

Onderzoek mediagebruik Maastricht 2017

Februari 2018



Gemeente Maastricht

Publicatiedatum	februari '18
Contact	Gemeente Maastricht Organisatieonderdeel Communicatie (043) 350 42 00 communicatie@maastricht.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Werkwijze	5
3	Resultaten	6
3.1	Respons	6
3.2	Mediakanalen	6
3.3	Week- en maandbladen	8
3.4	VIAMaastricht	9
3.5	Voorkeursmedium	12
3.6	Subgroepen	13
4	Bijlagen	17
4.1	Vergelijking voorgaande jaren	17
4.2	Vragenlijst	24

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De gemeente Maastricht stemt haar berichtgeving af op het mediagebruik van haar inwoners. Een afgewogen middelenmix 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 doen jaarlijks gezamenlijk onderzoek naar de mediaconsumptie van inwoners van Maastricht. Daarbij is 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 wordt 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+)
- Jongeren tot 25 jaar
- Laaggeschoolden¹
- Mensen zonder werk

¹ Hieronder wordt respondenten verstaan met als hoogst behaalde diploma: lager onderwijs/basisonderwijs, lager of middelbaar algemeen voortgezet onderwijs of lager beroepsonderwijs.

2 Werkwijze

2.1 Vragenlijst

Voor de evaluatie is gebruik gemaakt van een vragenlijst (Bijlage 4).

Deze vragenlijst is in oktober en november 2017 zowel op papier als digitaal verspreid onder inwoners van Maastricht via onder andere een enquête in de weekkrant VIAMaastricht, bevraging van het MaastrichtForum², berichten en advertenties op Facebook, e-mailnieuwsbrieven en actieve benadering van inwoners van Maastricht bij het ‘gemeenteplein’ in het gemeentehuis.

2.2 Analyse

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. In de analyse zijn de resultaten – waar mogelijk – afgezet tegen de resultaten van 2015 en 2016. Ten behoeve van de leesbaarheid zijn in de meerderheid van de grafieken enkel de gegevens van 2017 opgenomen. De grafieken met vergelijkingen met voorgaande jaren zijn opgenomen in de bijlage.

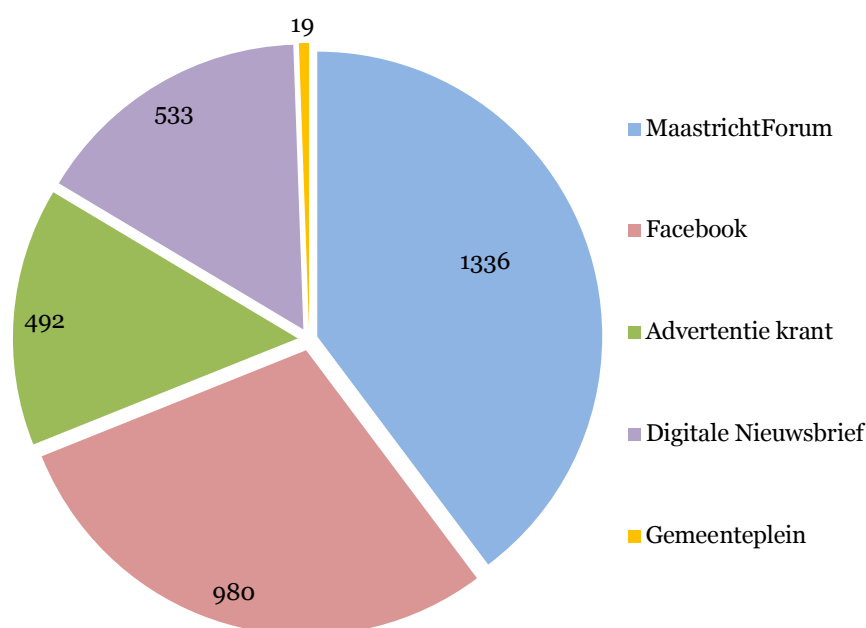
² Het MaastrichtForum is een representatief online panel, in beheer van de gemeente Maastricht, van ruim 3000 inwoners van Maastricht die een aantal maal per jaar een vragenlijst invullen.

3 Resultaten

3.1 Respons

De vragenlijst is door 3360 respondenten ingevuld, in meerderheid door leden van het MaastrichtForum en gebruikers van Facebook (Figuur 1). Vergeleken met 2016 is dit ongeveer duizend respondenten meer.

Figuur 1. Bron respondenten



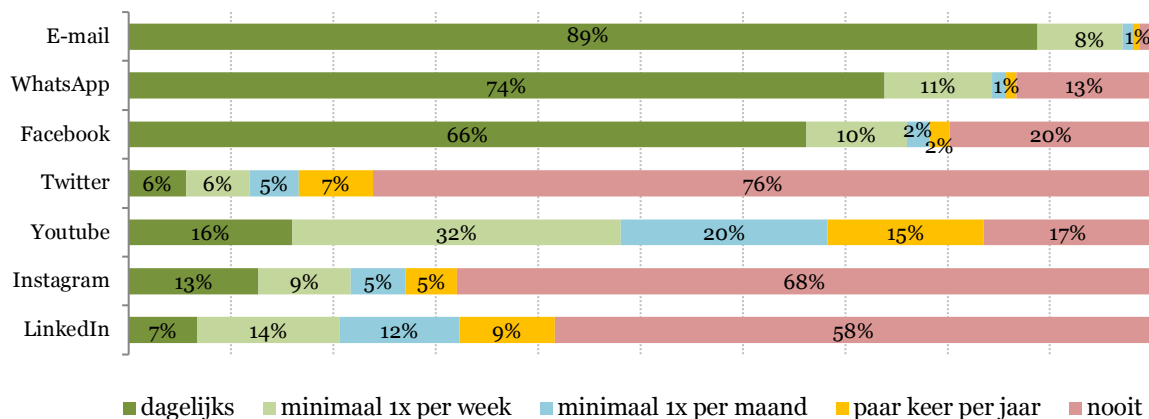
3.2 Mediakanalen

3.2.1 Maastricht digitaal

Figuur 2 laat zien dat de respondenten, evenals vorig jaar, intensief gebruik maken van digitale media³. E-mail, en WhatsApp worden door 72 procent of meer van de respondenten dagelijks gebruikt. Opvallend is dat minder mensen Facebook zijn gaan gebruiken: de hoeveelheid dagelijkse gebruikers is in 2017 6 procentpunten gedaald en de hoeveelheid die nooit Facebook zegt te gebruiken is juist vier procentpunten gestegen. Deze tendens ligt in lijn met de landelijke trend (Newcom, Nationale Social Media Onderzoek 2018). Het aantal inwoners dat geen gebruik maakt van e-mail is een procentpunt gedaald tot 1%. Daarmee kan ook worden geconcludeerd worden dat 99% van de respondenten op enigerlei wijze actief is op internet. Twitter en Instagram zijn het minst populair bij de ondervraagde inwoners. Hiervan geeft respectievelijk 76% en 64% van de respondenten aan dat ze het nooit gebruiken. Dat is in beide gevallen een toename ten opzichte van 2016.

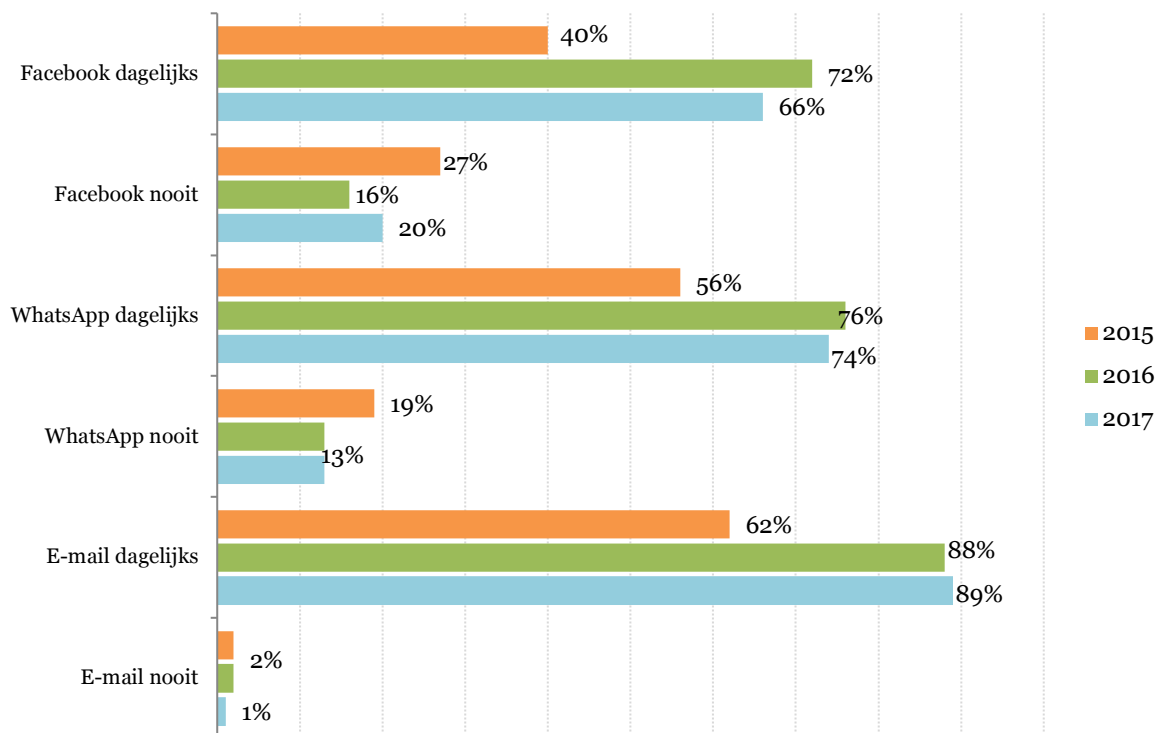
³ Niet uitgesloten is dat veranderingen t.o.v. 2016 komen door de toename en mogelijk andere samenstelling van respondenten.

Figuur 2. Gebruik mediakanalen (%)



In Figuur 3 is te zien dat in 2017, vergeleken met 2015 en 2016, e-mail meer op dagelijkse basis wordt gebruikt door de respondenten. Zoals eerder vermeld werd in 2017 Facebook en WhatsApp daarentegen minder op dagelijkse basis gebruikt dan in 2016, maar nog steeds meer dan in 2015. Evenals in 2016 gebruikten in 2017 bijna 9 op de 10 respondenten dagelijks e-mail, terwijl dit in 2015⁴ nog ruim 6 op de 10 was.

Figuur 3. Veranderingen mediagebruik in 2017 ten opzichte van 2015 en 2016 (%)



⁴ In 2015 zijn andere antwoordcategorieën gehanteerd ten opzichte van 2016 en 2017. 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 en 2017.

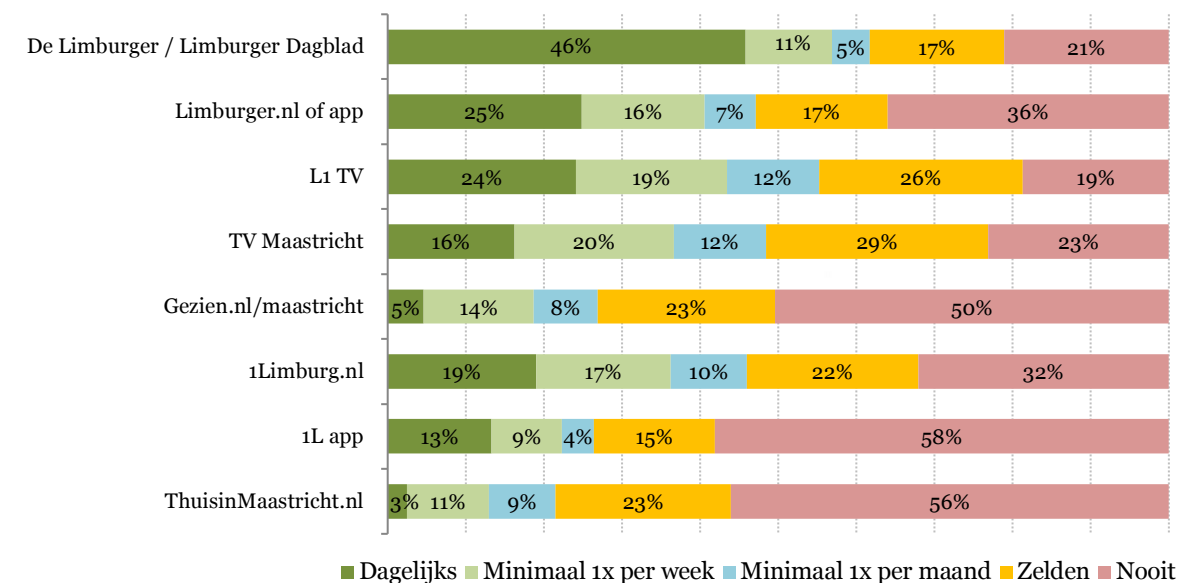
3.2.2 Regionale media

In Figuur 4 is in de eerste plaats te zien dat veel respondenten de bevroegde Limburgse mediakanalen niet gebruiken. In 2017 is dit aantal wel gezakt ten opzichte van 2016. De respondenten die wel de regionale mediakanalen gebruiken, lezen veruit het vaakst dagblad De Limburger. Het aantal dat dit dagelijks doet is in 2017 ook toegenomen. Voor het eerst is dit jaar ook gevraagd hoeveel mensen de website dan wel app van de Limburger gebruiken. Een kwart van de respondenten doet dit dagelijks, ruim een derde daarentegen nooit.

Ten opzichte van 2016 is het aantal respondenten dat dagelijks naar TV Maastricht of L1 TV kijkt gestegen: in 2016 keek nog respectievelijk 13% en 19% van de ondervraagde inwoners dagelijks naar deze zenders, in 2017 steeg dit naar respectievelijk 16% en 24%. Tegelijkertijd is de intensiviteit van het kijkgedrag ook toegenomen: ten opzichte van 2016 keken in 2017 meer mensen dagelijks dan wel wekelijks naar één van deze –of beide– zenders.

De digitalisering zet ook door bij regionale media. Bij alle digitale platforms van deze media is een toename in het gebruik te zien. Keek in 2015 bijvoorbeeld nog 34% wel eens naar de website van L1, is dat in 2017 gestegen naar 64%. Het nieuwe medium www.thuisinmaastricht.nl, dat in 2016 zijn intrede maakte in Maastricht, werd in 2017 door 44% van de respondenten wel eens bezocht. Het percentage dat regelmatig gebruikt maakt van deze website blijft nog wel achter bij de gevestigde media.

Figuur 4. Gebruik Limburgse mediakanalen (%)

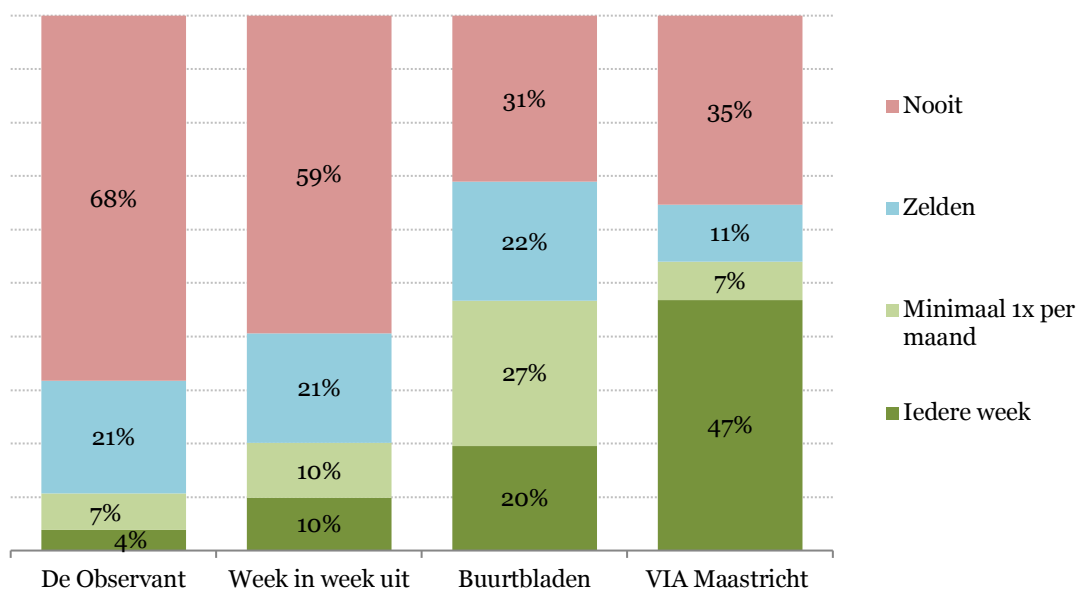


3.3 Week- en maandbladen

3.3.1 Weekbladen

Figuur 5 laat zien dat van de regionale weekbladen de VIAMaastricht (tot 2016 bekend als 1Maastricht) het meest frequent wordt gelezen. 47% 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. Opvallendste toename is die van het lezen van buurtbladen.

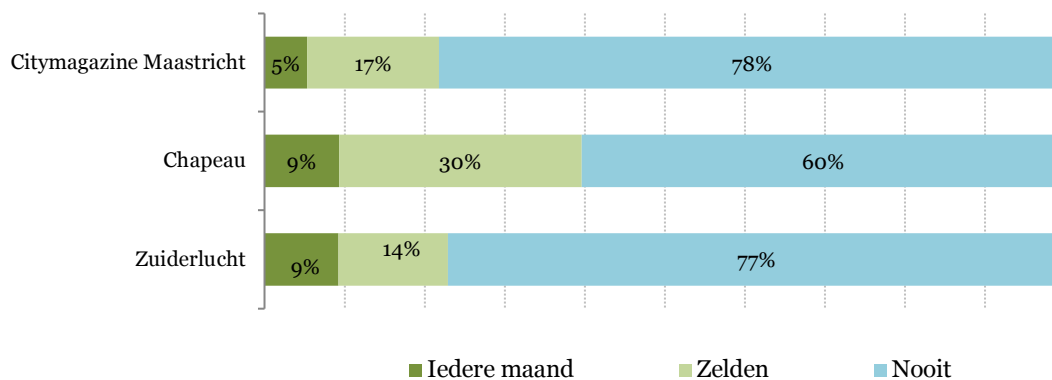
Figuur 5. Leesfrequentie weekbladen (%)



3.3.2 Maandbladen

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; bijna 4 op de 10 respondenten geeft aan het blad wel eens te lezen. De toename van maandelijks lezers ten opzichte van 2016 is het grootst bij Zuiderlucht.

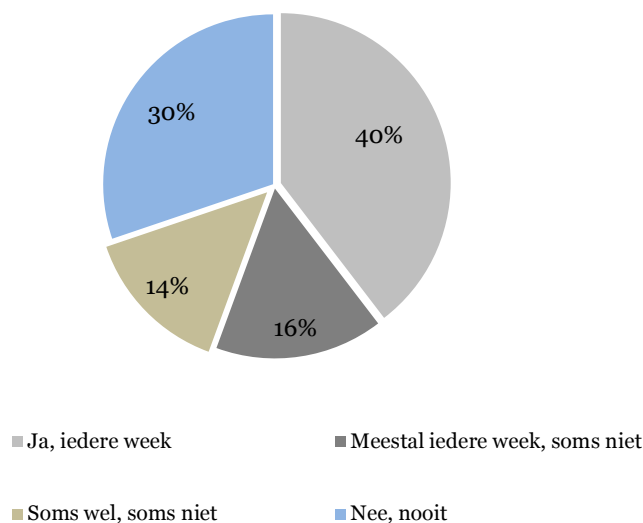
Figuur 6. Maandelijks lezen maandbladen (%)



3.4 VIAMaastricht

Het aantal Maastrichtenaren dat de weekkrant VIAMaastricht (voorheen bekend als 1Maastricht) wekelijks ontvangt is ten opzichte van 2016 4 procentpunten gedaald naar 40%, zo blijkt uit Figuur 7. In 2015 was dat nog 50%. Tegelijkertijd is het aantal respondenten dat de krant nooit ontvangt óók gedaald. Dit betekent dat de bezorging wisselvalliger is dan een jaar geleden; in 2016 ontving nog 2 op de 10 respondenten de krant op onregelmatige basis, in 2017 is dit opgelopen naar 3 op de 10 Maastrichtenaren.

Figuur 7. Ontvangstfrequentie van VIAMaastricht (%)



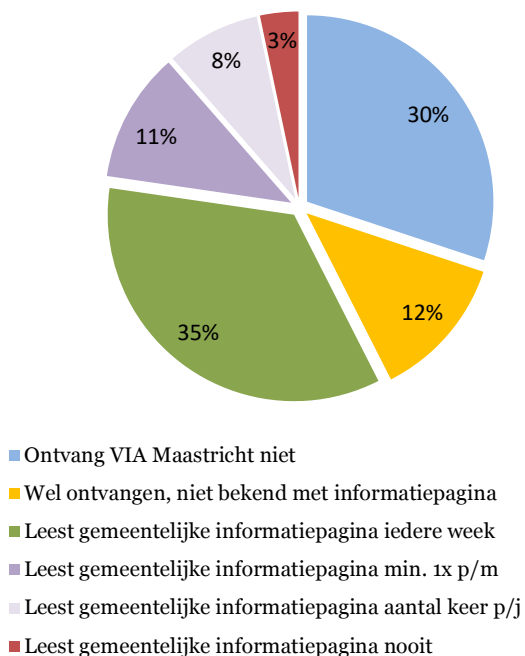
Figuur 5 liet eerder al zien dat 47% van alle respondenten zegt de VIAMaastricht wekelijks te lezen⁵ en nog eens 7% minimaal 1x per maand. Hiermee is het aantal Maastrichtenaren dat zegt de VIAMaastricht wekelijks te lezen hoger dan het aantal wekelijkse ontvangers. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat er respondenten zijn die VIAMaastricht elders (werk, buurtcentra, kennissen) elke week lezen.

⁵ Dat dit percentage hoger ligt dan het aantal wekelijkse ontvangers van Maastricht kan er mogelijk op duiden dat mensen de VIAMaastricht elders (werk, buurtcentra, kennissen) lezen. Een andere mogelijke verklaring is dat de vraag of het blad elke week gelezen wordt foutief is geïnterpreteerd als 'elke keer dat ik het krijg'. In volgend onderzoek zal deze vraag daarom verduidelijkt worden.

3.4.1 Gemeentelijke informatiepagina

Ruim een derde (35%) van de ondervraagde inwoners leest de gemeentelijke informatiepagina in de VIAMaastricht iedere week. Dat is een stijging van ruim 10% ten opzichte van 2016.

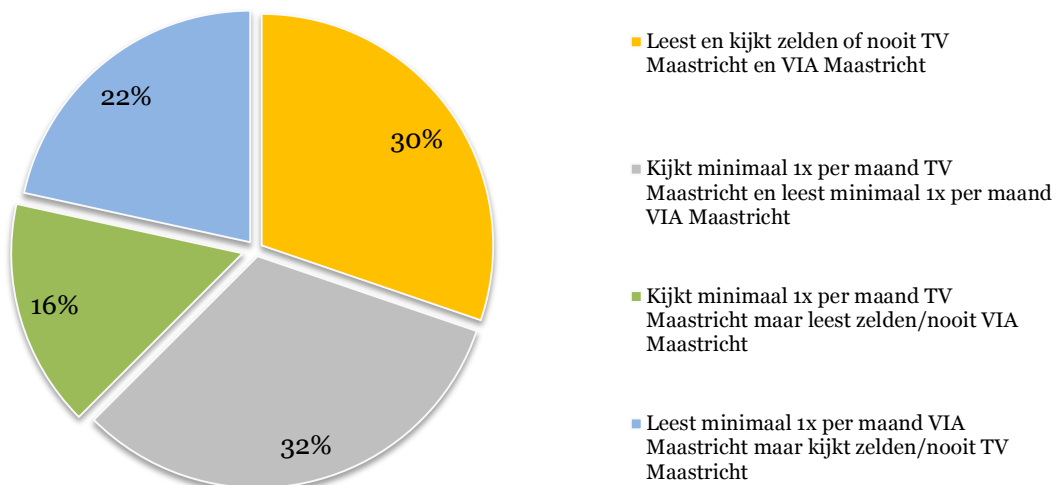
Figuur 8. Leesfrequentie gemeentelijke informatiepagina (%)



3.4.2 Overlap VIAMaastricht en TV Maastricht

In figuur 9 is weergegeven hoe vaak kijkers van TV Maastricht ook de VIAMaastricht lezen. Dit laat zien dat 3 op de 10 Maastrichtenaren zelden of nooit TV Maastricht kijkt, noch VIAMaastricht leest. Daar staat tegenover dat bijna een derde van de respondenten die minimaal één keer per maand TV Maastricht kijkt, ook minimaal 1x per maand de VIAMaastricht leest. Vergelijken met 2016 zijn er minder mensen die geen van beide media bekijken en meer Maastrichtenaren die beide minimaal één keer per maand consumeren.

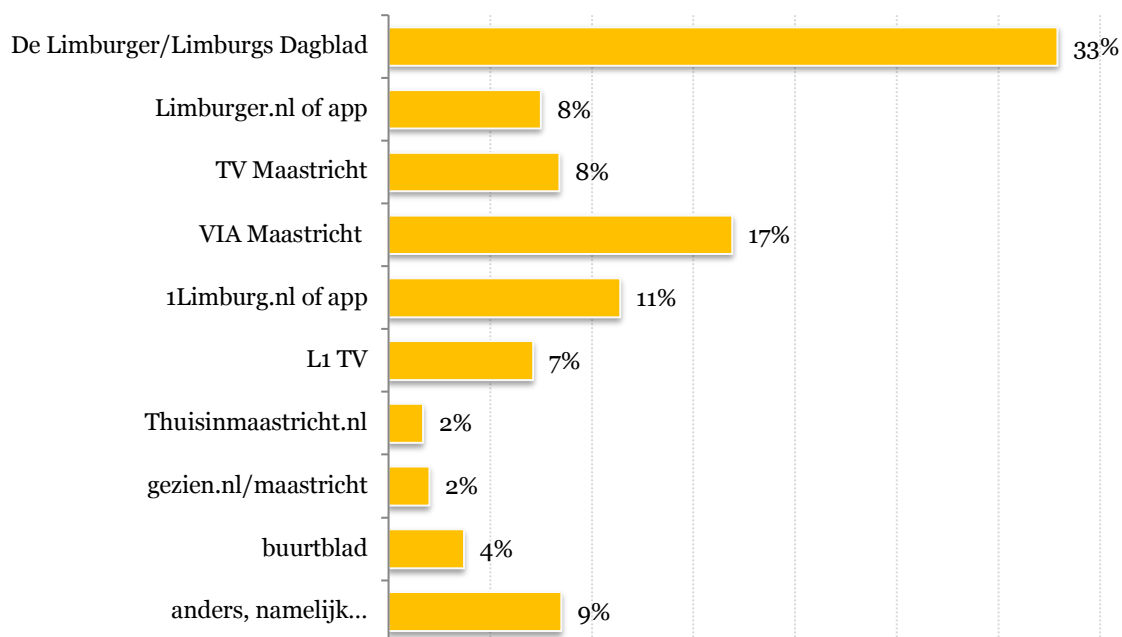
Figuur 9. Overlap kijkers TV Maastricht en lezers VIAMaastricht (%)



3.5 Voorkeursmedium

Als er één medium gekozen moet worden waar de respondenten hun nieuws vandaan halen, dan is dat het vaakst uit Dagblad de Limburger/Limburgs Dagblad, zo laat Figuur 10 zien. Het aandeel respondenten met deze voorkeur is het afgelopen jaar licht gestegen tot een derde van de respondenten (33%). Samen met de website en/of app van 1Limburg en de website en/of app van de Limburger haalt iets meer dan de helft van alle bevraagde Maastrichtenaren hier bij voorkeur het nieuws vandaan. De andere helft heeft een uiteenlopende voorkeur voor een van de overige nieuwsbronnen.

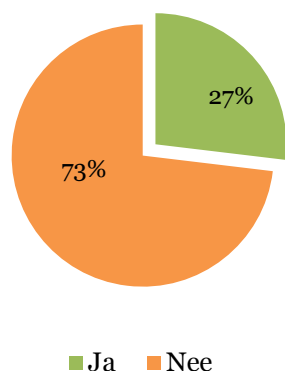
Figuur 10. Voorkeursmedium respondenten (%)



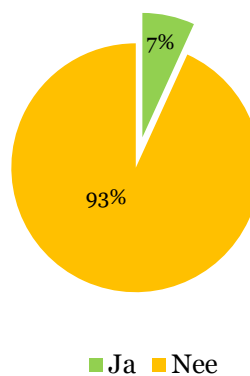
3.6 Thuis in Maastricht

Figuur 11 laat zien dat ruim een kwart van de Maastrichtenaren bekend is met Thuis in Maastricht. De website Thuis in Maastricht is een platform waarop bewoners zelf berichten kunnen plaatsen. Figuur 13 laat zien dat bijna een derde van de mensen die een buurtinitiatief is gestart (Figuur 12) Thuis in Maastricht heeft gebruikt om daar aandacht voor te vragen.

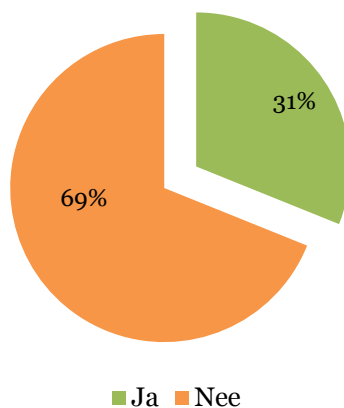
Figuur 11. Bekendheid met Thuis in Maastricht (%)



Figuur 12. Wel of niet een buurtinitiatief gestart (%)



Figuur 13. Inzet Thuis in Maastricht voor promotie buurtinitiatief (%)



3.7 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 geven voor de wijze waarop bepaalde doelgroepen wellicht het beste benaderd kunnen worden.

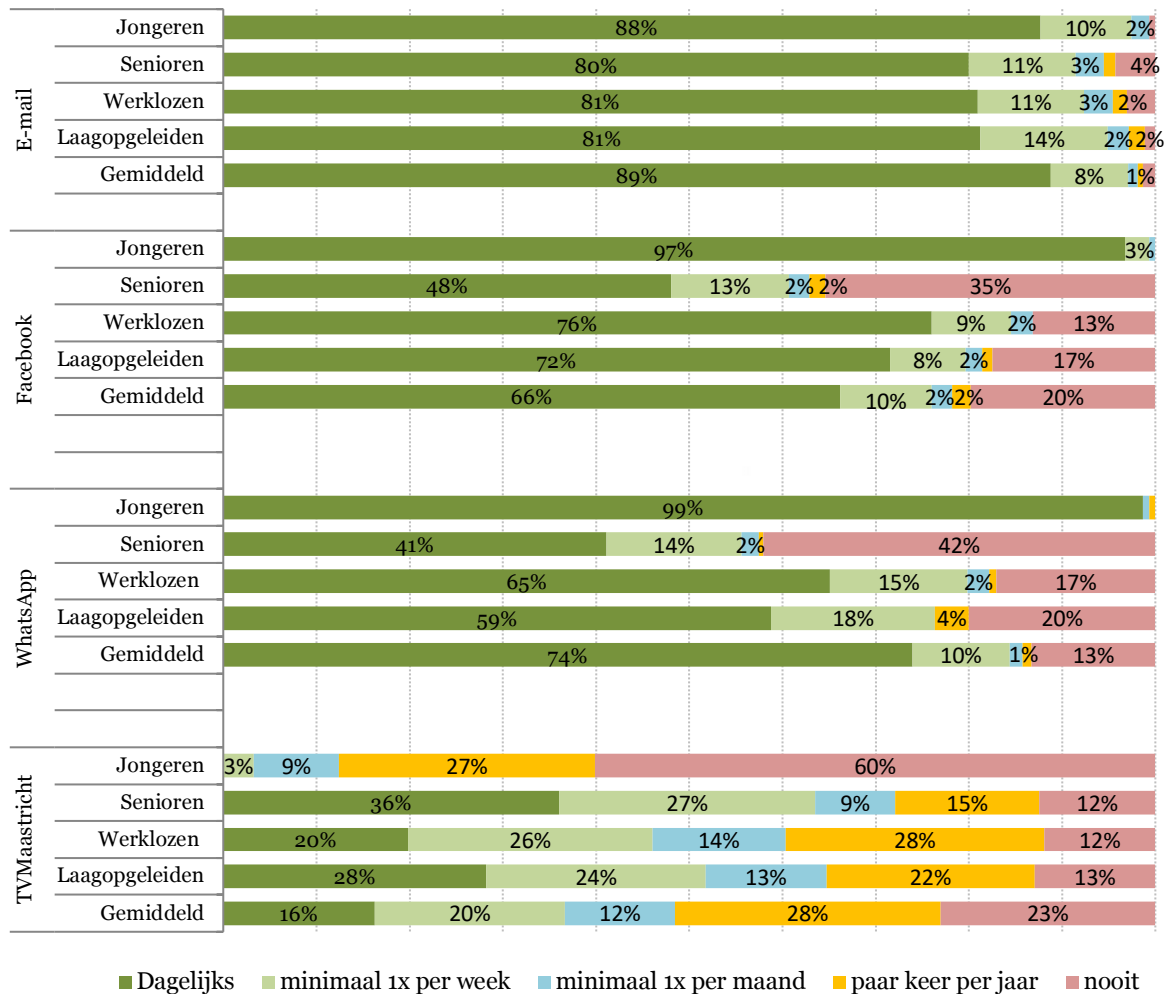
Gekeken is naar het mediagedrag van jongeren tot 25 jaar, senioren (75 plus), mensen zonder werk (met WW/AWW/WAO) en laagopgeleiden (lager onderwijs/basisonderwijs, lager of middelbaar voortgezet onderwijs of lager beroepsonderwijs). De verdeling van deze groepen binnen de totale groep respondenten is als volgt:

Tabel 1. Grootte van subgroepen

	2016	2017
Subgroep	Aantal respondenten	Aantal respondenten
Jongeren (25-)	134 (6%)	154 (5%)
Senioren (75+)	242 (10%)	243 (7%)
Mensen zonder werk	130 (5 %)	132 (4%)
Laagopgeleiden	157 (7%)	177 (5%)

Uit de analyse (Figuur 10) blijkt onder meer dat het gebruik van email weinig verschilt per subgroep. Ook zijn de cijfers vergelijkbaar tussen 2016 en 2017. Gekeken naar het gebruik van Facebook en Whatsapp is te zien dat jongeren vaker dan gemiddeld⁶ hier gebruik van maken en senioren juist minder. Wel is het aantal senioren dat Facebook of Whatsapp dagelijks gebruikt hoger in 2017 (respectievelijk 48% en 41%) dan in 2016 (respectievelijk 41% en 30%). TV Maastricht wordt door jongen relatief vaak nooit bekeken, maar door de andere subgroepen vaker dan gemiddeld wel dagelijks of wekelijks bekeken. Deze cijfers zijn vergelijkbaar tussen 2016 en 2017.

Figuur 14. Leesfrequentie diverse media in de subgroepen en de totale groep van respondenten (%)

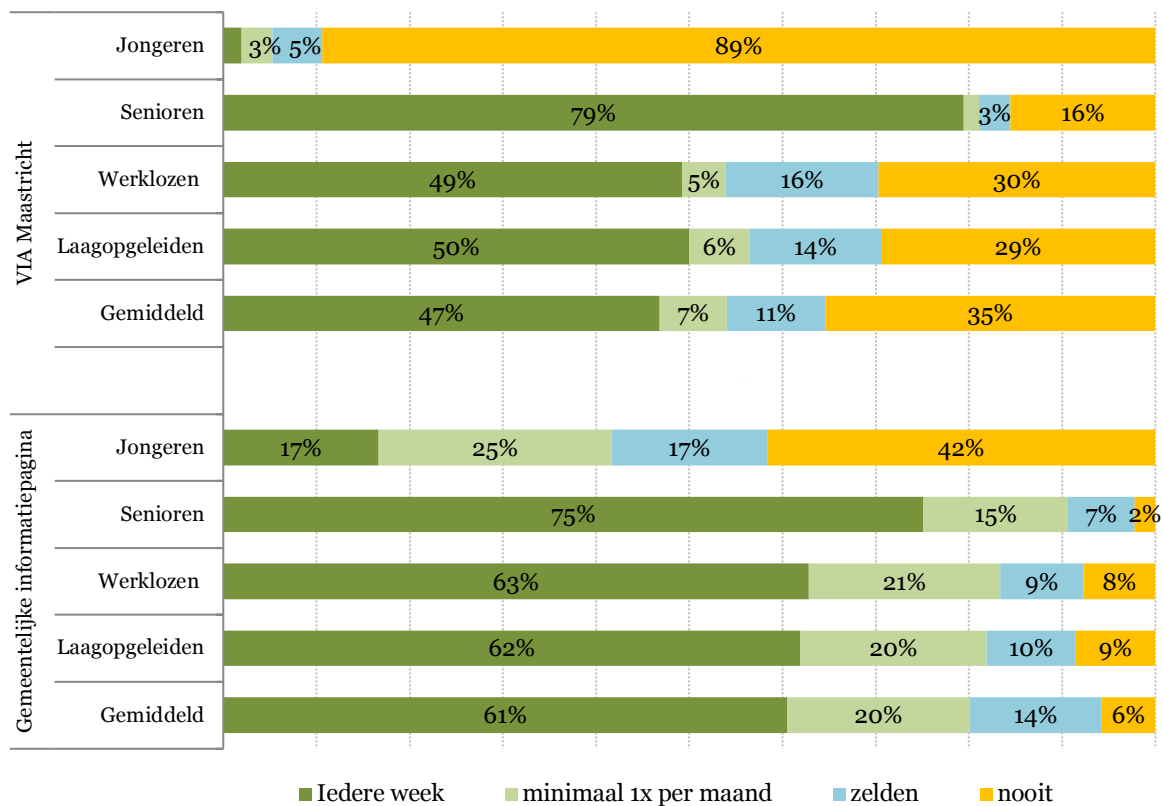


⁶ Niet gezegd kan worden of dit significant afwijkt, dat wil zeggen of toeval uitgesloten kan worden. De termen 'vaker' of 'minder' e.d. moeten als relatief worden beschouwd en de cijfers zijn slechts ter indicatie te gebruiken.

3.7.1 VIAMaastricht en gemeentelijke informatiepagina

Figuur 11 laat de lees- en kijkfrequentie zien van VIAMaastricht (voorheen iMaastricht) en de gemeentelijke informatiepagina van de verschillende subgroepen ten opzichte van het de totale groep van respondenten. De percentages van VIAMaastricht zijn gebaseerd op *alle* ondervraagde respondenten, dus inclusief diegene die aangeven het blad niet te lezen of te ontvangen. De percentages van de gemeentelijke informatiepagina betreffen de groep respondenten die aangeven soms, meestal of altijd VIAMaastricht te ontvangen én bekend te zijn met de gemeentelijke informatiepagina. Hieruit komt naar voren dat VIAMaastricht door jongeren nauwelijks geconsumeerd wordt en door senioren juist relatief vaak. Het aandeel senioren dat VIAMaastricht iedere week leest is daarnaast is hoger in 2017 dan in 2016. Onder laagopgeleiden en mensen zonder werk is dit aandeel juist iets gedaald tussen 2016 en 2017. De gemeentelijke informatiepagina wordt in 2017 door alle subgroepen meer gelezen in dan in 2016.

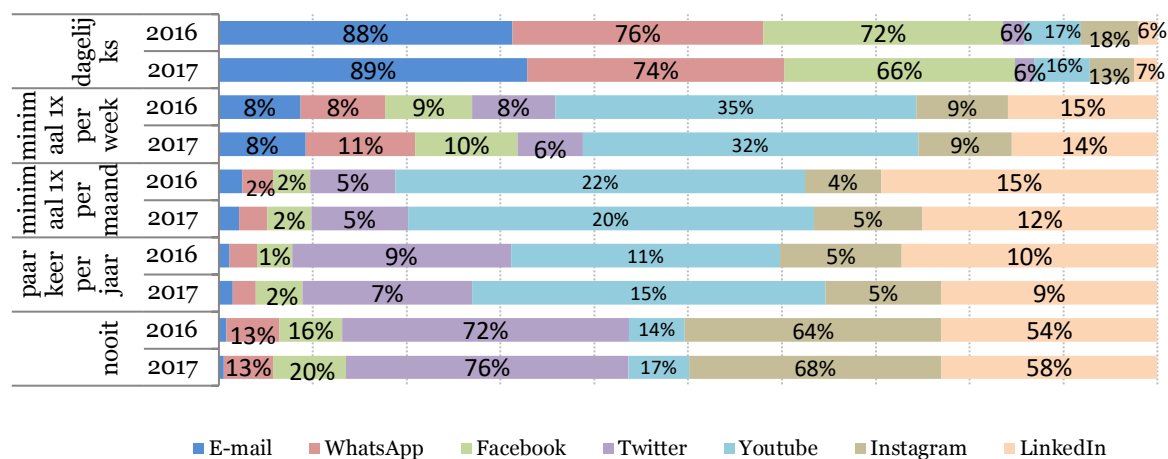
Figuur 15. Lees- en kijkfrequentie VIAMaastricht en de gemeentelijke informatiepagina van de subgroepen en de totale groep van respondenten (%)



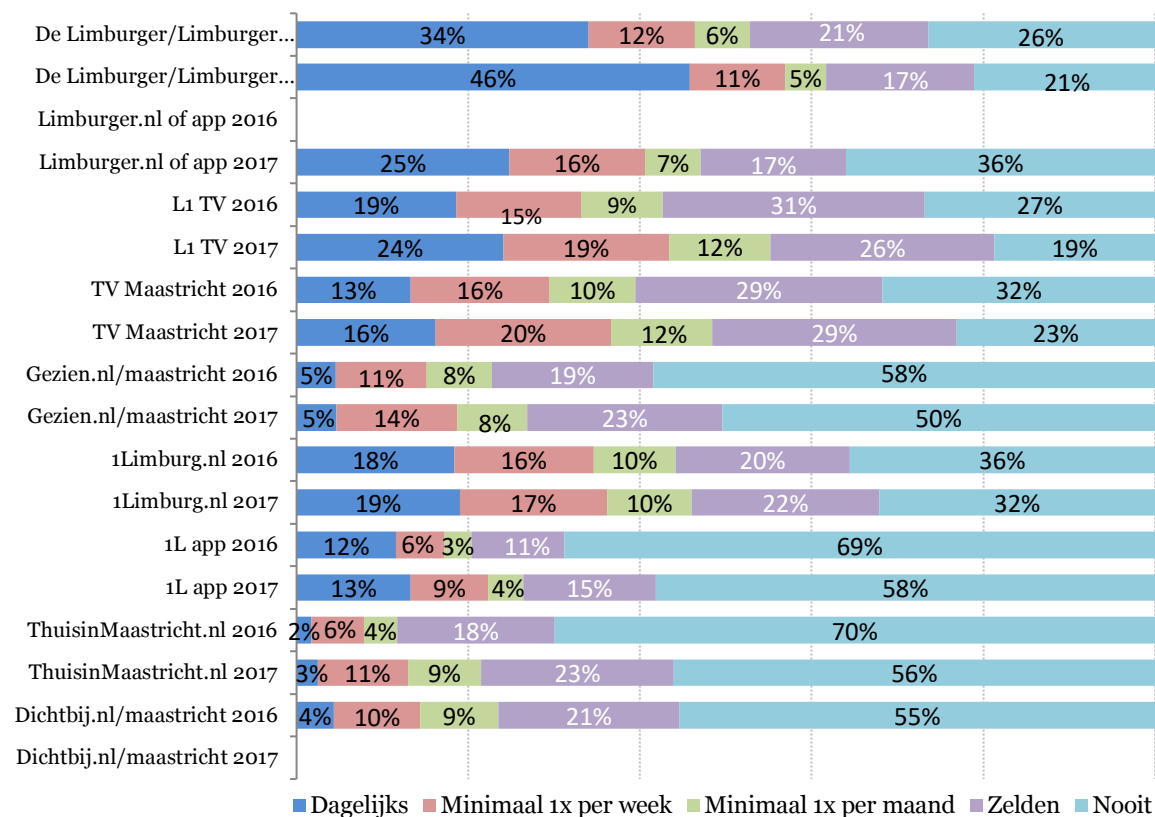
4 Bijlagen

4.1 Vergelijking voorgaande jaren

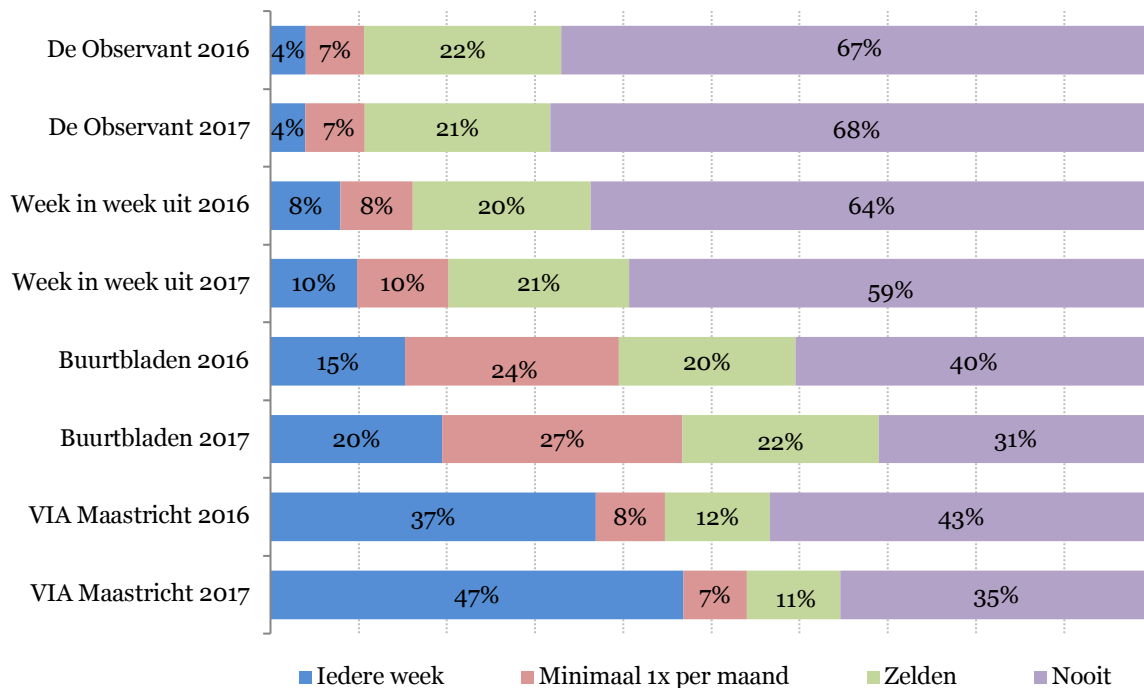
Figuur 16. Gebruik mediakanalen vergeleken met 2016 (%)



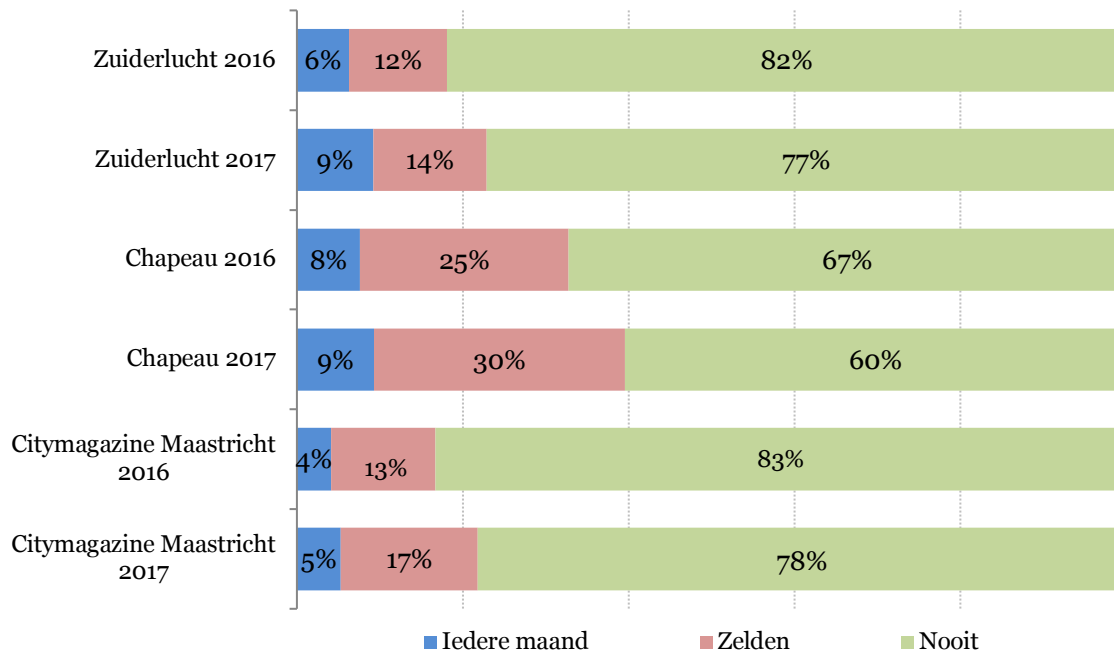
Figuur 17. Gebruik Limburgse mediakanalen, vergeleken met 2016 (%)



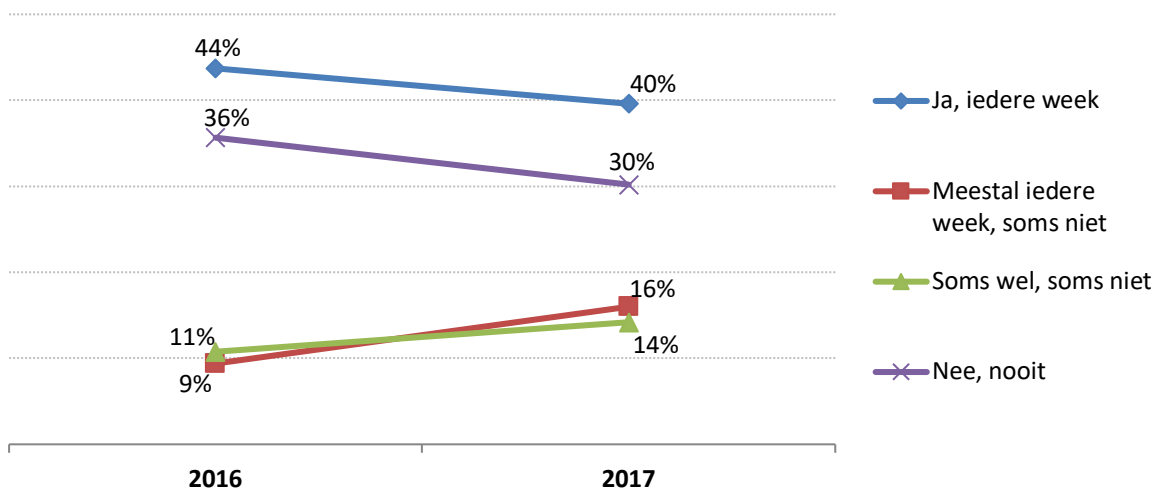
Figuur 18. Leesfrequentie weekbladen, vergeleken met 2016 (%)



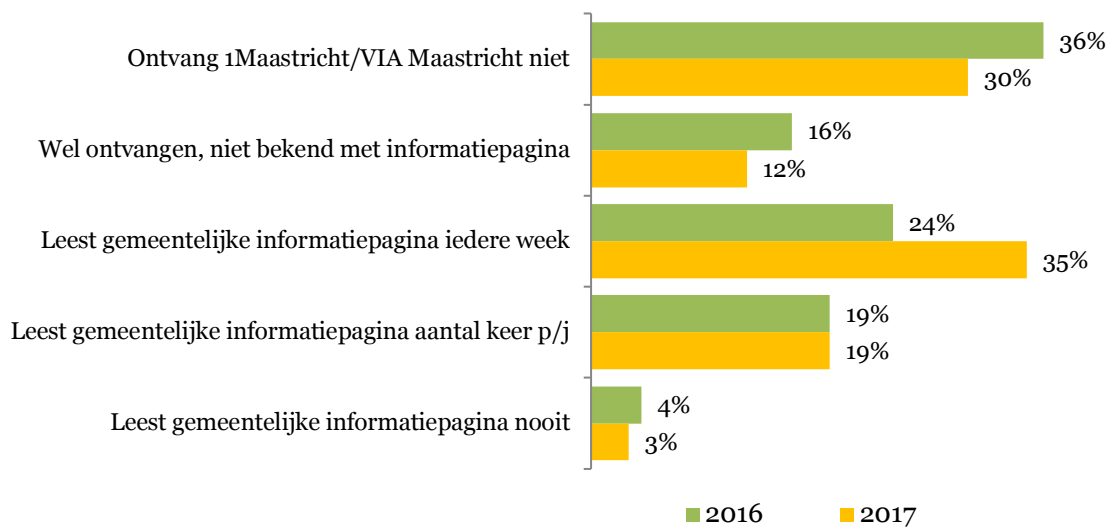
Figuur 19. Maandelijks lezen maandbladen vergeleken met 2016 (%)



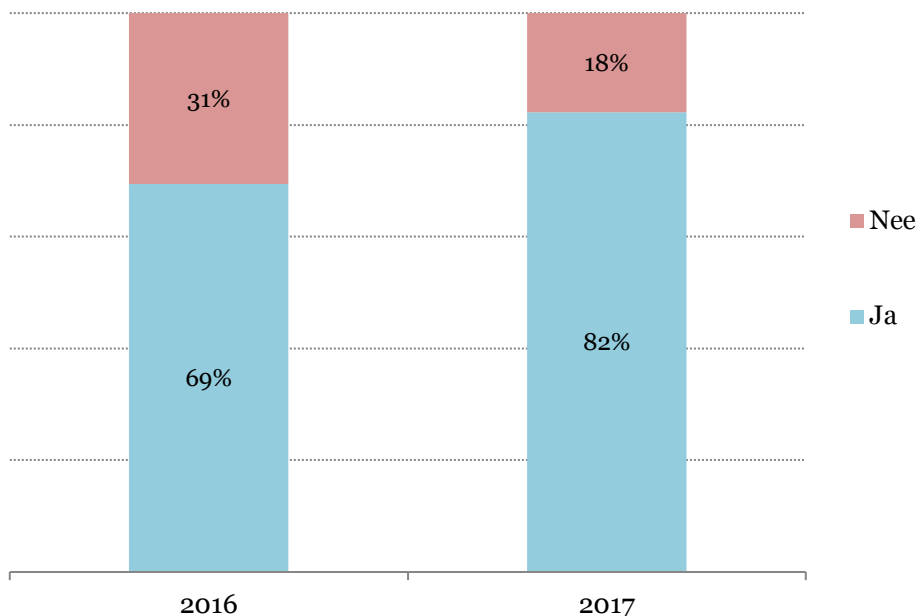
Figuur 20. Ontvangstfrequentie van VIAMaastricht in 2017 vergeleken met 1Maastricht in 2016 (%)



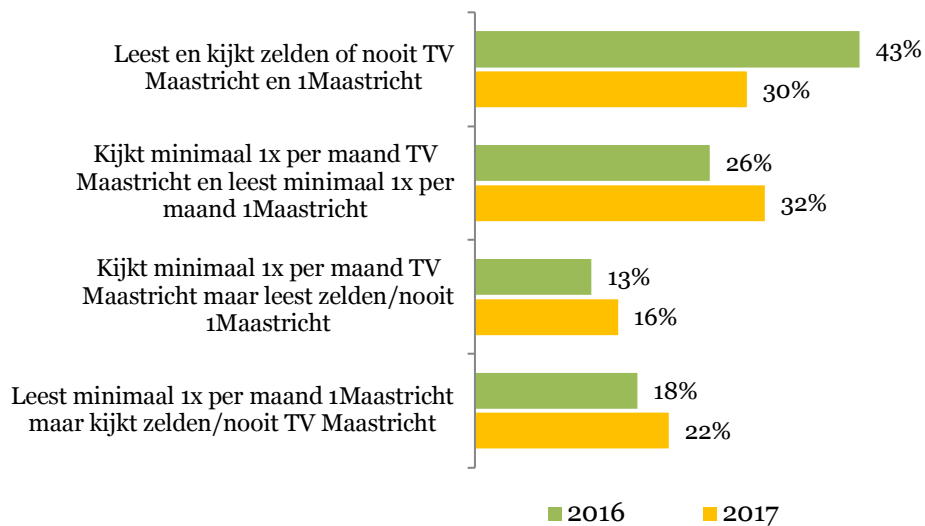
Figuur 21. Leesfrequentie gemeentelijke informatiepagina ontvangers 1Maastricht (2016) en VIAMaastricht (2017) (%)



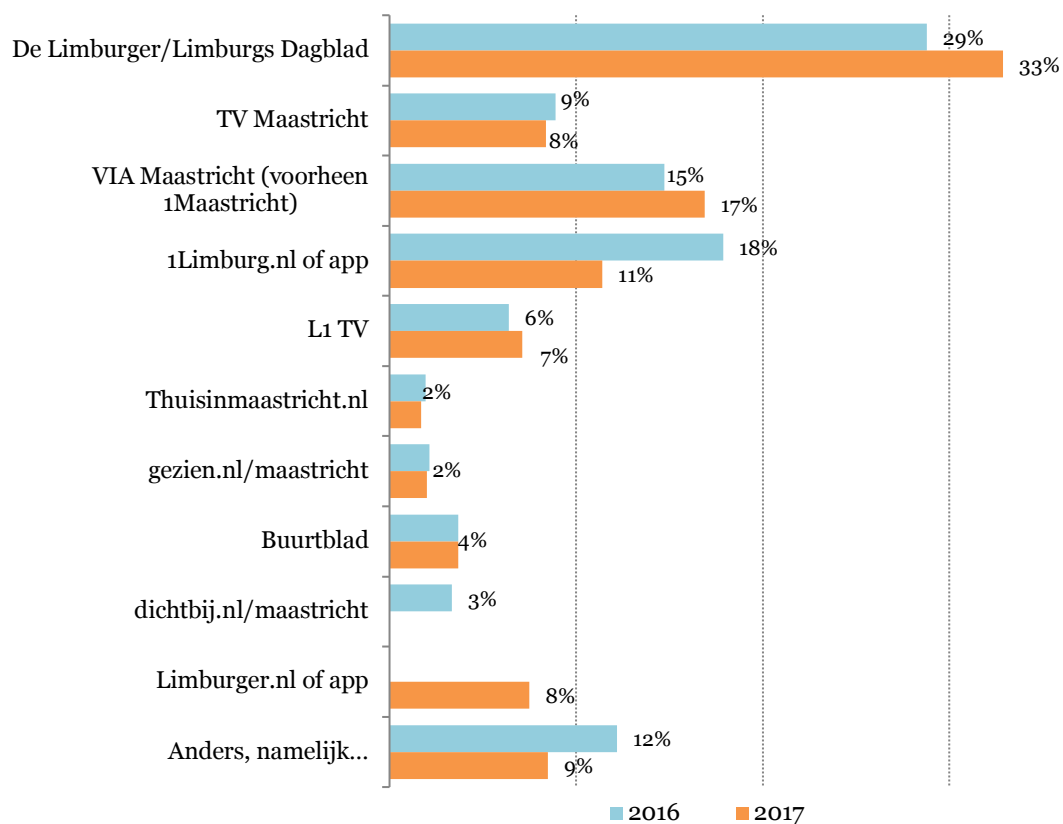
Figuur 22. Weten van bestaan gemeentelijke informatiepagina 2016-2017 (%)



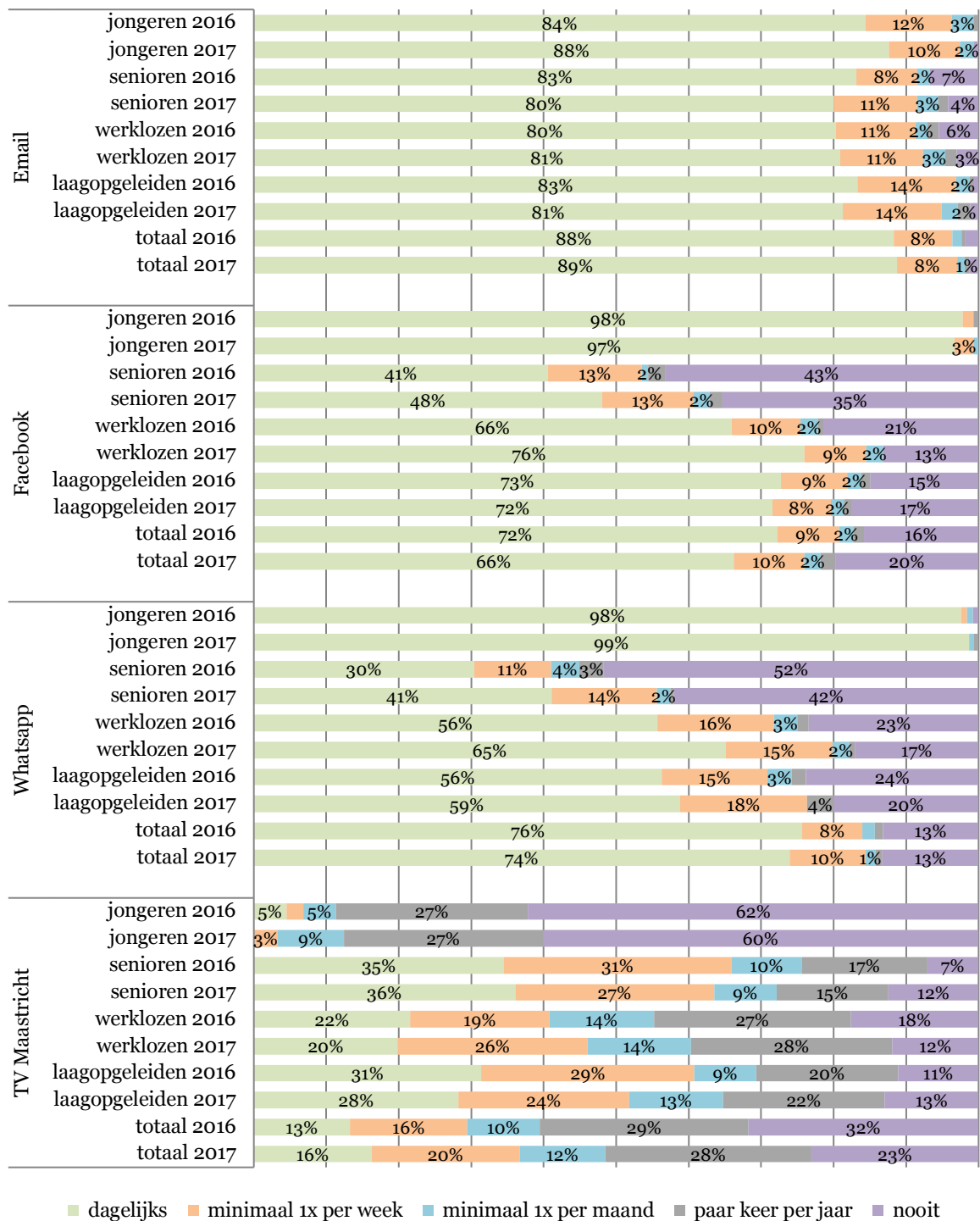
Figuur 23. Overlap kijkers TV Maastricht en lezers VIAMaastricht 2016-2017 (%)



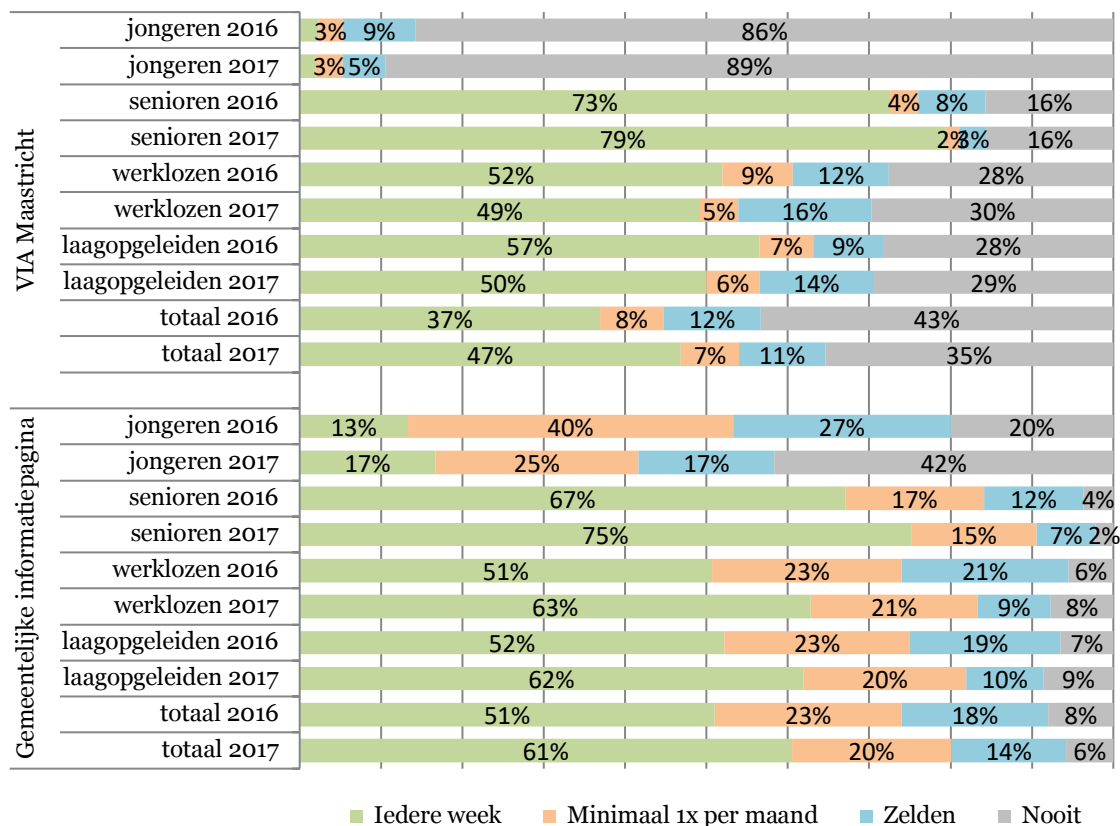
Figuur 24. Voorkeursmedium respondenten in 2016 en 2017 (%)



Figuur 25. Leesfrequentie diverse media in de subgroepen en de totale groep van respondenten, in 2016 en 2017 (%)



Figuur 26. Lees- en kijkfrequentie VIAMaastricht en de gemeentelijke informatiepagina van de subgroepen en de totale groep van respondenten, in 2016 en 2017 (%)



4.2 Vragenlijst

2. Hoe vaak gebruikt u onderstaande media?

(State only one answer per question)

	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"/>

3. Hoe vaak leest/bekijkt u onderstaande media?

(State only one answer per question)

	Dagelijks	Minimaal 1x per week	Minimaal 1x per maand	Zelden	Nooit
De Limburger/Li mburger Dagblad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limburger.nl of app	<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"/>
Gezien.nl/ma astricht	<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"/>
ThuisinMaast richt.nl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Hoe vaak leest/bekijkt u onderstaande weekbladen?

(State only one answer per question)

	Iedere week	Minimaal 1x per maand	Zelden	Nooit
VIAMaastricht	<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"/>

5. Hoe vaak leest/bekijkt u onderstaande maandbladen?

(State only one answer per question)

	Iedere maand	Zelden	Nooit
Zuiderlucht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chapeau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Citymagazine Maastricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Ontvangt u huis-aan-huis-blad VIA Maastricht?

(State one answer only)

- Ja, iedere week
- Meestal iedere week, soms niet
- Soms wel, soms niet
- Nee, nooit - Go to 9

7. Weet u dat er in VIAMaastricht een gemeentelijke informatiepagina staat?

(State one answer only)

- Ja
- Nee - Go to 9

8. Hoe vaak leest u deze gemeentelijke informatiepagina?

(State one answer only)

- Iedere week
- Minimaal 1x per maand
- Paar keer per jaar
- Nooit

**9. 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.)**

(State one answer only)

- De Limburger/Limburs Dagblad
- Limburger.nl of app
- TV Maastricht
- VIA Maastricht
- 1Limburg.nl of app
- L1 TV
- Thuisinmaastricht.nl
- gezien.nl/maastricht
- buurtblad

anders, namelijk...

10. Bent u bekend met Thuis in Maastricht?

(State one answer only)

Ja

Nee

11. Bent u een buurtinitiatief gestart?

Een buurtinitiatief is een actie om de buurt of stad te verbeteren. Dat kan een gezamenlijke opruimactie, maar ook bijvoorbeeld een buurtbarbeque, samen zonnepanelen inkopen etc.

(State one answer only)

Ja - Go to 12

Nee - Go to 13

12. Heeft u Thuis in Maastricht (de website of Facebook-pagina) gebruikt om aandacht hiervoor te vragen?

(State one answer only)

Ja

Nee

13. Achtergrond

Tot slot willen wij u vragen enkele achtergrondvragen te beantwoorden.

14. In welk jaar bent u geboren?

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

(State value)

16. Bent u in Nederland geboren?

(State one answer only)

Ja

Nee

17. Wat is uw voornaamste bezigheid overdag?

(State one answer only)

- Gepensioneerd
- Huisvrouw/huisman
- In loondienst
- Scholier
- Student
- Werkloos/AWW/WAO
- Zelfstandig ondernemer

Anders, namelijk....

18. Vindt u het leuk op regelmatige basis uw mening te geven over uiteenlopende onderwerpen? Vul dan hier uw emailadres in en word lid van het MaastrichtForum, het onderzoekspanel van gemeente Maastricht. Bij geen interesse kunt u deze vraag overslaan.

19. Bedankt!

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor het invullen van de vragenlijst. Klik op EINDE om uw antwoorden te verzenden en de vragenlijst af te sluiten.