

Groei digitale ontvangst

De wijze waarop het televisie signaal binnenkomt op het meest gebruikte televisie toestel in Nederlandse huishoudens is aan het veranderen. De analoge ontvangst verliest terrein aan de digitale aanbieders. Het percentage digitale ontvangst is toegenomen van 17% in de tweede helft van 2005 naar bijna 24% in de eerste helft van 2006.

Ook breedbeeld televisie is al behoorlijk populair: 37% van de huishoudens bezit een dergelijke televisie. Verder is een lichte verschuiving zichtbaar van de traditionele naar de platte beeldbuis. Het percentage huishoudens dat een plasma of LCD scherm bezit bedraagt respectievelijk 4 en 6%. Hoewel de opmars van de DVD speler niet verder doorzet in 2006, overtreft deze de populariteit van de videorecorder. 1^e helft 2006 bezit 67% van de huishoudens een DVD speler. Het videorecorderbezit loopt terug naar 62% (was 70% in 2005). Het percentage huishoudens dat een DVD recorder (met of zonder Hard Disk) bezit is ongeveer gelijk gebleven. Er zijn nog steeds meer huishoudens die de eerste generatie DVD recorder bezitten (6%) dan huishoudens met de nieuwe Hard Disk recorder (4%). Het percentage dat wel eens televisie kijkt via de PC is gestegen van 8 naar 10%.

Datum

24 juli 2006

Volgnummer

Jaaroverzicht 2006/1

Nadere informatie

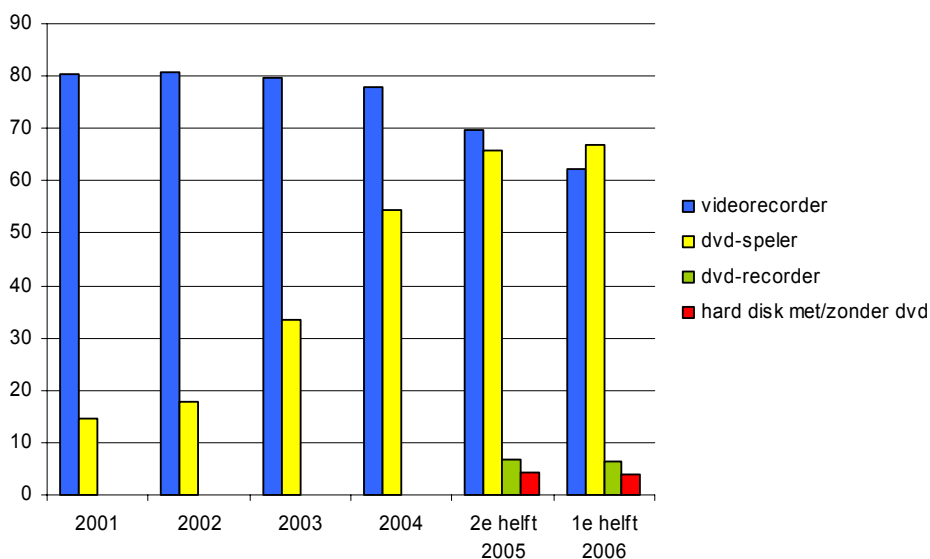
Nelly Kalfs
020 641 4333
Groen van Prinstererlaan 91
1181 TR Amstelveen
www.kijkonderzoek.nl

Definities

Establishment Survey = onderzoek onder huishoudens naar belangrijke televisie gerelateerde kenmerken in Nederland. De gepresenteerde resultaten voor de 1^e helft 2006 hebben betrekking op 3.132 huishoudens.

Digitale ontvangst: dit percentage houdt huishoudens in die de vraag naar het bezit van een digitale decoder/ontvanger positief beantwoord hebben en/of aangeven het televisiesignaal op het basistoestel via een schotel, KPN digitale televisie, Digitenne of een digitale ontvanger te ontvangen

Bezit video, DVD-speler, DVD-recorder, Hard Disk met/zonder DVD in %



Noot voor de redactie

Over SKO

Stichting KijkOnderzoek (SKO) is een marktbrede organisatie, waarin alle partijen vertegenwoordigd zijn die direct betrokken zijn bij de in- en verkoop van (commerciële) zendtijd. In SKO participeren:

- Publieke Omroep namens alle publieke zendgemachtigden
- de Stichting tot Promotie en Optimalisatie van Televisiereclame (SPOT) namens de verkoop maatschappijen van Nederlandse televisiezenders
- het Platform Media Adviesbureaus (PMA)
- adverteerders, verenigd in de bond van adverteerders (BVA)

SKO is vanaf 1 januari 2002 opdrachtgever van het kijkonderzoek.