OLON BEREIKSONDERZOEK RTV STEENWIJKERLAND

Jaella van Oene & Ralph Sluis

Januari 2020

1907OLO031

RTV SLOS

dvj insights *All you need to grow!*

ACHTERGROND & DOELGROEP
RESULTATEN RADIO
RESULTATEN TV
RESULTATEN WEBSITE
RESULTATEN SOCIAL MEDIA
OVERIGE INFORMATIEBRONNEN
CONCLUSIES

ACHTERGROND & DOELGROEP

De gemeente Steenwijkerland en de lokale omroep SLOS hebben momenteel geen inzicht in het bereik dat men behaalt met de diverse SLOS kanalen als TV, radio en internet. Daarom heeft men DVJ Insights gevraagd hier inzicht in te geven via een lokaal bereiksonderzoek. Het in opdracht van OLON gestandaardiseerde lokale bereiksonderzoek wordt door de meeste partijen gebruikt voor beleidsbepaling, strategiebepaling als ook format inhoudelijke beslissingen en als bereikscijfermateriaal richting (potentiele) adverteerders.

DOELGROEP

De onderzoeksdoelgroep omvat mannen en vrouwen in de leeftijd van 13 jaar en ouder in het uitzendgebied van de lokale omroep (het uitzendgebied = de gemeente(n) waarvoor door het Commissariaat voor de Media aan de betreffende omroep zendtijd is toegewezen). Het onderzoek is uitgevoerd onder een steekproef die lokaal representatief is voor wat betreft relevante socio demografische gegevens.

STEEKPROEF

STEEKPROEFGROOTTE

206

WEGING

Er is gewogen naar leeftijd en geslacht in gemeente Steenwijkerland.

STEEKPROEF CRITERIA

- Is 13 jaar of ouder
- Luistert radio
- Woont in gemeente Steenwijkerland

VELDWERK

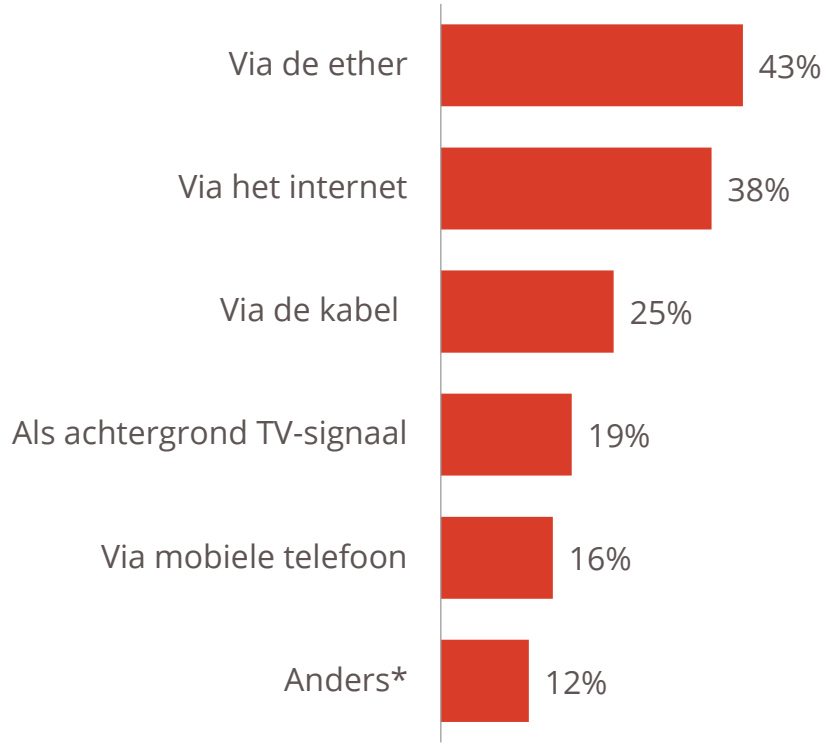
Het online veldwerk heeft plaatsgevonden in de periode 19-11-2019 tot 09-12-2019 onder DVJ Insights panelleden en panelleden van partners. In dezelfde periode zijn ook respondenten middels telefonische werving benaderd.

RESULTATEN RADIO

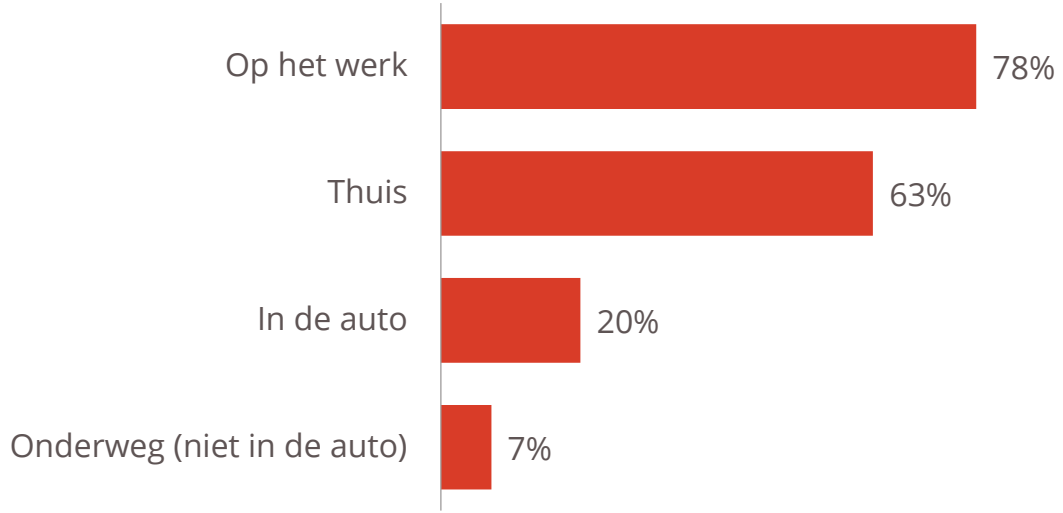
WIJZE VAN LUISTEREN EN LOCATIE

De meeste luisteraars in de regio luisteren via de ether en het internet naar de radio, zowel op het werk als thuis. Een significant kleinere groep luistert in de auto en nog een significant kleinere groep onderweg.

HOE LUISTERT U NAAR DE RADIO?



WAAR LUISTERT U NAAR DE RADIO?

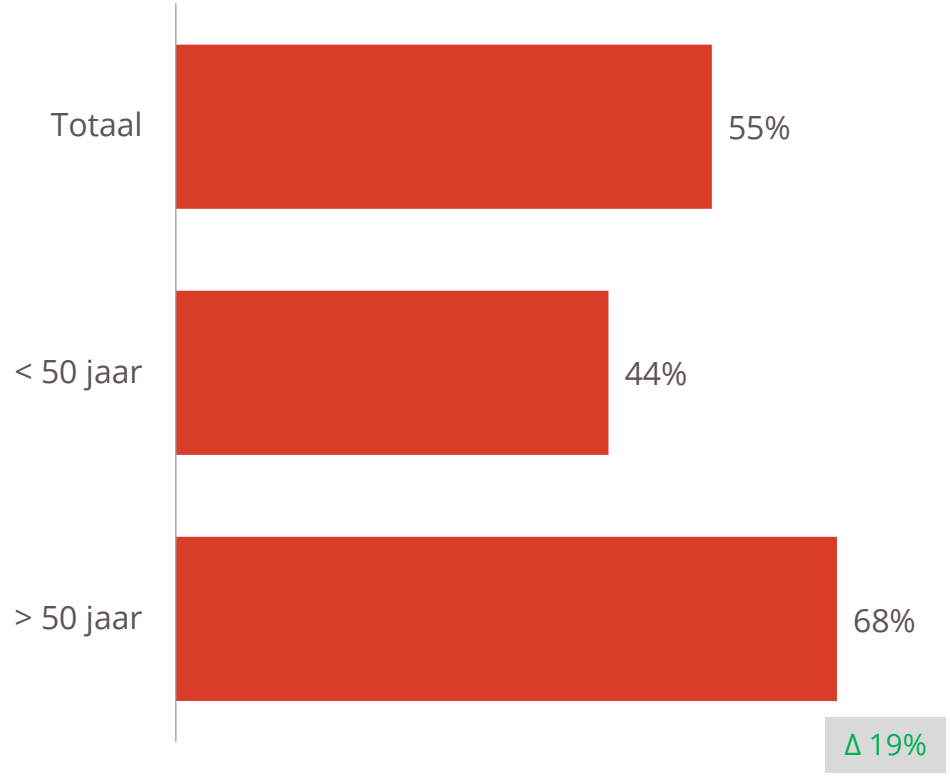


*Autoradio, Sonos

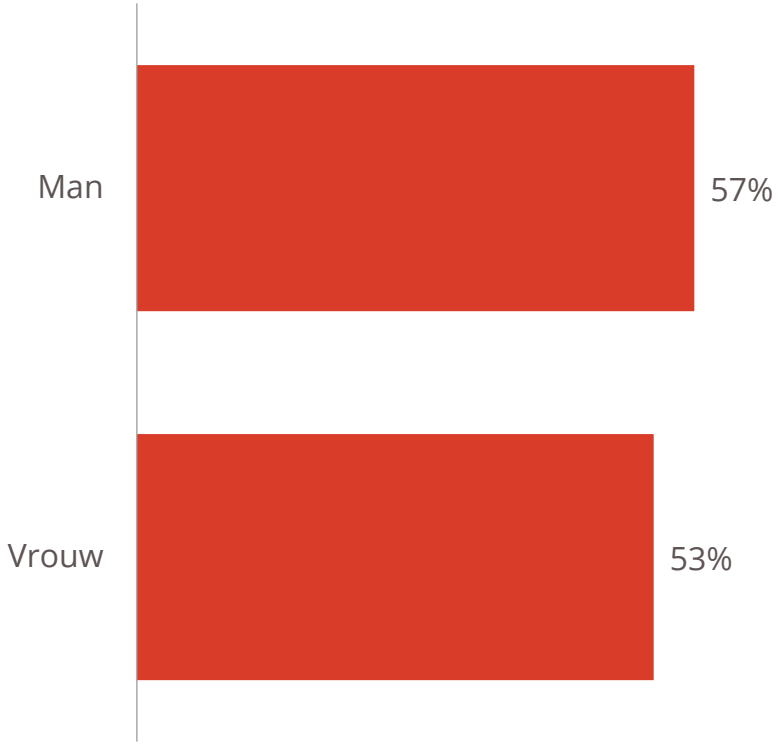
BEKENDHEID RTV SLOS RADIO

Meer dan de helft van de radioluisteraars in het uitzendgebied is bekend met radiozender SLOS (voorheen Mix105). Dit is een goede score, want de benchmark voor radiobekendheid ligt op 46%. De bekendheid is aanzienlijk hoger onder de groep 50 jaar of ouder.

BEKENDHEID* LOKALE OMROEP



BEKENDHEID NAAR GESLACHT

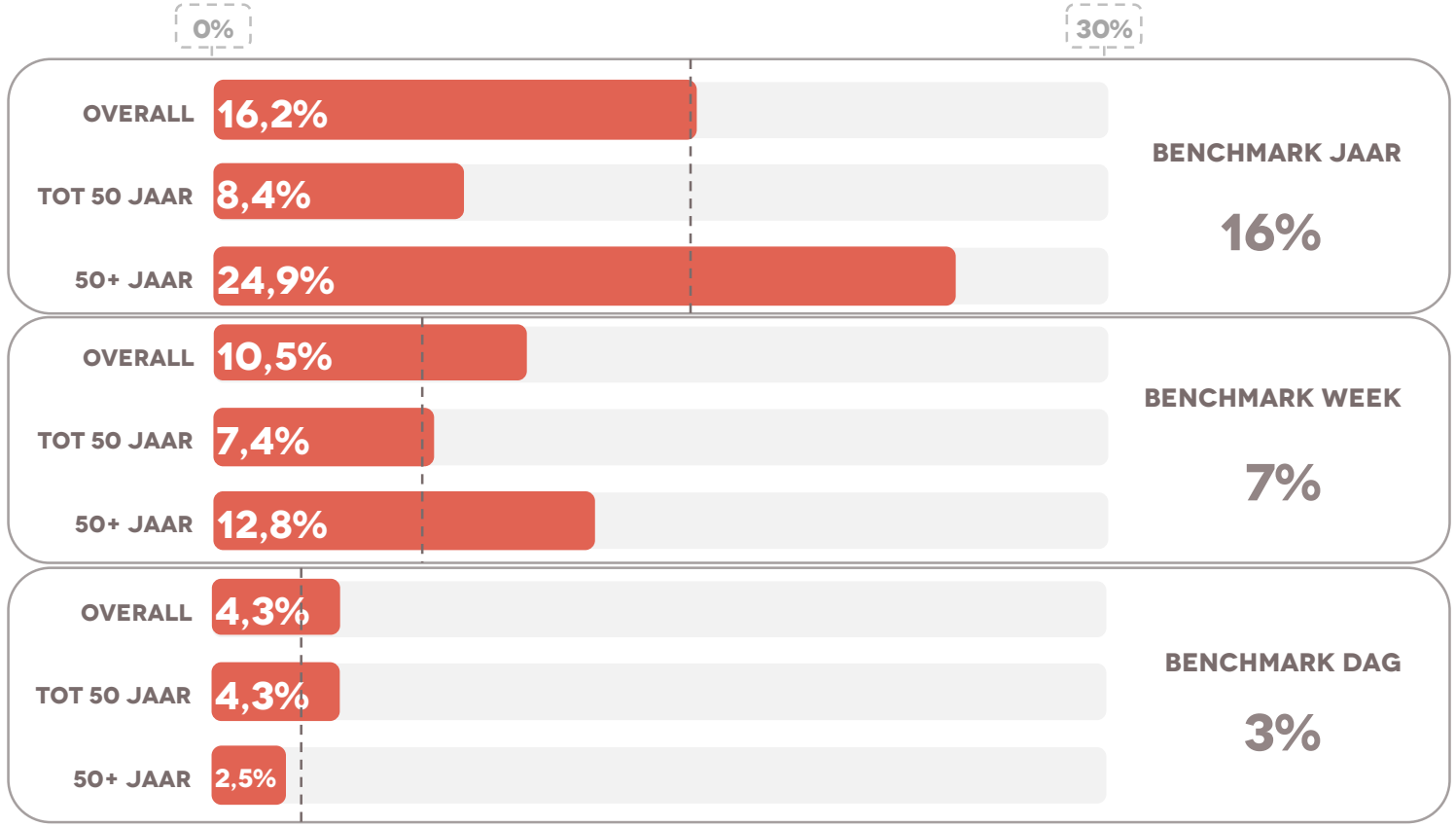


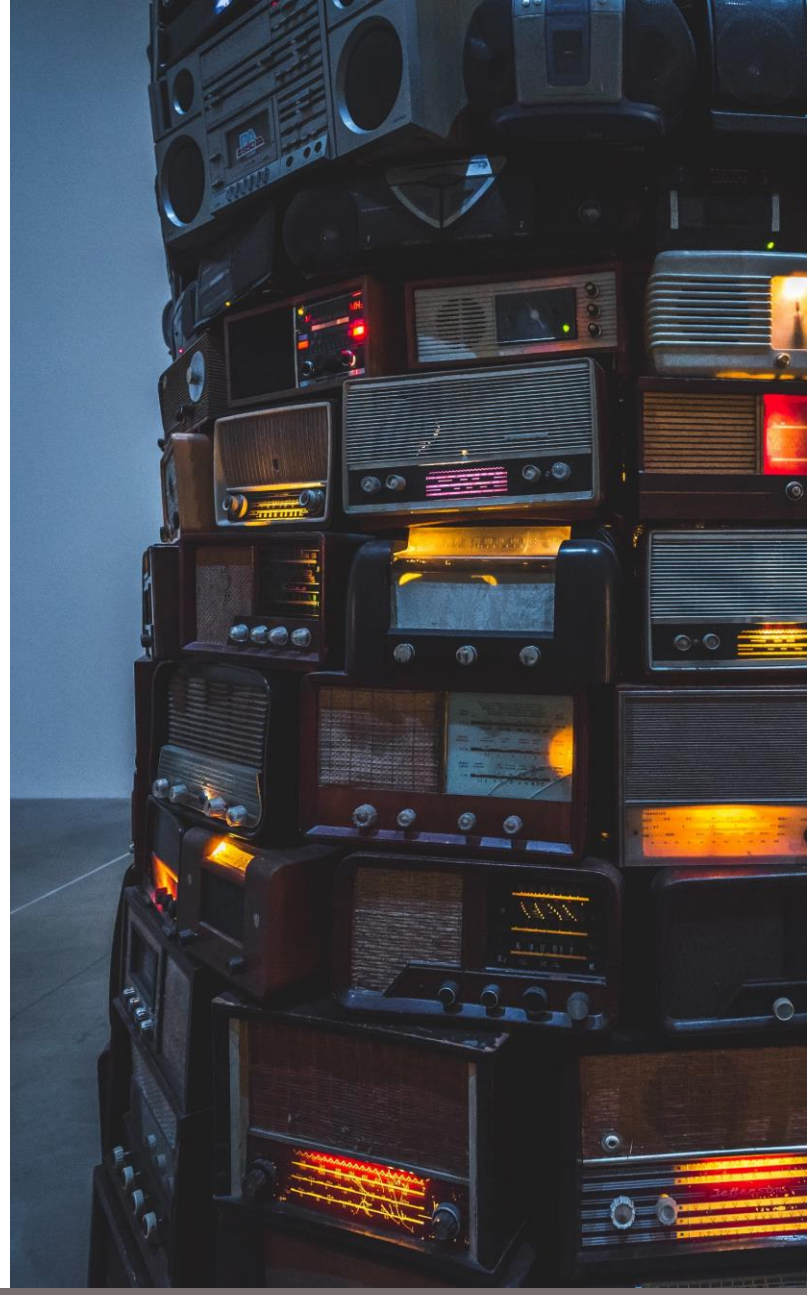
*Bent u bekend met radiozender SLOS (voorheen Mix105)?

% Statistisch significant verschil (95% betrouwbaarheid)

BEREIK RTV SLOS RADIO

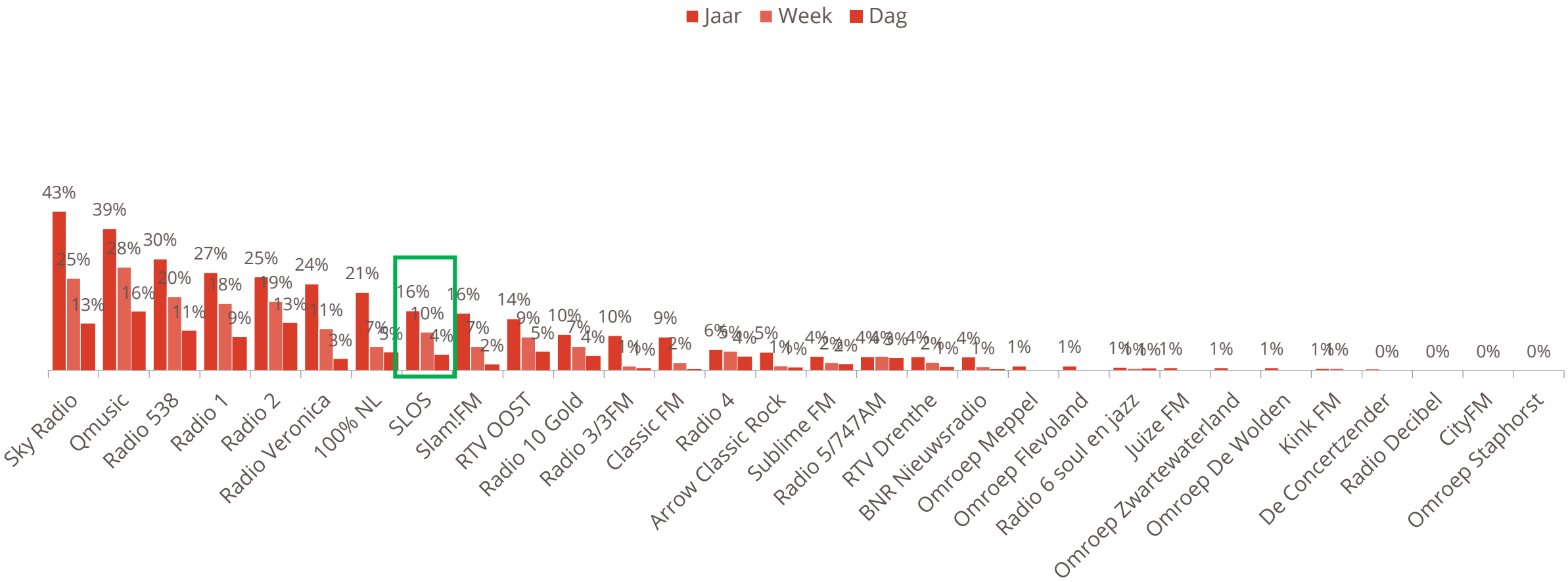
Op jaarbasis bereikt radiozender SLOS ongeveer één op de zes inwoners van gemeente Steenwijkerland. De zender zit voor weekbereik boven de benchmark en voor jaar- en dagbereik op benchmark. Er is verschil in luistergedrag op basis van leeftijd: jaarlijks luisteren er meer luisteraars van boven 50 jaar naar de zender.





BEREIK RTV SLOS RADIO EN CONCURRERENDE STATIONS

Ten opzichte van de landelijke radiozenders heeft radiozender SLOS een bereik dat vergelijkbaar is met Slam!FM. Ten opzichte van andere lokale omroepen heeft radiozender SLOS een groter bereik in het uitzendgebied en laat ze concurrenten ver achter zich.



MOTIEVEN LOKALE LUISTERAARS

De meeste luisteraars luisteren de radio voornamelijk om lokaal nieuws, achtergrondinformatie over hun woonplaats en mensen uit de gemeente te horen (indicatief vanwege de lage N). De programmering wordt gemiddeld beoordeeld met een 7,8 en dit is ver boven benchmark. Mensen die niet luisteren hebben vaak geen specifieke reden hiervoor.

REDENEN OM NAAR SLOS TE LUISTEREN

RAPPORTCIJFER:

7,8

(N=32)

BENCHMARK:

7,2

N=32 (indicatief)
*Anders: 'ik werk bij rtv en zend dit uit'

REDENEN OM NIET NAAR SLOS TE LUISTEREN

N=138
*Anders: wist niet dat het bestond, ik luister naar andere radiostations, luisteren kan niet via internet

WENSEN EN BEHOEFTEN LUISTERAARS RTV SLOS RADIO

Men luistert vooral naar nieuws uit de regio. Respondenten geven in het verlengde hiervan aan nog meer lokaal nieuws te willen horen.

WAAR LUISTERT MEN NAAR?

N=32 (indicatief)
* Anders: smartlappen

WAT WIL MEN NOG MEER HOREN?

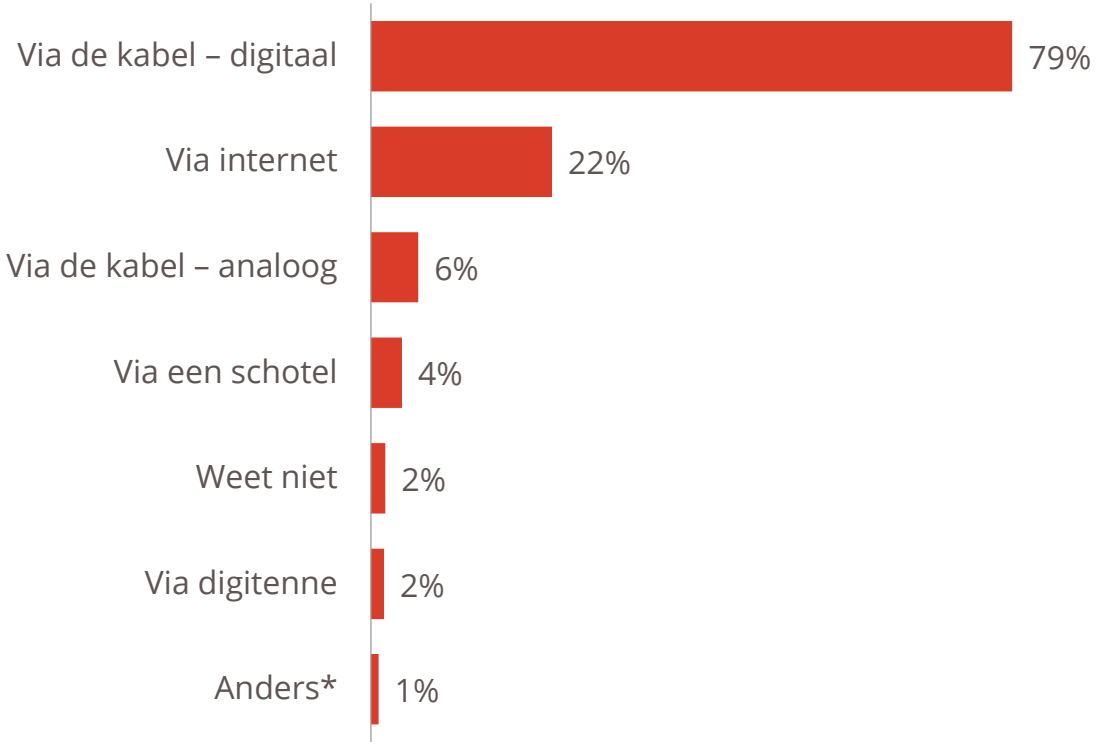
N=32 (indicatief)
* Anders: smartlappen, avondprogramma's

RESULTATEN TV

WIJZE VAN KIJKEN EN AANBIEDER

De meeste kijkers in de regio kijken tv via de kabel, digitaal. De grootste aanbieders zijn VodafoneZiggo en KPN.

OP WELKE MANIER KIJKT U TELEVISIE?



*Anders: interactief KPN, glasvezel

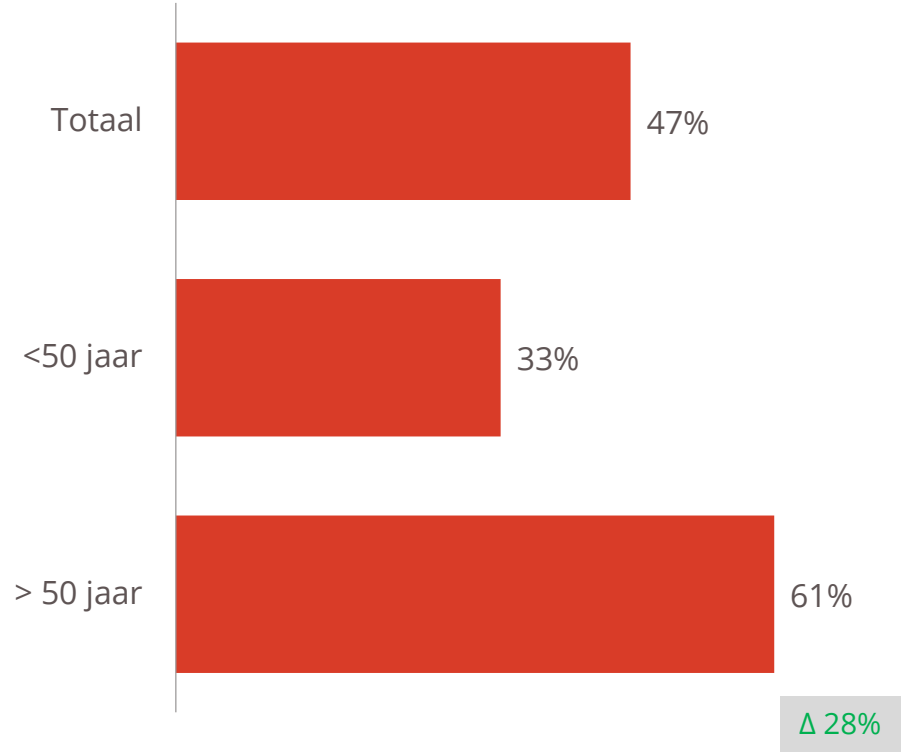
VIA WELKE AANBIEDER KIJKT U TELEVISIE?

*Anders: Canal Digitaal

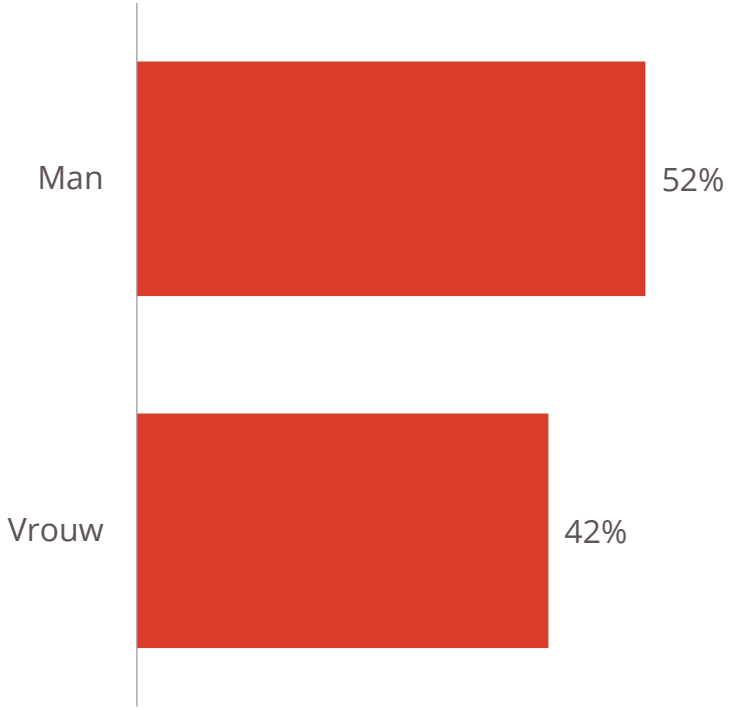
BEKENDHEID RTV SLOS TV

Bijna de helft van de tv-kijkers in het uitzendgebied is bekend met de tv-zender SLOS. Dit is iets onder de benchmark (62%). De bekendheid is aanzienlijk hoger onder de groep 50 jaar en ouder. Er zijn geen significante verschillen op basis van geslacht.

BEKENDHEID* LOKALE OMROEP



BEKENDHEID NAAR GESLACHT

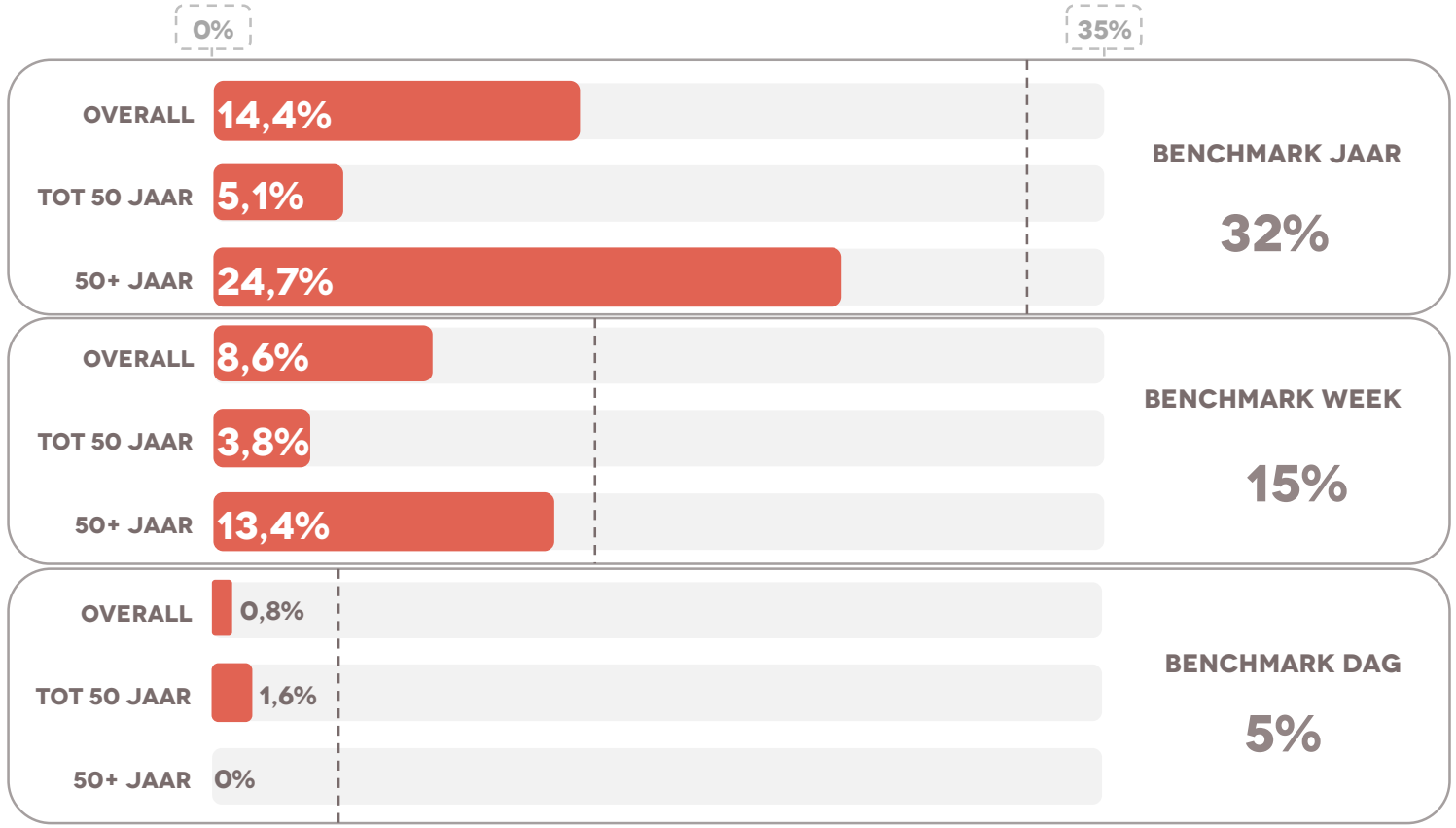


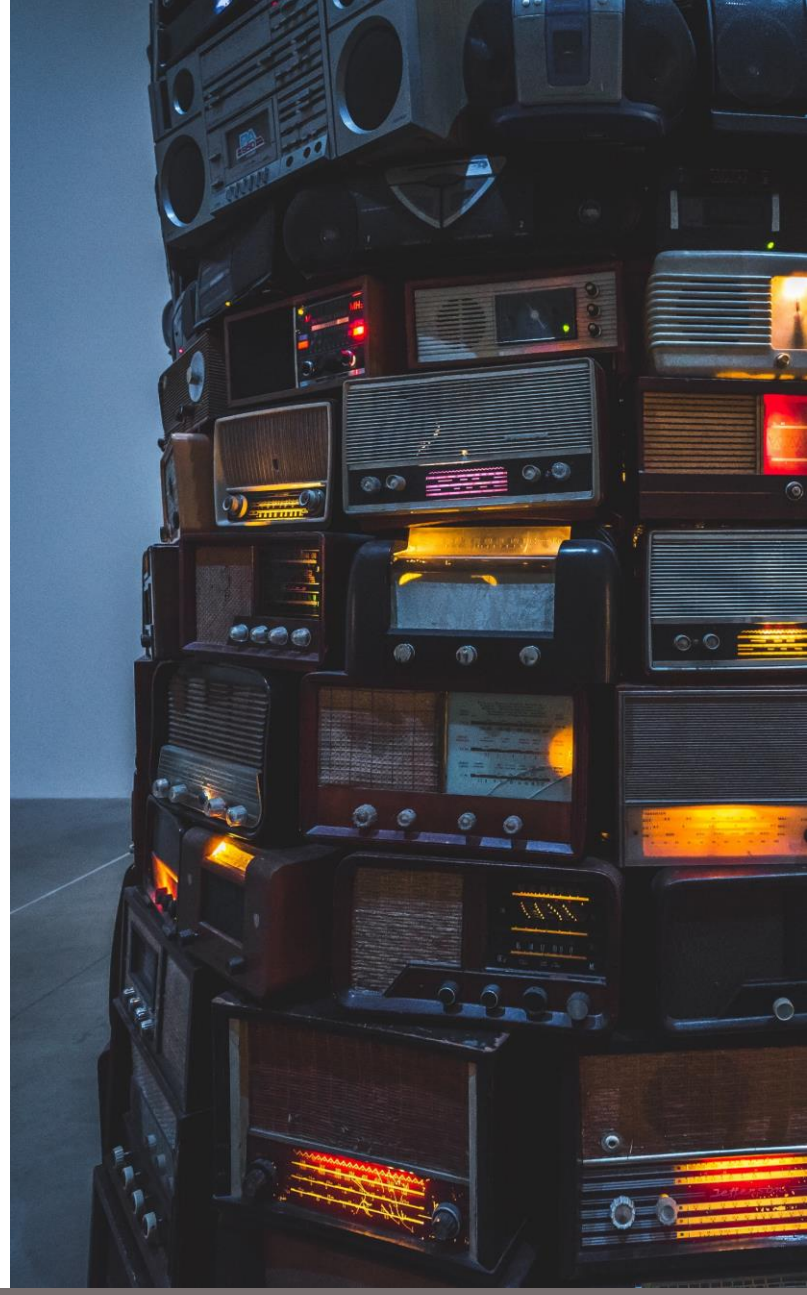
*Bent u bekend met tv-zender SLOS (voorheen Mix105)?

% Statistisch significant verschil (95% betrouwbaarheid)

BEREIK RTV SLOS TV

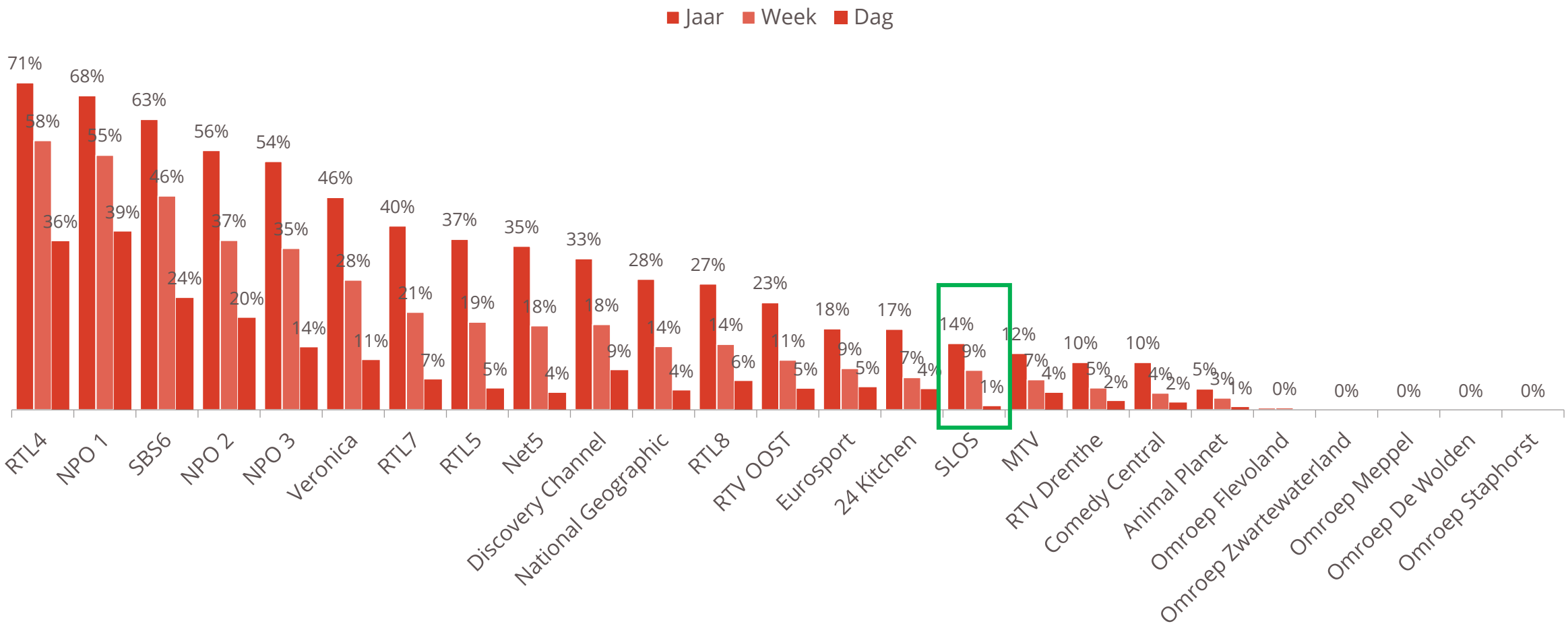
Op jaarbasis bereikt tv-zender SLOS ongeveer één op de zeven inwoners van de gemeente. Alle bereikcijfers vallen onder de benchmark. Het bereik op jaar- en weekniveau onder 50 jaar en ouder is hoger, dan jonger dan 50 jaar. Er zijn geen verschillen in kijkgedrag te zien tussen mannen en vrouwen.





BEREIK RTV SLOS TV EN CONCURRERENDE ZENDERS

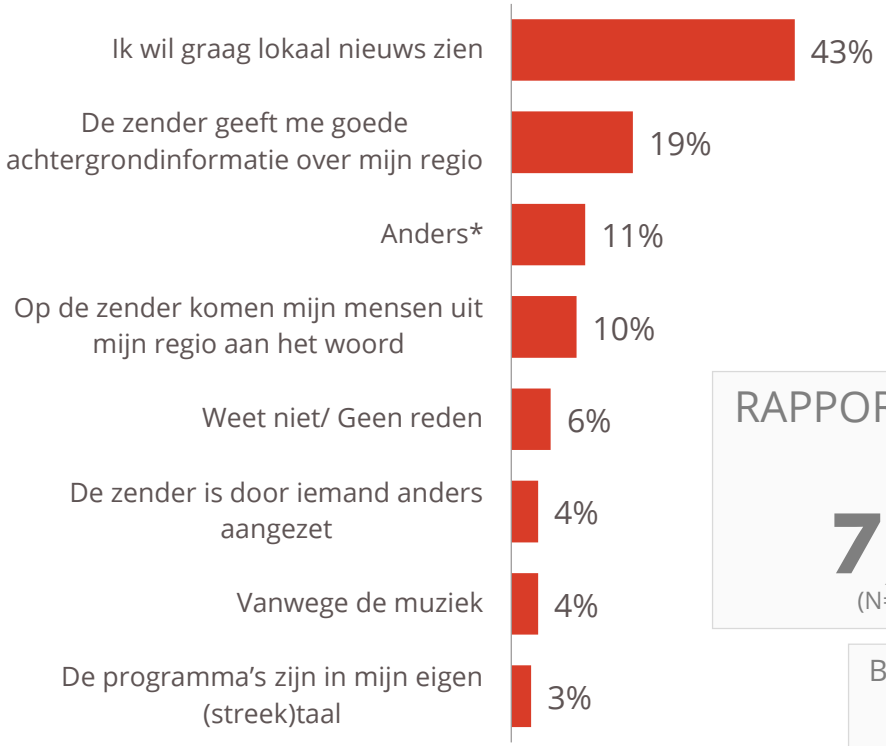
Ten opzichte van de landelijke TV zenders scoort tv-zender SLOS iets boven MTV.



MOTIEVEN LOKALE KIJKERS

Er wordt gekeken naar de zender om lokaal nieuws en achtergrondinformatie over de regio te verkrijgen. De programmering van de zender krijgt gemiddeld een 7,9 en dit is ver boven benchmark. De meeste mensen hebben echter geen specifieke reden om niet naar de zender te kijken.

REDENEN OM NAAR RTV SLOS TV TE KIJKEN



RAPPORTCIJFER:

7,9

(N=33)

BENCHMARK:

7,0

N=33 (indicatief)
* Anders: zenden video's uit van Jan Menger, werk bij RTV

REDENEN OM NIET NAAR RTV SLOS TV TE KIJKEN

N=156
* Anders: ken de zender niet, zendt geen (goede kwaliteit) beelden uit

WENSEN EN BEHOEFTEN KIJKER RTV SLOS TV

Men kijkt met name naar nieuws uit de regio.

WAAR KIJKT MEN NAAR?

N=33 (indicatief)
* Anders: tekstinformatie, Jan Menger video's

WAT WIL MEN NOG MEER ZIEN?

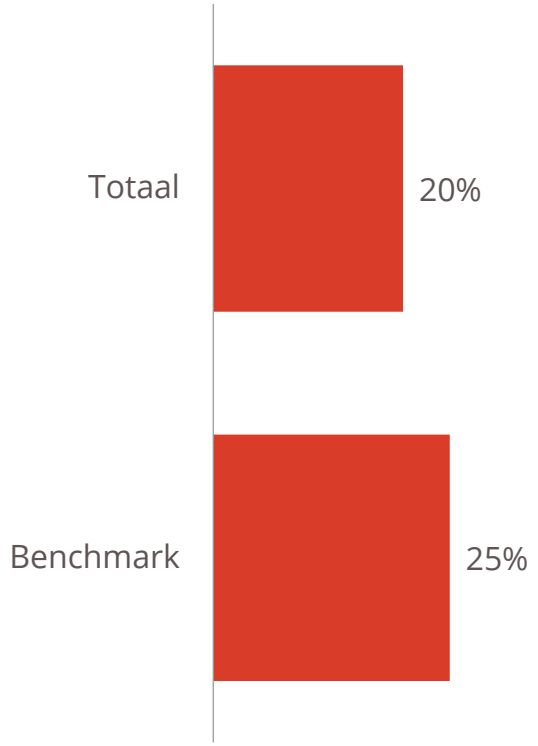
N=33 (indicatief)

RESULTATEN WEBSITE

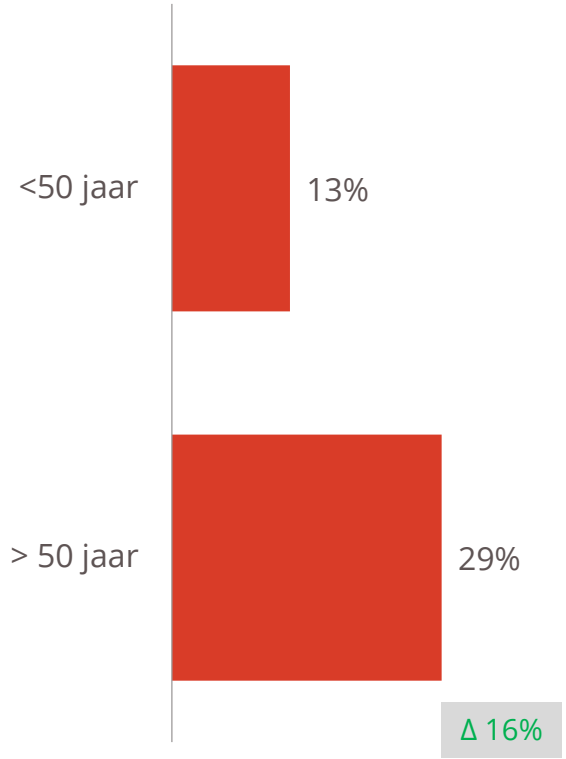
BEKENDHEID RTV SLOS WEBSITE

Van de ondervraagde inwoners is 20% bekend met de website van RTV SLOS. Dit is onder de benchmark voor bekendheid van websites van lokale omroepen. Respondenten van 50 jaar en ouder zijn vaker bekend met de website.

BEKENDHEID* LOKALE OMROEP



BEKENDHEID NAAR LEEFTIJD

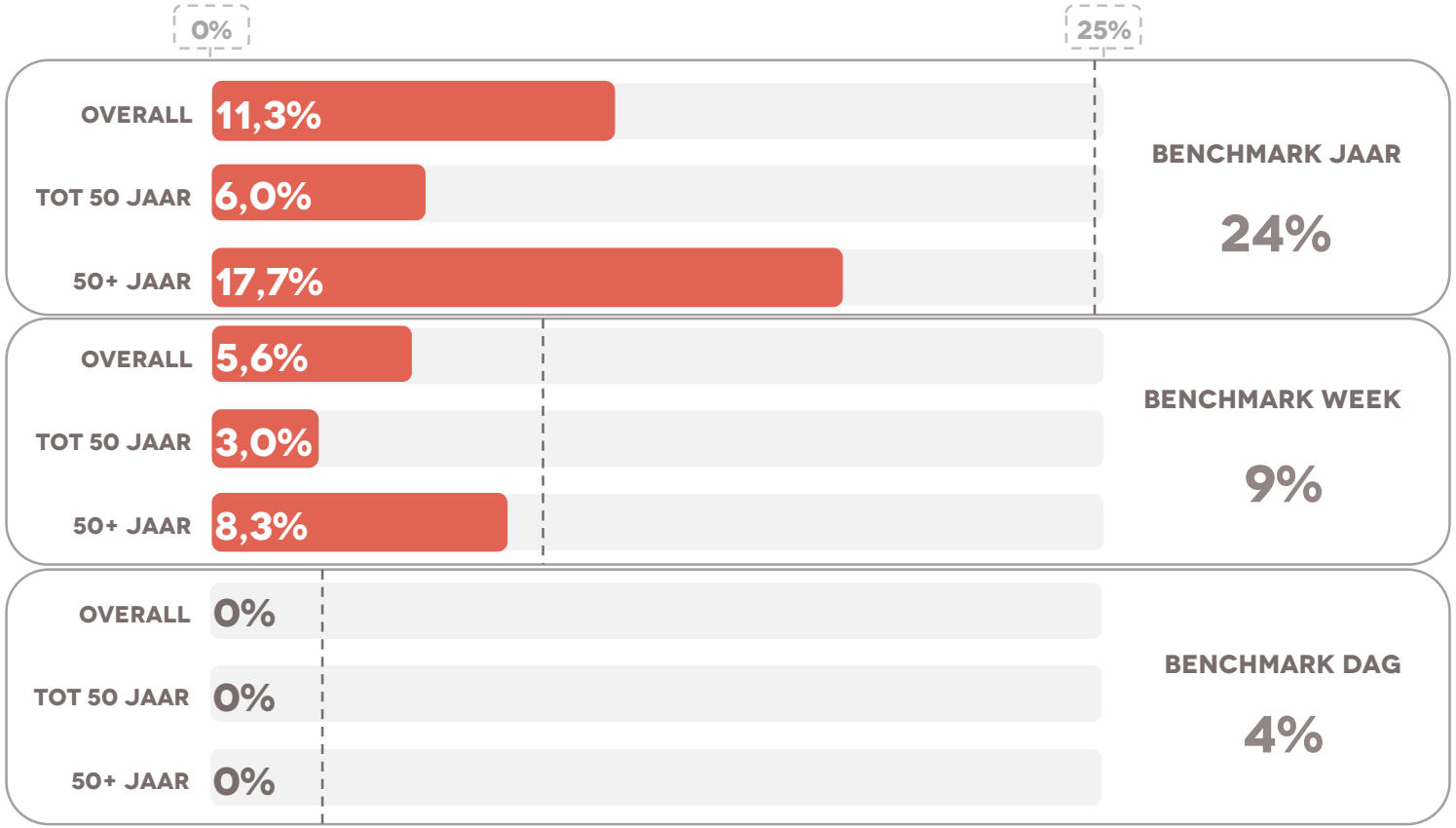


*Bent u bekend met de website van SLOS: www.rtvslos.nl?

% Statistisch significant verschil (95% betrouwbaarheid)

BEREIK RTV SLOS WEBSITE

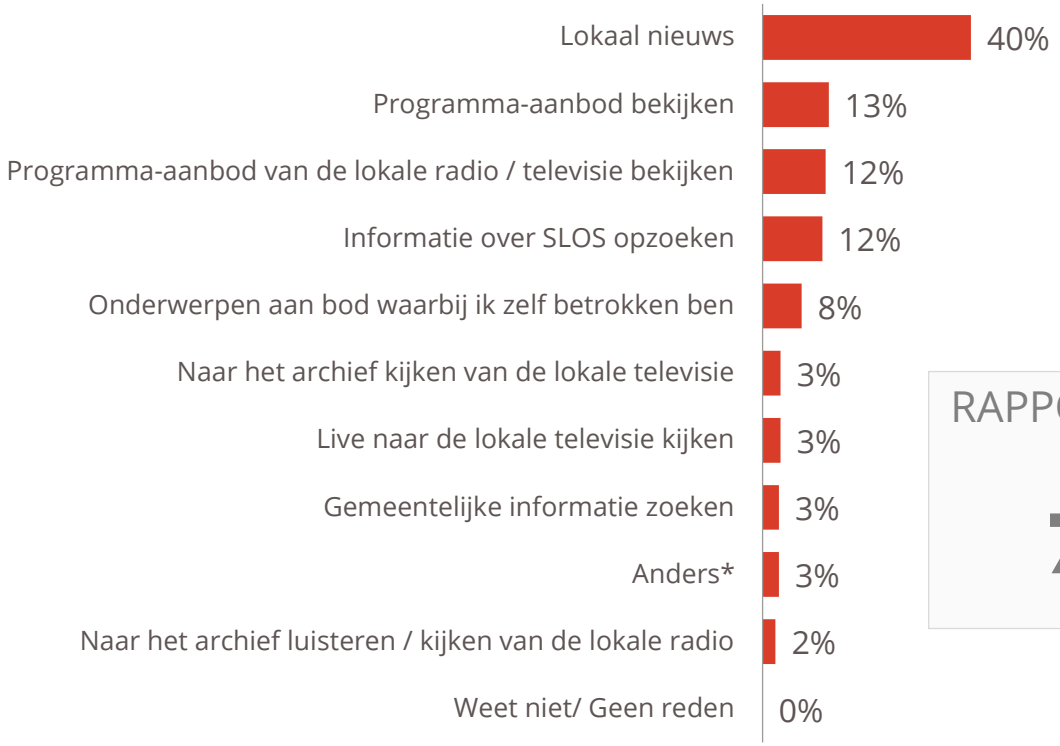
Op jaarbasis bereikt de website van RTV SLOS ongeveer een op de tien inwoners. Alle bereikscijfers op jaar- en weekniveau liggen onder de benchmark voor bereik van websites van lokale omroepen. Op jaarniveau is het bereik groter onder 50 jaar en ouder, dan bij inwoners jonger dan 50.



MOTIEVEN LOKALE WEBSITEBEZOEKERS

Mensen bekijken de website voornamelijk voor lokaal nieuws. De website wordt beoordeeld met een 7,5. Dit is boven de benchmark. Mensen die de website niet bezoeken geven aan andere media te raadplegen of hebben geen specifieke reden hiervoor.

REDENEN OM DE WEBSITE TE BEZOEKEN



RAPPORTCIJFER:

7,5

(N=27)

BENCHMARK:

7,2

N=27 (indicatief)
*Anders: foto's

REDENEN OM DE WEBSITE NIET TE BEZOEKEN

N=20 (indicatief)

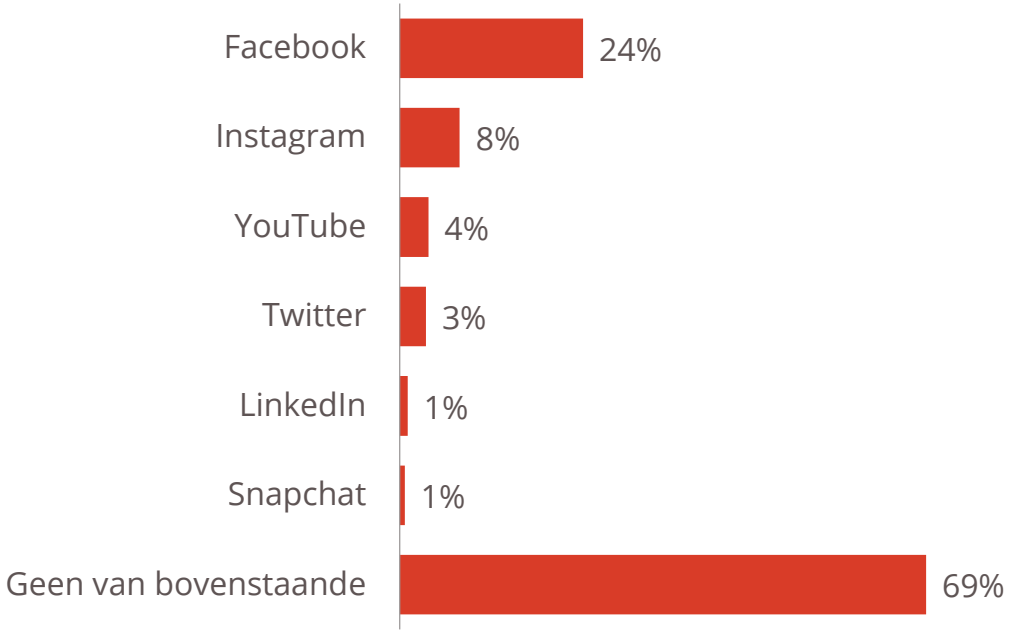
RESULTATEN SOCIAL MEDIA

dvj insights *All you need to grow!*

WENSELIJKHEID INFORMATIE VAN SLOS VIA SOCIAL MEDIA

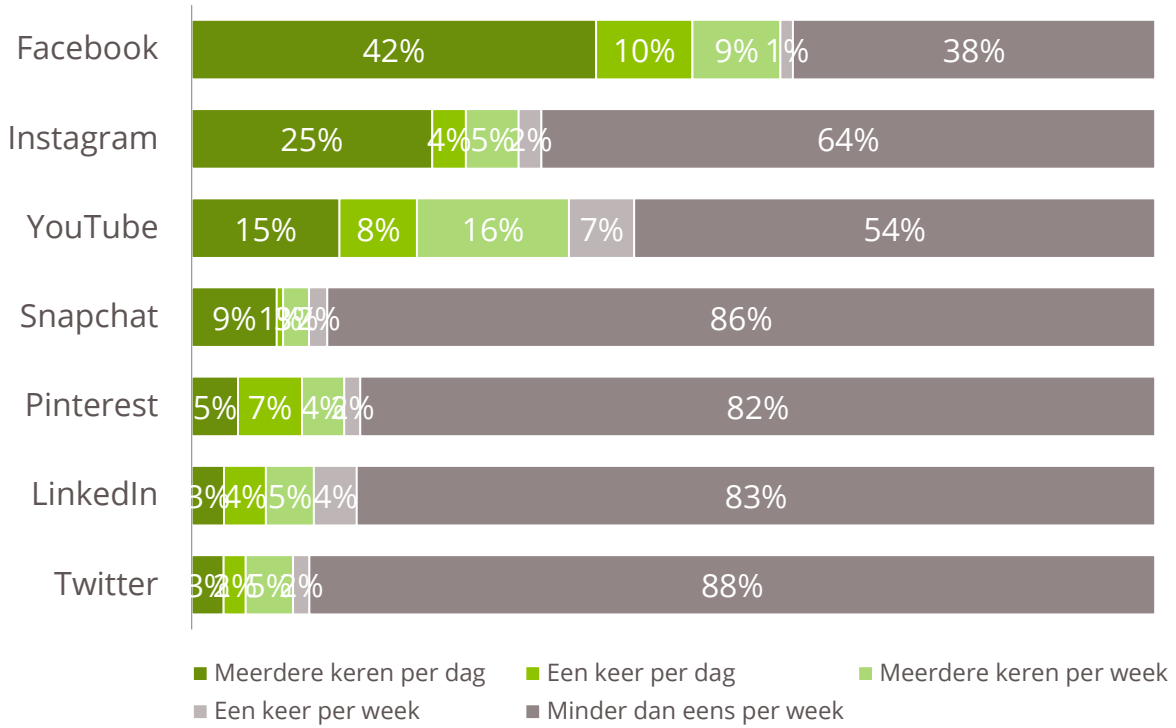
Facebook is het meest gewenste social media kanaal om info van SLOS te ontvangen. In de gemeente wordt Facebook ook het vaakst gebruikt. Instagram en Youtube volgen daarna, deze zijn vooral populair bij inwoners jonger dan 50 jaar. Het merendeel van de respondenten geeft aan dat ze via social media geen informatie wensen te ontvangen van SLOS.

GEWENSTE* SOCIAL MEDIA KANALEN



*Via welke platforms zou je informatie van SLOS willen ontvangen?

GEBRUIK* SOCIAL MEDIA IN GEMEENTE



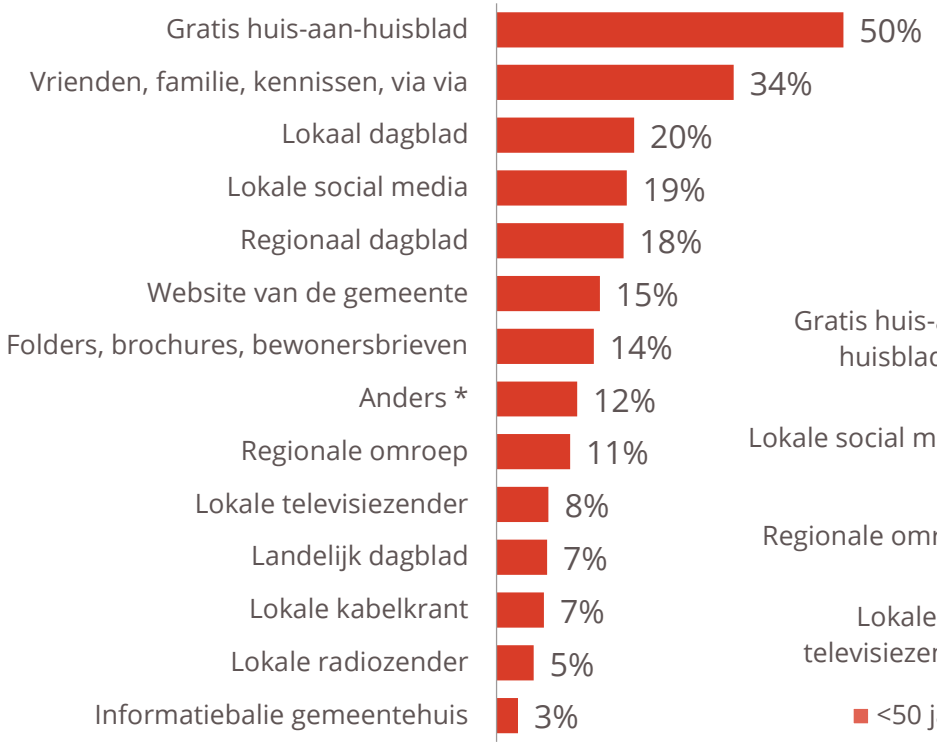
* Hoe vaak gebruikt u de onderstaande platforms?

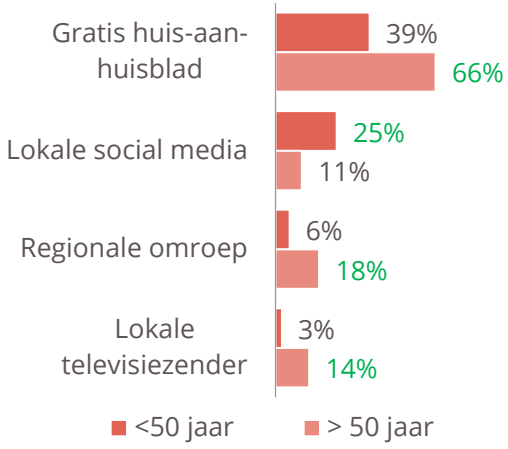
OVERIGE INFORMATIEBRONNEN

INFORMATIEBRONNEN GEMEENTE/WOONPLAATS

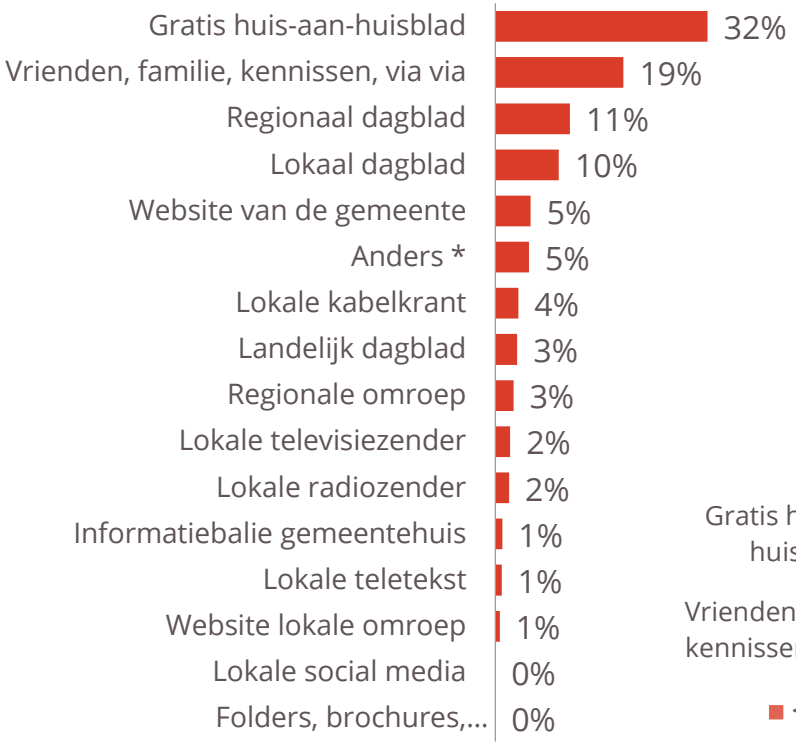
Lokale informatie wordt vooral gehaald uit gratis huis-aan-huisbladen en via vrienden, familie en kennissen. Er zijn significante verschillen op basis van leeftijd. Inwoners van 50 jaar en ouder hebben de voorkeur voor gratis huis-aan-huisbladen, terwijl voor inwoners jonger dan 50 jaar via via de voornaamste bron is.

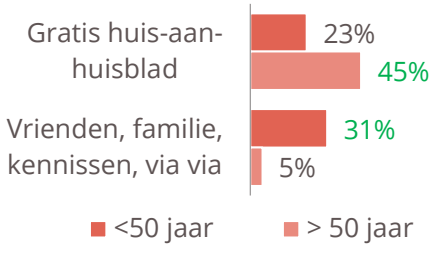
INFORMATIEBRONNEN





VOORNAAMSTE BRON





*Anders: krant, Facebook, wekelijkse krant, nieuwsbrief website lokale krant, website van AD, Twitter, Steenwijker Courant, Meppeler Courant

% Statistisch significant verschil (95% betrouwbaarheid)

CONCLUSIES

CONCLUSIES RADIO EN TV

Radio: relatief hoge bekendheid, bereik en waardering – met name voor 50+

De radiozender SLOS heeft een hoge bekendheid in de regio, namelijk 55% en dit is boven onze benchmark voor lokale radiostations. Qua bereik scoort de zender op benchmarkniveau; ongeveer 1/6 van de inwoners wordt jaarlijks bereikt. De bekendheid en het jaarlijks bereik is aanzienlijk hoger voor 50+ inwoners. De programmering wordt erg goed beoordeeld met een 7,8 gemiddeld. Men luistert voornamelijk naar de radio om lokaal nieuws te horen.

TV: bekendheid en bereik onder benchmark, hoge waardering

De bekendheid van de tv-zender SLOS is 47%. Dit is iets onder onze benchmark voor lokale TV-zenders. Onder mensen boven de 50 jaar is de bekendheid hoger dan onder mensen onder de 50 jaar. Ongeveer 1/7 van de inwoners wordt bereikt, waarbij er significant meer 50+ inwoners worden bereikt. De programmering krijgt gemiddeld een 7,9, wat ver boven benchmark is. Men kijkt voornamelijk lokaal nieuws en achtergrondinformatie over de regio.

Website: lage bekendheid en laag bereik

De bekendheid van de website van SLOS is met 20% lager dan onze benchmark voor bekendheid van lokale websites. Op jaarbasis bereikt de website een op de tien inwoners. Alle bereikscijfers liggen onder de benchmark voor bereik van websites van lokale omroepen. Men bezoekt de website voornamelijk voor lokaal nieuws.

CONCLUSIES WEBSITE, SOCIAL MEDIA EN OVERIGE INFORMATIEBRONNEN

Social media

Het merendeel van de respondenten laat weten geen interesse te hebben in het ontvangen van informatie via social media. Mensen die wel geïnteresseerd zijn, hebben de voorkeur voor Facebook.

Overige informatiebronnen

Lokale informatie wordt vooral gehaald uit gratis huis-aan-huisbladen en via vrienden, familie en kennissen.

Aanbevelingen

De radiotak van RTV SLOS doet het goed. Vanuit onze positie is het lastig om in te schatten wat de exacte onderdelen zijn waardoor radio goed scoort. Is RTV SLOS van oudsher sterk in radio? Waardoor komt dit? Is er een verschil in het operationele proces tussen radio en de andere mediumtypen? Om de kracht van radio uit te laten stralen op de overige mediumtypen dient er antwoord gegeven te worden deze vragen.

Wanneer we kijken naar de content dat zien we dat deze heel goed beoordeeld wordt (onder alle mediumtypen) en dat met name 50 plussers sterk scoren. Dat zien we bij andere lokale omroepen ook. Aangezien de content overall goed beoordeeld wordt, raden we aan om luisteraars naar RTV SLOS te stimuleren de andere mediumtypen ook te gebruiken. Niet zozeer door het gebruik van promo's maar meer in program. Bijvoorbeeld door een spelletje waarin ook de andere mediumtype worden betrokken om tot een antwoord op een bv een raadsel te komen.

dvj insights *All you need to grow!*

www.dvj-insights.com | info@dvj-insights.com | +31 (0)88 2345 700
DVJ Insights | Herculesplein 36 | 3584 AA Utrecht | The Netherlands
DVJ Insights | L.F 2.6 The Leathermarket | Weston Street | Bermondsey | London SE1 3ER | United Kingdom

DVJ Insights BV is ISO20252 and ISO26362 certified (quality of process and panel), and operates conform the ESOMAR standards. Copyright © 2017 DVJ Insights BV