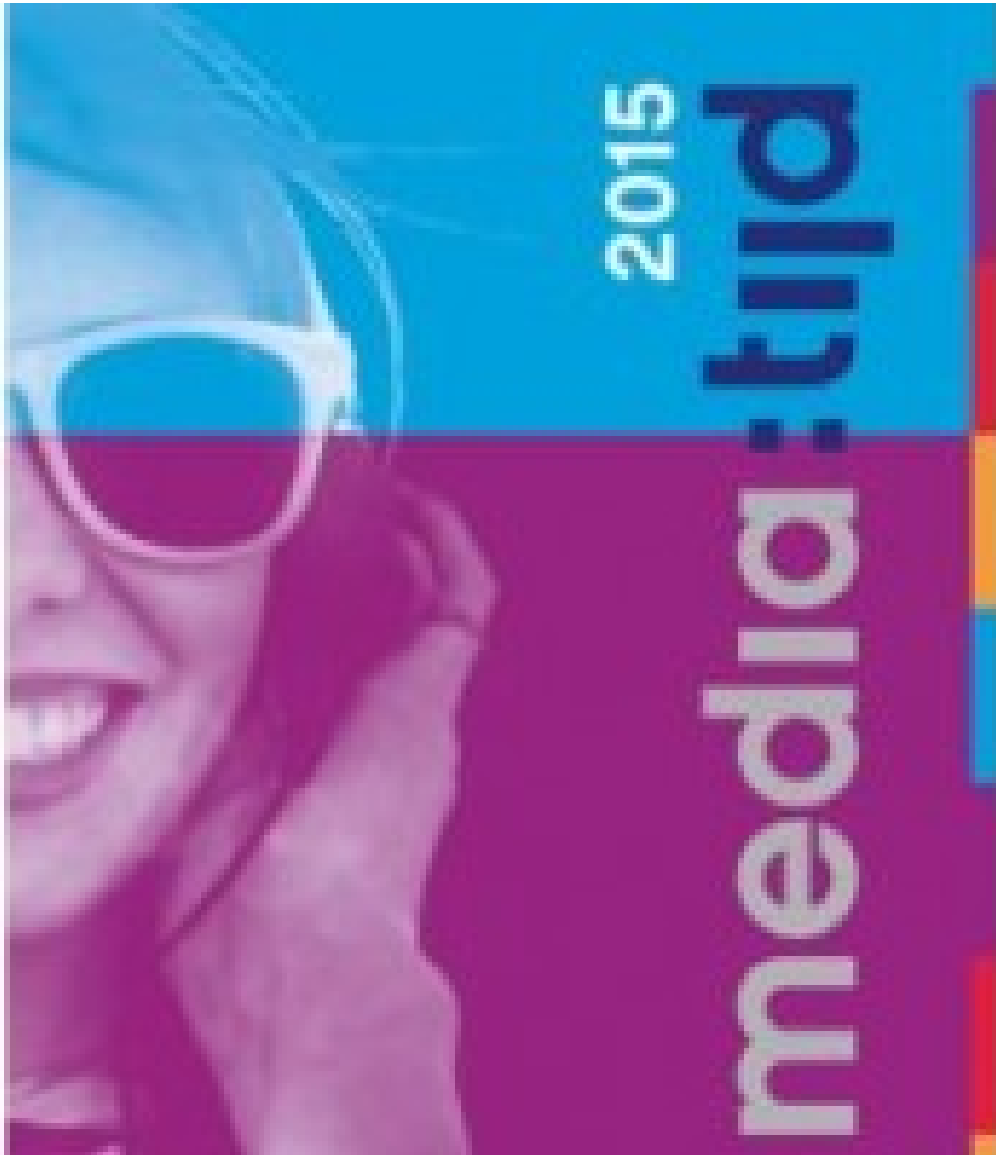


Traditionele media nog steeds dominant

24-03-2016 17:19



Dit zijn enkele bevindingen uit het vandaag gepresenteerde tijdsbestedingsonderzoek Media:Tijd 2015.

Media:Tijd behelst een dagboekonderzoek waarin gedetailleerde informatie over het mediagebruik in Nederland wordt verzameld. Voor het onderzoek hielden 2.904 respondenten - een representatieve dwarsdoorsnede van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder - een week lang iedere 10 minuten hun activiteiten bij. Het onderzoek wordt elke twee jaar gehouden. In het najaar van 2013 was dat voor het eerst.

Media:Tijd is een gezamenlijk onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) en organisaties voor mediabereiksonderzoek: het Nationaal Luisteronderzoek (NLO), Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM), Stichting Kijkonderzoek SKO) en het Buitenreclame Onderzoek (BRO).

Nederlander besteedt 8 uur en 33 minuten per dag aan media

Alle tijd die Nederlanders in 2015 dagelijks aan afzonderlijke media besteden bedraagt gemiddeld 8 uur en

33 minuten. Om een vergelijking te geven, Nederlanders slapen gemiddeld 8 uur en 45 minuten. De totale mediatijd is hiermee niet veranderd in de afgelopen 2 jaar.

In de praktijk gebruiken Nederlanders soms gelijktijdig media (media-multitasking). Denk aan het luisteren naar de radio én het lezen van een tijdschrift. Van de 24 uur op een dag beslaat het mediagebruik 7 uur en 23 minuten. Dit mediagebruik bestaat uit een aantal vaste activiteiten, zoals kijken, luisteren, lezen en communiceren. Uit het onderzoek blijkt dat kijken en luisteren de meeste tijd in beslag nemen. Gemiddeld zijn Nederlanders op een dag 58 minuten onderweg. Iets minder dan de helft van deze tijd wordt met media gecombineerd. Dit is tijd waarin mensen met outdoor media in aanraking kunnen komen, zoals billboards langs de weg of advertenties in een tramhokje.

Televisie kijken nog altijd favoriet

Per dag kijken Nederlanders ongeveer 3 uur media, zoals televisie, online video (bijvoorbeeld YouTube) of video on demand. 78% van deze tijd kijkt men live televisie, vooral via het klassieke televisietoestel. 11% van de kijktijd gaat naar uitgesteld televisie kijken. 8% van de tijd wordt via computer, tablet of smartphone gekeken.

Jongeren kijken vaker via deze online devices dan ouderen. Daarnaast besteden jongeren ook meer tijd aan het kijken van gestreamde of gedownloade programma's (21% van de kijktijd). Toch blijft de live televisie - met 55% van de kijktijd - ook bij jongeren met stip op één staan.

Luisteren is het ultieme multitaskingmedium

De luistertijd betreft voor het overgrote deel live radio. In tegenstelling tot kijken, wat vooral gebeurt in de avonden, luisteren Nederlanders vooral overdag naar radio en muziek. Tot zes uur 's avonds heeft luisteren de overhand. Luisteren is het ultieme multitaskingmedium: 75% van de luistertijd gaat samen met één of meer andere activiteiten. De Nederlander luistert voor driekwart van de tijd nog via een vast radiotoestel, autoradio of draagbare radio. Luisteren via tablet, computer of smartphone neemt 16% van de luistertijd in beslag.

Luisteren via internet is met 9 minuten per dag in omvang nog beperkt, maar de gemiddelde tijd voor deze activiteit is de afgelopen twee jaar verdubbeld.

Mannen lezen vaker digitaal

Aan lezen besteden Nederlanders gemiddeld 43 minuten per dag. Het lezen van dagbladen, tijdschriften, boeken en andere media vindt gedurende de hele dag plaats. Doordeweeks lezen meer Nederlanders in de ochtend en avond. Op een doorsneedag leest 39% van de Nederlanders van papier. Digitaal lezen is in opkomst, met een aandeel van 20% van de Nederlanders op een dag. Vooral mannen, hoger opgeleiden en 20- 49 jarigen lezen digitaal.

Jeugd koploper in communiceren en gamen

Met communiceren (bellen, e-mailen, SMS-en, appen, chatten en sociale media gebruik) zijn we 1 uur en 6 minuten per dag bezig. Bijna de helft (48%) van deze communicatietijd gaat via de smartphone. De vaste telefoon neemt 7% van de communicatietijd in en laat zich goed meten met de tablet (ook 7%). Gamen is vooral erg in trek bij jongeren van 13 tot 19 jaar. Deze activiteit is dagelijks goed voor drie kwartier van hun tijdsbesteding, maar haalt het niet bij communiceren. De jeugd communiceert met 2 uur en 12 minuten per dag het meeste van alle leeftijdsgroepen.