

Marktpenetratie DVB-t

OPGEMAAKT VOOR:
VRT studiedienst, Jo Martens

A close-up photograph of a hand holding a large, black, stylized question mark. The hand is positioned on the left side of the frame, with the fingers gripping the top and bottom of the question mark. The background is a blurred white shirt.

01 Onderzoeks- methodologie

STEEKPROEF BESCHRIJVING



Nederlandstaligen,
(mede-)
verantwoordelijk
voor telecom binnen
het gezin

STEEKPROEF GROOTTE



n=3000
respondenten

QUOTA



- Gezinsamenstelling
- Leeftijd
- Geslacht
- Regio (provincie)
- Sociale Klasse

GEM. DUURTIJD INTERVIEW



**Telefonische
bevraging**
5 minuten

DATACOLLECTIE METHODE



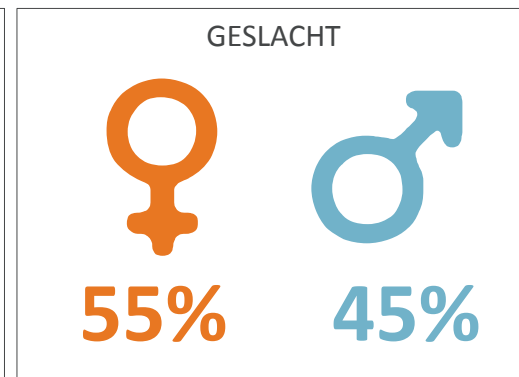
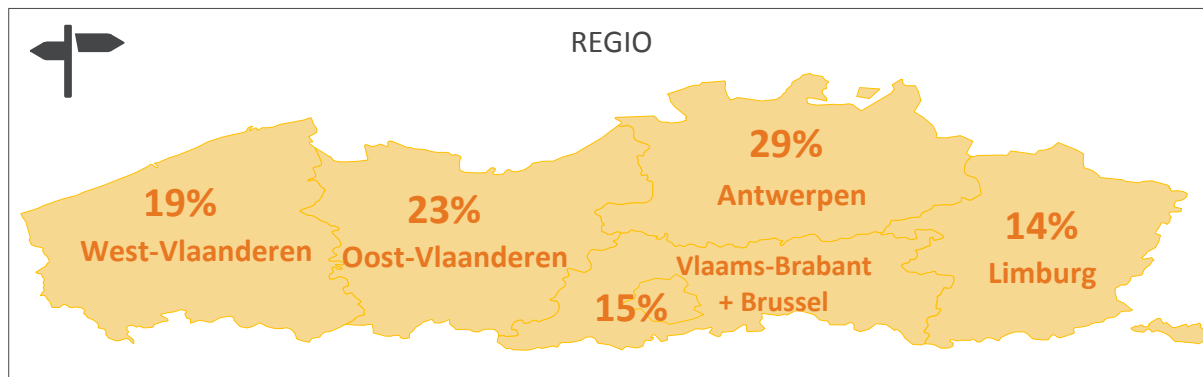
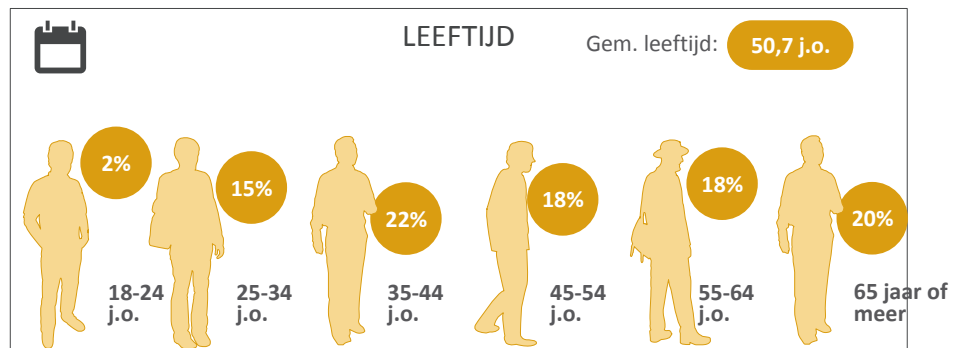
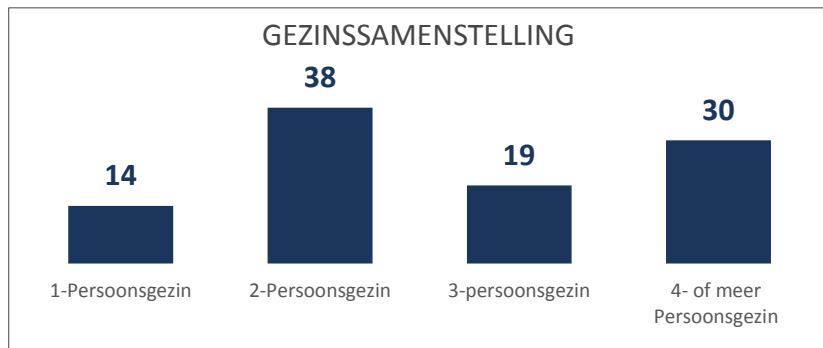
CATI
**via het Ipsos
Call Center**

VELDWERK PERIODE



Intake
05/02 - 27/02

PROFIEL



Base: Totale steekproef (n=1000)
 Question: WAT IS UW LEEFTIJD? / WAT IS UW GEZINSSAMENSTELLING? / WAT IS UW GESLACHT? / WAT IS UW POSTCODE?



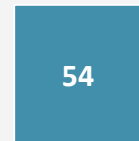
Significante verschillen zijn aangeduid via A, B, C, ...



Verschillen worden aangegeven bij het hoogste resultaat van de vergelijking.



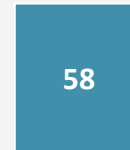
Bijvoorbeeld: de indicatie AC in kolom B geeft een significant verschil aan tussen 70% (B) en 54% in kolom A & tussen 70% (B) en 58% in kolom C.



18-24 j.o.
(n=300) - A



25-34 j.o.
(n=300) - B



35-44 j.o.
(n=300) - C



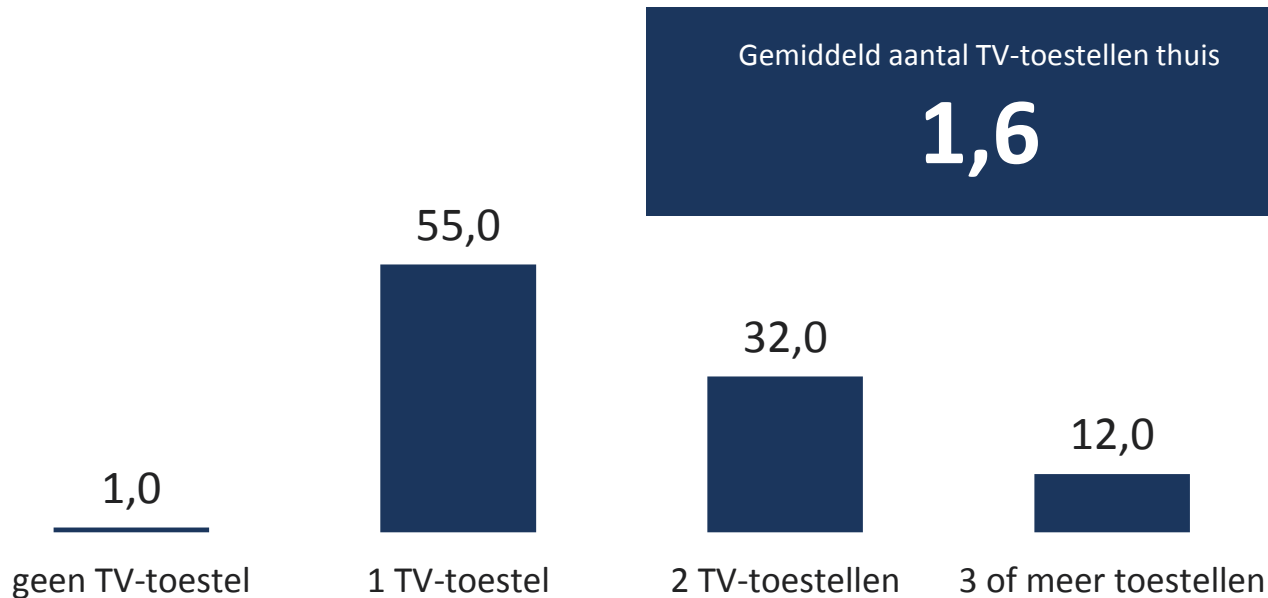
03 Resultaten

Aantal TV-toestellen in het huishouden

55% VAN DE HUISHOUDENS
HEEFT 1 TV TOESTEL IN
HUIS, 44% HEEFT 2 OF
MEER TV TOESTELLEN TER
BESCHIKKING THUIS.

GROTERE GEZINNEN, (3-
PERSOONSGEZINNEN OF
GROTER) HEBBEN
MEERDERE TOESTELLEN
THUIS.

GEMIDDELD GEZIEN HEEFT
HET NEDERLANDSTALIGE
GEZIN IN BELGIË 1,6
TOESTELLEN THUIS



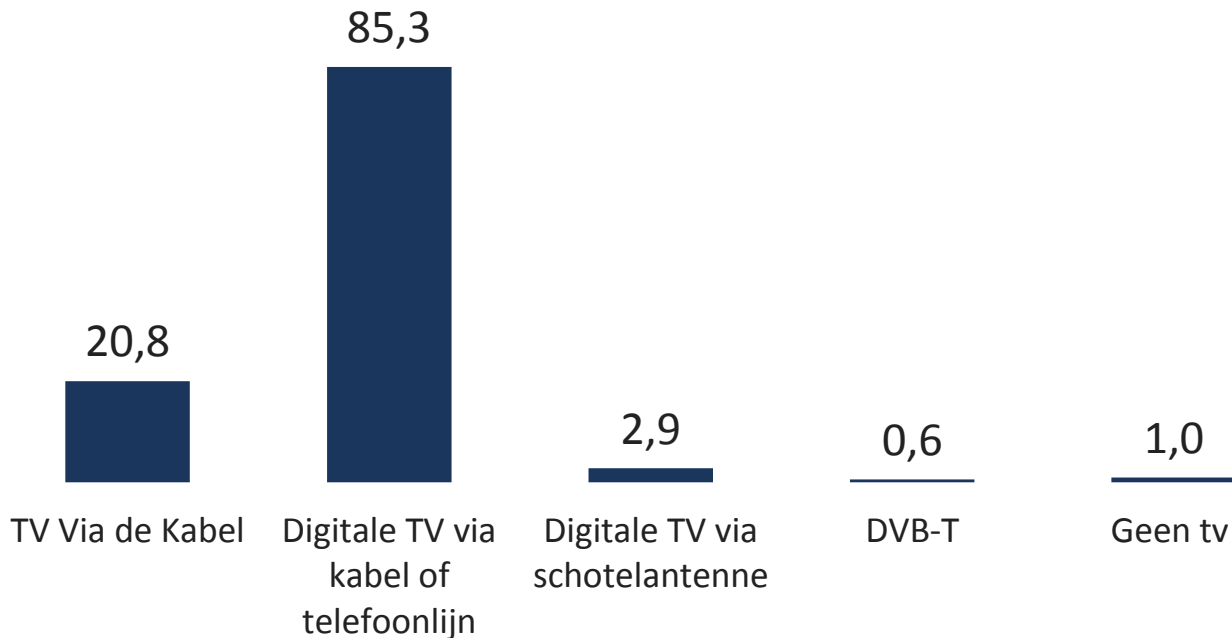
BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000)

QUESTION: Q1 HOEVEEL TV TOESTELLEN HEEFT U THUIS?

Manier Van TV kijken Thuis

DVB-T PENETRATIE LIGT
LAAG, ZOALS OOK
GEMETEN IN ANDERE
ONDERZOEKEN. SLECHTS
0,6% VAN DE
NEDERLANDSTALIGE
HUISHOUDENS KIJKT TV OP
ÉÉN VAN DE TOESTELLEN
VIA DVB-T

EXTRAPOLEREN WE DIT
NAAR DE DE TOTALE
BEVOLKING (REKENING
HOUDEND MET DE
GEZINSGROOTTE) DAN
KOMEN WE OP **45 000**
BURGERS DIE TV KIJKEN
VIA DVB-T



BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000)
QUESTION: Q3 OP WELKE MANIER KIJKT U TV THUIS?

Voornaamste toestel om TV te kijken

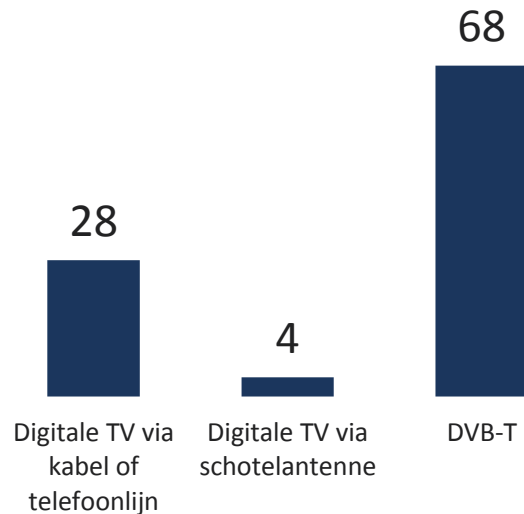
VAN HUISHOUDENS DIE VIA DVB-T TV KIJKEN OP MINSTENS 1 TOESTEL IS DAT VOOR BIJNA 70% HET VOORNAAMSTE TV TOESTEL IS. VOOR DE OVERIGE 30% IS HET TV TOESTEL UITGERUST MET DVB-T SECUNDAIR.

0,6

DVB-T



Wat is uw voornaamste TV toestel



BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)

QUESTION: Q4 WAT IS UW VOORNAAMSTE TV-TOESTEL?

GAME CHANGERS





Profiel van de DVB-T kijker

Profiel van de DVB-T kijker

HET ZIJN VOORNAMELIJK JONGERE GEZINNEN DIE DVB-T KIJKEN, SLECHTS 18% VAN DE VERANTWOORDELIJKE VOOR TELECOM MET DVB-T THUIS IS OUDER DAN 55 JAAR, WAAR DAT NORMAAL GEZIEN 38% IS BINNEN DE TOTALE POPULATIE

Totale populatie



Gem. leeftijd : 50,7j.o.



68%

54 jaar of jonger



38%

55 jaar of ouder

DVB-T kijker



Gem. leeftijd : 45,4 j.o.



81%

54 jaar of jonger



19%

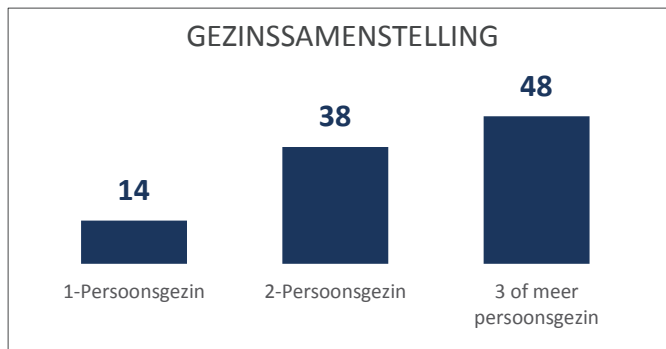
55 jaar of ouder

BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)

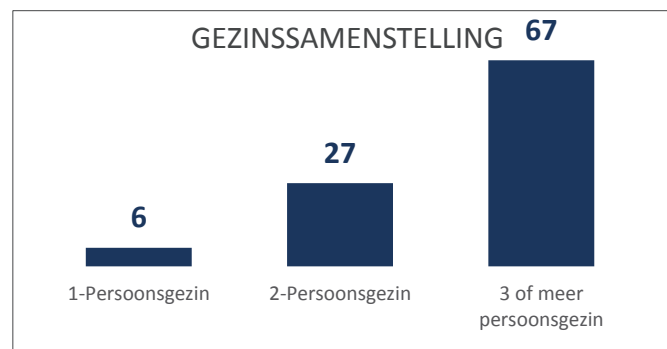
QUESTION: WAT IS UW LEEFTIJD?

GEZINNEN DIE DVB-T KIJKEN ZIJN OOK VOORNAMELIJK GROTERE GEZINNEN. TWEE OP DRIE ZIJN GEZINNEN MET 3 PERSONEN OF MEER

Totale populatie



DVB-T kijker



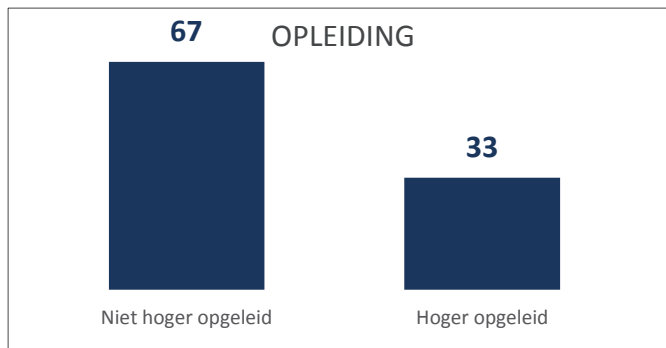
BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)

QUESTION: WAT IS UW GEZINSSAMENSTELLING?

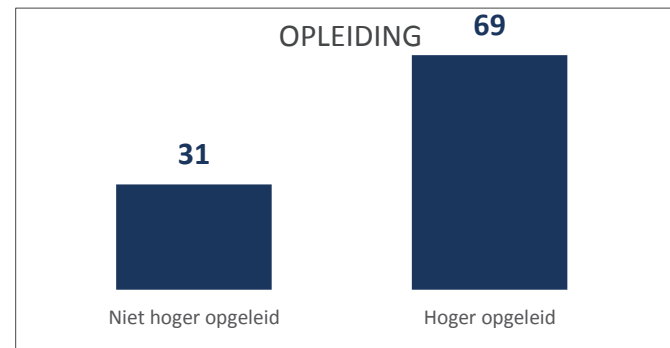
Profiel van de DVB-T kijker

OPVALLEND IS DAT DE DVB-T GEZINNEN MEER VERANTWOORDELIJKE VOOR TELECOM ZAKEN HEBBEN DIE HOGER OPGELEID IS. OP DE TOTALE POPULATIE IS ÉÉN OP DRIE HOGER OPGELEID, BIJ DVB-T GEZINNEN IS DAT BIJNA 70%

Totale populatie



DVB-T kijker



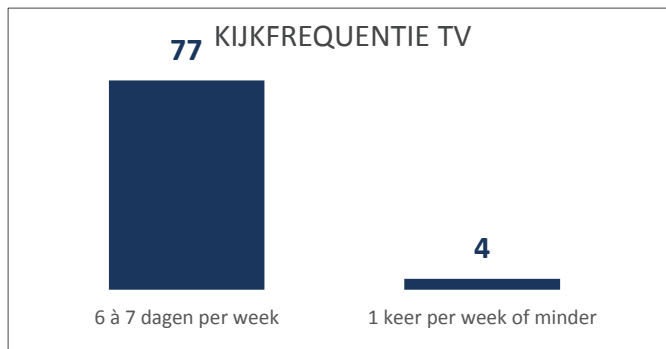
BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)

QUESTION: WAT IS UW HOOGST GENOTEN OPLEIDING?

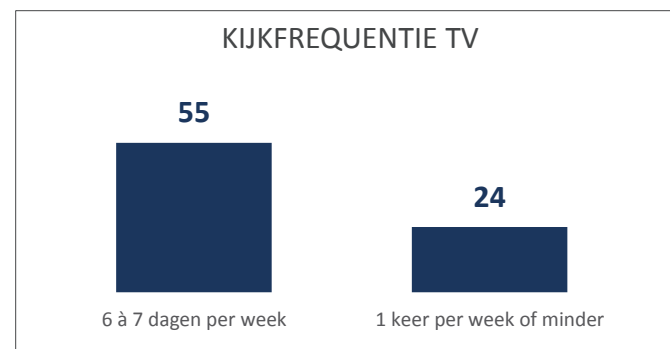
Profiel van de DVB-T kijker

DVB-T GEZINNEN KIJKEN OOK MINDER FREQUENT TV. OP DE TOTALE POPULATIE KIJKT BIJNA 80% QUASI DAGELIJKS TV. BIJ DVB-T GEZINNEN KIJKT SLECHTS 55% QUASI DAGELIJKS TV EN 24% KIJKT SLECHTS 1 KEER PER WEEK OF MINDER VAAK

Totale populatie



DVB-T kijker



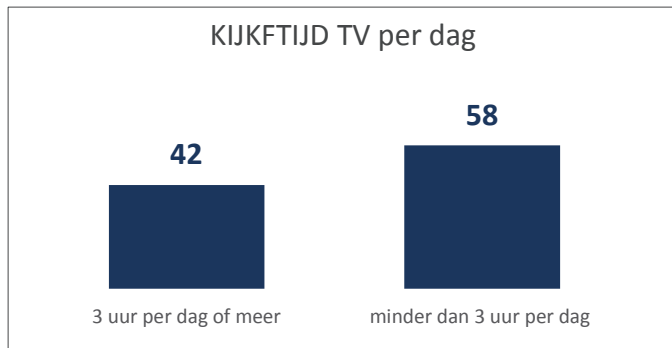
BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)

QUESTION: Q9 HOE VAAK KIJKT U GEMIDDELD TV PER WEEK?

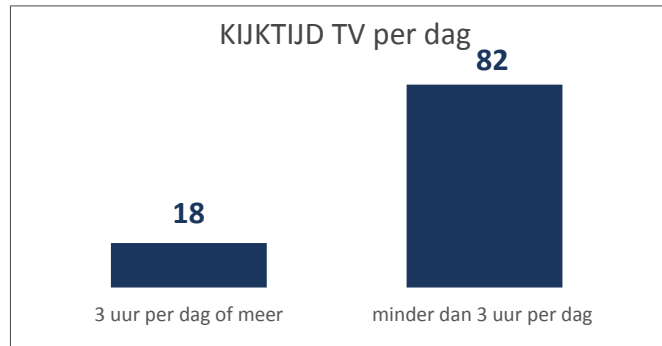
Profiel van de DVB-T kijker

DVB-T GEZINNEN KIJKEN MINDER FREQUENT TV EN ALS MEN DAN TV KIJKT, SPENDEERT MEN MINDER TIJD VOOR HET SCHERM. IN DE TOTALE POPULATIE IS ER 42% DIE MEER DAN 3 UUR PER DAG TV KIJKT. BIJ DVB-T KIJKERS IS DAT SLECHTS 18%

Totale populatie



DVB-T kijker



BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000), DVB-T KIJKER (N=18)

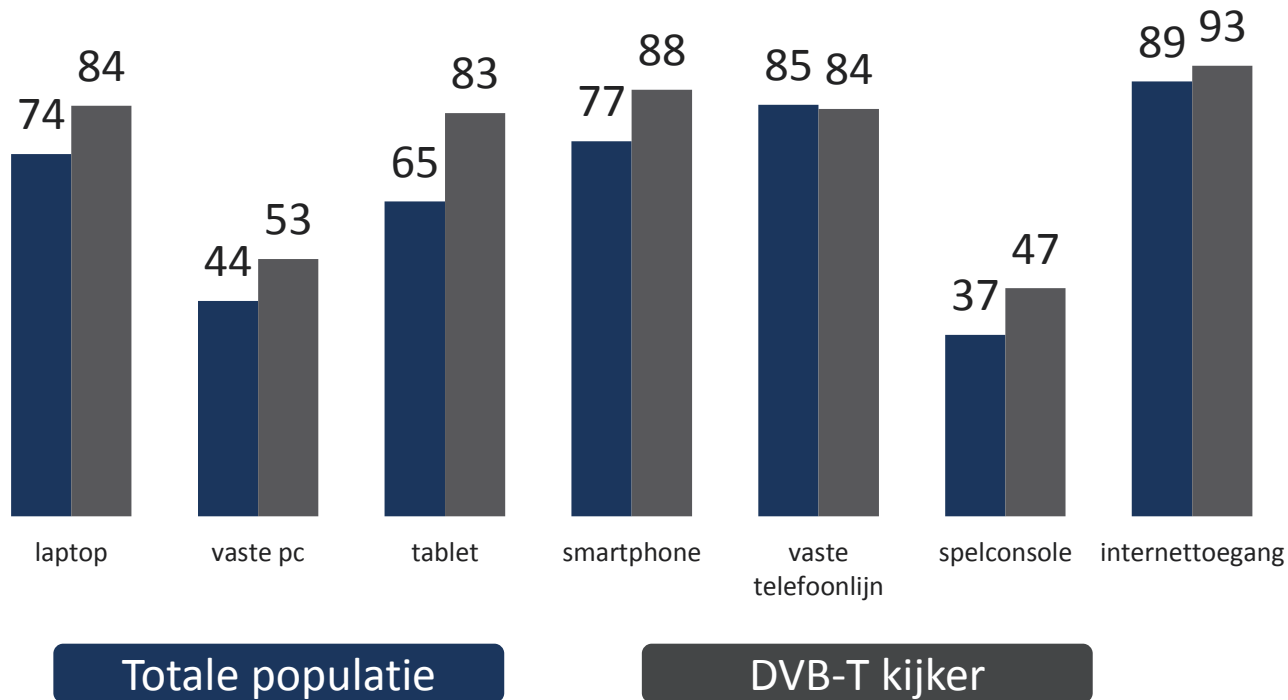
QUESTION: Q9A OP EEN GEMIDDELDE DAG DAT U TV KIJKT, HOELANG KIJKT U DAN TV?

Profiel van de DVB-T kijker

DVB-T GEZINNEN HEBBEN QUASI **ALLEMAAL TOEGANG TOT INTERNET**, MET SYSTEMATISCH MEER GEZINNEN MET PC/LAPTOP, SMARTPHONE OF TABLET.

DVB-T GEZINNEN ZIJN BETER UITGERUST ALS HET GAAT OVER MEDIA-UITRUSTING IN VERGELIJKING MET DE TOTALE BEVOLKING. DIT WORDT GEDREVEN DOOR HUN PROFIEL, MEER HOGER OPGELEID, JONGERE EN GROTERE GEZINNEN.

Multimedia uitrusting thuis



BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)

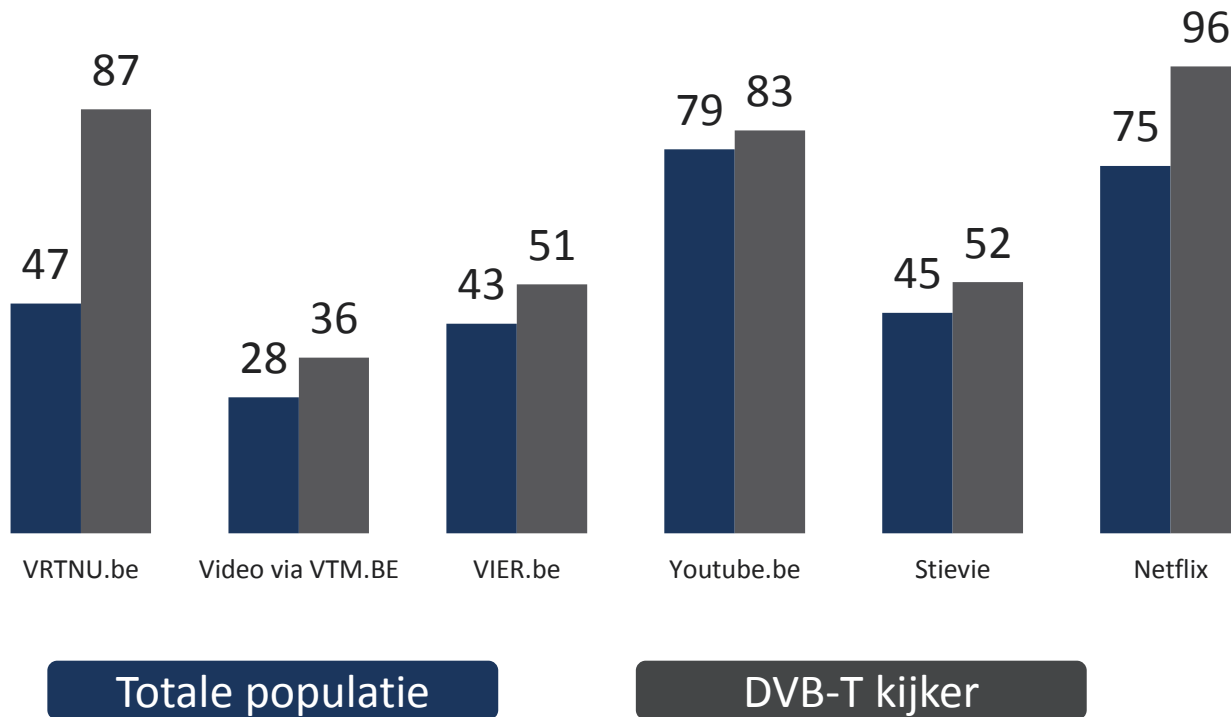
QUESTION: Q12 WELKE TOESTELLEN HEEFT U THUIS?

Profiel van de DVB-T kijker

DVB-T KIJKERS ZIJN MEER VERTROUWD MET APPS EN WEBSITES DIE VIDEO'S AF SPELEN. OPVALLEND IS HET GROTE VERSCHIL IN BEKENDHEID VAN HET VRTNU PLATFORM, QUASI ALLE DVB-T KIJKERS KENNEN HET PLATFORM WAAR HET BIJ DE TOTALE STEEKPROEF MINDER DAN 50% IS.

DEZE BEVINDING SLUIT OOK AAN BIJ HET 'DIGITALE' PROFIEL VAN DE DVB-T KIJKERS

Bekendheid websites/ apps om TV content te bekijken



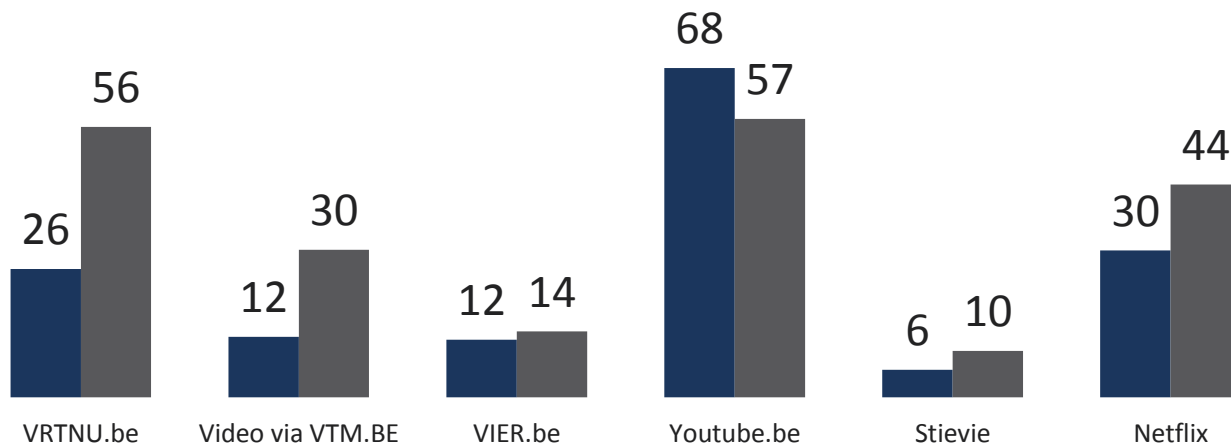
BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)

QUESTION: Q15 WELKE VAN VOLGENDE APPS OF WEBSITES KENT U AL WAS HET MAAR VAN NAAM?

Gebruik websites/ apps om TV content te bekijken

DE GROTERE
VERTROUWDHEID MET HET
INTERNET ZIEN WE VERDER
BEVESTIGD IN HET
EFFECTIEVE GEBRUIK VAN
DE ONLINE PLATFORMEN
DIE VIDEO CONTENT
AANBIEDEN.

VRTNU EN VIDEO VIA
VTM.BE WORDEN
DUIDELIJK MEER GEBRUIKT
DOOR DVB-T KIJKERS DAN
BIJ DE TOTALE POPULATIE.
56% VAN DE DVB-T
POPULATIE KIJKT VIDEO VIA
VRTNU



Totale populatie

DVB-T kijker

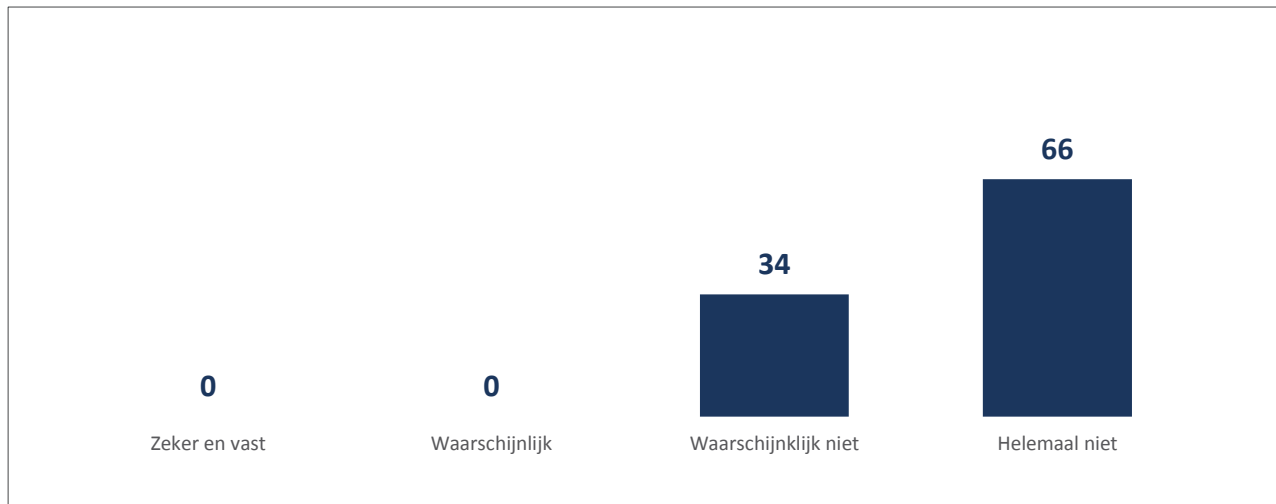
BASE: TOTALE STEEKPROEF (N=3000) , DVB-T KIJKER (N=18)
QUESTION: Q16 EN WELKE VAN DEZE APPS WEBSITE HEBT U REEDS GEBRUIKT?



Toekomst van DVB-T

Overweegt u om over te schakelen van distributiewijze?

DVB-T KIJKERS ZIJN ZEER TROUW AAN HUN MANIER VAN KIJKEN, NIEMAND OVERWEEGT OM UIT EIGEN BEWEGING TE VERANDEREN VAN KIJKMETHODE



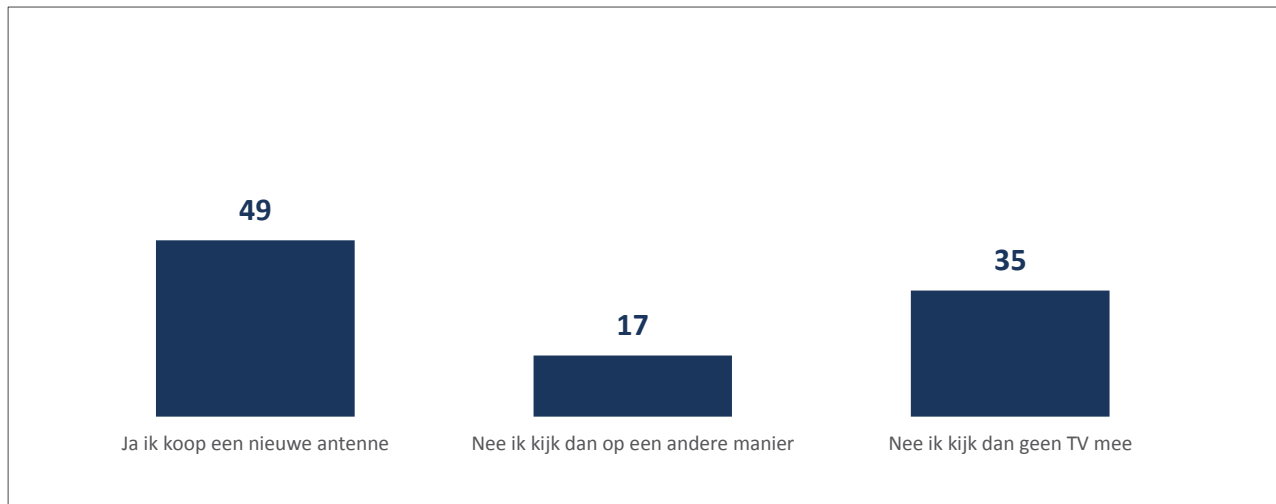
BASE: DVB-T KIJKER (N=18)

QUESTION: Q5 OVERWEEGT U OM OVER TE SCHAKELEN OP EEN ANDERE DISTRIBUTIEWIJZE?

Stel dat u een nieuwe antenne MOET kopen om verder DVB-T te kijken?

INDIEN EEN NIEUWE ANTENNE MOET WORDEN AANGEKOCHT OM VERDER TE KIJKEN VIA DVB-T ZOU 35% BESLISSEN OM GEWOON GEEN TV MEER TE KIJKEN. DIT DEMONSTREERT NOGMAALS HUN MINDER STERKE LINK MET TV KIJKEN.

NET GEEN 50% OVERWEEGT OM EFFECTIEF EEN NIEUWE ANTENNE TE KOPEN.



BASE: DVB-T KIJKERS (N=18)

QUESTION: Q8 STEL DAT U EEN NIEUWE ANTENNE MOET KOPEN OM VERDER TV TE KUNNEN KIJKEN VIA DVB-T, ZOU U DIE NIEUWE ANTENNE KOPEN?

Conclusies


Penetratie van DVB-T is zeer laag, slechts 45000 Nederlandstalige kijken TV via DVB-T

In het algemeen zijn de huishoudens met DVB-T iets jonger, iets groter en hoger opgeleid

Deze gezinnen hebben enerzijds een iets minder sterk band met het medium TV, ze kijken minder frequent en minder lang TV

Anderzijds hebben ze, gedreven door hun profile, meer affiniteit met het digitale. Ze zijn beter uitgerust betreft multimedia toestellen thuis en zijn meer vertrouwd met de online platformen die videos beschikbaar maken

Uit eigen beweging overwegen de DVB-T kijkers op dit moment geen andere manier van TV kijken, indien ze verplicht worden om een nieuwe antenne te kopen zal iets minder dan 50% dit daadwerkelijk doen.



APPENDIX

Technische informatie



Wie heeft het onderzoek uitgevoerd?

Wie is (zijn) de opdrachtgever(s) van het onderzoek?

➤ **Uitvoerder:**

Antoon Van der Steichel

IPSOS Connect

+32 (0)9 216 22 33

Antoon.VanDerSteichel@ipsos.com

➤ **Opdrachtgever:**

VRT studiedienst

Jo Martens

Jo.Martens@VRT.be



Welk type van onderzoek betreft het ?

➤ Een adhoc onderzoek (= een geïsoleerde meting).



Bij welke populatie & steekproef werd het onderzoek uitgevoerd?

- **Hoe kan de onderzoekspopulatie worden omschreven? Op welke wijze werd de steekproef samengesteld? Hoe groot is de steekproef?**

➤ **Nederlandstalige personen, verantwoordelijk voor telecom, uit Vlaanderen en Brussel.**

➤ **Onze steekproef werd opgebouwd via quota:**

- gezinssamenstelling (1,2,3, 4+ personen)
- geslacht (man/vrouw)
- leeftijd (18-24,25-34,35-44,45-54,55-64,65+)
- provincie (West-Vlaanderen, Oost-Vlaanderen, Antwerpen, Limburg, Vlaams-Brabant, Brussel)
- sociale klasse (8 groepen)

➤ **De netto-steekproef telt 3000 respondenten.**



Op welke wijze werden de antwoorden verzameld?

- **Alle 3000 interviews werden telefonisch afgenomen (door middel van ervaren interviewers via het Ipsos callcenter) gedurende een periode van +-3 weken.**



Op welke socio-demografische criteria werd de steekproef herwogen?

- › De steekproef werd na afronding van het veldwerk gewogen op:
 - › Gezinsamenstelling (4 groepen)
 - › Leeftijd (6 groepen)
 - › Geslacht x provincie (10 groepen)
 - › Sociale klasse (4 groepen)



Wanneer werd het onderzoek uitgevoerd?

➤ Deze telefonische interviews werden afgenomen in de periode 5/02/2018 – 27/02/2018



Samenvattende technische fiche

- Dit representatief onderzoek werd afgenomen bij 3000 Nederlandstalige personen (verantwoordelijk voor telecom) in Vlaanderen en Brussel in de periode van 5 tot en met 27 februari 2018.
- Alle 3000 interviews werden telefonisch afgenomen. Er werden quota gehanteerd op de volgende variabelen: gezinssamenstelling, leeftijd, geslacht, provincie en sociale klasse.
- De steekproef werd gewogen naar gezinssamenstelling, leeftijd, geslacht x provincie en sociale klasse.