

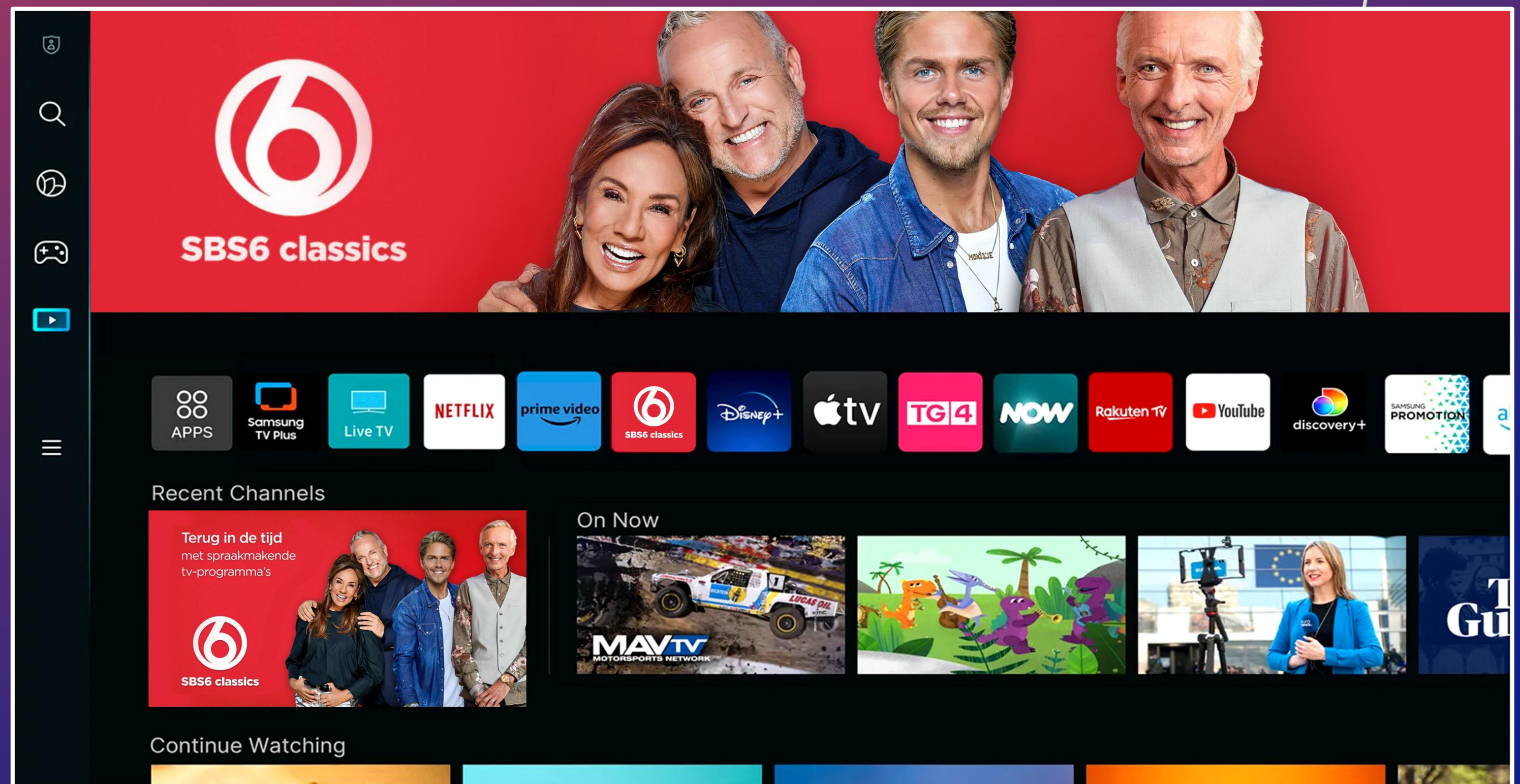
# Insight **FAST-kanalen**

Update Desember 2025 | Talpa Media





# FAST-kanalen brengen nieuwe mogelijkheden op TV, waarmee we ons premium bereik op het grote scherm vergroten.



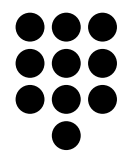


# Wat is het?



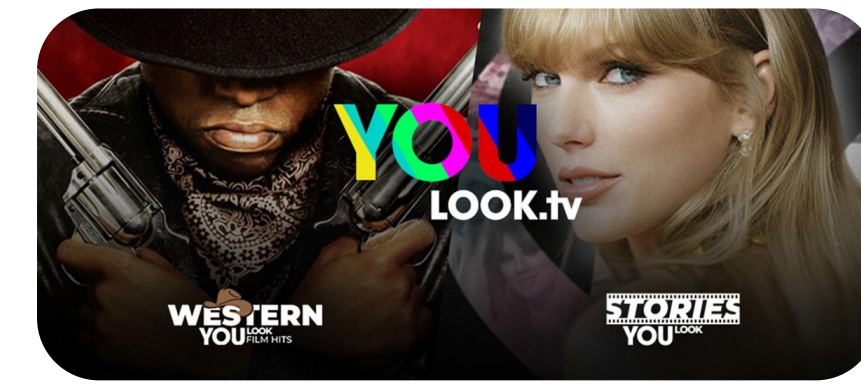
## FAST = Free Ad-supported Streaming Television.

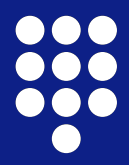
FAST-kanalen bieden digitale themazenders met een lineaire programmering van content. FAST-kanalen zijn ontworpen om gratis toegankelijk te zijn; het verdienmodel is gebaseerd op advertenties die tijdens het kijken worden getoond, vergelijkbaar met traditionele televisie, maar dan via het internet.



# Ons FAST-aanbod:

Het FAST-portfolio van Talpa Media richt zich op eigen titels en geselecteerde partnerkanalen, die samen zorgen voor een breed en gevarieerd aanbod. Met onze kanalen kunnen we zo'n **14 miljoen impressies per maand** uitserveren.

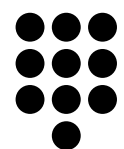




AUDIENCE INSIGHT

# Wie zijn de kijkers van FAST-kanalen?





# Het onderzoek.

## Achtergrond

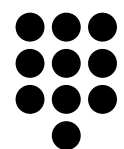
FAST-kanalen behoren tot de snelst groeiende vormen van online video. Tegelijkertijd zijn deze kanalen nog nauwelijks zichtbaar in bestaande bereiksonderzoeken, waardoor er nog weinig inzicht is in wie deze kanalen kijken en hoe ze worden gebruikt.

Om hier meer inzicht in te krijgen is, in samenwerking met WPP Media, een kwantitatief onderzoek uitgevoerd onder Nederlandse consumenten. Dit onderzoek wordt sinds 2024 periodiek uitgevoerd, waardoor ontwikkelingen in bekendheid, gebruik en het profiel van FAST-kijkers in de tijd gevolgd kunnen worden.

De **doelstellingen** van dit onderzoek zijn om inzicht te krijgen in:

- Bekendheid van FAST-kanalen en kijkersaantallen
- Socio-demografische kenmerken van FAST-kijkers en hun houding, motieven en voorkeuren rondom deze kanalen
- Media imperatives





# Dit onderzoek betreft een 3-meting. Tijdens deze meting zijn opnieuw 2 doelgroepen ondervraagd.

**Doelgroep 1** is een brede doelgroep. Binnen deze doelgroep kijken we naar mediakijkgedrag onder Nederlanders van 16 jaar en ouder die in het bezit zijn van een smart-tv. Hiermee brengen we het kijkersaantal van FAST-kanalen in kaart. Tevens leent deze fase zich ervoor om meer inzicht te krijgen in de bekendheid van (verschillende) FAST-kanalen.

**Doelgroep 2** wordt gevormd door FAST-kanalen kijkers, in deze fase worden kijkersprofielen gedefinieerd. Voor beide doelgroepen wordt gekeken naar de resultaten door de tijd en het totaal van alle metingen.

## Doelgroep 1

### Brede doelgroep

Nederlanders, 16+ in het bezit van een Smart-tv.

### Algemeen

- Bekendheid van FAST-kanalen en kijkersaantallen
- Media imperatives

Weging (o.b.v. Nielsen populatieverdeling)  
Leeftijd, gender, opleiding

## Doelgroep 2

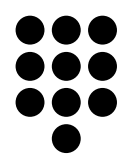
### Specifieke doelgroep:

FAST-kanalen kijkers, 16+

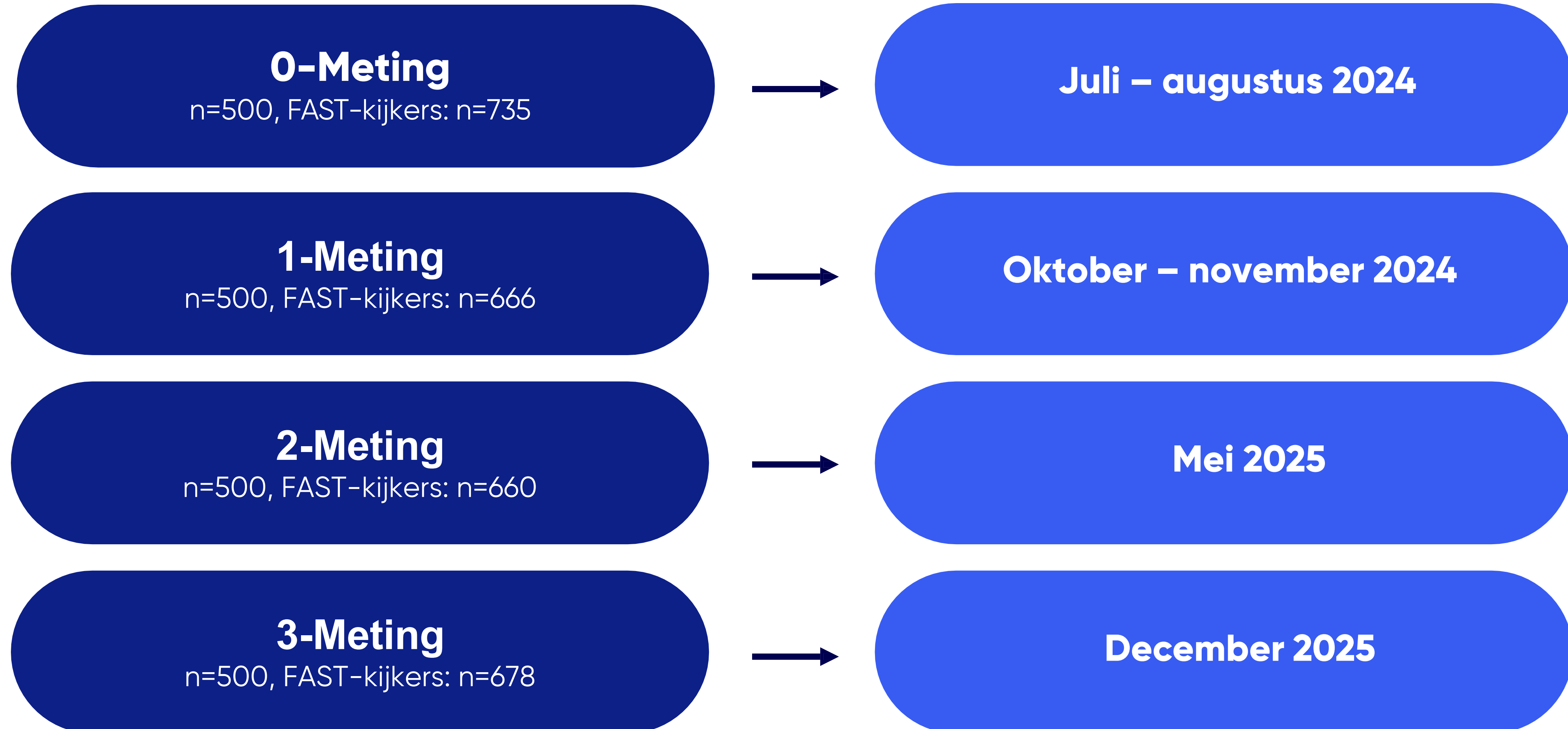
### Kijkersprofielen

- Socio-demografische kenmerken van FAST-kijkers
- Houding, motieven en voorkeuren
- Deepdive op specifieke kanalen

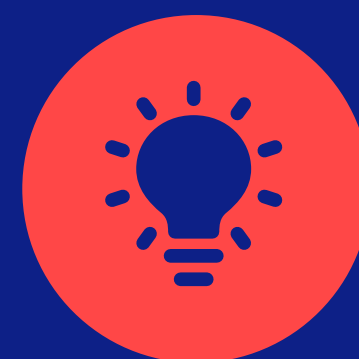
Voor FAST-kijkers is er voor alle metingen ongewogen gerapporteerd om een eerlijk beeld te geven van de ontwikkeling van FAST-kijkers binnen de doelgroep Smart-TV owners.



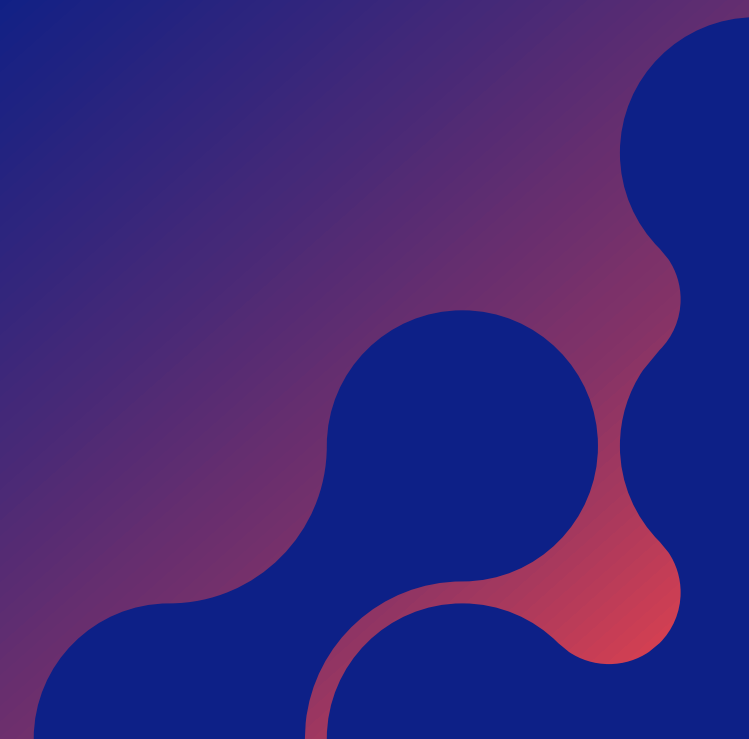
# Overzicht metingen:







**Resultaten.**

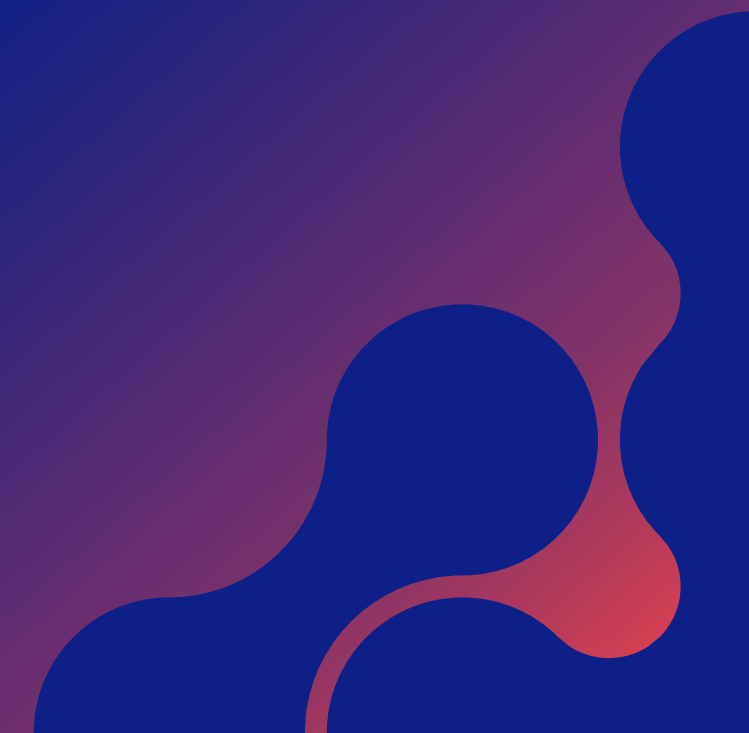


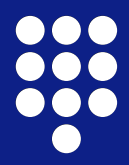


**Brede  
doelgroep**



**FAST-kijkers**

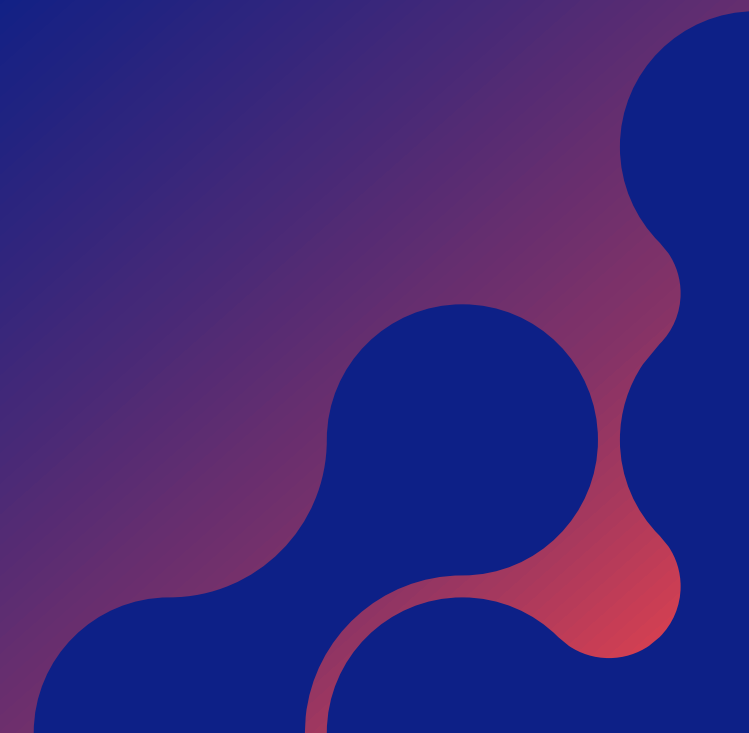


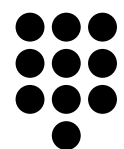


**Brede  
doelgroep**



**FAST-kijkers**

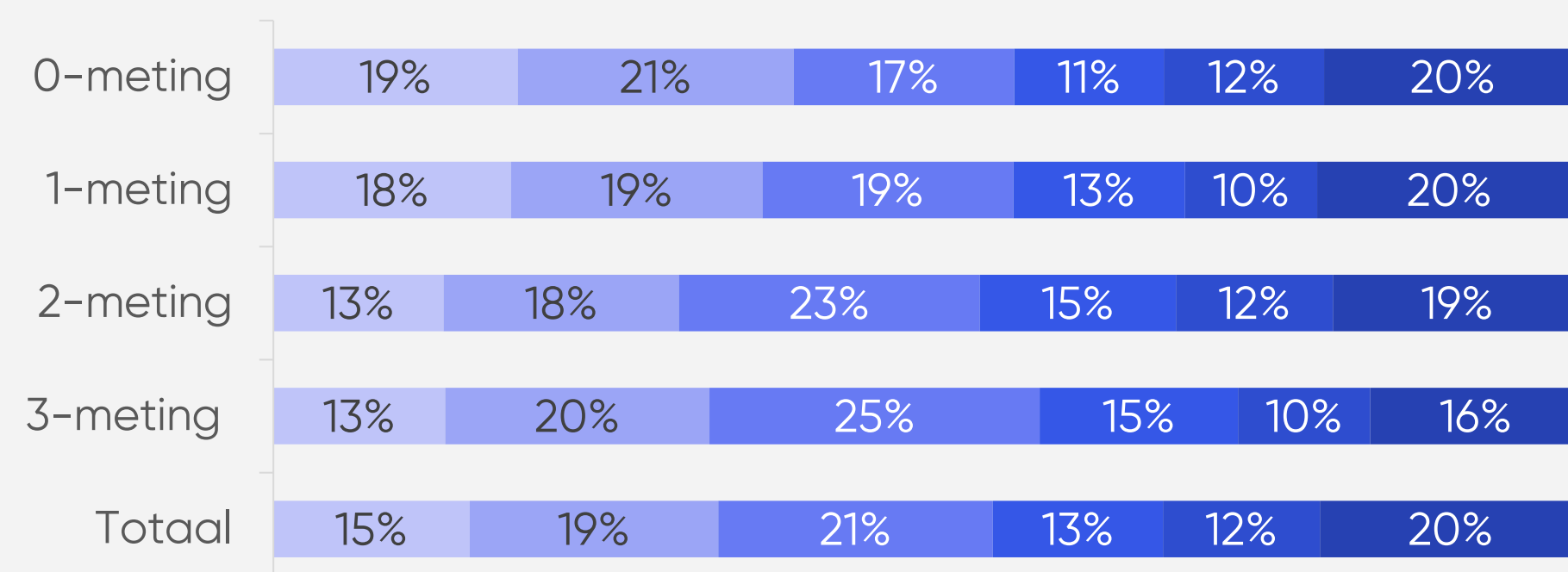




# 8 op de 10 Nederlanders met een smart TV heeft van FAST-kanalen gehoord.

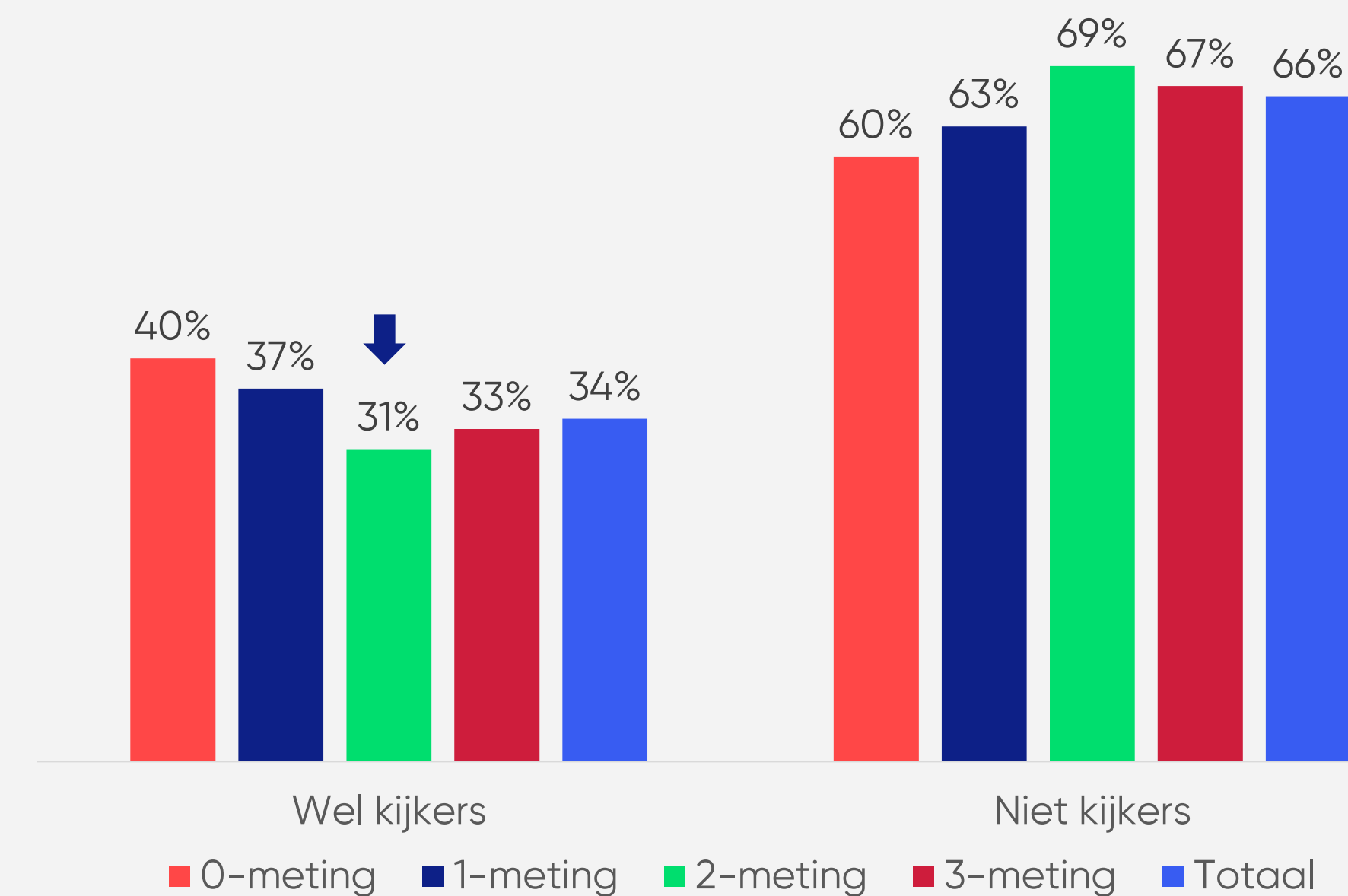
3 op de 10 kijkt ook naar FAST-kanalen

## BEKENDHEID FAST-KANALEN



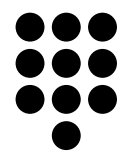
- Ik kende dit al goed en ik gebruik dit regelmatig
- Ik kende dit al goed en ik gebruik dit af en toe
- Ik kende dit al goed, maar ik maak er nooit gebruik van
- Ik wist dat dit bestond, maar ik wist niet waar ik het kon vinden
- Ik had er volgens mij wel eens van gehoord
- Ik had hier nog nooit van gehoord

## KIJKERS FAST-KANALEN



V: Je hebt zojuist een tekst gelezen over gratis beschikbare kanalen. In hoeverre was je voor het lezen van deze tekst al bekend met deze mogelijkheid op Smart televisies?

↑ ↓ *Significant verschil*



# Niet-kijkers die FAST-kanalen kennen, hebben er vaak geen behoefte aan door voldoende alternatieven of tijdgebrek.

KENT FAST-KANALEN GOED, MAAR MAAKT ER NOOIT GEBRUIK VAN



geen behoefte aan, beschikbaar over genoeg kanalen

Ik gebruik meer Netflix en zo

Ik gebruik Google TV via Chromecast, vind ik prettiger

Geen interesse. Ben bekend met het concept maar tevreden met het aanbod dat ik heb via mijn streamingsdiensten.

Heb een gewoon televisie abonnement en verschillende streaming services waarbij ik on demand kan kijken wat ik wil

Er is al genoeg aanbod en ik kijk weinig tv

ik heb het al veel te druk met tv programma's kijken, Netflix en YouTube, geen tijd meer over voor andere streamingskanalen, kom tijd en ogen te kort haha

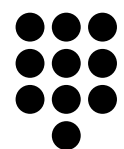
Ik heb niets interessants gezien.

Er is al genoeg te kijken op de gewone tv en dat kan ik al niet bijhouden dus ik heb er geen tijd voor.

Ik kijk naar een paar vaste programma's en verder kijk ik veel naar streamingdiensten waar ik op geabonneerd ben

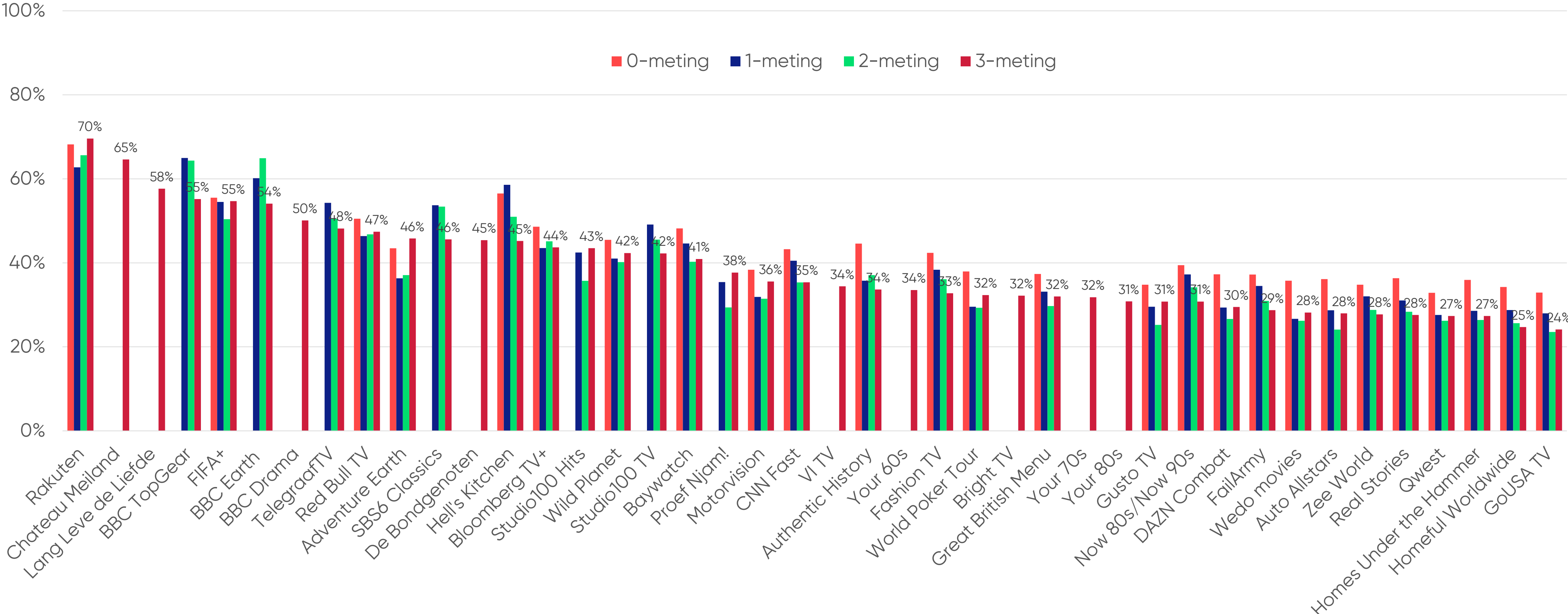
Ik heb geen Samsung TV

V: Je hebt zojuist aangegeven dat je gratis kanalen wel kent, maar er nooit gebruik van maakt. Wat is voor jou de belangrijkste reden waarom jij deze gratis kanalen nooit bekijkt?

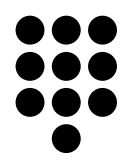


# Nieuwe kanalen Chateau Meiland en Lang Leve de Liefde staan direct in de top 5 bekendste zenders onder de brede doelgroep.

## BEKENDHEID FAST-CHANNEL ZENDERS

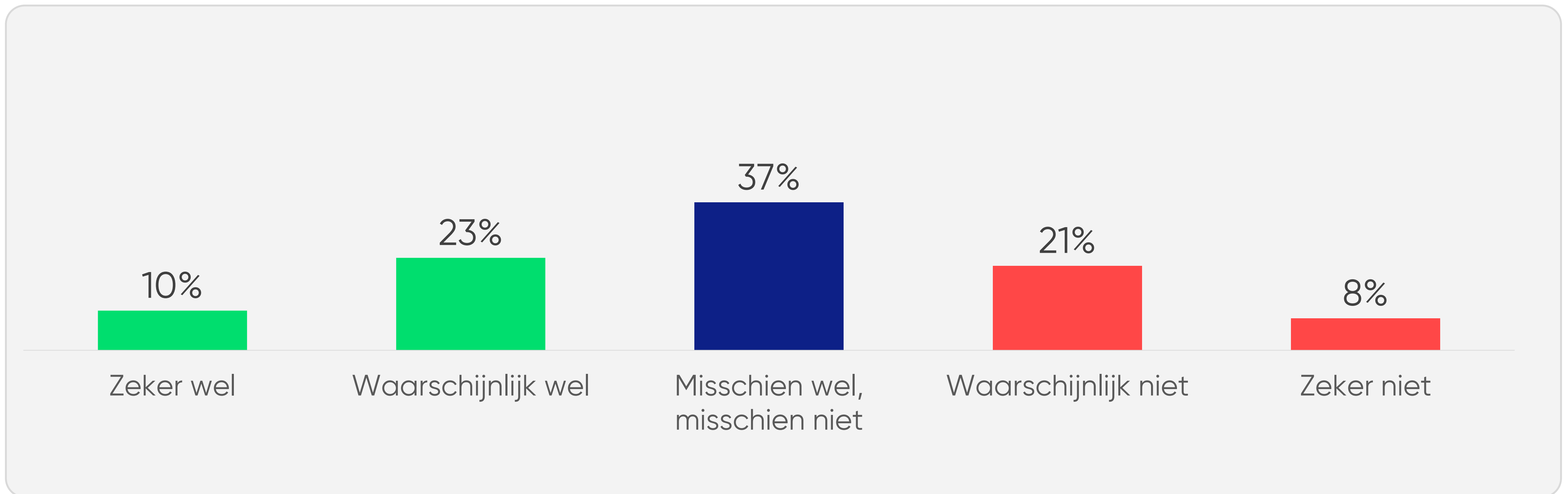


V: In hoeverre ben je wel of niet bekend met onderstaande zenders?  
% minimaal van de zender gehoord

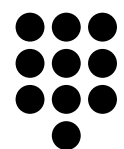


# Ongeveer een derde van de niet-kijkers staat ervoor open om naar FAST-kanalen te gaan kijken.

## INTENTIE KIJKEN FAST-kanalen



V: In hoeverre sta je er wel of niet voor open om naar deze gratis kanalen te gaan kijken?



# Veel genoemde redenen om FAST-kanalen te overwegen zijn dat ze gratis zijn en men nieuwsgierig is naar of er leuke, interessante programma's op te zien zijn.

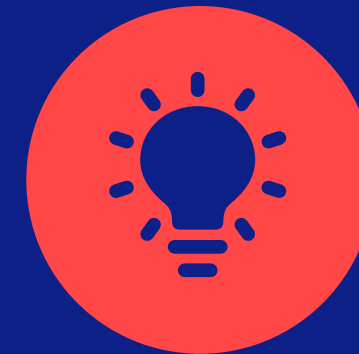
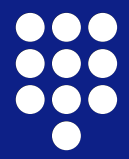
## STAAT OPEN VOOR FAST-KANALEN



- Gratis content is altijd het overwegen aard.
- Ben wel eens nieuwsgierig naar deze zenders. Nooit echt over nagedacht
- Leuke extra zenders
- Altijd leuk om naar verschillende dingen te kunnen kijken.
- Als er leuke programma's tussen zitten, is het zeker de moeite waard
- sommige zenders lijken mij best interessant
- Het is gratis en als er interessante programma's op zijn, zou ik er zeker gebruik van maken.
- Nieuwsgierig
- iets nieuws om te proberen
- Ik denk er gewoon nooit aan, maar het lijkt me best interessant
- Misschien als er verder niets op tv is
- Als het me bevalt dan hoef ik waarschijnlijk geen verlenging van mijn tv-abonnement.

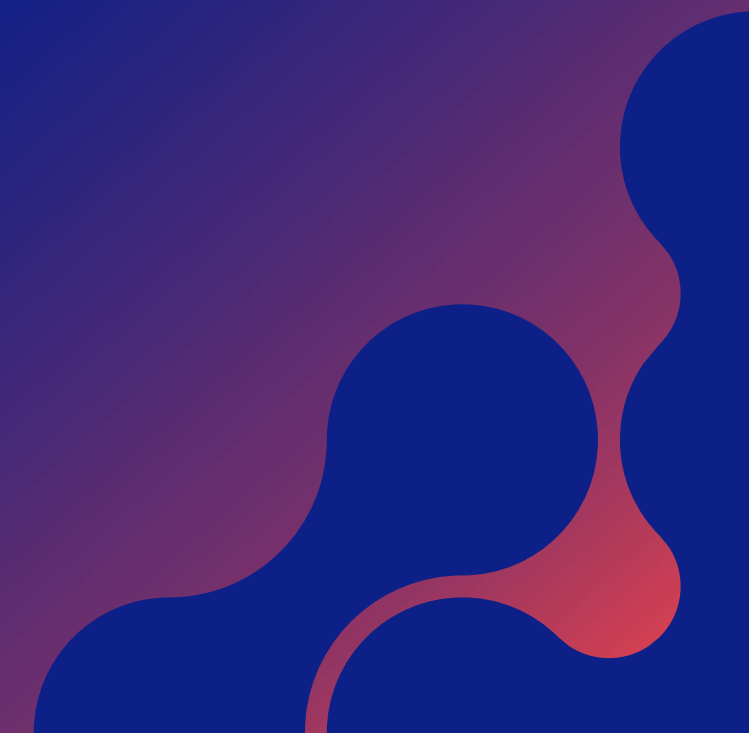
V: Waarom sta jij er voor open om naar deze gratis kanalen te kijken?

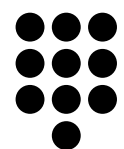




# Media imperatives

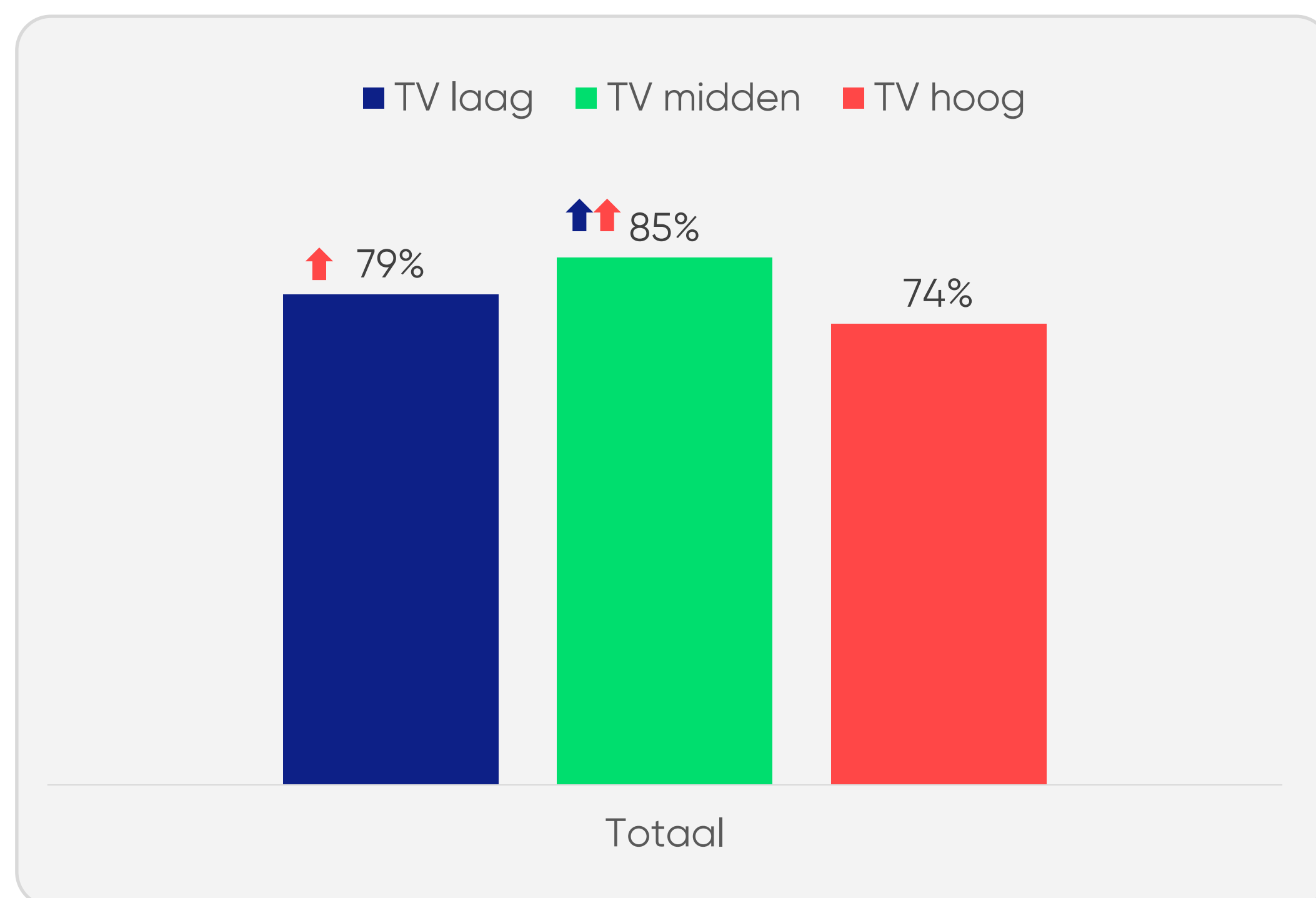
Onder brede doelgroep



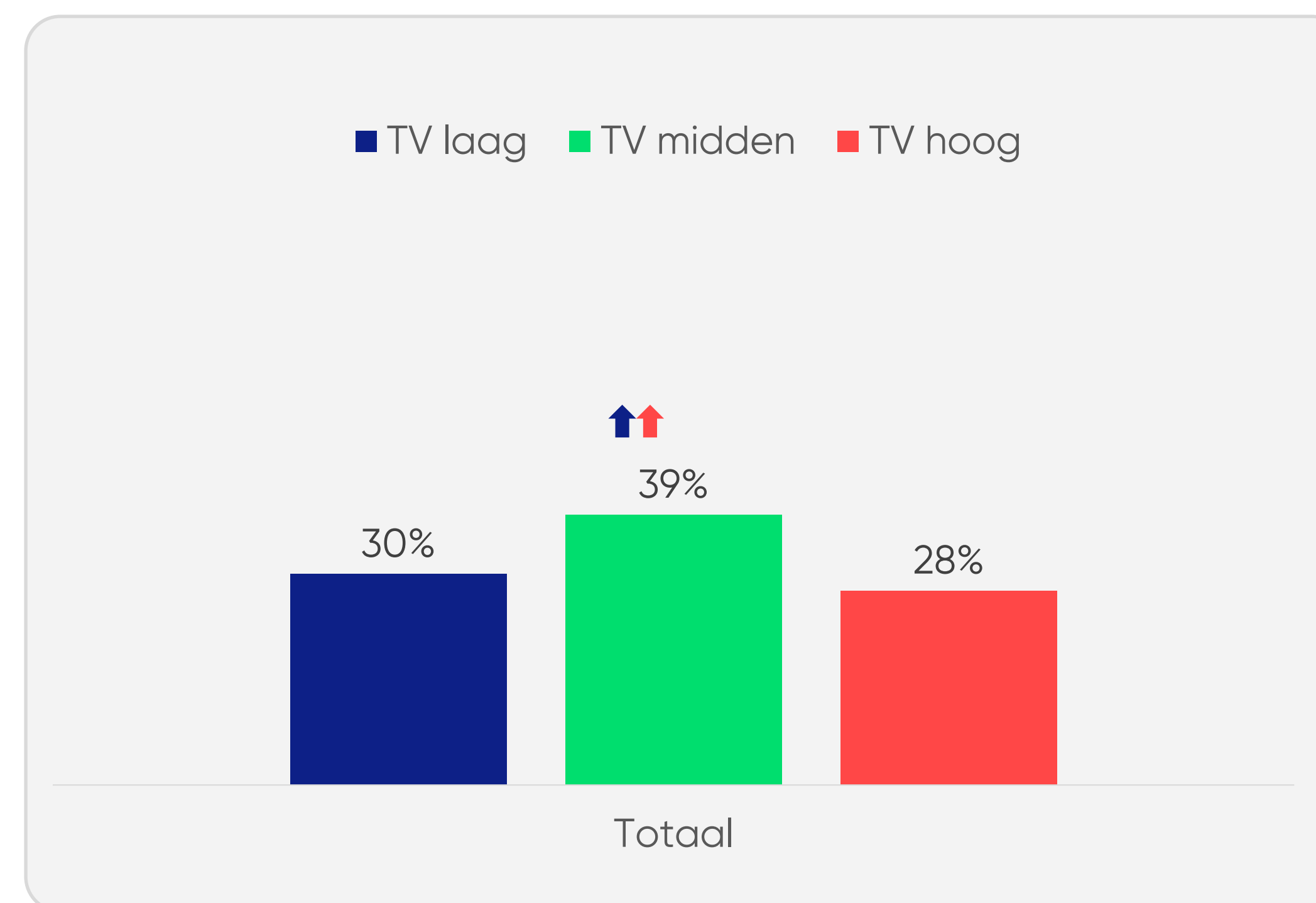


# De bekendheid is gemiddeld over alle metingen het hoogste onder de TV-midden groep, ook zijn hier de meeste kijkers te vinden.

## BEKENDHEID FAST-KANALEN

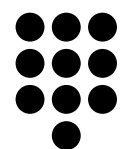


## KIJKERS FAST-KANALEN



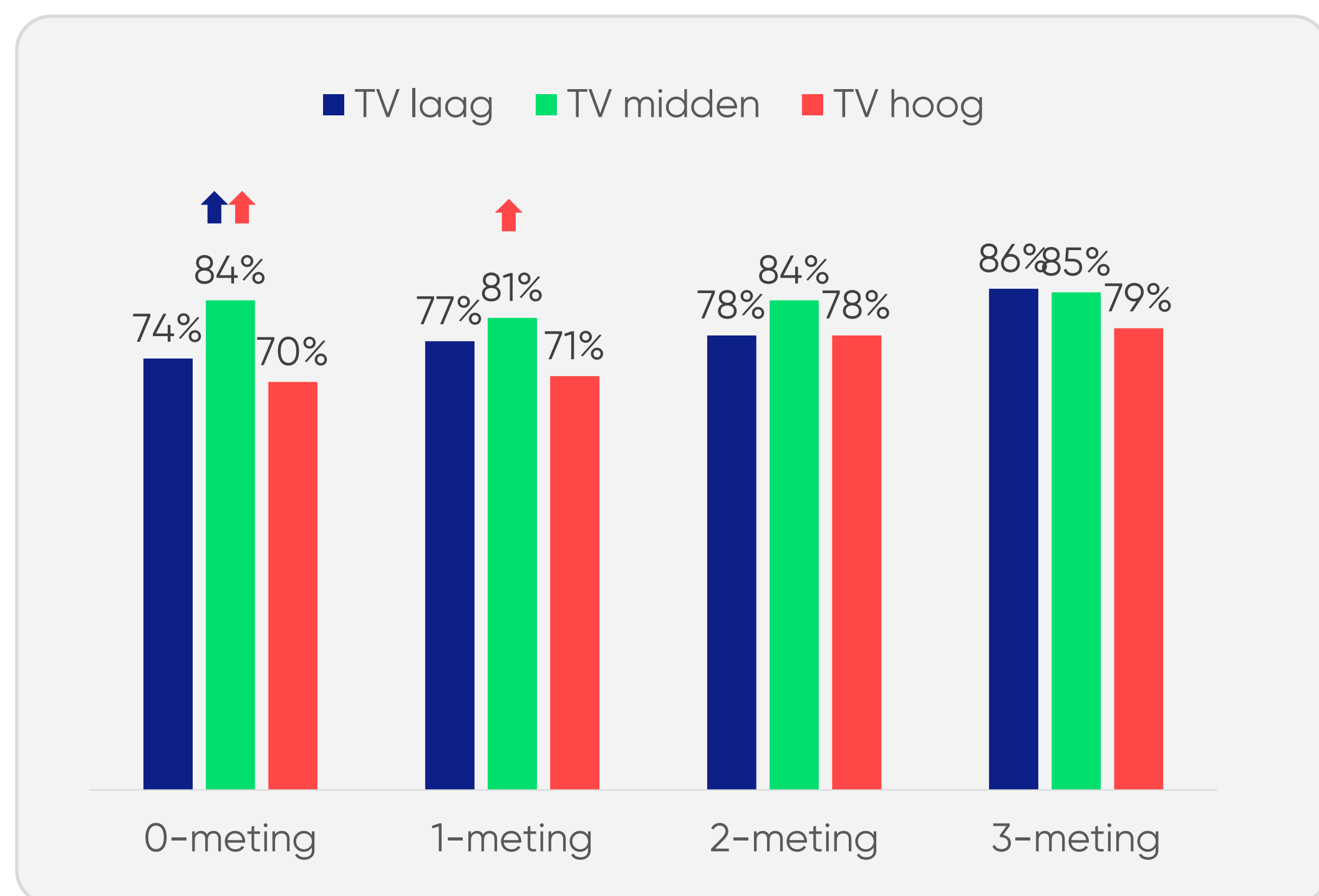
V: Je hebt zojuist een tekst gelezen over gratis beschikbare kanalen. In hoeverre was je voor het lezen van deze tekst al bekend met deze mogelijkheid op Smart televisies?

↑ ↓ *Significant verschil*



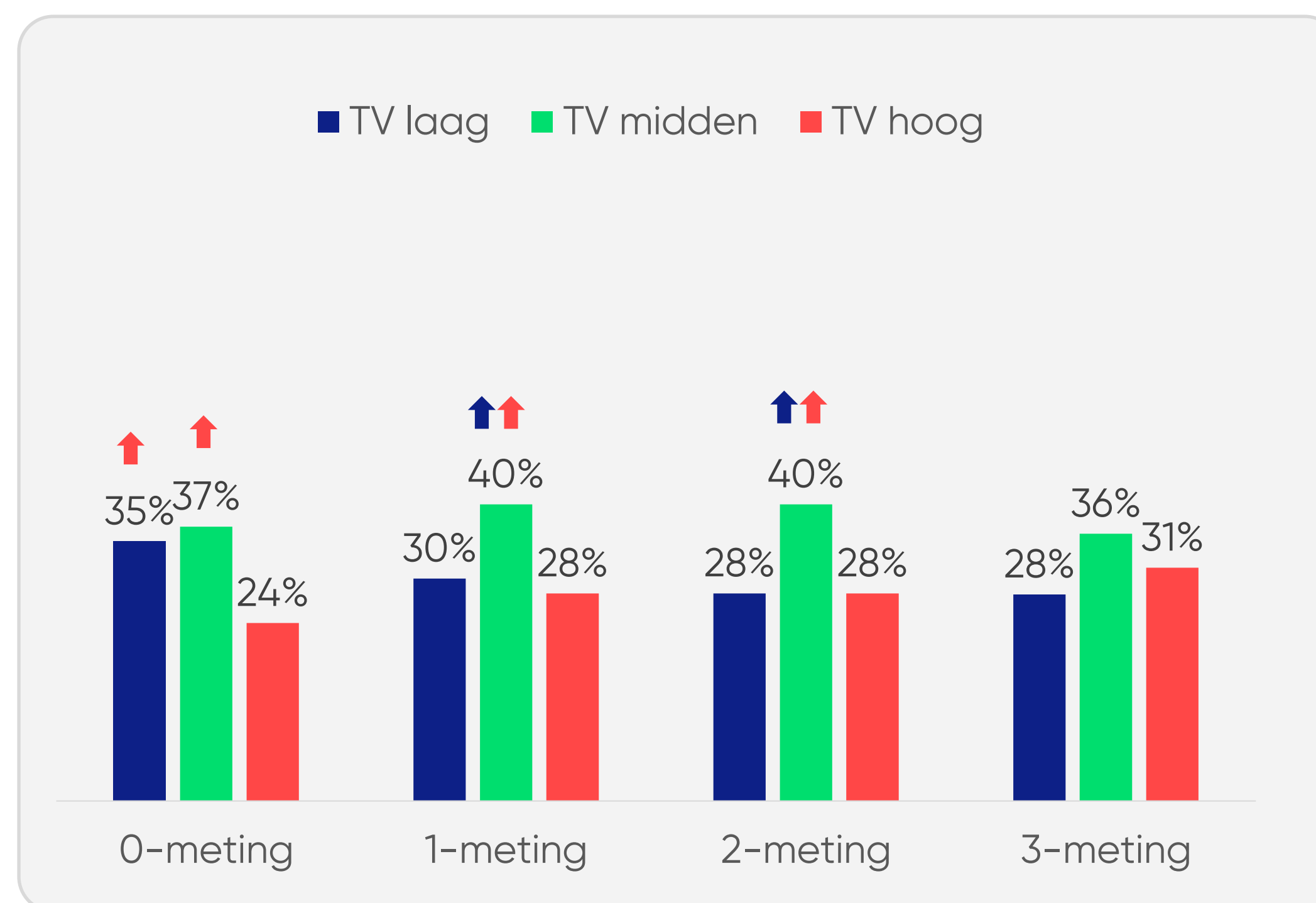
# Ondanks de groeiende bekendheid in de TV-laag groep, blijft het aantal FAST-kijkers in deze groep stabiel.

## BEKENDHEID FAST-KANALEN



*Minimaal wel eens van gehoord.*

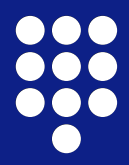
## KIJKERS FAST-KANALEN



*Kijkt af en toe / regelmatig naar FAST-kanalen*

V: Je hebt zojuist een tekst gelezen over gratis beschikbare kanalen. In hoeverre was je voor het lezen van deze tekst al bekend met deze mogelijkheid op Smart televisies?

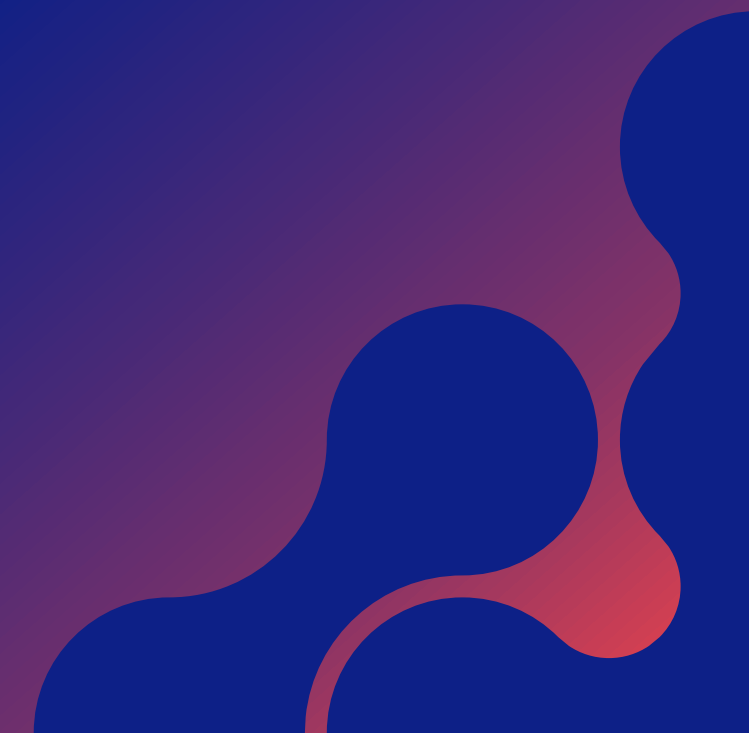
↑↓ *Significant verschil*

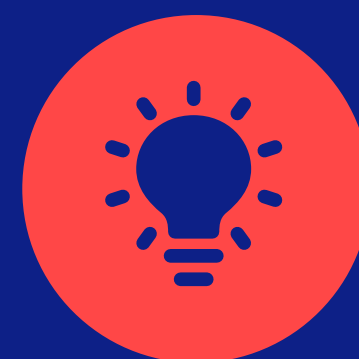


**Brede  
doelgroep**

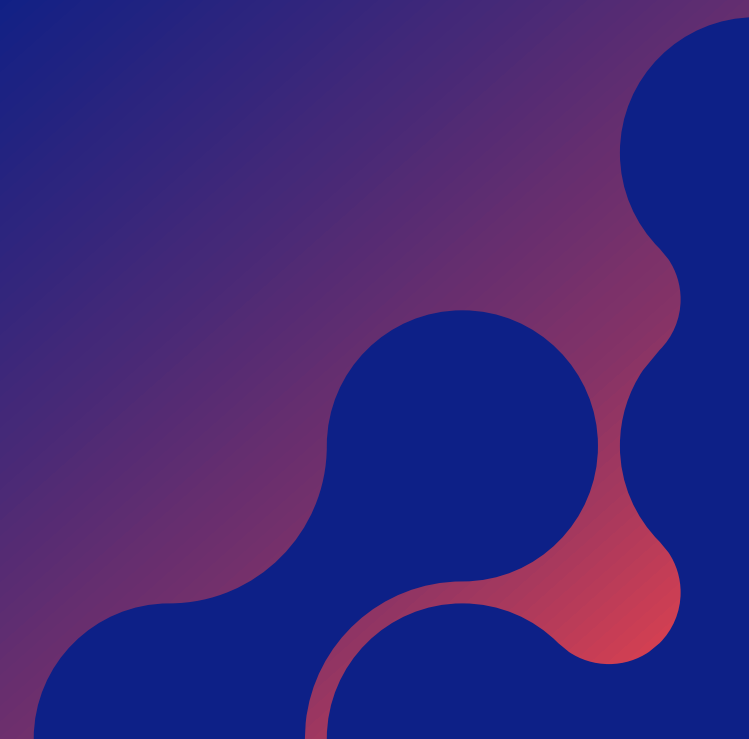


**FAST-kijkers**





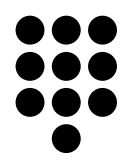
**Kijkprofiel.**



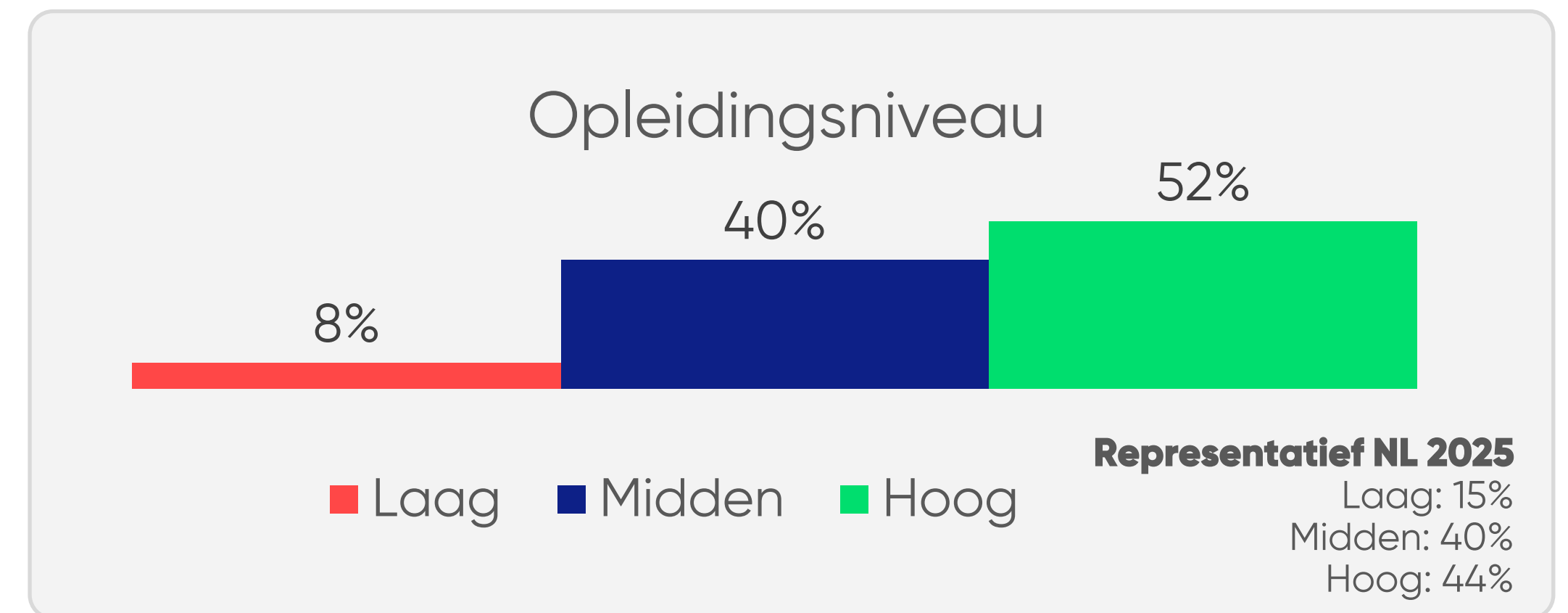
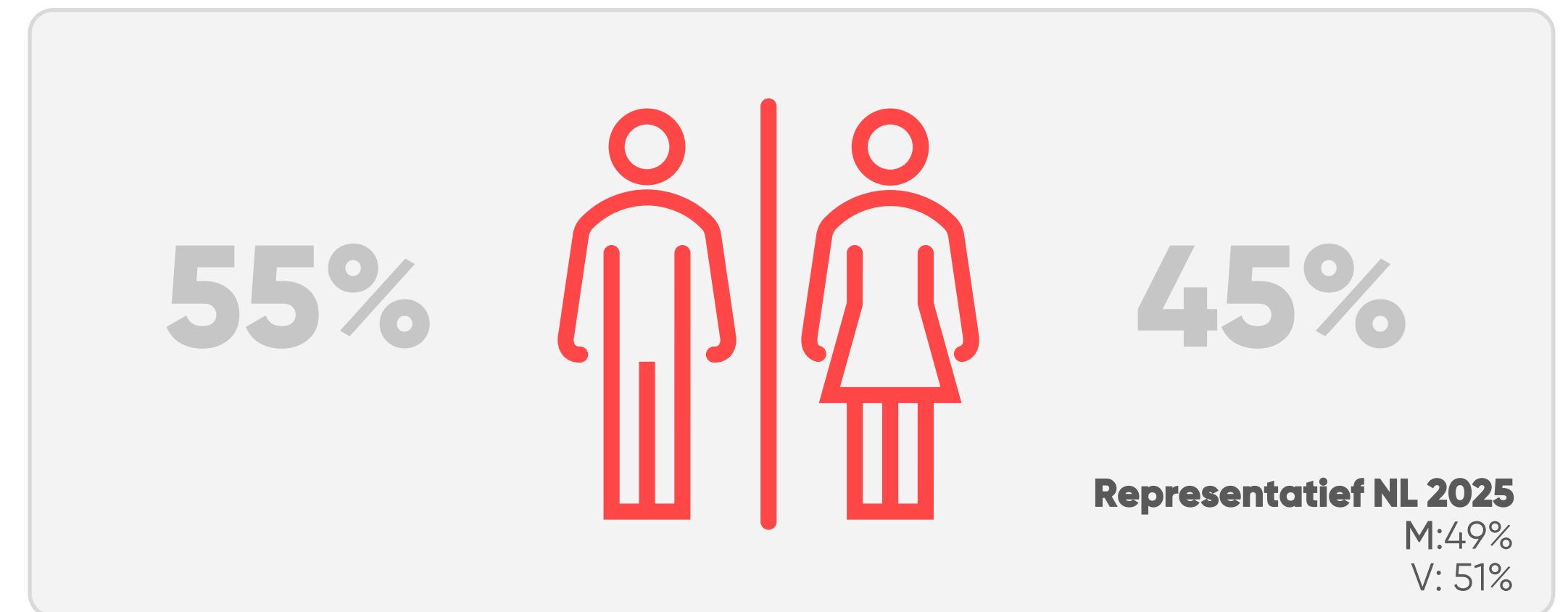
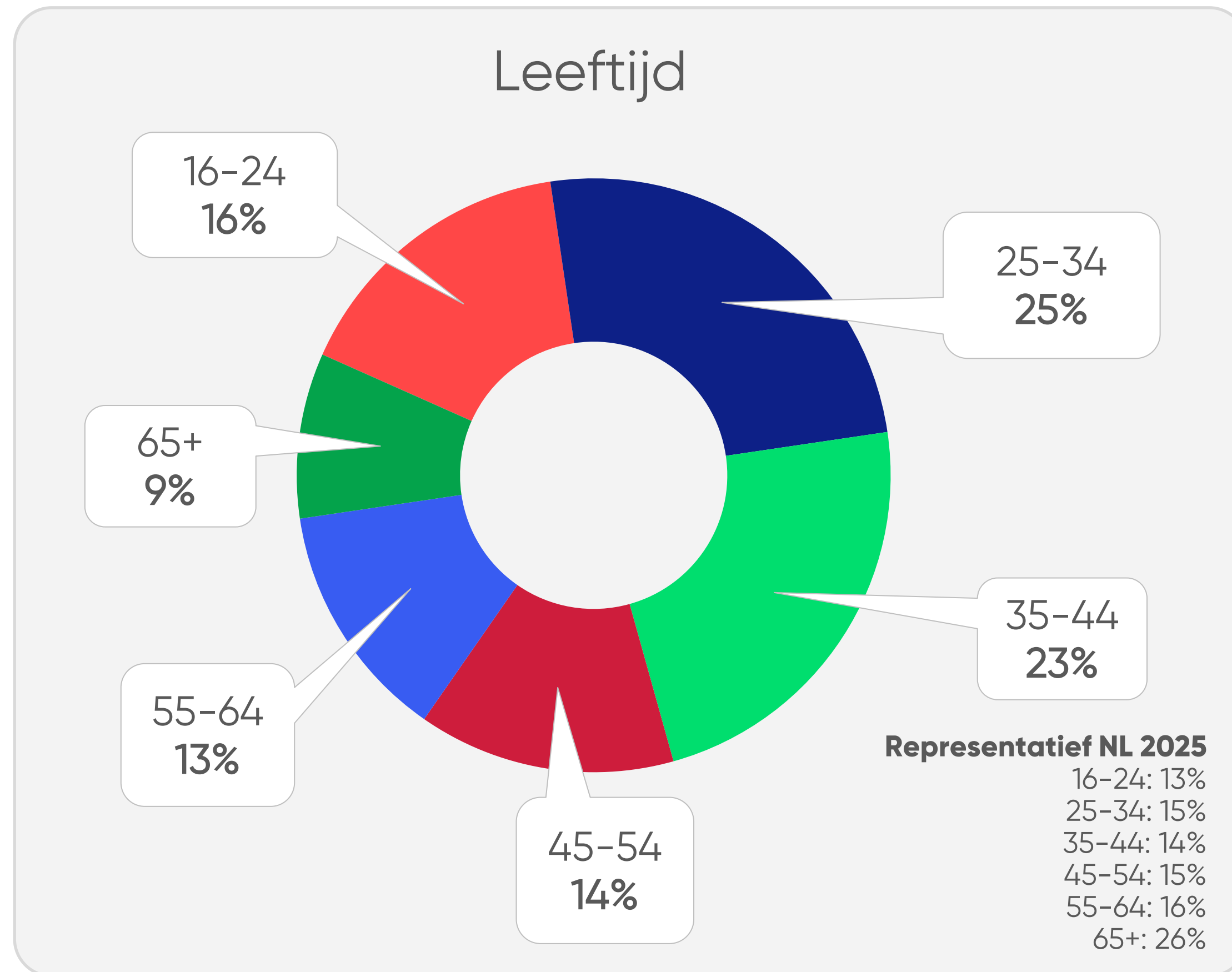


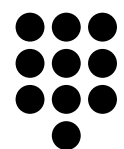
FAST-kijkers zijn over het algemeen **jong**. De meeste kijkers zijn **man**, **gemiddeld tot hoog opgeleid** met een **modaal(+) inkomen**. Veel kijkers **werken fulltime** en **wonen op zichzelf**, al dan niet **met partner en/of kind(eren)**.





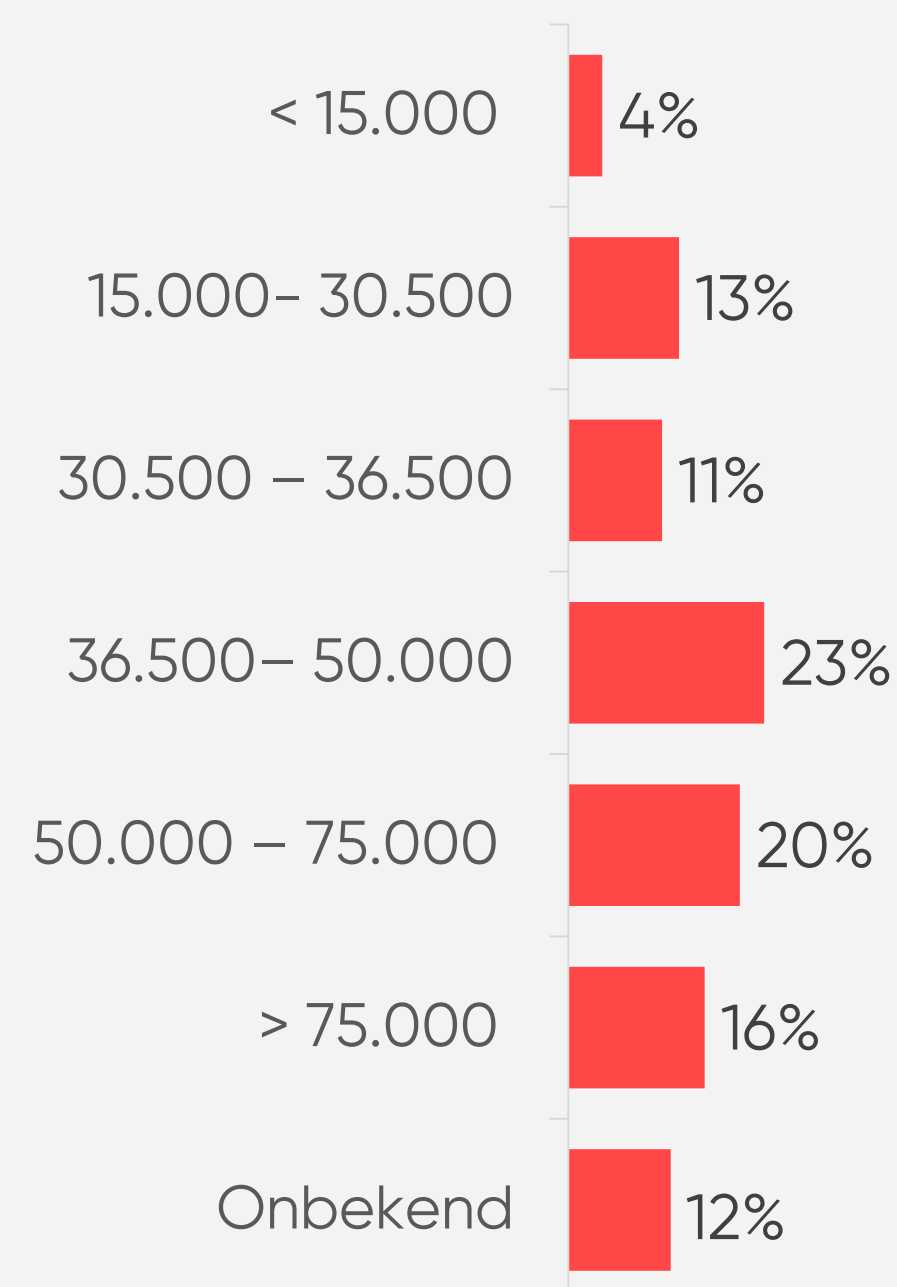
# De meerderheid van de FAST-kijkers is man, jonger dan 45 jaar en hoog opgeleid.



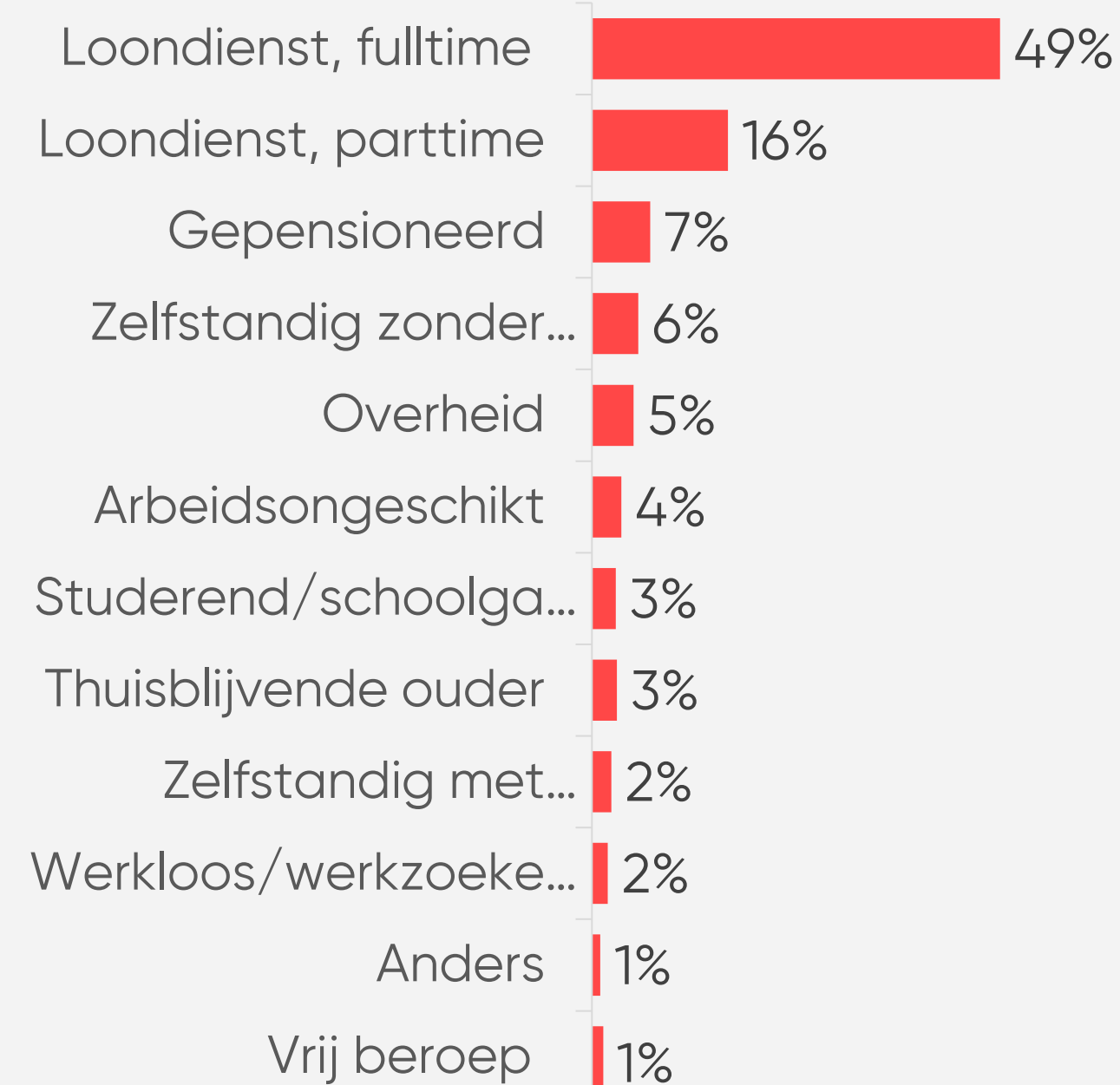


# Kijkers hebben een gemiddeld tot hoog inkomen, werken fulltime en wonen alleen of met partner en/of kinderen.

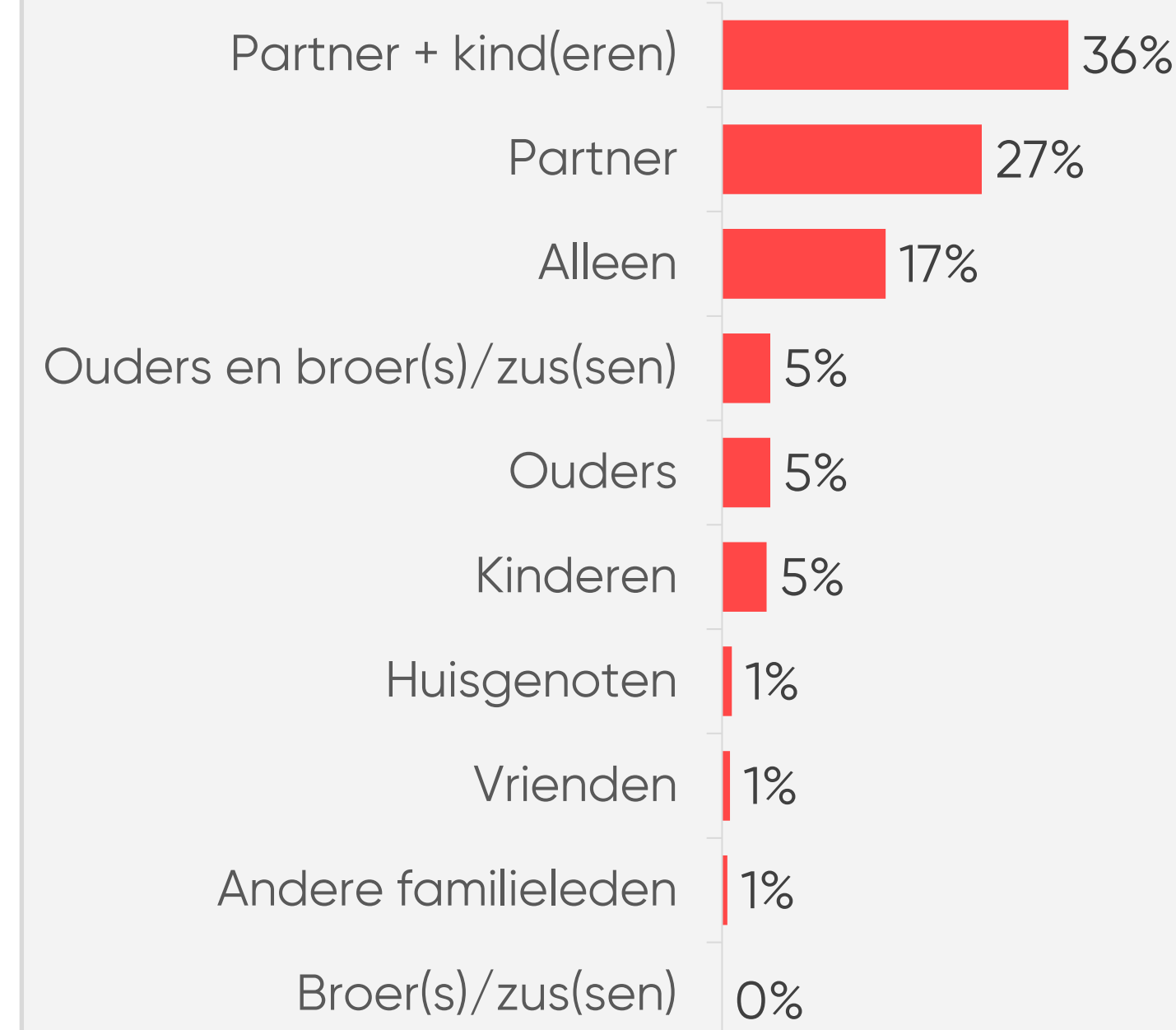
Bruto inkomen huishouden



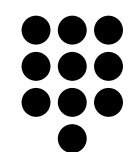
Beroep



Huishouden

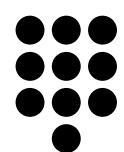






# Socio-demo verdeling onder kijkers per genre.

Genre	GENDER		LEEFTIJD						EDUCATIE			N
	Man	Vrouw	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Laag	Midden	Hoog	N=
Sport	72%	28%	19%	28%	22%	13%	11%	8%	6%	36%	58%	682
Kinderprogramma's	42%	55%	13%	36%	33%	9%	7%	2%	7%	39%	55%	255
Eten en drinken	51%	49%	18%	27%	28%	11%	11%	6%	7%	37%	57%	544
Auto's en motoren	73%	26%	16%	30%	23%	12%	14%	6%	7%	36%	57%	378
Natuur	55%	45%	13%	25%	28%	12%	14%	9%	8%	37%	56%	582
Extreme sporten	72%	28%	18%	33%	31%	10%	6%	1%	8%	33%	59%	260
Films	55%	45%	17%	25%	24%	14%	12%	8%	10%	40%	50%	796
Entertainment	54%	46%	22%	28%	27%	12%	8%	4%	6%	39%	55%	577
Drama	40%	60%	23%	26%	24%	12%	10%	5%	10%	38%	52%	435
Documentaires	54%	46%	14%	23%	26%	16%	14%	7%	9%	38%	53%	687
Nieuws	62%	38%	13%	22%	28%	15%	15%	8%	8%	34%	58%	581
Muziek	56%	44%	14%	26%	26%	13%	13%	8%	9%	40%	51%	668



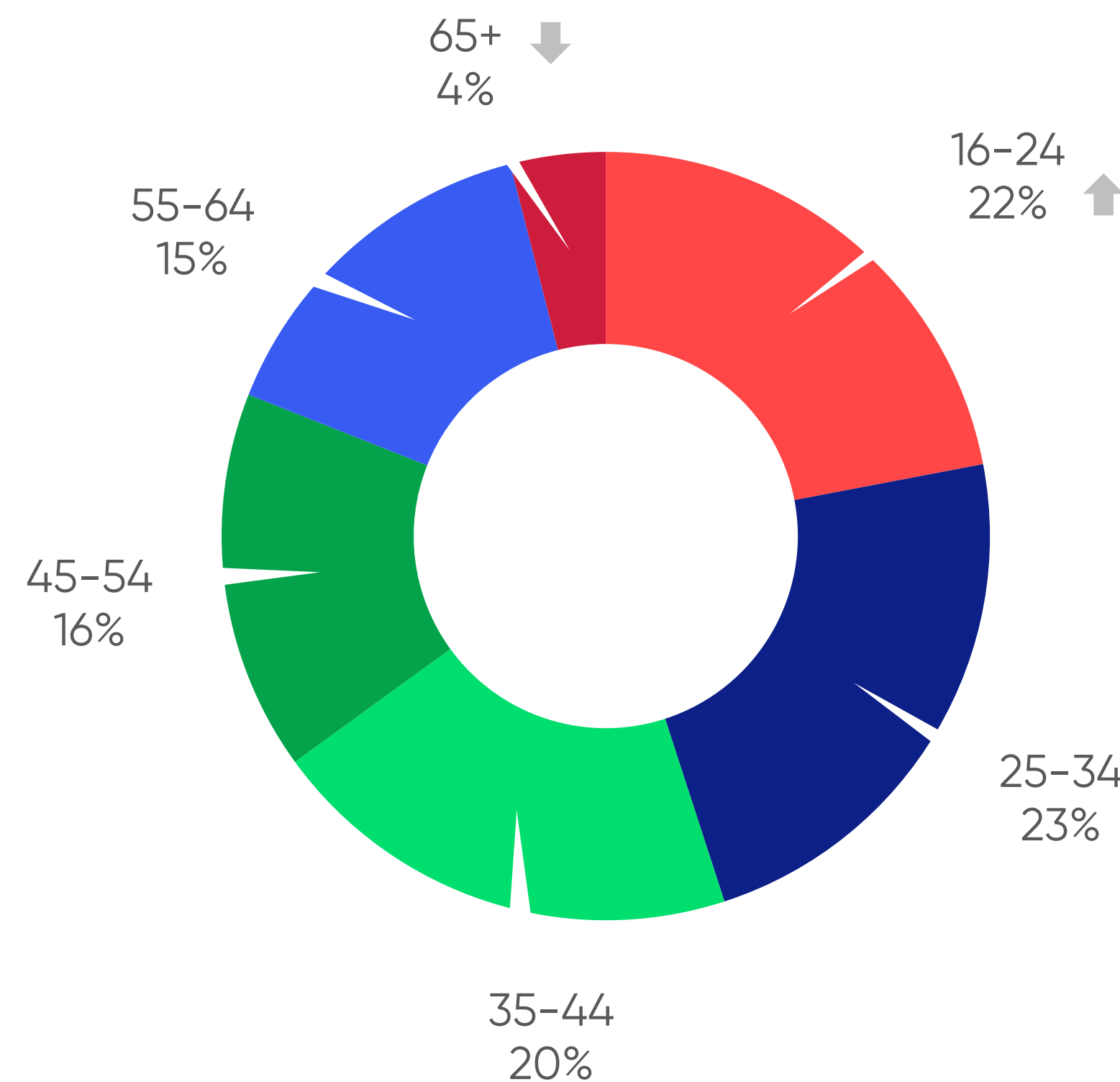
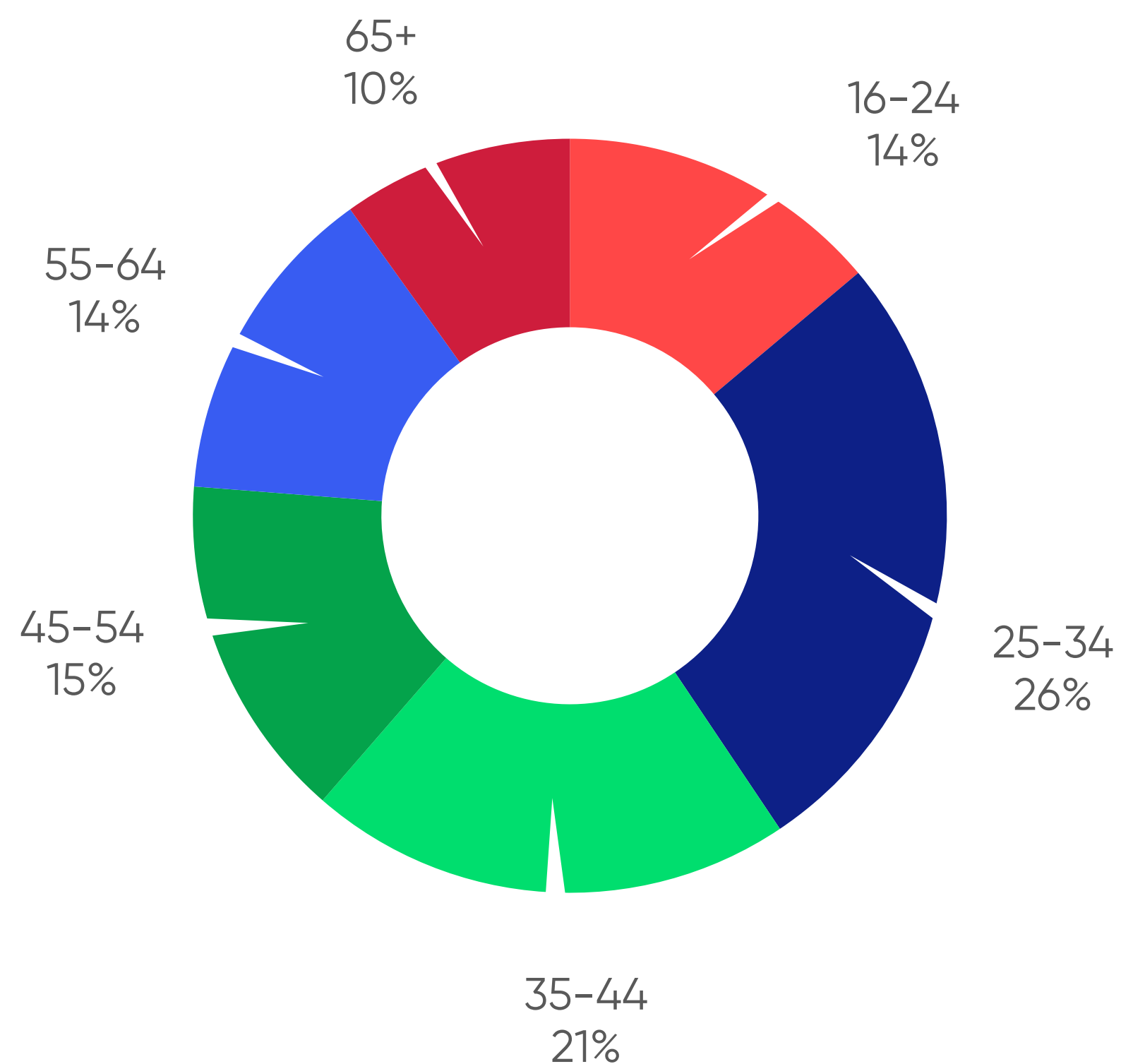
# In eerdere metingen waren de meeste FAST-kijkers jonger dan 45 jaar.

LEEFTIJD

0-meting

LEEFTIJD

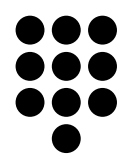
1-meting



*Representatief NL 2025*

- 16-24: 13%
- 25-34: 15%
- 35-44: 14%
- 45-54: 15%
- 55-64: 16%
- 65+: 26%

↑↓ Significant verschil met vorige meting



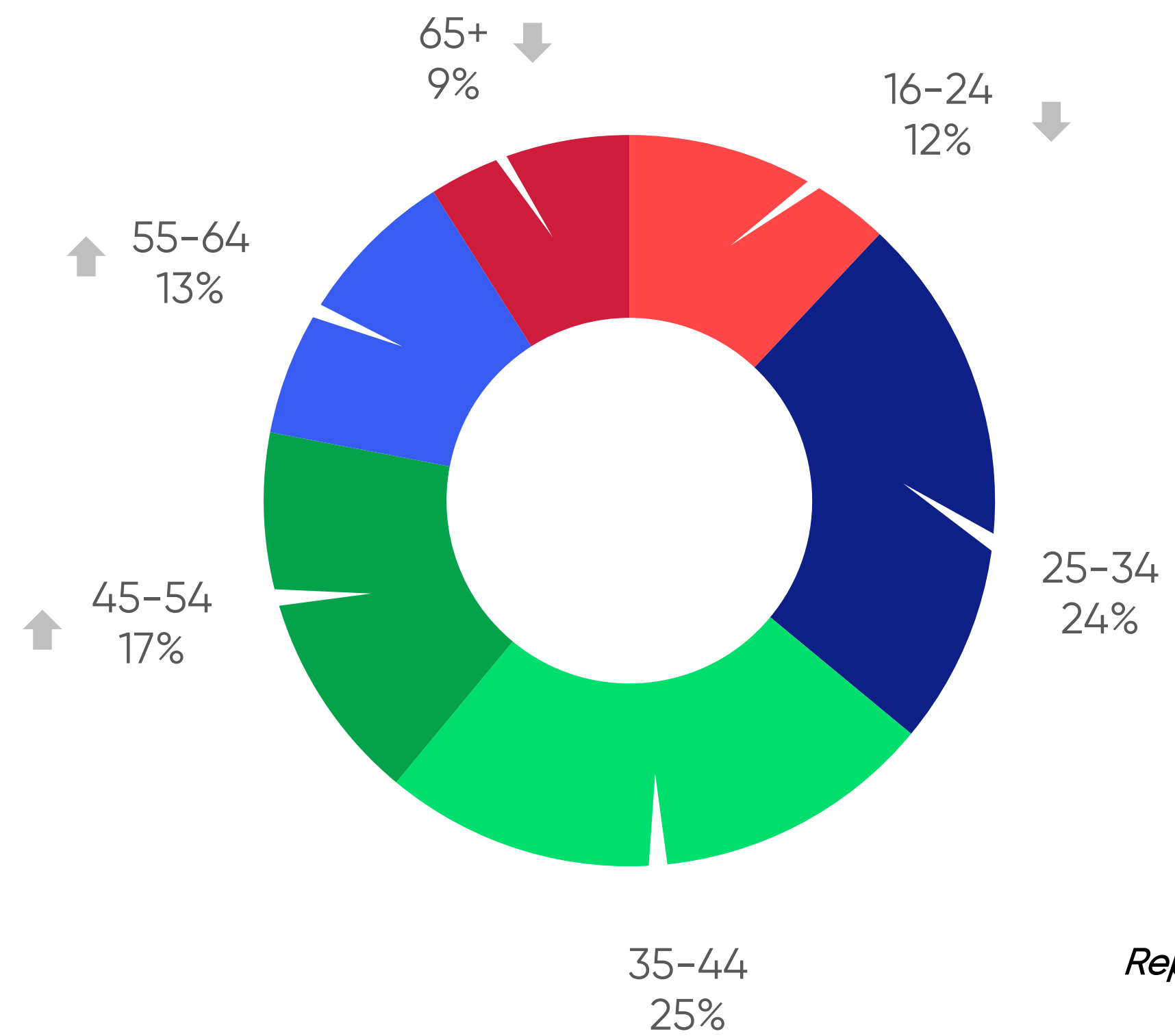
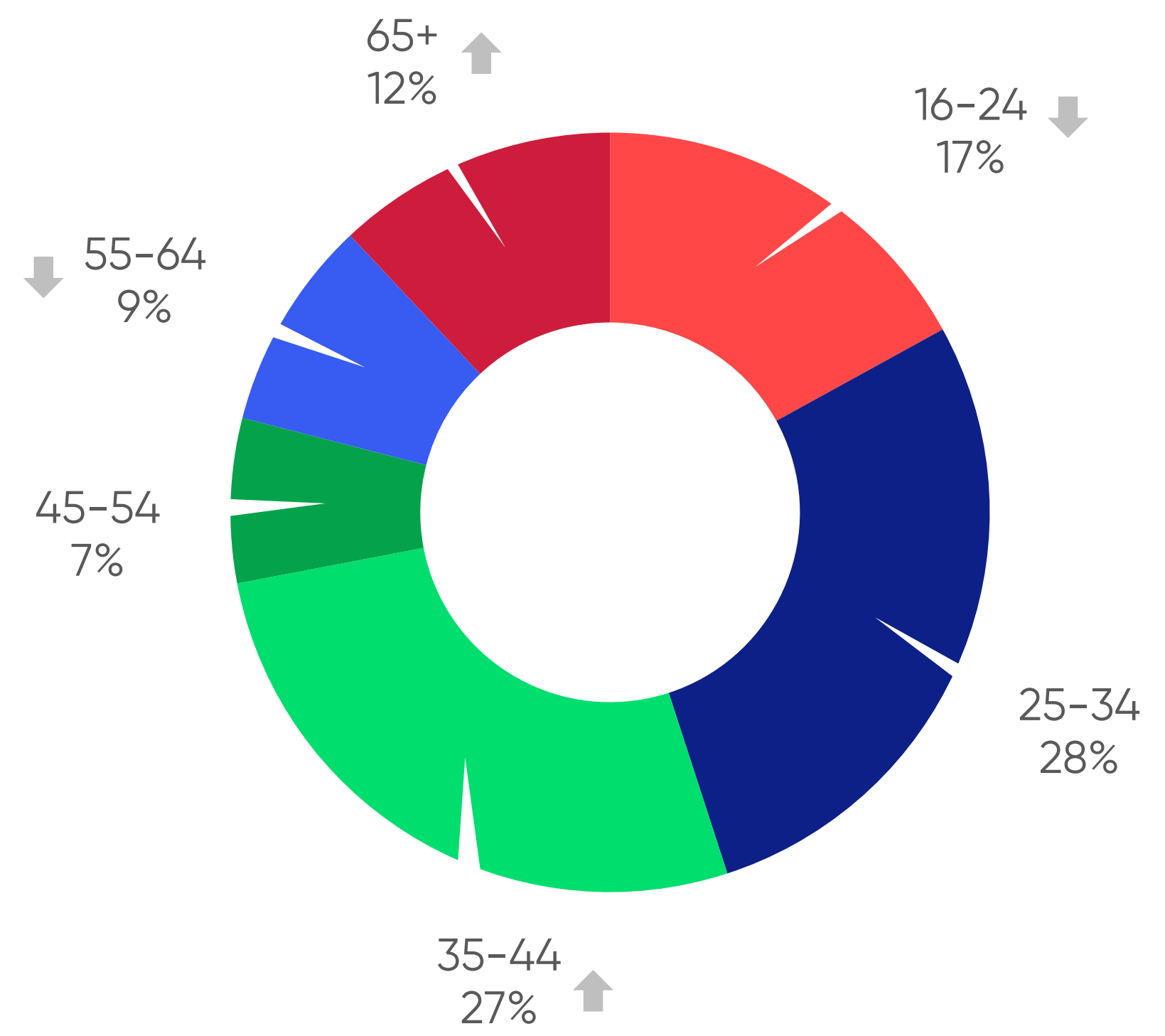
# Ten opzichte van mei '25 is echter binnen kijkers het aandeel 45-plussers gestegen.

LEEFTIJD

2-meting

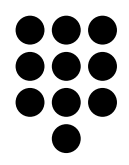
LEEFTIJD

3-meting



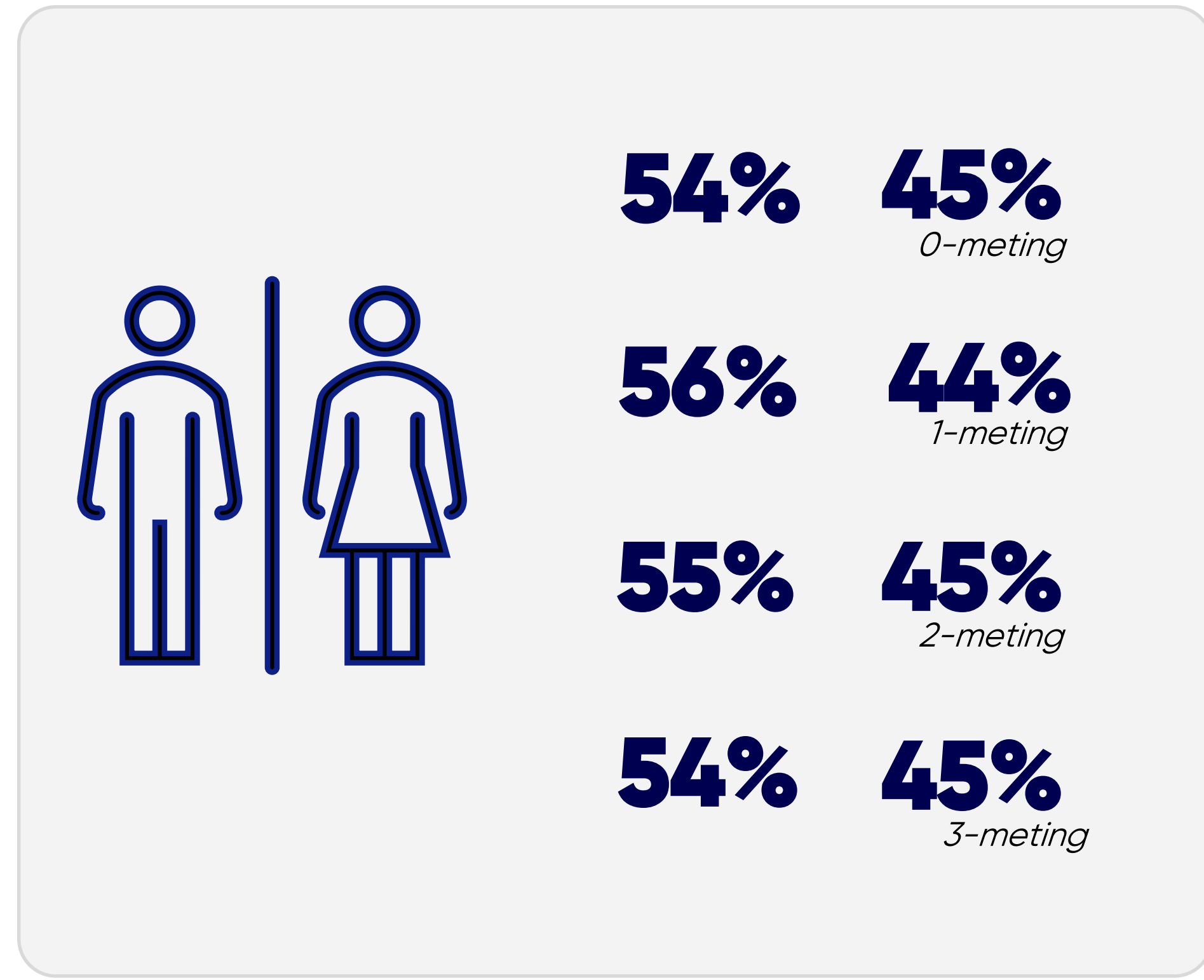
*Representatief NL 2025*  
16-24: 13%  
25-34: 15%  
35-44: 14%  
45-54: 15%  
55-64: 16%  
65+: 26%

↑↓ Significant verschil met vorige meting

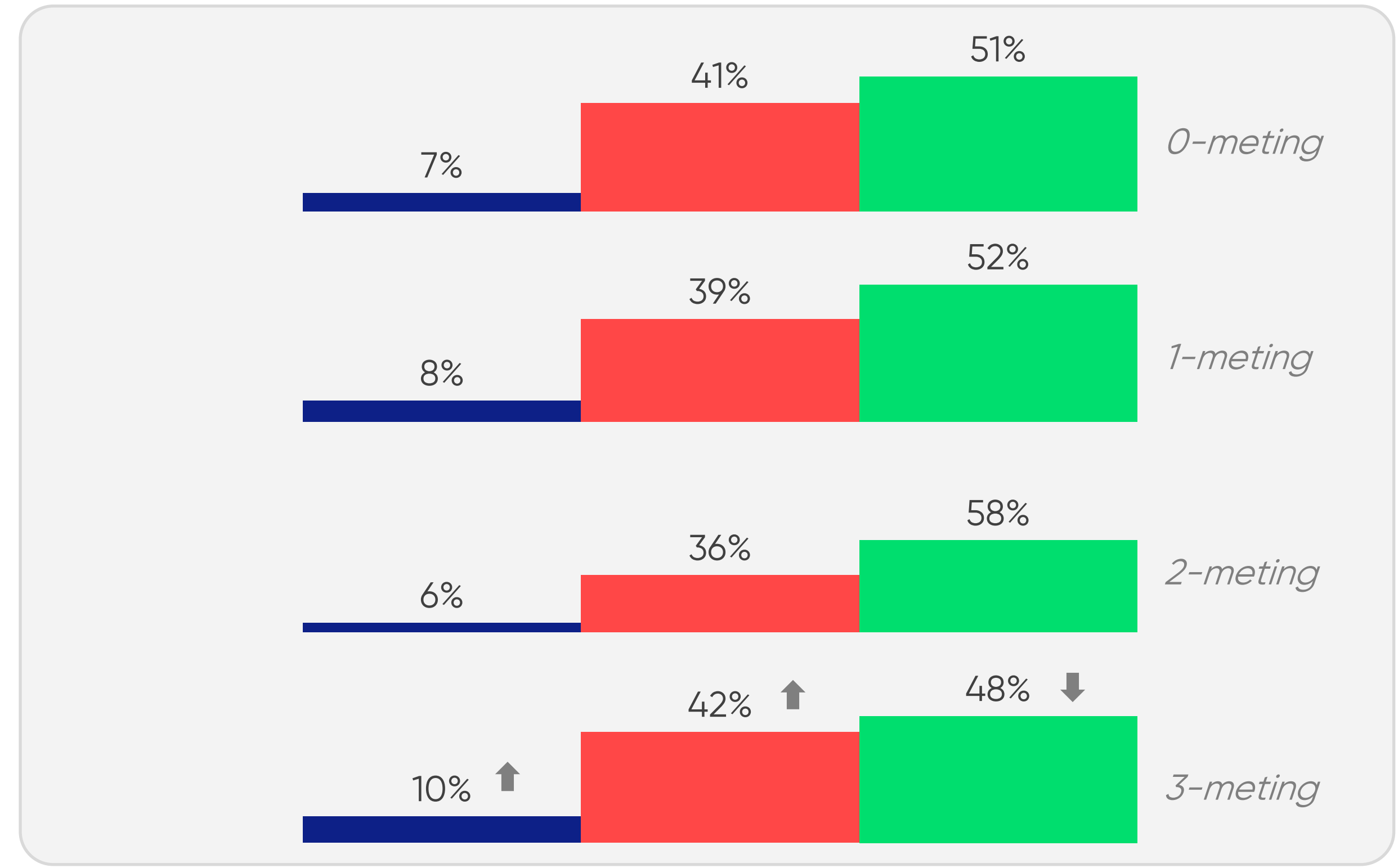


# FAST-kijkers zijn consistent iets vaker man en hoger opgeleid; het aandeel hoogopgeleiden blijft het grootst, met lichte schommelingen over de metingen.

## GESLACHT

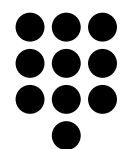


## OPLEIDINGSNIVEAU



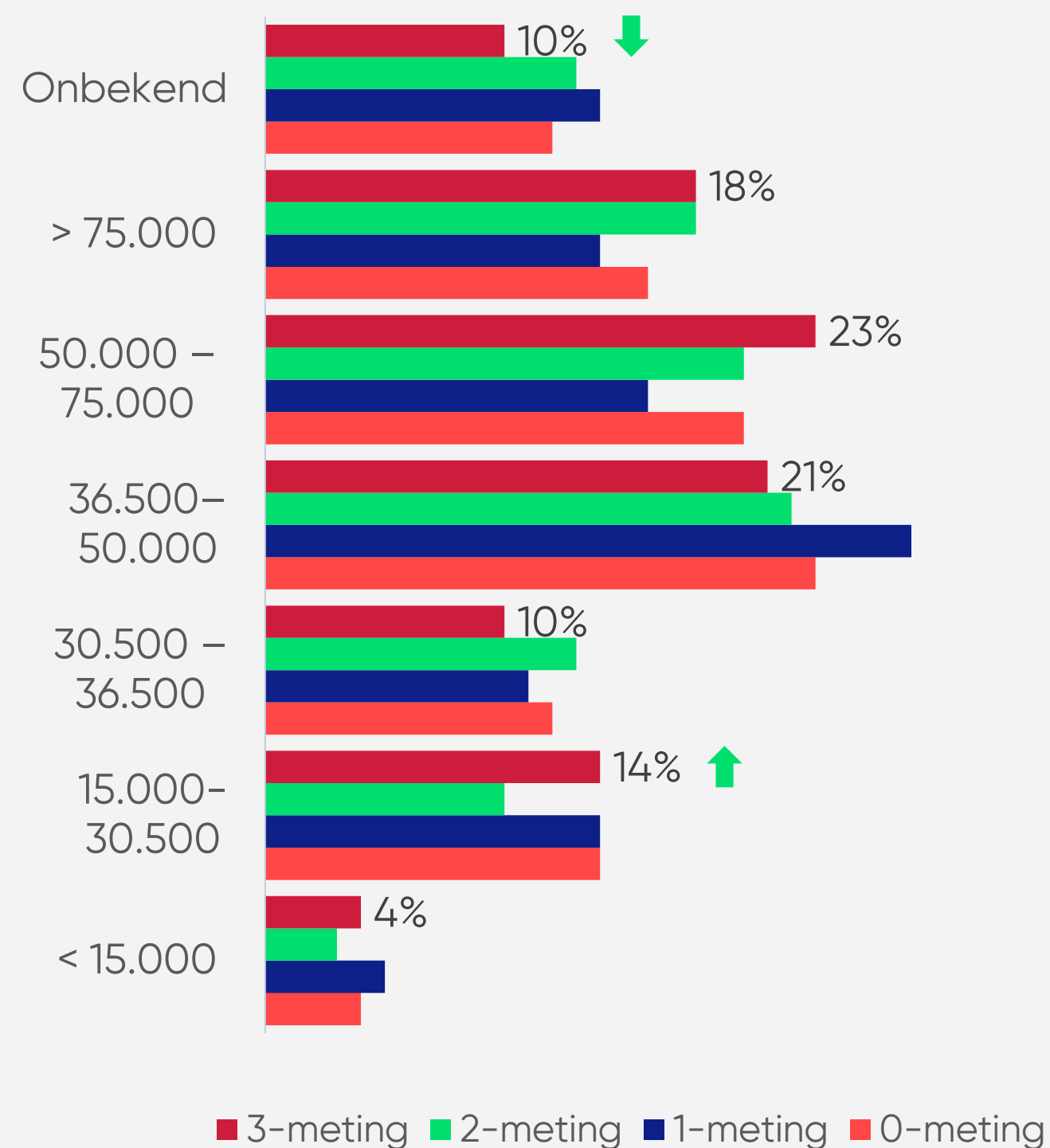
↑↓ Significant verschil met vorige meting

Representatief NL 2025  
 Man: 49%  
 Vrouw: 51%  
 Laag: 15%  
 Midden: 40%  
 Hoog: 44%

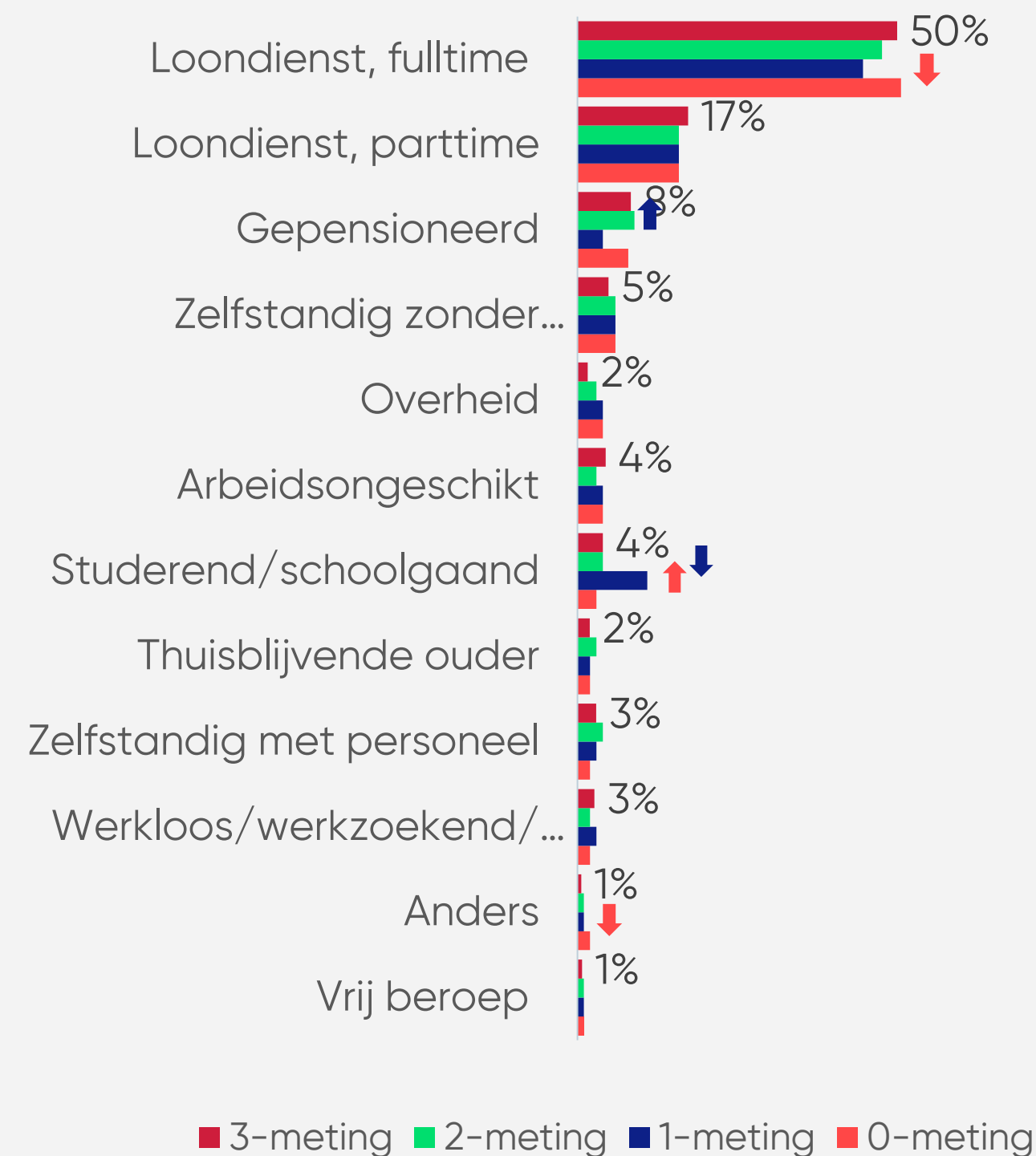


# Kijkers hebben een gemiddeld tot hoog inkomen, werken fulltime en wonen alleen of met partner en/of kinderen.

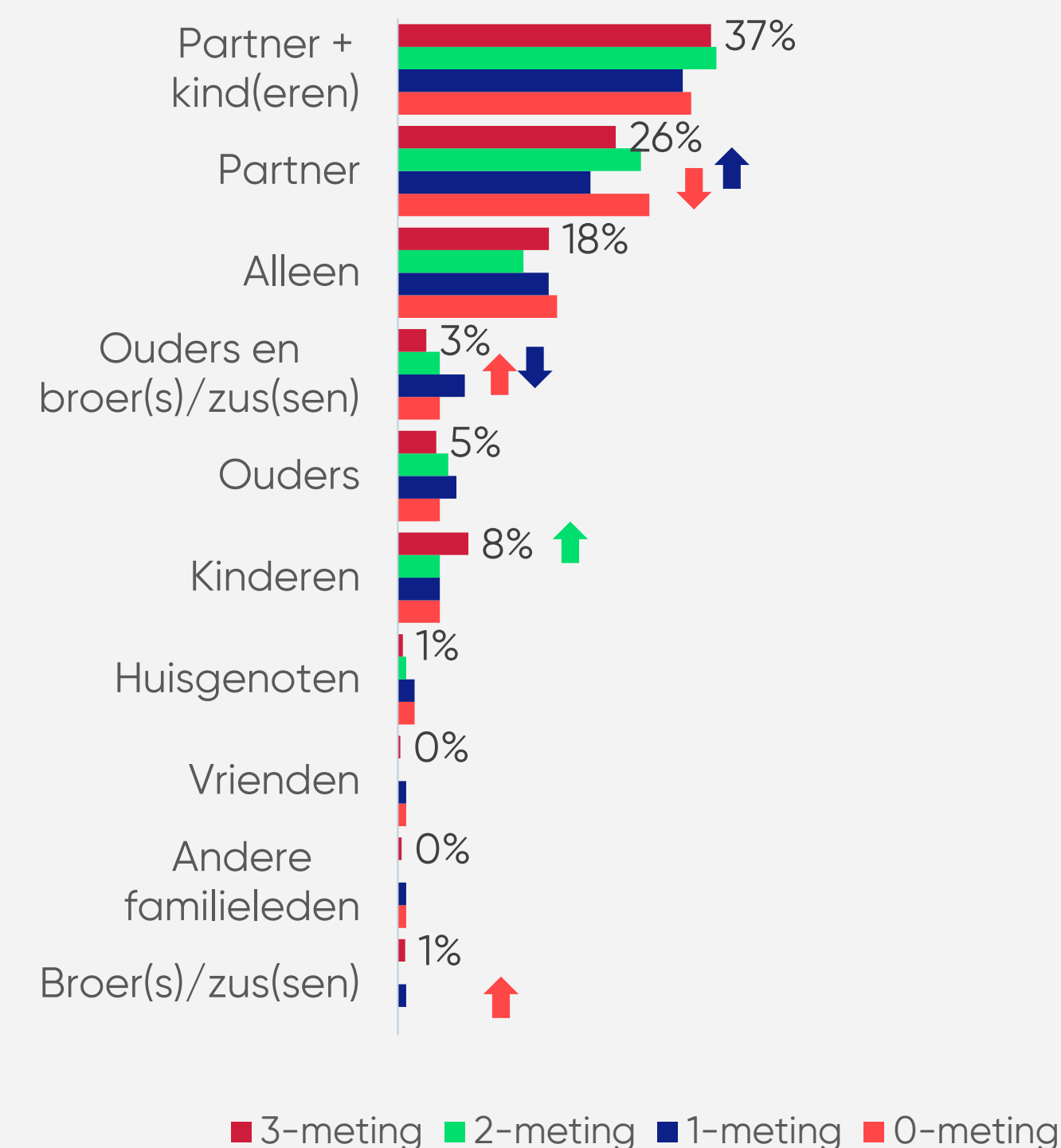
## BRUTO INKOMEN HUISHOUDEN

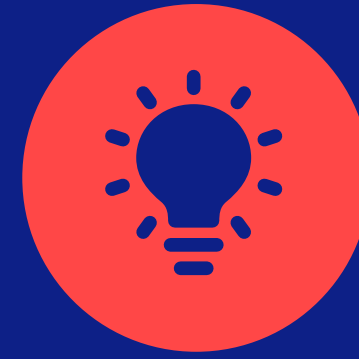
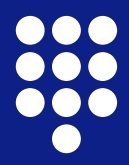


## BEROEP

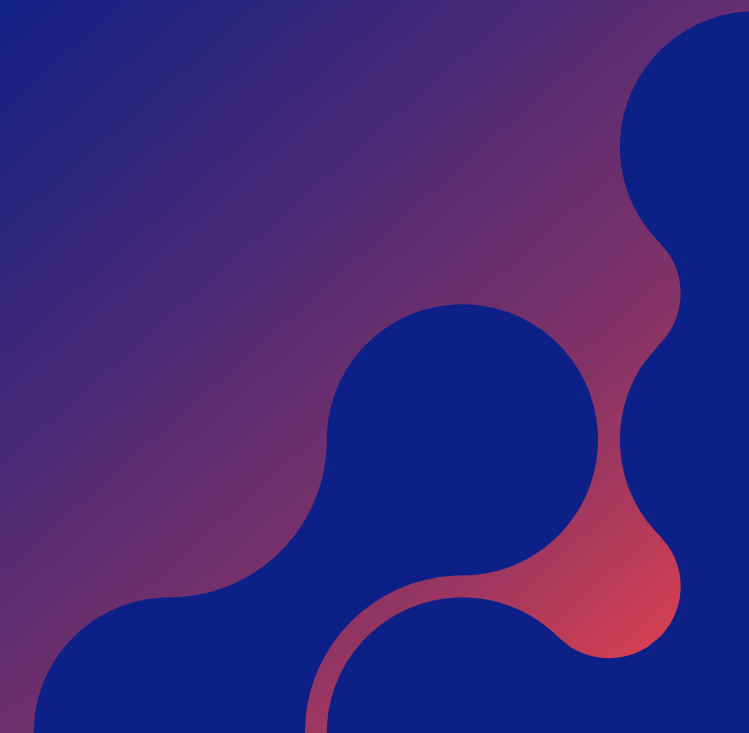


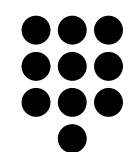
## HUISHOUDEN





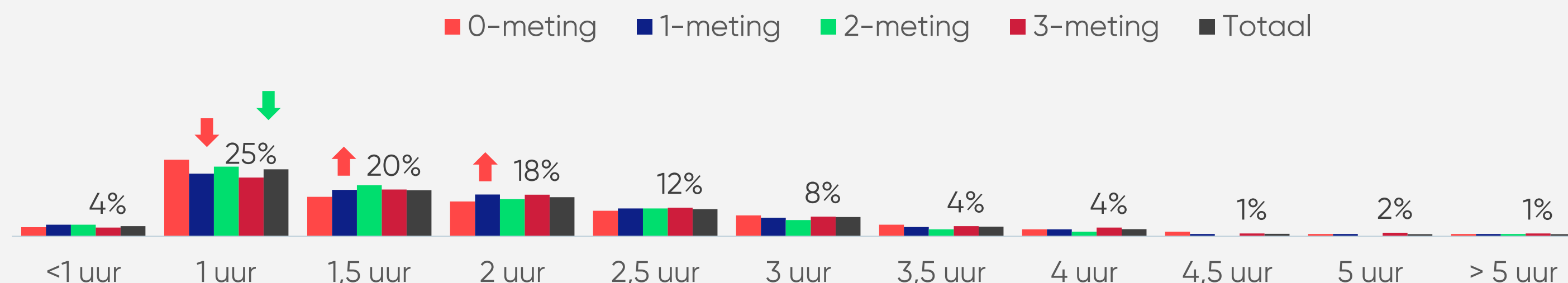
# Kijkgedrag, motieven & voorkeuren.





# Er wordt vooral in de avond naar FAST-kanalen gekeken. De meeste kijkers, kijken tussen de 1-2 uur en gemiddeld 3,6 dagen per week.

## FAST-KANALEN KIJKTIJD

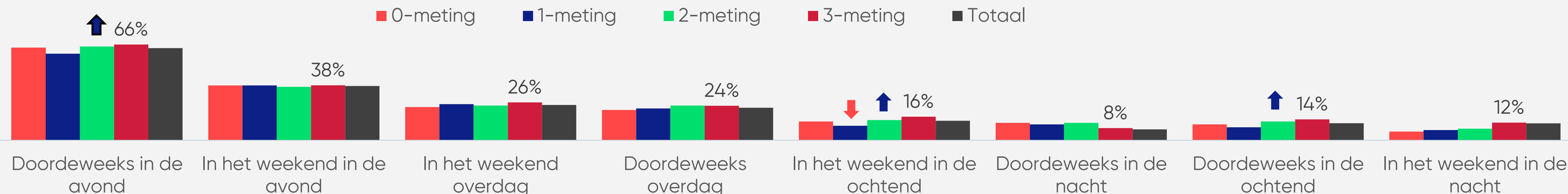


Gemiddeld aantal  
kijkdagen:

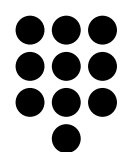
**3,6**

*Geen significant verschil tussen metingen*

## FAST-KANALEN KIJKMOMENTEN



V: Hoeveel tijd besteed je gemiddeld per dag aan het kijken van deze kanalen?, Hoeveel dagen per week kijk je doorgaans naar deze gratis kanalen op jouw smart TV?, Wanneer kijk jij zelf naar deze gratis kanalen?



# FAST-kanalen zijn aantrekkelijk doordat ze gratis zijn. Daarnaast bieden ze ontspanning en vermaak en zijn ze een leuke afwisseling op het overige media aanbod.

Tijdverdrijf

Het is makkelijk en gratis, en je kunt gewoon lekker zappen en iets kijken wat je wilt

Weer eens wat anders dan de gewone kanalen.

Soms verveel ik me, dan kijk ik naar deze gratis kanalen. Het is vooral voor ontspanning, maar vaak leer ik ook nog eens iets bij.

Omdat het gratis is

Gratis entertainment: Gratis kanalen bieden toegang tot een verscheidenheid aan content zonder dat u een abonnement nodig hebt, waardoor ze een aantrekkelijke optie zijn voor budgetbewuste kijkers.

Het is gevarieerd en staan leuke programma's op

Leuke programma's

Ik heb geen TV abonnement

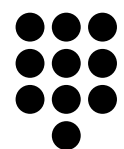
Het is gemakkelijk en leuk

Het is weer wat anders



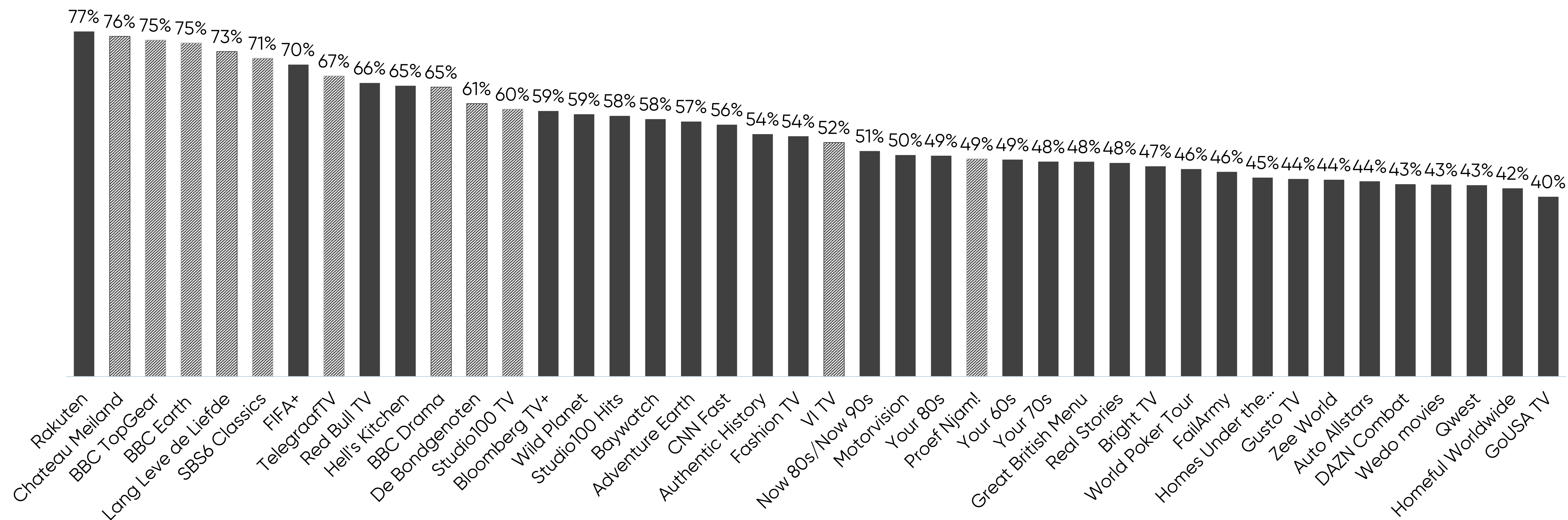
V: Wat is voor jou de belangrijkste reden waarom jij naar deze gratis kanalen kijkt?





# Overall zijn Rakuten, Chateau Meiland, BBC TopGear en BBC Earth de meest bekende FAST-kanalen.

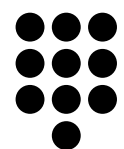
## BEKENDHEID FAST-KANALEN



V: In hoeverre ben je wel of niet bekend met onderstaande zenders?  
% minimaal van de zender gehoord

↑ ↓ *Significant verschil*

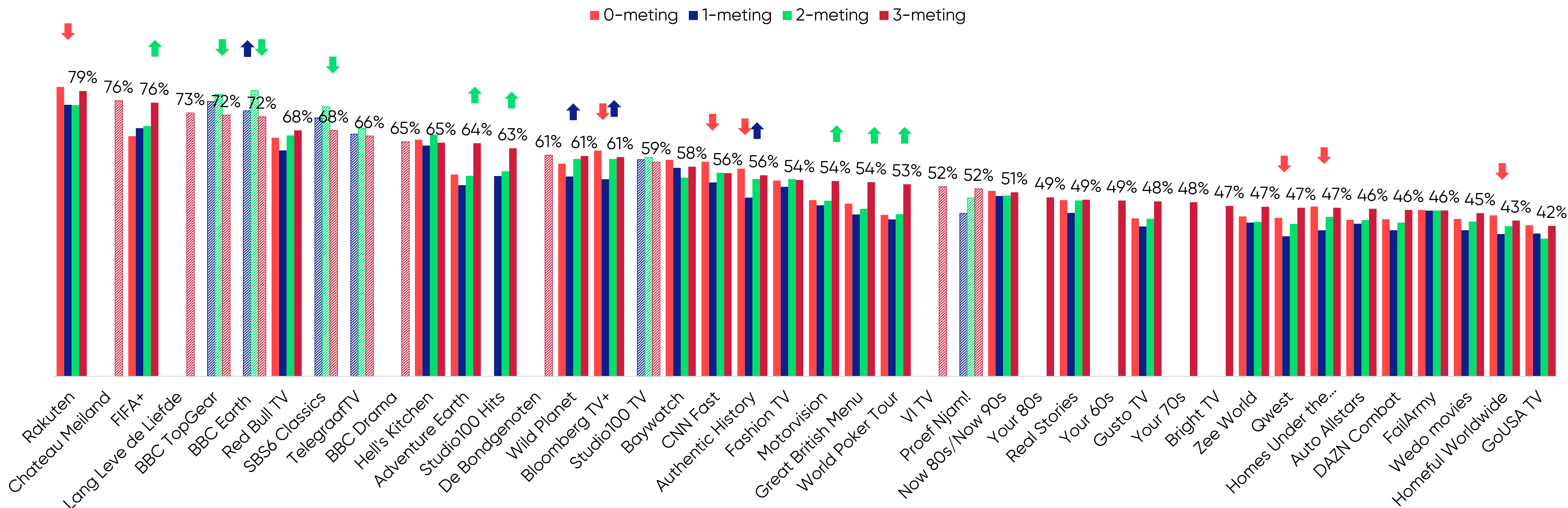
Eigen zenders Talpa



# Meest bekende kanalen in december 2025 zijn Rakuten, Chateau Meiland, FIFA+ en Lang Leve de Liefde.

Stijgers vs. Mei: FIFA+, Adventure Earth, Studio100 Hits, Motorvision, Great British Menu & World Poker Tour

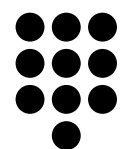
## BEKENDHEID FAST-KANALEN



V: In hoeverre ben je wel of niet bekend met onderstaande zenders?  
% minimaal van de zender gehoord

↑ ↓ Significant verschil

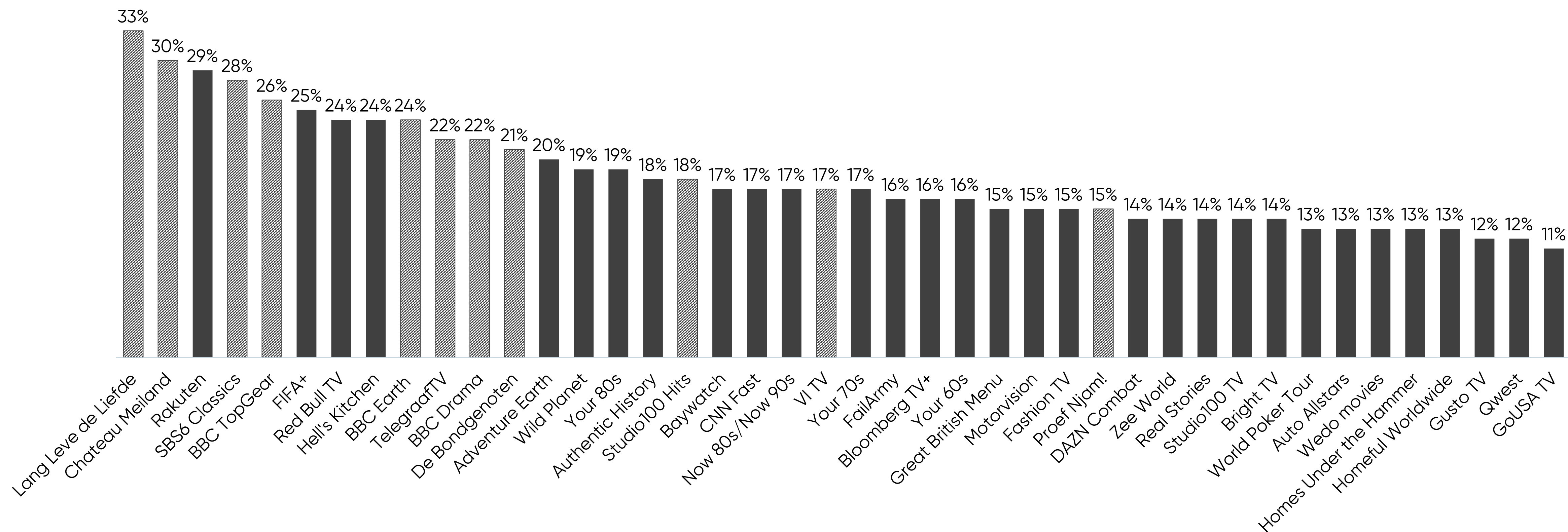
▨ Eigen zenders Talpa



# Meest bekeken kanalen zijn gelijk aan de meest bekende kanalen: Lang Leve de Liefde, Rakuten, FIFA+ en Chateau Meiland.

Stijgers vs. Mei: FIFA+, Adventure Earth, Authentic History, Baywatch, Real Stories & GoUSA TV

## KIJKGEDRAG FAST-KANALEN

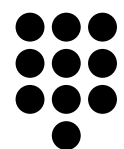


V: In hoeverre ben je wel of niet bekend met onderstaande zenders?

(% Ik ken deze zender goed en ik kijk regelmatig naar deze zender + Ik ken deze zender goed en kijk af en toe naar deze zender)

↑ ↓ *Significant verschil*

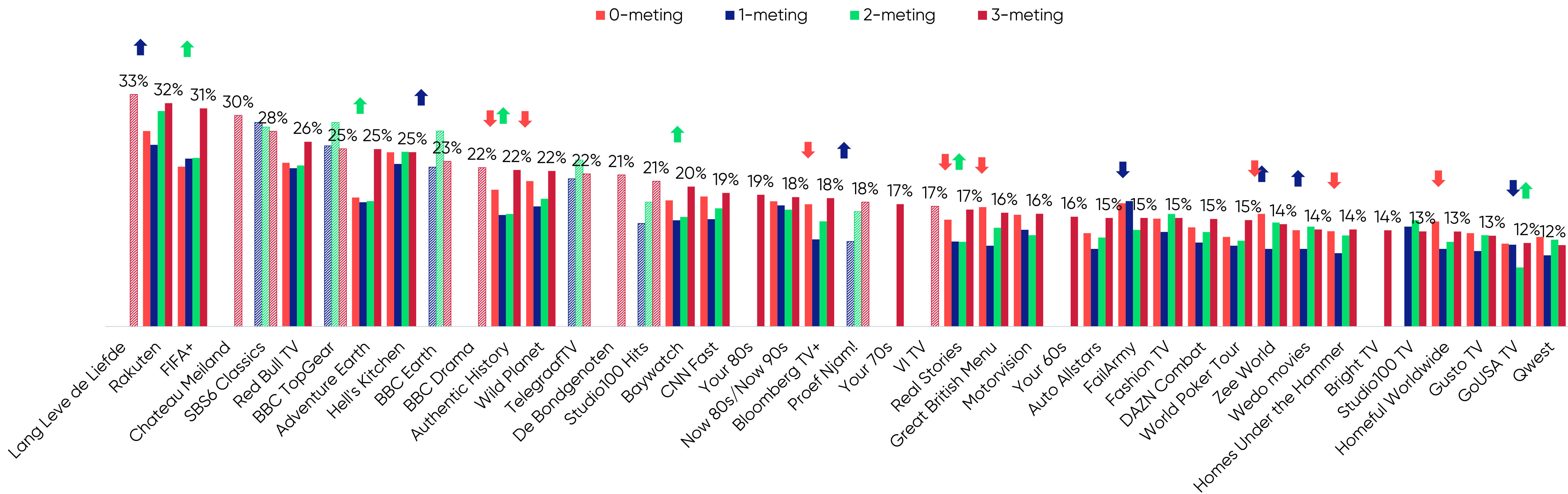
Eigen zenders Talpa



# Meest bekeken kanalen zijn gelijk aan de meest bekende kanalen: Lang Leve de Liefde, Rakuten, FIFA+ en Chateau Meiland.

Stijgers vs. Mei: FIFA+, Adventure Earth, Authentic History, Baywatch, Real Stories & GoUSA TV

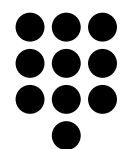
## KIJKGEDRAG FAST-KANALEN



V: In hoeverre ben je wel of niet bekend met onderstaande zenders?  
(% Ik ken deze zender goed en ik kijk regelmatig naar deze zender + Ik ken deze zender goed en kijk af en toe naar deze zender)

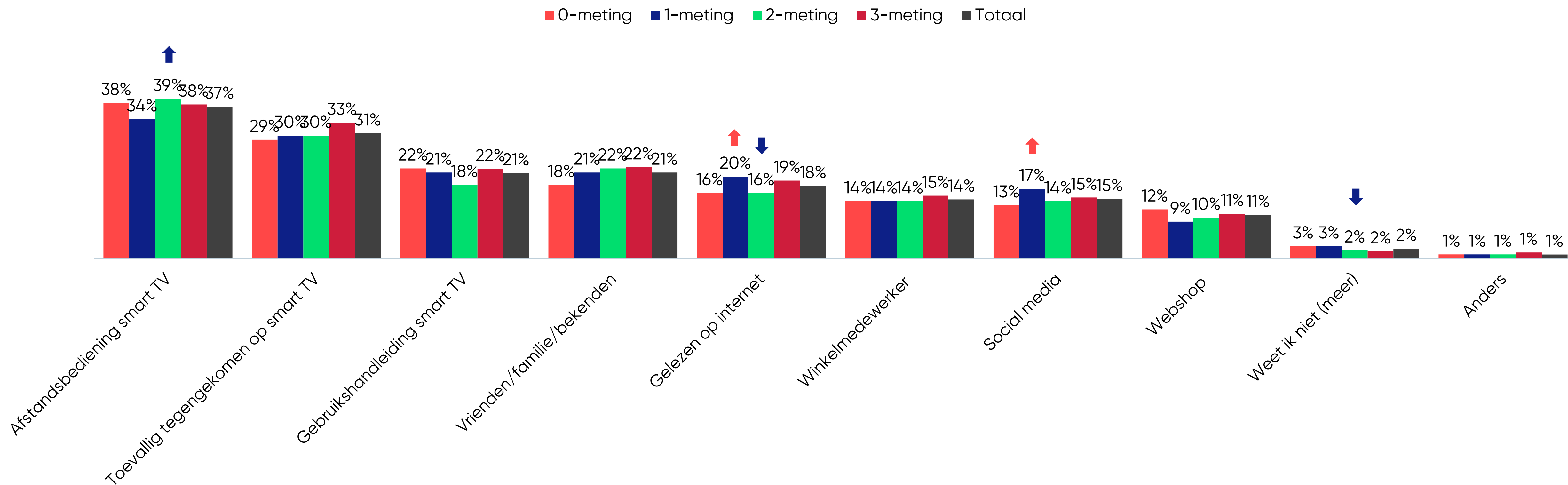
↑ ↓ Significant verschil

/// Eigen zenders Talpa



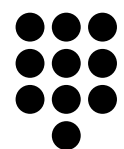
# De afstandsbediening en toevallig tegenkomen zijn nog steeds de meest voorkomende manieren om bekend te raken met FAST-kanalen.

BEKEND MET FAST-KANALEN VIA...



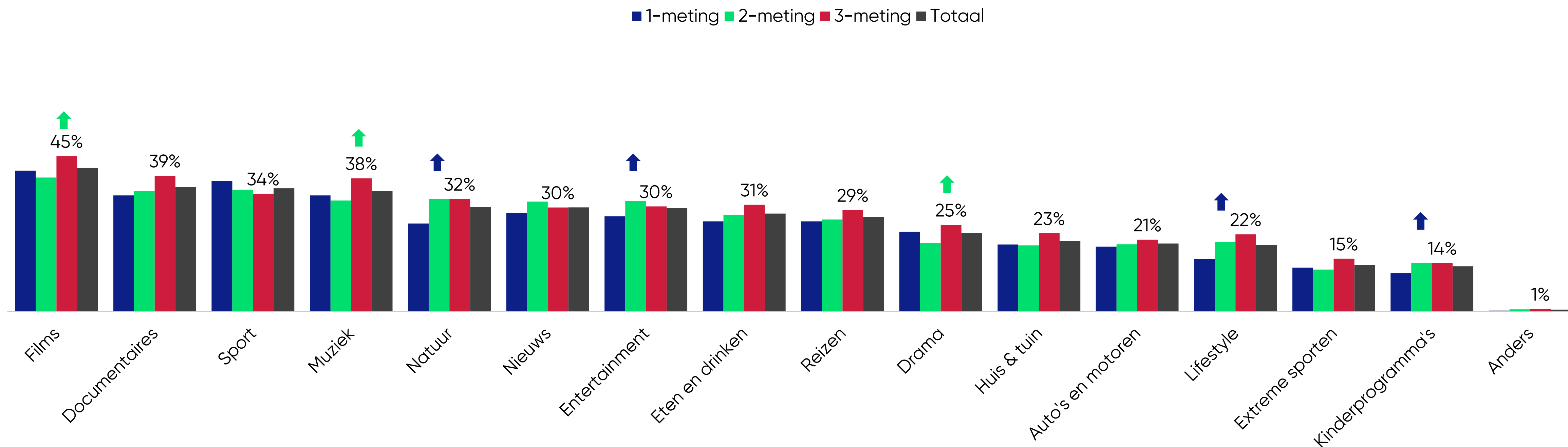
V: Hoe weet je van het bestaan van deze kanalen af?

↑ ↓ *Significant verschil*



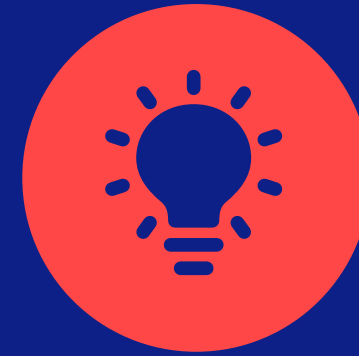
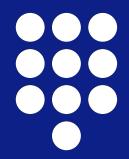
# FAST-kijkers zijn vooral geïnteresseerd in films, muziek, documentaires en sport.

## KIJKERS PER GENRE

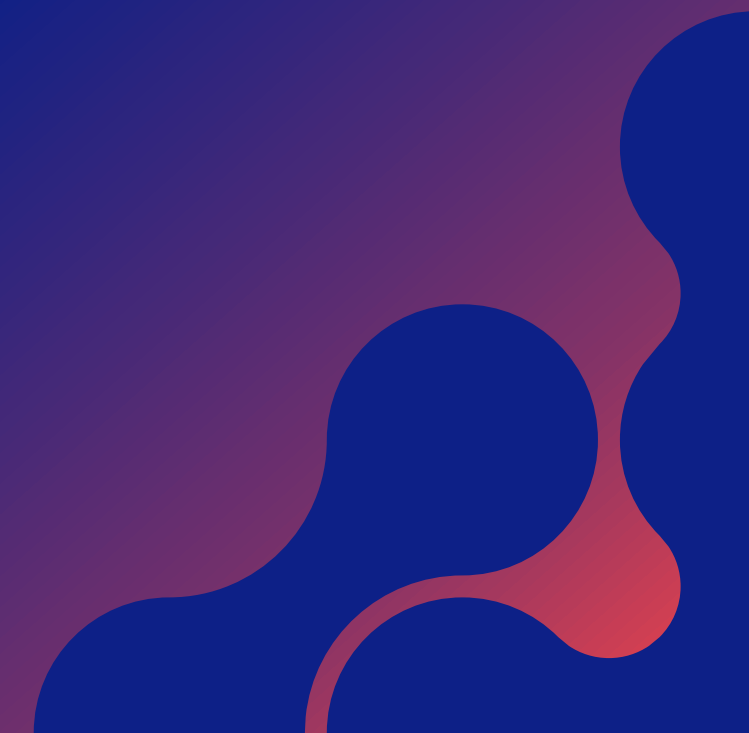


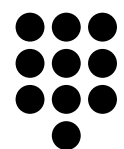
V: Je hebt zojuist je interesses in een aantal onderwerpen aangegeven. Hieronder zie je nogmaals de lijst. Kun je aangeven naar welke onderwerpen je kijkt op deze gratis kanalen?

↑ ↓ *Significant verschil*



# **FAST-kanalen in het huishouden.**

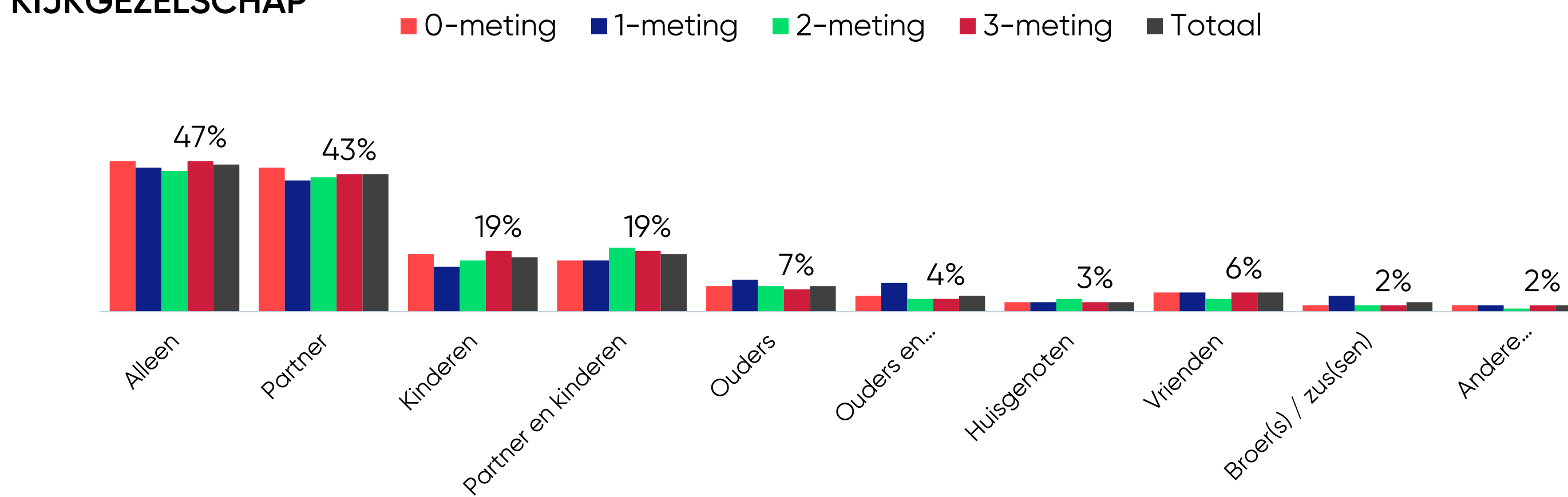
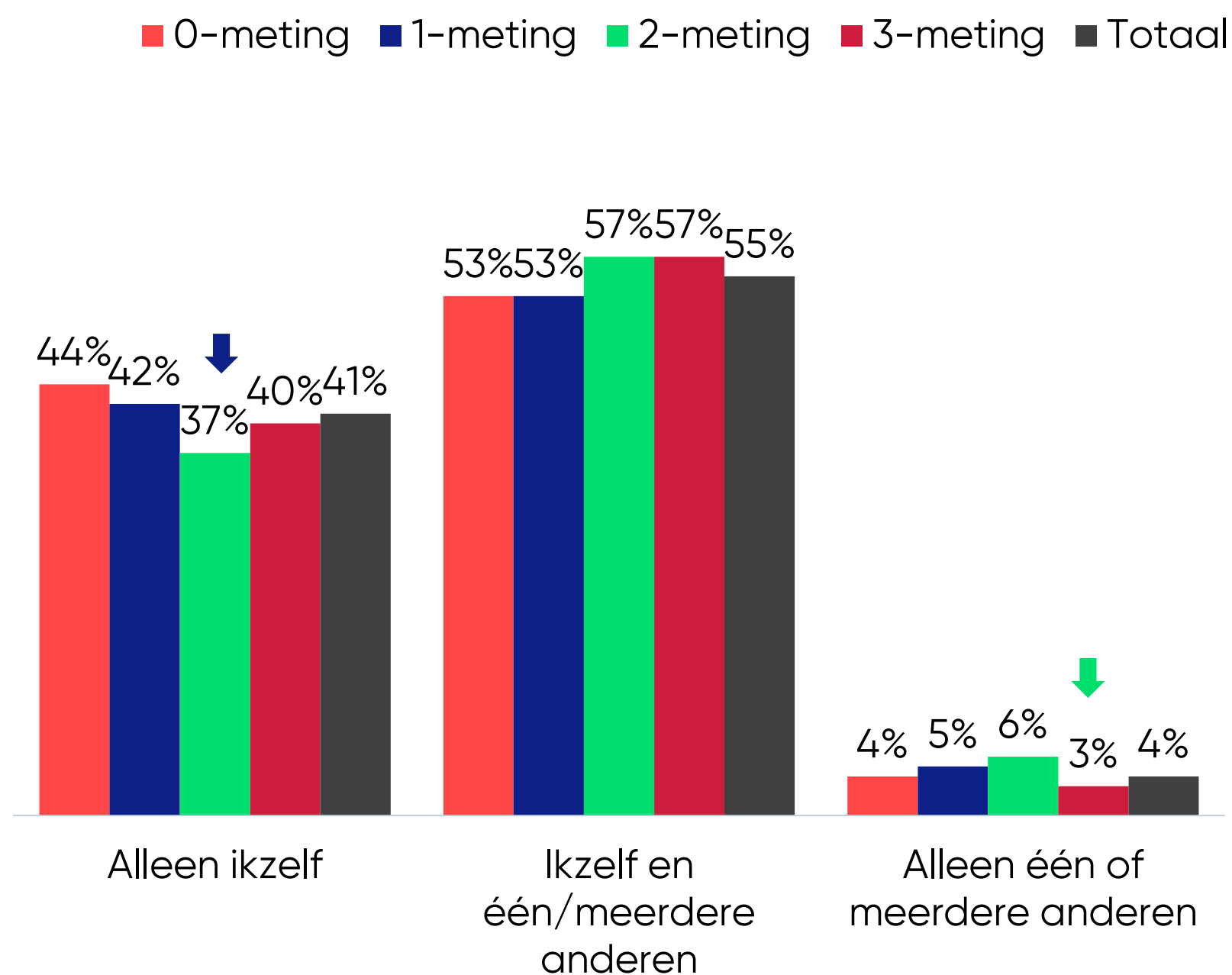




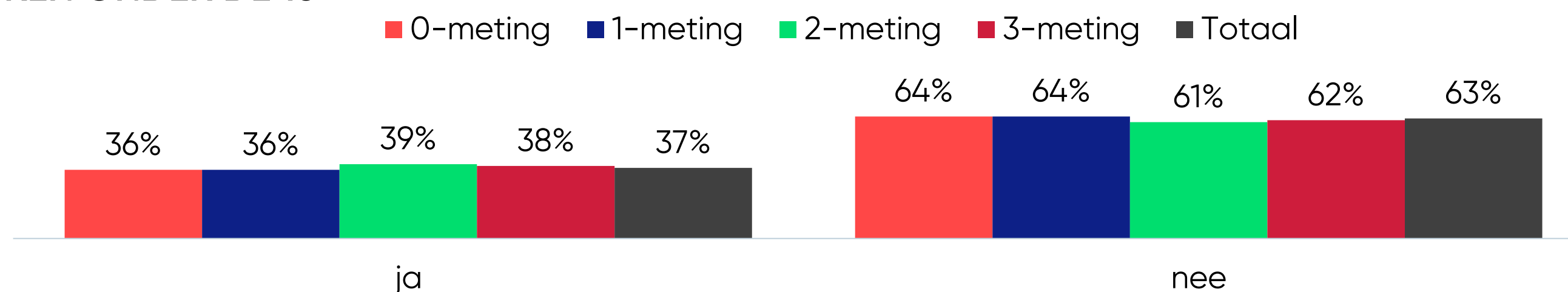
# Er wordt vooral alleen of samen met partner naar de FAST-kanalen gekeken. 37% heeft een of meerdere kinderen (<16) die zelf naar de kanalen kijken.

## KIJKERS BINNEN HUISHOUDEN

## KIJKGEZELSCHAP



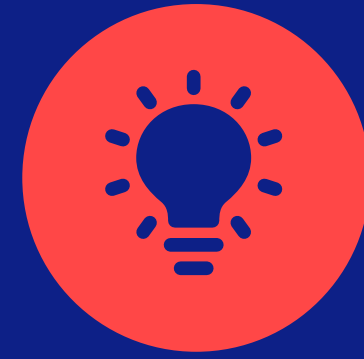
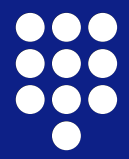
## KIJKEN ONDER DE 16



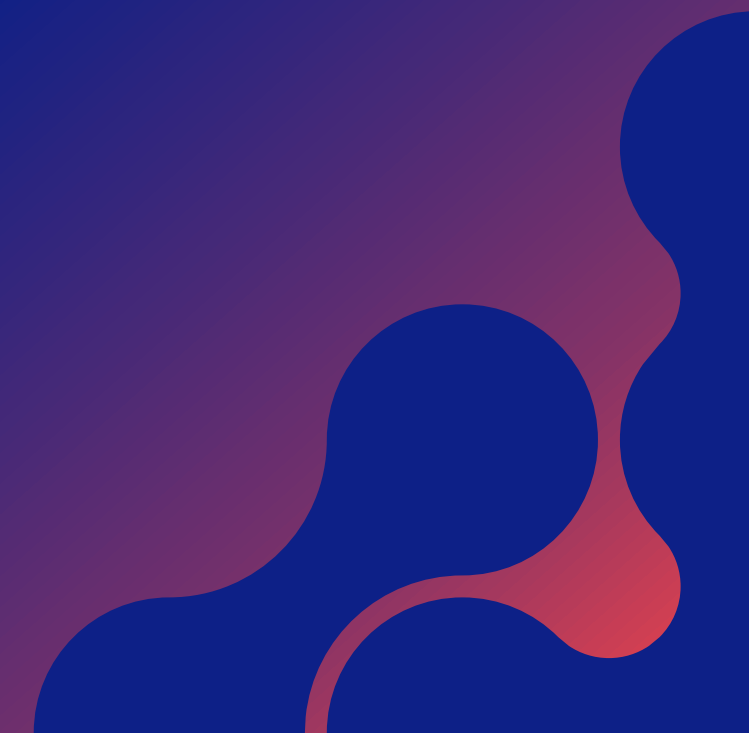
V: Wie in jouw huishouden kijken er naar deze kanalen? & Als je naar deze gratis kanalen kijkt, met wie kijk je dan naar deze kanalen? & Zitten hier kinderen van onder de 16 jaar bij die naar deze kanalen kijken?

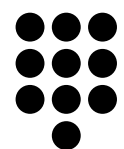
↑ ↓ *Significant verschil*





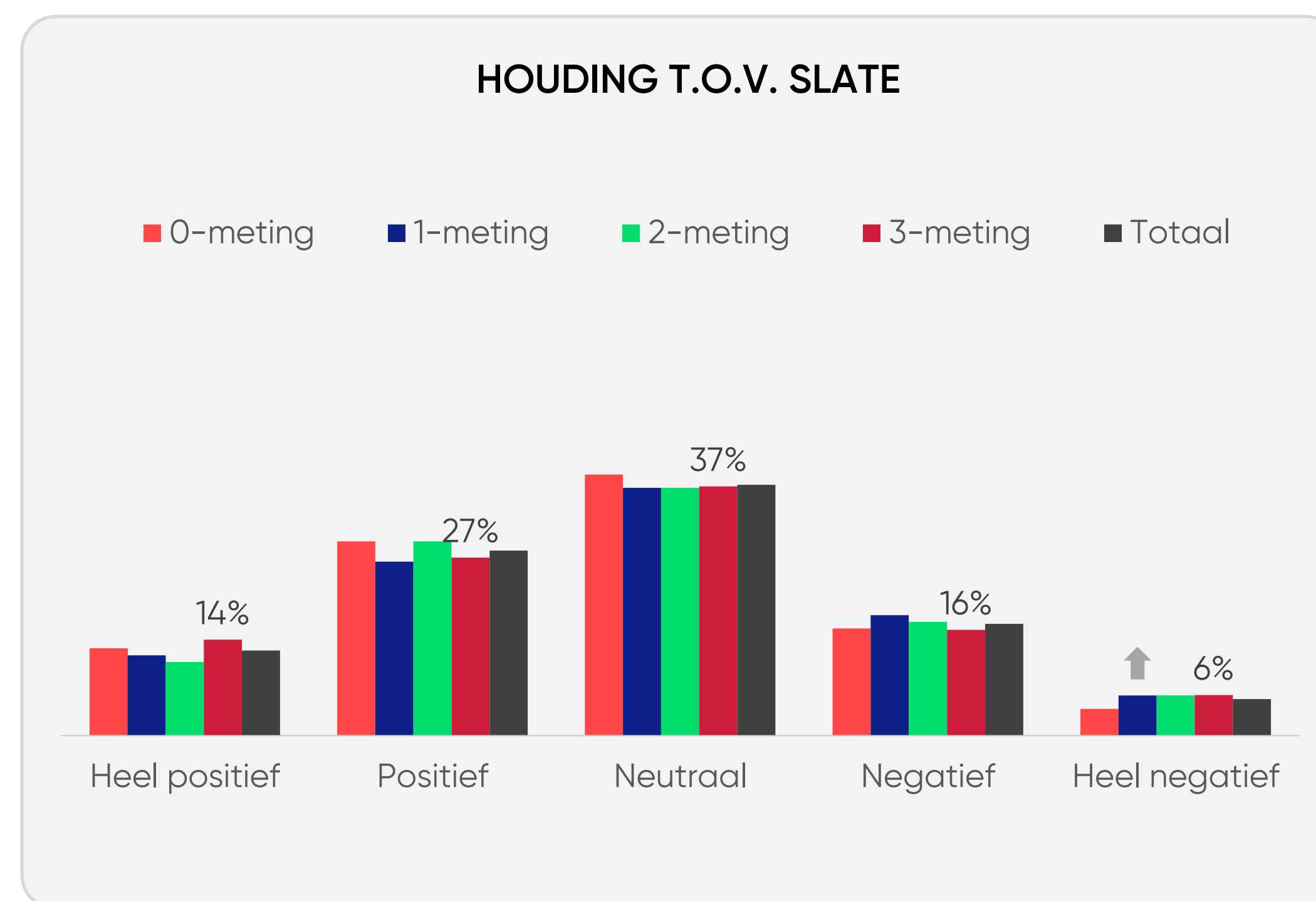
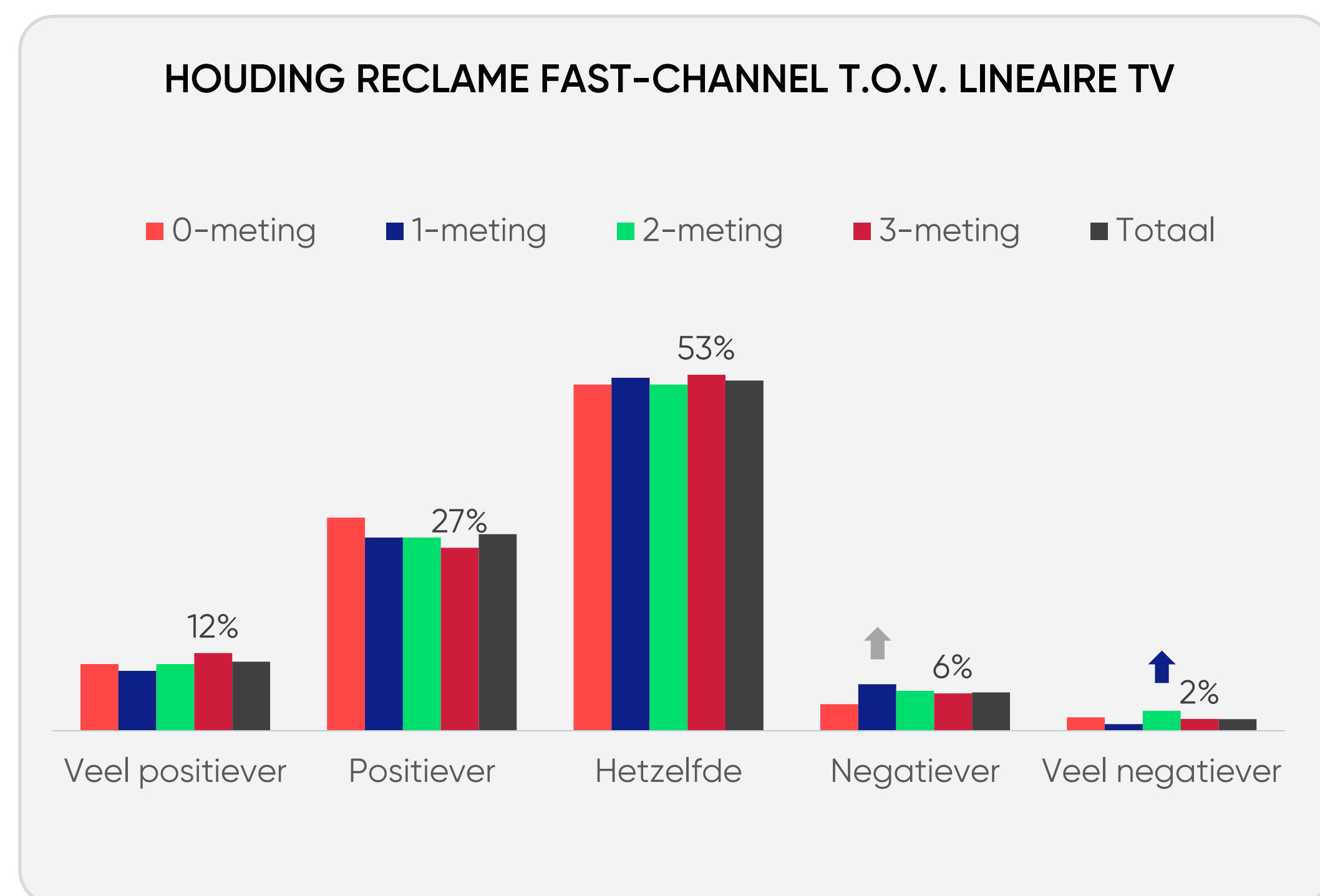
**Reclame op FAST-kanalen.**





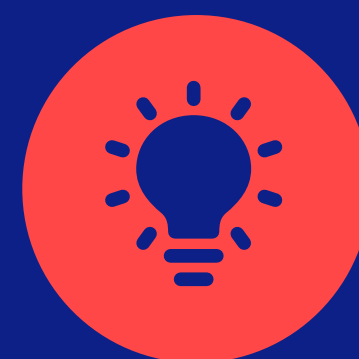
# FAST-kijkers staan over het algemeen hetzelfde of positiever t.o.v. reclame op FAST-kanalen versus lineaire TV.

Ook over de slate is men neutraal tot positief

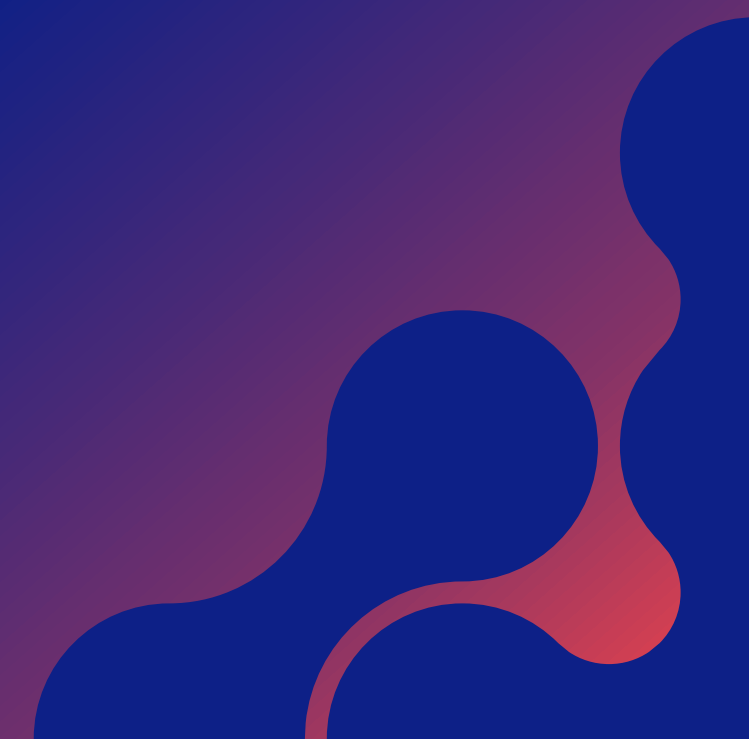


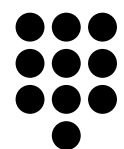
V: Op deze gratis kanalen worden korte reclameblokken getoond die je tussendoor ziet. In vergelijking met reclames op lineaire televisie (dat is televisie via de kabel of via het "kastje", waar je voor betaalt), hoe denk je over reclames op deze gratis kanalen? & [slate]: Wat vind je van deze reclame opvulling?

↑ ↓ *Significant verschil*



# Conclusies.





# Conclusies

## BREDE DOELGROEP

De bekendheid van FAST-kanalen is aanzienlijk en stabiel onder de Nederlandse bevolking van 16 jaar en ouder met een smart-TV. Ongeveer 8 op de 10 hebben er weleens van gehoord, en 3 op de 10 kijken er (af en toe) naar. Met name de "TV- midden" groep, die een gemiddeld televisiekijkgedrag heeft, toont de hoogste bekendheid (85%) en het grootste aantal kijkers (39%). Daarnaast stijgt de bekendheid voor de TV-laag groep, terwijl het aantal kijkers stabiel blijft. Dit duidt op potentieel binnen deze groep.

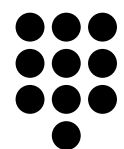
De top 5 bekendste FAST-kanalen wordt grotendeels gevormd door Talpa Media's eigen zenders. Deze zenders scoren consistent hoog in zowel bekendheid als kijkgedrag. De nieuwe kanalen Chateau Meiland en Lang Leve de Liefde staan direct in de top 5 en zijn dus erg relevant voor het publiek.

## Niet-kijkers

Ongeveer een derde van de niet-kijkers staat open voor FAST-kanalen, voornamelijk omdat ze gratis zijn, uit nieuwsgierigheid naar nieuwe programma's en als afwisseling op het huidige media-aanbod.

Niet-kijkers die niet openstaan voor FAST-kanalen geven voornamelijk aan al genoeg te hebben aan hun huidige media-aanbod (lineaire TV, streamingdiensten), of tijdgebrek. Dit vraagt om een duidelijke positionering van FAST-kanalen als waardevolle aanvulling.





# Conclusies

## FAST-KIJKERS

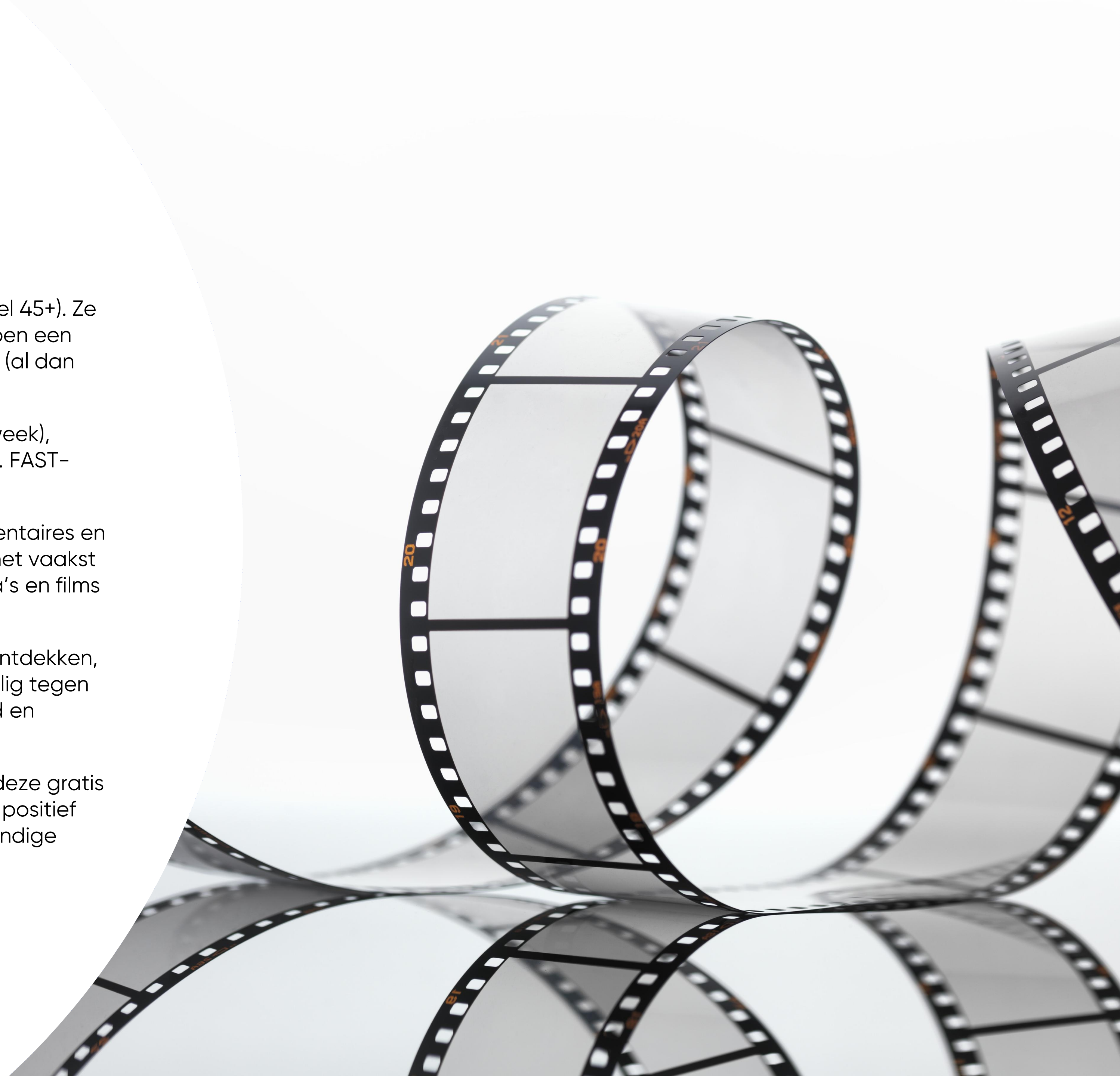
FAST-kijkers zijn doorgaans relatief jong (met een stijgend aandeel 45+). Ze zijn overwegend mannelijk, gemiddeld tot hoogopgeleid, en hebben een modaal(+) inkomen. Ze werken fulltime en wonen vaak zelfstandig (al dan niet met partner/kinderen).

Er wordt frequent naar FAST-kanalen gekeken (gem. 3,6 dagen/week), vooral in de avonden en voor kortere sessies (gem. 1-2 uur/dag). FAST-kanalen dienen als aanvulling of ontspanning.

De meest populaire genres onder kijkers zijn films, muziek, documentaires en sport. Deze interesse vertaalt zich ook direct naar de genres die het vaakst worden bekeken. Bij jonge kijkers zijn met name kinderprogramma's en films populair.

De meest voorkomende manieren waarop kijkers FAST-kanalen ontdekken, zijn via de afstandsbediening van hun Smart-TV of door ze toevallig tegen te komen. Dit onderstreept het belang van gebruiksvriendelijkheid en zichtbaarheid op Smart-TV's.

FAST-kijkers staan neutraal tot positiever tegenover reclame op deze gratis kanalen vergeleken met lineaire TV. De "slate" wordt overwegend positief ervaren, met name vanwege de rust, de prettige muziek en de handige programma-previews.

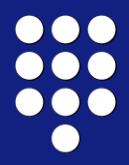




# What's in it for you?

## Voordelen adverteerders.

- **Additioneel bereik.** Versterk TV en online video campagnes door FAST-kanalen toe te voegen.
- **Meer impact.** Profiteer van de impact van het grote scherm.
- **Brand Safe.** De advertentie staat in een volledig zichtbare, merkveilige, vertrouwde en transparante premium video-omgeving.



# Interesse?

Fantastisch! Neem dan even contact op met je client lead om alle mogelijkheden te bespreken.