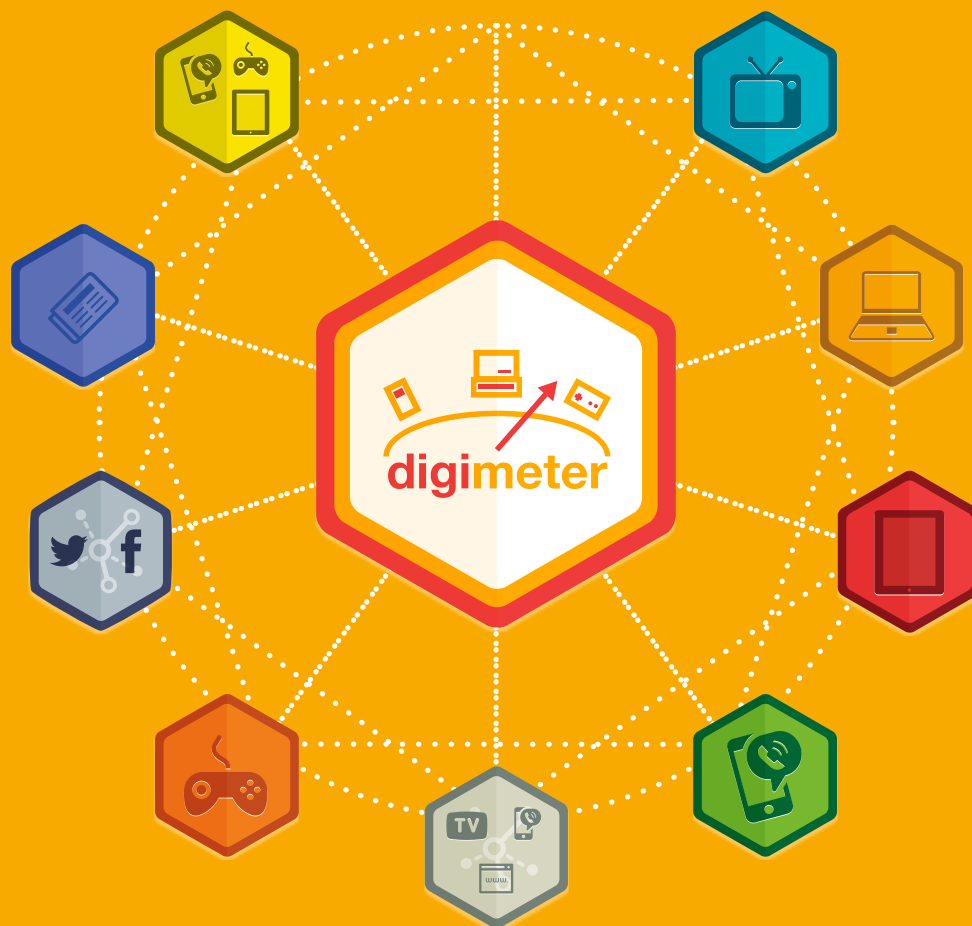


DIGIMETER

2013
AUG - SEPT



MEDIATECHNOLOGIE- & ICT-GEBRUIK IN VLAANDEREN



Sabine De Moor, Dimitri Schuurman & Lieven De Marez
Met medewerking van Carina Veeckman, Bastiaan Baccarne,
Koen Vervoort, Loy Van Hamme & Kathy Oelbrandt

Inleiding

Digimeter is een onderzoeksinitiatief van iMinds (het vroegere IBBT) dat op een systematische manier data ter beschikking wil stellen aan haar onderzoeksgroepen en projectpartners inzake bezit en gebruik van media- en ICT-technologieën in (digitaal) Vlaanderen.

Digimeter is een jaarlijkse monitoring van het **bezit en gebruik van media & ICT in Vlaanderen** op basis van een bevraging bij een representatief staal Vlamingen. 'Media' en 'ICT' zijn uiteraard heel brede begrippen. De focus van Digimeter beperkt zich voornamelijk tot de recente (digitale) mediatechnologieën.

Binnen deze afbakening/scope biedt Digimeter:

- Een **'betrouwbare vinger aan de pols'** van de Vlaamse mediatechnologiegebruiker, waarbij de nadruk vooral ligt op een aantal grote blokken als (digitale) televisie, computer en internet, tablet, telefonie, sociale media, gaming en enkele traditionele media.
- Een hulpmiddel bij het detecteren en opvolgen van **trends** op vlak van bezit en gebruik van media & ICT.
- De basis voor het beter, relevanter en makkelijker rekruteren van **testgebruikers**.

Methodologie

Zowel opzet, datacollectie als analyse van Digimeter zijn volledig in handen van het panelmanagementteam van **iMinds-iLab.o**.

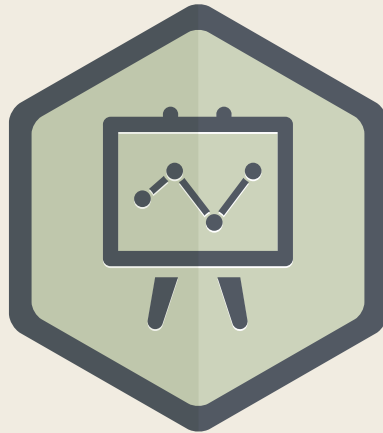
De bevraging gebeurt op basis van CAPI-interviews (Computer (tablet) Assisted Personal Interviews). De representativiteitsquota zijn gebaseerd op NIS/ADSEI-cijfers voor 2013¹. De totale dataset voor 'Digimeter 2013 - wave 6' bedraagt **3.519 respondenten** (+ 15 jaar), representatief voor Vlaanderen op geslacht, leeftijd en woonplaats (provincie). In de periode **augustus – september 2013** werden voor deze bevraging 1.094 Vlamingen 'offline' bevraged via CAPI-interviews, en 2.425 respondenten vulden de vragenlijst online in.

De vragenlijst bestond uit negen hoofdstukken over tv, computer, tablet, telefonie, bundels, sociale media, het spelen van videospelletjes/traditionele media (nieuws volgen en muziek luisteren) en algemeen mediagebruik.

Voor het volledige rapport of vragen in verband met meer diepgaande analyses, neem contact op via panel@iminds.be.

¹ 'Nationaal Instituut voor de Statistiek' (NIS): Federaal Planbureau; FOD Economie - Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie





Resultaten

De volgende pagina's geven eerst een overzicht van de evolutie van het bezit en gebruik van de verschillende media in Vlaanderen over de 6 Digimeter waves heen. Vervolgens wordt aan de hand van enkele interessante weetjes uit Digimeter 2013 een samenvatting van de verschillende hoofdstukken gegeven.

Bezit van mediatechnologie in Vlaanderen

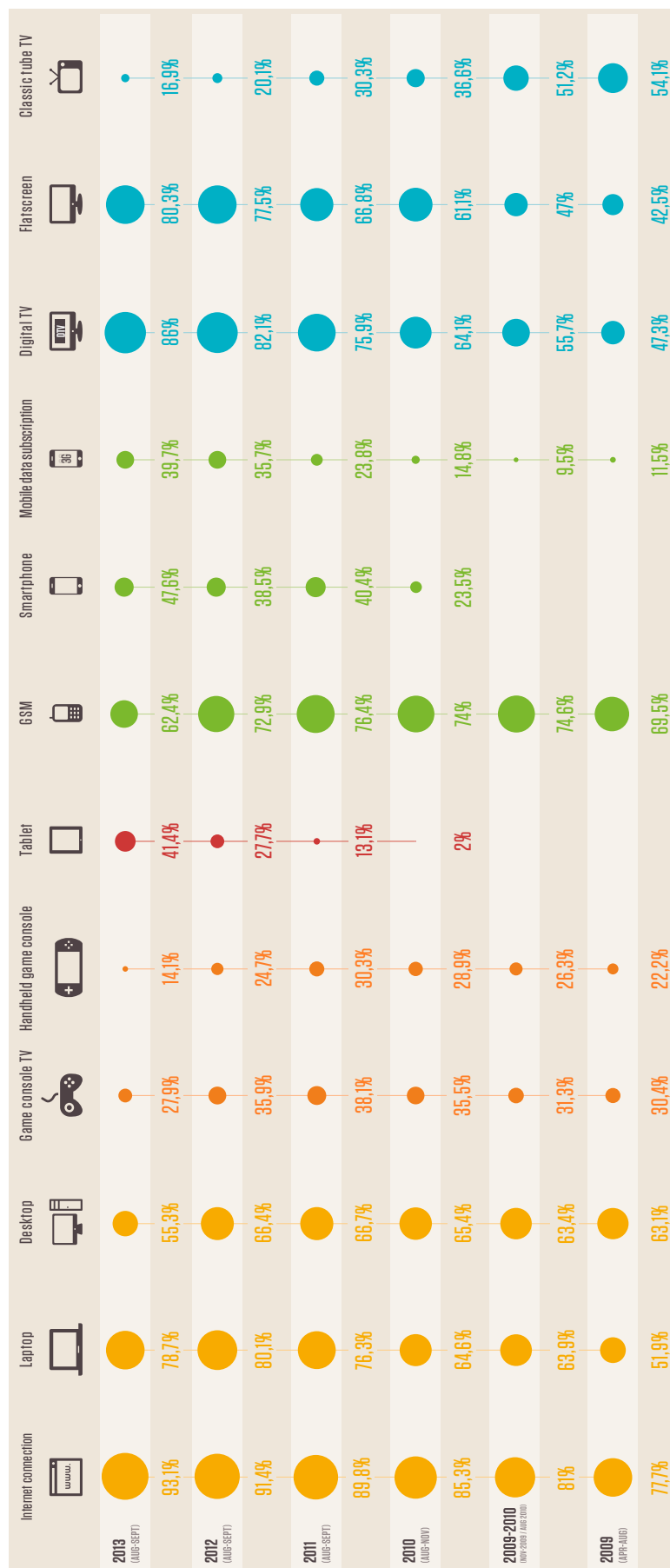
De adoptie van computer (laptop en/of desktop) is gestegen tot 92,4% (+0,5%)*. 78,7% van de Vlamingen heeft een laptop, terwijl 55,3% een desktop heeft. 93,1% heeft een internetverbinding thuis. We kunnen dus stellen dat het bezit van computer en internet zich in een 1 op 1 relatie tot elkaar verhoudt.

Net zoals vorig jaar is het bezit van consoles gedaald ten opzichte van de vorige wave, met respectievelijk 10,6% voor draagbare consoles en 8% voor vaste consoles verbonden aan een tv. Het spelen van spelletjes is echter nog steeds populair, maar verspreid over verschillende toestellen (computer, tablet en smartphone).

Tablets zitten nog steeds in de lift. In de vorige Digimeter editie (2012) had 27,7% van de Vlamingen een tablet. In 2013 is dit al 41,4%, wat een opmerkelijke stijging van 13,7% betekent.

Telefonie blijft nog steeds de meest aanwezige technologie in de Vlaamse huishoudens. 99,3% heeft een vaste en/of mobiele telefoon. Het aantal vaste telefoonlijnen daalt echter licht met 1,4%, terwijl het bezit van een mobiele telefoon (gsm en/of smartphone) stabiel blijft rond de 95,8% (+0,6%)*.

Het aantal Vlamingen dat een televisietoestel in huis heeft, blijft stabiel (97,2%). 80,3% heeft een flatscreen in huis, terwijl 16,9% nog enkel een klassieke beeldbuis heeft. 86% van de Vlamingen heeft digitale televisie, wat een stijging van 3,9% in vergelijking met vorig jaar betekent. Digitale televisie via satelliet of DVB-T blijven niche technologieën in Vlaanderen (respectievelijk 4% en 5,1%).



Infografiek 1: Bezit van mediatechnologie in Vlaanderen – 2009 tot 2013 (%)

Wist je dat ...

Multiscreen

De Vlaamse huishoudens zijn 'multiscreen' huishoudens.

- 27%¹ van de Vlaamse huishoudens zijn 'triple screen' huishoudens: ze hebben 3 schermen in huis, meestal zijn dit een tv, laptop en desktop (-3% tegenover 2012).
- 27% van de Vlaamse huishoudens zijn 'quadruple screen' huishoudens: ze hebben 4 schermen in huis, meestal zijn dit een tv, laptop, smartphone en desktop (+3% tegenover 2012).
- 16% van de Vlaamse huishoudens zijn 'quintuple screen' huishoudens: ze hebben een tv, desktop, laptop, smartphone en tablet in huis (+2% tegenover 2012).

¹ Voor de vlotte leesbaarheid zijn alle cijfers in deze rubriek afgerond naar gehele getallen.



Televisie(content)

- Televisietoestellen
 - 97% van de Vlamingen heeft een tv in huis. Zowat 1 op de 3 zonder een tv thuis zegt op een ander toestel naar tv-programma's te kijken.
 - De klassieke beeldbuis verdwijnt uit de Vlaamse huiskamers. Tot vorig jaar had 1 op 2 huishoudens een beeldbuis (en eventueel ook een flatscreen tv). Nu staat nog slechts in 27% van de Vlaamse huishoudens een oude beeldbuis, vooral bij de bevolkingsgroep ouder dan 60 jaar. Het aandeel flatscreen tv's blijft quasi gelijk (80%).
- Digitale televisie
 - 86% van Vlaanderen heeft digitale televisie (via kabel, telefoonlijn of satelliet).
 - Er is een ontluikende opkomst van alternatieve tv-platformen zoals over-the-top televisie (4%) en DVB-T antenne (5%). Bovenop de saturerende opmars van digitale televisie stellen we vast dat dergelijke platformen niet zozeer als alternatief voor analoge en/of digitale televisie worden beschouwd, maar eerder bovenop een digitale televisie-aansluiting worden genomen.
 - Hoewel digitale televisie steeds populairder wordt in Vlaanderen, lijkt dit zich niet te vertalen in een groei qua gebruik van digitale televisie functionaliteiten. Alleen voor drie toepassingen merken we een evenredige groei: gebruik van EPG (elektronische programmagids) toevoegen, opnemen van programma's en het gebruik van internet. Deze groei gaat gepaard met een geobserveerde 'gewenningsperiode' om met digitale televisie features aan de slag te gaan: hoe langer men digitale televisie in huis heeft, hoe hoger het applicatiegebruik.
 - De helft van de digitale tv-kijkers spoelt dagelijks reclame door via digitale televisie. Daarmee blijft het doorspoelen van reclame één van de topapplicaties van digitale televisie. Hier moeten echter enkele kanttekeningen bij gemaakt. Aan de ene kant stellen we vast dat 'ad skipping' min of meer stagneert op 50% van de bevrageden die dagelijks reclame doorspoelen (48% in 2012). Aan de andere kant geeft het merendeel van de Vlamingen aan niet te willen betalen om reclame te kunnen doorspoelen. Voor 1 op de 5 Vlamingen die momenteel digitale televisie hebben, zou dit zelfs een reden zijn om het digitale televisie-abonnement op te zeggen.

- Naast ad skipping lijkt ook het gratis programma's opvragen, het kijken naar betalende kanalen, het stemmen/meespelen met tv programma's en het kijken naar betalende previews te stagneren qua (dagelijks) gebruik.
- Dertigers zijn de zwaarste DTV-applicatiegebruikers. Dit impliceert niet noodzakelijk dat dertigers ook de zwaarste verbruikers van audiovisuele content zijn. Jongeren (tieners en twintigers) gebruiken in vergelijking met de oudere leeftijdsgroepen vaker andere schermen (in het bijzonder de computer en de smartphone) om tv content te bekijken.
- Kijken naar televisieprogramma's
 - 3,6% van de Vlamingen zegt nooit naar tv-content te kijken.
 - 56% van zij die naar televisie kijken, kijkt dagelijks nog live/lineaire televisie. Dit is een sterke daling tegenover vorig jaar (71% in 2012). Dit kan deels verklaard worden doordat de Vlaming iets meer uitgesteld begint te kijken (zeker naarmate men langer digitale televisie heeft). De grootste verklaring ligt echter bij het feit dat de Vlaming alsnog meer andere schermen en platformen gaat verkennen voor de consumptie van zijn/haar audiovisuele content (computer, laptop, tablet, streaming, ...).
 - Het overgrote deel van de tv-kijkers, kijkt 1 tot 3 uur per dag (56% in week en 51% in het weekend).
 - Televisiecontent bekijken gebeurt al lang niet meer enkel via het klassieke televisietoestel. Slechts 42% van de Vlamingen kijkt enkel naar tv-programma's op hun klassiek tv-toestel. 54% gebruikt daar ook andere toestellen voor, vaak gaat het om de computer (51%) en/of de tablet (27%) en/of de smartphone (18%).
 - 54% van de tv-kijkers raadpleegt het internet tijdens het tv-kijken, maar slechts een minderheid van hen (43%) doet dat ook om effectief te interageren met de tv-content. Vaak gaat het daarbij om jongeren die via de smartphone, laptop of tablet reageren. De meerderheid gebruikt het internet tijdens het tv kijken eerder als afleiding, dan als interactiemiddel.



Computer

- Computerbezit (laptop/desktop) in Vlaamse huishoudens satureert rond de 92%.
- Internet in Vlaamse huishoudens lijkt gestagneerd rond de 93%.
- Bijna 2% van de Vlamingen heeft een internetverbinding thuis, maar geen computer. Een laptop en desktop zijn echter allang niet meer de enige toestellen die verbonden kunnen worden met het internet. Van die 2% heeft de meerderheid geen computer maar wel internet tv en/of tablet in huis.
- Minder dan 1% van de Vlamingen heeft een computer in huis, maar geen internetverbinding. Dit betekent een quasi 1-op-1 verhouding tussen internet- en computerbezit. Computerbezitters zijn vandaag dus bijna altijd ook online.
- 6% van de Vlamingen heeft computer noch internet in huis. Meestal gaat het daarbij om ouderen, gepensioneerden of lager opgeleide Vlamingen. 'Het niet kunnen werken met computer en internet' wordt vaak als reden opgegeven om deze technologieën niet in huis te hebben.
- Parallel met de tv-omgeving zien we ook in de computeromgeving een 'snelle verdwijning' van het klassiekere scherm, in dit geval de desktop. In slechts 55% van de huishoudens is nog een desktop aanwezig (tegenover 66% in 2012). 14% van de Vlamingen heeft enkel een desktop computer in huis.
- De top 3 dagelijkse activiteiten op computer/internet zijn e-mail (81%), informatie opzoeken (64%) en bezoeken van sociale netwerksites (50%). Behalve het nog toenemend gebruik van e-mail (+5%), komen de percentages van deze top 3 van dagelijkse computeractiviteiten min of meer overeen met die van vorig jaar.
- Binnen de verschillende mogelijke computer/internetactiviteiten, valt een ontluikende verkenning van over-the-top-activiteiten op: muziek streamen (+5,6%), films/series streamen (+6,8%), en skype (+9,2%). In vergelijking met 2012 is daarmee het aantal Vlamingen dat nog nooit een over-the-top activiteit deed, gedaald met bijna 6%. Het aantal frequente gebruikers (ten minste wekelijks) van over-the-top activiteiten stagneert echter. Over-the-top activiteiten worden met andere woorden duidelijk uitgetoet, maar slechts een beperkte groep integreert dit in zijn dagelijkse mediagewoonten.
- 42% van de computergebruikers heeft ooit al films/series gedownload. Slechts 28% van hen deed dit steeds legaal.
58% van de computergebruikers downloadde ooit al eens muziek. 39% van hen downloadde steeds legaal zijn muziek.



Tablet

- Tablet-bezit zet zijn steile opmars verder. Na de grote sprong voorwaarts in 2012 (van 13% in 2011 naar 28% in 2012), maken we in 2013 terug een sprong naar 41% (+14%).
- Tablets blijken vooral populair onder de dertigers en veertigers.
- Apple verliest marktaandeel in de Vlaamse tabletmarkt, maar blijft marktleider. 53% van alle tablets in Vlaanderen zijn iPads, terwijl dat in 2012 nog 66% bedroeg. 39% van de tablets hebben een Android besturingssysteem.
- Hoewel een tablet op diverse manieren verbonden kan worden met het internet, blijkt het draadloos netwerk thuis/bij anderen de meest gekozen manier. 92% van de tabletbezitters maakt hier gebruik van, slechts 15% kiest (ook) voor mobiel internet.
- E-mail (59% lezen en 46% beantwoorden), informatie opzoeken (49%) en sociale media bezoeken (41%) zijn de meest frequente dagelijkse activiteiten op de tablet.
- 60% van de tablet-bezitters heeft betalende apps op zijn tablet staan. Dit is 7% meer in vergelijking met de smartphone.



Telefonie

- Vaste telefoon-bezit houdt verrassend goed stand in steeds mobielere tijden. 7 op 10 Vlamingen heeft een vast toestel in huis. Dat deze dienst vaak deel uitmaakt van de populaire operatorbundels zal daar niet vreemd aan zijn.
- Mobiele telefonie in Vlaanderen satureert: 96% van de Vlamingen heeft een mobiele telefoon (gsm en/of smartphone).
- 43% van de 4% Vlamingen zonder mobiele telefoon wil niet altijd en overal bereikbaar zijn.
- Binnen de mobiele telefonie blijft het bezit van een smartphone een steile opmars kennen. Met een sprong van zowat 10% voorwaarts, heeft bijna 1 op 2 Vlamingen een smartphone (48%).
- Zowat 8 op 10 smartphone bezitters (83%) heeft ook een data-abonnement. De Vlamingen zonder data-abonnement stellen genoeg te hebben aan de Wi-Fi mogelijkheden.
- In tegenstelling tot de tabletmarkt, is Android, net zoals vorig jaar, marktleider op de smartphonemarkt (53% Android versus 30% iOS). Het meest opvallend is de sterke groei van de Windows phone (verdubbeling naar 9% tegenover 2012).
- E-mail (63% lezen en 42% beantwoorden), sociale netwerksites bezoeken (52%) en informatie opzoeken (53%) zijn veruit de meest frequente dagelijkse activiteiten op de smartphone. In vergelijking met vorig jaar merken we een sterke stijging van Bluetooth gebruik (20% dagelijks tegenover 2% dagelijks in 2012).
- 53% van de smartphone bezitters heeft betalende apps op zijn smartphone staan.



Bundels

- De Vlaming houdt van one-stop-shops. De packs, shakes en multiple play pakketten die operatoren aanbieden, blijven een grote aantrekkingskracht hebben. We zien hier opnieuw een stijging van 5% ten opzichte van 2012, wat resulteert in 66% 'pack-adopters' in Vlaanderen.
- Binnen die pakketten valt vooral de grote groei van mobiele telefonie op. 34% van de pakketten bevat (ook) mobiele telefonie (tegenover 24% in 2012). Ongeveer de helft van de bundels (45%) bestaat uit 3 diensten. Meestal gaat het daarbij om digitale tv, internet en vaste telefonie.



Videospellen

- Gaming als activiteit blijft populair: 6 op de 10 Vlamingen speelt wel eens een spelletje (status quo tegenover 2012).
- Het aantal Vlamingen dat een console (draagbaar en/of verbonden met de tv) bezit, gaat echter met 9% achteruit tot 31%.
- Hoewel gamen op zich populair blijft, valt het op dat men daar alsmaar minder een 'dedicated game device' voor gebruikt. De computer blijkt het favoriete toestel van de Vlaming te zijn om spelletjes te spelen (44%), gevolgd door smartphone/gsm (29%) en tablet (24%). Hierna volgen de spelconsoles verbonden aan de tv met 21% en de draagbare console met 9% van de Vlamingen die wel eens een spel speelt op dergelijke toestellen.
- "Hardcore gamen" (zijnde periodes van langer dan 3 uur per dag) lijkt eerder uitzondering (3% in de week en 5% in het weekend van al wie spelletjes speelt).



Traditionele media

- RADIO
 - De Vlaming houdt duidelijk van de radio. 97% luistert van tijd tot tijd naar de radio. 1 op 3 luistert zelfs meer dan 3 uur per dag naar de radio.
 - De favoriete toestellen om naar de radio te luisteren zijn het radiotoestel thuis en in de auto (beide 87%).
- MUZIEK
 - Muziek wordt almaar meer een online beleving: 60% van de Vlamingen gebruikt online muziekkkanalen.
 - 23% van de Vlamingen heeft ooit al betaald voor digitale muziek (tegenover 20% in 2012).
 - YouTube blijkt een zeer populair muziekkkanaal onder de Vlamingen, gevolgd door iTunes: respectievelijk 45% en 29% van de Vlamingen maakt hier wel eens gebruik van.
 - Jongeren gebruiken meer muziekkkanalen dan ouderen. Hetzelfde geldt voor mannen in vergelijking met vrouwen.
- NIEUWS
 - Radio en televisie blijven nog steeds de meest populaire media om nieuws te volgen. 92% van de Vlamingen volgt het nieuws wel eens via de radio en 91% via de televisie.
 - Nieuwssites zijn voor het eerst populairder dan de papieren krant als dagelijks gebruikte nieuwsbron. Nieuwssites zijn ook de enige duidelijke stijger van de 4 grote nieuwsbronnen (radio, tv, krant en nieuwssite).



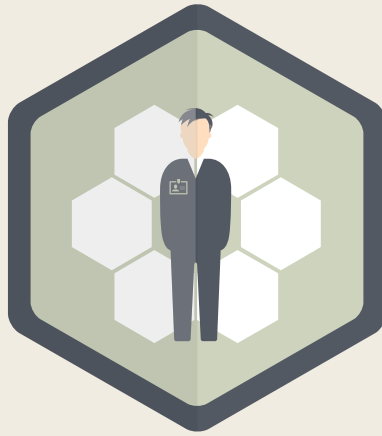
Sociale Media

- 77% van Vlaanderen heeft één of meerdere accounts op sociale media. De meeste Vlamingen hebben slechts één account (18%). 31% van de Vlamingen heeft meer dan drie accounts.
- 1 op 5 zonder account geeft de bezorgdheid om hun privacy als reden waarom ze niet aanwezig zijn op sociale media.
- Facebook blijft de onbetwiste marktleider (66%), gevolgd door het viertal YouTube (37%), Google+ (35%), LinkedIn (31%) en Twitter (28%).
- Ongeveer 10% van de Vlamingen heeft een account op Instagram, Pinterest en Foursquare.
- De sterkste groeier blijkt LinkedIn. Het LinkedIn aandeel in Vlaanderen groeit met bijna 10% tot 31%, waarmee het de 28% account-penetratie van Twitter overtreft.
- Over het algemeen zijn de jongere leeftijdsgroepen actiever op sociale media dan de oudere leeftijdsgroepen.



Algemeen

- Wanneer we de Vlaming de hypothetische vraag stellen welk media toestel ze in de toekomst het liefst zouden kopen, blijkt de tablet het topantwoord te zijn (34%), gevolgd door de laptop (32%). Wanneer we echter naar leeftijd kijken, zien we dat jongeren (15-29 jaar) en ouderen (60-64 jaar) een laptop verkiezen. De leeftijdsgroep 30-59 verkiest de tablet.
- Hoewel de tablet qua bezit een populair toestel is, scoort de laptop vaak hoger als favoriet toestel voor verschillende activiteiten. Het televisietoestel blijft het meest verkozen toestel om audiovisuele content te bekijken.



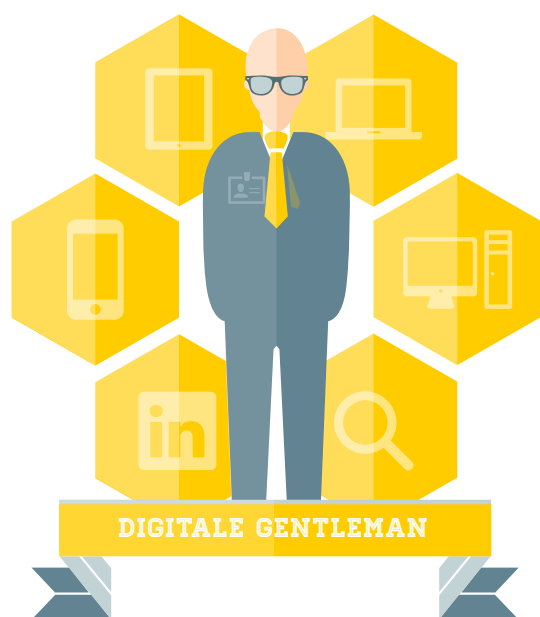
Profielen

We besluiten dit rapport met een segmentatie van de Vlaming op basis van zijn/haar media gedrag. Deze segmentatie is gebaseerd op de variatie (aantal verschillende functionaliteiten die men per technologie gebruikt) en frequentie (aantal uren dat men de technologie gebruikt) van gebruik van volgende technologieën: tv, computer, internet, tablet, sociale netwerksites, games en radio.

De cluster analyse¹ resulteerde in vijf verschillende profielen.

¹ Voor deze analyse werd een K-means cluster analyse uitgevoerd, gebaseerd op 6 variabelen die de variatie in gebruik meten en 6 variabelen die de frequentie van gebruik meten.

DIGITALE GENTLEMAN (16,7%)



PASPOORT

- man
- hoger opgeleid
- gehuwd/samenwonend
- dertiger of veertiger

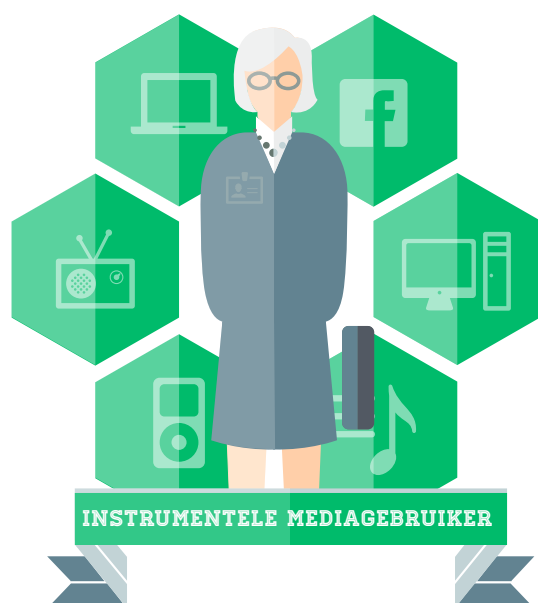
Digitale gentlemen lijken een gemiddeld gebruik van media te hebben, dit zowel in frequentie als in diversiteit. Enkel voor het spelen van spelletjes scoort dit profiel lager. Niettemin heeft dit profiel vaak 4 schermen (tv, laptop, tablet en smartphone) in huis.

Het aandeel van beeldbuis televisies is hier zeer laag, het aandeel smart televisies is daarentegen hoog. Het bezit en gebruik van computer en internet scoren dan weer hoog. In tegenstelling tot de online media masters, gebeuren downloads van films/series en muziek hoofdzakelijk legaal.

Digitale gentlemen bezitten allemaal een tablet en gebruiken de tablet frequent. Ze gebruiken de tablet vooral voor e-mail en om informatie op te zoeken. Veel digitale gentlemen kijken echter ook naar tv content via hun tablet.

Een digitale gentleman heeft meestal 3 accounts op sociale media. Vooral LinkedIn scoort hierbij hoog.

INSTRUMENTELE MEDIAGEBRUIKER (27,6%)



PASPOORT

- gehuwd of samenwonend
- gemiddeld tot hoog inkomen
- leeftijdsgroep 50-59 jaar

Tv, computer en radio zijn de favoriete toestellen van de instrumentele mediagebruiker.

Dit profiel kijkt het meest naar tv-programma's en gebruikt daar een brede waaier aan (digitale televisie) functionaliteiten bij.

Net zoals bij de andere profielen, is het bezit van een computer hoog binnen dit profiel, en hebben ze vaker een laptop dan een desktop in huis. Een tablet daarentegen is minder populair in deze groep.

Op vlak van sociale media scoort vooral Facebook hoog.

Dit profiel luistert graag naar de radio, vooral op het radiotoestel thuis, maar ook op andere toestellen.

De instrumentele mediagebruiker heeft meestal drie schermen in huis. Het gaat daarbij vaak om een tv, een desktop en een laptop.

TRADITIONELE MEDIAFAN (23%)



PASPOORT

- vrouw
- gepensioneerd
- lager geschoold
- lager inkomen
- geen kinderen in huisgezin
- 50+ (vnl. 65+)

Dit profiel scoort niet hoog qua mediabezit en -gebruik. Nieuwe technologieën lijken aan hen (nog) voorbij te gaan.

Traditionele mediafans kijken nog hoofdzakelijk naar televisieprogramma's op hun beeldbuis tv. Daarbij maken ze weinig gebruik van digitale televisiefuncties. Zo kijken ze bijvoorbeeld het meest live tv in vergelijking met de andere profielen.

Zowel qua bezit als gebruik van computer en internet scoren traditionele mediafans lager dan andere profielen. Het niet kunnen werken met computer en internet geven ze daarbij vaak als reden.

Traditionele mediafans bezitten niet vaak een tablet, hoewel deze groep wel een grote aankoopintentie kent.

Qua telefonie zweert dit profiel bij de vaste telefoon of een standaard gsm toestel.

De traditionele mediafans hechten weinig belang aan sociale media. Meestal hebben ze slechts één account en spenderen ze het minst tijd aan sociale media in vergelijking met de andere profielen. Dit profiel maakt zich ook het meest zorgen om hun privacy bij gebruik van sociale media.

Het spelen van spelletjes lijkt niet aan hen besteed.

Het nieuws volgens ze het liefst via de traditionele nieuwskanalen (krant, televisie en radio).

Traditionele mediafans hebben meestal maar twee schermen in huis (meestal een beeldbuis tv en een laptop). Een groot deel heeft slechts één scherm (meestal een laptop) en sommigen hebben zelfs geen scherm in huis.

ONLINE MEDIA MASTER (13,7%)



PASPOORT

- geen tot lager inkomen
- inwonend bij ouders of alleenstaand zonder kinderen
- jongere leeftijdsgroep (tot 30 jaar)

Online media masters zijn niet zo fervente tv-kijkers. Deze groep kent een hoog percentage analogoog televisiebezit en het bezit van een televisietoestel is in deze groep het laagst.

Ook voor het luisteren naar de radio scoren online media masters het laagst van alle profielen.

Het bezit en gebruik van computer en internet is dan weer hoog. De computer gebruiken ze vaak voor het bekijken/streamen en downloaden van televisieprogramma's. Opmerkelijk is wel dat van alle profielen, er in deze groep het meest illegaal gedownload wordt (zowel voor muziek als films/series).

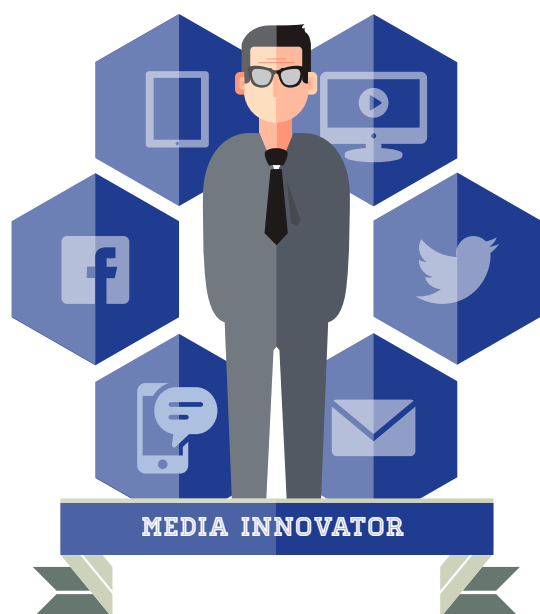
Het bezit en gebruik van tablet en telefonie is eerder laag te noemen. Als ze al een smartphone hebben, dan staan daar hoofdzakelijk gratis apps op.

Online media masters zijn zeer actief op sociale media, vaak met 2 tot 3 accounts. Slechts een minderheid van hen heeft geen account op een sociaal medium.

Dit profiel speelt frequent spelletjes, en dit vooral op de computer. In het weekend spenderen ze meer tijd aan spelletjes dan in de week.

Online media masters hebben meestal drie schermen in huis (meestal een tv, een laptop en een desktop).

MEDIA INNOVATOR (19%)



PASPOORT

- man
- hoger opgeleid
- gehuwd/samenwonend met kinderen
- dertiger of veertiger

Dit profiel kenmerkt zich door een mediarijk leven, zowel qua frequentie als diversiteit van mediagebruik. Daarbij beperken ze zich niet tot de traditionele mediakanalen.

Media innovators zijn het meest innovatief in zowel het bezit van televisietoestellen, als het kijken naar televisieprogramma's. Bij media innovators kan je nog maar weinig een beeldbuis tv vinden, een smart tv daarentegen wel. Tv-kijken beperkt zich niet tot het lineair kijken op het klassieke televisietoestel, maar gebeurt ook op andere toestellen (computer, tablet of smartphone) en uitgesteld, via streaming of tv-apps. Dit profiel kijkt veel tv, en meer in het weekend dan tijdens de week.

Media innovators kennen een hoog en divers computer- en internetgebruik. Daarnaast hebben alle media innovators een tablet. Meestal gaat het daarbij om een iPad die ouder is dan 1 jaar. De tablet gebruiken ze frequent en voor diverse toepassingen, met e-mail, informatie opzoeken en het bezoeken van sociale media als top 3 activiteiten.

Ook op vlak van telefonie is dit profiel het meest innovatief. Smartphones en mobiel internet behoren tot de standaard uitrusting van de media innovators. Daarbij gebruiken ze meer dan de andere profielen betalende apps.

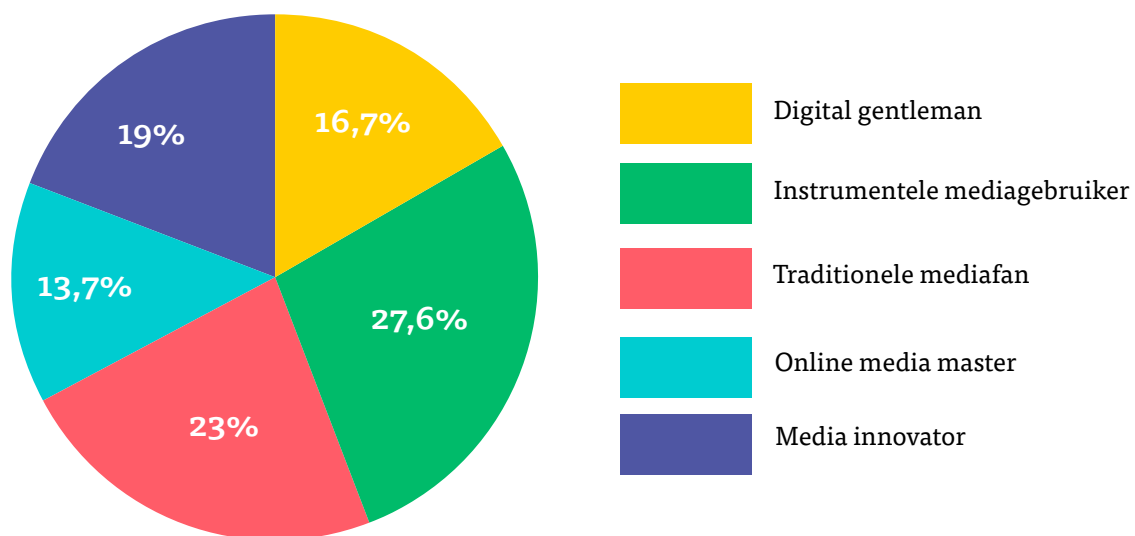
Alle media innovators zijn aanwezig op sociale media, vaak hebben ze drie of meer accounts. Ze spenderen het meeste tijd op sociale media, zijn het minst bezorgd om hun privacy en stellen niet echt zonder sociale media te kunnen.

Hoewel veel media innovators spelconsoles bezitten, is het spelen van spelletjes niet beperkt tot deze toestellen. Media innovators spelen frequent spelletjes (vooral in het weekend) op spelconsoles, computer, mobiele telefoon en tablet.

Het nieuws volgen ze zowat op alle kanalen, maar voor het lezen van de krant verkiezen ze de tablet boven de papieren krant.

Media innovators hebben meestal vijf schermen in huis. Het bezit van minder dan twee schermen is in deze groep quasi onbestaand.

Digimeter profielen



Figuur 1: Digimeter profielen (%; N=3.519).

