

De Rol van de Lokale Media: Enschede

De Regio Vecht Terug

25 april 2018

Een onderzoek van:

SVDJ

STIMULERINGSFONDS
VOOR DE JOURNALISTIEK

In samenwerking met:

LJS
Media Research

VU 

Windesheim 

Inhoudsopgave

Introductie	3
Samenvatting	3
De Kiezer en de thema's die zij belangrijk vinden	4
De belangrijkste thema's volgens de kiezer	4
Mediagebruik door de kiezers	5
Media gebruik in aanloop naar de verkiezingen	6
De kiezer en de verkiezingsprojecten	7
Thema's in het nieuws	8
Thema's in het landelijke nieuws vergeleken met de gemeenten	8
Thema's in de regionale- en lokale media	9
Partijen in het nieuws	10
Stemgedrag van de kiezers	11
Stemkeuze en belang van issues	12
Facebookgebruik door politieke partijen	13
Facebookgebruik door lokale media	13

Introductie

In dit document zetten we een aantal analyses op een rij die specifiek voor deze gemeente gelden. We beginnen met de kiezers per gemeente en kijken naar de mate waarin deze verschillen ten opzichte van de andere gemeenten. Ook kijken we naar de thema's die men belangrijk vond tijdens de campagne en in hoeverre inwoners van Enschede vinden dat bepaalde politieke partijen het beste zorg kunnen dragen voor deze thema's. Vervolgens kijken we naar het mediagebruik in de gemeente en bekijken we het aanbod van de media. Hierbij gaat het om de aandacht die de thema's en de politieke partijen in het nieuws kregen. We sluiten af met een overzicht van de mate waarin zowel de politieke partijen als de media in de gemeente gebruik hebben gemaakt van Facebook.

Samenvatting

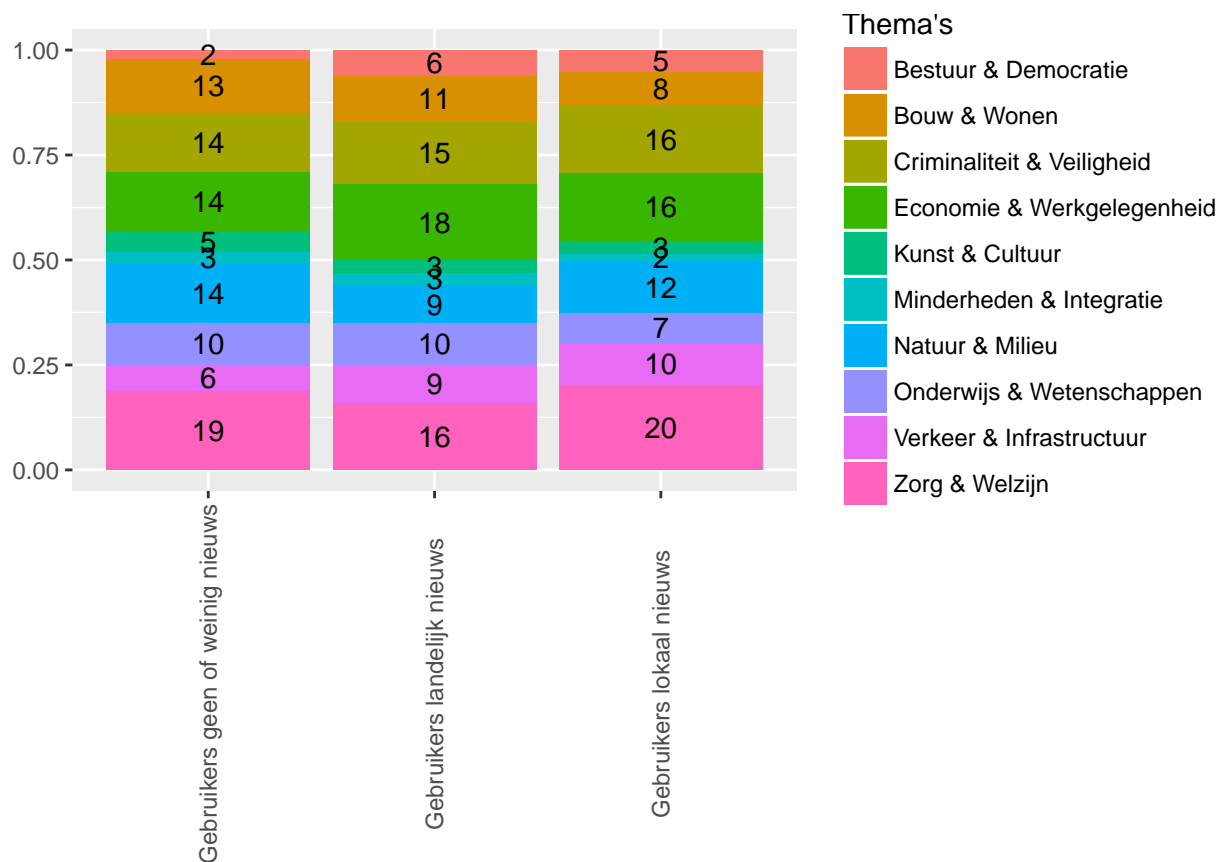
- Kiezers in Enschede zijn relatief jong en lager opgeleid dan in de andere gemeenten. In geen andere gemeente waren zoveel kiezers te vinden die totaal geen interesse hebben in de politiek.
- De winnaar van de verkiezingen, Burgerbelangen Enschede wordt door de kiezers bij een groot aantal thema's gezien als de partij die hiervoor het beste zorg kan dragen. Vooral bij Verkeer en Infrastructuur is dit het geval.
- Regionale en lokale media laten een andere verdeling van aandacht zien in de thema's en de partijen die zij aan bod laten komen in het nieuws. Regionale media lijken de landelijke trend meer te volgen dan de lokale media.
- Burgers die nieuws consumeren, hebben meer vertrouwen in politiek; burgers die lokaal nieuws consumeren, blijken ook meer geïnteresseerd in de lokale politiek. Tubantia is het medium dat het meest wordt gebruikt door de kiezers in Enschede om zich te informeren over de verkiezingen.
- Vergeleken met de landelijke verkiezingen van vorig jaar speelde Facebook een minder opvallende rol in de campagne, al heeft Burgerbelangen wel veruit de meeste volgers.

De Kiezer en de thema's die zij belangrijk vinden

Van de inwoners van Enschede die deelnamen aan het kiezersonderzoek is 50 procent hoogopgeleid, 32 procent deed het MBO en 18 procent voltooide mavo of lager, of heeft geen diploma. In vergelijking met andere gemeentes zijn Enschedeërs wat lager opgeleid en het gemiddelde inkomen ligt ook behoorlijk onder het landelijk gemiddelde. Verder is Enschede een relatief jonge stad: alleen in Amsterdam, Rotterdam en Nijmegen waren meer ondervraagden jonger dan 35. Mogelijk komt het door de combinatie van veel jongeren en laag opleidingsniveau, maar in geen andere gemeente gaven zoveel kiezers aan totaal niet geïnteresseerd te zijn in de politiek en zich niet betrokken te voelen bij de gemeente. Hetzelfde geldt voor interesse in het nieuws. Ook dat is in vergelijking met de andere gemeenten laag.

De belangrijkste thema's volgens de kiezer

Volgens de ondervraagden in Enschede is Economie & Werkgelegenheid na Zorg & Welzijn het belangrijkste thema waaraan de politiek aandacht zou moeten besteden. Alleen in Smallingerland, waar de koopzondag een heet hangijzer was tijdens de verkiezingen, werd Economie & Werkgelegenheid vaker genoemd. Ook het thema Natuur & Milieu staat bij inwoners hoog op de agenda. Hierbij gaat het vooral om het zogenoemde Diftar-beleid: mensen moeten betalen voor de hoeveelheid afval die zij produceren. Dit leidt tot de nodige problemen met illegaal dumpen en zwerfvuil in en rond de stad. Dit onderwerp leeft iets meer onder mensen die weinig tot geen nieuws lezen dan onder de andere groepen nieuwsconsumenten. Hetzelfde geldt voor het thema Bouw en Wonen, terwijl deze groep kiezers zich aan de andere kant minder druk maakt om Bestuur & Democratie.

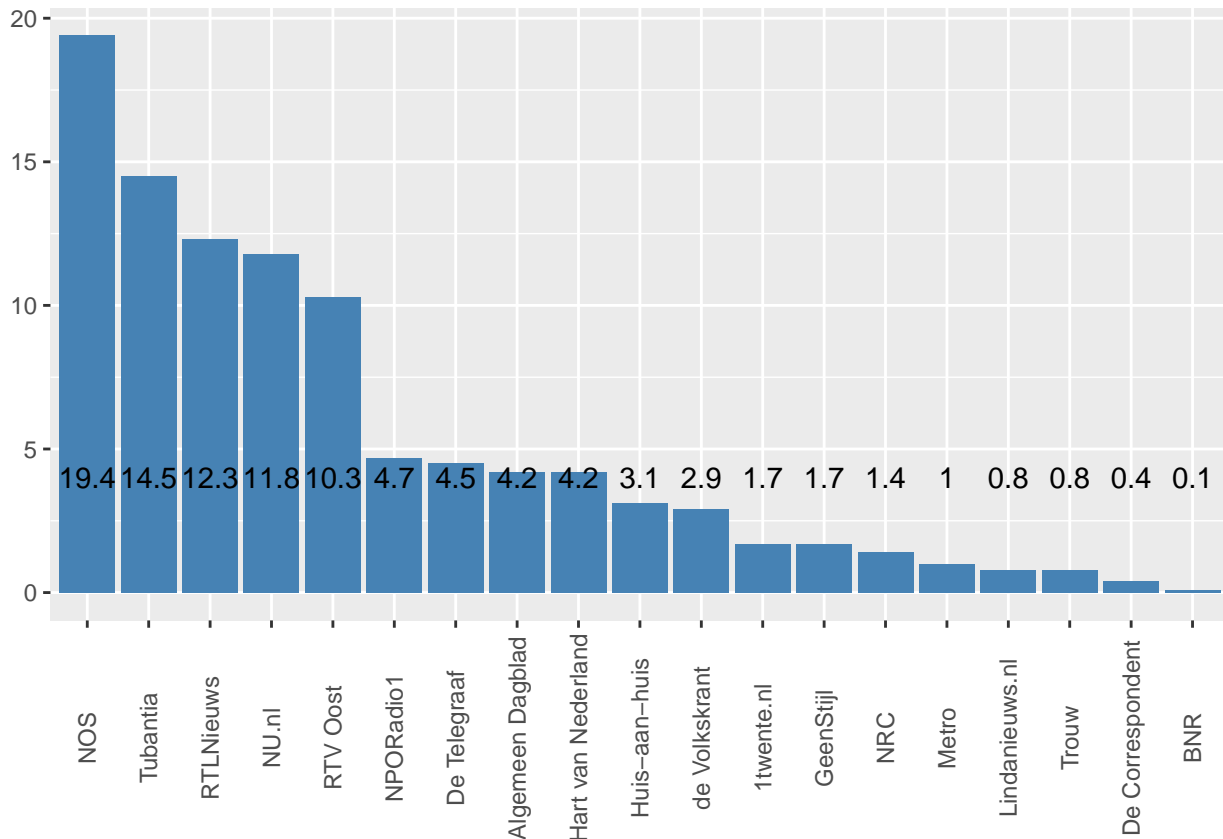


Mediagebruik door de kiezers

In haar gebruik van lokale media lijkt Enschede meer op een grote stad dan een plaats in de provincie. 64 procent van de inwoners zegt zich vooral te informeren via landelijke media. In die zin is het opvallend dat Burgerbelangen de grootste hier is geworden. In de gemeenten binnen dit onderzoek is gebleken dat vooral gebruikers van lokale media op lokale partijen stemmen. Bovendien zijn deze kiezers vaak bovenmatig geïnteresseerd in de politiek. Ook die groep is relatief klein in Enschede. Alleen in Almere hebben relatief minder kiezers interesse in de lokale politiek.

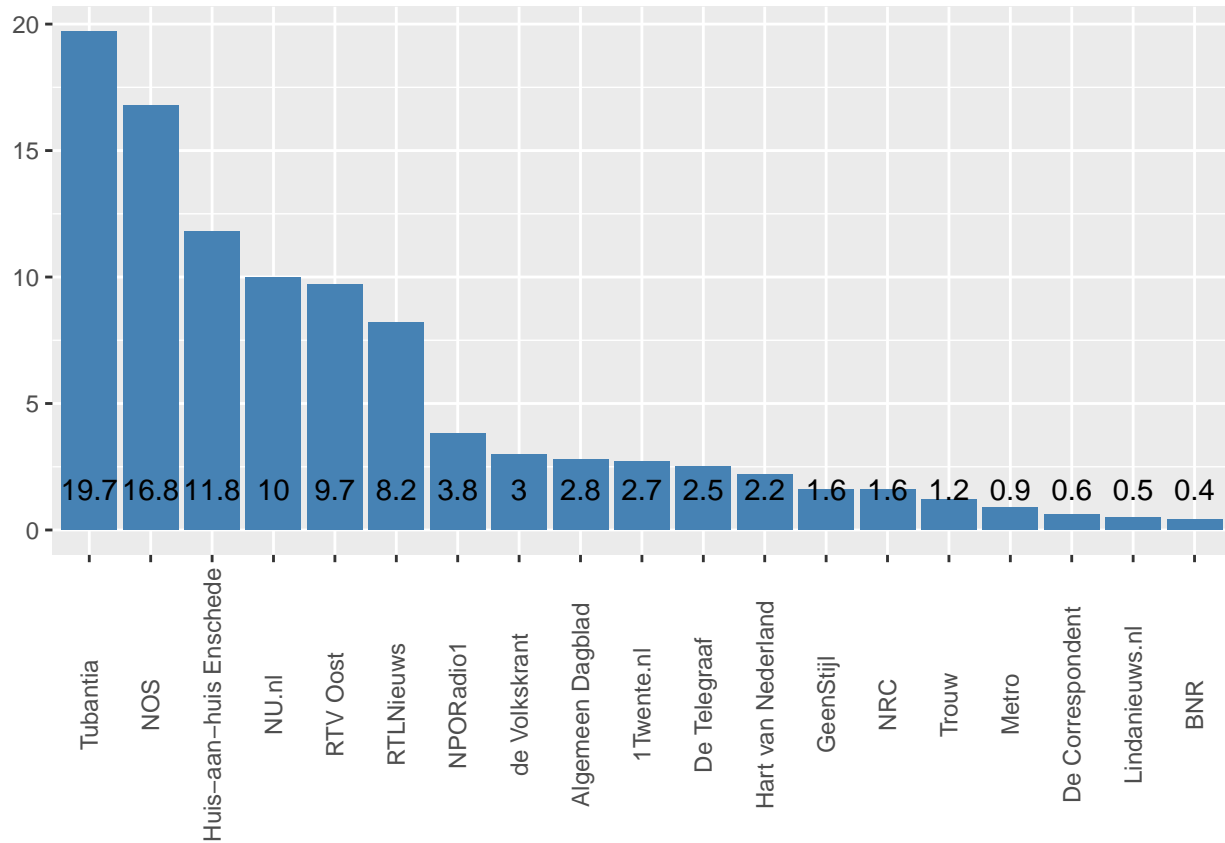
Het lokale nieuws wordt gedomineerd door de Twentsche Courant Tubantia; 36 procent van de ondervraagden die lokaal nieuws volgen, noemt het regionale dagblad als nieuwsbron. Na Tubantia volgen Huis aan Huis Enschede en RTV Oost (beiden 29 procent). Dagbladen spelen ook een belangrijke rol als je de landelijke titels meeneemt: 40 procent van de ondervraagden noemt deze als belangrijke nieuwsbron.

Vergeleken met de landelijke nieuwsmedia zien we dat Tubantia zich nestelt op een tweede plek na de NOS als belangrijkste nieuwsbron voor de kiezers in Enschede. Op plek drie volgt RTL Nieuws, terwijl RTV Oost op plek vijf terug te vinden is. Het huis-aan-huisblad van Enschede met de treffende naam Huis aan Huis Enschede wordt door ruim 3 procent van de deelnemers aan het onderzoek genoemd als belangrijke nieuwsbron. Ongeveer net zoveel kiezers noemen de Volkskrant.



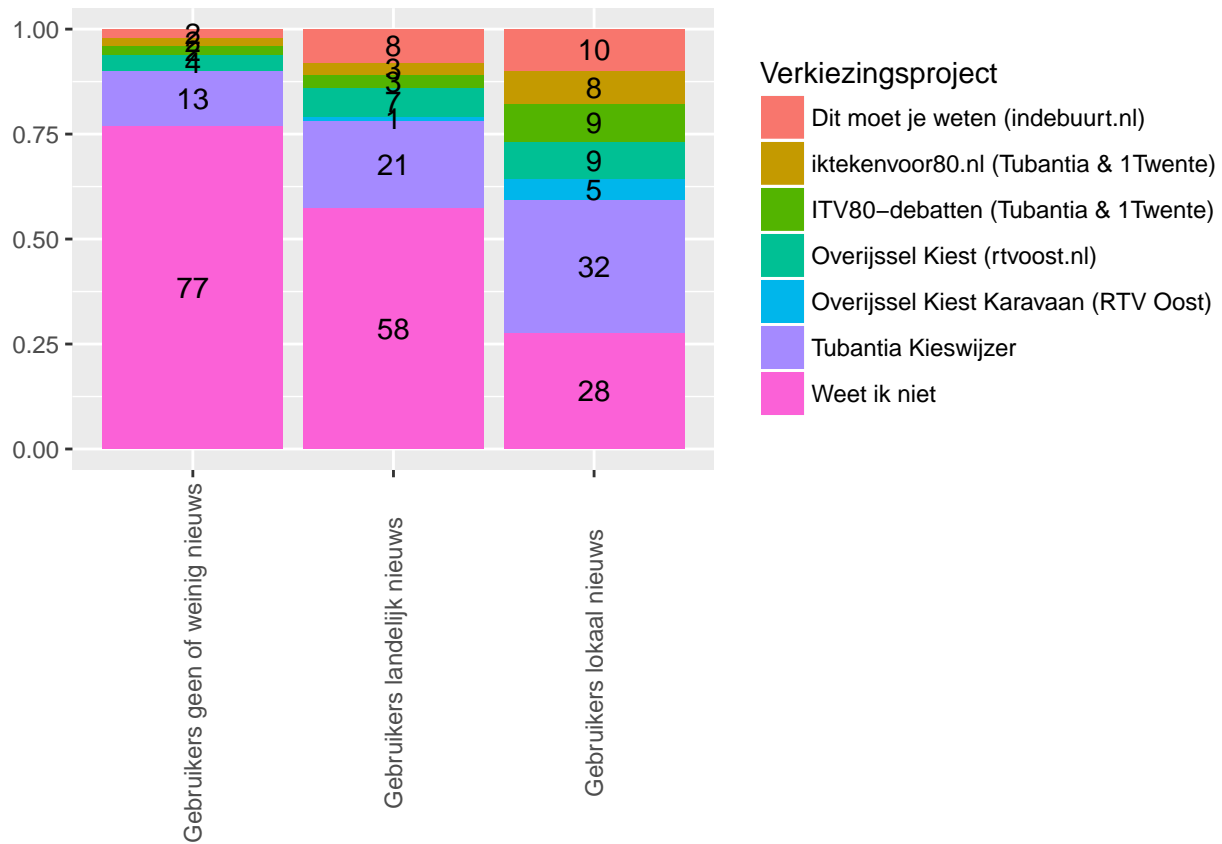
Media gebruik in aanloop naar de verkiezingen

In aanloop naar de verkiezingen verdriift Tubantia zelfs de NOS van de eerste plek als belangrijkste informatiebron voor de burgers van Enschede. Ook het huis-aan-huisblad wordt veelvuldig genoemd als bron van informatie rondom de verkiezingen en staat voor NU.nl op plaats drie. RTV Oost schuift een plek op en komt nu uit voor RTL Nieuws met zo'n 10 procent van de inwoners die het medium noemt als bron van informatie voor de verkiezingen.



De kiezer en de verkiezingsprojecten

Net als in de andere gemeenten zien we in Enschede dat vooral kiezers van lokaal nieuws kennis hebben van de diverse verkiezingsprojecten die zijn georganiseerd door de lokale en regionale media. Het aantal mensen dat bekend is met de projecten ligt beduidend hoger dan in andere gemeenten. Maar liefst 72 procent van de lezers van lokaal nieuws kent een van de projecten. Vooral de kieswijzer van Tubantia wordt hierbij genoemd. Bijna een derde van de mensen die lokaal nieuws tot zich nemen, heeft gehoord van dit project. Overigens ook nog steeds 13 procent van de mensen die geen of weinig nieuws volgen heeft van dit project gehoord. Dit percentage ligt bij de landelijke nieuwsgebruikers nog hoger, 21 procent. De andere projecten zijn minder bekend, maar nog steeds zegt zo'n 10 procent van de lokale nieuwsgebruikers te hebben gehoord van 'Dit moet je weten', 'Ik teken voor 80', 'ITV80-debatten', 'Overijssel Kiest' en de 'Overijssel Kiest Karavaan'. Dit laatste project is wel duidelijk minder bekend bij de kiezers in Enschede.

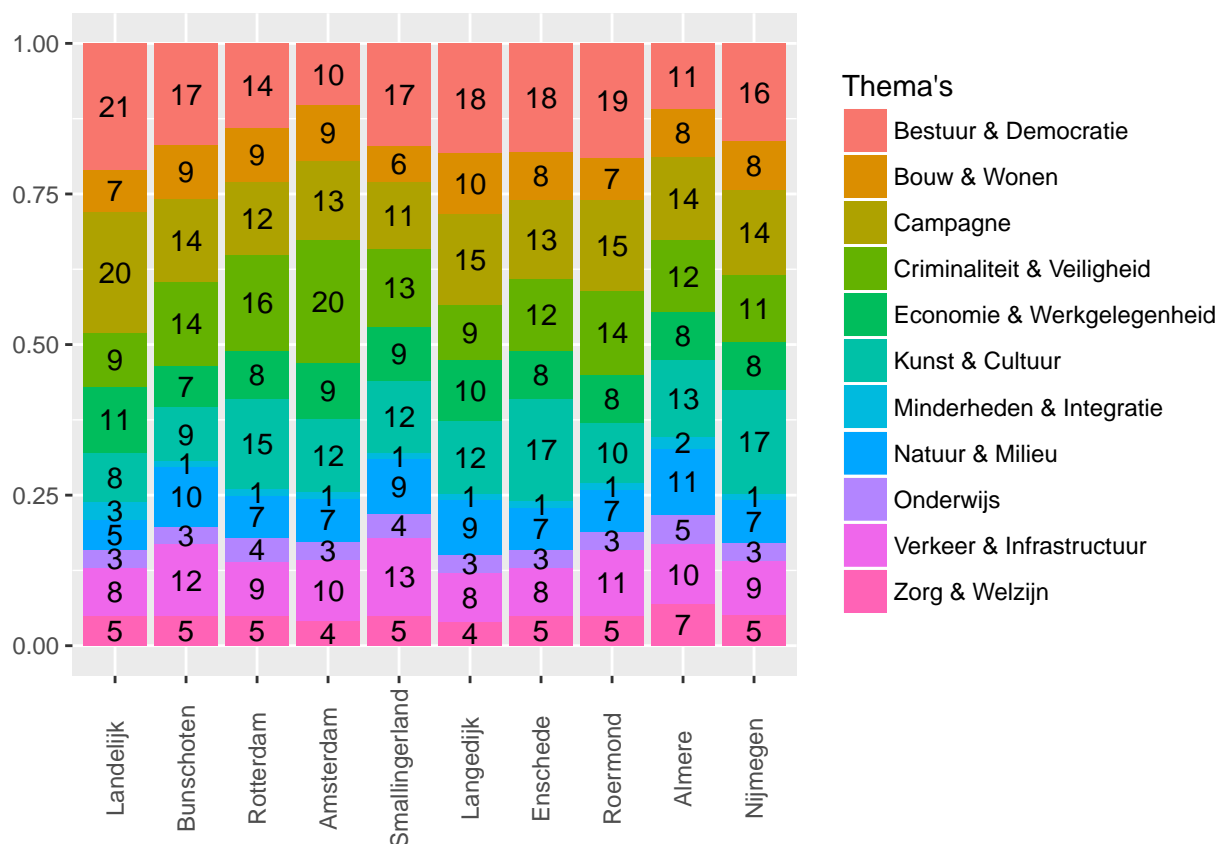


Thema's in het nieuws

Thema's in het landelijke nieuws vergeleken met de gemeenten

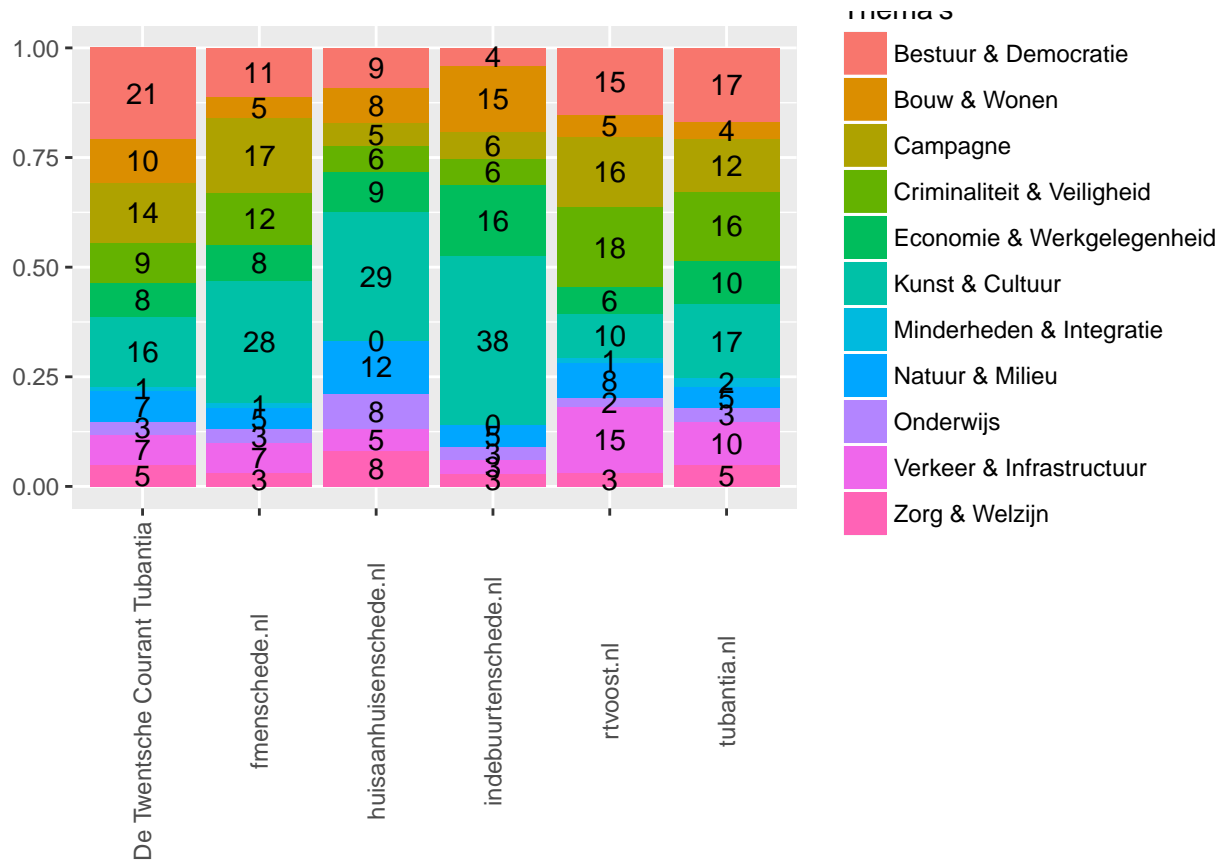
Het hete hangijzer in de stad, de plannen rond het nieuwe afvalbeleid Diftar, komt relatief weinig aan bod in de regionale en lokale media, getuige het lage percentage aandacht aan Natuur & Milieu. Al kan het zijn dat het dumpen van illegaal afval hier vooral wordt geframed als criminaliteit (wat onder het thema Criminaliteit en Veiligheid valt). Als er wel wordt bericht over Natuur & Milieu, wordt dit het meest gedaan door Huis-aan-Huis Enschede en RTV Oost.

Ook het andere hete hangijzer, de Economie, krijgt weinig aandacht in de media in verhouding tot andere thema's en in verhouding tot hoe belangrijk kiezers dit onderwerp vinden. [Indebuurt.nl/enschede](http://indebuurt.nl/enschede) besteedt het meeste aandacht aan dit onderwerp.



Thema's in de regionale- en lokale media

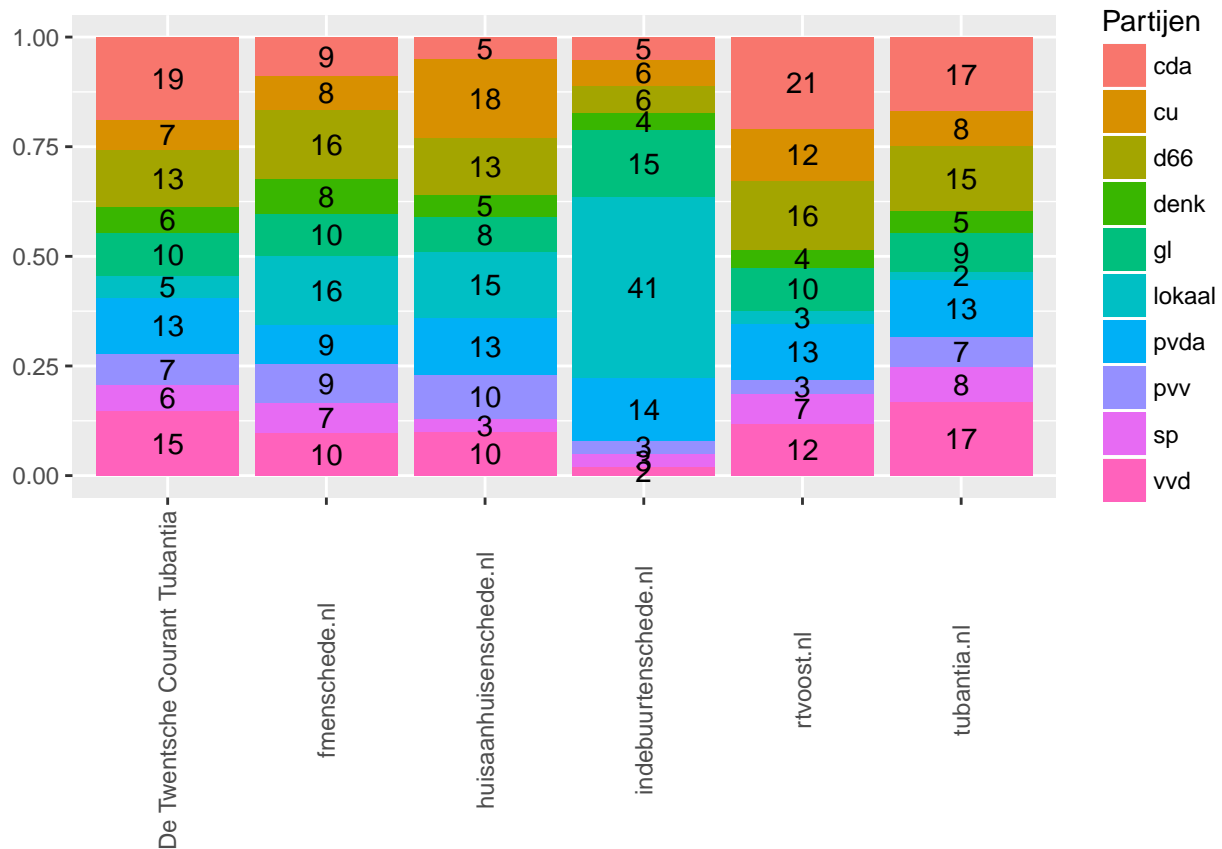
De onderlinge verschillen tussen de lokale media in Enschede zijn groot waar het aandacht voor diverse thema's betreft. Het thema Kunst & Cultuur domineert in de lokale media, waar aanzienlijk minder aandacht is er voor het thema Bestuur & Democratie. Deze onderwerpen krijgen juist in de regionale media vooral veel aandacht. Het thema Criminaliteit & Veiligheid krijgt ook in de regionale media Tubantia en RTV Oost relatief veel aandacht, al is dit thema ook groot in de berichtgeving van 1Twente Enschede (voorheen TV Enschede FM).



Partijen in het nieuws

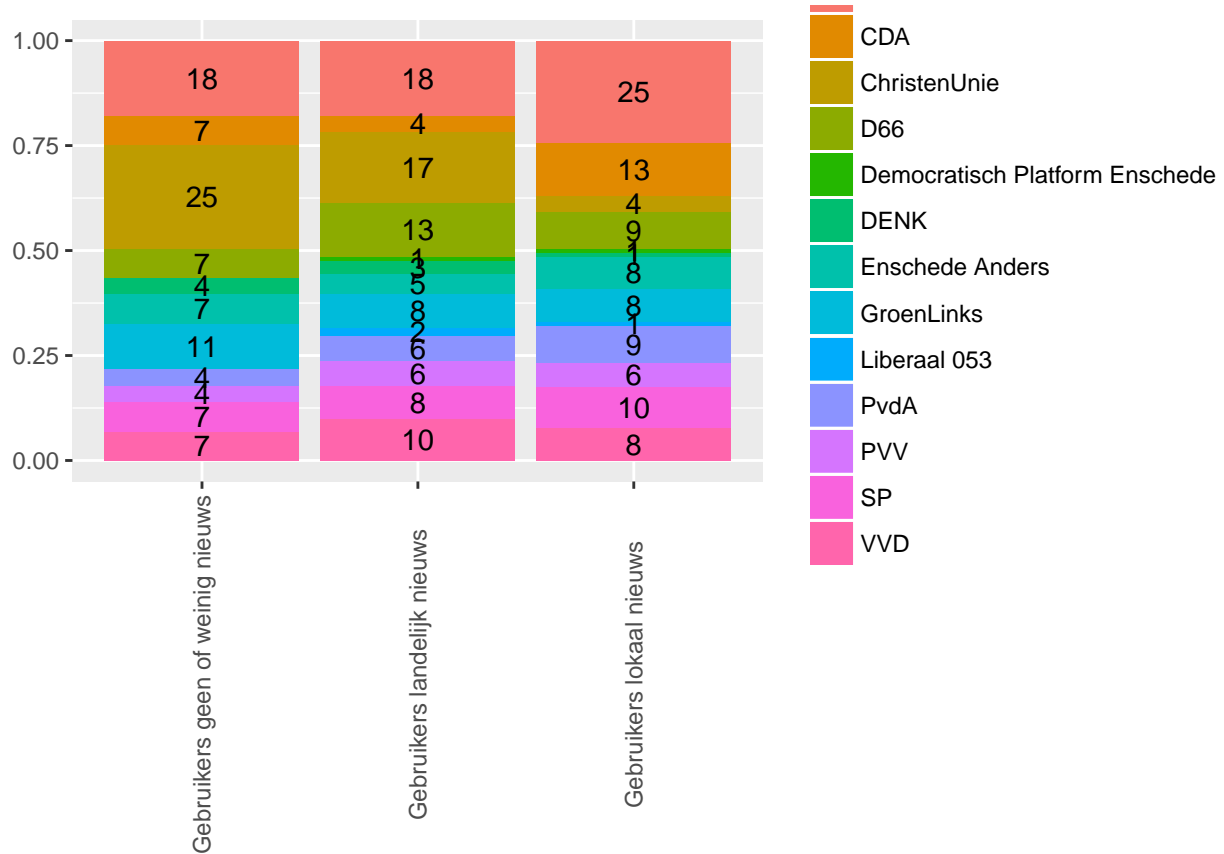
Burgerbelangen Enschede is de grootste partij geworden deze verkiezingen, maar in regionale en lokale media kregen de concurrenten D66, VVD, CDA, GroenLinks en PvdA allemaal meer aandacht. Alleen indebuurt.nl/enschede besteedt veel aandacht aan lokale partijen (41 procent). De nadruk op landelijke landelijke partijen wordt veroorzaakt door nationale nieuwsgebeurtenissen waarbij de partijen ook genoemd worden en waarover bericht wordt in de lokale media. Gezien het aantal stemmen dat Burgerbelangen kreeg, lijkt de discrepantie tussen de kiezer en de media-aandacht toch groot.

Opvallend is verder dat in de regionale media het CDA relatief de meeste aandacht kreeg ten opzichte van de andere politieke partijen. Opvallend, omdat de partij de tweede plek moet delen met D66 en VVD terwijl die partijen aanzienlijk minder aandacht kregen in de regionale media. In de lokale media krijgen zij wel weer meer aandacht dan het CDA. Tenslotte is het opvallend dat de ChristenUnie in Huis aan Huis Enschede de meeste aandacht krijgt van alle partijen.



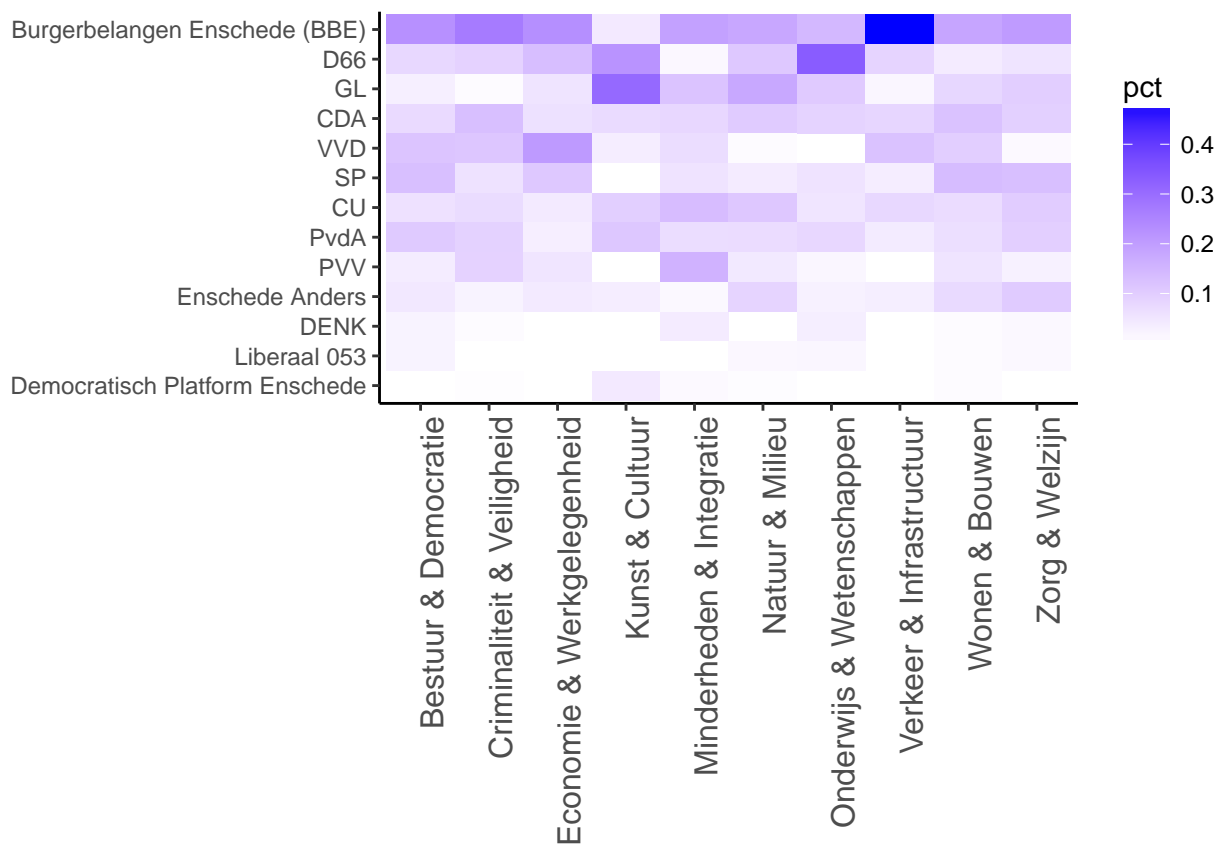
Stemgedrag van de kiezers

De verschillen tussen de diverse groepen nieuwsgebruikers in Enschede is opvallend groot. Lokale nieuwsgebruikers stemmen in Enschede veel vaker lokaal dan de andere groepen. Maar liefst een derde van de kiezers kiest lokaal, waarbij de stemmen vooral gingen naar Burger Belangen Enschede (25 procent). Opvallend is verder dat de kiezers die geen of weinig nieuws volgen in groten getale kiezen voor de ChristenUnie in Enschede. Aan de andere kant stemt deze groep ook relatief vaker GroenLinks dan de andere groepen nieuwsgebruikers.



Stemkeuze en belang van issues

Als die kiezers wordt gevraagd wie de problemen in de gemeente het beste kan oplossen, wijzen zij vooral naar Burger Belangen Enschede. Dit is met name het geval voor kiezers die zich druk maken om verkeer & infrastructuur en in mindere mate bij de kiezers waarvoor veiligheid een belangrijk thema is. Op het gebied van onderwijs noemen de kiezers eerder D66 dan de lokale partij en bij natuur en milieu krijgen zij geduchte concurrentie van GroenLinks. De VVD heeft samen met lokale partijen de beste plannen om de economie te laten groeien, aldus de kiezers. In het licht van deze gegevens is het dus niet verrassend dat Burgerbelangen Enschede de grootste partij is geworden (7 zetels) en GroenLinks winst boekt (van 3 naar 4 zetels).



Facebookgebruik door politieke partijen

Door 7 zetels te behalen, troefde Burgerbelangen Enschede landelijke partijen als D66 (5 zetels), PvdA (4 zetels), CDA (4 zetels) en VVD (4 zetels) af, maar de Facebook-cijfers lijken geen graadmeter voor dit succes. Hoewel de partij wel de meeste volgers kent, en pas op afstand wordt gevolgd door de andere partijen, krijgen de berichten die men plaatst niet veel meer likes, shares of comments.

D66 en GroenLinks zijn het meest actief wat betreft het aantal berichten, maar deze partijen krijgen niet de meeste respons in termen van likes, shares en comments. Dat is vooral weggelegd voor DENK. De nieuwkomer, die één zetel haalde, heeft minder volgers dan Burgerbelangen en de meeste traditionele partijen, maar DENK-berichten worden wel meer gedeeld. Dit geldt ook voor de PvdA.

Medium	aantal posts	gem.likes	gem.shares	gem.comments	Aantal volgers	interactie
D66 Enschede	74	8	3	1	634	1.40
ChristenUnie Enschede	46	13	3	1	292	2.68
Burgerbelangen Enschede	46	17	5	2	3133	0.35
DENK Enschede	31	24	3	1	459	1.89
VVD Enschede	49	18	6	6	528	2.78
PvdA Enschede	30	23	11	4	722	1.58
GroenLinks Enschede	73	10	2	1	284	3.34
PVV Enschede	43	18	9	3	449	2.87
Liberaal053	22	1	1	0	148	0.30
SP Enschede	33	11	3	1	234	2.12
EnschedeAnders	17	11	3	1	230	1.11
CDA Enschede	10	5	2	0	322	0.22

Facebookgebruik door lokale media

De Twentsche Courant Tubantia is het medium waarvan Enschedeërs de meeste berichten in hun tijdlijn konden zien, gevolgd door RTV Oost. De regionale omroep krijgt per bericht wel meer respons van hun publiek, maar heeft met 126 duizend volgers ook een ‘achterban’ die ruim twee keer zo groot is als die van Tubantia.

Medium	aantal posts	gem.likes	gem.shares	gem.comments	Aantal volgers
Indebuurt Enschede	272	19	3	18	7699
Tubantia	618	55	9	30	54218
1Twente Enschede	274	10	2	4	6001
RTV Oost	497	66	17	48	126813