

Onderzoek mediagebruik Maastricht 2016

mei 2017



Gemeente Maastricht

Publicatiedatum	donderdag 4 mei 2017
Contact	Gemeente Maastricht Team Communicatie (043) 350 42 00 communicatie@maastricht.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Achtergrond	4
1.2	Onderzoeksvraag	4

2	Werkwijze	5
2.1	Vragenlijst	5
2.2	Analyse	5

3	Resultaten	6
3.1	Respons	6
3.2	Media kanalen	6
3.2.1	Maastricht digitaal	6
3.2.2	Overige media	8
3.3	Week- en maandbladen	9
3.4	1Maastricht	10
3.5	Voorkeursmedium	11
3.6	Subgroepen	11

4	Bijlagen	14
4.1	Vragenlijst	14

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De gemeente Maastricht stemt haar berichtgeving af op het mediagebruik van haar inwoners. Een afgewogen middenmix is daarbij belangrijk om te bepalen welke media voor het verspreiden van informatie worden ingezet binnen het beschikbare budget. Zo wordt met de beschikbare middelen een maximaal aantal inwoners bereikt. Omdat het medialandschap continu in beweging is, onderzoekt de gemeente Maastricht jaarlijks het mediagebruik van haar inwoners.

1.2 Onderzoeksvraag

De afdelingen Onderzoek & Statistiek en Communicatie van de gemeente Maastricht hebben gezamenlijk onderzoek gedaan naar de mediaconsumptie van inwoners van Maastricht. Daarbij was de onderzoeksvraag:

Welke media consumeren inwoners van Maastricht en met welke frequentie?

Bij het beantwoorden van de onderzoeksvraag is gemeente Maastricht geïnteresseerd in met mediagebruik van alle Maastrichtenaren, ongeacht hun achtergrond.

Bij het beantwoorden van de onderzoeksvraag is tevens het mediagebruik van diverse subdoelgroepen globaal in kaart gebracht. De subdoelgroepen waarvan er op basis van het aantal respondenten een globale uitspraak gedaan kan worden, zijn:

- Ouderen (75-plus)
- Jongeren tot 25 jaar
- Laaggeschoolden
- Mensen zonder werk

2 Werkwijze

2.1 Vragenlijst

Voor de evaluatie is gebruik gemaakt van een vragenlijst (Bijlage 4.1).

Deze vragenlijst is zowel op papier als digitaal verspreid onder inwoners van Maastricht via onder andere een enquête in de weekkrant 1Maastricht, bevraging van het MaastrichtForum¹, berichten en advertenties op social media, e-mail nieuwsbrieven en actieve benadering van studenten en scholieren op scholen in Maastricht.

2.2 Analyse

De antwoorden worden gewogen voor de leeftijdsgroep en woonwijk van de respondent. De analyse vindt plaats op gemeenteniveau. Indien een bepaalde doelgroep een significant afwijkende mening heeft ten opzichte van het gemiddelde, en deze doelgroep is in voldoende mate vertegenwoordigd om een betrouwbare uitspraak over te doen, dan zal dit worden weergegeven.

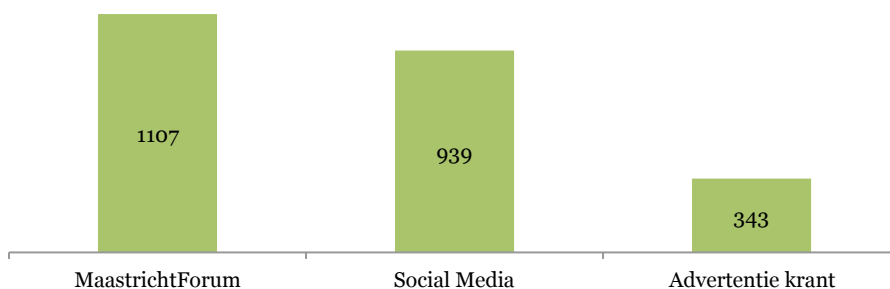
¹ Het MaastrichtForum is een representatief online panel, in beheer van de gemeente Maastricht, van ruim 3000 inwoners van Maastricht die een aantal maal per jaar een vragenlijst invullen.

3 Resultaten

3.1 Respons

De vragenlijst is door 2389 respondenten ingevuld (Figuur 1)

Figuur 1: Respons social media en nieuwsbrief

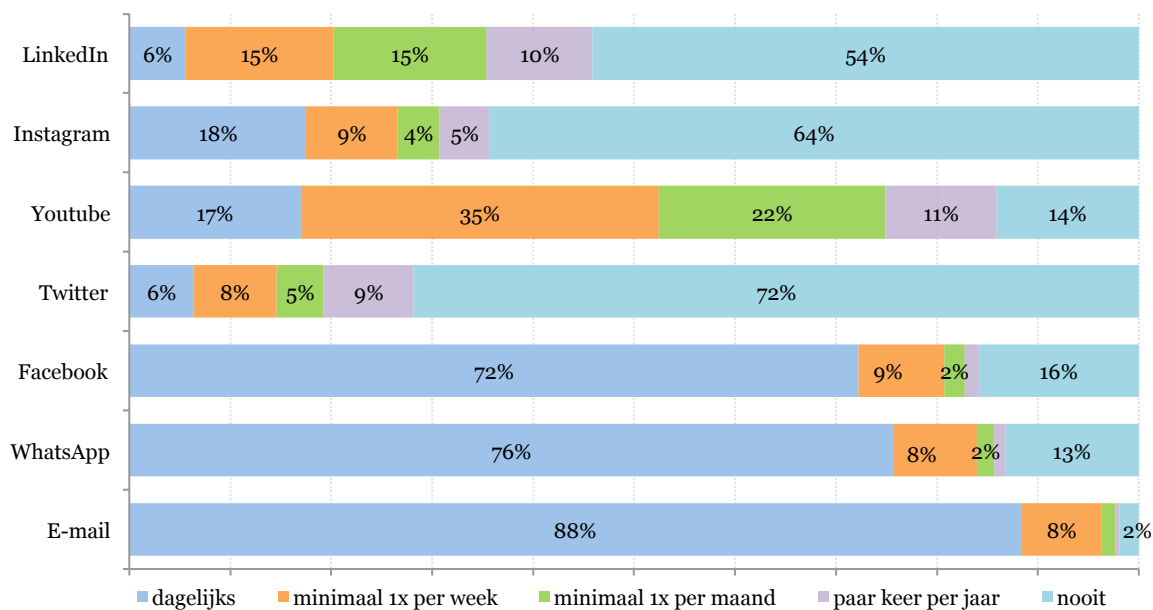


3.2 Media kanalen

3.2.1 Maastricht digitaal

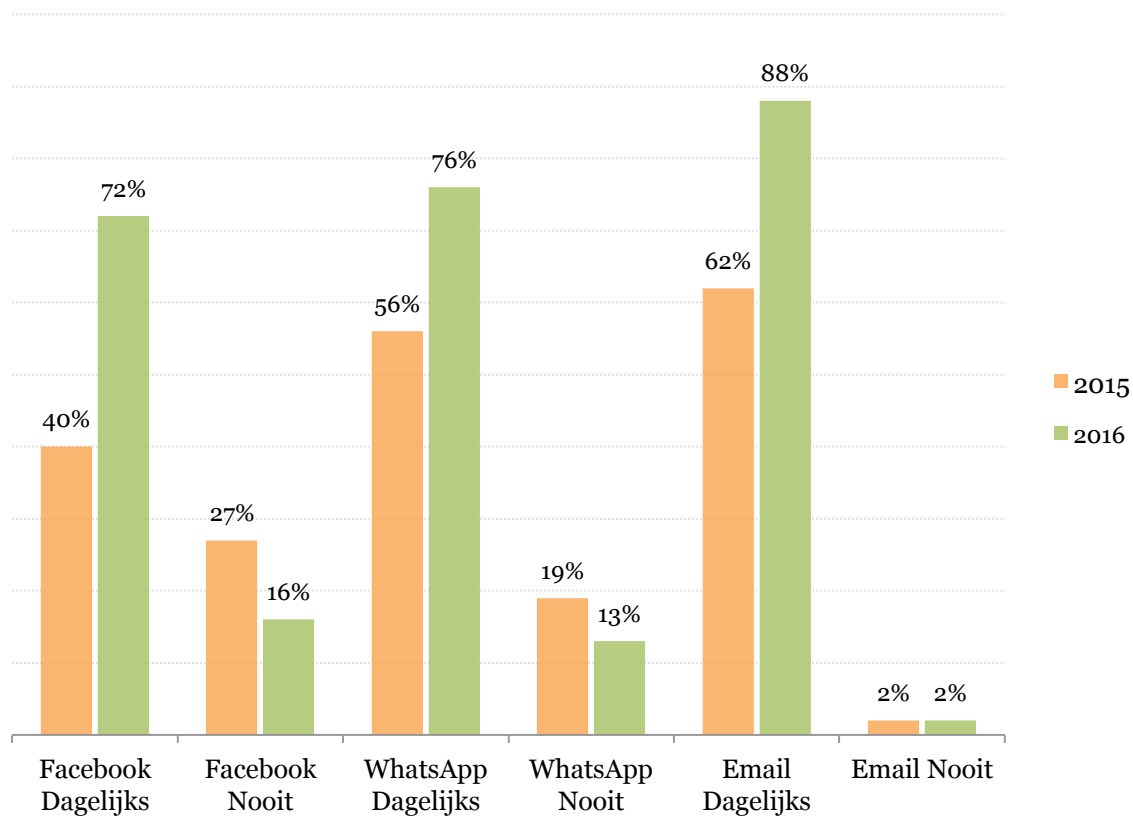
Figuur 2 laat zien dat de respondenten intensief gebruik maken van digitale media. E-mail, WhatsApp en Facebook worden door 72 procent of meer van de respondenten dagelijks gebruikt. Slechts 2% van de inwoners maakt geen gebruik van e-mail. Daarmee is ook vastgesteld dat 98% van de respondenten internet gebruikt. Whatsapp is net zoals in de rest van Nederland ook zeer populair in Maastricht. Ook Facebook is populair met 81% van de respondenten die minimaal 1x per week het medium gebruiken. Twitter is het minst populair bij de ondervraagde inwoners. Hiervan geeft 72% van de respondenten aan dat ze het nooit gebruiken.

Figuur 2: Gebruik mediakanalen (%)



Vergeleken met 2015 is te zien dat in 2016 Facebook, e-mail en WhatsApp meer op dagelijkse basis worden gebruikt door de respondenten. Zoals te zien in Figuur 3, gaf in 2015 nog 27% van de bevroagde inwoners aan geen gebruik te maken van Facebook tegen 16% in 2016. Bijna 9 op de 10 respondenten gebruikt in 2016 dagelijks² e-mail, terwijl dit in 2015 nog ruim 6 op de 10 was.

Figuur 3. Veranderingen mediagebruik in 2016 ten opzichte van 2015



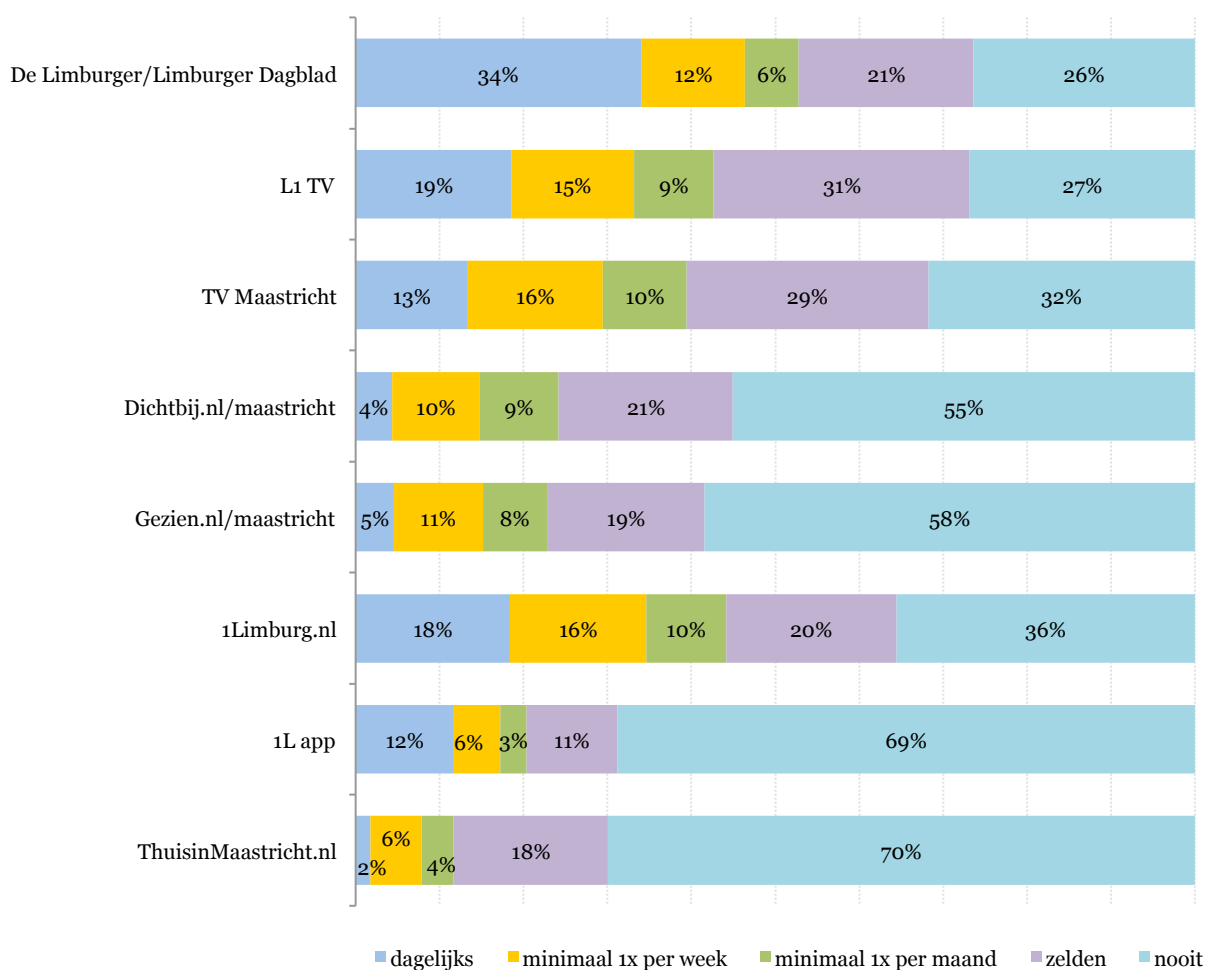
² In 2015 zijn andere antwoordcategorieën gehanteerd ten opzichte van 2016. Voor onderhavige vergelijking zijn bij alle drie de variabelen de categorieën 'veel' en 'heel veel' van 2015 samengenomen en afgezet tegen de categorie 'dagelijks' in 2016.

3.2.2 Overige media

In Figuur 4 is te zien dat dagblad De Limburger veruit het meest frequent dagelijks wordt gelezen. Het aantal respondenten dat naar TV Maastricht of L1 TV kijkt is gestegen ten opzichte van 2015. Gaf toen nog respectievelijk 60% en 66% aan deze zenders wel eens te bekijken, in 2016 kijkt 68% en 73% van de ondervraagde inwoners wel eens naar deze zenders. Tegelijkertijd is de intensiviteit van het kijkgedrag gedaald; naar TV Maastricht kijkt in 2016 nog 29% van de bevroegde inwoners minimaal 1x per week, naar L1 TV is dat 34%.

De digitalisering zet ook door bij formele media. Keek in 2015 bijvoorbeeld nog 34% wel eens naar de website van L1, is dat in 2016 gestegen naar 64%. Het nieuwe medium www.thuisinmaastricht.nl, dat in 2016 zijn intrede maakte in Maastricht, wist 30% van de respondenten te vinden. Het percentage dat regelmatig gebruikt maakt van deze website, blijft nog wel achter bij de gevestigde media.

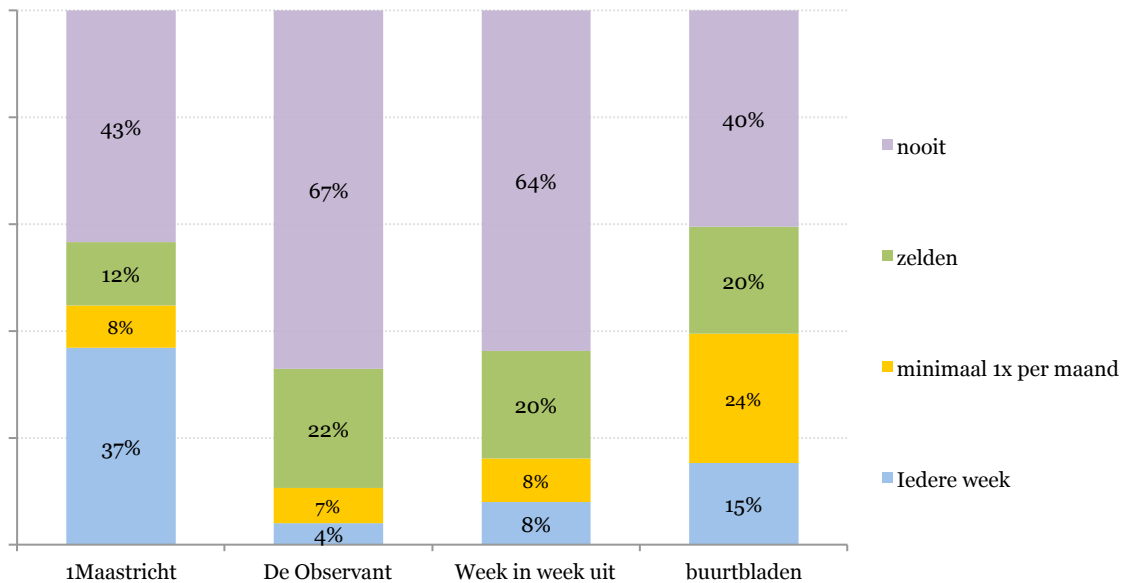
Figuur 4: Dagelijks gebruik Limburgse mediakanalen (%)



3.3 Week- en maandbladen

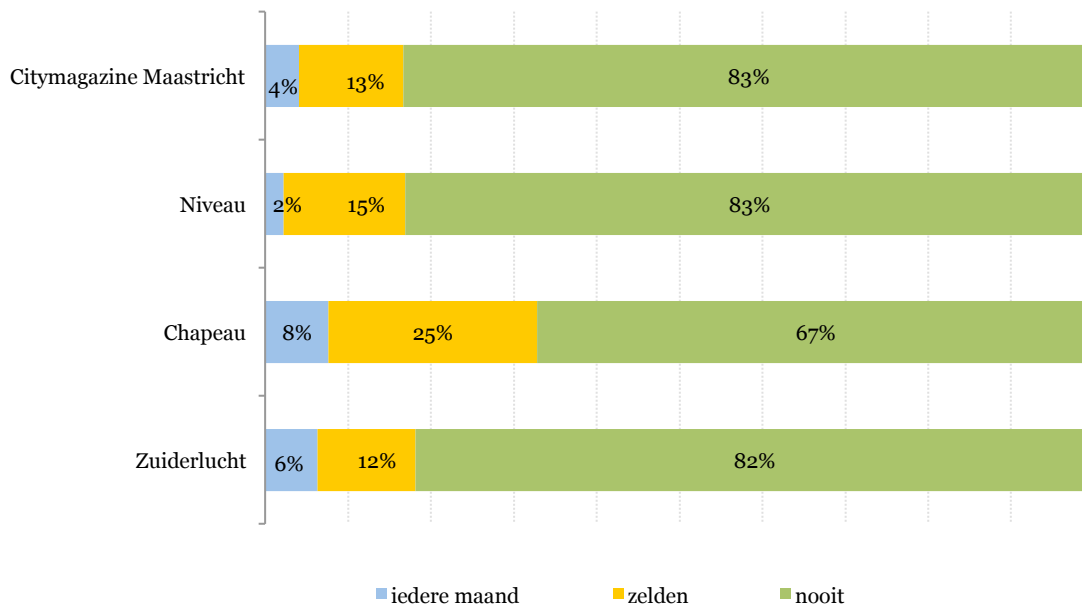
Figuur 5 laat zien dat van de regionale weekbladen 1Maastricht het meest frequent wordt gelezen. 37% van de ondervraagde Maastrichtenaren leest deze weekkrant iedere week. De Observant daarentegen wordt het minst frequent gelezen door de bevroagde inwoners van Maastricht; tweederde geeft aan dit weekblad nooit te lezen.

Figuur 5: Leesfrequentie weekbladen (%)



Uit Figuur 6 is af te lezen dat de regionale maandbladen een beperkter bereik hebben dan de weekbladen of dagelijkse media. Het blad 'Chapeau' wordt het meest frequent gelezen; 1 op de 10 respondenten geeft aan het blad elke maand te lezen.

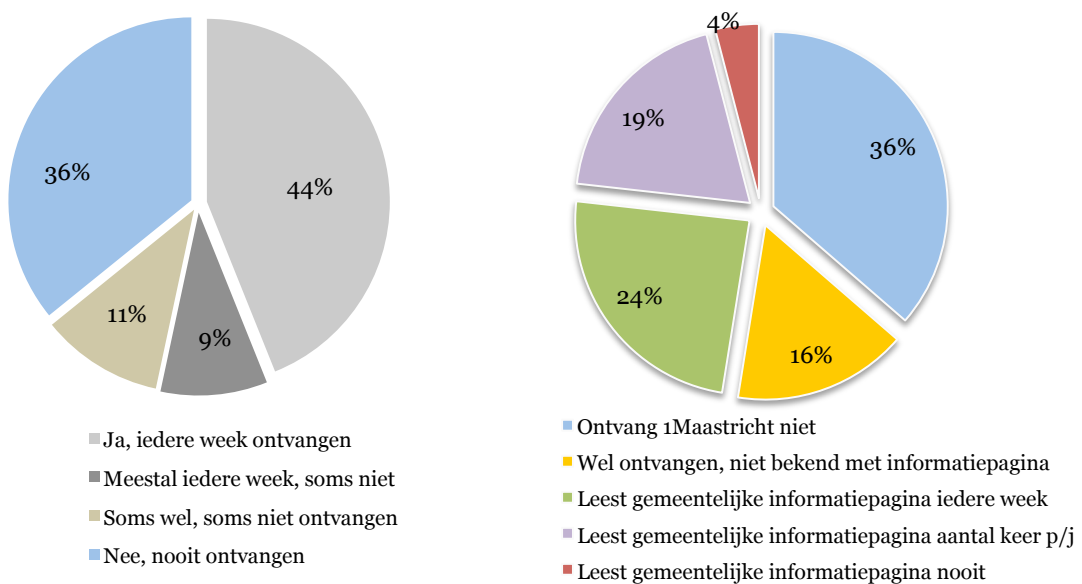
Figuur 6: Maandlijks lezen maandbladen (%)



3.4 1Maastricht

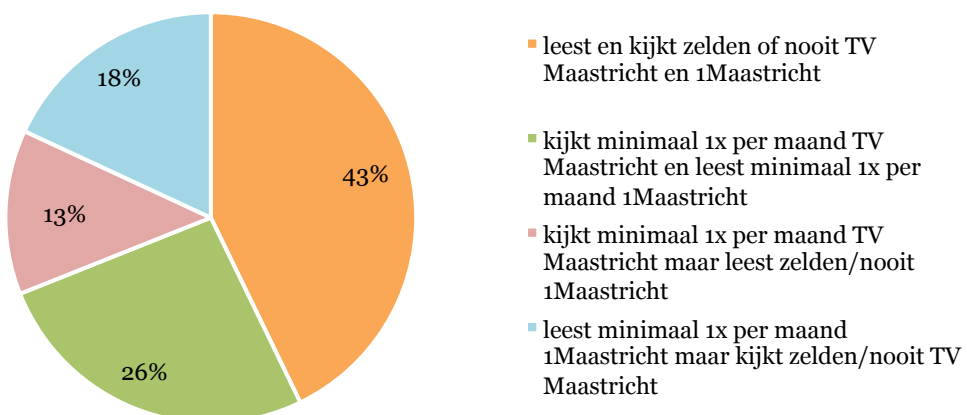
Bijna een derde van de respondenten geeft aan dat ze weekkrant 1Maastricht niet ontvangt, zo blijkt uit Figuur 7. Bij 44% van de respondenten wordt de krant iedere week bezorgd en nog eens 9% ontvangt 1Maastricht meestal iedere week, maar niet altijd. Tot slot geeft 11% aan de krant soms wel, soms niet te ontvangen. Zoals in Figuur 5 te zien is geeft 37% van alle respondenten aan de 1Maastricht wekelijks te lezen en nog eens 8% minimaal 1x per maand. Iets minder dan een kwart van de ondervraagde inwoners die de weekkrant ontvangt, leest de gemeentelijke informatiepagina in deze krant iedere week.

Figuur 7: Ontvangst- en leesfrequentie van 1Maastricht



In Figuur 8 is af te lezen dat ruim vier op de tien bevroagde Maastrichtenaren zelden of nooit TV Maastricht kijkt en 1Maastricht leest. Ruim een kwart daarentegen consumeert beide media minimaal 1x per maand.

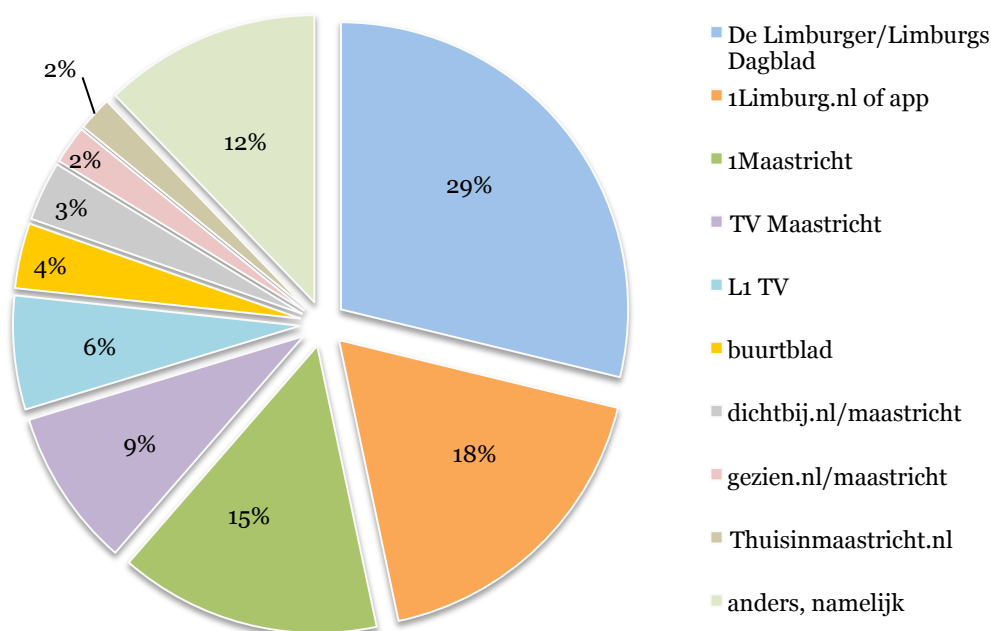
Figuur 8: Overlap kijkers TV Maastricht en lezers 1Maastricht



3.5 Voorkeursmedium

Als er één medium gekozen moet worden waar de respondenten hun nieuws vandaan haalden, dan haalt deze het nieuws het liefst uit Dagblad de Limburger/Limburs Dagblad. Samen met de website en/of app van 1Limburg haalt bijna de helft van alle bevroegde Maastrichtenaren hier het liefst nieuws vandaan (Figuur 9). De andere helft heeft een uiteenlopende voorkeur voor een van de overige nieuwsbronnen.

Figuur 9: Voorkeursmedium respondenten (%)



3.6 Subgroepen

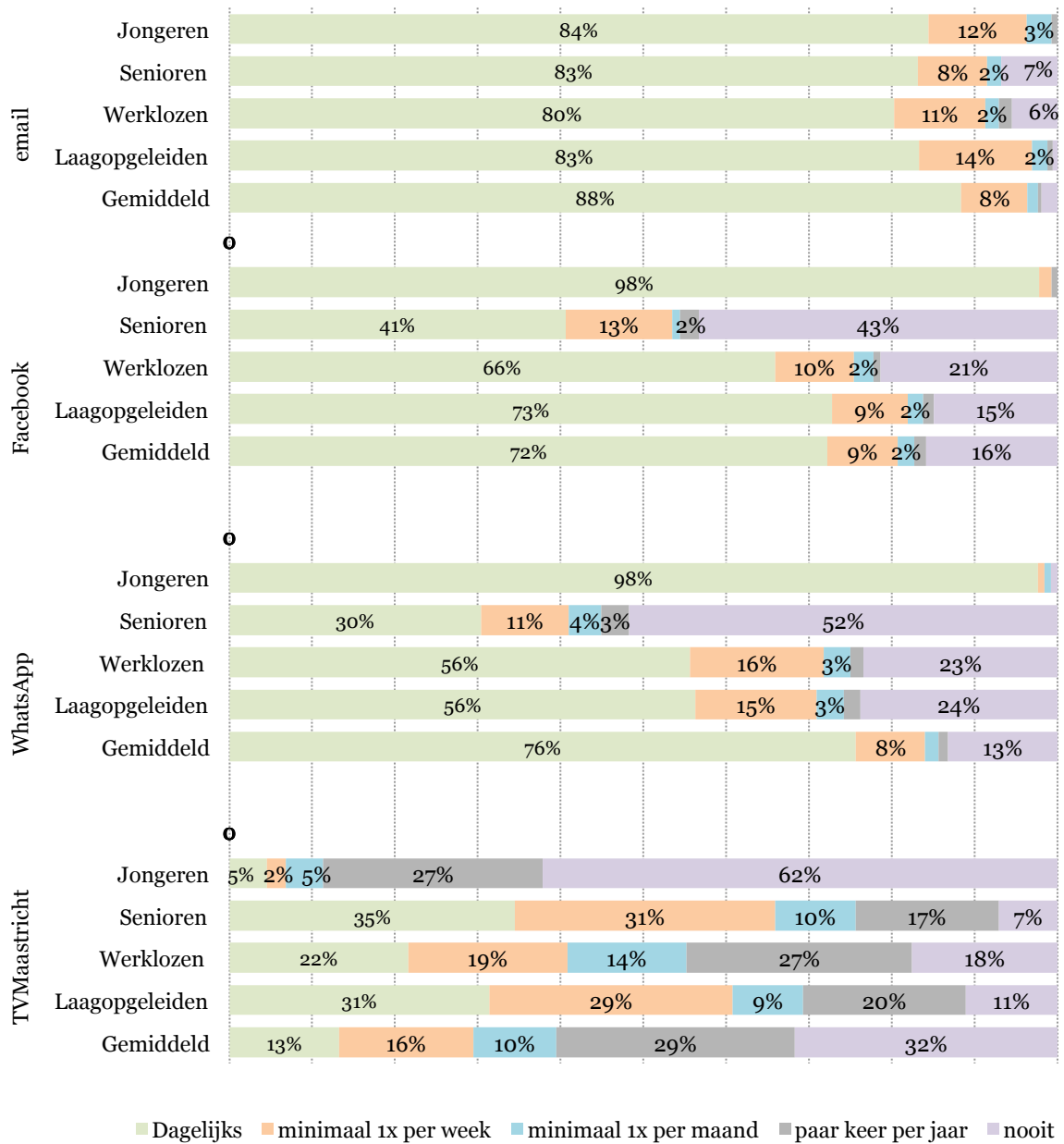
Interessant is ook om kort te kijken naar het mediagebruik van diverse subgroepen en dit af te zetten tegen het gemiddelde. De respons is onvoldoende voor harde conclusies, maar de percentages kunnen wel een indicatie zijn voor de wijze waarop bepaalde doelgroepen wellicht het beste benaderd kunnen worden.

Gekeken is naar het mediagedrag van jongeren tot 25 jaar, senioren (75 plus), mensen zonder werk en laagopgeleiden. De verdeling van deze groepen binnen de totale groep respondenten is als volgt:

Tabel 1: Grootte van subgroepen

Subgroep	Aantal
Jongeren (25-)	134 (6%)
Senioren (75+)	242 (10%)
Mensen zonder werk	130 (5%)
Laagopgeleiden	157 (7%)

Figuur 10. Leesfrequentie diverse media subgroepen ten opzichte van het gemiddelde

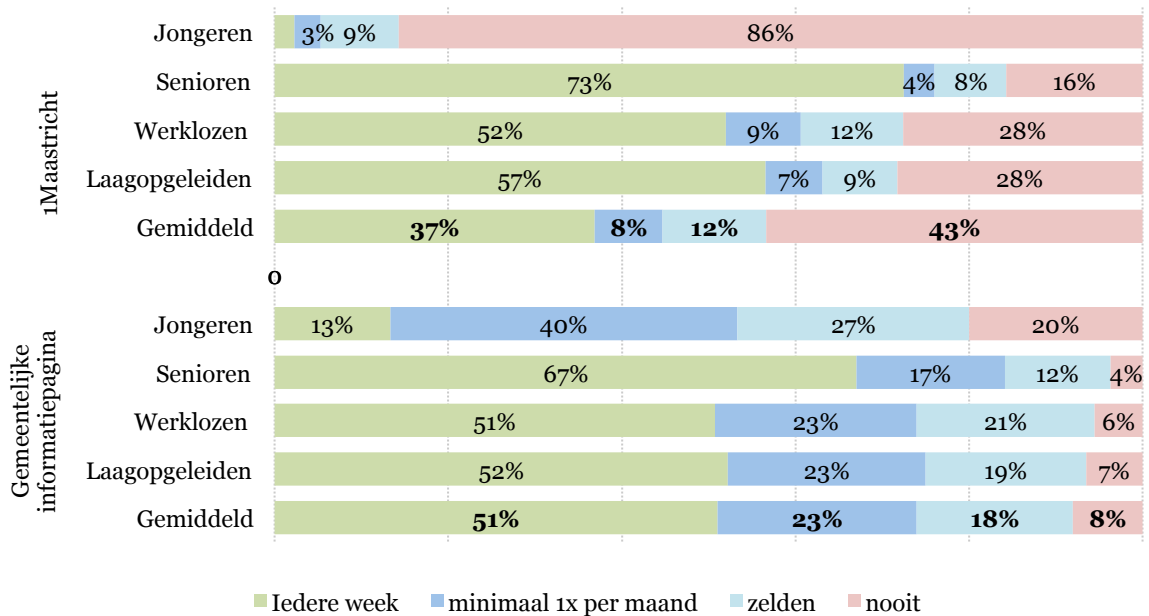


Uit de analyse (Figuur 10) blijkt onder meer dat het gebruik van e-mail weinig verschilt per subgroep. Gekeken naar het gebruik van Facebook en Whatsapp is te zien dat jongeren vaker dan gemiddeld³ hier gebruik van maken en senioren juist minder. TV Maastricht wordt door jongen relatief vaak nooit bekeken, maar door de andere subgroepen wel vaker dan gemiddeld.

³ Niet gezegd kan worden of dit significant afwijkt, dat wil zeggen of toeval uitgesloten kan worden. De termen 'vaker' of 'minder' e.d moeten als relatief worden beschouwd en de cijfers zijn slechts ter indicatie te gebruiken.

Figuur 11 laat de lees- en kijkfrequentie zien van 1Maastricht en de gemeentelijke informatiepagina van de verschillende subgroepen ten opzichte van het gemiddelde van alle ondervraagde respondenten. Het gemiddelde van 1Maastricht is gebaseerd op *alle* ondervraagde respondenten, dus inclusief diegene die aangeven het blad niet te lezen of te ontvangen. Het gemiddelde van de gemeentelijke informatiepagina betreft de groep respondenten die aangeven soms, meestal of altijd 1Maastricht te ontvangen én bekend te zijn met de gemeentelijke informatiepagina. Hieruit komt naar voren dat 1Maastricht door jongeren nauwelijks geconsumeerd wordt en door senioren juist relatief vaak.

Figuur 11. Lees- en kijkfrequentie 1Maastricht en Gemeentelijke Informatiepagina door subgroep



4 Bijlagen

4.1 Vragenlijst

1. Hoe vaak gebruikt u onderstaande media?

	dagelijks	minimaal 1x per week	minimaal 1x per maand	paar keer per jaar	nooit
e-mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
WhatsApp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Youtube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LinkedIn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Hoe vaak leest/bekijkt u onderstaande media?

	dagelijks	minimaal 1x per week	minimaal 1x per maand	zelden	nooit
De Limburger/Limburger Dagblad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L1 TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV Maastricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dichtbij.nl/maastricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gezien.nl/maastricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1Limburg.nl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1L app	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ThuisinMaastricht.nl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Hoe vaak leest/bekijkt u onderstaande weekbladen?

	Iedere week	minimaal 1x per maand	zelden	nooit
1Maastricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De Observant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Week in week uit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
buurtbladen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Hoe vaak leest/bekijkt u onderstaande maandbladen?

	iedere maand	zelden	nooit
Zuiderlucht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chapeau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Niveau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Citymagazine Maastricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Ontvangt u huis-aan-huis-blad 1Maastricht?

-
- Ja, iedere week
- Meestal iedere week, soms niet
- Soms wel, soms niet
- Nee, nooit - Go to 8
-

6. Weet u dat er in 1Maastricht een gemeentelijke informatiepagina staat?

- ja
- nee - Go to 8
-

7. Hoe vaak leest u deze gemeentelijke informatiepagina?

- Iedere week
- minimaal 1x per maand
- paar keer per jaar
- nooit
-

8. Als u één medium moest kiezen, waar haalt u dan nieuws uit Maastricht vandaan?
(Via het medium zelf of via hun nieuwsbrief/social media/etc.)

- De Limburger/Limburgs Dagblad
- TV Maastricht
- 1Maastricht
- 1Limburg.nl of app
- L1 TV
- Thuisinmaastricht.nl
- dichtbij.nl/maastricht
- gezien.nl/maastricht
- buurtblad
- anders, namelijk
-

9. Achtergrond

We willen u nog een paar vragen stellen over uw achtergrond. Deze kenmerken gebruiken we om de communicatie gericht te kunnen verbeteren.

10. In welk jaar bent u geboren?

11. Wat zijn de eerste 4 cijfers van uw postcode?

12. Bent u in Nederland geboren?

- ja
- nee
-

13. Wat is uw voornaamste bezigheid overdag

- Gepensioneerd
-

-
- Huisvrouw/huisman
 - In loondienst
 - Scholier
 - Student
 - Werkloos/AWW/WAO
 - Zelfstandig ondernemer
 - Anders, namelijk
-

16. Bedankt

Bedankt voor het invullen van de vragenlijst.
