



SPOT

SAMENVATTING TRENDS IN DIGITALE MEDIA 2015



SPOT samenvatting Trends in Digitale Media, december 2015

Live TV-kijken via smartphone in een jaar tijd met 50% gegroeid

Vorig jaar december concludeerde SPOT dat het TV-kijken via de smartphone met 75% was gegroeid, in vergelijking met een jaar eerder. Dit jaar blijkt dat vooral het live TV-kijken via de smartphone sterk is gegroeid in vergelijking met vorig jaar, met maar liefst 50%. Het totale en het uitgesteld TV-kijken via de smartphone is stabiel gebleven. Ruim een derde van de internetpopulatie, 34% of 4,5 miljoen Nederlanders, bezit inmiddels een Smart TV. Vorig jaar december was dat nog een stuk lager, 29%.



Dit zijn enkele uitkomsten uit het onderzoek Trends in Digitale Media dat in december 2015 voor de tiende keer is uitgevoerd door GfK. Het onderzoek wordt mede mogelijk gemaakt door GPT, KVB - SMB, PMA, RAB en SPOT. De steekproef afkomstig uit het GfK online panel bestaat uit 1.151 Nederlanders van 13 jaar en ouder die gebruikmaken van internet en is representatief voor deze groep (93% van de bevolking 13+).

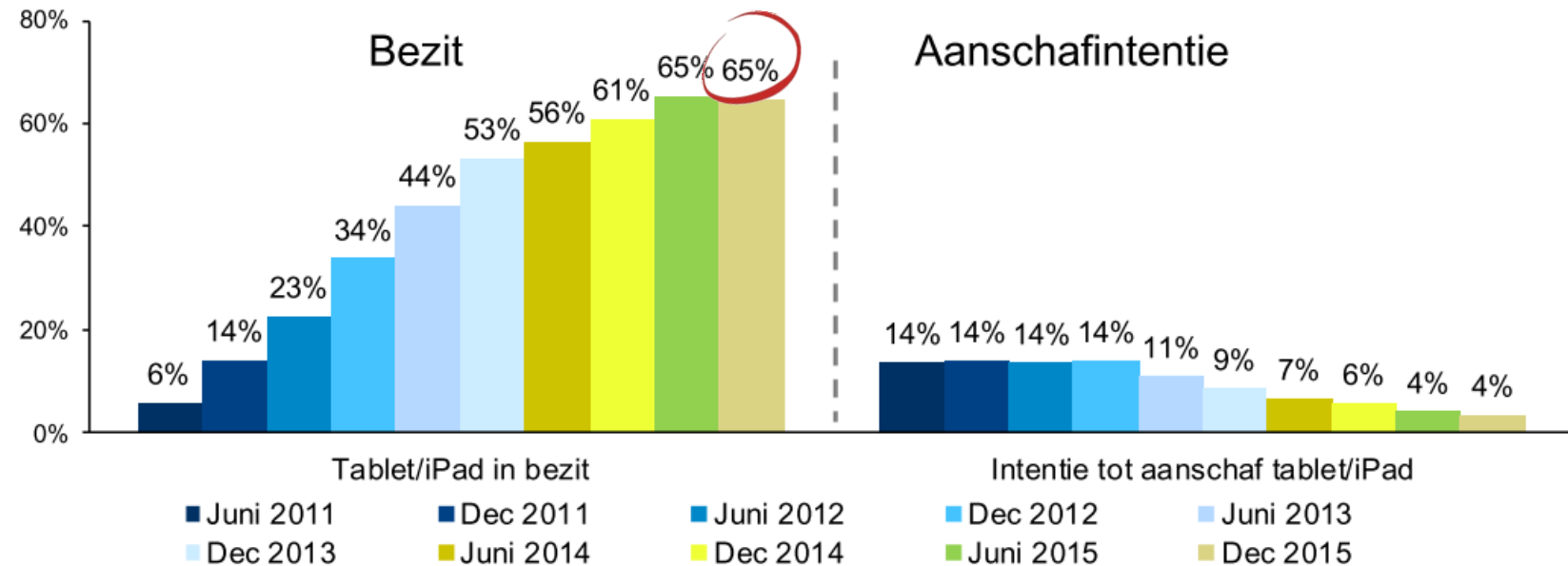
In dit document tref je een samenvatting van de resultaten die relevant zijn voor TV-kijken.

SPOT-samenvatting Trends in Digitale Media december 2015

- Bezit smartphones en tablets nadert hoogtepunt, 80% bezit smartphone en 65% tablet
- Ruim een derde van de internetpopulatie heeft een Smart TV, driekwart hiervan maakt gebruik van de extra Smart TV-functies
- Gemiddeld heeft men 3,6 apparaten om het internet op te gaan
- Tablet en smartphone gebruik thuis op de bank verrijkt het TV-kijken en leidt tot online merk zoekgedrag en online aankopen ('bank en kussen e-commerce')
- Online aankopen doen via tablet en smartphone blijft stijgen
- Van de Nederlanders geeft 23% aan een adblocker te gebruiken, onder 13-17-jarigen is dat 32%
- Ruim een kwart kijkt TV via tablet en 15% via smartphone
- Live TV-kijken via smartphone is in een jaar tijd met 50% gegroeid
- Profiel digitale TV-kijker is breed met iets meer jongeren en hoger opgeleiden
- TV- en videoapps veel gebruikt op de tablet en smartphone
- Youtube, RTL XL, Netflix, NPO uitzending gemist, en NOS zijn de top vijf TV-apps op de tablet en smartphone
- Als videowebsites/apps zijn Youtube, NPO uitzending gemist, RTL XL, Netflix en Ziggo het grootst
- TV-kijkers zijn online actief tijdens het kijken, vooral browsen, mailen en bezoek social media
- Reageren op TV-programma's gebeurt meer via Facebook dan via Twitter en WhatsApp
- Facebook wordt minder populair onder jongeren

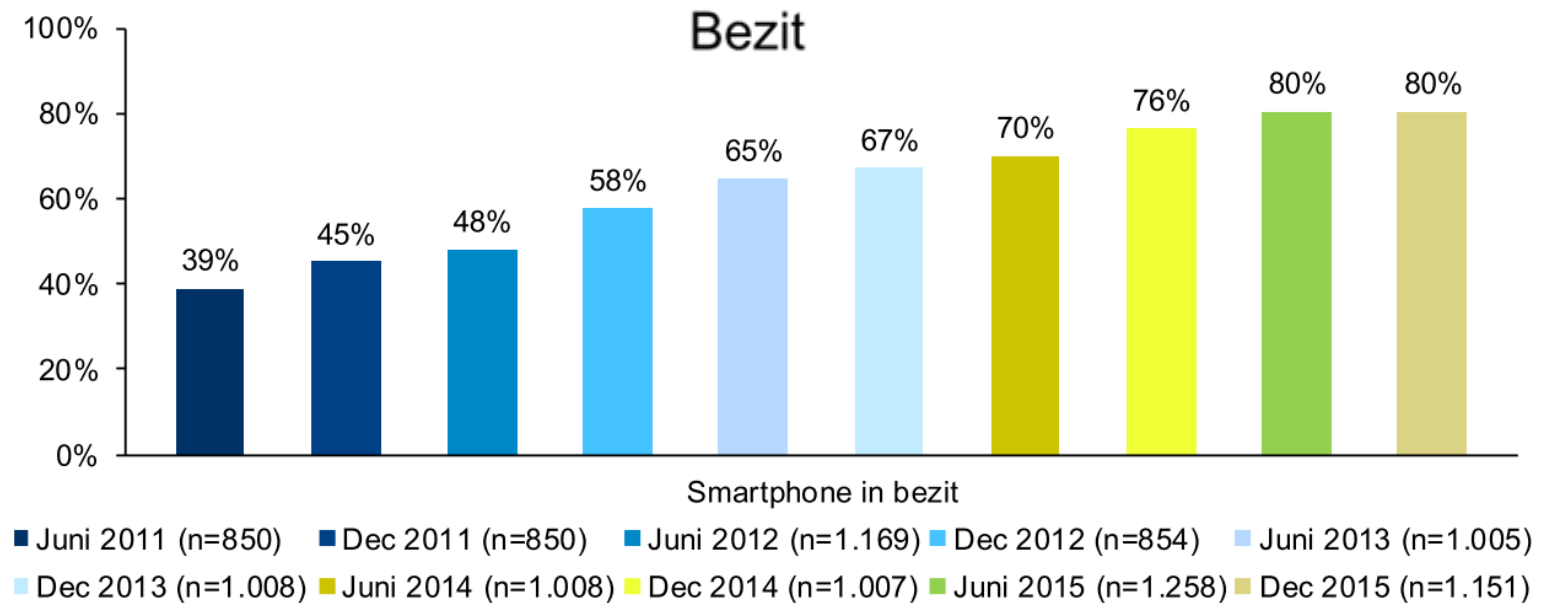
Bezit tablets stijgt niet verder en heeft hoogtepunt bereikt

Voor het eerst sinds de introductie van de tablet blijft het bezit stabiel. In december 2015 hebben circa 8.600.000 Nederlanders een tablet. Dat betekent dat 65% van alle personen die toegang tot internet hebben in het bezit zijn van een tablet. De vraag is of het totaal aantal tabletbezitters volgend jaar nog wel hoger uit zal vallen omdat slechts 4% van de ondervraagden aangeeft van plan te zijn een tablet aan te willen schaffen.



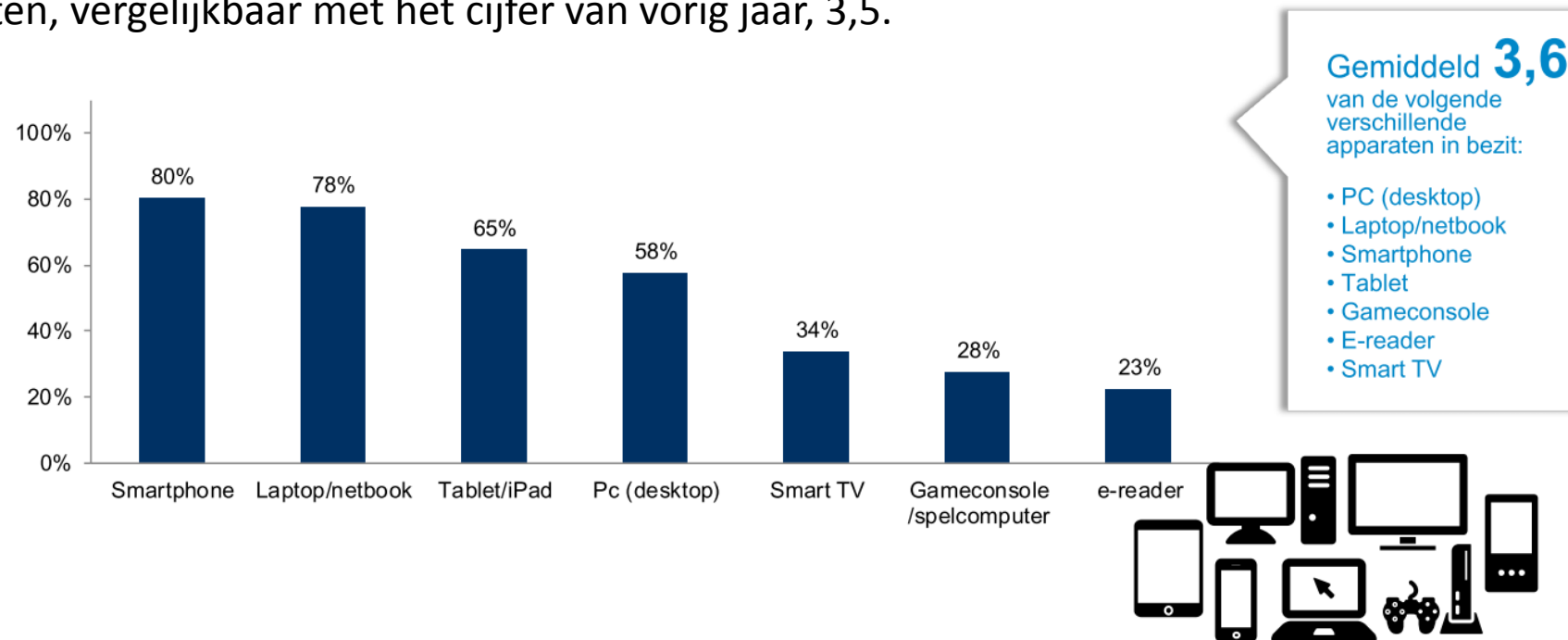
Ook het smartphonebezit blijft stabiel

Net zoals bij de tablet zien we ook dat het bezit van de smartphone stabiliseert dit jaar. Circa 10,6 miljoen Nederlanders bezitten op dit moment een smartphone.



Ruim een derde van de internetpopulatie bezit inmiddels een Smart TV

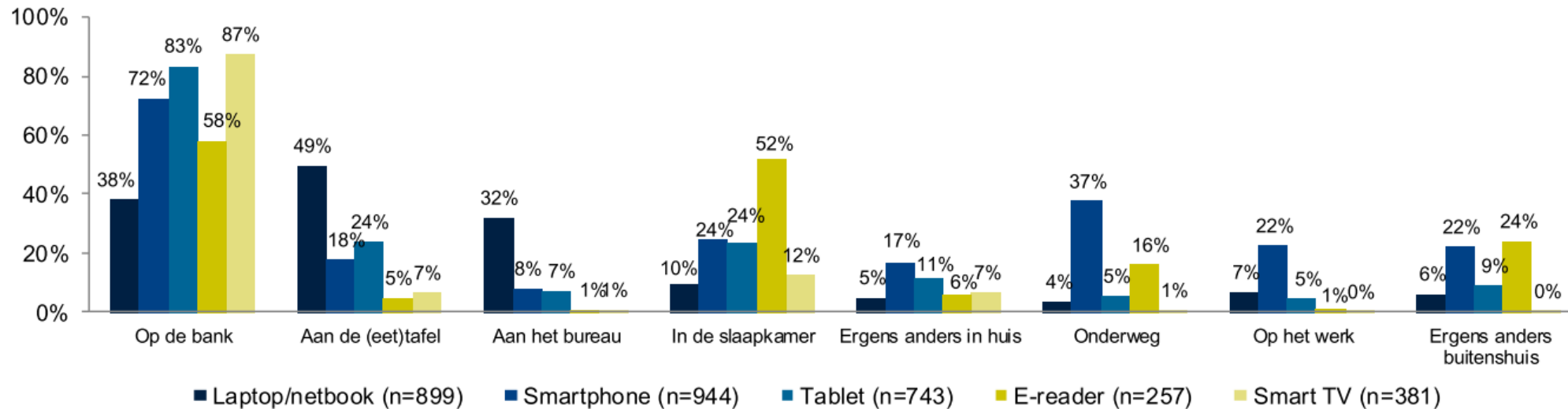
Ruim een derde van de internetpopulatie, 34% of 4,5 miljoen Nederlanders, bezit een Smart TV. Vorig jaar december was dat nog een stuk lager, 29%. Het bezit van de laptop is in vergelijking met een jaar geleden gestabiliseerd van 77% naar 78% en van een PC gedaald van 61% naar 58%. Voor smartphones is het bezit nog iets gestegen van 76% naar 80% en voor tablets van 61% naar 65%. Het bezit van een smartphone is nu voor het eerst hoger dan dat van de laptop. In december 2015 zijn er circa 10,6 miljoen smartphonebezitters. Gemiddeld heeft men 3,6 apparaten om mee te internetten, vergelijkbaar met het cijfer van vorig jaar, 3,5.



Tablet en smartphone op de bank blijft de TV-kijkervaring verrijken

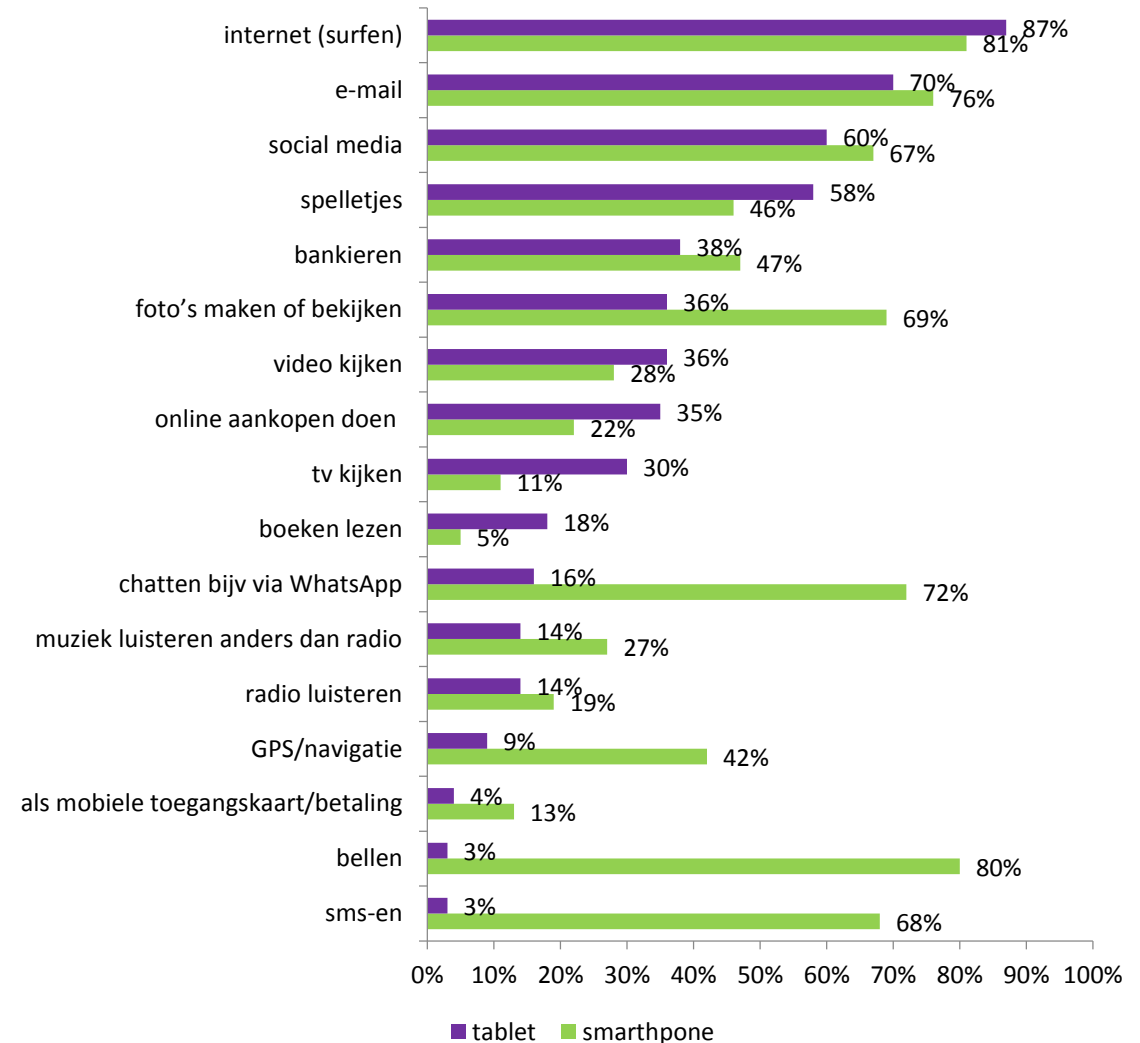
Ook in 2015 worden de tablet en smartphone veel thuis op de bank gebruikt. Het gebruik van de tablet op de bank is exact even hoog gebleven (nu 83% was 83% in 2014), het gebruik van de smartphone op deze plek is nog iets verder gestegen (nu 72% was 71% in 2014). De laptop wordt het meest gebruikt aan de (eet)tafel (nu en ook in 2014 49%). Het gebruik van second screens, zoals tablets en smartphones verschilt qua impact per TV-kijker. Voor sommige kijkers maakt dit het TV-kijken leuker en voelt men zich meer betrokken bij de programma's. Voor sommige verandert het niks en andere personen gaan er juist meer TV door kijken.* Ook vormen TV en mobiele apparaten samen de drivers voor online merk zoekgedrag en online aankopen ('bank en kussen e-commerce').

* Onderzoek second screen voor veel TV-kijkers complementair (september 2013).



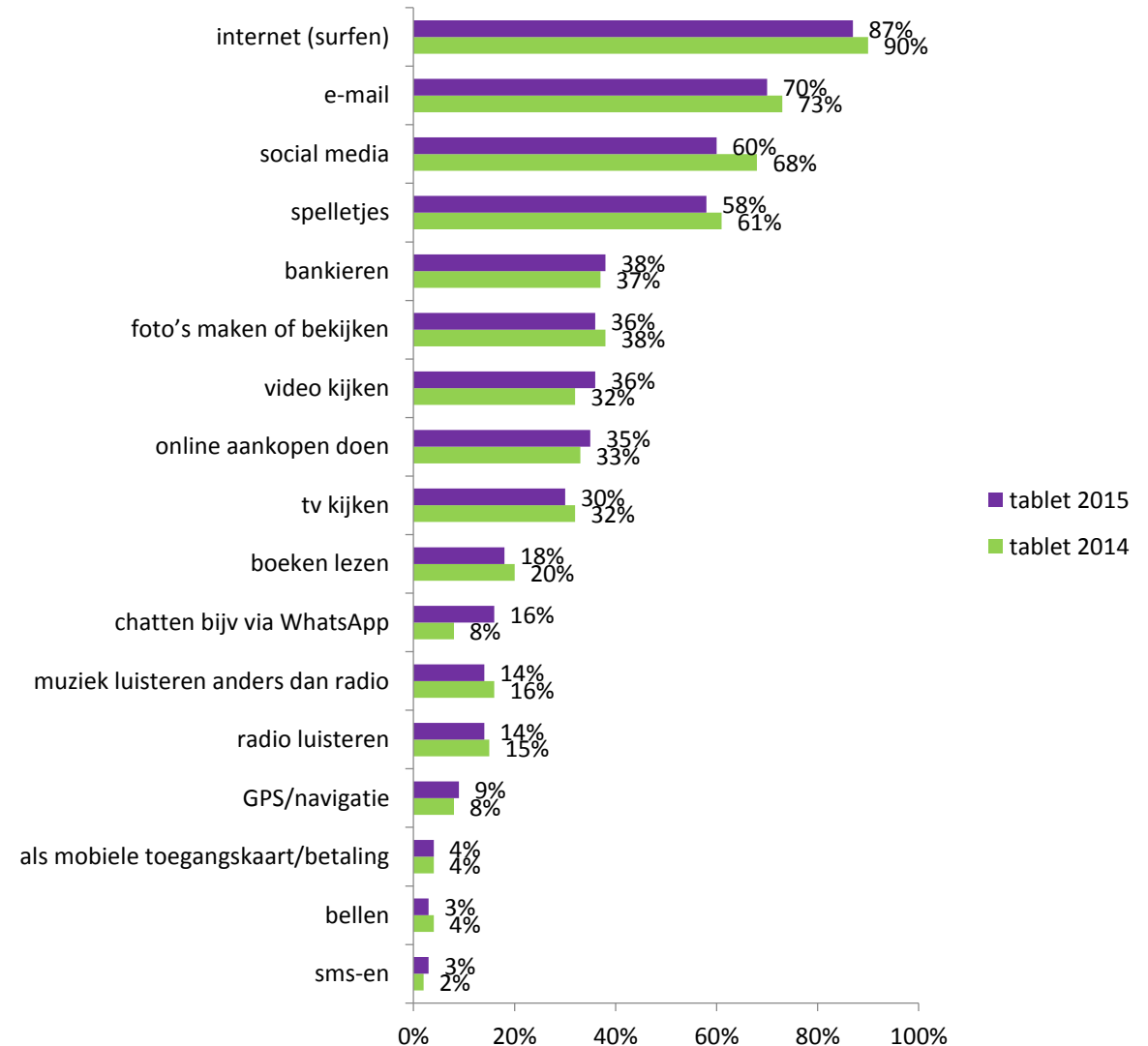
Online aankopen via smartphone en tablet blijft stijgen

De smartphone wordt vooral gebruikt om te internetten, te bellen, te e-mailen, te chatten, het maken en bekijken van foto's, te sms-en en social media. Door 28% wordt via de smartphone naar video gekeken en door 11% naar TV. De tablet heeft een groter scherm en wordt veel vaker gebruikt om TV te kijken, door 30% van de bezitters. Eind 2015 gebruikt 35% van de tabletbezitters deze om online aankopen te doen. Eind 2014 was dat iets lager, 33%. Online aankopen via de smartphone is gestegen van 17% eind 2014 naar 22% eind 2015.



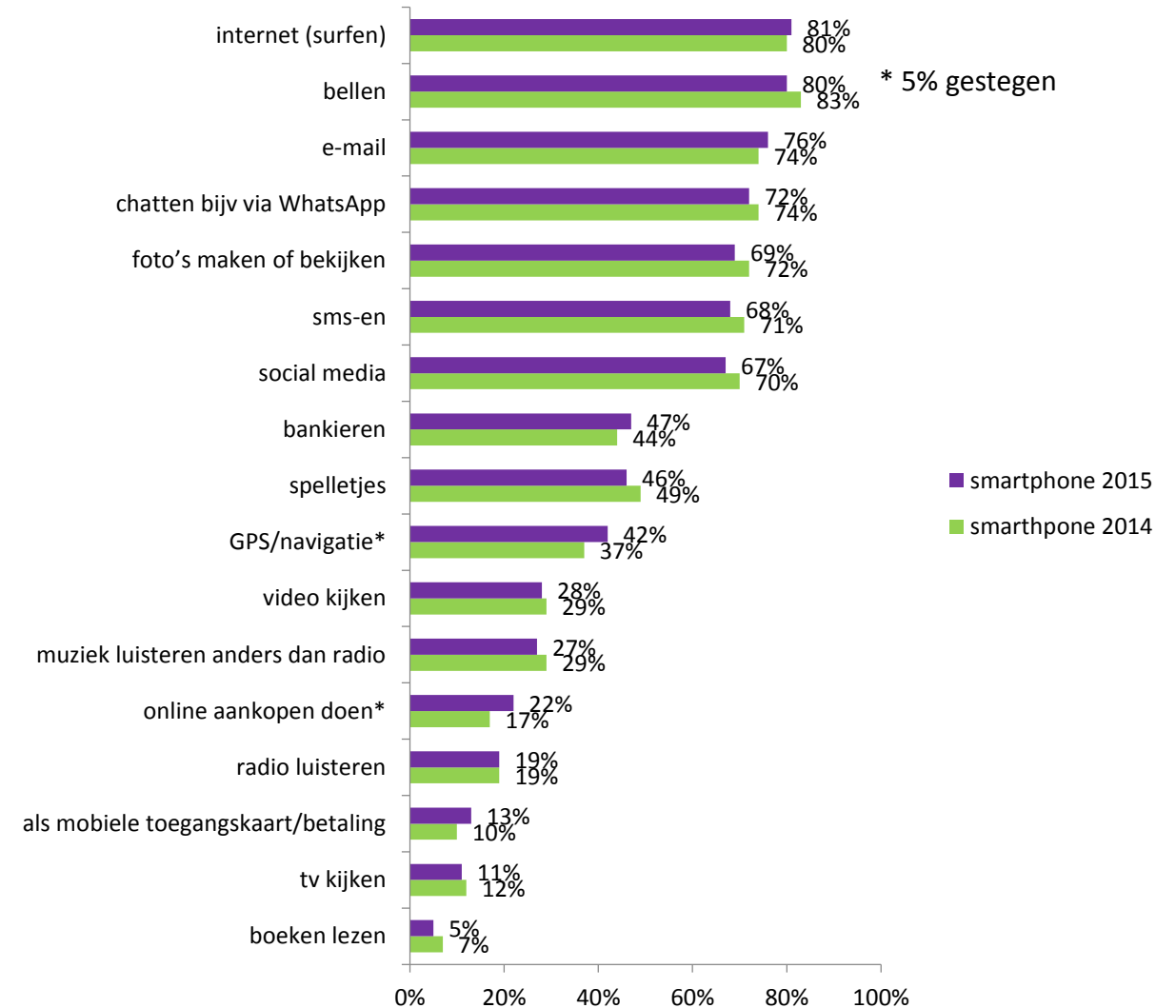
Chatten via WhatsApp vervangt deel social media op de tablet en videokijken groeit

Vergelijken we de resultaten van 2015 met 2014 dan zien we dat voor de tablet de veranderingen beperkt zijn. Een paar % omhoog of omlaag. Uitzonderingen zijn het 'chatten bijvoorbeeld via WhatsApp' dat van 8% naar 16% is gestegen. Opvallend is dat daartegenover 'social media' juist met 8% is gedaald van 68% naar 60%. Het een lijkt voor het ander in de plaats te komen. Verder is het kijken naar videofilmmpjes op de tablet met 4% gestegen.



Online aankopen doen en GPS/navigatie belangrijker in gebruik smartphone

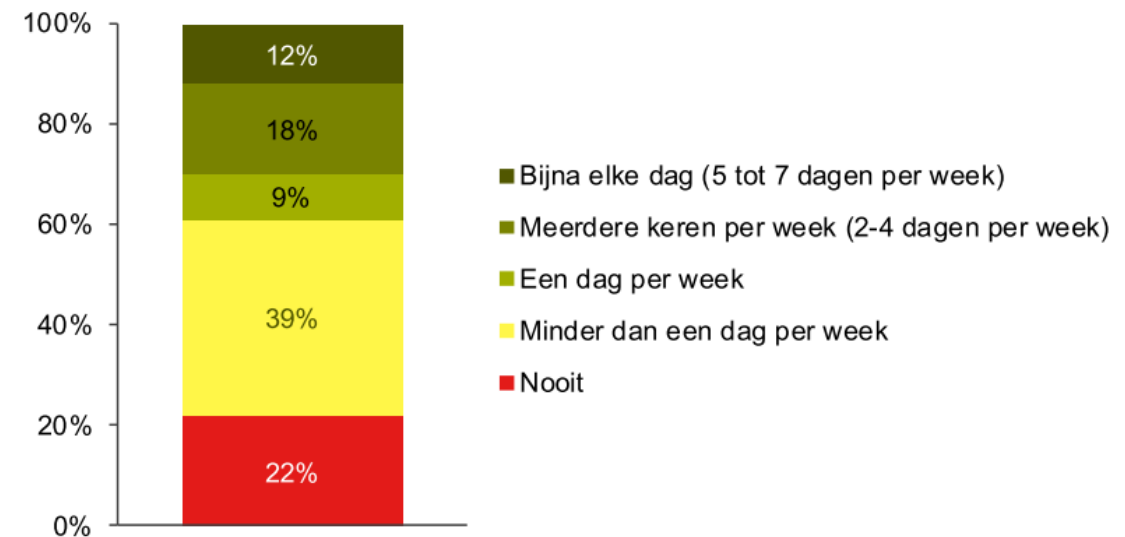
De functionaliteit van de smartphone is in een jaar tijd weinig veranderd. Ook hier een paar % omhoog of omlaag. Er zijn voor het gebruik van de smartphone wel twee grote stijgers, 'online aankopen doen' is gestegen van 17% naar 22% en 'GPS/navigatie' is gestegen van 37% naar 42%.



Driekwart Smart TV-bezitters maakt gebruik van extra functies

Ruim driekwart van de Smart TV-bezitters maakt ook daadwerkelijk gebruik van de extra functies van dit apparaat, door middel van de verschillende apps op de Smart TV. Circa vier op de tien bezitters doet dit één of meerdere keren per week. Deze vraag is in december 2015 nieuw toegevoegd.

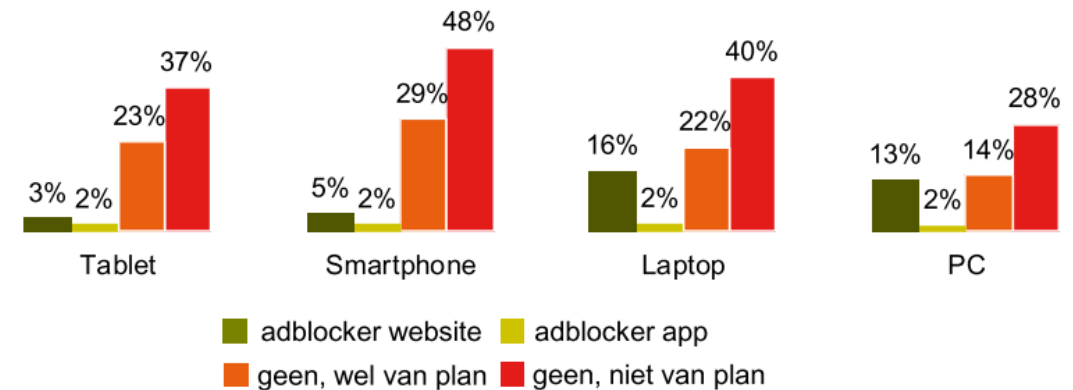
Gebruik apps Smart TV



Selectie: Heeft een Smart TV in bezit (n= 381)

Bijna een kwart gebruikt al adblocker en een nog grotere groep is dat van plan

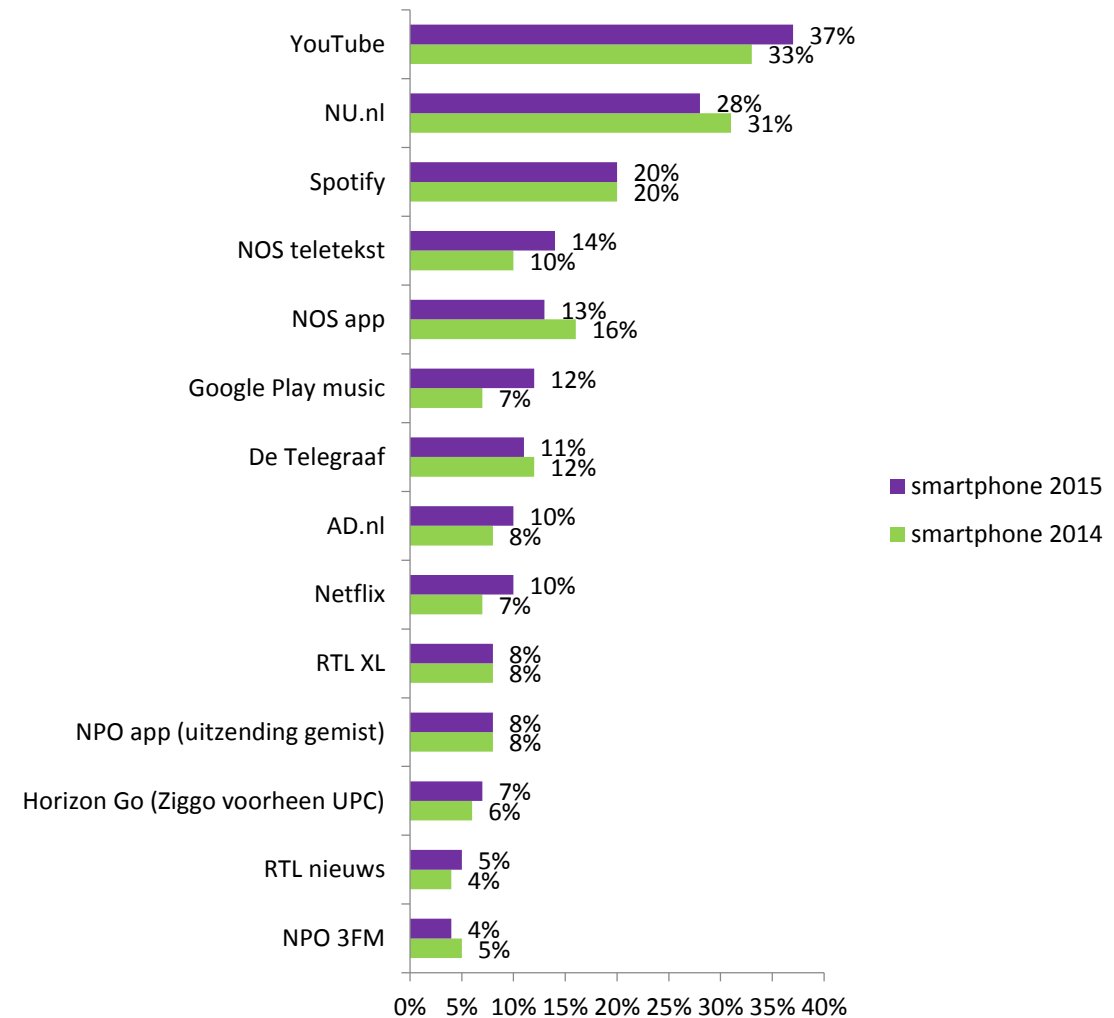
Al bijna een kwart van de internetpopulatie geeft aan een adblocker te gebruiken op de PC, laptop, smartphone of tablet. De intentie om er een te gaan gebruiken is nog groter. Van de ondervraagden geeft 23% aan een adblocker te gebruiken, onder 13-17-jarigen is dat 32%. 7% geeft aan een adblocker te gebruiken op een mobiel device (web en/of app).



YouTube en NU.nl wederom de grootste apps bij smartphone

Evenals vorig jaar zijn Youtube, NU.nl en Spotify het meest populair en staan op nummer 1, 2 en 3. NOS Teletekst en de NOS app completeren de top 5. Het sterkst gestegen zijn Google Play Music van 7% vorig jaar naar 12% nu, NOS teletekst van 10% naar 14% en YouTube van 33% naar 37%.

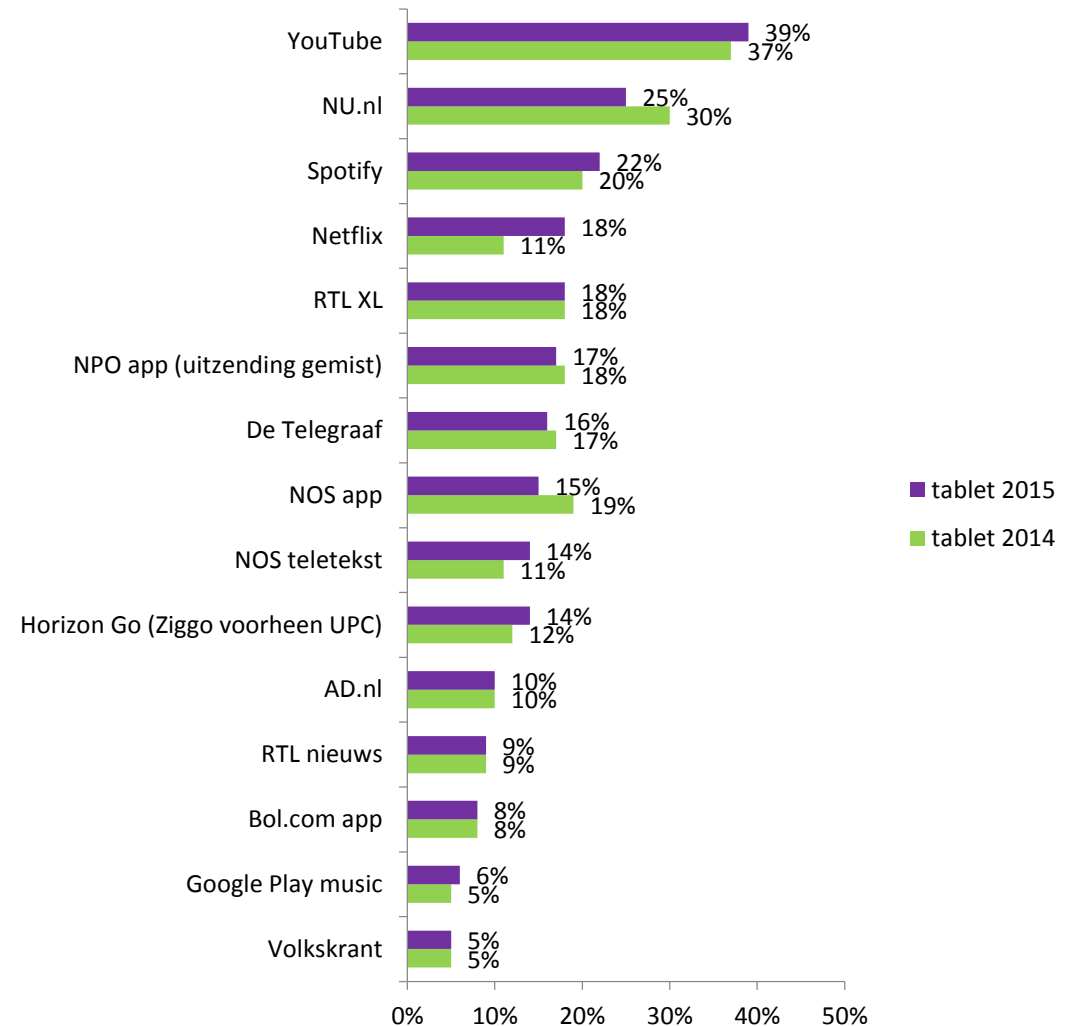
Media apps op Smartphone



Video-apps domineren de tablet

De top 3 van de meest populaire media-apps ziet er voor de tablet hetzelfde uit als voor de smartphone, Youtube, NU.nl en Spotify. Deze top 3 is gelijk aan die van vorig jaar. Netflix en RTL XL completeren de top 5. Sterk gestegen is Netflix, van 11% vorig jaar naar 18% dit jaar. Sterk gedaald zijn NU.nl van 30% naar 25% en de NOS-app van 19% naar 15%. Video is een grote trekker voor online verkeer. Dat geldt niet alleen voor reguliere websites maar ook in sterke mate voor de tablet. De meerderheid van de top 10 tablet-apps zijn video-gerelateerd.

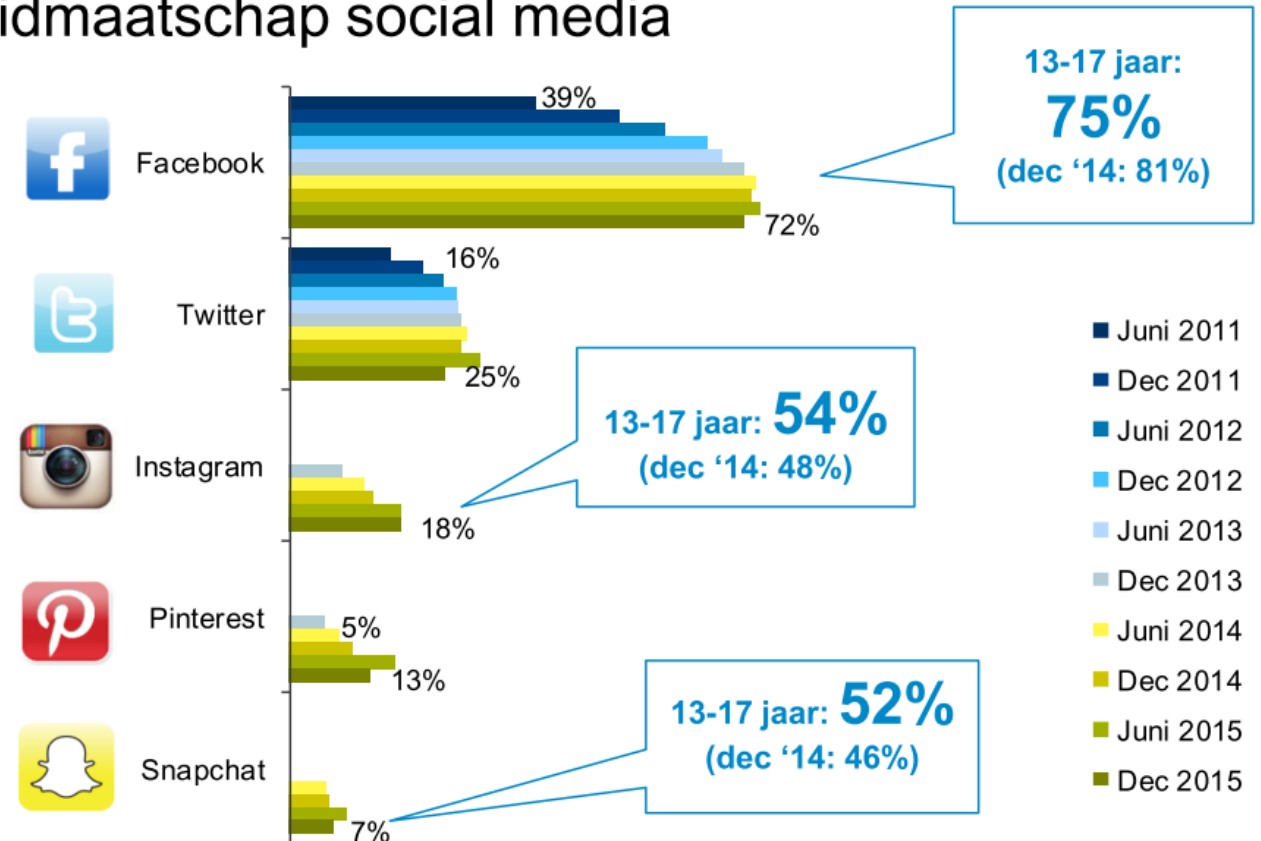
Media-apps op tablet



Facebook wordt minder populair onder jongeren

Onder de Nederlandse internetpopulatie van 13 jaar en ouder is Facebook nog veruit het meest populaire sociale medium. De populariteit stijgt echter niet meer verder maar neemt af. Eind 2015 heeft 72% een Facebook-account. Onder jongeren van 13-17 jaar is het gebruik gedaald van 81% naar 75%. Instagram en Snapchat zijn juist erg populair onder jongeren. Instagram is het afgelopen jaar onder 13-17-jarigen gestegen van 48% naar 54% en Snapchat van 46% naar 52%.

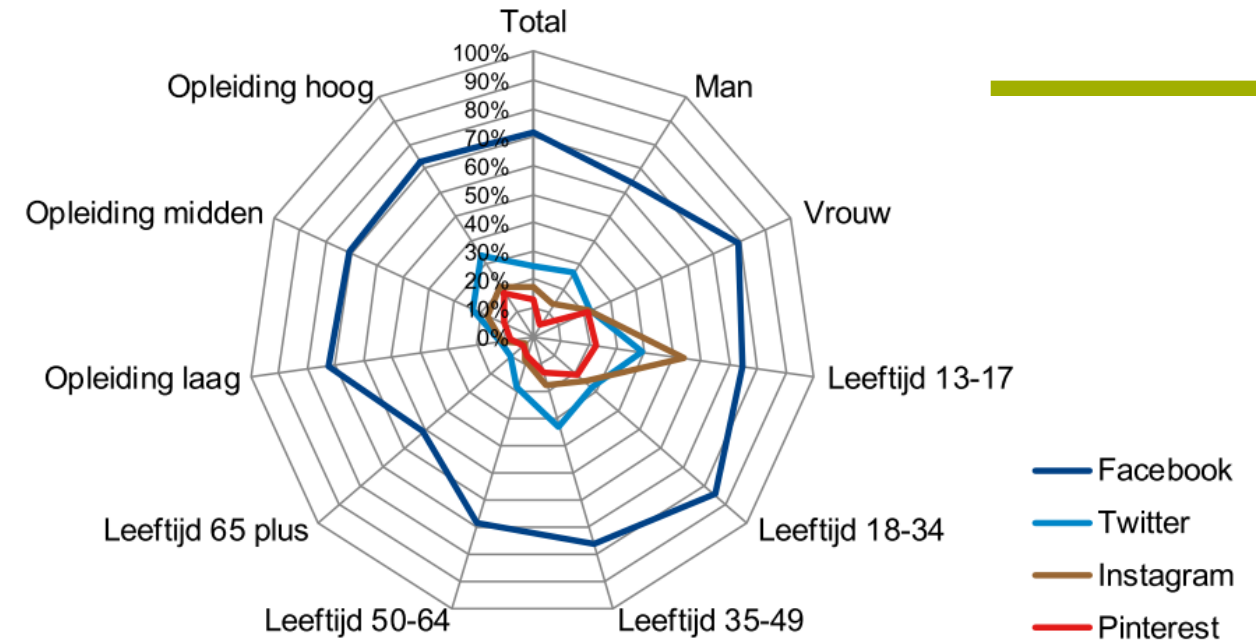
Lidmaatschap social media



Pinterest populair onder jonge vrouwen, Instagram onder tieners

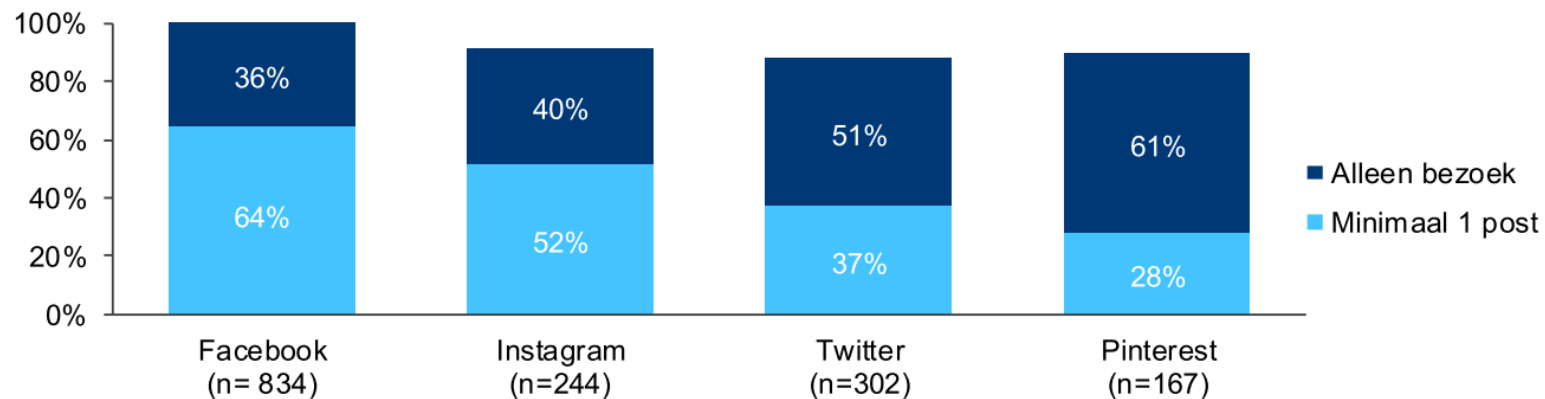
Van de verschillende social media heeft Facebook het meest brede profiel, alleen mannen en de leeftijdsgroep 50+ zijn iets ondervertegenwoordigd. Twitter scoort beter onder hoger opgeleiden en 13-49 jaar. Instagram scoort het beste onder 13-17-jarigen. Pinterest is met name populair onder vrouwen.

Lidmaatschap social media Vergelijking tussen groepen



Facebook heeft meeste actieve leden, Pinterest is minst actieve medium

Van de Facebook leden post 64% minimaal een bericht per week, een jaar geleden was dat nog hoger, 70%. Gemiddeld bezoeken ze de site maar liefst 23 keer per week en posten ze 3,8 berichten per week. Van de Instagram-leden post 52% minimaal een bericht per week. Bij Twitter is het aantal actieve leden gedaald van 40% vorig jaar naar 37% nu. Het aantal bezoeken aan Twitter is in vergelijking met de vorige jaren weer wat gestegen van 13,3 naar 13,8. Pinterest is het minst actieve medium.



Gemiddeld aantal bezoeken en posts per week



	Dec '13	Dec '14	Jun '15	Dec '15	Dec '12	Dec '13	Jun '15	Dec '15	Dec '12	Dec '13	Jun '15	Dec '15	Dec '12	Dec '13	Jun '15	Dec '15
Bezoek	24,1	23,0	23,4	22,9	13,3	9,4	12,7	13,8	-	-	19,6	15,3	-	-	5,3	6,0
Posts	3,9	3,6	4,1	3,8	3,5	2,8	2,8	2,6	-	-	1,5	1,5	-	-	2,3	1,5




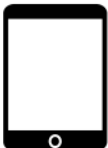
Selectie : is lid van social media

F1. Kunt u aangeven hoe vaak per week u de volgende netwerksites bezoekt en hoe vaak u zelf iets post (een bericht plaatsen)

Online TV-kijken stabiel en vooral voor via de grotere schermen

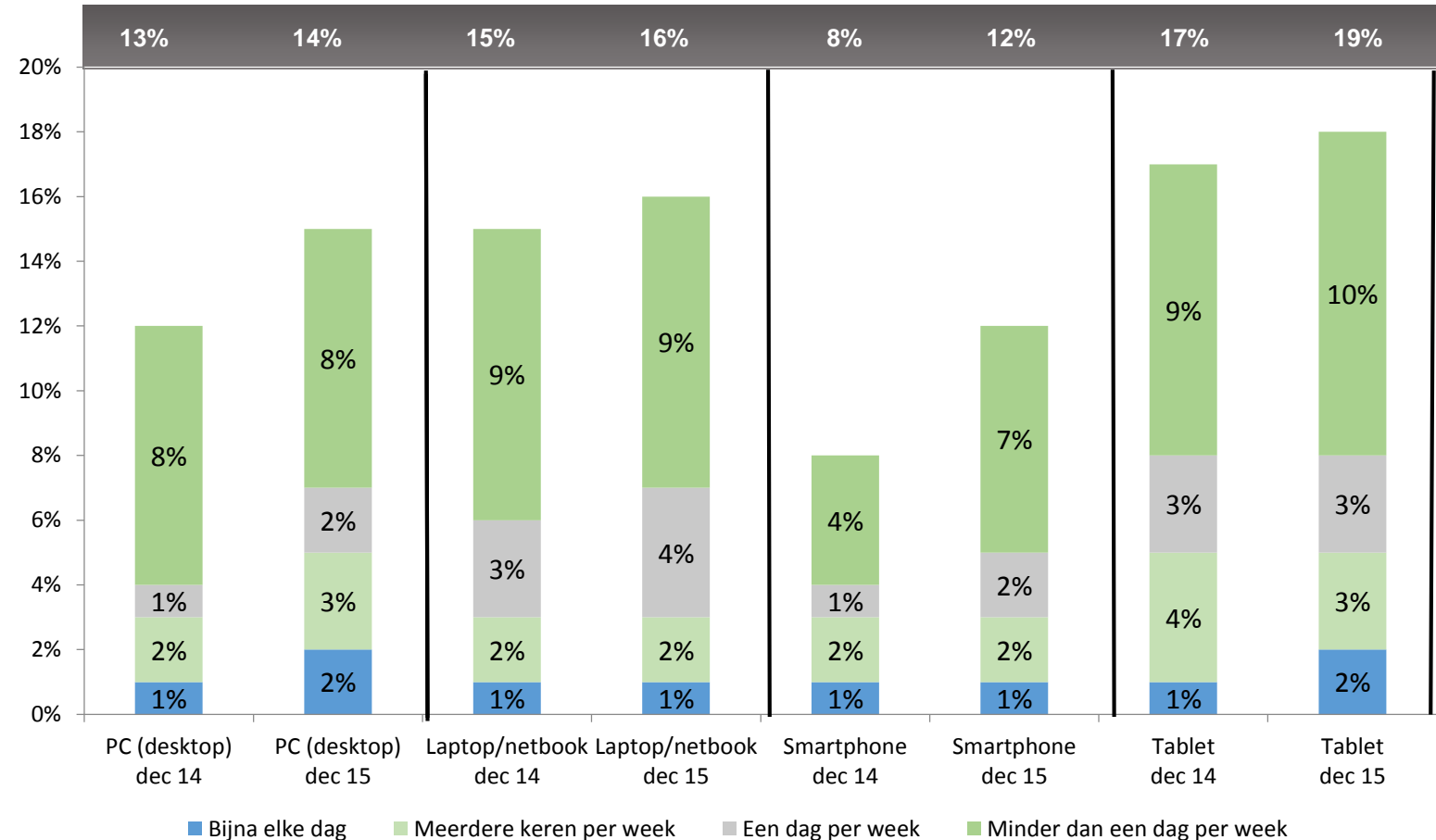
Het afgelopen jaar is het online kijken naar TV-programma's stabiel gebleven. De jaren daarvoor zagen we dat dit juist voor de smartphone en de tablet enorm was gestegen. Het feit dat de stijging van de penetratie van tablets en smartphones dit jaar voor het eerst is afgevlakt, zal hiervoor een belangrijke reden zijn.

Kijken naar tv-programma's

		Kijkt wel eens								
		Dec 2011	Juni 2012	Dec 2012	Juni 2013	Dec 2013	Juni 2014	Dec 2014	Juni 2015	Dec 2015
Pc (desktop)		31%	24%	30%	28%	26%	24%	25%	23%	24%
Laptop/netbook		35%	28%	34%	30%	31%	32%	31%	31%	29%
Smartphone		6%	7%	9%	11%	8%	12%	14%	15%	15%
Tablet		5%	9%	16%	18%	24%	26%	27%	26%	26%

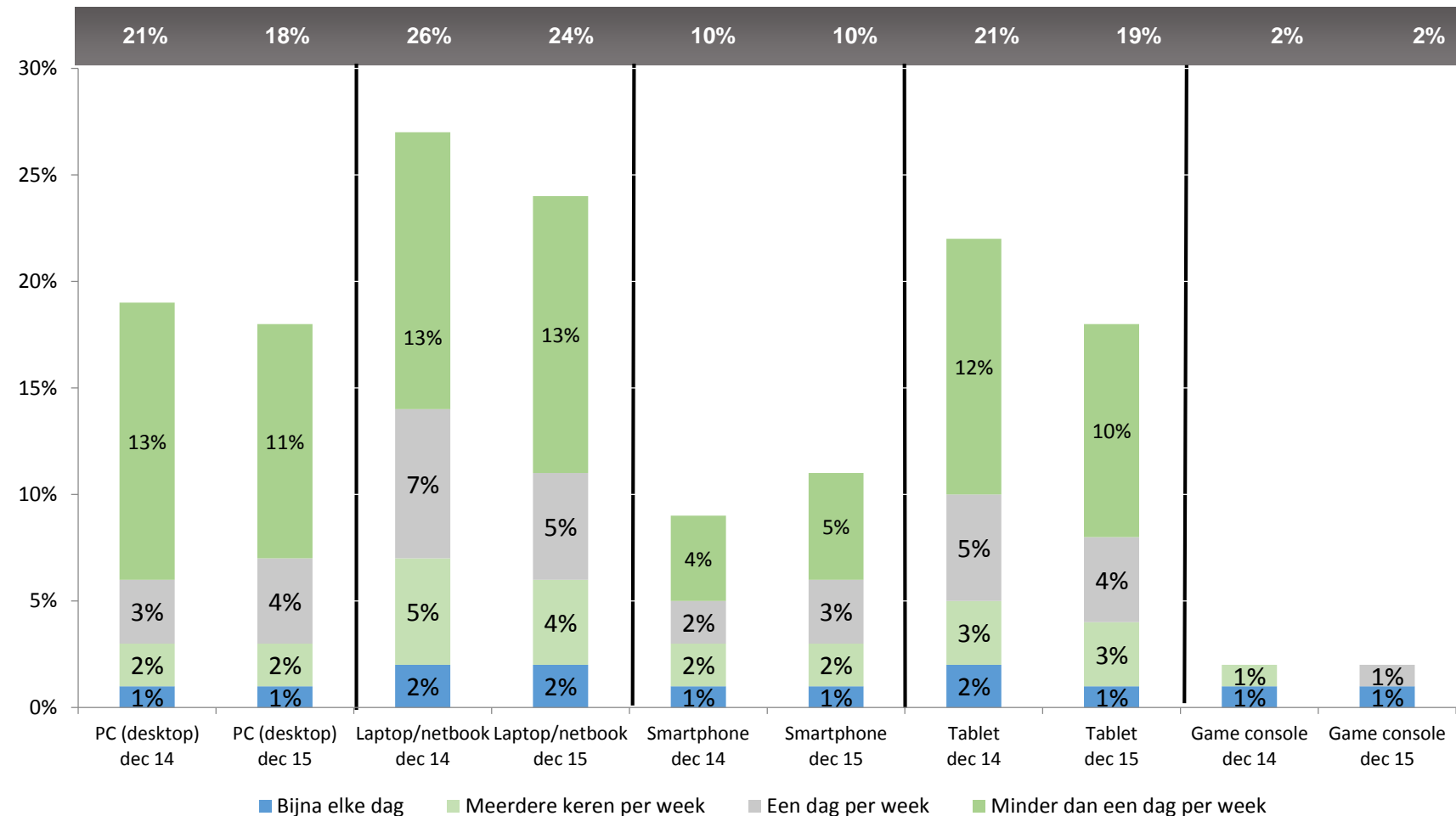
Live TV-kijken via smartphone in een jaar tijd met 50% gegroeid

Van de Nederlanders kijkt 19% weleens via de tablet naar live-TV. Via de laptop is dat 16%, via de PC 14%, en via de smartphone 12%. Vergelijken we de uitkomsten van december 2015 met december 2014 dan zien we voor live TV-kijken via de smartphone een groei van 50% van 8% naar 12%. Nu er meer mogelijkheden zijn om online live te kijken stijgt dit. Als Nederlanders via deze apparaten live TV-kijken doen ze dat meestal alleen.



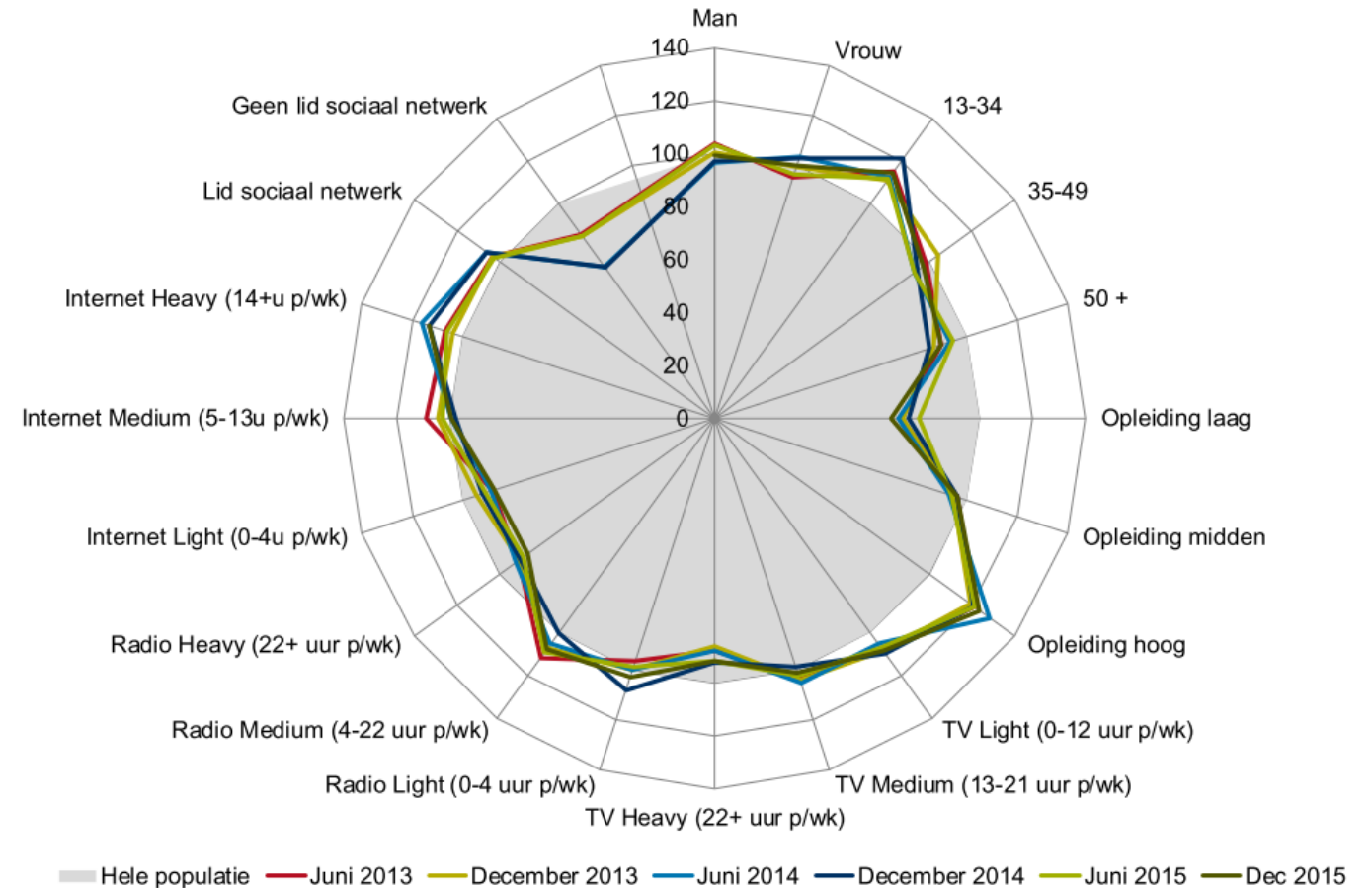
Uitgesteld TV-kijken vooral via laptop, tablet en PC en licht gedaald

Van de Nederlanders kijkt een kwart, 24% weleens uitgesteld TV via de laptop. Via de tablet is dat 19%, via de PC 18%, via de smartphone 10% en via de gameconsole 2%. In vergelijking met de resultaten van vorig jaar is het uitgesteld TV-kijken via de laptop, tablet en PC iets gedaald. Nu uitgesteld kijken steeds makkelijker wordt via het TV-toestel neemt uitgesteld online kijken via deze apparaten blijkbaar iets af.



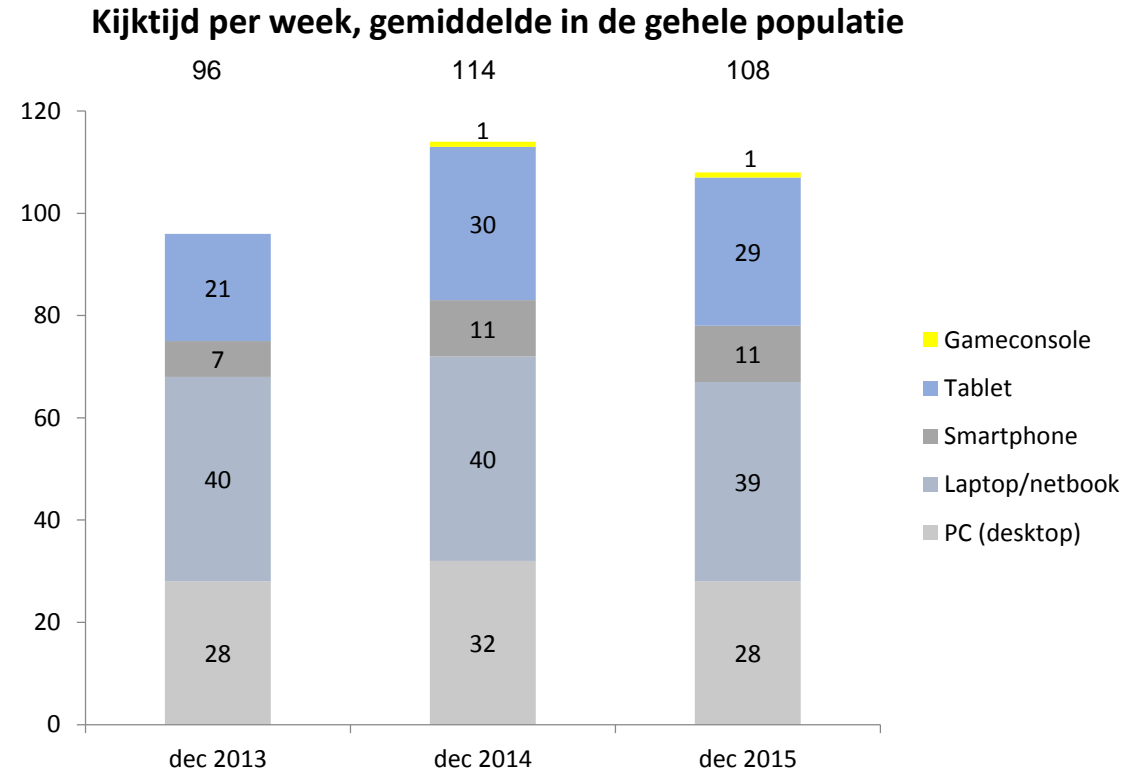
Online kijkers zijn jonger, hoger opgeleid en heavy users van internet

Bij de vorige metingen leek het profiel van de digitale TV-kijker meer 'gemiddeld Nederland' te zijn geworden. Maar lager opgeleiden blijven ondervertegenwoordigd en jongeren wat oververtegenwoordigd binnen de digitale TV-kijkers. In vergelijking met december 2014 zijn jongeren van 13-34 jaar iets minder vaak online TV gaan kijken en de 50+ groep juist wat meer.



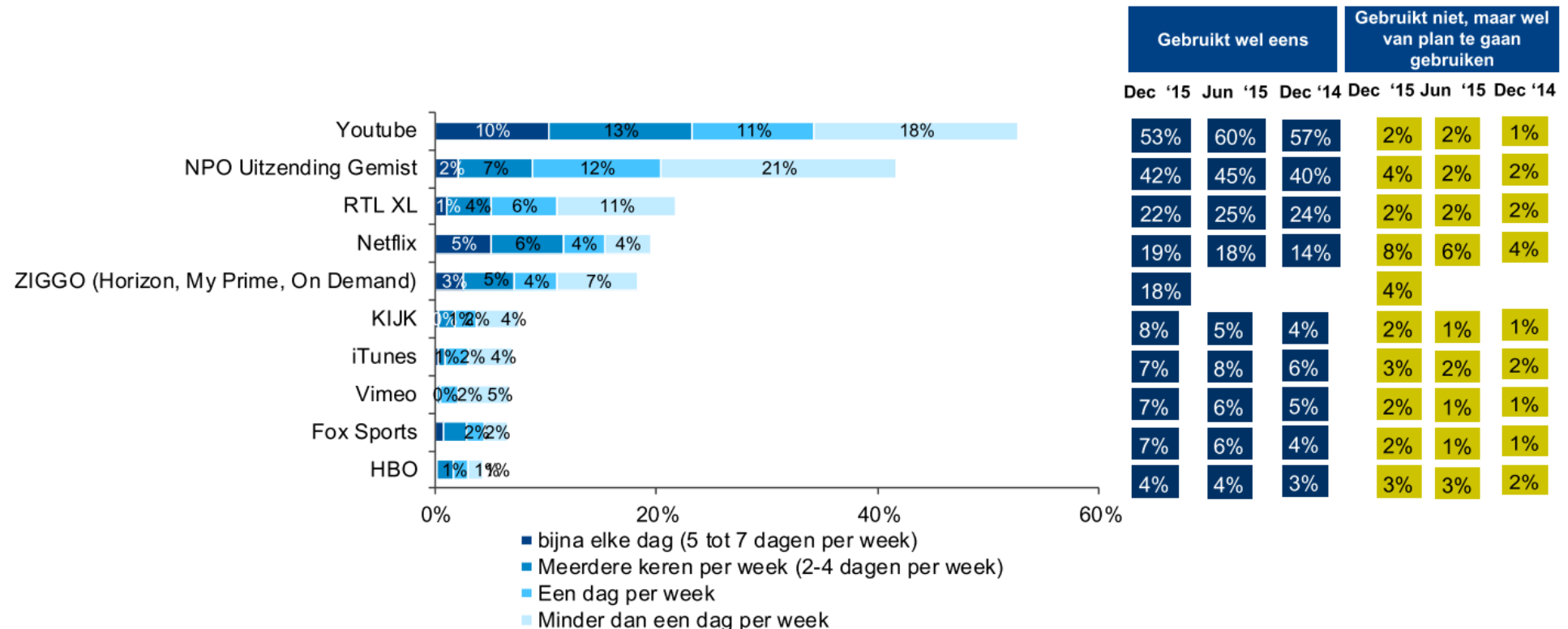
Online TV-kijktijd ruim een uur en driekwartier per week

In december 2015 wordt totaal ruim een uur en driekwartier per week online TV gekeken, 108 minuten. Dit is bijna een kwartier meer dan in december 2013 maar 6 minuten minder dan in december 2014. Er wordt vooral meer gekeken via de tablet (van 21 naar 29) en de smartphone (van 7 naar 11). De online TV-kijktijd via de laptop is qua kijkduur stabiel gebleven in vergelijking met vorige jaren (39 minuten).



YouTube, NPO Uitzending Gemist en RTL XL top 3 meest gebruikte videowebsites en apps

Van de videowebsites en apps worden achtereenvolgens Youtube, NPO Uitzending Gemist en RTL XL het meest bezocht, ongeacht het gebruikte apparaat. De top 3 is gelijk aan die van december 2014. Er wordt ook gevraagd naar de gebruiksfrequentie.



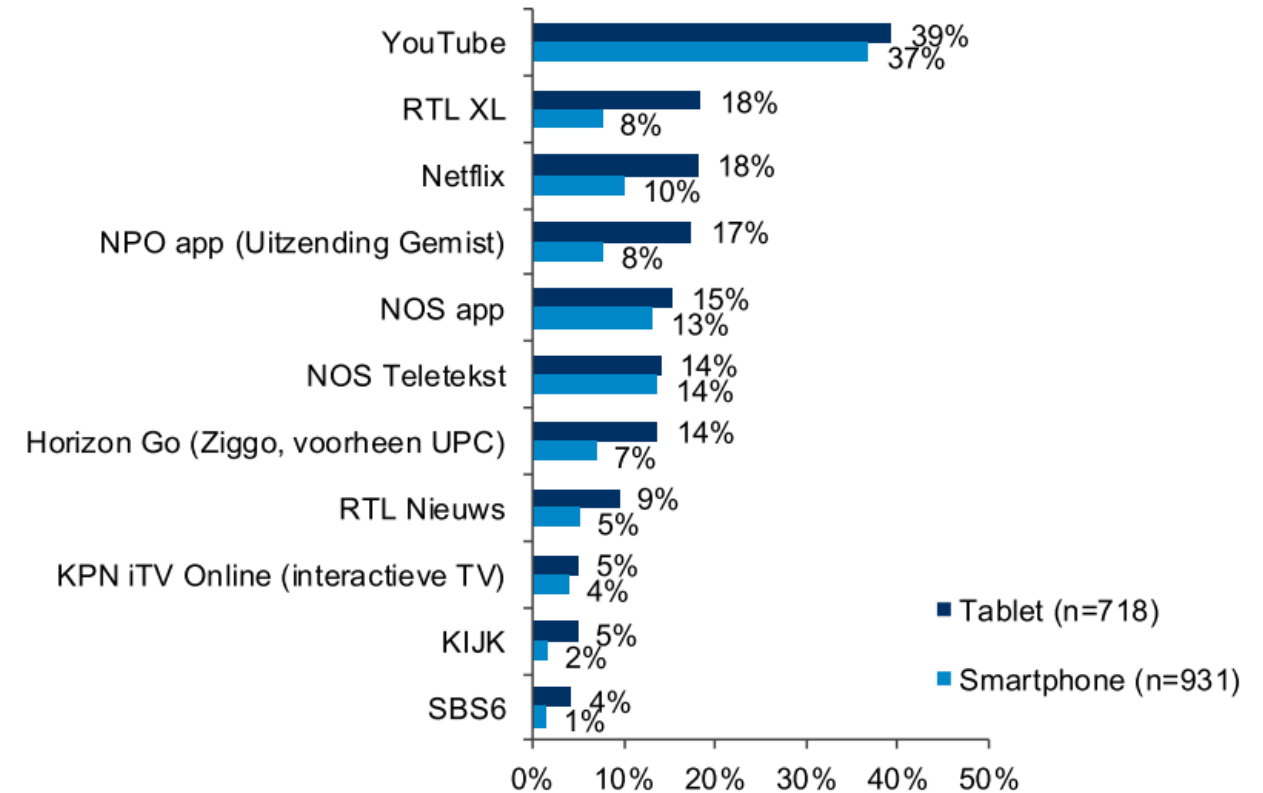
YouTube, RTL XL en Netflix meest gedownloade video-apps

Op de tablet worden van de TV-apps achtereenvolgens Youtube, RTL XL, Netflix, NPO-app Uitzending Gemist, en de NOS-app Ziggo het meest gedownload.

Voor de smartphone zijn dit achtereenvolgens YouTube, NOS Teletekst, de NOS app, Netflix en NPO Uitzending Gemist op dezelfde plaats met RTL XL.

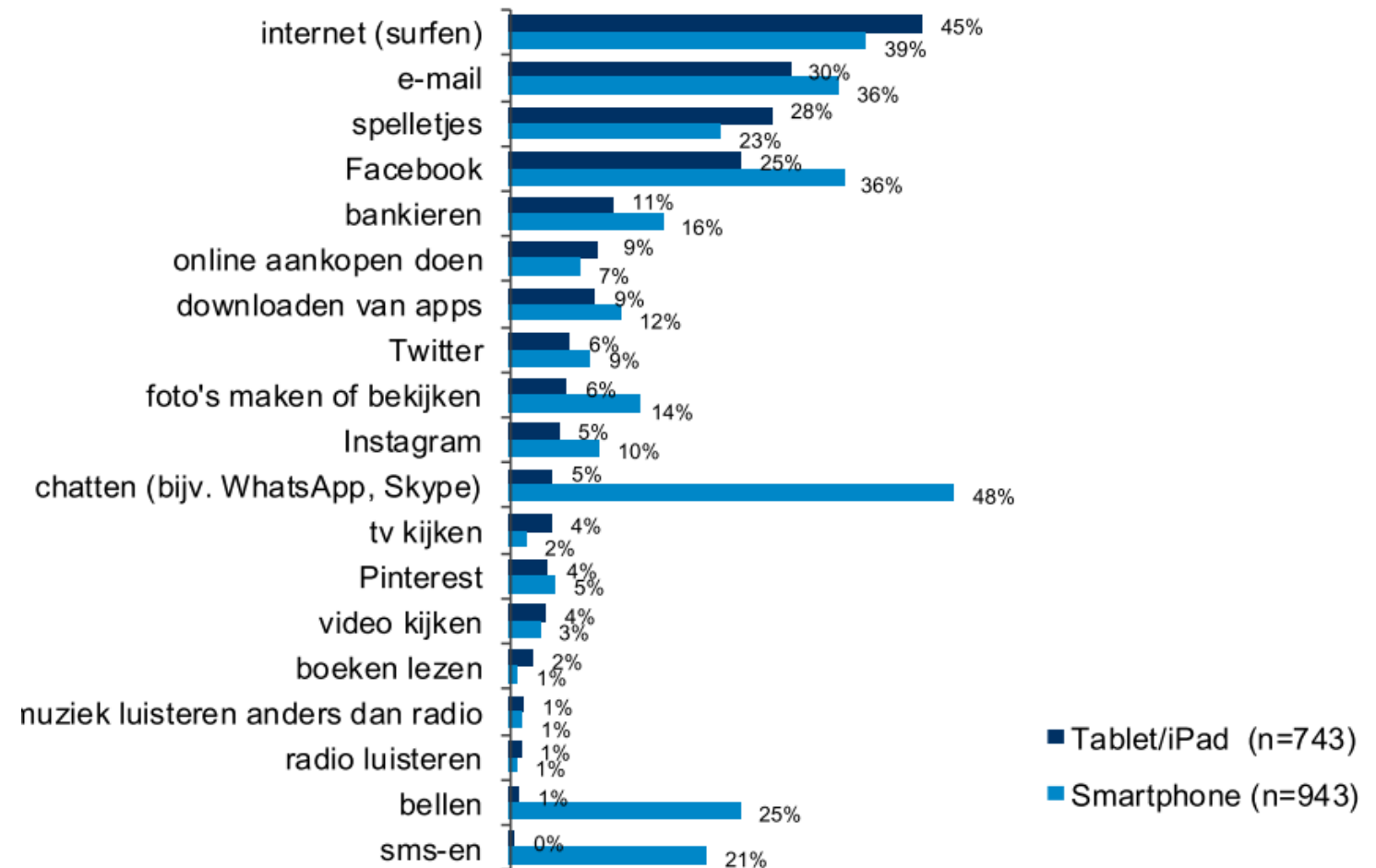
In vergelijking met december 2014 zijn YouTube, Netflix, NOS Teletekst en Horizon Go gestegen. De NOS-app is gedaald.

Top 10 TV app's



Kijkers browsen, Whatsappen en Facebooken veel tijdens het TV-kijken

Tijdens het TV-kijken gebruikt men de smartphone en de tablet het meest om te internetten, voor social media, om te e-mailen en voor spelletjes. De smartphone wordt ook veel gebruikt om te chatten (Whatsapp), te sms-en en te bellen tijdens het TV-kijken. Deze percentages zijn zowel voor de tablet als de smartphone ongeveer gelijk gebleven in vergelijking met december 2014.



Verantwoording

- n=1.151 (GfK Online panel)
- Extra respondenten in leeftijdscategorie 13-17 geworven voor sterker fundament voor uitspraken m.b.t. jongeren.
- Weging: representatief voor 13.274.000 internetters (toegang tot internet) 13+.
- Veldwerk: Week 45 2015
- Eerdere rapporten: juni 2011, dec.2011, juni 2012, dec.2012, juni 2013, dec.2013, juni 2014, dec.2014, juni 2015
- Additionele informatie uit GfK Online Panel (oktober 2015)



Voor verdere vragen kunt u zich richten tot:

Michel van der Voort SPOT, via

telefoon : 020 - 40 44 271

mobiel : 06 – 53 65 50 25

e-mail : vandervoort@spot.nl

website : www.spot.nl

linkedin : [SPOT marketing TV](https://www.linkedin.com/company/SPOT-marketing-TV)

twitter : [@SPOTmarketingTV](https://twitter.com/SPOTmarketingTV)