

De oude Zeeuw houdt van ‘zijn’ omroep

Regionale omroep

Omroep Zeeland doet het beter dan regionale omroepen in de Randstad. De, oudere, kijker en luisteraar voelt zich Zeeuw. Maar ook hier gaat er geld af.

- Shannon Bakker

13 december 2016

In de vroege ochtend staat Remco van Schellen alleen in een bijna lege radiostudio in Oost-Souburg, tussen Vlissingen en Middelburg. De presentator start een reportage uit een tuincentrum in Zierikzee: ‘Zeeland zoekt een kerstboom’. Ondertussen verzorgt hij de techniek, zet het volgende nummer scherp. Dit is *Zeeland Wordt Wakker*, het ochtendprogramma dat Van Schellen elke werkdag maakt tussen 6.00 en 9.00 uur op de regionale omroep. In z’n eentje.

Binnenkort moeten meer presentatoren van Omroep Zeeland alles zelf doen. Net als de andere regiozenders in Nederland moet Zeeland flink besparen. Hier, in Oost-Souburg, ongeveer 1 miljoen euro; dat is 10 procent van het budget. Waar andere omroepen (dure) programma’s schrappen, bezuinigt Zeeland vooral op techniek: de technicus die de presentator hielp, is verdwenen. Redacteurs hebben geleerd hoe ze hun items zelf kunnen filmen en bewerken. Zo zijn minder cameramensen en editors nodig. De helft van de bezuinigingen wordt opgevangen door samenwerking met de NOS.

Beter dan de Randstad

Omroep Zeeland maakt radio, televisie, een website en een app met lokaal nieuws. De radiozender is de best beluisterde van de provincie, en trekt dus meer luisteraars dan zenders als Radio 538, 3FM, of Sky. Dat is bijzonder: de meeste regio-omroepen leggen het af tegen de grote nationale zenders. In een week bereikt de omroep via radio, tv en online 83 procent van alle Zeeuwen. De site heeft meer unieke bezoekers dan er mensen in Zeeland wonen. Die cijfers zijn vooral beter dan de omroepen in de Randstad. Hun weebereik op tv (percentage van de tv-kijkers) ligt onder 40 procent, Zeeland heeft een bereik van 52 procent (NPO 1: 70 procent).

Waarom doet Omroep Zeeland het naar verhouding zo goed? Het eerste waarover hoofdredacteur Edwin de Kort begint, is de sterke regionale identiteit. „Zeeuw zijn zit in je bloed, in je aderen. Een Hagenees voelt zich geen Zuid-Hollander, maar een Middelburger wel een Zeeuw.” Volgens hem zorgt dit Zeeuwse gevoel ervoor dat mensen zich verbonden voelen en dat de Zeeuw automatisch wil weten wat er in de provincie speelt.

Kerncentrale

Iemand die dit ook zo ervaart, is luisteraar Jurgen de Kraak (44) uit Arnemuiden. Enthousiast vertelde hij eerder dit jaar op Facebook dat hij naar de open dag van Omroep Zeeland ging. Zijn kinderen die soms ook naar de omroep kijken, wilden wel eens zien hoe het er bij de tv aan toegaat, vertelt De Kraak nu desgevraagd.

„Naar de radio-uitzendingen luister ik vooral ’s ochtends in de auto. Zo ben ik gelijk op de hoogte van het belangrijkste lokale, nationale en internationale nieuws. Gedurende de dag kijk ik nog een aantal keer op de app. Maar tv kijk ik eigenlijk steeds minder.”

Waarom wil De Kraak juist ook Zeeuws nieuws horen? „Ik voel mij Zeeuw, ik ben geïnteresseerd in Zeeland. Ik volg nu wat er gebeurt met de kerncentrale in Borssele, maar als die net buiten Zeeland in Bergen op Zoom zou liggen, zou ik dat waarschijnlijk niet doen. Dat is toch mijn regio niet.”

De kijker en luisteraar moet voelen dat zijn items ook in de provincie zijn gemaakt, zegt hoofdredacteur De Kort. Op zijn redactie hoor je vooral Algemeen Beschaafd Nederlands en ook de presentatoren spreken ABN, maar Zeeuws in de uitzending wordt wel aangemoedigd. De Kort: „Als iemand uit het geboortedorp van de presentator belt, mag er natuurlijk Zeeuws worden gepraat.” De meeste verslaggevers verstaan in ieder geval één Zeeuws accent; ze zijn allemaal opgegroeid in de provincie of ze wonen er.

Redacteur Esme Bech (portefeuille politiek en zorg) zegt dat het zeker helpt om in Zeeland te wonen. „Natuurlijk krijg ik tips via mijn journalistieke kanalen, maar ik hoor ook wat er speelt via bijvoorbeeld de tante van een vriendin van mijn zus.”

Bondscoach

De Zeeuw bemoeit zich graag met zijn omroep. De Kort: „Ik voel me soms een bondscoach. Iedereen heeft een mening over ons: óf ze zijn blij dat we zijn geweest, óf ze zijn boos dat we niet zijn geweest.”

De gemiddelde leeftijd van de Zeeuw speelt ook een rol bij het succes van de omroep. Voor alle regiozenders geldt: de kijker is relatief oud. Bijna 30 procent is 60-plus. Zeeuwen zijn ouder dan het Nederlandse gemiddelde. In het hele land is 23 procent van de volwassenen ouder dan 60 jaar. In Zeeland is dat 28 procent.

Omroep Zeeland is blij met zijn „trouwe, iets oudere” publiek, zegt hoofdredacteur De Kort, maar het wil natuurlijk ook jongeren bereiken. Dit probeert de omroep vooral online. Vanzelfsprekend deelt de omroep zijn nieuws op Twitter en Facebook. Op Instagram zet de omroep geen harde nieuwsfoto’s, maar beelden van een koe op het fietspad of een trekker gevolgd door een zwerm meeuwen.

Als ze ouder worden, gaan jongeren vanzelf weer meer regionaal nieuws volgen, denkt De Kort. „Mensen gaan zich automatisch meer interesseren voor wat in hun omgeving gebeurt, als ze eenmaal zijn gesetteld en kinderen krijgen.” De cijfers lijken dit nu nog te bevestigen: de regionale omroepen in Nederland doen het redelijk bij 31- tot 44-jarigen, die vaak net een gezin hebben gesticht. Maar het is de vraag of die trend doorzet nu veel jongeren amper meer tv kijken en radio luisteren.