



Datum | 30 juli 2008
Volgnummer | 12/2008

Onderwerp | **Kwalitatief onderzoek naar gebruik digitale televisie**

Nu digitale televisie in 40% van de Nederlandse huishoudens aanwezig is, wordt de vraag steeds relevanter op welke manier mensen er gebruik van maken. Stichting KijkOnderzoek (SKO) heeft daarom Intomart GfK opdracht gegeven een kwalitatief onderzoek uit te voeren onder gebruikers van digitale televisie.

Uit het onderzoek blijkt dat bezitters van een digitaal abonnement in bepaalde gevallen onbewust analoog blijven kijken. Vooral in de beginperiode van het abonnement bestaat geregeld verwarring bij een aantal gezinsleden. Binnen de huishoudens die deelnamen aan de interviews, die bij hen thuis plaatsvonden, waren dit met name vrouwen en oudere kijkers.

Naast het "onbewust analoog kijken" kijkt men soms met opzet via de analoge kabel omdat het makkelijker is om dit "even snel aan te zetten". Ook wordt bewust teletekst via de analoge kabel gebruikt omdat deze niet altijd digitaal te verkrijgen is. Verder zijn andere televisies dan het huiskamertoestel in digitale huishoudens (zoals op de slaapkamer) verantwoordelijk voor een groot deel van het analoge kijken.

Bas de vos (Directeur SKO) zegt hierover: *'Het kwalitatief onderzoek geeft ons een mooi inzicht in de beweegredenen voor en mogelijke manieren van het gebruik van digitale televisie'*.

De huishoudens in het onderzoek geven bijna allemaal aan dat de betere beeldkwaliteit de belangrijkste reden is om voor digitale televisie te kiezen. De behoefte aan een beter beeld komt soms voort uit een slechte uitgangssituatie, bijvoorbeeld slechte ontvangst van één of meerdere zenders. Vooral de jongere mannen in het onderzoek zijn bij hun keuze voor digitale televisie het meest voor het betere beeld gegaan, al dan niet in samenhang met een nieuwe breedbeeld-flatscreen televisie. Een uitgebreider zenderpakket blijkt niet vaak een reden te zijn voor overstappen naar digitale televisie. Slechts af en toe wordt digitale televisie expliciet gekozen voor de extra zenders.

Digitale televisie is duidelijk niet voor alle geïnterviewden een bewuste keuze geweest. Aanschaf van digitale televisie is in sommige gevallen ook gekoppeld aan verhuizing. Verschillende huishoudens in het onderzoek zijn ingegaan op een multiplay-aanbieding. De settopbox is voor hen een bijkomend element in combinatie met het internet-/bel-abonnement. In deze gevallen zie je bij één of meer gezinsleden een weinig bewuste omgang met de settopbox en het vaak blijven kijken naar analoge televisie. Huishoudens die een settopbox met harde schijf bezitten zijn daar over het algemeen zeer enthousiast over, omdat ze zeggen dat het hun televisiegebruik verrijkt. Onder meer het stilzetten van het beeld en de aanvullende programma-informatie vinden meerdere deelnemers 'ideaal'.

Over de opzet van het onderzoek:

- Er zijn n=12 diepte interviews uitgevoerd:
 - 4 single interviews op onderzoekslocatie Intomart GfK
 - 8 inhomes in het land (met 1 tot 3 gezinsleden tegelijk)
- Spreiding naar achtergrondvariabelen

Einde bericht.

Voor meer informatie:

Bas de Vos 06-55788452