

Onderzoek lokale en regionale media 2015

Bekendheid en bereik van drie omroepen in de gemeente Deventer

juni 2015

Uitgave : Team Kennis en Verkenning
Naam : M. Nuus
Telefoonnummer : 0570-693401
Mail : mg.nuus@deventer.nl

Samenvatting

In dit onderzoek is de bekendheid en het bereik in kaart gebracht van omroepen in de gemeente Deventer. De onderzochte omroepen zijn de publieke lokale omroep Deventer Radio en Televisie (DRTV), de commerciële regionale omroep Salland TV en de publieke regionale omroep RTV Oost. Via een aselechte steekproef zijn 385 inwoners van Deventer telefonisch geïnterviewd over deze omroepen.

De omroepen zijn verschillend van aard. DRTV en RTV Oost zijn publieke omroepen en Salland TV is een commerciële omroep. Daarnaast is DRTV lokaal georiënteerd, Salland TV regionaal en RTV Oost provinciaal. Salland TV heeft geen radiozender en de andere twee omroepen wel. Deze verschillen tussen de omroepen kunnen van invloed zijn op de bekendheid en het bereik. Wat deze invloed is, ligt buiten de scope van dit onderzoek. Bij de interpretatie van de onderzoeksresultaten is het echter van belang om deze verschillen in het achterhoofd te houden.

RTV Oost is het meest bekend, daarna volgt DRTV en ten slotte Salland TV

Van alle mediakanalen zijn de televisiekanalen van de omroepen het meest bekend. Het televisiestation 'TV Oost' van RTV Oost is bij 89% van de Deventer bevolking bekend, het radiostation 'Radio Oost' is bij 80% bekend en de website is bij 35% bekend. Het televisiestation van DRTV is bij 75% van de Deventenaren bekend, het radiostation 'Radio Deventer' bij 59% en de website bij 16%. Het televisiestation Salland TV is bij 34% van de Deventer bevolking bekend en de website bij 4%.

RTV grootste totale bereik, daarna DRTV en vervolgens Salland TV

RTV Oost heeft het grootst totale bereik (74%). Daarna volgt DRTV met 55% en ten slotte Salland TV met 9%. Het totale bereik bestaat uit het aandeel inwoners dat wel eens heeft afgestemd op ten minste één van de vier mediakanalen van de omroepen. De mediakanalen zijn de televisie, de radio, de website en social media. Bij het totale bereik van Salland TV moet rekening gehouden worden met het ontbreken van een radiostation.

Televisie en radio dominant bij het bereik

De omroepen worden het vaakst bereikt op de traditionele manier, dat wil zeggen via de televisie- en/ of de radiostations. De meeste inwoners gebruiken één mediakanaal om op de omroepen af te stemmen. De televisie is het populairst. De website en social media worden voornamelijk in combinatie met radio en/ of televisie gebruikt.

Televisiebereik tussen 63% en 8%

63% van de Deventenaren kijkt wel eens naar TV Oost, 46% kijkt wel eens naar DRTV en 8% kijkt wel eens naar Salland TV. Het televisiebereik is gespecificeerd door het laatste moment van kijken in kaart te brengen. Het blijkt dat minder dan de helft van de kijkers 'recent' heeft gekeken naar de omroepen. Dit houdt in dat op het moment van enquêteren, tot uiterlijk een week ervoor is gekeken naar de omroep. RTV Oost heeft 42% recente kijkers, DRTV 36% en Salland TV 18%. Voor alle omroepen geldt dat de meerderheid van de kijkers in het algemeen weinig naar de omroep kijkt. De belangrijkste reden om naar de omroepen te kijken is dat men

op de hoogte wil blijven van het lokale en regionale nieuws. Alle televisiestations krijgen een voldoende voor hun programmering (TV Oost een 7,2; DRTV een 6,9 en Salland TV een 6,5)

Landelijk komt het jaarbereik van de regionale zenders uit op 56% en het jaarbereik van de lokale zenders is 42%. In Deventer heeft 36% het afgelopen jaar naar DRTV gekeken en 44% naar RTV Oost. De lokale televisie omroep krijgt landelijk gemiddeld een 7-, dit is vergelijkbaar met de 6,9 die DRTV gemiddeld heeft gekregen.

Radiobereik tussen 34% en 19%

Radio Oost kent een bereik van 34% en Radio Deventer een bereik van 19%. Bijna de helft van de luisteraars van Radio Oost is te omschrijven als een recente luisteraar (tot maximaal een week voor de enquête geluisterd naar de zender). Daarnaast luistert 17% van de luisteraars van Radio Oost meer dan acht uur per week naar de zender. Bij Radio Deventer is 23% als recente luisteraar te benoemen. Een enkele luisteraar, luistert meer dan acht uur per week. Tweederde van luisteraars heeft aangegeven incidenteel naar de zender te luisteren. De meeste luisteraars kunnen geen specifieke programma's benoemen waar ze naar luisteren. De programmering van Radio Oost wordt gewaardeerd met een 7,2 en die van Radio Deventer met een 6,9.

Het jaarbereik van de lokale radiozender is 25%, het jaarbereik van Radio Deventer 10%. De regionale radiozender heeft een jaarbereik van 32%, het jaarbereik van Radio Oost is 24% in Deventer.

Bereik van websites en social media lager dan televisie en radio

Het bereik van de website ligt lager dan het bereik van de televisie of radio. De website van RTV Oost wordt het meest bezocht (28% van de inwoners), daarna volgen DRTV (9%) en Salland TV (2%). RTV Oost kent 52% recente bezoekers en DRTV 31% (Salland TV: geen resultaat). De websites worden positief gewaardeerd. De website van RTV Oost krijgt een 7,4 en die van DRTV een 7,3. Social media van RTV Oost wordt door 6% van de Deventenaren gebruikt, social media van DRTV door 7% en van Salland TV door een enkeling.

Inhoud

Samenvatting	1
Inleiding	4
1 Bereik van de omroepen	8
1.1 Totale bereik	8
1.2 Verdeling over mediakanalen per omroep	9
1.3 Op de hoogte blijven van lokaal en regionaal nieuws	11
2 Televisie	12
2.1 'Kijken'	12
2.2 Bekendheid en bereik televisie	13
2.3 Televisiebereik DRTV nader bekeken	14
2.4 Televisiebereik Salland TV nader bekeken	17
2.5 Televisiebereik TV Oost nader bekeken	19
3 Radio	22
3.1 'Luisteren'	22
3.2 Bekendheid en bereik radio	22
3.3 Bereik Radio Deventer (DRTV) nader bekeken	23
3.4 Bereik Radio Oost nader bekeken	24
4 Website en social media	25
Internet	25
4.1 Bekendheid en bereik websites	25
4.2 Bereik website en social media DRTV nader bekeken	26
4.3 Bereik website en social media Salland TV	27
4.4 Bereik website en social media RTV Oost nader bekeken	27



Inleiding

Dit rapport geeft een beeld van de lokale en regionale omroepen in de gemeente Deventer. De doelstelling van het onderzoek is het in kaart brengen van de bekendheid en het bereik van deze omroepen.

De onderzochte omroepen zijn de lokale omroep Deventer Radio en Televisie (DRTV) en de regionale omroepen Salland TV en RTV Oost. Deze omroepen bieden op verschillende manieren programma's en informatie aan. In dit onderzoek maken we onderscheid naar vier media-kanalen: televisie, radio, website en social media. De bekendheid is gemeten door aan inwoners van de gemeente Deventer te vragen of zij bekend zijn met de verschillende media-kanalen van de omroepen. Het bereik is gedefinieerd als het aandeel inwoners dat daadwerkelijk gebruik maakt van één of meerder mediakanalen van de omroep. Het ontwerp van dit onderzoek is deels gebaseerd op onderzoek en informatie vanuit de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (www.olon.nl).

Kijken en luisteren naar omroepen kan via de televisie en radio, maar ook via internet op mobiele apparatuur, zoals laptop, tablet of telefoon. Daarnaast kan luisteren en kijken lineair, dat wil zeggen op het moment van uitzenden of uitgesteld plaatsvinden. Omdat uit landelijk onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) blijkt dat het lineaire kijken via vaste apparatuur vooralsnog overheerst (Sonck en De Haan 2015), hebben we in dit onderzoek geen uitsplitsingen gemaakt naar de manieren waarop kan worden gekeken of geluisterd.

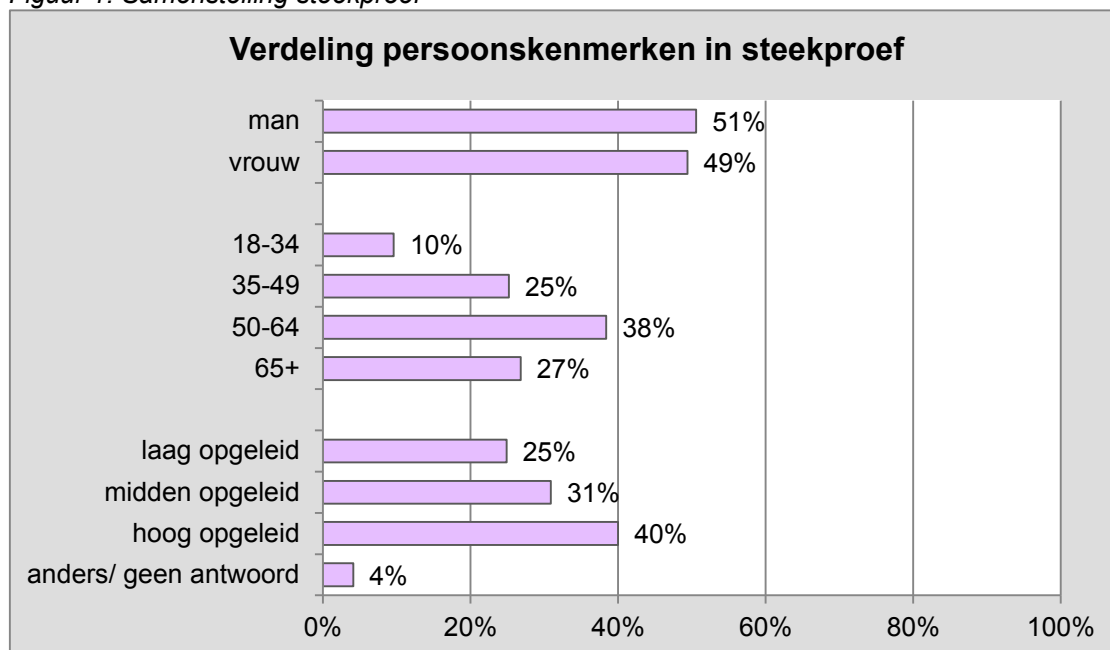
In dit rapport is het bereik verder uitgediept door te onderzoeken:

- wanneer inwoners voor het laatst hebben afgestemd op de televisie, radio of website van de omroepen,
- naar welke televisie- en radioprogramma's inwoners kijken en luisteren,
- wat de redenen zijn om wel of niet te kijken naar het televisiekanaal van de omroepen en
- hoe de inwoners de televisie, radio en de website van de omroepen waarderen.

Methode, betrouwbaarheid en representativiteit

Door middel van een aselechte steekproef zijn 385 inwoners van de gemeente Deventer van 18 jaar en ouder ondervraagd. Dit aantal is voldoende om betrouwbare uitspraken te kunnen doen voor alle volwassen inwoners van Deventer. De resultaten zijn verzameld door middel van een telefonische enquête. Deze is gehouden in de laatste weken van mei 2015. In figuur 1 op de volgende pagina ziet u hoe de steekproef is samengesteld. Mannen en vrouwen zijn ongeveer gelijk vertegenwoordigd. In verhouding tot de overige leeftijdscategorieën, is de categorie 50-64 jaar redelijk groot.

Figuur 1: Samenstelling steekproef



In steekproeven kunnen bepaalde persoonskenmerken afwijken van de verdeling in de populatie. Hierdoor kunnen resultaten vertekend zijn. Om dit te voorkomen, wordt een weegprocedure toegepast waardoor de verdeling van persoonskenmerken in de steekproef overeenkomt met de daadwerkelijke verdeling van deze kenmerken in de bevolking. In dit onderzoek is gecorrigeerd voor de verdeling van leeftijd binnen drie verschillende gebieden. Deze gebieden zijn:

1. 'buitengebied', bestaande uit Diepenveen Schalkhaar, Okkenbroek, Lettele en Bathmen,
2. 'Colmschate', bestaande uit de wijken Colmschate-Noord, Colmschate-Vijkhoek en Colmschate-Zuid en
3. 'oude stad', bestaande uit de Binnenstad, De Hoven, Zandweerd, Voorstad, Borgele en Platvoet, Keizerslanden en Rivierenwijk en Bergweide.

De correctie of weging van de steekproef houdt in dat ondervertegenwoordigde groepen een hoger gewicht krijgen en oververtegenwoordigde groepen een lager gewicht. Hierdoor kunnen we stellen dat de uitkomsten in dit rapport representatief zijn voor de kenmerken gebied en leeftijd.

Vergelijking met landelijk onderzoek

Organisatie van Landelijke Omroepen Landelijk (OLON) heeft in 2014 [onderzoek](#) uit laten voeren naar het bereik, beleving en de positie van de lokale omroepen in het algemeen. Daar waar mogelijk worden de resultaten uit het Deventer onderzoek vergeleken met de landelijke cijfers.

De omroepen

De aard van de omroepen loopt op verschillende manieren uiteen. Dit kan invloed hebben op de bekendheid en het bereik van de omroepen. Of en wat deze invloed is, ligt buiten de doelstelling van dit onderzoek. Bij de interpretatie van de onderzoeksresultaten is het echter van belang om deze verschillen in het achterhoofd te houden. De verschillen worden hieronder aangegeven.

1. *Publiek versus commercieel*

Het feit dat DRTV en RTV Oost publieke omroepen zijn, houdt in dat zij beschikken over de lokale en provinciale zendmachtiging zoals geregeld in de Mediawet 2008. Een publieke omroep heeft wettelijke taken en bevoegdheden. Zo moet de helft van het programma-aanbod van informatieve, culturele en educatieve aard zijn en op het eigen verzorgingsgebied gericht zijn. Ook reclame en sponsoring is aan regels gebonden. De omroepen ontvangen bekostiging voor het verzorgen van de publieke mediadienst. De gemeente heeft de verantwoordelijkheid en de plicht de publieke lokale omroep financieel bij te staan. De publieke provinciale omroep ontvangt de bekostiging via het Commissariaat van de Media (Mediawet 2008 en www.cvdm.nl). Salland TV is een commerciële omroep en ontvangt daarom geen bekostiging vanuit de overheid.

2. *Verzorgingsgebied*

Een tweede verschil is dat het gebied waar de omroepen zich op richten uiteenloopt. Het verzorgingsgebied van DRTV is de gemeente, Salland TV richt zich op regio Salland en RTV Oost op de provincie Overijssel.

3. *Radio Oost calamiteitenzender*

Tot slot is Radio Oost, het radiokanaal van RTV Oost aangewezen als officiële calamiteitenzender voor de provincie Overijssel. De zender is daarom voor iedereen te ontvangen. Radio Oost is via de ether, de analoge en digitale kabel, Digitenne en satelliet te ontvangen.

Toelichting op de omroepen

DRTV

De stichting Deventer Radio en Televisie (DRTV) is de publieke lokale omroep in de gemeente Deventer. DRTV heeft een televisiezender, een radiozender, een website, een app 'De Lokale Omroep' en participeert in social media. De Stichting DRTV heeft de volgende doelstellingen:

1. *"Het verzorgen van media-aanbod bestemd voor de gemeente Deventer.*
2. *Het op lokaal niveau uitvoeren van de publieke mediaopdracht door het verzorgen van media-aanbod dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die in de gemeente Deventer leven en het verrichten van alle activiteiten die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen.*
3. *De Stichting gebruikt haar zendtijd geheel voor een media-aanbod dat in het bijzonder betrekking heeft op de gemeente Deventer.*
4. *Zij tracht dit doel en al hetgeen daarmee in de ruimste zin verband houdt te verwezenlijken door het aanwenden van alle geoorloofde middelen, welke voor de verwezenlijking van het doel van de Stichting bevorderlijk zijn" (www.deventerrtv.nl).*



Salland TV

Salland TV is een commercieel televisiestation in de regio Salland. Het brengt nieuws uit de regio. De televisie-uitzendingen bestaan uit tekst tv. De omroep zendt niet uit op de radio. De omroep heeft een website en is actief op social media via twitter, facebook en rss feeds (www.sallandtv.nl).

RTV Oost

RTV Oost is de publieke omroep voor de provincie Overijssel. RTV Oost brengt nieuws, sport, achtergronden en informatieve programma's op website, radio en televisie. De missie van RTV Oost luidt: *"RTV Oost voorziet in een onafhankelijke berichtgeving en een inzet van media (internet, radio, tv), die beantwoorden aan de interesses van de Overijsselse bevolking en die zich onderscheiden van wat andere media brengen. Daarmee stimuleert ze de politieke en maatschappelijke discussie en draagt zodoende bij aan de opinievorming."* De omroep heeft een televisiezender, een radiozender, een website, een app en is actief op verschillende social media (www.rtvoost.nl).

Leeswijzer

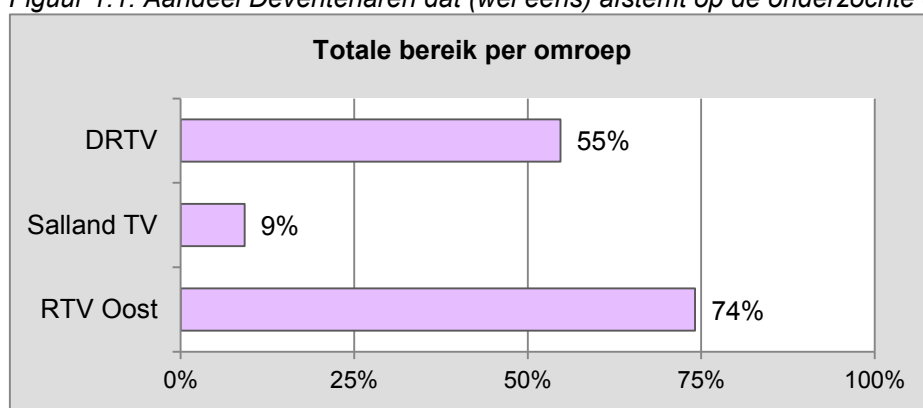
In hoofdstuk 1 komt het totale bereik van de omroepen aan de orde. Dit totale bereik bestaat uit het aandeel Deventenaren dat gebruik heeft gemaakt van tenminste één van de vier mediakanalen. Ook wordt besproken hoe de inwoners zich op de hoogte houden van het lokale en regionale nieuws. In het tweede hoofdstuk staat de bekendheid en bereik van het televisiekanaal van de omroepen centraal. In het derde hoofdstuk de radio en in het laatste hoofdstuk de website en social media.

1 Bereik van de omroepen

1.1 Totale bereik

In dit hoofdstuk gaan we in op het bereik van de onderzochte omroepen. Er is onderzocht of de Deventenaar gebruik maakt van de programma's of informatie die omroepen aanbieden op televisie, radio, website en social media. Het totale bereik van een omroep bestaat uit het aandeel Deventenaren dat wel eens gebruik heeft gemaakt van tenminste één van de vier mediakanalen van de omroep.

Figuur 1.1: Aandeel Deventenaren dat (wel eens) afstemt op de onderzochte omroepen



De regionale omroep RTV Oost kent het grootste bereik. Driekwart van de inwoners van Deventer heeft wel eens op de een of andere manier afgestemd op deze regionale omroep. De lokale omroep DRTV heeft een bereik van 55%. Salland TV heeft een minder groot bereik van 9%. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat Salland TV niet beschikt over een radiostation.

Uit statistische analyses blijkt dat mannen en vrouwen en de onderscheiden leeftijdsgroepen niet verschillen in de mate waarin ze gebruik maken van één van de mediakanalen van de onderzochte omroepen. Er is wel een verschil tussen bewoners van het buitengebied en de rest van de bewoners van Deventer in de mate waarin ze gebruik maken van de kanalen van de omroep DRTV. Bij de andere twee regionale omroepen zagen we dit (statistisch significante) verschil niet. In Bathmen, Diepenveen en het buitengebied kijkt, luistert of bezoekt 31% van de bewoners DRTV, terwijl dat percentage in Colmschate en 'oude stad' op 60% ligt. Een deel van de geïnterviewden woonachtig in het buitengebied heeft aangegeven geen digitale televisie te hebben of over een schotel te beschikken, waardoor ze DRTV niet kunnen ontvangen.



1.2 Verdeling over mediakanalen per omroep

DRTV

Uit onderstaande tabel blijkt dat een meerderheid van 64% van de Deventenaren die DRTV bereikt, maximaal één mediakanaal gebruikt. In totaal volgt de helft DRTV via de televisie. Bijna 30% van de groep gebruikt twee kanalen, waarbij de combinatie radio en televisie het vaakst voorkomt. In totaal gebruikt 19% naast radio of tv ook de website of social media. DRTV wordt dus nog het vaakst bereikt op de traditionele manier, dat wil zeggen via de televisie en/ of radio.

Tabel 1.2.1: Verdeling van het bereik van DRTV over de verschillende kanalen

1 kanaal	Subtotaal	64%
	radio	10%
	tv	48%
	website of social media	6%
2 kanalen	Subtotaal	27%
	radio & tv	18%
	tv & website	6%
	radio & website of tv & social media	4%
3 kanalen	radio, tv & website of radio, tv & social media of radio & tv & social media of tv & website & social media	7%
4 kanalen	radio & tv & website & social media	2%
Totaal		100%

Salland TV

In totaal heeft 9% van de Deventer bevolking via televisie of internet wel eens afgestemd op Salland TV. De omroep zendt niet uit over de radio. Ook bij Salland TV maakt de meerderheid gebruik van maximaal één kanaal waarbij de televisie het populairst is (tv: 78%). De overige 22% volgt Salland TV via een combinatie van televisie, website of social media.

RTV Oost

De helft van alle mensen die RTV Oost bereikt, maakt gebruik van één mediakanaal (zie tabel 1.2.2). De televisie is het populairst. Veertig procent maakt gebruik van twee kanalen waarbij de combinatie van radio en televisie het meest voorkomt. Een minderheid van 16% maakt gebruik van drie of alle vier de kanalen.

Van de Deventenaren die RTV Oost bereikt, kijkt en luistert 62% op de traditionele manier naar de omroep, dat wil zeggen alleen via de radio en/ of televisie. Het resterende deel (38%) maakt gebruik van de website en social media, al dan niet in combinatie met radio en televisie.

Tabel 1.2.2: Verdeling van het bereik van RTV Oost over de verschillende kanalen

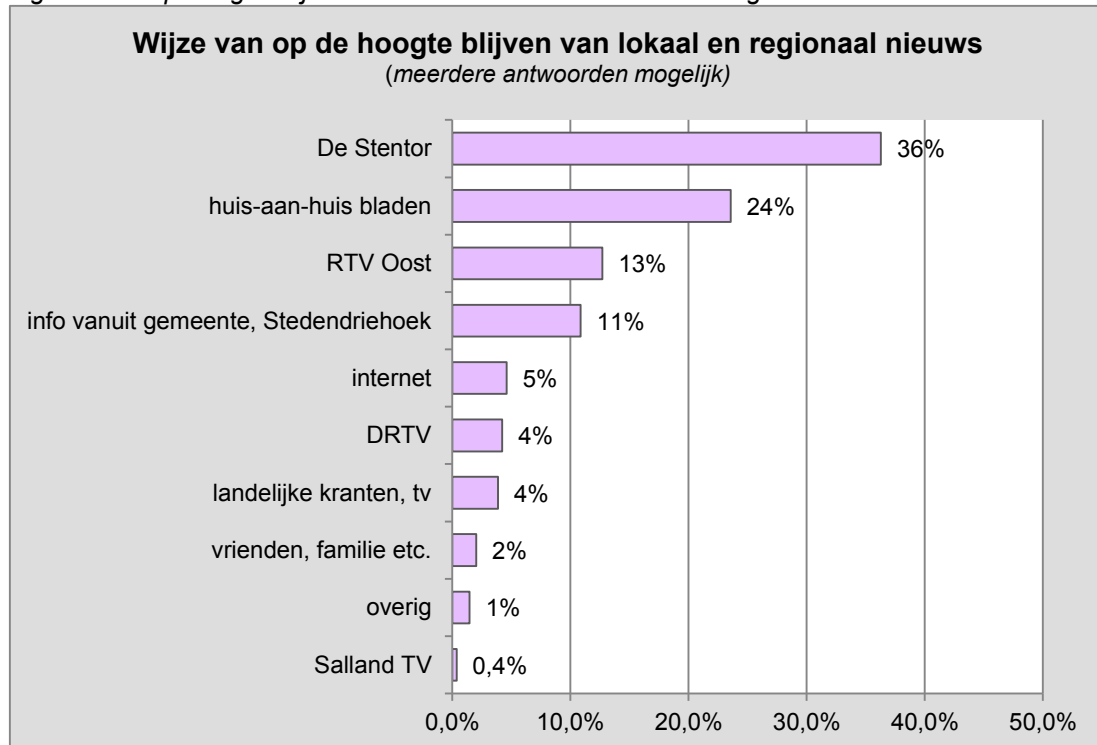
1 kanaal	Subtotaal	47%
	Radio	5%
	tv	33%
	website	8%
2 kanalen	Subtotaal	39%
	radio & tv	25%
	tv & website	10%
	radio & website of tv & social media of website & social media	4%
3 kanalen	Subtotaal	14%
	radio, tv & website	13%
	radio, tv & social media of tv & website & social media	1%
4 kanalen	radio & tv & website & social media	3%
Totaal		100%



1.3 Op de hoogte blijven van lokaal en regionaal nieuws

Een ruime meerderheid van alle inwoners geeft aan dat ze zich op de een of andere manier op de hoogte houden van het lokale en regionale nieuws. Slechts 6% geeft aan dit niet te doen. Op welke manier doen ze dit? De respondenten konden meerdere antwoorden geven. De regionale krant De Stentor werd het vaakst genoemd. Deze informatiebron vormt ruim een derde van alle gegeven antwoorden. Daarna volgen de huis-aan-huisbladen. Als we kijken naar de lokale en regionale omroepen dan is RTV Oost met 13% de meest genoemde informatiebron. DRTV volgt met 4% van alle gegeven antwoorden.

Figuur 1.3: Op hoogte blijven van lokaal nieuws verdeeld naar genoemde informatiebronnen



2 Televisie

2.1 'Kijken'

In het vorige hoofdstuk zagen we dat de meeste Deventenaren de lokale omroepen bekijken via de televisie. Uit landelijk onderzoek van het SCP (Sonck en De Haan 2015) naar tijdsbesteding aan media en communicatie blijkt dat 'kijken' de populairste media-activiteit is.

"Op een doorsnee dag in het najaar van 2013 keek 86% van de bevolking naar beeldmateriaal en gemiddeld was daar ongeveer drie uur mee gemoeid. Net als bij de andere media-activiteiten gaat het om uiteenlopende verschijningsvormen: offline en online, op het moment van uitzending en uitgesteld, en via vaste en mobiele apparaten. (...) Binnen de totale kijktijd is uitgesteld kijken en het gebruik van streaming video in opkomst. Van de bevolking keek 13% gemiddeld bijna twee uur uitgesteld TV en 7% keek gemiddeld ongeveer tweeënhalf uur naar gestreamd, gedownload of gekocht videomateriaal. Vooralsnog overheerst het 'klassieke' kijken: lineair (dus op het moment van een tv-uitzending) en via een vast tv-toestel. Mobiel kijken doet minder dan een op de tien Nederlanders, via een computer of laptop (7%), dan wel via tablet of mobiele telefoon (3%)" (Sonck en De Haan 2015).

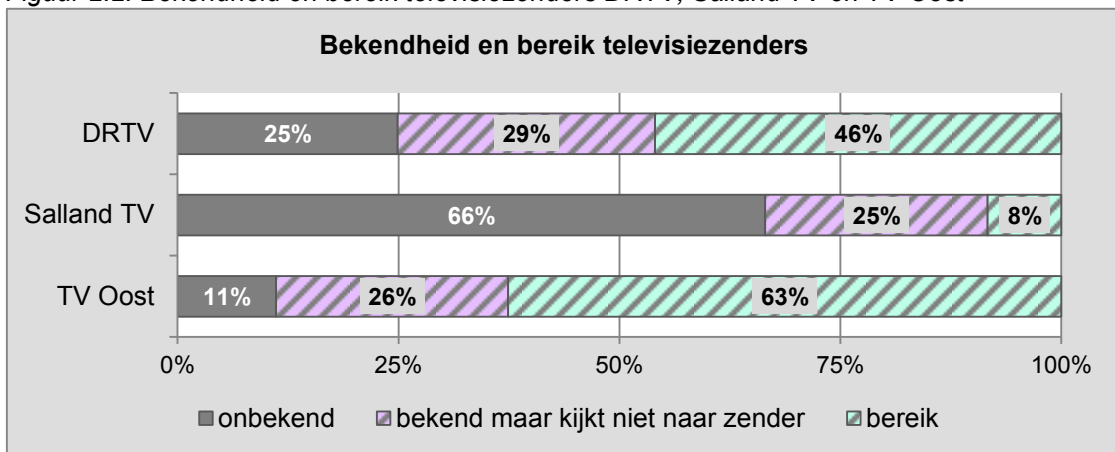
In dit hoofdstuk staat het kijken naar de omroepen centraal. We hebben in eerste instantie gevraagd in hoeverre de Deventenaar wel eens naar de televisie kijkt met daarbij de toevoeging dat kijken via internet ook meetelt. In totaal kijkt nagenoeg iedereen wel eens televisie (97%). Vervolgens hebben we gevraagd in hoeverre men bekend is met de lokale en regionale televisiezenders van de omroepen en of men daar wel eens naar kijkt. Dit komt in de volgende paragrafen aan de orde.



2.2 Bekendheid en bereik televisie

TV Oost is het meest bekend bij de Deventenaren; 89% kent de zender, blijkt uit figuur 2.2. DRTV is bij 75% bekend en Salland TV bij 34%. Ruim een kwart van de Deventer bevolking kent de omroepen wel, maar kijkt er niet naar. Het televisiebereik, dat wil zeggen het aandeel inwoners dat wel eens naar de omroep heeft gekeken, volgt hetzelfde patroon als het totale bereik van het vorige hoofdstuk. De televisiezender 'TV Oost' wordt het meest bekeken (63%), daarna volgt DRTV met een bereik van 46% en vervolgens Salland TV met 8%.

Figuur 2.2: Bekendheid en bereik televisiezenders DRTV, Salland TV en TV Oost

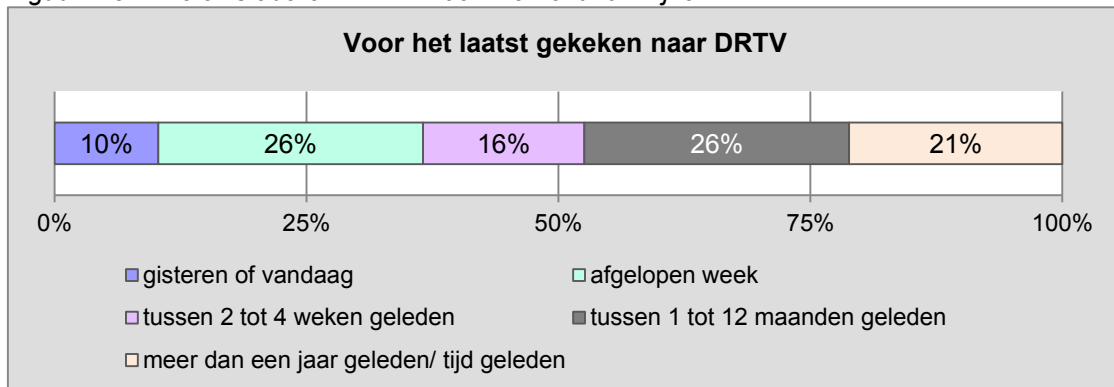


Ook uit landelijk onderzoek komt naar voren dat de regionale zenders (96%) bekender zijn dan de lokale omroepen (90%). De bekendheid van DRTV (75%) blijft wel enigszins achter bij het landelijke beeld. In totaal 36% van de Deventenaren heeft in het afgelopen jaar nog naar DRTV gekeken. Landelijk ligt het jaarbereik van de lokale zenders op 42%.

2.3 Televisiebereik DRTV nader bekeken

Uit figuur 2.3.1 komt naar voren dat 36% van de kijkers van DRTV 'recent' naar de omroep heeft gekeken. Dit houdt in dat men op het moment van enquêteren uiterlijk tot een week ervoor heeft gekeken naar de omroep. Voor de meerderheid van de kijkers is het meer dan een week geleden dat men naar de omroep heeft gekeken. Voor 21% is het zelfs een jaar of 'een hele tijd' geleden dat men naar DRTV heeft gekeken.

Figuur 2.3.1: Televisiebereik DRTV naar moment van kijken



Intensiteit

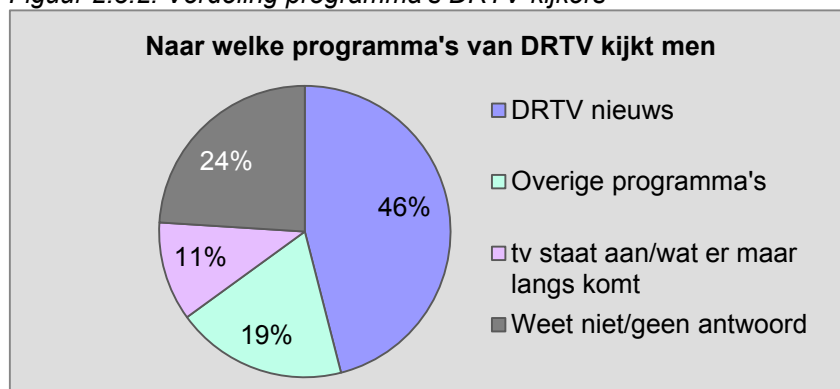
Daarnaast hebben we gevraagd hoeveel uur per week men naar de omroep kijkt. Een meerderheid van 63% gaf aan heel weinig of eens een enkele keer naar de omroep te kijken of het niet precies te weten hoeveel men kijkt. Een kwart kijkt één uur per week en een tiende deel twee tot acht uur per week. Een enkeling kijkt intensief, dat hebben we gedefinieerd als tenminste acht uur per week naar de omroep.

Bekeken programma's

Ook is onderzocht naar welke programma's wordt gekeken door te vragen naar de namen van de programma's. De respondenten konden daarbij meerdere programma's noemen. Het bleek dat niet iedereen de programma's bij naam kent (zie figuur 2.3.2). Daarnaast bestond ruim 10% van de antwoorden uit de opmerking dat men naar 'van alles' kijkt of kijkt naar wat er al zappend maar langs komt. Er is één programma dat wel duidelijk naar voren komt bij deze vraag. Het DRTV nieuws is bij 46% van alle antwoorden genoemd als programma waar men naar kijkt. De overige antwoorden hadden betrekking op andere programma's van DRTV. Daar sprong niet één programma uit; het ging telkens om één of enkele procenten.

Het lokale nieuws (60%) is ook landelijk het meest genoemde bekeken programma op de lokale televisiezender.

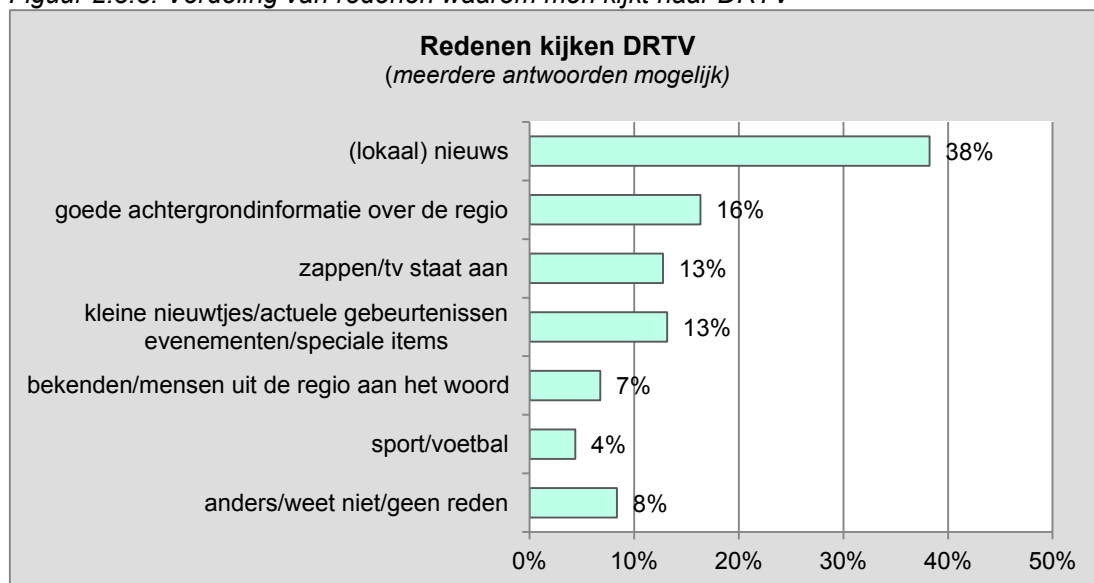
Figuur 2.3.2: Verdeling programma's DRTV-kijkers



Redenen voor wel en niet kijken naar DRTV

De meest genoemde belangrijkste reden om naar DRTV te kijken is het graag willen zien van het lokale nieuws, inclusief het weer en teletekst. Dit komt uit figuur 2.3.3 naar voren. Daarnaast verschaft de zender goede achtergrondinformatie over wat er speelt in de regio. Ook wordt er op DRTV afgestemd bij speciale actuele gebeurtenissen. Dit zijn allemaal nieuws gerelateerde redenen en vormen gezamenlijk bijna 70% van alle genoemde redenen. Dertien procent meldt als reden dat de televisie aan stond of dat men aan het zappen was.

Figuur 2.3.3: Verdeling van redenen waarom men kijkt naar DRTV



Ook landelijk is het lokale nieuws (47%) de meest genoemde reden om te kijken naar de lokale omroep.

Waardering: 6,9

De kijkers van DRTV geven de programmering gemiddeld een 6,9. De rapportcijfers lopen uiteen van een 5,0 tot 8,5. In totaal heeft 58% van de kijkers een beoordeling gegeven.

Landelijk wordt de lokale omroep gewaardeerd met gemiddeld een 7-.

Ook hebben we gevraagd wat de belangrijkste redenen zijn om niet te kijken naar DRTV. De meest genoemde reden is dat de programmering niet naar de smaak is. Men geeft bijvoorbeeld aan de programmering saai, niet interessant of niet leuk te vinden. Tien procent van de redenen had betrekking op geen ontvangst, het niet kunnen vinden van de tv-zender of het niet in het pakket hebben van de zender. De meerderheid van de respondenten die 'geen ontvangst/ niet in pakket' hebben genoemd, woont in het buitengebied van Deventer.

Figuur 2.3.4: Verdeling van redenen waarom men niet kijkt naar DRTV

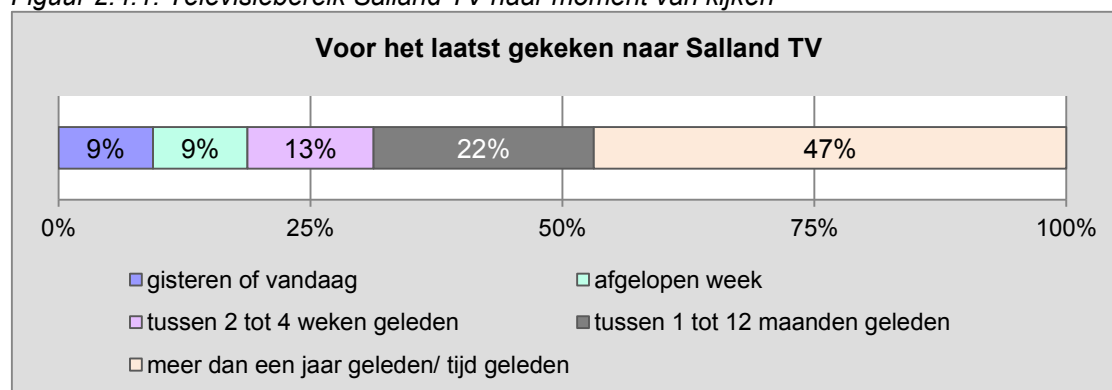


De programmering die niet aansluit op de smaak van de kijker is landelijk voor 27% van de mensen die niet kijken de meest genoemde reden om niet te kijken. Op enige afstand volgen 'het raadplegen van andere media' (18%) en 'geen interesse in lokale informatie' (15%) als redenen om niet te kijken.

2.4 Televisiebereik Salland TV nader bekeken

Zoals uit paragraaf 2.2 naar voren kwam kijkt 8% van de Deventenaren kijkt wel eens naar Salland TV. Van deze groep heeft 18% recent, dat wil zeggen op het moment van enquêteren tot uiterlijk een week ervoor naar de omroep gekeken. Voor bijna de helft (47%) is het minstens een jaar geleden of in ieder geval een tijd geleden dat er naar de omroep is gekeken

Figuur 2.4.1: Televisiebereik Salland TV naar moment van kijken



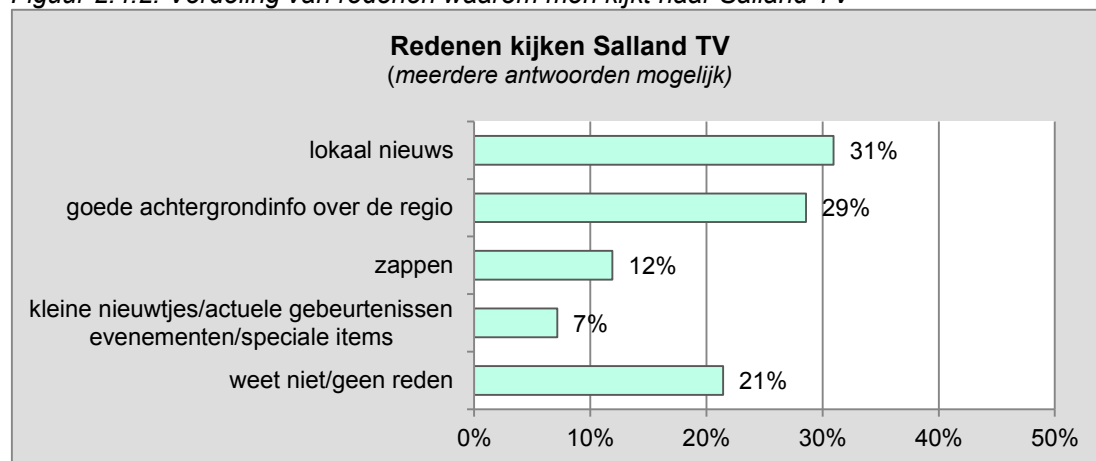
Intensiteit

Op de vraag hoeveel uur men kijkt naar de omroep, geven de meeste kijkers van Salland TV aan incidenteel of nauwelijks te kijken (73%). De rest kijkt één tot maximaal vier uur per week. Niemand kijkt intensief, dat wil zeggen meer dan acht uur in de week.

Redenen voor wel en niet kijken naar Salland TV

Salland TV brengt nieuws uit de regio door middel van tekst tv. Het is daarom niet verwonderlijk dat het op de hoogte blijven van het lokale en regionale nieuws, gebeurtenissen en achtergrondinformatie de belangrijkste redenen vormen om naar Salland TV te kijken. Daarnaast komt de kijker al zappend bij de omroep terecht. Ook weet een deel van 21% het niet verder te motiveren.

Figuur 2.4.2: Verdeling van redenen waarom men kijkt naar Salland TV

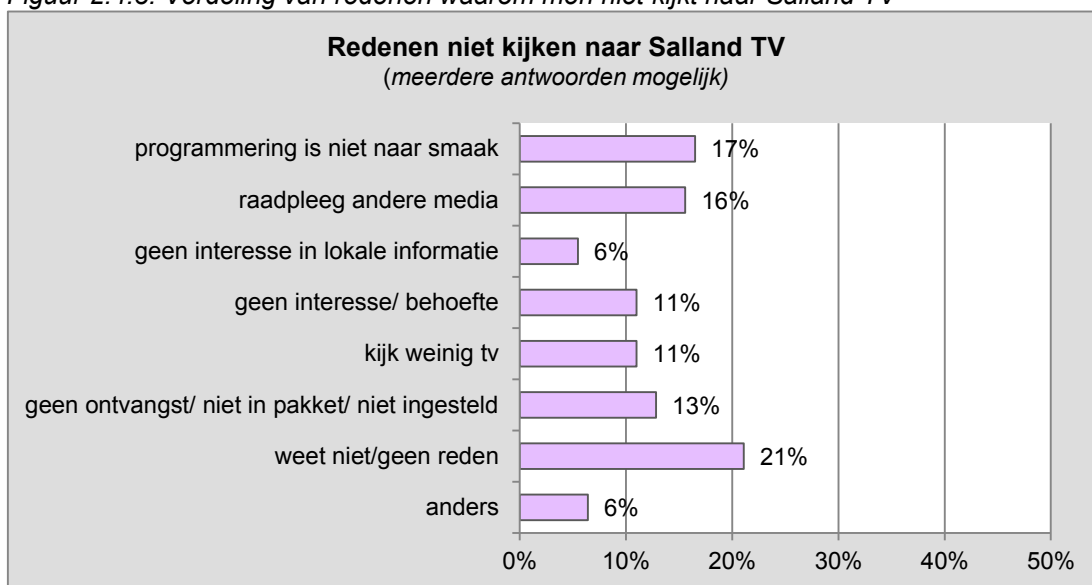


Waardering: 6,5

13 van de 32 kijkers hebben de omroep gewaardeerd met gemiddeld een 6,5. De cijfers liepen uiteen van een 3 tot een 8.

Uit de toelichtingen van de niet-kijkers blijkt dat 21% van de antwoorden betrekking hadden op de categorie 'weet niet/ geen mening'. Vervolgens had 17% van de antwoorden betrekking op het niet aantrekkelijk vinden van de programmering. Het raadplegen van andere media vormt de derde meest genoemde categorie van redenen om niet te kijken.

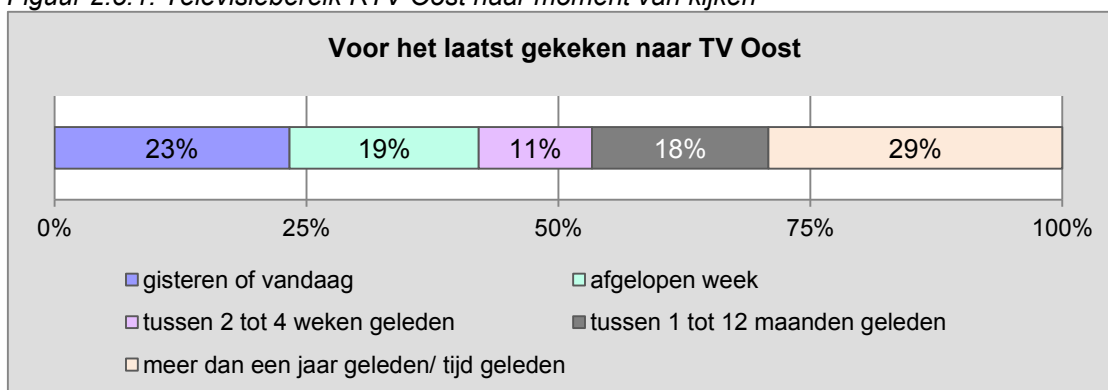
Figuur 2.4.3: Verdeling van redenen waarom men niet kijkt naar Salland TV



2.5 Televisiebereik TV Oost nader bekeken

Uit figuur 2.5.1. komt naar voren dat 42% van de kijkers recent naar TV Oost heeft gekeken. Deze groep heeft op het moment van enquêteren uiterlijk tot een week ervoor naar de omroep gekeken. Voor 30% is het echter al weer minstens een jaar geleden dat ze op de zender hebben afgestemd (zie figuur 2.5.1).

Figuur 2.5.1: Televisiebereik RTV Oost naar moment van kijken



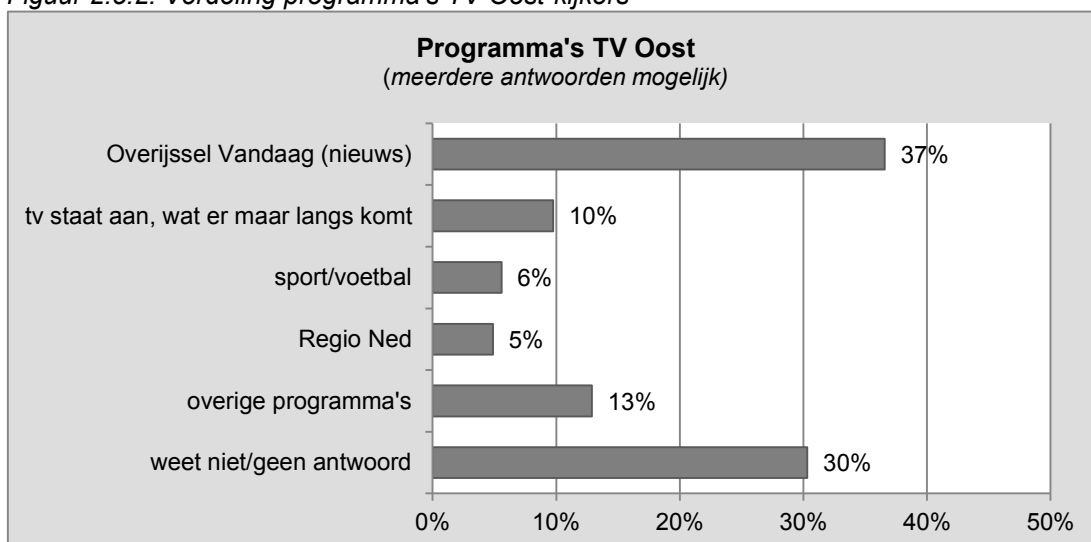
Intensiteit

Op de vraag hoeveel uur men naar de zender kijkt, geeft een meerderheid van ruim 60% aan nauwelijks of incidenteel naar TV Oost te kijken. Een derde deel van de kijkers kijkt tussen de één en zeven uur in de week. Vijf procent kijkt intensief, dat wil zeggen tenminste acht uur per week.

Bekeken programma's

Net als bij de vorige omroepen wordt op de tv-zender met name gekeken naar het nieuws (zie figuur 2.5.2). Daarnaast weet een substantiële groep geen programma's bij naam te noemen. Tien procent van de antwoorden had betrekking op het kijken naar 'van alles'; wat er maar langs komt op het moment dat de televisie aan staat. Een groep van 6% kijkt specifiek naar de sportprogramma's en 5% kijkt naar Regio Ned.

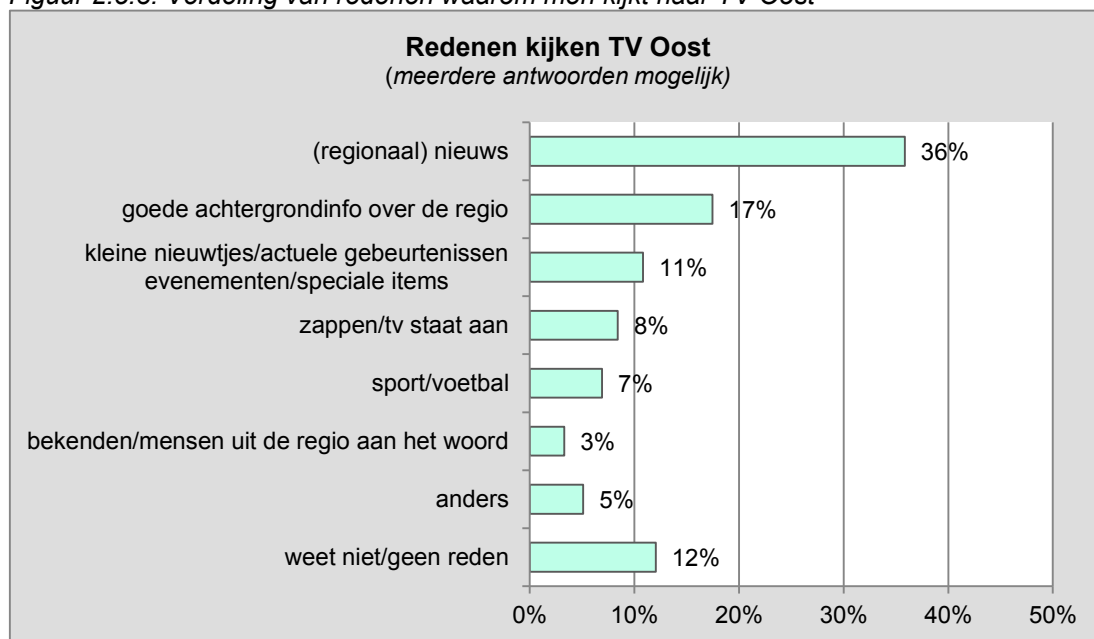
Figuur 2.5.2: Verdeling programma's TV Oost-kijkers



Redenen voor wel en niet kijken naar TV Oost

Op de vraag waarom men naar TV Oost kijkt, was het meest voorkomende antwoord vanwege het (regionale) nieuws. Alle nieuws gerelateerde antwoorden vormen gezamenlijk 64% van alle antwoorden. Wederom heeft een aanzienlijk deel van de antwoorden (12%) betrekking op het niet verder kunnen motiveren van de reden waarom ze naar de omroep kijken.

Figuur 2.5.3: Verdeling van redenen waarom men kijkt naar TV Oost



Waardering: 7,2

De programmering van de televisiezender TV Oost wordt gewaardeerd met een 7,2. De cijfers lopen uiteen van een 4 tot een 9. In totaal heeft 69% van de kijkers een rapportcijfer gegeven.

Uit figuur 2.5.4 op de volgende pagina blijkt dat net als bij DRTV, de antwoorden die betrekking hebben op een niet aantrekkelijke programmering, de grootste categorie vormen op de vraag waarom men niet kijkt naar TV Oost. Ook zien we dat de antwoordcategorie 'weet niet/ geen reden' een substantieel deel vormt van de antwoorden. Een vijfde deel kijkt niet naar de omroep omdat ze er geen interesse in of behoefte aan hebben. Het gaat dan om algemene interesse in de zender en interesse in lokale en regionale informatie.

Figuur 2.5.4: Verdeling van redenen waarom men niet kijkt naar TV Oost



3 Radio

3.1 'Luisteren'

'Luisteren' vormt na 'kijken' de tweede media-activiteit waar de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder gemiddeld de meeste mediatijd aan besteedt (Sonck en de Haan 2015).

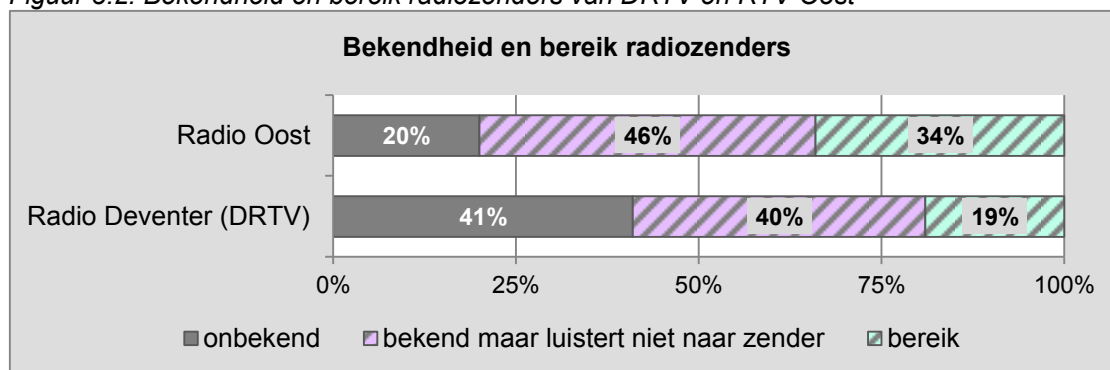
"Ook bij radiogebruik is het 'klassieke' luisteren favoriet. Van de Nederlanders luistert 55% op een gemiddelde dag lineair (op het moment van uitzending) en ruim de helft (51%) doet dat via klassieke luisterapparatuur (een vaste radio in huis of in de auto). Niet-lineair luisteren komt nauwelijks voor: nog geen 1% van de Nederlandse bevolking luistert op een gemiddelde dag uitgesteld naar radioprogramma's. Het luisteren naar eigen muziek (16%) krijgt meer tegenwicht van muziek luisteren via internet. Bijna 5% luistert bijvoorbeeld via streaming naar muziekdiensten zoals Spotify. Mobiele apparatuur (zoals iPod of mp3-speler, laptop, tablet of mobiele telefoon) wordt op een gemiddelde dag door 20% van de Nederlanders gebruikt om iets te beluisteren."

In dit hoofdstuk staat het luisteren naar de omroepen centraal. We hebben in eerste instantie gevraagd in hoeverre de Deventenaar wel eens naar de radio luistert. In totaal luistert 78% wel eens naar de radio. Vervolgens hebben we gevraagd in hoeverre men bekend is met en luistert naar Radio Deventer en Radio Oost, de radiostations van DRTV en RTV Oost. De omroep Salland TV beschikt niet over een radiostation. De resultaten staan vermeld in de volgende paragrafen.

3.2 Bekendheid en bereik radio

Radio Oost is bij 80% van de Deventenaren bekend en Radio Deventer bij 59% (zie figuur 3.2). Ook het bereik -het percentage Deventenaren dat naar de zender luistert- van Radio Oost is hoger is dan het bereik van Radio Deventer. Ook bij het totale bereik zagen we dat het bereik van RTV Oost groter was dan het bereik van DRTV.

Figuur 3.2: Bekendheid en bereik radiozenders van DRTV en RTV Oost

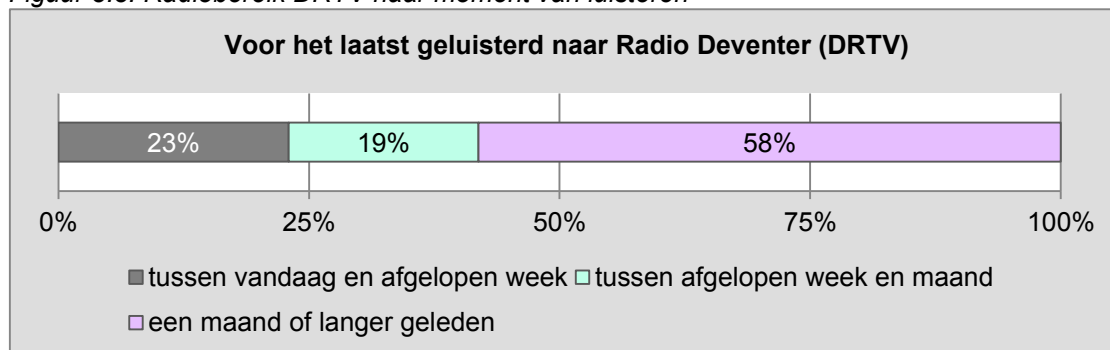


Landelijk is de lokale zender bij 86% van de Nederlanders bekend. Het jaarbereik van de lokale zender is 25%, het jaarbereik van Radio Deventer 10%. De regionale zender heeft een landelijke bekendheid van 91%. Het jaarbereik van de regionale radiozender is 32%, het jaarbereik van Radio Oost is 24% in Deventer.

3.3 Bereik Radio Deventer (DRTV) nader bekeken

In totaal heeft Radio Deventer een bereik van 19%, zoals naar voren kwam in figuur 3.2. Voor 23% van deze groep geldt dat ze recent hebben geluisterd. Deze luisteraars hebben op het moment van enquêteren tot uiterlijk een week daarvoor afgestemd op de omroep. Voor de meerderheid is het echter al weer langer geleden dat ze naar Radio Deventer hebben geluisterd (zie figuur 3.3).

Figuur 3.3: Radiobereik DRTV naar moment van luisteren



Intensiteit en beluisterde programma's

Op de vraag hoeveel uur men naar de radio luistert, geeft twee derde van de luisteraars aan incidenteel naar radio Deventer te luisteren. Een enkeling luistert intensief, dat wil zeggen meer dan 8 uur per week.

De meeste luisteraars kunnen niet de programma's benoemen waar ze naar luisteren. Ongeveer een derde geeft aan naar van alles te luisteren of wat er op het moment van luisteren maar langs komt. Daarnaast luistert men naar sport-, muziek- of nieuwsprogramma's.

Waardering: 6,9

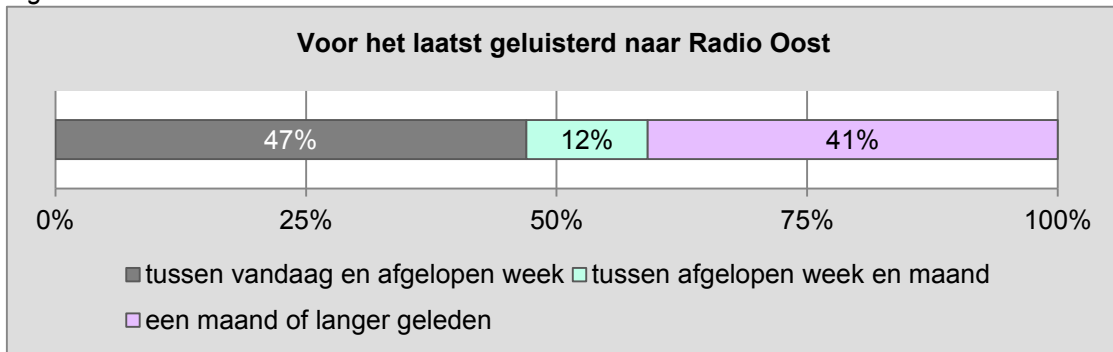
Van de luisteraars van Radio Deventer heeft 64% een rapportcijfer gegeven. De programmering wordt gemiddeld gewaardeerd met een 6,9. De beoordelingen liepen uiteen tussen een 3 en een 10.

De landelijke waardering voor de lokale radio wijkt met een 7 amper af van de waardering die Radio Deventer krijgt.

3.4 Bereik Radio Oost nader bekeken

Een derde deel van de Deventer bevolking heeft wel eens naar Radio Oost geluisterd. Van dit deel heeft de helft nog recent naar Radio Oost geluisterd. Voor 40% was het op het moment van enquêteren tenminste een maand geleden dat ze hebben geluisterd.

Figuur 3.4: Radiobereik RTV Oost naar moment van luisteren



Intensiteit en beluisterde programma's

De helft van de luisteraars geeft aan incidenteel naar Radio Oost te luisteren. Een derde luistert één tot acht uur per week. De groep intensieve luisteraars omvat 17%; deze groep luistert acht of meer uren per week naar de Radio Oost.

Net als bij Radio Deventer kunnen de meeste luisteraars niet de programma's benoemen waar ze naar luisteren. Ongeveer een derde geeft aan naar 'van alles' te luisteren en 40% gaf aan het niet te weten. Verder wordt het nieuws in het algemeen nog benoemd als het type programma waar men naar luistert.

Waardering: 7,2

De programmering van Radio Oost krijgt als gemiddeld rapportcijfer een 7,2. Van de luisteraars heeft 55% een beoordeling gegeven. Het laagst uitgedeelde rapportcijfer is een 5 en het hoogst een 9.

4 Website en social media

Internet

Tegenwoordig heeft bijna iedereen toegang tot internet. In 2013 had 97% van de Nederlandse bevolking toegang (Sonck en de Haan 2015). In dit onderzoek hebben we niet gevraagd naar toegang hebben tot internet, maar naar het gebruik van internet. Negen op de tien inwoners gaf aan gebruik te maken van het internet.

Online communiceren is de afgelopen jaren onder andere gestegen door onder een toenemend bezit van nieuwe media zoals smartphones en tablets. Vooral e-mail en social media zijn populair bij het online communiceren (Sonck en de Haan 2015). Uit dit onderzoek komt naar voren dat 62% van de Deventer bevolking gebruik maakt van social media.

In de volgende paragrafen wordt de mate van bekendheid, bereik en waardering van de websites besproken. Bij social media is alleen onderzocht of men de omroep wel eens volgt via social media.

4.1 Bekendheid en bereik websites

De bekendheid van de websites volgt hetzelfde patroon als de bekendheid van de televisie- en radiostations van de omroepen. De website van RTV Oost is het meest bekend, daarna volgt DRTV en vervolgens Salland TV. De meerderheid van de Deventenaren kent de websites niet. Het bereik van de website ligt lager dan het bereik van de televisie of radio. De website van RTV Oost wordt het meest bezocht (28% van de inwoners), daarna volgen DRTV (9%) en Salland TV (2%) (zie figuur 4.1).

Figuur 4.1: Bekendheid en bereik websites van DRTV, Salland TV en RTV Oost



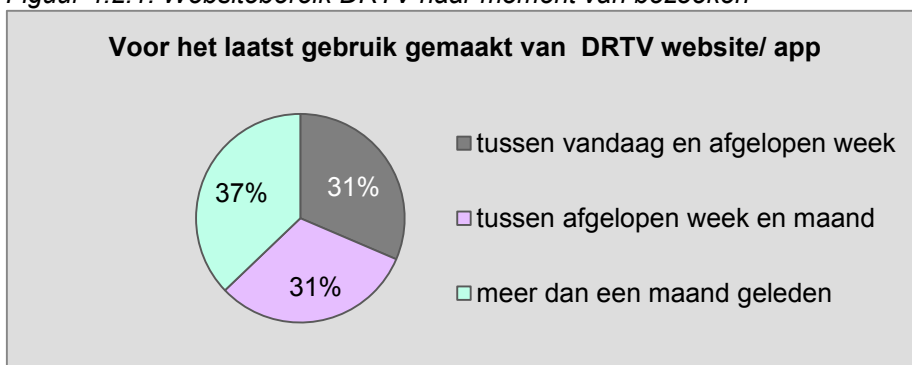
Landelijk is de website van de lokale omroep bij 32% van de mensen bekend. Het jaarbereik van deze websites is 27%, het jaarbereik van de website van DRTV komt uit op 8%.

4.2 Bereik website en social media DRTV nader bekeken

Naast een website is DRTV online te bereiken via de app van 'De lokale omroep'. In totaal kent 16% van de inwoners van Deventer de website en/ of de app. De website is bekender dan de app. Van de groep online bezoekers en volgers kent namelijk 65% de website, 5% de app en 31% beide.

Een derde deel van de bezoekers van de website en/ of app heeft deze nog recent bezocht, zo blijkt uit onderstaande figuur 4.2.1. Recent houdt in dat de bezoekers op het moment van enquêteren maximaal tot een week ervoor de website hebben bezocht. Voor de meerderheid was het echter langer geleden.

Figuur 4.2.1: Websitebereik DRTV naar moment van bezoeken



Waardering: 7,3

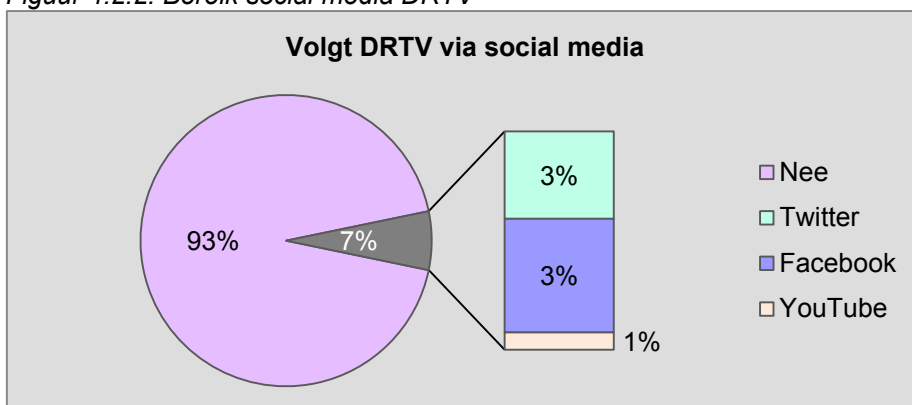
De Deventenaren die de website en/ of app gebruiken, beoordelen deze met een 7,3 als rapportcijfer. De cijfers variëren tussen de 6 en 8,5. In totaal hebben 22 personen een rapportcijfer gegeven.

Met een 7 als gemiddeld rapportcijfer, worden landelijk de websites van de lokale omroepen iets lager beoordeeld.

Social media

In totaal heeft 7% van de Deventenaren aangegeven DRTV wel eens te volgen via social media. Twitter en Facebook wordt daarbij vaker gevolgd dan YouTube, zoals blijkt uit onderstaande figuur 4.2.2.

Figuur 4.2.2: Bereik social media DRTV



4.3 Bereik website en social media Salland TV

Gezien het geringe bereik van de website van Salland TV en daardoor het lage steekproefaantal van zes bezoekers, is het helaas niet mogelijk om verdere resultaten te geven over het moment van bezoeken van de website en over de waardering voor de website. Het toeval zou dan een te grote rol kunnen gaan spelen.

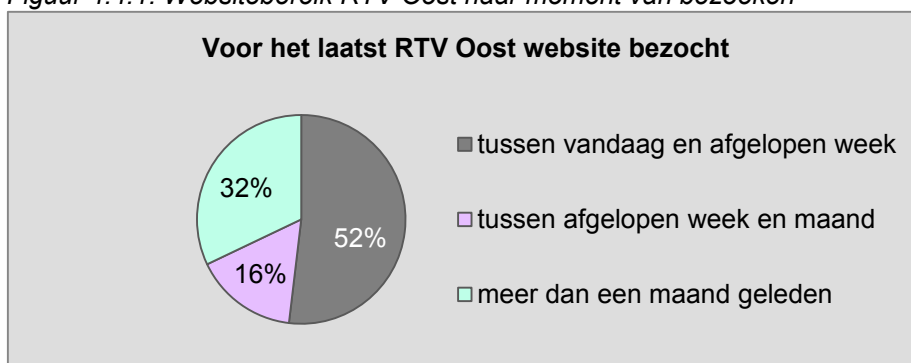
Social media

Twee personen in de steekproef hebben aangegeven Salland TV via social media te volgen.

4.4 Bereik website en social media RTV Oost nader bekeken

RTV Oost heeft net als DRTV naast een website ook een app. Per abuis is de bekendheid en het bereik van de app niet in dit onderzoek opgenomen. Uit figuur 4.4.1 komt naar voren net iets meer dan de helft van de websitebezoekers te omschrijven is als een recente bezoeker. Voor een minderheid van 16% is het een maand of langer geleden dat ze de website hebben bezocht.

Figuur 4.4.1: Websitebereik RTV Oost naar moment van bezoeken

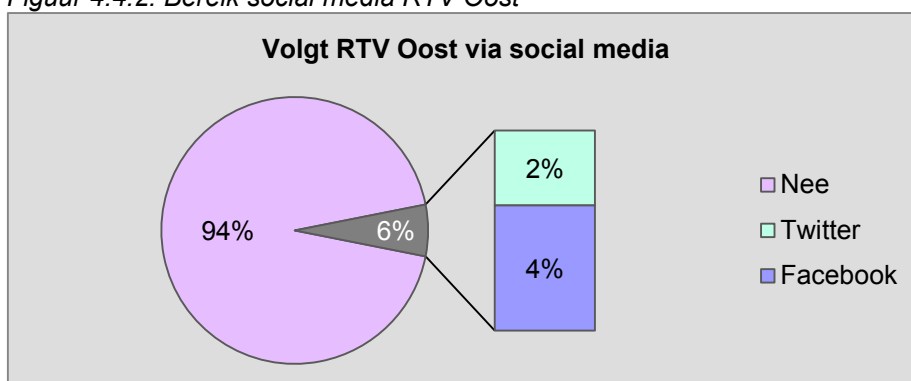


Waardering: 7,4

De website van TV Oost krijgt een 7,4 van de bezoekers. Het laagste cijfer is een 6 en het hoogste een 9. In totaal heeft 78% van de bezoekers een rapportcijfer gegeven.

Als we kijken naar het bereik van social media van RTV Oost, dan komt uit figuur 4.4.2 naar voren dat 6% wel eens RTV Oost via social media volgt. Men heeft daarbij aangegeven Twitter of Facebook te gebruiken.

Figuur 4.4.2: Bereik social media RTV Oost



Gebruikte bronnen

Sonck, N. en J. de Haan (SCP) (2015). [*Media: Tijd in beeld. Dagelijkse tijdsbesteding aan media en communicatie. Het culturele draagvlak, deel 14.*](#) Den Haag: SCP.

Laar, S. van en D. Pieterse (dvj insights) (2014). [*OLON onderzoek naar lokale media landelijk.*](#)

www.cvdm.nl

www.deventertv.nl

www.olon.nl

www.rtvooost.nl

www.sallandtv.nl



