

# **Blik op regionaal nieuws**

Een onderzoek, onder abonnees van De Twentsche Courant Tubantia, naar de interesse in regionaal nieuws en de factoren die hierop van invloed zijn.

**Afstudeerscriptie voor de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap,  
Universiteit Twente, Enschede**

Auteur: A.J. IJmker  
Datum: 26 oktober 2005  
Afstudeercommissie: Dr. R.F. Klaassen  
Drs. J. Bartels  
Opdrachtgever: De Twentsche Courant Tubantia  
Bedrijfsbegeleider: A. Vis

## Samenvatting

Het is voor kranten belangrijk om aan te sluiten bij de wensen en behoeften van de lezers, omdat alleen op die manier kranten verkocht kunnen worden. De dagbladjournalist moet zich dus niet alleen afvragen wat nieuws is, maar ook of dit nieuws voor de lezers van belang is.

Regionale informatievoorziening is een belangrijk concurrentievoordeel van De Twentsche Courant Tubantia (DTCT) ten opzichte van landelijke kranten. In opdracht van DTCT is een onderzoek uitgevoerd naar de interesse in regionaal nieuws en de factoren die hierop van invloed zijn, om zodoende het product (de krant) toe te spitsen op de behoeften van haar lezers.

Op basis van literatuuronderzoek zijn een viertal hypothesen opgesteld, met betrekking tot de invloed van een aantal factoren op de interesse in regionaal nieuws;

1. Absoluut interessante onderwerpen (dood, gevaar, macht, seks, geld (in grote hoeveelheden), vernietiging, chaos, romantiek, ziekte en vele andere kwesties van dit type) worden interessanter gevonden dan niet absoluut interessante onderwerpen.
2. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt af, naarmate de geografische afstand van de eigen woonplaats tot deze plaats toeneemt.
3. De interesse in nieuws uit andere plaatsen binnen de regio neemt af, naarmate de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats toeneemt.
- 4a. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de 'gevoelsmatige binding' met die plaats toeneemt.
- 4b. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de 'actieve binding' met die plaats toeneemt.

Deze hypothesen zijn door middel van een kwantitatief onderzoek onder abonnees van DTCT getoetst. Het onderzoeksdesign had de vorm van een quasi-experiment. Er zijn acht verschillende vragenlijsten ontworpen; vier vragenlijsten voor inwoners van een stedelijke gemeente en vier vragenlijsten voor inwoners van een plattelandsgemeente. Deze vragenlijsten waren in principe gelijk, alleen de plaatsnaam waar elke vraag betrekking op had varieerde. De vragenlijsten zijn online verstuurd, aangezien DTCT beschikt over de emailadressen van een groot aantal abonnees. Van de ingevulde vragenlijsten waren er uiteindelijk 431 bruikbaar.

Uit de onderzoeksresultaten kan worden geconcludeerd dat alle onderzochte factoren (absolute interesse, geografische afstand, urbanisatiegraad en binding) van invloed zijn op de interesse in regionaal nieuws. Nieuws over absoluut interessante onderwerpen wordt interessanter gevonden, dan nieuws over niet absoluut interessante onderwerpen. Nieuws uit plaatsen die dicht bij de eigen woonplaats liggen wordt interessanter gevonden, dan nieuws uit plaatsen die verder weg liggen. Nieuws uit omliggende plaatsen wordt door inwoners van een plattelandsgemeente interessanter gevonden, dan door inwoners van een stedelijke gemeente. Nieuws uit plaatsen waarmee men zich

verbonden voelt wordt interessanter gevonden, dan nieuws uit plaatsen waarmee men zich niet verbonden voelt. Nieuws uit plaatsen waar men vaker komt voor het verrichten van activiteiten wordt interessanter gevonden, dan nieuws uit plaatsen waar men minder vaak komt.

Geografische afstand, urbanisatiegraad, gevoelsmatige binding en actieve binding hangen echter ook onderling voor een deel met elkaar samen. Wanneer we vervolgens kijken naar de gezamenlijke invloed van geografische afstand, urbanisatiegraad, gevoelsmatige binding en actieve binding op de interesse in regionaal nieuws, blijkt gevoelsmatige binding de belangrijkste verklarende variabele te zijn.

## Summary

It is important for newspapers to connect with the needs and wishes of the readers, because only this way newspapers can be sold. The newspaper journalist must therefore not only decide what news is, but also whether this news is important for the readers.

Regional news supply is an important competitive advantage of the Dutch regional newspaper "De Twentsche Courant Tubantia" (further referred to as DTCT) compared to national newspapers. Under the authority of DTCT research has been carried out into the interest in regional news and the factors that influence this interest, in order to connect the product (the newspaper) with the needs and wishes of the readers.

According to several theories on factors that influence the interest in regional news, the following four hypotheses have been composed:

1. Absolute interesting subjects (dead, danger, power, sex, money (in large quantities), destruction, chaos, romance, decess, and many other concepts and issues of this type) are more interesting than non-absolute interesting subjects.
2. The interest in news concerning a certain town/ village within the region decreases, when the geographical distance from the place of residence to this town/ village increases.
3. The interest in news from a certain town/ village within the region decreases, when the urbanisation degree of the place of residence increases.
- 4a. The interest in news from a certain place within the region increases, when the affective attachment with this place increases.
- 4b. The interest in news from a certain place within the region increases, when the active attachment with this place increases.

These hypotheses have been tested by means of a quantitative research among DTCT subscribers. The research design was quasi-experimental. Eight different questionnaires were designed; four questionnaires for inhabitants of an urban municipality and four questionnaires for inhabitants of a rural municipality. The questions in the eight questionnaires were equal, except for the name of the town or village where each question was related to. The questionnaires were sent online, since DTCT have the email addresses of a large number of subscribers. Eventually 431 of the completed forms were found to be usable.

The results of this research show that all the examined factors (absolute interest, geographical distance, urbanisation degree and attachment) are of influence on the interest in regional news. News concerning absolute interesting subjects, is found more interesting than news concerning non-absolute subjects. News concerning towns/ villages near the place of residence, is found more interesting than news concerning towns/ villages which are situated further away. Inhabitants of an urban municipality find news from neighbouring towns/ villages less interesting, than inhabitants of a

rural municipality. News concerning towns/ villages with which one feels attached to, is found more interesting than news concerning towns/ villages with which one does not feel attached to. News concerning towns/ villages where one undertakes activities often, is found more interesting than news concerning towns/ villages where one undertakes activities less often.

However, geographical distance, urbanisation degree, affective attachment and active attachment are also partly linked to each other. When we look at the combined influence of geographical distance, urbanisation degree, affective attachment and active attachment on the interest in regional news, affective attachment proves to be the most important explanatory variable.

## Voorwoord

Mijn afstudeerperiode ligt (bijna) achter de rug. Een periode waaraan ik later waarschijnlijk met weemoed terug zal denken, maar op het moment van schrijven ben ik ontzettend blij dat ik deze periode (bijna) heb afgesloten!

Voor u ligt de scriptie, waarmee ik mijn studie Toegepaste Communicatiewetenschap aan de Universiteit Twente afrond. In deze scriptie beschrijf ik het onderzoek dat ik heb uitgevoerd, in opdracht van De Twentsche Courant Tubantia (DTCT), naar de interesse in regionaal nieuws.

Op deze plaats wil ik graag iedereen bedanken die mij bij het afstuderen geholpen heeft. In het bijzonder Rob Klaassen en Jos Bartels voor de begeleiding vanuit Universiteit Twente en André Vis voor de begeleiding vanuit DTCT. Tevens wil ik alle andere (ex-)collega's van DTCT, die mij op enigerlei wijze geholpen hebben, bedanken. Tot slot wil ik mijn ouders bedanken voor hun steun tijdens mijn afstuderen. Ik kon (kan) altijd bij jullie terecht!

Anouk IJmker

Enschede, oktober 2005

# Inhoudsopgave

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Inleiding.....</b>                                 | <b>9</b>  |
| 1.1      | De positie van de (regionale) krant in Nederland..... | 9         |
| 1.1.1    | Oplage.....   | 10        |
| 1.1.2    | Advertentie-inkomsten.....                            | 10        |
| 1.1.3    | Concurrentie andere (nieuws)media.....                | 11        |
| 1.1.4    | Ontlezing.....  | 11        |
| 1.2      | De Twentsche Courant Tubantia.....                    | 12        |
| 1.2.1    | Het bedrijf.....                                      | 12        |
| 1.2.2    | De krant.....   | 13        |
| 1.3      | Aanleiding.....                                       | 13        |
| 1.4      | Doelstelling & Probleemstelling.....                  | 14        |
| 1.4.1    | Doelstelling.....                                     | 14        |
| 1.4.2    | Probleemstelling.....                                 | 14        |
| 1.5      | Vooruitblik.....                                      | 14        |
| <b>2</b> | <b>Theoretisch kader.....</b>                         | <b>15</b> |
| 2.1      | Nieuws.....   | 15        |
| 2.2      | Onderwerp.....  | 16        |
| 2.3      | Afstand.....  | 17        |
| 2.4      | Urbanisatiegraad.....                                 | 18        |
| 2.5      | Binding.....  | 20        |
| 2.6      | Hypotheses.....                                       | 21        |
| <b>3</b> | <b>Onderzoeksopzet.....</b>                           | <b>22</b> |
| 3.1      | Methode van onderzoek.....                            | 22        |
| 3.2      | Onderzoeksontwerp.....                                | 22        |
| 3.2.1    | Interesse domeinen.....                               | 22        |
| 3.2.2    | Absoluut interessant.....                             | 23        |
| 3.2.3    | Urbanisatiegraad.....                                 | 23        |
| 3.2.4    | Geografische afstand.....                             | 23        |
| 3.2.5    | Binding.....  | 24        |
| 3.2.6    | Schematische weergave onderzoeksontwerp.....          | 25        |
| 3.3      | Vooronderzoek.....                                    | 26        |
| 3.3.1    | Methode vooronderzoek.....                            | 26        |
| 3.3.2    | Respons vooronderzoek.....                            | 27        |
| 3.3.3    | Resultaten vooronderzoek.....                         | 27        |
| 3.4      | Onderzoeksinstrument.....                             | 28        |
| 3.4.1    | Vraag 1-16 van de vragenlijst.....                    | 29        |
| 3.4.2    | Vraag 17 van de vragenlijst.....                      | 29        |
| 3.4.3    | Vraag 18-19 van de vragenlijst.....                   | 29        |
| 3.4.4    | Vraag 20 van de vragenlijst.....                      | 30        |
| 3.4.5    | Vraag 21-25 van de vragenlijst.....                   | 30        |
| 3.5      | Procedure.....  | 31        |
| 3.6      | Respons.....  | 32        |
| 3.7      | Analysemethoden.....                                  | 33        |

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>4</b> | <b>Resultaten .....</b>  | <b>35</b> |
| 4.1      | Resultaten interesse artikelen.....                                      | 35        |
| 4.2      | Resultaten mate van verbondenheid .....                                  | 36        |
| 4.3      | Resultaten activiteiten/ bezigheden .....                                | 38        |
| 4.4      | Resultaten interesse onderwerpen .....                                   | 40        |
| 4.5      | Resultaten interesse domeinen.....                                       | 41        |
| 4.6      | Resultaten hypothese 1 (absoluut interessant).....                       | 42        |
| 4.7      | Resultaten hypothese 2 (geografische afstand) .....                      | 45        |
| 4.7.1    | De invloed van geografische afstand op de interesse in artikelen.....    | 45        |
| 4.7.2    | De invloed van geografische afstand op de interesse in onderwerpen ..... | 45        |
| 4.8      | Resultaten hypothese 3 (urbanisatiegraad).....                           | 46        |
| 4.8.1    | De invloed van urbanisatiegraad op de interesse in artikelen .....       | 46        |
| 4.8.2    | De invloed van urbanisatiegraad op de interesse in onderwerpen .....     | 46        |
| 4.9      | Resultaten hypothese 4 (binding) .....                                   | 47        |
| 4.9.1    | De invloed van gevoelsmatige binding op de interesse in artikelen .....  | 47        |
| 4.9.2    | De invloed van gevoelsmatige binding op de interesse in onderwerpen..... | 48        |
| 4.9.3    | De operationalisering van actieve binding .....                          | 49        |
| 4.9.4    | De invloed van actieve binding op de interesse in artikelen .....        | 50        |
| 4.9.5    | De invloed van actieve binding op de interesse in onderwerpen.....       | 51        |
| 4.10     | Resultaten gezamenlijke invloed van de factoren.....                     | 52        |
| <b>5</b> | <b>Conclusies en aanbevelingen .....</b>                                 | <b>55</b> |
| 5.1      | Conclusie hypothese 1 (absoluut interessant).....                        | 55        |
| 5.2      | Conclusie hypothese 2 (geografische afstand).....                        | 56        |
| 5.3      | Conclusie hypothese 3 (urbanisatiegraad) .....                           | 56        |
| 5.4      | Conclusie hypothese 4 (binding).....                                     | 57        |
| 5.5      | Aanbevelingen DTCT.....  | 57        |
| 5.5.1    | Nieuws over een bepaald onderwerp.....                                   | 57        |
| 5.5.2    | Nieuws uit een bepaalde plaats .....                                     | 58        |
| 5.5.3    | Nieuws op maat.....  | 59        |
| <b>6</b> | <b>Discussie.....</b>  | <b>60</b> |
|          | <b>Literatuur.....</b>   | <b>62</b> |
|          | <b>Internetbronnen .....</b>   | <b>65</b> |
|          | <b>Bijlagen.....</b>   | <b>66</b> |

# 1 Inleiding

De krant staat aan alle kanten onder druk; teruglopende oplage, daling van advertentie-inkomsten, toenemende concurrentie van andere (nieuws)media en ontleding zijn ontwikkelingen waarmee alle Nederlandse kranten te kampen hebben (zie bijvoorbeeld Bakker, 2004; Beekman, van de Woestijne & Lugt, 2004; Broersma, 2003; Evers, 2002; Hollander, Vergeer & Verschuren, 1993; van Hoof, 2000). Daarnaast is een specifiek probleem voor regionale dagbladen de groeiende mobiliteit van mensen en een verminderde betrokkenheid bij de eigen leefomgeving (Broersma, 2003). Dit alles vereist van een regionaal dagblad een actievere opstelling. Want, zo stelt Broersma (2003), een regionaal dagblad kan er veel minder dan voorheen voetstoots vanuit gaan dat de lezer geïnteresseerd is in nieuws uit de regio, omdat het in zijn regio heeft plaatsgevonden. Dit betekent dat de dagbladjournalist zich niet alleen zal moeten afvragen wat nieuws is, maar ook of dit nieuws voor de lezers van belang is. Uitgevers moeten hun product aanpassen aan de eisen van deze tijd. Zij dienen de overstap te maken van een massaproduct naar een vraaggestuurd product.

Eén van de dagbladuitgevers in Nederland is het bedrijf De Twentsche Courant Tubantia B.V. Zij geeft een regionaal dagblad uit onder de titel De Twentsche Courant Tubantia. In opdracht van dit bedrijf is een onderzoek uitgevoerd naar de interesse van haar lezers in regionaal nieuws, om zodoende het product (de krant) toe te spitsen op de behoeften van haar lezers. Deze scriptie is een verslag van dit onderzoek.

In dit hoofdstuk wordt in paragraaf 1.1 allereerst een korte schets gegeven van de ontwikkelingen op de dagbladenmarkt. In paragraaf 1.2 volgt een beschrijving van De Twentsche Courant Tubantia, als bedrijf en als regionaal dagblad. Vervolgens komt de aanleiding (paragraaf 1.3) en de probleemstelling (paragraaf 1.4) van het onderzoek aan bod en tot slot volgt in paragraaf 1.5 een vooruitblik op de rest van deze scriptie.

## 1.1 De positie van de (regionale) krant in Nederland

Momenteel verschijnen in Nederland 31 dagbladen; zeven landelijke, achttien regionale, vier specialistische en twee gratis dagbladen (Bron: Persmediamonitor). Landelijke dagbladen zijn dagbladen die als hun verspreidingsgebied heel Nederland hebben en meer dan regionale dagbladen gericht zijn op zaken van nationaal of internationaal belang (van Neerven, 1991). Regionale dagbladen worden verspreid in een beperkt geografisch gebied en leveren redactionele en advertentionele informatie die meer toegespitst is op de regio, maar ook zaken van nationaal en internationaal belang komen aan de orde (van Neerven, 1991). Specialistische dagbladen specialiseren zich op een bepaald segment van de nieuwsstroom (Kussendragers & van der Lugt, 2002). Het Financieele Dagblad, het Agrarisch Dagblad, Cobouw en de Nederlandse Staatscourant, zijn de vier specialistische dagbladen in Nederland. Gratis dagbladen zijn de Metro en Spits, die in 1999 voor het eerst verschenen in het openbaar vervoer (Bron: Persmediamonitor).

### 1.1.1 Oplage

De oplage van de landelijke en regionale dagbladen is vanaf 1998 gestaag gedaald (zie tabel 1.1). De regionale dagbladen zijn naar verhouding zwaarder getroffen door de oplagedaling, dan de landelijke dagbladen (Bakker, 2004; Beekman, van de Woestijne & Lugt, 2004; Broersma, 2003; Evers, 2002).

Tabel 1.1 Dagbladoplage (\*1000) 1998 – 2004

| Jaar | Totaal | Landelijk | Regionaal |
|------|--------|-----------|-----------|
| 1998 | 4.419  | 1.982     | 2.437     |
| 1999 | 4.374  | 1.969     | 2.405     |
| 2000 | 4.273  | 1.960     | 2.363     |
| 2001 | 4.255  | 1.924     | 2.331     |
| 2002 | 4.193  | 1.889     | 2.304     |
| 2003 | 4.092  | 1.833     | 2.259     |
| 2004 | 3.956  | 1.772     | 2.184     |

Bronnen: [www.cebuc.nl](http://www.cebuc.nl), [www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl), [www.persmediamonitor.nl](http://www.persmediamonitor.nl)

In het licht van maatschappelijke ontwikkelingen als bevolkingsgroei, onderwijsexpansie, welvaartsstijging en huishoudenverdunning, stuk voor stuk ontwikkelingen die een grotere vraag hadden mogen doen vermoeden, is de dalende oplage van dagbladen extra opmerkelijk (Huysmans, de Haan & van den Broek, 2004).

Nu de oplages in snel tempo teruglopen, krijgen uitgevers en redacties steeds meer belangstelling voor de wensen van de lezer (Broersma, 2003).

### 1.1.2 Advertentie-inkomsten

Sinds eind 2001 de economie inzakte, zijn de inkomsten uit advertenties stevig gedaald (Broersma, 2003). De daling van de advertentie-inkomsten in absolute zin lijkt een conjunctureel gegeven, aldus Beekman, van de Woestijne & Lugt (2004). Eens in de zoveel tijd leidt een laagconjunctuur tot lagere advertentiebudgetten. Ook de bijbehorende dip op de arbeidsmarkt speelt een belangrijke rol, waardoor minder personeelsadvertenties geplaatst hoeven te worden. Daarnaast, stellen Beekman, van de Woestijne & Lugt (2004), hebben aanbieders van dagbladen te maken met een daling in de groei van de advertentie-inkomsten, die het gevolg is van toenemende concurrentie van andere media. Ook Evers (2002) constateert dat adverteerders steeds meer keuze hebben tussen verschillende media om hun product aan te prijzen.

Tegenover de stagnerende advertentie-inkomsten staan de stijgende kosten. Zo hebben krantenuitgevers onder meer te maken met een stijgende papierprijs en nemen de kosten voor bezorging en het werven van abonnees en adverteerders toe (Evers, 2002; Kussendrager & van der Lugt, 2002).

### **1.1.3 Concurrentie andere (nieuws)media**

Niet alleen adverteerders, maar ook consumenten hebben keuze tussen steeds meer verschillende media. Het media-aanbod in Nederland is sinds 1975 namelijk sterk gegroeid (Huysmans, de Haan & van den Broek, 2004). De consument zoekt tegenwoordig dan ook steeds vaker via verschillende media de informatie bij elkaar, die hij/ zij nodig heeft (Broersma, 2003). Met name 'gratis' media als huis-aan-huisbladen, radio, televisie en internet lijken in dit opzicht steeds meer concurrenten van de dagbladen te worden stelt Broersma (2003). Beekman, van de Woestijne & Lugt (2004) wijzen in dit verband op een verandering in de houding van de nieuwsconsument ten opzichte van het betalen voor kranten. De consumenten krijgen namelijk steeds meer het gevoel dat informatie zoals de krant die brengt, gratis behoort te zijn.

Evers (2002) constateert dat het moeilijk is om aan te tonen dat andere media de functie van dagbladen overnemen en er dus sprake is van het verschijnsel substitutie. Want, zo stelt hij, een afname van het krantengebruik kan immers ook het gevolg zijn van de toegenomen tijdsdruk in de afgelopen jaren. Mediagebruik is afhankelijk van het aantal vrij te besteden uren per week (zie bijvoorbeeld Breedveld & van den Broek, 2001; Broersma, 2003; Evers, 2002; Knulst, 2001). Terwijl mensen steeds meer willen doen in hun leven, is de tijd die zij hiervoor tot hun beschikking hebben sterk afgenomen. Broersma (2003) constateert dan ook dat vrije tijd wordt versnipperd over meerdere activiteiten, die bovendien steeds vaker worden gecombineerd. De krant leent zich hiervoor slecht, stelt Broersma (2003), want zij is voor de meeste mensen meer inspanning dan ontspanning en laat zich moeilijk combineren met andere bezigheden.

### **1.1.4 Ontlezing**

Nederlanders zijn de afgelopen decennia steeds minder gaan lezen in kranten, tijdschriften en/of boeken (Broersma, 2003; Huysmans, de Haan & van den Broek, 2004; Knulst, 2001). In de jaren zestig zette met de opkomst van de televisie een neerwaartse trend in, die niet meer omhoog. In 1975, toen de televisie overal was ingeburgerd, werd nog maar dertien procent (6,1 uur per week) van de vrije tijd aan lezen besteed. Uit het laatst gehouden onderzoek in 2000, bleek dat percentage nog verder te zijn gedaald tot negen procent. Nog maar 3,9 uur per week werd doorgebracht met een krant, tijdschrift of boek.

Minder lezen (in krant, tijdschrift of boek) is vooral het gevolg van minder lezers en maar voor een klein deel het gevolg van een geringere leestijd onder lezers, concluderen Huysmans, de Haan & van den Broek (2004). Volgens hen kan in het algemeen dan ook worden gesteld dat niet zozeer de leestijd van de lezers per type gedrukte media daalde, maar het aantal lezers. Deze stelling correspondeert met de dalende oplagecijfers.

Tot zover de ontwikkelingen op de dagbladenmarkt. Nu volgt een korte beschrijving van De Twentsche Courant Tubantia, als bedrijf en als regionaal dagblad.

## 1.2 De Twentsche Courant Tubantia

### 1.2.1 Het bedrijf

Eén van de dagbladuitgevers in Nederland is het bedrijf De Twentsche Courant Tubantia B.V. Sinds begin jaren negentig onderdeel van Wegener N.V., één van de grootste mediaconcerns van Nederland. In totaal werken er ongeveer 350 medewerkers bij De Twentsche Courant Tubantia B.V. Het hoofdkantoor is gevestigd in Enschede en daarnaast zijn er zeven regiokantoren, die gevestigd zijn in Enschede, Hengelo, Almelo, Nijverdal, Oldenzaal, Haaksbergen en Eibergen. Voor enkele tientallen verslaggevers fungeren deze regiokantoren als uitvalsbasis.

Deze uitgeverij geeft in de regio Twente en een deel van Salland en de Achterhoek een regionaal dagblad uit onder de titel De Twentsche Courant Tubantia (DTCT). In het jaar 2004 was de totaal verspreide oplage 133.947 kranten, waarmee zowel de abonnees als de losse verkoop wordt bedoeld. Ook DTCT ondervindt de laatste jaren een dalende oplage (zie tabel 1.2).

Tabel 1.2 Oplage De Twentsche Courant Tubantia (\*1000) 1998 – 2004

| Jaar | DTCT |
|------|------|
| 1998 | 142  |
| 1999 | 141  |
| 2000 | 138  |
| 2001 | 138  |
| 2002 | 138  |
| 2003 | 136  |
| 2004 | 134  |

Bronnen: [www.cebuc.nl](http://www.cebuc.nl), [www.HOI-online.nl](http://www.HOI-online.nl), [www.persmediamonitor.nl](http://www.persmediamonitor.nl)

Door de werving van nieuwe abonnees en het behoud van bestaande abonnees probeert DTCT de oplagedaling tegen te gaan. De activiteiten waren in eerste instantie voornamelijk gericht op het werven van nieuwe abonnees, maar de laatste jaren heeft het behoud van bestaande abonnees steeds meer aandacht gekregen. DTCT probeert dit laatste op twee verschillende manieren te realiseren. Ten eerste door binding van de lezer aan de krant door middel van loyaliteitsprogramma's. Zo biedt DTCT (in samenwerking met het bedrijfsleven) haar abonnees wekelijks speciale voordeelaanbiedingen. Tevens organiseert DTCT geregeld speciale lezersactiviteiten op het gebied van sport, cultuur en recreatie. Een tweede mogelijkheid om abonnees te behouden is door middel van onderzoek het product (de krant) toe te spitsen op de behoeften en wensen van de lezers.

### **1.2.2 De krant**

DTCT is opgebouwd uit verschillende delen, katernen genaamd. Op de meeste dagen bestaat de krant uit vier katernen, op zaterdag zelfs acht. Het eerste katern bevat nieuws uit binnen- en buitenland en het belangrijkste nieuws uit de regio. Het tweede katern bestaat uit regionaal nieuws. Het derde katern is in het bijzonder gewijd aan sport en het bevat ook de pagina's met economisch nieuws en de beursberichten. Het vierde katern is een bijlage die elke dag een ander onderwerp beslaat. Op zaterdag zijn er meerdere bijlagen toegevoegd. Sinds april 2004 verschijnt DTCT ook op zondag en dan op half formaat, ook wel tabloid genoemd.

Omdat de DTCT een regionale krant is, wordt de nadruk gelegd op het regionale nieuws. Per krant wordt een katern hieraan gewijd, zoals hiervoor beschreven is dit het tweede katern, het zogenaamde regiokatern. DTCT heeft een fijnmazig editiestelsel (zie bijlage 1) ingevoerd om het regiokatern zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de lezers uit de verschillende gemeenten in de regio. Redactioneel zijn er dan ook dertien verschillende edities te onderscheiden; elf hoofdedities en twee subedities door wissels in Nijverdal/Rijssen en Neede/Winterswijk. Elke editie bevat nieuws dat specifiek is toegesneden op de plaatsen die binnen die editie vallen. Dit editiestelsel is echter jaren geleden ontwikkeld en met het oog op maatschappelijke ontwikkelingen als toenemende mobilisering en gemeentelijke herindelingen, is het de vraag of deze edities nog steeds gehandhaafd moeten worden.

DTCT streeft ernaar zowel in de gehele krant, als in het regiokatern, een breed scala aan onderwerpen aan bod te laten komen. Hierbij hanteert zij een indeling van alle onderwerpen in vier verschillende domeinen; Mens & Maatschappij, Bestuur & Beheer, Economie & Financiën en Sport & Recreatie. Het is echter de vraag of de lezer in alle vier domeinen in gelijke mate is geïnteresseerd.

Sinds mei 1998 verschijnt DTCT niet alleen in gedrukt vorm, maar ook op internet. Ook op de website van DTCT ([www.tctubantia.nl](http://www.tctubantia.nl)) staat het regionale nieuws centraal.

### **1.3 Aanleiding**

Regionale informatievoorziening is een belangrijk concurrentievoordeel van DTCT ten opzichte van landelijke kranten. Dit betekent dat het regiokatern van DTCT moet aansluiten op de informatie-behoefte en interesse van de lezer in de regio. DTCT gaat ervan uit dat de lezer altijd geïnteresseerd is in nieuws uit de eigen woonplaats (lokaal nieuws). Maar in hoeverre is de lezer geïnteresseerd in nieuws buiten de eigen woonplaats (regionaal nieuws)? In welke onderwerpen uit welke plaatsen (anders dan de eigen woonplaats) zijn de lezers van DTCT geïnteresseerd en welke onderwerpen uit welke plaatsen moeten dientengevolge worden behandeld in het regiokatern van DTCT? Zoals eerder aangegeven heeft DTCT het editiestelsel ingevoerd om het regiokatern zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de lezers uit de verschillende gemeenten in de regio. Bij DTCT is echter de vraag ontstaan of de selectie van het regionale nieuws, aan de hand van het editiestelsel, nog wel overeenkomt met

de interesse van de lezers in regionaal nieuws. Naar aanleiding hiervan wordt een onderzoek uitgevoerd naar de interesse in regionaal nieuws en de factoren die hierop van invloed zijn.

## **1.4 Doelstelling & Probleemstelling**

### **1.4.1 Doelstelling**

Het doel van dit onderzoek is om de factoren die van invloed zijn op de interesse in regionaal nieuws in beeld te brengen. Aan de hand hiervan kunnen vervolgens aanbevelingen worden gedaan met betrekking tot het regionale nieuws dat behandeld moet worden in het regiokatern van DTCT, opdat voldaan wordt aan de interesse van de lezers in nieuws uit de regio Twente.

### **1.4.2 Probleemstelling**

De probleemstelling voor dit onderzoek luidt:

*Welke factoren zijn van invloed op de interesse in regionaal nieuws?*

## **1.5 Vooruitblik**

Het vervolg van deze scriptie doet verslag van het onderzoek dat is uitgevoerd om de probleemstelling (paragraaf 1.4.2) te kunnen beantwoorden. Het onderzoek is opgebouwd uit een literatuuronderzoek, een vooronderzoek en een online enquête. Allereerst wordt in hoofdstuk 2 een theoretisch kader geschetst rond factoren die mogelijk van invloed zijn op de interesse in regionaal nieuws. Hoofdstuk 2 mondt uit in een aantal hypotheses bij de probleemstelling, die door middel van een onderzoek onder abonnees van DTCT getoetst worden. De opzet en de methode van het onderzoek worden besproken in hoofdstuk 3. Het vooronderzoek dat is uitgevoerd ter voorbereiding van de online enquête komt ook in hoofdstuk 3 aan bod. De resultaten van de online enquête worden gepresenteerd in hoofdstuk 4. Vervolgens komen in hoofdstuk 5 de conclusies en aanbevelingen aan bod die voortvloeien uit de resultaten van dit onderzoek. In hoofdstuk 6 zullen tot slot enkele discussiepunten met betrekking tot het onderzoek worden behandeld.

## 2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt een theoretisch kader geschetst rond factoren die mogelijk van invloed zijn op de interesse van mensen in regionaal nieuws. In paragraaf 2.1. wordt allereerst nader ingegaan op het begrip nieuws. De interesse in nieuws is (allereerst) afhankelijk van het onderwerp van het nieuws, zoals zal worden besproken in paragraaf 2.2. Vervolgens wordt de invloed van afstand (paragraaf 2.3), urbanisatiegraad (paragraaf 2.4) en binding (paragraaf 2.5), op de interesse in regionaal nieuws beschreven. Op basis van de beschreven literatuur worden in paragraaf 2.6 een aantal hypothesen geformuleerd, die aan de hand van een onderzoek onder abonnees van De Twentsche Courant Tubantia (DTCT) getoetst worden.

### 2.1 Nieuws

Nieuws is algemeen gezegd iets dan nog niet bekend is en relevantie heeft voor mensen die erbij betrokken zijn (Bardoel & Bierhoff, 1990). Nieuws onderscheidt zich daarnaast van andere soorten informatie, in die zin dat het op een journalistieke manier is geselecteerd en vormgegeven (Oostendorp & Peeters, 1996). De selectie van nieuws gebeurt niet puur willekeurig, journalisten baseren hun keuzes op verschillende criteria. Deze criteria worden ook wel nieuwswaarden genoemd, ze geven namelijk inzicht in de nieuwswaarde die het onderwerp heeft. (Hoeken en Spooren, 1996; Kussendrager & van der Lugt, 2002; Shoemaker & Reese, 1996).

Shoemaker & Reese (1996) hebben op basis van verschillende onderzoeken de volgende zes nieuwswaarden geformuleerd:

1. Belang
2. Human interest
3. Conflict
4. Het ongewone
5. Actualiteit
6. Nabijheid

Over deze nieuwswaarden bestaat grote overeenstemming, maar over de prioriteit en keuze lopen de meningen nogal uiteen (Kussendrager & van der Lugt, 2002). Servaes & Tonnaer (1992) stellen in dit verband dat de identiteit van de krant invloed heeft op het gebruik van nieuwswaarden. De identiteit beïnvloedt het belang van bepaalde nieuwswaarden en beïnvloedt op die manier de berichtgeving in de krant. Een regionale krant zal volgens Servaes & Tonnaer (1992) vanuit haar identiteit de nieuwswaarde nabijheid erg belangrijk vinden.

Door deze nieuwswaarden te gebruiken houdt de journalist rekening met de wensen van het publiek. Het is voor kranten dan ook belangrijk om aan te sluiten bij de wensen van de lezers, omdat alleen op die manier kranten verkocht kunnen worden (Shoemaker & Reese, 1996).

Naast het bepalen van de nieuwswaarde van een gebeurtenis, bestaan er ook andere factoren waardoor een gebeurtenis in het nieuws kan komen (Bell, 1991). Volgens Bell (1991) zijn dit criteria die te maken hebben met het gemak voor de journalist of de al bestaande aandacht voor een onderwerp. Hij onderscheidt hierbij zes waarden:

1. Continuïteit; een onderwerp dat eerder in het nieuws was, is interessanter voor een artikel.
2. Competitie; artikelen die andere kranten niet hebben, zijn interessant.
3. Verwantschap; een onderwerp dat aansluit bij een onderwerp dat eerder in het nieuws was, is interessanter voor een artikel.
4. Compositie; in een krant (en op een pagina) moeten verschillende onderwerpen naar voren komen.
5. Voorspelbaarheid; onderwerpen die van tevoren ingepland kunnen worden, zijn makkelijker mee te nemen.
6. Voorbereiding; een artikel waar de journalist zelf weinig meer aan hoeft te doen, wordt eerder geplaatst.

Een andere factor die meespeelt, is de beperkt beschikbare ruimte in de krant (Servaes & Tonnaer, 1992). Naast de behoeften van het publiek spelen dus ook overwegingen vanuit het beroep en de organisatie een belangrijke rol bij de selectie van nieuws (Shoemaker & Reese, 1996).

De nieuwsconsument heeft vervolgens de vrijheid om uit dit aanbod van nieuws zelf weer een selectie te maken welke, van deze door de redactie geselecteerde, nieuwsartikelen hij/ zij gaat lezen. Mensen lezen de artikelen die ze interessant vinden, maar wat bepaalt nu of men een krantenartikel wel of juist niet interessant vindt? Hoeken en Spooren (1996) stellen dat een tekst op twee manieren interessant kan zijn, namelijk door de vorm ervan en vanwege de inhoud. Dit onderzoek richt zich op de interesse in de inhoud, het onderwerp waarover de tekst/ het artikel gaat.

## **2.2 Onderwerp**

Voor de meeste onderwerpen geldt dat sommigen ze wel interessant vinden, maar anderen niet. Deze interesses die persoon verschillen, worden door Hidi (1990) aangeduid als individuele interesses. Twee factoren die een belangrijke rol spelen bij deze individuele interesses zijn voorkennis en persoonlijke betrokkenheid (Hoeken & Spooren, 1996). Voorkennis werkt twee kanten op; informatie die overeenkomt met wat de lezer al weet is niet interessant en informatie die niet gerelateerd is aan de voorkennis van de lezer is ook niet interessant. Dit is een factor waar DTCT rekening mee kan houden, maar hier kunnen ze verder geen invloed op uit oefenen. In het kader van dit onderzoek wordt dan ook niet nader op deze factor ingegaan. Persoonlijke betrokkenheid is door Hoeken & Spooren (1996) geoperationaliseerd in termen van ruimtelijke nabijheid. Zij constateren dat de interesse in 'dichtbij' onderwerpen groter is. Deze factor komt in paragraaf 2.3 aan de orde onder de noemer geografische afstand.

Algemeen wordt aangenomen dat er een beperkt aantal onderwerpen is waar alle mensen in geïnteresseerd zijn, de zogenaamde emotionele interesses (Kintsch, 1980) of absolute interesses (Schank, 1979). Kintsch (1980) maakt in zijn onderzoek onderscheid tussen cognitieve interesse en emotionele interesse. Een tekst kan interessant zijn vanwege het ingewikkelde patroon van gebeurtenissen die worden beschreven, vanwege de verrassing die het heeft of vanwege de manier waarop het verteld wordt. Dit zijn allemaal cognitieve componenten van interesse. Daarnaast kan een tekst interessant zijn vanwege zijn directe emotionele effect. Sommige gebeurtenissen zijn interessant omdat ze emotioneel zijn van zichzelf, zowel in de context als ook daarbuiten. Geweld en seks zijn prototype gebeurtenissen van deze soort in onze cultuur, aldus Kintsch (1980). Schank (1979) probeert in zijn onderzoek tot een aantal regels te komen die bepalen of een tekst interessant wordt gevonden of niet. Hij gaat hierbij uit van het idee dat interesse in het algemeen een dynamisch proces is, dat in sterke mate afhankelijk is van context. Maar, zo stelt hij, op een zeker moment signaleert een persoon bepaalde onderwerpen als zijnde regelmatig interessant en slaat deze op in het geheugen. Wanneer deze onderwerpen vervolgens in een ander tekst worden beschreven, beoordeelt deze persoon ze onmiddellijk als interessant, alvorens de hele tekst eerst te analyseren. Op basis van dit idee formuleert Schank (1979) de volgende absolute interesses: dood, gevaar, macht, seks, geld (in grote hoeveelheden), vernietiging, chaos, romantiek, ziekte en, zo stelt hij, vele andere concepten en kwesties van dit type. Aan deze absolute interesses verbindt hij vervolgens de operatoren onverwachte gebeurtenissen en persoonlijke relevantie.

Op basis van deze studies wordt verwacht dat absoluut interessante onderwerpen interessanter worden gevonden dan niet absoluut interessante onderwerpen.

### **2.3 Afstand**

Afstand speelt ook een rol bij interesse in nieuws. Afstand is in dit verband een relatief begrip, er kan onderscheid gemaakt worden tussen geografische en psychologische afstand (van Hoof, 2000; Kussendrager & van der Lugt, 2002). Vergeer (1993) concludeert in zijn studie dat er mogelijk een verstrengeling van geografische afstand en psychologische afstand plaatsvindt. Want, zo stelt hij, het is denkbaar dat men niet geïnteresseerd is in een bepaalde plaats, totdat er een familielid woont. De grotere persoonlijke relevantie zorgt er dan voor dat de psychologische afstand kleiner c.q. de interesse groter wordt. Psychologische afstand komt in paragraaf 2.5 aan de orde onder de noemer binding. Deze paragraaf richt zich specifiek op geografische afstand.

Vergeer (1993) beschrijft in zijn studie de relatie tussen de interesse in gebeurtenissen uit bepaalde geografische gebieden en de blootstelling aan lokale en regionale media. Blootstelling aan lokale en regionale media betekent volgens Vergeer (1993) dat men interesse in de gebieden heeft waarvoor deze media bedoeld zijn. De gegevens die Vergeer (1993) in zijn studie gebruikt, zijn ontleend aan het databestand 'Masat '89', een landelijk onderzoek naar het mediagebruik van de Nederlandse bevolking, dat is uitgevoerd in 1989. In dit onderzoek is respondenten middels een zevental items gevraagd naar de interesse in gebeurtenissen uit verschillende geografische gebieden. Deze

gebieden zijn de buurt/wijk, de gemeente, de streek, de provincie, Nederland, Europa en buiten Europa. Vergeer (1993) constateert dat de geografische reikwijdte van informatie-interesse (de mate waarin men geïnteresseerd is in een bepaald gebied) tweedimensioneel is. De eerste dimensie betreft de interesse in de lokale en regionale omgeving (interesse nabij), hiertoe behoren de buurt/wijk, de gemeente, de streek en de provincie. De tweede dimensie betreft de interesse in de (inter)nationale omgeving (interesse veraf), hieronder vallen Nederland, Europa en buiten Europa.

Hollander, Vergeer & Verschuren (1993) hebben hun studie ook gebaseerd op gegevens uit het databestand 'Masat 89'. Zij hebben in hun studie de gemiddelde interesse van lezers van regionale dagbladen in de verschillende geografische gebieden in kaart gebracht. Hieruit bleek dat bij lezers van regionale dagbladen de interesse in nieuws afnam in concentrische cirkels rond de eigen woonplek. Men was het meest geïnteresseerd in de buurt of wijk waar men woonde, vervolgens in de eigen gemeente en streek en daarna in de provincie. Opmerkelijk is dat die belangstelling ophoudt bij Nederland. De interesse voor gebeurtenissen in Nederland, Europa en buiten Europa is zelfs negatief.

Westerik (2001) constateert dat in het algemeen niet mag worden gesteld dat naarmate iets dichterbij is, iets ook interessanter wordt gevonden. Maar, wanneer onderscheidt gemaakt wordt tussen (1) nieuws op het niveau van buurt/wijk, gemeente, streek en provincie en (2) nieuws op het niveau van de nationale staat en alles wat daarbovenuit gaat, geldt dit wel. Hier zien we de tweedeling in nabij en veraf terug, die we ook bij Vergeer (1993) zagen.

Op basis van deze studies wordt verwacht dat de interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio afneemt, naarmate de geografische afstand van de eigen woonplaats tot deze plaats toeneemt.

## **2.4 Urbanisatiegraad**

Een derde factor die een rol kan spelen bij de interesse in nieuws is urbanisatiegraad. Door Stamm (1985) wordt gewezen op de mogelijkheid van het bestaan van een min of meer collectieve belangstelling onder de bevolking van lokale leefgemeenschappen. Hier zijn bedoeld oriëntaties in termen van een (inter)nationale, regionale en lokale belangstelling. Verschuren en Memelink (1989) hebben in hun onderzoek de media-afzet in verschillende gemeentetypen op basis van de hypothese van Stamm (1985), over het bestaan van collectieve belangstellingssferen, bekeken. Hiertoe zijn de gemeenten aan de hand van de mate en aard van verstedelijking ingedeeld in vier urbanisatietypen: plattelandsgemeenten, verstedelijkte plattelandsgemeenten, forensen-gemeenten en stedelijke gemeenten. Uit het onderzoek van Verschuren en Memelink (1989) blijkt dat elk van de vier typen gemeenten is gekenmerkt door een dominante afzet van media met één van de drie oriëntaties en tegelijkertijd een zwakke afzet van media met de beide andere oriëntaties. Plattelandsgemeenten worden gekenmerkt door een sterke aanwezigheid van regionaal georiënteerde media. Verstedelijkte plattelandsgemeenten hebben vooral een sterke aanwezigheid van (inter)nationaal georiënteerde media. Forensengemeenten worden, evenals plattelandsgemeenten, gekenmerkt door een sterke

aanwezigheid van regionaal georiënteerde media. Dit is qua belangstellings sfeer te duiden vanuit de gedachte dat forensen waarschijnlijk vooral zijn georiënteerd op de gemeente(n) waarin ze werken, uitgaan en of hun boodschappen doen. Stedelijke gemeenten tenslotte worden gekenmerkt door een sterke aanwezigheid van lokaal georiënteerde media. Op basis van deze resultaten concluderen Verschuren en Memelink (1989) dat lokaal georiënteerde media met name zijn te vinden in grotere gemeenten en dat op het platteland bij media meer een regionale oriëntatie wordt aangetroffen.

Uit de studie van Verschuren en Memelink (1989) blijkt dus dat het gebruik van media met een bepaalde oriëntatie, samenhangt met de urbanisatiegraad van de woonplaats. Dit onderzoek richt zich echter op de interesse in regionaal nieuws en niet zozeer op het gebruik van regionale media. Echter, beide begrippen hangen nauw met elkaar samen, zoals nu zal worden beschreven.

Verschuren & Memelink (1989) stellen dat uit afzetcijfers van media met een bepaald soort oriëntatie (lokaal, regionaal, (inter)nationaal), niet zonder meer eenzelfde belangstelling van het publiek kan worden afgeleid. Bij intensief gebruik van een medium is niet gezegd dat dit voortkomt uit een bepaald soort belangstelling. Andere redenen kunnen volgens hen gelegen zijn in het kostenaspect, de verkrijgbaarheid en de mediakeuze kan deels ingegeven zijn door gewoonte, religie of traditie. Maar, toch is er volgens Verschuren & Memelink (1989) wel degelijk een relatie tussen media-afzet en belangstellings sferen aan de vraagzijde. Want, zo stellen zij, het is niet goed denkbaar dat een medium jaar in jaar uit met een relatief grote oplage verschijnt, terwijl de inhoudelijke oriëntatie van dit blad niet enigermate aansluit bij de belangstelling van het publiek. Er zou dan eenvoudig op den duur geen voedingsbodem voor dit blad zijn. Ook Vergeer (1993) concludeert in dit verband dat interesse in de lokale en regionale omgeving positief samenhangt met blootstelling aan lokale en regionale media. Daarnaast biedt ook het onderzoek van Westerik (2001) ondersteuning voor de veronderstelling dat interesse in lokaal nieuws en het gebruik van lokale media positief met elkaar samenhangen.

Daarnaast kan de vraag worden gesteld in hoeverre het onderzoek van Verschuren & Memelink (1989) nog van toepassing is op het huidige medialandschap, aangezien dit sinds 1989 enorm is veranderd. Echter, ook uit recenter onderzoek komt eenzelfde beeld naar voren. Uit de studie van Vergeer (1993) blijkt dat de samenhang tussen interesse in de regionale omgeving en urbanisatiegraad negatief is. Als mogelijke verklaring voor een negatieve samenhang tussen interesse in regionaal nieuws en urbanisatiegraad stelt Vergeer (1993) dat naarmate de urbanisatiegraad van een gemeente toeneemt, ook de mate van zelfvoorziening van die gemeente toeneemt. Deze mate van zelfvoorziening kan ertoe leiden dat inwoners minder afhankelijk worden van de omgeving buiten de gemeente zelf. Daarmee daalt ook de relevantie om van bepaalde zaken uit dat gebied op de hoogte te zijn. Dit uit zich dan weer in een lagere interesse in de omliggende gebieden. Naarmate een gemeente ruraler wordt, is men meer aangewezen op een groter verzorgingsgebied en ook geïnteresseerd in dat gebied, aldus Vergeer (1993). Ook van de Plasse (1994) constateert dat lokale en regionale media juist in minder stedelijke gebieden worden gebruikt en dat stedelingen relatief weinig geïnteresseerd zijn in lokaal en regionaal nieuws. Volgens Rothenbuhler e.a. (1996) neemt de

betrokkenheid bij de omgeving af, naarmate de bevolkingsdichtheid van de woonplaats toeneemt. In het verlengde hiervan stellen zij dat inwoners van plaatsen waar de bevolkingsdichtheid hoog is, ook minder geneigd zijn om op de hoogte te blijven van regionaal nieuws. Tot slot blijkt ook uit onderzoek van Evers (2002) dat mensen die in een kleine gemeente wonen gemiddeld meer regionale dagbladen lezen, dan mensen in grote gemeenten. Als mogelijke verklaring stelt hij dat de binding met de regio in kleine gemeenten dikwijls groot is en daarmee de importantie van nieuws uit de regio ook. Aan de andere kant, stelt Evers (2002), is de kans groot dat inwoners van steden eerder een landelijke krant zullen kopen dan een regionale, omdat de binding met de regio kleiner is.

Op basis van deze studies wordt verwacht dat de interesse in nieuws uit andere plaatsen binnen de regio afneemt, naarmate de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats toeneemt.

## **2.5 Binding**

In de vorige paragraaf kwam het begrip binding al even kort ter sprake, in die zin dat inwoners van stedelijke gemeenten zich minder verbonden voelen met de regio, dan inwoners van plattelandsgemeenten. Uit onderzoek van Rothenbuhler e.a. (1996) blijkt dat affectieve binding met de gemeenschap samenhangt met krantgebruik. Naarmate men zich meer verbonden voelt met de gemeenschap, is men ook meer geïnteresseerd in nieuws uit de gemeenschap.

Wat maakt nu dat mensen zich verbonden voelen met een gemeenschap? Stamm (1985) introduceerde het begrip community ties, lokale bindingsfactoren die verwijzen naar relaties tussen individuen en het gebied waarin zij verblijven, de personen die daar wonen en de instituties die daar bestaan. Hij heeft het geheel aan zogenoemde lokale bindingsfactoren uiteengelegd in een drietal dimensies: binding aan de plaats waar men woont, binding aan de lokale sociale structuren en binding aan de processen op lokaal niveau.

- Bij binding aan de woonplaats gaat het om factoren die een zekere verbintenis ten aanzien van de plaats van vestiging tot uitdrukking kunnen brengen, zoals woonduur, het hebben van een koopwoning en het van plan zijn om een woning te kopen.
- Binding aan de lokale sociale structuren komt tot uitdrukking in de mate waarin personen zich identificeren met of thuisvoelen in de woonplaats. Dit wordt onder andere bepaald door lidmaatschap van formele en informele groepen en organisaties (school, werk) in de eigen woonplaats, het aantal sociale contacten en het aantal thuiswonende kinderen.
- Als indicatie voor de binding aan lokale processen tenslotte geldt het deelnemen aan activiteiten op lokaal niveau. Niet alleen activiteiten op sociaal, cultureel, politiek en religieus gebied vallen hieronder, maar ook zaken als vrijetijdsbesteding en recreatie.

Hollander, Vergeer & Verschuren (1993) constateren dat deze bindingsfactoren als het ware indicaties zijn voor de aandachtsgebieden waarop lokale en regionale media functies vervullen voor het individu, in zijn hoedanigheid als inwoner van een bepaalde gemeente of streek. In het verlengde hiervan wordt in dit onderzoek verondersteld dat deze bindingsfactoren ook toegepast kunnen worden op een

andere plaats en dan van invloed zijn op interesse in nieuws uit die plaats. Onderzoek van Tichenor, Donohue & Olien (1987) biedt ondersteuning voor deze gedachte. Zij constateren namelijk dat het lezen van nieuws in de krant gerelateerd is aan waar mensen producten en diensten kopen. Hierbij gaat het om zowel eetbare als niet-eetbare producten en diensten op het gebied van zowel recreatie als gezondheid. Zij koppelen dus eigenlijk de derde dimensie bindingsfactoren van Stamm (1985) aan een andere plaats en stellen dat deze bindingsfactoren samenhangen met nieuws uit die plaats.

Op basis van deze studies wordt verwacht dat naarmate de binding met een bepaalde plaats groter is, de interesse in nieuws uit die plaats ook groter is. Het begrip binding lijkt te bestaan uit een affectieve component en een gedragscomponent. Dit heeft geresulteerd in het formuleren van twee verschillende hypothesen met betrekking tot binding. Allereerst wordt verwacht dat de interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio toeneemt, naarmate de 'gevoelsmatige binding' met die plaats toeneemt. Daarnaast wordt verwacht dat de interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio toeneemt, naarmate de 'actieve binding' met die plaats toeneemt.

## **2.6 Hypothesen**

Op basis van het beschreven theoretisch kader zijn een viertal hypothesen geformuleerd, die de onderzoeksvraag verder verfijnen;

1. Absoluut interessante onderwerpen worden interessanter gevonden dan niet absoluut interessante onderwerpen.
2. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt af, naarmate de geografische afstand van de eigen woonplaats tot deze plaats toeneemt.
3. De interesse in nieuws uit andere plaatsen binnen de regio neemt af, naarmate de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats toeneemt.
- 4a. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de gevoelsmatige binding met die plaats toeneemt.
- 4b. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de actieve binding met die plaats toeneemt.

Deze hypothesen worden door middel van een onderzoek onder abonnees van DTCT getoetst.

### **3 Onderzoeksopzet**

In dit hoofdstuk wordt de opzet en uitvoering van het empirisch onderzoek uiteengezet. Allereerst wordt in paragraaf 3.1 de methode van onderzoek gepresenteerd, gevolgd door het onderzoeksontwerp in paragraaf 3.2. In paragraaf 3.3 wordt het vooronderzoek behandeld. Vervolgens wordt in paragraaf 3.4 een beschrijving gegeven van het onderzoeksinstrument, gevolgd door een beschrijving van de procedure in paragraaf 3.5 en de respons in paragraaf 3.6. Tot slot volgt in paragraaf 3.7 een beschrijving van de gebruikte analysemethoden.

#### **3.1 Methode van onderzoek**

Het onderzoek richt zich op gebruikers van een regionaal medium, in dit geval abonnees van De Twentsche Courant Tubantia (DTCT). Het onderzoekstype is te definiëren als een exploratief onderzoek. Er is sprake van een kwantitatief onderzoek; er wordt informatie van of over veel personen verzameld, door middel van een gestandaardiseerde vragenlijst. Aangezien DTCT beschikt over de emailadressen van een groot aantal abonnees, is er voor gekozen de vragenlijsten online af te nemen. Dit is uitgevoerd in samenwerking met Newcom Research & Consultancy. Zij heeft de vragenlijst(en) online gezet en de onderzoekspopulatie een email gestuurd, met de uitnodiging om deel te nemen aan het onderzoek en de link naar de vragenlijst (zie bijlage 2).

#### **3.2 Onderzoeksontwerp**

Door middel van het onderzoek worden de hypothesen, die aan de hand van het literatuuronderzoek zijn opgesteld, getoetst. Deze hypothesen hebben betrekking op factoren die mogelijk van invloed zijn op de interesse in regionaal nieuws. De interesse in regionaal nieuws is geoperationaliseerd door de respondenten te vragen naar hun interesse in een aantal (nieuws)artikelen en hun interesse in een aantal (nieuws)onderwerpen.

##### **3.2.1 Interesse domeinen**

Door de respondenten te vragen naar hun interesse in een aantal artikelen, waarvan vooraf is bepaald tot welke domeinen deze behoren, kan zodoende ook de interesse in de domeinen gemeten worden. Er kunnen geen complete artikelen in de vragenlijst worden opgenomen, de vragenlijst zou dan veel te uitgebreid worden. Daarom is ervoor gekozen alleen de kop en lead van artikelen in de vragenlijst op te nemen. De kop is de titel van een artikel en de lead is de eerste alinea van een nieuwsbericht, die een samenvatting van het belangrijkste nieuws bevat (Kussendrager & van der Lugt, 2002). In het vervolg van deze scriptie wordt met artikelen dan ook de kop en lead van artikelen bedoeld. Allereerst zijn, in overleg met de hoofdredactie van DTCT, 56 artikelen geselecteerd, die geschikt zouden kunnen zijn om in de vragenlijst op te nemen. Elk van deze artikelen is allereerst door de hoofdredactie van DTCT ingedeeld bij een bepaald domein. Vervolgens is in een vooronderzoek aan een aantal abonnees en niet-abonnees van DTCT gevraagd, om elk van deze artikelen in te delen bij een bepaald domein (zie bijlage 3). Aan de hand van dit vooronderzoek zijn zestien artikelen

geselecteerd die in de uiteindelijke vragenlijst zijn opgenomen (zie bijlage 4). De opzet en uitvoering van het vooronderzoek worden besproken in paragraaf 3.3.

### **3.2.2 Absoluut interessant**

Uitgaande van de absolute interesses die door Schank (1979) zijn geformuleerd; dood, gevaar, macht, seks, geld (in grote hoeveelheden), vernietiging, chaos, romantiek en ziekte, is door de hoofdredactie van DTCT tevens vooraf bepaald welke (van alle 56) artikelen over een absoluut interessant onderwerp gaan (zie bijlage 4). Dit bleek moeilijk om eenduidig vast te stellen, aangezien een duidelijke definitie van absoluut interessante onderwerpen ontbreekt. Bij de uiteindelijke selectie van de zestien artikelen die in de vragenlijst worden opgenomen, is getracht voor elk domein een aantal artikelen over absoluut interessante onderwerpen te selecteren. Alleen voor het domein Sport & Recreatie is dit niet gelukt. Door de interesse van de respondenten in de artikelen over absoluut interessante onderwerpen vervolgens te vergelijken met de interesse in de artikelen, die niet over absoluut interessante onderwerpen gaan, kan hypothese 1 getoetst worden.

### **3.2.3 Urbanisatiegraad**

Er wordt onderzocht of er verschil is in interesse in regionaal nieuws tussen inwoners van een stedelijke gemeente en inwoners van een plattelandsgemeente, door de respondenten uit twee bestaande groepen met elkaar te vergelijken. In overleg met DTCT is er (uit opлагetechnisch oogpunt) voor gekozen, om het onderzoek te richten op abonnees uit Enschede en uit Rijssen. Het verschil van deze twee plaatsen in urbanisatiegraad is bepaald aan de hand van de indeling van gemeenten naar stedelijkheid volgens het CBS. Deze indeling is gebaseerd op de omgevingsadressendichtheid van de gemeenten. Aan de hand hiervan maakt het CBS onderscheid tussen vijf verschillende stedelijkheidsklassen:

1. Zeer sterk stedelijk (omgevingsadressendichtheid van 2500 of meer)
2. Sterk stedelijk (omgevingsadressendichtheid van 1500 tot 2500)
3. Matig stedelijk (omgevingsadressendichtheid van 1000 tot 1500)
4. Weinig stedelijk (omgevingsadressendichtheid van 500 tot 1000)
5. Niet stedelijk (omgevingsadressendichtheid van minder dan 500)

De gemeente Enschede valt volgens deze indeling in de categorie sterk stedelijk en de gemeente Rijssen-Holten in de categorie weinig stedelijk. Door de respondenten uit Enschede en Rijssen vervolgens met elkaar te vergelijken, kan de hypothese met betrekking tot urbanisatiegraad worden getoetst.

### **3.2.4 Geografische afstand**

Er wordt onderzocht of er verschil is in interesse in nieuws uit plaatsen die dicht bij de woonplaats liggen en plaatsen die verder weg liggen, door de plaats(naam) waar de vragen betrekking op hebben telkens te laten wisselen in een aantal verschillende vragenlijsten. Vervolgens wordt gekeken naar de effecten die deze interventie heeft. Er zijn in totaal acht verschillende vragenlijsten ontworpen, de vragen in elke vragenlijst zijn precies gelijk, alleen de plaatsnaam die wordt genoemd bij elke vraag

verschilt per vragenlijst. Er zijn vier verschillende vragenlijsten voor abonnees uit Enschede; twee vragenlijsten met betrekking tot plaatsen die qua geografische afstand dicht bij Enschede liggen (Hengelo en Oldenzaal) en twee vragenlijsten met betrekking tot plaatsen die verder weg liggen (Almelo en Rijssen). Zo zijn er ook vier verschillende vragenlijsten voor abonnees uit Rijssen; twee vragenlijsten met betrekking tot plaatsen die qua geografische afstand dicht bij Rijssen liggen (Holten en Almelo) en twee vragenlijsten met betrekking tot plaatsen die verder weg liggen (Hengelo en Enschede). In dit onderzoek liggen plaatsen dichtbij op minder dan vijftien kilometer van de woonplaats van de respondent en plaatsen ver weg op meer dan twintig kilometer van de woonplaats van de respondent (zie tabel 3.1).

*Tabel 3.1 Geografische afstand van Enschede en Rijssen tot de 4 verschillende plaatsen waar de vragenlijsten betrekking op hebben*

|                 | <b>Enschede</b> | Afstand | <b>Rijssen</b> | Afstand  |
|-----------------|-----------------|---------|----------------|----------|
| <b>Dichtbij</b> | Hengelo         | 9 km.   | Holten         | 8,5 km.  |
|                 | Oldenzaal       | 12 km.  | Almelo         | 13,5 km. |
| <b>Ver weg</b>  | Almelo          | 23 km.  | Hengelo        | 22 km.   |
|                 | Rijssen         | 31 km.  | Enschede       | 31 km.   |

Bron: [www.anwb.nl](http://www.anwb.nl)

De abonnees uit Enschede en Rijssen worden at random toegewezen aan een bepaalde vragenlijst. Door vervolgens de respondenten die de vragenlijsten hebben gehad met betrekking tot plaatsen die dichtbij liggen, te vergelijken met de respondenten die de vragenlijsten hebben gehad met betrekking tot plaatsen die ver weg liggen, kan de hypothese met betrekking tot geografische afstand worden getoetst.

### **3.2.5 Binding**

Binding wordt geoperationaliseerd door de respondenten te vragen in hoeverre ze zich verbonden voelen met een bepaalde plaats in de regio ('gevoelsmatige binding') en hoe vaak ze in een bepaalde plaats komen voor het verrichten van een aantal activiteiten/ bezigheden ('actieve binding').

Allereerst wordt de respondent, door middel van één directe vraag, gevraagd in welke mate hij/ zij zich verbonden voelt met een bepaalde plaats. Door middel van deze vraag wordt in eerste instantie de binding van de respondent met een andere plaats gemeten en daarnaast dient deze vraag ter controle van het tweede construct 'actieve binding'. 'Gevoelsmatige binding' roept namelijk de vraag op welke factoren nu bepalen in hoeverre men zich verbonden voelt met een bepaalde plaats. Stamm (1985) heeft in zijn onderzoek het geheel aan zogenoemde 'bindingsfactoren' uiteengelegd in een drietal dimensies, die samen bepalen in hoeverre men zich verbonden voelt met de gemeenschap. De bindingsfactoren, uit de eerste dimensie die Stamm (1985) onderscheidt, zijn specifiek van toepassing op de eigen woonplaats. Hier gaat het om factoren als woonduur en het hebben van een koopwoning.

De bindingsfactoren, uit de tweede en derde dimensie die Stamm (1985) onderscheidt, kunnen echter ook vertaald worden naar binding met een andere plaats.

In de tweede dimensie, die Stamm (1985) onderscheidt, wordt binding bepaald door lidmaatschap van formele en informele groepen en organisaties (school, werk) en sociale contacten. Deze dimensie is in dit onderzoek vertaald in de volgende activiteiten:

- Werk
- Studie
- School van de kinderen
- Bezoek aan familie/ vrienden/ kennissen

In de derde dimensie, die Stamm (1985) onderscheidt, wordt binding bepaald door het deelnemen aan activiteiten op sociaal ,cultureel, politiek en religieus gebied en zaken als vrijetijdsbesteding en recreatie. Deze dimensie is in dit onderzoek vertaald in de volgende activiteiten:

- Dagelijkse boodschappen
- Dagje winkelen
- Vrijetijdsclub, sportclub, vereniging
- Bezoek aan restaurant, café, discotheek, e.d.
- Bezoek aan museum, theater, concert, e.d.

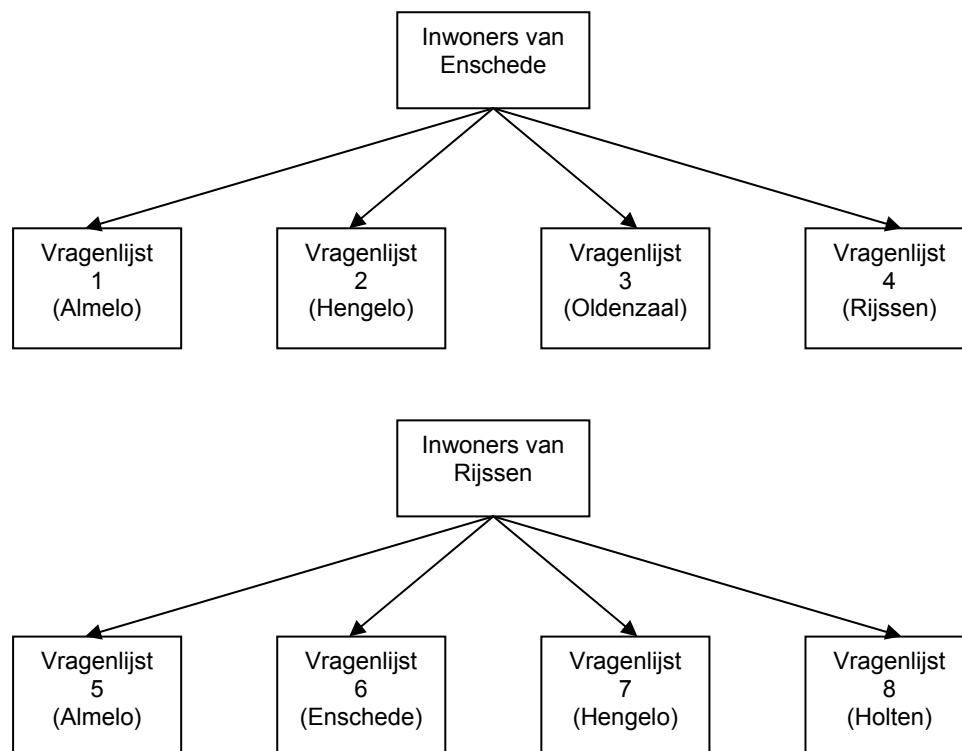
Deze negen activiteiten samen, die zijn afgeleid uit de tweede en derde dimensie bindingsfactoren van Stamm (1985), vormen in dit onderzoek de basis voor 'actieve binding'. 'Actieve binding' wordt in dit onderzoek vervolgens gemeten, door de respondenten te vragen hoe vaak zij in een bepaalde plaats komen voor het verrichten van elk van deze negen activiteiten. Hierbij wordt verondersteld dat de binding met een bepaalde plaats groter is, naarmate men vaker activiteiten in die plaats verricht. Door deze 'actieve binding' te vergelijken met 'gevoelsmatige binding', kan gecontroleerd worden of deze veronderstelling juist is. Daarnaast bieden 'gevoelsmatige binding' en actieve binding' samen een sterkere maatstaf voor de factor binding.

Door uiteindelijk de interesse van respondenten in nieuws uit een bepaalde plaats te koppelen aan de (gevoelsmatige en actieve) binding van respondenten met die plaats, kan de hypothese met betrekking tot binding worden getoetst.

### **3.2.6 Schematische weergave onderzoeksontwerp**

Om de hypothesen met betrekking tot urbanisatiegraad en geografische afstand te kunnen toetsen, heeft het onderzoek de vorm gekregen van een quasi-experiment. In figuur 3.1 wordt het onderzoeksontwerp nog eens schematisch weergegeven.

Figuur 3.1 Schematische weergave onderzoeksontwerp



De inwoners van Enschede en Rijssen zijn at random toegewezen aan één van de vier vragenlijsten. Vervolgens zijn de respondenten van de acht verschillende vragenlijsten, door middel van variantieanalyse, met elkaar vergeleken met betrekking tot de demografische variabelen; geslacht, leeftijd, opleiding en abonneeduur. Aan de hand van deze variantieanalyse is vastgesteld dat de respondenten van de acht verschillende vragenlijsten niet van elkaar verschillen wat betreft geslacht ( $F(7, 420) = 1.62, p = .13$ ), leeftijd ( $F(7, 418) = 1.87, p = .07$ ), opleiding ( $F(7, 418) = 1.29, p = .25$ ) en abonneeduur ( $F(7, 397) = 0.45, p = .87$ ).

### 3.3 Vooronderzoek

Aan de hand van een vooronderzoek, in de vorm van een schriftelijke enquête onder abonnees en niet-abonnees van DTCT, zijn zestien artikelen geselecteerd, die in de uiteindelijke vragenlijst zijn opgenomen.

#### 3.3.1 Methode vooronderzoek

De schriftelijke enquête (zie bijlage 3) bestaat uit de kop en lead van 56 artikelen, die in overleg met de hoofdredactie van DTCT zijn geselecteerd. Deze selectie is op een aantal punten gebaseerd:

- Deze 56 artikelen vormen een zekere dwarsdoorsnede van de artikelen die normaliter in DTCT staan.
- Bij deze 56 artikelen kan telkens een andere plaatsnaam ingevuld worden, zonder dat dit ten koste gaat van de geloofwaardigheid van het artikel.

- Er is getracht voor elk domein een aantal artikelen over absoluut interessante onderwerpen te selecteren. Helaas is dit voor het domein Sport en Recreatie niet gelukt.

De respondent wordt gevraagd elk artikel in te delen bij één van de vier domeinen. Daartoe worden de domeinen aan het begin van de vragenlijst toegelicht, aan de hand van de definities die DTCT hanteert:

- Mens en Maatschappij: Alles wat mensen in hun persoonlijk (be)leven raakt.
- Bestuur en Beheer: Alles wat betrekking heeft op de staatsinstellingen (gemeente, provincie, rijk, waterschappen).
- Economie en Financiën: Alles wat met bedrijvigheid en geld te maken heeft.
- Sport, Recreatie en uitgaan: Alles wat met vrije tijd te maken heeft.

### **3.3.2 Respons vooronderzoek**

Het vooronderzoek is in maart 2005 uitgevoerd. In totaal zijn zeventien respondenten benaderd, die hebben meegewerkt aan het onderzoek. De antwoorden van één respondent waren niet bruikbaar en deze zijn dan ook niet meegenomen bij de verwerking van de resultaten. De verhouding mannelijke en vrouwelijke respondenten was precies gelijk, evenals de verdeling tussen abonnees en niet-abonnees van DTCT. De respondenten varieerden in leeftijd van 23 jaar tot en met 57 jaar, waarbij de gemiddelde leeftijd ruim 40 jaar was.

### **3.3.3 Resultaten vooronderzoek**

In bijlage 4 staan de resultaten weergegeven van het vooronderzoek voor alle 56 artikelen. Op basis van deze resultaten zijn zestien artikelen geselecteerd, vier artikelen voor elk domein, die in de uiteindelijke vragenlijst (online enquête) zijn opgenomen. Voor elk domein, behalve het domein Sport en Recreatie, zijn twee artikelen over absoluut interessante onderwerpen en twee artikelen over niet absoluut interessante onderwerpen geselecteerd. De selectie van deze artikelen is gebaseerd op het (grote) aantal respondenten dat het artikel in hetzelfde domein indeelt, als waar het door DTCT is ingedeeld. In tabel 3.2 is te zien welke zestien artikelen zijn geselecteerd en in hoeverre de indeling van de respondenten overeenkomt met de indeling van DTCT.

Tabel 3.2 De resultaten van het vooronderzoek voor de 16 artikelen die uiteindelijk zijn geselecteerd en die in de online enquête worden opgenomen

| Domein volgens DTCT  | Artikel |                   | Absoluut interessant | Domein volgens respondent |     |      |      |
|----------------------|---------|-------------------|----------------------|---------------------------|-----|------|------|
|                      | Nr.     | Naam              |                      | M&M                       | B&B | E&F  | S&R  |
| Mens & Maatschappij  | 4       | Cafédood          | x                    | 94%                       | 6%  |      |      |
|                      | 5       | Leerlingen        |                      | 94%                       |     |      | 6%   |
|                      | 41      | Mes               | x                    | 100%                      |     |      |      |
|                      | 43      | Ziekten           |                      | 88%                       | 12% |      |      |
| Bestuur & Beheer     | 6       | Zalmsnip          | x                    |                           | 81% | 19%  |      |
|                      | 9       | Afval             |                      | 6%                        | 88% | 6%   |      |
|                      | 22      | Fietsen           |                      | 12%                       | 88% |      |      |
|                      | 52      | Ambtenaar         | x                    | 6%                        | 75% | 19%  |      |
| Economie & Financiën | 25      | Huwelijksdrama    | x                    | 12%                       |     | 88%  |      |
|                      | 36      | Banen             |                      | 12%                       |     | 88%  |      |
|                      | 47      | Directeur         |                      |                           | 12% | 88%  |      |
|                      | 55      | Faillet           | x                    |                           |     | 100% |      |
| Sport & Recreatie    | 31      | Kaarten           |                      | 25%                       |     |      | 75%  |
|                      | 37      | Sporten           |                      |                           |     |      | 100% |
|                      | 42      | Hardloopspektakel |                      |                           |     |      | 100% |
|                      | 56      | Piano             |                      | 19%                       |     |      | 81%  |

### 3.4 Onderzoeksinstrument

In deze paragraaf zal de vragenlijst, zoals die is opgesteld bij aanvang van het online onderzoek, besproken worden. De vragenlijst bestaat in totaal uit 25 vragen. Zoals in paragraaf 3.2 reeds is beschreven, is er eigenlijk sprake van acht verschillende vragenlijsten. Echter, het enige verschil tussen deze vragenlijsten is de plaats(naam) waar elke vraag betrekking op heeft. Het heeft dan ook geen zin om alle acht vragenlijsten in de bijlage op te nemen, aangezien ze nagenoeg gelijk zijn. In bijlage 5 is daarom één complete vragenlijst te vinden (vragenlijst 1) en vervolgens kan uit tabel 3.3 afgelezen worden welke plaats(naam) er wordt genoemd bij elke vraag in de verschillende vragenlijsten.

Tabel 3.3 Overzicht van de 8 verschillende vragenlijsten; de plaats(en) waarop de vragen betrekking hebben

| Inwoners van    | Vragenlijst | Vraag 1-16 | Vraag 17     | Vraag 18  | Vraag 19  | Vraag 20  |
|-----------------|-------------|------------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Enschede</b> | 1           | Almelo     | A, He, O, R  | Almelo    | Oldenzaal | Almelo    |
|                 | 2           | Hengelo    | A, He, O, R  | Hengelo   | Rijssen   | Hengelo   |
|                 | 3           | Oldenzaal  | A, He, O, R  | Oldenzaal | Almelo    | Oldenzaal |
|                 | 4           | Rijssen    | A, He, O, R  | Rijssen   | Hengelo   | Rijssen   |
| <b>Rijssen</b>  | 5           | Almelo     | A, E, He, Ho | Almelo    | Enschede  | Almelo    |
|                 | 6           | Enschede   | A, E, He, Ho | Enschede  | Almelo    | Enschede  |
|                 | 7           | Hengelo    | A, E, He, Ho | Hengelo   | Holten    | Hengelo   |
|                 | 8           | Holten     | A, E, He, Ho | Holten    | Hengelo   | Holten    |

A = Almelo, E = Enschede, He = Hengelo, Ho = Holten, O = Oldenzaal, R= Rijssen

### 3.4.1 Vraag 1-16 van de vragenlijst

Vraag één tot en met zestien van de vragenlijst bestaat telkens uit de kop en lead van een krantenartikel. In vragenlijst 1 hebben alle artikelen betrekking op Almelo, in vragenlijst 2 hebben alle artikelen betrekking op Hengelo, enzovoort (zie tabel 3.3). De respondent wordt gevraagd aan te geven in hoeverre hij/ zij elk van deze artikelen interessant vindt aan de hand van een vijfpuntsschaal (lopend van zeer interessant = 5 tot zeer oninteressant = 1). De artikelen die zijn opgenomen in de vragenlijst, zijn aan de hand van een vooronderzoek (zie paragraaf 3.3) geselecteerd.

### 3.4.2 Vraag 17 van de vragenlijst

Bij vraag 17 van de vragenlijst wordt de respondent, door middel van één directe vraag, gevraagd aan te geven in hoeverre hij/ zij zich verbonden voelt met een viertal verschillende plaatsen, aan de hand van een vijfpuntsschaal (lopend van zeer sterk verbonden = 5 tot niet verbonden = 1). Abonnees uit Enschede worden gevraagd naar de mate van verbondenheid die zij voelen met de plaatsen Almelo, Hengelo, Oldenzaal en Rijssen. Abonnees uit Rijssen worden gevraagd naar de mate van verbondenheid die zij voelen met de plaatsen Almelo, Enschede, Hengelo en Holten.

### 3.4.3 Vraag 18-19 van de vragenlijst

Bij vraag 18 en 19 van de vragenlijst wordt de respondent gevraagd aan te geven hoe vaak hij/ zij in een bepaalde plaats komt voor een negental activiteiten/ bezigheden, aan de hand van een vijfpuntsschaal (lopend van vaak = 5 tot nooit = 1). Voor abonnees uit Enschede hebben vraag 18 en 19 betrekking op Almelo en Oldenzaal of Hengelo en Rijssen. Voor abonnees uit Rijssen hebben vraag 18 en 19 betrekking op Almelo en Enschede of Hengelo en Holten (zie tabel 3.3). De negen activiteiten/ bezigheden die zijn opgenomen in de vragenlijst zijn afgeleid van onderzoek van Stamm (1985). Dit zijn; werk, studie, school van de kinderen, bezoek aan familie/ vrienden/ kennissen,

dagelijkse boodschappen, dagje winkelen, vrijetijdsclub/ sportclub/ vereniging, bezoek aan restaurant/ café/ discotheek en bezoek aan museum/ theater/ concert (zie paragraaf 3.2.5).

#### **3.4.4 Vraag 20 van de vragenlijst**

Bij vraag twintig van de vragenlijst wordt de respondent gevraagd aan te geven in hoeverre hij/ zij nieuws met betrekking tot elf verschillende onderwerpen uit een bepaalde plaats interessant vindt, aan de hand van een vijfpuntsschaal (lopend van zeer interessant = 5 tot zeer oninteressant = 1). In vragenlijst 1 hebben alle onderwerpen betrekking op Almelo, in vragenlijst 2 hebben alle onderwerpen betrekking op Hengelo, enzovoort (zie tabel 3.3).

De onderwerpen die zijn opgenomen in de vragenlijst zijn afgeleid van een onderzoek van Hollander, Vergeer & Verschuren (1993). Zij hebben in hun onderzoek de interesse in de volgende (lokale) thema's gemeten:

- Gemeenteraad, gemeentepolitiek en plaatselijke politieke partijen.
- Plaatselijke werkgelegenheid, lokale bedrijven en plaatselijke middenstand.
- Gemeentelijke nieuwbouwplannen, huisvesting, wegeaanleg en milieu.
- Vrije tijd, sport, verenigingsleven, uitgaansleven, film en theater.
- Scholen, bejaardenzorg, kruisvereniging, huisartsen en parochie.
- Inbraken en vernielingen in de gemeente, plaatselijke bekende personen en ongelukken.

Omwille van de duidelijkheid zijn voor een deel van deze thema's andere formuleringen gemaakt. De indeling van onderwerpen bij vraag twintig van de vragenlijst is als volgt:

- Gemeenteraad, gemeentepolitiek en plaatselijke politieke partijen.
- Werkgelegenheid, bedrijven en winkels.
- Gemeentelijke nieuwbouwplannen en huisvesting.
- Wegenaanleg, parkeren en openbaar vervoer.
- Milieu.
- Uitgaansleven.
- Lokale cultuur.
- Sport en verenigingsleven.
- Onderwijs.
- Gezondheidszorg.
- Inbraken, vernielingen en ongelukken.

#### **3.4.5 Vraag 21-25 van de vragenlijst**

Bij vraag 21 tot en met vraag 25 van de vragenlijst wordt gevraagd naar een aantal demografische kenmerken van de respondent, achtereenvolgens zijn dit geslacht, leeftijd, postcode, opleiding en abonneeduur. Aan het eind van de vragenlijst wordt de respondent in de gelegenheid gesteld eventuele opmerkingen te noteren. Dit was daarmee de enige open vraag van dit onderzoek. De opmerkingen die bij deze vraag zijn genoteerd worden weergegeven in bijlage 6.

### 3.5 Procedure

Het onderzoek richt zich op abonnees uit Enschede en uit Rijssen waarvan een emailadres bekend is, zodat de link naar de online enquête naar dit emailadres verstuurd kan worden. Bij DTCT zijn 5033 emailadressen van abonnees uit Enschede en 529 emailadressen van abonnees uit Rijssen bekend. Om te beoordelen of deze abonnees wel representatief zijn voor het totale abonneebestand, is er voor aanvang van het onderzoek allereerst een vergelijking gemaakt op basis van de variabele abonneeduur (zie tabel 3.4). De abonneeduur zegt namelijk iets over de 'gemiddelde abonnee', de variabele leeftijd zit hier bijvoorbeeld al in verwerkt.

*Tabel 3.4 Vergelijking abonnees uit Enschede en Rijssen waarvan de emailadressen bekend zijn met het totale abonneebestand, op basis van de variabele abonneeduur*

| Abonneeduur   | Totale abonnee-<br>bestand |             | Abonnees uit<br>Enschede,<br>emailadres bekend |             | Abonnees uit<br>Rijssen,<br>emailadres bekend |             |
|---------------|----------------------------|-------------|--|-------------|---|-------------|
|               | n                          | %           | n  | %           | n   | %           |
| < 1 jaar      | 14.576                     | 12%         | 285  | 6%          | 33  | 6%          |
| 1 – 2 jaar    | 10.357                     | 8%          | 533  | 10%         | 48  | 9%          |
| 2 – 5 jaar    | 13.821                     | 11%         | 849  | 17%         | 73  | 14%         |
| 5 – 15 jaar   | 37.947                     | 30%         | 1659   | 33%         | 148   | 28%         |
| > 15 jaar     | 49.413                     | 39%         | 1707   | 34%         | 227   | 43%         |
| <b>Totaal</b> | <b>126.114</b>             | <b>100%</b> | <b>5033</b>                                    | <b>100%</b> | <b>529</b>                                    | <b>100%</b> |

Op basis van deze vergelijking wordt, in overleg met DTCT, geconcludeerd dat de abonnees waarvan de emailadressen bekend zijn, representatief zijn voor het totale abonneebestand. Dit vormde in die zin dan ook geen belemmering om het onderzoek online af te nemen en het dus alleen op de abonnees met emailadressen te richten.

Er zijn vervolgens 1000 emailadressen van abonnees uit Enschede geselecteerd, rekening houdend met een evenredige vertegenwoordiging van de verschillende categorieën van abonneeduur. Na verwijdering van doublures bleven er 431 emailadressen van abonnees uit Rijssen over. In totaal zijn er dus 1000 abonnees uit Enschede en 431 abonnees uit Rijssen benaderd. Vervolgens zijn de abonnees uit Enschede en de abonnees uit Rijssen beide aselekt onderverdeeld in vier subgroepen van gelijke grootte en is elke subgroep toegewezen aan een bepaalde vragenlijst (zie figuur 3.1).

De email met de uitnodiging om deel te nemen aan het onderzoek en de link naar de vragenlijst (zie bijlage 2) zijn 20 april 2005 verstuurd. Na één week is een herinneringsmail verstuurd naar alle mensen die nog niet hadden gerespondeerd. Omdat de respons van één subgroep uit Rijssen achterbleef bij de andere subgroepen is na twee weken nog een tweede herinneringsmail verstuurd naar deze subgroep. Na 2,5 week is het onderzoek stop gezet.

### 3.6 Respons

Zoals reeds eerder beschreven bestond het hoofdonderzoek uit acht online enquêtes. 1000 Abonnees uit Enschede zijn verdeeld over vier enquêtes en 431 abonnees uit Rijssen zijn verdeeld over vier enquêtes. In totaal hebben 293 respondenten uit Enschede meegewerkt aan het onderzoek, dit is een respons van ongeveer 29% en 138 respondenten uit Rijssen, dit is een repons van ongeveer 32%. In tabel 3.5 is ook het aantal respondenten per enquête te zien.

Tabel 3.5 Responsoverzicht

| Inwoners van    | Vragenlijst | Verstuurd | Respons | Responspercentage |
|-----------------|-------------|-----------|---------|-------------------|
| <b>Enschede</b> | Enquête 1   | 250       | 70      | 28%               |
|                 | Enquête 2   | 250       | 83      | 33%               |
|                 | Enquête 3   | 250       | 70      | 28%               |
|                 | Enquête 4   | 250       | 70      | 28%               |
| <b>Totaal</b>   |             | 1000      | 293     | <b>29%</b>        |
| <b>Rijssen</b>  | Enquête 5   | 108       | 28      | 26%               |
|                 | Enquête 6   | 108       | 41      | 38%               |
|                 | Enquête 7   | 108       | 33      | 31%               |
|                 | Enquête 8   | 107       | 36      | 34%               |
| <b>Totaal</b>   |             | 431       | 138     | <b>32%</b>        |

Voor de representativiteit van het onderzoek is het van belang dat de respondenten een goede afspiegeling zijn van de totale populatie, ofwel het totale abonneebestand van DTCT. Hiertoe is voor aanvang van het onderzoek al een eerste controle uitgevoerd, door de abonnees in de steekproef (de abonnees waarvan de emailadressen bekend waren) qua abonneeduur te vergelijken met het totale abonneebestand. Op basis van deze vergelijking is geconcludeerd dat de steekproef representatief is voor het gehele abonneebestand (zie paragraaf 3.5).

Na afloop van het onderzoek is de opbouw van de responsgroep vergeleken met de opbouw van het totale abonneebestand, met betrekking tot de demografische variabelen; geslacht, leeftijd en opleiding (zie tabel 3.6). De opleidingscategorieën zoals deze voorkwamen in de vragenlijst, zijn daarbij gehercodeerd naar lage, middelbare en hoge opleiding.

Tabel 3.6 Opbouw van de responsgroep vergeleken met de opbouw van het totale abonneebestand

|                  |                      | Responsgroep | Totale abonneebestand * |
|------------------|----------------------|--------------|-------------------------|
| <b>Geslacht</b>  | Man                  | 65%          | 54%                     |
|                  | Vrouw                | 35%          | 46%                     |
| <b>Leeftijd</b>  | < 25 jaar            | 11%          | 13%                     |
|                  | 25 – 35 jaar         | 13%          | 15%                     |
|                  | 35 – 50 jaar         | 41%          | 24%                     |
|                  | 50 – 65 jaar         | 30%          | 27%                     |
|                  | > 65 jaar            | 5%           | 22%                     |
| <b>Opleiding</b> | Lo/ Lbo              | 6%           | 34%                     |
|                  | Mavo/ Mbo/ Havo/ Vwo | 50%          | 46%                     |
|                  | Hbo/ Universiteit    | 44%          | 17%                     |

\* Gegevens afkomstig van de NOM Printmonitor 2004

Berekening van de Chi-kwadraat ( $X^2$ ) toets geeft aan dat de responsgroep en de populatie significant van elkaar afwijken wat betreft de verdeling van alle drie de demografische variabelen; geslacht ( $X^2$  (1, N = 428) = 22.47,  $p < .01$ ), leeftijd ( $X^2$  (4, N = 426) = 109.77,  $p < .01$ ) en opleiding ( $X^2$  (2, N = 426) = 283.86,  $p < .01$ ).

De resultaten van het onderzoek zijn echter nog steeds representatief, aangezien er met betrekking tot de belangrijkste variabele van dit onderzoek, de interesse in nieuws, geen verschil gevonden wordt tussen de respondenten, op basis van de demografische variabelen. Aan de hand van een t-toets is vastgesteld dat er geen verschil is in interesse in (nieuws)artikelen tussen mannelijke en vrouwelijke respondenten ( $t$  (426) = 1.98,  $p = .05$ ). Ook is er geen verschil in interesse in (nieuws)onderwerpen tussen mannelijke en vrouwelijke respondenten ( $t$  (419) = 0.01,  $p = .99$ ). Door middel van variantieanalyse is vastgesteld dat er geen verschil is in interesse in (nieuws)artikelen tussen respondenten uit de vijf verschillende leeftijdscategorieën ( $F$  (4, 421) = 0.77,  $p = .55$ ) en tussen respondenten uit de drie verschillende opleidingscategorieën ( $F$  (2, 423) = 0.16,  $p = .85$ ). Ook is er geen verschil in interesse in (nieuws)onderwerpen tussen respondenten uit de vijf verschillende leeftijdscategorieën ( $F$  (4, 414) = 0.76,  $p = .55$ ) en tussen respondenten uit de drie verschillende opleidingscategorieën ( $F$  (2, 417) = 0.59,  $p = .55$ ).

### 3.7 Analysemethoden

Om de hypothesen te toetsen en tot een antwoord op de hoofdvraag te komen, zijn de antwoorden op alle vragen statistisch verwerkt. Allereerst zijn voor alle vragen frequentietabellen gemaakt, dit om de centrale tendenties te kunnen aflezen en om een eerste indruk te verkrijgen van de resultaten per vraag.

Voor het vergelijken van de interesse van de respondenten in de vier verschillende domeinen is een variantieanalyse uitgevoerd. Met de Levene-toets is vastgesteld dat de varianties per groep niet gelijk zijn aan elkaar. Omdat er sprake is van ongelijke varianties, is de meervoudige vergelijkingstoets Games-Howell uitgevoerd, om de verschillen tussen de domeinen aan te wijzen.

De relaties die in de hypothesen worden verondersteld zijn op verschillende manieren getoetst. Met betrekking tot de eerste hypothese (absoluut interessant) is allereerst, door middel van een t-toets, de gemiddelde interesse in de artikelen over absoluut interessante onderwerpen vergeleken met de gemiddelde interesse in de overige artikelen. Naar aanleiding van de gemiddelde interesse in alle afzonderlijke artikelen, lijkt een nadere aanscherping van de hypothese op zijn plaats. Op basis van het onderzoek zijn daarom een aantal criteria geformuleerd waaraan een artikel moet voldoen, wil het over een absoluut interessant onderwerp gaan. Eén van deze criteria is dat de interesse in een artikel over een absoluut interessant onderwerp onafhankelijk is van de variabele geografische afstand. Naar aanleiding van dit criterium is vervolgens, door middel van een t-toets, de interesse in elk artikel vergeleken voor plaatsen die qua afstand dichtbij liggen met plaatsen die qua afstand ver weg liggen.

Met betrekking tot de tweede hypothese (geografische afstand) is, door middel van een t-toets, de gemiddelde interesse van respondenten in nieuws met betrekking tot plaatsen die dichtbij liggen, vergeleken met de gemiddelde interesse van respondenten in nieuws met betrekking tot plaatsen die ver weg liggen.

Met betrekking tot de derde hypothese (urbanisatiegraad) is, door middel van een t-toets, de gemiddelde interesse in nieuws van respondenten uit een stedelijke gemeente, vergeleken met die van respondenten uit een plattelandsgemeente.

Met betrekking tot de vierde hypothese wordt onderscheidt gemaakt tussen a) gevoelsmatige binding en b) actieve binding. Met betrekking tot de gevoelsmatige binding is een Pearson correlatieanalyse uitgevoerd, om te onderzoeken in hoeverre er een verband is tussen de mate van verbondenheid die de respondent voelt met een bepaalde plaats en de interesse van de respondent in nieuws uit die plaats. Met betrekking tot de actieve binding is allereerst de constructvaliditeit door middel van een factoranalyse berekend en daarnaast is de interne betrouwbaarheid met behulp van Cronbach's Alpha berekend. Vervolgens is een Pearson correlatieanalyse uitgevoerd, om te onderzoeken in hoeverre er een verband is tussen hoe vaak de respondent activiteiten in een bepaalde plaats verricht en de interesse van de respondent in nieuws uit die plaats.

Tot slot is een regressieanalyse uitgevoerd om te onderzoeken in hoeverre de factoren geografische afstand, urbanisatiegraad en binding samen de interesse in regionaal nieuws verklaren.

## 4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de online enquête besproken. Zoals in hoofdstuk 1 reeds is aangegeven dient deze online enquête een antwoord te geven op de onderzoeksvraag:

*Welke factoren zijn van invloed op de interesse in regionaal nieuws?*

Voor De Twentsche Courant Tubantia (DTCT) dient de online enquête tevens een antwoord te geven op de vraag: In welk(e) domein(en) zijn lezers van DTCT het meest geïnteresseerd?

Daarnaast is de online enquête uitgevoerd om een viertal hypothesen (zie paragraaf 2.6) te toetsen. Deze hypothesen zijn op basis van literatuuronderzoek geformuleerd en hebben betrekking op de invloed van een aantal factoren op de interesse in regionaal nieuws.

1. Absoluut interessante onderwerpen worden interessanter gevonden dan niet absoluut interessante onderwerpen.
2. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt af, naarmate de geografische afstand van de eigen woonplaats tot deze plaats toeneemt.
3. De interesse in nieuws uit andere plaatsen binnen de regio neemt af, naarmate de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats toeneemt.
- 4a. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de gevoelsmatige binding met die plaats toeneemt.
- 4b. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de actieve binding met die plaats toeneemt.

Dit hoofdstuk is gewijd aan de beschrijving van de onderzoeksresultaten en aan het toetsen van de vier hypothesen. Allereerst zal er in paragraaf 4.1 tot en met paragraaf 4.4 een algemene beschrijving gegeven worden van de resultaten van de afzonderlijke vragen uit de vragenlijst. In paragraaf 4.5 komen de resultaten met betrekking tot de interesse in de vier verschillende domeinen (die DTCT onderscheidt) aan bod. Vervolgens worden in paragraaf 4.6 tot en met 4.9 de verschillende hypothesen één voor één getoetst en worden de resultaten besproken. Tenslotte wordt in paragraaf 4.10 de gezamenlijke invloed van de factoren geografische afstand, urbanisatiegraad en binding op de interesse in regionaal nieuws beschreven.

### 4.1 Resultaten interesse artikelen

In deze paragraaf worden de resultaten gepresenteerd van vraag één tot en met zestien van de vragenlijst, waarbij de respondent wordt gevraagd naar zijn/ haar interesse in zestien verschillende artikelen. In elk van de acht verschillende vragenlijsten hebben deze artikelen allemaal betrekking op één bepaalde plaats in Twente. De resultaten voor alle acht vragenlijsten samen staan weergegeven

in tabel 4.1. In deze tabel zijn de artikelen geordend van meest interessant tot en met minst interessant.

Tabel 4.1 Beschrijvende resultaten van de interesse in de 16 verschillende artikelen (vraag 1-16), geordend van meest interessante artikel t/m minst interessante artikel

| Artikel<br>Nr. | Naam              | Interesse               |                    |          |                  |                     | n   | Gemid-<br>delde | Standaard-<br>deviatie |
|----------------|-------------------|-------------------------|--------------------|----------|------------------|---------------------|-----|-----------------|------------------------|
|                |                   | Zeer onin-<br>teressant | Oninteres-<br>sant | Neutraal | Interes-<br>sant | Zeer<br>interessant |     |                 |                        |
| 9              | Mes               | 2%                      | 11%                | 22%      | 54%              | 11%                 | 430 | 3.61            | 0.90                   |
| 13             | Ziekten           | 2%                      | 10%                | 24%      | 53%              | 11%                 | 430 | 3.60            | 0.89                   |
| 1              | Cafédood          | 3 %                     | 6%                 | 28%      | 57%              | 6%                  | 429 | 3.59            | 0.80                   |
| 7              | Banen             | 1%                      | 10%                | 25%      | 55%              | 9%                  | 430 | 3.59            | 0.84                   |
| 3              | Failliet          | 3%                      | 9%                 | 27%      | 51%              | 10%                 | 431 | 3.57            | 0.89                   |
| 14             | Ambtenaar         | 3%                      | 10%                | 33%      | 46%              | 8%                  | 430 | 3.45            | 0.89                   |
| 6              | Zalmsnip          | 4%                      | 17%                | 30%      | 44%              | 5%                  | 428 | 3.31            | 0.94                   |
| 2              | Afval             | 4%                      | 25%                | 28%      | 39%              | 4%                  | 431 | 3.13            | 0.97                   |
| 10             | Fietsen           | 8%                      | 22%                | 36%      | 29%              | 5%                  | 430 | 3.02            | 1.02                   |
| 11             | Huwelijksdrama    | 8%                      | 21%                | 37%      | 31%              | 3%                  | 429 | 2.99            | 0.99                   |
| 5              | Leerlingen        | 6%                      | 22%                | 43%      | 28%              | 1%                  | 429 | 2.96            | 0.90                   |
| 8              | Sporten           | 9%                      | 23%                | 38%      | 26%              | 4%                  | 430 | 2.93            | 1.01                   |
| 16             | Hardloopspektakel | 10%                     | 21%                | 39%      | 28%              | 2%                  | 428 | 2.92            | 0.99                   |
| 4              | Piano             | 10%                     | 26%                | 36%      | 26%              | 2%                  | 431 | 2.83            | 0.98                   |
| 15             | Directeur         | 13%                     | 23%                | 37%      | 25%              | 2%                  | 430 | 2.82            | 1.02                   |
| 12             | Kaarten           | 15%                     | 31%                | 36%      | 15%              | 3%                  | 430 | 2.60            | 1.00                   |

Door middel van variantieanalyse is vastgesteld dat de zestien artikelen qua interessantheid van elkaar verschillen ( $F(15, 429) = 57.29, p < .01$ ). De Levene-toets wees uit dat de varianties per groep niet gelijk zijn aan elkaar. Aan de hand van de meervoudige vergelijkingstoets Games-Howell is vervolgens vastgesteld dat de artikelen “mes”, “ziekten”, “cafédood”, “banen”, “failliet” en “ambtenaar” significant interessanter worden bevonden dan de overige tien artikelen (van “zalmsnip” tot en met “kaarten”). Met als enige uitzondering dat er geen significant verschil is in interesse tussen het artikel “ambtenaar” en het artikel “zalmsnip”. Het artikel “ambtenaar” wordt wel significant interessanter bevonden dan de overige negen artikelen (van “afval” tot en met “kaarten”).

## 4.2 Resultaten mate van verbondenheid

Bij vraag zeventien van de vragenlijst wordt de respondent gevraagd naar de mate van verbondenheid die hij/ zij voelt met een viertal verschillende plaatsen in Twente. De plaatsen waarnaar wordt gevraagd, zijn afhankelijk van de woonplaats van de respondent. In tabel 4.2 worden de resultaten

van deze vraag gepresenteerd voor inwoners van Enschede. In tabel 4.3 volgen de resultaten voor inwoners van Rijssen.

Tabel 4.2 Beschrijvende resultaten van de mate van verbondenheid die inwoners van **Enschede** voelen met 4 verschillende plaatsen in Twente (vraag 17)

| Plaats    | Mate van verbondenheid |                      |                     |                 |                      | n   | Gemiddelde | Standaarddeviatie |
|-----------|------------------------|----------------------|---------------------|-----------------|----------------------|-----|------------|-------------------|
|           | Niet verbonden         | Nauwelijks verbonden | Enigszins verbonden | Sterk verbonden | Zeer sterk verbonden |     |            |                   |
| Hengelo   | 13%                    | 27%                  | 47%                 | 11%             | 2%                   | 291 | 2.62       | 0.91              |
| Oldenzaal | 15%                    | 26%                  | 45%                 | 12%             | 2%                   | 291 | 2.60       | 0.95              |
| Almelo    | 40%                    | 29%                  | 24%                 | 5%              | 2%                   | 291 | 2.01       | 1.02              |
| Rijssen   | 67%                    | 24%                  | 7%                  | 2%              | -                    | 291 | 1.43       | 0.69              |

De gevoelsmatige binding van inwoners van Enschede met andere plaatsen, hangt samen met de geografische afstand van Enschede tot die plaats. In dit onderzoek is onderscheidt gemaakt tussen plaatsen die dicht bij Enschede liggen (Hengelo en Oldenzaal) en plaatsen die verder weg liggen (Almelo en Rijssen). Aan de hand van een t-toets is vastgesteld dat inwoners van Enschede zich meer verbonden voelen met plaatsen die dicht bij Enschede liggen, dan met plaatsen die verder weg liggen ( $t(291) = 16.48, p < .01$ ). Opvallend is de lage gevoelsmatige binding van inwoners van Enschede met de plaats Rijssen. Door middel van variantieanalyse is vastgesteld dat de gevoelsmatige binding van inwoners van Enschede met de vier plaatsen onderling verschilt ( $F(3, 290) = 115.57, p < .01$ ). Almelo en Rijssen worden beide gerekend tot plaatsen die verder weg liggen, maar aan de hand van de meervoudige vergelijkingstoets Games-Howell is vastgesteld dat inwoners van Enschede zich significant meer verbonden voelen met Almelo dan met Rijssen. Verder valt op dat de gemiddelde scores laag zijn (1 = niet verbonden, 2 = nauwelijks verbonden, 3 = enigszins verbonden, 4 = sterk verbonden, 5 = zeer sterk verbonden).

Tabel 4.3 Beschrijvende resultaten van de mate van verbondenheid die inwoners van **Rijssen** voelen met 4 verschillende plaatsen in Twente (vraag 17)

| Plaats   | Mate van verbondenheid |                      |                     |                 |                      | n   | Gemiddelde | Standaarddeviatie |
|----------|------------------------|----------------------|---------------------|-----------------|----------------------|-----|------------|-------------------|
|          | Niet verbonden         | Nauwelijks verbonden | Enigszins verbonden | Sterk verbonden | Zeer sterk verbonden |     |            |                   |
| Holten   | 3%                     | 5%                   | 36%                 | 41%             | 15%                  | 138 | 3.62       | 0.90              |
| Almelo   | 11%                    | 31%                  | 44%                 | 13%             | 1%                   | 138 | 2.62       | 0.87              |
| Hengelo  | 21%                    | 40%                  | 32%                 | 6%              | 1%                   | 138 | 2.26       | 0.89              |
| Enschede | 21%                    | 38%                  | 31%                 | 8%              | 2%                   | 138 | 2.32       | 0.97              |

De gevoelsmatige binding van inwoners van Rijssen met andere plaatsen, hangt samen met de geografische afstand van Rijssen tot die plaats. In dit onderzoek is onderscheidt gemaakt tussen plaatsen die dicht bij Rijssen liggen (Holten en Almelo) en plaatsen die verder weg liggen (Hengelo en

Enschede). Aan de hand van een t-toets is vastgesteld dat inwoners van Rijssen zich meer verbonden voelen met plaatsen die dicht bij Rijssen liggen, dan met plaatsen die verder weg liggen ( $t(138) = 9.97, p < .01$ ). Opvallend is de hoge gevoelsmatige binding van inwoners van Rijssen met de plaats Holten. Door middel van variantieanalyse is vastgesteld dat de gevoelsmatige binding van inwoners van Rijssen met de vier plaatsen onderling verschilt ( $F(3, 137) = 66.06, p < .01$ ). Holten en Almelo worden beide gerekend tot plaatsen die dichtbij liggen, maar aan de hand van de meervoudige vergelijkingstoets Bonferroni is vastgesteld dat inwoners van Rijssen zich significant meer verbonden voelen met Holten dan met Almelo. Verder valt op dat de gemiddelde scores van de inwoners van Rijssen hoger zijn, dan de gemiddelde scores van de inwoners van Enschede. De gevoelsmatige binding van inwoners van een bepaalde plaats met andere plaatsen, hangt dan ook samen met de urbanisatiegraad van de woonplaats. In dit onderzoek is onderscheidt gemaakt tussen een stedelijke gemeente (Enschede) en een plattelandsgemeente (Rijssen). Door middel van een t-toets is vastgesteld dat inwoners van een stedelijke gemeente, zich minder verbonden voelen met andere plaatsen dan inwoners van een plattelandsgemeente ( $t(427) = -7.96, p < .01$ ).

### 4.3 Resultaten activiteiten/ bezigheden

In deze paragraaf worden de resultaten weergegeven van vraag achttien en negentien van de vragenlijst, waarbij de respondent wordt gevraagd hoe vaak hij/ zij in een bepaalde plaats in Twente komt voor een negental verschillende activiteiten/ bezigheden. Ook hier zijn de plaatsen waarnaar wordt gevraagd afhankelijk van de woonplaats van de respondent. De resultaten voor inwoners van Enschede staan weergegeven in tabel 4.4. De resultaten voor inwoners van Rijssen volgen in tabel 4.5. In bijlage 7 zijn de complete tabellen opgenomen, waarin ook de verdeling van de respondenten over de verschillende antwoordmogelijkheden wordt weergegeven.

Tabel 4.4 Beschrijvende resultaten van de activiteiten van inwoners van **Enschede** in 4 verschillende plaatsen in Twente (vraag 18-19)

| Plaats                      |      | Activiteiten/ bezigheden |        |                 |                |              |          |                  |                         |                 |
|-----------------------------|------|--------------------------|--------|-----------------|----------------|--------------|----------|------------------|-------------------------|-----------------|
|                             |      | Werk                     | Studie | School kinderen | Bezoek familie | Boodschappen | Winkelen | Club, vereniging | Restaurant, café, disco | Museum, theater |
| <b>Hengelo</b><br>(n=153)   | Mean | 2.12                     | 1.31   | 1.06            | 2.31           | 1.35         | 2.18     | 1.50             | 2.04                    | 1.89            |
|                             | S.D. | 1.41                     | 0.73   | 0.29            | 1.23           | 0.79         | 0.96     | 0.89             | 0.97                    | 0.90            |
| <b>Oldenzaal</b><br>(n=140) | Mean | 1.68                     | 1.10   | 1.07            | 1.94           | 1.35         | 2.09     | 1.56             | 1.83                    | 1.36            |
|                             | S.D. | 1.05                     | 0.47   | 0.50            | 1.21           | 0.79         | 1.04     | 1.05             | 0.91                    | 0.72            |
| <b>Almelo</b><br>(n=140)    | Mean | 1.58                     | 1.06   | 1.01            | 1.60           | 1.09         | 1.41     | 1.36             | 1.31                    | 1.36            |
|                             | S.D. | 0.96                     | 0.30   | 0.09            | 1.05           | 0.37         | 0.74     | 0.76             | 0.61                    | 0.68            |
| <b>Rijssen</b><br>(n=153)   | Mean | 1.33                     | 1.02   | 1.00            | 1.19           | 1.03         | 1.18     | 1.11             | 1.07                    | 1.07            |
|                             | S.D. | 0.84                     | 0.14   | 0.00            | 0.60           | 0.24         | 0.53     | 0.36             | 0.28                    | 0.27            |

De actieve binding van inwoners van Enschede met een bepaalde plaats, hangt samen met de geografische afstand van Enschede tot die plaats. Aan de hand van een t-toets is vastgesteld dat inwoners van Enschede vaker activiteiten verrichten in plaatsen die dicht bij Enschede liggen (Hengelo en Oldenzaal), dan in plaatsen die verder weg liggen (Almelo en Rijssen) ( $t(231) = 12.50$ ,  $p < .01$ ). Daarnaast blijkt uit een Pearson correlatieanalyse dat er een positieve samenhang is tussen de actieve binding van inwoners van Enschede met een bepaalde plaats en de gevoelsmatige binding van inwoners van Enschede met die plaats ( $r(291) = 0.56$ ,  $p < .01$ ). Een positieve samenhang betekent in dit opzicht dat naarmate men vaker activiteiten verricht in een bepaalde plaats, men zich ook meer verbonden voelt met die plaats. Verder valt op dat de gemiddelde scores laag zijn (1 = nooit, 2 = zelden, 3 = soms, 4 = regelmatig en 5 = vaak).

Tabel 4.5 Beschrijvende resultaten van de activiteiten van inwoners van **Rijssen** in 4 verschillende plaatsen in Twente (vraag 18-19)

| Plaats          |                | Activiteiten/ bezigheden |        |                 |                |              |          |                  |                         |                 |
|-----------------|----------------|--------------------------|--------|-----------------|----------------|--------------|----------|------------------|-------------------------|-----------------|
|                 |                | Werk                     | Studie | School kinderen | Bezoek familie | Boodschappen | Winkelen | Club, vereniging | Restaurant, café, disco | Museum, theater |
| <b>Holten</b>   | Mean           | 1.68                     | 1.12   | 1.20            | 1.59           | 1.52         | 1.28     | 1.41             | 1.70                    | 1.25            |
|                 | (n=69)<br>S.D. | 1.18                     | 0.37   | 0.70            | 0.98           | 0.85         | 0.62     | 0.77             | 0.86                    | 0.60            |
| <b>Almelo</b>   | Mean           | 1.94                     | 1.32   | 1.33            | 1.81           | 1.30         | 2.65     | 1.52             | 1.91                    | 1.75            |
|                 | (n=69)<br>S.D. | 1.26                     | 0.83   | 0.93            | 1.12           | 0.69         | 0.94     | 0.92             | 1.03                    | 0.88            |
| <b>Hengelo</b>  | Mean           | 2.01                     | 1.25   | 1.03            | 1.59           | 1.12         | 2.04     | 1.16             | 1.51                    | 1.65            |
|                 | (n=69)<br>S.D. | 1.48                     | 0.79   | 0.17            | 1.02           | 0.44         | 0.95     | 0.47             | 0.76                    | 0.80            |
| <b>Enschede</b> | Mean           | 1.93                     | 1.55   | 1.14            | 1.67           | 1.29         | 2.61     | 1.48             | 1.87                    | 2.09            |
|                 | (n=69)<br>S.D. | 1.30                     | 1.17   | 0.52            | 0.98           | 0.73         | 1.05     | 0.82             | 0.95                    | 0.95            |

De actieve binding van inwoners van Rijssen met andere plaatsen, hangt niet samen met de geografische afstand van Rijssen tot die plaats. Aan de hand van een t-toets is vastgesteld dat er geen significant verschil is tussen de actieve binding van inwoners van Rijssen, met plaatsen die dicht bij Rijssen liggen (Holten en Almelo) en plaatsen die verder weg liggen (Hengelo en Enschede) ( $t(137) = -0.64$ ,  $p = .26$ ). Door middel van variantieanalyse is vastgesteld dat de actieve binding van inwoners van Rijssen met de vier plaatsen onderling wel verschilt ( $F(3, 136) = 8.13$ ,  $p < .01$ ). Omdat de Levene-toets uitwees dat de varianties per groep niet gelijk zijn aan elkaar, is de meervoudige vergelijkingstoets Games-Howell uitgevoerd, om te onderzoeken tussen welke plaatsen er een significant verschil is. Aan de hand van deze toets is vervolgens vastgesteld dat inwoners van Rijssen vaker activiteiten verrichten in Almelo en Enschede, dan in Hengelo en Holten. Ook hier blijkt uit een Pearson correlatieanalyse dat er een positieve samenhang is tussen de actieve binding van inwoners van Rijssen met een bepaalde plaats en de gevoelsmatige binding van inwoners van Rijssen met die plaats ( $r(138) = 0.39$ ,  $p < .01$ ). Dit gaat echter niet helemaal op aangezien inwoners van Rijssen zich

het meest verbonden voelen met Holten, maar hier niet de meeste activiteiten verrichten. Verder valt op dat de gemiddelde scores van de inwoners van Rijssen hoger zijn, dan de gemiddelde scores van de inwoners van Enschede. De actieve binding van inwoners van een bepaalde plaats met andere plaatsen, hangt dan ook samen met de urbanisatiegraad van de woonplaats. In dit onderzoek is onderscheidt gemaakt tussen een stedelijke gemeente (Enschede) en een plattelandsgemeente (Rijssen). Door middel van een t-toets is vastgesteld dat inwoners van een stedelijke gemeente, minder vaak activiteiten verrichten in andere plaatsen, dan inwoners van een plattelandsgemeente ( $t(430) = -4.43, p < .01$ ).

#### 4.4 Resultaten interesse onderwerpen

Bij vraag twintig van de vragenlijst wordt de respondent gevraagd naar zijn/ haar interesse in elf verschillende onderwerpen. Net als de artikelen, hebben ook deze onderwerpen in elk van de acht verschillende vragenlijsten allemaal betrekking op één bepaalde plaats in Twente. De resultaten voor alle acht vragenlijsten samen staan weergegeven in tabel 4.6. In deze tabel zijn de onderwerpen geordend van meest interessant tot en met minst interessant.

Tabel 4.6 Beschrijvende resultaten van de interesse in de 11 verschillende onderwerpen (vraag 20)

| Onderwerp   | Interesse          |               |          |             |                  | n   | Gemiddelde | Standaarddeviatie |
|---|--------------------|---------------|----------|-------------|------------------|-----|------------|-------------------|
|   | Zeer oninteressant | Oninteressant | Neutraal | Interessant | Zeer interessant |     |            |                   |
| Werkgelegenheid, bedrijven en winkels                             | 17%                | 21%           | 30%      | 29%         | 3%               | 421 | 2.80       | 1.12              |
| Inbraken, vernielingen en ongelukken                              | 23%                | 22%           | 30%      | 23%         | 2%               | 419 | 2.58       | 1.13              |
| Gezondheidszorg   | 23%                | 26%           | 26%      | 23%         | 2%               | 418 | 2.57       | 1.14              |
| Wegenaanleg, parkeren en openbaar vervoer                         | 21%                | 30%           | 30%      | 18%         | 1%               | 420 | 2.46       | 1.04              |
| Uitgaansleven   | 26%                | 25%           | 29%      | 19%         | 1%               | 418 | 2.43       | 1.09              |
| Milieu  | 23%                | 31%           | 29%      | 16%         | 1%               | 419 | 2.41       | 1.04              |
| Gemeentelijke nieuwbouwplannen en huisvesting                     | 24%                | 34%           | 27%      | 14%         | 1%               | 418 | 2.34       | 1.02              |
| Lokale cultuur  | 27%                | 31%           | 25%      | 16%         | 1%               | 418 | 2.33       | 1.06              |
| Gemeenteraad, gemeentepolitiek en plaatselijke politieke partijen | 28%                | 31%           | 24%      | 16%         | 1%               | 419 | 2.33       | 1.09              |
| Onderwijs   | 29%                | 35%           | 23%      | 12%         | 1%               | 414 | 2.22       | 1.04              |
| Sport en verenigingsleven   | 30%                | 32%           | 26%      | 11%         | 1%               | 414 | 2.22       | 1.04              |

Door middel van variantieanalyse is vastgesteld dat de elf onderwerpen qua interessantheid van elkaar verschillen ( $F(10, 417) = 10.77, p < .01$ ). De Levene-toets wees uit dat de varianties per groep niet gelijk zijn aan elkaar. Aan de hand van de meervoudige vergelijkingstoets Games-Howell is vervolgens vastgesteld dat het onderwerp “werkgelegenheid, bedrijven en winkels” significant interessanter wordt bevonden dan alle andere onderwerpen, behalve de onderwerpen “inbraken, vernielingen en ongelukken” en “gezondheidszorg”. Deze twee onderwerpen worden vervolgens alleen significant interessanter bevonden dan de onderwerpen “onderwijs” en “sport en verenigingsleven”.

#### 4.5 Resultaten interesse domeinen

Aan de hand van de interesse in de verschillende artikelen kan ook iets worden gezegd over de interesse in de vier verschillende domeinen die DTCT onderscheidt. Elk van de zestien artikelen is op basis van vooronderzoek ingedeeld bij één van de vier domeinen; Mens & Maatschappij, Bestuur & Beheer, Economie & Financiën en Sport & Recreatie. De interesse in een bepaald domein is bepaald door de gemiddelde interesse in de vier artikelen die tot hetzelfde domein behoren te berekenen (zie tabel 4.7).

Tabel 4.7 Beschrijvende resultaten van de interesse in de 4 verschillende domeinen

| Domein               | n   | Gemiddelde | Standaarddeviatie |
|----------------------|-----|------------|-------------------|
| Mens & Maatschappij  | 431 | 3.44       | 0.57              |
| Bestuur & Beheer     | 431 | 3.23       | 0.68              |
| Economie & Financiën | 431 | 3.24       | 0.69              |
| Sport & Recreatie    | 431 | 2.82       | 0.67              |

Door middel van variantieanalyse is vastgesteld dat de vier domeinen qua interessantheid van elkaar verschillen ( $F(3, 430) = 68.95, p < .01$ ). De Levene-toets wees uit dat de varianties per groep niet gelijk zijn aan elkaar. Aan de hand van de meervoudige vergelijkingstoets Games-Howell is vervolgens vastgesteld dat het domein Mens & Maatschappij het meest interessant wordt bevonden en het domein Sport & Recreatie het minst interessant.

Deze analyse geeft echter een vertekend beeld. De artikelen over absoluut interessante onderwerpen worden namelijk over het algemeen interessanter gevonden dan de overige artikelen. Aangezien de vier artikelen die tot het domein Sport & Recreatie behoren geen van allen over absoluut interessante onderwerpen gaan, moet voor een eerlijke vergelijking van de vier domeinen een correctie voor het effect van absoluut interessante onderwerpen toegepast worden. Dit is gerealiseerd door de artikelen “café dood”, “failliet”, “mes”, “gezondheid” en “ambtenaar” (zie paragraaf 4.6 voor de selectie van deze

artikelen) niet mee te rekenen, bij het bepalen van de interesse in de verschillende domeinen (zie tabel 4.8).

*Tabel 4.8 Beschrijvende resultaten van de interesse in de 4 verschillende domeinen, gecorrigeerd voor het effect van absoluut interessante onderwerpen*

| <b>Domein</b> (correctie abs. interessante onderwerpen) | <b>n</b> | <b>Gemiddelde</b> | <b>Standaarddeviatie</b> |
|---|----------|-------------------|--------------------------|
| Mens & Maatschappij                                     | 429      | 2.96              | 0.90                     |
| Bestuur & Beheer  | 431      | 3.15              | 0.76                     |
| Economie & Financiën                                    | 431      | 3.13              | 0.74                     |
| Sport & Recreatie                                       | 431      | 2.82              | 0.67                     |

Door middel van variantieanalyse is wederom vastgesteld dat de vier domeinen qua interessantheid van elkaar verschillen ( $F(3, 430) = 18.21, p < .01$ ). Ook hier wees de Levene-toets uit dat de varianties per groep niet gelijk zijn aan elkaar. Aan de hand van de meervoudige vergelijkingstoets Games-Howell is vervolgens vastgesteld dat de domeinen Bestuur & Beheer en Economie & Financiën het meest interessant worden gevonden.

Bij deze vergelijking moet echter ook een kanttekening geplaatst worden. De interesse in elk van de domeinen wordt nu namelijk niet meer berekend op basis van hetzelfde aantal artikelen. Wanneer de artikelen over absoluut interessante onderwerpen eruit gehaald worden blijft er bij het domein Mens & Maatschappij slechts één artikel over. Bij de domeinen Bestuur & Beheer en Economie & Financiën blijven er bij elk twee artikelen over. Bij het domein Sport & Recreatie tenslotte blijven alle vier artikelen over.

#### **4.6 Resultaten hypothese 1 (absoluut interessant)**

*Absoluut interessante onderwerpen worden interessanter gevonden, dan niet absoluut interessante onderwerpen.*

Uitgaande van de absolute interesses die door Schank (1979) zijn geformuleerd, zijn door de hoofdredactie van DTCT de artikelen “café dood”, “failliet”, “zalmsnip”, “mes”, “huwelijksdrama” en “ambtenaar”, voorafgaande aan het onderzoek geselecteerd, als zijnde artikelen over een absoluut interessant onderwerp. Aan de hand van een t-toets is vastgesteld dat deze zes artikelen samen interessanter worden bevonden dan de overige tien artikelen samen ( $t(430) = 9.59, p < .01$ ). Op basis van deze bevinding wordt hypothese 1 aangenomen.

De resultaten in tabel 4.1 geven echter aanleiding hier toch iets dieper op in te gaan. Hieruit valt namelijk af te lezen dat de interesse in de artikelen “zalmsnip” en “huwelijksdrama” niet zo hoog is als verwacht. Daarentegen is de interesse in de artikelen “banen” en “ziekten” onverwacht hoog. Een nadere aanscherping van de hypothese lijkt dus op zijn plaats. Welke artikelen kunnen, op basis van de resultaten van dit onderzoek, nu aangemerkt worden als artikelen over absoluut interessante onderwerpen? Er kan namelijk niet per definitie geconcludeerd worden dat de artikelen die hoog scoren qua interesse, dus over absoluut interessante onderwerpen gaan. Om toch een zekere selectie van de artikelen over absoluut interessante onderwerpen te kunnen maken, zijn de volgende criteria opgesteld:

1. Artikelen waarvan op basis van literatuur verwacht wordt dat ze over een absoluut interessant onderwerp gaan.
2. Artikelen waarvoor de gemiddelde interesse groot is, hierbij worden twee criteria gehanteerd, namelijk hoger dan 3.0 (niet interessant/ niet oninteressant) en hoger dan 3.5.
3. Artikelen waarbij de interesse niet afhankelijk is van afstand.

Een toelichting voor het laatste criterium lijkt op zijn plaats. Het idee achter absoluut interessante onderwerpen is dat deze altijd en door iedereen interessant worden gevonden. Op basis hiervan wordt verondersteld dat de interesse in een artikel over een absoluut interessant onderwerp altijd hoog is, ongeacht de plaats waar het gebeurde zich heeft afgespeeld. Aan de hand van een t-toets is de gemiddelde interesse, van inwoners van Enschede en Rijssen, in een artikel met betrekking tot plaatsen die dicht bij de woonplaats liggen, vergeleken met de gemiddelde interesse in hetzelfde artikel met betrekking tot plaatsen die verder weg liggen. De resultaten van deze t-toets staan weergegeven in tabel 4.9. Uit deze resultaten blijkt dat de interesse in de artikelen “afval”, “piano”, “leerlingen”, “zalmsnip”, “banen”, “fietsen” en “hardloopspektakel” afhankelijk is van afstand. Oftewel; wanneer deze artikelen betrekking hebben op een plaats die dicht bij de eigen woonplaats ligt, vinden respondenten deze artikelen interessanter, dan wanneer ze betrekking hebben op een plaats die verder weg ligt.

Tabel 4.9 Invloed van de factor afstand op de interesse in de 16 verschillende artikelen

| Artikel<br>Nr. Naam  | t     | df  | p       |
|----------------------|-------|-----|---------|
| 1 Cafédood           | 1.65  | 415 | .05     |
| 2 Afval              | 2.97  | 429 | < .01** |
| 3 Failliet           | 0.07  | 429 | .47     |
| 4 Piano              | 1.91  | 429 | .03*    |
| 5 Leerlingen         | 3.73  | 417 | < .01** |
| 6 Zalmsnip           | 3.31  | 426 | < .01** |
| 7 Banen              | 3.11  | 426 | < .01** |
| 8 Sporten            | 1.55  | 422 | .06     |
| 9 Mes                | 1.28  | 428 | .10     |
| 10 Fietsen           | 3.30  | 428 | < .01** |
| 11 Huwelijksdrama    | -0.05 | 427 | .48     |
| 12 Kaarten           | 0.81  | 418 | .21     |
| 13 Ziekten           | 1.34  | 428 | .09     |
| 14 Ambtenaar         | 1.53  | 428 | .06     |
| 15 Directeur         | 0.87  | 428 | .19     |
| 16 Hardloopspektakel | 3.07  | 407 | < .01** |

\* p < .05 \*\* p < .01

Aan de hand van de opgestelde drie criteria, wordt nu bepaald welke artikelen absoluut interessante onderwerpen behandelen. De resultaten van deze criteria staan weergegeven in tabel 4.10. Wanneer een artikel voldoet aan het betreffende criterium, wordt dit in de tabel weergegeven door een kruisje. De artikelnummers in tabel 4.10 die vet gedrukt zijn, geven de artikelen aan die op basis van deze criteria zijn geselecteerd.

Tabel 4.10 Overzicht invloed van de criteria op de 16 verschillende artikelen

| Criterium                             | Artikel |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
|---------------------------------------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
|                                       | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 1 Literatuur                          | x       |   | x |   |   | x |   |   | x |    | x  |    |    |    |    | x  |
| 2 Mean > 3.0                          | x       | x | x |   |   | x | x |   | x | x  |    |    |    | x  |    | x  |
| Mean > 3.5                            | x       |   | x |   |   |   | x |   | x |    |    |    |    | x  |    |    |
| 3 Interesse onafhankelijk van afstand | x       |   | x |   |   |   |   | x | x |    | x  | x  | x  | x  | x  | x  |

**Legenda Artikel**

- 1 Cafédood
- 2 Afval
- 3 Failliet
- 4 Piano
- 5 Leerlingen
- 6 Zalmsnip
- 7 Banen
- 8 Sporten
- 9 Mes
- 10 Fietsen
- 11 Huwelijksdrama
- 12 Kaarten
- 13 Ziekten
- 14 Ambtenaar
- 15 Directeur
- 16 Hardloopspektakel

Op basis van de drie criteria worden de volgende artikelen geselecteerd als zijnde artikelen die een absoluut interessant onderwerp behandelen: “cafédood”, “failliet”, “mes”, “ziekten” en “ambtenaar”. Dit is dus een lichte afwijking van de artikelen die op basis van de definitie van Schank (1979) waren geselecteerd als zijnde artikelen over absoluut interessante onderwerpen. Van deze vijf artikelen vormt het artikel “ziekten” een uitzondering, in die zin dat het niet was geselecteerd als zijnde een artikel over een absoluut interessant onderwerp. De artikelen “zalmsnip” en “huwelijksdrama” daarentegen waren wel geselecteerd als zijnde artikelen over een absoluut interessant onderwerp, maar op basis van deze criteria vallen ze buiten de selectie. Toch vormen deze resultaten een bevestiging van hypothese 1; absoluut interessante onderwerpen worden interessanter gevonden, dan niet absoluut interessante onderwerpen.

#### **4.7 Resultaten hypothese 2 (geografische afstand)**

*De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt af, naarmate de geografische afstand van de eigen woonplaats tot deze plaats toeneemt.*

De interesse in nieuws is geoperationaliseerd in de vorm van de interesse in artikelen en de interesse in onderwerpen. De artikelen en onderwerpen hebben betrekking op een aantal verschillende plaatsen. Voor het toetsen van deze hypothese zijn deze onderverdeeld in twee plaatsen die qua afstand dicht bij de woonplaats van de respondent liggen (op minder dan vijftien kilometer) en twee plaatsen die qua afstand verder weg liggen (op meer dan twintig kilometer). De resultaten met betrekking tot de invloed van geografische afstand op de interesse in (nieuws)artikelen en de interesse in (nieuws)onderwerpen, worden in de volgende subparagrafen afzonderlijk besproken.

##### **4.7.1 De invloed van geografische afstand op de interesse in artikelen**

Voor alle respondenten geldt dat zij (nieuws)artikelen met betrekking tot plaatsen die dicht bij de eigen woonplaats liggen interessanter vinden, dan dezelfde (nieuws)artikelen met betrekking tot plaatsen die verder weg liggen ( $t(429) = 3.47, p < .01$ ). Dit resultaat heeft betrekking op de gemiddelde interesse in alle zestien artikelen. Zoals hiervoor al is beschreven geldt niet voor elk artikel afzonderlijk dat de interesse afhankelijk is van afstand. De interesse in artikelen over absoluut interessante onderwerpen bleek onafhankelijk te zijn van afstand. Wanneer deze artikelen dan ook buiten de analyse worden gehouden wordt er, zoals verwacht, een nog groter verschil in interesse gevonden, tussen de (nieuws)artikelen met betrekking tot plaatsen die dicht bij de woonplaats liggen en de (nieuws)artikelen met betrekking tot plaatsen die verder weg liggen ( $t(414) = 3.67, p < .01$ ).

##### **4.7.2 De invloed van geografische afstand op de interesse in onderwerpen**

Voor alle respondenten geldt dat zij (nieuws)onderwerpen met betrekking tot plaatsen die dicht bij de eigen woonplaats liggen interessanter vinden, dan dezelfde (nieuws)onderwerpen met betrekking tot plaatsen die verder weg liggen ( $t(422) = 6.07, p < .01$ ). Deze resultaten hebben betrekking op de gemiddelde interesse in alle elf onderwerpen. Voor respondenten uit Enschede geldt dit ook voor alle onderwerpen afzonderlijk. Voor respondenten uit Rijssen geldt dit niet voor de onderwerpen

“uitgaansleven”, “sport en verenigingsleven”, “onderwijs” en “inbraken, vernielingen en ongelukken”. Er is geen significant verschil in interesse in deze onderwerpen voor plaatsen dichtbij of ver weg.

Op basis van deze gegevens wordt hypothese 2 aangenomen. De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt af, wanneer de geografische afstand van de eigen woonplaats tot deze plaats toeneemt.

#### **4.8 Resultaten hypothese 3 (urbanisatiegraad)**

*De interesse in nieuws uit andere plaatsen binnen de regio neemt af, naarmate de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats toeneemt.*

De interesse in nieuws is, zoals in de vorige paragraaf al is aangegeven, gemeten in de vorm van de interesse in artikelen en de interesse in onderwerpen. Met betrekking tot de urbanisatiegraad is er een onderscheid gemaakt tussen respondenten uit een stedelijke gemeente (Enschede) en respondenten uit een plattelandsgemeente (Rijssen). De resultaten met betrekking tot de invloed van de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats, op de interesse in (nieuws)artikelen en de interesse in (nieuws)onderwerpen, worden in de volgende subparagrafen afzonderlijk besproken.

##### **4.8.1 De invloed van urbanisatiegraad op de interesse in artikelen**

De gemiddelde interesse van respondenten uit een stedelijke gemeente in (nieuws)artikelen uit andere plaatsen, verschilt niet met die van respondenten uit een plattelandsgemeente ( $t(429) = 1.09$ ,  $p = .14$ ). Dit resultaat heeft betrekking op de gemiddelde interesse in alle zestien artikelen. Ervan uitgaande dat artikelen over absoluut interessante onderwerpen altijd en door iedereen interessant worden gevonden, dus ook ongeacht de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats, lijkt het gerechtvaardigd deze artikelen buiten de analyse te laten. Echter, ook uit deze analyse blijkt dat de gemiddelde interesse van respondenten uit een stedelijke gemeente in nieuws(artikelen) uit andere plaatsen, niet verschilt met die van respondenten uit een plattelandsgemeente ( $t(429) = 1.36$ ,  $p = .09$ ).

##### **4.8.2 De invloed van urbanisatiegraad op de interesse in onderwerpen**

Respondenten uit een stedelijke gemeente zijn minder geïnteresseerd in (nieuws)onderwerpen uit andere plaatsen, dan respondenten uit een plattelandsgemeente ( $t(422) = -4.01$ ,  $p < .01$ ). Dit resultaat heeft betrekking op de gemiddelde interesse in alle elf onderwerpen, dit geldt echter ook voor elk onderwerp afzonderlijk.

Hypothese 3 wordt alleen aangenomen met betrekking tot de interesse in (nieuws)onderwerpen. Met betrekking tot de interesse in (nieuws)artikelen wordt hypothese 3 verworpen.

## 4.9 Resultaten hypothese 4 (binding)

- a) *De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de gevoelsmatige binding met die plaats toeneemt.*
- b) *De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de actieve binding met die plaats toeneemt.*

De interesse in nieuws is, zoals eerder beschreven, gemeten in de vorm van de interesse in artikelen en de interesse in onderwerpen. Binding is ook op twee manieren geoperationaliseerd, namelijk als gevoelsmatige binding en actieve binding. Gevoelsmatige binding is gemeten door de respondent te vragen in hoeverre hij/ zij zich verbonden voelt met een bepaalde plaats. Actieve binding is gemeten door de respondent aan te laten geven hoe vaak hij/ zij een negental verschillende activiteiten in een bepaalde plaats verricht. De resultaten met betrekking tot de invloed van gevoelsmatige binding en de invloed van actieve binding op de interesse in (nieuws)artikelen en de interesse in de (nieuws)onderwerpen worden in de volgende subparagrafen afzonderlijk besproken.

### 4.9.1 De invloed van gevoelsmatige binding op de interesse in artikelen

In tabel 4.11 zijn de resultaten van de Pearson correlatieanalyse te vinden, welke is uitgevoerd om te onderzoeken of er een verband is tussen de mate van verbondenheid die men voelt met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)artikelen uit die plaats. Uit het totaalbeeld van deze analyse blijkt dat er een middelmatige correlatie is tussen de gevoelsmatige binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)artikelen uit die plaats ( $r(429) = 0.35, p < .01$ ) en tussen de gevoelsmatige binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws) artikelen uit die plaats, de artikelen over absoluut interessante onderwerpen niet meegerekend ( $r(429) = 0.33, p < .01$ ).

Tabel 4.11 Correlatie tussen de gevoelsmatige binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)artikelen uit die plaats

| Interesse in artikelen<br>uit plaats x                   | Gevoelsmatige binding<br>met plaats x |     |
|--|---------------------------------------|-----|
|  | PC                                    | n   |
| Cafédood   | 0.21**                                | 427 |
| Afval  | 0.19**                                | 429 |
| Failliet   | 0.18**                                | 429 |
| Piano  | 0.10*                                 | 429 |
| Leerlingen   | 0.18**                                | 427 |
| Zalmsnip   | 0.28**                                | 426 |
| Banen  | 0.22**                                | 428 |
| Sporten  | 0.17**                                | 428 |
| Mes  | 0.18**                                | 428 |
| Fietsen  | 0.26**                                | 428 |
| Huwelijksdrama   | 0.20**                                | 427 |
| Kaarten  | 0.17**                                | 428 |
| Gezondheid   | 0.15**                                | 428 |
| Ambtenaar  | 0.19**                                | 428 |
| Directeur  | 0.18**                                | 428 |
| Hardloopspektakel  | 0.22**                                | 426 |
| <b>Totaal</b>  | 0.35**                                | 429 |
| <b>Totaal zonder absoluut<br/>interessante artikelen</b> | 0.33**                                | 429 |

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$

#### 4.9.2 De invloed van gevoelsmatige binding op de interesse in onderwerpen

Vervolgens is ook een Pearson correlatieanalyse uitgevoerd om te onderzoeken of er een verband is tussen de mate van verbondenheid die men voelt met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)onderwerpen uit die plaats. De resultaten van deze analyse zijn te vinden in tabel 4.12. Uit het totaalbeeld van deze analyse blijkt dat er een hoge correlatie is tussen de gevoelsmatige binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)onderwerpen uit die plaats ( $r(424) = 0.57$ ,  $p < .01$ ). Opvallend is dat er hier hogere correlaties worden gevonden dan in de vorige analyse.

Tabel 4.12 Correlatie tussen de gevoelsmatige binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)onderwerpen uit die plaats

| Interesse in onderwerpen uit plaats x                             | Gevoelsmatige binding met plaats x |            |
|---|------------------------------------|------------|
|   | PC                                 | n          |
| Gemeenteraad, gemeentepolitiek en plaatselijke politieke partijen | 0.48**                             | 419        |
| Werkgelegenheid, bedrijven en winkels                             | 0.47**                             | 421        |
| Gemeentelijke nieuwbouwplannen en huisvesting                     | 0.52**                             | 418        |
| Wegenaanleg, parkeren en openbaar vervoer                         | 0.50**                             | 420        |
| Milieu  | 0.37**                             | 419        |
| Uitgaansleven   | 0.46**                             | 418        |
| Lokale cultuur  | 0.46**                             | 418        |
| Sport en verenigingsleven   | 0.44**                             | 414        |
| Onderwijs   | 0.34**                             | 414        |
| Gezondheidszorg   | 0.36**                             | 418        |
| Inbraken, vernielingen en ongelukken                              | 0.39**                             | 419        |
| <b>Totaal</b>   | <b>0.57**</b>                      | <b>424</b> |

\*\* p < .01

### 4.9.3 De operationalisering van actieve binding

Naast de hiervoor beschreven gevoelsmatige binding is ook de actieve binding gemeten. Actieve binding is geoperationaliseerd in de vorm van een negental activiteiten/ bezigheden die men in een bepaalde plaats kan verrichten. Door middel van een factoranalyse is allereerst vastgesteld dat deze negen activiteiten allemaal hetzelfde construct (actieve binding) meten (zie tabel 4.13). De cumulatieve verklaarde variantie van de negen activiteiten is 36%. Na het meten van de constructvaliditeit is de interne betrouwbaarheid van het construct met behulp van Cronbach's Alpha berekend. Met een Cronbach's Alpha van 0.75 is de betrouwbaarheid van dit construct goed te noemen. Bij het vervolg van de analyses kan dan ook uit worden gegaan van de gemiddelde score voor alle activiteiten in een bepaalde plaats.

Tabel 4.13 Factoranalyse en betrouwbaarheidsanalyse construct actieve binding

| <b>Activiteiten</b>                       | <b>Factor</b> |
|---|---------------|
| Werk                                      | .44           |
| Studie                                    | .57           |
| School van de kinderen                    | .37           |
| Bezoek familie, vrienden, kennissen       | .62           |
| Dagelijkse boodschappen                   | .69           |
| Dagje winkelen                            | .71           |
| Vrijtijdsclub, sportclub, vereniging      | .46           |
| Bezoek restaurant, café, discotheek, e.d. | .77           |
| Bezoek museum, theater, concert, e.d.     | .66           |
| <b>Cumulative Explained Variance</b>      | 36%           |
| <b>Cronbach's Alpha</b>                   | 0.75          |

#### 4.9.4 De invloed van actieve binding op de interesse in artikelen

Uit de resultaten van een Pearson correlatieanalyse komt geen eenduidig beeld naar voren wat betreft het verband tussen hoe vaak men activiteiten in een bepaalde plaats verricht en de interesse in (nieuws)artikelen uit die plaats (zie tabel 4.14). Uit het totaalbeeld van deze analyse blijkt dat er een lage correlatie is tussen de actieve binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)artikelen uit die plaats ( $r(431) = 0.20$ ,  $p < .01$ ) en tussen actieve binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)artikelen uit die plaats, de artikelen over absoluut interessante onderwerpen niet meegerekend ( $r(431) = 0.20$ ,  $p < .01$ ).

Tabel 4.14 Correlatie tussen de actieve binding met een bepaalde plaats en de interesse in artikelen uit die plaats

| Interesse in artikelen<br>m.b.t. plaats x                | Actieve binding met plaats x |       |     |
|--|------------------------------|-------|-----|
|  | PC                           | P     | n   |
| Cafédood   | 0.10*                        | .02   | 429 |
| Afval  | 0.11*                        | .01   | 431 |
| Failliet   | 0.07                         | .07   | 431 |
| Piano  | 0.14**                       | < .01 | 431 |
| Leerlingen   | 0.08                         | .05   | 429 |
| Zalmsnip   | 0.08*                        | .05   | 428 |
| Banen  | 0.14**                       | < .01 | 430 |
| Sporten  | 0.16**                       | < .01 | 430 |
| Mes  | 0.06                         | .09   | 430 |
| Fietsen  | 0.15**                       | < .01 | 430 |
| Huwelijksdrama   | 0.07                         | .06   | 429 |
| Kaarten  | 0.13**                       | < .01 | 430 |
| Gezondheid   | 0.11*                        | .01   | 430 |
| Ambtenaar  | 0.06                         | .12   | 430 |
| Directeur  | 0.08*                        | .04   | 430 |
| Hardloopspektakel  | 0.20**                       | < .01 | 428 |
| <b>Totaal</b>  | 0.20**                       | < .01 | 431 |
| <b>Totaal zonder absoluut<br/>interessante artikelen</b> | 0.20**                       | < .01 | 431 |

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$

#### 4.9.5 De invloed van actieve binding op de interesse in onderwerpen

Vervolgens is ook een Pearson correlatieanalyse uitgevoerd om te onderzoeken of er een verband is tussen hoe vaak men activiteiten in een bepaalde plaats verricht en de interesse in (nieuws)onderwerpen uit die plaats. De resultaten van deze analyse zijn te vinden in tabel 4.15. Uit het totaalbeeld van deze analyse blijkt dat er een middelmatige correlatie is tussen de actieve binding met een bepaalde plaats en de interesse in (nieuws)onderwerpen uit die plaats ( $r(424) = 0.51$ ,  $p < .01$ ). Opvallend is dat er hier hogere correlaties worden gevonden dan in de vorige analyse.

Tabel 4.15 Correlatie tussen de actieve binding met een bepaalde plaats en de interesse in onderwerpen uit die plaats

| Interesse in onderwerpen uit plaats x                             | Actieve binding met plaats x |            |
|---|------------------------------|------------|
|   | PC                           | n          |
| Gemeenteraad, gemeentepolitiek en plaatselijke politieke partijen | 0.32**                       | 419        |
| Werkgelegenheid, bedrijven en winkels                             | 0.43**                       | 421        |
| Gemeentelijke nieuwbouwplannen en huisvesting                     | 0.35**                       | 418        |
| Wegenaanleg, parkeren en openbaar vervoer                         | 0.38**                       | 420        |
| Milieu  | 0.29**                       | 419        |
| Uitgaansleven   | 0.50**                       | 418        |
| Lokale cultuur  | 0.41**                       | 418        |
| Sport en verenigingsleven   | 0.45**                       | 414        |
| Onderwijs   | 0.42**                       | 414        |
| Gezondheidszorg   | 0.41**                       | 418        |
| Inbraken, vernielingen en ongelukken                              | 0.32**                       | 419        |
| <b>Totaal</b>   | <b>0.51**</b>                | <b>424</b> |

\*\*  $p < .01$

Naar aanleiding van de voorgaande resultaten wordt hypothese 4 met betrekking tot beide soorten binding aangenomen. Naarmate men zich meer verbonden voelt met een bepaalde plaats, is men ook meer geïnteresseerd in nieuws uit die plaats. Daarnaast geldt dat naarmate men vaker activiteiten in een bepaalde plaats verricht, men ook meer geïnteresseerd is in nieuws uit die plaats.

#### 4.10 Resultaten gezamenlijke invloed van de factoren

In de voorgaande paragrafen is aangetoond in hoeverre de factoren geografische afstand, urbanisatiegraad, gevoelsmatige binding en actieve binding afzonderlijk van invloed zijn op de interesse in regionaal nieuws. Omdat deze factoren onderling ook met elkaar samenhangen (zoals wordt besproken in de paragrafen 4.2 en 4.3), is een regressieanalyse uitgevoerd om te bepalen in hoeverre deze factoren samen van invloed zijn op de interesse in regionaal nieuws. De regressieanalyse is uitgevoerd met betrekking tot de interesse in (nieuws)artikelen (tabel 4.16a), de interesse in (nieuws)artikelen zonder de artikelen over absoluut interessante onderwerpen (tabel 4.16b) en de interesse in (nieuws)onderwerpen (tabel 4.16c).

Tabel 4.16a Invloed van de factoren op de interesse in (nieuws)artikelen

| Factoren              | $\beta$ | t        |
|-----------------------|---------|----------|
| Gevoelsmatige binding | .37     | 6.33**   |
| Actieve binding       | - .00   | - 0.03   |
| Geografische afstand  | .03     | 0.68     |
| Urbanisatiegraad      | - .13   | - 2.81** |
| R <sup>2</sup>        | .14     |          |
| F                     | 17.20   |          |
| Df                    | 428     |          |

\*\* p < .01

De factoren verklaren samen 14% van de variantie van de interesse in nieuws(artikelen) ( $F(2,426) = 17.20$ ,  $p < .01$ ). Gevoelsmatige binding is een belangrijk verklarende variabele ( $\beta = .37$ ,  $p < .01$ ). Actieve binding en geografische afstand zijn echter geen significant verklarende variabelen.

Tabel 4.16b Invloed van de factoren op de interesse in (nieuws) artikelen, de artikelen over absoluut interessante onderwerpen niet meegerekend

| Factoren              | $\beta$ | t        |
|-----------------------|---------|----------|
| Gevoelsmatige binding | .33     | 5.65**   |
| Actieve binding       | .02     | 0.38     |
| Geografische afstand  | .05     | 1.02     |
| Urbanisatiegraad      | - .14   | - 2.91** |
| R <sup>2</sup>        | .13     |          |
| F                     | 15.75   |          |
| Df                    | 428     |          |

\*\* p < .01

De factoren verklaren samen 13% van de variantie van de interesse in nieuws(artikelen), de artikelen over absoluut interessante onderwerpen niet meegerekend ( $F(2, 426) = 15.75$ ,  $p < .01$ ). Ook nu is gevoelsmatige binding een belangrijk verklarende variabele ( $\beta = .33$ ,  $p < .01$ ) en zijn actieve binding en geografische afstand geen significant verklarende variabelen.

Tabel 4.16c Invloed van de factoren op de interesse in (nieuws)onderwerpen

| Factoren              | $\beta$ | t      |
|-----------------------|---------|--------|
| Gevoelsmatige binding | .36     | 7.41** |
| Actieve binding       | .27     | 5.78** |
| Geografische afstand  | .10     | 2.42*  |
| Urbanisatiegraad      | .09     | 2.31*  |
| R <sup>2</sup>        | .39     |        |
| F                     | 66.63   |        |
| Df                    | 423     |        |

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$

Hier wordt de grootste verklaarde variantie gevonden, namelijk 39% ( $F(4, 419) = 66.63, p < .01$ ). Alle vier factoren zijn in dit geval significant verklarende variabelen. Gevoelsmatige binding ( $\beta = .36, p < .01$ ) en actieve binding ( $\beta = .27, p < .01$ ) zijn de belangrijkste verklarende variabelen.

## 5 Conclusies en aanbevelingen

De hoofdvraag van deze studie luidde: welke factoren zijn van invloed op de interesse in regionaal nieuws? Uit literatuuronderzoek is een aantal factoren naar voren gekomen die van invloed kunnen zijn op de interesse in regionaal nieuws. De invloed van deze factoren is vertaald in een viertal hypotheses, die vervolgens in een empirisch onderzoek zijn getoetst. Op basis van de onderzoeksresultaten, die zijn beschreven in hoofdstuk 4, worden in dit hoofdstuk de conclusies en aanbevelingen gepresenteerd. In de paragrafen 5.1 tot en met 5.4 komen de conclusies met betrekking tot de vier hypotheses aan bod. Op basis van deze conclusies worden vervolgens in paragraaf 5.5 enkele aanbevelingen geformuleerd voor De Twentsche Courant Tubantia (DTCT).

### 5.1 Conclusie hypothese 1 (absoluut interessant)

*Absoluut interessante onderwerpen worden interessanter gevonden, dan niet absoluut interessante onderwerpen.*

Absoluut interessante onderwerpen zijn volgens Schank (1979): dood, gevaar, macht, seks, geld (in grote hoeveelheden), vernietiging, chaos, romantiek, ziekte en vele andere concepten en kwesties van dit type. Aan de hand van deze definitie van Schank (1979), zijn door de hoofdredactie van DTCT de artikelen “cafédood”, “failliet”, “zalmsnip”, “mes”, “huwelijksdrama” en “ambtenaar”, voorafgaande aan het onderzoek geselecteerd, als zijnde artikelen over absoluut interessante onderwerpen. De interesse in deze zes artikelen samen is ook groter dan de interesse in de overige tien artikelen samen. Wanneer echter op individueel niveau naar de interesse in de artikelen wordt gekeken, dan is de gemiddelde interesse in de artikelen “zalmsnip” en “huwelijksdrama” niet zo hoog. Dit valt echter te verklaren op basis van de operator persoonlijke relevantie, die Schank (1979) aan de absolute interesses verbindt. Het artikel “zalmsnip” had slecht in één van de acht vragenlijsten betrekking op de eigen gemeente en had dus alleen in dat geval persoonlijk relevantie voor de respondent. De interesse in het artikel was in dat geval wel erg hoog. De gemiddelde interesse in het artikel over alle acht vragenlijsten samen, is echter een stuk lager en daarom wordt het artikel op basis van de onderzoeksresultaten niet geselecteerd als een artikel over een absoluut interessant onderwerp. Het artikel “huwelijksdrama” is specifiek van toepassing op een bepaald bedrijf en is in die zin ook niet persoonlijk relevant voor de respondent. Daarentegen werd het artikel “ziekten” op basis van de onderzoeksresultaten wel geselecteerd als een artikel over een absoluut interessant onderwerp, terwijl dit artikel voorafgaande aan het onderzoek niet was geselecteerd. Dit artikel past achteraf gezien ook wel binnen de definitie van absoluut interessante onderwerpen. De onderzoeksresultaten bevestigen het bestaan van absoluut interessante onderwerpen, hypothese 1 wordt dan ook aangenomen.

## **5.2 Conclusie hypothese 2 (geografische afstand)**

*De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt af, naarmate de geografische afstand van de eigen woonplaats tot deze plaats toeneemt.*

Volgens Westerik (2001) en Hollander, Vergeer & Verschuren (1993) is de interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de provincie groter, naarmate de plaats dicht bij de eigen woonplaats ligt. Dit wordt voor een deel bevestigd door de resultaten van het onderzoek. De gemiddelde interesse in nieuws uit plaatsen dicht bij de eigen woonplaats is groter, dan de interesse in nieuws uit plaatsen verder weg. Er komen echter ook een paar uitzonderingen naar voren. Wanneer er sprake is van een absoluut interessant onderwerp, doet de plaats waar het gebeurde zich heeft afgespeeld er niet meer toe. Of dit nu dicht bij de eigen woonplaats is of verder weg, het nieuws blijft even interessant. Daarnaast kan nieuws uit een plaats verder weg toch interessant zijn, omdat men op één of andere manier verbonden is met deze plaats. Dat het aantal kilometers er niet altijd toe doet wordt ook door Vergeer (1993) al geconstateerd. In dit verband wijst hij op een mogelijke verstrengeling van geografische afstand en psychologische afstand. Want, zo stelt hij, het is denkbaar dat men niet geïnteresseerd is in een bepaalde plaats, totdat er een familielid woont. De grotere persoonlijke relevantie zorgt er dan voor dat de psychologische afstand kleiner c.q. de interesse groter wordt. Hypothese 2 wordt dan ook ten dele aangenomen.

## **5.3 Conclusie hypothese 3 (urbanisatiegraad)**

*De interesse in nieuws uit andere plaatsen binnen de regio neemt af, naarmate de urbanisatiegraad van de eigen woonplaats toeneemt.*

Evers (2002) en van de Plasse (1994) stellen dat inwoners van een plattelandsgemeente in grotere mate zijn aangewezen op omliggende plaatsen, dan inwoners van een stedelijke gemeente en zij in het verlengde hiervan ook meer geïnteresseerd zijn in nieuws uit deze plaatsen. Dit wordt voor een deel bevestigd door de resultaten van het onderzoek en dat hangt samen met de manier waarop interesse in nieuws is gemeten. De interesse in nieuws is in dit onderzoek namelijk op twee verschillende manieren geoperationaliseerd; als interesse in (nieuws)artikelen en interesse in (nieuws)onderwerpen. De gemiddelde interesse van inwoners van een stedelijke gemeente in (nieuws)artikelen uit andere plaatsen, verschilt niet met die van inwoners van een plattelandsgemeente. De gemiddelde interesse van inwoners van een stedelijke gemeente in (nieuws)onderwerpen uit andere plaatsen, is wel lager dan die van inwoners van een plattelandsgemeente. Een mogelijke verklaring voor dit verschil, is het verschil in abstractieniveau tussen artikelen en onderwerpen. De artikelen zijn veel concreter, waar het noemen van alleen een onderwerp veel abstracter is. Hypothese 3 wordt dus slechts ten dele aangenomen.

## 5.4 Conclusie hypothese 4 (binding)

- a) *De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de gevoelsmatige binding met die plaats toeneemt.*
- b) *De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats binnen de regio neemt toe, naarmate de actieve binding met die plaats toeneemt.*

Binding is in dit onderzoek op basis van onderzoek van Rothenbuhler e.a. (1996) en Stamm (1985) op twee verschillende manieren geoperationaliseerd; als gevoelsmatige binding en actieve binding. De gevoelsmatige binding is gemeten door de respondenten, aan de hand van één directe vraag, te vragen in hoeverre ze zich verbonden voelen met een bepaalde plaats. Uit de onderzoeksresultaten blijkt vervolgens dat de interesse in nieuws uit een bepaalde plaats groter is, naarmate men zich meer verbonden voelt met die plaats. De actieve binding is gemeten door de respondenten te vragen hoe vaak ze een negental verschillende activiteiten verrichten in een bepaalde plaats. Uit de onderzoeksresultaten blijkt in dit verband dat de interesse in nieuws uit een bepaalde plaats groter is, naarmate men vaker activiteiten verricht in die plaats. Hypothese 4 a en b worden dan ook beide aangenomen. Beide vormen van binding hangen echter ook gedeeltelijk met elkaar samen. Naarmate mensen vaker activiteiten verrichten in een bepaalde plaats voelen ze zich meer verbonden met die plaats. Andersom hoeft dit echter niet altijd te gelden. Inwoners van Rijssen bijvoorbeeld, voelen zich van de onderzochte plaatsen het meest verbonden met Holten, maar hier verrichten ze niet de meeste activiteiten. Gevoelsmatige binding is ook afhankelijk van andere factoren. In dit geval is Holten een aangrenzend dorp en behoren de plaatsen Rijssen en Holten beide tot dezelfde gemeente. Dit zou een verklaring kunnen bieden voor de hogere gevoelsmatige binding.

Daarnaast moet nog opgemerkt worden dat geografische afstand, urbanisatiegraad, gevoelsmatige binding en actieve binding onderling ook voor een deel samenhangen. Wanneer we vervolgens kijken naar de invloed van geografische afstand, urbanisatiegraad, gevoelsmatige binding en actieve binding samen op de interesse in regionaal nieuws, blijkt gevoelsmatige binding de belangrijkste verklarende variabele te zijn.

## 5.5 Aanbevelingen DTCT

In deze paragraaf worden enkele aanbevelingen gedaan met betrekking tot het regionale nieuws dat behandeld moet worden in het regiokatern van DTCT, opdat voldaan wordt aan de interesse van de lezer in nieuws uit de regio Twente. Oftewel; welke onderwerpen uit welke plaatsen moeten behandeld worden in het regiokatern?

### 5.5.1 Nieuws over een bepaald onderwerp

DTCT hanteert een indeling van alle onderwerpen in vier verschillende domeinen; Mens & Maatschappij, Bestuur & Beheer, Economie & Financiën en Sport & Recreatie. In eerste instantie wordt op basis van de onderzoeksresultaten vastgesteld dat het domein Mens & Maatschappij het meest interessant wordt bevonden en het domein Sport & Recreatie het minst interessant. Wanneer er

echter een correctie voor het effect van absoluut interessante onderwerpen toegepast wordt, dan worden de domeinen Bestuur & Beheer en Economie & Financiën het meest interessant bevonden.

Op basis van de onderzoeksresultaten kan dan ook geen duidelijke voorkeur van de lezers van DTCT in een bepaald domein worden afgeleid. De domeinen zijn ook erg breed en in die zin zegt interesse in een bepaald domein nog niet veel over interesse in afzonderlijke onderwerpen. Uit dit onderzoek komt wel naar voren dat de interesse in zogenaamde absoluut interessante onderwerpen (dood, gevaar, macht, seks, geld (in grote hoeveelheden), vernietiging, chaos, romantiek, ziekte, enz.) groot is. Nieuws met betrekking tot deze onderwerpen moet dan ook zeker worden behandeld in het regiokatern. Hierbij moet wel rekening worden gehouden met persoonlijke relevantie. Bijvoorbeeld het onderwerp geld (in grote hoeveelheden), blijkt eigenlijk alleen absoluut interessant te zijn, wanneer het de mensen direct persoonlijk raakt. Deze absoluut interessante onderwerpen kunnen in principe binnen elk domein voorkomen, maar aan de hand van het vooronderzoek kan geconstateerd worden dat deze onderwerpen vaak binnen het domein Mens & Maatschappij voorkomen. Uit dit onderzoek komt verder naar voren dat met name nieuws over gezondheid en economie (werkgelegenheid) interessant wordt gevonden.

### **5.5.2 Nieuws uit een bepaalde plaats**

De interesse in nieuws uit een bepaalde plaats is afhankelijk van een aantal factoren (geografische afstand, urbanisatiegraad, gevoelsmatige binding en actieve binding), die ook onderling met elkaar samenhangen. Allereerst is de interesse in nieuws uit plaatsen die dicht bij de eigen woonplaats liggen groter dan de interesse in nieuws uit plaatsen die verder weg liggen. Dit betekent voor DTCT dat elke editie in eerste instantie nieuws moet behandelen uit plaatsen die dichtbij liggen, omdat dit in principe interessanter wordt gevonden dan nieuws uit plaatsen die verder weg liggen. Daarnaast zijn inwoners van een stedelijke gemeente minder geïnteresseerd in nieuws uit omliggende plaatsen, dan inwoners van een plattelandsgemeente. Dit betekent voor DTCT dat stadsedities zich minder op nieuws uit omliggende plaatsen moeten richten dan plattelandsedities. Inwoners van een stedelijke gemeente voelen zich ook minder verbonden met andere plaatsen in de regio, dan inwoners van een plattelandsgemeente. Naarmate mensen zich meer verbonden voelen met een bepaalde plaats, zijn ze ook meer geïnteresseerd in nieuws uit die plaats. Deze verbondenheid hangt ook weer gedeeltelijk samen met afstand. Mensen voelen zich meer verbonden met plaatsen die dicht bij de eigen woonplaats liggen. Ook dient in dit verband opgemerkt te worden dat men zich verbonden voelt met (plaatsen uit) de eigen gemeente. Dit betekent voor DTCT dat binnen de edities nieuws uit de eigen gemeente in eerste instantie behandeld moet worden. Naarmate mensen vaker activiteiten verrichten in een bepaalde plaats, voelen ze zich ook meer verbonden met die plaats. In het verlengde hiervan is nieuws uit plaatsen waar men vaker activiteiten verricht interessanter, dan nieuws uit plaatsen waar men minder vaak activiteiten verricht. Inwoners van een plattelandsgemeente zijn voor het verrichten van bepaalde activiteiten noodzakelijkerwijs vaak op omliggende plaatsen (steden) aangewezen en dus ook geïnteresseerd in nieuws uit die plaatsen. Voor inwoners van een plattelandsgemeente kunnen de specifieke activiteiten die ze in een andere plaats verrichten, als indicatie dienen voor de (nieuws)onderwerpen die ze interessant zullen vinden uit die plaats. Dit betekent voor DTCT dat een

plattelandseditie bijvoorbeeld wel nieuws met betrekking tot onderwijs, sport en recreatie uit de grotere steden moet behandelen, ook al liggen deze steden qua afstand verder weg. Voor inwoners van een plattelandsgemeente speelt de factor afstand in minder mate een rol bij het verrichten van activiteiten in een bepaalde plaats, dan voor inwoners van een stedelijke gemeente. Voor inwoners van een stedelijke gemeente geldt dat naarmate een plaats verder weg ligt, men er nog minder vaak activiteiten verricht dan in plaatsen die dichtbij liggen.

### **5.5.3 Nieuws op maat**

Ook al wordt door DTCT, bij het selecteren van nieuws dat behandeld wordt in het regiokatern, rekening gehouden met bovenstaande factoren, het regiokatern zal nooit aansluiten bij de interesse van alle individuele lezers. Interesse blijft over het algemeen een individueel gegeven. Op het internet kan echter iedereen één op één bediend worden. De kracht van de website van DTCT is dan ook dat de lezer altijd precies het voor hem/ haar relevante nieuws kan lezen. Daarnaast is de markt voor nieuws en informatie in ontwikkeling en gaat internet hierbinnen waarschijnlijk een steeds belangrijker rol spelen. Op basis van deze overwegingen zou DTCT vervolgonderzoek moeten richten op de wensen en behoeften van de lezer op het gebied van nieuwe media en op het verkennen van de mogelijkheden van nieuwe media. DTCT zal zich in de toekomst moeten richten op het vermarkten van nieuwe producten en moet zodoende haar oorspronkelijke rol als 'krantenbedrijf' omzetten in een nieuwe rol als 'nieuwsbedrijf'.

## 6 Discussie

Na uitvoering van dit onderzoek is er een aantal zaken waarover gediscussieerd kan worden.

Ten eerste de vraag wat de beste maatstaf is voor de interesse in nieuws. In dit onderzoek is de interesse in nieuws op twee verschillende manieren geoperationaliseerd; als interesse in (nieuws)artikelen en interesse in (nieuws)onderwerpen. De gemiddelde interesse in (nieuws)artikelen is echter beduidend hoger dan de gemiddelde interesse in (nieuws)onderwerpen. Het verschil in abstractieniveau tussen artikelen en onderwerpen lijkt hierbij van invloed te zijn. Een onderwerp is vrij abstract en laat veel meer ruimte over voor de eigen interpretatie van een persoon. Een artikel daarentegen is vrij concreet, het is duidelijker waar het precies om gaat. De interesse in artikelen lijkt in dit verband ook meer een absolute interesse te meten, de interesse in onderwerpen lijkt meer een bepaalde houding te meten. Aangezien dit onderzoek is gericht op de interesse in nieuws uit de krant en dus op de interesse in krantenartikelen, lijkt de interesse in (nieuws)artikelen in eerste instantie de beste maatstaf voor de interesse in nieuws. Een artikel is daarentegen wel erg specifiek en het is dan ook de vraag in hoeverre hier een algemene interesse in een bepaald onderwerp uit kan worden afgeleid. Iemand kan bijvoorbeeld een artikel met betrekking tot nieuws over een bepaalde onderwijsinstelling erg interessant vinden, maar hieruit kan niet per definitie afgeleid worden dat deze persoon geïnteresseerd is in al het nieuws met betrekking tot het onderwerp 'onderwijs'. Daarnaast is bij de interesse in artikelen geen rekening gehouden met de vorm van het artikel. In het theoretisch kader is echter naar voren gekomen dat dit ook van invloed is op de interesse. De titel van het artikel en het perspectief van waaruit het artikel is geschreven kunnen bijvoorbeeld ook van invloed zijn op de interesse in het betreffende artikel. Tevens moet rekening worden gehouden met het feit dat de artikelen gemanipuleerd zijn. Het zijn bestaande artikelen, die dus al eens eerder in de krant hebben gestaan en waarin alleen de plaatsnaam en eventueel de naam van een bedrijf/ instelling zijn aangepast. Wellicht is in dit verband ook herkenning van invloed op de interesse in een artikel.

Het onderzoeksdesign bracht met zich mee dat alle (nieuws)artikelen en (nieuws)onderwerpen in elk van de acht vragenlijsten allemaal betrekking hadden op dezelfde plaats. Uit de opmerkingen die aan het eind van de vragenlijsten zijn geplaatst (zie bijlage 6), kan afgeleid worden dat dit door bepaalde respondenten als ergerlijk werd ervaren. Zij hadden ook graag vragen gehad met betrekking tot hun interesse in nieuws uit andere plaatsen. Dit is mogelijk van invloed geweest op de interesse scores van respondenten. Eén respondent uit Enschede gaf zelfs aan bij het beantwoorden van de vragen de plaatsnaam Hengelo in de vragenlijst steeds te hebben vervangen door Enschede, om zodoende de enquête voor hem/ haar interessanter te maken.

Bij het ontwerpen van de acht verschillende vragenlijsten is getracht de vier vragenlijsten voor inwoners van de stedelijke gemeente, rekening houdend met alle factoren, vergelijkbaar te maken met de vier vragenlijsten voor inwoners van de plattelandsgemeente. Wat betreft geografische afstand van de woonplaats van de respondent tot de plaats waar de vragenlijsten betrekking op hebben, zijn de

vragenlijsten in absolute zin goed vergelijkbaar. Achteraf gezien kan echter worden vastgesteld dat er in het geval van één vragenlijst voor inwoners van de plattelandsgemeente mogelijk een verstrengeling van geografische afstand en persoonlijke relevantie plaatsvindt. In het theoretisch kader is naar voren gekomen dat een dergelijke verstrengeling plaats kan vinden en van invloed is op de interesse. In dit onderzoek scoren inwoners van Rijssen, die de vragenlijst met betrekking tot de plaats Holten hebben ingevuld, extreem hoog op de interesse in nieuws uit Holten (en op de mate van verbondenheid die ze voelen met Holten). Dit valt te verklaren vanuit het feit dat Holten een aangrenzend dorp is en dus qua geografische afstand dichtbij ligt, maar ook uit het feit dat Holten samen met Rijssen de gemeente Rijssen-Holten vormt. De relevantie van nieuws uit de eigen gemeente is natuurlijk ook groter. Met name artikelen op het gebied van Bestuur & Beheer en alle gemeentelijke (nieuws)onderwerpen werden door de respondenten dan ook zeer interessant gevonden. Dit zou een vertekend beeld kunnen geven aangezien in geen van de vragenlijsten voor inwoners van Enschede de vragen betrekking hadden op (de gemeente) Enschede zelf.

Een ander discussiepunt met betrekking tot geografische afstand is het feit dat de twee plaatsen, die voor inwoners van de plattelandsgemeente 'verder weg' vormen in dit geval beide grote steden zijn. Respondenten uit de plattelandsgemeente hebben een redelijk grote interesse in nieuws uit plaatsen die verder weg liggen. Het vermoeden bestaat echter dat wanneer hen was gevraagd naar hun interesse in nieuws uit een dorp verder weg, de interesse lager uit zou zijn gevallen. In die zin zijn de plaatsen die 'verder weg' vormen voor inwoners van de plattelandsgemeente dan ook niet helemaal goed vergelijkbaar met de plaatsen die 'verder weg' vormen voor inwoners van de stedelijke gemeente.

Interesse in nieuws is tot nu toe voornamelijk onderzocht in relatie tot binding aan de eigen woonplaats. In dit onderzoek is een nieuwe weg ingeslagen door de interesse in nieuws uit een bepaalde plaats te koppelen aan de binding met die plaats. Uit de onderzoeksresultaten blijkt vervolgens dat binding met een andere plaats ook samenhangt met interesse in nieuws uit die plaats. Mensen zullen echter naar verwachting steeds minder gebonden zijn aan de regio waarin ze wonen. Mensen worden steeds mobieler; ze verhuizen vaker en sneller en wonen en werken steeds vaker in verschillende plaatsen. Daarnaast wordt door telecommunicatie en snelle computerverbindingen de plaats waar iemand zich bevindt steeds minder belangrijk. Dergelijke ontwikkelingen maken het noodzakelijk om onderzoek te blijven doen naar de relatie tussen binding met de regio en de interesse in regionaal nieuws.

## Literatuur

Bakker, P. (2004). *Lokale & Regionale Media in Nederland. Verschuivingen in aanbod en gebruik 1981-2003*. Opgehaald 14 april 2005 van [http://www.bedrijfsfondspers.nl/downloadables/lok\\_reg\\_media\\_nl.pdf](http://www.bedrijfsfondspers.nl/downloadables/lok_reg_media_nl.pdf)

Bardoel, J. & Bierhoff, J. (1990). *Media in Nederland: feiten en analyses*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

Beekman, N., Woestijne, B. van de & Lugt, M. (2004). *Regionale dagbladen in economisch perspectief*. Opgehaald 22 januari 2005 van [http://www.bedrijfsfondspers.nl/downloadables/Reg\\_dagbladen\\_econ\\_persp.pdf](http://www.bedrijfsfondspers.nl/downloadables/Reg_dagbladen_econ_persp.pdf)

Bell, A. (1991). *The language of news media*. Padstow: T.J. Press Ltd.

Breedveld, K. & Broek, A. van den (red.) (2001). *Trends in de tijd: Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening*. Opgehaald 15 december 2004 van [http://www.scp.nl/publicaties/boeken/9037700683/Trends\\_in\\_de\\_tijd.pdf](http://www.scp.nl/publicaties/boeken/9037700683/Trends_in_de_tijd.pdf)

Broersma, M. (2003). *Tegen de trend. Regionale journalistiek in een veranderende samenleving*. Apeldoorn: Wegener.

Evers, M. (2002). *Profielen en interessegebieden van regionale dagbladlezers. Een analyse van het tijdsbestedingsonderzoek 2000*. Doctoraalscriptie. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant.

Hidi, S. (1990). Interest and its contribution as a mental resource for learning. *Review of Educational Research* 60 (4), pp. 549-571.

Hoeken, H. & Spooren, W. (1996). Determinanten van interesse: welke teksten worden waarom gelezen? In: *Reader tekstontwerp en tekstonderzoek, vakcode 241203*. Enschede: Universiteit Twente, Opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap.

Hollander, E., Vergeer, M. & Verschuren, P. (1993). Het publiek van lokale en regionale media. *Massacommunicatie* 21, pp. 22-45.

Hoof, A. van (2000). *Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief*. Amsterdam: Thela Thesis.

Huysmans, F., Haan, J. de & Broek, A. van den (2004). *Achter de schermen: Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Opgehaald 7 februari 2005 van <http://www.socialestaat.nl/scpl/publicaties/boeken/9037701299/AchterDeSchermen.pdf>

Kintsch, W. (1980). Learning from text, levels of comprehension, or: why anyone would read a story anyway. *Poetics* 9, pp. 87-98.

Knulst, W. (2001). Liefhebberij op een lager pitje. Over de maakbaarheid van lezers. In J. Divendal (red.). *De lastige lezer. Prikkelende beschouwingen over de relatie tussen journalistiek en publiek*. Utrecht: Het spectrum.

Kussendrager, N. & Lugt, D. van der (2002). *Basisboek journalistiek. Achtergronden, genres, vaardigheden* (derde druk). Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.

Linden, C. van der & Hollander, E. (1993). *Media in stad en streek. Een inventariserende studie naar toekomstverwachtingen over de structuur van lokale en regionale medialandschappen in Nederland*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.

Neerven, J.P.S. van (1991). *De dagbladuitgever als ondernemer*. Deventer: Kluwer Bedrijfswetenschappen.

Oostendorp, H. van & Peeters, A.L. (1996). De verwerking van nieuws: waarom vinden mensen nieuws leuk en waarom onthouden ze er weinig van? Een onderzoeksoverzicht. In: *Reader tekstontwerp en tekstonderzoek, vakcode 241203*. Enschede: Universiteit Twente, Opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap.

Plasse, J. van de (1994). De krant in de grote stad. *De Journalist* 45 (10), pp. 17-20.

Rothenbuhler, E.W. e.a. (1996). Communication, Community Attachment, and Involvement. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 73 (2), pp. 445-466.

Schank, R.C. (1979). Interestingness: Controlling Inferences. *Artificial Intelligence* 12, pp. 273-297.

Servaes, J. & Tonnaer, C. (1992). *De nieuwsmarkt: vorm en inhoud van de internationale berichtgeving*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

Shoemaker, P.J. & Reese, S.D. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content* (2e druk). New York: Longman Publishers USA.

Stamm, K.R. (1985). *Newspaper Use and Community Ties: Toward a Dynamic Theory*. Norwood, NJ.: Ablex Publishing Corporation.

Tichenor, P.J., Donohue, G.C. & Olien, C. (1987). Is Newspaper Reading Related to Where People Shop? *Newspaper Research Journal* 9 (1), pp 61-71.

Vergeer, M. (1993). De doden van ver: Geografische reikwijdte van informatie-interesse en het gebruik van lokale media. *Massacommunicatie* 21, pp.102-119.

Verschuren, P.J.M. & Memelink, R.J. (1989). *Media-atlas van Nederland. Een kwantitatieve en kwalitatieve beschrijving en verklaring van lokale medialandschappen*. 's Gravenhage: SDU uitgeverij.

Westerik, H. (2001). *De verklaring van het gebruik van lokale media*. Doctoraalscriptie. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.

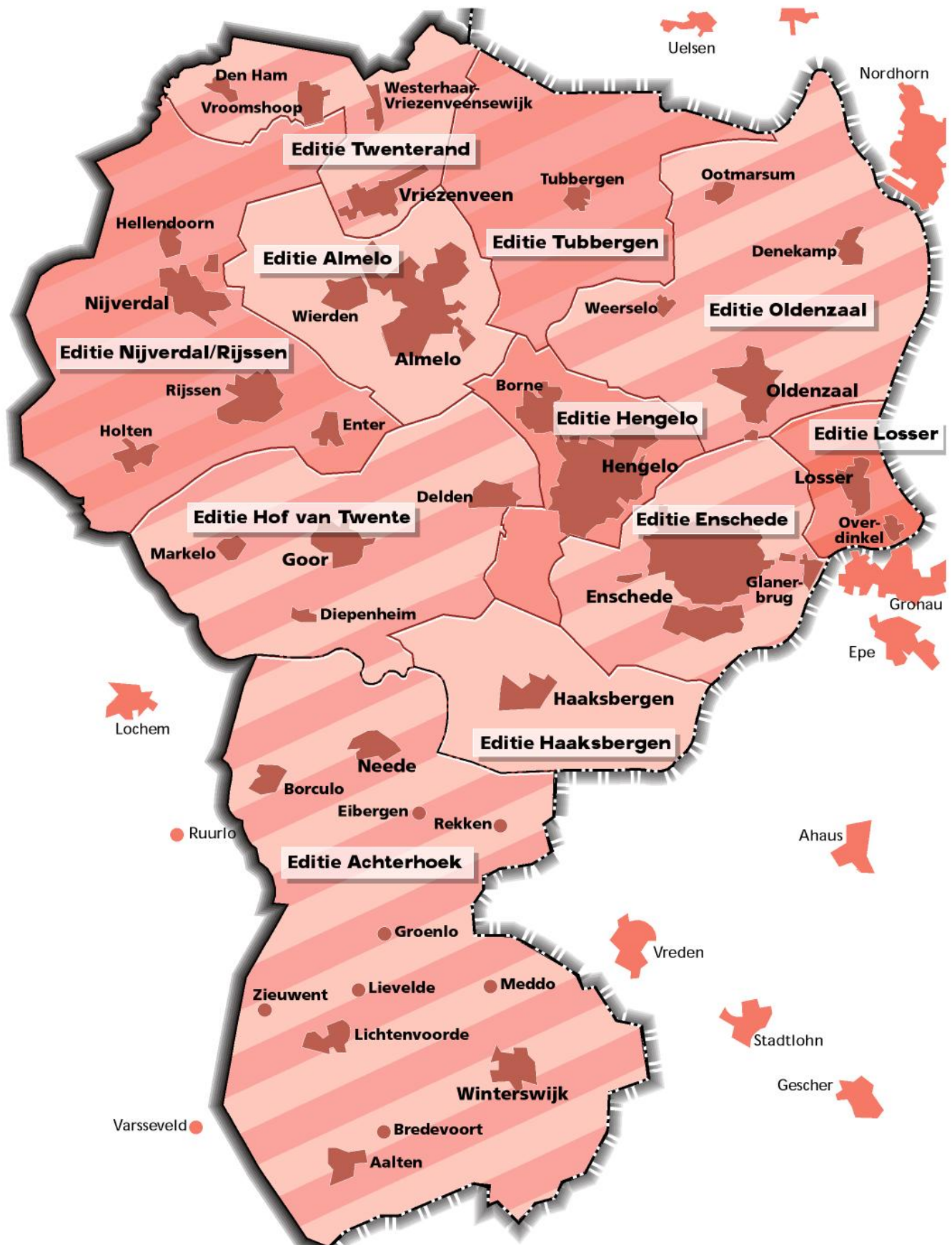
## Internetbronnen

- <http://www.anwb.nl>  
Website van de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond
- <http://www.cbs.nl>  
Website van het Centraal Bureau voor de Statistiek
- <http://www.cebuc.nl>  
Website van de marketing organisatie van de Nederlandse dagbladen
- <http://www.hoi-online.nl>  
Website van het Instituut voor Media Auditing
- <http://www.persmediamonitor.nl>  
Website van het Bedrijfsfonds voor de Pers

## **Bijlagen**

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>Editiestelsel</b>                             | <b>67</b> |
| <b>2</b> | <b>Email uitnodiging deelname online enquête</b> | <b>68</b> |
| <b>3</b> | <b>Vragenlijst vooronderzoek</b>                 | <b>69</b> |
| <b>4</b> | <b>Resultaten vooronderzoek</b>                  | <b>77</b> |
| <b>5</b> | <b>Vragenlijst online enquête</b>                | <b>79</b> |
| <b>6</b> | <b>Opmerkingen</b>                               | <b>89</b> |
| <b>7</b> | <b>Resultaten vraag 18 en 19</b>                 | <b>94</b> |

## Bijlage 1 Editiestelsel



## **Bijlage 2 Email uitnodiging deelname online enquête**

Geachte lezer,

De Twentsche Courant Tubantia wil het liefst een krant maken die beantwoordt aan de wensen van de lezers. Vandaar dat wij er een fijnmazig editiestelsel op nahouden, opdat het nieuws uit uw gemeente ook aan bod komt. In dat verband is het goed van tijd tot tijd een onderzoek te houden naar de grenzen van ons editiestelsel. Voldoen die grenzen nog wel? Moeten wij grotere edities maken? Of juist nog kleinere? Hoeveel wilt u lezen van andere Twentse gemeenten? En wat wilt u daar dan over lezen; onderwijs, economie, sport? Is een lezer uit Enschede geïnteresseerd in nieuws uit Rijssen en omgekeerd? Het zijn allemaal vragen die mede de inhoud van de krant bepalen.

In samenwerking met het onderzoeksbureau Newcom Research and Consultancy BV houden wij een internetenquête ten einde op deze vragen een antwoord te krijgen. Via onze afdeling oplage kregen wij ook uw emailadres. Bij deze vraag ik u vriendelijk de enquête in te vullen. U zou ons een geweldige dienst bewijzen door hier tijd voor vrij te maken. Uw activiteit stelt ons in staat nog beter een krant op maat te maken.

Als u nog vragen heeft over het onderzoek kunt u contact opnemen met Anouk IJmker. Zij is bereikbaar op telefoonnummer 053-4842710 of per email: [A.Ijmker@tubantia.wegener.nl](mailto:A.Ijmker@tubantia.wegener.nl)

Mag ik u vragen aan de enquête deel te nemen?

Ik dank u bij voorbaat voor uw bereidwilligheid.

Met vriendelijke groet,

A. Vis  
Hoofdredacteur De Twentsche Courant Tubantia

## **Bijlage 3 Vragenlijst vooronderzoek**

Krantenartikelen kunnen qua onderwerp ingedeeld worden in 4 verschillende domeinen:

M&M = Mens en Maatschappij: Alles wat mensen in hun persoonlijk (be)leven raakt.

B&B = Bestuur en Beheer: Alles wat betrekking heeft op de staatsinstellingen (gemeente, provincie, rijk, waterschappen).

E&F = Economie en Financiën: Alles wat met bedrijvigheid en geld te maken heeft.

S&R = Sport, Recreatie en uitgaan: Alles wat met vrije tijd te maken heeft.

Kunt u van de volgende 56 artikelen aangeven in welk domein elk artikel volgens u valt? (U kunt dit aankruisen in de bijgevoegde tabel)

---

### **1. Ferrari's in vlammen op: miljoenen schade**

Koortsachtig grijpt het personeel van Munsterhuis Sportscars naar de autosleuteltjes die zijn gered uit het brandende bedrijf. Zo ontspringen de dure Chryslers en Jeeps nog net de dans. De miljoenschade is met ruim veertig verbrande Ferrari's, Masserati's en Lamborghini's al groot genoeg.

### **2. Consultatiebureau voor ouderen**

ENSCHEDÉ - De Seniorenraad Enschede wil binnenkort met de Stichting Welzijn Ouderen (SWO) om de tafel om te bekijken of er in Enschede een consultatiebureau voor ouderen nodig is. Het consultatiebureau voor ouderen is niet bedoeld voor gezondheidsklachten, maar hier worden ouderen gericht preventief onderzocht.

### **3. NS wil actie van Hengelo tegen overlast station**

HENGÉLO - NS Reizigers wil dat de gemeente Hengelo actie onderneemt tegen overlast rondom het station. Zij vraagt Burgemeester en Wethouders in een brief met de algemene plaatselijke verordening in de hand op te treden tegen lieden die er overlast veroorzaken.

### **4. Doodgeslagen na ruzie in café**

Enschede - Een 46-jarige man uit Enschede is zaterdagavond voor de deur van een café in zijn woonplaats doodgeslagen en -geschopt. Het slachtoffer had in de kroeg ruzie gekregen met twee mannen van 34 en 40 jaar. Deze ruzie zette zich buiten voort. Het duo schopte en sloeg het slachtoffer zo lang en hard dat hij aan zijn verwondingen bezweek. Twee verdachten zijn aangehouden.

### **5. Leerlingen Assink knutselen en koken voor het goede doel**

Elk jaar rond Kerstmis gaan ze massaal aan de slag voor het goede doel. De leerlingen van Het Assink Lyceum zamelen op verschillende manieren zoveel mogelijk geld in. Morgen kunnen de inwoners van Haaksbergen bijdragen door op de kerstmarkt hun producten aan te schaffen.

## **6. Burgemeester Knip: ‘Rekening Zalmsnip naar Den Haag’**

ALMELO - Burgemeester M. Knip gaat ervanuit dat de gemeente via het Gemeentefonds van het Rijk wel het geld krijgt van de zogeheten Zalmsnip. Voor de gemeente Almelo gaat het in totaal om een bedrag van 1.325.000 euro.

## **7. ‘Kleedkamerdieven’ nu actief bij SC Neede**

NEEDE - Diefstal uit kleedkamers blijft een groot probleem van sportverenigingen. Dit keer is het Sportclub Neede dat haar leden oproept vooral goed op de eigendommen te letten. ‘Pas is het weer gebeurd dat spullen uit de kleedkamer zijn ontvreemd’, zegt voorzitter J. van Doorn.

## **8. Massale vissterfte Stokhorstvijver**

ENSCHEDÉ - Door zuurstofgebrek legden tussen de drie- en vierhonderd vissen afgelopen weekeinde het loodje in de Stokhorstvijver langs de Noord Esmarkerrondweg. Het waterschap Regge en Dinkel heeft extra zuurstof in de waterplas gepompt om meer dierenleed te voorkomen.

## **9. Hellendoorn moet afval nog beter scheiden**

NIJVERDAL - Inwoners van de gemeente Hellendoorn moeten hun huishoudelijk afval de komende jaren nog beter gaan scheiden. Een betere scheiding komt niet alleen ten goede aan het milieu, maar betekent ook een beperking van de stortkosten voor de gemeente en daarmee op termijn lagere tarieven voor de inwoners.

## **10. Huisartsen in Enschede gaan ook actie voeren**

ENSCHEDÉ - Zo'n zestig huisartsen in de regio Enschede gaan in navolging van hun collega's in Hengelo en omstreken actievoeren tegen de bezuinigingen.

## **11. Wel verontreinigd, niet gevaarlijk**

NIJVERDAL - De bodem en het grondwater onder alle tien voormalige stortplaatsen die in de gemeente Hellendoorn zijn onderzocht op verontreinigingen, bevatten geen schrikbarende hoeveelheden gevaarlijke stoffen.

## **12. Kans voor uitgaanscentrum in hartje Denekamp**

Een nieuwe uitgaansgelegenheid gekoppeld aan het bestaande café Maddog aan de Grotestraat in Denekamp wordt door de gemeente niet bij voorbaat uitgesloten. ‘We zeggen nog geen ja of nee, maar gaan de zaak serieus en grondig onderzoeken,’ zegt wethouder J. Johannink.

## **13. Internetbedrijf DirectLease verkocht**

Het komt niet zo vaak voor dat een internetbedrijf met winst wordt verkocht. Kroymans Corporation betaalde echter ‘een aanzienlijk bedrag’ voor de overname van het Oldenzaalse DirectLease.nl, dat via het internet lease-auto's aan de man brengt.

## **14. Waterschap vergoedt water over velden**

WINTERSWIJK - Landeigenaren in gebieden die aangewezen zijn om water tijdelijk op te vangen, krijgen schadevergoeding. Het Waterschap werkt aan een praktisch systeem.

## **15. Meer zelfmoordpogingen onder Winterswijkse jongeren**

WINTERSWIJK - Meer chronische ziekten, een hoger medicijngebruik, minder beweging, meer zelfmoordpogingen en een alcoholgebruik dat hoger is dan elders in Oost-Nederland. Dat zijn uitkomsten van een onderzoek onder tweede- en vierdeklassers in de gemeente Winterswijk.

## **16. Platform bespreekt autoloze zondag**

ALMELO - Het Platform Autoloze Zondag houdt maandagavond 10 juli om 20.00 uur een bespreking in de fractiekamer van GroenLinks in het gemeentehuis (ingang tegenover het politiebureau). Uitgenodigd zijn de fracties in de gemeenteraad en organisaties die zich willen inzetten voor een autovrije zondag in Almelo op 24 september.

## **17. Het is 's avonds niet pluis in sporthal**

Vernielingen, pesterijen, bedreigingen, diefstal: het is 's avonds niet pluis in en om de plaatselijke sporthallen en -zalen. De gemeente neemt maatregelen, in de vorm van extra toezicht en camerabewaking.

## **18. Aantal Hengeloërs in geldnood weer gegroeid**

HENGELO - Het aantal Hengeloërs in financiële nood dat zich meldt bij de Stadsbank, blijft groeien. De aanvragen voor schuldhulpverlening stegen met zo'n 20 procent. De Stadsbank heeft ondanks de groei de wachttijden sterk teruggebracht.

## **19. Vleermuis zit bouw bedrijven in de weg**

Een populatie beschermde baardvleermuizen houdt mogelijk de kap tegen van het laatste bos in het Enschedese havengebied. Het college van B en W wil het gebied gebruiken voor de vestiging van bedrijven. Uit onderzoek blijkt echter dat het bos bijzondere natuurwaarden heeft.

## **20. School op de schop**

Het Stedelijk Lyceum in Enschede is sinds anderhalf jaar bezig om het onderwijs ingrijpend te veranderen. Met succes: het Enschedees project dingt mee naar de Nationale Onderwijsprijs 2004, die woensdag wordt uitgereikt.

## **21. Reddingspoging handbal in Zenderen**

ZENDEREN - Een groep van zes mensen in Zenderen gaat proberen om de handbalsport voor het dorp te behouden. De zes hebben zich gisteravond gemeld bij de handbalbestuursleden van Zenderen Vooruit, na de boodschap dat die opstappen als hulp uitblijft.

## **22. Meer plek fietsen bij station**

De gemeente Almelo pakt het fietsenstallingsprobleem bij het NS-station aan. Nu Stadstoezicht is langs geweest om verkeerd geparkeerde karretjes op te halen, worden ook de stallingsmogelijkheden uitgebreid.

## **23. Bedrijf Montoya verdacht van fraude 35 miljoen euro**

WINTERSWIJK - De Winterswijkse beleggingsmaatschappij Montoya BV, met diverse dochterondernemingen, is in opspraak geraakt. De 700 beleggers zouden voor zo'n 35 miljoen euro zijn gedupeerd.

## **24. Vijver langs Rondweg nog steeds ‘besmet’ Pas op voor botulisme**

HAAKSBERGEN - De kans is groot dat de Scholtenhagen-vijver langs de Rondweg nog steeds besmet is met botulisme. Begin augustus werden er twintig dode eenden uit het water gehaald. Volgens een woordvoerder van het Waterschap Regge en Dinkel is de situatie ‘ongewijzigd.’

## **25. Huwelijksdrama raakt Gelink Advies Groep**

Eigenlijk is het een ‘gewoon’ scheidingsdrama. Ware het niet dat het gaat om een indrukwekkende financiële nasleep met een inzet van miljoenen euro’s. En dat kan consequenties hebben voor de Enschedese hypotheek- en kredietbemiddelaar Gelink Advies Groep.

## **26. Vrouwenkoor Cantabilé zondag in Nicolaaskerk**

DENEKAMP - Vrouwenkoor Cantabilé geeft zondagmiddag om vier uur een gratis toegankelijk concert in de St. Nicolaaskerk in Denekamp.

## **27. Mentor in angst na bedreiging met dood door scholier**

De mentor van het Regionaal Opleidingen Centrum (ROC) aan de Kotkampweg in Enschede heeft al heel wat meegemaakt in het onderwijs. Maar het dreigen, door een leerling, dat hij hem met een pistool zou doodschieten, was hem niet eerder overkomen.

## **28. Hengelo spoelt rest- medicijnen door de wc**

Waterschap Regge en Dinkel vindt dat Hengelose apotheken moeten ophouden te adviseren restjes antibiotica weg te gooien. De landelijke apothekersorganisatie is verbaasd over de handelwijze van de apotheken: ‘De restjes moet worden behandeld als klein chemisch afval.’

## **29. Rabo Enschede let op kleintjes én groten**

De Rabobank Enschede begint met een nieuwe formule. De Rabo begint in een herenhuis aan de Hengelosestraat een adviesbank voor zakelijke en particuliere klanten die ‘extra aandacht verdienen’.

## **30. ‘We hebben ernstige financiële problemen’**

BORCULO - De inwoners van Berkelland ontkomen waarschijnlijk niet aan een forse verhoging van de onroerendezaakbelasting (ozb). Bovendien moet er voor miljoenen bezuinigd worden op voorzieningen. Ook de gemeente zelf moet inleveren: er moeten minimaal dertig ambtenaren uit.

## **31. Vijfhonderd kaarten Piratenavond verkocht**

Ze hadden gehoopt op een stormloop en daar heeft het met inmiddels vijfhonderd verkochte kaarten alle schijn van. De organisatoren van de te houden Piratenavond in Geesteren zijn in hun nopjes met de belangstelling voor het muzikale spektakel.

## **32. Kinderporno bij jeugdleider**

NIJVERDAL - Een jeugdleider (38) van de Nijverdalse basketbalvereniging Valley Bucketees is - naar nu bekend is geworden - drie weken geleden opgepakt op verdenking van het bezit van kinderporno. De club heeft de man, tevens bestuurslid en wedstrijdsecretaris op non-actief gesteld.

### **33. Gemeentewerf Ootmarsum ernstig vervuild**

OOTMARSUM - Het terrein van de gemeentewerf in Ootmarsum is ernstig vervuild. Het saneren van de vervuilde grond kost twee tot drie ton. Dat betekent een forse financiële tegenvaller voor de gemeente Dinkelland die bezig is alle voor- en nadelen van de bouw van een centrale gemeentewerf in Ootmarsum zorgvuldig in kaart te brengen.

### **34. Rossumse ondernemer dupe van oplichting**

ROSSUM - Na enige tijd bestookt te zijn met telefoontjes van Ati Advertising uit Anna Paulowna, tekende een ondernemer uit Rossum voor de plaatsing van een bedrijfsadvertentie in de MKB-agenda. De kosten zouden aan het eind van het jaar automatisch worden afgeschreven. Nu blijkt de advertentie tien keer geplaatst te zijn en is tevens het tienvoudige bedrag in rekening gebracht.

### **35. Nieuw centrum voor zorg aan ouderen in Almelo**

ALMELO - De stichting Dorp in de Stad gaat in Almelo een nieuw type zorgcentrum opzetten en uittesten.

### **36. Vijftig banen weg bij L. Ten Cate in Geesteren**

GEESTEREN - Bij L. ten Cate in Geesteren, producent van ondergoed en badkleding, verdwijnen circa vijftig van de 110 arbeidsplaatsen. Het bedrijf gaat de productie van doek en de finishingafdeling verplaatsen naar Turkije. Volgens directeur G. Steijnmeijer van Van Heek-Ten Cate - het moederbedrijf van L. ten Cate - is deze maatregel nodig om concurrerend te kunnen blijven.

### **37. Sporten bij een club daalt in Enschede in populariteit**

ENSCHEDÉ - Het sporten in ongeorganiseerde vorm neemt in Enschede een steeds belangrijkere plaats in. Vergeleken met het laatst gehouden onderzoek, in 1999, is dat percentage gestegen van 40 naar 46 procent. Fitness, wandelen en zwemmen zijn de populairste sporten in Enschede. Dat blijkt uit de enquête 'Sport in Beeld'2002 dat een onderzoeksbureau in opdracht van de DMO hield.

### **38. Burgemeester Bolhuis blijft in Losser tot opvolger er is**

LOSSER - In tegenstelling tot eerdere uitspraken van C. Bolhuis zal hij toch langer als waarnemend burgemeester in Losser werkzaam blijven. Mede onder druk van de rest van het college van B en W heeft Bolhuis aangegeven zolang te blijven tot zijn opvolger in dienst treedt.

### **39. Zorg over dwangprostitutie loverboys**

Drie politieke partijen in Almelo maken zich 'grote zorgen' over zogenoemde loverboys die meiden dwingen tot prostitutie. Leefbaar Almelo, GroenLinks en ChristenUnie/SGP willen hierover een debat met scholen, hulporganisaties en andere partijen in de gemeenteraad.

### **40. Voormalig werknemer Region fleest bedrijven**

ALMELO - De voortvluchtige 36-jarige Almeloër, die verdacht wordt van oplichting, misbruikte de naam van zijn Nijverdalse oud-werkgever. Dit bedrijf, Region, gaat voor 'meer dan 10.000 euro' het schip in. Het aantal opgelichte bedrijven in Twente zou wel eens rond de tachtig kunnen liggen.

### **41. Jongetje bedreigt leerling met mes**

RIJSSEN - Een negenjarige leerling van de Elimschool in Rijssen heeft gistermorgen in de pauze tijdens een hoogoplopende ruzie met een medeleerling een zakmes getrokken. Door snel optreden wist de pleinwacht de jongen het mes afhandig te maken. Hij had het steekwapen van huis meegenomen.

## **42. Hardloopspektakel in Bornerbroek**

BORNERBROEK - Sportvereniging Bornerbroek organiseert op zondag 16 januari voor de zesde keer een winterloop in en om het dorp. De winterloop gaat over de afstanden 11,40 kilometer, 6,25 kilometer, anderhalve kilometer en driekwart kilometer voor de jongsten.

## **43. Hart- en vaatziekten extra risico in Hengelo**

HENGELO - In Hengelo lijden meer mensen aan hart- en vaatziekten dan in plaatsen elders in Twente. Dat blijkt uit de nota 'Een gezonde stad', waarin het Hengelose gezondheidsbeleid tot 2008 wordt geschetst. Uit de nota blijkt tevens dat in Hengelo relatief veel mensen met overgewicht wonen.

## **44. Regenwater steeds vaker afkoppelen van het riool**

ALMELO - De gemeente Almelo wil de komende jaren op volle kracht vooruit met het afkoppelen van regenwater van het rioolstelsel. Daarbij gaat het om de aanleg van gescheiden afvoersystemen voor regen- en afvalwater in nieuwe woonwijken, maar vooral ook in bestaand stedelijk gebied.

## **45. Man met bijl wil café in**

Een 42-jarige man uit Enschede is zaterdagochtend aangehouden, toen hij met een bijl in de hand een café wilde binnengaan. Hij wilde waarschijnlijk zijn dochter helpen bij een ruzie, die in het café was ontstaan. Dochterlief had hem per mobiele telefoon om assistentie gevraagd. Maar de inmiddels gearriveerde politie kon voorkomen dat de man met de bijl het café binnen ging.

## **46. Genomineerden sportverkiezing Hellendoorn**

De genomineerden voor de Sportverkiezing Hellendoorn zijn bekend. Dit jaar is een recordaantal kandidaten aangemeld: de jury had de keuze uit een kleine vijftig kandidaten. De winnaars worden 22 januari in het Spoortheater bekend gemaakt.

## **47. Nieuwe directeur voor groeiend QOL**

ENSCHEDDE - Rob Postma is opgestapt als directeur van het Enschedese softwarebedrijf Quality On-Line. Postma wordt opgevolgd door Gérard Ringenaldus, voorheen salesmanager bij QOL.

## **48. Ontucht onbestraft vanwege 'suikerziekte'**

ALMELO - Fysiotherapeut T. (45) uit Almelo krijgt geen straf nadat hij een patiënte aan haar vagina voelde. T., die suikerziekte heeft, kán in een hypo hebben gehandeld, vonniste politierechter E. Berg gisteren. Door een lage suikerspiegel in het bloed, hoeft hij niet bewust onzedig te hebben gehandeld.

## **49. Eibergse sporters slaan alarm na twee dodelijke incidenten**

EIBERGEN/HENGELO - Vier sportclubs uit Eibergen en de Eibergse Sport Federatie (ESF) slaan alarm over te lange wachttijden op een ambulance. Op het sportpark De Bijenkamp kregen vorig jaar twee mensen een hartstilstand en beiden overleden. In alle twee de gevallen zou de ambulance laat zijn geweest, zeggen de sporters. Zij willen uitgezocht zien of de ambulancedienst 'alert genoeg reageert'.

## **50. Veel misstanden aangetroffen bij grote milieucontrole**

ALMELO - De grootscheepse milieucontrole in Almelo heeft verschillende overtredingen aan het licht gebracht. Op meerdere plaatsen zijn gedumpte accu's gevonden en is chemisch afval en andere troep aangetroffen. Ook zijn op verschillende plekken slootkanten met gif bespoten en is afval verbrand.

## 51. Uitgaansgeweld in Hengelo

HENGELO- Hengelo heeft een roerige weekeinde achter de rug. Tijdens het uitgaan werd een portier bedreigd, kreeg een ander een bierglas op zijn hoofd en liep een vredesstichter een kopstoot op.

## 52. Ambtenaar verduistert ton

Wegens verduistering van ongeveer 100.000 euro is oud-ambtenaar M. van de gemeente Rijssen-Holt en door de rechtbank in Almelo veroordeeld tot 240 uur dienstverlening.

## 53. Drama bij Hengelose voetbalclub Juliana

HENGELO - Twee sterfgevallen binnen de vereniging op één dag. Die trieste balans moest de Hengelose voetbalvereniging Juliana gisteren opmaken.

## 54. Celstraf als medicijn na bedreigen huisarts

Een potje pillen moest hij hebben, en wel meteen. Toen de vrouw van een huisarts in Oldenzaal het recept niet kon voorschrijven, dreigde de 31-jarige De J. zijn dokter 'overhoop te schieten'. Het medicijn van de politierechter: drie maanden celstraf.

## 55. Bedrijven failliet: directie spoorloos

HENGELO - De bedrijven zijn failliet verklaard, maar waar zijn de directeuren/eigenaren? Dat vragen twee Hengelose curatoren zich af. Ze zijn sinds gisteren op zoek. Het is altijd de eerste actie van een curator, zodra deze door de rechtbank is benoemd nadat een bedrijf bankroet is verklaard: een eerste oriënterend gesprek met de betrokken directie.

## 56. Toptalent op piano in Stiftskerk Weerselo

WEERSELO - De jonge pianist Christiaan Kuyvenhoven in de Stiftskerk in Weerselo zal op zondag 27 februari muziek spelen van Liszt. Dit Enschedese toptalent begon met piano spelen toen hij zeven jaar was. Inmiddels heeft hij de meeste Nederlandse concoursen gewonnen. Hij won onder meer de eerste prijs bij 'Het Internationale Concours voor Jonge Musici 2001, piano' in Enschede.

---

| Artikel | M&M | B&B | E&F | S&R |
|---------|-----|-----|-----|-----|
| 1       |     |     |     |     |
| 2       |     |     |     |     |
| 3       |     |     |     |     |
| 4       |     |     |     |     |
| 5       |     |     |     |     |
| 6       |     |     |     |     |
| 7       |     |     |     |     |
| 8       |     |     |     |     |
| 9       |     |     |     |     |
| 10      |     |     |     |     |
| 11      |     |     |     |     |
| 12      |     |     |     |     |
| 13      |     |     |     |     |
| 14      |     |     |     |     |
| 15      |     |     |     |     |
| 16      |     |     |     |     |

| Artikel | M&M | B&B | E&F | S&R |
|---------|-----|-----|-----|-----|
| 17      |     |     |     |     |
| 18      |     |     |     |     |
| 19      |     |     |     |     |
| 20      |     |     |     |     |
| 21      |     |     |     |     |
| 22      |     |     |     |     |
| 23      |     |     |     |     |
| 24      |     |     |     |     |
| 25      |     |     |     |     |
| 26      |     |     |     |     |
| 27      |     |     |     |     |
| 28      |     |     |     |     |
| 29      |     |     |     |     |
| 30      |     |     |     |     |
| 31      |     |     |     |     |
| 32      |     |     |     |     |
| 33      |     |     |     |     |
| 34      |     |     |     |     |
| 35      |     |     |     |     |
| 36      |     |     |     |     |
| 37      |     |     |     |     |
| 38      |     |     |     |     |
| 39      |     |     |     |     |
| 40      |     |     |     |     |
| 41      |     |     |     |     |
| 42      |     |     |     |     |
| 43      |     |     |     |     |
| 44      |     |     |     |     |
| 45      |     |     |     |     |
| 46      |     |     |     |     |
| 47      |     |     |     |     |
| 48      |     |     |     |     |
| 49      |     |     |     |     |
| 50      |     |     |     |     |
| 51      |     |     |     |     |
| 52      |     |     |     |     |
| 53      |     |     |     |     |
| 54      |     |     |     |     |
| 55      |     |     |     |     |
| 56      |     |     |     |     |

## Bijlage 4 Resultaten vooronderzoek

In onderstaande tabel worden de resultaten weergegeven van het vooronderzoek voor alle 56 artikelen (zie bijlage 3). Op basis van deze resultaten zijn zestien artikelen geselecteerd (in deze tabel gemarkeerd met een \*), vier artikelen voor elk domein, die in de uiteindelijke vragenlijst (online enquête) zijn opgenomen.

| Artikel | Domein volgens DTCT | Absoluut interessant | Domein volgens respondent (n=16) |     |      |      |
|---------|---------------------|----------------------|----------------------------------|-----|------|------|
|         |                     |                      | M&M                              | B&B | E&F  | S&R  |
| 1       | M&M                 | x                    | 31%                              |     | 69%  |      |
| 2       | M&M                 |                      | 81%                              | 19% |      |      |
| 3       | B&B                 |                      | 25%                              | 75% |      |      |
| 4*      | M&M                 | x                    | 94%                              | 6%  |      |      |
| 5*      | M&M                 |                      | 94%                              |     |      | 6%   |
| 6*      | B&B                 | x                    |                                  | 81% | 19%  |      |
| 7       | S&R                 |                      | 56%                              |     |      | 44%  |
| 8       | B&B                 |                      | 44%                              | 37% |      | 19%  |
| 9*      | B&B                 |                      | 6%                               | 88% | 6%   |      |
| 10      | M&M                 | x                    | 38%                              | 31% | 31%  |      |
| 11      | B&B                 |                      | 31%                              | 69% |      |      |
| 12      | S&R                 |                      | 6%                               | 19% | 6%   | 69%  |
| 13      | E&F                 |                      |                                  | 6%  | 94%  |      |
| 14      | B&B                 |                      |                                  | 81% | 19%  |      |
| 15      | M&M                 |                      | 100%                             |     |      |      |
| 16      | B&B                 |                      | 19%                              | 81% |      |      |
| 17      | S&R                 |                      | 38%                              | 36% |      | 25%  |
| 18      | E&F                 |                      | 38%                              | 12% | 50%  |      |
| 19      | B&B                 |                      | 6%                               | 62% | 19%  | 13%  |
| 20      | B&B                 |                      | 63%                              | 25% | 12%  |      |
| 21      | S&R                 |                      |                                  |     |      | 100% |
| 22*     | B&B                 |                      | 12%                              | 88% |      |      |
| 23      | E&F                 |                      |                                  |     | 100% |      |
| 24      | B&B                 |                      | 63%                              | 31% |      | 6%   |
| 25*     | E&F                 | x                    | 12%                              |     | 88%  |      |
| 26      | S&R                 |                      | 31%                              |     |      | 69%  |

| Artikel | Domein volgens DTCT | Absoluut interessant | Domein volgens respondent (n=16) |      |      |      |
|---------|---------------------|----------------------|----------------------------------|------|------|------|
|         |                     |                      | M&M                              | B&B  | E&F  | S&R  |
| 27      | M&M                 | x                    | 94%                              |      |      | 6%   |
| 28      | B&B                 |                      | 50%                              | 44%  | 6%   |      |
| 29      | E&F                 |                      | 13%                              |      | 87%  |      |
| 30      | E&F                 |                      | 6%                               | 69%  | 25%  |      |
| 31*     | S&R                 |                      | 25%                              |      |      | 75%  |
| 32      | M&M                 | x                    | 75%                              | 6%   |      | 19%  |
| 33      | B&B                 |                      |                                  | 88%  | 12%  |      |
| 34      | E&F                 |                      | 31%                              |      | 69%  |      |
| 35      | B&B                 |                      | 69%                              | 25%  | 6%   |      |
| 36*     | E&F                 |                      | 12%                              |      | 88%  |      |
| 37*     | S&R                 |                      |                                  |      |      | 100% |
| 38      | B&B                 |                      |                                  | 100% |      |      |
| 39      | B&B                 |                      | 37%                              | 63%  |      |      |
| 40      | E&F                 |                      | 13%                              |      | 81%  | 6%   |
| 41*     | M&M                 | x                    | 100%                             |      |      |      |
| 42*     | S&R                 |                      |                                  |      |      | 100% |
| 43*     | M&M                 |                      | 88%                              | 12%  |      |      |
| 44      | B&B                 |                      |                                  | 94%  | 6%   |      |
| 45      | M&M                 | x                    | 94%                              |      |      | 6%   |
| 46      | S&R                 |                      |                                  |      |      | 100% |
| 47*     | E&F                 |                      |                                  | 12%  | 88%  |      |
| 48      | M&M                 | x                    | 100%                             |      |      |      |
| 49      | M&M                 |                      | 25%                              | 25%  |      | 50%  |
| 50      | B&B                 |                      | 19%                              | 81%  |      |      |
| 51      | M&M                 | x                    | 25%                              |      |      | 75%  |
| 52*     | B&B                 | x                    | 6%                               | 75%  | 19%  |      |
| 53      | M&M                 | x                    | 44%                              |      |      | 56%  |
| 54      | M&M                 |                      | 100%                             |      |      |      |
| 55*     | E&F                 |                      |                                  |      | 100% |      |
| 56*     | S&R                 |                      | 19%                              |      |      | 81%  |

## Bijlage 5 Vragenlijst online enquête

In dit eerste deel van de vragenlijst ziet u bij elke vraag de titel en de inleiding van een krantenartikel, die mogelijk in het regiokatern van uw krant zouden kunnen staan.

**Wilt u deze doorlezen en vervolgens aangeven in hoeverre u het desbetreffende artikel interessant vindt?**

(Let op: deze krantenartikelen zijn voorbeelden, ze berusten slechts ten dele op waarheid.)

1.

### Doodgeslagen na ruzie in café

*Een 46-jarige man uit Almelo is zaterdagavond voor de deur van een café in zijn woonplaats doodgeslagen en -geschopt. Het slachtoffer had in de kroeg ruzie gekregen met twee mannen van 34 en 40 jaar. Deze ruzie zette zich buiten voort. Het duo schopte en sloeg het slachtoffer zo lang en hard dat hij aan zijn verwondingen bezweek. Twee verdachten zijn aangehouden.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>interessant | Oninter<br>essant        | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

2.

### Almelo moet afval nog beter scheiden

*Inwoners van de gemeente Almelo moeten hun huishoudelijk afval de komende jaren nog beter gaan scheiden. Een betere scheiding komt niet alleen ten goede aan het milieu, maar betekent ook een beperking van de stortkosten voor de gemeente en daarmee op termijn lagere tarieven voor de inwoners.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>interessant | Oninter<br>essant        | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

3.

### Bedrijven failliet: directie spoorloos

*Twee bedrijven uit Almelo zijn failliet verklaard, maar waar zijn de directeuren/ eigenaren? Dat vragen de curatoren zich af, die sinds gisteren op zoek zijn. Het is altijd de eerste actie van een curator, zodra deze door de rechtbank is benoemd nadat een bedrijf bankroet is verklaard: een eerste oriënterend gesprek met de betrokken directie.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>interessant | Oninter<br>essant        | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

4.

### **Toptalent op piano in de Grote Kerk Almelo**

*De jonge pianist Pieter Woudenberg zal op zondag 29 mei in de Grote Kerk in Almelo muziek spelen van Liszt. Dit Almelose toptalent begon met piano spelen toen hij zeven jaar was. Inmiddels heeft hij al veel Nederlandse concoursen gewonnen.*

|                     | Zeer interessant         | Interessant              | Niet interessant/<br>niet oninteressant | Oninteressant            | Zeer oninteressant       |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.

### **Leerlingen Het Noordik knutselen en koken voor het goede doel**

*Elk jaar rond Pinksteren gaan ze massaal aan de slag voor het goede doel. De leerlingen van Scholengemeenschap Het Noordik in Almelo zamelen op verschillende manieren zoveel mogelijk geld in. De inwoners van Almelo kunnen bijdragen door op de pinkstermarkt hun producten aan te schaffen.*

|                     | Zeer interessant         | Interessant              | Niet interessant/<br>niet oninteressant | Oninteressant            | Zeer oninteressant       |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

6.

### **Burgemeester Knip: ‘Rekening Zalmsnip naar Den Haag’**

*Burgemeester Knip gaat ervan uit dat de gemeente via het Gemeentefonds van het Rijk wel het geld krijgt van de zogeheten Zalmsnip. Voor de gemeente Almelo gaat het in totaal om een bedrag van 1.325.000 euro.*

|                     | Zeer interessant         | Interessant              | Niet interessant/<br>niet oninteressant | Oninteressant            | Zeer oninteressant       |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7.

### Vijftig banen weg bij Zeta in Almelo

*Bij Zeta in Almelo verdwijnen circa vijftig van de 110 arbeidsplaatsen. Het bedrijf gaat een deel van de productie verplaatsen naar het buitenland. Volgens directeur G. Steijnmeijer is deze maatregel nodig om concurrerend te kunnen blijven.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

8.

### Sporten bij een club daalt in Almelo in populariteit

*Het sporten in ongeorganiseerde vorm neemt in Almelo een steeds belangrijkere plaats in. Vergeleken met het laatst gehouden onderzoek, in 2002, is dat percentage gestegen van 40 naar 46 procent. Fitness, wandelen en zwemmen zijn de populairste sporten in Almelo. Dat blijkt uit de enquête 'Sport in Beeld' 2005 dat een onderzoeksbureau in opdracht van de DMO hield.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

9.

### Jongetje bedreigt leerling met mes

*Een negenjarige leerling van basisschool De Rank in Almelo heeft gistermorgen in de pauze tijdens een hoogoplopende ruzie met een medeleerling een zakmes getrokken. Door snel optreden wist de pleinwacht de jongen het mes afhandig te maken. Hij had het steekwapen van huis meegenomen.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

10.

### Meer plek fietsen bij station

*De gemeente Almelo pakt het fietsenstallingprobleem bij het NS-station aan. Nu Stadstoezicht is langs geweest om verkeerd geparkeerde karretjes op te halen, worden ook de stallingmogelijkheden uitgebreid.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

11.

### Huwelijksdrama raakt Olthof Consultancy Groep in Almelo

*Eigenlijk is het een 'gewoon' scheidingsdrama. Ware het niet dat het gaat om een indrukwekkende financiële nasleep met een inzet van miljoenen euro's. En dat kan consequenties hebben voor de Almelose hypotheek- en kredietbemiddelaar Olthof Consultancy Groep.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

12.

### Vijfhonderd kaarten Piratenavond verkocht

*Ze hadden gehoopt op een stormloop en daar heeft het met inmiddels vijfhonderd verkochte kaarten alle schijn van. De organisatoren van de te houden Piratenavond in Almelo zijn in hun nopjes met de belangstelling voor het muzikale spektakel.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

13.

### Hart- en vaatziekten extra risico in Almelo

*In Almelo lijden meer mensen aan hart- en vaatziekten dan in plaatsen elders in Twente. Dat blijkt uit de nota 'Een gezonde stad', waarin het Almeloze gezondheidsbeleid tot 2008 wordt geschetst. Uit de nota blijkt tevens dat in Almelo relatief veel mensen met overgewicht wonen.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

14.

### Ambtenaar verduistert ton

*Wegens verduistering van ongeveer 100.000 euro is oud-ambtenaar M. van de gemeente Almelo door de rechtbank in Almelo veroordeeld tot 240 uur dienstverlening.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

15.

### Nieuwe directeur voor groeiend softwarebedrijf

*Rob Palstra is opgestapt als directeur van het Almeloze softwarebedrijf Global Systems (GS). Palstra wordt opgevolgd door Gerard Nieuwenhuis, voorheen salesmanager bij GS.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

16.

### Hardloopspektakel in Almelo

*Sportvereniging Almelo organiseert op zondag 26 juni voor de derde keer een zomerloop in en om de stad. De zomerloop gaat over de afstanden 12 kilometer, 6 kilometer, anderhalve kilometer en driekwart kilometer voor de jongsten.*

|                     | Ze<br>er<br>inter<br>essant | Inter<br>essant          | Niet inter<br>essant/<br>niet on<br>inter<br>essant | On<br>inter<br>essant    | Ze<br>er<br>on<br>inter<br>essant |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|
| Ik vind het artikel | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>          |

In dit tweede deel van de vragenlijst volgen een aantal vragen met betrekking tot enkele plaatsen in Twente.

**17. Kunt u aangeven in welke mate u zich verbonden voelt met de onderstaande plaatsen in Twente?**

|           | Zeer sterk verbonden     | Sterk verbonden          | Enigszins verbonden      | Nauwelijks verbonden     | Niet verbonden           |
|-----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Almelo    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hengelo   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Oldenzaal | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rijssen   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**18. Kunt u aangeven hoe vaak u in Almelo komt voor elk van de onderstaande bezigheden/ activiteiten?**

Indien u voor uw werk vaak in Almelo komt, dan selecteert u het meest linkse rondje (vaak). Indien u voor uw werk nooit in Almelo komt, dan selecteert u het meest rechtse rondje (nooit). Indien een activiteit niet op u van toepassing is (omdat u bijvoorbeeld niet werkt) dan selecteert u ook het meest rechtse rondje (nooit).

| <b>Almelo</b>                                 | Vaak                     | Regelmatig               | Soms                     | Zelden                   | Nooit                    |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Werk  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Studie  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| School van uw kinderen                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bezoek aan familie, vrienden, kennissen       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dagelijkse boodschappen                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dagje winkelen                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vrijtijdsclub, sportclub, vereniging          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bezoek aan restaurant, café, discotheek, e.d. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bezoek aan museum theater, concert, e.d.      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**19. Kunt u aangeven hoe vaak u in Oldenzaal komt voor elk van de onderstaande bezigheden/ activiteiten?**

| <b>Oldenzaal</b>                              | Vaak                     | Regelmatig               | Soms                     | Zelden                   | Nooit                    |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Werk  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Studie  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| School van uw kinderen                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bezoek aan familie, vrienden, kennissen       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dagelijkse boodschappen                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dagje winkelen                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vrijtijdsclub, sportclub, vereniging          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bezoek aan restaurant, café, discotheek, e.d. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bezoek aan museum, theater, concert e.d.      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**20. Kunt u aangeven in hoeverre u nieuws met betrekking tot de onderstaande onderwerpen uit Almelo interessant vindt?**

|   | Zeer interessant         | Interessant              | Niet interessant/<br>niet oninteressant | Oninteressant            | Zeer oninteressant       |
|---|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|
| Gemeenteraad, gemeentepolitiek en plaatselijke politieke partijen in Almelo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Werkgelegenheid, bedrijven en winkels in Almelo                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gemeentelijke nieuwbouwplannen en huisvesting in Almelo                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Wegenaanleg, parkeren en openbaar vervoer in Almelo                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Milieu in Almelo  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Uitgaansleven in Almelo   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lokale cultuur in Almelo  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sport en verenigingsleven in Almelo   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Onderwijs in Almelo   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gezondheidszorg in Almelo   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Inbraken, vernielingen en ongelukken in Almelo                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Tot slot zouden we graag nog enkele gegevens van u weten, die wij nodig hebben voor de statistische verwerking van de vragenlijst. Voor de goede orde: de gegevens zullen anoniem worden verwerkt.

**21. Wat is uw geslacht?**

- Man
- Vrouw

**22. Tot welke leeftijdscategorie behoort u?**

- Jonger dan 25 jaar
- 25-34 jaar
- 35-49 jaar
- 50-65 jaar
- 65+

**23. Wilt u uw viercijferige postcode noteren?**

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|--|--|--|--|

**24. Wat is uw hoogst afgeronde opleiding?**

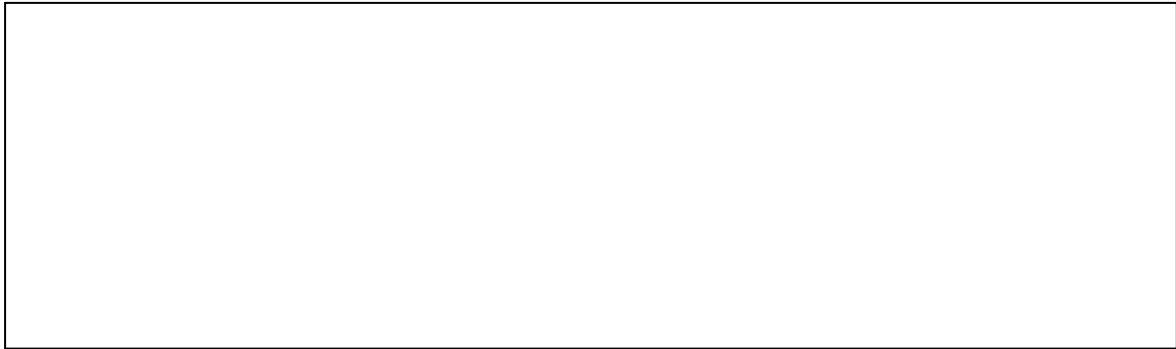
- Basisonderwijs
- Lager beroepsonderwijs (LTS, LEAO, LHNO, e.d.)
- Middelbaar algemeen voortgezet onderwijs of voorbereidend beroepsonderwijs (MAVO, (M)ULO, VMBO, e.d.)
- Middelbaar beroepsonderwijs (MTS, MEAO, e.d.)
- Hoger algemeen en voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (HAVO, VWO, Gymnasium, HBS, e.d.)
- Hoger beroepsonderwijs (HTS, HEAO, e.d.)
- Wetenschappelijk onderwijs (Universiteit)

**25. Hoe lang bent u al geabonneerd op De Twentsche Courant Tubantia? (Eventuele voorgaande abonnementen mag u ook mee tellen)**

- Korter dan of precies 1 jaar
- Langer dan 1 jaar maar korter dan 2 jaar
- Langer dan 2 jaar maar korter dan 5 jaar
- Langer dan 5 jaar maar korter dan 15 jaar
- Langer dan 15 jaar

Dit was de laatste vraag van deze vragenlijst.

Als u nog opmerkingen of suggesties over het onderzoek en/ of over De Twentsche Courant Tubantia heeft, dan kunt u deze hier noteren.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the reader to write any additional comments or suggestions.

**Namens De Twentsche Courant Tubantia hartelijk dank voor uw medewerking!**

## Bijlage 6 Opmerkingen

Aan het eind van de vragenlijst wordt de respondent in de gelegenheid gesteld opmerkingen of suggesties over het onderzoek en/of over De Twentsche Courant Tubantia te noteren. In deze bijlage worden de opmerkingen weergegeven, die bij elk van de acht vragenlijsten zijn genoteerd. N.B.: enkele opmerkingen zijn halverwege de zin afgebroken, dit komt omdat de ruimte voor het plaatsen van opmerkingen in de online enquête beperkt was tot 288 tekens.

### Vragenlijst 1 (Inwoners Enschede – vragen m.b.t. Almelo)

- Over Enschede en Hengelo wordt niets gevraagd, dit interesseert me meer. Ook ben ik meer geïnteresseerd in landelijk, internationaal en sportnieuws.
- Lees 'm amper nog sinds het een ochtendkrant is.
- Het zou fijn zijn als de krant ook wat meer aandacht besteed aan GOED nieuws. En het formaat mag wel halveren.
- Een tabloid formaat zou ik heel prettig vinden, krant is dan beter hanteerbaar.
- Van mij mag de krant in een kleiner formaat(tabloid).
- Vraag eens wat over Enschede!
- Succes !!!!!!!!!!!
- Eerlijk gezegd kan ik helemaal niets met deze vragen aangezien ik niks met Almelo heb,jammer van de tijd.
- Almelo heeft mensen uit Enschede weinig tot niets te bieden.
- Opmerking, verplaatsen, van sportnieuws, FC Twente naar de zondagskrant, om die aan de man te brengen, is een pluimpje waard, de zondagskrant lees ik niet, en wil die ook niet, en nu het sportnieuws over FC Twente,
- Snap niet wat het doel is mij vragen over Almelo te laten beantwoorden daar ik in Enschede woon.
- Wat heb ik met Almelo te maken?
- Wat ik onuitstaanbaar vindt dat inwoners/abonnees van uw krant in Enschede geen nieuws/weetjes over Hengelo krijgen en omgekeerd, terwijl het op zo'n geringe afstand van elkaar ligt. U creëert daardoor een afstand die er in werkelijkheid in het geheel niet is.
- Jammer dat de vragen zo gefocust zijn op Almelo, de eerste artikelen e.d. hadden gezien de gepresenteerde onderzoeksopzet een mix moeten zijn van artikelen uit de hele regio (dus ook Oldenzaal, Hengelo, Enschede e.d.).
- Door het verschijnen van de zondagskrant, waarop ik niet geabonneerd ben, verschijnt veel nieuws van het weekend niet in de maandagkrant. Hierover ben ik niet tevreden. Daarnaast heb ik de indruk, gezien de inhoud van de krant, dat het het hele jaar
- Het moeten inloggen in de site vind ik zeer irritant.

## Vragenlijst 2 (Inwoners Enschede – vragen m.b.t. Hengelo)

- Sorry ben geen voetballiefhebber, zou graag wat grotere items over MOTORen autosport en bv schietsport willen lezen, in deze gemeente wonen 2 sportschutters die tot de top (Nederlands kampioen) van Nederland/Europa behoren. Heb hier nog nooit wat over
- Ik vind de stadseditie van Enschede stukken beter dan die van Almelo waar ik lang gewoond heb.
- Ik mis de vragen over Enschede. Daar wordt deze krant tenslotte ook bezorgd en gelezen.
- Informatie over cultuur in Twente is belangrijk.
- N.B.: ik lees de krant op mijn werkplek. Privé ben ik niet geabonneerd. Woon in Haaksbergen en werk in Enschede. m.vr.gr.
- Goed bezig, groeten aan Dolf.
- Neem steeds meer taalfouten waar en verkeerde zinsopbouw. Eind controle lijkt te ontbreken.
- Op zaterdag niet teveel van die lange lulverhalen plaatsen.
- Wat moet ik als Enschedeër in vredesnaam met een vragenlijst over Hengelo. Ik heb een regionale krant voor het regionale nieuws en dan gaat het mij om mijn woonplaats!!! Het overige nieuws lees ik in een landelijk blad. Is dit een vergissing of een m
- De krant mag van mij minder breed zijn, als je hem uitvouwt (formaat krant).
- De bezorging van de zondagskrant is ons erg tegengevallen.
- Ik zou graag de editie ontvangen van de plaats waar ik werk en woon.
- Ik woon, werk, doe boodschappen in Enschede. Dus vandaar mijn negatieve antwoorden.
- Prima dat jullie deze enquête voeren.
- Het artikel in de krant van maandag 18 april 2005 over het zondagsgesprek met hr. g. wilders en het artikel op de volgende pagina over hetzelfde onderwerp, is ruim overtrokken. Mijns inziens, is deze man gevangen in zichzelf met zijn overtuigingen.
- Ik woon in Enschede (Lonneker) en de vragenlijst is opgesteld als woon ik in Hengelo. Ik heb in de tekst Hengelo steeds vervangen door Enschede en zo de enquête voor mij enigszins interessant gemaakt. Als deze hierdoor voor u onbruikbaar is geworden dan sp
- Meer diepgang, meer cultuur, columns zijn leuk.
- Ik kom uit Enschede.

## Vragenlijst 3 (Inwoners Enschede – vragen m.b.t. Oldenzaal)

- Het enige wat ik nog kwijt wil is dat ik eigenlijk vooral geïnteresseerd ben in de regionale bijlage van de krant(2e blad). Veel van het overige nieuws heb ik al op internet gelezen of gehoord/ gezien. Wat mij betreft mag het 2e blad nog wat uitgebreider worden.
- Meer over politieke onderwerpen uit de streken.
- Vreemde vragenlijst. Mij werd alleen gevraagd wat ik interessant vond aan nieuws uit Oldenzaal. eerlijk gezegd boeit me dat helemaal niet! Waarom ook geen vragen over Almelo, Hengelo en Enschede?
- Maak het formaat voor de krant door de week hetzelfde als de zondageditie. Dit leest zeer prettig. Ik denk dat er meer zijn die zo denken.

- Presenteer de realiteit. Doe niet mee aan de hyperige, pseudo-linkse, pseudo-intelligente, allesweterige, negatieve berichtgeving zoals de laatste jaren gebruikelijk is bij NOS, NOVA, etc. Bijvoorbeeld de stukjes van Hakkert hebben die neiging. Ik denk d
- De enquête was totaal gericht op Oldenzaal. Deze editie krijg ik niet en wens ik ook niet te krijgen. De enige twee edities die mij interesseren zijn Hellendoorn en Enschede.
- Waarom moet ik als Enschedese alleen maar vragen over andere plaatsen beantwoorden?
- Ik begrijp niet dat er alleen vragen over Oldenzaal gesteld worden aan een geboren en getogen Enschedeër. Zit er een foutje in de selectie?
- De voorpaginafoto's zijn de laatste tijd zo vreselijk, dat ik overweeg mijn abonnement op te zeggen!!!
- Maak de krant half zo groot. We hebben een grote tafel maar met z'n tweeën past het er niet op
- We dragen uw krant een warm hart toe! succes met het onderzoek!
- Kleiner formaat krant.
- Ik heb vragen mbt Enschede gemist!!!
- Stond te veel over Oldenzaal. Want ik woon in Enschede.
- Ik ga waarschijnlijk mijn abonnement opzeggen.
- Ik mis in de krant artikelen over jongeren cultuur, popmuziek, avantgarde. De krant is erg gezapig. Een gestolen fiets, de geschiedenis van de midwinterhoorn lijken voortdurend belangrijker dan zaken die van Enschede de met recht een van de grotere steden va

#### **Vragenlijst 4 (Inwoners Enschede – vragen m.b.t. Rijssen)**

- In het algemeen vind ik het regionale nieuws interessanter dan b.v binnen en buitenlands "nieuws".
- Kan de krant niet op tabloidformaat gemaakt worden?
- Waarom zijn er allemaal vragen over Rijssen?? Waarom niet over Enschede (Waar ik de krant ontvang).
- Geen.
- Meer nieuws over de dartsport hierbij denk aan de uitslagen van bv toernooien.
- Vragen over Enschede?
- De vragen over Rijssen zijn voor mij niet erg relevant aangezien ik niet in Rijssen woon. Hadden de vragen betrekking gehad op mijn woonplaats dan waren mijn antwoorden anders geweest.
- Zou graag wat meer oude (antieke) foto's bij desbetreffende onderwerpen zien.
- Wij lezen naast Tubantia eveneens De Telegraaf. Sinds De Telegraaf ook een regiobijlage heeft, denken wij er sterk aan om ons abonnement op Tubantia stop te zetten. De reden hiervan
- Gaarne objectieve verslaggeving, minder aandacht aan schreeuwers zoals de stadspartij.
- Als Enschedeër vraag ik mij af wat ik met Rijssen van doen heb.
- Wij zouden graag wat meer culinaire pagina's zien en niet altijd dezelfde personen
- Waarom krijg ik, als inwoner van Enschede, alleen vragen over Rijssen en Hengelo voorgeschoteld?

### **Vragenlijst 5 (Inwoners Rijssen – vragen m.b.t. Almelo)**

- Regionaal nieuws heeft wel onze voorkeur, veel van het landelijke nieuws in Tub. is vaak al bekend via andere bronnen (achterhaald).
- Het nieuws uit Rijssen zou nog wel uitgebreider mogen.
- Ik ben meer georiënteerd op Rijssen-Holten en op Deventer.
- We zijn geïnteresseerd in nieuws uit de gemeente Wierden, misschien dat er een mogelijkheid bestaat voor editie-uitbreiding in die richting??
- Het allerbelangrijkste van Nieuws is dat het puur is. Betrouwbaar en zonder vooropgezet doel.
- Regio nieuws uit Almelo interesseert mij niet, wel van Rijssen en Holten.

### **Vragenlijst 6 (Inwoners Rijssen – vragen m.b.t. Enschede)**

- Graag meer plaatselijk nieuws.
- Een GROOT GEBREK aan plaatselijk nieuws, in dit geval Rijssen.
- Wij hebben onlangs het abonnement opgezegd, niet zo zeer om de inhoud maar even wat anders.
- Wij hebben de afgelopen 1,5 jaar diverse keren geen krant ontvangen. Hoe gaan jullie met de klachten om? En hoe komen jullie mensen tegemoet die wel de volle prijs betalen???
- Verbeter de digitale verspreiding van nieuws. Als voorbeeld de telegraaf.nl.
- Nu de krant sinds een tijd 's ochtends verschijnt is de interesse behoorlijk afgenomen, ik denk dat, en velen met mij. Een aanzienlijk deel van u lezers werkt nog, en heeft 's morgens de tijd niet om de krant te lezen. En 's avonds is het oud nieuws.
- De aandacht in de krant voor landelijk, regionaal en plaatselijk gebeuren komt voor mij evenwichtig over laat het maar zo!
- Graag in nieuw formaat uitbrengen (kleinere afmetingen).
- Hou de krant netjes en weer slechte advertenties.
- Soms is de krant te dun voor het geld, mag meer in staan, en niet alleen voetbal.

### **Vragenlijst 7 (Inwoners Rijssen – vragen m.b.t. Hengelo)**

- Vaak weinig nieuws uit Rijssen in de krant.
- Ja dit gaat wel heel veel over Hengelo mag het ook ander nieuws zijn Rijssen en omstreken groeten robert dekkers.
- Goeie krant, alleen geen tijd om 's morgens te lezen i.v.m met treinreis naar hengele.
- Het formaat van de krant mag van mij wel kleiner en op zaterdag minder dik.
- De vragenlijst is wel heel erg op Hengelo gericht. Ik zie liever meer info Rijssen/Wierden/Enter
- Zakelijk werkzaam in Markelo, woonachtig in Rijssen.
- Omdat we ook een landelijke krant lezen is het lokale nieuws het belangrijkste, dus hier moet Tubantia zich sterk voor maken.
- Ik heb in de afgelopen maanden de faillissementen (in de zaterdagkrant) gemist!

## Vragenlijst 8 (Inwoners Rijssen – vragen m.b.t. Holten)

- Meer voetbal van zaterdag in de maandag krant!
- Ik vraag mij bij het tweede deel van de vragenlijst af of het betrekking heeft op uitsluitend Holten of dat men het bredere gebied van de Gemeente Rijssen-Holten bedoeld. Als Rijssenaar beantwoord heb ik alle vragen dus ook over gezondheidszorg en onderwijs
- Dit onderzoek is vooral gericht op de plaats Holten, terwijl ik in Rijssen woon. Dat zou eventueel anders kunnen.
- Ik zou graag hebben dat abonnees op de krant deze ook volledig op internet kunnen lezen. Nu staat er vaak maar een slap aftreksel op internet, van de artikelen die ik in de krant had gelezen en een kopie wou hebben kon in de vele gevallen die ik heb ge
- Geen klachten. Houden Zo.
- Waarom gaan alle vragen over Holten?? Ik kom uit Rijssen???
- Waarom al deze vragen gericht op Holten voor mij als inwoner van Rijssen?
- Wat een ergerlijke enquête is dit, waarbij steeds gedaan wordt alsof ik in Holten woon. Eigenlijk kan Holten mij niets schelen!!! Rijssen wél, maar daar wordt weer niets over gevraagd. Ik heb meer belang bij informatie uit Enschede, Hengelo en Almelo.
- Deze vragen waren gericht op Holten, terwijl DT tot aan Rijssen gaat en in Holten kan je volgens mij alleen De Stentor- Deventer Courant krijgen.
- Zo langzamerhand, wordt de krant een dunne flutkrant, met name op maandag. 4 pagina's voor 1 katern, is iets om je voor te schamen.
- Betere bezorging zeker voor 7 uur en de bijlages er ook bij 9 van de 10x worden deze 'vergeten'.

## Bijlage 7 Resultaten vraag 18 en 19

In de onderstaande tabellen wordt een compleet overzicht gegeven van de resultaten van vraag achttien en negentien van de vragenlijst, waarbij de respondent wordt gevraagd hoe vaak hij/ zij in een bepaalde plaats in Twente komt voor een negental verschillende activiteiten/ bezigheden.

De resultaten voor inwoners van Enschede staan weergegeven in tabel 1. De resultaten voor inwoners van Rijssen volgen in tabel 2.

Tabel 1 Resultaten vraag 18-19 voor de inwoners van **Enschede**

| Plaats         | Activiteit                          | Frequentie |        |      |            |      | n   | Gemiddelde | St.-deviatie |
|----------------|-------------------------------------|------------|--------|------|------------|------|-----|------------|--------------|
|                |                                     | Nooit      | Zelden | Soms | Regelmatig | Vaak |     |            |              |
| <b>Almelo</b>  | Werk                                | 67%        | 17%    | 10%  | 5%         | 1%   | 140 | 1.58       | 0.96         |
|                | Studie                              | 95%        | 4%     | 1%   | -          | -    | 140 | 1.06       | 0.30         |
|                | School kinderen                     | 99%        | 1%     | -    | -          | -    | 140 | 1.01       | 0.09         |
|                | Bezoek familie, vrienden, kennissen | 70%        | 11%    | 11%  | 6%         | 2%   | 140 | 1.60       | 1.05         |
|                | Boodschappen                        | 94%        | 3%     | 3%   | -          | -    | 140 | 1.09       | 0.37         |
|                | Winkelen                            | 73%        | 13%    | 13%  | 1%         | -    | 140 | 1.41       | 0.74         |
|                | Club, vereniging                    | 78%        | 10%    | 9%   | 3%         | -    | 140 | 1.36       | 0.76         |
|                | Restaurant, café, disco             | 77%        | 15%    | 8%   | -          | -    | 140 | 1.31       | 0.61         |
|                | Museum, theater, concert            | 74%        | 18%    | 7%   | 1%         | -    | 140 | 1.36       | 0.68         |
| <b>Hengelo</b> | Werk                                | 52%        | 14%    | 16%  | 6%         | 12%  | 153 | 2.12       | 1.41         |
|                | Studie                              | 80%        | 12%    | 4%   | 3%         | 1%   | 153 | 1.31       | 0.73         |
|                | School kinderen                     | 96%        | 3%     | 1%   | -          | -    | 153 | 1.06       | 0.29         |
|                | Bezoek familie, vrienden, kennissen | 37%        | 19%    | 23%  | 18%        | 3%   | 153 | 2.31       | 1.23         |
|                | Boodschappen                        | 80%        | 8%     | 10%  | 1%         | 1%   | 153 | 1.35       | 0.79         |
|                | Winkelen                            | 27%        | 38%    | 27%  | 7%         | 1%   | 153 | 2.18       | 0.96         |
|                | Club, vereniging                    | 71%        | 14%    | 11%  | 3%         | 1%   | 153 | 1.50       | 0.89         |
|                | Restaurant, café, disco             | 37%        | 28%    | 29%  | 5%         | 1%   | 153 | 2.04       | 0.97         |
|                | Museum, theater, concert            | 42%        | 32%    | 22%  | 4%         | -    | 153 | 1.89       | 0.90         |

| Plaats           | Activiteit                          | Frequentie |        |      |            |      | n   | Gemiddelde | St.-deviatie |
|------------------|-------------------------------------|------------|--------|------|------------|------|-----|------------|--------------|
|                  |                                     | Nooit      | Zelden | Soms | Regelmatig | Vaak |     |            |              |
| <b>Oldenzaal</b> | Werk                                | 62%        | 19%    | 10%  | 6%         | 3%   | 140 | 1.68       | 1.05         |
|                  | Studie                              | 94%        | 3%     | 2%   | -          | 1%   | 140 | 1.10       | 0.47         |
|                  | School kinderen                     | 98%        | -      | 1%   | -          | 1%   | 140 | 1.07       | 0.50         |
|                  | Bezoek familie, vrienden, kennissen | 54%        | 16%    | 18%  | 7%         | 5%   | 140 | 1.94       | 1.21         |
|                  | Boodschappen                        | 79%        | 12%    | 7%   | 1%         | 1%   | 140 | 1.35       | 0.79         |
|                  | Winkelen                            | 36%        | 30%    | 26%  | 5%         | 3%   | 140 | 2.09       | 1.04         |
|                  | Club, vereniging                    | 72%        | 11%    | 10%  | 4%         | 3%   | 140 | 1.56       | 1.05         |
|                  | Restaurant, café, disco             | 46%        | 31%    | 19%  | 3%         | 1%   | 140 | 1.83       | 0.91         |
|                  | Museum, theater, concert            | 73%        | 20%    | 4%   | 2%         | 1%   | 140 | 1.36       | 0.72         |
| <b>Rijssen</b>   | Werk                                | 83%        | 8%     | 4%   | 3%         | 2%   | 153 | 1.33       | 0.84         |
|                  | Studie                              | 98%        | 2%     | -    | -          | -    | 153 | 1.02       | 0.14         |
|                  | School kinderen                     | 100%       | -      | -    | -          | -    | 153 | 1.00       | 0.00         |
|                  | Bezoek familie, vrienden, kennissen | 89%        | 5%     | 4%   | 1%         | 1%   | 153 | 1.19       | 0.60         |
|                  | Boodschappen                        | 98%        | 1%     | 1%   | -          | -    | 153 | 1.03       | 0.24         |
|                  | Winkelen                            | 88%        | 7%     | 4%   | 1%         | -    | 153 | 1.18       | 0.53         |
|                  | Club, vereniging                    | 90%        | 9%     | 1%   | -          | -    | 153 | 1.11       | 0.36         |
|                  | Restaurant, café, disco             | 93%        | 6%     | 1%   | -          | -    | 153 | 1.07       | 0.28         |
|                  | Museum, theater, concert            | 94%        | 5%     | 1%   | -          | -    | 153 | 1.07       | 0.27         |

Tabel 2 Resultaten vraag 18-19 voor de inwoners van **Rijssen**

| Plaats        | Activiteit                          | Frequentie |        |      |            |      | n  | Gemiddelde | St.-deviatie |
|---------------|-------------------------------------|------------|--------|------|------------|------|----|------------|--------------|
|               |                                     | Nooit      | Zelden | Soms | Regelmatig | Vaak |    |            |              |
| <b>Almelo</b> | Werk                                | 57%        | 13%    | 14%  | 12%        | 4%   | 69 | 1.94       | 1.26         |
|               | Studie                              | 84%        | 6%     | 6%   | 3%         | 1%   | 69 | 1.32       | 0.83         |
|               | School kinderen                     | 87%        | 1%     | 6%   | 3%         | 3%   | 69 | 1.33       | 0.93         |
|               | Bezoek familie, vrienden, kennissen | 55%        | 22%    | 15%  | 4%         | 4%   | 69 | 1.81       | 1.12         |
|               | Boodschappen                        | 81%        | 9%     | 9%   | 1%         | -    | 69 | 1.30       | 0.69         |
|               | Winkelen                            | 16%        | 19%    | 49%  | 16%        | -    | 69 | 2.65       | 0.94         |
|               | Club, vereniging                    | 71%        | 10%    | 16%  | 2%         | 1%   | 69 | 1.52       | 0.92         |
|               | Restaurant, café, disco             | 48%        | 20%    | 26%  | 4%         | 2%   | 69 | 1.91       | 1.03         |
|               | Museum, theater, concert            | 48%        | 35%    | 11%  | 6%         | -    | 69 | 1.75       | 0.88         |

| Plaats          | Activiteit                             | Frequentie |        |      |                 |      | n  | Gemid-<br>delde | St.-<br>deviatie |
|-----------------|--|------------|--------|------|-----------------|------|----|-----------------|------------------|
|                 |  | Nooit      | Zelden | Soms | Regel-<br>matig | Vaak |    |                 |                  |
| <b>Enschede</b> | Werk                                   | 57%        | 17%    | 10%  | 9%              | 7%   | 69 | 1.93            | 1.30             |
|                 | Studie                                 | 77%        | 7%     | 7%   | 2%              | 7%   | 69 | 1.55            | 1.17             |
|                 | School kinderen                        | 91%        | 4%     | 3%   | 2%              | -    | 69 | 1.14            | 0.52             |
|                 | Bezoek familie, vrienden,<br>kennissen | 62%        | 16%    | 15%  | 7%              | -    | 69 | 1.67            | 0.98             |
|                 | Boodschappen                           | 83%        | 9%     | 7%   | -               | 1%   | 69 | 1.29            | 0.73             |
|                 | Winkelen                               | 19%        | 23%    | 38%  | 19%             | 1%   | 69 | 2.61            | 1.05             |
|                 | Club, vereniging                       | 71%        | 12%    | 16%  | 1%              | -    | 69 | 1.48            | 0.82             |
|                 | Restaurant, café, disco                | 48%        | 22%    | 26%  | 4%              | -    | 69 | 1.87            | 0.95             |
|                 | Museum, theater, concert               | 33%        | 32%    | 28%  | 7%              | -    | 69 | 2.09            | 0.95             |
| <b>Hengelo</b>  | Werk                                   | 62%        | 6%     | 13%  | 6%              | 13%  | 69 | 2.01            | 1.48             |
|                 | Studie                                 | 87%        | 9%     | -    | 1%              | 3%   | 69 | 1.25            | 0.79             |
|                 | School kinderen                        | 97%        | 3%     | -    | -               | -    | 69 | 1.03            | 0.17             |
|                 | Bezoek familie, vrienden,<br>kennissen | 70%        | 10%    | 13%  | 6%              | 1%   | 69 | 1.59            | 1.02             |
|                 | Boodschappen                           | 93%        | 3%     | 4%   | -               | -    | 69 | 1.12            | 0.44             |
|                 | Winkelen                               | 33%        | 36%    | 25%  | 4%              | 2%   | 69 | 2.04            | 0.95             |
|                 | Club, vereniging                       | 89%        | 7%     | 4%   | -               | -    | 69 | 1.16            | 0.47             |
|                 | Restaurant, café, disco                | 65%        | 19%    | 16%  | -               | -    | 69 | 1.51            | 0.76             |
|                 | Museum, theater, concert               | 54%        | 29%    | 16%  | 1%              | -    | 69 | 1.65            | 0.80             |
| <b>Holten</b>   | Werk                                   | 68%        | 10%    | 15%  | -               | 7%   | 69 | 1.68            | 1.18             |
|                 | Studie                                 | 90%        | 9%     | 1%   | -               | -    | 69 | 1.12            | 0.37             |
|                 | School kinderen                        | 91%        | 2%     | 3%   | 4%              | -    | 69 | 1.20            | 0.70             |
|                 | Bezoek familie, vrienden               | 65%        | 18%    | 13%  | 1%              | 3%   | 69 | 1.59            | 0.98             |
|                 | Boodschappen                           | 65%        | 22%    | 10%  | 2%              | 1%   | 69 | 1.52            | 0.85             |
|                 | Winkelen                               | 80%        | 15%    | 4%   | 1%              | -    | 69 | 1.28            | 0.62             |
|                 | Club, vereniging                       | 76%        | 10%    | 13%  | 1%              | -    | 69 | 1.41            | 0.77             |
|                 | Restaurant, café, disco                | 54%        | 26%    | 17%  | 3%              | -    | 69 | 1.70            | 0.86             |
|                 | Museum, theater, concert               | 84%        | 7%     | 9%   | -               | -    | 69 | 1.25            | 0.60             |