

Omroep Organisatie Groningen 2023

Een Groningen Gehoord inwonerspanel onderzoek



OIS Groningen
Oktober 2023

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Inleiding	3
1.1 Aanleiding van het onderzoek	3
1.2 Opzet van het onderzoek	3
1.3 Achtergrondkenmerken	4
Hoofdstuk 2 Resultaten	6
2.1 OOG TV	6
2.2 OOG Radio	10
2.3 OOG op social media	12
Colofon	19

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Aanleiding van het onderzoek

Sinds 2010 is de gemeente Groningen verantwoordelijk voor de bekostiging van de lokale Omroep Organisatie Groningen (OOG). De gemeente Groningen heeft in 2016, 2017, 2019, 2021 en in 2023 Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen (OIS) gevraagd een waarderingsonderzoek naar OOG uit te voeren.

Doel van het onderzoek

De opdrachtgever wil graag meer inzicht betreffende de bekendheid en waardering van OOG via verschillende media kanalen onder de inwoners van de gemeente Groningen. Kennen inwoners van de gemeente Groningen OOG? In hoeverre zijn ze tevreden over OOG? Wat missen ze bij OOG? Op een aantal punten vergelijken we met eerdere jaren, zodat we kunnen zien in hoeverre het kijk- en luistergedrag en de tevredenheid eventueel verandert.

1.2 Opzet van het onderzoek

We hebben de vragenlijst voorgelegd aan het Inwonerspanel 'Groningen Gehoord'. Dit panel bestaat uit een groep inwoners van de gemeente Groningen die hun mailadres hebben gegeven en mee willen werken aan internetonderzoeken van OIS Groningen. Vanaf januari 2019 bestaat ons panel, door de samenvoeging, ook uit inwoners van de voormalige gemeenten Haren en Ten Boer. In de vragenlijst hebben we naast gesloten ook open vragen gesteld. Alle antwoorden op de open vragen zijn in een apart document aan de opdrachtgever verstrekt. In de rapportage komen de belangrijkste punten hieruit terug. De vragenlijst werd in de laatste week van juni 2023 uitgestuurd naar alle panelleden en stond twee weken open voor respons.

Groningen Gehoord

Met meer dan 11.000 leden, in alle leeftijdsgroepen vanaf 18 jaar en ouder, geeft het inwonerspanel een adequaat beeld van de mening van inwoners van de gemeente. Wel moet worden opgemerkt dat voor het inwonerspanel geen aselechte steekproef van alle inwoners is getrokken. Elke inwoner kan lid worden van het inwonerspanel. Het gevolg is dat sommige groepen inwoners zijn oververtegenwoordigd en andere ondervertegenwoordigd. Dit neemt niet weg dat het inwonerspanel een zeer bruikbaar instrument is om in korte tijd de mening van een aanzienlijke groep inwoners van de gemeente Groningen te peilen.

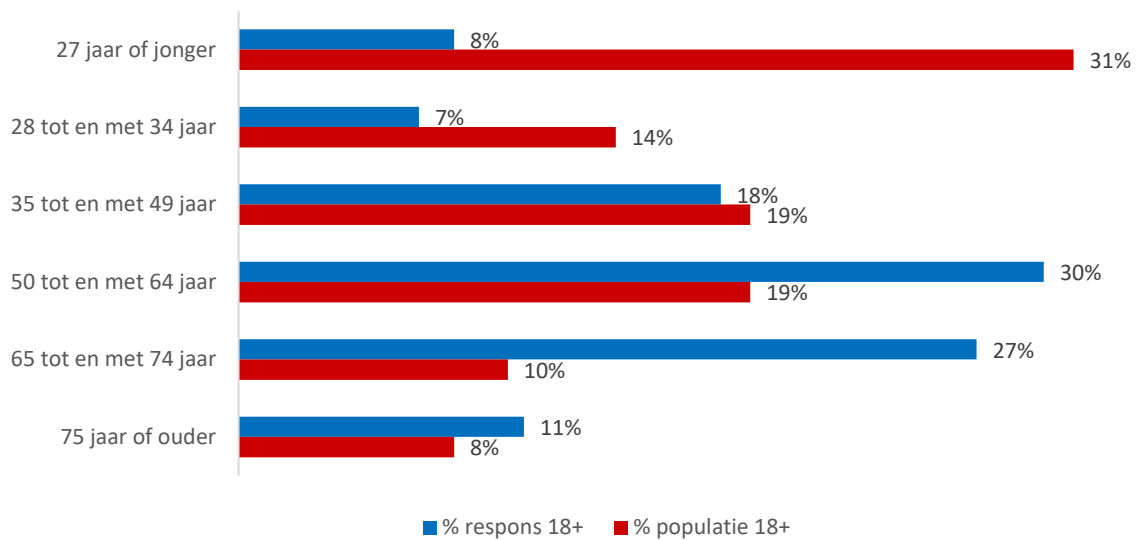
1.3 Achtergrondkenmerken

De vragenlijst is (deels) ingevuld door 4.116 panelleden. De totale respons ligt daarmee op 37%. Niet elke vraag is door alle respondenten ingevuld, waardoor de respons per vraag kan verschillen.

Leeftijd

Figuur 1 toont de leeftijdsverdeling van de respondenten vanaf 18 jaar en ouder in vergelijking met de werkelijke verdeling binnen de gemeente. In de respons is een ondervertegenwoordiging van jongeren en een oververtegenwoordiging van ouderen te zien. Om die reden wordt er in deze rapportage regelmatig een opsplitsing gemaakt naar de verschillende leeftijdsgroepen.

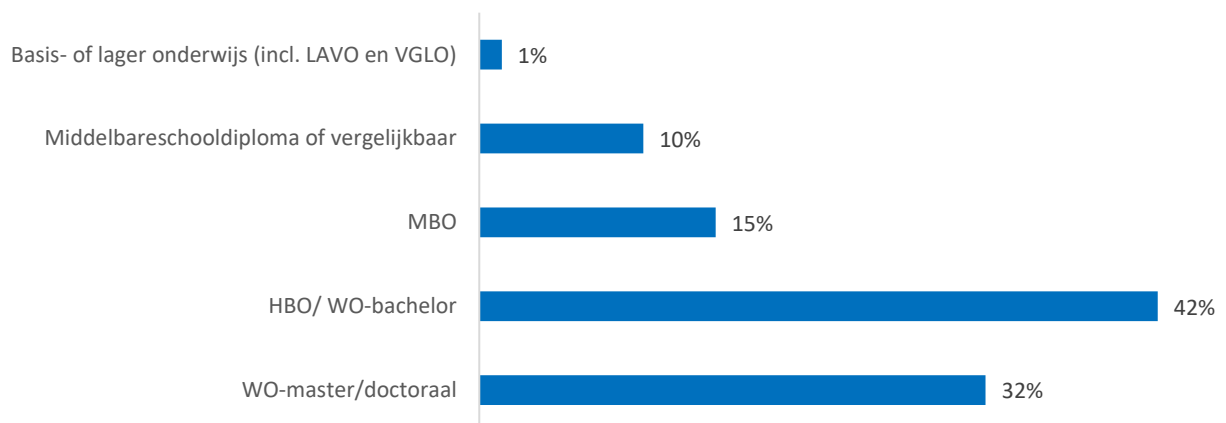
Figuur 1: Leeftijdsverdeling respons ten opzichte van de 18+ populatie in de gemeente Groningen (n=3823)



Opleidingsniveau

Figuur 2 toont de verdeling van respondenten naar hoogst afgeronde opleidingsniveau. Van de 3840 respondenten heeft 5% (208 respondenten) aangegeven student te zijn.

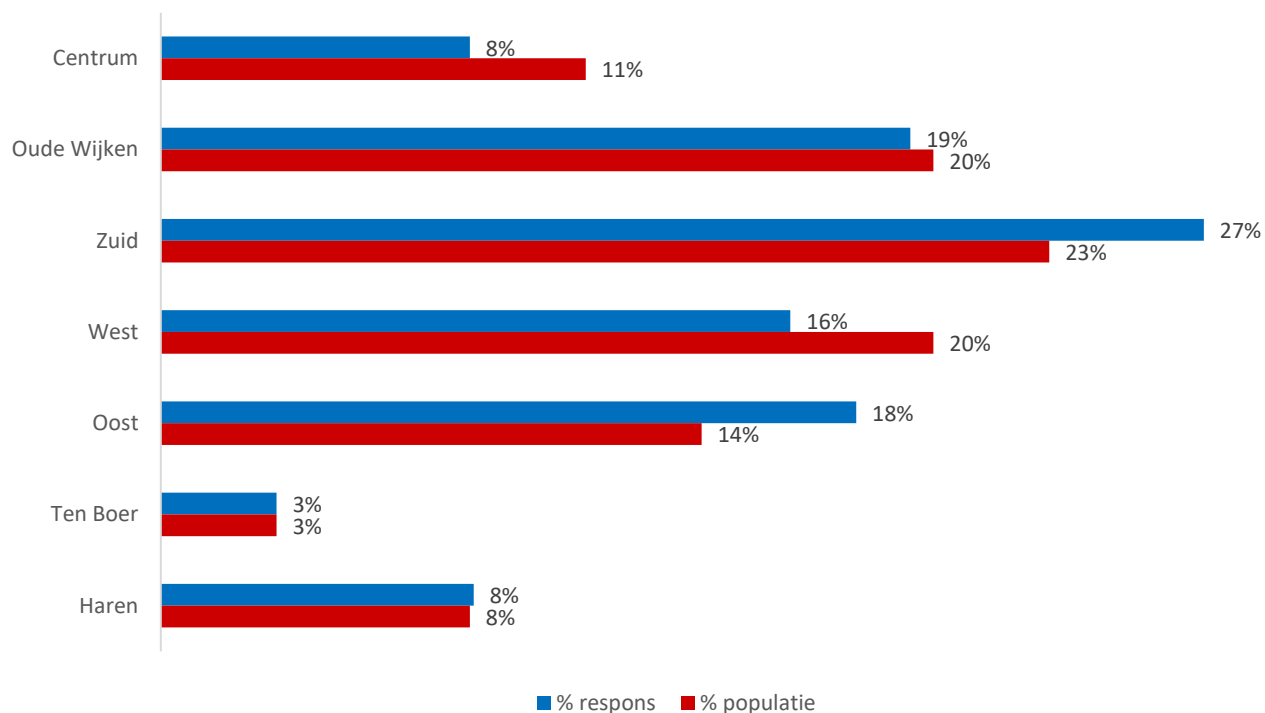
Figuur 2: Opleidingsniveau respondenten (n=3838)



Herkomst respondenten

Door 88% van de respondenten is de postcode ingevuld. De postcodes zijn omgezet naar gebiedsdelen. In figuur 3 is de verdeling hiervan weergegeven, in vergelijking met de werkelijke verdeling binnen de gemeente Groningen. De verdeling van de respons over de gebieden komt redelijk goed overeen met de verdeling van de gemeente.

Figuur 3: Herkomst respondenten (n=3605)



Hoofdstuk 2 Resultaten

De vragenlijst bestond grotendeels uit 3 onderdelen, namelijk vragen over OOG TV, OOG Radio en OOG op andere (social media) kanalen. In dit hoofdstuk presenteren we de resultaten ook in deze drie delen.

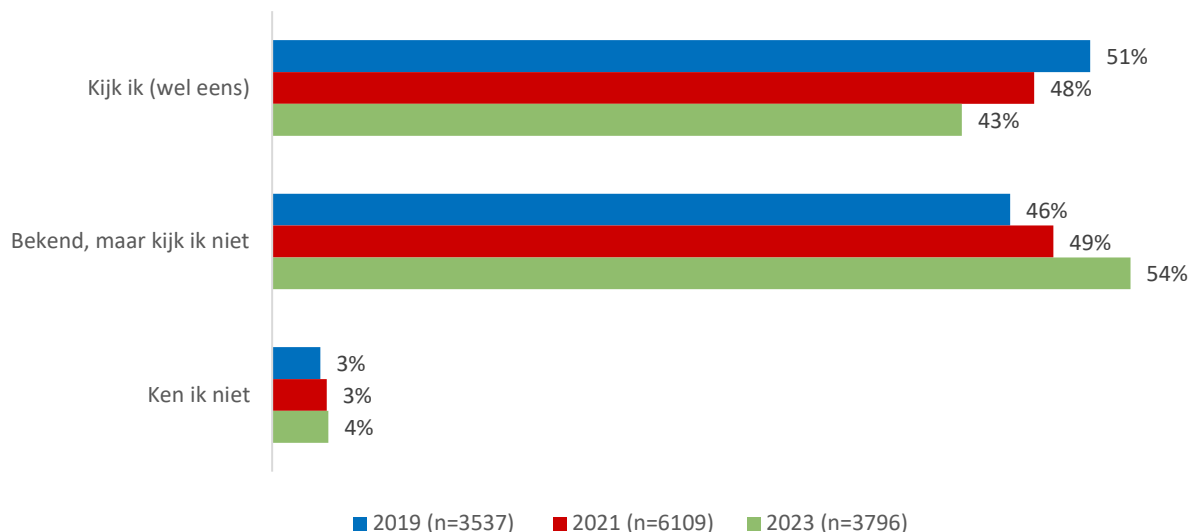
2.1 OOG TV

Het eerste gedeelte van de vragenlijst ging over OOG TV. Hier hebben we vragen gesteld over de bekendheid van OOG TV, hoe vaak er naar OOG TV wordt gekeken en welk rapportcijfer de inwoners aan OOG TV geven.

Als eerste hebben we gevraagd of de respondenten (wel eens) naar lokale tv-zenders kijken. Hier zien we een dalende trend: het percentage respondenten dat aangeeft (wel eens) naar lokale tv-zenders te kijken is gedaald met 7 procentpunten naar 55% ten opzichte van 2021 waar nog 62% aangaf (wel eens) naar lokale tv-zenders te kijken.

Het percentage respondenten dat (wel eens) kijkt naar OOG TV is tevens gedaald in de afgelopen 4 jaar met 8 procentpunten, zie figuur 4. Daarentegen is het percentage respondenten dat wel bekend is met OOG TV maar het niet kijkt, gestegen in de afgelopen jaren met 8 procentpunten.

Figuur 4: Bekendheid OOG TV



Aan de respondenten die wel bekend met OOG TV zijn, maar het niet kijken, is gevraagd waarom ze het niet kijken. Hier kwamen met name de volgende antwoorden uit:

- Geen belangstelling/ geen interesse
- Veel keuze qua zenders en nieuwskanalen
- Kijken geen tot weinig tv of hebben geen tv aansluiting

"Ik kijk sowieso weinig TV en OOG is niet mijn eerste keuze."

"Ik lees het regionale nieuws. Als ik iets van OOG kijk dan is het vaak een item vanuit social media."

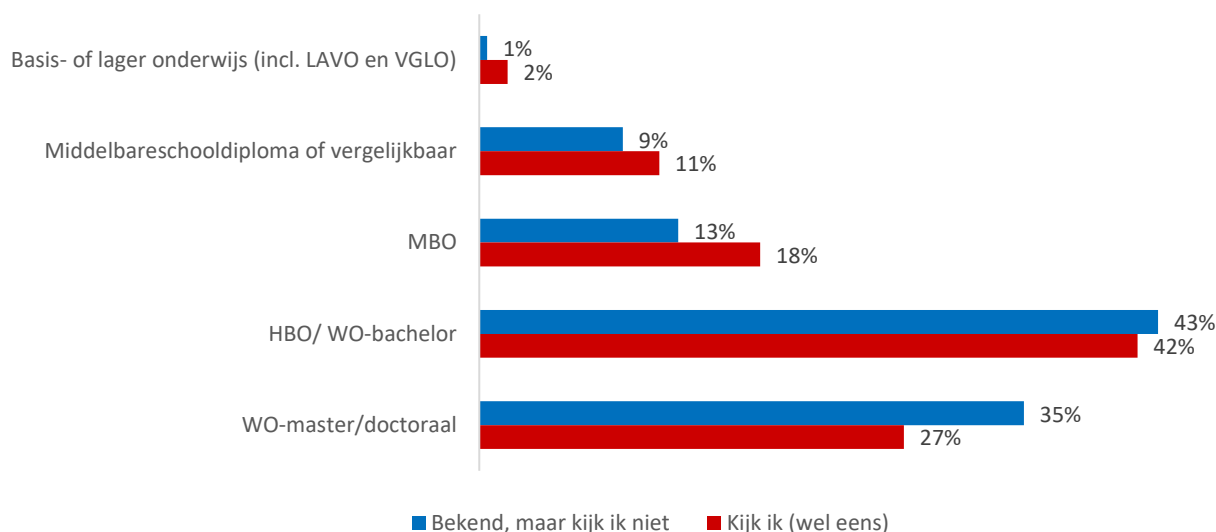
Aan de respondenten die (wel eens) OOG TV kijken hebben we gevraagd wat voor programma's ze graag meer zouden willen zien op OOG TV. Net als 2 jaar geleden komt hier voornamelijk naar voren dat respondenten graag meer wijk-, en stadsnieuws willen zien. Andere onderwerpen die vaak genoemd worden: meer historische beelden/ verslagen over wijk en stad, meer politiek nieuws en verslaggeving en meer diepte/achtergrond rapportages. Ook meer nieuws over activiteiten of actualiteiten komen naar voren.

"Ik vind dat OOG nu al een beter aanbod heeft dan RTV Noord. Ik vind de culturele reportages het leukst. Maar ook de nieuwtjes van stad en omstreken hebben voor mij een meer aansprekend karakter dan het aanbod op RTV Noord."

Bekendheid OOG TV naar opleidingsniveau

Van de 1631 respondenten die hebben aangegeven (wel eens) naar OOG TV te kijken en waarvan tevens het opleidingsniveau bekend is, is 69% hoogopgeleid, zie figuur 5. Ook de bekendheid (bekend, maar kijk ik niet) van OOG TV is hoger onder hoogopgeleide respondenten dan onder middelhoog of laagopgeleide respondenten. Dit is weinig veranderd ten opzichte van voorgaande jaren.

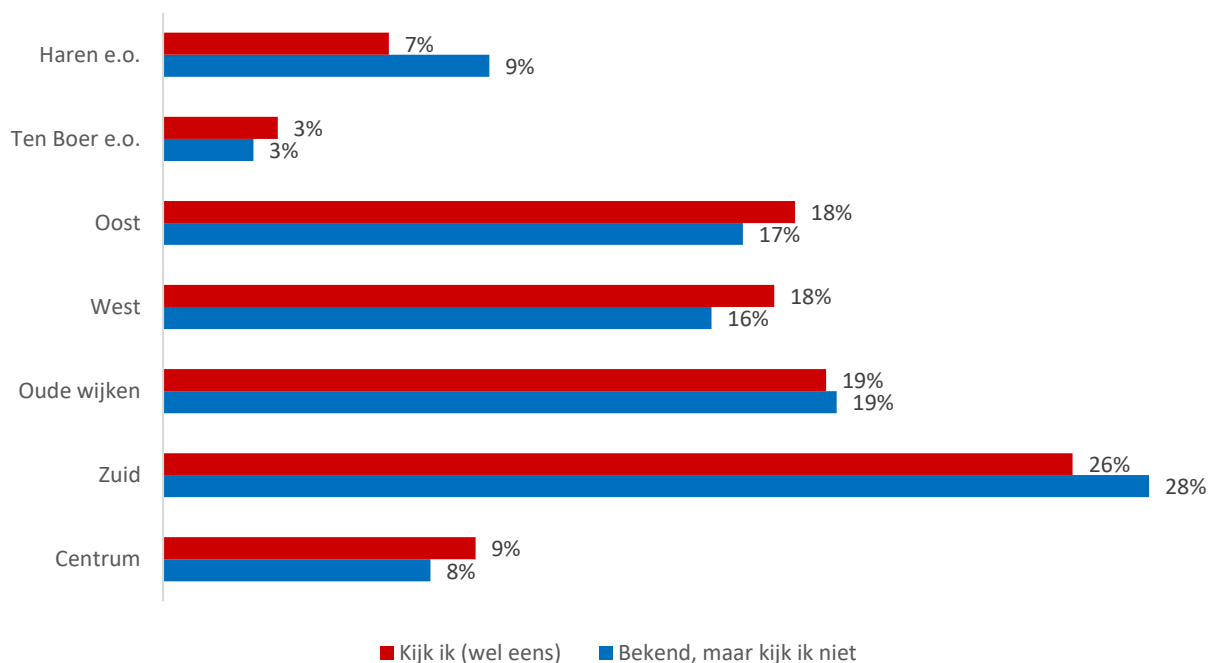
Figuur 5: Bekendheid OOG TV naar opleiding (n=3696)



Bekendheid OOG TV naar gebied

Waar komen de kijkers van OOG TV vandaan? De meeste respondenten die naar OOG TV kijken komen vanuit de zuidelijke wijken, terwijl het minst naar OOG TV wordt gekeken door respondenten uit het centrum en buiten de stad. Dit is gelijk aan 2021, waar OOG TV ook het meest werd bekeken in de zuidelijke wijken en het minst in de gebieden buiten de stad.

Figuur 6. Bekendheid OOG TV naar gebied (n=3461)



“Als ik zou weten of en wanneer er een programma over Haren op zou zijn, zou ik misschien wel kijken. Geen idee of dat wel eens zo is, maar in dat geval zou ik het graag van tevoren op harendekrant.nl ofzo aangekondigd willen zien. Anders ga je ook niet kijken. Programma’s over de stad Groningen interesseren me niet zo.”

Kijkers OOG TV

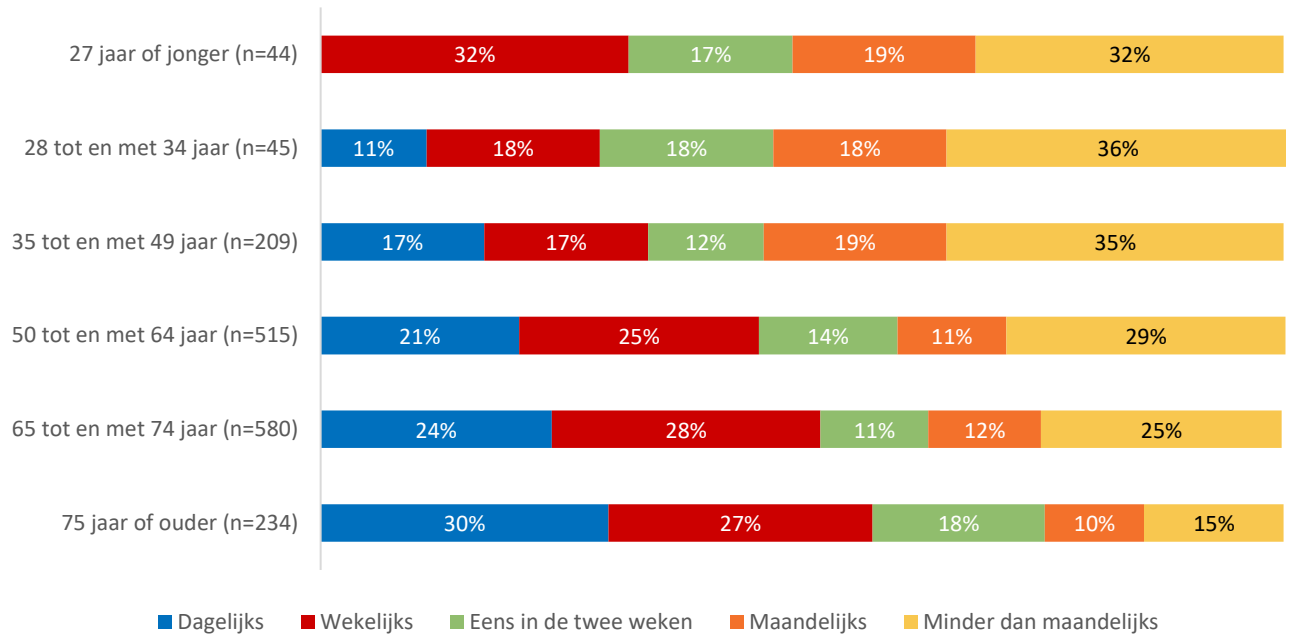
Aan de personen die (wel eens) naar OOG TV kijken, is gevraagd hoe vaak ze ernaar kijken. 46% van deze respondenten kijkt wekelijks (25%) of bijna dagelijks (22%) naar OOG TV. Met name de wekelijkse kijkers laten een afname zien ten opzichte van 2021 en 2019. In 2021 gaf 18% aan dagelijks te kijken en een derde wekelijks en in 2019 gaf bijna een kwart aan dagelijks te kijken en bijna 50% wekelijks.

Kijkers OOG TV naar leeftijd

Zie figuur 6 voor de resultaten in 2023. We zien, net als in voorgaande jaren, dat naarmate de leeftijd toeneemt respondenten vaker naar OOG TV kijken. Zoals verwacht bestaat de groep respondenten die dagelijks of wekelijks naar OOG TV kijken voornamelijk uit oudere respondenten (50 jaar en ouder). De respondenten van 75 jaar en ouder kijken het vaakst naar OOG TV op dagelijkse en wekelijkse basis.

“De programmering is goed op niveau. Mooie reportages over de stand van de zaken binnen de politieke besluitvorming. Erg sterk dat de gemeente zich laat horen en controleren door en samenwerkt met deze omroep. Ook de verslaglegging van de evenementen is een goede vorm van betrokkenheid. laagdrempelig en vele mensen worden voor de camera een plek gegeven.”

Figuur 7: Kijkers naar leeftijd



Waardering OOG TV

We hebben de respondenten die OOG TV kennen en (wel eens) kijken gevraagd welk rapportcijfer van 1 (heel ontevreden) tot en met 10 (heel tevreden) ze geven voor OOG TV. In Tabel 1 kunt u de rapportcijfers zien vanaf 2016 tot 2023. OOG TV krijgt een goede voldoende en deze waardering is gelijk gebleven in de afgelopen 4 jaar.

Tabel 1: Rapportcijfer voor OOG TV over de jaren

	2016	2017	2019	2021	2023
Rapportcijfer	6,2	7	7,5	7,4	7,4

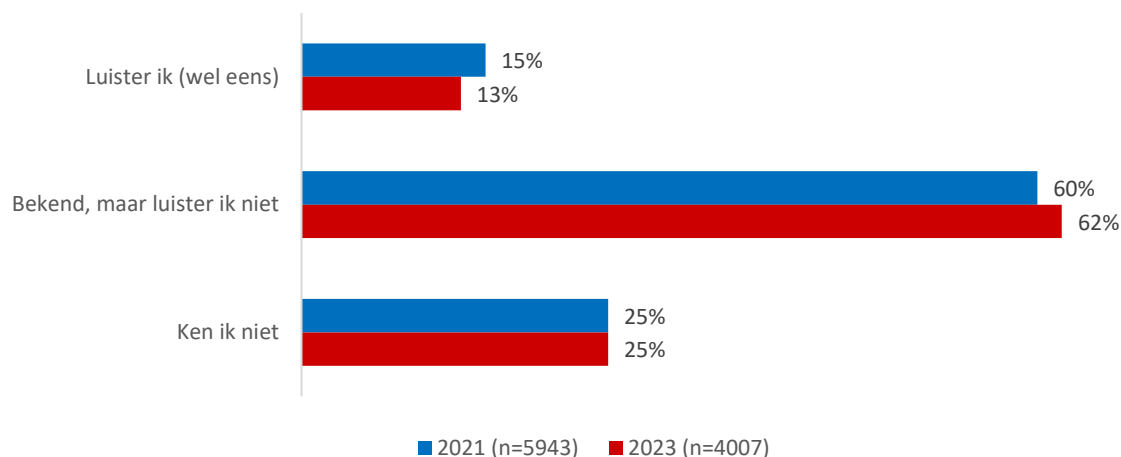
2.2 OOG Radio

Het percentage respondentent dat wel eens naar lokale radio luistert is in 2023 redelijk gelijk aan 2021: 34% van de respondentent geeft aan wel eens lokale radio te luisterent ten opzichte van 38% in 2021. Ook de bekendheid van OOG Radio in het algemeen is niet veel veranderd ten opzichte van 2021, zie figuur 8.

Aan de respondentent die hebben aangegeven OOG Radio wel te kennen, maar niet te beluisterent, hebben we gevraagd naar de redenen waarom ze niet naar OOG Radio luisterent. Hierbij komt voornamelijk naar voren dat er weinig tot niet naar radio geluisterd wordt en als er wel naar de radio geluisterd wordt, andere zenders voorrang krijgen.

"Ik luister, als ik al radio luister, meestal Slam omdat daar meer muziek op een beter tempo wordt gedraaid."

Figuur 8: Bekendheid OOG Radio

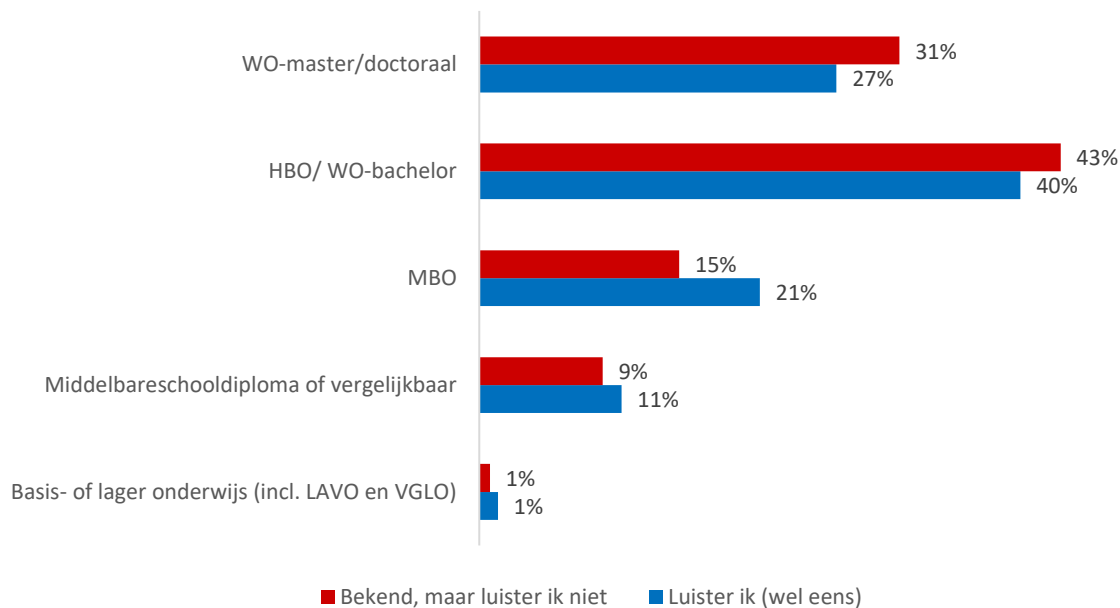


We hebben in een open vraag gevraagd wat respondentent meer zouden willen horen bij OOG Radio. Over het algemeen zijn de respondentent die luisterent naar OOG Radio positief over de programmering.

Bekendheid OOG Radio naar opleidingsniveau

Net als bij OOG TV en als voorgaande jaren, is OOG Radio met name bekend bij hoogopgeleide luisteraars en daalt de luisterbereidheid en bekendheid naarmate men minder hoog is opgeleid, zie figuur 9.

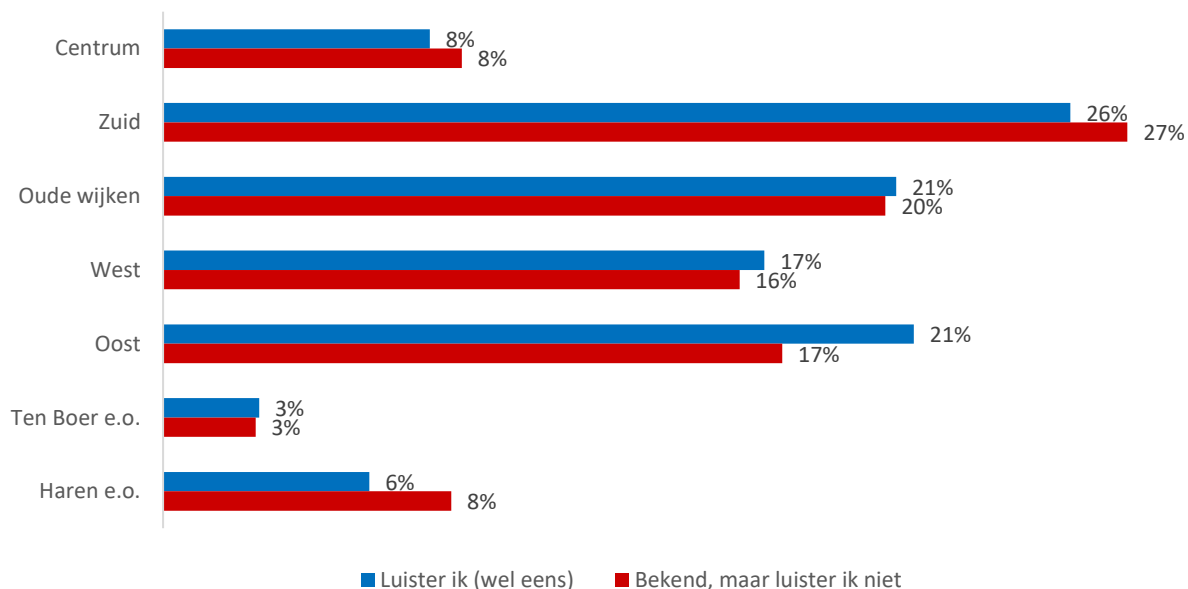
Figuur 9: Bekendheid OOG Radio naar opleiding (n=3817)



Bekendheid OOG Radio naar gebied

De herkomst van de luisteraars van OOG Radio is redelijk gelijk aan de herkomst van de kijkers van OOG TV: het merendeel van de luisteraars komen uit de zuidelijke wijken en de oude wijken. Het minst wordt er geluisterd in de gebieden buiten de stad; dit is tevens gelijk als in 2021.

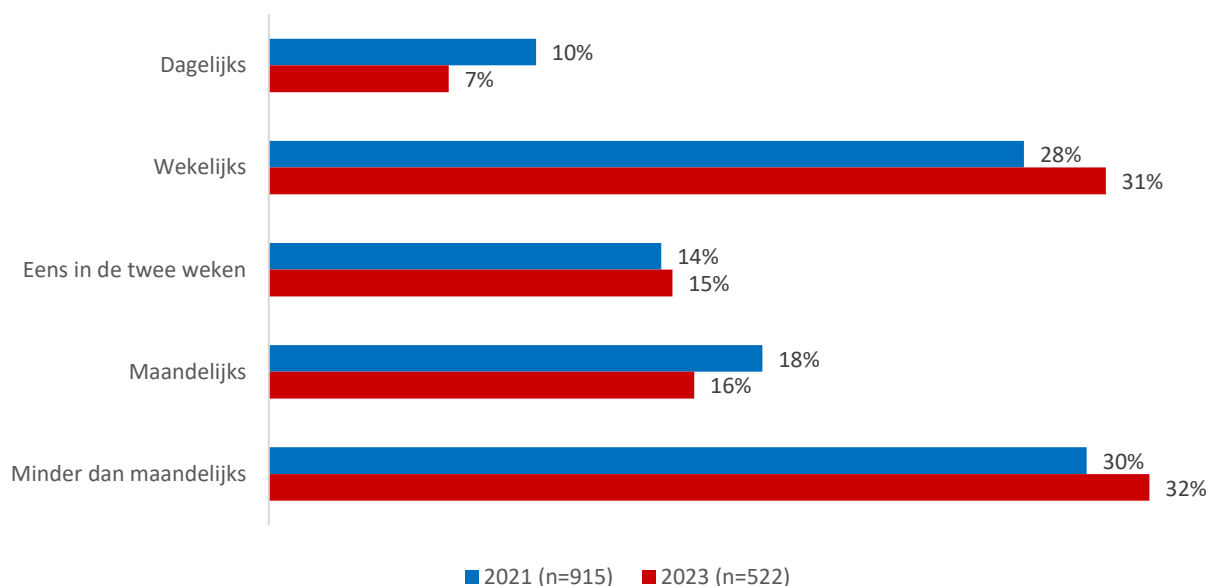
Figuur 10: Bekendheid OOG Radio naar gebied (n=3547)



Luisteraars OOG Radio

Aan de personen die (wel eens) naar OOG Radio luisteren, is gevraagd hoe vaak ze luisteren. 38% van deze respondenten luistert minimaal wekelijks naar OOG Radio; dit verschilt niet van 2021. We zien wel een lichte afname van 3 procentpunten in het percentage respondenten dat dagelijks naar OOG Radio luistert. Uitgesplitst naar leeftijd zien we, net als in 2019, dat de meeste personen *of* wekelijks naar OOG Radio luisteren *of* minder dan maandelijks, dit verschilt nauwelijks tussen de verschillende leeftijdsgroepen.

Figuur 11: Luisterfrequentie OOG Radio



Waardering OOG Radio

We hebben de respondenten gevraagd om een beoordeling van OOG Radio te geven met een rapportcijfer van 1 (heel ontevreden) tot en met 10 (heel tevreden). De respondenten geven dit jaar gemiddeld een 7,3. Ook voor OOG Radio geldt dat de waardering de afgelopen jaren stabiel is gebleven (zie tabel 2).

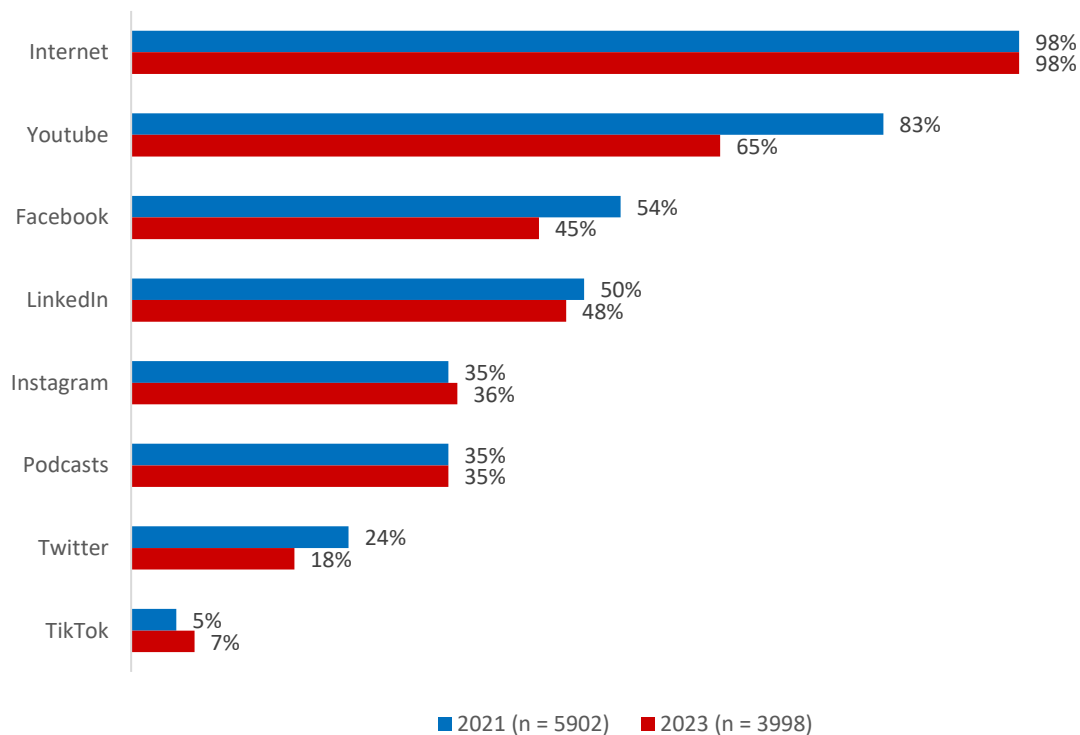
Tabel 2. Rapportcijfer voor OOG Radio over de jaren

	2016	2017	2019	2021	2023
Rapportcijfer	6,5	7,2	7,3	7,4	7,3

2.3 OOG op social media

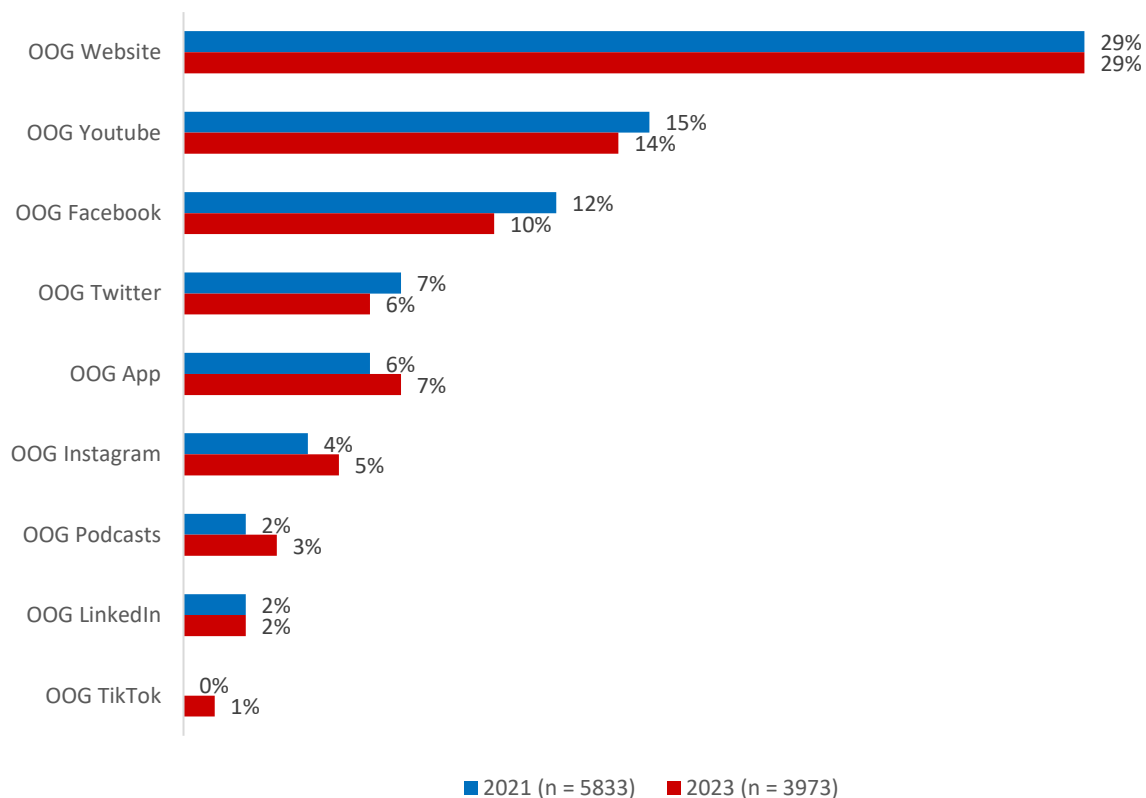
Het laatste gedeelte van de vragenlijst ging over OOG op de verschillende media platformen. Eerst is er gevraagd aan de respondenten op welke platformen ze wel eens actief zijn. In figuur 12 is het gebruik van verschillende online kanalen door de respondenten in 2023 vergeleken met 2021. Over het algemeen zijn de respondenten net zo actief op de verschillende kanalen als twee jaar geleden, met uitzondering van Youtube en Facebook, waar de respondenten respectievelijk 18 procentpunten en 9 procentpunten flink minder actief zijn.

Figuur 12: Gebruik van verschillende online kanalen



Het gebruik van de verschillende kanalen waar OOG actief op is, is bijna niet veranderd onder de respondenten ten opzichte van 2021, zie figuur 13.

Figuur 13: Online aanwezigheid op OOG kanalen



Gebruik verschillende OOG kanalen naar leeftijd

In figuur 14 hebben we binnen de verschillende leeftijdsgroepen gekeken naar het gebruik van OOG kanalen. OOG TV wordt voornamelijk door oudere respondenten gekeken, terwijl OOG op Instagram en TikTok met name door de jongere leeftijdsgroepen worden gebruikt. De OOG website en de OOG App worden voornamelijk door respondenten tussen de 35 en 64 jaar bezocht.

“OOG hoort echt bij stad. Ik hoop dat ze nog lang door mogen gaan!”

De respondenten die hebben aangegeven een bepaalde sociale media platform te gebruiken, hebben we enkele aanvullende vragen gesteld. Deze zijn:

1. Hoe vaak bezoekt u dit platform?
2. Wat zou u meer willen zien op dit platform?
3. Op een schaal van 1 tot en met 10, wat voor cijfer geeft u dit platform?

Aangezien niet alle respondenten alle sociale media platformen gebruiken, verschillen de aantallen respondenten per platform.

Bezoek per sociale media platform

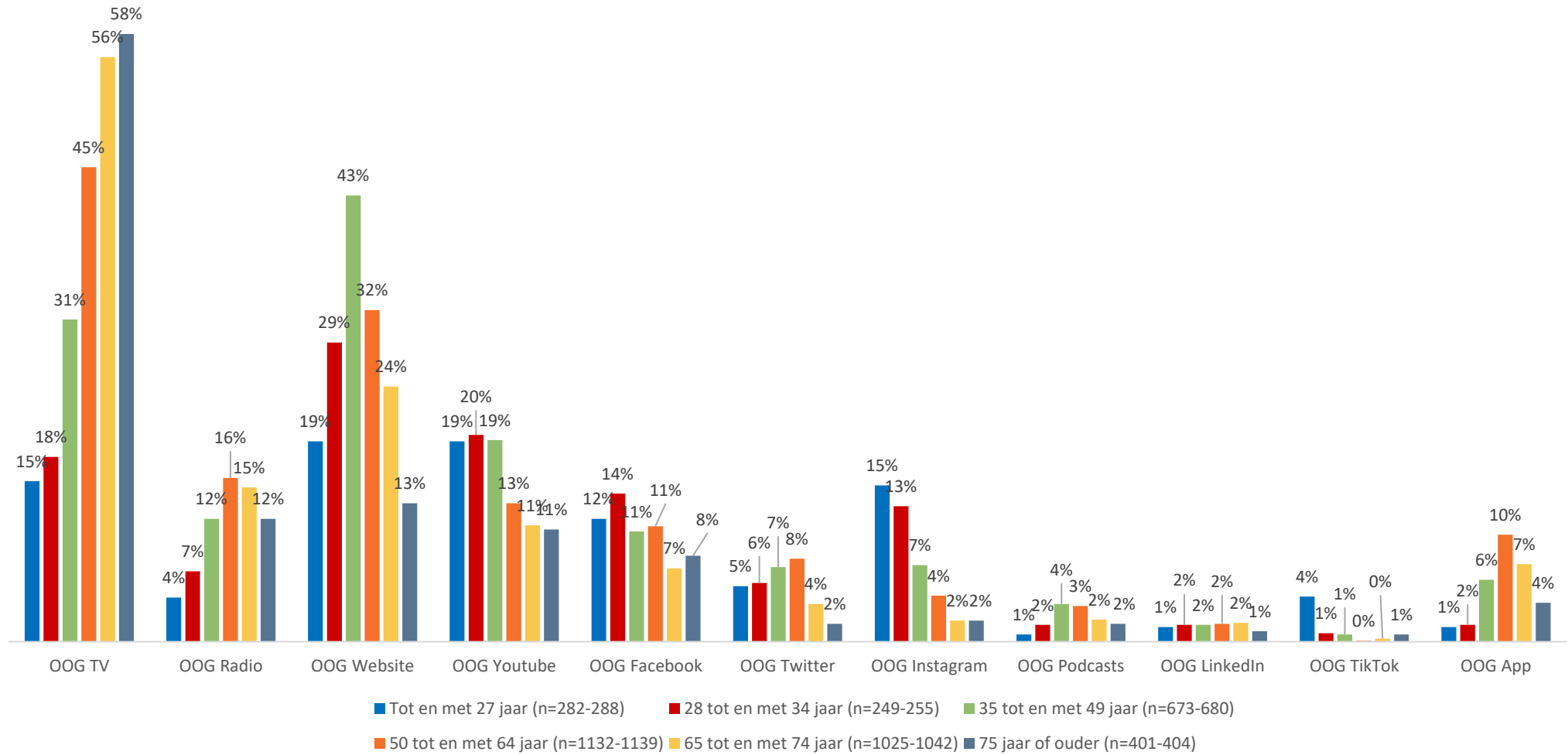
Zie figuur 15 voor het percentage respondenten dat een bepaald platform dagelijks, wekelijks, eens in de twee weken, maandelijks of minder dan maandelijks gebruikt in 2021 en in 2023. De OOG-App wordt dagelijks het meest gebruikt door de respondenten, terwijl LinkedIn, Podcasts en YouTube nauwelijks dagelijks worden bezocht, gebruikt of beluisterd; dit is bijna niet veranderd ten opzichte van 2021.

De Twitter van OOG is verdeeld onder de respondenten: ongeveer de helft bekijkt het wekelijks of vaker en de andere helft bekijkt het maandelijks of minder. De LinkedIn-pagina van OOG wordt in 2023 vaker bezocht door de respondenten dan in 2021, we zien daar een verdubbeling van het percentage respondenten met 13 procentpunten dat het maandelijks bezoekt, al moet erbij worden gezegd dat het aantal respondenten dat LinkedIn van OOG gebruikt niet groot is, wat de resultaten mogelijk beïnvloedt.

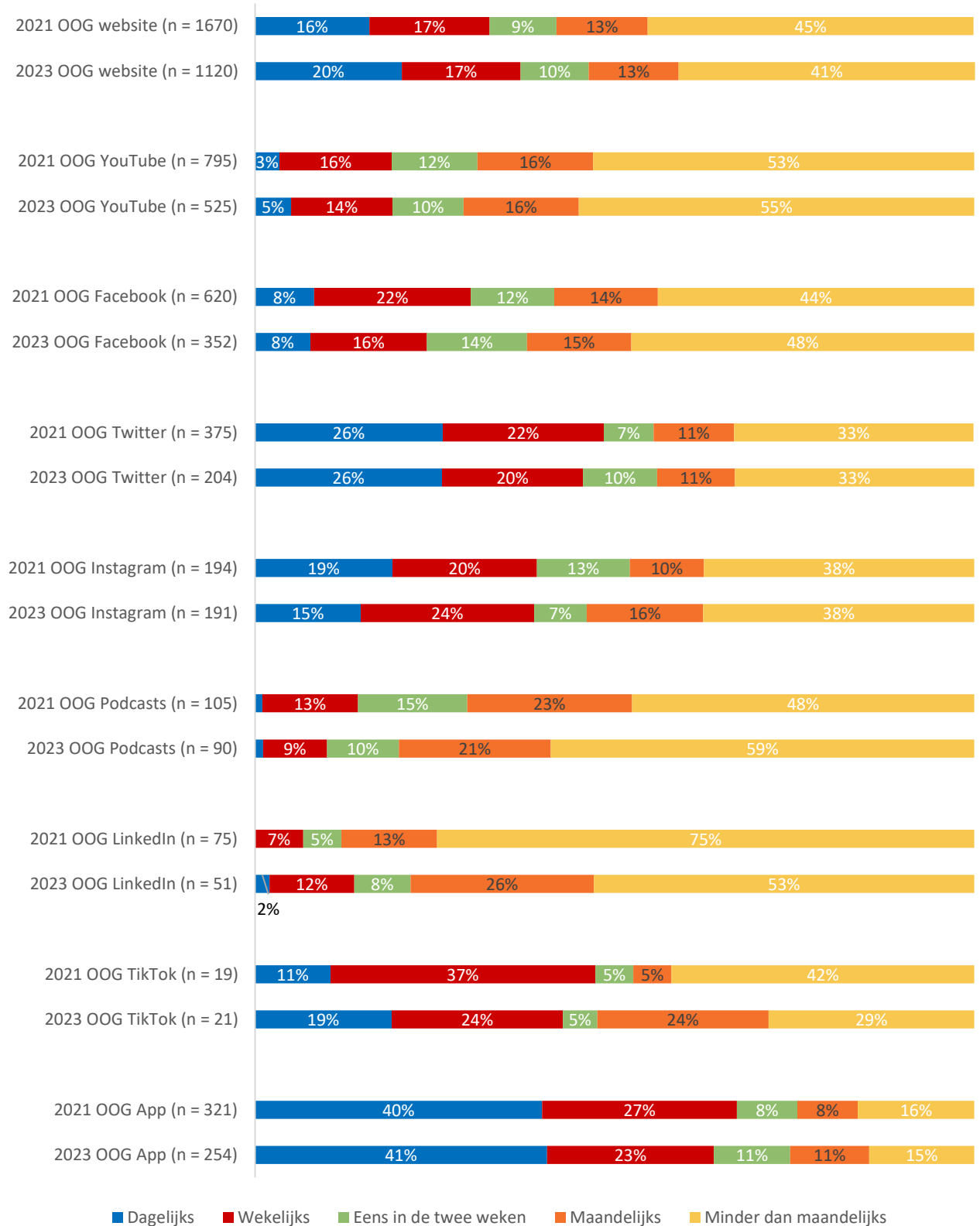
In de open antwoorden komt geregeld naar voren dat respondenten voor lokaal nieuws uitwijken naar andere websites, zoals RTV Noord, dit kan mogelijk verklaren dat OOG op sociale media weinig op dagelijkse basis wordt bezocht.

“Het regionale nieuws ontvang ik voornamelijk via algemene nieuwsalerts. Ik volg lokaal nieuws via het 'nieuwskanaal' van mijn telefoon. Daar komen zaken op van RTV Noord, Dagblad van het Noorden en Sikkom.”

Figuur 14: Gebruik verschillende OOG kanalen naar leeftijd



Figuur 15: Gebruik verschillende OOG kanalen in 2021 en 2023



Waardering OOG op verschillende sociale media platformen

We hebben van de verschillende kanalen die OOG gebruikt gevraagd in hoeverre respondenten hier tevreden over zijn op een schaal van 1 (heel ontevreden) tot en met 10 (heel tevreden). Tabel 3 laat het cijfer zien per social media platform in 2021 en in 2023. Over het algemeen zijn de respondenten tevreden over de verschillende kanalen waar OOG actief op is. Het rapportcijfer voor TikTok is gedaald van een 8,2 naar een 7,0, maar hierbij moet worden vermeld dat dit cijfer waarschijnlijk niet volledig representatief is aangezien maar 13 respondenten in 2021 en 22 respondenten in 2023 een cijfer hebben gegeven.

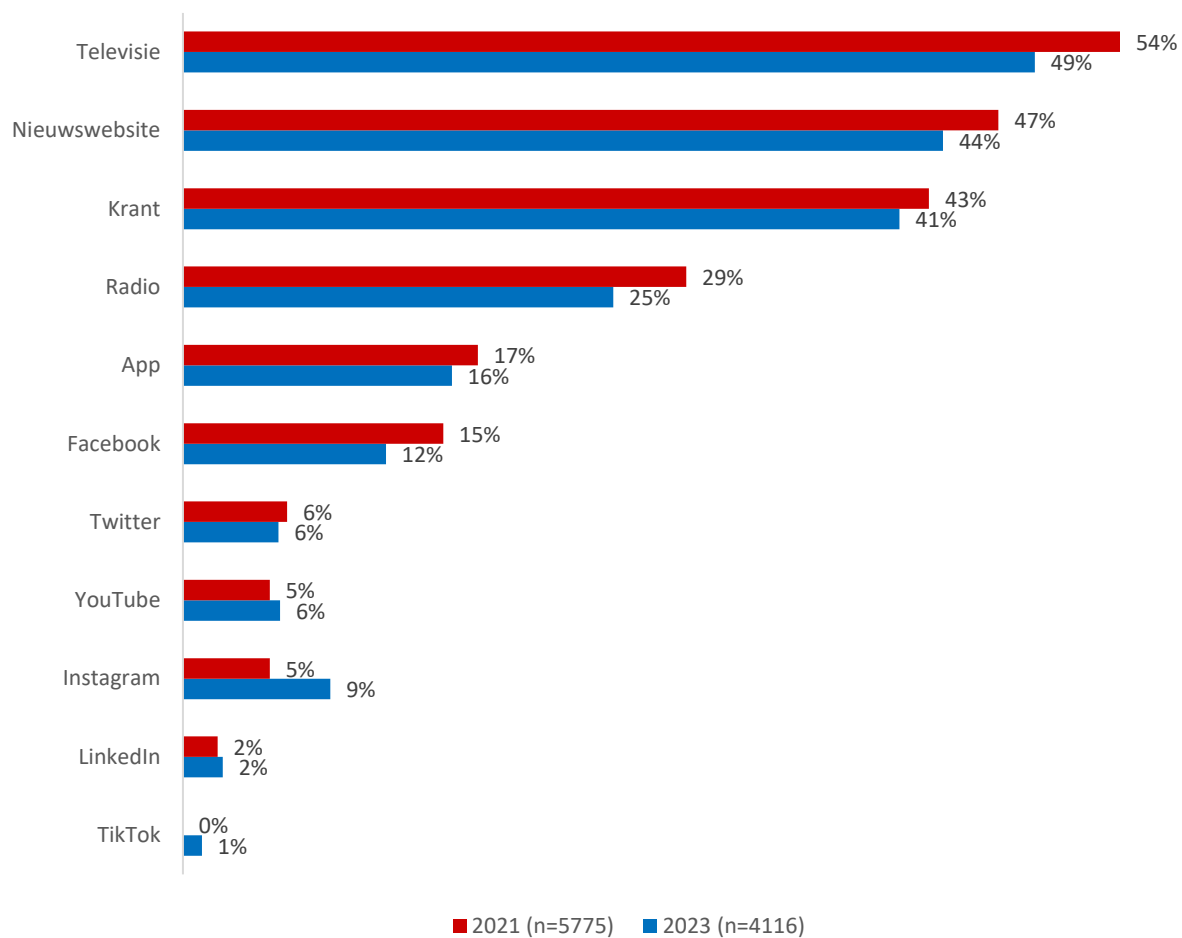
Tabel 3: Rapportcijfers voor de sociale media platformen van OOG

	Rapportcijfer 2021	Rapportcijfer 2023
Website	7,3	7,3
YouTube	7,3	7,3
Facebook	7,2	7,1
Twitter	7,3	7,2
Instagram	7,4	7,4
Podcasts	7,5	7,3
LinkedIn	6,9	7,0
TikTok	8,2	7,0
OOG-App	7,2	7,1

Meest populaire kanaal om nieuws te ontvangen

Tot slot hebben we gevraagd via welk kanaal respondenten het liefst lokaal nieuws ontvangen, zie figuur 15. Hoewel de traditionele media nog steeds een duidelijke voorkeur geniet, zien we hier een duidelijk dalende trend, ook ten opzichte van 2019 waar nog 78% van de respondenten het liefst regionaal nieuws via de televisie en 41% via de radio prefereerden. Steeds meer respondenten lijken graag lokaal nieuws via alternatieve kanalen te willen ontvangen, zoals instagram.

Figuur 16: Via welk kanaal ontvangt u het liefst lokaal nieuws?





Colofon

Omroep Organisatie Groningen 2023

Auteurs

Thaira Openneer
Gert Bos

Maand van uitgave

Oktober 2023

Opdrachtgever

Gemeente Groningen

Fotografie

Deon Prins

Uitgave

Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen

Online publicaties OIS Groningen

<https://publicaties.oisgroningen.nl/>

Contactgegevens

T: (050) 367 56 30

E: info@oisgroningen.nl

I: www.oisgroningen.nl

Twitter: @basisvoorbeleid