



Onderwerp: **Allereerste online kijkcijfers.  
SKO onderzoekt in samenwerking met STIR online kijkgedrag van  
doelgroepen naar televisiecontent**

Datum: 22-05-2012 Volgnummer: 7

**SKO rapporteert inmiddels al vijf jaar over het online kijkgedrag van de Nederlandse bevolking. Innovaties in de meting maken nu rapportages over online kijkduur naar televisiecontent, ook in doelgroepen, mogelijk. Via het televisietoestel wordt vijf keer zo veel uitgesteld gekeken dan via het web.**

#### Belangrijkste nieuwe resultaten:

- 1 op de 4 Nederlanders van 13 jaar of ouder (24,6%) kijkt minstens een keer per maand online TV-programma terug
- Uitgesteld kijken via de televisie (UGK) groeit in 2012 harder dan online terugkijken (naar 44,1%).
- De gemiddelde Nederlander kijkt zo'n minuut per dag online naar TV-programma's Tegen 5 minuten uitgesteld kijken via de TV.
- Online kijkdichtheid is voor het eerst te berekenen. Relatief hoge scores voor de doelgroep 13-19, bescheiden scores voor de gemiddelde Nederlander.

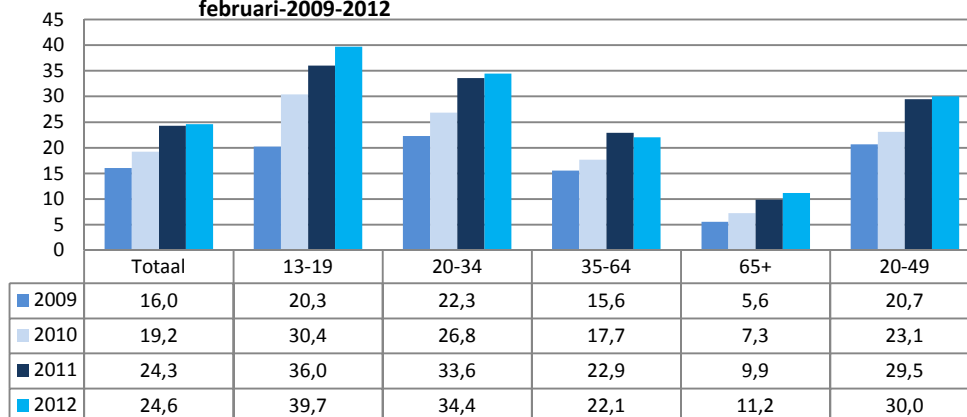
#### Streamstarts

Vanaf het begin van het SKO WEB-TV project in september 2008 rapporteert SKO over het aantal streamstarts van televisieprogramma's die online worden aangeboden. Hierdoor is de groei in het gebruik goed te monitoren. Wat daar eerst ontbrak was een inzicht in het bereik in publieksgroepen. Daartoe werd in 2009 een samenwerking met STIR opgezet.

#### Ontwikkeling bereik WEB-TV 2009-2012

Sinds 2009 bestaat er de samenwerking met STIR om uitspraken te kunnen doen over het bereik van WEB-TV onder de Nederlandse bevolking. Uit de laatste cijfers blijkt dat 1 op de 4 Nederlanders minstens een keer per maand online TV-content terugkijkt.

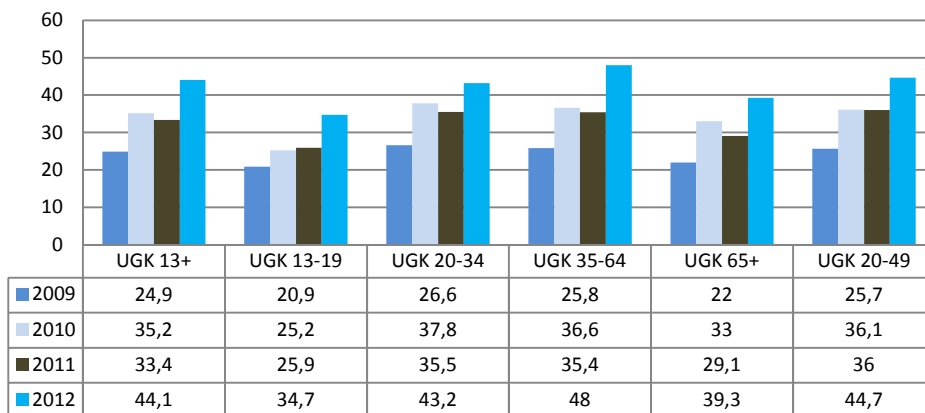
Online bereik percentage 13 jaar en ouder, TV content,  
februari-2009-2012



SKO, Stichting KijkOnderzoek  
Groen van Prinstererlaan 90, 1181 TR Amstelveen  
T 00 31 20 641 43 33, F 00 31 20 642 83 49  
E [info@kijkonderzoek.nl](mailto:info@kijkonderzoek.nl), I [www.kijkonderzoek.nl](http://www.kijkonderzoek.nl)

Als we deze ontwikkeling vergelijken met het uitgestelde kijken via de Televisie zien we dat de ontwikkeling op het tv scherm daar juist dit jaar een sterke groei laat zien.

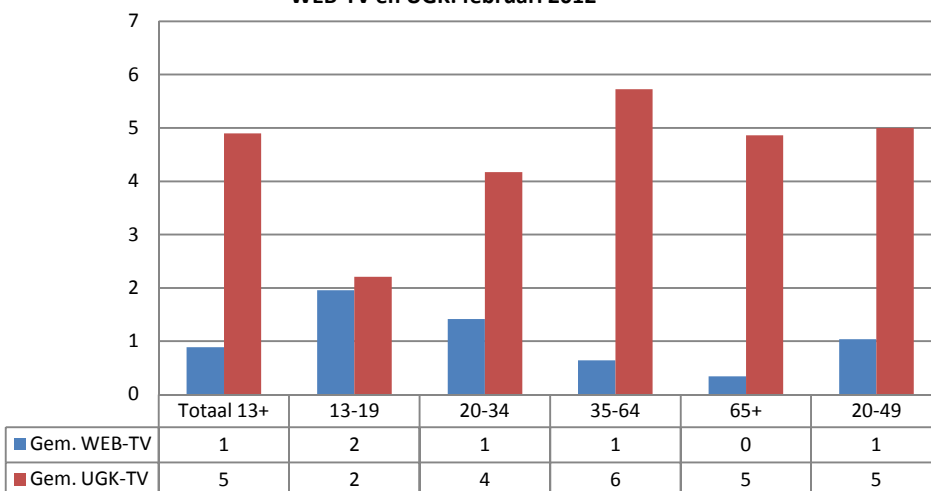
**Uitgesteld kijken percentage bereik 13 jaar en ouder  
februari-maand**



### Kijktijd!

Door de implementatie van comScore StreamSense op alle belangrijke players van de omroepen NPO RTL, EN SBS is het sinds 1 januari jongstleden ook mogelijk te rapporteren over het aantal afgespeelde online minuten. Dit is een doorbraak die eindelijk een betere vergelijkbaarheid realiseert tussen de televisie- en internetcijfers zoals we ze kennen. Zo kan er nu een vergelijking gemaakt worden tussen het aantal minuten besteed aan programma's van NPO, RTL en SBS, op een later moment teruggekeken via het web (WEB-TV) en via het televisietoestel (UGK-TV).

**Gemiddeld aantal minuten per dag  
WEB-TV en UGK: februari 2012**



Dan blijkt dat de gemiddelde Nederlander zo'n minuut per dag gemiddeld online besteed aan het terugkijken van hele TV-programma's. Tegen 5 minuten uitgesteld kijken via de TV. In beide gevallen bescheiden getallen. Maar met verschillen op doelgroepniveau.

## Online kijkdichtheid televisiecontent

Omdat de online kijkdichtheid nog laag is voor veel programma's, of zelfs ontbreekt omdat ze niet online beschikbaar zijn vergelijken we de top 10 meest bekeken online televisieprogramm's hieronder met hun uitgestelde kijkdichtheid op het televisiescherm:

Tabel 1: Meest uitgesteld bekeken programma's via het internet, februari 2012.

	Titel	Zender	Datum	Online KDH %	UGK KDH%
1	GOEDE TIJDEN SLECHTE TIJDEN	RTL 4	10-2-2012	1,4	0,3
2	WIE IS DE MOL	NL 1	9-2-2012	1,1	1,3
3	VOICE KIDS	RTL 4	10-2-2012	0,7	1,6
4	FLIKKEN MAASTRICHT	NL 1	17-2-2012	0,6	1,8
5	SPANGAS	NL 3	8-2-2012	0,5	0,1
6	UNDERCOVER IN NEDERLAND	SBS 6	12-2-2012	0,4	0,6
7	AS THE WORLD TURNS	RTL 8	17-2-2012	0,4	0,2
8	WAT ALS	RTL 4	11-2-2012	0,4	0,4
9	FEUTEN	NL 3	13-2-2012	0,4	0,4
10	NICK TEGEN SIMON	NL 1	11-2-2012	0,4	1,0

Te zien is dat er op tielniveau grote verschillen zijn. Goede Tijden Slechte Tijden wordt vooral online teruggekeken. Een programma als TheVoice Kids juist meer via het televisietoestel. Dat verschilt ook nog eens sterk per doelgroep. In de cijfers is te zien is dat de doelgroep 13-19 de heavy user van online televisiecontent is.

Bas de Vos (directeur SKO) zegt hierover: "Wat we nu na vijf jaar ontwikkelingen kunnen rapporteren is uniek. Omdat we op basis van kijktijd naar doelgroepen kunnen rapporteren, kan er eindelijk een reële vergelijking met kijkgedrag via de televisie en het uitgesteld kijken op televisie worden gemaakt. En wat we in 2011 al als verwachting uitspraken blijkt te kloppen. De toename van het bezit van opnameapparaten bij te televisie zorgt voor een groei in uitgesteld kijken op de televisie. Waar de groei online dit jaar afvlakt. Met uitzondering van de jongste doelgroep".

**Voor meer informatie en uitleg over de onderzoekopzet verwijzen we naar de Brochure die begin juni over dit onderwerp verschijnt: 5 jaar SKO onderzoek naar online TV-kijken.**

**Bij gebruik van deze gegevens dient vermeld te worden: Bron: Stichting KijkOnderzoek (SKO)**

*Noot voor de redactie*

Nadere informatie/ Further information:

Bas de Vos

020 641 4333

06 55788452

SKO, Stichting KijkOnderzoek  
Groen van Prinstererlaan 90, 1181 TR Amstelveen  
T 00 31 20 641 43 33, F 00 31 20 642 83 49  
E [info@kijkonderzoek.nl](mailto:info@kijkonderzoek.nl), I [www.kijkonderzoek.nl](http://www.kijkonderzoek.nl)