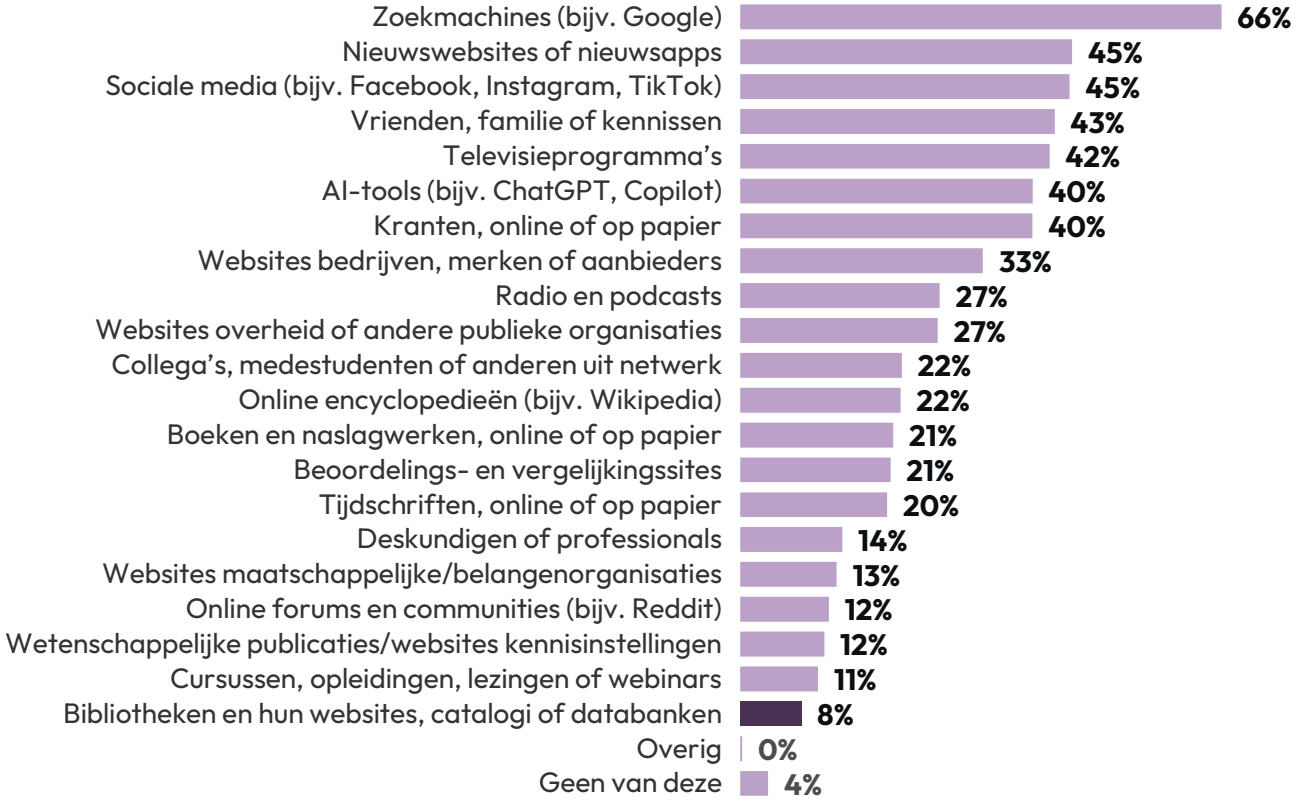
motivaction
insights and strategy



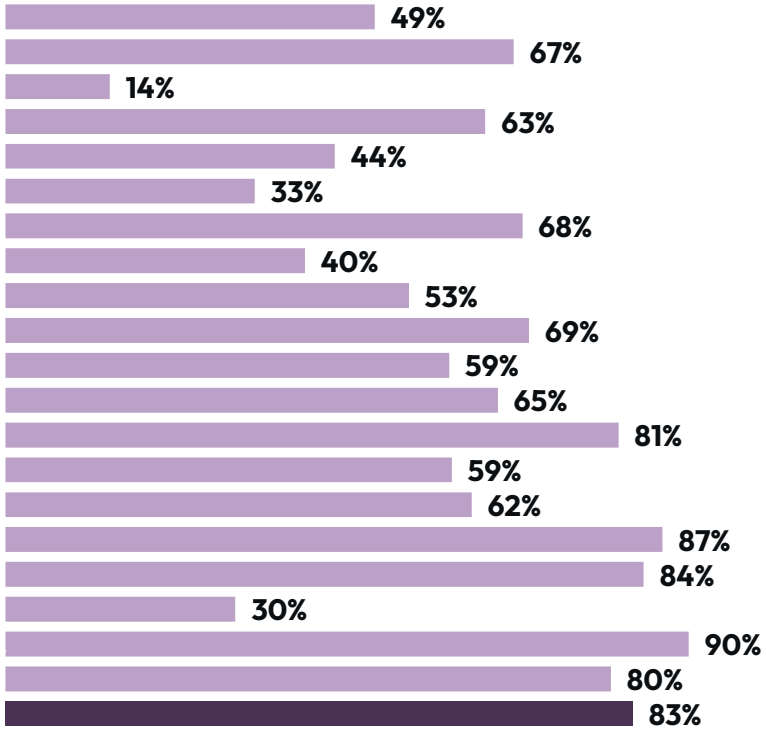
Resultaten:
H1. Achtergrond

Deskundigen, wetenschappers en bibliotheken betrouwbare informatiebronnen, 40% gebruikt AI om tot informatie te komen en weinig vertrouwen in informatie op sociale media

Welke informatiebronnen heb je in de afgelopen maand gebruikt?
(Basis - allen, n=1.025)

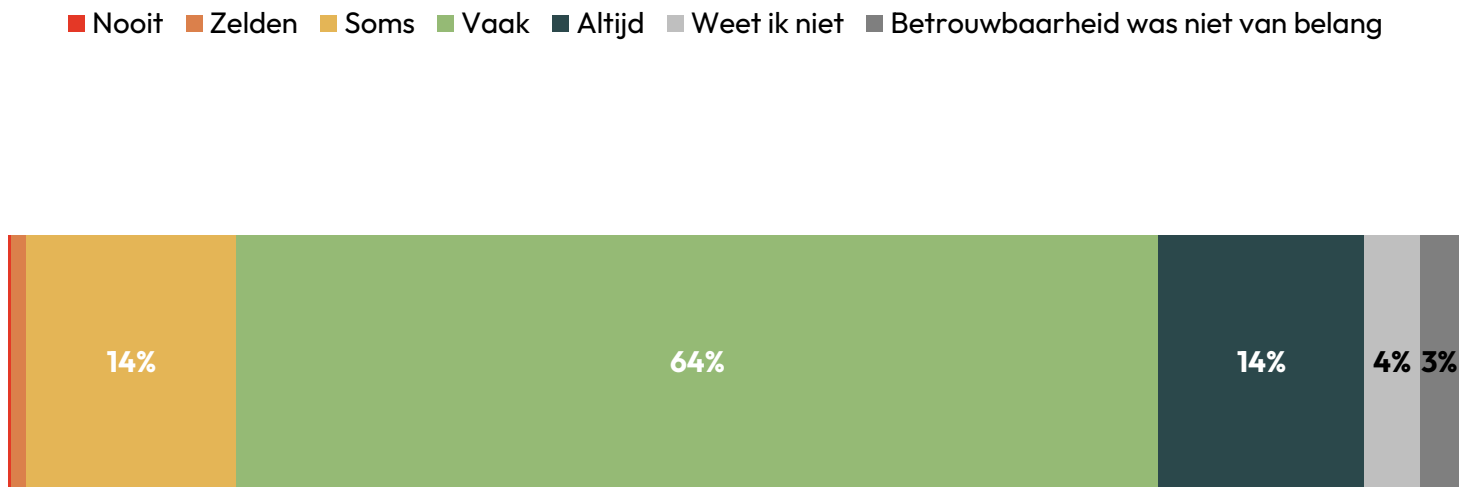


Vertrouwen in informatiebronnen (% (zeer) betrouwbaar)
(Basis – gebruikers van betreffende informatiebron)



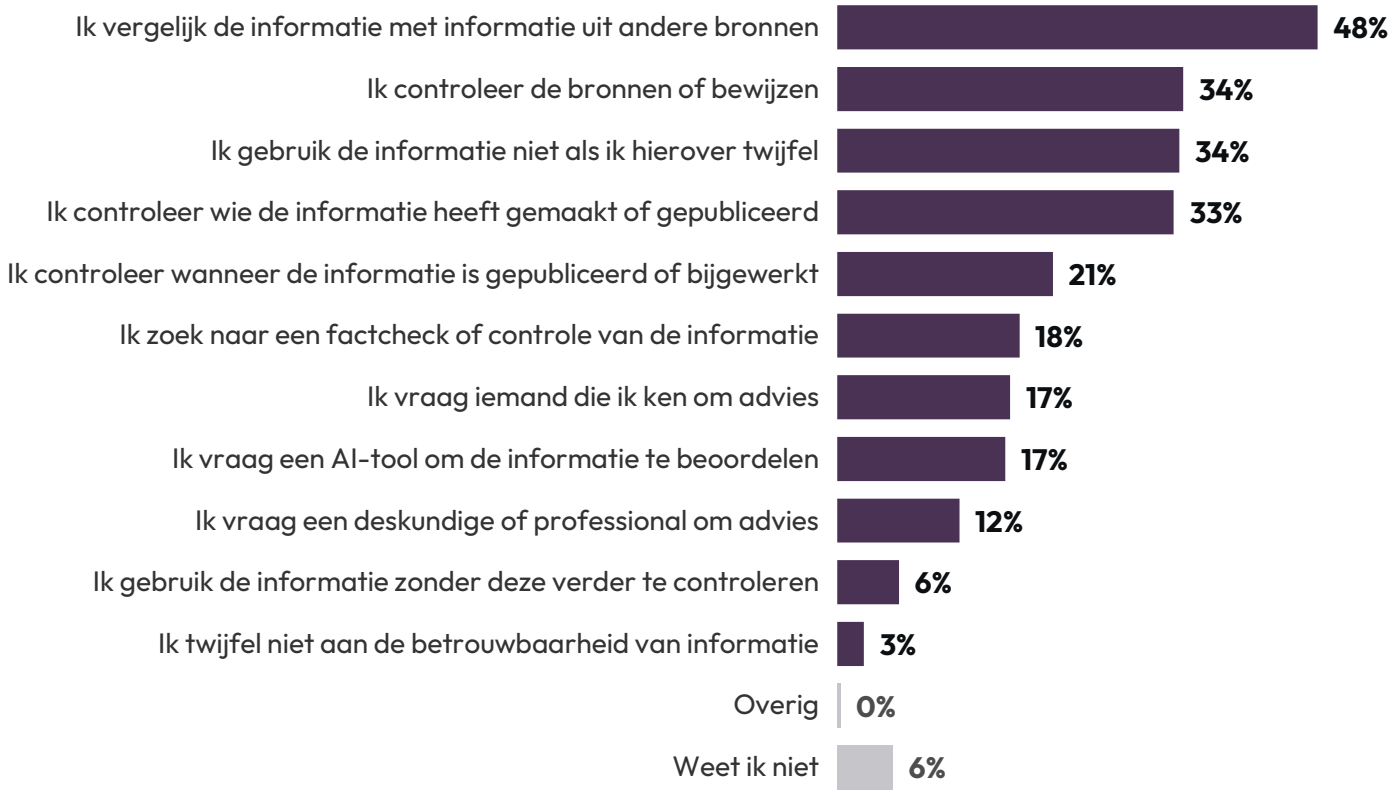
Ruim 7 op de 10 Nederlanders zegt vaak of altijd betrouwbare informatie te kunnen vinden wanneer ze dit nodig hebben

Als je betrouwbare informatie nodig hebt, hoe vaak lukt het je dan om die te vinden?
(Basis - allen, n=1.025)



Bij twijfel legt men informatie vooral naast andere bronnen ter vergelijking; een derde controleert de bronvermelding en/of afzender of gebruikt bij twijfel de informatie *niet*

Wat doe je meestal als je twijfelt of informatie betrouwbaar is?
(Basis - allen, n=1.025)



KB nationale bibliotheek
Bron voor vooruitgang

motivaction
insights and strategy



H2. Belangrijkste resultaten

1. Nederlanders willen zelf kiezen welke informatie zij zien

Resultaten:

- 75% wil zelf bepalen van welke bronnen ze nieuws te zien krijgen in plaats van dat een algoritme dat voor hen bepaalt
- 70% wil een plek waar je informatie kan zoeken zonder dat eerder zoek-/klikgedrag mede bepaalt wat je te zien krijgt
- 47% zegt dat de volgorde van zoekresultaten voor een groot deel bepaalt welke informatie ze bekijken
- Nederlanders die liever zelf willen bepalen van welke bronnen ze nieuws te zien krijgen in plaats van dat algoritmes dat voor hen bepalen, maken zich meer zorgen over de verspreiding van onjuiste of misleidende informatie (82%) dan Nederlanders die wel ruimte zien voor algoritmen bij het bepalen welke nieuwsbronnen ze te zien krijgen (42%)
- Deze Nederlanders vinden ook vaker dat sociale media het voor hen moeilijker maken om goed onderbouwde meningen te vormen (42% vs. 20%)

Duiding: De wens om zelf nieuwsbronnen te kiezen gaat samen met meer zorgen over mis- en desinformatie en de invloed van sociale media op meningsvorming. Tegelijkertijd zegt bijna de helft dat de volgorde van zoekresultaten mede bepaalt welke informatie zij bekijken. Dit wijst op een behoefte aan meer regie in een informatieomgeving waarin algoritmische (voor)selectie en beïnvloeding een rol spelen.

2. Zorgen over misinformatie in een overweldigend informatielandschap

Resultaten:

- 73% maakt zich zorgen over de verspreiding van onjuiste of misleidende informatie
- 49% merkt dat mensen uit hun eigen omgeving zich meer zorgen maken hierover vergeleken met een jaar geleden*
- 56% vindt het steeds moeilijker om te bepalen welke informatie betrouwbaar is*
- 50% vindt het soms juist moeilijker om belangrijke keuzes te maken door de grote hoeveelheid aan beschikbare informatie
- Nederlanders die liever zelf willen bepalen van welke bronnen ze nieuws te zien krijgen in plaats van dat algoritmes dat voor hen bepalen, maken zich meer zorgen over de verspreiding van onjuiste of misleidende informatie (82%) dan Nederlanders die wel ruimte zien voor algoritmen bij het bepalen welke nieuwsbronnen ze te zien krijgen (42%)

Duiding: De resultaten laten zowel maatschappelijke zorgen als persoonlijke uitdagingen zien: betrouwbare informatie herkennen en keuzes maken uit een groot informatieaanbod. De resultaten wijzen mogelijk op een grote maatschappelijke behoefte aan (meer) houvast in een informatieomgeving die soms overweldigend voelt.

**De waargenomen toename is een gerapporteerde ervaring, geen gemeten trend.*

3. De informatiezoektocht begint steeds vaker bij AI

Resultaten:

- 63% zoekt eerst online naar informatie als ze een belangrijke beslissing moeten maken
- 34% begint hun informatiezoektocht steeds vaker bij AI-tools, zoals ChatGPT of Copilot, dan bij een zoekmachine*
- 50% controleert belangrijke informatie meestal bij andere bronnen als zij AI gebruiken
- 23% vindt een AI-antwoord al snel betrouwbaar wanneer het overtuigend is geformuleerd
- Nederlanders wiens informatiezoektocht vaker bij AI begint dan bij een zoekmachine, vormen vaker soms al een mening over een bericht op basis van uitsluitend de kop of titel (48%) dan Nederlanders wiens informatiezoektocht niet vaker bij AI begint (26%)
- Nederlanders die overtuigende AI-antwoorden snel betrouwbaar vinden, vormen vaker soms al een mening over een bericht op basis van uitsluitend de kop of titel (58%) dan Nederlanders die dit niet vinden (27%)

Duiding: AI biedt een directe route naar antwoorden, maar een overtuigende formulering is op zichzelf geen garantie voor betrouwbare inhoud. De samenhang tussen vaker bij AI beginnen en meningsvorming op basis van alleen een kop of titel onthult een mogelijke spanning tussen snel antwoord krijgen en goed onderbouwde meningsvorming.

**De waargenomen toename van AI-gebruik aan de start van een informatiezoektocht is een gerapporteerde ervaring, geen gemeten trend.*

4. Twijfel aan nieuws

Resultaten:

- 73% van Nederlanders maakt zich zorgen over de verspreiding van onjuiste of misleidende informatie
- 61% twijfelt door mis- en desinformatie vaker of nieuwsberichten waar zijn*
- 34% vormt soms al een mening over een bericht nadat ze uitsluitend de kop of titel hebben gelezen
- voor 36% bestaat de nieuwsvoorziening voor een groot deel uit berichten op sociale media-tijdlijnen
- Nederlanders die soms al een mening over een bericht vormen nadat ze uitsluitend de kop of titel hebben gelezen, zien hun nieuws vaker grotendeels via sociale media voorbijkomen (57%) dan Nederlanders die niet of minder vaak een mening vormen uitsluitend op basis van de kop of titel (23%)
- Deze groep klikt bij het zoeken naar informatie bovendien vaker op informatie die aansluit bij wat ze dachten (65% vs. 32% van degenen die niet of minder vaak een mening vormen uitsluitend op basis van de kop of titel)

Duiding: De impact van mis- en desinformatie gaat verder dan het risico dat mensen onjuiste berichten geloven: zij ervaren ook meer twijfel over nieuws. Meningsvorming op basis van alleen een kop gaat daarnaast samen met nieuws ontvangen via sociale media en een voorkeur voor informatie die aansluit bij bestaande opvattingen. Dat wijst op een patroon waarin beperkte kennisname en bevestiging samenkomen, zonder dat een oorzakelijk verband is aangetoond.

**De waargenomen toename is een gerapporteerde ervaring, geen gemeten trend.*

5. Nederlanders zien betrouwbare informatie als publiek goed

Resultaten:

- 81% van Nederlanders vindt dat betrouwbare informatie voor iedereen gratis toegankelijk zou moeten zijn
- 76% vindt dat de overheid ervoor moet zorgen dat iedereen toegang heeft tot betrouwbare en onafhankelijke informatie*
- 77% krijgt door goede informatie meer vertrouwen bij het maken van belangrijke beslissingen
- 43% heeft door kosten en betaalmuren niet altijd toegang tot de betrouwbare informatie die zij nodig hebben

Duiding: Toegang tot betrouwbare informatie wordt niet alleen gezien als een individuele behoefte, maar ook als een verantwoordelijkheid van de overheid. Het belang daarvan krijgt extra gewicht doordat goede informatie vertrouwen biedt bij belangrijke beslissingen, terwijl kosten en betaalmuren de toegang kunnen beperken. Er bestaat daarmee een spanning tussen het breed gedragen ideaal van gratis toegang en de ervaren praktijk.

**De resultaten laten niet zien of Nederlanders de huidige overheidsinzet (on)voldoende vinden.*

KB nationale bibliotheek
Bron voor vooruitgang

motivaction
insights and strategy

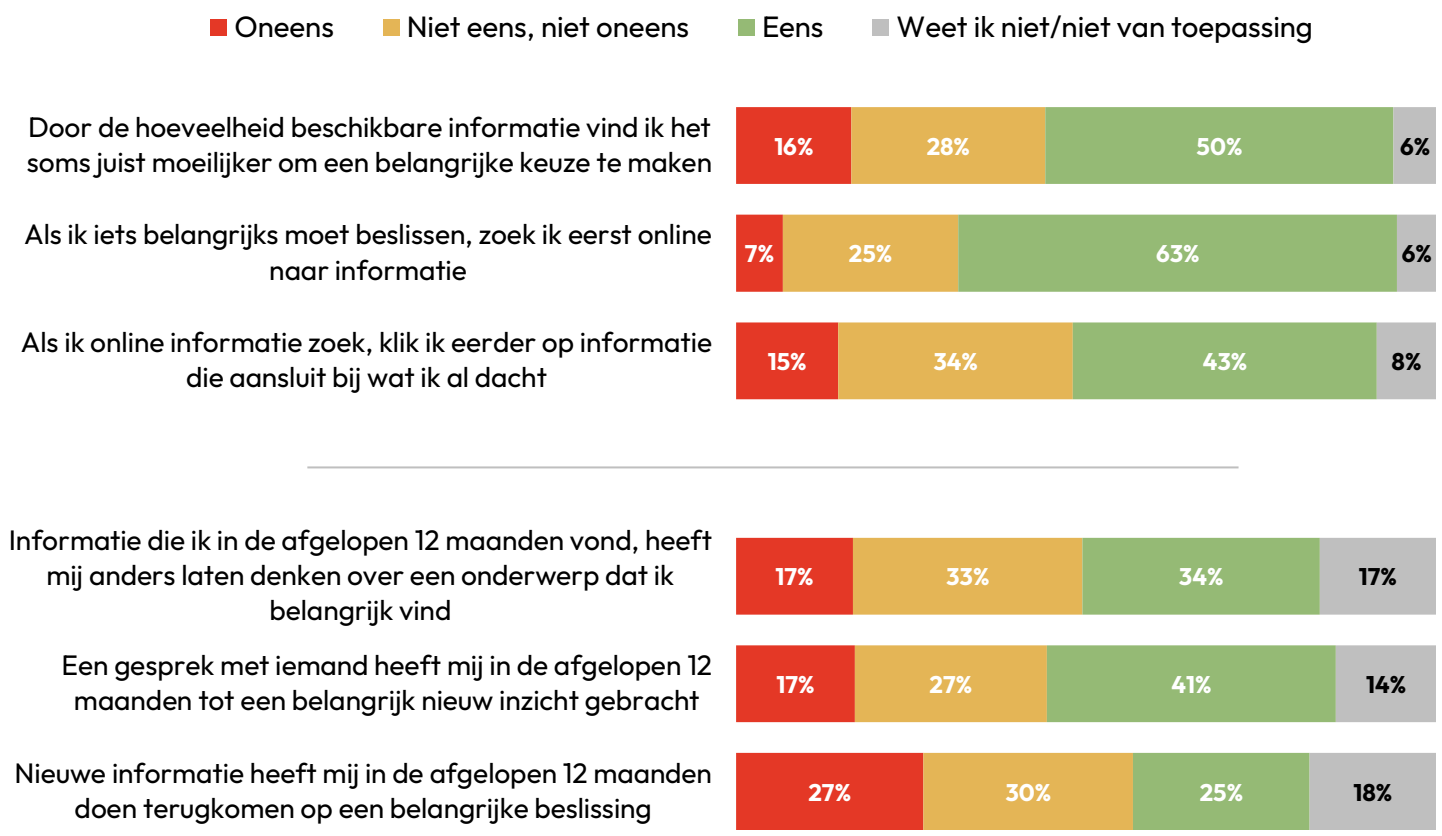


Resultaten:
H3. Uitkomsten stellingen

Uitkomsten stellingen per thema

Informatiebehoefte | Concrete ervaring

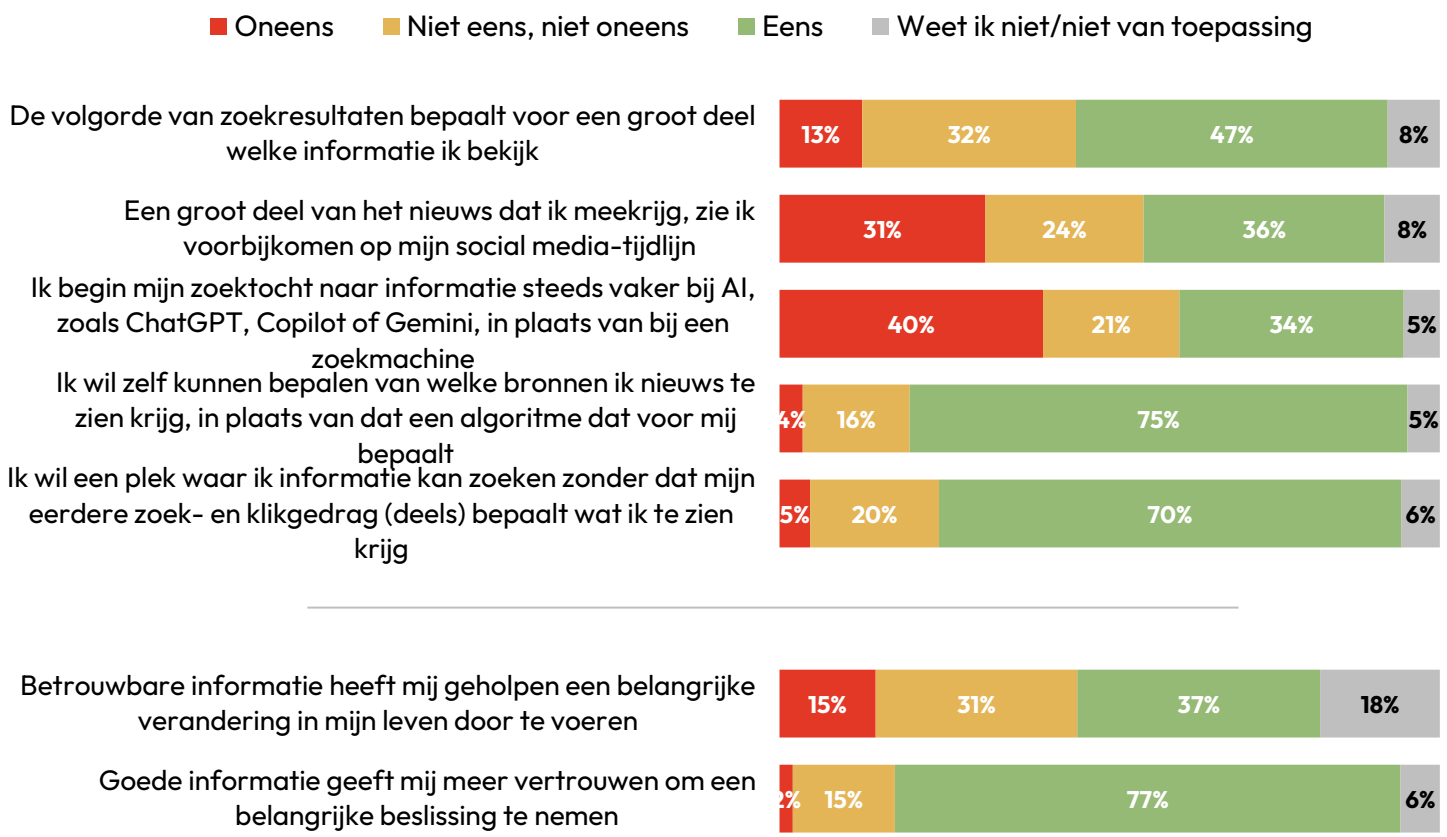
Geef per stelling aan of je het hiermee eens of oneens bent.
(Basis - allen, n=1.025)



Uitkomsten stellingen per thema

Brongebruik | Effect van informatie

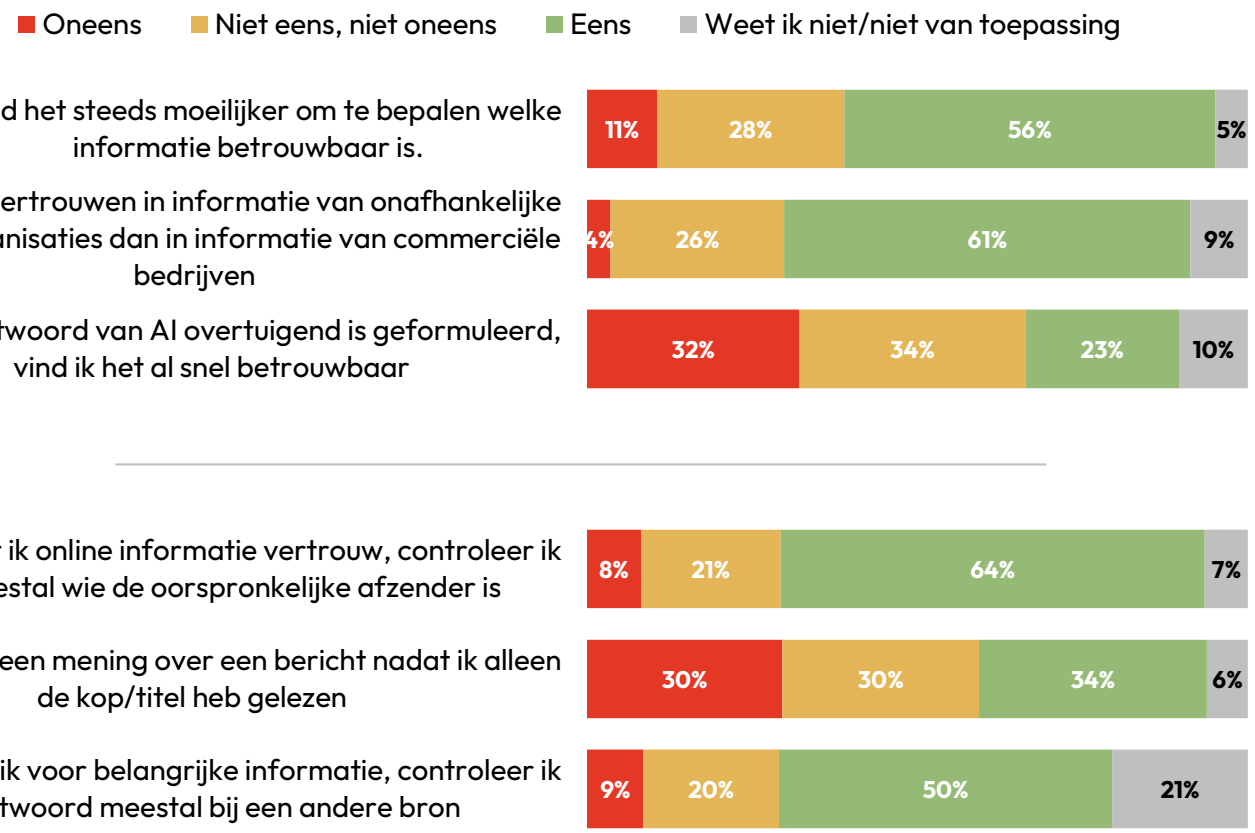
Geef per stelling aan of je het hiermee eens of oneens bent.
(Basis - allen, n=1.025)



Uitkomsten stellingen per thema

Betrouwbaarheid | Broncontrole

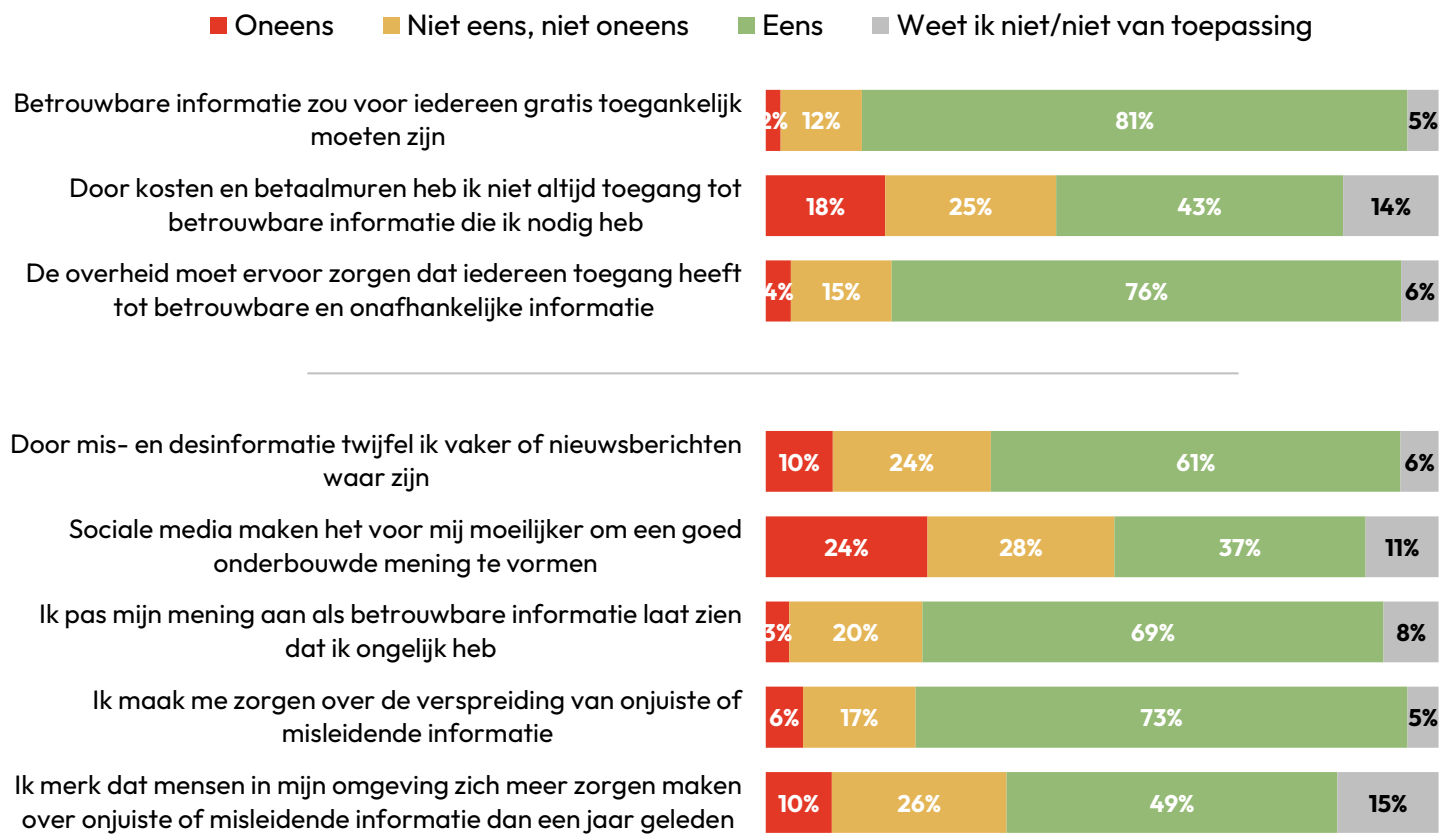
Geef per stelling aan of je het hiermee eens of oneens bent.
(Basis - allen, n=1.025)



Uitkomsten stellingen per thema

Toegankelijkheid | Maatschappelijke meningsvorming

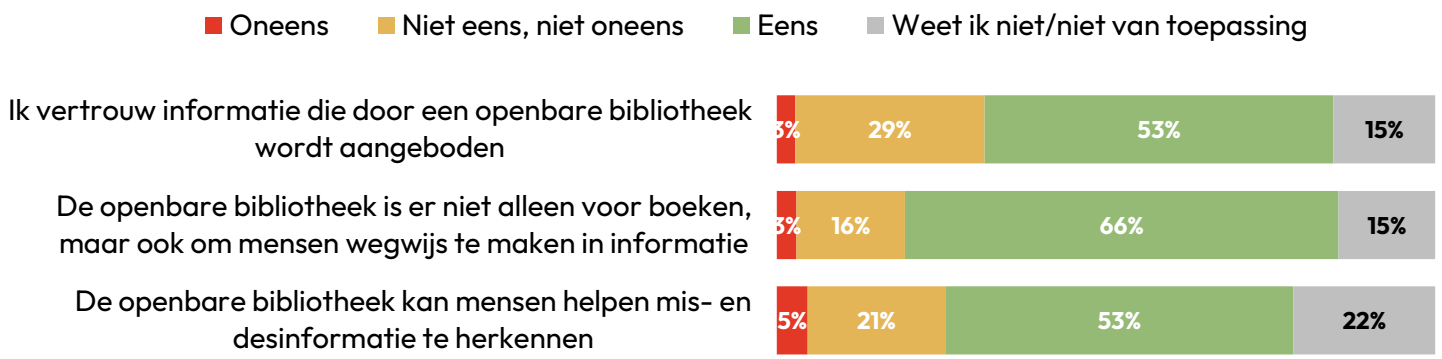
Geef per stelling aan of je het hiermee eens of oneens bent.
(Basis - allen, n=1.025)

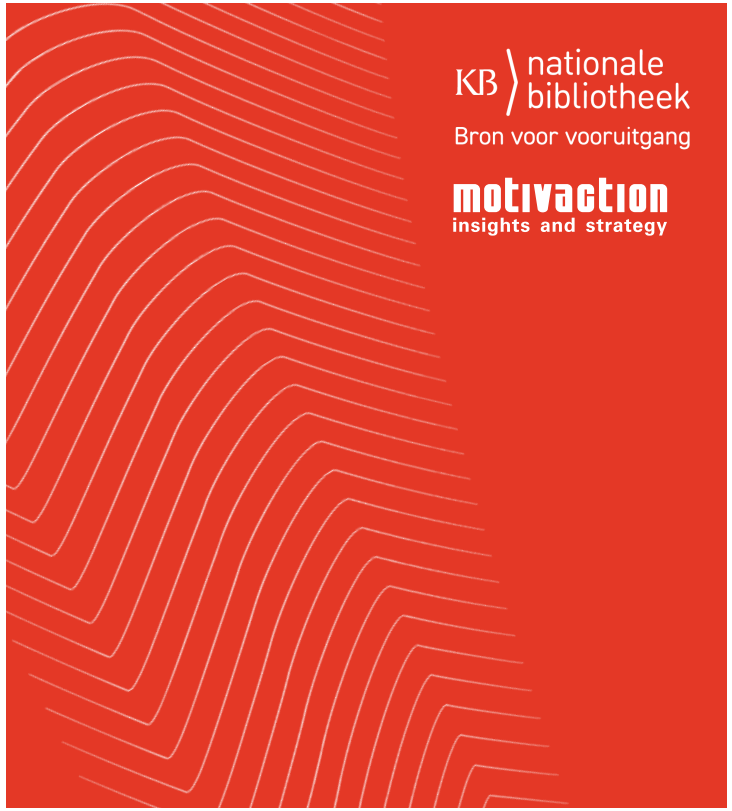


Uitkomsten stellingen per thema

Lokale bibliotheekdiensten

Geef per stelling aan of je het hiermee eens of oneens bent.
(Basis - allen, n=1.025)





Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever KB nationale bibliotheek. Voor het vermelden van de naam Motivaction van het opdrachtnemend onderzoeksbureau in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv.

Beeldmateriaal
Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid
Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons Pers- en publicatiebeleid.

KB nationale bibliotheek

Bron voor vooruitgang

motivaction
insights and strategy

KB nationale bibliotheek
Prins Willem-Alexanderhof 5
2595 BE Den Haag

Postbus 90407
2509 LK Den Haag

070 - 31 40 911

pers@kb.nl
www.kb.nl

Motivaction International bv
Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl

23-11-2026