



Young Votes

KLO Informatie & advies

Rob van Stuivenberg

23 januari 2005



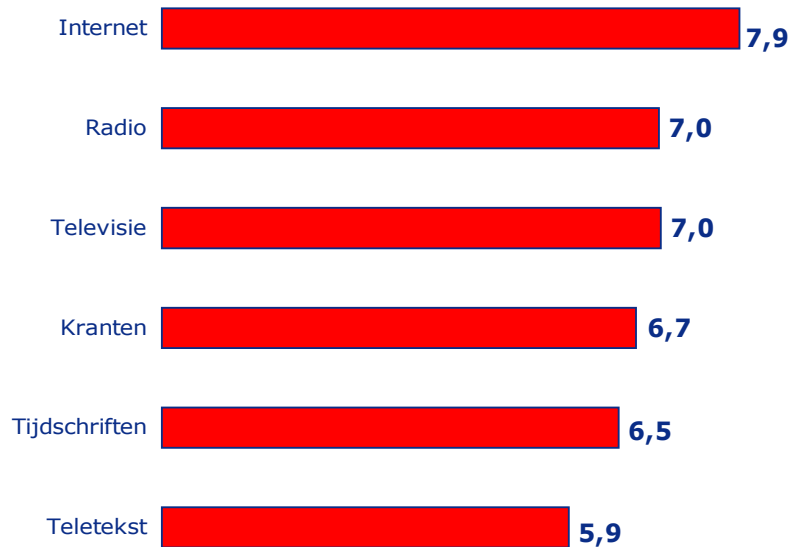
Onderzoeksverantwoording

- Young Votes uitgevoerd door De Vos en Jansen uit Nijmegen
- Online onderzoek onder 520 jongeren van 15-34 jaar
- landelijk representatief op geslacht, leeftijd, regio en etniciteit (allochtoon/autochtoon)
- Veldwerkperiode nov/dec 2005
- Doelstelling:
 1. verkrijgen van inzicht in de waardering van jongeren voor diverse media en communicatiemiddelen
 2. verkrijgen van inzicht in de positie en het toekomstperspectief van het medium radio (bij jongeren)



1. Waardering media (contentdragers)

(N= 520 jongeren 15-34 jaar)

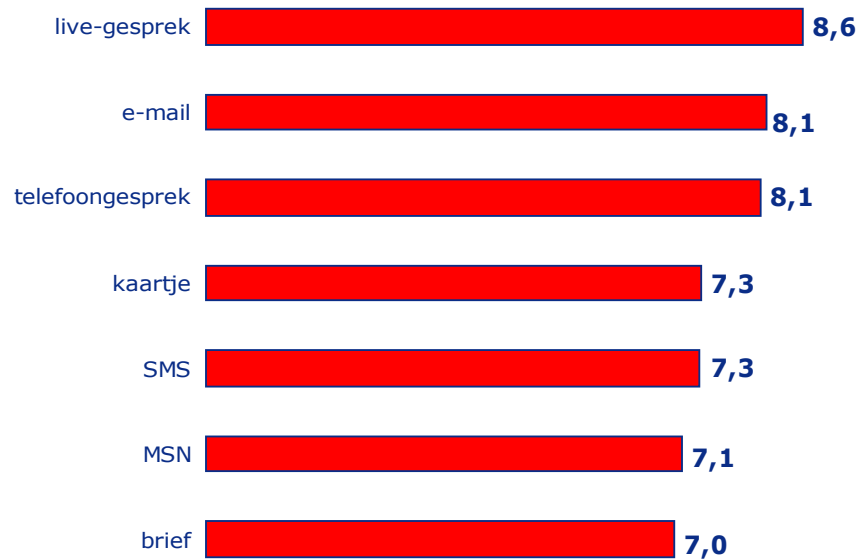


- Internet populairste contentdragende medium van jongeren
- Radio op de tweede plaats: opmerkelijk genoeg net zo populair als televisie
- Gedrukte media (kranten, tijdschriften) minder populair dan elektronische media
- Teletekst geen jongerenmedium



Waardering communicatiemiddelen

(N= 520 jongeren 15-34 jaar)

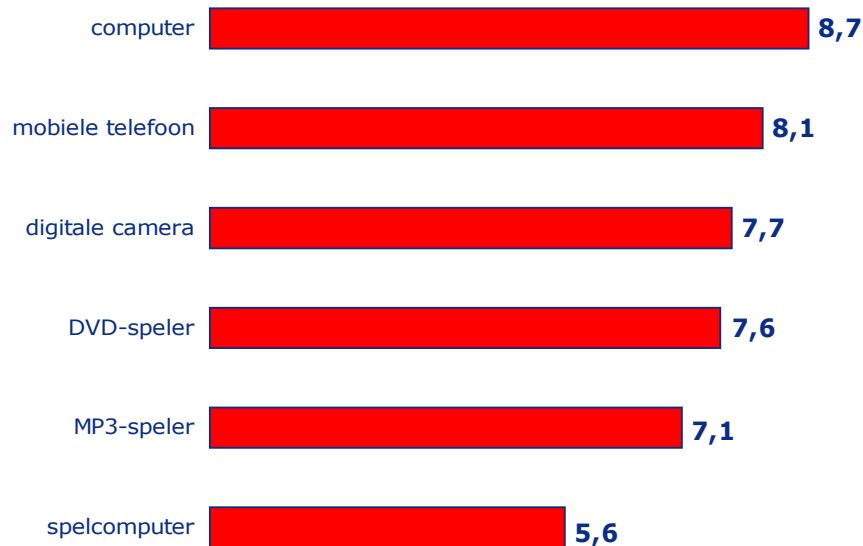


- Alle communicatiemiddelen worden positief gewaardeerd door jongeren. Contact is erg belangrijk.
- Live-contact wordt in dit digitale tijdperk nog steeds het meest gewaardeerd.
- E-mail en het telefoongesprek zijn de meest gewaardeerde communicatiemiddelen op afstand
- Opmerkelijk is de lage positie van MSN, in veel jongerenonderzoeken uitgeroepen tot belangrijkste jongerentrend. MSN blijkt vooral populair te zijn bij tieners (digitale schoolplein)



Waardering digitale apparatuur

(N= 520 jongeren 15-34 jaar)



- De computer is het belangrijkste apparaat in het leven van jongeren. Ook dat andere communicatie-apparaat - het mobieltje - scoort hoog.
- De spelcomputer is het enige apparaat dat niet hoog scoort. Dat betekent dat gamen maar bij een beperkte groep jongeren populair is.
- De populariteit van de MP3-speler blijft wat achter bij die van de andere apparatuur. Wellicht doordat de statusverhogende waarde van dit apparaat de afgelopen tijd is gedaald (algemeen gebruiksartikel geworden).



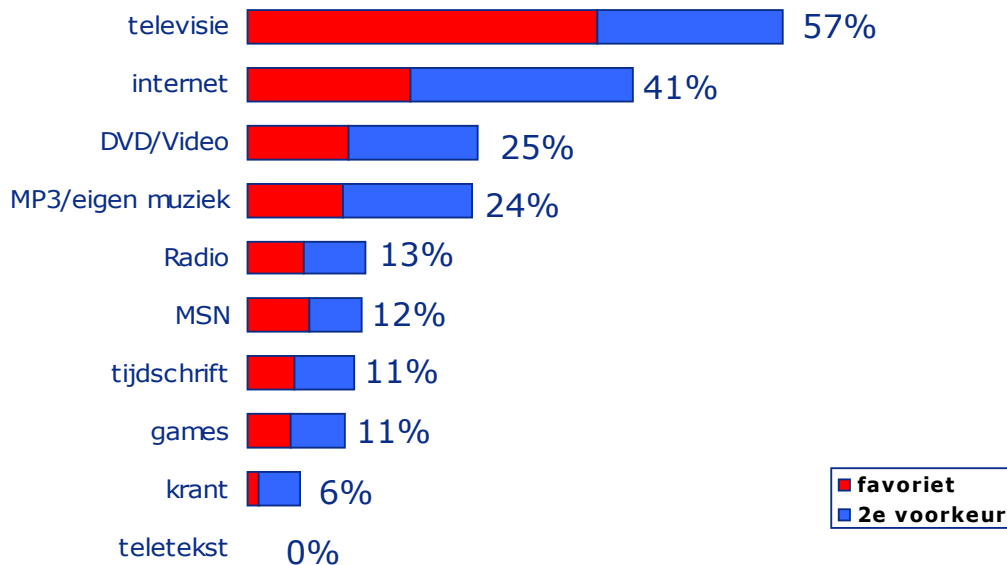
2. Mediavorkeuren info en ontspanning

- **Wat zijn voor jou de belangrijkste media (1e en 2e voorkeur):**
 - voor de ontspanning
 - om op de hoogte te blijven van het nieuws
 - voor algemene informatie
 - om op de hoogte te blijven van nieuwe muziek



Belangrijkste media voor ontspanning

(N= 520 jongeren 15-34 jaar)

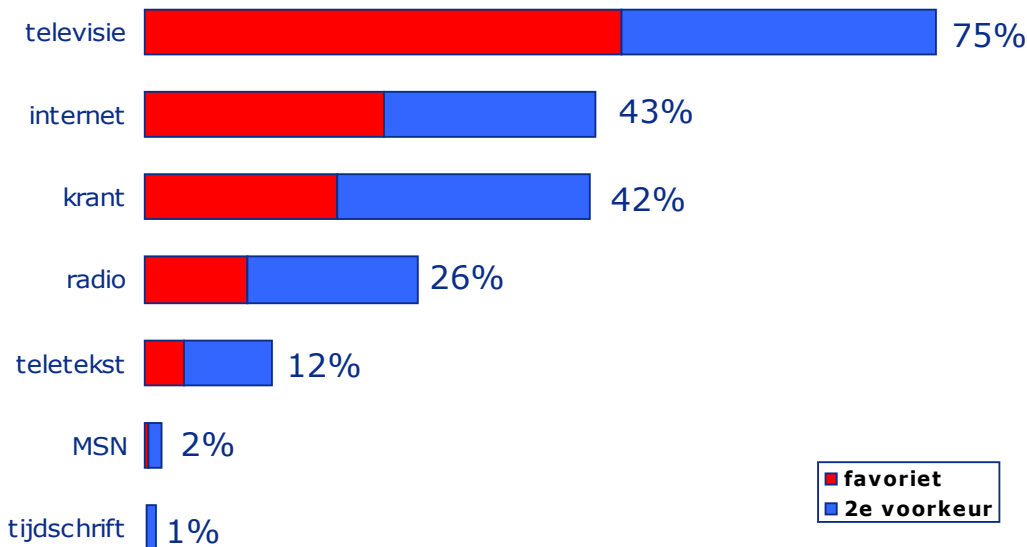


- Televisie belangrijkste medium voor ontspanning, gevolgd door internet
- Ook DVD/video en MP3/eigen muziek belangrijke media ter ontspanning
- Radio heeft bescheiden positie als ontspanningsmedium, vergelijkbaar met MSN, tijdschrift en games
- krant en teletekst nauwelijks ter ontspanning gebruikt



Belangrijkste media voor nieuws

(N= 520 jongeren 15-34 jaar)

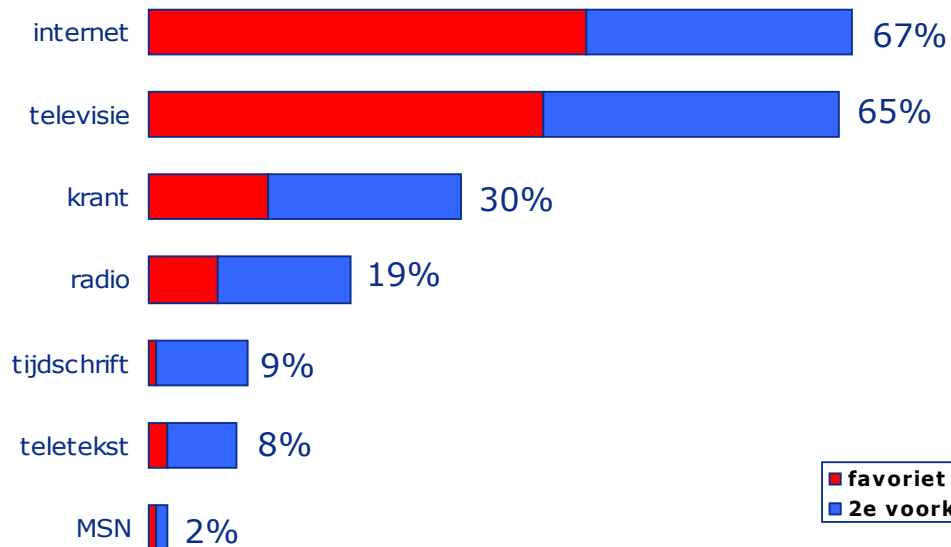


- Televisie ook belangrijkste nieuwsmedium, gevolgd door internet en de krant
- Radio vervult voor ongeveer 25% van de jongeren een belangrijke rol als nieuwsvoorzienaar
- Teletekst speelt bij jongeren een bescheiden rol als nieuwsmedium



Belangrijkste media voor algemene info

(N= 520 jongeren 15-34 jaar)

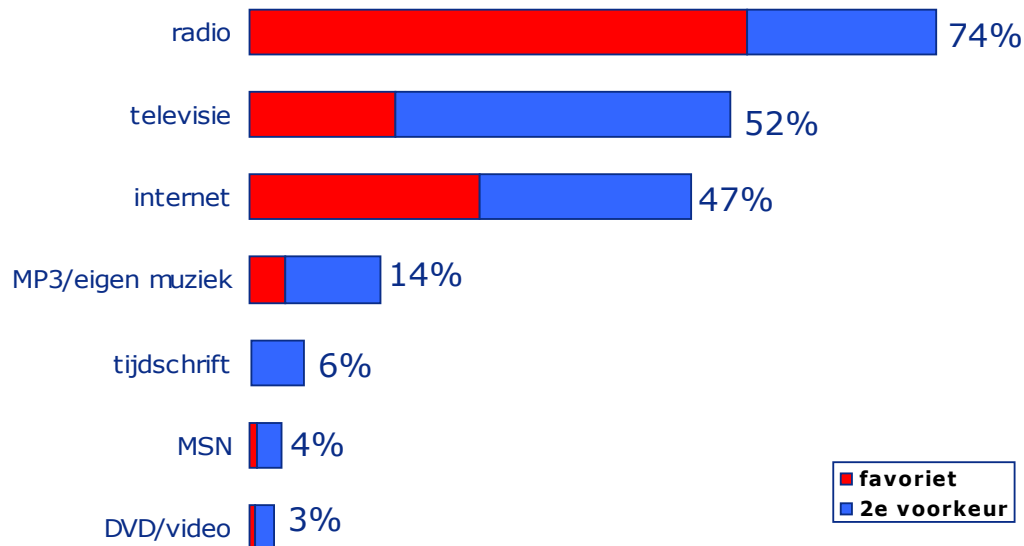


- Internet en televisie samen belangrijkste media voor algemene informatie. Krant volgt op afstand.
- Radio speelt bescheiden rol als medium voor algemene info.
- Tijdschrift, teletekst en MSN onbelangrijke media als het gaat om het verkrijgen van algemene informatie.



Belangrijkste media voor nieuwe muziek

(N= 520 jongeren 15-34 jaar)



- Radio is veruit het belangrijkste medium als het gaat om het op de hoogte blijven van nieuwe muziek. Gezien de populariteit van de televisiezenders TMF, MTV en The Box is dat opmerkelijk
- Televisie en internet zijn voor ongeveer de helft van de jongeren belangrijke media voor nieuwe muziek



3. Stellingen over radio

➤ De radio moet mij op de hoogte houden van nieuwe ontwikkelingen in de popmuziek

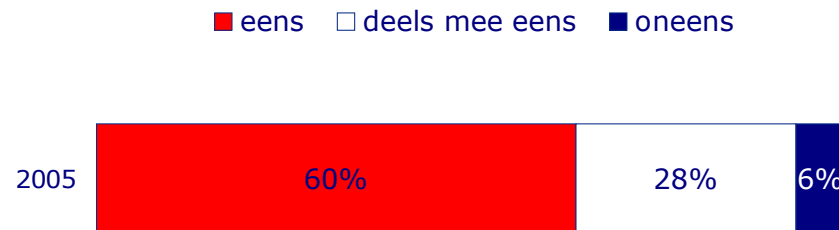


- Maar liefst 80% van de jongeren is het geheel of gedeeltelijk met de stelling eens.
- 15-24-jarigen zijn het wat vaker met de stelling *oneens* dan 25-34-jarigen (resp. 20% en 12%)
- geen verschil tussen mannen en vrouwen en allochtonen en autochtonen



Stellingen over radio

➤ Radio en internet gaan heel goed samen



- De overgrote meerderheid van de jongeren is het met de stelling eens. Als secundair medium is radio bij uitstek te combineren met andere media en bezigheden. Dat is een sterk punt in het multitasking tijdperk waarin steeds meer media met elkaar strijden om de aandacht.
- geen verschil tussen de subgroepen op leeftijd, geslacht en afkomst.



Stellingen over radio

➤ Radio wordt steeds minder interessant door ontwikkelingen als internet en MP3-speler

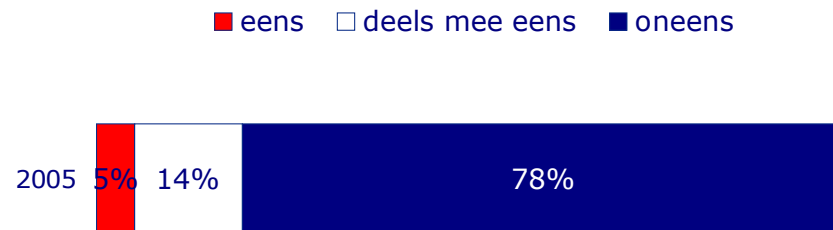


- (Nieuwe) muziek is de laatste jaren veel makkelijker beschikbaar voor jongeren dan voorheen en dat zou een serieuze bedreiging voor radio kunnen vormen.
- Bovenstaande hypothese wordt door ongeveer één op de drie jongeren bevestigd. 10% is er zelfs stellig in. De vraag is of dat veel is of dat het juist opmerkelijk is dat de grote meerderheid van de jongeren de stelling niet onderschrijft...
- 15-24 jarigen zijn het duidelijk vaker (deels) met de stelling eens (41%) dan 25-34-jarigen (24%). Dat geldt ook voor allochtonen (41%) vergeleken met autochtonen (28%)



Stellingen over radio

➤ Ik ben niet geïnteresseerd in de radio



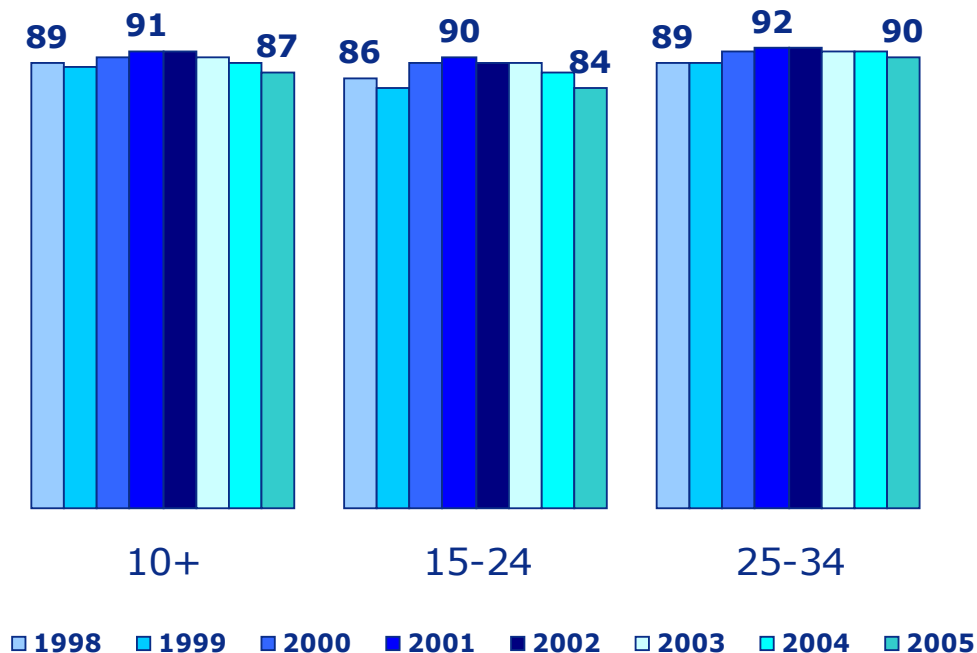
- De uitkomst van deze stelling laat niets aan duidelijkheid te wensen over: jongeren zijn absoluut in radio geïnteresseerd.
- geen verschil tussen de subgroepen op leeftijd, geslacht en afkomst.



4. Ontwikkeling weekbereik radio

(bron: Continu Luister Onderzoek (CLO in opdracht van PRE)

weekbereik in %



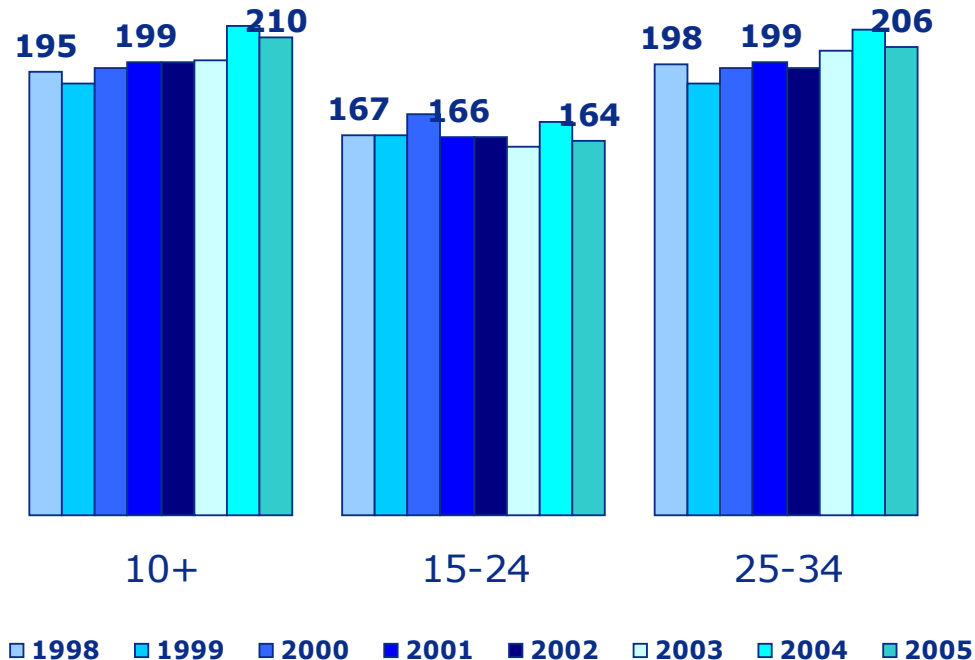
- 1998-2005 is de periode waarin de nieuwe media op stormachtige wijze een hoofdrol voor zich hebben opgeëist in het leven van jongeren.
- Uit de CLO gegevens over het luistergedrag van jongeren blijkt dat de opkomst van de nieuwe media totaal geen invloed heeft gehad op het aantal jongeren dat wekelijks op de radio afstemt. In 1998 stemde 86% van de 15-24-jarigen wekelijks op de radio af en in 2005 is dat 84%. Dat patroon is vergelijkbaar met dat van de gehele bevolking van 10 jaar en ouder.



Ontwikkeling luistertijd radio

(bron: Continu Luister Onderzoek (CLO in opdracht van PRE)

Luistertijd (bereikten) in minuten per dag



- Niet alleen het bereik maar ook de gemiddelde luistertijd per dag van jongeren is door de jaren heen stabiel gebleven. Bij oudere luisteraars (vanaf 35 jaar) is de luistertijd in de loop der jaren toegenomen.
- De veel gehoorde conclusie in jongerenonderzoek dat de opkomst van nieuwe media ten koste gaat van de aandacht voor oude media blijkt voor radio vooralsnog niet op te gaan.



5. Conclusies

- **Internet best gewaardeerde contentdragende medium door jongeren (7,8), gevolgd door radio (!) (7,0) en televisie (7,0). Gedrukte media en teletekst minder populair.**
- **Alle communicatiemiddelen worden positief gewaardeerd door jongeren (7 of hoger). Live-contact (8,6) krijgt de voorkeur boven de e-mail (8,1) of het telefoongesprek (8,1). De populariteit van MSN beperkt zich vooral tot de schoolpleinjeugd.**
- **In de categorie digitale apparatuur wordt de computer het hoogst gewaardeerd (8,7), gevolgd door het mobieltje (8,1).**



Conclusies

- **Tv en internet favoriete media voor nieuws, informatie en ontspanning. Radio speelt bescheiden rol.**
- **Radio favoriete medium om op de hoogte te blijven van nieuwe muziek**



Conclusies

- **Radio is voor jongeren een (muzikaal) achtergrondmedium met een bescheiden rol op het gebied van nieuws, informatie en ontspanning, maar met een hoofdrol als boodschapper van nieuwe muziek.**
- **Radio combineert volgens jongeren goed met internet. Dankzij de achtergrondfunctie is radio zeer geschikt voor multitasking. Dat is een sterk punt in een tijdperk waarin steeds meer media met elkaar strijden om de aandacht.**



Conclusies

- **30% van de jongeren is het (deels) eens met de stelling dat radio minder interessant wordt door internet (downloaden) en MP3-speler, waardoor muziek makkelijker beschikbaar is dan voorheen. 70% van de jongeren is het niet met de stelling eens. Hoe jonger men is hoe meer de stelling onderschreven wordt.**
- **De positie van radio bij jongeren lijkt enigszins onder druk te staan door de technologische ontwikkelingen en de opkomst van nieuwe media. In het luistergedrag van jongeren is daar echter niets van terug te vinden. Zowel het weekbereik als de gemiddelde luistertijd is bij jongeren in de periode 1998-2005 zeer stabiel gebleven.**
- **Liefst 80% van de jongeren is het *oneens* met de stelling: ik ben niet geïnteresseerd in radio. De eindconclusie luidt dat het oude medium radio ook in het tijdperk van de nieuwe media een gezond toekomstperspectief heeft.**