



IPTV in Noordoost-Friesland

“een onderzoek onder deelnemers aan
een pilot met interactieve televisie”

Opdrachtgever: Kabel Noord
Uitvoerder: Junior Consult
Plaats: Groningen
Datum: 12 september 2007



JUNIOR *consult*

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Wetenschappelijke basis	5
2.1 Literatuuronderzoek.....	5
1.1.1 Invulling beliefs.....	5
2.1.2 Invulling van de attitude	6
2.1.3 Invulling van gebruiksvintentie	6
2.1.4 Externe variabelen	6
2.2 Onderzoeksmodel.....	6
3. Het onderzoek.....	8
4. Onderzoekresultaten	9
4.1 Beschrijving respondenten.....	9
4.2 Beoordeling van IPTV.....	10
4.2.1 Relatief voordeel.....	10
4.2.2 Gebruiksgemak.....	10
4.2.3 Imago.....	11
4.2.4 Verenigbaarheid.....	11
4.2.5 Probeerbaarheid.....	11
4.2.6 Plezier.....	11
4.2.7 Kosten.....	12
4.2.8 Attitude en intentie	12
4.3 Belang van de beliefs.....	12
4.4 Inhoud kanalen	13
4.4.1 Algemene inhoud.....	13
4.4.2 Inhoud Gamenations.....	13
4.4.3 Inhoud Frysk TV	14
4.5 Segmentatie	15

5. Conclusies	17
5.1 Inleiding	17
5.2 Beoordeling van het product	17
5.3 Oordeel over de themakanalen.....	18
5.3.1 <i>Gamenations</i>	18
5.3.2 <i>Frysk TV</i>	18
5.4 Segmentatie	18
5.5 Slotconclusie.....	19
6. Aanbevelingen.....	20
6.1 Basisvoorwaarde	20
6.2 Inhoudelijke ontwikkeling.....	20
6.3 Productintroductie	21
6.3.1 <i>De doelgroep</i>	21
6.3.2 <i>Product</i>	22
6.3.3 <i>Distributie</i>	22
6.3.4 <i>Prijs</i>	22
6.3.5 <i>Promotie</i>	22
6.4 Inkomsten.....	23
Literatuurlijst	25
Bijlagen	26
Bijlage 1 Uitwerking diepte-interviews	27
1.1 <i>Respondent 1</i>	27
1.2 <i>Respondent 2</i>	27
1.3 <i>Respondent 3</i>	27
1.4 <i>Respondent 4</i>	28
1.5 <i>Respondent 5</i>	28
1.6 <i>Respondent 6</i>	28
1.7 <i>Respondent 7</i>	29
1.8 <i>Respondent 8</i>	29
1.9 <i>Respondent 9</i>	29
1.10 <i>Respondent 10</i>	30
Bijlage 2 Enquête.....	31



Bijlage 3	Achterliggende redenen beoordeling beliefs	37
3.1	<i>Redenen voor de mening over relatief voordeel</i>	37
3.2	<i>Redenen voor de mening over gebruiksgemak</i>	37
3.3	<i>Redenen voor de mening over imago</i>	38
3.4	<i>Redenen voor de mening over verenigbaarheid</i>	38
3.5	<i>Redenen voor de mening over de probeerbaarheid</i>	38
3.6	<i>Redenen voor de mening over plezier</i>	39
3.7	<i>Redenen voor de mening over kosten</i>	39
Bijlage 4	Interviews over vernieuwde inhoud	40
4.1	<i>Respondent 1</i>	40
4.2	<i>Respondent 2</i>	40
4.3	<i>Respondent 3</i>	40
4.4	<i>Respondent 4</i>	41
4.5	<i>Respondent 5</i>	41
4.6	<i>Respondent 6</i>	41



1. Inleiding

Een grote kans in de opkomst van digitale televisie is de interactiviteit die mogelijk is met het medium. Hierdoor is het mogelijk geworden deel te nemen aan en in te spelen op televisieprogramma's, het zogenaamde Internet Protocol Television (IPTV). De consument kan middels video on demand (VOD) grotendeels zelf bepalen wat men ziet en wanneer men dit wil zien. Daarnaast is er een koppeling met het internet mogelijk waardoor de grootste bron van informatie nog toegankelijker wordt.

Het onderzoek heeft als doel het in kaart brengen van de mening van de deelnemers aan de pilot met IPTV (inclusief de drie verschillende kanalen) en de daarop eventueel gebaseerde interesse voor het product. Op basis daarvan is de volgende hoofdvraag voor dit onderzoek geformuleerd:

- ***In hoeverre is het project IPTV in het gebied van Kabel Noord commercieel levensvatbaar en welke factoren spelen hierbij een rol?***

Om hierop een antwoord te kunnen geven zijn een aantal deelvragen geformuleerd, deze luiden als volgt:

- Wat is de mening van de respondenten over IPTV en waarop is deze gebaseerd?
- Welke aspecten van IPTV zijn van belang voor de gevormde mening over IPTV?
- Wat is de mening van de respondenten over de themakanalen Frysk TV en het Gamenations kanaal?
- Welke segmenten kunnen worden onderscheiden in het gebied van Kabel Noord voor wat betreft de mening en wensen met betrekking tot IPTV?

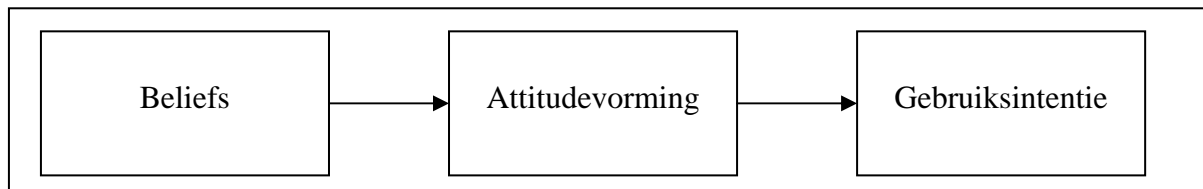
Voordat de meningen van de deelnemers aan de pilot daadwerkelijk zijn gemeten is eerst uitgebreid wetenschappelijk literatuuronderzoek gedaan. Dit onderzoek is de basis geweest voor de vragen aan de deelnemers aan de pilot. Om deze reden zal eerst kort aandacht worden besteed aan dit literatuuronderzoek. Vervolgens wordt ingegaan op de onderzoeksresultaten. Op basis van de resultaten zullen conclusies worden getrokken die de deelvragen en zo uiteindelijk de hoofdvraag beantwoorden. Ten slotte zullen aanbevelingen worden gedaan aan Kabel Noord over de te nemen stappen met betrekking tot de verder ontwikkeling van IPTV en het vermarkten ervan.

2. Wetenschappelijke basis

2.1 Literatuuronderzoek

Door het product IPTV in een breder perspectief te plaatsen is in de literatuur gekeken naar al bestaande onderzoeken voor vergelijkbare producten. IPTV is hierbij gekenmerkt als een informatietechnologisch en innovatief consumentenproduct.

Naar de adoptie van producten die hier (deels) onder vallen is al veelvuldig onderzoek gedaan en zo is er dus een goede wetenschappelijke basis mogelijk voor dit onderzoek. Er is gekeken naar adoptieprocessen voor achtereenvolgens informatietechnologische producten, innovatieve producten en producten voor consumenten. Het bleek dat de indelingen en definities weliswaar verschillen, maar dat er over het algemeen vergelijkbare modellen worden gebruikt. Dit model, dat in figuur 1 is weergegeven, is als basis gebruikt voor dit onderzoek.



Figuur 1: algemeen adoptieproces

Bovenstaand model kan worden gekenmerkt als een eendimensionaal attitude-model. De Theory of Reasoned Action (TRA) van Ajzen & Fishbein (1980) is volgens Leeflang (1993) één van de meest toegepaste eendimensionale attitude-modellen en wordt volgens Venkatesh et al. (2003) gezien als één van de meest fundamentele en invloedrijke theorieën van menselijk gedrag. Om verder in te gaan op bovenstaand adoptieproces is veelvuldig gebruik gemaakt van onderzoeken met en naar de TRA. In de het volgende gedeelte zal worden ingegaan op de invulling van de drie concepten in figuur 1.

1.1.1 Invulling beliefs

Beliefs zijn aspecten van het productgebruik die voor de consument een rol spelen.

In de diverse onderzoeken wordt veelvuldig gerefereerd aan het onderzoek van Moore en Benbasat (1991). Beide onderzoekers hebben een algemeen toepasbaar meetinstrument ontwikkeld voor de adoptie van een breed scala aan innovaties. Van de verschillende beliefs die zij en andere onderzoekers gebruiken, op basis van de kenmerken van een informatietechnologisch, innovatief consumentenproduct, zijn een aantal beliefs meegenomen voor dit onderzoek. Het gaat om de volgende beliefs met daarbij de voor dit onderzoek specifieke definitie:

- Relatief voordeel: *de mate waarin gebruik van innovatie als beter wordt gezien ten opzichte van het gebruik van een voorgaand product*
- Gebruiksgemak: *de mate waarin gebruik van de innovatie wordt gezien als gemakkelijk*
- Imago: *de mate waarin het gebruik van een innovatie wordt gezien als iets dat de status of het imago van iemand verbetert in het sociale systeem van de gebruiker*



- Verenigbaarheid: *de mate waarin gebruik van de innovatie wordt gezien als consistent met de bestaande behoeften en ervaringen in het verleden van potentiële gebruikers*
- Probeerbaarheid: *de mate waarin het voor een potentiële gebruiker een rol speelt in de beoordeling dat het product getest kan worden voordat de adoptie plaatsvindt*

In de vele vergelijkbare onderzoeken die zijn gedaan wordt vaak ingegaan op het gebruik van producten in een organisatiecontext. Wanneer er wel onderzoek wordt gedaan naar een product in een consumentencontext, gaat het veelal om een product dat dient om bepaalde activiteiten sneller en effectiever uit te voeren. Het onderzoeken van een product in een consumentencontext dat tevens dient ter vermaak maakt dit onderzoek dus vrij uniek.

Op basis van bovenstaande zijn nog een tweetal beliefs toegevoegd aan dit onderzoek:

- Plezier: *de mate waarin de activiteit van het gebruiken van het product wordt gezien als plezierig, afgezien van een bepaalde prestatie die het product levert*
- Kosten: *de mate waarin de consument geld over heeft voor het product*

2.1.2 Invulling van de attitude

Attitude is in het model dus een gevolg van de geformuleerde beliefs. Omdat attitude de uitkomst is van de beoordeling van de diverse beliefs heeft dit geen uitgebreide opsplitsing van componenten. Er zal worden volstaan met het meten van een gunstig of ongunstig gevoel ten aanzien van het product IPTV.

2.1.3 Invulling van gebruiksintentie

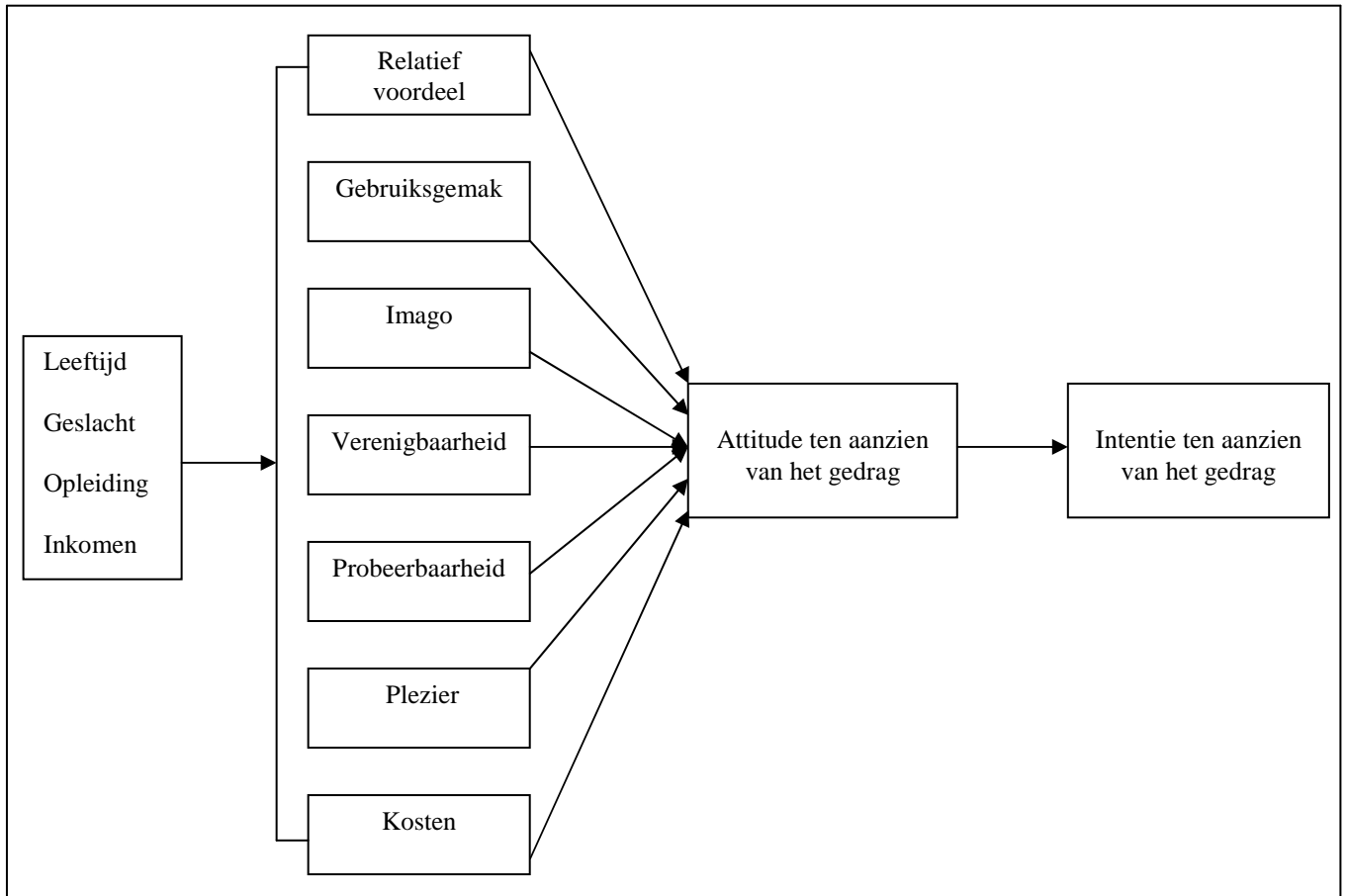
De hoofdvraag naar commerciële levensvatbaarheid valt of staat uiteindelijk met de eventuele intentie van de consumenten om IPTV aan te schaffen. Deze intentie zal een logisch gevolg moeten zijn van de attitude. Het belief kosten speelt hierbij een belangrijke rol. Om deze reden wordt gevraagd naar de intentie om IPTV na de testperiode aan te schaffen. Hierbij geldt wel de voorwaarde dat deze aanschaf zoveel kost als men heeft aangegeven bij de vraag naar het belief kosten.

2.1.4 Externe variabelen

Tenslotte is conform een aantal vergelijkbare onderzoeken ook aandacht besteed aan eventuele externe variabelen die een rol spelen bij de beoordeling van IPTV. De diverse onderzoeken zijn vrij eenduidig over een aantal basiskenmerken; deze worden ook in dit onderzoek toegepast. Het gaat om geslacht, leeftijd, opleiding en inkomen. Er zal dus onderzocht worden of op basis van deze kenmerken verschillen zijn te onderscheiden bij de beoordeling van IPTV.

2.2 Onderzoeksmodel

Bovenstaande leidt uiteindelijk tot een onderzoeksmodel dat gebruikt is om een antwoord te geven op de geformuleerde hoofdvraag en de bijbehorende deelvragen.



Figuur 2: onderzoeksmodel



3. Het onderzoek

Middels een mailing en een nieuwsbrief hebben 109 klanten van Kabel Noord zich aangemeld om deel te nemen aan de pilot met interactieve televisie.

Na een aantal weken de mogelijkheid te hebben gehad het product te gebruiken zijn eerst een tiental telefonische interviews afgenomen onder de deelnemers. Vanuit deze interviews zijn met name de beliefs relatief voordeel en plezier wat duidelijker omschreven is een beeld verkregen van de mening over IPTV en de inhoud van de kanalen Frysk TV en het kanaal van Gamenations. De interviews zijn uitgewerkt in bijlage 1.

Op basis van vragenlijsten in vergelijkbare onderzoeken en de interviews is uiteindelijk een enquête ontwikkeld. Deze gaat in op elk onderdeel van het onderzoeksmodel en besteedt aandacht aan de algemene inhoud van het medium en de inhoud van de kanalen Frysk TV en het kanaal Gamenations. De enquête is opgenomen in bijlage 2.

Uiteindelijk hebben 61 deelnemers de enquête binnen de gestelde termijn online ingevuld, dit is een percentage van 56%. De resultaten zijn verwerkt in SPSS.

4. Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de afgenomen enquêtes worden besproken. Allereerst zal een beeld worden geschetst van de groep respondenten. Als tweede wordt de mening over IPTV beschreven aan de hand van de geformuleerde beliefs. Vervolgens wordt ingegaan op de tweede en derde deelvraag die betrekking hebben op het belang van de aspecten bij de mening over IPTV. Het gaat hierbij dus om het belang van elk van de beliefs in de gevormde attitude met betrekking tot IPTV.

Hierna komt de mening van de respondenten over de inhoud van Frysk TV en het kanaal van Gamenations aan bod. Ten slotte zal onderzocht worden of er op basis van bepaalde basiskenmerken verschillende groepen te onderscheiden zijn in de beoordeling van de diverse beliefs.

4.1 Beschrijving respondenten

In de volgende tabel zijn de algemene kenmerken van de respondenten te zien.

Aantal respondenten		61
Geslacht	Man	83,6%
	Vrouw	16,4%
Gemiddelde leeftijd		39,04 jaar

Figuur 3: algemene kenmerken respondenten

De groep respondenten bestaat voornamelijk uit mannen. Dit valt vrij logisch te verklaren doordat het gaat om een informatietechnologisch product, waarin doorgaans meer mannen geïnteresseerd zijn dan vrouwen. De gemiddelde leeftijd van iets meer dan 39 jaar komt voort uit de volgende leeftijdsopbouw van de respondenten:

Leeftijd	Percentage
20 - 29 jaar	18,4%
30 - 39 jaar	32,8%
40 - 49 jaar	18,0%
50 - 59 jaar	9,8%
60 - 69 jaar	4,9%

Figuur 4: leeftijdsopbouw respondenten

De respondenten kunnen verder worden gekenmerkt als gemiddeld opgeleid en hebben een inkomen dat gemiddeld iets beneden modaal (€2.500,-) ligt. De verdeling hiervan is opgenomen in figuur 5.

Opleiding	Basisschool	1,6%
	VMBO	9,8%
	HAVO	9,8%
	VWO	4,9%
	MBO	47,5%
	HBO	24,6%
	WO	1,6%
Inkomen	< €1.500	24,6%
	€1.500 - €2.500	34,4%
	€2.500 - €3.500	21,3%
	> €3.500	14,8%

Figuur 5: opleiding en inkomen respondenten

4.2 Beoordeling van IPTV

In deze paragraaf zullen de gemiddelde cijfers van de verschillende aspecten worden gerapporteerd. Hierbij is in de meeste gevallen gebruik gemaakt van een zevenpunts-schaal. Dit houdt het volgende in:

- 1 = helemaal mee oneens
- 2 = grotendeels mee oneens
- 3 = enigszins mee oneens
- 4 = neutraal
- 5 = enigszins mee eens
- 6 = grotendeels mee eens
- 7 = helemaal mee eens

4.2.1 Relatief voordeel

Uit de resultaten blijkt dat de respondenten het product interactieve televisie niet als een sterk voordeel zien ten opzichte van hun 'oude' situatie. Gemiddeld is hierop een score van 3,46 behaald, waarop gesteld kan worden dat de respondenten licht negatief zijn over het voordeel dat IPTV oplevert ten opzichte van de 'oude situatie'. Toch is gemiddeld bijna 30% het minimaal enigszins eens met de genoemde voordelen.

Er is gekeken naar het voordeel ten opzichte van televisie en internet, maar hierin is er voor de respondenten geen verschil. Argumenten voor het licht negatieve oordeel liggen voornamelijk bij de werking van het product. De trage werking en de technische mankementen worden hier veel bij genoemd. Ten slotte geeft een aantal mensen wel aan potentie te zien in het product (zie bijlage 3.1 voor een meer specifieke toelichting).

4.2.2 Gebruiksgemak

De respondenten vinden het over het algemeen redelijk makkelijk om met IPTV om te leren gaan en stellen ook dat het gebruik redelijk duidelijk en begrijpelijk is. Voor beide items ligt de score rond de 5 en het algemene oordeel over het gebruiksgemak ligt daar iets onder.



Gemiddeld genomen wordt gebruiksgemak beoordeeld met een score van 4,74. Onderliggende redenen hebben voornamelijk betrekking op de traagheid van het medium.

De positieve motivatie komt voornamelijk voort uit de simpele en goede menustructuur (zie bijlage 3.2 voor een meer specifieke toelichting).

4.2.3 Imago

De respondenten zijn het er niet mee eens dat het gebruik van IPTV aanzien geeft in hun sociale omgeving. Deze stelling wordt gemiddeld beoordeeld met een score van 2,05. Enkele respondenten lichten dit nog toe door te stellen dat het onzin is en dat de omgeving niet ziet dat de respondent gebruik maakt van IPTV (zie bijlage 3.3).

4.2.4 Verenigbaarheid

De respondenten hebben niet echt een mening over de verenigbaarheid van het gebruik van IPTV, zoals dit nu wordt aangeboden. Op de vragen over passendheid bij hun levensstijl en bij de wens internet en televisie in de toekomst te combineren scoort men rond de neutrale waarde van 4. Gemiddeld is de score van beide items 3,86. Zo'n 35% is het echter minimaal enigszins eens met de twee stellingen. In de toelichting die enkele respondenten gaven kwam naar voren dat men niet positief is omdat het product niet compact genoeg is en zorgt voor nog meer kastjes en snoeren. Aan de andere kant zien een aantal respondenten wel mogelijkheden in een aantal eigenschappen van het product, met name Video On Demand (VOD), voor de toekomst (zie bijlage 3.4 voor meer specifieke toelichting).

4.2.5 Probeerbaarheid

Over de mogelijkheid en het belang van het testen zijn de respondenten positief. De score op de stelling over het feit dat het testen heeft geholpen bij een oordeel over het product is 5,21. Daarnaast is het met een score van 5,74 ook zeer belangrijk voor de respondenten dat een product als IPTV voor de aanschaf getest kan worden. In de toelichting wordt enkele keren vermeld dat het goed is om te zien wat het product al wel en nog niet kan voordat het wordt aangeschaft. Ook vinden een aantal respondenten dat het product nog te beperkt is om naar aanleiding van de test een goed oordeel te geven (zie bijlage 3.5).

4.2.6 Plezier

In dit belief is aandacht besteed aan drie items die in de diepte interviews naar voren kwamen als de meest genoemde oorzaken van plezier. Gemiddeld genomen halen de respondenten nog niet echt veel plezier uit gebruik van het product, de gemiddelde score is 3,57. De scores op de verschillende onderdelen zien er als volgt uit:

- | | | |
|--|------|---------|
| - Uploaden eigen beeldmateriaal: | 3,38 | (24,5%) |
| - Zelf dingen doen zoals karaoke en games: | 3,30 | (24,5%) |
| - Zelf bepalen wanneer je wat kijkt: | 4,10 | (47,6%) |
| - Alles bij elkaar genomen biedt IPTV plezier: | 3,49 | (38,4%) |



Tussen haakjes is het percentage respondenten aangegeven, dat het minimaal enigszins eens is met de stellingen.

De functie van VOD springt er dus enigszins uit als het gaat om het beleven van plezier aan het productgebruik. Toch wordt geen van de items gemiddeld echt positief beoordeeld, het neigt zelfs naar het negatieve. De beperkte en trage werking van het product beïnvloeden het beleven van plezier opnieuw negatief. Daarnaast speelt hier de gedateerde en beperkte inhoud een rol (zie bijlage 3.6). Toch is het opvallend dat ondanks deze argumenten het beleven van plezier niet zeer negatief is. Het blijkt zelfs dat bijna 35% van de respondenten het minimaal enigszins eens is met de stelling dat IPTV alles bij elkaar genomen veel plezier biedt.

4.2.7 Kosten

Op de vraag wat de respondenten over hebben voor IPTV na de testperiode kwam naar voren dat 83,6% van de respondenten IPTV alleen willen houden als dit gratis is. De overige respondenten willen €2,50 of soms €5,- per maand betalen. Van de respondenten die een toelichting geven, geven enkele aan dat het huidige product te beperkt is om er geld voor over te hebben. Dit beeld past bij de relatief lage scores die beschreven zijn bij de vorige beliefs. Er komt echter wel naar voren dat men bij grote verbeteringen van het product wel wat (meer) over zou kunnen hebben voor IPTV (zie bijlage 3.7).

4.2.8 Attitude en intentie

De attitude ten opzichte van het geteste product IPTV ligt, net als bij een aantal beliefs, net onder de neutrale score van 4. Gemiddeld is de score op de drie items van attitude 3,58. Gezien het feit dat de attitude voortkomt uit de beschreven beliefs valt een dergelijke score logisch te verklaren. Het is hierbij opvallend dat maar liefst 42,6% het minimaal enigszins eens is met de stelling dat men positief tegenover IPTV staat.

Uiteindelijk is naar de intentie om het product na de testperiode aan te schaffen gevraagd, met daarbij de voorwaarde dat de kosten gelijk zouden zijn aan wat men hiervoor bij het belief kosten heeft aangegeven. Dit houdt dus in dat dit voor het grootste gedeelte van de respondenten gratis is. Opvallend is hierbij dat 55,7% van de respondenten aangeeft het medium ook na de testperiode te willen gebruiken. Hoewel de gratis aanschaf voor vele respondenten een voorwaarde is, kan hier uit geconcludeerd worden dat men wel enig potentie ziet. Dit kwam ook al terug in enkele beschreven beliefs. Daarnaast geeft men, zoals eerder is aangegeven, bij de vraag naar kosten ook enkele keren aan dat men op dit moment nog niet wil betalen, maar dat dit bij verdere ontwikkeling eventueel wel het geval kan zijn.

4.3 Belang van de beliefs

Middels een statistische analyse is onderzocht welk van de beliefs een significante invloed hebben op de attitude die mensen hebben ten opzichte van IPTV. Uiteindelijk bleek dat de beliefs relatief voordeel, verenigbaarheid, probeerbaarheid en plezier essentieel zijn voor de gevormde mening van de respondenten over IPTV.



De invloed van relatief voordeel is hierin twee maal groter dan die van de overige drie. Het is dus essentieel dat voor een positieve mening over IPTV dat de potentiële klanten inzien dat het product daadwerkelijke voordelen biedt ten opzichte van het huidige internet- en televisiegebruik. Verder bleek uit de statistische analyse dat de attitude voornamelijk verklaard wordt door de genoemde significante beliefs, dit pleit dus voor het gehanteerde model. Verder blijkt dat een vrij kleine stijging in de attitude leidt tot een vrij sterke stijging in de kans op aanschaf van het product. Ten slotte vinden de respondenten het van groot belang om het product eerst te kunnen proberen alvorens het aan te schaffen. Wanneer dit testen goed bevalt zal dit de mening over IPTV positief beïnvloeden.

4.4 Inhoud kanalen

Om te onderzoeken wat de mening van de respondenten is over de inhoud zijn vragen gesteld over de algemene inhoud, het kanaal van Gamenations en Frysk TV.

4.4.1 Algemene inhoud

De inhoud van het medium in het algemeen wordt licht negatief beoordeeld met een score van 3,61. De redenen voor dit oordeel zijn als volgt samen te vatten:

Negatieve redenen:

- Beperkte inhoud (20x). Hierbij gaf één iemand aan bijvoorbeeld tv shows uit Amerika te willen zien.
- Trage en beperkte werking (6x)
- Inhoud van lage kwaliteit, oubollig en omslachtig (4x)
- Oude en oninteressante films (3x)
- Geld betalen voor bepaalde onderdelen is klantvriendelijk (2x)
- Slechte beeldkwaliteit (2x)
- Biedt geen meerwaarde ten opzichte van inhoud tv.

Positieve redenen:

- Informatie is leuk en heeft een goede indeling (4x)

4.4.2 Inhoud Gamenations

Van de respondenten geeft 47,5% aan gebruik te hebben gemaakt van dit interactieve gamekanaal. Deze mensen beoordelen het kanaal vrij verschillend, maar gemiddeld genomen is er een licht negatieve score van 3,55. De redenen voor dit oordeel zijn als volgt samen te vatten:

Negatieve redenen:

- Traag (5x)
- Betalen (zonder te weten wat je krijgt) (4x)
- Beperkte inhoud (4x)
- Slechte werking (4x)
- Oude games (2x)
- Missen van een controller/muis (2x)
- Spelletjes simpel en sneller te spelen op internet (2x)



- Saai en slechte navigatie (2x)
- Voorkeur voor actie en avonturen games (1x)

Positieve redenen:

- Wel leuk (2x)
- Aansprekende en interessante inhoud (2x)
- Duidelijke handleiding (1x)
- Makkelijk met afstandsbediening te spelen (1x)

Verder is ingegaan op de gebruiksvriendelijkheid van dit kanaal. Hierover is men vrij neutraal en is er een score van 4,10. De gebruiksvriendelijkheid heeft te lijden onder de traagheid (5x). Daarnaast is het volgens de respondenten duidelijk en makkelijk speelbaar (5x), mag het nog wel overzichtelijker (2x), is er te weinig variatie aan games (1x) en biedt de afstandsbediening te weinig mogelijkheden (1x).

Ten slotte komen er nog een aantal nieuwe dingen naar voren bij de vraag of men nog wat mist aan dit interactieve gamekanaal: de interactie tussen verschillende gebruikers wordt gemist, evenals elke dag nieuwe content en spellen voor kleine kinderen (kleuters).

Na een verbetering van het kanaal van Gamenations is nog een kwalitatief onderzoek onder zes VIP-deelnemers gedaan (zie bijlage 4).

Hierin kwam naar voren dat het kanaal beter en sneller werkt. Voor de respondenten die niet zoveel met gamen hebben worden de spelletjes als leuk ervaren. Een respondent noemt het poken als erg leuk en geeft hierbij aan dat dit goed past bij de hype van poken op dit moment. Ook stelt hij dat 4-op-een-rij leuk is om even te doen.

Echter, de respondenten die wat meer met games hebben, geven aan de spelletjes niet interessant, te beperkt en te simpel te vinden. Zij geven wel aan dat een combinatie met items over games en volwaardige spellen in de toekomst een daadwerkelijk voordeel kan bieden. Een respondent geeft bijvoorbeeld aan dat hij graag een kritische blik op nieuwe spellen zou willen zien. Op deze manier worden miskopen op het gebied van games voorkomen. Daarnaast geeft hij aan een Friese community met games erg interessant te vinden.

4.4.3 Inhoud Frysk TV

Van de respondenten heeft 44,3% gebruik gemaakt van dit kanaal. Zij geven gemiddeld een neutraal oordeel over dit kanaal van 3,97. Opvallend is echter dat 34,5% van de respondenten minimaal redelijk positief is over het kanaal. Redenen voor de diverse beoordelingen zijn:

- Slechte werking en kwaliteit (6x)
- Beperkte inhoud (3x)
- Oninteressante inhoud van bijvoorbeeld reclame voor een eiland (2x)
- Op z'n tijd leuk om te zien (2x)

Dingen die gemist worden bij dit lokale kanaal zijn wijk- en gemeentenieuws. Ook mist men variatie in de onderwerpen en interessante onderwerpen.

Ook hier is na verbetering van het kanaal nog kwalitatief onderzoek gedaan onder zes VIP-deelnemers (zie bijlage 4). Hierin kwam naar voren dat het lokale aspect de respondenten zeer aanspreekt. De beeldkwaliteit laat echter vaak te wensen over, wat wel essentieel blijkt in een positieve ervaring ervan.

Uit de interviews blijkt wel dat het huidige aanbod nog niet voldoende is om iedereen te boeien. Er zal voor dit kanaal een breed scala aan items moeten worden aangeboden, zodat de inhoud van het kanaal interessanter wordt. Suggesties die hiervoor worden gedaan zijn het terugzien van programma's die uitgezonden zijn op Omrop Fryslan. Verder geeft de respondent aan dat hij geïnteresseerd is in items over techniek en bedrijven in de buurt.

4.5 Segmentatie

De laatste deelvraag die wordt behandeld gaat in op een eventueel onderscheid in de beoordeling van IPTV op basis van een aantal basiskennmerken. Zoals eerder is vermeld, is op basis van de literatuur gekozen voor de basiskennmerken leeftijd, geslacht, opleiding en inkomen.

Op basis van een statistische clusteranalyse zijn er drie groepen die significant van elkaar verschillen als het gaat om de vier significante beliefs relatief voordeel, verenigbaarheid, probeerbaarheid en plezier. De clusters hebben de volgende kenmerken als het gaat om de grootte en de basiskennmerken.

	Relatieve grootte	Absolute grootte
Cluster 1	63,90%	39
Cluster 2	21,30%	13
Cluster 3	15,25%	9

Figuur 6: grootte clusters

	Leeftijd (gem.)	Geslacht † (% man)	Opleiding (gem. / modus)	Inkomen (gem. cat.)
Totaal	39,04	83,6%	4,67 / MBO	2,28
Cluster 1	39,23	84,6%	4,64 / MBO	2,39
Cluster 2	40,2	92,3%	4,77 / MBO	2,25
Cluster 3	36,88	66,7%	4,67 / MBO	1,75

Figuur 7: basiskennmerken clusters

Cluster 1

De respondenten in cluster 1 beoordelen IPTV over het algemeen het meest positief. De respondenten in deze groep zien IPTV veel meer als een relatief voordeel ten opzichte van hun 'oude situatie', hebben de mening dat het veel beter bij hen past dan de andere clusters en beleven er significant meer plezier aan. Ook speelt het testen van het medium een vrij belangrijke rol, al is dit verschil niet significant met cluster 3.



Cluster 2

De respondenten in dit cluster zijn niet echt enthousiast over IPTV. Men is vrij neutraal in de beoordeling van het product, al neigt dit wel wat naar het negatieve. Vooral als het gaat om het beleven van plezier aan het product is dit het geval. De vrij neutrale mening valt misschien te verklaren doordat men nu weliswaar niet positief is maar wel potentie in het product ziet.

Opvallend is verder dat in vergelijking met de andere clusters het testen van IPTV een minder belangrijke rol speelt. De rol van het testen is weliswaar niet onbelangrijk maar wel veel minder belangrijk dan voor de andere clusters.

Cluster 3

De respondenten in cluster 3 zijn de respondenten die vrij negatief zijn op het gebied van relatief voordeel, verenigbaarheid en plezier. Het belang dat gehecht wordt aan het testen is daarentegen wel vrij hoog. Dit valt logisch te verklaren door het feit dat men testen weliswaar belangrijk vindt, maar het product als negatief heeft ervaren. Als het gaat om de potentie van het product geldt voor deze groep misschien dat men voor zichzelf ook minder mogelijkheden in de toekomst ziet wat IPTV betreft.

Gezien het geringe aantal respondenten in de clusters 2 en 3 is het niet mogelijk om met statistische zekerheid te zeggen dat er daadwerkelijk verschillen zijn op basis van de basiskennmerken. Het verschaft niet meer dan een beeld en een bepaalde richting.

Op basis van clustering in deze steekproef is te zien dat:

- Oudere mensen IPTV positiever beoordelen

Een eventuele verklaring kan zijn dat jongere mensen meer verwachten van een technologie en beter weten wat er mogelijk is. Het ligt voor de hand dat het product hierdoor meer tegenvalt.

- Mannen IPTV positiever beoordelen dan vrouwen

Het lijkt vanzelfsprekend dat over het algemeen vrouwen minder affiniteit hebben met een product als IPTV. Dit is al te zien aan de groep respondenten dat meedoet aan de pilot.

- Consumenten met een hoger inkomen IPTV positiever beoordelen

Naast bovenstaande analyse is er een clusteranalyse uitgevoerd, die clusters heeft gemaakt op basis van het belang van de diverse beliefs in de vorming van de attitude. Hoewel hier veel onbetrouwbare resultaten uit kwamen, is er één cluster dat de attitude voornamelijk vormt op basis van relatief voordeel en plezier. Er kwam naar voren dat hierin relatief veel vrouwelijke consumenten zitten en het gaat om de consumenten met een lager inkomen en in mindere mate een lagere opleiding en leeftijd gaat.

Vanwege beperkte betrouwbare resultaten en een vrij kleine steekproef is het ook goed mogelijk dat andere kenmerken van de respondenten verantwoordelijk zijn voor de clusterindeling.

De resultaten hiervoor dienen dus slechts als een aanzet tot verder onderzoek, hierin moet dan blijken of de resultaten ook voor een grotere steekproef gelden.



5. Conclusies

5.1 Inleiding

Op basis van de onderzoeksresultaten zullen nu een aantal conclusies worden getrokken om zo uiteindelijk een antwoord te geven op de hoofdvraag:

- *In hoeverre is het project IPTV in het gebied van Kabel Noord commercieel levensvatbaar en welke factoren spelen hierbij een rol?*

De conclusies worden getrokken op basis van het onderzoek onder deelnemers die zichzelf hebben aangemeld en voldoen aan de minimale eisen die aan de internetverbinding wordt gesteld. Er mag van worden uitgegaan dat dit mensen zijn die enige affiniteit hebben met dergelijke producten en hier ook een bovengemiddelde interesse in hebben. De conclusies gelden dus voor een specifiek deel van de klanten van Kabel Noord, die voornamelijk bestaat uit mannen van 20-49 jaar die gemiddeld opgeleid zijn en een inkomen hebben dat gemiddeld net iets beneden modaal ligt. Deze groep zal bij een introductie van IPTV waarschijnlijk als eerste geneigd zijn het product aan te schaffen.

5.2 Beoordeling van het product

De volgende conclusies kunnen worden getrokken met betrekking tot het oordeel van de respondenten over IPTV.

- IPTV wordt juist op de aspecten die essentieel zijn voor de gevormde mening ten aanzien van het productgebruik licht negatief beoordeeld (relatief voordeel, verenigbaarheid en plezier).
- De mogelijkheid IPTV (gratis) te testen is belangrijk voor de respondenten en essentieel in het oordeel over IPTV.
- De respondenten vinden het onacceptabel dat de werking en mogelijkheden van IPTV onder het niveau liggen van het internet dan wel de televisie

De belangrijkste redenen voor de respondenten, die hieraan ten grondslag liggen zijn:

- IPTV werkt slecht en heeft veel technische mankementen
 - IPTV werkt te traag
 - De inhoud van IPTV is te beperkt en gedateerd en kent te weinig mogelijkheden
- Ondanks de huidige staat van het product geeft meer dan 15% in dit stadium al aan voor het product te willen betalen.



- IPTV heeft zeker potentie in het gebied van Kabel Noord. Bij de stellingen over relatief voordeel, plezier en ook het positief tegenover IPTV staan bij de attitude, zijn er vele respondenten die het minimaal enigszins eens zijn met de stellingen. De potentie blijkt tevens uit de intentie van de respondenten: 55,7% geeft aan IPTV ook na de testperiode te willen gebruiken. Voorwaarde is voor de meeste respondenten dat dit wel gratis blijft. Daarnaast zorgt een kleine stijging van de attitude voor een vrij sterke verhoging van de kans op aanschaf van het product.

5.3 Oordeel over de themakanalen

5.3.1 *Gamenations*

Er kan geconcludeerd worden dat dit kanaal mogelijkheden biedt voor mensen die niet al teveel eisen stellen aan een game. Voor consumenten met meer interesse in meer uitgebreide en moeilijkere spellen bieden internet en spelcomputers op alle fronten veel meer. Bij een goede en snelle werking van de games en een voldoende gratis aanbod is dit kanaal een leuke toevoeging voor de consument. Ook is de gebruiksvriendelijkheid bij een goede en snelle werking prima.

5.3.2 *Frysk TV*

Er kan geconcludeerd worden dat dit lokale kanaal veel kansen heeft. Er is een vrij groot gedeelte die ondanks een matige werking en kwaliteit redelijk positief is over dit kanaal. Lokale items zijn weliswaar interessant, maar er zal een grote verscheidenheid moeten zijn om het voor iedereen naar wens te maken. Feit is dat lokale interactieve televisie mensen aanspreekt en veel mogelijkheden biedt.

5.4 Segmentatie

Hoewel er drie wetenschappelijk onderbouwde clusters te onderscheiden zijn, zijn de clusters te klein om met zekerheid te zeggen dat de verschillen voortkomen uit een onderscheid in basiskenmerken. Op basis van deze steekproef kan echter het volgende worden geconcludeerd.

- Mannen beoordelen IPTV positiever en zien ook meer potentie in het product
- Oudere mensen beoordelen het product positiever en zien er meer potentie in.
- Mensen met een hoger inkomen beoordelen IPTV positiever en zien meer potentie.
- Een groep met respondenten die een lager inkomen hebben en waarin zich relatief veel vrouwen bevinden, vormen de attitude met name op basis van relatief voordeel en plezier.



5.5 Slotconclusie

In de huidige vorm is het product IPTV niet commercieel levensvatbaar. De belangrijkste reden hiervoor is dat de respondenten IPTV niet als een voordeel zien ten opzichte van het huidige gebruik van televisie en/of internet. Dit komt met name voort uit het feit dat de werking niet voldoet en te traag is. Dit is voor de groep respondenten, die in eerste instantie het meest geïnteresseerd zou zijn om het product aan te schaffen, onacceptabel. Toch ziet deze groep wel voldoende potentiële voordelen in het product, hier ligt de kans om het product commercieel levensvatbaar te maken.



6. Aanbevelingen

Op basis van de getrokken conclusies worden, naar eigen interpretatie, aanbevelingen gedaan om IPTV commercieel levensvatbaar te maken in het gebied van Kabel Noord. Ook zal alvast worden ingegaan op een aantal essentiële punten bij de daadwerkelijke productintroductie. Het op den duur introduceren van het product is immers gerechtvaardigd op basis van de potentie die de respondenten zien en de overtuiging van de betrokken partijen over het potentiële succes

6.1 Basisvoorwaarde

Voor een goede basis IPTV tot een commercieel succes te maken, zal het product in eerste instantie qua werking en snelheid op een vergelijkbaar niveau moeten komen met het internet en de televisie. Hier zal alles aan gedaan moeten worden, omdat er anders geen basis is voor succes. De mate waarin de respondenten IPTV als een voordeel zien ten opzichte van televisie en internet is essentieel om de mening over dit product positief te beïnvloeden. Om deze vergelijking enigszins mogelijk te maken is het dus van belang dat de snelheid en werking op een vergelijkbaar niveau liggen.

Wanneer dit het geval is kan verder gewerkt worden aan de ontwikkeling op inhoudelijk gebied en uiteindelijk het vermarkten van het product.

6.2 Inhoudelijke ontwikkeling

Een tweede essentiële ontwikkeling die naast bovenstaande bewerkstelligd dient te worden is het aanbieden van voldoende en actuele content op het medium. Naast een optimale en snelle werking bleek dit ook een voorwaarde voor de respondenten. Ook hier geldt weer dat het niveau vergelijkbaar moet zijn met het internet en de televisie om het product als een daadwerkelijk voordeel te zien. Momenteel is de inhoud te beperkt en niet actueel genoeg.

Omdat de groep die in eerste instantie geïnteresseerd zou zijn om dit product aan te schaffen bestaat uit mannen van 20-40 jaar, die iets beneden-modaal verdienen en gemiddeld zijn opgeleid, zal met de content in eerste instantie hierop moeten worden ingespeeld. Op deze manier worden er minder onderwerpen aangeboden en is het eerder haalbaar meer content aan te bieden die ook actueler is. Uit het onderzoek komen een aantal onderwerpen naar voren die voor de doelgroep van belang zijn. In het eerste stadium om het product aantrekkelijker te maken zullen deze onderwerpen verder uitgediept moeten worden en hierop hoog worden ingezet:

- *Eigen pagina*

Met name in de telefonische interviews kwam dit aspect als interessant naar voren. Het is hierin belangrijk dat deze functie een lokale 'you tube' wordt, zodat de foto's filmpjes etc. gedeeld kunnen worden met andere gebruikers van IPTV in Noordoost Friesland. Op deze manier wordt het vergelijkbaar met internet en kan het product daadwerkelijke voordelen gaan bieden.



- *Films*

Zowel in de interviews als in de enquête komt naar voren dat het VOD principe en met name films interessant worden gevonden. Een aantal respondenten geeft commentaar op het feit dat het een beperkt aantal films beperkt is en dat deze ook vrij gedateerde zijn. Door een grote hoeveelheid aan vrij nieuwe films aan te bieden zal IPTV daadwerkelijk voordelen gaan bieden ten opzichte van normale televisie. Hoewel dit qua rechten niet heel makkelijk zal zijn, zal geprobeerd moeten worden hierin een zo goed mogelijk aanbod neer te zetten. Misschien is er iets mogelijk met een regionale videotheek om zo films als het ware online te verhuren. Hier kan dan een kleine vergoeding voor worden gevraagd aan de consument.

- *Games*

Belangrijk is dat respondenten het niet op prijs stellen dat voor games betaald moet worden. Zij stellen dat ze het gratis en met nog meer mogelijkheden op internet kunnen spelen. Het spelen van games via het medium IPTV moet daadwerkelijk iets toevoegen.

Qua bedieningsmogelijkheden en de vormgeving zijn de mogelijkheden op het medium beperkt. Wanneer de gebruiker dus echt games wil spelen en hier enige tijd aan wil besteden zullen het internet en spelcomputers de voorkeur houden. Om deze reden zal het op het moment waarop het spelen van simpele games, juist op televisie, voordelen biedt moeten worden ingespeeld. Een voorbeeld hiervan is het moment van reclame bij een uitgezonden televisieprogramma. In de vorm van een pop-up kan dan de mogelijkheid worden geboden even een spelletje te spelen. Het televisiebeeld kan in kleiner formaat blijven worden gevolgd, zodat weer teruggeschakeld kan worden wanneer het programma weer begint. Totdat de mogelijkheden voor grotere en complexere games op IPTV aanwezig zijn, zal de rol van spelletjes zich moeten beperken tot een dergelijke invulling.

Door het aantal onderwerpen in eerste instantie te beperken, wordt de belangrijkste doelgroep in de introductiefase geboeid. Op basis hiervan kunnen de mogelijkheden in te toekomst ook voor andere groepen worden uitgebreid.

6.3 Productintroductie

Met bovenstaande aanbevelingen kan gesteld worden dat IPTV commercieel levensvatbaar is, dat wil zeggen dat het interessant wordt voor de doelgroep. Op basis daarvan kan dan ook worden overgegaan op een daadwerkelijke productintroductie. Hierin zijn een aantal zaken essentieel om deze productintroductie tot een succes te maken.

6.3.1 De doelgroep

Zoals eerder gesteld in de leeftijdsverdeling zal in eerste instantie de primaire doelgroep moeten bestaan uit mannen in de leeftijdscategorie 20-40 jaar.

Dit is de groep die het meeste affiniteit heeft met een dergelijke technologie, hier ook het meest voor openstaat en er potentie in ziet.



Wanneer de technologie wat breder is geaccepteerd, kan de inhoud zich gaan richten op het hele gezin. Voorwaarde is hierbij dat het product eerst goed wordt beoordeeld door de primaire doelgroep.

Het gaat in dit kader om klanten van Kabel Noord. IPTV moet een extra dienst van de kabelmaatschappij worden voor de bestaande klanten.

6.3.2 Product

Het blijkt dus dat er vier punten zijn die een belangrijke rol spelen bij de positieve beoordeling van IPTV. Het meest essentiële punt hierin is de mate waarin de gebruikers het gebruik van IPTV als een product zien dat daadwerkelijke voordelen biedt ten opzichte van het huidige gebruik van televisie en internet. Dit moet dus altijd voor ogen worden gehouden. Daarnaast blijkt dat in het vormen van een oordeel belangrijk wordt gevonden om IPTV eerst gratis te testen. Het ligt dus voor de hand om de nieuwe gebruikers eerst IPTV een maand gratis te laten testen alvorens hen ervoor te laten betalen. Verder zal de focus van het product moeten liggen op het plezier dat de gebruikers eraan beleven. Tenslotte zal bovenstaande ervoor zorgen dat het product past bij de wensen en levensstijl van de doelgroep. Indien het technisch mogelijk is zal het product zoveel mogelijk moeten worden geïntegreerd met bestaande producten van Kabel Noord.

6.3.3 Distributie

Ook na de huidige testperiode zullen de mediaboxen van Mediamall gebruikt worden. Uit de enquête blijkt een enkele keer dat de service en helpdesk niet altijd optimaal worden gewaardeerd. Ook in de interviews kwam een aantal keren naar voren dat mediaboxen maar niet werden geleverd of opgehaald. Voor een testperiode is goede ondersteuning essentieel. Aandacht aan de onderlinge coördinatie valt dus aan te raden.

6.3.4 Prijs

Zoals eerder is gesteld wil 83,6% niets betalen voor IPTV na de testperiode. Hierbij wordt echter vaak gezegd dat dit bij verdere ontwikkeling kan veranderen. Van de respondenten die al positiever over het medium denken, willen de meesten €2,50 en enkelen €5,- betalen. Bij verdere ontwikkeling van het product ligt het dus voor de hand om bij introductie niet meer te vragen dan €2,50 per maand. Vanwege het feit dat het testen belangrijk is, wordt geadviseerd dat bij aanschaf de eerste maand gratis is en pas daarna betaald dient te worden. Uiteraard moet de optie dan blijven bestaan om het product na de maand niet aan te schaffen. Daarnaast kan er een klein bedrag worden gevraagd voor het kijken van de films (bijvoorbeeld €2,- voor nieuwe films, €1,- voor oudere, hele oude films gratis).

6.3.5 Promotie

Wanneer het product na verbeteringen daadwerkelijk wordt geïntroduceerd zal het gepromoot worden. Alle klanten van Kabel Noord, die voldoen aan de eisen met betrekking tot de snelheid van de internetverbinding, kunnen weer worden benaderd.



Het is essentieel dat duidelijk wordt gecommuniceerd dat er nu veel verbeterd is in vergelijking met de pilot. Er kan gecommuniceerd worden dat op basis van de mening van de testgroep het product sterk verbeterd is. Het is tevens zaak om deze verbeteringen concreet te noemen. Belangrijk hierbij is om duidelijk te maken waarom en in welk opzicht IPTV nu een verbetering is ten opzichte van het huidige televisiekijken en ten opzichte van het huidige internetgebruik. Daarnaast dient duidelijk te worden gecommuniceerd dat de klant de eerste maand gratis gebruik maakt van het medium en daarom geen risico loopt. Verder dient in te worden gegaan op de factoren die zorgen dat de gebruiker er plezier aan beleeft (drie inhoudsspeerpunten) en dat het past bij de consument (goede werking en snel).

6.4 Inkomsten

Uit onderzoek bleek dat het betalen voor relatief simpele games negatief wordt ervaren. Ook bieden de voorgestelde prijzen voor films en de maandprijs voor het product niet veel mogelijkheden om winstgevend te worden. Kabel Noord dient nog op andere manieren IPTV winstgevend te maken. De kansen liggen hierbij voornamelijk in het vinden van adverteerders. Voorwaarde is in dit geval wel dat het product veel en naar tevredenheid wordt gebruikt door de gebruikers. Wanneer hier aan wordt voldaan zijn er tal van mogelijkheden.

Factoren die een rol spelen in de keuze voor reclame op het medium zijn:

- De wensen en eventuele irritaties van de gebruiker

Het gaat hier om het product IPTV dat zich kenmerkt door de mogelijkheid zelf te beslissen wat men wanneer kijkt. Op basis hiervan kan gesteld worden dat ook de vorm van de reclame op de belangrijkste voordelen van dit medium moet worden aangepast. Zo wordt het best ingespeeld op de wensen van de gebruikers en worden mogelijke irritaties vermeden.

- De wensen van de adverteerders

De adverteerders kunnen bijvoorbeeld naamsbekendheid willen genereren, meer informatie over hun producten of bedrijf willen geven of mensen overhalen iets aan te schaffen. Afhankelijk hiervan zijn verschillende mogelijkheden van toepassing.

- De effectiviteit van de plaats van de reclame

Afhankelijk van kijkcijfers bij bepaalde onderdelen van het medium kan geanalyseerd worden hoeveel mensen bereikt worden en hoe effectief dit kan zijn.

Onderstaande opsomming geeft een aantal mogelijkheden voor reclame, die voortkomen uit bovenstaande factoren:

- 'Adverteerders You Tube'

Er kan gebruik worden gemaakt van hetzelfde principe als de eigen pagina voor de gebruikers. In dit geval echter tegen betaling en voor bedrijven. Gebruikers kunnen dan zeer selectief bekijken waar ze geïnteresseerd in zijn. Indien een gebruiker bijvoorbeeld een auto wil kopen gaat hij of zij naar het gedeelte waar bedrijven adverteren en kijkt naar de diverse bedrijven in de buurt om te zien wat ze aanbieden en wanneer ze bijvoorbeeld zijn geopend.



De gebruikers kunnen getriggerd worden met korte pop-ups op andere plaatsen op het medium. Hierbij moet wel voorkomen worden dat deze gaan irriteren.

- 'Game kortingen'

Bij de simpele games die gespeeld kunnen worden, kan de mogelijkheid worden aangeboden om punten te verdienen die recht geven op een gratis product of een korting bij een lokale winkel.

- 'Filmaanbiedingen'

Na een film, of wanneer deze wordt gepauzeerd, de mogelijkheid bieden om promofilmmpjes te zien van vergelijkbare films in de bioscoop. Deze kunnen dan bezocht worden met een eventuele korting voor de gebruikers die dit zien.

Het komt er dus op neer dat de advertenties moeten passen bij de activiteit op het medium van de gebruiker. Op deze manier is er veel minder irritatie, omdat het gaat om iets waar de gebruiker interesse in heeft. Daarnaast moet het wat opleveren voor de gebruiker. Dit kan gaan om kortingen, maar ook om informatie. Adverteerders zijn essentieel bij IPTV, maar ook op dit gebied moet het voordelen blijven bieden ten opzichte van internet en televisie. Dus geen of beperkt gebruik maken van reclames voor dat een filmpje wordt geopend of allerlei pop-ups wanneer men het medium gebruikt. Ook voor de advertenties moeten de unieke voordelen van het product IPTV gehandhaafd blijven, IPTV moet immers relatieve voordelen bieden om een positieve mening ten aanzien van het gebruik te bewerkstelligen.

Adverteerders kunnen aan de hand hiervan ook worden aangetrokken. Interactieve televisie biedt ze namelijk de mogelijkheid om zeer lokaal precies die mensen te bereiken die mogelijk geïnteresseerd zijn in hun producten of diensten. Zoals eerder genoemd dient het product dan wel veel en naar tevredenheid gebruikt te worden.



Literatuurlijst

Ajzen, I., & Fishbein, M. 1980, **Understanding attitudes and predicting social behaviour** (1st ed.), Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall Inc.

Leeflang, P. S. H. 1993, **Probleemgebied marketing: analyse van de omgeving** (3^e druk), Leiden: Stenfert Kroese

Moore, G. C., & Benbasat I. 1991, Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. **Information Systems Research** 2: 3, 192-222

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D. 2003, User acceptance of information technology: toward a unified view. **MIS Quarterly**, 27: No. 3, 425-478



Bijlagen



Bijlage 1 Uitwerking diepte-interviews

1.1 Respondent 1

De respondent geeft aan dat ze beseft dat het allemaal nog in de kinderschoenen staat, maar ze merkt wel degelijk verbetering van het product. Doordat alles nog traag is en soms niet werkt valt het gebruiksgemak haar tegen. Mede door de spelletjes vindt ze het idee van interactieve televisie wel geinig, ze ziet het echter niet zitten om te gaan betalen voor IPTV.

De respondent ziet IPTV vooral als een voordeel ten opzichte van televisiekijken. Het voordeel komt met name tot uiting in het persoonlijke aspect. Ze vindt het namelijk vooral een voordeel dat ze nu haar eigen dingetjes op de televisie kan zetten en zo een persoonlijke pagina kan bijhouden. Hier beleeft ze ook plezier aan. Verder haalt ze plezier uit de eerder genoemde spelletjes en het opvragen van filmpjes.

Over het themakanaal Frysk TV geeft ze aan dat het nu nog weinig voorstelt, maar dat de opzet en het idee van lokale televisie erg leuk is.

1.2 Respondent 2

Over het algemeen geeft de respondent aan positief te zijn over interactieve televisie. Er komt wel naar voren dat de beeldkwaliteit vooralsnog erg tegenvalt.

Ze ziet het met name als een voordeel ten opzichte van televisie. Er wordt aangegeven dat vooral het interactieve aspect wordt gewaardeerd. Hiermee wordt vooral bedoeld op de mogelijkheid om foto's en eigen videotjes te plaatsen op het medium. Verder wordt gesteld dat de digitale tv gids erg gemakkelijk is, omdat je op deze manier precies kan zien wat er wordt uitgezonden en wat voor jou van belang is.

Ten slotte vindt de respondent de spelletjes wel leuk.

Naar Frysk TV is nog niet gekeken.

1.3 Respondent 3

De respondent geeft aan dat IPTV haar wat tegen valt. Er zijn veel storingen en ook de informatie is gering. Verder mist de respondent het interactieve aspect. Hoewel er een digitale tv gids is, is er niet de mogelijkheid om programma's die geweest zijn terug te kijken. De respondent begrijpt wel dat alles nog in ontwikkeling is en dat dit in de toekomst zeker mogelijk moet zijn. Wanneer wordt gevraagd naar de mening over het idee van interactieve televisie wordt aangegeven dat het zeker de toekomst is, ook voor de respondent zelf. Met voldoende content en bij goede werking is het voor de respondent zeker een voordeel ten opzichte van het 'oude' televisiekijken. Het plaatsen van de eigen dingen en de karaoke zijn twee dingen waar de respondent veel plezier aan heeft beleefd. Het spelletjesaanbod was weliswaar leuk, maar doordat er geen mogelijkheid was om bijvoorbeeld een sudoku halverwege op te slaan viel dit wat tegen. Een dergelijke optie zou immers juist passen in het idee van interactieve televisie.

Ten slotte is de respondent zeer te spreken over het lokale aspect dat te zien zal zijn. Volgens de respondent is dit echt een grote plus wanneer dit goed gaat werken.



1.4 Respondent 4

De respondent geeft aan dat het product nog niet echt een groot succes is. Vele functies werken traag of nog helemaal niet en daardoor is het nog niet echt leuk om het te testen. Wanneer het wel zou werken geeft de respondent aan het idee wel leuk te vinden en het een voordeel te vinden doordat het een combinatie is van internet en televisie. Met name het interactieve aspect vindt de respondent interessant. Hiermee wordt met name de mogelijkheid om eigen input op het medium te zetten bedoeld.

Verder wordt aangegeven dat de tv gids erg handig is.

De respondent heeft nog niet gebruik gemaakt van het Gamenations themakanaal. Van het lokale kanaal Frysk TV wordt veel verwacht, maar op dit moment kan de respondent er nog geen gebruik van maken. Wel wordt aangegeven dat het lokale aspect zeer gewaardeerd wordt.

1.5 Respondent 5

De mening over het product van de respondent is in eerste instantie dat het traag is en niet goed werkt. Om deze reden heeft de respondent er de laatste tijd weinig gebruik van gemaakt. Wanneer er wel sprake zou zijn van een goede werking zal er volgens de respondent wel sprake zijn van een voordeel ten opzichte van normaal tv kijken. Dit voordeel ligt volgens de respondent voornamelijk in de grotere controle over het medium. Je kunt immers tot op zekere hoogte zelf bepalen wat je kijkt. Dit is voor de respondent vooral het geval bij het kijken van films. Wanneer dit niet te duur is, is het voor de respondent een groot voordeel.

Verder had de respondent verwacht dat de spelletjes veel plezier zouden opleveren voor de opgroeiende kinderen. Door de trage werking is dit nog niet het geval, maar er wordt verwacht dat dit zeker mogelijk is in de toekomst.

1.6 Respondent 6

In eerste instantie geeft de respondent aan dat IPTV niet echt een voordeel is ten opzichte van de voorgaande situatie. De respondent heeft al drie pc's en heeft er hier ook één van doorverbonden naar zijn tv. Op deze manier valt het voordeel van het zelf plaatsen van foto's en filmpjes een beetje weg. De toevoeging van het product IPTV zit voor de respondent in het lokale aspect en de mogelijkheid films 'on demand' te kijken. Door het beperkte aanbod is dit nu nog niet het geval. De respondent benadrukt nogmaals dat hij veel mogelijkheden ziet voor het lokale kanaal. Beeldmateriaal van het onlangs gehouden dorpsfeest is daarvan een uitstekend voorbeeld zegt de respondent. Dit kan er uiteindelijk voor zorgen dat IPTV wel een voordeel is ten opzichte van normaal televisiekijken. Van het Gamenationskanaal had de respondent wat meer verwacht.

De spellen halen het niet bij de spellen die via de X-box ook op de tv kunnen worden gespeeld, hij had dan ook wat meer avonturengames verwacht.



Daarnaast heeft de respondent ook belangstelling voor educatieve spellen voor de kinderen. Tot op heden ziet de respondent dus weinig nieuwe voordelen. Wanneer er (veel) meer mogelijkheden worden gecreëerd zal dit voordeel er wel kunnen zijn.

Een uitgebreider aanbod van kanalen over interieur en tuinieren en ook informatieve filmpjes over bedrijven (zonder dat het echt reclame wordt) zijn een daadwerkelijke toevoeging. Wanneer dit het geval wordt, is de respondent zeker geïnteresseerd.

1.7 Respondent 7

Doordat het product traag werkt en de content beperkt is valt het tot nu toe wat tegen voor de respondent. De respondent geeft echter wel aan dat het idee erg leuk is. Wanneer de beperkingen grotendeels zouden worden weggenomen zal het daadwerkelijk een voordeel zijn. De respondent ziet dit voordeel vooral als een voordeel ten opzichte van het huidige internetgebruik. Services als informatie over bioscoopfilms e.d. kunnen in dat geval op televisie worden bekeken, en er hoeft dan niet te worden gezocht op internet. Verder geeft de respondent aan plezier te beleven aan het plaatsen en kijken van eigen filmpjes. De respondent heeft nog geen gebruik gemaakt van het Gamemationskanaal. Over het lokale themakanaal is de respondent zeer te spreken en er wordt aangegeven dat hier veel van wordt verwacht wanneer hiervoor content is gerealiseerd.

1.8 Respondent 8

De respondent betitelt interactieve televisie als een zeer interessante ontwikkeling en ziet grote mogelijkheden voor het medium. Het grote voordeel ten opzichte de huidige situatie is volgens de respondent dat het de voordelen van internet en televisie kan combineren.

Het plezier vindt de respondent met name in het ontwerpen van een eigen pagina met eigen foto's, filmpjes en muziek. Hoewel het nu nog niet mogelijk is om een dergelijke pagina te delen met andere IPTV-gebruikers lijkt dit de respondent het mooist. Verder geeft de respondent aan dat de tv gids erg handig is.

Het Gamemationskanaal is nog te beperkt voor de consument, maar bij leuke spellen heeft hij wel degelijk interesse. Het Frysk TV kanaal zal bij invulling ervan de grote kracht zijn van het medium volgens de respondent en een grote plus zijn om het eventueel aan te schaffen. Dit laatste hangt ook af van een uitgebreidere content volgens de respondent.

1.9 Respondent 9

In eerste instantie geeft de respondent aan negatief te zijn over IPTV omdat het niet goed werkt en het allemaal vrij traag gaat. Toch geeft de respondent aan dat interactieve televisie voor haar wel de toekomst. Vooral het plaatsen van eigen foto's vindt ze erg interessant. Ook de mogelijkheid om 'on demand' films te kijken is voor haar erg interessant. Om deze reden kan IPTV echt een voordeel worden ten opzichte van de oude situatie. De respondent ziet het voordeel vooral in het feit dat het internet en televisie combineert.



Van het Gamenationskanaal heeft de respondent nog geen gebruik gemaakt, maar het is voor de respondent ook niet het meest interessante onderdeel van het product. Van het lokale aspect wordt veel verwacht, omdat ze hier items verwacht die normaal niet op televisie te vinden zijn.

1.10 Respondent 10

De respondent vindt IPTV wel leuk. De items over steden en lifestyle zijn leuk, maar vrij beperkt. Ook is het allemaal vooralsnog wat traag. Verder geeft de respondent aan dat het terugkijken van uitzendingen al mogelijk is op uitzendinggemist.nl. De respondent geeft aan dat digitale televisie volgens hem dezelfde mogelijkheden biedt. Zo heeft @Home recentelijk de mogelijkheden om filmpjes en foto's te plaatsen weer heeft uitgebreid. Dit is dan niet op de televisie, maar dit is snel op te lossen met een tv kaart in de PC. Ook denkt de respondent dat een heleboel mensen niet zitten te wachten op nog een kastje, gezien het stroomverbruik en het milieuaspect. De respondent ziet dus niet echt voordelen ten opzichte van al bestaande mogelijkheden. De respondent geeft verder aan de mogelijkheid te missen tv-programma's op te nemen. Ook twijfelt hij aan het succes van het lokale kanaal. Hij stelt dat bedrijven en verenigingen eerder zullen kiezen voor een website, omdat dit veel makkelijker is en veel sneller resultaat biedt.

De respondenten geeft aan het reisgedeelte wel leuk, maar mager te vinden. Verder vindt hij weinig diepgang in de andere rubrieken. Ten slotte geeft hij aan dat de spelletjes niet echt aanspreken bij de kinderen, die veel mooiere dingen gewend zijn en dat dit ook veel te traag gaat om de kinderen te boeien.



Bijlage 2 Enquête

Persoonlijke gegevens		
➤ <i>Deelnemer</i>	klant Kabel Noord / VIP	
➤ <i>Geslacht</i>	m / v	
➤ <i>Leeftijd</i>	jaar	
➤ <i>Wat is uw hoogst afgeronde opleiding?</i>		
<input type="radio"/> Basisschool	<input type="radio"/> VWO	<input type="radio"/> HBO
<input type="radio"/> VMBO (VBO of MAVO)	<input type="radio"/> MBO	<input type="radio"/> Universiteit
<input type="radio"/> HAVO		
➤ <i>In welke (maandelijkse bruto) inkomenscategorie valt u?</i>		
<input type="radio"/> minder dan €1500,-	<input type="radio"/> €2500,- tot €3500,-	
<input type="radio"/> €1500,- tot €2500,-	<input type="radio"/> meer dan €3500,-	

1. Het voordeel van IPTV

1a. IPTV biedt mij echte voordelen ten opzichte van het ‘normale’ televisie kijken doordat het interactief is. *Hierbij gaat het bijvoorbeeld om een functie als de digitale televisiegids, en de mogelijkheid een persoonlijke pagina te creëren door eigen foto’s en filmpjes te uploaden.*

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

1b. IPTV biedt mij echte voordelen ten opzichte van het ‘normale’ televisie kijken doordat ik meer controle heb over wat ik op televisie wil zien. *Hierbij gaat het bijvoorbeeld om de mogelijkheid om films en ander beeldmateriaal te kijken wanneer u dat wilt*

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

1c. IPTV biedt mij echte voordelen ten opzichte van het ‘normale’ televisie doordat ik dingen op televisie kan zien die normaal niet zouden worden uitgezonden. *Hierbij gaat het bijvoorbeeld om een lokaal filmpje van een dorpsfeest of plaatselijke sportwedstrijd*

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

1d. Alles bij elkaar genomen, biedt het gebruik van IPTV mij echte voordelen ten opzichte van mijn huidige gebruik van televisie

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

1e. IPTV biedt mij echte voordelen doordat ik bepaalde dingen nu op dezelfde manier op televisie kan doen in plaats van op internet op de computer.

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

Eventuele opmerkingen over het voordeel van IPTV?

.....

.....

.....



2. Het gebruiksgemak van IPTV

2a. Het leren om te gaan met het IPTV systeem is gemakkelijk voor mij
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

2b. Het gebruik van IPTV is duidelijk en begrijpelijk
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

2c. Alles bij elkaar genomen is IPTV makkelijk in gebruik
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

2d. Welke specifieke redenen zijn er voor uw oordeel over het gebruiksgemak?

.....

.....

.....

3. Het imago dat IPTV verschaft

3a. Het bezitten van IPTV geeft mij meer aanzien in mijn sociale omgeving
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

3b. Welke specifieke redenen zijn er voor uw oordeel over het imago dat IPTV oplevert?

.....

.....

.....

4. De mate waarin IPTV bij u past

4a. Het gebruik van IPTV past bij mijn levensstijl
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

4b. Het gebruik van IPTV past bij de manier waarop ik internet en televisie in de toekomst wil combineren
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

4c. Welke specifieke redenen zijn er voor uw oordeel over de mate waarin IPTV bij u past?

.....

.....

.....

5. De mogelijkheid om IPTV te testen

5a. Het testen van IPTV heeft mij geholpen in een oordeel over het product
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

5b. Het is voor mij belangrijk dat ik een product als IPTV eerst kan testen
(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)



5c. Eventuele opmerkingen over de probeerbaarheid van IPTV

.....
.....
.....

6. Plezier dat IPTV oplevert

6a. Het uploaden en bekijken van eigen foto's en filmpjes op de IPTV mediabox ervaar ik als zeer plezierig

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

6b. Het zelf dingen doen met IPTV zoals games spelen en karaoke ervaar ik als zeer plezierig

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

6c. Het bekijken van films en ander beeldmateriaal wanneer ik dat wil ervaar ik als zeer plezierig

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

6d. Alles bij elkaar genomen, biedt het gebruik van IPTV mij veel plezier

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

6e. Eventuele opmerkingen over het plezier dat IPTV oplevert

.....
.....
.....

7. De prijs van IPTV

7a. Na de gratis testperiode heb ik het volgende bedrag over om IPTV daadwerkelijk aan te schaffen

- Niets, ik behoud IPTV alleen als het gratis blijft
- Maximaal €2,50 per maand
- Maximaal €5,- per maand
- Maximaal €7,50 per maand
- Maximaal €10,- per maand

7b. Eventuele opmerkingen over mogelijke kosten van IPTV

.....
.....
.....

8. De algemene mening over IPTV

8a. Ik sta positief tegenover het gebruik van IPTV

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

8b. Het heeft voor mij zin om IPTV te gaan gebruiken

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

8c. Het product IPTV zou ik aanbevelen bij mensen in mijn omgeving

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

9. Belang van eigenschappen IPTV

In welke mate hebben de bovenstaande factoren een rol gespeeld in uw gevormde mening over IPTV en de mate waarin u van plan bent het ook in de toekomst te gaan gebruiken?

9a. *Het voordeel dat IPTV u oplevert*

(totaal niet belangrijk) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer belangrijk)

9b. *Het gebruiksgemak van IPTV voor u*

(totaal niet belangrijk) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer belangrijk)

9c. *Het imago dat IPTV u verschaft*

(totaal niet belangrijk) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer belangrijk)

9d. *De mate waarin IPTV bij u past*

(totaal niet belangrijk) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer belangrijk)

9e. *De mogelijkheid om IPTV te testen*

(totaal niet belangrijk) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer belangrijk)

9f. *Het plezier dat IPTV oplevert*

(totaal niet belangrijk) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer belangrijk)

9g. *De prijs van IPTV*

(totaal niet belangrijk) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer belangrijk)

10. Intentie om IPTV daadwerkelijk te gaan gebruiken

10a. Ik ben van plan om IPTV ook na de testperiode te gaan gebruiken. Dit onder de voorwaarde dat de prijs overeenkomt met de bij vraag 7 door mij opgegeven maximale prijs

Ja

Nee



11. Inhoud van de themakanalen

11a. Wat is uw mening in het algemeen over de inhoud van de diverse kanalen?

(zeer negatief) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer positief)

11b. Wat zijn de redenen voor uw mening bij 11a.?

.....

.....

12. Gamenations TV

12a. Heeft u gebruik gemaakt van het Gamenations kanaal?

ja

nee (*ga verder naar vraag 13*)

12b. Wat is uw mening over het Gamenations kanaal?

(zeer negatief) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer positief)

12c. Wat zijn de redenen voor uw mening bij 12b.?

.....

.....

12d. Gamenations TV is, naar mijn mening, gebruiksvriendelijk

(helemaal mee oneens) 1 2 3 4 5 6 7 (helemaal mee eens)

12e. Wat zijn de redenen voor uw mening bij 12d.?

.....

.....

12f. Wat mist u bij dit interactieve gamekanaal op televisie?

.....

.....



13. Frysk TV

13a. Heeft u gebruik gemaakt van het Frysk TV kanaal?

ja

nee (*De enquête eindigt hier voor u, hartelijk dank voor uw medewerking!*)

13b. Wat is uw mening over het Frysk TV kanaal?

(zeer negatief) 1 2 3 4 5 6 7 (zeer positief)

13c. Wat zijn de redenen voor uw mening bij 13b.?

.....

.....

13d. Wat mist u bij dit lokale interactieve kanaal op televisie?

.....

.....

----Einde enquête, hartelijk dank voor uw medewerking!----



Bijlage 3 Achterliggende redenen beoordeling beliefs

3.1 Redenen voor de mening over relatief voordeel

Negatieve redenen:

- Technische mankementen (6x)
 - o Modem vliegt eruit
 - o Geen digitaal signaal
 - o Meeliften op analoog kabelsignaal geeft slechte resultaten helemaal vergelijking met digitale televisie.
 - o Klikken op programma in digitale tv gids werkt niet
 - o Nummertjes afstandsbediening werken niet, zappen moet daarom met pijltjes
 - o Logt soms spontaan uit, inloggen duurt daarna heel lang
- Zie geen voordelen (5x)
- Slechte werking (4x)
- Traag (4x)
- Slechte beeldkwaliteit (2x)
- Beperkte inhoud die niet verandert (2x)
- Omslachtig in vergelijking met het internet (1x)

Positieve redenen:

- Er is wel potentieel (2x)
- Wel theoretisch voordeel (1x)
- Digitale tv-gids is makkelijk (1x)

3.2 Redenen voor de mening over gebruiksgemak

Negatieve redenen:

- Trage werking (6x)
- Matige navigatie en menustructuur (3x)
- Nog meer kastjes, snoeren, stroomverbruik en weer een afstandsbediening (2x)
- Mediabox start soms ongevraagd opnieuw op of loopt vast (2x)
- Geen ondersteuning gehad voor omgang met IPTV (1x)
- Snap er helemaal niets van
- Niet mogelijk iets op te nemen terwijl je naar iets anders kijkt (1x)

Positieve redenen:

- Goede menustructuur (2x)
- Makkelijk schakelen naar ander onderwerp (1x)
- Veel leuke functies (1x)
- Veel mogelijkheden (1x)
- Gemakkelijk in gebruik (1x)



Daarnaast geeft één respondent nog een tip:

- Combineren van decoder (met helaas analoge tv) en de streaming box en daarbij een digitale decoder integreren zal de kwaliteit verhogen.

3.3 Redenen voor de mening over imago

- Onzin (2x)
- Mijn omgeving weet niet eens dat ik IPTV heb (2x)

3.4 Redenen voor de mening over verenigbaarheid

Negatieve redenen:

- Diverse functies integreren en weg met afzonderlijke apparaten en abonnementen (3x)
- Te matige werking (2x)
- Matige beeldkwaliteit (1x)
- Niet compact en trendy genoeg (1x)
- Geen behoefte internet en tv te combineren (1x)
- Niet actueel (1x)
- Nog analoge televisie

Positieve redenen:

- Je kunt eigen tijd indelen
- Interessant om zelf bestanden te kunnen uploaden
- Leuk
- Marketingtechnische mogelijkheden
- VOD en spelletjes zeer interessant

3.5 Redenen voor de mening over de probeerbaarheid

- Te beperkt om goed inzicht in product te verkrijgen (4x)
- Goed om eerst te proberen, al was het alleen maar om inzicht te krijgen in de (on)mogelijkheden van het product (2x)
- Te complex om te testen (1x)
- Mediamall moet afspraken nakomen en de communicatie tussen Mediamall en Kabel Noord moet verbeteren met betrekking tot de monteurs die langskomen (1x)
- Blij om product in te leveren, tenzij er iets verandert...(1x)
- Testen minder leuk doordat niet alle mogelijkheden actief zijn (1x)
- Op zich leuk om mee te doen aan zo'n test (1x)



3.6 Redenen voor de mening over plezier

Negatieve redenen:

- Slechte werking van product (7x)
- Traag (3x)
- Betalen voor onder andere spelletjes (3x)
- Weinig en oude films (3x)
- Slechte werking van de spelletjes (2x)
- Niet actueel (2x)
- Het voegt niks toe (1x)
- Beperkte inhoud (1x)
- Uploaden films en video's en ook de helpdesk weet niet hoe dit opgelost kan worden (1x)
- Slechte beeldkwaliteit (1x)

Positieve redenen:

- Product is prima aanvulling op aanbod van huidige situatie (1x)
- In theorie goed (1x)

3.7 Redenen voor de mening over kosten

Negatieve redenen:

- De werking is te matig en de inhoud te beperkt om er geld voor over te hebben (8x)
- Ik behoud IPTV sowieso niet (3x)
- Bedrag is afhankelijk van verbeteringen, toevoeging en eindresultaat (2x)
- Op dit moment geen meerwaarde (1x)
- Al genoeg geld kwijt aan kabel, internet en televisie (1x)

Bij de respondenten blijkt wel dat men potentie ziet en in de toekomst eventueel wel iets wil betalen.



Bijlage 4 Interviews over vernieuwde inhoud

4.1 *Respondent 1*

De slechte beeldkwaliteit en de traagheid zorgen ervoor dat welke inhoud er ook wordt geboden, men niet erg positief is. De respondent geeft aan dat de inhoud er wel degelijk beter op is geworden. Met name het lokale aspect spreekt hem aan. Toch stelt hij dat het pas wat kan worden als de beeldkwaliteit en snelheid sterk verbeteren.

4.2 *Respondent 2*

Deze respondent bekijkt IPTV beroepsmatig om te zien wat de ontwikkelingsmogelijkheden zijn. De respondent heeft echter wel een opmerking vanuit consumentenoogpunt. Hij stelt dat momenteel vele flatscreens worden verkocht en dat deze ook steeds betaalbaarder worden. De mediabox is echter niet in staat een dergelijke beeldkwaliteit te leveren, terwijl dit juist een reden is om een flatscreen aan te schaffen. De respondent wil hiermee zeggen dat de ontwikkeling van de verkoop van flatscreens de ontwikkeling van IPTV hiermee inhaalt. Daarnaast mist hij een mogelijkheid een webcam aan te sluiten op het medium.

Inhoudelijk gezien denkt de respondent dat het daadwerkelijk spelen van games niet voldoende beleving biedt en ook te traag is op het medium. Dit haalt het bij lange niet bij de X-Box en PS2. Frysk TV biedt weliswaar veel mogelijkheden, maar ook hier speelt de beperkte beeldkwaliteit een essentiële rol. Het gedeelte waar eigen bestanden kunnen worden geupload is volgens hem erg handig en onderscheidend.

4.3 *Respondent 3*

De respondent kijkt uit beroepsmatig oogpunt ook sterk naar de techniek. Hij geeft aan het idee van Gamenations leuk te vinden. Het voordeel is volgens hem dat er een combinatie mogelijk is met video-items over games en het spelen zelf. Wanneer dit voordeel niet wordt geboden is er volgens hem geen voordeel en biedt de PC veel meer mogelijkheden. De respondent ziet het voordeel van IPTV wat betreft gaming dus niet in het medium van televisie in plaats van internet. Op dit moment vindt hij de spelletjes te simpel en te beperkt. Daarnaast zijn de items over games kwalitatief matig door onder andere een schokkerig beeld ook zou hij graag meer content zien. Het kanaal van Gamenations biedt op dit moment niet voldoende, maar in de toekomst zou dit wel zo kunnen zijn. Frysk TV is niet echt wat voor de respondent. Een item over Oud Dokkum spreekt hem bijvoorbeeld niet aan. Toch geeft hij aan dat het idee van lokale televisie hem aanspreekt en dat hij hier toekomst in ziet.



4.4 Respondent 4

De respondent geeft aan het gamekanaal wel grappig te vinden. De spelletjes werkten verrassend goed en snel, maar de respondent geeft aan dat hij er niet wil voor betalen. Het poken vond hij met name erg leuk, omdat dit ook zeer populair is. Ook 4-op-een-rij werkte goed en was leuk om even te doen. De items over games zijn verder wel leuk, maar hiervoor moet je wel echt wat met games hebben vindt hij. Al met al geeft de respondent aan het niveau van het kanaal al vrij goed te vinden voor een pilot. Het kanaal Frysk TV kon de respondent niet ontvangen.

4.5 Respondent 5

De respondent geeft aan dat het kanaal van Gamenations hem aanspreekt. De reden hiervoor is dat dit kanaal items om de games heen biedt. Hij geeft aan dit zeer interessant te vinden en een echte toevoeging van het product. Het zelf spelletjes spelen vindt de respondent een stuk minder interessant. Hij omschrijft zichzelf als een gamer en geeft aan dat de spelletjes te simpel zijn en niet overeen komt met de spellen die hij speelt. De respondent ziet de PC als ideaal platform om deze meer uitgebreide games te spelen. Verder geeft hij aan dat het spelen van dit soort games op IPTV in combinatie met de items daar omheen, wel een toevoeging kan zijn. Tenslotte geeft hij aan niks met Frysk TV te hebben en dat hij daar ook niet naar heeft gekeken.

4.6 Respondent 6

Als allereerst geeft de respondent aan dat het laden veel te lang duurt en dat dat hem tegenstaat in gebruik. Hij vindt het opmerkelijk dat het laden zo lang duurt terwijl hij wel een hele snelle internetverbinding heeft. Is het kastje eenmaal opgestart dan werken bijvoorbeeld de filmpjes wel prima. Hij geeft aan dat het lijkt alsof het kastje elke keer weer alle software download. Het toevoegen van twee extra gigabytes, wat niet veel kost, zal er volgens de respondent voor zorgen dat er een wereld open gaat voor de gebruikers.

De respondent geeft aan dat de spelletjes totaal niet interessant zijn voor hem. Hij heeft een Nintendo WI staan en daar is alles mooier, uitgebreider en sneller. De spelletjes op IPTV zijn te simpel voor hem. Ook heeft hij wel eens een aflevering gezien van Gamenations, maar hij geeft aan liever andere items te zien. Zo lijkt het hem uitermate interessant om nieuwe spellen te laten zien en kritisch te analyseren. Zo worden miskopen van games voorkomen. Een Friese community lijkt hem erg interessant, en via de WI is dit al enigszins mogelijk.

Frysk TV lijkt hem zeer interessant. De voordelen voor hem liggen vooral in het feit dat hij afleveringen van Omrop Fryslan wil kijken op, voor hem, wat meer geschikte tijden. Verder is hij geïnteresseerd in items over techniek, en bedrijven in de buurt.

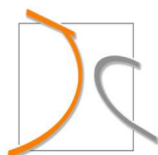
De respondent had overigens de verwachting dat IPTV een vervanger was voor de kabel, wat niet het geval bleek te zijn.

Junior Consult, innovatief in oplossingen

Vestiging Groningen
Heresingel 4
9711 ES
T 050-2102520

Vestiging Sneek
Oude Koemarkt 59b
8601 EJ

Website: <http://www.juniorconsult.nl>
E-Mail: info@juniorconsult.nl



JUNIOR *consult*