

---

## Trends in Digitale Media (Rapportage nieuwsmedia)

Onderzoek van GfK in  
samenwerking NDP  
Nieuwsmedia en andere  
media-organisaties

December 2022  
*Media Measurement*



## Digitalisering voorziet in keuzevrijheid, meer vertrouwen in veiligheid van data

### Digitalisering voorziet in keuzevrijheid

Het lijkt steeds belangrijker om zelf te kunnen kiezen wat er wanneer wordt geconsumeerd. Zowel uitgesteld tv kijken, streaming en vooruitkijken zijn gestegen ten opzichte van 2021, waar live tv kijken juist een lichte daling laat zien. Ook muziek streamen laat nog steeds een licht stijgende trend zien. **Voor het volgen van nieuws houdt men wel vast aan de traditionele media. Televisie, papieren dagbladen en radio worden gemiddeld het langst per week gebruikt om nieuws te volgen.**

Hoewel Nederlanders zich meer dan in 2021 zorgen maken over de negatieve gevolgen van schermtijd, laat de gemiddelde gebruiksduur voor veel online platformen een stijging zien. **Belangrijkste redenen voor mediagebruik zijn dat media je op de hoogte houden van actualiteiten en dat je in contact bent met mensen die je belangrijk vindt, gevolgd door vermaak en ontspanning.**

### Meer vertrouwen in veiligheid van data/persoonsgegevens

**Na een lichte daling in 2021 lijkt de Nederlandse bevolking in 2022 weer meer vertrouwen te hebben in de aanbieders en content van online media.** Het vertrouwen in de veiligheid van data/persoonsgegevens op websites en in apps is voor alle voorgelegde type bedrijven toegenomen ten opzichte van 2021. Magazines, zoekmachines en online streamingdiensten zijn allemaal van gemiddeld een onvoldoende (<5,5) naar een voldoende gegaan. Ook sociale media laten hierin een duidelijke stijging zien.

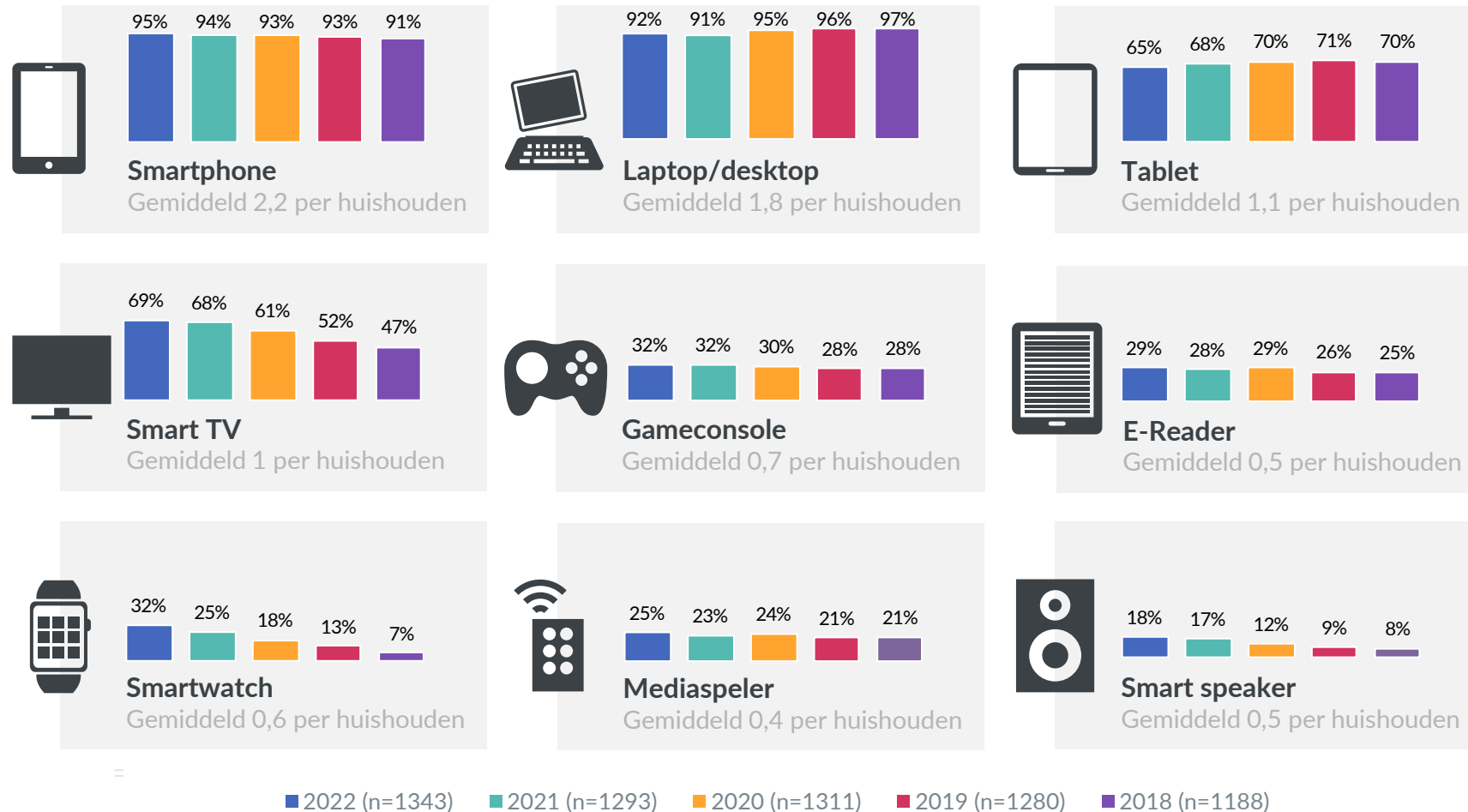
01

# Bezit apparaten

# Bezit apparaten



## Lichte daling in tablet bezit, stijgende trend voor smartwatches



Het bezit van smartphones, e-readers en mediaspelers is al een aantal jaren stabiel. Het bezit van laptop/desktops stabiliseert nu ook na jaren van lichte daling. Het bezit van Smart TV's, game consoles en smart speakers stabiliseert juist na een stijgende trend.

Het bezit van tablets neemt af.

Het bezit van smartwatches neemt nog steeds toe. Inmiddels bezit bijna een derde van de populatie een smartwatch.

02

## Mediagebruik in het algemeen

# Highlights

## Mediagebruik in het algemeen



De smartphone wordt in 2022 minder gebruikt voor **nieuws volgen** en voor chatten en sms-en is een licht dalende trend zichtbaar. Het luisteren naar podcast stijgt licht gedurende de jaren, evenals het kijken naar films en series en boeken lezen/luisteren.

Mannen gebruiken de smartphone meer voor sms-en, **nieuws volgen** en als bediening voor andere apparaten in huis. Vrouwen gebruiken het vaker voor (video)bellen, chatten, social media, boeken, podcasts, films en series, online aankopen, eten bestellen, spelletjes en als mobiele toegangskaart/betaling.

18-34-jarigen maken het meest intensief gebruik van de smartphone, gevolgd door 35-49. 13-17-jarige gebruiken de smartphone meer voor het kijken naar films en series en videofilmjes en voor spelletjes, en juist minder dan 18-plussers voor het **nieuws volgen** en bankieren.

Ouderen (65+) en laag opgeleiden maken het minst intensief gebruik van alle functionaliteiten op de smartphone. Bij de tablet zien we juist dat 65-plussers het meest intensief gebruik maken van de functionaliteiten.

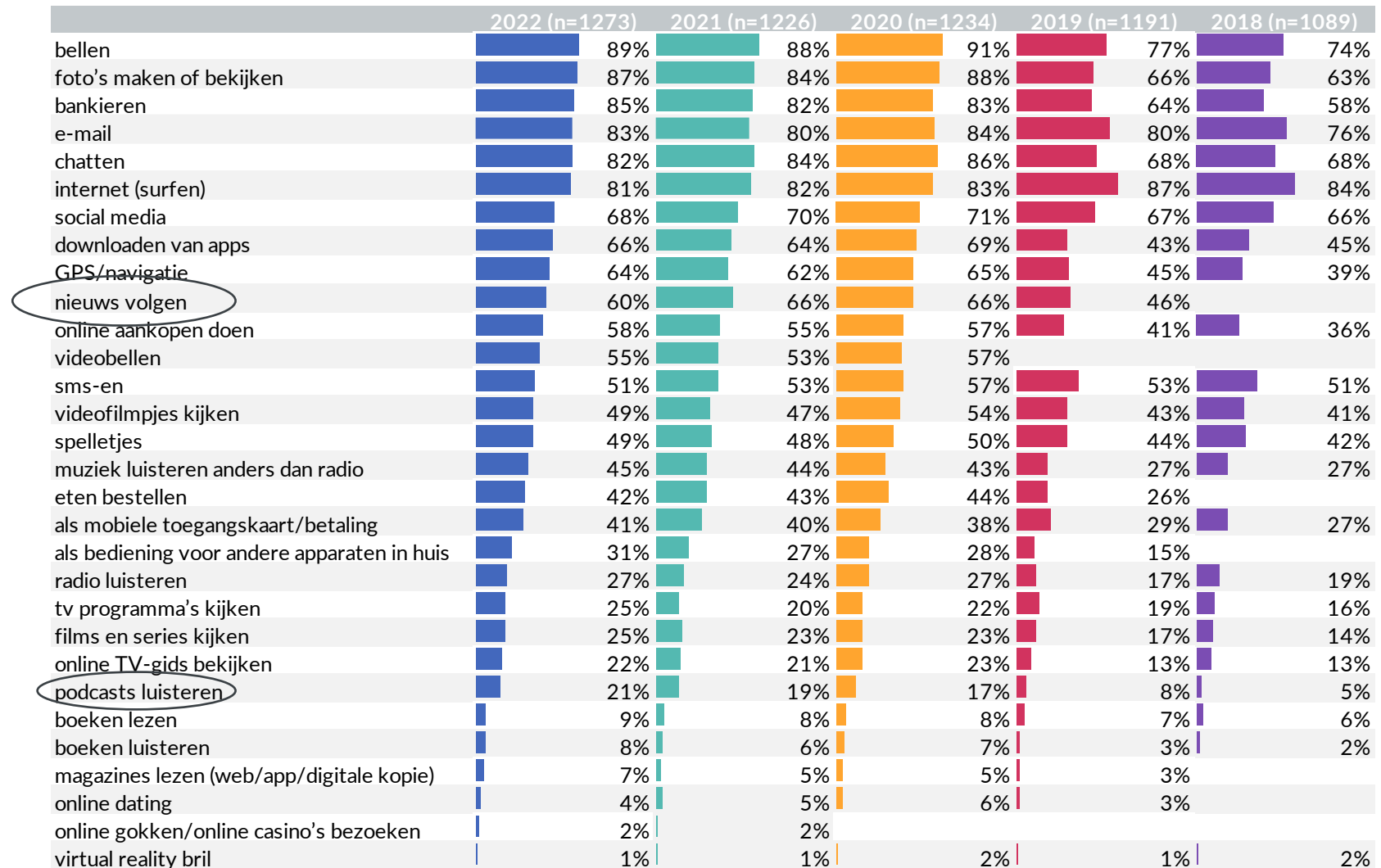
Op de tablet gebruiken mannen meer functionaliteiten. Mannen gebruiken het vaker voor luisteren (radio of andere muziek), tv-gids, GPS/navigatie, bankieren, **nieuws volgen**, magazines lezen en als bediening voor apparaten in huis. Vrouwen gebruiken de tablet vaker voor films en series en spelletjes.

Belangrijkste redenen voor mediagebruik zijn dat media je **op de hoogte houden van actualiteiten** en dat je in contact bent met mensen die je belangrijk vindt, gevolgd door vermaak en ontspanning.

# Mediagebruik in het algemeen



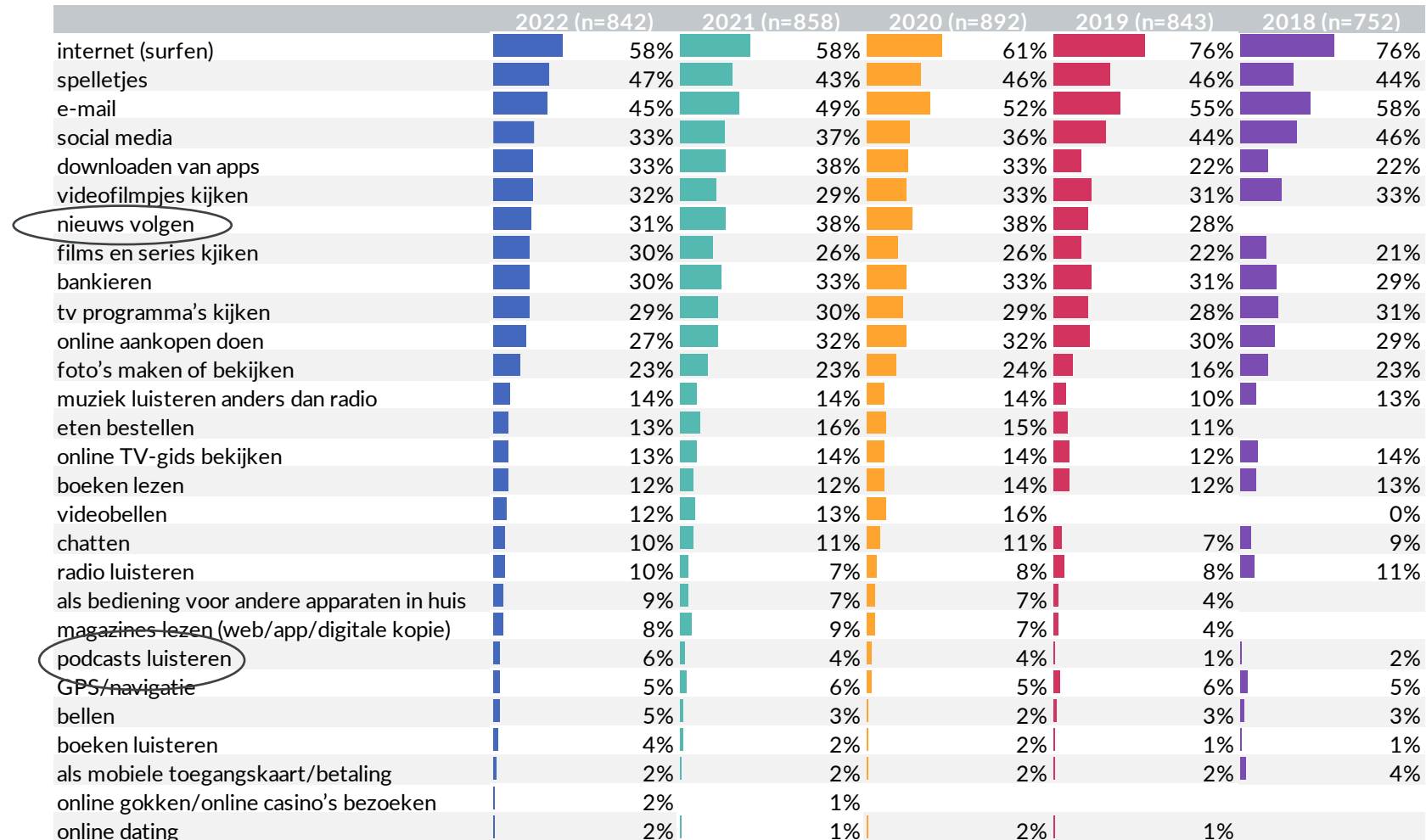
Smartphone in 2022 minder gebruikt voor nieuws volgen, dalende trend voor chatten en sms-en



# Mediagebruik in het algemeen



## Tablet minder gebruikt voor e-mail, social media en volgen van nieuws

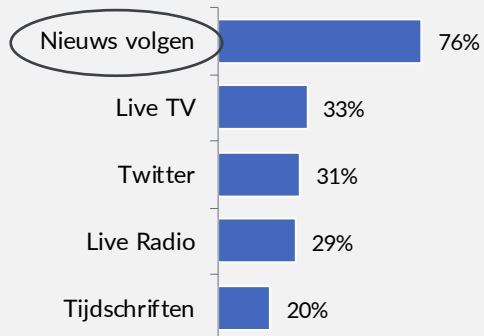




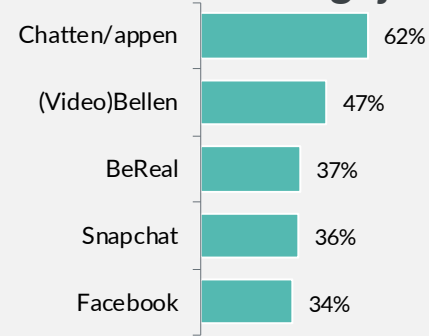
# Top 5 media bij belangrijkste reden mediagebruik

De belangrijkste redenen voor mediagebruik zijn:  
actualiteiten, speciale interesses, sociale contacten, vermaak en ontspanning.

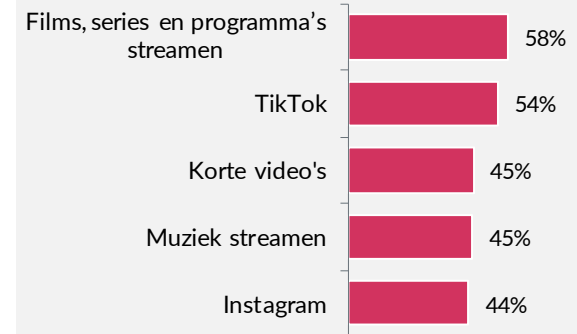
## Houdt mij op de hoogte van actualiteiten



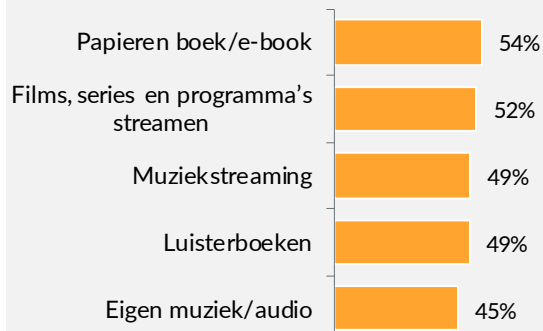
## Houdt mij in contact met mensen die ik belangrijk vind



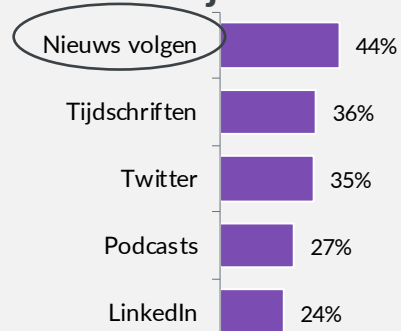
## Vermaakt mij



## Helpt mij ontspannen



## Informeert mij over onderwerpen die mij interesseren



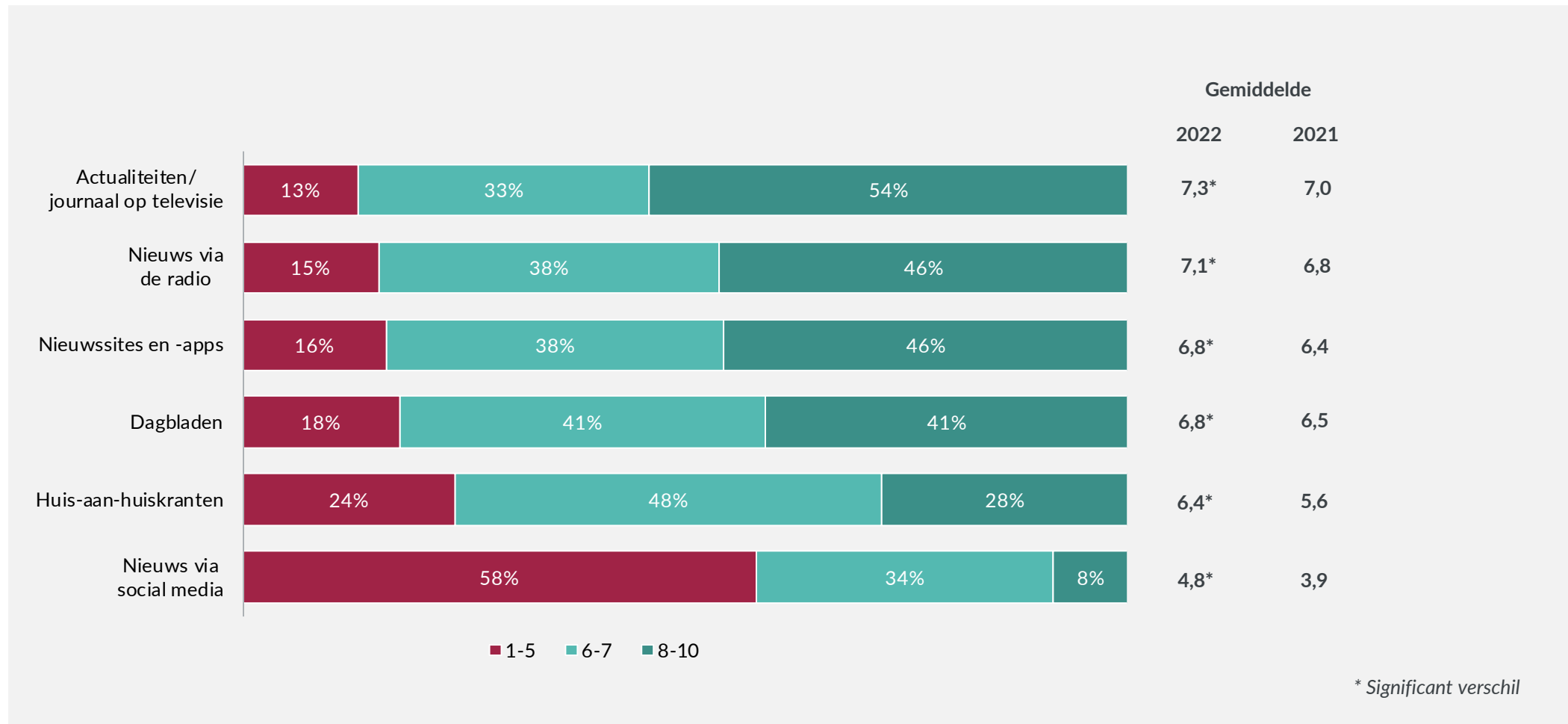
03

## Mate van vertrouwen en veiligheid

# Vertrouwen in nieuwsmedia

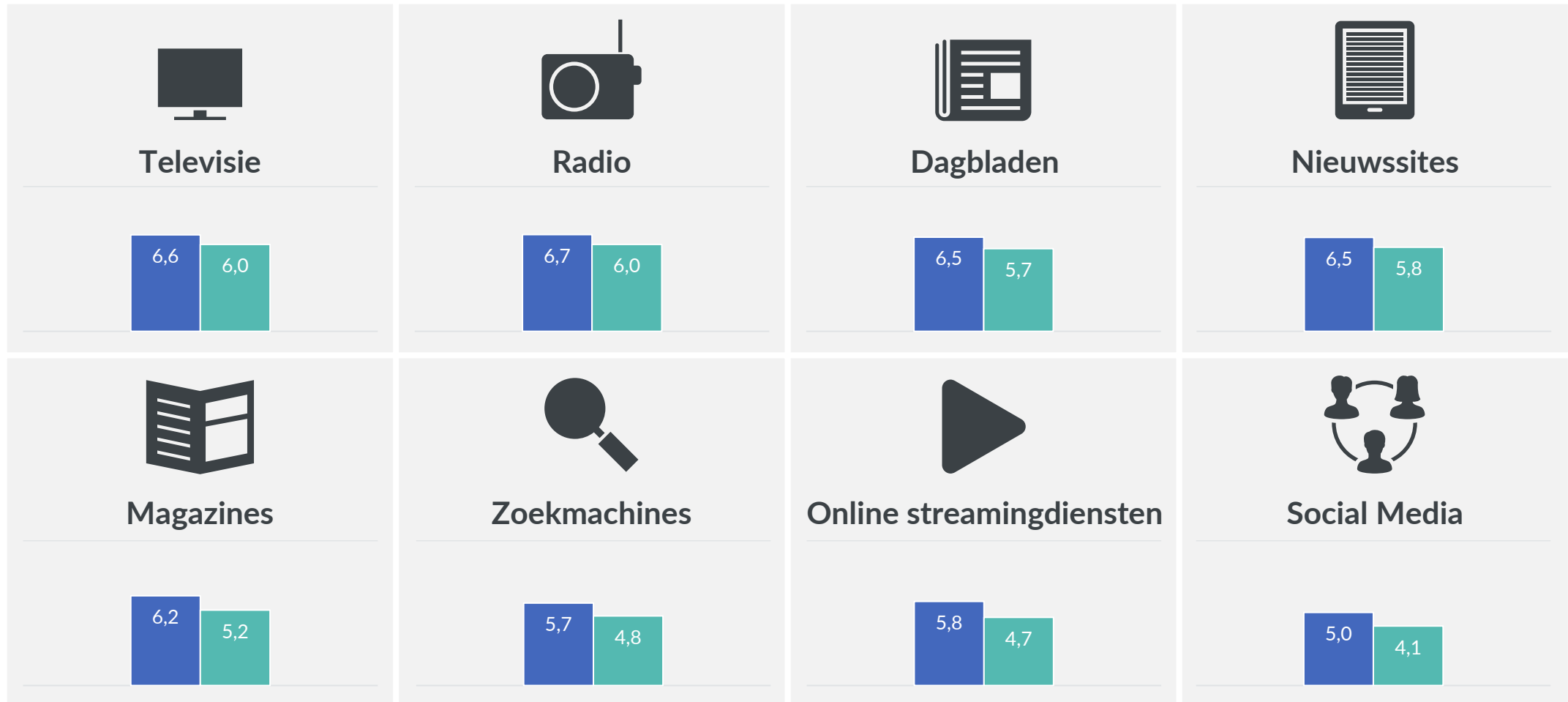


Voor alle nieuwsmedia een toename in vertrouwen nieuwsberichten, grootste stijging bij huis-aan-huis en social media. Actualiteiten/journaal op TV blijft meest vertrouwd



# Vertrouwen veiligheid data/persoonsgegevens

Meeste vertrouwen rond persoonsgegevens bij traditionele media en nieuwssites.  
Toename in vertrouwen bij alle type bedrijven.



H5: In welke mate heeft u vertrouwen in de veiligheid van uw data/persoonsgegevens op websites en in apps van onderstaande bedrijven?  
(schaal 1-10, waarbij 10 een zeer hoge mate van vertrouwen is en 1 een zeer lage mate van vertrouwen)

■ Gemiddeld vertrouwen 2022 ■ Gemiddeld vertrouwen 2021

Basis: alle respondenten 2022 (n=1343) 2021 (n=1293)

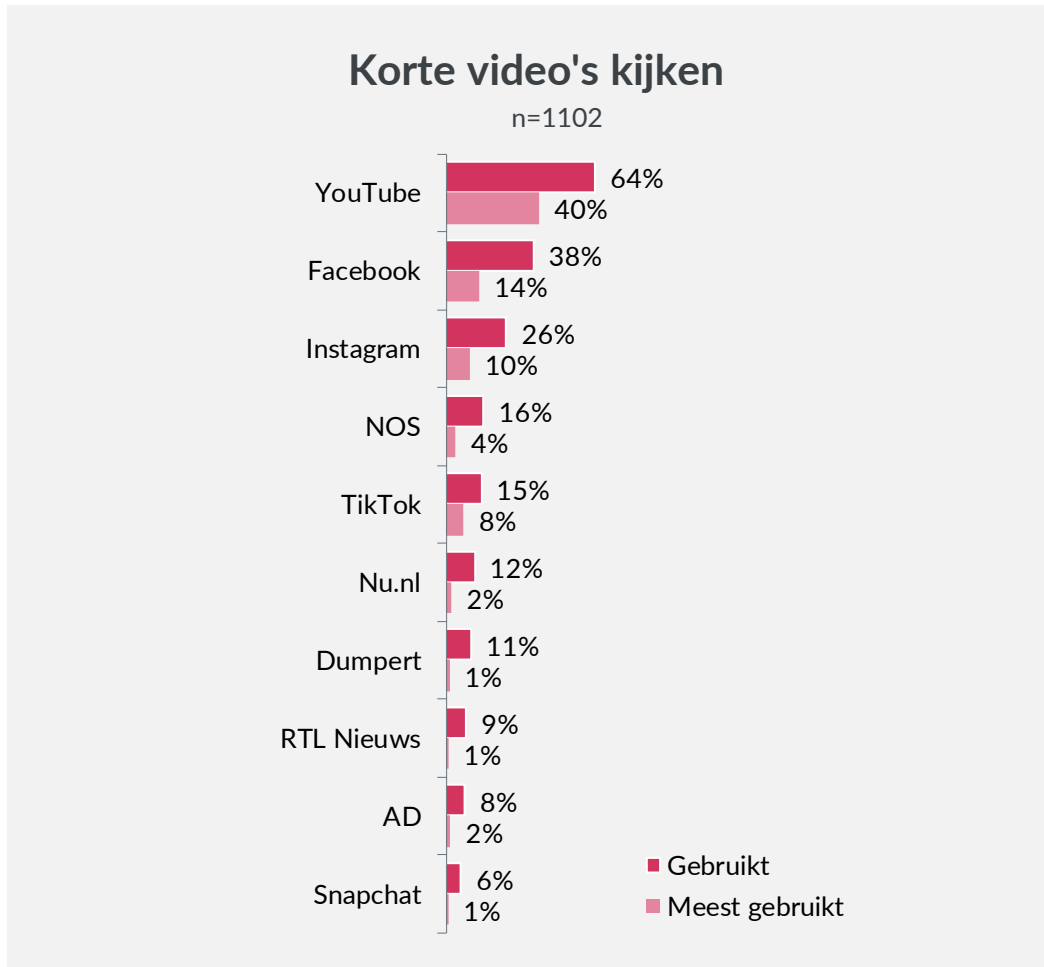
A large, solid blue trapezoidal shape on the left side of the slide, with its top edge horizontal and its right edge slanted inward towards the bottom.

# Kijken

# Gebruik kijkplatformen



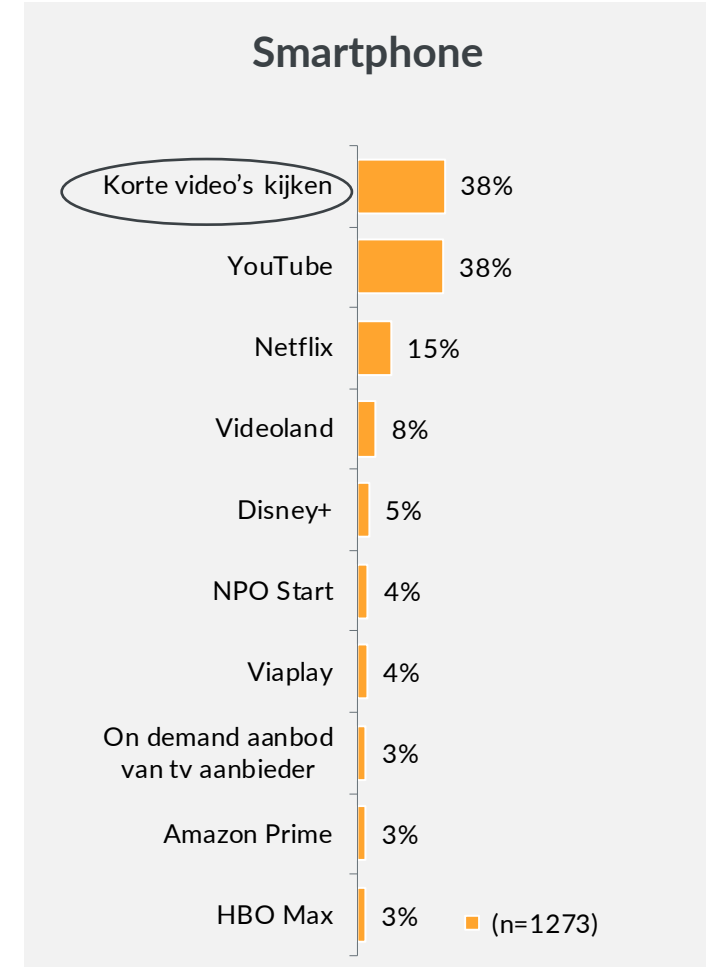
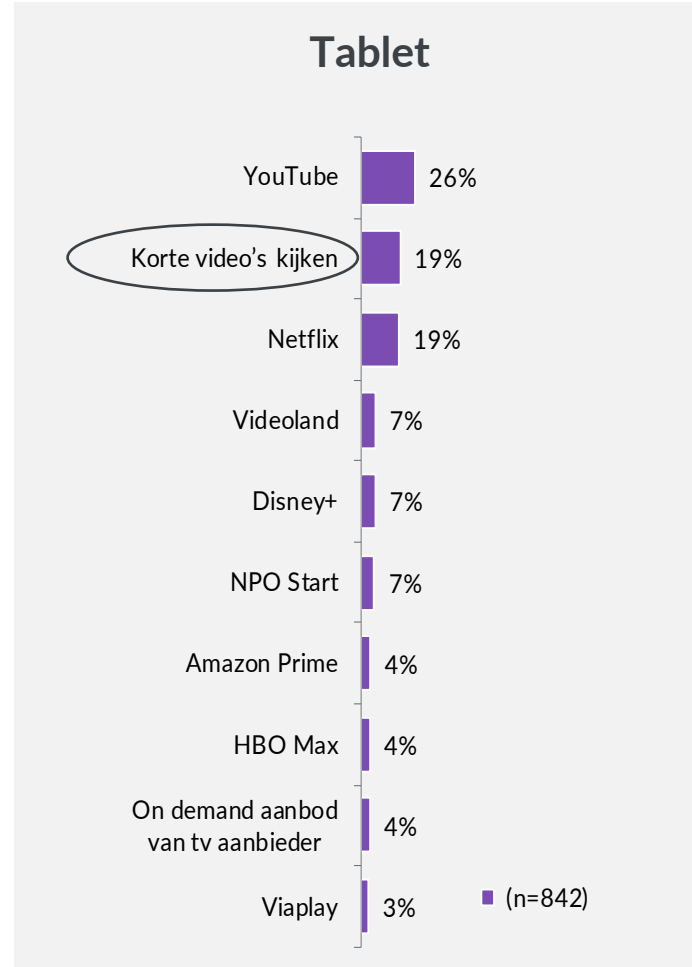
## Top 10 gebruik platformen



# Gebruik apparaten



## Top 10 kijkplatformen per apparaat



A large orange trapezoidal shape on the left side of the slide, pointing towards the right.

# Nieuws volgen



# Highlights

## Nieuws volgen



De meest gebruikte vorm om nieuws te volgen blijven nieuwssites/nieuwsapps: 84% maakt daar gebruik van. Mannen gebruiken dit vaker bijna dagelijks en ook onder hoog opgeleiden doet 53% dit vrijwel dagelijks. Van de 13-17 jarigen gebruikt 37% nooit nieuwssites/nieuwsapps.

Het papieren dagblad wordt door 55% van de Nederlanders gebruikt, 20% doet dat bijna dagelijks. Onder 65-plussers leest iets minder dan de helft bijna dagelijks de papieren krant. Van alle Nederlanders gebruikt 47% wel eens de digitale kopie, ook dit zijn vaker 65-plussers.

Het combi abonnement (papier en digitaal) komt het meest voor.

AD is als dagblad (papier of digitale kopie) het meest gebruikte nieuwsmerk, gevolgd door overige (regionale) nieuwsmerken en De Telegraaf. Bij de nieuwssites/apps wordt NU.nl het meest gebruikt, daarna volgen AD en NOS.

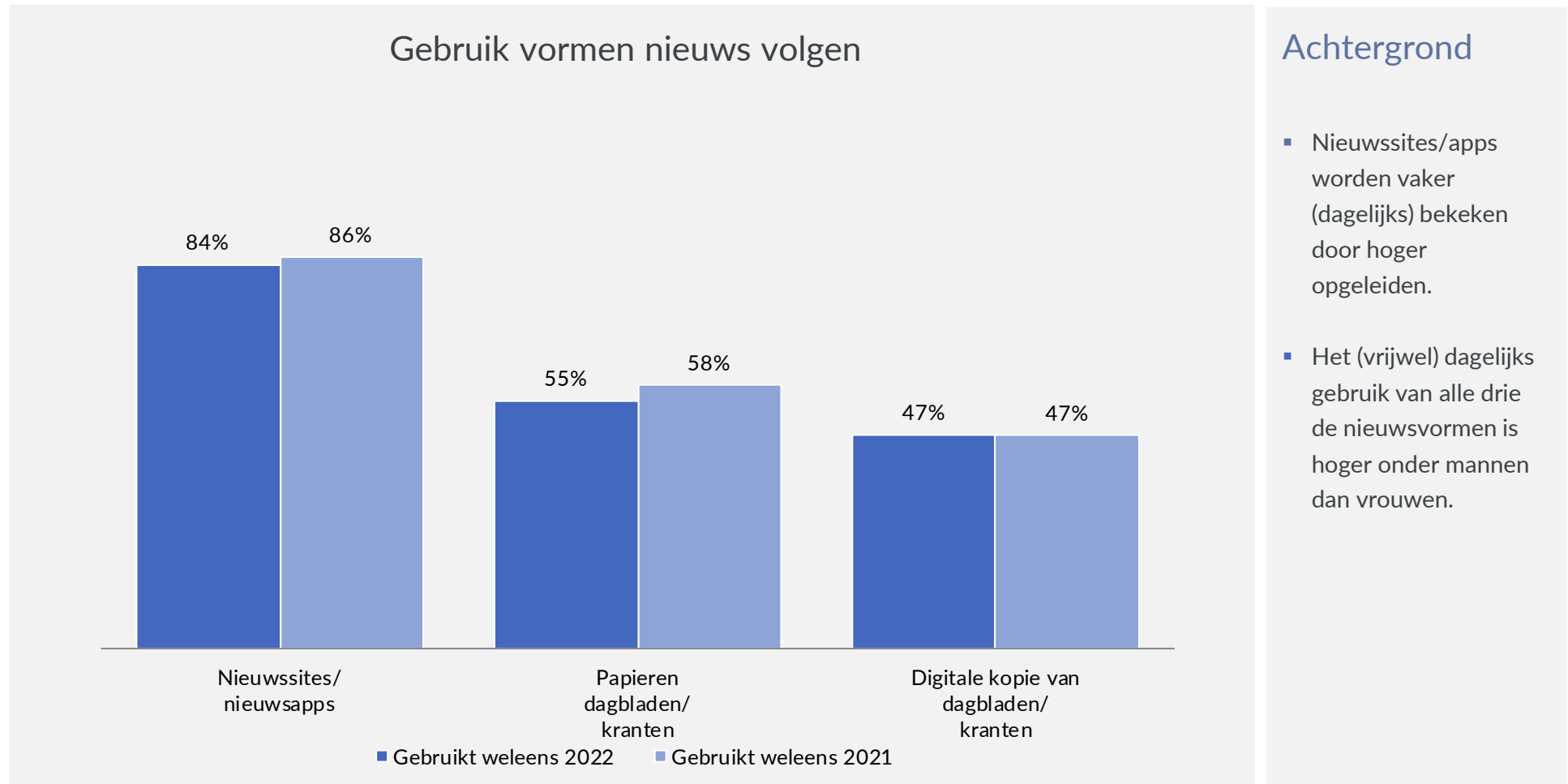
Voor het volgen van nieuws wordt de meeste tijd besteed aan nieuws op TV en dagbladen op papier.

Nieuws wordt de hele dag door gevolgd, waarbij de verschillende manieren elkaar afwisselen. TV heeft een piek in de avond. In de ochtend is radio populair op doordeweekse dagen en in het weekend is dat de papieren krant. Nieuwsites/apps worden gedurende de hele dag gevolgd.

# Gebruik vormen nieuws volgen

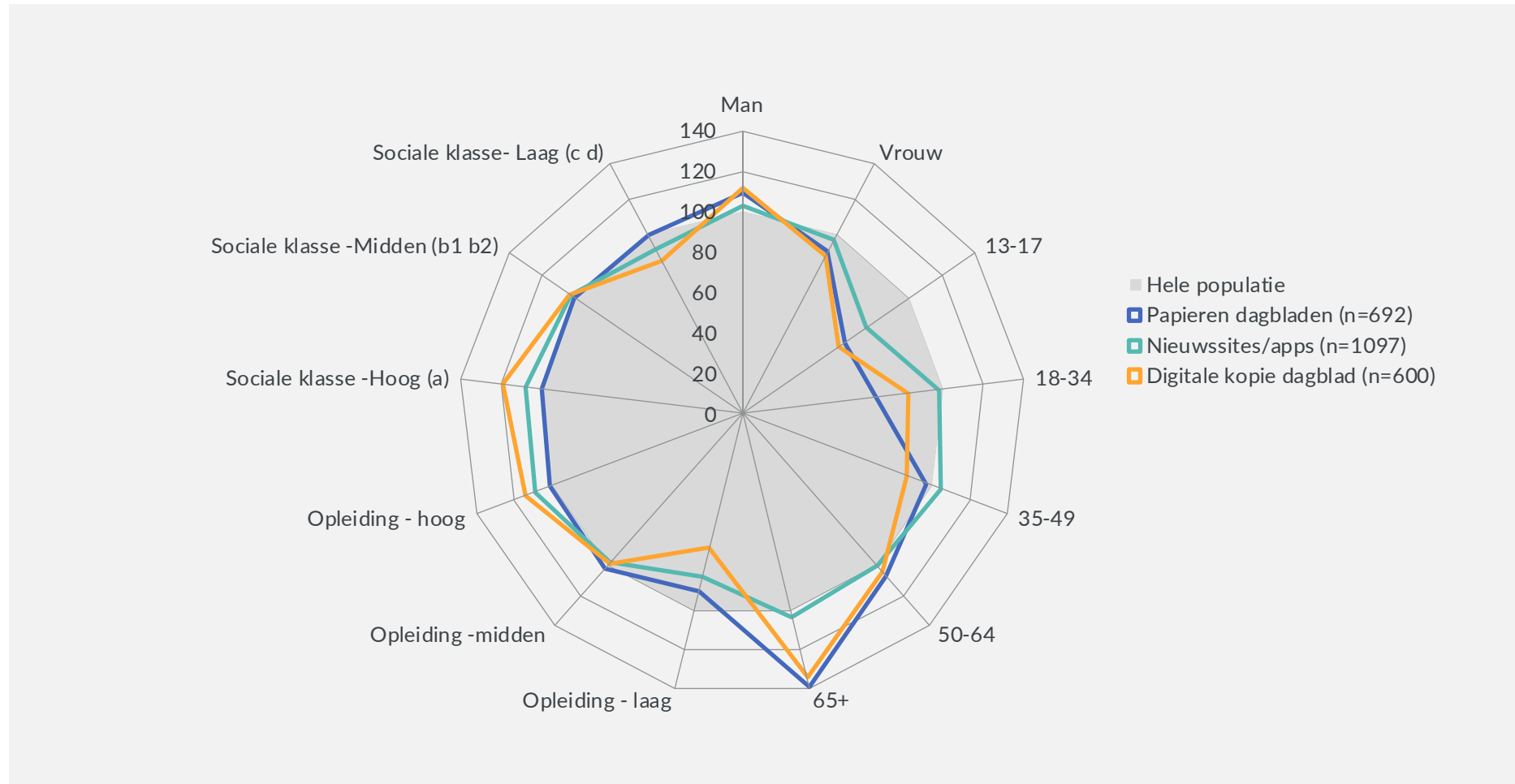
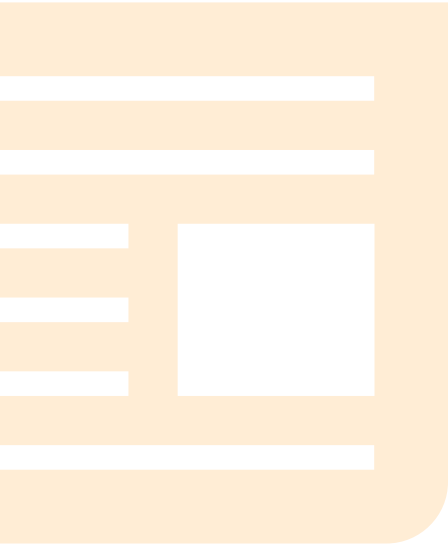


Veel nieuwsconsumptie vindt plaats via digitale kanalen



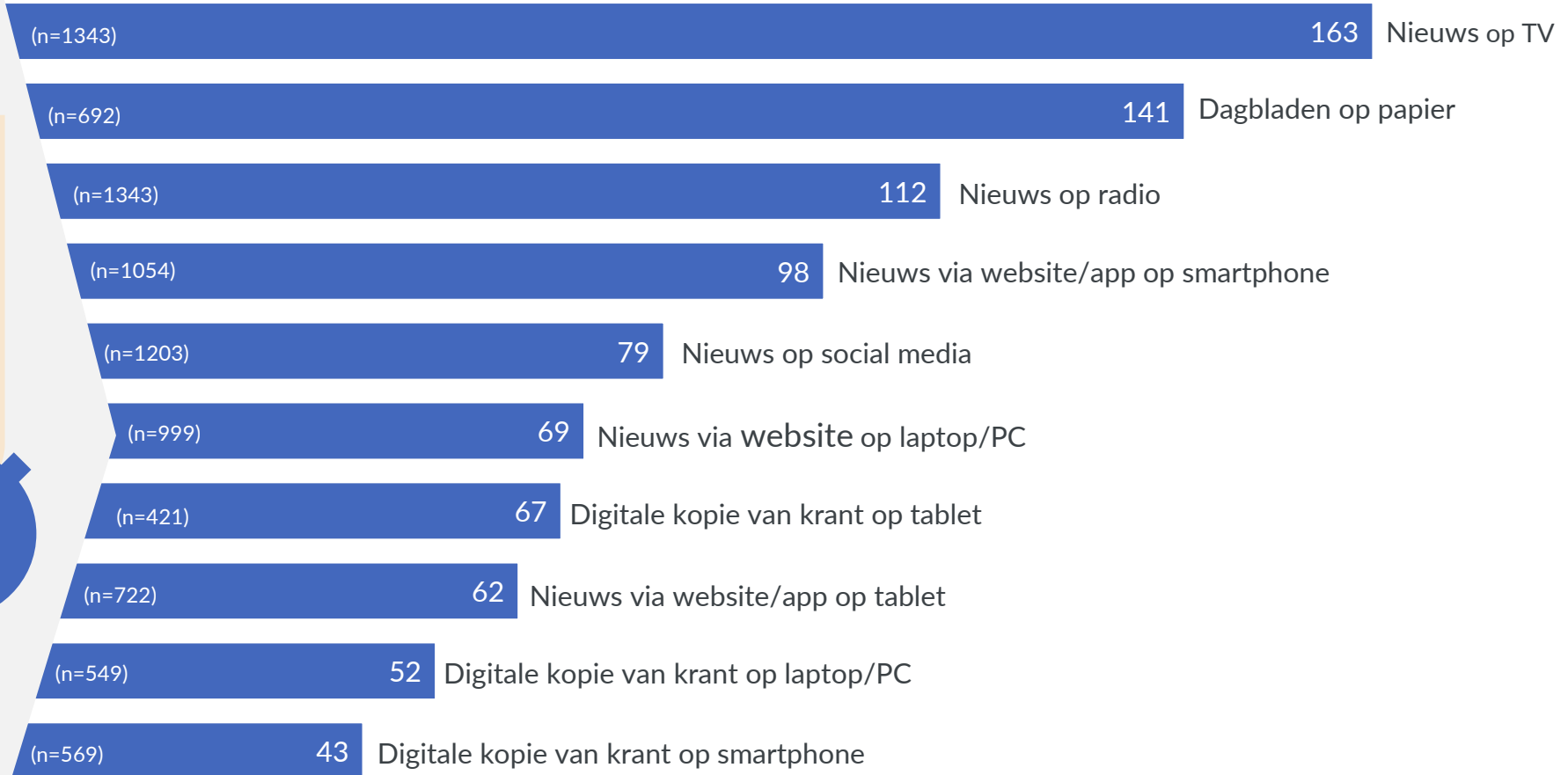
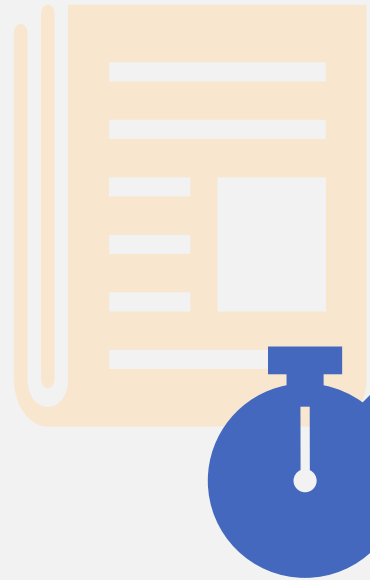
# Profiel

## Nieuws volgen



## Gebruiksduur nieuwsplatformen (in minuten per week)

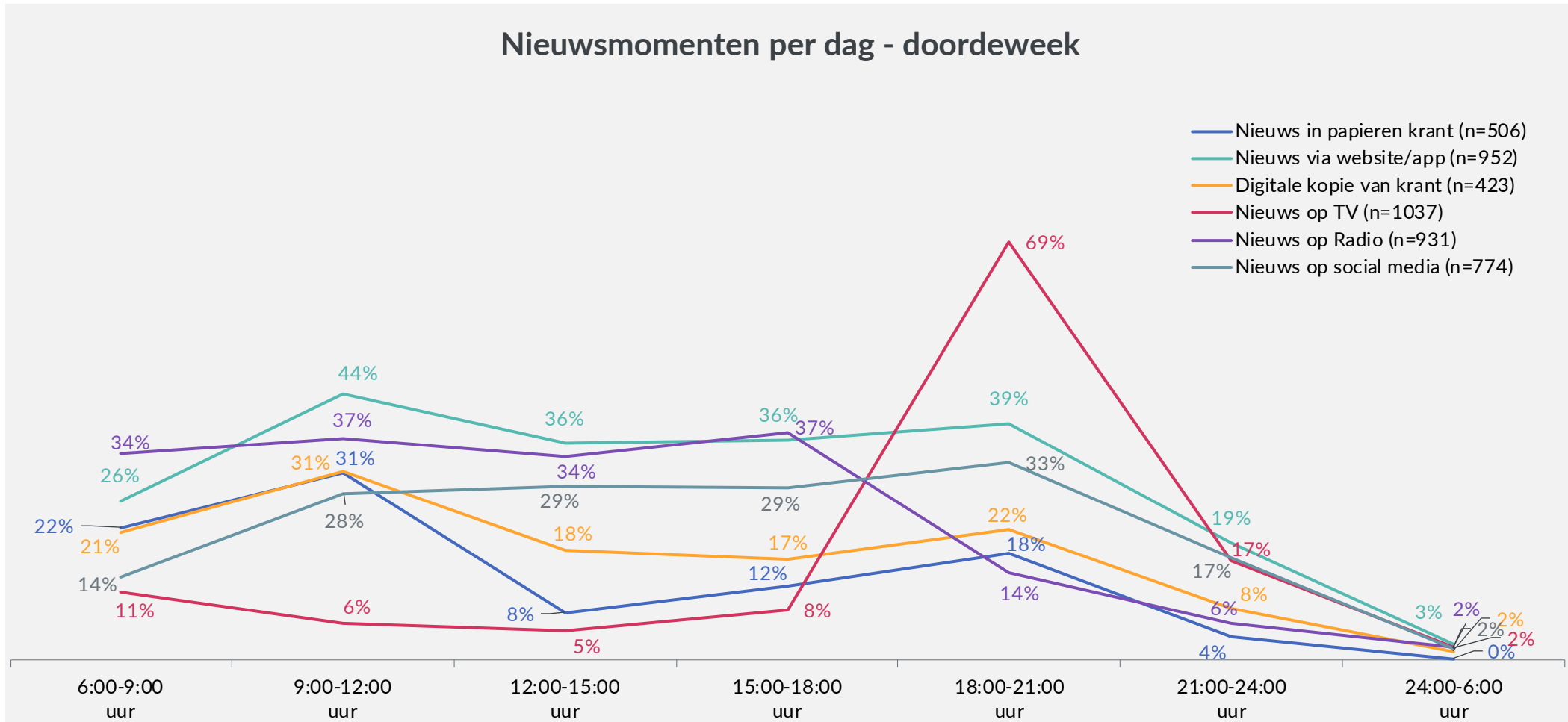
Kunt u van onderstaande vormen aangeven hoeveel tijd u hier in **minuten per week** gebruik van maakt om **nieuws te volgen**?



# Gebruiksmomenten nieuws volgen



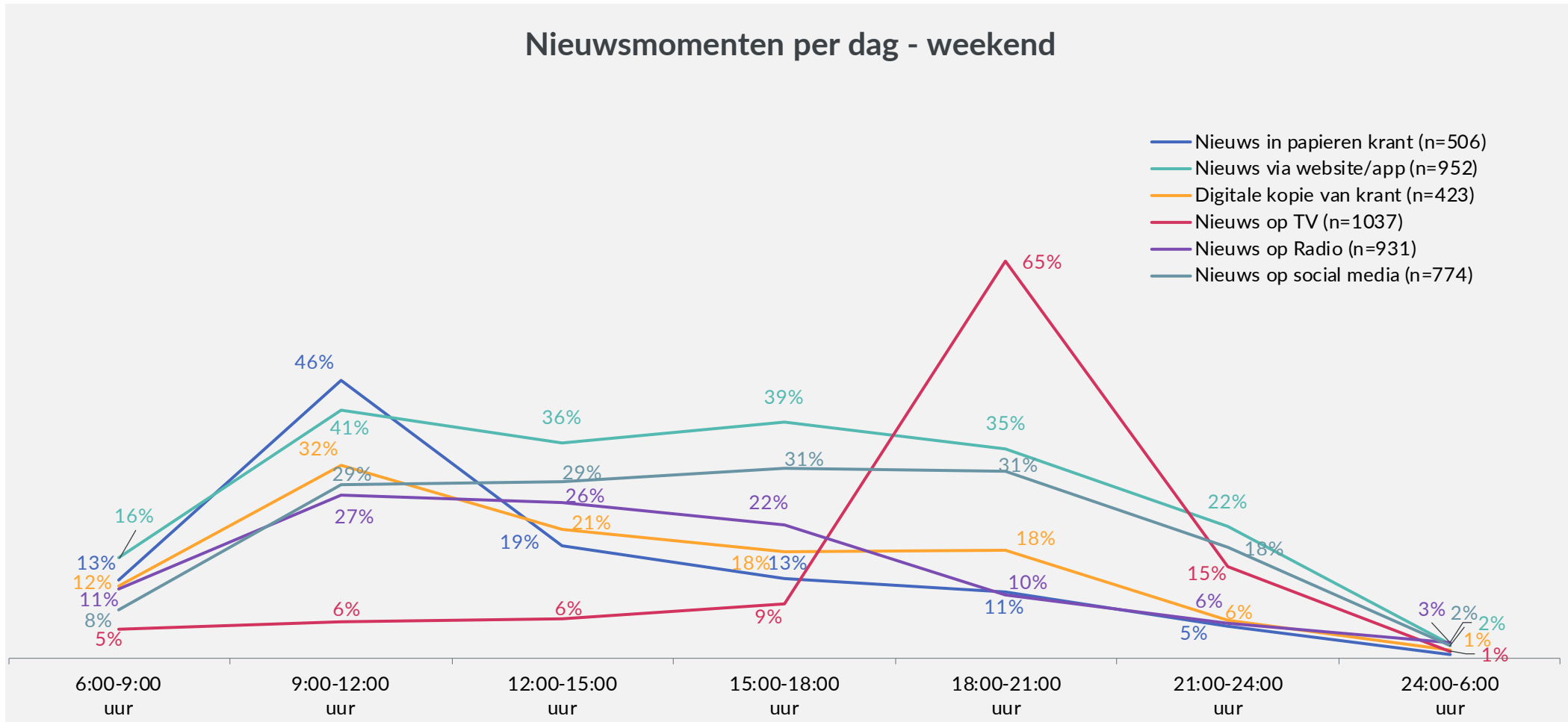
Nieuws op radio meest gebruikt in vroege in ochtend, nieuwssites gedurende de hele dag en nieuws op TV piekt in vroege avond



# Gebruiksmomenten nieuws volgen



Nieuws op TV piekt in de vroege avond, papieren/digitale kranten in de ochtend, en overig manieren meer verspreid gedurende de dag



A large, solid blue trapezoidal shape on the left side of the slide, with its top edge horizontal and its right edge slanted inward towards the bottom.

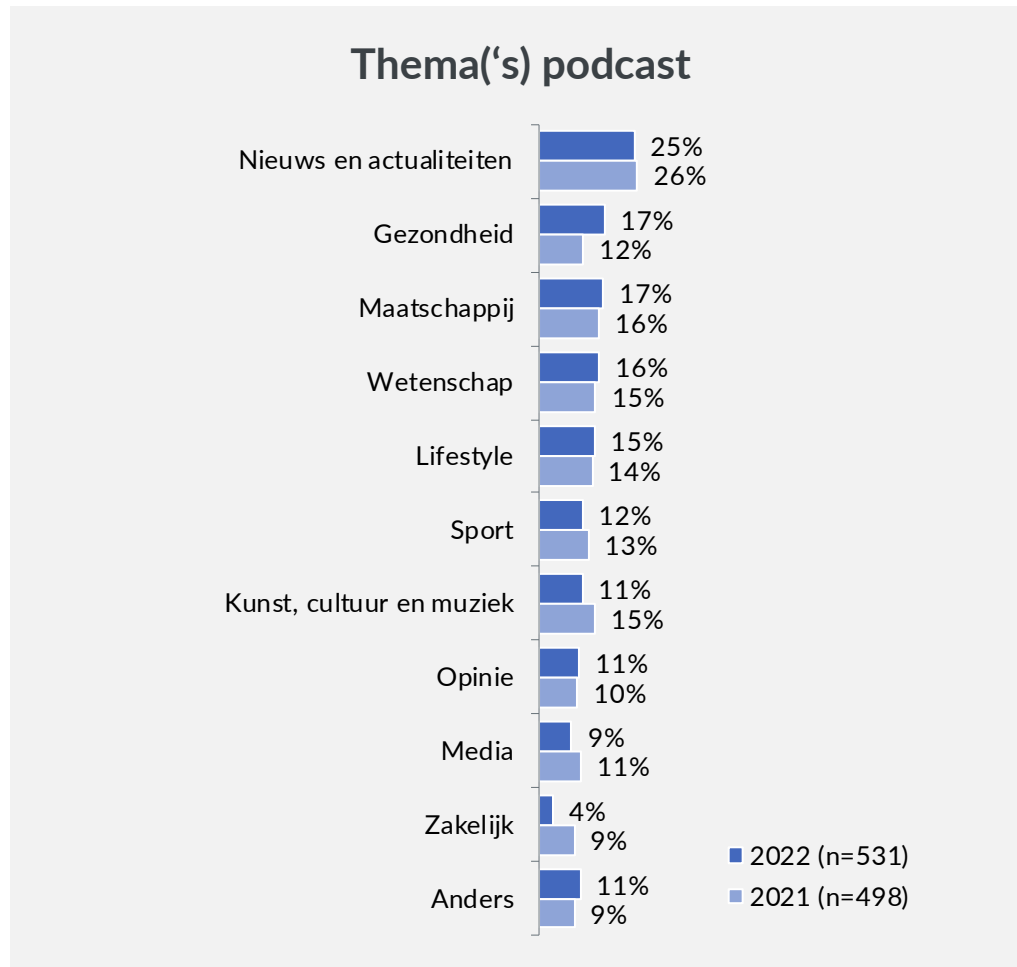
# Luisteren

# Beluisterde podcast thema('s)



Nieuws en actualiteiten zijn verreweg de meest beluisterde genres.

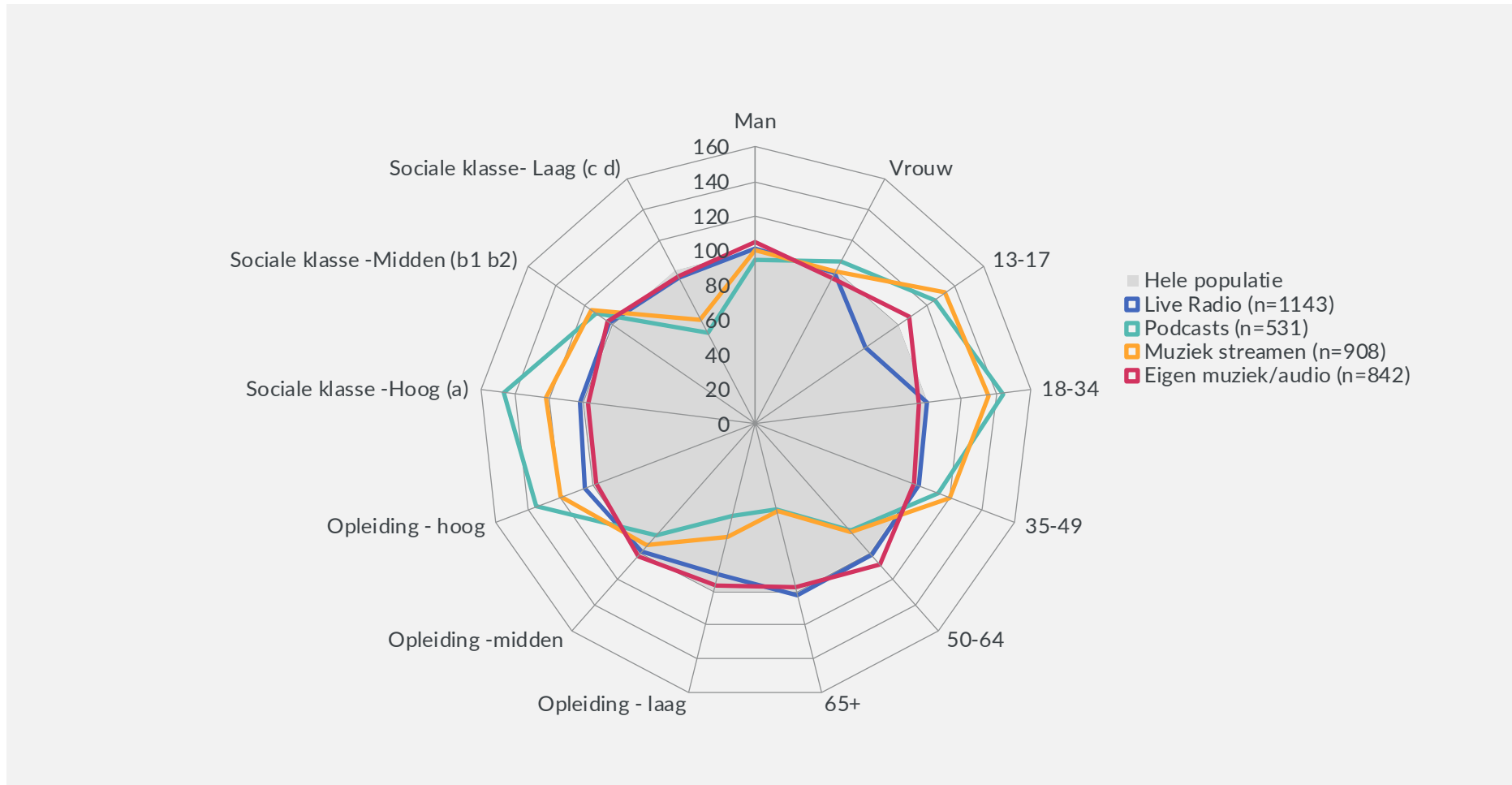
Als thema is gezondheid vaker beluisterd, zakelijk en kunst/cultuur/muziek juist minder.





# Profiel

## Luisteren



A large, solid pink trapezoidal shape on the left side of the slide, with its top edge horizontal and its right edge slanted inward towards the bottom.

# Onderzoeksverantwoording

# Onderzoeksverantwoording

## Onderzoek naar Trends in Digitale Media



n=1.343 (GfK Online Panel)

Extra respondenten in leeftijdscategorie 13-17 jaar geworven voor een sterker fundament voor uitspraken m.b.t. jongeren

Weging: representatief voor 14.675.265 internetters 13+ (98% van totale populatie 13+ – 15.005.925 Nederlanders), bron: NMO Mediatrends

Veldwerk: week 45/46 2022

Eerdere rapporten:


juni 2011, dec 2011, juni 2012, dec 2012, juni 2013, dec 2013, juni 2014, dec 2014, juni 2015, dec 2015, dec 2016, dec 2017, dec 2018, dec 2019, dec 2020, dec 2021

Additionele informatie uit GfK Online Panel (nov 2022)



**Istvan Tkalecz**

Researcher Media Measurement

 +31 (0)88 4351 839

 [Istvan.tkalecz@gfk.com](mailto:Istvan.tkalecz@gfk.com)

## CERTIFICERING

Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het quality systeem van GfK dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362.

GfK onderschrijft de gedragsregels van E.S.O.M.A.R. (European Society for Opinion and Market Research) en is lid van de brancheorganisatie MOA (zie <http://www.moaweb.nl>).

Het is toegestaan de uitkomsten van onderzoek extern te publiceren. Wel dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "GfK december 2022" te worden vermeld.

Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).