



> RETOURADRES POSTBUS 1992, 6201 BZ MAASTRICHT

Aan de leden van de Gemeenteraad

BEZOEKADRES

Markt 78
6211 CL Maastricht

POSTADRES

Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

WWW.GEMEENTEMAASRICHT.NL

ONDERWERP

Mediaonderzoek 2025

DATUM

15 april 2026
Verzonden: 17-04-2026

BIJLAGEN

1 (Mediaonderzoek 2025)

BEHANDELD DOOR

W. (Wim) Ortjens

DOORKIESNUMMER

+31 43 350 57 70

ONZE REFERENTIE

2026.01335

E-MAILADRES

wim.ortjens@maastricht.nl

FAXNUMMER

UW REFERENTIE

Geachte leden van de Gemeenteraad,

In dit overvolle en versnipperde medialandschap, met een enorm aanbod aan communicatie, is het voor overheden een complexe opgave om inwoners te bereiken. Daarom brengen we sinds 2015 met een jaarlijks onderzoek het mediagebruik van Maastrichtenaren in beeld. De resultaten van 2025 bied ik u hierbij aan¹. De uitkomsten van dit onderzoek zijn bepalend voor onze communicatiestrategie. We streven immers naar een zo groot mogelijk bereik. Dat lukt het best als we met een zorgvuldig samengestelde mediamix aansluiten bij de meest gebruikte kanalen.

Waardering en bereik in 2025

Als meest actuele en betrouwbare bron voor Maastrichts nieuws blijft *De Limburger* aan kop. Daarna volgen L1, RTV Maastricht, Wat is Loos in Mestreech en De Nieuwe Ster Maastricht. Naast deze waarderingcijfers onderzoeken we ook het bereik: hoeveel mensen een medium minimaal één keer per week gebruiken. Dit zogenoemde 'weekbereik' is gangbaar in mediaonderzoek, omdat programmering vaak een wekelijks ritme kent. Wat betreft weekbereik zien we in Maastricht eveneens De Limburger en L1 samen aan kop, gevolgd door Wat is Loos, De Nieuwe Ster en RTV Maastricht. De laatste drie liggen zo dicht bij elkaar dat de verschillen binnen de foutmarge vallen.

Het weekbereik van al deze media neemt toe naarmate de respondent ouder is, met een piek in de leeftijdsgroep van 55 tot 75 jaar.

Gevolgen voor onze communicatiestrategie

Afhankelijk van de aard van onze campagnes en de beoogde doelgroepen stemmen we, dankzij dit jaarlijkse onderzoek, onze kanalenstrategie telkens af op het bereiken van zoveel mogelijk Maastrichtenaren.

¹ <https://www.gemeentemaastricht.nl/mediaonderzoek-2025>



DATUM
15 april 2026

Onze *mediamix* bestaat daarom uit online, tv en print, via onder meer De Limburger, VIA Maastricht, RTV Maastricht, Wat is Loos in Mestreech, De Nieuwe Ster, News in English en onze eigen kanalen: het magazine *Thuis in Maastricht* en de wekelijkse nieuwsbrief.

Daarnaast zetten we, afhankelijk van het onderwerp, aanvullende middelen in, zoals driehoeksborden, huis-aan-huisbrieven en de papieren afvalkalender. Social media gebruiken we vooral ondersteunend, om doelgroepen te leiden naar informatie op onze websites. We maken geen gebruik van TikTok en X.

Met deze mediamix bereiken we twee derde van alle inwoners.

MilieuApp en afvalkalender

In het afgelopen jaar heeft de gemeentelijke communicatie sterk ingezet op de promotie van de MilieuApp. Deze app kan snel inspelen op de actualiteit, zoals wijzigingen in ophaalschema's. Daarnaast biedt de app gepersonaliseerde pushberichten, zodat inwoners precies weten wanneer en hoe zij hun afval kunnen aanbieden. Het onderzoek laat een duidelijke stijging zien in het gebruik van de MilieuApp. Dit gaat logischerwijs ten koste van het gebruik van de papieren afvalkalender.

Thuis in Maastricht magazine (TiM)

Nieuw in het medialandschap is het huis-aan-huisbezorgde, halfjaarlijks verschijnende TiM Magazine. Dit blad wordt, ter uitvoering van twee raadsnoties, in een pilot van twee jaar door de gemeente uitgegeven. Het magazine bevat veel informatie over het sociale weefsel van de stad en de mensen die daarbij betrokken zijn. Ruim de helft van de inwoners heeft het blad ontvangen of wil het ontvangen. Een ruime meerderheid vindt het magazine aantrekkelijk vormgegeven en wil het opnieuw lezen. Een kleine minderheid ziet geen meerwaarde. Deze resultaten zijn gebaseerd op de eerste twee verschenen edities.

Digitale vaardigheden

Het beeld dat ouderen weinig gebruikmaken van online middelen wordt ook in dit onderzoek weerlegd. Zo gebruikt ruim 80% van de 75-plussers wekelijks e-mail.

Wel zien we dat digitale vaardigheden afnemen naarmate handelingen complexer worden. E-mailen vindt 93% van alle inwoners (heel) makkelijk, terwijl dit voor het afsluiten van een verzekering nog maar voor 60% geldt. Tegelijkertijd nemen digitale vaardigheden in de loop der jaren toe.

De Maastrichtse cijfers komen overeen met landelijke gegevens en bieden belangrijke inzichten voor een overheid die steeds meer van inwoners vraagt op digitaal gebied. Kort gezegd: online kanalen zijn zeer geschikt om inwoners te bereiken met gemeentelijke informatie.



DATUM
15 april 2026

Wanneer ook interactie wordt gevraagd, zoals bij het aanvragen van een paspoort, moet de overheid extra letten op eenvoud en waar nodig ondersteuning bieden. In Maastricht gebeurt dat onder andere via trainingen van de bibliotheek.

Ik vertrouw erop u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben,

Hoogachtend,

W.A.G. Hillenaar
Burgemeester