KANTAR PUBLIC

Lokale Media in Amsterdam

Onderzoek naar het gebruik van lokale media in de gemeente Amsterdam



Joep Keuzenkamp en Bart Koenen

244410915

Februari 2023

Inhoudsopgave

1	Achtergrond en opzet onderzoek	3
2	Samenvatting	9
3	Algemeen beeld Amsterdam: interesse, mediagebruik en gedrag	11
4	Resultaten stadsdelen	23
5	Verschillen naar leeftijd, afkomst en opleidingsniveau	33
6	**Bijlage**: onderzoeksverantwoording	43

1
Achtergrond en opzet onderzoek



Achtergrond onderzoek

Aanleiding

Eind 2021 heeft de gemeente Amsterdam besloten tot een verkenning naar de wenselijkheid van een nieuwe duurzame oplossing voor de ondersteuning van de buurtmedia. De gemeente wil hiertoe graag actueel inzicht krijgen in het gebruik van lokale media door inwoners van de gemeente Amsterdam. In dit kader werd in 2022 al een verkennend onderzoek uitgevoerd door de DSP-groep (*Weten wat er speelt*). Dit verkennende onderzoek kende een meer kwalitatieve aanpak, richtte zich primair op *buurtmedia* en leverde belangrijke input voor de opzet van het voorliggende kwantitatieve media-onderzoek.

Definitie lokale media en buurtmedia

Net als in het DSP-rapport maken we onderscheid tussen *lokale media* en *buurtmedia*. Lokale media definiëren we als berichtgeving afkomstig van een medium dat zich tot doel heeft gesteld om onafhankelijk informatie te leveren over de gehele gemeente Amsterdam. Dat kan informatie zijn die de hele gemeente betreft, maar ook informatie die zich specifiek richt op (ontwikkelingen in) stadsdelen, wijken of buurten. Voorbeelden van lokale media zijn huis-aan-huisbladen, die in de meeste gevallen in een heel stadsdeel worden verspreid en nieuws brengen over zowel de gehele gemeente Amsterdam als over het stadsdeel zelf.

Buurtmedia zijn een deelverzameling van vaak kleinere lokale media: zij zijn actief in - en leveren (onafhankelijke) informatie over - specifieke buurten, wijken en stadsdelen. Net als lokale media kunnen buurtmedia kranten zijn, radio en/of tv-zenders of (nieuws) websites. Buurtmedia kunnen daarnaast ook pagina's op sociale media als Facebook, YouTube-kanalen of berichten op Instagram betreffen. Buurtmedia ontstaan meestal op initiatief van inwoners van een wijk of buurt en worden vaak door vrijwilligers in de lucht gehouden.

Bereik en belang lokale media

In het voorliggende Kantar Public onderzoek is een kwantitatieve inventarisatie gemaakt van de lokale media die momenteel in de stad actief zijn. Zoals eerder beschreven, is hierbij grotendeels gebruik gemaakt van de titellijsten uit het DSP-onderzoek. Met het onderzoek is verder in kaart gebracht wat het *bereik* van de lokale media is, welk *belang* Amsterdammers aan hun lokale media hechten én voor welke onderwerpen zij de lokale media raadplegen. Het onderzoek dient - kortom - een gestructureerd beeld van het totale Amsterdamse landschap van lokale media en zijn gebruikers te geven.

Opzet en uitvoering onderzoek

Het veldwerk voor het onderzoek is uitgevoerd in de periode van 21 oktober tot en met 20 december 2022. Er zijn in deze periode twee steekproeven benaderd: één in NIPObase (meer uitleg staat op de volgende slide) en een aanvullende steekproef van Amsterdammers die per brief zijn uitgenodigd om aan het onderzoek deel te nemen. In totaal hebben 1.290 Amsterdammers aan het onderzoek deelgenomen. Een meer uitgebreide onderzoeksverantwoording staat verderop in dit hoofdstuk.

Opbouw rapportage

Het rapport is als volgt opgebouwd: na dit inleidende hoofdstuk volgt eerst de samenvatting in hoofdstuk 2. In het derde hoofdstuk wordt ingegaan op een aantal onderwerpen dat te maken heeft met interesse, mediagebruik in het algemeen, houding en gedrag. Ook wordt in dit hoofdstuk een overzicht gegeven van het bereik van de verschillende mediatitels. De overzichten per stadsdeel zijn weergegeven in het volgende hoofdstuk. In het laatste hoofdstuk zijn alle verschillen naar leeftijd, afkomst en opleidingsniveau weergegeven.

Amsterdammers in NIPObase (zonder Weesp)

Ideaalcijfers

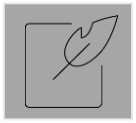
Door de demografische ideaalcijfers van de gemeente Amsterdam naast de cijfers van NIPObase te leggen is een (bruto) steekproef samengesteld die op basis van genderidentiteit, leeftijd, opleidingsniveau en grootte huishouden representatief is voor de bevolking van de gemeente Amsterdam. Omdat de werkelijke populatie van Amsterdammers met een westerse en niet-westerse migratie achtergrond groter is dan in NIPObase voorkomt, is een aanvullende steekproef benaderd om zodoende meer respons onder deze doelgroepen te genereren.

Panel bias

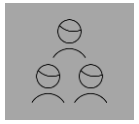
Tot slot is het belangrijk om te vermelden dat NIPObase *geen* zelfaanmelding kent. Alle respondenten zijn door Kantar zelf geworven, waarbij de samenstelling van de bevolking leidend is. Groepen mensen die normaliter minder goed in verschillende panels vertegenwoordigd zijn, zijn in NIPObase beter vertegenwoordigd. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om jongeren, praktisch geschoolden en mensen met een migratieachtergrond (westers én niet-westers).

	NIPObase	
	Absoluut	**Percentage**
Gender		
▪ Vrouw	1.313	54%
▪ Man	1.125	46%
Leeftijd		
▪ 18 t/m 24 jaar	115	5%
▪ 25 t/m 34 jaar	337	14%
▪ 35 t/m 44 jaar	369	16%
▪ 45 t/m 54 jaar	402	16%
▪ 55 t/m 64 jaar	476	19%
▪ 65-plus	739	30%
Opleiding		
▪ Laag opgeleid	405	17%
▪ Middelbaar opgeleid	589	24%
▪ Hoog opgeleid	1.444	59%
Afkomst		
▪ Geen migratieachtergrond	1.810	74%
▪ Westerse migratieachtergrond	198	8%
▪ Niet-westerse migratieachtergrond	430	18%

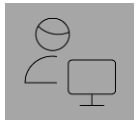
Opzet onderzoek



Doelstelling
Het onderzoek moet een gestructureerd beeld bieden van het totale Amsterdamse landschap van lokale media en zijn gebruikers. Met de inzichten van het onderzoek wil de gemeente haar (lokale) mediabeleid voor de komende jaren kunnen aanscherpen.



Respons
In totaal zijn 2.140 Amsterdamse panelleden gevraagd om (online) deel te nemen aan het onderzoek. Een aanvullende steekproef van jongeren en Amsterdammers met een westerse én niet-westerse migratie achtergrond is per brief benaderd om aan het onderzoek deel te nemen. In totaal hebben 1.290 respondenten meegedaan aan het onderzoek (respons 60%). De resultaten zijn herwogen op de achtergrondkenmerken genderidentiteit, leeftijd, opleidingsniveau, grootte huishouden en migratieachtergrond.



Veldwerk
Het veldwerk in het panel is uitgevoerd in de periode van 21 oktober tot en met 1 november 2022. Op 26 oktober is een reminder gestuurd. Het veldwerk voor de aanvullende steekproef liep van 14 november tot en met 20 december 2022.



Online methode en uitnodigingen per brief
Voor dit onderzoek is gebruikt gemaakt van een online vragenlijst (CAWI: computer assisted web interviewing). Respondenten ontvingen een e-mail met daarin informatie over het onderzoek en een link naar de online vragenlijst. De aanvullende steekproef is per brief benaderd. Elke uitnodiging had hierbij een uniek wachtwoord waarmee respondenten konden inloggen op de onderzoeksportal van Kantar. Deze respondenten kregen dezelfde vragenlijst voorgelegd.

Belangrijkste vraagpunten van het onderzoek

Doel onderzoek: het **gebruik**, **bereik** en het **belang** in kaart brengen van alle lokale, Amsterdamse tv-zenders, radiostations, internetsites, kranten en tijdschriften in relatie tot berichtgeving en nieuws over de stad (Amsterdams nieuws).

Gebruik

- **Bekendheid**: welke lokale, Amsterdamse media kent men (spontaan en geholpen)?
- **Gebruik**: welke lokale, Amsterdamse media luistert, kijkt en/of leest men als het gaat over nieuws en berichtgeving over de stad?
- **Onderwerp typen**: over welke lokale onderwerpen luistert, kijkt en/of leest men content?
- **Media typen**: onderscheid tussen de verschillende mediatypen, zoals tv, radio, online (social en internet) en gedrukte media.

Bereik

- **Bereik**: hoe vaak of hoe frequent luistert, kijkt en/of leest men de ‘gebruikte’ media?
- **Incidenteel vs. structureel**: op welke momenten luistert, kijkt en/of leest men lokale media?
- **Dynamiek**: is men dit het afgelopen jaar vaker of minder vaak gaan doen? Wat is de verwachting voor het komende jaar?

Belang

- **Algemeen belang:** welk belang hechten Amsterdammers aan lokale media in het algemeen?
- **Persoonlijke belang:** welk belang hechten Amsterdammers aan lokale media die zij zelf gebruiken?
- **Onderwerpen**: aan welke onderwerpen hecht men belang (doorvraag op welke content men luistert, kijkt en/of leest)?

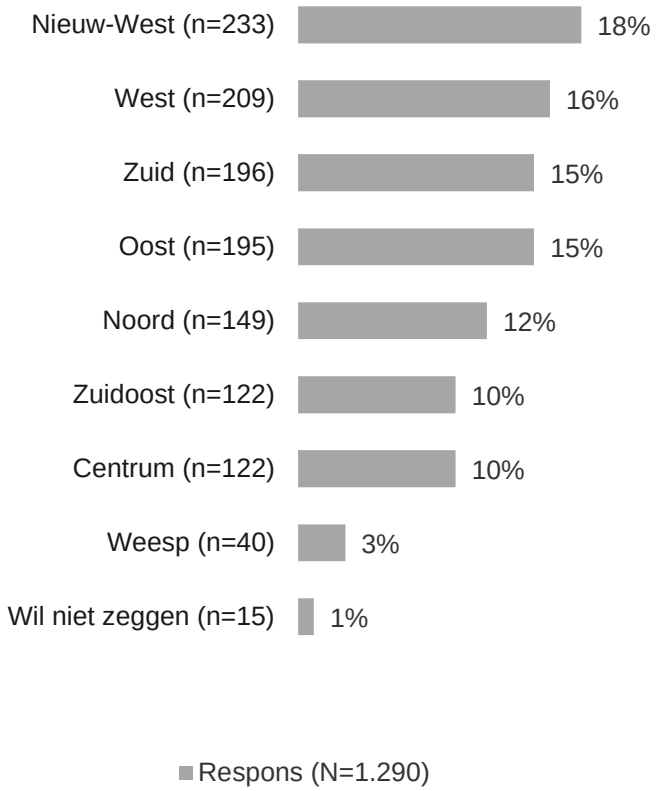
Achtergrondkenmerken

(alleen voor de aanvullende steekproef)

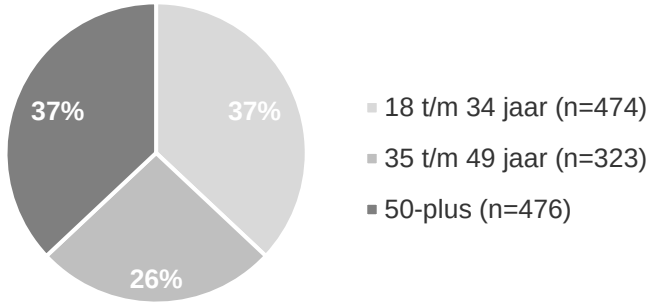
- **Aanvullende steekproef:** aan de deelnemers van de aanvullende steekproef zijn de volgende achtergrondkenmerken gevraagd:
  - Genderidentiteit
  - Leeftijd
  - Opleidingsniveau:
  - Afkomst

Samenstelling respons (na weging op ideaalcijfers)

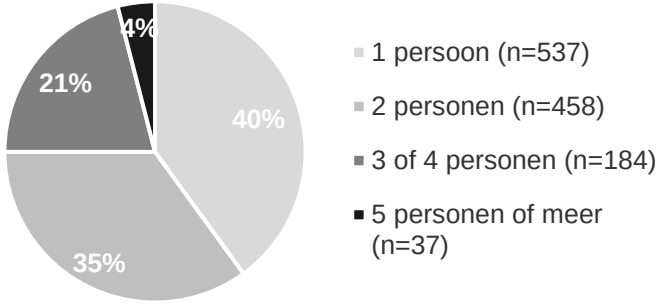
Respons per stadsdeel
(percentage van het totaal)



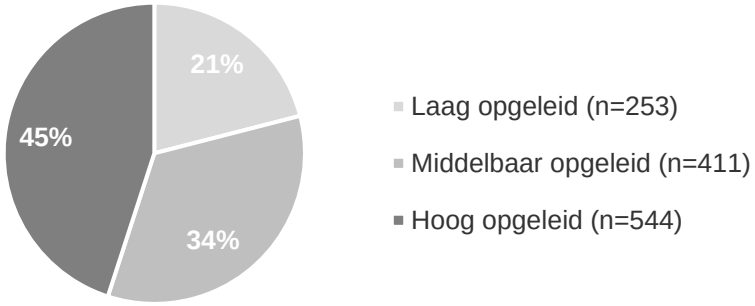
Respons per leeftijdsgroep



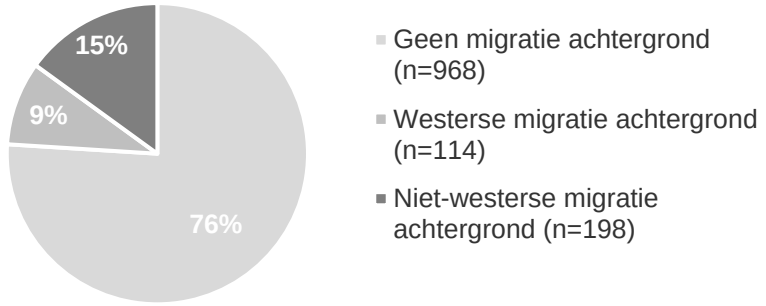
Respons per grootte huishouden



Respons per opleidingsniveau



Respons naar migratieachtergrond



2
Samenvatting



Samenvatting

Zes op de tien Amsterdammers maken gebruik van lokale- en buurtmedia

Zes op de tien inwoners van Amsterdam maken in meer of mindere mate gebruik van lokale- en buurtmedia (60%). Wel zijn er grote verschillen per stadsdeel. Zo is het bereik van de gezamenlijke lokale- en buurtmedia in de stadsdelen Noord (86%) en Nieuw-West (75%) stukken hoger dan in de stadsdelen Zuidoost (22%) en West (48%). Het hoge bereik in beide stadsdelen is vooral het gevolg van de vele, kleine buurtmedia in combinatie met enkele huis-aan-huiskranten met een zeer hoog bereik. Zo heeft de papieren versie van de Westerpost een bereik van 59% in Nieuw-West, en het Noord Amsterdams Nieuwsblad een bereik van 46% in Noord.

Weten wat er speelt is een belangrijk gebruiksmotief

Ruim de helft van de Amsterdammers geeft aan (zeer) veel interesse te hebben in lokaal nieuws over de stad Amsterdam, het eigen stadsdeel, wijk of buurt (55%). Bijna de helft geeft aan dit lokale nieuws zeer frequent te volgen (47%). Weten wat er speelt, is voor 89% van de Amsterdammers het belangrijkste motief om lokale- en/of buurtmedia te volgen. Op de hoogte blijven van activiteiten (80%), verbinding voelen met de stad (68%) en mee kunnen praten over actualiteiten (61%) zijn eveneens motieven die door een ruime meerderheid van de Amsterdammers worden genoemd.

AT5 heeft hoogste bereik in Amsterdam

AT5 (met een eigen tv-zender, nieuwssite en sociale media) is in Amsterdam – met enige voorsprong – het medium met het grootste bereik. Zo kijkt 83% minimaal een dag in de week naar de nieuwszender en volgt 63% de nieuwssite minimaal een dag per week. Als betaalde titel heeft Het Parool ook een groot bereik (52% op papier).

Relatief hoog bereik van papieren titels

Andere mediatitels met een hoog bereik in de gehele gemeente zijn NH media: de tv-zender nhnieuws heeft een bereik van 28% en de nieuwssite www.nhnieuws.nl heeft een bereik van 23%. Ook de radiozender FunX heeft een prima bereik met 23%, evenals Salto 1 en 2 (beide tv-zenders respectievelijk 20% en 16%). Opvallend is ook het grote bereik van MUG Magazine, het gratis maandblad voor Amsterdamse minima (19%). Verder valt op dat de papieren titels vrijwel altijd een hoger bereik hebben dan hun online equivalenten. Dat is wellicht een belangrijke reden dat ‘slechts’ één op de tien Amsterdammer lokaal nieuws actief deelt via sociale media. De groep Amsterdammers die aangeeft lokaal nieuws via sociale media te *volgen* is met 38% aanzienlijk groter. Facebook (72%) en Whatsapp (68%) worden het vaakst genoemd.

Minder interesse lokaal nieuws jongeren

Evenementen (60%) en maatschappelijke onderwerpen (57%) zijn ‘Amsterdam breed’ de meest populaire onderwerpen, gevolgd door misdaad (45%), politiek (42%) en kunst en cultuur (42%). Verder zijn er typerende verschillen tussen de verschillende stadsdelen. Zo hebben lokale- en buurtmedia een relatief laag bereik in stadsdeel Zuidoost, maar dit wordt in ruime mate gecompenseerd door de populariteit van Salto TV*, een zender met stevige wortels én een relatief groot publiek in dit stadsdeel. Ook op andere kenmerken zijn er verschillen, al zijn de verschillen gering. Zo hebben ouderen vaker (zeer) veel interesse in lokaal nieuws dan jongeren (64% versus 47%). Jongeren geven dan ook vaker dan ouderen aan het lokale, Amsterdamse nieuws helemaal niet te volgen (16% versus 10%).

* **Salto** is een verzamelplatform van diverse mediatitels. Dit betekent dat programmamakers kant en klare video’s kunnen insturen of een studio huren om live-uitzendingen te maken. Deze worden vervolgens uitgezonden op de zenders van Salto. Salto houdt zich niet bezig met de content en ondersteunt programmamakers alleen als zij dat wensen. Salto is dus meer een facilitator voor programma’s dan dat het een traditionele zender is of zoals Salto het zelf verwoordt “onvervalste ‘do-it-yourself’ media”.

3

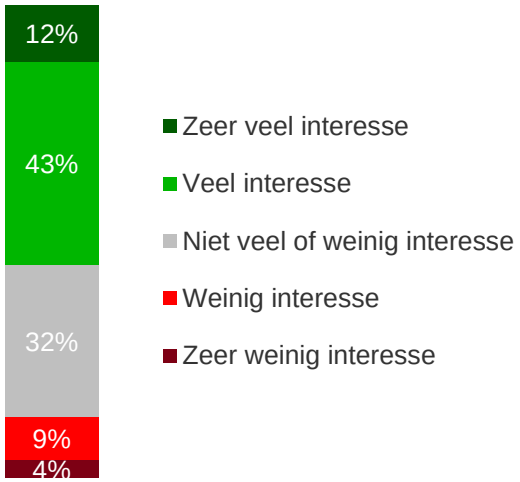
Algemeen beeld Amsterdam: interesse, mediagebruik en gedrag



Totaalbeeld: ruim de helft van de Amsterdammers heeft (zeer) veel interesse in lokaal nieuws, bijna de helft volgt het lokale nieuws redelijk tot zeer frequent

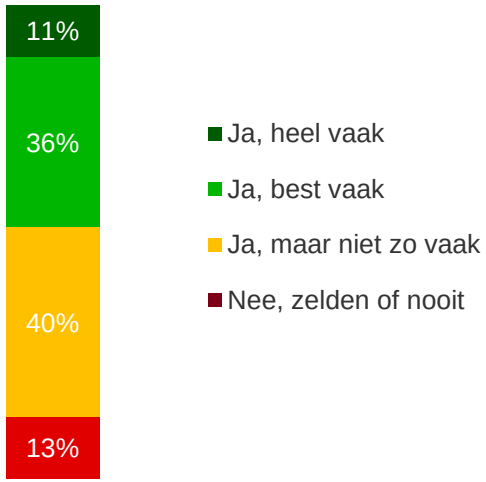
- Slechts een kleine groep van 13% geeft aan weinig tot zeer weinig interesse in het lokale nieuws te hebben. Verder vindt ruim de helft dat er in Amsterdam voldoende aandacht wordt besteed aan lokaal nieuws (52%), waarbij een kleine groep aangeeft dat er volgens hen te weinig aandacht wordt besteed aan lokaal nieuws (8%). Een nog kleinere groep vindt dat er juist te veel aandacht is voor lokaal nieuws (2%).

Interesse in lokaal nieuws



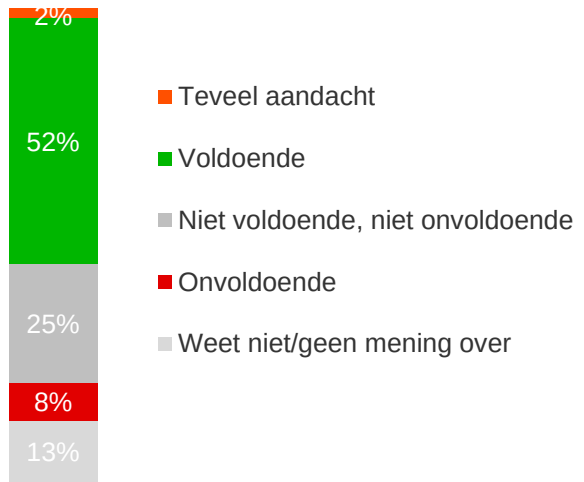
Totaal alle Amsterdammers

Frequentie volgen lokaal nieuws



Totaal alle Amsterdammers

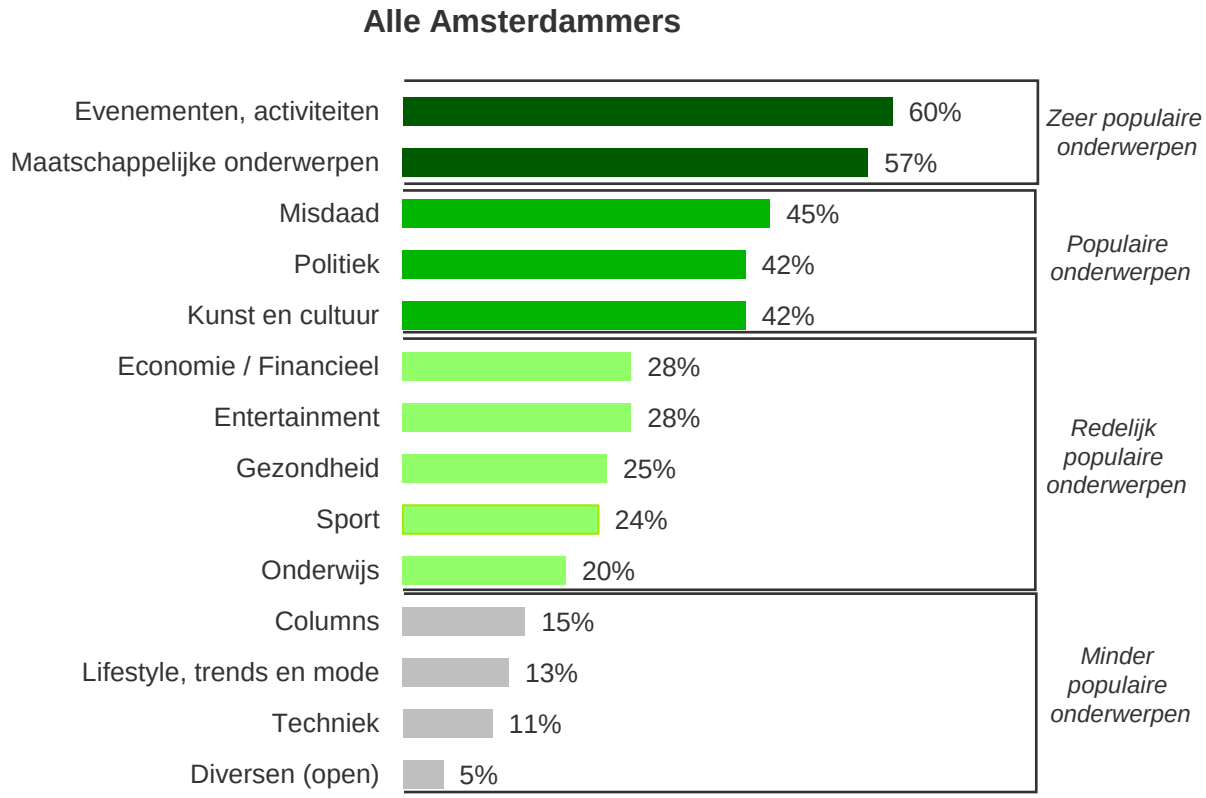
Voldoende aandacht lokaal nieuws



Totaal alle Amsterdammers

***Vraag**: In welke mate bent u geïnteresseerd in lokaal nieuws? Kijkt, luistert of leest u weleens (lokaal) nieuws over uw eigen wijk, uw stadsdeel of de stad Amsterdam? Vindt u dat er – over het algemeen genomen – genoeg aandacht wordt geschonken aan lokaal nieuws? Basis: n=1.290.*

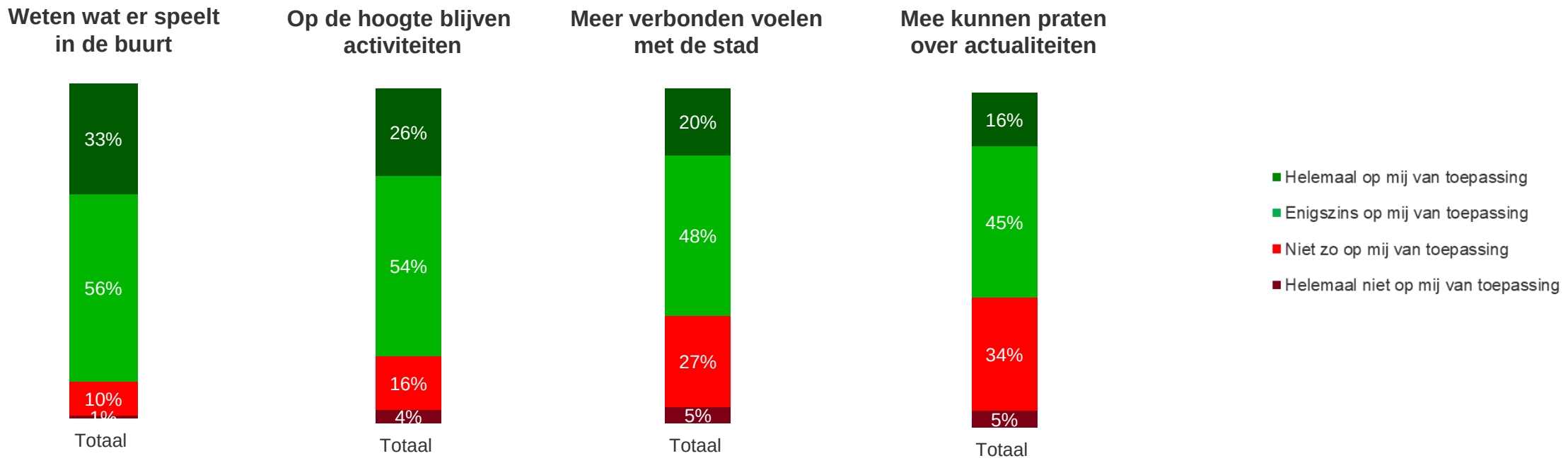
Interesse: informatie over evenementen en activiteiten en maatschappelijke onderwerpen zijn met voorsprong de meest populaire onderwerpen



***Vraag**: Als het gaat om lokaal nieuws (dus nieuws over Amsterdam) over welke onderwerpen kijkt, luistert of leest u lokaal nieuws? Basis: alle respondenten die lokaal nieuws volgen; n=1.157.*

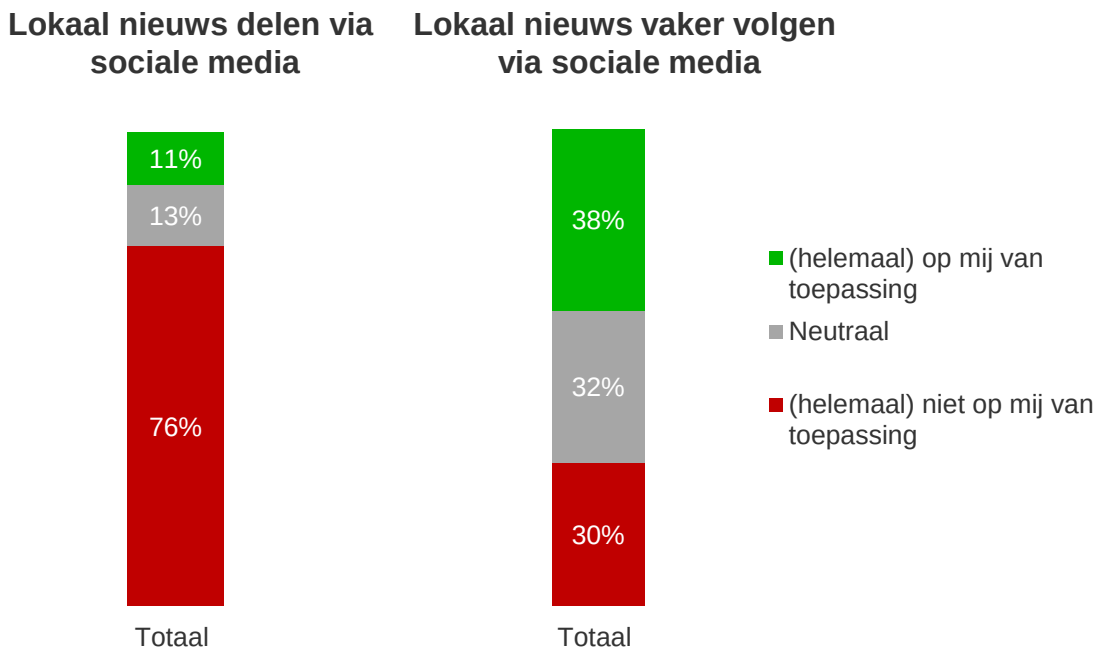
Motieven: weten wat er speelt en op de hoogte blijven van activiteiten zijn belangrijkere gebruiksmotieven dan je verbonden voelen of mee kunnen praten over lokale zaken

- Een groep van n=120 Amsterdammers (10%) geeft op *alle* vier de stellingen aan dat de voorgelegde stellingen helemaal op hun situatie van toepassing is. Deze groep is te zien als een groep zeer betrokken en actieve gebruikers van lokale media. Deze groep heeft een veel grotere interesse in lokaal nieuws en volgt het lokale nieuws ook vaker dan gemiddeld. Gekeken naar de achtergrondkenmerken binnen deze groep zijn er echter geen (significante) verschillen naar leeftijd, opleiding, afkomst of genderidentiteit. Dit betekent dus dat de groep zeer betrokken gebruikers zeer divers van aard is (en daarom moeilijk te onderscheiden).



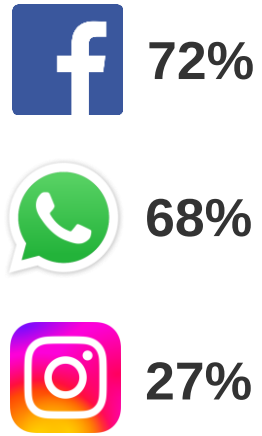
***Vraag**: Ik wil weten wat er speelt in mijn buurt; omdat ik op de hoogte wil blijven van de evenementen en activiteiten in mijn buurt, stadsdeel of stad; Ik volg lokaal nieuws omdat, ik me hierdoor meer verbonden voel met mijn buurt, stadsdeel of stad; Ik volg lokaal nieuws, omdat ik het belangrijk vind om mee te kunnen praten over de dingen die gebeuren in mijn buurt, stadsdeel of stad.*

<u>Sociale media</u>: één op de tien Amsterdammers *deelt* lokaal nieuws via sociale media, een veel grotere groep *volgt* lokaal nieuws vaker via sociale media dan via de lokale media



Aan alle Amsterdammers die actief lokaal nieuws delen via sociale media (n=121) is gevraagd welk sociaal medium ze daarvoor gebruiken. Facebook (72%) en WhatsApp (68%) worden het vaakst genoemd.

Gebruikte sociale media (top-3)



***Vraag**: Ik deel vaak lokaal nieuws via sociale media. Ik zie, hoor of lees lokaal nieuws vaker via sociale media dan via de lokale media. Basis: n=1.290*

Spontane bekendheid: AT5 is met voorsprong het meest bekende lokale medium, gevolgd door het Parool

Top-5 spontane bekendheid Amsterdam mediatitels

73% noemt **AT5**

32% noemt het **Parool**

12% noemt **NH nieuws** (radio en/of tv)

8% noemt de **Westerpost**

2% noemt het **WeesperNieuws**

Slechts een minderheid kent geen lokale mediatitels

Met een open vraag is in kaart gebracht welke lokale en buurtmedia Amsterdammers kennen. In totaal kan 8% van de Amsterdammers *geen* lokale mediatitels noemen. Dat percentage ligt in Zuidoost met 18% wat hoger (zie ook het hoofdstuk per stadsdeel). Een ruime meerderheid (92%) noemt wel lokale mediatitels, waarbij de spontane bekendheid van AT5 veruit het grootst is.

Gekeken naar de andere verschillen tussen de stadsdelen, zien we dat het Parool relatief vaak in de stadsdelen Centrum en Oost worden genoemd (respectievelijk door 50% en 42%). De Westerpost wordt (veel) vaker in Nieuw-West (36%) genoemd. Het Weespernieuws wordt vaak in Weesp genoemd (73%) maar is net als de Westerpost een lokale titel die in de Amsterdamse top-5 staat. Naar leeftijd, opleidingsniveau of migratie achtergrond zijn er geen significante verschillen in de spontane bekendheid.

***Vraag**: Kunt u drie media noemen die lokaal nieuws over de stad uitbrengen? Met media bedoelen we kranten (online of op papier), radio en tv-zenders, nieuwssites en sociale media. (Basis: n= 1.290)*

Leeswijzer titellijsten

Regionale, lokale en buurtmedia

Op de volgende slides zijn de tabellen weergegeven met daarin de Amsterdamse mediatitels. De mediatitels zijn samengesteld in samenwerking met de DSP-groep en bestaan uit *lokale media* (media die zich richten op een staddeel of de hele stad) en *buurtmedia* (media die zich richten op specifieke wijken). Ook bevat de titellijst enkele regionale mediatitels - zo richt RTV Noord-Holland zich met hun nieuwssite en online tv-zender zich bijvoorbeeld sterk op Amsterdam Noord en Weesp. Om te ondervangen dat bepaalde mediatitels in de voorgelegde lijsten ontbraken, is aan elke voorgelegde lijst een open antwoordoptie toegevoegd waarin respondenten zelf een titel konden invullen.

Bereik en belang

Van alle mediatitels is eerst de bekendheid in kaart gebracht. Vervolgens is gevraagd naar de gebruiksfrequentie om het bereik van de verschillende mediatitels in kaart te brengen. Omdat - vooral papieren - media verschillende uitgave frequenties hebben, is de frequentie uitgevraagd op een schaal van *altijd* naar *nooit en* is uitleg gegeven wat met deze schalen wordt bedoeld. Het bereik van de media is weergegeven in absolute percentages op basis van het aantal mensen dat een bepaalde mediatitel altijd, vaak, soms of zelden kijkt, luistert of leest. De categorie zelden is in de berekening meegenomen, omdat hier veel ‘functionele’ mediagebruikers tussen zitten die lokale- en/of buurtmedia alleen volgen op het moment dat er iets in hun wijk of buurt iets relevants gebeurt, bijvoorbeeld in het geval van wegwerkzaamheden en omleidingen. Vervolgens is van alle mediatitels waarvan men gebruikt maakt, in kaart gebracht welk belang mensen aan een betreffende titel hechten als het gaat om nieuws over de eigen stad, stadsdeel, wijk of buurt. Het in kaart brengen van het belang is vooral belangrijk bij kleine mediatitels. Immers: een titel kan een klein, wijkgericht bereik hebben, maar voor de gebruikers en buurtbewoners zeer belangrijks zijn voor hun informatievoorziening of meningsvorming. Wel belangrijk is dat de aantallen bij veel kleine buurtmedia klein zijn en dat de belangcijfers moeten worden gezien als indicatief.

Voorbeeld uit de vragenlijst:

Q013 - Krant_freq: Frequentie krant gebruik — Matrix

Hieronder staan de Amsterdamse kranten en huis-aan-huis-bladen die u kent. Kunt u van elke krant of huis-aan-huis blad aangeven hoe vaak u deze leest?

Houdt u bij het beantwoorden van de vraag geen rekening met het aantal keren dat een blad verschijnt. Bijvoorbeeld: een bepaalde krant of huis-aan-huis-blad verschijnt maar enkele keren per jaar, maar u leest ze allemaal, kiest u dan voor altijd.

	Altijd	Vaak	Soms	Zelden	Nooit
De Gemeentekrant	❍	❍	❍	❍	❍
Het Parool	❍	❍	❍	❍	❍
Westerpost	❍	❍	❍	❍	❍
De Nieuwe Vijzel Courant	❍	❍	❍	❍	❍
De Binnenkrant	❍	❍	❍	❍	❍
d'Oude Binnenstad	❍	❍	❍	❍	❍
Wijkkrant Jordaan en Gouden Reael	❍	❍	❍	❍	❍
Buurtkrant Zeven	❍	❍	❍	❍	❍
Nieuw Sloten Nieuws	❍	❍	❍	❍	❍
GaSet Geuzenveld	❍	❍	❍	❍	❍
Noord Amsterdams Nieuwsblad	❍	❍	❍	❍	❍
Regio Krant Kompas	❍	❍	❍	❍	❍
Buurtkrant Waterlandpleinbuurt	❍	❍	❍	❍	❍
Buurtkrant Vogelbuurt / IJplein	❍	❍	❍	❍	❍
Buurtkrant Volewijck	❍	❍	❍	❍	❍
Nieuwsflits Molewijk	❍	❍	❍	❍	❍
Nieuwsbrief De Banne	❍	❍	❍	❍	❍
Placemaking de Banne	❍	❍	❍	❍	❍
‘t Zwaantje	❍	❍	❍	❍	❍
Gezond Noord	❍	❍	❍	❍	❍
De Brug	❍	❍	❍	❍	❍
Dwars	❍	❍	❍	❍	❍
Weesper Nieuws	❍	❍	❍	❍	❍
Kolenkitkrant	❍	❍	❍	❍	❍
ZUID!	❍	❍	❍	❍	❍
De Pijp Krant	❍	❍	❍	❍	❍
Wijkkrant Buitenveldert	❍	❍	❍	❍	❍
Huis van de Wijk Olympus	❍	❍	❍	❍	❍
Dorpskrant Driemond	❍	❍	❍	❍	❍

Heel Amsterdam: de nieuwszender en nieuwssite van AT5 hebben het grootste bereik, ook Het Parool en de tv-zender van nhnieuws.nl hebben een groot bereik

Positie	Titel *	Bereik	Belang
1	AT5 (tv)	83%	55%
2	AT5.nl	63%	67%
3	Het Parool (papier)	52%	54%
4	Parool.nl	38%	63%
5	nhnieuws (tv)	28%	45%
6	FunX	23%	27%
7	nhnieuws.nl	23%	45%
8	Salto 1 (tv)	20%	18%
9	MUG Magazine	19%	47%
10	Salto 2 (tv)	16%	16%
11	Westerpost (papier)	15%	52%
12	Mokum Magazine	13%	37%
17	Z! Straatkrant	11%	25%
14	Noord Amsterdams Nieuwsblad (papier)	8%	38%
15	De Brug (papier)	7%	45%
16	Amsterdam FM	7%	29%
17	Ons Amsterdam Magazine	6%	55%
18	Salto Radio (Onderdeel van Salto TV)	6%	55%
19	ZUID! (papier)	6%	36%
20	Amsterdam.nieuws.nl	5%	67%

Gemeente Amsterdam

n=1.290

Top 10 belang

1. Huis van de Wijk Olympus
2. Weesper Nieuws (papier)
3. AT5.nl
4. Amsterdam.nieuws.nl
5. Parool.nl
6. Dewestkrant.nl
7. Salto Radio
8. Ons Amsterdam Magazine
9. AT5 (tv)
10. Het Parool (papier) /IJopener

Huis-aan-huiskranten: de Westerpost is een (gratis) gedrukte huis-aan-huiskrant met het grootste bereik in de gemeente Amsterdam (15%). De Westerpost heeft een oplage van 79.000 gedrukte kranten en verschijnt wekelijks in de stadsdelen West en Nieuw-West. De Westerpost heeft ook een online versie, die door 5% van de Amsterdammers wordt gelezen. Het online bereik van deze mediatitel is dus een stuk kleiner dan de gedrukte versie, zoals we ook bij nagenoeg alle andere lokale- en buurtmedia zien.

FunX: Salto Radio heeft een bereik van 6%, dat is minder dan FunX. Deze radiozender, die veel Amsterdams nieuws brengt, heeft het grootste bereik (23% luistert minimaal 1 dag of keer per week). In de top-20 staan ook vier magazines (MUG, Mokum, Z! en Ons Amsterdam) met een relatief groot bereik. Gekeken naar de lokale tv-zenders, heeft Salto TV een redelijk groot bereik in heel Amsterdam (Salto 1 20% en Salto 2 16%).

Belang: in de top-10 van mediatitels waar het meeste belang aan wordt gehecht, staan de uitgaven van Huis van de Wijk Olympus. Deze buurtmedia hebben een gezamenlijk bereik van 4% in heel Amsterdam. Opvallend is het grote belang dat aan deze buurtmedia wordt geacht: zo geeft ruim driekwart aan dat het Huis van de Wijk Olympus (zeer) belangrijk voor ze is als om op de hoogte te blijven van het nieuws over Amsterdam of als het gaat om informatie over wat er allemaal in de stad, stadsdeel of eigen wijk gebeurt (76%).

* In de lijst zijn alle titels opgenomen met een bereik van 3% of groter (minimale basis 3% titels is n=40 respondenten).

<u>Heel Amsterdam</u>: buurtmedia met een bereik groter dan drie procent in *heel* Amsterdam hebben op papier vaak een groter bereik dan online

n=1.290

Positie	Titel	Bereik	Belang
21	Westerpost.nl	5%	40%
22	Amsterdamsdagblad.nl	4%	45%
23	Dwars (papier)	4%	36%
24	IJopener.nl	4%	54%
25	Weesper Nieuws (papier)	4%	74%
26	Huis van de Wijk Olympus	4%	76%
27	De Pijpkrant (papier)	3%	46%
28	IJburg TV (online tv)	3%	20%
29	1018 Magazine	3%	53%
30	Krant Jordaan en Gouden Reael (papier)	3%	50%
31	Radio Weesp	3%	32%
32	Dewestkrant.nl	3%	58%

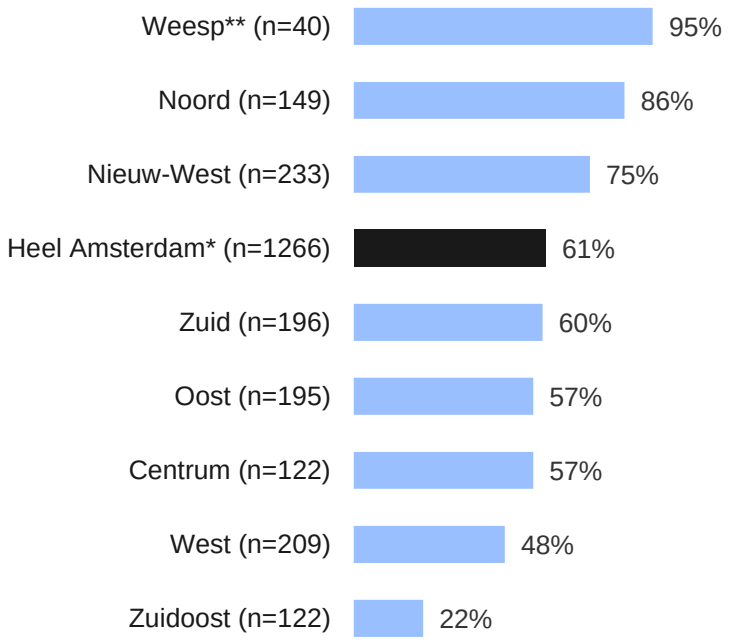
Gemeente Amsterdam n=1.290

De buurtkrant Dwars is een buurtmedium dat periodiek verschijnt in de wijken Oosterpark-, Transvaal- en Dapperbuurt en in de Watergraafsmeer. De (papieren) krant is eveneens verkrijgbaar bij enkele gratis afhaalpunten. Hoewel Dwars een buurtgebonden medium is, heeft de krant een bereik van 4% in geheel Amsterdam (en wordt dus relatief veel gelezen). Andere buurtmedia met een groter bereik dan 3% in heel Amsterdam zijn IJopener, Huis van de wijk Olympus, De Pijpkrant, de buurtkrant Jordaan en Gouden Reael en de Westkrant.

* In de lijst zijn alle titels opgenomen met een bereik van 3% of groter (basis 3% titels is n=40 respondenten)

<u>Heel Amsterdam</u>: in totaal maken zes op de tien Amsterdammers in meer of minder mate gebruik van buurtmedia, het bereik is in de stadsdelen Noord en Nieuw-West het grootst en in Zuidoost het kleinst

Bereik lokale- en buurtmedia per stadsdeel



Gemeente Amsterdam n=1.266*

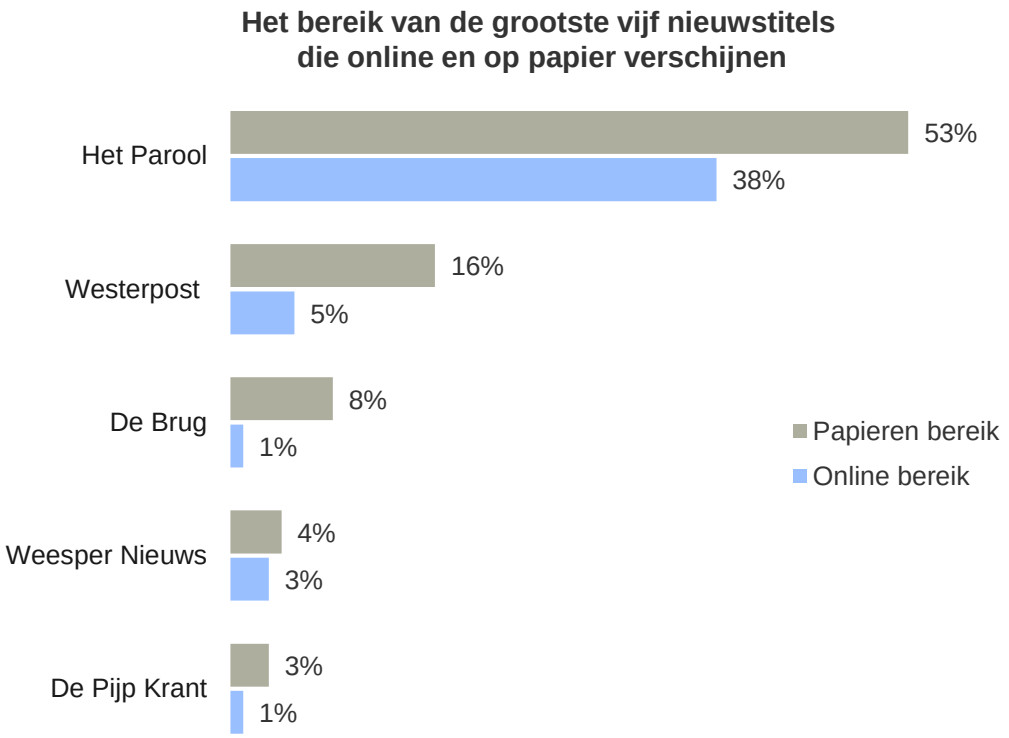
Bereik lokale- en buurtmedia: gezamenlijke lokale- en buurtmedia hebben een bereik van 61% onder de Amsterdamse bevolking. Zoals uit de resultaten per stadsdeel zal blijken, hebben vooral de papieren media (vooral huis-aan-huiskranten) nog een redelijk groot bereik. In het bereik zijn alle mediagebruikers meegenomen die enkele exemplaren per uitgave (soms/zelden) tot aan alle uitgaven (altijd) lezen.

Amsterdam Zuidoost: het relatief lage bereik in stadsdeel Zuidoost verdient enige nuancering: verzamelplatform Salto TV en Radio wordt in de overzichten niet tot de lokale- en buurtmedia gerekend. Toch kent Salto veel programma's die zich op specifieke groepen Amsterdammers richten (zoals RAZO Radio zich specifiek richt op Zuidoost). In stadsdeel Zuidoost heeft Salto TV en radio dan ook een hoger bereik dan in de meeste andere stadsdelen (zie ook het overzicht op slide 30).

* Respondenten van wie niet bekend is in welk stadsdeel zij wonen, zijn niet in het overzicht meegenomen.

** De respons in Weesp is te klein om uitsplitsingen per medium te maken. De kleinere respons van n=40 heeft in vergelijking met de andere stadsdelen ook tot gevolg dat dit resultaat een iets minder grote nauwkeurigheidsmarge heeft dan de andere stadsdelen of de gemeente Amsterdam als totaal.

<u>Papier versus online:</u> vrijwel alle mediatitels, die zowel op papier als online verschijnen, hebben een groter bereik op papier dan online



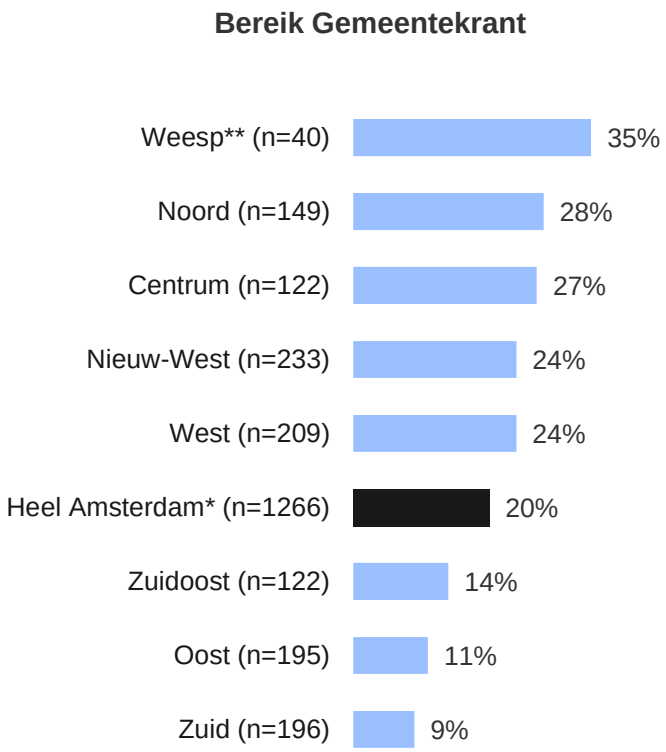
Gemeente Amsterdam

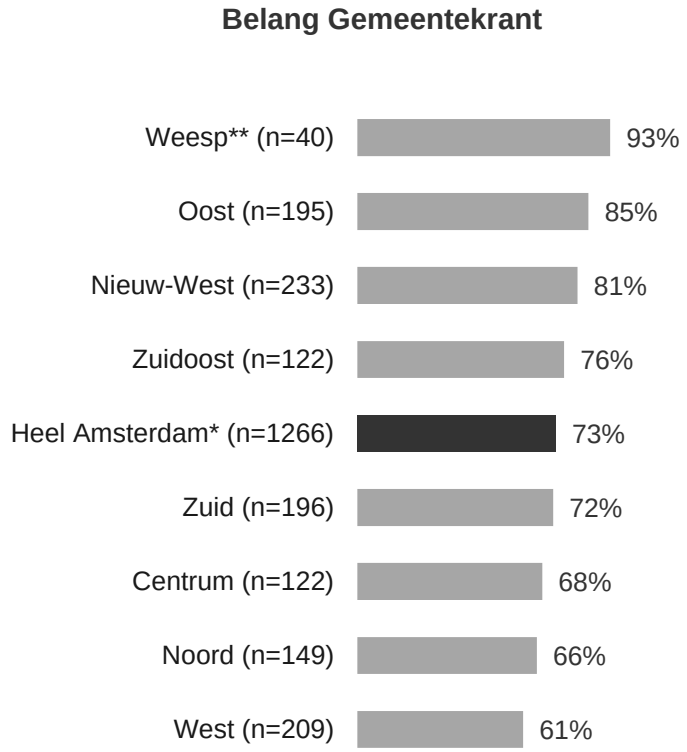
n=1.290

Bereik papieren en online media: de vijf grootste mediatitels, die zowel op papier als online verschijnen, hebben een groter bereik op papier dan online. Ook als we naar de titels met een kleiner bereik (op stadsdeelniveau) kijken, is het bereik van de papieren titels groter dan de online titels. Hierbij valt op dat vrijwel alle gebruikers van de papieren titels ook de online versies lezen. Omgekeerd komt zelden of nooit voor: er zijn dus nauwelijks gebruikers van lokale en buurtmedia die alleen de online titels lezen.

* Het bereik van de digitale en het papieren Parool kent enige overlap, omdat veel abonnees een digitaal abonnement hebben, maar in het weekend wel de papieren krant ontvangen. Bij Het Parool is de strikte scheiding dus moeilijk te maken.

De Gemeentekrant eruit gelicht: ongeveer één op de vijf Amsterdammers leest de Gemeentekrant, het belang dat Amsterdammers aan deze krant hechten is zeer hoog





Gemeente Amsterdam n=1.266

Bereik papieren en online media: de Gemeentekrant verschijnt 6 keer per jaar in een oplage van 523.000 exemplaren. Omdat in de krant uitsluitend gemeentenieuws staat (bijvoorbeeld over burgerzaken, gemeentebelastingen of afvalinzameling), is deze titel niet opgenomen in de overzichten (het is immers geen lokaal- of buurtmedium).

***Vraag**: Welke van deze kranten en huis-aan-huis-bladen kent u, al is het alleen maar van naam? (Basis: n= 1.290) | **Vraag:** Kunt u van elke krant of huis-aan-huis blad aangeven hoe vaak u deze leest? - De Gemeentekrant (Basis: n=291, Centrum: n=45, West+Westpoort: n=50, Nieuw-West: n=61, Zuid: n=27, Oost: n=30, Noord: n=44, Zuid-Oost: n=34) | **Vraag:** Als het gaat om op de hoogte te blijven van het nieuws over Amsterdam of informatie over wat er allemaal in de stad gebeurt, hoe belangrijk zijn deze kranten dan voor u? - De Gemeentekrant (Basis: n=291, Centrum: n=45, West+Westpoort: n=50, Nieuw-West: n=61, Zuid: n=27, Oost: n=30, Noord: n=44, Zuid-Oost: n=34)*

* Respondenten van wie niet bekend is in welk stadsdeel zij wonen, zijn niet in het overzicht meegenomen.

4 **Resultaten** stadsdelen



<u>Amsterdam Centrum</u>: AT5 heeft het grootste bereik, de gezamenlijke buurtmedia hebben eveneens een groot bereik en worden door bijna zes op de tien bewoners gelezen

Positie bereik	Titel	Bereik	Belang
1	AT5 (tv)	84%	55%
2	Het Parool (papier)	68%	60%
3	AT5.nl	66%	65%
4	Alle lokale en buurtmedia samen	57%	-
5	parool.nl	50%	63%
6	nhnieuws (tv)	31%	45%
7	1018 Magazine	30%	50%
8	nhnieuws.nl (online)	28%	34%
9	MUG Magazine	23%	47%
10	Jordaan en Gouden Reael	19%	84%
11	Z! Straatkrant	18%	23%
12	d'Oude Binnenstad (papier)	16%	67%
13	Salto 2 (tv)	16%	1%
14	Salto 1 (tv)	16%	1%
15	Mokum Magazine	16%	37%
16	Ons Amsterdam Magazine	13%	82%
17	FunX	12%	10%



n=122

Stadsdeel Centrum (87.083 inwoners) heeft een relatief groot aantal buurtmedia (12 mediatitels) met een goede spreiding over het gehele stadsdeel. Zo hebben buurt- en lokale media een gezamenlijk bereik van 57% onder de bewoners van Amsterdam Centrum. Opvallend is ook het grote belang dat de inwoners aan de buurtmedia hechten. Zo geeft 84% van de lezers van de buurtkrant Jordaan en Gouden Reael dat de krant (zeer) belangrijk voor ze is als het gaat om nieuws of informatie over Amsterdam, het eigen stadsdeel of de eigen wijk. Veel buurtmedia in stadsdeel Centrum worden door de bewoners zelf gemaakt, bestaan in de meeste gevallen al erg lang en zijn vaak verbonden aan buurthuizen.*

Top 5 belang

1. Krant Jordaan en Gouden Reael
2. Ons Amsterdam Magazine
3. d'Oude Binnenstad (papier)
4. AT5 (online)
5. Parool.nl

KANTAR PUBLIC

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

* Uit: W*eten wat er speelt* (DSP). In het DSP onderzoek worden enkele buurtmedia genoemd die niet in de titellijst voorkomen en ook niet door respondenten zelf worden genoemd in de open antwoorden. Het gaat bijvoorbeeld om de titel Het Wijkcentrum d'Oude stad en Buurtorganisatie 1018. Omdat beide organisaties ook het 1018 Magazine en d'Oude Binnenstad uitgeven, is het aannemelijk dat er overlap zit in deze titels.

<u>Amsterdam Zuid</u>: de vele lokale- en buurtmedia in stadsdeel Zuid samen bereiken zes op de tien inwoners van het stadsdeel, net als in Centrum heeft Het Parool een relatief hoog bereik

Positie	Titel	Bereik	Belang
1	AT5.nl	70%	74%
2	Het Parool (papier)	69%	60%
3	AT5 (tv)	60%	55%
4	Lokale en buurtmedia samen	60%	-
5	parool.nl	52%	68%
6	FunX	32%	19%
7	ZUID! (papier)	28%	42%
8	Huis van de Wijk Olympus	23%	77%
9	nhnieuws (tv)	21%	36%
10	nhnieuws.nl	19%	70%
11	De Pijpkrant	16%	39%
12	Salto 1 (tv)	15%	2%
17	Mokum Magazine	14%	48%
14	huisvandewijkolympus.nl	12%	92%
15	MUG	11%	15%
16	Hello Zuidas Magazine	11%	24%
17	Salto 2 (tv)	8%	9%
18	Wijkkrant Buitenveldert (papier)	8%	63%
19	wijkkrantzuid.nl	7%	72%
20	hellozuidas.nl	6%	36%



n=196

Stadsdeel Zuid (145.301 inwoners) heeft net als stadsdeel Noord een aantal wijkkranten die door maatschappelijke organisaties worden verspreid. In het stadsdeel zijn veel kleine mediatitels actief die een belangrijke schakel vormen tussen de gemeentelijke informatiekanalen en de buurt.* Het huis-aan-huisblad ZUID! (oplage 56.000, maandelijkse uitgave) heeft een bereik van 28% en dat is in vergelijking met veel andere huis-aan-huisbladen aan de relatief lage kant. Huis van de Wijk Olympus daarentegen heeft voor een relatief klein buurtmedium met 23% juist een groot bereik. Alle lokale en buurtmedia samen (papier en online) hebben een bereik van 60%. Hiertoe behoren enkele kleine buurtmedia die per medium een klein bereik hebben, maar gezamenlijk een redelijk groot bereik.

Top 5 belang

1. Huisvandewijkolympus.nl
2. Huis van de Wijk Olympus
3. AT5.nl
4. Wijkkrantzuid.nl
5. Nhnieuw.nl

KANTAR PUBLIC

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

* Uit: *Weten wat er speelt* (DSP).

Amsterdam Zuid: ook in Zuid hebben de kleine, buurtgebonden mediatitels een groter bereik met de printversie dan de online versie



n=196

Positie	Titel	Bereik	Belang
21	huisvandewijkrivierenbuurt.nl	4%	22%
22	pijpkrant.amsterdam.nl	2%	100%
23	hallodepijp.nl	1%	22%
24	hsdwbuitenveldert.nl	1%	88%

Stadsdeel Zuid – Op deze slide zijn enkele buurtmedia met een zeer klein bereik weergegeven. Omdat de percentages per titel laag zijn, moeten de belangcijfers als indicatief worden gezien. Opvallend is ook hier het grote verschil tussen online media en print media: zo heeft de papieren versie van De Pijpkrant met 16% een veel groter bereik dan de online versie met 2%.

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

Amsterdam Noord: alle lokale- en buurtmedia samen bereiken bijna negen op de tien inwoners, maar ook in Noord heeft AT5 het hoogste bereik

Positie	Titel	Bereik	Belang
1	AT5 (tv)	93%	44%
2	Lokale en buurtmedia samen	86%	-
3	AT5.nl	62%	72%
4	Noord Amsterdams Nieuwsblad (papier)	46%	51%
5	Het Parool (papier)	34%	56%
6	nhnieuws (tv)	23%	41%
7	Salto 1 (tv)	22%	38%
8	MUG	20%	15%
9	parool.nl	19%	49%
10	Salto 2 (tv)	17%	13%
11	Regio Krant Kompas	17%	66%
12	nhnieuws.nl	17%	46%
17	FunX	16%	44%
14	Buurtkrant waterlandpleinbuurt	15%	33%
15	Amsterdam FM	14%	21%
16	Nieuwsflits Molewijk	12%	17%
17	rodi.nl (meerdere nieuwssites)	11%	79%
18	Mokum Magazine	11%	37%
19	Ons Amsterdam Magazine	10%	62%
20	Buurtkrant Vogelbuurt / IJplein	9%	24%



n=149

Stadsdeel Noord (100.887 inwoners) heeft veel verschillende kleinere uitgaven, zoals nieuwsbrieven, websites en buurtkranten die gericht zijn op het verstrekken van informatie vanuit de gemeente, wooncorporaties en welzijnsorganisaties.* Naast deze verschillende, kleinere uitgaven (vooral op papier) hebben ook de twee huis-aan-huiskranten een hoog bereik in Noord. Zo heeft het Noord Amsterdams Nieuwsblad (oplage 30.500, wekelijkse uitgave) een bereik van 46% onder de inwoners van Noord. Regio Krant Kompas (oplage 18.300, wekelijkse uitgave) wordt gedeeltelijk buiten het stadsdeel uitgegeven, maar heeft in het stadsdeel een bereik van 17%. Alle lokale- en buurtmedia samen hebben een zeer hoog bereik in stadsdeel Noord, van maar liefst 91%.

Top 5 belang

1. rodi.nl
2. AT5.nl
3. Regio Krant Kompas
4. Ons Amsterdam Magazine
5. Het Parool (papier)

KANTAR PUBLIC

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen. Landelijk Noord is (in tegenstelling tot het DSP-onderzoek niet in het onderzoek meegenomen.

* Uit: *Weten wat er speelt* (DSP).

<u>Amsterdam Noord</u>: ondanks het grote bereik wordt in Noord wel een wat minder groot belang gehecht aan de vele lokale en buurtmedia



n=149

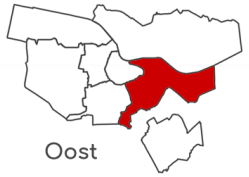
Positie	Titel	Bereik	Belang
21	Nieuwsbrief De Banne	7%	48%
22	huisvandewijknoord.nl	6%	19%
23	Buurtkrant Volewijck	5%	50%
24	t Zwaantje	3%	26%
25	Placemaking De Banne	3%	26%
26	Gezond Noord	2%	42%

Stadsdeel Noord – Het lagere belang dat in Noord aan de lokale- en buurtmedia wordt gegeven, kan te maken hebben met de vraagstelling in het onderzoek. Er wordt namelijk expliciet gevraagd naar het belang van de media als het gaat om op de hoogte te blijven van het *nieuws* over Amsterdam of informatie over wat er allemaal in de stad gebeurt. De vraag gaat meer over *actualiteiten*, terwijl het kenmerkend voor Noord is dat veel lokale- en buurtmedia zijn gericht op het verstrekken van informatie vanuit de gemeente, wooncorporaties en welzijnsorganisaties. Vergeleken met de andere stadsdelen, onderscheidt stadsdeel Noord zich op één punt. Namelijk, Amsterdammers uit Noord vinden significant vaker dat er te *weinig* aandacht is voor lokaal nieuws (23% in Noord versus 8% in de rest van Amsterdam).

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

<u>Amsterdam Oost</u>: lokale- en buurtmedia hebben een relatief groot gezamenlijk bereik in stadsdeel Oost, maar ook in dit stadsdeel is het bereik van AT5 het grootst

Positie bereik	Titel	Bereik	Belang
1	AT5 (tv)	76%	63%
2	AT5.nl	66%	60%
3	Het parool (papier)	63%	50%
4	Lokale en buurtmedia samen	57%	-
5	parool.nl	43%	66%
6	De Brug (papier)	38%	47%
7	nhnieuws (tv)	31%	64%
8	FunX	27%	8%
9	nhnieuws.nl	26%	32%
10	Dwars (papier)	20%	40%
11	IJopener (papier)	19%	57%
12	MUG	17%	36%
13	Mokum Magazine	14%	24%
14	Salto 1 (tv)	13%	4%
15	Z! Straatkrant	13%	24%
17	Salto 2 (tv)	9%	9%
18	IJopener (online)	9%	33%



n=195

Stadsdeel Oost (141.453 inwoners) heeft twee buurtkranten (Dwars en IJopener) en een maandelijkse huis-aan-huiskrant met een oplage van 74.000 exemplaren (De Brug). In Amsterdam Oost spelen lokale- en buurtmedia een belangrijke rol. Ze hebben een groot bereik en er wordt gemiddeld veel belang gehecht aan lokale en buurtmedia (vergelijkbaar met het Amsterdamse gemiddelde). Inwoners van stadsdeel Oost geven vaker dan de 'gemiddelde Amsterdammer' aan dat ze het lokale nieuws volgen om te weten wat er speelt in hun buurt: voor 70% van de inwoners is dit van toepassing, in de rest van Amsterdam is dat 56%.

Top 5 belang**

1. Parool.nl
2. nhnieuws.nl
3. AT5 (tv)
4. AT5 (online)
5. IJopener

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

* Uit: *Weten wat er speelt* (DSP).

<u>Amsterdam Zuidoost</u>: de gezamenlijke lokale- en buurtmedia hebben een gering bereik, maar het bereik van Salto TV is - in vergelijking met andere stadsdelen – juist groot

Positie bereik	Titel	Bereik	Belang
1	AT5 (tv)	80%	58%
2	AT5.nl	57%	61%
3	Het Parool (papier)	34%	60%
4	MUG Magazine	27%	32%
5	Salto 1 (tv)	30%	26%
6	Parool.nl (online)	30%	44%
7	Lokale en buurtmedia samen	22%	-
8	Salto 2 (tv)	21%	20%
9	FunX	21%	53%
10	nhnieuws (tv)	20%	53%
11	nhnieuws.nl (online nieuws)	20%	54%
12	Zuidoost TV (online tv)	19%	59%
13	Radio Weesp	12%	20%
14	Mokum Magazine	11%	60%
15	Zuidoostenmeer.nl (online)	9%	59%
17	Salto Radio (onderdeel Salto TV)	8%	29%
18	Radiomart.nl	5%	31%



n=122

Stadsdeel Zuidoost (90.076 inwoners) heeft relatief veel buurtmedia in de vorm van televisie- en radioprogramma's die zich op specifieke doelgroepen richten.* Zo zijn veel radio- en televisieprogramma's op verzamelplatform Salto Radio en TV specifiek gericht op Surinaamse, Antilliaanse en Ghanese Amsterdammers. Dit is terug te zien in het relatief grote bereik van Salto TV in stadsdeel Zuidoost. Er zijn qua gebruik van lokale media weinig verschillen met Amsterdam als geheel. AT5 en Het Parool zijn ook in Zuidoost de grootste en meest bekende mediatitels. Als we kijken naar het belang dat mensen in Zuidoost aan lokale media hechten, dan zien we dat inwoners van het stadsdeel relatief veel belang hechten aan de lokale nieuwsmedia Zuidoost TV en Zuidoostenmeer.nl.

Top 5 belang

1. AT5 (online)
2. Het Parool / Mokum Magazine
3. Zuidoost TV
4. Zuidoostenmeer (online)
5. AT5 (tv)

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

* Uit: *Weten wat er speelt* (DSP).

Amsterdam Nieuw-West: de (papieren) Westerpost wordt zeer veel gelezen, mede hierdoor hebben de gezamenlijke lokale en buurtmedia een zeer hoog bereik in Nieuw-West

Positie bereik	Titel	Bereik	Belang
1	AT5 (tv)	83%	55%
2	Lokale en buurtmedia samen	75%	-
3	Westerpost (papier)	59%	63%
4	AT5.nl	59%	70%
5	Parool (papier)	42%	44%
6	nhnieuws (tv)	39%	36%
7	Parool.nl (online)	36%	42%
8	FunX	26%	18%
9	nhnieuws.nl	25%	44%
10	Salto 1 (tv)	20%	18%
11	GaSet Geuzenveld	19%	36%
12	MUG	18%	36%
13	Salto 2 (tv)	17%	24%
14	Westerpost.nl (online)	16%	34%
15	Mokum Magazine	13%	34%
17	Nieuw Sloten Nieuws (papier)	10%	77%
18	Salto Radio (Onderdeel van Salto TV)	10%	17%



n=233

Stadsdeel Nieuw-West (159.522 inwoners) heeft met het huis-aan-huis blad Westerpost met 59% een opvallend groot bereik onder de inwoners van Nieuw-West. Westerpost (papieren versie) heeft een oplage van 79.000 exemplaren en wordt wekelijks verspreid. Mogelijke verklaring voor het grote bereik en belang van deze huis-aan-huiskrant is dat de gemeente de krant ook gebruikt voor het verstrekken van gemeente-nieuws. Alle gezamenlijke lokale en buurtmedia (print en online) hebben in Nieuw-West een groot bereik (vooral door het grote bereik van Westerpost). In het stadsdeel hebben deze mediatitels samen een bereik van 75%, wat hoger is in vergelijking met de meeste andere stadsdelen.

Top 5 belang**

1. Nieuw Sloten Nieuws
2. AT5.nl
3. Westerpost (papier)
4. AT5 (tv)
5. Parool (papier) en nhnieuws.nl

KANTAR PUBLIC

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

* Uit: *Weten wat er speelt* (DSP).

<u>Amsterdam West</u>: de lokale- en buurtmedia hebben een kleiner bereik in vergelijking met de meeste andere stadsdelen

Positie	Titel	Bereik	Belang
1	AT5 (tv)	85%	51%
2	AT5.nl	67%	65%
3	Het Parool (papier)	58%	51%
4	Lokale en buurtmedia samen	48%	-
5	parool.nl	36%	68%
6	nhnieuws (tv)	28%	51%
7	FunX	25%	49%
8	nhnieuws.nl	24%	34%
9	Salto 1 (tv)	23%	24%
10	Westerpost (papier)	22%	59%
11	MUG	22%	42%
12	Salto 2 (tv)	21%	26%
17	Mokum Magazine	17%	46%
14	Z!	14%	34%
15	dewestkrant.nl	12%	58%
16	westerpost.nl	10%	51%
17	staatskrant.nl	6%	72%
18	geheugenvanwest.nl	4%	27%
19	Kolenkitkrant (papier)	3%	45%
20	Spaarndammerburen.nl	3%	9%



n=209

Stadsdeel West (148.030 inwoners) heeft niet een heel onderscheidend karakter als het gaat om het lokale mediagebruik. Het bereik is wat lager dan in de meeste andere stadsdelen, maar dat lagere bereik geldt ook voor veel andere mediatitels.

Top 5 belang

1. Staatskrant.nl
2. Parool.nl
3. AT5.nl
4. Westerpost (papier)
5. Dewestkrant.nl

** Titels met een bereik van 10% of kleiner die geen relevante lokale- of buurtmedia zijn, zijn niet in het overzicht per stadsdeel opgenomen.

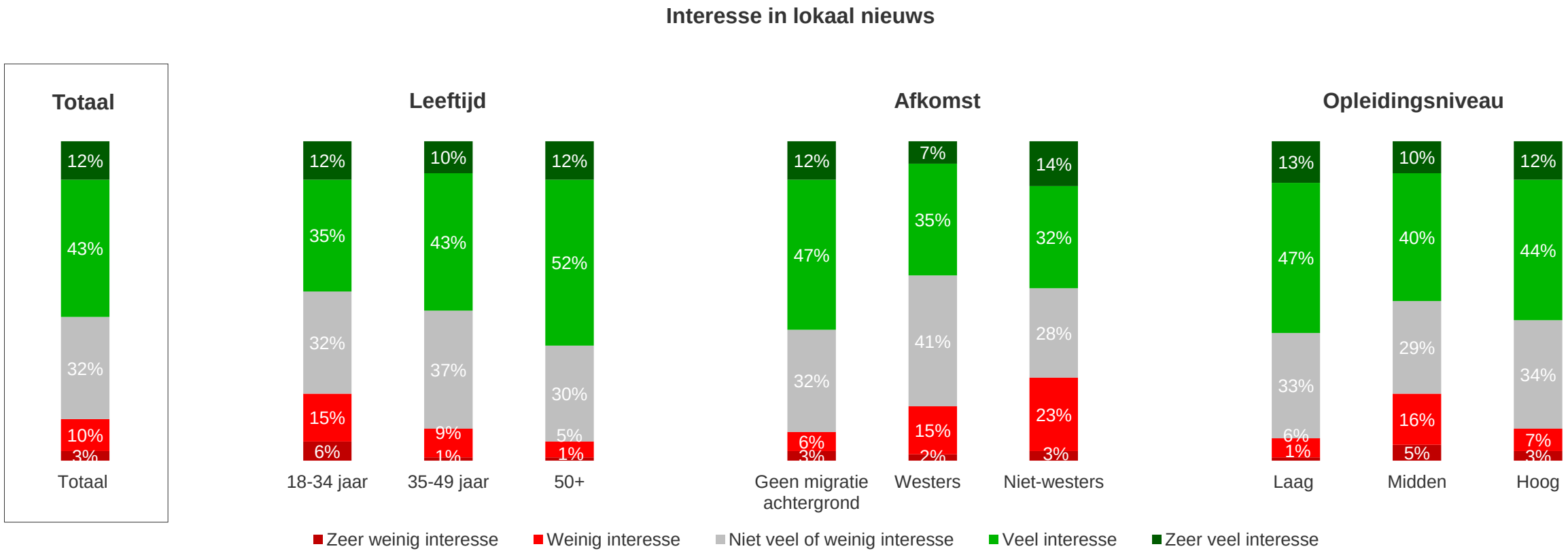
5

Verschillen naar leeftijd, afkomst en opleidingsniveau



Interesse: 50-plussers zijn vaker dan gemiddeld geïnteresseerd in lokaal Amsterdams nieuws

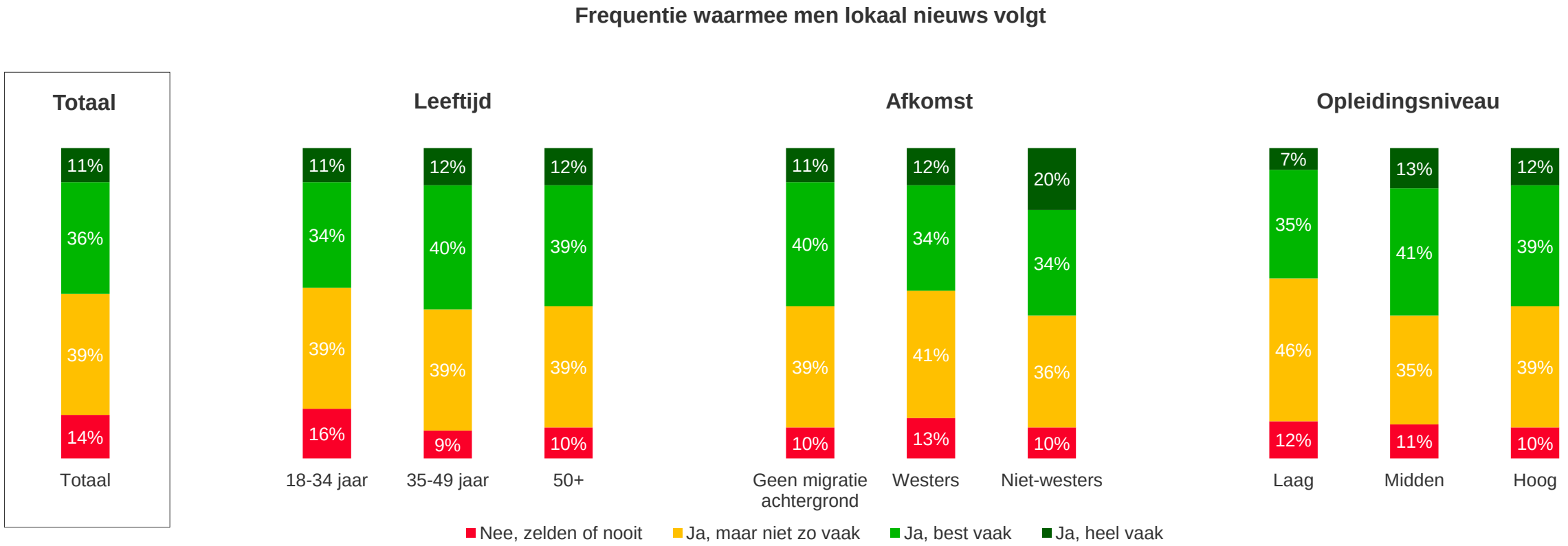
- Amsterdammers met een niet-westerse migratieachtergrond zijn minder vaak dan gemiddeld geïnteresseerd. Verder zijn Weespenaren bovengemiddeld geïnteresseerd in lokaal, Amsterdams nieuws en Amsterdammers uit Nieuw-west minder dan gemiddeld.



***Vraag**: In welke mate bent u geïnteresseerd in lokaal nieuws? Basis: n=1.284*

Frequentie: jongeren lezen, luisteren en kijken minder vaak lokaal nieuws dan gemiddeld terwijl Amsterdammers met een niet-westerse migratieachtergrond vaker dan gemiddeld lokaal nieuws lezen, luisteren of kijken

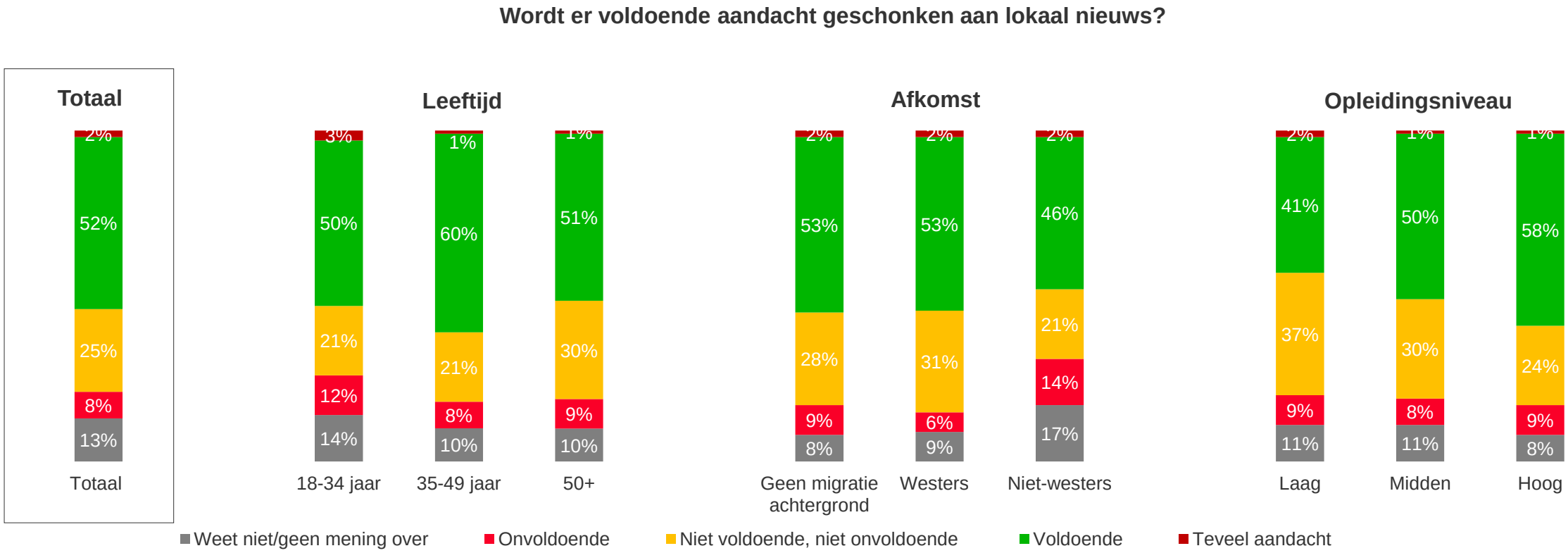
- Verder zijn er weinig verschillen in de frequentie waarmee men lokaal nieuws volgt.



***Vraag**: Kijkt, luistert of leest u weleens (lokaal) nieuws over uw eigen wijk, uw stadsdeel of de stad Amsterdam? Basis: n=1.284*

Aandacht: vooral hoger opgeleiden, Amsterdammers zonder migratieachtergrond en Amsterdammers van middelbare leeftijd vinden dat er in de Amsterdamse media voldoende aandacht wordt besteed aan lokaal nieuws

- Verder geven Amsterdammers met en niet-westerse migratie achtergrond vaker dan gemiddeld aan hier geen mening over te hebben (17%).

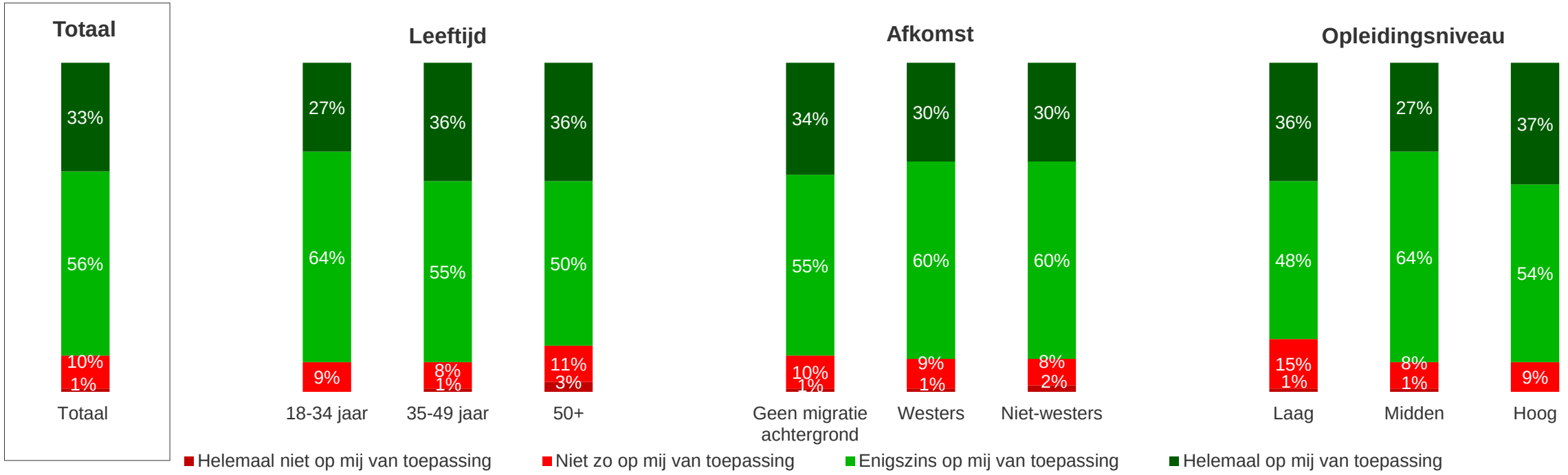


***Vraag**: Vindt u dat er – over het algemeen genomen – genoeg aandacht wordt geschonken aan lokaal nieuws? Basis: n=1.284*

Een ruime meerderheid volgt lokaal nieuws omdat ze willen weten wat er speelt in de eigen buurt, wijk of stad

- Er zijn hierbij geen verschillen naar leeftijd, afkomst of opleidingsniveau. Het gebruik van lokale media, omdat men wil weten wat er speelt in de eigen buurt of wijk, wordt dus door brede lagen van de Amsterdamse bevolking gedeeld.

Ik volg lokaal nieuws omdat ik wil weten wat er speelt in mijn buurt

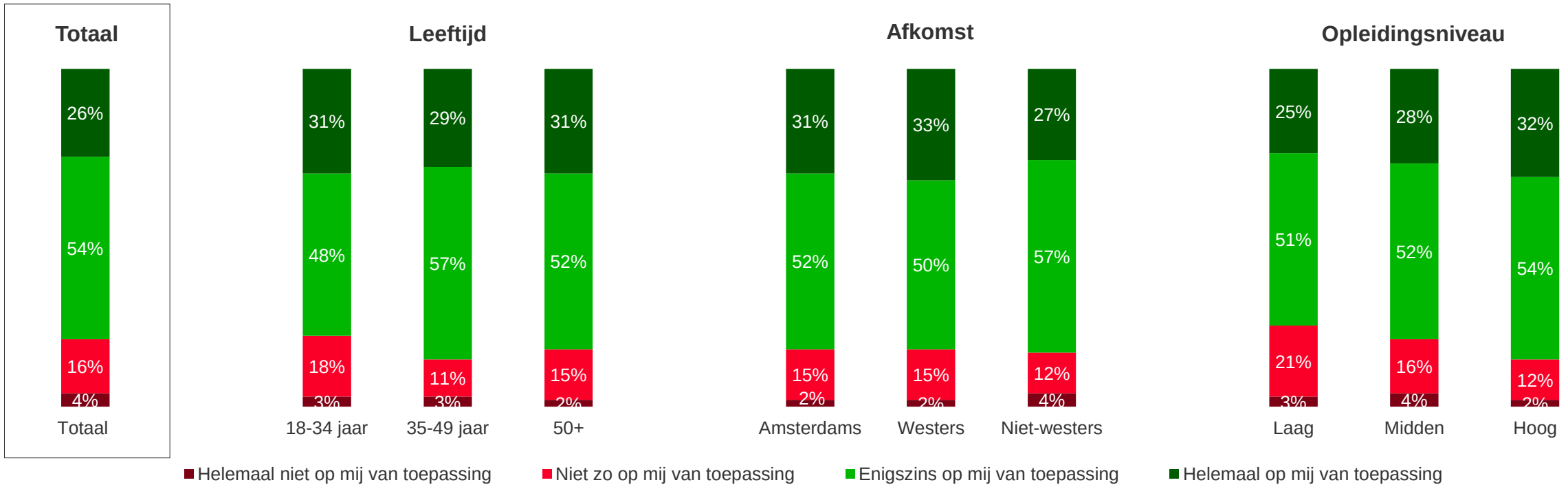


***Vraag**: Hieronder staan enkele redenen waarom mensen lokaal nieuws volgen. Kunt u voor elke reden aangeven in welke mate dit op u van toepassing is?*
Ik wil weten wat er speelt in mijn buurt. Basis: n=1.151

Ruim acht op de tien Amsterdammers volgen - in meer of mindere mate - het lokale nieuws om op de hoogte te blijven van evenementen in de buurt, stadsdeel of stad

- Naar achtergrondkenmerken zijn er weinig verschillen. Laagopgeleiden geven vaker dan gemiddeld aan dat het niet zo op hen van toepassing is en middelbaar opgeleiden vaker dat het helemaal niet op hen van toepassing is.

Ik wil op de hoogte blijven van de evenementen en activiteiten in mijn buurt, stadsdeel of stad

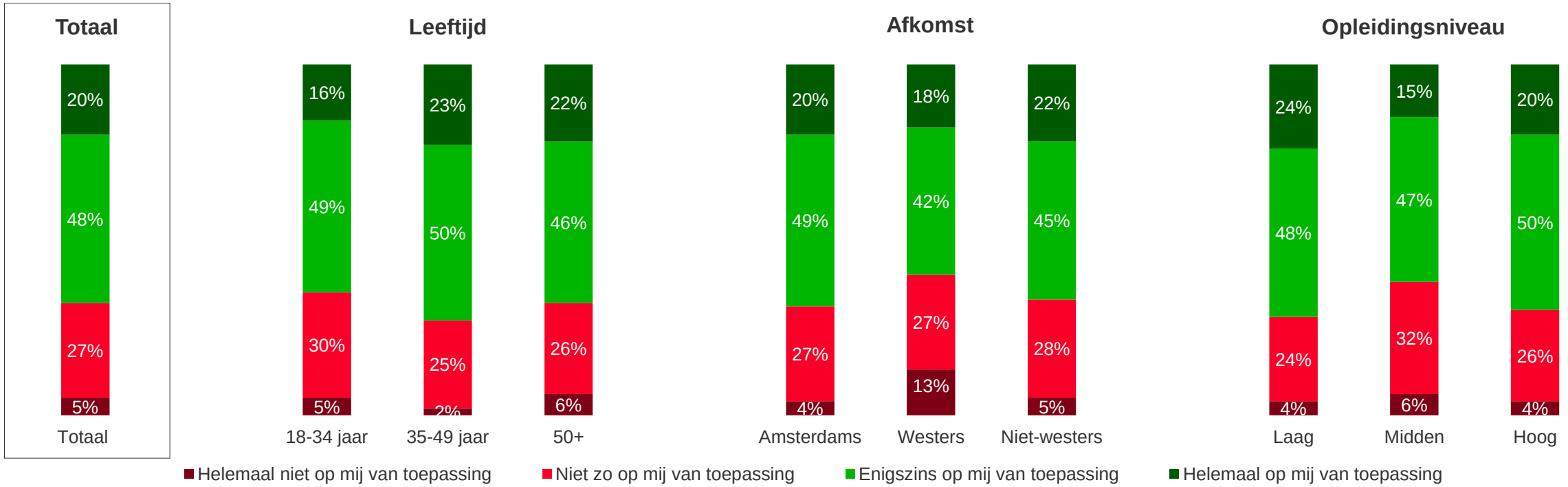


***Vraag**: Hieronder staan enkele redenen waarom mensen lokaal nieuws volgen. Kunt u voor elke reden aangeven in welke mate dit op u van toepassing is? ik op de hoogte wil blijven van de evenementen en activiteiten in mijn buurt, stadsdeel of stad. Basis: n=1.216*

Veel Amsterdammers volgen lokaal nieuws omdat ze zich zo meer verbonden voelen met de buurt, stadsdeel of stad, voor één op de drie Amsterdammers speelt dit motief geen rol

- Naar achtergrondkenmerken zijn ook hier weinig verschillen. Amsterdammers met een westerse migratie achtergrond geven vaker dan gemiddeld aan dat zij geen lokale media volgen om zich meer verbonden te voelen met de stad (percentage helemaal niet op mij van toepassing - 13% versus 4% van alle Amsterdammers).

Ik volg lokaal nieuws omdat, ik me hierdoor meer verbonden voel met mijn buurt, stadsdeel of stad

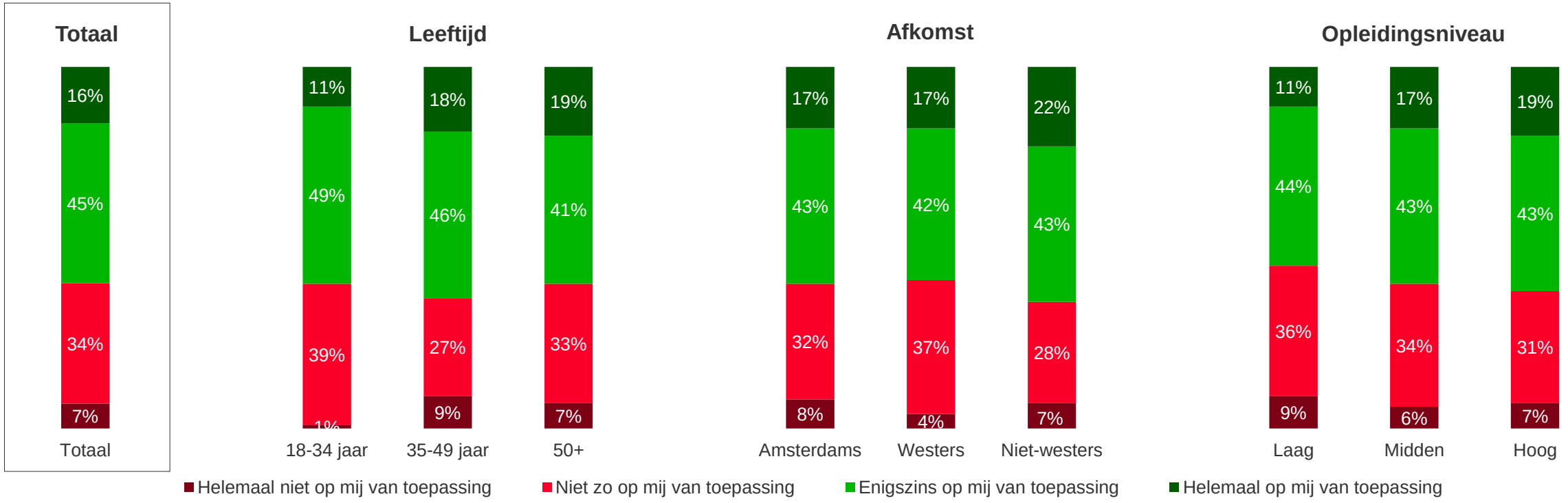


***Vraag**: Hieronder staan enkele redenen waarom mensen lokaal nieuws volgen. Kunt u voor elke reden aangeven in welke mate dit op u van toepassing is? Ik volg lokaal nieuws omdat, ik me hierdoor meer verbonden voel met mijn buurt, stadsdeel of stad. Basis: n=1.151*

Mee kunnen praten over de dingen die in de stad gebeuren is voor zes op de tien Amsterdammers reden om lokaal nieuws te volgen

- Op dit motief zijn geen significante verschillen in de achtergrondvariabelen te vinden.

Ik volg lokaal nieuws omdat, ik het belangrijk vind om mee te kunnen praten over dingen die gebeuren in mijn buurt, stadsdeel of stad

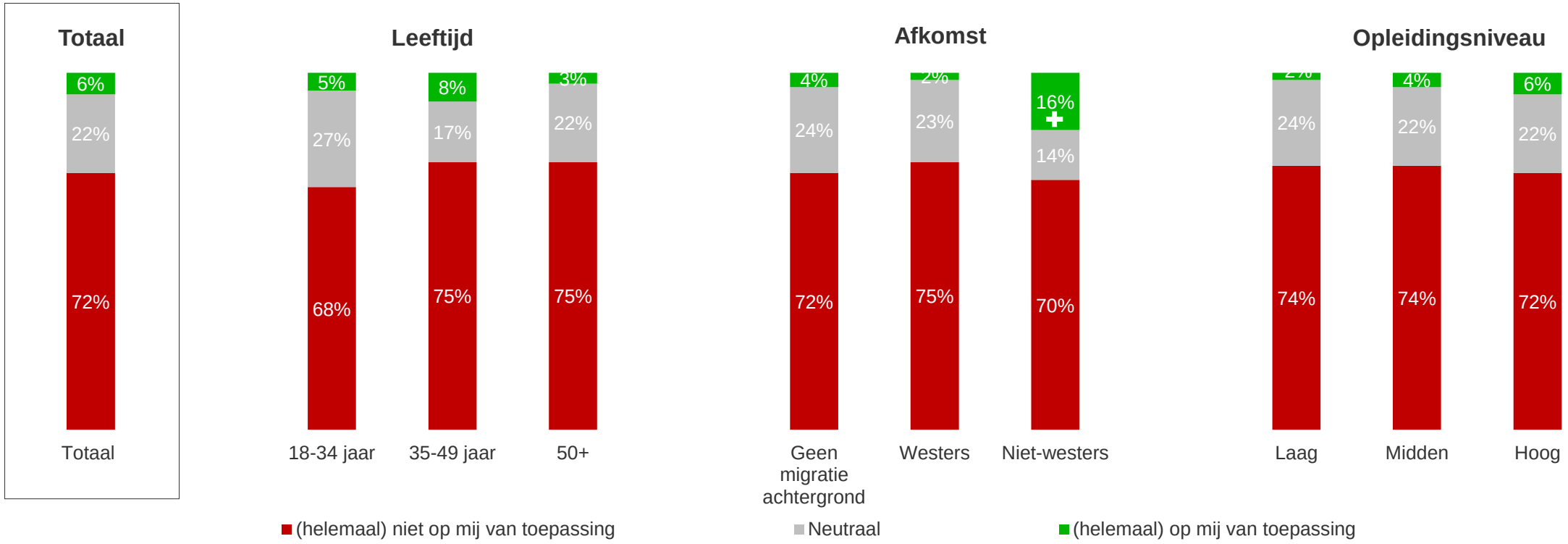


***Vraag**: Hieronder staan enkele redenen waarom mensen lokaal nieuws volgen. Kunt u voor elke reden aangeven in welke mate dit op u van toepassing is? Ik volg lokaal nieuws omdat, ik het belangrijk vind om mee te kunnen praten over dingen die gebeuren in mijn buurt, stadsdeel of stad. Basis: n=1.151*

Ongeveer één op de twintig Amsterdammers doet aan vrijwilligerswerk in de buurt

- Amsterdammers met een niet-westerse migratieachtergrond melden zich significant vaker aan als vrijwilliger voor evenementen en activiteiten in de buurt.

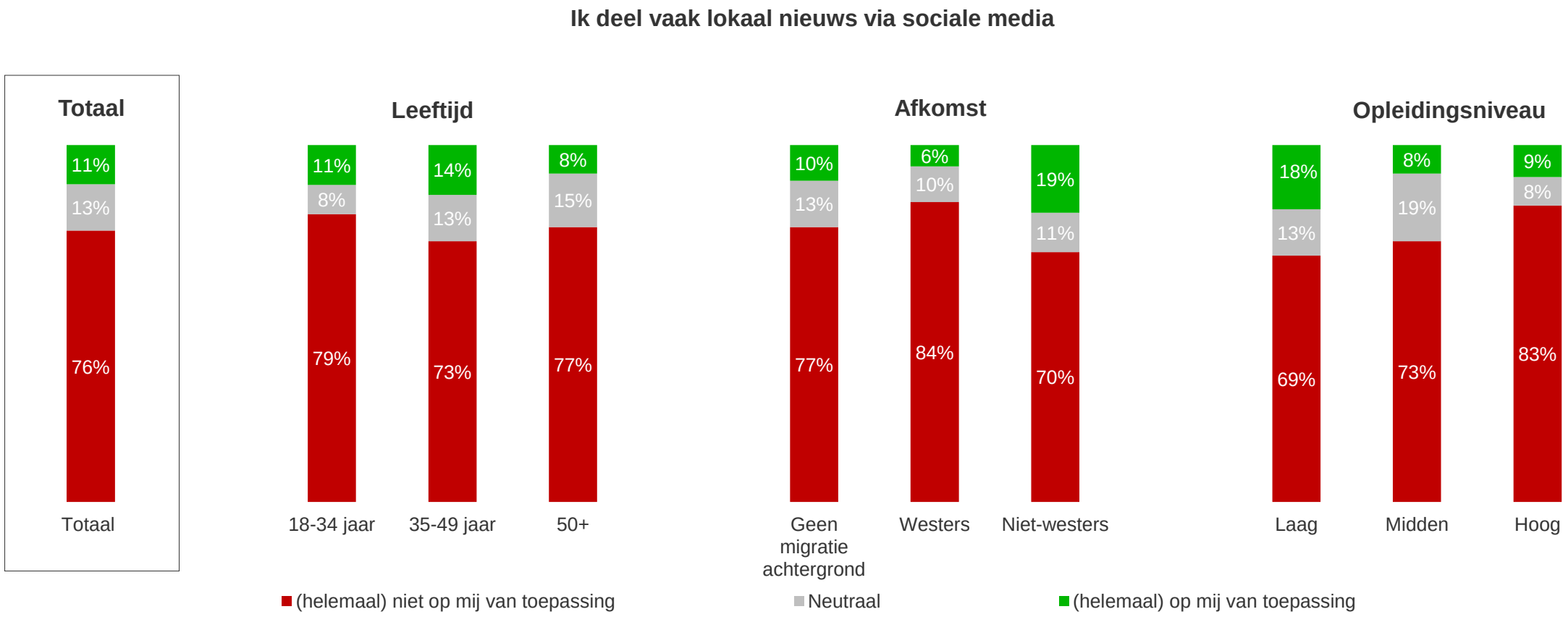
Als ik hoor dat ze in mijn buurt vrijwilligers nodig hebben voor een evenement of activiteit, dan meld ik me meteen aan



***Vraag**: Hieronder volgt een aantal stellingen. Als ik hoor dat ze in mijn buurt vrijwilligers nodig hebben voor een evenement of activiteit, dan meld ik me meteen aan. Basis: n=1.151*

Ruim één op de tien Amsterdammers deelt lokaal nieuws via sociale media, een meerderheid doet dat overigens niet

- Naar de verschillende achtergrondkenmerken is er geen één significant verschil.



***Vraag**: Hieronder volgt een aantal stellingen. Ik deel vaak lokaal nieuws via sociale media. Basis: n=1.151*

6
Bijlage: onderzoeksverantwoording



Amsterdammers in NIPObase (zonder Weesp)

	NIPObase	
	Absoluut	**Percentage**
Gender		
• Vrouw	1.313	54%
• Man	1.125	46%
Leeftijd		
• 18 t/m 24 jaar	115	5%
• 25 t/m 34 jaar	337	14%
• 35 t/m 44 jaar	369	16%
• 45 t/m 54 jaar	402	16%
• 55 t/m 64 jaar	476	19%
• 65-plus	739	30%
Opleiding		
• Laag opgeleid	405	17%
• Middelbaar opgeleid	589	24%
• Hoog opgeleid	1.444	59%
Afkomst		
• Geen migratieachtergrond	1.810	74%
• Westerse migratieachtergrond	198	8%
• Niet-westerse migratieachtergrond	430	18%

Ideaalcijfers

Door de ideaalcijfers van de gemeente Amsterdam naast de cijfers van NIPObase te leggen, kunnen we precies in kaart brengen hoe we de aanvullende steekproef het beste kunnen samenstellen. Omdat de populatie van Amsterdammers met een niet-westerse migratie achtergrond behoorlijk groot is, kunnen we (naar verwachting) wel uitspraken doen over veel voorkomende subgroepen, zoals Surinaamse/Antilliaanse, Marokkaanse en Turkse Amsterdammers. Hierbij hanteren we een statistische ondergrens van n=40 per subgroep. Bij Amsterdammers met een westerse migratieachtergrond is dat lastiger, omdat de subpopulaties (zowel in het panel als in het echt wat kleiner zijn). Wat we hier kunnen doen is de uitspraken op een geaggregeerd niveau, bijvoorbeeld westerse migratie achtergrond van binnen of buiten Europa.

Panel bias

Tot slot is het belangrijk om te vermelden dat NIPObase *geen* zelfaanmelding kent. Alle respondenten zijn door Kantar zelf geworven, waarbij de samenstelling van de bevolking leidend is. Groepen mensen die normaliter minder goed in verschillende panels vertegenwoordigd zijn, zijn in NIPObase beter vertegenwoordigd. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om jongeren, praktisch geschoolden en mensen met een migratieachtergrond (westers én niet-westers).