

Onderzoek Media:Tijd: Nederlanders besteden helft van de tijd aan media

07-04-2014 08:44



Media vormen een belangrijk deel van de tijdsbesteding van Nederlanders. Van de dagelijkse 24 uur besteden zij maar liefst 8 uur en 40 minuten aan media, bijna net zo lang als aan slapen (8 uur en 45 minuten). Daarbij is

een bredere indeling van de media-activiteiten gehanteerd dan tv, radio en print, namelijk: kijken, luisteren en lezen. In het onderzoek staat de media-activiteit los van de mediadrager en de wijze van distributie. Online kijken of luisteren en het lezen van digitale tekst wordt op deze manier ook geclassificeerd. De cijfers zijn gebaseerd op een dagboekje dat respondenten invulden, waarbij steeds de eerste vraag was met welke algemene activiteit men op dat moment bezig was. Daarna kon men eventuele andere activiteiten invullen.

De meeste tijd die Nederlanders aan media besteden, doen zij samen met andere activiteiten (multitasking). Dat geldt voor 5 uur en 15 minuten. Dat betekent dat de tijd die zij uitsluitend aan media besteden, beperkt is tot 3 uur en 25 minuten (of wel 14% van de dagelijks beschikbare tijd). Ter vergelijking: aan studie en werk wordt gemiddeld ook 14% besteed, aan eten en verzorging 10%, aan huishouden en winkelen 9% en aan reistijd 4%. Het grootste aandeel van de mediatijd bestaat uit kijktijd (circa 3 uur), gevolgd door luistertijd (2 uur en 49 minuten) en communicatie (1 uur en 6 minuten). Hierbij springen grote verschillen tussen jongeren en ouderen in het oog. Ouderen besteden relatief veel tijd aan kijken, luisteren en ook lezen, terwijl jongeren juist meer tijd besteden aan communicatie en gamen.

De volledige rapportage is vanaf 4 april te downloaden via de site www.mediatijd.nl.

Over het onderzoek Media:Tijd

Media:Tijd is in het najaar van 2013 door onderzoeksbureau GfK uitgevoerd in opdracht van SCP, NOM, NLO, SKO en STIR. Het onderzoek is uitgevoerd door respondenten een dagboek in te laten vullen: 90% van de respondenten deed dit zelfstandig in een online dagboek, de overige 10% werd telefonisch ondervraagd over de voorgaande dag.

Respondenten is gevraagd om in het dagboek hun tijdsbesteding in tijdvakken van 10 minuten invullen, waarbij alle activiteiten moesten worden vermeld die langer dan vijf minuten duurden. Het tijdsbestedingsonderzoek is gedurende vijf weken uitgevoerd in de periode van 9 september t/m 13 oktober 2013.

De populatie bestaat uit personen van 13 jaar en ouder in particuliere huishoudens in Nederland. De rapportage van Media:Tijd is gebaseerd op 2.947 respondenten.

Media:Tijd zal als hub worden gebruikt om de bereikdata van de afzonderlijke mediabereiksonderzoeken van NOM, NLO en SKO aan elkaar te koppelen. Voor het koppelen van een internetbereiksonderzoek zal gebruik worden gemaakt van DDMM (Dutch Digital Media Measurement). Met de gekoppelde bestanden moet het mogelijk worden om uitspraken te doen over gecombineerd mediagebruik via internet, print, radio en televisie. De datafusie wordt uitgevoerd door RSMB. De resultaten worden eind 2014 verwacht.

Media:Tijd vormt geen vervanging van de bestaande media-bereiksonderzoeken die de JIC's in beheer hebben. Voor het uitdiepen van het precieze gedrag per medium blijven de afzonderlijke media-bereiksonderzoeken centraal staan, omdat deze specifiek en nauwkeuriger zijn.

inct.formatie

23 april 2014: Het congres voor uitgevers over succesvol uitgeven

Meer dan 20 topsprekers, waaronder **Sjuul Paradijs** (De Telegraaf), **Dan Hassler-Forest** (Transmedia) **Diederik van Leeuwen** (Stichting Bibliotheek), & **Harrie van Luxemburg** (Kluwer)

[Meer informatie en aanmelden](#)