



## Moving Pictures 2013. Audiovisuele content in Nederland nader bekeken.

Voor de derde keer op rij publiceert Stichting Kijkonderzoek de resultaten van het onderzoek "Moving Pictures".

Dit onderzoek heeft als doel om inzicht te krijgen in het gebruik van verschillende platformen voor het bekijken van verschillende soorten audiovisueel materiaal. Het onderzoek dient vooral om de verhoudingen tussen de verschillende platformen en de bekeken content daarop te monitoren. Het gaat ons primair om het signaleren van trends en niet om een exact beeld te krijgen van de volumes. Daarom ook worden de resultaten in deze brochure in percentages weergegeven en niet in minuten. Voor de exacte aantallen kijkminuten naar televisiecontent moet het Kijkonderzoek worden geraadpleegd.

Het aantal minuten dat naar televisie wordt gekeken is overigens stabiel gebleven in 2013. De Nederlander keek in september 2013 gemiddeld per dag 190 minuten televisie. In dezelfde periode in 2012 was dit 189 minuten; een groei van 1%.

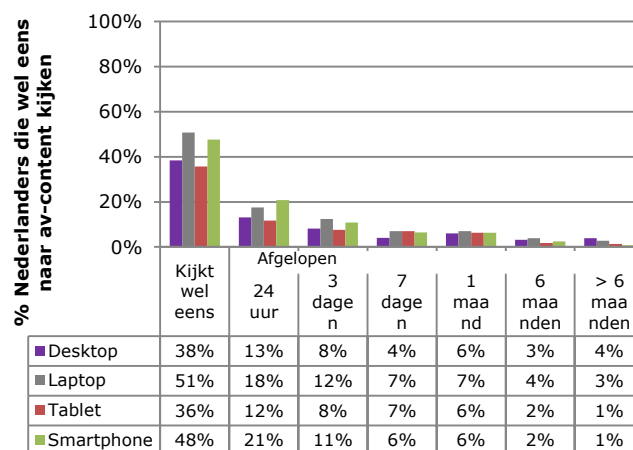
Net als bij de voorgaande edities van Moving Pictures is GfK Intomart verantwoordelijk voor de uitvoering van het onderzoek. De resultaten zijn representatief voor de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder. In totaal namen 1.336 Nederlanders deel aan het onderzoek.

Ook dit jaar is er weer een groot aantal interessante ontwikkelingen te melden. Een "must-read" voor alle professionals in de audiovisuele sector en mediabranche.

Bas de Vos  
Directeur SKO

Gevraagd is wanneer men het laatst audiovisuele (AV) content heeft gekeken. Dat is gevraagd voor elke device. Circa de helft van de Nederlanders 13 jaar en ouder kijkt wel eens naar av-content via een laptop of smartphone. Meer dan een derde kijkt wel eens via desktop en tablets. We zoomen in op het bereik via de desktop, laptop, tablet en smartphone in de afgelopen 24 uur. Dan blijkt dat de smartphone het meest wordt genoemd (21%), gevolgd door de laptop (18%), daarna komen de desktop (13%) en de tablet (12%).

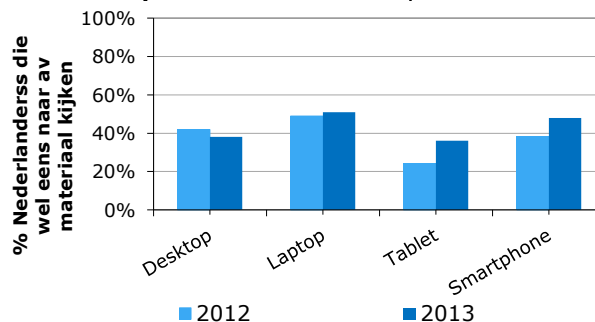
Grafiek 1.1 Wanneer voor het laatst AV-content gekeken per device 2013



Selectie: 13+ Totaal

Het kijken naar audiovisueel materiaal via smartphone en tablet is in 2013 onder alle Nederlanders toegenomen ten opzichte van 2012. Bijna de helft van de ondervraagden (48%) kijkt wel eens audiovisueel materiaal op de smartphone en ruim een derde (36%) kijkt wel eens audiovisueel materiaal op de tablet. Het bereik van AV-content via desktops en laptops is nagenoeg gelijk gebleven.

Grafiek 1.2 Kijkt wel eens AV-content op device 2012-2013

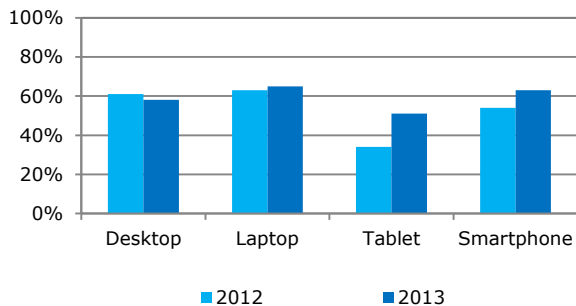


Selectie: 13+ Totaal

## Forse stijging bezit tablets en smartphones

Het aantal Nederlanders dat een tablet of een smartphone bezit, is significant toegenomen ten opzichte van de meting in 2012. In 2012 gaf 34% aan een tablet te bezitten, in 2013 is dat percentage gestegen naar 51%. De stijging van het smartphone-bezit verliep van 54% in 2012 naar 63% in 2013. Bij de overige devices (desktop en laptop) zijn geen significante verschillen in bezit vastgesteld.

Grafiek 2.1 Bezit devices 2012- 2013



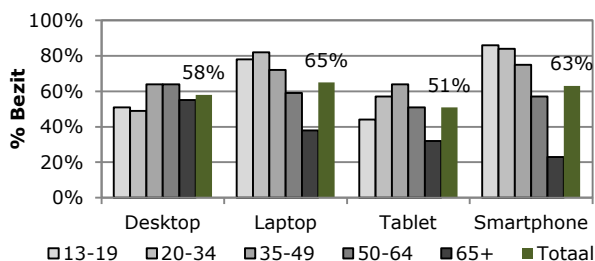
Selectie: 13+ Totaal

Devices als smartphones en tablets zijn vooral populair onder jonge mensen. Meer dan 80% van de Nederlanders jonger dan 34 jaar heeft een smartphone; bij 65-plussers ligt dat percentage op 23%.

Bij 13-34 jarigen is naast de smartphone ook de laptop een populair apparaat. Bij de ouderen (50+) daarentegen is de desktop-PC een belangrijk apparaat.

Relatief veel personen in de leeftijd 20-49 bezitten een tablet. Ook hier loopt vooral de groep van 65-plussers achter, maar ook de jongste groep van 13-19 jarigen.

Grafiek 2.2 Bezit devices naar leeftijd 2013



Selectie: 13+ Totaal

De cijfers van het Moving Pictures onderzoek zijn verkregen in het najaar van 2013. Voor de jaarlijkse cijfers over bezit van devices verwijzen wij naar de resultaten van de Media Standaard Survey (MSS). Deze resultaten worden gepubliceerd in de rapportage "SKO TV in Nederland" die te vinden is op [www.kijkonderzoek.nl/publicaties](http://www.kijkonderzoek.nl/publicaties).

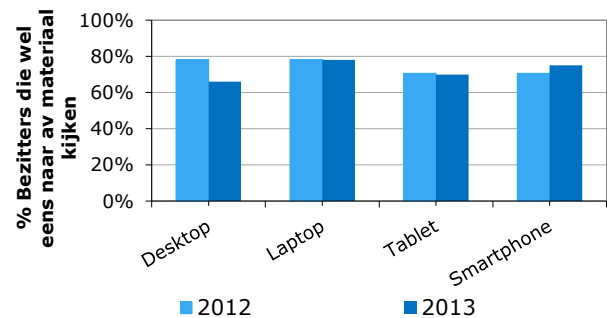
[http://www.kijkonderzoek.nl/images/stories/Publicaties/SKO\\_TV\\_in\\_NL\\_2012.pdf](http://www.kijkonderzoek.nl/images/stories/Publicaties/SKO_TV_in_NL_2012.pdf)

## Groeiend bereik van AV-content door toename smartphones en tablets

De groei van het bereik van AV-content via smartphones en tablet is vooral toe te schrijven aan de groeiende penetratie van deze devices. Binnen de groep apparaatbezitters is het bereik van AV-content via tablet, smartphone en laptop namelijk niet toegenomen, zie grafiek 3.1. De groei van het bekijken van AV-content moet dus komen uit de aanwas van nieuwe bezitters van een tablet of smartphone. Dat is een belangrijk punt. Het is niet zo zeer dat het gedrag bij bezitters van een apparaat sterk verandert.

Alleen bezitters van een desktop geven significant minder vaak aan audiovisueel materiaal op hun desktop te bekijken in vergelijking met vorig jaar.

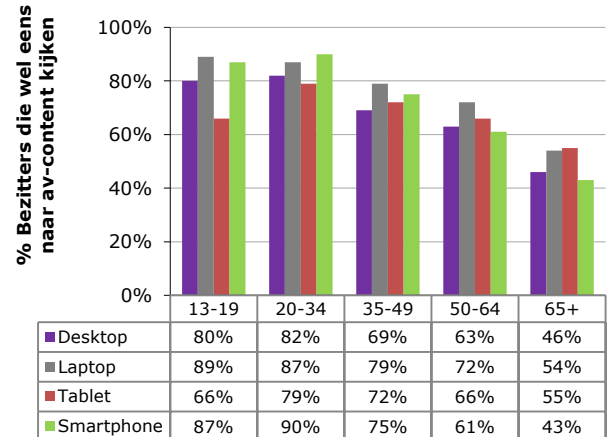
Grafiek 3.1 Kijkt wel eens AV-content op device 2012-2013



Selectie: Bezitters van betreffende device

In de leeftijdsgroepen tot 49 jaar wordt het vaakst audiovisueel materiaal gekeken op de smartphone of laptop. Personen van 50 jaar en ouder gebruiken naast de laptop hiervoor vaak een tablet. Het bereik van audiovisueel materiaal via een tablet is het hoogst onder personen van 20 tot 34 jaar.

Grafiek 3.2 Kijkt wel eens AV-content op device (naar leeftijd) 2013



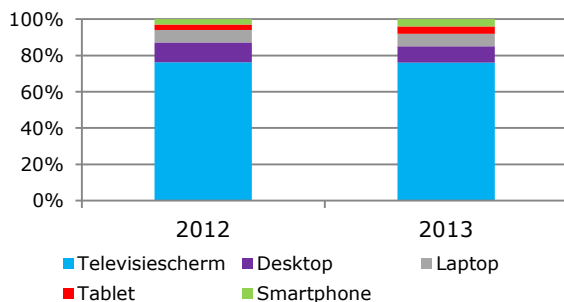
Selectie: Bezitters van desbetreffende device

## Televisiescherm domineert kijken naar AV-content

In de volgende paragraaf staan we stil bij het aantal minuten dat respondenten per etmaal besteden aan het kijken naar AV-content op de verschillende devices.

Het televisiescherm neemt met 77% van alle AV-kijkminuten het grootste aandeel voor haar rekening. De desktop volgt op afstand met een aandeel van 9%. Ondanks de toename van het aantal tablets en smartphones, is het gemiddeld aantal kijkminuten op deze schermen per persoon niet toegenomen. Men kijkt gemiddeld genomen evenveel naar AV-content op de verschillende devices als in 2012.

Grafiek 4.1 Verdeling kijkminuten totaal AV-content naar device 2012-2013



Selectie: Afgelopen 24 uur gekeken op device

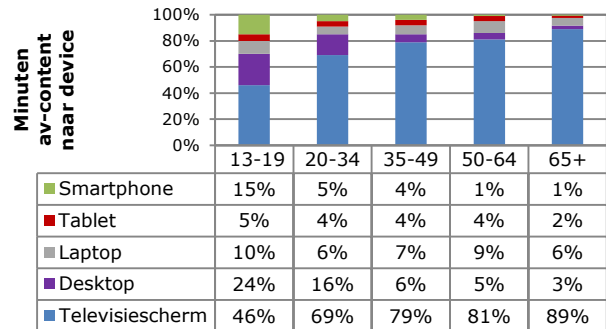
Onder de groep van 13 tot 19 jarigen wordt het televisiescherm relatief het minst lang gebruikt. Toch is het televisiescherm ook onder jongeren nog altijd goed voor een eerste positie (46% van alle kijkminuten naar AV-content wordt door 13-19 jarigen via het televisiescherm bekeken). In tijd bemeten scoort de desktop bij voornoemde leeftijdsgroep een tweede positie: 24% van alle kijkminuten naar AV-content wordt door hen via een desktop bekeken. Dat is relatief hoog vergeleken met de andere leeftijdsgroepen.

Ten opzichte van 2012 laten de resultaten van 2013 een aantal opvallende uitkomsten zien. De grootste verschuiving is te noteren bij jongeren in de leeftijd van 13-19 jaar. Het aandeel van de smartphone groeit van 8% naar 15%, wat ten koste lijkt te gaan van het aandeel van het televisiescherm (-6 procentpunten ten opzichte van 2012) en de desktop (-5 procentpunten ten opzichte van 2012).

Onder 20-34 jarigen verdubbelt het aandeel van de kijkminuten op een tablet van 2% naar 4%. Onder 35-49 jarigen verdubbelt het aandeel van de smartphone (eveneens van 2% naar 4%), ten koste van het aandeel van

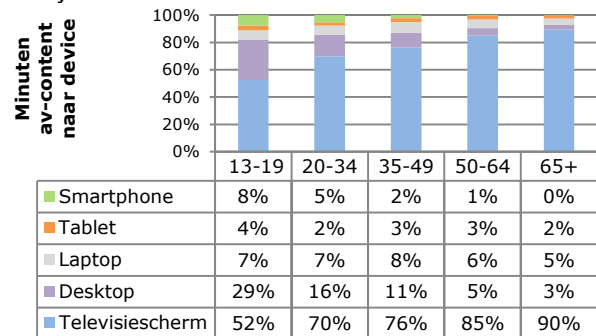
de desktop (van 11% naar 6%). Bij 50-64 jarigen levert het televisiescherm iets in (-4 procentpunten) en groeit het aandeel van de laptop (+3 procentpunten).

4.2 Verdeling kijkminuten totaal AV-content naar device en leeftijd 2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken,

4.3 Verdeling kijkminuten totaal AV-content naar device en leeftijd 2012

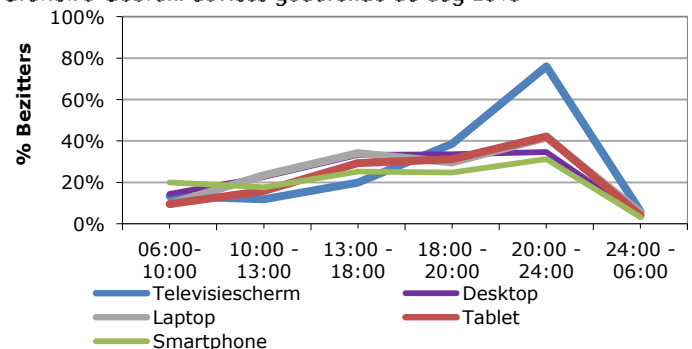


Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

## Bereik mobiele schermen verspreid over de dag. Televisiescherm grootst in de avonduren

Er bestaat een belangrijk verschil in kijkpatroon tussen het televisietoestel en mobiele devices: via de laatste apparaten wordt meer gespreid over de dag naar AV-content gekeken, terwijl de televisie voornamelijk 's avonds wordt ingeschakeld. Dit beeld wijkt niet af ten opzichte van een jaar eerder.

Grafiek 5 Gebruik devices gedurende de dag 2013

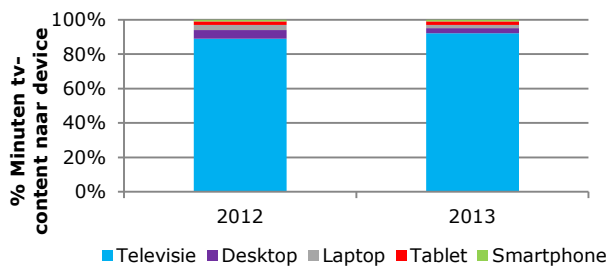


Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken,

## Meer televisiecontent bekeken via televisiescherm

Op welke apparaten worden de verschillende soorten AV-content bekeken? 93% Van de televisiecontent wordt via het televisiescherm gekeken. Dit percentage ligt vier procentpunten hoger dan in 2012. Het aandeel kijken naar televisiecontent via desktop en laptop is licht gedaald en dat van smartphone en tablet is gelijk gebleven.

Grafiek 6.1 Verdeling kijkminuten Televisie-content en device, 2012-2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

Ook andere professionele content wordt voornamelijk gekeken via de televisie. Het aandeel van de verschillende devices ten opzichte van dit type content is niet significant gewijzigd ten opzichte van vorig jaar.

### Definities

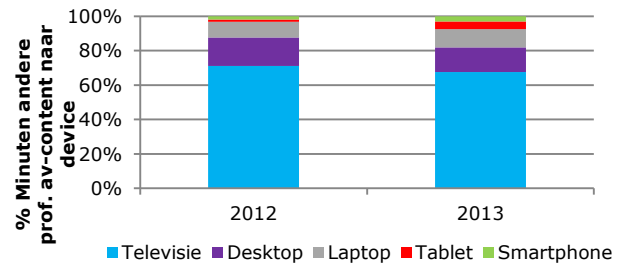
**Av -content:** Audiovisueel materiaal bestaat uit bewegende beelden, zoals:

**Televisiecontent:** Een (onderdeel van een) televisieprogramma, rechtstreeks uitgezonden of later afgespeeld (programma-gemist), of een filmpje dat hoort bij een televisieprogramma. Dit kan ook een programma zijn dat wordt uitgezonden op een andere televisiezender waarover de respondent geen beschikking heeft.

**Andere professionele AV-content:** Gedownloade, gehuurde, geleende, gekochte, opgenomen, opgevraagde film, documentaire of serie.

**User-generated content:** zelf gefilmde beelden, zoals een eigen vakantiefilm of een filmpje gemaakt door vrienden, familie of anderen. Deze AV-content is vaak beschikbaar op YouTube, MySpace of Facebook.

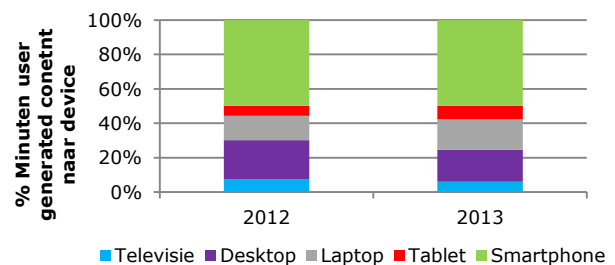
Grafiek 6.2 Verdeling kijkminuten andere professionele av-content en device, 2012-2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

User-generated content wordt net als vorig jaar vooral bekeken via de smartphone. Hier lijkt het kijken via de laptop terrein te winnen van het kijken via de desktop.

Grafiek 6.3 Verdeling kijkminuten user generated av-content en device, 2012-2013

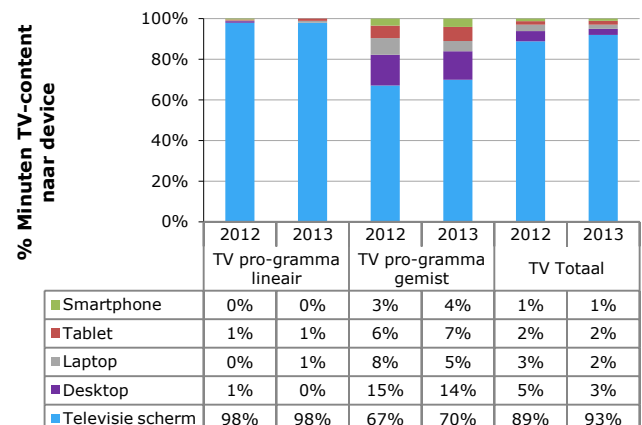


Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

## Lineair tv-kijken op mobiele devices nog klein

TV-content wordt in deze analyse onderverdeeld in lineaire ('live' uitgezonden) en niet-lineaire content (programma-gemist of overig).

Grafiek 6.4 Verdeling kijkminuten naar devices en soort televisiecontent 2012-2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

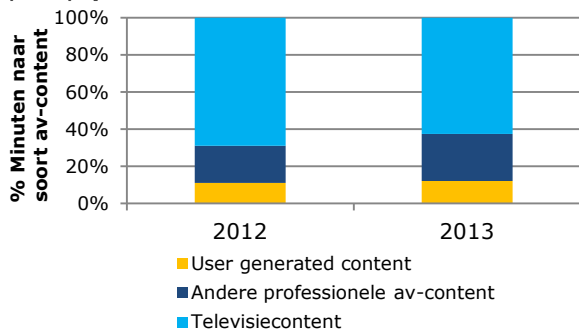
De kijktijd van lineaire tv-programma's wordt voornamelijk op het televisiescherm gerealiseerd. De kijktijd van lineaire tv-programma's op andere devices

bedraagt 2%. Niet-lineaire content wordt relatief vaak op desktops, laptops, smartphones en tablets bekeken. Deze devices zijn hier meestal beter toe in staat dan reguliere televisies. Niet elke televisie is immers 'connected' en programma-gemist en "on-demand" diensten zijn niet beschikbaar op alle tv-toestellen. De verschillen tussen 2012 en 2013 in het aandeel lineair en niet-lineaire content bekeken op verschillende devices zijn niet significant.

## Kijken naar andere professionele AV-content groeit

Als we kijken naar het totaal geconsumeerde audiovisueel materiaal, dan bestaat het merendeel uit televisiecontent (62%) of uit andere professionele AV-content (25%). User-generated content vertegenwoordigt 12% van het totaal aantal gekeken minuten. Ten opzichte van 2012 is het percentage televisiecontent gedaald, terwijl het aandeel van de andere typen content, zoals films, documentaires en series, is gestegen.

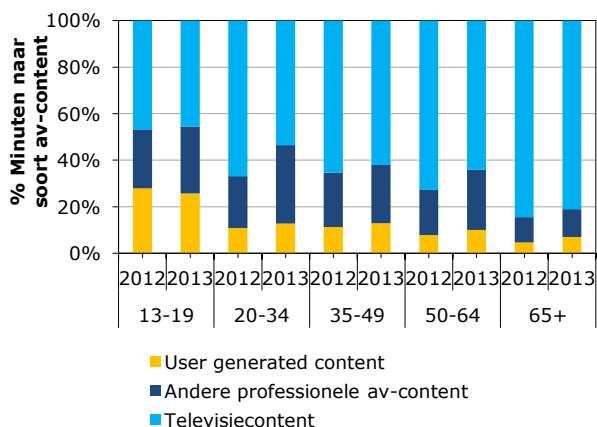
Grafiek 7.1 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content 2012-2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

Het kijken naar user-generated content en andere professionele AV-content is vooral onder jongeren van 13-19 jaar populair.

Grafiek 7.2 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content, naar leeftijd, 2012-2013



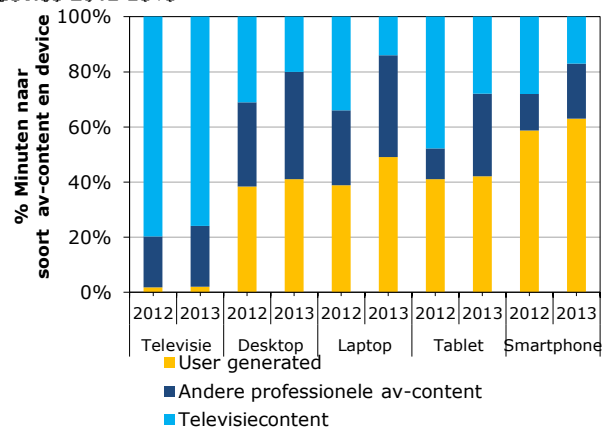
Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken,

Ten opzichte van 2012 kijken 20-34 jarigen meer andere professionele content. In 2013 is het aandeel van dit type AV-content onder 20-34 jarigen gestegen van 22% naar 34%. Deze stijging ging ten koste van de tijd die men heeft besteed aan het kijken naar televisiecontent. Eenzelfde tendens, maar iets minder sterk, is zichtbaar bij de leeftijdsgroep 50-64 jaar. Ook zij kijken ten opzichte van 2012 meer naar andere professionele AV-content en iets minder naar televisiecontent.

Televisiecontent wordt (uiteraard) het meest via het televisiescherm gekeken. Op smartphones en andere mobiele devices wordt voornamelijk user-generated content gekeken. Meer dan 40% van de totale content die via smartphone, tablet, laptop en desktop wordt bekeken, betreft user-generated content.

Op de mobiele devices, maar ook op de desktop en laptop wordt in 2013 minder televisiecontent gekeken dan in 2012. Het aandeel van andere professionele AV-content die via mobiele devices wordt gekeken, stijgt in 2013. Vooral de stijging van het kijken naar andere professionele content op de tablet is aanzienlijk.

Grafiek 7.3 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content en device 2012-2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

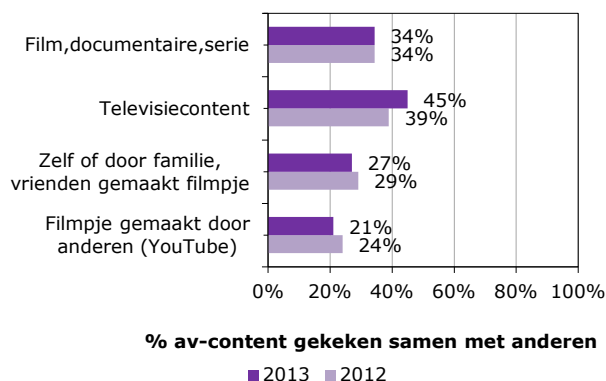
## Samen kijken naar TV-content neemt toe

In Moving Pictures 2013 zijn ook gegevens verzameld over 'samen kijken' naar verschillende vormen van AV-content.

Televisie wordt relatief vaak samen gekeken (45%), op de voet gevolgd door overige professionele AV-content, zoals films, documentaires en series (34%). Ten opzichte van Moving Pictures 2012 is samen kijken naar televisiecontent gestegen van 39% naar 45%.



Grafiek 8 Percentage co-viewing per type content 2012-2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

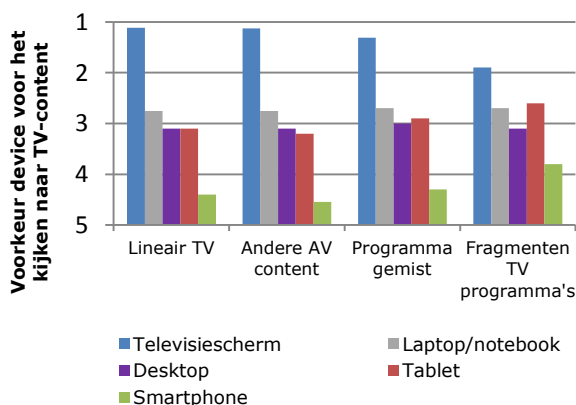
## Televisiescherm heeft eerste voorkeur

Grafiek 9 toont de voorkeur voor apparaten voor het bekijken van televisiecontent. Een 1 op de verticale as geeft een eerste voorkeur weer, een 5 betekent dat dit apparaat pas op de vijfde plaats komt.

Voor het bekijken van live televisie, films, documentaires, series en gemiste programma's heeft het televisiescherm de eerste voorkeur. De smartphone is het minst populair voor het bekijken van televisiecontent.

Voor het bekijken van fragmenten van televisieprogramma's zijn laptops en tablets bijna net zo populair als televisietoestellen.

Grafiek 9 Voorkeur device voor het kijken naar TV-content 2013



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken

## Conclusies

- Het bereik van audiovisueel materiaal via tablet en smartphone is significant toegenomen sinds 2012. Dit is vooral het gevolg van de groeiende penetratie van voornoemde devices. Inmiddels heeft 51% van alle Nederlanders een tablet en 63% van de Nederlanders is in het bezit van een smartphone. Onder jongeren en jongvolwassenen is de penetratie van de smartphone gestegen tot boven de 80%.
- Er is geen toename te zien in het AV-gebruik binnen de groep bezitters van smartphone of tablet.
- De desktop als platform om AV-content op te bekijken, verliest terrein. De laptop behoudt haar positie.
- Het televisiescherm neemt het grootste aandeel van alle AV-kijkminuten in beslag. Meer dan driekwart van het kijkvolume komt voor rekening van het televisiescherm, de desktop volgt op grote afstand met een aandeel van 9%.
- Daar waar de mobiele devices verspreid over de dag worden gebruikt om AV-content te bekijken, heeft het televisiescherm een duidelijke piek in de avonden.
- Vooral de stijging van het kijken naar andere professionele content op een tablet is relatief groot.
- Televisiecontent wordt vanzelfsprekend veel via het televisiescherm gekeken. Het aandeel van het televisiescherm voor het bekijken van tv-content is ten opzichte van 2012 toegenomen.
- Lineaire TV wordt het meest via het televisiescherm bekeken (98%). De kijktijd van lineaire tv-programma's op andere devices bedraagt 2%.
- 70% Van het kijken naar gemiste programma's gebeurt via het televisiescherm, 14% via de desktop en 5% via de laptop. Er zijn geen significante verschillen in deze aandelen ten opzichte van vorig jaar.
- 2% Van al het audiovisueel materiaal dat wordt bekeken op de televisie is user-generated content. User generated content blijft het domein van de smartphone met 63% van de totale kijktijd op dat device. De tablet en de laptop volgen met 49% en 42% op plekken twee en drie. Het aandeel user-generated content bekeken via een tablet is toegenomen ten opzichte van 2012.

## Projecten SKO 2013

Het Moving Pictures onderzoek is voor SKO een middel om trends in de consumptie van AV-content op verschillende platformen te monitoren. In het Kijkonderzoek meten we dagelijks van seconde tot seconde nauwkeurig het kijkgedrag via het televisietoestel. Het Moving Pictures onderzoek is met name bedoeld om de generieke trends te meten.

Naast het Kijkonderzoek brengt SKO aan de hand van een groot aantal projecten de nieuwe ontwikkelingen in kaart. Voor meer gedetailleerde informatie over specifiek kijkgedrag verwijzen wij bijvoorbeeld naar het SKO WEB-TV onderzoek. Dit onderzoek rapporteert dagelijks uitgebreid over het aantal starts en de afspeelduur van televisieprogramma's bekeken via internet.

In 2013 is de nieuwe strategie van SKO gepubliceerd. De ambitie is om het kijkgedrag naar alle video in Nederland meetbaar te maken.



## Het Moving Pictures Onderzoek 2013

Het onderzoek is uitgevoerd onder Nederlanders van 13 jaar en ouder, met een verdeling in leeftijd, geslacht, opleiding, internetgedrag en internetaansluiting thuis die representatief is voor de Nederlandse bevolking. In totaal namen  $n=1.336$  respondenten deel aan het onderzoek.

Het veldwerk is in de periode van 16 t/m 22 september 2013 uitgevoerd.

Personen met internetaansluiting zijn geselecteerd uit het GfK Intomart Online Panel en deden via een CAWI vragenlijst mee aan het onderzoek. Deze respondenten ontvingen een link naar de vragenlijst via een email. Personen zonder internetaansluiting werden geselecteerd uit het GfK Intomart Telefonische Panel en werden benaderd via een telefonisch interview. In beide gevallen werd iedere dag van de week een groep respondenten benaderd zodat de respons gelijkmatig over de week werd verdeeld.

De resultaten van het onderzoek worden in deze brochure vergeleken met de uitkomsten van Moving Pictures 2012. Een overzicht van de belangrijkste resultaten is te vinden in de bijlage.

## Bijlage: Trends 2012-2013

We hebben de resultaten van Moving Pictures 2013 vergeleken met de resultaten van het onderzoek van 2012. Indien de verschillen tussen beide jaren significant zijn, dan wordt dit in onderstaand overzicht aangegeven met een sterretje in de vierde kolom.

	MP 2012	MP 2013	Sign.
<b>% Nederlanders die wel eens AV-content kijken via:</b>			
Desktop	42%	38%	
Laptop	49%	51%	
Tablet	24%	36%	*
Smartphone	38%	48%	*
<b>% Bezit devices</b>			
Desktop	61%	58%	
Laptop	63%	65%	
Tablet	34%	51%	*
Smartphone	54%	63%	*
<b>% Bezitters die wel eens AV-content kijken via:</b>			
Desktop	78%	66%	*
Laptop	78%	75%	
Tablet	68%	70%	
Smartphone	71%	75%	
<b>% Totaal minuten AV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	77%	76%	
Desktop	11%	9%	
Laptop	7%	7%	
Tablet	3%	4%	
Smartphone	1%	4%	
<b>% Totaal minuten AV-content naar type content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	69%	62%	*
Andere professionele AV-content	20%	25%	*
User generated content	11%	12%	
<b>TV programma lineair, % Totaal minuten Lineair TV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	98%	98%	
Desktop	0%	0%	
Laptop	1%	1%	
Tablet	1%	1%	
Smartphone	0%	0%	
<b>TV programma gemist, % Totaal minuten Programma gemist TV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	67%	70%	
Desktop	15%	14%	
Laptop	8%	5%	
Tablet	6%	7%	
Smartphone	3%	4%	
<b>TV content, % Totaal minuten TV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	89%	93%	*
Desktop	5%	3%	
Laptop	3%	2%	
Tablet	2%	2%	
Smartphone	1%	1%	

	MP 2012	MP 2013	Sign.
<b>Televisietoestel, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	80%	76%	
Andere professionele AV-content	19%	22%	
User generated content	2%	2%	
<b>Desktop, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	31%	20%	*
Andere professionele AV-content	30%	39%	*
User generated content	8%	41%	
<b>Laptop, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	34%	14%	*
Andere professionele AV-content	27%	37%	*
User generated content	39%	49%	*
<b>Tablets, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	48%	28%	*
Andere professionele AV-content	11%	30%	*
User generated content	41%	42%	
<b>Smartphone, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	28%	17%	*
Andere professionele AV-content	13%	20%	*
User generated content	59%	63%	

MP 2012: n=1.309 | MP 2013: n=1.336  
Basis: Personen 13-