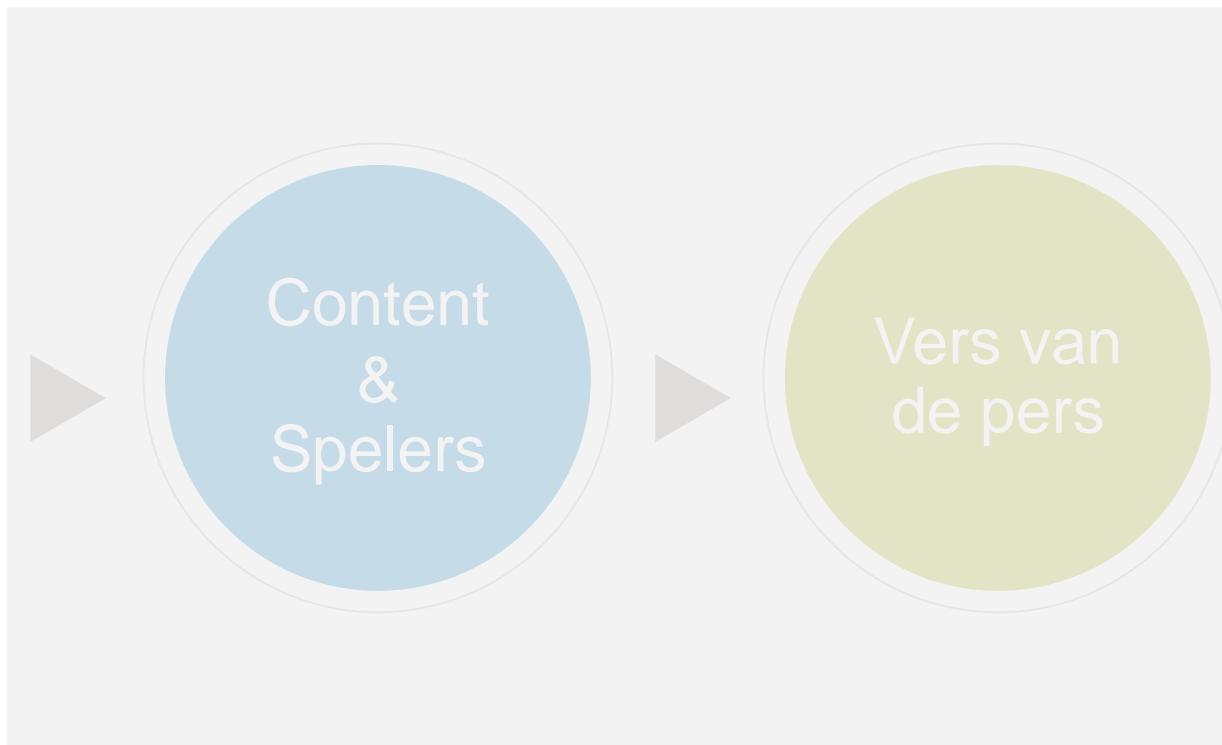
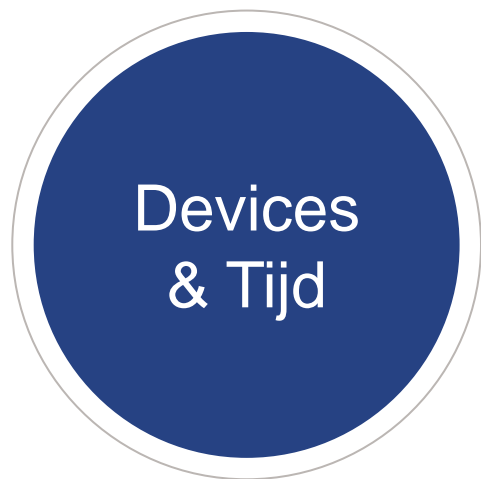


The video age; Facts & figures by GfK

Mediapark Jaarcongres

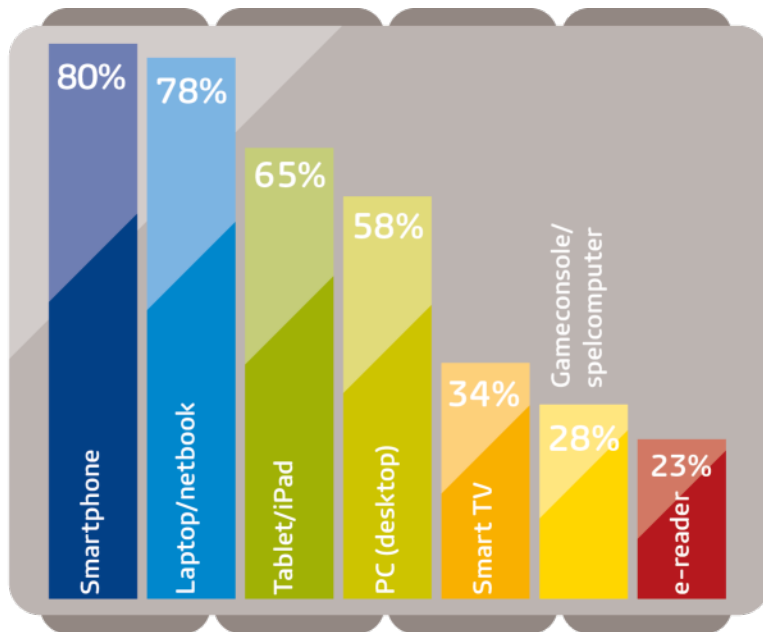





In 2015 zijn 10 miljoen connected devices verkocht in Nederland. De adoptie van nieuwe schermen gaat snel en de wereld van één scherm is echt voorbij!

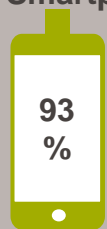


% in bezit van

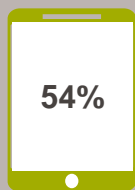



**Gemiddeld
3,6 verschillende
apparaten per persoon**

**Jongeren 13-17:
Smartphone | Tablet**



**93
%**



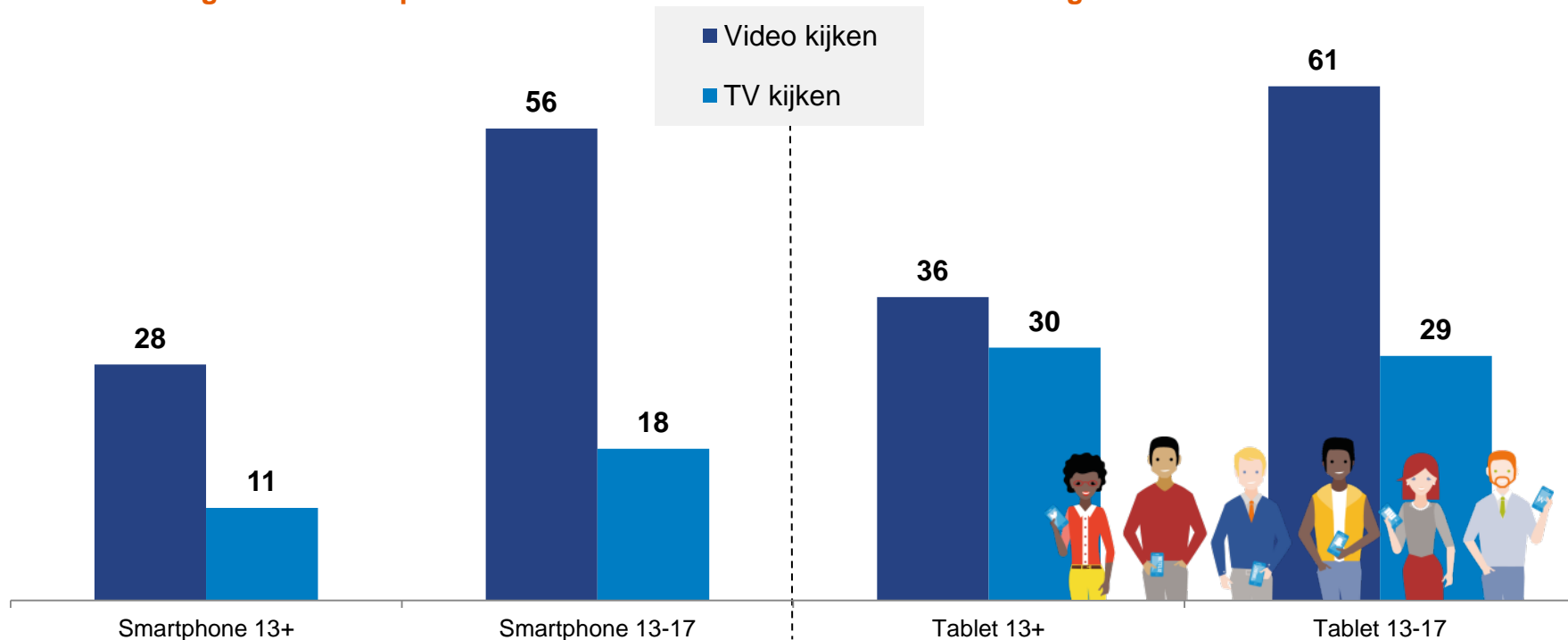
54%

Mobiele apparaten worden voor vele functionaliteiten gebruikt.
Jongeren gebruiken hun „**altijd aan**“ mobiele scherm veel voor video/tv.



% gebruikt smartphone voor...

% gebruikt tablet voor...



Dagelijkse tijd voor kijken blijft onverminderd groot.
Jongeren gaan overduidelijk richting niet-lineair.



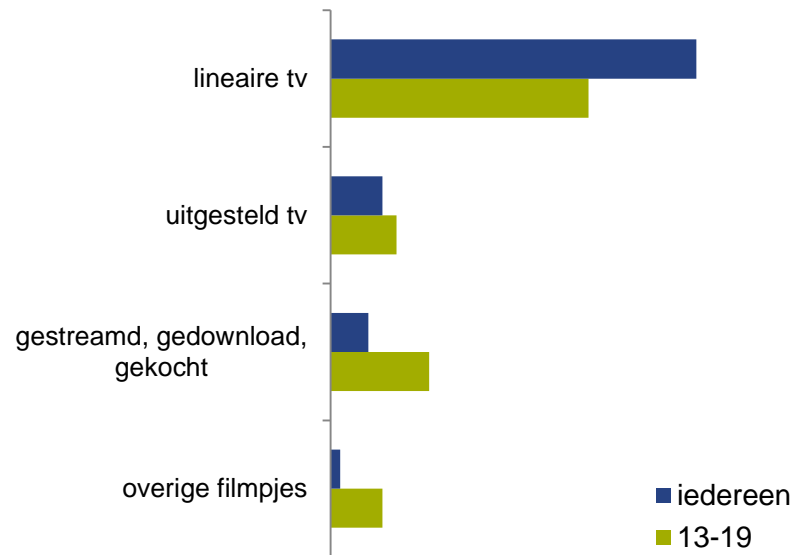
Tijd voor “kijken” (13+)




Tijd die we multitaskend doorbrengen
tijdens “kijken” is **36%**



Tijd voor “kijken” naar type



Bron: SKO Kijkonderzoek. Note: UGK in Kijkonderzoek gestegen van 1% in 2008 naar 6% van de kijktijd in 2015 (t/m 6 dagen na uitzending). Verschillen ook tussen 'eigen opgave' en passieve meting



The diagram consists of three circular nodes arranged horizontally. The first node on the left is light blue and contains the text 'Devices & Tijd'. A grey arrow points from this node to the second node in the center, which is dark blue and contains the text 'Content & Spelers'. Another grey arrow points from the second node to the third node on the right, which is light green and contains the text 'Vers van de pers'. The nodes are set against a light grey background.

Devices
& Tijd

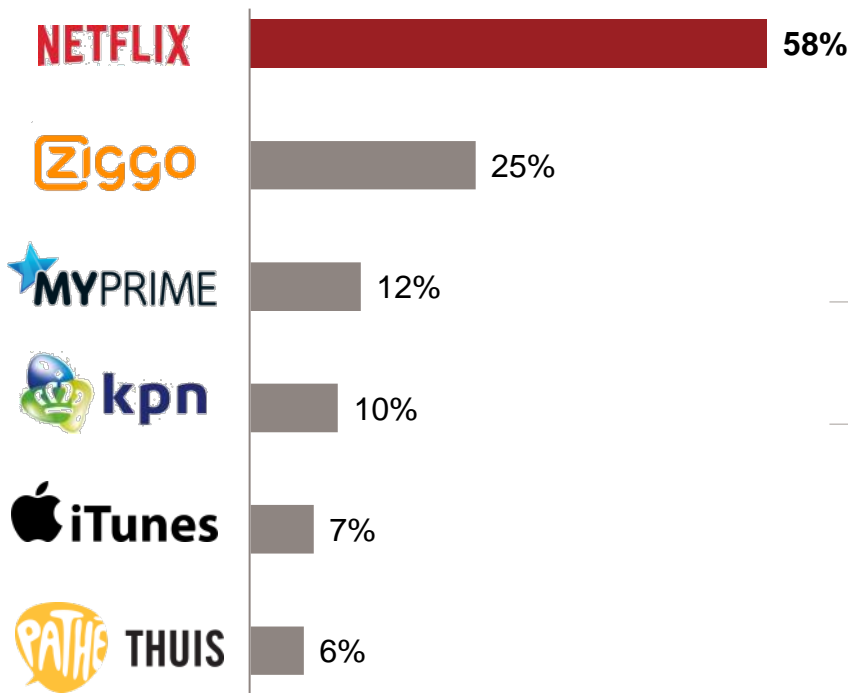
Content
&
Spelers

Vers van
de pers

De shift van (betalen) per stuk naar het gemak van een abonnement in beeld. **Concentratie/consolidatie** treedt op! De ruimte voor local heroes is schaars.



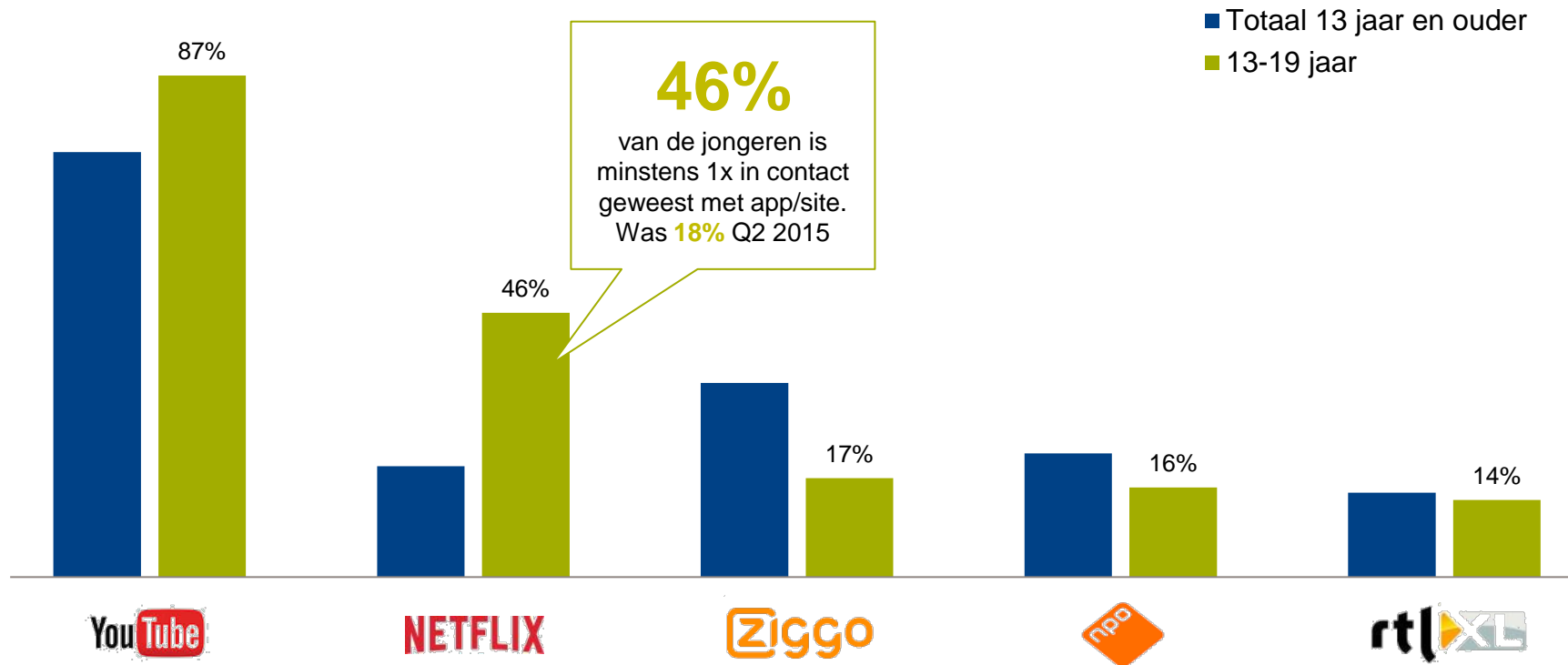
Top-6 gebruikte diensten (onder VOD-ers)



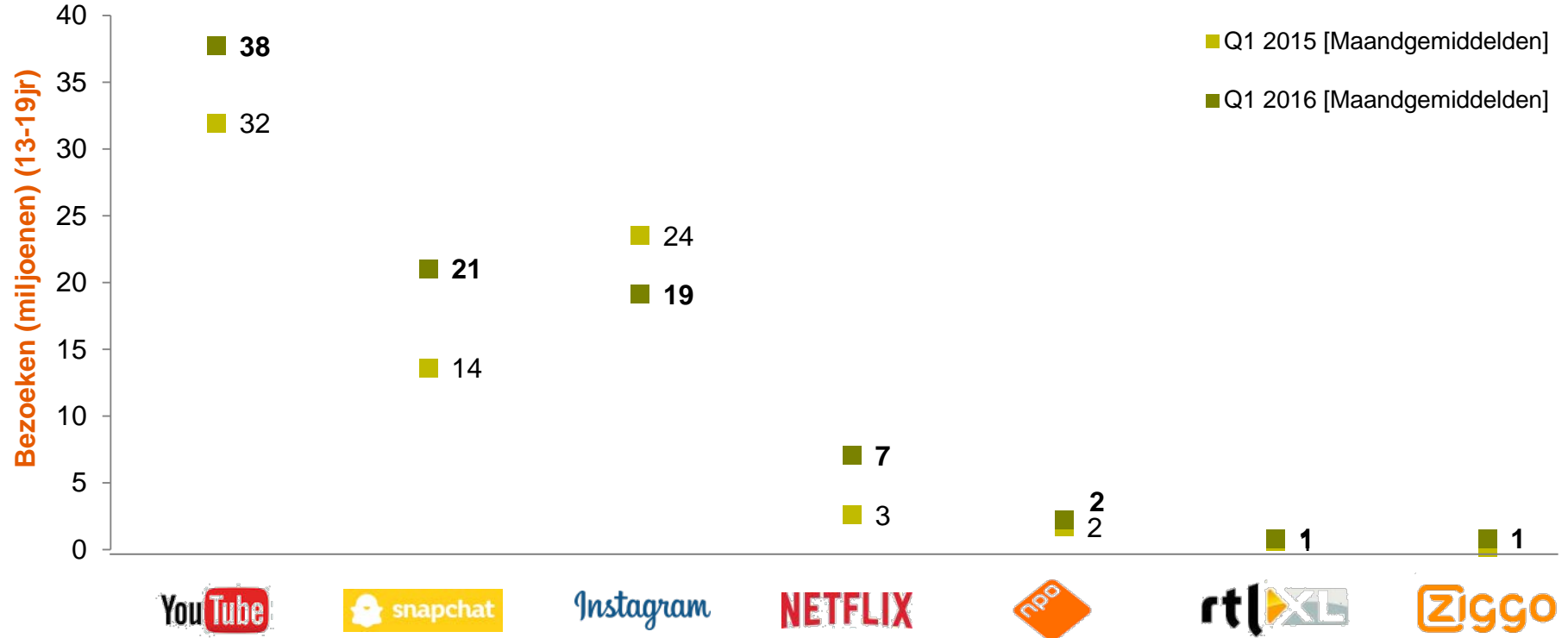
VOD gebruiksvorm



Dat “video touchpoints” worden gedomineerd door ‘nieuwe’ internationale spelers blijkt uit GfK DAM; **Netflix** is booming!



Televisie is niet het enige “sociale medium”. De **social viewing** opmars gaat verder; in Q1 kende YouTube ruim 38 miljoen bezoeken, Snapchat al 21 miljoen!



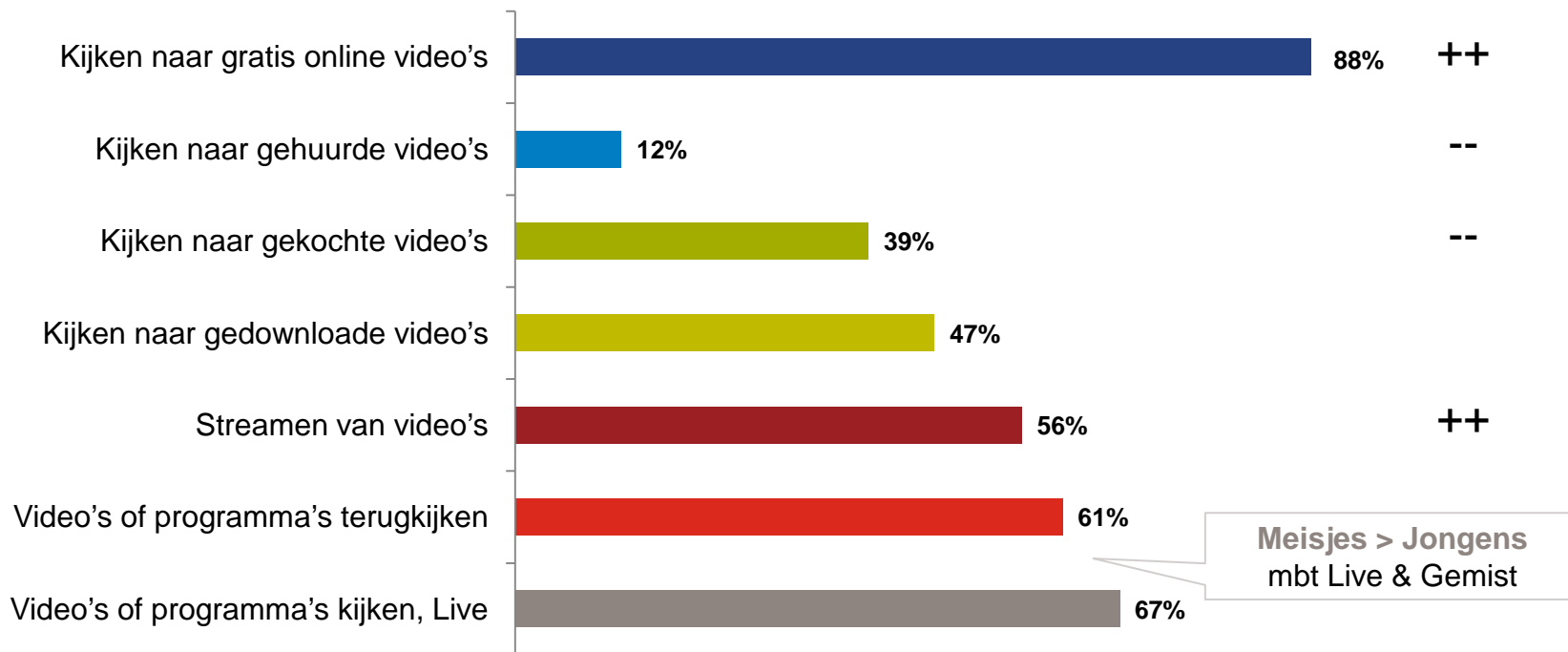


Live en uitgesteld kijken onder jongeren (13-19) blijft, maar **online “filmpjes kijken”** is genre op zichzelf en driver voor live!



Op welke manier kijk je video's, films, series of programma's?

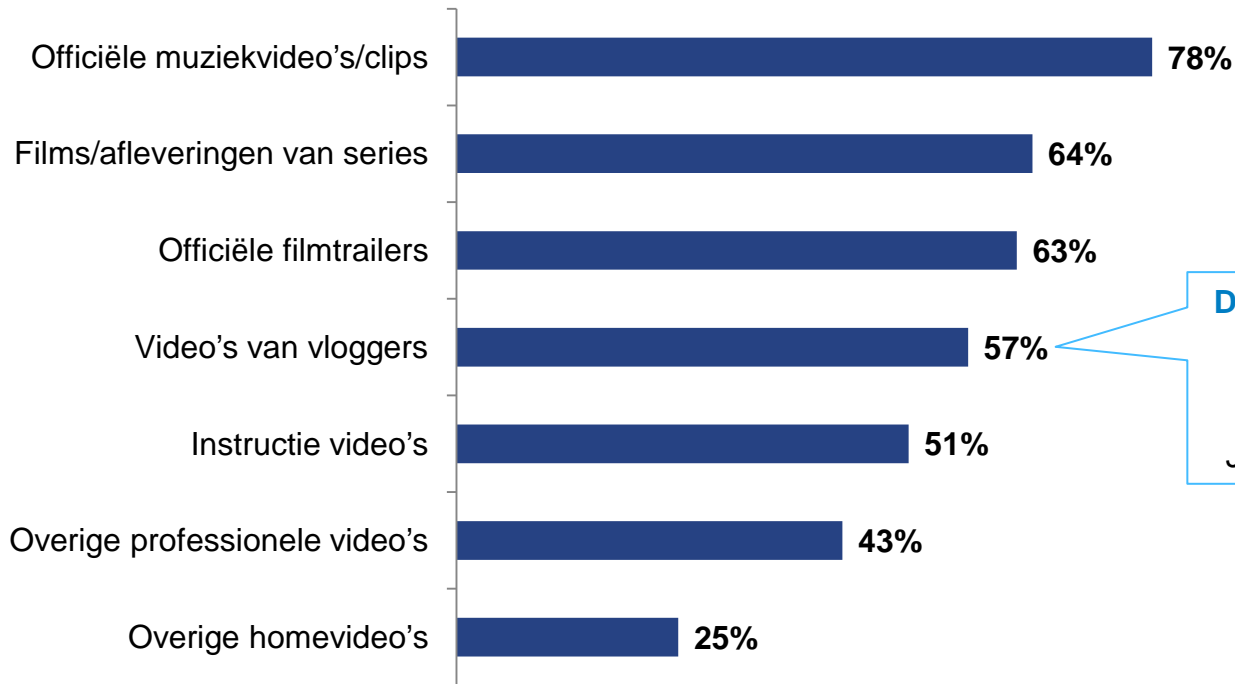
Trend:



Jongeren zijn echte **veelvraten** qua 'video touchpoints', getuige de impact van clips en vlogs!



Wat voor soort video's kijk je wel eens?

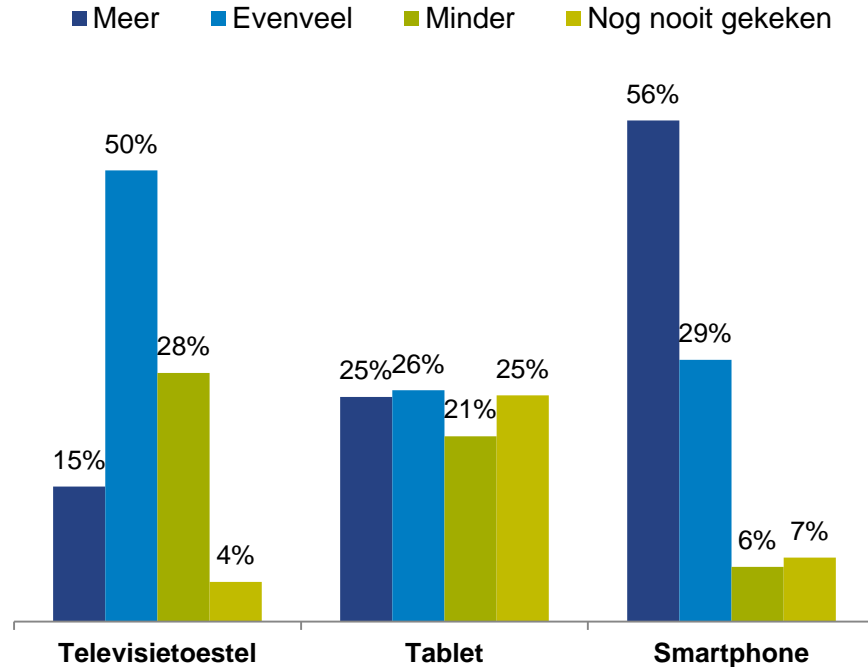


Des te jonger, des te vlogger!

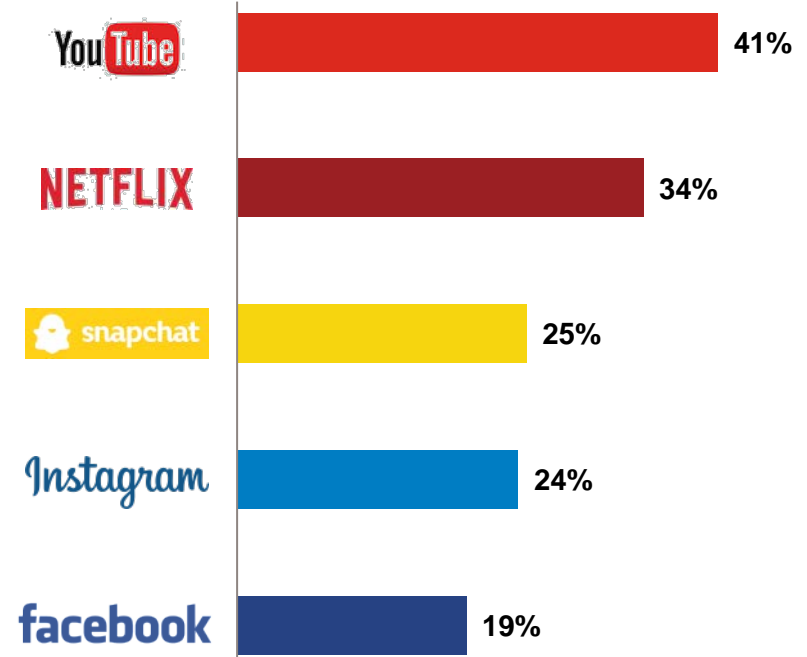
Meisjes vloggen veelal
"ter inspiratie" en
"mooi om naar te kijken".
Jongens vinden het "grappig".

En uiteraard zijn 13-19 jarigen 'altijd aan' en heel sociaal en vir(tu)al!

Ben je per apparaat meer, evenveel of minder gaan kijken?



Via welke diensten verwacht je vaker video's of programma's te gaan kijken over een jaar?



Bedankt voor jullie kijktijd!



Maikel Verhaaren

Head of Business Development

GfK

+31 653 643 003

maikel.verhaaren@gfk.com