



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
www.tns-nipo.com

Rapport

Zendervoorkeur

Truus de Boer
Raymond Ross

B-6022 | 16 april 2004
Bestemd voor:

Kabelraden.nl
Hilversum

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

	Inleiding	1
1	Groepen van respondenten	3
1.1	Ingedeeld naar televisie kijkgedrag	3
1.1.1	Media Imperatives (MIPS)	3
1.1.2	Clustering op basis programmabelangstelling	5
1.2	Ingedeeld naar radio luistergedrag	8
1.2.1	Media Imperatives (MIPS)	8
1.2.2	Clustering op basis muziekvoorkeur	9
2	Negen op de tien Nederlanders ontvangt tv via kabel	11
2.1	Een derde zou graag meer zenders via kabel ontvangen	11
2.2	RTL 4 meest gewilde zender bij keuze zenderaanbod	12
2.3	TV5 en TRT meest genoemd om van de kabel te verdwijnen	13
2.4	Zeven op de tien niet op de hoogte zenderaanbod schotel of digitaal pakket	14
3	Negen op de tien kijkt iedere dag televisie	15
3.1	Bijna negen op de tien kijkt meer dan anderhalf uur per dag	15
3.2	Tweederde van de kijkers zoekt bewust bepaald programma	15
3.3	RTL 4 meest bekeken zender	16
3.3.1	Tweederde jongeren onder 18 kijken muziekzenders	16
3.3.2	RTL 4 meest bekeken door vrouwen	17
3.4	RTL 4 populairst bij vrouwen, mannen voorkeur Nederland 2	18
4	Specifieke zendervoorkeur	19
5	Programmavorkeur	21
5.1	Storende tv-programma's	21
6	Helft luistert iedere dag naar de radio	22
6.1	Luistergedrag verschilt per locatie	22
6.1.1	Ruim driekwart luistert thuis bewust naar bepaalde zender	22
6.1.2	Op het werk wordt meegeluisterd en minder gezapt	23
6.1.3	In de auto wordt veel gezapt	23
6.1.4	Zapedrag het grootst onder jongeren	24
6.2	Achttien procent van de radioluisteraars luistert wel eens radio via internet.	24
6.3	Sky Radio meest beluisterde zender	24
6.4	Noordzee FM meest bekende zender	26
6.5	Bekendheid Noordzee FM lager bij 55-plussers	26
6.6	Acht op de tien Nederlanders ontvangt thuis radio via kabel	27

7	Top 40 favoriete muzieksoort	28
7.1	Bijna driekwart luistert nooit naar klassieke muziek	28
7.2	Ruim driekwart luistert nooit naar buitenlandse zenders	28
8	Tachtig procent weet niet hoe kabelaanbod wordt bepaald	29
8.1	Publieke invloed wordt van groot belang geacht.	29
8.2	80% weet niet hoe beslissing kabelaanbod tot stand komt	29
8.3	Helpt desgevraagd bekend met programmaraad, opdracht echter grotendeels onbekend	30

Inhoud figuren en tabellen

1	<i>Opbouw van de bevolking: leeftijd naar provincie</i>	2
2	<i>Vrouwen en ouderen besteden relatief veel tijd aan tv kijken</i>	3
3	<i>Naarmate de opleiding stijgt, wordt er minder tv gekeken</i>	4
4	<i>In Overijssel wordt het meeste tijd besteed aan televisie kijken, in Groningen het minst</i>	4
5	<i>“Alleskijkers” zijn vrouwen tussen 19 en 34 met een MBO opleiding</i>	6
6	<i>Ouderen besteden relatief veel tijd aan radio luisteren</i>	8
7	<i>Naarmate de opleiding stijgt, wordt er minder radio geluisterd</i>	8
8	<i>In Zeeland wordt het meeste tijd besteed aan radio luisteren, in Z-Holland het minst</i>	8
9	<i>“Jongeren pop/rock en ouderen klassieke muziekvoorkeur”</i>	10
10	<i>Welke zenders kunt u nu niet via de kabel ontvangen maar zou u wel willen ontvangen?</i>	11
11	<i>Als u zou mogen besluiten hoe het zenderaanbod bij u er uit zou zien, welke zenders zou u dan zeker willen ontvangen? (n=1.163)</i>	12
12	<i>Als u zou mogen besluiten hoe het zenderaanbod bij u er uit zou zien, welke zenders zou u dan zeker willen ontvangen? (n=1.163)</i>	13
13	<i>Als u zou mogen besluiten hoe het zenderaanbod bij u eruit zou zien, welke zenders zouden voor u mogen verdwijnen? (n=1.163)</i>	14
14	<i>Wanneer u naar de televisie kijkt, hoe gaat u dan meestal te werk? (n=1.135)</i>	15
15	<i>Nederland 1 en 2 meest bekeken zenders bij informatie interesse</i>	16
16	<i>Naar welk van deze zenders kijkt u zelf thuis wel eens (met wel eens bedoelen we gemiddeld een half uur per week) (n=1.153)</i>	16
17	<i>Naar welk van deze zenders kijkt u zelf thuis wel eens (met wel eens bedoelen we gemiddeld een half uur per week) (n=1.153)</i>	17
18	<i>Zou u hieronder willen aangeven naar welke zenders u het liefste kijkt? (n=1.153)</i>	18
19	<i>Specifieke zendervoorkeuren (n=1.163)</i>	20
20	<i>Wilt u aangeven hoe vaak u naar dergelijke programma's kijkt? (n=1.163)</i>	21
21	<i>Wanneer u thuis naar de radio luistert, hoe gaat u dan te werk? (n=935)</i>	22
22	<i>Wanneer u op het werk naar de radio luistert, hoe gaat u dan te werk? (n=392)</i>	23
23	<i>Wanneer u in de auto naar de radio luistert, hoe gaat u dan te werk? (n=779)</i>	23

24	<i>In welke mate weet u naar elke zender u luistert? (n=1.111)</i>	24
25	<i>Naar welke zenders luistert u zelf wel eens (met wel eens bedoelen we gemiddeld minstens een half uur per week) (n=1.094)</i>	25
26	<i>Welke radiozenders kent allemaal, al is het alleen maar van naam? (n=1.204)</i>	26
27	<i>Welke radiozenders kent allemaal, al is het alleen maar van naam? (n=1.204)</i>	26
28	<i>Hoe belangrijk vindt u het dat het publiek invloed kan uitoefenen op het zender aanbod van radio en TV? (n=1.203)</i>	29
29	<i>Weet u hoe beslist wordt welke zenders via de kabel worden uitgezonden? Het gaat zowel om radio als TV-programma's. (n=1.203)</i>	29

Inleiding

Er is veel bekend over het kijk- en luistergedrag van de Nederlanders. Deze kennis komt voort uit onderzoek naar dat gedrag. Daarbij is tot in detail bekend naar welke zenders en programma's er gekeken en geluisterd wordt. Dat betekent nog niet dat daarmee ook de voorkeur van de kijker/luisteraar bekend is. Wat men niet kan ontvangen, kan ook niet bekeken of beluisterd worden. Tevens bestaat de mogelijkheid dat het huidige aanbod te weinig pluriform is en meerdere zenders in de ogen/oren van de ontvangers inwisselbaar zijn. Om meer zicht te krijgen op de voorkeuren en meningen van de Nederlanders, heeft Kabelraden.nl aan TNS NIPO opdracht gegeven om een onderzoek uit te voeren onder de Nederlandse bevolking. De zendervoorkeuren van Nederlanders wat betreft televisie en radio komen uit dit onderzoek naar voren.

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 18 tot 28 februari 2004. In totaal zijn 1203 respondenten ondervraagd.

Voorafgaand aan het onderzoek is een pilot uitgevoerd, waarbij aan enkele respondenten is gevraagd uitvoerig commentaar te leveren bij het invullen van de vragenlijst. Op grond van deze pilot is de vragenlijst geoptimaliseerd voor gebruik bij het hoofdonderzoek.

Het hoofdonderzoek heeft plaatsgevonden in TNS NIPObase. TNS NIPObase biedt toegang tot kennis en respondenten. Het is een database met ongeveer 200.000 respondenten die hebben aangegeven dat zij regelmatig willen meedoen aan onderzoek van TNS NIPO waarbij verschillende onderzoeksmethoden ingezet kunnen worden. Van de respondenten is een groot aantal gegevens beschikbaar.

Bij dit onderzoek is gebruik gemaakt van de onderzoeksmethode CASI: computer assisted self interviewing. Hierbij ontvangt de respondent de vragenlijst via een modem en vult deze zelfstandig op de personal computer in.

In deze rapportage worden de belangrijkste uitkomsten van het onderzoek besproken. De volledige resultaten zijn terug te vinden in de tabellen die als bijlage zijn opgenomen. Om betrouwbare uitspraken per provincie te kunnen doen is gekozen voor een disproportionele gestratificeerde steekproef, waar bij per provincie per leeftijdscategorie steeds 25 respondenten zijn ondervraagd. De resultaten zijn daarna herwogen naar navolgende matrix, waarin de opbouw van de bevolking volgens het CBS is weergegeven.

1 | Opbouw van de bevolking: leeftijd naar provincie

	13-18	19-34	35-54	55+	Fractie
	%	%	%	%	%
Groningen	8,0	27,9	34,0	30,0	3,6
Friesland	9,2	24,6	34,9	31,4	3,9
Drenthe	8,8	21,8	36,3	33,1	3,0
Overijssel	9,2	26,4	34,7	29,7	6,7
Flevoland	10,9	28,5	39,7	21,0	2,1
Gelderland	8,9	24,9	36,1	30,1	12,0
Utrecht	8,5	28,3	35,9	27,3	7,1
Noord-Holland	7,8	26,4	36,7	29,1	16,0
Zuid-Holland	8,6	26,7	35,4	29,2	21,3
Zeeland	8,6	22,3	34,7	34,4	2,3
Noord-Brabant	8,6	25,0	36,7	29,7	14,8
Limburg	8,2	21,9	37,4	32,4	7,2
Nederland	8,6	25,7	36,0	29,7	100,0

Bron: TNS NIPO, 2004

Toelichting tabel: in de kolom fractie staat het percentage inwoners van Nederland wonend in die bepaalde provincie. Dus bijvoorbeeld 3,6% van de Nederlanders woont in Groningen, van deze mensen is 30% ouder dan 55 jaar.

1 Groepen van respondenten

De respondenten zijn behalve op basis van standaard achtergrondgegevens als leeftijd, geslacht et cetera ook ingedeeld op basis van hun kijk- en luistergedrag. Programmaraden willen graag weten welke groepen ze “bedienen” met een bepaald soort programma’s. En daarbij kan het kijk- en luistergedrag ook een rol spelen. Om dit gedrag in kaart te brengen bestaan de zogenoemde MIPS (Media Imperatives). Voor dit onderzoek is dezelfde klasse-indeling gehanteerd als bij de NOM Print Monitor. Daarnaast is een clusterindeling gemaakt die voor het televisiekijken is gebaseerd op “programmavoorkeur” en bij het radioluisteren op “muziekvoorkeur”. De genoemde termen worden hieronder toegelicht. Eventuele bijzonderheden in kijk- en/of luistergedrag van deze groepen, wordt steeds bij het betreffende onderdeel vermeld.

1.1 Ingedeeld naar televisie kijkgedrag

1.1.1 Media Imperatives (MIPS)

Media Imperatives zijn respondentkenmerken die (per mediumtype) aangeven of men tot de zware of lichte gebruikers (van dat type) behoort. Op basis van de per respondent beschikbare “gebruiksfrequenties” worden de respondenten ingedeeld in drie groepen (Hoog, midden laag). Bij de MIP Televisie is de indeling Laag (t/m 12 uur per week), Midden (12-20 uur) en Hoog (meer dan 20 uur). Uit het onderzoek blijkt dat het volgende te zeggen is over het kijkgedrag van de respondenten:

2 / Vrouwen en ouderen besteden relatief veel tijd aan tv kijken

	Man	Vrouw	13-18	19-34	35-54	55+
	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 12)	32	30	40	31	28	32
Midden (12-20)	28	23	26	37	24	18
Hoog (20+)	40	47	34	33	49	50
	100	100	100	100	100	100

Bron: TNS NIPO, 2004

3 | Naarmate de opleiding stijgt, wordt er minder tv gekeken

	LO	LBO	MAVO	MBO	HAVO/ VWO	HBO	WO
	%	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 12)	22	22	23	26	41	37	57
Midden (12-20)	26	11	22	27	27	32	33
Hoog (20+)	52	67	54	47	32	31	10
	100	100	100	100	100	100	100

Bron: TNS NIPO, 2004

4 | In Overijssel wordt het meeste tijd besteed aan televisie kijken, in Groningen het minst

	Overijssel	Zeeland	Noord Holland	Limburg	Gelderland	Zuid- Holland
	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 12)	28	36	28	29	37	29
Midden (12-20)	17	11	21	24	20	29
Hoog (20+)	54	54	51	47	43	42
	100	100	100	100	100	100

	Friesland	Flevoland	Noord- Brabant	Drenthe	Utrecht	Groningen
	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 12)	32	36	26	39	36	40
Midden (12-20)	28	24	35	22	27	26
Hoog (20+)	40	40	39	39	36	35
	100	100	100	100	100	100

Bron: TNS NIPO, 2004

1.1.2 Clustering op basis programmabelangstelling

Voor een groot aantal soorten programma's is gevraagd of en in welke mate men daar naar kijkt. Door alle antwoorden op deze vragen te combineren zijn een vijftal clusters geformeerd. Het is eerste en grootste cluster bestaat uit personen met een "gemiddeld" kijkgedrag. Het tweede cluster heeft voornamelijk interesse in films, series en soaps. Dan komen er twee clusters die met name informatieve programma's bekijken, een daarvan is echter meer entertainment gericht dan de ander. Tenslotte is er nog een cluster van "Alleskijkers".

Kijkt nooit =1; kijkt altijd = 4	Totaal	Gemiddeld	Entertainment	Informatieve zoeker	Info tainment	Alles kijker
Clusternummer		1	2	3	4	5
Sport	2.28	2.29	2.22	2.40	2.31	2.15
Nieuws en actualiteiten	3.05	2.96	2.84	3.24	3.35	3.15
Spelletjes/quizzen	2.01	2.06	2.00	2.09	1.51	2.59
Showprogramma's	1.91	1.99	2.01	1.77	1.29	2.73
Nederlandse praatprogramma's	1.97	1.89	1.69	2.12	2.17	2.49
Buitenlandse praatprogramma's	1.43	1.38	1.25	1.34	1.60	2.08
Dramaserie	2.01	1.96	2.33	1.29	1.99	2.85
Actieseries	2.15	2.05	3.08	1.25	1.71	2.83
Detectives	2.30	2.19	2.88	1.37	2.44	2.94
Komische series	2.44	2.39	3.04	1.77	2.09	3.12
Nederlandse soaps	1.91	2.11	2.23	1.27	1.13	2.71
Buitenlandse soaps	1.64	1.72	1.62	1.20	1.29	2.74
Real life soaps, docusoaps, reality tv	1.78	1.84	1.97	1.28	1.33	2.78
Documentaires	2.45	2.32	2.29	2.58	2.64	2.94
Actiefilms	2.33	2.19	3.26	1.61	1.94	2.84
Romantische films	2.17	2.09	2.49	1.61	2.09	3.00
Komische films	2.41	2.33	3.13	1.65	2.09	3.07
Erotische programma's	1.50	1.43	1.80	1.34	1.22	1.99
Muziekprogramma's	2.26	2.39	2.47	1.86	1.73	2.78
Kinder-/jongerenprogramma's	1.99	2.08	2.36	1.57	1.41	2.45
"Gewicht"	100	45	17	16	16	7

Een donkere arcering geeft aan: meer dan 0,1 hoger dan gemiddeld, een lichte arcering, meer dan 0,1 lager dan gemiddeld.

5 / “Alleskijkers” zijn vrouwen tussen 19 en 34 met een MBO opleiding

	Totaal	Gemid- deld	Entertain- ment	Informatie zoeker	Info tainment	Alles kijker
	%	%	%	%	%	%
Geslacht						
Man	49	46	59	48	57	34
Vrouw	51	54	41	52	43	66
Leeftijd						
13-18	9	10	15	4	1	9
19-34	26	26	31	18	19	47
35-54	36	36	40	35	35	30
55+	30	28	14	43	45	15
Opleiding						
LO	2	2	3	3	1	2
LBO	13	15	15	11	6	13
MAVO	15	18	16	16	7	9
MBO	32	30	38	30	26	44
HAVO/VWO	12	10	16	11	14	11
HBO	20	5	10	25	30	17
WO	6	1	1	5	15	3
Provincie						
Groningen		39	18	18	18	7
Friesland		38	17	19	19	6
Drenthe		44	19	17	14	6
Overijssel		54	14	13	11	9
Flevoland		42	19	15	15	8
Gelderland		47	16	14	16	7
Utrecht		33	16	20	26	6
Noord Holland		44	15	13	16	11
Zuid-Holland		47	16	19	14	4
Zeeland		39	21	14	18	7
Noord-Brabant		46	22	17	13	3
Limburg		44	18	11	15	11
Nederland		45	17	16	16	7

Bron: TNS NIPO, 2004

In Zeeland en Noord-Brabant lijkt meer voorkeur voor entertainment te bestaan, in Utrecht, Friesland en Zuid-Holland wonen wat meer informatiezoekers en infotainmentkijkers.

Verband

Tenslotte is nog gekeken of er een verband is tussen type kijker en het aantal uren dat TV gekeken wordt. Van de “Alleskijkers” kijkt 65% meer dan 20 uur per week televisie, Bij de informatiegerichten kijkt ongeveer 44% minder dan 12 uur per week.

	Gemiddeld	Entertain ment	Informatie zoeker	Info tainment	Alles kijker
	%	%	%	%	%
Laag (t/m 12)	29	19	44	43	15
Midden (12-20)	29	24	24	22	20
Hoog (20+)	42	58	32	35	65
	100	100	100	100	100

1.2 Ingedeeld naar radio luistergedrag

1.2.1 Media Imperatives (MIPS)

Media Imperatives zijn respondentkenmerken die (per mediumtype) aangeven of men tot de zware of lichte gebruikers (van dat type) behoort. Op basis van de per respondent beschikbare “gebruiksfrequenties” worden de respondenten ingedeeld in drie groepen (Hoog, midden laag). Bij de MIP Radio is de indeling Laag (t/m 5 uur per week), Midden (5-21 uur) en Hoog (meer dan 21 uur).

6 | Ouderen besteden relatief veel tijd aan radio luisteren

	Man	Vrouw	13-18	19-34	35-54	55+
	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 5)	37	40	59	46	33	32
Midden (5-21)	37	37	32	33	35	45
Hoog (21+)	26	23	10	21	32	23
	100	100	100	100	100	100

Bron: TNS NIPO, 2004

7 | Naarmate de opleiding stijgt, wordt er minder radio geluisterd

	LO	LBO	MAVO	MBO	HAVO/ VWO	HBO	WO
	%	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 5)	50	41	33	33	43	44	50
Midden (5-21)	18	30	32	43	37	38	39
Hoog (21+)	32	29	35	25	20	18	11
	100	100	100	100	100	100	100

Bron: TNS NIPO, 2004

8 | In Zeeland wordt het meeste tijd besteed aan radio luisteren, in Z-Holland het minst

	Zeeland	Noord- Brabant	Flevoland	Limburg	Gelderland	Groningen
	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 5)	32	38	33	37	31	37
Midden (5-21)	36	31	38	34	41	35
Hoog (21+)	32	31	29	29	28	28
	100	100	100	100	100	100

	Noord Holland	Utrecht	Overijssel	Drenthe	Friesland	Zuid- Holland
	%	%	%	%	%	%
Laag (t/m 5)	28	31	46	41	36	52
Midden (5-21)	46	43	28	35	43	35
Hoog (21+)	26	26	26	24	21	13
	100	100	100	100	100	100

Bron: TNS NIPO, 2004

1.2.2 Clustering op basis muziekvoorkeur

We hebben tevens een indeling gemaakt op de muziekvoorkeur die de respondenten hebben. In onderstaande tabel is de indeling van deze clusters te vinden. De donker gekleurde vlakken geven aan waar meer dan gemiddeld naar wordt geluisterd, de lichte vlakken wijzen op minder dan gemiddeld.

Cluster 3 is de groep luisteraars die naar veel verschillende muzieksoorten veel luistert, in cluster 2 zitten de mensen die juist minder dan gemiddeld luisteren.

De mensen in cluster 1 vallen op door een voorkeur voor pop&rock en top40 muziek.

Cluster 4 onderscheidt zich door een brede muziekinteresse, maar dan wel redelijk in de rock/pop hoek. In cluster 5 heeft men een duidelijke klassiek muziekvoorkeur, gecombineerd met wat middle of the road en golden oldies.

Clusternummer	Totaal	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5
		1	2	3	4	5
Alternative rock	1,32	1,15	1,17	1,97	1,58	1,04
Classic rock/ hard rock	1,44	1,27	1,21	2,14	1,90	1,13
Country	1,50	1,28	1,15	2,00	1,65	1,94
Dance/ house	1,67	1,74	1,33	2,02	2,13	1,25
Golden Oldies 60/70	2,02	2,06	1,21	2,46	2,40	2,30
Hiphop	1,47	1,51	1,14	1,87	1,83	1,12
Jaren 80/90	2,17	2,36	1,34	2,51	2,91	1,97
Jazz	1,33	1,08	1,09	1,83	1,21	1,90
Klassieke muziek	1,53	1,11	1,64	1,68	1,26	2,66
Middle of the road	1,48	1,38	1,04	1,97	1,55	1,81
Nederlandstalige muziek	2,06	2,19	1,44	2,29	2,37	2,14
Pop&Rock	2,25	2,51	1,54	2,73	3,17	1,37
R&B	1,82	1,91	1,34	2,27	2,54	1,23
Top 40	2,43	2,75	1,86	2,70	3,31	1,39
Wereldmuziek	1,59	1,52	1,19	2,11	1,97	1,53
Gewicht	100	39	17	16	15	15

Een donkere arcering geeft aan: meer dan 0,2 hoger dan gemiddeld, een lichte arcering, meer dan 0,2 lager dan gemiddeld. De getallen in de linkerkolom geven aan hoeveel er gemiddeld naar bepaalde soorten muziek wordt geluisterd, bijvoorbeeld meest naar Top 40. In cluster 5 kun je dan zien dat die veel minder dan gemiddeld naar Top 40 luisteren.

9 | “Jongeren pop/rock en ouderen klassieke muziekvoorkeur”

	Totaal	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5
Geslacht	%	%	%	%	%	%
Man	49	46	51	56	44	54
Vrouw	51	54	49	44	56	46
Leeftijd						
13-18	9	10	11	9	10	1
19-34	26	31	23	27	38	1
35-54	36	46	20	38	36	25
55+	30	13	46	26	17	73
Opleiding						
LO	2	1	3	2	3	2
LBO	13	16	13	11	8	10
MAVO	15	14	18	9	15	23
MBO	32	36	23	37	31	26
HAVO/VWO	12	10	11	18	13	9
HBO	20	19	2	18	22	24
WO	6	4	9	4	8	7
Provincie						
Groningen		26	29	14	21	10
Friesland		32	17	13	15	23
Drente		41	30	16	8	5
Overijssel		41	14	21	15	10
Flevoland		42	19	19	12	8
Gelderland		42	18	12	14	14
Utrecht		29	22	14	14	20
Noord Holland		37	11	19	12	21
Zuid-Holland		37	17	14	19	12
Zeeland		37	11	19	19	15
Noord-Brabant		47	15	15	12	12
Limburg		37	14	18	16	15
Nederland		39	17	16	15	15

Bron: TNS NIPO, 2004

2 Negen op de tien Nederlanders ontvangt tv via kabel

Bijna negen op de tien Nederlanders (88%) ontvangt televisiezenders via de kabel. Tien procent zegt via (centrale) antenne hun zenders te ontvangen en 6% via de schotel. In de provincie Utrecht geven de meeste mensen aan dat ze televisiezenders via de kabel ontvangen (95%), in Drenthe ligt dit percentage het laagst (80%).

2.1 Een derde zou graag meer zenders via kabel ontvangen

Een ruime meerderheid (68%) geeft aan dat men genoeg zenders via de kabel kan ontvangen. Van de zenders die eventueel toch gewenst zijn, zijn Animal Planet (10%) en RTL+ (9%) het meest populair.

Mensen die we rekenen tot het entertainment cluster (zie paragraaf 1.1.2) hebben een hoge voorkeur voor Animalplanet (15%). Degenen met belangstelling voor Infotainment, hebben meer voorkeur voor Discovery (9%).

10 / Welke zenders kunt u nu niet via de kabel ontvangen maar zou u wel willen ontvangen?

	%
Wil meer / andere zenders ontvangen	32
Animal Planet	10
RTL+	9
BBC World	5
Discovery	5
Arte	5
Rai Uno	4
Ik heb al genoeg zenders	68
100% =	1.147

Bron: TNS NIPO, 2004

Meer vrouwen dan mannen vinden dat ze al genoeg zenders op de kabel kunnen ontvangen (72% ten opzichte van 63%).

2.2 RTL 4 meest gewilde zender bij keuze zenderaanbod

Aan de respondenten is gevraagd aan te geven welke zenders men zeker zou willen ontvangen als men zelf het zenderaanbod zou mogen bepalen. Hierbij zijn de zenders die “verplicht” in het pakket zijn opgenomen, buiten beschouwing gelaten.

Onderstaand een overzicht van zenders die door minstens een kwart van de respondenten gekozen werden, uitgesplitst naar leeftijd. Jongeren kijken met name graag naar Yorin en Veronica, de zender National Geographic is naar mate de kijkers ouder worden populairder.

11 | Als u zou mogen besluiten hoe het zenderaanbod bij u er uit zou zien, welke zenders zou u dan zeker willen ontvangen?(n=1.163)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
RTL 4	75	65	79	77	73
SBS 6	70	55	76	72	66
Yorin	46	63	66	45	24
RTL 5	45	30	41	50	46
Net 5	38	35	50	35	31
Discovery	35	22	36	33	38
Veronica	29	49	32	33	16
National Geographic	24	8	19	25	32

Bron: TNS NIPO, 2004

Een lichte arcering betekent significant lager dan gemiddeld, een donkere significant hoger dan gemiddeld.

Niet alleen bij leeftijd verschilt de keuze in het zenderaanbod, ook tussen mannen en vrouwen zijn de meningen verdeeld. Vrouwen zeggen vaker RTL 4 en Net 5 zeker te willen ontvangen als zij het zenderaanbod mochten bepalen, mannen willen vaker RTL 5, Discovery en Veronica.

12 | Als u zou mogen besluiten hoe het zenderaanbod bij u er uit zou zien, welke zenders zou u dan zeker willen ontvangen? (n=1.163)

	Totaal	Man	Vrouw
	%	%	%
RTL 4	75	70	80
SBS 6	70	71	69
Yorin	46	44	47
RTL 5	45	51	39
Net 5	38	34	41
Discovery	35	42	27
Veronica	29	32	26
National Geographic	24	25	23
Nickelodeon	15	12	18
BBC1	14	15	13
CNN	12	13	12
TMF	10	7	13
Animal Planet	8	7	9
MTV	7	7	7
BBC 2	7	7	6
ZDF 2	6	7	6
ARD 1	6	8	4

Bron: TNS NIPO, 2004

2.3 TV5 en TRT meest genoemd om van de kabel te verdwijnen

De zenders TV5 en TRT worden het meest genoemd als wordt gevraagd welke zender van de kabel zou mogen verdwijnen (resp. 44% en 39%).

De voorkeur voor welke zenders mogen verdwijnen is met name afhankelijk van leeftijd. Hieronder een overzicht van de meest genoemde zenders die van de kabel zouden mogen verwijderd, uitgesplitst naar diverse leeftijdscategorieën. Onder de 34 jaar geeft men met name TV5, ZDF2 en ARD1 aan als zenders die zouden mogen verdwijnen. Van de 55-plussers mogen de muziekzenders van de kabel.

13 / Als u zou mogen besluiten hoe het zenderaanbod bij u eruit zou zien, welke zenders zouden voor u mogen verdwijnen? (n=1.163)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
TV5	44	52	51	47	31
TRT	39	36	37	44	35
ZDF 2	33	54	50	34	10
ARD 1	31	46	46	32	11
TMF	29	6	15	25	52
MTV	28	4	14	24	52
Rai Uno	24	31	28	25	19
The Box	22	4	13	23	34

Bron: TNS NIPO, 2004

2.4 Zeven op de tien niet op de hoogte zenderaanbod schotel of digitaal pakket

Zeven op de tien geeft aan geen zenders te kennen die op dit moment alleen via een schotel, een digitaal (plus) pakket of via een digitenne kunnen worden ontvangen. Aan degene die wel van die zenders kennen, geeft 58% aan geen enkele van die zenders via de kabel te willen ontvangen. Eén op de zeven (16%) zou graag Canal + via de kabel ontvangen, 6% Eurosport.

Vrouwen zijn minder op de hoogte van deze zenders; 73% van de vrouwen zegt geen zenders te kennen die alleen via een digitaal pakket, digitenne of schotel ontvangen kunnen worden ten opzichte van 67% van de mannen.

3 Negen op de tien kijkt iedere dag televisie

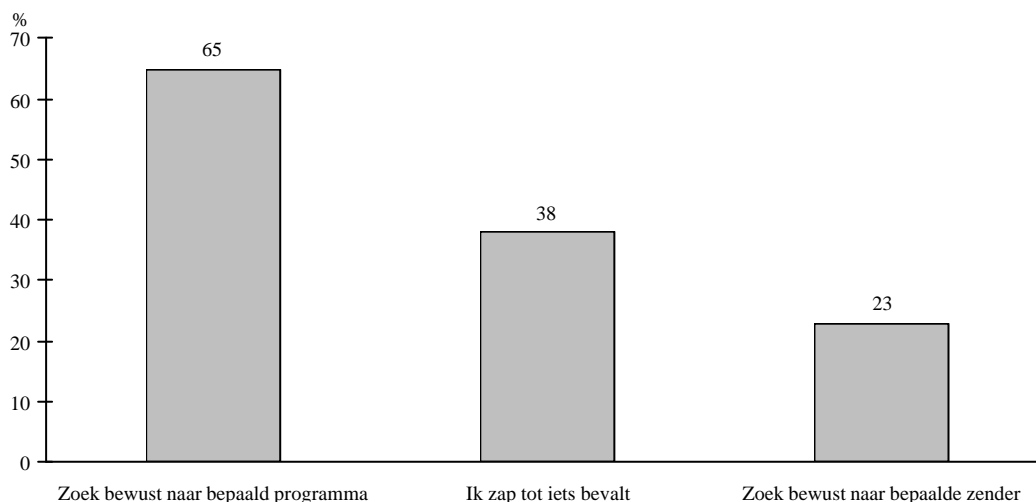
3.1 Bijna negen op de tien kijkt meer dan anderhalf uur per dag

Vrijwel alle ondervraagden (99%) kijken wel eens televisie, waarvan 91% iedere dag. Op de dagen dat er televisie wordt gekeken, kijkt de grootste groep (19%) gemiddeld zo'n drie uur. Bijna negen op de tien (88%) kijkt op die dagen meer dan anderhalf uur.

3.2 Tweederde van de kijkers zoekt bewust bepaald programma

De respondenten is ook gevraagd naar hoe ze dan naar de televisie kijken. Zoeken ze bewust of zappen ze? Eén op de vijf respondenten vertoont meerdere soorten gedrag.

14 | Wanneer u naar de televisie kijkt, hoe gaat u dan meestal te werk? (n=1.135)



Bron: TNS NIPO, 2004

Bij jongeren ligt het zapedrag beduidend hoger dan bij ouderen. Onder de achttien zapt 60% meestal, bij 55-plussers ligt dit percentage op 26%.

Mannen zappen meer dan vrouwen (44% tov 32%). Vrouwen zoeken het meest naar een bepaald programma (72%). Bij "Entertainment" wordt veel gezapt (48%), "Infotainment" en "Informatiezoeker" zoeken vaak bewust naar een bepaalde zender (ca. 30%) of een bepaald programma (70%).

Ruim driekwart (78%) van de televisiekijkers (en vooral "Infotainment" met 86%) is zich ervan bewust welke zender aanstaat. Naarmate men meer uren kijkt, weet men vaker welke zender aan staat.

3.3 RTL 4 meest bekeken zender

Op de vraag naar welke zenders men wel eens kijkt (gemiddeld een half uur per week) antwoordt 82% RTL 4. Dit is hiermee de meest bekeken zender, gevolgd door SBS6 (76%) en Nederland 2 (72%).

Bij kijkers onder de 34 jaar is Yorin veel populairder dan bij de ouderen; onder de 34 jaar kijkt ruim driekwart wel eens naar Yorin, bij de 55-plussers is dit slechts 37%.

15 | Nederland 1 en 2 meest bekeken zenders bij informatie interesse

	Gemiddeld	Entertainment	Informatiezoeker	Infotainment	Alleskijker				
Meest bekeken									
RTL4	90%	SBS 6	92%	Nld 1	78%	Nld 1	76%	RTL 4	95%
SBS6	82%	RTL4	87%	Nld 2	78%	Nld 2	69%	SBS6	87%
Nld 2	76%	Veronica	76%	RTL4	67%	RTL4	68%	Yorin	80%
Favoriet									
RTL 4	32%	SBS6	19%	Nld 1	38%	Nld 1	30%	RTL 4	51%

Bron: TNS NIPO, 2004

3.3.1 Tweederde jongeren onder 18 kijken muziekzenders

De muziekzenders, en dan met name MTV en TMF scoren hoog onder de groep tot 18 jaar (respectievelijk 61% en 65%).

Bij de ouderen worden met name Nederland 1 en 2 een stuk beter bekeken dan gemiddeld. Ruim tachtig procent van de 55-plussers geeft aan wel eens naar die zenders te kijken, tegenover 35% en 39% van de jongeren onder de 18 jaar.

De muziekzenders MTV, TMF en The Box scoren met name goed onder de 18 jaar. Bij de 55-plussers kijkt vrijwel niemand wel eens naar een muziekzender.

16 | Naar welk van deze zenders kijkt u zelf thuis wel eens (met wel eens bedoelen we gemiddeld een half uur per week) (n=1.153)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Nederland 1	66	35	53	69	83
Nederland 2	72	39	58	79	85
Nederland 3	60	31	54	65	68
RTL 4	82	80	86	85	78
SBS 6	76	72	78	80	71
Yorin	57	77	76	55	37
MTV	15	61	28	7	1
TMF	17	65	30	9	1
The Box	10	45	19	5	1

Bron: TNS NIPO, 2004

3.3.2 RTL 4 meest bekeken door vrouwen

RTL 4 wordt het meest gekeken, met name door vrouwen (87%). Door mannen wordt SBS6 (79%), RTL5 (61%) en Veronica (49%) meer gekeken dan door vrouwen (resp. 73%, 51% en 39%).

Bij het kijken naar Discovery channel is er ook een duidelijk verschil tussen mannen en vrouwen. De helft van de mannen kijkt wel eens naar Discovery, ten opzichte van 34% van de vrouwen.

17 | Naar welk van deze zenders kijkt u zelf thuis wel eens (met wel eens bedoelen we gemiddeld een half uur per week) (n=1.153)

	Totaal	Man	Vrouw
	%	%	%
Nederland 1	66	65	67
Nederland 2	72	74	69
Nederland 3	60	61	59
RTL 4	82	77	87
RTL 5	56	61	51
SBS 6	76	79	73
Yorin	57	58	56
Veronica	44	49	39
Discovery	42	50	34

Bron: TNS NIPO, 2004

3.4 RTL 4 populairst bij vrouwen, mannen voorkeur Nederland 2

Tweederde (66%) van de vrouwen kijkt het liefste naar RTL 4, ruim de helft (52%) van de mannen zegt het liefst naar Nederland 2 te kijken, wat met name te maken heeft met de sportuitzendingen op die zender.

SBS6 scoort ongeveer even goed bij de mannen als de vrouwen; de helft geeft aan dat ze hier het liefst naar kijken.

Onderstaand een overzicht van de zenders die men het liefste kijkt, uitgesplitst naar man/vrouw.

18 / Zou u hieronder willen aangeven naar welke zenders u het liefste kijkt? (n=1.153)

	Totaal	Man	Vrouw
	%	%	%
RTL 4	57	46	66
SBS 6	50	49	50
Nederland 2	47	52	43
Nederland 1	40	36	43
Nederland 3	31	31	31
Yorin	29	25	33
Net 5	22	17	26
Discovery	21	30	12
RTL 5	19	23	15
Veronica	17	22	13
National Geographic	14	16	12
Regionale zender(s)	10	10	10
TMF	8	7	9
Nickelodeon	7	6	7
Lokale zender(s)	6	7	5
MTV	6	6	6

Bron: TNS NIPO, 2004

4 Specifieke zendervoorkeur

We hebben de respondenten nog een aantal groepen zenders met overeenkomende kenmerken voorgelegd met de vraag hieruit te kiezen.

Bij de muziekzenders MTV, TMF en The Box gaat met 19% de voorkeur uit naar TMF. De ouderen geven hier vaak geen mening (93% bij de 55-plussers). Bij de jongeren onder de 18 jaar scoren MTV en TMF met 39% even hoog.

Vrouwen geven vaker de voorkeur aan TMF dan mannen (22% tov 15%).

MTV heeft een hoge voorkeur bij "Entertainment" (21%).

De helft van de Nederlanders vindt het belangrijk dat er een Engelse zender (BBC1 of BBC2) wordt doorgegeven. Jongeren hechten hier minder belang aan dan ouderen; onder de 18 jaar geeft 37% dat ze het niet belangrijk vinden en geeft een kwart geen mening. Mannen vinden het belangrijk dan vrouwen dat er een Engelse zender wordt doorgegeven (55% tov 45%). Met name "Infotainment" vindt het belangrijk (64%).

Als een keuze moet worden gemaakt tussen Discovery Channel, National Geographic en Animal Planet, kiest 55% voor Discovery Channel. National Geographic scoort 20%, Animal Planet 11%. Onder 55-plussers scoort National Geographic met 26% hoger dan gemiddeld, bij de jongeren tot 18 jaar is Animal Planet met 21% meer populair.

Mannen geven meer de voorkeur aan Discovery Channel (67%), vrouwen kiezen meer voor National Geographic en Animal Planet dan de mannen (23% en 15%). National Geographic wordt ook vaak gekozen door "Infotainment" (29%).

CNN geniet van de buitenlandse nieuwszenders veruit de grootste voorkeur (57%).

BBC World blijft op ruime afstand met 12%, daarna volgt Euronews met 5%. Ruim een kwart (27%) heeft geen voorkeur voor een buitenlandse nieuwszender. Vrouwen geven hier vaker geen voorkeur op dan mannen (32% tov 21%). "Infotainment" heeft een relatief hoge voorkeur voor BBC World (20%) en "Entertainment" voor CNN (64%).

Bijna de helft (49%) vindt het niet belangrijk dat er een Duitse zender wordt doorgegeven. Van degene die het wel belangrijk vinden (36%) geeft men de voorkeur aan ZDF (26%) of ARD (22%).

In de grensprovincies hecht men meer waarde aan Duitse zenders. Met name in Limburg en Groningen vindt men het van belang dat er een Duitse zender wordt doorgegeven (resp. 61% en 54%). Verder vinden mannen het belangrijker dan vrouwen (41% tov 32%).

Nickelodeon scoort het hoogst bij de kindertzenders (24%). Met name de jongeren zelf (onder 18 jaar) geven aan dat dit hun favoriete zender is (50%).

Bij de keuze TV5, TVE, RAI Uno, TRT en MBC, hoort volgens de helft van de respondenten TV5 het meest op de kabel thuis en MBC het minst (38%). Het lijkt of de antwoorden met betrekking tot TV5 in tegenspraak zijn met hoofdstuk 2.3 (waar desgevraagd TV5 een van de meest genoemde zenders is die men zelf zou laten

verdwijnen). Men kan echter wel vinden dat een zender daar thuis hoort, maar er zelf geen behoefte aan hebben.

Samenvattend komen de zendervoorkeuren bij de voorgelegde categorieën neer op het volgende:

19 / Specifieke zendervoorkeuren (n=1.163)

Soort zender	Grootste voorkeur	Keuze van %
Muziek	TMF	19
Natuur/ wetenschap	Discovery Channel	55
Buitenlands nieuws	CNN	57
Duitstalig	ZDF	26
Kinderprogramma	Nickelodeon	24
Anderstalig	TV5	50

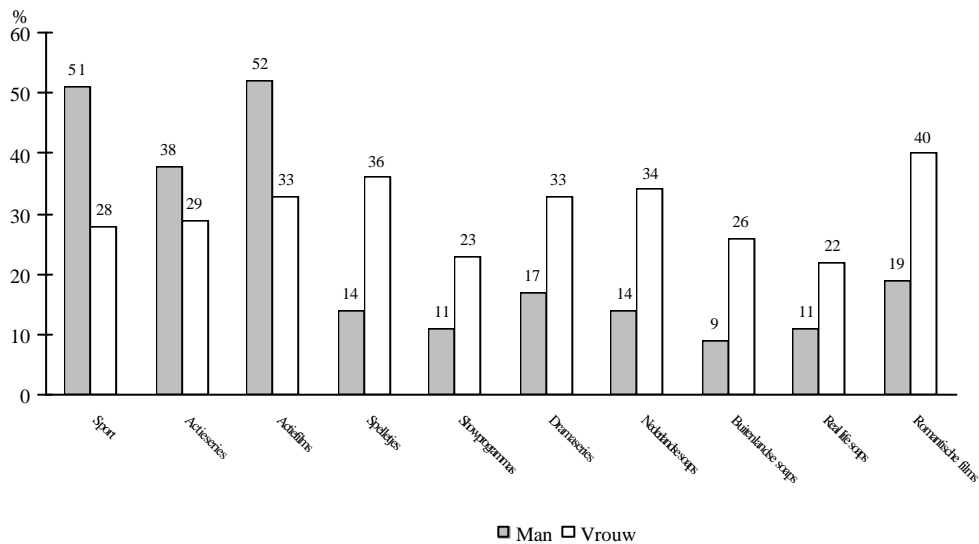
Bron: TNS NIPO, 2004

5 Programmavoorkeur

De programmavoorkeur van mannen en vrouwen verschilt sterk van elkaar. Mannen kijken met name vaker naar sport, actieseries en actiefilms. Vrouwen kijken vaker naar spelletjes, showprogramma's, dramaserie's, soaps en romantische films.

In onderstaande tabel een overzicht van soorten programma's die men zegt vaak/ (vrijwel) altijd te kijken uitgesplitst naar man/vrouw.

20 | Wilt u aangeven hoe vaak u naar dergelijke programma's kijkt? (n=1.163)



Bron: TNS NIPO, 2004

5.1 Storende tv-programma's

Als mensen zich aan tv-programma's storen, gaat dat men name over tell sell, call tv, erotische programma's of soaps. Ook real-life soaps zoals bijvoorbeeld Patty's posse wekken nog wel eens ergernis op. Er zijn echter ook nog een heel aantal mensen die concluderen dat er een knop op hun tv zit en dat ze zich dus niet hoeven te ergeren als ze dat niet willen.

6 Helft luistert iedere dag naar de radio

Van de respondenten die wel eens naar de radio luisteren (93%) geeft ruim de helft (52%) aan dat ze iedere dag luisteren.

Jongeren (tot 18 jaar) luisteren het minst naar de radio; 12% van deze groep luistert nooit naar de radio.

6.1 Luistergedrag verschilt per locatie

6.1.1 Ruim driekwart luistert thuis bewust naar bepaalde zender

Ruim driekwart (77%) luistert thuis bewust naar een bepaalde zender, 20% zapt en 9% zoekt naar een bepaald programma.

21 | Wanneer u thuis naar de radio luistert, hoe gaat u dan te werk? (n=935)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Zoek bewust naar een bepaalde zender	77	67	77	78	79
Ik 'zap' tot ik iets hoor wat me bevalt	20	30	24	19	16
Zoek bewust naar een bepaald programma	9	7	4	8	16

Bron: TNS NIPO, 2004

6.1.2 Op het werk wordt meegeluisterd en minder gezapt

Op het werk luistert de helft (51%) mee met het programma dat aanstaat en zoekt 46% bewust naar een bepaalde zender. Op het werk wordt er beduidend minder gezapt (8%) dan thuis.

22 / Wanneer u op het werk naar de radio luistert, hoe gaat u dan te werk? (n=392)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Luister mee naar programma dat aanstaat	51	64	49	55	34
Zoek bewust naar een bepaalde zender	46	33	48	44	55
Ik 'zap' tot ik iets hoor wat me bevalt	8	5	11	6	13
Zoek bewust naar een bepaald programma	3	1	4	2	2

Bron: TNS NIPO, 2004

6.1.3 In de auto wordt veel gezapt

Zapedrag treft men in de auto weer veel sterker aan (27%).

23 / Wanneer u in de auto naar de radio luistert, hoe gaat u dan te werk? (n=779)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Zoek bewust naar een bepaalde zender	76	67	70	80	79
Ik 'zap' tot ik iets hoor wat me bevalt	27	34	31	25	25
Zoek bewust naar een bepaald programma	8	3	6	8	9

Bron: TNS NIPO, 2004

6.1.4 Zapedrag het grootst onder jongeren

Net als bij televisie is het zapedrag onder jongeren het grootst. Zeven op de tien luisteraars weet (bijna) altijd welke zender aanstaat, jongeren weer wat minder, maar die zappen immers vaker.

24 | In welke mate weet u naar elke zender u luistert? (n=1.111)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
(Bijna) altijd	70	62	67	73	72
Soms wel, soms niet	21	31	25	20	18
(Bijna) nooit	8	8	8	7	10

Bron: TNS NIPO, 2004

6.2 Achttien procent van de radioluisteraars luistert wel eens radio via internet.

Radio luisteren via Internet gebeurt meer door jongeren dan door ouderen.

Luistert radio via Internet:

- tot en met 34 jaar 26%
- 35 jaar en ouder 14%

6.3 Sky Radio meest beluisterde zender

Sky Radio is de meest beluisterde zender. Ruim vier op de tien (42%) van de luisteraars luistert wel eens (gemiddeld minstens een half uur per week) naar Sky Radio. Deze zender wordt gevolgd door Radio 538 (31%), Noordzee FM (26%), Radio 2 (21%) en Radio 1 (20%). Regionale zenders zijn goed voor 21% van de luisteraars.

Radio 538 scoort bovengemiddeld goed bij jongeren tot 18 jaar (44%) en bij 19-34 jarigen (51%). Sky Radio is het meest populair in de categorie 35-54 jarigen met 52%. Onder de 55-plussers bevinden zich de meeste Radio 1 luisteraars (39%).

25 / Naar welke zenders luistert u zelf wel eens (met wel eens bedoelen we gemiddeld minstens een half uur per week) (n=1.094)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Sky Radio	42	39	46	52	26
Radio 538	31	44	51	31	11
Noordzee FM	26	34	29	33	13
Regionale zender(s)	21	8	8	21	37
Radio 2	21	3	8	22	35
Radio 1	20	4	8	17	39
3fm	14	11	28	13	5
Classic FM	13	1	4	6	32
Radio 10 Gold	13	8	7	16	14
Yorin FM	12	30	24	10	1
Radio Veronica	12	14	21	11	4
Arrow Classic Rock	8	3	6	13	5
RTL FM	7	8	11	7	4

Bron: TNS NIPO, 2004

Als meest beluisterde zender wordt Sky Radio dan ook door 31% van de ondervraagden aangegeven als zender waar men het liefst naar luistert.

Tot 34 jaar luistert men het liefst naar Radio 538 (41%), bij 55-plussers zijn Radio 1 en de regionale zenders favoriet (beide met 31%).

6.4 Noordzee FM meest bekende zender

Noordzee FM wordt door de meeste mensen genoemd (88%) als wordt gevraagd of men deze zender kent.

Onderstaand een overzicht van de radiozenders die bij meer dan driekwart van de Nederlanders bekend zijn.

26 / Welke radiozenders kent allemaal, al is het alleen maar van naam? (n=1.204)

	%
Noordzee FM	88
Sky Radio	87
Radio 1	85
Radio 2	82
3FM	80
Radio 538	80
Radio Veronica	77
100% =	1.204

Bron: TNS NIPO, 2004

6.5 Bekendheid Noordzee FM lager bij 55-plussers

Bij de bekendheid van radiozenders speelt leeftijd een belangrijke rol. Met name de jongeren onder de 18 en de 55-plussers kennen andere radiozenders dan gemiddeld. Onderstaand een overzicht van radiozenders die bij meer dan driekwart van de Nederlanders bekend zijn, uitgesplitst naar leeftijd.

27 / Welke radiozenders kent allemaal, al is het alleen maar van naam? (n=1.204)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Noordzee FM	88	90	93	94	77
Sky Radio	87	88	95	93	74
Radio 1	85	59	86	88	89
Radio 2	82	55	84	86	83
3FM	80	54	83	85	79
Radio 538	80	83	92	87	59
Radio Veronica	77	75	85	84	62

Bron: TNS NIPO, 2004

6.6 Acht op de tien Nederlanders ontvangt thuis radio via kabel

Acht op de tien Nederlanders (83%) geeft aan radiozenders thuis via de kabel te ontvangen. Twee op de tien (21%) ontvangt deze via de ether, 15% via de (centrale) antenne. Radio ontvangt men dus vaker op verschillende manieren dan televisie.

7 Top 40 favoriete muzieksoort

Top 40 is de meest favoriete muzieksoort (38%), gevolgd door Jaren 80/90 (35%), Golden Oldies 60/70 (32%) en Pop&Rock (30%).

Bij de 55-plussers zijn de Golden Oldies favoriet (47%), bij 35-54 jarigen Jaren 80/90 (49%).

7.1 Bijna driekwart luistert nooit naar klassieke muziek

Bijna driekwart (72%) luistert nooit naar klassieke muziek op de radio. Bij de jongeren tot 18 jaar ligt dit percentage zelfs op 91%.

Van de klassieke muziekluisteraars luistert meer dan de helft (52%) het liefst naar Classic FM, Radio 4 volgt op afstand met 20%.

7.2 Ruim driekwart luistert nooit naar buitenlandse zenders

Ruim driekwart (78%) luistert nooit naar buitenlandse zenders. Duitstalige zenders worden door 13% beluisterd, Engelstalige door 10%.

De anderstalige zenders worden voornamelijk beluisterd vanwege de muziek (69%).

Bij Belgische zenders weten weinig respondenten een voorkeur uit te spreken. Ruim de helft (52%) zegt hier nooit naar te luisteren, 22% heeft geen voorkeur. Bij degene die wel een keuze maken, is Radio Donna met 13% favoriet.

8 Tachtig procent weet niet hoe kabelaanbod wordt bepaald

8.1 Publieke invloed wordt van groot belang geacht.

91% van alle respondenten vindt het belangrijk tot heel belangrijk dat het publiek invloed kan uitoefenen op het zenderaanbod van radio en televisie. In de mening is er nauwelijks onderscheid naar bevolkingsgroep.

28 / Hoe belangrijk vindt u het dat het publiek invloed kan uitoefenen op het zenderaanbod van radio en TV? (n=1.203)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Heel belangrijk	38	36	41	40	34
Belangrijk	53	53	52	52	55
Onbelangrijk	8	10	6	8	10
Heel onbelangrijk	1	1	1	0	1

Bron: TNS NIPO, 2004

8.2 80% weet niet hoe beslissing kabelaanbod tot stand komt

Ruim acht op de tien (81%) weet niet hoe wordt beslist welke zenders via de kabel worden uitgezonden. Naarmate men ouder is, lijkt men beter op de hoogte.

29 / Weet u hoe beslist wordt welke zenders via de kabel worden uitgezonden? Het gaat zowel om radio als TV-programma's. (n=1.203)

	Totaal	13-18 jaar	19-34 jaar	35-54 jaar	55+
	%	%	%	%	%
Weet wel	19	8	13	23	21
Weet niet	81	92	87	77	79

Bron: TNS NIPO, 2004

Bij degene die aangeven dit wel te weten, valt in 44% (dat is 8% van alle ondervraagden) van de uitleg hierover het woord programmaraad.

8.3 Helft desgevraagd bekend met programmaraad, opdracht echter grotendeels onbekend

De helft van de respondenten heeft wel eens gehoord van de programmaraad.

Als echter aan degenen die zeggen wel eens van de programmaraad gehoord te hebben, wordt gevraagd wat de opdracht van de raad is, moet 71% van hen hierop het antwoord schuldig blijven. Negentig procent geeft ook aan niet te weten hoe in contact te kunnen komen met de programmaraad.

Bijlagen