

## Bijlagen

[www.vpro.nl](http://www.vpro.nl)

***“Doeltreffend Ontvangergericht”***

**Annemarie van de Beek  
1552106**

VPRO  
Marketing & Communicatie

Hogeschool Utrecht,  
Instituut voor Communicatie,  
Communicatiemanagement  
Utrecht

***Afstudeerrapport 4 juni 2012***

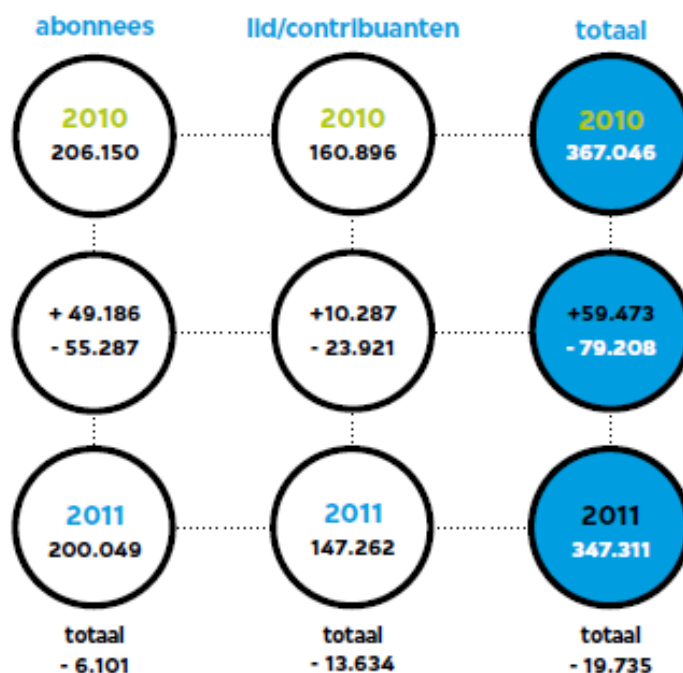
## Inhoudsopgave

|             |                                                          |    |
|-------------|----------------------------------------------------------|----|
| <b>I</b>    | Leden en abonneestand per 31 december 2011 .....         | 3  |
| <b>II</b>   | Organogram VPRO .....                                    | 4  |
| <b>III</b>  | Overzicht van alle tv-en radioprogramma's 2011-2012..... | 6  |
| <b>IV</b>   | De Kritische Verdiepingzoekers.....                      | 7  |
| <b>V</b>    | Briefing Marketing en Communicatie .....                 | 10 |
| <b>VI</b>   | Resultaat voorgaande bezoekerswensen.....                | 13 |
| <b>VII</b>  | Exploitatieoverzicht .....                               | 16 |
| <b>VIII</b> | DESTEP-analyse .....                                     | 17 |
| <b>IX</b>   | Bezoekersaantallen concurrentie .....                    | 19 |
| <b>X</b>    | Enquête.....                                             | 21 |
| <b>XI</b>   | Uitnodiging enquête en respons .....                     | 23 |
| <b>XII</b>  | Profielschetsen.....                                     | 24 |
| <b>XIII</b> | Onderzoeksresultaten concurrentieanalyse.....            | 30 |
| <b>XIV</b>  | Onderzoeksresultaten interviews.....                     | 49 |
| <b>XV</b>   | Onderzoeksresultaten enquête.....                        | 51 |
| <b>XVI</b>  | Wensen bezoekers ten opzichte van de VPRO .....          | 64 |

## I Leden & abonneestand per 31 december 2011

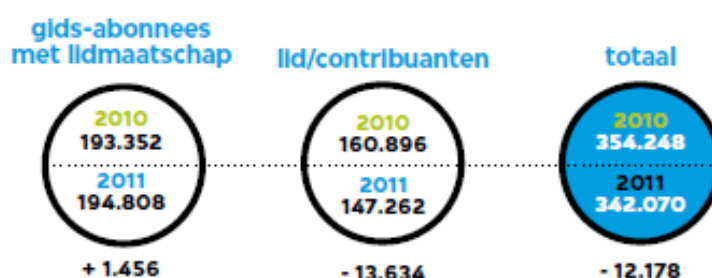
In 2014 vindt weer een ledentelling plaats. Het aantal leden is medebepalend voor de hoeveelheid zendtijd en geld die de omroepen krijgen. Onderstaande afbeelding is een screenshot uit het jaarverslag 2011 waarbij te zien is hoeveel leden de VPRO had aan het einde van 2011.

### leden & abonneestand per 31 december



### meetellende leden

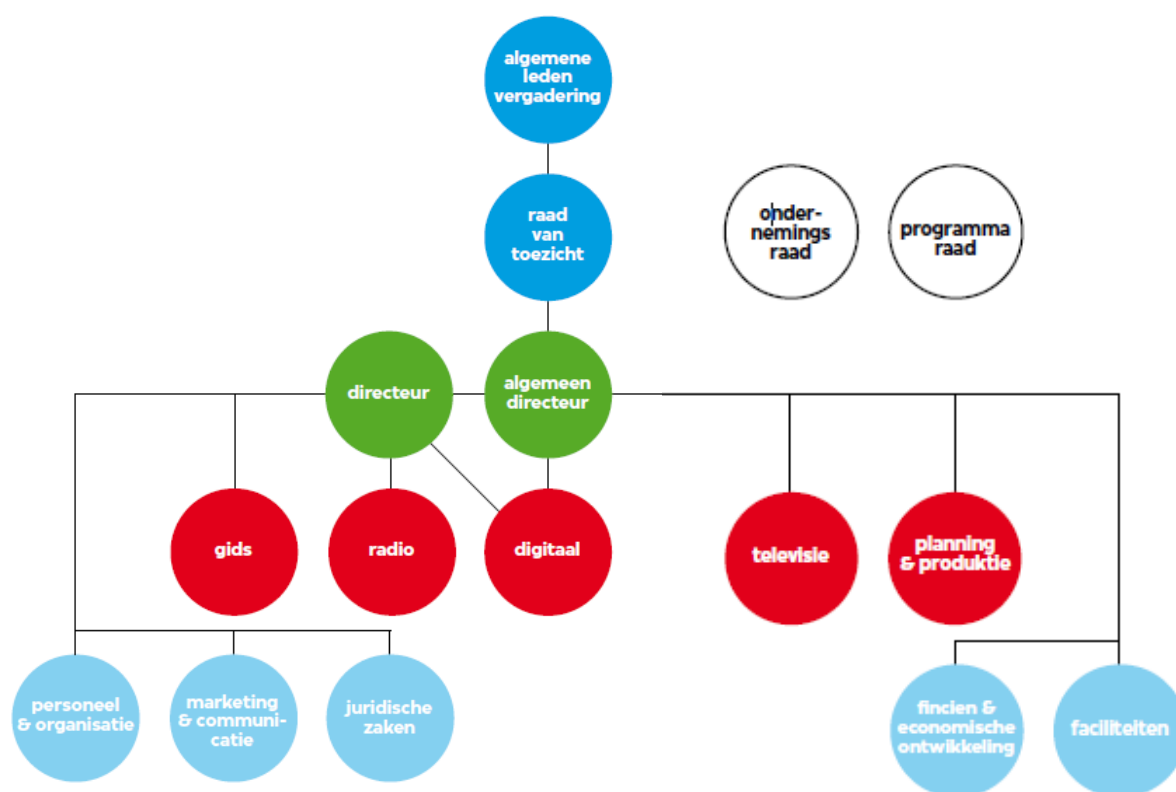
Niet alle abonnees tellen mee als lid. Er zijn abonnees die geen lid van de omroepvereniging willen zijn, er zijn abonnementen met een looptijd korter dan een jaar waaraan geen lidmaatschap verbonden is en er zijn abonnees die bij aanmelding niet hebben aangegeven ook (gratis) lid te willen worden.



Door een herziene definitie van het begrip 'meetellende leden' lijkt het verlies aan leden groter dan het in werkelijk is. In de stand per 31 december 2010 tellen ook leden mee waarvan meer dan een half jaar geen contributie is ontvangen. Volgens de nieuwe definitie zou de ledenstand op 31 december 2010 345.564 geweest zijn.

## II Organogram VPRO

Screenshot uit het online jaarverslag 2011 van de VPRO.



### Raad van Toezicht

Voorzitter  
Vice-voorzitter  
Leden

Robbert Dijkgraaf  
Victor Rutgers  
Kick van der Pol, Marco Derksen, José van Dijk,  
Farah Karimi (vanaf juni 2011)

### Directie

Algemeen Directeur  
Directeur

Lennart van de Meulen\*  
Marieke Schoenmakers\*

### Hoofredacteurs

Radio  
Televisie  
Gids  
Digitaal

Gerard Walhof\*  
Frank Wiering/Karen de Bok\*  
Hugo Blom\*  
Erik van Heeswijk\*

### Afdelingshoofden

Planning & Productie  
Personeel & Organisatie  
Financiën & Economische Ontwikkeling  
Marketing & Communicatie  
Faciliteiten

Eric Hafkamp\*  
Patricia van der Steen\*  
Michiel Koot\*  
Silvia van der Heiden\*  
Steyn van Hamersveld

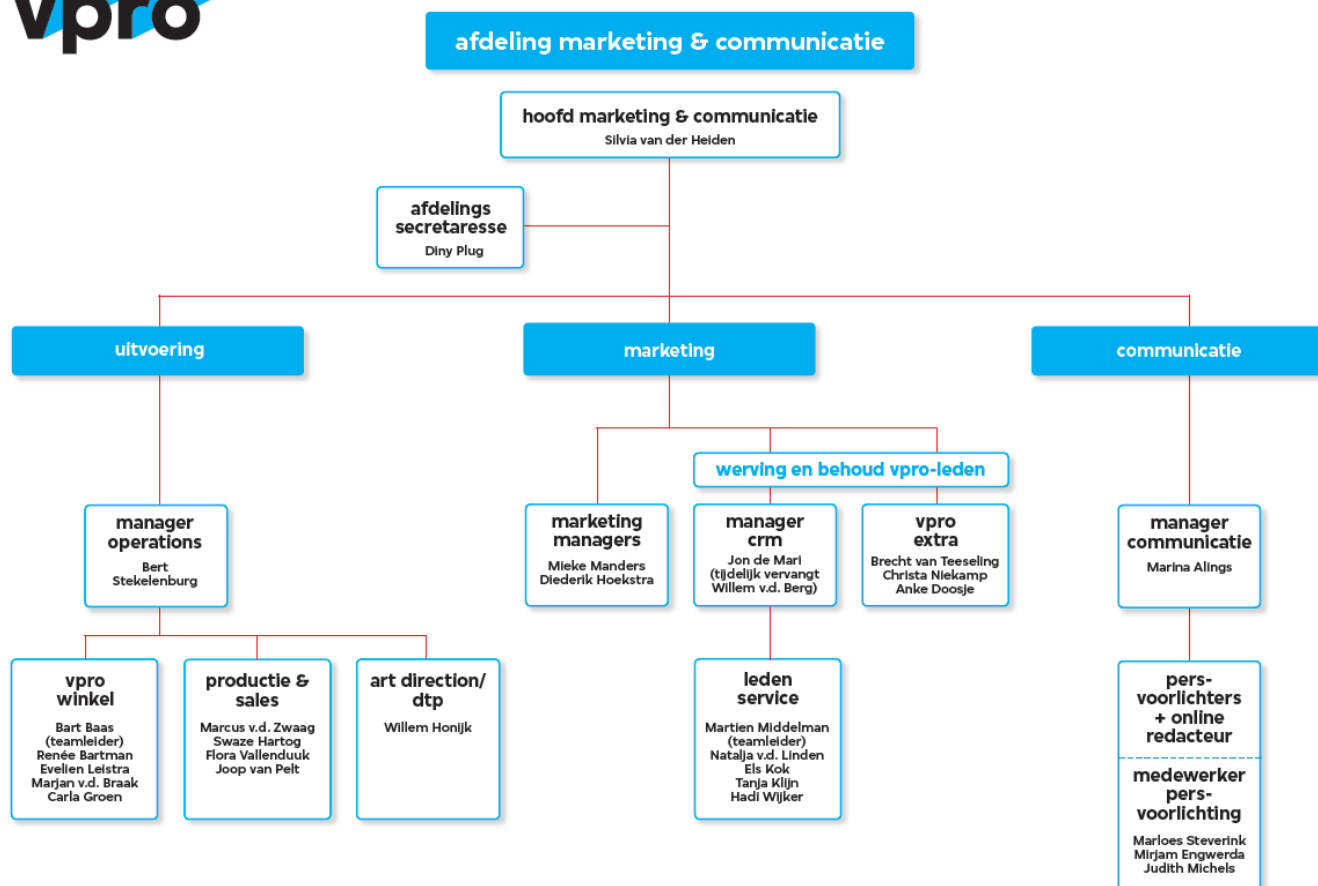
\*lid Managementteam

## Organogram afdeling Marketing en Communicatie 2011

Screenshot uit het VPRO jaarverslag 2011



algemeen directeur Lennart van der Meulen / directeur Marieke Schoenmakers (ass.: Mirjam Lustig)



organogram afdeling marketing & communicatie 10-10-2011

### III Overzicht van alle tv- en radioprogramma's 2011-2012

## programma's en sites

Alle actuele sites van de VPRO, op alfabetische volgorde.  
Gebruik de zoekfunctie om oudere sites te vinden.

  
mogelijk gemaakt door  

**Alles** Radio Televisie

Aanbevolen Documentaire / Informatief Drama / Film Festivals Geschiedenis Humor Jeugd Kunst en cultuur Muziek Wetenschap

|                                                                                                                          |                                                                                                                          |                                                                                                               |                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>#</b>                                                                                                                 |  De Nationale Wetenschapsquiz Junior    |  Lowlands                    |  Tegenlicht                            |
| <b>1</b> 1 Minuut                                                                                                        |  De Slag om Brussel                     | <b>M</b>                                                                                                      |  Toren C                               |
|  24 uur met...                          |  Dexter                                 |  Mattie's Muze               | <b>V</b>                                                                                                                  |
|  3VOOR12                                |  Dorst                                  |  Metropolis                  |  Van Moskou tot Magadan                |
|  3VOOR12 TV                             |  Dwars                                  |  Motel de Jong               |  Villa Achterwerk                      |
| <b>A</b>                                                                                                                 | <b>E</b>                                                                                                                 | <b>N</b>                                                                                                      | <b>1</b> Villa VPRO                                                                                                       |
|  A'dam & E.V.A.                         |  Eeuw van de stad                       |  Nederland van Boven         |  VPRO Documentaire                     |
|  Andere Tijden                          | <b>G</b>                                                                                                                 | <b>1</b> Noorderlicht                                                                                         |  VPRO Drama                            |
|  Andrew                               |  Geen probleem!                       | <b>O</b>                                                                                                      |  VPRO Gids                           |
| <b>1</b> Argos                                                                                                           |  Geschiedenis24                       |  O'Hanlons helden          |  VPRO Jazz Live                      |
|  Avondlog                             |  Gesprek op 2                         |  Omroep Maxim              |  VPRO Leden                          |
| <b>B</b>                                                                                                                 |  Goudzoekers                          | <b>1</b> OVT                                                                                                  |  VPRO op Youtube                     |
|  Beeldverhaal                         | <b>H</b>                                                                                                                 | <b>P</b>                                                                                                      |  VPRO's Import                       |
|  Begin van het Kwaad                  |  Het Gordijnpaleis van Ollie Hartmoed | <b>1</b> Plots                                                                                                |  VPRO Thema                          |
|  Being there; immersive documentaries | <b>1</b> Het Marathoninterview                                                                                           |  Premier gezocht!          |  Vrije Geluiden                      |
|  Bob den Uyl Prijs                    |  Het Uur van de Wolf                  | <b>R</b>                                                                                                      | <b>W</b>                                                                                                                  |
|  Boeken                               |  Hola Lara!                           |  Radio 6 Presents          |  Wetenschap24                        |
|  Brands blogt                         |  Holland Doc                          |  Radio-archief van de VPRO |  Wim de Bie (Nationale Mental Coach) |
|  Buitenhof                            |  Hotel Central                        |  Ronflonflon               |  Wintergasten                        |
| <b>C</b>                                                                                                                 | <b>I</b>                                                                                                                 | <b>S</b>                                                                                                      |  Wissel                              |
|  Café de Liefde                       |  In Europa                            |  Sarah's barbaren          | <b>Z</b>                                                                                                                  |
|  Café Sonore                          |  In Turkije                           |  Shouting Boots            |  Ze is van mij                       |
|  Cinema.nl                            | <b>J</b>                                                                                                                 |  Steefs Cantina            |  Zomergasten                         |
|  Crossing Border                      |  John Adams en de VPRO                | <b>1</b> Studio Idzerda                                                                                       |  Z.O.Z.                              |
| <b>D</b>                                                                                                                 | <b>L</b>                                                                                                                 |  Sunny Side of Sex         |  Zwarte Cross                        |
|  Dansen met Delsing                   |  Labyrint                             | <b>T</b>                                                                                                      |                                                                                                                           |
|  De Avonden                           | <b>1</b> Labyrint Radio                                                                                                  |  Taarten van Abel          |                                                                                                                           |
|  De Nationale Wetenschapsquiz         |  Louis Theroux                        |  TAKE10                    |                                                                                                                           |

## IV De Kritische Verdiepingzoekers

### Demografische gegevens

Deze groep is gemiddeld 47 jaar oud, bestaat voor 65% uit mannen, is zeer hoog opgeleid en heeft een hoog inkomen.



Kritische Verdiepingzoekers zijn relatief vaak alleenstaand, of ze wonen samen met hun partner. Deze groep woont relatief vaak in één van de randgemeenten van de grote steden en dus hoofdzakelijk in het westen van het land. Kritische Verdiepingzoekers hebben veelal een economische, juridische of sociaal-culturele opleidingsrichting en hun opleidingsniveau is zeer hoog. Deze groep is in hoge mate werkzaam, vaak in een vrij beroep, als leidinggevende of in een eigen bedrijf. Dit maakt dat deze groep het hoogste inkomen van alle leefstijlgroepen heeft.

### Opvattingen en waarden

Tolerante en kosmopolitische groep, die midden in de moderne samenleving staat. Kritische Verdiepingzoekers zijn hoog opgeleide, goed geïnformeerde Nederlanders die goed zijn aangesloten bij de moderne samenleving. Deze groep weet hoe besluitvorming in Den Haag en elders werkt en heeft daardoor een groot vertrouwen in politiek en bestuur. Deze groep voelt zich goed thuis in de globaliserende wereld, staat bijvoorbeeld positief tegenover Europese samenwerking en ontwikkelingssamenwerking. Kritische Verdiepingzoekers zijn sterk geëmancipeerd, tolerant en kosmopolitisch ingesteld. Vanuit haar maatschappelijke betrokkenheid is deze groep meer dan gemiddeld lid van maatschappelijke organisaties.

### Interesses en vrijetijdsbesteding

Brede interesses, met een naar buiten gerichte blik, actieve vrijetijdsbesteding buiten de deur. Kritische Verdiepingzoekers hebben een brede belangstelling voor tal van onderwerpen. Over het algemeen geldt dat deze groep sterk op 'de inhoud' gericht is: politiek, andere landen en culturen, wetenschap en techniek, geschiedenis, kunst, maar ook sport behoren tot de interessegebieden van deze groep. Hun vrije tijd besteden Kritische Verdiepingzoekers voor een groot deel buiten de deur: in café of restaurant, theater of museum, maar ook in de sportschool.

### Mediabehoeften

Media dienen in de eerste plaats voor ontspanning, maar zijn ook in grote mate een venster op de wereld en een inspiratiebron. Media zijn voor Kritische Verdiepingzoekers – net als voor alle andere leefstijlgroepen – in de eerste plaats een bron van ontspanning. Kritische Verdiepingzoekers gebruiken media echter veel meer dan andere groepen ook om ideeën en inspiratie op te doen, input voor discussies te verzamelen en zichzelf te ontplooien. De naar buiten gerichte blik van de Kritische Verdiepingzoekers maakt dat media voor deze groep heel sterk een 'venster op de wereld' is.

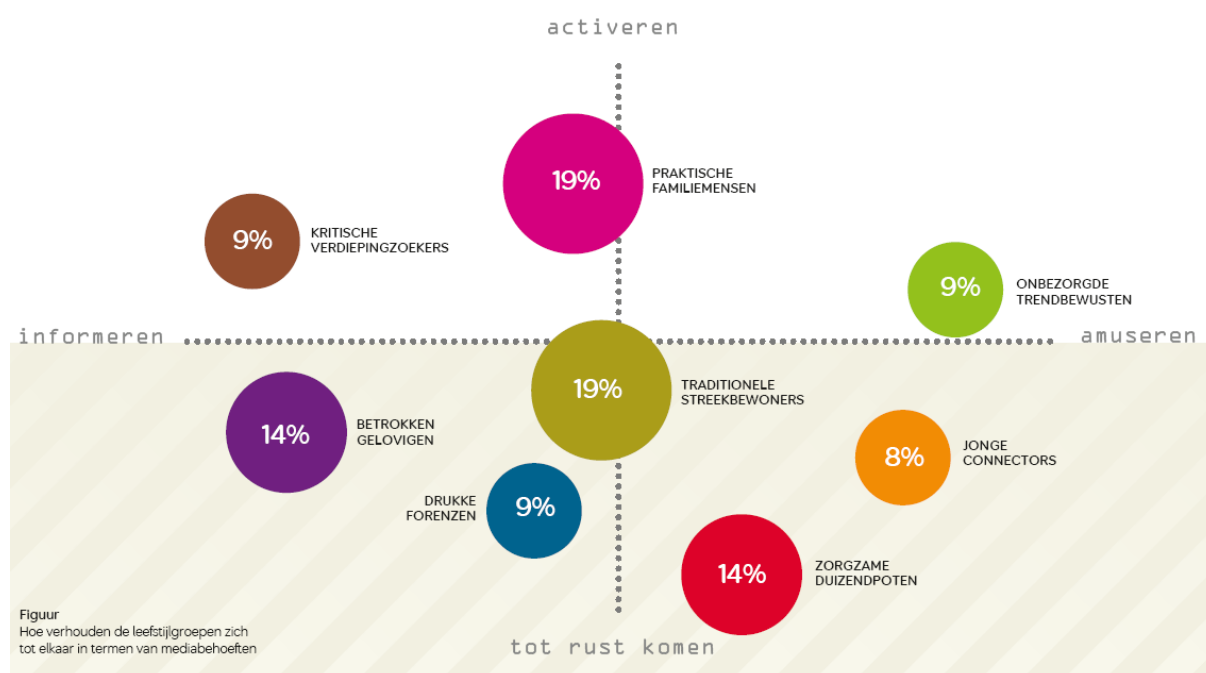
### Mediagedrag

Lichte radio- en televisiegebruikers, publieke omroep minded, zware lezers van opiniebladen en dagbladen. Het mediagedrag van Kritische Verdiepingzoekers wordt sterk bepaald door een grote informatiebehoefte. Deze groep kijkt relatief weinig televisie en luistert relatief weinig naar de radio. Als ze kijken of luisteren doen ze dit meer dan gemiddeld naar de publieke netten en zenders. Belangrijke genres zijn: nieuws en actualiteiten, informatie, fictie en sport. Daarnaast zijn Kritische Verdiepingzoekers zware lezers van vooral opiniebladen en kwaliteitskranten. (Nommedia, 2010)

## Mediabehoeften per leefstijlgroep (KV is de Kritische Verdiepingzoeker)

| Behoefte                              | KV  | OT  | PF  | ZD  | JC  | TS  | BG  | DF  | 13+ |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Ontspanning                           | 67% | 68% | 68% | 74% | 74% | 68% | 59% | 53% | 66% |
| Zelf kunnen kiezen wat je kijkt/hoort | 44% | 42% | 51% | 47% | 45% | 53% | 51% | 43% | 48% |
| Gezelligheid                          | 16% | 53% | 40% | 44% | 71% | 54% | 40% | 43% | 45% |
| Ideeën en inspiratie opdoen           | 46% | 37% | 41% | 41% | 32% | 36% | 29% | 44% | 38% |
| Vermaakt worden                       | 31% | 65% | 31% | 45% | 62% | 26% | 19% | 32% | 36% |
| Bijdragen aan zelfontplooiing         | 51% | 22% | 36% | 32% | 17% | 33% | 38% | 39% | 34% |
| Moment voor jezelf                    | 22% | 37% | 22% | 47% | 43% | 35% | 26% | 43% | 33% |
| De wereld dichterbij halen            | 52% | 21% | 28% | 29% | 14% | 31% | 38% | 32% | 31% |
| Gespreksstof hebben                   | 23% | 26% | 32% | 31% | 26% | 33% | 39% | 28% | 31% |
| Informatie over andere culturen       | 59% | 11% | 22% | 26% | 13% | 27% | 45% | 35% | 29% |
| In eigen tempo informatie krijgen     | 26% | 19% | 37% | 21% | 24% | 31% | 28% | 27% | 28% |
| Rustpunt op de dag                    | 11% | 23% | 23% | 37% | 30% | 27% | 21% | 30% | 26% |
| Houdt me scherp                       | 30% | 25% | 22% | 19% | 22% | 23% | 32% | 32% | 25% |
| Tijdverdrijf                          | 14% | 41% | 27% | 26% | 24% | 22% | 18% | 17% | 24% |
| Volledig geïnformeerd zijn            | 39% | 20% | 33% | 26% | 15% | 14% | 17% | 20% | 23% |
| Geeft een blik op andere mensen       | 31% | 11% | 18% | 18% | 9%  | 28% | 31% | 19% | 22% |
| Tijd voor elkaar / samen zijn         | 6%  | 17% | 19% | 17% | 22% | 30% | 25% | 25% | 21% |
| Altijd als eerste het laatste nieuws  | 26% | 23% | 23% | 17% | 12% | 23% | 17% | 29% | 21% |
| Ontsnappen aan dagelijks leven        | 14% | 21% | 18% | 21% | 20% | 20% | 19% | 23% | 19% |
| Verplaatsen in een andere wereld      | 15% | 14% | 7%  | 19% | 21% | 15% | 13% | 14% | 14% |
| Ervaringen kunnen delen               | 5%  | 10% | 13% | 12% | 12% | 12% | 18% | 17% | 13% |
| Input/voeding voor discussies         | 26% | 17% | 9%  | 11% | 5%  | 8%  | 13% | 15% | 12% |
| Zelf bepalen wat er gebeurt           | 6%  | 15% | 16% | 6%  | 10% | 14% | 14% | 8%  | 12% |
| Ergens in opgaan                      | 5%  | 13% | 14% | 10% | 10% | 11% | 14% | 16% | 12% |
| Batterij opladen, energie opdoen      | 4%  | 12% | 10% | 8%  | 10% | 11% | 11% | 12% | 10% |
| Voorsprong hebben op anderen          | 7%  | 9%  | 6%  | 1%  | 6%  | 3%  | 4%  | 3%  | 4%  |
| Biedt herkenning                      | 3%  | 1%  | 1%  | 6%  | 4%  | 6%  | 6%  | 1%  | 4%  |

## Mediabehoeften per leefstijlgroep: grafisch weergegeven



Bron: Nommedia (2010). Beschrijving Leefstijlgroepen

## V Briefing Marketing en Communicatie

### Evaluatie homepage vpro.nl

Inmiddels is de vernieuwde VPRO homepage ruim twee jaar online. Omdat we vinden dat deze homepage niet meer naar wens functioneert, hebben we teruggekeken naar de uitgangspunten van ruim twee jaar geleden, waar we nu tegenaan lopen en onze wensen t.a.v. een VPRO homepage op een rij gezet.

### Uitgangspunten van twee jaar terug:

#### Doelstelling

1. Te *gidsen* binnen de VPRO producten & organisatie
2. Enthousiasmerend *visitekaartje* van de organisatie en haar producten, een *uitnodiging* zijn tot meer bezoek, meer VPRO kijken, luisteren, kopen, deelnemen

#### Doelgroepen

- Kijk en luister publiek: participerende en tolerante wereldburgers (niet leden en niet abonnees)
- Leden en abonnees
- Potentiële, huidige en voormalige werknemers
- Geldschietters – NPO, fondsen, overheden
- Relaties: andere omroepen, buitenproducenten, culturele instellingen etc.

### Wensen (vernieuwde) site

De doelstellingen van twee jaar geleden staan nog steeds. Daar zouden wij aan toe willen voegen, de homepage is:

- *transparant en toegankelijk*, de bezoeker krijgt in een oogopslag een goed overzicht op/inzicht in de site
- *herkenbaar als een homepage van een mediabedrijf*, dus biedt filmpjes, fragmenten van actuele programma's (trailers op programma's van die week of avond, terugblik op programma's van gisterenavond).

### Meer gedetailleerd zijn onze wensen:

- De homepage communiceert meer dan alleen de lamellen. We willen in één keer zien waar terug te kijken programma's te vinden zijn, waar 3VOOR12 zit, waar ik lid/abonnee kan worden, waar ik dvd's kan kopen. Abonnee/lid worden zit nu bijvoorbeeld verborgen onder 'service'. Bezoekers moeten te veel zoeken en vinden door de bomen het bos niet.
- Onze programmering is ons visitekaartje. Graag willen we op de homepage laten zien wat de VPRO vandaag te bieden heeft.
- Ook willen we aanhalen op de actualiteit: als Van Dis bij P&W zit, net terug uit Indonesië, dan willen we naar aanleiding daarvan op de homepage refereren aan zijn nieuwe serie die bij de VPRO op stapel staat.
- Zoeken moet vanaf homepage makkelijk gemaakt worden d.m.v een zoekvenster.
- Buitenlandse bezoekers moeten via zichtbaar icoontje 'Engels' moeiteloos naar Engelstalige informatie kunnen gaan.
- De homepage is toegangspoort tot een mediabedrijf: dus biedt filmpjes, fragmenten van actuele programma's (trailers op programma's van die week of avond, terugblik op programma's van gisterenavond).
- Titellijst aantrekkelijker maken.
- De homepage is tevens toegang tot alles wat de VPRO via Social Media doet, dus bijvoorbeeld link naar Facebookpagina en Fwitter.

- Direct vanaf de homepage in de winkel en op de gidspagina uitkomen. Met zo min mogelijk clicks een transactie (aankoop, proefabonnement, etc.) tot stand kunnen brengen
- In plaats van huidige zwarte hyperlinkjes veel duidelijker hyperlinks of banners/buttons gebruiken. Wellicht minder mooi maar veel functioneler.
- VPRO.nl moet altijd starten met de homepage, ongeacht de laatste pagina die je bij vorig bezoek hebt bezocht.
- Contact met VPRO moet altijd onderin zichtbaar zijn; zit nu verborgen onder 'Over VPRO'.
- Footer moet standaard en duidelijker zichtbaar zijn.
- Delen van berichten via Social Media voor bezoeker mogelijk maken.
- Link naar perssite
- Vanaf elke pagina moet je met 1 klik terug kunnen naar de homepage, die nu als zodanig nergens zichtbaar is.
- Je moet makkelijk terug kunnen naar 'vorige pagina' (nu op veel plekken niet mogelijk)

### **Zwakheden huidige site**

- Wanneer je vanaf vpro.nl klikt op b.v. gids of winkel, verwacht je dat je bij de gids of in de winkel komt. Je komt nu in de etalage maar met name bij de winkel heb je dat niet meteen door. Alleen door op het kleine tekstje naast de RSS-link te klikken kom je in de echte winkel terecht. Een deel heeft dan al afgehaakt vanwege het kleine getoonde assortiment.
- Ook het vinden van aanbiedingen voor abonnementen wordt belemmerd doordat je eerst in de gids-etalage komt. Een click teveel dus en elke click is een drempel.
- Scrollen in de etalage geeft een rommelig beeld, met name wanneer de zwarte tekst achter de zwarte hyperlinks lopen.
- Van mij mag de hele etalage weg. Het is technisch leuk maar volgens mij niet functioneel.
- Lamel afspelen is een pot pourri, waarvan onduidelijk het is welk doel het dient.

## Bijlage Briefing

### Uitgangspunten [www.vpro.nl](http://www.vpro.nl) (2009?)

Wat is ons doel met [www.vpro.nl](http://www.vpro.nl) en voor wie?

#### Doelstelling

- Te *gidsen* binnen de VPRO producten & organisatie
- Enthousiasmerend *visitekaartje* van de organisatie en haar producten, een *uitnodiging* zijn tot meer bezoek, meer VPRO kijken, luisteren, kopen, deelnemen
- Kwantitatief (moet ingevuld worden)

aantal clicks per week

aantal vervolgpagina's dat daarna wordt aangeklikt

verkooppercentage via site ten opzichte van totale verkoop

aantal mensen dat lid of abonnee wordt via de site

#### Pakket van eisen

In toon en uitstraling aansluiten bij VPRO kernwaarden:

- Kritisch
- Vernieuwend
- Kwalitatief hoogwaardig
- Eigenzinnig

Vanaf de homepage tot diep in de site is deze herkenbaar als een typisch VPRO kanaal.

Wat moet er in ieder geval op de homepage:

- TV, radio overzicht van de VPRO, met click naar programmagids en/of sites (in de vorm van bewegend beeld?) zie [www.canvas.be](http://www.canvas.be) vandaag, week, volgende week etc.
- Nieuwsitems (3 max).
- Word lid/abonnee.
- Telefoonnummer.
- Zoeken.
- Interactief blok → blog, community, iets waaruit blijkt dat we bijzonder 2.0 zijn.

#### In navigatiebalk, door klikken naar:

Radioprogramma's van a tot z

Tv programma's – van a tot z (zie BBC aanpak)

Sites – van a tot z

Themakanalen

Gids

Webwinkel

Over de VPRO – waarin o.a. missie, werken bij, vacatures

Leden – Backstage

Pers

Contact – o.a. routebeschrijving

Uitzending gemist

Nieuwsbrieven

Communities

## VI Resultaat voorgaande bezoekerswensen

In 2008 is er via het intranet (door onderstaand bericht) gevraagd of iedereen binnen de VPRO mee wil denken over de nieuwe VPRO website. Er waren drie reacties op het bericht.

### Denk mee over nieuwe VPRO website

Geplaatst op 18 september 2008 door [diederik hoekstra](#) onder [Atomize](#), [Community](#), [Design](#), [Tools](#), [Twitter](#), [beleid](#), [co-create](#), [interactiviteit](#), [marketing](#), [mobiel](#), [nieuws](#), [ning](#), [social](#), [video](#), [viral](#), [vpro](#), [widgets](#), [zoekmachine](#)

Verplaats jezelf in een argeloze bezoeker van de website van de VPRO. Wat wil je dan zien, meemaken, lezen, voelen en horen? En wat als je al vaker op de site bent geweest of lid bent van de VPRO?

De komende maanden wordt een start gemaakt met de ontwikkeling van de nieuwe VPRO website. In eerste instantie gaan we uit van het alles is mogelijk principe. We willen iedereen in het bedrijf (of daarbuiten) uitnodigen om met ideeën te komen. Dat mogen wilde plannen zijn of onhaalbare voorstellen. De uitvoering is nu nog van latere zorg.

De verschillende kanten van de website moeten allemaal besproken worden. Moeten we gaan voor technische vernieuwing en experimentele technieken? Vormgeving is ook altijd belangrijk bij de VPRO, hoe denken we daarover bij een nieuwe site? En inhoud. Wat doen we met die enorme hoeveelheid content, oud en nieuw?

Heb je voorbeelden hoe het niet moet? Of iets dat juist erg goed werkt? Zet ze in de comments hieronder. In toekomstige postst blijf je op de hoogte van de voortgang.

### De reacties op het bericht:



Leonieke zegt: [18/09/2008 om 13:17](#)

Waar breken we ons hoofd over bij de bouw van de volgende fase van de nieuwe VPRO.nl? Hoe onderscheidend moeten/willen we zijn? De VPRO heeft een eigen geluid, maar wat is dat dan dat eigens? En hoe vertalen we dat naar de digitale thuisbasis van de VPRO? Hoe ontsluit je grote hoeveelheden programma's, sites, foto's en mediafragmenten? Willen we een site als andere omroepen, kijken we bijvoorbeeld naar <http://www.youtube.com> of willen we meer een site als <http://www.marktplaats.nl/>? Ligt de focus van ontsluiting meer op een thematische indeling, moeten we een semantisch slim zoekstelsel of blijft indeling op medium voldoende? Wat doen we met al die databases vol cultuurhistorie en hoe openen we die data voor al die mensen die daar creatieve dingen mee willen doen? Hoe laten we bijvoorbeeld mensen bouwen op het gigantische archief met concertregistraties en dj-sets van 3voor12? Hoe biedt je de juiste informatie en service aan de juiste persoon? Hoe zorg je ervoor dat als iemand op YouTube een Draadstaal filmpje heeft gezien en doorklikt naar de VPRO, dat diegene ook vergelijkbare informatie te zien krijgt? Personalisatie van je website. Maken we een 'customizable' versie van VPRO.nl, net als <http://www.bbc.co.uk/> of <http://www.netvibes.com/vpro> of bedenken we zelf wie onze verschillende doelgroepen zijn en delen we het in net als bij <http://www.eo.nl/>? Hoe faciliteren we onze VPRO community, zodat we samen met hen mooie dingen kunnen maken en samen verhalen kunnen vertellen? Moet de VPRO site een faciliteitenplatform zijn, zoals we bijvoorbeeld met <http://www.landroof.nl> hebben gedaan of is dat nog te beperkt? En hoe zorgen we ervoor dat je de VPRO overal en altijd bij je hebt als je daar zin in hebt? Op je mobiel, op schermen in de trein, over het gehele web verspreid of in de openbare ruimtes? En zo kunnen we doorgaan... hoe zorgen we met ons thuishonk dat er meer mensen lid worden... is de site wel geschikt voor mensen die slecht kunnen zien of niet kunnen lezen... etc. etc. En wat verwacht jij van het nieuwe thuis van de VPRO?



Top Eef zegt:

[23/09/2008 om 15:56](#)

Ik verwacht bij een omroep online in ieder geval: direct audio/video kijken. Dat er direct iets begint te spelen, en ik getriggered wordt om verder te duiken in een enorm kwalitatief aanbod van audiovisuele inhoud (dat de VPRO nog steeds onderscheidt van andere media). Ook verwacht ik dat ik snel zie wat voor MIJ interessant is (tagcloud!), en dat ik dat aanbod eenvoudig kan bewaren op een plek die voor mij prettig is (dus niet perse binnen het VPRO-domein). Tot slot (voor nu tenminste 😊) verwacht ik dat ik naadloos van de ene inhoud naar de andere geleid wordt, "if you like this, you might like..." - dat principe. Ik ben bevooroordeeld omdat ik weet hoeveel aanbod we hebben, daarom wil ik dat dat veel beter en intuïtiever beschikbaar komt.



Leonieke zegt:

[30/09/2008 om 11:29](#)

Top Eef, er volgt nog een brainstorm waarin we de hele afdeling Digitaal aan het woord willen horen. Ook alle comments die hier terecht komen nemen we mee! Dank!



Willem zegt:

[02/12/2008 om 00:38](#)

al jaren worden wij getijsterd met crap als top-pop en andere programma's die de jaren zestig en zeventig laten zien. die comerciele troep die men daar laat zien is de disco troep. Kunnen jullie de enige echte pop programma's uit die jaren weer eens laten zien zoals vpro,s picnic/campus. daarmee laat je vele mensen die in de alternatieve hoek zaten veel plezier beleven. de hippies uit die tijd zijn nog steeds geïnteresseerd en bovendien laat je de jeugd kennis nemen met waar wij naar keken. i.pl.v. die verknijpte kijk die ze nu hebben op die tijd. mede door die mathijs van nieuwwerk met zijn disco troep. programma's

## Nieuwsbrief 2009

In de nieuwsbrief van 10 juni 2009 is er een oproep gedaan naar de mening van bezoekers. Zoals in 2008 de mening van de medewerkers werd gevraagd, werd nu de mening van de nieuwsbriefontvangers gevraagd. Zij konden een wens achterlaten op een forum en eventueel reageren en stemmen op andermans ideeën.

### Wat vindt u van de VPRO homepage?



De VPRO moet kiezen: wat komt er op de voorkant van VPRO.nl? Makkelijker gezegd dan gedaan. Om tot een overzichtelijke website te komen, vraagt de VPRO om uw hulp. Niet uit luiheid, wanhoop of omdat het zo 2.0 is, maar vanwege het logische feit dat de gebruikers het beste weten wat ze wensen of overbodig vinden.

**Doe een wens voor VPRO.nl →**

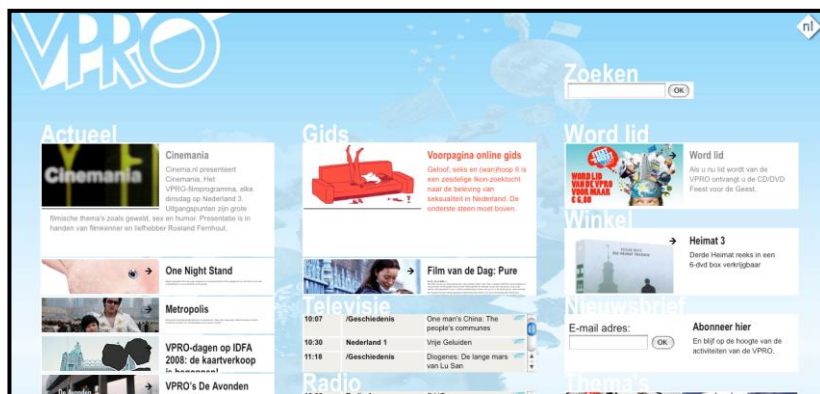
Op de wens om je eigen homepage samen te stellen is het vaakst gestemd, namelijk 17 keer. 15 keer werd er gestemd om diverse tools en templates beschikbaar te stellen. Ook was het een grote wens dat de zoekfunctie extra opties zou krijgen en waren er 7 stemmen om video's uit de oude doos te bekijken. Er waren 6 stemmen voor een duidelijk overzicht van de tv en radioprogramma's die de VPRO het komende seizoen aan gaat bieden. Verder waren er 6 stemmen voor minder is meer, een mobiel vriendelijke website en een achterkant met brievenrubriek. Minder dan vijf stemmen kregen de wensen een sms service voor je favoriete programma's, achter de schermen, twitterfeed, tips en informatie over VPRO.nl.

Via de volgende link is het forum te bekijken: <http://vpro.uservoice.com/forums/18161-doe-een-wens/filters/top>

## Screenshot Homepage



Homepage 1994



Homepage 2008



Huidige homepage

## VII Exploitatieoverzicht

Internet vormt vanaf 2012 geen apart platform meer. In de praktijk wordt inmiddels veelal crossmediaal gewerkt. Daarom zijn de internetactiviteiten in de loop van 2011 toegevoegd aan de platforms Video en Audio. In lijn daarmee wordt het internetbudget vanaf 2012 samengevoegd met dat van de respectievelijke platforms. Door deze transitie staat het internetbudget vanaf 2012 op 0. (NPO, 21 oktober 2011, p. 66)

### Bijlage 3 Exploitatieoverzichten

#### 3.2.3 TOTAAL VIDEO

| x € 1.000                     | 2010           | 2011           | 2012           | 2013           |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Baten</b>                  |                |                |                |                |
| Bijdragen OCW                 | 515.668        | 529.491        | 515.088        | 513.674        |
| Inzet (overgedragen) reserves | 19.181         | 16.391         | 21.000         | 8.000          |
| Overige inkomsten             | 50.916         | 15.512         | 13.632         | 12.403         |
| <b>TOTALE BATEN</b>           | <b>585.765</b> | <b>561.394</b> | <b>549.721</b> | <b>534.077</b> |
| <b>Lasten</b>                 |                |                |                |                |
| Totaal directe kosten         | 548.517        | 524.809        | 549.721        | 534.077        |
| Totaal indirecte kosten       | 37.141         | 36.116         | 0              | 0              |
| <b>TOTALE LASTEN</b>          | <b>585.657</b> | <b>560.926</b> | <b>549.721</b> | <b>534.077</b> |
| <b>EXPLOITATIERESULTAAT</b>   | <b>108</b>     | <b>468</b>     | <b>0</b>       | <b>0</b>       |

#### 3.2.4 TOTAAL AUDIO

| x € 1.000                     | 2010           | 2011           | 2012           | 2013           |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Baten</b>                  |                |                |                |                |
| Bijdragen OCW                 | 92.992         | 103.692        | 103.608        | 104.644        |
| Inzet (overgedragen) reserves | 441            | 0              | 200            | 0              |
| Overige inkomsten             | 7.262          | 677            | 537            | 542            |
| <b>TOTALE BATEN</b>           | <b>100.694</b> | <b>104.369</b> | <b>104.345</b> | <b>105.186</b> |
| <b>Lasten</b>                 |                |                |                |                |
| Totaal directe kosten         | 86.111         | 97.166         | 104.345        | 105.186        |
| Totaal indirecte kosten       | 9.899          | 7.246          | 0              | 0              |
| <b>TOTALE LASTEN</b>          | <b>96.009</b>  | <b>104.412</b> | <b>104.345</b> | <b>105.186</b> |
| <b>EXPLOITATIERESULTAAT</b>   | <b>4.685</b>   | <b>-43</b>     | <b>0</b>       | <b>0</b>       |

## VIII DESTEP- analyse

Om advies te kunnen geven over de website van de VPRO is het efficiënt om rekening te houden met verschillende interne en externe ontwikkelingen. Het DESTEP model zal hieronder de deze demografische, economische, sociaal cultureel, ecologische en politieke ontwikkelingen in kaart te brengen. In dit hoofdstuk lees je welke van deze ontwikkelingen in de macro-omgeving een last kunnen zijn voor de VPRO of juist baat kunnen hebben. Het betreft ontwikkelingen in een maatschappij als geheel waar de VPRO geen invloed op kan uitoefenen.

### Demografische ontwikkelingen

Naast de vergrijzing, een groei van het aantal huishoudens, een huishoudenverdunding van 3,6 personen naar 2,3 en een groei van allochtonen is het voornamelijk interessant om te kijken naar de ontwikkelingen rondom de huishoudens en het internet. Naar deze ontwikkelingen heeft het CBS in 2008 onderzoek gedaan en daaruit blijkt dat:

- Radio luisteren en tv kijken via internet sterk is gestegen
- Telebankieren en elektronisch winkelen breed is geaccepteerd
- Mobiel internet sterk in opkomst is
- Zes van de zeven huishoudens internet heeft

*“Het totale internetgebruik is in Nederland toegenomen van ongeveer 80 procent in 2005 naar ruim 90 procent in 2011. Daarbij is het internetgebruik in de leeftijd 12 tot 45 jaar bijna 100 procent en internet 90 procent van de 45 tot 65-jarigen. Daarnaast blijkt dat ouderen steeds meer gewend met het gebruik van internet. Zo’n 60 procent van de mensen tussen de 65 en 75 jaar was dit jaar regelmatig online. Samen met Luxemburg en enkele Scandinavische landen behoort Nederland tot de EU-landen met het hoogste aantal oudere internetters.”(CBS, 2011)*

### Economisch ontwikkelingen

- *Online winkelen wordt steeds populairder*

In 2010 winkelden 9,3 miljoen Nederlanders van 12 tot 74 jaar via internet. Dat waren er een half miljoen meer dan een jaar eerder. Het aandeel internetters dat nog nooit goederen via internet heeft gekocht of besteld is verder gedaald tot 23 procent. Twee derde daarvan geeft aan als voornaamste reden om niet online te winkelen liever zelf winkels te bezoeken.

De stijging van de frequente e-shoppers ten opzichte van 2005 is het grootst bij vrouwen van 25-44 jaar, gevolgd door mannen in dezelfde leeftijdsgroep. Naar verhouding is de stijging echter het grootst bij de mannen van 65-74 jaar met daarna de vrouwen in de leeftijdscategorie van 45-64 jaar. (CBS, 2011)

- *Online Consumenten bestedingen stijgen naar €8,2 miljard*

In 2010 zijn de online consumentenbestedingen toegenomen met 11% naar ruim € 8,2 miljard. Vooral de online bestedingen aan producten zijn sterk toegenomen in het afgelopen half jaar (+16%). Consumenten hebben vaker bestellingen geplaatst, maar zijn minder uit gaan geven per bestelling. Dit blijkt uit de Thuiswinkel Markt Monitor 2010-2, het halfjaarlijkse onderzoek naar online consumentenbestedingen door Blauw Research in samenwerking met GfK Retail & Technology, in opdracht van belangenvereniging Thuiswinkel.org (2011).

## Technische ontwikkelingen

### ▪ Mobiel internet

Mobiel internetten raakt steeds meer ingeburgerd. Ruim een op de drie internetters had in 2010 toegang tot het web via mobiele apparatuur. In 2007 was dat nog een op de vijf. Jongeren maakten het vaakst gebruik van mobiele apparatuur om te internetten. (CBS, 18 juli 2011)

### ▪ Hbb TV

Omroepen gaan samenwerken aan HbbTV. Net als bij Teletext wordt er bij HbbTV een signaal met het beeld meegezonden. Dit signaal vertelt het televisietoestel waar het via de internetaansluiting extra informatie kan ophalen. De kijker hoeft alleen maar tijdens een programma op de HbbTV-knop op de afstandsbediening te drukken, en komt dan direct op de relevante informatiepagina terecht. De standaard biedt meer mogelijkheden dan alleen extra informatie over de programma's. Ook zijn eerder uitgezonden programma's terug te kijken en films te huren. RTL en NPO zijn van plan HbbTV diensten uit te rollen. De echte doorbraak wordt in 2013 verwacht. (Emerce, 8 februari 2012)

### • Secondscreens

De ontwikkeling waarbij televisie kijken wordt veranderd door het gebruik van een second screen. Bij het TV kijken worden veelvuldige andere schermen gebruikt. De aanwezigheid van deze schermen wordt daarbij gedefinieerd als 'second screen'. Het gaat om een apparaat dat toegang geeft tot internet en dat je kunt gebruiken wanneer je televisie kijkt. De Nederlander besteedt nog altijd veel tijd aan tv kijken, maar zit niet meer aan de buis gekluisterd. Door de komst van laptops, smartphones en tablet is het aantal schermen in de huiskamer sterk gegroeid. Volgens onderzoek van stroom heeft 81% van de respondenten tijdens het tv-kijken altijd een laptop, smartphone of tablet binnen handbereik. (Niekerk, november 2011)

### ▪ Connected TV

De grootste hit in de Nederlandse huiskamer is zonder meer de internettelevisie, ook wel connected tv. In één op de vijf huiskamers staat een internettelevisie of een apparaat waarmee men van connected tv gebruik kan maken. Via internettelevisie kan men via een internetaansluiting van extra van internet afkomstige content gebruikmaken. Gedacht kan worden aan uitgesteld kijken-diensten als Uitzending Gemist, RTL XL en SBS Gemist. Ook kan men videofilms van YouTube bekijken of informatie over weer, verkeer en nieuws direct op de televisie bekijken. Daarnaast is sociale media een belangrijk onderdeel van connected tv. (TotaalTV, 17 maart 2012)

## Ecologische factoren

Een ontwikkeling gerelateerd aan internet is de opkomst van duurzaam, of groen, internet. voor het gebruik van internet zijn enorme hoeveelheden stroom nodig. Daarmee gaat een grote uitstoot CO<sub>2</sub> gepaard. Om deze CO<sub>2</sub> te compenseren, kan de internetgebruiker onder andere bomen laten planten. Groen internet is echter nog niet overal bekend. (De Berg, 2009, p. 32)

## Politiek/juridische factoren

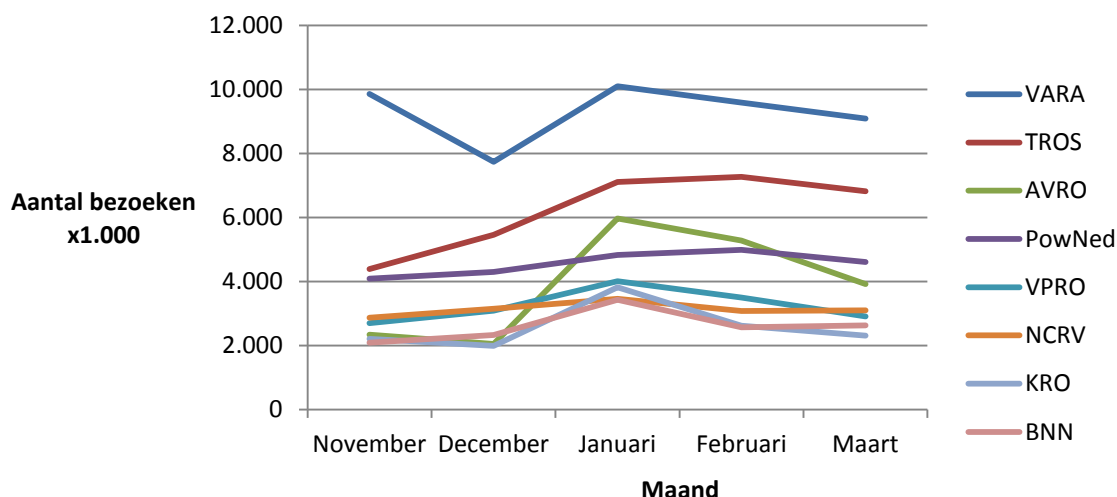
Met betrekking tot internet zijn er drie wetten van belang:

1. Wetboek van Strafrecht: Regelt zaken over computervredesbreuk, vernieling van computers en gegevens en verspreiden van virussen.
2. Wet bescherming Persoonsgegevens: Persoonsgegevens mogen alleen worden verwerkt in overeenstemming met de regels van de WBP. De belangrijkste regel is dat de persoon in kwestie zijn toestemming moet geven voor de verwerking.
3. Auteurswet: Regelt wie over auteursrecht beschikt (de maker). Ook zijn er afspraken beschreven over het kopiëren van (digitale) informatie. (De Berg, 2009, p. 33)

## IX Bezoekersaantallen concurrentie

De keuze welke omroepwebsites te analyseren, is gebaseerd op het bezoekersaantal gemeten door STIR. STIR geeft inzicht in het online gedrag van de mensen die websites bezoeken en meet ruim 450 websites, waaronder die van de VPRO en de concurrentie. Van de achttien omroepverenigingen zijn de meest bezochte omroepwebsites, gekeken naar de afgelopen vijf maanden, die van de VARA, TROS, PowNed, AVRO, NCRV, KRO en BNN. De NOS wordt niet meegenomen in deze analyse, omdat deze website qua bezoekersaantal te veel afwijkt van de rest. Zie onderstaande tabellen voor de exacte bezoekersaantallen per maand.

### Verloop van het aantal bezoeken per maand



### Maart 2012

| Publieke Omroep | Bezoeken x 1.000 |
|-----------------|------------------|
| VARA            | 9.087            |
| TROS            | 6.825            |
| PowNed          | 4.609            |
| AVRO            | 3.922            |
| NCRV            | 3.098            |
| VPRO            | 2.911            |
| BNN             | 2.629            |
| KRO             | 2.312            |

### Februari 2012

| Publieke Omroep | Bezoeken x 1.000 |
|-----------------|------------------|
| VARA            | 9.593            |
| TROS            | 7.275            |
| AVRO            | 5.280            |
| PowNed          | 4.988            |
| VPRO            | 3.497            |
| NCRV            | 3.080            |
| KRO             | 2.619            |
| BNN             | 2.572            |

## Januari 2012

| Publieke Omroep | Bezoeken x 1.000 |
|-----------------|------------------|
| VARA            | 10.101           |
| TROS            | 7.115            |
| AVRO            | 5.975            |
| PowNed          | 4.832            |
| VPRO            | 4.008            |
| KRO             | 3.819            |
| NCRV            | 3.456            |
| BNN             | 3.428            |

## December 2011

| Publieke Omroep | Bezoeken x 1.000 |
|-----------------|------------------|
| VARA            | 7.742            |
| TROS            | 5.465            |
| PowNed          | 4.299            |
| NCRV            | 3.150            |
| VPRO            | 3.085            |
| BNN             | 2.326            |
| AVRO            | 2.046            |
| KRO             | 1.990            |

## November 2011

| Publieke Omroep | Bezoeken x 1.000 |
|-----------------|------------------|
| VARA            | 9.857            |
| TROS            | 4.392            |
| PowNed          | 4.091            |
| NCRV            | 2.865            |
| VPRO            | 2.704            |
| AVRO            | 2.342            |
| KRO             | 2.208            |
| BNN             | 2.085            |

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

## X Enquête

De definitieve versie van de enquête naar de panelleden.

### “Website VPRO.nl”

#### 1 Hoe vaak bezoekt u de huidige website www.vpro.nl?

Vraag  
(single  
response)

- ☐ Elke dag wel een keer
- ☐ Meerdere keren per week
- ☐ Niet elke week, maar meerdere keren per maand
- ☐ Eens per maand
- ☐ Minder dan een keer per maand
- ☐ Nooit

-----  
nieuwe pagina

#### 2 Als ik de huidige website bezoek, dan is dat omdat ik opzoek ben naar:

Vinkvraag  
(multi  
response)

Minimaal aantal vinkjes: 1

- ☐ Informatie en achtergrondinformatie over VPRO programma's
- ☐ Uitzendingen, om deze te bekijken/beluisteren
- ☐ Uitzendtijden van radio- of TV programma's
- ☐ Informatie over de VPRO als omroep
- ☐ Nieuws over de VPRO
- ☐ Informatie voor leden en of gidsabonnees
- ☐ Producten uit de VPRO winkel
- ☐ Anders, namelijk...

-----  
nieuwe pagina

#### 3 Als ik een uitzending van de VPRO terug wil kijken, dan ga ik als eerste naar:

Vraag  
(single  
response)

- ☐ www.vpro.nl
- ☐ www.uitzendinggemist.nl
- ☐ www.google.nl
- ☐ Anders, namelijk...

-----  
nieuwe pagina  
-----

#### 4 Wanneer ik de vernieuwde homepage van de VPRO bezoek wil ik:

Vinkvraag  
(multi  
response)

Minimaal aantal vinkjes: 1

- ☐ Hoogtepunten zien uit het programma aanbod
- ☐ Op de hoogte worden gehouden wat in productie is
- ☐ Een terugblik op programma's van afgelopen week zien
- ☐ Gewezen worden op aanbiedingen voor leden en abonnees
- ☐ Gewezen worden op aanbiedingen uit de VPRO winkel
- ☐ De laatste nieuwsberichten lezen over de VPRO
- ☐ De mening van andere bezoekers kunnen lezen over VPRO programma's
- ☐ Een kijkje achter de schermen nemen bij de omroep
- ☐ Anders, namelijk...

-----  
nieuwe pagina

#### 5 Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?

Tabelvraag  
(single  
response)

|                                    | Vaak                  | Regelmatig            | Soms                  | Nooit                 |  |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|
| Facebook                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| Hyves                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| Twitter                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| TVGids op mobiel                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| Uitzending gemist (webiste)        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| Uitzending gemist (digitale tv)    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| Uitzending gemist (mobiel of iPad) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| VPRO Gids                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |
| Youtube                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |  |

-----  
nieuwe pagina

#### 6 Volgt u de VPRO op Facebook?

Vraag  
(single  
response)

- ☐ Ja
- ☐ Nee, maar ik heb wel een Facebookaccount
- ☐ Nee, want ik heb geen Facebookaccount

-----  
nieuwe pagina

#### 7 Heeft u nog andere ideeën, suggesties of tips ter verbetering van de vernieuwde website?

Vraag  
(single  
response)

- ☐ Nee
- ☐ Ja, namelijk...

## XI Uitnodiging enquête en respons

Voorafgaand aan de enquête werd de volgende tekst getoond:

Beste VPRO-panellid,



Hierbij nodigen wij u uit om deel te nemen aan het VPRO Panelonderzoek "Website VPRO.nl". Graag horen wij uw mening over de onderwerpen die in dit onderzoek aan bod komen.

Het onderzoek bevat zeven vragen en duurt maximaal 5 minuten.

U kunt het onderzoek bereiken via onderstaande link:

<http://net.mwm2.nl/go.aspx?uu=92303261>

Met vriendelijke groet,  
VPRO

Na het openen van de link heb ik nog eens aangegeven wat het onderwerp van de enquête is, hoeveel tijd het invullen van de enquête in beslag neemt, hoeveel vragen deze bevat en waarom de vragen worden gesteld: "De website van de VPRO wordt vernieuwd. Wat komt er op de homepage van VPRO.nl? Om tot een overzichtelijke website te komen en inzicht te krijgen in uw mediagebruik, leggen wij u zeven vragen voor."

### Respons

De enquête is naar ieder panellid verstuurd. 435 personen hebben de enquête ingevuld, dat is 39,8% van het panel. Door voorgaande enquêtes te bekijken is er een goede inschatting gemaakt door een looptijd van acht dagen in te voeren. Na de derde dag neemt het aantal respons flink af.

|            | Aantal |             |
|------------|--------|-------------|
| 10-04-2012 | 263    | <div></div> |
| 11-04-2012 | 112    | <div></div> |
| 12-04-2012 | 24     | <div></div> |
| 13-04-2012 | 13     | <div></div> |
| 14-04-2012 | 5      | <div></div> |
| 15-04-2012 | 7      | <div></div> |
| 16-04-2012 | 8      | <div></div> |
| 17-04-2012 | 3      | <div></div> |

Het verloop per dag

Van de respondenten is ook bekend welke vraag zij als laatste heeft beantwoord. Er is van deze respondenten wel bekend dat ze volgende vraag in het onderzoek hebben gezien, maar deze vraag niet hebben beantwoord. De laatste vraag die de respondent gezien heeft is niet altijd direct de opvolgende vraag en is afhankelijk van de routing. Opvallend is dat er enkel bij de eerste vraag de meeste afhakers zijn en dat er verder gedurende het onderzoek weinig respondenten zijn afgevallen. Vermoedelijk heeft dit te maken met het feit dat deze bezoeker de website niet bezoekt of dat het onderwerp niet aansluit bij zijn of haar interesses.

| Nr. | Vraag                                                                                |             | Afhakers |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|
| 1   | Hoe vaak bezoekt u de huidige website <a href="http://www.vpro.nl">www.vpro.nl</a> ? | <div></div> | 13       |
| 2   | Als ik de huidige website bezoek, dan is dat omdat ik opzoek..                       | <div></div> | 1        |
| 3   | Als ik een uitzending van de VPRO terug wil kijken, dan ga i..                       | <div></div> | 8        |
| 4   | Wanneer ik de vernieuwde homepage van de VPRO bezoek wil ik:                         | <div></div> | 0        |
| 5   | Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?                                     | <div></div> | 0        |
| 6   | Volgt u de VPRO op Facebook?                                                         | <div></div> | 1        |
| 7   | Heeft u nog andere ideeën, suggesties of tips ter verbeterin..                       | <div></div> | 0        |

Aantal afhakers per vraag

## XII Profielschetsen

### Het panel

De VPRO maakt gebruik van de panelapplicatie: MWM2 . De personen binnen het panel worden regelmatig over bepaalde onderwerpen ondervraagd. In totaal zijn er 1090 personen die zich hebben opgegeven voor deelnamen binnen het panel.

### Profielschets panel

Van de 1090 personen zijn onderstaande gegevens al bekend. Voor de representativiteit van het onderzoek zijn de antwoorden op vraag 4, 12, 13 , 14 en 15 belangrijk geweest.

|                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|
| 1. Voornaam                                                          |
| 2. Tussenvoegsel                                                     |
| 3. Achternaam                                                        |
| 4. Ik ben een ...                                                    |
| 5. Wilt u hieronder aangeven wanneer u geboren bent?                 |
| 6. Dag                                                               |
| 7. Maand                                                             |
| 8. Jaar                                                              |
| 9. Geboortedatum                                                     |
| 10. Ik woon in de provincie ...                                      |
| 11. Ik woon in een ...                                               |
| 12. Wat is uw gezinssamenstelling?                                   |
| 13. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?                            |
| 14. Wat is uw relatie met de VPRO?                                   |
| 15. Op welke VPRO nieuwsbrieven bent u geabonneerd?                  |
| 16. U heeft een abonnement op de VPRO Gids. Wat is uw relatienummer? |

#### Antwoord vraag 4

| 4. Ik ben een ... |             |              |                        | ^ |
|-------------------|-------------|--------------|------------------------|---|
| Man               | 625         | 61 %         | <div><div></div></div> |   |
| Vrouw             | 396         | 39 %         | <div><div></div></div> |   |
|                   | <b>1021</b> | <b>100 %</b> |                        |   |

#### Antwoord vraag 12

| 12. Wat is uw gezinssamenstelling?                    |             |              |                        | ^ |
|-------------------------------------------------------|-------------|--------------|------------------------|---|
| Gehuwd / samenwonend zonder kinderen                  | 254         | 25 %         | <div><div></div></div> |   |
| Gehuwd / samenwonend met <i>thuiswonende</i> kinderen | 156         | 16 %         | <div><div></div></div> |   |
| Gehuwd / samenwonend met <i>uitwonende</i> kinderen   | 142         | 14 %         | <div><div></div></div> |   |
| Alleenstaand zonder kinderen                          | 241         | 24 %         | <div><div></div></div> |   |
| Alleenstaand met <i>thuiswonende</i> kinderen         | 33          | 3 %          | <div><div></div></div> |   |
| Alleenstaand met <i>uitwonende</i> kinderen           | 93          | 9 %          | <div><div></div></div> |   |
| Thuiswonend bij (groot)ouder(s) / familie             | 32          | 3 %          | <div><div></div></div> |   |
| Studentenhuis / woongroep                             | 29          | 3 %          | <div><div></div></div> |   |
| Anders, namelijk ... [Antwoorden tonen]               | 22          | 2 %          | <div><div></div></div> |   |
|                                                       | <b>1002</b> | <b>100 %</b> |                        |   |

### Antwoord vraag 13

| 13. Wat is uw hoogst voltooide opleiding? ^ |             |              |                        |
|---------------------------------------------|-------------|--------------|------------------------|
| Basisonderwijs                              | 11          | 1 %          | <div><div></div></div> |
| VMBO / MAVO / LBO                           | 54          | 5 %          | <div><div></div></div> |
| MBO                                         | 80          | 8 %          | <div><div></div></div> |
| HAVO/VWO                                    | 149         | 15 %         | <div><div></div></div> |
| HBO                                         | 407         | 41 %         | <div><div></div></div> |
| Universiteit                                | 303         | 30 %         | <div><div></div></div> |
|                                             | <b>1004</b> | <b>100 %</b> |                        |

### Antwoord vraag 14

| 14. Wat is uw relatie met de VPRO? ^                   |             |              |                        |
|--------------------------------------------------------|-------------|--------------|------------------------|
| Ik ben lid van de VPRO (de omroepvereniging)           | 768         | 76 %         | <div><div></div></div> |
| Ik heb een abonnement op de de VPRO Gids               | 595         | 59 %         | <div><div></div></div> |
| Ik ben geabonneerd op de nieuwsbrief                   | 265         | 26 %         | <div><div></div></div> |
| Ik bezoek regelmatig de website(s) van de VPRO         | 380         | 38 %         | <div><div></div></div> |
| Ik kijk en/of luister regelmatig naar VPRO programma's | 730         | 72 %         | <div><div></div></div> |
| Anders, namelijk . [Antwoorden tonen]                  | 47          | 5 %          | <div><div></div></div> |
| Geen                                                   | 7           | 1 %          | <div><div></div></div> |
|                                                        | <b>1013</b> | <b>276 %</b> |                        |

### Antwoord vraag 15

| 15. Op welke VPRO nieuwsbrieven bent u geabonneerd? ^ |            |              |                        |
|-------------------------------------------------------|------------|--------------|------------------------|
| 3VOOR12                                               | 73         | 31 %         | <div><div></div></div> |
| /Geschiedenis                                         | 91         | 39 %         | <div><div></div></div> |
| Tegenlicht                                            | 66         | 28 %         | <div><div></div></div> |
| Noorderlicht                                          | 80         | 34 %         | <div><div></div></div> |
| Buitenhof                                             | 42         | 18 %         | <div><div></div></div> |
| Holland Doc                                           | 104        | 45 %         | <div><div></div></div> |
| Vrije Geluiden                                        | 50         | 22 %         | <div><div></div></div> |
| VPRO Extra ledennieuwsbrief                           | 104        | 45 %         | <div><div></div></div> |
| Villa VPRO                                            | 26         | 11 %         | <div><div></div></div> |
| VPRO Jazz                                             | 22         | 9 %          | <div><div></div></div> |
| De Avonden                                            | 40         | 17 %         | <div><div></div></div> |
| VPRO Webwinkel                                        | 46         | 20 %         | <div><div></div></div> |
|                                                       | <b>232</b> | <b>321 %</b> |                        |

## Profielschets van de respondenten

Van de 418 respons zijn de volgende gegevens, naast de antwoorden op de enquête, van de respondenten bekend

### 1. Voornaam

*Aantal panelleden bij deze vraag: 418*

|                   |                                                                                   |       |     |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| [Open antwoorden] |  | 97.8% | 409 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|

### 2. Tussenvoegsel

*Aantal panelleden bij deze vraag: 106*

|                   |                                                                                   |       |     |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| [Open antwoorden] |  | 99.1% | 105 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|

### 3. Achternaam

*Aantal panelleden bij deze vraag: 418*

|                   |                                                                                   |       |     |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| [Open antwoorden] |  | 97.8% | 409 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|

### 4. Ik ben een ...

*Aantal panelleden bij deze vraag: 418*

|       |                                                                                   |       |     |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Man   |  | 61.0% | 255 |
| Vrouw |  | 36.8% | 154 |

### 8. Jaar

*Aantal panelleden bij deze vraag: 50*

|                   |                                                                                   |       |    |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|----|
| [Open antwoorden] |  | 98.0% | 49 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|----|

### 9. Geboortedatum

*Aantal panelleden bij deze vraag: 415*

|                   |                                                                                   |       |     |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| [Open antwoorden] |  | 97.8% | 406 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|

### 10. Ik woon in de provincie ...

*Aantal panelleden bij deze vraag: 414*

|               |                                                                                     |       |     |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Drenthe       |  | 1.9%  | 8   |
| Flevoland     |  | 1.2%  | 5   |
| Friesland     |  | 3.1%  | 13  |
| Gelderland    |  | 10.9% | 45  |
| Groningen     |  | 5.1%  | 21  |
| Limburg       |  | 5.6%  | 23  |
| Noord-Brabant |  | 7.2%  | 30  |
| Noord-Holland |  | 26.1% | 108 |
| Overijssel    |  | 5.6%  | 23  |
| Utrecht       |  | 11.6% | 48  |
| Zeeland       |  | 1.0%  | 4   |
| Zuid-Holland  |  | 18.6% | 77  |

### 11. Ik woon in een ...

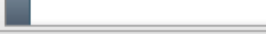
*Aantal panelleden bij deze vraag: 414*

|                                                |                                                                                     |       |     |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Grote stad ( meer dan 200.000 inwoners)        |  | 33.1% | 137 |
| Middelgrote stad (100.000 en 200.000 inwoners) |  | 24.6% | 102 |
| Kleine stad/dorp (minder dan 100.000 inwoners) |  | 40.1% | 166 |

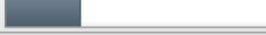
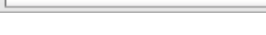
**12. Wat is uw gezinssamenstelling?**
*Aantal panelleden bij deze vraag: 411*

|                                                       |                                                                                    |       |     |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Gehuwd / samenwonend zonder kinderen                  |  | 27.5% | 113 |
| Gehuwd / samenwonend met <i>thuiswonende</i> kinderen |  | 13.1% | 54  |
| Gehuwd / samenwonend met <i>uitwonende</i> kinderen   |  | 15.8% | 65  |
| Alleenstaand zonder kinderen                          |  | 25.5% | 105 |
| Alleenstaand met <i>thuiswonende</i> kinderen         |  | 2.2%  | 9   |
| Alleenstaand met <i>uitwonende</i> kinderen           |  | 8.0%  | 33  |
| Thuiswonend bij (groot)ouder(s) / familie             |  | 2.2%  | 9   |
| Studentenhuys / woongroep                             |  | 1.7%  | 7   |
| Anders, namelijk ...                                  |  | 1.7%  | 7   |

**13. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?**
*Aantal panelleden bij deze vraag: 408*

|                   |                                                                                    |       |     |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Basisonderwijs    |  | 1.0%  | 4   |
| VMBO / MAVO / LBO |  | 4.7%  | 19  |
| MBO               |  | 9.1%  | 37  |
| HAVO/VWO          |  | 14.5% | 59  |
| HBO               |  | 41.2% | 168 |
| Universiteit      |  | 27.5% | 112 |

**14. Wat is uw relatie met de VPRO?**
*Aantal panelleden bij deze vraag: 412*

|                                                        |                                                                                      |       |     |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Ik ben lid van de VPRO (de omroepvereniging)           |   | 77.4% | 319 |
| Ik heb een abonnement op de de VPRO Gids               |  | 62.4% | 257 |
| Ik ben geabonneerd op de nieuwsbrief                   |  | 27.9% | 115 |
| Ik bezoek regelmatig de website(s) van de VPRO         |  | 37.4% | 154 |
| Ik kijk en/of luister regelmatig naar VPRO programma's |  | 71.8% | 296 |
| Anders, namelijk .                                     |  | 4.9%  | 20  |
| Geen                                                   |  | 0.5%  | 2   |

**15. Op welke VPRO nieuwsbrieven bent u geabonneerd?**
*Aantal panelleden bij deze vraag: 105*

|                             |                                                                                      |       |    |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|----|
| 3VOOR12                     |  | 28.6% | 30 |
| /Geschiedenis               |  | 35.2% | 37 |
| Tegenlicht                  |  | 28.6% | 30 |
| Noorderlicht                |  | 38.1% | 40 |
| Buitenhof                   |  | 21.0% | 22 |
| Holland Doc                 |  | 44.8% | 47 |
| Vrije Geluiden              |  | 21.9% | 23 |
| VPRO Extra ledennieuwsbrief |  | 47.6% | 50 |
| Villa VPRO                  |  | 12.4% | 13 |
| VPRO Jazz                   |  | 10.5% | 11 |
| De Avonden                  |  | 20.0% | 21 |
| VPRO Webwinkel              |  | 19.0% | 20 |

**16. U heeft een abonnement op de VPRO Gids. Wat is uw relatienuummer?**
*Aantal panelleden bij deze vraag: 262*

|                |                                                                                      |       |     |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Relatienuummer |  | 82.4% | 216 |
| Weet niet      |  | 14.9% | 39  |

**Leeftijd** (Gemiddeld uit 1954, 57 jaar)

| Open velden |      |
|-------------|------|
| 1           | 1946 |
| 2           | 1943 |
| 3           | 1975 |
| 4           | 1948 |
| 5           | 1943 |
| 6           | 1942 |
| 7           | 1965 |
| 8           | 1942 |
| 9           | 1938 |
| 10          | 1949 |
| 11          | 1952 |
| 12          | 1988 |
| 13          | 1946 |
| 14          | 1966 |
| 15          | 1951 |
| 16          | 1946 |
| 17          | 1940 |
| 18          | 1954 |
| 19          | 1956 |
| 20          | 1966 |
| 21          | 1953 |
| 22          | 1939 |
| 23          | 1936 |
| 24          | 1965 |
| 25          | 1950 |
| 26          | 1938 |
| 27          | 1961 |
| 28          | 1957 |
| 29          | 1958 |
| 30          | 1939 |
| 31          | 1951 |
| 32          | 1944 |
| 33          | 1960 |
| 34          | 1946 |
| 35          | 1972 |
| 36          | 1976 |
| 37          | 1954 |
| 38          | 1947 |
| 39          | 1967 |

|    |      |
|----|------|
| 40 | 1942 |
| 41 | 1961 |
| 42 | 1961 |
| 43 | 1983 |
| 44 | 1946 |
| 45 | 1952 |
| 46 | 1974 |
| 47 | 1960 |
| 48 | 1965 |
| 49 | 1977 |
| 50 | 1955 |

# XIII Onderzoeksresultaten concurrentieanalyse

Screenshots van de onderzochte homepages (januari 2012)

## Homepage BNN



## Homepage TROS

Voorpagina - TROS.nl

Home TROS TV TROS Radio Sterren.nl Radar Leden Webwinkel A A A Vul uw zoekterm in... ZOEK ontdek

**TROS**  
*Samen Avond Samen Tros*

00:00:00 00:00:00

Previews

- Ali B Op Volle Toeren 21-12-2011
- Grootste Familie Jan
- TROS Gemist?
- Lid worden

### Actueel

#### Kerstprijzen en -programma's

Op de [speciale kerstpagina](#) maakt u kans op **diverse prijzen**. U kunt onder meer een Dagje Volendam, kaartjes voor Kerstcircus Akou, kaarten voor Omniversum en rd'le op dvd's winnen. Ook vindt u er de **programmering** rond kerst en oudjaars.

#### Opgelet!

Oplichters die bij u aanbellen en zich voorstellen als medewerkers van een energiebedrijf, nieuwe burens of politieagenten. Zorg dat u in deze donkere dagen voor kerst **niet het slachtoffer** wordt van deze oplichters. [Lees de tips](#) op de website van TROS Opgelet!.

[ advertentie ]

**Belastingdienst Toeslagen**  
*Leuker kunnen we't niet maken. Wel makkelijker.*

Over de TROS Contact Vacatures Nieuwsbrieven Youtube Facebook Hypes

m elberkanie: "gewoon ik wil op tv komen" ★ 17-12-2011 hasret zangojan: "Hooi iedereen ik wens julie prettige kerst dagen en een gelukkig nie Stuur jouw groet in

## Homepage VARA

Home: VARA

VARA Word Lid

Home Programma's & sites Uitzending gemist VARAgids Over de VARA Shop Extra's Leden

ontdek

Zoek

Achtergrondkleur: ☐ ☐ ☐

TV Radio Themakanalen

Vandaag

23:00 Pauw & Witteman

Gemist? Volledige gids

**Beste fragmenten**

Gielis Circus Request vandaag

Fragment van de dag

BN'ers kijken uit naar 2012 vandaag

Jim en Jack op de paarse bank ma 19 december

Kassa' gaat duurzaam dineren ma 19 december

Meer fragmenten

**Populaire sites**

- Quizkamer
- Joop
- Mijnvara.nl
- Extra's
- HumorTV.nl
- Uitzending gemist
- VARAshop
- Vuurzee

**Gemist?**

De Gids 20 dec 2011 Afspelen

De Heer ontwaakt! 20 dec 2011 Afspelen

Pauw & Witteman 19 dec 2011 Afspelen

Meer uitzending gemist

**Nu op internet**

Rutte: Extra bezuinigingen geheim houden vandaag

Klachtenloket luchtvaart bij IVW vandaag

Drukste dag van het jaar voor PostNL vandaag

Boete voor ouders Islamitisch College... vandaag

Muziek die de wereld veranderde ma 19 december

Home Shop Sitemap Veel gestelde vragen Fragment van de dag

Programma's & sites Extra's Disclaimer

Uitzending gemist Leden Colofon

VARAgids Word lid Vacatures

Over de VARA Opname bijwonen Contact

WEES VERSCHILLIG. WORD LID VARA

© Omroepvereniging VARA | publieksservice@vara.nl | privacystatement | Postbus 175 | 1200 AD Hilversum | 035 671 19 11

Internet | Beveiligde modus: ingeschakeld

100%

## Homepage KRO

**KRO** · Programma's · Community · Webwinkel · Leden · Gidsen

word nu lid!

### KRO's Uit de kast

Bekijk de preview van de coming out van Corné

**KRO Memories**  
Bekijk wat Nicole en Djany bespraken

**VRijland**  
Kijk vanavond om 18.05 uur naar Ned. 3

**KRO De Reünie**  
Bekijk de aflevering van zondag

**KRO Detectives**  
Doe mee met de prijsvraag

#### UITZENDINGEN TV en RADIO

*Naar compleet KRO programma overzicht*

**VRijland**  
Donderdag 22 December  
18:05 tot 18:25

**KRO's Goudmijn**  
nu op tv  
11:40 tot 12:05

**KRO's GML**  
09:31 tot 10:31

**KRO's Tijd voor Twee**  
12:05 tot 14:05

**KRO's Avond**  
20:02 tot 20:05

**Check het hier**  
Belastingdienst Toeslagen  
Leuker kunnen we 't niet maken. Wel makkelijker.

#### KRO's Portals

**ONTMOETING**  
Sporoos, Memories, De Reünie, Liefs uit...  
➤ Je treft elkaar op de portal Ontmoeting

**INSPIRATIE**  
De Wandeling, Over de Streep, Goudmijn...  
➤ Je kunt zijn wie je bent op de portal Inspiratie

**JOURNALISTIEK**  
Brandpunt, Reporter en Oog in Oog...  
➤ Je verruimt je wereld op de portal Journalistiek

**Weijers Ontweekt**  
Word lid en ontvang dvd gratis  
Word lid ➤

**LAAT MEMORIES GEEN HERINNERING WORDEN**  
Niet genoeg leden = geen KRO Memories  
Word lid ➤

Vraag het nieuwe Verhalen Magazine nu aan  
Vraag aan ➤

Contact | Alle programma's | Vraag en antwoord | Over de KRO | Disclaimer | Programmabladen | Nieuwsbrief | Word lid! | © 2011 KRO

ter inspiratie. **KRO**

# Homepage NCRV



NCRV op internet | Vragen & contact | [NCRV Gids >>](#)

ontdek  Zoeken

[Home](#)  
Uw startpunt

[Programma's](#)  
Alle programma's van a-z

[NCRV Gemist](#)  
Op uw gemak terugkijken

[De NCRV](#)  
Over de NCRV

[Leden](#)  
Speciaal voor u

[Home](#)
[Word In Therapie fanlid](#)

Van de straat  
Man Bijt Hond  
Downton Abbey  
Joris' Showroom  
Z@PPLIVE  
Dokument

Een huis vol  
Mixed Up  
SpangaS  
Joris' Kerstboom  
Lunch!

Kerst  
Debat op 2  
Altijd wat  
Joris' Kerstboom



Word fanlid!  
en ontvang gratis...

Een huis vol

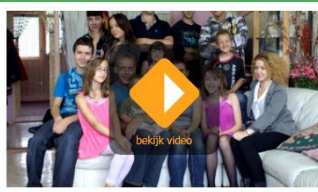
Elke werkdag 19:30 uur

**2 gezinnen, ieder 12 kinderen**

Hoe gaat dat in zijn werk?

Bekijk al onze programma's >

Dit moet je zien:



bekijk video

De tantes zijn de kluts kwijt, wie is nou wie?

Fan van astronaut Kuipers

Radio Bartje ook in een glazen huis

RSS feed van video's

Meer video's >

Nieuws

NCRV Dokument: De missie van André Kuipers

Feestelijke programmering

Speciale Z@PPLIVE Kerstactie!

WIN een origineel fanpakket

Meld je gratis aan voor NCRV Paperclip en win een fanpakket >

Nu & straks bij de NCRV

TV

Radio

12:15 - 12:40 Een huis vol

12:25 - 12:53 Man Bijt Hond

16:15 - 16:25 Z@PPLIVE

16:40 - 16:55 Z@PPLIVE

17:10 - 17:15 Z@PPLIVE

17:40 - 18:05 Z@PPLIVE

18:55 - 19:20 Man Bijt Hond

19:00 - 19:29 SpangaS

19:25 - 20:00 Een huis vol

22:30 - 23:10 Joris' Showroom



Ster advertentie

Eerste Hulp Bij Recht



De boom gaat eraan! (29 nov 2011)

> Eerste Hulp Bij Recht > voeg gadget toe

Meer widgets >

Volg ons op social media

Over de NCRV: Hou je van zingen en kerst? We zingen vanavond om 20.00 uur op de Parade in Den...

Willem Wever: Hoe vieren ze kerst in andere landen?

Knooppunt Kranenbarg: knooppunt En nét als Mathilde vertelt over haar cover van Little Green Bag, stapt George Baker plotseling binnen! <http://t.co/La2EEq2>

Meer updates >

Programma Updates

Z@PPLIVE | Hoe overleef ik Muhzell?!

Lees Meer

Amoroso | Podcast Amoroso - wk 19 december 2011

Luister de podcast!

Casa Luna | 20111222 Stef Auwers

Luister de podcast!

SpangaS | Dit wordt lachen...

Volg een SpangaS-speler!

NCRV.nl

Home | TV/Radio/Web | Leden  
Over de NCRV | Nieuwsbrieven | Vacatures | Disclaimer  
Contact | Stel een vraag per e-mail



samen op de wereld



Bekijk de campagne >

# Homepage AVRO


[PROGRAMMA'S](#)
[KUNST & CULTUUR](#)
[OPINIE & DEBAT](#)
[LEDEN](#)
[AVRO](#)



**Tussen Kunst en Kitsch**  
Wat is het waard?



**Wie is de Mol?**  
Bekijk nu alvast 1 minuut



**De Nieuwe Rembrandt**  
vanaf april 2012 bij de AVRO



**Gratis dvd 'Bloedverwanten'**  
bij AVRO Cultuurlidmaatschap



**De Tiende van Tij**  
op herhaling



**Opium Special**  
Vrijheid & Hysterie



**Terug naar de front**  
Doerschuldende Beller



**Makke**  
Alle synoniemen



**Het Klassieke Hart**  
van Thomas Rosenboom



**REL**  
Rommelen en Lansen



**Close Up**  
Jan Slagters - Schilderleed



**Presentator Wie is de Mol? Art Rooijackers:**  
**"Zelfs als presentator vond ik de executieronden zenuwslopend"**

**AVRO**

- Organisatie
- Avrobode
- Webshop
- Vacatures
- Pers

**LEDEN**

- Word lid
- Mijn AVRO

**OP TV VANDAAG**

- Dip & Dap
- Tien torens diep
- Conni
- EenVandaag
- meer...

**OP RADIO VANDAAG**

- De klassieken
- AVRO Arbeidsvitaminen
- Licht op vier
- Effe Ekdom
- meer...

**THEMA'S**

- Kunst
- Klassiek
- Musical
- Opinie & Debat
- Kids

**BLIJF OP DE HOOGTE**

- Twitter
- Facebook
- Nieuwsbrieven



**AVRO BODE**  
Van Beatrix tot Mies  
De geschiedenis van Nederland  
Meesterlijk  
52 weken  
Avrobode €26  
VOOR INZAAK

[Contact](#) • [Voorwaarden](#) • [Help](#)

© 2012 AVRO

[NIEUWS](#)
[PROGRAMMA'S](#)
[OVER POWNED](#)
[UITZENDING GEMIST](#)
[LINKTIPS](#)

[BINNENLAND](#)
[BIJTENLAND](#)
[POLITIEK](#)
[TECH](#)
[SPORT](#)
[RAAR](#)
[MEDIA](#)
[FOTO](#)
[BLOG](#)

[registreren](#)
[login](#)

[ontdek](#)
[ZOEK](#)

# 13 MEI 2012-18:26

## UITSLAGEN PLAY-OFFS

#PLAYOFFS

Een spannende dag voor VVV-Venlo en De Graafschap, beide teams móeten winnen. ([meer](#))

[Reaguursels](#) | [Twits](#) | [Elders](#)

Goeie inleiding, volgens mij heeft PowNed haar eigen bronnen mbt degradatie VVV.  
Kapitein\_Schavuit |

Heerlijk voor die kutjes uit Twente.. Met hun bagger voetbal, bagger coach en bagger stadion. Omhooggevallen kutclub.  
Koetloerk |

irreducibili79 | 13-05-12 | 18:54 T begon al met moeten spelen van play-offs en dit maakt t nro een weekje eerder la

Irak 2.0? nielsjuh23 |

excuus voor soort van dubbelpost.  
Joffri |

Ik ben al zover dat ik een groot gedeelte van dit soort berichten niet eens meer lees vanwege desinteresse. WizzAd | 13-05-12 | 17:04 | niet ok! Het enige dat onze aanwezigheid in die regio oplevert zijn dit soort nieuwsberichten. Ik zou er maar van genieten, je betaalt er immers voor.  
Joffri |

### LAATSTE NIEUWS

UITSLAGEN PLAY-OFFS  
[#PlayOffs](#)

LAATSTE FORMATIEPOGING GRIEKENLAND  
[#Griekenland](#)

CITY KAMPIOEN NA THRILLER  
[#PremierLeague](#)

DIBI STELT ZICH DEFINITIEF KANDIDAAT  
[#GreenLinks](#)

BLOEDIGE DAG IN SYRIË  
[#Syria](#)

DE GRAAFSCHAP DEGRADEERT  
[#DeGraafschap](#)

ECHE JANNEN ZIJN LUTZERS  
[#echtejannen](#)

IS DEN HAAG HET NIEUWE HOLLYWOOD?  
[#PowNews](#)

OP PIRATENJACHT IN AFRIKA  
[#PowNews](#)

### HEADLINES

RSS FOLLOW

- ACTUEEL
  - 19:19 Topman Yahoo treedt af
  - 18:59 Explosie in garage F1-renstal Williams
  - 18:39 Dalai Lama: 'China wilde mij dood'
  - 18:26 Uitslagen play-offs
  - 18:19 Laatste formatiepoging Griekenland
  - 17:59 City kampioen na thriller
  - 17:39 Brandweer redt duif
  - 17:19 37 verminkte lijken gevonden
  - 16:51 Dibi stelt zich definitief kandidaat
  - 16:39 Bloedige dag in Syrië

Advertentie

Bent u op zoek naar spanning of juist naar ontspanning?

Hello Tomorrow Emirates

### POPULAIR

- Hirsi Ali: Wilders lost niets op
- Oranjekoorts slaat toe
- Dikzakken in het vliegtuig: levensgevaarlijk
- Uitslagen play-offs
- CDA stijgt in peiling
- Carice baalt van roem
- Knokpartij tijdens bruiloft Simon Keizer
- CDA wil met PvdA samenwerken
- '500 vissen doodgepest'
- Monique Smit naar de kloze

[AL HET NIEUWS >>](#)

Bovenop het nieuws, maar hard, brutaal en kritisch met humor. Met een sterke mening maar zonder binding met links of rechts. Niet bang om de macht aan te pakken en altijd bereid om heilige huisjes om te schoppen.

#### NIEUWS

- Binnenland
- Politiek
- Buitenland
- Tech
- Sport
- Raar

#### TV PROGRAMMA'S

- PowNews
- Zendtijd Powned
- House Ibiza

#### RADIO PROGRAMMA'S

- Echte Jannen
- RobRadio
- SBS Jazz
- Stenders Late Vermaak
- Turbulent

#### TOOLS

- Registreer
- Inloggen
- Hvyes
- Facebook
- Twitter
- Blog
- RSS

#### POWNED

- Word Lid!
- Contact
- Huisregels
- Colofon
- Klantenservice
- Privacy Policy
- Algemene Voorwaarden

## Concurrentieanalyse checklist

De omroepen zijn geanalyseerd door middel van een checklist. (Van Groenendaal, 2006 p.86) De punten homepage, design, navigatie, inhoud, interactie en leesbaarheid zijn hierbij vergeleken. De resultaten zijn van januari.

Website: [www.vara.nl](http://www.vara.nl)

|                                                                                               | slecht | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | uitstekend |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|---|---|---|------------|
| Homepage                                                                                      |        |   |   |   |   |   |            |
| Hoe is de eerste indruk?                                                                      |        |   |   |   | x |   | 3,7        |
| Hoe is de snelheid van laden?                                                                 |        |   |   | x |   |   |            |
| Is de informatie voldoende interessant?                                                       |        |   |   |   | x |   |            |
| Design                                                                                        |        |   |   |   |   |   |            |
| In welke mate heeft de site een juiste ‘look and feel’? (gerelateerd aan doel en doelgroep)   |        |   |   |   | x |   | 4,3        |
| Hoe consistent is de stijl in de site doorgevoerd?                                            |        |   |   |   |   | x |            |
| In welke mate draagt het ontwerp bij aan de herkenbaarheid van het bedrijf of product?        |        |   |   |   | x |   |            |
| Navigatie                                                                                     |        |   |   |   |   |   |            |
| Kan de bezoeker altijd eenvoudig terug naar de homepage?                                      |        |   |   |   |   | x | 3,9        |
| Hoe is de site gestructureerd?                                                                |        |   |   |   | x |   |            |
| Hoe consistent is de navigatie toegepast?                                                     |        |   |   |   | x |   |            |
| In welke mate weet de bezoeker altijd waar hij is en waar hij naar toe kan?                   |        |   |   | x |   |   |            |
| In welke mate zijn de menunamen logisch gekozen en niet te lang?                              |        |   |   |   | x |   |            |
| In welke mate zijn hyperlinks voldoende informatief? (dus niet ‘klik hier’)                   |        |   |   |   | x |   |            |
| Hoe zijn zoekmogelijkheden toegepast?                                                         |        |   |   | x |   |   |            |
| Inhoud                                                                                        |        |   |   |   |   |   |            |
| Hoe up-to-date is de informatie?                                                              |        |   |   |   |   | x | 4,7        |
| Geeft de site de gewenste informatie?                                                         |        |   |   |   |   | x |            |
| Geeft de site voldoende informatie?                                                           |        |   |   |   | x |   |            |
| Interactie                                                                                    |        |   |   |   |   |   |            |
| In welke mate voldoet de site aan de verwachte interactie?                                    |        |   |   | x |   |   | 3,5        |
| Hoe eenvoudig is het contact te leggen?                                                       |        |   |   |   | x |   |            |
| Leesbaarheid                                                                                  |        |   |   |   |   |   |            |
| In welke mate verhoogt het gebruikte lettertype de leesbaarheid?                              |        |   |   | x |   |   | 3,8        |
| En de lettergrootte?                                                                          |        |   |   |   | x |   |            |
| En het kleurgebruik?                                                                          |        |   |   |   | x |   |            |
| Hoe is de schrijfstijl?                                                                       |        |   |   |   | x |   |            |
| In welke mate zijn teksten geschikt voor het web (niet te lange zinnen, kleine tekstblokken)? |        |   |   |   | x |   |            |
| Totaalindruk                                                                                  |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   | x |   | 3,9        |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |

## Concurrentieanalyse

Website: [www.tros.nl](http://www.tros.nl)

|                                                                                               | slecht | 1 | 2 | 3  | 4 | 5 | uitstekend |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|----|---|---|------------|
| Homepage                                                                                      |        |   |   |    |   |   |            |
| Hoe is de eerste indruk?                                                                      |        |   |   |    | x |   | 2,7        |
| Hoe is de snelheid van laden?                                                                 | x      |   |   |    |   |   |            |
| Is de informatie voldoende interessant?                                                       |        |   |   | x  |   |   |            |
| Design                                                                                        |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate heeft de site een juiste 'look and feel'? (gerelateerd aan doel en doelgroep)   |        |   |   |    | x |   | 4,3        |
| Hoe consistent is de stijl in de site doorgevoerd?                                            |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate draagt het ontwerp bij aan de herkenbaarheid van het bedrijf of product?        |        |   |   |    |   | x |            |
| Navigatie                                                                                     |        |   |   |    |   |   |            |
| Kan de bezoeker altijd eenvoudig terug naar de homepage?                                      |        |   |   |    | x |   | 3,7        |
| Hoe is de site gestructureerd?                                                                |        |   |   |    | x |   |            |
| Hoe consistent is de navigatie toegepast?                                                     |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate weet de bezoeker altijd waar hij is en waar hij naar toe kan?                   |        |   |   | x  |   |   |            |
| In welke mate zijn de menunamen logisch gekozen en niet te lang?                              |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate zijn hyperlinks voldoende informatief? (dus niet 'klik hier')                   |        |   |   |    | x |   |            |
| Hoe zijn zoekmogelijkheden toegepast?                                                         |        |   |   | x  |   |   |            |
| Inhoud                                                                                        |        |   |   |    |   |   |            |
| Hoe up-to-date is de informatie?                                                              |        |   |   | x  |   |   | 2,7        |
| Geeft de site de gewenste informatie?                                                         |        |   |   | x  |   |   |            |
| Geeft de site voldoende informatie?                                                           |        |   | x |    |   |   |            |
| Interactie                                                                                    |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate voldoet de site aan de verwachte interactie?                                    |        |   |   | x  |   |   | 3,0        |
| Hoe eenvoudig is het contact te leggen?                                                       |        |   |   | x  |   |   |            |
| Leesbaarheid                                                                                  |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate verhoogt het gebruikte lettertype de leesbaarheid?                              |        |   |   |    | x |   | 3,6        |
| En de lettergrootte?                                                                          |        |   |   |    | x |   |            |
| En het kleurgebruik?                                                                          |        |   |   |    | x |   |            |
| Hoe is de schrijfstijl?                                                                       |        |   |   | x  |   |   |            |
| In welke mate zijn teksten geschikt voor het web (niet te lange zinnen, kleine tekstblokken)? |        |   |   | x  |   |   |            |
| Totaalindruk                                                                                  |        |   |   |    |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   | x  |   |   | 3,3        |
|                                                                                               |        |   |   |    |   |   |            |
|                                                                                               | ↓      | ↓ | ↓ | ↓  | ↓ | ↓ |            |
| Totalen per waardering                                                                        | 1      | 1 | 9 | 11 | 1 |   |            |

## Concurrentieanalyse

Website: [www.powned.nl](http://www.powned.nl)

|                                                                                               | slecht | 1 | 2 | 3  | 4 | 5 | uitstekend |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|----|---|---|------------|
| Homepage                                                                                      |        |   |   |    |   |   |            |
| Hoe is de eerste indruk?                                                                      |        |   |   |    | x |   | 4,3        |
| Hoe is de snelheid van laden?                                                                 |        |   |   |    |   | x |            |
| Is de informatie voldoende interessant?                                                       |        |   |   |    | x |   |            |
| Design                                                                                        |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate heeft de site een juiste 'look and feel'? (gerelateerd aan doel en doelgroep)   |        |   |   |    |   | x | 4,7        |
| Hoe consistent is de stijl in de site doorgevoerd?                                            |        |   |   |    |   | x |            |
| In welke mate draagt het ontwerp bij aan de herkenbaarheid van het bedrijf of product?        |        |   |   |    | x |   |            |
| Navigatie                                                                                     |        |   |   |    |   |   |            |
| Kan de bezoeker altijd eenvoudig terug naar de homepage?                                      |        |   |   |    | x |   | 3,9        |
| Hoe is de site gestructureerd?                                                                |        |   |   |    | x |   |            |
| Hoe consistent is de navigatie toegepast?                                                     |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate weet de bezoeker altijd waar hij is en waar hij naar toe kan?                   |        |   |   | x  |   |   |            |
| In welke mate zijn de menunamen logisch gekozen en niet te lang?                              |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate zijn hyperlinks voldoende informatief? (dus niet 'klik hier')                   |        |   |   |    | x |   |            |
| Hoe zijn zoekmogelijkheden toegepast?                                                         |        |   |   |    | x |   |            |
| Inhoud                                                                                        |        |   |   |    |   |   |            |
| Hoe up-to-date is de informatie?                                                              |        |   |   |    |   | x | 4,7        |
| Geeft de site de gewenste informatie?                                                         |        |   |   |    | x |   |            |
| Geeft de site voldoende informatie?                                                           |        |   |   |    |   | x |            |
| Interactie                                                                                    |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate voldoet de site aan de verwachte interactie?                                    |        |   |   |    | x |   | 3,5        |
| Hoe eenvoudig is het contact te leggen?                                                       |        |   |   | x  |   |   |            |
| Leesbaarheid                                                                                  |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate verhoogt het gebruikte lettertype de leesbaarheid?                              |        |   |   |    | x |   | 4,4        |
| En de lettergrootte?                                                                          |        |   |   |    | x |   |            |
| En het kleurgebruik?                                                                          |        |   |   |    |   | x |            |
| Hoe is de schrijfstijl?                                                                       |        |   |   |    |   | x |            |
| In welke mate zijn teksten geschikt voor het web (niet te lange zinnen, kleine tekstblokken)? |        |   |   |    | x |   |            |
| Totaalindruk                                                                                  |        |   |   |    |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |    | x |   | 4,3        |
|                                                                                               |        |   |   |    |   |   |            |
|                                                                                               | ↓      | ↓ | ↓ | ↓  | ↓ | ↓ |            |
| Totalen per waardering                                                                        | 0      | 0 | 2 | 14 | 7 |   |            |

## Concurrentieanalyse

Website: [www.avro.nl](http://www.avro.nl)

|                                                                                               | slecht | 1 | 2 | 3  | 4   | 5 | uitstekend |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|----|-----|---|------------|
| Homepage                                                                                      |        |   |   |    |     |   |            |
| Hoe is de eerste indruk?                                                                      |        |   | x |    |     |   | 2,7        |
| Hoe is de snelheid van laden?                                                                 |        | x |   |    |     |   |            |
| Is de informatie voldoende interessant?                                                       |        |   | x |    |     |   |            |
| Design                                                                                        |        |   |   |    |     |   |            |
| In welke mate heeft de site een juiste 'look and feel'?                                       |        |   | x |    |     |   | 3,3        |
| (gerelateerd aan doel en doelgroep)                                                           |        |   |   |    |     |   |            |
| Hoe consistent is de stijl in de site doorgevoerd?                                            |        |   |   | x  |     |   |            |
| In welke mate draagt het ontwerp bij aan de herkenbaarheid van het bedrijf of product?        |        |   | x |    |     |   |            |
| Navigatie                                                                                     |        |   |   |    |     |   |            |
| Kan de bezoeker altijd eenvoudig terug naar de homepage?                                      |        |   |   | x  |     |   | 3,7        |
| Hoe is de site gestructureerd?                                                                |        |   |   | x  |     |   |            |
| Hoe consistent is de navigatie toegepast?                                                     |        |   |   | x  |     |   |            |
| In welke mate weet de bezoeker altijd waar hij is en waar hij naar toe kan?                   |        |   | x |    |     |   |            |
| In welke mate zijn de menunamen logisch gekozen en niet te lang?                              |        |   | x |    |     |   |            |
| In welke mate zijn hyperlinks voldoende informatief? (dus niet 'klik hier')                   |        |   |   | x  |     |   |            |
| Hoe zijn zoekmogelijkheden toegepast?                                                         |        |   |   | x  |     |   |            |
| Inhoud                                                                                        |        |   |   |    |     |   |            |
| Hoe up-to-date is de informatie?                                                              |        |   |   | x  |     |   | 3,3        |
| Geeft de site de gewenste informatie?                                                         |        |   | x |    |     |   |            |
| Geeft de site voldoende informatie?                                                           |        |   | x |    |     |   |            |
| Interactie                                                                                    |        |   |   |    |     |   |            |
| In welke mate voldoet de site aan de verwachte interactie?                                    |        |   | x |    |     |   | 3,0        |
| Hoe eenvoudig is het contact te leggen?                                                       |        |   | x |    |     |   |            |
| Leesbaarheid                                                                                  |        |   |   |    |     |   |            |
| In welke mate verhoogt het gebruikte lettertype de leesbaarheid?                              |        |   | x |    |     |   | 3,2        |
| En de lettergrootte?                                                                          |        | x |   |    |     |   |            |
| En het kleurgebruik?                                                                          |        |   |   | x  |     |   |            |
| Hoe is de schrijfstijl?                                                                       |        |   | x |    |     |   |            |
| In welke mate zijn teksten geschikt voor het web (niet te lange zinnen, kleine tekstblokken)? |        |   |   | x  |     |   |            |
| Totaalindruk                                                                                  |        | x |   |    | 3,2 |   |            |
|                                                                                               |        | ↓ | ↓ | ↓  | ↓   | ↓ |            |
| Totalen per waardering                                                                        |        | 0 | 2 | 12 | 9   | 0 |            |

## Concurrentieanalyse

Website: [www.ncrv.nl](http://www.ncrv.nl)

|                                                                                               | slecht | 1 | 2  | 3  | 4 | 5 | uitstekend |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|----|----|---|---|------------|
| Homepage                                                                                      |        |   |    |    |   |   |            |
| Hoe is de eerste indruk?                                                                      |        | x |    |    |   |   | 2,7        |
| Hoe is de snelheid van laden?                                                                 |        |   | x  |    |   |   |            |
| Is de informatie voldoende interessant?                                                       |        |   | x  |    |   |   |            |
| Design                                                                                        |        |   |    |    |   |   |            |
| In welke mate heeft de site een juiste 'look and feel'? (gerelateerd aan doel en doelgroep)   |        | x |    |    |   |   | 3,0        |
| Hoe consistent is de stijl in de site doorgevoerd?                                            |        |   |    | x  |   |   |            |
| In welke mate draagt het ontwerp bij aan de herkenbaarheid van het bedrijf of product?        |        |   | x  |    |   |   |            |
| Navigatie                                                                                     |        |   |    |    |   |   |            |
| Kan de bezoeker altijd eenvoudig terug naar de homepage?                                      |        |   |    | x  |   |   | 3,6        |
| Hoe is de site gestructureerd?                                                                |        |   | x  |    |   |   |            |
| Hoe consistent is de navigatie toegepast?                                                     |        |   | x  |    |   |   |            |
| In welke mate weet de bezoeker altijd waar hij is en waar hij naar toe kan?                   |        |   |    | x  |   |   |            |
| In welke mate zijn de menunamen logisch gekozen en niet te lang?                              |        |   |    | x  |   |   |            |
| In welke mate zijn hyperlinks voldoende informatief? (dus niet 'klik hier')                   |        |   | x  |    |   |   |            |
| Hoe zijn zoekmogelijkheden toegepast?                                                         |        |   |    | x  |   |   |            |
| Inhoud                                                                                        |        |   |    |    |   |   |            |
| Hoe up-to-date is de informatie?                                                              |        |   |    | x  |   |   | 3,7        |
| Geeft de site de gewenste informatie?                                                         |        |   | x  |    |   |   |            |
| Geeft de site voldoende informatie?                                                           |        |   |    | x  |   |   |            |
| Interactie                                                                                    |        |   |    |    |   |   |            |
| In welke mate voldoet de site aan de verwachte interactie?                                    |        |   |    | x  |   |   | 3,5        |
| Hoe eenvoudig is het contact te leggen?                                                       |        |   | x  |    |   |   |            |
| Leesbaarheid                                                                                  |        |   |    |    |   |   |            |
| In welke mate verhoogt het gebruikte lettertype de leesbaarheid?                              |        | x |    |    |   |   | 3,2        |
| En de lettergrootte?                                                                          |        |   |    | x  |   |   |            |
| En het kleurgebruik?                                                                          |        |   | x  |    |   |   |            |
| Hoe is de schrijfstijl?                                                                       |        |   | x  |    |   |   |            |
| In welke mate zijn teksten geschikt voor het web (niet te lange zinnen, kleine tekstblokken)? |        |   |    | x  |   |   |            |
| Totaalindruk                                                                                  |        |   |    |    |   |   |            |
|                                                                                               |        |   | x  |    |   |   | 3,3        |
|                                                                                               | ↓      | ↓ | ↓  | ↓  | ↓ |   |            |
| Totalen per waardering                                                                        | 0      | 3 | 10 | 10 | 0 |   |            |

## Concurrentieanalyse

Website: www.kro.nl

|                                                                                               | slecht | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | uitstekend |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|---|---|---|------------|
| Homepage                                                                                      |        |   |   |   |   |   |            |
| Hoe is de eerste indruk?                                                                      |        |   |   |   | x |   | 3,3        |
| Hoe is de snelheid van laden?                                                                 |        |   |   | x |   |   |            |
| Is de informatie voldoende interessant?                                                       |        |   |   | x |   |   |            |
| Design                                                                                        |        |   |   |   |   |   |            |
| In welke mate heeft de site een juiste 'look and feel'? (gerelateerd aan doel en doelgroep)   |        |   |   |   | x |   | 4,3        |
| Hoe consistent is de stijl in de site doorgevoerd?                                            |        |   |   |   | x |   |            |
| In welke mate draagt het ontwerp bij aan de herkenbaarheid van het bedrijf of product?        |        |   |   |   |   | x |            |
| Navigatie                                                                                     |        |   |   |   |   |   |            |
| Kan de bezoeker altijd eenvoudig terug naar de homepage?                                      |        |   |   |   | x |   | 3,4        |
| Hoe is de site gestructureerd?                                                                |        |   |   | x |   |   |            |
| Hoe consistent is de navigatie toegepast?                                                     |        |   |   | x |   |   |            |
| In welke mate weet de bezoeker altijd waar hij is en waar hij naar toe kan?                   |        |   |   |   | x |   |            |
| In welke mate zijn de menunamen logisch gekozen en niet te lang?                              |        |   |   | x |   |   |            |
| In welke mate zijn hyperlinks voldoende informatief? (dus niet 'klik hier')                   |        |   |   | x |   |   |            |
| Hoe zijn zoekmogelijkheden toegepast?                                                         |        |   |   |   | x |   |            |
| Inhoud                                                                                        |        |   |   |   |   |   |            |
| Hoe up-to-date is de informatie?                                                              |        |   |   | x |   |   | 3,7        |
| Geeft de site de gewenste informatie?                                                         |        |   |   |   | x |   |            |
| Geeft de site voldoende informatie?                                                           |        |   |   |   | x |   |            |
| Interactie                                                                                    |        |   |   |   |   |   |            |
| In welke mate voldoet de site aan de verwachte interactie?                                    |        |   |   |   |   | x | 4,0        |
| Hoe eenvoudig is het contact te leggen?                                                       |        |   |   | x |   |   |            |
| Leesbaarheid                                                                                  |        |   |   |   |   |   |            |
| In welke mate verhoogt het gebruikte lettertype de leesbaarheid?                              |        |   |   | x |   |   | 3,4        |
| En de lettergrootte?                                                                          |        |   |   |   | x |   |            |
| En het kleurgebruik?                                                                          |        |   |   | x |   |   |            |
| Hoe is de schrijfstijl?                                                                       |        |   |   | x |   |   |            |
| In welke mate zijn teksten geschikt voor het web (niet te lange zinnen, kleine tekstblokken)? |        |   |   |   | x |   |            |
| Totaalindruk                                                                                  |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   | x |   |   | 3,6        |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |
|                                                                                               |        |   |   |   |   |   |            |

## Concurrentieanalyse

Website: [www.bnn.nl](http://www.bnn.nl)

|                                                                                                | slecht | 1 | 2 | 3  | 4 | 5 | uitstekend |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|----|---|---|------------|
| Homepage                                                                                       |        |   |   |    |   |   |            |
| Hoe is de eerste indruk?                                                                       |        |   |   |    |   | x | 3,7        |
| Hoe is de snelheid van laden?                                                                  |        |   |   | x  |   |   |            |
| Is de informatie voldoende interessant?                                                        |        |   |   | x  |   |   |            |
| Design                                                                                         |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate heeft de site een juiste ‘look and feel’?<br>(gerelateerd aan doel en doelgroep) |        |   |   |    | x |   | 4,0        |
| Hoe consistent is de stijl in de site doorgevoerd?                                             |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate draagt het ontwerp bij aan de herkenbaarheid van het bedrijf of product?         |        |   |   |    | x |   |            |
| Navigatie                                                                                      |        |   |   |    |   |   |            |
| Kan de bezoeker altijd eenvoudig terug naar de homepage?                                       |        |   |   |    | x |   | 3,8        |
| Hoe is de site gestructureerd?                                                                 |        |   |   | x  |   |   |            |
| Hoe consistent is de navigatie toegepast?                                                      |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate weet de bezoeker altijd waar hij is en waar hij naar toe kan?                    |        |   |   | x  |   |   |            |
| In welke mate zijn de menunamen logisch gekozen en niet te lang?                               |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate zijn hyperlinks voldoende informatief? (dus niet ‘klik hier’)                    |        |   |   | x  |   |   |            |
| Hoe zijn zoekmogelijkheden toegepast?                                                          |        |   |   |    | x |   |            |
| Inhoud                                                                                         |        |   |   |    |   |   |            |
| Hoe up-to-date is de informatie?                                                               |        |   |   |    | x |   | 4,0        |
| Geeft de site de gewenste informatie?                                                          |        |   |   |    | x |   |            |
| Geeft de site voldoende informatie?                                                            |        |   |   |    | x |   |            |
| Interactie                                                                                     |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate voldoet de site aan de verwachte interactie?                                     |        |   |   |    | x |   | 3,5        |
| Hoe eenvoudig is het contact te leggen?                                                        |        |   |   | x  |   |   |            |
| Leesbaarheid                                                                                   |        |   |   |    |   |   |            |
| In welke mate verhoogt het gebruikte lettertype de leesbaarheid?                               |        |   |   |    | x |   | 4,0        |
| En de lettergrootte?                                                                           |        |   |   |    | x |   |            |
| En het kleurgebruik?                                                                           |        |   |   |    | x |   |            |
| Hoe is de schrijfstijl?                                                                        |        |   |   |    | x |   |            |
| In welke mate zijn teksten geschikt voor het web (niet te lange zinnen, kleine tekstblokken)?  |        |   |   |    | x |   |            |
| Totaalindruk                                                                                   |        |   |   |    |   |   |            |
|                                                                                                |        |   |   |    | x |   | 3,8        |
|                                                                                                | ↓      | ↓ | ↓ | ↓  | ↓ | ↓ |            |
| Totalen per waardering                                                                         | 0      | 0 | 6 | 16 | 1 |   |            |

## Resultaten Onderzoek 1 Concurrentieanalyse

Uitslag uitgebreide analyse van de homepage en een toelichting, omdat het screenshot van de vergeleken omroepen om verduidelijking vraagt.

|                            | BNN                            | TROS              | VARA                 | KRO                  | NCRV                  | AVRO               | PowNed            |
|----------------------------|--------------------------------|-------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|
| <b>Eerste indruk</b>       | 'kleinste website'             | Minst chaotisch   | Veel filmpjes        | Bijna helft bewegend | Meeste tekst          | Overzichtelijk     | Overzichtelijk    |
|                            |                                | Minste tekst      | veel kleine tekstjes |                      | Veel kopjes           |                    | Veel informatie   |
| <b>Plaatsing Logo</b>      | Links Boven                    | Links Boven       | Links Boven          | Links Boven          | Links Boven           | Links Boven        | Links Boven       |
| <b>Pay-Off aanwezig</b>    | Rechts boven: BNN L            | Links Boven:Samen | onderaan:Wees Versc  | Onderaan: Ter inspir | Onderaan: Samen o     | Nee                | Nee               |
|                            |                                |                   |                      |                      |                       |                    |                   |
| <b>Menu Boven (Header)</b> | Home                           | Home              | Home                 | KRO Logo is Home     | Home                  | Avro logo is home  | Nieuws            |
| hoofdmenu                  | Programma's                    | Tros TV           | Programma's en sites | Programma's          | Programma's           | Programma's        | Programma's       |
|                            | Events                         | Tros Radio        | Uitzending gemist    | Community            | NCRV gemist           | Kunst en Cultuur   | Over PowNed       |
|                            | Leden                          | sterren.nl        | Over de Vara         | Webwinkel            | De NCRV               | Opinie en Debat    | Uitzending Gemist |
|                            | Info                           | Radar             | Shop                 | Leden                | Leden                 | Leden              | Linktips          |
|                            | Gids                           | Leden             | Extra's              | Gidsen               |                       | Avro               |                   |
|                            | 101                            | Webwinkel         | Leden                |                      |                       | Zoekfunctie        |                   |
|                            | Zoek functie                   | aA                | Zoekfunctie          |                      |                       | Inloggen           |                   |
|                            |                                | Zoekfunctie       |                      |                      |                       |                    |                   |
| <b>Menu links</b>          | Hightlights                    | Nee               | Nee                  | Nee                  | Nee                   | Nee                | Nee               |
| subnavigatie               | TV                             |                   |                      |                      |                       |                    |                   |
|                            | Radio                          |                   |                      |                      |                       |                    |                   |
|                            | BNN gemist                     |                   |                      |                      |                       |                    |                   |
|                            | Doe 't zelf                    |                   |                      |                      |                       |                    |                   |
|                            | BNN Acties                     |                   |                      |                      |                       |                    |                   |
|                            | Word lid van BNN               |                   |                      |                      |                       |                    |                   |
| <b>Menu Onder (footer)</b> | BNN Info                       | Over de Tros      | Home                 | Contact              | Home                  | Organisatie        | Nieuws            |
| ondersteunende navigatie   | Algemene Voorw.                | Contact           | Programma en sites   | Alle programma's     | TV/Radio/Web          | Avrobode           | TV Programma's    |
|                            | Privacy Reglement              | Vacatures         | Uitzending gemist    | Vraag en Antwoord    | Leden                 | Webshop            | Radio Programma's |
|                            |                                | Nieuwsbrieven     | Vara Gids            | Over de KRO          | Over de NCRV          | Vacatures          | Tools             |
|                            |                                | Youtube           | Over de Vara         | Disclaimer           | Nieuwsbrieven         | Pers               | Powned            |
|                            |                                | Facebook          | Shop                 | Programmabladen      | Vacatures             | Op tv vandaag      |                   |
|                            |                                | Hyves             | Extra's              | Nieuwsbrief          | Disclaimer            | Thema's            |                   |
|                            |                                |                   | Leden                | Word lid!            | Contact               | Word lid           |                   |
|                            |                                |                   | Word lid             |                      | Stel een vraag per e  | Mijn avro          |                   |
|                            |                                |                   | Opname bijwonen      |                      |                       | Op radio vandaag   |                   |
|                            |                                |                   | Veel gestelde vragen |                      |                       | Blijf op de hoogte |                   |
|                            |                                |                   | Disclaimer           |                      |                       |                    |                   |
|                            |                                |                   | Colofon              |                      |                       |                    |                   |
|                            |                                |                   | Vacatures            |                      |                       |                    |                   |
|                            |                                |                   | Contact              |                      |                       |                    |                   |
|                            |                                |                   | Fragment van de dag  |                      |                       |                    |                   |
|                            |                                |                   | zoek                 |                      |                       |                    |                   |
| <b>Bewegend beeld</b>      | Ja                             | Nee               | Ja                   | Ja                   | Ja                    | Nee                | Ja                |
|                            | <a href="#">nu@BNN twitter</a> |                   | Aankondigingen       | Aankondigingen       | Aankondigingen        |                    | Nieuwsbericht     |
| <b>Tussenkopjes</b>        | BNN VIDS/chek dit              | Actueel           | Vandaag              | Uitzendingen TV en F | Dit moet je zien      | Geen vaste titels  | Headlines         |
|                            | <a href="#">Nu@BNN</a>         | Lid worden        | Beste Fragmenten     | KRO Portals          | Nieuws                |                    | Laatste nieuws    |
|                            | Nieuws                         | Tros gemist       | Populaire sites      | Word lid             | Nu & straks bij NCRV  |                    |                   |
|                            |                                |                   | Gemist               | Vraag aan            | Volg Social Media     |                    |                   |
|                            |                                |                   | Nu op internet       |                      | Eerste hulp bij Recht |                    |                   |
|                            |                                |                   |                      |                      | Programma updates     |                    |                   |
| <b>Social Media</b>        | Twitter @                      | Y-F-H             | F-H-T                | Nee                  | F - H - T             | Twitter-Facebook   | Twitter           |
|                            | Links Groot                    | Onderaan klein    | klein                |                      | Rechts Groot          | Midden onderaan    | klein en groot    |

## **De eerste Indruk**

### *Verschillen:*

De TROS en BNN hebben een veel kleinere homepage vergeleken de andere omroepen. De TROS oogt het minst chaotisch, omdat daar het minst gebeurt. PowNed heeft een geheel eigen stijl en laat de meeste indruk op mij achter door de goede balans tussen informatie en amusement.

### *Overeenkomsten:*

Het valt op dat elke homepage opzoek is naar de juiste balans tussen informatie en beeldmateriaal. Het lijkt een trend onder de omroepen om op de homepage met bewegende beelden te werken. Daarnaast valt het op dat er personages worden afgebeeld die een gezicht zijn van de omroep.

## **Plaatsing Logo**

### *Verschillen:*

Geen verschillen

### *Overeenkomsten:*

Elke omroep heeft zijn of haar logo links boven in staan.

### *Theorie:*

Deze keuze is hoogst waarschijnlijk gemaakt doordat webpagina's in een 'F-patroon' door bezoekers worden gescand. Dit blijkt uit het oogbewegingonderzoek van Jakob Nielsen. Daarbij wordt als eerste rechts bovenin gekeken en dus zal de bezoeker als eerste in aanraking komen met het merk (<http://www.timbeeren.nl/f-patroon-van-jakob-nielsen/>).

## **Pay-off aanwezig**

### *Verschillen:*

Plaatsing van de pay-off verschilt. Vier van de zeven omroepen heeft hem onderaan staan en twee linksboven aan.

### *Overeenkomsten:*

Op de AVRO en PowNed na communiceert elke omroep een pay-off.

### *Theorie:*

Een pay-off kan de bezoeker een extra lading/ betekenis geven aan het merk. (Berg, 2009, p. 68).

## **Menu boven**

### *Verschillen:*

De grootste verschillen hebben te maken met de positionering van de omroep. De volgende omroepen hebben bewust gekozen om deze rubrieken in het hoofdmenu, de header te plaatsen.

BNN → Events, Gids, 101

TROS → TROS Radio, sterren.nl, rader, webwinkel, Aa

VARA → VARA gemist, shop, extra's

KRO → Community, webwinkel, gidsen

NCRV → NCRV Gemist

AVRO → Kunst en Cultuur, Opinie en Debat, Inloggen

PowNed → Linktips

### *Overeenkomsten:*

Alle websites hebben in het menu boven gekozen voor de items: homepagina, programma's en leden. De meerderheid heeft er ook voor gekozen om daar te kunnen klikken op meer informatie over de desbetreffende omroep. Ook heeft de meerderheid de zoekfunctie boven in het menu aan de rechterkant staan.

### *Extra informatie:*

Het menu aan de bovenzijde bestaat uit gemiddeld 8 items. De TROS heeft de meeste kopjes namelijk 9 en de NCRV samen met PowNed heeft de minste met 5.

## **Menu links**

### *Verschillen:*

Enkel BNN heeft een linker menu. Dit is opvallend aangezien de standaard layout van een website vaak met een linker menu werkt. Andere omroepen kiezen hier bewust niet voor.

### *Overeenkomsten:*

6 van de 7 omroepen heeft geen menu aan de linker kant van de website.

## **Menu Onder**

### *Verschillen:*

De volgende websites onderscheiden zich op de punten:

BNN → Algemene Voorwaarden

VARA → Uitzending gemist, Opname bijwonen, Colofon, Fragment van de dag, Zoek

AVRO → Pers, Op tv vandaag, Thema's, Mijn AVRO, Op Radio vandaag

*Overeenkomsten:* Over de omroep (7/7) - Contact (7/7) – Home (3/7) – Vacatures (4/7)- Nieuwsbrief (4/7) – Programma's (4/7) – word lid (3/7) – gids (4/7) – shop (2/7)- Leden (2/7)- Vragen (3/7) – Social media (3/7).

*Extra informatie:* Het menu onderaan heeft gemiddeld 10 items, waarvan 3 (BNN) het minste onderwerpen heeft en de VARA met 17 de meeste.

## **Tussenkopies**

### *Verschillen:*

BNN heeft als enige website het tussenkopje: Populaire sites en Nu op internet. Nu op internet heeft niet direct met de programma's te maken, maar is een extra item wat zij aanbieden. KRO's Portal is ook een bijzonder item waarbij je verhalen kunt lezen en heeft een respectpagina waarbij je alles over dit onderwerp kan komen te weten. BNN en NCRV hebben als enige Social media als tussenkop.

*Overeenkomsten:* Nieuws (4/7)- Gemist (4/7) – word lid (2/7) – Nu en straks te zien (5/7)– Aanraders van fragmenten (5/7).

*Extra informatie:* Gemiddeld 4 tussenkopjes, waarvan 0 tussenkoppen bij de AVRO het minste is en 6 bij de NCRV het hoogste scoort.

## **Bewegend Beeld**

### *Verschillen:*

2 van de 7 websites gebruiken geen bewegend beeld. Van de websites die wel bewegend beeld gebruiken is er wel een verschil daarin zichtbaar. BNN kiest voor een verandering van beeld wat betreft Twitter informatie. De VARA, KRO, NCRV en PowNed gebruiken bewegend beeld om nieuws of programma' aan te kondigen. De KRO gebruikt hiervoor opvallend veel ruimte, meer dan een derde.

*Overeenkomsten:* 5 van de 7 websites gebruiken bewegend beeld.

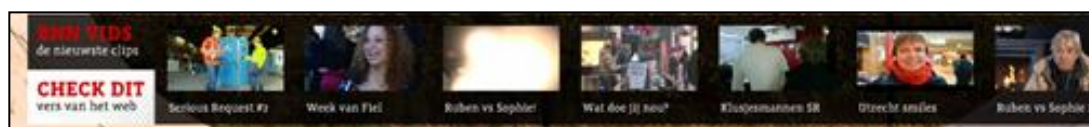
## **Social Media**

### *Verschillen:*

De KRO is de enige omroep die niet naar Social Media verwijst op de homepage. BNN brengt enkel Twitter heel groot naar buiten. De TROS geeft het onderaan de pagina Youtube, Facebook en Hyves in het klein weer. De NCRV geeft Facebook, Hyves en Twitter als onderdeel van een heel kopje weer. De AVRO heeft rechts onderaan een vermelding naar Twitter en Facebook. PowNed geeft links de twittert trending topics weer gebaseerd op het nieuws.

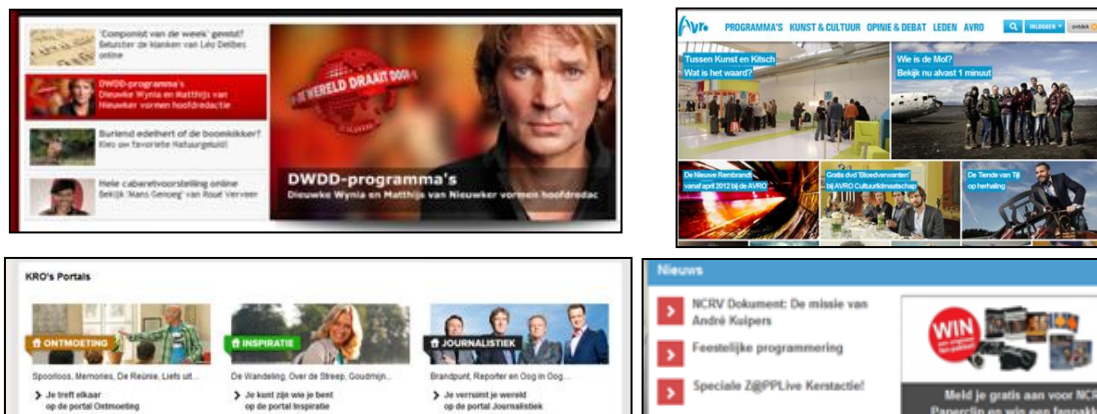
*Overeenkomsten:* 5 van de 7 websites verwijzen op de homepage naar Twitter, Facebook of Hyves.

Op welke wijze andere omroepen hoogtepunten laten zien:



Op welke wijze andere omroepen nieuwsberichten worden aanbieden:





Op welke wijze aanbiedingen voor leden en abonnees worden gepresenteerd:



Op welke wijze Social Media wordt toegepast op de homepage:



## **XIV Onderzoeksresultaten Interviews**

**Geïnterviewde:** Bert Stekelenburg, Manager Operation  
**Datum:** 28 februari 2012

### **Wie zijn de bezoekers van de winkel?**

*We hebben een aantal verschillende soorten bezoekers op de site. Dat zijn enerzijds leden of klanten die weten dat er in de winkel wat te koop is, iets wat zij zoeken op dat moment. En anderzijds mensen die via zoekmachines of via een term op de winkel website komen. Die moeten zich dan in feiten inloggen als ze wat willen kopen en krijgen ze een relatie nummer.*

### **Wat kan er verbeterd worden aan de homepage?**

*Iemand dacht laatst wat hebben jullie een klein winkeltje. Hij beschouwde de homepage als winkel. Hij had de link naar de winkel niet gezien. De bezoeker moet dus een stap extra maken om daadwerkelijk in de winkel te komen. Je moet met 1 klik door naar de winkel. De stap nog een keer extra naar de winkel weg laten is dus een grote wens.*

### **Welke doelstelling is er gesteld in 2012?**

*Zoveel mogelijk mensen attent maken op de mooie artikelen die we hebben en die zoveel mogelijk te verkopen. Het is lastig die in getallen uit te drukken. De ervaring leert dat als je een succesvol programma uitzendt, dat er veel meer mensen naar je toe komen. En als je een tijd lang geen publiekstrekker hebt, dat dat gewoon een stuk minder is.*

### **Maar je hebt dus geen omzet doelstelling?**

*Je hebt jaarlijks een begroting voor de winkel. Daar wordt wel een bedrag in gegeven als omzet van het binnenhalen van de klant. Met cijfers in je rapport voorzichtig zijn. Voor 2012 moet de winkel 3,5 ton omzet draaien. En dat is wat het bezoek aan de webwinkel op moet leveren.*

### **Hoe wordt de website naar de bezoeker gecommuniceerd?**

*De link [www.vpro.nl/winkel](http://www.vpro.nl/winkel) wordt gebruikt in de communicatie naar de bezoeker. Dit doen we om de homepage te vermijden. We communiceren alleen de directe URL van de winkel. En als er in de nieuwsbrief naar een artikel wordt verwezen dan linken we direct door naar dit artikel.*

### **Is er een specifieke wens voor de vernieuwde homepage wat de bezoeker zal triggeren de website te bezoeken?**

*De nieuwste artikelen plaatsen op de homepage. Artikel die het laatst in de winkel wordt geplaatst, die komen boven aan.*

### **Extra informatie**

*De winkel is een nevenactiviteit. De omroep heeft hoofdtaken, het verzorgen van radio en televisie. En als omroep mag je ook een aantal nevenactiviteiten uitvoeren. Een daarvan is het uitgeven van de VPRO Gids. Het hebben van de webwinkel is er ook een, of het uitgeven van DVD's (stuk of 13). Een nevenactiviteit mag geen verlies opleveren voor een omroep. En als het 2 jaar dacht ik achtereenvolgens verlies oplevert, moet je er mee stoppen. Oke. dus zeg maar een duidelijke doel, is dat wat gedaan wordt minimaal kosten dekkend is. Vorig jaar draaide we verlies.*

### **Wat gaan jullie daar nu aan veranderen?**

*In dit nieuwe jaar zijn er een aantal grote programma's en dat hadden we vorig jaar niet. Daarbij moet er wel rekening worden gehouden dat je hele goede programma's kan hebben, maar dat die het niet per se goed hoeven te doen op dvd.*

**Geïnterviewde:** Willem van den Berg, CRM Manager  
**Datum:** 22 februari 2012

### **Hoe belangrijk zijn leden voor de omroep?**

*Leden blijven de basis voor toekenning van geld aan omroepen, dus zeer belangrijk.*

### **Hoeveel leden en abonnees moet de website opleveren in 2012?**

*In 2012 verwachten we 500 bezoekers die lid worden via de website van de VPRO. Het aantal bezoekers die abonnee worden zou ik even voor je moeten uitzoeken en mail ik je toe. Maar om je een indicatie te geven kan ik je ook de gegevens van 2011 sturen.*

**Eerste e-mail :** *In de archieven heb ik geen kanaal-specifieke doelstellingen gevonden. In september ben ik begonnen als vervanger van de toenmalige CRM-manager die wegens langdurige ziekte helaas niet in staat was haar werk voort te zetten. Hierdoor is er van overdracht in heel beperkte mate sprake geweest. Wellicht waren er wel doelstellingen, maar ik heb ze niet kunnen vinden.*

**Tweede e-mail:** *De 4 weken gratis proefabonnementen heb ik weggelaten omdat de meeste daarvan niet in onze database zijn ingelezen en ook omdat we voortaan op veel kleinere schaal 4 weken gratis gaan aanbieden. Niet alle aanmeldingen kunnen 100% aan de site worden toegewezen omdat ook in uitingen in diverse media werd verwezen naar vpro.nl om je aan te melden.*

*Ik heb abonnementen en lidmaatschappen apart geteld. Wanneer iemand bijvoorbeeld in 2011 eerst 10 weken een proefabonnement heeft gehad en daarna een jaarabonnement, telt deze persoon bij beide mee.*

### **Het aantal leden en abonnees via de website in 2011:**

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| Abonnement buitenland    | 14    |
| 10 weken proefabonnement | 1.051 |
| halfjaar proefabonnement | 51    |
| vast kwartaalabonnement  | 20    |
| vast halfjaarabonnement  | 16    |
| vast jaarabonnement      | 908   |
| lidmaatschap             | 2.044 |

### **Welke ontwikkelingen zijn er nu gaande?**

*In 2012 kunnen we van elk lid traceren hoe zijn of haar koop-en bezoekgedrag is. Vervolgens kunnen we op basis van kenmerken of interesses groepen leden segmenteren en hen via een e-mailcampagne online benaderen en volgen. Daarnaast zijn we nu een jongerenwerving campagne aan het opzetten, maar daar is nog weinig over te zeggen.*

### **Is er een specifieke wens voor de vernieuwde homepage?**

*Op de homepage een duidelijkere plaats met het lid of abonnee worden. De bezoeker moet nu eerst naar Leden, wat geen logische stap is als je nog geen lid bent.*

## XV Onderzoeksresultaten Enquête

### 1. Hoe vaak bezoekt u de huidige website [www.vpro.nl](http://www.vpro.nl)?



*Aantal respondenten bij deze vraag: 435*

|                                               |                                                                                   |       |     |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Elke dag wel een keer                         |  | 1.4%  | 6   |
| Meerdere keren per week                       |  | 6.2%  | 27  |
| Niet elke week, maar meerdere keren per maand |  | 20.9% | 91  |
| Eens per maand                                |  | 17.9% | 78  |
| Minder dan een keer per maand                 |  | 34.7% | 151 |
| Nooit                                         |  | 18.9% | 82  |

### 2. Als ik de huidige website bezoek, dan is dat omdat ik opzoek ben naar:



*Meerdere antwoorden mogelijk*

*Aantal respondenten bij deze vraag: 435*

|                                                           |                                                                                     |       |     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Informatie en achtergrondinformatie over VPRO programma's |    | 54.9% | 239 |
| Uitzendingen, om deze te bekijken/beluisteren             |   | 31.0% | 135 |
| Uitzendtijden van radio- of TV programma's                |  | 9.4%  | 41  |
| Informatie over de VPRO als omroep                        |  | 7.6%  | 33  |
| Nieuws over de VPRO                                       |  | 14.5% | 63  |
| Informatie voor leden en of gidsabonnees                  |  | 12.9% | 56  |
| Producten uit de VPRO winkel                              |  | 29.9% | 130 |
| Anders, namelijk...                                       |  | 17.2% | 75  |

### 3. Als ik een uitzending van de VPRO terug wil kijken, dan ga ik als eerste naar:



*Aantal respondenten bij deze vraag: 435*

|                                                                      |                                                                                     |       |     |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| <a href="http://www.vpro.nl">www.vpro.nl</a>                         |  | 18.9% | 82  |
| <a href="http://www.uitzendinggemist.nl">www.uitzendinggemist.nl</a> |  | 66.9% | 291 |
| <a href="http://www.google.nl">www.google.nl</a>                     |  | 1.6%  | 7   |
| Anders, namelijk...                                                  |  | 12.6% | 55  |

#### 4. Wanneer ik de vernieuwde homepage van de VPRO bezoek wil ik:



Meerdere antwoorden mogelijk

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|                                                                   |  |       |     |
|-------------------------------------------------------------------|--|-------|-----|
| Hoogtepunten zien uit het programma aanbod                        |  | 50.3% | 219 |
| Op de hoogte worden gehouden wat in productie is                  |  | 45.5% | 198 |
| Een terugblik op programma's van afgelopen week zien              |  | 26.9% | 117 |
| Gewezen worden op aanbiedingen voor leden en abonnees             |  | 27.4% | 119 |
| Gewezen worden op aanbiedingen uit de VPRO winkel                 |  | 26.2% | 114 |
| De laatste nieuwsberichten lezen over de VPRO                     |  | 32.0% | 139 |
| De mening van andere bezoekers kunnen lezen over VPRO programma's |  | 10.3% | 45  |
| Een kijkje achter de schermen nemen bij de omroep                 |  | 15.4% | 67  |
| Anders, namelijk...                                               |  | 20.0% | 87  |

#### 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



Subvraag: Facebook

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 19.5% | 85  |
| Regelmatig |  | 9.4%  | 41  |
| Soms       |  | 18.2% | 79  |
| Nooit      |  | 52.9% | 230 |

#### 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



Subvraag: Hyves

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 1.4%  | 6   |
| Regelmatig |  | 1.4%  | 6   |
| Soms       |  | 8.0%  | 35  |
| Nooit      |  | 89.2% | 388 |

#### 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



Subvraag: Twitter

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 7.1%  | 31  |
| Regelmatig |  | 5.3%  | 23  |
| Soms       |  | 14.9% | 65  |
| Nooit      |  | 72.6% | 316 |

## 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



### Subvraag: TVGids op mobiel

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 2.3%  | 10  |
| Regelmatig |  | 2.5%  | 11  |
| Soms       |  | 7.1%  | 31  |
| Nooit      |  | 88.0% | 383 |

## 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



### Subvraag: Uitzending gemist (webiste)

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 10.1% | 44  |
| Regelmatig |  | 22.5% | 98  |
| Soms       |  | 52.0% | 226 |
| Nooit      |  | 15.4% | 67  |

## 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



### Subvraag: Uitzending gemist (digitale tv)

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 7.1%  | 31  |
| Regelmatig |  | 13.1% | 57  |
| Soms       |  | 15.9% | 69  |
| Nooit      |  | 63.9% | 278 |

## 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



### Subvraag: Uitzending gemist (mobiel of iPad)

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 2.5%  | 11  |
| Regelmatig |  | 3.4%  | 15  |
| Soms       |  | 9.4%  | 41  |
| Nooit      |  | 84.6% | 368 |

## 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



### Subvraag: VPRO Gids

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 65.7% | 286 |
| Regelmatig |  | 11.3% | 49  |
| Soms       |  | 10.1% | 44  |
| Nooit      |  | 12.9% | 56  |

## 5. Hoe vaak maakt u gebruik van onderstaande media?



### Subvraag: Youtube

Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|            |  |       |     |
|------------|--|-------|-----|
| Vaak       |  | 15.4% | 67  |
| Regelmatig |  | 26.7% | 116 |
| Soms       |  | 38.6% | 168 |
| Nooit      |  | 19.3% | 84  |

## 6. Volgt u de VPRO op Facebook?



Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|                                          |                        |       |     |
|------------------------------------------|------------------------|-------|-----|
| Ja                                       | <div><div></div></div> | 10.6% | 46  |
| Nee, maar ik heb wel een Facebookaccount | <div><div></div></div> | 36.6% | 159 |
| Nee, want ik heb geen Facebookaccount    | <div><div></div></div> | 52.9% | 230 |

## 7. Heeft u nog andere ideeën, suggesties of tips ter verbetering van de vernieuwde website?



Aantal respondenten bij deze vraag: 435

|                 |                        |       |     |
|-----------------|------------------------|-------|-----|
| Nee             | <div><div></div></div> | 83.2% | 362 |
| Ja, namelijk... | <div><div></div></div> | 16.8% | 73  |

### Open velden vraag 2

|    |                                                                                                                                                  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | niets speciaals                                                                                                                                  |
| 2  | Ik bezoek niet                                                                                                                                   |
| 3  | inloggen voor cinema.nl                                                                                                                          |
| 4  | Ik doe mee aan jullie onderzoek                                                                                                                  |
| 5  | luisterpaal                                                                                                                                      |
| 6  | Ik kijk nagenoeg nooit                                                                                                                           |
| 7  | bezoek zelden deze website                                                                                                                       |
| 8  | nooit                                                                                                                                            |
| 9  |                                                                                                                                                  |
| 10 | bezoek nooit                                                                                                                                     |
| 11 | niet                                                                                                                                             |
| 12 | ik bezoek de website niet, zie vraag 1                                                                                                           |
| 13 | zoek niet                                                                                                                                        |
| 14 | ik heb een gids                                                                                                                                  |
| 15 | ik kijk nooit                                                                                                                                    |
| 16 | niets                                                                                                                                            |
| 17 | bezoek de website niet                                                                                                                           |
| 18 | vacatures                                                                                                                                        |
| 19 | nu                                                                                                                                               |
| 20 | niets                                                                                                                                            |
| 21 | ik zie geen reden de site te bezoeken naast alle ander (digi-)info die ik dagelijks krijg. Jullie (digi-) nieuws verrijkt mijn leven niet!Nieuws |
| 22 | geschiedenisquiz                                                                                                                                 |
| 23 |                                                                                                                                                  |
| 24 |                                                                                                                                                  |
| 25 | nooit bezocht                                                                                                                                    |

|    |                                                          |
|----|----------------------------------------------------------|
| 26 | vacatures                                                |
| 27 | Wist niet van het bestaan                                |
| 28 | niet dus                                                 |
| 29 | 3voor12                                                  |
| 30 | ik doe het nooit                                         |
| 31 |                                                          |
| 32 | ik had al aangegeven dat ik de website NOOIT bezoek      |
| 33 |                                                          |
| 34 | niet van toepassing                                      |
| 35 |                                                          |
| 36 | zie vorige vraag                                         |
| 37 | nog nooit gedaan                                         |
| 38 | 'nooit                                                   |
| 39 | nvt                                                      |
| 40 | 3voor12                                                  |
| 41 | dus nvt                                                  |
| 42 | nooit                                                    |
| 43 | Maak er geen gebruik van.                                |
| 44 | zoeken naar podcasts                                     |
| 45 | niet dus                                                 |
| 46 | nvt                                                      |
| 47 |                                                          |
| 48 | niets                                                    |
| 49 | verrassende nieuwe zaken die niet in de gids staan       |
| 50 | filmfestival                                             |
| 51 | 3voor12 luisterpaal                                      |
| 52 | nooit                                                    |
| 53 | nooit                                                    |
| 54 | n.v.t.                                                   |
| 55 | Niets                                                    |
| 56 |                                                          |
| 57 | Podcasts                                                 |
| 58 | niet                                                     |
| 59 | Als het mij schikt. Ik heb de VPRO-gids ende Nieuwsbrief |
| 60 | produktbestelling komen overigens, bij mij, nooit aan!   |
| 61 |                                                          |
| 62 | voor het invullen van een enquête als deze               |
| 63 |                                                          |
| 64 | doorverwijzing nieuwsbrieven                             |
| 65 | nooit                                                    |

|    |                              |
|----|------------------------------|
| 66 |                              |
| 67 | niks                         |
| 68 | extra info                   |
| 69 | filmrecenties                |
| 70 | acties                       |
| 71 | andere prioriteiten          |
| 72 | Bezoek nooit tot nu toe      |
| 73 |                              |
| 74 | zie vraag 1                  |
| 75 | zie vorige vraag en antwoord |

### Open velden vraag 3

|    |                                                                                                         |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Uitzending gemist digitale TV                                                                           |
| 2  | Ik wist niet dat die mogelijkheid bestond.                                                              |
| 3  | uitzending gemist upc en dan is hij NOOIT te zien                                                       |
| 4  | ik kijk nooit uitzendingen terug                                                                        |
| 5  | de VPRO gids                                                                                            |
| 6  | kijk nooit terug                                                                                        |
| 7  | niet                                                                                                    |
| 8  |                                                                                                         |
| 9  | Uitzending gemist via TV; als dat niet lukt naar<br>www.uitzending gemist of via website VPRO of Google |
| 10 | ziggo                                                                                                   |
| 11 | Ik kijk nooit terug                                                                                     |
| 12 | ik kijk niet terug                                                                                      |
| 13 | woon in Frankrijk lijn te traag                                                                         |
| 14 | via interactief Provider                                                                                |
| 15 | alledrie, ik vind niet altijd alles via de VPRO-site                                                    |
| 16 | doe ik bijna nooit                                                                                      |
| 17 | upc uitzending gemist                                                                                   |
| 18 | uitzendinggemist                                                                                        |
| 19 |                                                                                                         |
| 20 | digitale kabelzenders                                                                                   |
| 21 | upc programma gemist                                                                                    |
| 22 | naar de desbetreffende radiozender                                                                      |
| 23 | niet van toepassing                                                                                     |
| 24 | doe ik nooit                                                                                            |
| 25 | doe ik nooit                                                                                            |
| 26 | nvt                                                                                                     |
| 27 | kijk zelden terug, indiennaar 'uitz gemist"                                                             |
| 28 | niet!                                                                                                   |

|    |                                                         |
|----|---------------------------------------------------------|
| 29 | neem het op                                             |
| 30 | website van het betreffende programma                   |
| 31 | Doe ik niet                                             |
| 32 | eigen opname                                            |
| 33 | uitzendinggemist op mijn digitale net van mijn provider |
| 34 | zelf opnemen                                            |
| 35 | kijk nooit terug                                        |
| 36 | ik kijk geen uitzendingen terug                         |
| 37 | ik kijk nooit terug                                     |
| 38 |                                                         |
| 39 | ik wil vrijwel nooit terugkijken                        |
| 40 | mijn hd recorder                                        |
| 41 | mijn dvd recorder                                       |
| 42 | dvd-recorder                                            |
| 43 | nooit de behoefte gevoeld                               |
| 44 | dat doe ik eigenlijk nooit                              |
| 45 | Kijk nooit terug, neem indien nodig de uitzending op,   |
| 46 | UPC (tot 10 dagen terug)                                |
| 47 | doe ik nauwelijks                                       |
| 48 | doe dit nooit                                           |
| 49 | TV gemist op eigen kastje                               |
| 50 | Via UPC                                                 |
| 51 | niet                                                    |
| 52 | netgemist.be                                            |
| 53 | geen                                                    |
| 54 | uitzending gemist via upc                               |
| 55 | kijk naar de herhaling                                  |

#### Open velden vraag 4

|    |                                                                         |
|----|-------------------------------------------------------------------------|
| 1  | niets                                                                   |
| 2  | selectie van bovenstaande antwoorden                                    |
| 3  | ik wil direct naar 2 voor 12                                            |
| 4  | VPRO uitzendingen terugkijken/luisteren                                 |
| 5  | Een kunstzinnige opening over VPRO programma's                          |
| 6  | Eenvoudig het archief kunnen raadplegen                                 |
| 7  | Doe ik nooit.                                                           |
| 8  | een site die snel laadt                                                 |
| 9  | kijk nooit                                                              |
| 10 | aankomende programma's, zoals wanneer de nieuwe reeks van Dexter begint |
| 11 | Ik kijk bijna nooit                                                     |

|    |                                                                                                                                                                                                                  |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12 |                                                                                                                                                                                                                  |
| 13 | contactinformatie                                                                                                                                                                                                |
| 14 | heb genoeg aan de gids                                                                                                                                                                                           |
| 15 | niets                                                                                                                                                                                                            |
| 16 |                                                                                                                                                                                                                  |
| 17 | zie vorige vraag over mijn bezoek aan de website                                                                                                                                                                 |
| 18 | niet                                                                                                                                                                                                             |
| 19 | Als incidentele bezoeker past mij bescheidenheid                                                                                                                                                                 |
| 20 | alweer: ik bezoek de website niet                                                                                                                                                                                |
| 21 | Wat doen we met Vrije Geluiden ? Weinig kijkers. Hans weer terug s.v.p.                                                                                                                                          |
| 22 | voor mij hoeft dat niet                                                                                                                                                                                          |
| 23 | aangekocht werk, docu's en een op maat gemaakte site zien op basis van mijn interesses (die zijn bij Google wel bekend)                                                                                          |
| 24 | Een overzicht van de programma's zien, zodat ik meteen kan doorklikken. Hoe minder poeha, hoe beter.                                                                                                             |
| 25 | zoals gezegd: betrokkenheid loopt niet zo via de site                                                                                                                                                            |
| 26 |                                                                                                                                                                                                                  |
| 27 | achtergrond- en extra informatie vinden (ook links) n.a.v. het programma-aanbod                                                                                                                                  |
| 28 |                                                                                                                                                                                                                  |
| 29 | achtergronden bij programma's (documentaires in het bijzonder)                                                                                                                                                   |
| 30 | ik wil best op aanbiedingen voor lezers gewezen worden, maar de meeste activiteiten zijn in Amsterdam/Randstad en daar woon ik sinds 7 jaar niet meer. Ik lees ze trouwens ook al in de gids, die ik prima vind. |
| 31 | Uitzending gemist                                                                                                                                                                                                |
| 32 | x                                                                                                                                                                                                                |
| 33 | niets                                                                                                                                                                                                            |
| 34 | !!! ik kom er nooit en vraag me af 'waar heeft de jeugd toch allemaal tijd voor?' gezien het feit dat zoveel informatie via het www toch uiteindelijk non-info is. Wat een leegte allemaal! !!!                  |
| 35 |                                                                                                                                                                                                                  |
| 36 |                                                                                                                                                                                                                  |
| 37 | bezoek hem niet                                                                                                                                                                                                  |
| 38 | 3voor12                                                                                                                                                                                                          |
| 39 | muziek luisteren                                                                                                                                                                                                 |
| 40 | geen interesse                                                                                                                                                                                                   |
| 41 | geen idee                                                                                                                                                                                                        |
| 42 | niet van toe;passing                                                                                                                                                                                             |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 43 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 44 | zie vorige vragen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 45 | weet ik niet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 46 | Grensverleggende Journalistiek: de Werkelijkheid                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 47 | ben niet van plan dat te doen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 48 | nvt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 49 | al het bovenstaande, maar niet zo hysterisch                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 50 | Duidelijke rubrieken waaruit keuze gemaakt kan worden                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 51 | nvt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 52 | Niks                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 53 | uitzendtijden en links naar webpagina van VPRO programma's                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 54 | In het archief zoeken naar podcasts van oude programmas                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 55 | achtergrondinfo over programma's                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 56 | heb ik nog niet bezocht                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 57 | omroepbeleid                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 58 | niets                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 59 | weet niet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 60 | verrassingen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 61 | betrouwbare Journalistiek/Berichtgeving: fundamenteel<br>ipv. oppervlakkig                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 62 | een webstream kunnen aanklikken waarop continu<br>informatieve VPRO-radioprogramma's worden<br>uitgezonden, of in ieder geval programma's van mijn<br>voorkeur. En/of ik wil snel en makkelijk een serie<br>podcasts kunnen downloaden van programmaserie's die ik<br>interessant vindt, zoals marathoninterviews. Dat gaat nu<br>veel te omslachtig. |
| 63 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 64 | internetkunst zien                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 65 | wat er komen gaat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 66 | kom er njet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 67 | accurate informatie over tijden en inhoud van<br>programma's zowel radio als tv                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 68 | Doe ik niet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 69 | vooral een helder overzicht van de programmering/wt<br>terug te luisteren/zien is. Eventueel aangevuld met<br>aanbiedingen/nieuws over de VPRO. Alsjeblieft geen<br>meningen van anderen, daar hebben we Facebook en<br>andere media voor.                                                                                                            |
| 70 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 71 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 72 | doorklik naar verwante verdiepingsinfo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 73 | nooit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|    |                                                                             |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|
| 74 | antwoord op mijn vragen                                                     |
| 75 |                                                                             |
| 76 | tips voor mooie programma's (gebeurt nu al:)                                |
| 77 | discussie over de onderwerpen van programma's                               |
| 78 | nihil                                                                       |
| 79 | Bronnen/achtergrond-informatie van de programma's en met name documentaires |
| 80 | alles vpro                                                                  |
| 81 | n.v.t.                                                                      |
| 82 |                                                                             |
| 83 | is er een vernieuwde homepage?                                              |
| 84 | mee kunnen praten                                                           |
| 85 | nooit                                                                       |
| 86 | inhoud programma's                                                          |
| 87 | doe dit dus niet                                                            |

### Open velden vraag 7

|    |                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | met 1 klik een uitgebreide selectie zien                                                                                                                                                                                           |
| 2  | Meebeslissen, bv via poll, over aankoop van goeie series als homeland of breaking bad. Die vind ik zelf het meest interessant.                                                                                                     |
| 3  | Veel nieuwe muziek & film info . En bnieuwe media o.a. Streaming audio! Uit jullie uitgebreid archief . En natuurlijk al die live opnames radio & . Tv natuurlijk . Houdt dit alstublieft beschikbaar!! Succes met de nieuwe site. |
| 4  | kleine demo's van nieuwe programma's                                                                                                                                                                                               |
| 5  | Hou het simpel                                                                                                                                                                                                                     |
| 6  | een goede zoekfunctie, overzichtelijkheid, snelheid en een mooie, passende lay-out.                                                                                                                                                |
| 7  | nou ja uitzendingen terug kunnen zien op UPC!                                                                                                                                                                                      |
| 8  | meer info over eye filmhuis                                                                                                                                                                                                        |
| 9  | De website is heel traag! En dat is het geval op verschillende computers en op verschillende netwerken.                                                                                                                            |
| 10 | Kies ons! <a href="http://userintelligence.com">userintelligence.com</a> of 06-54725881                                                                                                                                            |
| 11 | Maak het overzichtelijk                                                                                                                                                                                                            |
| 12 | Volgens mij kan de (praktische) info (zoals over programma's) beter gestructureerd/overzichtelijk gemaakt worden, soms zoek ik best lang.                                                                                          |
| 13 | Overzicht en duidelijk laten zien waar je op kunt doorklikken, geen zewarte hyperlinkjes meer!                                                                                                                                     |
| 14 | ik kost ook geld om ideeën te geven                                                                                                                                                                                                |
| 15 | Hij is te dynamisch, laad slecht en laat mijn browser                                                                                                                                                                              |

|    |                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | hangen                                                                                                                                                                                                                                  |
| 16 | prachtige site                                                                                                                                                                                                                          |
| 17 | aansluiting zoeken bij een al bestaande website (duidelijk zichtbare link) waar de vpro en haar leden zich mee verwant (kunnen) voelen. (Niet zijnde Joop!)                                                                             |
| 18 | simpel houden!                                                                                                                                                                                                                          |
| 19 | orde in de chaos en een betere gids die is erg slecht en reden waarom ik jullie sites niet bezoek. Het blad 'klassieke zaken' heeft een site die mij erg aanspreekt. In de gids kunnen dan ook links naar andere VPRO worden opgenomen. |
| 20 | Graag een normale, overzichtelijke website                                                                                                                                                                                              |
| 21 | Dat deze ook goed toegankelijk is via mobiele media (ipad e.d.)                                                                                                                                                                         |
| 22 | stop ermee                                                                                                                                                                                                                              |
| 23 | meer achtergrondinformatie van de programma's                                                                                                                                                                                           |
| 24 | aangeven wanneer de diverse programma's worden herhaald                                                                                                                                                                                 |
| 25 | graag overzicht en duidelijkheid, minder artistiek.                                                                                                                                                                                     |
| 26 | Ga door met de Dialoog met de Doelgroep                                                                                                                                                                                                 |
| 27 | Verschillende afspeel mogelijkheden                                                                                                                                                                                                     |
| 28 | meer aandacht voor oude uitzendingen in de gids                                                                                                                                                                                         |
| 29 | Hou het eigenwijs + eigenzinnig                                                                                                                                                                                                         |
| 30 | HappyVPRO nieuw leven inblazen                                                                                                                                                                                                          |
| 31 | Het archief overzichtelijker en toegankelijker maken, met name radio!                                                                                                                                                                   |
| 32 | Denk om kleurenblinden.                                                                                                                                                                                                                 |
| 33 | Houd het overzichtelijk. Ook toegankelijk voor digitaal simpele zielen.                                                                                                                                                                 |
| 34 | terugklik naar Home vanaf iedere pagina                                                                                                                                                                                                 |
| 35 | het is nu al de leukste website die ik ken                                                                                                                                                                                              |
| 36 | programma's centraal stellen, en webdesignburo eruitgooien, vreselijke navigatie                                                                                                                                                        |
| 37 | veel recensies vooraf over programma's                                                                                                                                                                                                  |
| 38 | gebruik het medium voor zaken die niet in de gewone media (gids, radio,tv) kunnen staan, bijvoorbeeld interactieve items, onderwerpen met mooi graphics of doorklikkerij                                                                |
| 39 | Visie op de Werkelijkheid gevraagd: studiegroep === wat gebeurt er echt !                                                                                                                                                               |
| 40 | overzichtelijke structuur, goed werkende zoekfunctie                                                                                                                                                                                    |
| 41 | Gewoon lekker de bestaande houden                                                                                                                                                                                                       |
| 42 | maak het makkelijker om radioprogramma's, ook van langer geleden, te downloaden of als stream te                                                                                                                                        |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | beluisteren. Besteed geen aandacht aan zogenaamd bijzondere vormgeving, maar zorg dat de navigeerbaarheid efficient is, en dat je niet lang hoeft te zoeken. Je wilt internetradio uiteindelijk net zo snel kunnen aanzetten als een echte radio, anders is de drempel te hoog als je even een uurtje wilt luisteren tijdens het koken of ander huishoudelijk werk. |
| 43 | Hou het zo simpel en duidelijk mogelijk; geen 'toeters en bellen'.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 44 | nieuwe videospeler, er zitten in deze speler veel fouten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 45 | wat duidelijker                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 46 | overzichtelijkermaken                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 47 | Voel je niet verplicht om altijd maar te vernieuwen. En als je het doet hou dan vooral de overzichtelijkheid/logische opbouw in de gaten.                                                                                                                                                                                                                           |
| 48 | eenvoud                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 49 | niet onmiddellijk weghalen wat qua datum al voorbij is, wil graag makkelijk terug kunnen zoeken                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 50 | ik vind huidige website mooi en overzichtelijk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 51 | veel aandacht voor het definitief afschaffen van z.g. achtergrondmuziek bij radio en tv-programma's                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 52 | snelle link naar luisterlive                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 53 | duidelijkheid,eenduidigheid , men niet teveel toeters en bellen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 54 | Gewoon; doe niet te modern en loop vooral niet achter die stompzinige communicatie-sukkels aan.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 55 | zend een WELGEMEEND vriendschapsverzoek, voor die facebook account                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 56 | oude uitzendingen van vpro 747 downloadable maken                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 57 | minder navelstaren op hoe prima de vpro is, meer links naar achtergrond informatie                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 58 | scroller aanbrengen rechts, het is mooi met die driehoekjes maar ik mis de scroller (de hoekjes mogen blijven voor erbij)                                                                                                                                                                                                                                           |
| 59 | liever geen prominente reacties van kijkers, meer achtergrondinformatie documentaires                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 60 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 61 | moet eerst de nieuwe website bekijken                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 62 | doe maar gewoon dan...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 63 | geen silverfast gebruiken voor streaming video                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 64 | Het menu is nu verwarrend: indien je van homepage naar bv de winkel gaat.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 65 | PINTEREST.COM met een VPRO-account om zo een VPRO-community van VPRO-liefhebbers te creëren                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 66 | een duidelijk forum waar eens flink te keer kunnen gaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|    |                                                                                             |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Dat hij ook werkt, ik heb me aangemeld voor abonneren                                       |
| 67 | op VPRO gids en dacht dat dit rond was, nee dus, ws<br>wegens geen ideal betaling mogelijk? |
| 68 | toegankelijker maken, m.n. overzicht van wat er op de<br>site is te vinden                  |
| 69 | profileer u op d eonderwerpen in uw prorgamma's                                             |
| 70 | ontsluiting archief                                                                         |
| 71 | vindbaarheid aanstaande programma's                                                         |
| 72 | verwijzing via de vprogids                                                                  |
| 73 | Houd het vooral ook overzichtelijk en gebruiksvriendelijk                                   |

## XVI Wensen bezoeker ten opzichte van de VPRO

Een overzicht van de wensen van de VPRO ten opzichte van de wensen van de bezoekers is te zien in onderstaande tabel. De wensen zijn verdeeld onder de drie criteria; inhoud, structuur en vormgeving. Een kruisje bij "Ja", geeft aan dat de wens met elkaar overeenkomt. Een kruisje bij "Nee", geeft aan dat de wens verschillend is of dat de wens niet bekend is. Al me al komen de wensen grotendeels met elkaar overeen of vullen elkaar goed aan.

| Wensen VPRO                                    | Ja | Nee | Wensen Bezoekers                                             |
|------------------------------------------------|----|-----|--------------------------------------------------------------|
| <b>Inhoud</b>                                  |    |     | <b>Wensen Inhoud</b>                                         |
| Icoontje 'Engels'                              |    | x   | Niet bekend                                                  |
| Filmpjes/fragmenten van actuele programma's    | x  |     | Hoogtepunten zien uit het programma aanbod (50,0%)           |
| Trailers programma's van die week, terugblik   | x  |     | Terugblik van afgelopen week minder interessant (26,9%)      |
| Toegang tot Social Media                       |    | x   | Geen wens, maken niet of nauwelijks gebruik van Social Media |
| Wat de VPRO vandaag te bieden heeft            |    | x   | De bezoeker komt niet voor uitzendtijden wel info (54,9%)    |
| Aanhaken op de actualiteit                     | x  |     | De laatste nieuwsberichten lezen over de VPRO (32,0%)        |
| Delen van berichten via Social Media           |    | x   | Mening van bezoekers lezen (10,3%)                           |
| Niet bekend                                    |    | x   | Op de hoogte worden gehouden wat in productie is             |
| <b>Structuur</b>                               |    |     | <b>Structuur</b>                                             |
| Zoeken vanaf homepage                          | x  |     | Hoort bij goede navigatie                                    |
| Direct vanaf homepage in de winkel             | x  |     | Eenvoudig producten VPRO winkel bekijken (29,9%)             |
| Direct vanaf homepage op de gidspagina         | x  |     | Eenvoudig informatie over VPRO programma's lezen (54,9%)     |
| Met zo min mogelijk clicks een transactie      |    | x   | Niet bekend                                                  |
| Met zo min mogelijk clicks lid worden          |    | x   | Niet bekend                                                  |
| Altijd starten met homepage                    | x  |     | Hoort bij goede navigatie en overzichtelijkheid              |
| Link naar perssite                             |    | x   | Niet bekend                                                  |
| Met 1 klik terug naar de homepage              | x  |     | Terug klikken naar home vanaf iedere pagina                  |
| Makkelijk terug naar vorige pagina             | x  |     | Hoort bij goede navigatie en overzichtelijkheid              |
| Contact altijd zichtbaar onderin               | x  |     | Hoort bij goede navigatie en overzichtelijkheid              |
| Footer moet standaard en duidelijker zichtbaar | x  |     | Hoort bij goede navigatie en overzichtelijkheid              |
| Sneller laden van pagina's niet aangegeven     |    | x   | Sneller laden van pagina's                                   |
| <b>Vormgeving</b>                              |    |     | <b>Vormgeving</b>                                            |
| In een keer zien waar terug te bekijken        | x  |     | 31% komt om uitzending te bekijken en te beluisteren (31,0%) |
| In een keer zien waar 3voor12 zit              | x  |     | Duidelijke verwijzing naar 3voor12                           |
| In een keer zien waar ik lid kan worden        |    | x   | Deze bezoeker is vaak al lid of abonnee                      |
| In een keer zien waar ik dvd's kan kopen       | x  |     | Producten VPRO winkel makkelijk vinden (29,9%)               |
| Titellijst aantrekkelijker maken               | x  |     | Kunstzinnige opening voor titellijst en overzichtelijker     |
| Duidelijkere hyperlinks en banners/buttons     | x  |     | Hoort bij overzichtelijkheid                                 |
| Aansluiten bij VPRO kernwaarden                | x  |     | Houdt het eigzinnig                                          |

*Schematisch overzicht wensen bezoeker ten opzichte van de VPRO*

