

Nieuwe Nederlanders en media

Een verkenning van het bereik en de waardering van reguliere en cultuurgebonden media



Amsterdam, maart 2012

Projectnummer: M7750

drs. Ahmed Ait Moha (Motivaction)

drs. Hechmi Souguir (Motivaction)

René Romer (Transcity)

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij Motivaction. Voor het vermelden van de naam van Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage is schriftelijke toestemming van Motivaction International B.V. nodig.

Inhoudsopgave

1	Management summary	5
1.1	Inleiding	5
1.2	Resultaten	6
1.2.2	Belangrijkste resultaten televisie	6
1.2.3	Belangrijkste resultaten radio	8
1.2.4	Belangrijkste resultaten internet	9
1.2.5	Belangrijkste resultaten printmedia	9
1.3	Beschouwing op de resultaten door Motivaction en TransCity	10
2	Onderzoeksopzet	14
2.1	Doelstelling	14
2.2	Methode	14
2.2.1	Veldwerkperiode	14
2.2.2	veldwerkmethode	14
2.3	Weging	15
2.4	Leeswijzer rapport	17
3	Resultaten: Televisie	19
3.1	Inleiding	19
3.2	Bereik televisie	19
3.2.1	Algemene bereikscijfers televisie	19
3.3	Wijze van ontvangst van televisie	21
3.4	Reguliere televisiezenders	21
3.4.1	Bereik reguliere televisiezenders	21
3.5	Waardering reguliere televisiezenders	22
3.5.1	Beoordeling reguliere televisiezenders	22
3.5.2	Herkenning in de reguliere televisiezenders	23
3.5.3	Aandacht voor diversiteit op de reguliere televisiezenders	25
3.6	Cultuurgebonden televisiezenders	28
3.6.1	Kijktijd naar televisie	28
3.6.2	Turkse Nederlanders	29
3.6.3	Marokkaanse Nederlanders	30
3.6.4	Surinaamse Nederlanders	32
3.6.5	Antilliaanse Nederlanders	33
4	Resultaten: Radio	35
4.1	Inleiding	35
4.2	Bereik radiozenders	35
4.2.1	Bereikscijfers radio	35
4.2.2	Bereikscijfers radiozenders	37
4.3	Waardering radiozenders	37
4.3.1	Waarderingscijfer radiozenders	37
4.3.2	Herkenning in de radiozenders	38
4.3.3	Aandacht voor diversiteit op de radio	39
4.3.4	Waar gaat naar geluisterd worden als FunX stopt	40
4.4	Cultuurgebonden radiozenders	40
4.4.1	Turkse radiozenders	41
5	Resultaten: Internet	43

5.1	Inleiding	43
5.2	Bereik regulier internet	43
5.2.1	Toegang tot internet	43
5.2.2	Tijdsbesteding op internet	44
5.2.3	Lidmaatschap sociale netwerken	45
5.2.4	Bereik 10 meest bezochte websites	45
5.3	Waardering reguliere websites	46
5.3.1	Waarderingscijfer reguliere websites	46
5.3.2	Betrouwbaarheid websites	46
5.3.3	Objectiviteit websites	47
5.4	Cultuurgebonden websites	48
5.4.1	Bereik cultuurgebonden websites	48
5.4.2	Turkse Nederlanders	49
5.4.3	Marokkaanse Nederlanders	49
5.4.4	Surinaamse Nederlanders	50
5.4.5	Antilliaanse Nederlanders	50
6	Printmedia	51
6.1	Inleiding printmedia	51
6.2	Bereik weekbladen	51
6.2.1	Bereik weekbladen	51
6.3	Waardering weekbladen	51
6.3.1	Beoordeling weekbladen	51
6.3.2	Herkenning weekbladen	52
6.4	Bereik maandbladen	53
6.5	Waardering maandbladen	54
6.5.1	Beoordeling maandbladen	54
6.5.2	Herkenning maandbladen	54
6.6	Bereik dagbladen	55
6.7	Waardering dagbladen	56
6.7.1	Beoordeling dagbladen	56
6.7.2	Betrouwbaarheid dagbladen	56
6.7.3	Objectiviteit dagbladen	57
6.8	Cultuurgebonden printmedia	58
6.8.1	Turkse Nederlanders	58
6.8.2	Marokkaanse Nederlanders	60
6.8.3	Surinaamse Nederlanders	60
6.8.4	Antilliaanse Nederlanders	62
7	Bijlagen: Televisie	64
8	Bijlagen Radio	67
9	Bijlagen Internet	68
10	Bijlagen Printmedia	72

1 Management summary

1.1 Inleiding

In samenwerking met Diversity Marketingbureau TransCity heeft Motivaction onderzoek gedaan naar de mediaconsumptie van cultuurgebonden media onder Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Caribische Nederlanders. Ter vergelijking werd ook een groep autochtone Nederlanders in het onderzoek meegenomen, op basis van vergelijkbare gemiddelde opleidings- en inkomensniveaus.

Dit onderzoek, waarvan het veldwerk plaatsvond in november en december 2011, is een vervolg op de mediaconsumptieonderzoeken uit 2007 en 2009.

Doelstellingen

De doelstelling van het onderzoek is meerledig en luidt als volgt:

- Het op onafhankelijke en betrouwbare wijze ontsluiten van het cultuurgebonden medialandschap voor adverteerders, reclamebureaus en mediabureaus, teneinde bij te dragen aan een verdere professionalisering van dit landschap.
- Inzicht verkrijgen in de mediaconsumptie van TMS (Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Caribische Nederlanders).
- Inzicht geven aan exploitanten en redacties van mainstream media over het bereik van en de beleving bij de content van deze media, met als doel het kunnen aanscherpen van de content in relatie tot de in etnisch-cultureel opzicht toenemende diversiteit van de Nederlandse samenleving.

Onderzoeksmethode

De gegevens zijn verzameld door middel van een mixed-modeonderzoek bestaande uit face-to-face- en online onderzoek, uitgevoerd via het MixxitPanel van Motivaction. Ruim tweederde van de steekproef is face-to-face verzameld en eenderde online. Het aantal ondervraagde personen binnen de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Caribische gemeenschap is 1.550, aangevuld met een kleine 500 autochtone Nederlanders. De data zijn representatief voor de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Caribische Nederlanders van 15 tot 70 jaar, alsmede voor autochtone Nederlanders met eenzelfde gemiddelde opleidings- en inkomensniveau als bovenstaande groepen.

1.2 Resultaten

1.2.2 Belangrijkste resultaten televisie

Nieuwe Nederlanders kijken over het algemeen frequenter en langer televisie

Nieuwe Nederlanders kijken vaker tot veel vaker televisie dan autochtone Nederlanders. Met name de Surinamers, Marokkanen en Antillianen kijken langer en frequenter naar de televisie dan autochtone Nederlanders. De Turken kijken van de Nieuwe Nederlanders het frequentst naar de televisie maar de gemiddelde kijktijd van de Turken is vrijwel gelijk aan de gemiddelde kijktijd van de autochtone Nederlanders.

RTL 4, SBS 6 en Nederland 1 zijn zenders met het grootste bereik

De zenders RTL 4, SBS 6 en Nederland 1 hebben het grootste bereik onder de Nieuwe Nederlanders. De top 3 van meest bekeken zenders is gelijk aan de top 3 van meest bekeken zenders door autochtone Nederlanders.

Nieuwe Nederlanders herkennen zich minder in Nederlandse televisiezenders

Nieuwe Nederlanders herkennen zich minder vaak in de grote Nederlandse televisiezenders dan autochtone Nederlanders.

Nederlandse televisiezenders besteden volgens Nieuwe Nederlanders weinig aandacht aan diversiteit

Nieuwe Nederlanders vinden vaker tot veel vaker dat de grote Nederlandse televisiezenders onvoldoende aandacht aan diversiteit besteden dan autochtone Nederlanders.

Nederland 3 scoort als zender het best wat betreft aandacht voor diversiteit

De Nieuwe Nederlanders vinden dat Nederland 3 het beste scoort wat betreft diversiteit. Volgens hen besteedt deze zender de meeste aandacht aan diversiteit. Surinamers en Antillianen vinden overigens ook dat RTL 4 goed scoort op aandacht voor diversiteit.

Turken kijken meest frequent en langst naar cultuurgebonden televisie uit Turkije

Van de Nieuwe Nederlanders kijken de Turkse Nederlanders het meest naar het cultuurgebonden aanbod uit Turkije. Het bereik van de cultuurgebonden zenders is onder de Turken 93%. Onder de Marokkanen is het 58% en onder de Surinamers en Antillianen is het bereik van de cultuurgebonden zenders respectievelijk 10% en 5%.

Niet alleen is het bereik onder de Turken het grootst ook, kijken zij gemiddeld het langst, namelijk 130 minuten naar de cultuurgebonden zenders. De Marokkanen kijken gemiddeld 81 minuten, de Antillianen 27 minuten en de Surinamers 16 minuten per dag.

Best Bekeken buitenlandse tv-zenders

84% van de Turkse Nederlanders kijkt elke dag naar de Turkse televisie, 93% van de Turkse Nederlanders heeft de afgelopen week ten minste 1 dag naar 1 of meer Turkse televisiezenders gekeken. Van de naar de Turkse televisie kijkende Turkse Nederlanders, kijkt 49% elke dag naar ATV, 47% naar Kanal D, 43% naar Show TV en 41% naar Euro D.

40% van alle televisiekijkende Marokkaanse Nederlanders kijkt elke dag naar een Marokkaanse of Arabische televisiezender, 58% kijkt elke week naar een Marokkaanse of Arabische televisiezender. Van hen die naar Marokkaanse of Arabische televisie kijken, kijkt 50% elke dag naar de Marokkaanse zender 2M, 27% elke dag naar Al Jazeera en 25% elke dag naar het Saudische MBC.

10% van alle Surinaamse Nederlanders kijkt ten minste 1 keer per week naar een Hindoestaanse of Aziatische tv-zender. Hiervan heeft 20% de afgelopen week naar Zee Cinema gekeken, 19% naar Zee TV, 18% naar TV Max, 11% naar Star News. Van de televisiekijkende Caribische Nederlanders heeft 8% de afgelopen maand naar een Spaanstalige zender gekeken, waarvan 22% naar TVE.

Best bekeken mainstream tv-zenders

Van alle televisiekijkende Turkse Nederlanders heeft 13% de dag voor het invullen van de vragenlijst naar RTL4 gekeken, 11% naar Nederland 1, 10% naar Nederland 2 en eveneens 10% naar SBS 6 en Veronica, 9% naar Nederland 3, 7% naar RTL 5 en 6% naar Net 5.

Van alle televisiekijkende Marokkaanse Nederlanders heeft 60% de dag voor het invullen van de vragenlijst naar RTL4 gekeken, 46% naar Nederland 1, 43% naar SBS6, 37% naar RTL 7, 35% naar RTL 5, 29% naar RTL8, 28% naar Nederland 2, 24% naar Nederland 3, 23% naar Net 5. Verder scoren National Geographic met 22% (gisteren), Animal Planet met 20% (gisteren), MTV met 19% (gisteren) en Discovery Channel met 16% (gisteren) verrassend goed bij de Marokkaanse gemeenschap. Verder is opvallend dat **40% Van de Marokkaanse gemeenschap heeft de afgelopen week naar Eredivisie Live heeft gekeken**. Een mogelijke verklaring hiervoor is de trend die zich voordoet onder Marokkaanse mannen, waarbij voetbalwedstrijden door jongeren gezamenlijk worden bekeken in theehuizen en cafés. Dit is ook de wijze waarop in Marokko live wedstrijden worden gevolgd.

RTL 4 is de meest populaire tv-zender onder Surinaamse Nederlanders. Zo'n 68% heeft de dag voorafgaand aan het onderzoek naar RTL4 gekeken, 63% naar RTL5, 56% naar Nederland 1, gevolgd door Net5 (56%), SBS6 (55%), RTL8 (52%), Veronica (52%), Nederland 2 (47%), Nederland 3 (47%) en RTL7 (52%). Verder scoren Comedy Central, National Geographic en Discovery Channel behoorlijk

RTL 4 is ook de meest populaire tv-zender onder Caribische Nederlanders. 68% heeft de dag voorafgaande aan het onderzoek naar RTL4 gekeken, 51% naar Nederland 1, eenzelfde percentage naar RTL5, gevolgd door SBS6 (50%), Net5 (46%), RTL8 (44%), Veronica (43%), Nederland 2 (43%), Nederland 3 (43%) en RTL7 (42%). Verder scoren Disney XD, MTV, Comedy Central, National Geographic en Discovery Channel behoorlijk

Verschuivingen ten opzichte van 2009: RTL4 en SBS6 populairder

Ten opzichte van 2009 is vooral de stijging van het bereik van RTL4 en SBS 6 duidelijk. Verder blijven de Turkse Nederlanders net als in voorgaande metingen sterk gefocust op Turkse televisiezenders. De Marokkaanse kijkers van Arabische tv-zenders focussen zich steeds meer op nieuwssites als Al Jazeera en Al Arabiya die worden uitgezonden vanuit het Midden-oosten en niet vanuit Marokko.

1.2.3 Belangrijkste resultaten radio

Nieuwe Nederlanders luisteren minder lang en minder frequent naar de radio

Nieuwe Nederlanders luisteren veel minder vaak naar de radio dan autochtone Nederlanders. Gemiddeld luistert de helft van de Nieuwe Nederlanders wekelijks wel eens naar de radio. Een ruime meerderheid van Turkse Nederlanders luistert nooit naar de radio. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat de Turken die wel naar de radio luisteren, dit samen met de Surinamers, het langst doen van de Nieuwe Nederlanders.

De cijfers van radio worden mogelijk wel beïnvloed door het feit dat er op het werk vaak radiozenders aanstaan die niet de voorkeur van de respondenten hebben, maar waar op die wijze dus wel naar wordt geluisterd.

Radio 538, Sky radio en Q-Music best beluisterde radiozenders onder Nieuwe Nederlanders

De drie radiozenders met het grootste bereik onder de Nieuwe Nederlanders zijn Radio 538, Sky radio en Q-Music. Dit zijn ook de zenders die in de top 3 van de autochtone Nederlanders staan.

FunX best gewaardeerde zender onder Nieuwe Nederlanders

Als gekeken wordt naar de waardering van de radiozenders dan is FunX de beste gewaardeerde zender onder Nieuwe Nederlanders. Qua bereik is FunX van de publieke omroepzenders de meest beluisterde radiozender onder alle vier groepen. Hierbij moet dan nog in ogenschouw worden genomen dat FunX slechts een beperkt bereik in de ether heeft (alleen rondom de vier grote steden) in vergelijking met vijf van de zes andere publieke radiozenders.

Autochtone Nederlanders herkennen zich minder in de radiozenders dan Nieuwe Nederlanders

Wat betreft herkenning in de radiozenders geven de autochtone Nederlanders vaker aan zich niet in de radiozenders te herkennen dan de Nieuwe Nederlanders. Mogelijke verklaring hiervoor is dat de Nieuwe Nederlanders gericht afstemmen op de zender waar zij zich in herkennen. De autochtone Nederlanders luisteren naar meer verschillende zenders.

Nieuwe Nederlanders vaker van mening dat radiozenders onvoldoende aandacht aan diversiteit besteden

FunX en Radio 538 scoren wat betreft aandacht voor diversiteit van de verschillende radiozenders het beste. Van de overige zenders zijn de meeste Nieuwe Nederlanders van mening dat zij onvoldoende aandacht aan diversiteit besteden.

16% van de luisteraars van FunX heeft geen Nederlands alternatief als FunX verdwijnt

Mocht FunX radio na 31 december 2012 verdwijnen, conform het kabinetsbesluit, dan gaat 16% van de FunX luisteraars geheel verloren voor de Nederlandse radio; zij gaan niet meer naar de radio luisteren, of kiezen voor een Marokkaanse, Turkse, Caribische of Surinaamse radiozender. Binnen de Marokkaanse gemeenschap ligt het percentage FunX luisteraars dat voor de Nederlandse radio verloren gaat zelfs op 27%. Sky radio, Radio538 en Q Music profiteren in mindere of meerdere mate van het verdwijnen van FunX. De publieke omroep 3FM of andere publieke zenders profiteren hier niet of nauwelijks van.

Antillianen en Surinamers luisteren het langst naar cultuurgebonden radiozenders

De cultuurgebonden radiozenders worden gemiddeld door 20% van de Nieuwe Nederlanders beluisterd. De Marokkanen luisteren hier het minst naar (16%). De Turken luisteren het vaakst (36%). Hoewel de Turken het frequentst afstemmen op cultuurgebonden zenders, zijn het de Surinamers en Antillianen die het langst naar cultuurgebonden zenders luisteren. Turken geven aan gemiddeld 37 minuten per dag naar een Turkse zender te luisteren. Bij Antillianen en Surinamers zit dit respectievelijk op 70 minuten en 80 minuten. De Turken luisteren voornamelijk naar de cultuurgebonden zenders via de satellietshotel terwijl de Surinamers en Antillianen deze ontvangen via internet. In alle gevallen betreft het wel radiozenders afkomstig uit het land van herkomst.

Verschuivingen ten opzichte van 2009: weinig verschuivingen

Ten opzichte van 2009 zijn de bereikscijfers van de radio vrijwel ongewijzigd gebleven, evenals de luistertijd en de beluisterde zenders.

1.2.4 Belangrijkste resultaten internet

Bereik online content gegroeid

In vergelijking met 2009 is het bereik van de online media gegroeid. Er is vooral een toename te zien in het gebruik van de mainstream internetmedia. Bij cultuurgebonden media is sprake van een daling in het gebruik.

Surinamers en Antillianen meest actief op internet

Internetgebruik van Surinamers en Antillianen ligt iets boven dat van autochtone Nederlanders, terwijl dat van Turkse en Marokkaanse Nederlanders daar weer iets onder ligt. Opvallend is dat van de Nieuwe Nederlanders die geen toegang hebben tot internet, dit aantal het hoogst is onder de Surinamers en Antillianen.

Facebook meest populaire sociale netwerksite voor Nieuwe Nederlanders

Facebook wordt door de Nieuwe Nederlanders beter gewaardeerd dan Hyves, zij zitten dan ook vaker op Facebook, dan op Hyves. Er zijn weinig twitterende Turkse Nederlanders. Ook LinkedIn, Hyves, Facebook en zelfs Google scoren onder Turkse Nederlanders lager tot veel lager dan onder andere Nieuwe Nederlanders en autochtone Nederlanders.

Cultuurgebonden community websites hebben minder bereik

Cultuurgebonden community websites binnen Nederland hebben minder bereik onder de Nieuwe Nederlanders dan in 2009.

Marokko.nl en Waterkant.net best bekeken

Van de cultuurgebonden titels binnen Nederland scoren Marokko.NL (Marokkaans) en Waterkant.Net (Surinaams) het sterkst.

1.2.5 Belangrijkste resultaten printmedia

Over de gehele linie neemt het bereik van printmedia onder Nieuwe Nederlanders af

Zowel het bereik van cultuurgebonden printmedia als de reguliere printmedia is onder de Nieuwe Nederlanders gedaald. Van de cultuurgebonden titels binnen Neder-

land scoren Pleasure (Surinaams/Caribisch) en de Benelux-editie van het Turkse dagblad Hürriyet het best.

Reguliere printmedia worden door autochtone Nederlanders beter gewaardeerd

Reguliere printmedia scoren onder autochtone Nederlanders beter tot veel beter dan bij Nieuwe Nederlanders. Nieuwe Nederlanders herkennen zichzelf veel vaker helemaal niet in mainstream printmedia dan autochtone Nederlanders

Nieuwe Nederlanders sceptischer over betrouwbaarheid dagbladen

Nieuwe Nederlanders geven landelijke dagbladen gemiddeld vaker tot veel vaker de kwalificatie onbetrouwbaar dan autochtone Nederlanders. Marokkaanse Nederlanders geven deze kwalificatie weer veel vaker dan Turkse, Surinaamse en Caribische Nederlanders. Uit aanvullende kwalitatief onderzoek blijkt dat dit kan worden verklaard, doordat de doelgroep Nieuwe Nederlanders gebruik maakt van verschillende nieuwsbronnen uit binnen- en buitenland. Op basis van de verschillende perspectieven die hieruit voorkomen worden de Nederlandse media betiteld als beknopt en onvolledig. Dit resulteert er dan ook in dat men deze media vaker als onbetrouwbaar typeert (zie bijlage met de uitgebreide kwalitatieve rapportage)

Telegraaf best gelezen niet-gratis dagblad, Metro en Spits in populariteit gedaald

De Telegraaf is het best gelezen niet-gratis dagblad. Uit het aanvullende kwalitatieve onderzoek blijkt dat dit verklaard kan worden doordat De Telegraaf vaak op het werk ligt en daarnaast veel in openbare gelegenheden. Dus hoewel het een betaalde krant is, zijn Nieuwe Nederlanders vooral meelezers. Verder blijkt dat de Telegraaf het vaakst de kwalificatie (zeer) onbetrouwbaar; daarbij moet wel worden aangemerkt dat deze kwalificatie het vaakst wordt gebruikt door Marokkaanse Nederlanders en autochtone Nederlanders en het minst vaak door Turkse, Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders. Zij geven de krant deze kwalificatie omdat zij vinden dat zij te eenzijdig berichten over het integratiedebat en omdat de krant vooral gericht is op sensatie, wat ten koste gaat van de betrouwbaarheid.

Metro en Spits zijn de best gelezen Nederlandse printtitels, maar bij de Turkse en Marokkaanse gemeenschap is het bereik van deze titels sterk gedaald ten opzichte van 2009, terwijl deze bij de Surinaamse en Caribische gemeenschap praktisch gelijk is gebleven.

Ook de Nederlandse tijdschriften zijn qua bereikcijfers overwegend gedaald met de sterkste teruggang voor Veronica Magazine.

1.3 Beschouwing op de resultaten door Motivaction en Trans-City

Daling bereik en titels binnenlandse cultuurgebonden media

Het bereik van cultuurgebonden printmedia was in de vorige meting van 2009 reeds kleiner dan bij de meting uit 2007. Inmiddels is dit bereik nog verder afgenomen. Ook het totaal aan titels is gedaald. Het ontbreken van substantiële advertentieinkomsten in combinatie met de toenemende concurrentie van in het buitenland gevestigde media is daar mogelijk voor een belangrijk deel debet aan.

Ook het bereik van binnenlandse cultuurgebonden websites en cultuurgebonden toegangszenders op radio en tv is verder gedaald. Het aantal omroepen dat gebruik maakt van cultuurgebonden toegangszenders is zodanig gedaald, dat deze in het onderzoek van 2011 niet meer per omroep zijn meegenomen, uitsluitend nog overkoepelend (als regionaal of cultuurgebonden).

Online: cultuurgebonden websites maken plaats voor social media

De verschuiving naar het online medialandschap, die al inzette tijdens het mediabeleids-onderzoek van 2009, neemt verder toe. Daarbij zien we ook dat het bereik van binnen Nederland gevestigde cultuurgebonden websites afneemt ten faveure van social media. Hierbij heeft Facebook het hoogste bereik, terwijl Hyves relatief slecht scoort. Onder autochtone Nederlanders is het gebruik van Hyves en Facebook (nog) praktisch gelijk, onder Nieuwe Nederlanders is Facebook dominant. Dit kan verklaard worden door de verhoudingsgewijs sterkere internationale oriëntatie van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Caribische Nederlanders.

Verrassend is wel dat Twitter het slecht doet onder Turkse Nederlanders, terwijl het met name erg goed scoort onder Caribische en Surinaamse Nederlanders

Jongeren verlaten sneller cultuurgebonden websites en ruilen deze in voor social media. Onder de Surinaamse gemeenschap zien we daarentegen dat cultuurgebonden websites het onder senioren juist wel goed (blijven) doen.

Verschuiving naar buitenlandse media

Een toenemende concurrentie van professionele media uit het buitenland leidt ertoe dat er verschuivingen plaatsvinden van binnenlandse media naar buitenlandse media. Omdat veel buitenlandse media waarschijnlijk nog onvoldoende in staat zijn om in te spelen op de belevingswereld van in Nederland wonende consumenten, blijft deze verschuiving over de hele linie nog binnen de perken. Met uitzondering van de Turkse gemeenschap, die zich in meerderheid van het Nederlandse medialandschap heeft afgekeerd. Dat laatste wordt ook onderbouwd door de veelal zeer lage percentages binnen de Turkse gemeenschap die aangeeft zich te herkennen in de verschillende Nederlandse media.

Voor de Surinaamse en Caribische gemeenschap moet wel worden opgemerkt dat de concurrentie van Surinaamse en Caribische media binnen het Nederlandse medialandschap qua print en tv praktisch nihil is. Terwijl de media uit het Midden-Oosten en Marokko weliswaar aansprekende programma's voor Marokkaanse Nederlanders hebben, maar qua belevingswereld mogelijk verder afstaan van Marokkaanse Nederlanders dan Turkse media van Turkse Nederlanders.

Desalniettemin scoren Marokkaanse en Arabische televisiezenders uit het Midden-Oosten relatief hoge kijkcijfers onder Marokkaanse Nederlanders. Ondanks de nog relatief goede cijfers voor mainstream media in Nederland, zien we dat sommige Marokkaanse en Arabische televisiezenders het steeds beter doen.

Zorgelijk?

De verschuiving van binnenlandse cultuurgebonden media naar buitenlandse media, uit bijvoorbeeld Turkije en Marokko, kan zorgelijk worden genoemd wanneer we dat koppelen aan het gegeven dat over de hele linie mainstream Nederlandse media qua bereik onder Nieuwe Nederlanders is gedaald. Vooral het afnemende bereik van print, het toenemend bereik van online media en, zoals gezegd, de zeer sterke

verschuiving van de Turks-Nederlandse mediaconsument naar buitenlandse (lees Turkse) media zijn op deze verschuiving sterk van invloed.

Daar komt bij dat in dit onderzoek voor het eerst aspecten als waardering, gepercipieerde objectiviteit en herkenning als onderzoeksvragen zijn meegenomen. Hoewel de resultaten van vragen over waardering, gepercipieerde objectiviteit en mate van herkenning in eerste oogopslag geen ongunstige beeld geeft, is het lastig ze op waarde te schatten omdat we hier nog geen eikpunt hebben (bijvoorbeeld in de vorm van een eerder plaatsgevonden 0-meting). En hoewel deze cijfers beslist niet ongunstig lijken, kunnen we wel constateren dat Nieuwe Nederlanders zich over de hele linie (gemeten over alle mediatypen) vaker "helemaal niet" herkennen in de redactionele content van mainstream media dan autochtone Nederlanders; de verschillen tussen Nieuwe Nederlanders en autochtone Nederlanders zijn met name bij printtitels vaak (erg) groot.

Toch zien we bij een aantal mediatitels, met name enkele televisiezenders, dat binnen de Marokkaanse en Surinaamse gemeenschap soms een hoger percentage respondenten zichzelf zegt te herkennen in de content van een specifieke zender dan autochtone Nederlanders. Maar nogmaals, over de hele linie, gemeten over alle mediatypen, is de mate van herkenning gemiddeld nadrukkelijk lager dan bij autochtone Nederlanders.

Binnen de Turkse gemeenschap is de mate van herkenning uiterst gering. Zoals gezegd is hier de verschuiving naar buitenlandse (lees Turkse) media dan ook verreweg het grootst. Daar zien we dat het bereik van media uit Turkije inmiddels vele malen groter is dan het bereik van Nederlandse media. De Turkse gemeenschap in Nederland lijkt zich in meerderheid qua mediagebruik dan ook nadrukkelijk af te keren van de Nederlandse samenleving. Dat is een ontwikkeling die voor een deel is te verklaren uit het enorme aanbod van media uit Turkije, maar deels mogelijk ook kan worden verklaard uit de wijze waarop politiek en media de afgelopen jaren zo vaak met "het bestraffende vingertje" hebben gewezen naar Nieuwe Nederlanders. En dat ze dat vingertje steeds vaker wensen te ontwijken (Dit wordt ook bevestigd door het kwalitatieve vervolgonderzoek).

FunX

Het bereik van het met name door Nieuwe-Nederlandse jongeren beluisterde FunX is ten opzichte van 2009 gestabiliseerd dan wel iets gedaald. De groei is eruit, wat mogelijk mede wordt veroorzaakt door het feit dat het fysieke bereik (via uitbreiding van etherfrequenties) niet heeft plaatsgevonden, ondanks de plannen daartoe van het vorige kabinet. Daar komt de toenemende concurrentie van het online mediaveld als een van de mogelijke oorzaken bij. Overigens moet wel worden geconstateerd dat wij bij alle radiozenders zien dat er op enig moment een maximaal potentieel is bereikt waar je eigenlijk niet meer overheen kunt komen. Dat dit na tien jaar bij FunX ook het geval is, kan als niet meer dan logisch worden beschouwd.

Ondanks bovenstaande constatering blijft FunX met voorsprong de best beluisterde publieke radiozender onder nieuwe Nederlanders, en dat terwijl het bereik via de ether nog steeds beperkt is (alleen rondom de grote steden en geen maximaal etherbereik in Amsterdam).

Het eventuele verdwijnen van FunX zal een deel van de Marokkaanse gemeenschap dus mogelijk dezelfde richting opsturen als nu al bij de Turkse gemeenschap kan worden geconstateerd: een zich verder afkeren van de Nederlandse media.

Toekomst?

Toch is de verwachting dat dit laatste bij de Marokkaanse gemeenschap mogelijk minder sterk zal spelen dan bij de Turkse gemeenschap, omdat de Marokkaanse gemeenschap wat meer is gefocust op de mainstream Nederlandse samenleving dan de Turkse. Aan de andere kant: wanneer we het huidige bereik van onder meer buitenlandse televisiezenders koppelen aan de mate waarin consumenten aangeven deze zenders in de toekomst te willen bekijken, in combinatie met de initiatieven van steeds meer providers om meer buitenlandse zenders beschikbaar te stellen, dan is het toch realistisch het volgende te veronderstellen:

Bij een verdere professionalisering en toenemende beschikbaarheid van voor Nieuwe Nederlanders relevante media, zal de verschuiving van het Nederlandse medialandschap naar een buitenlands medialandschap bij verschillende bevolkingsgroepen in dezelfde mate kunnen toenemen als nu al bij de Turkse gemeenschap het geval is.

Wat dat aangaat wordt het maatschappelijke belang van de mainstream Nederlandse media om, veel meer dan nu het geval is, rekening te houden met de etnisch-culturele diversiteit van de Nederlandse samenleving, met de dag groter.

2 Onderzoeksopzet

2.1 Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek is:

1. Het op onafhankelijke en betrouwbare wijze ontsluiten van het cultuurgebonden medialandschap voor adverteerders, reclamebureaus en mediabureaus, teneinde bij te dragen aan een verdere (journalistieke) professionalisering van de betrokken media.
2. Inventarisatie van het huidige cultuurgebonden medialandschap, teneinde inzicht te krijgen in de toetreders en uittreders in deze markt.
3. Inzicht verkrijgen in de mediaconsumptie (breed) van Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen (TMSA, de achterban van de belangrijkste cultuurgebonden media in Nederland).
4. Inzicht verkrijgen in de verschillen tussen de mediaconsumptie (reguliere media) van de TMSA-groep en autochtone Nederlanders.
5. Inzicht verkrijgen in het profiel van de belangrijkste cultuurgebonden media.
6. Inzicht krijgen in de aantrekkelijkheid en waardering van de verschillende media.
7. Inzicht verkrijgen in de wijze waarop media gericht op nieuws en actualiteiten worden gewaardeerd qua betrouwbaarheid, herkenning, en onafhankelijkheid.

2.2 Methode

2.2.1 Veldwerkperiode

Het onderzoek is kwantitatief opgezet, waarbij gekozen is voor een mixed-mode opzet. Dit wil zeggen dat een deel van het onderzoek (éénderde) online is uitgevoerd en een deel face to face (tweederde). Hierbij is de selectie online en offline zo verdeeld dat over het geheel een representatieve steekproef ontstaat. Het onderzoek is afgenomen in de weken 44 t/m 50 van 2011.

2.2.2 veldwerkmethode

Het online gedeelte van het onderzoek is uitgevoerd binnen de onderzoekspanels van Motivaction: het StemPunt.nu panel met circa 90.000 Nederlanders en het Mixxit-panel met circa 6.000 Nieuwe Nederlanders.

Met uitsluitend online onderzoek kan geen representativiteit gewaarborgd worden, omdat sommige groepen Nieuwe Nederlanders slecht vertegenwoordigd zijn in online panels (zoals ouderen). Nieuwe Nederlanders zijn daarom deels face-to-face ondervraagd, om ook voldoende respons te realiseren bij de groepen die online onder-

vertegenwoordigd zijn. De deelnemende autochtone Nederlanders zijn allemaal online ondervraagd.

Door de combinatie van face-to-face-onderzoek met online onderzoek is het mogelijk om de representativiteit te waarborgen. Met een uitgebalanceerde opzet van het face-to-face-veldwerk zijn zowel slecht-Nederlands sprekenden als Nederlands sprekenden, jong en oud, vrouwen en mannen, 'geïntegreerd en minder geïntegreerd', et cetera opgenomen in het onderzoek. Om dit te realiseren is gebruikgemaakt van de linking-pin methode. Hierbij zijn verschillende wijzen van werving gebruikt: werving op straat, at random bij mensen aanbellen (op basis van naamkaartje wordt een eerste selectie gemaakt), werving bij moskeeën en bij verenigingen. Door deze wijze van werving van respondenten is het 'bereik' van het onderzoek groot en hebben ook personen die niet zo snel uit zichzelf aan onderzoek deelnemen toch een grote kans gehad om bij het onderzoek betrokken te raken. Zo is bijvoorbeeld rekening gehouden met de karakteristieken van moeilijk benaderbare groepen (eerste generatie moslimvrouwen worden voornamelijk thuis benaderd).

Voordat het onderzoek is gestart, zijn de vragenlijsten getest in 10 pilot-interviews onder Nieuwe Nederlanders. Het doel van deze test was te bekijken of de vragenlijst goed begrepen en geïnterpreteerd werd door Nieuwe Nederlanders. Naar aanleiding van deze test zijn nog enkele wijzigingen aangebracht in de vragenlijst.

Alle schriftelijke interviews zijn afgenomen door enquêteurs die de (moeder)taal van de respondent beheersen. Vragenlijsten voor de groep Turken zijn op papier vertaald. Voor de groep Marokkanen werden vragen, indien nodig of gewenst, ter plekke door de interviewers vertaald. De reden hiervoor is dat we uit ervaring weten dat het vertalen van de vragenlijst naar het Arabisch voor de Marokkaanse Nederlanders geen toegevoegde waarde biedt, omdat de interviewers veelal niet in staat zijn om het officieel Arabisch te lezen en te begrijpen. En dit is eveneens het geval bij de respondenten. Om het intervieweffect te verkleinen hebben interviewers vooraf een uitgebreide briefing gehad waarin is besproken op welke wijze de vragen vertaald dienden te worden.

2.3 Weging

Er zijn in totaal 6 wegingen uitgevoerd op het databestand: 5 wegingen voor elke aparte groep (TMSA en autochtone Nederlanders) en 1 weging voor de totale groep Nieuwe Nederlanders (TMSA). In elke weging zijn de volgende factoren meegenomen: leeftijd, geslacht, opleiding en regio. Hierbij is de referentiegroep autochtone Nederlanders gewogen naar de kenmerken van de groep Nieuwe Nederlanders, om zo het effect van verschillen in opleidingsniveau, leeftijd, geslacht, regio en waardenoriëntatie uit te sluiten. Hierdoor kunnen waargenomen verschillen zo veel mogelijk toegeschreven worden aan de culturele/etnische achtergrond.

In onderstaande tabellen is per etniciteit de steekproefomvang na weging weergegeven.

Steekproef Turkse Nederlanders (n = 382)					
Man	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Totaal
	15 t/m 19 jaar	15	11	1	27
	20 t/m 34 jaar	7	41	18	66
	35 t/m 49 jaar	38	31	7	77
	50 t/m 75 jaar	19	4	0	23
	Totaal	79	86	26	193
Vrouw	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Totaal
	15 t/m 19 jaar	9	12	1	24
	20 t/m 34 jaar	3	43	18	66
	35 t/m 49 jaar	49	24	4	78
	50 t/m 75 jaar	17	1	0	18
	Totaal	78	80	23	186

Steekproef Marokkaanse Nederlanders (n = 370)						
Man	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	15	12	0	1	28
	20 t/m 34 jaar	2	31	26	0	59
	35 t/m 49 jaar	6	38	30	0	74
	50 t/m 75 jaar	5	12	6	6	29
	Totaal	28	93	62	7	190
Vrouw	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	1	13	6	0	20
	20 t/m 34 jaar	2	39	37	0	78
	35 t/m 49 jaar	4	41	19	1	65
	50 t/m 75 jaar	12	3	0	2	17
	Totaal	19	96	62	3	180

Steekproef Surinaamse Nederlanders (n = 426)						
Man	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	14	5	0	0	19
	20 t/m 34 jaar	16	25	16	2	59
	35 t/m 49 jaar	10	32	15	5	62
	50 t/m 75 jaar	8	30	16	3	57
	Totaal	48	92	47	10	197
Vrouw	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	5	13	5	0	23
	20 t/m 34 jaar	2	31	31	0	64
	35 t/m 49 jaar	6	50	19	4	79
	50 t/m 75 jaar	19	32	6	6	63
	Totaal	32	126	61	10	229

Steekproef Antilliaanse Nederlanders (n = 375)						
Man	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	14	2	0	0	16
	20 t/m 34 jaar	21	38	14	1	74
	35 t/m 49 jaar	6	31	13	2	52
	50 t/m 75 jaar	4	18	3	4	29
	Totaal	45	89	30	7	171
Vrouw	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	8	8	4	0	20
	20 t/m 34 jaar	8	32	46	1	87
	35 t/m 49 jaar	6	25	16	0	47
	50 t/m 75 jaar	7	27	11	5	50
	Totaal	29	92	77	6	204

Steekproef autochtone Nederlanders (n =551)						
Man	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	11	9	0	3	23
	20 t/m 34 jaar	29	31	24	2	86
	35 t/m 49 jaar	32	45	18	0	95
	50 t/m 75 jaar	21	30	15	1	67
	Totaal	93	115	57	6	271
Vrouw	Opleiding	Laag	Midden	Hoog	Onbekend	Totaal
	15 t/m 19 jaar	11	24	5	4	44
	20 t/m 34 jaar	28	55	20	3	106
	35 t/m 49 jaar	35	48	17	0	100
	50 t/m 75 jaar	12	15	3	1	31
	Totaal	86	142	45	8	281

2.4 Leeswijzer rapport

In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op het bereik en de waardering van zowel de reguliere als cultuurgebonden televisiezenders. Hoofdstuk 4 staat in het teken van de radiozenders; welke zenders beluisteren de Nieuwe Nederlanders en hoe worden deze door hen gewaardeerd. Hoofdstuk 5 gaat over internetgebruik. Het laatste hoofdstuk gaat in op het gebruik van de printmedia.

In dit rapport worden de significante verschillen tussen groepen aangegeven in kleur. Hierbij staat **rood** voor significant hoger dan gemiddeld en **blauw** voor significant lager dan gemiddeld. De toetsing die hiervoor gebruikt wordt is een Chi2-toets. Hierbij wordt het gemiddelde van een groep getoetst ten opzichte van het gemiddelde van de overige groepen¹.

In de tabellen opgenomen in de rapportage, wordt telkens de top tien opgenomen. (met het hoogste bereik onder de Nieuwe Nederlanders'. In de tabellen in de bijlagen staan de volledige tabellen weergegeven (alle gevraagde media).

Voor een aantal mediatypen is gebleken dat het bereik zeer klein is. Hierdoor konden alleen maar indicatieve uitspraken gedaan worden over de waardering van deze media. Daar waar dit het geval is wordt hiervan melding gemaakt in het rapport.

In deze rapportage wordt veelvuldig gesproken van bereik. Met bereik wordt bedoeld het weekbereik van de televisiezenders, radiozenders of internetpagina's die

¹ Hiervoor is een betrouwbaarheidsmarge van 95% aangehouden.

afgelopen week bekeken, beluisterd of bezocht zijn. Bij maand- en weekbladen is het bereik bepaald op basis van jaarbereik (afgelopen 12 maanden gelezen). Wanneer het gaat om de dagbladen, is het bereik bepaald op basis van het bereik in de afgelopen drie dagen.

In de rapportage staan verschillende soorten tabellen. Hieronder geven wij bij de drie gebruikte tabeltypen een toelichting. Deze tabellen komen in de verschillende hoofdstukken voor.

Tabel: 3.8. In hoeverre herkent u zich in de volgende televisiezenders? (Basis – allen) (Geordend naar 10 meest bekeken)								
	Turks (n=382)		Marokkaans (n=370)		Surinaams (n=426)		Antilliaans (n=375)	
	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel

Voor de 4 mediatypen is gevraagd in hoeverre de Nieuwe Nederlanders zich in de media herkennen. Als antwoordmogelijkheden konden de Nieuwe Nederlanders kiezen uit 'herkent zich niet', 'herkent zich wel' of 'weet niet'. In deze tabel is de categorie weet niet weggelaten, daarom tellen de percentages niet op tot 100%.

Tabel: 3.10. In hoeverre besteden de volgende televisiezenders voldoende aandacht aan diversiteit? (Basis – allen) (Geordend naar 10 meest bekeken)									
	Turks (n=382)			Marokkaans (n=370)			Surinaams (n=426)		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+

Voor zowel de televisie- als radiozenders is de Nieuwe Nederlanders gevraagd of de zenders naar hun mening voldoende aandacht aan diversiteit besteden. Ook hier is de antwoordcategorie 'weet niet' weggelaten. Een – staat voor onvoldoende, een -/+ voor niet voldoende/niet onvoldoende en een + staat voor voldoende.

Tabel: 6.11. In hoeverre vindt u de volgende websites objectief? (Basis – heeft website bezocht)						
	Autochtoon			TMSA		
	-	-/+	+	-	-/+	+

Over de websites en kranten is de Nieuwe Nederlanders gevraagd of zij deze objectief vinden. Ook bij deze tabellen is de 'weet niet'-categorie weggelaten. Een – staat voor bevooroordeeld, een -/+ staat voor niet objectief, niet bevooroordeeld een + staat voor objectief.

3 Resultaten: Televisie

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het kijkgedrag van de Nieuwe Nederlanders. Op verschillende manieren brengt het onderzoek het kijkgedrag in beeld. Eerst zal gekeken worden naar het bereik van de reguliere televisiezenders. Onder de reguliere televisiezenders verstaan wij de zenders die niet een cultuurgebonden insteek hebben. Dit zijn vaak de zenders die in de basispakketten van de televisieaanbieders zitten.

Nadat het bereik is bekeken, wordt ingegaan op de waardering voor de televisiezenders: Welk cijfer wordt gegeven aan de verschillende zenders. Ook zal gekeken worden in hoeverre de Nieuwe Nederlanders zich in een zender herkennen en in welke mate de zenders aandacht besteden aan diversiteit.

Na de reguliere zenders zal worden ingezoomd op de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse zenders. Per etniciteit geven wij de meest bekeken cultuurgebonden zenders en de waardering daarvoor.

3.2 Bereik televisie

3.2.1 Algemene bereikscijfers televisie

In eerste instantie is gevraagd wanneer men voor het laatst naar de televisie heeft gekeken.

In tabel 3.1 is weergegeven wanneer men voor het laatst naar de televisie heeft gekeken.

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Nooit	1%	1%	3%	1%	5%	2%
Gisteren	91%	92%	89%	91%	83%	91%
Eergisteren	5%	3%	2%	4%	5%	3%
Afgelopen week	3%	2%	4%	2%	5%	3%
Afgelopen maand	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Afgelopen jaar	0%	2%	0%	1%	2%	1%
Weekbereik ²	99%	97%	95%	97%	93%	98%

² Voor het gemiddelde bereikscijfer is gekeken naar het weekbereik: Hiervoor is het bereik, gisteren, eergisteren en afgelopen week bij elkaar opgeteld. Iets wat afgelopen maand of afgelopen jaar is bekeken, is niet meegenomen in dit bereikscijfer.

In vergelijking met de Nieuwe Nederlanders geven de autochtone Nederlanders minder vaak aan gisteren naar de televisie te hebben gekeken (83% t.o.v. 89%). Nieuwe Nederlanders kijken dan ook vaker naar de televisie dan autochtone Nederlanders. Van de Nieuwe Nederlanders kijken de Surinamers het minst frequent naar de televisie, de Antillianen en Marokkanen kijken vrijwel even vaak en de Turken kijken het vaakst naar de televisie.

In tabel 3.2 staat weergegeven hoeveel dagen de Nieuwe Nederlanders gemiddeld per week naar de televisie kijken.

Tabel: 3.2. Hoeveel dagen in de week kijkt u gemiddeld naar de televisie? (Basis – kijkt naar de televisie)						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Nooit	1%	2%	1%	1%	6%	1%
1 dag of minder	7%	2%	3%	5%	5%	4%
2 dagen	3%	1%	2%	0%	2%	1%
3 dagen	8%	4%	2%	2%	5%	4%
4 dagen	7%	4%	5%	3%	5%	5%
5 dagen	11%	13%	11%	9%	9%	11%
6 dagen	4%	19%	7%	7%	10%	9%
7 dagen	61%	55%	66%	74%	59%	63%

Van de Nieuwe Nederlanders kijken de Surinamers en Antillianen significant vaker naar de televisie. Vaker geven zij aan 7 dagen per week te kijken. Marokkanen geven juist significant minder vaak aan 7 dagen in de week televisie te kijken.

Er is niet alleen ingegaan op de frequentie waarmee naar de televisie wordt gekeken. De Nieuwe Nederlanders is ook gevraagd hoe lang zij naar de televisie kijken op de dagen dat zij kijken.

In tabel 3.3 is het gemiddeld aantal minuten weergegeven dat naar de televisie wordt gekeken (dit is inclusief de cultuurgebonden zenders, alleen het bekijken van een dvd is hier niet bij opgenomen).³

Tabel: 3.3. Gemiddeld aantal minuten kijktijd per dag (Basis – kijkt naar de televisie)					
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon
Kijktijd in minuten	126	155	162	174	127

In vergelijking met de Nieuwe Nederlanders kijken de autochtone Nederlanders korter naar de televisie. De Antillianen kijken het langst en de Marokkanen en Surinamers kijken ongeveer even lang naar de televisie. Van de Nieuwe Nederlanders kijken de Turken het kortst naar de televisie.

³ De gemiddelde kijktijd is vastgesteld op basis van het aantal dagen dat men gemiddeld per week kijkt en het gemiddeld aantal minuten dat men gemiddeld kijkt op de dagen dat men naar de televisie kijkt.

3.3 Wijze van ontvangst van televisie

In tabel 3.4 is de wijze waarop de Nieuwe Nederlanders televisie ontvangen aangegeven.

Tabel: 3.4. Op welke wijze ontvangt u op dit moment thuis televisie? (Basis – allen)						
	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Kabel	57%	51%	58%	59%	66%	56%
Digitenne	11%	22%	31%	31%	11%	24%
Internet/ADSL	6%	16%	8%	5%	13%	9%
Satellietschotel	73%	39% ⁴	2%	0%	4%	19%
Anders namelijk	2%	3%	3%	5%	4%	3%
Ik heb thuis geen televisie aansluiting	1%	1%	2%	2%	6%	2%

Het grootste deel van de Nieuwe Nederlanders ontvangt via de kabel hun televisie. Eenvijfde ontvangt via Digitenne het televisiesignaal. Het aantal Nieuwe Nederlanders die via Digitenne televisie kijken is groter dan bij autochtone Nederlanders. Mogelijke oorzaak hiervoor is dat Digitenne goedkoper is. Onder de Turken en Marokkanen is de grootste groep schotelbezitters. Hierbij blijkt dat het merendeel van de schotelbezitters, naast de schotel ook via kabel of Digitenne televisie ontvangt.

In tabel 3.5 is nader gespecificeerd of via digitale of analoge wijze kabeltelevisie wordt ontvangen.

Tabel: 3.5. Kunt u aangeven op welke wijze u via de kabel televisie ontvangt? (Basis - Kijkt niet via satellietschotel)						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Analoog	21%	16%	17%	17%	31%	18%
Digitaal – via kastje	71%	65%	80%	80%	63%	74%
Digitaal – via insteekkaart	9%	26%	9%	9%	23%	13%

Van de Nieuwe Nederlanders die via de kabel televisie ontvangen, ontvangt het grootste gedeelte het signaal digitaal.

3.4 Reguliere televisiezenders

3.4.1 Bereik reguliere televisiezenders

Aan de Nieuwe Nederlanders is een lijst met televisiezenders voorgelegd. Bij iedere zender is gevraagd wanneer zij voor het laatst naar de televisiezender hebben gekeken.

⁴ Het cijfer dat in dit onderzoek is verkregen over het satellietbezit onder de Marokkanen wijkt af van het cijfer uit vergelijkbare onderzoeken van Motivaction. Oorzaak hiervoor is dat de antwoordcategorie schotel door een verkeerde programmering niet aan alle Marokkanen is voorgelegd. Het cijfer van 39% is verkregen op basis van een schatting op basis van andere vragen uit het onderzoek. Dit cijfer dient daarom als indicatief te worden beschouwd.

In tabel 3.6 is de top 10 van de meest bekeken zenders weergegeven. Hierbij is uitgegaan van het weekbereik. In de bijlage is de totale lijst van zenders te vinden.

Tabel: 3.6 Welke zenders zijn de afgelopen week bekeken?
(Basis – allen)
(Geordend naar 10 meest bekeken)

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
RTL 4	35%	85%	89%	91%	80%	73%
SBS 6	34%	78%	85%	88%	73%	70%
Nederland 1	34%	82%	76%	73%	70%	65%
RTL 5	29%	65%	86%	90%	64%	65%
Nederland 3	31%	76%	74%	74%	60%	63%
Net 5	28%	59%	82%	89%	60%	62%
RTL 7	26%	63%	79%	81%	58%	62%
Nederland 2	32%	74%	73%	71%	53%	61%
Veronica	30%	57%	78%	82%	54%	60%
RTL 8	23%	65%	80%	81%	45%	60%

Van alle zenders die de Nieuwe Nederlanders afgelopen week hebben bekeken is een top 10 gemaakt. De top 3 van meest bekeken zenders zijn RTL 4, SBS 6 en Nederland 1 staat samen met RTL 5 op de derde plek. Deze drie zenders hebben het grootste bereik onder de Nieuwe Nederlanders. De autochtone Nederlanders kijken gemiddeld vaker dan de Nieuwe Nederlanders naar de zenders uit de top 3. Wanneer gekeken wordt naar de rest van de top 10 dan zijn er twee zenders waar de autochtone Nederlanders minder naar kijken dan de Nieuwe Nederlanders. Dit zijn Nederland 2 (53% t.o.v. 58%) en RTL 8 (45% t.o.v. 55%). De overige zenders uit de top 10 worden even vaak door de Nieuwe Nederlanders bekeken als door de autochtone Nederlanders.

Wanneer wordt ingezoomd op de Nieuwe Nederlanders dan valt op dat de Turken naar alle zenders uit de top 10 significant minder vaak kijken. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de Turken vaker naar cultuurgebonden tv zenders kijken dan de andere Nieuwe Nederlanders. Verderop in de rapportage in paragraaf 3.6 zal hier uitgebreider bij stil worden gestaan.

3.5 Waardering reguliere televisiezenders

3.5.1 Beoordeling reguliere televisiezenders

De Nieuwe Nederlanders is gevraagd of zij de onderstaande Nederlandse televisiezenders een rapportcijfer konden geven.

In tabel 3.7 staan de waarderingscijfers voor de belangrijkste Nederlandse televisiezenders.

Tabel: 3.7. Gemiddeld cijfer voor de televisiezender (Basis – heeft de zender bekeken) (Geordend naar 10 meest bekeken)						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
RTL 4	6,6	7,4	7,2	7,4	7,2	7,1
SBS 6	6,6	7,2	7,0	7,2	6,8	6,9
Nederland 1	6,5	7,1	6,9	6,8	6,8	6,7
RTL 5	6,5	7,0	7,0	7,3	6,7	6,9
Nederland 3	6,4	7,0	6,9	6,8	6,8	6,7
Net 5	6,5	7,0	7,1	7,3	6,7	7,0
RTL 7	6,4	7,1	6,8	7,1	6,7	6,8
Nederland 2	6,4	6,9	6,8	6,7	6,6	6,6
Veronica	6,7	7,1	7,0	7,3	6,9	7,0
RTL 8	6,3	7,0	7,0	7,2	6,5	6,8
Z@pp / Zappelin	6,6	6,7	6,7	6,5	7,0	6,6

De zenders die een rapportcijfer hebben gekregen zijn geordend naar de volgorde die zij in de top 10 van zenders met het grootste bereik innemen. De zender Z@pp / Zappelin staat steeds onderaan genoemd, deze zender komt namelijk niet in de top 10 voor.

Niet alleen qua bereik is RTL 4 de grootste onder de Nieuwe Nederlanders, ook qua waardering is RTL 4 de best gewaardeerde zender. Opvallend is dat de Nieuwe Nederlanders vrijwel alle zenders iets hoger waarderen dan de autochtone Nederlanders. Van de Nieuwe Nederlanders geven de Antillianen en de Marokkanen gemiddeld de hoogste waarderingscijfers aan de reguliere televisiezenders. De Turken waarderen de zenders met de laagste cijfers. Mogelijk is het lage bereik onder de Turken van deze zenders hierop van invloed.

3.5.2 Herkenning in de reguliere televisiezenders

In het onderzoek is ook gevraagd naar de mate waarin men zich herkent in de verschillende televisiezenders.

In tabel 3.8 is per zender weergegeven of de Nieuwe Nederlanders zich wel of niet herkennen in de verschillende zenders⁵.

Tabel: 3.8. In hoeverre herkent u zich in de volgende televisiezenders?
(Basis – allen)
(Geordend naar 10 meest bekeken)

	Turks (n=382)		Marokkaans (n=370)		Surinaams (n=426)		Antilliaans (n=375)	
	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel
RTL 4	10%	32%	39%	50%	32%	57%	36%	51%
SBS 6	9%	29%	44%	44%	34%	55%	46%	40%
Nederland 1	13%	28%	43%	46%	43%	42%	56%	26%
RTL 5	12%	25%	42%	46%	30%	59%	37%	50%
Nederland 3	13%	27%	40%	49%	40%	44%	52%	30%
Net 5	13%	23%	43%	44%	34%	54%	41%	46%
RTL 7	15%	22%	42%	45%	41%	47%	54%	32%
Nederland 2	14%	27%	41%	48%	46%	39%	57%	25%
Veronica	13%	25%	42%	45%	38%	51%	47%	39%
RTL 8	16%	20%	42%	45%	41%	46%	50%	36%
Z@pp / Zappelin	20%	9%	47%	32%	56%	15%	62%	10%

Bij de herkenningcijfers vallen drie aspecten op. Ten eerste is bij de Turkse Nederlanders te zien dat het aantal personen dat zich herkent in de zenders het aantal personen dat zich niet herkent overtreft. Daarnaast valt bij de Turken ook op dat veel personen zich niet uitspreken door 'weet niet' te antwoorden. Wellicht kan dit verklaard worden door het feit dat Turken vaker niet naar deze zenders kijken en zich daarom afzijdig hebben gehouden.

Verder valt op dat afgezien van de Turkse doelgroep en de zender RTL 4 de personen dat zich herkent en niet herkent in de zenders vrijwel even groot is. Bij RTL 4 is het aantal personen dat zich in de zender herkent het grootste. Daarnaast is aan de hand van de tabel op te maken dat de Surinamers zich meer herkennen in de commerciële zenders dan in de zenders van de publieke omroep. In de zenders van de publieke omroep herkennen de Marokkanen zich vaker, Antillianen herkennen zich juist weer minder in de zenders van de publieke omroep.

⁵ In deze tabel is de categorie weet niet weggelaten hierdoor tellen de antwoorden niet op tot 100%

In tabel 3.9 is weergegeven in hoeverre autochtone Nederlanders zich herkennen in de verschillende televisiezenders t.o.v. de totale groep Nieuwe Nederlanders.

Tabel: 3.9. In hoeverre herkent u zich in de volgende televisiezenders?
(Basis – allen)
(Geordend naar 10 meest bekeken)

	Autochtoon (n=551)		TMSA (n=1553)	
	Niet	Wel	Niet	Wel
RTL 4	24%	58%	28%	47%
SBS 6	27%	55%	32%	42%
Nederland 1	30%	51%	37%	36%
RTL 5	29%	52%	29%	44%
Nederland 3	31%	50%	35%	38%
Net 5	31%	51%	31%	41%
RTL 7	32%	47%	36%	37%
Nederland 2	37%	44%	38%	35%
Veronica	34%	47%	33%	40%
RTL 8	37%	42%	36%	36%
Z@pp / Zappelin	46%	25%	45%	17%

In zijn geheel gezien herkennen de autochtone Nederlanders zich vaker in de reguliere televisiezenders dan de Nieuwe Nederlanders.

3.5.3 Aandacht voor diversiteit op de reguliere televisiezenders

De Nieuwe Nederlanders zijn ook gevraagd in hoeverre zij vinden dat de verschillende zenders voldoende aandacht aan diversiteit besteden.

In tabel 3.10 is weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders vinden dat een zender voldoende aandacht aan diversiteit besteedt.

Tabel: 3.10. In hoeverre besteden de volgende televisiezenders voldoende aandacht aan diversiteit?
(Basis – allen)
(Geordend naar 10 meest bekeken)

	Turks (n=382)			Marokkaans (n=370)			Surinaams (n=426)			Antilliaans (n=375)		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
RTL 4	11%	18%	8%	34%	19%	31%	13%	26%	44%	6%	35%	41%
SBS 6	12%	17%	7%	38%	15%	30%	16%	30%	36%	7%	39%	35%
Nederland 1	8%	14%	16%	11%	19%	56%	6%	21%	51%	3%	31%	41%
RTL 5	11%	17%	5%	36%	16%	31%	14%	31%	37%	7%	35%	37%
Nederland 3	7%	13%	17%	10%	17%	59%	5%	20%	53%	2%	31%	43%
Net 5	12%	17%	4%	36%	16%	29%	13%	31%	36%	6%	38%	36%
RTL 7	11%	18%	3%	35%	17%	31%	16%	31%	33%	7%	39%	33%
Nederland 2	8%	14%	16%	10%	19%	57%	6%	23%	49%	4%	32%	39%
Veronica	12%	16%	5%	37%	19%	26%	15%	30%	35%	7%	37%	34%
RTL 8	12%	16%	3%	35%	17%	30%	15%	30%	34%	7%	38%	32%
Z@pp / Zappelin	11%	8%	4%	13%	18%	40%	8%	18%	29%	4%	30%	26%

In lijn met de herkenningcijfers wordt door de Turken vaker aangegeven dat de zenders weinig aandacht besteden aan diversiteit. De Surinamers en Antillianen

vinden vaker dat de zenders voldoende aandacht aan diversiteit besteden, wel vinden de Antillianen minder vaak dat dit bij de publieke zenders het geval is. Marokkanen en Turken vinden vaker dat de zenders niet voldoende aandacht aan diversiteit besteden. Waar de Turken vinden dat dit voor alle zenders het geval is, maken de Marokkanen een uitzondering voor de publieke zenders. De publieke zenders geven volgens de Marokkanen wel voldoende aandacht aan diversiteit.

In tabel 3.11 is weergegeven in hoeverre autochtone Nederlanders t.o.v. Nieuwe Nederlanders vinden dat de verschillende zenders voldoende aandacht aan diversiteit geven.

Tabel: 3.11. In hoeverre besteden de volgende televisiezenders voldoende aandacht aan diversiteit?
(Basis – allen)
(Geordend naar 10 meest bekeken)

	Autochtoon (n=551)			TMSA (n=1553)		
	-	-/+	+	-	-/+	+
RTL 4	3%	12%	40%	16%	23%	30%
SBS 6	4%	10%	41%	18%	24%	26%
Nederland 1	1%	7%	50%	7%	20%	41%
RTL 5	4%	11%	38%	18%	24%	26%
Nederland 3	2%	7%	48%	6%	19%	43%
Net 5	4%	11%	37%	18%	25%	25%
RTL 7	3%	12%	35%	18%	25%	24%
Nederland 2	1%	7%	48%	7%	21%	40%
Veronica	3%	10%	35%	18%	24%	24%
RTL 8	3%	12%	34%	18%	24%	24%
Z@pp / Zappelin	2%	7%	29%	9%	17%	24%

De autochtone Nederlanders vinden vaker dan de Nieuwe Nederlanders dat de zenders voldoende aandacht besteden aan diversiteit. Slechts een klein percentage van 2% van de autochtone Nederlanders geeft aan dat de zenders onvoldoende aandacht aan diversiteit besteden.

In tabel 3.12 is weergegeven welke zender het beste scoren op het aantal allochtonen dat in programma's is te zien.

Tabel: 3.12. Welke zender scoort volgens u het beste op: Het aantal allochtonen dat in programma's is te zien
(Basis – allen)

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Nederland 3	6%	18%	21%	14%	11%	15%
Nederland 1	8%	22%	11%	7%	8%	12%
RTL 4	4%	11%	12%	17%	4%	10%
Nederland 2	3%	12%	8%	7%	8%	7%
SBS 6	6%	4%	4%	3%	1%	4%
Z@pp/Z@ppelin	1%	6%	5%	3%	2%	4%
Weet niet/geen antwoord	71%	27%	38%	49%	66%	15%

Volgens de Nieuwe Nederlanders laat Nederland 3 in zijn programma's de meeste Nieuwe Nederlanders zien. Zowel de Surinamers als Marokkanen geven dit vaker aan. Volgens de Marokkanen zijn de meeste allochtonen te zien bij zenders van de

publieke omroep en dan voornamelijk bij Nederland 1 en Nederland 3. Surinamers en Antillianen noemen RTL 4 ook als zender waar volgens hen de meeste allochtonen te zien zijn. Dit is in lijn met de herkenningcijfers. Het grootste deel van de Nieuwe Nederlanders geeft echter aan niet te weten welke zender de meeste allochtonen in zijn programma's laat zien (52%). Van de Nieuwe Nederlanders geven de Turken het vaakst aan dit niet te weten (71%), dit komt waarschijnlijk omdat de Turken ook minder naar de gevraagde zenders kijken.

In tabel 3.13 staat weergegeven welke zenders het beste scoren op programma's die allochtonen aanspreken.

Tabel: 3.13 Welke zender scoort volgens u het beste op: Het maken van programma's die allochtonen aanspreken (Basis – allen)						
	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Nederland 3	7%	20%	21%	11%	10%	15%
Nederland 1	5%	20%	10%	8%	7%	11%
RTL 4	6%	11%	13%	18%	2%	11%
Nederland 2	2%	12%	9%	7%	9%	8%
SBS 6	7%	3%	5%	4%	0%	5%
Z@pp/Z@ppelin	2%	5%	2%	2%	2%	3%
Weet niet/geen antwoord	70%	28%	39%	49%	69%	47%

Volgens de Nieuwe Nederlanders scoort Nederland 3 het beste op programma's die allochtonen aanspreken. Zowel de Marokkanen als Surinamers noemen Nederland 3 vaker. Antillianen noemen vaker RTL 4 als zender die het beste scoort op programma's die allochtonen aanspreken. Volgens de Marokkanen zijn het vaker zenders van de publieke omroep die hier goed op scoren. Turken geven gemiddeld vaker aan het niet te weten (70%).

In tabel 3.14 is te zien welke zender volgens de Nieuwe Nederlanders het best scoort op het contact leggen tussen verschillende culturen.

Tabel: 3.14 Welke zender scoort volgens u het beste op: Een positieve invloed op het contact tussen verschillende culturen (Basis – allen)						
	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Nederland 3	8%	24%	25%	15%	12%	18%
Nederland 1	9%	21%	11%	8%	11%	13%
RTL 4	5%	9%	10%	15%	3%	9%
Nederland 2	2%	9%	9%	7%	8%	7%
Z@pp/Z@ppelin	1%	6%	5%	4%	2%	4%
SBS 6	3%	3%	3%	3%	1%	3%
Weet niet/geen antwoord	72%	28%	38%	49%	62%	47%

Ook wat betreft het contact leggen tussen verschillende culturen scoort Nederland 3 volgens de Nieuwe Nederlanders het hoogst. Ook hier wordt Nederland 3 gemiddeld vaker genoemd door de Marokkanen en Surinamers. Antillianen noemen gemiddeld RTL 4 vaker. Marokkanen vinden gemiddeld vaker dat de zenders van de publieke omroep hier goed op scoren. Turken geven gemiddeld vaker aan het niet te weten.

In tabel 3.15 is te zien welke zender volgens de Nieuwe Nederlanders het beste scoren op respect voor de verschillende culturen.

Tabel: 3.15 Welke zender scoort volgens u het beste op: Respect voor de verschillende culturen (Basis – allen)

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Nederland 3	8%	19%	25%	18%	13%	17%
Nederland 1	10%	23%	11%	8%	13%	13%
Nederland 2	3%	12%	9%	6%	9%	8%
RTL 4	4%	9%	10%	13%	4%	8%
Z@pp/Z@ppelin	1%	5%	3%	3%	2%	4%
SBS 6	2%	4%	4%	4%	1%	3%
Weet niet/geen antwoord	71%	27%	38%	49%	59%	47%

Nederland 3 scoort volgens de Nieuwe Nederlanders wat betreft respect voor verschillende culturen het hoogst. De Surinamers noemen Nederland 3 gemiddeld vaker. Antillianen vinden RTL 4 gemiddeld vaker de zender die hier goed op scoort. Marokkanen noemen ook nu weer de zenders van de publieke omroep. De Turken geven gemiddeld vaker aan het niet te weten.

3.6 Cultuurgebonden televisiezenders

In deze paragraaf wordt per etniciteit ingegaan op het bereik en waardering van de cultuurgebonden zenders. Onder de cultuurgebonden televisiezenders worden de buitenlandse televisiezenders verstaan.

3.6.1 Kijktijd naar televisie

In tabel 3.16 is een vergelijking gemaakt tussen de totale tijd dat er naar de televisie wordt gekeken en de tijd dat er naar de cultuurgebonden televisie wordt gekeken.

Tabel: 3.16. Gemiddelde kijktijd per dag naar televisie (Basis – heeft afgelopen week naar een cultuurgebonden zender gekeken)

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen
Kijktijd televisie (alles)	145	162	88	161
Kijktijd cultuurgebonden televisie	130	81	27	16

Uit de kijktijd blijkt een opvallend verschil tussen de Turken enerzijds en de andere etnische groepen anderzijds. De cijfers tonen namelijk aan dat de Turken die naar cultuurgebonden televisie kijken vrijwel alleen naar cultuurgebonden televisie kijken. Van de totale kijktijd per dag, namelijk 145 minuten, besteden zij 130 minuten aan cultuurgebonden televisie. Zij besteden dus slechts gemiddeld 15 minuten per dag aan reguliere televisiezenders.

Voor de Marokkanen die naar cultuurgebonden televisie kijken geldt dat zij de helft van hun tijd aan cultuurgebonden televisie besteden en de andere helft aan reguliere televisiezenders. De Surinamers besteden ongeveer eenderde aan cultuurgebonden televisie en de Antillianen eentiende.

3.6.2 Turkse Nederlanders

In tabel 3.17 is weergegeven wanneer voor het laatst naar Turkse televisiezenders is gekeken.

Tabel: 3.17. Wanneer heeft u voor het laatst naar Turkse televisiezenders gekeken? (Basis - Turks)		
	Aantal	Percentage
Nooit	18	5%
Gisteren	309	83%
Eergisteren	16	4%
Afgelopen week	21	6%
Afgelopen maand	4	1%
Afgelopen jaar	7	2%
Totaal	375	100%

83% van de Turken geeft aan gisteren naar een Turkse televisiezender te hebben gekeken. Het totale weekbereik van de Turkse televisie zit op 93%. 5% van de Turken geeft aan nooit naar de Turkse televisiezenders te kijken.

In tabel 3.18 is weergegeven hoeveel dagen er gemiddeld naar de Turkse televisie wordt gekeken.

Tabel: 3.18. Hoeveel dagen in de week kijkt u gemiddeld naar de televisie? (Basis - kijkt naar Turkse televisiezenders)		
	Aantal	Percentage
Nooit	7	2%
1 dag of minder	15	4%
2 dagen	19	5%
3 dagen	21	6%
4 dagen	22	6%
5 dagen	36	10%
6 dagen	19	5%
7 dagen	218	61%
Totaal	358	100%

Van de Turken die naar de Turkse televisiezenders kijken, kijkt 61% gemiddeld 7 dagen in de week. Op de dagen dat er naar de Turkse televisie wordt gekeken wordt er gemiddeld voor 154 minuten gekeken.

In tabel 3.19 is het bereik en de waardering van de 10 meest bekeken Turkse zenders weergegeven.

Tabel: 3.19. Bereik en waardering van de volgende cultuurgebonden zenders (Basis - Turks en heeft afgelopen week naar de zender gekeken) (Geordend naar 10 meest bekeken)		
	Bereik	Gemiddelde cijfer
Show TV	85%	6,9
ATV	85%	7,0
Kanal D	83%	7,1
Euro-D	71%	6,9
Star TV	70%	6,8
Samanyolu (STV)	47%	7,0
TRT 1	40%	6,8
STV	39%	6,6
Kanal 7	33%	6,6
Haberturk	26%	6,6

De zenders met het hoogste bereik onder de Turken zijn Show TV en ATV, beiden hebben een bereik van 85%. Gemiddeld worden deze zenders met respectievelijk een 6.9 en 7.0 beoordeeld. Derde best bekeken zender is Kanal D, deze heeft een bereik van 83%. Kanal D wordt wel als beste gewaardeerd, gemiddeld beoordelen de Turken Kanal D met een 7.1. Hiermee scoren deze Turkse zenders zowel qua bereik als qua waardering beter dan de reguliere zenders die door de Turken worden bekeken.

3.6.3 Marokkaanse Nederlanders

In tabel 3.20 is weergegeven wanneer Marokkanen voor het laatst naar Marokkaanse /Arabische televisiezenders hebben gekeken.

Tabel: 3.20. Wanneer heeft u voor het laatst naar Marokkaanse/ Arabische televisiezenders gekeken? (Basis - Marokkaans)		
	Aantal	Percentage
Nooit	100	27%
Gisteren	143	39%
Eergisteren	17	5%
Afgelopen week	49	14%
Afgelopen maand	25	7%
Afgelopen jaar	30	8%
Totaal	365	100%

39% van de Marokkanen geeft aan gisteren naar een Marokkaanse/Arabische zender te hebben gekeken. Het totale weekbereik van de Marokkaanse/Arabische zenders is onder de Marokkanen 58%. 27% van de Marokkanen geeft aan nooit naar Marokkaanse of Arabische zenders te kijken. In vergelijking met de Turken is het bereik van de cultuurgebonden zenders onder de Marokkanen kleiner. Het bereikscijfer laat echter wel duidelijke verschillen zien naar leeftijd de 35-plussers kijken vrijwel allemaal naar de zenders, terwijl de jongeren dit veel vaker niet doen.

In tabel 3.21 is weergegeven hoeveel dagen er per week gemiddeld naar Marokkaanse /Arabische televisie wordt gekeken.

Tabel: 3.21. Hoeveel dagen in de week kijkt u gemiddeld naar de televisie? (Basis - kijkt naar Marokkaanse televisiezenders)		
	Aantal	Percentage
Nooit	19	7%
1 dag of minder	54	20%
2 dagen	29	11%
3 dagen	28	11%
4 dagen	30	11%
5 dagen	30	11%
6 dagen	9	4%
7 dagen	66	25%
Totaal	265	100%

25% van de Marokkanen kijkt dagelijks naar een Marokkaanse of Arabische zender. In totaal kijkt 50% van de Marokkanen 4 dagen of meer naar de Marokkaanse of Arabische zenders. 20% geeft aan minder dan 1 dag per week naar deze zenders te kijken. Wanneer de Marokkanen op een Arabische of Marokkaanse zender afstemmen dan kijken zij hier gemiddeld 120 minuten naar.

In tabel 3.22 is het bereik en de waardering van de 10 meest bekeken Marokkaanse en Arabische zenders weergegeven.

Tabel: 3.22. Bereik en waardering van de volgende cultuurgebonden zenders (Basis - Marokkaans en heeft afgelopen week naar de zender gekeken) (Geordend naar 10 meest bekeken)		
	Bereik	Gemiddeld cijfer
2M	80%	7,6
Al Jazeera	45%	7,7
Med1	42%	7,2
MBC	42%	7,5
Almaghribia	39%	7,3
Andere Arabische zenders	38%	7,2
Iqra	35%	7,7
Arrabiaa	32%	7,1
RTM 1 (TVM Europe)	31%	7,1
Alarabiya	28%	7,2

De Marokkaanse zender 2M heeft het hoogste bereik onder de Marokkanen, 80% heeft afgelopen week naar deze zender gekeken, gemiddeld wordt 2M met een 7,6 beoordeeld. Na 2M heeft Al Jazeera het hoogste bereik, 45% stemde afgelopen week op deze zender af. Al Jazeera is een van de hoogst gewaardeerde zenders. Gemiddeld scoort deze zender een 7,7. De andere hoogst gewaardeerde zender is de religieuze zender Iqra, ook deze zender scoort een 7,7. Het bereik van deze zender is 35%. Med1 heeft na 2M en Al Jazeera het grootste bereik (41%), gemiddeld scoort deze zender een 7,2. Net als de Turken waarderen de Marokkanen de cultuurgebonden zenders beter dan de reguliere zenders.

3.6.4 Surinaamse Nederlanders

In tabel 3.23 is weergegeven wanneer Surinamers voor het laatst naar Hindoestaanse, Aziatische, Spaanse of Antilliaanse zenders hebben gekeken.

Tabel: 3.23. Wanneer heeft u voor het laatst naar de televisie gekeken? (Basis - Surinaams)		
	Aantal	Percentage
Nooit	308	75%
Gisteren	25	6%
Eergisteren	6	1%
Afgelopen week	12	3%
Afgelopen maand	20	5%
Afgelopen jaar	40	10%
Totaal	410	100%

Driekwart van de Surinamers geeft aan nooit naar cultuurgebonden zenders te kijken. 10% van de Surinamers heeft afgelopen week een keer naar een cultuurgebonden zender gekeken.

In tabel 3.24 is weergegeven hoeveel dagen er gemiddeld naar Hindoestaanse, Aziatische, Spaanse of Antilliaanse zenders wordt gekeken.

Tabel: 3.24. Hoeveel dagen in de week kijkt u gemiddeld naar de televisie? (Basis - kijkt naar Surinaamse televisiezenders)		
	Aantal	Percentage
Nooit	33	33%
1 dag of minder	44	43%
2 dagen	2	2%
3 dagen	4	4%
4 dagen	2	2%
5 dagen	9	8%
6 dagen	0	0%
7 dagen	8	8%
Totaal	103	100%

Opvallend is dat eenderde die aangeeft wel naar de zenders te kijken, bij deze vervolgvraag aangeeft hier gemiddeld nooit naar te kijken, een mogelijk verklaring hiervoor is dat men wel eens kijkt, maar dat het aandeel hiervan verwaarloosbaar is. 8% van de Surinamers kijkt dagelijks naar een cultuurgebonden zender. In totaal kijkt 18%, 4 dagen of meer. 43% geeft aan 1 dag of minder per week naar Surinaamse televisiezenders te kijken. Gemiddeld kijken de Surinamers als ze op een cultuurgebonden zender afstemmen hier ongeveer 76 minuten naar.

In tabel 3.25 is het bereik en de waardering van de 10 meest bekeken Hindoestaanse, Aziatische, Spaanse of Antilliaanse zenders weergegeven.

Tabel: 3.25. Bereik en waardering van de volgende cultuurgebonden zenders (Basis - Surinaams en heeft afgelopen week naar de zender gekeken) (Geordend naar 10 meest bekeken)		
	Bereik	Gemiddeld cijfer
Zee TV	20%	7,1
Zee Cinema	20%	7,2
TV Max	19%	6,4
Star News	11%	6,8
SET Asia	10%	6,7
Star Plus	8%	7,5
Zing	7%	6,2
AAJ Tak	7%	6,2
Colors	6%	6,4
Star Gold	6%	7,8

Zee TV, Zee Cinema en TV Max zijn de drie best bekeken zenders onder de Surinamers. Deze zenders hebben een bereik van respectievelijk 20%, 20% en 19%. Zee TV wordt met een 7.1 gewaardeerd, Zee Cinema met een 7.2. TV Max krijgt gemiddeld een 6.4.

3.6.5 Antilliaanse Nederlanders

In tabel 3.25 is weergegeven wanneer Antillianen voor het laatst naar Hindoestaanse, Aziatische, Spaanse of Antilliaanse zenders hebben gekeken.

Tabel: 3.25. Wanneer heeft u voor het laatst naar de televisie gekeken? (Basis - Antilliaans)		
	Aantal	Percentage
Nooit	307	83%
Gisteren	7	2%
Eergisteren	2	0%
Afgelopen week	9	3%
Afgelopen maand	11	3%
Afgelopen jaar	33	9%
Totaal	370	100%

83% van de Antillianen geeft aan nooit naar cultuurgebonden zenders te kijken. In totaal heeft 5% afgelopen week een keer naar een cultuurgebonden zender gekeken.

In tabel 3.26 is weergegeven hoeveel dagen er gemiddeld naar Hindoestaanse, Aziatische, Spaanse of Antilliaanse zenders wordt gekeken (cijfers dienen gezien de kleine steekproef als indicatief te worden beschouwd).

Tabel: 3.26. Hoeveel dagen in de week kijkt u gemiddeld naar de televisie? (Basis - kijkt naar Antilliaanse televisiezenders)		
	Aantal	Percentage
Nooit	29	46%
1 dag of minder	26	41%
2 dagen	1	1%
3 dagen	1	1%
4 dagen	0	0%
5 dagen	5	8%
6 dagen	0	0%
7 dagen	2	3%
Totaal	63	100%

Van de Antillianen die naar cultuurgebonden televisiezenders kijken, kijkt 11% 4 dagen of meer. 41% geeft aan 1 dag of minder per week te kijken. Wanneer er gekeken wordt dan kijken de Antillianen gemiddeld 96 minuten naar de zenders. Belangrijke opmerking bij deze cijfers is dat ze als indicatief dienen te worden beschouwd aangezien het aantal personen waarop deze cijfers gebaseerd zijn klein is.

In tabel 3.27 is het bereik en de waardering van de 6 meest bekeken Hindoestaanse, Aziatische, Spaanse of Antilliaanse zenders weergegeven (opmerking cijfers dienen als indicatief te worden beschouwd).

Tabel: 3.27. Bereik en waardering van de volgende cultuurgebonden zenders (Basis- Antilliaans en heeft afgelopen week naar de zender gekeken) (Geordend naar 10 meest bekeken)		
	Bereik	Gemiddelde cijfer
TVE	17%	7,6
TV Max	16%	6,7
Venevision	9%	6,4
Canal de las Estrellas	7%	7,3
RTV-7	6%	6,9
Univision	5%	6,3

TVE is onder de Antillianen de zender met het hoogste bereik (17%). Deze zender is ook de best gewaardeerde: gemiddeld geven de Antillianen deze zender een 7,6. TV Max heeft een bereik van 16% onder de Antillianen, deze zender wordt met een 6,7 beoordeeld. Venevision heeft een bereik van 9% en krijgt gemiddeld een 6,4.

4 Resultaten: Radio

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk gaan wij in op het luistergedrag: naar welke radiozenders wordt er geluisterd en hoe worden deze gewaardeerd. Ook besteden wij aandacht aan de zender FunX. In 2013 stopt deze onder Marokkanen en Surinamers populaire zender met uitzenden, in dit hoofdstuk zal worden stilgestaan bij de wijze waarop het verdwijnen van FunX gaat worden opgevangen.

Dit hoofdstuk kent dezelfde opbouw als het hoofdstuk over televisie. Eerst zal het bereik van de radiozenders worden behandeld, daarna wordt ingezoomd op de waardering van deze radiozenders. Dit hoofdstuk verschilt met het televisiehoofdstuk omdat er geen cultuurgebonden radiozenders zijn meegenomen. Hiervoor is gekozen omdat de cultuurgebonden radiozenders in Nederland sterk versplinterd en regionaal georiënteerd zijn. Hierdoor kunnen landelijk geen goede bereikscijfers gemeten worden.

4.2 Bereik radiozenders

4.2.1 Bereikscijfers radio

In tabel 4.1 staat per etniciteit aangegeven wanneer zij voor het laatst naar de radio hebben geluisterd

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Nooit	64%	44%	34%	37%	11%	45%
Gisteren	18%	24%	40%	31%	60%	28%
Eergisteren	4%	3%	3%	4%	6%	4%
Afgelopen week	10%	15%	13%	20%	13%	14%
Afgelopen maand	2%	8%	8%	4%	6%	6%
Afgelopen jaar	1%	5%	3%	4%	4%	3%
Totaal bereik	32%	42%	56%	55%	79%	46%

Als naar het totale bereik van de radiozenders wordt gekeken dan is te zien dat de Nieuwe Nederlanders veel minder naar de radio luisteren dan de autochtone Nederlanders. Vooral de Turken luisteren minder naar de radio. Surinamers en Antillianen luisteren ongeveer even vaak naar de radio.

In tabel 4.2 is weergegeven hoeveel dagen er gemiddeld naar de radio wordt geluisterd.

Tabel: 4.2. Hoeveel dagen in de week luistert u gemiddeld naar de 'Nederlandse' radio? (Basis - luistert naar de radio)						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Nooit	36%	28%	21%	23%	12%	26%
1 dag of minder	8%	15%	14%	11%	13%	12%
2 dagen	10%	17%	6%	7%	10%	10%
3 dagen	14%	15%	14%	15%	7%	15%
4 dagen	1%	5%	8%	8%	9%	6%
5 dagen	24%	17%	23%	24%	20%	22%
6 dagen	1%	2%	3%	0%	7%	2%
7 dagen	6%	2%	11%	12%	23%	8%

23% van de autochtonen geeft aan dagelijks naar de radio te luisteren. Van de Nieuwe Nederlanders luisteren de Surinamers en Antillianen significant vaker dagelijks naar de radio, al gaat het maar om een klein percentage. Vaker luisteren de Nieuwe Nederlanders 5 dagen per week, dit geeft 20% van de Nieuwe Nederlanders aan.

In tabel 4.3 is de gemiddelde luistertijd per dag weergegeven

Tabel: 4.3. Gemiddeld aantal minuten luistertijd per dag (Basis – luistert naar de radio)					
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon
Luistertijd in minuten	46	29	58	44	89

Nieuwe Nederlanders luisteren minder vaak naar de radio. Bovenstaande tabel laat echter ook zien dat wanneer men wel naar de radio luistert men dit minder vaak doet dan autochtone Nederlanders.

Eerder was te zien dat de luisterfrequentie van de Turken lager was dan dat van de andere Nieuwe Nederlanders. Als er naar de gemiddelde luisterduur wordt gekeken dan is te zien dat als de Turken naar de radio luisteren, zij dit langer doen dan de Turken en Antillianen. Alleen de Surinamers luisteren gemiddeld langer naar de radio. Onder de autochtone Nederlanders is de gemiddelde luistertijd 89 minuten, dit is een half uur langer dan de gemiddelde luistertijd van de Surinamers.

4.2.2 Bereikscijfers radiozenders

In tabel 4.4 is het week bereik van de 10 best beluisterde radiozenders weergegeven.

Tabel: 4.4. Wanneer heeft u voor het laatst naar de volgende radiozenders geluisterd?
(Basis – luistert naar de radio)
(Geordend naar top10 meest beluisterd)

	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Radio 538	30%	31%	31%	36%	33%	32%
Sky Radio	16%	26%	36%	28%	29%	28%
FunX	12%	32%	25%	23%	3%	24%
Q-music	17%	28%	18%	15%	31%	20%
Slam!FM	19%	21%	7%	11%	15%	13%
Internet radio	24%	5%	14%	13%	14%	13%
Radio Veronica	7%	16%	11%	9%	19%	11%
Surinaamse radiozenders	0%	1%	30%	0%	2%	11%
Radio 1	8%	15%	8%	6%	14%	9%
3FM	6%	10%	8%	11%	24%	9%

Onder de Nieuwe Nederlanders is Radio 538 de meest beluisterde radiozender, deze zender heeft een bereik van 32%. Na Radio 538 zijn Sky Radio en FunX de meest beluisterde zenders. Wanneer ingezoomd wordt op de Nieuwe Nederlanders dan is te zien dat onder de Marokkanen de zender FunX de meest beluisterde zender is, onder de Surinamers is dit Sky Radio. Voor zowel de Antillianen als Turken is dit Radio 538. De top 3 van meest beluisterde zenders door Nieuwe Nederlanders wijkt licht af van die van de autochtone Nederlanders. De top 3 van autochtone Nederlanders ziet er als volgt uit: Radio 538, Q-music en Sky Radio.

4.3 Waardering radiozenders

4.3.1 Waarderingscijfer radiozenders

In tabel 4.5 is de waardering voor een aantal veel beluisterde radiozenders weergegeven.

Tabel: 4.6. Gemiddeld cijfer voor de televisiezender (luistert naar de radiozender)
(Basis – luistert naar de radiozender)
(Geordend naar meest beluisterd)

	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Radio 538	6,4	6,5	6,9	7,1	6,5	6,6
Sky Radio	6,6	6,6	7,1	7,0	6,6	6,8
FunX	6,6	7,2	7,5	7,9	4,8	7,2
Q-music	6,3	6,6	6,7	6,8	6,6	6,6
Radio 1	5,8	6,1	6,0	5,8	5,6	5,9
3FM	5,7	5,6	6,3	6,1	6,2	5,8
Radio 2	5,3	5,0	5,6	5,1	5,8	5,2

Wanneer naar de waarderingscijfers wordt gekeken dan valt op dat de cijfers die door de autochtone Nederlanders en de Nieuwe Nederlanders worden gegeven niet veel van elkaar afwijken, uitzondering hierop is de zender FunX. FunX is de radio-

zender die het best gewaardeerd wordt onder zowel de Marokkanen, Surinamers en Antillianen. Gemiddeld geven de Nieuwe Nederlanders deze zender een 7,2. De autochtone Nederlanders beoordelen FunX gemiddeld met een 4,8.

4.3.2 Herkenning in de radiozenders

In tabel 4.6 staat weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders zich herkennen in onderstaande radiozenders.

Tabel: 4.6. In hoeverre herkent u zich in de volgende radiozenders?
(Basis – allen)
(Geordend naar meest beluisterd)

	Turks (n=382)		Marokkaans (n=370)		Surinaams (n=426)		Antilliaans (n=375)	
	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel
Radio 538	8%	13%	40%	20%	27%	30%	20%	28%
Sky Radio	9%	10%	42%	20%	21%	37%	19%	25%
FunX	9%	7%	28%	31%	21%	29%	14%	21%
Q-music	9%	10%	39%	21%	23%	27%	18%	20%
3FM	10%	5%	45%	10%	32%	16%	20%	11%
Radio 1	10%	5%	44%	11%	37%	11%	23%	6%
Radio 2	12%	2%	44%	5%	37%	8%	23%	5%

De Nieuwe Nederlanders herkennen zich over het algemeen vaker niet in de radiozenders, vooral de Marokkanen geven aan zich niet te herkennen. Uitzonderingen hierop zijn de zenders uit de top 4 Radio 538, Sky Radio, FunX en Q-music. Surinamers en Antillianen geven vaker aan zichzelf in de zenders uit de top 3 te herkennen. Ook FunX is een zender waarin de Nieuwe Nederlanders zich wel herkennen. Zowel de Marokkanen, Surinamers als Antillianen geven aan zich in deze zender te herkennen.

In tabel 4.7 staat weergegeven in hoeverre autochtone Nederlanders en de totale groep Nieuwe Nederlanders zichzelf herkent in onderstaande radiozenders.

Tabel: 4.7. In hoeverre herkent u zich in de volgende radiozenders?
(Basis – allen)
(Geordend naar meest beluisterd)

	Autochtoon (n=551)		TMSA (n=1553)	
	Niet	Wel	Niet	Wel
Radio 538	34%	49%	24%	22%
Sky Radio	33%	50%	22%	23%
FunX	43%	5%	18%	22%
Q-music	35%	47%	22%	20%
3FM	41%	39%	27%	11%
Radio 1	56%	19%	29%	8%
Radio 2	55%	20%	29%	5%

Opvallend is dat een groot deel van de autochtone Nederlanders zich niet herkent in de genoemde radiozenders. Zij herkennen zich significant vaker niet dan de Nieuwe Nederlanders in de verschillende radiozenders. Maar dit beeld is tweeledig: de autochtone Nederlanders zeggen ook significant vaker zichzelf wel te herkennen in de verschillende zenders. Een verklaring hiervoor is dat de vraag is voorgelegd aan iedereen en niet alleen aan de mensen die graag naar deze zenders luisteren. De

niet-luisteraars geven vaker aan zich niet te herkennen. De autochtone Nederlanders geven wel significant minder aan zich te herkennen in de zender FunX.

4.3.3 Aandacht voor diversiteit op de radio

In tabel 4.8 is weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders vinden dat onderstaande zenders voldoende aandacht besteden aan diversiteit.

Tabel: 4.8. In hoeverre besteden de volgende radiozenders voldoende aandacht aan diversiteit? (Basis – allen) (Geordend naar meest beluisterd)

	Turks (n=382)			Marokkaans (n=370)			Surinaams (n=426)			Antilliaans (n=375)		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
Radio 538	5%	7%	3%	25%	14%	10%	15%	12%	13%	6%	14%	12%
Sky Radio	6%	4%	1%	26%	12%	10%	19%	13%	9%	9%	11%	8%
FunX	3%	2%	4%	6%	11%	35%	3%	2%	32%	1%	5%	21%
Q-music	5%	5%	2%	25%	13%	9%	15%	12%	6%	7%	11%	5%
3FM	5%	2%	2%	30%	9%	4%	15%	6%	3%	8%	6%	5%
Radio 1	4%	2%	2%	28%	7%	6%	15%	4%	6%	7%	4%	3%
Radio 2	4%	1%	1%	26%	8%	2%	15%	5%	4%	7%	3%	3%

Bij de zender FunX zijn zowel de Marokkanen, Surinamers en Antillianen van mening dat deze zender voldoende aandacht besteedt aan diversiteit. De Antillianen vinden dat Radio 538 ook voldoende aandacht besteedt aan diversiteit. De Surinamers vinden dat Radio 538 na FunX de meeste aandacht aan diversiteit besteedt. Bij de andere zenders zijn de Nieuwe Nederlanders vaker van mening dat deze weinig aandacht aan diversiteit besteden.

In tabel 4.9 staat weergegeven in hoeverre de autochtone Nederlanders vinden dat onderstaande radiozenders voldoende aandacht besteden aan diversiteit.

Tabel: 4.9. In hoeverre besteden de volgende radiozenders voldoende aandacht aan diversiteit? (Basis – allen) (Geordend naar meest beluisterd)

	Autochtoon (n=551)			TMSA (n=1553)		
	-	-/+	+	-	-/+	+
Radio 538	7%	11%	24%	13%	11%	9%
Sky Radio	10%	10%	17%	15%	10%	7%
FunX	4%	3%	10%	4%	5%	23%
Q-music	6%	11%	21%	13%	10%	6%
3FM	3%	10%	22%	15%	6%	3%
Radio 1	5%	6%	20%	14%	4%	4%
Radio 2	4%	8%	17%	13%	4%	3%

Opvallend is dat de autochtone Nederlanders vinden dat alle genoemde radiozenders voldoende aandacht aan diversiteit besteden, behalve FunX. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de zender FunX voor de autochtone Nederlanders weinig herkenbare muziek draait en dat zij daardoor de muziek als eenzijdig beoordelen.

4.3.4 Waar gaat naar geluisterd worden als FunX stopt

In tabel 4.10 staat weergegeven naar welke zender geluisterd gaat worden als FunX stopt met uitzenden.

Tabel: 4.10. Als u geregeld naar FunX luistert, naar welke radiozender gaat u dan na 1 januari 2013 luisteren? (Basis – allen)

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
3FM	1%	0%	2%	2%	3%	1%
Sky Radio	2%	4%	10%	5%	2%	6%
Radio 538	6%	11%	10%	11%	7%	10%
Q Music	2%	11%	6%	6%	4%	7%
Cultuurgebonden zender	3%	12%	5%	9%	0%	7%
Ik ga niet meer naar de radio luisteren, FunX is de enige	2%	15%	10%	3%	1%	9%
Voor mij verandert er niets, ik luister nooit naar FunX	79%	39%	52%	59%	81%	55%
Een andere radiozender,	3%	7%	6%	4%	2%	5%

FunX wordt vooral door de Marokkanen en Surinamers beluisterd. Wanneer FunX stopt dan geven de Marokkanen vaker aan naar een cultuurgebonden zender (Marokkaans of Arabisch) te gaan luisteren (15%). Een vervangende 'Nederlandse zender is voor de Marokkanen vaker Q-Music, 11% gaat naar deze zender luisteren. 15% van de Marokkanen geeft aan bij het verdwijnen van FunX niet meer naar de radio te gaan luisteren. Voor de Surinamers vormt Sky Radio een uitvalsbasis als FunX ophoudt (10%). Ook onder de Surinamers is een groep die niet meer naar de radio gaat luisteren als FunX stopt, en wel 10%.

4.4 Cultuurgebonden radiozenders

In tabel 4.11 staat het bereik weergegeven van de cultuurgebonden radiozenders.

Tabel: 4.11. Bereik cultuurgebonden zenders? (Basis - luistert naar de radio)

	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans
Surinaamse radiozenders	-	-	30%	-
Turkse radiozenders	36%	-	-	-
Marokkaanse en/of Arabische radiozenders	-	16%	-	-
Antilliaanse radiozenders	-	-	-	21%

36% van de Turkse radio luisteraars luistert wel eens naar Turkse radiozenders. Zij zijn hiermee de grootste cultuurgebonden radioluisteraars. Zij worden gevolgd door de Surinamers. Het minst wordt naar cultuurgebonden radio geluisterd door de Marokkanen.

In tabel 4.12 staat weergegeven hoeveel dagen per week gemiddeld naar een cultuurgebonden zender wordt geluisterd.

Tabel: 4.12. Hoeveel dagen per week luistert u gemiddeld naar Turkse/Marokkaanse/Antilliaanse of Surinaamse radiozenders
(Basis - luistert naar de cultuurgebonden radiozenders)

	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans
Nooit	6%	15%	7%	11%
1 dag of minder	9%	17%	21%	20%
2 dagen	36%	13%	8%	12%
3 dagen	17%	6%	8%	15%
4 dagen	16%	6%	9%	10%
5 dagen	3%	15%	9%	8%
6 dagen	4%	1%	4%	1%
7 dagen	7%	27%	35%	23%

De Surinamers luisteren van de Nieuwe Nederlanders het vaakst naar een cultuurgebonden zender, 35% zegt dagelijks naar een Surinaamse radiozender te luisteren. Onder de Marokkanen is dit 27% en onder de Antillianen luistert 23% dagelijks naar een cultuurgebonden zender. Turken luisteren vaker tussen de 2 en 4 dagen per week naar een cultuurgebonden zender.

In tabel 4.13 staat weergegeven hoeveel minuten er gemiddeld naar een cultuurgebonden zender wordt geluisterd.

Tabel: 4.13. Gemiddeld aantal minuten luistertijd per dag naar cultuurgebonden zenders
(Basis - luistert naar de cultuurgebonden radiozenders)

	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans
Luistertijd in minuten	37	46	70	60

Surinamers luisteren gemiddeld het langst naar de cultuurgebonden zenders: 70 minuten. Antillianen luisteren iets korter dan de Surinamers, namelijk een uur. De Marokkaanse luisteraars van een cultuurgebonden zender luisteren hier ongeveer drie kwartier per dag naar. De Turkse luisteraars luisteren iets langer dan een half uur.

4.4.1 Turkse radiozenders

In tabel 4.13 staat weergegeven uit welk land de beluisterde Turkse radiozenders afkomstig zijn.

Tabel: 4.13. Uit welke landen zijn de Turkse radiozenders afkomstig
(Basis: Luistert naar Turkse radiozenders)

	Aantal	Percentage
Radiozenders uit Turkije	56	98%
Radiozenders uit Nederland	8	13%
Radiozenders uit Duitsland	1	1%
Weet niet	1	2%
Totaal	66	114%

Aan de luisteraars van Turkse radiozenders is gevraagd vanuit welke landen deze worden uitgezonden. 98% wordt uitgezonden vanuit Turkije. 13% van de zenders wordt uitgezonden vanuit Nederland.

In tabel 4.14 staat weergegeven hoe naar de Turkse radiozenders wordt geluisterd.

Tabel: 4.14. Hoe luistert u naar deze radiozenders (Basis: Luistert naar Turkse radiozenders)		
	Aantal	Percentage
Via internet	43	75%
Via de ether	5	8%
Via de kabel	2	3%
Via de satellietschotel	16	28%
Via een app op mijn telefoon of tablet	9	16%
Via een podcast op de computer	0	0%

Internet is de belangrijkste weg om naar de Turkse radiozenders te luisteren, 75% luistert via deze manier. 28% geeft aan via de satellietschotel te luisteren. 16% luistert naar de Turkse radio via een app op de telefoon of tablet.

5 Resultaten: Internet

5.1 Inleiding

In het mediabereikonderzoek van 2009 was een grote groei in het gebruik van de internetmedia te zien. De verschillende groepen Nieuwe Nederlanders hadden vaak een eigen internetportaal waarop zij veelvuldig te vinden waren. Sites als Marokko.nl of Suriname.pagina.nl werden door grote groepen vrijwel dagelijks bezocht. Eind 2011 is het online medialandschap sterk veranderd, er zijn veel verschillende websites bijgekomen en sociale media hebben een sterke groei doorgemaakt. In het huidige mediabereiksonderzoek is dan ook uitgebreid stilgestaan bij het gebruik van de internetmedia. Net als bij de televisie en radio wordt in dit hoofdstuk niet alleen ingegaan op het bereik van de internetmedia, ook bespreken wij de waardering voor dit medium.

5.2 Bereik regulier internet

5.2.1 Toegang tot internet

De Nieuwe Nederlanders zijn gevraagd op welke wijze zij toegang hebben tot internet in tabel 6.1 staan de toegangswijzen weergegeven.

Tabel: 6.1. Heeft u toegang tot internet? (Basis – allen)					
	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	TMSA (n=1553)
Ja, thuis op de pc, mac, laptop, tv of notebook	92%	76%	72%	68%	78%
Ja, op mijn mobiele telefoon of tablet	25%	43%	38%	48%	38%
Ja, ergens anders dan thuis	8%	15%	17%	15%	14%
Nee, nooit	5%	13%	27%	27%	16%

15% van de Nieuwe Nederlanders heeft geen toegang tot internet. Van hen hebben de Surinamers en Antillianen significant vaker geen toegang tot internet (27%). Turken hebben gemiddeld vaker thuis toegang tot internet (92%). Marokkanen en Antillianen hebben vaker via hun mobiele telefoon of tablet pc toegang tot internet, respectievelijk 43% en 48%.

5.2.2 Tijdsbesteding op internet

In tabel 6.2 is weergegeven hoeveel dagen men gemiddeld op internet zit.

Tabel: 6.2. Hoeveel dagen per week bent u gemiddeld op internet ? (Basis - Heeft toegang internet)						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Nooit	22%	6%	4%	7%	0%	8%
1 dag of minder	9%	8%	6%	2%	1%	6%
2 dagen	6%	5%	4%	2%	1%	4%
3 dagen	5%	8%	6%	5%	2%	5%
4 dagen	3%	9%	6%	4%	3%	5%
5 dagen	7%	16%	7%	7%	6%	9%
6 dagen	3%	18%	8%	5%	12%	9%
7 dagen	44%	30%	59%	67%	74%	54%

Surinamers en Antillianen zitten significant vaker op internet dan de Turken en Marokkanen. De Turken zitten van de Nieuwe Nederlanders het minst op internet. In vergelijking met de autochtone Nederlanders zitten de Nieuwe Nederlanders significant minder frequent op internet.

In tabel 6.3 staat het gemiddelde aantal minuten per dag weergegeven dat op internet wordt doorgebracht.

Tabel: 6.3. Gemiddeld aantal minuten op internet (Basis – bezoekt internet)					
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon
Internettijd in minuten	79	84	132	139	139

Hoewel de autochtone Nederlanders frequenter op internet zitten, zitten zij er gemiddeld net zo lang op als de Surinamers en Antillianen. Autochtonen Nederlanders zitten gemiddeld 139 minuten op internet, dit is net zo lang als de Surinamers en Antillianen. De Turken en Marokkanen zitten van de Nieuwe Nederlanders het kortst op internet.

In tabel 6.4 staat weergegeven wanneer internet voor het laatst is bezocht.

Tabel 6.4. Wanneer bent u voor het laatst op internet geweest? (Basis - Heeft toegang tot internet)						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Gisteren	59%	64%	77%	79%	92%	69%
Eergisteren	4%	11%	5%	3%	4%	6%
Afgelopen week	12%	15%	11%	10%	3%	12%
Afgelopen maand	3%	4%	3%	1%	0%	3%
Afgelopen jaar	1%	3%	0%	0%	0%	1%
Nooit	20%	3%	5%	7%	0%	9%
Totaal bereik afgelopen week	76%	89%	92%	92%	99%	86%

Autochtone Nederlanders bezoeken gemiddeld frequenter internet dan de Nieuwe Nederlanders. Vaker geven zij aan gisteren op internet geweest te zijn. Onder de Nieuwe Nederlanders zijn de Surinamers en Antillianen het meest op internet te vinden. Het bereik onder de Turken is het laagst.

5.2.3 Lidmaatschap sociale netwerken

In tabel 6.5 is weergegeven van welke sociale netwerken de Nieuwe Nederlanders lid zijn.

Tabel: 6.5. Kunt u aangeven op welke van de volgende netwerksites u een eigen pagina of account hebt? (Basis - allen)

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Facebook	37%	47%	48%	54%	57%	46%
Twitter	7%	15%	20%	24%	22%	16%
Hyves	9%	12%	23%	15%	58%	15%
Youtube	16%	24%	17%	18%	27%	19%
LinkedIn	2%	8%	10%	11%	13%	7%
Google +	5%	8%	13%	12%	15%	9%
Geen van deze	59%	41%	43%	41%	19%	47%

Turken geven significant vaker aan geen lid te zijn van een sociaal netwerk. Onder de Nieuwe Nederlanders is Facebook de populairste netwerksite. Bij de autochtone Nederlanders is dit Hyves, deze wordt echter op de voet gevolgd door Facebook. Van de Nieuwe Nederlanders zijn de Surinamers en Antillianen het meest actief op de sociale netwerksites, vaker zitten zij op Twitter, LinkedIn Of Google+.

5.2.4 Bereik 10 meest bezochte websites

Aan de Nieuwe Nederlanders zijn onderstaande sites voorgelegd met de vraag of zij deze bezoeken.

In tabel 6.6 staan de bereikscijfers van de 10 meest bezochte websites weergegeven

Tabel: 6.6. Wanneer heeft u voor het laatst de volgende websites bezocht? (Basis - Heeft toegang internet) (Geordend naar 10 meeste bezochte websites)

	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Google	66%	82%	77%	75%	75%	75%
Hotmail	55%	79%	72%	73%	61%	68%
Youtube	57%	62%	57%	53%	57%	58%
Facebook	35%	52%	54%	61%	54%	49%
Nu.nl	13%	31%	25%	17%	37%	22%
Twitter	6%	17%	23%	29%	22%	17%
Hyves	10%	14%	20%	12%	48%	14%
Uitzendinggemist.nl	5%	21%	14%	6%	24%	12%
RTLXL	3%	29%	9%	8%	15%	12%
Telegraaf.nl	6%	8%	16%	9%	19%	10%

De top 3 van websites met het hoogste bereik is voor zowel de autochtone Nederlanders als de Nieuwe Nederlanders gelijk. Google, Hotmail en Youtube zijn de meest bezochte websites.

5.3 Waardering reguliere websites

5.3.1 Waarderingscijfer reguliere websites

In tabel 6.7 staan de waarderingscijfers weergegeven van de 10 best bezochte websites.

Tabel: 6.7. Wat is uw algemene oordeel over de volgende websites? (Basis – heeft website bezocht) (Geordend naar 10 meest bezochte websites)						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Google	8,1	8,1	8,3	8,7	8,2	8,2%
Hotmail	7,5	7,8	8,0	8,3	7,5	7,9%
Youtube	7,7	8,0	8,1	8,5	7,7	8,0%
Facebook	7,7	7,5	7,7	8,2	7,2	7,8%
Nu.nl	7,5	7,6	7,5	7,8	7,7	7,6%
Twitter	6,7	7,1	7,4	8,1	6,9	7,5%
Hyves	6,2	6,6	6,4	6,3	6,8	6,4%
Uitzendinggemist	7,4	7,5	7,2	7,5	7,3	7,4%
RTLXL	6,3	7,7	7,0	7,1	7,2	7,3%
Telegraaf.nl	6,4	6,3	6,6	7,0	6,7	6,6%

De 3 best bezochte websites krijgen ook de hoogste waarderingscijfers. Google krijgt gemiddeld een 8,2. Hotmail een 7,8 en Youtube een 7,9.

5.3.2 Betrouwbaarheid websites

Van onderstaande websites is aan de bezoekers gevraagd of zij deze betrouwbaar vinden, in tabel 6.8 zijn de resultaten hiervan weergegeven.

Tabel: 6.8. In hoeverre vindt u de volgende websites betrouwbaar ? (Basis – heeft website bezocht)												
	Turken			Marokkanen			Surinamers			Antillianen		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
NOS.nl	8%	24%	67%	5%	12%	83%	1%	20%	79%	0%	2%	98%
Nu.nl	4%	26%	70%	3%	16%	81%	3%	25%	72%	1%	30%	69%
Geenstijl.nl	62%	38%	0%	40%	51%	9%	39%	43%	18%	49%	46%	5%
Telegraaf.nl	19%	38%	43%	24%	32%	44%	20%	36%	44%	15%	35%	50%
AD.nl	15%	24%	60%	5%	40%	55%	7%	33%	60%	0%	37%	63%
Volkscrant.nl	6%	26%	68%	2%	46%	52%	2%	34%	64%	0%	22%	78%
NRC.nl	8%	37%	55%	9%	48%	42%	2%	39%	59%	0%	11%	89%

De websites van Geenstijl en De Telegraaf worden vaker als onbetrouwbaar gezien. Bij De Telegraaf is een tweedeling te zien, want hoewel deze door een groot deel van de Nieuwe Nederlanders als onbetrouwbaar wordt gezien, noemt een deel deze site toch betrouwbaar. Van de overige sites zijn de Nieuwe Nederlanders van mening dat deze betrouwbaar zijn.

In tabel 6.9 is aangegeven in hoeverre de Autochtone Nederlanders t.o.v. de Nieuwe Nederlanders onderstaande websites betrouwbaar vinden.

Tabel: 6.9. In hoeverre vindt u de volgende websites betrouwbaar ? (Basis – heeft website bezocht)						
	Autochtoon			TMSA		
	-	-/+	+	-	-/+	+
NOS.nl	2%	16%	82%	3%	16%	81%
Nu.nl	4%	24%	73%	3%	23%	74%
Geenstijl.nl	34%	55%	11%	37%	51%	12%
Telegraaf.nl	15%	44%	42%	17%	39%	44%
AD.nl	2%	49%	50%	5%	41%	54%
Volkskrant.nl	4%	40%	56%	4%	37%	60%
NRC.nl	2%	41%	57%	3%	40%	57%

Ook de autochtone Nederlanders vinden de sites van Geenstijl en Telegraaf vaker onbetrouwbaar. Ook is bij autochtone Nederlanders de tweedeling rond de Telegraaf te zien.

5.3.3 Objectiviteit websites

In tabel 6.10 is weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders onderstaande websites objectief vinden.

Tabel: 6.10. In hoeverre vindt u de volgende websites objectief ? (Basis – heeft website bezocht)												
	Turken			Marokkanen			Surinamers			Antillianen		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
NOS.nl	11%	26%	62%	9%	25%	66%	4%	30%	67%	0%	13%	87%
Nu.nl	6%	36%	58%	10%	28%	62%	8%	39%	53%	4%	38%	58%
Geenstijl.nl	64%	36%	0%	63%	32%	6%	54%	33%	14%	68%	32%	0%
Telegraaf.nl	19%	44%	36%	28%	40%	32%	39%	34%	27%	24%	46%	29%
AD.nl	15%	40%	45%	12%	61%	28%	13%	43%	43%	8%	59%	34%
Volkskrant.nl	6%	44%	50%	8%	55%	37%	13%	35%	52%	4%	48%	48%
NRC.nl	8%	52%	40%	21%	56%	24%	10%	42%	48%	0%	28%	72%

De websites van Geenstijl en de Telegraaf worden vaker als bevooroordeeld beschouwd. Opvallend is dat de Marokkanen ook de site van de NRC vaker bevooroordeeld noemen.

In tabel 6.11 is aangegeven in hoeverre de Autochtone Nederlanders onderstaande websites objectief vinden.

Tabel: 6.11. In hoeverre vindt u de volgende websites objectief? (Basis – heeft website bezocht)						
	Autochtoon			TMSA		
	-	-/+	+	-	-/+	+
NOS.nl	5%	32%	63%	6%	29%	65%
Nu.nl	5%	42%	53%	7%	38%	55%
Geenstijl.nl	48%	42%	10%	51%	39%	9%
Telegraaf.nl	31%	50%	19%	30%	44%	26%
AD.nl	12%	54%	33%	12%	51%	37%
Volkskrant.nl	9%	51%	40%	9%	45%	45%
NRC.nl	9%	44%	47%	10%	45%	45%

Tussen de autochtone Nederlanders en de Nieuwe Nederlanders zitten weinig verschillen in de websites die zij als objectief of bevooroordeeld typeren. Het enige verschil is dat de Nieuwe Nederlanders Telegraaf vaker dan de autochtone Nederlanders objectief noemen.

5.4 Cultuurgebonden websites

5.4.1 Bereik cultuurgebonden websites

In tabel 6.12 staat weergegeven hoeveel dagen per week er gemiddeld cultuurgebonden websites bezocht worden.

Tabel: 6.12. Hoeveel dagen per week bezoekt u gemiddeld multiculturele websites? (Basis - Bezoekt cultuurgebonden website)				
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans
1 dag of minder	64%	76%	71%	78%
2 dagen	14%	4%	8%	3%
3 dagen	5%	5%	7%	7%
4 dagen	8%	3%	3%	5%
5 dagen	2%	4%	3%	2%
6 dagen	1%	3%	1%	0%
7 dagen	5%	4%	8%	5%

Het bezoeken van de cultuurgebonden websites is niet erg hoog. Het grootste deel van de Nieuwe Nederlanders bezoekt de cultuurgebonden websites 1 dag of minder per week.

In tabel 6.13 staat de gemiddelde tijd weergegeven die men per dag op internet doorbrengt als cultuurgebonden websites bezocht worden.

Tabel: 6.13. Gemiddeld aantal minuten per dag op cultuurgebonden websites? (Basis - Bezoekt cultuurgebonden website)				
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans
Internettijd in minuten	9	11	11	12

In de vorige tabel was al te zien dat er niet frequent naar cultuurgebonden websites wordt gesurft. De tijd die op deze websites wordt doorgebracht is ook niet erg lang. Gemiddeld zijn de Nieuwe Nederlanders ongeveer 10 minuten op de cultuurgebonden websites actief.

5.4.2 Turkse Nederlanders

In tabel 6.14 is weergegeven welke Turkse websites het meest bezocht zijn, daarnaast is voor iedere website de waardering aangegeven. Hierbij dient opgemerkt te worden dat gezien de lage bereikscijfers de waarderingcijfers als indicatief beschouwd dienen te worden.

Tabel: 6.14. Wanneer heeft u voor het laatst de volgende websites bezocht ? (Basis - Bezoekt Turkse websites) (Geordend naar meest bezocht)		
	Bereik	Waardering
ZamanHolanda.nl	3%	7,1
TurksNieuws.nl	2%	6,6
Lokum.nl	1%	6,3
Hababam.nl	1%	6,1
Ufuk.nl	1%	6,8
TurkseStudenten.nl	1%	6,5
HollandaRehberi.com	1%	6,0

Het bereik van de Turkse websites is laag. De site met het hoogste bereik is ZamanHolanda, deze heeft een bereik van 3%. Aangezien de websites een klein bereik hebben, is het niet mogelijk om nog uitspraken te doen over de betrouwbaarheid van deze websites.

5.4.3 Marokkaanse Nederlanders

In tabel 6.17 is weergegeven welke Marokkaanse websites het meest bezocht zijn, daarnaast is voor iedere website de waardering aangegeven.

Tabel: 6.17. Wanneer heeft u voor het laatst de volgende websites bezocht ? (Basis - Bezoekt Marokkaanse websites) (Geordend naar meest bezocht)		
	Bereik	Waardering
Marokko.nl	16%	7,3
Yasmina.nl (Yasmina.Marokko.nl)	8%	7,0
Maroc.nl	7%	6,5
Funx.nl	7%	7,2
Marokko.pagina.nl	6%	6,7
Maghreb.nl	4%	6,7
Amazigh.nl	4%	6,8
MaghrebMagazine.nl	3%	6,4
Maghrebonline.nl	3%	6,5
Maroc.nu	3%	6,9

Marokko.nl is met een bereik van 16% de hoogst scorende. Gemiddeld beoordelen de Marokkanen deze website met een 7.3.

5.4.4 Surinaamse Nederlanders

In tabel 6.17 is weergegeven welke Surinaamse websites het meest bezocht zijn. Daarnaast is voor iedere website de waardering aangegeven.

Tabel: 6.20. Wanneer heeft u voor het laatst de volgende websites bezocht ? (Basis - Bezoekt Surinaamse websites) (Geordend naar meest bezocht)		
	Bereik	Waardering
Suriname.pagina.nl	16%	7,1
Waterkant.nl	9%	6,8
Funx.fm	8%	7,6
DWTonline.com (De Ware Tijd online)	5%	7,1
DBSuriname.com (Dagblad Suriname online)	5%	6,8
Bollywood.nl	3%	6,9
Times of Suriname (Surinametimes.com)	3%	6,8
Ujala.nl	3%	6,6
Hindustani.nl	2%	6,8
Pleasure.nl	2%	7,0

Ook bij de Surinamers zijn de bereikscijfers niet erg hoog. Suriname.pagina.nl is de best bezochte website, gevolgd door Waterkant.nl en FunX.fm. FunX wordt van de verschillende websites het best beoordeeld.

5.4.5 Antilliaanse Nederlanders

In tabel 6.23 is weergegeven welke websites het meest bezocht zijn, daarnaast is voor iedere website de waardering aangegeven.

Tabel: 6.23. Wanneer heeft u voor het laatst de volgende websites bezocht ? (Basis - Bezoekt Antilliaanse websites) (Geordend naar meest bezocht)		
	Bereik	Waardering
Curacao.start.pagina.nl	10%	7,5
Extra.an	5%	7,0
Laprensracur.com (La Prensa)	3%	6,4
Suriname.pagina.nl	2%	6,6
Wakmi.com	2%	7,5
Funx.fm	2%	7,5
Waterkant.nl	1%	6,8
DWTonline.com (De Ware Tijd online)	1%	6,0
DBSuriname.com (Dagblad Suriname online)	1%	6,0
rnw.nl/papiaments (radio Nederland Wereldomroep Papiaments)	1%	6,7

Net als bij de andere Nieuwe Nederlanders is het bereik van de cultuurgebonden websites onder de Antillianen laag. De site met het hoogste bereik is Curacao.start.pagina.nl. Deze site wordt gewaardeerd met een 7.5.

6 Printmedia

6.1 Inleiding printmedia

In 2009 waren een aantal grote ontwikkelingen te zien rond de cultuurgebonden printmedia. Er waren minder cultuurgebonden tijdschriften of dagbladen beschikbaar dan in de meting van 2007. Ook was te zien dat het bereik van de cultuurgebonden printmedia terugliep ten opzichte van 2007. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de stand van zaken rond printmedia anno 2011. De printmedia bestaan uit drie verschillende typen: de weekbladen, de maandbladen en de dagbladen. Bij ieder type printmedia zal worden gekeken naar het bereik en de waardering.

6.2 Bereik weekbladen

6.2.1 Bereik weekbladen

In tabel 7.1 zijn de 10 weekbladen met het hoogste bereik onder de Nieuwe Nederlanders weergegeven.

Tabel: 7.1. Bereik weekbladen
(Basis – allen)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Privé	6%	14%	15%	10%	20%	11%
Donald Duck	6%	14%	11%	8%	33%	10%
Veronica Magazine	4%	13%	13%	9%	25%	10%
Libelle	6%	10%	12%	11%	21%	9%
Voetbal International	4%	15%	12%	6%	13%	9%
AutoWeek	6%	10%	11%	8%	13%	9%
Margriet	4%	10%	10%	7%	19%	8%
Panorama	6%	12%	8%	6%	16%	8%
Story	4%	8%	12%	7%	16%	8%
Flair	4%	7%	10%	7%	14%	7%

Privé, Donald Duck en het Veronica Magazine zijn onder Nieuwe Nederlanders de drie weekbladen met het hoogste bereik. Alle weekbladen uit de top 10 worden gemiddeld vaker door de autochtone Nederlanders gelezen dan door de Nieuwe Nederlanders. Van de Nieuwe Nederlanders lezen de Surinamers en Marokkanen het vaakst een weekblad. Onder de Marokkanen is Voetbal International het populairst, onder de Surinamers is het populairste weekblad Privé. In vergelijking met de andere Nieuwe Nederlanders is het bereik van de weekbladen onder de Turken laag, vaker geven zij aan de weekbladen niet te lezen.

6.3 Waardering weekbladen

6.3.1 Beoordeling weekbladen

In tabel 7.2 is de waardering voor de 10 meest gelezen weekbladen weergegeven. De cijfers per etniciteit dienen, gezien de lage bereikscijfers, als indicatief te worden beschouwd,

Tabel: 7.2. Beoordeling weekbladen
(Basis – leest weekblad)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtoon	TMSA
Privé	8,4	6,7	6,6	6,6	8,1	7,3
Donald Duck	7,5	7,4	7,7	7,1	7,9	7,3
Veronica Magazine	6,7	7,2	7,5	7,3	7,3	7,2
Libelle	6,3	7,2	6,9	6,8	7,0	6,6
Voetbal International	6,7	7,7	7,3	8,0	7,2	7,2
AutoWeek	6,8	7,2	7,2	7,1	6,7	7,0
Margriet	6,2	7,0	6,7	6,8	6,9	6,5
Panorama	6,6	7,1	6,8	6,8	6,8	6,9
Story	5,4	6,7	6,5	6,4	6,2	6,4
Flair	6,2	7,0	6,9	6,5	6,9	6,7

Onder de autochtonen is de Privé het best gewaardeerde blad. Onder de Nieuwe Nederlanders zijn de best gewaardeerde weekbladen Veronica Magazine en Margriet.

6.3.2 Herkenning weekbladen

In tabel 7.3 staat weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders zich herkennen in de 10 meest gelezen weekbladen. Deze cijfers dienen als indicatief te worden beschouwd gezien de lage bereikscijfers.

Tabel: 7.3. In hoeverre herkent u zich in de gelezen weekbladen
(Basis – leest weekblad)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Turken		Marokkanen		Surinamers		Antillianen	
	-	+	-	+	-	+	-	+
Privé	48%	38%	38%	53%	53%	36%	52%	29%
Donald Duck	9%	68%	49%	37%	35%	46%	37%	41%
Veronica Magazine	24%	68%	53%	39%	30%	65%	14%	71%
Libelle	51%	32%	29%	63%	24%	66%	32%	53%
Voetbal International	11%	80%	19%	70%	22%	74%	24%	68%
AutoWeek	9%	87%	33%	59%	49%	47%	56%	32%
Margriet	54%	27%	20%	73%	35%	52%	28%	58%
Panorama	35%	60%	44%	48%	32%	52%	16%	53%
Story	53%	31%	48%	43%	51%	39%	51%	28%
Flair	16%	65%	38%	41%	27%	63%	43%	57%

In het algemeen valt op dat alle Nieuwe Nederlanders zich goed herkennen in Voetbal International. De Turken geven gemiddeld vaker aan zich te herkennen in Donald Duck en Autoweek. De Turken herkennen zichzelf minder vaak in vrouwenbladen als Libelle en Margriet. De Marokkanen herkennen zich vaker niet in Donald Duck, Veronica Magazine en Panorama, maar wel in Privé en Margriet. Surinamers en Antillianen herkennen zich vaker in het Veronica Magazine maar minder in de Autoweek. Antillianen herkennen zichzelf ook vaker in de Libelle.

In tabel 7.4 staat weergegeven in hoeverre autochtone Nederlanders zich herkennen in de 10 meest gelezen weekbladen.

Tabel: 7.4. In hoeverre herkent u zich in de gelezen weekbladen
(Basis – leest weekblad)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Autochtoon		TMSA	
	-	+	-	+
Privé	54%	31%	34%	58%
Donald Duck	30%	53%	47%	41%
Veronica Magazine	20%	63%	35%	46%
Libelle	19%	69%	32%	57%
Voetbal International	17%	71%	20%	72%
AutoWeek	23%	61%	38%	56%
Margriet	24%	65%	35%	52%
Panorama	23%	56%	50%	37%
Story	53%	32%	32%	56%
Flair	23%	66%	53%	37%

In vergelijking met de autochtone Nederlanders herkennen Nieuwe Nederlanders zich vaker niet in Veronica Magazine, Libelle en Autoweek. Verder is de mate van herkenning tussen autochtone- en Nieuwe Nederlanders vrijwel gelijk.

6.4 Bereik maandbladen

In tabel 7.5 staat het bereik van de 10 meest gelezen maandbladen weergegeven.

Tabel: 7.5. Bereik maandbladen
(Basis – allen)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Turks (n=382)	Marokkaans (n=370)	Surinaams (n=426)	Antilliaans (n=375)	Autochtoon (n=551)	TMSA (n=1553)
Cosmopolitan	5%	5%	12%	12%	8%	8%
Kampioen	4%	8%	9%	7%	34%	7%
Elle	3%	7%	6%	5%	3%	5%
Glossy	3%	4%	7%	5%	6%	5%
Playboy	0%	3%	7%	11%	7%	5%
Quest	5%	4%	7%	2%	16%	5%
VT Wonen	4%	4%	8%	2%	7%	5%
Consumentengids	2%	2%	9%	3%	9%	4%
Psychologie Magazine	3%	2%	7%	4%	9%	4%
Linda	1%	4%	4%	4%	10%	3%

De 2 maandbladen met het hoogste bereik zijn Cosmopolitan en kampioen, Het bereik van de maandbladen is onder zowel de Turken als Marokkanen laag. Van de Nieuwe Nederlanders lezen de Surinamers het vaakst de maandbladen. Het lage bereik van de maandbladen onder de Marokkanen is opvallend, zeker gezien het bereik wat de weekbladen onder deze groep heeft. Kennelijk is er voor de Marokkanen geen aansprekend aanbod onder de maandbladen.

6.5 Waardering maandbladen

6.5.1 Beoordeling maandbladen

In tabel 7.6. is de waardering van de 10 meest gelezen maandbladen weergegeven. Deze cijfers dienen als indicatief te worden beschouwd.

Tabel: 7.6. Waardering maandbladen (Basis – leest maandblad) (Geordend naar 10 meest gelezen)						
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Cosmopolitan	7,0	7,4	7,3	7,5	7,3	7,3
Kampioen	6,8	6,7	6,9	7,3	7,1	6,9
Elle	6,8	6,9	6,9	7,1	7,5	6,9
Glossy	6,5	7,4	7,0	7,4	6,8	7,1
Playboy	6,0	7,9	7,9	8,1	7,3	7,9
Quest	7,3	7,6	7,6	8,3	7,9	7,5
VT Wonen	7,0	7,9	7,3	7,2	7,6	7,4
Consumentengids	6,9	8,2	7,8	6,8	7,8	7,5
Psychologie Magazine	7,3	8,4	7,6	7,4	7,3	7,6
Linda	4,3	8,1	6,7	7,7	7,6	7,1

Onder de Nieuwe Nederlanders zijn Glossy, Psychologie Magazine, Consumentengids en Playboy de hoogst gewaardeerde bladen uit de top 10. Opvallend is dat de Kampioen en de Quest ondanks dat deze een tweede en derde plek in de top 10 innemen als laagste score uit de top 10.

6.5.2 Herkenning maandbladen

In tabel 7.8. staat weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders zich in de maandbladen herkennen.

Tabel: 7.8. In hoeverre herkent u zich in de gelezen maandbladen (Basis – leest maandblad) (Geordend naar 10 meest gelezen)								
	Turken		Marokkanen		Surinamers		Antillianen	
	-	+	-	+	-	+	-	+
Cosmopolitan	12%	86%	22%	69%	32%	68%	8%	87%
Kampioen	37%	49%	49%	42%	27%	61%	22%	70%
Elle	17%	78%	30%	51%	31%	65%	18%	82%
Glossy	11%	89%	34%	62%	36%	64%	23%	77%
Playboy	0%	100%	64%	29%	39%	61%	47%	53%
Quest	0%	92%	9%	86%	7%	76%	0%	100%
VT Wonen	21%	76%	41%	59%	26%	71%	0%	100%
Consumentengids	19%	62%	19%	81%	12%	80%	20%	73%
Psychologie Magazine	6%	75%	0%	100%	13%	78%	0%	86%
Linda	13%	38%	26%	70%	21%	75%	25%	75%

Gezien de lage bereikscijfers van de maandbladen dienen bovenstaande cijfers als indicatief te worden beschouwd.

In tabel 7.9. staat weergegeven in hoeverre de autochtone Nederlanders zich in de maandbladen herkennen.

Tabel: 7.9. In hoeverre herkent u zich in de gelezen maandbladen
(Basis – leest maandblad)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Autochtonen		TMSA	
	-	+	-	+
Cosmopolitan	29%	64%	21%	76%
Kampioen	23%	69%	33%	55%
Elle	13%	78%	26%	65%
Glossy	40%	48%	29%	70%
Playboy	10%	80%	45%	54%
Quest	15%	76%	5%	85%
VT Wonen	26%	72%	25%	72%
Consumentengids	10%	89%	15%	76%
Psychologie Magazine	5%	85%	8%	82%
Linda	24%	68%	23%	70%

In vergelijking met de Nieuwe Nederlanders herkennen de autochtone Nederlanders zich vaker in de Kampioen en Playboy. In de Glossy herkennen de autochtone Nederlanders zich minder dan de Nieuwe Nederlanders.

6.6 Bereik dagbladen

In tabel 7.10 staat het bereik van de 10 meest gelezen dagbladen weergegeven.

Tabel: 7.10. Bereik dagbladen
(Heeft afgelopen drie dagen krant gelezen)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Spits	17%	25%	34%	37%	17%	27%
Metro	15%	23%	33%	38%	19%	26%
De Telegraaf	8%	10%	21%	12%	19%	13%
De Pers	4%	10%	10%	5%	9%	7%
Algemeen dagblad	4%	5%	9%	4%	11%	6%
De Volkskrant	3%	4%	9%	6%	5%	5%
Ander regionaal dagblad	5%	4%	7%	5%	24%	5%
Regionale editie van het AD	3%	4%	4%	2%	9%	3%
Trouw	1%	2%	6%	1%	3%	3%
Het Parool	1%	4%	5%	0%	3%	3%

De gratis kranten Spits en Metro zijn de kranten met het hoogste bereik onder de Nieuwe Nederlanders. Na de Spits en Metro is de Telegraaf de krant met het hoogste bereik. Bij de Autochtone Nederlanders zijn de regionale dagbladen de kranten met het hoogste bereik, bij de Nieuwe Nederlanders komt deze op de vierde plaats. Een verklaring hiervoor is dat de Nieuwe Nederlanders voornamelijk in de grote steden woonachtig zijn en minder in de regio. Van de Nieuwe Nederlanders lezen de Surinamers het meest frequent de dagbladen, gevolgd door de Antillianen. De Turken lezen het minst de dagbladen.

Opvallend is dat de gratis kranten Metro en Spits sterk in bereik zijn afgenomen ten opzichte van 2009.

6.7 Waardering dagbladen

6.7.1 Beoordeling dagbladen

In tabel 7.11 staat de waardering weergegeven voor de 10 dagbladen met het hoogste bereik.

Tabel: 7.11. Waardering dagbladen
(Basis- leest dagblad)
(Geordend naar 10 meest gelezen)

	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Spits	6,7	6,9	7,2	7,2	6,6	7,0
Metro	6,7	7,0	7,2	7,3	6,6	7,1
De Telegraaf	6,3	6,5	6,6	6,9	6,3	6,6
De Pers	6,1	6,7	6,6	6,5	6,3	6,5
Algemeen dagblad	6,2	6,7	6,7	7,0	6,8	6,7
De Volkskrant	6,7	6,8	7,0	7,1	6,7	6,9
Ander regionaal dagblad	6,6	6,8	6,9	6,6	7,2	6,7
Regionale editie van het AD	6,3	7,1	6,4	6,9	6,8	6,6
Trouw	6,2	6,4	6,6	6,5	6,4	6,5
Het Parool	5,3	7,1	6,6	6,2	6,6	6,6

De Nieuwe Nederlanders beoordelen de kranten uit de top 3 met een iets hoger cijfer dan de autochtone Nederlanders.

6.7.2 Betrouwbaarheid dagbladen

In tabel 7.12. is weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders de dagbladen betrouwbaar vinden.

Tabel: 7.12. In hoeverre vindt u de volgende kranten betrouwbaar?
(Basis - leest kranten)

	Turken			Marokkanen			Surinamers			Antillianen		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	5%	57%	38%	22%	32%	46%	5%	28%	66%	1%	26%	73%
Metro	4%	51%	44%	21%	34%	45%	4%	26%	69%	1%	28%	71%
De Telegraaf	9%	67%	24%	31%	25%	44%	20%	33%	47%	11%	34%	55%
De Pers	14%	49%	36%	14%	39%	47%	11%	40%	50%	4%	56%	40%
Algemeen dagblad	15%	63%	35%	13%	36%	51%	6%	35%	59%	0%	40%	60%
De Volkskrant	2%	53%	45%	11%	34%	55%	3%	29%	68%	3%	33%	65%
Ander regionaal dagblad	2%	48%	50%	22%	54%	24%	5%	40%	55%	3%	34%	63%
Regionale editie van het AD	0%	64%	36%	15%	33%	51%	7%	52%	41%	0%	56%	44%
Trouw	3%	54%	43%	13%	46%	41%	5%	35%	60%	5%	41%	55%
Parool	4%	66%	30%	18%	28%	54%	7%	42%	51%	0%	67%	33%

De Marokkanen geven gemiddeld vaker aan alle dagbladen niet betrouwbaar te vinden. De Surinamers en Antillianen geven vaker aan de Telegraaf niet betrouwbaar te vinden.

In tabel 7.13. is weergegeven in hoeverre de autochtone Nederlanders de dagbladen betrouwbaar vinden.

Tabel: 7.13. In hoeverre vindt u de volgende kranten betrouwbaar? (Basis - leest kranten)						
	Autochtoon			TMSA		
	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	13%	41%	46%	8%	35%	57%
Metro	12%	42%	46%	7%	33%	59%
De Telegraaf	28%	39%	34%	19%	38%	43%
De Pers	13%	45%	42%	11%	44%	45%
Algemeen dagblad	6%	29%	65%	6%	41%	53%
De Volkskrant	4%	34%	62%	5%	34%	61%
Ander regionaal dagblad	4%	27%	69%	7%	43%	49%
Regionale editie van het AD	4%	41%	55%	7%	50%	43%
Trouw	9%	32%	59%	7%	41%	52%
Parool	9%	37%	55%	9%	44%	47%

In vergelijking met de Nieuwe Nederlanders vinden de autochtone Nederlanders de Spits, Metro en Telegraaf vaker niet betrouwbaar. De regionale dagbladen, het AD en de regionale editie van het AD vinden de autochtone Nederlanders vaker betrouwbaar.

6.7.3 Objectiviteit dagbladen

In tabel 7.14. is weergegeven in hoeverre de Nieuwe Nederlanders de dagbladen objectief vinden.

Tabel: 7.14. In hoeverre vindt u de volgende kranten objectief? (Basis - leest kranten)												
	Turken			Marokkanen			Surinamers			Antillianen		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	7%	61%	32%	20%	37%	43%	8%	38%	54%	7%	28%	65%
Metro	7%	55%	38%	19%	45%	36%	6%	38%	57%	8%	31%	61%
De Telegraaf	7%	72%	21%	30%	36%	34%	36%	24%	39%	25%	34%	41%
De Pers	11%	60%	29%	14%	40%	46%	11%	53%	36%	22%	53%	25%
Algemeen dagblad	9%	62%	29%	14%	51%	34%	14%	44%	42%	9%	56%	35%
De Volkskrant	0%	51%	49%	20%	40%	40%	10%	33%	56%	13%	40%	47%
Ander regionaal dagblad	4%	51%	45%	21%	55%	24%	8%	50%	42%	5%	53%	42%
Regionale editie van het AD	5%	72%	23%	18%	30%	52%	11%	51%	37%	6%	78%	16%
Trouw	0%	58%	42%	28%	51%	20%	14%	38%	48%	22%	58%	21%
Parool	0%	80%	20%	12%	42%	46%	10%	50%	40%	17%	57%	26%

Ook wanneer het gaat om de objectiviteit van de kranten, dan vinden de Marokkanen de kranten vaker bevooroordeeld. Ook de Antillianen geven vaker een aantal

kranten bevooroordeeld te vinden. Zowel de Marokkanen als Surinamers en Antillianen vinden de Telegraaf het meest bevooroordeeld.

In tabel 7.15. is weergegeven in hoeverre de autochtone Nederlanders t.o.v. de Nieuwe Nederlanders de dagbladen objectief vinden.

Tabel: 7.15. In hoeverre vindt u de volgende kranten objectief? (Basis - leest kranten)						
	Autochtoon			TMSA		
	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	18%	59%	23%	10%	40%	49%
Metro	13%	63%	24%	10%	41%	49%
De Telegraaf	43%	40%	17%	27%	38%	35%
De Pers	20%	60%	20%	9%	52%	39%
Algemeen dagblad	13%	53%	34%	14%	51%	36%
De Volkskrant	17%	50%	33%	12%	51%	36%
Ander regionaal dagblad	15%	49%	35%	12%	39%	49%
Regionale editie van het AD	10%	59%	31%	11%	53%	36%
Trouw	17%	52%	32%	17%	47%	35%
Parool	17%	53%	29%	10%	52%	38%

Autochtone Nederlanders geven gemiddeld vaker aan De Telegraaf, Pers, Spits en Parool bevooroordeeld te vinden.

6.8 Cultuurgebonden printmedia

6.8.1 Turkse Nederlanders

In tabel 7.16 staat staan de 10 Turkse bladen weergegeven met het hoogste bereik, daarnaast staat in de tabel aangegeven het aantal nummers dat men van het blad leest.

Tabel: 7.16. Bereik Turkse bladen (Basis – Turks)						
	Bereik	Bijna geen	Ongeveer een kwart tot de helft	Ongeveer de helft tot driekwart	Bijna alle	Alle
Platform	5%	15%	43%	33%	9%	0%
Dogus	4%	19%	38%	36%	7%	0%
Kadin	4%	7%	50%	26%	17%	0%
Ekin	3%	10%	55%	14%	15%	6%
Post	3%	19%	56%	14%	11%	0%
Merhaba	3%	11%	62%	3%	23%	0%
Super Bulmaca	3%	6%	31%	42%	21%	0%
Politika	2%	31%	51%	8%	9%	0%
Ufuk	2%	0%	46%	20%	34%	0%
Soz Hakki	2%	11%	70%	11%	7%	0%

Het bereik van de Turkse bladen is vrij laag. Het bereik is sterk gedaald ten opzichte van 2009. Platform heeft het hoogste bereik van de Turkse bladen (5%). Van Platform lezen de meeste Turken tussen een kwart en de helft van de nummers. Het blad Dogus kent een bereik van 4%.

De Turken zijn ook gevraagd of zij Turkse kranten lezen. In tabel 6.19 staan het bereik en de waardering van de Turkse kranten weergegeven.

Tabel: 7.19. Bereik Turkse kranten (Basis – Turks)		
	Bereik	Gemiddelde cijfer
Zaman	12%	6,7
Hürriyet	11%	6,7
Milliyet	7%	6,3
Sabah	4%	6,5
Türkiye	2%	6,1
Milli Gazete	1%	5,5

De Turkse kranten hebben een groter bereik onder de Turken dan de Turkse bladen. De krant Zaman heeft een bereik van 12% en wordt gemiddeld beoordeeld met een 6,7. De Hürriyet is na de Zaman de krant met het grootste bereik (11%). De Hürriyet wordt ook met een 6,7 beoordeeld. De Milliyet is de derde Turkse krant qua bereik (7%). De Milliyet wordt met een 6,3 beoordeeld.

In tabel 7.20 is weergegeven hoe betrouwbaar de Turkse kranten worden gevonden.

Tabel: 7.20. Betrouwbaarheid Turkse kranten (Basis - leest kranten)			
	Onbetrouwbaar	Tussenin	Betrouwbaar
Zaman	8%	40%	53%
Hürriyet	1%	31%	68%
Milliyet	6%	49%	44%

Van de Turkse kranten wordt de Hürriyet als meest betrouwbare krant beschouwd, 68% van de lezers geeft aan deze krant betrouwbaar te vinden. De Zaman wordt door ongeveer de helft van de lezers als betrouwbaar ervaren.

In tabel 7.21 staat weergegeven in hoeverre de Turkse kranten als objectief worden beschouwd.

Tabel: 7.21. Objectiviteit Turkse kranten (Basis - leest kranten)			
	Bevooroordeeld	Tussenin	Objectief
Zaman	9%	46%	45%
Hürriyet	3%	36%	61%
Milliyet	13%	53%	35%

De Hürriyet wordt zowel als meest betrouwbare en als meest objectieve krant gezien. 61% van de lezers geeft aan de krant objectief te vinden. De Zaman wordt door minder dan de helft van de lezers als objectief beoordeeld. Bovenstaande cijfers laten zien dat de Turkse kranten beter worden beoordeeld dan de Nederlandse kranten als het gaat om betrouwbaarheid en onafhankelijkheid.

6.8.2 Marokkaanse Nederlanders

In tabel 7.22 wordt ingegaan op het bereik van de Marokkaanse bladen.

Tabel: 7.22. Bereik Marokkaanse bladen (Basis – Marokkaans)						
	Bereik	Bijna geen	Ongeveer een kwart tot de helft	Ongeveer de helft tot driekwart	Bijna alle	Alle
Bladimode	3%	0%	54%	30%	16%	0%
Hoda	2%	0%	68%	32%	0%	0%
PP2G	2%	22%	18%	59%	0%	0%

Het bereik van de Marokkaanse bladen is laag. Het blad met het grootste bereik is de Bladimode (3%). Vanwege de lage bereikscijfers kunnen geen uitspraken over de waardering worden gedaan.

6.8.3 Surinaamse Nederlanders

In tabel 7.25 wordt ingegaan op het bereik van de Surinaamse bladen.

Tabel: 7.25. Bereik Surinaamse bladen (Basis – Surinaams) (Geordend naar meest gelezen)						
	Bereik	Bijna geen	Ongeveer een kwart tot de helft	Ongeveer de helft tot driekwart	Bijna alle	Alle
Pleasure	14%	18%	23%	24%	30%	6%
Volkskrant Suriname	11%	10%	24%	26%	33%	6%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	6%	16%	22%	13%	40%	8%
Obsession	3%	21%	40%	19%	20%	0%
PP2G	3%	8%	34%	8%	42%	7%
Parbode	3%	21%	30%	9%	40%	0%
United Magazine	2%	13%	35%	37%	14%	0%
IK	1%	44%	0%	0%	56%	0%
DreamzNewz	1%	0%	50%	0%	50%	0%
Noticiero Aruba	1%	0%	23%	21%	56%	0%

Pleasure is het blad met het grootste bereik onder de Surinamers (17%). Na Pleasure heeft Volkskrant Suriname het grootste bereik (11%). Bijna eenderde van de lezers van zowel de Pleasure als Volkskrant Suriname geeft aan alle exemplaren te lezen.

In tabel 7.26 wordt ingegaan op de waardering en betrouwbaarheid van de Surinaamse bladen.

Tabel: 7.26. Waardering en betrouwbaarheid Surinaamse bladen (Basis – leest bladen)				
	Gemiddeld cijfer	Onbetrouwbaar	Tussenin	Betrouwbaar
Pleasure	7,5	0%	20%	80%
Volkskrant Suriname	7,7	0%	13%	87%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	7,5	0%	24%	76%
Obsession	7,4	0%	19%	81%
PP2G	7,1	0%	32%	68%
Parbode	7,5	0%	0%	100%
United Magazine	7,4	0%	24%	76%
IK	6,0	0%	44%	56%
DreamzNewz	7,0	0%	22%	78%
Noticiero Aruba	7,5	0%	0%	100%

Over het algemeen valt op dat de Surinaamse lezers de Surinaamse bladen goed waarderen. De Pleasure wordt met gemiddeld een 7,5 beoordeeld. De lezers van de Pleasure vinden het blad betrouwbaar, 80% geeft aan het blad betrouwbaar te vinden. De Volkskrant Suriname scoort iets beter qua waardering gemiddeld krijgt deze een 7,7, 87% van de lezers noemt de Volkskrant Suriname betrouwbaar.

In tabel 7.27 wordt ingegaan op de waardering en betrouwbaarheid van de Surinaamse bladen.

Tabel: 7.27. Waardering en objectiviteit Surinaamse bladen (Basis – leest bladen)				
	Gemiddeld cijfer	Bevooroordeeld	Tussenin	Objectief
Pleasure	7,5	5%	38%	57%
Volkskrant Suriname	7,7	4%	17%	78%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	7,5	11%	35%	53%
Obsession	7,4	20%	47%	33%
PP2G	7,1	25%	32%	43%
Parbode	7,5	10%	21%	68%
United Magazine	7,4	12%	48%	40%
IK	6,0	0%	44%	56%
DreamzNewz	7,0	0%	48%	52%
Noticiero Aruba	7,5	48%	23%	28%

Als gekeken wordt naar hoe de bladen op objectiviteit worden beoordeeld dan is te zien dat Volkskrant Suriname voornamelijk als objectief wordt gezien, 78% van de lezers ziet het blad als objectief. Pleasure wordt door een kleinere groep als objectief ervaren (57%).

6.8.4 Antilliaanse Nederlanders

In tabel 7.28 is het bereik van de Antilliaanse bladen weergegeven.

	Bereik	Bijna geen	Ongeveer een kwart tot de helft	Ongeveer de helft tot driekwart	Bijna alle	Alle
Pleasure	17%	9%	39%	23%	28%	1%
Noticiero Aruba	5%	17%	31%	30%	6%	16%
PP2G	2%	19%	53%	0%	28%	0%
Volkskrant Suriname	2%	29%	20%	15%	36%	0%
Obsession	1%	45%	41%	14%	0%	0%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	1%	0%	40%	0%	60%	0%
IK	0%	0%	100%	0%	0%	0%
DreamzNewz	0%	0%	100%	0%	0%	0%

Net als onder de Surinamers heeft Pleasure ook onder de Antillianen het blad met het hoogste bereik (17%).

In tabel 7.29 wordt ingegaan op de waardering en betrouwbaarheid van de Antilliaanse bladen.

	Gemiddeld cijfer	Onbetrouwbaar	Tussenin	Betrouwbaar
Pleasure	7,5	1%	11%	88%
Noticiero Aruba	7,4	0%	38%	62%
PP2G	7,5	6%	66%	27%
Volkskrant Suriname	7,6	0%	29%	71%
Obsession	6,3	0%	59%	41%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	6,6	0%	40%	60%
IK	8,0	0%	0%	100%
DreamzNewz	7,0	0%	0%	100%

Pleasure wordt door de Antillianen net zo goed gewaardeerd als door de Surinamers, ook de Antillianen beoordelen Pleasure met een 7.5. 88% van de Antilliaanse lezer vindt het blad betrouwbaar.

In tabel 7.29 wordt ingegaan op de waardering en objectiviteit van de Antilliaanse bladen.

Tabel: 7.30. Waardering en objectiviteit Antilliaanse bladen (Basis – leest bladen)				
	Gemiddeld cijfer	Bevooroordeeld	Tussenin	Objectief
Pleasure	7,5	0%	21%	79%
Noticiero Aruba	7,4	0%	60%	40%
PP2G	7,5	16%	57%	27%
Volkskrant Suriname	7,6	0%	49%	51%
Obsession	6,3	0%	45%	55%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	6,6	0%	100%	0%
IK	8,0	0%	0%	100%
DreamzNewz	7,0	0%	100%	0%

Onder de Surinamers vond iets meer dan de helft van de Pleasure lezers het blad objectief. Onder de Antillianen is het aantal lezers dat het blad objectief vindt, hoger 79% van de lezers beoordeeld het blad als objectief.

7 Bijlagen: Televisie

Welke zenders zijn afgelopen week bekeken?							
		Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
1	RTL 4	35	85	89	91	80	74
2	SBS 6	34	78	85	88	73	69
3	Nederland 1	34	82	76	73	70	65
4	RTL 5	29	65	86	90	64	63
5	Nederland 3	31	76	74	74	60	60
6	Net 5	28	59	82	89	60	60
7	RTL 7	26	63	79	81	58	58
8	Nederland 2	32	74	73	71	53	58
9	Veronica	30	57	78	82	54	57
10	RTL 8	23	65	80	81	45	55
11	Discovery Channel	12	34	39	30	38	30
12	National Geographic Channel	11	36	39	33	36	30
13	Z@pp/Z@ppelin	12	35	32	40	28	28
14	Comedy Central	8	28	42	40	20	26
15	MTV	10	33	38	39	16	25
16	DisneyXD	11	25	33	31	24	24
17	Nickelodeon	14	23	27	21	24	22
18	Animal Planet	6	28	18	12	26	18
19	Muziekzenders (zoals MTV, Xite, VH1, SLAM TV)	6	23	18	18	17	15
20	Regionale / Lokale TV	4	15	12	10	29	14
21	Sportzenders (Eurosport/ Extreme Sports)	4	37	12	7	12	14
22	Kindernet	8	15	18	17	11	13
23	Cartoon network	9	20	12	7	11	12
24	Belgische/Vlaamse zenders (één / Canvas/ Ketnet)	3	15	13	11	19	12
25	Eredivisie Live	2	29	8	6	11	11
26	Engelse zenders (BBC1/BBC2)	2	10	13	11	11	9
27	Nieuwszenders (zoals CNN/ BBC World/Sky News)	3	9	11	9	7	7
28	Nederland 24 zenders (zoals Journaal24/101TV/HumorTV)	3	6	7	7	13	7
29	Film 1	2	11	7	6	6	6
30	Duitsland (ARD/ ZDF/ WDR)	1	9	5	4	9	6
31	Overige abonnee TV / Canal plus	2	6	4	3	6	4
32	Franse zenders (zoals TV5 Monde)	1	10	2	3	3	4
33	Spaanse zenders (zoals TVE)	1	6	3	6	3	3

Bereik en waardering van de volgende Turkse zenders		
	Bereik	Gemiddelde cijfer
Show TV	85%	6,88
ATV	85%	6,99
Kanal D	83%	7,08
Euro-D	71%	6,91
Star TV	70%	6,78
Samanyolu (STV)	47%	6,97
TRT 1	40%	6,77
STV	39%	6,55
Kanal 7	33%	6,62
Haberturk	26%	6,55
CNN Turk	24%	6,54
NTV	24%	6,42
Fox Turk	23%	6,45
TRT international	14%	6,23
LIG TV	13%	6,64
TGRT EU	12%	5,9
Interstar	12%	6,27
TRT 2	12%	6,1
Kral TV	11%	6,29
Kanal A	10%	6,01
TV 8	10%	5,84
TRT 3	9%	5,99
Flash TV	7%	5,43
Karadeniz	6%	5,97
Sinematurk	5%	5,92
Sky Turk	5%	6,07
Planet Turk	5%	5,39
Genc TV	3%	4,63
Number One	2%	5,08

Bereik en waardering van de volgende Marokkaanse zenders		
	Bereik	Gemiddeld cijfer
2M	80%	7,6
AlJazeera	45%	7,7
Med1	42%	7,2
MBC	42%	7,5
Almaghribia	39%	7,3
Andere Arabische zenders	38%	7,2
Iqra	35%	7,7
Arrabiaa	32%	7,1
RTM 1 (TVM Europe)	31%	7,1
Alarabiya	28%	7,2
Assadissaa	27%	7,5
Tamazight	26%	7,2

Bereik en waardering van de volgende Surinaamse zenders		
	Bereik	Gemiddeld cijfer
Zee TV	20%	7,1
Zee Cinema	20%	7,2
TV Max	19%	6,4
Star News	11%	6,8
SET Asia	10%	6,7
Star Plus	8%	7,5
Zing	7%	6,2
AAJ Tak	7%	6,2
Colors	6%	6,4
Star Gold	6%	7,8
Star One	6%	6,5
Zee Punjabi	6%	5,2
SAB TV	5%	5,5
TVE	5%	6,8
Canal de las Estrellas	4%	5,6
RTV-7	3%	6,4
Venevision	3%	4,2
Univision	2%	5,9

Tabel: 3.24. Bereik en waardering van de volgende cultuurgebonden zenders (Basis = Antilliaans en heeft gisteren of eergisteren naar de zender gekeken)

	Bereik	Gemiddelde cijfer
TVE	17%	7,6
TV Max	16%	6,7
Venevision	9%	6,4
Canal de las Estrellas	7%	7,3
RTV-7	6%	6,9
Univision	5%	6,3

8 Bijlagen Radio

Tabel: 4.3. Wanneer heeft u voor het laatst naar de volgende radiozenders geluisterd?

	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Radio 538	30	31	31	36	33	32
Sky Radio	16	26	36	28	29	28
Q-music	17	28	18	15	31	24
FunX	12	32	25	23	3	16
Radio Veronica	7	16	11	9	19	14
3FM	6	10	8	11	24	14
Slam!FM	19	21	7	11	13	13
Internet radio	24	5	14	13	14	13
Radio 1	8	15	8	6	14	11
100% NL	2	7	8	7	19	11
Lokale of regionale zenders	5	2	8	2	17	9
Radio 2	2	3	5	5	16	8
Surinaamse radiozenders	0	1	30	0	2	8
BNR Nieuwsradio	7	11	6	3	6	7
Turkse radiozenders	36	0	1	0	2	6
Fresh FM	1	10	2	3	3	4
Radio Decibel	3	9	3	3	3	4
Marokkaanse en/of Arabische radiozenders	1	16	2	0	2	4
Radio 10 Gold	0	1	5	4	5	3
Radio 4	3	3	2	2	4	3
Antilliaanse radiozenders	0	1	1	21	2	3
Arrow Classic Rock	1	1	2	1	6	3
Radio 6 Soul & Jazz	0	2	4	2	3	2
Classic FM	1	2	1	3	4	2
Juize FM	2	4	3	2	1	2
Arrow Jazz FM	1	2	3	2	2	2
Radio 5	1	1	2	1	3	2
Wereldroep	1	1	1	0	2	2
Arrow Caz	0	1	1	1	2	1
City FM Classic Rock	0	1	1	0	2	1

9 Bijlagen Internet

Wanneer heeft u voor het laatst de volgende websites bezocht (Basis - Heeft toegang internet)?							
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans		Autochtoon	TMSA
Google.nl	66	82	77	75		75	75
Hotmail	55	79	72	73		61	66
Youtube.com	57	62	57	53		57	58
Facebook	35	52	54	61		54	49
Nu.nl	13	31	25	17		37	25
Hyves	10	14	20	12		48	24
Twitter	6	17	23	29		22	19
Uitzendinggemist.nl	5	21	14	6		24	15
RTLXL.nl	3	29	9	8		15	13
Telegraaf.nl	6	8	16	9		19	12
NOS.nl	4	15	9	6		14	10
AD.nl	3	4	11	4		17	9
LinkedIn	3	9	10	12		14	9
SBS6.nl	2	16	6	5		7	7
Volkskrant.nl	3	4	6	0		6	4
Nederland.fm	1	5	3	3		7	4
FunX.nl	1	8	7	1		2	4
NRC.nl	2	4	4	2		6	4
Publiekeomroep.nl	1	5	5	1		5	4
Radio538.nl	2	3	5	4		5	4
Dumpert.nl	1	2	3	2		8	4
Geenstijl.nl	0	1	4	1		7	3
101barz.nl	0	4	4	1		1	2
3FM.nl	0	2	2	1		4	2
Radio1.nl	0	3	2	1		3	2
Nederland24.nl	0	2	2	2		3	2
Partypeeps2000	0	1	2	2		1	1

Wat is uw algemene oordeel over de volgende websites (Basis - Heeft toegang internet)?						
	Turks	Marokkaans	Surinaams	Antilliaans	Autochtoon	TMSA
Google.nl	8,1	8,1	8,3	8,7	8,2	8,2
Hotmail	7,5	7,8	8,0	8,3	7,5	7,8
Youtube.com	7,7	8,0	8,1	8,5	7,7	7,9
Facebook	7,7	7,5	7,7	8,2	7,2	7,6
Nu.nl	7,5	7,6	7,5	7,8	7,7	7,6
Hyves	6,2	6,6	6,4	6,3	6,8	6,6
Twitter	6,7	7,1	7,4	8,1	6,9	7,3
Uitzendinggemist.nl	7,4	7,5	7,2	7,5	7,3	7,3
RTLXL.nl	6,3	7,7	7,0	7,1	7,2	7,3
Telegraaf.nl	6,4	6,3	6,6	7,0	6,7	6,6
NOS.nl	7,5	7,3	7,2	7,5	7,2	7,3
AD.nl	6,6	7,1	7,1	7,1	6,8	6,9
LinkedIn	6,5	7,3	6,8	7,2	6,6	6,7
SBS6.nl	6,2	7,0	6,7	7,1	6,8	6,8
Volkscrant.nl	6,1	7,3	7,2	7,1	6,9	6,9
Nederland.fm	7,0	6,7	6,7	7,7	7,6	7,3
FunX.nl	7,3	7,2	7,4	7,3	5,6	7,1
NRC.nl	6,4	6,7	6,4	7,6	7,0	6,7
Publiekeomroep.nl	6,9	6,5	6,6	6,4	6,4	6,5
Radio538.nl	6,9	6,7	7,0	7,2	6,9	6,9
Dumpert.nl	6,2	6,1	6,2	6,4	6,6	6,5
Geenstijl.nl	5,5	5,9	6,1	5,8	6,3	6,2
101barz.nl	8,0	7,1	7,0	8,2	5,5	6,7
3FM.nl	7,7	6,8	6,7	7,1	7,0	7,0
Radio1.nl	7,7	7,0	6,9	7,1	6,3	6,6
Nederland24.nl	8,0	6,5	6,0	7,2	7,1	6,7
Partypeeps2000	3,9	5,7	5,7	6,7	5,2	5,5

In hoeverre vindt u de volgende Turkse websites objectief? (Basis - Bezoekt website) (Geordend naar meest bezocht)			
	-	-/+	+
ZamanHolanda.nl	4%	0%	96%
TurksNieuws.nl	6%	44%	50%
Lokum.nl	4%	65%	30%
Hababam.nl	8%	86%	6%
Ufuk.nl	0%	50%	50%
TurkseStudenten.nl	10%	86%	4%
HollandaRehberi.com	0%	47%	53%

In hoeverre vindt u de volgende Marokkaanse websites betrouwbaar? (Basis - Bezoekt website) (Geordend naar meest bezocht)			
	-	-/+	+
Marokko.nl	18%	39%	43%
Yasmina.nl (Yasmina.Marokko.nl)	19%	47%	34%
Maroc.nl	22%	53%	25%
Funx.nl	18%	39%	43%
Marokko.pagina.nl	26%	46%	27%
Maghreb.nl	21%	43%	36%
Amazigh.nl	11%	50%	39%
MaghrebMagazine.nl	19%	72%	9%
Maghrebonline.nl	20%	58%	21%
Maroc.nu	29%	44%	26%

In hoeverre vindt u de volgende websites Marokkaanse websites objectief? (Basis - Bezoekt website) (Geordend naar meest bezocht)			
	-	-/+	+
Marokko.nl	25%	40%	35%
Yasmina.nl (Yasmina.Marokko.nl)	27%	36%	37%
Maroc.nl	27%	56%	16%
Funx.nl	23%	40%	37%
Marokko.pagina.nl	40%	41%	20%
Maghreb.nl	31%	41%	28%
Amazigh.nl	41%	27%	32%
MaghrebMagazine.nl	31%	60%	9%
Maghrebonline.nl	24%	58%	17%
Maroc.nu	32%	57%	11%

In hoeverre vindt u de volgende Surinaamse websites betrouwbaar ? (Basis - Bezoekt website) (Geordend naar meest bezocht)			
	-	-/+	+
Suriname.pagina.nl	1%	38%	62%
Waterkant.nl	5%	44%	51%
Funx.fm	4%	42%	54%
DWTONline.com (De Ware Tijd online)	2%	39%	58%
DBSUriname.com (Dagblad Suriname online)	0%	37%	63%
Bollywood.nl	4%	62%	35%
Times of Suriname (Surinametimes.com)	0%	42%	57%
Ujala.nl	17%	31%	52%
Hindustani.nl	4%	60%	36%
Pleasure.nl	0%	52%	48%

In hoeverre vindt u de volgende Surinaamse websites objectief ? (Basis - Bezoekt website) (Geordend naar meest bezocht)			
	-	-/+	+
Suriname.pagina.nl	0%	44%	56%
Waterkant.nl	12%	46%	41%
Funx.fm	16%	62%	22%
DWTonline.com (De Ware Tijd online)	11%	45%	43%
DBSuriname.com (Dagblad Suriname online)	5%	48%	47%
Bollywood.nl	10%	69%	22%
Times of Suriname (Surinametimes.com)	0%	47%	52%
Ujala.nl	16%	50%	33%
Hindustani.nl	10%	58%	32%
Pleasure.nl	0%	44%	56%

In hoeverre vindt u de volgende websites Antilliaanse websites betrouwbaar? (Basis - Bezoekt website) (Geordend naar meest bezocht)			
	-	-/+	+
Curacao.start.pagina.nl	0%	29%	71%
Extra.an	7%	39%	54%
Laprensaracur.com (La Prensa)	16%	36%	48%
Suriname.pagina.nl	0%	24%	76%
Wakmi.com	0%	57%	43%
Funx.fm	0%	22%	77%
Waterkant.nl	0%	9%	91%
DWTonline.com (De Ware Tijd online)	0%	22%	78%
DBSuriname.com (Dagblad Suriname online)	0%	22%	78%
rnw.nl/papiaments (radio Nederland Wereldomroep Papiaments)	0%	22%	78%

In hoeverre vindt u de volgende Antilliaanse websites objectief? (Basis - Bezoekt website) (Geordend naar meest bezocht)			
	-	-/+	+
Curacao.start.pagina.nl	4%	50%	46%
Extra.an	27%	48%	25%
Laprensaracur.com (La Prensa)	32%	45%	22%
Suriname.pagina.nl	0%	60%	40%
Wakmi.com	5%	55%	40%
Funx.fm	19%	61%	20%
Waterkant.nl	0%	54%	46%
DWTonline.com (De Ware Tijd online)	0%	100%	0%
DBSuriname.com (Dagblad Suriname online)	0%	100%	0%
rnw.nl/papiaments (radio Nederland Wereldomroep Papiaments)	0%	35%	65%

10 Bijlagen Printmedia

Bereik weekbladen						
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Donald Duck	6	14	11	8	33	15
Privé	6	14	15	10	20	13
Veronica Magazine	4	13	13	9	25	13
Libelle	6	10	12	11	21	12
Margriet	4	10	10	7	19	10
Panorama	6	12	8	6	16	10
Voetbal International	4	15	12	6	13	10
AutoWeek	6	10	11	8	13	10
Story	4	8	12	7	16	10
Flair	4	7	10	7	14	8
Aktueel	3	10	11	5	9	8
Elsevier	6	8	8	6	11	7
Nieuwe Revu	7	7	5	4	11	7
Vriendin	3	7	7	4	11	7
Party	3	6	9	5	9	7
Viva	1	6	9	7	11	6
Mijn Geheim	3	6	7	6	7	6
Hitkrant	2	7	5	2	4	4
HP/ De Tijd	1	3	6	2	6	4
Tina	1	4	3	2	5	3
Sportweek	3	5	2	2	3	3
Esta	1	3	5	2	4	3
Intermediair Weekblad	2	2	5	2	3	3
Fancy	2	3	3	2	4	3
Vrij Nederland	1	2	3	1	6	3
Yes	1	3	3	1	3	3
De Groene Amsterdammer	1	1	2	0	3	2
Uit	1	1	2	0	1	1

In hoeverre herkent u zich in de gelezen weekbladen								
	Turken		Marokkanen		Surinamers		Antillianen	
	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel	Niet	Wel
Donald Duck	9	68	49	37	35	46	37	41
Privé	48	38	38	53	53	36	52	29
Veronica Magazine	24	68	53	39	30	65	14	71
Libelle	51	32	29	63	24	66	32	53
Margriet	54	27	20	73	35	52	28	58
Panorama	35	60	44	48	32	52	16	53
Voetbal International	11	80	19	70	22	74	24	68
AutoWeek	9	87	33	59	49	47	56	32
Story	53	31	48	43	51	39	51	28
Flair	16	65	38	41	27	63	43	57
Aktueel	48	38	52	37	51	45	62	12
Elsevier	50	35	75	20	38	52	12	76
Nieuwe Revu	29	66	30	60	30	61	14	46
Vriendin	22	57	20	70	24	66	12	88
Party	63	22	33	61	53	33	48	28
Viva	57	43	19	66	26	68	22	64
Mijn Geheim	48	44	29	60	17	77	25	61
Hitkrant	0	84	28	69	35	60	32	58
HP/ De Tijd	33	51	36	53	36	55	32	34
Tina	51	49	42	53	49	35	30	55
Sportweek	22	78	26	70	32	68	24	76
Esta	0	20	33	67	33	62	42	58
Intermediair Weekblad	0	84	43	57	10	79	0	77
Fancy	16	84	32	62	33	49	44	56
Vrij Nederland	0	79	19	81	33	57	48	52
Yes	34	19	50	44	27	65	0	100
De Groene Amsterdammer	31	69	39	61	52	19	100	0
Uit	31	69	65	35	40	31	36	36

Herkenning in de weekbladen				
	Autochtonen		TMSA	
	Niet	Wel	Niet	Wel
Donald Duck	30	53	31	51
Privé	54	31	50	38
Veronica Magazine	20	63	28	61
Libelle	19	69	26	63
Margriet	24	65	28	60
Panorama	23	56	31	54
Voetbal International	17	71	19	73
AutoWeek	23	61	34	57
Story	53	32	50	37
Flair	23	66	26	62
Aktueel	37	44	48	41
Elsevier	32	59	44	46
Nieuwe Revu	23	53	26	59
Vriendin	17	76	19	73
Party	41	40	45	41
Viva	14	69	21	66
Mijn Geheim	16	71	23	69
Hitkrant	26	61	25	67
HP/ De Tijd	25	70	31	60
Tina	40	37	42	43
Sportweek	44	56	31	67
Esta	31	55	31	57
Intermediair Weekblad	24	65	16	73
Fancy	13	73	23	66
Vrij Nederland	16	82	18	76
Yes	10	79	25	62
De Groene Amsterdammer	22	78	35	60
Uit	8	85	29	58

Tabel: 7.1. Waardering weekbladen						
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Donald Duck	7,5	7,4	7,7	7,1	7,9	7,8
Privé	8,4	6,7	6,6	6,6	8,1	7,5
Veronica Magazine	6,7	7,2	7,5	7,3	7,3	7,3
Libelle	6,3	7,2	6,9	6,8	7,0	6,9
Margriet	6,2	7,0	6,7	6,8	6,9	6,8
Panorama	6,6	7,1	6,8	6,8	6,8	6,9
Voetbal International	6,7	7,7	7,3	8,0	7,2	7,4
AutoWeek	6,8	7,2	7,2	7,1	6,7	7,0
Story	5,4	6,7	6,5	6,4	6,2	6,3
Flair	6,2	7,0	6,9	6,5	6,9	6,8
Aktueel	6,2	6,7	6,7	6,8	6,1	6,5
Elsevier	6,5	6,3	6,7	7,5	6,7	6,6
Nieuwe Revu	6,1	7,2	6,7	6,8	6,3	6,5
Vriendin	7,1	7,5	6,7	7,5	7,2	7,1
Party	5,7	6,8	6,5	6,1	6,0	6,3
Viva	6,1	6,7	6,8	7,0	7,0	6,8
Mijn Geheim	6,6	7,5	7,0	7,2	7,1	7,1
Hitkrant	6,6	7,2	7,1	6,5	6,5	6,9
HP/ De Tijd	6,0	6,8	6,6	6,7	6,1	6,3
Tina	5,9	6,3	6,6	8,1	5,5	6,1
Sportweek	6,8	7,1	6,4	7,6	5,8	6,6
Esta	5,0	7,3	6,3	5,8	6,1	6,3
Intermediair Weekblad	6,5	6,8	6,9	7,5	6,2	6,6
Fancy	6,6	6,7	6,6	7,4	6,3	6,6
Vrij Nederland	7,1	7,2	6,9	6,0	6,7	6,8
Yes	6,7	7,3	6,3	7,4	6,8	6,8
De Groene Amsterdammer	6,7	6,3	5,8	1,0	6,1	6,1
Uit	7,3	6,0	6,7	5,6	4,7	5,8

Bereik maandbladen						
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Cosmopolitan	5	5	12	12	8	8
Kampioen	4	8	9	7	34	7
Elle	3	7	6	5	3	5
Glossy	3	4	7	5	6	5
Playboy	0	3	7	11	7	5
Quest	5	4	7	2	16	5
VT Wonen	4	4	8	2	7	5
Consumentengids	2	2	9	3	9	4
Psychologie Magazine	3	2	7	4	9	4
Linda	1	4	4	4	10	3
Ouders van Nu	3	4	4	4	8	3
Happinez	1	3	6	4	6	3
Elle Wonen	2	6	3	2	2	3
Readers's Digest	2	2	6	2	6	3
Beau Monde	2	2	5	3	4	3
Quote	3	1	5	4	3	3
Avant Garde	2	2	4	3	2	3
Men's Health	1	2	5	2	4	2
Computer Totaal	1	1	5	2	7	2
Marie Claire	1	2	3	4	2	2
Santé	0	3	4	1	3	2
Kinderen	2	2	3	2	7	2
Elegance	2	2	2	2	1	2
Computer Idee	1	2	3	2	10	2
Ariadne at Home	0	4	3	1	2	2
Celebrity	1	1	3	3	1	2
Opzij	1	1	3	1	2	2
FHM	0	2	4	1	2	2
Buitenleven	2	1	2	2	8	2
Plus Magazine	0	1	3	1	6	1
Management Team	1	1	2	0	3	1
Seasons	1	1	2	1	4	1
Mind Magazine	0	1	2	1	2	1
Living	0	1	2	1	1	1
OOK	0	1	1	0	1	1

Herkenning maandbladen								
	Turken		Marokkanen		Surinamers		Antillianen	
	Niet	wel	Niet	wel	Niet	wel	Niet	wel
Cosmopolitan	12	86	22	69	32	68	8	87
Kampioen	37	49	49	42	27	61	22	70
Elle	17	78	30	51	31	65	18	82
Glossy	11	89	34	62	36	64	23	77
Playboy	0	100	64	29	39	61	47	53
Quest	0	92	9	86	7	76	0	100
VT Wonen	21	76	41	59	26	71	0	100
Consumentengids	19	62	19	81	12	80	20	73
Psychologie Magazine	6	75	0	100	13	78	0	86
Linda	13	38	26	70	21	75	25	75
Ouders van Nu	0	100	14	86	18	76	23	77
Happinez	27	73	31	69	20	69	42	58
Elle Wonen	18	76	29	60	23	69	7	93
Readers's Digest	0	56	25	59	18	75	19	81
Beau Monde	37	63	64	24	46	50	5	77
Quote	27	64	0	100	29	53	13	87
Avant Garde	32	57	39	15	36	55	31	69
Men's Health	0	79	64	36	22	73	8	92
Computer Totaal	0	100	0	100	13	74	0	78
Marie Claire	0	60	31	69	39	61	23	74
Santé	0	100	36	53	43	57	0	87
Kinderen	0	100	0	100	7	93	0	100
Elegance	12	88	31	33	37	46	29	71
Computer Idee	12	88	21	61	36	64	0	82
Ariadne at Home	0	100	18	78	36	64	30	70
Celebrity	35	65	64	23	26	74	0	100
Opzij	0	87	16	70	20	73	28	62
FHM	0	100	43	32	39	54	24	76
Buitenleven	10	90	71	29	38	62	47	53
Plus Magazine	0	0	18	82	7	73	89	11
Management Team	0	100	0	100	9	81	0	100
Seasons	0	69	30	70	54	46	0	100
Mind Magazine	0	0	39	61	24	76	31	69
Living	0	100	0	100	50	50	18	82
OOK	0	0	73	27	23	77	0	100

Herkenning in de maandbladen				
	Autochtonen		TMSA	
	Niet	Wel	Niet	Wel
Cosmopolitan	29	64	21	76
Kampioen	23	69	33	55
Elle	13	78	26	65
Glossy	40	48	29	70
Playboy	10	80	45	54
Quest	15	76	5	85
VT Wonen	26	72	25	72
Consumentengids	10	89	15	76
Psychologie Magazine	5	85	8	82
Linda	24	68	23	70
Ouders van Nu	22	70	14	84
Happinez	19	71	28	67
Elle Wonen	31	69	23	69
Readers's Digest	23	71	16	69
Beau Monde	59	31	39	54
Quote	46	50	23	67
Avant Garde	30	35	35	50
Men's Health	11	64	24	70
Computer Totaal	32	63	8	81
Marie Claire	22	66	28	67
Santé	21	74	36	59
Kinderen	14	80	3	97
Elegance	49	27	29	56
Computer Idee	19	73	22	70
Ariadne at Home	16	84	25	73
Celebrity	15	61	29	69
Opzij	19	81	17	73
FHM	42	52	37	52
Buitenleven	20	76	33	67
Plus Magazine	24	75	21	62
Management Team	0	100	5	90
Seasons	31	69	30	66
Mind Magazine	15	77	27	67
Living	12	88	27	73
OOK	24	76	44	56

Waardering maandbladen						
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Cosmopolitan	7,0	7,4	7,3	7,5	7,3	7,3
Kampioen	6,8	6,7	6,9	7,3	7,1	6,9
Elle	6,8	6,9	6,9	7,1	7,5	6,9
Glossy	6,5	7,4	7,0	7,4	6,8	7,1
Playboy	6,0	7,9	7,9	8,1	7,3	7,9
Quest	7,3	7,6	7,6	8,3	7,9	7,5
VT Wonen	7,0	7,9	7,3	7,2	7,6	7,4
Consumentengids	6,9	8,2	7,8	6,8	7,8	7,5
Psychologie Magazine	7,3	8,4	7,6	7,4	7,3	7,6
Linda	4,3	8,1	6,7	7,7	7,6	7,1
Ouders van Nu	7,4	8,3	6,8	7,6	7,6	7,5
Happinez	7,9	8,2	7,4	6,8	7,3	7,5
Elle Wonen	7,1	7,5	6,5	7,7	7,3	7,2
Readers's Digest	6,7	6,5	6,9	7,0	7,3	6,8
Beau Monde	6,7	6,4	6,8	7,4	6,7	6,8
Quote	6,8	7,0	7,0	6,8	5,7	6,9
Avant Garde	7,3	6,6	6,6	6,8	6,5	6,8
Men's Health	7,0	6,7	7,4	7,5	7,0	7,2
Computer Totaal	7,4	7,2	7,5	7,6	7,4	7,4
Marie Claire	6,8	8,1	7,1	7,4	6,1	7,4
Santé	8,0	7,1	6,2	7,4	6,3	6,6
Kinderen	7,6	8,1	6,8	7,8	7,4	7,5
Elegance	6,6	6,8	6,1	6,5	6,4	6,5
Computer Idee	7,0	7,3	7,6	7,5	7,4	7,4
Ariadne at Home	7,0	7,0	7,0	7,7	7,5	7,1
Celebrity	6,4	6,5	7,0	7,7	7,6	7,0
Opzij	7,0	7,2	6,8	6,8	6,5	6,9
FHM	8,0	5,8	6,5	7,3	7,0	6,5
Buitenleven	6,3	4,5	6,5	6,2	7,5	6,2
Plus Magazine	5,0	8,0	6,9	6,1	7,1	6,9
Management Team	6,7	7,2	7,4	6,0	6,6	7,1
Seasons	6,7	7,4	6,9	8,2	7,3	7,1
Mind Magazine	7,0	8,7	7,3	7,7	7,3	7,7
Living	5,0	7,0	6,2	6,9	6,3	6,4
OOK	-	7,2	6,8	9,0	7,5	7,1

Bereik dagbladen						
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Spits	17	25	34	37	17	27
Metro	15	23	33	38	19	26
De Telegraaf	8	10	21	12	19	13
De Pers	4	10	10	5	9	7
Algemeen dagblad (AD landelijke editie)	4	5	9	4	11	6
De Volkskrant	3	4	9	6	5	5
Ander regionaal dagblad (zoals Noord Hollands Dagblad, Eindhovens Dagblad etc.)	5	4	7	5	24	5
Regionale editie van het AD, (AD Rotterdams Dagblad, AD Haagsche Courant, AD Utrechts Nieuwsblad, AD Amersfoortse Courant, AD Dordtenaar)	3	4	4	2	9	3
Trouw	1	2	6	1	3	3
Het Parool	1	4	5	0	3	3
NRC Handelsblad	1	3	3	2	4	2
nrc.next	1	2	3	3	3	2
Het Financieele Dagblad	1	3	2	0	2	2
Nederlands Dagblad	0	2	2	0	3	1
Reformatorsch Dagblad	0	2	0	0	3	1

Waardering dagbladen						
	Turken	Marokkanen	Surinamers	Antillianen	Autochtonen	TMSA
Spits	6,7	6,9	7,2	7,2	6,6	7,0
Metro	6,7	7,0	7,2	7,3	6,6	7,1
De Telegraaf	6,3	6,5	6,6	6,9	6,3	6,6
De Pers	6,1	6,7	6,6	6,5	6,3	6,5
Algemeen dagblad (AD landelijke editie)	6,2	6,7	6,7	7,0	6,8	6,7
De Volkskrant	6,7	6,8	7,0	7,1	6,7	6,9
Ander regionaal dagblad (zoals Noord Hollands Dagblad, Eindhovens Dagblad etc.)	6,6	6,8	6,9	6,6	7,2	6,7
Regionale editie van het AD, (AD Rotterdams Dagblad, AD Haagsche Courant, AD Utrechts Nieuwsblad, AD Amersfoortse Courant, AD Dordtenaar)	6,3	7,1	6,4	6,9	6,8	6,6
Trouw	6,2	6,4	6,6	6,5	6,4	6,5
Het Parool	5,3	7,1	6,6	6,2	6,6	6,6
NRC Handelsblad	5,6	6,7	6,6	7,0	7,2	6,5
nrc.next	6,3	6,3	6,7	6,7	6,6	6,6
Het Financieele Dagblad	5,0	6,7	6,6	6,4	6,7	6,4
Nederlands Dagblad	6,4	6,9	6,1	6,3	6,7	6,4
Reformatorisch Dagblad	3,9	6,7	5,2	4,7	6,5	5,4

In hoeverre vindt u de volgende kranten betrouwbaar? (Basis - leest kranten)												
	Turken			Marokkanen			Surinamsers			Antillianen		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	5	57	38	22	32	46	5	28	66	1	26	73
Metro	4	51	44	21	34	45	4	26	69	1	28	71
De Telegraaf	9	67	24	31	25	44	20	33	47	11	34	55
Ander regionaal dagblad	2	48	50	22	54	24	5	40	55	3	34	63
De Pers	14	49	36	14	39	47	11	40	50	4	56	40
Algemeen dagblad (AD landelijke editie)	1	63	35	13	36	51	6	35	59	0	40	60
De Volkskrant	2	53	45	11	34	55	3	29	68	3	33	65
Regionale editie van het AD	0	64	36	15	33	51	7	52	41	0	56	44
Trouw	3	54	43	13	46	41	5	35	60	5	41	55
Het Parool	4	66	30	18	28	54	7	42	51	0	67	33
NRC Handelsblad	8	49	44	11	43	46	3	36	61	0	38	62
nrc.next	9	40	51	8	48	43	1	37	61	0	27	73
Nederlands Dagblad	5	64	31	18	53	29	6	57	36	0	62	38
Het Financieele Dagblad	11	48	41	9	44	48	3	35	62	0	42	58
Reformatorisch Dagblad	10	66	24	28	66	6	12	78	11	9	58	32

In hoeverre vindt u de volgende kranten betrouwbaar? (Basis - Bezoekt leest kranten)						
	Autochtonen			TMSA		
	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	13	41	46	8	35	57
Metro	12	42	46	7	33	59
De Telegraaf	28	39	34	19	38	43
Ander regionaal dagblad	13	45	42	11	44	45
De Pers	6	29	65	6	41	53
Algemeen dagblad (AD landelijke editie)	4	34	62	5	34	61
De Volkskrant	4	27	69	7	43	49
Regionale editie van het AD	4	41	55	7	50	43
Trouw	9	32	59	7	41	52
Het Parool	9	37	55	9	44	47
NRC Handelsblad	2	29	70	5	40	54
nrc.next	2	32	66	4	39	57
Nederlands Dagblad	1	40	60	5	40	55
Het Financieele Dagblad	2	42	57	8	58	34
Reformatorisch Dagblad	4	38	58	15	70	15

In hoeverre vindt u de volgende kranten bevooroordeeld? (Basis - leest kranten)												
	Turken			Marokkanen			Surinamsers			Antillianen		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	7	61	32	20	37	43	8	38	54	7	28	65
Metro	7	55	38	19	45	36	6	38	57	8	31	61
De Telegraaf	7	72	21	30	36	34	36	24	39	25	34	41
Ander regionaal dagblad	4	51	45	21	55	24	8	50	42	5	53	42
De Pers	11	60	29	14	40	46	11	53	36	22	53	25
Algemeen dagblad (AD landelijke editie)	9	62	29	14	51	34	14	44	42	9	56	35
De Volkskrant	0	51	49	20	40	40	10	33	56	13	40	47
Regionale editie van het AD	5	72	23	18	30	52	11	51	37	6	78	16
Trouw	0	58	42	28	51	20	14	38	48	22	58	21
Het Parool	0	80	20	12	42	46	10	50	40	17	57	26
NRC Handelsblad	8	59	33	23	48	30	7	48	45	10	47	42
nrc.next	12	46	41	14	61	25	3	49	48	19	47	34
Nederlands Dagblad	0	69	31	12	73	16	13	58	29	10	70	20
Het Financieele Dagblad	11	63	26	13	60	27	6	48	46	3	54	44
Reformatorisch Dagblad	23	61	16	25	68	7	29	54	17	24	71	5

In hoeverre vindt u de volgende kranten bevooroordeeld? (Basis - Bezoekt leest kranten)						
	Autochtonen			TMSA		
	-	-/+	+	-	-/+	+
Spits	18	59	23	10	40	49
Metro	13	63	24	10	41	49
De Telegraaf	43	40	17	27	38	35
Ander regionaal dagblad	15	49	35	9	52	39
De Pers	20	60	20	14	51	36
Algemeen dagblad (AD landelijke editie)	13	53	34	12	51	36
De Volkskrant	17	50	33	12	39	49
Regionale editie van het AD	10	59	31	11	53	36
Trouw	17	52	32	17	47	35
Het Parool	17	53	29	10	52	38
NRC Handelsblad	8	41	50	12	50	38
nrc.next	5	48	47	10	51	38
Nederlands Dagblad	11	59	30	10	66	24
Het Financieele Dagblad	14	43	43	8	54	38
Reformatorisch Dagblad	14	57	29	26	61	12

Waardering en betrouwbaarheid Turkse bladen? (Basis - leest bladen)				
	Gemiddelde cijfer	Onbetrouwbaar	Tussenin	Betrouwbaar
Platform	6,7	8%	38%	55%
Dogus	6,8	0%	44%	56%
Kadin	7,0	0%	33%	67%
Ekin	6,5	4%	40%	56%
Post	6,2	5%	78%	17%
Merhaba	7,0	4%	39%	56%
Super Bulmaca	7,3	0%	48%	52%
Politika	5,6	25%	40%	35%
Ufuk	7,1	0%	37%	63%
Soz Hakki	7,4	0%	19%	81%

Waardering en objectiviteit Turkse bladen? (Basis - leest bladen)				
	Gemiddelde cijfer	Bevooroordeeld	Tussenin	Objectief
Platform	6,7	8%	36%	56%
Dogus	6,8	5%	48%	46%
Kadin	7,0	0%	47%	53%
Ekin	6,5	0%	60%	40%
Post	6,2	19%	78%	3%
Merhaba	7,0	0%	68%	32%
Super Bulmaca	7,3	0%	52%	48%
Politika	5,6	38%	39%	22%
Ufuk	7,1	9%	55%	36%
Soz Hakki	7,4	0%	19%	81%

Waardering en betrouwbaarheid Marokkaanse bladen (Basis - leest bladen)				
	Gemiddeld cijfer	Onbetrouwbaar	Tussenin	Betrouwbaar
Bladimode	6,0	27%	35%	37%
Hoda	6,1	0%	86%	14%
PP2G	5,9	0%	82%	18%

Waardering en objectiviteit Marokkaanse bladen (Basis - leest bladen)				
	Gemiddeld cijfer	Bevooroordeeld	Tussenin	Objectief
Bladimode	6,0	42%	32%	27%
Hoda	6,1	58%	28%	14%
PP2G	5,9	55%	45%	0%

Verkrijgingswijze weekbladen (Basis = Turks)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Donald Duck	12%	0%	13%	10%	0%	58%	0%	8%
Privé	3%	0%	8%	3%	0%	81%	0%	6%
Veronica Magazine	39%	0%	11%	9%	0%	41%	0%	0%
Libelle	6%	0%	3%	18%	0%	64%	0%	9%
Margriet	8%	0%	0%	13%	0%	73%	0%	6%
Panorama	5%	0%	5%	0%	0%	85%	0%	5%
Voetbal International	4%	9%	0%	8%	0%	78%	0%	0%
AutoWeek	3%	0%	10%	4%	0%	78%	0%	5%
Story	4%	0%	0%	0%	0%	96%	0%	0%
Flair	0%	0%	4%	0%	0%	90%	0%	6%

Verkrijgingswijze weekbladen (Basis = Marokkaans)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Donald Duck	0%	3%	28%	13%	3%	45%	0%	85
Privé	5%	0%	25%	16%	4%	41%	0%	8%
Veronica Magazine	27%	3%	29%	6%	2%	31%	0%	3%
Libelle	8%	0%	21%	23%	0%	38%	0%	11%
Margriet	4%	2%	19%	30%	2%	32%	0%	11%
Panorama	5%	0%	15%	17%	3%	58%	2%	2%
Voetbal International	10%	6%	38%	16%	1%	22%	7%	0%
AutoWeek	2%	2%	20%	15%	2%	58%	0%	2%
Story	4%	0%	19%	27%	3%	45%	0%	2%
Flair	3%	0%	24%	20%	0%	41%	0%	13%

Verkrijgingswijze weekbladen (Basis = Surinaams)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Donald Duck	14%	5%	19%	15%	0%	37%	2%	8%
Privé	4%	3%	18%	18%	2%	45%	1%	8%
Veronica Magazine	60%	2%	16%	5%	0%	11%	4%	2%
Libelle	6%	2%	15%	20%	0%	40%	4%	13%
Margriet	0%	5%	21%	22%	0%	40%	2%	11%
Panorama	9%	3%	21%	3%	0%	46%	3%	16%
Voetbal International	12%	4%	35%	11%	2%	25%	2%	8%
AutoWeek	2%	0%	17%	8%	0%	61%	4%	9%
Story	3%	2%	18%	19%	0%	48%	2%	8%
Flair	9%	3%	41%	7%	0%	27%	2%	12%

Verkrijgingswijze weekbladen (Basis = Antilliaans)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Donald Duck	7%	0%	9%	22%	0%	59%	0%	2%
Privé	0%	0%	33%	21%	0%	45%	0%	1%
Veronica Magazine	61%	2%	15%	3%	0%	18%	0%	0%
Libelle	3%	3%	24%	14%	0%	51%	5%	0%
Margriet	4%	4%	13%	20%	0%	59%	0%	0%
Panorama	4%	3%	26%	13%	0%	43%	0%	11%
Voetbal International	0%	0%	49%	12%	0%	36%	0%	2%
AutoWeek	0%	0%	18%	7%	3%	67%	0%	4%
Story	0%	0%	28%	30%	0%	40%	0%	2%
Flair	0%	0%	43%	30%	0%	27%	0%	0%

Verkrijgingswijze weekbladen (Basis = Autochtoon)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Donald Duck	22%	3%	20%	13%	0%	36%	0%	7%
Privé	5%	0%	22%	24%	0%	40%	1%	8%
Veronica Magazine	67%	0%	6%	4%	0%	18%	0%	5%
Libelle	14%	3%	16%	31%	27%	0%	8%	1%
Margriet	9%	4%	19%	32%	1%	28%	0%	7%
Panorama	12%	0%	20%	6%	0%	47%	0%	16%
Voetbal International	23%	0%	25%	20%	0%	23%	0%	10%
AutoWeek	7%	3%	18%	12%	0%	44%	0%	17%
Story	6%	2%	16%	27%	0%	43%	0%	7%
Flair	12%	1%	23%	24%	0%	29%	2%	10%

Verkrijgingswijze maandbladen (Basis = Turks)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Kampioen	73%	5%	0%	4%	0%	14%	0%	5%
Cosmopolitan	5%	0%	19%	0%	0%	68%	8%	0%
Quest	15%	0%	13%	5%	0%	67%	0%	0%
Consumentengids	22%	0%	13%	13%	0%	42%	0%	10%
VT Wonen	0%	0%	10%	0%	0%	90%	0%	0%
Psychologie Magazine	14%	0%	39%	8%	0%	31%	0%	8%
Glossy	8%	0%	16%	0%	0%	70%	0%	6%
Playboy	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
Linda	0%	18%	0%	41%	0%	21%	0%	20%
Ouders van Nu	33%	9%	0%	20%	0%	23%	0%	16%

Verkrijgingswijze maandbladen (Basis = Marokkaans)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Kampioen	60%	2%	6%	7%	2%	22%	0%	0%
Cosmopolitan	0%	0%	33%	13%	0%	50%	0%	4%
Quest	16%	0%	32%	33%	0%	5%	5%	9%
Consumentengids	40%	0%	10%	26%	0%	24%	0%	0%
VT Wonen	12%	0%	37%	10%	6%	25%	10%	0%
Psychologie Magazine	17%	0%	37%	7%	0%	31%	8%	0%
Glossy	0%	0%	34%	8%	0%	50%	0%	8%
Playboy	0%	8%	35%	0%	0%	36%	21%	0%
Linda	10%	4%	29%	21%	0%	19%	0%	17%
Ouders van Nu	10%	0%	37%	9%	0%	30%	0%	15%

Verkrijgingswijze maandbladen (Basis = Surinaams)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Kampioen	66%	2%	2%	11%	3%	11%	0%	5%
Cosmopolitan	2%	2%	49%	9%	0%	31%	2%	5%
Quest	10%	7%	35%	10%	0%	23%	3%	11%
Consumentengids	27%	0%	14%	24%	0%	22%	5%	8%
VT Wonen	0%	2%	32%	21%	0%	32%	3%	9%
Psychologie Magazine	18%	0%	39%	6%	0%	30%	0%	6%
Glossy	0%	0%	48%	8%	0%	33%	3%	8%
Playboy	0%	0%	85%	3%	0%	12%	0%	0%
Linda	0%	5%	37%	9%	0%	44%	5%	0%
Ouders van Nu	16%	5%	18%	24%	0%	15%	14%	8%

Verkrijgingswijze maandbladen (Basis = Antilliaans)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Kampioen	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
Cosmopolitan	0%	0%	0%	0%	0%	76%	0%	24%
Quest	0%	0%	88%	0%	0%	12%	0%	0%
Consumentengids	8%	13%	46%	13%	0%	19%	0%	0%
VT Wonen	0%	0%	21%	21%	0%	58%	0%	0%
Psychologie Magazine	0%	0%	45%	0%	0%	55%	0%	0%
Glossy	0%	0%	63%	18%	0%	18%	0%	0%
Playboy	0%	0%	52%	5%	0%	43%	0%	0%
Linda	23%	0%	26%	0%	0%	52%	0%	0%
Ouders van Nu	36%	0%	29%	20%	0%	15%	0%	0%

Verkrijgingswijze maandbladen (Basis = Autochtonen)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Kampioen	81%	1%	3%	6%	0%	6%	0%	3%
Cosmopolitan	7%	0%	38%	25%	0%	24%	3%	3%
Quest	19%	0%	27%	21%	0%	31%	0%	2%
Consumentengids	48%	3%	7%	15%	0%	23%	1%	3%
VT Wonen	9%	2%	27%	23%	0%	33%	0%	7%
Psychologie Magazine	17%	0%	42%	17%	0%	22%	0%	2%
Glossy	6%	6%	35%	17%	2%	25%	0%	9%
Playboy	9%	0%	29%	20%	0%	33%	8%	1%
Linda	5%	4%	24%	32%	0%	30%	0%	5%
Ouders van Nu	20%	5%	23%	29%	0%	8%	4%	10%

Verkrijgingswijze dagbladen (Basis = Turks)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Spits	0%	1%	1%	5%	2%	74%	1%	16%
Metro	0%	0%	1%	6%	2%	66%	2%	21%
De Telegraaf	0%	1%	4%	3%	5%	74%	4%	8%
Ander regionaal dagblad	5%	1%	0%	7%	3%	60%	4%	20%
De Pers	1%	0%	0%	6%	4%	62%	0%	27%
Algemeen dagblad	1%	0%	6%	9%	7%	57%	5%	15%
De Volkskrant	5%	6%	10%	9%	6%	43%	6%	15%
Regionale editie van het AD	4%	1%	3%	6%	9%	58%	4%	14%
Trouw	0%	2%	4%	9%	8%	53%	0%	24%
Parool	11%	0%	3%	4%	9%	45%	0%	27%

Verkrijgingswijze dagbladen (Basis = Marokkaans)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Spits	1%	0%	6%	23%	2%	49%	1%	16%
Metro	1%	1%	5%	24%	4%	47%	1%	17%
De Telegraaf	3%	1%	16%	13%	6%	47%	4%	11%
Ander regionaal dagblad	14%	0%	3%	15%	7%	31%	0%	30%
De Pers	2%	1%	8%	20%	2%	51%	2%	14%
Algemeen dagblad	4%	0%	14%	28%	2%	31%	1%	19%
De Volkskrant	7%	0%	16%	11%	10%	37%	3%	16%
Regionale editie van het AD	0%	3%	18%	10%	1%	45%	0%	22%
Trouw	0%	0%	10%	16%	7%	40%	4%	23%
Parool	0%	2%	13%	21%	5%	36%	4%	19%

Verkrijgingswijze dagbladen (Basis = Surinaams)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Spits	1%	2%	5%	13%	1%	50%	3%	25%
Metro	1%	2%	6%	13%	1%	50%	2%	25%
De Telegraaf	15%	3%	14%	8%	5%	21%	8%	24%
Ander regionaal dagblad	15%	0%	7%	16%	0%	16%	8%	39%
De Pers	2%	2%	5%	20%	1%	32%	4%	35%
Algemeen dagblad	8%	1%	11%	17%	4%	22%	12%	25%
De Volkskrant	14%	2%	10%	14%	2%	25%	7%	27%
Regionale editie van het AD	8%	4%	8%	12%	1%	21%	8%	37%
Trouw	8%	2%	10%	10%	1%	25%	8%	35%
Parool	7%	3%	6%	17%	1%	25%	6%	36%

Verkrijgingswijze dagbladen (Basis = Antilliaans)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Spits	0%	0%	6%	9%	0%	55%	1%	29%
Metro	0%	0%	5%	8%	0%	56%	1%	29%
De Telegraaf	19%	1%	11%	15%	4%	30%	5%	15%
Ander regionaal dagblad	26%	4%	17%	4%	0%	21%	1%	28%
De Pers	0%	0%	12%	8%	0%	32%	1%	47%
Algemeen dagblad	7%	0%	19%	10%	4%	27%	10%	23%
De Volkskrant	12%	0%	18%	8%	3%	32%	4%	23%
Regionale editie van het AD	16%	0%	6%	12%	0%	22%	3%	41%
Trouw	0%	0%	8%	7%	6%	44%	2%	33%
Parool	0%	0%	11%	7%	0%	27%	0%	55%

Verkrijgingswijze dagbladen (Basis = Autochtoon)								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Spits	0%	1%	7%	17%	2%	37%	1%	35%
Metro	0%	1%	6%	16%	1%	38%	2%	36%
De Telegraaf	15%	1%	14%	12%	7%	30%	4%	17%
Ander regionaal dagblad	27%	8%	8%	11%	1%	19%	2%	24%
De Pers	1%	1%	6%	13%	1%	34%	2%	42%
Algemeen dagblad	11%	2%	19%	13%	3%	30%	6%	16%
De Volkskrant	9%	2%	13%	12%	0%	31%	3%	29%
Regionale editie van het AD	18%	2%	4%	15%	3%	23%	4%	31%
Trouw	8%	1%	8%	11%	0%	40%	4%	28%
Parool	13%	0%	11%	5%	2%	24%	3%	43%

Verkrijgingswijze Turkse bladen								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Platform	2%	7%	11%	39%	0%	37%	0%	4%
Dogus	0%	0%	18%	39%	0%	36%	0%	7%
Kadin	3%	14%	18%	15%	0%	47%	0%	3%
Ekin	0%	0%	9%	51%	0%	34%	6%	0%
Post	0%	0%	41%	25%	0%	20%	0%	14%
Merhaba	0%	0%	21%	49%	0%	21%	0%	9%
Super Bulmaca	0%	0%	68%	16%	0%	16%	0%	0%
Politika	0%	0%	18%	35%	25%	14%	0%	8%
Ufuk	0%	0%	6%	49%	0%	29%	0%	16%
Soz Hakki	0%	0%	0%	48%	0%	52%	0%	0%

Verkrijgingswijze Marokkaanse bladen								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Bladimode	16%	0%	14%	35%	17%	17%	0%	0%
Hoda	0%	0%	18%	48%	34%	0%	0%	0%
PP2G	0%	0%	41%	37%	0%	0%	0%	22%

Verkrijgingswijze Surinaamse bladen								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Pleasure	0%	1%	13%	14%	0%	33%	4%	35%
Volkskrant Suriname	2%	7%	34%	20%	4%	6%	5%	22%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	4%	3%	23%	20%	5%	16%	17%	12%
Obsession	0%	9%	29%	42%	0%	9%	11%	0%
PP2G	0%	0%	0%	18%	0%	22%	35%	25%
Parbode	0%	0%	18%	38%	0%	12%	21%	12%
United Magazine	0%	12%	12%	23%	0%	39%	14%	0%
IK	0%	0%	0%	0%	0%	0%	56%	44%
DreamzNewz	0%	0%	22%	0%	0%	27%	28%	23%
Noticiero Aruba	0%	0%	0%	23%	0%	0%	56%	21%

Verkrijgingswijze Antilliaanse bladen								
	Abonnement in huishouden	Gedeeld abonnement met iemand buiten het huishouden	Los gekocht (door uzelf of iemand anders uit het huishouden)	Gekregen van iemand buiten het huishouden	Via een app op mijn telefoon, tablet of Smartphone	Buitenshuis gelezen bijvoorbeeld bij vrienden, bekenden, kapper.	Als pdf-bestand op internet	Anders
Pleasure	1%	0%	4%	10%	0%	35%	0%	50%
Noticiero Aruba	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
PP2G	0%	0%	0%	0%	7%	0%	64%	28%
Volkskrant Suriname	0%	0%	71%	29%	0%	0%	0%	0%
Obsession	0%	0%	0%	0%	0%	83%	0%	17%
De Ware Tijd Weekeditie Nederland	0%	0%	60%	40%	0%	0%	0%	0%
IK	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
DreamzNewz	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
