NLO NATIONAAL LUISTER ONDERZOEK | GfK

AUDIO DISTRIBUTIE ONDERZOEK

37339
2015

Inhoudsopgave

1 **Aanleiding, onderzoeksdoelstelling en opzet**

2 **Onderzoeksresultaten**

- Bezit en gebruik apparaten
- Radio via internet
- Gebruik online muziekdiensten
- Totaal luistergedrag audio
- Apparaten
- Distributiewijze

3 **Bijlagen**

Aanleiding, onderzoeksdoelstelling en opzet

Aanleiding & doelstelling Audio Distributie Onderzoek

Aanleiding

Er zijn diverse apparaten waarop radio kan worden beluisterd: via het radiotoestel; via de laptop (internet); via de mobiele telefoon/smartphone; via de autoradio, etc. Ook zijn er verschillende distributiewijzen van radio. Naast de traditionele Ether FM/AM kan radio worden ontvangen via de kabel, internet en ether DAB+. Het distributieonderzoek geeft inzicht in het gebruik van deze apparaten en distributiewijze voor radioluisteren. Daarnaast is in dit onderzoek het luisteren naar eigen muziek en muziekdiensten gemeten.

Omdat dit onderzoek deels ook in 2009, 2011 en 2013 heeft plaatsgevonden, geeft het bovendien inzicht in de trends in het gebruik van audio.

Doelstelling

Het doel van het Audio Distributie Onderzoek is het in kaart brengen van de gebruikte apparaten en distributiewijzen op basis van het luistervolume naar zenders. Hierbij is aansluiting gezocht bij de huidige meetmethode van luistercijfers middels het radiolog.

Onderzoeksopzet

Methode

Online vragenlijst (CAWI) en één invuldag in het radiolog (de dag voorafgaand aan het uitsturen van de vragenlijst).

De gemiddelde invulduur van de vragenlijst en het radiolog bedroeg 10 minuten.

De volgende onderwerpen zijn in de vragenlijst opgenomen:

- Beschikbare apparaten en luisteren via deze apparaten
- Verdieping radio luisteren via internet
- Radioluisteren via koptelefoon/oordopjes
- Uitgesteld radioluisteren

In het radiolog konden de volgende punten worden ingevuld:

- Luistersoort (eigen muziek, muziekdiensten, radiozenders)
- Luisterplaats
- Apparaat
- Distributiewijze

Veldwerk

Alle respondenten hebben een vooraankondiging ontvangen met daarin de weekdag waarover zij het radiolog moesten invullen. Het veldwerk (uitsturen van de vragenlijst en herinneringen) liep van vrijdag 15 mei t/m maandag 8 juni 2015.

Er zijn 17.583 respondenten uitgenodigd voor deelname.

De vragenlijst en het radiolog zijn ingevuld door 4.966 respondenten. Van deze respondenten hebben er 3.185 aangegeven radio te luisteren en een apparaat en distributiewijze opgegeven.

Steekproef

Deelnemers van het GfK Online panel dat bestaat uit ca. 90.000 personen.

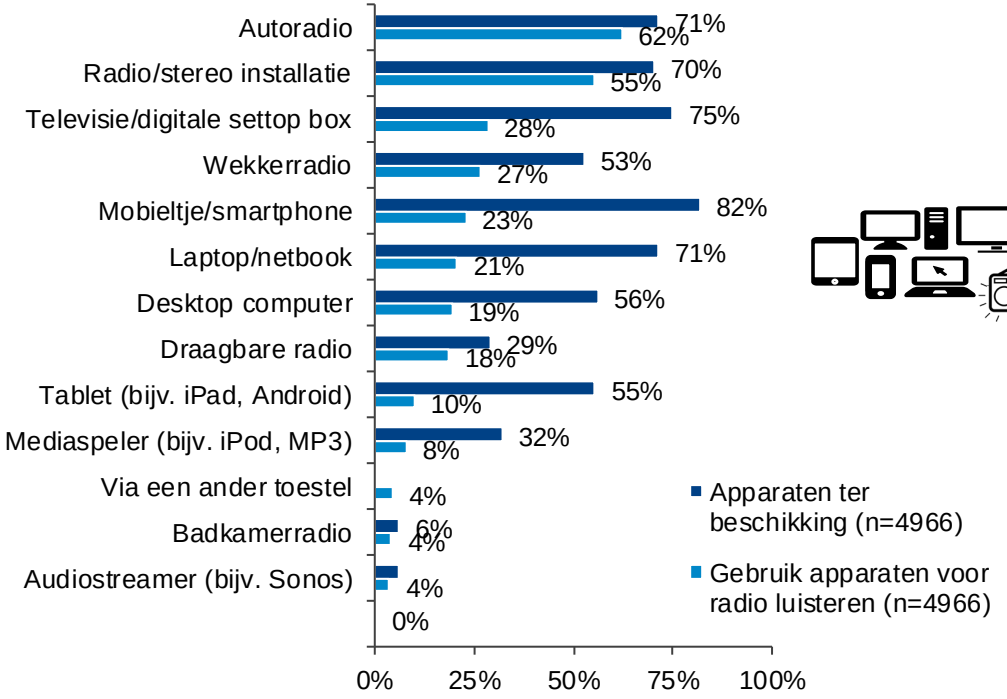
De steekproef is Nederlands representatief 13+ naar geslacht en leeftijd. Respondenten zijn gespreid over de weekdagen ondervraagd

Onderzoeksresultaten

Bezit en gebruik apparaten

Bezit en gebruik apparaten voor radioluisteren

Autoradio en radio/stereo blijven het meest gebruikt



Bezit vs. Gebruik		2013 (n=5001)	2011 (n=5269)	2009 (n=5182)
	Bezit/gebruik			
Mobieltje *	Bezit	90%	90%	96%
	Gebruik	15%	11%	12%
Smartphone			28%	3%
			8%	1%
Televisie *	Bezit	84%	97%	97%
	Gebruik	22%	22%	23%
Digitale Settop Box			34%	7%
			9%	2%
Radio/stereo installatie	Bezit	78%	83%	87%
	Gebruik	60%	66%	73%
Autoradio	Bezit	74%	75%	76%
	Gebruik	66%	65%	66%
Laptop/netbook	Bezit	76%	73%	59%
	Gebruik	19%	21%	18%
Desktop computer	Bezit	65%	80%	86%
	Gebruik	18%	27%	32%
Wekkerradio	Bezit	62%	69%	72%
	Gebruik	28%	33%	36%
Tablet	Bezit	48%	7%	-
	Gebruik	8%	1%	-
Mediaspeler	Bezit	43%	45%	45%
	Gebruik	7%	9%	8%
Draagbare radio	Bezit	36%	41%	45%
	Gebruik	20%	24%	28%
Badkamerradio	Bezit	8%	9%	9%
	Gebruik	6%	6%	6%
Geen van deze	Bezit	0%	0%	0%
	Gebruik	2%	-	3%

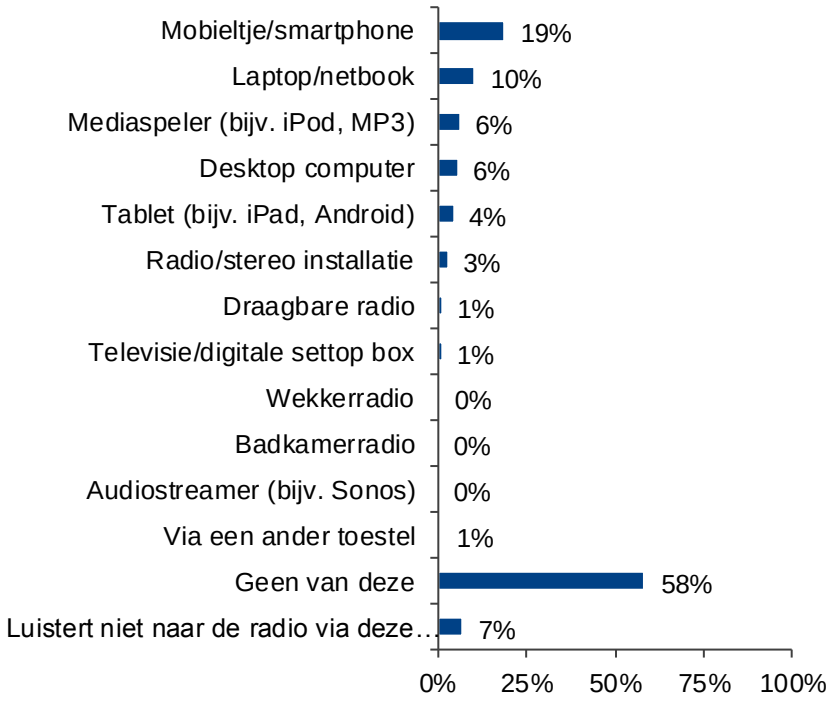
A1 . Welke apparaten heeft u tot uw beschikking, thuis, op uw werk of elders?
A2. Via welke apparaten luistert u wel eens naar de radio, thuis, op uw werk of elders?
Opmerking: door samenvoeging televisie/settop Box een onderschatting van 'bezit/beschikking hebben over'

* Categorieën zijn vanaf 2013 samengevoegd

Basis: allen

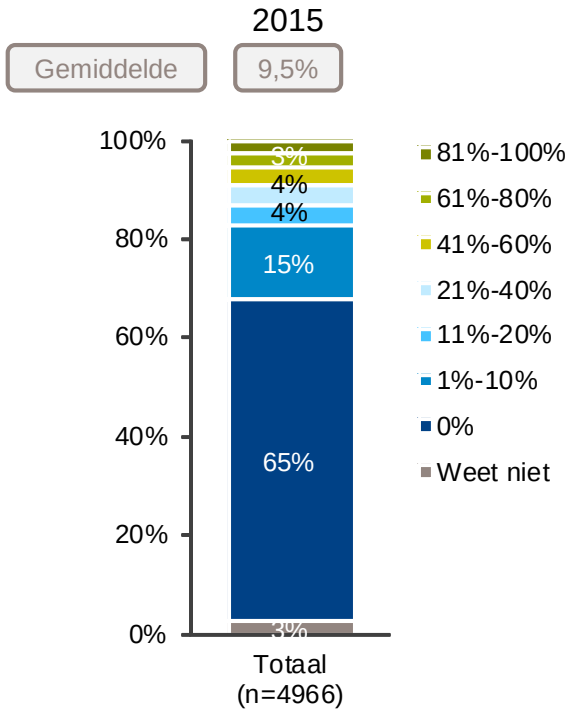
Luisteren via koptelefoon of oordopjes

Wel eens luisteren meest via smartphone



B10. Via welk van deze apparaten luistert wel eens naar de radio via een koptelefoon of oordopjes?

Aandeel radioluisteren via koptelefoon of oordopjes



B10a. Hoeveel procent van de tijd dat u naar de radio luistert, luistert u via een koptelefoon of oordopjes?

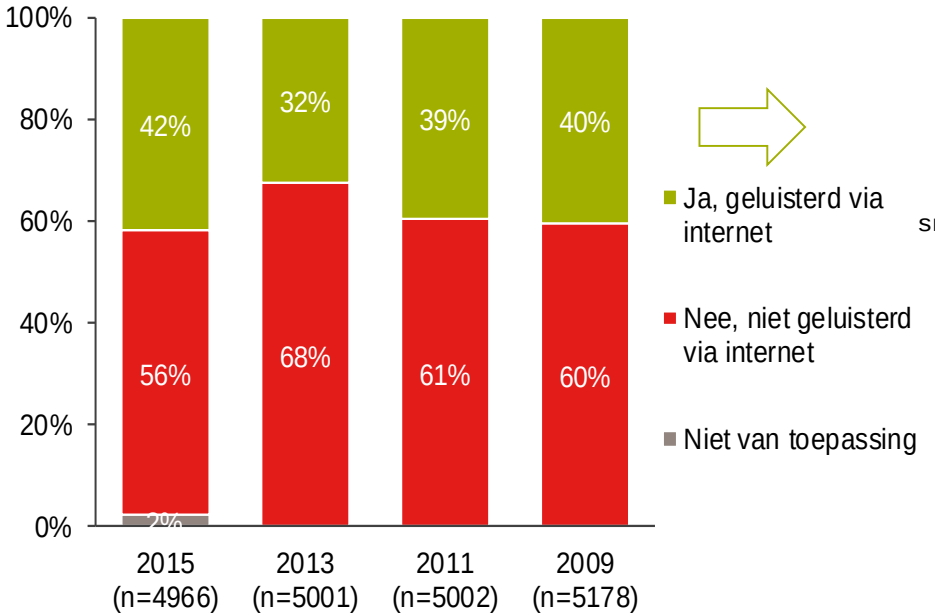
Basis: allen

Radio via internet

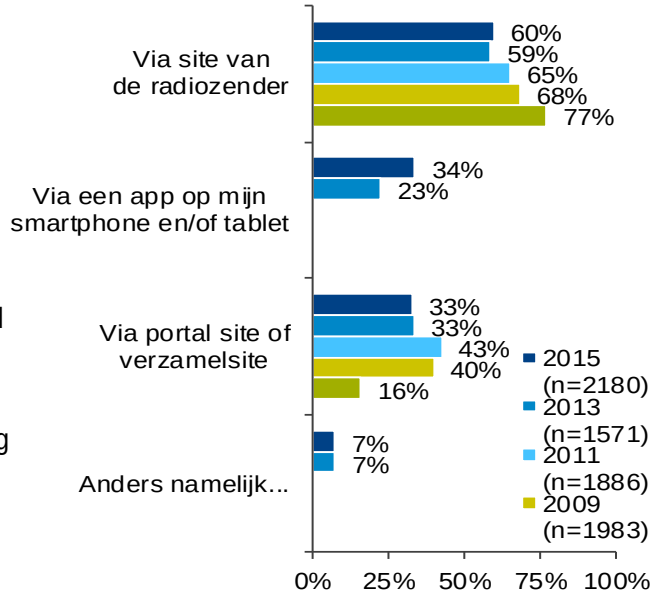
Radio via internet

Aandeel luisteren via site radiozender loopt terug ten gunste van luisteren via app

Wijze van luisteren



Wijze van luisteren

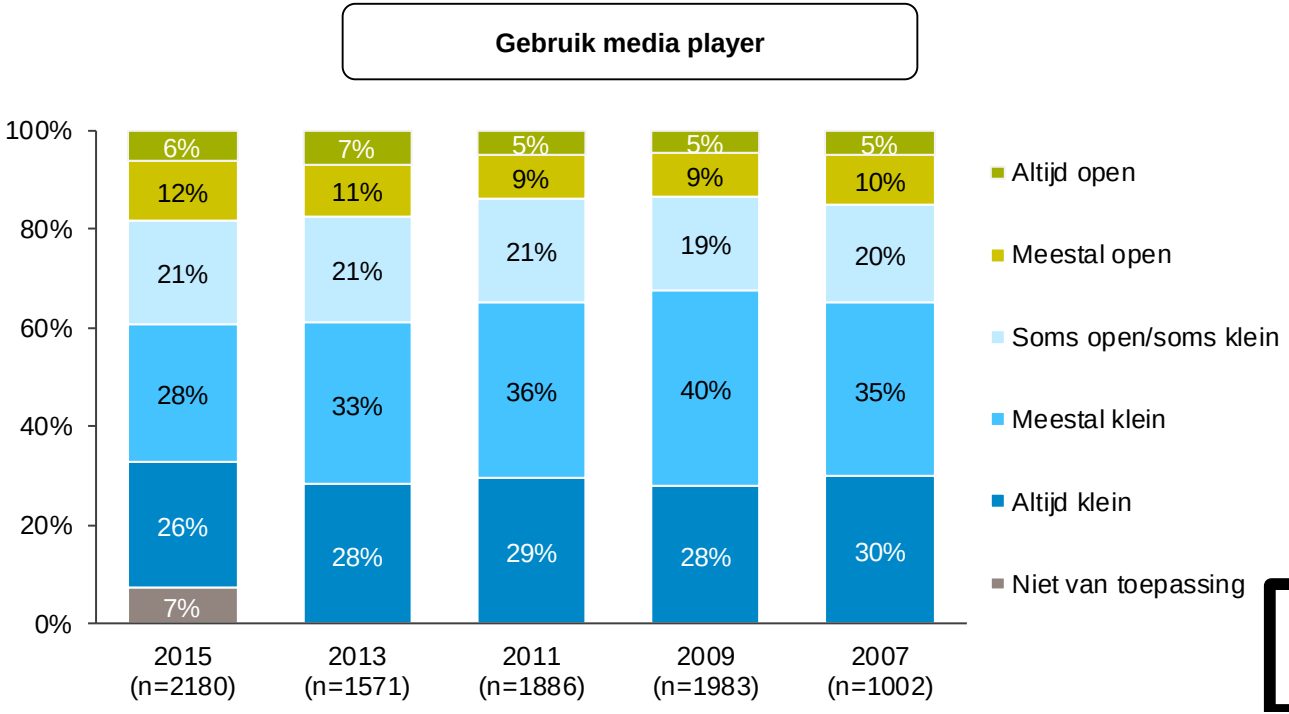


C1. Heeft u de afgelopen maand naar radiozenders via internet geluisterd?
C2. Op welke wijze luistert u naar radio via internet?

Selectie: C1 Basis: allen
C2: indien luistert radio via internet

Radio via internet

Mediavenster wordt meestal geminimaliseerd

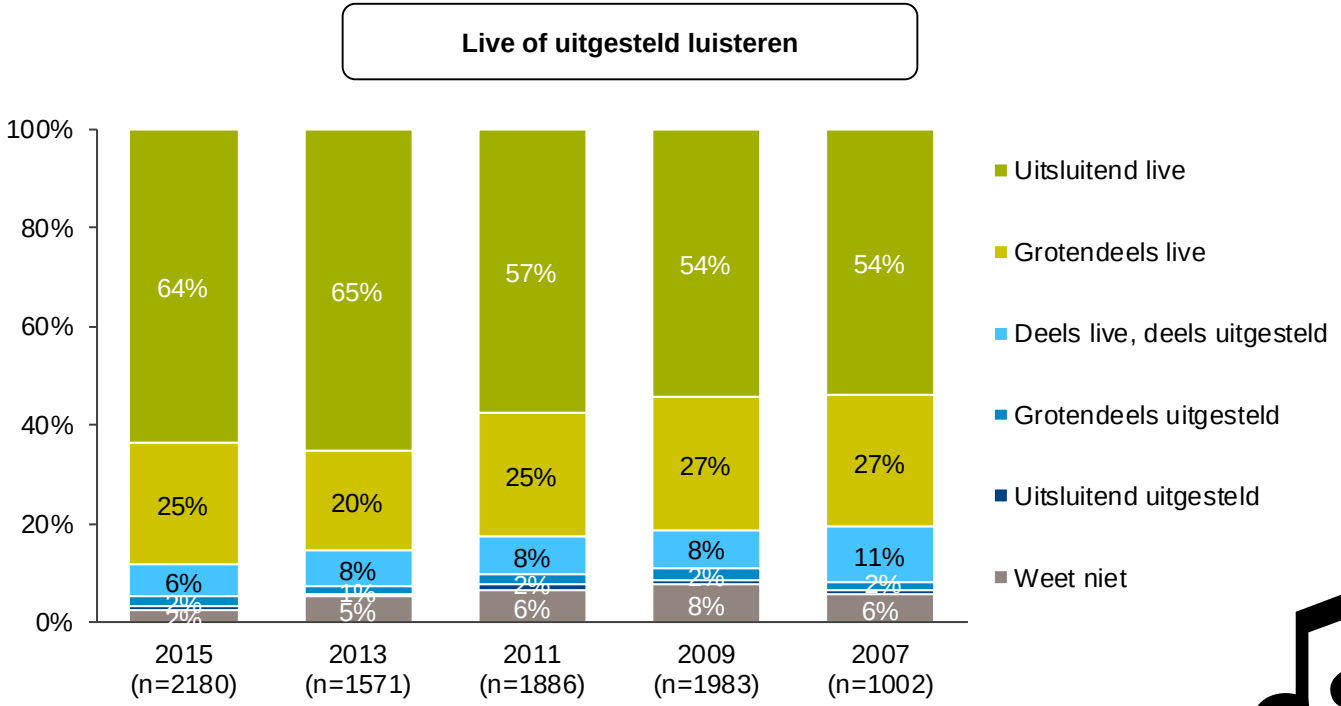


C4. Als u naar de radio via internet luistert, laat u de media player dan openstaan of maakt u deze meteen klein?

Selectie: *indien* luistert radio via Internet

Radio via internet

Meestal live luisteren



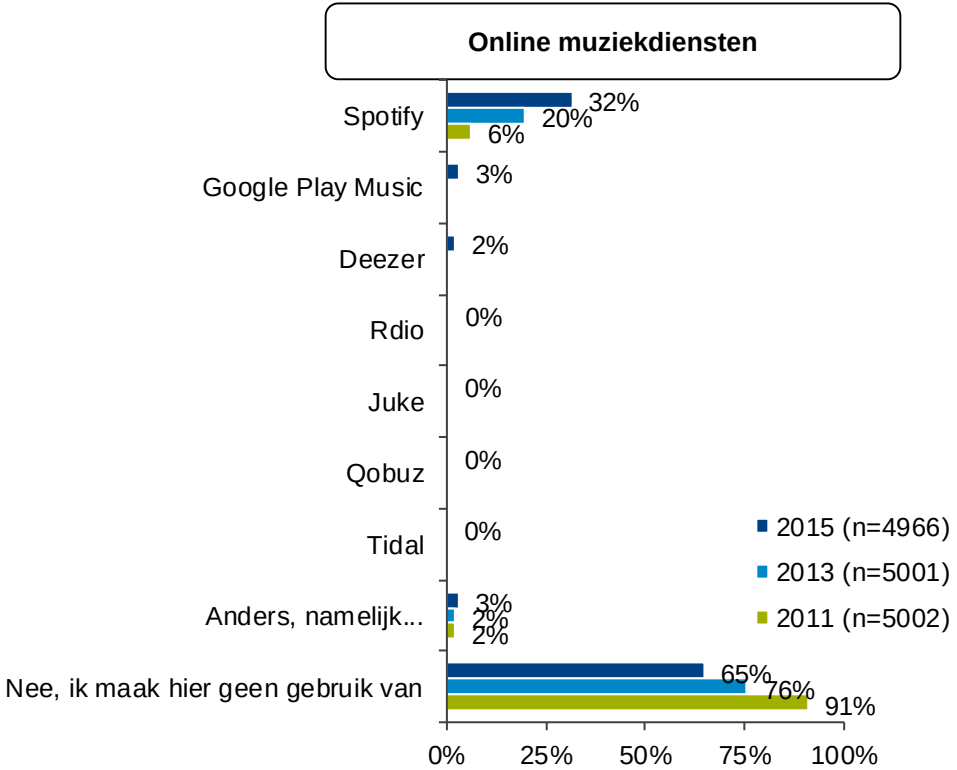
C6. Luistert u live naar een radio-uitzending via internet of luistert u op een later tijdstip (uitgesteld luisteren)?

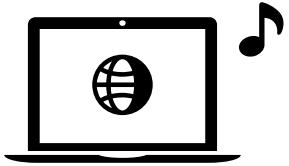
Selectie: indien luistert radio via Internet

Gebruik online muziekdiensten

Gebruik online muziekdiensten

Spotify grootste en stijgend



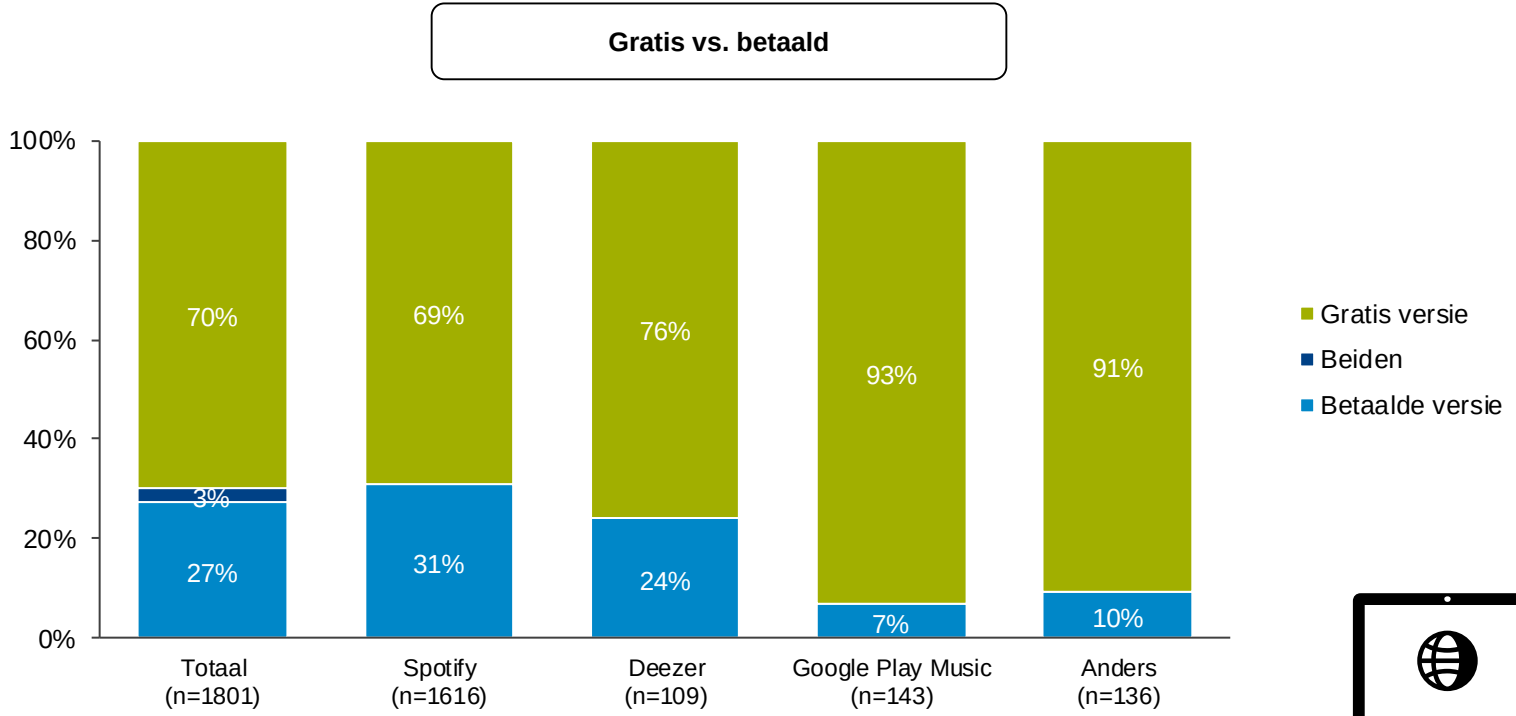


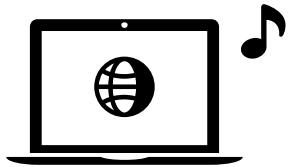
D1a. Maakt u gebruik van online muziekdiensten en zo ja, welke aanbieder(s) gebruikt u hiervoor (gratis of betaald)?

Basis: allen

Gebruik online muziekdiensten

Meestal gebruik gratis versie online muziekdiensten





D1b. Maakt u gebruik van de gratis of betaalde versie van onderstaande online muziekdienst(en)?

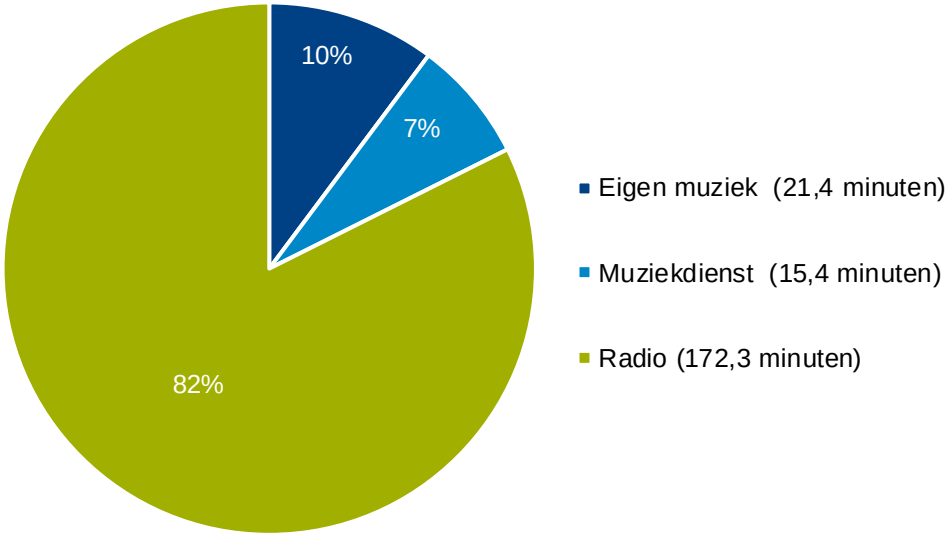
Selectie: indien gebruik maakt online muziekdiensten

Totaal luistergedrag audio

Totaal luistergedrag audio

Bulk audio luisteren betreft live radio

Aandeel luistervolume per luistersoort



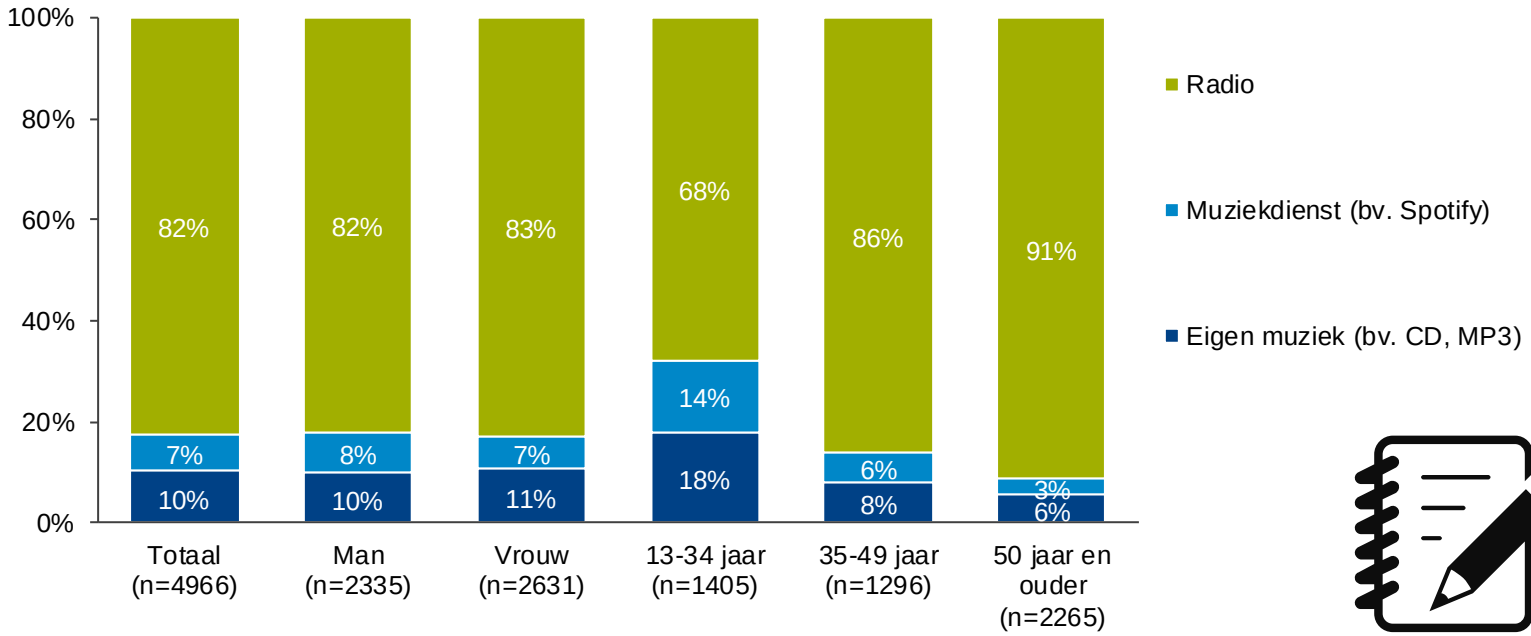
Resultaten radiolog

Basis: allen

Totaal luistergedrag audio

Jongeren luisteren meer eigen muziek en muziekdiensten, maar ook nog veel radio

Aandeel luistersoort per doelgroep

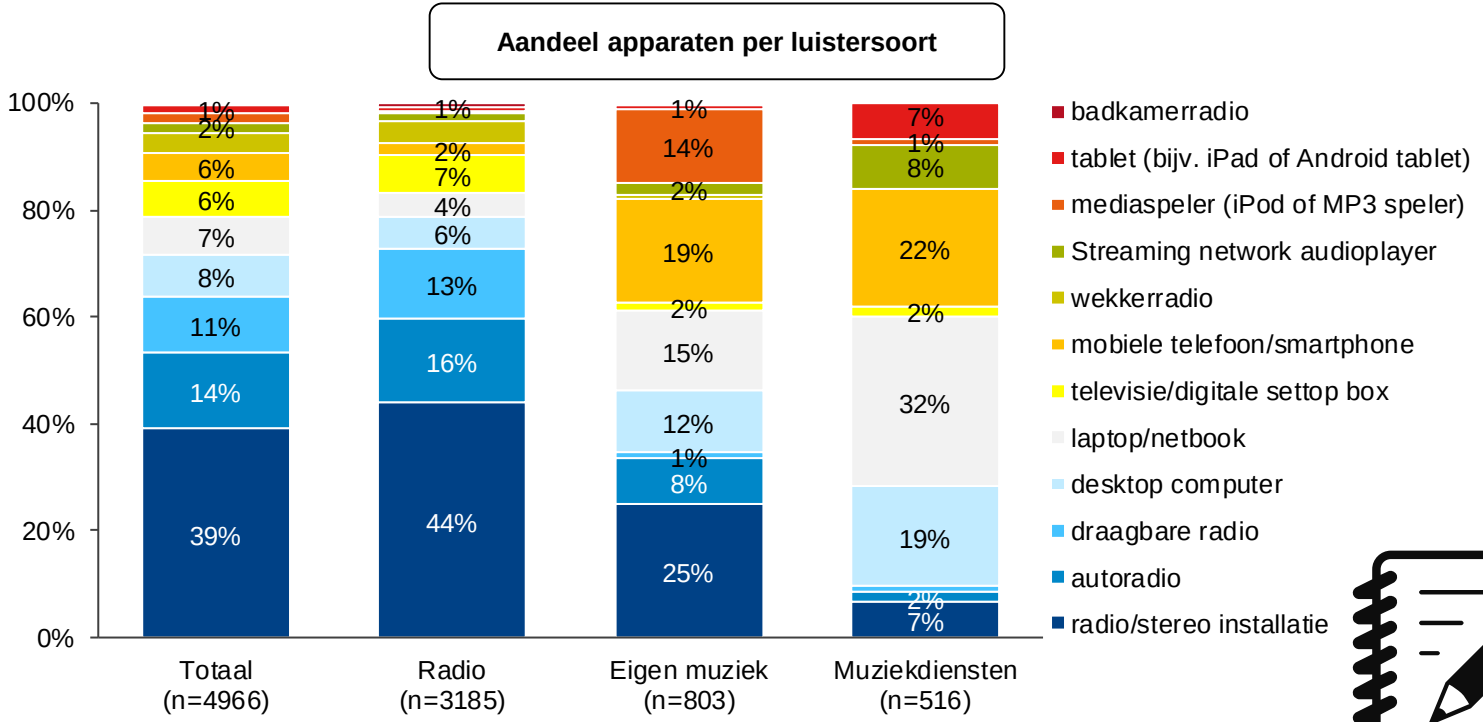


Resultaten radiolog

Basis: allen

Totaal luistergedrag audio

Eigen muziek en muziekdiensten veel via smartphone, computer en radio/stereo installatie



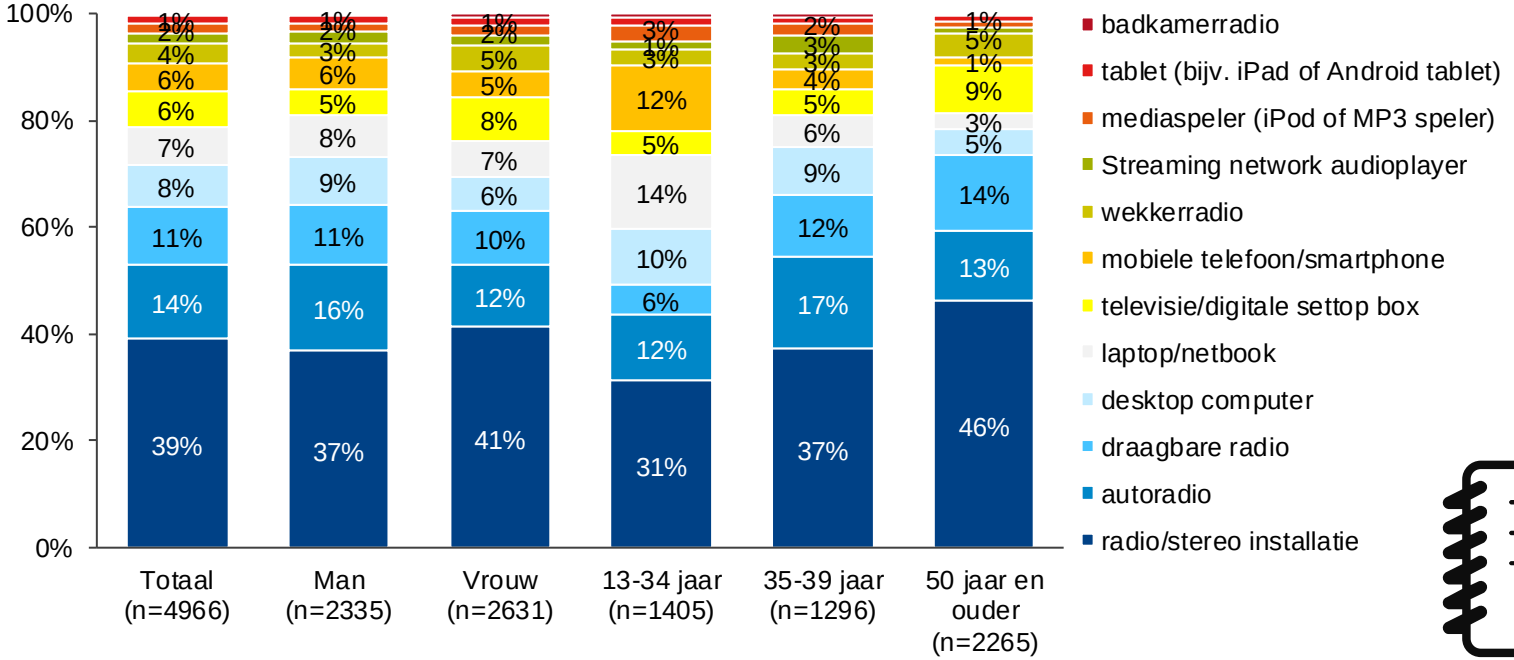
Resultaten radiolog

Basis: allen

Totaal luistergedrag audio

Jongeren gebruiken meer moderne apparaten, ouderen meer traditionele apparaten

Aandeel apparaten per doelgroep

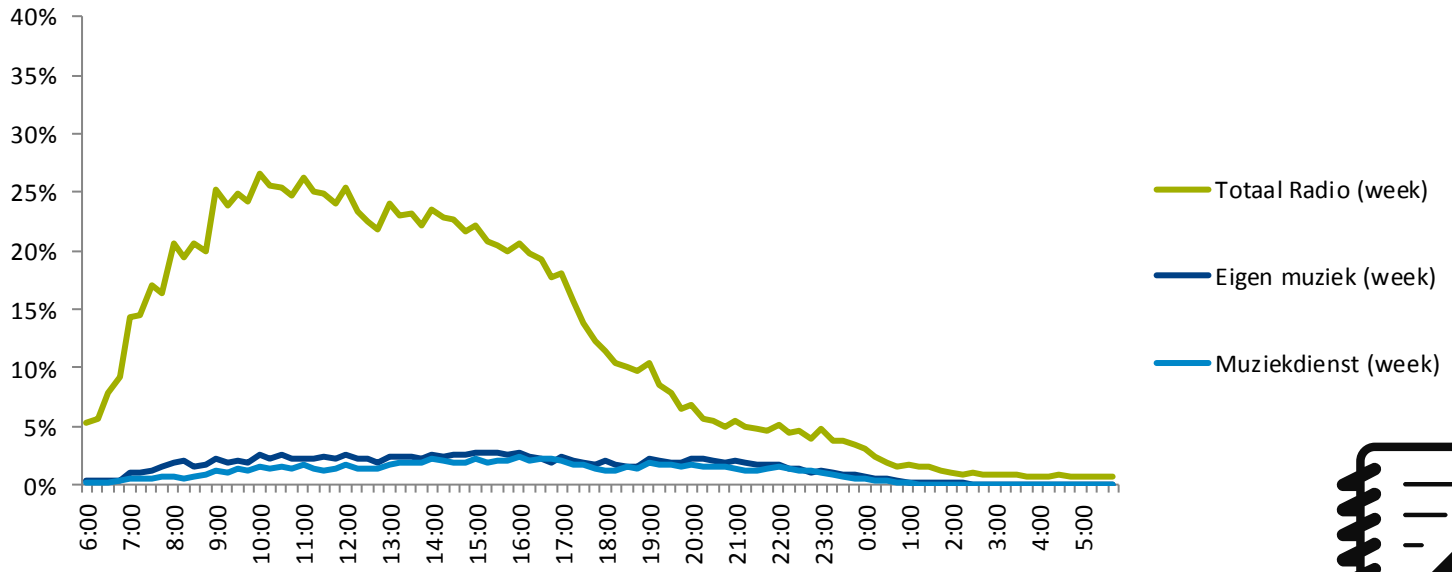


Resultaten radiolog

Basis: allen

Dagpatronen luistersoort (1)

Aandeel eigen muziek en muziekdiensten in avond groter

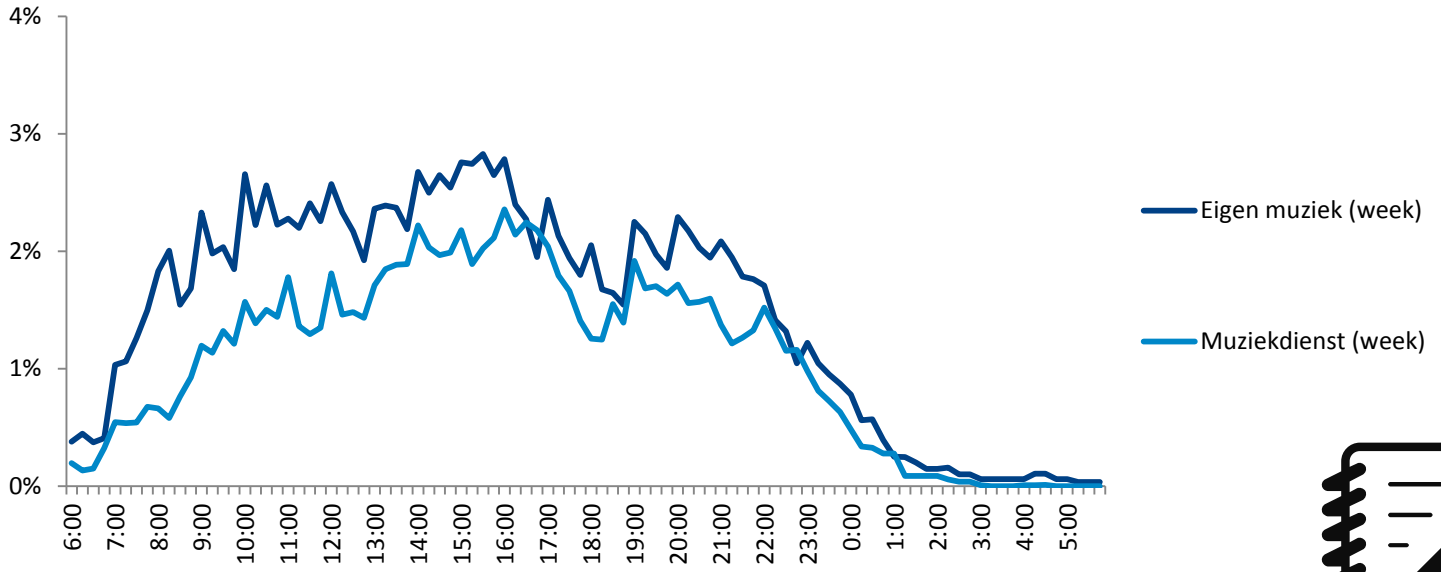


Resultaten radiolog

Basis: allen

Dagpatronen luistersoort (2)

Top eigen muziek en muziekdiensten rond 16:00 uur



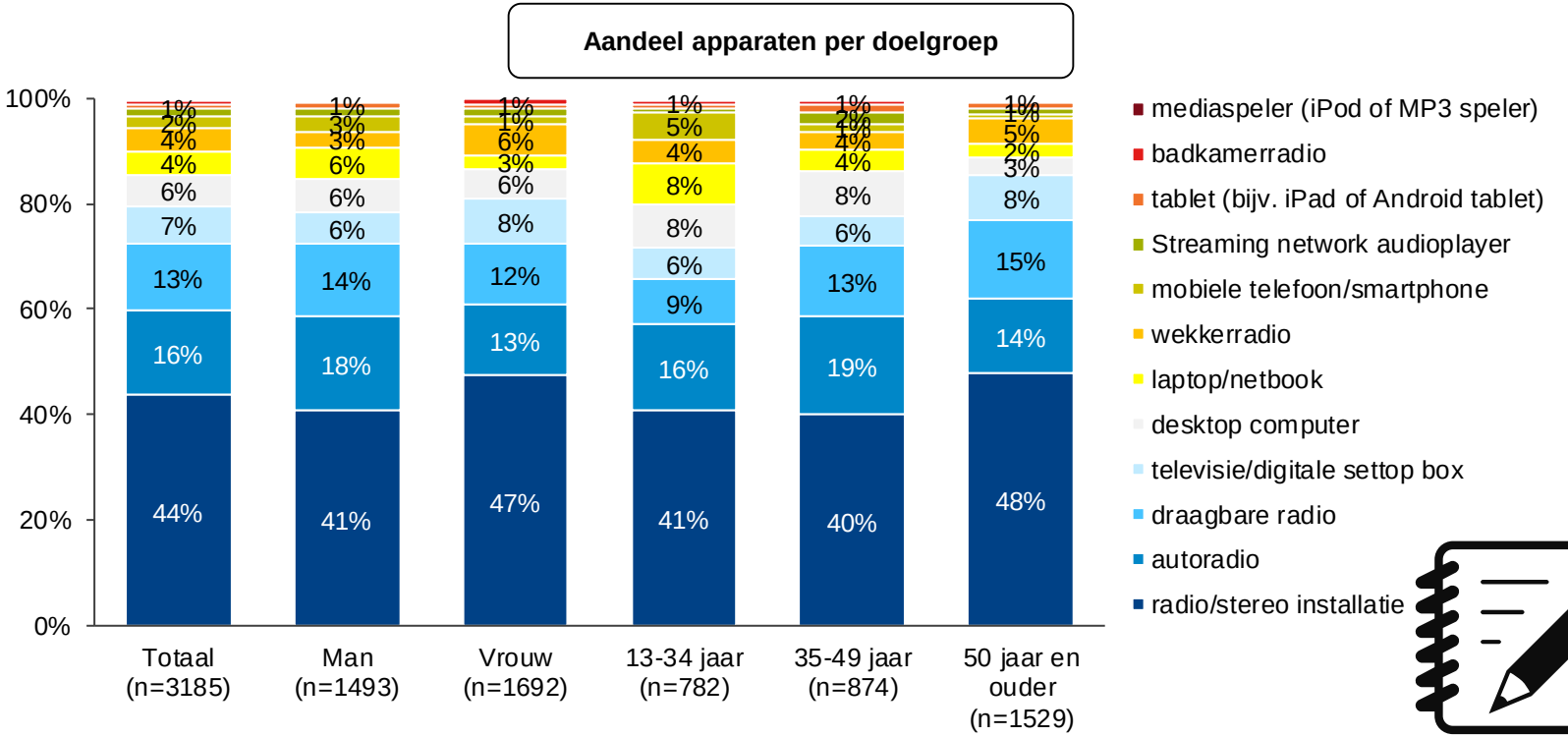
Resultaten radiolog

Basis: allen

Apparaten

Apparaten - radio

Radio/stereo, autoradio en draagbare radio meest gebruikt voor radio luisteren

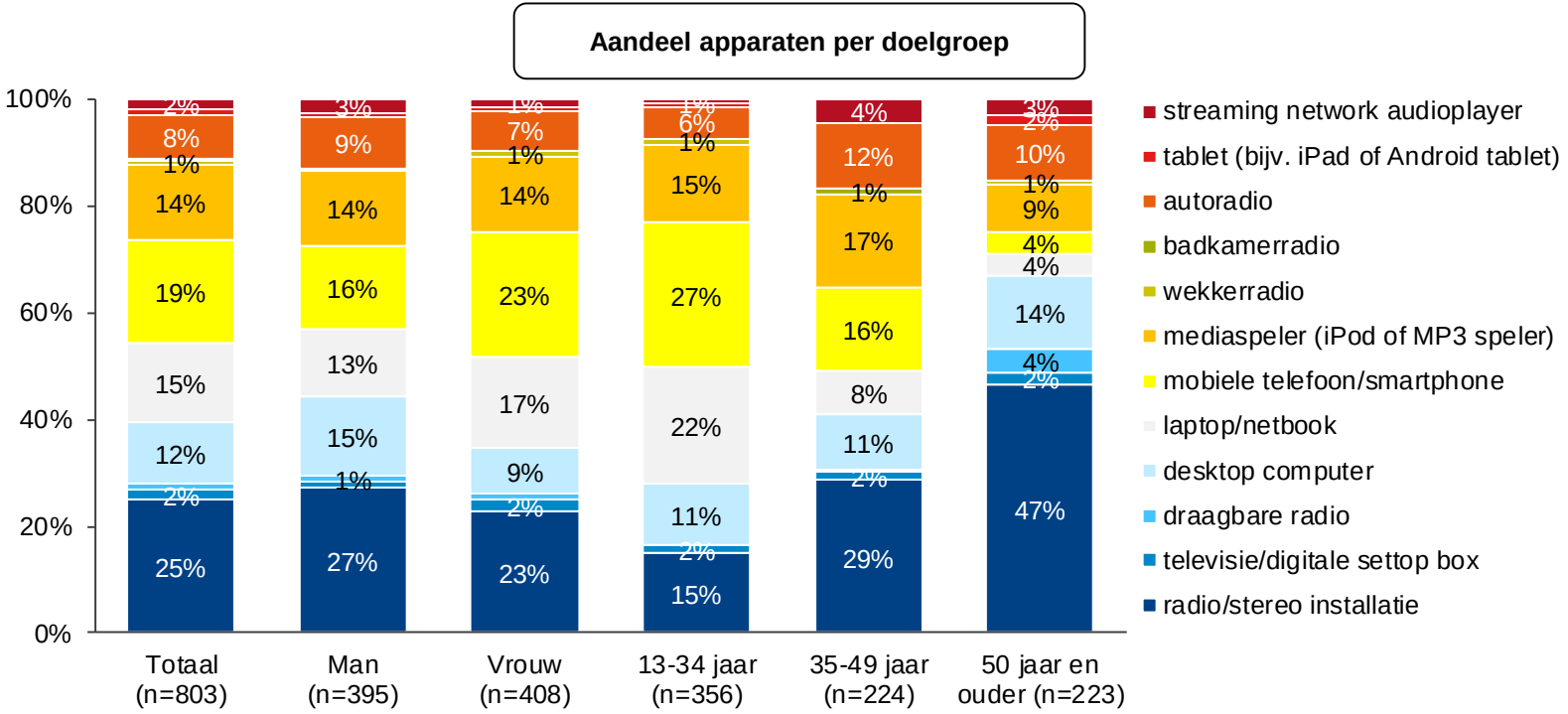


Resultaten radiolog

Selectie: indien luistert naar radio n=3185

Apparaten – eigen muziek

Eigen muziek meest geluisterd via radio/stereo installatie, smartphone en mediaspeler

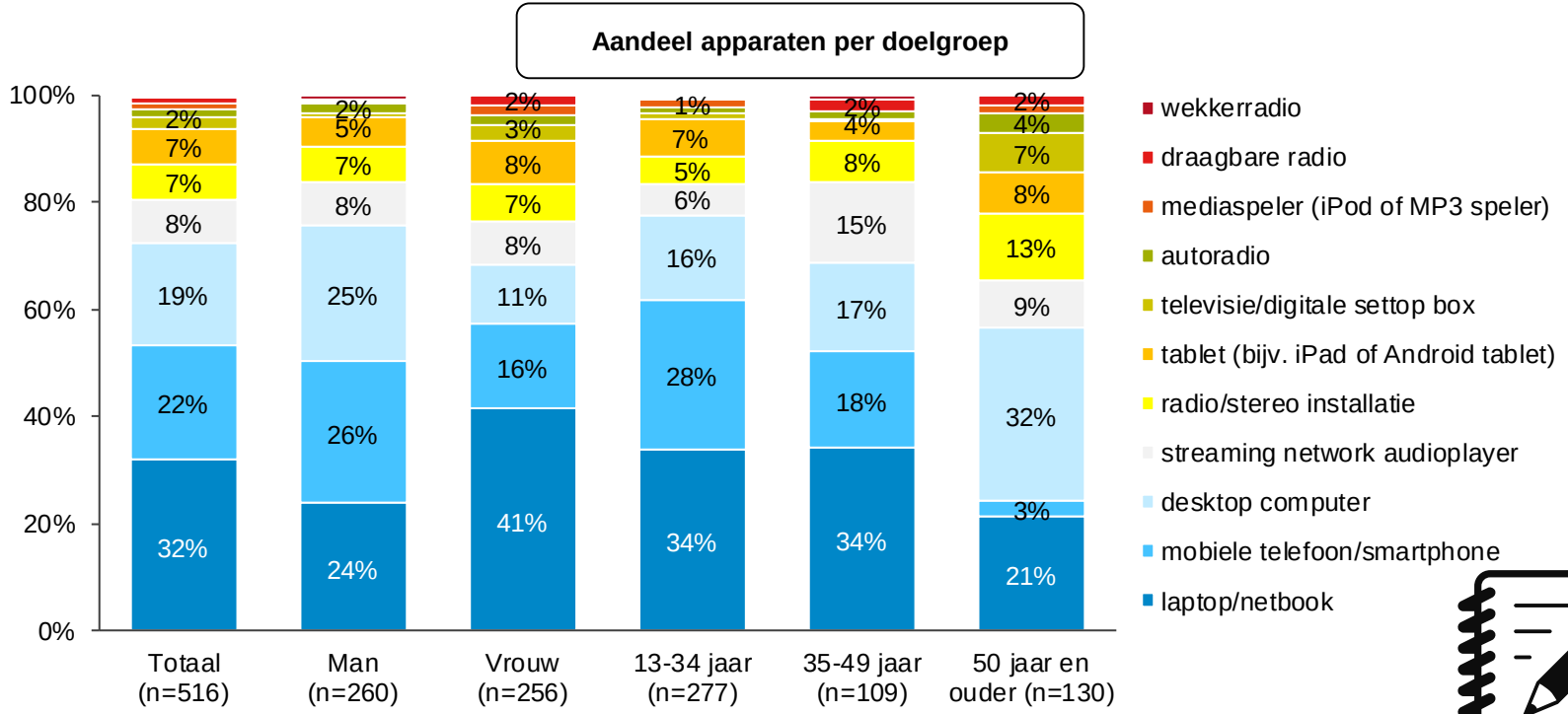


Resultaten radiolog

Selectie: indien luistert naar eigen muziek

Apparaten - muziekdiensten

Muziekdiensten merendeel via computer en smartphone beluisterd

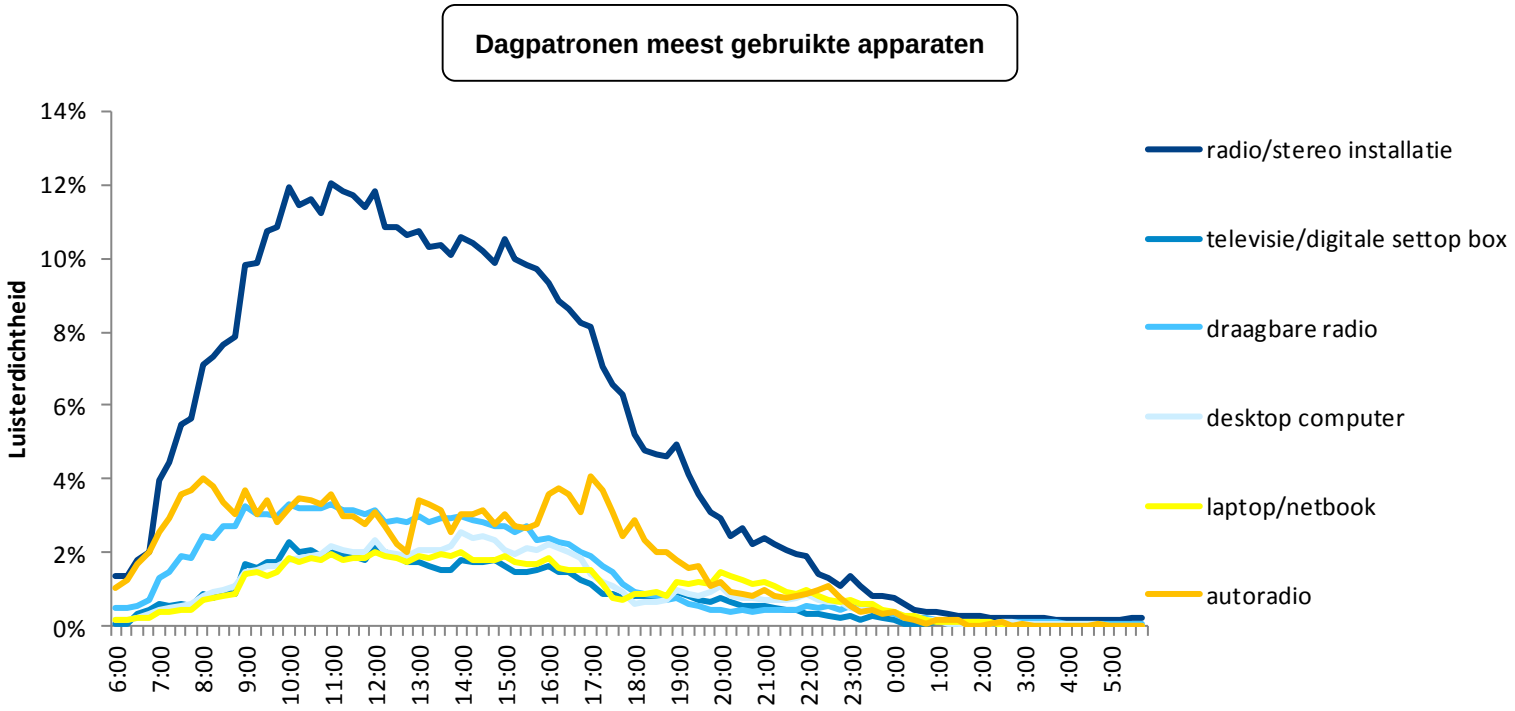


Resultaten radiolog

Selectie: indien luistert naar muziekdiensten

Dagpatronen apparaten (1)

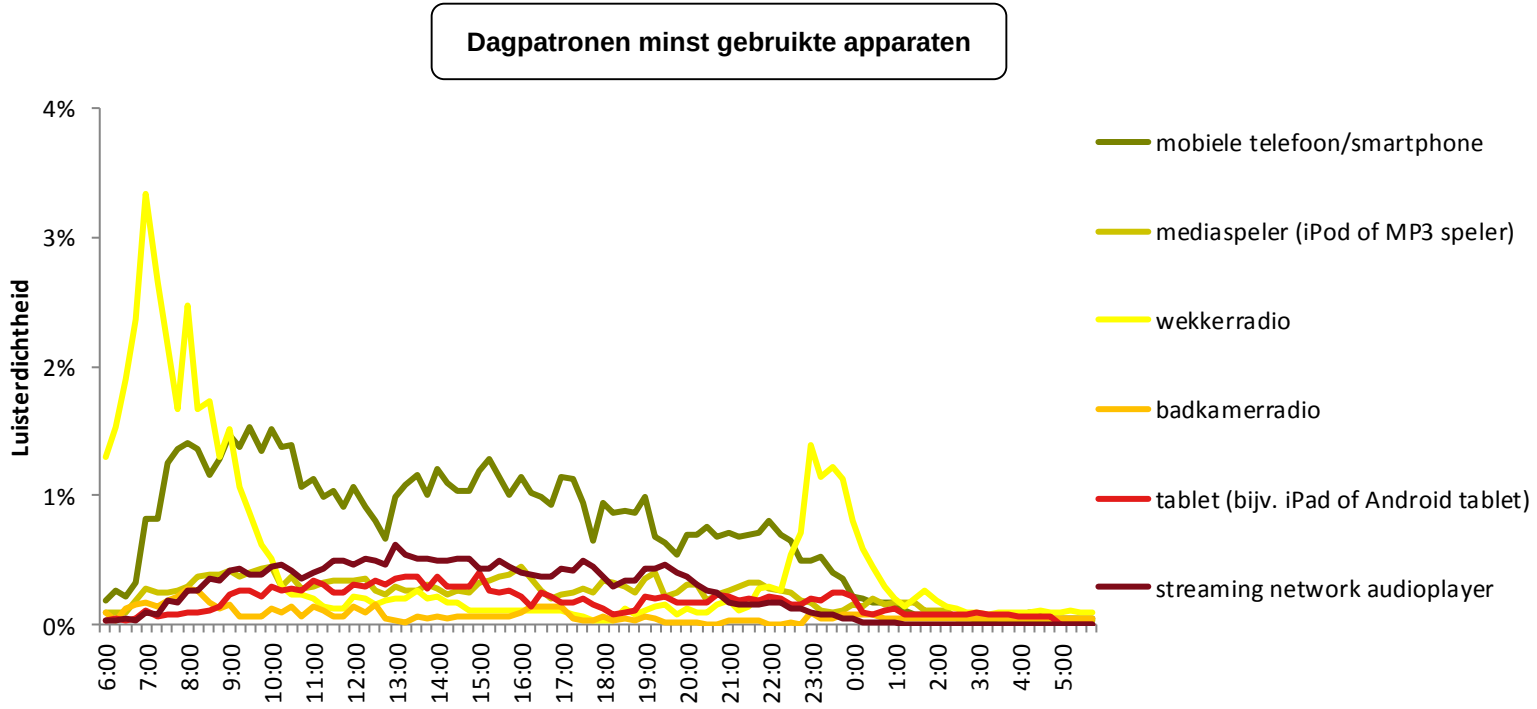
Gebruik autoradio kent pieken tijdens de spitsen



Resultaten radiolog

Dagpatronen apparaten (2)

Radio luisteren op smartphone gebeurt gespreid over de hele dag

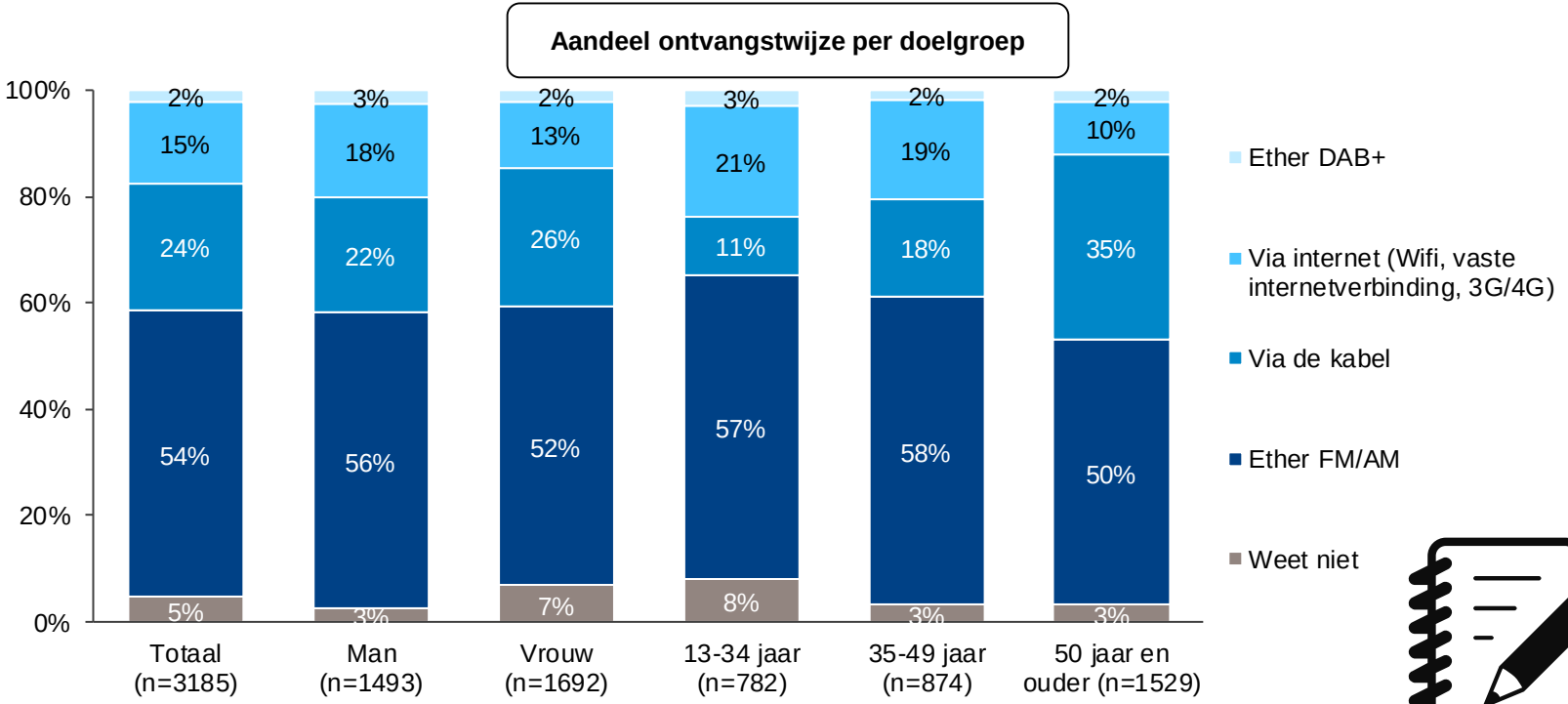


Resultaten radiolog

Distributiewijze - radio

Distributiewijze - radio

Bulk radio luisteren via analoge ether en kabel



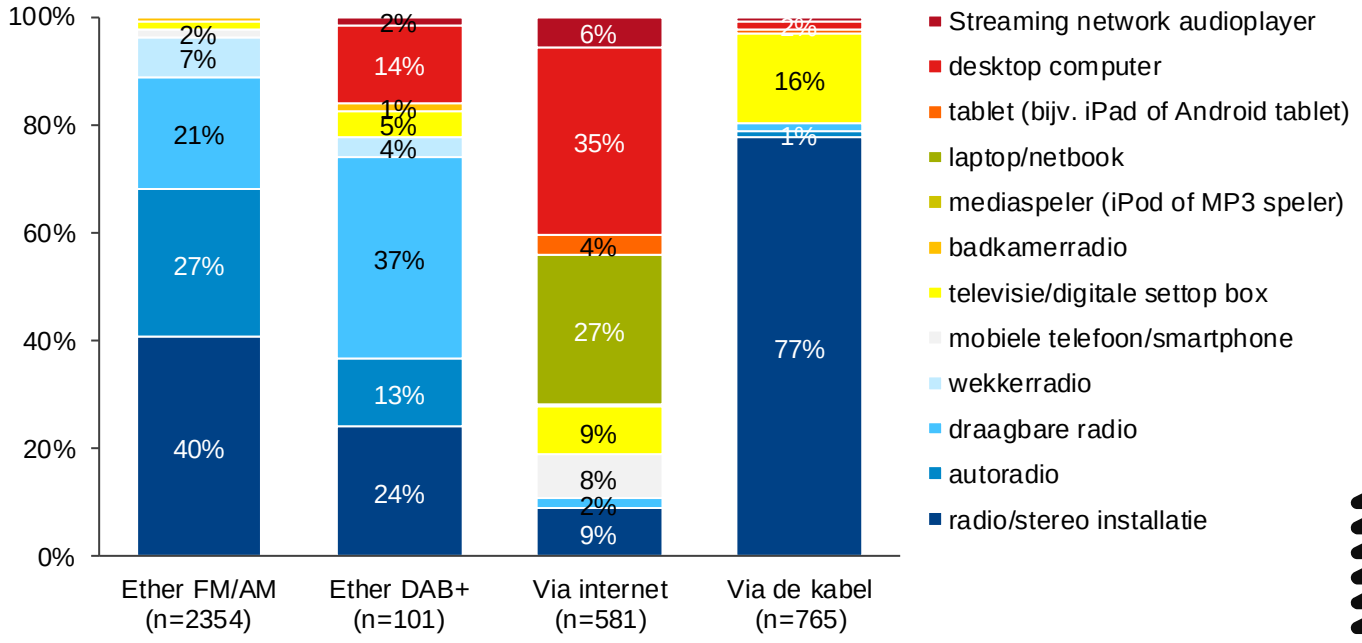
Resultaten radiolog

Selectie: indien luistert naar radio

Distributiewijze - radio

Internetradio merendeel geluisterd via computer

Aandeel apparaten per ontvangstwijze

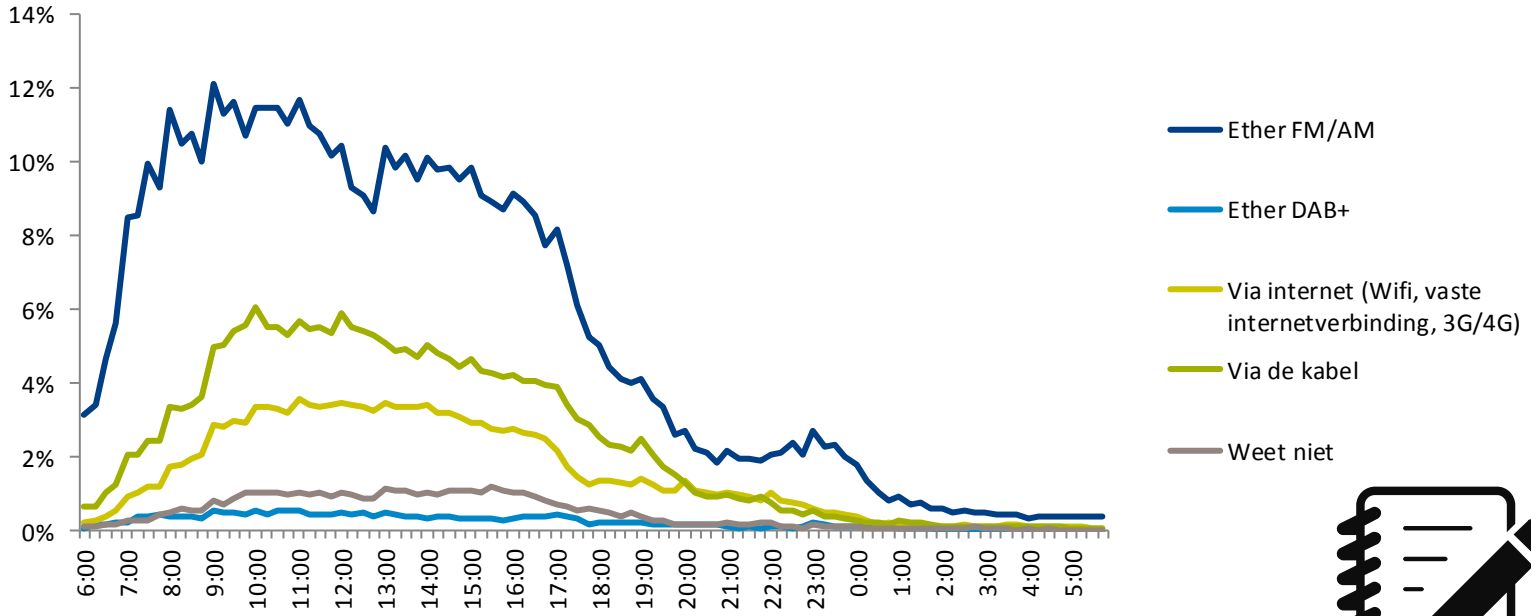


Resultaten radiolog

Selectie: indien luistert naar radio

Dagpatronen distributiewijze

Alleen ether AM/FM kent late avondpiek rond 23 uur



Resultaten radiolog

Selectie: indien luistert naar radio

Bijlage- onderzoeksverantwoording

Onderzoeksverantwoording Audio Distributie Onderzoek

Vragenlijst, methode

De vraagpunten zijn in overleg met de opdrachtgever vertaald in een vragenlijst. Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online vragenlijst (CAWI) en één invuldag in het radiolog, onder het GfK Online panel. De vragenlijst en het radiolog zijn van tevoren uitvoerig getest door GfK. Na definitief akkoord is het veldwerk gestart.

Respondenten ontvingen drie dagen voor het onderzoek een vooraankondigingsmail waarin werd aangegeven dat zij voor een bepaalde dag het luisteren naar audio moesten opgeven, via welk apparaat dit is gedaan en via welke ontvangstwijze.

Drie dagen later ontvingen de respondenten via e-mail een uitnodiging voor het onderzoek. In de e-mail was een link opgenomen naar de vragenlijst. Door op de link te klikken opende het onderzoek automatisch en kon de respondent zelf via het internet de vragenlijst invullen. Aan het eind van de vragenlijst werden de respondenten doorgelinkt naar het radiolog waar zij hun luistergedrag van de dag ervoor konden invullen.

Deze CAWI-benadering biedt het voordeel dat het doorlopen van de vragenlijst automatisch wordt geregeld inclusief selectieve routings. Op deze manier zijn tevens mogelijkheden opgenomen om de vragenlijst te controleren op interne consistentie.

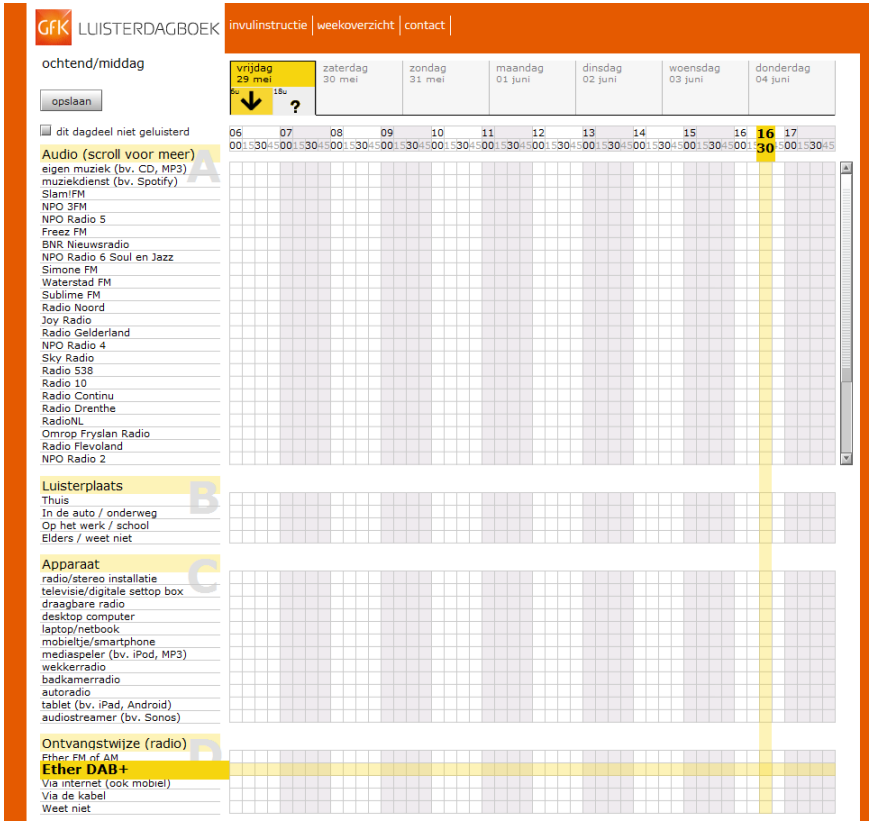
Veldwerk

Het veldwerk voor dit onderzoek werd uitgevoerd in de periode van 15 mei t/m 8 juni 2015. De respondenten zijn gespreid over de weekdagen ondervraagd: maandag n=686; dinsdag n=732; woensdag n=690; donderdag n=724; vrijdag n=746; zaterdag n=705; zondag n=683.

De eerste vooraankondigingsmail is verstuurd op vrijdag 15 mei. Hierop volgend is de eerste uitnodiging voor het onderzoek verstuurd op maandag 18 mei. In deze uitnodiging werd respondenten gevraagd hun luistergedrag over zondag 17 mei in te vullen in het radiolog. De laatste uitnodiging is verstuurd op dinsdag 2 juni, (invuldag radiolog maandag 1 juni) Het veldwerk liep tot en met maandag 8 juni.

De gemiddelde invulduur van de vragenlijst en het radiolog bedroeg 10 minuten. Tijdens het veldwerk is per weekdag twee maal een herinnering uitgestuurd om zo de benodigde respons te behalen.

Radiolog Audio Distibutie Onderzoek



Onderzoeksverantwoording

Steekproef

De steekproef is getrokken uit het GfK Online panel. Bij het trekken van de steekproef zijn de volgende selecties aangehouden:

- Minimum leeftijd 13 jaar

Responsverantwoording

Bruto steekproef		**17583**
Vers sample / niet gereageerd		**7931**
Non-respons		**4686**
Groep vol / quotafail	1902	
Niet volledig ingevulde vragenlijsten	2764	
Voldoet niet aan criteria/screeningseisen	20	
Complete vragenlijsten		**4966**

Weging en samenstelling steekproef

Vanwege het feit dat een a-selecte groep mensen wordt ondervraagd, is het mogelijk dat de netto-steekproef afwijkingen vertoont op de variabelen geslacht, leeftijd, opleiding, sociale klasse, grootte van het huishouden, plaats in het gezin, provincie en geclaimde luistertijd in vergelijking met de populatie. In onderzoek is het gebruikelijk om de resultaten op deze variabelen te herwegen naar de populatie. Bij de resultaten die gepresenteerd worden in dit rapport is een dergelijke weging toegepast. Het vermelde aantal respondenten (n) in de rapportage is overigens het werkelijke (ongewogen) aantal.

Het effect van deze weging kan in de tabel hieronder worden afgelezen.

Onderzoeksverantwoording

Responsverantwoording

	Ongewogen n=4.966	Gewogen n=4.966
Leeftijd		
10-19 jaar	8,7%	13,8%
20-24 jaar	4,5%	7,2%
25-34 jaar	15,1%	13,9%
35-49 jaar	26,1%	24,1%
50-64 jaar	30,2%	22,8%
65+ jaar	15,4%	18,2%
Opleiding		
Laag	18,0%	30,5%
Midden	21,0%	33,3%
Hoog	61,0%	36,2%
Provincie		
Groningen	4,0%	3,5%
Friesland	3,7%	3,8%
Drenthe	3,5%	2,9%
Overijssel	6,2%	6,7%
Flevoland	3,1%	2,3%
Gelderland	7,8%	7,3%
Utrecht	11,0%	11,5%
Noord-Holland (excl. Amsterdam)	15,4%	14,6%
Zuid-Holland (excl. R'dam/Den Haag)	2,8%	2,2%
Zeeland	15,4%	14,8%
Noord-Brabant	6,4%	6,8%
Limburg	9,1%	11,5%
3 Steden	11,5%	12,0%

	Ongewogen n=4.966	Gewogen n=4.966
Huishoud grootte * sociale klasse		
1 persoon sociale klasse AB	16,4%	11,9%
1 persoon sociale klasse CD	3,7%	6,9%
2-3 personen sociale klasse A	13,7%	10,2%
2-3 personen sociale klasse B1	20,1%	16,2%
2-3 personen sociale klasse B2	9,7%	7,3%
2-3 personen sociale klasse CD	9,5%	15,8%
4+ personen sociale klasse A	5,8%	6,9%
4+ personen sociale klasse B1	11,3%	11,2%
4+ personen sociale klasse B2	4,4%	5,2%
4+ personen sociale klasse CD	5,4%	8,7%
Plaats gezin*leeftijd*huishoud grootte		
HKW jonger dan 34, 2+ personen	6,2%	5,0%
HKW ouder dan 35, 2+ personen	30,7%	27,6%
Partner HKW jonger dan 34	4,9%	5,3%
Partner HKW ouder dan 34	25,9%	23,4%
HKW jonger dan 34, 1 persoon	5,2%	5,4%
HKW ouder dan 35, 1 persoon	14,9%	13,4%
Zoon / overig man	5,6%	10,9%
Dochter / overig vrouw	6,7%	9,0%
Geclaimde luistertijd		
0-6 uur (incl. geen antwoord, niet te berekenen)	36,7%	41,4%
7-16 uur	24,2%	21,6%
17-40 uur	24,3%	20,6%
41+ uur	14,8%	16,4%

Certificering

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 extern publiceren van de uitkomsten van onderzoek dient altijd afgestemd te worden met GfK. Indien GfK toestemming verleent voor publicatie, dient de inhoud van de publicatie voorgelegd te worden aan GfK alvorens deze wordt gepubliceerd. In de publicatie dient GfK als bron te worden vermeld.
- Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie http://www.moaweb.nl).