

## POLICY BRIEF #96

24/09/2026

# Van gids naar ontdekkingsgids? Hoe lokale streamingplatformen het evenwicht tussen vinden en ontdekken kunnen versterken

Annelien Smets & Tim Raats

**Vlaamse streaminggebruikers openen lokale platformen meestal met een duidelijk doel: ze weten vaak al wat ze willen bekijken. Daardoor ligt de nadruk sterk op vindbaarheid, terwijl ontdekking minder vanzelfsprekend deel uitmaakt van de ervaring. Nochtans is ook ontdekking belangrijk: ze helpt gebruikers om meer van het aanbod te zien en kan zo de gepercipieerde waarde van een platform versterken. De uitdaging voor lokale streamingplatformen is daarom niet om te kiezen tussen snel terugvinden en nieuwe content zichtbaar maken, maar om via hun interface beide gebruiksmodi op het juiste moment te ondersteunen.**

De overvloed aan content maakt het voor streamingdiensten steeds uitdagender om gebruikers snel naar relevante content te leiden. Internationaal onderzoek toont dat consumenten afhaken wanneer ze niet vinden wat ze zoeken en dat moeilijkheden bij contentontdekking een belangrijke factor kunnen zijn in het opzeggen van streamingabonnementen. Tegelijk blijkt dat blootstelling aan een bredere waaier van content de gepercipieerde waarde van een catalogus kan verhogen en kan bijdragen aan langdurige betrokkenheid bij een platform. Voor lokale streamingplatformen is dit een bijzondere uitdaging. Zij opereren vaker met kleinere catalogi, sterkere publieke of redactionele opdrachten en een historisch gegroeide relatie met kijkers die verschilt van die van internationale streamingdiensten.

### Highlights

**Vlaamse kijkers weten wat ze willen.** Streaminggebruik op lokale platformen is opvallend doelgericht. Gebruikers openen VRT MAX, VTM Go of GoPlay vooral om een gekende titel terug te vinden, niet om te zoeken doorheen de catalogus. Uit de dagboekstudie blijkt dat in slechts 15% van de kijkmomenten de keuze pas werd gemaakt na het openen van het platform. De optie “verder kijken” en gewoontegedrag verklaren samen dan weer ongeveer acht op de tien kijkmomenten.

**Internationaal om te ontdekken, lokaal om te vinden.** Dezelfde kijkers praten anders over internationale streamers. Zij worden gezien als plekken om inspiratie op te doen en zich te laten verrassen. Lokale platformen bieden op hun beurt vooral toegang tot gekende content. Dit hangt samen met de historische gidsfunctie van Vlaamse omroepen die decennialang bepaalden wat zichtbaar was en wanneer, een rol die kijkers (deels) doortrekken naar de streamingomgeving.

**Paradox in de streamingwereld.** Net omdat locale interfaces vooral geoptimaliseerd zijn voor vindbaarheid, krijgen vertrouwde programma's een prominente plaats. Minder bekende content dreigt daardoor onderblijft te worden, waardoor er een zelfversterkende dynamiek ontstaat. Hoe beter een platform helpt terugvinden wat de gebruikers al kennen, hoe kleiner de kans dat ze iets nieuws ontdekken waardoor een rijk aanbod toch beperkt kan aanvoelen.

## 1. Vlaamse streaminggebruikers weten meestal al wat ze willen

Het dominante beeld van streaming als eindeloos scrollen door een catalogus blijkt slechts gedeeltelijk overeen te stemmen met de dagelijkse praktijk van Vlaamse kijkers. De **dagboekstudie toont dat streaminggebruik opvallend doelgericht is**. Slechts in 15% van de kijkmomenten werd de uiteindelijke keuze pas gemaakt nadat het platform geopend was. In meer dan vier op de vijf gevallen weten gebruikers dus al vooraf wat ze willen bekijken. Bovendien verklaren **'verder kijken naar een lopende reeks' en 'gewoontegedrag' samen ongeveer acht op de tien kijkmomenten**.

Ook in de interviews zien we hetzelfde patroon terug. Respondenten gebruiken lokale platformen zoals VRT MAX, VTM GO en GoPlay vooral om een specifieke aflevering te herbekijken, een programma te volgen dat momenteel op televisie loopt of content te bekijken waarover ze elders hebben gehoord. De streamingdienst fungeert daarbij in de eerste plaats als **toegangspoort tot gekende content**: "Nee, ik ga zelden iets nieuws oppikken (...) Als ik doelbewust naar een lokale streamer ga, is het voor een live programma, sportuitzending of iets dat ik al ergens anders heb opgepikt."

Deze bevinding benadrukt **het blijvende belang van vindbaarheid**. Voor veel gebruikers vormt efficiënt terugvinden nog steeds de primaire functie van een streaminginterface en wanneer deze doelgerichte zoektocht bemoeilijkt wordt, bestaat het risico op frustratie of uiteindelijk afhaken.

## 2. Internationale streamers om te ontdekken, lokale streamers om te vinden

Opvallend is dat dezelfde respondenten anders over internationale streamingdiensten praten. Netflix, Disney+ en Prime Video worden vaker beschreven als plaatsen **waar men rondkijkt, scrollt en inspiratie opdoet**. Ontdekken maakt er deel uit van de ervaring en wordt ook verwacht. Gebruikers gaan er bovendien van uit dat het systeem hen kent, hun voorkeuren begrijpt en relevante suggesties waardoor ze vaker aangenaam verrast worden door content die ze zelf niet zouden kiezen.

Bij **lokale platformen staat dus het terugvinden van gekende content centraal**. Gebruikers gaan er vooral naartoe voor specifieke programma's die ze al kennen, niet noodzakelijk om de volledige catalogus te verkennen. Veel respondenten zijn bovendien **minder overtuigd dat lokale platformen intensief gebruikmaken van algoritmische personalisatie**, terwijl ze daar bij internationale platformen nauwelijks aan twijfelen.

Die verschillende perceptie hangt mogelijk niet alleen samen met technologie of catalogusomvang, maar ook met de **historische relatie tussen kijkers en lokale omroepen**. Decennialang vervulden Vlaamse omroepen een gidsfunctie: zij bepaalden welke programma's

zichtbaar waren en wanneer ze werden uitgezonden. Ook in een streamingomgeving verwachten veel gebruikers dat lokale spelers hen helpen oriënteren en blijken ze minder bereid om meer in te zetten op zelf exploreren.

Tegelijk dreigt **een sterke focus op terugvinden ook een valkuil te worden**. Wanneer lokale platformen vooral toegang bieden tot reeds gekende programma's, blijft een groot deel van de catalogus onzichtbaar. Gebruikers keren dan terug voor wat ze al kennen, maar krijgen weinig kansen om andere content te ontdekken. In een streamingomgeving, waar de gepercipieerde waarde sterk samenhangt met wat gebruikers denken dat beschikbaar is, kan dat een competitief nadeel zijn.

## 2.1. Tussen vinden en ontdekken

Deze verschillende verwachtingen wijzen op een fundamenteel spanningsveld dat bekend staat als een *"finding-encountering tension"*. Streamingdiensten moeten gebruikers tegelijk ondersteunen bij het terugvinden van content waarnaar ze doelgericht zoeken én hen blootstellen aan content die ze anders misschien nooit zouden tegenkomen.

Die **twee doelstellingen liggen niet altijd in elkaars verlengde**. Een interface die volledig is geoptimaliseerd om zo snel mogelijk een specifieke titel terug te vinden, biedt weinig ruimte voor exploratie of inspiratie. Omgekeerd kan een interface die sterk inzet op ontdekking en aanbevelingen het zoeken naar een specifiek programma bemoeilijken en daardoor frustratie veroorzaken.

Vinden en ontdekken worden daarom **best niet gezien als afzonderlijke functies. Gebruikers bewegen voortdurend tussen beide modi**. Iemand kan een streamingdienst openen om een specifieke aflevering terug te vinden, maar na afloop van die aflevering openstaan voor suggesties. Omgekeerd kan een gebruiker zonder concreet plan beginnen rondkijken om vervolgens toch doelgericht naar een bepaald programma toe te werken.

## 2.2. De gids-paradox

In deze dynamiek ligt een uitdaging die bijzonder sterk speelt voor lokale streamingdiensten. **Wanneer gebruikers een platform vooral openen om een specifieke titel terug te vinden, worden interfaces logischerwijs geoptimaliseerd voor vindbaarheid**. Functies zoals *verder kijken*, vertrouwde merken en bekende programma's krijgen dan prominente plaatsen in de interface, vaak bovenaan of links op het scherm. Die plaatsen trekken traditioneel het grootste deel van de aandacht naar zich toe.

**Zo ontstaat een paradox**: hoe beter een platform gebruikers helpt terugvinden wat ze al kennen, hoe kleiner de kans dat ze iets nieuws tegenkomen. Op termijn kan zo een zelfversterkende dynamiek ontstaan waarbij gebruikers **steeds opnieuw dezelfde delen van de catalogus zien, terwijl minder bekende content nauwelijks de kans krijgt om ontdekt te worden**. Een platform kan daardoor rijk zijn aan aanbod, maar toch als beperkt worden ervaren.

## 3. Breukmomenten als opportuniteit voor ontdekking

Het onderzoek suggereert bovendien dat **gebruikers niet voortdurend tussen vinden en ontdekken balanceren**. De overgang tussen beide modi lijkt vooral plaats te vinden op specifieke **breukmomenten, vaak wanneer een oorspronkelijke kijkintentie wegvalt**.

Bijvoorbeeld wanneer ze zoeken naar iets dat niet beschikbaar blijkt binnen de catalogus, maar wanneer er dan wel een ander relevant content item voorgesteld wordt.

Een ander moment ontstaat **wanneer een programma afgelopen is**. De oorspronkelijke kijkintentie is dan vervuld en er ontstaat ruimte voor een nieuwe keuze. Internationale platformen spelen hier intensief op in met vervolgvorstellen, autoplay-aanbevelingen en gepersonaliseerde suggesties.

Op dergelijke momenten is **niet alleen de relevantie van aanbevelingen belangrijk, maar ook hun context**. De meest inhoudelijk gelijkaardige aanbeveling is niet noodzakelijk de meest geschikte aanbeveling op dat moment. Wie net twee uur lang een intense horrorfilm heeft gekeken, wil daarna misschien eerder iets luchtigers of korters dan nog een (horror)film.

#### 4. Van gids naar ontdekkingsgids?

Ons onderzoek toont aan dat vinden essentieel blijft. Gebruikers verwachten dat een platform hen snel naar de gezochte content brengt. Tegelijk tonen zowel de literatuur als ons onderzoek dat er **een heel dunne lijn is tussen zoeken, vinden en ontdekken. De uitdaging bestaat er daarom niet in om een interface volledig rond vindbaarheid of ontdekking te organiseren, maar om beide (op het juiste moment) te ondersteunen**. Wat gebruikers nodig hebben, hangt immers af van hun context. Wanneer iemand snel een gemiste aflevering wil terugvinden, kan extra ontdekking vooral als afleiding worden ervaren. Wanneer een programma net afgelopen is of een zoekopdracht geen resultaten oplevert, ontstaat er juist ruimte voor inspiratie en exploratie.

Dat **vraagt niet noodzakelijk om steeds geavanceerdere algoritmes, maar wel om een beter begrip van hoe interfaces gebruikers sturen**. Een aanbeveling werkt nooit los van de context waarin ze verschijnt. De titel van een rij, de positie op het scherm en de combinatie van content binnen een selectie bepalen mee of gebruikers een aanbeveling negeren of overwegen. Wie gebruikers wil begeleiden tussen vinden en ontdekken, moet daarom niet alleen nadenken over aanbevelingen, maar ook over de interface waarin die aanbevelingen gezien worden.

De vraag voor lokale platformen lijkt **dan ook niet te zijn of ze gids moeten blijven, maar hoe ze die gidsfunctie opnieuw invullen in een streamingomgeving**. Waar de klassieke omroepgids voor iedereen dezelfde weg uitstippelde, kan de streaminggids zich aanpassen aan verschillende gebruikers, situaties en momenten. Dit betekent dat de vraag niet meer louter gaat over het bepalen wat zichtbaar wordt, maar hoe streamingomgevingen te ontwerpen die vinden én ontdekken efficiënt ondersteunen.

#### 5. Aanbevelingen

##### Beschouw vinden en ontdekken niet als afzonderlijke functies

Vinden en ontdekken zijn geen afzonderlijke functies, maar gebruiksmodi waartussen gebruikers bewegen. Hoe en wanneer deze modi tot uiting komen, is sterk contextafhankelijk en daardoor moeilijk te voorspellen. Sta daarom bij elke beslissing stil bij de mogelijke impact op zowel vinden als ontdekken, en weeg beide tegen elkaar af op basis van inzichten uit gebruikersgedrag en de prioriteiten van het platform.

##### Bekijk aanbevelingen als onderdeel van de volledige interface

Een aanbevelingsalgoritme werkt nooit op zichzelf. Ook de positie van content, de titel van een rij, de omliggende elementen en het moment waarop een suggestie verschijnt, bepalen

of gebruikers content opmerken en overwegen. Optimalisatie voor ontdekking vraagt daarom om een geïntegreerde blik op algoritmes en interfaceontwerp.

#### Herdenk de lokale gidsfuncties voor streaming

Lokale streamingplatformen hoeven noch het model van internationale streamingdiensten, noch de klassieke lineaire gidsfunctie één-op-één over te nemen. Net hun ervaring, kennis en affiniteit met zowel de inhoud als het publiek kan inspiratie bieden voor een nieuwe gidsfunctie binnen streaming. Die kan elementen van vindbaarheid, redactionele curatie en ontdekking combineren op een manier die past bij de eigen context en zo een onderscheidende sterkte vormen

Deze inzichten zijn gebaseerd op onderzoek in het kader van de Proeftuin *Streaming Affordances for Small Media Markets*. We bundelen inzichten uit drie verschillende onderzoeksactiviteiten. Een dagboekonderzoek met 197 respondenten (18-67) waarvan er met 22 bijkomende diepte-interviews werden afgenomen, en een documentanalyse van industrie rapporten en academische literatuur over vinden en ontdekken in streaming interfaces. Het resultaat van die laatste is te vinden in het rapport: [Vinden en ontdekken in streaming interfaces](#).

De Proeftuin "Streaming Affordances for Small Media Markets" is gefinancierd door VLAIO en ondersteund door de Minister van Media. Het project liep van 2024 tot 2026 en werd gecoördineerd vanuit imec-SMIT-VUB, onder leiding van Prof. Dr. Tim Raats. Onderzoekers betrokken in dit project waren Prof. Dr. Annelien Smets, Prof. Dr. Wendy Van den Broeck, dr. Sarah Vis, dr. Jeroen Peeters, Iris Jennes, Sien Van de Wouwer, Hanne Van den Broucke en Noémie Forest.

