

Remarks on **IMEC.DIGIMETER 2017**



space
CONNECTIONS AGENCY

February 2018

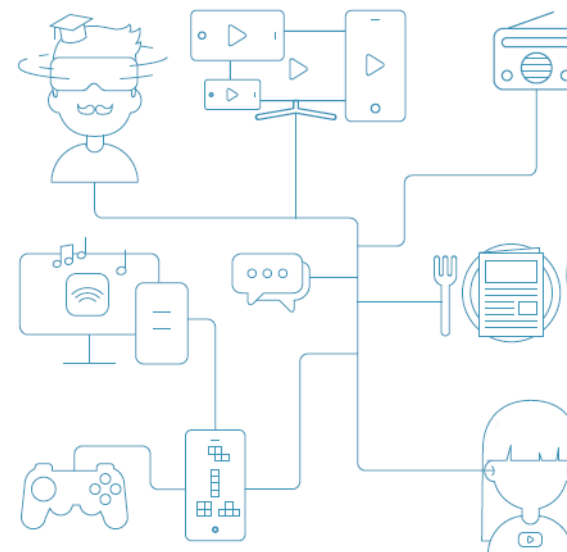
Digimeter in a nutshell

Objective: gather and share data and information about media and ICT usage in Flanders systematically and on an annual basis

Latest publication based on interviews during 7 weeks in August and September 2017, with mixed data collection:

- Tablet-assisted interviews during recruitment events in 7 cities
- Paper self administrated
- Online surveys

Total sample = 2.345 individuals aged 15 years and more.



CHAPTER 01 : DEVICES & CONNECTIONS	33
CHAPTER 02 : TV AND VIDEO	81
CHAPTER 03 : RADIO AND MUSIC	103
CHAPTER 04 : NEWS CONSUMPTION	122
CHAPTER 05 : SOCIAL MEDIA	138
CHAPTER 06 : MESSAGING & COMMUNICATION	160
CHAPTER 07 : GAMING	176
CHAPTER 08 : GENERAL MEDIA	192

CIM vs Digimeter

Digimeter in many ways duplicates with information coming from the different CIM surveys...

... When it comes to **declared** data, they often match, in spite of methodological differences

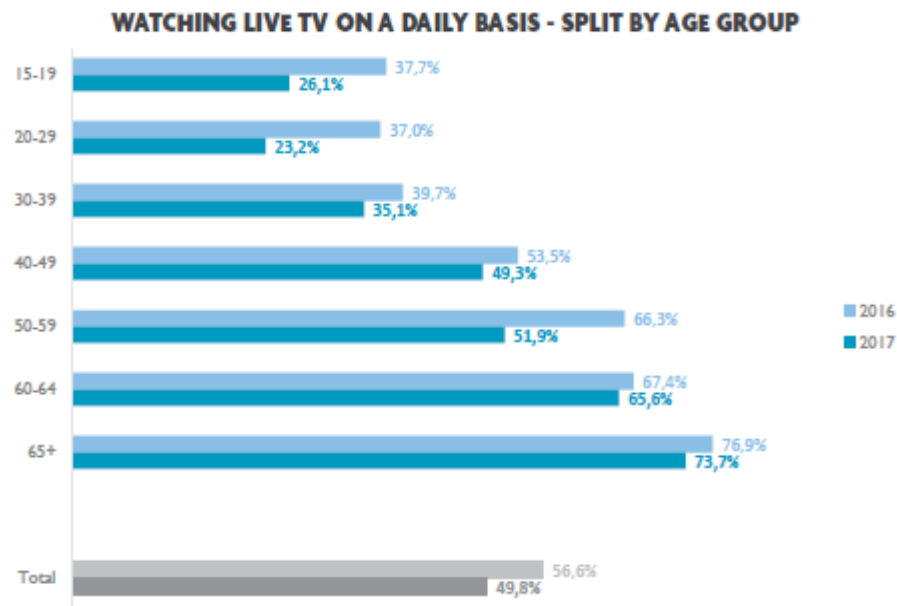
... **Measured** data from CIM Television Audience Measurement heavily differ, and the downward trend on time shift viewing in Digimeter does not seem realistic

Digimeter provides many **unique data**, on motivations, and sometimes on things that are not covered by CIM...

... but it is **limited to Flanders**, and not as customisable as CIM data are.

TV live viewing: CIM tells about stability

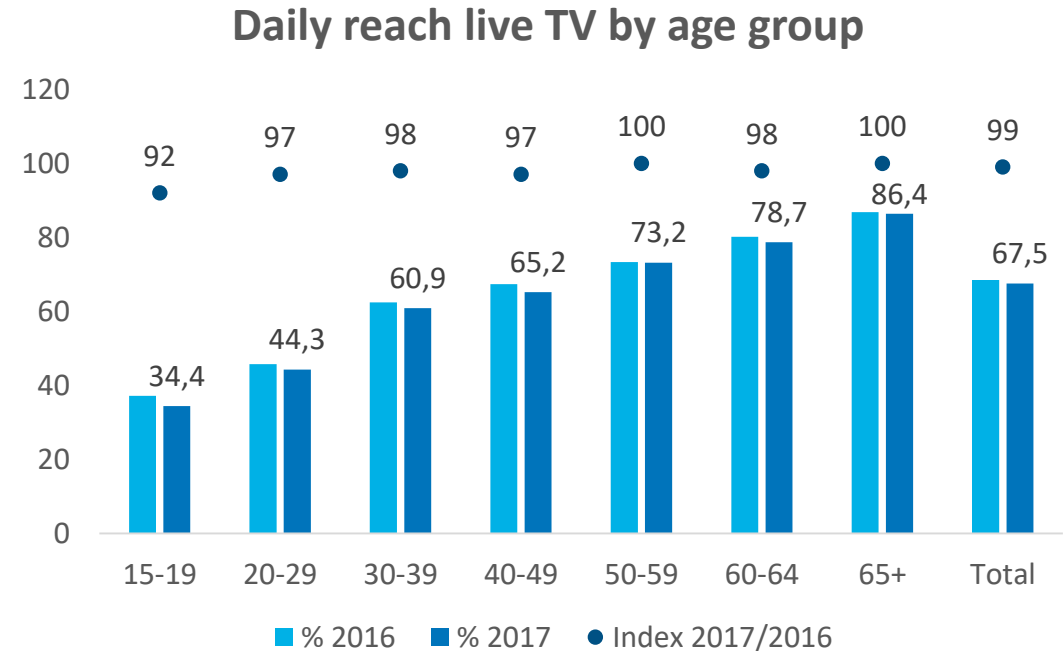
What Digimeter respondents claim



Video graph 5: Watching live TV on a daily basis - split by age group (N=2.345)

12% average decrease in live TV viewing in 2017

What the currency survey measures



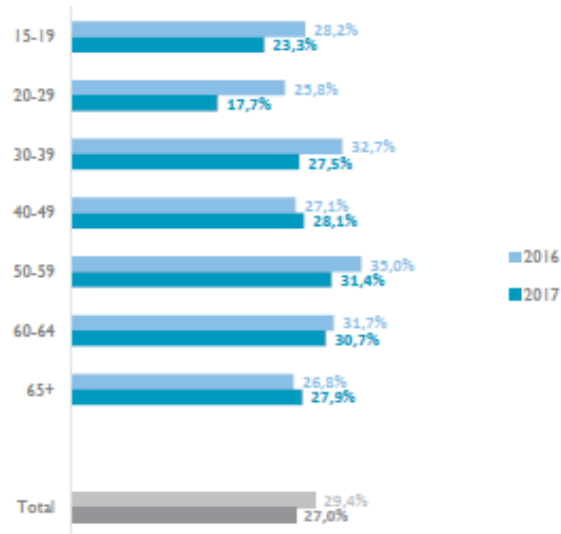
Source: CIM TV, 10' threshold. Full year

Almost stable viewing. Limited decrease in younger age segments

TV time shift viewing: CIM tells it is increasing

What Digimeter respondents claim

WATCHING TIMESHIFTED TV ON A DAILY BASIS - SPLIT BY AGE GROUP

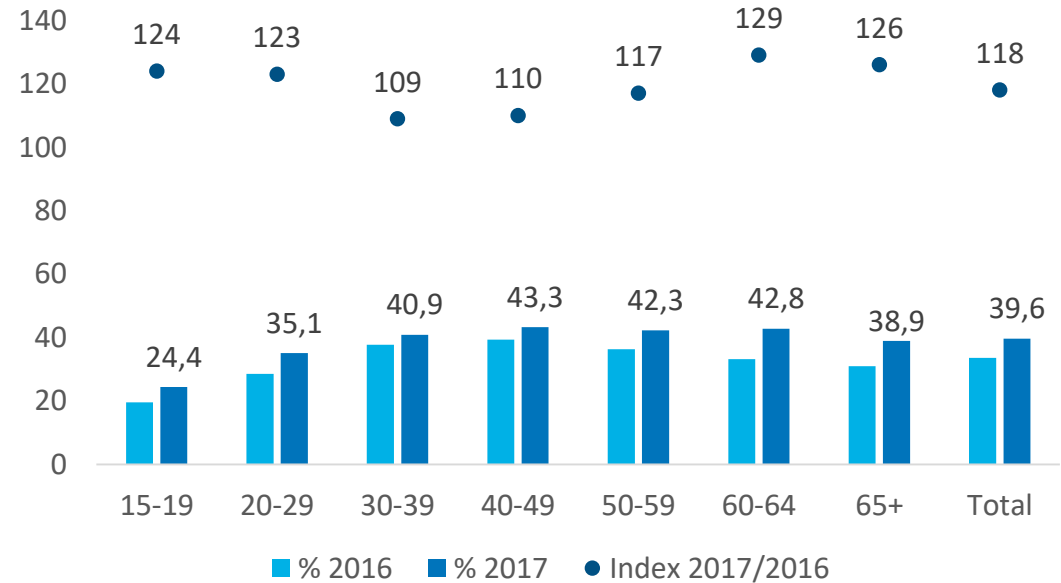


Video graph 6: Watching timeshifted TV on a daily basis - split by age group (N=2.345)

8% average decrease in TSV viewing in 2017

What the currency survey measures

Daily reach TSV by age group

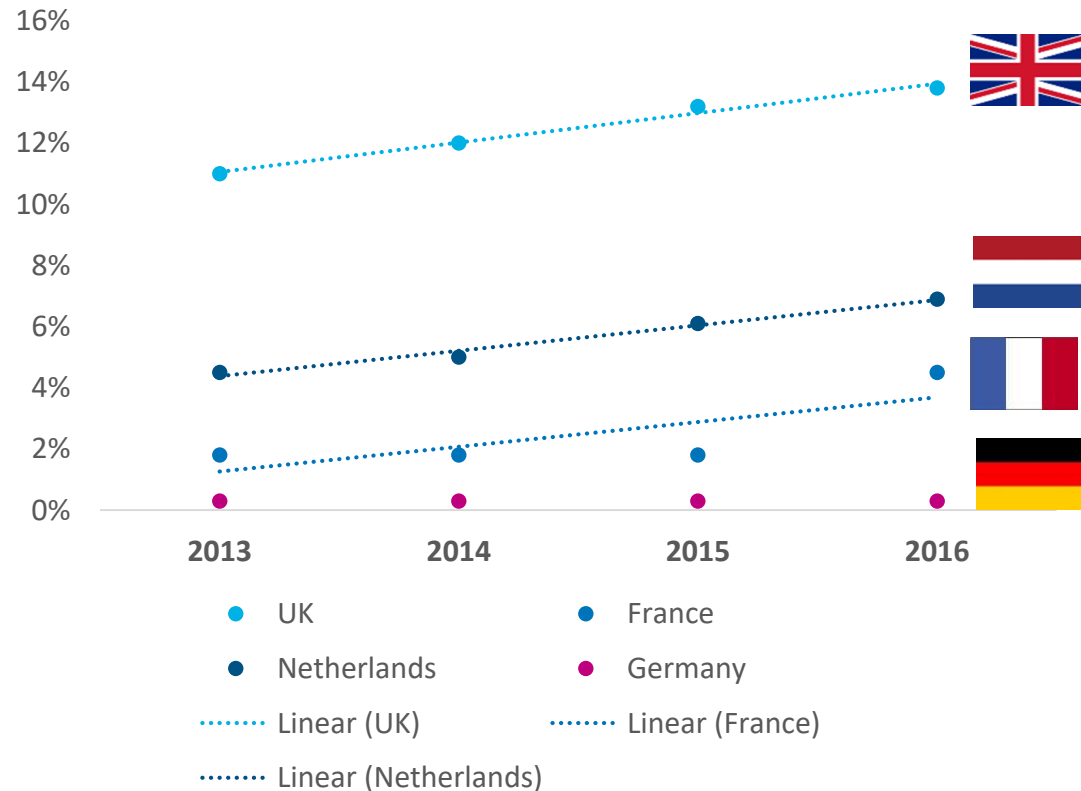


Source: CIM TV, 10' threshold. Full year

Time shift viewing on the rise: +18%.

TV time shift viewing grows (almost) everywhere

Time shift viewing shares trend



Source: RTL AdConnect TV Key Facts

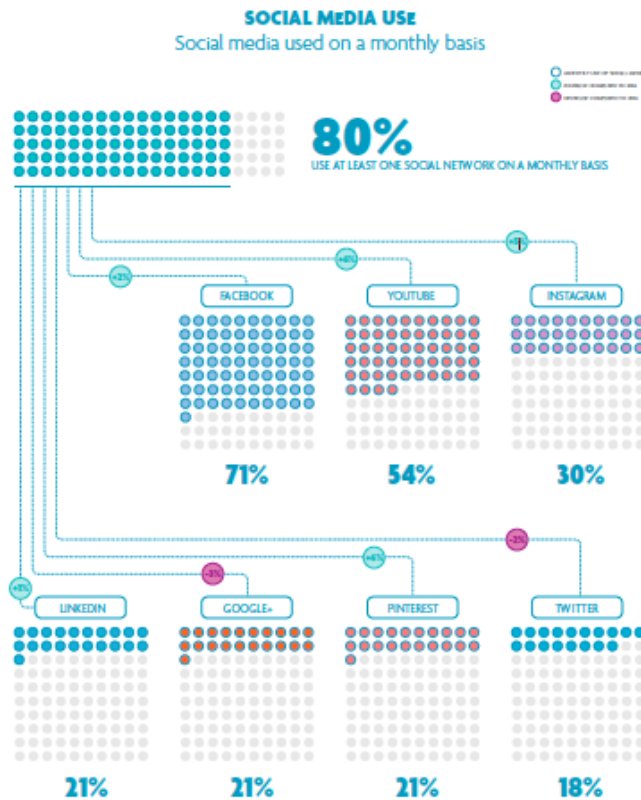
Unrealistic to report decreasing time shift viewing:

- Technology adoption grows
- Increasing awareness of opportunities
- More channels available, while available time stable

Social media, also a discrepancy

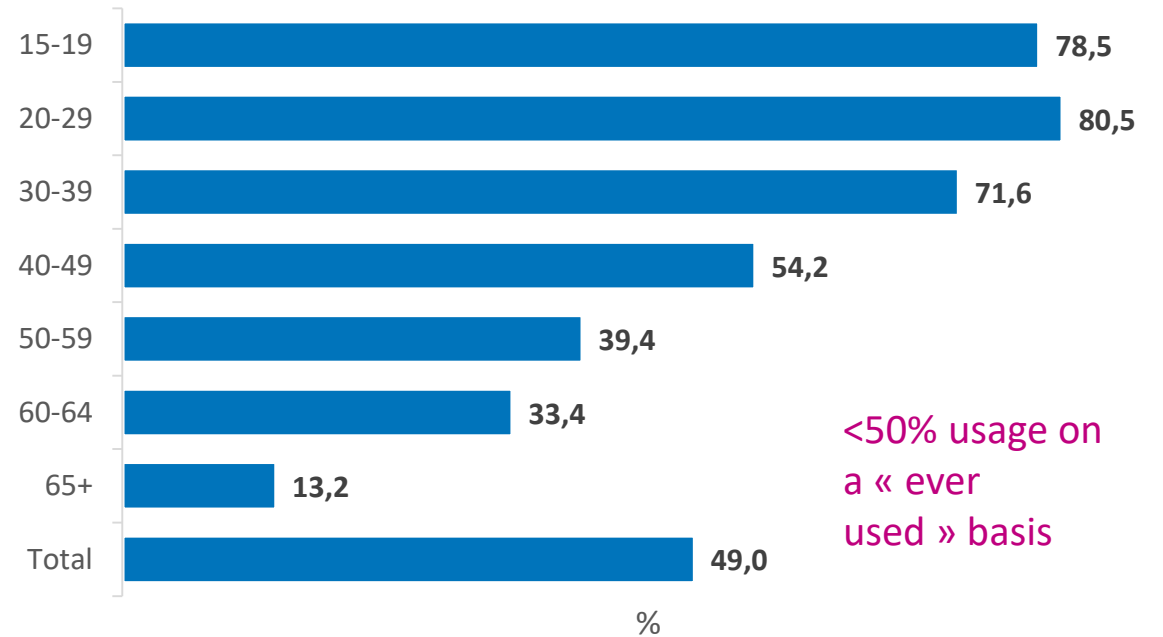
What Digimeter respondents claim

80% usage on a monthly basis



What CIM respondents declare

Internet (ever) use for social media, blogs, forums

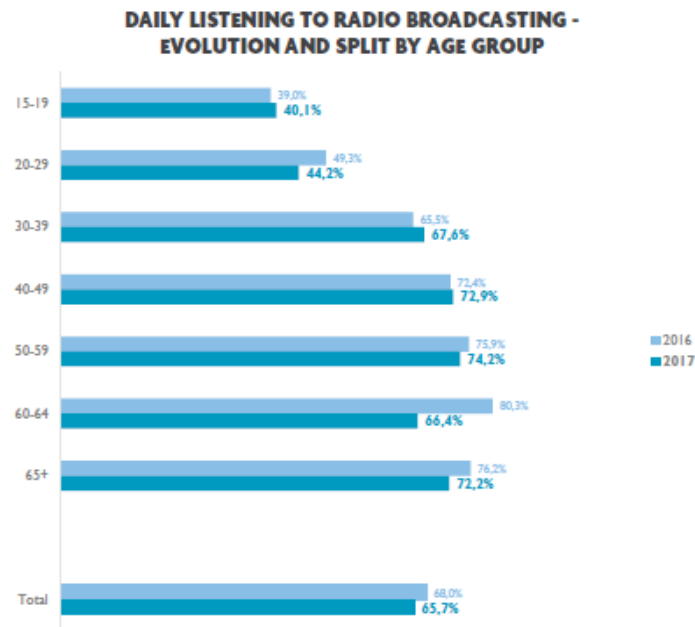


<50% usage on a « ever used » basis

Source: CIM Establishment Survey. 15+ in Dutch-speaking regions..

Radio listening: may be parallel

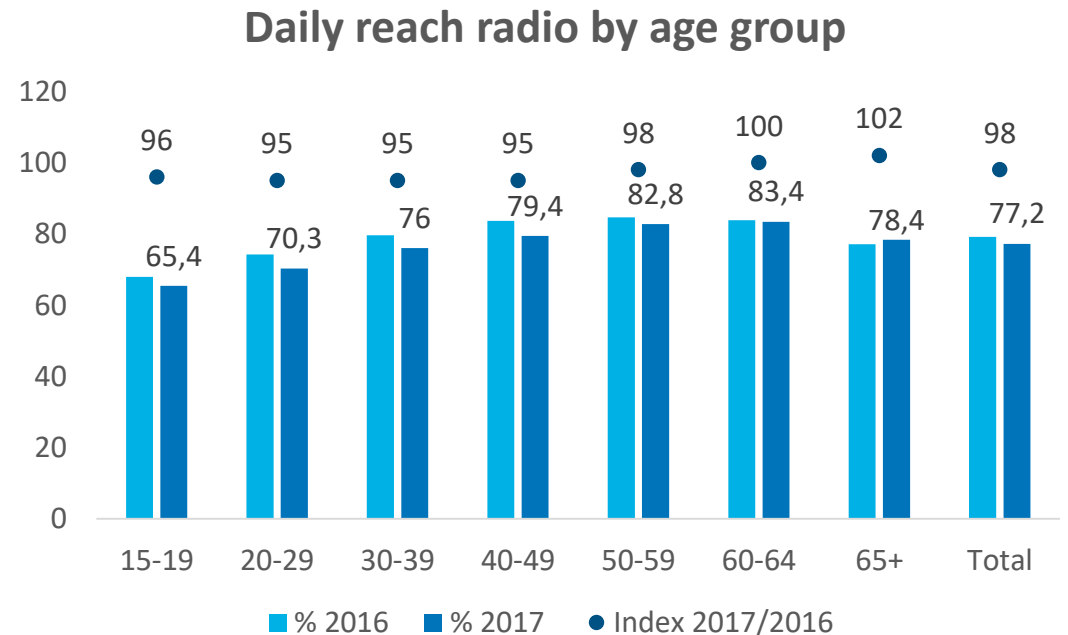
What Digimeter respondents claim



Radio graph 3: Daily listening to radio broadcasting - evolution and split by age group (N=2.345)

-3% average decrease in reach in 2017

What the currency survey tells us



Source: CIM Radio. Average across waves

CIM somehow agrees, but trend of some age groups diverge

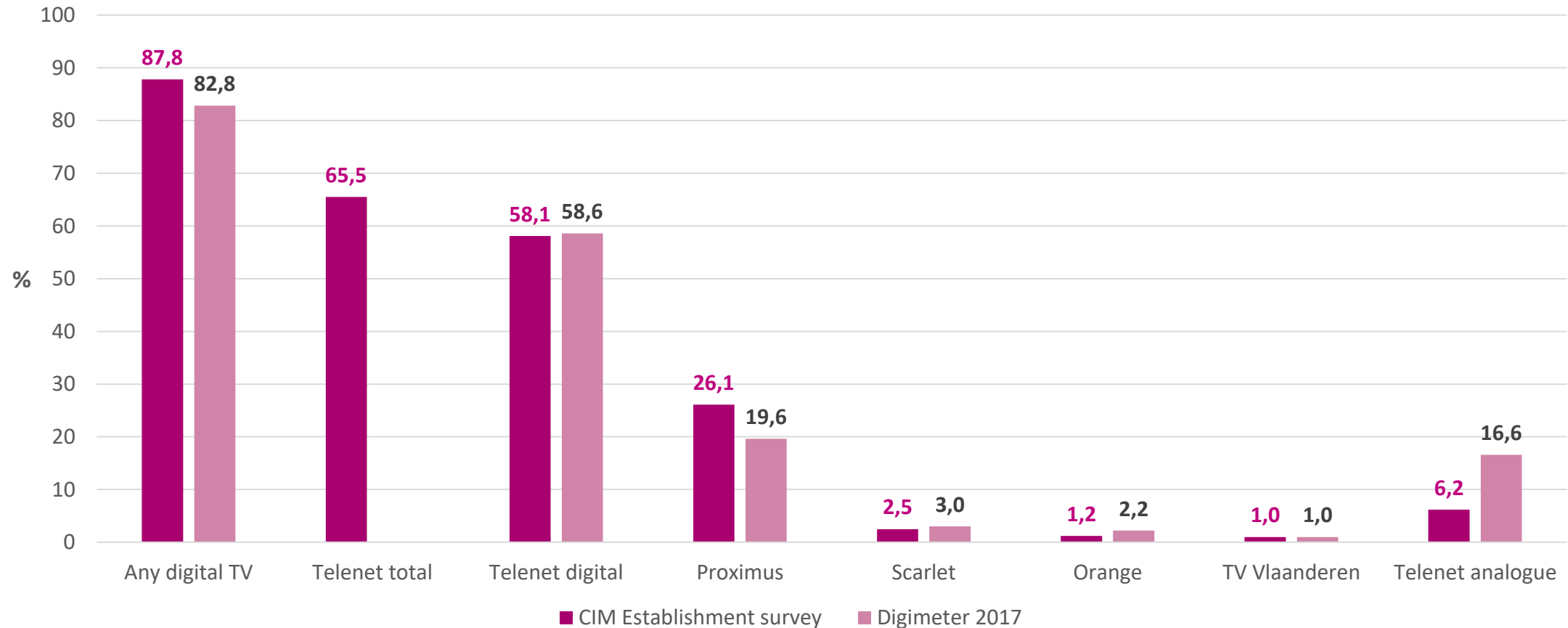
Infrastructure data not far away

Household penetration of devices



Info on providers generally matches

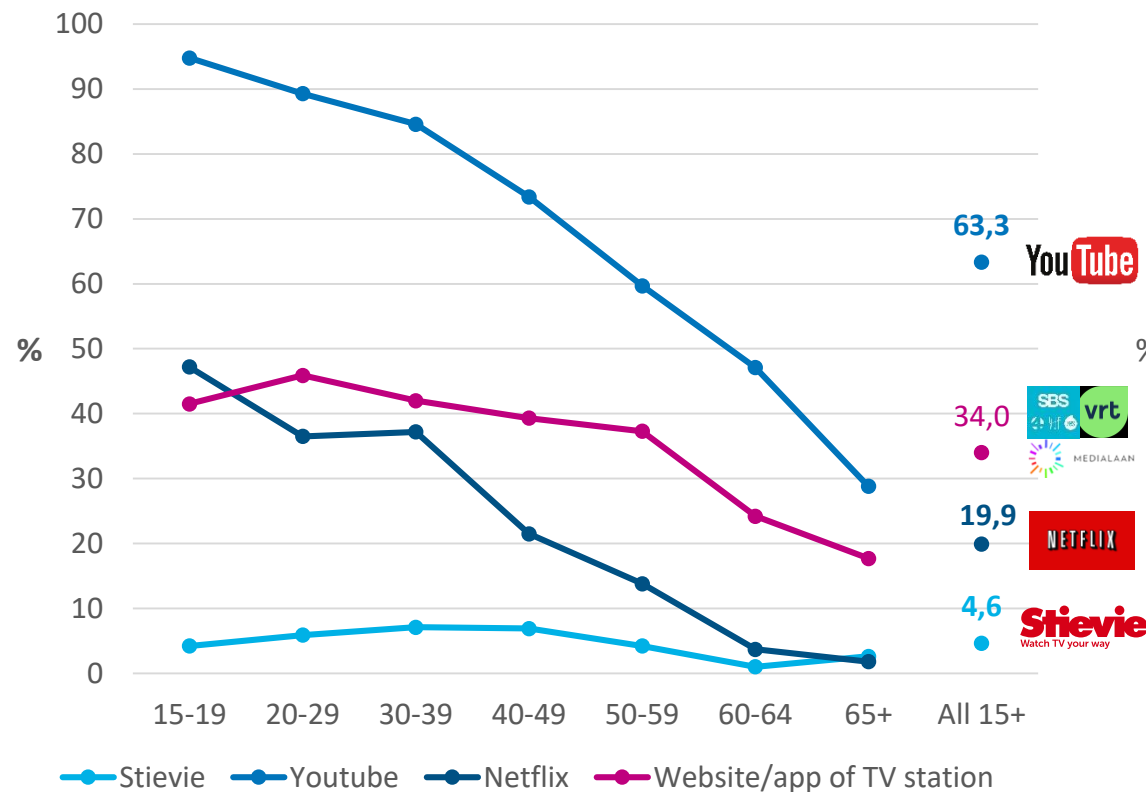
Household penetration of services



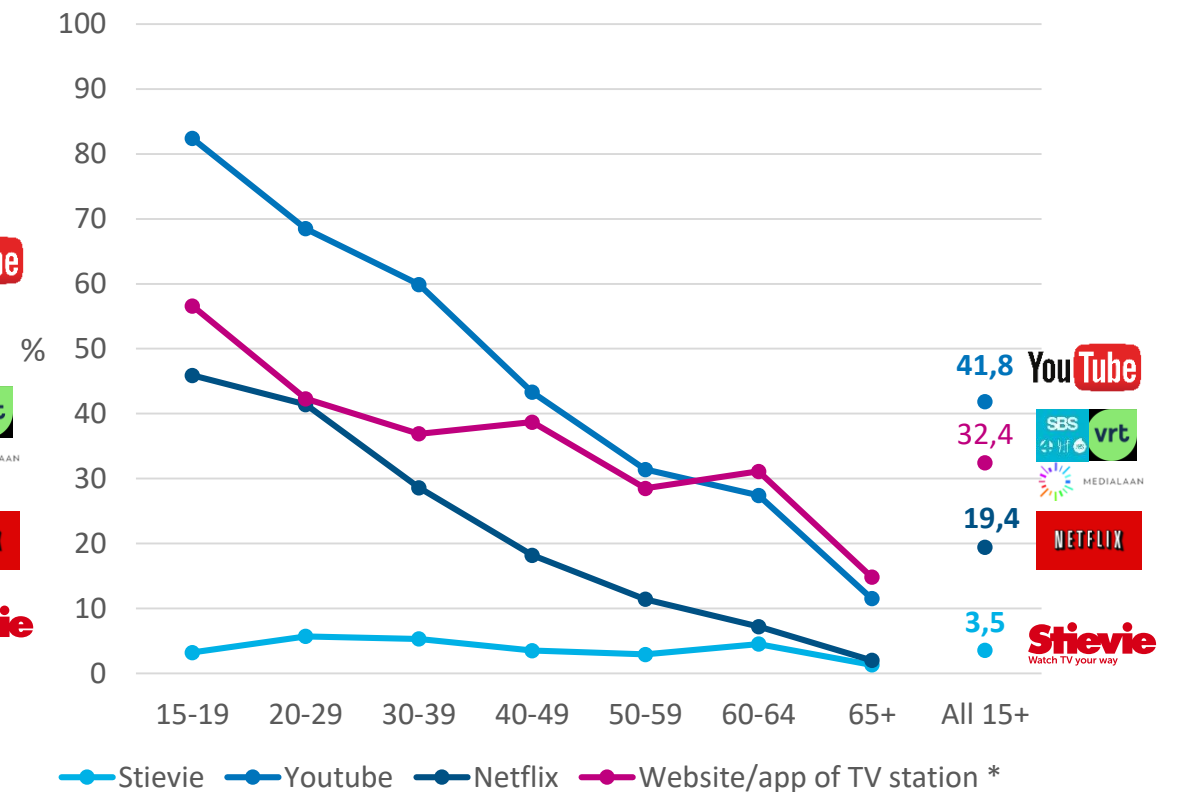
Online video providers, same ranks, profiles not always match

DIGIMETER

Monthly watching online video



Ever used online video



Source: CIM Establishment Survey 2017. 15+ in Dutch-speaking regions.
 * Net gemist, VTM, Canvas, Deredactie, Ketnet, Sporza, Vier, Vijf, VRT Nu

Unfortunately, news coverage primarily focused on reported decrease in TV viewing, what CIM does not confirm

Klassiek tv-kijken in vrije val bij jongeren

PIETER HAECK

Amper een op de vijf Vlaamse twintigers kijkt nog dagelijks live naar televisie. Voor alle leeftijdscategorieën samen gaat het om de helft van de Vlamingen. De klassieke vorm van tv-kijken, met een vast programmaschema, is dus vooral bij de commercieel interessante jongeren in vrije val.

Dat leert de jaarlijkse Digimeter, een onderzoek van het Leuvense innovatiecentrum Imec en de UGent, naar de mediagewoonten van de Vlaming. Het is een van de grootste mediabevragingen in ons land en een goede indicator.

Een van de grote winnaars is de online streamdienst Netflix, die maandagavond laat met uitstekende kwartaalresultaten naar buiten kwam. Een op de vijf Vlamingen zei in de Digimeter toegang te hebben tot Netflix. Dat is 40 procent meer

23%

Onder twintigers kijkt maar een op vijf dagelijks naar live tv.

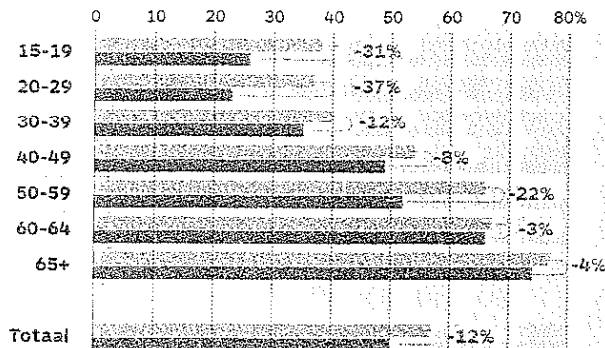
dan bij de vorige bevraging. Uit de Digimeter blijkt dat het kinderaanbod een belangrijke reden is voor de aanschaf van een Netflix-abonnement. In gezinnen is Netflix prominenter aanwezig dan in huishoudens zonder kinderen.

De goede resultaten legden Netflix absoluut geen windeieren. Op Wall Street tilden beleggers het aandeel naar een marktwaarde van 110 miljard dollar, boven die van de bank Goldman Sachs. **P13**

de Tijd 24/11

Vlaming kijkt minder live televisie

(percentage van Vlamingen dat dagelijks live kijkt)



50% De helft van de Vlamingen kijkt niet meer dagelijks 'klassiek' tv.

De traditionele televisie wordt steeds minder belangrijk voor de Vlamingen. Netflix daarentegen wordt steeds populairder. Dat blijkt uit de Digimeter, een onderzoek naar het mediagebruik van de Vlamingen.

Kijkgedrag van de Vlaming

Kijkt dagelijks live tv

Toegang tot Netflix

