# Nederlanders besteden gemiddeld ruim drie uur per dag aan media

12-12-2023 08:59




**Nederlanders besteden buiten het werk om gemiddeld 16% van hun dag aan media, dat is 3:21 uur. Hiervan gaat de meeste tijd naar tv, films en series (2:16 uur), gevolgd door online media (0:35 uur), iets lezen of doorbladeren (0:23 uur) en muziek en radio of podcast luisteren (0:07 uur). Gedurende de hele dag spelen media een belangrijke rol, met een piek tussen 18:00 en 24:00 uur. Dan gebruiken bijna acht op de tien Nederlanders een vorm van media. Dat blijkt uit het tijdsbestedingsonderzoek waarin onderzoeksbureau MarketResponse, in opdracht van DPG Media, de gemiddelde dag van een Nederlander in kaart brengt.**

## Hoe later, hoe intensiever het mediagebruik

De gemiddelde Nederlander is de hele dag met media in de weer. ‘s Ochtends na het opstaan gebruikt bijna vier op de tien Nederlanders media. Ze checken onder andere hun social media of lezen het nieuws. Hoe later het wordt, hoe vaker en intensiever ze media gebruiken. Ook het mediumtype verandert aan het eind van de dag: overdag zijn Nederlanders vooral online actief, ‘s avonds kijken ze voornamelijk tv. Series zijn dan het populairst, gevolgd door nieuws en actualiteiten en tenslotte entertainment. Tijdens het tv kijken is ongeveer een op de tien Nederlanders ondertussen nog online actief.

## 65-plussers en 20- tot 35-jarigen gamen vaak

Waar het mediagebruik van Nederlanders ‘s avonds heel intensief is, gebruiken ze media ‘s ochtends vooral tijdens een andere activiteit. Overall wordt er het meest gebruikgemaakt van media tijdens de koffie, het eten of een hobby of ontspanningsmoment. Muziek, radio of een podcast op de achtergrond zijn daarbij het populairst, vooral overdag en onder 20- tot 35-jarigen. Daarnaast zijn Nederlanders met name tijdens het eten, tv kijken of de koffie online actief. De categorie 35- tot 50-jarigen is relatief weinig bezig met media, omdat die doorgaans de meeste tijd besteedt aan werk, huishouden en gezin. De 50-plussers maken gedurende de hele dag het meest gebruik van media, maar in mindere mate online. Iets lezen of doorbladeren is voor hen de belangrijkste activiteit. Opmerkelijk is dat 65-plussers relatief vaak, net zoals 20- tot 35-jarigen, gamen. Voor ouderen is gamen echter vaker de secundaire activiteit, terwijl het voor jongeren de primaire activiteit is.

Machiel van de Poll, senior research consultant bij MarketResponse: “Een opmerkelijke uitkomst van dit onderzoek is dat, ondanks alle negatieve berichtgeving over maatschappelijke en ecologische uitdagingen zoals polarisatie, bestaanszekerheid, klimaatverandering en migratie, Nederlanders overwegend positief en ontspannen zijn over hun dagelijks leven en hun werk. Daarnaast valideert, bevestigt, actualiseert en verdiept dit onderzoek onze inzichten en kennis op het gebied van leeftijdsgroepen en BSR-leefstijlen.”

Dennis Hoogervorst, onderzoeksexpert bij DPG Media: “Een recent grootschalig tijdsbestedingsonderzoek was er niet, maar er is wel veel vraag naar dergelijke gegevens. Wanneer gebruikt men welke typen media, hoe en voor hoe lang gebruiken ze het? Met dit nieuwe onderzoek kunnen we de gemiddelde dag van de Nederlander goed in kaart brengen. Deze resultaten nodigen ook uit om te reflecteren op je eigen gedrag: je bent niet de enige die tijdens tv-kijken online een nieuwsartikel leest.”

Frank Veerkamp