



Moving Pictures: kijken naar audiovisuele content in Nederland

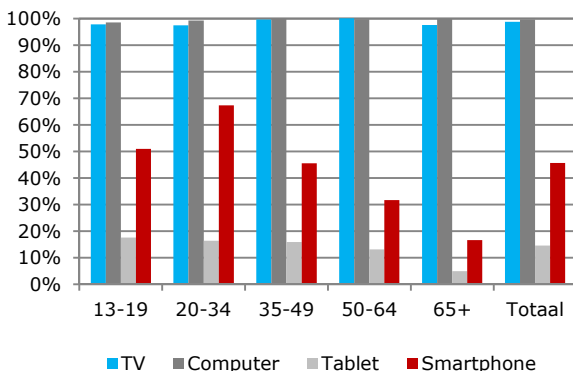
Sinds de opkomst van breedband internet en mobiele devices als de smartphone en tablet hebben Nederlanders meer mogelijkheden om naar audiovisuele content te kijken. Zo zijn mobiele devices geliefd voor het kijken naar user-generated content zoals zelfgemaakte filmpjes of filmpjes van anderen. Vooral jongeren maken hiervan gebruik. SKO onderzocht het gebruik van vaste en mobiele devices voor het kijken naar audiovisuele content onder Nederlanders van 13 jaar en ouder.

Intomart GfK voerde het onderzoek 'Moving Pictures' in opdracht van SKO uit in de periode van 13 t/m 19 september 2011. Een representatieve groep van 1300 respondenten van 13 jaar en ouder is online ondervraagd naar het gebruik van audiovisuele content op verschillende devices (mediaplatforms).

Bezit devices

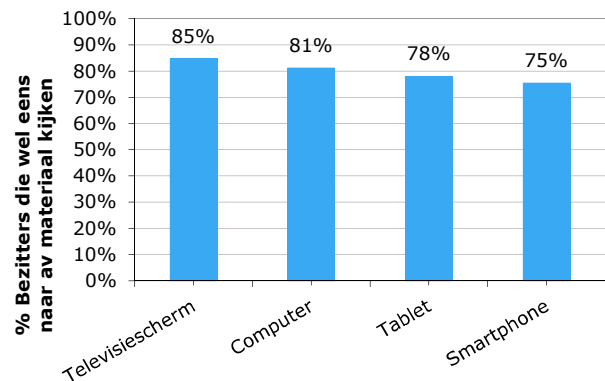
Een televisie en een computer heeft nagenoeg iedereen. Grote verschillen in het bezit van devices zien we bij smartphone en tablet. Smartphones zijn vooral te vinden in de groep tot 50 jaar, en dan vooral in de groep 20-34 jarigen.

Grafiek 1. Bezit devices naar leeftijd



Bezitters van een televisie, computer, tablet of smartphone kijken bijna allemaal wel eens naar audiovisueel materiaal via deze devices. De televisie is hiervoor duidelijk favoriet. Toch is het kijken naar audiovisuele content op mobiele devices als smartphone en tablet ook populair.

Grafiek 2. Kijkt wel eens av-content op device

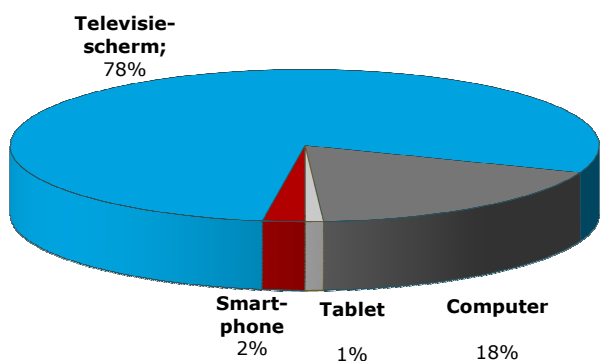


Selectie: Bezitters van een device

Als bezitters van deze apparaten wordt gevraagd of ze wel eens audiovisueel materiaal op hun mobiele device kijken, antwoordt ruim driekwart bevestigend. Zo kijkt 81% wel eens av-content via de computer (laptop of desktop), 78% via de tablet en 75% via hun smartphone. De tablet is dus iets populairder voor het kijken naar av-content dan de smartphone.

Kijken we nu naar de tijd die respondenten daadwerkelijk het afgelopen etmaal aan het kijken naar av-content hebben besteed, dan vindt 78% van het totaal aantal kijkminuten voor de televisie plaats. Daarna is de computer het meest gebruikte device voor het bekijken van audiovisueel materiaal. Het percentage kijktijd op tablet en smartphone is nog relatief laag in vergelijking met de televisie en computer. Wel zien we dat er meer minuten via de smartphone naar av-content is gekeken dan via de tablet, maar dit verschil is minimaal.

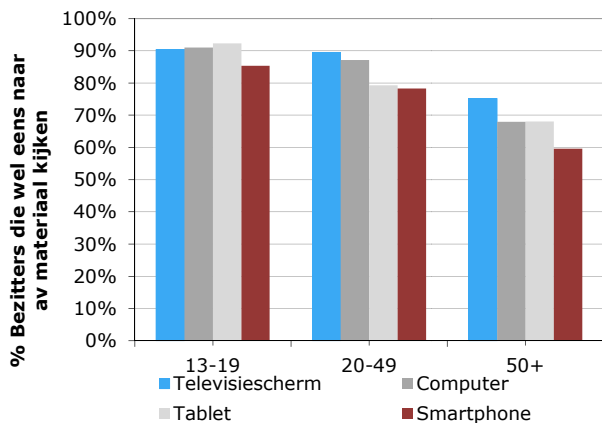
Figuur 1. Aantal minuten av-content gekeken op device



Selectie: bezitter en afgelopen 24 uur gekeken op device

Vooraf onder jongeren (13-19 jaar) is het gebruik van audiovisuele content via mobiele platforms groot. Van de tabletbezitters in deze leeftijdsgroep zegt 92% wel eens av-content te hebben bekeken op dit device, nipt gevolgd door de computer (91%) en televisie (90%). Hoewel jongeren het minst gebruik maken van de smartphone voor het kijken naar av-content geeft toch nog 85% van de smartphonebezitters aan dit wel eens te doen. Dit geldt ook voor 60% van de 50-plussers die in het bezit zijn van een smartphone.

Grafiek 3. Kijkt wel eens av-content op device (naar leeftijd)

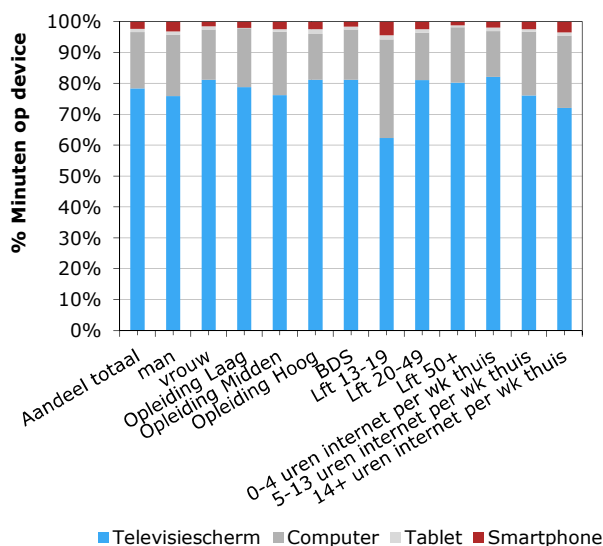


Selectie: bezitters van een device

Jongeren besteden 32% van het aantal kijkminuten aan av-content via de computer. Dit is opvallend veel in vergelijking met oudere leeftijdsgroepen. Grafiek 4 geeft de invloed van een aantal persoonskenmerken op de hoeveelheid kijkminuten per device weer. Zo besteden vrouwen meer minuten via het televisiescherm dan mannen: zo'n 81% van het totaal aantal kijkminuten. Mannen besteden meer

kijkminuten op de computer en smartphone dan het andere geslacht.

Grafiek 4. Aantal minuten av-content gekeken op device naar persoonskenmerken



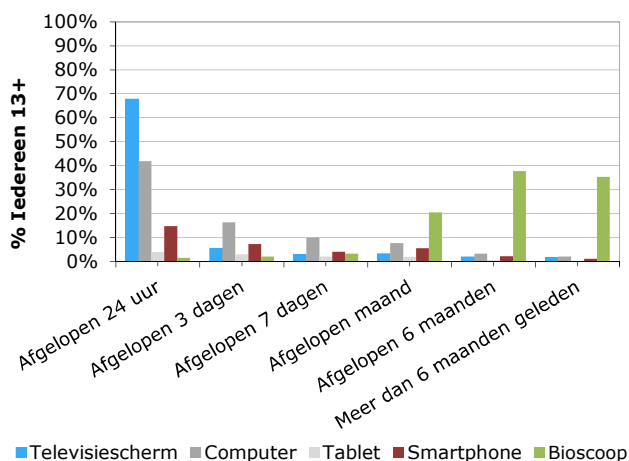
Selectie: bezitter en afgelopen 24 uur gekeken op device

Opvallend is dat mensen met een middelbare opleiding meer minuten naar av-content kijken via de computer (21%) dan mensen met een hogere opleiding (15%). Verder is het geen verrassing dat mensen die intensief gebruik maken van internet (>14 uur per week thuis) relatief veel av-content (23%) op de computer kijken in vergelijking met mensen die weinig internetten.

Wanneer voor het laatst gekeken?

Aan alle respondenten, ongeacht of ze in het bezit zijn van een bepaald device, is gevraagd wanneer ze voor het laatst naar audiovisueel materiaal hebben gekeken en via welk device. Hieruit blijkt dat zo'n tweederde van de respondenten in de voorgaande 24 uur naar audiovisueel materiaal op het televisiescherm heeft gekeken. Ook de computer geldt als veelgebruikt device voor het kijken naar av-content. Meer dan 40% van de respondenten geeft aan de voorgaande dag op het computerscherm naar audiovisuele content te hebben gekeken. De bioscoop gaat pas een grotere rol spelen als we kijken naar het kijkgedrag over de afgelopen maand of maanden.

Grafiek 5. Wanneer voor het laatst av-content gekeken per device

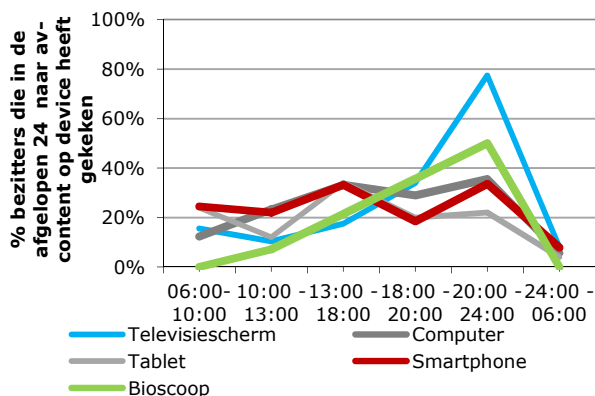


Selectie: iedereen 13+

Moment van kijken

Het kijken via het televisiescherm is duidelijk het meest geliefd gedurende de avond. Tussen 20.00 en 24.00 uur zien we een piek in het gebruik van het televisiescherm. Dit geldt ook voor de bioscoop. Mobiele devices worden daarentegen gedurende de hele dag gebruikt. Wel zien we een opleving in het gebruik van computer en smartphone zowel in de namiddag (tussen 13:00 en 18:00 uur) als in de avond (tussen 20:00 en 24:00 uur). Opvallend is een duidelijke daling van het kijken van audiovisueel materiaal via een tablet in de voormiddag (tussen 10.00 en 13.00 uur). Maar na 13.00 uur stijgt het tabletgebruik aanzienlijk: in de namiddag is het gebruik van een tablet het hoogst.

Grafiek 6. Gebruik devices gedurende de dag



Selectie: bezitter en afgelopen 24 uur gekeken op device

Definities

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

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

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

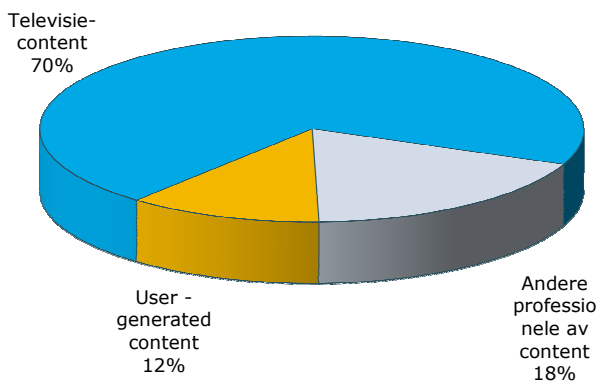
-User-generated content: Zelf gefilmde beelden, zoals een eigen vakantiefilm, of een filmpje gemaakt door vrienden, familie of anderen. Deze av-content is vaak beschikbaar op YouTube, MySpace, Facebook of Hyves.

Type content

Als we nu kijken welk soort audiovisueel materiaal favoriet is onder de respondenten, dan springt televisiecontent er duidelijk bovenuit. Televisiecontent beslaat 70% van het totaal aan audiovisueel materiaal dat het voorgaande etmaal is bekeken.

Daarnaast bestaat de bekeken av-content voor 18% uit andere professionele av-content en voor 12% uit user-generated content.

Figuur 2. Aandeel verschillende content

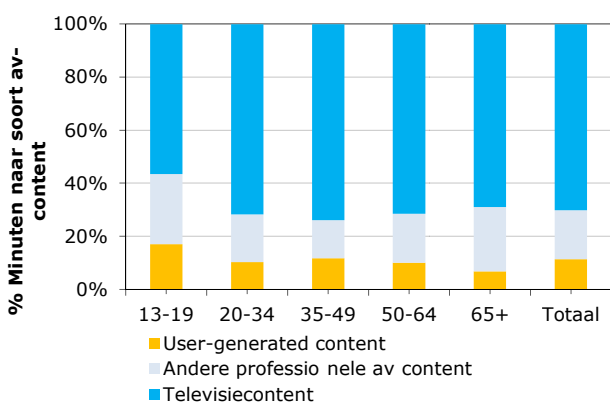


Selectie: bezitter en afgelopen 24 uur gekeken

Type content per leeftijdsgroep

Het kijken naar user-generated content is vooral onder de jongere doelgroep (13-19 jaar) populair. Jongeren kijken in vergelijking met andere leeftijdsgroepen het minst naar televisiecontent. De groep 35-49-jarigen besteedt relatief de meeste tijd aan televisiecontent, zelfs nog iets meer dan de 65-plussers. Deze laatste groep besteedt meer tijd aan andere professionele av-content, zoals gehuurde of opgenomen films, documentaires en/of series.

Grafiek 7. Verdeling kijkminuten afgelopen 24 uur per soort content, naar leeftijd



Selectie: Iedereen 13+

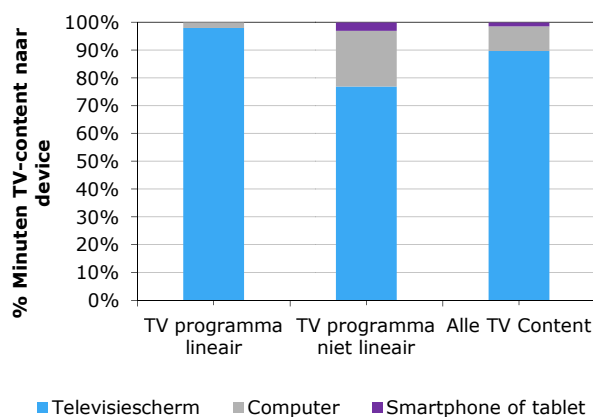
Televisiecontent

Tv-content kunnen we onderverdelen in lineaire en niet-lineaire content. Onder lineaire content verstaan we (onderdelen van) televisieprogramma's die rechtstreeks ('live') worden geconsumeerd. Niet-lineaire content bestaat uit (delen van) programma's die op een ander moment dan het tijdstip van uitzenden worden bekeken.

Televisiekijkers bekijken 90% van alle televisiecontent via het televisiescherm. Dit percentage ligt zelfs op 98% als het gaat om (delen van) lineaire televisieprogramma's. De overige 2% lineair televisiekijken gebeurt via de computer (laptop of desktop). Niet-lineaire tv-programma's bekijken de respondenten vaker via de computer. 20% van het totaal aantal kijkminuten naar niet-lineaire tv-programma's zijn besteed achter de computer.

De respondenten consumeren al 9% van de totale tv-tijd via de computer. Het gebruik van de smartphone of tablet voor het kijken naar tv-content is nog nagenoeg verwaarloosbaar, het gaat hier om slechts 1%.

Grafiek 8. Verdeling kijkminuten televisiecontent per device

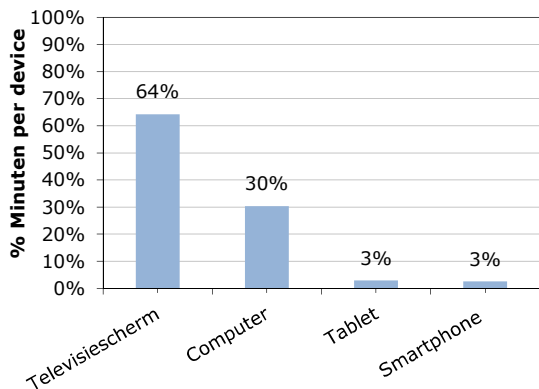


Selectie: bezitter en afgelopen 24 uur gekeken op device

Terugkijken van gemiste televisieprogramma's

Aan de respondenten die een tv, computer, smartphone en/of een tablet bezitten is gevraagd via welk device ze de afgelopen 24 uur een gemist programma hebben teruggekeken. Het televisiescherm staat met 64% op de eerste plaats. Bijna een derde van het totaal aantal kijkminuten besteden de respondenten aan het terugkijken van een programma via de computer. Via een smartphone of tablet kijken de respondenten het minst naar gemiste programma's, slechts 3% van de totale kijktijd.

Grafiek 9. Soort device gemist programma



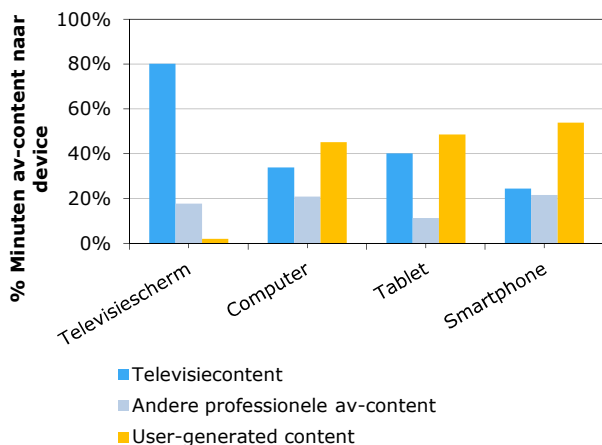
Selectie: bezitter en afgelopen 24 uur gekeken op device

Type content per device

Als we nu kijken naar de verschillende devices, welk soort audiovisueel materiaal wordt dan per device het meest bekeken? Wat televisie betreft is dit geen verrassing: 80% van het audiovisueel materiaal dat tv-bezitters via de televisie bekijken, is televisiecontent. Voor andere professionele av-content ligt dit percentage lager, namelijk op 18%. Slechts 2% van alle av-content die de respondenten op televisie bekijken, is user-generated content.

Het kijken van televisiecontent via tablet, computer of smartphone komt veel minder vaak voor. Van deze drie devices wordt op de tablet het meest naar televisiecontent gekeken. Zowel de tablet, computer als smartphone worden meest gebruikt voor het kijken naar user-generated content. Ongeveer een vijfde van de bekeken audiovisuele content op zowel de computer als de smartphone is andere professionele av-content.

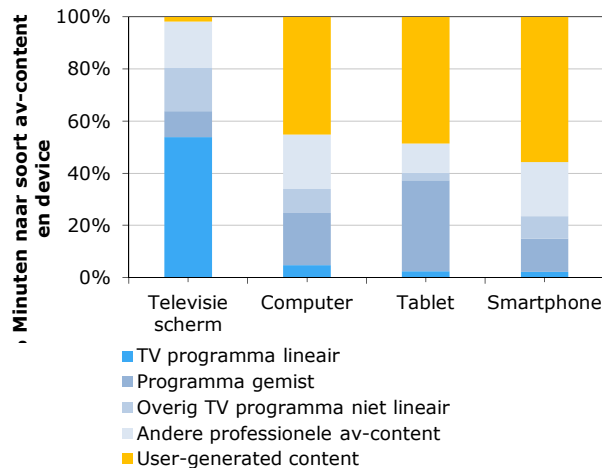
Grafiek 10. Aandeel av-content per type device



Selectie: bezit en afgelopen 24 uur gekeken

Als we tv-content nu nog verder opsplitsen naar lineair tv programma, programma gemist en overig niet-lineair tv programma, zien we de volgende verdeling van kijkminuten naar soort content per device als volgt:

Grafiek 11. Verdeling kijkminuten soort content per device



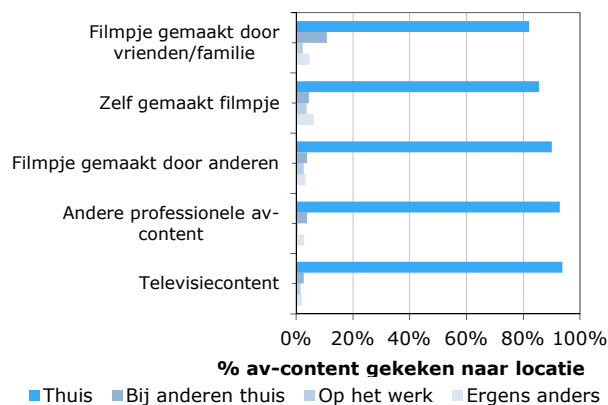
Selectie: bezit en afgelopen 24 uur gekeken

Wat opvalt, is dat tabletbezitters relatief veel via de tablet naar gemiste programma's kijken (35%). Bij televisie is het aandeel dat gemiste programma's binnen de kijktijd naar av-content innemen veel kleiner, slechts 10%. Zoals verwacht is de televisie favoriet voor het kijken naar lineaire televisieprogramma's. Via de televisie kijken de respondenten, in vergelijking met de andere devices, ook relatief veel naar overige niet-lineaire programma's. De tablet wordt het minst gebruikt om naar overige niet-lineaire televisieprogramma's te kijken. Tabletbezitters besteden de meeste tijd op de tablet aan het kijken naar user-generated content: 49% van het totaal aantal kijkminuten.

Kijklocatie

Naast de vragen over wie er via welk device naar welk type content kijkt, is ook onderzocht wáár de respondenten naar audiovisueel materiaal kijken. Het eigen huis is verreweg de meest geliefde plek om naar av-content te kijken. User-generated content of andere professionele av-content wordt iets minder vaak thuis bekeken dan televisiecontent. Zo bekijkt ruim een vijfde van de respondenten filmpjes die door vrienden of familie zijn gemaakt, bij anderen thuis. Van alle soorten av-content kijken de respondenten zelfgemaakte filmpjes het meest vaak ergens anders. De werkplek is de minst gangbare locatie om naar av-content te kijken.

Grafiek 11. Locatie kijken av-content

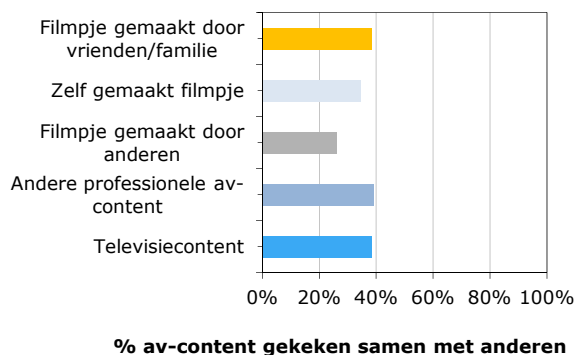


Selectie: heeft afgelopen 24 uur av-content bekeken

Samen kijken

In het 'Moving Pictures'-onderzoek zijn ook gegevens verzameld over het samen met anderen kijken naar av-content. Van alle audiovisuele content kijken de respondenten het meest samen naar andere professionele av-content, op korte afstand gevolgd door (onderdelen van) televisieprogramma's en filmpjes gemaakt door vrienden/familie. Filmpjes gemaakt door anderen consumeren de respondenten het minst vaak samen. Waarschijnlijk gaat het hier in veel gevallen om filmpjes op YouTube of sociale netwerksites die de respondenten alleen achter de computer bekijken.

Grafiek 7. Percentage co-viewing per type content



Selectie: heeft afgelopen 24 uur av-content bekeken

Conclusies

Uit het 'Moving Pictures' onderzoek komt naar voren dat mobiele devices als tablets en smartphones steeds vaker worden gebruikt voor het kijken naar audiovisueel materiaal. Maar vooral dat het TV scherm en TV content nog steeds dominant zijn. Wel besteden we al een aanzienlijke hoeveelheid Tv-tijd via de computer. Vooral jongeren blijken fervente gebruikers van moderne devices voor het kijken naar av-content.

We zetten nu de belangrijkste bevindingen hieronder op een rij:

- De televisie is het meest gebruikte device om naar av-content te kijken: 78% van de kijktijd naar audiovisueel materiaal vindt voor de televisie plaats.
- Van alle av-content kijken de respondenten het meest naar televisieprogramma's. Televisiecontent beslaat 70% van alle av-content die het afgelopen etmaal is bekeken door de respondenten. Daarnaast bestaat de geconsumeerde content voor 18% uit andere professionele content (zoals opgenomen films, documentaires en series) en voor 12% uit user-generated content.
- Televisiecontent wordt voor 90% via het televisiescherm bekeken. De resterende 10% van de kijktijd naar tv-content gaat naar de computer (9%) en de smartphone of tablet (slechts 1%).
- Het televisiescherm is favoriet voor het kijken naar gemiste programma's. Maar de computer speelt hierbij ook een grote rol: 30% van alle kijktijd naar gemiste programma's besteden de respondenten achter de computer.
- 80% van het geconsumeerde av-materiaal via de televisie is televisiecontent. De rest is andere professionele av-content (18%) of user-generated content (2%). De smartphone is favoriet voor het kijken naar user-generated content, op korte afstand gevolgd door respectievelijk de tablet en computer.
- Vooral het hoge tabletgebruik onder jongeren valt op: 92% van de jongeren die een tablet bezit geeft aan wel eens naar av-content op dit device te kijken.

- Jongeren besteden in vergelijking met oudere leeftijdsgroepen veel tijd aan het kijken naar av-content op de computer (laptop of desktop), namelijk 32% van alle kijkminuten. Ter vergelijking, de groep 20-49-jarigen besteedt 15% van het totale aantal kijkminuten naar av-content achter de computer, en 50-plussers 18%.
- Het kijken naar av-content via de televisie is het meest geliefd gedurende de avond, mobiele devices daarentegen worden gedurende de hele dag gebruikt. De computer en smartphone worden het meest in de namiddag en avond gebruikt voor het kijken naar av-content.
- Het kijken naar user-generated content zoals eigen filmpjes of filmpjes van anderen is vooral populair onder jongeren.
- Het eigen huis is de meest geliefde plek om naar audiovisuele content te kijken. Van alle av-content worden filmpjes gemaakt door vrienden of familie het meest bij anderen thuis geconsumeerd. Het werk is de minst gangbare plek om naar av-content te kijken.
- Nederlanders kijken alle typen av-content wel eens samen met anderen. Voor televisie is dit voor 38% van alle geconsumeerde tijd het geval. Opvallend is dat filmpjes gemaakt door anderen het minst vaak samen worden bekeken. Het gaat hier waarschijnlijk in veel gevallen om YouTube-filmpjes die de respondenten alleen achter de computer bekijken.

