

Persbericht

media:tijd > 2018

Nederlander besteedt bijna 8½ uur per dag aan media

Den Haag/Amsterdam, 25 april 2019

- De tijdsbesteding van Nederlanders is stabiel. Gemiddeld besteden Nederlanders nog steeds bijna 8½ uur aan media.
- Live radio luisteren blijft de populairste luisteractiviteit. In 2018 gaat driekwart van de totale luistertijd op een dag naar live radio.
- Uitgesteld en *on demand* kijken is opnieuw fors toegenomen. Gemiddeld is dit nu 58 minuten per dag.
- Een derde van deze leestijd vindt inmiddels plaats via een scherm, twee derde van papier.
- Bij communiceren via media (bellen, berichten versturen, sociale media) wordt de smartphone steeds dominanter.

Dit zijn enkele bevindingen uit het vandaag gepresenteerde tijdsbestedingsonderzoek Media:Tijd 2018. Media:Tijd is een dagboekonderzoek waarin gedetailleerde informatie over het mediagebruik in Nederland wordt verzameld. Voor het onderzoek hielden bijna drieduizend Nederlanders van 13 jaar en ouder gedurende een week minutieus bij hoe zij hun tijd spendeerden. Het onderzoek is eerder in 2013 en 2015 uitgevoerd. Media:Tijd is een gezamenlijk onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), de organisaties die verantwoordelijk zijn voor mediabereiksonderzoek: het Nationaal Luisteronderzoek (NLO), Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM), Stichting Kijkonderzoek (SKO), en het Platform Media-Adviesbureaus (PMA).

Nederlander besteedt 8 uur en 23 minuten per dag aan media

Hoewel het medialandschap sterk in verandering is, blijft de tijd die Nederlanders aan media besteden vrijwel gelijk. In 2018 komt de totale mediatijd uit op 8 uur en 23 minuten. Dat is ongeveer evenveel als in 2015. Gelet op alle veranderingen, is deze stabiele mediatijd op zijn minst opmerkelijk te noemen. Ten opzichte van drie jaar geleden is er weinig veranderd aan hoe Nederlanders de dag indelen. Slapen/rusten blijft de grootste tijdsbesteding. Nederlanders slapen/rusten gemiddeld 8 uur en 49 minuten. Van de totale mediatijd gaat het grootste deel naar kijken en luisteren, evenals in 2013 en 2015.

Live radio luisteren blijft populair

Het aandeel van live radio bedraagt driekwart van het totale luistervolume. Live radio blijft daarmee de bepalende factor voor de activiteit 'luisteren', hoewel het luisteren naar online muziekdiensten terrein wint, vooral onder jongeren. Verder valt op dat van de nieuwe digitale dragers de smartphone het grootste luisteraandeel noteert met 12%.

Steeds meer on demand kijken

Van de totale kijktijd van 3 uur en 5 minuten per dag is nu 58 minuten *on demand*, zoals uitgesteld kijken, het gebruik van online videodiensten en het kijken naar korte video's op diensten als YouTube. De daling van de live kijktijd wordt volledig gecompenseerd door een toename in de verschillende vormen van *on demand* kijken. De televisie is nog steeds verreweg het populairste apparaat om te kijken: 89% van de totale kijktijd op een dag gaat via de televisie.

Lezen van papier nog steeds in trek

De gemiddelde leestijd is in vergelijking met drie jaar geleden op niveau gebleven en bedraagt 42 minuten. Het aandeel lezen van papier is in dezelfde periode licht gedaald van 71% naar 67% van de totale leestijd. Er wordt nu gemiddeld 14 minuten per dag digitaal gelezen. Mannen lezen iets meer digitaal en dit komt vooral omdat

ze vaker nieuwssites/-apps gebruiken. Vrouwen lezen vaker boeken en tijdschriften, die veelal nog van papier gelezen worden.

Smartphone dominant in communicatie

De gemiddelde tijd voor communiceren via media (zoals bellen, berichten sturen en gebruik van sociale media) bedraagt 1 uur en 4 minuten. Ongeveer een derde daarvan gaat naar sociale media. De opkomst van de sociale media kanalen gaat hand in hand met de opkomst van de smartphone. Drie jaar geleden ging 48% van alle communicatie via media nog via de smartphone, in 2018 is dat opgelopen naar 62%. Bij communicatie zien we de hoogste mate van media-multitasking. Communiceren wordt het vaakst gecombineerd met andere media-activiteiten.

Einde persbericht

Noot voor de redactie:

Achtergrond bij het onderzoek

Door de langjarige opzet geeft Media:Tijd inzicht in trends en in de verhoudingen en het gebruik van media in relatie tot elkaar. Omdat deze meting nu voor de derde maal plaatsvond, kunnen we trends in het mediagebruik signaleren en duiden. Het Media:Tijd onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK. Het Sociaal en Cultureel Planbureau zal later dit jaar meer resultaten publiceren uit het onderzoek.

De eerste resultaten van Media:Tijd 2018 worden op donderdag 25 april om 10.00 uur gepresenteerd in het Tolhuis in Amsterdam. De brochure van het tijdsbestedingsonderzoek Media:Tijd 2018 is vanaf 25 april 12.00 uur online beschikbaar op Mediatijd.nl en op de websites van de organisaties voor mediabereiksonderzoek: NLO, NOM en SKO.

Voor vragen en meer informatie kunt u contact opnemen met Sjoerd Pennekamp van Stichting KijkOnderzoek: +31 (0)20 6414333, sjoerd.pennekamp@kijkonderzoek.nl.

