

EEN HALFJAAR NETFLIX IN VLAANDEREN: DE HYPE VOORBIJ?

BART VANHAELEWYN, TOM EVENS EN LIEVEN DE MAREZ
IN SAMENWERKING MET KOEN VERVOORT, GREET PAUWELS, WENDY VAN DEN BROECK,
DAVID GEERTS EN ELS VANDENBULCKE

— HET —
NETFLIX
RAPPORT

TABLE OF CONTENTS

LIST OF FIGURES AND TABLES	3
EXECUTIVE SUMMARY	4
INLEIDING	17
POTENTIEELINSCHATTING	22
NETFLIX 6 MAANDEN NA DE LANCERING	34
POTENTIEEL VERZILVERD?	37
ONDANKS STERKE INTERESSE, TOCH NOG GEEN ADOPTIE	41
ONDANKS MATIGE TOT GEEN INTERESSE, TOCH ADOPTIE	44
ONDANKS STERKE INTERESSE TOCH ABONNEMENT STOPGEZET	45
GEBRUIK VAN NETFLIX	48
CONCLUSIE	56
ADOPTIE HOOGST BIJ WELKE PROFIELEN?	57
CONCLUSIE	62
ADOPTIE VOORAL BIJ WIE VAAK SERIES KEEK VÓÓR NETFLIX?	63
CONCLUSIE	68
TEVREDENHEID NETFLIX	69
BEELDKWALITEIT	69
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID	70
PRIJS EN PRIJS/KWALITEIT	74
AANBOD FILMS EN SERIES	77
CONCLUSIE	80
BELANG VLAAMSE CONTENT	81
CONCLUSIE	84
INVLOED OP ANDERE ABONNEMENTEN	85
INVLOED NETFLIX OP INTERNETABONNEMENT	86
INVLOED NETFLIX OP DIGITALE TELEVISIE	88
INVLOED NETFLIX OP ANDERE ABONNEMENTEN OP FILMS EN SERIES	92
INVLOED NETFLIX OP AANKOOP MEDIATOESTELLEN	95
CONCLUSIE	96
EEN HALF JAAR NETFLIX IN VLAANDEREN IN 12 BEELDEN	98

LIST OF FIGURES AND TABLES

POTENTIEELINSCHATTING

Graph 1: Adoptie-potentieel Netflix	24
Graph 2: Profilering segmentatie PSAP: Over-/Ondervertegenwoordiging socio-demo per segment	25
Graph 3: Profilering segmentatie PSAP: Over-/Ondervertegenwoordiging online video en bezit/gebruik internet-geconnecteerde schermen per segment	26
Table 1: Geef top 3 belangrijkste kenmerken Netflix	28
Table 2: Als je een abonnement op Netflix zou nemen, zou je dan een huidig abonnement stopzetten?	29

NETFLIX 6 MAAND NA LANCERING

Graph 4: Abonnement op netflix	37
Graph 5: Adoptie: opsplitsing Proefperiode - Vast - Gestop	38
Graph 6: Betalende adoptie Netflix per segment	39
Graph 7: Waarom heb je geen abonnement genomen op Netflix?	41
Graph 8: Waarom heb je je abonnement op Netflix stopgezet?	45
Graph 9: Via welke toestellen kijk je naar Netflix?	48
Graph 10: Ruimtes om Netflix te kijken	51
Graph 11: Hoe vaak keek je naar series en films voor de komst van Netflix?	63
Graph 12: Hoe tevreden ben je over Netflix?	69
Graph 13: Vlaamse content op Netflix	81
Graph 14: Relatie tussen belang Vlaamse content op Netflix en frequentie kijken naar Vlaamse zenders vóór de komst van Netflix.	83
Table 3: Invloed op andere abonnementen	85
Graph 15: Welke van onderstaande toestellen heb je gekocht in functie van Netflix?	95

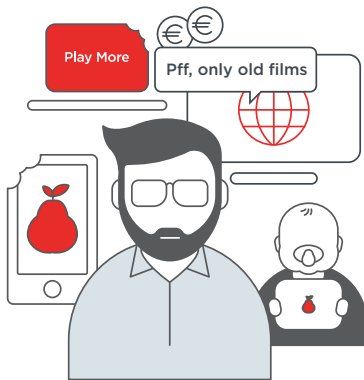
EXECUTIVE SUMMARY

Bij lancering in september 2014 kon Netflix rekenen op een duidelijk potentieel in Vlaanderen (een kwart van de Vlaamse 18+ internetpopulatie). Een half jaar later zien we ook een significante verzilvering van dat potentieel. Het merendeel van de geïnteresseerden in september, de potentiële Innovators en Early Adopters, ging ondertussen ook vrij snel tot adoptie van een trial account over. Lang niet iedereen zette na de trial echter de stap naar een betalend account, en van diegenen die dat deden continueert een substantieel deel dat niet. Verklaringen daarvoor zijn de 'tegenzetten' van de zenders en operatoren, en een niet (volledig) kunnen inlossen van de gecreëerde verwachtingen door Netflix¹.

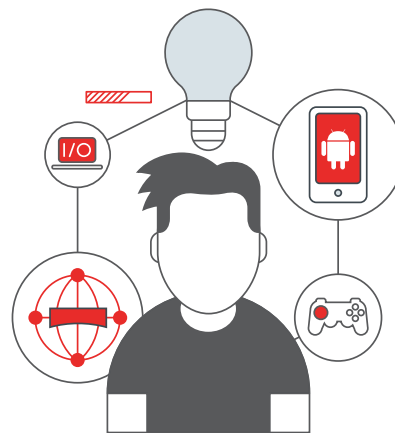
Bij de adopters zien we twee groepen: de verwachte doelgroep van Online Media Masters, en - minder verwacht - Media Omnivore gezinnen met kinderen. Voor beide groepen zijn dezelfde factoren belangrijk (aanbod en gebruiksgemak), maar krijgen die wel telkens een andere invulling. Bij de eerste groep is het aanbod een belangrijke drijfveer om een abonnement te nemen, en is het gebruiksgemak een bijkomende troef gebleken ten opzichte van illegale bronnen. Ook bij de tweede groep - de gezinnen - was het aanbod doorgaans het 'lokmiddel' voor de papa of mama als 'verantwoordelijke voor aankopen' in dat huishouden. Net als bij andere profielen stellen we ook bij deze groep een zekere mate van ontgoocheling en saturatiegevaar vast, maar valt het op dat zij toch vaak hun Netflixabonnement aanhouden omwille van de eerder 'toevallig' ontdekte meerwaarde voor de kinderen. Dat Netflix zo intuïtief is dat zelfs erg jonge kinderen gemakkelijk Netflix kunnen opzetten (in tegenstelling tot digitale televisie), was een opvallende vaststelling. Op het vlak van kijkpatronen zien we dat Netflix bij de meesten bovenop hun bestaande kijkpatronen komt. Het lijkt er dus op dat Netflix er vooral voor zorgt dat 'heavy viewers' van series nu nog meer audiovisuele content gaan consumeren. Op het vlak van abonnementen lijkt Netflix een complementaire modus vivendi te vinden met het reguliere TV-aanbod. Waar Netflix wel een substituerend effect heeft, is bij het illegaal streamen of downloaden van films en series (vooral bij Online Media Masters), en bij andere betaalpakketten op films en series (vooral bij Media Omnivore gezinnen met kinderen). De grootste uitdaging voor Netflix is de tijdelijkheid van de hype te overstijgen. Het enthousiasme voor Netflix was op voorhand op twee uitgesproken verwachtingen gestoeld: aanbod en gebruiksvriendelijkheid (en dit tegen een aanvaardbare prijs). Ondanks de nog relatief korte periode na introductie (zes maanden), is het duidelijk dat vooral op het vlak van aanbod Netflix moeite heeft om de verwachtingen in te lossen.

¹ Gegeven de korte termijn (6 maand na intro), de vele mensen die nu nog aan hun trial of eerste maanden bezig zijn (en dus nog op de mogelijke contentsaturatie moeten botsen), kunnen we nog geen exacte schatting maken van het aantal betalende accounts. Daarvoor is het wachten op Digimeter 2015 in december. Maar obv de inzichten die we met dit onderzoek konden verzamelen, en rekening houden met de mate van 'sharing' van accounts (zowel binnen, maar ook tussen huishoudens onderling), schatten we het aantal betalende Netflix-accounts momenteel ergens tussen 60.000 à 100.000.

Dat zien we niet alleen vertaald in de matige waarderingscores voor het serie-aanbod en de lage tevredenheid over het aanbod aan films, maar ook in de significante groep mensen die het Netflixabbonnement alweer heeft opgezegd na een paar maand. Een snelle verzadiging op contentvlak is met andere woorden het grootste gevaar voor Netflix, waardoor nog meer van de adopters zal evolueren naar een “Hop on/Hop off”-systeem in plaats van een permanent abbonement op Netflix.



Media Omnivore



Online Media Master

Na de aankondiging dat Netflix in september 2014 ook naar Vlaanderen zou komen, gonsde het meteen van de voorspellingen. Volgens de ene bron zou dit het einde betekenen van reguliere televisie, terwijl anderen net verkondigden dat Netflix geen voet aan de grond zou krijgen zolang de lokale content achterwege bleef. In de slijpstream van die aankondiging kwamen ook heel wat initiatieven vanuit het Vlaamse ecosysteem. Zo ging Medialaan van start met het aanbieden van afleveringen en fragmenten op vtm.be en kondigde VRT aan dat Canvas meer zal inzetten op digitale platformen. En daar waar Proximus Netflix via de settopbox is gaan aanbieden, ging Telenet de confrontatie aan. De Mechelse distributeur wijzigde de betaalpakketten, en verving Rex & Rio door Play & Play More. Grootste veranderingen daarbij zijn een permanente prijsverlaging voor het goedkoopste pakket (van bijna 15 euro naar een 'Netflix-vergelijkbare prijszetting' van 10 euro per maand). In het duurste pakket (Play More) versterkte Telenet het HBO-aanbod, waarbij je nu de afleveringen al 1 dag na release in VS ter beschikking hebt (in plaats van 1 week later, zoals dat bij Rio het geval was). En in beide pakketten (Play als bij Play More) zat voortaan ook de Terugkijk TV-functie: via de TV-gids programma's opvragen en bekijken tot 7 dagen na uitzending.

De komst van Netflix is met andere woorden geen onbelangrijk moment voor de Vlaamse mediasector. Netflix is één van die spelers met een potentieel disruptieve impact op 'Het Nieuwe TV-Kijken', en brengt heel wat vragen met zich mee. Wat is het potentieel van Netflix in Vlaanderen? Welke rol speelt lokale content? Welke drempels zijn er om in te tekenen op Netflix, en wat zijn juist de belangrijkste drijfveren om tot adoptie over te gaan? Hoe tevreden (of ontgoocheld) zijn de eerste gebruikers van Netflix? Welke afwegingen maken ze bij de andere, huidige abonnementen (kabelabonnement en/of digitale televisie stopzetten, andere betaalpakketten op series en films opzeggen, zwaarder internetabonnement nemen,...)? En wat met de gratis (illegale) online bronnen zoals torrent-sites en Popcorn Time?

In de zoektocht naar antwoorden op al deze vragen, zette iMinds tussen augustus 2014 en mei 2015 een onderzoek in 3 fasen op:

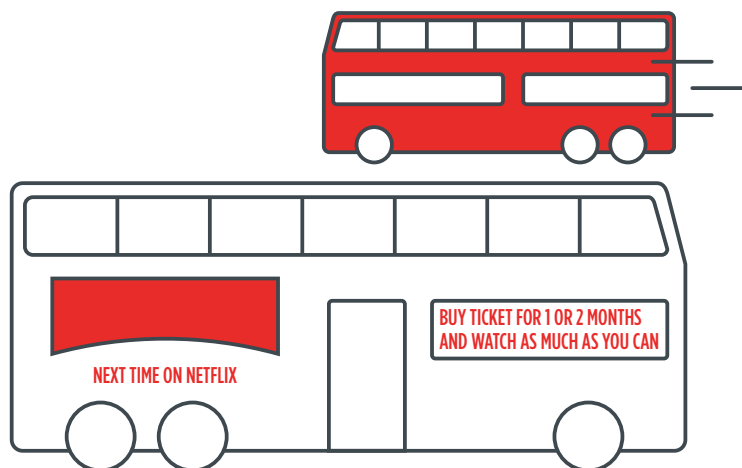
1. Een prior-to-launch potentieelinschatting van Netflix, representatief voor de Vlaamse 18+ internetpopulatie, aan de hand van een survey bij 2047 respondenten in de weken vlak vóór de lancering van Netflix.
2. Een follow-up studie bij ruim 800 van de 2047 respondenten in maart 2015. Wat is de stand van zaken een half jaar na de lancering: is het potentieel verzilverd (en bij welke profielen)? Hoe tevreden zijn de gebruikers over Netflix? Wat zijn grote pluspunten, en waarover zijn ze eerder ontgoocheld? En heeft Netflix iets veranderd aan hun kijkgedrag, hebben ze andere abonnementen stopgezet, of extra toestellen gekocht in functie van Netflix?
3. Diepte-interviews bij 50 respondenten thuis in april/mei 2015, om meer inzicht te krijgen in de motivaties achter de survey-resultaten, en na te gaan hoe ze Netflix ervaren.

Als we de resultaten uit de drie onderzoeksgolven samen leggen, komen we tot enkele opvallende conclusies.

- **Netflix heeft wel degelijk potentieel in Vlaanderen, en dat potentieel wordt ook grotendeels verzilverd...** maar niet altijd met even blijvende loyaliteit. De potentieelinschatting in september gaf aan dat 5,4% van de Vlaamse 18+ internetpopulatie als potentiële Innovator kan gezien worden: een groep die absoluut bij de de eersten wil zijn om Netflix te hebben, ongeacht de prijszetting en een duidelijk zicht op het aanbod. Een voorspelling die ook bleek te kloppen, met met meer dan 9 op 10 van deze mensen die een half jaar na lancering ondertussen tot adoptie van Netflix was overgegaan. Opvallend echter is dat een deel van deze enthousiastelingen Netflix alweer verlaten heeft. Wat maakt dat 8 op 10 van de voorspelde innovators voor Netflix, vandaag nog een betalend abonnement op Netflix heeft .
Naast de 5,4% Innovators waren er ook 22.7% potentiële Early Adopters: een groep die eveneens heel enthousiast is, maar niet 'blind' zal instappen. Zij maken rationelere afwegingen dan Innovators, en wachten het effectieve aanbod af alvorens te beslissen. Voor 7 op 10 van hen woog die afweging ondertussen ook naar een adoptie van Netflix door, maar ook hier zegde een deel het abonnement ondertussen alweer op.

Een half jaar na introductie stellen we met andere woorden vast dat ...

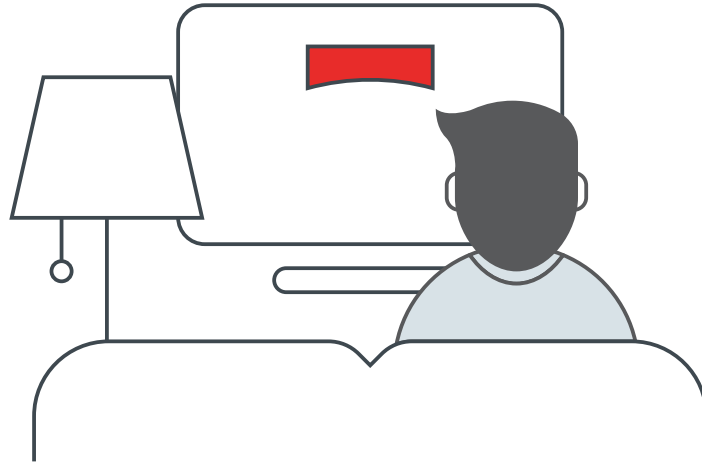
- er duidelijk potentieel is in Vlaanderen (een kwart van de 18+ internetpopulatie)
 - er een heel sterke en significante correlatie is tussen de voorspelde en de effectieve adoptie van Netflix,
 - de verzilvering van dat potentieel zich snel voltrekt (de adoptie van de Innovators hebben we achter de rug, en we zitten al ver in de Early Adopterfase),
 - maar dat er - haaks op het enthousiasme en die snelheid van adoptie - ook al een substantieel aandeel 'snelle Netflix-verlaters' kan worden waargenomen
 - waardoor de loyaliteit ten aanzien Netflix geen zekerheid lijkt
 - en we drie types respondenten onderscheidde voor nader onderzoek
- Een minderheid die heel sterke interesse toonde in september (potentiële Innovators en Early Adopters) maar een half jaar later toch nog geen abonnement heeft genomen. Grootste reden is een gepercipieerd tijdsgebrek (wat impliceert dat Netflix bovenop het bestaande aanbod komt, en niet als vervanging). Maar ook het tegenvallende aanbod is hier een belangrijke verklarende factor. Voor budgetbewuste profielen, zoals studenten, speelt ook mee dat Netflix voor sommigen momenteel onvoldoende meerwaarde biedt ten opzichte van gratis (illegale) alternatieven, wat de bereidheid tot betalen voor Netflix gevoelig verlaagt.



Hop on/Hop off: Netflix (korte) periode gebruiken, even on-hold plaatsen, en later opnieuw activeren.

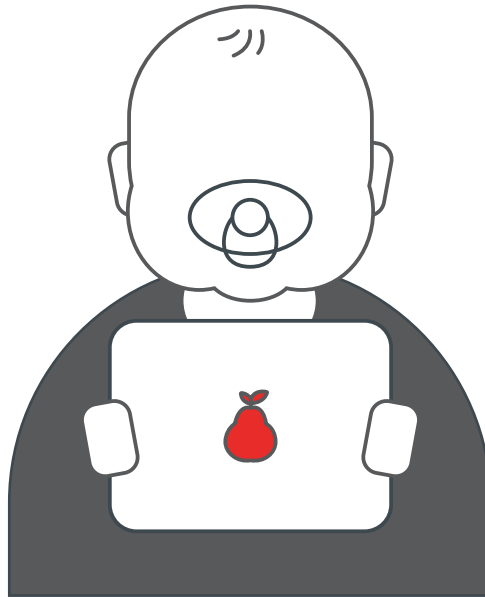
- Binnen de groep met matige tot geen interesse in september (potentiële Late Majority en Laggards), is er een kleine groep die na de lancering toch vrij snel een abonnement heeft genomen. De constante bij deze groep is de 'lock-in' na de gratis trial-maand. Via enthousiastelingen in hun omgeving hebben ze Netflix toch ook maar eens geprobeerd (lage instapdrempel) en zo overtuigd geraakt. In eerste instantie meer door de gebruiksvriendelijkheid dan door de content. Of deze profielen ook abonnee zullen blijven bij Netflix, hangt echter af van het aanbod: van zodra die tegenvalt, zijn die profielen ook snel weer weg bij Netflix.
- Binnen de profielen die de sterkste interesse toonden in september 2014 (potentiële Innovators en Early Adopters) en ook tot adoptie overgingen, heeft een kleine groep het abonnement intussen alweer stopgezet. Veruit de grootste reden daarvoor is het tegenvallende contentaanbod. Een deel keert Netflix door deze ontgoocheling definitief de rug toe, maar het merendeel ontwikkeld een soort van "Hop on/Hop off"-patroon: zich voor beperkte periodes van 1 of meerdere maanden weer in- en uit te schrijven. Een patroon waar op termijn wellicht meerdere consumenten naar toe zullen evolueren. Het dreigende snelle saturatie-effect met het bestaande content-aanbod was immers een terugkerende vaststelling in alle segmenten...

¹ Online Media Masters is een segment van voornamelijk jongeren die voor het eerst naar boven kwam in digiMeter 2013. Het meest kenmerkende aan deze groep is dat ze voor elke vorm van mediaconsumptie in de eerste plaats denkt aan de digitale mogelijkheden: video en TV worden heel vaak ook online bekeken, het nieuws vooral via nieuwswebsites of sociale media, en ook het streamen en downloaden van muziek is het meest populair in dit segment. Online Media Masters komen dus los van de specifieke toestellen: televisie hoeft niet per se op een televisietoestel bekeken worden; muziek hoeft niet per se op een radiotoestel beluisterd worden. In plaats daarvan gebruiken ze gewoon het toestel wat best past bij de situatie. Meer informatie over dit segment kan je terugvinden in digiMeter 2014, en online op iMinds.be/digiMeter.



Netflix wordt in primetime nog altijd liefst in woonkamer op tv-scherm bekeken, en op andere momenten (bv 's avonds laat in bed) komen andere ruimtes en schermen aan bod.

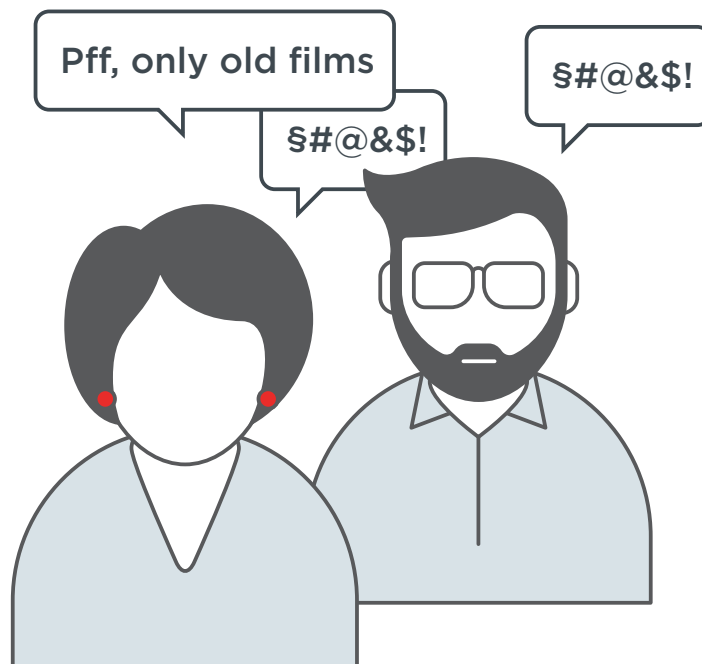
- **Adoptie - zoals verwacht - voornamelijk bij Online Media Masters!** Dit jongerensegment, dat voor het eerst naar boven kwam in digiMeter 2013, is opgegroeid met digitale media. Ook voor audiovisuele consumptie is online voor hen een vaste aanvulling op het kijken naar reguliere TV. Vóór de komst van Netflix keken Online Media Masters al vaak naar series, maar was dit voornamelijk op gratis (illegale) platformen. Het gebruik van Netflix gaat bij deze groep eerder ten koste van illegale streaming en downloaden, en minder van het klassieke TV-kijken. Het absolute codewoord bij hen is “aanbod”. De gebruiksvriendelijkheid van Netflix wordt door hen ook wel erkend, maar is geen reden om voor Netflix te kiezen of te houden. Ze weten heel goed welke content ze willen, en kiezen in functie daarvan hun platform. Voor series waarvan de meest recente afleveringen niet beschikbaar zijn op Netflix, of die helemaal niet worden aangeboden door Netflix (denk aan de HBO-series), is de verleiding groot om toch nog via illegale weg die content te bekijken. Voor films, wat voor de meesten van hen echt een zwak punt is van Netflix, grijpen ze sowieso terug naar bronnen als Popcorn Time waar het aanbod van films een pak recenter is.
- **Naar gebruik van Netflix toe zien we op dit moment vooral gelijkenissen met het kijken naar reguliere TV.** Ook Netflixers kijken voornamelijk in de woonkamer op het televisiescherm naar Netflix. En ze doen dat ook het liefst samen met anderen. Maar daarbovenop geeft Netflix hen wel de flexibiliteit om vaak als uitbreiding op het ‘tv in de woonkamer kijken’ wat leuk is als je de laatste vijf minuten van een serie wil uitkijken in de slaapkamer, een aflevering wil zien als je een bad neemt, of buiten een film wil zien als het mooi weer is. In termen van totale kijkduur per dag – waar we op basis van deze zelfrapportering geen uitspraken over kunnen doen – doet ons dit vermoeden dat de komst van Netflix bovenop het reguliere tv kijken iets is wat de ‘heavy viewers’ nog méér tijd aan televisiecontent doet spenderen.



Intuïtieve Netflix naar kinderen toe: Netflix is zo eenvoudig dat zelfs 3-jarigen gemakkelijk met Netflix kunnen werken; ook sterk aanbod naar kinderen toe.

- Het gebruik van Netflix is kinderspel.** Naast de verwachte groep van Online Media Masters, is de tweede belangrijke groep van 'blijvende' adopters die van de gezinnen met (kleine) kinderen. Het intuïtieve karakter van Netflix zorgt ervoor dat ook erg jonge kinderen vlot met Netflix kunnen werken, lang voor ze kunnen lezen. Iets wat met de complexere structuur van pakweg digitale televisie minder het geval is. Ook het feit dat er een groot aanbod is aan content voor kinderen, was voor veel gezinnen een aangename verrassing.

Daar waar de intrinsieke motivatie tot adoptie ook bij hen vaak contentgedreven was (één van de ouders die gecharmeerd was door bepaalde series in het aanbod), valt bij hen evenzeer een zekere ontgoocheling in dat aanbod waar te nemen, maar blijven ze het abonnement behouden, omdat het - onverwacht - zo makkelijk blijft voor de kinderen. Bijvoorbeeld als we eens een uurtje willen doorwerken.
- Wie nu veel series kijkt via Netflix, was ook voordien al een heavy viewer van series.** Op korte termijn zien we dus geen grote verschuivingen in type content die Netflixgebruikers consumeren. Alleen is de manier waarop die content bekeken wordt sterk veranderd: groter gebruiksgemak, betere streamingkwaliteit, meer 'bingeviewen', en vaker serieel series volgen (1 serie uitkijken en pas daarna overschakelen naar een andere serie) in plaats van parallel volgen (meerdere series door elkaar volgen). Opmerkelijk is ook dat velen Netflix beschouwen als de eerste legale bron om tegen een aanvaardbare prijs series op hun eigen tempo te volgen. Dat is vooral belangrijk voor wie graag series kijkt, maar tegelijk ook worstelt met de illegaliteit van Torrent-sites en streamingplatformen zoals Popcorn Time. Qua content zijn de series met andere woorden met voorsprong de sterkste USP van Netflix. Maar dat lijkt er niet voor te zorgen dat er nu meer Vlamingen naar series kijken. De heavy viewers die vóór de komst van Netflix al vaak naar series keken, worden door Netflix duidelijk nog versterkt in dat kijkprofiel.

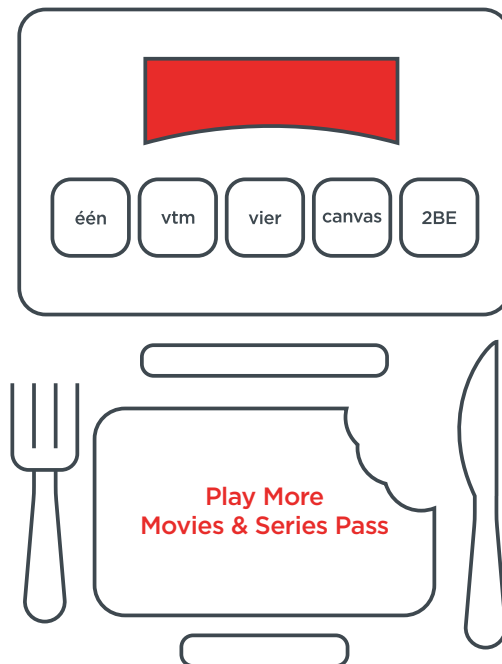


Maar: frustratie/ontgoocheling
met de content op Netflix (onvoldoende recent aanbod)

- **Gebruiksgemak en flexibiliteit zijn een belangrijke troef voor Netflix.** De intuïtieve interface en het eenvoudig switchen tussen verschillende schermen vinden gebruikers top, maar ze vragen zich wel af of het aanbod niet op een overzichtelijker manier kan aangeboden worden (bijvoorbeeld via een filtersysteem op bepaalde parameters zoals genre, topic, uitgever, ...).
- **Groot aandachtspunt voor Netflix is het aanbod aan series en vooral films.** Dat is (op zijn zachtst gezegd) nog niet optimaal. Heel wat Vlaamse Netflixadopters percipiëren het aanbod in Vlaanderen als ver achterop lopend in vergelijking met andere landen. Verder zit er een groot tijdsinterval tussen de release van een film/serie en het moment waarop die op Netflix verschijnt, waardoor het aanbod (en dan zeker het filmaanbod) verouderd overkomt. Dit kan op (korte!) termijn mensen doen afhaken, en opnieuw richting illegale bronnen duwen!

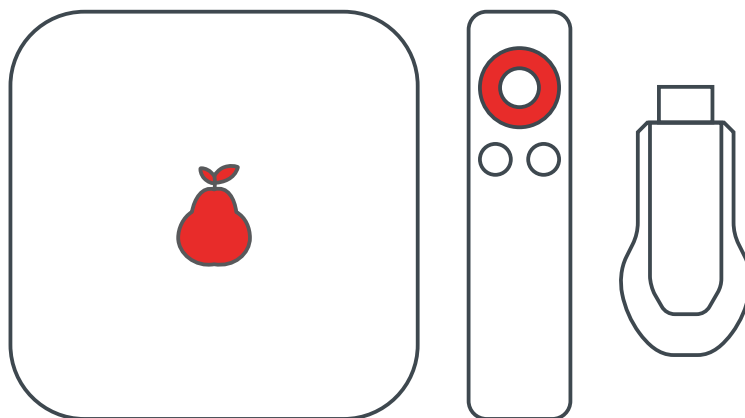
- **Vlaamse content geen breekpunt voor Netflix-adoptie, maar leuk extraatje.** Het aanbieden van Vlaamse series is momenteel geen prioriteit voor Netflix. En gebruikers die sowieso maar matig geïnteresseerd zijn in Vlaamse content, zullen ook op Netflix niet op zoek gaan naar die Vlaamse series.

Voor andere abonnees is het echter een leuk extraatje dat je via Netflix Vlaamse series kunt opvragen die je vroeger gemist hebt op televisie. Voor hen mag dat zeker uitgebreid worden, liefst ook met series van commerciële zenders. Maar een differentiator zal het niet meteen worden. Netflix blijft iets wat naast de reguliere TV-toegang blijft bestaan.



Netflix komt bovenop reguliere TV, maar kannibaliseert op andere betaalpakketten

- **Netflix complementair met reguliere TV, maar kannibaliseert op andere film/series betaalpakketten.** Binnen Vlaamse huishoudens neemt Netflix niet de plaats in van reguliere TV, maar wordt het er bovenop genomen. Play More ligt wel vaak in de weegschaal, en meestal weegt daarin het prijsverschil het zwaarst door in het voordeel van Netflix. Anderen zien echter dat het verschil in aanbod (bijvoorbeeld de HBO-series, extra diensten zoals Terugkijk TV) wel het prijsverschil verantwoordt, en die zullen eerder Play More verkiezen boven Netflix. De tegenreacties van Telenet waren met andere woorden een 'sterke' tegenzet om een deel van de potentiële early adopters voor Netflix in hun rationele afweging tot retentie van hun Play/Play More abonnement te doen besluiten, maar hebben niet kunnen tegenhouden dat een significant deel van hen dat abonnement toch heeft opgezegd.



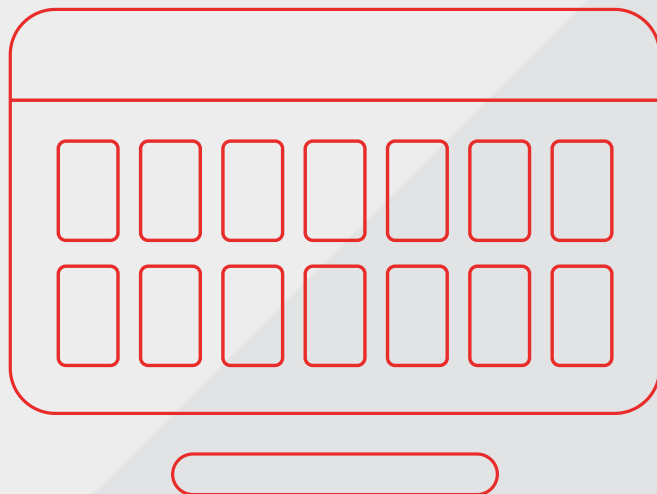
Netflix als driver om mediastreamers (Google Chromecast, Apple TV) aan te kopen.

- **Netflix als driver voor adoptie van mediastreamers.** Het is opvallend dat vooral Google Chromecast profiteert van de komst van Netflix. De gewoonte om te kijken op het grote scherm, doet Vlaamse Netflixgebruikers op zoek te gaan naar gebruiksvriendelijke en betaalbare manieren om het TV-scherm te koppelen aan het internet. En Chromecast is voor velen daar de meest geschikte oplossing voor.

CHAPTER 01

INLEIDING

INLEIDING



CHAPTER 01





INLEIDING

INLEIDING

Elk jaar voert iMinds de digiMeter-studie uit. Bij een representatieve steekproef van minstens 1.500 Vlamingen, die niet enkel via online kanalen worden gerekruteerd maar ook op 'offline' locaties zoals op marktplaatsen of aan bibliotheken, wordt een huidige stand van zaken opgemaakt op het vlak van media- en technologiegebruik. Hoeveel Vlamingen bezitten intussen een smartphone, en wat doen ze er zoal mee? Op welke manieren kijken Vlamingen naar TV en video? Is het spelen van games enkel voorbehouden aan de jongste generaties, of zien we dat steeds meer oudere Vlamingen computerspelletjes spelen? Welke profielen zijn de grootste fans van tablets?

DIGIMETER BOOSTSAMPLES

De digiMeter-studie is een rijke studie, die een heel breed spectrum aan media en ICT covert. Dat brede spectrum is echter meteen ook een beperking: doordat er zoveel verschillende media en technologieën worden bevroegd, is het niet haalbaar om in dezelfde meting elk topic tot in de diepte te onderzoeken. Om hieraan tegemoet te komen, lanceert iMinds in de marge van digiMeter enkele aanvullende onderzoeken. Deze studies beperken zich telkens tot één specifiek onderwerp, dat in de diepte wordt uitgespit. Omdat we hierdoor de digiMeter-resultaten kunnen 'boosten' met extra inzichten vanuit die bijkomende onderzoeken, noemen we deze extra onderzoeken 'digiMeter Boostsamples'. Door te werken met extra, aanvullende onderzoeken kunnen we niet alleen meer en diepgaande vragen stellen over dat topic, maar kunnen we ook verschillende onderzoeksmethodes combineren. Om praktische redenen is het niet haalbaar om voor digiMeter zelf een 'mixed-method'- benadering toe te passen, maar in de boostsamples kunnen we een pak flexibeler te werk gaan.

WAAROM NETFLIX?

Voor de keuze van onderwerpen voor de digiMeter Boostsamples, willen we vooral vertrekken vanuit de actualiteit. Binnen welke domeinen zien we interessante verschuivingen? Welke innovaties kunnen een invloed hebben op hoe Vlamingen omgaan met media? Van welke nieuwe spelers wordt verwacht dat ze de klassieke verhoudingen kan ontwrichten (de zogenaamde 'disruptieve mediaspelers')?

De komst van Netflix naar Vlaanderen past perfect in dat plaatje. Netflix wordt meestal als voorbeeld genoemd van disruptieve media (naast Spotify, Uber en AirBnB): in plaats van via kabel te kijken naar traditionele TV-zenders en hun zendschema te volgen, kun je met Netflix over het internet kijken naar films en series waar en wanneer je wil. In de VS heeft Netflix intussen al ruim 40 miljoen betalende abonnementen, wat neerkomt op bijna 40% van de TV-huishoudens in de VS¹. Aangezien Netflix echter ook vaak buiten het gezin gedeeld wordt², zal het aantal huishoudens dat Netflix gebruikt nog een stuk hoger liggen.

Uiteindelijk ging Netflix in België van start op vrijdag 19 september 2014. In dezelfde periode ging Netflix ook van start in Duitsland, Frankrijk, Oostenrijk, Zwitserland en Luxemburg. In Nederland was Netflix op dat moment al een jaar actief. Gebruikers kunnen kiezen tussen drie formules. Met het standaardformule kunnen tegelijkertijd twee verschillende streams bekeken worden (bijvoorbeeld jij kijkt naar een serie op Netflix terwijl je partner naar een film kijkt op Netflix) aan HD-kwaliteit voor 8,99 euro per maand. Daarnaast is er een goedkoper abonnement aan 7,99 euro per maand waarbij je één stream tegelijk kunt bekijken aan SD-kwaliteit. Voor gezinnen met meerdere gebruikers, of wie aan Ultra HD wil kunnen streamen, is er ook een premium abonnement: voor 11,99 euro kunnen tot 4 streams tegelijk bekeken worden, en is er dus de mogelijkheid om aan ultra HD-kwaliteit te streamen (als de content ook aan die kwaliteit is opgenomen uiteraard, wat momenteel nog eerder een zeldzaamheid is). Elke gebruiker krijgt eerst een gratis maand om het uit te proberen. Wel moet je bij de registratie al je betalingsgegevens opgeven, en geldt het systeem van stilzwijgend verlengen: als je niet aangeeft dat je je abonnement stopzet, wordt je abonnement automatisch met een maand verlengd. Daartegenover staat dat Netflix op dat vlak flexibeler is dan andere diensten: je kan op eender welk moment je abonnement stopzetten, en desgewenst later opnieuw activeren. Je hoeft dus geen jaarcontract aan te gaan, of ellenlange procedures te doorlopen om je account te pauzeren of stop te zetten.

Toen Netflix aankondigde dat de dienst vanaf september 2014 ook beschikbaar zou zijn in België, gaf dit voer voor heel wat speculaties in de pers. Volgens sommige bronnen zou Netflix de doodsteek betekenen het lineaire TV-kijken (een stelling die Netflix-CEO maar wat graag helpt ondersteunen³) of zelfs voor de klassieke televisiezenders in hun geheel.

¹ Bron: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-04-15/netflix-tops-62-million-customers-with-gains-in-u-s-abroad>

² Bron: <http://www.techradar.com/news/television/sharing-is-caring-11-of-us-netflix-users-aren-t-necessarily-paying-1294188>

³ Bron: <http://qz.com/402036/netflixs-reed-hastings-predicts-the-future-of-tv-over-the-next-20-years/>

Anderen daarentegen stellen dat Netflix hier geen voet aan de grond zal krijgen. De Vlaamse kijkers liggen niet wakker van de komst van Netflix, en zijn te vertrouwd met de klassieke zenders en het kijken via de kabel om die te dumpen voor een Amerikaanse onlinespeler. Bovendien is te verwachten dat Netflix maar weinig zal investeren in Vlaamse series. En zonder die Vlaamse series mag Netflix het wel schudden om hier ook maar enig succes te hebben. Lokale series behoren hier immers tot de absolute kijkcijferkanonnen, terwijl dat in pakweg Nederland en Wallonië veel minder het geval is.

Naast deze gepolariseerde meningen zien we ook dat de komst van Netflix gepaard ging met een reeks van innovaties bij de klassieke zenders en distributeurs. Zo bouwde Mediaaan het online platform VTM.be uit, waarop fragmenten en volledige afleveringen van programma's kunnen opgevraagd worden. VRT bevestigde dat Canvas in het najaar van 2015 grondig hervormd zal worden, waarbij meer content via digitale kanalen zal worden aangeboden om jongeren opnieuw mee te krijgen. Proximus kondigde kort na de lancering van Netflix aan dat ze de streamingdienst beschikbaar stellen via de decoders van Proximus TV. Maar veruit de meest ingrijpende veranderingen staan op naam van Telenet. De Mechelse distributeur hervormde grondig de bestaande betaalpakketten op films en serie: Rex & Rio werden vervangen door Play en Play More. Opvallend daarbij was dat de maandelijkse prijs van het goedkoopste pakket permanent verlaagd werd van bijna 15 euro naar 10 euro, wat meer aansluit bij het Netflix-tarief. Het duurste pakket, dat nog steeds 24,95 euro per maand kost, werd versterkt met een recenter aanbod van HBO-series (afleveringen zijn nu al een dag na de release in de VS al beschikbaar op Play More). Telenet lanceerde ook een terugspeelfunctie waarbij je TV-programma's tot zeven dagen na uitzending kunt opvragen. Bovendien kondigde Telenet aan dat het een eigen, Vlaamse serie wil uitbrengen ("Chausée d'Amour").

Voor de Vlaamse spelers is het interessant wat de Vlaamse gebruikers vinden van Netflix: hoe gebruiken ze Netflix, op welke toestellen? Zien we grote verschillen in kijken naar televisie en kijken naar Netflix? Welke profielen zijn de eerste adopters van Netflix? En welke rol kan Vlaamse content spelen voor Netflix? Zijn Vlamingen wel happig om extra te betalen voor films en series, zeker als die nog steeds gemakkelijk gratis online te vinden zijn (bijvoorbeeld via torrent-sites of via Popcorn Time)? En als ze beslissen om te betalen voor Netflix, gaat dat dan ten koste van andere abonnementen?

Om een antwoord te krijgen op deze en vele andere vragen, stelden we een digiMeter Boostsample onderzoek op rond Netflix⁴. Dit traject liep van eind augustus 2014 tot en met eind april 2015, en bestond uit drie luiken. Het eerste deel bestond uit een pre-launch survey, om het potentieel in te schatten van Netflix in Vlaanderen vlak voor de lancering. Zes maand later hielden we een vervolgonderzoek, om te zien of de voorspellingen uit dat eerste onderzoek wel degelijk zijn uitgekomen. In april ten slotte gingen we langs bij vijftig gebruikers om na te gaan welke plek Netflix inneemt bij hen, en wat hun persoonlijke ervaringen waren met de dienst.

⁴ Op dit punt is het belangrijk op te merken dat het hier gaat over onafhankelijk, academisch onderzoek. De keuze van het topic, de selectie van vragen, de analyse en de interpretatie van de resultaten is volledig door de auteurs bepaald. Er is op geen enkel moment overleg geweest met Netflix zelf, en dus geen enkele beïnvloeding vanuit Netflix op dit rapport. Wel zijn de methodes en resultaten besproken geweest met enkele partners uit de mediasector, om een zicht te krijgen op de vragen die zij zich stellen omtrent de komst van Netflix. De eindregie van het onderzoek ligt evenwel bij iMinds. Dit rapport mag dan ook niet gezien worden als een marktonderzoek in opdracht van één specifieke speler, maar is bedoeld om publiekelijk inzicht te verschaffen in hoe de Vlaming omgaat met nieuwe media in het algemeen, en Netflix in het bijzonder.

CHAPTER 02

POTENTIEELINSCHATTING

POTENTIEELINSCHATTING



CHAPTER 02



POTENTIEELINSCHATTING

Toen Netflix bekendmaakte dat het in september 2014 naar België kwam, gonsde het meteen van de voorspellingen en vragen rond de impact ervan. Moet Netflix Vlaamse series aanbieden om te kunnen slagen? Zal Netflix überhaupt wel aanslaan in een eerder atypische Vlaamse markt, waar lokale content een groter aandeel heeft van de kijkcijfers in vergelijking met andere regio's? Gaat de tijd die gependend wordt op Netflix ten koste van de tijd die men aan het reguliere TV-kijken besteedt? Wat gaat de Netflix-gebruiker veranderen aan zijn of haar andere TV abonnementen (digitale televisie, andere betaalpakketten op films of series zoals Rex en Rio¹ van Telenet, betaalpakketten op sportzenders,...)?

Om een antwoord te bieden op de vele vragen rond de komst van Netflix, hield iMinds in de weken net voor de lancering een potentieelanalyse². Hiervoor werd de Product Specific Adoption Potential-methode (of kortweg PSAP) toegepast³. Hierbij krijgen respondenten in een survey eerst een grondige voorstelling van het product (zowel in tekst als in een korte video), in dit geval dus van Netflix. Dan wordt een eerste maal gevraagd in welke mate de respondent geneigd is om effectief een abonnement te nemen op Netflix. Veel traditioneel marktonderzoek houdt het inzake potentieelinschatting bij deze ene vraag hier. Dit levert echter steeds een overschatting op. Om tot een accuratere inschatting te komen, voegt de PSAP-methode hier nog enkele belangrijke vragen aan toe. De respondent beantwoordt eerst welke features van de innovatie hem of haar het meest aanspreken (het grote aanbod aan films, het grote aanbod aan series, het kunnen kijken op meerdere schermen,...), en welke prijs hij of zij bereid is om daarvoor te betalen. Vervolgens krijgt de respondent, op basis van zijn of haar antwoorden, drie gepersonaliseerde scenario's voorgelegd. Een eerste scenario is een optimaal aanbod: stel dat Netflix op de markt komt, met alle kenmerken die je belangrijk vindt, en tegen de prijs die je aanvaardbaar vindt, in welke mate denk je dan dat je een abonnement op Netflix zou nemen? Ten slotte worden ook 2 scenario's van suboptimaal aanbod voorgelegd: in een eerste scenario bevat Netflix wel alle features die belangrijk zijn voor de respondent, maar ligt het tarief hoger dan wat de respondent aangaf te willen betalen. In een tweede suboptimaal scenario is de prijs van het abonnement wel wat de respondent aanvaardbaar vindt, maar ontbreekt er een eigenschap die de respondent belangrijk vindt. Bij beide scenario's geeft de respondent telkens aan in welke mate ze nu nog denken een abonnement te zullen nemen.

¹ Telenet heeft deze pakketten intussen getransformeerd naar Play en Play More. Om de resultaten zo getrouw mogelijk te interpreteren, hanteren we in dit hoofdstuk echter nog de pakketten zoals ze toen op de markt waren.

² In dit rapport brengen we slechts een samenvatting van deze potentieelinschatting. Voor een uitgebreider rapport hierover, kun je contact opnemen met Bart.Vanhaelewyn@iMinds.be

³ Meer info over de ontwikkeling van PSAP: De Marez, Lieven. 2006. "Diffusie Van ICT-innovaties: Accurater Gebruikersinzicht Voor Beter Introdunctiestrategieën". Gent: UGent, Vakgroep Communicatiewetenschappen. <http://hdl.handle.net/1854/LU-470186>

Via deze wetenschappelijk gevalideerde methode kan je per respondent de consistentie in productinteresse en prijsgevoeligheid nagaan, en dus ook de kans is dat die effectief overgaat tot adoptie. Hiervoor maakt de PSAP-methode gebruik van de vijf adoptiefases uit de Innovatiediffusie-theorie van Rogers:

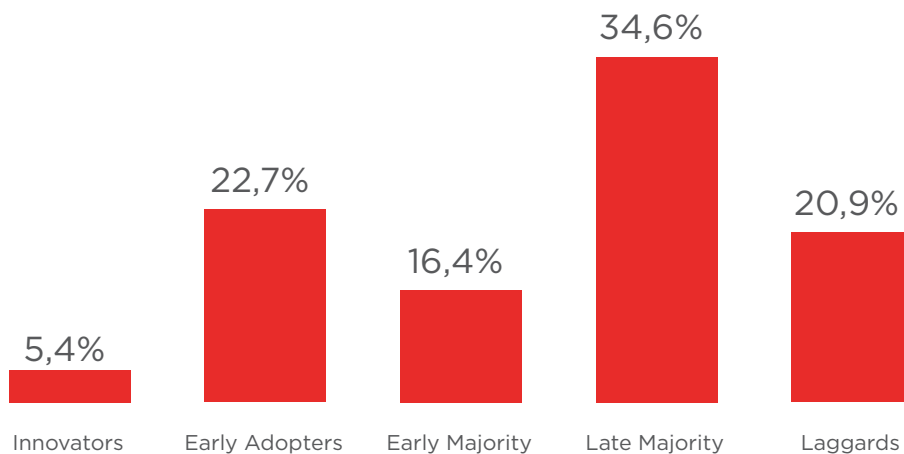
1. **Innovators:** Springen meteen op de kar. Zijn bereid risico's te nemen, en willen vooral de eersten zijn om een nieuw product te hebben.
2. **Early Adopters:** Erg geïnteresseerd. Opinion leaders, iets kieskeuriger en maken vooral een rationelere afweging dan Innovators.
3. **Early Majority:** Wachten iets langer af. Baseren beslissing op eerste recensies/opinies van Innovators en Early Adopters.
4. **Late majority:** staan wat skeptisch ten opzichte van innovatie. Pas als er een voldoende massa aan gebruikers is, eventueel bereid om ook over te gaan tot aankoop.
5. **Laggards:** de achterblijvers. Staan eerder weigerachtig ten opzichte van innovaties. Houden vast aan het traditionele.

De PSAP-methode laat dus toe om vóór de lancering van de innovatie een inschatting te maken van het aantal potentiële Innovators, Early Adopters,... en hun profiel. De effectieve verzilvering van dat potentieel hangt van een aantal factoren af. Wat doet de concurrentie (zoals in inleiding vermeld zagen we vooral bij Telenet grote aanpassingen in het aanbod)? Kan Netflix de beloftes waarmaken (vooral naar de Innovators en Early Adopters)? Wat is de reactie van die eerste adopters: zijn ze tevreden of teleurgesteld? En in welke mate ventileren ze hun (on)tevredenheid naar anderen ("Word of Mouth")?

POTENTIEEL VOOR NETFLIX IN VLAANDEREN

De PSAP-methode werd ingepast in een online survey, representatief voor de Vlaamse internetbevolking op leeftijd en geslacht. Het veldwerk liep van 28 augustus tot 7 september, en er namen in totaal 2047 respondenten aan deel van minstens 18 jaar oud. Uit de resultaten blijkt dat er wel degelijk een substantiële groep is die erg geïnteresseerd is in Netflix. Met 5% Innovators en 23% Early Adopters zien we dat iets minder dan drie op tien van de Vlaamse internetbevolking een sterke adoptiepotentieel vertoont.

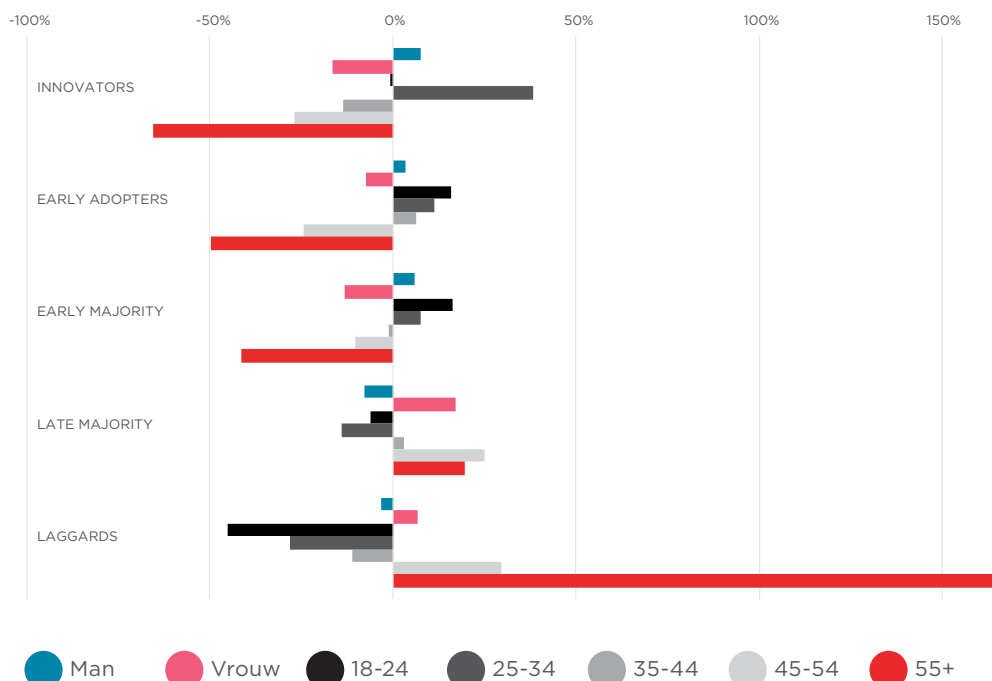
ADOPTIE-POTENTIEEL NETFLIX (PSAP-METHODE)



Graph 1: Adoptie-potentieel Netflix

Als we kijken naar de profielen van de potentiële Innovators en Early Adopters voor Netflix in Vlaanderen, dan zien we dat Netflix vooral een potentieel heeft bij de jongere generaties (18-34 jaar), die al meerdere schermen bezitten én gebruiken om video te bekijken, en al ervaring hebben met het streamen en downloaden van films en series. Verder blijkt Netflix een grotere aantrekkingskracht te hebben bij mannen dan bij vrouwen. Dit profiel komt erg sterk overeen met de **Online Media Masters**⁴ uit digiMeter 2014.

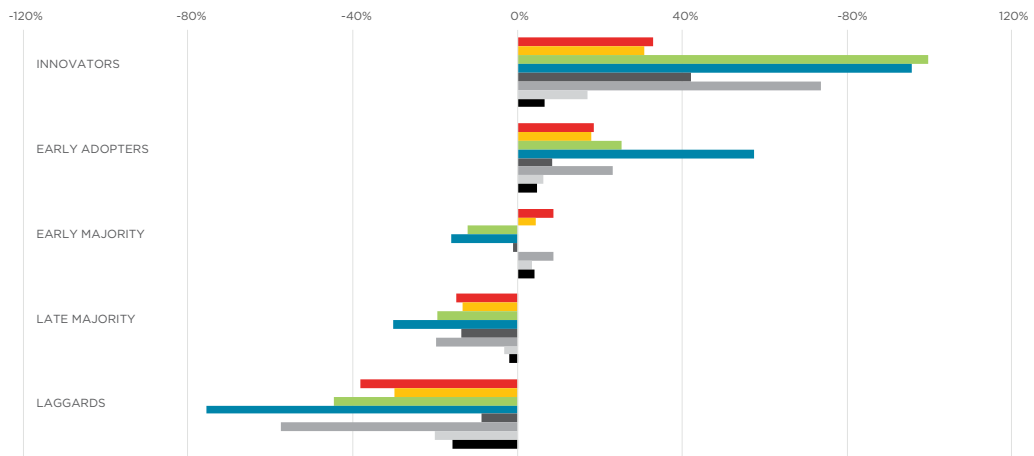
PROFILERING SEGMENTATIE PSAP: OVER-/ONDERVERTEGENWOORDIGING SOCIO-DEMO PER SEGMENT



Graph 2: Afwijking per segment ten opzichte van totale populatie op leeftijd en geslacht: positief cijfer duidt op oververtegenwoordiging, negatief cijfer op ondervetegenwoordiging. Hoe groter de absolute waarde, hoe sterker de afwijking ten opzichte van de totale populatie.

⁴ Online Media Masters is een segment van voornamelijk jongeren die voor het eerst naar boven kwam in digiMeter 2013. Het meest kenmerkende aan deze groep is dat ze voor elke vorm van mediaconsumptie in de eerste plaats denkt aan de digitale mogelijkheden: video en TV worden voornamelijk online bekeken, het nieuws vooral via nieuwswebsites of sociale media, en ook het streamen en downloaden van muziek is het meest populair in dit segment. Online Media Masters komen dus los van de specifieke toestellen: televisie hoeft niet per se op een televisietoestel bekeken worden; muziek hoeft niet per se op een radiotoestel beluisterd worden. In plaats daarvan gebruiken ze gewoon het toestel wat best past bij de situatie. Meer informatie over dit segment kan je terugvinden in digiMeter 2014, en online op iMinds.be/digiMeter

PROFILERING SEGMENTATIE PSAP: OVER-/ONDERVERTEGENWOORDIGING ONLINE VIDEO EN BEZIT/GEBRUIK INTERNET-GECONNECTEERDE SCHERMEN PER SEGMENT



- Wekelijks streamen/downloaden van online video
- Dagelijks video/TV-content via computer
- Dagelijks video/TV-content via tablet
- Dagelijks video/TV-content via smartphone
- Bezit Smart-TV
- Bezit mediastreamer (Apple TV, Google Chromecast)
- Bezit Tablet
- Bezit Smartphone

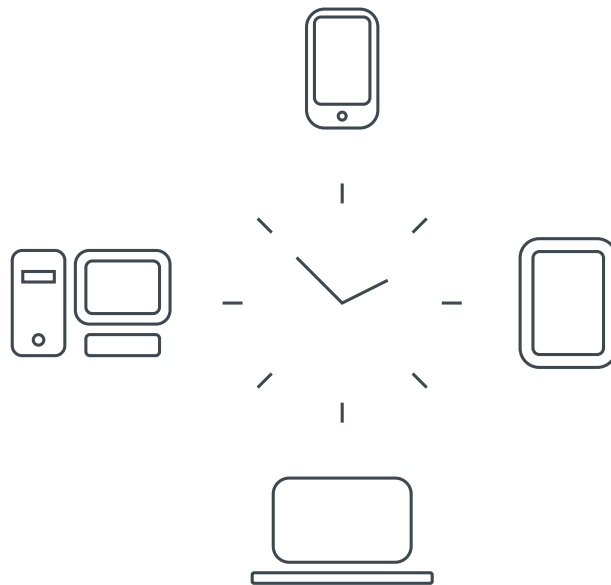
Graph 3: Afwijking per segment ten opzichte van totale populatie op online videoconsumptie, bezit van internetgeconnecteerde toestellen en het gebruik ervan voor videoconsumptie; positief cijfer duidt op oververtegenwoordiging, negatief cijfer op ondervertegenwoordiging. Hoe groter de absolute waarde, hoe sterker de afwijking ten opzichte van de totale populatie.

CONTENT EN FLEXIBILITEIT ALS USP

Het slagen van Netflix staat of valt met het **aanbod**. Voor Innovators en Early Adopters zijn het vooral de vele Amerikaanse topseries (House of Cards, Breaking Bad, Suits, Orange is the New Black,...) die aanspreken. Series die ze hoe dan ook willen zien, maar waar ze tot voor de komst van Netflix vaak enkel op illegale manier konden bekomen. Als we de respondenten vroegen wat de belangrijkste redenen zijn die hen voor Netflix zouden doen kiezen, dan was het rijke archief aan televisieseries daar duidelijk de belangrijkste reden toe. Bij 42% van de ondervraagden zat dat in hun top drie van redenen om Netflix te overwegen. Binnen de Innovator en Early Adopter-segmenten was dat een nog sterkere drijfveer: meer dan de helft van hen zette dat in de top drie van drijfveren. Ook die andere vorm van content - films - was belangrijk (38% van de totale sample had dat in de top drie), maar daar waren het vooral de minder geïnteresseerde Majority en Laggard-segmenten die films een reden zouden vinden om voor Netflix te kiezen.

Een andere belangrijke, en meer consistentere troef over alle potentiële adoptersegmenten heen, is de **flexibiliteit** van Netflix: op een gemakkelijke manier kunnen kijken naar wat je wil, hoeveel je wil, op het toestel dat je wil, wanneer je wil (36%), of meerdere afleveringen na elkaar kunnen bekijken (35%) zijn troeven die duidelijk een breed publiek aanspreken..

Opvallend genoeg liggen de Innovators en Early Adopters niet meteen wakker van het aanbod aan **Vlaamse series op Netflix**. Dit betekent niet zozeer dat ze niet geïnteresseerd zouden zijn in Vlaamse programma's, maar eerder dat ze Netflix zien als iets wat bovenop de laag van traditionele TV komt. Goeie, Vlaamse series gaan ze nog steeds vooral volgen op de reguliere zenders. En Netflix zien ze niet meteen als vervanging van die Vlaamse zenders, maar als een bron om internationale series te kunnen zien die ze nu misten in het (legale) aanbod. Het aanbod aan Vlaamse content lijkt dus geen noodzakelijke voorwaarde te zijn voor Netflix om te slagen.



Heel tevreden over flexibiliteit Netflix: kunnen kijken waar/wanneer je wil, op toestel dat je wil, eenvoudig te bedienen,...

GEEF TOP 3 BELANGRIJKSTE KENMERKEN NETFLIX

	INNOVATORS	EARLY ADOPTERS	EARLY MAJORITY	LATE MAJORITY	LAGGARDS	TOTAL
Een rijk archief aan gekende, Amerikaanse televisieseries (breaking bad, dexter, ...)	51%	50%	51%	36%	23%	42%
Een rijke catalogus aan gekende films	34%	36%	34%	40%	48%	38%
De mogelijkheid om waar en wanneer ik maar wil te kijken, op elk toestel dat ik wil	37%	35%	36%	35%	40%	36%
De mogelijkheid om meerdere afleveringen na elkaar te kijken	34%	33%	33%	36%	37%	35%
Films en series in hoge beeldkwaliteit (hd) kunnen kijken op eender welk toestel	35%	39%	32%	34%	30%	34%
Series die nergens anders te zien zijn (house of cards, orange is the new black, ...)	34%	26%	29%	20%	19%	25%
Vlaamse series en films	10%	15%	14%	22%	30%	18%
Relevante aanbiedingen op mijn maat krijgen voor films en series	8%	10%	10%	15%	20%	13%
Stand-up comedy, sketches	2%	3%	2%	5%	10%	4%

Table 1: Respondenten kozen uit een lijst de top drie van belangrijkste kenmerken waaraan Netflix moet voldoen om hen te overtuigen. Percentages duiden op het aantal respondenten (binnen de segmenten) die een bepaald kenmerk in hun top drie hadden geplaatst. Op volledige steekproef, N=2047

BELANG VAN COMPLEMENTARITEIT: BOVENOP REGULIERE TV-AANBOD, KANNIBALISEREND VOOR ANDERE FILM/SERIE BETAALPAKKETTEN

Dat Netflix vooral gezien als iets wat bovenop het reguliere TV-aanbod komt, zien we ook in het feit dat slechts een kleine minderheid (17%) overweegt om hun abonnement op digitale televisie stop te zetten eens ze Netflix hebben. Alternatieve diensten die content van de Vlaamse zenders aanbieden (Stieve, Bhaalu⁵) lijken ook buiten schot te blijven: slechts 13% van de gebruikers overweegt Stieve of Bhaalu stop te zetten als ze een abonnement op Netflix nemen. Ook betaalpakketten op sportzenders (bijvoorbeeld Sporting Telenet of Belgacom 11) zouden niet in de weegschaal gelegd worden als ze een abonnement op Netflix nemen. Wel lijken potentiële gebruikers van Netflix de afweging te maken met andere aanbieders van betaalpakketten van films en series op aanvraag, zoals Rex & Rio van Telenet en Movies & Series Pass van Belgacom. Van de respondenten die een abonnement heeft op zo'n extra betaalpakket van series en films, zegt 54% dat ze het zouden stopzetten als ze Netflix zouden nemen. Bij de potentiële Innovators en Early

⁵ Intussen is Bhaalu om juridische redenen uit de markt gehaald, maar op moment van afname was Bhaalu nog beschikbaar.

Adopters van Netflix is die kannibalisatie nog grotere, met twee op drie die het huidige abonnement zou beëindigen ten voordele van Netflix. Kortom, consumenten lijken vooral rekening te houden met de complementariteit van de verschillende diensten: terwijl er heel wat overlap gepercipieerd wordt tussen wat Netflix en wat Rex & Rio of Movies & Series Pass aanbiedt, lijken de reguliere zenders en sportpakketten genoeg unieke content te bevatten om naast Netflix behouden te blijven.

ALS JE EEN ABONNEMENT OP NETFLIX ZOU NEMEN, ZOU JE DAN EEN HUIDIG ABONNEMENT STOPZETTEN?

	INNOVATORS + EARLY ADOPTERS	MAJORITY + LAGGARDS	TOTAL
ja, mijn abonnement op films/series	67%	42%	54%
ja, mijn abonnement op sport	8%	4%	6%
ja, mijn abonnement op digitale televisie	22%	15%	17%
ja, mijn abonnement op andere (Stievie/Bhaalu)	15%	11%	13%

Table 2: Binnen de respondenten die een abonnement hebben op een bepaalde dienst, het percentage dat overweegt om het abonnement stop te zetten als ze een abonnement op Netflix zouden nemen. Bijvoorbeeld: de 54% die overweegt om een abonnement op films en series stop te zetten als hij of zij Netflix neemt, slaat op 54% van de respondenten die een abonnement heeft op films en series, en niet op 54% van de totale steekproef.

CONCLUSIES

Vlak voor de lancering, in september 2014, bleek dat er wel degelijk een potentieel is voor Netflix in Vlaanderen. Profielmatig zit dat potentieel voornamelijk bij de Online Media Masters: jongere generaties die al vertrouwd zijn met het online streamen van video en het bekijken van video op alternatieve schermen (laptop, tablet, smartphone,...). De 'prior-to-Netflix-launch'-bevraging van september 2014 leerde met andere woorden dat er ook in Vlaanderen wel degelijk een substantieel Netflix-potentieel was, maar vooral bij mensen die al andere kijkgewoontes hadden ontwikkeld bovenop het reguliere tv-aanbod, en zij leken Netflix ook vooral met die alternatieve kijkgewoontes ((illegale) streaming, betaalpakketten) in de weegschaal te leggen. Inzichten die ons in september deden besluiten dat Netflix op korte termijn niet meteen een aardverschuiving leek te gaan veroorzaken in het Vlaamse landschap: wie enkel naar de reguliere TV-kanalen kijkt op het gewone TV-scherm, en niet zo'n fan is van Amerikaanse series, is niet meteen geneigd om een abonnement op Netflix te nemen. Het potentieel zit bij profielen die sowieso al vaak series en films online opzoeken. Met Netflix hebben die er een handige, flexibele en uitgebreide (en legale) catalogus bij om series te bekijken zonder al te veel moeite, tegen een aanvaardbare prijs.

De grootste aantrekkingskracht voor en verwachtingen ten aanzien van Netflix situeren zich op twee domeinen: content en flexibiliteit. Contentmatig hebben we het dan in eerste instantie over de uitgebreide catalogus aan series die Netflix belooft, maar in tweede instantie ook films, waarrond een groot deel van de geïnteresseerden wel degelijk 'iets' verwacht. Qua flexibiliteit heeft de toegenomen controle over moment en plaats van contentconsumptie ontegensprekelijk zijn aantrekkingskracht: op eender welk scherm, op eender welk tijdstip kunnen kijken naar wat en hoeveel je wil. Het sluit aan bij de manier van kijken die ze kennen van bij het streamen en downloaden van series.

Doordat Netflix vooral potentieel heeft bij die profielen die al fan zijn van Amerikaanse series, is het al dan niet aanbieden van Vlaamse content minder cruciaal voor het slagen van Netflix dan wat aanvankelijk werd geëneerd in de pers. Voor de Innovators en Early Adopters is dat eerder een 'Nice-To-Have' dan een 'Must-Have'. Om Vlaamse series te zien, zappen Innovators en Early Adopters nog steeds naar de Vlaamse zenders. Vandaar ook dat weinig Innovators en Early Adopters geneigd zijn om hun abonnement op digitale televisie of alternatieven zoals Stievie of Bhaalu stop te zetten. Die bieden immers content die complementair is aan wat op Netflix te vinden is.

Diensten als Rex & Rio en Movies & Series Pass lijken wel vaker te worden opgezegd als ze een abonnement op Netflix nemen. Doordat de gebruiker teveel overlap ziet tussen Netflix en andere pakketten van films en series, is die minder geneigd om zowel te betalen voor Netflix en voor Rex & Rio of Movies & Series Pass. Voor die afweging zullen heel wat factoren vergeleken worden. Welke aanbieder heeft het grootste of het meest recente aanbod? Welke series en films bieden ze? Wat is het gebruiksgemak en flexibiliteit ervan? En welke prijs staat daar tegenover?

Van alle stakeholders die in september met enige 'angst' uitkeken naar de komst van Netflix, leek die vrees het meest gegrond te zijn voor de operatoren. Niet omwille van het zogenaamde cord cutting (het stopzetten van het kabelabonnement), maar omwille van het mogelijke kannibalisatiegevaar op hun 'paid content' aanbod. Vooral de toegang tot series lijken daar het strijdtoneel te worden. Een prijsverlaging en een deal met HBO vanuit Telenethoek zijn in dit opzicht dus wellicht sterke 'tegenzetten' geweest in de strijd om het behoud van die potentiële kannibaliserende early adopter. Als we al deze bevindingen samen nemen, dan zien we dat Netflix vooral gezien wordt als iets wat bovenop het huidige TV-aanbod komt, en niet zozeer als een dienst die kannibaliseert op het bereik van de reguliere Vlaamse zenders. Netflix lijkt in de eerste plaats een legaal antwoord te vormen voor consumenten die voor hun series en films nu vaak aangewezen waren op het illegaal downloaden en streamen ervan.

Voor andere aanbieders van series en films op aanvraag betekent Netflix wel een concurrent; gebruikers zijn minder geneigd om zowel een abonnement op Netflix te nemen als op Rex & Rio of Movies & Series Pass. Na een vergelijking van het aanbod, het gebruiksgemak en de prijs, zal de consument uiteindelijk de keuze maken om slechts één abonnement te behouden.

CHAPTER 03

NETFLIX 6 MAAND NA LANCERING

NETFLIX 6 MAAND NA LANCERING



CHAPTER 03

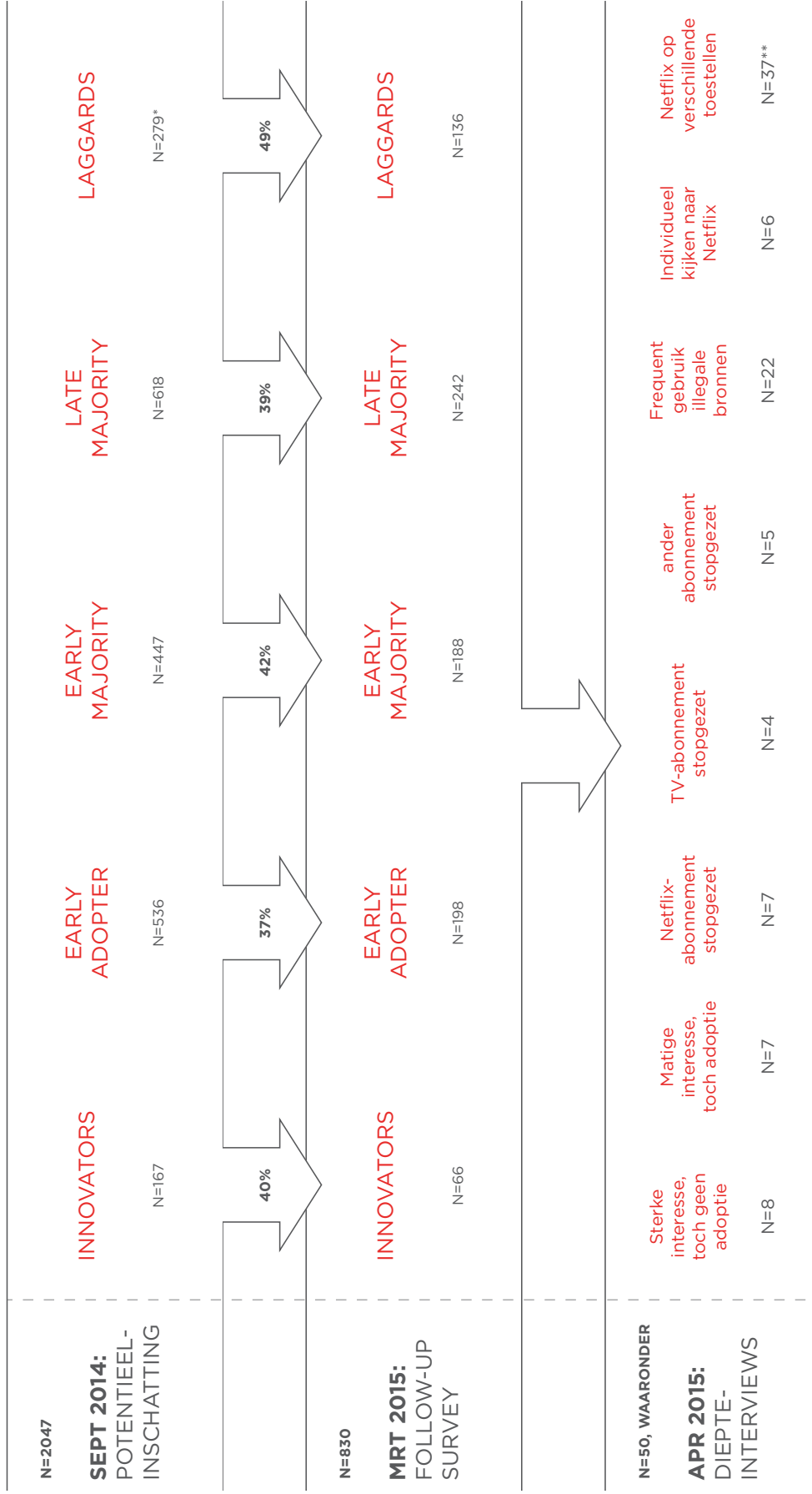


NETFLIX 6 MAAND NA LANCERING

In maart 2015, een half jaar na de lancering van Netflix in Vlaanderen en onze eerste bevraging, maakten we een eerste stand van zaken op. De prior-to-launch bevraging in september bracht een substantieel potentieel aan het licht, maar heeft Netflix dat potentieel ondertussen kunnen verzilveren? Zijn het nu vooral die Online Media Masters die ingetekend hebben? Zijn de voorspelde innovators ondertussen tot adoptie overgegaan? In welke mate hebben de eerste (free trial-)ervaringen en/of 'tegenzetten' van de operatoren/zenders meegespeeld in de rationele overwegingen van Early adopters en Majority, en de balans al dan niet richting adoptie doen overhellen? En bij diegenen die ondertussen tot adoptie zijn overgegaan... Hoe tevreden zijn ze over Netflix? Komt het tegemoet aan de 'beloftes' en verwachtingen die er toch duidelijk waren inzake content en gebruiksvriendelijkheid? En welke indicaties geven die eerste gebruiksmaanden ons met betrekking tot de impact op het kijkgedrag? Vinden we een bevestiging van het in september gedetecteerde patroon van complementariteit met reguliere televisie, maar kannibalisatie op betaalpakketten? Om hier een antwoord op te krijgen, hebben we een random subsample van de steekproef die in september werd bevroegd een follow-up survey voorgelegd. Binnen elk voorspeld adoptersegment (innovators, early adopters ...) werden random 40% respondenten opnieuw gecontacteerd met een aantal vragen rond adoptie, gemaakte overwegingen, en potentiële impact op zaken als kijkgedrag, illegaal streamen/downloaden van films en series,... . In totaal resulteerde dit in een steekproef van 830 respondenten.

In tweede instantie werd uit deze follow-up sample een groep van 50 respondenten geselecteerd voor diepte-interviews. Deze selectie is gebaseerd op bevindingen uit de follow-up survey: welke respondenten toonden bijvoorbeeld sterke interesse in Netflix, maar hebben toch nog geen abonnement genomen? En omgekeerd, wie heeft ondanks matige tot geen interesse vlak voor de lancering, toch ingetekend op Netflix? Wie geeft er aan een lopend abonnement op een andere dienst (digitale televisie, Play/Play More,...) te hebben stopgezet sinds Netflix? Wie kijkt regelmatig via illegale kanalen naar videocontent? Door deze samenstelling willen we de diepere motivaties en verklaringen vinden bij enkele opvallende resultaten uit de survey. De diepte-interviews werden bij de mensen thuis afgenomen, en peilden vooral naar het algemene kijkgedrag, de tevredenheid over Netflix, de wisselwerking tussen toestel-content-context en de houding ten opzichte van illegale alternatieven.

SCHEMATISCHE VOORSTELLING VELDWERK



* : Ruwe aantallen; verhoudingen kunnen verschillen van verhoudingen in rapport door weging op leeftijd en geslacht
 **: Som hoger dan 50 door overlap (iemand kan bv zowel frequent illegale bronnen gebruiken en Netflix-abonnement stopgezet hebben)

NETFLIX 6 MAAND NA LANCERING

Gezien de nog relatief korte periode na lancering, moeten we er rekening mee houden dat een deel van de Vlamingen nog steeds in de 'probeer- en verkenningsfase' zit voor Netflix, en zijn of haar adoptiebesluit nog niet definitief genomen heeft. Het doel van deze studie is dan ook in eerste instantie om via exploratie inzichten te krijgen in hoe Netflix gebruikt wordt, welke voordelen er gezien worden, en welke drempels er kunnen rijzen ... om zo een eerste indicatie te krijgen van hoe Netflix al dan niet geadopteerd en gebruikt wordt door de Vlamingen. Voor een definitief veralgemeenbare extrapolatie naar de Vlaamse bevolking inzake het aantal adopters (hoeveel procent van de Vlamingen heeft een betalend abonnement op Netflix) is het wachten op digiMeter 2015.

Concreet willen we met deze opvolgmeting een half jaar na de lancering van Netflix en onze eerste bevraging in september te weten komen in welke mate de voorspellingen en conclusies uit onze septembersurvey ondertussen bevestiging vinden, dan wel ontkracht dienen te worden. Meer specifiek focussen we ons op de volgende 6 vragen:

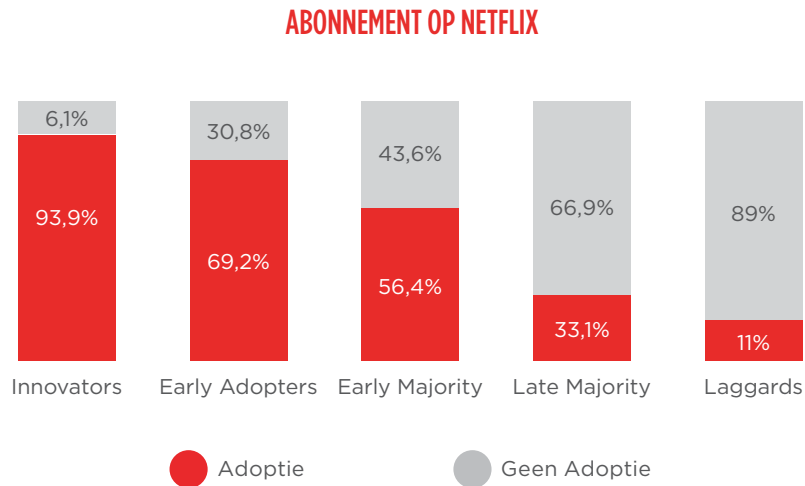
1. Heeft Netflix zijn potentieel kunnen verzilveren?
2. Ligt adoptie voornamelijk bij de Online Media Masters (profielen die sowieso al omnidigital zijn in hun mediaconsumptie)?
3. Adoptie vooral bij wie vóór de komst van Netflix al vaak naar series keek?
4. Het aanbod en het gebruiksgemak waren twee pijlers die een grote aantrekkingskracht uitoefenden op potentiële gebruikers van Netflix. Maar hoe tevreden zijn de effectieve gebruikers na een half jaar Netflix, en in welke mate beantwoordt het Netflixaanbod aan de verwachtingen?
5. Vlaamse content bleek geen breekpunt te zijn in de intentie om Netflix te nemen. Is dat nog steeds zo, of veranderen de verwachtingen ten aanzien van Vlaamse content eenmaal met Netflix heeft?
6. Complementariteit vs substitutie. Klopt het dat Netflix-adopters vooral gaan substitueren op de 'film en series'-pakketten van de operatoren, en Netflix vooral complementair gaan gebruiken ten aanzien van het reguliere televisie-aanbod, of zien we daar indicaties van het tegendeel?

Om deze voorspellingen te toetsen, leggen we de inzichten uit de diepte-interviews naast de kwantitatieve data uit de survey.

1. POTENTIEEL VERZILVERD?

In de pre-launch survey vonden we dat een kleine drie op tien sterke interesse toonde in Netflix. Binnen de Vlaamse 18+ internetpopulatie detecteerden we 5,4% zogenaamde potentiële Innovators voor Netflix die duidelijk wisten wat ze van Netflix konden verwachten, en quasi zeker tot adoptie zouden overgaan; en 22,7% potentiële Early Adopters die eveneens duidelijke troeven en meerwaarde zagen, en dat (in de trial-periode) goed zouden gaan afwegen ten opzichte van het bestaande aanbod, vooral dan de contentpakketten waarvoor ze nu al extra betalen bovenop het reguliere televisie-aanbod.

Een half jaar na de lancering zien we een duidelijk verband tussen potentiële (september) en effectieve adoptie (maart). Van de voorspelde Innovators heeft ruim negen op tien intussen ingetekend op Netflix; van de voorspelde Laggards is dat slechts één op tien.

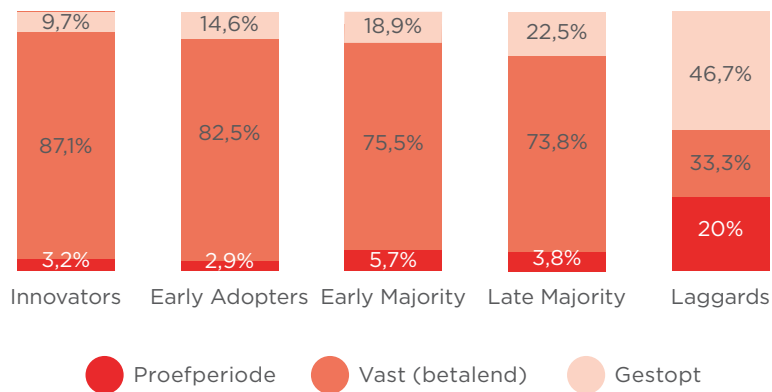


Graph 4: Adoptie-% Netflix, opgedeeld per adoptiepotentieel-segment (op totale steekproef; N=830). Met andere woorden, hoeveel procent van de voorspelde Innovators/Early Adopters/.../ Laggards heeft afgelopen 6 maanden ingetekend op Netflix?

Voor een goede interpretatie van deze 'adoptie'-cijfers is het echter belangrijk in acht te nemen dat deze follow-up studie slechts 6 maand na introductie van Netflix plaats vond. Een deel van de respondenten zit op dat moment nog in de 'free trial' fase, en heeft wellicht nog niet definitief uitgemaakt of ze effectief tot 'echte' (betalende) adoptie overgaan of niet.

Als we bovenstaande cijfers daarom meer in detail gaan opsplitsen naar de status van dat Netflixabbonement of -adoptie, dan zien we dat het aandeel lopende, betalende abonnementen afneemt naarmate je verder opschuift naar de minder innovatieve segmenten in de curve. Binnen de 94% voorspelde Innovators die sinds de lancering van Netflix in september ondertussen tot adoptie is overgegaan, hebben we het overgrote merendeel (87,1%) dat ook een maandelijks betalend abonnement heeft, maar hebben we 3,2% die op het moment van bevraging in maart in de trial fase zat, en meer verrassend misschien een niet te verwaarlozen aandeel van 9,7% die een betalend Netflix abonnement heeft genomen, maar dat ondertussen al weer heeft opgezegd. Bij de 69% adopters binnen de voorspelde Early Adopters is dat respectievelijk 82,5% (betalend abonnement), 2,9% nog in trial, en 14,6% die een betalend abonnement heeft stopgezet, etc ... Bij de 11% adopterende Laggards is het aandeel 'echte adopters' nog slechts één op drie. De proportie 'ontgoochelde'abonnees die hun account alweer hebben stopgezet (al dan niet tijdelijk), neemt ook duidelijk toe naarmate je verder opschuift op de curve. Bij de Innovators heeft minder dan één op tien van de adopters al hun abonnement stopgezet. Bij Laggards zien we dat bijna de helft van wie ingetekend had op Netflix, dat abonnement intussen al stopgezet hebben.

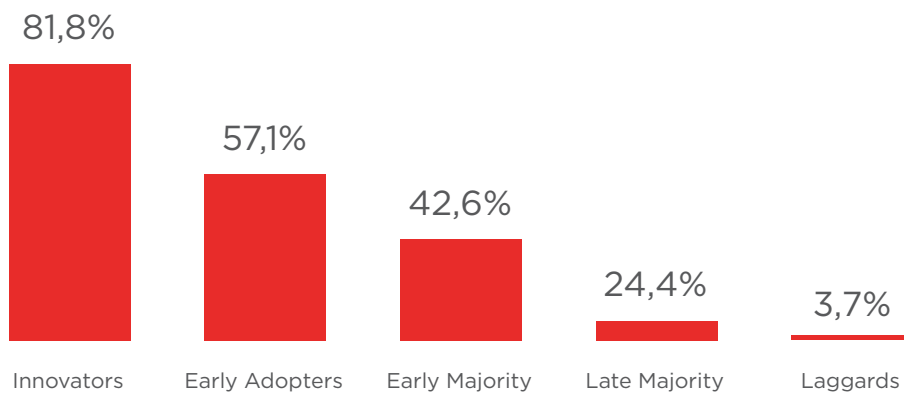
ADOPTIE: OPSPLITSING PROEFPERIODE - VAST - GESTOPT



Graph 5: Adopters Netflix: opsplitsing Proefperiode - Betalend - Gestopt, opgedeeld per adoptiepotentieel-segment (op adopters Netflix; N=400). Met andere woorden, wat is de verhouding aan gratis proefabonnementen, betalende abonnementen en reeds gestopte abonnementen bij wie afgelopen half jaar heeft ingetekend op Netflix, per voorspeld segment?

Als we de 'echte adoptie' van Netflix dan eng definiëren als het aantal mensen dat 6 maand na marktintroductie een blijvend betalend maandelijks abonnement op Netflix heeft genomen, was dat 6 maand na introductie het geval voor 81,7% van de voorspelde Innovators, 57,9% van de voorspelde Early Adopters, 42,6% van de voorspelde Early Majority en vervolgens 24,4% en 3,6% van de voorspelde Late Majority en Laggards.

BETALENDE ADOPTIE NETFLIX PER SEGMENT



Graph 6: Betalende adopters Netflix: per segment het aandeel respondenten die op moment van de survey een lopend, betalend abonnement hadden (op totale steekproef: N=830).

Drie opmerkelijke vaststellingen hierbij zijn de volgende...

- 1. Geen adoptie ondanks uitgesproken interesse bij lancering.** De grootste adoptie zit duidelijk bij de zogenaamde Innovators en Early Adopters, de segmenten de pre-launch survey van september ook de grootste interesse toonden in het Netflix-product. Toch zien we dat een minderheid van deze in september zeer geïnteresseerde segmenten (6% bij de Innovators en 31% bij de Early Adopters) een half jaar na de lancering nog steeds geen abonnement genomen heeft.
- 2. Nauwelijks interesse bij lancering, maar ondertussen wel geadopteerd.** Laggards en Late Majority zijn segmenten die begin september aangaven dat ze niet geneigd zijn om een abonnement op Netflix te overwegen. Toch zien we dat er ook binnen deze segmenten al betalende adoptie is opgetreden (3,6% van de Laggards, en 24,4% van de Late Majority).
- 3. Ontgoochelden?** Ondanks hun sterke interesse in Netflix, zien we dat een deel van de Innovators en Early Adopters hun abonnement (tijdelijk) alweer stop hebben gezet.

Ter verklaring van deze vaststellingen leerden de follow-up survey en -interviews ons het volgende:

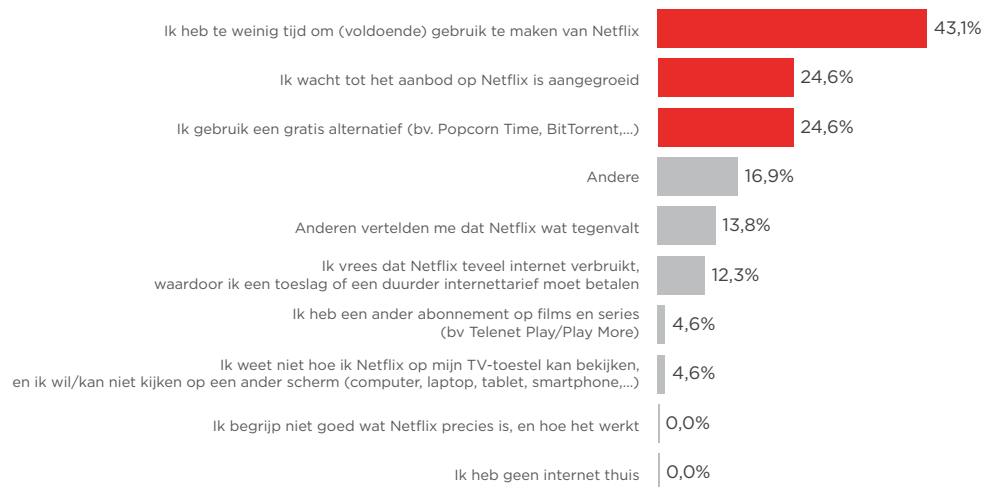
1.1. ONDANKS STERKE INTERESSE, TOCH NOG GEEN ADOPTIE

In tegenstelling tot hun sterke interesse in Netflix in de weken vlak voor de lancering, zien we toch dat een klein deel van de potentiële Innovators (6%) en Early Adopters (31%) na zes maanden nog steeds geen abonnement genomen heeft. Zelfs geen gratis trial-maand.

Uit de survey blijkt dat dit voornamelijk een kwestie van **tijd, aanbod en gratis alternatieven** is.

WAAROM HEB JE GEEN ABONNEMENT GENOMEN OP NETFLIX?

(SAMPLE: INNOVATORS & EARLY ADOPTERS)



Graph 7: Redenen waarom potentiële Innovators en Early Adopters voorbij halfjaar toch nog geen abonnement genomen hebben op Netflix (op potentiële Innovators en Early Adopters die geen abonnement op Netflix hebben, N=65).

Tijd speelt dus een erg belangrijke rol bij de potentiële Innovators en Early Adopters die nog geen abonnement op Netflix hebben genomen. Ze zijn nog wel sterk geïnteresseerd in Netflix, maar zien niet in hoe ze tijd kunnen vrijmaken om voldoende tijd te kunnen spenderen aan Netflix. De afweging die men hier bij maakt, bevestigt dat Netflix in eerste instantie benaderd wordt als iets wat bovenop het huidige aanbod genomen wordt, en niet ter vervanging ervan. Dit bleek ook uit een interview met Patrick, die in de Pre-launch studie nog erg enthousiast was over Netflix, maar zes maand later nog niet de tijd gevonden heeft om effectief een abonnement te nemen.

Patrick, 58 jaar, ondanks sterke interesse in september (Early Adopter), toch nog geen abonnement op Netflix genomen.



*Toen ik het in de pers las, dan was dat "Ola, ik wil dat", en dan vooral aangetrokken door de series zoals 'House of Cards', 'Orange is the new black', 'Breaking Bad', en om dat te kunnen zien, maar toen dat dat uitkwam dacht ik van **'ja, dan moet ik, niet hele dagen maar toch wel heel vaak kunnen kijken'**. En ja, we kijken al veel TV, met wat er al gewoon op TV is, dan schiet dat er een beetje uit, dan wordt dat eigenlijk teveel.*

Een tweede belangrijke reden is het wat **tegenvallende aanbod**. Uit de eerste commentaren en reviews over het aanbod van Netflix in Vlaanderen, bleek het aanbod aan series en (vooral) films niet zo uitgebreid te zijn als wat eerst aangenomen werd. Het aanbod wordt voorlopig dus te licht bevonden, en dat weerhoudt sommige potentiële Innovators en Early Adopters om een abonnement te nemen.

Herman, 58 jaar, ondanks sterke interesse in september (Early Adopter), toch nog geen abonnement op Netflix genomen.



*Mocht op Netflix **alles te vinden zijn zoals op Spotify**, dan doe ik dat direct. Ah ja. Als je op Spotify een Italiaans nummer intikt, dat vind je dat hé. Dus moest dat er zijn, dan direct. **En dan zou ik er misschien ook wel iets meer voor willen betalen**. Ja, dan wel. Maar er is geen vergelijk hé. **Netflix is momenteel zo beperkt**, daar is nog wel wat werk.*

Een derde reden ten slotte is het bestaan van **gratis alternatieven**. Vooral bij studenten zien we het argument opduiken dat Netflix op zich wel een interessante dienst is, maar dat men na een rationele afweging van de voor- en de nadelen tot de conclusie komt dat er momenteel te weinig meerwaarde is ten opzichte van gratis alternatieven zoals het downloaden via Torrent-sites of Popcorn Time. Voor hen is het niet zo evident om voor Netflix dan wél te betalen. Anders gesteld: Netflix is een nieuw product, dat een bijkomende druk legt op het (beperkte) budget dat jongeren kunnen besteden. Wie nog marge heeft om Netflix erbij te nemen doet dat, maar voor anderen betekent dit dat andere producten in de weegschaal moeten worden gelegd. En in combinatie met het voorgaande afwegingscriterium van het contentaanbod, draait dat soms in het nadeel van Netflix uit. Ondanks aanvankelijk grote interesse, zijn niet alle jongeren overtuigd van de meerwaarde van Netflix ten opzichte van gratis alternatieven. Niet alleen zijn die alternatieven dus gratis, bovendien is het aanbod erop meestal een stuk groter en recenter dan wat Netflix aanbiedt.



Ineke, 23 jaar, student, Early Adopter maar nog geen abonnement op Netflix. Ziet als hoofdreden dat ze momenteel nog geen budget heeft om te betalen voor films/series.

*Ja, ik zou dat zeker willen nemen in de toekomst, **maar er is nu nog niet genoeg geld dat binnenkomt om daaraan uit te geven.** En dan is downloaden toch nog iets gemakkelijker dan Netflix zien. Het is wel een leuk concept, maar ja, voor studenten... ik heb daar momenteel geen budget voor.*

...

*want op zich, Netflix vind ik wel goed, en **ik denk dat we dat later wel zullen nemen, als we een inkomen gaan hebben.** Want dan ook, dan kun je à la carte kiezen. Want ja, illegaal downloaden, dat is zo niet echt... dat is gewoon omdat we momenteel niet genoeg geld hebben en zo. Dus als dat er zo zou zijn, en we hebben genoeg geld, dan zou ik daar wel in geïnteresseerd zijn, denk ik.*



Maya, 21 jaar, studente, ondanks sterke interesse in september (Early Adopter), toch nog geen abonnement Netflix. Ziet als voornaamste reden aanbod van gratis alternatieven.

*Nee, we **voelen nog niet echt de noodzaak om...** Het is altijd zo van, oké, we willen een film zien, wat is er op TV, of dan kunnen we dat achteraf zien, **of dan download ik eens iets.** Dat gebeurt nu nog meestal zo.*

...

en omdat we zoiets hebben van, we hebben nog een aantal films op onze harde schijf staan, waarop we ook altijd eentje kunnen kijken, ... dus ja, het is nog niet zo dat we daar maandelijks een bedrag voor zouden willen betalen.

1.2. ONDANKS MATIGE TOT GEEN INTERESSE, TOCH ADOPTIE

Naast de vaststelling dat niet elke potentiële Innovator en Early Adopter intussen al tot adoptie is overgegaan, zien we ook het tegenovergestelde gebeuren. Sommige potentiële Laggards en Early Adopters, die in de pre-launch studie dus maar weinig interesse toonden in Netflix, hebben toch al ingetekend op deze dienst binnen het eerste half jaar na de lancering. Bij deze profielen is de **gratis proefmaand** een belangrijke factor geweest. Die zorgt ervoor dat de drempel om in te stappen erg laag is. Bij het merendeel van de Late Majority en Laggard-profielen die ondertussen tot adoptie is overgegaan, viel het op dat dat 'kunnen uitproberen' wel degelijk een sterk 'lock in'-effect heeft. De aandacht voor Netflix, en de lage (gratis en 'plug and play') instapdrempel maakt dat men het toch eens gaat proberen, en voor men het goed en wel beseft, is men in een betalend abonnement overgevloeid.

Nele, 40 jaar, was weinig geïnteresseerd in Netflix in september (L), maar toch abonnement genomen.



*Voor mij is televisie heel belangrijk; ik ben nogal vaak op non-actief, wegens ziekte. Dus als je niets anders kunt doen, is het belangrijk dat je iets te zien hebt. ... En in het begin denk je van, gaat dat aanbod tegenvallen of niet, maar dat viel dan vrij goed mee. **Met alle nieuwe dingen ben ik in het begin nogal afwachtend. Maar als je het niet test, weet je het niet hé. Dus heb ik toch maar die gratis testmaand geprobeerd, en dat viel mee dus ben ik nu nog lid.***

Ook hier is het belangrijk in rekening te nemen dat dit een vaststelling is op 6 maand na introductie. Het gaat hier om mensen die sinds 1, 2 of 3 maand (al dan niet bewust) van een trialabonnement in een betalend abonnement zijn gerold (pas heel recent dus), en het is de vraag in welke mate dit Netflix-abonnement op langere termijn stand zal houden bij deze mensen. Getuigenissen zoals die van Ingrid zijn voorbeelden van mensen die op het moment van bevraging Netflix-adopter waren, maar bij wie we wel al tekenen van 'saturatie' konden waarnemen.

Ingrid, 58 jaar, was weinig geïnteresseerd in Netflix in september (Laggard), maar toch abonnement genomen. Intussen abonnement gestopt.



*Uit nieuwsgierigheid. Want **je hebt dan eerst die maand gratis** en toen vond ik het wel leuk en toen had ik dat abonnement genomen, want ja, dat liep automatisch, maar na twee of drie maanden was het eigenlijk al bekeken.*

Naast die gratis proefmaand is er ook de eenvoud van Netflix die aanspreekt: geen ingewikkelde formules, geen complexe administratie om je abonnement te verlengen of stop te zetten, en zeker ook het gemak waarmee je met Netflix kunt omschakelen van pakweg een tablet naar een smart-TV om verder te kijken naar je film,... Die eenvoud zorgt ervoor dat Netflix vertrouwen opwekt bij ook die consumenten die anders eerder wantrouwig staan tegenover innovaties. Miek bijvoorbeeld, ging om die reden overstag na een eerste kennismaking met Netflix bij vrienden.

A B C
1 2 3

Miek, 36 jaar, was weinig geïnteresseerd in Netflix in september (Late Majority), maar toch abonnement genomen.

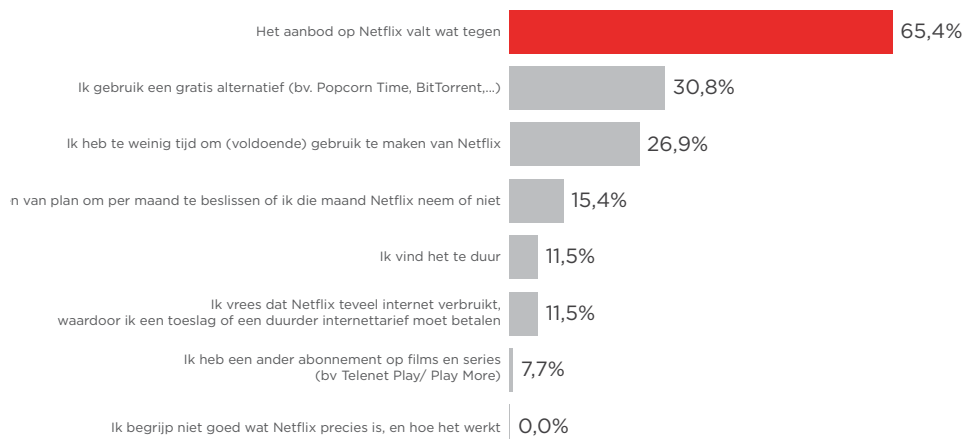
*Omdat het zo **heel simpel** in elkaar zat. Ik dacht zo, iets dat juist nieuw is, dan wacht ik liever wat af. Maar blijkbaar was het een heel simpel systeem. Voor een relatief laag bedrag per maand. Je kunt overal kijken wat je wil, wanneer je wil. **Het is zo simpel, dat ik dan beslist heb om het toch te nemen.***

1.3. ONDANKS STERKE INTERESSE TOCH ABONNEMENT STOPGEZET

De meest frappante van de drie vaststellingen was dat er bij de potentiële Innovators en Early Adopters, een substantiële groep (respectievelijk 10% en 15%) is die na effectief tot adoptie van Netflix te zijn overgegaan, het betalende abonnement ondertussen alweer heeft stopgezet. Uit de follow-up survey blijkt dat die ontgoocheling in grote mate aan één reden is toe te schrijven: een tegenvallend aanbod van films en series.

WAAROM HEB JE JE ABONNEMENT OP NETFLIX STOPGEZET?

(SAMPLE: INNOVATORS & EARLY ADOPTERS)



Graph 8: Redenen waarom potentiële Innovators en Early Adopters voorbij halfjaar een abonnement genomen hebben op Netflix, maar die intussen alweer hebben stopgezet (op potentiële Innovators en Early Adopters die een abonnement op Netflix hebben stopgezet, N=26).

Blijvende 'echte' (betalende) adoptie van Netflix staat of valt dus met het aanbod: als het aanbod tegenvalt of als gebruikers het gevoel hebben dat ze alle leuke series en films wel gezien hebben, dan bestaat de kans dat gebruikers Netflix (even) links laten liggen. We hangen hier een dubbele conclusie aan vast:

1. 6 maand, heel kort na introductie, en dus in de eerste maanden na adoptie, zien we bij een niet te verwaarlozen deel van de adopters al een saturatie-effect optreden inzake het contentaanbod. De flexibiliteit en de gebruiksvriendelijkheid is een onmiskenbare troef, maar het contentaanbod kan duidelijk niet altijd alle verwachtingen (van september) inlossen, en op langere termijn blijft de series- en zeker de filmcatalogoog een werkpunt voor Netflix (wil men continue adoptie verzekeren). Een vaststelling die in lijn ligt met tevredenheid met het contentaanbod in de follow-up survey (zie verderop in dit rapport).

Ingrid, 58 jaar, heeft sinds kort haar abonnement opgezegd door tegenvallend filmaanbod



*Ik ben eigenlijk een heel rare kijker. Ik wil eigenlijk alleen maar romantische films zien met een goed einde. **En dan zit je er bij Netflix wel redelijk snel door.***

...

*omdat dat toch zo'n grote hype was, **had ik er wel meer van verwacht ja.***

2. Adoptie van Netflix is geen binair iets. Het is niet is waar je duidelijk wel of niet adopter voor bent, zoals dat voor digitale televisie, een Movies & Series Pass of Play More wel bent. Vooral in de interviews viel het ons op dat heel wat mensen Netflix benaderen vanuit een soort van 'Hop on, hop off'-principe. Je neemt een maandje een betalend abonnement, om er dan weer een periode van tussen te knijpen, en later weer voor 1 of meerdere maanden een betalend abonnement te nemen als men er op dat moment nood aan heeft. Men neemt het even wel, en dan weer even niet. De flexibiliteit van de abonnementsformule van Netflix laat dat ook toe. Vooral budgetbewuste consumenten vinden dat "Hop On/Hop Off"-principe een voordeel; het laat hen toe om enkel te betalen voor Netflix in periodes dat ze er ook effectief gebruik van kunnen maken. Voorwaarde blijft uiteraard ook hier dat er voldoende nieuwe content is bijgekomen om het aantrekkelijk genoeg te maken om je abonnement te heractiveren.

I/O

Laurens, 22 jaar, student, gebruikt Netflix vooral op momenten dat hij series wil kijken zonder tijdverlies, bijvoorbeeld tijdens de blok.

*Het hangt er eigenlijk wat van af. Meestal heb ik genoeg met wat ik kan downloaden. Maar soms, **bijvoorbeeld tijdens de blok, wil ik gewoon erg snel een serie kunnen kijken,** zonder tijdverlies, zonder de juiste torrentsite te zoeken, waar de kwaliteit wat goed zit en zo. **En dan neem ik wel een maandje Netflix.** Dan is dat wel handig. Maar daarna heb ik dat dan eigenlijk niet nodig, en ja, dan is het weer downloaden en zo.*

I/O

Dirk, 55 jaar, heeft Netflix-abonnement even on-hold geplaatst omwille van de zomerfestivals.

Nu in de zomer is dat iets wat me minder boeit. Ik ben een festivalganger, dus ik ga veel naar metal-festivals.

...

*Nu, ik wil later wel absoluut nog eens kijken, want **mijn account is slapende en ik moet die gewoon een schop geven en die is weer actief.** Op voorwaarde natuurlijk dat er dan weer iets te zien is.*

Netflix is in televisieland met andere woorden een beetje zoals de toeristenbussen op een citytrip in het buitenland. Je hebt geen langdurig abonnement, maar een 'hop on, hop off'-abonnement voor een korte periode, waar je oneindig vaak mee op en af kan springen. Downside is dat het je wel verplicht om alle attracties op korte tijdsperiode te 'consumeren'. In een stad zijn dat dan de bezienswaardigheden, op de Netflixbus in televisieland doorgans de verschillende afleveringen van een serie. En op die manier heeft Netflix heeft ook z'n impact op gebruikspatronen en werkt het fenomenen zoals bingeviewing in de hand.

Elien, 25 jaar, heeft Netflix-abonnement even on-hold geplaatst, maar geeft toe dat ze veel gebruik maakte van Netflix in de periode dat ze Netflix had. Na de zomer zal ze opnieuw inpikken.

We hebben eigenlijk enorm veel gezien [op Netflix] toen en dat was wel een grote piek in ons kijkgedrag. Nu dachten we: nu de zomer eraan komt gaan we dat even stopzetten.

...

Ik denk toch dat we wel merkelijk meer naar series keken toen we Netflix hadden. Allez ja, al die series, dat is echt wel een groot aanbod.

...

Het is meestal zo dat ik op een korte periode heel veel dingen zie. Er is niets zo ambetant als een cliffhanger zien en dan niet meer kunnen verder kijken. Zo een week moeten wachten op het volgende. Ik kijk liever alles in één stuk door.

...

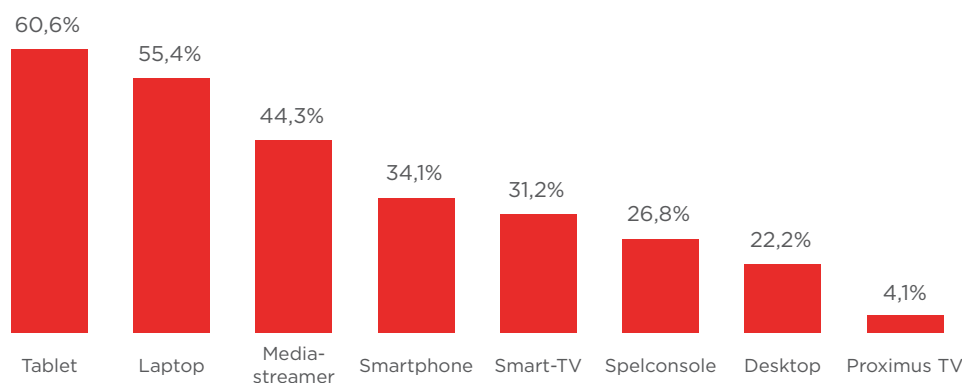
Ja zeker als ik hoor dat er een nieuw seizoen van Orange is the new black uitkomt, ben ik wel van plan om terug te keren naar Netflix na de zomer.

1.4. GEBRUIK VAN NETFLIX

Nu we weten dat een deel van het potentieel ook effectief verzilverd is, kunnen we even stilstaan bij de manier waarop Vlaamse gebruikers naar films en series kijken op Netflix. Op welke toestellen gebruiken ze Netflix? Waar kijken ze vooral? En met wie?

Meer dan de helft van de Vlaamse gebruikers kijkt wel eens Netflix via de tablet of de laptop. Dat is meer dan de gemiddelde Vlaming, en de reden is eenvoudig. Het zijn toestellen die gemakkelijk verbonden worden met het internet, en dus ook met Netflix, en hun mobiele karakter maakt dat je ze in eender welke ruimte kunt gebruiken.

VIA WELKE TOESTELLEN KIJK JE NAAR NETFLIX?



Graph 9: Via welke toestellen heb je al naar Netflix gekeken? (steekproef: gebruikers Netflix, N=343).



Tim, 27 jaar, woont samen met zijn vriendin. Zij kijkt tijdens het sporten naar Netflix op een laptop.

Ja, dat is toch een paar keer per week. En het is iedere keer dat ze sport, dat ze ook wel kijkt. We hebben zo'n crosstrainer, dat is dan een halfuurtje, en dan kijkt ze een aflevering. Dus ja, zeker een keer per week. Dus ja, de laptop zo op een verhoog zetten, en dan kijken.



Elien, 25 jaar, kijkt Netflix op de tablet als ze in de slaapkamer wil kijken, of als haar vriendin iets anders op TV wil kijken.

*ja het gebeurt soms dat ik naar de slaapkamer ging en **nog een laatste serie wou uitkijken voor ik ging slapen**. Ja, ik vind dat plezant. Ja, of dan ik naar een serie van Netflix kijken op de tablet, **terwijl zij kijkt naar een film op TV**. Dat is wel plezant.*

Zeker voor de jongere Netflixgebruikers, de Online Media Masters, maakt het toestel niet zoveel uit. Zij kiezen het toestel in functie van de situatie, in plaats van de situatie aan te passen aan het toestel. Als het bijvoorbeeld mooi weer is buiten, en ze willen in de tuin kijken naar een serie, dan nemen ze hun laptop of tablet mee naar buiten, liever dan dat ze toch binnen blijven om op het TV-scherm te kunnen kijken. Zij staan er dus niet echt bij stil welk toestel ze gebruiken.



Pieter-Jan, 29 jaar, kiest het toestel in functie van de situatie

*Goh, ik weet het niet, ik zie dat eigenlijk niet in functie van het toestel, maar eerder in functie van de situatie. Stel dat het warm buiten is, dan ga ik gewoon met mijn laptop buiten zitten. Dus ja, dat is wel tof, maar **dat is niet tof omdat ik op een laptop kan kijken, maar wel omdat ik gewoon in die situatie kan kijken naar Netflix**.*

Lisa, 23 jaar, is het zodanig gewoon om op een laptop te kijken dat ze er verder niet meer bij stil staat.

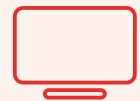


*Ja, eigenlijk wel, **ik denk daar eigenlijk niet zo bij na.** Als ik hier alleen ben, kijk ik Netflix op de laptop. En als mijn vriend er is, dan kijken we meestal niet naar Netflix maar gewoon naar TV.*

Voor het merendeel van de Vlamingen stellen we echter vast dat het TV-scherm het geprefereerde scherm blijft om Netflixcontent te bekijken. Zoals we al constateerden in digiMeter, blijft het televisietoestel binnen de meeste gezinnen het centrale toestel om TV-content te bekijken, en de alternatieve toestellen vormen daar gewoon een flexibele laag bovenop.

Een serie of film op een groter scherm kijken vinden ze aangenamer dan het kijken op een kleiner scherm. Het vaakst gebruiken ze daarvoor een mediastreamer zoals Google Chromecast of Apple TV. In gezinnen met een smart-TV, is de Netflix-app vaak de enige applicatie die ze daarop gebruiken (naast af en toe ook YouTube).

Olivier, 28 jaar, kijkt Netflix liefst op de smart-TV



*Dat gebeurt eigenlijk minder [, Netflix kijken op een tablet], ik doe dat dan meestal op TV omdat dat iets gemakkelijker is ook. **Omdat je dan een groter en beter scherm hebt.***

Pieter-Jan, 29 jaar, gebruikt enkel de Netflix-app op zijn smart-TV.



*Ja, omdat dat het gemakkelijkst is, omdat je dan geen tussen-dingen nodig hebt. **En dat is eigenlijk meteen de enige smart-TV functie die ik gebruik.** Al de rest van die applicaties die erin zitten gebruik ik niet.*

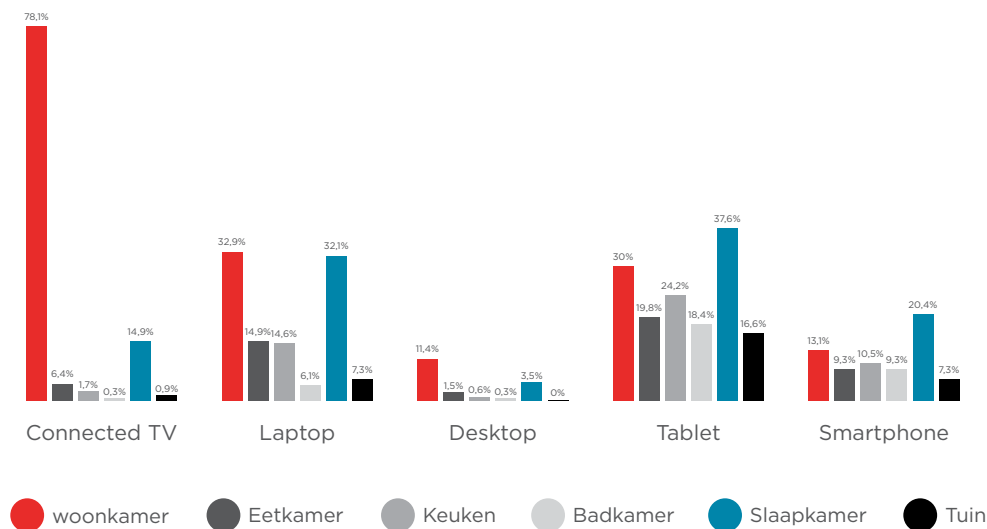


Patrick, 58 jaar, vindt de interface op smart-TV niet zo gebruiksvriendelijk.

Vroeger wel eens mee gespeeld, om eens te zien. Maar bv YouTube staat er wel op, maar dat is moeilijk om zo iets in te tikken, want je moet, ken je dat, **je krijgt zo'n klavier op je scherm, en dan moet je met je toetsen eerst die letter, dan die letter,...** Vroeger dan wel eens zo een liedje opgezocht, maar ik heb dat dan snel weer achterwege gelaten. Ik heb ook een Google Chromecast, daarmee kan ik wel met de tablet zo naar de TV sturen, dus dat is wel gemakkelijk.

Het televisiescherm blijft voor het merendeel dus nog steeds het referentiescherm, net zoals ook de woonkamer voor de Vlaamse Netflixgebruiker nog steeds de meest populaire plaats om te kijken naar Netflix. Voor sommigen is dat ook quasi de enige ruimte in huis waar ze Netflix kijken. Het kijken van audiovisuele content op de slaapkamer bijvoorbeeld vermijden ze liever om zo toch een plaats van rust te bewaren.

RUIMTES OM NETFLIX TE KIJKEN



Graph 10: In welke ruimtes heb je wel eens Netflix gekeken? En op welk toestel was dat dan? (steekproef: gebruikers Netflix, N=343).
Noot: Connected TV = elk TV-toestel dat, al dan niet met behulp van een extern toestel, met internet verbonden is, (smart TV, via mediastreamer, via spelconsole,...).

Thomas, 26 jaar, wil liever geen mediatoestellen in de slaapkamer.



Nee, we zijn op dat vlak nogal... **We hebben graag dat de schermen uit de slaapkamer blijven**, omdat dat anders... Ik denk niet dat ik snel ook een TV zou omhoog hangen in de slaapkamer; die is daar vanachter, dat is dus de rustige plaats van het huis, en ik vind, en mijn vriendin ook, dat is **onze slaapkamer, dat is voor rust**. Mijn gsm ligt daar, allez, die ligt daar om op te laden 's nachts, maar voor de rest blijft die ook daar uit. We proberen dat wel weg te houden uit de kamer. Dus soms op mijn bureau, maar vooral in de living is de voornaamste plaats om Netflix te kijken.

Olivier, 28 jaar, kijkt liever gewoon in de woonkamer naar Netflix.



Goh dat is eigenlijk nog niet gebeurd, **omdat ik toch kijken en slapen zoveel mogelijk probeer te scheiden**. Omdat, als je dat door elkaar begint te mengen, dat dat toch ook niet zo goed is dus ja ...Ik kijk eigenlijk wel meestal gewoon in mijn living.

Maar bovenop de consumptie op het televisiescherm, weet de meerderheid de flexibiliteit in termen van context-/plaatsonafhankelijk wel heel erg waarderen. Bovenop de huiskamer is de slaapkamer duidelijk een plaats waar zich Netflix-habits beginnen af te tekenen. Heel wat Vlaamse Netflixadopters maken gretig gebruik van mobiele toestellen (tablet, laptop, smartphone) om in de slaapkamer of andere ruimtes een serie of film (verder) te bekijken.

Pieter-Jan, 29 jaar, kijkt zowat overal in huis naar Netflix.



Dat hangt er eigenlijk van af, ja. In de zetel is het dus voornamelijk op de smart-TV dat we kijken. Stel dat we hier (=eetkamer) ontbijten dan durft het wel eens te gebeuren dat we kijken op de laptop, maar dat is eerder uitzonderlijk. Als we in de badkamer zijn, en we nemen een bad, dan is het eerder de laptop. En boven hebben we nog een oude flatscreen staan, van voor we die smart-TV hadden, en daar hebben we een Chromecast in gestoken. Waardoor dat we daar ook via onze smartphones daar ook beelden naartoe kunnen sturen.



Miek, 36 jaar, kijkt soms in de slaapkamer nog een aflevering op de tablet als ze niet kan slapen.

*Meestal wel hier in de living. Of soms boven op de iPad als ik niet kan slapen. Ik weet dat dat niet fantastisch is, maar het gebeurt. **Ja, het is gemakkelijk he, je kijkt tot je echt moe bent, en je kunt meteen in slaapvallen zonder eerst nog honderd dingen te moeten doen om het te stoppen.***



Marie, 25 jaar, kijkt meestal naar andere series dan haar vriend. Soms kijken ze dan elk het laatste deel van een aflevering uit in de slaapkamer.

*Series, ja eigenlijk series. Films gaan we niet snel in de slaapkamer bekijken, als we echt een film willen kijken 's avonds dan doen we dat in de living. **Maar zo nog dat laatste kwartiertje van de vorige aflevering zo net nog, ja dat doen we wel.** Alle twee op onze eigen iPad (lacht).*

Een andere vraag die vaak gesteld wordt, is of Netflix ervoor zorgt dat je meer individueel kijkt naar videocontent, in vergelijking met het kijken naar TV. Ook hiervoor moeten we de nodige voorzichtigheid in acht nemen, en is de periode sinds introductie van Netflix te kort om al van enige impact gewag te kunnen maken. Desalniettemin merken we dat, op momenten dat men samen thuis is met bijvoorbeeld partner, ouders, kinderen,..., dat er toch nog ergens gezocht wordt naar een compromis om samen te kunnen kijken. Het is eerder uitzonderlijk dat gezinsleden die samen in dezelfde ruimte zitten, elk naar iets anders kijken. Behalve dan als iemand een sportwedstrijd of een soap wil zien op TV, terwijl de ander daar geen zin in heeft. Dan is de verleiding wel groot om bijvoorbeeld de tablet te nemen en ondertussen een serie op Netflix te kijken.



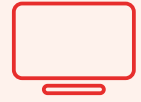
Thomas, 26 jaar, denkt niet dat hij minder samen kijkt naar series of films sinds ze Netflix hebben.

Nee, absoluut niet. Juist het omgekeerde eigenlijk. Sinds Netflix kijken we eigenlijk veel meer dingen samen.

...

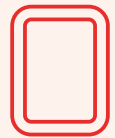
Zelden gebeurt dat, als ik echt iets wil volgen, dat ik op iPad iets anders opzet voor haar of voor mij, maar dat is zo zelden dat ik dat... Allé ja, dat komt echt niet veel voor. Meestal als we hier zitten is het echt samen kijken.

Leontien, 27 jaar, kijkt thuis wel eens op een mobiel toestel naar Netflix terwijl de anderen kijken naar Familie.



*Dat gebeurt eigenlijk meest thuis bij mijn ouders als zij naar Familie kijken en ik zie dat niet graag, want ik vind dat altijd hetzelfde **maar ik wil dan ook niet alleen op mijn eentje boven zitten**. Dus dan kijk ik gewoon naar iets dat ik wil.*

Mathieu, 24 jaar, kijkt meestal individueel naar Netflix, maar als hij bij zijn vriendin is, kiezen ze meestal iets gezamenlijks.



Alleen op zondag als ik bij mijn vriendin ben dan kijken we soms samen naar iets.

...

Ja want met mijn vriendin ga ik iets minder series bekijken en meer naar films. Want ja, soms zit je al eens iets verder in een serie en zij zit dan ondertussen ergens anders. En dus is het wat moeilijk om even ver te zitten in een serie als je nog niet samenwoont natuurlijk. Dus gaan we iets meer naar films samen kijken.

...

Ik denk dat we wel meer samen zouden kijken [als ik samen zou wonen met mijn vriendin], omdat we ook wel dezelfde series goed vinden. Alleen ja, de echt vrouwelijke dingen gaat zij dan wel bekijken en ik niet. Maar we komen wel goed overeen op dat vlak denk ik. Ik denk dat dat dus wel veel meer zou gebeuren.

Als er al vaak alleen gekeken wordt naar Netflix, dan is dat vooral op momenten dat men ook alleen thuis is. En ook hier komt een 'flexibiliteitstroef' van Netflix naar boven. Want dan is het wel handig dat je een eigen profiel hebt op Netflix, waar je series en films kunt bijhouden die jij wel volgt maar bijvoorbeeld je partner niet. En op momenten dat je dan samen thuis bent, zoek je naar een film of serie die je allebei wel wil zien.



Miek, 36 jaar, sluit liever een compromis met haar vriend om samen naar iets te kijken.

Series die zij alleen leuk vindt, kijkt ze dan wel op momenten dat ze alleen thuis is. Als we met twee kijken dan moeten we het alletwee leuk vinden natuurlijk. Als vrouw en man heb je af en toe toch wel een andere smaak dus ja ...

...

Nee, we proberen wel een compromis te sluiten. Ik ben nog genoeg momenten ook alleen om te kijken naar wat ik wil. Dus als hij er is dan proberen we wel iets te vinden waar we alletwee graag naar kijken.



Lisa, 23 jaar, student, woont in de week samen met haar vriend. Omdat haar vriend gaat werken, is ze vaak alleen thuis.

Als ik hier ben, kijk ik meestal alleen [naar Netflix] omdat ik alleen ben. En ja, anders kijk ik wel samen met mijn vriend.

...

Ja, die kijkt... allé, ik ben student en hij werkt. Die heeft dan ook een totaal ander patroon. Die kijkt veel minder series en zo. Die heeft keiveel series in de kast, die hij nog nooit bekeken heeft. Ik kijk zo veel meer naar series. En als hij dan thuis komt, dan wil hij naar iets ontspannends kijken. Zoals 'Komen Eten' of zo. Terwijl ik daar, ja, niet echt een boodschap aan heb. Dus hij wil zo meer ontspanning en ik wil zo meer in een verhaal zitten.

In principe zien we dus vooral gelijkenissen tussen het kijken naar series op Netflix en het kijken naar TV-programma's: beide kijken we het liefst op een zo groot mogelijk scherm in de woonkamer, en liefst samen met andere huisgenoten.

Dat wil niet zeggen dat Netflix geen invloed heeft op het kijkgedrag van Vlamingen. Dit is een stand van zaken amper zes maanden na de lancering van Netflix. En veel gebruikers hebben niet ingetekend vanaf dag één, maar hebben enkele weken of maanden gewacht. Dat is een te korte tijdsperiode om al significante veranderingen in gewoontes en kijkpatronen vast te stellen. Binnen pakweg twee jaar ongetwijfeld opnieuw te bekijken. Maar tot nader order blijft de woonkamer, het grote scherm en het sociale gebeuren van televisiekijken de norm, en daar lijkt Netflix zijn complementaire weg in te vinden.

1.5. CONCLUSIE

De potentiële inschatting via de PSAP-methode leverde een accurate voorspelling op. De correlatie tussen voorspelde adoptie en effectieve adoptie is zeer hoog en significant. Desalniettemin stelden we drie interessante 'afwijkingen' vast:

- Een minderheid van wie sterkste interesse toonde in september (potentiële Innovators en Early Adopters) heeft een half jaar later toch nog geen abonnement genomen. Grootste reden is een gepercipieerd tijdsgebrek (wat impliceert dat Netflix bovenop het bestaande aanbod komt, en niet als vervanging). Daarnaast is ook het tegenvallende aanbod een belangrijke factor. Voor budgetbewuste profielen, bijvoorbeeld studenten, speelt ook mee dat Netflix voor sommigen momenteel onvoldoende meerwaarde biedt ten opzichte van gratis (illegale) alternatieven, wat de bereidheid tot betalen voor Netflix gevoelig verlaagt.
- Binnen de groep met matige tot geen interesse in september (potentiële Late Majority en Laggards), is er een kleine groep die na de lancering toch vrij snel een abonnement heeft genomen. Grootste redenen daarbij zijn de gratis maand (die de instapdrempel aanzienlijk verlaagt) en de eenvoud die Netflix uitstraalt. Of deze profielen ook abonnee blijven bij Netflix, hangt echter af van het aanbod: van zodra die tegenvalt, zijn die profielen ook snel weer weg bij Netflix.
- Binnen de profielen die de sterkste interesse toonde in september 2014 (potentiële Innovators en Early Adopters) en ook tot adoptie overging, heeft een kleine groep het abonnement intussen alweer stopgezet. Veruit de grootste reden daarvoor is het tegenvallende aanbod. Opvallend zijn de gebruikers die Netflix bewust enkel in bepaalde periodes gebruiken ("Hop on/Hop off").

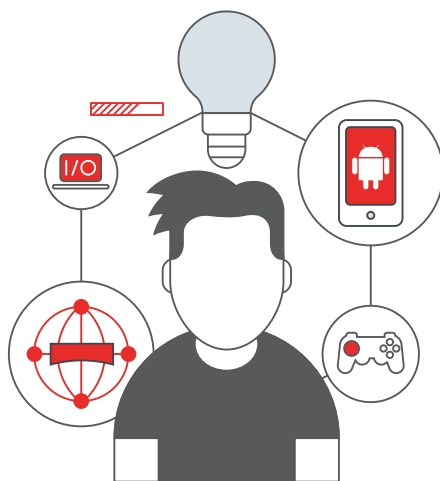
Naar gebruik van Netflix toe zien we op dit moment vooral gelijkenissen met het kijken naar reguliere TV. Ook Netflixers kijken voornamelijk in de woonkamer op het televisiescherm naar Netflix. En doen dat het liefst samen met anderen. Maar daarbovenop geeft Netflix hen wel de flexibiliteit om ook in andere ruimtes, op andere toestellen te kijken; wat leuk is als je de laatste vijf minuten van een serie wil uitkijken in de slaapkamer, een aflevering wil zien als je een bad neemt, of buiten een film wil zien als het mooi weer is. In termen van totale kijkduur per dag – waar we op basis van deze zelfrapportering geen uitspraken over kunnen doen – doet ons dit vermoeden dat de komst van Netflix bovenop het reguliere tv kijken iets is wat de 'heavy viewers' nog meer tijd aan televisiecontent doet spenderen.

Bovendien kunnen ze nu op dode momenten dat ze alleen zijn, steeds kijken naar de films of series waar zij zin in hebben. Het is niet ondenkbaar dat die flexibiliteit een steeds grotere rol zal spelen bij een steeds grotere laag van de bevolking. Daarbij zal onvermijdelijk ook de roep komen om meer flexibiliteit bij de reguliere zenders, om zo ook de TV-programma's van Vlaamse zenders te kunnen kijken waar en wanneer de gebruiker dat wil, op een gebruiksvriendelijk platform, tegen een aanvaardbare prijs.

2. ADOPTIE HET HOOGST BIJ WELKE PROFIELEN?

Uit de pre-launch (september) studie bleek dat het hoogste adoptiepotentieel (potentiële Innovators en Early Adopters) vooral bij de zogenaamde **Online Media Masters**¹ te situeren valt: profielen die al vertrouwd zijn met het streamen en downloaden van online videocontent, en al gebruik maken van meerdere schermen. Voor Online Media Masters, die voornamelijk tot de jongere generaties behoren en iets mannelijker zijn dan de totale Vlaamse bevolking, betekent Netflix dus niet zozeer een baanbrekende revolutie in de manier van kijken, maar is het vooral een gebruiksvriendelijke (en legale) extra laag om series en films te kijken die ze anders via Torrent-sites of andere illegale bronnen zouden opzoeken.

Zes maanden later blijkt deze voorspelling bevestigd te worden door de praktijk, en zien we vooral Netflix-adoptie bij de profielen die vóór de komst van Netflix al een 'habit' hadden ontwikkeld om series en films via online bronnen te bekijken. Dat gebeurde tot nu toe echter vaak op een illegale manier, omdat er vaak geen legale, betaalbare manier was om aan die series te geraken. Netflix gaat voor deze profielen dus eerder ten koste van illegale streaming en downloaden, en niet zozeer van het klassieke TV-kijken. Al is ook hier het codewoord "aanbod": voor series waarvan de meest recente afleveringen niet beschikbaar zijn op Netflix (zo is van de serie 'Suits' momenteel slechts de eerste drie seizoenen van de vijf aanwezig op Netflix), of die helemaal niet worden aangeboden door Netflix (denk aan de HBO-series), is de verleiding groot om toch nog via illegale weg die content te bekijken. Voor films, wat volgens de meeste Netflix-adopters een zwak punt is van de dienst (zie verderop in het rapport), grijpen ze sowieso terug naar bronnen als Popcorn Time waar het aanbod van films een pak recenter is. Opvallend is dat deze gebruikers hun account niet alleen delen met andere gezinsleden, maar vaak ook met vrienden of kennissen buiten het gezin. Op die manier telt 1 enkel abonnement snel 4 tot 5 gebruikers.



Verwachte adopters: Online Media Masters
(al sterk vertrouwd met streamen van films en series;
aangetrokken door het aanbod van Netflix)

¹Online Media Masters is een segment van voornamelijk jongeren die voor het eerst naar boven kwam in digiMeter 2013. Voor meer details, zie hoofdstuk 2 in dit rapport, in digiMeter 2014, en online op iMinds.be/digiMeter

Thomas, 26, woont samen met vriendin



Ja voor de komst van Netflix, [heb ik vaak] gestreamed dan. Gedownload minder, want dan krijg je garantie vuiligheid binnen. **Maar absoluut, mijn streaming was vroeger gigantisch veel meer.** 't Is gewoon, ik wou altijd vanaf dat Netflix kwam, er vanaf het begin bijzijn, en toen ik ermee was vertrokken had ik zoiets van 'Ja, dat is wat ik wil'. Ik wil niet met al die dingen bezig zijn; ik vind dat altijd een gedoe om de juiste dingen te vinden aan een goeie kwaliteit. ... nee ja, dat is ideaal.

Leontien, 27, kijkt erg graag (en veel) naar series.



Ja, want ik kijk eigenlijk echt veel tv eigenlijk. Dat is niet zo goed, maar bon. **En dat staat niet altijd op Netflix.** Dus één uitzondering is 'Pretty little liars', dat is iets waar ik naar kijk dat ook echt zo de week nadat het uitgekomen is ook al op Netflix staat. Maar dat is het enige. Voor al de rest, **ik ga niet zitten wachten tot het er misschien eens opkomt. Ik wil dat volgen op het moment dat het uitkomt.**

Tim, 27, geeft toe vroeger vaak series en films gedownload te hebben.



Ja maar **er waren op dat moment geen alternatieven om aan die series te geraken**, maar nu we Netflix hebben, ja, gebruiken we Netflix. Maar ja, vroeger, als je een film wou zien op Belgacom TV, dan moest je daar nog redelijk veel voor betalen, maar ja, met Netflix, dat is negen euro in de maand en je kan zoveel bekijken als je wil en het aanbod is veel groter dan vroeger. **Het is alleen nog niet up to date en het laatste nieuwe erbij zoals je wel zou hebben met bijvoorbeeld torrents**, maar het aanbod is toch ruim genoeg om mij niet te vervelen.

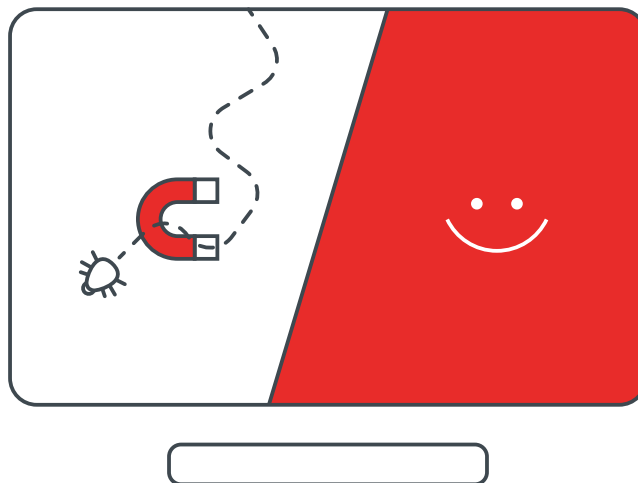
...

Het gebeurt soms dat we zeggen '**ja ik zou wel graag die film zien, maar hij staat nog niet op Netflix'** dan ga ik toch nog wel eens kijken op een torrent site. Maar meestal zijn die films ook nog niet beschikbaar in een goede kwaliteit. Dan wacht ik sowieso liever wat langer.



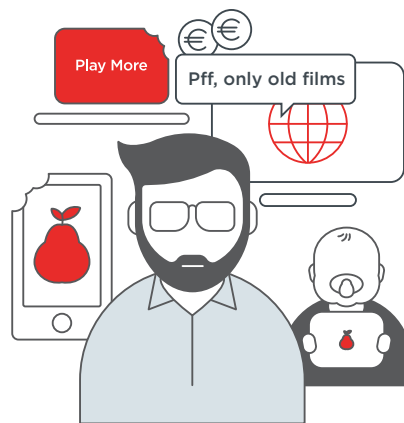
Sander, 23, vindt gebruiksgemak een belangrijke troef om Netflix te gebruiken in plaats van illegale kanalen.

*En de makkelijkheid. En ook om te vermijden dat ik constant illegaal moet downloaden. En laptops aansluiten en zever. Ook gewoon omdat ik daar geen zin meer in heb. Allez ja, het aanbod is er ook wel voor 8 euro. **Het is gewoon de moeite niet meer waard om de illegale toer op te gaan.** De meeste series worden aangeboden door Netflix.*



Grote troeven van Netflix ten opzichte van illegaal downloaden of streamen:
Gebruiksgemak, snelheid en beperkt risico op malware of virussen.

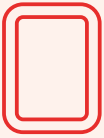
Naast de bevestiging bij de Online Media Masters, de 'usual suspects' als het gaat over Netflix, stelden we – enigzins verrassend – ook een opvallend hoge adoptie en tevredenheid vast bij een iets ouder profiel: de Media Omnivores. Deze (voornamelijk veertigers met een gezin) hebben minder budgettaire beperkingen dan de Online Media Masters. Daartegenover staat dat Online Media Masters vaker opgegroeid zijn met digitale media ('digital natives'), terwijl Media Omnivores eerder opgegroeid zijn met klassieke media, maar daarbovenop wel een belangrijke digitale laag hebben aangeleerd ('digital immigrants'). Als het kan, verkiezen beide profielen het om Netflix te kijken op een televisietoestel (via smart-TV, via mediastreamer, via spelconsole,...). Als dat niet lukt, verkiezen Online Media Masters eerder een laptop, terwijl dat bij Media Omnivores vaker een tablet zal zijn.



Verrassende adopters: Media Omnivores
(gezinnen met kinderen, aangetrokken door gebruiksgemak Netflix)

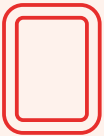
Voor Media Omnivores was Netflix niet zo vanzelfsprekend, maar toch aantrekkelijk genoeg om het uit te proberen. Niet alleen aantrekkelijk voor henzelf, maar zeker ook voor hun (klein)kinderen. Het gebruiksgemak van Netflix, in combinatie met het intuïtieve karakter van een tablet (swipen en tappen), maakt dat zelfs erg jonge kinderen snel hun favoriete serie op Netflix kunnen terugvinden en opstarten; iets wat met de complexere interface van bijvoorbeeld digitale televisie minder evident is. Daarnaast zijn de Media Omnivores ook aangenaam verrast door het grote aanbod aan kinderseries op Netflix. Dat was iets waar ze op voorhand vaak niet aan gedacht hadden, maar intussen maken hun (klein)kinderen bijna even vaak gebruik van Netflix als henzelf. Dit versterkt ook de band met Netflix, en zorgt ervoor dat ze minder geneigd zijn om het abonnement stop te zetten.

Terugkoppelend naar de USP's van content en gebruiksvriendelijkheid die we in september bloot legden, kunnen we stellen dat die ook voor deze omnivoren de driver zijn. Alleen was niet zo nadrukkelijk ingeschat in september. In de septemberbevraging gaven deze profielen vooral hun eigen persoonlijke inschatting en evaluatie van Netflix. Daarin waren zij wel enigzins gecharmeerd, maar niet overdreven enthousiast. Het deel van hen dat ondertussen tot trial en adoptie overging, ervaart misschien evenveel als anderen al een stuk saturatie en een beetje ontgoocheling in de content, maar blijft het abonnement op Netflix continueren omwille van een eerder bij 'toeval' (serendipity) ontdekte troef voor de kinderen.



Ben, 52 jaar, woont samen met vrouw, dochter en kleinzoon.

Het is ongelooflijk hoe goed hij daar al mee kan omgaan. Hij is 5 jaar, hij kan nog niet lezen, maar hij weet perfect welk profiel hij moet kiezen, en hoe hij het programma moet zoeken dat hij wil zien, en hoe hij dat kan starten.



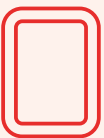
Jean-Pierre, 62 jaar, woont samen met vrouw, kleindochter (7 jaar) komt vaak op bezoek.

*Dat heeft me wel aangenaam verrast, ja. En dat vind mijn kleindochter echt leuk. Nu ook niet dat ze een hele namiddag naar TV mag kijken, maar ze kan nu naar iets kijken zonder dat ze moet zeggen "Wanneer komt dat nog eens terug?". Dat is wel interessant, ja. **En zij weet ook heel goed hoe ze daarmee moet werken, en ook dat na elke aflevering de nieuwe meteen begint. Probeer nu nog maar eens uit te leggen dat dat op Ketnet bijvoorbeeld niet zo is, dat ze daar een dag of een week moet wachten (lacht).***



An, 39 jaar, woont samen met haar man en drie kinderen. Kozen voor Netflix omwille van het kinderaanbod.

***Omdat we ons blauw kochten aan DVD's voor de kinderen.** En wij dachten dat we dat [Netflix-abonnement] voor de kinderen deden tot we ontdekten dat er heel veel voor ons op stond ook, ja.*



Marc, 36 jaar, vindt het verschil in intuïtiviteit tussen Netflix en reguliere TV frapant.

*Het is fantastisch om te zien hoe zelfstandig onze dochter van drie daarmee (=Netflix, nvdr) omgaat. Die app op de tablet is zodanig intuïtief, dat is ongelooflijk. Als je dat dan vergelijkt met gewone televisie, dan is dat totaal nog niet het geval. De programmagids begrijpt ze helemaal niet, wat logisch is omdat ze niet kan lezen. En daar moet ik haar dus wel altijd helpen om bijvoorbeeld af te stemmen op Sam De Brandweerman. **Zelf sta je er niet bij stil als volwassene, maar als je je dochter zo bezig ziet, dan merk hoe simpel Netflix werkt.***

2.1. CONCLUSIE

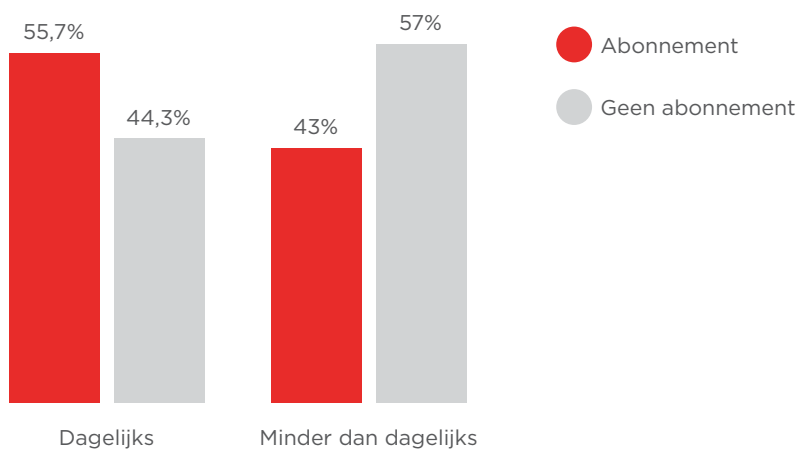
Zoals voorspeld, zijn het in eerste instantie voornamelijk de jongere profielen die opgegroeid zijn met digitale media (Online Media Masters) die een hoge adoptie vertonen. Daarin bevestig de follow-up de voorspellingen van september.

Opvallend echter was dat de follow-up fase een tweede 'afzetmarkt' bloot wist te leggen: Netflix vond ook duidelijk ingang bij Media Omnivores, omwille van een combinatie van een intrinsieke motivatie bij henzelf, en een eerder toevallige USP voor de kinderen . Het intuïtieve karakter van Netflix zorgt ervoor dat ook erg jonge kinderen vlot met Netflix kunnen werken, lang voor ze kunnen lezen.

3. ADOPTIE VOORAL BIJ WIE VAAK SERIES KEEK VÓÓR NETFLIX?

Eén van de vragen was of Netflix ervoor ging zorgen dat kijkers zouden overschakelen van TV-programma's (spelprogramma's, talkshows, actualiteitsprogramma's,...) op de Vlaamse zenders, naar (vooral Amerikaanse) series en films op Netflix. In eerste instantie lijkt dat niet meteen het geval te zijn, en koppelen we ook hier terug naar een eerder geformuleerd vermoeden dat Netflix niet zozeer substituerende gevolgen heeft, maar eerder een uitbreiding van reeds bestaande 'heavy viewing' patronen. Niet alleen in termen van totale kijktijd, maar ook op vlak van series. De adoptie van Netflix zit in de eerste zes maanden vooral bij diegenen die al vóór de komst van Netflix al meer dan anderen vaak naar series en films keken. En Netflix lijkt dat patroon alleen nog maar te versterken.

HOE VAAK KEEK JE NAAR SERIES EN FILMS VOOR DE KOMST VAN NETFLIX?



Graph 11: Netflix-adoptie opgesplitst naar frequentie kijken naar series en films (dagelijks versus minder dan dagelijks) in periode voor de komst van Netflix (op volledige steekproef, N=830).

Globaal genomen heeft Netflix dus geen grote verschuivingen teweeg gebracht in het type content dat wordt geconsumeerd, maar eerder een extensie in de hand gewerkt. Wie vóór de komst van Netflix al veel naar series keek op televisie en/of illegale platformen, kijkt sinds de komst van Netflix nog meer.

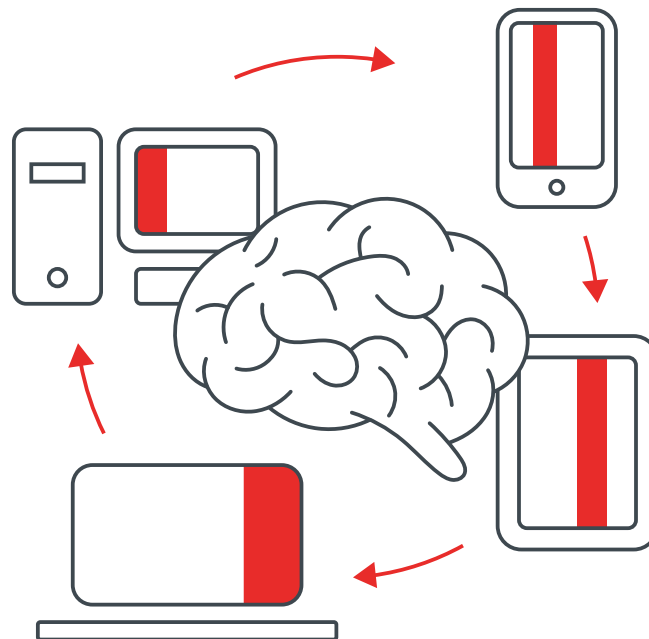
Lisa, 23 jaar, keek vroeger ook al veel naar series, maar dat is sinds de komst van Netflix nog gegroeid



En ook minder naar series die ik downloadt op mijn laptop. Want ja, dus **vroeger keek ik ook wel veel naar series, maar dat was dan via downloads**. Maar met Netflix is dat toch iets anders. Toch iets gemakkelijker.

...

Ja, ik kijk wel meer naar series [sinds ik Netflix heb], denk ik wel. Maar vooral, **ik kijk nu veel meer verschillende afleveringen na mekaar dan vroeger**.



Intelligentie Netflix: Netflix houdt over alle toestellen heen perfect bij waar je zat.



Jan, 33 jaar

Het kijkgedrag dat is aangepast, is dat we minder downloaden. Het is niet dat we... we kijken nog steeds wel dezelfde programma's. [...] Wat we wel dan hebben gehad, is bijvoorbeeld een documentaire die ons werd aangeraden. En Netflix had ons die aanbevolen. Het geeft dus wel goede aanraders. Maar wel nog dezelfde frequentie en dezelfde programma's.

Netflix heeft dan wel niet meteen een invloed gehad op het type content dat wordt geconsumeerd, wél heeft het een impact op de streamingkwaliteit en het gebruiksgemak waarmee die content kan bekeken worden. Daardoor is de verleiding groter om te blijven kijken (het zogenaamde 'Bingeviewen'). Een ander verschil is ook dat Netflix van (bijna) alle series meteen volledige jaargangen beschikbaar stelt, terwijl dat bij downloads vaker aflevering per aflevering is (zoals dat bij reguliere TV ook het geval is). Dat heeft als gevolg dat via Netflix de meeste gebruikers telkens één serie volledig uitkijken, alvorens ze aan een andere serie beginnen. Bij downloads of reguliere TV, waar je telkens een week moet wachten op de volgende aflevering, volg je meerdere series door elkaar. Daardoor vinden gebruikers het gemakkelijker om de verhaallijnen te volgen op Netflix dan via downloads of reguliere televisie. De immersiviteit is met andere woorden groter bij Netflix, dan bij reguliere televisie of andere platformen. Bovendien biedt Netflix ook een oplossing voor wie worstelde met het illegale karakter van downloads via Torrent-sites en bepaalde streamingdiensten zoals Popcorn Time.



Tom, 19 jaar, vindt dat het streamen via Netflix een pak vlotter gaat dan bij Popcorn Time, maar tegelijk heeft Popcorn Time dan weer een veel recenter aanbod dan Netflix.

Op Popcorn Time is het vaak zo superlang laden maar bij Netflix kan je het zo binnen de tien seconden opzetten dus dat is wel allemaal goed. Alleen is het dan zo een serie van vijf jaar geleden.

Jeroen, 26 jaar, vindt het gebruiksgemak een pak hoger bij Netflix dan bij downloads.



En omdat het een manier is dat je het makkelijk legaal kan doen en niet hoeft te downloaden. Daar kruipt natuurlijk ook veel tijd in. Allez, je moet beginnen zoeken en.. je moet een versie downloaden en dan blijkt dat het uiteindelijk een slechte kwaliteit is of het marcheert niet. Of het marcheert niet op uw TV want het kan dan het formaat niet lezen. Ja, het is een deeltje gemakzucht natuurlijk ook hé.

Leontien, 27 jaar, vindt het aangenamer om series te kijken via Netflix dan via downloads.



*Ja hetgeen veranderd is, is dat ik nu kan blijven kijken terwijl ik het vroeger moest downloaden. Dus als ik vroeger zei: ik ga naar twee afleveringen kijken, dan ging ik naar twee afleveringen kijken, omdat **dat downloaden altijd wel lang duurt**. Terwijl nu met Netflix heb ik al vaak gehad dat ik zeg "nu ga ik stoppen", maar dan eindigt het op een cliffhanger en blijf ik toch verder kijken. Dus ja, dat is het enige, **dat binge-watchen is echt wel meer geworden nu ik Netflix heb**. Het is zo gemakkelijk dat het moeilijk is om nee te zeggen.*

Bjorn, 33 jaar, ziet vooral een impact van Netflix op het 'bingeviewen'.



*Goh, ik denk dat we gewoon **meer afleveringen in één keer kunnen bekijken**, dat wel. Maar anders niet echt iets. **We kijken nog altijd naar dezelfde soort programma's**.*

Jean-Pierre, 62 jaar, vindt het leuker om een serie in één keer uit te kijken dan om telkens een week te wachten op de volgende aflevering.



*Dat vind ik aan Netflix ook goed. Dus bv, "House of Cards", daar brengen ze volledige jaargangen van uit. En als ik dat dan begin te kijken, kijk ik in die periode naar niets anders. En als dat ten einde is, dan schakel ik over naar iets anders. **Je kunt je dan echt verdiepen in dat verhaal**. Je ziet dan ook goed of een scenario ergens naar toe gaat, of als het wat losse eindjes zijn. Bv 'The Wire', dat vind ik een erg goede reeks, en die blijft ook goed van jaargang 1 tot jaargang 5. Dus dat vind ik echt schitterend. Terwijl, als je elke week moet wachten op een aflevering... **Ik kijk liever op mijn eigen tempo**.*



Tim, 27 jaar, kijkt op een andere manier naar series via Netflix dan via downloads.

Vroeger keek ik wel veel series door elkaar, omdat ik toen meestal downloadde en ja, die series kwamen toen meestal nog maar uit in Amerika dus ja, was het meestal maar één aflevering per keer dat je kon downloaden en toen moest je wel meerdere series door elkaar volgen totdat de volgende weer uitkwam. **Nu met Netflix blijf ik meestal wel bij die ene serie die ik dan helemaal uitkijk en dan pas naar de volgende** dus dat is wel iets anders.



Leontien, 27 jaar, wil best wel betalen voor content als het aanbod er is.

[...] want ik heb eigenlijk wel een beetje een **gewetensconflict met al dat illegaal downloaden**. Bij muziek koop ik bijvoorbeeld alles, ik ga nooit iets illegaal downloaden. **Maar er zijn zo weinig opties voor film en tv.**



Sam, 24 jaar, vindt de legaliteit van Netflix een belangrijke motivatie om een abonnement te nemen.

Eenzijds omdat ik dan toegang heb tot een vrij grote waaier van legale series en films. **Een beetje uit principe dat ik het niet altijd illegaal moet gaan doen**. En ja, het is makkelijk. Het is legaal en makkelijk. Het is on demand.

3.1. CONCLUSIE

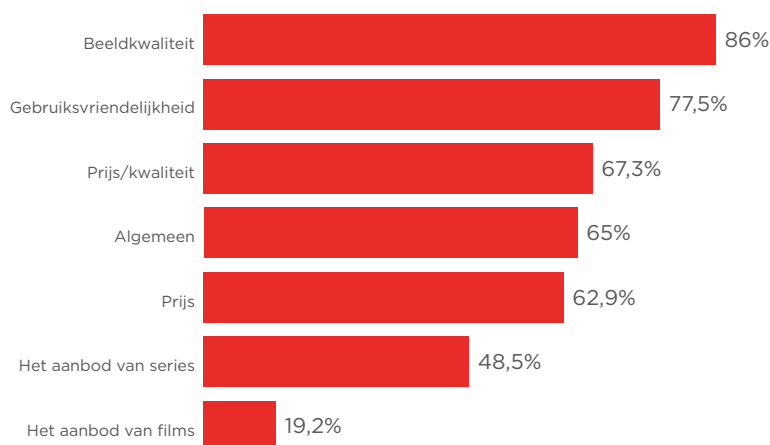
Op korte termijn zien we geen grote verschuivingen in type content die geconsumeerd wordt bij Netflixgebruikers: wie nu veel series kijkt via Netflix, was ook al een fan van series voor de komst van Netflix. Alleen is de manier waarop die content bekeken wordt sterk veranderd: groter gebruiksgemak, betere streamingkwaliteit, meer 'bingeviewen', en vaker serieel series volgen (1 serie uitkijken en pas daarna overschakelen naar een andere serie) in plaats van parallel volgen (meerdere series door elkaar volgen). Opmerkelijk is ook dat velen Netflix beschouwen als de eerste legale bron om tegen een aanvaardbare prijs series op hun eigen tempo te volgen. Dat is vooral belangrijk voor wie graag series kijkt, maar tegelijk ook worstelt met de illegaliteit van Torrent-sites en streamingplatformen zoals Popcorn Time.

4. TEVREDENHEID NETFLIX?

Net voor de start van Netflix in Vlaanderen gaven potentiële gebruikers aan dat vooral het grote aanbod aan series hen aansprak. Ook het filmaanbod en de flexibiliteit en gebruiksgemak van Netflix werden toen als troeven naar voor geschoven. Uitgesproken verwachtingen met andere woorden op twee assen: enerzijds gebruikersvriendelijkheid, anderzijds content. Wat zien we een half jaar na de lancering? Heeft Netflix die verwachtingen kunnen inlossen, of zijn de gebruikers eerder ontgoocheld?

Over het algemeen zijn de gebruikers best tevreden over de dienst: twee op drie zegt heel tevreden te zijn over Netflix, en gaven een score van minstens 6 op 7. Op vlak van gebruikersvriendelijkheid lijkt men de verwachtingen wel beter te kunnen inlossen dan op het vlak van aanbod. Vooral films zijn het zwakke punt van Netflix.

HOE TEVREDEN BEN JE OVER NETFLIX?



Graph 12: Hoe tevreden ben je over Netflix? – Grafiek = proportie "Heel tevreden" (score 6 of 7 op 7-puntenschaal) (op gebruikers Netflix, N=343).

Toch zijn er een aantal opvallende verschillen in tevredenheid als we inzoomen op een aantal deelaspecten van Netflix.

4.1. BEELDKWALITEIT

Over de beeldkwaliteit van Netflix zijn de gebruikers erg tevreden: 86% van de gebruikers geeft een score van minstens 6 op 7. Opvallend is dat wie dan wel problemen ervaart met de beeldkwaliteit, dit niet toeschrijft aan Netflix zelf maar bijvoorbeeld aan het toestel waarop ze kijken of aan de zwakke internetverbinding.

Ben, 52 jaar, kijkt via smart-TV beneden en via Apple-TV boven, is heel tevreden.



Ja, [die beeldkwaliteit is] super. Ik heb die kwaliteit zelfs wat lager ingesteld, om de bandbreedte toch een beetje te beperken. Maar ik moet het me eigenlijk niet aantrekken. Want ik gebruik Telenet niet voor Netflix. Ik heb bijkomend een Scarlet-lijn, onbeperkt, puur en alleen voor Netflix.

Lisa, 23 jaar, kijkt via laptop, ervaart wat problemen met beeldkwaliteit.



*Het is gewoon, ja, niet scherp genoeg soms. Maar eigenlijk valt dat wel mee. **Als je dat vergelijkt met dingen die je downloadt, ja, dan is Netflix meestal nog wel iets beter.***

...

*Maar dat zal eerder aan mijn laptop liggen. Want mijn broer heeft een splinternieuwe laptop, en hij kan echt wel in HD kijken. Dus bij hem is dat veel beter. En bij mij, ja, het is een beetje stom, **maar ik denk dat het aan mijn internetverbinding en mijn laptop ligt.***

4.2. GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID

Niet alleen over de beeldkwaliteit zijn de gebruikers erg tevreden, ook over de gebruiksvriendelijkheid en flexibiliteit van Netflix zijn ze zeer te spreken. Zoals we eerder ook zagen bij het gebruik van Netflix door jonge kinderen, zijn gebruikers aangenaam verrast door de eenvoud en intuïtiviteit waarop Netflix werkt.

Het gebruiksgemak is een grote troef voor Netflix. Downloaden vergt vaak veel meer inspanningen: de juiste bron vinden, het zoeken naar welke aflevering je precies wil zien, nagaan welke stream of download het snelst laadt, eventueel nog zoeken naar de passende ondertitels,... En dat allemaal zonder garantie dat de kwaliteit van de download of stream naar behoren is. Op dat vlak werkt Netflix een pak sneller en betrouwbaarder: je start Netflix op, je ziet meteen welke serie je de laatste tijd begonnen bent, je ziet per serie bij welke aflevering je gebleven bent, en je kunt meteen weer inpikken. En voor dat gebruiksgemak zijn gebruikers wel bereid om ervoor te betalen.



Johan, 32 jaar, woont samen met verloofde.

*Allé, als je dat vergelijkt, als je dat online moet gaan zoeken, de kwaliteit is soms onbetrouwbaar, dat kan fantastisch zijn maar dat kan ook heel slecht zijn, en ondertitels en zo, en ja... Als je tijd genoeg hebt, je bent student, ja, dan is dat de max. Dus ja, dan deed je dat. Maar nu, ja. **Je wil thuiskomen, en dan de tv kunnen opzetten. Je wil niet eerst zitten klooiën met verschillende websites voor je iets deftigs hebt om te kijken.** Dat is te complex en daarvoor heb ik geen tijd meer.*

Die intelligentie achter de Netflix-interface heeft gebruikers achteraf verrast. Gewoon kunnen inpikken zonder zelf te moeten denken wat de laatste aflevering was, zorgt voor een groot gebruikerscomfort. Ook als je midden in een aflevering stopt op het ene toestel, kun je 's anderendaags vlot inpikken op een ander toestel precies daar waar je gestopt bent. Die flexibiliteit over de toestellen heen was voor veel gebruikers een aangename vaststelling.



Thomas, 26 jaar, keek vroeger vooral via downloads.

*Ik had zo'n website, Side Reel, dat bijhield in welke aflevering van welke serie ik zat, en **dat vind ik nu gewoon geniaal dat ik dat niet meer moet bijhouden, dat Netflix dat voor mij doet.** Je duwt gewoon op play, en hij zet je op de plaats waar dat je gebleven was. Ik denk dat dat een van de belangrijkste features is van Netflix. Dat is zoiets, **dat gesynct wordt over uw account heen, over alle toestellen, dat is iets van de belangrijkste dingen.***



Dirk, 55 jaar, vindt het gebruiksgemak van Netflix een groot pluspunt ten opzichte van downloads.

*Het tofste van al is, je bent een reeks aan het kijken, je hebt aflevering 5 gedaan, de volgende dag kom je 's avonds thuis, en die zegt meteen dat ik aan aflevering 6 zit. Dat vind ik cool. Want ja, **als je dat doet via downloads, dan weet je vaak niet meer goed aan welke aflevering je zit.** Dus dan zet je de vierde op, "ah nee, die heb ik gezien", "Ah, vijf heb ik ook al gezien". Dus daar baal ik dus ook van. Maar bij Netflix is dat dus top.*

Lisa, 23 jaar, wil gerust betalen voor het gebruiksgemak van Netflix, ook al kun je alles gratis online vinden.



*En de prijs, ja, het is goedkoop. Allé, moest het duurder zijn, zou ik het niet doen. **Maar het is toch duurder dan moest je alles illegaal downloaden.** Dus ja, dat is dus ook wat dubbel. **Maar die 'gemakkelijkheidsgraad', ja, dat vind ik wel cool, en daar wil ik wel voor betalen.***

Over het gebruiksgemak zijn de gebruikers dus over het algemeen lovend. Dat wil niet zeggen dat het volgens hen niet beter kan. Zo snappen de gebruikers het nut wel van de aanbevelingen die Netflix aanbrengt, maar ergeren ze zich wel aan het feit dat je daar niet om heen kunt. Ze missen een gewoon, simpel overzicht van het volledige aanbod. Idealiter aangevuld met een filtersysteem, waarbij je aan de hand van een aantal parameters zelf een selectie uit het aanbod kunt selecteren. Nu hebben ze te vaak het gevoel dat Netflix hen stuurt.

Thomas, 26 jaar, mist een globaal overzicht van het aanbod.



*Dat gezegd zijnde **vind ik het voor de rest wel onoverzichtelijk om iets te vinden waar dat je echt naar zoekt.** Behalve als je het zelf aan je lijst toevoegt. Maar zo al die verschillende lijsten, die constant veranderen, zo van die dingen van, oké, je hebt nu naar dat gekeken, maar die veranderen ook constant, en dus **om iets terug te vinden, waarvan dat je vergeten bent toe te voegen aan je eigen lijst, en waarvan dat je de titel niet precies meer weet, dat is praktisch onmogelijk bijna.** En dat vind ik zo wel wat jammer. **Zo echt een catalogus waar dat je zo kunt doorgaan, zo van A-B-C...**, nu is er alleen zo'n search-functie, maar ja... Dus het gebeurt wel meestal via aanbevelingen of op basis van een lijst dat ik zelf had samengesteld, bv als ze juist uitkwamen waarbij ik iets had van 'oké, deze moet ik zien', dat voeg ik dan toe en zo breidt die lijst uit.*



Bernard, 50 jaar, voelt zich teveel gestuurd in het aanbod door Netflix.

*Ik denk dat ook het probleem van Netflix ook is dat ze denken dat ze ondertussen mijn keuze kennen en **ik heb de indruk, zeker op iPad, dat ik niet het volledige aanbod zie.** Dat ze echt wel gericht tonen, maar dat is niet altijd omdat ik een bepaalde periode een bepaald type films kijk, dat ik daarom voor de rest ook alleen maar die films wil zien. Dus ik heb de indruk dat ik wel heel gericht films aangeboden krijg, maar dat dat absoluut niet is wat ik op dat moment wil zien. En dan zou ik in principe mijn laptop moeten nemen om via de browser eens te kijken, omdat je daar toch meer zoekmogelijkheden hebt, maar dat is er me dan weer over. **Dus eigenlijk zou ik liever hebben dat ze me minder sturen, want ze sturen veel te veel.** Als je drie weken gekeken hebt, dan krijg je enkel nog maar in dat genre doorgestuurd.*



Elien, 25 jaar, heeft haar Netflix-abonnement intussen 'on hold' geplaatst.

*Ja ik vond alleen de zoekfunctie een beetje ambetant. Alle ja, die aanbevelingen vond ik dat die niet altijd correct waren. En als je dan wil beginnen zoeken dan moet je met de afstandsbediening die letters beginnen intypen en **dat is nogal omslachtig.** Dus als ik daar zelf iets aan zou veranderen dan zou het dat wel zijn waarschijnlijk, **dat je makkelijker kan zoeken.***



Pieter-Jan, 29 jaar, mist de mogelijkheid om filters toe te passen.

*Alleen is het moeilijk om een serie te vinden. Ze tonen je alleen maar recommendations. **Je hebt geen volledige lijst met alles om er eens door te gaan.** Eigenlijk weet je niet hoeveel series, films, tekenfilms, ... er op Netflix staan. **Ik vind het ook jammer dat je zelf geen filters kun instellen.** Bijvoorbeeld eerst filteren op series, dan enkel op sci-fi, dan enkel van de BBC, enz. **Dan kun je heel gericht een lijst opvragen.** Maar voor de rest, het gebruik zelf, en de tool op zich is vrij overzichtelijk.*

4.3. PRIJS EN PRIJS/KWALITEIT

Ongeveer twee derde van de gebruikers zegt tevreden te zijn over de prijs en/of de prijs-kwaliteitsverhouding. De tarieven van Netflix vinden gebruikers over het algemeen aanvaardbaar, en een stuk aantrekkelijker dan wat je anders betaalt voor DVD's, films/series per stuk opvragen via digitale televisie, of andere abonnementen op Video Op Aanvraag. Ook hier zien we echter weer de belangrijke voorwaarde opduiken dat het aanbod dan ook moet volgen. Zolang er genoeg content is om uit te kiezen, en het gebruiksgemak een meerwaarde blijft, zijn de gebruikers best bereid om er het Netflix-tarief voor te betalen. Ook op dit punt moeten we gezien de korte periode tussen introductie van Netflix en follow-up, enige reserve inbouwen. Over het contentaanbod is men niet zo eenduidig lovend als over de gebruiksvriendelijkheid, en ondanks de korte tijdsspanne sinds introductie, merkten we toch al tekenen van saturatie op ten aanzien van het aanbod. Op termijn dus zeker een werkpunt en uitdaging voor Netflix om die prijs/kwaliteitsperceptie aan te houden.

Dirk, 55 jaar, heeft abonnement op Netflix even stopgezet.



*Absoluut. Dat is, voor mij, ik spreek alleen voor mezelf, maar voor mij is dat hetgene wat ik nodig heb. Echt waar. Geen blabla, geen zever. **Ik zal zelf nog verder gaan, voor mij mag dat gerust 12 of 15 of 16 euro kosten, dan zou ik het nog doen. Maar dan zou het aanbod iets sneller moeten...** allé, ja, dat je kunt blijven kijken. Want nu ga ik er 3 maanden tussenuit, ook omdat we er wat door zijn, en dat is wel jammer.*

Leontien, 27 jaar, twijfelde vroeger over Rex & Rio van Telenet, maar vond dat te duur. Het tarief van Netflix sprak haar meer aan.



*Ja, ik heb daar ooit nog over nagedacht [, om een abonnement op Rex & Rio / Play & Play More te nemen]. In het begin voor Netflix er was, heb ik wel gedacht "Zou dat een meerwaarde zijn?". **Maar voor het geld dat dat kostte en voor hoeveel ik er dan ging naar kijken dacht ik "dat is de moeite niet"**. Maar nu, ja, Netflix wat kost dat? 11 euro in de maand dus dat is niet de grote kost he. Dus vandaar heb ik dat dan wel genomen.*



Ingrid, 58 jaar, is zeker bereid om te betalen voor content, maar dan moet het aanbod ook wel in orde zijn.

*Ja, absoluut. **Want ik vind dat niet erg om mensen te steunen.** Want ja, anders houdt het wel op als niemand betaalt. Dus je moet wel developers en zo betalen. **Maar inderdaad, dan moet je wel tevreden zijn met wat je krijgt.***



Lisa, 23 jaar, vindt het tarief van Netflix aantrekkelijk genoeg om nu minder illegaal te downloaden.

*Ja, de kwaliteit vanop Netflix is gewoon ook veel beter dan met downloads. En ja, Netflix is ook niet illegaal. Het is gewoon ook veel gemakkelijker. En uiteindelijk is het nu ook niet zo duur. **Allé, moest dat nu dubbel zo duur zijn, dan denk ik dat ik nog altijd zou illegaal downloaden.** Maar het is echt... Het heeft wel mijn gedrag al veranderd.*



Valerie, 26 jaar, vond vroeger het per stuk huren van een film of serie te duur.

*Ja, het is wel zo dat het ontspannend is om samen te kunnen kijken, zeker na zo'n werkdag. En zeker ook omdat het wel een koopje is. Het is nog geen 10 euro per maand. **Terwijl we vroeger films huurden, dat was vaak 4 euro per film. Dat halen we er zeker uit.***

Jeroen, 26 jaar, vindt het belangrijk om legaal te kijken als dat mogelijk is, maar wil nu ook geen 30 euro betalen voor een DVD-box die je maar 1 keer bekijkt.



En op Netflix heb je leuke series en meestal iets modernere series en je moet ook niet altijd zo lang wachten op een nieuw seizoen. En eigenlijk voor een relatief lage prijs, kun je het ook legaal doen. Een beetje hetzelfde verhaal zoals Spotify. Allez, ik vind het ook dan belangrijk als je het legaal kan doen, om het dan legaal te doen. Allez, het is niet...

DVD-boxen kopen is gewoon niet haalbaar want dat kost zo'n 30 euro. En je kijkt er een keer naar en je mag het wegslijten. En nu is het eigenlijk voor een redelijk laag bedrag en is het perfect haalbaar om het legaal te doen en dan betaal ik dat ook graag.

Ruim zes op tien is dus best tevreden met de maandelijkse prijs voor een Netflix-abonnement. Dit betekent echter ook dat een kleine vier op tien niet zo tevreden is met dat tarief. Vooral voor wie niet gewoon is om te betalen voor content in het algemeen, en ervan uitgaat dat alles wel gratis ter beschikking staat online, kan er toch nog een hoge drempel zijn om maandelijks een bijdrage te betalen.

Elien, 25 jaar, gaat niet akkoord dat Netflix goedkoop is.



*Mja, goedkoop, dat vind ik niet echt, omdat ja, **als je het gewoon streamt of downloadt, dan heb je het gewoon gratis natuurlijk.***

Simon, 19 jaar, zit wat gewrongen met maandelijks te betalen voor Netflix.



*En ja, goedkoop, dat ligt wat tussen de twee. Het is makkelijk om er niet voor te betalen, dat is evident. Maar het stoort mij niet om er iets voor te betalen. **Maar als ik dan een halve maand of zo niet kijk, vind ik het wel ambetant dat ik er voor moet betalen.** Daarom dat ik denk misschien om het op te zeggen.*

Kortom, op zich vinden de gebruikers het tarief van Netflix wel aanvaardbaar, maar vooral voor de jongere gebruikers is het lang niet evident om effectief maandelijks te betalen voor content. Voor hen (voor die jongste categorieën) lijkt de willingness-to-pay in eerste instantie door het gebruiksvriendelijke, de experience te zijn ingegeven.

4.4. AANBOD VAN FILMS EN SERIES

Het aanbod kwam doorheen het rapport al vaak aan bod. De bereidheid om te betalen voor Netflix, hangt nauw samen met de series en films die in de catalogus zitten. Ook was ontevredenheid over het aanbod veruit de belangrijkste reden waarom sommige adopters hun abonnement hebben stopgezet (of overwogen om dat te doen).

Voor Netflix is het dus cruciaal dat het aanbod voldoende aangroeit en interessant blijft om gebruikers blijvend te binden. Daar heeft Netflix echter wel een probleem. Minder dan de helft van de gebruikers is tevreden over het aanbod aan series op Netflix; voor films is slechts één op vijf tevreden over het aanbod.



Dirk, 55 jaar, zet Netflix even 'on hold' door het naderend festivalseizoen, en omdat voor hem de content op Netflix te traag aangroeit.

*En de reeksen vind ik leuk, vooral de eigen reeksen van Netflix, ik heb die graag gezien, **maar op een bepaald moment ben je er ook wel door.** En bij mij, ja, ik kom thuis, ik maak mijn eten klaar, ik doe de was, en dan wil ik naar een film of reeks kijken. En tot 2u 's nachts heb ik dan bv 6 afleveringen van 'Orange is the new Black' gekeken, en dan ben je er wel snel door. **En de snelheid waarmee nieuwe content aangeboden wordt, is te mager voor mij.** En daarom ben ik er nu even mee gestopt.*

Eén van de factoren die naar boven kwam, is dat er een groot verschil is van land tot land wat het aanbod betreft. Gebruikers die op reis in Engeland geproefd hebben van het Britse aanbod op Netflix, kwamen wat ontgoocheld terug thuis als ze het aanbod in Vlaanderen doorzochten. Ook voor wie vóór de lancering van Netflix in Vlaanderen via VPN toegang had tot bijvoorbeeld het aanbod in de Verenigde Staten of Canada, is het vaak niet aantrekkelijk genoeg om nu om te schakelen naar een Belgische account.



Pieter-Jan, 29 jaar.

*Maar je merkt inderdaad dat het momenteel nog teveel op een land gespecificeerd is. **Ik was bijvoorbeeld eens in Manchester,** en ik had mijn laptop mee, dus als ik daar naar Netflix keek, was dat het UK-aanbod, en toen had ik toch zoiets van "goh, jammer dat ze dat niet in België tonen". **Die hebben daar een veel beter aanbod dan wat we hier hebben.** Vooral omdat we ook wel fan zijn van alle BBC-related series, van Dr Who, tot Utopia tot Misfits. Allemaal supergoede series, en daar was dat aanbod nog zoveel groter.*

Bernard, 50 jaar, maakt gebruik van het grotere aanbod op Netflix in voornamelijk VS en Canada via 'Unblock-US'.



***Ik zou Netflix zeker niet houden mocht mijn account enkel in België zijn.** Dus het feit dat ik toch eens van land kan veranderen... het aanbod verschilt toch wel per land.*

Zowel bij series als bij films is een vaak gehoorde klacht dat er teveel tijd zit tussen het moment van release van een serie of seizoen, en wanneer die uiteindelijk op Netflix verschijnt. Bovendien weet je nooit zeker óf die wel op Netflix te zien zal zijn. En dat gebrek aan openheid vinden gebruikers wel vervelend, en kan hen soms nog aanzetten om toch via een andere, illegale manier op zoek te gaan naar die film of serie. Wat op termijn de noodzaak om Netflix te hebben ondermijnt.

Ben, 52 jaar, vindt het vervelend dat je niet weet wanneer je een nieuw seizoen mag verwachten, en zelfs nooit zeker weet of dat nieuwe seizoen überhaupt wel op Netflix zal komen.



*Wat mogen we verwachten? We hebben nu de seizoenen gezien van Downton Abbey die op Netflix stonden, maar mogen we daar nog een vervolg van verwachten of niet? **Komen de andere seizoenen ook nog op Netflix, en wanneer? Dat weet je dus niet. En dat vind ik wel frustrerend.** Op termijn kan hen dat klanten kosten, denk ik. Als je een seizoen van een reeks hebt uitgekeken, en je weet niet of het volgende seizoen op Netflix komt, maar online zie je dat het volgende seizoen wel al via downloads beschikbaar is, ja dan zullen er zijn die het zekere voor het onzekere nemen en het dan downloaden. Ook met films: als ze te lang wachten om een film op Netflix te plaatsen, is de kans groot dat je die al op een andere manier hebt gezien. En voor die mensen is de kans dan ook groot dat ze op den duur denken "Waarom hebben we eigenlijk nog Netflix?".*



Jean-Pierre, 62 jaar, verwacht meer openheid van Netflix over het aanbod.

*Maar daar verwacht ik ook wat meer openheid over van Netflix. Dat ze ergens aangeven, voor België, wat de plannen zijn. Welk aanbod komt er nog bij? Welke problemen ondervinden ze eventueel? **Welke series mogen we verwachten, of welke films?** Of waarvan zijn ze nieuwe seizoenen aan het maken? Dat wil ik kunnen lezen op de site van Netflix. Of ergens in de applicatie zelf. **Nu weet je eigenlijk niets.***



Pieter-Jan, 29 jaar, zoekt soms via illegale kanalen naar recentere seizoenen van series op Netflix.

*Ja, als we iets niet op Netflix vinden, of op een ander regulier kanaal vinden, dan hebben we zoiets van "ja, we kunnen nu niet anders". Ja, bv naar 'Suits' zijn we aan het kijken, dat is nog een goeie serie, **daar staan nog maar 2 seizoenen op, en er zijn al 4 seizoenen uit, en als je dan wil verder kijken, ja, dan heb je toch de neiging om dat dan [illegaal] te gaan opzoeken.***

Gebruikers zijn momenteel het minst tevreden over het filmaanbod. Het aanbod aan goeie films vinden ze te klein, maar het grootste probleem is dat er geen recente films terug te vinden zijn. En dat doet gebruikers vaak teruggrijpen naar (illegale) alternatieven.




Bernard, 50 jaar, kijkt liefst films en documentaires (geen grote seriefan).

*Het filmaanbod van Netflix is helaas niet wat ik ervan verwacht had. Dat is goed voor anderhalf jaar, maar ik kijk ook niet naar al die horror en thriller-toestanden, dus ja, **het zijn wat de B-films he op Netflix.** Dus dat is goed als er echt niets anders is.*

...

*Als je enkel voor de films kijkt, dat heb ik ook gemerkt, **dan heb je met Popcorn Time nog eens een nieuw aanbod.***

Ingrid, 58 jaar, heeft sinds kort haar abonnement opgezegd door tegenvallend filmaanbod. 

*Ja ik vind dat wat ambetant om te zeggen, maar **ik heb eigenlijk nog nooit zoveel gedownload sinds ik Netflix heb**, omdat ik echt weer de zin kreeg om naar films te kijken.*

Ben, 52 jaar, vindt dat Netflix een toch iets recenter filmaanbod mag hebben. 

*Ja, dat filmaanbod, daar mogen ze ook wel eens iets aan doen. **Het is zeker niet up-to-date hé, qua film**. Beetje mager vind ik. Nu, er staan wel een paar goeie tussen. Maar meestal zijn het toch betrekkelijk oude. Nu, ik verwacht niet van Netflix dat ze de rechten kunnen krijgen van films nog voor die op DVD uitkomt. Daar is de markt spijtig genoeg niet klaar voor. Ikzelf zou het liever zo zien, want de DVD is echt voorbijgestreefd. **Maar het zou toch nog wel iets sneller kunnen als nu het geval is denk ik.***

4.5. CONCLUSIE

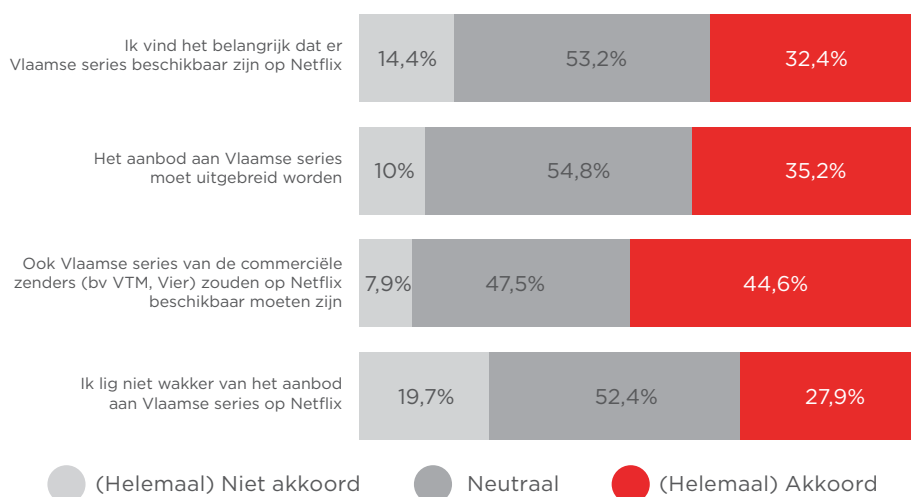
Gebruiksgemak en flexibiliteit worden sterk gesmaakt door de gebruikers, en zijn een belangrijke troef voor Netflix. De intuïtieve interface en het flexibel schakelen tussen verschillende schermen vinden gebruikers top, maar ze vragen zich wel af of het aanbod niet op een overzichtelijker manier kan aangeboden worden (bijvoorbeeld via een filtersysteem op bepaalde parameters zoals genre, topic, uitgever, ...). Naast gebruiksgemak krijgt de beeldkwaliteit ook een hoge tevredenheidsscore.

Groot aandachtspunt voor Netflix is echter het aanbod aan series en vooral films. Dat is (op zijn zachtst gezegd) nog niet optimaal. Zo loopt het aanbod in Vlaanderen ver achter in vergelijking met andere landen. Verder zit er een groot tijdsinterval tussen de release van een film/serie en het moment waarop die op Netflix verschijnt, waardoor het aanbod (en dan zeker het filmaanbod) verouderd overkomt. Dit kan op termijn mensen doen afhaken, en opnieuw richting illegale bronnen duwen!

5. BELANG VLAAMSE CONTENT?

Uit de pre-launch studie in september bleek het aanbod aan Vlaamse series geen breekpunt te zijn om al dan niet een abonnement op Netflix te overwegen. Dat betekent echter niet dat Netflix de Vlaamse content zomaar mag negeren. Eens gebruikers geproefd hebben van het concept van Netflix, verwachten ze immers ook meer Vlaamse series op dit platform. Zo'n één op drie Netflixgebruikers vindt het belangrijk dat Vlaamse content zijn weg vindt naar Netflix. Bijna de helft van de Netflixgebruikers vindt dat ook series van commerciële zenders op Netflix beschikbaar zouden moeten zijn. Het aanbod van Vlaamse series was dus niet meteen een must om voldoende klanten te werven, maar kan wel een belangrijke rol spelen bij het opbouwen van loyaliteit bij die klanten en hen voor langere tijd vast te houden.

VLAAMSE CONTENT OP NETFLIX



Graph 13: In welke mate ga je akkoord met volgende stellingen? - Op een 7-puntenschaal: 1-2=(Helemaal) niet akkoord; 3-5=Neutraal; 6-7=(Helemaal) akkoord (steekproef: gebruikers Netflix, N=343).

Voor gebruikers is het wel leuk om Vlaamse reeksen, die ze vroeger op TV gemist hadden, nu via Netflix te kunnen inhalen. En dat mag gerust nog uitgebreid worden.

Ben, 52 jaar, grote fan van 'het nieuwe TV-kijken' , maar ook van Vlaamse series.



*'Tournée Générale' bv is het eerste wat we gezien hebben op Netflix. Ik ben er 52, ik hou van trappisten, maar ik heb nooit geen triples moeten hebben. En dan hebben we die serie bekeken. En dan hebben we er ook een sport van gemaakt om die bieren ook te vinden. En die te proeven. En sindsdien zijn we allebei grote triple-fanaten geworden (lacht). **Maar toen dat op de VRT was, was dat op een tijdstip dat ons niet uitkwam, en we hadden ook niet bepaald de neiging om dat te gaan opnemen. Maar nu wel leuk dat dat op Netflix is dus.** En ook 'Eigen kweek' hebben we op Netflix gezien. Ja, en 'Dubbelleven'. **Voor de rest is het zowat, want voor de rest is er nog niet veel. Beetje jammer.** Enkel VRT werkt een beetje mee, de rest boycot het. Die denken nog meer geld te kunnen halen uit DVD's dan door de rechten aan Netflix te verkopen (lacht).*

Johan, 32 jaar, gebruikte 2 jaar voor komst Netflix in België al een VS-account via VPN.



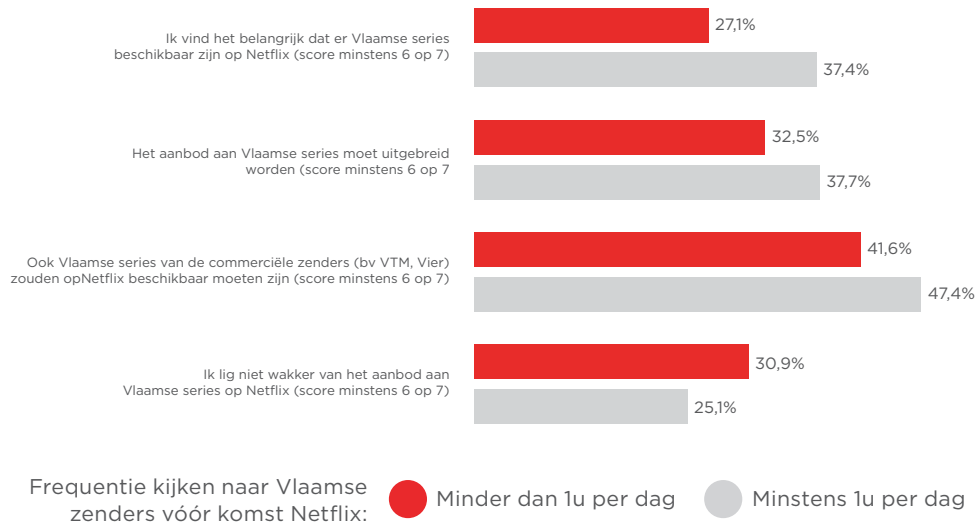
*Ja, 'Eigen Kweek' hebben we gezien. Maar voor de rest staat er niet echt veel meer op. En **het is ook niet het eerste waar we naar zoeken, maar als we dat oppikken van vrienden, ja dan gaan we wel eens kijken ja.***

...

***Het is daarom ook dat we overgeschakeld zijn van een Amerikaanse naar een Belgische account.** We hopen dat er nog wel meer zullen bijkomen.*

Toch zit niet elke Vlaamse Netflixgebruiker te wachten op meer Vlaamse content op Netflix. Wie sowieso meer interesse heeft in Amerikaanse en Britse series, zal op Netflix ook niet spontaan die Vlaamse series opzoeken. Zo zien we een duidelijke relatie tussen het belang van Vlaamse content op Netflix en de frequentie waarmee afgestemd werd op Vlaamse zenders vóór de komst van Netflix. Wie vóór de lancering van Netflix sowieso minder afstemde op Vlaamse zenders, zal het aanbod van Vlaamse content op Netflix minder belangrijk vinden dan wie wel vaak naar Vlaamse zenders keek.

RELATIE TUSSEN BELANG VLAAMSE CONTENT OP NETFLIX EN FREQUENTIE KIJKEN NAAR VLAAMSE ZENDERS VÓÓR DE KOMST VAN NETFLIX.



Graph 14: In welke mate ga je akkoord met volgende stellingen (score minstens 6 op 7-puntenschaal) gekruist met frequentie afstemmen naar Vlaamse zenders vóór de komst van Netflix (minder dan 1u per dag versus minstens 1u per dag) (steekproef: gebruikers Netflix, N=343).



Pieter-Jan, 29 jaar, vooral een fan van Britse series.

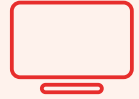
*Blijkbaar kiezen ze ervoor om in België die [BBC-]series aan de kant te schuiven, en te vervangen door typisch Vlaamse dingen, omdat de grootste bulk daar wel naar gaat kijken. **Terwijl wij zoiets hebben van "Nee, wij willen naar die Britse series kijken, van ons mag heel dat Vlaamse aanbod eruit".***



Dirk, 55 jaar, vooral fan van Britse series, en van het flexibele TV-kijken.

*Ik heb wel gemerkt dat er ook zo Vlaamse series op staan, "Eigen kweek" en zo, maar... Ergens misschien wel leuk, **maar dat ga ik nu niet specifiek bekijken, nee. Ik heb daar eigenlijk geen behoefte aan.***

Patrick, 58 jaar, heeft geen Netflix-abonnement en gelooft niet dat het aanbieden van meer Vlaamse series daar een verandering in zou brengen.



Want ja, die worden meestal ontwikkeld door VRT of VTM meestal, of door Vier, en ja, tonen die dat eerst. En dan ja, ik heb ook een abonnement op Telenet, een kabelabonnement; die kabel brengt die zenders, dus dat is een beetje dubbel dan.

5.1. CONCLUSIE

Het aanbieden van Vlaamse series is momenteel geen prioriteit voor Netflix. En gebruikers die sowieso maar matig geïnteresseerd zijn in Vlaamse content, zullen ook op Netflix niet op zoek gaan naar die Vlaamse series.

Voor andere abonnees is het een leuk extraatje dat je via Netflix Vlaamse series kunt opvragen die je vroeger gemist hebt op televisie. Voor hen mag dat zeker uitgebreid worden, liefst ook met series van commerciële zenders. Maar een differentiator zal het niet meteen worden. Netflix blijft iets wat naast de reguliere TV-toegang blijft bestaan.

6. INVLOED OP ANDERE ABONNEMENTEN

Uit de potentieelinschatting in september bleek dat Netflix (op korte termijn) geen gevaar hoeft te betekenen voor andere abonnementen op audiovisuele content, zolang de gebruiker ervan overtuigd is dat er voldoende complementariteit is tussen de verschillende diensten. Abonnementen die in de perceptie wél een sterke overlap vertonen met Netflix, zouden wel in de weegschaal gelegd worden. Meer concreet, hadden we in september sterke indicaties voor een kannibalisatiegevaar op de Movies & Series passes van Belgacom en de Play/Play More pakketten van Telenet².

Zes maanden na de lancering houdt dit verhaal stand. De Vlaamse Netflixgebruiker heeft niet massaal de televisiekabel doorgeknipt om enkel naar Netflix te kijken in plaats van naar het reguliere TV-aanbod. Van het zogenaamde “cordcutten” is er momenteel dus geen sprake: slechts 5% zegt digitale televisie te hebben stopgezet omwille van Netflix. Daarbij dient gezegd dat in dit cijfer ook de Vlamingen zitten die bijvoorbeeld hun settopbox hebben ingeruild voor digitale televisie via een CI+-kaartje. Bij de andere abonnementen op films en series (zoals Play of Play More van Telenet) zien we echter wel dat één op drie dat abonnement heeft stopgezet omwille van Netflix. Daarnaast zegt 7% dat ze zijn overgeschakeld naar een goedkopere versie van het abonnement (bijvoorbeeld van Play More naar Play). Opvallend is ten slotte ook dat 7% aangeeft dat ze een zwaarder internetabonnement hebben moeten nemen omwille van Netflix.

	NIET GEWIJZIGD	STOPGEZET	NIEUW OPGESTART/ GEKOCHT	OVER- GESCHAKELD NAAR GOEDKOPER PAKKET/VERSIE	OVER- GESCHAKELD NAAR DUURDER PAKKET/VERSIE
Internetaansluiting (N=335)	89,0%	0,3%	0,3%	3,6%	6,9%
Digitale televisie (N=282)	86,9%	5,3%*	0,7%	6,0%	1,1%
Ander abonnement op films/series (N=74)	56,8%	32,4%	2,7%	6,8%	1,4%
Sportzenders (N=40) --> low samplesize	92,5%	5,0%	0,0%	2,5%	0,0%
Stieve (N=14) --> Low samplesize	56,3%	33,3%	8,3%	2,1%	0,0%

Table 3: * Dit is ook inclusief mensen die wel nog kabel hebben, maar geen decoder/settopbox meer.

² Zoals we eerder in het rapport al aanhaalden, is er sinds die bevraging in september heel wat veranderd bij deze spelers. Het is dus uitkijken wat voor effect die veranderingen zal hebben. Zijn de nieuwe Telenet-pakketten voldoende gedifferentieerd van Netflix, zodat beiden toch naast elkaar kunnen bestaan bij de gebruikers? Of is Telenet met die aanpassingen erin geslaagd om de balans meer in het eigen voordeel te doen overhellen als de keuze moet gemaakt worden tussen Play/Play More en Netflix? Op zes maanden tijd is het nog wat vroeg om harde conclusies te trekken, maar de eerste resultaten duiden er vooral op dat de strijd geleverd zal worden op drie domeinen: aanbod, prijs en gebruiksgemak. Op prijs en gebruiksgemak scoort Netflix momenteel beter; op het vlak van aanbod lijkt Telenet een troef te hebben met de HBO-series en een (gepercipieerd) recenter aanbod.

6.1. INVLOED NETFLIX OP INTERNETABONNEMENT

Het nemen van een zwaarder internetabonnement gebeurde vooral bij wie naast Netflix ook nog andere intensieve internetactiviteiten uitvoeren, zoals online gamen.

Pieter-Jan, 29 jaar, is overgeschakeld naar zwaarder internet-abonnement sinds komst van Netflix.



*We hebben meteen ook overgeschakeld naar het zwaarste internet-abonnement. Omdat we wel merkten, **als mijn vriendin aan het streamen was op de computer bijvoorbeeld, en ik was bijvoorbeeld op de playstation aan het spelen, in een online multiplayer game, dat ons basisabonnement dat gewoon niet trok.** Dat er inderdaad haperingen waren, of dat ik van de server werd gesmeten. Of haar streaming werkte niet, of bleef maar doordraaien. **Omdat we sowieso veel internet gebruiken, en zeker nu met Netflix erbij, zijn we quasi verplicht geweest om over te schakelen naar het zwaarste abonnement (lacht).***

Ook anderen ervaren soms dat ze de limiet van internet naderen of zelfs overschrijden door het gebruik van Netflix, maar schakelen (nog) niet over naar een duurder abonnement.

Dirk, 55 jaar, merkt dat sinds de komst van Netflix hij vaak de maandelijkse internetlimiet overschrijdt.



*Ja, inderdaad. Vandaar ook dat ik de lagere kwaliteit had genomen, en geen HD, dat scheelt toch ook wel. **Maar ik heb wel regelmatig een blok data bij moeten kopen ja.** En dat was door Netflix, ja. Allé, niet door Netflix, maar door mijn gebruik van Netflix.*



Dieter, 31 jaar, heeft al extra moeten betalen omdat hij – mede door Netflix – de limiet van zijn internetabonnement had overschreden.

Ja, wat ik dus wel al voorgehad heb, is dat we inderdaad onze limiet overschreden hadden, en op de factuur zag ik dan dat ik extra moest betalen. Terwijl ik dat nergens heb mogen kiezen of zo. Ik heb daar geen melding van gehad.

...

Maar ja, zo'n ongelimiteerd abonnement, dat kost ook zoveel geld. Dat heb ik er dan ook weer niet voor over.

Nog anderen vinden creatieve oplossingen om het dataverbruik te spreiden.



Lisa, 23 jaar, woont in de week op het appartement bij haar vriend, en in het weekend bij haar vader.

En ja, [als ik bij mijn vader ben, zitten] mijn broer en mijn papa [...] op het netwerk van mijn papa, en ik zit dan op de homespot van het internet van het appartement hier, dus dat is wel wat gespreid. Dus dat is niet echt een probleem.

6.2. INVLOED NETFLIX OP DIGITALE TELEVISIE

In de perceptie van de meeste gebruikers is er een verschil in de content die op de reguliere zenders te vinden is, en wat Netflix aanbiedt. Die complementariteit zorgt ervoor dat voor de meesten het TV-abonnement gewoon blijft lopen naast het Netflix-abonnement. Voor hen is Netflix iets wat daar gewoon bovenop komt.

Tim, 27 jaar, heeft proef op de som genomen en eens een maand geen reguliere TV genomen.



*Ja toen we nog in Gent zaten toen hebben we even getwijfeld of we Belgacom-tv zouden opzeggen en enkel nog Netflix zouden kijken. We hebben dat dan eens geprobeerd effectief voor een maand om te kijken van: kijken we nog veel naar Belgacom-tv? **Toen kwamen we toch tot de vaststelling dat we nog genoeg naar Belgacom-tv keken om het te blijven behouden.** Sedert dat we hier zitten kijken we weer terug meer naar Belgacom-tv en iets minder naar Netflix.*

Johan, 32 jaar, ziet voordelen aan klassieke TV ten opzichte van Netflix.



*Ja, we hebben dat. Dus dat zit in ons pakket. Maar om dat stop te zetten... Ik denk niet dat we dat binnenkort gaan doen. Dat kost nu eigenlijk ook niet zoveel, in dat pakket. Dus ik denk dat we dat wel nog een hele tijd gaan behouden. **En we merken ook, als we aan het eten zijn of iets anders, en we willen snel ook nog naar iets kijken ondertussen, dat dan Netflix niet ideaal is.** Of je moet echt weten wat je wil zien. Als je echt weet welke aflevering je wil zien, dan is dat top. Maar als je wat twijfelt, en je moet nog zoeken, dan heb ik gemerkt dat je soms 10 minuten bezig bent om te zoeken wat je wil zien. En dan is een TV om te zappen wel leuk, wel handig.*



Olivier, 28 jaar, wil gewoon kunnen kijken naar waar hij zin in heeft.

Ja Netflix komt er eigenlijk wel gewoon bovenop,** want ik heb zo van die programma's die ik wel gewoon wil volgen dus neem ik die dan toch op en kan ik kijken wanneer ik wil. Met dat ik nu in die tv-theek gewoon kan terugspoelen [met dienst 'Terugkijk TV' van Telenet], kan ik gewoon kijken wanneer ik wil. **Ik kijk gewoon 's avonds naar waar ik zin in heb.

De meeste gebruikers wisselen Netflix af met het kijken via digitale televisie. De flexibiliteit van het opnemen past wel bij de manier van kijken op Netflix, maar daarnaast zijn er toch nog steeds programma's die ze liever live kijken. Vooral dan als het 'momentum' belangrijk is, bijvoorbeeld bij actualiteitsprogramma's of bij programma's waar je graag over praat op sociale media.



Leontien, 27 jaar, zegt meer uitgesteld te kijken dan live, maar toch zijn er een aantal programma's die ze liever live ziet.

Alle, ik plan er wel naar om als het zo tijd is om naar 'De Ideale Wereld' te kijken, als het zo na 22u begint te worden, dan zorg ik wel dat alles gedaan is. Als ik dan zie dat de rest hier ook in de zetel zit, dat zorg er wel voor dat dat zo een momentje is dat we dan samen daar naar kijken.

...

*Ja het enige programma dat ik nog graag het moment zelf kijk, maar dat heeft vooral te maken met sociale media, dat is Dr. Who. Dat is een Britse serie. **Ik ben dan ook wel zo "als ik iets denk, dan wil ik het tweeten" en dus dan weet ik "als ik niet het moment zelf kijk, dan is het moment voorbij".** Dat is dan ook zo vijgen na Pasen.*

...

Ja dat is altijd wel over iets dat met de aflevering te maken heeft, iets dat juist gebeurd is. Want bijvoorbeeld, onlangs zat ik klaar om te kijken naar een aflevering en juist op dat moment had Telenet een probleem juist met BBC waarbij het geluid wat achter kwam. Dus dan heb ik een boze tweet naar Telenet gestuurd. Dus ja, zo'n dingen.

...

Ja, [series op Netflix], daar tweet ik nooit iets over want dat zijn meestal series die een paar jaar geleden al zijn uitgezonden. Dus daar heb ik dat dan niet echt.

Jean-Pierre, 62 jaar, zegt zelden live te kijken, behalve als hij toevallig iets interessants tegenkomt.



Maar wij kijken ook nooit naar iets wat op dat moment op TV is; altijd iets wat we opnemen. Het is heel uitzonderlijk dat ze iets rechtstreeks gaat kijken. Bijvoorbeeld gisteravond hebben we toevallig gekeken naar iets op Canvas rond JJ Cale. Maar dat was eigenlijk ook in uitgesteld relais, want het was een herhaling van een programma dat zondagavond werd uitgezonden, geloof ik. Maar ik zag dat toevallig, en daar heb ik dan wel naar gekeken.

Lisa, 23 jaar, neemt alles op, omdat het zendschema voor haar te vroeg begint. Enkel het nieuws probeert ze wel live te kijken.



*Oh nee, ik ben een fervente opnemer (lacht)! Zo de maandagochtend is het moment om alle programma's van de komende week op te nemen. En dan staat dat vol, en **dan bekijk ik dat op het moment dat ik tijd heb. Behalve zo, als het toevallig het nieuws is**, meestal is dat het laatavondjournaal want ik ben eerder een late opblijver, **dat is het enige wat ik live kijk.***

...

*Ja, en ook, **die TV-planning is gewoon te vroeg voor mij.** Het gebeurt bijna nooit dat ik om acht uur 's avonds al begin te kijken naar TV. Bij mij begint dat pas veel later, en dan is er niets meer op TV, behalve de journaal-lus of zo. Dus dan zet ik meer Netflix op. Het is dus bij mij vooral om dat mijn planning anders is dan de planning van de zenders.*

Voor anderen, die sowieso minder keken naar het klassieke TV-aanbod, is de komst van Netflix wel een reden geweest om te besparen op digitale televisie. Niet zozeer door het hele abonnement stop te zetten, maar vaak door geen digicorder/decoder meer te huren, maar enkel nog analoge TV of digitale TV via 'kaartje' (CI+).



Ben, 52 jaar, heeft digitale TV ingeruild voor analoge TV na een dispuut met de operator.

Dat is analoog; digitaal hebben we buitengezwaard na het digibox-debacle. We hadden er drie gekocht: 1 digicorder en 2 digiboxen. En we mochten er 3 nieuwe kopen zonder enige tussenkomst. Dan was het "Daar is de deur". Dat was direct beslist.

...

Maar eigenlijk stond de TV vroeger vaak op als achtergrond. De TV speelde, en ondertussen deden we iets anders, bv wat surfen, of nog wat werken, of een boek lezen. Maar met Netflix, als je een serie opzet, ja, dan kijk je echt. Dat staat niet op om maar iets op de achtergrond te hebben.



Pieter-Jan, 29 jaar, gebruikte te weinig de digicorder en besliste om het geld liever in een Netflix-account te stoppen. Zapt wel nog geregeld op Vlaamse zenders via CI+ kaartje.

*Ja, we hebben dat nog voorlopig behouden. Wel hebben we onze settopbox buitengezwaard, en **vervangen door zo'n TV met een kaartje**. Waardoor we niet meer kunnen opnemen, maar op zich hetzelfde aanbod hebben.*

...

*ja, een keer 'Pop-up restaurant', iets heel onnozel, maar ja, er is niet iets wat ik specifiek ga volgen. **Het is ook niet dat we 'Pop-up restaurant' echt gaan volgen**, dat we denken "Ha, het is nu Pop-up Restaurant", **maar al zappend komen we dat wel eens tegen, en ja.***

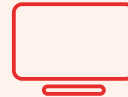
...

*Dat was een stuk prijs-issuue. We vonden dat wel gemakkelijk dat je dingen kon opnemen, maar **op zich deden we dat heel weinig**. En om dan maandelijks nog een extra kost van 8 euro te betalen, dat was een beetje onnozel. **En doordat we dat nu uitgespaard hadden, konden we met dat geld een Netflix-account nemen.***

6.3. INVLOED NETFLIX OP ANDERE ABONNEMENTEN OP FILMS EN SERIES

Wat wel regelmatig in de weegschaal wordt gelegd, zijn andere abonnementen op films en series zoals Play en Play More van Telenet. De meest geciteerde reden om de overstap te maken naar Netflix is het prijsverschil. Als speelt ook soms een gevoel van ontevredenheid over de service en aanbod bij de andere aanbieders een rol.

Bernard, 50 jaar, had jaren een abonnement op Prime / Rio bij Telenet, maar is overgeschakeld naar Netflix.



*De reden waarom ik naar Netflix ben overgeschakeld is omdat **Telenet te duur was** en dat ik alternatieven zocht die toch iets goedkoper waren. Besparingen dus.*

...

*En eigenlijk ook wel een soort van **stille frustratie**. Ik weet niet hoe het nu zit bij Telenet, maar ik heb mij altijd mateloos geërgerd aan Telenet hoe zij de nieuwste series ... Ik heb ooit zo eens willen kijken naar *Breaking Bad* en toen hadden ze juist seizoen 4 en 5. Maar ik had zoiets van "**ja ik wil nu beginnen kijken en ik wil dan wel beginnen bij seizoen 1 natuurlijk**". Maar dat was toen niet mogelijk, wel veel reclame erover van "wij hebben *Breaking Bad*". Maar ja, seizoen 4 en 5. Maar dan heb ik zoiets van "Waarmee ben je bezig, jongens?".*

Jean-Pierre, 62 jaar, had jaren een abonnement op Prime / Rio bij Telenet, maar is overgeschakeld naar Netflix.



*Vroeger hadden we dat bij Telenet, maar toen Netflix kwam, en we zagen dat dat toch **merkelijk goedkoper** was, zijn we toch overgeschakeld. Telenet heeft daarop ook geanticipeerd, met Play More of hoe heet dat aan 10 euro te zetten, maar dat was te laat.*

...

*Dat is het **enige spijtige aan Netflix, dat die HBO-reeksen daar niet bij zitten**. Momenteel zit dat exclusief bij Telenet, maar daar zal misschien verandering in komen, als HBO met een eigen pakket naar hier zal komen.*

...

*Maar **bij Telenet was het misschien recenter**, maar ik moet daarbij ook zeggen... Er stond **soms een volledig jaargang op, maar meestal niet**. Netflix heeft dat wel anders aangepakt. Dus bv 'Breaking Bad', daar staan dus de 5 jaargangen volledig op, die kun je gewoon beginnen kijken vanaf jaargang 1. Maar dat was op Telenet niet mogelijk. Daar moest je al geluk hebben dat je ook de eerste seizoenen terug vond, en die durfden na een tijd ook weer te verdwijnen.*

Ook anderen, die nog geen abonnement hadden op Play/Play More, hebben Netflix toch ook even vergeleken met andere aanbieders. Maar ook daar was het prijsverschil een groot pluspunt voor Netflix, vooral omdat ze het gevoel hadden dat ze daar te weinig gebruik van zouden maken om die prijs te verantwoorden.



Leontien, 27 jaar, vond de drempel te hoog om een abonnement op Play of Play More te overwegen.

*Ja, ik heb daar ooit nog over nagedacht [over Play en Play More]. In het begin voor Netflix er was, heb ik er wel gedacht "Zou dat een meerwaarde zijn?". **Maar voor het geld dat dat kostte en voor hoeveel ik er dan ging naar kijken dacht ik "dat is de moeite niet".** Maar nu, ja, Netflix wat kost dat? 11 euro in de maand dus dat is niet de grote kost he. Dus vandaar heb ik dat dan wel genomen.*



Pieter-Jan, 29 jaar, vindt dat het tarief van Netflix meer aansluit bij wat hij wil betalen.

*Als je zo kijkt naar bv Telenet Play maar ook zo een aantal andere pakketten van Telenet, dan heb ik de indruk dat die vrij duur zijn. Dan heb ik ook zoiets van, **voor iets waar we af en toe maar naar kijken, is dat eigenlijk veel geld.** Nu bij Netflix vind ik die pricing een stukje fairder, omdat we nu 9 euro betalen, voor de HD-versie ervan, dan is dat "oké, dat wil ik er wel voor betalen".*

Miek, 36 jaar, vindt dat de pakketten van Telenet te duur zijn, en dat Netflix op dat vlak toegankelijker is.



Goh, nee, ik vind Telenet eigenlijk al duur genoeg (lacht). En dan die pakketten zijn ook vrij duur, dus behalve als je daar echt, echt veel gebruik van maakt, dan vind ik dat een veel te hoge prijs.

...

*Ja, absoluut, **naar prijs/kwaliteit toe, vind ik Netflix een pak aantrekkelijker.***

Uit de interviews bleek dat de prijszetting van andere aanbieders vaak te hoog was, en dat ze zich verplicht zouden voelen om er vaak gebruik van te maken. Maar voor anderen is dat prijsverschil wél te verantwoorden; deze zijn er wel van overtuigd dat ze er voldoende gebruik van maken om er pakweg 25 euro per maand voor te betalen. Zij gaan op termijn eerder Netflix stopzetten dan Play More. Vooral het recentere aanbod speelt een rol, maar ook andere diensten in het pakket zoals Terugkijk TV, waarmee je programma's tot zeven dagen na uitzending kunt bekijken.

Olivier, 28 jaar, gebruikt momenteel zowel Netflix als Play More.



*Dat zal die Play More zijn. Dat was vroeger eigenlijk een Prime abonnement, maar op den duur kan je niet meer bijhouden hoe dat allemaal noemt. Maar het is zo dat compleet pakket, **ook met de HBO-series. En ik merk dat er daar toch soms meer op staat dan op Netflix.***

...

Voorlopig gebruik ik alletwee evenveel.

Ik bekijk wat er interessantst is op allebei.

...

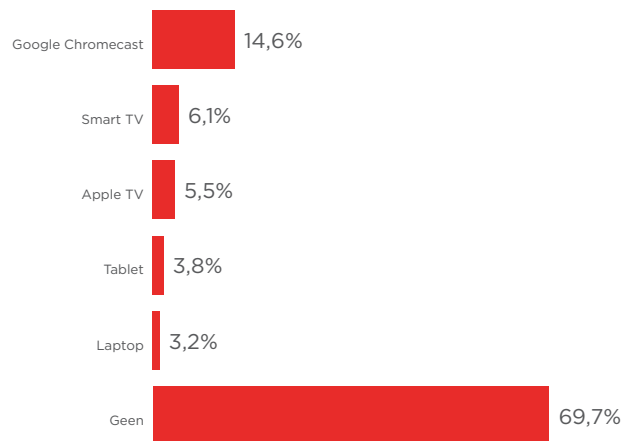
*Ja ik denk op den duur moet je toch **ook een beetje naar de prijs zien dus sowieso een keuze zal moeten maken en dat je dus maar voor één ding zal kunnen opteren.***

*Wat dan doorweegt: prijs of aanbod? **Ja, toch dat aanbod.** En ook het feit dat je dan meer en betere diensten van Telenet hebt. Want je hebt daar dan ook een functie waarbij je bepaalde programma's een tijdje kan terugspoelen en dat vind ik dan ook wel makkelijk in dat pakket dat je het gewoon kan selecteren en dan afspelen.*

6.4. INVLOED NETFLIX OP AANKOOP MEDIATOESTELLEN

Netflix heeft niet alleen een invloed op andere abonnementen van audiovisuele content. Sommige gebruikers grepen de komst van Netflix ook aan om nieuwe mediatoestellen te kopen. Drie op tien Netflixgebruikers zegt dat ze Netflix in hun achterhoofd hadden toen ze recent een nieuw toestel kochten. Vooral Google Chromecast profiteerde mee van de komst van Netflix: zo'n 15% van de Vlaamse Netflixadopters zegt deze mediastreamer gekocht te hebben om Netflix te kunnen streamen op een TV-toestel.

WELKE VAN ONDERSTAANDE TOESTELLEN HEB JE GEKOCHT IN FUNCTIE VAN NETFLIX?



Graph 15: Welke van onderstaande toestellen heb je gekocht in functie van Netflix? (steekproef: gebruikers Netflix, N=343).

Leontien, 27 jaar, heeft Chromecast gekocht om Netflix te kijken.



*En ik heb toen Netflix gekocht eigenlijk toen het net uitkwam. Vanaf de eerste dag eigenlijk wel. **En dan heb ik die Chromecast gekocht, omdat dat zoveel makkelijker is. Maar anders zou ik die Chromecast niet echt gebruiken, denk ik.***

Elien, 25 jaar, heeft een smart-TV gekocht om onder andere Netflix te kijken.



Ja de komst van Netflix zal meegespeeld hebben, hij is ongeveer een half jaar oud. Maar ik wou eigenlijk wel per se een smart tv hebben. Ja, zij mocht eigenlijk wel de rest kiezen, maar ik heb gewoon gezegd dat het een Samsung smart tv moest zijn, maar zij mocht dan het model of het kleur kiezen.

...

Maar behalve Netflix? Ja, we hebben wel zo eens iets geëxperimenteerd met een yoga-app ding, maar eigenlijk is dat allemaal niet gebruiksvriendelijk vind ik. Eigenlijk heb ik nog niet echt veel goede apps gevonden die ik zou willen gebruiken op mijn smart tv.

6.5. CONCLUSIE

Binnen Vlaamse huishoudens neemt Netflix niet de plaats in van reguliere TV, maar wordt het er bovenop genomen. Play More ligt wel vaak in de weegschaal, en meestal weegt daarin het prijsverschil het zwaarst door in het voordeel van Netflix. Anderen zien echter dat het verschil in aanbod (bv de HBO-series, extra diensten zoals Terugkijk TV) wel het prijsverschil verantwoordt, en die zullen eerder Play More verkiezen boven Netflix.

Het gebruik van Netflix kan ook leiden tot het overschakelen tot een zwaarder internetabonnement. Of tot het ad-hoc aankopen van extra blokken data.

Op het vlak van toestellen is het opvallend dat de Chromecast profiteert van de komst van Netflix. Mensen zijn het gewend om te kijken op het grote scherm, en Chromecast is voor velen daar de goedkoopste oplossing voor.

EEN HALF JAAR NETFLIX IN VLAANDEREN IN 12 BEELDEN

CONCLUSIE

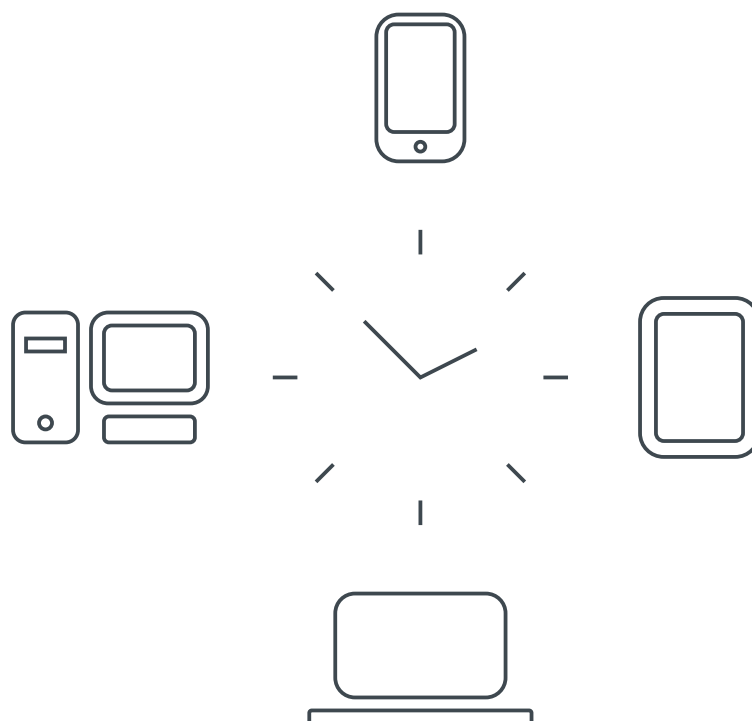
1. NETFLIX KOMT BOVENOP REGULIERE TV, MAAR KANNIBALISEERT OP ANDERE BETAALPAKKETTEN



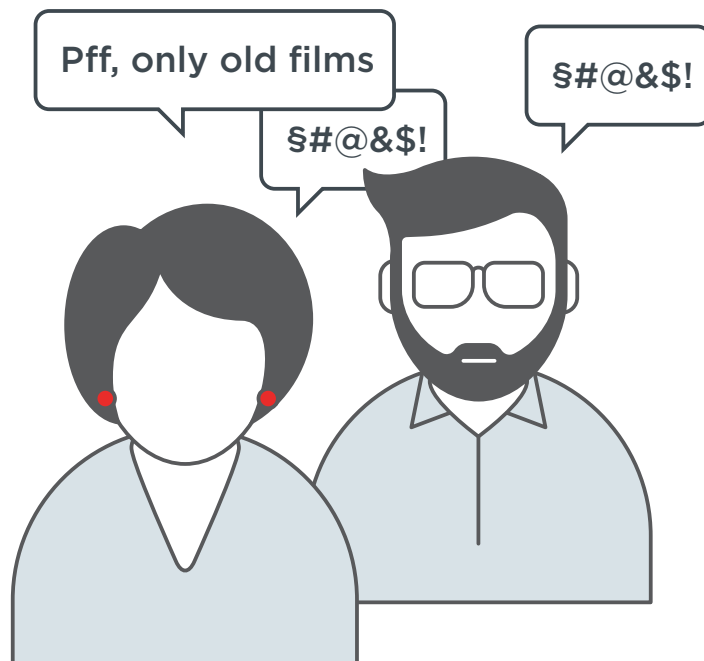
CONCLUSIE

2. HEEL TEVREDEN OVER FLEXIBILITEIT NETFLIX: KUNNEN KIJKEN WAAR/WANNEER JE WIL, OP TOES- TEL DAT JE WIL, EENVOUDIG TE BEDIENEN,...

CONCLUSIE

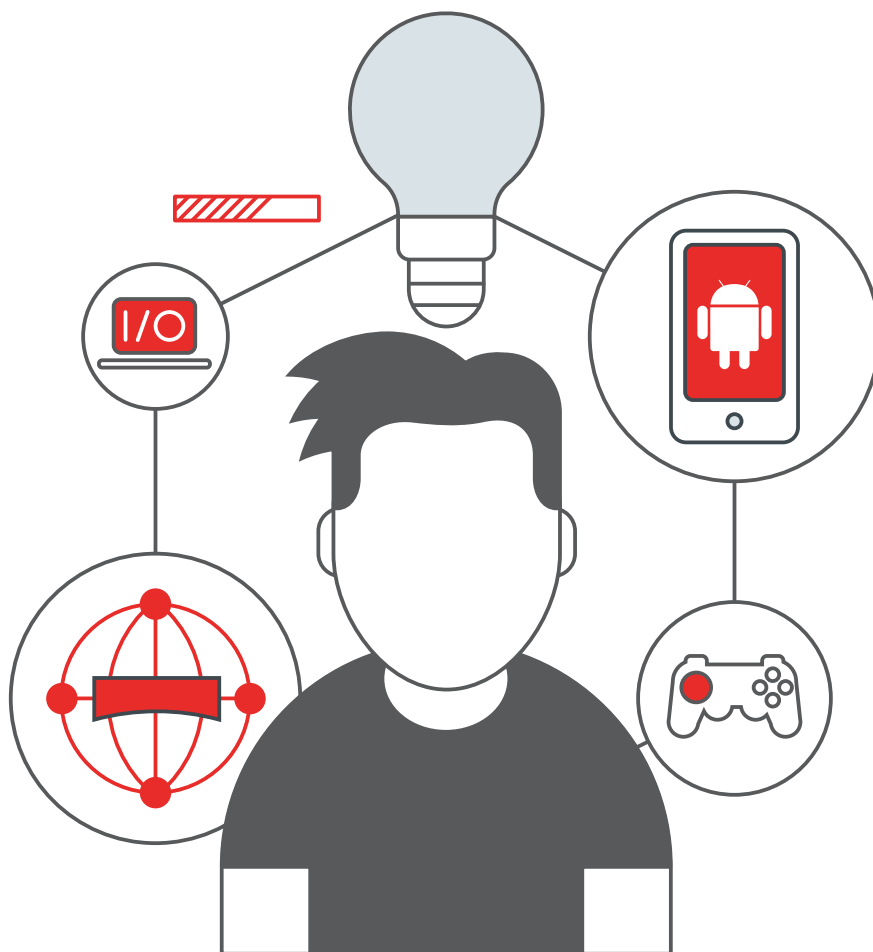


3. MAAR: FRUSTRATIE/ONTGOOCHELING MET DE CONTENT OP NETFLIX (ONVOLDOENDE RECENT AANBOD)



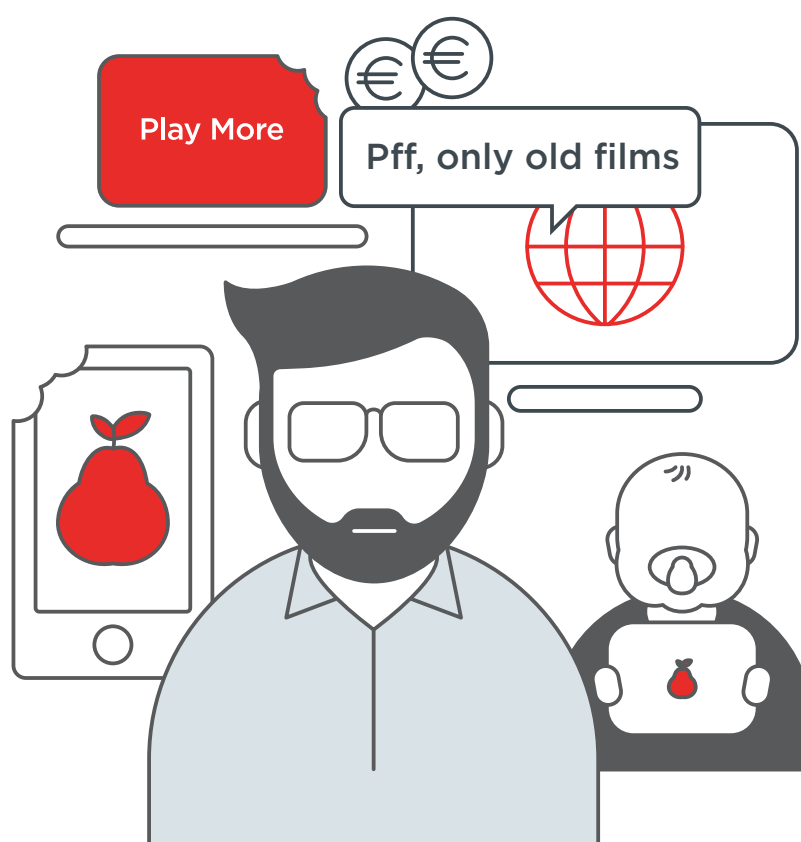
4. VERWACHTE ADOPTERS: ONLINE MEDIA MASTERS

(AL STERK VERTROUWD MET STREAMEN VAN FILMS EN SERIES;
AANGETROKKEN DOOR HET AANBOD VAN NETFLIX)



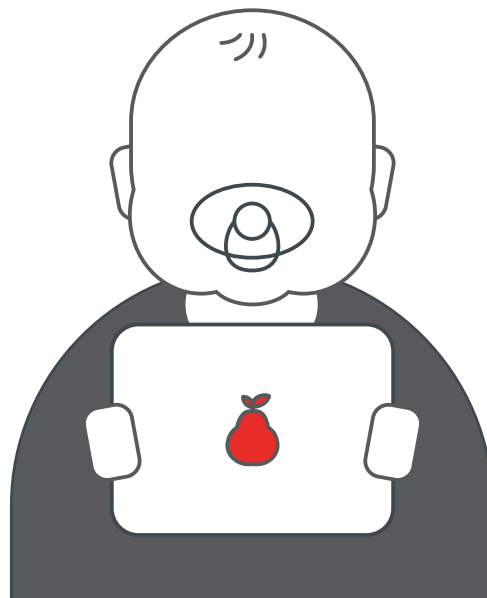
5. VERRASSEDE ADOPTERS: MEDIA OMNIVORES

(GEZINEN MET KINDEREN, AANGETROKKEN DOOR GEBRUIKSGEMAK NETFLIX)

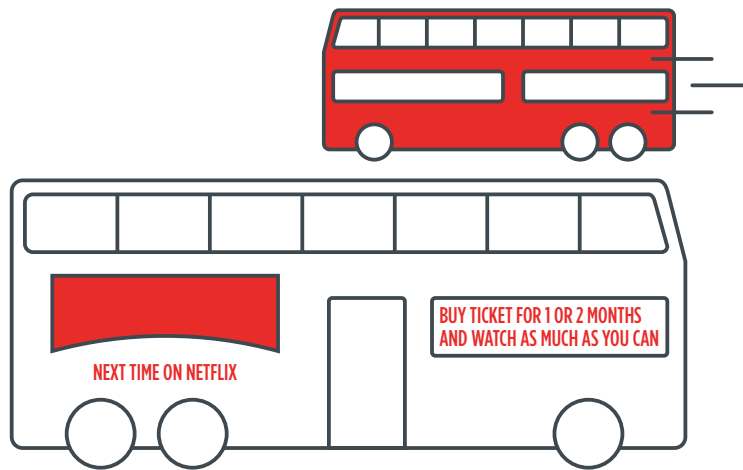


**6. INTUÏTIVITEIT NETFLIX NAAR KINDEREN TOE:
NETFLIX IS ZO EENVOUDIG DAT ZELFS 3-JARIGEN
GEMAKKELIJK MET NETFLIX KUNNEN WERKEN;
OOK STERK AANBOD NAAR KINDEREN TOE.**

CONCLUSIE

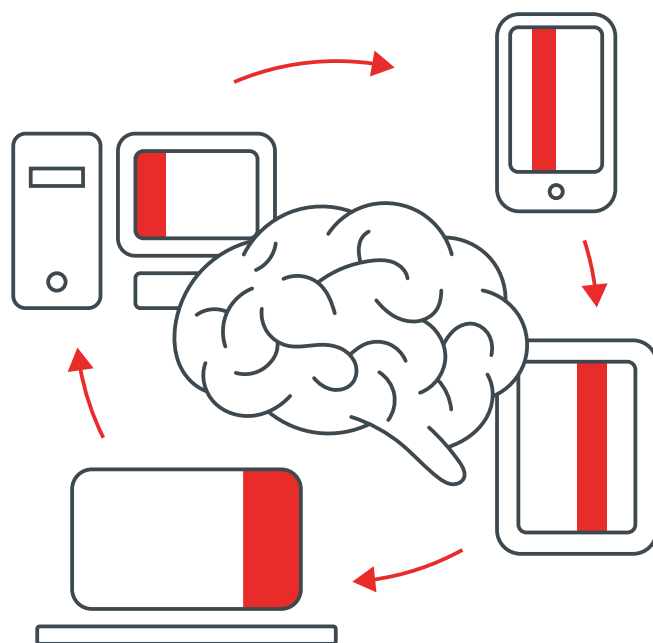


7. HOP ON/HOP OFF: NETFLIX (KORTE) PERIODE GEBRUIKEN, EVEN ON-HOLD PLAATSEN, EN LATER OPNIEUW ACTIVEREN.



8. INTELLIGENTIE NETFLIX: NETFLIX HOUDT OVER ALLE TOESTELLEN HEEN PERFECT BIJ WAAR JE ZAT.

CONCLUSIE



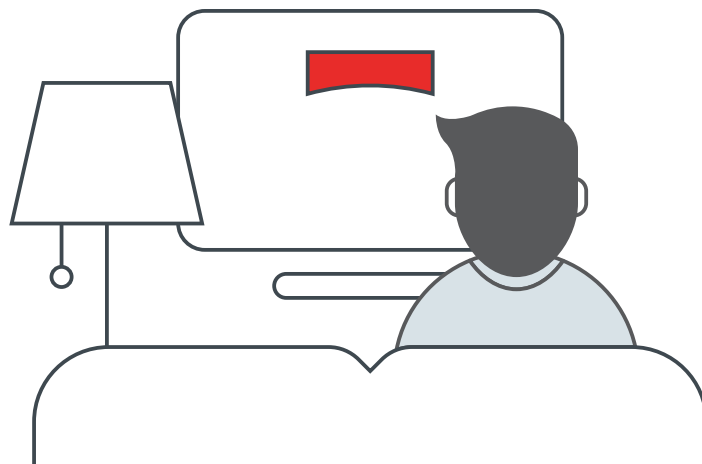
9. GROTE TROEVEN VAN NETFLIX TEN OPZICHTE VAN ILLEGAAL DOWNLOADEN OF STREAMEN: GEBRUIKSGEMAK, SNELHEID EN BEPERKT RISICO OP MALWARE OF VIRUSSEN.



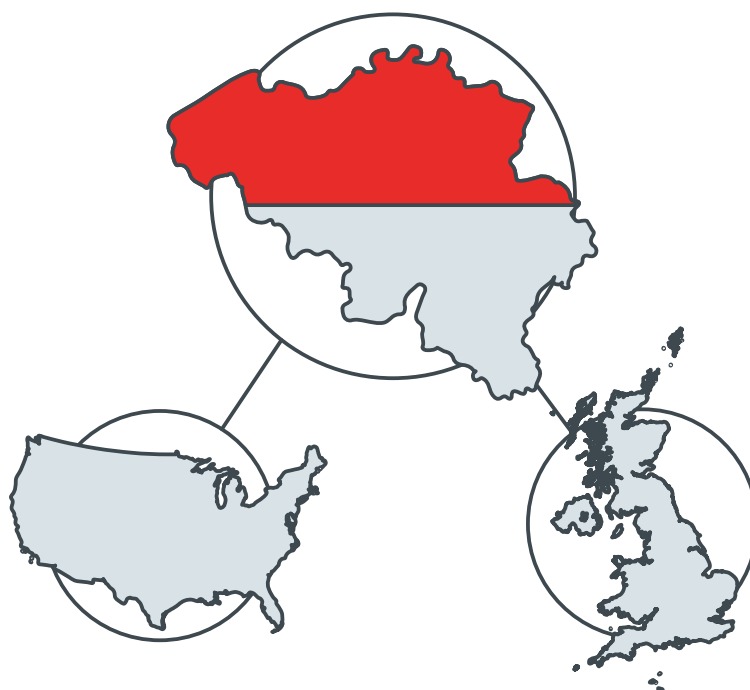
CONCLUSIE

10. NETFLIX WORDT IN PRIMETIME NOG ALTIJD LIEFST IN WOONKAMER OP TV-SCHERM BEKEKEN, EN OP ANDERE MOMENTEN (BV 'S AVONDS LAAT IN BED) KOMEN ANDERE RUIMTES EN SCHERMEN AAN BOD.

CONCLUSIE

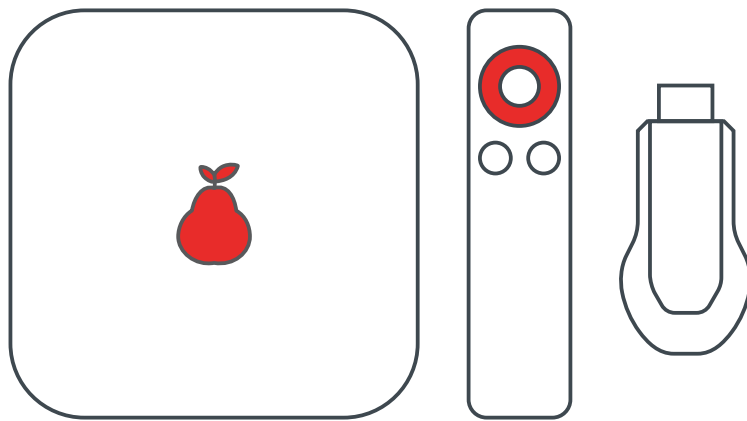


11. LOKALE, VLAAMSE CONTENT GEEN BREEKPUNT VOOR NETFLIX-ADOPTIE, MAAR LEUK EXTRAATJE: VERWACHTEN VOORAL AMERIKAANSE/BRITSE SERIES EN FILMS.



12. NETFLIX ALS DRIVER OM MEDIASTREAMERS (GOOGLE CHROMECAST, APPLE TV) AAN TE KOPEN.

CONCLUSIE



De digiMeter Boostsamples dienen als aanvullend onderzoek op het jaarlijkse digiMeter-rapport. Waar digiMeter heel breed gaat, maar eerder beschrijvend blijft, focussen de digiMeter Boostsamples op één specifiek topic, waar meer in de diepte gegraven wordt. Wie extra analyses wil rond een bepaald onderwerp uit dit rapport, kan contact opnemen met de auteurs. Ook voor algemene vragen rond het rapport of meer informatie rond het concept digiMeter Boostsamples, kun je bij de auteurs terecht.

Dit rapport kwam tot stand binnen iMinds Digital Society, en kon rekenen op de medewerking uit iMinds Living Labs en iMinds Media. Ook wensen we alle mediapartners te bedanken die input gaven bij dit onderzoek, en uiteraard ook alle respondenten die aan de onderzoeken deelnamen.



Prof. Dr. Lieven De Marez
Research Director MICT
iMinds - MICT - UGent
Lieven.DeMarez@ugent.be



Bart Vanhaelewyn
Analyst Media Consumption
iMinds - MICT - UGent
Bart.Vanhaelewyn@ugent.be



Dr. Tom Evens
Senior Researcher
iMinds - MICT - UGent
Tom.Evens@ugent.be

