



**Bereiksonderzoek
Lokale omroepen in Nederland**

April 2006
© OLON, Nijmegen

Inhoudsopgave

I. Samenvatting OLON Bereiksonderzoek 2005	2
II. Onderzoeksverantwoording	3
II.1 Inleiding	3
II.2 Onderzoeksverantwoording	3
II.3 Opzet rapportage OLON	5
III. Publieke lokale omroep in Nederland	6
IV. Resultaten onderzoek: Radio.....	7
IV.1 Bekendheid radiozenders.....	7
IV.2 Bereik radiozenders	8
IV.3 Soort Radioprogramma's	9
IV.4 Rapportcijfer	9
IV.5 Redenen om wel of niet te luisteren	10
V. Resultaten onderzoek: Televisie	11
V.1 Bekendheid tv-zenders.....	11
V.2 Bereik televisiezenders.....	12
V.3 Soort tv-programma's.....	13
V.4 Rapportcijfer.....	13
V.5 Redenen om wel of niet te kijken	13
VI. Resultaten onderzoek: Kabelkrant	14
VI.1 Bekendheid en bereik kabelkrant.....	14
VI.2 Waardering kabelkrant en redenen om te kijken	14
VII. Resultaten onderzoek: Website	15
VII.1 Bekendheid en bereik website(s)	15
VII.2 Bezochte rubrieken	16
VIII. Resultaten onderzoek: Teletekst	17
VIII.1 Bekendheid en bereik teletekst	17
VIII.2 Soort informatie en reden niet bezoeken	17
IX. Resultaten onderzoek: Mediagebruik voor lokale informatie	19
X. Profiel luisteraars en kijkers lokale omroepen	22
X.1 Profiel luisteraars lokale radio-omroepen	22
X.2 Profiel kijkers lokale televisie	23
Bijlage 1. Nomogram	24
Bijlage 2. Vragenlijst.....	25
Bijlage 3. Samenvatting OLON Bereiksonderzoek 2005: Nederland	39
Bijlage 4. Tabellenset.....	43

I. Samenvatting OLON Bereiksonderzoek 2005

In dit hoofdstuk vindt u de belangrijkste landelijke resultaten van het OLON Bereiksonderzoek 2005.

Interview♦NSS heeft in opdracht van de OLON, mede mogelijk gemaakt door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap in mei-juni 2005 een grootschalig landelijk representatief onderzoek uitgevoerd naar het bereik, de waardering en het gebruik van publieke lokale omroepmedia. Hiertoe zijn 5.000 personen ondervraagd. Daarnaast heeft Interview♦NSS in opdracht van 11 publieke lokale omroepen een lokaal representatief bereiksonderzoek uitgevoerd, op basis van dezelfde vragenlijst als die van het landelijk onderzoek. In dit rapport worden de landelijke resultaten gepresenteerd, dus de gemiddelde prestaties van alle lokale omroepen in Nederland.

BEKENDHEID EN BEREIK LOKALE OMROEP

Van alle lokale omroepmedia genieten de televisiezenders daar waar beschikbaar de grootste bekendheid (77%). Tweederde van de bevolking is ook bekend met de lokale kabelkranten. Iets meer dan de helft van de bevolking kent de lokale radiostations. De bekendheid van de lokale teletekstservices en de websites liggen hier met respectievelijk 36% en 18% (ver) onder. De grote bekendheid van de lokale televisie en kabelkrant vertaalt zich in de bereikscijfers. Het totaalbereik (afgelopen 12 maanden gekeken) is respectievelijk 57% en 46%, wekelijks stemt respectievelijk 34% en 24% af op deze lokale media. Het bereik van de lokale radiozenders en teletekstservices ligt wat lager: wekelijks stemt ruim 10% op deze media af. De websites van de lokale omroepen hebben (nog) nauwelijks impact: het weekbereik is 2,5%.

Bekendheid is een voorwaarde voor bereik: voordat een medium aangezet/opgezocht wordt door de potentiële kijker/luisteraar moet hij het medium wel kennen. In dit opzicht lijkt het logisch dat de televisiezenders het hoogste bereik hebben. Als gekeken wordt naar de verhouding tussen bekendheid en weekbereik, dan is deze bij de televisiezenders ook verreweg het gunstigst.

FUNCTIE LOKALE OMROEPMEDIA

De lokale visuele media (televisie, kabelkrant, teletekst) worden hoofdzakelijk gebruikt omdat ze nieuws over de woonplaats c.q. lokale informatie verschaffen, voor de radioluisteraars gaat het in de eerste plaats om de muziek die gedraaid wordt. Op een goede tweede plek staat ook bij dit medium lokaal nieuws.

Het belang van de publieke lokale omroepmedia als bron voor lokale informatie is ook uit dit onderzoek gebleken. Binnen het hele spectrum van media en bronnen die in lokale informatie voorzien – van gemeentelijke folders en websites tot huis-aan-huisbladen en regionale media – blijken de publieke lokale omroepmedia samen één van de belangrijkste informatiebronnen te vormen. Eén op de zes respondenten kiest een publiek lokaal omroepmedium als hoofdbron. Hierbinnen voert de lokale televisie onbetwist de boventoon.

II. Onderzoeksverantwoording

II.1 INLEIDING

Interview♦NSS heeft in opdracht van de OLON, mede mogelijk gemaakt door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, in mei-juni 2005 een grootschalig landelijk representatief onderzoek uitgevoerd naar het bereik, de waardering en het gebruik van lokale omroepmedia. Hiertoe zijn 5.000 personen ondervraagd.

Daarnaast heeft Interview♦NSS in opdracht van 11 lokale omroepen een lokaal representatief bereiksonderzoek uitgevoerd, op basis van dezelfde vragenlijst als die van het landelijk onderzoek. Hierdoor wordt een landelijk gemiddeld kader geschetst waarmee de resultaten van afzonderlijke lokale omroepen kunnen worden vergeleken. Bovendien zijn de respondenten van de afzonderlijke lokale onderzoeken opgeteld bij de landelijke steekproef. Dit verhoogt de betrouwbaarheid van de resultaten van de landelijke steekproef. De voorliggende rapportage betreft de landelijke resultaten, dus van alle lokale omroepen samen.

II.2 ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Interview♦NSS rapporteert de volgende onderzoeksverantwoording, voor het landelijke onderzoek en de lokale onderzoeken:

Doelgroep

De onderzoeksdoelgroep van het OLON Bereiksonderzoek 2005 omvat mannen en vrouwen in de leeftijd van 13 jaar en ouder

Steekproef

Landelijk onderzoek

Het hoofdonderzoek is uitgevoerd onder een steekproef die landelijk representatief is (zie onderstaand op welke aspecten).

De samenstelling van de steekproefomvang naar bron en veldwerkmethode is als volgt:

- ♦ online n= 4.500
- ♦ telefonisch n= 500

Als steekproefbron is gebruik gemaakt van de onderzoekspanels van Interview♦NSS:

- ♦ E-panel (internetbestand)

Het E-panel bevat circa 60.000 personen die hebben aangegeven met enige regelmaat aan onderzoek te willen meewerken. Van deze personen zijn reeds veel achtergrondgegevens bekend. Hierdoor is de vragenlijst relatief kort gebleven. Uit deze database is de steekproef getrokken die representatief is voor de internetpopulatie.

- ♦ T-panel (telefonisch bestand)

Het T-panel bevat momenteel circa 150.000 personen die in een vorig telefonisch onderzoek hebben aangegeven nogmaals aan een onderzoek mee te willen werken. Ook van deze mensen beschikt Interview♦NSS reeds over de nodige achtergrondgegevens.

Door de mixed mode opzet is de steekproef, na weging (zie hieronder) landelijk representatief.

Lokale "boost" onderzoeken

Voor de 11 omroepen met behoefte aan lokaal representatieve uitspraken over hun eigen zender, heeft een lokale steekproefuitbreiding plaatsgevonden. Deze steekproefuitbreiding van 300 respondenten per lokale omroep is telefonisch uitgevoerd. Deze steekproeven zijn voor deze rapportage aan de totale steekproef toegevoegd.

Veldwerk

Het veldwerk heeft als volgt plaatsgevonden:

- online veldwerk van 26 mei tot en met 12 juni 2005.
- telefonisch veldwerk van 23 mei tot en met 28 juni 2005.

Totaal zijn er 8.370 interviews afgenomen waarvan 4.500 online. Voor deze rapportage zijn de gegevens van de gebieden waarin publieke lokale omroepen actief zijn meegenomen. De totale steekproef komt hiermee op n=7.095.

Databewerking en weging

Populatie

De resultaten van het OLON Bereiksonderzoek zijn gewogen op basis van de MOA Gouden Standaard 2004, naar de Nederlandse Populatie van 13 jaar en ouder, ca. 13.300.000.

Regionale spreiding / boost

Het onderzoek is landelijk gespreid uitgevoerd en aanvullend 'geboost' (uitgebreid) in 11 regio's.

Weegcriteria

De kenmerken waarop is gewogen zijn de volgende:

Per boostregio en voor de rest van Nederland:

Leeftijd (3 klassen: 13-34, 35-49 en 50+) x geslacht (2 klassen), samen 6 klassen

Voor de totale steekproef:

- Cebucogebied [50 klassen]
- Hoogst voltooide opleiding (laag (mavo -), midden (mbo), hoog (havo+) [3 klassen])
- Leeftijd (13-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55+) [5 klassen]
- Invuldag [7 klassen]

Weegtechniek

De weging is in twee stappen uitgevoerd met de voor dit soort gegevens gangbare weegtechniek, die bekend staat als Iterative Proportional Fitting.

Stap 1: Leeftijd en geslacht

De populatiekenmerken voor leeftijd x geslacht (6 klassen) zijn op basis van de gemeentecodes berekend voor alle boostregio's en het resterende deel van Nederland. Op deze wijze wordt gegarandeerd dat de gewogen verdeling van leeftijd x geslacht zelfs binnen de afzonderlijke boostregio's geheel overeenkomt met de werkelijke populatieverdeling binnen deze regio's en ook het landelijke totaal exact correspondeert met de doelpopulatie.

Stap 2: Cebuco, opleiding, leeftijd en invuldag

In de tweede stap van de weging zijn de inwonertallen (13+) per Cebucogebied (50) recht gewogen en is de totale steekproef gewogen naar de 3 overige genoemde kenmerken.

Nauwkeurigheid steekproef

Met een steekproef van $n=7.905$ is de maximale nauwkeurigheidsmarge, bij een betrouwbaarheid van 95%, 1,1%. Met andere woorden: als een gevonden percentage 50% is, kan met een betrouwbaarheid van 95% worden gesteld dat het ware percentage tussen 48,9% en 51,1% ligt. Bij gevonden percentages die hoger of lager zijn dan 50% is de nauwkeurigheidsmarge kleiner; zie hiervoor Bijlage 1: Nomogram (met toelichting).

Ondervertegenwoordiging allochtone respondenten

Opgemerkt moet worden dat allochtone respondenten in de steekproef van dit onderzoek ondervertegenwoordigd zijn. Minderheidsgroepen hebben bijvoorbeeld veel minder vaak dan 'autochtonen' een vaste telefoonaansluiting en worden dus ook minder vaak telefonisch benaderd. Daarnaast bestaan er andere redenen om niet mee te doen aan onderzoek, zoals taalproblemen en onbekendheid met het verschijnsel onderzoek. Dit geldt overigens voor de meeste grootschalige kijk- en luisteronderzoeken. Alternatieve onderzoeksmethoden om deze groepen te ondervragen zijn kostbaar en waren daarom binnen de context van deze onderzoeksopdracht niet haalbaar.

II.3 OPZET RAPPORTAGE OLON

De OLON heeft een rapportagesjabloon ontworpen, dat kan worden gebruikt voor zowel de rapportage van het landelijke onderzoek als dat voor de lokale onderzoeken. De onderzoeksrapporten zijn daardoor uitstekend onderling vergelijkbaar, ze kunnen letterlijk naast elkaar gelegd worden. De cijfers die in dit rapport opgenomen zijn, geven het landelijke beeld van de prestaties van de publieke lokale omroepen in Nederland. Dit rapport kan als 'het moederdocument' gezien worden.

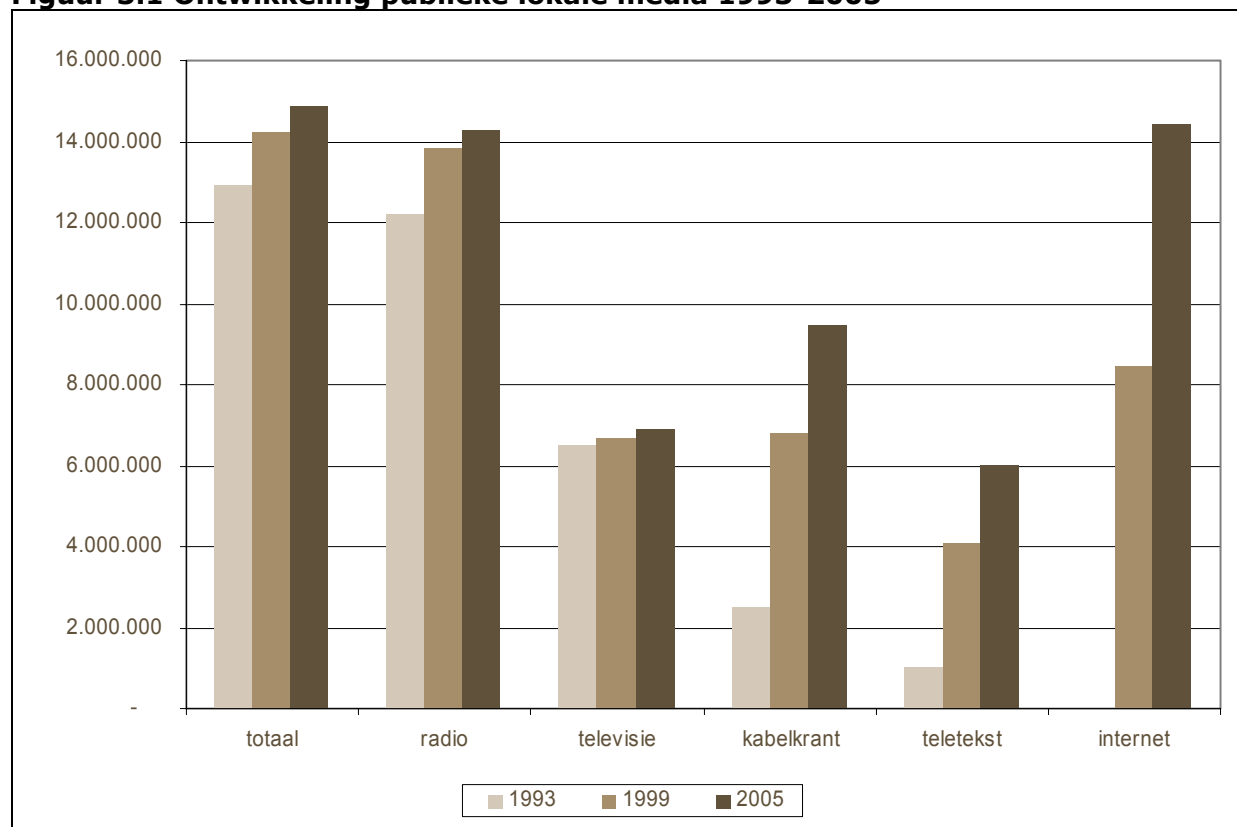
Opgemerkt moet worden dat de Nederlandse publieke lokale omroepsector zich kenmerkt door een zeer grote verscheidenheid: in de omvang en het karakter van het verzorgingsgebied, in de programmering, in de financiële middelen, in het aantal bij de omroep betrokken medewerkers (betaalde krachten en/of vrijwilligers), enz. Een vergelijking van afzonderlijke omroepen met landelijk gemiddelde 'benchmarks' biedt daarom slechts een indicatie van de 'performance' van een individuele omroep.

III. Publieke lokale omroep in Nederland

Sinds begin jaren '90 is het medialandschap in Nederland ingrijpend veranderd. Ten eerste is het aanbod van commerciële radio- en televisiezenders sterk toegenomen. Niet alleen op landelijk niveau, ook op regionaal en lokaal niveau hebben de publieke omroepen er geduchte concurrentie bij gekregen. De tweede ontwikkeling van betekenis is de opkomst van nieuwe media, waarbij vooral internet een grote rol is gaan spelen in het mediaspectrum.

Medio 2005 telt Nederland bijna 300 publieke lokale omroepen. Hiermee bestrijkt de lokale omroep 90% van Nederland, een verzorgingsgebied van circa 15 miljoen inwoners. Praktisch een landelijke dekking van lokale omroepen dus.

Figuur 3.1 Ontwikkeling publieke lokale media 1993-2005



De lokale omroepen gaan mee met de tijd. Dit is duidelijk te zien aan de ontwikkeling van de diverse lokale media sinds 1993 (zie figuur 3.1). Het aantal lokale omroepen met een website is explosief gegroeid. Ook het aantal omroepen met de tekstmedia kabelkrant en teletekst is toegenomen. De lokale omroepen zijn dus goed op de ontwikkelingen ingesprongen.

IV. Resultaten onderzoek: Radio

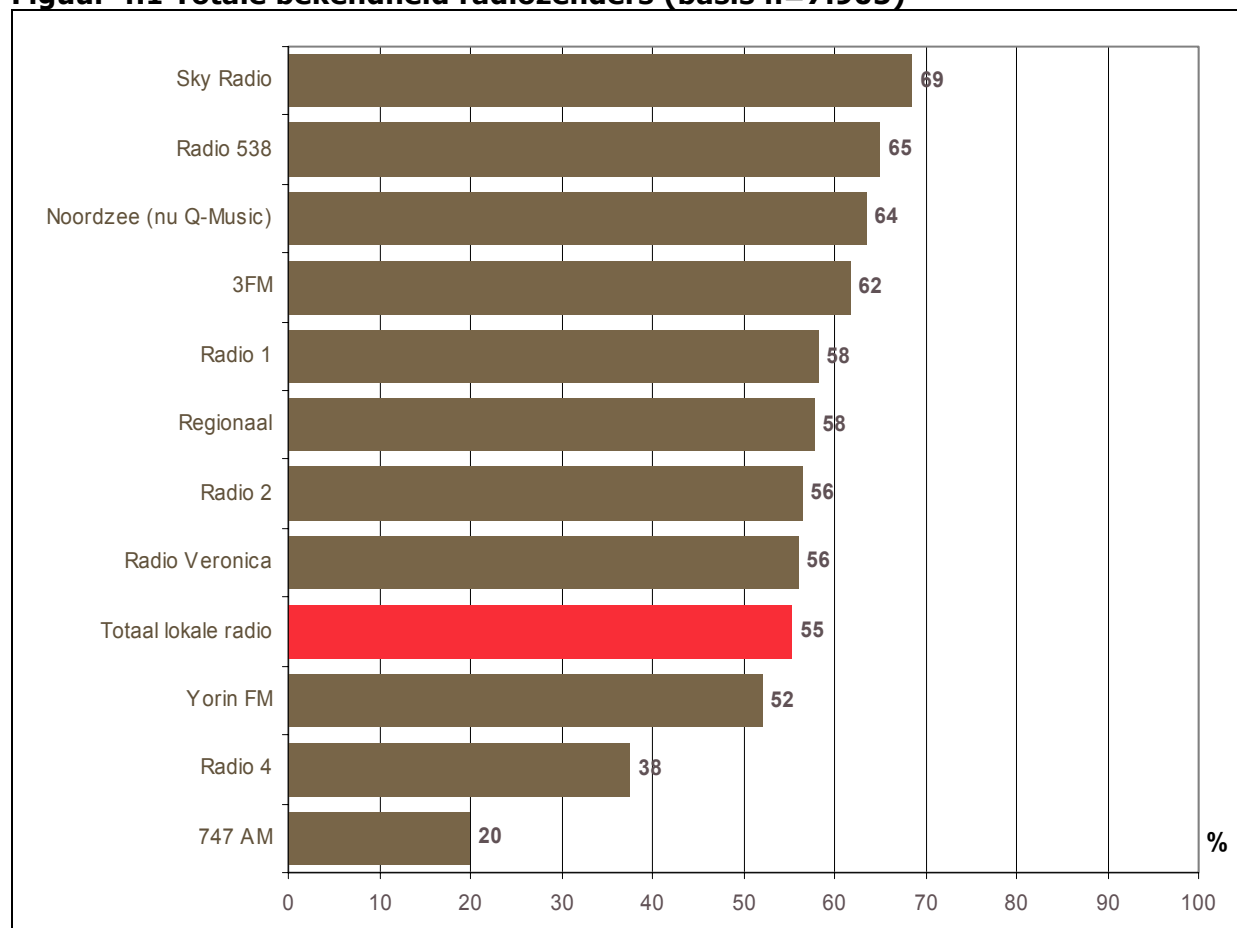
In dit hoofdstuk komt de bekendheid en het bereik van de publieke lokale radiozenders in Nederland aan de orde, afgezet tegen andere (landelijke) radiozenders. Ook worden de cijfers over het soort programma's dat beluisterd wordt gepresenteerd, alsmede de redenen waarom men wel en niet naar de lokale omroep luistert.

Omwille van de leesbaarheid van de figuren zijn niet alle (landelijke) zenders in de grafieken opgenomen, alleen de grootste. In de tabellen (bijlage 4) is de volledige lijst beschikbaar.

IV.1 BEKENDHEID RADIOZENDERS

De bekendheid van de radiozenders is geholpen ondervraagd, door aan de hand van een zenderlijst de zenders één voor één op te noemen.

Figuur 4.1 Totale bekendheid radiozenders (basis n=7.905)



Sky Radio geniet met 69% de hoogste naamsbekendheid, gevolgd door Radio 538, Noordzee FM (inmiddels Q-Music) en 3FM met allen een naamsbekendheid van boven de 60%.

De naamsbekendheidscore van de lokale radiozenders doet hier niet heel veel voor onder: 55% van de bevolking kent de publieke lokale radio in de eigen woonplaats bij naam. De bekendheid van deze zenders is dus (ruim!) hoger dan de publieke landelijke zenders Radio 4 en 747 AM en een aantal commerciële zenders als Yorin FM.

De bekendheidscore van de lokale radiozenders is in dit onderzoek extra geholpen door aan alle respondenten nog apart te vragen of men de lokale radiozenders kent. Dit is met name gebeurd omdat deze zenders vaak worden verward met de regionale omroep of commerciële lokale omroepen.

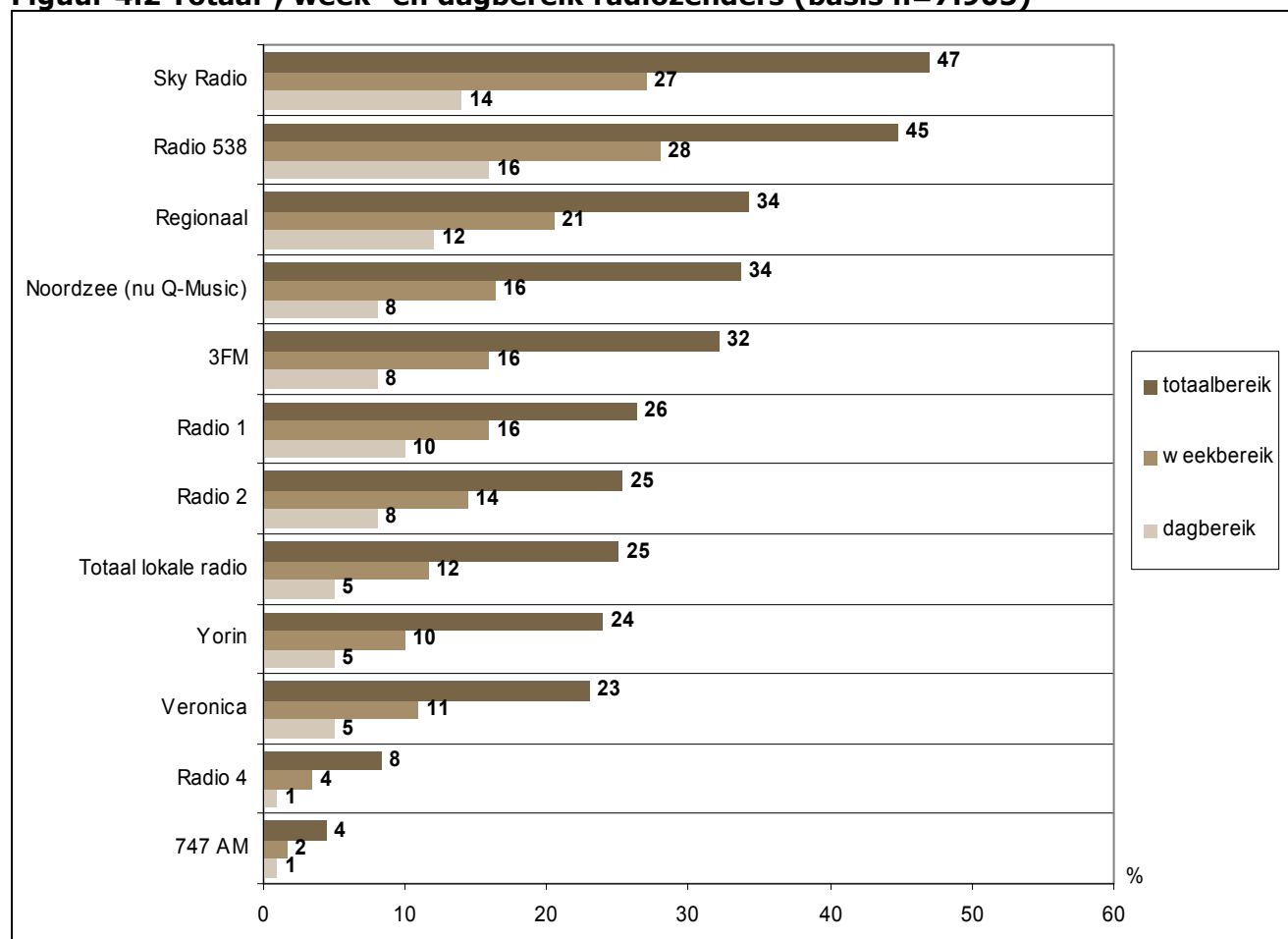
IV.2 BEREIK RADIOZENDERS

Bereik wordt in drie grootheden gemeten:

- totaalbereik - afgelopen 12 maanden geluisterd
- weekbereik - afgelopen week geluisterd
- dagbereik - gisteren geluisterd

Sky Radio en Radio 538 hebben de hoogste bereikscijfers. Sky Radio heeft met 47% een iets hoger totaalbereik, maar Radio 538 voert net boven Sky Radio de lijst van het in medialand belangrijke weekbereik en dagbereik aan met respectievelijk 28% en 16%.

Figuur 4.2 Totaal-, week- en dagbereik radiozenders (basis n=7.905)



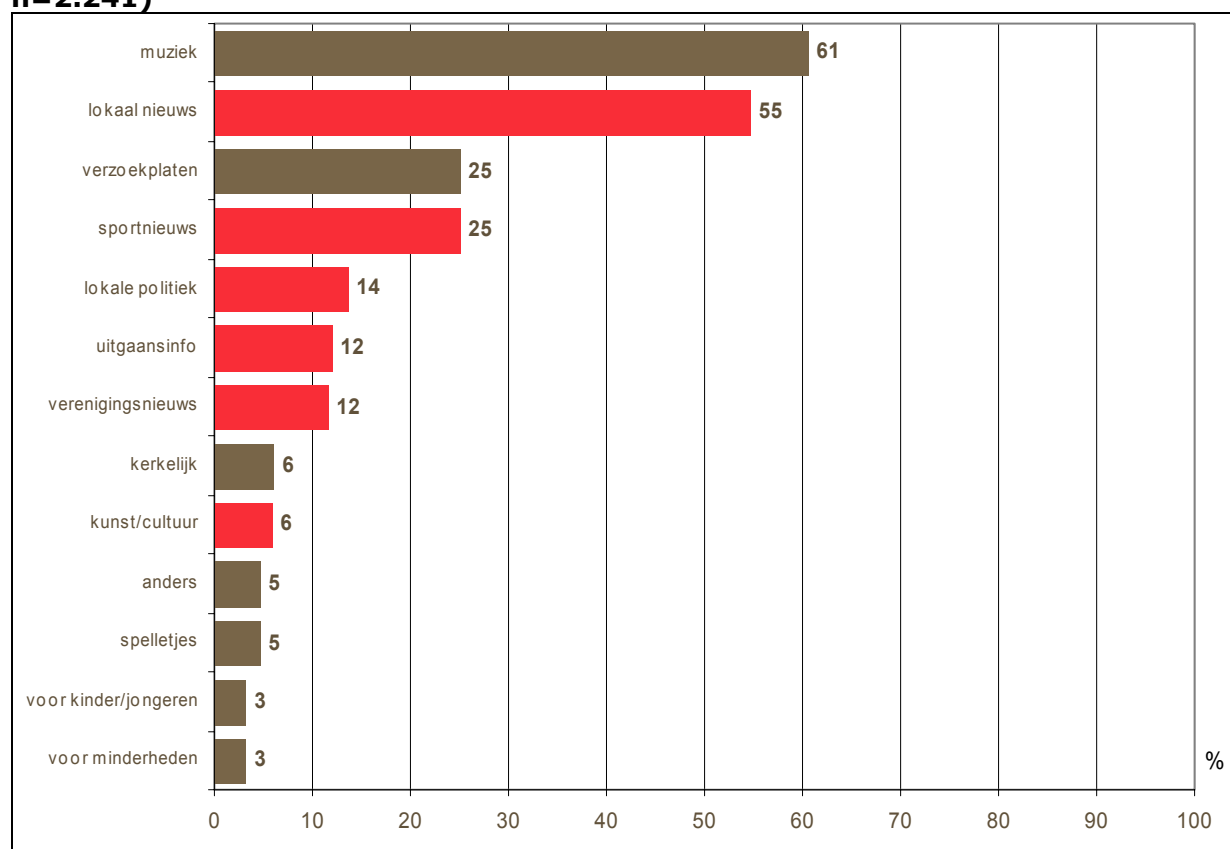
totaalbereik = afgelopen 12 maanden geluisterd
weekbereik = afgelopen week geluisterd
dagbereik = gisteren geluisterd

De publieke lokale omroepen zijn het afgelopen jaar door een kwart van de bevolking beluisterd, 12% stemt wekelijks op de lokale radiozenders af. Dat is meer dan het weekbereik van de landelijke publieke zenders Radio 4 en 747 AM en de commerciële zenders Yorin FM en Radio Veronica. Dagelijks bereikt de lokale omroep één op de twintig personen.

IV.3 SOORT RADIOPROGRAMMA’S

Aan respondenten die wel eens hebben geluisterd naar de lokale radiozender, is gevraagd naar welk soort programma’s men dan luistert. Muziek wordt het meest als luisterreden opgegeven, maar dit is bijna inherent aan het medium ‘radio’. Op een goede tweede plaats staat met 55% ‘lokaal nieuws’.

Figuur 4.3 Soort programma’s dat beluisterd wordt (basis=totaalbereik, n=2.241)



Programma's met een onbetwist lokaal karakter hebben een rode kleur gekregen in de grafiek.

IV.4 RAPPORTCIJFER

Aan de luisteraars is gevraagd hoe men de programmering van de lokale radiozenders waardeert. Gemiddeld geeft men een 6,9, een ruime voldoende. Het cijfer dat het meeste gegeven wordt is een 7, slechts 8% van de respondenten geeft de lokale radiozender een 5 of lager.

IV.5 REDENEN OM WEL OF NIET TE LUISTEREN

Waarom luistert men naar de lokale radio? De reden die het meest genoemd wordt is dat de zender goed informeert over wat er speelt in de woonplaats (47%).

Aan respondenten die *niet* naar de lokale radiozenders luisteren, is ook om een motivatie gevraagd. De meest genoemde reden is dat de programma's niet beantwoorden aan de smaak van de respondent. Opvallend is dat bijna een kwart van de niet-luisteraars geen directe reden weet te geven.

RADIOBELUISTERING ALGEMEEN

Als kader voor de prestaties van de lokale omroepen worden hier kort enkele algemene luistercijfers gepresenteerd. Nadere gegevens zijn beschikbaar in de tabellen.

Ruim 90% van de Nederlanders zegt wel eens naar de radio te luisteren. Gemiddeld luistert men ruim 2 uur per dag naar de radio. De grootste groep (26%) is zogenaamde heavy user met 4,5 uur of meer per dag.

De dagelijkse cyclus van de radiobeluistering is 's ochtends op zijn top: 77% van de luisteraars zegt doorgaans in de ochtend de radio aan te hebben. In de loop van de dag neemt dit steeds verder af. De beluistering is in het weekeinde meer verspreid over de ochtend en de middag.

Hoe luistert men naar de radio? Er wordt zowel via de ether (60%) als via de kabel (54%) geluisterd. Als een keuze gemaakt moet worden voor de meest gebruikte methode, dan overheerst de ether: 52% zegt vooral via de ether te luisteren, 36% kiest voor kabel, 9% zegt hoofdzakelijk radio via internet te luisteren.

V. Resultaten onderzoek: Televisie

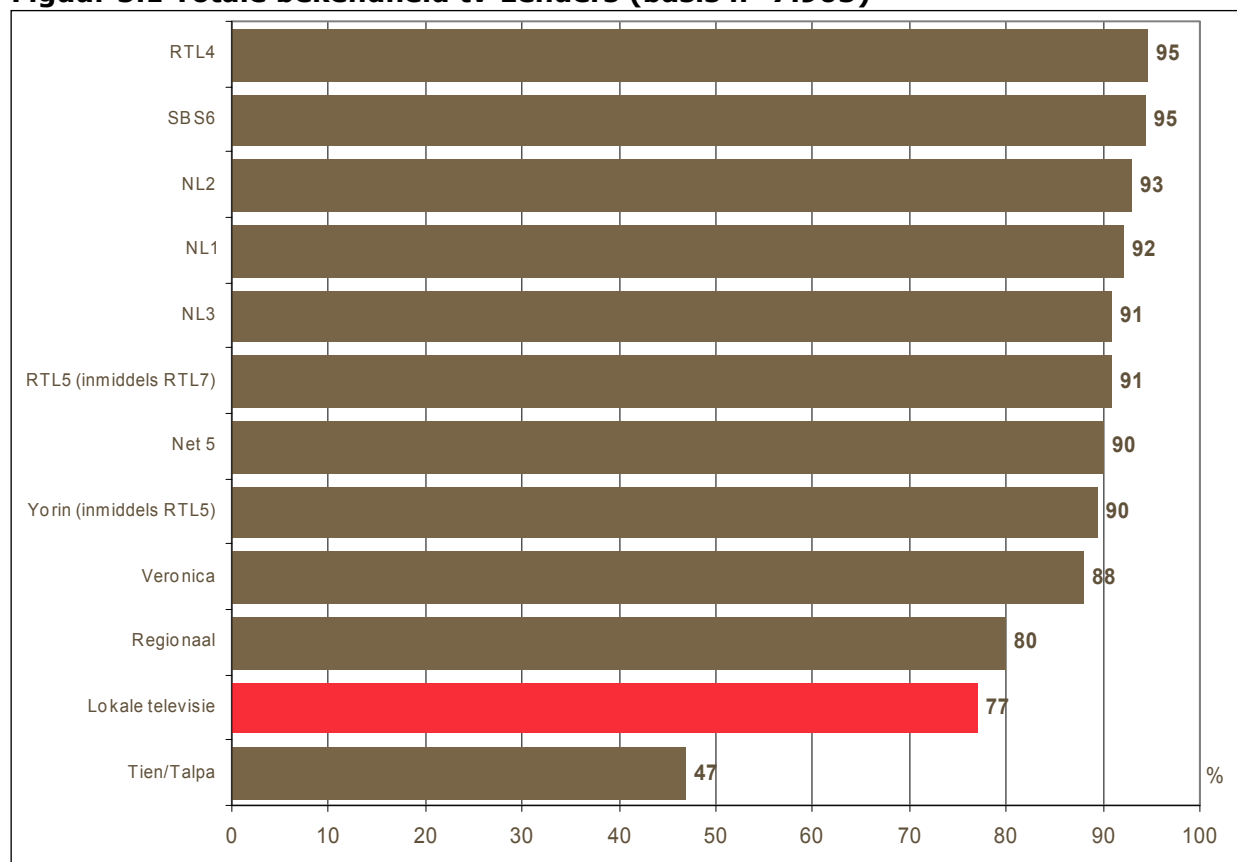
In dit hoofdstuk komt de bekendheid en het bereik van de publieke lokale televisiezenders aan de orde, afgezet tegen andere (landelijke) tv-zenders. Ook worden de cijfers over het soort programma's dat bekeken wordt gepresenteerd, alsmede de redenen waarom men wel en niet naar de lokale omroep kijkt.

Omwille van de leesbaarheid van de figuren zijn de muziekzenders MTV, TMF en de Box en de cartoonzender Nickelodeon niet in de grafieken opgenomen. In de tabellen is de volledige lijst beschikbaar.

V.1 BEKENDHEID TV-ZENDERS

Praktisch alle respondenten – 98% - kijken wel eens televisie. De (grootste) tv-zenders in Nederland zijn één voor één aan de respondent opgenoemd met de vraag, of men de zender van naam kent. Bijna iedereen kent grote Nederlandse publieke zenders en de commerciële zenders van RTL en SBS, de bekendheid is 90% of hoger. De publieke regionale televisieomroepen zijn bij acht van de tien respondenten bekend. Het verschil met de bekendheid van de lokale tv-zenders is miniem, want 77% kent de lokale tv-omroepen. Verder is opvallend dat Tien, de op het moment van het onderzoek geplande zender van John de Mol (nu Talpa) bij bijna de helft van de respondenten al voor de start bekend was.

Figuur 5.1 Totale bekendheid tv-zenders (basis n=7.905)

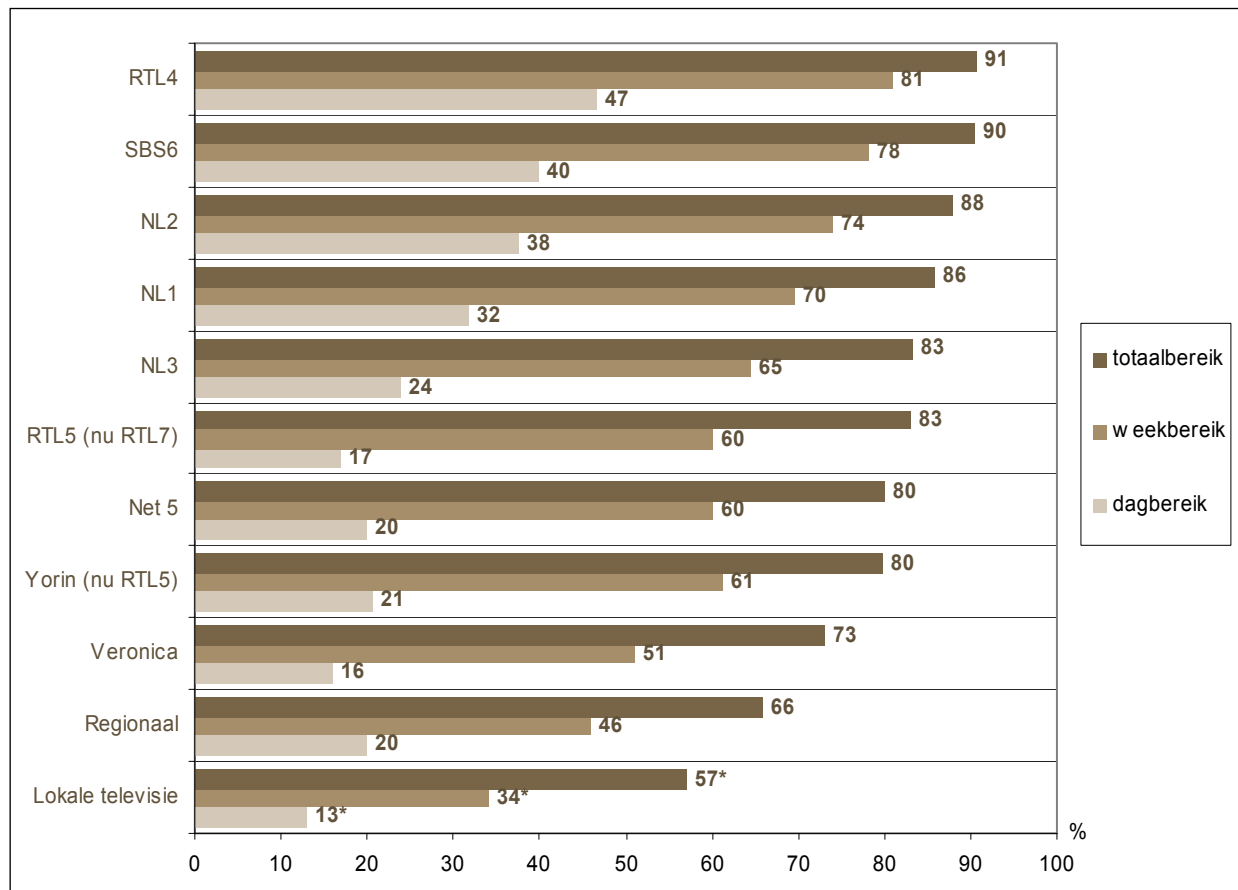


* De bereikscijfers van de lokale omroepen zijn gecorrigeerd naar de gebieden waar lokale televisie beschikbaar is.

V.2 BEREIK TELEVISIEZENDERS

De meeste respondenten hebben het afgelopen jaar wel eens afgestemd op de grote landelijke publieke en commerciële zenders. De lokale zender is door 57% bekeken, waarmee de lokale zenders maar 10% lager scoren dan de regionale tv-zenders.

Figuur 5.2 Totaal-, week- en dagbereik tv (basis n=7.905)



totaalbereik = afgelopen 12 maanden gekeken
 weekbereik = afgelopen week gekeken
 dagbereik = gisteren gekeken

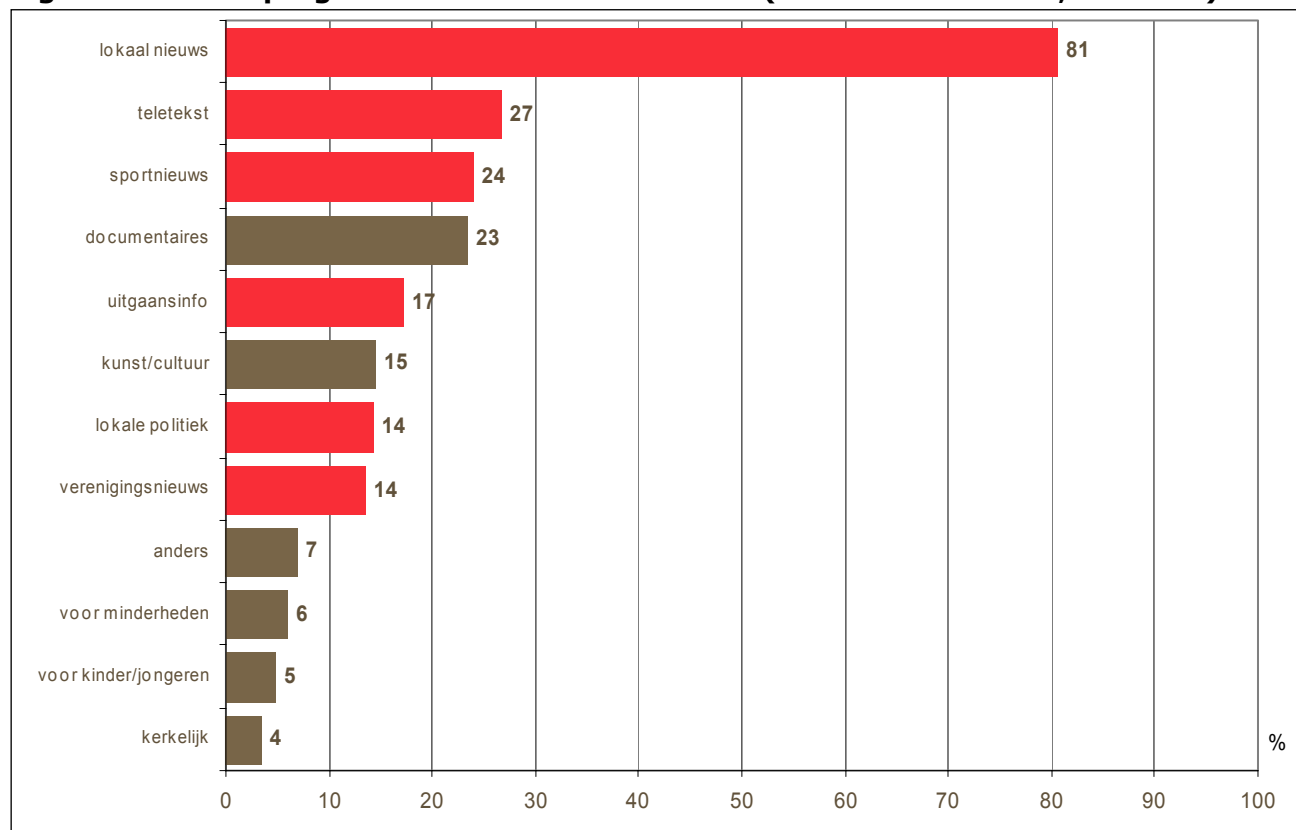
* De bereikcijfers van de lokale omroepen zijn gecorrigeerd naar de gebieden waar lokale televisie beschikbaar is.

Ruim een derde stemt wekelijks op de lokale tv-zenders af, 13% doet dit dagelijks. Waar bij de vergelijking met de andere zenders rekening mee gehouden moet worden, is dat in tegenstelling tot de landelijke en regionale zenders lang niet alle lokale omroepen een dagelijkse tv-programmering hebben.

V.3 SOORT TV-PROGRAMMA'S

Op welke tv-programma's van de lokale omroep stemt men af? Programma's met lokaal nieuws voeren de absolute boventoon. Ruim 80% van de respondenten geeft aan in ieder geval deze programma's te bekijken.

Figuur 5.3 Soort programma's dat bekeken wordt (basis=totaalbereik, n=2.300)



Teletekst en sportnieuws nemen met grote afstand de tweede en de derde plek in. De top drie van soorten programma's zijn dus allemaal lokaal getint.

V.4 RAPPORTCIJFER

De programmering van de lokale tv-omroepen wordt met een gemiddelde van 6,6 gewaardeerd. De meeste respondenten waarderen de programmering met een 7 (34% gekozen). Een kwart van de respondenten geeft een 8 of hoger, een 5 of lager wordt door 16% van de respondenten gegeven.

V.5 REDENEN OM WEL OF NIET TE KIJKEN

Waarom kijkt men naar de lokale tv-zenders? Nog meer dan bij de lokale radiozenders geeft men aan dat de zender goed informeert over wat er speelt in de woonplaats (61%). De door niet-kijkers meest genoemde reden om niet naar de lokale tv-zender te kijken is dat de programmering niet aanspreekt (39%).

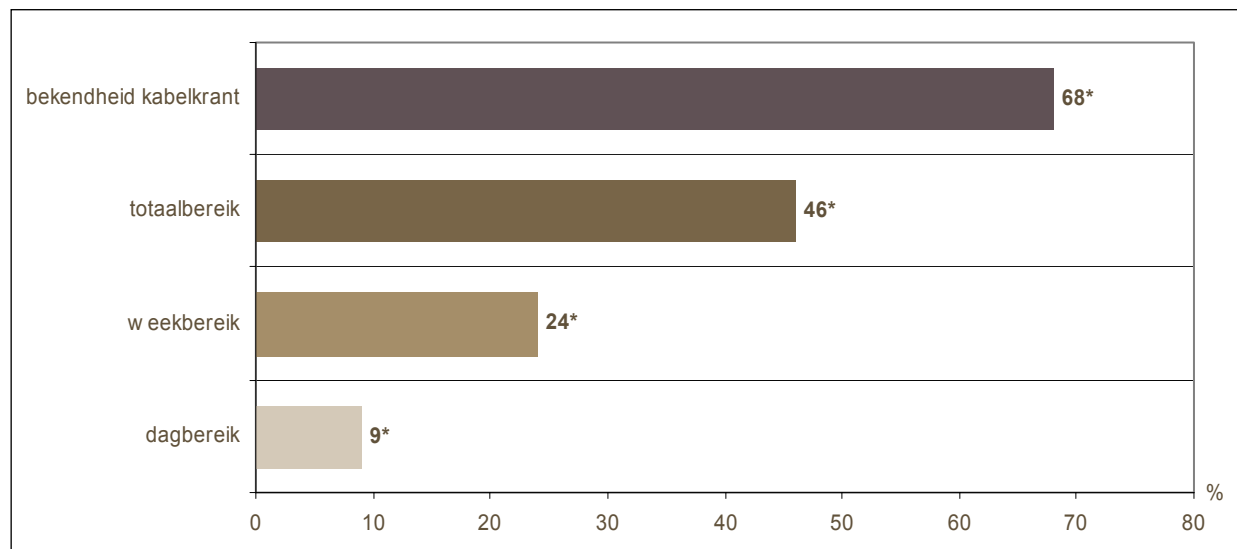
VI. Resultaten onderzoek: Kabelkrant

Bij de vraagstelling naar de kabelkrant is de lokale kabelkrant eerst door de interviewer als volgt geïntroduceerd: "In uw gemeente zendt de lokale omroep ook kabelkrant uit. Kabelkrant is een cyclus van stilstaande tekstpagina's op televisie met nieuws en informatie, afgewisseld met foto's en advertenties".

VI.1 BEKENDHEID EN BEREIK KABELKRANT

Bijna 70% van de respondenten geeft aan de lokale kabelkrant te kennen. Bijna de helft van de respondenten zegt de kabelkrant het afgelopen jaar geconsulteerd te hebben, een kwart doet dit wekelijks en bijna één op de tien dagelijks. Het bereik van de kabelkranten groter is dus groter dan die van de lokale radiozenders.

Figuur 6.1 Bekendheid en bereik kabelkrant (basis n=7.905)



* De bereikscijfers van de lokale omroepen zijn gecorrigeerd naar de gebieden waar lokale kabelkrant beschikbaar is.

VI.2 WAARDERING KABELKRANT EN REDENEN OM TE KIJKEN

De kabelkrant wordt gemiddeld gewaardeerd met een 6,6. De meeste respondenten geven een 7 (40%), een 8 of hoger wordt door 20% toebedeeld en 15% van de respondenten geeft een onvoldoende (5 of lager).

De meest genoemde reden om de kabelkrant te consulteren, is omdat dit medium goed informeert over de woonplaats. 68% van degenen die de kabelkrant wel eens bekijken geven dit als reden.

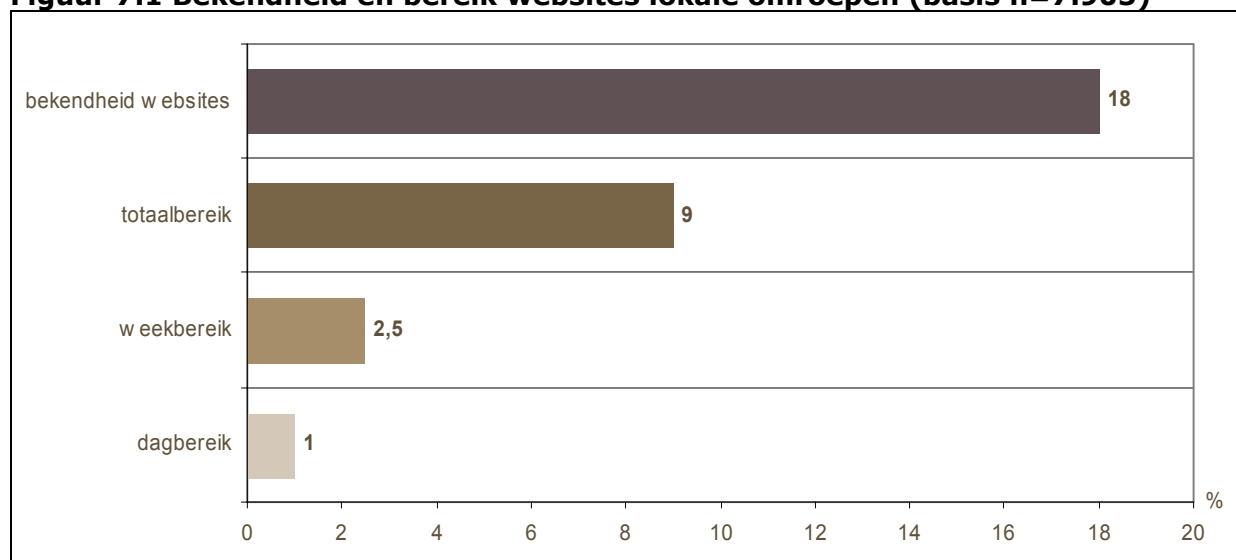
VII. Resultaten onderzoek: Website

Anno 2005 hebben (bijna) alle lokale omroepen een website. Aan de respondenten is de url van de desbetreffende lokale omroep voorgelegd en is de bekendheid en het bereik in kaart gebracht.

VII.1 BEKENDHEID EN BEREIK WEBSITE(S)

Nog geen 20% is bekend met de url van de 'lokale' website. Vergeleken met de andere omroepmedia is de bekendheid dus een stuk lager.

Figuur 7.1 Bekendheid en bereik websites lokale omroepen (basis n=7.905)

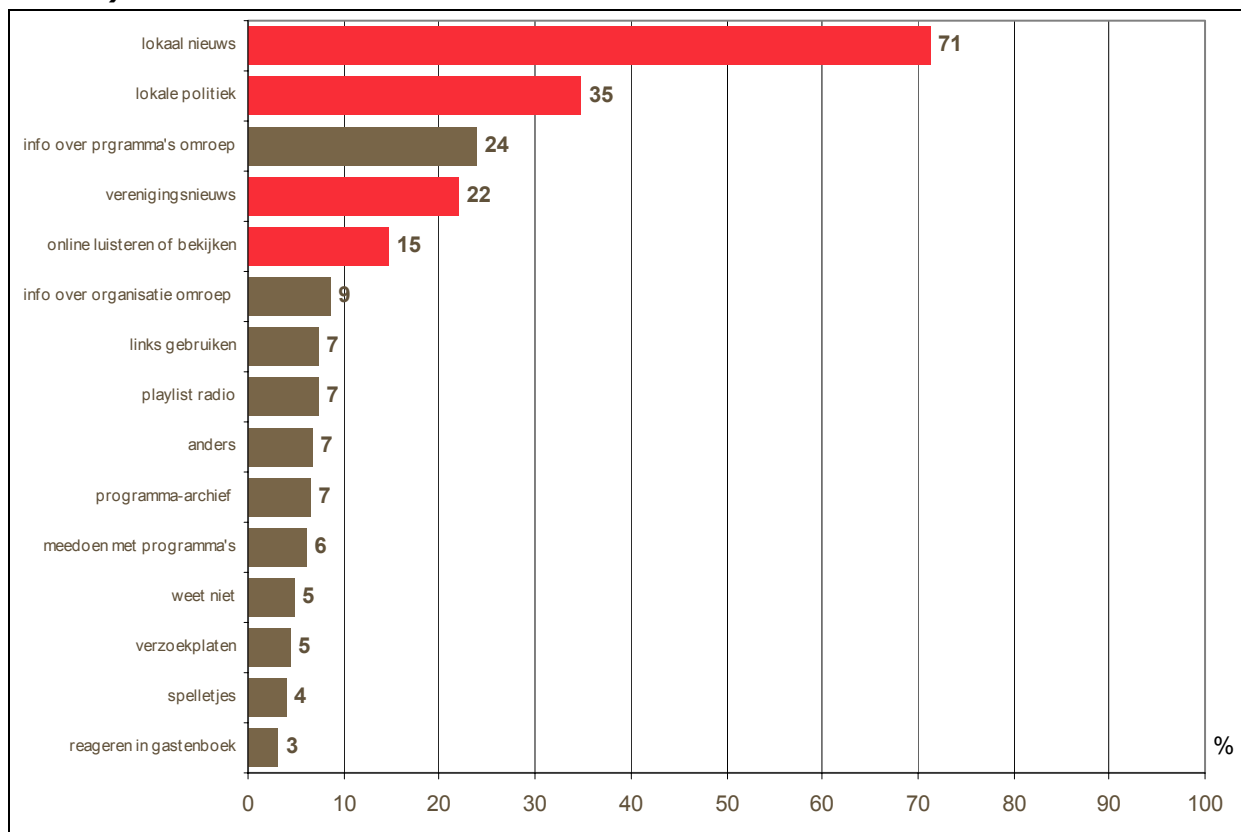


De relatieve onbekendheid van de websites vertaalt zich in de bereikcijfers: 9% zegt de website het afgelopen jaar bezocht te hebben; 2,5% bezoekt de website wekelijks en 1% dagelijks.

VII.2 BEZOCHTE RUBRIEKEN

Aan de respondenten die de website van de lokale omroep in hun woonplaats wel eens zeggen te bezoeken is gevraagd welke rubrieken ze op de site raadplegen.

Figuur 7.2 Bezochte rubrieken op website lokale omroep (basis=totaalbereik, n=642)



Lokaal nieuws heeft ook de hoofdrol op de websites van de lokale omroep: 71% van de bezoekers zegt deze rubriek te bezoeken. Opvallend is het relatief grote aandeel van de rubriek 'lokale politiek', dit wordt door 35% van de bezoekers aangegeven.

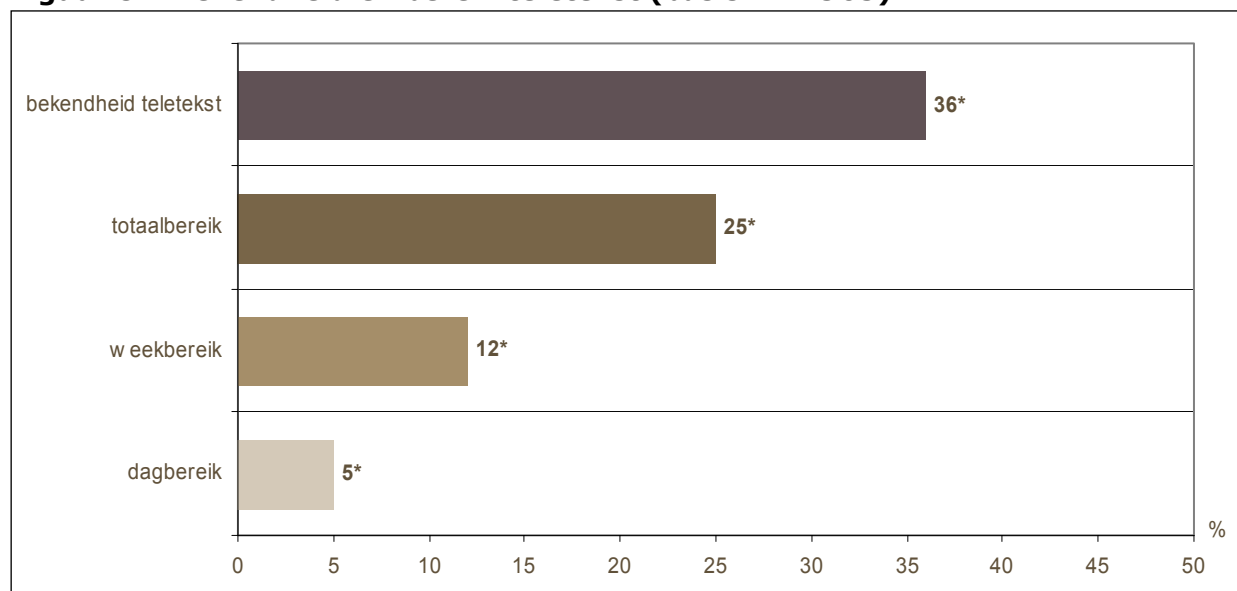
VIII. Resultaten onderzoek: Teletekst

De teleteksts-service is door de interviewer als volgt geïntroduceerd: "De lokale omroep in uw woonplaats verzorgt op televisie ook een teleteksts-service". Vervolgens is gevraagd naar bekendheid en gebruik.

VIII.1 BEKENDHEID EN BEREIK TELETEKST

Ruim 35% van respondenten is bekend met de lokale teleteksts-service. Het totaal-, week en dagbereik van de teleteksts-service is vergelijkbaar met het bereik van de lokale radiostations. Dit is opvallend, omdat de bekendheid van de teleteksts-service zo'n 20% lager ligt dan de bekendheid van de lokale radiostations!

Figuur 8.1 Bekendheid en bereik teletekst (basis n=7.905)

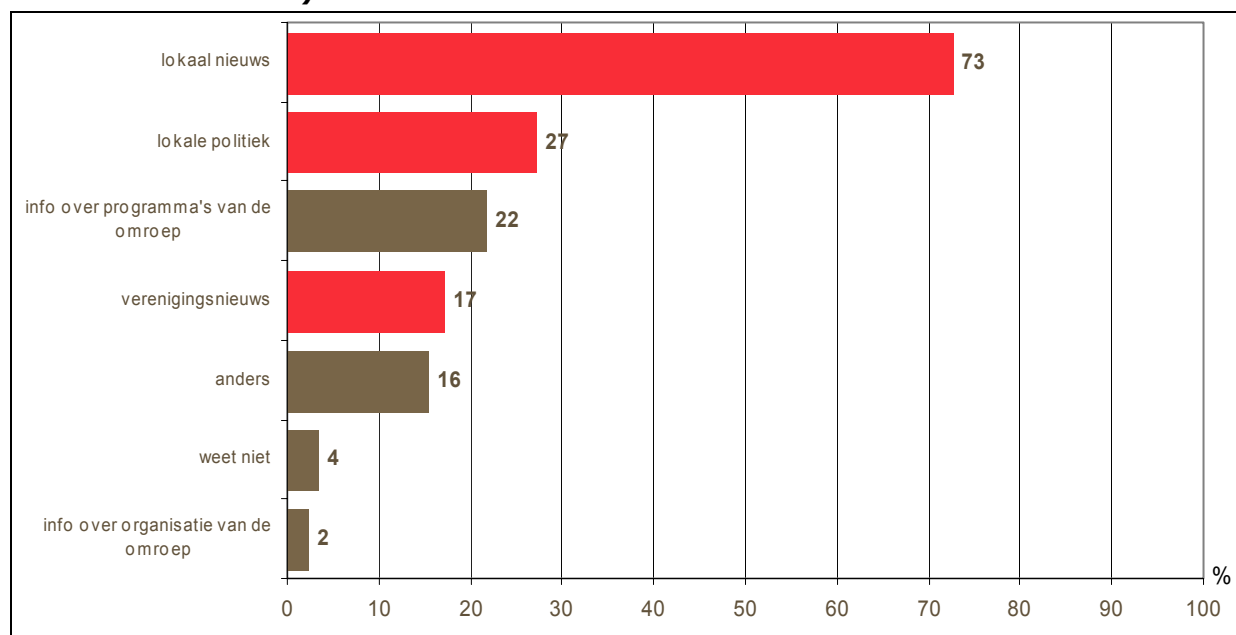


* De bereikscijfers van de lokale omroepen zijn gecorrigeerd naar de gebieden waar lokale teletekst beschikbaar is.

VIII.2 SOORT INFORMATIE EN REDEN NIET BEZOEKEN

Welke soort informatie zoekt men op de teleteksts-services? Lokaal nieuws is wederom verreweg de belangrijkste reden om de teleteksts-service te bezoeken. Andere genoemde redenen zijn: gemeentelijke politiek en programma-informatie.

Figuur 8.2 Welke soort informatie wordt geraadpleegd op teletekst (basis = totaalbereik n=892)

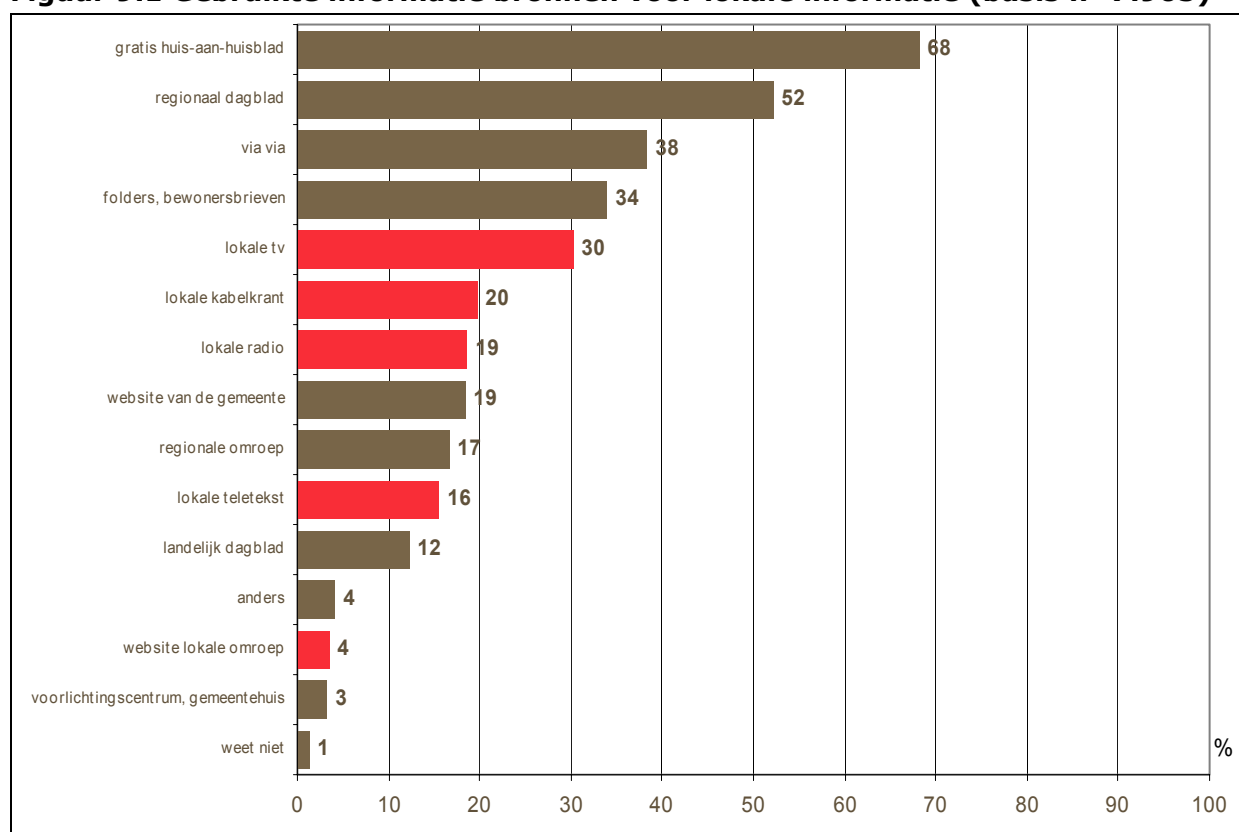


Degenen die geen gebruik maken van de teletekstservices is gevraagd om dit te motiveren. De grootste groep (44%) kan geen specifieke reden opgeven. De overigen raadplegen andere media voor informatie, hebben geen interesse in de informatie op teletekst of geven een andere niet nader gedefinieerde reden.

IX. Resultaten onderzoek: Mediagebruik voor lokale informatie

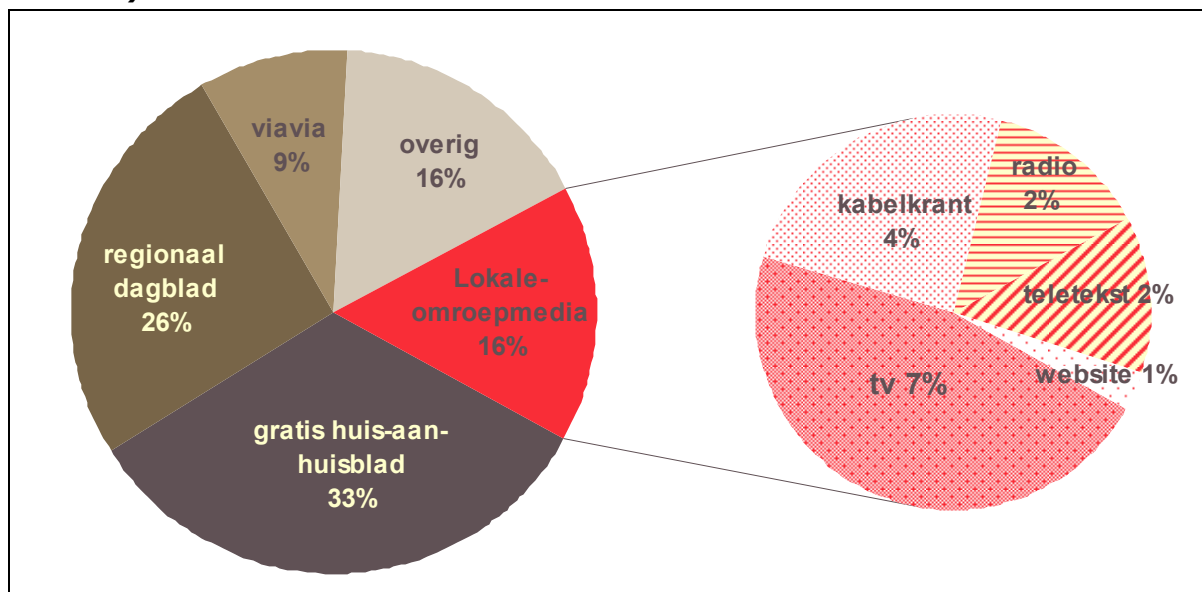
Om de rol van de publieke lokale omroepmedia in het spectrum van alle bronnen die lokale informatie verstrekken te bepalen, is de respondenten is gevraagd welke media of bronnen ze gebruiken voor het verkrijgen van lokale informatie. Eerst is gevraagd welke bronnen ze allemaal gebruiken, men kon er dus meerdere noemen. Het huis-aan-huisblad is de meest genoemde bron.

Figuur 9.1 Gebruikte informatie bronnen voor lokale informatie (basis n=7.905)



Vervolgens is hen gevraagd wat de *meest* gebruikte bron is, waarbij men er dus slechts één kon noemen. En hieruit blijkt dat 16% van de respondenten een medium van de lokale omroep als belangrijkste bron kiest.

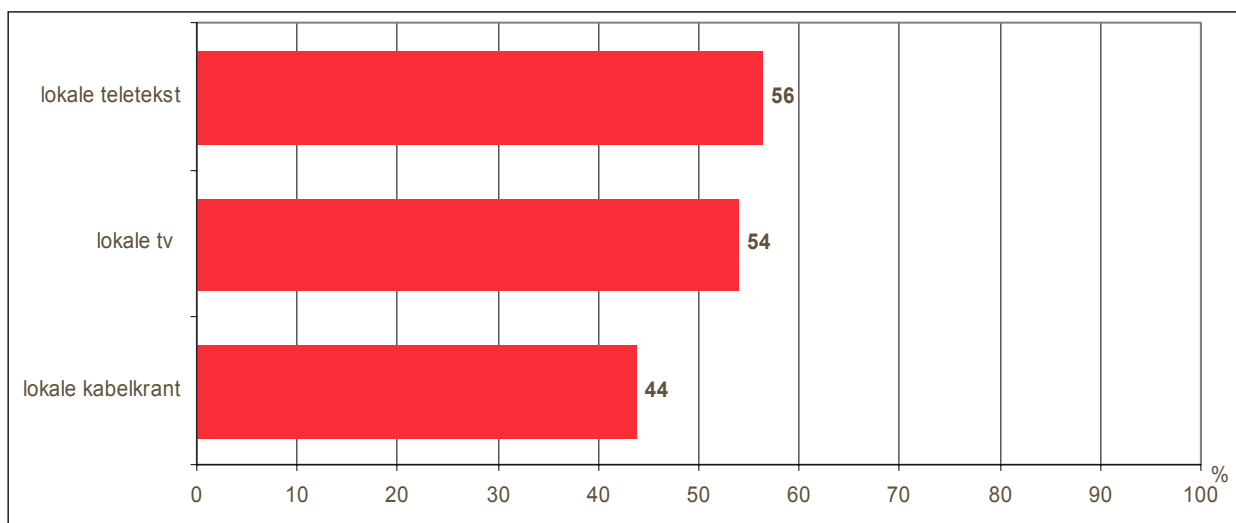
Figuur 9.2 Meest gebruikte informatie bron voor lokale informatie (basis n=7905)



Binnen de publieke lokale omroepmedia is de televisiezender het belangrijkste informatiemedium, de kabelkrant staat op de tweede plek.

Aan de respondenten die bekend zijn met lokale tv-media (televisie, kabelkrant, teletekst) gevraagd, of zij deze media zouden missen als het lokale tv-kanaal door de kabelexploitant niet langer wordt opgenomen in een digitaal televisiepakket. Dit gebeurde door hen de volgende introductie en vraagstelling voor te leggen: *“Steeds vaker bieden kabelexploitanten digitale pakketten aan naast hun standaard analoog pakket. Deze digitale pakketten kunnen andere zenders bevatten dan uw standaard analoog pakket. Graag vernemen wij van u welke zenders u het meest zou missen bij het overschakelen naar een digitaal pakket.”*

Figuur 9.3 Percentage dat lokale omroepmedia zou missen in digitaal pakket (basis televisie n=3.420, kabelkrant n =3.770, teletekst = 1.468)



Ruim de helft van de respondenten wil de lokale televisie-uitzendingen en de lokale teletekst niet missen. Van hen zegt weer de helft deze media 'absoluut niet te willen missen'. De kabelkrant zou door bijna 45% van de respondenten gemist worden.

X. Profiel luisteraars en kijkers lokale omroepen

Het luister- en kijkprofiel van het publiek van de lokale omroepen wordt samengesteld op basis van de drie belangrijkste variabelen in bereiksonderzoek: geslacht, leeftijd en opleiding. Het profiel is afgeleid van het *weekbereik* (afgelopen 7 dagen geluisterd of gekeken) en wordt vergeleken met de representatieve steekproef van respondenten van de totale bevolking in Nederland. In de tabellenset zijn meer achtergrondgegevens van de ondervraagde respondenten te vinden (o.a. inkomen, religie en afkomst).

X.1 PROFIEL LUISTERAARS LOKALE RADIO-OMROEPEN

	INWONERS NL		LUISTERAARS LOKALE OMROEP	
	Basis ongewogen: Basis gewogen	n=8226 n=8222	Basis ongewogen: Basis gewogen	n=922 n=907
Geslacht	Aantal	Percentage	Aantal	Percentage
♦ Man	4103	49%	523	57%
♦ Vrouw	4267	51%	398	43%
Leeftijd				
♦ 13-24	1422	17%	125	14%
♦ 25-34	1439	17%	104	11%
♦ 35-49	2325	28%	242	26%
♦ 50+	3184	38%	450	49%
Opleiding				
Wetenschappelijk onderwijs (universiteit, TU, TH, post-HBO)	443	5%	21	2%
HBO (HTS, HEAO, Sociale Academie e.d.)	931	11%	92	10%
HAVO/VWO (incl. gymnasium, HBS, MMS)	769	9%	64	7%
MBO (MTS, MEAO, Politieschool, verpleegopleiding e.d.)	2578	31%	260	29%
LBO/VMBO/MAVO (incl. MULO, ULO, opleidingen leerlingwezen)	3064	37%	415	46%
Basisonderwijs/geen onderwijs	437	5%	55	6%

Wie is de luisteraar van lokale radio? Ten opzichte van de gemiddelde Nederlander is de 'lokale' luisteraar wat ouder (bovengemiddeld 50+), minder vaak woonachtig in verstedelijkte gebieden (zie tabellenset) en gemiddeld iets lager opgeleid. In het publiek van de lokale radio zitten bovendien meer mannen dan vrouwen, maar dat geldt voor het radiopubliek in het algemeen. De oververtegenwoordiging van 50+'ers is overigens niet uitzonderlijk: ook de luisteraars van de regionale zenders, Radio 1 en Radio 2 zijn ouder dan gemiddeld. Het opleidingsniveau van de luisteraars van de landelijke radiozenders ligt echter gemiddeld hoger. De lokale radio bedient dus een brede groep en is ook toegankelijk voor een lager opgeleid publiek.

X.2 PROFIEL KIJKERS LOKALE TELEVISIE

	INWONERS NEDERLAND		KIJKERS LOKALE OMROEP	
	Basis ongewogen: Basis gewogen	n=8226 n=8222	Basis ongewogen: Basis gewogen	n=1243 n=1337
Geslacht	Aantal	Percentage	Aantal	Percentage
♦ Man	4103	49%	110	51%
♦ Vrouw	4267	51%	110	49%
Leeftijd				
♦ 13-24	1422	17%	35	12%
♦ 25-34	1439	17%	47	17%
♦ 35-49	2325	28%	68	27%
♦ 50+	3184	38%	68	44%
Opleiding				
Wetenschappelijk onderwijs (universiteit, TU, TH, post-HBO)	443	5%	40	6%
HBO (HTS, HEAO, Sociale Academie e.d.)	931	11%	35	10%
HAVO/VWO (incl. gymnasium, HBS, MMS)	769	9%	19	9%
MBO (MTS, MEAO, Politieschool, verpleegopleiding e.d.)	2578	31%	41	28%
LBO/VMBO/MAVO (incl. MULO, ULO, opleidingen leerlingwezen)	3064	37%	53	43%
Basisonderwijs/geen onderwijs	437	5%	30	5%

En wie kijkt er naar lokale televisie? Ofschoon in het publiek van de lokale televisie de 50+'ers licht oververtegenwoordigd zijn, is dit minder uitgesproken dan bij het publiek van de lokale radio. Het leeftijdsprofiel komt net als bij radio overeen met dat van de kijkers van de regionale omroep en de publieke zenders Nederland 1 en 2. Van de lokale omroepmedia gebruiken jongeren vooral de lokale televisie. Het kijkerspubliek van de lokale omroep is sterk stedelijk (zie tabellen), maar deze oververtegenwoordiging heeft alles te maken met het aanbod: lokale televisie wordt vooral in de grote steden aangeboden.

Bijlage 1. Nomogram

Betrouwbaarheidsniveau: 95%

Steekproef- percentage	2 98	5 95	10 90	15 85	20 80	25 75	30 70	35 65	40 60	45 55	50 50
n=											
25	5.5	8.5	11.8	14.0	15.7	17.0	18.0	18.7	19.2	19.5	19.6
50	3.9	6.0	8.3	9.9	11.1	12.0	12.7	13.2	13.6	13.8	13.9
100	2.7	4.3	5.9	7.0	7.8	8.5	9.0	9.3	9.6	9.8	9.8
200	1.9	3.0	4.2	4.9	5.5	6.0	6.4	6.6	6.8	6.9	6.9
300	1.6	2.5	3.4	4.0	4.5	4.9	5.2	5.4	5.5	5.6	5.7
400	1.4	2.1	2.9	3.5	3.9	4.2	4.5	4.7	4.8	4.9	4.9
500	1.2	1.9	2.6	3.1	3.5	3.8	4.0	4.2	4.3	4.4	4.4
600	1.1	1.7	2.4	2.9	3.2	3.5	3.7	3.8	3.9	4.0	4.0
700	1.0	1.6	2.2	2.6	3.0	3.2	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7
800	1.0	1.5	2.1	2.5	2.8	3.0	3.2	3.3	3.4	3.4	3.5
900	0.9	1.4	2.0	2.3	2.6	2.8	3.0	3.1	3.2	3.3	3.3
1000	0.9	1.4	1.9	2.2	2.5	2.7	2.8	3.0	3.0	3.1	3.1
1200	0.8	1.2	1.7	2.0	2.3	2.5	2.6	2.7	2.8	2.8	2.8
1400	0.7	1.1	1.6	1.9	2.1	2.3	2.4	2.5	2.6	2.6	2.6
1600	0.7	1.1	1.5	1.7	2.0	2.1	2.2	2.3	2.4	2.4	2.5
1800	0.6	1.0	1.4	1.6	1.8	2.0	2.1	2.2	2.3	2.3	2.3
2000	0.6	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2
3000	0.5	0.8	1.1	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8
4000	0.4	0.7	0.9	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.5	1.5	1.5
6000	0.4	0.6	0.8	0.9	1.0	1.1	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
8000	0.3	0.5	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1
10000	0.3	0.4	0.6	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0
20000	0.2	0.3	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
30000	0.2	0.2	0.3	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6
40000	0.1	0.2	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5

Toelichting op de tabel

Percentages in een steekproef kunnen in meer of mindere mate afwijken van percentages in de gehele populatie. De grootte van de afwijking δ is afhankelijk van:

- ♦ de omvang van de steekproef (n);
- ♦ het gevonden percentage (p);
- ♦ het gekozen betrouwbaarheidsniveau (z).

Bij marktonderzoek wordt gewoonlijk een betrouwbaarheidsniveau van 95% gehanteerd.

Leesvoorbeeld: Een enquête onder 1.000 personen levert 20% positieve antwoorden op. In de tabel vinden wij dan op rij 'n=1.000' en kolom 'percentage=20' een δ van 2,5%. Het populatiepercentage ligt dan met een betrouwbaarheid van 95% tussen 17,5% en 22,5%.

Bijlage 2. Vragenlijst

TOELICHTING

In deze bijlage is de vragenlijst opgenomen die gehanteerd is bij het OLON bereiksonderzoek 2005. Deze vragenlijst is gebruikt bij zowel het landelijke bereiksonderzoek, als bij de 11 lokale "boost" onderzoeken.

De vragenlijst bevat naast "algemene" vragen ook specifieke vragen over de verschillende media die door de publieke lokale omroepen in Nederland worden geëxploiteerd: radio, televisie, kabelkrant, teletekst en websites. Bij het bereiksonderzoek zijn per gemeente steeds alleen die media bevraagd die ook in de woonplaats van de respondent actief waren. Als dus bijvoorbeeld een omroep in gemeente A radio en kabelkrant verzorgde, dan zijn aan de respondenten in die gemeente de vragen over radio en kabelkrant gesteld, en niet de vragen over televisie, teletekst en websites.

De vragenlijst is in het landelijke onderzoek grotendeels via internet (90%) aan de respondenten voorgelegd. Bij het landelijke onderzoek is 10% van de interviews telefonisch afgenomen. Bij de 11 lokale "boost" onderzoeken zijn de interviews allemaal telefonisch afgenomen.

Deze vragenlijst kan als leeswijzer dienen bij het (verder) analyseren van de gegevens in de tabellenset (bijlage 4). In de tabellenset staat per vraag een uitgebreide tabel met gegevens

INTERVIEW♦NSS

Project 61146

mei 2005

ONLINE VRAGENLIJST ONDERZOEK 'OLON bereiksonderzoek 2005'

INTRODUCTIE

Voor dit onderzoek zijn wij geïnteresseerd in uw gebruik van radio, televisie en andere media. Wij danken u bij voorbaat voor uw medewerking!

Postcode

Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?

--	--	--	--

- wil niet zeggen

-> einde

BLOK 1 : Radio

Q1. Luistert u wel eens naar de radio?

- ♦ Ja
- ♦ Nee -> BLOK 2

Frequentie, duur, moment en wijze van consumptie

Q2. Hoeveel dagen per week luistert u gemiddeld naar de radio?

- ♦ luister 1 dag per week naar de radio
- ♦ luister 2 dagen per week naar de radio
- ♦ luister 3 dagen per week naar de radio
- ♦ luister 4 dagen per week naar de radio
- ♦ luister 5 dagen per week naar de radio
- ♦ luister 6 dagen per week naar de radio
- ♦ luister 7 dagen per week naar de radio
- ♦ luister minder dan 1 dag per week naar de radio

Q3. Hoe lang luistert u gemiddeld genomen per dag naar de radio?

- ♦ 001 - 022 minuten // 1 kwartier of minder
- ♦ 023 - 037 minuten // 1 half uur
- ♦ 038 - 052 minuten // 3 kwartier
- ♦ 053 - 074 minuten // 1 uur
- ♦ 075 - 104 minuten // 1 1/2 uur
- ♦ 105 - 134 minuten // 2 uur
- ♦ 135 - 164 minuten // 2 1/2 uur
- ♦ 165 - 194 minuten // 3 uur
- ♦ 195 - 224 minuten // 3 1/2 uur
- ♦ 225 - 254 minuten // 4 uur
- ♦ 255 minuten // 4 1/2 uur of langer
- ♦ weet niet/ wisselt sterk

Q4. Op welk moment of welke momenten DOORDEWEEKS luistert u <doorgaans/het meest> naar de radio?

<doorgaans, meerdere antwoorden mogelijk>		<het meest, één antwoord mogelijk>	
's ochtends	06:00 - 12:00	's ochtends	06:00 - 12:00
's middags	12:00 - 18:00	's middags	12:00 - 18:00
's avonds	18:00 - 24:00	's avonds	18:00 - 24:00
's nachts	24:00 - 06:00	's nachts	24:00 - 06:00
weet niet		weet niet	

Q5. Op welk moment of welke momenten in het WEEKEND luistert u <doorgaans/het meest> naar de radio?

<doorgaans, meerdere antwoorden mogelijk>		<het meest, één antwoord mogelijk>	
's ochtends	06:00 - 12:00	's ochtends	06:00 - 12:00
's middags	12:00 - 18:00	's middags	12:00 - 18:00
's avonds	18:00 - 24:00	's avonds	18:00 - 24:00
's nachts	24:00 - 06:00	's nachts	24:00 - 06:00
weet niet		weet niet	

Q6. Hoe luistert u naar de radio? Is dat <doorgaans/het meest> ...?

<doorgaans, meerdere antwoorden mogelijk>		<het meest, één antwoord mogelijk>	
radio via de ether		radio via de ether	
radio via de kabel		radio via de kabel	
radio via het internet /online		radio via het internet /online	
radio als achtergrond van het tv-signaal		radio als achtergrond van het tv-signaal	
anders, namelijk (SPECIFY)		anders, namelijk (SPECIFY)	

` Het luisteren naar de radio in de auto valt onder `ether` `

Bekendheid radiozenders

(Geholpen) bekendheid

Q7 Met welke van de volgende radiozenders bent u bekend?

- ♦ Radio 1
- ♦ Radio 2
- ♦ Radio 3FM
- ♦ Radio 4
- ♦ 747 AM
- ♦ Radio 538
- ♦ Sky Radio
- ♦ Noordzee FM
- ♦ Radio 10 Gold
- ♦ Radio Veronica
- ♦ Yorin
- ♦ Classic FM
- ♦ RTL FM
- ♦ Arrow Classic Rock
- ♦ Slam FM (voorheen ID&T radio)
- ♦ BRN Nieuwsradio
- ♦ <de regionale publieke omroepen / per provincie>
- ♦ <de publieke lokale omroep in postcodegebied respondent>
- ♦ anders namelijk(SPECIFY)

Q8. In uw gemeente verzorgt de publieke lokale omroep radio-uitzendingen. Bent u bekend met de volgende zender(s)?

- ♦ publieke lokale zender A ja/nee

<indien meer dan één publieke zender in de gemeente>

- ♦ publieke lokale zender B ja/nee
- ♦ publieke lokale zender C ja/nee
- ♦ Etc..

<<randomizeren>>

Bereiksvragen radiozenders

Totaalbereik

Q9 Naar welke van de volgende radiozenders heeft u de afgelopen 12 maanden geluisterd?

<zenderlijst Q7 >

Weekbereik

Q10. Naar welke van de volgende radiozenders heeft u de afgelopen 7 dagen geluisterd?

<zenderlijst Q7>

Dagbereik

Q11. Naar welke van de volgende radiozenders heeft u gisteren geluisterd?

<zenderlijst Q7>

<indien dag van ondervraging MAANDAG is dan extra vraag: 'q11a. Naar welke van de volgende radiozenders heeft u eergisteren geluisterd?' -> zenderlijst Q7>

Specifieke vragen lokale zender (blok herhalen indien meerdere lokale publieke zenders geluisterd in gemeente)

Q12. << in de afgelopen 12 maanden naar de publieke zender in de woonplaats geluisterd, TOTAALBEREIK>>

U heeft aangegeven naar de lokale radiozender <NAAM> te luisteren. Kunt u aangeven naar welk soort programma's u wel eens luistert op de lokale radiozender.

- ♦ Lokaal nieuws
- ♦ Muziek
- ♦ Verzoekplatenprogramma's
- ♦ Verenigingsnieuws
- ♦ Lokale politiek/gemeenteraadsvergaderingen
- ♦ Sportnieuws
- ♦ Uitgaansinformatie
- ♦ Kinder-/jongerenprogramma's
- ♦ Programma's voor minderheden
- ♦ Kunst en cultuur
- ♦ Kerkelijke programma's
- ♦ Spelletjes
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet, geen antwoord

<<randomizeren>>

Q13. << in de afgelopen 12 maanden naar de lokale publieke zender geluisterd, TOTAALBEREIK>>
Kunt u in de vorm van een schoolrapportcijfer een algemeen oordeel geven over de programmering van <publieke lokale radiozender in postcode gebied respondent> waarbij een 1 staat voor zwaar onvoldoende en een 10 staat voor uitmuntend.

<rapportcijfer 1-10, hele getallen>

- ♦ weet niet/geen antwoord

Algemene reden wel luisteren naar lokale publieke zender, indien van toepassing

Q14. << in de afgelopen 12 maanden naar de lokale publieke zender geluisterd, TOTAALBEREIK >>

Wat is voor u de voornaamste reden om te luisteren naar de lokale radio? (slechts één antwoord mogelijk)

- ♦ de programma's zijn in mijn eigen (streek)taal
- ♦ ik wil reclame horen van winkels uit mijn woonplaats
- ♦ de zender informeert me goed over wat er speelt in mijn woonplaats
- ♦ ik kan zelf meedoen/bijdragen aan de programma's
- ♦ de zender spreekt me aan
- ♦ anders, namelijk
- ♦ weet niet/geen reden

Algemene reden niet luisteren naar lokale publieke zender, indien van toepassing

Q15. <<In de afgelopen 12 maanden niet naar de lokale publieke zender geluisterd>> Wat is voor u de voornaamste reden om niet te luisteren naar de lokale radiozender? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ♦ Programmering is niet naar mijn smaak
- ♦ De ontvangst is niet goed
- ♦ Niet geïnteresseerd in lokale informatie
- ♦ Kan de zender niet op de radio vinden
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet/geen reden

BLOK 2 : Televisie

Q16. Kijkt u wel eens naar de televisie?

- ♦ Ja
- ♦ Nee - > BLOK 3

Bekendheid televisiezenders

(Geholpen) bekendheid

Q17. Met welke van onderstaande televisiezenders bent u bekend?

- ♦ Nederland 1
- ♦ Nederland 2
- ♦ Nederland 3
- ♦ RTL 4
- ♦ RTL 5
- ♦ Net 5
- ♦ SBS 6
- ♦ Yorin

- ♦ Veronica
- ♦ TMF
- ♦ MTV Nederland
- ♦ The Box
- ♦ Nickelodeon
- ♦ Tien
- ♦ <de regionale publieke omroepen / per provincie>
- ♦ <de publieke lokale omroep in postcodegebied respondent>
- ♦ anders namelijk

Q18. In uw gemeente verzorgt de publieke lokale omroep televisieuitzendingen. Bent u bekend met de volgende publieke zender(s)?

- ♦ publieke lokale zender A ja/nee

<indien meer dan één publieke zender in de gemeente>

- ♦ publieke lokale zender B ja/nee
- ♦ publieke lokale zender C ja/nee
- ♦ Etc..

<<randomizeren>>

Bereiksvragen televisiezenders

Totaalbereik

Q19. Naar welke van de volgende zenders heeft u de afgelopen 12 maanden gekeken?
<zenderlijst Q17>

Weekbereik

Q20. Naar welke van de volgende zenders heeft u de afgelopen 7 dagen gekeken?
<zenderlijst Q17>

Dagbereik

Q21. Naar welke van de volgende televisiezenders heeft u gisteren gekeken?
<zenderlijst Q17>

<indien dag van ondervraging MAANDAG is dan extra vraag: 'q21a. Naar welke van de volgende televisiezenders heeft u eergisteren gekeken?' -> zenderlijst Q17>

Specifieke vragen lokale zender (blok herhalen indien meerdere lokale publieke zenders gekeken in gemeente)

Q22. << in de afgelopen 12 maanden naar de publieke lokale zender in gemeente gekeken, TOTAALBEREIK>>

U heeft aangegeven naar de lokale televisiezender <NAAM> te kijken. Kunt u aangeven naar welk soort programma's u kijkt op de lokale tv-zender.

- ♦ Lokaal nieuws
- ♦ Verenigingsnieuws
- ♦ Lokale politiek/gemeenteraadsvergaderingen
- ♦ Sportnieuws
- ♦ Uitgaansinformatie
- ♦ Kinder-/jongerenprogramma's
- ♦ Programma's voor minderheden
- ♦ Kunst en cultuur
- ♦ Kerkelijke programma's

- ♦ Documentaires
- ♦ Teletekst
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet, geen antwoord

Q23. << in de afgelopen 12 maanden naar de lokale publieke zender gekeken, TOTAALBEREIK >>
Kunt u in de vorm van een schoolrapportcijfer een algemeen oordeel geven over de programmering van <publieke lokale zender in postcode gebied respondent> waarbij een 1 staat voor zwaar onvoldoende en een 10 staat voor uitstekend.

<rapportcijfer 1-10, hele getallen>
weet niet/geen antwoord

Algemene reden wel kijken naar lokale publieke zender, indien van toepassing

Q24. << in de afgelopen 12 maanden naar de lokale publieke zender gekeken, TOTAALBEREIK>>
Wat is voor u de voornaamste reden om te kijken naar de lokale tv-zender? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ♦ de programma's zijn in mijn eigen (streek)taal
- ♦ ik wil reclame zien van winkels uit mijn woonplaats
- ♦ de zender informeert me goed over wat er speelt in mijn woonplaats
- ♦ ik kan zelf meedoen/bijdragen aan de programma's
- ♦ de zender spreekt me aan
- ♦ anders, namelijk
- ♦ weet niet/geen reden

Algemene reden niet gekeken naar lokale publieke zender, indien van toepassing

Q25. <<In de afgelopen 12 maanden niet naar de lokale publieke zender gekeken>> Wat is voor u de voornaamste reden om niet te kijken naar de lokale tv-zender? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ♦ Programmering is niet naar mijn smaak
- ♦ De ontvangst is niet goed
- ♦ Niet geïnteresseerd in lokale informatie
- ♦ Kan de zender niet op de televisie vinden
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet/geen reden

BLOK 3: Kabelkrant

<<Introductie >>

In uw gemeente zendt de lokale omroep ook op kabelkrant uit. Kabelkrant is een cyclus van stilstaande tekstpagina's op televisie met nieuws en informatie, afgewisseld met foto's en advertenties.

Q27. Bent u bekend met de volgende zender(s)?

<multiple>

- ♦ Ja, kabelkrant A

<indien meer dan één publieke zender in de gemeente>

- ♦ Ja, kabelkrant B
- ♦ Ja, etc..
- ♦ Nee -> BLOK 4
- ♦ Weet niet

<<randomizeren>>

Totaalbereik

Q28. Heeft u de afgelopen 12 maanden naar één of meerdere van de volgende kabelkranten gekeken?

<multiple>

- ♦ Ja, kabelkrant A

<indien meer dan één publieke zender in de gemeente>

- ♦ Ja, kabelkrant B
- ♦ Ja, etc..

- ♦ Nee

- ♦ Weet niet

Weekbereik

<multiple>

Q29. Heeft u de afgelopen 7 dagen naar één of meerdere van de volgende kabelkranten gekeken?

- ♦ Ja, kabelkrant A

<indien meer dan één publieke zender in de gemeente>

- ♦ Ja, kabelkrant B
- ♦ Ja, etc..

- ♦ Nee

- ♦ Weet niet

Dagbereik

<multiple, indien van toepassing>

Q29B. Heeft u gisteren naar de lokale kabelkrant <NAAM>gekeken?

- ♦ Ja, kabelkrant A

<indien meer dan één publieke zender in de gemeente>

- ♦ Ja, kabelkrant B
- ♦ Ja, etc..

- ♦ Nee

- ♦ Weet niet

<indien dag van ondervraging MAANDAG is dan extra vraag: 'q29C. Naar welke van de volgende televisiezenders heeft u eergisteren gekeken?' -> zenderlijst Q17>

Specifieke vragen per lokale kabelkrant (herhalen bij kijken naar meerdere lokale kabelkranten in gemeente)

Q30. << in de afgelopen 12 maanden naar de lokale publieke zender gekeken, TOTAALBEREIK >> U heeft aangegeven naar <NAAM> te hebben gekeken. Kunt u in de vorm van een schoolrapportcijfer een algemeen oordeel geven over deze kabelkrant <publieke kabelkrant in postcode gebied respondent> waarbij een 1 staat voor zwaar onvoldoende en een 10 staat voor uitmuntend.

<rapportcijfer 1-10, hele getallen>

- ♦ weet niet/geen antwoord

Algemene reden wel kijken naar lokale publieke zender, indien van toepassing

Q31. << in de afgelopen 12 maanden naar de lokale kabelkrant <NAAM> gekeken, TOTAALBEREIK>>

Wat is voor u de voornaamste reden om te kijken naar de lokale kabelkrant <NAAM>? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ♦ de programma's zijn in mijn eigen (streek)taal
- ♦ ik wil reclame zien van winkels uit mijn woonplaats
- ♦ de zender informeert me goed over wat er speelt in mijn woonplaats
- ♦ ik kan zelf meedoen/bijdragen aan de programma's
- ♦ anders, namelijk
- ♦ weet niet/geen reden

Algemene reden niet gekeken naar lokale publieke zender, indien van toepassing

Q32. <<In de afgelopen 12 maanden niet naar de lokale kabelkrant <NAAM> gekeken>> Wat is voor u de voornaamste reden om niet te kijken naar de lokale kabelkrant? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ♦ Ik vind de kabelkrant niet goed
- ♦ Ik kan de kabelkrant niet op de tv vinden
- ♦ Mijn tv staat meestal op een andere zender
- ♦ Er is teveel gesproken woord in het achtergrondgeluid op de kabelkrant
- ♦ Ik houd niet van de achtergrondmuziek op de kabelkrant
- ♦ Ik heb de kabelkrant niet op mijn tv voorgeprogrammeerd
- ♦ Ik ken de kabelkrant niet goed
- ♦ Ik kijk naar een andere kabelkrant
- ♦ De kabelkrant geeft te weinig informatie over wat er in mijn gemeente gebeurt
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet / geen bepaalde reden

BLOK 4 : Website

De lokale omroep in uw gemeente heeft ook een eigen website op <www.NAAM.nl>

Q33. Bent u bekend met de website www.naam.nl?

- ♦ Ja
- ♦ Nee -> BLOK 5

Totaalbereik

Q34. Heeft u de afgelopen 12 maanden de website www.naam.nl bezocht?

- ♦ Ja
- ♦ Nee
- ♦ weet niet

Weekbereik

Q35. Heeft u de afgelopen 7 dagen de website www.NAAM.nl bezocht?

- ♦ Ja
- ♦ Nee
- ♦ weet niet

Dagbereik

Q36. Heeft u gisteren de website www.NAAM.nl bezocht?

- ♦ Ja
- ♦ Nee
- ♦ weet niet

Q37. << bezoekt website publieke lokale omroep, TOTAALBEREIK>>

U heeft aangegeven de website www.naam.nl te bezoeken. Kunt u aangeven welke rubrieken u op de website bezoekt?

- ♦ Lokaal nieuws
- ♦ Gemeentelijke informatie/lokale politiek
- ♦ Verenigingsnieuws
- ♦ Spelletjes
- ♦ Playlist van de op de radio gedraaide muziek
- ♦ Informatie over de programma's van de omroep
- ♦ Informatie over de organisatie van de omroep
- ♦ Verzoekplaten aanvragen
- ♦ Meedoen met programma's van de omroep
- ♦ Reageren op programma's van de omroep (gastenboek)
- ♦ Programma's van de lokale omroep beluisteren of bekijken
- ♦ Programma's uit het online archief terug beluisteren of bekijken
- ♦ Links naar andere websites
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet, geen antwoord

Algemene reden wel de lokale publieke zender website bezocht, indien van toepassing

Q38. <<totaalbereik bezoeken>>

Wat is voor u de voornaamste reden om de website www.naam.nl te bezoeken? (slechts één antwoord mogelijk)

- ♦ Ik kan via de website reageren op programma's
- ♦ Ik kan op de website met andere kijkers en/of luisteraars communiceren
- ♦ Er komen op de website onderwerpen aan bod waarbij ik zelf betrokken ben
- ♦ Ik luister via de website naar de lokale radio
- ♦ Ik kijk via de website naar de lokale televisie

Algemene reden niet de lokale publieke zender website bezocht, indien van toepassing

Q39. <<In de afgelopen 12 maanden niet de website van lokale omroep bezocht>> Wat is voor u de voornaamste reden om de website www.naam.nl niet te bezoeken? (slechts één antwoord mogelijk)

- ♦ Ik heb geen internetaansluiting
- ♦ Ik ken het [www](http://www.naam.nl)-adres van de website niet
- ♦ Ik ken de lokale omroep niet goed

- ♦ De website geeft te weinig informatie over wat er in mijn gemeente gebeurt
- ♦ Ik raadpleeg andere media over wat er in mijn gemeente gebeurt
- ♦ Niet geïnteresseerd in lokale informatie
- ♦ geen interesse
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet/geen bepaalde reden

BLOK 5: Teletekst

De lokale omroep in uw woonplaats verzorgt op televisie ook een teleteksts-service onder de roepnaam

Q40. Bent u bekend met de teletekstpagina's <roepnaam>?

- ♦ Ja
- ♦ Nee -> BLOK 6

Totaalbereik

Q41. Heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens de teletekstpagina's <naam> bezocht?

- ♦ Ja
- ♦ Nee
- ♦ Weet niet

Weekbereik

Q42. Heeft u de afgelopen 7 dagen de teletekstpagina's <naam> bezocht?

- ♦ Ja
- ♦ Nee
- ♦ Weet niet

Dagbereik

Q43. Heeft u gisteren de teletekstpagina's <NAAM> bezocht?

- ♦ Ja
- ♦ Nee
- ♦ Weet niet

Q44. << bezoekt teletekst publieke lokale omroep, TOTAALBEREIK>>

U heeft aangegeven gebruik te maken van de teletekstpagina's <naam>. Kunt u aangeven welk soort informatie u op de teletekstpagina's zoekt?

<meerdere antwoorden mogelijk>

- ♦ Lokaal nieuws
- ♦ Gemeentelijke informatie/lokale politiek
- ♦ Verenigingsnieuws
- ♦ Informatie over de programma's van de omroep
- ♦ Informatie over de organisatie van de omroep
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet, geen antwoord

Algemene reden wel de lokale publieke teletekst bezocht, indien van toepassing

Q45. << bezoekt teletekst publieke lokale omroep, TOTAALBEREIK >>

Wat is voor u de voornaamste reden om de teletekstpagina's <naam> te gebruiken? (slechts één antwoord mogelijk)

- ♦ Anderen in mijn omgeving gebruiken de teletekst
- ♦ Ik vind op de andere teletekstdiensten weinig informatie over mijn buurt/woonplaats
- ♦ Ik vind op de teletekst veel informatie over organisaties en verenigingen in mijn woonplaats

- ♦ Ik gebruik de teletekst voor programma-informatie van de omroep
- ♦ Ik kan zelf berichten aanleveren op de teletekst
- ♦ Er komen onderwerpen aan bod waarbij ik zelf betrokken ben
- ♦ De zender informeert mij goed wat er speelt in mijn woonplaats

Algemene reden niet de lokale publieke teletekst bezocht, indien van toepassing

Q46. <<In de afgelopen 12 maanden geen gebruik gemaakt van de teletekst <naam> Wat is voor u de voornaamste reden om de teletekst <omroep> niet te bezoeken? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ♦ Ik heb geen televisie met teletekst
- ♦ Ik ken de lokale omroep niet goed
- ♦ Ik vind de programma's van de lokale omroep niet goed
- ♦ Ik vind de rubrieken op de teletekst niet interessant
- ♦ Ik raadpleeg andere media over wat er in mijn gemeente gebeurt
- ♦ Ik heb geen interesse
- ♦ Er is geen bepaalde reden
- ♦ Niet geïnteresseerd in lokale informatie
- ♦ Anders, namelijk
- ♦ Weet niet

BLOK 6: MEDIUMTYPE GEBRUIK (ALLE RESPONDENTEN)

Q47. Op welke wijze komt u <doorgaans/het meest> aan informatie over zaken uit uw gemeente/woonplaats?

<doorgaans>

- Lokale Radiozender
- Lokale Televisiezender
- Lokale teletekst
- Lokale kabelkrant
- Website lokale omroep
- Regionaal dagblad
- Gratis huis-aan-huisblad
- Regionale omroep
- Website van de gemeente
- Landelijk dagblad
- Folders, brochures, bewonersbrieven
- Vrienden, familie, kennissen, via via
- Voorlichtingscentrum stadhuis
- Anders, namelijk

DIGITAAL PAKKET VRAAG

Steeds vaker bieden kabelexploitanten digitale pakketten aan naast hun standaard analoog pakket. Deze digitale pakketten kunnen andere zenders bevatten dan uw standaard analoog pakket. Graag vernemen wij van u welke zenders u het meest zou missen bij het overschakelen naar een digitaal pakket.

Kunt u voor de volgende zender aangeven in hoeverre u deze:

- ♦ absoluut niet wilt missen
- ♦ liever niet wilt missen

- ♦ wel zou kunnen missen
- ♦ zeker zou kunnen missen

<zenderlijst als tv....+ lokale kabelkrant..+lokale teletekst..indien aanwezig..>

ACHTERGRONDKENMERKEN

Tot slot nog enkele algemene vragen.

Bent u:

- ♦ Man
- ♦ Vrouw

Wat is uw leeftijd?

(0-99)

Wat is uw hoogst VOLTOOIDE schoolopleiding?

- ♦ WO (universiteit, TU, TH, post-HBO)
- ♦ HBO (HTS, HEAO, Sociale Academie e.d.)
- ♦ HAVO/VWO (gymnasium, HBS, MMS)
- ♦ MBO (MTS, MEAO, Politieschool, Verpleegsteropleiding e.d.)
- ♦ LBO/VMBO/MAVO (MULO, ULO, opleidingen leerlingwezen)
- ♦ Basisonderwijs / Geen onderwijs
- ♦ Weet niet / Geen opgave

Welke situatie is op dit moment het meest op u van toepassing?

- ♦ Werkzaam in beroep
- ♦ Arbeidsongeschikt
- ♦ Werkloos, werkzoekend of bijstand
- ♦ Gepensioneerd of VUT
- ♦ Studerend/schoolgaand
- ♦ Huisvrouw/huisman of anders

Rekent u zichzelf tot een geloofsrichting of kerkgenootschap? Zo ja, tot welke?

- ♦ Ja, boeddhisme, hindoeïsme, shintoïsme
- ♦ Ja, gereformeerd
- ♦ Ja, hervormd
- ♦ Ja, islam, moslim
- ♦ Ja, protestantse kerk in Nederland (gereformeerde/hervormde en lutherse kerk samen)
- ♦ Ja, rooms-katholiek
- ♦ Ja, een ander(e) geloofsrichting/genootschap dan genoemd
- ♦ Nee, niet
- ♦ Weet niet / wil niet zeggen

Als laatste nog een algemene vraag

- ♦ In welk land ben uzelf geboren?
- ♦ In welk land is uw moeder geboren?
- ♦ In welk land is uw vader geboren?

<i>Afkomst</i>	<i>respondent</i>	<i>moeder</i>	<i>vader</i>
	Zelf	respondent	respondent
Antillen/ Aruba	(01). <input type="checkbox"/>	(01). <input type="checkbox"/>	(01). <input type="checkbox"/>
Marokko	(02). <input type="checkbox"/>	(02). <input type="checkbox"/>	(02). <input type="checkbox"/>
Nederland	(03). <input type="checkbox"/>	(03). <input type="checkbox"/>	(03). <input type="checkbox"/>
Suriname	(04). <input type="checkbox"/>	(04). <input type="checkbox"/>	(04). <input type="checkbox"/>
Turkije	(05). <input type="checkbox"/>	(05). <input type="checkbox"/>	(05). <input type="checkbox"/>
Land in Europa/Noord-Amerika			
/Australië/Japan	(06). <input type="checkbox"/>	(06). <input type="checkbox"/>	(06). <input type="checkbox"/>
Ander land in Azië			
/Zuid-Amerika/Afrika	(07). <input type="checkbox"/>	(07). <input type="checkbox"/>	(07). <input type="checkbox"/>
Ander land	(08). <input type="checkbox"/>	(08). <input type="checkbox"/>	(08). <input type="checkbox"/>
Wil niet zeggen	(09). <input type="checkbox"/>	(09). <input type="checkbox"/>	(09). <input type="checkbox"/>

Dit waren onze vragen, bedankt voor uw medewerking en nog een prettige dag

Bijlage 3. Samenvatting OLON Bereiksonderzoek 2005: Nederland

lokale omroep in kaart

OLON bereiksonderzoek 2005

Inleiding

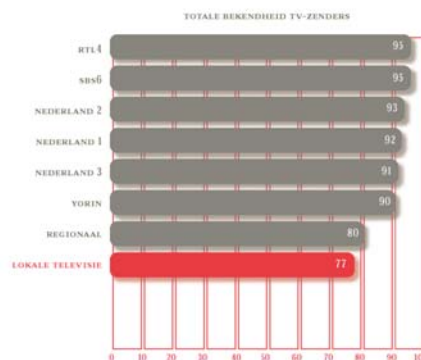
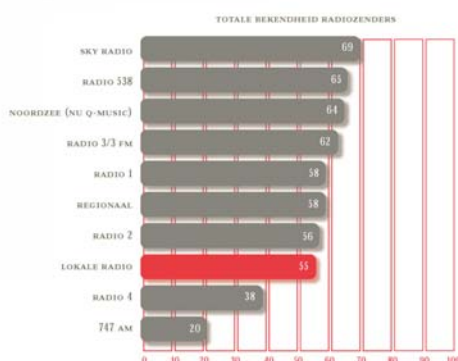
In opdracht van de OLON heeft onderzoeksbureau INTERVIEW@NSS een onderzoek uitgevoerd naar het bereik van en de waardering voor de publieke lokale omroep in Nederland. In de periode mei - juni 2005 zijn voor het onderzoek ruim 8.000 personen in de leeftijd van 13 jaar en ouder ondervraagd. De belangrijkste resultaten van het onderzoek worden in deze brochure gepresenteerd.

Medio 2005 telt Nederland bijna 300 publieke lokale omroepen. Hiermee bestrijkt de lokale omroep 90% van Nederland, een verzorgingsgebied van circa 15 miljoen inwoners. Praktisch een landelijke dekking dus. Het bereik van de lokale omroepen wordt echter niet gemeten in de bestaande landelijke Kijk- en Luisteronderzoeken. De laatste keer dat het bereik van de lokale omroepen in heel Nederland is onderzocht was in 1993. De hoogste tijd dus om dit opnieuw in kaart te brengen. En uit het grootschalige bereiksonderzoek uitgevoerd door INTERVIEW@NSS blijkt dat de lokale omroep ook anno 2005 stevig op de kaart staat.

Bekendheid lokale radio en televisie

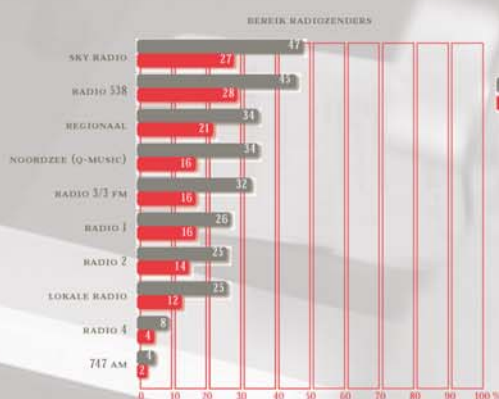
Een voorwaarde voor bereik is bekendheid: voordat een zender aangezet kan worden, moet de potentiële luisteraar of kijker deze kennen. Ruim de helft van de bevolking kent de publieke lokale radio in de eigen woonplaats bij naam. Deze naamsbekendheid is ongeveer gelijk aan de bekendheid van de publieke regionale en landelijke radiozenders. De lokale televisiezenders zijn bekend bij bijna 80% van de

bewoners van gemeenten waar dit medium beschikbaar is. Dit percentage ligt slechts 10 à 15% lager dan de bekendheid van de landelijke publieke én commerciële zenders. Gezien de marketingbudgetten van met name de landelijke, commerciële zenders en het feit dat de lokale zenders niet in de omroepgidsen vermeld staan, is de prestatie van de lokale omroepen op dit vlak zonder meer goed te noemen.



Bereik lokale radio en televisie

Een kwart van de bevolking luistert wel eens naar de publieke lokale radio. Dit is vergelijkbaar met het totaalbereik van Radio 1 en 2 en ligt ver boven het totaalbereik van landelijke zenders als Radio 4 en 747 am. Ook met het weekbereik (12%) verslaat de lokale omroep de laatstgenoemde zenders, evenals een aantal bekende commerciële zenders.

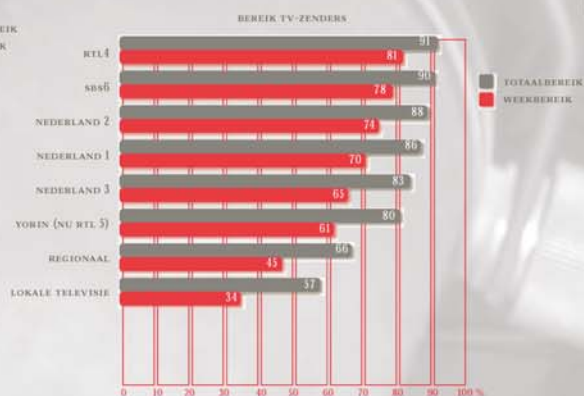


* totaalbereik = afgelopen 12 maanden geluisterd

* weekbereik = afgelopen 7 dagen geluisterd

Bijna 60% van de inwoners van gemeenten met publieke lokale televisie kijkt wel eens naar de zender en 34% doet dit minimaal wekelijks. Dit is een opmerkelijk resultaat, aangezien de meeste lokale zenders maar één of enkele uitzendingen per week hebben. Toevallig naar de lokale televisie 'zappen' is daarom nauwelijks mogelijk. Ofwel: als je lokale televisie kijkt, dan heb je de zender bewust opgezocht.

Hoogkwalitatief bereik dus!



* totaalbereik = afgelopen 12 maanden gekeken

* weekbereik = afgelopen 7 dagen gekeken

Onderzoeksverantwoording

Het onderzoek naar het bereik van de publieke lokale omroep is uitgevoerd door INTERVIEW@NSS. In mei en juni 2005 zijn ruim 8.000 respondenten online en telefonisch ondervraagd. Er is gekozen voor deze 'mixed mode' omdat vertegenwoordiging van oudere leeftijdsgroepen in online panels niet optimaal is. De steekproef van het onderzoek is representatief op sekse, leeftijd, opleiding en geografische spreiding voor de bevolking van 13 jaar en ouder in de gemeenten van Nederland met publieke lokale omroep.

Aangezien lokale televisie, kabelkrant en teletekst lang niet in alle gemeenten beschikbaar zijn, zijn de bereikcijfers van deze media gecorrigeerd naar effectief bereik. Dat wil zeggen dat het bereik berekend is in het gebied waar het medium beschikbaar is en niet over het hele gebied waar lokale omroepen uitzenden. Voor lokale radio en websites van lokale omroepen is deze correctie niet toegepast.

Bereik kabelkrant, teletekst en websites

Kabelkrant, ook wel tekst-tv genoemd, heeft ook een aanzienlijk bereik. Eén op de vier inwoners van gemeenten waar kabelkrant aangeboden wordt, raadpleegt dit medium wekelijks.

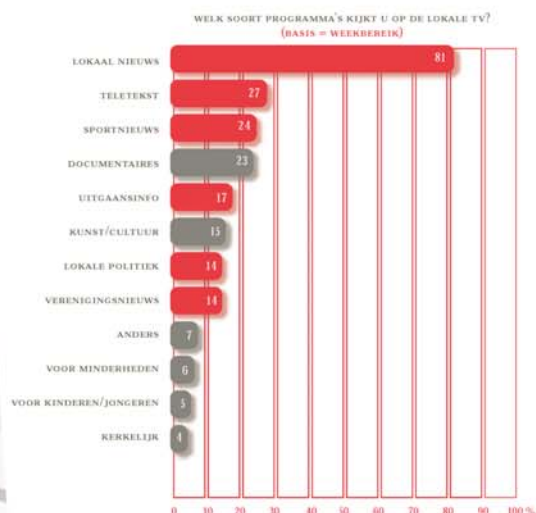
Teletekst is een van oudsher populair informatiemedium in Nederland. Het weekbereik van de lokale versie is 11%.

Het jongste medium van de lokale omroepen - lokale websites - heeft een stormachtige opmars doorgemaakt en is nog volop in ontwikkeling. Anno 2005 maken websites onderdeel uit van het aanbod van de meeste lokale omroepen; 10% van de bevolking maakt wel eens gebruik van de website van de lokale omroep.

Functie lokale omroep

De meest bekeken en beluisterde programma's van de publieke lokale omroepen zijn de programma's met lokale informatie. Op de lokale radio, maar vooral op de lokale televisiezender scoren de nieuwsprogramma's het best. En niet alleen 'hardnieuws-programma's' zijn geliefd; ook is het publiek duidelijk geïnteresseerd in de programma's over lokale sport, lokale politiek, uitgaan en het plaatselijke verenigingsleven.

Puur entertainment speelt een marginale rol, zeker bij lokale televisie. De muziekprogramma's op de lokale radiozender worden weliswaar goed beluisterd, maar dat is inherent aan het medium: radio 'is' muziek. Overigens voegen de muziekprogramma's op de lokale radio ook wel degelijk iets toe aan de couleur locale.



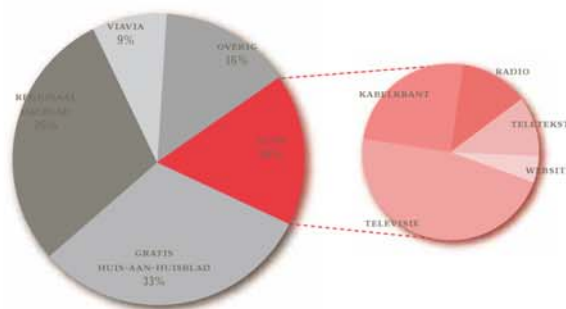
Profiel publiek lokale omroep

Wie is de luisteraar van lokale radio? Ten opzichte van de gemiddelde Nederlander is de 'lokale' luisteraar wat ouder (bovengemiddeld 50+), minder vaak woonachtig in verstedelijkte gebieden en gemiddeld iets lager opgeleid. In het publiek van de lokale radio zitten bovendien meer mannen dan vrouwen, maar dat geldt voor het radiopubliek in het algemeen. De oververtegenwoordiging van 50+'ers is overigens niet uitzonderlijk: ook de luisteraars van de regionale zenders, Radio 1 en Radio 2 zijn ouder dan gemiddeld. Het opleidingsniveau van de luisteraars van de landelijke radiozenders ligt echter gemiddeld hoger. De lokale radio bedient dus een brede groep en is ook toegankelijk voor een lager opgeleid publiek.

En wie kijkt er naar lokale televisie? Ofschoon in het publiek van de lokale televisie de 50+'ers licht oververtegenwoordigd zijn, is dit minder uitgesproken dan bij het publiek van de lokale radio. Het leeftijdsprofiel komt net als bij radio overeen met dat van de kijkers van de regionale omroep en de publieke zenders Nederland 1 en 2. Van de lokale omroepmedia gebruiken jongeren vooral de lokale televisie. Het kijkerspubliek van de lokale omroep is sterk stedelijk, maar deze oververtegenwoordiging heeft alles te maken met het aanbod: lokale televisie wordt vooral in de grote steden aangeboden.

Veel zenders besteden namelijk vaak aandacht aan het Nederlandstalige product en artiesten uit de regio. Dat de publieke lokale omroepen belangrijk zijn voor de lokale-informatievoorziening van, blijkt ook als de functie afgezet wordt tegen die van andere lokale informatiebronnen zoals gemeentelijke websites en folders, regionale en lokale dagbladen, gratis huis-aan-huisbladen

MEEST GEBRUIKTE INFORMATIEBRON VOOR LOKALE INFORMATIE (BASIS = ALLEN)

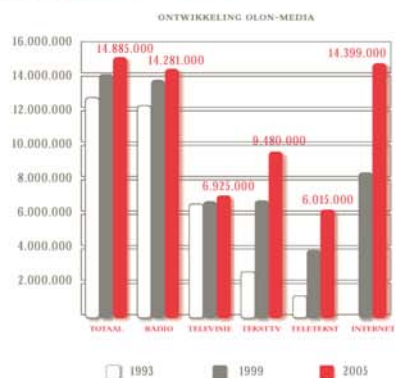


en de regionale omroep. Op de vraag wat de belangrijkste bron voor lokale informatie is, noemt 16%, één op de zes inwoners, een medium van de lokale omroep. Ter vergelijking: de regionale omroep wordt door 2 % als belangrijkste bron van lokale informatie genoemd. Met andere woorden: de lokale omroep is zeer waardevol uit oogpunt van de lokale mediapluriformiteit en biedt diverse mogelijkheden binnen de lokale media- en communicatiemix.

Publieke lokale omroep in een veranderend medialandschap

Sinds begin jaren '90 is het medialandschap in Nederland ingrijpend veranderd. Ten eerste is het aanbod van commerciële radio- en televisiezenders sterk toegenomen. Niet alleen landelijk, maar ook op regionaal en lokaal niveau, hebben de publieke omroepen er geduchte concurrentie bij gekregen. De tweede belangrijke ontwikkeling is de opkomst van nieuwe media, waarbij vooral internet een grote rol is gaan spelen in het mediaspectrum.

De lokale omroepen hadden en hebben als speler in het medialandschap natuurlijk ook te maken met deze veranderingen. Dit bereiksonderzoek toont aan dat publieke lokale omroepen hun positie in het lokale medialandschap hebben weten vast te houden. Vergeleken met het vorige landelijke onderzoek (uit 1993) is hun positie ten opzichte van de landelijke publieke omroepen ongeveer hetzelfde gebleven. De publieke lokale omroepen zijn bovendien goed op de ontwikkelingen ingesprongen. Dit is duidelijk te zien aan de ontwikkeling van de diverse lokale media sinds 1993. Het aantal lokale omroepen met een website is explosief gegroeid. Ook het aantal omroepen met de tekstmedia kabelkrant en teletekst is sterk toegenomen.



Lokale omroep: landelijk van belang

De lokale omroep is een kleinschalige, maar allesbehalve marginale speler binnen het Nederlandse omroeplandschap. In de radiovechtmarkt waarin de grote commerciële zenders wat betreft bereik heer en meester zijn geworden, levert de publieke lokale omroep een belangrijke bijdrage aan het totale bereik van de publieke omroep in Nederland.

De lokale radio weet zelfs enkele publieke én commerciële zenders te verslaan. Het concept van publieke lokale omroep - radio en televisie gemaakt voor én door de inwoners in de eigen gemeente(n) - voldoet aan een behoefte bij het publiek. Want ook de publieke lokale televisie presteert goed. Ruim één op de drie inwoners kijkt wekelijks zeer gericht naar de uitzendingen van de lokale televisie. Samen met de lokale kabelkrant en teletekst zijn de lokale radio- en televisiezenders een belangrijke bron voor nieuws over de woonplaats en voor andere lokale informatie. De waarde van de lokale omroep ligt dus precies daar waar het voor bedoeld is: de informatievoorziening op lokaal niveau.

De lokale omroep heeft met minimale middelen en veel enthousiasme van de makers een rol van betekenis binnen het Nederlandse medialandschap weten te verwerven.

En dan te bedenken dat het potentieel van de lokale omroepmedia nog lang niet optimaal wordt benut.

De publieke financiering van lokale omroep is nog steeds ondermaats. Veel gemeentelijke instellingen maar ook lokale adverteerders hebben de weg naar de lokale omroep nog niet gevonden; en dat terwijl de verschillende lokale omroepmedia hun de mogelijkheid bieden om verschillende lokale publieksgroepen met hun boodschap te bereiken. Immers: lokale omroep verslaat alles!

Bijlage 4. Tabellenset

TOELICHTING

De rapportage van de resultaten van het bereiksonderzoek is gebaseerd op analyses van de tabellenset (bijlage 4). In de tabellenset staat per vraag een uitgebreide tabel met gegevens.

In verband met de omvang (ruim 200 pagina's) is de tabellenset apart ingebonden.

Bij bestudering van de tabellenset kan de vragenlijst (bijlage 2) als leeswijzer dienen.