



# DIGIMETER

## RAPPORT 5

Mediatechnologie- & ICT gebruik in Vlaanderen  
Wave 5

Augustus - September 2012

iMinds – iLab.o

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

# Inleiding

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

Digimeter is een jaarlijkse monitoring van het **bezit en gebruik van media & ICT in Vlaanderen** op basis van een bevraging bij een representatief staal Vlamingen. De 'media & ICT'-vlag dekt uiteraard een lading die veel te breed is om volledig onderzocht te kunnen worden. De focus van de Digimeter beperkt zich daarom voornamelijk tot de recente (digitale) mediatechnologieën.

Binnen deze afbakening/scope biedt Digimeter:

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

# Methodologie

Zowel opzet, datacollectie als analyse van de Digimeter zijn volledig in handen van het panelmanagementteam van **iMinds-iLab.o**. De bevraging gebeurt op basis van CAPI-interviews; de representativiteitsquota zijn gebaseerd op NIS/ADSEI-cijfers<sup>1</sup> voor 2010. De totale dataset voor 'Digimeter wave 5' bedraagt **2.676 respondenten** (+ 15 jaar), representatief voor Vlaanderen op geslacht, leeftijd en woonplaats (provincie). In de periode **augustus – september 2012** werden voor deze bevraging 1.891 Vlamingen 'offline' bevroegd via CAPI-interviews<sup>2</sup> en 785 respondenten vulden de vragenlijst offline in.

Het startpunt voor de vragenlijst was een lijst met nieuwe **technologieën en toestellen** waarvan het gebruik werd bevroegd. Dit werd gevolgd door acht hoofdstukken over tv, computer, tablet, telefonie, packs, sociale media, het spelen van videospelletjes en traditionele media (nieuws volgen en muziek luisteren).

---

<sup>1</sup> 'Nationaal Instituut voor de Statistiek' (NIS) en 'Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie' (ADSEI)

<sup>2</sup> Computer Assisted Personal Interview





# Resultaten

# Resultaten

De resultaten van het Digimeter rapport zijn verwerkt in acht grote hoofdstukken: televisie, computer, tablet, telefonie, packs, sociale media, het spelen van videospellen en traditioneel mediagebruik.

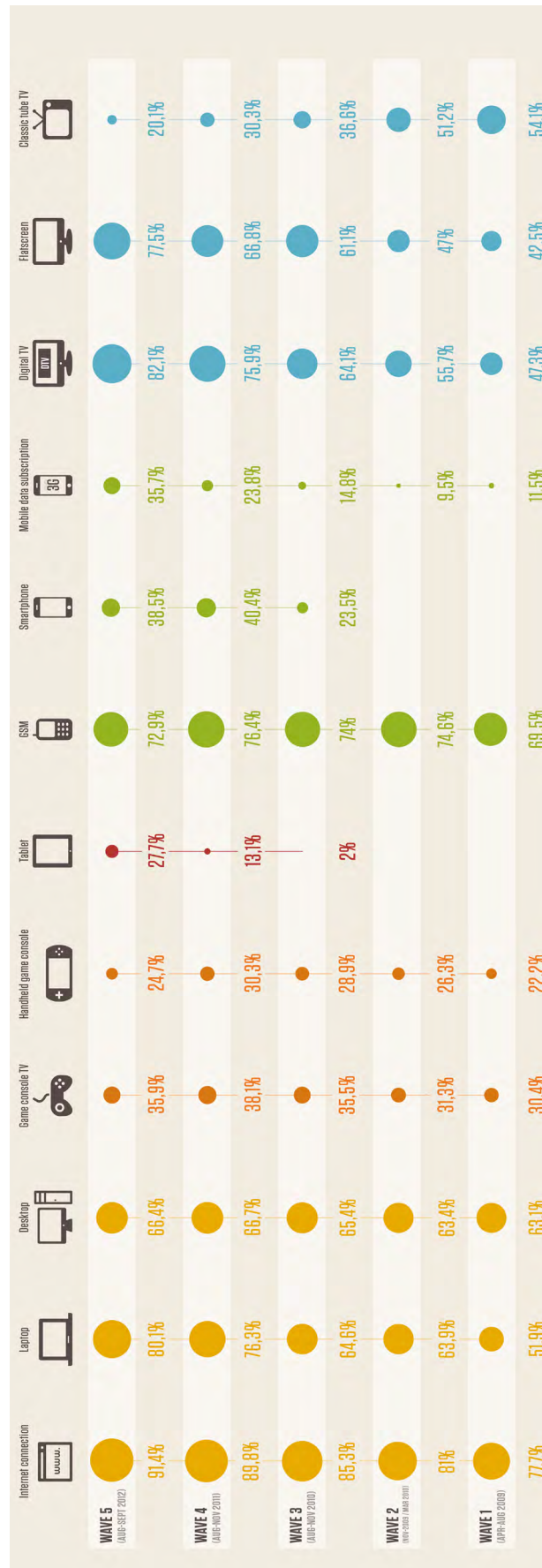
Afsluitend is er ook een segmentatie van de Vlaamse bevolking in 5 verschillende profielen.

De analyses worden visueel gepresenteerd door gebruik van tabellen, grafieken, infografieken, uitgebreide profilering en interessante hypotheses.

De volgende pagina's geven eerst de evolutie van verschillende media in Vlaanderen over de 5 Digimeter waves heen. Vervolgens wordt aan de hand van enkele interessante weetjes uit wave 5 een samenvatting van de verschillende hoofdstukken gegeven.

Voor het volledige rapport of vragen in verband met meer diepgaande analyses kan contact opgenomen worden via [panel@iminds.be](mailto:panel@iminds.be).

# Bezit van mediatechnologie in Vlaanderen – wave 1 tot wave 5 (%)



# Wist je dat ...

## ALGEMEEN

### Zorgen mobiele toestellen voor mobiele media consumptie?

- 46,1% van alle Vlamingen die naar muziek luisteren, doen dit onderweg
- 27,4% van alle Vlamingen die het nieuws volgen, volgen het nieuws onderweg
- 19,9% van alle Vlamingen die een tablet bezitten, gebruiken deze onderweg
- 17,7% van alle Vlamingen die een account op een sociale netwerk site hebben, bezoeken deze sites onderweg
- 5,7% van alle Vlamingen die een computer bezitten, gebruiken hun computer onderweg (bv. in de trein, in de auto, op de bus, ...)

### De Vlaamse huishoudens worden 'multiscreen' huishoudens!

- 29,7% van de Vlaamse huishoudens zijn triple screen huishoudens: ze hebben 3 schermen in huis, meestal zijn dit een tv, laptop en desktop
- 24,2% van de Vlaamse huishoudens zijn quadruple screen huishoudens: ze hebben 4 schermen in huis, meestal zijn dit een tv, laptop, desktop en smartphone
- 13,7% van de Vlaamse huishoudens zijn quintuple screen huishoudens: ze hebben 5 schermen in huis: een tv, desktop, laptop, smartphone en tablet



## TV

- De overgrote meerderheid van de Vlamingen bezit een tv (97,5%).
- 77,5% heeft een flatscreen als primair toestel en 20,1% heeft enkel een klassieke beeldbuis tv.
- 82,1% van de Vlamingen heeft digitale tv.
- De top drie dagelijks gebruikte functies van digitale televisie: elektronische programmagids raadplegen (54,2%), reclame doorspoelen (48%) en pauzeren/doorspoelen (38,7%). Betalende functionaliteiten worden minder frequent gebruikt.
- Hoewel digitale tv het mogelijk maakt om op diverse manieren naar tv content te kijken, kijkt het overgrote deel nog steeds gewoon lineair (70,7% dagelijks, 3,7% nooit).
- Er is een relatieve doorbraak van smart tv's/internet tv's. Ongeveer de helft van de bezitters zegt ook (zelden tot dagelijks) het internet te raadplegen op hun tv.



## COMPUTER

- Bijna alle computer bezitters (91,9%), hebben ook een internetverbinding thuis (91,4%).
- Er is echter nog steeds een digitale kloof van de 1ste graad o.b.v. traditionele socio-demografische variabelen. Dit betekent dat vnl. oudere, alleenstaande en lager opgeleide mensen minder vaak een computer en internetverbinding thuis hebben.
- Computers worden meer en meer mobiel.
  - 80,1% heeft een laptop, 66,4% heeft een desktop.
  - Er zijn meer Vlamingen die meer dan één laptop hebben dan Vlamingen die meer dan één desktop hebben.
- 38,1% heeft zowel een laptop als een desktop in huis.
- 20,1% bezit 3 types computers: een laptop, een desktop en een tablet.





## Tablet

- 27,7% van de Vlamingen heeft een tablet.
- De iPad is nog steeds de meest populaire tablet, hoewel andere, goedkopere tablets aan populariteit winnen.
- 1 op 5 tablet bezitters gebruikt hun tablet onderweg.
- De tablet is een toestel voor het hele gezin. 75% van de tabletbezitters deelt de tablet met partner en/of kinderen.
- Hoewel een tablet een zeer mobiel toestel is, wordt de tablet het vaakst ('s avonds tussen 19u en 22u) thuis gebruikt.
- Er is een grotere aankoopinteresse bij de huishoudens die al een tablet hebben. We gaan eerder naar 1/3 van Vlaanderen met meerdere tablets dan naar een massamarkt met 1 tablet.
- 3 op 4 tablet bezitters gebruiken hun tablet tijdens het tv kijken. Dit is eerder als nevenactiviteit dan om te interageren met het tv programma zelf via Twitter of second screen apps.
- E-mail (lezen 57,8%, versturen 50,9%), informatie opzoeken (56,1%) en sociale netwerksites bezoeken zijn veruit de populairste dagelijkse activiteiten op de tablet.



## Telefonie

- De Vlaming lijkt zijn mobiele telefoon meer en meer te gebruiken voor zaken zoals agenda, e-mail, sociale netwerk sites, wekker, ... ten koste van bellen en sms berichten versturen.
- 95,2% van de Vlamingen bezit een mobiele telefoon.
- Zowat elke Vlaming die een smartphone bezit, heeft ook een mobiel data abonnement.
- 1 op de 10 Vlamingen speelt dagelijks een spelletje op zijn gsm of smartphone.
- E-mail (lezen 66,5%, versturen 49,3%), sociale netwerk sites bezoeken (55,4%) en informatie opzoeken (45,6%) zijn veruit de meest frequente dagelijkse activiteiten op de smartphone.



## Packs

- 60,6% van de Vlamingen heeft een combinatiepack (vb. Telenet Shake).
- Internet (93,5%), digitale tv (91,9%) en vaste telefoonlijn (74,4%) zijn de meest frequente diensten in dergelijke packs.



## Sociale Media

- 70,1% van de Vlamingen heeft op zijn minst één account op een sociale netwerk site. Facebook is het populairst (62,9%).
- De sociale media sites Twitter (26,9%), LinkedIn (21,5%) en YouTube (34,7%) kennen de grootste groei in vergelijking met vorige wave.
- Zowat de helft van alle Vlamingen met een account (56,6%) zegt geen dag zonder sociale media te kunnen.



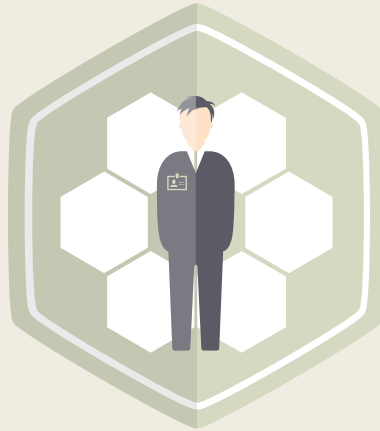
## VIDEOSPELLEN

- Het bezit van spelconsoles (40%) kent een kleine terugval ten opzicht van de vorige wave (-3,6%).
- Het spelen van spelletjes blijft populair. 59% van de Vlamingen speelt wel eens een game en 18,9% speelt zelfs dagelijks.
- Zij die spelletjes spelen, doen dit echter meer en meer op hun gsm/smartphone (10% dagelijks), computer (online 9,1% dagelijks - offline 8,6% dagelijks), sociale netwerk sites (8,5% dagelijks) en tablet (5,6% dagelijks) dan op spelconsoles (3,9% dagelijks op een spelconsole aangesloten op tv; 2,9% dagelijks op een draagbare spelconsole).



## TRADITIONELE MEDIA

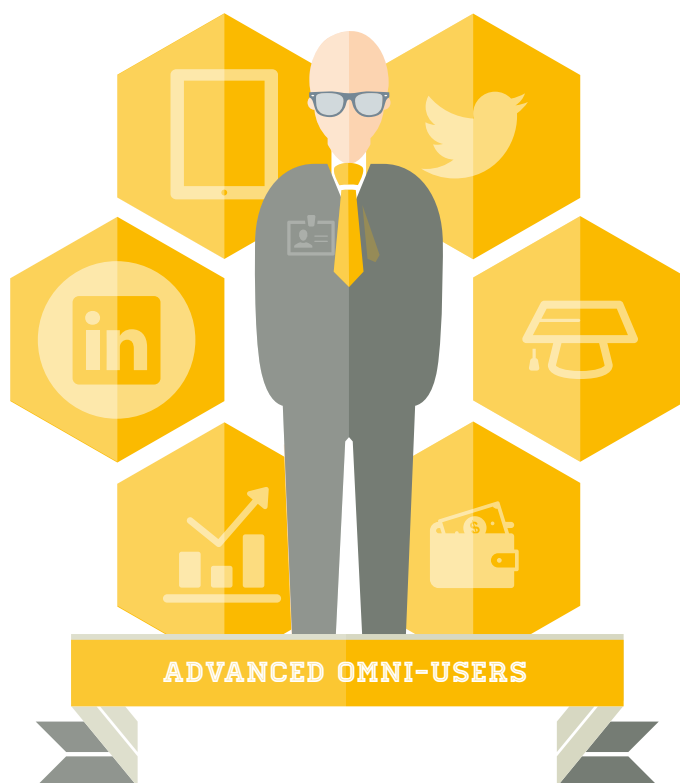
- Radio is het favoriete toestel van de Vlaming om te luisteren naar muziek en om het nieuws te volgen.
  - 65,1% volgt dagelijks het nieuws via de radio
  - 76% luistert dagelijks naar muziek via hun (auto)radio
- In vergelijking met wave 4 worden sociale netwerk sites (27,7% dagelijks) en mobiele toestellen zoals tablet (11,4% dagelijks) en gsm/smartphone (16,4% dagelijks) steeds belangrijker om het nieuws te volgen, terwijl het nationale tv nieuws terrein verliest.



# Profielen

Bij wijze van algemene conclusie proberen we de resultaten samen te vatten in een overkoepelende segmentatie van de Vlaamse bevolking. Deze segmentatie is gebaseerd op de variatie (aantal verschillende functionaliteiten die men per technologie gebruikt) en frequentie (aantal momenten per dag dat men de technologie gebruikt) van gebruik van volgende technologieën: technologie hypes, tv, computer, internet, tablet, mobiele telefonie, sociale netwerk sites, muziek, games en nieuwsconsumptie.

Dit resulteert in vijf verschillende profielen.



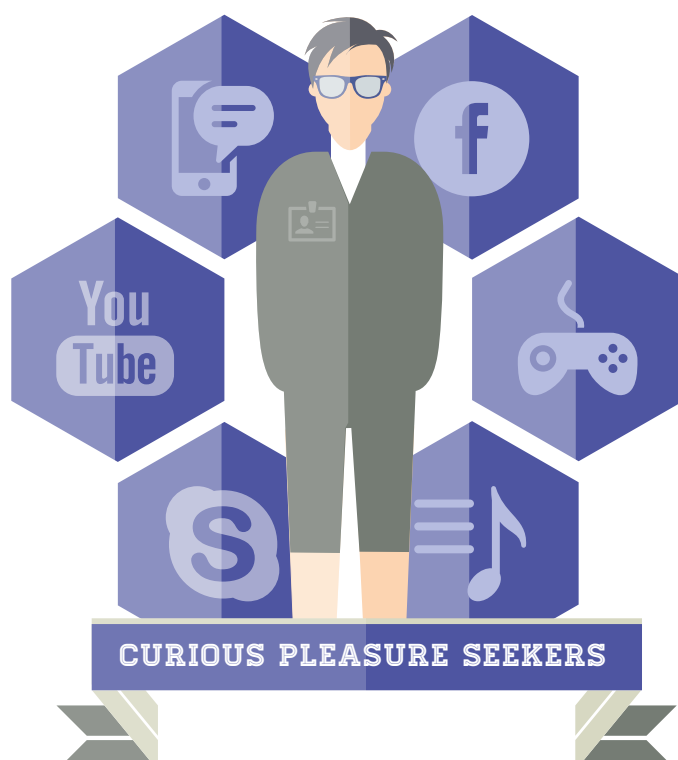
## GEAVANCEERDE OMNI- GEBRUIKER (14,8%)

Je bent zeer goed vertrouwd met de laatste ontwikkelingen in media en ICT? Je bent sterk geïnteresseerd in de laatste toepassingen en technologieën? Je bent ook ik het bezit van de laatste toestellen en je gebruikt hen op alle mogelijke manieren? Dan ben je vast een gevorderde omni-gebruiker!

Gevorderde omni-gebruikers gebruiken mediatechnologieën vaker voor professionele doeleinden, voor het delen en verzamelen van opinies en voor het lezen van literatuur. Van alle profielen in Vlaanderen is de gevorderde omni-gebruiker het meeste bereid om te betalen voor nieuwe technologieën, zowel voor hardware als voor software.

Gevorderde omni-gebruikers hebben een groot vertrouwen in nieuwe technologieën. Zo maken zij bijvoorbeeld het meest van alle profielen gebruik van online banking (ook op tablets en smartphones). In vergelijking met de andere profielen gebruiken ze deze nieuwe technologieën vaker voor professionele doeleinden, opleiding en om professionele contacten te onderhouden.

Zowel gevorderde omni-gebruikers als nieuwsgierige plezierzoekers zien hun privacy niet bedreigd door sociale media.

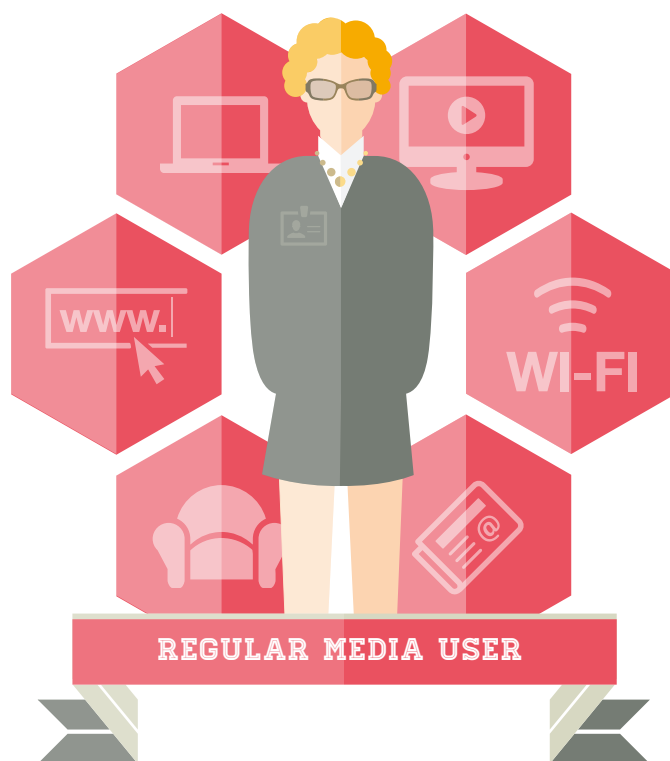


## NIEUWSGIERIGE PLEZIERZOEKER (15,6%)

Je hebt een uitgebreide kennis van de laatste media en ICT ontwikkelingen en je gebruikt een groot scala aan mediatechnologieën op een heel diverse manier? In vergelijking met de gevorderde omni-gebruiker is de diversiteit van je mediagebruik iets lager, maar de intensiteit van je gebruik is hoger? Dan ben je vast een nieuwsgierige plezierzoeker!

In tegenstelling tot de gevorderde omni-gebruiker die media en ICT voornamelijk voor professionele of schoolse doeleinden gebruikt, is de nieuwsgierige plezierzoeker meer geïnteresseerd in ontspanning. Ondanks zijn grote interesse in de laatste technologieën en diensten is de nieuwsgierige plezierzoeker toch iets terughoudender wanneer ervoor moet worden betaald. Technologieën die meer alledaags worden, zoals smartphones vandaag, worden massaal gekocht door nieuwsgierige plezierzoekers, maar tablets zijn hier nog veel minder aanwezig. Toch hebben veel nieuwsgierige plezierzoekers zeker interesse om een tablet aan te kopen in de toekomst.

Nieuwsgierige plezierzoekers volgen het nieuws via sociale media, op hun smartphones en online, maar in vergelijking met de andere profielen doen ze dit veel minder via het klassieke televisienieuws.



## ALLEDAAGSE MEDIAGEBRUIKER (23,8%)

Heb je een gemiddeld mediagebruik en een gemiddelde diversiteit van mediagebruik? Gebruik je de computer en het internet voor diverse zaken? Maar laat je je niet direct verleiden om mee te gaan met elke nieuwe digitale hype? Dan ben je waarschijnlijk een alledaagse mediagebruiker!

Alledaagse mediagebruikers zijn op de hoogte van de laatste mediatechnologieën en toepassingen, maar wachten liever nog wat af alvorens over te gaan tot de aankoop of het gebruik ervan. Net zoals de early majority in de adoptie diffusietheorie van Rogers gaan alledaagse mediagebruikers een nieuwe technologie of dienst pas gaan gebruiken zodra deze zichzelf heeft bewezen en wordt gebruikt door een voldoende grote groep andere gebruikers. De meeste alledaagse mediagebruikers hebben en gebruiken een Facebook account, maar Twitter en LinkedIn zijn minder populair onder deze groep.

Media spelen geen immens grote rol in de levens van alledaagse mediagebruikers. De totale tijd die aan media wordt besteed is dan ook maar half zoveel als bij de gevorderde omni-gebruikers of de nieuwsgierige plezierzoekers.

Het moment van de dag waarop een bepaald medium wordt gebruikt is vaak duidelijk afgebakend (bijvoorbeeld enkel televisie kijken tijdens prime time).



## TRADITIONELE MEDIAGEBRUIKER (26,2%)

Gebruik je weinig verschillende media en is dit gebruik bovendien eerder beperkt? Volg je daarentegen vaak het nieuws en luister je vaak naar muziek? Doe je dit ook via de klassieke kanalen? Dan ben je vast een traditionele mediagebruiker!

Traditionele mediagebruikers gebruiken voornamelijk 'traditionele media' op een 'traditionele manier'. Dit betekent dat televisie voornamelijk lineair wordt bekeken en radio nog regelmatig op een hifi-installatie wordt beluisterd. Gsm's worden vaak enkel gebruikt om te bellen. Wanneer traditionele mediagebruikers digitale televisie in huis haalden, was dit vooral omdat men gehoord had dat analoge tv binnenkort zou verdwijnen. Media multitasking voor een traditionele mediagebruiker betekent een boek of krant lezen tijdens het televisienieuws.

Traditionele mediagebruikers hebben een lage kennis en dito interesse inzake nieuwe mediatechnologieën. Het spreekt voor zich dat de adoptie van deze technologieën dan ook zeer beperkt blijft. Zo heeft bijvoorbeeld slechts 10% van de traditionele mediagebruikers een smartphone. Naast de lage adoptiecijfers hebben deze gebruikers ook de grootste bezorgdheden inzake de schending van privacy door nieuwe media.





## SPORADISCHE MEDIAGEBRUIKER (19,6%)

Zijn media helemaal niet zo belangrijk in je leven? Dan ben je hoogstwaarschijnlijk een sporadische mediagebruiker!

Als sporadische mediagebruikers dan toch media consumeren, is het voornamelijk muziek, televisie en het nieuws. Deze gebruikers zijn vaker geïnteresseerd in lokaal nieuws en verkiezen de papieren versie van de krant boven digitale varianten.

Sporadische mediagebruikers hebben zelden nieuwe mediatechnologieën in huis en houden vast aan hun 'traditionele' toestellen. Televisie wordt lineair bekeken en als men reeds digitale televisie in huis haalde, was dit voornamelijk bij het kopen van een nieuwe televisie. Net zoals traditionele mediagebruikers worden gsm's door deze gebruikers enkel gebruikt om te bellen en niet om sms'jes te versturen of voor andere doeleinden.

