



Grote Bickersstraat 74  
1013 KS Amsterdam

Postbus 247  
1000 AE Amsterdam

t 020 522 54 44  
f 020 522 53 33  
e [info@tns-nipo.com](mailto:info@tns-nipo.com)  
[www.tns-nipo.com](http://www.tns-nipo.com)

**Consumer & Media**

**Rapport**

## **Zendervoorkeuren**

Mariëlle Hendriks, Vincent Kuijpers en Costa Tchaoussoglou

E6583 | 24 mei 2007

Alle in dit document vermelde gegevens zijn strikt vertrouwelijk. Publicatie en inzage aan derden, geheel of gedeeltelijk, is zonder toestemming van TNS NIPO beslist niet toegestaan.

© TNS NIPO | ISO 9001 | rapport nederlands.dot

# Inhoud

	<b>Inleiding</b>	<b>2</b>
<b>1</b>	<b>Voorkeuren televisiezenders</b>	<b>4</b>
1.1	Negen op de tien Nederlanders ontvangt tv via de kabel	4
1.2	De voorkeuren van de televisiekijkers zijn verdeeld	4
1.3	Hallmark Channel en Discovery Science worden van de specifieke digitale zenders het meest bekeken	11
<b>2</b>	<b>Extra vragen ten aanzien van televisiezenders en voorkeuren</b>	<b>12</b>
2.1	Meerderheid tevreden over huidige televisiezenderaanbod	12
2.2	Kosten meest genoemde reden om (nog) geen digitaal kabelpakket te nemen	13
2.3	Helpt digitale televisiekijkers kijkt nog wel eens analoog	14
2.4	Over de gewenste toevoegingen aan het huidige zenderaanbod zijn de meningen verdeeld	15
2.5	Een zender met popmuziek geniet de meeste voorkeur	15
2.6	Aan de doorgifte van buitenlandse nieuwszenders wordt het meeste belang gehecht	16
2.7	Aan de doorgifte van ‘gewone’ buitenlandse zenders wordt minder waarde gehecht	16
2.8	Nickelodeon is net als in 2004 de meest populaire kinderzender	16
2.9	Verdeeldheid over doorgifte extra regionale omroepen	17
<b>3</b>	<b>Voorkeuren radiozenders</b>	<b>18</b>
3.1	Tweederde van de respondenten luistert thuis wel eens radio via de kabel	18
3.2	Voorkeuren van radioluisteraars	18
<b>4</b>	<b>Extra vragen ten aanzien van radiozenders en voorkeuren</b>	<b>24</b>
4.1	Bijna negen van de tien respondenten zijn tevreden over het huidige zenderaanbod	24
4.2	Een ruime meerderheid hoeft geen extra zenders te ontvangen	24
4.3	De doorgifte van buitenlandse radiozenders wordt niet erg belangrijk gevonden	25
4.4	Slechts 6% van de respondenten heeft de afgelopen drie maanden naar de Tweedekamerlijn geluisterd	25
<b>5</b>	<b>Bekendheid van de programmaraad</b>	<b>26</b>
5.1	Veel respondenten geven aan niet te weten hoe beslist wordt welke zenders via de kabel worden doorgegeven	26
5.2	Het uitoefenen van invloed op het zenderaanbod wordt door de meerderheid van de respondenten als (zeer) belangrijk ervaren	26
<b>6</b>	<b>Conclusies</b>	<b>27</b>

6.1	Televisie	27
6.2	Radio	29
6.3	Programmaraad	30

---

## **Bijlagen**

1	Onderzoeksverantwoording
2	Geclusterde programmaraadsindeling

---

### *Inhoud figuren en tabellen*

1	<i>Van de 'must-carry' zenders wordt Nederland 1 het meest bekeken</i>	5
2	<i>RTL 4 meest bekeken 'variabele' zender</i>	6
3	<i>Een kwart van de respondenten die Jetix/ Veronica kan ontvangen kijkt er weleens naar</i>	7
4	<i>BBC 2 wordt meer bekeken dan MTV</i>	8
5	<i>TV 5 Monde wordt door 2% bekeken</i>	9
6	<i>Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk</i>	10
7	<i>Hallmark Channel en Discovery Science worden van de specifieke digitale zenders het meest bekeken</i>	11
8	<i>Verskil in tevredenheid over zenderaanbod niet groot tussen analoge en digitale kijkers</i>	12
9	<i>Tevredenheid over zenderaanbod verschilt nauwelijks per kabelexploitant</i>	13
10	<i>Kosten digitaal kabelpakket voor velen nog te hoog</i>	13
11	<i>Radio 2 wordt van de 'must-carry' zenders het meest beluisterd</i>	19
12	<i>Naar Sky Radio luistert bijna 40% van de respondenten</i>	20
13	<i>Caz! wordt door 6% van de respondenten beluisterd die de zender kunnen ontvangen</i>	21
14	<i>Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk</i>	22
15	<i>Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk</i>	22
16	<i>Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk</i>	23
17	<i>Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk</i>	23
18	<i>Belang Engelse, Duitse, Franse, Turkse / Marokkaanse radiozender</i>	25
19	<i>RTL 4 is de meest bekeken televisiezender</i>	27
20	<i>RTL 4 is tevens de televisiezender met de hoogste kijkduur in minuten per week</i>	27
21	<i>De televisiezender met de hoogste waardering is Discovery Channel</i>	28
22	<i>De meest beluisterde radiozender is Sky Radio</i>	29
23	<i>Radio 10Gold wordt gemiddeld per week het langst beluisterd</i>	29
24	<i>Ook is Radio 10Gold de hoogst gewaardeerde radiozender</i>	29

## Inleiding

Kabelraden.nl is een onafhankelijke stichting die de circa 60 programmaraden in Nederland hulp biedt bij het uitvoeren van hun werkzaamheden.

Een programmaraad is een onafhankelijk adviesorgaan dat de kabelexploitant (Casema, UPC etc) adviseert bij de samenstelling van het zogenoemde wettelijk basispakket. De programmaraad doet dat door een advies te geven over tenminste 15 televisie- en 25 radiozenders, die in ieder geval opgenomen moeten worden in het kabelpakket. Deze 15 en 25 zenders vormen het basispakket. Binnen dit advies staan zeven televisiezenders en negen radiozenders vast. Deze zenders worden de 'must-carry' zenders genoemd.

Op verzoek van de kabelexploitant kan de programmaraad ook adviseren over de overige zenders in het pakket. Deze zenders kunnen variëren per programmaraadsgebied en/of kabelexploitant en worden in dit onderzoek daarom de "variabele" zenders genoemd. Het totale pakket van zenders dat analoog wordt doorgegeven is het "standaardpakket". Dit pakket bestaat meestal uit meer dan 30 televisie- en 40 radiozender, afhankelijk van waar men woont.

Om Kabelraden.nl bij haar taken te ondersteunen heeft TNS NIPO in 2004 en 2005 onderzoek uitgevoerd. Met het onderzoek uit 2004 werd meer inzicht verkregen in de voorkeuren en meningen van Nederlanders wat betreft televisie en radio. In 2006 stonden de programmaraden centraal. Per programmaraadsgebied werd de omvang en samenstelling van de bevolking en die van de kabelpakketten vastgelegd.

In 2007 heeft TNS NIPO wederom onderzoek voor kabelraden.nl verricht naar zendervoorkeuren. Dit onderzoek is een vervolg op de beide andere. Ten behoeve van een afgewogen oordeel over de samenstelling van het advies door programmaraden wordt allereerst inzicht verkregen in de algemene voorkeuren voor televisie (hoofdstuk 1) en radiozenders (hoofdstuk 3). Hierbij is vooral getracht om meer uitspraken te kunnen doen over de variabele zenders, en daarbij weer specifiek de zenders die maar in een beperkt aantal programmaraadsgebieden worden doorgegeven en/of slechts een beperkte kijk- of luisterdichtheid hebben (de "kleinere zenders"). Deze zenders maken immers het verschil tussen de pakketten en zijn daarmee interessant voor programmaraden. Bovendien komen veel van deze zenders niet voor in de landelijke kijk- en luistercijfers. Gevraagd is naar de zenders die eind 2005 (ten tijde van het tweede TNS NIPO onderzoek) werden doorgegeven, aangevuld met enige grotere nieuwkomers.

Om uitspraken te kunnen doen over de kleinere zenders was het nodig om in gebieden waar die zenders worden doorgegeven meer mensen te ondervragen dan in andere gebieden (zie voor uitgebreide onderzoeksopzet bijlage 1). Omdat de onderzoeksopzet daarmee afwijkt van die in 2004 is een vergelijking tussen beide onderzoeken maar gedeeltelijk mogelijk. Daar waar mogelijk worden de vergelijkingen wel gemaakt.

Daarnaast is een aantal specifieke vragen gesteld die het voor programmaraden mogelijk moeten maken om een afweging te maken tussen verschillende radio- en televisiezenders. Immers, het samenstellen van een basispakket bestaat vooral uit keuzes maken. Zie hiervoor de hoofdstukken 2 (voor televisie) en 4 (voor radio). Hoofdstuk 5 gaat in op de programmaraden zelf.

Het aantal conclusies is beperkt. Het rapport is vooral bedoeld als werkmateriaal voor programmaraden en onderbouwing van programmaraadsadviezen. Elke programmaraad zal weer voor andere keuzes komen te staan. Dit rapport kan behulpzaam zijn bij het maken van deze afwegingen.

# 1 Voorkeuren televisiezenders

In dit hoofdstuk gaan we in op de vragen naar welke zenders respondenten kijken, hoe lang zij dit wekelijks doen en hoe ze het programma-aanbod van deze zenders waarderen. Omdat de ‘kleinere’ variabele zenders in dit rapport centraal staan, wordt in dit hoofdstuk de nadruk vooral op deze zenders gelegd.

## 1.1 Negen op de tien Nederlanders ontvangt tv via de kabel

Net als in 2004 ontvangt 90% van de respondenten de televisiezenders thuis via de kabel. Respondenten in de leeftijdsgroep 18-34 jaar maken vaker gebruik van Digitenne dan respondenten in andere leeftijdsgroepen (6% ten opzichte van 4%).

Circa een kwart van de respondenten ontvangt digitale televisie. Mannen (29%) en respondenten in de leeftijdsgroep 35-54 jaar (31%) ontvangen vaker dan de overige respondenten digitale televisie (26%).

## 1.2 De voorkeuren van de televisiekijkers zijn verdeeld

Uit de volgende grafieken wordt duidelijk hoeveel procent van de respondenten die een bepaalde zender kunnen ontvangen ook daadwerkelijk naar deze zender kijken. Deze percentages zijn dus gebaseerd op respondenten die de zender analoog via de kabel kunnen ontvangen.

Voor de variabele zenders (dit zijn de zenders die niet verplicht doorgegeven hoeven te worden) wordt ook in de grafieken aangegeven hoeveel minuten respondenten per week gemiddeld naar deze zenders kijken (kijkduur). Op basis van de kijkduur wordt het belang van de zender voor de respondenten inzichtelijk gemaakt. Hierbij geldt het uitgangspunt dat hoe langer men naar een zender kijkt, hoe meer waarde men aan de zender hecht. Ook hebben respondenten de variabele zenders gewaardeerd met een rapportcijfer. Deze cijfers (in de vorm van gemiddelden) zijn ook terug te vinden in de grafieken.

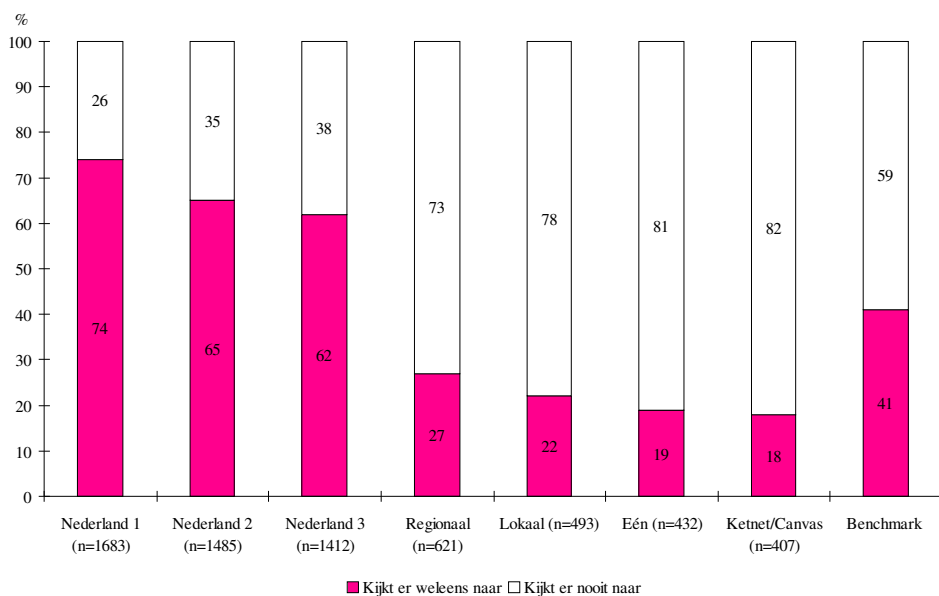
Onder de grafieken wordt aangegeven hoeveel respondenten (in absolute aantallen) de bepaalde zender bekijken. Wanneer dit aantal waarnemingen lager is dan vijftig dienen de uitspraken over de betreffende zender als indicatief te worden beschouwd. Volgens de statistische basisregels is een steekproef van minimaal vijftig waarnemingen voldoende groot om betrouwbare uitspraken te kunnen doen.

Voor de ‘must-carry’ zenders en variabele zenders zijn aparte benchmarks (normcijfers c.q. gemiddelden) berekend, voor wat betreft het percentage kijkers, de gemiddelde kijkduur en het gemiddelde rapportcijfer. Deze cijfers zijn het gemiddelde van alle ‘must-carry’ zenders of in het geval van de variabele zenders het gemiddelde van die zenders. Zo is te zien of bepaalde zenders onder of boven de benchmark scores, waarmee de resultaten nog beter geïnterpreteerd kunnen worden.

---

## 1 | Van de 'must-carry' zenders wordt Nederland 1 het meest bekeken

---



Bron: TNS NIPO, 2007

De regionale en lokale zenders worden veel minder bekeken dan de drie grote landelijke zenders. Ongeveer een kwart van de respondenten kijkt naar een regionale en/of lokale zender. De Belgische zenders worden nog iets minder bekeken. Deze blijven steken op 19% en 18%.

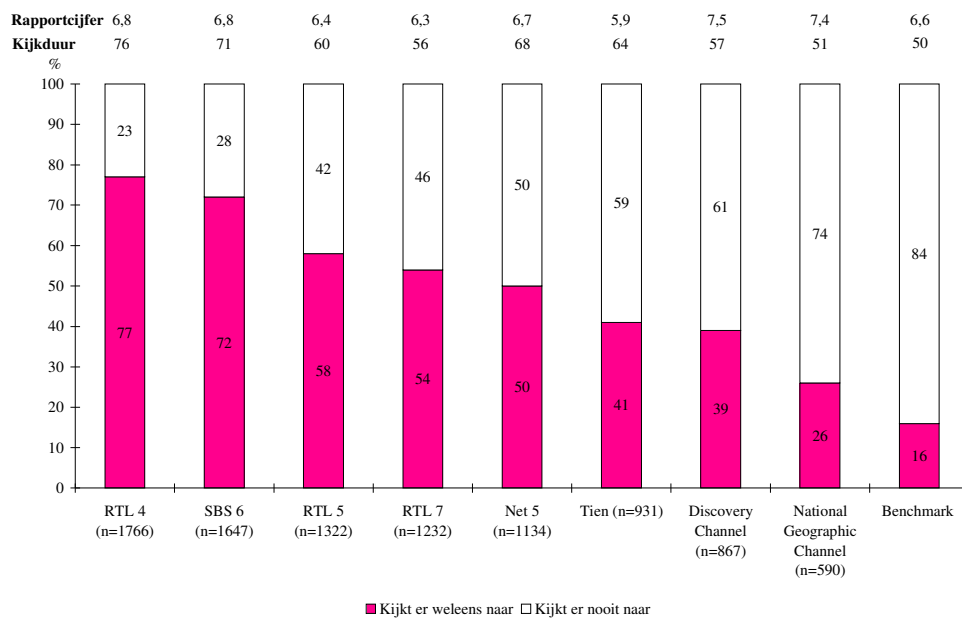
Nederland 1 en 2 worden vooral bekeken door 55-plussers. Ook de regionale en lokale zenders zijn populairder bij deze doelgroep. Het aandeel dat wel eens naar deze zenders kijkt, ligt binnen de groep 55+ boven het gemiddelde (respectievelijk 86%, 79%, 33% en 29%).

Naar Nederland 1, Nederland 2, Nederland 3 en Ketnet/Canvas wordt vooral veel gekeken in het geclusterde<sup>1</sup> programmaraadsgebied Amsterdam.

---

<sup>1</sup> Omdat veel programmaraadsgebieden te klein zijn om daarover afzonderlijk uitspraken te kunnen doen, zijn meerdere programmaraadsgebieden samengenomen (geclusterd) om over een groter programmaraadsgebied (regio) uitspraken te kunnen doen.

## 2 | RTL 4 meest bekeken 'variabele' zender



Bron: TNS NIPO, 2007

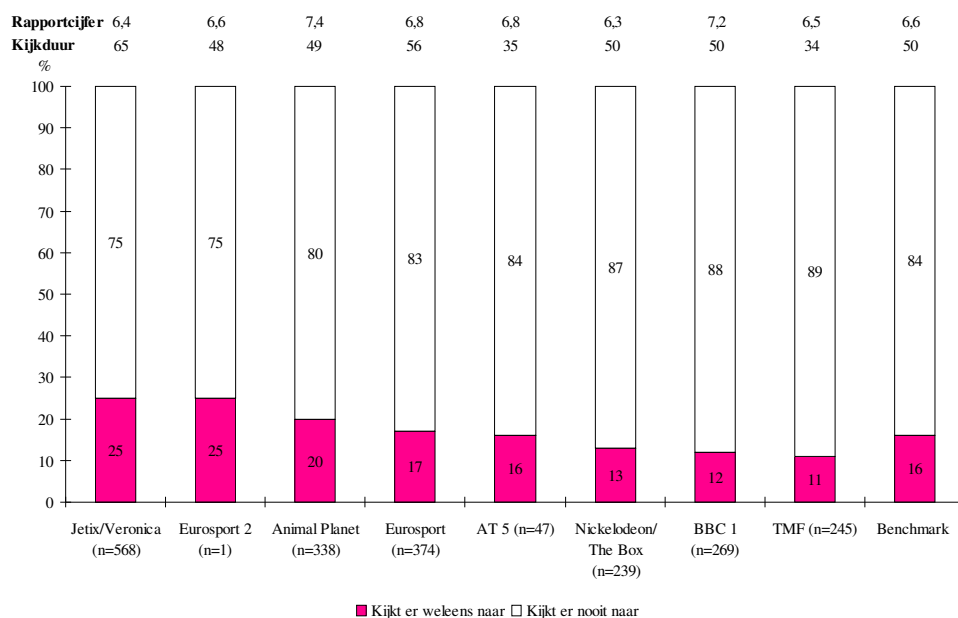
RTL 4 wordt het meest en wekelijks het langst bekeken. SBS 6 wordt door 72% van de respondenten bekeken die deze zender kunnen ontvangen en staat daarmee op een tweede plek bij de variabele zenders. Van bovenstaande variabele zenders is Discovery Channel de hoogst gewaardeerde televisiezender.

Alle zenders scoren wat betreft het percentage van de respondenten dat er naar kijkt boven de benchmark. De rapportcijfers van Tien, RTL 5 en RTL 7 liggen onder het rapportcijfer van de benchmark.

Vrouwen hebben een grotere voorkeur voor Net 5, RTL 4 en SBS 6. De zenders Tien, Discovery Channel en National Geographic Channel hebben meer mannelijke kijkers dan de andere zenders.

Naar RTL5, NET5 en National Geographic Channel wordt vooral veel gekeken in het geclusterde programmaraadsgebied Amsterdam. Discovery Channel is vooral populair in het geclusterde programmaraadsgebied Rotterdam.

3 | Een kwart van de respondenten die Jetix/ Veronica kan ontvangen kijkt er weleens naar



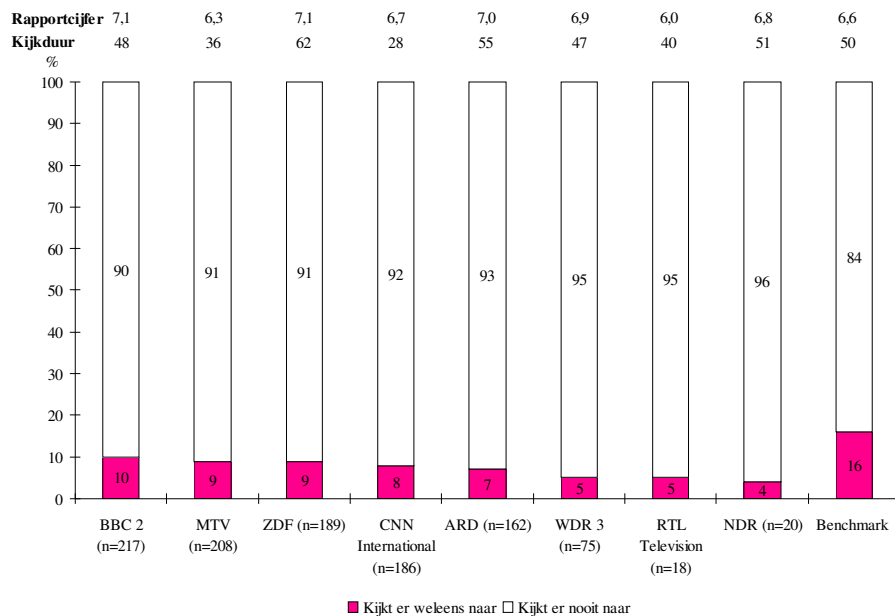
Bron: TNS NIPO, 2007

Jetix/ Veronica en Animal Planet completeren de top tien van meest bekeken variabele zenders. Alle zenders uit de top tien scoren qua kijkduur boven de benchmark (gemiddelde). Dit geldt niet in alle gevallen als we naar de beoordeling van de zenders kijken.

Animal Planet, Eurosport en AT5 (een regionaal station voor de regio Amsterdam) scoren qua percentage kijkers net boven of op het gemiddelde van alle variabele zenders. Vanaf Nickelodeon valt dit percentage, maar ook de kijkduur, vrijwel altijd lager uit dan de benchmark. Voor de beoordeling geldt dit veel minder.

Naar AT5 en BBC 1 wordt vooral veel gekeken in het geclusterde programmaraadsgebied Amsterdam. Het omgekeerde geldt voor Animal Planet. Deze zender wordt vooral in het zuiden en westen bekeken. Eurosport is met name populair in het Noord-Oosten.

#### 4 | BBC 2 wordt meer bekeken dan MTV



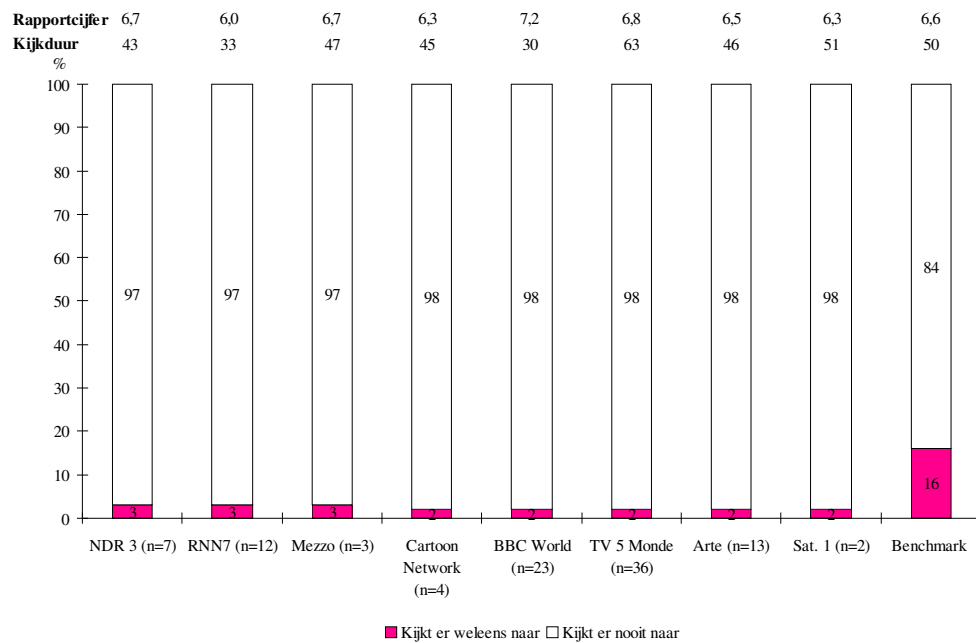
Bron: TNS NIPO, 2007

BBC 2 wordt iets meer bekeken dan ZDF, maar ZDF wordt gemiddeld per week langer bekeken dan BBC 2. Qua rapportcijfer scoren ze beide even hoog en ver boven de benchmark. Dit zijn zenders die door een specifieke groep bekeken en gewaardeerd worden. ZDF wordt meer dan gemiddeld bekeken door mannen en 55-plussers.

Net als TMF wordt MTV gemiddeld per week iets meer dan een half uur bekeken. Onder jongeren, de primaire doelgroep van deze zenders, ligt de kijkduur aanmerkelijk hoger. RTL Television en NDR hebben te weinig waarnemingen om uitspraken over te kunnen doen.

Naar BBC 2 en RTL Television wordt vooral veel gekeken in het geclusterde programmaraadsgedebied Amsterdam.

## 5 | TV 5 Monde wordt door 2% bekeken

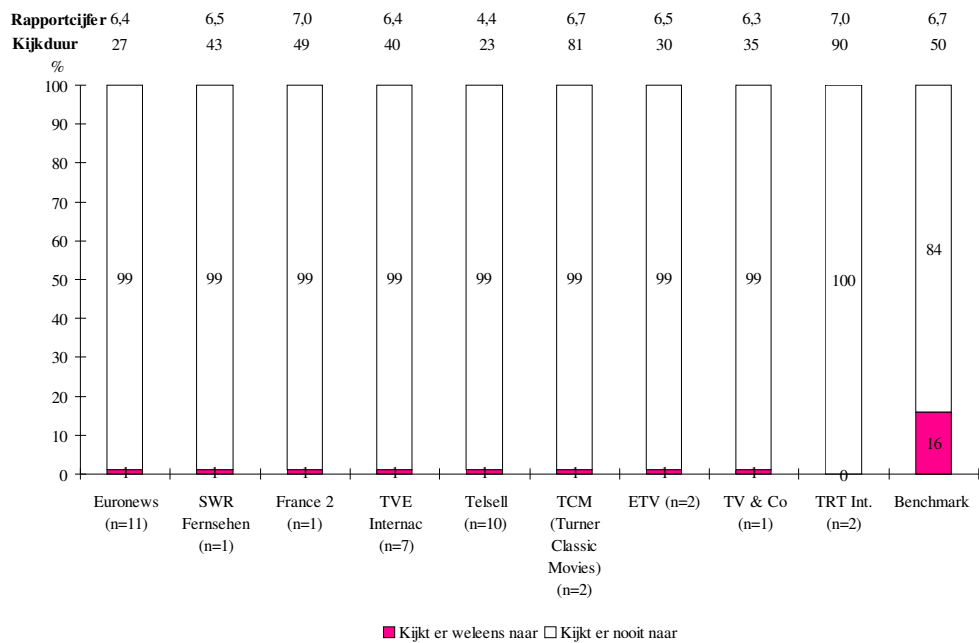


Bron: TNS NIPO, 2007

Het aantal respondenten dat bovenstaande kleine zenders bekijkt, is te klein<sup>2</sup> om er betrouwbare uitspraken over te kunnen doen. Bovenstaande resultaten zijn indicatief.

<sup>2</sup> We hebben voor de kleine zenders (op pagina 8 en 9) onze best gedaan om zoveel mogelijk kijkers in de steekproef te verkrijgen. Echter, deze zenders worden maar in een beperkt aantal gebieden doorgegeven en/of door een relatief klein publiek bekeken.

6 | Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk



Bron: TNS NIPO, 2007

Het aantal respondenten dat bovenstaande kleine zenders bekijkt, is te klein om er betrouwbare uitspraken over te kunnen doen. Bovenstaande resultaten zijn indicatief.

### 1.3 Hallmark Channel en Discovery Science worden van de specifieke digitale zenders het meest bekeken

Aan alle digitale televisiekijkers is gevraagd naar welke zenders zij (nog meer) kijken. In de volgende grafiek zijn de specifieke digitale zenders opgegeven waar meer dan 5% van de respondenten naar kijkt.

---

7 | *Hallmark Channel en Discovery Science worden van de specifieke digitale zenders het meest bekeken*

---

Zender	Kijkt er naar
Hallmark Channel	15%
Discovery Science	14%
NOS Journaal 24	13%
Discovery Travel & Living	13%
Discovery Civilisation	12%
Geschiedenis	11%
Humor TV	10%
Consumenten TV	10%
Holland Doc	10%
Travel Channel	10%
Weerkanaal	8%
Playboy TV	7%
Nick Jr.	7%
Private Spice	6%
TMF NL	6%
MGM Movie Channel	6%

Bron: TNS NIPO, 2007

---

## 2 Extra vragen ten aanzien van televisiezenders en voorkeuren

### 2.1 Meerderheid tevreden over huidig televisiezenderaanbod

Ruim acht van de tien respondenten zijn tevreden met het huidige televisiezenderaanbod. Zij beoordelen dit met 'goed' (48%), 'zeer goed' (22%) of 'uitstekend' (12%). 18% is minder te spreken over het televisiezenderaanbod dat zij momenteel ontvangen. Zij hebben hun oordeel uitgedrukt in 'redelijk' (15%) of 'slecht' (3%).

Opvallend is het geringe verschil in tevredenheid tussen analoge televisiekijkers en digitale televisiekijkers. De gemiddelde digitale televisiekijker is iets tevredener over het zenderaanbod dan de gemiddelde analoge televisiekijker, maar dit verschil is niet significant. Dit is opmerkelijk omdat veel digitale televisiekijkers meer zenders kunnen ontvangen en bekijken dan analoge televisiekijkers (37% heeft een uitgebreid pakket) waardoor een groter verschil in tevredenheid tussen beide groepen verwacht had mogen worden.

---

8 | *Verskil in tevredenheid over zenderaanbod niet groot tussen analoge en digitale kijkers*

---

Hoe tevreden bent u over het huidige televisiezenderaanbod?	Analoge televisiekijkers	Digitale televisiekijkers
Uitstekend	11%	14%
Zeer goed	21%	24%
Goed	49%	47%
Redelijk	16%	14%
Slecht	3%	1%

Bron: TNS NIPO, 2007

---

Tussen de digitale televisiekijkers met een basispakket of uitgebreid pakket zijn de verschillen in tevredenheid groter dan tussen analoge en digitale televisiekijkers. Bijna de helft van de digitale kijkers met een uitgebreid pakket (48%) beoordeelt het huidige televisiezenderaanbod met 'zeer goed' of 'uitstekend'. Bij de kijkers met een basispakket ligt dit aandeel significant lager op 31%.

Als we naar de verschillen kijken tussen de kabelexploitanten, dan blijken er kleine verschillen te bestaan in tevredenheid over het televisiezenderaanbod.

---

9 | *Tevredenheid over zenderaanbod verschilt nauwelijks per kabelexploitant*

---

Hoe tevreden bent u over het huidige televisiezenderaanbod?	Casema	UPC	Essent	Overig
Uitstekend	13%	10%	11%	11%
Zeer goed	22%	21%	24%	21%
Goed	47%	48%	48%	49%
Redelijk	15%	18%	14%	14%
Slecht	2%	3%	3%	4%

Bron: TNS NIPO, 2007

---

## 2.2 Kosten meest genoemde reden om (nog) geen digitaal kabelpakket te nemen

Aan alle respondenten, die momenteel nog geen gebruik maken van digitale televisie, is gevraagd wanneer zij wel zouden overwegen om een digitaal kabelpakket te nemen. In onderstaande tabel zijn de vijf meest genoemde antwoorden weergegeven.

---

10 | *Kosten digitaal kabelpakket voor velen nog te hoog*

---

1. Als het niets extra's kost / als het goedkoper zou zijn	23%
2. Ben ik niet mee bezig / niet van plan aan te schaffen / niet nodig	19%
3. Als alle kinderziektes zijn verholpen / als de kwaliteit beter is	11%
4. Als er geen andere keus is / als analoog zenderaanbod te klein wordt	6%
5. Als alle zenders worden doorgegeven / bij een beter aanbod van zenders	5%

Bron: TNS NIPO, 2007

---

De kosten van een digitaal kabelpakket vormen voor de meeste respondenten (en dan met name jongeren) een belemmering om over te stappen van analoog naar digitaal.

6% zegt zelfs alleen over te stappen als het echt niet anders kan.

## 2.3 Helft digitale televisiekijkers kijkt nog wel eens analoog

51% van de digitale televisiekijkers kijkt nog wel eens analoog op de televisie waarop zij de zenders digitaal kunnen bekijken. Binnen elke leeftijdsgroep ligt dit aandeel vrijwel even hoog. Maar liefst 31% van alle digitale televisiekijkers vergeet de decoder echter nog wel eens aan te zetten. Zij geven aan dat dit nog geen gewoonte is.

Andere redenen om nog wel eens analoog te kijken, zijn dat digitale televisie storingsgevoelig is (12%), het vervelend is om meerdere afstandsbedieningen te gebruiken (12%), het kwaliteitsverschil tussen digitaal en analoog minimaal kan zijn (8%) en teletekst slecht of niet werkt bij digitale televisie (6%).

Als we vragen hoe vaak men nog analoog kijkt op de televisie waarop zij de zenders digitaal kunnen bekijken, zegt 42% dit bijna nooit (minder dan 10% van de tijd dat men televisie kijkt) meer te doen. Drie van de tien respondenten kijken zelden (tussen 10% en 25%) of soms (tussen 25% en 50%) analoog, terwijl 26% zegt dit meestal (tussen 50% en 75%) of bijna altijd (75% of vaker) te doen. Gemiddeld genomen kijkt een digitale televisiekijker 30% van de tijd analoog.

Als we naar de leeftijdsuitsplitsing kijken, dan lijkt het volgende te gelden: hoe ouder, hoe minder men nog analoog televisie kijkt.

## 2.4 Over de gewenste toevoegingen aan het huidige zenderaanbod zijn de meningen verdeeld

Op de vraag welke televisiezenders men graag nog meer zou willen ontvangen, hebben de respondenten divers geantwoord. Zenders die 8% of meer van de stemmen hebben gekregen, zijn:

Zender	Totaal	Man	Vrouw	18-34 jaar	35-54 jaar	55+
Discovery Science	14%	19%	10%	16%	17%	10%
Discovery Travel & Living	14%	15%	13%	15%	16%	10%
Cartoon Network	13%	14%	12%	20%	15%	6%
Consumenten TV	11%	11%	11%	11%	9%	13%
Eurosport 2	10%	12%	7%	9%	8%	11%
Humor TV	10%	13%	8%	12%	13%	7%
Geschiedenis	10%	10%	10%	7%	9%	13%
NOS Journaal 24	10%	10%	10%	10%	11%	9%
Travel Channel	9%	8%	9%	11%	8%	8%
Weerkanaal	8%	9%	6%	6%	9%	8%
MGM Movie Channel	9%	10%	8%	12%	11%	5%
Discovery Civilisation	9%	12%	6%	11%	11%	6%
BBC3	8%	8%	7%	8%	8%	7%
BBC4	8%	8%	7%	8%	8%	7%

---

De zender voorkeur is, zoals bovenstaande grafiek aantoont, afhankelijk van het socio-demografische profiel van de respondent. Mannen hebben andere voorkeuren dan vrouwen, en ook tussen leeftijdsklassen en gezinnen met en zonder kinderen zien we grote verschillen.

## 2.5 Een zender met popmuziek geniet de meeste voorkeur

Aan de respondenten is de vraag gesteld naar wat voor soort muziekzender de voorkeur uitgaat als men thuis maar één muziekzender via de televisie zou kunnen ontvangen.

Bijna vier van de tien respondenten (38%) geven aan dat hun voorkeur uitgaat naar een televisiezender met popmuziek. Een zender met Nederlandstalige muziek en klassieke muziek volgen op respectievelijk plaats twee (14%) en plaats drie (13%).

Een zender met popmuziek is vooral populair bij de jongste groep respondenten (18-34 jaar). Een Nederlandstalige en klassieke muziekzender genieten vooral voorkeur onder 55-plussers (respectievelijk 20% en 29%).

## 2.6 Aan de doorgifte van buitenlandse nieuwszenders wordt het meeste belang gehecht

Bijna de helft van de respondenten (45%) vindt het (zeer) belangrijk dat er standaard één of meer buitenlandse nieuwszenders via de kabel op televisie worden doorgegeven. Op de vraag welke buitenlandse nieuwszender de voorkeur geniet, hebben de respondenten als volgt geantwoord:

Buitenlandse nieuwszender	% voorkeur	% kijkt wel eens (gemiddeld)	Kijkduur (gemiddeld)	Rapportcijfer (gemiddeld)
CNN	48%	8%	28 min.	6,7
BBC World	29%	2%	30 min.	7,2
Euronews	16%	1%	27 min.	6,4
Al Jazeera	5%	nb	nb	nb
France 24	1%	nb	nb	nb

---

CNN (48%) geniet van alle buitenlandse nieuwszenders de meeste voorkeur. De andere zenders volgen op grote afstand: BBC World (29%), Euronews (16%), Al Jazeera (5%) en France 24 (1%). De vermelde gemiddeldes zijn gebaseerd op alle mensen die deze zenders kunnen ontvangen en bekijken.

Een kwart van alle respondenten gaat zeker vaker naar buitenlandse nieuwszenders kijken als deze Nederlands ondertiteld zouden worden. 49% zegt dit misschien te gaan doen. De overige respondenten gaan dit zeker niet doen.

## 2.7 Aan de doorgifte van ‘gewone’ buitenlandse zenders wordt minder waarde gehecht

Aan de doorgifte van een ‘gewone’ Engelse zender (39%, in 2004 50%) en ‘gewone’ Duitse zender (29%, in 2004 36%) wordt door minder respondenten waarde gehecht dan aan een buitenlandse nieuwszender. Slechts 8% van de respondenten geeft aan het (zeer) belangrijk te vinden dat er een ‘gewone’ Franse of Waalse zender via de kabel op televisie wordt doorgegeven. Dit blijken met name 55-plussers te zijn.

## 2.8 Nickelodeon is net als in 2004 de meest populaire kindertzender

17% van de respondenten die kinderen hebben, heeft een voorkeur voor Nickelodeon. De andere kindertzenders volgen op grote afstand: Jetix (8%), Zapp (7%) en Ketnet (5%). Circa 55% heeft geen duidelijke voorkeur voor één van de voorgelegde zenders (32%) of moet het antwoord op deze vraag schuldig moet blijven (23%).

## 2.9 Verdeeldheid over doorgifte extra regionale omroepen

De helft van alle respondenten (49%) zou het (zeer) op prijs stellen als ze ook nog andere regionale omroepen via de kabel zouden kunnen ontvangen. 41% stelt dit (helemaal) niet op prijs, terwijl 10% hierover geen mening heeft.

Aan de respondenten, die ook nog graag andere regionale omroepen zouden willen ontvangen, is gevraagd naar welke regionale zenders hun voorkeur uitgaat. Dit levert de volgende top vijf op:

<b>Regionale omroep</b>	<b>% Voorkeur</b>	<b>Provincies waarin de grootste voorkeur bestaat</b>
Omroep Brabant TV	18%	Zeeland (34%) en Limburg (32%)
AT5	18%	Flevoland (39%)
TV Rijnmond	17%	Zuid-Holland (48%)
RTV N-H	15%	Noord-Holland (55%)
Omroep Gelderland	14%	Flevoland (29%)

---

De voorkeur voor een andere regionale omroep hangt sterk af van de woonplaats van de respondent. In veel gevallen is men geïnteresseerd in het nieuws uit nabij gelegen provincies en gebieden, zoals uit bovenstaande tabel blijkt.

### 3 Voorkeuren radiozenders

Net als voor de televisiezenders is ook voor de radiozenders bepaald welke zenders het meest via de kabel worden beluisterd. Daarnaast is voor de variabele zenders vastgesteld hoe lang deze zenders gemiddeld per week via de kabel worden beluisterd en hoe deze zenders worden gewaardeerd.

#### 3.1 Tweederde van de respondenten luistert thuis wel eens radio via de kabel

67% van de respondenten geeft aan thuis wel eens radio via de kabel te luisteren. Onder respondenten in de leeftijdsgroep 55+ ligt dit percentage hoger, namelijk op 77%. Jongeren luisteren juist minder radio thuis via de kabel (54%).

Zes van de tien van de respondenten geven aan slechts één of twee radiozenders te beluisteren. 30% zegt 3 tot 5 zenders te beluisteren en 7% luistert naar zes of meer radiozenders. Uit onderstaande grafiek valt af te lezen dat met name jongeren naar weinig verschillende radiozenders luisteren.

	Luistert naar 1-2 zenders	Luistert naar 3-5 zenders	Luistert naar minimaal 6 zenders
18-24 jaar	5%	4%	4%
25-34 jaar	15%	14%	8%
35-44 jaar	28%	23%	27%
45-54 jaar	22%	21%	19%
55-64 jaar	21%	24%	28%
65 jaar en ouder	9%	15%	13%
Totaal	100%	100%	100%

---

#### 3.2 Voorkeuren van radioluisteraars

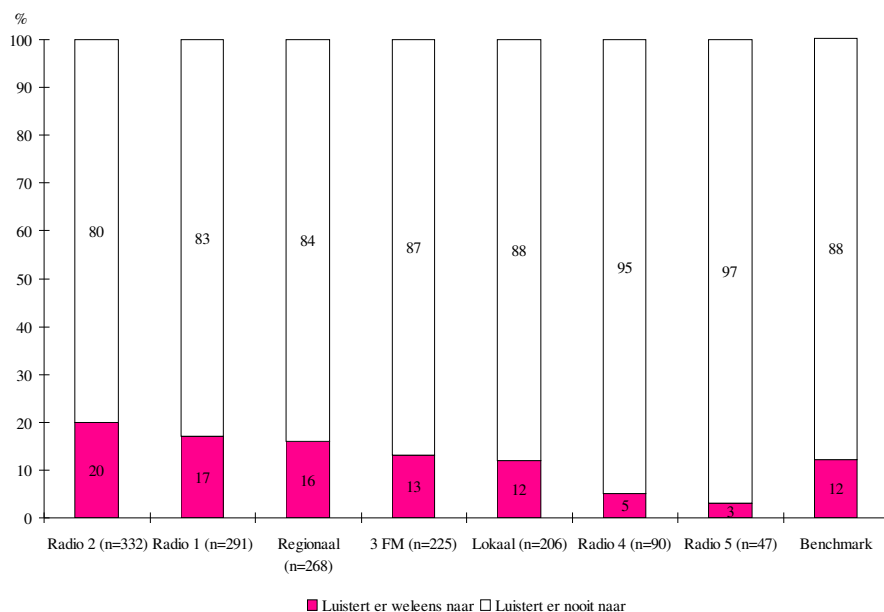
De grafieken, die zo dadelijk volgen zijn hetzelfde opgebouwd als de grafieken betreffende de voorkeuren van de televisiekijkers. Duidelijk wordt wat het percentage luisteraars is per radiozender. Voor de variabele zenders is ook te achterhalen wat de gemiddelde luisterduur per week is en hoe de zender wordt beoordeeld (rapportcijfer).

Ook voor de radiozenders zijn benchmarkcijfers berekend. Voor de benchmark van de grote zenders (zie eerste twee grafieken) is het gemiddelde van die zestien zenders berekend. Voor de variabele zenders is het gemiddelde van die zenders genomen. Met deze benchmarkcijfers is het makkelijker om in één oogopslag te zien welke zenders boven en welke zenders onder het gemiddelde scoren.

---

## 11 | Radio 2 wordt van de 'must-carry' zenders het meest beluisterd

---



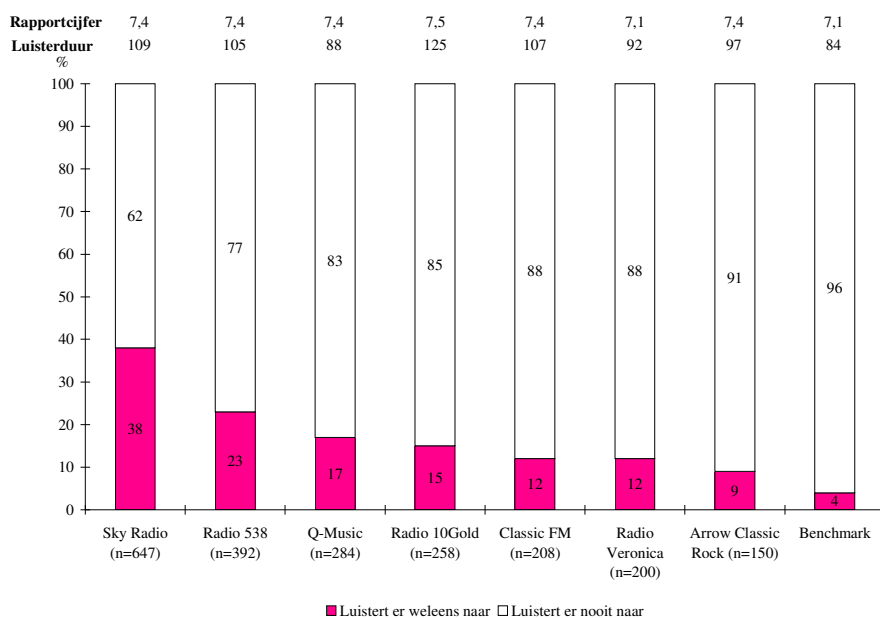
Bron: TNS NIPO, 2007

---

De respondenten luisteren het meest naar Radio 2 (20%). Ook Radio 1 en de regionale zender zijn relatief veel beluisterde radiozenders, respectievelijk 17% en 16% van de respondenten die deze zenders kunnen ontvangen luistert weleens naar deze zenders. Onder de 'must-carry' zenders is Radio 5 het minst populair (5%). Dit zien we ook terug wanneer we dit percentage vergelijken met de benchmark; samen met Radio 4 ligt Radio 5 onder de benchmark (gemiddelde over de zeven 'must-carry' zenders). Er blijken voornamelijk 55-plussers naar deze zenders te luisteren. 72% van het luisterpubliek bevindt zich namelijk in deze leeftijdscategorie.

Alle 'must-carry' zenders behalve 3 FM worden voornamelijk door respondenten in de leeftijdsgroep 55 jaar en ouder beluisterd. Daarnaast luisteren mannen meer dan vrouwen naar de zenders Radio 1 (23% t.o.v. 18%), 3 FM (14% t.o.v. 11%) en Radio 4 (8% t.o.v. 6%).

## 12 | Naar Sky Radio luistert bijna 40% van de respondenten



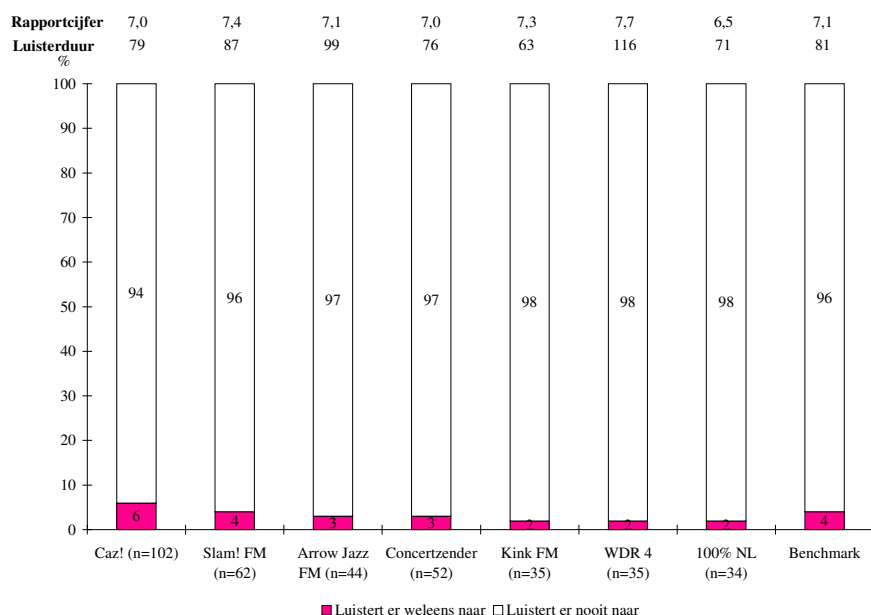
Bron: TNS NIPO, 2007

Het percentage respondenten dat naar Sky Radio luistert is het hoogst. Sky Radio scoort als 'variabele' zender daarmee hoger dan de zeven 'must-carry' radiozenders die worden doorgegeven. De gemiddelde luisterduur per week en het rapportcijfer van Radio 10Gold ligt hoger dan die van Sky Radio. Van de zenders die minder beluisterd worden, scoren Arrow Classic Rock en Classic FM het hoogste cijfer.

De scores van alle bovengenoemde radiozenders liggen op of boven de benchmarkcijfers.

Sky Radio wordt ten opzichte van de andere zenders meer beluisterd door respondenten in de leeftijdsgroep 35-54 jaar. Ook Radio 10Gold heeft meer luisteraars in deze leeftijdsgroep dan in de andere leeftijdsgroepen.

13 | Caz! wordt door 6% van de respondenten beluisterd die de zender kunnen ontvangen



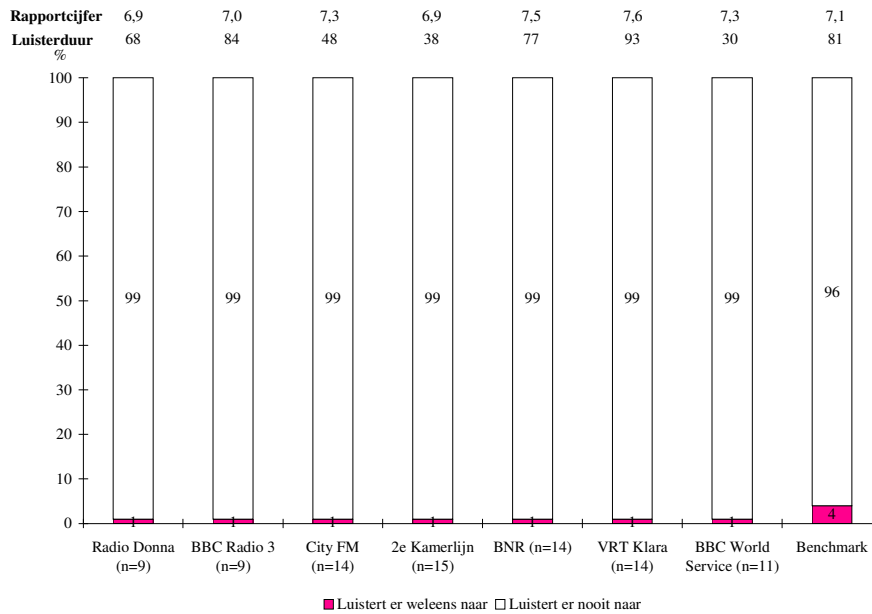
Bron: TNS NIPO, 2007

WDR 4 krijgt het hoogste rapportcijfer en heeft de hoogste gemiddelde luisterduur per week van de radiozenders in de grafiek. Deze resultaten zijn wel indicatief, aangezien een steekproef van 33 waarnemingen niet voldoende is om er betrouwbare uitspraken over te kunnen doen.

De zenders in de grafieken die hierna worden weergegeven hebben ook alle te weinig waarnemingen<sup>3</sup> om betrouwbare uitspraken over deze zenders te kunnen doen. Dit is de reden dat de grafieken alleen worden weergegeven, zonder commentaar daarop.

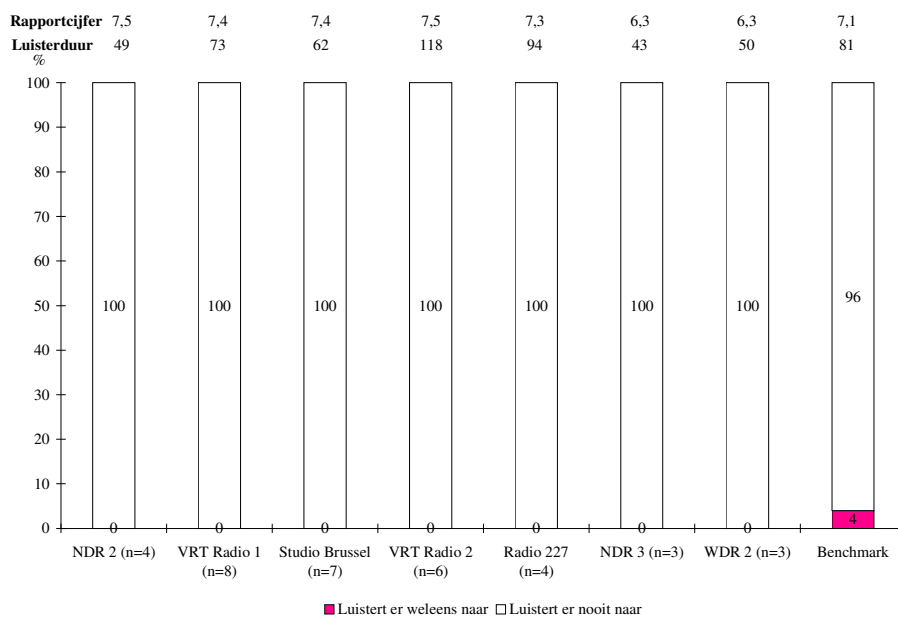
<sup>3</sup> We hebben voor deze zenders onze best gedaan om zoveel mogelijk luisteraars in de steekproef te verkrijgen. Echter, deze zenders worden maar in een beperkt aantal gebieden doorgegeven en/of door een relatief klein publiek beluisterd.

14 | Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk



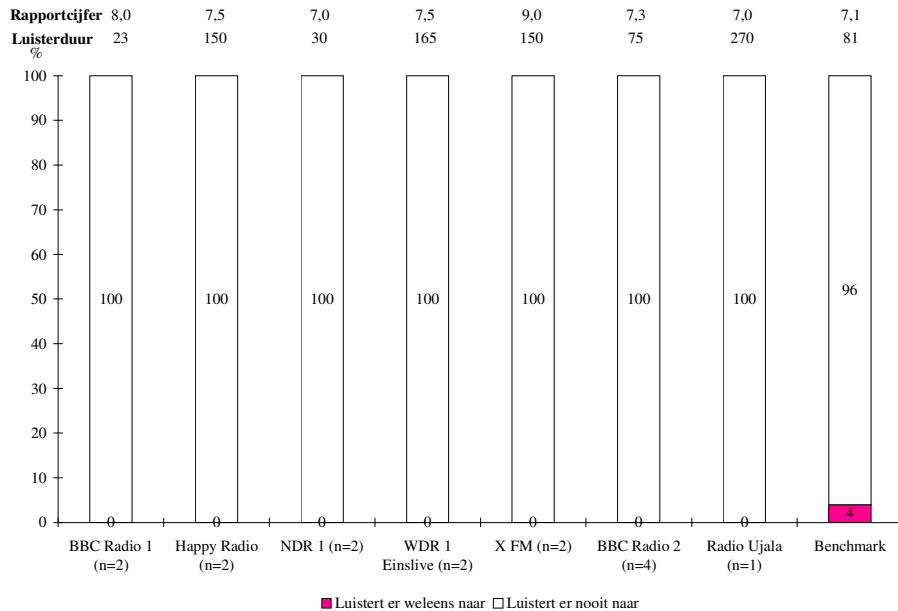
Bron: TNS NIPO, 2007

15 | Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk



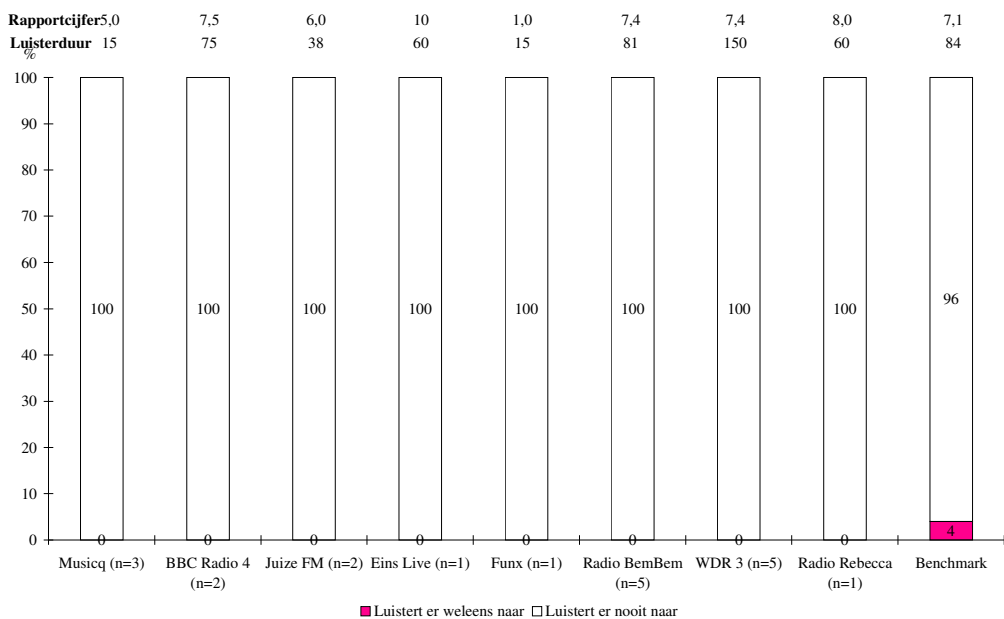
Bron: TNS NIPO, 2007

16 | Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk



Bron: TNS NIPO, 2007

17 | Over onderstaande zenders zijn geen betrouwbare uitspraken mogelijk



Bron: TNS NIPO, 2007

## **4 Extra vragen ten aanzien van radiozenders en voorkeuren**

### **4.1 Bijna negen van de tien respondenten zijn tevreden over het huidige zenderaanbod**

86% van de respondenten is tevreden met het huidige zenderaanbod. Zij geven aan 'zeer tevreden' (19%) of 'tevreden' (67%) te zijn. Slechts 2% van de respondenten is 'zeer ontevreden' of 'ontevreden'. Jongeren van 18-34 jaar zijn vaker 'zeer tevreden' dan de respondenten in de overige leeftijdsgroepen. Tussen de kabelexploitanten zien we op dit onderdeel geen significante verschillen.

### **4.2 Een ruime meerderheid hoeft geen extra zenders te ontvangen**

Aan de respondenten is gevraagd of zij radiozenders willen toevoegen aan het huidige zenderaanbod. 80% van de respondenten gaf aan geen extra zenders te willen ontvangen.

Respondenten die aangaven wel extra zenders te willen ontvangen, geven de volgende zenders aan. Alleen de zenders waarvan 2% of meer van de respondenten hebben aangegeven deze te willen ontvangen worden hieronder weergegeven.

- Radio Donna 3%
- France Musiques 2%
- Keizerstad 2%
- Studio Brussel 2%
- Radio NL 2%
- BBC Radio 1 2%
- Happy Radio 2%

Met betrekking tot de televisiezenders waren verschillen te zien tussen voorkeuren van mannen en vrouwen. Dit is niet het geval bij de radiozenders. Het enige opvallende verschil wanneer gekeken wordt naar achtergrondkenmerken is dat ouderen (55 jaar en ouder) vaker France Musique de voorkeur geven.

### 4.3 De doorgifte van buitenlandse radiozenders wordt niet erg belangrijk gevonden

Aan de respondenten is gevraagd hoeveel waarde zij hechten aan de doorgifte van diverse buitenlandse radiozenders. In onderstaande tabel zijn de uitkomsten van deze vragen opgenomen.

---

18 | *Belang Engelse, Duitse, Franse, Turkse / Marokkaanse radiozender*

---

	<b>Engelse radiozender</b>	<b>Duitse radiozender</b>	<b>Franse radiozender</b>	<b>Turkse/ Marokkaanse radiozender</b>
Zeer belangrijk	5%	3%	1%	0%
Belangrijk	11%	12%	3%	4%
Neutraal	35%	31%	25%	16%
Onbelangrijk	32%	32%	38%	28%
Zeer onbelangrijk	17%	22%	33%	52%
	100%	100%	100%	100%

---

Ongeveer eenzelfde percentage respondenten vindt het ‘zeer belangrijk’ of ‘belangrijk’ dat er een Engelse of Duitse radiozender wordt doorgegeven (16% en 15%). Ouderen vinden dit in het algemeen belangrijker dan andere respondenten. De doorgifte van een Franse en Turkse / Marokkaanse zender wordt even belangrijk gevonden (beide 4%).

### 4.4 Slechts 6% van de respondenten heeft de afgelopen drie maanden naar de Tweedekamerlijn geluisterd

De Tweedekamerlijn is niet erg populair onder de respondenten. 94% van de respondenten heeft de afgelopen drie maanden niet naar deze zender geluisterd. Onder ouderen is dit percentage significant lager, namelijk 90%.

Op de vraag ‘in hoeverre vindt u het belangrijk dat de Tweedekamerlijn via de kabel wordt doorgegeven’ antwoordt ongeveer 20% van de respondenten (zeer) belangrijk. 41% van de respondenten geeft aan dit noch belangrijk, noch onbelangrijk te vinden.

## **5 Bekendheid van de programmaraad**

### **5.1 Veel respondenten geven aan niet te weten hoe beslist wordt welke zenders via de kabel worden doorgegeven**

81% van de respondenten zegt geen idee te hebben hoe beslist wordt welke televisie- en radiozenders via de kabel worden doorgegeven. In 2004 lag dit percentage exact even hoog. Mannen zeggen anno 2007 wel vaker te weten hoe de samenstelling van het zenderaanbod beslist wordt (24% ten opzichte van 15% onder de vrouwen).

Aan het deel van de respondenten dat aangaf te weten hoe bepaald wordt welke zenders worden doorgegeven, is gevraagd of zij konden aangeven hoe dit gebeurt. Dan blijkt, net als in 2004, dat circa vier van de tien respondenten het juiste antwoord gegeven heeft, namelijk door middel van een programmaraad. Onder mannen ligt dit percentage op significant hoger (45%).

Andere antwoorden die gegeven worden, zijn 'kabelexploitant' (26%), 'de gemeente' (17%), 'consument / luister-kijkpanel / publiekpanel' (13%) en 'een commissie' (11%).

De helft van de respondenten geeft aan wel eens gehoord te hebben van de programmaraad. Dit percentage ligt even hoog als in 2004. Onder mannen en ouderen ligt de bekendheid met de programmaraaden in 2007 significant hoger, namelijk op 58% en 65%.

### **5.2 Het uitoefenen van invloed op het zenderaanbod wordt door de meerderheid van de respondenten als (zeer) belangrijk ervaren**

Bijna acht op de tien respondenten (78%) geven aan het 'zeer belangrijk' of 'belangrijk' te vinden dat het publiek invloed heeft op het zenderaanbod van radio en televisie. Van de respondenten geeft 19% aan het 'noch belangrijk, noch onbelangrijk' te vinden. Slechts 4% vindt het '(zeer) onbelangrijk' dat het publiek invloed kan uitoefenen op het zenderaanbod.

In 2004 hechtte 91% van alle respondenten waarde aan de publieke invloed op het zenderaanbod van radio en televisie. Er lijkt dus sprake te zijn van een daling in het belang dat mensen hechten aan de invloed die het publiek kan uitoefenen op de totstandkoming van het zenderaanbod. Echter, doordat de antwoordschaal in 2007 anders is dan in 2004 dient de nodige voorzichtigheid in acht te worden genomen bij de vergelijking van beide uitkomsten.

## 6 Conclusies

### 6.1 Televisie

Op basis van de resultaten uit hoofdstuk één kunnen de volgende tabellen samengesteld worden. De eerste tabel laat zien welke zenders door de respondenten het meest bekeken worden. Alleen de zenders met meer dan 50 waarnemingen per zender zijn opgenomen.

---

#### 19 | RTL 4 is de meest bekeken televisiezender

---

Zender	Bekeken	Zender	Bekeken
RTL 4 (n=1766)	77%	Animal Planet (n=338)	20%
Nederland 1 (n=1683)	74%	Eén (n=432)	19%
SBS 6 (n=1647)	72%	Ketnet/Canvas (n=407)	18%
Nederland 2 (n=1485)	65%	Eurosport (n=374)	17%
Nederland 3 (n=1412)	62%	Nickelodeon/ The Box (n=239)	13%
RTL 5 (n=1322)	58%	BBC 1 (n=269)	12%
RTL 7 (n=1232)	54%	TMF (n=245)	11%
Net 5 (n=1134)	50%	BBC 2 (n=217)	10%
Tien (n=931)	41%	MTV (n=208)	9%
Discovery Channel (n=867)	39%	ZDF (n=189)	9%
Regionaal (n=621)	27%	CNN International (n=186)	8%
National Geographic Channel (n=590)	26%	ARD (n=162)	7%
Jetix/Veronica (n=568)	25%	WDR 3 (n=75)	5%
Lokaal (n=493)	22%		

Bron: TNS NIPO, 2007

---

---

#### 20 | RTL 4 is tevens de televisiezender met de hoogste kijkduur in minuten per week

---

Zender	Kijkduur p/w	Zender	Kijkduur p/w
RTL 4 (n=1766)	76 min.	ARD (n=162)	55 min.
RTL 5 (n=1322)	71 min.	National Geographic Channel (n=590)	51 min.
Net 5 (n=1134)	68 min.	BBC 1 (n=269)	50 min.
Jetix/Veronica (n=568)	65 min.	Nickelodeon/ The Box (n=239)	50 min.
Tien (n=931)	64 min.	Animal Planet (n=338)	49 min.
ZDF (n=189)	62 min.	BBC 2 (n=217)	48 min.
SBS 6 (n=1647)	60 min.	WDR 3 (n=75)	47 min.
Discovery Channel (n=867)	57 min.	MTV (n=208)	36 min.
RTL 7 (n=1232)	56 min.	TMF (n=245)	34 min.
Eurosport (n=374)	56 min.	CNN International (n=186)	28 min.

Bron: TNS NIPO, 2007

---

---

## 21 | De televisiezender met de hoogste waardering is Discovery Channel

---

Zender	Rapportcijfer	Zender	Rapportcijfer
Discovery Channel (n=867)	7,5	RTL 4 (n=1766)	6,8
National Geographic (n=590)	7,4	RTL 5 (n=1322)	6,8
Animal Planet (n=338)	7,4	Eurosport (n=374)	6,8
BBC 1 (n=269)	7,2	Net 5 (n=1134)	6,7
ZDF (n=189)	7,1	CNN International (n=186)	6,7
BBC 2 (n=217)	7,1	TMF (n=245)	6,5
ARD (n=162)	7,0	Jetix/Veronica (n=568)	6,4
WDR 3 (n=75)	6,9	SBS 6 (n=1647)	6,4

Bron: TNS NIPO, 2007

---

Er is getracht om ook over zoveel mogelijk kleinere zenders uitspraken te kunnen doen door zoveel mogelijk kijkers (en luisteraars bij radio) in de steekproef te verkrijgen. Echter, veel kleinere zenders worden maar in een beperkt aantal gebieden doorgegeven en/of door een relatief klein publiek bekeken of beluisterd. Derhalve is voor het een groot aantal kleinere zenders niet mogelijk om daar concluderende uitspraken over te doen.

### Overige conclusies televisie

Uit de resultaten van hoofdstuk twee is gebleken dat het merendeel van de respondenten tevreden is over het huidige televisiezenderaanbod. Opmerkelijk is het geringe verschil in tevredenheid tussen analoge en digitale televisiekijkers. Over de gewenste toevoegingen aan het huidige zenderaanbod zijn de meningen verdeeld.

Van de digitale televisiekijkers kijkt de helft nog weleens analoog. Voor de respondenten die nog geen digitale televisie ontvangen is de grootste reden om niet over te stappen naar een digitaal kabelpakket de kosten.

Respondenten vinden de doorgifte van buitenlandse nieuwszenders belangrijker dan de doorgifte van een Engelse, Duitse of Franse zender. Wanneer de buitenlandse nieuwszenders Nederlands ondertiteld zouden worden, zouden er meer respondenten naar kijken.

Van de muziekzenders is een zender met popmuziek het meest populair. Nickelodeon is van de kindertzenders de meest populaire kindertzender. Over de aantrekkelijkheid van doorgifte van extra regionale omroepen zijn de meningen verdeeld.

## 6.2 Radio

In de tabellen hieronder is weergegeven welke radiozender, het meest en langst beluisterd wordt en welke het hoogst gewaardeerd wordt. Voor de tabellen met betrekking tot de gemiddelde kijkduur en het rapportcijfer zijn alleen de grote radiozenders opgenomen.

---

### 22 | De meest beluisterde radiozender is Sky Radio

---

Zender	Beluisterd	Zender	Beluisterd
Sky Radio (n=647)	38%	Lokaal (n=206)	12%
Radio 538 (n=392)	23%	Classic FM (n=208)	12%
Radio 2 (n=332)	20%	Radio Veronica (n=200)	12%
Radio 1 (n=291)	17%	Arrow Classic Rock (n=150)	9%
Q-Music (n=284)	17%	Caz! (n=102)	6%
Regionaal (n=268)	16%	Radio 4 (n=90)	5%
Radio 10Gold (n=258)	15%	Slam! FM (n=62)	4%

Bron: TNS NIPO, 2007

---

---

### 23 | Radio 10Gold wordt gemiddeld per week het langst beluisterd

---

Zender	Kijkduur p/w	Zender	Kijkduur p/w
Radio 10Gold (n=258)	125 min.	Radio Veronica (n=200)	92 min.
WDR 4 (n=35)	116 min.	Q-Music (n=284)	88 min.
Sky Radio (n=647)	109 min.	Slam! FM (n=62)	87 min.
Classic FM (n=208)	107 min.	Caz! (n=102)	79 min.
Radio 538 (n=392)	105 min.	Concertzender (n=52)	76 min.
Arrow Jazz FM (n=44)	99 min.	100% NL (n=34)	71 min.
Arrow Classic Rock (n=150)	97 min.	Kink FM (n=35)	63 min.

Bron: TNS NIPO, 2007

---

---

### 24 | Ook is Radio 10Gold de hoogst gewaardeerde radiozender

---

Zender	Rapportcijfer	Zender	Rapportcijfer
Radio 10Gold (n=258)	7,5	Slam! FM (n=62)	7,4
WDR 4 (n=35)	7,7	Kink FM (n=35)	7,3
Sky Radio (n=647)	7,4	Arrow Jazz FM (n=44)	7,1
Classic FM (n=208)	7,4	Radio Veronica (n=200)	7,1
Radio 538 (n=392)	7,4	Caz! (n=102)	7,0
Arrow Classic Rock (n=150)	7,4	Concertzender (n=52)	7,0
Q-Music (n=284)	7,4	100% NL (n=34)	6,5

Bron: TNS NIPO, 2007

---

## **Overige conclusies radio**

Het overgrote deel (86%) van de respondenten die radio via de kabel luisteren is tevreden over het huidige aanbod. Dit blijkt ook uit het feit dat achttiende van de respondenten geen behoefte heeft aan extra zenders.

De doorgifte van buitenlandse radiozenders wordt door veel respondenten niet belangrijk gevonden. Ouderen vinden dit vaker wel belangrijk. Van de Tweedekamerlijn vindt één op de vijf van de respondenten het belangrijk dat deze zender wordt doorgegeven via de kabel. De Tweedekamerlijn is een radiozender die weinig wordt beluisterd; 6% van de respondenten heeft de afgelopen drie maanden weleens naar deze zender geluisterd.

## **6.3 Programmaraad**

Het merendeel van de respondenten (78%) vindt het belangrijk dat het publiek invloed kan uitoefenen op het zenderaanbod. Ten opzichte van 2004 liggen deze uitkomsten op een vergelijkbaar niveau. Een groot deel van de respondenten weet niet hoe beslist wordt welke televisie- en radiozenders via de kabel worden doorgegeven. Van de respondenten die aangeven dit wel te weten, geeft viertiende aan dat de samenstelling van het zenderaanbod via de programmaraad gaat.

# **Bijlagen**

## **Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording**

## **Opzet en methode van onderzoek**

Het onderzoek is middels CASI (Computer Assisted Self Interviewing) uitgevoerd. Hierbij ontvangt de respondent de vragenlijst via een modem en vult deze zelfstandig op de eigen computer in. Groot voordeel van CASI is dat de respondent de vragenlijst kan invullen op een moment dat het hem of haar uitkomt, zonder tussenkomst van een enquêteur of interviewer. Het gaat bij CASI om een 'off-line' vorm van datacollectie.

Respondenten uit de TNS NIPOBase zijn benaderd om de vragenlijst in te vullen. TNS NIPOBase is een database met ongeveer 200.000 respondenten die hebben aangegeven dat zij regelmatig willen meedoen aan onderzoek van TNS NIPO. Van de respondenten is een groot aantal gegevens beschikbaar, zoals bijvoorbeeld sociodemografische kenmerken en mediagedrag.

## **Onderzoeksdoelgroep en steekproef**

Tot de doelgroep van dit onderzoek behoren respondenten vanaf 18 jaar die via de kabel televisie en/of radio ontvangen. Dit kan zowel analoog als digitaal via de kabel zijn. Van de respondenten die ondervraagd zijn, ontvangen 2.279 respondenten (89%) de televisiezenders thuis via de kabel. 28% van deze respondenten ontvangt ook digitale televisie via de kabel. Alleen respondenten die televisiezenders via de kabel ontvangen zijn doorgedaan in de vragenlijst.

## **Steekproeftrekking**

In het onderzoek is gewerkt met een disproportionele steekproef. Daarbij is een onderscheid gemaakt naar de verschillende variabele zenders die in Nederland worden doorgegeven.

Om per variabele televisiezender betrouwbare uitspraken te kunnen doen, is de steekproef zo getrokken dat er per zender voldoende respondenten zijn die deze zender kunnen ontvangen. Wanneer de steekproef niet disproportioneel getrokken zou zijn, zouden sommige zenders te weinig waarnemingen genereren. Daarom is besloten om vooraf te bepalen welke zenders 'opgehoogd' zouden moeten worden. Vervolgens is voor deze zenders bepaald in welke gebieden deze worden doorgegeven. Aan de hand daarvan zijn er uit deze gebieden extra respondenten aan de steekproef toegevoegd.

De disproportionele steekproef heeft als gevolg dat de steekproef als geheel niet meer representatief is voor de Nederlandse bevolking. Daarom is besloten om de resultaten wat betreft de vragen die niet specifiek ingaan op de aangeboden zenders te herwegen naar de opbouw van de Nederlandse bevolking. In de volgende tabel is te vinden naar welke achtergrondgegevens de resultaten herwogen zijn.

Seksse		Leeftijd		Gezinsgrootte		Provincie	
Man	48%	18-24 jaar	5%	1	22%	Groningen	4%
Vrouw	52%	25-34 jaar	17%	2	38%	Friesland	4%
		35-44 jaar	23%	3	15%	Drenthe	3%
		45-54 jaar	20%	4	17%	Overijssel	7%
		55-64 jaar	17%	5+	8%	Flevoland	2%
		65+	18%			Gelderland	12%
						Utrecht	7%
						Noord-Holland	16%
						Zuid-Holland	21%
						Zeeland	2%
						Noord-Brabant	15%
						Limburg	7%

## Vragenlijst

Het belangrijkste deel van de vragenlijst zijn de vragen over de te ontvangen televisie- en radiozenders. Zoals eerder genoemd worden verschillende zenders doorgegeven per programmaraadsgebied. Kabelraden.nl heeft TNS NIPO een lijst met zenders geleverd.

Uit vorig onderzoek uit 2004 kon achterhaald worden welke zenders in welke gebieden doorgegeven worden. Door vervolgens deze gegevens te koppelen met de achtergrondgegevens van respondenten uit TNS NIPOBase kon bepaald worden welke zenders de respondenten voorgelegd kregen in het begin van de vragenlijst.

Respondenten hebben namelijk alleen vragen voorgelegd gekregen over de zenders die zij kunnen ontvangen. Dit is gedaan voor zowel televisie- als radiozenders. Respondenten deden gemiddeld 10 minuten over het invullen van de vragenlijst.

Het veldwerk heeft gelopen van 26 februari 2007 t/m 4 maart 2007.

## Rapportage

Deze rapportage is als volgt opgebouwd. Allereerst worden in hoofdstuk één de resultaten met betrekking tot de voorkeuren voor bepaalde televisiezenders besproken. Hoofdstuk twee gaat in op een aantal extra vragen ten aanzien van zenders en voorkeuren. De volgende twee hoofdstukken, hoofdstuk drie en vier gaan over de radiozenders. Deze hoofdstukken zijn hetzelfde opgebouwd als de eerste twee hoofdstukken over televisie.

In de rapportage wordt vooral de nadruk gelegd op het percentage van de respondenten dat een bepaalde zender kan ontvangen ook daadwerkelijk naar de zender kijkt. Daarnaast wordt gekeken naar de kijkduur en de waardering van de zender.

## **Bijlage 2 Geclusterde programmaraadsindeling**

## **Bijlage 2**

## **Clustering Programmaraadsgebiedsgebieden**

### **Amsterdam**

- Programmaraadsgebied Amstelveen
- Programmaraadsgebied APR

### **Den Haag**

- Programmaraadsgebied Haagse PR

### **Midden**

- Programmaraadsgebied AGGWW
- Programmaraadsgebied Culemborg
- Programmaraadsgebied Eemland
- Programmaraadsgebied Flevoland
- Programmaraadsgebied Hilversum
- Programmaraadsgebied IJsselstijn
- Programmaraadsgebied Midden Utrecht
- Programmaraadsgebied Midden Holland
- Programmaraadsgebied Nedersticht
- Programmaraadsgebied Utrecht ZO
- Programmaraadsgebied Weidegebied
- Programmaraadsgebied 't Gooi

### **Noord-Oost**

- Programmaraadsgebied Friesland Ess
- Programmaraadsgebied Friesland UPC
- Programmaraadsgebied Gelderland Noord
- Programmaraadsgebied Gelderland Oost
- Programmaraadsgebied Gelderland Zuid
- Programmaraadsgebied GelreWest
- Programmaraadsgebied Groningen/Drenthe
- Programmaraadsgebied Harderwijk
- Programmaraadsgebied IJsselland
- Programmaraadsgebied Kabelnoord
- Programmaraadsgebied KTMO
- Programmaraadsgebied Twente
- Programmaraadsgebied Veendam
- Programmaraadsgebied Adviesraad Oost

### **Rotterdam**

- Programmaraadsgebied Rijnmond
- Programmaraadsgebied Rotterdam

### **Utrecht**

- Utrecht

## **West**

- Programmaraadsgebied Aalbrandswaard
- Programmaraadsgebied Alkmaar
- Programmaraadsgebied BCNZ
- Programmaraadsgebied Bleiswijk
- Programmaraadsgebied Bollenstreek
- Programmaraadsgebied CAIW
- Programmaraadsgebied Delft
- Programmaraadsgebied Edam-Volendam
- Programmaraadsgebied Haarlem
- Programmaraadsgebied HIA
- Programmaraadsgebied IJmond Noord
- Programmaraadsgebied Leiden
- Programmaraadsgebied LRVW
- Programmaraadsgebied Multikabel
- Programmaraadsgebied Zoetermeer
- Programmaraadsgebied ZHZ
- Programmaraadsgebied Karper

## **Zuid**

- Programmaraadsgebied Breda
- Programmaraadsgebied Brunssum
- Programmaraadsgebied Limburg
- Programmaraadsgebied Maastricht
- Programmaraadsgebied NB Midden Noord
- Programmaraadsgebied NB Midden Zuid
- Programmaraadsgebied NB Oost
- Programmaraadsgebied NB West
- Programmaraadsgebied Zuid-Oost Brabant
- Programmaraadsgebied Zeeland