

Helft van Nederlanders kijkt naar betaalde online videocontent

14-06-2017 08:47

Uit de nieuwste meting van de internationale studie GfK ViewScape blijkt dat 49% van de Nederlanders (18+) inmiddels naar betaalde online videocontent kijkt via een abonnement of losse verkoop. Leeftijd en levensfase hebben de meeste impact op de manier van kijken. 18-34 jarigen besteden beduidend meer tijd aan video dan de groep 55+.

De groep 18-34 jarigen met een betaald Video on Demand abonnement spenderen de helft van hun totale videokijktijd aan content via dit abonnement. Welke content jongeren kijken wordt vooral bepaald door aanbevelingen van vrienden en familie en promoties/trailers. De 55 plusser zoekt vooral binnen de TV kanalen die ze al regelmatig kijken of raadpleegt de (elektronische) programmagids.

Online video kijken zorgt er vooral voor dat de totale video consumptie is toegenomen. Het vervangt slechts voor een deel lineair tv kijken. De meerderheid van de consumenten heeft vooralsnog de voorkeur voor lineair TV kijken, zelfs diegene met een betaald Video on Demand abonnement. 22% van de consumenten die een betaalde VOD service hebben geeft hieraan de voorkeur.

Marktleider Netflix laat nog steeds een toename zien in het aantal gebruikers. Het succes van Netflix heeft de markt voor andere abonnement diensten geopend. 69% van de consumenten heeft één betaald VoD abonnement. 14% heeft er twee en 17% zelfs 3 of meer.

De Kabel TV-aanbieders hebben qua aantal abonnees een relatief stabiele basis. Toch worden zij bedreigd door 'Cord Shaving' (consumenten die hun tv-pakketten verlagen, bijvoorbeeld het stopzetten van premium content, sportkanalen) en hiervoor alternatieve VOD abonnementen afsluiten. 39% van de consumenten met een betaald VOD abonnement heeft zijn tv-pakket uitgekleeft. Van consumenten zonder VOD abonnement is dit 15%.