



digimeter

Rapport 1

Mediatechnologie- & ICT-gebruik in Vlaanderen
Wave 1
Mei-Augustus 2009

IBBT – iLab.o
De Marez Lieven
m.m.v. Courtois Cedric, Evens Tom, Lievens Bram, Theuwissen Ilja, Vaesen Nele,
Vervoort Koen, Wisniowski Elie

Inhoudsopgave

1. digimeter : wat, en waarom?	pag. 3
2. digimeter : methodologie	pag. 4
3. digimeter : de resultaten	pag. 5
3.1. Algemeen: bezit	pag. 6
3.2. Bezit en gebruik van (Digitale) Televisie in Vlaanderen	pag. 8
3.3. Bezit en gebruik van Telefonie in Vlaanderen	pag. 9
3.4. Bezit en gebruik van Computer in Vlaanderen	pag. 10
3.5. Bezit en gebruik van Internet in Vlaanderen	pag. 11
3.6. Bezit en gebruik van Gaming in Vlaanderen	pag. 12
3.7. Overige media & ICT in Vlaanderen	pag. 13
3.8. Conclusie en algemene Digimeter-profielen	pag. 15

1. digimeter : wat, en waarom?

digimeter is een onderzoeksinitiatief van IBBT (Interdisciplinair Instituut voor BreedBand-Technologie) 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.

De **digimeter** is een **halfjaarlijkse 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 (en niet tot klassiek mediagebruik zoals printmedia, of ICT-toepassingen buiten het mediadomein).

Binnen deze afbakening/scope biedt IBBT's **digimeter** :

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

2. digimeter : methodologie

Zowel het opzet, de datacollectie als de analyse van de **digimeter** zijn volledig in handen van het panelmanagementteam van IBBT-iLab.o. De bevraging gebeurt op basis van CAPI¹-interviews; de representativiteitsquota zijn gebaseerd op NIS/ADSEI²-cijfers voor 2008.

In de periode april-augustus 2009 werden voor deze **eerste digimeter-bevraging** 904 Vlamingen 'offline' bevraged via CAPI-interviews en vulden 356 extra respondenten de vragenlijst via de website in.

- De totale dataset voor '**digimeter** wave 1' bedraagt **1260 respondenten** (+ 15 jaar, representatief voor Vlaanderen op geslacht, leeftijd en woonplaats (provincie)).
- De gemiddelde invultijd bedraagt 27,3 minuten.
- Het startpunt voor de vragenlijst was een lijst van 32 technologieën waarvoor gevraagd werd of men die thuis (*de plaats waar men het grootste deel van zijn/haar tijd verblijft*) in zijn/haar bezit heeft. Afhankelijk van het antwoord op die vraag werd men dan doorverwezen naar meer specifiekere vragen omtrent het gebruik van die media/technologieën. Om begripsverwarring te voorkomen bij de interpretatie van deze technologieën of andere 'moeilijke concepten' in de vragenlijst werd bij elke computer een booklet voorzien met illustraties en korte uitleg per technologie/concept. Bij andere moeilijkheden en onduidelijkheden was er ook steeds de begeleidende interviewer om te verzekeren dat alle respondenten alle vragen op een éénduidige manier interpreteerden.
- **Incentives**: Deelnemers aan de vragenlijst maakten kans op diverse prijzen uit de **digimeter**-prijzenpot (gezamenlijke waarde €1500). Naast deze 'materiële' incentive blijkt ook het onderwerp 'Media & ICT' voor heel wat mensen een thema te zijn dat voldoende interessant en motiverend is om aan onderzoek deel te nemen. Maar liefst 69% gaf te kennen te blijven meewerken aan deze monitor door 6-maandelijks de vragenlijst in te vullen. 55% van de respondenten gaf ook te kennen op basis van zijn/haar profiel gecontacteerd te mogen worden voor specifiek gebruikers- of proeftuinonderzoek met een bepaalde technologie.

¹ Computer Assisted Personal Interview

² Nationaal Instituut voor de Statistiek (NIS) of Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI)

3. digimeter : de resultaten

Vooraleer dieper in te gaan op de mate waarin of waarvoor de Vlaming verschillende media-technologieën gebruikt, kijken we naar het **bezit** of de **penetratie** van ICT en mediatechnologieën in Vlaanderen (3.1). De diversiteit en het grote aantal vragen die de 'digimeter' omvat, laat een heel diepgaande analyse toe vanuit verschillende optieken.

Voor deze samenvatting van het digimeter-rapport blijft de analyse en rapportering bewust beperkt tot een behoorlijk generiek niveau. Voor meer diepgaande analyses op specifieke digimetervragen of – profielen kan contact worden opgenomen met het panelmanagement van iLab.o.

U kan het panelmanagement van iLab.o steeds contacteren indien u vragen heeft in verband met :

- deze samenvatting.
- het volledige digimeter-rapport
- andere opmerkingen inzake de werking met testgebruikers.
- Bijkomende analyses op bepaalde combinaties van vragen
- Recruitering op basis van de bekomen profielen

Het panelmanagement van iLab.o is bereikbaar via:

Koen Vervoort

Wetenschapspark 2

3590 Diepenbeek

011/26.84.69

panel@ibbt.be

koen.vervoort@ibbt.be

3.1. Algemeen: bezit

Het startpunt voor elke Digimeter bestaat uit een 'staalkaart van Vlaanderen' in termen van het bezit van ICT- en mediatechnologieën.

Tabel 1: '% Penetratie/bezit in Vlaanderen

(D)TV-omgeving	96.5%	Gaming	35.3%
TV-toestel	96,5%	Spelconsole (op TV aangesloten)	30,4%
Videorecorder	66,4%	Draagbare spelconsole	22,2%
DVD-speler	81,5%		
Blu-Ray DVD-speler	8,4%	Overige ICT & Mediatechnologie	
DVD-recorder	38,8%	Muziek	96.5%
Hard Disk recorder	32,0%	Hifi stereo keten	72,8%
Home Cinema	18,7%	Radio/cassette/cd-speler	82,4%
Draagbare DVD-speler	15,7%	MP3-speler (incl. iPod)	49,2%
Analoge kabelaanluiting	72,7%		
Digitale televisie	47,3%	Externe opslag	74.3%
-via Telenet (incl INDI)	33,4%	Geheugenkaart	48,8%
-via Belgacom	10,1%	USB Memory stick	69,2%
-via TV Vlaanderen (schotel)	3,3%	Externe harde schijf	41,5%
-via schotel (andere dan TV VI)	2,3%		
-via DVB-T	3,5%		
		Andere	
(Mobiele) Telefonie	99.0 %	Digitaal fototoestel	74,8%
Mobiele telefoon / GSM	91,9%	Digitale videocamera	22,1%
Vaste telefoonlijn	72,8%	Analoge videocamera	12,0%
		GPS	53,4%
Computer	82% - 80.6%³		
Desktop Computer	65,5% - 63.1%		
Draagbare Computer	54,6% - 51.9%		
Webcam	41,2%- 39.9%		
Scanner	53,0% - 50.9%		
e-ID lezer	19,1% - 14.7%		
Printer	74,2% - 71.7%		
Internetaansluiting	79,9% - 77.7%		

³ Voor de penetratiecijfers inzake computer en internet splitsen we de cijfers bewust op omwille van een mogelijke scheefftrekking van onze sample door de 'extra online respondenten'. Door middel van wegingscoëfficiënten op de variabelen provincie, leeftijd en geslacht blijft de sociodemografische representativiteit voor Vlaanderen wel gegarandeerd voor de totale sample, maar moeten we er wel rekening mee houden dat de extra 356 'online Digimeter-respondenten' voor vertekening kunnen zorgen inzake computer- en internetgerelateerde vragen. Vandaar de opsplitsing in 2 cijfers per technologie hier. **Links telkens de %'s voor de totale steekproef (incl. extra online respondenten); rechts de %'s voor een steekproef waarin we enkel de offline gerecruteerde Vlamingen weerhouden (N:904).** Verhoudingsgewijs verandert dat niet veel, maar het doet het bezit van computer en internettechnologie gemiddeld wel met 2 à 3 procentpunten dalen.

De Vlaming kijkt alsmaar meer digitaal naar **televisie**, en stilaan ook via verschillende afspeltoestellen (tv, computer, gsm), maar het valt op dat elke televisiekijkende Vlaming wel nog steeds een televisietoestel in huis heeft. **96.5% van de Vlamingen heeft een tv-toestel.**

De meest prominente opmars binnen deze televisie-omgeving is ongetwijfeld die van digitale televisie. Zowat de **helft van de Vlamingen is medio 2009 ondertussen tot het digitale televisietijdperk toegetreden.**

Televisie(technologie) is echter nog niet de meest verspreide technologie in Vlaanderen. Met een penetratie van **99%** is **telefonie** de technologie met de dichtste penetratiegraad. We maken daarbij geen onderscheid tussen vaste en mobiele telefonie.

Wat **computer** betreft kunnen we concluderen dat ongeveer **80% van de Vlamingen een computer heeft**, en dat **3 op 4 Vlamingen ondertussen ook een internetaansluiting heeft**. De penetratie van computer en internet vertoont in Vlaanderen met andere woorden stilaan een 1-op-1-relatie.

Met de vierde en laatste vorm van communicatie – de klankgebaseerde communicatie – zijn we bij de technologieën voor de communicatie van klank en **muziek** terecht gekomen. En ook daar moeten we vaststellen dat de penetratie quasi compleet is. **96.5% van de Vlamingen heeft** (minstens) **een technologie voor het beluisteren van muziek** in huis.

Parallel met deze grote vormen van communicatie en hun respectievelijke technologieën, hebben we ook de grote mediasectoren behandeld. Naast deze traditionele sectoren bevestigt de Digimeter ook de opmars van een sector die zich geleidelijk van een nichemarkt tot een ‘mediamarkt naast de andere mediamarkten’ aan het ontwikkelen is; nl. de **gaming**markt.

Zowat **1 op 3 Vlamingen heeft momenteel immers een spelconsole** in huis. We hebben het hier dan louter over de vaste spelconsoles aangesloten op het televisietoestel en de mobiele spelconsole, zonder daarbij de pc-gamers in rekening te brengen⁴.

In de marge van deze grote communicatie- en mediavormen waarvoor de (digitale) technologieën zonder uitzondering een ondertussen quasi volledige penetratie kennen, hebben we verder ook technologieën als een GPS-toestel (1 op 2 Vlamingen) en een digitaal fototoestel (3 op 4 Vlamingen) met een zeer ruime penetratie, en zijn technologieën als een digitale videocamera (1 op 5 Vlamingen) ondertussen ook meer dan alleen maar een gadget.

Een gevolg hiervan is dat de Vlaming alsmaar meer behoefte heeft aan (externe) digitale opslag. USB-memory sticks zitten in ondertussen bijna 7 van de 10 Vlaamse jas-, tas- en broekzakken, en ook geheugenkaarten en externe harde schijven worden ondertussen door bijna de helft van de Vlamingen aangeschaft. Samen beschouwd, heeft **3 op 4 Vlamingen minstens 1 technologie voor externe digitale geheugenopslag** in zijn bezit.

⁴ We vroegen ook expliciet naar het bezit van een spelconsole die momenteel op de tv is aangesloten (en dus niet naar spelconsoles die al een tijdje in de kast staan)

3.2. Bezit en gebruik van (Digitale) Televisie in Vlaanderen

Met een penetratie van 96,5% vormt het televisietoestel één van de meest geadopteerde technologieën in de Vlaamse huiskamer.

Televisiebezit blijft in Vlaanderen ook niet beperkt tot dat ene traditionele toestel in de woonkamer. Steeds meer Vlamingen hebben meerdere televisietoestellen in huis en gebruiken die niet alleen om de lineaire tv-programmatie te volgen, maar ook als **afspeelapparatuur** voor opgenomen beeld en klank. DVD-spelers en videorecorders kennen de ruimste verspreiding in deze context, maar 1 op 3 Vlamingen heeft ondertussen ook een DVD-recorder of Hard Disk-recorder in huis.

Televisie is niet enkel één van de meest geadopteerde technologieën maar **is eveneens één van de meest gedomesticeerde technologieën in de Vlaamse huiskamer:** de Vlaming kijkt immers massaal televisie. De gemiddelde Vlaming kijkt dagelijks ongeveer iets meer dan drie uur televisie. Onderstaande tabel geeft weer hoe deze kijkuren over de dag gespreid liggen, zowel op weekdays als tijdens het weekend. Het is duidelijk dat de Vlaamse kijker in het weekend vaker over de middag televisie kijkt alsook na 22u en 's nachts.

	7-9u	9-12u	12-14u	14-17u	17-19u	19-22u	22-1u	1-7u
Week	5,6%	5,8%	11,5%	6,6%	21,3%	77,6%	36,8%	4,3%
Weekend	4,3%	8,2%	13,7%	13,5%	21,6%	74,9%	42,2%	6,1%

Aan de hand van deze cijfers kunnen we **"Televisiekijkend Vlaanderen"** in vijf segmenten opdelen:

Een klassieke opdeling in heavy, medium en light users die zowel in het weekend als tijdens de week een gelijkaardig kijkpatroon vertonen:

1. de **heavy viewers** (26,6%) die zowel op weekdays als tijdens het weekend televisie vreten (gemiddeld minstens 5 uur per dag)
2. de **average viewers** (17,7%) die op beide momenten (week/weekend) gematigd televisiekijken (gemiddeld 2 à 3 uur). De modale tv-kijkende Vlaming met andere woorden
3. de **light viewers** (23,0%) die zowel op weekdays als tijdens het weekend maximum twee uur tv consumeren

Aangevuld met twee types kijkers die veel meer tv kijken in het weekend als in de week:

4. de **heavy weekend viewers** (19,5%) die tijdens de week eenzelfde kijkpatroon vertonen als de 'average' of de modale tv-kijkende Vlaming, maar in het weekend het meeste aantal uren tv kijken van alle Vlamingen
5. de **average weekend viewers** (13,1%) die geen al te zware tv kijkers zijn, en in het weekend meer tv kijken dan in de week. Een kleine 3 uur tijdens het weekend, een dik uurtje op weekdays.

De relatief sterke opkomst van digitale televisie blijkt een recent fenomeen. Maar liefst 4 op 10 van de digitale kijkers stapte het voorbije jaar over naar digitale televisie. Deze snelle opmars heeft verschillende redenen:

- **het aanbod van ‘packs’ and ‘shakes’ lijkt een versnellende impact te hebben op deze ontwikkelingen.** Digitale televisie wordt daarin vaak aangeboden met internet, vaste en mobiele telefonie.
- **de betere beeld- en geluidskwaliteit die digitale televisie garandeert.**
- **de meerwaarde op ‘content’-vlak.** Hoewel de Vlaamse kabel al een dertigtal zenders rijk was, vormde ‘het extra aanbod aan zenders’ een voorname reden om digitale televisie aan te schaffen.
- **een verhoogde interactiviteit** vormt de laatste belangrijke drijfveer voor de adoptie van digitale televisiediensten omdat het de gebruiker o.a. toelaat een eigen zendschema samen te stellen en programma’s te bekijken wanneer hij/zij dat wil.

3.3. Bezit en gebruik van Telefonie in Vlaanderen

Met een penetratie van 99% hebben de telefonietechnologieën dus de grootste penetratie in Vlaanderen.

Onder de noemer van deze telefonietechnologieën gaan twee telefonievormen schuil: **vaste telefonie die we bij 7 op 10 Vlamingen terugvinden, en mobiele telefonie die bij 9 op 10 Vlamingen terug te vinden is.** Het aandeel vaste telefoonlijnen wordt inderdaad kleiner, maar blijft medio 2009 toch nog zeer hoog. Voor bepaalde types van Vlamingen blijft vaste telefonie dus zeker nog zijn waarde hebben naast de mobiele telefoon.

Wat betreft mobiele telefonie kunnen we de Vlamingen in 5 groepen opdelen op basis van het aantal gesprekken dat men met zijn/haar mobiele telefoon voert en het aantal sms’jes dat men daarmee verstuurt:

- de **average mobile users (39,5%)** : de gemiddelde Vlaming als het ware met een doorsnee gsm-gebruik.
- de **extreme mobile user (8,2%)** : een duidelijk jonger en mannelijker profiel.
- de **low mobile user (16,4%)** : vooral een ouder publiek
- de **heavy sms’ers (16,1%)** : het jongste profiel met opvallend meer twintigers en vooral tieners.
- de **heavy callers (11,7%)** : een heel mannelijk profiel van middelbare leeftijd.

Maar een gsm-toestel kent vandaag de dag ook heel wat **andere toepassingen**.

De **digimeter** peilde naar de toepassingen die men minstens 1x per week gebruikt : de meest gebruikte toepassing naast deze twee basisapplicaties is met voorsprong het nemen van foto's: meer dan 1 op 3 Vlaamse gsm-bezitters.

Andere veel gebruikte toepassingen zijn het spelen van spelletjes op de gsm, muziek beluisteren, synchronisatie en management van de agenda en video-filmpjes opnemen.

Met ook 1 op 10 Vlamingen die wekelijks 'mobiel internet' is ook deze markt in Vlaanderen duidelijk z'n niche-status aan het ontgroeien.

Gsm-toestellen zijn ontegensprekelijk multifunctionele toestellen geworden maar voor de helft van de 'mobiele Vlaamse bevolking' blijft een gsm -ondanks de toeters en de bellen- een 'beltoestel' waarvan de tekstcommunicatie via sms een zeer gewaardeerde bijkomstigheid is

3.4. Bezit en gebruik van Computer in Vlaanderen

Uit de cijfers blijkt dat computers een ruime verspreiding kennen in Vlaanderen. Maar liefst 8 op 10 van de Vlamingen heeft er (minstens) één.

Computerbezit is niet meer beperkt tot het bezit van 1 toestel: maar liefst 1 op 2 van de Vlaamse computerbezitters beschikt over 2 of meer toestellen .

We kunnen de computerbezitters opdelen in 3 groepen op basis van het gemiddelde dagelijkse gebruik:

- de **light users** (28,6%) maken minder dan één uur per dag gebruik van de computer.
- de **medium users** (42,2%) die dagelijks tussen 1 en 3 uur achter het computerscherm vertoeven.
- de **heavy users** (29,2%) die dagelijks meer dan 3 uur gebruik maken van hun computer.

Met de **draagbare of laptopcomputer die quasi even verspreid raakt als de desktop computer**, wordt het **computergebruik in Vlaanderen ook duidelijk mobieler**. Het is lang niet meer een loutere 'bureau- of werkkameraangelegenheid'.

Het merendeel van de Vlamingen verklaart de computer het meest te gebruiken voor persoonlijk gebruik. Dit geldt voornamelijk voor de *light* en *medium users*. De *heavy users* daarentegen verklaren in de meeste gevallen de computer evenveel te gebruiken voor zowel persoonlijke als professionele activiteiten.

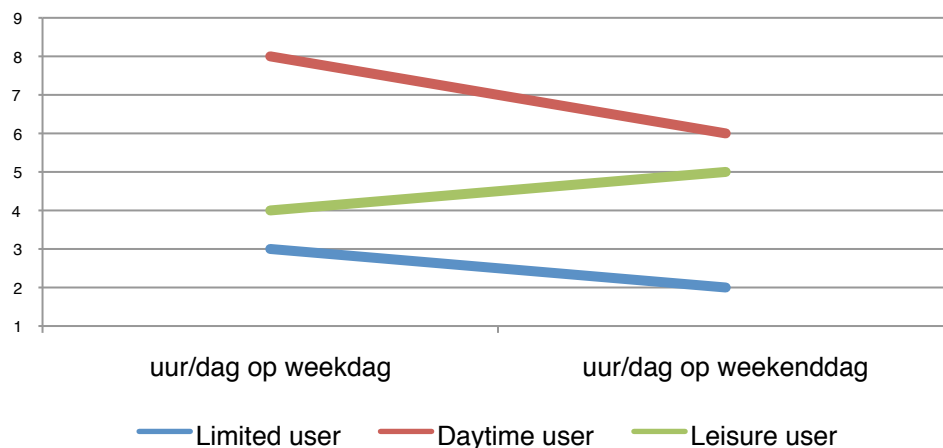
3.5. Bezit en gebruik van Internet in Vlaanderen

Uit de **digimeter**-cijfers blijkt dat ongeveer 8 op 10 Vlamingen een internetconnectie heeft.

De meerderheid van de Vlaamse internetgebruikers surft zowel in de week als in het weekend ongeveer 2u per dag en de Vlaming surft in de meeste gevallen 's avonds.

Op basis van deze tijdsbesteding onderscheiden we drie profielen (zie fig):

- de **limited internet users** (54,1%) die in de week ongeveer 2 uur per dag op het internet doorbrengen en dit in het weekend beperken tot ongeveer een uur.
- de **daytime internet users** (21,4%) die worden gekenmerkt door een zeer intensief gebruik op weekdays en min of meer teruglopend, doch intensief gebruik in het weekend.
- de **leisure internet users** (24,5%) kenmerken zich door een relatief frequent gebruik in de week (2-3u) dat sterk toeneemt in het weekend (3-4u).



(1= niet op een dergelijke dag, 2 = <1u, 3 = 1-2u, 4 = 2-3u, 5 = 3-4u, 6 = 4-5u, 7 = 5-6u, 8 = +6u)

Tussen de verschillende gebruikersprofielen zijn er geen verschillen wat betreft het type verbinding. Dit geldt wel voor de manier waarop men surft. Maar liefst 6 op 10 Vlamingen verklaart regelmatig draadloos te surfen.

Wanneer we ingaan op de **registraties bij verschillende types websites** en de verschillende **internettoepassingen** valt op dat *e-mail* (en dus bijgevolg ook webmail), het *zoeken van informatie*, het *volgen van actua* en *chatten* (Instant Messaging) zeer hoog scoren bij de Vlamingen. Bijna 9 op 10 van de Vlaamse internetbezitters gebruikt het internet minstens wekelijks voor e-mail en specifieke informatiezoekopdrachten.

Eén van de opmerkelijkste trends in het gebruik van computer en internet is ongetwijfeld **de opmars van de sociale netwerksites**. 8 op 10 Vlaamse internetbezitters gaven aan een geregistreerde gebruiker te zijn van een bepaalde website. Van die 80% heeft 63% een account op een sociale netwerksite.

3.6. Bezit en gebruik van Gaming in Vlaanderen

Gaming is niet meer de nichemarkt van weleer, maar heeft stilaan zijn plaats als massamedium naast de andere media verworven. Van de computerbezittende Vlamingen speelt 1 op 3 regelmatig een computerspelletje op zijn/haar computer.

Maar het epicentrum van de gamingmarkt blijft uiteraard bij de vaste en mobiele spelconsoles liggen. Ongeveer **een derde van de Vlamingen heeft thuis een spelconsole aangesloten op het televisietoestel** (Xbox 360, PS3, Wii, ...), en **meer dan 1 op 5 Vlamingen heeft een draagbare spelconsole** (PSP, Gameboy, ...).

Voor de **vaste spelconsoles** vinden we hierin een bevestiging van de recente opmars van Nintendo's Wii-console, maar blijft Sony met zijn verschillende Playstation-generaties toch nadrukkelijk aanwezig in de huiskamers. Het merendeel van diegenen die gamen via deze consoles doet dat 1 à 2 uur per dag.

Bij de **mobiele spelconsoles** zien we het triumviraat van de Gameboy, Nintendo's DS en Sony's PSP bevestigd. Inzake tijdsbesteding kan een parallel patroon worden vastgesteld als voor de vaste console

Al dan niet onverwacht blijkt dat het merendeel van de gamers niet aan het cliché van het 'mannelijke gameprofiel' voldoen. **Vrouwen hebben hier geen enkele 'achterstand' meer en houden hun mannelijke collega-gamers mooi in evenwicht.** De gamende Vlamingen hebben in hun totaliteit een duidelijk jongere leeftijd dan de gemiddelde Vlaming.

We kunnen Vlaanderen opdelen in 4 gamerprofielen:

1. de **light gamers (21.6%)** die een vaste of mobiele console in huis hebben, maar daar op dagelijkse basis niet veel tijd aan besteden. Het merendeel speelt zelfden of nooit. Een kwart van hen speelt geregeld, maar van (zeer) korte duur.
2. de **modest omni-gamers (6,9%)** die zowel op vaste als mobiele consoles spelen , maar de 'duur van spelen' op beide consoles relatief beperken. Op de mobiele console zal het dagelijkse gebruik zelden meer dan een uur bedragen. Op de vaste console varieert dat tussen 1 à 2 uur per dag.
3. de **heavy omni-gamers (2.4%)** die zich eveneens door een gecombineerd gebruik van zowel vaste als mobiele consoles laten kenmerken, maar in een sterkere mate als het vorige profiel. In vergelijking met de *modest omni-gamers* spelen ze dagelijks gemiddeld minstens een uur langer op zowel vaste als mobiele console.
4. de **convinced console gamers (4.4%)** die het resoluut bij de vaste spelconsole houden.

3.7. Overige media & ICT in Vlaanderen

Zowat elke Vlaming heeft toegang tot **muziek**consumptie en doet dat ook effectief als we de Vlaamse tijdsbesteding aan muziek bekijken. Vlaanderen laat zich op basis van deze tijdsbesteding aan muziek (aantal uur radio en/of opgenomen muziek per dag) in 3 profielen opdelen:

- de **average music user (51,4%)** is een profiel waarbinnen zowat iedereen dagelijks luistert en waarvan het merendeel ook dagelijks naar opgenomen muziek luistert. Met een gemiddelde tijdsbesteding van ca 2 uur radio per dag en zo'n uur opgenomen muziek per dag is dit het segment van de modale gematigde muziekconsument representatief voor de helft van Vlaanderen.
- de **heavy recorded music user (10,3%)** staat voor een profiel dat gemiddeld zo'n 4 uur per dag radio combineert met zo'n 5 uur per dag 'opgenomen muziek'.
- de **heavy radio users (38,3%)** daarentegen luisteren veel minder naar vooropgenomen muziek (iets minder zelfs nog dan de *average music users*), maar hebben radio quasi de dag door op staan.

Radio wordt het meest beluisterd via de autoradio, opgenomen muziek daarentegen (gedownload, gekocht, opgenomen) wordt min of meer evenredig geconsumeerd via autoradio, mp3/walkman, computer en HiFi-keten. Opvallend misschien is dat 1 op 10 Vlamingen ook het TV-toestel meerdere keren per week als afspeeltoestel gebruikt voor zijn/haar opgenomen muziek. Verder heeft **bijna 1 op 8 Vlamingen ook al ervaring met de aankoop van muziek via het internet**, en lijkt vooral iTunes daar de vruchten van te plukken.

Net als radio- en muziekconsumptie, wordt ook **de 'consumptie van nieuws' als een soort van 'common practice' beschouwd**. De **traditionele nieuwskanalen (tv, radio & krant) blijven duidelijk de meest populaire en meest gebruikte nieuwskanalen**. In volgorde van populariteit hebben we:

- het *nationale tv-nieuws* (VRT, VTM, ...) dat door bijna 7 op 10 Vlamingen dagelijks bekeken wordt, en waarvoor slechts 1 op 10 Vlamingen te kennen geeft dat nooit te doen.

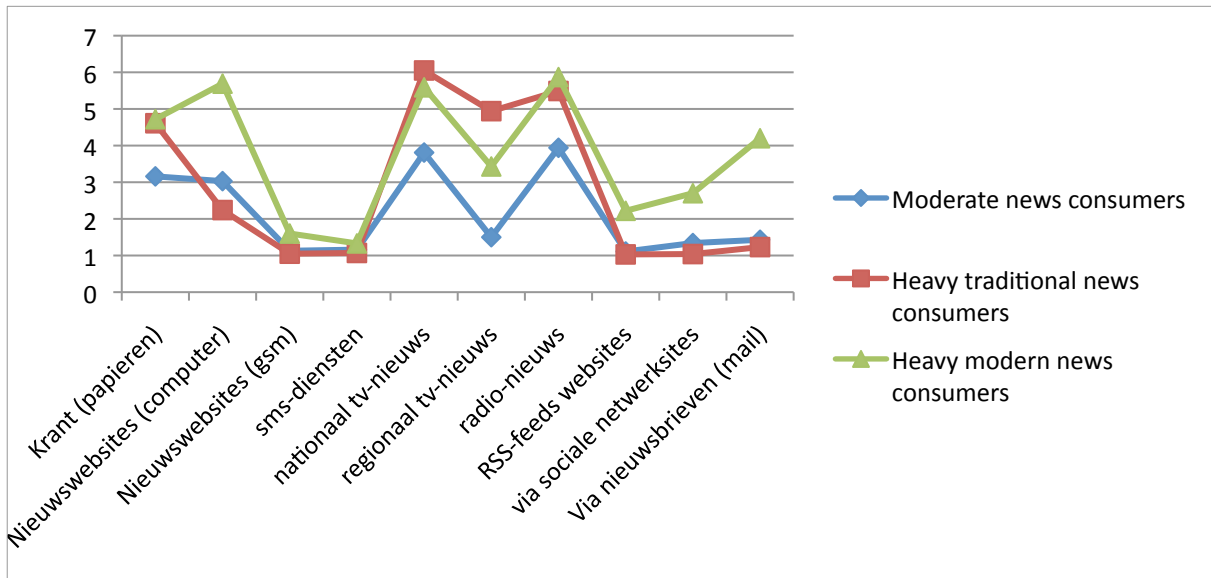
- het *radionieuws* dat een gelijkaardig dagelijks bereik kent met bijna 7 op 10 Vlamingen dat dagelijks naar het radionieuws luistert.

- de *papieren krant* die dagelijks door meer dan 4 op 10 Vlamingen gelezen wordt (7 op 10 als we dat op een wekelijkse frequentie bekijken), en nooit gelezen wordt door 20% van de Vlamingen.

En met een 'marktaandeel' van zo'n 25% dagelijkse kijkers heeft ook het regionale tv-nieuws duidelijk zijn publiek.

De **klassieke nieuwskanalen blijven met andere woorden duidelijk standhouden in digitale tijden, maar we kunnen er niet om heen dat ze het gezelschap krijgen van nieuwere technologieën voor nieuwsconsumptie**. **Meer dan 1 op 3 Vlamingen raadpleegt dagelijks een nieuwswebsite via zijn/haar computer** (bv. *deredactie.be*, *standaard.be*, ...) om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws. Als we dat op wekelijks niveau bekijken is dat zelfs al 1 op 2 van de Vlamingen.

Onderstaande tabel geeft een mooi overzichtje van de kanalen die de Vlaming gebruikt voor zijn/haar nieuwsconsumptie.



1: nooit – 2: minder dan 1x/maand - 3: ongeveer 1x/maand – 4: ongeveer 1x/week –
5: meerdere keren per week – 6: dagelijks – 7: meermaals per dag

- **de Moderate news consumers (30,9%)** hebben een duidelijk vrouwelijker en jonger profiel dan de rest van Vlaanderen.
- **de Heavy traditional news consumers (40,0%)** zijn het oudste van de drie profielen, waarbij het enigszins logisch is dat de nieuwsconsumptie hier hoofdzakelijk via de traditionele tv-, kranten- en radiokanalen gebeurt.
- **de Heavy modern news consumers (29,1%)** hebben een duidelijk mannelijker en jonger profiel dan de rest van Vlaanderen.

3.8. Conclusie en algemene Digimeter-profielen

Voor deze **digimeter** baseerden we ons op een representatief Vlaamse steekproef van 1260 CAPI-interviews om een beter inzicht te verwerven in het **bezit en gebruik van mediatechnologieën of media & ICT in Vlaanderen**.

In hoofdstuk 3.1. startten we met een overzicht van het bezit of de penetratie van meer dan 30 technologieën in Vlaanderen, om in de 6 daaropvolgende hoofdstukken dieper in te gaan op specifieke technologiedomeinen als (digitale) televisie (3.2.), telefonie (3.3), computer (3.4.), internet (3.5.), gaming (3.6) en muziek- en nieuwsconsumptie (3.7).

Binnen elk van die technologiedomeinen werd op basis van gebruik en tijdsbesteding telkens een segmentatie van de bezitters van die technologieën gemaakt. Elk van deze segmenten werd uitgebreid geprofileerd en tegen het 'Vlaamse gemiddelde' uitgezet.

Op die manier werd op verschillende vlakken en dimensies een waardevol dieper inzicht verworven in het bezit en gebruik van media & ICT in Vlaanderen.

Totnogtoe bleven die inzichten en segmentaties echter strak afgelijnd en beperkt binnen specifieke technologiedomeinen.

Bij wijze van algemene conclusie van deze **digimeter** proberen we in dit laatste hoofdstuk alles nog eens samen te vatten in een **overkoepelende segmentatie van alle Vlamingen op basis van hun gecombineerde tijdsbesteding aan tv, mobiele telefonie, computer, internet, gaming, muziek en nieuwsconsumptie**.

Vertrekkende van een set gestandaardiseerde bestedingsvariabelen (*tijd besteed aan tv op een weekdag, tijd besteed aan tv op een weekenddag, het aantal sms'jes per dag, het aantal gsm-gesprekken per dag, tijd besteed aan vaste en mobiele spelconsoles op week- en weekenddagen, de tijd besteed aan computer en internet (week- en weekenddagen), tijd besteed aan muziek luisteren via radio, tijd besteed aan muziek via opgenomen muziek*) werd op basis van clusteranalyse een **5-tal digiprofielen** ontdekt:

1. **de onliner (23,3%) die steeds in verbinding staat met zijn computer, zijn mobiel en het internet.**

Hij kijkt iets minder tv per dag (2uur) als de gemiddelde Vlaming en is zeker niet dé zwaarste gsm-gebruiker. Hij verstuurt meer sms'jes en voert minder gesprekken. Gamen doet hij zelden of nooit en in vergelijking met de rest van Vlaanderen luister hij ook minder naar de radio. Daar staat tegenover dat hij iets meer gebruik maakt van zijn eigen muziekcollectie. Het grote verschil met de rest situeert zich echter in zijn computer- en internetgebruik. Gemiddeld zit hij meer dan 4 uur achter zijn computerscherm en evenveel tijd daarvan zit hij op het internet. Hierdoor is hij ook veruit het meest verslingerd aan nieuwsconsumptie via het internet.

2. de (mobiele) pretzoeker (13,4%) die zijn media en ICT vooral gebruikt om te ontspannen.

Hij is de gemiddelde tv-Vlaming die zijn gsm heel regelmatig gebruikt. Hij belt meer en stuurt minder sms'jes. In vergelijking met de rest van Vlaanderen behoort hij tot de meest verstokte (mobiele) gamers. Hij gebruikt zijn computer dagelijks ca. 3 uur, maar gebruikt hem minder voor internettoepassingen. Ten opzichte van de gemiddelde Vlaming gebruikt hij wel nog steeds meer computer & internet. Zijn muziekconsumptie tenslotte is dat van de gemiddelde Vlaming.

3. de digitale omnivoer (5,8%) die de kroon spant met zijn bezit en gebruik van media & ICT

Hij is veruit de zwaarste gsm-gebruiker van alle Vlamingen en ook wat betreft tv-kijken scheert hij hoge toppen (+/- 4 uur/dag). Hij behoort ook tot de hevigste gamers, zeker wat de vaste spelconsoles betreft. Met gemiddeld 3 uur internet per dag kenmerkt hij zich ook als een zware internetgebruiker. Zijn eigen muziekcollectie wordt veelvuldig gebruikt per dag, enkel wat het luisteren naar de radio betreft zit hij op één lijn met de gemiddelde Vlaming. Evenals wat zijn nieuwsconsumptie betreft overigens.

4. de traditionele mediagebruiker (27,7%) die zweert bij zijn vertrouwde media(technologie)

Ondanks de veelheid aan mediatechnologieën blijft de traditionele mediagebruiker hardnekkig vasthouden aan de traditionele media: klassieke tv, radio, en ook de papieren krant als het op nieuwsconsumptie aankomt. Hij is veruit de zwaarste tv-kijker, maar langs de andere kant ook de Vlaming die zijn gsm het minst gebruikt. Gaming kent hij niet en ook computer blijft voor hem een relatief vreemd fenomeen. Hij hoort bij de minst ervaren computergebruikers en internet is al helemaal niet zijn ding. Langs de andere kant is hij wel weer de Vlaming die het meest naar de radio luistert, maar zelden naar zijn eigen muziekcollectie.

5. de mediafoob (29,8%) die zich verzet tegen de nieuwe media(technologieën) en ICT

Zijn mediaconsumptie blijft tot een minimum beperkt en in die beperkte mediaconsumptie gaat hij zich zeker niet op de nieuwe digitale technologieën beroepen. Hij staat niet alleen relatief afkerig ten opzichte van de nieuwe digitale technologie, maar ook ten opzichte van mediaconsumptie in het algemeen. Hij kijkt het minst tv van alle Vlamingen en is een lichte gsm-gebruiker. Hij is een weinig ervaren computer- en internetgebruiker voor wie gaming een onbekende wereld is. Radio blijft wel een wezenlijk deel van hun leven uitmaken, maar ze spenderen er maximaal 2 uur per dag aan. Ook zijn eigen muziekcollectie wordt maar matig aangesproken.

We hopen van harte dat u met bovenstaande samenvatting een goed idee kreeg van wat de **digimeter** inhoudt en tot welke resultaten hij kan leiden.

We wensen via deze weg onze oprechte dank uit te spreken aan alle 1260 respondenten die het mogelijk maakten om tot deze resultaten te komen.

Moest u nog verdere vragen, ideeën en/of opmerkingen hebben in verband met ...

- dit rapport of de **digimeter** in het algemeen
- het meer uitgebreide rapport
- diepgaander onderzoek op basis van de verzamelde data
- rekrutering van specifieke profielen

... dan kan u steeds terecht bij ons panelmanagement:

Koen Vervoort

Panelmanager

panel@ibbt.be

011/26.84.69

Vergeet ook zeker niet eens een kijkje te nemen op onze website :

www.digimeter.be

Voor alle andere vragen in verband met tot iLab.o kan u zich steeds richten tot onze projectverantwoordelijke Lieven De Marez via **lieven.demarez@ugent.be**

