

Wat doet de jeugd?



When the iPhone was launched in 2007 ...

Capturing
tomorrow's
opportunities by
understanding future
needs and how to
communicate with
generations

... I was
10



**Aged 19 or
younger**

**GenZ
(iBrains):
Entertain me**

... I was
22



Aged 20 – 35

**GenY
(millennials):
Convince me**

... I was
31



Aged 36 – 49

**GenX:
Feel
responsible**

... I was
45



Aged 50 – 68

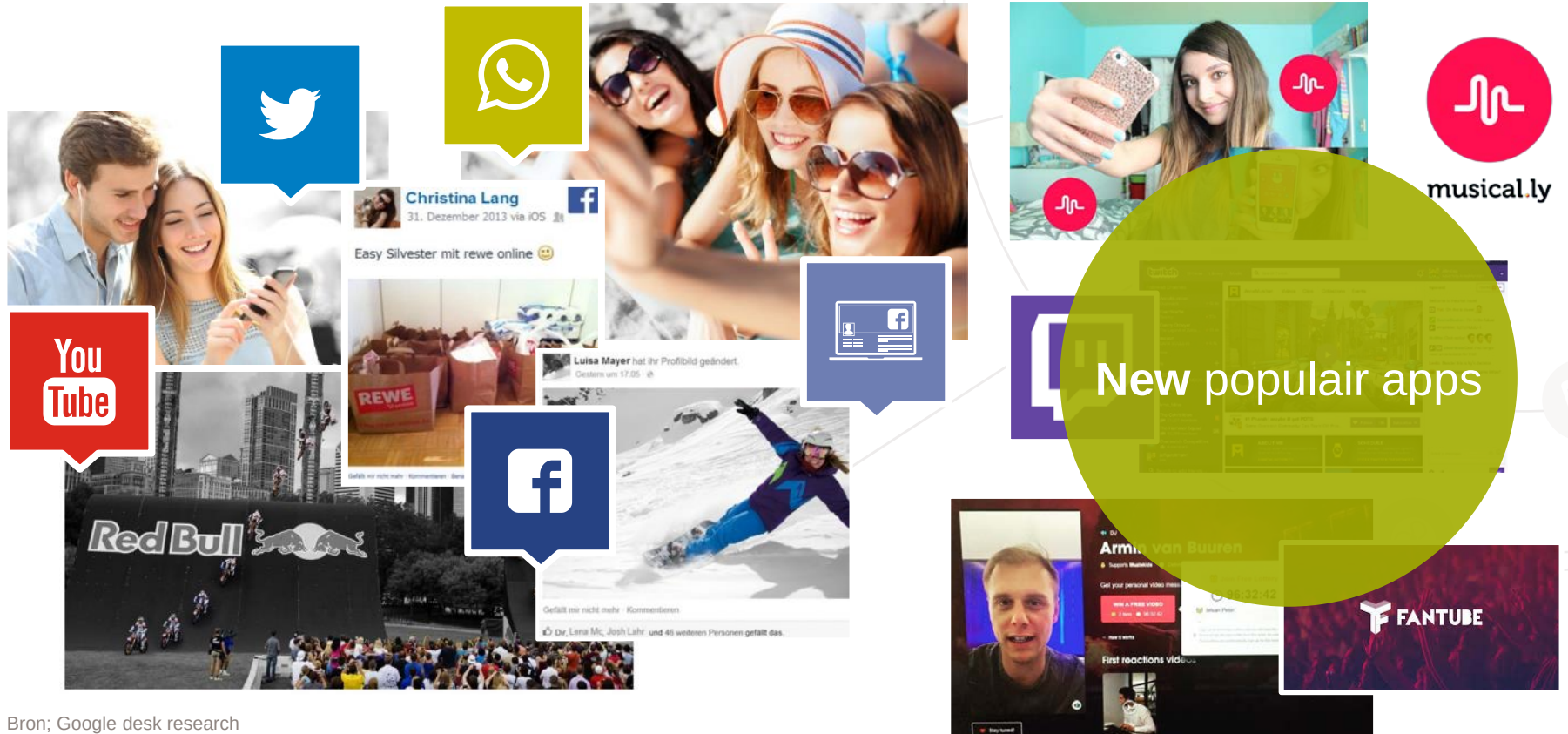
**Boomers:
Reward
me**

In 2020
the iBrains
will represent **40%**
of consumers
in the US, EUR,
BRIC countries.

Winning the iBrains
matters also now, because
93% of parents
say their iBrains
kids influence family spending
decisions and household
purchases.

In order to win
this group now and
in the future you
have to really
know them!
**And take them
seriously!**

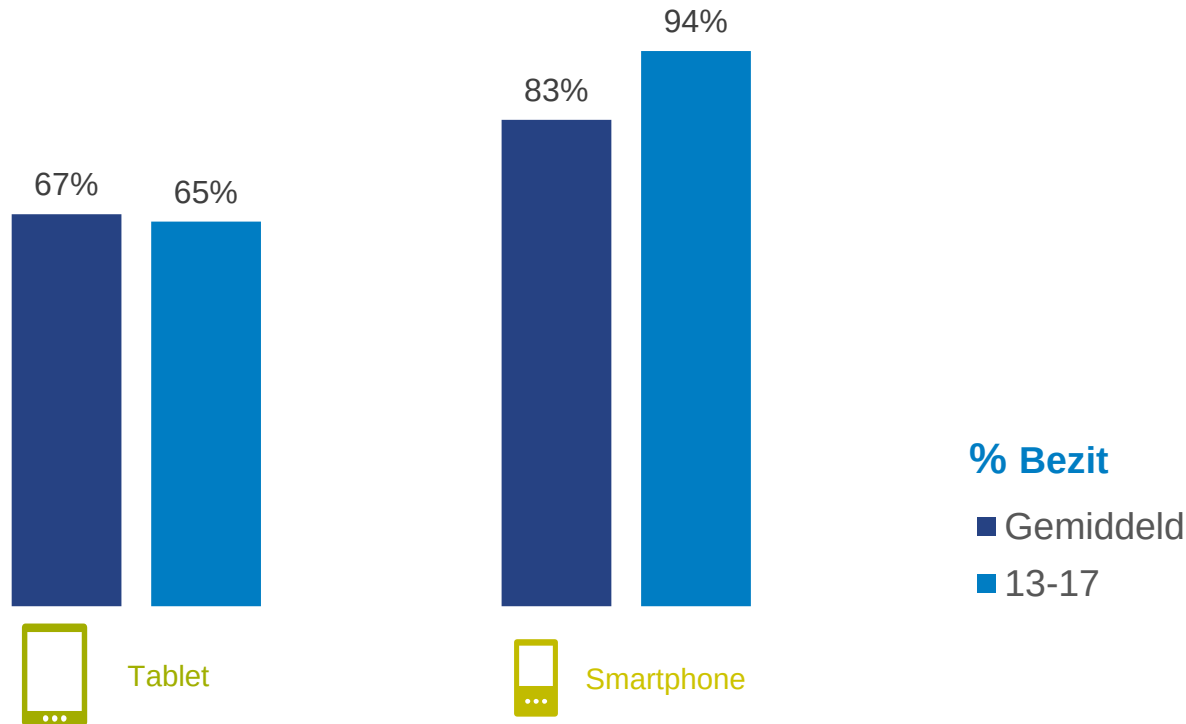
Shared experiences are the new differentiator for consumers



Bron; Google desk research

© GfK 31 oktober 2017

Het bezit van Smartphones onder jongeren ligt hoog

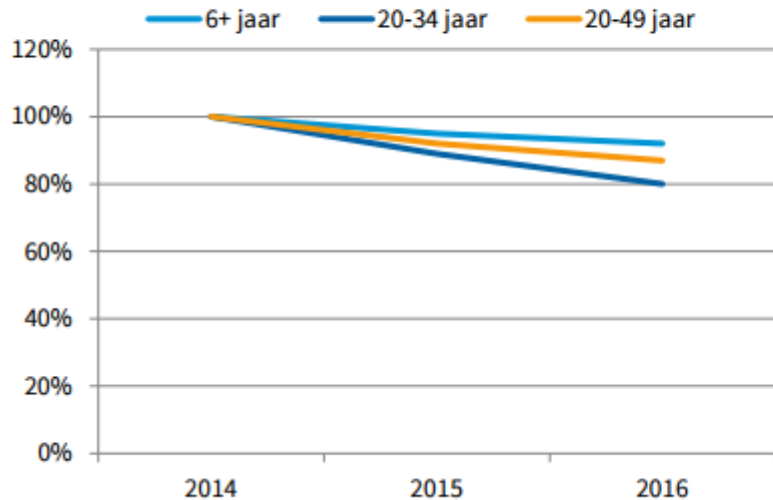


Gemiddeld **3,7**
van de volgende
verschillende
apparaten in bezit:

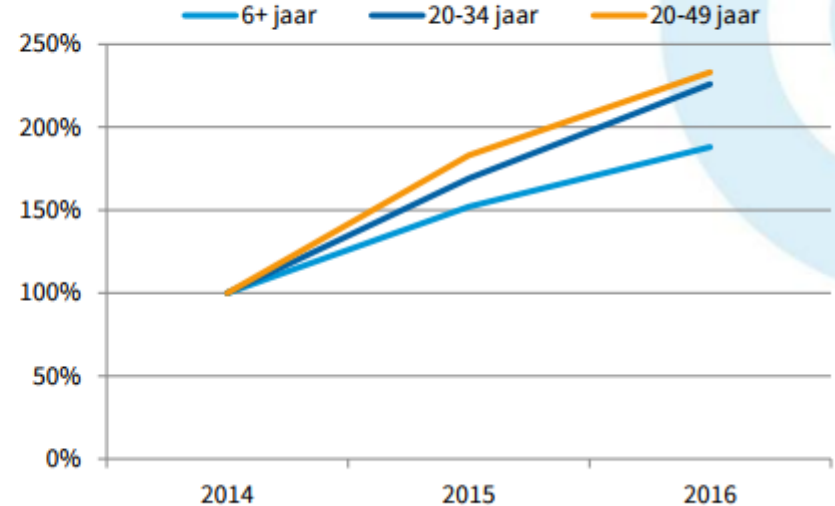
- PC (desktop)
- Laptop/netbook
- Smartphone
- Tablet
- Gameconsole
- E-reader
- Smart TV

Trend afgelopen 3 jaar: minder broadcast, meer overige schermtijd

KIJKTIJD

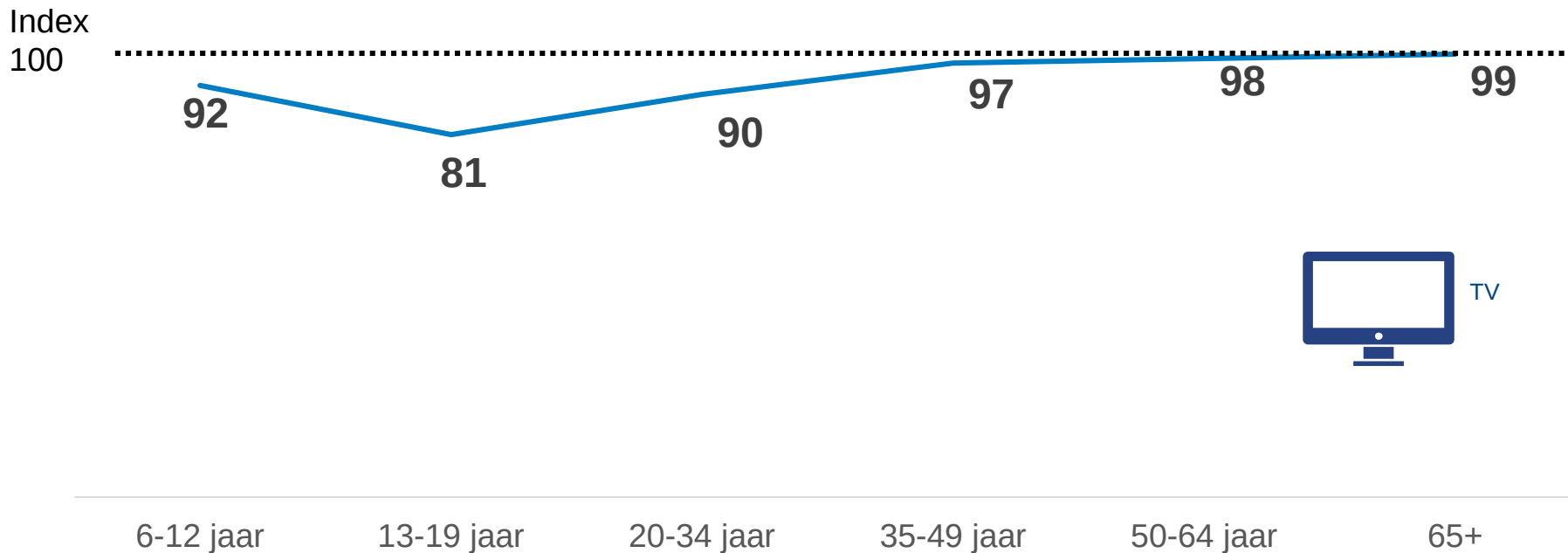


OVERIGE SCHERMTIJD



Ontwikkeling TV kijktijd per doelgroep; 13-19 jaar sterkst gedaald

Index 2016 vs 2015



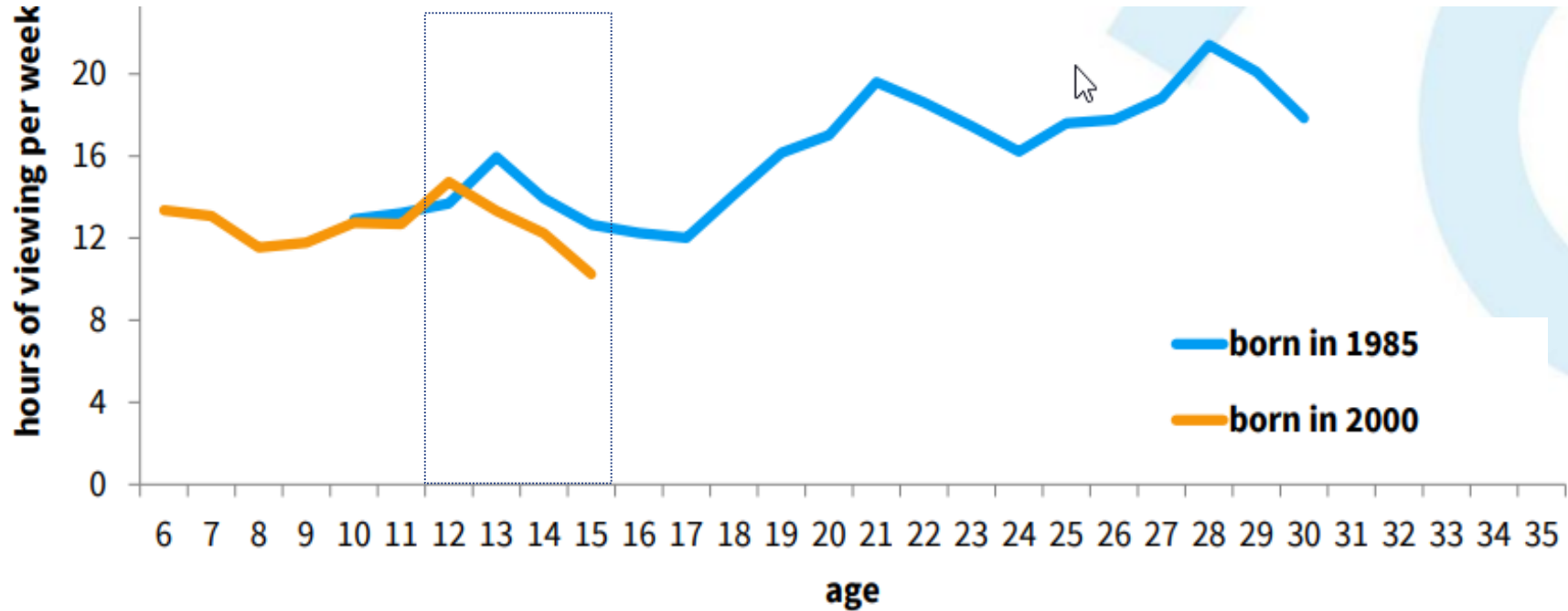
Top 10: best bekeken televisie programma's op het tv scherm

Waar kijkt de jeugd 13-19 jarigen naar via het tv scherm?

Zondag	VOETBAL EK NLD DNK DAMES HUL	NPO1
Zaterdag	WIE IS DE MOL	NPO1
Zaterdag	EUROVISIE SONGFESTIVAL FINALE	NPO1
Zondag	VOETBAL EK NB	NPO1
Zondag	VOETBAL EK NLD DNK DAMES F	NPO1
Zondag	JOURNAAL 20 UUR	NPO1
Zondag	HEEL HOLLAND BAKT	NPO1
Zondag	BOER ZOEKT VROUW INTERNATIONAAL	NPO1
Zondag	VOETBAL WK KW NLD BGR	NPO1
Vrijdag	VOICE OF HOLLAND THE FINALS	RTL4

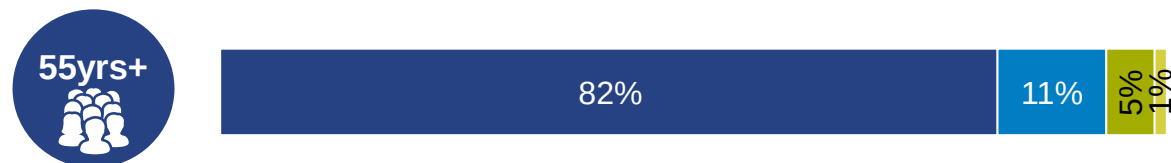


Gem. aantal uren tv kijken per week; kijkt jeugd minder tv?



Percentage kijktijd naar apparaat

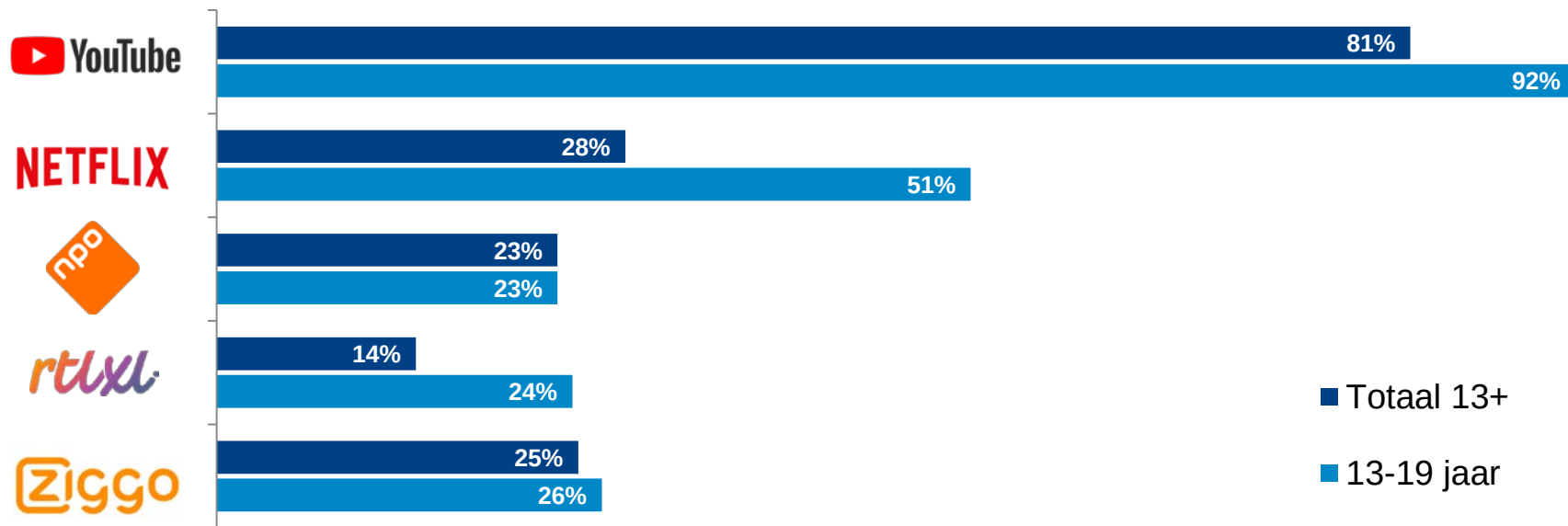
TV blijft meest gebruikt maar Smartphone sterk in trek bij 18-34 jarigen



..18-34 jarigen spenderen echter meer dan de helft van de kijktijd op andere devices.

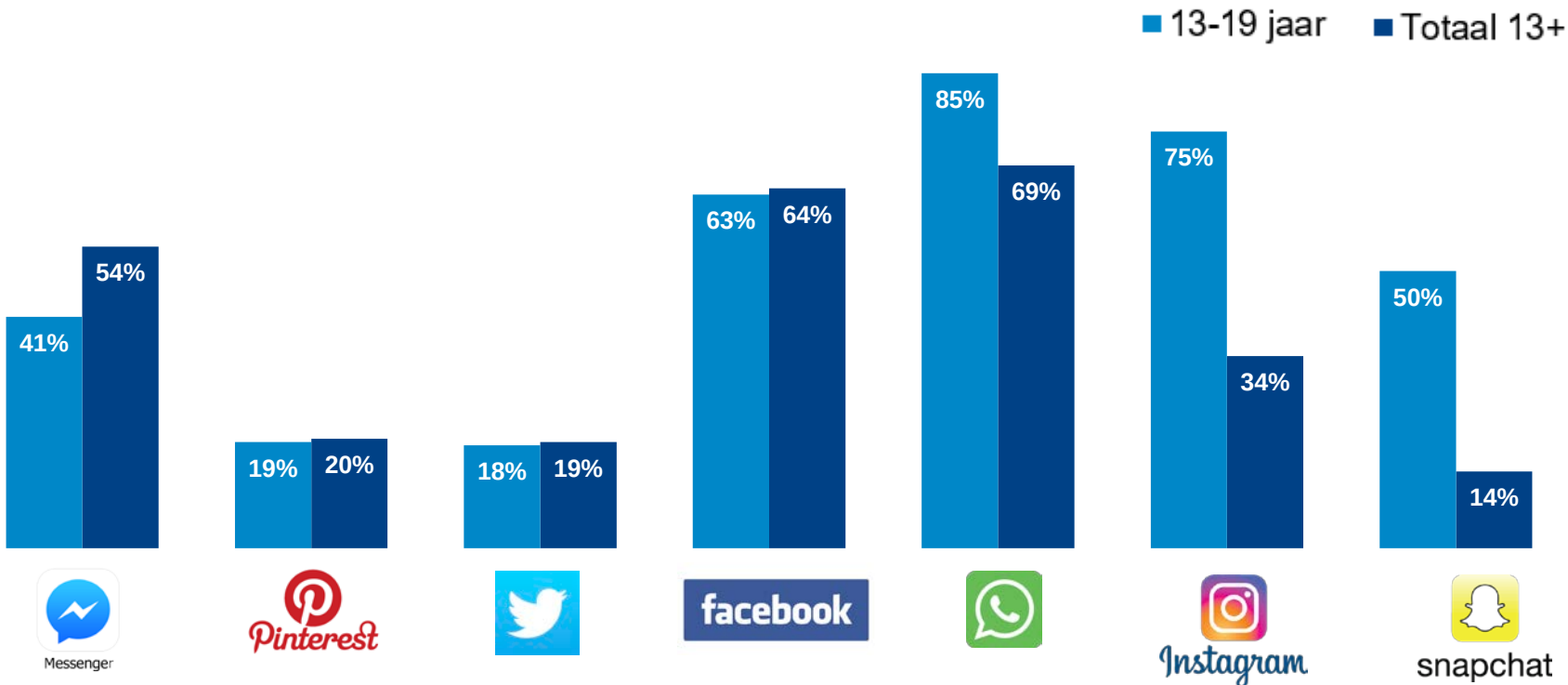
Bereik van Media Merken op diverse platformen

OTT platformen populair onder 13-19 jaar, september 2017



Snapchat, Instagram en WhatsApp populairder onder 13-19 jaar

GfK DAM – mobiel maandbereik | september 2017

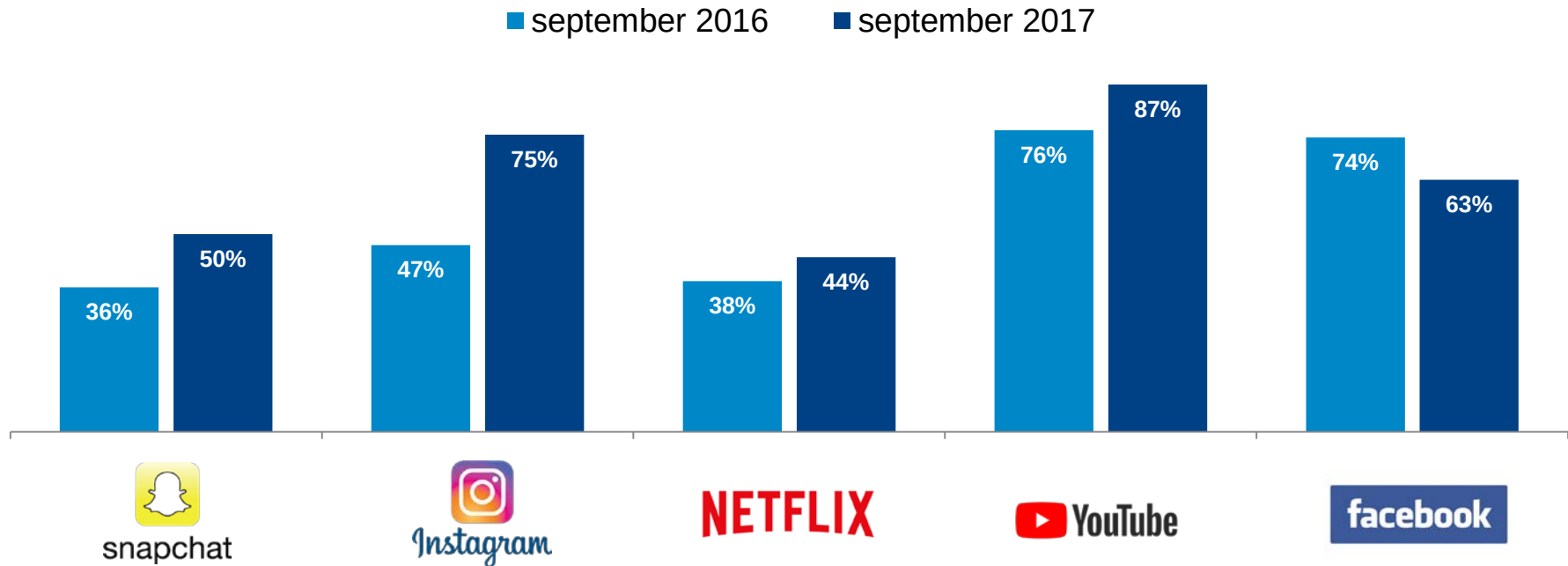


Bron: GfK DAM september 2017 maandbereik app (mobiel)

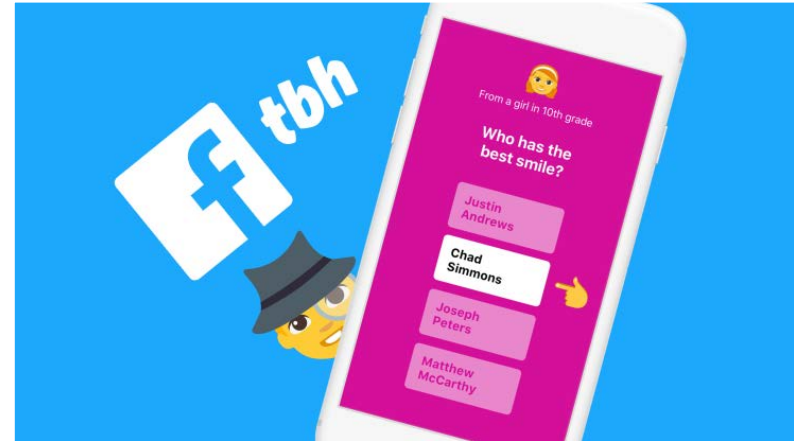
© GfK 31 oktober 2017

Instagram en Snapchat snelst groeiend maandbereik

GfK DAM – maandbereik 13-19 jaar

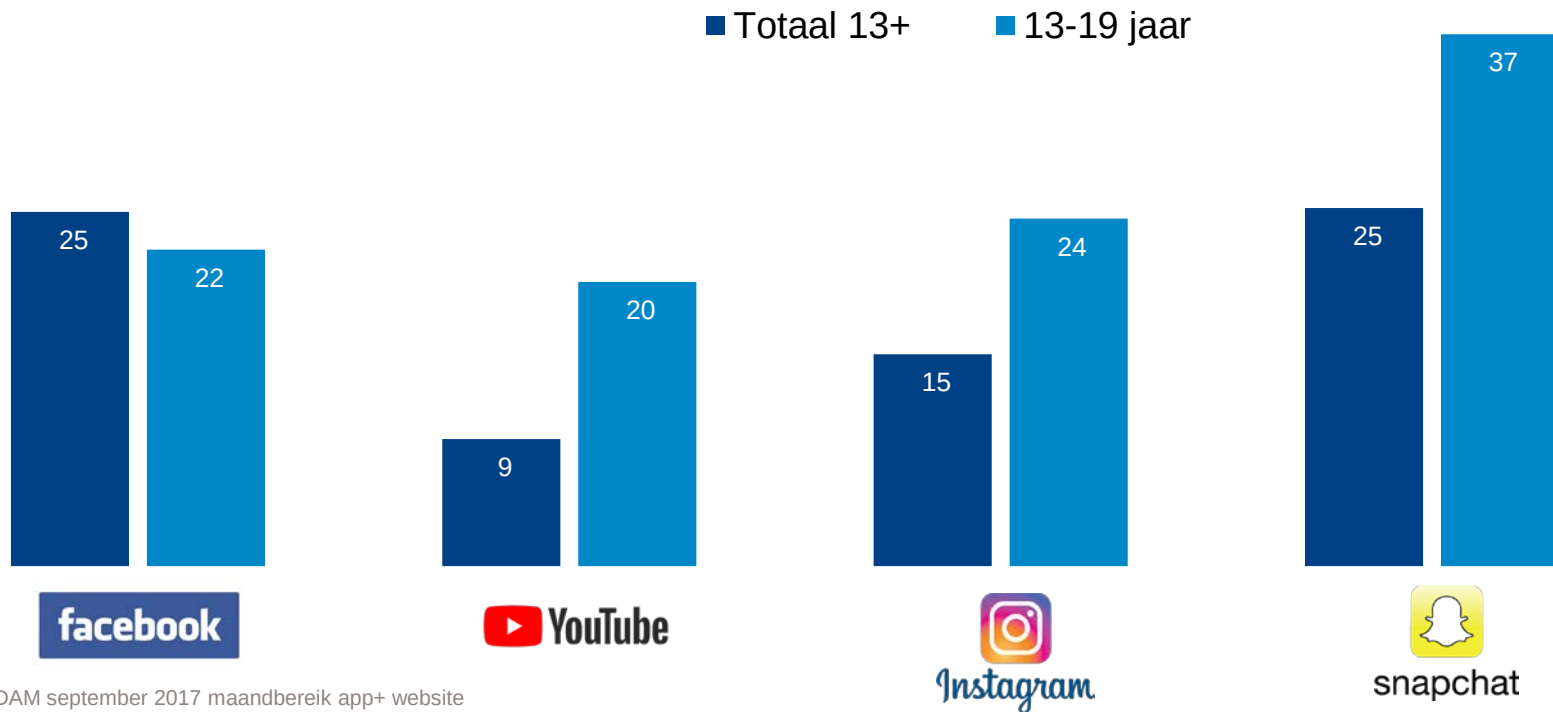


Facebook koopt TBH messaging app voor jongeren



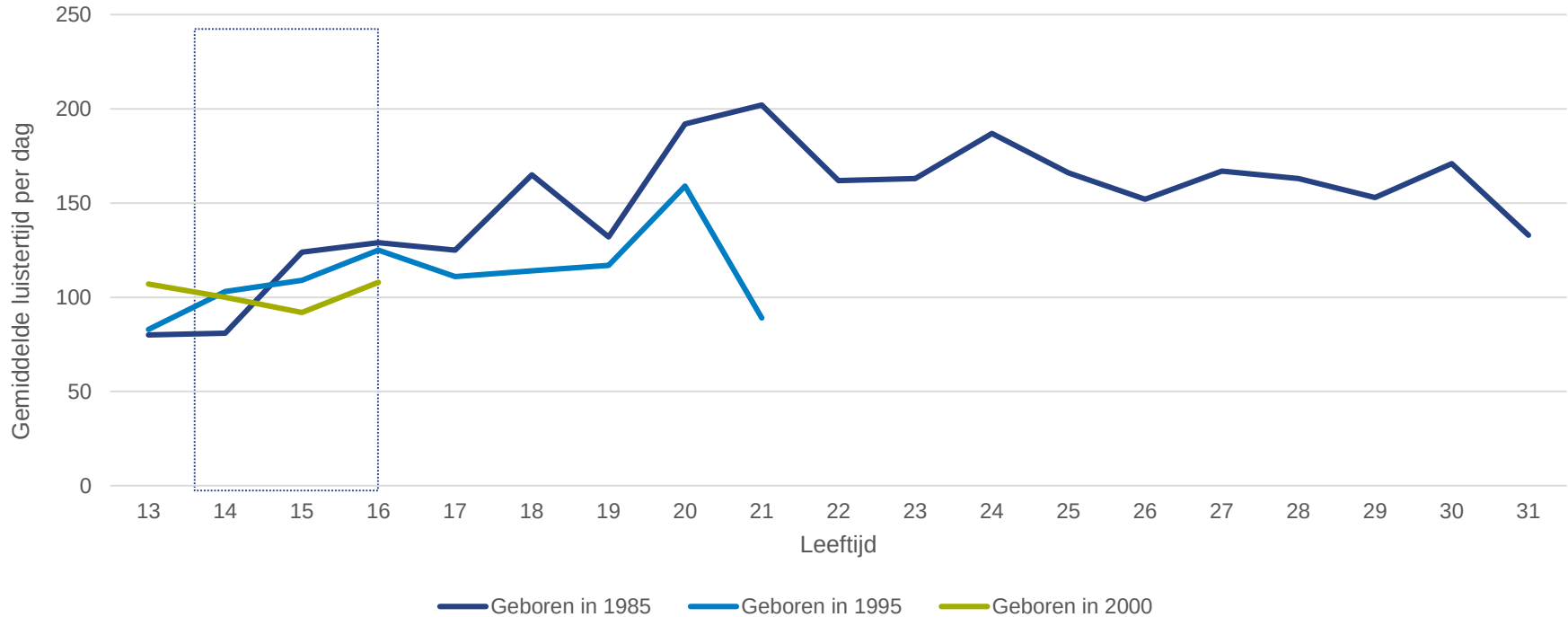
Aantal bezoeken per week

Van verschillende platforms



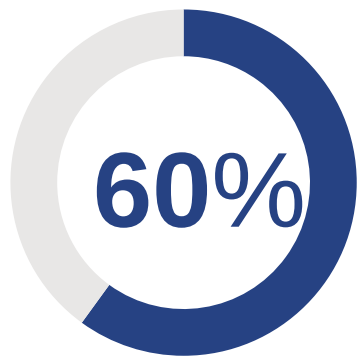
Bron: GfK DAM september 2017 maandbereik app+ website

Gem. luistertijd in minuten per dag. Luistert de jeugd minder radio?

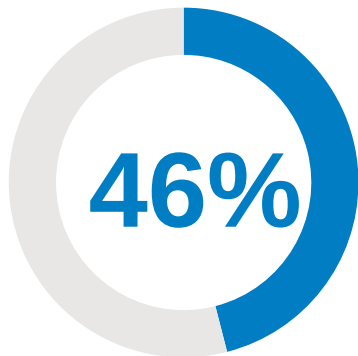


Gemiddeld dagbereik van live radio en muziekdiensten

live radio



13+

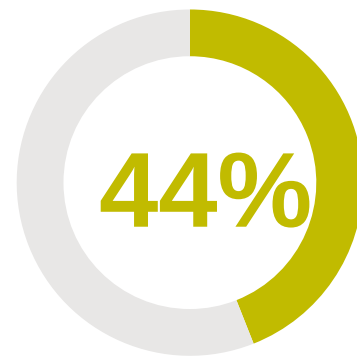


13-19 jaar

muziekdiensten



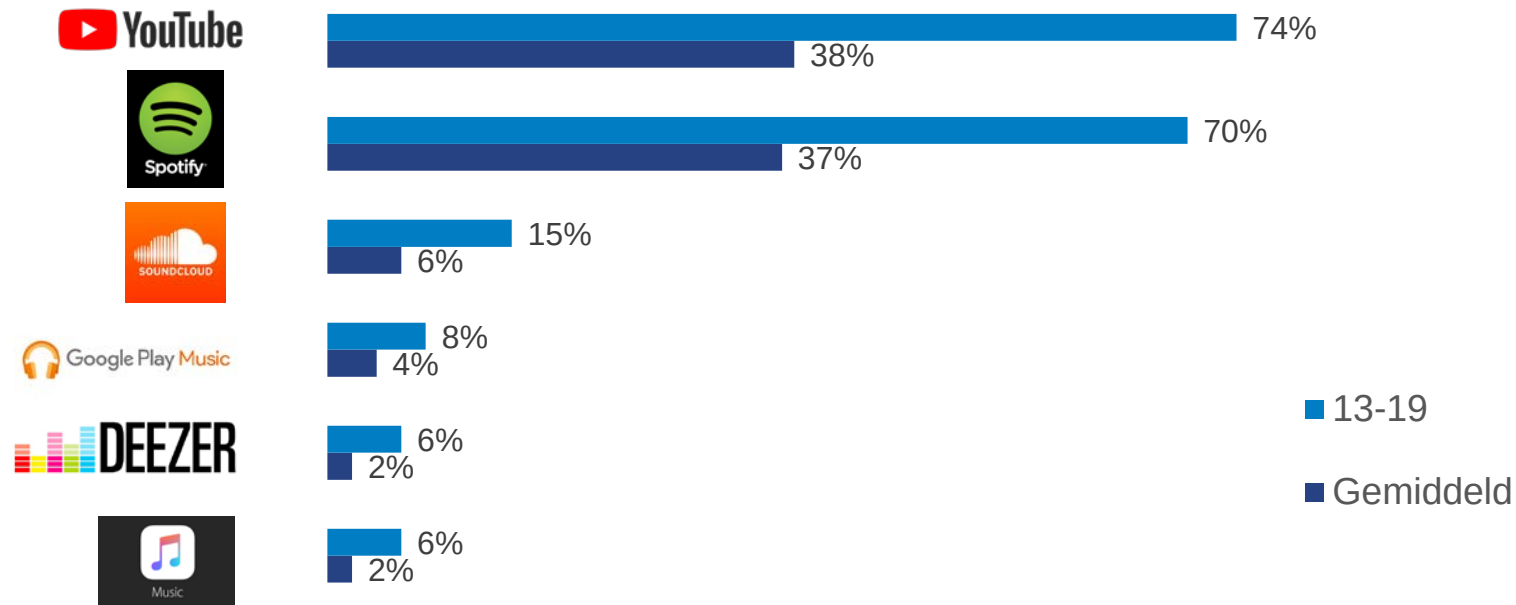
13+



13-19 jaar

Gebruik van online muziekdiensten

Youtube & Spotify verreweg de grootste



Gaming populair onder jongeren en E-Sports “the next thing”

Wie gamed er weleens?

13+  65%

13-19 jaar  86%



Kijkt weleens E-Sports

13+  11%

13-19 jaar  33%



**Digital natives
invent the future!**

iBrains are the next generation
consumers.

Be ready!



Voor meer informatie neem contact op met:

Barbara Schouten

Sr. Business Consultant Media & Entertainment GfK

+31 (0)6 10002766

Barbara.schouten@gfk.com