



Afdeling Beleid en Programmering
Onderwerp Kijk&Luisteronderzoek OOG

Bezoekadres
Europaweg 8

Postadres
Postbus 268
9700 AG Groningen

E-mailadres
info@ocsw.groningen.nl

Website
www.groningen.nl

Aan de leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon 050-367 6250 Bijlage(n) 1

Ons kenmerk OS 09.1926315

Datum 1 2 JUN 2009 Uw brief van

Behandeld
door M.M.A.Blom

Geachte heer/mevrouw,

In december 2007 heeft IntomartGFK een Kijk&Luisteronderzoek OOGTV en OOGRadio uitgevoerd. Het rapport was eind februari 2008 klaar, maar nog niet ter kennisname gebracht van uw raad. Dat doen we hierbij alsnog.

Het laatste Kijk&Luisteronderzoek dateert van december 2005. Tot dan werd jaarlijks onderzoek gedaan. Na de vorige editie is besloten tot een tweejaarlijks onderzoek. Nu er begin 2008 dalende kijk- en luistercijfers werden genoteerd, terwijl OOG in het recent verleden wel prijzen kreeg als beste omroep of beste programma, hebben we met OOG besproken wat de oorzaken kunnen zijn van de daling. OOG is bezig zich in deze tijden van snel veranderende communicatiestrategieën aan te passen en toekomstbestendig te worden, onder andere met StadgersTV.

Belangrijkste conclusies Kijk&Luisteronderzoek 2007

1. De bekendheid van het Groningse publiek met OOGTV bleef met 95% zeer hoog. OOGRadio was met 70% iets minder bekend.
2. We zagen in 2007 een opmerkelijke daling van kijk- en luistercijfers ten opzichte van 2005. Wekelijks keken 10% minder mensen naar de tv programma's van OOG. Wekelijks luisterden 4 % minder mensen naar OOGRadio. Ook het dagelijkse bereik daalde iets.
We hebben laten onderzoeken of het feit dat er nu meer mensen een digitale ontvangst hebben en dus over moeten schakelen naar analoog om OOG te ontvangen, invloed heeft gehad. Die invloed is niet zo groot dat we de daling ermee in zijn geheel kunnen verklaren. Ook het feit dat steeds meer mensen internet bezoeken en daaraan ook veel tijd besteden (2,5 uur per dag, 6,1 dag per week), verklaart waarschijnlijk een deel van de daling.
3. Het gemiddelde rapportcijfer voor televisie was 6,4, voor radio was dat een 6,5. De waardering verschilde niet veel van die van voorgaande onderzoeksedities.

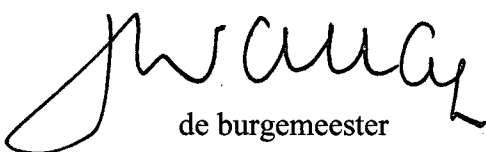


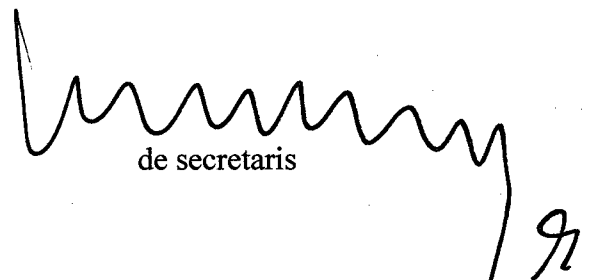
4. De gemeentelijke informatie via tekstTV werd eind 2007 iets minder goed bekeken dan in 2005. De interesse voor gemeentelijke informatie via teletekst steeg licht.
5. Het belang van internet voor het zoeken van informatie neemt toe. Het aantal Groningse internetters dat regelmatig nieuws zoekt op het internet, is gestegen van ruim eenderde naar 42%. 12% van de Groningse internetgebruikers heeft de site van OOGTV wel eens bezocht, tegen 11% in 2005. Jongeren bezoeken de site vaker dan ouderen. Vooral luisteraars naar OOGRadio zijn op de hoogte - en zijn bezoekers - van deze website.
Gebaseerd op alle ondervraagde Groningers bleek 3% bekend te zijn met het feit dat de gemeenteraad via deze website is te volgen. Er is dus nog een wereld te winnen voor OOG via internet.

Opmerkingen:

- Inmiddels doet OOG samen met vijf andere lokale omroepen mee aan een pilot van Ziggo om lokale omroepen in het digitale basispakket op te nemen. OOG is nu te ontvangen op kanaal 950, maar Ziggo wil daaraan vooralsnog geen ruime bekendheid geven. Dat betekent dat de lokale omroepen in de pilot niet zijn opgenomen in het zendschema dat iedere klant in huis heeft. De burgemeester stuurt Ziggo een brief met het verzoek dat wel te doen. OOG zelf wil een campagne organiseren om meer bekendheid te geven aan de digitale ontvangst op kanaal 950, maar zoekt naar mogelijkheden om dat te doen in een breder kader van het 25 jarige bestaan van OOG dit jaar en het verder in de markt zetten van StadgersTV.
- Het belang van internet neemt enorm toe. OOG is met StadgersTV een nieuwe weg ingeslagen op het internet. StadgersTV is vanwege technische problemen iets later van start gegaan dan oorspronkelijk gepland. Wat zich nu al begint af te tekenen is dat StadgersTV in de wijken veel participanten trekt en dat er steeds meer filmpjes worden gemaakt. We verwachten dit najaar een tussenevaluatie van OOG van StadgersTV.
- OOG is landelijk genomineerd als beste lokale omroep, voor de beste presentator en voor StadgersTV. De uitslag was bij het schrijven van deze brief nog niet bekend.
- Eind 2009 wordt een nieuw Kijk&Luisteronderzoek gehouden. Wij zullen u over de uitkomsten daarvan berichten.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,


de burgemeester


de secretaris

BIJLAGE

RADIOCALL

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

in opdracht van

**Gemeente Groningen dienst OCSW
Groningen**

**Hilversum, december 2007
ALH/MB/17747**

DIENST OCSW	
reg. nr.: 1926262	Par.
ingek. : - 3 JUN 2009	
class :	
Ta beh. door: BA/Cul/Blau	
Kopie gez. aan:	

ONDERZOEK OOG

DECEMBER 2007

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 zeer hoog: 95 procent heeft weleens van deze tv-zender gehoord (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 65 procent (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: 70 procent van het Groningse publiek kent deze radiozender van naam. De bekendheid is ten opzichte van 2005 nagenoeg gelijk gebleven, maar ten opzichte van 2004 en eerder gedaald (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 29 procent. Dit betekent een daling ten opzichte van de voorgaande jaren (in 2005: 35%, in 2004: 41%, in 2003: 44%, in 2002: 31%, in 2001: 35%, in 1999: 29%).

Kijk- en luistergedrag

Driekwart van alle Groningers (75%) heeft weleens naar de tv-uitzendingen van Oog gekeken (in 2005: 78%, in 2004: 79%, in 2003: 72%, in 2002: 58%, in 2001: 56%, in 1999: 36%). Dagelijks kijkt gemiddeld 8 procent van de Groningers van 13 jaar en ouder naar Oog TV (in 2005: 11%, in 2004: 14%, in 2003: 16%, in 2002: 11, in 2001: 12%, in 1999: 8%). Ruim eenderde (35%) van de Groningers kijkt wekelijks naar de zender (in 2005: 45%, in 2004: 50%, in 2003: 46%, in 2002: 39%, in 2001: 38% en in 1999: 17%). Dit betekent dat zowel het aantal wekelijkse kijkers als het aantal dagelijkse kijkers ten opzichte van 2005 is gedaald.

Dagelijkse kijkers zijn voornamelijk mannen in de leeftijd van 50 jaar of ouder.

Omdat het geluid van Oog Radio ook wordt uitgezonden via Tekst TV is er de volgende definitie van bereik geïntroduceerd:

Het bereik 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).

Dit betekent dat er op basis van deze definitie alleen vergelijkingen kunnen worden gemaakt met het bereik uit 2002, 2003, 2004 en 2005. Er is wel een vergelijking mogelijk van het bereik via het radiotoestel met de gegevens uit 1999, 2001, 2002, 2003, 2004 en 2005.

Volgens de eerder genoemde definitie blijkt dat dagelijks 3 procent van de Groningers naar Oog Radio luistert (in 2005: 5%, in 2004: 4%, in 2003: 8%, in 2002: 5%). Wekelijks luistert 10 procent naar Oog Radio (in 2005: 14% in 2004: 14%, in 2003: 22%, in 2002: 15%) en 28 procent luistert weleens naar Oog Radio (in 2005: 41%, in 2004: 43%, in 2003: 48%, in 2002: 32%).

Oog Radio trekt, voor wat betreft het totaal bereik, voornamelijk een publiek tussen de 30 en 49 jaar. De zender wordt relatief vaak beluisterd door middelbaar en hoger opgeleiden (respectievelijk 33% en 30%); van de lager opgeleiden luistert slechts 24 procent weleens naar Oog Radio. Tot slot zien we dat Oog Radio meer mannen dan vrouwen bereikt.

Waardering

Tweederde deel van de kijkers van Oog TV (65%) vindt de uitzendingen van deze zender over het algemeen de moeite waard. Het gemiddelde rapportcijfer dat men geeft voor de uitzendingen van de zender als geheel, ligt op 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 (41%) vindt de programma's van deze zender de moeite waard. Men geeft voor de uitzendingen het gemiddelde rapportcijfer 6,5; dit is iets hoger dan dat uit 2005 (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).

Tekst TV en informatie van de gemeente Groningen

Bijna tweevijfde deel van de kijkers van Oog TV (38%) kijkt ook weleens naar Tekst TV van Oog TV (in 2005: 42%, in 2004: 40%, in 2003: 59%, in 2002: 44%, in 2001: 48%). Mensen in de leeftijd van 13 tot 49 kijken hier vaker naar dan de ouderen.

Van degenen die naar Tekst TV kijken, kijkt iets minder dan de helft (48%) ook weleens naar de informatie van de gemeente Groningen (in 2005: 44%, in 2004: 52%, in 2003: 54%, in 2002: 57%). Dit komt neer op 13 procent van alle Groningers van 13 jaar en ouder. De overgrote meerderheid van de kijkers naar de informatie van de gemeente Groningen, vindt deze informatie zeer of enigszins de moeite waard (86%).

Teletekst en informatie van de gemeente Groningen

Eén op de vijf kijkers van Oog TV (20%) kijkt ook weleens naar Teletekst-uitzendingen van Oog TV (in 2005: 25%, in 2004: 24%, in 2003: 27%, in 2002: 26%, in 2001: 20%). Tweevijfde deel van deze Teletekstkijkers (40%) bekijkt weleens de pagina's met informatie van de gemeente Groningen. Dit komt neer op 6 procent van alle Groningers van 13 jaar en ouder (in 2005: 8%, in 2004: 7%, in 2003 en 2002: 6%, in 2001: 4%). Bijna acht op de tien

(77%) mensen die ernaar kijken, vinden deze informatie zeer of enigszins de moeite waard, terwijl 17 procent dit niet zo de moeite waard vindt.

Internetsite van de zender Oog

Een derde van de mensen die weleens gebruik maken van internet, zegt te weten dat Oog een eigen internetsite heeft (32%). De bekendheid van de site is relatief hoog onder luisteraars van Oog Radio (49%).

Van de mensen die op de hoogte zijn van het bestaan van de internetsite van de zender Oog, heeft iets minder dan de helft deze site (in het verleden) weleens bezocht (45%). Omgerekend naar de gehele steekproef, betekent dit dat 12 procent van de Groningse internetgebruikers de internetsite van de zender Oog weleens heeft bezocht. Bij de luisteraars van Oog Radio ligt dit percentage aanzienlijk hoger: 23 procent.

Twee op de drie bezoekers van de internetsite Oog weten dat de TV-uitzendingen van Oog-tv daar ook te zien zijn.

Een kwart van de kenners zegt wel eens een uitzending van Oog –TV via het web te bekijken.

Ongeveer één op de vijf bezoekers van de website van OOG weet dat de gemeenteraadsvergaderingen op die site live te volgen zijn.

[WWW.nu.nl](http://www.nu.nl) is veruit de meest bezochte nieuwssite. Daarnaast bezoeken de ondervraagden veelvuldig lokale nieuwssites. Twee op de drie internetters bekijkt wel eens een filmpje op YouTube. Een op de vier internetters zet wel eens een zelfgemaakte weblog of filmpje op het internet.

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 en 2005 is eveneens een dergelijk onderzoek uitgevoerd. Oog Radio is dagelijks te horen, Oog TV zendt dagelijks uit van 17:30-1:00 uur (op zondag van 18:00-1:00 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 10 tot en met 17 december 2007. 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 704 gesprekken gevoerd.

1.3 Responsverantwoording

De gerealiseerde respons laat zich als volgt verantwoorden:

Benaderde steekproef	3849	
Oneigenlijke non-respons		
zakenadres/onjuist adres	66	
lijn afgesloten	295	
geen gehoor / in geprek	932	
onbereikbaar tijdens onderzoeksperiode	257	
groep vol / quotafail met belpoging	108	
Resteert: responsbasis	2191	100%
Eigenlijke non-respons		
weigering	1374	63%
persoonlijke omstandigheden	67	3%
afgebroken gesprek	17	1%
geheim nummer/06 nummer	3	0%
voldoet niet aan criteria/ screeningseisen	26	1%
Geslaagde gesprekken	704	32%

1.4 Steekproefsamenstelling:

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

Steekproef n=704	ongewogen	gewogen
Geslacht		
man	42%	49%
vrouw	58%	51%
Leeftijd		
13-29 jaar	16%	38%
30-49 jaar	34%	32%
50 jaar en ouder	50%	30%
Opleiding		
laag	15%	14%
middelbaar	40%	40%
hoog	45%	46%

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 en 2005.

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

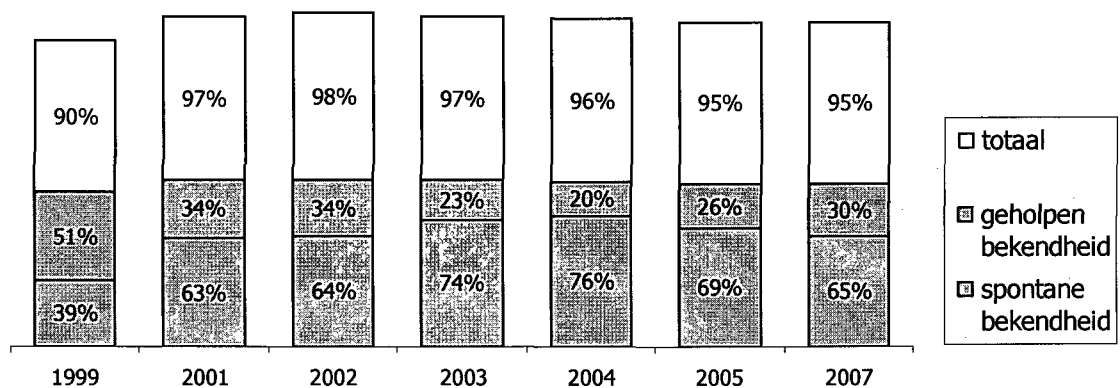
Resultaten

2. RESULTATEN

2.1 Bekendheid Oog TV

Aan de respondenten is gevraagd televisiezoekers 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 2007 op 65 procent; dit is lager dan de voorafgaande drie jaren: 2005: 69%; 2004: 76% en 2003: 74%. De totale bekendheid van Oog TV bij het Groningse publiek is hoog: 95 procent heeft weleens van deze zender gehoord. De totale bekendheid in 2007 is hiermee gelijk aan die van het jaar daarvoor.

Spontane bekendheid

De spontane bekendheid van TV Noord is hoger dan die van Oog TV: 88 procent van de Groningers noemt TV Noord, terwijl Oog TV spontaan door 65 procent wordt genoemd. Andere zenders die genoemd worden zijn onder meer Nieuws TV (7%), TV Drenthe (6%), TV Friesland (5%) en de Kabelkrant (4%).

De spontane bekendheid met Oog TV is onder mannen iets hoger dan onder vrouwen (67% versus 63%). Naar leeftijd zien we grotere verschillen: bij de 30-49 jarigen is de spontane bekendheid van Oog TV 77% terwijl dat bij de 13-29 jarigen en 50-plussers aanmerkelijk lager is (59% versus 60%).

De spontane bekendheid neemt toe met de opleiding: van de lager opgeleiden noemt 50 procent Oog TV, van de middelbaar opgeleiden is dit 63 procent en bij de hoger opgeleiden 71 procent.

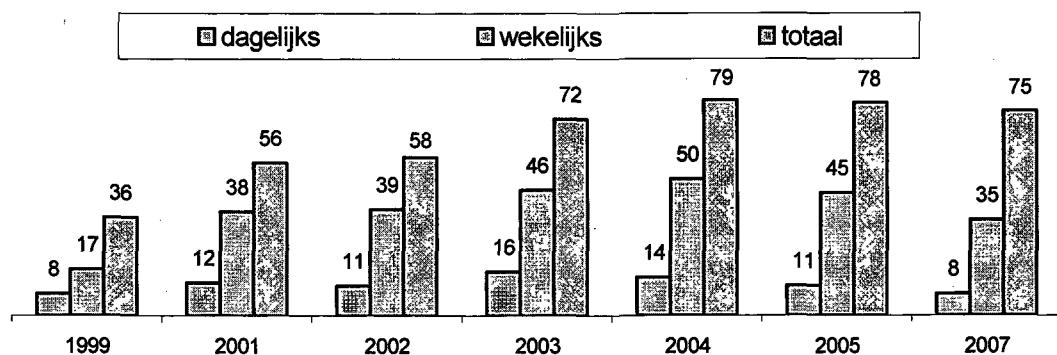
Totale bekendheid

De totale bekendheid van Oog TV (95%) laat naar geslacht, leeftijd en opleiding geen al te grote verschillen zien.

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 onderstaande grafiek staan de resultaten (in %).

Figuur 2.2: Kijkgedrag Oog TV



Driekwart van alle Groningers (75%) heeft wel eens naar de tv-uitzendingen van Oog gekeken. Naar Oog TV kijkt, op de dagen dat Oog TV uitzendt, gemiddeld 8 procent van de Groningers van 13 jaar en ouder, terwijl 35 procent van de Groningers wekelijks naar de zender kijkt. Het totale aantal kijkers is hiermee vergelijkbaar met de percentages uit 2004 (79%) en 2005 (78%). De stijgende lijn die vanaf 1999 zichtbaar was lijkt zich nu te stabiliseren. Zowel het aantal wekelijkse als het aantal dagelijkse kijkers is in 2007 ten opzichte van 2005 gedaald (respectievelijk van 45% naar 35% en van 11% naar 8%).

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

- Kabel 79% (n= 559)
- Satelliet 2% (n= 17)
- Internet 2% (n= 11)
- Digitaal 22% (n= 156)

OOG Tv en OOG Radio zijn niet digitaal te ontvangen. Daarom is het interessant om na te gaan of er binnen huishoudens met digitale ontvangst naar OOG Tv wordt gekeken. Men moet daarvoor immers omschakelen naar analoge ontvangst.

Een analyse waarbij de kijkers naar de TV-uitzendingen van Oog TV nader worden geanalyseerd naar soort ontvangst laat zien dat Groningers, die televisie kijken via de kabel vaker

naar de uitzendingen van Oog TV kijken dan Groningers die via een digitaal systeem televisie kijken. Dit blijkt zowel uit de cijfers dagelijks, wekelijks en totaal TV-kijken. Hoewel Oog TV niet digitaal te ontvangen is, zijn er toch Groningers die hoewel ze in de regel digitaal televisie kijken, voor het kijken naar de Oog-uitzendingen overschakelen op analoge ontvangst.

TV uitzendingen van Oog TV	Totaal	via kabel	Via digitaal
Dagelijks	8%	9%	3%
Wekelijks	35%	39%	24%
Totaal (wel eens kijken)	75%	77%	72%

Het aantal dagelijkse en wekelijkse OOG TV-kijkers met digitale ontvangst ligt lager dan het aantal kabelkijkers. Maar toch schakelt nog steeds een substantieel aantal digitale kijkers naar analoge ontvangst om naar Oog TV te kunnen kijken.

Selectie: kijkt wel eens naar OOG TV (n=526)	Totaal	via kabel	Via digitaal
Kijkt wel eens Tekst TV	38%	38%	35%
Kijkt wel eens Teletekst van OOG	20%	20%	21%

Bij het wel eens kijken naar OOG Teletekst en Tekst TV zijn de verschillen tussen digitale en analoge ontvangst geringer. Beide groepen kijken ongeveer even veel naar Tekst TV en Teletekst van OOG.

In de volgende tabellen staat het kijkgedrag per doelgroep per jaar.

	1999			2001			2002			2003		
	dage-lijks	weke-lijks	totaal	dage-lijks	weke-lijks	totaal	dage-lijks	weke-lijks	totaal	dage-lijks	weke-lijks	totaal
Geslacht												
man	8%	18%	38%	13%	44%	61%	12%	44%	61%	19%	49%	75%
vrouw	9%	17%	34%	10%	32%	52%	10%	34%	56%	14%	43%	70%
Leeftijd												
13-29	4%	16%	38%	5%	28%	50%	4%	36%	60%	9%	37%	75%
30-49	10%	21%	45%	13%	46%	67%	14%	48%	68%	18%	51%	76%
50+	11%	15%	23%	19%	51%	52%	16%	32%	46%	24%	51%	65%
Opleiding												
laag	15%	23%	29%	25%	44%	54%	10%	25%	37%	23%	40%	55%
middelbaar	9%	17%	34%	16%	45%	59%	15%	41%	59%	17%	48%	73%
hoog	6%	16%	39%	8%	35%	57%	9%	42%	63%	14%	46%	76%
Allen	6%	17%	36%	12%	38%	56%	11%	39%	58%	16%	46%	72%

	2004			2005			2007		
	dagelijks	wekelijks	totaal	dagelijks	wekelijks	totaal	dagelijks	wekelijks	totaal
Geslacht									
man	17%	57%	83%	15%	47%	78%	8%	36%	74%
vrouw	12%	42%	74%	7%	43%	77%	9%	34%	75%
Leeftijd									
13-29	6%	43%	76%	4%	32%	73%	2%	23%	68%
30-49	15%	55%	83%	13%	51%	83%	7%	38%	80%
50+	24%	53%	77%	17%	55%	78%	17%	46%	79%
Opleiding									
laag	21%	54%	82%	14%	41%	66%	11%	31%	76%
middelbaar	14%	49%	79%	10%	43%	79%	8%	35%	71%
hoog	12%	49%	77%	11%	48%	80%	7%	35%	78%
Alten	14%	50%	79%	11%	45%	78%	8%	35%	75%

In 2007 zagen we dat het aantal dagelijkse kijkers onder vrouwen aanzienlijk lager was dan onder mannen (7% versus 15%); nu, in 2007, zien we dat er nauwelijks verschillen zijn tussen mannen (8%) en vrouwen (9%) die dagelijks kijken. Ook het aantal wekelijkse en totale aantal kijkers verschilt naar geslacht nauwelijks.

Wel zien we in 2007 per leeftijdsgroep verschillen in het kijkgedrag naar Oog TV. Zowel het dagelijks als wekelijks kijken naar Oog TV is relatief laag onder de 13-29 jarigen: slechts 2 procent kijkt dagelijks naar Oog TV en 23 procent kijkt wekelijks. Onder de 30-49 jarigen is dit iets hoger (7% dagelijks en 38% wekelijks), terwijl dit bij de 50+ nog hoger is (17% dagelijks en 46% wekelijks).

Voor het totale aantal kijkers geldt dat er nauwelijks verschillen zijn in geslacht en opleiding. Naar leeftijd zien we dat de groep 13-29 jarigen iets achter blijft bij de andere leeftijdsgroepen (13-29 jaar: 68%; 30-49 jaar 80%; 50+ jaar 79%).

2.3 Waardering uitzendingen Oog TV

De weleens-kijkers van Oog TV (n=526) gaven een waardering voor de uitzendingen van deze lokale zender als geheel. Het gemiddelde rapportcijfer is een 6,4. Dit cijfer is vergelijkbaar met dat van 2005 en 2004 (beide 6,5). De waardering loopt nogal uiteen; 15% geeft een onvoldoende (een 5 of lager), 23 procent geeft een 6 en 39 procent een 7 en 11 procent een 8 of hoger. Kijkers in de leeftijd 13-29 jaar geven aan lager cijfer (5,8) dan 30-49 jarigen en 50-plussers (respectievelijk 6,8 en 6,7).

De kijkers gaven tevens aan in hoeverre zij de uitzendingen van Oog de moeite waard vinden. Hieronder staan de resultaten.

Uitzendingen van OOG TV zijn	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2007
...							
zeer de moeite waard	7%	8%	7%	10%	7%	9%	6%
de moeite waard	47%	49%	52%	52%	61%	57%	59%
niet zo de moeite waard	26%	26%	25%	28%	20%	21%	23%
helemaal niet de moeite waard	6%	4%	4%	4%	3%	5%	3%
geen mening	13%	13%	12%	7%	8%	8%	9%

De kijkers vinden de uitzendingen over het algemeen de moeite waard. In vergelijking met 2004 en 2005 zijn er geen noemenswaardige verschillen.

Bekendheid programma's Oog TV

Aan de respondenten die weleens Oog TV kijken (n=526), is gevraagd welke programma's ze kennen. Deze vraag is spontaan voorgelegd. (De antwoorden werden niet opgelezen door de enquêteur). Bijna zeven op de tien (69%) kijkers konden spontaan geen enkel programma noemen. Naast de bekendheid is aan degenen die Oog programma's kennen (n=161) ook gevraagd welke programma's men weleens kijkt. Alle percentages zijn gebaseerd op de kijkers naar Oog TV (n=526).

Programma	Spontane bekendheid	Gezien
	n=526	n= 526
Piet op het nieuws	11%	10%
Stadsmomenten	2%	2%
Veilige Huisjes	0%	0%
Beno's stad	23%	23%
Een goed idee	0%	0%
Hou Wortol	1%	1%
De Club van 100	1%	2%
OOG voor senioren	1%	1%
Pop-Eye	1%	0%
Maarten in Bed	0%	0%
geen van deze	69%	1%

2.4 Tekst TV en informatie van de gemeente Groningen

Bijna tweevijfde deel (38%) van de kijkers van Oog TV kijkt ook weleens naar Tekst TV van Oog TV. (In 2005 was dit 42%, in 2003 59%, in 2002 44% en in 2001 48%). De 50-plussers

kijken veel minder vaak naar Tekst TV (28%) dan 13-29 jarigen (45%) en 30-49 jarigen (39%).

Gemiddeld kijkt men 1,9 dagen per week naar de Tekst TV en op de dagen die men kijkt, kijkt men 35 minuten.

Van degenen die naar Tekst TV kijken (n=197), kijkt iets minder dan de helft (48%) ook wel eens naar de informatie van de gemeente Groningen. Dit betekent dat van alle inwoners van de gemeente Groningen van 13 jaar en ouder 13 procent in 2007 wel eens naar de informatie van de gemeente Groningen via Tekst TV kijkt. In 2005 was dit 14 procent en in 2004 was dit 16 procent.

In de volgende tabel is een weergave van de waardering voor de informatie van de gemeente Groningen op Tekst TV.

De informatie van de gemeente Groningen op Tekst TV is ...	2001	2002	2003	2004	2005	2007
zeer de moeite waard	18%	18%	13%	15%	18%	18%
enigszins de moeite waard	62%	59%	64%	70%	68%	68%
niet zo de moeite waard	17%	19%	19%	14%	10%	9%
geen mening	3%	4%	4%	1%	4%	5%

De overgrote meerderheid van de kijkers naar de informatie van de gemeente Groningen, vindt deze informatie zeer of enigszins de moeite waard (86%). Dit percentage is gelijk aan dat van 2005. Eén op de tien kijkers vindt de informatie niet zo de moeite waard (9%). Ook dit percentage is nagenoeg gelijk aan dat van 2005 (10%).

Van de Groningers die nooit naar Oog TV kijken (n=178), is bijna eenderde (29%) er wel van op de hoogte dat de gemeente Groningen informatie uitzendt op het kanaal van Oog TV. Dit percentage is nagenoeg gelijk aan dat van 2005 (30%).

2.5 Teletekst en informatie van de gemeente Groningen

Ook is de kijkers van Oog TV (n=526) gevraagd of men weleens naar de teletekstuitzendingen van Oog TV kijkt. Eén op de vijf (20%) kijkt er weleens naar, maar de overgrote meerderheid dus niet. In 2005 was dit 25 procent, in 2004 24 procent, in 2003 27 procent, in 2002 26 procent en in 2001 20 procent. Kijkers van 30 –49 jaar kijken vaker naar teletekst dan 13-29 jarigen (23% versus 17%). Gemiddeld kijkt men 2,1 dagen per week naar teletekst van Oog TV. (gemiddelde gelijk aan dat van 2005). Op de dagen dat men kijkt, kijkt men gemiddeld 27 minuten naar teletekst van Oog TV. (eveneens gelijk aan het gemiddelde van 2005).

Van de teletekstkijkers (n=113) bekijkt tweevijfde deel (40%) ook weleens pagina's met informatie van de gemeente Groningen. Dit betekent dat van alle inwoners van de gemeente Groningen van 13 jaar en ouder, zes procent weleens naar de informatie van de gemeente via de Teletekst van Oog TV kijkt. In 2005 lag dit percentage op acht procent, in 2004 lag dit op zeven procent, in 2003 en 2002 was dit zes procent en in 2001 vier procent. Gemiddeld kijkt men 1,5 dagen per week naar de gemeente-informatie via teletekst van Oog TV. Op de dagen dat men kijkt, kijkt men gemiddeld 19 minuten naar de gemeente-informatie via teletekst van Oog TV. (aantal dagen en gemiddelde tijd per dag zijn in 2007 gelijk aan dat van 2005).

In de onderstaande tabel staat in hoeverre men de informatie van de gemeente Groningen op teletekst doorgaans de moeite waard vindt.

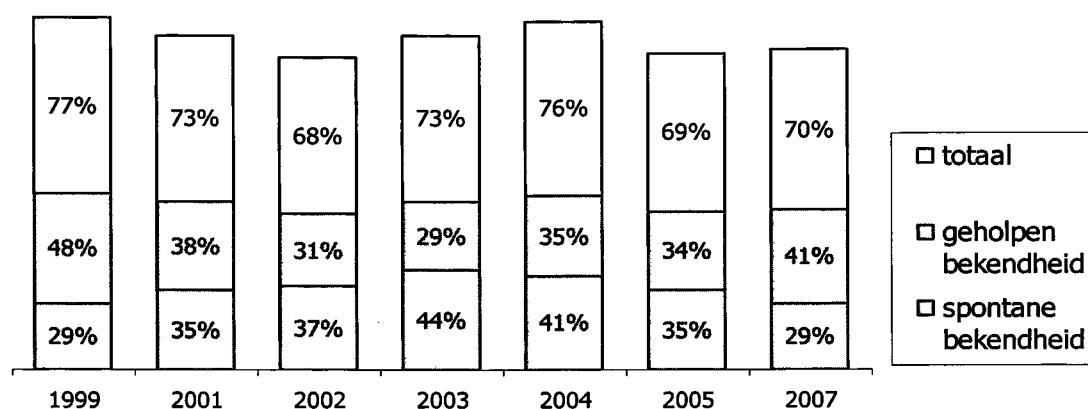
De informatie van de gemeente Groningen op teletekst van OOG tv is ...	2001	2002	2003	2004	2005	2007
zeer de moeite waard	23%	21%	15%	15%	18%	16%
enigszins de moeite waard	69%	70%	63%	69%	69%	61%
niet zo de moeite waard	8%	7%	22%	16%	13%	17%
geen mening	0%	1%	0%	0%	0%	6%

Bijna acht op de tien mensen die naar de informatie van de gemeente Groningen op teletekst kijken, vinden deze informatie zeer of enigszins de moeite waard (77%), terwijl 17 procent dit niet zo de moeite waard vindt. In vergelijking met 2005 waren deze percentages 87% en 13%.

2.6 Bekendheid Oog Radio

De respondenten is gevraagd radiozenders te noemen die zich speciaal op de regio en de stad Groningen richten (spontane bekendheid). Aan degenen die Oog Radio niet spontaan noemden, is vervolgens gevraagd of zij weleens van deze zender gehoord hadden (geholpen bekendheid).

Figuur 2.3: Bekendheid Oog Radio



De spontane bekendheid van Oog Radio ligt in 2007 op 29 procent; dit is lager dan in 2004 (41%) en 2005 (35%). De totale bekendheid van Oog Radio is 70 procent; dit is nagenoeg gelijk aan dat van 2005 (69%), maar lager dan dat van 2004 (76%) en 2003 (73%).

Spontane bekendheid

Ook in 2007 zien we dat de spontane bekendheid van Radio Noord verreweg het hoogst is: 59 procent van de Groningers noemt deze zender, terwijl 29 procent Oog Radio spontaan noemt. Andere zenders die genoemd worden zijn: City FM (voorheen Radio Rebecca) (5%), Radio Drenthe (3%) en Radio Friesland (2%). Van de ondervraagden weet 32 procent geen lokale of regionale radiozender te noemen.

De spontane bekendheid van Oog Radio is bij mannen hoger dan bij vrouwen (34% versus 23%). Oog Radio wordt het meest spontaan genoemd door 30-49 jarigen (41%), gevolgd door 13-29 jarigen (27%); van de 50-plussers noemt slechts 18 procent deze zender spontaan. Ook noemen hoger opgeleiden Oog Radio vaker (36%) dan middelbaar en lager opgeleiden (respectievelijk 27% en 9%). De gevonden verschillen in leeftijd en opleiding werden in 2005 eveneens aangetroffen.

Totale bekendheid

De totale bekendheid van Oog Radio (70%) is hoger bij de mannen (72%) dan bij de vrouwen (68%). Ook de 30-49 jarigen hebben vaker van deze zender gehoord (80%) dan de jongeren en de 50-plussers (respectievelijk 63% en 67%). Tevens kennen de hoger opgeleiden deze zender vaker (74%) dan de middelbaar en lager opgeleiden (respectievelijk 69% en 61%).

2.7 Bereik Oog Radio

Het geluid van Oog Radio wordt ook uitgezonden via Tekst TV. Dit is de reden om de volgende definitie van bereik te introduceren:

Het bereik 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).

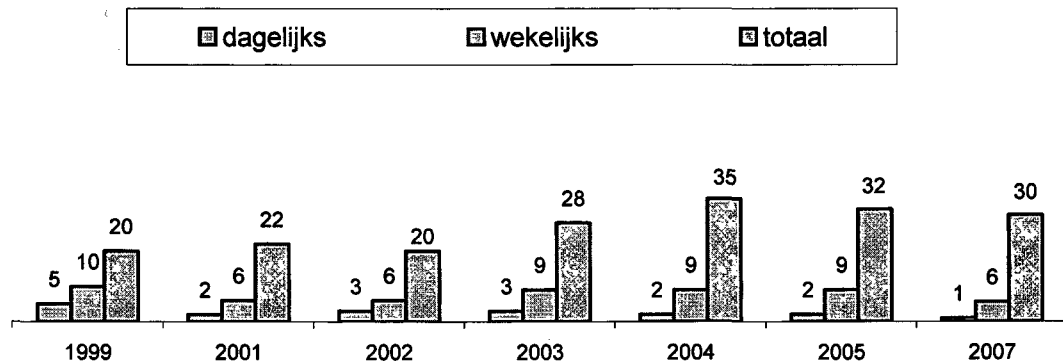
In deze paragraaf wordt het bereik op beide manieren afzonderlijk gepresenteerd, evenals het bereik volgens deze definitie.

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%).

Figuur 2.4: Bereik Oog Radio via radiotoestel



Dertig procent van de Groningers heeft wel eens naar de uitzendingen van Oog Radio geluisterd. Dit is iets minder dan in 2005 (32%). Oog Radio bereikt dagelijks gemiddeld 1 procent van de Groningers van 13 jaar en ouder (min of meer vergelijkbaar met de percentages uit voorgaande jaren: 2005: 2%, in 2004: 2%, in 2003 en 2002: 3%, in 2001: 1% en in 1999: 5%). Zes procent van de Groningers luistert wekelijks naar Oog Radio; dit is minder dan in de jaren 2003-2005 (9%) en ligt op hetzelfde niveau als dat van 2001 en 2002 (eveneens 6%).

Een analyse waarbij de luisteraars van Oog radio nader worden geanalyseerd naar soort ontvangst laat zien dat er geen grote verschillen zijn in het luisteren via de kabel dan wel via een digitaal systeem. Opvallend is dat er meer luisteraars zijn die wekelijks via een digitaal systeem naar uitzendingen van Oog radio luisteren dan luisteraars die dit via de kabel doen (8% versus 6%). Temeer is dit een opvallend percentage omdat de uitzendingen van Oog radio niet via een digitaal systeem zijn te beluisteren: deze luisteraars die gewoonlijk via digitaal systeem luisteren schakelen voor het luisteren naar Oog radio over op een analoog systeem.

Radio uitzendingen van Oogra- dio	Totaal	via kabel	Via digitaal
Dagelijks	1%	1%	1%
Wekelijks	6%	6%	8%
Totaal	30%	30%	35%

In de volgende tabellen staat het bereik via het radiotoestel per doelgroep per jaar.

	1999			2001			2002			2003		
	dage- lijks	weke- lijks	totaal	dage- lijks	weke- lijks	totaal	dage- lijks	weke- lijks	totaal	dage- lijks	weke- lijks	totaal
Geslacht												
Man	6%	13%	30%	4%	9%	26%	4%	9%	22%	4%	12%	37%
Vrouw	6%	7%	15%	1%	4%	18%	2%	4%	18%	3%	6%	20%
Leeftijd												
13-29	10%	17%	37%	4%	9%	30%	3%	8%	30%	2%	9%	32%
30-49	4%	9%	22%	2%	7%	25%	3%	6%	19%	3%	9%	34%
50+	1%	3%	7%	0%	2%	6%	3%	4%	9%	5%	9%	17%
Opleiding												
Laag	3%	6%	10%	1%	1%	3%	3%	5%	9%	5%	13%	20%
middelbaar	3%	5%	14%	1%	5%	14%	3%	7%	19%	3%	8%	28%
Hoog	8%	15%	32%	3%	8%	28%	3%	7%	24%	3%	8%	31%
Allen	5%	10%	22%	2%	6%	22%	3%	6%	20%	3%	9%	28%

	2004			2005			2007		
	dagelijks	wekelijks	totaal	dagelijks	wekelijks	totaal	dagelijks	wekelijks	totaal
Geslacht									
man	2%	13%	39%	3%	13%	38%	1%	7%	35%
vrouw	3%	6%	31%	1%	5%	26%	1%	4%	26%
Leeftijd									
13-29	2%	7%	35%	1%	7%	27%	0%	4%	25%
30-49	3%	12%	41%	3%	9%	40%	1%	6%	40%
50+	2%	10%	27%	3%	11%	29%	2%	8%	27%
Opleiding									
laag	2%	14%	33%	3%	7%	17%	1%	7%	24%
middelbaar	3%	9%	34%	2%	9%	31%	1%	7%	33%
hoog	2%	8%	36%	2%	10%	37%	1%	4%	30%
Allen	2%	9%	35%	2%	9%	32%	1%	6%	30%

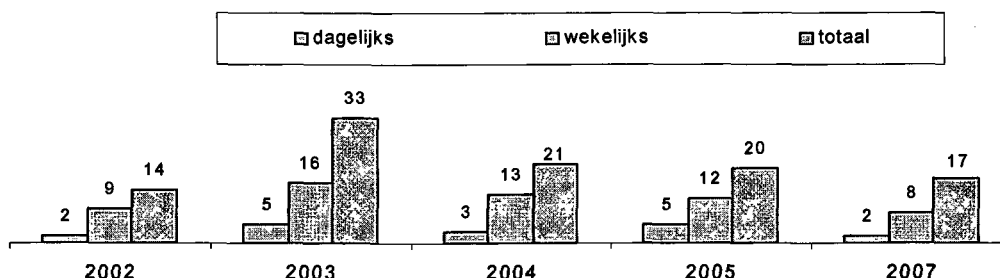
Oog Radio wordt door meer mannen dan vrouwen beluisterd. Ook trekt deze zender, op totaalniveau, met name een publiek tussen de 30 en 49 jaar. De zender wordt relatief vaak beluisterd door middelbaar en hoger opgeleiden (respectievelijk 33% en 30%); van de lager opgeleiden luistert 24 procent wel eens naar Oog Radio.

Naast de vraag of men naar Oog Radio luistert is er tevens gevraagd hoe men normaal gesproken naar deze zender luistert. Bijna de helft van de Groningers (46%) luistert via de kabel (in 2005 44%), terwijl ongeveer een kwart (23%) via de autoradio luistert (in 2005 20%).

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. Deze vragen zijn alleen gesteld aan personen die weleens naar Tekst TV kijken (n=197), maar de berekeningen van het bereik zijn gebaseerd op de gehele steekproef en hebben dus betrekking op alle Groningers. In onderstaande grafiek zijn de resultaten weergegeven.

Figuur 2.5: Bereik Oog Radio via Tekst TV

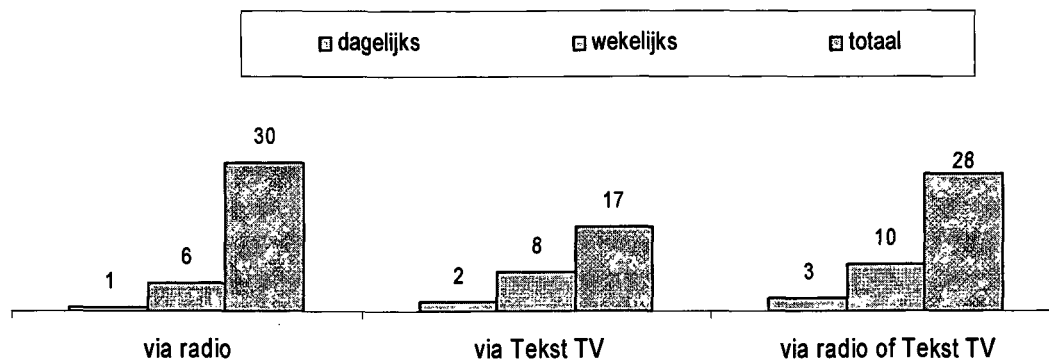


Zeventien procent van de Groningers heeft wel eens naar de radio-uitzendingen van Oog via Tekst TV geluisterd. Oog Radio via Tekst TV bereikt dagelijks gemiddeld 2 procent van de Groningers van 13 jaar en ouder en door acht procent van de Groningers wordt wekelijks naar de zender geluisterd via Tekst TV.

Bereik Oog Radio via radio en Tekst TV

In de volgende grafiek is het bereik via Oog Radio en via Tekst TV samengevat.

Figuur 2.6: Bereik Oog Radio via radio, Tekst TV en radio of Tekst TV



Het totaalbereik via radio is hoger dan via Tekst TV, maar bij het weekbereik en dagbereik is het precies andersom.

Bovendien is het bereik volgens de eerder genoemde definitie, dus via radio of Tekst TV, vermeld. Omdat er personen zijn die zowel naar Oog Radio luisteren als naar het geluid van Oog Radio via Tekst TV, kunnen de bereikscijfers dus niet zonder meer bij elkaar opgeteld worden voor de berekening van het totale bereik. Daarom zijn er analyses gedaan om het aantal "dubbeltellingen" te achterhalen en te elimineren. Hieruit blijkt dat dagelijks drie procent van de Groningers naar Oog Radio luistert (via Oog Radio en/of via Tekst TV). Eén op de tien mensen (10%) luistert wekelijks. Ruim een kwart van de Groningers (28%) luistert weleens naar Oog Radio en/of Tekst TV.

2.8 Wijze van beluistering

Aan wel eens-luisteraars naar Oog Radio (n=212) is gevraagd op welke wijze zij normaal gesproken naar deze zender luisteren.

Beluistering via	Totaal
Kabel	46%
Autoradio	23%
Ether/antenne	18%
Internet	6%
Text TV	5%
Weet niet	2%

Het blijkt dat bijna de helft van de luisteraars normaal gesproken via de kabel naar Oog Radio luistert. De zender wordt ook goed beluisterd via de autoradio. Een minderheid van 6% luistert doorgaans via internet. Het betreft personen tot 50 jaar met een middelbare of hogere opleiding.

2.9 Waardering uitzendingen Oog Radio

De weleens-luisteraars van Oog Radio via het radiotoestel (n=212) gaven aan in hoeverre zij de uitzendingen van Oog Radio de moeite waard vinden. In de volgende tabel staan de resultaten (in %).

Uitzendingen van Oog Radio zijn ...	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2007
zeer de moeite waard	10%	6%	10%	5%	3%	6%	4%
de moeite waard	50%	47%	39%	46%	48%	44%	37%
niet zo de moeite waard	21%	16%	27%	26%	26%	25%	31%
helemaal niet de moeite waard	6%	6%	7%	5%	3%	5%	1%

geen mening	12%	25%	17%	18%	20%	21%	26%
-------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Vier op de tien weleens-luisteraars (41%) vindt de programma's van Oog Radio (zeer) de moeite waard. Dit percentage is lager dan in 2005 (50%). Het gemiddelde rapportcijfer bedraagt 6,5; iets hoger dan in 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=212) is gevraagd welke programma's ze kennen. Deze vraag is spontaan voorgelegd. De antwoorden werden niet voorgelezen door de enquêteur. Bijna negen op de tien weleens-luisteraars (86%) konden spontaan geen enkel programma noemen. Programma's die het meest genoemd werden zijn "Dagdoorbraak" (10x genoemd) en "Werktitels" (8x genoemd).

2.10 Andere nieuwsbronnen

Aan alle respondenten is gevraagd welke andere nieuwsbronnen men kent en gebruikt. Allereerst is gevraagd hoe vaak men de krant leest. Bijna zes op de tien Groningers (59%) leest regelmatig de krant, circa éénvijfde deel (23%) soms en zeventien procent nooit.

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

Hierna volgt de tabel met welke kranten men weleens leest en op welke kranten men een abonnement heeft.

Krant	Leest weleens	Abonnement
	n=580	n=544
Algemeen Dagblad	13%	2%
Financieel Dagblad	4%	0%
Metro	35%	-
De Dag	17%	-
De Pers	17%	-
Nederlands Dagblad	5%	2%
NRC Handelsblad	17%	7%
NRC Next	14%	3%
Parool	2%	0%
Reformatoisch Dagblad	0%	0%
Spits	43%	-
Telegraaf	21%	4%
Trouw	12%	4%
Volkskrant	37%	15%
Gezinsbode	48%	-
Dagblad van het Noorden	74%	38%
De krant van Groningen	18%	-
De Groninger Stadskrant	27%	-
geen van deze	-	1%
anders	3%	25%
weet niet / wil niet zeggen	-	11%

Het Dagblad van het Noorden wordt het meest gelezen (74%) en is tevens de krant waar de meeste mensen een abonnement op hebben (38%). Vergelijkbare cijfers met die van 2005 zijn 69% respectievelijk 39%.

Vooraf de ouderen hebben vaak een abonnement op het Dagblad van het Noorden (50+ jaar: 53%).

Ook 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 86 procent weleens gebruik van het internet (2005: 83%). Gemiddeld internet men op 6,1 dagen in de week (2005: 5,8 dagen) en wanneer men internet doet men dit ruim 2,6 uur (2005: 2,5 uur).

Iets minder dan de helft van de Groningers die internetten, zoekt regelmatig nieuws op het internet (42%). Circa een kwart doet dit soms (27%) en 31 procent zoekt nooit nieuws op internet. Vergelijkbare cijfers met die van 2005 (37%, 26% en 36%).

Het profiel van de ondervraagden is in de onderstaande tabel uitgesplitst voor het zoekgedrag naar nieuws op internet per groep.

Zoekt nieuws op internet:	regelmatig n=255	soms n=164	nooit n=190
Geslacht			
man	52%	22%	26%
vrouw	31%	32%	37%
Leeftijd			
13-29 jaar	47%	27%	26%
30-49 jaar	46%	27%	27%
50+	25%	27%	48%
Opleiding			
laag	22%	36%	42%
midden	40%	23%	37%
hoog	48%	28%	25%
Allen	42%	27%	31%

Vrouwen, ouderen en laag opgeleiden zoeken vaker informatie op internet.

Aan alle respondenten die weleens gebruik maken van internet (n=609), is gevraagd of men wist dat de zender Oog een eigen internetsite heeft.

Bekend met internetsite Oog	Totaal n=609	Kijkt Oog TV n=458	Luistert Oog Radio n=191
ja	32%	36%	49%
nee	68%	65%	51%

Eenderde van de Groningse internetgebruikers beantwoordt deze vraag bevestigend (32%). De site blijkt het meest bekend te zijn bij de mensen die weleens naar Oog Radio luisteren: de helft van de luisteraars zegt van het bestaan van de internetsite af te weten (49%). Van de mensen die weleens naar Oog TV kijken, is 36 procent op de hoogte.

Vervolgens is aan de mensen die weten dat de zender Oog een eigen internetsite heeft (n=193), gevraagd of men deze site weleens bezoekt en, zo ja, hoe vaak.

Bezoekt internetsite Oog	Totaal n=193	Kijkt Oog TV n=167	Luistert Oog Radio n=94
ja, dagelijks	1%	1%	2%
ja, enkele keren per week	2%	2%	2%
ja, enkele keren per maand	11%	11%	21%
ja, minder vaak	11%	11%	10%
nee, maar in het verleden wel	20%	20%	17%
nee, nog nooit bezocht	55%	54%	49%

Van de mensen die bekend zijn met de site, heeft ruim de helft de site nog nooit bezocht (55%). Eén op de vijf mensen heeft dit in het verleden weleens gedaan (20%); de overige mensen (25%) bezoeken de internetsite nog steeds. Luisteraars van Oog Radio maken relatief het meest gebruik van de internetsite: van de luisteraars die bekend zijn met de site, bezoekt ruim eenderde deel de site weleens (35%).

In de volgende tabel zijn de resultaten nogmaals (verkort) weergegeven, waarbij de percentages zijn berekend op alle respondenten die gebruik maken van internet (n=609).

Heeft internetsite Oog bezocht	Totaal n=609	Kijkt Oog TV n=458	Luistert Oog Radio n=191
ja (in het verleden)	14%	17%	26%
nee, nooit	18%	20%	24%
niet bekend met site	68%	64%	51%

We zien dat van alle Groningse internetgebruikers 14 procent de internetsite van de zender Oog weleens heeft bezocht. Bij de kijkers van Oog TV ligt dit op 17 procent. Van alle luisteraars van Oog Radio, heeft één op de vier de internetsite weleens bezocht (26%).

Gebaseerd op alle inwoners van Groningen (ongeacht internetgebruik), heeft 12% de internetsite van Oog wel eens bezocht.

Aan de bezoekers van de internetsite Oog (n=69) werd vervolgens gevraagd of men wist dat de TV-uitzendingen van OOG via www.oogtv.nl zijn terug te zien.

Twee op de drie internetsite-bezoekers (67%) weten dit. Dit zijn vaker vrouwen (73%) dan mannen (62%). Ook zijn het vaker ouderen dan jongeren (30-49 jaar: 77% versus 13-29 jaren: 57%).

Ook naar opleiding zien we verschillen: lager opgeleiden zijn minder goed op de hoogte (53%) dan middelbaar (79%) en hoger opgeleiden (64%).

Wist u dat de TV-uitzendingen van OOG via www.oogtv.nl zijn terug te zien?	
Geslacht	
man	62%
vrouw	73%
Leeftijd	
13-29 jaar	57%
30-49 jaar	77%
50+	70%
Opleiding	
laag	53%
midden	79%
hoog	64%
Allen	67%

Aan degenen die weten dat OOG TV ook via het internet uitzendt (n=49) werd gevraagd of men wel eens naar de uitzendingen via de website kijkt. Ongeveer een kwart van deze groep (24%) geeft aan wel eens naar de uitzendingen te kijken via de website. Ook hier zien we dat het vooral vrouwen zijn en personen in de leeftijd van 30-49 jaar met een middelbare of hogere opleiding.

Van de bezoekers van de internetsite www.oogtv.nl zegt één op de tien (10%) dat zij via die website wel eens doorlinken naar andere sites. Vooral vrouwen en 30+ers linken door naar andere websites.

Linkt u via www.oogtv.nl wel eens door naar andere sites?	
Geslacht	
man	6%
vrouw	16%
Leeftijd	
13-29 jaar	5%
30-49 jaar	16%
50+	12%
Opleiding	
laag	0%
midden	19%
hoog	8%
Allen	10%

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.

Het zijn vooral de ouderen die hiervan op de hoogte zijn.

Gebaseerd op alle ondervraagde Groningers blijkt 3% bekend te zijn met het feit dat de gemeenteraad te volgen is via deze website.

Wist u dat de gemeenteraad live te volgen is via www.oogtv.nl?	Bezoekers van de website
Geslacht	
man	23%
vrouw	22%
Leeftijd	
13-29 jaar	12%
30-49 jaar	32%
50+	35%
Opleiding	
laag	28%
midden	34%
hoog	16%
Allen	23%

Aan alle ondervraagden die wel eens gebruik maken van het internet (n=549) werd tenslotte gevraagd welke nieuwssites men regelmatig bezoekt. www.nu.nl is veruit de meest raadpleegde nieuwssite (33%). Daarnaast geeft een grote groep (65%) aan gebruik te maken van andere nieuwssites: dit zijn dan vooral de lokale nieuwssites. Oog .tv wordt door 2% van de Groningers genoemd als zijnde de nieuwssite die men regelmatig bezoekt.

Welke nieuwssites bezoekt u regelmatig?	Totaal
Teletekst.nos.nl	9%
Rtvnoord.nl	9%
Nos.nl; rtl.nl	15%
Nu.nl	33%
Oog.tv	2%
Dsq.nl	1%
Volkskrant.nl	9%
Nrc.nl	6%
Gic.nl (Groninger internetcourant)	3%
Telegraaf.nl	9%
Ad.nl	4%

anders 65%

De website van YouTube wordt door bij na twee op de drie (61%) van de internet-gebruikers wel eens bekeken.

Kijkt u wel eens naar YouTube?	Totaal
Geslacht	
man	70%
vrouw	53%
Leeftijd	
13-29 jaar	82%
30-49 jaar	54%
50+	30%
Opleiding	
laag	74%
midden	62%
hoog	58%
Allen	61%

Vooral mannen en jongeren bezoeken wel eens de website van YouTube. Ook naar opleiding zien we grote verschillen: vooral de lager opgeleiden (74%) bezoeken de website van YouTube vaker dan de middelbaar (62%) of hoger opgeleiden (58%).

Tenslotte werd gevraagd of men zelf wel eens berichten (weblog of film) op het internet zet. Ongeveer een kwart (24%) van de internetgebruikers geeft aan dat wel eens gedaan te hebben. Ook hier zien we dat het vooral jongere mannen zijn met een lagere opleiding.

Zet u wel eens berichten op internet?	
Geslacht	
man	28%
vrouw	20%
Leeftijd	
13-29 jaar	35%
30-49 jaar	18%
50+	10%
Opleiding	
laag	43%
midden	22%
hoog	22%
Allen	24%

Van de lager opgeleiden zet 43% wel eens iets op het internet; dit is bij de middelbaar en hoger opgeleiden 22%.