

Jij in de Media



onderzoeksrapport

Nijkerk, december 2012

Voorwoord

Het is de wettelijke taak van de publieke omroep om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te laten zien. Van alle gasten aan tafel is echter 77 procent man. Uit eigen onderzoek van de publieke omroep (NPO) blijkt dat de omroep de wet niet naleeft. Toch volgen er vanuit Den Haag geen sancties of richtlijnen voor verbetering.

Het is belangrijk voor de **economische zelfstandigheid van vrouwen** om meer **zichtbaar** te zijn. Niet alleen op de werkvloer, maar ook in de media. Daarnaast is het ook belangrijk dat er meer diversiteit komt in vrouwelijke rolmodellen in de media.

Uit mijn onderzoek Vrouwen in de Media (2009) kwam naar voren dat 35 procent van de journalisten en redacteuren een **standaard bronnenlijstje** gebruiken waar voornamelijk mannen op voorkomen.

Moeten er maatregelen volgen om de media te stimuleren om meer vrouwen aan het woord te krijgen? En hoeveel initiatief nemen vrouwen zelf om in de media te komen? Om hier achter te komen is dit onderzoek opgezet.

Op VIDM.nl kunnen journalisten en redacteuren zoeken tussen deskundigen die 'ja' zeggen tegen interviews.

Door de mogelijkheid een persvraag te sturen naar de aangemelde deskundigen is het deadline-excuus niet meer aanwezig. Op VIDM.nl staan zowel mannen als vrouwen. We zetten ons in voor een realistische afspiegeling van de samenleving in de media.

Neem voor vragen gerust contact met mij op.



Janneke van Heugten

VIDM

janneke@vidm.nl

mob. 06 24 64 22 65

<u>Inhoudsopgave</u>	Pagina
Voorwoord	2
1. Over het onderzoek – Jij In De Media	4
2. Deelnemers onderzoek	5
3. De Vragen	9
3.1. Aanwezigheid van vrouwen in de media. Quotum of niet?	9
3.2. Kennis delen, werk & media	15
3.3. Media & profilering	22
3.4. Wanneer zeggen we 'ja' tegen een interview?	29
3.5. Actieve benadering media	36
3.6. Drempels	41
3.7. Invloed economische crisis op belang media – persoonlijk	48
3.8. Invloed economische crisis op belang media – bedrijf	51
4. Conclusie	54

1. Over het onderzoek – Jij In De Media

1.1. Doel onderzoek

Het is de wettelijke taak van de publieke omroep om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te laten zien. Van alle gasten aan tafel is echter 77 procent man. Uit eigen onderzoek van de publieke omroep (NPO) blijkt dat de omroep de wet niet naleeft. Toch volgen er vanuit Den Haag geen sancties of richtlijnen voor verbetering.

Het onderzoek is door VIDM.nl opgezet om in kaart te brengen of het publiek vindt dat er sancties moeten volgen. En om te kijken hoeveel initiatief men zelf neemt om in de publiciteit te komen.

Met de uitkomst wil VIDM.nl kijken wat ze kan doen om bij te dragen aan een goede afspiegeling van de samenleving in de media.

1.2. Datum onderzoek

Oktober, november en december 2012.

1.3. Werkwijze

Mensen werden via mailings, nieuwsbrieven, Facebook, Twitter en via LinkedIn (ook van derden) er op geattendeerd dat ze deel konden nemen aan dit onderzoek. De vragenlijst stond online en is opgezet door VIDM.nl.

1.4. Over VIDM

VIDM.nl is een uniek platform, waar vakmensen met een expertise in contact worden gebracht met mensen werkzaam in de media. Redacteuren en journalisten kunnen op een laagdrempelige manier redactionele vragen naar een grote groep deskundigen sturen.

VIDM.nl is opgezet om redacties en journalisten te helpen een realistische afspiegeling van de maatschappij te tonen. Op VIDM.nl kunnen journalisten zien welke deskundigen er buiten de 'usual suspects' beschikbaar zijn voor reportages, interviews en andere redactionele en inhoudelijke bijdragen. Met als uiteindelijk doel: een realistisch en veelzijdig beeld van onze maatschappij in de media.

2. Deelnemers onderzoek

Aantal: 925 deelnemers

2.1. Geslacht

Vrouw	621
Man	304

2.2. Leeftijd

tot 25 jaar	4,1%
26-35 jaar	19,2%
36-45 jaar	38,2%
46-55 jaar	28,4%
56-65 jaar	8,4%
ouder dan 65	1,6%

	Vrouw	Man
tot 25 jaar	3,2%	5,9%
26-35 jaar	21,8%	14,1%
36-45 jaar	37,7%	38,8%
46-55 jaar	29,0%	27,3%
56-65 jaar	7,1%	11,2%
ouder dan 65	1,6%	2,6%

2.3. Hoogst genoten opleiding

Basisschool	0,2%
Voortgezet onderwijs	3,1%
MBO	12,7%
HBO	51,7%
WO	32,3%

	Vrouw	Man
Basisschool	0,2%	0,3%
Voortgezet onderwijs	2,1%	5,3%
MBO	11,6%	14,8%
HBO	51,2%	53,0%
WO	35,4%	26,6%

2.4. Werk

Werk in loondienst	31,4%
Ben zelfstandig ondernemer	49,0%
Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	11,2%
Werk niet	4,1%
Geen van bovenstaande opties	4,4%

	Vrouw	Man
Werk in loondienst	27,1%	39,9%
Ben zelfstandig ondernemer	53,7%	39,9%
Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	10,8%	12,2%
Werk niet	4,2%	3,7%
Geen van bovenstaande opties	4,4%	4,4%

2.5. Bruto inkomen

Is lager dan € 2.500 per maand	39,1%
Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand	26,3%
Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand	20,4%
Is hoger dan € 5000 per maand.	14,2%

	Vrouw	Man
Is lager dan € 2.500 per maand.	46,4%	24,5%
Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	27,5%	23,8%
Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	16,0%	29,4%
Is hoger dan € 5000 per maand.	10,2%	22,4%

2.6. Mijn inkomen

Is lager dan het inkomen van mijn partner	32,9%
Is gelijk aan het inkomen van mijn partner	12,8%
Is hoger dan het inkomen van mijn partner	27,1%
Er is geen sprake van een partner	27,2%

	Vrouw	Man
Is lager dan het inkomen van mijn partner.	43,2%	11,7%
Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	14,1%	10,3%
Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	14,6%	52,3%
Er is geen sprake van een partner.	28,2%	25,6%

2.7. Leidinggevende functie

Ja	41,1%
Nee	58,9%

	Vrouw	Man
Ja	38,9%	46,0%
Nee	61,3%	54,0%

2.8. Branche

Advies-, onderzoeks- en communicatiebureaus	17,1%
Agrosector	0,7%
Ambachten	0,4%
Bouw en infrastructuur	1,6%
Dag- en verblijfsrecreatie	0,1%
Detachering	1,4%
Detailhandel	2,9%
Facilitaire dienstverlening en ICT	7,0%
Financiële dienstverlening	3,2%
Goederenvervoer	0,3%
Groothandel	1,2%
Horeca en catering	1,1%
Industrie	1,3%
Installatiebedrijven	0,1%
Juridische, administratieve en fiscale dienstverlening	2,0%
Kinderopvang	0,5%
Kunst, cultuur en media	13,2%
Markt- en straathandel	0,1%
Non profit	7,9%
Onderwijs	4,9%
Onroerend goed	1,4%
Personenvervoer	0,3%
Persoonlijke dienstverlening	6,1%
Schilders-, afbouw- en onderhoudsbedrijven	0,1%
Verkoop en reparatie van voertuigen	0,1%
Visserij	0,1%
Zorg	6,7%
Overig	18,3%

3. De Vragen

3.1. Het is de wettelijke taak van de publieke omroep om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te laten zien. Van alle gasten aan tafel is echter 77 procent man. Uit eigen onderzoek van de publieke omroep (NPO) blijkt dat de omroep de wet niet naleeft. Toch volgen er vanuit Den Haag geen sancties of richtlijnen voor verbetering. In welke uitspraak kunt u zich vinden? (Meerdere antwoorden mogelijk)

De publieke omroep moet financieel beloond worden indien het wel lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	21,9%
De publieke omroep moet financieel gestraft worden indien het niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	16,3%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep.	25,3%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.	25,1%
De publieke omroep zou niet verplicht moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te moeten laten zien.	20,8%
Geen van bovenstaande uitspraken.	23,9%

	Vrouw	Man
De publieke omroep moet financieel beloond worden indien het wel lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	23,0%	19,0%
De publieke omroep moet financieel gestraft worden indien het niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	16,8%	15,7%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep.	32,2%	12,3%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.	30,7%	14,9%
De publieke omroep zou niet verplicht moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te moeten laten zien.	15,0%	31,7%
Geen van bovenstaande uitspraken.	21,3%	29,5%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
De publieke omroep moet financieel beloond worden indien het wel lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	12,1%	15,2%	21,7%	24,8%	27,8%
De publieke omroep moet financieel gestraft worden indien het niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	15,2%	20,0%	17,6%	13,0%	15,3%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep.	24,2%	24,1%	26,2%	26,1%	20,8%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.	18,2%	22,8%	23,8%	26,1%	36,1%
De publieke omroep zou niet verplicht moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te moeten laten zien.	39,4%	35,2%	14,8%	20,0%	12,5%
Geen van bovenstaande uitspraken.	15,2%	21,4%	25,5%	23,9%	27,8%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
De publieke omroep moet financieel beloond worden indien het wel lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	0,0%	8,0%	22,8%	20,7%	24,6%
De publieke omroep moet financieel gestraft worden indien het niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	0,0%	16,0%	20,7%	14,6%	17,9%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep.	0,0%	8,0%	19,6%	26,0%	28,2%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.	0,0%	12,0%	22,8%	24,1%	29,4%
De publieke omroep zou niet verplicht moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te moeten laten zien.	0,0%	24,0%	19,6%	22,4%	18,7%
Geen van bovenstaande uitspraken.	100,0%	48,0%	19,6%	23,8%	23,0%

	Is lager dan € 2.500 per maand.	Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	Is hoger dan € 5000 per maand.
Bruto Inkomen				
De publieke omroep moet financieel beloond worden indien het wel lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	20,1%	23,9%	20,9%	23,2%
De publieke omroep moet financieel gestraft worden indien het niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	14,7%	14,9%	19,6%	20,5%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep.	32,1%	21,4%	20,3%	21,4%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.	28,1%	23,4%	20,9%	25,0%
De publieke omroep zou niet verplicht moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te moeten laten zien.	16,7%	26,4%	24,1%	18,8%
Geen van bovenstaande uitspraken.	23,7%	23,9%	22,8%	27,7%

Leidinggevende functie	Ja	Nee
De publieke omroep moet financieel beloond worden indien het wel lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	23,5%	20,8%
De publieke omroep moet financieel gestraft worden indien het niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	19,2%	14,6%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep.	25,4%	25,2%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.	27,9%	23,4%
De publieke omroep zou niet verplicht moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te moeten laten zien.	20,1%	21,6%
Geen van bovenstaande uitspraken.	21,1%	25,4%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
De publieke omroep moet financieel beloond worden indien het wel lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	20,2%	24,1%	25,0%	10,7%	11,1%
De publieke omroep moet financieel gestraft worden indien het niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien.	16,5%	16,2%	17,0%	3,6%	25,0%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep.	19,3%	28,8%	22,7%	21,4%	36,1%
Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.	23,9%	25,7%	21,6%	17,9%	38,9%
De publieke omroep zou niet verplicht moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te moeten laten zien.	25,1%	18,1%	18,2%	42,9%	11,1%
Geen van bovenstaande uitspraken.	23,5% (57)	23,8% (91)	26,1% (23)	28,6% (8)	19,4% (7)

3.2. Wat vindt u bij uw werk horen?

Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	71,1%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoor tijden).	40,2%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoor tijden).	75,3%
Mijn kennis delen via social media (bijv. LinkedIn).	67,8%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	55,2%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	56,2%
Geen van bovenstaande antwoorden.	3,8%

	Vrouw	Man
Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	66,9%	79,4%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoor tijden).	40,0%	40,8%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoor tijden).	77,8%	70,4%
Mijn kennis delen via <u>social</u> media (bijv. <u>LinkedIn</u>).	72,7%	57,7%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	60,4%	44,9%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	58,2%	52,1%
Geen van bovenstaande antwoorden.	3,1%	5,2%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	74,2%	80,6%	72,3%	68,0%	56,3%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoor tijden).	25,8%	48,8%	42,3%	37,3%	31,0%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoor tijden).	51,6%	72,5%	78,5%	78,0%	71,8%
Mijn kennis delen via social media (bijv. LinkedIn).	48,4%	66,3%	69,1%	70,5%	67,6%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	35,5%	54,4%	54,4%	60,6%	53,5%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	41,9%	54,4%	53,1%	62,7%	60,6%
Geen van bovenstaande antwoorden.	9,7%	3,8%	2,3%	3,3%	7,0%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	50,0%	73,9%	67,0%	70,0%	74,2%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoor tijden).	0,0%	17,4%	33,0%	42,0%	42,1%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoor tijden).	100,0%	56,5%	52,6%	76,3%	83,4%
Mijn kennis delen via social media (bijv. LinkedIn).	100,0%	60,9%	43,3%	69,5%	74,2%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	50,0%	39,1%	30,9%	58,2%	60,5%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	50,0%	34,8%	30,9%	56,8%	66,1%
Geen van bovenstaande antwoorden.	0,0%	8,7%	9,3%	2,3%	3,7%

	Is lager dan € 2.500 per maand.	Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	Is hoger dan € 5000 per maand.
Bruto Inkomen				
Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	55,0%	76,3%	83,9%	85,0%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoortijden).	40,5%	34,1%	46,4%	40,8%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoortijden).	70,2%	70,1%	83,3%	85,8%
Mijn kennis delen via social media (bijv. LinkedIn).	69,3%	60,7%	69,0%	75,0%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	56,3%	51,2%	54,2%	60,8%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	49,8%	57,3%	58,3%	68,3%
Geen van bovenstaande antwoorden.	5,8%	2,8%	1,2%	3,3%

	Is lager dan het inkomen van mijn partner.	Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	Er is geen sprake van een partner.
Mijn Inkomen:				
Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	62,5%	74,5%	83,3%	67,1%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoor tijden).	37,8%	40,2%	45,0%	39,4%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoor tijden).	73,7%	86,3%	77,9%	69,9%
Mijn kennis delen via social media (bijv. LinkedIn).	69,1%	79,4%	68,5%	59,7%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	57,5%	60,8%	49,1%	54,2%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	52,9%	67,6%	60,4%	50,5%
Geen van bovenstaande antwoorden.	4,6%	1,0%	3,2%	4,6%

Leidinggevende functie	Ja	Nee
Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	70,8%	71,2%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoortijden).	40,7%	40,0%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoortijden).	83,2%	69,9%
Mijn kennis delen via social media (bijv. LinkedIn).	73,2%	63,6%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	65,5%	48,2%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	61,9%	51,8%
Geen van bovenstaande antwoorden.	1,5%	5,5%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
Mijn kennis delen met collega's binnen het bedrijf.	91,7%	52,9%	94,7%	66,7%	58,1%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (alleen binnen kantoor tijden).	42,8%	40,0%	40,4%	33,3%	22,6%
Mijn kennis delen tijdens netwerken met zakelijke contacten (ook buiten kantoor tijden).	61,0%	85,8%	86,2%	46,7%	54,8%
Mijn kennis delen via social media (bijv. LinkedIn).	50,0%	80,8%	73,4%	50,0%	51,6%
Mijn kennis delen met journalisten als mijn vakgebied in het nieuws is (publiciteit genereren).	35,6%	69,6%	63,8%	40,0%	25,8%
Mijn kennis delen met vakgenoten door presentaties te geven.	49,6%	63,5%	55,3%	43,3%	29,0%
Geen van bovenstaande antwoorden.	3,4%	2,8%	0,0%	20,0%	16,1%

3.3. In welke uitspraak kunt u zich vinden?

Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	72,7%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	12,9%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	45,8%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	18,8%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	43,6%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	15,4%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	63,7%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeuren.	6,2%

	Vrouw	Man
Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	77,0%	64,3%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	10,0%	18,8%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	47,3%	42,7%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	15,7%	24,7%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	48,5%	34,1%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	13,2%	19,6%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	69,0%	53,7%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeuren.	5,0%	8,6%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	67,9%	71,7%	76,8%	72,8%	60,6%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	14,3%	16,4%	13,7%	9,5%	13,6%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	35,7%	50,7%	44,0%	49,1%	36,4%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	7,1%	19,1%	17,7%	19,8%	22,7%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	25,0%	42,1%	44,4%	46,1%	43,9%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	17,9%	16,4%	16,4%	13,4%	15,2%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	46,4%	57,9%	64,5%	69,4%	65,2%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeuren.	14,3%	7,9%	6,1%	3,4%	6,1%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	50,0%	69,6%	59,1%	73,5%	76,8%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	50,0%	4,3%	15,9%	14,3%	10,4%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	0,0%	39,1%	34,1%	45,9%	50,2%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	0,0%	17,4%	14,8%	16,2%	24,7%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	50,0%	39,1%	30,7%	45,7%	45,2%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	0,0%	13,0%	12,5%	14,3%	18,1%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	50,0%	52,2%	45,5%	65,4%	68,7%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeurs.	0,0%	8,7%	12,5%	5,9%	4,2%

	Is lager dan € 2.500 per maand.	Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	Is hoger dan € 5000 per maand.
Bruto Inkomen				
Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	72,2%	71,7%	72,2%	76,7%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	13,2%	9,3%	18,5%	11,2%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	46,5%	41,5%	49,4%	47,4%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	15,6%	16,6%	22,8%	25,0%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	44,4%	41,5%	42,6%	47,4%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	12,5%	14,6%	16,7%	19,0%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	64,6%	58,0%	59,9%	76,7%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeuren.	6,3%	7,3%	5,6%	4,3%

Mijn inkomen:	Is lager dan het inkomen van mijn partner.	Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	Er is geen sprake van een partner.
Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	74,1%	83,8%	74,5%	63,6%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	12,1%	6,1%	14,6%	16,0%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	48,6%	46,5%	45,8%	42,7%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	14,2%	10,1%	27,8%	19,9%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	45,3%	52,5%	39,6%	41,7%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	13,8%	18,2%	17,9%	12,6%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	64,4%	70,7%	62,3%	59,2%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeuren.	6,1%	5,1%	5,7%	7,3%

Leidinggevende functie	Ja	Nee
Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	75,5%	71,2%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	9,7%	15,5%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	48,8%	43,5%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	15,5%	21,6%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	46,1%	41,9%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	16,4%	14,6%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	72,7%	56,8%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeuren.	5,5%	6,8%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
Jezelf in de media profileren is goed voor je marktwaarde.	59,9%	84,4%	76,9%	41,7%	46,4%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen zakelijke toegevoegde waarde.	23,8%	7,1%	6,6%	12,5%	17,9%
Media-aandacht is een vorm van erkenning voor je zakelijke status.	31,3%	55,9%	49,5%	29,2%	32,1%
Jezelf in de media profileren heeft voor mij geen financiële toegevoegde waarde.	31,0%	12,9%	14,3%	12,5%	14,3%
Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière.	28,6%	53,8%	52,7%	20,8%	32,1%
Je moet ijdel zijn om in de publiciteit te willen komen.	20,2%	12,1%	15,4%	20,8%	7,1%
Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren.	44,4%	77,6%	68,1%	54,2%	46,4%
Jezelf in de media profileren is alleen belangrijk voor ondernemers en directeuren.	9,5%	3,7%	2,2%	16,7%	14,3%

3.4. Stel: u wordt gevraagd om een interview te geven vanwege uw vakkennis m.b.t. een bepaald onderwerp. Zegt u dan 'ja'?

Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	75,5%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	7,4%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	0,5%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	2,7%
Ja, als het maar niet live is.	7,2%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	2,8%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	3,9%

	Vrouw	Man
Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	76,8%	72,7%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	6,9%	8,6%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	0,4%	0,8%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	2,5%	3,1%
Ja, als het maar niet live is.	7,9%	5,9%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	2,7%	3,1%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	2,9%	5,9%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	71,4%	70,9%	77,1%	78,6%	71,2%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	7,1%	11,9%	5,1%	6,4%	9,1%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	3,6%	0,7%	0,3%	0,0%	1,5%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	3,6%	2,6%	2,7%	1,7%	4,5%
Ja, als het maar niet live is.	7,1%	8,6%	7,2%	7,3%	4,5%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	0,0%	3,3%	4,4%	1,7%	0,0%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	7,1%	2,0%	3,1%	4,3%	9,1%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	100,0%	78,3%	60,0%	77,1%	77,9%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	0,0%	4,3%	7,8%	7,6%	7,4%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	0,0%	0,0%	1,1%	0,5%	0,4%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	0,0%	0,0%	5,6%	1,7%	3,5%
Ja, als het maar niet live is.	0,0%	4,3%	8,9%	6,9%	7,4%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	0,0%	0,0%	7,8%	3,0%	1,2%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	0,0%	13,0%	8,9%	3,2%	2,3%

Bruto Inkomen:	Is lager dan € 2.500 per maand.	Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	Is hoger dan € 5000 per maand.
Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	74,6%	76,8%	73,0%	78,8%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	6,6%	5,4%	11,0%	6,8%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	0,3%	0,5%	1,2%	0,0%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	2,1%	3,4%	3,1%	2,5%
Ja, als het maar niet live is.	9,1%	7,9%	5,5%	4,2%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	2,8%	3,0%	3,1%	2,5%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	4,5%	3,0%	3,1%	5,1%

Mijn Inkomen:	Is lager dan het inkomen van mijn partner.	Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	Er is geen sprake van een partner.
Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	71,4%	83,0%	76,1%	75,4%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	8,5%	3,0%	7,0%	9,4%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	0,8%	0,0%	0,5%	0,5%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	2,8%	3,0%	1,9%	3,0%
Ja, als het maar niet live is.	9,7%	7,0%	6,6%	4,9%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	2,4%	2,0%	3,3%	3,4%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	4,4%	2,0%	4,7%	3,4%

Leidinggevende functie	Ja	Nee
Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	80,6%	71,6%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	6,4%	8,3%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	0,6%	0,5%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	3,9%	1,8%
Ja, als het maar niet live is.	4,2%	9,2%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	1,5%	3,8%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	2,7%	4,7%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
Ja, ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet).	64,5%	83,5%	80,6%	64,0%	59,3%
Ja, maar alleen tegen geschreven pers en internet.	10,9%	5,0%	5,4%	8,0%	18,5%
Ja, maar alleen tegen tv en radio.	0,0%	0,5%	0,0%	4,0%	3,7%
Ja, maar niet tegen tv-interviews.	2,0%	2,4%	3,2%	4,0%	7,4%
Ja, als het maar niet live is.	8,9%	6,0%	7,5%	8,0%	3,7%
Nee, maar ik attendeer de journalist wel op een vakgenoot.	6,0%	0,8%	1,1%	12,0%	0,0%
Nee, ik werk niet mee aan interviews.	7,7%	1,8%	2,2%	0,0%	7,4%

3.5. Benadert u zelf actief de betreffende redacties als uw vakgebied in het nieuws is?

Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	16,6%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	20,3%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	21,1%
Nee, ik benader redacties nooit.	37,9%
Geen van bovenstaande antwoorden.	12,0%

	Vrouw	Man
Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	16,2%	17,3%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	22,4%	16,1%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	25,7%	11,4%
Nee, ik benader redacties nooit.	33,5%	46,9%
Geen van bovenstaande antwoorden.	11,8%	12,6%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	7,1%	14,1%	15,0%	21,2%	18,5%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	14,3%	19,5%	20,2%	18,6%	30,8%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	3,6%	19,5%	22,0%	21,6%	27,7%
Nee, ik benader redacties nooit.	53,6%	41,6%	41,5%	33,1%	24,6%
Geen van bovenstaande antwoorden.	21,4%	12,1%	8,4%	13,1%	18,5%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	0,0%	17,4%	6,8%	17,9%	17,8%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	50,0%	17,4%	15,9%	22,6%	18,2%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	0,0%	17,4%	19,3%	19,7%	24,4%
Nee, ik benader redacties nooit.	0,0%	43,5%	45,5%	34,3%	40,7%
Geen van bovenstaande antwoorden.	50,0%	13,0%	17,0%	13,2%	8,1%

Bruto Inkomen	Is lager dan € 2.500 per maand.	Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	Is hoger dan € 5000 per maand.
Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	14,0%	18,0%	14,9%	22,0%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	23,1%	19,0%	16,8%	22,0%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	24,5%	18,5%	19,3%	19,5%
Nee, ik benader redacties nooit.	31,5%	42,5%	42,2%	39,8%
Geen van bovenstaande antwoorden.	14,7%	10,5%	11,2%	8,5%

Mijn Inkomen:	Is lager dan het inkomen van mijn partner.	Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	Er is geen sprake van een partner.
Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	16,9%	13,1%	17,1%	17,0%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	19,8%	25,3%	18,0%	20,4%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	27,3%	29,3%	14,2%	17,0%
Nee, ik benader redacties nooit.	37,6%	32,3%	46,0%	33,0%
Geen van bovenstaande antwoorden.	7,0%	9,1%	11,8%	19,9%

Leidinggevende functie:	Ja	Nee
Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	21,0%	13,4%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	22,3%	18,9%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	24,7%	18,2%
Nee, ik benader redacties nooit.	31,4%	42,7%
Geen van bovenstaande antwoorden.	9,5%	14,1%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
Ja, ik zie het screenen van kranten, om te kijken of ik ergens op in kan spelen, als onderdeel van mijn werk.	13,7%	18,0%	22,8%	4,2%	14,8%
Ja, maar alleen als ik toevallig iets op mijn vakgebied lees waar ik op in kan spelen.	13,3%	23,3%	27,2%	25,0%	18,5%
Nee, maar ik stuur wel persberichten.	12,9%	28,4%	14,1%	16,7%	22,2%
Nee, ik benader redacties nooit.	49,6%	31,0%	38,0%	37,5%	22,2%
Geen van bovenstaande antwoorden.	15,3%	8,5%	8,7%	25,0%	29,6%

3.6. In welke uitspraak kunt u zich vinden?

Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	19,4%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	26,6%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	25,4%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	18,9%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	8,7%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	14,0%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	21,1%

	Vrouw	Man
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	23,1%	12,2%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	30,6%	18,8%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	31,4%	13,7%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	13,5%	29,4%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	7,6%	11,0%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	13,9%	14,1%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	18,0%	27,1%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	19,2%	16,8%	22,1%	20,1%	12,3%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	19,2%	24,8%	32,6%	21,4%	27,7%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	15,4%	25,5%	29,1%	26,1%	13,8%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	26,9%	16,1%	18,9%	19,2%	21,5%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	3,8%	3,4%	7,4%	12,4%	13,8%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	7,7%	13,4%	13,0%	15,4%	18,5%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	38,5%	28,2%	15,1%	20,9%	21,5%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	0,0%	13,0%	14,9%	20,4%	20,2%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	50,0%	13,0%	19,5%	27,2%	29,1%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	0,0%	13,0%	24,1%	25,9%	26,4%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	0,0%	13,0%	26,4%	16,4%	20,9%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	0,0%	8,7%	8,0%	8,6%	9,3%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	0,0%	21,7%	3,4%	14,6%	15,9%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	50,0%	30,4%	27,6%	22,2%	16,3%

	Is lager dan € 2.500 per maand.	Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	Is hoger dan € 5000 per maand.
Bruto Inkomen:				
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	22,9%	21,1%	15,4%	15,3%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	24,6%	23,6%	27,8%	35,6%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	32,1%	22,1%	26,5%	12,7%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	13,9%	21,1%	24,7%	20,3%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	7,9%	8,0%	8,6%	12,7%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	13,2%	10,1%	12,3%	24,6%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	21,4%	24,1%	19,1%	16,9%

Mijn Inkomen:	Is lager dan het inkomen van mijn partner.	Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	Er is geen sprake van een partner.
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	20,9%	21,2%	15,6%	20,8%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	28,0%	30,3%	25,0%	23,3%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	30,5%	22,2%	20,8%	24,8%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	14,6%	17,2%	25,0%	19,3%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	7,1%	10,1%	9,9%	8,9%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	11,7%	15,2%	17,0%	12,9%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	21,8%	17,2%	20,8%	23,8%

Leidinggevende functie	Ja	Nee
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	21,3%	18,2%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	32,0%	22,6%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	24,1%	26,5%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	16,2%	20,5%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	11,0%	6,7%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	20,1%	9,4%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	14,3%	26,3%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar ik weet niet hoe ik daar voor kan zorgen.	9,3%	26,6%	25,0%	8,7%	0,0%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar het ontbreekt mij aan tijd om hier aandacht aan te besteden.	16,7%	33,8%	29,3%	4,3%	24,0%
Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren.	17,9%	30,6%	30,4%	13,0%	12,0%
Ik zou alleen in de publiciteit willen komen als ik gevraagd zou worden.	27,2%	13,3%	18,5%	26,1%	12,0%
Ik kom regelmatig in de publiciteit.	6,9%	10,9%	3,3%	8,7%	16,0%
Ik kom regelmatig in de publiciteit, maar zou wel vaker in de publiciteit willen komen.	8,5%	19,7%	10,9%	4,3%	4,0%
Ik kan mij in geen van bovenstaande uitspraken vinden.	35,0%	9,8%	17,4%	43,5%	52,0%

3.7. Is het belang om u te profileren in de media voor uw carrière toegenomen door de economische crisis?

Ja 38,9%
Nee 61,1%

	Vrouw	Man
Ja	40,5%	35,7%
Nee	59,5%	64,3%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
Ja	33,3%	27,8%	41,5%	43,5%	41,3%
Nee	66,7%	72,2%	58,5%	56,5%	58,7%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
Ja	50,0%	28,6%	36,1%	40,1%	38,8%
Nee	50,0%	71,4%	63,9%	59,9%	61,2%

Bruto Inkomen:	Is lager dan € 2.500 per maand.	Ligt tussen de € 2.500 en € 3.500 per maand.	Ligt tussen de € 3.500 en € 5.000 per maand.	Is hoger dan € 5000 per maand.
Ja	43,8%	34,4%	36,3%	38,3%
Nee	56,2%	65,6%	63,8%	61,7%

Mijn Inkomen:	Is lager dan het inkomen van mijn partner.	Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	Er is geen sprake van een partner.
Ja	37,3%	34,7%	40,7%	41,7%
Nee	62,7%	65,3%	59,3%	58,3%

Leidinggevende functie	Ja	Nee
Ja	42,3%	36,5%
Nee	57,7%	63,5%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
Ja	25,8%	46,1%	43,8%	34,8%	47,8%
Nee	74,2%	53,9%	56,2%	65,2%	52,2%

3.8. Is het belang van publiciteit voor het bedrijf waar u voor werkt toegenomen door de economische crisis?

Ja 50,6%
Nee 49,4%

	Vrouw	Man
Ja	50,8%	50,2%
Nee	49,2%	49,8%

	tot 25 jaar	26-35 jaar	36-45 jaar	46-55 jaar	56-65 jaar
Ja	37,0%	52,1%	50,9%	52,0%	50,0%
Nee	63,0%	47,9%	49,1%	48,0%	50,0%

	Basisschool	Voortgezet onderwijs	MBO	HBO	WO
Ja	100,0%	47,6%	52,3%	51,4%	48,6%
Nee	0,0%	52,4%	47,7%	48,6%	51,4%

Bruto Inkomen:	Is lager dan €	Ligt tussen de € 2.500 en €	Ligt tussen de € 3.500 en €	Is hoger dan € 5000
	2.500 per maand.	3.500 per maand.	5.000 per maand.	per maand.
Ja	51,1%	48,7%	52,8%	50,9%
Nee	48,9%	51,3%	47,2%	49,1%

Mijn Inkomen:	Is lager dan het inkomen van mijn partner.	Is gelijk aan het inkomen van mijn partner.	Is hoger dan het inkomen van mijn partner.	Er is geen sprake van een partner.
	Ja	53,4%	46,9%	54,8%
Nee	46,6%	53,1%	45,2%	54,5%

Leidinggevende functie	Ja	Nee
Ja	54,7%	47,9%
Nee	45,3%	52,1%

	Werk in loondienst	Ben zelfstandig ondernemer	Ben in loondienst en daarnaast zelfstandige ondernemer	Werk niet	Geen van bovenstaande opties
Ja	52,5%	50,3%	51,7%	34,8%	45,5%
Nee	47,5%	49,7%	48,3%	65,2%	54,5%

4. Conclusie

Het is de wettelijke taak van de publieke omroep om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te laten zien. Van alle gasten aan tafel is echter 77 procent man. Uit eigen onderzoek van de publieke omroep (NPO) blijkt dat de omroep de wet niet naleeft. Toch volgen er vanuit Den Haag geen sancties of richtlijnen voor verbetering.

Eerder belonen dan straffen

'Er moet een quotum komen voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep', vindt 25 procent van de deelnemers aan het onderzoek.

Financieel straffen, indien het de publieke omroep niet lukt om een goede afspiegeling te laten zien, vindt 16 procent een goede maatregel. Meer mensen vinden echter dat de publieke omroep financieel beloond (22 procent) moet worden indien het wél lukt om een goede afspiegeling te laten zien. 25 procent vindt het tijd voor een quotum voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep.

Maar er zijn ook deelnemers die de discussie naast zich neer leggen. Een kleine 21 procent vindt dat de publieke omroep niet verplicht zou moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te laten zien.

Vrouwen zijn eerder voor quotum

32 procent van de vrouwen tegenover 12 procent van de mannen is voor een quotum voor het percentage vrouwen aan het woord bij programma's van de publieke omroep. Ook voor een quotum voor het percentage vrouwen op beslissende posities bij de publieke omroep zijn meer vrouwen (31 procent) dan mannen (15 procent). Dat 32 procent van de mannen tegenover 15 procent van de vrouwen vindt dat de publieke omroep niet verplicht zou moeten zijn om een goede afspiegeling van de samenleving in de programma's te laten zien, is dan ook weinig verassend.

Hoe hoger de opleiding, hoe meer mensen er voor een quotum zijn. Ondernemers (29 procent) vinden het belangrijker dan mensen in loondienst (19 procent) dat er een quotum komt voor het percentage vrouwen dat bij programma's van de publieke omroep aan het woord komt.

Kennis delen via social media belangrijker

De deelnemers vinden het delen van kennis via social media (68 procent) meer vanzelfsprekend dan kennis delen met journalisten als het betreffende vakgebied in het nieuws is (55 procent).

Ondernemers zien het delen van kennis via social media eerder (81 procent) als onderdeel van hun werk dan mensen in loondienst (50 procent). Ook het delen van kennis met journalisten wordt door ondernemers eerder (70 procent) als onderdeel van hun werk gezien dan door mensen in loondienst (37 procent).

Profilering via de media

Vrouwen (77 procent) vinden ‘jezelf in de media profileren’ vaker dan mannen (64 procent) goed voor je marktwaarde. ‘Investeren in mediacontacten (journalisten) is investeren in je carrière’, zegt 49 procent van de vrouwen tegenover 34 procent van de mannen. Kennis delen met het publiek via de media als het betreffende vakgebied in het nieuws is, zien meer vrouwen (69 procent) dan mannen (54 procent) als een belangrijke kans om zichzelf zakelijk te profileren.

‘Mijn kennis delen met het publiek via de media als mijn vakgebied in het nieuws is, zie ik als een belangrijke kans om mijzelf zakelijk te profileren’, zegt 44 procent van de mensen in loondienst tegenover 78 procent van de ondernemers. Slechts 6 procent vindt dat jezelf in de media profileren alleen belangrijk is voor ondernemers en directeuren. Echter, 24 procent van de mensen in loondienst tegenover slechts 7 procent van de ondernemers zegt dat jezelf in de media profileren voor hem/haar geen zakelijke toegevoegde waarde is.

Wanneer zeggen we ‘ja’ tegen publiciteit

Als mensen worden gevraagd om een interview te geven vanwege de aanwezige vakkennis m.b.t. een bepaald onderwerp, zegt 75 procent ‘ja’ ongeacht het medium (tv, radio, geschreven pers, internet). Het verschil tussen vrouwen (77 procent) en mannen (73 procent) is hierbij vrij klein. Het verschil tussen mensen in loondienst (65 procent) en ondernemers (84 procent) is groter. 11 procent van de mensen in loondienst zegt alleen ‘ja’ tegen de geschreven pers en internet. Bij ondernemers ligt dit percentage op 5 procent.

Eigen initiatief

Een vrij klein deel benadert zelf actief de betreffende redacties als het vakgebied in het nieuws is. Slechts 17 procent ziet het screenen van kranten, om te kijken of er ergens op in te spelen valt, als onderdeel van zijn/haar werk. Er worden wél persberichten verstuurd (21 procent). Vrouwen sturen vaker (26 procent) persberichten dan mannen (11 procent). En ondernemers (28 procent) sturen vaker persberichten dan mensen in loondienst (13 procent). 38 procent zegt nooit redacties te benaderen. Bij mensen in loondienst ligt dit percentage zelfs op 50 procent tegenover 31 procent bij ondernemers.

Drempel

Vrouwen staan meer open voor publiciteit, maar ervaren ook meer drempels.

‘Ik zou wel (meer) in de publiciteit willen komen, maar vraag mijzelf af of ik mijzelf goed genoeg zou kunnen profileren’, zegt 31 procent van de vrouwen tegenover 14 procent van de mannen. Van de vrouwen zegt 31 procent te weinig in de media te komen door tijdgebrek om hier aandacht aan te kunnen besteden. Bij mannen ligt dit percentage op 19 procent.

Mannen (29 procent) zeggen eerder dan vrouwen (14 procent) dat ze alleen in de publiciteit willen komen als ze gevraagd worden.

Invloed crisis

39 procent geeft aan dat het belang om zichzelf in de media te profileren voor zijn/haar carrière is toegenomen door de economische crisis. Voor ondernemers ligt dit percentage op 46 procent tegenover 26 procent van de mensen in loondienst.

Op de vraag of het belang van publiciteit voor het bedrijf waar mensen voor werken is toegenomen door de economische crisis, antwoordt 51 procent 'ja'. In dit geval is het verschil tussen ondernemers (53 procent) en mensen in loondienst (50 procent) een stuk kleiner.

Samenvatting conclusie

Vrouwen vinden het belangrijker dan mannen dat er maatregelen genomen worden om meer vrouwen in de media aan het woord te krijgen. Dat is ook logisch aangezien mannen prima vertegenwoordigd worden en geen minderheidsgroep in de media zijn. Maar ook mensen met een hogere opleiding en ondernemers staan relatief gezien meer open voor maatregelen dan mensen met een lagere opleiding en mensen in loondienst.

Ondanks dat maar 6 procent vindt dat jezelf profileren alleen belangrijk is voor ondernemers en directeuren, komt uit het onderzoek duidelijk naar voren dat het profileren in de media bij mensen in loondienst minder prioriteit heeft. Mensen zien het belang van publiciteit voor het bedrijf waar ze voor werken wel, maar mensen in loondienst zien zichzelf niet als publiciteitskans voor het bedrijf.

Social media zijn meer geaccepteerd als onderdeel van het dagelijkse werk dan het onderhouden van contacten met journalisten en het genereren van publiciteit. Aangezien veel journalisten op Twitter actief zijn, kan dit er alsnog voor zorgen dat mensen via deze weg meer in de publiciteit komen. Vrouwen hechten meer waarde aan de kansen die publiciteit biedt dan mannen, maar ervaren ook meer drempels. Zo geven vrouwen vaker dan mannen aan dat ze tijdgebrek en twijfels over profilering hebben.

Driekwart van de deelnemers zegt ongeacht het medium mee te werken als hij/zij voor een interview wordt gevraagd. Vrouwen staan meer open dan mannen om zelf het initiatief te nemen om in de media te komen. In praktijk is dit te zien aan het aantal persberichten dat vrouwen sturen. Maar naast het versturen van persberichten wordt er door zowel mannen als vrouwen relatief beperkt omgegaan met de kansen die de actualiteit (het nieuws) biedt om vaker in de media te komen. Aangezien het inspelen op de actualiteit verhoudingsgewijs meer kans biedt op publiciteit dan het verzenden van een persbericht, valt hier nog veel te winnen. Dit biedt tevens kansen voor vrouwen om de ongelijke man/vrouw-verhouding in de media recht te trekken. Dit gegeven, gecombineerd met een maatregel om ook redacties uit hun comfort zone te halen en meer nieuwe mensen een stem te geven, kan ervoor zorgen dat een betere afspiegeling van de samenleving in de media sneller dichterbij kan komen.