

'Ook reclame rond online tv irriteert'

ONDERZOEK Bijna 70 procent van de Nederlandse huishoudens kijkt (wel eens) naar tv-programma's via het internet. Enkele jaren terug was dit nog 20 procent. Dit gebeurt veruit het meeste op Uitzendinggemist.nl (40 pct). Reclame rond deze tv-programma's wordt irritant gevonden.

Dat blijkt uit Onderstroom, een continue onderzoek naar merken en media van mediabureau Stroom dat wordt uitgevoerd onder duizend 18-65-jarigen door De Vos & Jansen.

Uit het onderzoek komt ook naar voren dat de traditionele tv nog steeds als belangrijkste katalysator fungeert voor het kijken op internet. Internet is ook een aanvulling op tv, zo tonen de

cijfers aan; 20 pct ziet op internet juist tv-programma's waar ze normaal niet naar kijkt.

Een groot voordeel van online tv-kijken is dat je zelf programma en kijkmoment kunt bepalen, zegt bijna driekwart van de respondenten. Daar komt bij dat men niet geconfronteerd wordt met (veelvuldige) reclameblokken (53 pct). Evenals bij de reguliere tv zorgt reclame ook online voor irritatie.

Uit het onderzoek blijkt dat de commercial die voorafgaat aan de uitzending niet erg populair is. Vrijwel niemand kijkt er graag naar en tweederde vindt deze vorm van reclame zelfs irritant. Reclame tijdens de uitzending zou overigens helemaal niet worden

gepruimd; 83 pct heeft een afkeer van het idee. Wel vindt meer dan een derde van de kijkers reclame bij tv-programma's op internet minder irritant dan op tv. Dit heeft, zo denkt Stroom, waarschijnlijk te maken met de korte blokken (slechts één commercial). Het is dan ook niet zo verwonderlijk dat slechts 16 pct de reclame vaak niet in zijn geheel bekijkt. Bovendien klikt 10 pct regelmatig bewust op de commercial voor meer informatie.

De irritatie wordt met name veroorzaakt door de uitzending van niet-relevante commercials. Op het idee om de getoonde reclame te kunnen afstemmen op het huishoudprofiel, reageert dan ook bijna een derde positief.