

Statskonsult 2006

Oppfatninger om .no-domenet og Norid

*Undersøkelse i befolkningen og blant
virksomheter i Norge*

Forord

På oppdrag fra UNINETT Norid A/S - heretter kalt Norid - har Statskonsult gjennomført omdømmeundersøkelser i henholdsvis befolkningen og virksomheter i Norge. Norids målsetning med undersøkelsene har vært å innhente kunnskap om .no-domenet og om Norid som registreringstjeneste for .no-domenet. Undersøkelsene var delt opp i temaene generell bruk av internettadresser knyttet opp mot toppdomener, faktisk registrering og bruk av domenenavn, oppfatninger av og preferanser i forhold til .no og .com, forvaltningen av .no-domenet, kjennskap til Norid, oppfatninger av Norid og holdninger til deler av regelverket.

Undersøkelsesdesign er utarbeidet av Norid og Statskonsult i samarbeid. Norstat har vært ansvarlig for innsamling av data, og Statskonsult har vært ansvarlig for analyse og oppsummering av dataene.

Statskonsult står ansvarlig for innholdet i rapporten. Avdelingsdirektør Vivi Lassen har vært prosjektansvarlig. Prosjektet er utført av John Nonseid (prosjektleder) og Ellen Hov Aanæs.¹

Oslo, mai 2006



Vivi Lassen

¹ Denne versjonen av rapporten er noe forkortet. De steder hvor Norid har kuttet i teksten er merket med [...].

Innhold

1	Sammendrag	1
2	Innledning	3
3	Metode	4
3.1	Generelt om metodevalget	4
3.2	Presiseringer og definisjoner	6
4	Funn fra undersøkelsene	7
4.1	Fordeling på bakgrunnsvariablene	7
4.2	Generell bruk av internettdresser	8
4.3	Faktisk registrering og bruk av domenenavn	9
4.4	[...]	18
4.5	Forvaltning av .no	18
4.5.1	Kjennskap til Norid	18
4.5.2	Oppfatninger av Norid	21
4.5.3	Holdninger til deler av regelverket.....	24
4.6	Oppsummering og konklusjoner	29

1 Sammendrag

I denne rapporten beskrives funn fra undersøkelser om domener i henholdsvis befolkningen generelt og virksomheter i Norge spesielt. Norids målsetning med undersøkelsene har vært å innhente kunnskap om .no-domenet og om Norid som registreringstjeneste for .no-domenet.

Undersøkellesdesign er utarbeidet av Norid og Statskonsult i samarbeid. Norstat er ansvarlig for innsamling av data, og Statskonsult er ansvarlig for analyse og oppsummering av dataene.

Det er benyttet strukturerte spørreskjemaer med stort sett predefinerte svar. Respondenter til undersøkelsen av befolkningen ble rekruttert fra Norstats webpanel. Til sammen 1046 respondenter besvarte spørreskjemaet. Virksomhetene ble intervjuet på telefon. Undersøkelsen omfatter 500 virksomheter.

Noen av hovedfunnene som beskrives i rapporten er:

- Et klart flertall (95 %) av virksomhetene har registrert domenenavn under .no, mens 23 prosent har registrert domenenavn under .com
- Et klart flertall (91 %) av virksomhetene regner .no som det viktigste domenet når det gjelder markedsføring av virksomheten
- Under to av ti (18 %) av respondentene i befolkningen har registrert domenenavn som privatperson under andre toppdomener enn .no. 21 prosent av respondentene i befolkningen har tenkt å skaffe seg et domenenavn
- I befolkningen brukes .com (46 %) og .net (28 %) mest aktivt, for eksempel til nettsider eller e-post (registreringer under .priv.no er ikke kartlagt)
- Et flertall både av virksomhetene (91 %) og i befolkningen (84 %) oppfatter .no som det mest kjente domenet i det norske markedet
- Et flertall av virksomhetene (81 %) og i befolkningen (58 %) er enig i at .no er et domene der sjansen er stor for at internettadressen fører til den bedriften som eier navnet

[...]

- Norid er noe bedre kjent blant virksomhetene enn i befolkningen
- Et flertall av respondentene i virksomhetene (54 %) og i befolkningen (65 %) har ikke noe bestemt inntrykk av Norid. Den viktigste årsaken til dette er at Norid er lite synlig

-
- Et klart flertall av respondentene både i virksomhetene (88 %) og i befolkningen (75 %) er positive til at bare virksomheter i Norge kan registrere et domenenavn under .no
 - Det er flere av respondentene i virksomhetene (71 %) enn i befolkningen (53 %) som mener kvoten på 20 domenenavn er passe stor
 - Et flertall av respondentene både i virksomhetene (76 %) og i befolkningen (54 %) er enige i regelen om at privatpersoner ikke kan registrere et domenenavn direkte under .no

På basis av disse funnene konkluderer rapporten blant annet med at:

- .no har et godt omdømme både i virksomhetene og i befolkningen
- Det eksisterer kun få og små forskjeller mellom de ulike bakgrunnsvariablene

[...]

- Regelverket for .no har stor støtte, både blant virksomhetene og i befolkningen

2 Innledning

Prosjektets mål har vært å innhente kunnskap fra befolkningen og virksomheter i Norge om .no-domenet og om Norid som registreringstjeneste for .no-domenet. Mer konkret ønsket Norid mer kunnskap om temaene generell bruk av internettadresser knyttet opp mot toppdomener, faktisk registrering og bruk av domenenavn, og oppfatninger og preferanser av .no og .com. Videre ønsket Norid å undersøke de to gruppene i forhold til forvaltningen av .no-domenet, herunder kjennskap til Norid, oppfatninger av Norid og holdninger til deler av regelverket.

Det ble besluttet å gjennomføre to separate undersøkelser, en i befolkningen og en blant virksomheter i Norge. Vi har lagt vekt på å utvikle mest mulig like spørsmål for å kunne sammenligne gruppenes svar.

Prosjektet har bestått av tre faser:

- Utvikling av undersøkelsesdesign; spørreskjema, utvalg og undersøkelsesmetode
- Gjennomføring av undersøkelsene
- Analyse og oppsummering av funnene fra undersøkelsene

Undersøkelsesdesign ble utarbeidet av Norid og Statskonsult i samarbeid. Ansvarlig for innsamling av data var Norstat. Statskonsult har vært ansvarlig for analyse og oppsummering av dataene.

Ansvarlig i Norid har vært Hilde Thunem og ansvarlig i Statskonsult Vivi Lassen. Prosjektleder i Norid har vært Elisabeth Farstad, mens prosjektleder i Statskonsult har vært John Nonseid. Prosjektleder i Norstat har vært Erling Eriksen. Ellen Hov-Aanæs har vært prosjektmedarbeider fra Statskonsult.

3 Metode

3.1 Generelt om metodevalget

Vi kan skille mellom to hovedtyper av undersøkelsesmetoder, kvalitative og kvantitative. Skjematisk kan de fremstilles slik:

Aspekt ved evalueringen	Datatype	
	Kvalitative data	Kvantitative data
Undersøkelsesopplegg	Fleksibilitet	Strukturering
Kilde	Nærhet og sensitivitet	Avstand og selektivitet
Tolkningsmulighet	Relevans	Presisjon

Enkelt sagt kan kvantitative undersøkelser gi svar på hvor utbredt en oppfatning, holdning eller handling er, dvs. *hvor mange* som gjør, vet eller mener noe om det man spør om. Kvantitative undersøkelser kan gjennom måling av samvariasjon også si noe om sammenheng mellom forskjellige egenskaper, holdninger og bakgrunnsvariabler hos de som blir spurt. Kvalitative undersøkelser egner seg til å gi mer og dypere innsikt i et problemområde og kan gi grunnlag for å analysere hvorfor de man spør, gjør, vet eller mener det de gjør. Kvalitative undersøkelser kan derfor gi informasjon om årsaken til at ting er som de er.

Et hovedmål for Norid var å få kunnskap om hvilke meninger og oppfatninger som er representative i de to gruppene, eller sagt med andre ord finne ut hvor utbredt bestemte meninger, oppfatninger eller kunnskap er i gruppene. Videre var det viktig å sammenligne gruppene med hverandre og se på mulige forskjeller i de enkelte gruppene ut fra bestemte egenskaper/bakgrunnsvariabler. På bakgrunn av dette var det derfor mest hensiktsmessig å benytte en kvantitativ undersøkelsesmetode med bruk av strukturerte spørreskjemaer. Spørreskjemaene inneholder stort sett predefinerte svar. På noen spørsmål åpnes det også for alternative kvalitative tilbakemeldinger, men det er ingen helt åpne spørsmål i undersøkelsen.

Som nevnt i innledningen er egenskapene ved enhetene i gruppen befolkningen så forskjellig fra egenskapene ved enhetene i gruppen virksomheter i Norge at det ble besluttet å gjennomføre to undersøkelser: én undersøkelse i befolkningen og én undersøkelse blant virksomheter i Norge.

For å kunne sammenligne svarene fra de to gruppene, ble spørsmålene i undersøkelsene utformet så likt som mulig. Det kan reises kritiske innvendinger mot å sammenligne funn fra to grupper der egenskapene ved enhetene er så forskjellige. En person som svarer på vegne av seg selv vil tenke ut fra et annet perspektiv enn en ansatt som svarer på vegne av en virksomhet. En person står for eksempel mye friere i valget av sine svar enn en ansatt. En ansatt må legge vekt på hva virksomheten mener eller har tenkt i forhold til en sak, mens en

person kan fokusere på hva vedkommende selv mener, føler eller tenker. Sammenligningen mellom de to gruppene er imidlertid viktig for Norid av flere grunner. Regelverket for .no-domenet tillater kun virksomheter og ikke privatpersoner å registrere et domenenavn direkte under .no. Det er interessant å kartlegge både hva virksomheter og privatpersoner mener om en slik begrensning i regelverket. Videre ønsker Norid generell støtte for regelverket både fra befolkningen generelt og virksomheter spesielt. Norids regelverk er ikke bare utarbeidet med tanke på virksomheter, men også med tanke på at den private bruker er tjent med gode/stabile domener. Det var derfor et klart behov for å innhente kunnskap også fra denne gruppen.

Vi valgte å benytte Norstats webpanel for å undersøke befolkningen. Webpanelet er rekruttert primært via landsrepresentative omnibusundersøkelser (telefonundersøkelser) og består i Norge av 40 000 personer, jevnt fordelt over hele landet. Nyrekruttering til panelet skjer kontinuerlig, med ca 1000 respondenter pr måned. Et representativt utvalg respondenter ble trukket tilfeldig ut fra webpanelet. Antallet respondenter som har besvart undersøkelsen (inklusive testrespondenter) er 1046. Bakgrunnsvariablene i denne undersøkelsen er kjønn, alder, utdanning, inntekt, sivilstatus og landsdel (Nord-Norge, Midt-Norge, Vestlandet, Østre Østland, Vestre Østland og Oslo). Undersøkelsen ble gjennomført i februar måned 2006.

En metodisk innvendig mot å bruke webpanel er at metoden utelukker personer som ikke bruker eller har tilgang til Internett. Dette er imidlertid en gruppe som antagelig heller ikke vil ha særlig mye kunnskap om Internett. Det er derfor lite trolig at denne gruppen vil ha gjort seg opp noen mening om de spørsmålene som ble stilt i undersøkelsen. Dersom vi for eksempel hadde valgt en telefonundersøkelse der disse ble inkludert, ville det sannsynligvis ikke hatt noen merkbar innvirkning på resultatene utover at "vet ikke" kategoriene kunne ha blitt større. Webpanelet gir oss tilgang til enheter som nettopp har erfaring med og kunnskap om domener, noe som er en forutsetning for å kunne svare på de fleste av spørsmålene. Webpanel er en metode som forener mange av styrkene fra de øvrige undersøkelsesmetodene. Her kan man kombinere mulighetene for fremvisning og dynamikk i skjemaet. Videre kan respondenten selv bestemme når og i hvilket tempo han eller hun ønsker å svare.

For gruppen virksomheter i Norge valgte vi imidlertid telefonintervju framfor webundersøkelse. Her var vi avhengige av å komme i kontakt med den/de personen/personene som best kunne svare på spørsmålene på vegne av virksomheten. Det finnes ingen e-postregistre som gjør det mulig å finne disse personene og dermed kunne velge web for en slik undersøkelse. Uttrekket av respondenter til utvalget ble gjort fra Norstats virksomhetsregister som er laget av DM Huset, på basis av virksomheter registrert i Brønnøysundregistrene. Det ble gjennomført til sammen 500 intervjuer. Utvalget (500 virksomheter) er i utgangspunktet basert på tilfeldig trekk blant alle virksomheter registrert i Brønnøysundregistrene. For å sikre et tilstrekkelig antall offentlige virksomheter i utvalget (minst 50), er imidlertid utvalget stratifisert med hensyn til dette. Offentlige virksomheter er følgelig noe overrepresentert i vårt utvalg sammenlignet med det antallet offentlige virksomheter som finnes i det totale

universet ”virksomheter registrert i Brønnøysundregistrene”. Intervjuene ble gjennomført i februar 2006.

I tillegg til type virksomhet (privat, offentlig, medlems- eller annen organisasjon), er bakgrunnsvariabler i undersøkelsen antall ansatte og størrelse på omsetning. I tillegg spurte vi om virksomheten bare operer nasjonalt eller både nasjonalt og internasjonalt.

3.2 Presiseringer og definisjoner

Begrepene *toppdomene* og *domene* blir brukt flere steder i rapporten. Overfor respondentene forklarte vi begrepet toppdomene med følgende tekst: ”De mest kjente toppdomenene i Norge er .no og .com, men det finnes også flere andre, som .net, .org, .info, .biz og .name. Eksempler på kjente domenenavn registrert under slike toppdomener er nrk.no, melk.no, hydro.com, google.com.”

Begrepet *registrar* brukes også flere steder i rapporten. I undersøkelsen forklarte vi begrepet registrar med følgende tekst: ”En registrar er en forhandler som har en avtale med Norid om å drive domeneregistrering. Sluttbrukerne (.no-abonnementene) har som oftest bare kontakt med registraren, bare helt unntaksvis med Norid. Alle søknader og oppdateringer går fra søkeren via registraren til Norid.”

I denne rapporten kommenterer vi bakgrunnsvariablene der forskjeller eller likheter er tydelige og interessante. Marginale eller små forskjeller vil ikke bli kommentert.

I presentasjonen av resultatene runder vi opp eller ned til nærmeste hele tall, ned når prosenten er mindre enn 0,5 desimaler og opp når prosenten er mer enn 0,5 desimaler.

4 Funn fra undersøkelsene

Funnene fra undersøkelsene beskrives fortløpende i den rekkefølge spørsmålene ble stilt i undersøkelsene. Vi beskriver funn fra begge undersøkelsene der spørsmålene til begge gruppene er identiske. Funn knyttet til bakgrunnsvariablene kommenteres der det er interessante forskjeller eller likheter.

Grafene fra undersøkelsen i befolkningen er framstilt med rosa farge, mens grafene fra undersøkelsen blant virksomheter i Norge er framstilt med blå farge. Spørsmål knyttet til funnene er lagt inn foran hver graf. Teksten under grafene beskriver hvilken undersøkelse grafen kan knyttes til og hvor stort utvalget (N) er for det enkelte spørsmål.

Før vi går inn på de ulike funnene fra undersøkelsene, beskriver vi kort fordelingen på bakgrunnsvariablene.

4.1 Fordeling på bakgrunnsvariablene

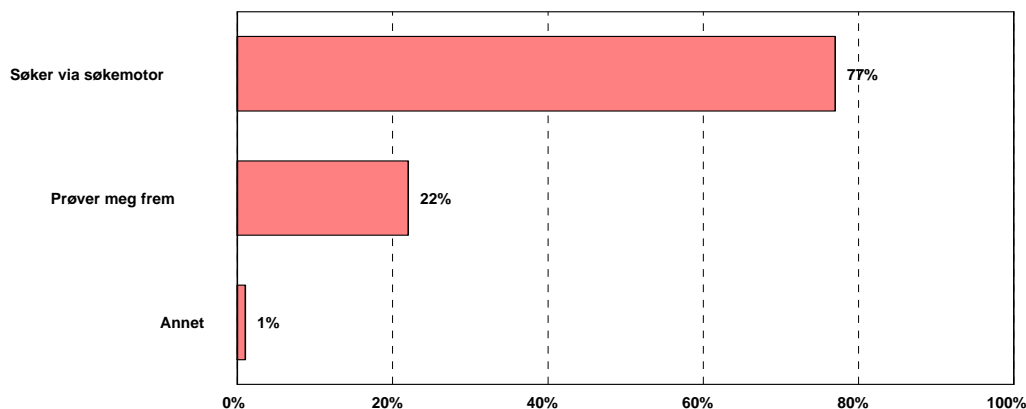
Når det gjelder undersøkelsen blant virksomhetene, opererer et flertall (74 %) av virksomhetene kun i Norge. Et mindretall (26 %) opererer både i Norge og internasjonalt. 83 prosent av virksomhetene er private, 11 prosent er offentlige virksomheter og 5 prosent er stiftelser, medlemsorganisasjoner eller annet. Et flertall av virksomhetene er det vi har definert som små eller mellomstore virksomheter. 71 prosent har 10 ansatte eller færre, 27 prosent har mellom 11 og 99 ansatte, mens kun 2 prosent av virksomhetene i utvalget har mer en 100 ansatte.

Når det gjelder undersøkelsen i befolkningen er kjønnsfordelingen ganske jevn; 49 prosent av respondentene er menn og 51 prosent kvinner. Når det gjelder utdanning har 13 prosent av respondentene grunnskole, 35 prosent videregående skole, 31 prosent universitet/høyskole (1-4 år) og 17 prosent universitet/høyskole (5 år eller mer). 43 prosent av respondentene er under 30 år, 26 prosent mellom 31 og 39 år, 15 prosent mellom 40 og 49 år og 17 prosent fra 50 år og oppover. 20 prosent av respondentene har under 200 000 kroner i inntekt, 14 prosent mellom 300 000 og 399 000 kroner, 25 prosent mellom 400 000 og 599 000 kroner, 19 prosent mellom 600 000 og 799 000 kroner og 10 prosent mer enn 800 000 kroner. 13 prosent unnlot å svare eller viste ikke sin inntekt. Fordelingen mellom landsdelene er ganske jevn, fra færrest respondenter i Nord-Norge (11 %) til flest respondenter i Østre Østland (33 %). (Landsdelene er som nevnt Nord-Norge, Midt-Norge, Vestlandet, Østre Østland, Vestre Østland og Oslo.)

4.2 Generell bruk av internettsider

Spørsmålene knyttet til dette temaet ble kun stilt i undersøkelsen i befolkningen og ikke i undersøkelsen blant virksomheter i Norge.

Hvordan går du oftest fram for å finne en internettside?

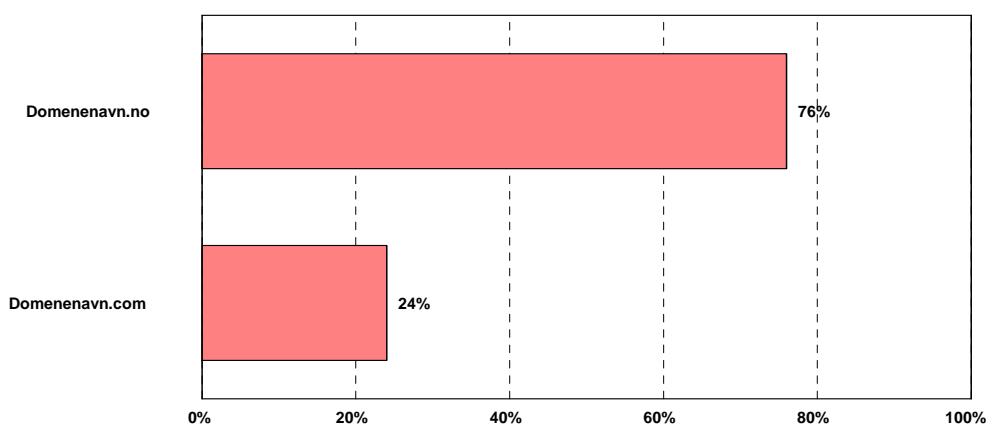


Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=1046

Et klart flertall (77 %) av respondentene søker via søkemotor for å finne en internettside. Resterende (22 %) prøver seg frem ved å skrive navnet på adressen. Forskjellen mellom kvinner og menn er liten, men noen flere menn (79 %) søker via søkemotor enn kvinner (74 %). De som besvarer spørsmålet med "annet" angir i hovedsak at de forsøker begge metodene.

Hvis du prøver deg fram, hva prøver du først, domenenavn.no eller domenenavn.com?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=1046

Av de som prøver seg frem svarer 76 prosent at de skriver inn domenenavn.no først, mens 24 prosent sier de skriver inn domenenavn.com først. Det er små forskjeller mellom menn og kvinner. Her ser vi tydelig forskjell blant de under 30 og resterende aldersgrupper. De under 30 år prøver .com (36 %) mer enn det generelle gjennomsnittet vist i grafen over, mens de over 30 prøver .com mindre enn det generelle gjennomsnittet. 90 prosent av de mellom 40-49 år prøver .no først. De med inntekt under 300 000 bruker .com mer enn det generelle gjennomsnittet. Videre viser tallene at de med høyere utdanning Oppfatninger om .no-domenet og Norid, Statskonsult 2006

prøver .no mer enn snittet, og motsatt de med lavere utdanning (grunnskole, videregående skole) bruker .com mer enn snittet. Uansett bakgrunnsvariabel er det imidlertid et klart flertall som prøver .no først.

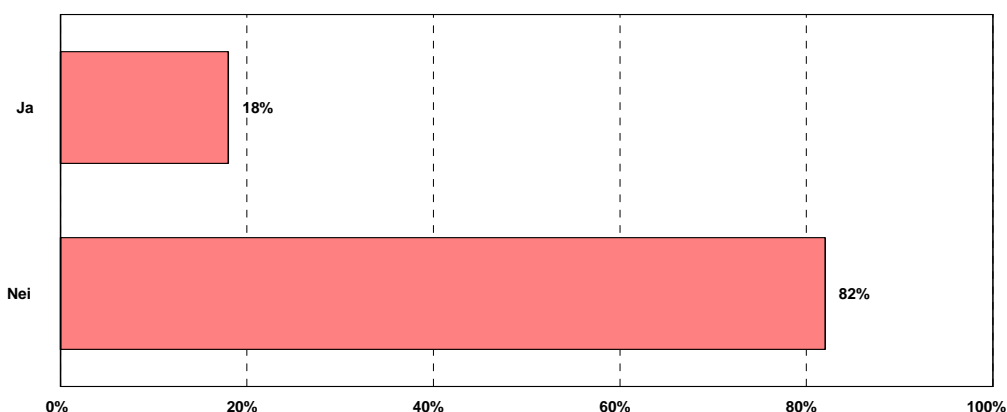
4.3 Faktisk registrering og bruk av domenenavn

Faktisk registrering og bruk av domenenavn var tema i begge undersøkelsene.

Det er kun virksomheter som kan registrere domenenavn direkte under .no-domenet. Privatpersoner har muligheten til å registrere navn direkte under .com, .net eller andre toppdomener, men ikke direkte under .no. Det er viktig å være oppmerksom på denne forskjellen mellom de to gruppene i undersøkelsen.

Privatpersoner har mulighet til å registrere domenenavn under underdomener av .no, blant annet under .priv.no, som ikke drives av Norid. Det ble vurdert å stille respondentene spørsmål om registrering under .priv.no, men vi vurderte en slik spørsmålsstilling som litt for kompleks, da respondentene kunne forveksle dette med registrering direkte under .no.

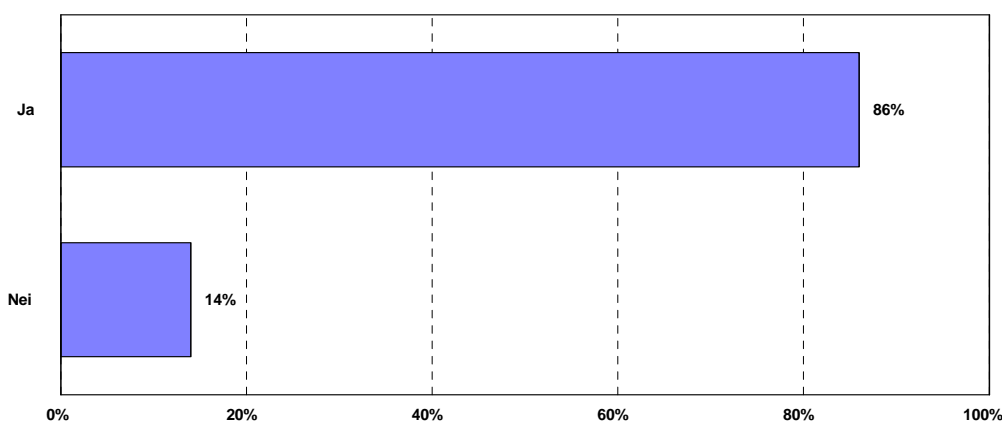
Har du noen gang som privatperson registrert et domenenavn direkte under et toppdomene, for eksempel .com, .net, .org, .info, .biz, .name eller annet?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=1046

Har din virksomhet registrert et domenenavn direkte under et toppdomene, f. eks .no, .com eller annet?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

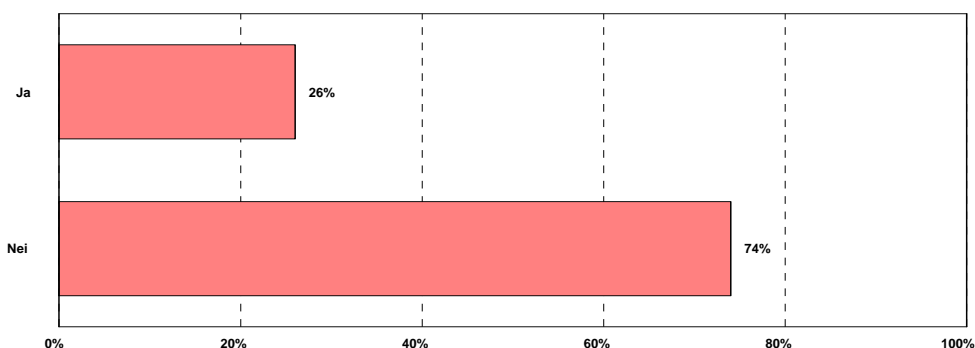
N=500

Som vi ser svarer 18 prosent av respondentene i befolkningsundersøkelsen at de som privatperson har registrert et domenenavn direkte under et toppdomene som .com eller .net. Blant disse er det noen flere menn (22 %) enn kvinner (15 %). Andelen som har registrert et domenenavn synker imidlertid gradvis i takt med økende alder. 22 prosent av de under 30 år har registrert et domenenavn, mens 9 prosent av de over 50 år har gjort det.

En undersøkelse gjennomført i regi av Statistisk sentralbyrå (SSB) i 2005², viser at 74 prosent av husholdningene hadde PC og 57 prosent av husholdningene hadde tilgang til Internett. Enhetene i denne og SSBs undersøkelse er ikke identiske (henholdsvis personer og husholdninger). Det at 18 prosent av befolkningen har registrert et domenenavn, må derfor betegnes som relativt høyt. Videre vet vi også at selskaper som selger ulike internettløsninger, tilbyr kundene egne nettsider under selskapets eget domene. Personer som har slike egne nettsider kommer i tillegg til disse 18 prosentene.

Til sammenligning har 86 prosent av virksomhetene i undersøkelsen registrert et domenenavn. Forskjellen mellom resultatene i de to undersøkelsene er ikke uventet. Internett brukes aktivt av en stor del av befolkningen og har blitt en anerkjent og viktig kanal for formidling av informasjon, markedsføring av produkter og som salgskanal. Tall fra Intertrack (TNS Gallup) fra januar 2006 viser at nesten 3.9 millioner nordmenn eller 1.9 millioner huster har tilgang til Internett. Andelen av de små selskapene (1-10 ansatte) som har registrert et domene, er noe mindre sammenlignet med de mellomstore selskapene.

Har du tenkt på å skaffe deg et eget domenenavn?



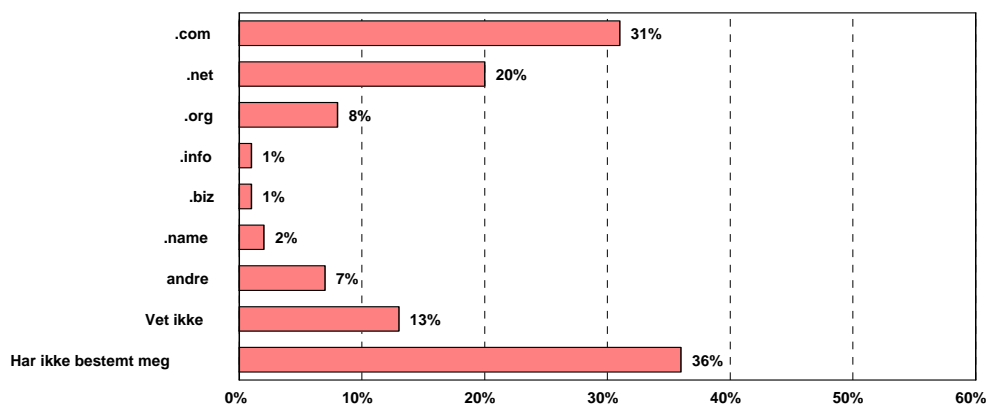
Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=856

Av de som ikke har registrert et domenenavn, har 26 prosent tenkt å skaffe seg ett. Disse 26 prosentene utgjør 21 prosent av respondentene i befolkningsundersøkelsen totalt. Vi kan med andre ord si at rundt 39 prosent av respondentene i befolkningen enten har eller har tenkt å skaffe seg en internettadresse under ett eller flere toppdomener. [...]

² Informasjonssamfunnet 2005, SSB, Seksjon for Samferdsel- og reiselivsstatistikk, forfattere Mads Hansen-Møllerud, Annette Kalvøy, Geir Martin Pilskog og Anne-Hege Sølverud.

Under hvilket eller hvilke toppdomener har du tenkt å registrere domenenavn?



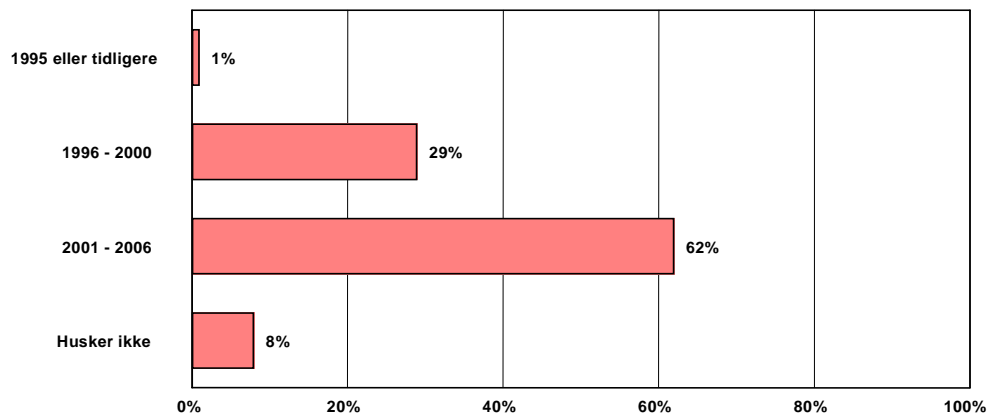
Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=223

36 prosent av de som planlegger å skaffe seg et domenenavn har ikke bestemt seg for hvilket toppdomene de vil registrere domenenavnet under. I tillegg kommer de (13 %) som har besvart spørsmålet med "vet ikke". Nesten halvparten (49 %) av de som planlegger å registrere et domene, vet ikke eller har fortsatt ikke helt bestemt seg for hvilket toppdomene de foretrekker.

31 prosent svarer at de vil registrere et domenenavn under .com, 20 prosent svarer .net, mens 8 prosent svarer .org. En svært liten andel svarer at de har tenkt å registrere et domenenavn under de øvrige kategoriene (.info, .biz, og .name). Dette spørsmålet ble ikke stilt til virksomhetene.

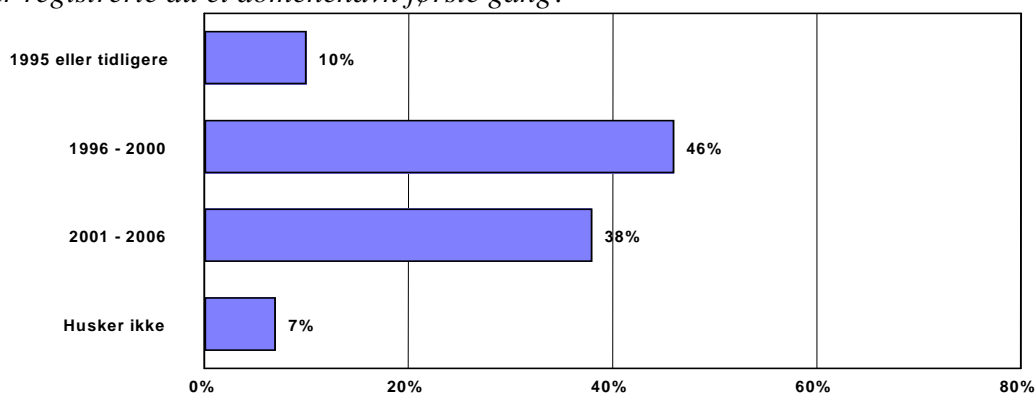
Når registrerte du et domenenavn første gang?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=190

Når registrerte du et domenenavn første gang?

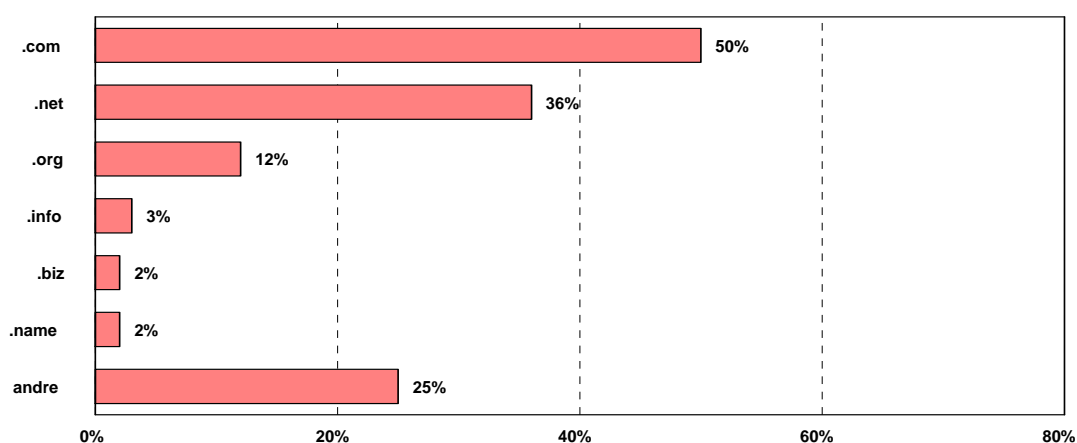


Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=428

Et flertall av de respondentene i befolkningen som har registrert domenenavn, svarer at de gjorde det for første gang i perioden 2001-2006. Virksomhetene er tidligere ute. 10 prosent av virksomhetene svarer at de hadde registrert et domene i 1995 eller tidligere. Bare 1 prosent av respondentene i befolkningen svarer det samme. 46 prosent av virksomhetene hadde registrert domener mellom 1996-2000, mot 29 prosent i befolkningen. Henholdsvis 30 prosent av befolkningen mot 56 prosent av virksomhetene har med andre ord registrert domener før eller i løpet av 2000.

Under hvilket eller hvilke toppdomener har du registrert domenenavn?



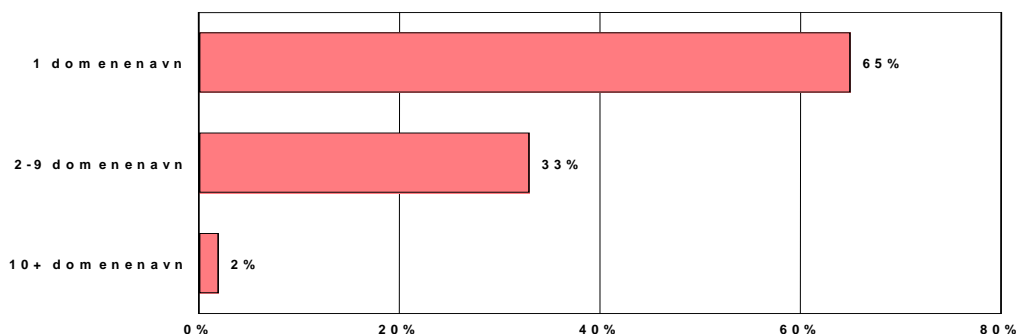
Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=190

De mest vanlige toppdomenene i befolkningen er, som vi ser av grafen over, henholdsvis .com (50 %) og .net (36 %). 12 prosent har registrert domenenavn under .org, 3 prosent under .info, 2 prosent under .biz og .name. 25 prosent har registrert domenenavn innenfor andre domener.

Et klart flertall av virksomhetene (95 %) har registrert domenenavn under .no. 23 prosent av virksomhetene har registrert et domenenavn under .com. 8 prosent av virksomhetene har registrert et domenenavn under .net og 6 prosent under .as. Vi kan med andre ord konkludere med at nesten alle har en internettadresse under .no. I tillegg har noen av virksomhetene registrert domenenavn under andre toppdomener, og blant disse er .com mest brukt.

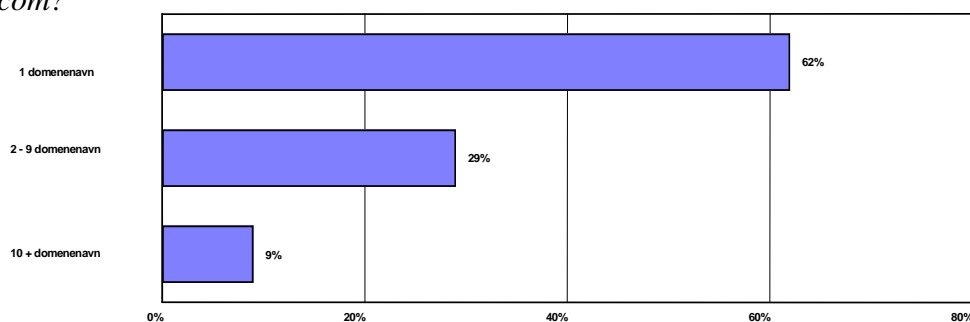
En person kan registrere flere domenenavn under hvert toppdomene. Hvor mange domenenavn har du registrert under .com. ?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=94

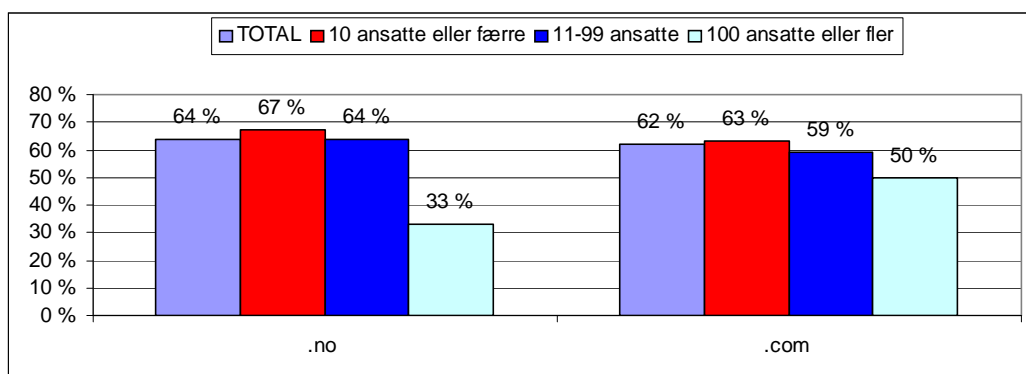
En norsk virksomhet kan registrere flere domenenavn under hvert toppdomene, som .no og .com. Hvor mange domenenavn har din virksomhet registrert under .com?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=98

På spørsmål om hvor mange domenenavn de har registrert, svarer et flertall, uansett domenenavn, ett domenenavn. Det gjelder både i befolkningen og blant virksomheter. 65 prosent av de i befolkningen som har registrert et .com-domene, har registrert ett domenenavn, 33 prosent har registrert 2-9 og 2 prosent har registrert 10 eller flere. Bildet er svært likt for de virksomhetene som har registrert et .com-domene.

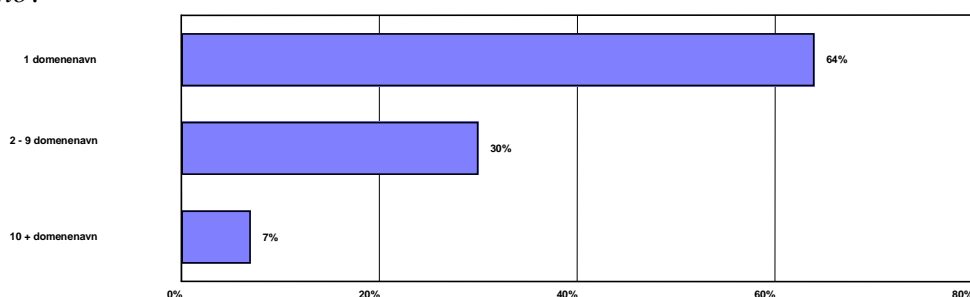


Krysstabulering av virksomheter som kun har registrert ett domenenavn under henholdsvis .no og .com mot størrelse på virksomhetene etter antall ansatte

En sammenligning av virksomhetene som kun har registrert ett domenenavn under henholdsvis .no og .com, viser at en større andel av mindre virksomheter har ett domene registrert sammenlignet med mellomstore og store virksomheter.

Dette funnet må imidlertid tolkes med forsiktighet da forskjellene er relativt små.

En norsk virksomhet kan registrere flere domenenavn under hvert toppdomene, som .no og .com. Hvor mange domenenavn har din virksomhet registrert under .no?



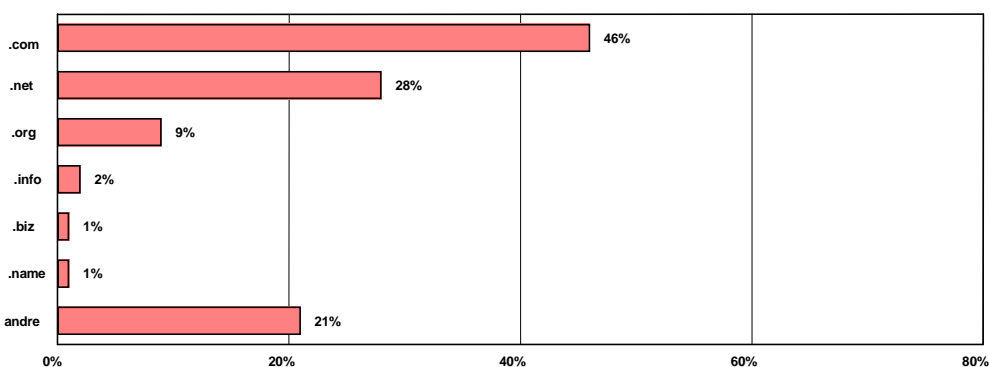
Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=405

Grafen over viser hvor mange domenenavn virksomheter med et .no-domene har registrert. Resultatet for .no er nesten identisk med resultatet for .com.

Av bakgrunnsvariablene kan vi se at virksomheter som registrerte domener i 2001 eller senere, har færre domenenavn enn de som registrerte domener før 2001. Det er imidlertid små forskjeller mellom virksomheter av ulike størrelser. Videre er det mer vanlig å registrere flere domenenavn blant de virksomhetene som driver både nasjonalt og internasjonalt.

Hvilket eller hvilke domenenavn bruker du aktivt, for eksempel til nettsider eller e-post?

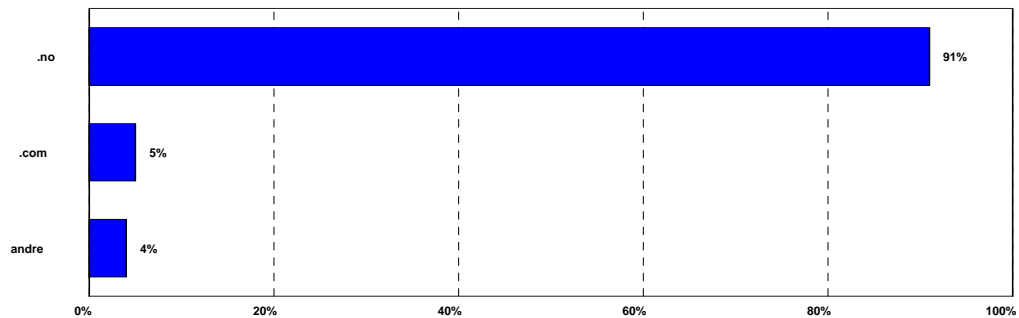


Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=190

Blant respondentene i befolkningen er .com det domenet som blir brukt mest aktivt. 46 prosent svarer at .com brukes aktivt, 28 prosent svarer .net og 9 prosent .org. De resterende toppdomenene .info, .biz og .name brukes så å si ikke.

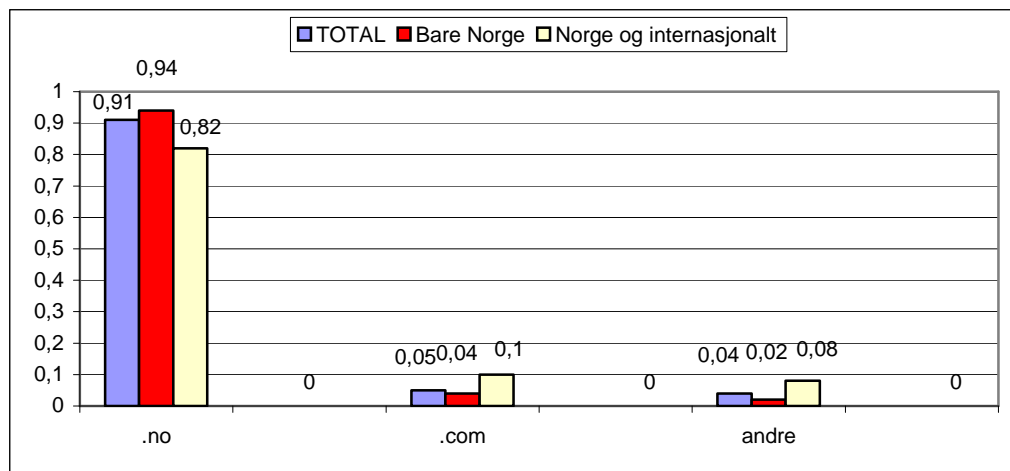
Hvilket av disse domenene regner dere som det viktigste?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=424

Virksomhetene regner .no som det klart viktigste domenet. Hele 91 prosent av de som har registrert et domene, mener at .no-domenet er viktigst. Tilsvarende for .com er 6 prosent.

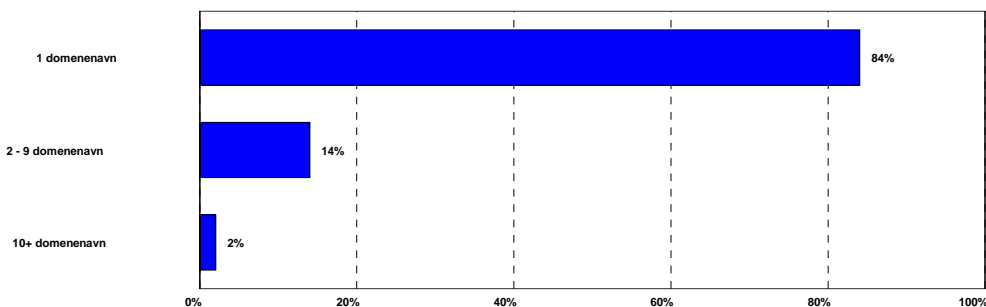


Krysstabulering mellom hvilket domene som regnes som det viktigste og om selskapene opererer bare i Norge eller i Norge og internasjonalt

Det er ingen signifikante forskjeller når det gjelder hvilket domene virksomhetene regner som det viktigste sett i forhold til virksomhetenes størrelse. Som vist i fremstillingen over ser vi imidlertid noe forskjell mellom virksomheter som kun opererer i Norge og de som både opererer i Norge og internasjonalt. 82 prosent av de virksomheter som opererer både i Norge og internasjonalt regner .no som det viktigste domenet, mot 94 prosent av de selskapene som kun opererer i Norge.

Hvilke av disse domenenavnene profilerer eller markedsfører dere aktivt utad, for eksempel på visittkort, kontormateriell, reklame etc.?

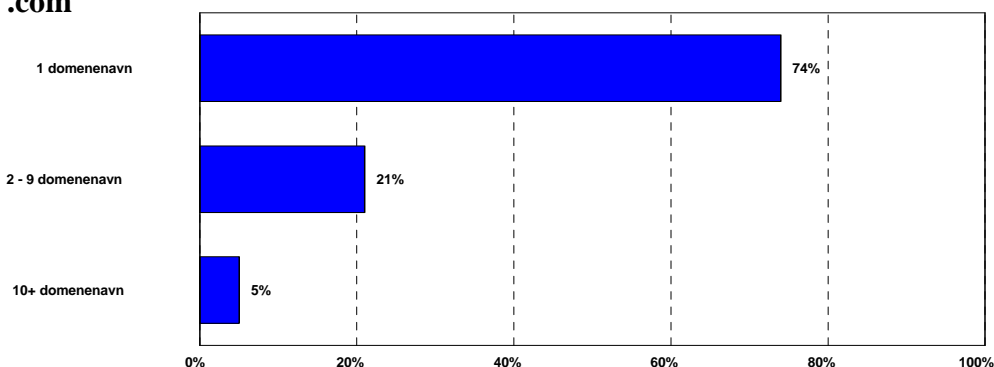
.no



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=365

.com

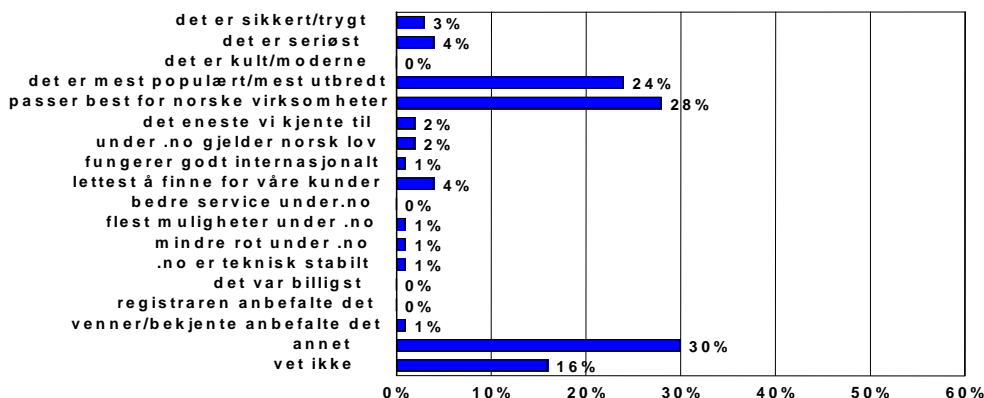


Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=39

Resultatene viser at et klart flertall av virksomhetene kun bruker ett domenenavn aktivt utad. Det er kun noen få virksomheter som profilerer flere. Vi har ingen umiddelbar forklaring på hvorfor enkelte virksomheter sier at de profilerer mer enn ti domenenavn utad. Det kan være virksomheter med flere svært forskjellige produkter, eller det kan skyldes at respondentene har tolket begrepene profilering og markedsføring i svært vid forstand.

Hvorfor har dere valgt .no som det viktigste toppdomenet?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=385

På spørsmål om hvorfor virksomheten har valgt .no som det viktigste toppdomenet, er de mest vanlige årsakene at domenet "passer best for norske virksomheter" og domenet er "mest populært/utbredt". Hele 30 prosent eller

115 respondenter har imidlertid svart "annet". Det er særlig to kategorier som utpeker seg. Den største kategorien kan beskrives av utsagn som "vi driver i Norge" eller ".no forbindes med Norge". 49 av respondentene gir svar i den retning. En stor andel av svarene under "annet" ligner med andre ord på den nest største kategorien "passer best for norske virksomheter". En annen kategori beskrives best av utsagn som "naturlig for en offentlig instans å velge .no" eller "kommune". 17 av de 115 respondentene gir svar som kan knyttes til en slik kategori.

Den viktigste grunnen til at virksomheter har valgt .com-domenet er det internasjonale aspektet. Her er imidlertid også "annet" den største svarkategorien. Grunner som angis her er for eksempel at ".no var opptatt" eller at "moderselskapet er i utlandet".

Resultatet indikerer at virksomhetene i liten grad velger domene på basis av hva som oppfattes som sikkert, trygt, seriøst, kult eller moderne, teknisk stabilt eller lignende. Det i hovedsak popularitet/utbredelse og nasjonal tilknytning som er avgjørende. Mange virksomheter velger også .no som hoveddomene selv om de satser internasjonalt. Grunnen til dette kan være at virksomheter som også satser i utlandet, ønsker å markedsføre seg som et norsk selskap.

[...]

4.4 [...]

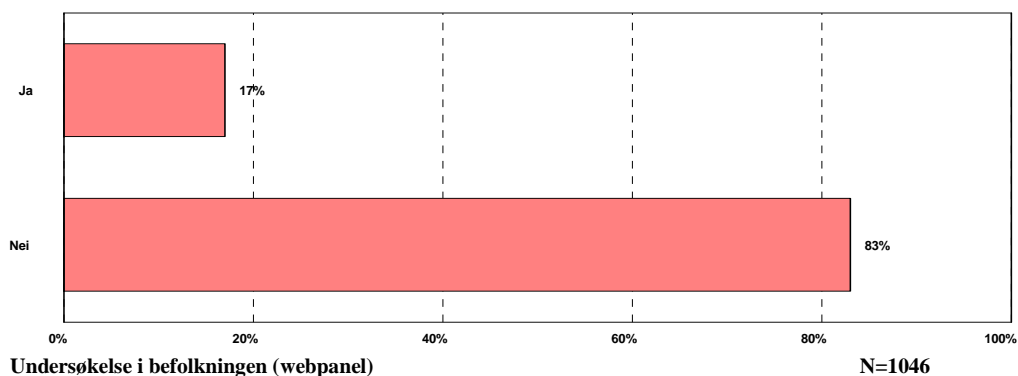
4.5 Forvaltning av .no

Spørsmålene om forvaltning av .no-domenet er de samme i begge undersøkelsene. Vi har delt temaet inn i de tre kategoriene kjennskap til Norid, oppfatninger av Norid og holdninger til regelverket.

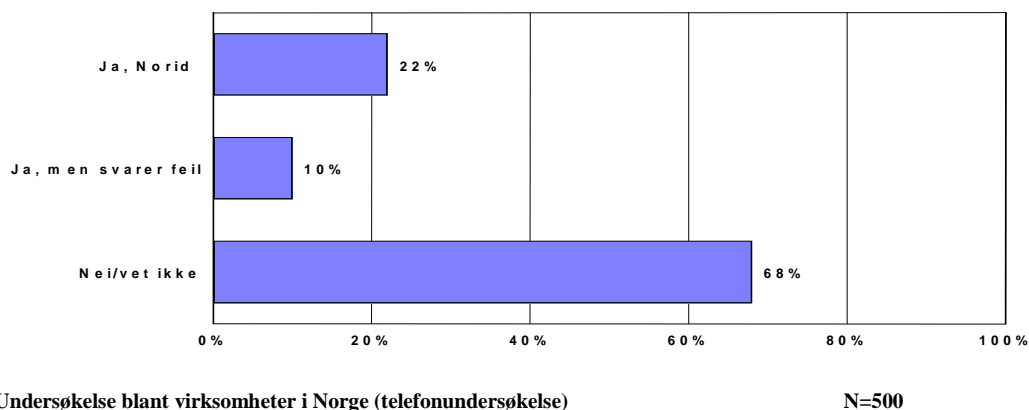
4.5.1 Kjennskap til Norid

Kjennskap og kilder til kjennskap.

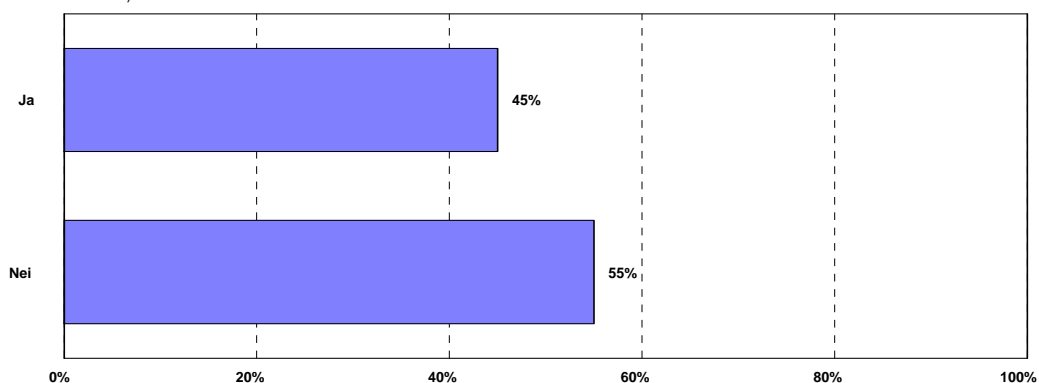
Har du hørt om Norid?



Vet du hvem som er ansvarlig for forvaltningen av .no domenet?



Har du hørt om Norid?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

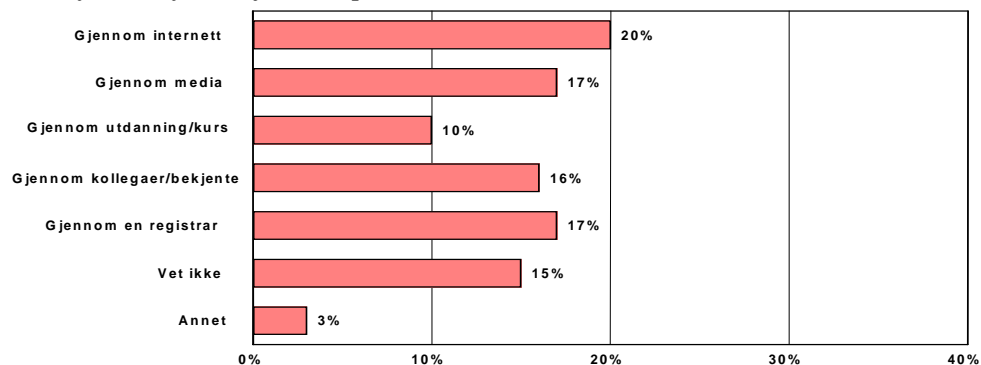
N=391

17 prosent av respondentene i befolkningen har hørt om Norid. Med tanke på at privatpersoner ikke kan registrere et .no-domene, må 17 prosent eller nesten 1 av 5 sies å være relativt høyt. En mulig forklaring kan være at de som har forsøkt å registrere et domene, samtidig har hørt hvem som forvalter .no-domenet. Det er omtrent like mange som har registrert et domene direkte under et toppdomene (18 %) som har hørt om Norid.

Spørsmålet ble stilt på en litt annen måte til virksomhetene. Først ble det stilt spørsmål om hvem som er ansvarlig for forvaltningen av .no. Deretter ble spørsmålet om kjennskap til Norid stilt til de som ikke visste svaret eller svarte feil på det første spørsmålet. Ser vi begge spørsmålene under ett, er kjennskap til forvaltningen av .no og Norid mye større blant virksomhetene enn i befolkningen. I undersøkelsen av virksomhetene la vi vekt på å komme i kontakt med den personen i virksomheten som hadde ansvaret for domeneregistrering. Derfor forventet vi også høyere kjennskap til Norid blant virksomhetene enn i befolkningen. Selv om det er slik at virksomheter som skal registrere et domenenaavn, kun må ha kontakt med en registrar og ikke direkte kontakt med Norid, skal registaren opplyse kunden om hvem som er forvalter av .no.

Blant virksomhetene er det en relativt høy andel som vet hvem som forvalter .no-domenet. [...]

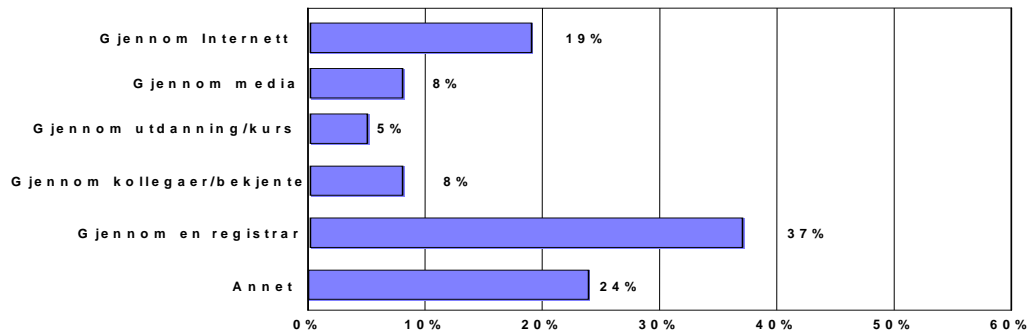
Hvordan fikk du først kjennskap til Norid?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=173

Hvordan fikk du først kjennskap til Norid?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

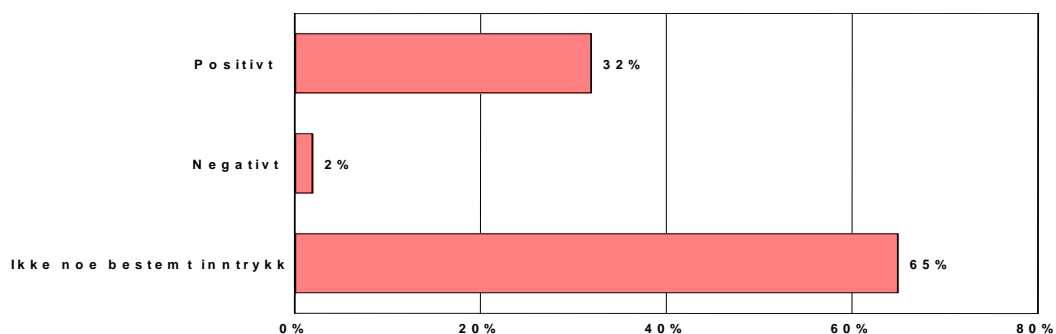
N=285

Det er ikke noe svaralternativ som utpeker seg i befolkningen når det gjelder hvordan de ulike respondentene først fikk kjennskap til Norid. Fordelingen på de ulike svaralternativene må beskrives som relativt jevn. Den største kategorien er imidlertid ”gjenom Internett”. [...] ”Registrar” peker seg ut som en annen viktig kanal.

Internett og registrar er også de viktigste kanalene for virksomhetenes kjennskap til Norid. 37 prosent av virksomhetene fikk først kjennskap til Norid via en registrar, og 19 prosent via Internett. Svarkategorien ”annet” er også stor. En god del av respondentene i befolkningen svarer at de har fått kjennskap til Norid via ”media” og ”venner og kjente”. Disse svarkategoriene er imidlertid mindre viktige for virksomhetene.

4.5.2 Oppfatninger av Norid

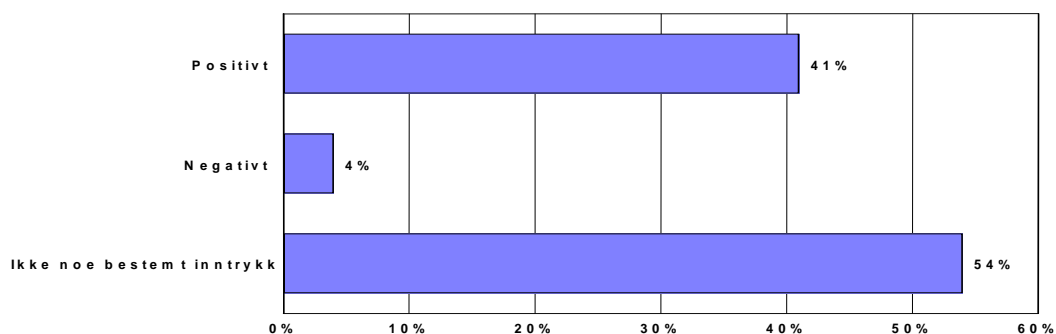
Hva slags inntrykk har du av Norid?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=173

Hva slags inntrykk har du av Norid?



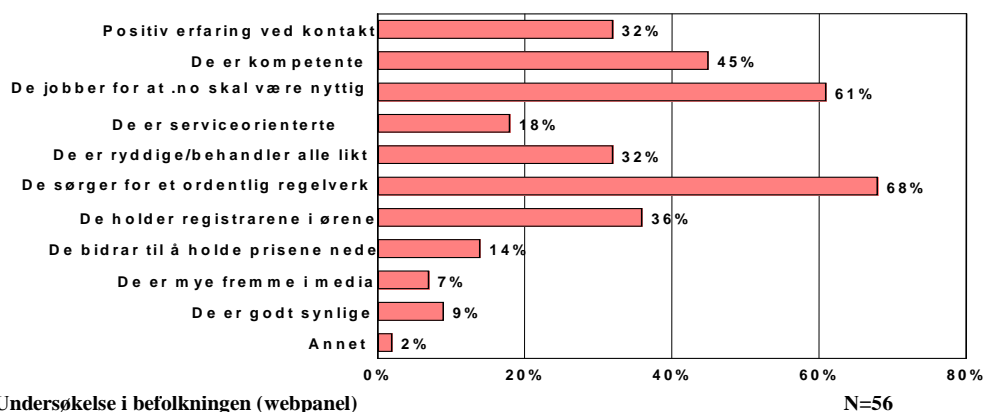
Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=285

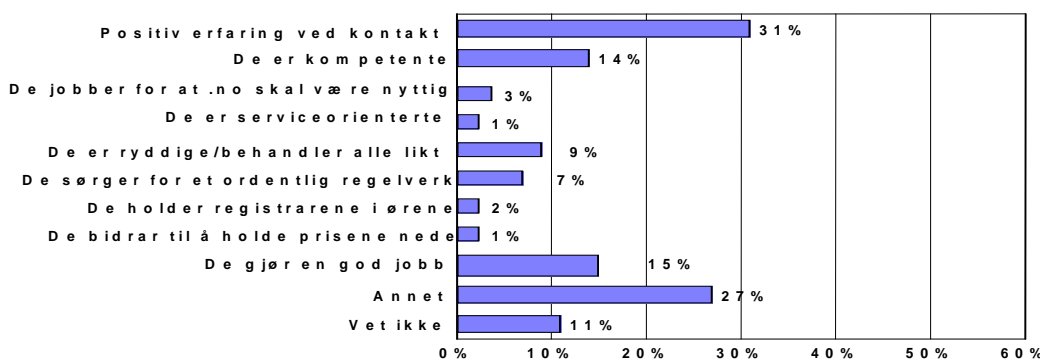
Nesten ingen av de som kjenner til Norid, har et negativt inntrykk av virksomheten. Et flertall i begge gruppene respondenter har imidlertid ikke noe bestemt inntrykk av Norid. Henholdsvis 65 prosent i befolkningen og 54 prosent av virksomhetene sier dette. Andelen offentlige virksomheter som har et positivt inntrykk av Norid, er større enn andelen private virksomheter. Videre er andelen av de private som ikke har noe bestemt inntrykk av Norid, større enn andelen av de offentlige virksomhetene.

41 prosent av virksomhetene og 32 prosent i befolkningen har et positivt inntrykk av Norid. De fleste brukerundersøkelser Statskonsult har gjennomført viser at de som har vært i kontakt med en offentlig virksomhet, gjennomgående har et mer positivt inntrykk av virksomheten enn de som ikke har vært i kontakt med den. Respondentene i virksomhetene er trolig mer i kontakt med Norid, enten direkte eller indirekte (via informasjon fra registrar eller annet), enn respondentene i befolkningen, og dette kan bidra til å forklare forskjellen. Denne forskjellen er imidlertid ikke spesielt stor, så kanskje bør vi heller understreke likheten i resultatene for gruppene.

Hva er årsaken til at du oppfatter Norid slik? Svarene fra de respondentene i befolkningen som har en positiv oppfatning av Norid, er gjengitt i den grafiske fremstillingen under.



Hva er årsaken til at du oppfatter Norid slik? Svar fra de respondentene i virksomhetene som har en positiv oppfatning av Norid, er gjengitt i den grafiske fremstillingen under.

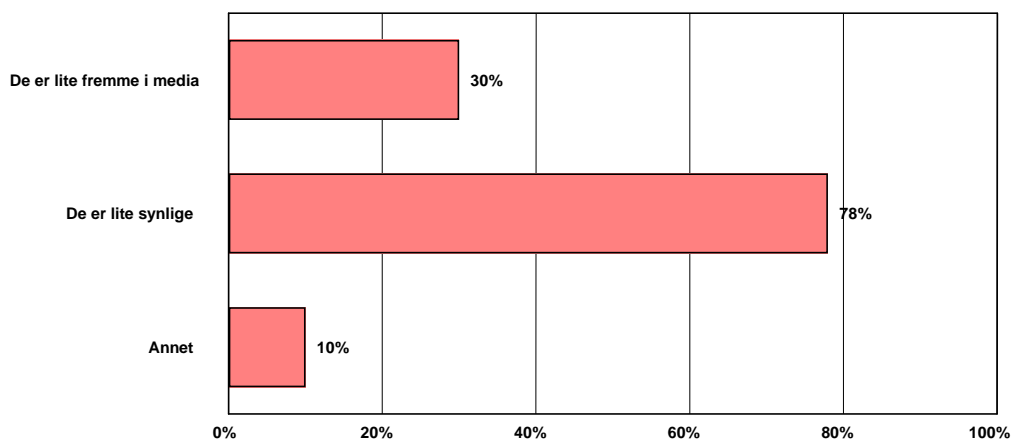


Vi ser at de to gruppene angir noe forskjellige årsaker til sitt positive inntrykk av Norid. Spørsmålsformuleringen var lik for begge gruppene, men svaralternativene var nødvendigvis synlige i den elektroniske undersøkelsen, mens virksomhetene fikk svare fritt. Dette kan forklare noe av forskjellen.

Kategorien ”annet” er den nest største kategorien i undersøkelsen av virksomhetene. Mange av svarene under ”annet” dreier seg om at Norid oppfattes som seriøs eller solid. Det vanligste svaret blant virksomhetene er imidlertid positiv erfaring med Norid. Dette svaret er omtrent like hyppig forekommende blant respondentene i befolkningen. Andre viktige årsaker for virksomhetene er at Norid har god kompetanse eller at de gjør en god jobb. I befolkningen vektlegges særlig årsaker som at Norid sørger for et ordentlig regelverk eller at Norid jobber for at .no skal være nyttig. Det at befolkningen svarer mer relevant i forhold til Norids egentlige forvaltningsoppgaver, skyldes trolig at denne gruppen fikk se de ulike svarkategoriene. Vi ser også at befolkningen oppgir flere grunner enn virksomhetene, sannsynligvis av samme grunn.

Resultatene fra de som har et negativt inntrykk av Norid kommenteres ikke da det er svært få respondenter i kategorien.

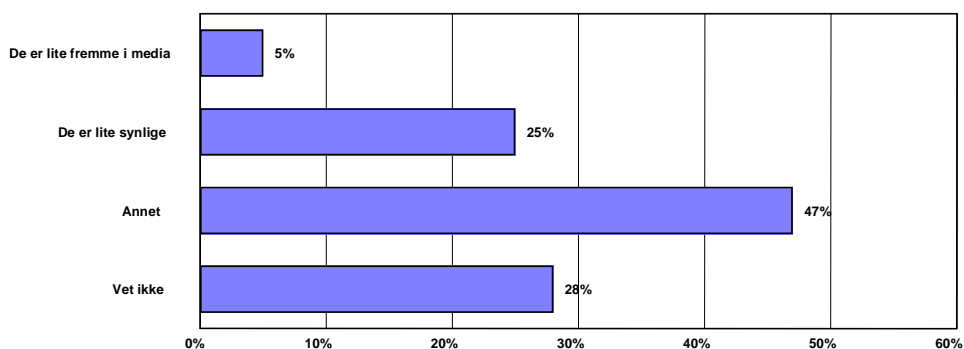
Hvorfor har du ikke noe bestemt inntrykk av Norid?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=113

Hvorfor har du ikke noe bestemt inntrykk av Norid?



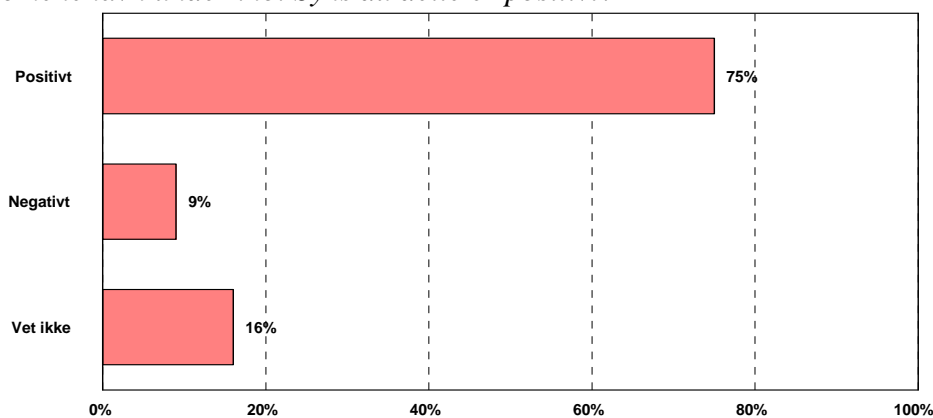
Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=155

Blant de som ikke har noe bestemt inntrykk av Norid, oppgir et flertall i befolkningen som årsak at Norid er lite synlig. Dette er også en viktig årsak for respondentene i virksomhetene, men den største kategorien her er "annet". Denne kategorien inneholder mange forskjellige svar. Noen eksempler er "vi har ikke interesse for Norid", "har ikke hatt kontakt med dem", "ikke satt meg inn i hva de gjør" eller "har ikke kjennskap til dem". I befolkningen er svarkategorien "de er lite synlige i media" den nest største, mens samme kategori er minst i undersøkelsen av virksomhetene.

4.5.3 Holdninger til deler av regelverket

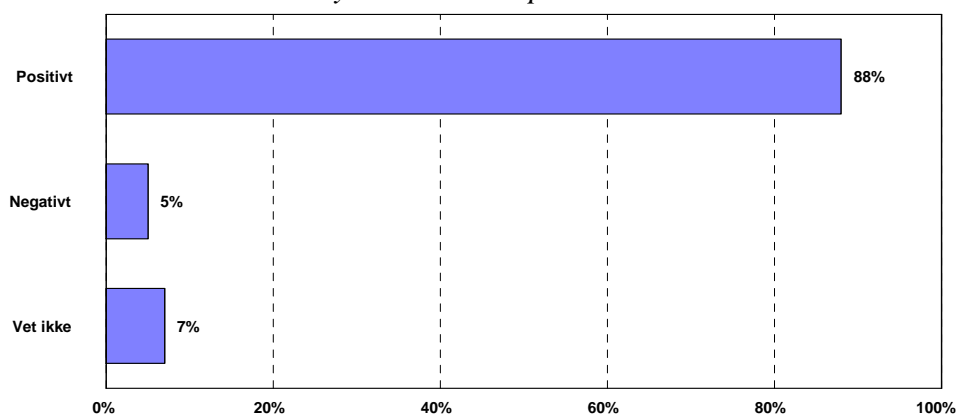
I dag er det bare virksomheter med aktivitet i Norge som kan registrere domenenavn under .no. Syns du dette er positivt?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=1046

I dag er det bare virksomheter med aktivitet i Norge som kan registrere domenenavn under .no. Syns du dette er positivt?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

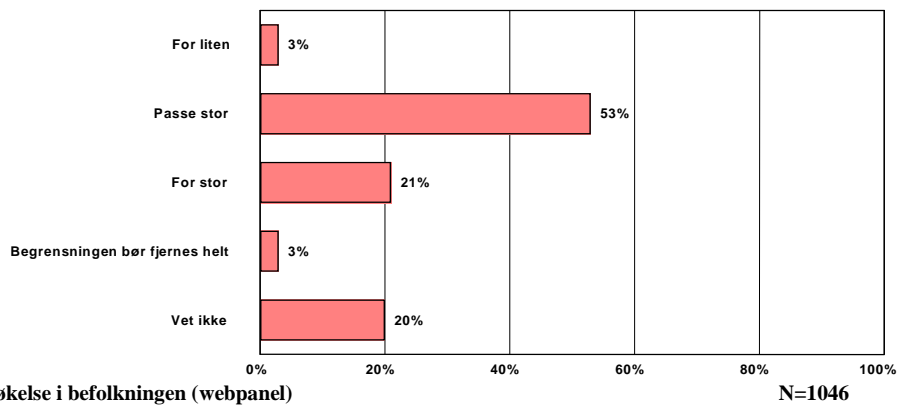
N=500

Et klart flertall er positive til at kun virksomheter med aktivitet i Norge kan registrere et domenenavn under .no. Med bakgrunn i at alle virksomhetene i undersøkelsen har aktivitet i Norge, er det ikke overraskende at et klart flertall av virksomhetene (88 %) er enige i regelen. Regelen har imidlertid også stor støtte i befolkningen, der hele 75 prosent sier seg enig.

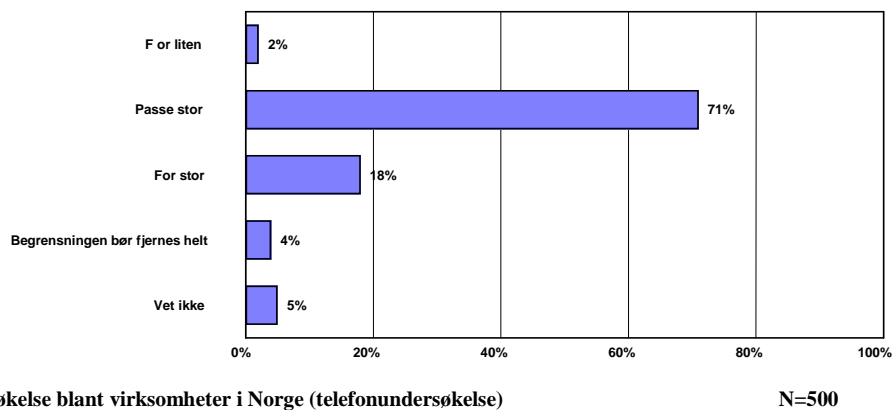
Det er flere som svarer ”vet ikke” enn som er negative til regelen i begge gruppene. 9 prosent av respondentene i befolkningen er negative til regelen. Dette må betegnes som et lavt tall. Kvinner er noe mer usikre enn menn i forhold til denne regelen, og de eldre er noe mer positive til regelen enn de yngre.

En virksomhet kan i dag registrere inntil 20 domenenavn under .no. Årsaken til denne regelen er at den begrenser muligheten for hamstring og spekulasjon slik at .no-domenet dermed blir mest mulig tilgjengelig for alle. I tillegg øker det sjansen for at domenenavn registreres for langsiktig og stabil bruk.

Synes du kvoten på 20 domenenavn er:



Synes du kvoten på 20 domenenavn er:

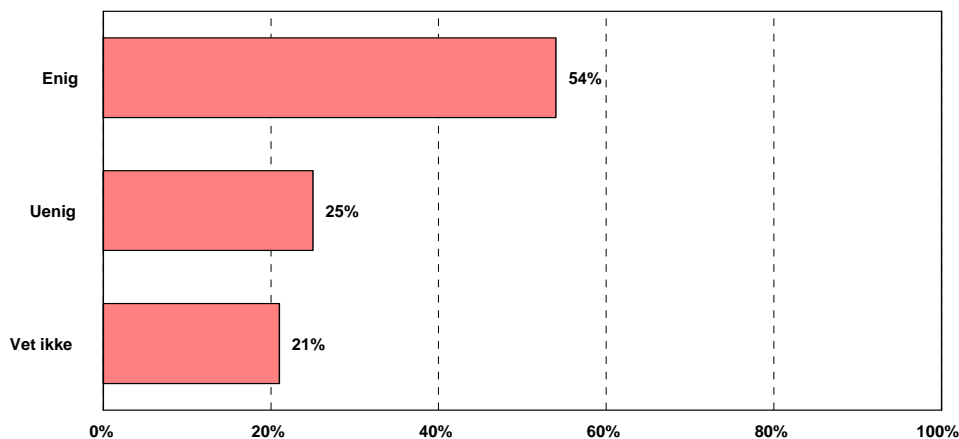


Et klart flertall i begge gruppene synes å være enige i at kvoten er passe stor. Vi mener resultatet kan tolkes dit hen at kvoten bør være som den er. Hvis Norid vurderer å forandre kvoten, indikerer resultatene at kvoten snarere burde reduseres enn økes. Kun 3 prosent i befolkningen og 2 prosent av virksomhetene mener kvoten er for liten, mens henholdsvis 21 prosent i befolkningen og 18 prosent av virksomhetene mener kvoten er for stor.

Det er svært få som mener begrensningen bør fjernes helt. Usikkerheten rundt regelen er noe større i befolkningen enn blant virksomhetene, noe som kan komme av at dagens regelverk ikke har betydning for denne gruppen som jo svarer i egenskap av å være privatpersoner.

I dag er det bare virksomheter (bedrifter og organisasjoner) som kan registrere domenenavn direkte under .no, ikke privatpersoner. Årsaken er blant annet at det blir enklere å holde oversikt over hvem som er ansvarlig for et .no-domene og få kontakt med den ansvarlige hvis noe skulle oppstå. På den annen side begrenser denne regelen muligheten for privatpersoner.

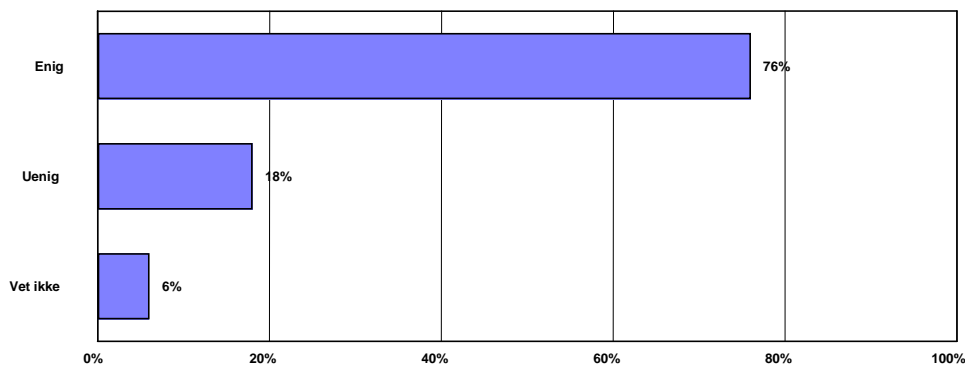
Er du enig eller uenig i denne regelen?



Undersøkelse i befolkningen (webpanel)

N=1046

Er du enig eller uenig i denne regelen?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

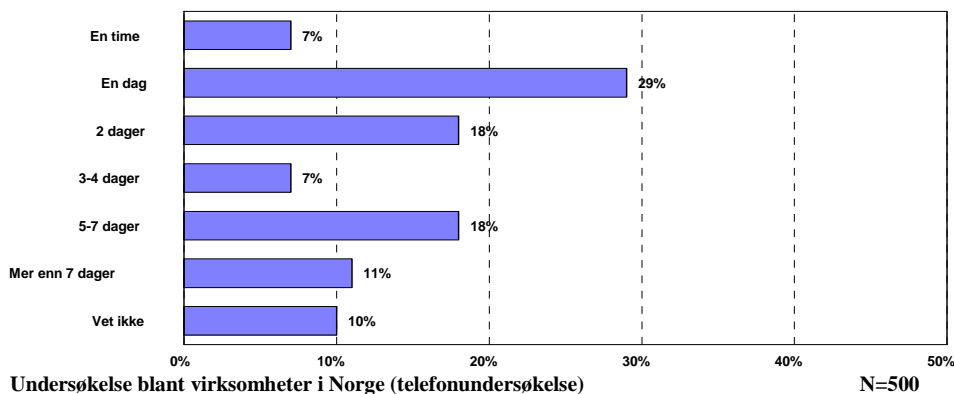
N=500

Et klart flertall uansett gruppe er enig i at kun virksomheter skal kunne registrere domenenavn under .no. Med utgangspunkt i regelen er det ikke overraskende at det er flere enige blant virksomhetene (76 %) enn i befolkningen (54 %).

25 prosent av respondentene i befolkningen er negative til regelen, mens 21 prosent er usikre. Vi kan ikke ut fra dette si at befolkningen er delt i synet i denne saken, men det er klart mer uenighet og usikkerhet i befolkningen i forhold til dette spørsmålet enn det er blant virksomhetene. Vi vet at 18 prosent av respondentene i befolkningen har registrert domenenavn. Det er sannsynlig at mange av disse er negative til regelen ettersom den hindrer dem i å registrere domenenavn under .no. Sett i forhold til dette er det nesten overraskende at et klart flertall av respondentene i befolkningen er positive til regelen.

De yngre er klart mer uenige i regelen enn de eldre. 29 prosent av respondentene i befolkningen under 30 år er uenige i regelen, mens kun 12 prosent av respondentene over 50 år er uenige. Det er også klare forskjeller mellom kvinner og menn. 31 prosent av mennene er uenige i regelen mot 18 prosent blant kvinnene.

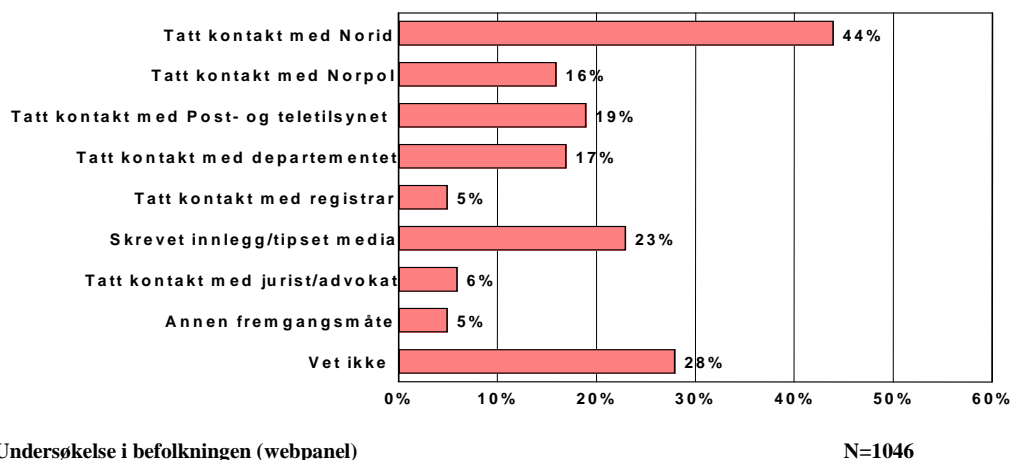
Hva mener du er akseptabel registreringstid for et .no-domene?



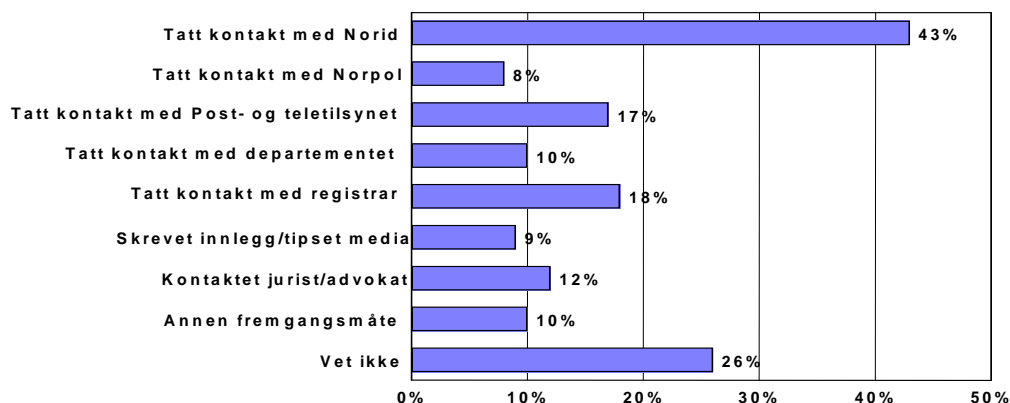
Dette spørsmålet ble kun stilt til virksomhetene. Et flertall på 54 prosent mener registreringen bør skje i løpet av 2 dager. 29 prosent av disse mener registreringen burde skje i løpet av én dag, mens 7 prosent mener i løpet av en time.

10 prosent er usikre, mens de resterende 36 prosent mener akseptabel registreringstid er fra tre dager og oppover til mer enn syv dager. I dag tar det ca. én dag å registrere et domene hos Norid. Virksomhetene forholder seg imidlertid ikke direkte til Norid, men til en registrar. Dersom registraren bruker lengre tid enn dette, vil det muligens oppleves som om det er Norid som bruker ”lang tid”, noe som i sin tur kan ha negativ effekt for Norids omdømme. [...]

Hvordan ville du gått frem dersom du skulle ønske å påvirke regelverket for .no-domenet?



Hvordan ville du gått frem dersom du skulle ønske å påvirke regelverket for .no-domenet?



Undersøkelse blant virksomheter i Norge (telefonundersøkelse)

N=500

Henholdsvis 43 prosent av respondentene i virksomhetene og 44 prosent av respondentene i befolkningen ville tatt kontakt med Norid dersom de skulle ønske å påvirke regelverket.

Den nest største svarkategorien i begge gruppene er "vet ikke". Det er også en del av respondentene som svarer at de ville ta kontakt med andre og mindre relevante virksomheter/organisasjoner for å endre regelverket. For eksempel sier 23 prosent av respondentene i befolkningen at de ville ha skrevet innlegg eller tipset media. I underkant av 20 prosent i begge gruppene mener Post- og teletilsynet er riktig instans. Samlet sett viser fordelingen på svaralternativene noe usikkerhet om hvem det er mest relevant å ta kontakt med for å endre regelverket. Samtidig er det positivt at litt over halvparten mer eller mindre vet hvem det er mest relevant å kontakte (Norid eller registrar). [...]

4.6 Oppsummering og konklusjoner

I dette avsnittet vil vi kort beskrive de viktigste resultatene fra undersøkelsene og angi noen konklusjoner på basis av disse.

Hovedfunn generell bruk

Et klart flertall av respondentene i befolkningen (77 %) søker etter Internettadresser via søkemotor. Når respondentene prøver seg frem ved å skrive inn en internettadresse, forsøker de en .no-adresse først (76 %).

Hovedfunn faktisk registrering og bruk

Et flertall av virksomhetene (86 %) har registrert domenenavn, 56 prosent registrerte domenenavn før 2001, mens 38 prosent registrerte domenenavn i perioden 2001-2006.

Et klart flertall av virksomhetene (95 %) har registrert domenenavn under .no, mens 23 prosent har registrert domenenavn under .com. Domener som .net (8 %) og .as (7 %) kommer på de neste plassene. Gruppen som ikke har registrert et domenenavn under .no utgjør med andre ord kun 5 prosent av virksomhetene som har registrert et domenenavn. Antallet virksomheter i denne gruppen er ikke tilstrekkelig for å vurdere om det er signifikante forskjeller ut fra bakgrunnsvariablene.

Et flertall av virksomhetene har registrert ett domenenavn. Rundt 30 prosent av virksomhetene med et .no- eller .com-domene har registrert mellom 2 og 9 domenenavn. Mellom 7 og 9 prosent av virksomhetene med et .no- eller .com-domene har registrert mer enn 10 domenenavn.

Under to av ti (18 %) av respondentene i befolkningen har registrert domenenavn som privatperson (registreringer under priv.no er holdt utenfor undersøkelsen). De fleste av disse (62 %) registrerte domenenavn mellom 2001 og 2006. Det er mest vanlig å registrere under toppdomenene .com (31 %) og .net (20 %). Et klart flertall (65 %) har kun registrert ett domenenavn.

Av respondentene i befolkningen som ikke har registrert et domenenavn, har 26 prosent tenkt å skaffe seg ett. Vi kan med andre ord si at nesten fire av ti av respondentene i befolkningen enten har eller har tenkt å skaffe seg en internettadresse under ett eller flere toppdomener. [...]

Et klart flertall av de virksomhetene (91 %) som har et domenenavn regner .no som det viktigste når det gjelder markedsføring av virksomheten. Tilsvarende regner kun 5 prosent av virksomhetene .com som det viktigste domenet. På spørsmål om hvorfor virksomheten har valgt .no som det viktigste toppdomenet, er de mest vanlige årsakene at domenet ”passer best for norske virksomheter” og domenet er ”mest populært/utbredt”. Under ”annet” utpeker kategorien som kan beskrives med utsagn ”vi driver i Norge” eller ”.no forbindes med Norge”. 49 av respondentene gir svar i den retning. Det er ingen signifikante forskjeller når det gjelder hvilket domene virksomhetene regner som det viktigste sett i forhold til virksomhetenes størrelse. Vi ser imidlertid forskjeller mellom de virksomhetene som både opererer i Norge og

internasjonalt og de som bare opererer i Norge. 82 prosent av de virksomheter som opererer både i Norge og internasjonalt regner .no som det viktigste domenet, mot 94 prosent av de selskapene som kun opererer i Norge.

I befolkningen brukes .com (46 %) og .net (28 %) mest aktivt.

Oppfatninger og preferanser om .no

Et flertall både av respondentene i virksomhetene (91 %) og i befolkningen (84 %) oppfatter .no som det mest kjente domenet i det norske markedet. Videre er et flertall av respondentene i virksomhetene (81 %) og i befolkningen (58 %) enig i at .no er et domene der sjansen er stor for at internettadressen fører til den bedriften som eier navnet.

Det er også et flertall av virksomhetene (63 %) og i befolkningen (58 %) som er enig i påstanden om at .no er et domene der sjansen er stor for at adressen virker.

[...]

Om forvaltningen av .no

Kjennskapet til Norid er noe bedre blant virksomhetene enn i befolkningen. 22 prosent av virksomhetene vet at det er Norid som er ansvarlig for forvaltningen av .no. I tillegg sier 45 prosent av de som svarer feil eller ikke vet svaret, at de har hørt om Norid når navnet blir lest opp. Tilsvarende har 17 prosent av respondentene i befolkningen hørt om Norid.

Kilder til kjennskap er i hovedsak registrar og Internett for virksomhetene, mens kildene er jevnere fordelt i befolkningen mellom Internett, media, kollegaer/kjente, utdanning/kurs og registrar.

Et flertall både blant virksomhetene (54 %) og i befolkningen (65 %) har ikke noe inntrykk av Norid. Den viktigste årsaken til dette er at Norid er lite synlig.

Blant de som har et inntrykk av Norid, har så å si ingen et negativt inntrykk. Noen flere av virksomhetene har positivt inntrykk (41 %) sammenlignet med befolkningen (32 %).

Den årsaken flest virksomheter oppgir er ”positiv erfaring med Norid”. Andre årsaker som nevnes av begge gruppene, er at Norid gjør en god jobb, at Norid er kompetente, at Norid er ryddige og behandler alle likt, og at Norid sørger for et ordentlig regelverk.

Nesten halvparten av virksomhetene (47 %) mener akseptabel registreringstid er 1 eller 2 dager. 7 prosent mener en time er akseptabel registreringstid, mens 11 prosent mener mer enn syv dager er akseptabel registreringstid. Det er med andre ord et stort sprik når det gjelder virksomhetenes oppfatning av hva som er akseptabel registreringstid, samtidig som et klart flertallet knytter det til 1-7 dager. Årsakene til dette kan være mange. Det er sannsynlig at virksomhetene sammenligner denne typen registrering med andre typer av offentlige registreringer som virksomheter må gjøre. I den sammenheng oppleves

sannsynligvis ikke en registreringstid på noen dager som særlig dramatisk. Svarkategoriene ble ikke lest opp for respondentene. Det kan tenkes at spriket ville vært redusert noe dersom svarkategoriene ble lest opp.

Hovedfunn regelverk

Et klart flertall i både virksomhetene (88 %) og i befolkningen (75 %) er positive til at bare virksomheter i Norge kan registrere et domenenavn under .no.

Flere blant virksomhetene (71 %) mener kvoten på 20 domenenavn er passe stor. 53 prosent av respondentene i befolkningen mener det samme. Samtidig mener flere i både virksomhetene (18 %) og i befolkningen (21 %) at kvoten på 20 domenenavn er for stor. Dersom Norid vurderer å gjøre noe med kvoten, synes det som om både virksomhetene og befolkningen mener kvoten i hvert fall ikke bør økes.

Et klart flertall blant virksomhetene (76 %) er enig i regelen om at ikke privatpersoner kan registrere et domenenavn direkte under .no. Det er også et flertall for denne regelen i befolkningen (54 %). Det er imidlertid også en del som er uenige i regelen, særlig i befolkningen (25 %).

Vi stilte spørsmålet om hvordan man ville gått frem dersom en skulle ønske å påvirke regelverket for .no-domenet. Den største svarkategorien her (over 40 %) var i begge grupper "tatt kontakt med Norid". Nesten 3 av 10 vet imidlertid ikke hvem de skulle ha tatt kontakt med.

Konklusjoner [...]

Samlet sett vil vi si at funnene viser at .no har et godt omdømme. Det kan vi konkludere med både på basis av antallet virksomheter og privatpersoner som har registrert et domene under .no. Videre er tilbakemeldingene på noen av påstandene også positive i forhold til .no.

Undersøkelsene opererte med en rekke forskjellige bakgrunnsvariabler. Det eksisterer noen forskjeller mellom disse, men det mest slående funnet er hvor få og små disse forskjellene er. Det er så å si ingen forskjeller mellom de ulike virksomhetene knyttet til bakgrunnsvariablene. I befolkningen er de mest tydelige forskjellene knyttet til alder, og forskjellen er størst mellom de under 30 og de over 50 år.

[...]

Regelverket for .no har bred støtte, både blant virksomhetene og i befolkningen.

[...]