



Wat vinden kijkers en luisteraars van OOG?

Onderzoek Inwonerspanel Groningen Gehoord

Thaira Openneer
Gert Bos

September 2021



www.oisgroningen.nl

BASIS VOOR BELEID

Inhoud

| | |
|--|-----------|
| Inhoud | 1 |
| Samenvatting | 2 |
| 1. Inleiding | 3 |
| 2. Resultaten | 4 |
| 2.1 Respons en achtergrondgegevens | 4 |
| 2.2 OOG TV | 5 |
| 2.3 OOG Radio..... | 7 |
| 2.4 OOG op sociaal media | 9 |
| Colofon | 14 |

Samenvatting

De gemeente Groningen heeft de afdeling Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS Groningen) gevraagd om een onderzoek uit te voeren naar de bekendheid van, en de tevredenheid over, de Omroep Organisatie Groningen (OOG). Voor dit onderzoek hebben we het Inwonerspanel gevraagd om een vragenlijst in te vullen over OOG.

OOG TV

OOG TV is erg bekend onder de respondenten: 97% geeft aan OOG TV te kennen. Hiervan geeft 48% aan ook daadwerkelijk wel eens naar OOG TV te kijken. De bekendheid van OOG TV neemt toe naarmate de leeftijd toeneemt. Wel zien we een afname in de frequentie waarin mensen naar OOG TV kijken ten opzichte van 2019. De groep respondenten die dagelijks of wekelijks naar OOG TV kijken bestaat voornamelijk uit oudere respondenten (50 jaar en ouder). We hebben de respondenten die OOG TV (wel eens) kijken gevraagd een beoordeling te geven met een rapportcijfer. Gemiddeld geven de respondenten OOG TV een 7,4, dit is een lichte daling ten opzichte van 2019 (7,5). Veel respondenten geven aan dat ze meer wijk-, stads-, en provinciaal nieuws willen zien. Andere onderwerpen die vaak genoemd worden zijn: meer historische beelden/ verslagen over wijk en stad, meer politiek nieuws en meer diepte/achtergrond rapportages.

OOG Radio

OOG Radio is minder bekend onder de respondenten dan OOG TV. Vijftien procent van de respondenten luistert wel eens OOG Radio en bij 60% is OOG Radio bekend, maar wordt er niet naar geluisterd.

De meeste respondenten luisteren *of* wekelijks *of* minder dan maandelijks naar OOG Radio. Het rapportcijfer voor OOG Radio is wel licht gestegen ten opzichte van voorgaande jaren, de respondenten hebben een 7,4 gegeven (ten opzichte van een 7,3 in 2019). De respondenten die naar OOG Radio luisteren zijn positief over de radio zender. Sommige respondenten geven wel aan wat meer (verschillende genres) muziek te willen horen.

OOG op social media

Dit jaar is er in de vragenlijst meer vragen gesteld over de bekendheid van OOG op verschillende sociale media platformen. Bijna een derde van de respondenten kent of bezoekt de website van OOG. Ook het YouTube kanaal en Facebook pagina van OOG worden bezocht door de respondenten (respectievelijk 15% en 12%). De andere sociale media platformen van OOG worden nauwelijks gebruikt, waarvan de TikTok pagina van OOG het minst wordt bezocht door de respondenten (0,4%). Betreffende de frequentie van gebruik zien we dat de OOG-app dagelijks het meest wordt gebruikt door de respondenten (40%). Wel zijn de respondenten minder tevreden over de werking van de app. Dit uit zich ook in het rapportcijfer voor de app. Alhoewel OOG op alle sociale media platformen een dikke voldoende scoort (tussen de 7,2 en 8,2), scoort de app het laagst met een 7,2. Tot slot hebben we aan de respondenten gevraagd hoe ze het liefst lokaal nieuws ontvangen. Net als in 2019 is dit nog steeds via de tv, nieuwswebsites en/of de krant, alhoewel we wel een lichte daling zien in populariteit van deze kanalen.

1. Inleiding

Aanleiding van het onderzoek

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

Doel van het onderzoek

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

Opzet van het onderzoek

We hebben de vragenlijst voorgelegd aan het Inwonerspanel 'Groningen Gehoord'. Dit panel bestaat uit een groep inwoners van de gemeente Groningen die hun mailadres hebben gegeven en mee willen werken aan internetonderzoeken van OIS Groningen. Vanaf januari 2019 bestaat ons panel, door de samenvoeging, ook uit inwoners van de voormalige gemeenten Haren en Ten Boer.

In de vragenlijst hebben we naast gesloten ook open vragen gesteld. Alle antwoorden op de open vragen zijn in een apart document aan de opdrachtgever verstrekt. In de rapportage komen de belangrijkste punten hieruit terug.

Groningen Gehoord

Met bijna 14.000 leden, in alle leeftijdsgroepen vanuit de hele gemeente, geeft het Inwonerspanel Groningen Gehoord van de gemeente Groningen een adequaat beeld van de mening van inwoners van de gemeente. Wel moet worden opgemerkt dat voor onze panels geen aselechte steekproef van alle inwoners is getrokken. Elke inwoner kan lid worden van onze panels. Het gevolg is dat sommige groepen inwoners zijn oververtegenwoordigd en anderen zijn ondervertegenwoordigd. Dit neemt niet weg dat het Inwonerspanel een zeer bruikbaar instrument is om in korte tijd de mening van een aanzienlijke groep inwoners van de gemeente Groningen te kunnen peilen.

2. Resultaten

2.1 Respons en achtergrondgegevens

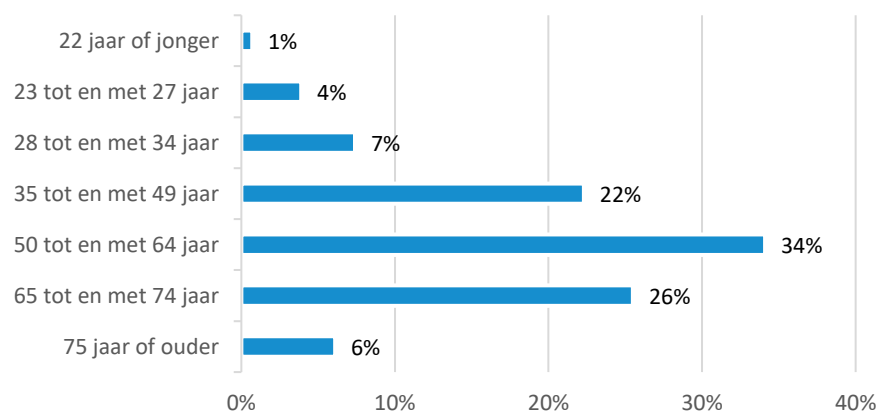
Respons

De vragenlijst is door 6072 leden van het Inwonerspanel ingevuld. In totaal 67 mensen hebben de vragenlijst via de open link ingevuld, die via Twitter is verspreid. Niet alle respondenten hebben de hele vragenlijst ingevuld, vandaar dat het aantal respondenten per vraag kan verschillen.

Leeftijd

Van de respondenten is de meerderheid 35 jaar en ouder, waarvan de leeftijdscategorie 50 tot en met 64 jaar het meest vertegenwoordigd is, zie figuur 1.

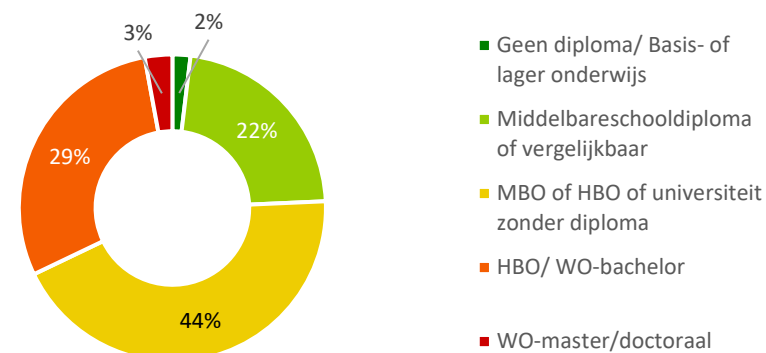
Figuur 1. Leeftijd respondenten (n = 5671)



Opleiding

De vraag naar de hoogst behaalde opleiding van de respondenten is een nieuwe vraag ten opzichte van 2019. Het merendeel van de respondenten heeft mbo gedaan of hbo/universiteit zonder behaald diploma (44%), zie figuur 2. De antwoordmogelijkheid betreffende een mbo-opleiding is in de vragenlijst geplaatst nadat de vragenlijst al door een gedeelte van de respondenten is ingevuld, het beeld van de respondenten dat een mbo-opleiding heeft gevolgd kan hierdoor enigszins vertekend zijn.

Figuur 2. Opleiding respondenten (n = 5742)

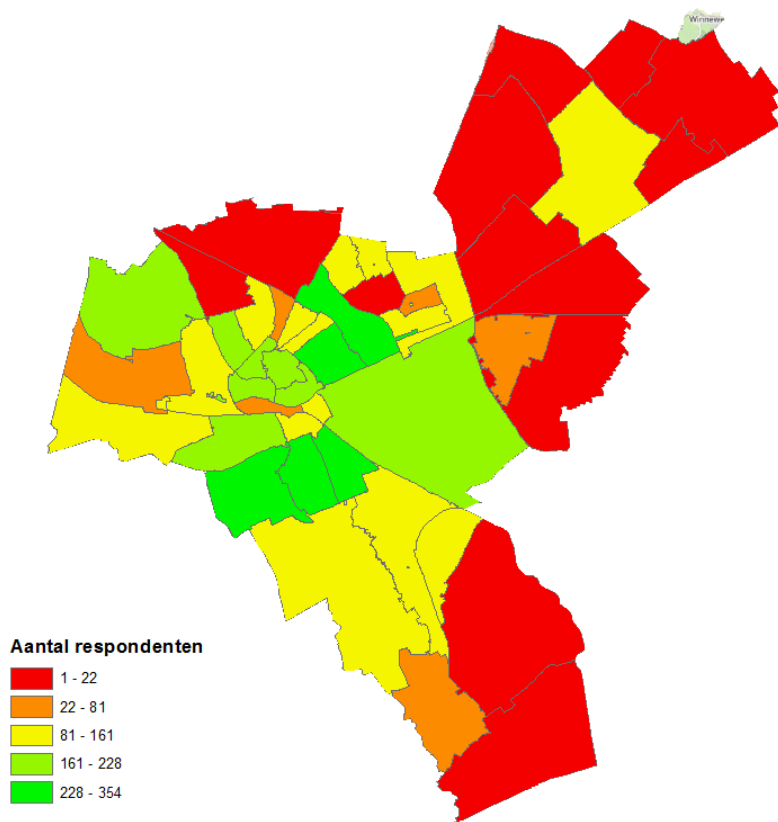


Een andere nieuwe vraag ten opzichte van 2019 is of de respondent nog studeert. Van de respondenten heeft maar 3% aangegeven student te zijn.

Woongebied respondenten

Zie figuur 3 voor het woongebied van de respondenten. De meeste respondenten komen uit de zuidelijke wijken van de stad Groningen (26%) en de oude wijken (17%). Vanuit de voormalig gemeentes Ten Boer (3%) en Haren (7%) hebben het minst aantal respondenten gereageerd.

Figuur 3. Woongebied respondentent

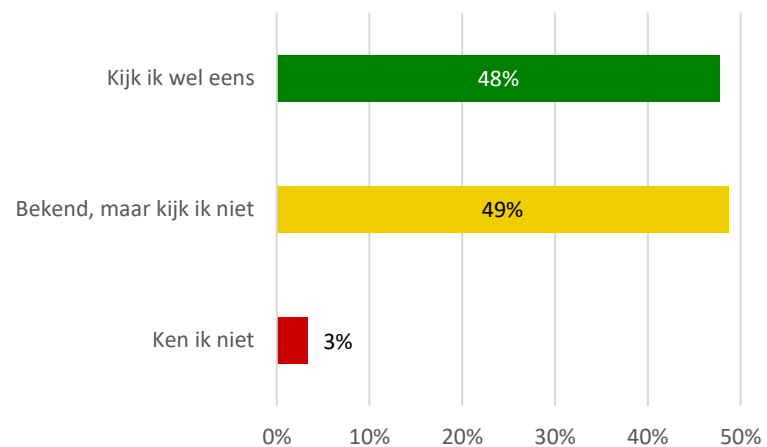


2.2 OOG TV

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

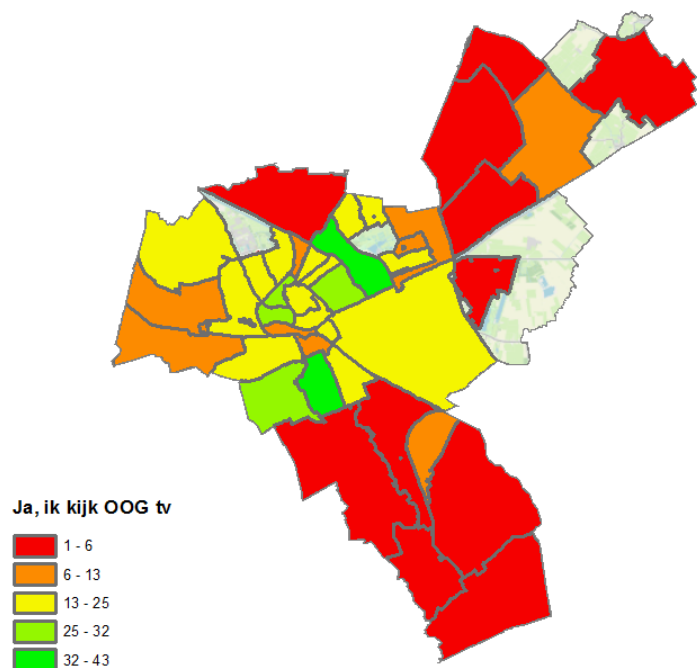
Van de respondentent heeft 62% aangegeven wel eens naar lokale tv te kijken. (3796 respondentent). Figuur 4 laat zien in hoeverre de respondentent wel eens naar OOG TV kijken. OOG TV is erg bekend, met 97% van de respondentent die aangeven OOG TV te kennen. De cijfers van 2021 zijn gelijk aan voorgaande jaren: in 2019 keek 51% (wel eens) OOG TV en 46% was bekend met OOG TV, maar keek het niet.

Figuur 4. Kent u OOG TV? (n = 6109)



Figuur 5 laat zien uit welke gedeelten van de stad de respondentent vandaan komen die (wel eens) OOG TV kijken. OOG TV wordt het meest bekeken in Helpman (10%), Noord-Oost en Oud-Zuid (beide 8%). Het minst wordt OOG TV bekeken in Meerstad en omstreken (0,3%), Meerdorpen en Ten Post en omstreken (beide 1%).

Figuur 5. Het aantal respondenten per wijk dat OOG TV bekijkt



“OOG TV moet nog leren dat de gemeente Groningen enorm in oppervlakte is toegenomen. De berichtgeving, hoe interessant vaak ook, blijft veel te veel hangen in Stad. Overigens is de vormgeving duidelijker én prettiger dan die van RTV Noord. OOG TV is wel er lokaal, bijna alleen binnen de diepen.”

We hebben aan de respondenten die OOG TV wel kennen, maar er niet naar kijken (49%), gevraagd naar de reden waarom ze niet naar OOG TV kijken. Hiervan geeft het merendeel van de mensen aan dat OOG TV niet in hun systeem zit, of dat ze überhaupt niet of nauwelijks tv kijken. Daarnaast wordt opgemerkt dat OOG TV niet overal ontvangen kan worden. Ook de onbekendheid van de programma's op OOG TV zien we geregeld langs komen.

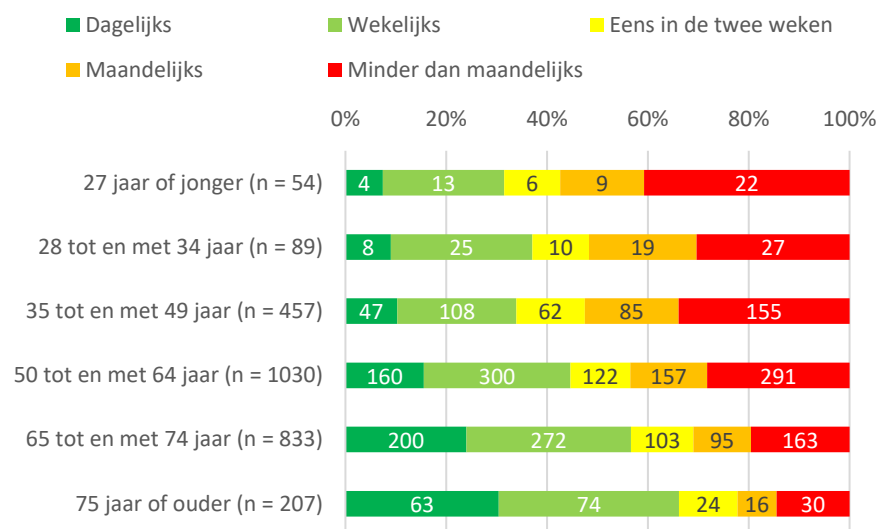
“Ik ben niet bekend met de programma's van OOG. Ze staan nu eenmaal niet in de TV-gids, dus je denkt er niet aan.”

We hebben aan de respondenten die wel eens naar OOG TV kijken (48%) gevraagd hoe vaak ze kijken. We zien een afname in het kijkgedrag van de respondenten ten opzichte van 2019: 18% geeft aan dagelijks te kijken (tegenover bijna een kwart in 2019), een derde kijkt wekelijks (tegenover bijna de helft in 2019) en 12% kijkt eens in de twee weken (tegenover bijna een kwart in 2019).

Vervolgens hebben we gekeken wat de verschillen zijn per leeftijdsgroep (zie figuur 6). We zien, net als in voorgaande jaren, dat naarmate de leeftijd toeneemt respondenten vaker naar OOG TV kijken. Zoals verwacht bestaat de groep respondenten die dagelijks of wekelijks naar OOG TV kijken voornamelijk uit oudere respondenten (50 jaar en ouder). De respondenten van 75 jaar en ouder kijken het vaakst naar OOG TV op dagelijkse en wekelijkse basis.

Uitgesplitst naar opleiding zien we dat voornamelijk personen met een mbo of hbo/universitaire opleiding zonder diploma (44%) en personen met een middelbareschooldiploma (26%) naar OOG TV kijken.

Figuur 4. Hoe vaak kijkt u naar OOG TV, naar leeftijd



Aan de respondenten die wel eens OOG TV kijken hebben we gevraagd wat voor programma's ze graag meer zouden willen zien op OOG TV. Hier komt voornamelijk naar voren dat respondenten graag meer wijk-, stads-, en provinciaal nieuws willen zien. Andere onderwerpen die vaak genoemd worden zijn meer historische beelden/ verslagen over wijk en stad, meer politiek nieuws en meer diepte/achtergrond rapportages.

Waardering OOG TV

We hebben de respondenten die OOG TV kennen en (wel eens) kijken gevraagd welk rapportcijfer van 1 (heel ontevreden) tot en met 10 (heel tevreden) ze geven voor OOG TV. In Tabel 1 kunt u de rapportcijfers zien vanaf 2016 tot 2021. De tevredenheid over OOG TV onder onze panelleden is licht gedaald in 2021.

Tabel 1. Rapportcijfer voor OOG TV over de jaren

| | 2016 | 2017 | 2019 | 2021 |
|---------------|------|------|------|------|
| Rapportcijfer | 6,2 | 7 | 7,5 | 7,4 |

2.3 OOG Radio

Ook dit jaar hebben we gevraagd of respondenten wel eens naar de lokale radio luisteren. Van de 5946 respondenten geeft 38% aan wel eens lokale radio te luisteren en 62% geeft aan geen lokale radio te luisteren. Dit is weinig veranderd ten opzichte van 2019. Vervolgens hebben we aan de respondenten gevraagd of ze ook OOG Radio kennen (ongeacht of ze hebben aangegeven lokale radio te beluisteren). Vijftien procent van de respondenten luistert wel eens OOG Radio en bij 60% is OOG Radio bekend, maar wordt er niet naar geluisterd. Een kwart van de respondenten geeft aan OOG Radio niet te kennen. Aangezien deze vraag in 2019 alleen werd gesteld aan de respondenten die aangaven lokale radio te luisteren, zijn de resultaten niet vergelijkbaar met 2021.

Aan de respondenten die hebben aangegeven OOG Radio wel te kennen, maar niet te beluisteren, hebben we gevraagd naar de redenen waarom ze niet naar OOG Radio luisteren. De volgende redenen komen vaak naar voren:

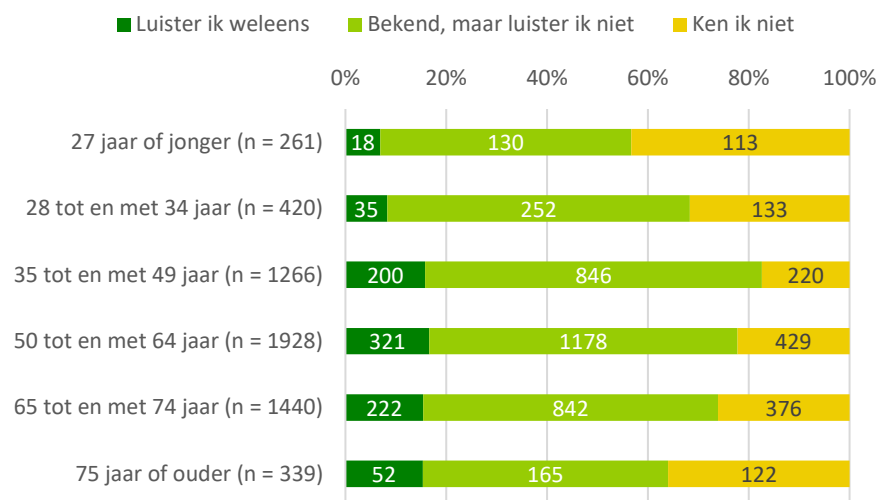
1. Het zit niet in het systeem/ het is onbekend
2. Er wordt weinig naar radio geluisterd
3. Het past niet bij de individuele voorkeur/smaak

"Ik luister heel weinig radio. Via sociale media word ik op de hoogte gehouden van lokaal nieuws."

OOG Radio wordt, net als voorgaande jaren, voornamelijk beluisterd door respondenten van 35 jaar en ouder (zie figuur 7). OOG Radio is relatief het minst bekend onder jongeren onder de 28 jaar. Aangezien panelleden aangeven veel in de auto naar radio te luisteren, zouden de maatregelen tegen corona invloed gehad kunnen hebben op het luistergedrag.

"Ik luister alleen radio in de auto en dan staat hij niet tussen de voorgeprogrammeerde stations."

Figuur 7. Bekendheid OOG Radio, naar leeftijd



De meeste respondenten die OOG Radio luisteren komen uit de gebieden Noorddijk en omstreken (9%), Helpman en omstreken (9%) en Noord-oost (8%). In Ten Post (0,5%), Meerstad en omstreken (0,5%), Meerdorpen (1%) en Glimmen/Onnen/Noordlaren (1%) luisteren de respondenten het minst naar OOG Radio.

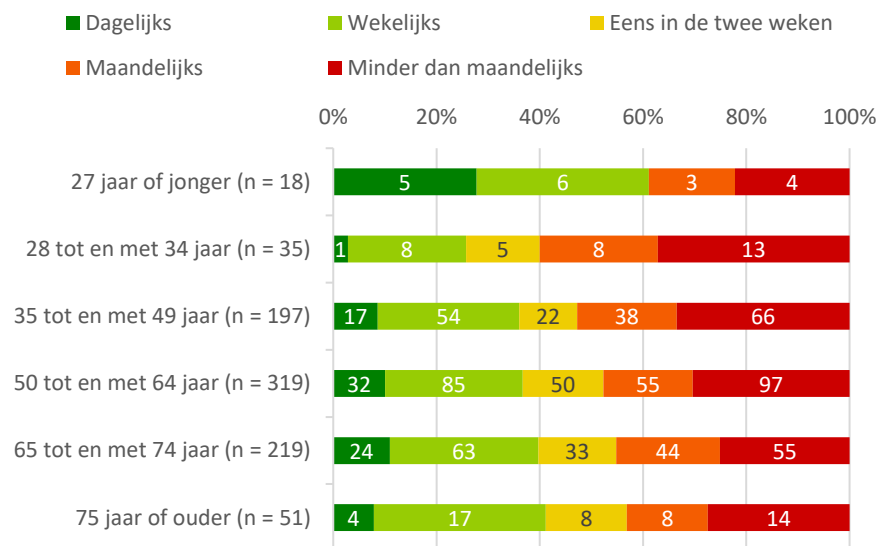
Uitgesplitst naar opleiding zien we, net als bij OOG TV, dat voornamelijk personen met een mbo of hbo/universitaire opleiding zonder diploma (43%) en personen met een middelbareschooldiploma (28%) naar OOG Radio luisteren.

Aan de respondenten die wel eens OOG Radio luisteren (15%) hebben we verdere vragen over OOG Radio gesteld, onder andere hoe vaak ze naar OOG Radio luisteren. Dit was een nieuwe vraag ten opzichte van voorgaande jaren. Het merendeel van de respondenten luistert *of*wekelijks *of*minder dan maandelijks naar OOG Radio; dit verschilt niet veel tussen de leeftijdsgroepen (zie figuur 8).

We hebben in een open vraag gevraagd wat respondenten meer zouden willen horen bij OOG Radio. Over het algemeen zijn de respondenten die luisteren naar OOG Radio positief. Sommige respondenten geven aan wat meer (verschillende genres) muziek te willen horen.

"Prima radiozender! Goede muziekkenner. Ook ruimte voor doelgroepen. En natuurlijk het prachtige OOG Sport. Basis voor veel radio- en TV-talent."

Figuur 8. Hoe vaak luistert u naar OOG Radio, naar leeftijd



Waardering OOG Radio

We hebben de respondenten gevraagd om een beoordeling van OOG Radio te geven met een rapportcijfer van 1 (heel ontevreden) tot en met 10 (heel tevreden). De respondenten geven dit jaar gemiddeld een 7,4. Hier zien we een lichte positieve stijging ten opzichte van voorgaande jaren (zie Tabel 2).

Tabel 2. Rapportcijfer voor OOG Radio over de jaren

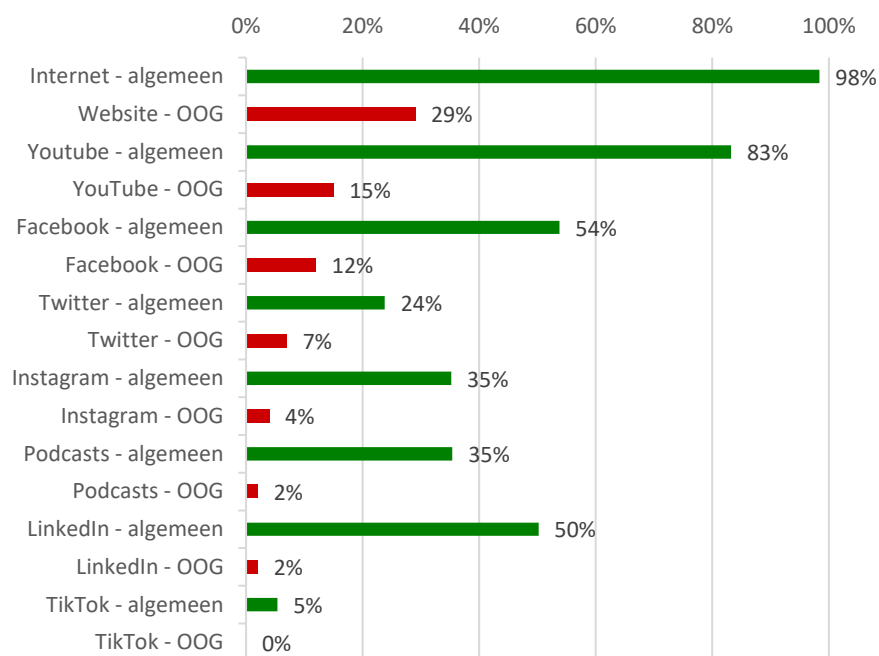
| | 2016 | 2017 | 2019 | 2021 |
|---------------|------|------|------|------|
| Rapportcijfer | 6,5 | 7,2 | 7,3 | 7,4 |

2.4 OOG op sociaal media

Het laatste gedeelte van de vragenlijst ging over OOG op verschillende sociale media platformen. Eerst is er gevraagd aan de respondenten op welke platformen ze wel eens in het algemeen actief zijn (zie de groene balken in figuur 9). Van de respondenten geeft 98% aan actief te zijn op internet en 2% geeft aan niet actief te zijn op internet, ondanks het invullen van de vragenlijst op internet. Verder geeft 83% aan actief te zijn op YouTube. Facebook en LinkedIn wordt door de helft van de respondenten gebruikt. TikTok daarentegen wordt door bijna niemand gebruikt (5%), wat mogelijk verklaard kan worden door de oververtegenwoordiging van wat oudere leeftijdsgroepen in dit onderzoek.

Vervolgens is er aan de respondenten gevraagd of ze OOG ook kennen en/of bezoeken op de verschillende media platformen. De rode balken in figuur 9 laten zien welk percentage van de respondenten OOG kennen of bezoeken op de verschillende sociale media platformen. Hier zien we dat bijna een derde van de respondenten de website van OOG kent of bezoekt. Ook het YouTube kanaal en Facebook pagina van OOG worden bezocht door de respondenten (respectievelijk 15% en 12%). De andere sociale media platformen van OOG worden nauwelijks gebruikt, waarvan de TikTok pagina van OOG het minst wordt bezocht door de respondenten (0,4%), waarbij wel vermeld moet worden dat OOG recentelijk op TikTok actief is geworden.

Figuur 9. Activiteit op sociale media platformen in het algemeen (n = 5902) en van OOG specifiek (n = 5833)



De percentages zijn afgerond. Meerdere antwoorden waren mogelijk, de aantallen tellen daarom niet op tot 100 procent.

Uitgesplitst naar de verschillende leeftijdsgroepen zien we dat de website oogtv.nl het meest wordt bekeken door respondenten in de leeftijd van 28 tot 49 jaar. Op YouTube en Facebook wordt OOG het meest bekeken door respondenten tot 27 jaar. De bekendheid van OOG op YouTube en Facebook neemt af naarmate de leeftijd toeneemt. De Instagram en LinkedIn van OOG is daarentegen weer populairder onder de respondenten in de leeftijd 28 tot en met 34 jaar, en de respondenten in de leeftijd van 35 tot 49 volgen OOG het meest op Twitter. Podcasts van OOG worden het meest geluisterd door

respondenten tussen de 23 tot en met 34 jaar en worden minder beluisterd naarmate de leeftijd vordert. De gebruikers van de OOG-app zijn wat meer verdeeld qua leeftijd: respondenten in de leeftijd 22 jaar en jonger (10%) en 50 tot en met 64 jaar (8%) gebruiken de app het meest, terwijl respondenten in de leeftijd 23 tot en met 34 jaar (2%) het minst de OOG-app gebruiken.

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

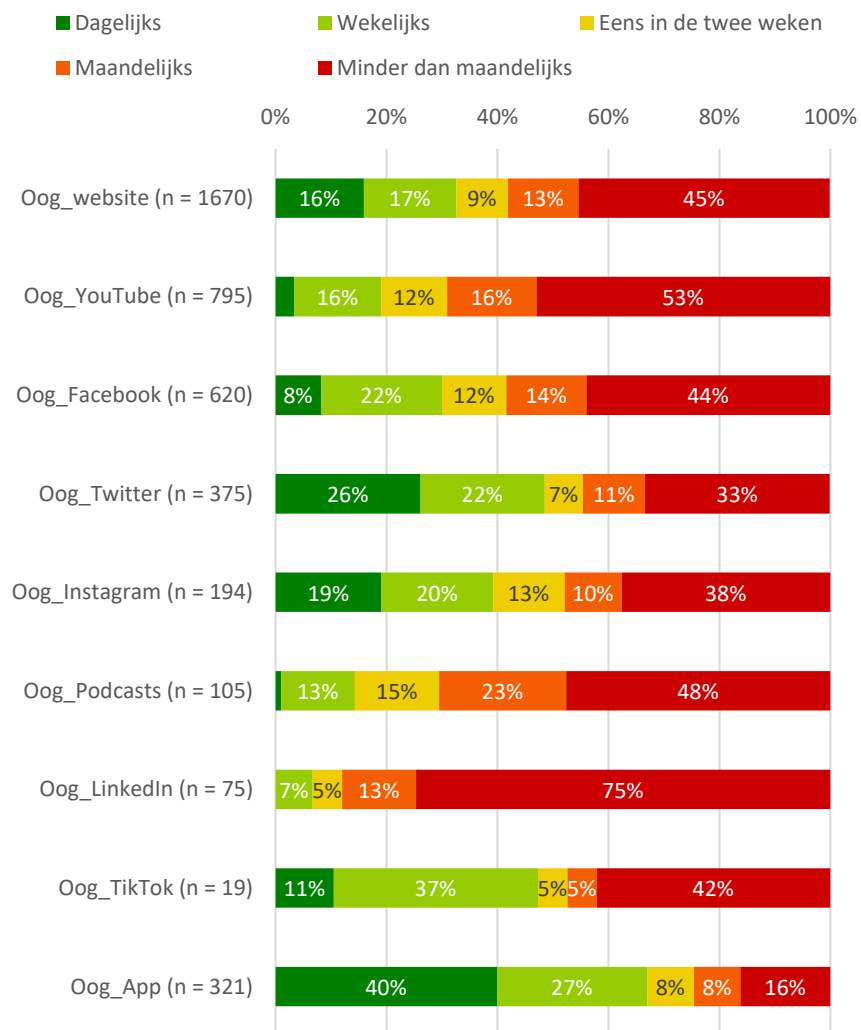
1. Hoe vaak bezoekt u dit platform
2. Wat zou u meer willen zien op dit platform
3. Op een schaal van 1 tot en met 10, wat voor cijfer geeft u dit platform

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

Bezoek per sociale media platform

Zie figuur 10 voor het percentage respondenten dat een bepaald platform dagelijks, wekelijks, eens in de twee weken, maandelijks of minder dan maandelijks gebruikt. De OOG-App wordt dagelijks het meest gebruikt door de respondenten (40%), terwijl LinkedIn, Podcasts en YouTube zo goed als niet dagelijks worden bezocht, gebruikt of beluisterd. De Twitter van OOG is verdeeld onder de respondenten: ongeveer de helft bekijkt het wekelijks of vaker en de andere helft bekijkt het maandelijks of minder. De LinkedIn-pagina van OOG wordt onder de platformen het minst vaak bezocht door de respondenten: drie kwart van de respondenten bezoekt LinkedIn minder dan maandelijks. Dit terwijl er al erg weinig respondenten überhaupt actief waren op de LinkedIn-pagina van OOG (2%, zie figuur 9). In de open antwoorden komt geregeld naar voren dat respondenten voor lokaal nieuws uitwijken naar andere websites, zoals RTV Noord, dit kan mogelijk verklaren dat OOG op sociale media weinig op dagelijkse basis wordt bezocht.

Figuur 10. 'Hoe vaak bezoekt of gebruikt u...'



Aanbevelingen per sociale media platform

Opvallend is dat bij de verschillende sociale media dezelfde aanbevelingen weer terugkomen. Vooral meer achtergrond- en verdiepende verhalen worden genoemd als aanbeveling voor bijna elk platform. Meer verhalen/filmpjes van Beno Hofman komt ook geregeld naar voren als aanbeveling op verschillende platformen. Meer lokaal/wijk nieuws, (historische) filmpjes en (historische) foto's worden ook genoemd, en net zoals bij OOG TV en OOG Radio komen ook hier de aanbevelingen voor meer sport en cultuur naar voren. Alle antwoorden op deze vragen zijn bijgevoegd in een aparte bijlage.

Over de website van OOG zijn de respondenten over het algemeen tevreden.

"Ik ben blij met de website zoals die nu is. Ik zie dat OOG TV daar het afgelopen half jaar ook in heeft geïnvesteerd. Veel nieuwsartikelen, mooie foto's en goede berichtgeving ook de hele dag door."

Net zo tevreden, maar met iets meer aanbevelingen, reageren de respondenten over de Instagram van OOG. Daar zien ze graag meer inhoud:

"(Ik wil graag) veel meer video's. En veel meer foto's. Er wordt te weinig gepost en te weinig interactie gezocht."

Ook voor het Twitter account van OOG hebben de respondenten aanbevelingen:

"De twitteraccount van OOG wordt vooral gevuld door de nieuwsredactie. Dat is prima maar waarom niet wat meer aandacht voor de programmering op radio & tv, voor de doelgroepenprogrammering 's avonds op de radio bijvoorbeeld of speciale tv-uitzendingen."

Het minst tevreden (maar alsnog met een gemiddeld rapportcijfer van een 7,2 – zie Tabel 3) lijken de respondent over de OOG app. Hier wordt voornamelijk genoemd dat de werking van de app een aandachtspunt is:

“De app werkt gewoon slecht op een iPhone en iPad. Dat is niet meer van deze tijd, het is de slechtste app die ik ken. Daardoor word je gedwongen naar de website te gaan en dat leidt er weer tot dat je minder vaak kijkt dan je zou willen. Ik zou dus meer nieuws willen zien op de app, maar vooral een app die werkt.”

Waardering OOG op verschillende sociale media platformen

We hebben van de verschillende kanalen die OOG gebruikt gevraagd in hoeverre respondenten hier tevreden over zijn op een schaal van 1 (heel ontevreden) tot en met 10 (heel tevreden). Tabel 3 laat het cijfer zien per sociale media platform. Over het algemeen zijn de respondenten tevreden over de sociale media waar OOG actief op is. TikTok krijgt het hoogste rapportcijfer met een 8,2, maar hierbij moet worden vermeld dat dit cijfer waarschijnlijk niet volledig representatief is aangezien maar 13 mensen een cijfer hebben gegeven. Het laagste cijfer is voor de app van OOG, maar zoals de open antwoorden al lieten zien, representeert dit lagere cijfer waarschijnlijk de (mindere) werking van de app.

Tabel 3. Rapportcijfers voor de sociale media platformen waar OOG actief op is

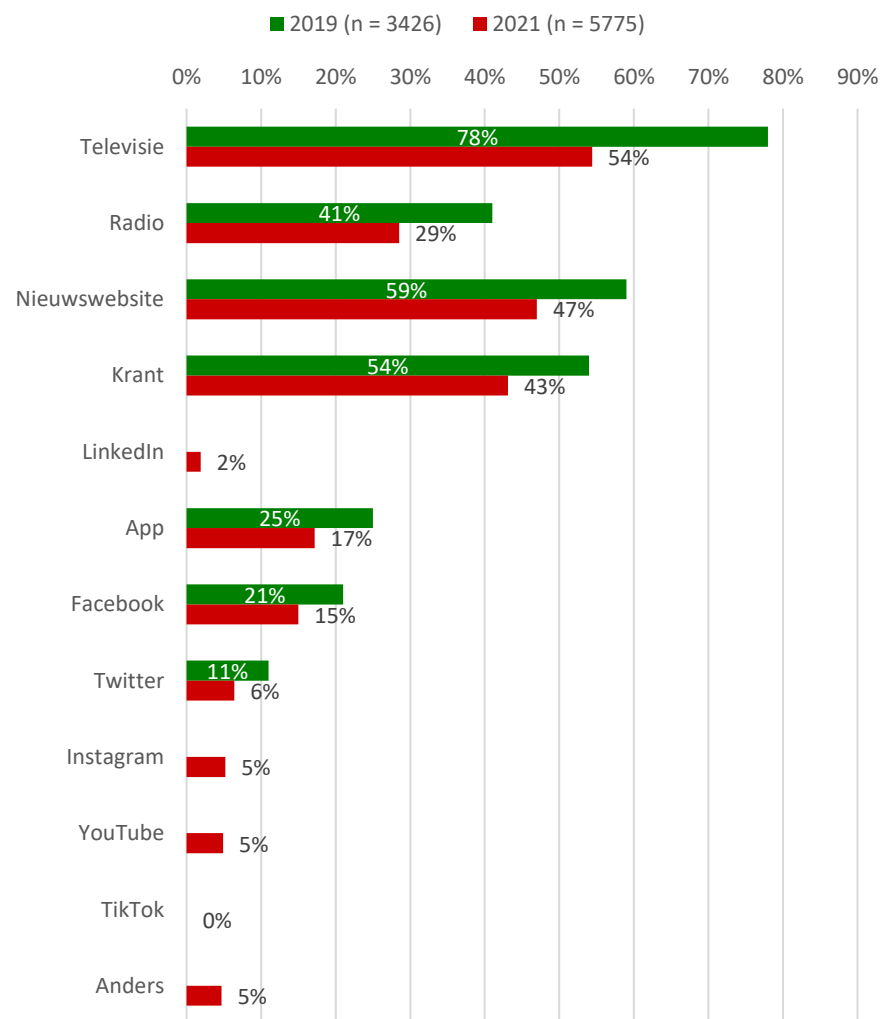
| | Rapportcijfer |
|----------------------------|---------------|
| Website (n = 1351) | 7,3 |
| YouTube (n = 651) | 7,3 |
| Facebook (n = 532) | 7,2 |
| Twitter (n = 324) | 7,3 |
| Instagram (n = 175) | 7,4 |
| Podcasts (n = 90) | 7,5 |
| LinkedIn (n = 59) | 6,9 |
| TikTok (n = 13) | 8,2 |
| OOG-App (n = 311) | 7,2 |

Meest populaire kanaal om nieuws te ontvangen

Tot slot hebben we gevraagd via welk kanaal respondenten het liefst *lokaal* nieuws ontvangen. In 2019 is gevraagd via welk kanaal respondenten het liefst *regionaal* nieuws willen ontvangen. Zie figuur 11 voor de resultaten van 2019 en 2021. Opvallend is dat de respondenten op elk kanaal aangeven minder behoefte te hebben om lokaal nieuws te ontvangen vergeleken met regionaal nieuws in 2019. Meer dan de helft van de respondenten geeft de voorkeur aan de televisie als middel om lokaal nieuws te ontvangen, dit is net als in 2019 nog steeds het meest populaire kanaal voor lokaal/regionaal nieuws. Net als in 2019 zijn ook nieuwswebsites en de krant populair (rond de 50%). Het minst populair zijn LinkedIn, TikTok, Instagram en YouTube om lokaal nieuws te ontvangen. In 2019 zijn deze kanalen niet meegenomen. Interessant is dat in de open antwoorden veel mensen aangeven niet per se naar een specifiek kanaal toe te gaan voor nieuws, maar dat ze op een kanaal komen via een link, bijvoorbeeld via RSS-feeds, nu.nl, NOS app, nieuwsbrieven/e-mails, via vrienden, of berichten dat ze voorbij zien komen op timelines.

"Ik ben aangesloten bij nieuwsbrief van de gemeente. Ik vind dit een mooie manier om de hoogte te blijven van ontwikkelingen in de gemeente. Misschien kan hierbij aangesloten worden?"

Figuur 11. Via welk kanaal ontvangt u het liefst (lokaal [2021] of regionaal [2019] nieuws?)



De percentages zijn afgerond. Meerdere antwoorden waren mogelijk, de aantallen tellen daarom niet op tot 100 procent.

Colofon

Panelonderzoek OOG

Auteurs:

Thaira Openneer

Gert Bos

Opdrachtgever:

Gemeente Groningen

Uitgave:

OIS Groningen