



An NIQ
Company

Onderzoek NDP Nieuwsmedia en NNP onder hoofdredacteuren van regionale en lokale kranten

*Media Measurement
Maart 2024*



Inhoud

1	Aanleiding en doelstelling	3
2	Bedrijfsvoering	5
3	Media en maatschappij	9
4	Concurrentieveld	13
5	Onderzoeksverantwoording & contact	17



01

Aanleiding en doelstelling

Aanleiding en doelstelling

- In navolging van de gezamenlijke brief van hoofdredacteuren van regionale en lokale kranten, hebben de brancheorganisaties NDP Nieuwsmedia en NNP aan deze groep gevraagd om hun wensen en ideeën verder uiteen te zetten in een enquête. Die enquête is in februari en maart 2024 door onderzoeksbureau GfK afgenomen.
- Doel van dit onderzoek was inzicht vergaren om de wensen van hoofdredacteuren te agenderen en te onderbouwen. Daarnaast dragen de uitkomsten bij aan de wens van NDP Nieuwsmedia en NNP om concrete voorstellen te doen voor beter beleid.



02

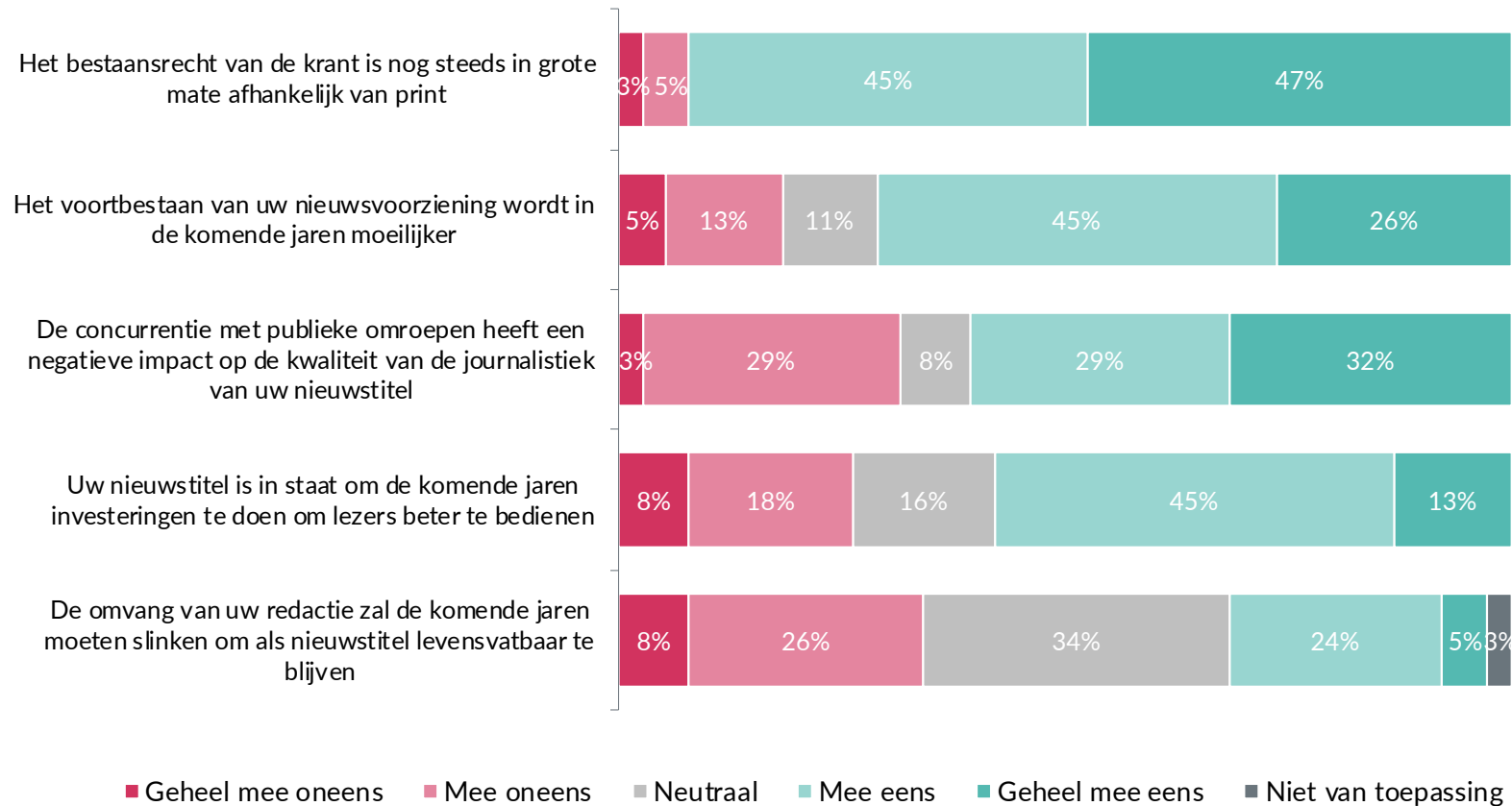
Bedrijfsvoering

Het voortbestaan van de regionale en lokale nieuwsvoorziening wordt steeds moeilijker



“Publieke omroepen gaan steeds meer concurreren op internet. Zeker als zij zich ook gaan richten op langere reportages, interviews en reconstructies en die zijn gratis beschikbaar, dan vormt dat een bedreiging van ons voortbestaan en van de pluriformiteit”

Bedrijfsvoering - totaaloverzicht



A01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over bedrijfsvoering. Kunt u voor iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent?

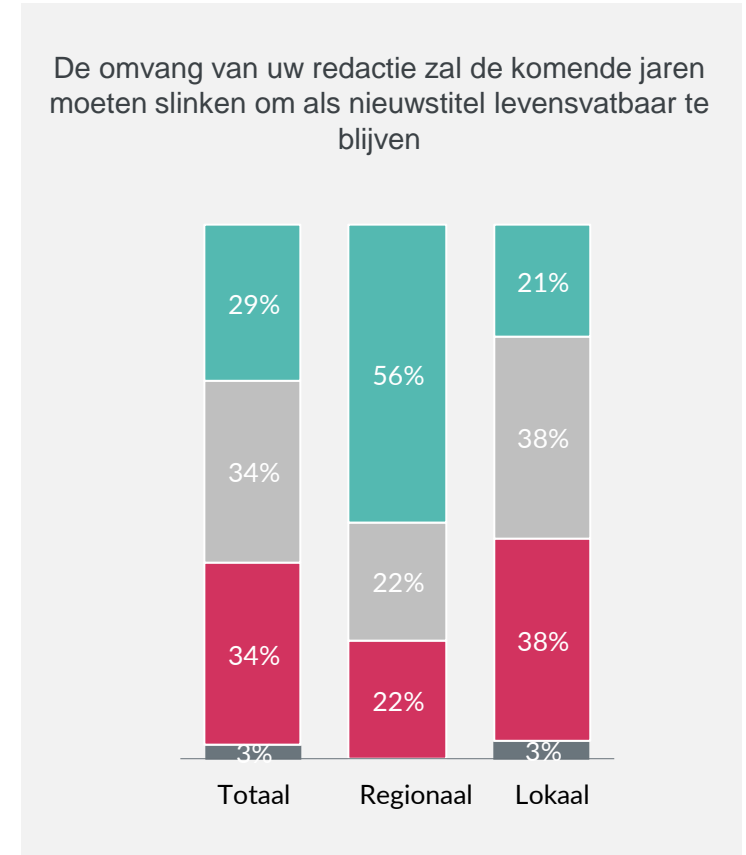
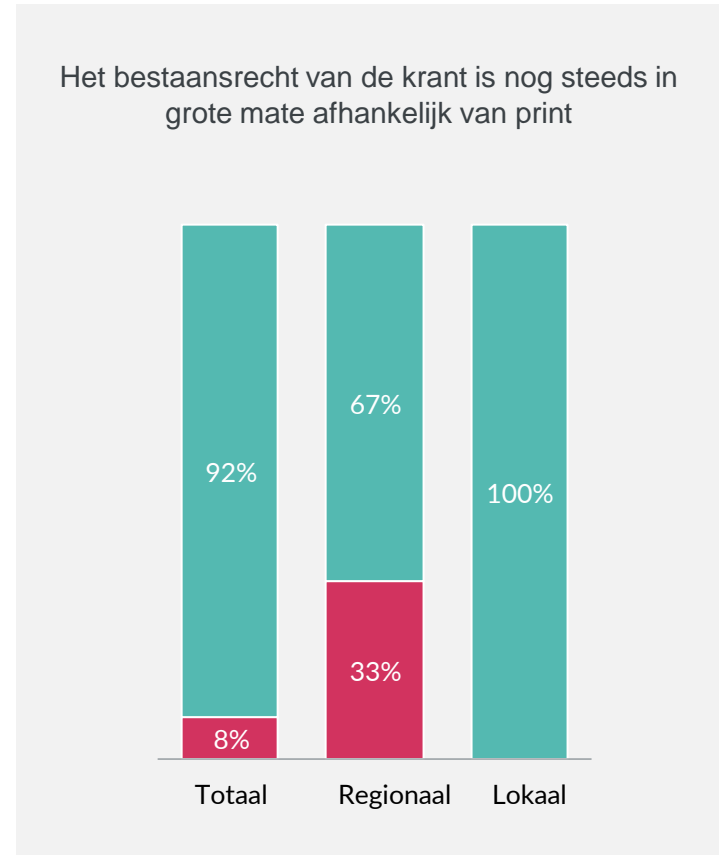
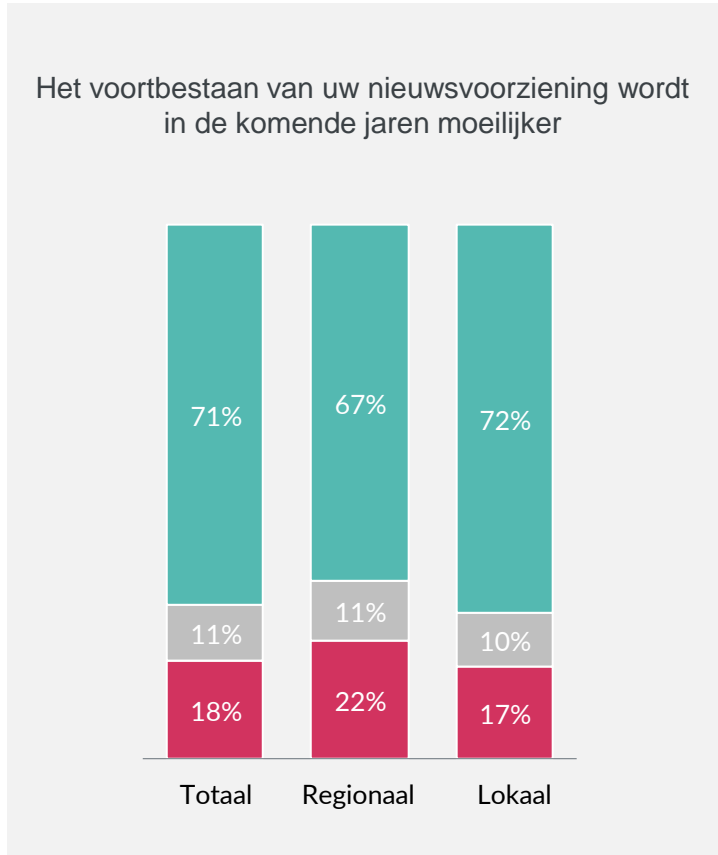
Basis: alle respondenten (n=38)

Met name regionale hoofdredacteuren denken dat de omvang van de redactie de komende jaren moeten slinken om levensvatbaar te blijven.



“De beschikbare middelen voor de redactie staan onder druk doordat de advertentie-inkomsten van onze lokale titels onder druk staan. Het lokale speelveld is niet gelijk als gevolg van gesubsidieerde lokale/streekomroepen en regionale omroepen, die lokale adverteerders ruimte verkopen op hun kanalen.”

Bedrijfsvoering – uitgeplitst per groep hoofdredacteuren



■ (geheel) mee eens ■ neutraal ■ (geheel) mee oneens ■ Niet van toepassing

A01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over bedrijfsvoering. Kunt u voor iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent?

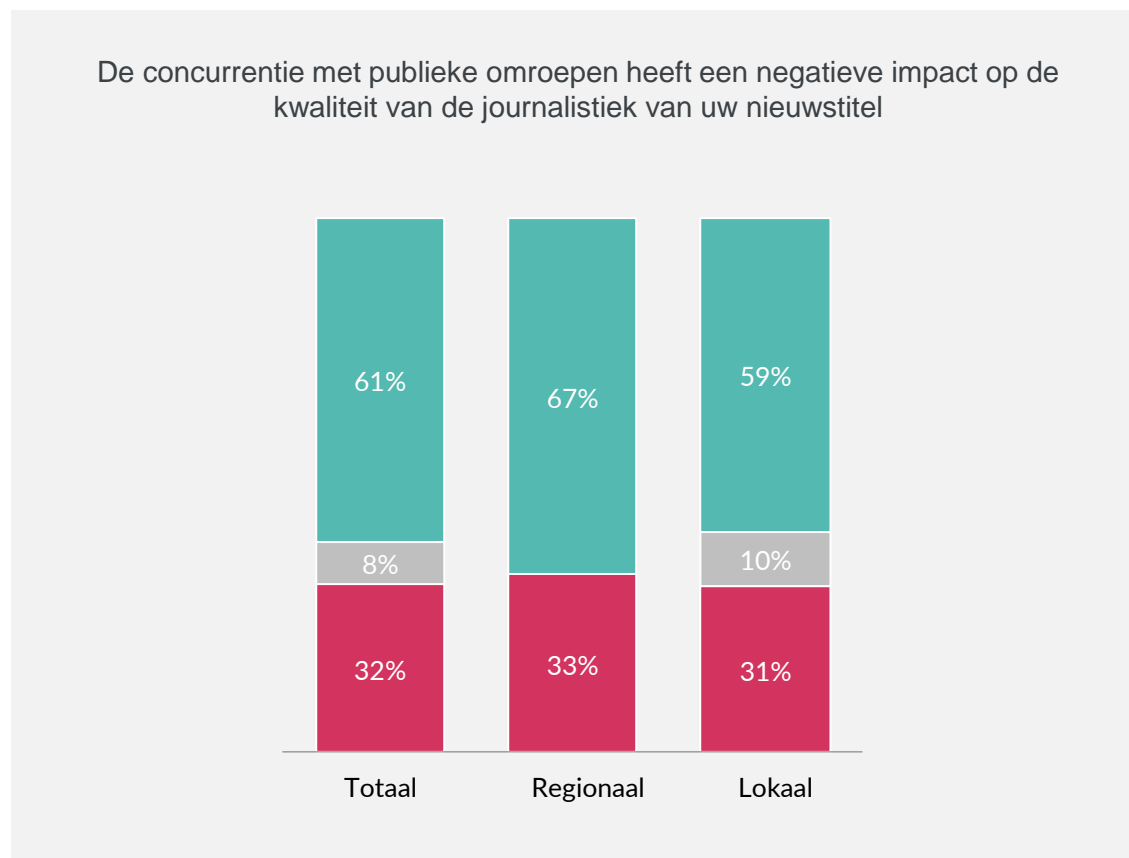
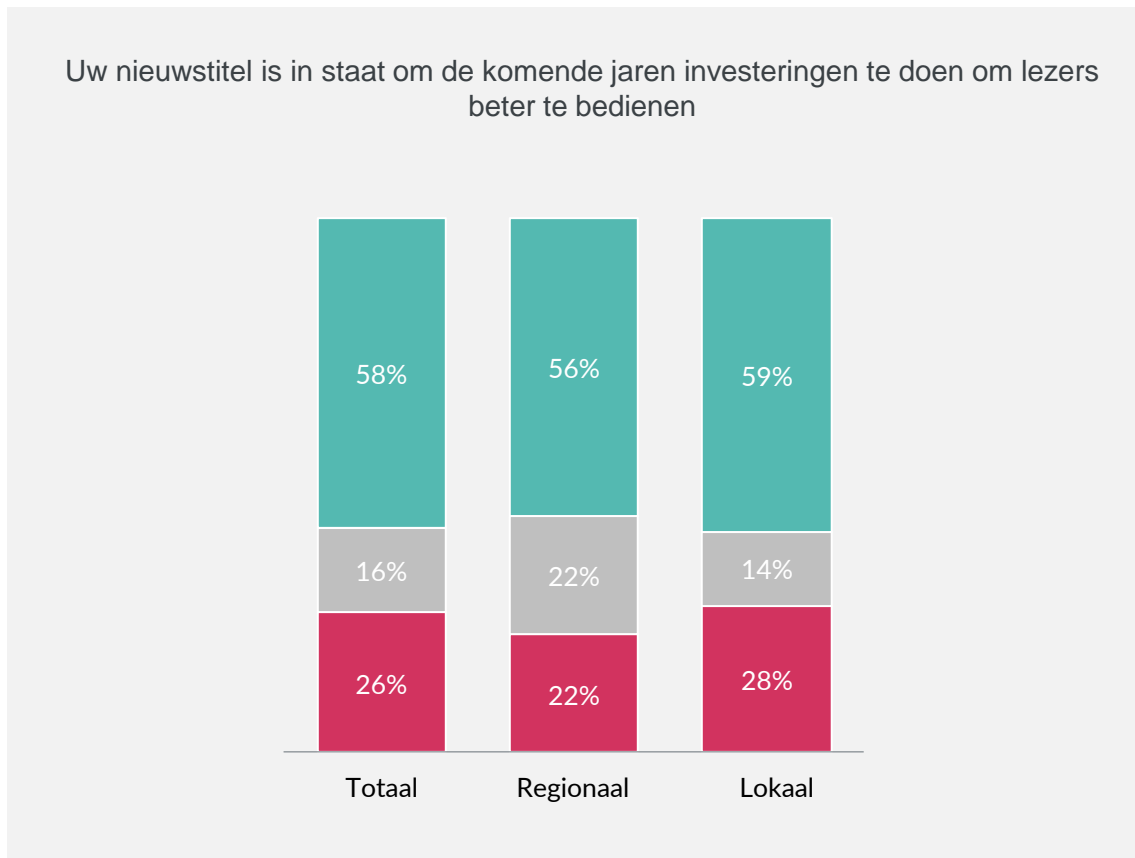
Alle respondenten (n=38, NDP Nieuwsmedia=9, NNP=29)

Een meerderheid van de regionale en lokale hoofdredacteuren is van mening dat concurrentie met publieke omroep negatieve invloed heeft op de kwaliteit van het eigen nieuws.



“De lokale nieuwsvoorziening is gebaat bij meerdere lokale nieuwsaanbieders. Echter, door concurrent van lokale/regionale omroepen dreigt de situatie te ontstaan dat er geen lokale/regionale krant meer kan blijven bestaan, waardoor nog maar één lokale nieuwsbron overblijft. Dat is slecht voor de lokale samenleving en funest voor het goed functioneren van de lokale democratie.”

Bedrijfsvoering – uitgesplitst per groep hoofdredacteuren



■ (geheel) mee eens ■ neutraal ■ (geheel) mee oneens

03

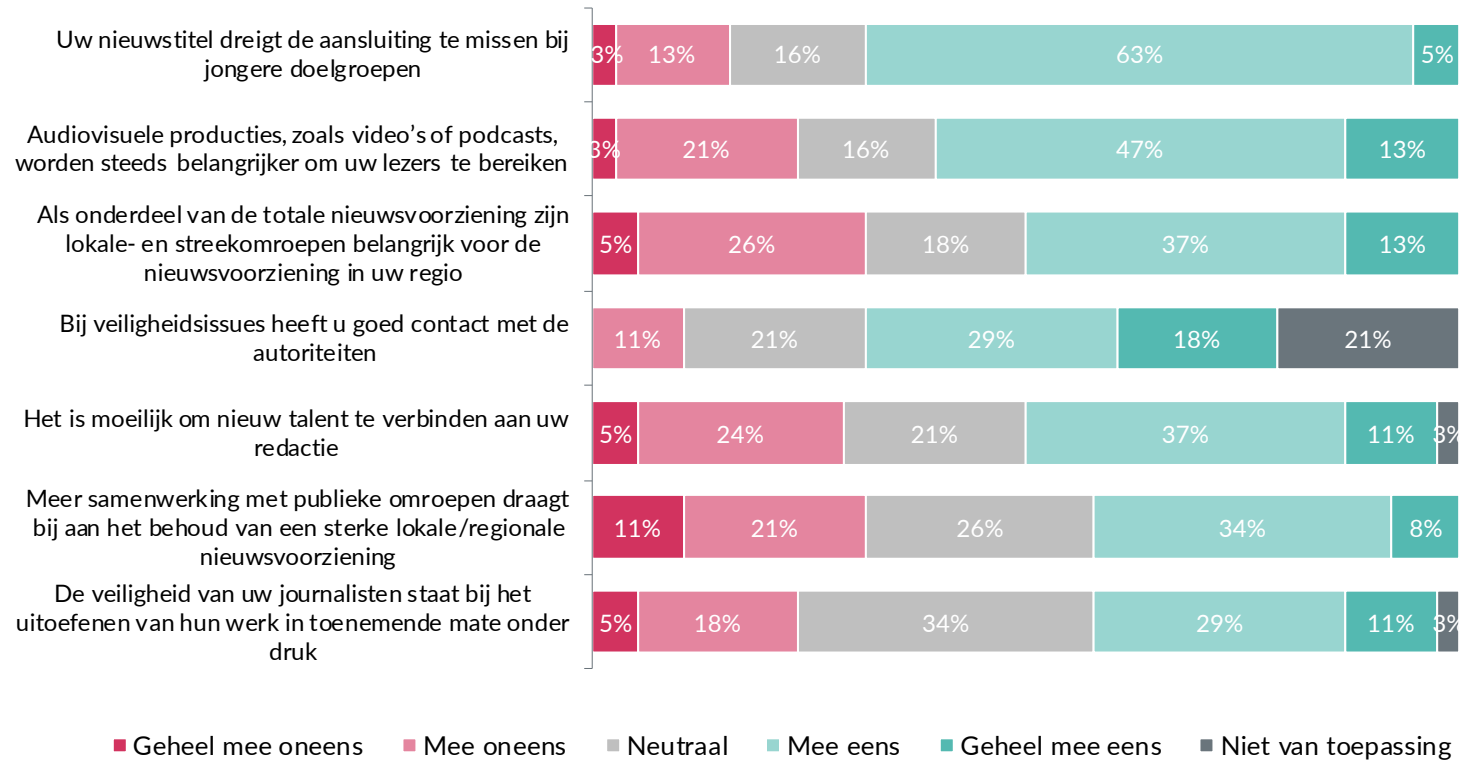
Media en maatschappij

Aansluiting van regionaal en lokaal nieuws bij jongere doelgroepen dreigt gemist te worden



“Het binden van jongere doelgroepen is een grote uitdaging. Het lezerspubliek vergrijsst, de jongere nieuwsconsument -als deze al nieuws consumeert- is nauwelijks bereid daar voor te betalen. Als regionale titel hebben we niet de kracht op social media die bv de NOS heeft.”

Media en maatschappij - totaaloverzicht



B01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over media en maatschappij. Wilt u nogmaals bij iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent?

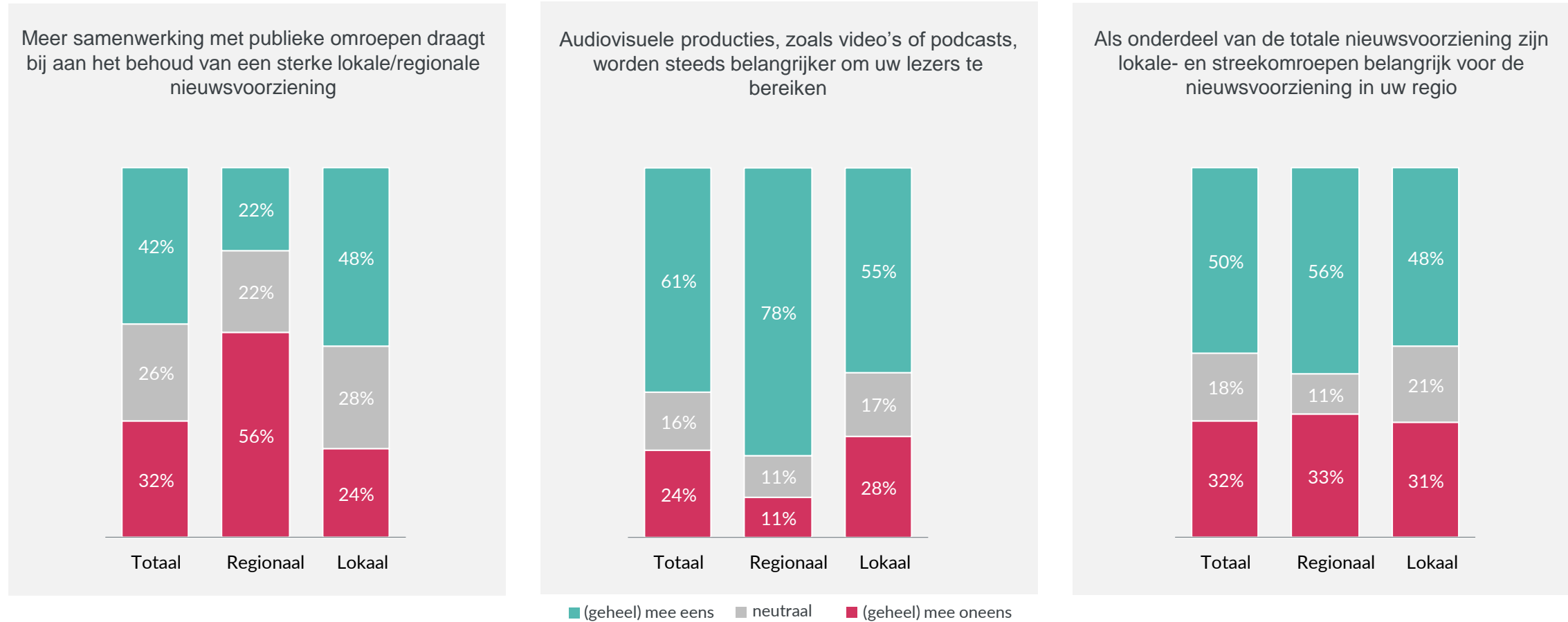
Alle respondenten (n=38)

Een meerderheid van de hoofdredacteuren van regionale kranten vindt dat samenwerking met publieke omroepen niet bijdraagt aan behoud van sterke nieuwsvoorziening



“Samenwerken met de regionale omroepen kan bijna niet. Ons verdienmodel (het model dat ons bestaansrecht moet geven) is dat mensen betalen voor onze journalistiek. Ook online. De omroep wil sowieso alles gratis weggeven.”

Media en maatschappij – uitgeplitst per groep hoofdredacteuren



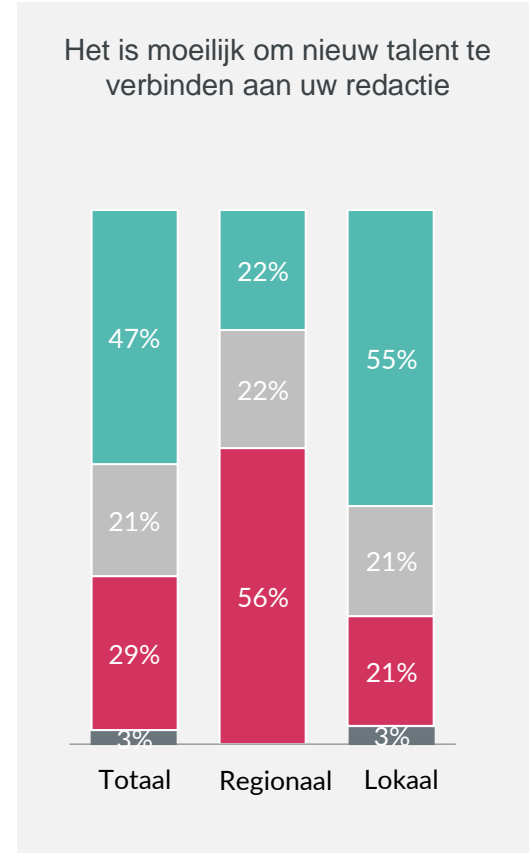
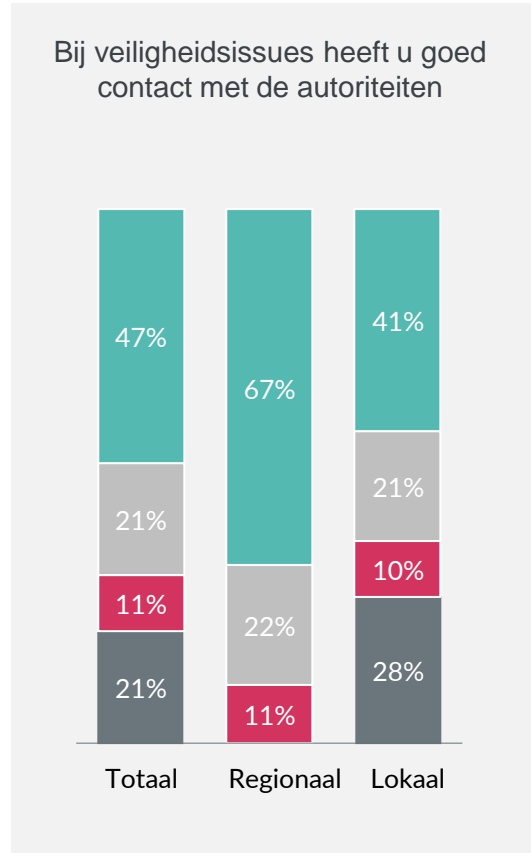
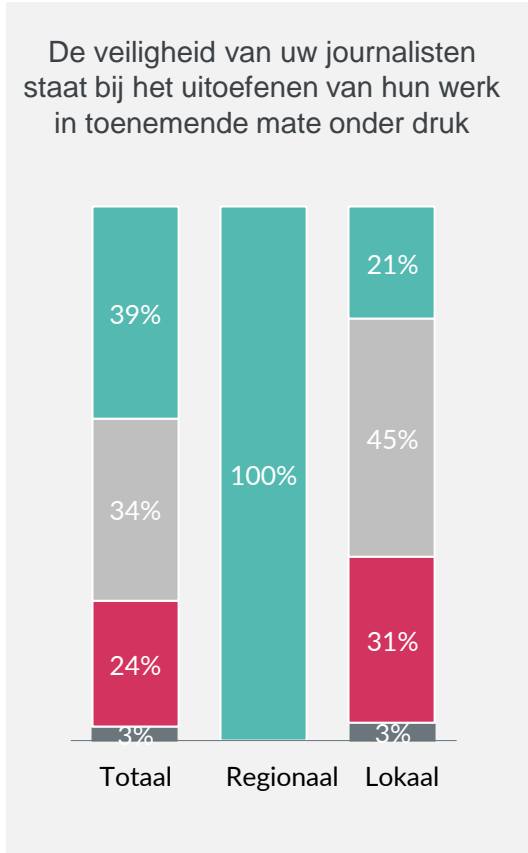
B01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over media en maatschappij. Wilt u nogmaals bij iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent? Alle respondenten (n=38, NDP Nieuwsmedia=9, NNP=29)

Zorgen over de veiligheid van journalisten bij regionale hoofdredacteuren. Lokale hoofdredacteuren vaker van mening dat het moeilijk is om nieuw talent aan redactie te binden



“Het binden van journalisten aan onze lokale krant is lastig. De opleidingen zitten ver weg en het beroep van lokale journalist is in ogen van afgestudeerden niet het meest aansprekend”.

Media en maatschappij – uitgeplitst per groep hoofdredacteuren



■ (geheel) mee eens ■ neutraal ■ (geheel) mee oneens ■ Niet van toepassing

B01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over media en maatschappij. Wilt u nogmaals bij iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent?

Alle respondenten (n=38, NDP Nieuwsmedia=9, NNP=29)

04

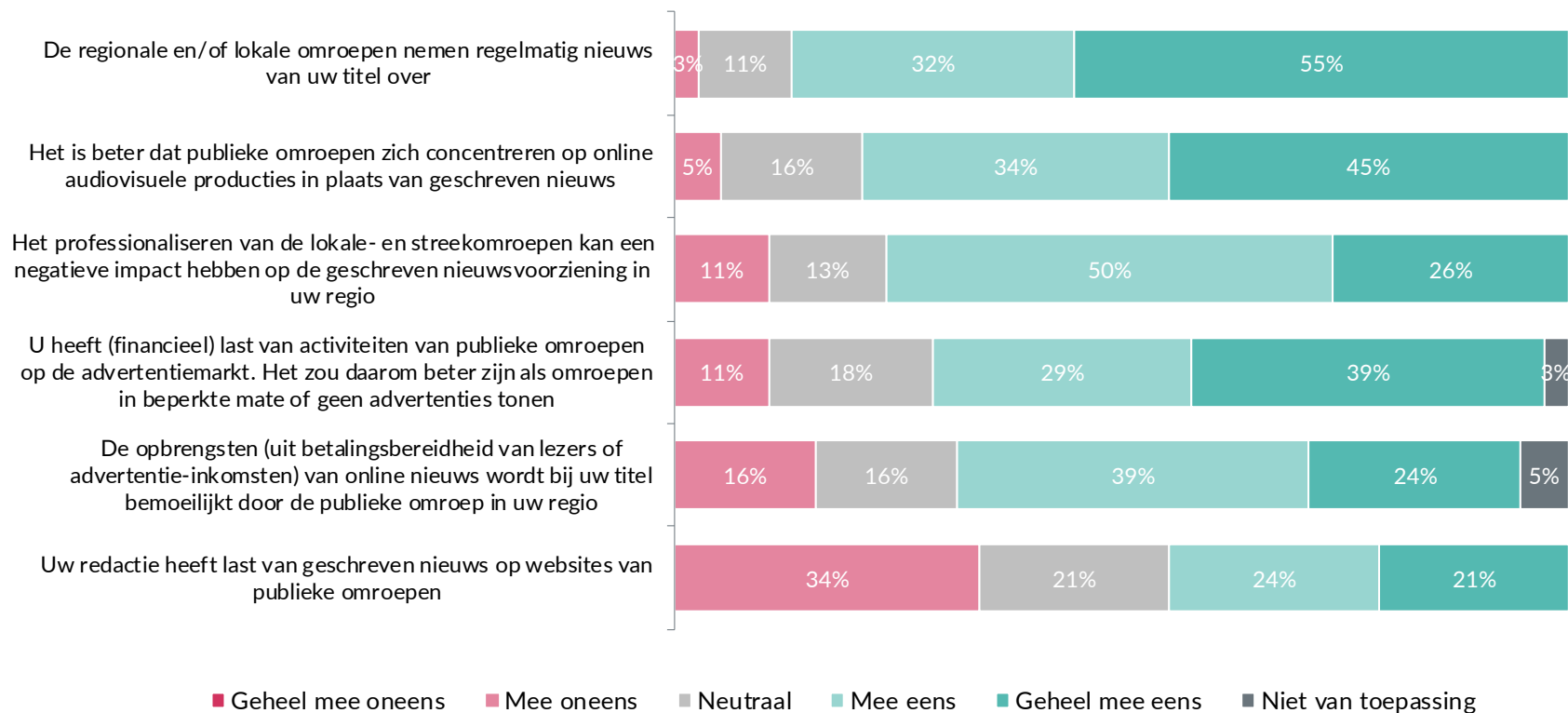
Concurrentieveld

Regionale en lokale omroepen nemen regelmatig nieuws over van kranten



“Het pijnlijke is juist dat berichten overgenomen worden die wij bestempelen als ons 'eigen nieuws'. Verhalen waar we soms lang onderzoek voor hebben gedaan. Hoe vervelend is het dan als wij dat verhaal brengen met een paywall en de omroep later met een gratis variant komt?”

Concurrentieveld - totaaloverzicht



C01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over het concurrentieveld. Wilt u nogmaals bij iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent?

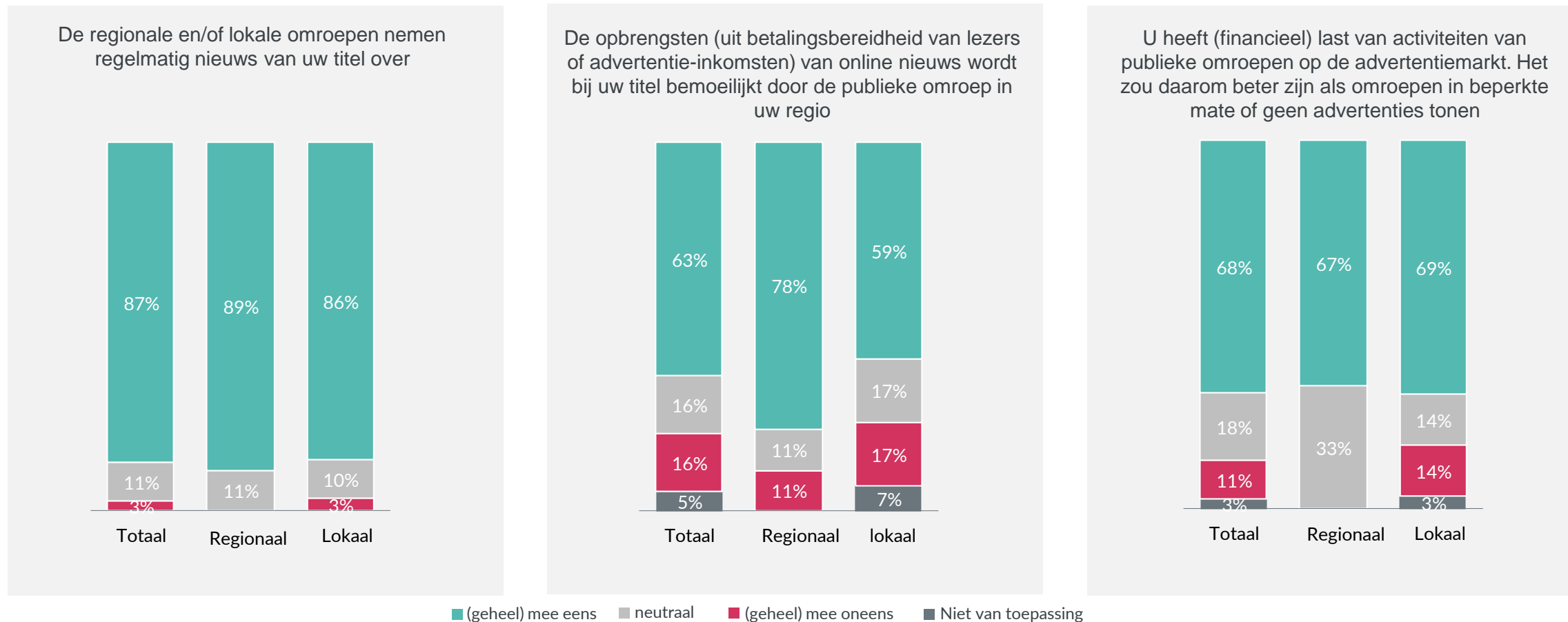
Alle respondenten (n=38)

Hoofdredacteuren zijn van mening dat opbrengsten uit online nieuws moeilijker zijn doordat de publieke omroep hetzelfde nieuws gratis aanbiedt op haar website en actief is op de advertentiemarkt.



“Dan blijft het moeilijk nieuwe abonnees voor onze digitale producten te werven. Hierdoor komt ons verdienmodel onder druk te staan, moeten wij snijden in kosten (fte's), waardoor de kwaliteit van onze journalistiek in gevaar komt.” “Er ontstaat een ongelijk speelveld. Daarnaast concurreren de omroepen ook online met advertentieproposities.”

Concurrentieveld – uitgeplitst per groep hoofdredacteuren



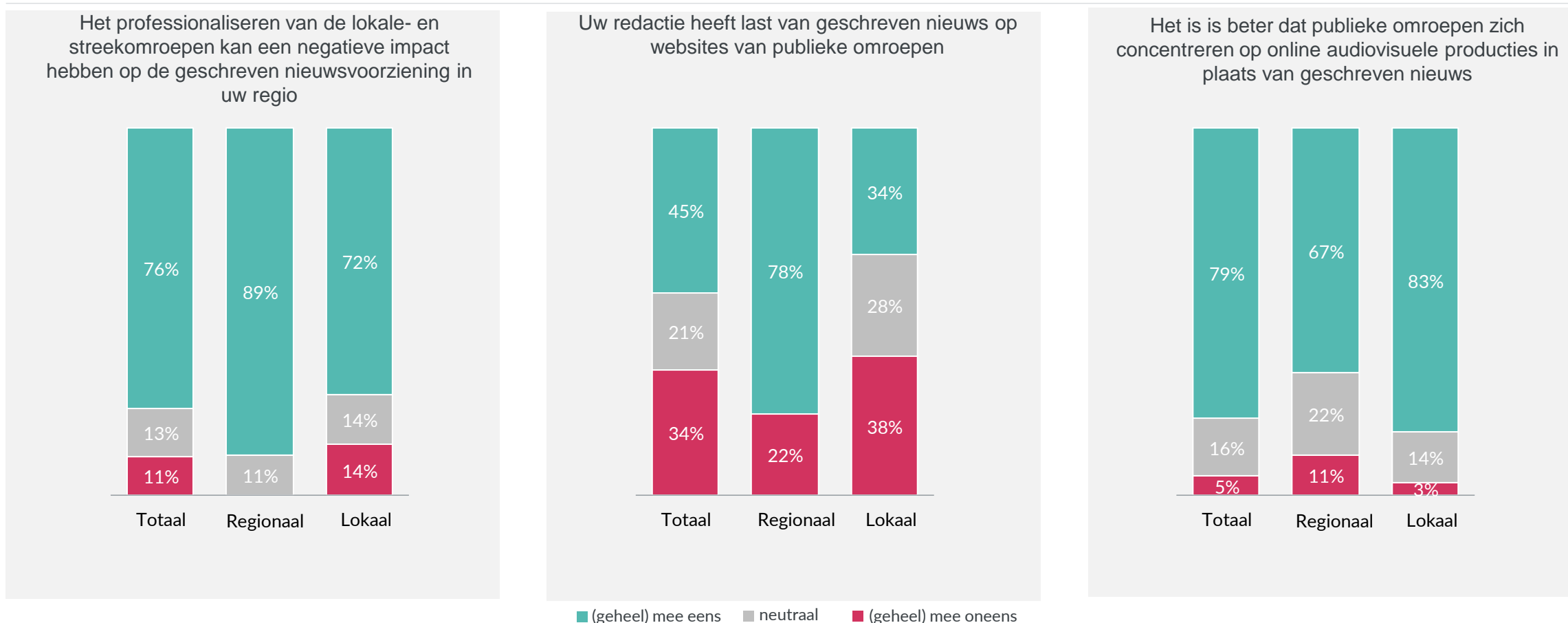
C01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over het concurrentieveld. Wilt u nogmaals bij iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent? Alle respondenten (n=38, NDP Nieuwsmeda=9, NNP=29)

Regionale hoofdredacteuren hebben last van online geschreven nieuws van publieke omroepen. Lokale hoofdredacteuren zijn van mening dat de publieke omroep zich meer moet concentreren op online audiovisuele content i.p.v. geschreven nieuws.



“Er gaat 16 miljoen euro naar lokale en regionale omroepen om de nieuwsvoorziening te versterken. En niet alleen om radio- en tv-programma’s te maken, ook om (online) geschreven nieuws te gaan verzorgen. Voor de huis-aan-huisbladen betekent dit een onwenselijke concurrentie en een bedreiging van hun verdienmodel. Als je bij de lokale omroep hetzelfde nieuws kunt lezen, verliest de krant online en op papier een stuk van zijn waarde voor adverteerders.”

Concurrentieveld – uitgeplitst per groep hoofdredacteuren



C01: Hieronder ziet u een aantal stellingen over het concurrentieveld. Wilt u nogmaals bij iedere stelling aangeven in hoeverre u het hier mee (on)eens bent?

Alle respondenten (n=38, NDP Nieuwsmedia=9, NNP=29)

05

Onderzoeksverantwoording & contact

Methode



Online vragenlijst



3 stelling blokken en 8 open vragen



Bedrijfsvoering, media en maatschappij en concurrentieveld

Steekproef



Klantsample NDP Nieuwsmedia + open link voor NNP



Hoofdredacteuren lokale en regionale kranten

Veldwerk



26-2-2024 t/m 12-3-2024



N=39 (11 NDP, 28 NNP)

GfK heeft kwaliteit hoog in het vaandel. GfK werkt volgens vaste procedures en leidt medewerkers op om op de juiste wijze onze producten en diensten te leveren. Op die manier garanderen we de beste kwaliteit.

- GfK hanteert een kwaliteitssysteem dat voldoet aan de eisen van
 - ISO 9001:2015 (de standaard voor een kwaliteitsmanagementsysteem)
 - ISO 20252:2012 (de standaard voor het uitvoeren van marktonderzoeksprojecten en kwaliteitsbewaking in het algemeen binnen marktonderzoekbureaus) en
 - ISO 26362:2009 (de standaard voor het opzetten en exploiteren van acces-panels).
- Internationaal is GfK lid van de [ICC / ESOMAR](#) (The World Association of Research Professionals), dit is de overkoepelende organisatie van de marktonderzoekbureaus.
- Op lokaal niveau is GfK lid van [Data & Insights Network](#) (voormalig MOA, Center for Information Based Decision Making & Marketing Research) en houdt zich daarmee aan de leverings- en betalingsvoorwaarden van deze beroepsorganisatie. Een overzicht van deze voorwaarden is beschikbaar op <https://datainsightsnetwork.nl>.
- GfK handelt strikt volgens de AVG/GDPR en volgt de Gedragscode voor marktonderzoek en statistieken.
- GfK bewaart onderzoeksgegevens, tenzij contractueel anders is overeengekomen.

Contact



Petra Seyger
Consultant Media Measurement

Petra.Seyger@gfk.com



Marloes de Jager
Researcher Media Measurement

marloes.dejager@gfk.com

Thank you