



Datum | 21 december 2009
Volgnummer | 16/2009
Onderwerp

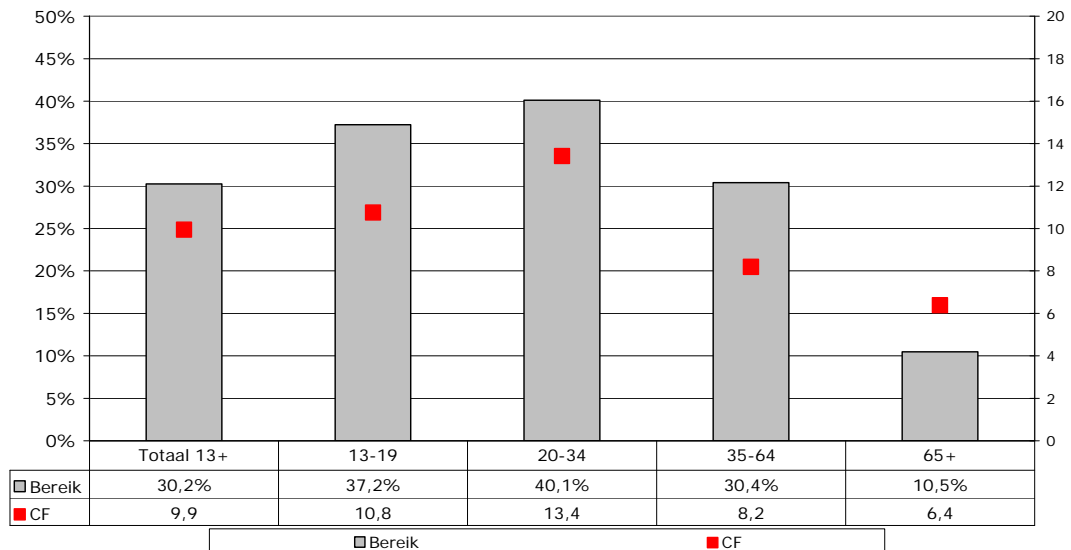
Unieke samenwerking tussen SKO en STIR geeft eerste beeld van televisie kijken via internet voor doelgroepen.

Bereik on-demand televisieprogramma's via internet en televisie vergelijkbaar rond de 30%

Uit gezamenlijk onderzoek van SKO en STIR blijkt dat één op de drie Nederlanders wel eens een televisieprogramma van NPO of RTL terugkijkt op internet. Het is voor het eerst dat dit gedrag voor doelgroepen in de Nederlandse markt in kaart wordt gebracht.

Gemiddeld worden er in het eerste kwartaal van 2009 door 30% van het Nederlandse publiek tien streams streams van RTL of NPO bekeken. Het bereik van WEB-TV, televisieprogramma's bekeken via internet, is aanzienlijk hoger in de leeftijdscategorie 13-19 jaar (37%) en 20-34 jaar (40%). Bij 65+ ligt het niveau weer aanmerkelijk lager met een bereik van 11%.

Totaal bereik en gemiddelde contactfrequentie WEB-TV, streamstarts binnen 7 dagen, NPO + RTL, Q1 2009

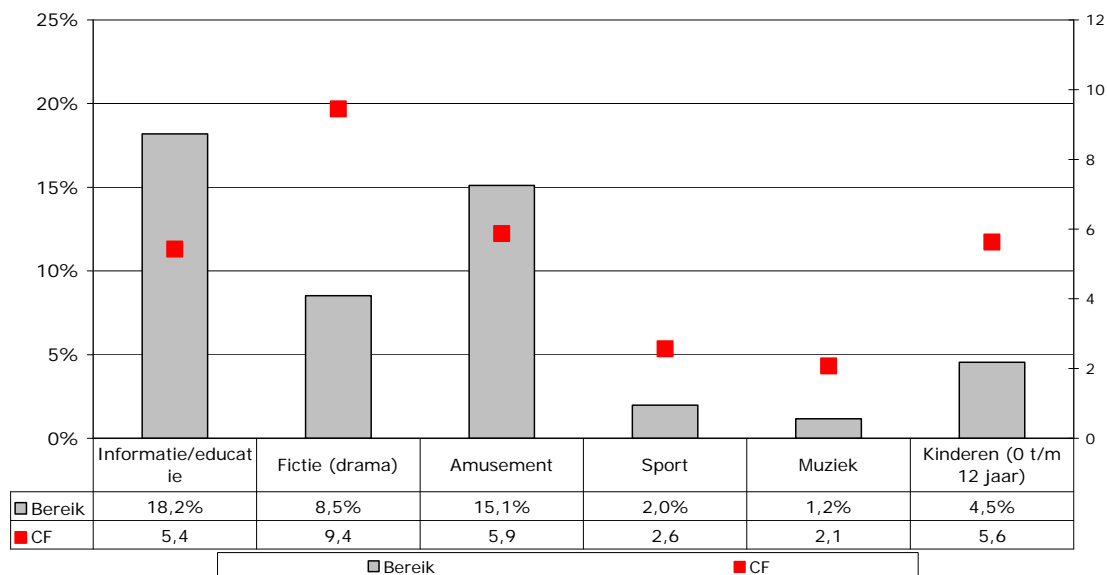


Bron: STIR/SKO/SKO WEB-TV

SKO, Stichting KijkOnderzoek
Groen van Prinstererlaan 91 , 1181 TR Amstelveen
T 00 31 20 641 43 33, F 00 31 20 642 83 49
E info@kijkonderzoek.nl, I www.kijkonderzoek.nl

Naast verschillen in doelgroepbereik blijken diverse soorten genres op internet een ander bereik te realiseren. Vooral informatie en amusement bereiken relatief veel mensen via het internet. Fictie wordt door een kleinere groep bekeken, maar indien dat het geval is, wel heel frequent. Het zijn de trouwe fans van soaps en series.

Totaal bereik en gemiddelde contactfrequentie WEB-TV, 13+ naar genre, streamstarts binnen 7 dagen, NPO + RTL, Q1 2009



Bron: STIR/SKO/SKO WEB-TV

De vergelijking met het bereik van programma's die via het televisietoestel uitgesteld worden bekeken via harddisk, video of settopbox leert dat beide vormen van uitgesteld kijken, via internet en via televisie, in zijn algemeenheid zeer vergelijkbaar in bereik zijn. Er zijn echter wel aanzienlijke verschillen tussen doelgroepen en genres. Hoe zich dat gaat ontwikkelen is de vraag, aangezien de internetpenetratie in Nederland al zeer hoog is, maar de penetratie van on-demand aanbod via de televisie nog sterk in ontwikkeling is.

Achtergrond en opzet onderzoek

Om inzicht te krijgen in de doelgroepen die TV-streams via het internet bekijken, is een samenwerking tussen Stichting KijkOnderzoek (SKO) en STIR opgezet.

Sinds september 2008 wordt door SKO structureel gerapporteerd over het aantal opgevraagde streams van NPO en RTL. Daarbij is het echter onduidelijk wat het profiel van de kijker is. STIR meet in een panel van 10.000 respondenten wie welke websites bezoekt. Maar STIR rapporteert nog niet over streaming TV gebruik omdat de informatie bij streams ontbreekt.

De samenwerking ziet er als volgt uit: De informatie die voor SKO-streaming aanwezig is (labels bij een stream) kan gebruikt worden in de registratie bij het STIR-panel. Het is dan mogelijk de streamstart terug te vinden in het surfgedrag van STIR panelleden. Hierdoor ontstaat inzicht in wie binnen het STIR-panel, welke SKO-streams bekijkt.

De analyse vond plaats op het STIR-databestand van het eerste kwartaal van 2009. Nedstat BV en Intomart GfK hebben dit project uitgevoerd in opdracht van STIR en SKO.

De meer gedetailleerde informatie is op de websites van SKO en STIR terug te vinden.

Einde van het persbericht.

Voor meer informatie:

SKO

Bas de Vos

06-55788452

Bas.de.vos@kijkonderzoek.nl

STIR

Frans Kok

06-39473950

f.kok@stir.nl