

Internationaal onderzoek 2023

Kijkgedrag & advertentiewaardering in Europa

A photograph of a man and a woman smiling and looking at a smartphone together. The man is wearing glasses and a denim shirt, and the woman has long hair and is wearing a light-colored top. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

Kijkgedrag

RTL Ad Alliance heeft in tien verschillende Europese landen, waaronder Nederland, de verschillen en overeenkomsten als het gaat om kijkgedrag en advertentiewaardering in kaart gebracht. In dit slidedeck delen we een aantal interessante inzichten uit dit onderzoek.

In totaal hebben er 8.500 Europeanen deelgenomen waaronder 700 Nederlanders.

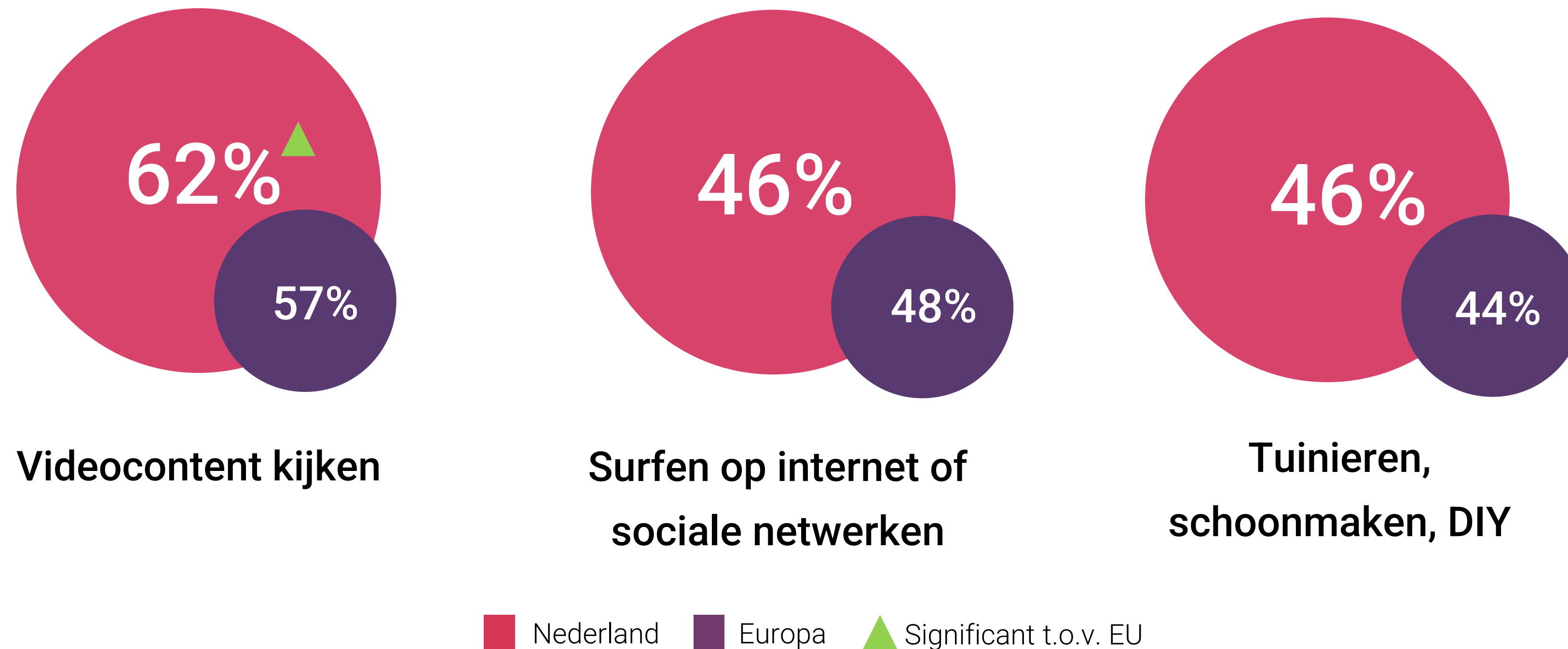
Meer weten over het onderzoek? Mail ons in dat geval via: marketing.research.b2b@adalliance.nl

Wil je nog meer weten over de resultaten van dit onderzoek? Bekijk het webinar op [Screenforce](#)

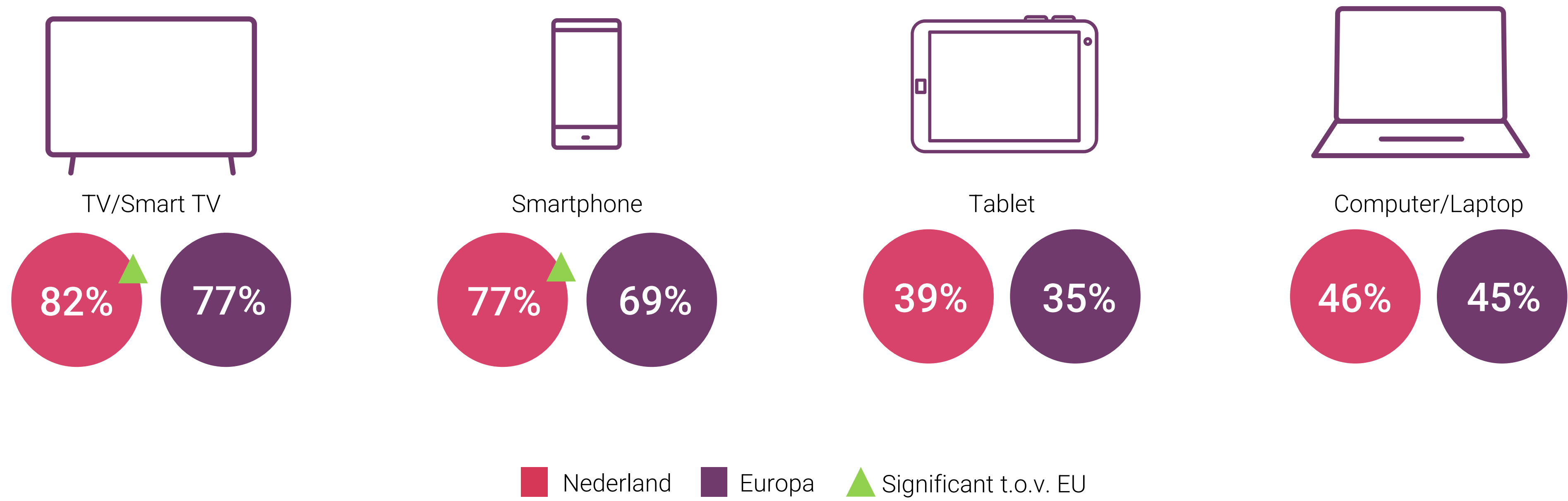
In hoeverre **verschilt Nederland**
van de rest van Europa als het
gaat om **kijkgedrag** en
advertentiewaardering?

Videocontent kijken meest genoemde activiteit in Nederland én Europa

Nederlanders doen dit zelfs significant **vaker** dan de rest van Europa

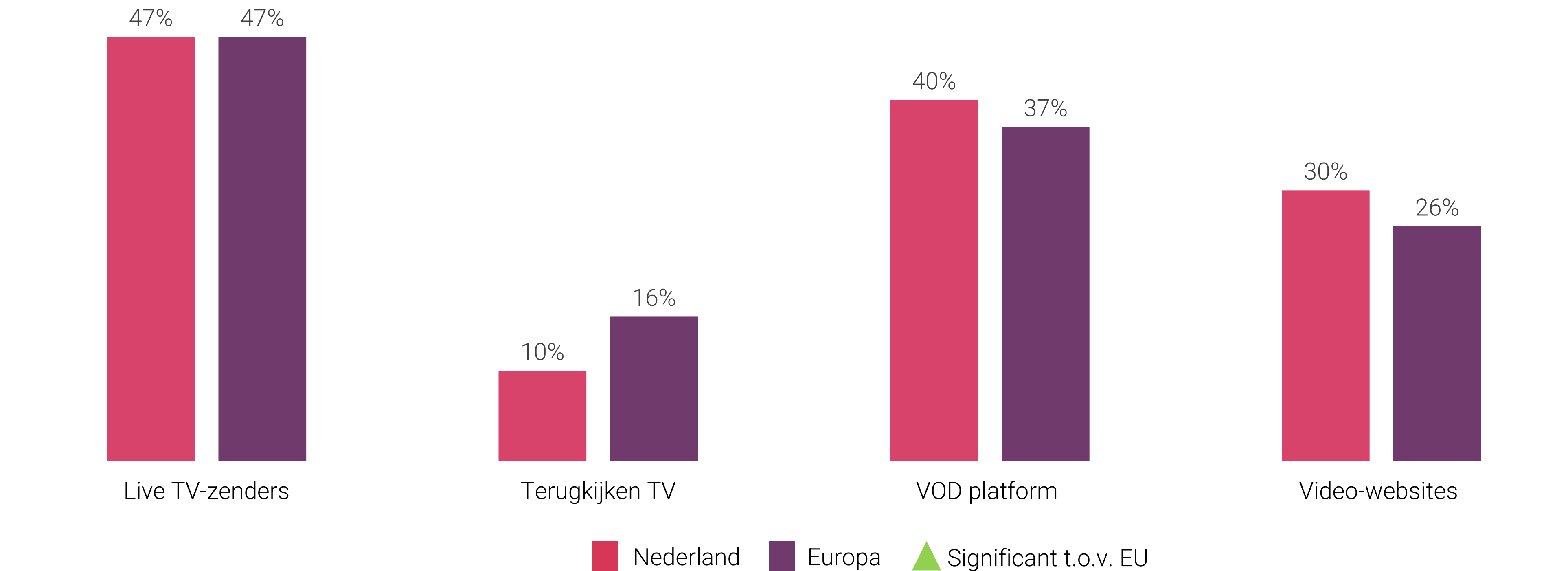


Nederlanders kijken videocontent vaker op TV of smartphone



Vraag: Je hebt aangegeven de volgende devices in huis te hebben. Hoe vaak gebruik je deze om videocontent te kijken (series, films, sport, TV-programma's)? Elke dag of bijna elke dag / Basis: device-eigenaar

Op het grote scherm kijken Nederlanders vaker naar VOD dan de rest van Europa



Vraag: Hoe vaak kijk je naar onderstaande content op jouw TV/Smart TV/CTV? Elke dag / bijna elke dag (basis: TV-set eigenaar)



Advertentie-
waardering

53% van de Nederlanders **staat open voor advertenties** in/rondom programma's als zij daarmee **gratis of tegen lagere kosten** naar premium content **kunnen kijken**.

Dit is vergelijkbaar met de rest van Europa (56%).

Vraag: Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen op het gebied van videocontent (TV-zenders, streaming platforms, SVOD, etc)? Top-2 (helemaal) mee eens. Basis: allen

Kijkgedrag & advertentiewaardering in Europa | Internationaal onderzoek 2023



Advertentie-
waardering



35% van de Nederlanders geeft aan **geïnteresseerd** te zijn in **targeted** ads die passen bij hun interesses.

Dit is te vergelijken met de rest van Europa (37%).



Advertentie-
waardering

Meer dan **50%** van de Nederlanders geeft aan te **willen betalen voor een** abonnement met advertenties op een VOD-dienst.

Waarvan...



57%

Vrouw



43%

Man

Vraag: : Ben je bereid te betalen (tegen lagere kosten) voor een video-abonnement met commercials? Ja, zeker / waarschijnlijk
Basis: allen, Nederland

Kijkgedrag & advertentiewaardering in Europa | Internationaal onderzoek 2023



Key take-outs

- **Videocontent kijken** is de **meest genoemde activiteit** in huis in Nederland én Europa. Nederlanders doen dit zelfs significant vaker dan de rest van Europa.
- Nederlanders **kijken vaker videocontent op een TV of smartphone** dan andere Europeanen. Ook gebruiken Nederlanders het grote scherm relatief vaak om **VOD** te kijken.
- Een derde van de **Nederlanders** geeft aan **geïnteresseerd** te zijn in **targeted ads** die passen bij hun interesses. Dit is vergelijkbaar met de rest van Europa.
- **Meer dan de helft** van de **Nederlanders** staat open voor **advertenties tijdens/rondom een programma** als zij daarmee **gratis of tegen lagere kosten** naar premium content kunnen kijken.

