

Persbericht

Een vijfde van de Belgische bevolking gebruikt Video On Demand

7 september 2015

An Palmans
GfK
Marketing & Communication
T +32 16 74 24 43
an.palmans@gfk.com

- **Activiteiten op smartphone en tablets zijn grotendeels hetzelfde**
- **De belangrijkste redenen om Video On Demand te gebruiken zijn de uitgebreide keuze aan films en series én de mogelijkheid om te kijken wanneer je wilt.**
- **9 op 10 gebruikers van Music Streaming heeft geen betalend abonnement**

Leuven, 7 september, 2015 – GfK ondervroeg via online bevraging meer dan 1.000 mensen van 18 jaar en ouder verspreid over gans België over hun digitaal media gebruik.

Belgische gezinnen verkiezen een laptop boven een desktop

Zoals te verwachten blijft de televisie het populairste media toestel bij de Belgen. Maar liefst 96 procent van de Belgen bezit een televisietoestel. Gezinnen hebben ook vaak meer dan één tv-toestel in huis.

Wat betreft computers kiezen Belgen duidelijk vaker voor een laptop dan voor een desktop. 83 procent van de Belgische gezinnen bezit een laptop (zelfs vaak meer dan één) terwijl iets meer dan de helft een desktop in zijn woning heeft staan.

Smartphones en tablets worden voor ongeveer dezelfde doeleinden gebruikt

De smartphone wordt in de eerste plaats gebruikt om te sms'en en te bellen, daarna volgen "surfen op het internet", "mails checken", "foto's maken of bekijken" en "social media". Tablets worden voor dezelfde activiteiten gebruikt. De belangrijkste bezigheden op een tablet zijn "surfen op het internet", "mails checken", "spelletjes spelen" en "social media". Het bekijken van films of video's speelt zich vooral af op een tablet (52 procent versus 36 procent op een smartphone) en dit omwille van het grotere scherm.

91 procent van de Belgische gezinnen beschikt over digitale televisie

Digitale televisie heeft helemaal zijn weg gevonden naar de Belgische huishoudens. De meeste Belgische gezinnen (91 procent) hebben ondertussen digitale televisie in huis. Eén op twee Belgen kan echter nog niet op het internet met zijn televisietoestel, 20 procent kan dit wel dankzij een Smart TV.

“Live” televisie kijken doen we het liefst op een TV. 72 procent kijkt bijna elke dag live televisie op zijn tv-toestel. Als er niet live gekeken wordt op een TV, dan doen Belgen dit bij voorkeur op een laptop of op een tablet, hoewel dit niet zo vaak voorkomt (in minder dan 20 procent van de gevallen).

Uitgesteld kijken gebeurt meestal ook op een televisietoestel (22 procent doet dit dagelijks en 30 procent meerdere keren per week), ook hier volgt de laptop, met ruime afstand, op een tweede plaats. 64 procent van de gezinnen neemt ook minstens 1 keer per week een TV-programma, TV-show of film op om hier op een later tijdstip naar te kijken. Maar liefst 30 procent van de Belgen doet dit elke dag.

Video on demand het populairst bij jongeren

Voorals de jeugd is fan van Video on Demand. De 18 tot 34 jarigen zijn de grootste gebruikers van deze dienst. Bij de ouderen, en dan vooral de 50 tot 64 jarigen, is dit fenomeen minder doorgedrongen en zijn er minder gebruikers in deze leeftijdscategorie terug te vinden.

In de meeste gezinnen wordt er meestal door 2 personen gebruik gemaakt van de Video On Demand diensten.

De voornaamste redenen om voor Video On Demand te kiezen, zijn de uitgebreide keuze aan films en series, de mogelijkheid om te kijken wanneer er niets interessant op TV is en de mogelijkheid om te kijken waar en wanneer je wilt. De meeste gebruikers (63 procent) hebben een betalend abonnement op deze diensten.

Music Streaming gebeurt vooral met gratis abonnement

18 tot 34 jarigen zijn de grootste liefhebbers van music streaming en vooral de groep die nog thuis woont. Er is geen verschil tussen mannen en vrouwen qua gebruik.

90 procent van de gebruikers streamt muziek aan de hand van aan gratis proefpakket, slechts 10 procent heeft een betalend abonnement. Iets meer dan de meerderheid luistert er in z'n eentje naar, 42 procent doet dit meerdere keren per week en één op tien zelfs dagelijks. Gemiddeld luistert een gebruiker 108 minuten per dag naar muziek.

Muziek streamen gebeurt in bijna de helft van de gevallen met een laptop, met een smartphone (37 procent) of op een desktop of tablet (beide 24 procent). De meeste mensen gebruiken streaming diensten thuis (85 procent) of terwijl ze onderweg zijn (21 procent). Er wordt wel actief op zoek gegaan naar de muziek die ze luisteren, nl. één op twee gebruikt de zoek- en ontdekkfunctie en zij luisteren ook graag naar playlists die ze zelf hebben samengesteld.

86 procent betaalt nooit om muziek te downloaden

Slechts 13 procent betaalt een vergoeding om muziek legaal te downloaden. De overgrote meerderheid betaalt nooit om muziek te downloaden. Dit wilt echter niet zeggen dat ze illegaal downloaden. 85 procent van de ondervraagden beweert nooit illegaal muziek te downloaden.

Voor meer informatie over GfK's internationale onderzoeken naar de houding en het gedrag van mensen, gelieve contact op te nemen met an.palmans@gfk.com.

Over de studie

Voor dit onderzoek ondervroeg GfK in mei 2015 via online onderzoek 1.074 mensen. Deze steekproef vormt een representatieve voorstelling van de volwassen Belgische bevolking en bestond uit zowel Video On Demand gebruikers en niet-gebruikers en muziek streaming gebruikers en niet-gebruikers.

Over GfK

GfK staat voor betrouwbare en relevante markt- en consumenteninformatie, waarmee wij onze klanten helpen om de juiste beslissingen te nemen. Meer dan 13.000 marktonderzoekdeskundigen combineren hun passie met GfK's 80-jarige ervaring in het verzamelen en analyseren van gegevens. Hierdoor kan GfK essentiële wereldwijde inzichten leveren in combinatie met kennis van plaatselijke markten vanuit meer dan 100 landen. Met behulp van innovatieve technologieën en wetenschappelijke methodes bewerkt GfK big data tot slimme data, zodat klanten hun concurrentievermogen kunnen verbeteren en de beleving en keuzes van consumenten kunnen verrijken.

Ga voor meer information naar www.gfk.com, of volg GfK op Twitter: www.twitter.com/gfk

Verantwoordelijk onder de perswetgeving:
GfK Belgium, Marketing & Communication
An Palmans
Arnould Nobelstraat 42
3000 Leuven
Belgium
T +32 16 74 24 43
an.palmans@gfk.com