

The New News Consumer Bevindingen survey

3 November 2015

Auteurs: Prof. Irene Costera Meijer, Prof. Marcel Broersma, Dr. Martijn Kleppe, Dr. Anna Van Cauwenberge, Dr. Chris Peters, Joëlle Swart, Tim Groot Kormelink.

Contact: Dr. Anna Van Cauwenberge,
a.m.l.van.cauwenberge@rug.nl

Dit rapport geeft een overzicht van de belangrijkste bevindingen van The New News Consumer survey (wave 1).

OPZET SURVEY

Via het onderzoeksbureau PanelClix werden **1021 Nederlandse respondenten** gerekruteerd om deel te nemen aan de online survey. De respondenten zijn ouder dan 16 jaar en geven aan minstens maandelijks nieuws te raadplegen. Het steekproefsample is **representatief** voor geslacht, leeftijd, en geografische locatie.

De **online survey** werd **afgenomen in mei 2015** en bestond uit 16 vragen, onderverdeeld in zeven thema's: (1) nieuws(media)gebruik, (2) contexten en plaatsen van nieuwsgebruik, (3) motivaties voor nieuwsgebruik, (4) nieuwsinteresses en -voorkeuren, (5) nieuwsstorytelling-voorkeuren, (6) gebruik van sociale media voor nieuws, en (7) vormen van publiek engagement en burgerschap.

BEVINDINGEN

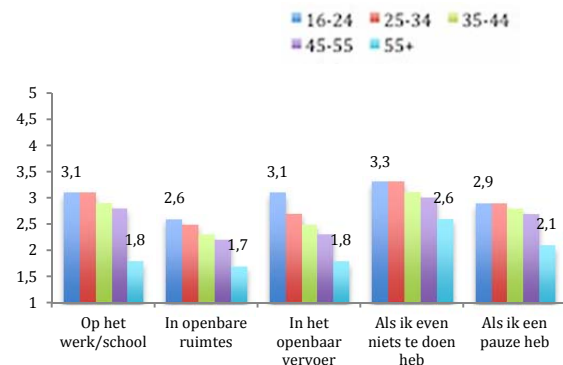
Nieuws wordt vaak gebruikt

Van de respondenten die maandelijks nieuws raadplegen, volgt 78% dagelijks nieuws en zegt 1 op 5 nieuws elk uur te raadplegen.

Nieuws als tussendoor activiteit bij jonge mensen

Opvallend: Grafiek 1 toont dat jonge mensen nieuws meer raadplegen als ze onderweg zijn of wanneer ze even niks te doen hebben dan de oudere leeftijdsgroepen.

Grafiek 1. Wanneer en in welke situatie lees, luister, kijk of check jij nieuws? Gemiddelde waarden, schaal 1 t.e.m. 5)



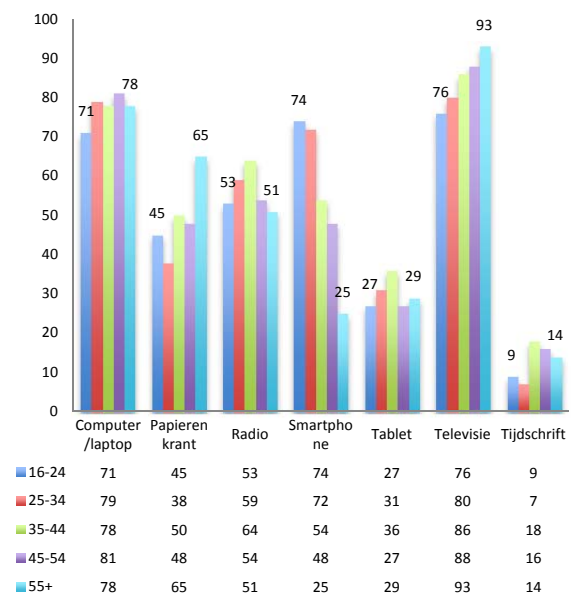
Legende: "1"= nooit; "2"= zelden; "3" = soms; "4" = vaak; "5" = altijd

Televisie meest gebruikte nieuwsmedium

Zoals weergegeven in Grafiek 2, is televisie voor alle leeftijdsgroepen het meest gebruikte nieuwsmedium.

Televisie wordt als nieuwsmedium op de voet gevolgd door de computer/laptop, behalve voor de 16-24-jarigen voor wie de smartphone het tweede meest geraadpleegde nieuwsmedium is.

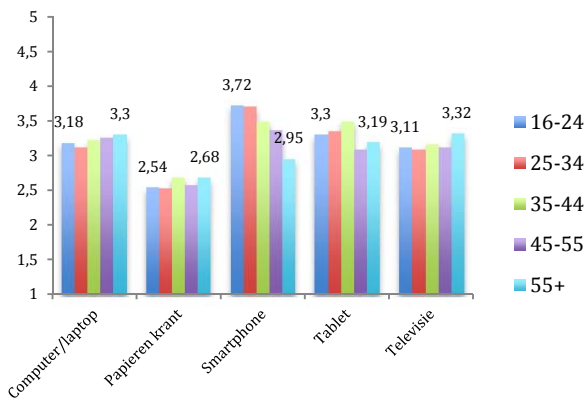
Grafiek 2. Welke media heb je de afgelopen week gebruikt om nieuws tot je te nemen? (% van respondenten)



Toename gebruik smartphone voor nieuws bij jonge mensen

Uit Grafiek 2 bleek reeds dat de smartphone een prominent nieuwsmedium is bij jonge mensen. Wanneer vervolgens gevraagd naar het nieuwsmediumgebruik ten opzichte van vorig jaar (zie Grafiek 3), dan blijkt dat enkel de smartphone een vlucht vooruit neemt, in het bijzonder bij de 16-34-jarigen.

Grafiek 3. Vergelijken met een jaar geleden, gebruik je onderstaande media minder, ongeveer hetzelfde of meer? (Gemiddelde waarden, schaal 1 t.e.m. 5)

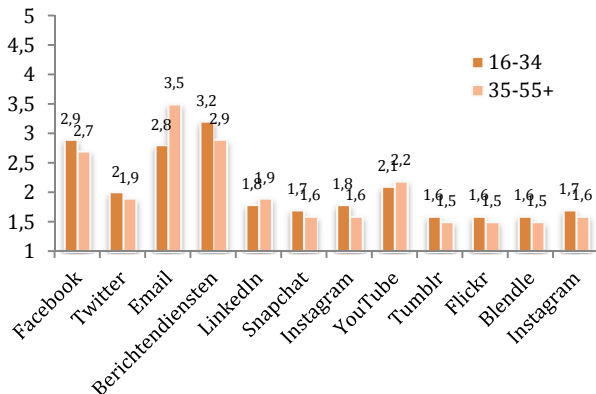


Legende: "1" = veel minder; "2" = iets minder; "3" = ongeveer hetzelfde; "4" = meer; "5" = veel meer.

Waarde sociale media voor nieuws is beperkt bij jonge mensen

Een verrassende vaststelling is dat jonge mensen sociale media niet belangrijk vinden voor het krijgen of delen van nieuws, zoals blijkt uit Grafiek 4.

Grafiek 4. Hoe belangrijk zijn onderstaande platformen voor jou om nieuws met anderen te delen? (Gemiddelde waarden, schaal 1 t.e.m. 5)

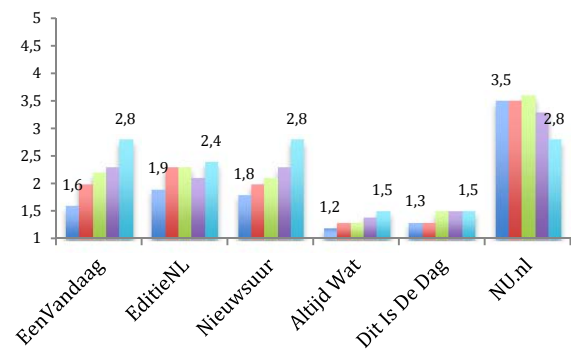
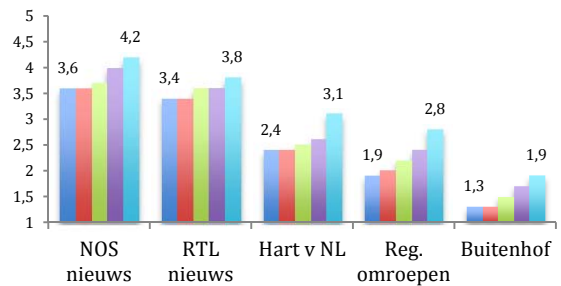
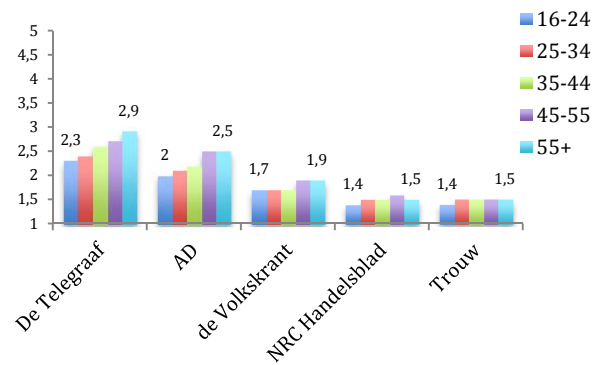


Legende: "1" = helemaal niet belangrijk; "2" = niet belangrijk; "3" = neutraal; "4" = belangrijk; "5" = erg belangrijk.

NOS, RTL, NU.nl zijn meest geraadpleegde nieuwsmerken

NOS is bij alle leeftijdscategorieën het meest geraadpleegde nieuwsmerk, op de voet gevolgd door RTL, dat prominenter is bij de oudere leeftijdsgroepen, en NU.nl dat populairder is bij jonge mensen (zie Grafiek 5 t.e.m. 7).

Grafiek 5-7. Hoe vaak lees, kijk, luister of check jij deze nieuwsbronnen? (Gemiddelde waarden, schaal 1 t.e.m. 5)



Legende: "1" = nooit; "2" = zelden; "3" = soms; "4" = vaak; "5" = altijd

Toegankelijkheid is het belangrijkste selectie-criterium

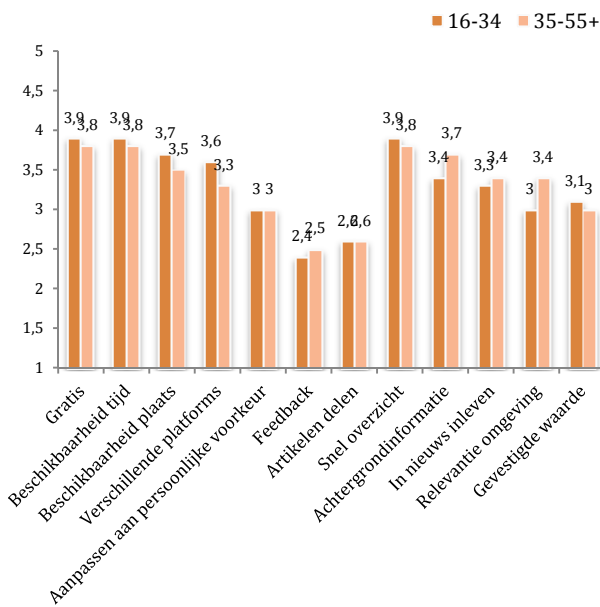
Tot slot, wanneer aan respondenten gevraagd werd wat zij belangrijk vinden bij de keuze voor een specifieke krant, tijdschrift,

THE NEW NEWS CONSUMER: BEVINDINGEN SURVEY
 televisieprogramma of app, dan blijken
 toegankelijkheidscriteria zoals het gratis

beschikbaar zijn van nieuws, de beschikbaarheid van nieuws op verschillende plaats- en tijdstippen en via verschillende platformen, en het krijgen van een snel nieuwsoverzicht de belangrijkste selectiecriteria (zie Grafiek 8).

Een tweede, enigszins verrassende vaststelling is dat interactiviteit—bijvoorbeeld het kunnen geven van feedback of het delen van nieuws—minder belangrijk is bij de keuze voor een nieuwsplatform.

Grafiek 8. Wat vind jij belangrijk bij de keuze voor een specifieke krant, tijdschrift, televisieprogramma of app? (Gemiddelde waarden, schaal 1 t.e.m. 5)



Legende: "1" = helemaal niet belangrijk; "2" = niet belangrijk; "3" = neutraal; "4" = belangrijk; "5" = erg belangrijk.

**Feedback Consortiumbijeenkomst
3 november 2015**

Grafiek 1

Gijs Rademaker (EenVandaag): Wat werd in het onderzoek onder nieuws verstaan?

Anna van Cauwenberge (RUG): Dat hebben we bewust open gelaten. Het gaat dus om wat de respondenten zelf als nieuws zien.

Marcel Broersma (RUG): Wel hebben we expliciet gezegd dat het niet om interpersoonlijk nieuws ging, zoals updates over het leven van vrienden en familie.

Grafiek 2

Gijs Rademaker (EenVandaag): Waarom is er qua gebruik zo'n groot verschil tussen computer/laptop en smartphone?

Anna van Cauwenberge (RUG): In tegenstelling tot de smartphone, wordt de computer/laptop door alle leeftijdsgroepen relatief veel gebruikt. Als we opsplitsen op leeftijd, zien we echter dat het verschil tussen computer/laptop en smartphone afneemt naarmate de gebruiker jonger is. Bij de leeftijdsgroep 16-24 wordt de smartphone (74%) zelfs meer gebruikt dan de computer/laptop (71%).

Grafiek 4

Gijs Rademaker (EenVandaag): Hoe verhoudt de 3,5 van e-mail zich tot bijvoorbeeld laptop en tv?

Anna van Cauwenberge (RUG): Dat kunnen we op basis van deze gegevens niet zeggen, omdat die media anders zijn bevraagd.

Jacinta Louwes (NTR): Ik zou liever de verhoudingen willen zien, dus de frequenties van 'belangrijk' en 'niet belangrijk'.

Marcel Broersma (RUG): We gaan nog kijken of we hier bepaalde patronen uit kunnen halen.

Gijs Rademaker (EenVandaag): Ik ben benieuwd naar een vergelijking met de Verenigde Staten. Is Facebook bijvoorbeeld al op z'n weg terug?

Jacinta Louwes (NTR): Is er nog potentie voor groei?

Marcel Broersma (RUG): Uit onderzoek blijkt dat het gebruik van sociale media in de V.S. nog steeds stijgt.

Grafiek 5-7

Joyce van Telgen (De Persgroep NL): Is bijvoorbeeld bij de Telegraaf toegelicht of het om de krant of de website ging?

Anna van Cauwenberge (RUG): Nee, deze vraag is gesteld op titelniveau.

Grafiek 8

Angelique Brinkman (De Persgroep NL): Criteria als 'artikelen delen' zijn niet relevant voor TV.

Anna van Cauwenberge (RUG): Dat kunnen we nog uitsplitsen.

Overige vragen

Jan Rozendaal (NDC Mediagroep): Bij voorkeuren voor storytelling spelen plaats en platform ook een rol. Je hoort veel: op mobiel moet je nieuws anders aanbieden dan op de website. Hebben jullie dat ook meegenomen?

Irene Costera Meijer (VU): Waar faciliteer je bijvoorbeeld achtergrond?

Anna van Cauwenberge (RUG): De survey zou helaas te groot worden als respondenten hun storytelling-voorkeuren voor elke plaats en elk platform apart moesten invullen. Een dagboekmethode is hiervoor geschikter.

Philippe Remarque (Volkskrant): Bij ons is de leestijd op de smartphone sinds twee maanden langer dan op de desktop.

Gijs Rademaker (EenVandaag): Kunnen jullie deze gegevens vergelijken met jullie newstracker?

Martijn Kleppe (VU): Voor de newstracker hebben we alleen jonge laptopgebruikers onderzocht.

Jan Rozendaal (NDC Mediagroep): Kun je niet een app bouwen waarin nieuws getrackt wordt en mensen ook een dagboek kunnen invullen?

THE NEW NEWS CONSUMER: BEVINDINGEN SURVEY

Martijn Kleppe (VU): Dat is technisch gezien erg lastig en zou bovendien erg duur zijn.

Angelique Brinkman (De Persgroep NL): VINEX en SKO zijn gestart met het Nederlands Online Bereik Onderzoek (NOBO), met een huishoudpanel van 5,000. Hiermee kan internetgedrag cross-device gemeten en voorspeld worden. Online video content kan dan beter worden gemeten. De eerste streaming-data komen nu binnen. Het mooie is dat de data van de uitgevers zijn, dus met toestemming zouden jullie daar eventueel toegang tot kunnen krijgen.

Irene Costera Meijer (VU): Dat zou geweldig zijn. Daarnaast kunnen wij de vragen die hieruit ontstaan weer nader onderzoeken.