



Onderzoek 'Trends in digitale media':

Smart-TV steeds meer in Nederlandse huishoudens

Steeds meer Nederlanders kijken TV-programma's via de smartphone en de tablet. Inmiddels is dit percentage respectievelijk 21% en 27%. Van alle mobiele devices wordt het meest TV gekeken via de good old laptop: 30%. De Smart-TV vindt zowel in bezit als in gebruik een vaste plek in de Nederlandse huishoudens. Van alle huishoudens beschikt 42% over een smart-TV en de helft maakt wekelijks gebruik van de apps die hierop staan. Daarnaast blijkt dat de mogelijkheid om te kijken waar en wanneer je wilt een belangrijke motivator te zijn voor het gebruik van Video On Demand platforms. Dit zijn enkele uitkomsten van het nieuwste 'Trends in Digitale Media'-onderzoek van GfK. Screenforce presenteert de video highlights.

Van alle Nederlanders beschikt 70% over een tablet. Dit percentage is in 2017 licht gestegen. YouTube is de meest geïnstalleerde media-app. NOS is de broadcaster waarvan de meest apps zijn gedownload. Opvallend is dat de tablet vooral

op de bank gebruikt wordt: 81%. Dit geldt ook voor de smartphone. 76% gebruikt dit toestel op de bank, gevolgd door 56% buitenshuis. De tablet wordt iets meer gebruikt voor het kijken van TV, 27% van de Nederlanders doet dit. Bij de smartphone ligt dit per-



De grootste apps

	Tablet	Smartphone
YouTube	40%	37%
Netflix	29%	20%
NPO Start	13%	7%
NOS	17%	15%
NU.nl	22%	24%
RTL XL	13%	7%
Ziggo GO	17%	14%
Fox Sports	4%	3%
24 Kitchen	3%	1%
KIJK	4%	2%
Videoland	3%	1%

centage op 21%. Via de laptop wordt het meeste TV gekeken, namelijk gemiddeld 38 minuten per week.

GROOTSTE MEDIA APPS

YouTube, Netflix, Spotify, NU.nl en Ziggo GO zijn de grootste media apps (zie

kader). Videodiensten spelen een grote rol in de app stores van zowel de tablet als de smartphone. Het zijn de global players die in de top van de meest gedownloadede apps staan. Local player Sanoma vestigt zich hiertussen met NU.nl. De apps van RTL en NOS volgen op de voet. In totaal installeren Nederlanders gemiddeld 24 apps op hun tablet en 28 op hun smartphone.

LANGER IS GROTER

Hoe langer de content hoe groter het scherm, zo blijkt. Het is een adagium dat al bestaat zolang we online video kennen. Uit de 2017 editie van Trends In Digitale Media blijkt dat de veelal korte video's op platforms als YouTube, Facebook en NU.nl meer bekeken worden op smartphones dan op andere devices. Hiertegenover staat dat de veelal langere video's op platforms als RTL XL, NPO Start, Netflix Videoland meer bekeken worden op de Smart-TV.

REDENEN

De belangrijkste redenen voor Nederlanders om gebruik te maken van betaalde videodiensten zijn ontspanning, de mogelijkheid om te kijken waar en wanneer je wilt, toegang tot een groot aanbod en de mogelijkheid om te kijken als er niets op TV is. Ontspanning is een belangrijke reden om gebruik te maken van RTL XL, YouTube en Fox Sports. Binge watching is belangrijk voor Netflix en Videoland. Opvallend is dat Nederlanders de mogelijkheid om vooruit te kijken niet heel belangrijk vinden voor KIJK, RTL XL en Videoland.

APPS OP SMART-TV

Van alle Nederlanders bezit inmiddels 42% een smart-TV. Ruim driekwart - 76% om precies te zijn - van de smart-TV

Over Screenforce

Screenforce is de Nederlandse TV-marketingorganisatie. Het doel is om adverteerders en mediabureaus te helpen om het beste te halen uit reclame rond premium videocontent. Screenforce verzorgt informatie over TV en andere premium videoplatforms, biedt services aan adverteerders en bureaus en vertegenwoordigt de belangen van de Screenforce-participanten op het gebied van public affairs. In Screenforce participeren Ster, RTL, Talpa Media Solutions, Branddeli, ORN en Disney Channels Benelux.

bezitters maakt daadwerkelijk gebruik van de extra functies van dit apparaat, door middel van de verschillende apps op de smart-TV. Hiervan doet 51% dit één of meerdere keren per week. Michel van der Voort, Directeur Screenforce over de resultaten: "De groei van het bezit van online devices vlakkt af. Het gebruik daarentegen groeit stevig door. Zeker het gebruik van videodiensten zoals Ziggo Go, KPN iTV en sinds kort NLZiet. Deze apps toveren je smartphone of tablet om in een televisietoestel. Dat is goed nieuws voor de broadcasters. Tegelijkertijd zien we dat online videocontent steeds meer de huiskamer binnenkomt via de smart-TV. Dit leidt tot een breder aanbod voor de consument en een mogelijkheid tot personalised advertising voor de adverteerder."