

Press release

Persbericht GfK: Trends in Digitale Media 2020

January 27, 2020

Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Podcasts en Digital Home Assistants laten in 2019 een flinke verschuiving zien in het Nederlandse audiolandschap.

AMSTELVEEN, 27 januari 2020 – De manier waarop Nederlanders audio consumeren verandert door de jaren heen. De opkomst van Digital Home Assistants en podcasts geven de audiomarkt een nieuwe dimensie. Steeds meer mensen gebruiken Digital Home Assistants en dat zorgt voor een verschuiving in de audioconsumptie binnen Nederland. Dat blijkt allemaal uit het onderzoek 'Trends in Digitale Media' dat onderzoeksbureau GfK jaarlijks uitvoert onder Nederlandse internetgebruikers.

De opkomst van podcasts en Digital Home Assistants

2019 was een goed jaar voor podcasting. Het fors toenemende aanbod in podcasts van diverse mediabedrijven is niet onopgemerkt gebleven door de Nederlandse luisteraar. Ruim een vijfde van de Nederlanders luistert met enige regelmaat naar een podcast. Bijna een kwart van deze podcast luisteraars luistert het vaakst naar podcasts met het thema 'kunst, cultuur en muziek'. Wetenschap, media, lifestyle, maatschappij en sport zijn andere populaire thema's. Bijna een tiende van de smartphonebezitters gebruikt de smartphone weleens om te luisteren naar podcasts (in 2018 één op de twintig smartphonebezitters).

Daarnaast was 2019 het jaar waarin de opkomst van Digital Home Assistants (DHA's) verder doorzette. Bijna de helft van de Nederlanders is bekend met Digital Home Assistants. Dit was in 2018 nog ruim een kwart van de Nederlanders. Het totale bezit van Digital Home Assistants neemt toe van 8% in 2018 naar 14% van de Nederlanders in 2019.

Audioconsumptie is de belangrijkste functionaliteit van de DHA's. Het beluisteren van radio (48%) en muziek streaming (38%) zijn de meest gebruikte toepassingen van de slimme assistenten.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Supervisory Board Chairman:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

Meer praktisch gebruik smartphones

Nederlanders regelen steeds meer praktische en financiële zaken met hun smartphone. Zo gebruikt 45% van de respondenten de smartphone voor GPS/navigatie. Vorig jaar was dat nog 39%. Ook worden smartphones in 2019 vaker gebruikt om online aankopen te doen en voor het regelen van bankzaken dan het jaar ervoor. Er wordt ook weer meer gebeld met de smartphone dan in 2018.

Over het onderzoek trends in digitale media

Het onderzoek 'GfK trends in digitale media' is in december 2019 uitgevoerd door GfK in samenwerking met KVB-SMB, MMA, NDP nieuwsmedia, PMA en Screenforce. De steekproef bestaat uit 1.280 Nederlanders van 13 jaar of ouder die gebruik maken van internet. Er zijn extra respondenten geworven in de leeftijdscategorie van 13-17 jaar, om uitspraken met betrekking tot jongeren met meer zekerheid te kunnen doen. De populatie is representatief voor 14.020.762 internetters. Dit onderzoek wordt sinds 2011 één keer per jaar uitgevoerd en gaat in op het gebruik van mobiele apparaten in het algemeen en specifiek voor het gebruik van media. Het totale onderzoeksrapport is voor € 1.450 te verkrijgen.

GfK. Growth from Knowledge.

For more than 85 years, GfK has connected science and data to help our clients around the world solve business question. By adding advanced AI, we can now provide with actionable recommendations for key decisions around consumers, markets, brands and media that drive marketing, sales and organizational effectiveness. That's why GfK promises "growth from knowledge" so our clients can be a shaper of tomorrow. For more information, please visit www.gfk.com or follow GfK on Twitter: <https://twitter.com/GfK>.