

Bestuursdienst



Afdeling **Beleid en Programmering**
Onderwerp **Evaluatie StadgersTV/ Rapport onderzoek OOG 2009**

Bezoekadres
Europaweg 8

Postadres
Postbus 268
9700 AG Groningen

E-mailadres
info@ocsw.groningen.nl

Website
www.groningen.nl

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

OS 10.2172446

Telefoon (050) 367 62 58 Bijlage(n) 1

Ons kenmerk

Datum - **5 MRT 2010** Uw brief van

Behandeld

door **H.R.N. Diender**

Geachte mevrouw/heer,

Hierbij willen wij u informeren over de Evaluatie StadgersTV en het onderzoek OOG 2009.

StadgersTV

Met de Medianota 2007-2010, die uw raad in het voorjaar van 2007 heeft vastgesteld, is besloten wijkgerichte communicatie verder te ontwikkelen. OOG heeft hier invulling aan gegeven met het project StadgersTV. Op 28 mei 2008 heeft u besloten een subsidie van € 81.100,- toe te kennen aan de pilot StadgersTV 2008-2009. De vorderingen van het digitale interactieve medium voor de stad en de wijken, bezoekersaantallen, aantal filmpjes en cursisten worden gemonitord door middel van een tussenevaluatie.

Evaluatie

Op 13 november 2009 hebben wij bijgevoegde evaluatie van StadgersTV ontvangen van OOG. Vanwege technische startproblemen is het project later van start gegaan dan oorspronkelijk gepland. Uit de evaluatie blijkt dat voldaan is aan de doelstellingen en prestaties, zoals opgenomen in de subsidiebeschikking. Inmiddels zijn er 549 films te zien en zijn tientallen mensen actief om gebeurtenissen in de stad te verslaan.

StadgersTV levert een belangrijke bijdrage aan burgerparticipatie en het vergroten van betrokkenheid bij de stad en wijk. Het project laat op burgerjournalistische wijze zien wat leeft in de wijken en de beleving van stadgers. De deelnemers aan de verschillende redacties maken vooral films over hun eigen leefomgeving, waardoor andere stadgers ook kunnen zien wat er nog meer in de stad gebeurt. De steeds groter wordende groep filmmakers houdt zich volop bezig met hun leefomgeving, haalt daar onderwerpen uit



voor hun films en kijkt hierdoor met andere ogen om zich heen. Ze zoeken contact met andere stadjers, geven hen een gezicht en stem en realiseren zich dat zij deel uitmaken van de Groninger samenleving. StadjersTV produceert een unieke, kleurrijke aanvulling op wat gevestigde media over de stad berichten.

OOG geeft in de evaluatie aan dat een vervolg van StadjersTV na de pilotperiode zonder financiële ondersteuning niet mogelijk is. Er is financiële ruimte in het mediabudget om het project te subsidiëren tot eind 2010. Een voorstel voor financiële ondersteuning na 1 januari 2011 zal worden voorgelegd met de nieuwe omroepnota.

Kijk- en luisteronderzoek

Op grond van de Medianota wordt eens per twee jaar kijk- en luisteronderzoek gedaan naar OOG. In december 2009 is dit net als bij vorige onderzoeken uitgevoerd door Radiocall bv/ IntomartGFK. Het rapport van van dit onderzoek ligt ter inzage in de visietrommel. Ten opzichte van het vorige onderzoek in 2007 zijn de belangrijkste conclusies:

1. De bekendheid van het Groningse publiek met OOGTV daalde licht, maar is met 89 % nog steeds hoog. OOGRadio is met 63 % wat minder bekend. De bekendheid van de eigen website van OOG is in 2009 28 % van de mensen die wel eens gebruik maakt van internet; 4 % lager dan in 2007.
2. De daling van het kijkcijfer is in lichte mate doorgezet. We zien een daling van het aantal wekelijkse kijkers ten opzichte van 2007 met 4 %. Het aantal kijkers dat dagelijks afstemt op OOGTV is daarentegen gestegen met 1 %. Er zijn dus meer frequente kijkers en minder incidentele kijkers. Het aantal dagelijkse en het aantal wekelijkse luisteraars is ten opzichte van 2007 vrijwel gelijk gebleven.
3. Het gemiddelde rapportcijfer voor televisie is 6,6 (in 2007 6,5) en voor radio 6,2 (6,5 in 2007). De waardering week amper af van voorgaande onderzoeken.
4. De belangstelling voor de informatie van de gemeente Groningen via TekstTV is iets gedaald, maar de waardering ervan is toegenomen ten opzichte van het vorige onderzoek.
5. Het aantal Groningers van 13 jaar en ouder dat de website van OOG wel eens heeft bezocht is 7 %, in 2007 was dat 12 %. Het aantal bezoekers van de website OOG dat de Tv-uitzendingen van OOG TV wel eens heeft bekeken via de website is sterk toegenomen (51 % in 2009, in 2007: 25 %).

Een derde van het aantal bezoekers van de website van OOG is op de hoogte van het feit dat de gemeenteraad via de website te volgen is. Dit aantal is sterk toegenomen.

Opmerkingen

De lichte daling van het aantal kijkers van OOG komt overeen met de landelijke trend en heeft wellicht te maken met de vindbaarheid van de zender, vele aanbieders en het zappedrag van de huidige kijker.

Opvallend is dat de diensten aangeboden op de website van OOG onder de websitebezoekers meer bekendheid hebben en een behoorlijke stijging vertonen, maar het aantal bezoekers van de website is afgenomen. Dit komt waarschijnlijk doordat minder mensen de website bezoeken, maar degenen die de site bezoeken dit frequenter doen.

Het belang van internet voor het zoeken van informatie neemt toe. Hier valt een wereld te winnen voor OOG. De omroep werkt met een mediacampagne door een "dreamteam" met aansprekende partijen aan restyling van OOG.

De conclusies uit het kijk- en luisteronderzoek zullen aan de orde worden gesteld in bestuurlijk overleg met OOG in maart 2010 en zullen aandachtspunten vormen bij de ontwikkeling van nieuw omroepbeleid. Naar verwachting zal deze ter behandeling aan u worden voorgelegd in oktober 2010.

Met vriendelijke groet,

Burgemeester en wethouders
van Groningen,

De burgemeester,



De secretaris,



16 NOV. 2009

StadgersTV

1- Inleiding

StadgersTV is nu iets meer dan een jaar actief. We zijn over het algemeen heel tevreden met hoe het loopt. Dit is voor ons een totaal nieuw project waar we op veel punten lerenderwijs ontdekken hoe StadgersTV het beste functioneert, hoe het de gestelde doelen kan behalen en hoe het een bijdrage kan leveren aan de samenleving.

De planning voor StadgersTV was in het begin iets te rooskleurig geschetst. Het bouwen van een website, waar iedereen op elk moment naar moet kunnen kijken en waar ook op elk moment films geupload moeten kunnen worden, bleek nogal wat voeten in aarde te hebben. Dat heeft er toe geleid dat we een half jaar later zijn gestart en dat de aanvangsdatum van de subsidie op 1 juni 2008 is gezet. Vanaf november 2008 was de website operationeel.

Inmiddels zijn er (op 14 oktober 2009) 549 films te zien en zijn tientallen mensen actief om de gebeurtenissen in de stad te verslaan. Hiermee produceren zij een unieke, belangrijke en kleurrijke aanvulling op dat wat de gevestigde media over de stad berichten.

StadgersTV heeft tijd nodig. Het project loopt tot en met 31 mei 2010. In de twee jaar dat dit project draait blijkt het zich steeds verder te ontwikkelen. We kunnen nu al stellen dat het op 1 juni 2010 nog lang niet uitgegroeid is en natuurlijk willen we na die datum verder met StadgersTV. Met StadgersTV heeft OOG haar doelstellingen bereikt, zoals hierna zal blijken. Het project is echter nog niet klaar. Het ontwikkelt zich nog steeds en heeft zijn waarde bewezen voor de samenleving. We willen met het project ook na mei 2010 bijdragen aan de burgerparticipatie en het vergroten van betrokkenheid bij stad en wijk.

Het is moeilijk om reclame-inkomsten voor websites te genereren. Daarom is de aanname dat StadgersTV op eigen reclame-inkomsten zou kunnen draaien, vooralsnog helaas niet realistisch. Daarom doen we een aanvraag voor financiële ondersteuning voor de periode juni t/m december 2010.

Inhoudsopgave

- 1- inleiding
- 2- meerwaarde
- 3- website
- 4- films
- 5- redacties
- 6- videocursus
- 7- projecten
- 8- promotie

2- Meerwaarde

- **StadgersTV versterkt de stadse democratie.**

StadgersTV informeert namelijk de inwoners van Groningen op een ander niveau dan de gevestigde media. StadgersTV laat op journalistieke (de twee wijk-camerajournalisten) en burgerjournalistieke wijze zien wat leeft in de wijken, in de leefomgeving en beleving van stadgers. Dit is amper in of op andere Groningse media te zien.

StadgersTV blijkt te fungeren als stadsplatform met korte lijnen naar de Groninger samenleving. Omdat de deelnemers aan de verschillende redacties vooral films maken over hun eigen leefomgeving, kunnen andere stadgers ook zien wat er nog meer in hun stad gebeurt. Bijvoorbeeld in de films van één van de deelnemers, een vrouw uit Curaçao, zien we een portret van een tattooshop in de Kandelaarkerk aan de Korreweg, of we zien een honkbaltoernooi met allerlei teams van Surinaamse, Arubaanse, en Curaçaose spelers (zie website onder Meedoen). Dit zie je nergens in de Groningse media. Een andere deelnemer is schoonmaakster in verzorgingstehuis Maartenshof. Zij maakt een serie interviewprogramma's waarin bewoners van Maartenshof vertellen over hun leven in Groningen, vroeger en nu. Unieke Groningse geschiedenis! (zie website onder Projecten → stadgerspraat)
- **StadgersTV versterkt het gevoel van verbondenheid van stadgers met hun stad**
- De steeds groter wordende groep filmmakers voor StadgersTV (de langdung werklozen in de Meedoen redactie, de jongeren van de jongerenredacties en de wijkbewoners uit diverse wijken in de wijkreporterredactie) houden zich nu volop bezig met hun leefomgeving. Ze halen daar onderwerpen uit voor hun filmpjes. De deelnemers kijken met andere ogen naar hun omgeving. Voor hun films zoeken ze contact met andere stadgers waar ze anders nooit contact mee zouden hebben. Ze geven andere stadgers een gezicht en een stem. Ze realiseren zich dat zij deel uitmaken van hun omgeving en de (stadse) maatschappij. Bijvoorbeeld in De Hoogte maken drie jongens, Dennis (14), Brian (12) en Tim (14), deel uit van de Jongerenredactie Korrewegwijk en De Hoogte van StadgersTV. Sinds de jongens actief zijn met filmen zie je ze ook terug bij andere wijkactiviteiten. Ze organiseren sportdagen voor jongeren in buurthuis De Borg, doen mee aan Go4It activiteiten, nemen deel aan evenementen die in hun wijk georganiseerd worden. Zij zijn bekende en zich verantwoordelijk voelende wijkbewoners geworden.
- Daarnaast figureren stadgers in het overgrote deel van de films. Zij zien zichzelf deel uitmaken van een gemeenschap, horen ergens bij (bij de stad Groningen, bij hun wijk). Deze verbondenheid versterkt hun loyaliteit ten aanzien van hun omgeving en vergroot het verantwoordelijkheidsgevoel voor hun omgeving.
- **StadgersTV neemt als voorbeeldproject een unieke plek in binnen de landelijke lokale media**
- De OLON, de Organisatie van Lokale Omroepen Nederland, is van mening dat OOG een unieke plek inneemt binnen de Nederlandse lokale omroepen. OOG vervult met StadgersTV een voortrekkersrol voor alle andere lokale omroepen. Zowel op de uitreiking van de Lokale Omroep Awards als op andere bijeenkomsten wordt OOG telkens geroemd om dit initiatief. Daarnaast krijgen we regelmatig verzoeken van andere (lokale) omroepen om inzicht te geven in het

**project StadJersTV De RVU, lokale omroepen van Amsterdam, Deventer,
Amersfoort, Oss, Venlo, etc, iedereen wil weten hoe wij dit doen**

3- Website

Techniek

Het bouwen van de website voor StadJersTV bleek een langdurig proces. Een proces van voortschrijdend inzicht. We hebben eind 2007 het bedrijf *4punt4* gevraagd om de site te bouwen. Het bedrijf bouwt ook de websites van verschillende Groningse wijken. Dat is gunstig omdat we StadJersTV en de wijkwebsites nauw willen laten samenwerken.

Zowel voor OOG als voor *4punt4* was dit een nieuw project. De technische complexiteit maakte alras duidelijk dat het in aanvang ingeschatte tijdpad te optimistisch was.

We besloten de site te bouwen in het content managing systeem Joomla! waar veel gratis software voor is te krijgen. Ook vanuit kostenoverweging gebruikten we in eerste instantie Youtube als opslagmedium (server). Dat kost weliswaar niets, maar bleek uiteindelijk niet goed genoeg te werken. Een belangrijke functionaliteit, het versturen van films naar de website, verliep niet vlekkeloos. Juist dat gebruik van de site moet natuurlijk altijd werken. Daarom hebben we de opslag en vertoning van de films (server en streaming) ondergebracht bij het Groningse bedrijf *Internet Valley*, zodat we er beter controle over kunnen houden.

In november 2008 was het zo ver, en konden de eerste films opgeladen en bekeken worden. Vanaf 20 november 2008 is de site actief. Vanaf 23 februari 2009 kunnen we via Google Analytics de bezoek- en kijkcijfers van de site zien.

Totaal aantal bezoekers (op 14 oktober 2009)	23 636
Totaal aantal unieke bezoekers	11 101

Deze bezoekers zitten gemiddeld 3 45 minuten op de website, waarbij ze gemiddeld 6 pagina's bekijken.

Nog steeds bouwen we verder aan de techniek van de website. We kijken daarvoor onder andere naar de mogelijkheden die gangbare videowebsites als Youtube, Google video, Nuvideo, etc. bieden.

Vormgeving

Ook de vormgeving van de website is een groeiproces. De focus lag het afgelopen jaar vooral op functionaliteit. De vormgeving krijgt komend seizoen volop aandacht. Momenteel is een groep Groningse strategen en vormgevers (zowel grafisch als audiovisueel) onder leiding van Ron Overbeek van het bedrijf *Statement* bezig om de gehele brandmarketing van OOG te ontwerpen, opdat OOG in 2010 met nieuwe vormgeving en middelen in de Groningse samenleving zal worden neergezet. Deze groep neemt hierin ook de vormgeving en brandmarketing van StadJersTV mee. De samenhang tussen StadJersTV en stadsomroep OOG zal hierdoor duidelijker worden. Daarnaast zoeken we contact met de productie-afdeling van kunstopleiding Minerva om de pagina's van de jongerenredacties vorm te geven.

4- Films

Per 14 oktober '09 zijn er in totaal 549 films op de site geplaatst

Uitgesplitst per redactie

- camjoredactie 122
- wijkreporters 106
- meedoenedactie 44
- jongerenredactie Korrewegwijk & De Hoogte 53
- jongerenredactie Stad 25
- projecten 58
- wedstrijd 7
- algemene inzendingen 134

De meeste films die op StadgersTV staan gaan over Groningen Over evenementen, activiteiten, bijzondere plekken/mensen, etcetera Vaak hebben ze de vorm van journalistieke reportages Dit is logisch omdat de meeste films zijn geplaatst door makers die aan OOG gebonden zijn, hetzij als journalist, hetzij als vrijwilliger, opgeleid in één van de videocursussen en/of redacties De films zijn gemiddeld zo'n 3 minuten De verhouding nonfictiefilms fictiefilms is 4 1

In de meeste films komen Stadgers aan het woord en zien we locaties in de stad Met deze kenmerken onderscheidt StadgersTV zich van alle andere videowebsites en geeft het een breed beeld van wat er in de stad gebeurt

Vertegenwoordiging uit de wijken

In Binnenstad-Oost zijn de meeste films zijn gemaakt, namelijk 89 Goede tweede is Beijum, met 63 films, direct gevolgd door De Hoogte, Hoogkerk, en Vinkhuizen In vier wijken is nog geen enkele film gemaakt Laanhuizen, Woonschepenhaven, Drielanden en de Grunobuurt

5- Redacties

De Camjo-redactie

Deze redactie bestaat uit 2 journalisten, ieder met een contract voor 32 uur. Voor een optimale uitwisseling van informatie en het verkrijgen van inhoudelijke input maken de twee wijkcamjo's deel uit van de nieuwsredactie van OOG.

Naast de 2 specifieke wijk-camjo's worden andere, door de nieuwsredactie van OOG gemaakte, wijkreportages aangeleverd voor StadJersTV. Tevens worden alle reportages ook uitgezonden op OOG TV.

De wijkcamjo's kwamen per 1 september in dienst en hebben hun eerste periode besteed aan het opbouwen van een netwerk in de wijken en het vergaren van geschikte onderwerpen. Daarbij richten zij zich vooral op kwaliteit en gingen zij uit van onderwerpen die dusdanig 'ingewikkeld' zijn en stevige journalistieke (bureau-)redactionele vaardigheden behoeven, dat ze niet snel door een 'amateur'-wijkreporter gemaakt kunnen worden. Gaandeweg het voorjaar werd duidelijk dat met die werkwijze het productietempo lager ligt dan beoogd. Inmiddels hebben ze hun werkwijze aangepast om meer reportages te produceren en richten ze zich vooral op sneller te produceren onderwerpen.

De wijkcamjo's zijn 'bekende Groningers' in de wijken geworden, ze krijgen regelmatig tips van wijkbewoners en krijgen vaak te horen hoe leuk bewoners het vinden regelmatig hun wijk in het nieuws te zien op StadJersTV en OOG.

De Wijkreporterredactie

Deze redactie bestaat uit vrijwilligers en wordt begeleid door één van de twee wijkcamjo's en de projectleider van StadJersTV. Bij deze redactie hebben zich inmiddels 22 mensen aangemeld die reportages maken over hun eigen, of een andere wijk. Een deel heeft zich spontaan aangemeld, een deel gebruikt deze redactie als vervolg op de videocursus die ze bij OOG gevolgd hebben en een deel stroomt door vanuit de Meedoenredactie. Ook stagiaires van audiovisuele opleidingen en opleidingen communicatie worden aan deze redactie toegevoegd. De productie van deze groep is boven verwachting en de wisselwerking tussen de wijkcamjo- en de wijkreporterredactie geeft aan beiden een inhoudelijke impuls. De wijkreporters zijn mensen uit allerlei wijken, sociale lagen en groeperingen, die zich op deze manier niet alleen verbinden aan de lokale omroep, maar ze voelen zich door dit werk tevens meer verbonden met hun leefomgeving. Inmiddels is een aantal wijkreporters al bekende wijkbewoners geworden. Ze worden door medebewoners regelmatig aangeschoten met onderwerptips en reacties op hun films.

De Meedoenredactie

Deze redactie bestaat uit deelnemers die via het Meedoen-traject van de Sociale Dienst een half jaar lang, twintig uur per week, films mogen maken voor StadJersTV. De redactie bestaat gemiddeld uit 10 deelnemers die worden begeleid door professionals van OOG. De deelnemers zijn moeilijk plaatsbaar op de arbeidsmarkt, vaak met één of meerdere problemen en voor langere tijd werkloos. De deelnemers gaan het traject in met hun persoonlijke doelstellingen (actief worden, wennen aan werkritme, leren omgaan met collega's, vak leren, etc.).

Inmiddels hebben we vanaf de start op 1 maart 2008 33 deelnemers kunnen begroeten. Onze ervaring met deze deelnemers is dat ze zich na verloop van tijd zelfbewuster voelen, zich realiseren dat zij concreet iets kunnen produceren en dat

ze na het traject actief willen blijven

Gemiddeld maken de deelnemers 1 film per drie weken

Twee deelnemers van de Meedoenredactie zijn doorgestroomd naar de vakopleiding videotechneek van OOG en één deelnemer is bij OOG (in een gesubsidieerde baan) aan het werk gegaan

Jongerenredacties

Het is de bedoeling om op termijn in alle wijken jongerenredacties op te zetten OOG is samen met het MJD en de werkgroep jongerenparticipatie (gemeente Groningen, MJD, HALT, GGD, provincie Groningen en OOG), bezig dit plan gestalte te geven Vooreerst zijn drie redacties actief twee redacties in de achterstandswijken Korrewegwijk en De Hoogte en één redactie die de hele stad covert

- jongerenredactie Korrewegwijk en De Hoogte.

Deze redactie bestond tot nu toe uit twee redacties één van jongeren van 12 – 15 uit De Hoogte en één van jongeren van 14 – 26 jaar uit beide wijken De redacties maken reportages over hun wijken, over vooral voor jongeren interessante onderwerpen

De jongste groep uit De Hoogte begon met 9 jongeren Deze redactie wordt begeleid door professionals van OOG en een jongerenwerker van het MJD Wekelijks komen ze bij elkaar in het buurthuis De Borg in De Hoogte Na enkele maanden bleken de jongens een stuk fanatieker te zijn en geïnteresseerd in alle aspecten die te maken hebben met het maken van videoreportages De meisjes waren minder makkelijk te stimuleren De begeleiders besloten in juni j l een andere koers te varen de groep wordt uitgebreid met jongeren uit de Korrewegwijk, waar de jongerenwerkers ook veel contact met de jongeren hebben

De oudere groep staat onder begeleiding van professionals van OOG en bestaat uit scholieren, studenten en werkende jongeren uit de twee wijken In deze groep is de doorstroom hoog, wat het productietempo vertraagd Komende maanden gaan we flink werven op deze groepen

De financiering van deze redactie wordt gedaan door verscheidene fondsen (stichting DOEN, Oranjefonds, VSB-fonds, Kammingafonds, JM-fonds, en uit gelden voor het Nieuw Lokaal Akkoord).

- jongerenredactie Stad

Deze redactie bestaat uit 16 jongeren, tussen de 12 en 18 jaar De deelnemers in deze redactie komen uit de hele stad Zij maken reportages over stadse onderwerpen die voor hun leeftijdsgenoten interessant zijn Daarnaast richt deze groep zich ook meer op politieke onderwerpen dan de jongeren-wijk-redacties De redactie wordt begeleid door professionals van OOG en een jongerenwerker van het MJD

De financiering van deze redactie ligt ook buiten de subsidie voor StadgersTV en wordt verzorgd door de Gemeente Groningen

6- Videocursus

We hebben nu 3 keer een videocursus van 10 lessen gegeven. Deze cursus is bedoeld voor iedereen, met of zonder camera. De deelnemers leren korte reportages te maken en worden gestimuleerd om na de cursus deel te nemen aan de wijkreporterredactie.

Degene die dat daadwerkelijk doet hoeft geen cursusgeld te betalen, anderen betalen het laagdrempelige bedrag van 90 euro.

In totaal namen in het eerste jaar 27 cursisten deel. Zestien daarvan zijn doorgestroomd naar de wijkreporterredactie. De deelnemers komen uit alle leeftijdsgroepen, sociale lagen, wijken en opleidingsniveaus. Tijdens de cursus halen ze hun onderwerpen voor de opdrachtfilms uit eigen leefomgeving.

Gedurende de cursus maken de cursisten gemiddeld 2 te publiceren films per deelnemer. In aanvang is gesteld dat zij 5 films zullen maken. Die maken ze ook, maar we hebben er toendertijd geen rekening mee gehouden dat de deelnemers door de videolessen ook leren kritisch op hun eigen producten te worden. En daarom er voor kiezen niet alle oefenfilms te publiceren op StadgersTV.

Ook komend seizoen zullen we drie cursussen organiseren, te beginnen in september '09.

7- Samenwerkingsprojecten

We hebben afgelopen jaar samengewerkt met verschillende groepen en organisaties

*We hebben de films van het mobieltjesfestival voor jongeren van TOF-Media gepubliceerd

*De IMC-Weekendschool organiseert jaarlijks een video-project in haar pakket en werkt daarvoor samen met ons

*Tijdens het Jonge Harten festival is een redactie van jongeren en studenten actief om reportages te maken voor StadJersTV en OOG

*New Attraction en het Gideonfestival krijgen een verslag op StadJersTV

*Inmiddels is contact geweest met Viva la Focus om te kijken hoe we kunnen samenwerken (afgelopen keer hebben deelnemers van StadJersTV ook meegedaan met de filmwedstrijd van dit evenement)

*We staan in contact met De Seniorenkrant om een redactie van ouderen op te zetten

*We gaan we een samenwerking met de USVA aan om de door het USVA-filmcollectief gemaakte producties op StadJersTV te publiceren

*Komend seizoen zullen we proberen video-projecten te realiseren op scholen (Noorderpoortcollege en via de jongerenredactie Stad op scholen voor voortgezet onderwijs).

*Twee tot vier stagiaires vanuit audiovisuele en communicatie-opleidingen in de stad (Noorderpoort, Alfa-college, Hanzehogeschool, RUG, Minerva), en omstreken (FrischePoort, Hogeschool Leeuwarden) zetten we in voor StadJersTV, zowel op gebied van inhoud als techniek

*Daarnaast bieden we middelbare scholieren de mogelijkheid om een maatschappelijke stage bij StadJersTV te lopen. Met een aantal scholen, zoals de Star Numanschool en het Werkmancollege, hebben we hierover al concrete afspraken gemaakt

*Van de OLON, overkoepelend orgaan van lokale omroepen in Nederland, hebben we in september vijf z g 'flips' ontvangen. Dit zijn kleine, handzame camera's waarmee we filmprojecten gaan doen met de gemeentelijke verkiezingen volgend jaar als thema. Jongeren, ouderen, autochtonen, nieuwe Nederlanders, iedereen kan meedoen aan deze projecten. In het najaar van 2009 is het project 'Estafetteflip' gestart. Men geeft na één week de flip door aan een bekende, die er dan ook een filmpje mee kan maken over het thema 'Wat vind je van je wijk'

*En komend seizoen gaan we natuurlijk door met samenwerking zoeken met filmers, videogroepen en -festivals en het uitbreiden van ons netwerk met (middelbare) scholen en andere opleidingen

8- Promotie

Wekelijks zenden we op OOG TV televisiespotjes uit waarin aandacht voor StadJersTV, voor de videoprijsvraag, voor de videocursus, of voor werving van jongeren voor de jongerenredacties. Ook op OOG-Radio is regelmatig een spotje te horen.

Elke zondagavond is op OOG TV het programma StadJersTVToppers. Hierin een selectie van de leukste/meest bijzondere films van de afgelopen week. Dit programma draait vanaf zondag 18 januari, er zijn tot nu toe zo'n 190 films uitgezonden.

We adverteren sinds juni '09 maandelijks in de UK en gaan in het najaar adverteren in de krant van de Hanzehogeschool, de *Hanzemag*.

In het voorjaar van 2009 hebben we flyers over StadJersTV verspreid in De Hoogte en de Korrewegwijk en op publieke punten in de stad.

In maart '09 hebben we 10 dagen lang posters op 25 driehoeksborden in de stad gehangen.

Komend seizoen zullen we met promotieteams aanwezig zijn op festivals (Noorderzonfestival) en bij activiteiten.

De redacteurs van StadJersTV krijgen promotiemateriaal zoals kaartjes, jacks, etc om de zichtbaarheid en herkenbaarheid te vergroten.

Reacties op StadJersTV

We zijn tevreden over hoe vaak de films worden bekeken. Het komend seizoen zal dat naar verwachting verder groeien door onze promotionele activiteiten. De meeste films zijn tussen de 60 en 140 keer bekeken. Uitschieters zijn er tot bijna 1000 keer. Via de website kan men reageren op de bekeken films. Daar wordt mondjesmaat gebruik van gemaakt. Het zijn vooral ingeseinde vrienden die reageren. De films kunnen vanaf september ook via Hyves, My Space en andere community-sites verspreid en gevonden worden.

De videowedstrijd waarmee we startten in maart '09 om stadJers te stimuleren om te gaan filmen voor stadJersTV komt langzamerhand op gang. We zijn in juni '09 begonnen de wedstrijd onder de aandacht te brengen van studenten en scholieren en bij groepen waar men bezig is met film en video (USVA, TOFMedia, Evocativ-netwerk van zelfstandige videomakers). Dit zal het komend seizoen verder groeien. Inmiddels verwijzen 331 sites naar StadJersTV.

In maart '09 heeft Stichting DOEN een paginagrote advertentie laten plaatsen in de NRC en de NRC-Next. Hierin noemden zij de jongerenredactie in de Korrewegwijk en De Hoogte als voorbeeldproject voor hun doelstellingen (zie bijlage).

De Postcode Loterij heeft dezelfde redactie als voorbeeldproject voor hun doelen vermeld in hun mailing in april, oplage 4 miljoen.

Op zaterdag 9 mei jl. besteedde het Dagblad van het Noorden aandacht aan StadJersTV in een paginagroot artikel.

In juni '09 kregen we een enorme opsteker toen we tijdens de uitreiking van de Lokale Omroep Awards te Hilversum in meerdere categorieën werden genoemd als voorbeeldproject voor alle lokale omroepen in Nederland.

RADIOCALL

**Telefonisch onderzoek uitgevoerd door
Radiocall bv te Hilversum**

in opdracht van

**Gemeente Groningen dienst OCSW
Groningen**

**Hilversum, januari 2010
SLD/IM/22737**

ONDERZOEK OOG

DECEMBER 2009

RADIOCALL

© Auteursrecht voorbehouden

Niets uit dit rapport mag worden veeleelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, digitale verwerking of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de hiervoor genoemde instanties

INHOUD

		Pagina
	SAMENVATTING EN CONCLUSIES	4
HOOFDSTUK	1. INLEIDING	7
	1.1 Achtergrond en doel van het onderzoek	8
	1.2 Opzet en uitvoering van het onderzoek	8
	1.3 Responsverantwoording	9
	1.4 Steekproefsamenstelling	9
	1.5 Rapportage	10
HOOFDSTUK	2. RESULTATEN	11
	2.1 Bekendheid OOG TV	12
	2.2 Kijkgedrag OOG TV	13
	2.3 Waardering uitzendingen OOG TV	14
	2.4 Tekst TV en informatie van de gemeente Groningen	16
	2.5 Teletekst en informatie van de gemeente Groningen	16
	2.6 Bekendheid OOG Radio	18
	2.7 Bereik OOG Radio	19
	2.8 Wijze van luisteren	25
	2.9 Waardering uitzendingen OOG Radio	25
	2.10 Andere nieuwsbronnen	27

SAMENVATTING EN CONCLUSIES

In opdracht van de gemeente Groningen heeft RadioCall een telefonisch onderzoek uitgevoerd onder de Groningse bevolking van 13 jaar en ouder naar de lokale omroep OOG

Bekendheid

De totale bekendheid van OOG TV bij het Groningse publiek is redelijk hoog 89 procent heeft weleens van deze tv-zender gehoord De totale bekendheid is afgenomen ten opzichte van voorgaande jaren (in 2007: 95%, in 2005: 95%, in 2004: 96%, in 2003: 97%, in 2002: 98%, in 2001: 97%, in 1999: 90%). De spontane bekendheid van OOG TV is 61 procent (in 2007: 65% in 2005: 69%, in 2004: 76%, in 2003: 74%, in 2002: 64%, in 2001: 63%, in 1999: 39%)

De lokale radiozender OOG Radio is relatief minder bekend dan de lokale tv-zender: 63 procent van het Groningse publiek kent deze radiozender van naam De bekendheid is ten opzichte van 2007 gedaald (in 2007: 70%, in 2005: 69%, in 2004: 76%, in 2003: 73%, in 2002: 68%, in 2001: 73%, in 1999: 77%). De spontane bekendheid van OOG Radio bedraagt 25 procent Dit betekent een daling ten opzichte van de voorgaande jaren (in 2007: 29%, in 2005: 35%, in 2004: 41%, in 2003: 44%, in 2002: 31%, in 2001: 35%, in 1999: 29%).

Kijk- en luistergedrag

Het kijkgedrag is ten opzichte van 2007 afgenomen, 67 procent van de Groningers van 13 jaar en ouder heeft weleens naar de tv-uitzendingen van OOG gekeken (in 2007: 75%, in 2005: 78%, in 2004: 79%, in 2003: 72%, in 2002: 58%, in 2001: 56%, in 1999: 36%) Dagelijks kijkt 9 procent van de Groningers naar OOG TV (in 2007: 8%, in 2005: 11%, in 2004: 14%, in 2003: 16%, in 2002: 11, in 2001: 12%, in 1999: 8%) Bijna een derde (31%) van de Groningers kijkt wekelijks naar de zender (in 2007: 35%, in 2005: 45%, in 2004: 50%, in 2003: 46%, in 2002: 39%, in 2001: 38% en in 1999: 17% Dit betekent dat het aantal dagelijkse kijkers ten opzichte van 2007 iets is gestegen en het wekelijkse kijkers ten opzichte van 2007 iets is gedaald.

Dagelijkse kijkers zijn voor ruim de helft Groningers van 50 jaar of ouder. Groningers die naar OOG Radio luisteren kijken vaker dagelijks naar OOG TV dan Groningers die OOG Radio niet kennen of nooit naar OOG Radio luisteren.

Wekelijkse kijkers en weleens kijkers zijn voornamelijk Groningers die OOG Radio luisteren Ook kijken Groningers in de leeftijdscategorie 30 – 49 en 50-plus vaker wekelijks of weleens naar OOG TV dan 13 – 29-jarigen

Ook het luistergedrag is ten opzichte van 2007 afgenomen, 18 procent van de Groningers van 13 jaar en ouder heeft wel eens naar OOG Radio geluisterd (in 2007: 28%, in 2005: 41%, in 2004: 43%, in 2003: 48%, in 2002: 32%). Dagelijks luistert 3 procent van Groningers naar OOG Radio (in 2007: 3%, in 2005: 5%, in 2004: 4%, in 2003: 8%, in 2002: 5%). Wekelijks luistert 7 procent van de Groningers naar de zender (in 2007: 10%, in 2005: 14% in 2004: 14%, in 2003: 22%, in 2002: 15%). Dit betekent dat het aantal dagelijkse en het aantal wekelijkse luisteraars ten opzichte van 2007 vrijwel gelijk is gebleven

OOG Radio trekt, voor wat betreft het totaal bereik, relatief gezien voornamelijk een publiek tussen de 30 en 49 jaar. Dit was in 2007 ook het geval. De zender wordt vaker beluisterd door hoger opgeleiden dan door middelbaar opgeleiden (respectievelijk 21% versus 14%). In 2007 bleek dat OOG Radio meer mannen dan vrouwen bereikt, in 2009 is hier geen verschil in.

Waardering

Tweederde van de kijkers van OOG TV (67%) vindt de uitzendingen van deze zender over het algemeen de moeite waard. Dit is vergelijkbaar met 2007 (65%). Het gemiddelde rapportcijfer dat men geeft voor de uitzendingen van de zender als geheel, ligt op 6,6 (in 2007: 6,5, in 2005: 6,4, in 2004: 6,5, in 2003: 6,6, in 2002, 2001 en 1999: 6,5).

Vier op de tien luisteraars van OOG Radio (42%) vindt de programma's van deze zender de moeite waard. Ook dit is vergelijkbaar met 2007 (41%). Men geeft voor de uitzendingen het gemiddelde rapportcijfer 6,2; dit is iets lager dan in 2007 (6,5) (in 2005: 6,2, in 2003: 6,6; in 2002: 6,4; in 2001: 6,5 en in 1999: 6,9).

Tekst TV en informatie van de gemeente Groningen

Ruim een kwart van de kijkers van OOG TV (28%) kijkt ook weleens naar Tekst TV van OOG TV, dit is ten opzichte van 2007 sterk gedaald (in 2007: 38%, in 2005: 42%, in 2004: 40%, in 2003: 59%, in 2002: 44%, in 2001: 48%). Mensen in de leeftijd van 13 tot 29 kijken vaker naar Tekst TV van OOG TV dan de ouderen

Van degenen die naar Tekst TV kijken, kijkt minder dan de helft (45%) ook weleens naar de informatie van de gemeente Groningen (in 2007: 48%, in 2005: 44%, in 2004: 52%, in 2003: 54%, in 2002: 57%). Van alle Groningers van 13 jaar en ouder kijkt 8% weleens naar de informatie van de gemeente Groningen op Tekst TV, dit is een daling ten opzicht van 2007, toen was dit percentage 13%. De overgrote meerderheid van de kijkers naar de informatie van de gemeente Groningen, vindt deze informatie zeer of enigszins de moeite waard (92%). Ten opzichte van 2007 is deze waardering toegenomen, toen vond 86 procent van de kijkers naar de informatie van de gemeente Groningen deze informatie zeer of enigszins de moeite waard.

Teletekst en informatie van de gemeente Groningen

Een kwart van de kijkers van OOG TV (25%) kijkt ook weleens naar Teletekst-uitzendingen van OOG TV (in 2007: 20%, in 2005: 25%, in 2004: 24%, in 2003: 27%, in 2002: 26%, in 2001: 20%) Eén derde deel van deze Teletekst kijkers (32%) bekijkt weleens de pagina's met informatie van de gemeente Groningen. (in 2007: 40%, in 2005: 8%, in 2004: 7%, in 2003 en 2002: 6%, in 2001: 4%)

Dit betekent dat 5 procent van alle Groningers van 13 jaar en ouder weleens naar de teletekst pagina's met informatie van de gemeente bekijkt. Dit is vergelijkbaar met 2007.

De overgrote meerderheid (92%) van de mensen die weleens de teletekst pagina's met informatie van de gemeente Groningen bekijken, vinden deze informatie van de gemeente op teletekst zeer of enigszins de moeite waard. Dit betekent een stijging ten opzichte van 2007, toen 77% van de mensen die ernaar keken, deze informatie zeer of enigszins de moeite waard vonden.

Website van de zender OOG

Meer dan een kwart van de mensen die weleens gebruik maken van internet, zegt te weten dat OOG een eigen website heeft (28%). Deze bekendheid is ten opzichte van 2007 met 4 procent gedaald. Deze daling is aannemelijk, omdat de totale bekendheid en het totaal bereik van zowel OOG TV als OOG Radio zijn gedaald ten opzichte van 2007. De bekendheid van de site is relatief hoog onder luisteraars van OOG Radio (45%), net als in 2007 (49%)

Van de mensen die op de hoogte zijn van het bestaan van de website van de zender OOG, heeft iets meer dan een kwart deze website (in het verleden) weleens bezocht (27%). Dat is een sterke daling ten opzichte van 2007 (45%). Dit betekent dat 7 procent van alle Groningse internetgebruikers van 13 jaar en ouder de website van OOG weleens heeft bezocht. Dit was in 2007 nog 12 procent.

Vier op de vijf bezoekers van de website OOG weten dat de Tv-uitzendingen van OOG TV daar ook te zien zijn. In 2007 was twee op de vijf bezoekers hiervan op de hoogte. Iets meer dan de helft (51%) van deze ondervraagden zegt weleens een uitzending van OOG TV via het web te bekijken. Dit is een sterke stijging ten opzichte van 2007, toen een kwart van de ondervraagden aangaf weleens een uitzending van OOG TV via het web te bekijken.

Eén derde van de bezoekers van de website van OOG weet dat de gemeenteraadsvergaderingen op die site live te volgen zijn. Ook dit is een behoorlijke stijging ten opzichte van 2007, toen ongeveer één op de vijf bezoekers hiervan op de hoogte was.

www.nu.nl is veruit de meest bezochte nieuwssite

Bijna driekwart (73%) van de internetgebruikers bekijkt weleens een filmpje op YouTube. In 2007 was dit nog twee op de drie. Iets meer dan een kwart van de internetters zet weleens een zelfgemaakte weblog of filmpje op het internet. Dit is vergelijkbaar met 2007.

RADIOCALL

HOOFDSTUK 1

Inleiding

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en doel van het onderzoek

In opdracht van de gemeente Groningen heeft RadioCall een onderzoek uitgevoerd naar de lokale omroep OOG. In 1999, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 en 2007 is eveneens een dergelijk onderzoek uitgevoerd. OOG Radio is dagelijks te horen, OOG TV zendt dagelijks uit van 17.30 - 9.00 uur.

Doel van het onderzoek is inzicht te krijgen in de bekendheid, het kijk- en luistergedrag en de waardering van OOG TV en OOG Radio onder de inwoners van Groningen. Bovendien is gevraagd naar het gebruik van Tekst TV en Teletekst en het kijken naar en de waardering van de informatie van de gemeente Groningen.

1.2 Opzet en uitvoering van het onderzoek

Het onderzoek bestaat uit een telefonische enquête onder inwoners van de gemeente Groningen van 13 jaar en ouder. De steekproef voor het onderzoek is a-select getrokken uit het telefoonbestand van de gemeente Groningen. De resultaten zijn - na weging - representatief voor de bevolking van Groningen van 13 jaar en ouder.

De enquête is door RadioCall afgenomen in de periode van 7 tot en met 14 december 2009. Gedurende zeven dagen werden dagelijks ongeveer 100 personen ondervraagd over hun kijk- en luistergedrag (onder meer het kijk- en luistergedrag van de voorafgaande dag). In totaal zijn er 725 gesprekken afgerond.

1.3 Responsverantwoording

De gerealiseerde respons laat zich als volgt verantwoorden

Benaderde steekproef	8635	
Eigenlijke non-respons		
zakenadres/onjuist adres	0	
lijn afgesloten	596	
geen gehoor / in geprek	1344	
onbereikbaar tijdens onderzoeksperiode	41	
groep vol / quotafail met belpoging	1615	
Resteert in responsbasis	5039	100%
Eigenlijke non-respons		
weigering	3193	63%
persoonlijke omstandigheden	0	0%
afgebroken gesprek	139	3%
geheim nummer/06 nummer	15	1%
voldoet niet aan criteria/ screeningseisen	967	19%
Geslaagde gesprekken	725	14%

1.4 Steekproefsamenstelling:

De steekproef is, uitgesplitst naar enkele achtergrondkenmerken, als volgt samengesteld:

Steekproef n=725	ongewogen	gewogen
Geslacht:		
man	49%	49%
vrouw	51%	51%
Leeftijd:		
13-29 jaar	35%	39%
30-49 jaar	33%	30%
50 jaar en ouder	32%	31%
Opleiding:		
laag	14%	15%
middelbaar	36%	36%
hoog	50%	49%

1.5 Rapportage

In dit rapport staan de belangrijkste bevindingen van het onderzoek. De bijlage bevat de resultaten in tabelvorm, alsmede een responsverantwoording en steekproefsamenstelling. In de tabellen staan de resultaten uitgesplitst naar geslacht, leeftijd, opleiding en kijkgedrag OOG TV en luistergedrag OOG Radio. De belangrijkste statistisch significante verschillen tussen deze groepen worden in het rapport vermeld. In een aantal gevallen worden de resultaten vergeleken met die uit 1999, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 en 2007.

Aangezien zowel de gebruikte methode als de steekproef afwijkend zijn van het door Intomart GfK uitgevoerde landelijke Continue LuisterOnderzoek (CLO) en Continu KijkOnderzoek (CKO), kunnen de uitkomsten van dit telefonische ad hoc onderzoek nimmer worden vergeleken met CLO- en CKO-resultaten.

RadioCall onderschrijft de ESOMAR-richtlijnen bij de uitvoering van het veldwerk.

HOOFDSTUK 2

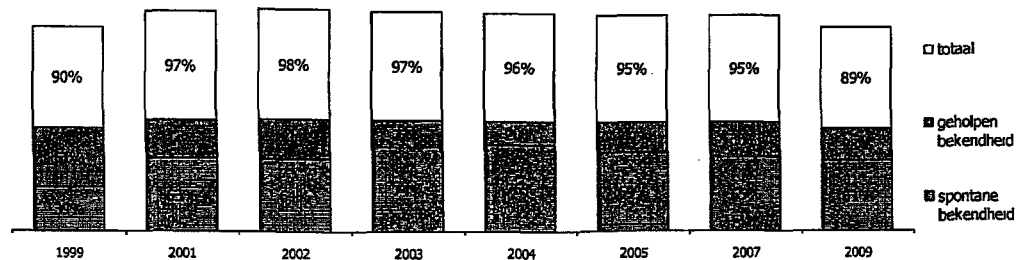
Resultaten

2. RESULTATEN

2.1 Bekendheid OOG TV

Aan de respondenten is gevraagd televisiezenders te noemen die zich speciaal op de regio en de stad Groningen richten (spontane bekendheid). Aan degenen die OOG TV niet spontaan hebben genoemd, is vervolgens gevraagd of zij weleens van deze zender hebben gehoord (geholpen bekendheid)

Figuur 2.1 Bekendheid OOG TV



De spontane bekendheid van OOG TV ligt in 2009 op 61 procent; dit is lager dan de voorafgaande jaren (in 2007 65%, 2005 69%; 2004 76%). De totale bekendheid van OOG TV bij het Groningse publiek is ook minder hoog dan de voorafgaande jaren: 89 procent heeft weleens van deze zender gehoord

Spontane bekendheid

De spontane bekendheid van TV Noord is hoger dan die van OOG TV: 83 procent van de Groningers noemt TV Noord spontaan, OOG TV wordt door 61 procent spontaan genoemd. Andere zenders die genoemd worden zijn onder andere, TV Drenthe (8%), TV Friesland (6%), Nieuws TV (2%) en de Kabelkrant (2%)

De spontane bekendheid met OOG TV is onder mannen hoger dan onder vrouwen (67% versus 56%). Een uitsplitsing naar leeftijd laat ook verschillen zien. Bij de 30-49-jarigen is de spontane bekendheid van OOG TV 71%, bij de 13-29-jarigen en 50-plussers ligt de spontane bekendheid aanmerkelijk lager (respectievelijk 58% en 56%). Onder hoog opgeleiden ligt de spontane bekendheid van OOG TV hoger dan onder middelbaar en lager opgeleiden: 68% versus 58% en 48%. Deze verschillen zijn vergelijkbaar met 2007.

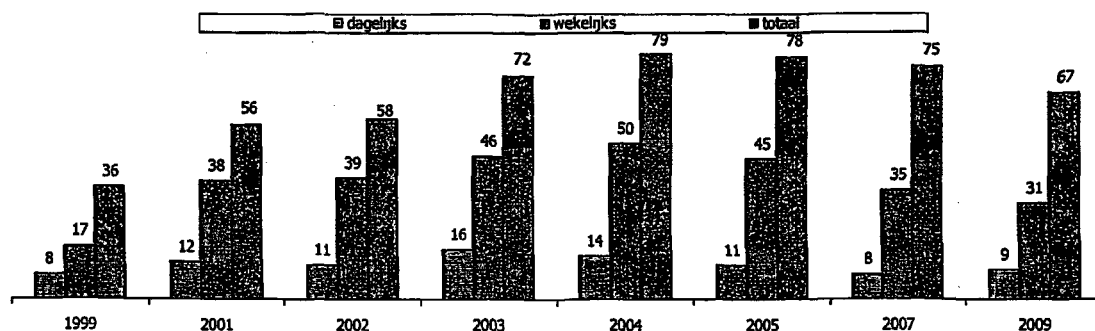
Totale bekendheid

De totale bekendheid van OOG TV (89%) laat alleen naar leeftijd significante verschillen zien; de totale bekendheid is in de leeftijd 30 - 49 (94%) hoger dan in de leeftijd 13 - 29 (84%)

2.2 Kijkgedrag OOG TV

De respondenten is gevraagd of zij weleens naar OOG TV hadden gekeken en of zij dit de afgelopen zeven dagen en de vorige dag hadden gedaan. In onderstaand figuur staan de resultaten, in percentages

Figuur 2.2 Kijkgedrag OOG TV



67 procent van alle Groningers heeft weleens naar de tv-uitzendingen van OOG gekeken. Gemiddeld kijkt 9 procent van alle Groningers van 13 jaar en ouder, op de dagen dat OOG TV uitzendt, naar OOG TV. Bijna eenderde van de Groningers kijkt op wekelijkse basis naar de zender. De stijgende lijn die vanaf 1999 zichtbaar was, heeft zich gestabiliseerd en er is een dalende lijn ingezet sinds 2007. Het aantal wekelijkse kijkers is ten opzichte van 2007 gedaald, het aantal dagelijkse kijkers is ten opzichte van 2007 gestegen (respectievelijk van 35% naar 31% en van 8% naar 9%).

Binnen de ondervraagde huishoudens is de wijze van ontvangst van televisie - en radiosignalen als volgt:

- Kabel 63% (n=457)
- Satelliet 3% (n=22)
- Internet 1% (n=4)
- Digitaal systeem 39% (n=280)
(digitale televisie)

OOG TV is sinds november 2008 digitaal te ontvangen. Het is daarom interessant om na te gaan of er binnen huishoudens met digitale ontvangst naar OOG TV wordt gekeken.

In de onderstaande tabel zijn de kijkers van OOG TV uitsplitst naar de manier waarop zijn televisie ontvangen, in percentages

Kijkers OOG TV	Totaal (n=725)	Wijze televisie kijken	
		kabel	digitaal
Dagelijks	9	12	6
Wekelijks	31	38	23
Totaal	67	69	68

Op dagelijks, wekelijks en totaal niveau kijken Groningers die televisie via de kabel kijken, vaker naar uitzendingen van OOG TV dan via Groningers die via een digitaal systeem televisie kijken

Kijkers OOG TV	Totaal (n=482)	Wijze televisie kijken	
		kabel	digitaal
Kijkt wel eens Tekst TV	28	27	28
Kijkt wel eens Teletekst van OOG	25	30	21

Er zijn geen verschillen in de wijze van televisie kijken bij de OOG TV kijkers die weleens naar Tekst TV kijken OOG TV kijkers die weleens naar Teletekst kijken, kijken vaker via de kabel televisie dan via een digitaal systeem

In de volgende tabellen is het kijkgedrag weergegeven per doelgroep per jaar op dagelijks, wekelijks en totaal niveau, in percentages

	Dagelijks								
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2009
Geslacht									
Man	38	61	61	75	17	15	8	11	
Vrouw	34	52	56	70	12	7	9	8	
Leeftijd									
13-29	38	50	60	75	6	4	2	6	
30-49	45	67	68	76	15	13	7	8	
50+	23	52	46	65	24	17	17	15	
Opleiding									
laag	29	54	37	55	21	14	11	7	
middelbaar	34	59	59	73	14	10	8	11	
hoog	39	57	63	76	12	11	7	9	
Allen	36	56	58	72	14	11	8	9	

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2009
Geslacht								
Man	18	44	44	49	57	47	36	32
Vrouw	17	32	34	43	42	43	34	29
Leeftijd								
13-29	16	28	36	37	43	32	23	21
30-49	21	46	48	51	55	51	38	34
50+	15	51	32	51	53	55	46	40
Opleiding								
laag	23	44	25	40	54	41	31	28
middelbaar	17	45	41	48	49	43	35	34
hoog	16	35	42	46	49	48	35	29
Allen	17	38	39	46	50	45	35	31

	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2009
Geslacht								
Man	8	13	12	19	83	78	74	66
Vrouw	9	10	10	14	74	77	75	67
Leeftijd								
13-29	4	5	4	9	76	73	68	57
30-49	10	13	14	18	83	83	80	74
50+	11	19	16	24	77	78	79	72
Opleiding								
laag	15	25	10	23	82	66	76	68
middelbaar	9	16	15	17	79	79	71	68
hoog	6	8	9	14	77	80	78	66
Allen	6	12	11	16	79	78	75	67

In 2009 zijn er, net als in 2007, verschillen zichtbaar in het kijkgedrag naar OOG TV per leeftijdsgroep. Ondervraagden van 50 jaar of ouder kijken vaker dagelijks naar OOG TV (15%) dan de mensen in de leeftijdsgroepen 13 – 29 en 30 – 49 (respectievelijk 6% en 8%). Het wekelijks kijken naar OOG TV is relatief laag onder de 13 – 29 jangen, 21% kijkt wekelijks naar OOG TV. Onder 30 - 49 jangen ligt dit percentage iets hoger (34%), en onder mensen van 50 jaar of ouder nog iets hoger (40%). Voor het totale aantal kijkers zijn er ook verschillen zichtbaar in het kijkgedrag per leeftijdsgroep. De 13 - 29 jangen blijven iets achter bij de andere leeftijdsgroepen (13 - 29 jaar. 57%; 30 - 49 jaar 74%; 50+ jaar 72%)

2.3 Waardering uitzendingen OOG TV

De ondervraagden die weleens OOG TV kijken (n=482) hebben een rapportcijfer de programma's van OOG TV als geheel gegeven. Het gemiddelde rapportcijfer is een 6,6. Dit cijfer is vergelijkbaar met dat van 2007 (6,5). De waardering loopt uiteen; 10 procent geeft een

RADIOCALL

onvoldoende (een 5 of lager), 23 procent geeft een 6, 41 procent een 7 en 13 procent een 8 of hoger

Vrouwen geven gemiddeld een hoger rapportcijfer dan mannen (een 6,8 versus een 6,4) en kijkers in de leeftijdsgroep 50 jaar of ouder geven vaker een hoger cijfer (gemiddeld een 7,0) dan 30 - 49 jarigen en 13 - 29 jarigen (respectievelijk gemiddeld een 6,3 en 6,5).

De kijkers hebben aangegeven in hoeverre zij de uitzendingen van OOG de moeite waard vinden. In onderstaande tabel staan de resultaten, in percentages:

Uitzending van OOG IV zijn	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2009
zeer de moeite waard	7	8	7	10	7	9	6	8
de moeite waard	47	49	52	2	61	57	59	59
niet de moeite waard	26	26	25	28	20	21	23	20
helemaal niet de moeite waard	6	4	4	4	3	5	3	4
weet niet/geen mening	13	13	12	7	8	8	9	9

De kijkers vinden de uitzendingen over het algemeen de moeite waard. 50-plussers en 13 - 29 jarigen vinden de uitzendingen vaker dan 30 - 49 jarigen, zeer de moeite waard (respectievelijk 30% en 27% versus 5%).

Bekendheid programma's OOG TV

Aan de respondenten die weleens OOG TV kijken (n=482), is gevraagd welke programma's zij kennen. Deze vraag is spontaan voorgelegd (De antwoorden worden niet opgelezen door de enquêteur) Bijna de helft van de kijkers (47%) kan geen enkel programma spontaan noemen. Naast deze bekendheid is, aan ondervraagden die OOG programma's spontaan kennen (n=258), ook gevraagd of zij weleens kijken naar de programma's die zij spontaan hebben genoemd. In de tabel hieronder is weergegeven hoe de spontane bekendheid zich verhoudt tot het kijken naar OOG programma's. de tabel is gebaseerd op het totale aantal kijkers die weleens OOG TV kijken (n=482), in percentages

Programma	Spontane bekendheid n=482	Gezien n=258
Nieuws	32	31
OOGSport	8	7
OOGActueel	3	3
Kler	2	2
Ogentroost&Liefdegras	9	9
Beno'sStad	29	28
Kunzt	5	5
HouWortel	6	6
NieuwsWeekoverzicht	4	3
StadJersTVToppers	1	1
OOGvoorSenioren	1	1
Geen van deze	47	1

2.4 Tekst TV en informatie van de gemeente Groningen

Iets meer dan een kwart (28%) van de kijkers van OOG TV kijkt ook weleens naar Tekst TV van OOG TV. (In 2007 was dit 38%, in 2005 42%, in 2003 59%, in 2002 44% en in 2001 48%). De 50-plussers kijken minder vaak naar Tekst TV (19%) dan 13-29 jangen (36%)

Gemiddeld kijken de Tekst TV kijkers 1,7 dagen per week naar Tekst TV en op de dagen dat deze Groningers kijken, kijkt het overgrote deel niet langer dan 30 minuten naar Tekst TV.

Van degenen die naar Tekst TV kijken (n=133), kijkt 45 procent ook weleens naar de informatie van de gemeente Groningen. Van alle Groningers van 13 jaar en ouder kijkt 8% weleens naar de informatie van de gemeente Groningen op Tekst TV, dit is een daling ten opzicht van 2007, toen was dit percentage 13% (in 2005. 14%, in 2004: 16%)

De respondenten die naar de informatie van de gemeente Groningen op Tekst TV kijken zijn gevraagd naar de waardering voor de informatie van de gemeente Groningen op Tekst TV. Onderstaande tabel laat dit zien in percentages:

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
zeer de moeite waard	18	18	13	15	18	18	21
de moeite waard	62	59	64	70	68	68	71
niet de moeite waard	17	19	19	14	10	9	7
weet niet/geen mening	3	4	4	1	4	5	1

De overgrote meerderheid van de kijkers naar de informatie van de gemeente Groningen op Tekst TV, vindt deze informatie zeer of enigszins de moeite waard (92%). Dit percentage is hoger dan van 2007 (86%) 7 procent van de kijkers vindt de informatie niet de moeite waard, dit percentage is nagenoeg gelijk aan dat van 2007 (9%).

Van de Groningers die nooit naar OOG TV kijken (n=243), is bijna één op de vijf (19%) er wel van op de hoogte dat op het kanaal van OOG TV ook informatie van de gemeente Groningen wordt uitgezonden. Ten opzichte van 2007 is dit een daling van 10%.

2.5 Teletekst en informatie van de gemeente Groningen

Aan de kijkers van OOG TV (n=482) is gevraagd of men weleens naar de teletekstuitzendingen van OOG TV kijkt. Een kwart kijkt weleens naar OOG TV teletekst. In 2007 was dit 20 procent, in 2005 25 procent, in 2004 24 procent, in 2003 27 procent, in 2002 26 procent en in 2001 20 procent. Gemiddeld kijken de teletekst kijkers 2,1 dagen per week naar teletekst van OOG TV (gemiddelde gelijk aan dat van 2007). Op de dagen dat deze Groningers kijken, kijkt het overgrote deel niet langer dan 30 minuten naar Teletekst van OOG TV.

Van de teletekstkijkers (n=122) bekijkt een derde deel (32%) weleens pagina's met informatie van de gemeente Groningen. Van de teletekstkijkers weleens de pagina's met informatie van de gemeente. Dat betekent dat 5 procent van alle Groningers van 13 jaar en ouder weleens naar de teletekst pagina's met informatie van de gemeente bekijkt. Dit is vergelijkbaar met 2007 (in 2005: 8%, in 2004: 7%, in 2003 en 2002: 6% en in 2001: 4%).

De respondenten die weleens naar de gemeente-informatie via teletekst van OOG TV kijken, doen dit gemiddeld 1,4 dagen per week. Op de dagen dat deze Groningers kijken, kijkt men het overgrote deel hier niet langer dan 30 minuten naar.

In de onderstaande tabel is af te lezen in hoeverre men de informatie van de gemeente Groningen op teletekst doorgaans de moeite waard vindt, in percentages.

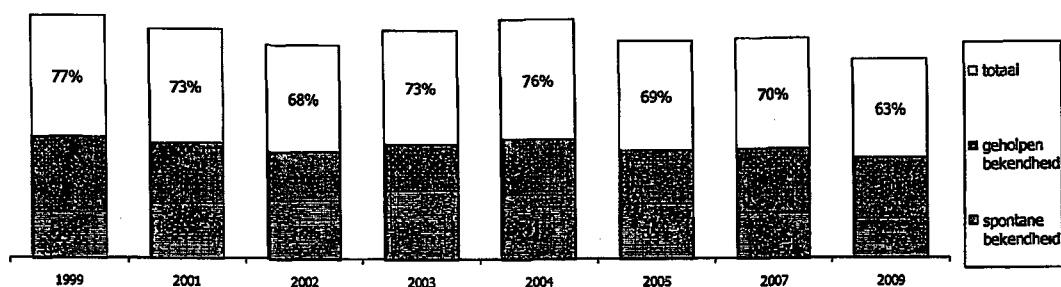
	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2009
zeer de moeite waard	23	21	15	15	18	16	25	
enigszins de moeite waard	69	70	63	69	69	61	66	
niet de moeite waard	8	7	22	16	13	17	3	
weet niet/geen mening	0	1	0	0	0	6	7	

90 procent mensen die naar de informatie van de gemeente Groningen op teletekst kijken, vindt deze informatie zeer of enigszins de moeite waard. Dit was in 2007 77 procent. Slechts 3 procent vindt deze informatie niet de moeite waard, in 2007 waren er 2 op de vijf mensen (17%) die dit niet de moeite waarde vonden

2.6 Bekendheid OOG Radio

Er is aan de respondenten gevraagd radiozenders te noemen die zich speciaal op de regio en de stad Groningen richten (de spontane bekendheid, de antwoorden worden niet opgelezen door de enquêteur) Aan degenen die OOG Radio niet spontaan hebben genoemd, is vervolgens gevraagd of zij weleens van deze zender gehoord hadden (de geholpen bekendheid)

Figuur 2.3 Bekendheid OOG Radio



De spontane bekendheid van OOG Radio ligt in 2009 op 25 procent, dit is lager dan in alle voorgaande jaren. De totale bekendheid van OOG Radio is 63 procent; ook dit is aanzienlijk lager dan in voorgaande jaren (in 2007: 70%, in 2005: 69%, in 2004: 69%)

Spontane bekendheid

Ook in 2009 zien we dat de spontane bekendheid van Radio Noord verreweg het hoogst is. 58 procent van de Groningers noemt deze zender (in 2007, 59%) OOG Radio wordt door 25 procent spontaan genoemd. Andere zenders die spontaan genoemd worden zijn Radio Drenthe (4%), Radio Friesland (3%) en City FM (voorheen Radio Rebecca) (2%). Van de ondervraagden weet 34 procent geen lokale of regionale radiozender te noemen en dit is vergelijkbaar met 2007 (32%).

De spontane bekendheid van OOG Radio is bij mannen hoger dan bij vrouwen (30% versus 21%). OOG Radio wordt het meest spontaan genoemd door 30-49-jarigen (33%), gevolgd door 13-29-jarigen (27%), van de 50-plussers noemt 15 procent deze zender spontaan. Ook noemen hoger opgeleiden OOG Radio vaker spontaan (29%) dan lager opgeleiden (14%). Deze verschillen in geslacht, leeftijd en opleiding zijn in 2007 eveneens aangetroffen.

Totale bekendheid

De totale bekendheid van OOG Radio is hoger bij de 30-49-jarigen, dan bij de 13-29-jarigen en de 50-plussers. De 30-49-jarigen hebben vaker van deze zender gehoord (74%) dan de jongeren (56%) en de 50-plussers (61%).

2.7 Bereik OOG Radio

Het geluid van OOG Radio wordt ook uitgezonden via Tekst TV (op OOG TV). Dat is de reden dat de volgende definitie van bereik gehanteerd wordt.

Het totaalbereik van OOG Radio wordt bepaald door het aantal luisteraars naar het radiosignaal van OOG, dat te beluisteren is via een radiotoestel of via een tv-toestel (afgestemd op Tekst TV).

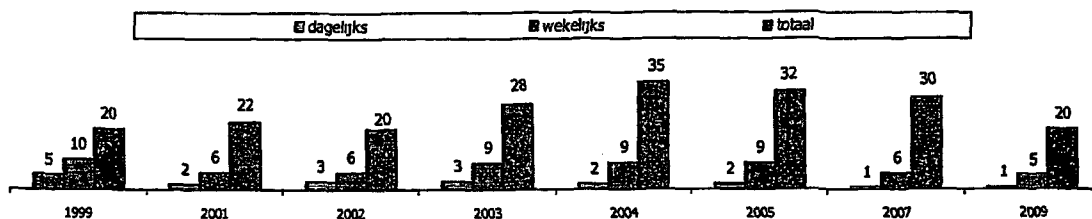
In de volgende paragraaf wordt het bereik op beide manieren afzonderlijk gepresenteerd, evenals het bereik volgens bovenstaande definitie.

Bereik via radiotoestel

De respondenten is gevraagd of zij weleens naar OOG Radio hebben geluisterd en of zij dit de afgelopen zeven dagen en de vorige dag hebben gedaan

In de volgende grafiek staan de resultaten per jaar in percentages.

Figuur 2 4 Bereik OOG Radio via radiotoestel



Twintig procent van alle Groningers van 13 jaar en ouder heeft weleens naar de uitzendingen van OOG Radio geluisterd. Dit is een daling ten opzichte van 2007. OOG Radio bereikt dagelijks 1 procent van de Groningers van 13 jaar en ouder (dit is vergelijkbaar met de percentages uit voorgaande jaren: in 2007: 1%, in 2005: 2%, in 2004: 2%, in 2003 en 2002: 3%, in 2001: 1% en in 1999: 5%) vijf procent van de Groningers luistert wekelijks naar OOG Radio; dit is minder dan in de jaren 2003-2005 (9%) maar ligt op hetzelfde niveau als dat van 2007 (6%).

In de volgende tabellen is het bereik via het radiotoestel weergegeven per doelgroep per jaar, op dagelijks, wekelijks en totaalniveau in percentages.

	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2009
Geslacht								
Man	6	4	4	4	2	3	1	1
Vrouw	6	1	2	3	3	1	1	1
Leeftijd								
13-29	10	4	3	2	2	1	0	1
30-49	4	2	3	3	3	3	1	1
50+	1	0	3	5	2	3	2	2
Opleiding								
laag	3	1	3	5	2	3	1	0
middelbaar	3	1	3	3	3	2	1	2
hoog	8	3	3	3	2	2	1	1
Allen	5	2	3	3	2	2	1	1

RADIOCALL

	Wegdijks								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Geslacht									
Man	13	9	9	12	13	13	7	6	
Vrouw	7	4	4	6	6	5	4	4	
Leeftijd									
13-29	17	9	8	9	7	7	4	4	
30-49	9	7	6	9	12	9	6	6	
50+	3	2	4	9	10	11	8	6	
Opleiding									
laag	6	1	5	13	14	7	7	6	
middelbaar	5	5	7	8	9	9	7	6	
hoog	15	8	7	8	8	10	4	4	
Allen	10	6	6	9	9	9	6	5	

	Totaal							
	2009	2011	2012	2013	2014	2015	2017	2018
Geslacht								
Man	30	26	22	37	39	38	35	21
Vrouw	15	18	18	20	31	26	26	19
Leeftijd								
13-29	37	30	30	32	35	27	25	16
30-49	22	25	19	34	41	40	40	23
50+	7	6	9	17	27	29	27	21
Opleiding								
laag	10	3	9	20	33	17	24	18
middelbaar	14	14	19	28	34	31	33	17
hoog	32	28	24	31	36	37	30	22
Allen	22	22	20	28	35	32	30	20

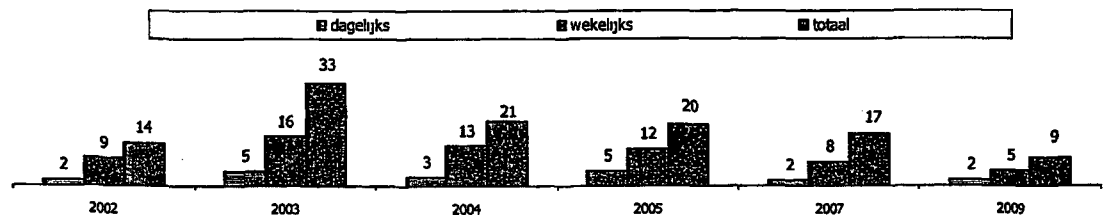
Er zijn geen verschillen op basis van geslacht, leeftijd en opleiding wat betreft het totaalbereik van OOG Radio, via het radiotoestel. In 2007 werd OOG Radio vaker door mannen dan door vrouwen beluisterd. Groningers die OOG TV kijken luisteren dit jaar vaker naar OOG Radio dan Groningers die OOG TV niet kennen en dan Groningers die de zender wel kennen maar hier nooit naar kijken (respectievelijk 27% versus 4% en 5%).

Bereik OOG Radio via Tekst TV

Omdat het geluid van OOG Radio ook wordt uitgezonden via Tekst TV (op OOG TV), is ook gevraagd naar de beluistering via dit medium. De vragen met betrekking tot de beluistering van OOG radio via dit medium zijn gesteld aan personen die weleens naar Tekst TV kijken (n=133).

In onderstaande grafiek zijn de resultaten weergegeven, gepercentageerd op alle Groningers.

Figuur 2.5 Bereik OOG Radio via Tekst TV



Van alle Groningers van 13 jaar en ouder heeft 9 procent weleens naar de radio-uitzendingen van OOG via Tekst TV geluisterd. In 2007 was dit nog 17 procent van alle Groningers. OOG Radio via Tekst TV bereikt dagelijks 2 procent van de Groningers en wekelijks luistert 5 procent van de Groningers via Tekst TV naar de zender. Het dagelijks bereik is ten opzichte van 2007 gelijk gebleven, het wekelijks bereik is gedaald (van 8% in 2007 naar 5%).

Groningers die weleens OOG radio luisteren, luisteren vaker via Tekst TV naar deze zender dan Groningers die OOG Radio kennen maar er nooit naar luisteren, Groningers die OOG Radio niet kennen en dan Groningers die nooit radio luisteren.

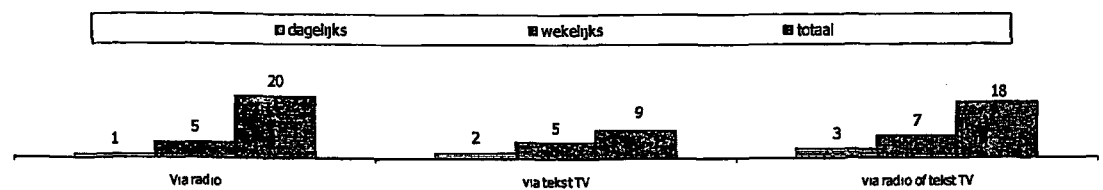
Bereik OOG Radio via radio en Tekst TV

De luisteraars van OOG Radio zijn mensen die via het radiotoestel luisteren of via Tekst TV, dat het geluid van OOG Radio afspeelt. De volgende definitie wordt hierbij gehanteerd: *Het totaalbereik van OOG Radio wordt bepaald door het aantal luisteraars naar het radiosignaal van OOG, dat te beluisteren is via een radiotoestel of via een tv toestel (afgestemd op Tekst TV).*

De bereikcijfers van 'luisteren via radio' en de bereikcijfers van 'luisteren via Tekst TV' kunnen dus niet bij elkaar worden opgeteld om totaal bereikcijfers te bepalen. Er zijn analyses uitgevoerd om het aantal 'dubbeltellingen' te achterhalen en te elimineren.

In onderstaand figuur grafiek zijn de bereikcijfers uitgesplitst

Figuur 2.6 Bereik OOG Radio via radio, Tekst TV en radio of Tekst TV



Van alle Groningers van 13 jaar en ouder heeft 20 procent weleens naar OOG Radio geluisterd via het radiotoestel en 9 procent heeft weleens OOG Radio geluisterd via Tekst TV. Het 'totaalbereik' van OOG Radio is dus hoger bij luisteren via het radiotoestel dan bij luisteren via Tekst TV. Het dagelijks en wekelijks bereik van OOG radio is vrijwel gelijk, ongeacht de wijze van beluisteren. In 2007 was het weekbereik en dagbereik hoger via Tekst TV dan via de radio.

Bijna één op de vijf (18%) Groningers van 13 jaar en ouder heeft weleens naar OOG Radio (via OOG Radio en/of via Tekst TV) geluisterd. Dit is een daling van 10 procent vergeleken met 2007. Dagelijks luistert 3 procent van de Groningers naar OOG Radio. Dit is vergelijkbaar met 2007. OOG Radio bereikt wekelijks 7 procent van de Groningers, een lichte daling ten opzichte van 2007 (10%).

OOG Radio trekt, voor wat betreft het totaalbereik, relatief gezien voornamelijk een publiek tussen de 30 en 49 jaar. Dit was in 2007 ook het geval. De zender wordt vaker beluisterd door hoger opgeleiden dan door middelbaar opgeleiden (respectievelijk 21% versus 14%). In 2007 bleek dat OOG Radio meer mannen dan vrouwen bereikt, in 2009 is hier geen verschil in.

2.8 Wijze van beluistering

Aan de respondenten die weleens naar OOG Radio luisteren (n=143) is gevraagd op welke wijze zij normaal gesproken naar deze zender luisteren. In onderstaande tabel is dit weergegeven in percentages:

Kabel	33
Ether/antenne	28
Autoradio	21
Text TV	6
Internet	6
Weet niet	7

Een derde van de luisteraars luistert normaal gesproken via de kabel naar OOG Radio (in 2007 was dit 46%). De zender wordt ook goed beluisterd via de ether/antenne. Meer mensen luisteren via de ether/antenne dan in 2007 (28% versus 18% in 2007). Iets minder mensen luisteren via de autoradio (in 2009 21%, in 2007 23%).

2.9 Waardering uitzendingen OOG Radio

Ondervraagden die weleens OOG Radio luisteren via het radiotoestel (n=143) hebben aangegeven in hoeverre zij de uitzendingen van OOG Radio de moeite waard vinden. In de onderstaande tabel staan de resultaten, in percentages.

Oordeel over uitzending van OOG Radio	1999	2001	2002	2004	2005	2007	2009
zeer de moeite waard	10	6	1	5	3	6	4
de moeite waard	50	47	39	46	48	44	37
niet de moeite waard	21	16	27	26	26	25	31
helemaal niet de moeite waard	6	6	7	5	3	5	1
weet niet/geen mening	12	25	17	18	20	21	26

Vier op de tien luisteraars (42%) vindt de programma's van OOG Radio (zeer) de moeite waard. Dit percentage is gelijk aan dat in 2007. Het gemiddelde rapportcijfer bedraagt 6,2; dat is iets lager dan in 2007 (6,5) maar gelijk aan de jaren 2004 en 2005 (beide jaren 6,2). In de jaren daarvoor lag het rapportcijfer op het niveau van 2007 (in 2003: 6,6; in 2002: 6,4; in 2001: 6,5 en in 1999: 6,9).

Bekendheid van de programma's

Aan de respondenten die weleens naar OOG Radio luisteren via het radiotoestel (n=143) is gevraagd welke programma's ze kennen. Deze vraag is spontaan voorgelegd, wat betekent dat de antwoorden werden niet voorgelezen door de enquêteur. Ruim de helft van deze respondenten (57%) kan spontaan geen enkel programma noemen. De meest genoemde programma's zijn "Anno 1900" (18%), "JazzOOG" (5%) en "De Wakkerradio" (5%).

Er is ook aan respondenten die één of meerdere programma's kennen, of zij weleens naar deze programma's hebben geluisterd. De programma's waar het meest naar geluisterd wordt zijn "Anno 1900" (42%), "JazzOOG" (11%) en "De Wakkerradio" (8%).

Iets meer dan de helft (56%) van de luisteraars die weleens naar OOG Radio luisteren kan spontaan geen enkel programma noemen.

2.10 Andere nieuwsbronnen

Aan alle respondenten is gevraagd welke andere nieuwsbronnen men kent en gebruikt. Allereerst is gevraagd of, en zo ja, hoe vaak men de krant leest. Bijna zes op de tien Groningers (59%) leest regelmatig de krant, een kwart (25%) soms en 16% leest nooit de krant.

Aan degenen die weleens een krant lezen, is gevraagd welke kranten men weleens leest. Ook is gevraagd op welk van deze kranten men - indien mogelijk - een abonnement heeft.

In de tabel hieronder staat welke kranten men weleens leest en op welke kranten men een abonnement heeft, in percentages.

Krant	Leest weleens n=415	Abonnement n=367
Dagblad van het Noorden	64	36
Gezinsbode	33	-
Spits	29	-
Volkskrant	27	13
Telegraaf	25	5
Metro	25	-
NRC Handelsblad	18	9
De krant van Groningen	14	-
De Groninger Stadskrant	14	-
Trouw	13	3
NRC Next	12	3
Algemeen Dagblad	11	2
De Pers	8	-
Nederlands Dagblad	6	4
Financieel Dagblad	5	2
Parool	2	-
De Dag	-	-
Reformatorisch Dagblad	-	-
(Lees) geen van deze	1	2
anders	4	16
weet niet/wil niet zeggen	-	19

Het Dagblad van het Noorden wordt het meest gelezen (64%) en is tevens de krant waar de meeste mensen een abonnement op hebben (36%). In 2007 lazen meer mensen Het Dagblad van het Noorden (74%), een met 2007 vergelijkbaar aantal mensen had daar ook een abonnement op (38%). Vooral 50-plussers (49%) hebben vaker een abonnement op het Dagblad van het Noorden dan andere leeftijdsgroepen.

Er is aan de respondenten gevraagd of men thuis of op het werk weleens gebruikt maakt van Internet en hoe vaak men nieuws op het Internet zoekt.

Van de ondervraagde Groningers maakt 85 procent weleens gebruik van het internet, dit is vergelijkbaar met 2007. De Groningers die weleens gebruik maken van internet (n=613) internetten gemiddeld 6,3 dagen in de week (in 2007 6,1 dagen) en op de dagen dat zij internet gebruiken, doen zij gemiddeld bijna 3 uur (in 2007 2,6 uur)
 Iets minder dan de helft van de Groningers die internetten, zoekt regelmatig nieuws op het internet (45%) Circa een kwart doet dit soms (25%) en 29 procent zoekt nooit nieuws op internet. Vergelijkbare cijfers met die van 2005 (37%, 26% en 36%)

In onderstaande tabel het zoekgedrag naar nieuws op internet uitgesplitst naar geslacht, leeftijd en opleiding in percentages

Zoekt nieuws op internet:	regelmatig n=270	soms n=150	nooit n=180
Geslacht			
man	51	21	27
vrouw	40	28	32
Leeftijd			
13-29 jaar	49	26	24
30-49 jaar	53	25	23
50+	30	22	49
Opleiding			
laag	30	36	30
midden	39	27	34
hoog	53	21	27
Allen	46	25	29

Mannen zoeken vaker informatie op internet dan vrouwen. Mensen in de leeftijdscategorieën 13 – 29 en 30 – 49 zoeken vaker informatie op internet dan 50-plussers en hoger opgeleiden vaker dan middelbaar en lager opgeleiden.

Aan de respondenten die weleens gebruik maken van internet (n=613), is gevraagd of men weet dat de zender OOG een eigen internetsite heeft. Daarvan is 28 procent bekend met de internetsite van OOG, www.OOGtv.nl. In 2007 was dat nog 32 procent. De website blijkt het meest bekend te zijn bij de mensen die weleens naar OOG Radio luisteren. Een derde van de OOG TV kijkers en 45 procent van luisteraars naar OOG Radio zegt van het bestaan van deze website af te weten. Deze percentages zijn vergelijkbaar met 2007.

Vervolgens is aan de mensen die weten dat de zender OOG een eigen internetsite heeft (n=171), gevraagd of men deze website weleens bezoekt en, zo ja, hoe vaak. In de tabel hieronder zijn de resultaten uitgesplitst, in percentages.

Bezoek aan internetsite OOG	alle Groningse internetgebruikers (n=171)	alle OOG TV kijkers (n=140)	alle OOG Radio luisteraars (n=59)
Ja, dagelijks	2	2	-
ja, enkele keren per week	3	4	8
ja, enkele keren per maand	9	10	15
ja, minder vaak	6	7	12
nee, maar in het verleden wel	6	7	8
nee, nog nooit bezocht	73	70	57

Van de mensen die bekend zijn met de website, heeft bijna drie kwart (73%) de site nog nooit bezocht. Ten opzichte van 2007 is het percentage dat de website nog nooit heeft bezocht gestegen, van 55% in 2007 naar 73% in 2009. Luisteraars van OOG Radio maken het meest gebruik van de internetsite. van de luisteraars die bekend zijn met de site, bezoekt ruim een derde deel de website weleens (35%).

In de volgende tabel zijn de resultaten nogmaals (ingedikt) weergegeven, waarbij de percentages zijn berekend op alle respondenten die gebruik maken van internet (n=613).

Bezoek aan internetsite OOG	alle Groningse internetgebruikers (n=613)	alle OOG TV kijkers (n=126)	alle OOG Radio luisteraars (n=131)
ja (in het verleden)	7	10	19
nee, nooit	20	23	25
niet bekend met site	72	67	55

Het bezoek van de website van OOG TV door Groningse internetgebruikers is gedaald. Van alle Groningse internetgebruikers heeft 7 procent de website www.OOGtv.nl weleens bezocht. Ten opzichte van 2007 is gehalveerd (14%). Eén op de tien kijkers van OOG TV heeft deze website weleens bezocht, in 2007 was dit 17 procent. Eén op de vijf luisteraars van OOG Radio heeft de website www.OOGtv.nl weleens bezocht, in 2007 had ruim een kwart van deze luisteraars deze website weleens bezocht. Het percentage dat de website nog nooit bezocht heeft of niet bekend is met de website is licht gestegen ten opzichte van 2007. Dit geldt voor alle Groningse internetgebruikers, de internetgebruikers die OOG TV kijken en internetgebruikers die OOG Radio luisteren (in 2007: nooit bezocht respectievelijk 18%, 20% en 24%, niet bekend met website respectievelijk 68%, 64% en 51%).

Van alle Groningen van 13 jaar en ouders heeft 6 procent de website van OOG TV, www.OOGtv.nl, weleens bezocht. Ten opzichte van 2007 is dit gehalveerd, toen had 12 procent van alle Groningers deze website weleens bezocht

Aan de bezoekers van de OOG website (n=45) is vervolgens gevraagd of men weet dat de TV-uitzendingen van OOG via www.OOGtv.nl zijn terug te zien.

Vier van de vijf website bezoekers (80%) is hiervan op de hoogte. In 2007 was dit 67%.

Aan degenen die weten dat de tv-uitzendingen van OOG via de website www.OOGtv.nl zijn terug te zien is gevraagd of men weleens via de website naar de uitzendingen van OOG kijkt. De helft (51%) geeft aan dit weleens te doen. In 2007 was dit een kwart.

Van de www.OOGtv.nl website bezoekers linkt 19 procent via deze website weleens door naar andere websites. In 2007 was dit 10 procent.

Ruim één op de vijf bezoekers van de website van OOG-TV (23%) weet dat ook de gemeenteraad live te volgen is via www.OOGtv.nl. 50-plussers zijn hier vaker van op de hoogte dan 13 – 29 jarigen. Van alle ondervraagde Groningers blijkt 2% te weten dat de gemeenteraad live te volgen is via deze website. Ten opzichte van 2007 is dit gedaald met 1%.

Aan de respondenten die weleens nieuws op internet zoeken (n=433) is gevraagd welke nieuwssites men regelmatig bezoekt. www.nu.nl is veruit de meest geraadpleegde nieuwssite (55%). In 2007 was dit ook de meest geraadpleegde nieuwssite (33%). De website www.OOGtv.nl wordt door 2% genoemd als zijnde een nieuwssite die men regelmatig bezoekt.

Nieuwssites regelmatig bezocht in percentages	Totaal n=433
Nu.nl	55
Nos.nl; rtl.nl	17
Telegraaf.nl	16
Rtvnoord.nl	11
Nrc.nl	11
Volkskrant.nl	11
Teletekst.nos.nl	9
Gic.nl (Groninger internetcourant)	6
Ad.nl	6
Oogtv.nl	2
Dsq.nl	-
anders	36

De website van YouTube wordt door bijna driekwart van de internet-gebruikers weleens bekeken. Dit is een stijging ten opzichte van 2007, toen bezocht 61% van de internetgebruikers YouTube weleens.

In onderstaande tabel is het gebruik van YouTube door internetgebruikers uitgesplitst naar geslacht, leeftijd en opleiding in percentages.

Onderzoek naar OOG	
YouTube	
n = 512	
Geslacht	
man	75
vrouw	72
Leeftijd	
13-29 jaar	90
30-49 jaar	72
50+	48
Opleiding	
laag	82
midden	72
hoog	72
Allen	73

In 2007 bezochten mannen YouTube vaker dan vrouwen, nu is er geen verschil tussen mannen en vrouwen. 13 – 29-jarigen kijken vaker naar YouTube (90%) dan 30 – 49-jarigen en 50-plussers (72% en 48%). 30 – 49-jarigen kijken wel weer vaker dan 50-plussers naar YouTube. Uitgesplitst naar opleiding zijn er dit jaar geen verschillen. In 2007 waren er verschillen zichtbaar, vooral de lager opgeleiden (74%) bezochten de website van YouTube vaker dan de middelbaar (62%) of hoger opgeleiden (58%). Internetgebruikers die naar OOG Radio luisteren, kijken vaker naar YouTube dan internetgebruikers die OOG radio niet kennen.

Tenslotte is er aan internetgebruikers gevraagd of men zelf weleens berichten (weblog of film) op het internet zet. Iets meer dan een kwart (28%) geeft aan dat weleens te doen. Dit is vergelijkbaar met 2007 (24%).

In onderstaande tabel is het plaatsen van berichten op internet uitgesplitst naar geslacht, leeftijd en opleiding in percentages

zet wel eens berichten op internet	Totaal n=618
Geslacht	
man	30
vrouw	26
Leeftijd	
13-29 jaar	39
30-49 jaar	20
50+	19
Opleiding	
laag	42
midden	31
hoog	23
Allen	28

Voornamelijk jongeren in de leeftijdscategorie 13 – 29 doen dit vaker dan mensen in de andere leeftijdsgroepen. Ook lager opgeleiden zetten vaker dan hoger opgeleide berichten op het internet