



## Moving Pictures 2012. Kijken naar audiovisuele content in Nederland

Voor u ligt de tweede editie van Moving Pictures, een initiatief van Stichting KijkOnderzoek. Net als vorig jaar heeft Intomart GfK in opdracht van SKO onderzoek gedaan naar het gebruik van verschillende devices voor het bekijken van audiovisuele content. Het onderzoek is uitgevoerd onder 1.300 Nederlanders van 13 jaar en ouder.

Het doel van het Moving Pictures onderzoek is een totaalbeeld te krijgen van het gebruik van alle soorten audiovisuele content, over alle relevante devices. Het gaat hier met name om de verhoudingen in de bestede tijd aan av-content per platform.

We hebben dit jaar ingezet op een volledig representatief beeld van de audiovisuele consumptie in Nederland. Vorig jaar zijn alleen personen met internetaansluiting thuis benaderd; dit jaar hebben we dat criterium laten vallen. Van de totale groep die heeft bijgedragen aan ons onderzoek had 92% een internetaansluiting, de overige 8% niet.

Het onderzoek heeft ook dit jaar weer een aantal interessante uitkomsten opgeleverd voor de Nederlandse audiovisuele markt. Bovendien hebben we een aantal resultaten vergeleken met de resultaten van Moving Pictures 2011, waarbij we ons hebben beperkt tot de online respondenten.

Wij wensen u veel leesplezier!

Bas de Vos  
Directeur SKO

### Moving Pictures Onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd onder Nederlanders van 13 jaar en ouder, met een verdeling in leeftijd, geslacht en internetgedrag die representatief is voor de Nederlandse bevolking.

Personen met internetaansluiting deden via het Intomart Online Panel mee met het onderzoek, van 8 oktober t/m 14 oktober 2012. De online invullers ontvingen een link naar een vragenlijst via email. Personen zonder internet werden benaderd via een telefonisch interview.

In beide gevallen werd iedere dag van de week een groep respondenten benaderd. Op deze manier hebben we de respons gelijkmatig over de week verdeeld.

De resultaten van Moving Pictures 2012 gelden voor alle Nederlanders, ongeacht de vraag of ze over een internetaansluiting beschikken.

Waar vergelijkingen met de resultaten uit het Moving Pictures onderzoek 2011 worden gemaakt, zijn de resultaten van beide jaren gebaseerd op alleen de antwoorden van de online respondenten (hierna te noemen Online 2011 en Online 2012). Een overzicht van deze resultaten is te vinden in de bijlage.

#### 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.

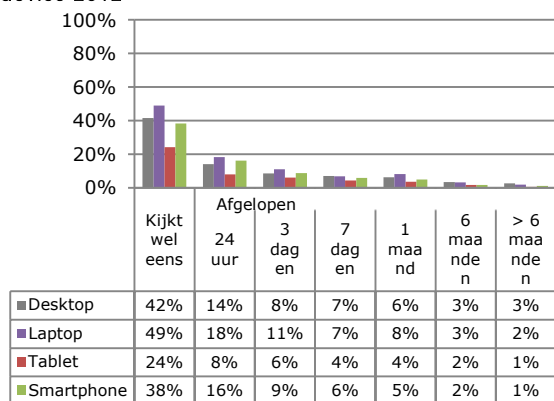
-User-generated content: Zelf gefilmde beelden, zoals een eigen vakantiefilm, of een filmpje gemaakt door vrienden, familie of anderen. Deze av-content is vaak beschikbaar op YouTube, MySpace, Facebook of Hyves.

## Wanneer voor het laatst audiovisuele content gekeken? Via welk devices?

We hebben aan alle respondenten gevraagd wanneer ze voor het laatst naar audiovisueel materiaal hebben gekeken en via welk device. Van de respondenten van het Moving Pictures onderzoek blijkt 49% wel eens naar AV-content te kijken via de laptop. Ca. 40% van de respondenten kijkt wel eens via een desktop of via een smartphone naar AV-content. 24% van de respondenten zegt dat via een tablet te doen.

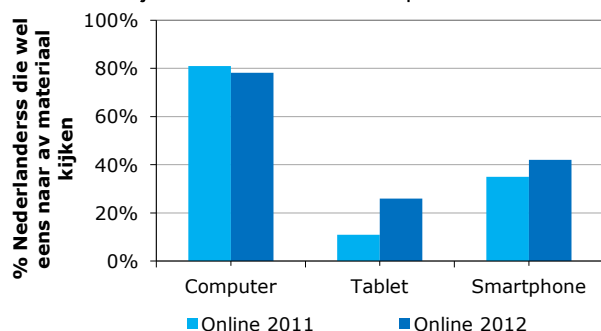
Laptops en desktops worden per etmaal door respectievelijk 18% en 14% van de Nederlanders gebruikt voor het kijken naar AV-content gebruikt. Voor smartphone en tablet liggen de percentages op respectievelijk 16% en 8%.

Grafiek 1.1 Wanneer voor het laatst AV-content gekeken per device 2012



Selectie: 13+ Totaal

Grafiek 1.2 Kijkt wel eens AV-content op device 2011-2012



Selectie: Iedereen, 13+ Internetaansluiting thuis

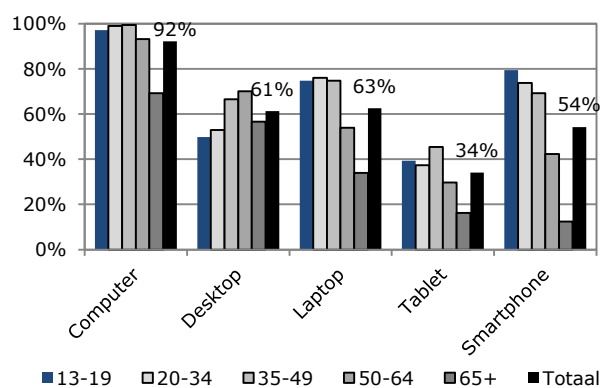
Nederlanders gebruiken steeds vaker de tablet om AV-content te kijken. Ongeveer een kwart van alle Nederlanders van 13 jaar en ouder met internet kijkt wel eens via de tablet naar audiovisueel materiaal; bijna een verdubbeling ten opzichte van het vorige onderzoek (zie bijlage). Ook is het aantal mensen dat wel eens naar AV-content kijkt via de smartphone significant gestegen ten opzichte van 2011. De groei is te verklaren door de groeiende penetratie van deze devices, zoals in de volgende paragraaf wordt toegelicht.

## Bezit devices

In 2012 beschikt bijna iedereen over een computer: een desktop en/of een laptop. Bij jongeren van 13 tot 34 jaar blijken laptops populairder te zijn dan desktops. Meer dan 50% van de Nederlanders is in bezit van een smartphone. Meer dan een derde van de Nederlanders bezit een tablet.

Het is verder duidelijk dat 'moderne' devices als smartphones en tablets vooral aantrekkelijk zijn voor mensen onder de 50 jaar oud.

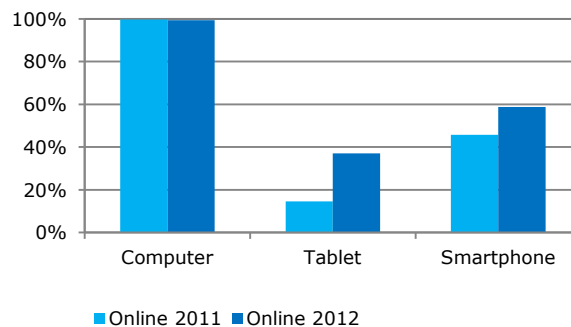
Grafiek 2.1 Bezit devices naar leeftijd 2012



Selectie: 13+ Totaal

Het percentage Nederlanders dat een tablet heeft, is meer dan verdubbeld ten opzichte van 2011. Het smartphone bezit nam ook fors toe.

Grafiek 2.2 Bezit devices 2011- 2012



Selectie: 13+ Internetaansluiting thuis

De cijfers van het Moving Pictures onderzoek hebben betrekking op een bepaalde periode in het jaar: het najaar. Voor de jaarlijkse cijfers over bezit van devices verwijzen wij naar de resultaten van de Media Standaard Survey. Deze resultaten worden gepubliceerd in de rapportage SKO TV in Nederland op [www.kijkonderzoek.nl/publicaties](http://www.kijkonderzoek.nl/publicaties).

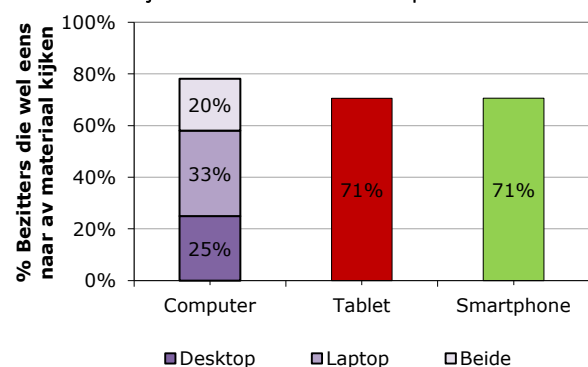
[http://www.kijkonderzoek.nl/images/stories/Publicaties/SKO\\_TV\\_in\\_NL\\_2012.pdf](http://www.kijkonderzoek.nl/images/stories/Publicaties/SKO_TV_in_NL_2012.pdf)

## Bereik devices

Circa drie kwart van de bezitters kijkt wel eens audiovisueel materiaal op de smartphone (71%), tablet (71%) en/of computer (78%).

Voor Moving Pictures 2012 hebben we een onderscheid gemaakt tussen het gebruik van desktops en laptops. In 2011 werden beide devices geschaard onder de noemer 'computer'.

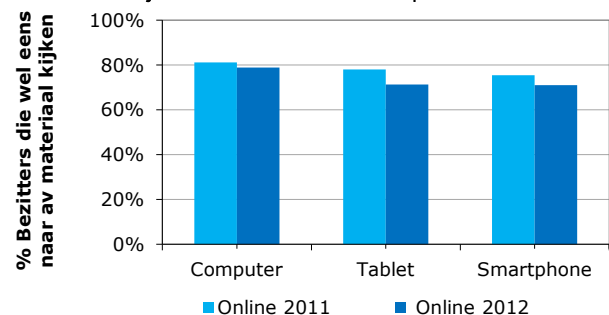
Grafiek 3.1 Kijkt wel eens AV-content op device 2012



Selectie: Bezitters van betreffende device, 13+ Totaal

Binnen de groep apparaatbezitters is het bereik via de tablet en smartphone afgenomen. Die afname wordt vooral bepaald door smartphonebezitters: de grotere groep bezitters die nooit audiovisueel materiaal via de smartphone kijkt is relatief gesproken significant groter dan in 2011.

Grafiek 3.2 Kijkt wel eens AV-content op device 2011-2012

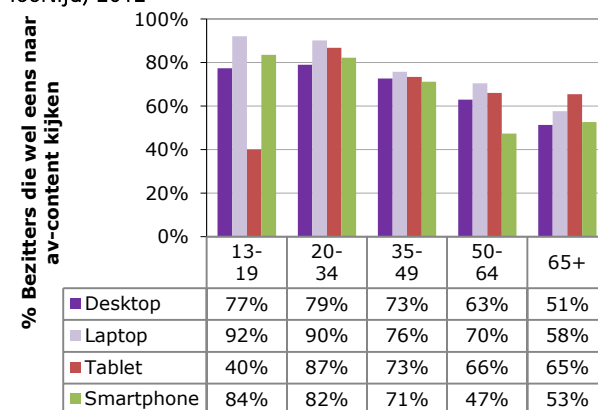


Selectie: Bezitters van betreffende device, 13+ Internetaansluiting thuis

## Bereik devices naar leeftijd

Het bereik van AV-content is onder 13- tot 19-jarige gebruikers van devices het grootst via laptop (92%) en smartphone (84%). Het bereik van audiovisueel materiaal op de tablet onder deze groep is met 40% duidelijk lager dan in de andere leeftijdscategorieën. Mogelijk is de tablet toch het bezit van de ouders en kijken de jongeren zelf hier relatief weinig op. Het bereik van audiovisueel materiaal via een tablet is het hoogst onder mensen van 20 tot 34 jaar, net als dit bij bijna alle andere devices het geval is.

Grafiek 3.3 Kijkt wel eens AV-content op device (naar leeftijd) 2012



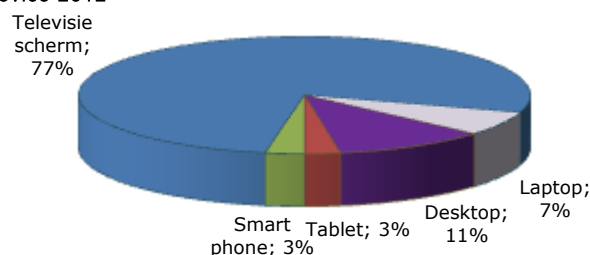
Selectie: Bezitters van betreffende device, 13+ Totaal

## Gebruik devices voor kijken naar AV-content

### Volume (minuten)

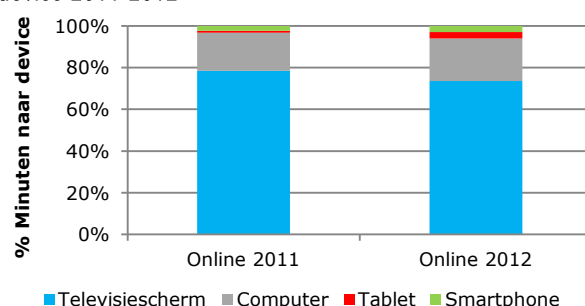
Kijken we naar het aantal minuten dat respondenten per etmaal daadwerkelijk besteden aan het kijken naar AV-content, dan is duidelijk dat de TV nog steeds veruit het favoriete device is. Als we naar de cijfers van 2011 kijken, zien we echter ook dat het aandeel van TV iets afneemt. Het aandeel van computers is ten opzichte van 2011 toegenomen. Het aandeel van de tablet in het kijkvolume is significant gestegen vergeleken met 2011, maar het gaat vooralsnog om een beperkt aandeel.

Grafiek 4.1 Verdeling kijkminuten totaal AV-content naar device 2012



Selectie: Afgelopen 24 uur gekeken op device, 13+ Totaal

Grafiek 4.2 Verdeling kijkminuten totaal AV-content naar device 2011-2012

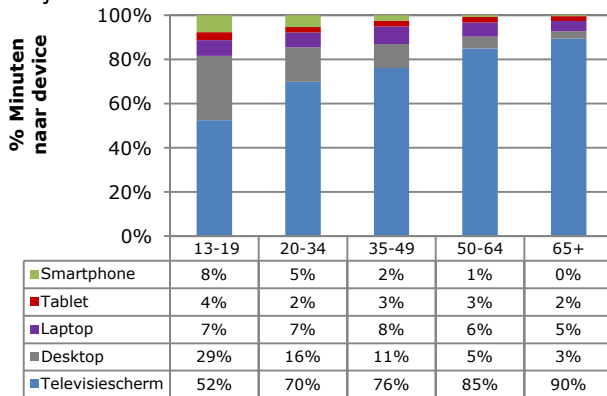


Selectie: Afgelopen 24 uur gekeken op device, 13+ Internetaansluiting thuis

## Volume AV-content naar leeftijd

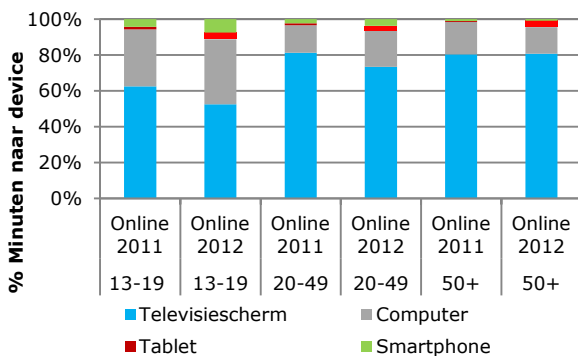
Onder de groep van 13 tot 19 jaar oud wordt net zoals voorheen de TV relatief het minst lang gebruikt; de desktop is bij deze groep ten opzichte van de andere groepen een zeer goede tweede.

### 5.1 Verdeling kijkminuten totaal AV-content naar device en leeftijd 2012



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Totaal

### 5.2 Verdeling kijkminuten totaal AV-content naar device en leeftijd 2011-2012

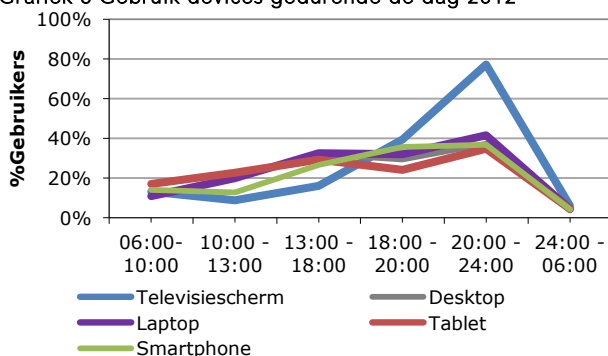


Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Internetaansluiting thuis

## Moment van kijken

Er bestaat nog een belangrijk verschil in kijkgedrag tussen televisietoestel en mobiele devices: naar de laatste wordt meer gespreid over de dag gekeken, terwijl de televisie voornamelijk 's avonds wordt ingeschakeld.

### Grafiek 6 Gebruik devices gedurende de dag 2012

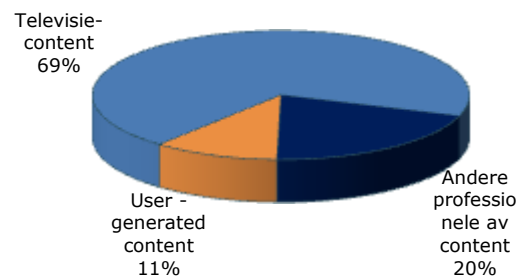


Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Totaal

## Type AV-content

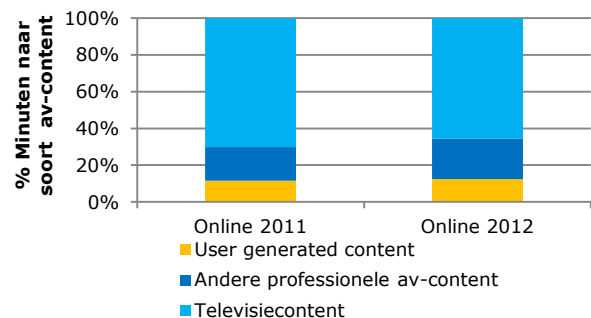
Als we kijken welk soort audiovisueel materiaal favoriet is onder de respondenten, dan springt televisiecontent er duidelijk bovenuit. 89% van het totaal geconsumeerde audiovisueel materiaal bestaat uit televisiecontent en andere professionele AV-content. Het gaat hierbij om live televisie, televisieprogramma's die later worden teruggekeken, buitenlandse televisieprogramma's en fragmenten van televisieprogramma's en films, documentaires en series. De percentages zijn ten opzichte van 2011 nauwelijks veranderd.

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



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Totaal

### Grafiek 7.2 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content 2011-2012

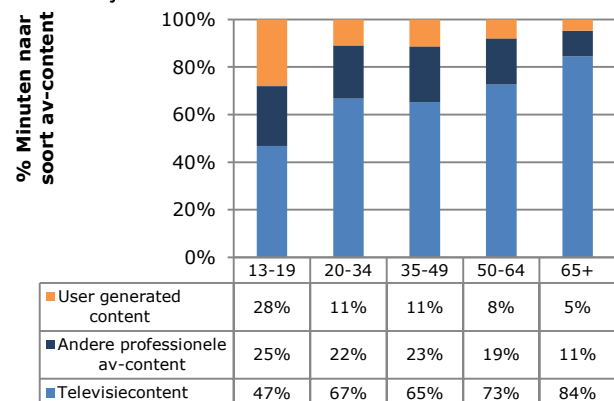


Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Internetaansluiting thuis

## Type AV-content naar leeftijd

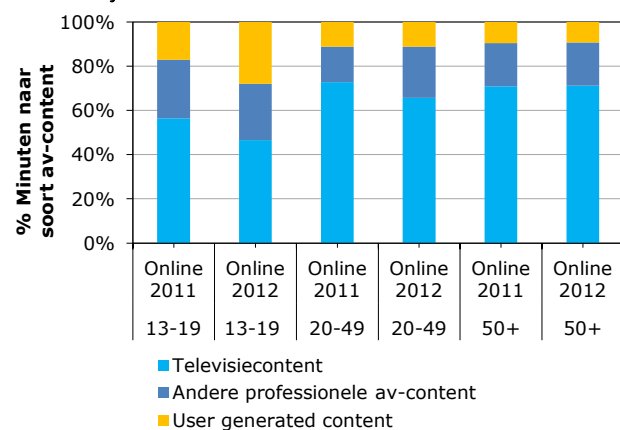
Volwassenen in de leeftijdsgroep van 20 jaar en ouder besteden relatief de meeste tijd aan het kijken naar televisiecontent. Het kijken naar user-generated content en andere professionele AV-content is vooral onder jongeren van 13-19 jaar populair. Dit fenomeen is nauwelijks veranderd ten opzichte van 2011.

Grafiek 8.1 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content, naar leeftijd, 2012



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Totaal

Grafiek 8.2 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content, naar leeftijd, 2011-2012



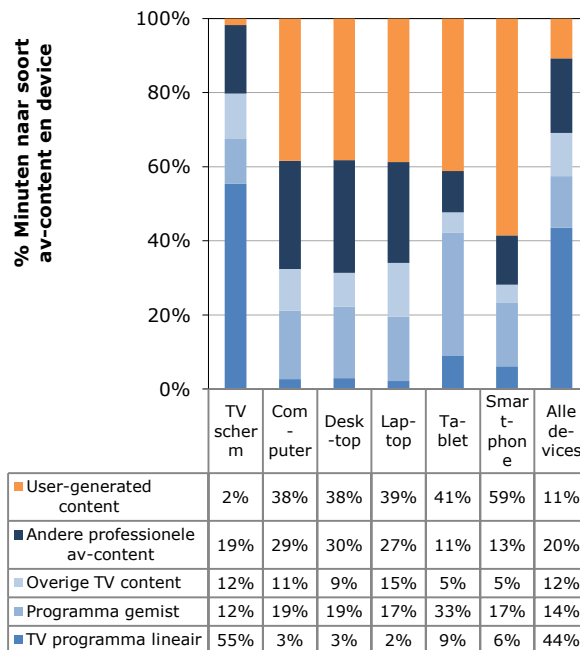
Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Internetaansluiting thuis

## Type AV-content per device

We hebben ook gekeken naar welk soort AV-content per device het meest wordt gekeken.

Daarbij hebben we TV-content onderverdeeld in lineaire en niet-lineaire content (programma gemist of overig). Onder lineaire content verstaan we (onderdelen van) televisieprogramma's die rechtstreeks ('live') worden geconsumeerd. Daarnaast definiëren we de categorie 'programma gemist'. Deze bestaat uit (delen van) programma's die op een ander moment dan het tijdstip van uitzenden worden bekeken. De overige televisiecontent bestaat uit programma's die worden uitgezonden op een televisiezender waarover de respondent geen beschikking heeft.

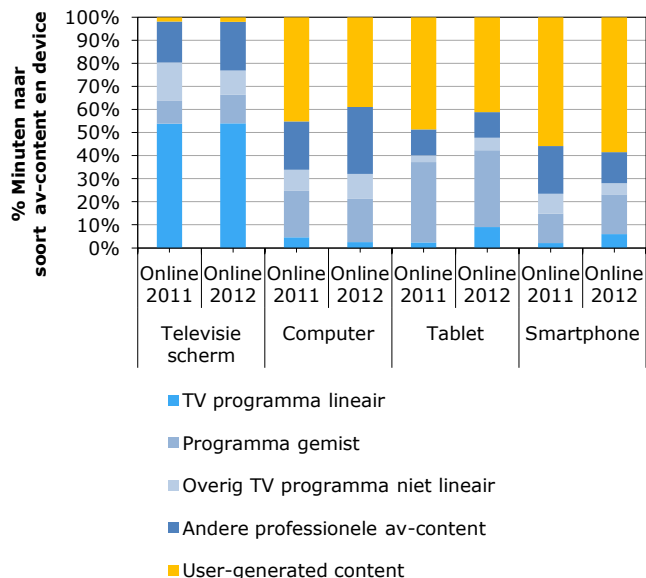
Grafiek 9.1 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content en device, 2012



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Totaal

User generated content is net als vorig jaar het domein van de smartphone. Bij computers zien we dat ze relatief minder vaak worden gebruikt voor user generated content dan in 2011, terwijl ze juist vaker werden gebruikt voor andere professionele AV-content.

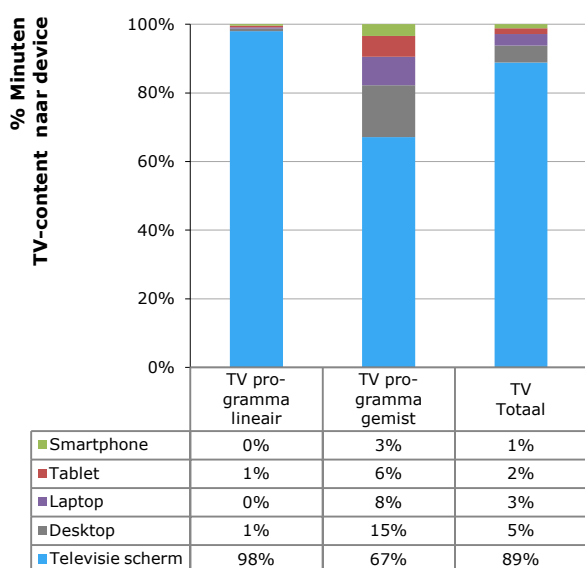
Grafiek 9.2 Verdeling kijkminuten naar soort AV-content en device 2011-2012



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Internetaansluiting thuis

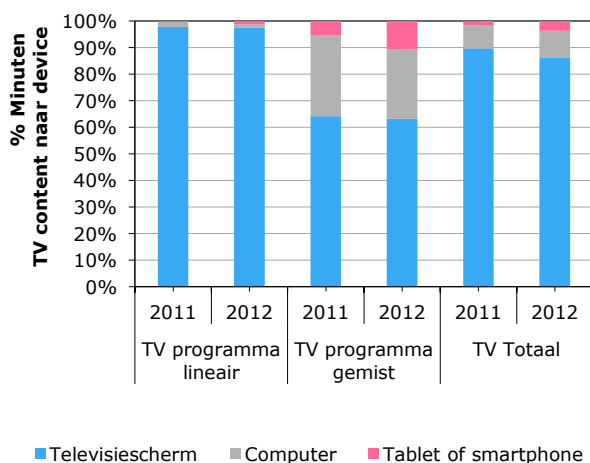
We zien ook dat de kijktijd naar lineaire tv-programma's het langst is op de TV. De kijktijd op andere devices bedraagt hier slechts 2%. Niet-lineaire content wordt juist relatief langer op desktops, laptops, smartphones en tablets bekeken. Dat kan wellicht worden verklaard uit het feit dat dergelijke devices hier soms beter toe in staat zijn dan televisies. Niet elke TV is immers al 'Connected'. Het percentage minuten dat via de tablets en smartphones wordt besteed aan programma gemist is gegroeid ten opzichte van 2011.

Grafiek 10.1 Verdeling kijkminuten naar devices en soort televisiecontent 2012



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Totaal

Grafiek 10.2 Verdeling kijkminuten naar devices en soort televisiecontent 2011-2012



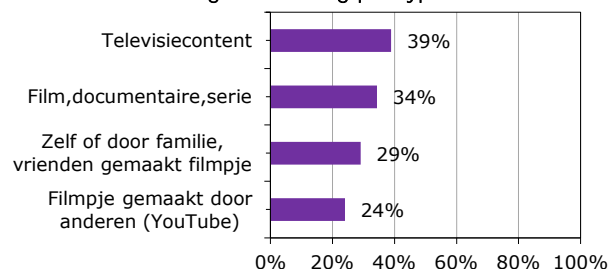
Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Internetaansluiting thuis

## Samen kijken

In Moving Pictures 2012 zijn ook gegevens verzameld over 'samen kijken' naar de verschillende vormen van audiovisuele content.

Televisie wordt relatief vaak samen gekeken (39%), op de voet gevolgd door overige professionele AV-content, zoals films, documentaires en series (34%). De verschillen tussen types content zijn ten opzichte van Moving Pictures 2011 nauwelijks veranderd.

Grafiek 11 Percentage co-viewing per type content 2012



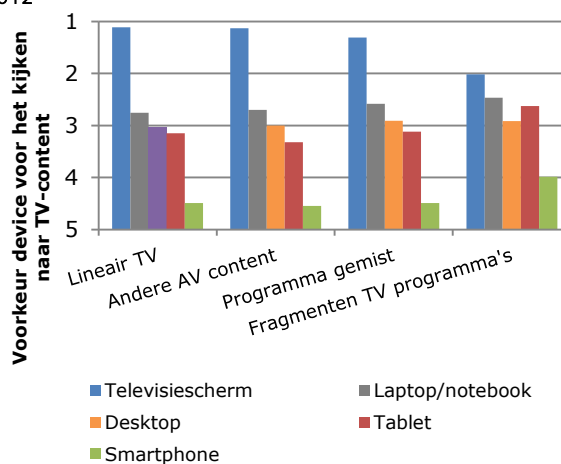
% av-content gekeken samen met anderen

Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+, Totaal

## Voorkeur

Onderstaande grafiek laat de voorkeur zien 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.

Grafiek 12 Voorkeur device voor het kijken naar TV-content 2012



Selectie: Afgelopen 24 uur AV-content gekeken, 13+ Totaal

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.

## Conclusies

- Computers worden door ca. 80% van de respondenten wel eens gebruikt voor het kijken naar AV-content. Via laptops wordt per etmaal door 18% van de respondenten gekeken. 14% van de respondenten zegt dagelijks een desktop te gebruiken om AV-content te kijken.
- Het bereik van audiovisueel materiaal via tablet en smartphone is toegenomen: meer Nederlanders kijken audiovisueel materiaal via deze apparaten dan in 2011. Dit is vooral het gevolg van de groeiende penetratie van dit soort devices. Inmiddels heeft 39% van alle Nederlanders een tablet. 54% van de Nederlanders is in bezit van een smartphone.
- Binnen de groep apparaatbezitters is het bereik via de tablet en smartphone juist afgenomen. Die afname wordt vooral bepaald door smartphonebezitters: de grotere groep bezitters die nooit audiovisueel materiaal via de smartphone kijkt is relatief gesproken significant groter dan in 2011.
- Uit het onderzoek blijkt dat vooral jongeren nieuwe devices gebruiken om naar AV-content te kijken. 87% van de 20-34 jarige tabletbezitters geeft aan er AV-content op te kijken. 13-19 jarigen gebruiken het vaakst de smartphone om naar AV-content te kijken. Deze groep gebruikt ook het vaakst de laptop.
- De televisie is het meest gebruikte device om naar AV-content te kijken. In 2012 wordt 77% van de kijktijd naar audiovisueel materiaal via het televisiescherm besteed. Het aandeel van audiovisueel materiaal dat via het televisiescherm is bekeken, is ten opzichte van 2011 wel afgenomen. Het aandeel dat via andere devices wordt bekeken is toegenomen. Hierbij valt met name de toename in kijkvolume bij de tablets op: dit aandeel is vergeleken met 2011 verdrievoudigd. Maar het gaat vooralsnog over een beperkt aandeel.
- Het grootste gedeelte van het audiovisueel materiaal dat wordt geconsumeerd (kijkvolume) is televisiecontent (69%). Onder online ondervraagden is dit ten opzichte van 2011 gedaald.
- Het aandeel van andere professionele AV-content dat bekeken wordt via de computer, is toegenomen.
- Televisiecontent wordt logischerwijs veel via het televisiescherm gekeken. Lineaire TV wordt het meest via het televisiescherm bekeken (98%). 67% van het **kijken naar gemiste programma's wordt gedaan via**

het televisiescherm, 15% via de laptop en 8% via de desktop.

- De tablet lijkt ook meer te worden gebruikt voor het bekijken van televisiecontent dan voor user-generated content. Vorig jaar was dit nog andersom. Dit is waarschijnlijk een gevolg van de verdere verspreiding van programma-gemist-apps en de live tv-apps die sinds kort op de tablet worden aangeboden.
- Slechts 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 58% van de totale kijktijd op dat device. De tablet en de computer volgen met 41% en 39% op plekken twee en drie.
- Audiovisueel materiaal op de televisie wordt **voornamelijk 's avonds bekeken; de mobiele devices** worden hiervoor meer verspreid over de hele dag gebruikt.
- In gezelschap van anderen wordt het meest naar film- en televisiecontent gekeken.
- Mensen kijken live televisie, films, documentaires en **gemiste programma's nog steeds bij voorkeur op een televisiescherm.**

## 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 de generieke trends te meten.

Naast het kijkonderzoek brengt SKO middels een aantal projecten de nieuwe ontwikkelingen in kaart. Voor meer gedetailleerde informatie over specifiek gedrag wordt bijvoorbeeld in het SKO WEB-TV onderzoek uitgebreid gerapporteerd over de dagelijkse opvragingen van **televisieprogramma's via internet. Ook innovatietests** met de zogenaamde Virtual meter en het meten van live TV-streams samen met de distributeurs horen bij de werkzaamheden van SKO. Deze projecten zullen samen vorm geven aan de toekomstige meting van het kijkgedrag in Nederland.

## Bijlage: Trends 2011-2012

We hebben de resultaten van Moving Pictures 2012 vergeleken met de resultaten van het onderzoek van 2011. Deze resultaten zijn gebaseerd op de online steekproeven van beide jaren, waarin Nederlanders van 13 jaar en ouder met een internetaansluiting thuis zijn vertegenwoordigd. De cijfers hieronder zijn alleen bedoeld voor interpretatie en vaststelling van trends.

	Online 2011	Online 2012	Sign.
<b>% Nederlanders die wel eens AV-content kijken via:</b>			
Computer	81%	78%	
Tablet	11%	26%	*
Smartphone	35%	42%	*
<b>% Bezit devices</b>			
Computer	100%	99%	*
Tablet	15%	37%	*
Smartphone	46%	59%	*
<b>% Bezzitters die wel eens AV-content kijken via:</b>			
Computer	81%	79%	
Tablet	78%	71%	
Smartphone	75%	71%	*
<b>% Totaal minuten AV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	78%	73%	*
Computer	18%	20%	*
Tablet	1%	3%	*
Smartphone	2%	3%	
<b>% Totaal minuten AV-content naar type content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	70%	65%	*
Andere professionele AV-content	18%	22%	
User generated content	12%	12%	
<b>TV programma lineair, % Totaal minuten Lineair TV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	98%	98%	
Computer	2%	1%	
Tablet of smartphone	0%	1%	
<b>TV programma gemist, % Totaal minuten Programma gemist TV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	64%	63%	
Computer	30%	26%	
Tablet of smartphone	5%	11%	*
<b>TV content, % Totaal minuten TV-content naar device afgelopen 24 uur</b>			
Televisiescherm	90%	86%	*
Computer	9%	10%	
Tablet of smartphone	1%	4%	*
<b>Televisietoestel, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	80%	77%	
Andere professionele AV-content	18%	21%	
User generated content	2%	2%	

	Online 2011	Online 2012	Sign.
<b>Computer, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	34%	32%	
Andere professionele AV-content	21%	29%	*
User generated content	45%	39%	
<b>Tablets, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	40%	48%	
Andere professionele AV-content	11%	11%	
User generated content	49%	41%	
<b>Smartphone, % Totaal minuten naar soort AV-content afgelopen 24 uur</b>			
Televisiecontent	25%	28%	
Andere professionele AV-content	22%	13%	
User generated content	54%	58%	

N= 13+ Internetaansluiting thuis, N 2011= 1.300, N 2012= 1.200

© Stichting Kijkonderzoek 2013.  
Bij gebruik van informatie graag Stichting Kijkonderzoek (SKO) als bron vermelden.