



Onderwerp: **Persbericht TV in Nederland, 1^e helft 2010**

Datum: 21-07-2010 Volgnummer: 11

Het Nederlandse Televisielandschap digitaliseert verder. 55% van de Nederlandse huishoudens is nu voorzien van digitale televisie. Significante stijging TV kijken via Internet. 40% van de huishoudens kijkt wel eens TV online.

Dit blijkt uit het Establishment Survey van SKO, dat jaarlijks door Intomart GfK wordt uitgevoerd. In de eerste helft van 2010 werden bij 3.091 Nederlandse huishoudens de belangrijkste televisiekenmerken vastgesteld.

Penetratie digitale televisie groeit van 51% in de tweede helft van 2009 naar 55% in de eerste helft 2010.

Steeds meer huishoudens in Nederland hebben de mogelijkheid digitaal televisie te kijken. Het totale percentage digitale ontvangst is gestegen naar 55%. De belangrijkste digitale groei is toe te schrijven aan Digitenne (nu 12,6%) en digitale Kabel (nu 26,4%). De daling van schotelbezit zet door (5,8%).

In 40% van de Nederlandse huishoudens wordt wel eens televisie via internet bekeken.

Het kijken naar televisieprogramma's op internet (WEB-TV) blijft sterk groeien in 2010. In de tweede helft van 2009 keek 34,9% van de Nederlandse huishoudens wel eens tv via de computer. In de eerste helft van 2010 stijgt dat significant door naar 40,1%.

Eén op de vijf huishoudens (22%) heeft een harddisk recorder.

Bij de randapparatuur die op het tv-toestel is aangesloten, is er geen sprake van een sterke stijging. Van 21,6% in de tweede helft van 2009 naar 22,1% in de eerste helft van 2010. Wel is er een kentering zichtbaar in het type harddisk. Steeds vaker zit de harddisk in de settop box geïntegreerd (nu 11,1%) en is het niet langer een los apparaat (nu 9,7%).

TV kijken via de mobiele telefoon wordt nog weinig gedaan.

Slechts 3% kijkt wel eens op deze manier TV, al is dit wel significant gestegen.

Bas de Vos (directeur SKO) zegt hierover: *'De verdere groei van televisie kijken via internet en mobiel maakt duidelijk waarom we als SKO ook onderzoek doen naar deze nieuwere vormen van televisie kijken. Ze winnen terrein en vragen daarmee om meer aandacht. Uiteraard naast de reguliere manieren van kijken die nog steeds dominant zijn.'*

Over het Establishment Survey van SKO

Intomart GfK voert in opdracht van Stichting Kijkonderzoek (SKO) jaarlijks het Establishment Survey uit, kortweg genoemd ES SKO. Doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van belangrijke televisie gerelateerde huishoudkenmerken in Nederland. Tevens levert dit onderzoek adressen van potentiële nieuwe panelleden voor het kijkerspanel. De uitkomsten zijn representatief voor alle huishoudens in Nederland.

In de eerst helft van 2010 werden 3.091 huishoudens in Nederland ondervraagd. De methodologische beschrijving is terug te vinden op www.kijkonderzoek.nl onder *Kijkonderzoek -> Methodologie*.

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

Noot voor de redactie

Nadere informatie/ Further information:

Bas de Vos

020 641 4333

06 55788452