

Samenvatting: De rol van de lokale omroep in Nederland

Inzicht in bereik en beleving van de lokale omroep in Nederland

Januari 2019

Onderzoek: DVJ insights in opdracht van de NLPO

Samenvatting door de NLPO (april 2019)

NLPO

Inleiding

De NPLO zoekt meer inzicht in het **bereik en de beweegredenen** van het gebruik van de lokale omroepen in Nederland. Wat is de **rol van de lokale omroep** in het leven van de Nederlander? Wat is de rol van de **nieuwsvoorziening** van de lokale omroep. **Hoe verhoudt dit zich tot andere lokale en landelijke media?**

In het door DVJ insights uitgevoerde onderzoek (oktober tot december 2018) lag de focus niet alleen op **kwantitatieve** bereikscijfers maar ook op **kwalitatieve elementen** waarmee de **beweegredenen** van het gebruik van diverse lokale (streek-)omroepen in kaart werden gebracht. Deze beweegredenen werden gemeten onder gebruikers van de omroep door middel van kwalitatieve technieken als storytelling en vrije associaties. Naast bereik en motieven is ook onderzoek gedaan naar het profiel van de lokale omroep gebruiker.

Er is onderzoek gedaan onder **6 omroepen** met een lokaal toereikend media-aanbod (LTMA) **verspreid over het land**. Binnen de 6 uitzendgebieden is er gewogen naar geslacht, leeftijd en gemeente. De totale steekproefgrootte bedroeg **1552 personen**, allen ouder dan 18 jaar.

In de sheets leest u de resultaten op hoofdlijnen. Wilt u graag aanvullende informatie dan kunt u contact opnemen met de NLPO.



GEBRUIK & BEREIK VAN DE LOKALE OMROEP
PROFIEL VAN DE LOKALE OMROEPGEBRUIKER
BEELD VAN DE LOKALE OMROEP
ROL VAN DE LOKALE OMROEP
CONCLUSIES



Gebruik lokale omroep

- Van de Nederlanders van 18 jaar en ouder heeft **34%** de afgelopen 7 dagen gebruik gemaakt van een lokale omroep in hun natuurlijke habitat. Dit kan de onderzochte omroep zijn, maar ook een nabijgelegen lokale omroep.
- De online platformen van deze lokale omroepen bereiken wekelijks 25% van de Nederlanders.
- De gemiddelde cijfers van de 6 onderzochte omroepen zijn:

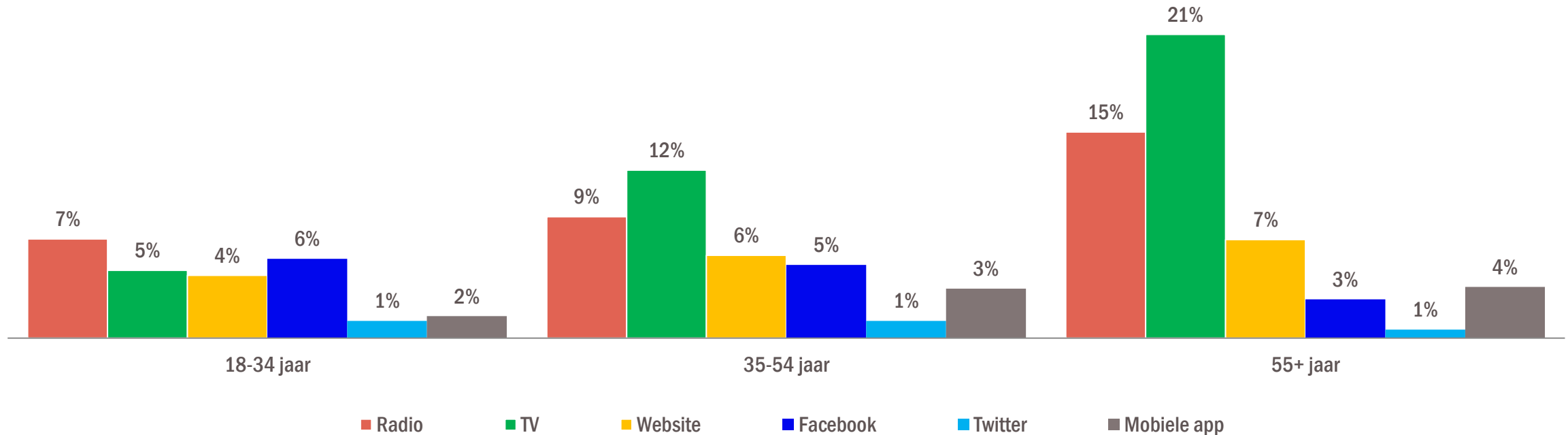
Medium	Jaarbereik	Week	Dagbereik
Overall	42%	25%	14%
Televisie	29%	15%	8%
Radio	24%	11%	6%
Website	12%	6%	3%

- De cijfers variëren per omroep. Een van de onderzochte lokale omroepen behaalt zelfs een weekbereik van 50%.
- Het verschil in weekbereik toont aan dat gebruikers niet alleen de lokale omroep van hun eigen gemeente gebruiken, maar er ook bewust voor kiezen om gebruik te maken van de lokale omroepen van nabijgelegen gemeenten. Hierdoor worden gebruikers ook geïnformeerd over gebeurtenissen en activiteiten van deze nabijgelegen gemeenten. Dit versterkt het beeld dat de natuurlijke habitat van Nederlanders vaak groter is dan alleen de eigen gemeente.

Gemiddeld bereik lokale omroepen naar leeftijd

- De website is het grootste online bereiksmiddeel voor alle onderzochte lokale omroepen.
- In de leeftijdscategorie 18-34 jaar is het online gebruik (totaal 13%) zelfs groter dan het totaal van radio- en televisiegebruik (12%).

GEAGGREGEERD WEEKBEREIK NAAR LEEFTIJD





GEBRUIK & BEREIK VAN DE LOKALE OMROEP
PROFIEL VAN DE LOKALE OMROEPGEBRUIKER
BEELD VAN DE LOKALE OMROEP
ROL VAN DE LOKALE OMROEP
CONCLUSIES

Profiel lokale omroep gebruiker

Gebruikers van de lokale omroep zijn over het algemeen ouder, overwegend mannen, lager opgeleid, kijken vaker televisie en luisteren vaker radio. Dit profiel is sterker voor gebruikers van meerdere lokale kanalen, behalve online.

	GEEN GEBRUIKER LOKALE OMROEP	LOKALE RADIO	LOKALE TV	LOKAAL ONLINE	LOKAAL RADIO & TV
GEMIDDELDE LEEFTIJD	49	57	58	52	60
GESLACHT					
MAN	47%	61%*	62%*	50%	66%*
VROUW	54%	40%*	38%*	50%	34%*
OPLEIDING					
Geen DIPLOMA/VMBO/LBO	20%	28%*	31%*	23%	35%*
HAVO/VWO/MBO/Propedeuse	53%	50%	44%	52%	47%
HBO/WO	27%	22%	25%*	26%	18%
GEBRUIK TV					
MINDER DAN 1 UUR PER DAG	16%	8%*	6%*	7%*	6%
1-3 UUR PER DAG	29%	29%	28%	33%	25%
MEER DAN 3 UUR PER DAG	56%	63%	66%*	59%	69%*
GEBRUIK RADIO					
MINDER DAN 1 UUR PER DAG	30%	17%*	26%	25%	19%*
1-3 UUR PER DAG	24%	23%	23%	26%	22%
MEER DAN 3 UUR PER DAG	46%	61%*	51%	50%	59%*

*significant verschil (95% betrouwbaarheid) t.o.v. 'geen gebruiker lokale omroep'. Een gebruiker heeft in de afgelopen 7 dagen gebruik gemaakt van een lokaal medium.

Motieven om de omroep te gebruiken

- De jongste doelgroep gebruikt de lokale omroep met name voor informatie over de sportactiviteiten in de buurt en omdat de inhoud in de streektaal is. Daarnaast speelt de mogelijkheid om te participeren (bijdragen/meedoen/reageren) een rol.
- Lokaal nieuws is het belangrijkste motief bij de oudere doelgroep. Daarbij gaat de interesse met name uit naar lokale gebeurtenissen en politiek.

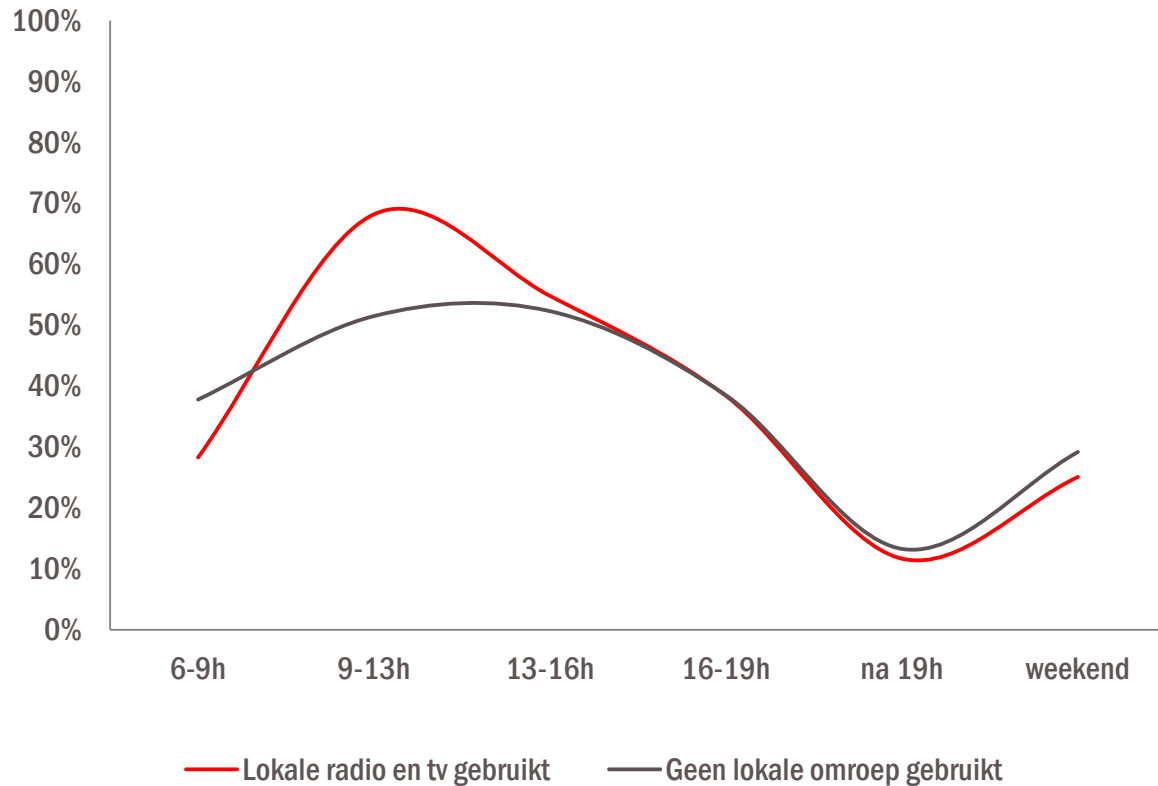
	18-34 JAAR	35-54 JAAR	55+ JAAR
prettige muziekmix		++	+
voorziet mij van landelijk nieuws			
voorziet mij van nieuws uit mijn regio		++	
informeert mij over wat er te doen is in mijn regio		+++	+++
informeert mij over sportactiviteiten in mijn regio	+++		
informeert mij over de lokale politiek		++	+++
voorziet mij van achtergronden bij het nieuws			
gebruik ik uit gewoonte	++	++	
gebruik ik omdat de inhoud in mijn (streek)taal is	+++		
voorziet mij van relevante reclame		--	
gebruik ik om aansluiting te vinden/ omdat het bij me past	++		
gebruik ik omdat zelf kan bijdragen/meedoen/reageren	++		

**Significant (95% betrouwbaarheid) gebaseerd op een logistische regressie-analyse op gebruik van de lokale omroep in de afgelopen 7 dagen*
+= $\beta < 0.2$ | ++= $\beta = 0.2-0.4$ | +++= $\beta > 0.4$

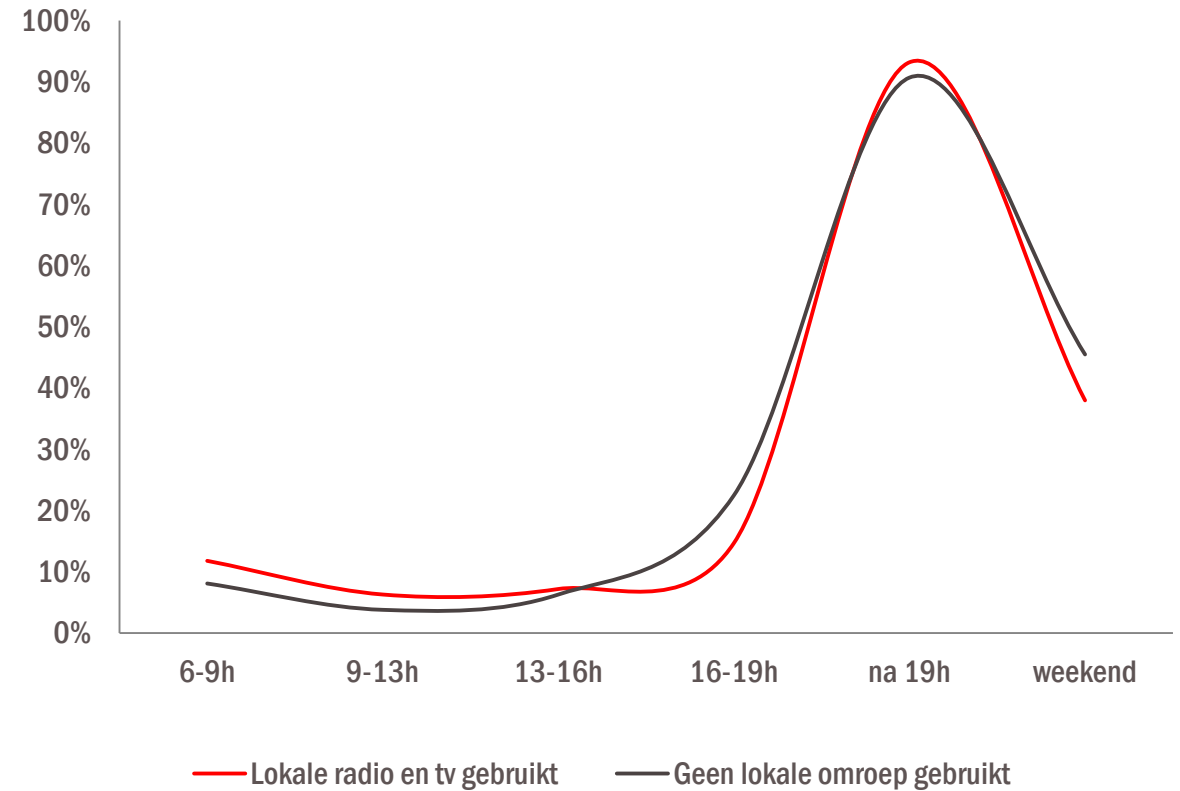
Kijk- en luistermomenten: gebruikers lokale omroep versus niet-gebruikers

- Luisteraars van de lokale omroep luisteren doordeweeks tussen 9 en 13 uur gemiddeld vaker naar de radio dan niet-gebruikers.
- Voor televisie liggen de kijkmomenten min of meer gelijk.

WANNEER LUISTERT U MEESTAL RADIO?



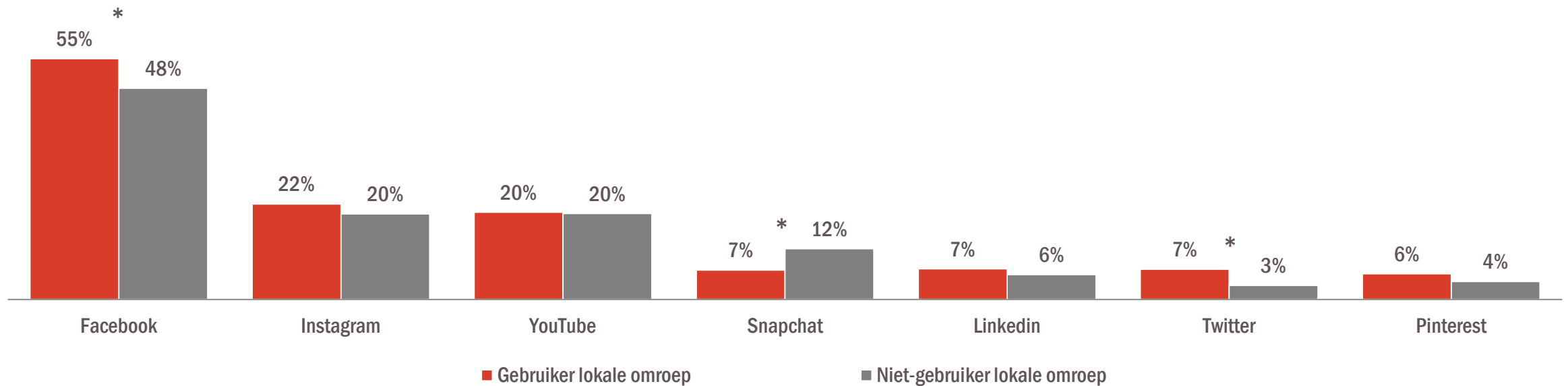
WANNEER KIJKT U MEESTAL TELEVISIE?



Social media gebruik: gebruikers versus niet-gebruikers

- Gebruikers van de lokale omroep gebruiken vaker Facebook en Twitter dan niet-gebruikers.
- Het onder jongeren populaire Snapchat wordt minder gebruikt.

DAGELIJKS GEBRUIK VAN SOCIAL MEDIAKANALEN



*Hoe vaak heeft u de volgende platforms in de afgelopen maand gebruikt? – Dagelijks of meerdere keren per dag

RICOH
100% ECO-POWERED BILLBOARD
COPY • SCAN • SOLUTIONS
ricoh-eco.com

Y!

TEN SECOND-RATE
SUPERHEROES.

text 2UP

THOMSON REUTERS

Walgreens Walgreens Walgreens

macys

GE

THAT'S

LG

dvj insights

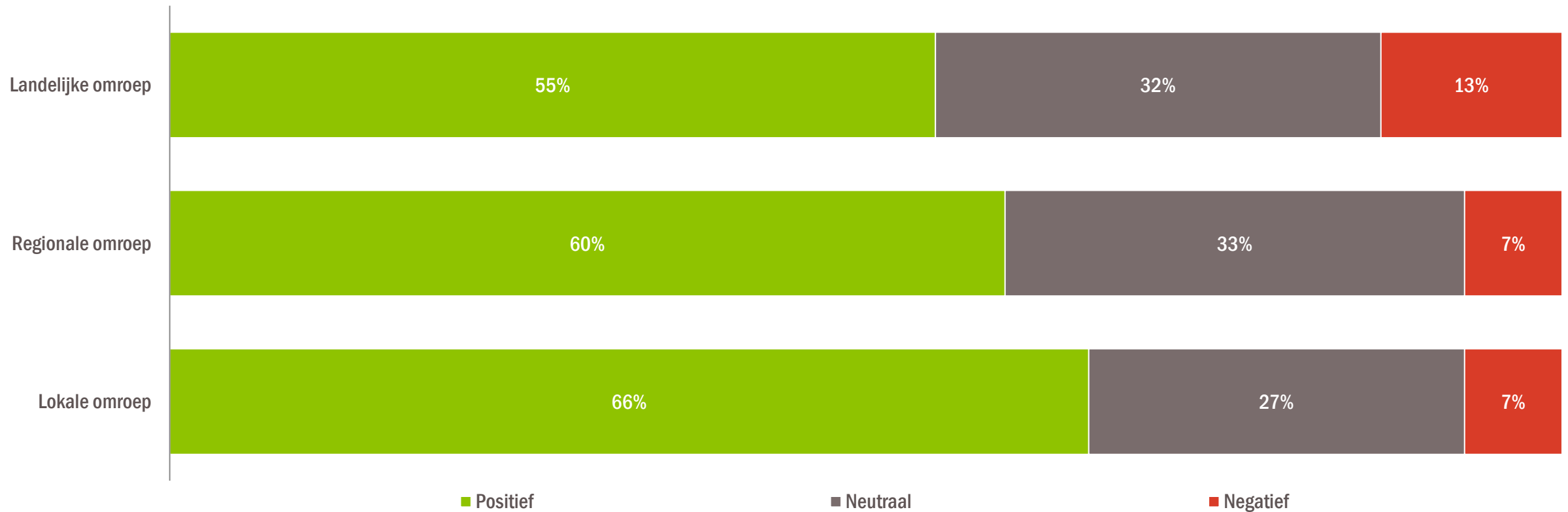
All you need to grow!

GEBRUIK & BEREIK VAN DE LOKALE OMROEP
PROFIEL VAN DE LOKALE OMROEPGEBRUIKER
BEELD VAN DE LOKALE OMROEP
ROL VAN DE LOKALE OMROEP
CONCLUSIES



Associaties per type omroep

Het beeld dat gebruikers hebben van landelijke, regionale en lokale omroepen is onderzocht aan de hand van vrije associaties. Geënquêteerden mochten tien associaties bij iedere soort omroep noemen en deze typeren als positief, neutraal of negatief. Hieruit blijkt dat mediaconsument significant **meer positieve associaties hebben bij de lokale omroep** (t.o.v. regionaal & landelijk).



Associaties per type omroep

Bij alle omroepen denkt men voornamelijk aan **nieuws**, aangepast aan grootte van het uitzendgebied.

LOKALE OMROEP



Waar denkt u aan bij de lokale omroep?

REGIONALE OMROEP



Waar denkt u aan de regionale omroep?

LANDELIJKE OMROEP



Waar denkt u aan bij de landelijke omroep?

Associaties per type omroep - exclusief 'nieuws'

Wanneer 'nieuws' uit de associaties wordt gehaald dan worden de verschillen op het gebied van betrokkenheid en nabijheid duidelijker.

LOKALE OMROEP



REGIONALE OMROEP



LANDELIJKE OMROEP



Waar denkt u aan bij de lokale omroep?

Waar denkt u aan de regionale omroep?

Waar denkt u aan bij de landelijke omroep?

De **lokaliteit van het nieuws** is de belangrijkste positieve associatie bij de lokale omroep. Het geringe aantal negatieve associaties die aan de lokale omroep kleven zijn met name de herhalingen en het ervaren amateurisme. Opvallend is dat de regionale omroepen RTV Noord en Omroep Brabant ook met de lokale omroep worden geassocieerd.

beperkt interessant
 amateur
 oudbollig
 hobbyisten
 nieuws
 herhalingen
 dialect
 klein beetje knoeitig
 slecht
 aan niets
 veel gepraat
 amateurs
 accent
 amateuristisch
 niet interessant
 bejette suf
 ouderwets
 knullig
 gekrompen
 niks experimenteels of unieks.
 voor ouderen
 alsmaar herhaal
 ideaal
 houd ik niet van
 niks amateuristische
 ongelukken
 veel geleuter
 geldverspilling
 beetje kleingeestig
 altijd de zelfde gezichten aan tafel
 oude mensen
 onprofessioneel
 oninteressant
 veel herhalingen
 altijd dezelfde mensen in beeld
 alleen wat ze zelf relevant vinden
 andere kernen bestaan niet
 weet ik niet
 voor kleine groep
 beetje knoeitig af en toe
 omdat de jeugd niet om input wordt gevraagd.

Associaties bij de regionale omroep

OVERALL ASSOCIATIES

POSITIEVE ASSOCIATIES (60%)

NEGATIEVE ASSOCIATIES (7%)

Associaties bij de landelijke omroep

De landelijke omroep wordt positief geassocieerd met nationaal nieuws. Het aantal negatieve associaties is echter beduidend groter (13%) dan bij lokaal en regionaal (beiden 7%). Reclame, politiek, saai en afstandelijk worden daarbij vaak genoemd.

OVERALL ASSOCIATIES



POSITIEVE ASSOCIATIES (55%)



NEGATIEVE ASSOCIATIES (13%)



Associaties bij de lokale omroep: gebruikers versus niet-gebruikers

Gebruikers van de lokale omroep associëren de lokale omroep net als niet-gebruikers hoofdzakelijk met **nieuws**, maar daarnaast in meerdere mate ook met **emotionele aspecten** als **dichtbij**, **gezellig**, **betrokken**, **herkenbaar** en **vertrouwd**.

GEBRUIKERS: POSITIEVE ASSOCIATIES (79%)



NIET-GEBRUIKERS: POSITIEVE ASSOCIATIES (64%)



GEBRUIKERS: NEGATIEVE ASSOCIATIES (5%)



NIET-GEBRUIKERS: NEGATIEVE ASSOCIATIES (10%)



RICOH
100% ECO-POWERED BILLBOARD
COPY • SCAN • SOLUTIONS
ricoh-eco.com

Y!

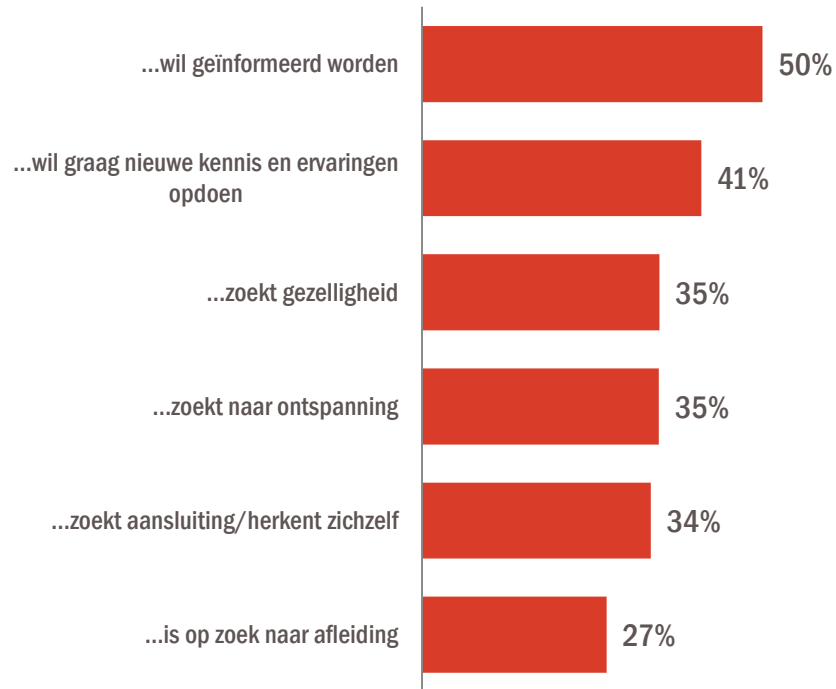
TEN SECOND-RATE
SUPERHEROES.

GEBRUIK & BEREIK VAN DE LOKALE OMROEP
PROFIEL VAN DE LOKALE OMROEPGEBRUIKER
BEELD VAN DE LOKALE OMROEP
ROL VAN DE LOKALE OMROEP
CONCLUSIES



Storytelling

Geënquêteerden werden gevraagd om hun ervaringen met het gebruik van een lokale omroep op te schrijven in een verhaal of anekdote. Daarna werd gevraagd om te omschrijven welk doel/gevoel de persoon in het verhaal heeft met het gebruik van een lokale omroep. Uit deze omschrijving blijkt dat de informatiebehoefte groot is. Men wil zowel geïnformeerd worden als nieuwe kennis en ervaringen opdoen.



Uit de verhalen komen onder meer de volgende quotes:

Gebruikers over de lokale omroep

*“Naar de lokale nieuwsmedia luisteren of kijken vind ik eigen. **Hier ben ik geboren en woon ik.** Wat er in andere gebieden gebeurt interesseert mij niet zo veel. De problemen zijn in de provincie Groningen al groot genoeg.”*

Vrouw, 63 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*Ik vind lokale omroepen belangrijk. Daar hoor je veel over je leefomgeving en belangrijke gebeurtenissen. Ik zelf kom uit stad Groningen maar vind het leuk om uit **de gemeenten om ons heen** te weten wat daar leeft, vooral over de gaswinning.”*

Vrouw, 59 jaar, geen lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“Ik heb het dan met vriendinnen over wat in de regio speelt. Bijvoorbeeld wanneer er iemand wordt vermist, er een ongeluk plaatsvindt of er iets in de gemeenteraad gebeurt, zoals nu een nieuwe burgemeester. Verder spreek ik dan af om naar ‘Kom in de kas’ te gaan en ook dit jaar naar ‘Dwars door de kas’. Omdat het leuk is om in ‘de warenhuizen’ te kijken wat er geteeld wordt. **Westland is belangrijk voor ons.**”*

Vrouw, 69 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“Lokale media gebruik ik vrijwel alleen om op de hoogte te blijven over de lokale politiek, en af en toe luister ik een radioverslag van VVV-Venlo. De **interesse voor lokale politiek** is ontstaan door het met twee vrienden organiseren van een debat in Venlo in aantocht naar de lokale verkiezingen. We hebben hiervoor ook contact gehouden met Omroep Venlo. **Door dit contact ben ik er achter gekomen dat de lokale media beter te vertrouwen zijn** dan ik had verwacht. Ik heb nu meer vertrouwen in het niveau van de stukken en gebruik ze ook graag om up-to-date te blijven.”*

Man, 19 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week



Gebruikers over de lokale omroep (vervolg)

*“Lokale omroep Venlo heeft, uiteraard, veel aandacht aan de plaatselijke festiviteiten. Nu is dat weer aan de orde met voor de deur de 11 van de 11 ofwel het **begin van het carnavalsseizoen**, maar ook de feesten rond **Sint Maarten**.”*

Man, 77 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“De tijd van het jaar dat we het meest lokale omroep kijken is rondom de **vastelaovend**, om te bekijken waar we die dag geweest zijn, onszelf voorbij te zien komen.”*

Vrouw, 32 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

“Soms is het fijn om iets uit je eigen regio te zien en te bekijken. Vooral als het je eigen man is die op de tv komt.”

Vrouw, 41 jaar, geen lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“Kijk alleen naar de **marathon in Eindhoven** en naar de **carnavalsoptocht**. Lekker rustig thuis want in de stad is het dan veel te druk.”*

Vrouw, 68 jaar, geen lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“Er wordt **positief nieuws uit de regio** gebracht. De omroep laat de vrijwilligers van verenigingen zien, zorgt dat er aandacht komt voor uitbreiding van vrijwilligers. Dit zorgt voor meer betrokkenheid van de burgers in de gemeente!”*

Vrouw, 44 jaar, geen lokale omroep gebruikt in de afgelopen week



Lokale media: persoonlijk & dichtbij

*“Enige tijd geleden vond er vlak bij mijn huis in Oss een tragisch ongeval plaats met een trein waarbij 4 kinderen om het leven kwamen. Ik heb toen veel naar DTV en Omroep Brabant gekeken, omdat zij **meer actueel nieuws naar buiten brachten dan de landelijke omroepen en een meer algemeen beeld gaven. Meer persoonlijk en meer betrokken dan de landelijke media.**”*

Vrouw, 48 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“Ik gebruik de media van de lokale omroepen om op de hoogte te zijn van **relevant lokaal nieuws, evenementen en het weer. Daarnaast biedt het ook amusement door het berichten over klein leed, of over grappige lokale weetjes.**”*

Vrouw, 35 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“**Lokale media gaat over dichtbij. Landelijke media filteren gigantisch en het meeste gaat over de politiek of is nepnieuws.**”*

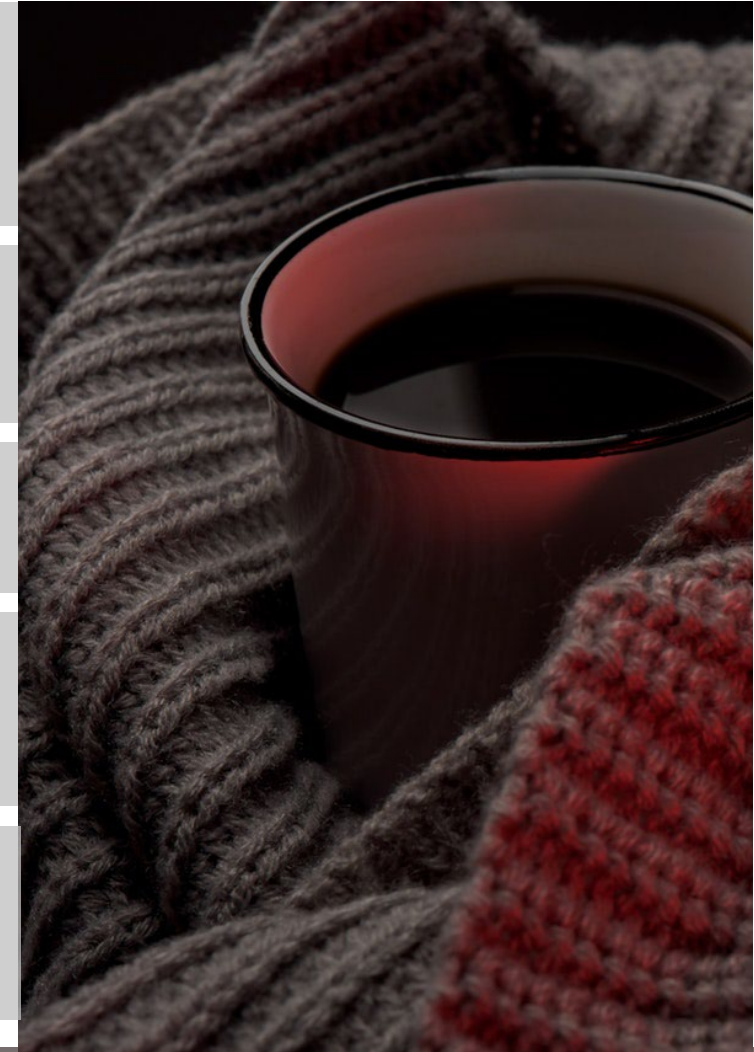
Vrouw, 30 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“Het nieuws dat er een auto in het water was gereden (zonder ernstige gevolgen). Dat vond ik bijzonder omdat ik **zelf had gezien dat ze hem eruit aan het takelen waren.**”*

Vrouw, 47 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

*“Het volgen van de lokale media geeft me een warm gevoel, **de onderwerpen liggen dicht bij mij, sommige mensen ken ik en de plekken waarover ze uitzenden daar heb ik herinneringen liggen, soms heb ik er ook direct belang bij**”*

Vrouw, 42 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week



Lokale media: objectiviteit van nieuws

“Regionale media lijken meer nieuws te bieden dan landelijke media. Vooral omdat de landelijke media halve verhalen vertelt, en allen uit een links standpunt. Bij regionale media maakt een links standpunt niet veel uit, maar wordt wel het hele verhaal verteld.”

Man, 29 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

“De regionale omroepen vertellen een verhaal uit mijn omgeving, waardoor ik hier vaak meer in geïnteresseerd ben. Het raakt je eerder dan het landelijke nieuws. Ook vertellen de regionale omroepen vaak een completer verhaal dan de landelijke omroepen. Regionaal nieuws bespreek ik ook vaker met vrienden/ collega's.”

Man, 20 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

“Ik kijk/luister naar de lokale media omdat ik op de hoogte wil worden gehouden over het nieuws in de regio. mijn ervaring is dat de lokale media objectiever het nieuws brengen dan de landelijke media die meer links georiënteerd zijn.”

Man, 63 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week

“Ik ben blij dat we in het Westland wonen en via de wos naar de intochten van de Sint kunnen kijken. De landelijke media hitsen de kijkers alleen maar op met hun voor en tegenstanders van Zwarte Piet. Het is toch te zot voor woorden dat Mark Rutte tijdens het journaal oproept om de intocht van de Sint niet te mijden en in datzelfde journaal een moeder met een kind in een buggy en een kleuter er naast, zegt dat ze absoluut niet naar de intocht gaat omdat ze haar kinderen niet wil confronteren met mogelijk geweld en veel politie.”

Vrouw, 69 jaar, lokale omroep gebruikt in de afgelopen week



GEBRUIK & BEREIK VAN DE LOKALE OMROEP
PROFIEL VAN DE LOKALE OMROEPGEBRUIKER
BEELD VAN DE LOKALE OMROEP
ROL VAN DE LOKALE OMROEP
CONCLUSIES



EEN DERDE VAN DE NEDERLANDERS WORDT WEKELIJKS BEREIKT DOOR EEN LOKALE OMROEP

- Per regio zien we hierin aanzienlijke verschillen. De plek van de regionale omroep speelt daarin een rol;
- **TV is het meest dominant** en de gebruikers van de lokale omroep zijn vaker man, ouder en lager opgeleid;
- **Wekelijks wordt 25%** van de Nederlanders **online bereikt** door een lokale omroep;
- De behoefte aan **informatie** is de grootste drijfveer om de lokale omroep te gebruiken. Er is echter ook een **emotionele** behoefte: ontspanning en gezelligheid speelt ook een belangrijke rol;
- De jongste doelgroep gebruikt de lokale omroep met name voor **informatie over de sportactiviteiten** in de buurt en omdat de inhoud in de **streektaal** is. Daarnaast speelt de mogelijkheid om te **participeren** (bijdragen/meedoen/reageren) een rol;

Bij de oudere doelgroep speelt **lokaal nieuws de belangrijkste rol**. Daarbij gaat de interesse met name uit naar lokale gebeurtenissen en politiek;

- Gebruikers maken niet alleen gebruik van de lokale omroep uit hun gemeente, maar ook van **nabijgelegen lokale omroepen**;
- Gebruikers van de lokale omroep gebruiken **vaker Facebook en Twitter** dan niet-gebruikers.



HET BEELD VAN DE LOKALE OMROEP IS POSITIEVER DAN DAT VAN EEN LANDELIJKE OMROEP

- De lokale omroep heeft **meer positieve** en minder negatieve associaties dan de landelijke omroep. Met name **‘dichtbij en betrokken’** en **‘herkenbaarheid’** zijn associaties die aan de lokale omroep kleven.



DE ROL VAN DE LOKALE OMROEP TEN OPZICHTE VAN EEN LANDELIJKE OMROEP

Uit storytelling blijkt:

- Berichtgeving vanuit de **lokale omroep** wordt als **objectiever** ervaren dan de **landelijk omroep**;
- **Lokale** berichtgeving is **minder sensatiebelust**;
- de **minder ernstige** en **meer positieve** toon dan landelijke media **geven mensen een goed gevoel**.



www.dvj-insights.com | info@dvj-insights.com | +31 (0)88 2345 700

DVJ Insights | Herculesplein 36 | 3584 AA Utrecht | The Netherlands