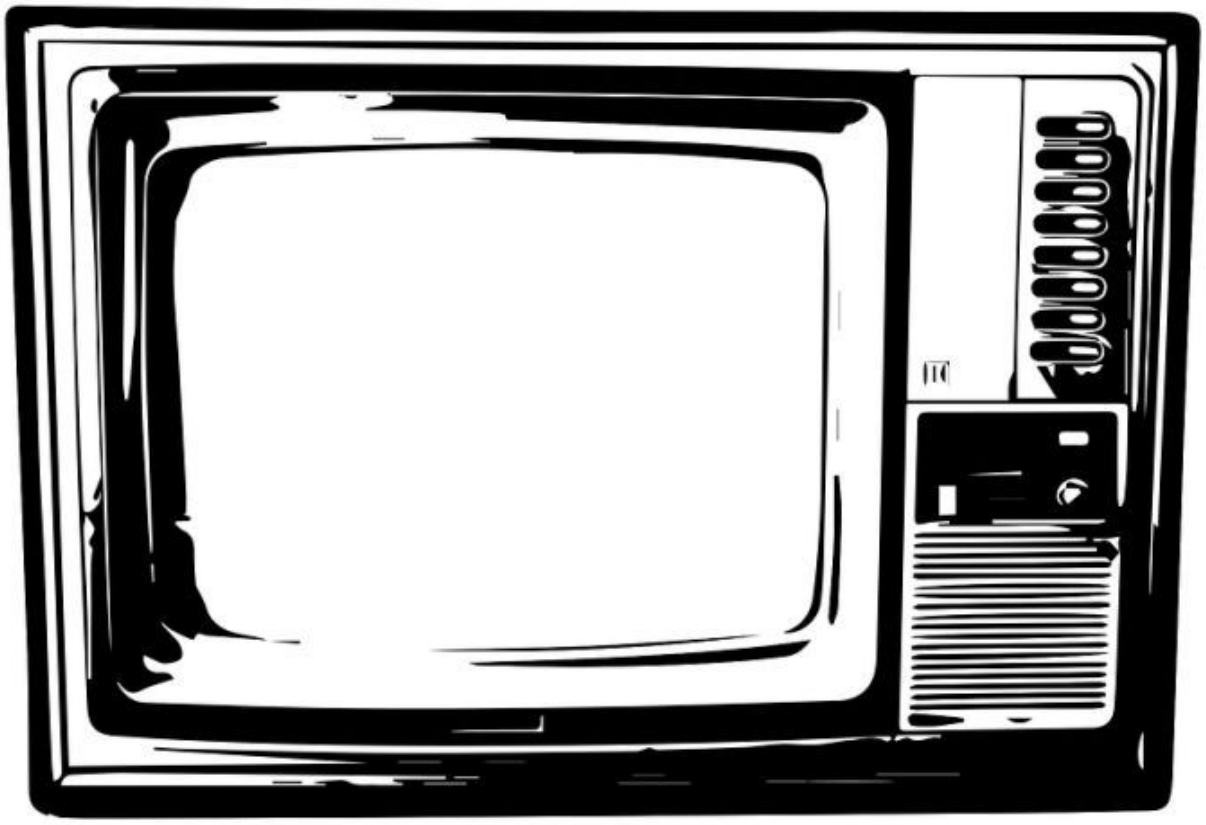
Televisie blijft een belangrijke rol spelen; ook bij jongeren

13-12-2019 09:17



Het medium televisie heeft nog altijd een belangrijke rol en er is een sterke indicatie dat dit in de toekomst, in ieder geval voor bepaalde genres, zo zal blijven. Dat blijkt uit het onderzoek Televisiepakketten en kijkgedrag dat het Commissariaat voor de Media heeft uitgevoerd.

De diversiteit van televisiepakketten is al jaren hoog en stabiel. Pakketten bieden een grote verscheidenheid aan zenders en genres aan. Grote standaardpakketten zijn de norm. Ook de tevredenheid en de trouw aan het televisieabonnement van het publiek is hoog en stabiel. Uit het onderzoek blijkt dat er al jarenlang een grote mate van tevredenheid bestaat. Pakkethouders beoordelen hun aanbieder al sinds 2014 minimaal met een 7,5. In 2019 is dit zelfs een 7,7. Abonnementhouders zijn daarnaast heel trouw aan hun aanbieder. Meer dan 80 procent is in het afgelopen jaar niet gewijzigd van aanbieder en meer dan 53 procent is al zes jaar of langer bij dezelfde aanbieder. Ook is geen indicatie te zien dat er op grote schaal sprake is van ‘cord cutting’, van de al kleine groep mensen in Nederland zonder televisieabonnement heeft slechts 7 procent in de afgelopen twaalf maanden zijn abonnement opgezegd.

Jongeren kijken naar alles, ouderen vooral televisie

Het onderzoek naar kijkgedrag geeft aan dat nieuwe manieren van kijken weliswaar steeds meer in opkomst zijn, maar het kijken naar traditionele televisiezenders voorlopig niet hebben vervangen. Kijkers in jongere leeftijdsgroepen maken gebruik van een brede mix van televisiezenders, on demand en social media diensten. Mensen in oudere leeftijdsgroepen kijken nog steeds vooral televisie. Voor een aantal specifieke genres, zoals nieuws, sport en entertainment, blijkt zelfs voor alle leeftijden nog een voorkeur voor lineaire televisie. Meer dan driekwart van de kijkers naar sport en nieuws doet dit het liefst via lineaire televisie. Bij amusement is dit

nog steeds meer dan de helft.

Het onderzoek naar televisiepakketten en kijkgedrag is in 2019 voor het zesde jaar op rij uitgevoerd. De resultaten van de onderzoeken in de afgelopen jaren kunnen daarom goed worden vergeleken met de resultaten van het onderzoek dit jaar. Hierdoor zijn ontwikkelingen in het aanbod van televisiepakketten op zowel lange als korte termijn waar te nemen.

David Huijzer