

Sterke groei bezit DVD speler, televisie kijken via PC gering

De DVD speler heeft een plek veroverd in de Nederlandse huishoudens. Met een gemiddelde penetratie van 33% over 2003 (4^e kwartaal zelfs 40%) is de stijging van 2002 verder doorgezet. Ondanks het succes van de DVD speler heeft de videorecorder nog steeds een functie: 80% bezit een videorecorder. Over geheel 2003 werd er gemiddeld 7 van de 187 minuten (3,5% van de kijktijd) naar de video gekeken, naar DVD 2 minuten (1%).

Televisie kijken via de PC is nog niet erg populair en zit op het niveau van 2002 met 5% van de huishoudens die dat wel eens doet, bij een gelijkblijvend percentage PC bezit (68%).

Dit zijn enkele opvallende conclusies uit het Establishment Survey, waarvan de resultaten deze week door SKO zijn gepubliceerd.

Datum

9 maart 2004

Volgnummer

Jaaroverzicht 2003/3

Nadere informatie

Nelly Kalfs

020 641 4333

Groen van Prinstererlaan 91

1181 TR Amstelveen

www.kijkonderzoek.nl

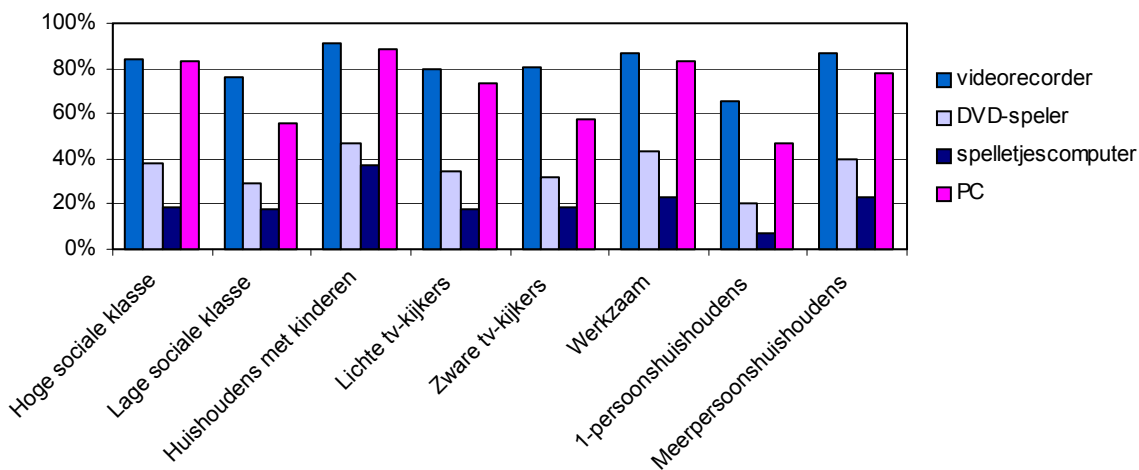
Definities

Lichte tv-kijker = huishouden met kijktijd huisvrouw/man tot 22 uur per week

Zware tv-kijker = huishouden met kijktijd huisvrouw/man 22 uur of meer per week

Doel van het Establishment Survey is het in kaart brengen van belangrijke televisie gerelateerde huishoudkenmerken in Nederland. Hiervoor zijn 6.311 huishoudens ondervraagd.

In 2003 heeft bijna 99% van de huishoudens een televisietoestel in gebruik. Bij 48% van alle huishoudens betreft dit meer dan één toestel. Kijken we naar apparatuur die aangesloten kan worden op de televisie of via welke televisie kan worden gekeken, dan blijkt dat huishoudens met kinderen de meeste en éénpersoonshuishoudens de minste apparatuur bezitten. Sociale klasse speelt nauwelijks een rol bij het wel of niet bezitten van een spelcomputer in tegenstelling tot de verdeling bij de andere apparatuur. Of het huishouden valt te typeren als een lichte of zware kijker maakt voor het bezit weinig uit, met uitzondering van de PC.



Noot voor de redactie

Gebruik gegevens

Bij gebruik van deze gegevens dient vermeld te worden: Bron: Stichting KijkOnderzoek.

Uitgebreid overzicht

Het volledige overzicht is te vinden op www.kijkonderzoek.nl onder 'pers/persberichten'.

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.