



# Mediaonderzoek 2025

Onderzoek naar mediagebruik inwoners gemeente Maastricht

Rapportage

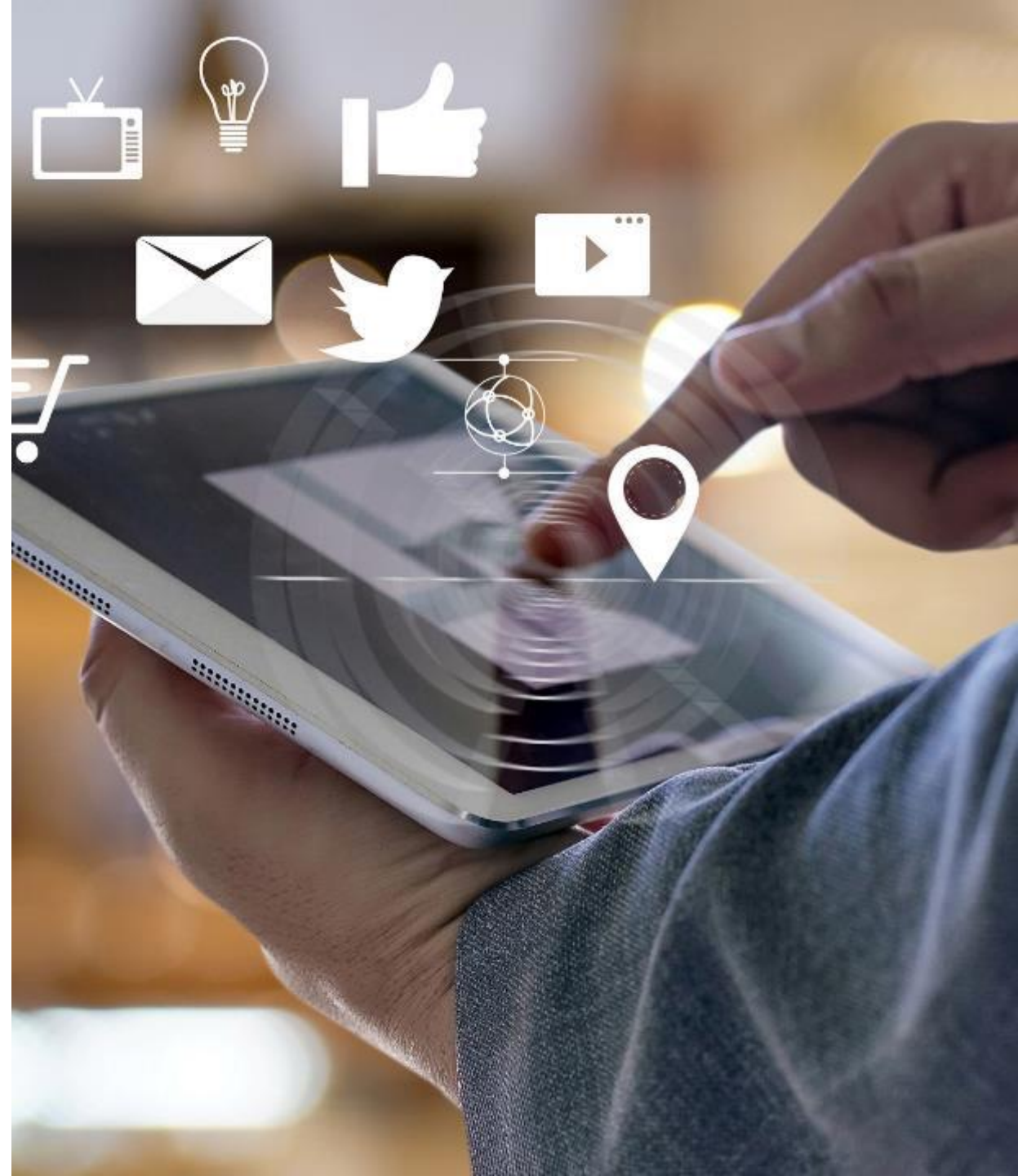


Gemeente Maastricht

16 april 2026

# Inhoudsopgave

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| <b>INLEIDING</b>                 | 3     |
| <b>SAMENVATTING</b>              | 4-6   |
| <b>RESULTATEN</b>                |       |
| 1 Aanpak en profiel respondenten | 7-9   |
| 2 Mediagebruik                   | 10-21 |
| 3 Trends                         | 22-26 |
| 4 Gebruik huidige mediamix       | 27-28 |
| <b>ONDERZOEKSVERANTWOORDING</b>  | 29-30 |



# Inleiding

## Achtergrond

Hoeveel Maastrichtenaren lezen De Limburger? Wie kijken er naar RTV Maastricht? Wat is het gebruik van Watisloosinmestreech?

De gemeente Maastricht doet regelmatig onderzoek naar het mediagebruik van haar inwoners. Deze informatie wordt gebruikt om berichtgeving af te stemmen op de kanalen die inwoners gebruiken.

Omdat het medialandschap continu in beweging is, laat de gemeente elk jaar het mediagebruik van haar inwoners in kaart brengen.

## Onderzoeksvragen

Het Mediaonderzoek richt zich op het beantwoorden van de volgende onderzoeksvragen:

1. Welke regionale en lokale media gebruiken inwoners van Maastricht?
2. Met welke frequentie raadplegen inwoners van Maastricht regionale en lokale media?
3. Hoe heeft het mediagebruik zich de afgelopen jaren ontwikkeld?
4. Wat zien gebruikers als meest actuele en betrouwbare bronnen voor Maastrichts nieuws?

De antwoorden op deze vragen geven inzicht in het regionale en lokale mediagebruik van inwoners van Maastricht.

## Leeswijzer

Tussen 20 november 2025 en 4 januari 2026 is het Mediaonderzoek 2025 uitgevoerd. Een steekproef van 6.500 inwoners is per brief benaderd om de vragenlijst in te vullen. De resultaten staan in dit rapport beschreven.

### Foutmarges

De resultaten in deze rapportage zijn gebaseerd op een steekproef van inwoners van de gemeente Maastricht en geven daarmee een betrouwbaar beeld van het mediagebruik. Zoals bij elk steekproefonderzoek geldt dat uitkomsten een zekere statistische onzekerheid kennen. Kleine verschillen tussen jaren of tussen mediabronnen kunnen (deels) het gevolg zijn van toevalsvariatie.

Verschillen van enkele procentpunten vallen doorgaans binnen de foutmarge en dienen daarom met voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd. Pas bij duidelijkere stijgingen of dalingen over meerdere jaren of met een grotere omvang kan worden gesproken van een structurele ontwikkeling. De cijfers in dit rapport zijn bedoeld om trends en verhoudingen te duiden, niet om kleine jaar-op-jaar verschillen als significante winsten of verliezen te beschouwen.

# Samenvatting

## 879 Maastrichtenaren over hun mediagebruik

De gemeente Maastricht laat regelmatig het mediagebruik van haar inwoners in kaart brengen. Tussen 20 november 2025 en 4 januari 2026 hebben 879 Maastrichtenaren meegedaan door het invullen van een online of een papieren vragenlijst. Hieronder staan de meest in het oog springende resultaten samengevat.

## Digitale vaardigheden

- De meeste digitale vaardigheden worden door een ruime meerderheid van de inwoners als (heel) makkelijk ervaren. Het openen en lezen van e-mail, het schrijven en versturen van e-mail en het opzoeken van informatie op internet worden door circa negen op de tien respondenten als (heel) makkelijk beoordeeld.
- Ook internetbankieren en het installeren van een app worden door het merendeel van de inwoners als (heel) makkelijk ervaren.
- In vergelijking met 2023 blijven de meeste digitale basisvaardigheden stabiel op een hoog niveau. Bij enkele vaardigheden is een lichte toename zichtbaar, met name bij het bekijken van social media en online shoppen. Het afsluiten van een verzekering via internet blijft de digitale vaardigheid die relatief het minst vaak als (heel) makkelijk wordt ervaren, al is ook hier sprake van een toename ten opzichte van 2023.

## Nieuwsbronnen

- De top 3 van nieuwsbronnen waarvan de respondenten verwachten dat deze het meest actueel en betrouwbaar zijn, zijn De Limburger, L1 en RTV Maastricht.



# Samenvatting

## News in English

- De bekendheid van News in English is in 2025 met 3 procentpunt afgenomen ten opzichte van 2023 en komt daarmee uit op 25%.
- Het percentage respondenten dat News in English wel eens heeft bekeken bedraagt 8% en is gelijk gebleven ten opzichte van 2023.

## Gemeentelijke nieuwsbrief

De gemeente Maastricht verstuurt elke week een nieuwsbrief per e-mail met nieuws en informatie voor mensen die in Maastricht wonen, werken of ondernemen.

- De bekendheid van de wekelijkse nieuwsbrief is in 2025 met 2 procentpunt toegenomen ten opzichte van 2023 (van 35% in 2023 naar 37% in 2025).
- Ook het percentage dat de nieuwsbrief wel eens bekijkt is toegenomen tot 25% (was 23% in 2023).

## Online raadsvergaderingen

Het is mogelijk om via de website van de gemeente Maastricht raadsvergaderingen live te volgen of terug te kijken.

- In 2025 is 44% van de inwoners bekend met deze mogelijkheid, een stijging van 6 procentpunt ten opzichte van 2023.
- Het aandeel inwoners dat wel eens een online raadsvergadering heeft bekeken bedraagt 7%. Dit is 1 procentpunt hoger dan in 2023.

## Milieu App

- De gemeente Maastricht maakt gebruik van de Milieu App. In de app zijn onder andere een afvalkalender, een afvalscheidingswijzer en de milieupas te vinden.
- Het maandelijkse gebruik van de Milieu App is tussen 2023 en 2025 toegenomen van 39% in 2023 naar 57% in 2025.
- Het aandeel inwoners dat aangeeft de Milieu App niet te kennen, is in dezelfde periode gedaald van 19% naar 8%.
- Het aandeel inwoners dat de Milieu App niet kent of nooit gebruikt, is het grootst onder inwoners van 18 tot 25 jaar en onder inwoners van 75 jaar en ouder.

# Samenvatting

## Afvalkalender

Eén keer per jaar ontvangt elk huishouden in Maastricht de afvalkalender in de brievenbus. Deze kalender kan ook worden gedownload via de website van de gemeente Maastricht.

Het gebruik van de afvalkalender is afgenomen. In 2023 gebruikte 71% van de respondenten de kalender (bijna) elk jaar. In 2025 is dat percentage gedaald naar 55%.

## Gebruik huidige mediamix

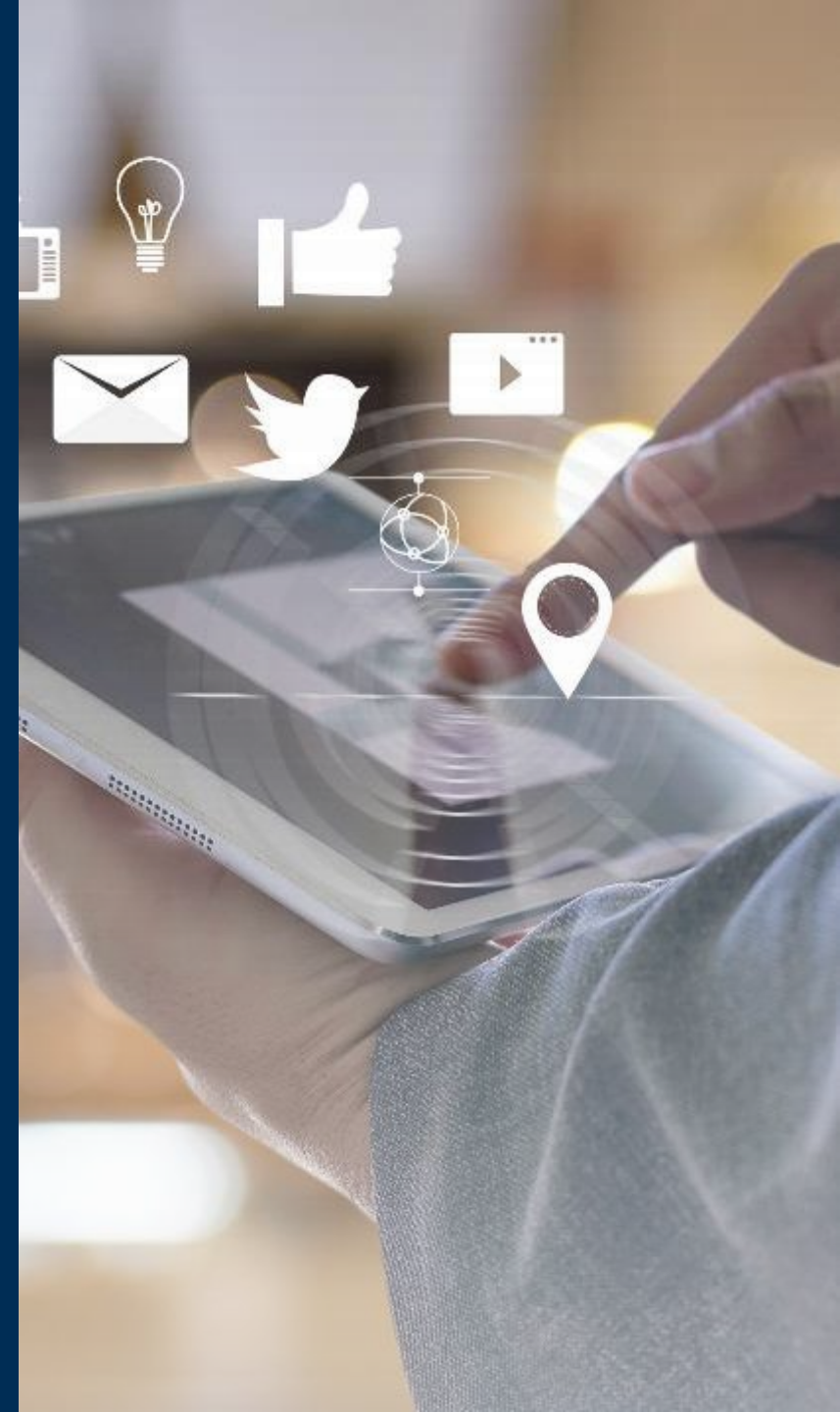
De huidige mediamix van de gemeente Maastricht bestaat uit Limburger.nl, Watisloosinmestreech, RTV Maastricht (televisie), De Limburger, de VIA en de gemeentelijke nieuwsbrief. In 2025 wordt met deze kanalen 68% van de inwoners minimaal één keer per maand bereikt. Dit is een toename van 6 procentpunt ten opzichte van 2023.

## Thuis in Maastricht magazine

- In 2025 geeft 31% van de respondenten aan het magazine Thuis in Maastricht te hebben ontvangen. 24% geeft aan het magazine niet te hebben ontvangen en 45% weet niet of zij het magazine heeft ontvangen.
- Van de respondenten die het magazine hebben ontvangen, heeft 22% het blad (deels) gelezen en 9% het magazine ontvangen maar (nog) niet gelezen.
- Van de ontvangers geeft 29% aan het gevoel te hebben dat het magazine voor hen is bedoeld. 74% vindt dat het magazine er mooi uitziet en 35% is het (helemaal) eens met de stelling dat het magazine nuttige tips en adviezen bevat.

# 1

# Aanpak & profiel respondenten



## 1.1 Onderzoeksaanpak

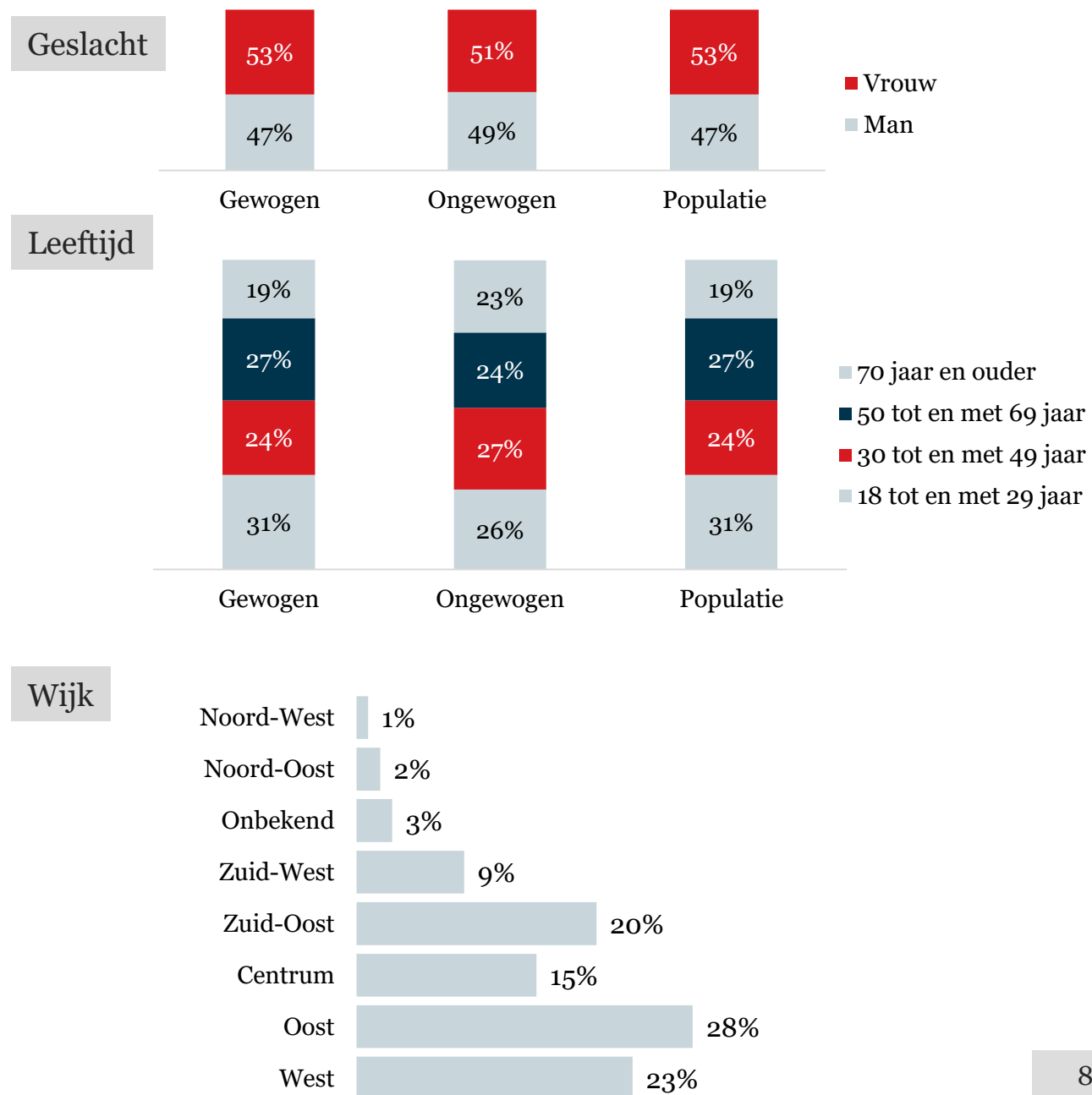
De populatie van het onderzoek wordt gevormd door 110.474 inwoners van Maastricht van 18 jaar en ouder. Uit deze populatie is een steekproef getrokken. Bij het trekken van de steekproef is rekening gehouden met de verwachte respons onder de verschillende leeftijdscategorieën. Voor leeftijdscategorieën met een bekende lagere respons is de steekproef opgehoogd. Uiteindelijk bestond de steekproef uit 6.500 inwoners.

De vragenlijst is ingevuld door 879 respondenten. Daarvan hebben 858 inwoners de vragenlijst online ingevuld en 21 inwoners hebben de papieren vragenlijst ingevuld. De totale respons komt daarmee uit op 13,5%.

### Weging

De respons is getoetst op representativiteit met geslacht, leeftijd en wijk als criteria. De respons is gewogen op leeftijd en geslacht. Wijk was representatief verdeeld. De weging is gebruikt om, voor zover als statistisch verantwoord, de over- en ondervertegenwoordiging van leeftijdscategorieën en geslacht te corrigeren.

De figuur hiernaast toont voor geslacht en leeftijdscategorie de populatieverdeling, de steekproef voor weging en verdeling na weging.



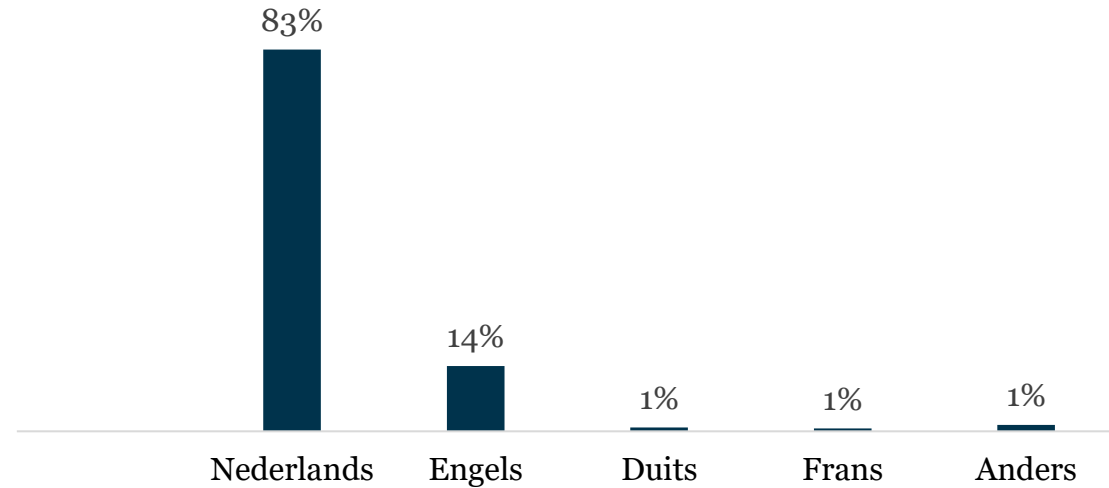


## 1.2 Begrip Nederlandse taal

Aan inwoners is gevraagd in welke taal zij documenten het makkelijkst lezen.

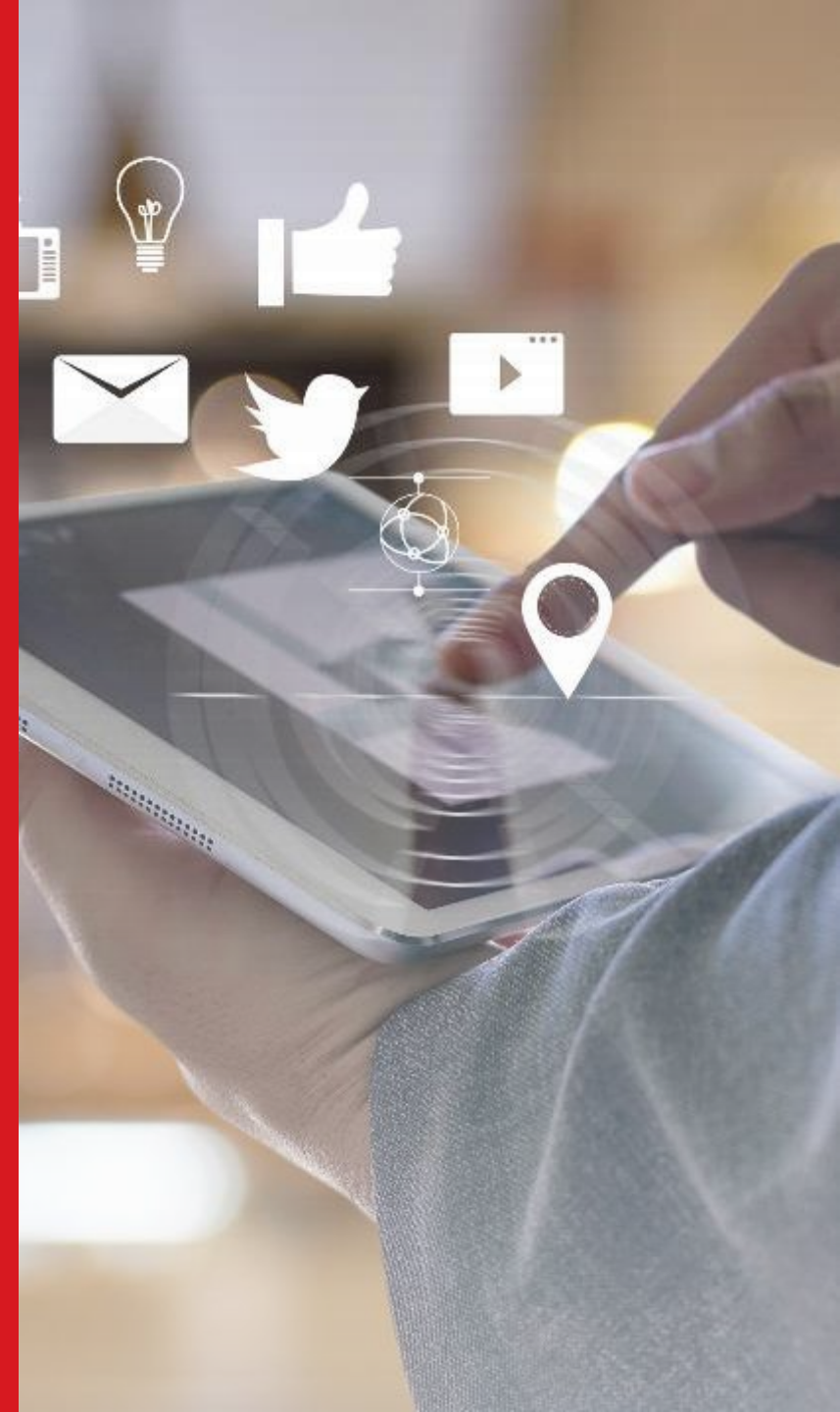
- Ruim vier op de vijf respondenten (83%) leest documenten het makkelijkst in het Nederlands.
- 14% geeft aan documenten het makkelijkst te lezen in het Engels.
- Duits en Frans worden door minder dan 1% van de respondenten genoemd als makkelijkste taal om documenten te lezen.

Makkelijkste taal bij het lezen van documenten



# 2

# Mediagebruik



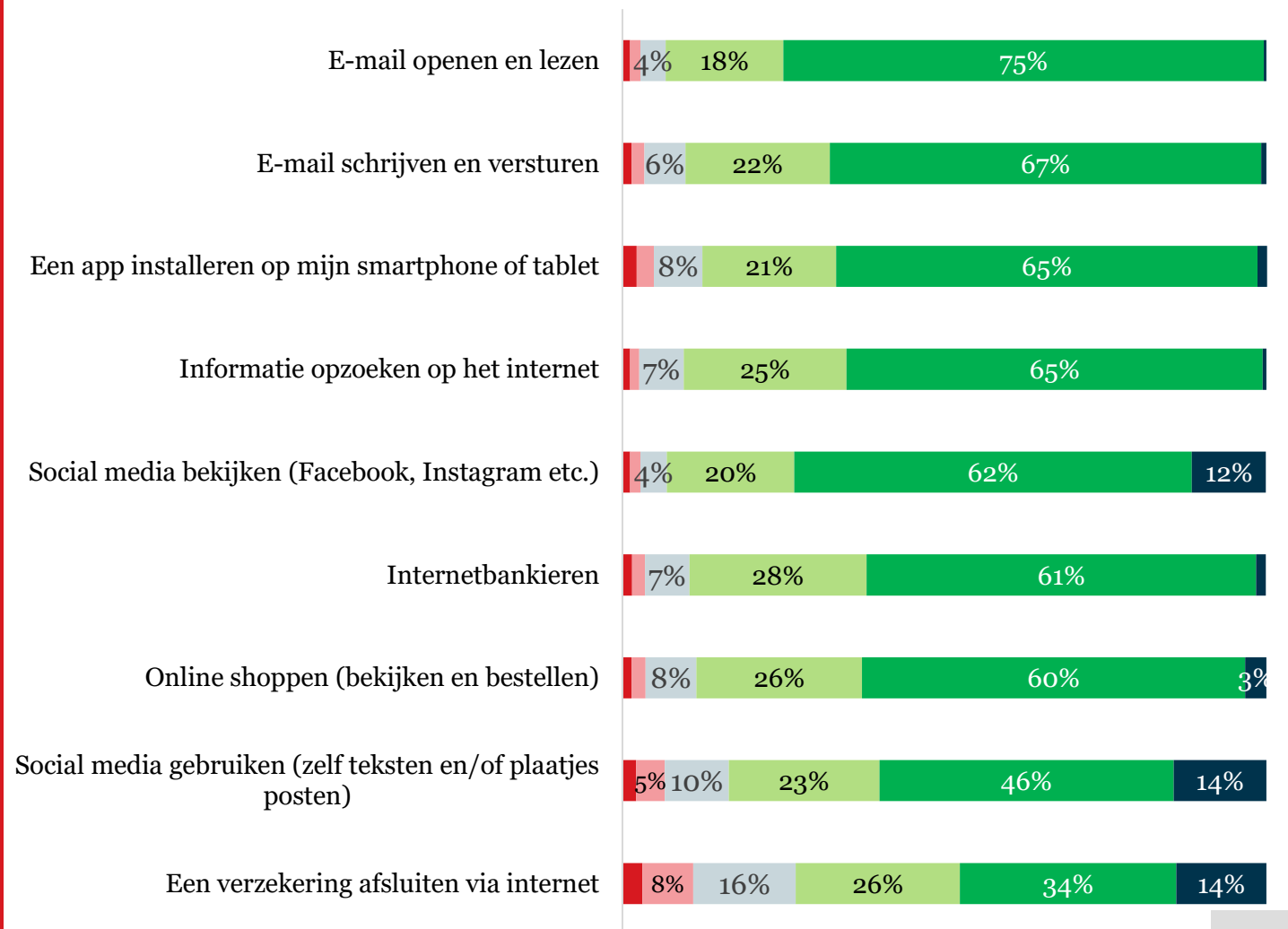
## 2.1 Digitale vaardigheden

Aan respondenten is gevraagd hoe moeilijk of makkelijk zij het vinden om diverse digitale activiteiten uit te voeren.

- Het openen en lezen van e-mail wordt door 93% van de respondenten als (heel) makkelijk ervaren. Ook het schrijven en versturen van e-mail (89%) en het opzoeken van informatie op internet (90%) worden door een grote meerderheid als (heel) makkelijk beoordeeld.
- Internetbankieren en het installeren van een app worden eveneens door het merendeel van de respondenten als (heel) makkelijk ervaren, met respectievelijk 88% en 86%.
- Voor het bekijken van social media geeft 82% aan dit (heel) makkelijk te vinden. Het gebruiken van social media is voor 7% (zeer) moeilijk, terwijl 69% dit (heel) makkelijk vindt. 12% heeft geen mening over de eigen vaardigheid om social media te bekijken. Dit percentage stijgt naar 14% als het gaat om het gebruiken van de social media om teksten en/of plaatjes te posten.
- De digitale vaardigheid die onder respondenten het minst scoort als (heel) makkelijk, is het afsluiten van een verzekering. Dit is volgens 60% van de respondenten (heel) makkelijk; 11% vindt dit (zeer) moeilijk of weet niet hoe ze de eigen vaardigheid moeten inschatten (14%).

### Digitale activiteiten

■ Zeer moeilijk ■ Moeilijk ■ Niet moeilijk/niet makkelijk ■ Makkelijk ■ Heel makkelijk ■ Weet ik niet/n.v.t.

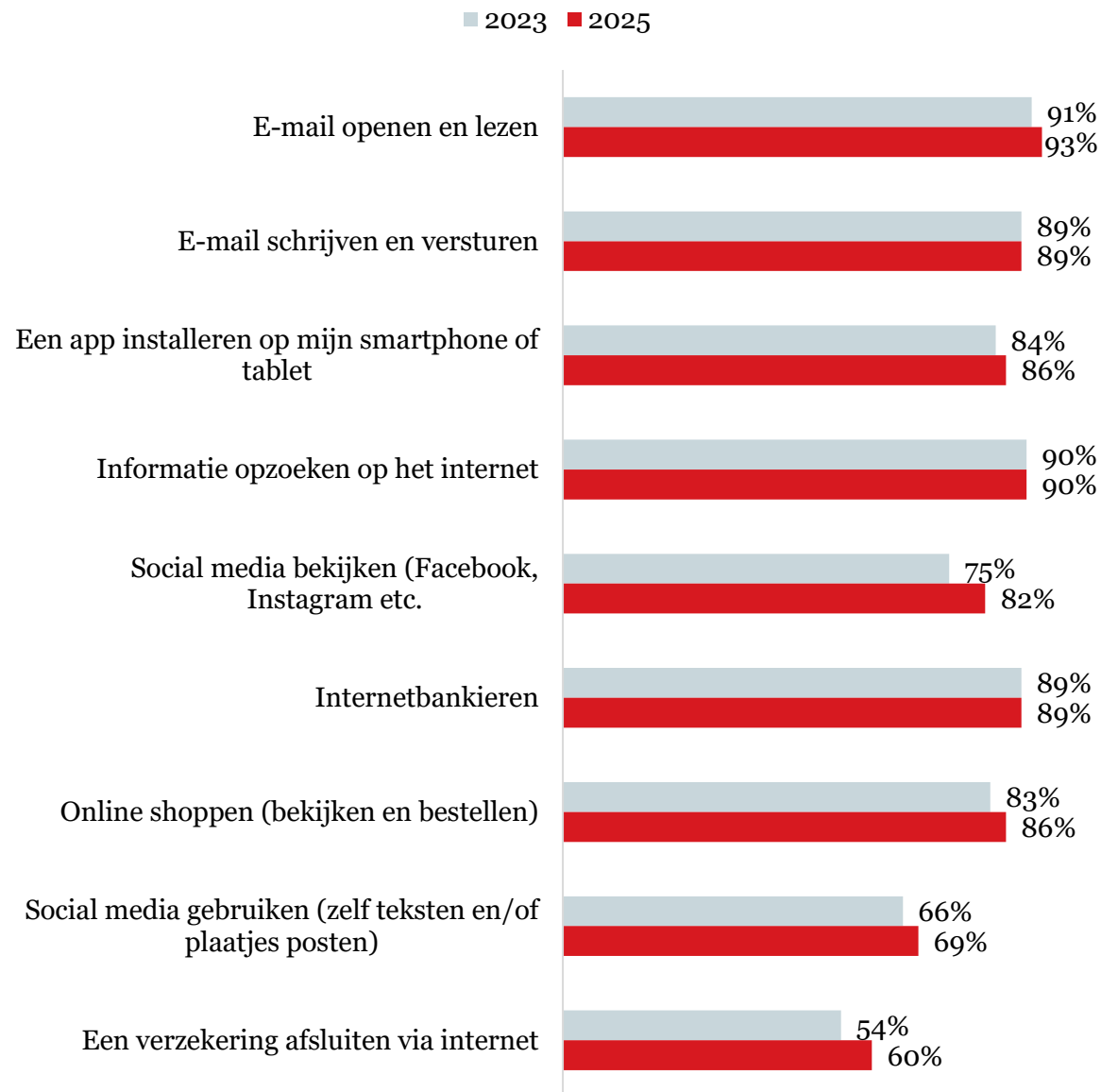


## 2.1 Digitale vaardigheden

De figuur hiernaast toont de ontwikkeling van digitale vaardigheden die door inwoners als (heel) makkelijk worden ervaren, vergeleken tussen 2023 en 2025.

- De meeste digitale basisvaardigheden blijven tussen 2023 en 2025 stabiel op een hoog niveau. Het openen en lezen van e-mail wordt in 2025 door 93% van de inwoners als (heel) makkelijk ervaren, het schrijven en versturen van e-mail door 89%. Ook het opzoeken van informatie op internet (90%) en internetbankieren (89%) laten geen verandering zien ten opzichte van 2023.
- Bij enkele vaardigheden is wel een duidelijke toename zichtbaar. Het bekijken van social media wordt in 2025 door 82% als (heel) makkelijk beoordeeld, tegenover 75% in 2023. Online shoppen neemt licht toe van 83% naar 86%.
- Het afsluiten van een verzekering via internet blijft de minst makkelijke digitale vaardigheid, al neemt het aandeel dat dit (heel) makkelijk vindt toe van 54% naar 60%.

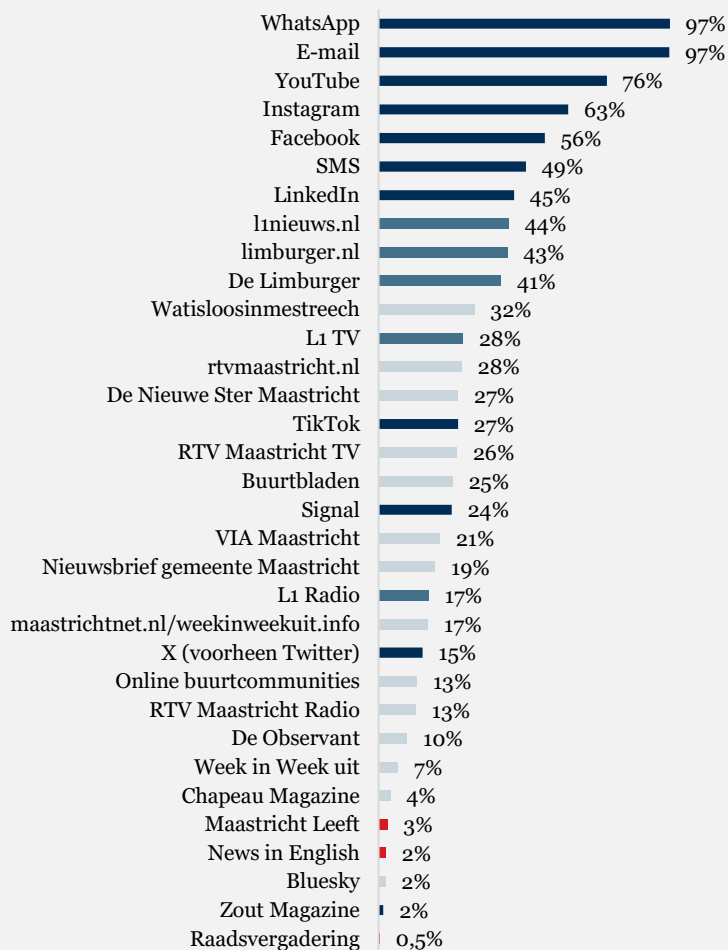
### Ontwikkeling digitale vaardigheden – (heel) makkelijk



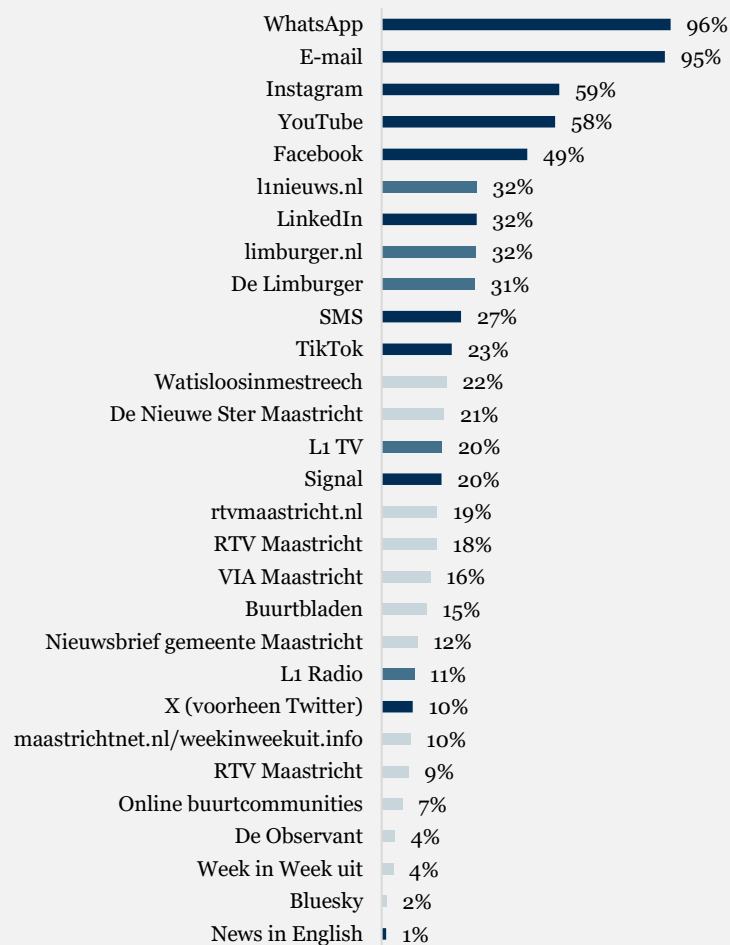
## 2.2 Gebruikscijfers

Onderstaande figuren tonen het gebruik per maand, week en dag:

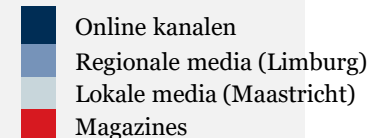
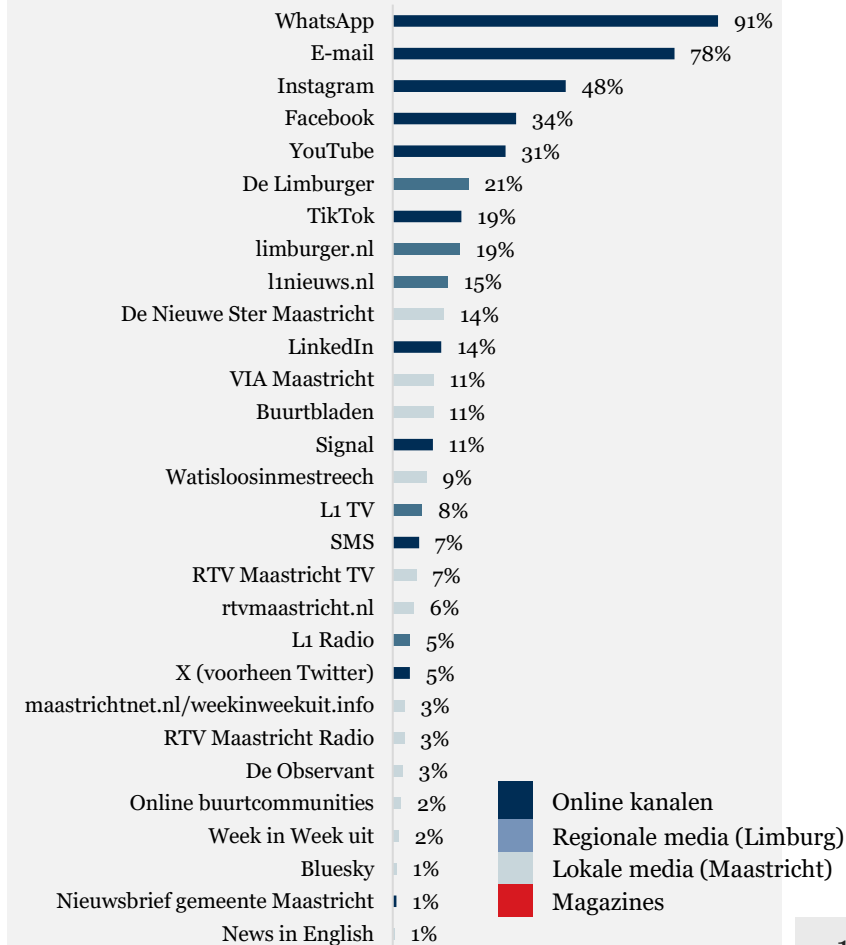
### Maandgebruik (minimaal 1x per maand)



### Weekgebruik (minimaal 1x per week)



### Daggebruik (minimaal 1x per dag)





## 2.2 Gebruikscijfers

Om een beeld te geven van het mediagebruik binnen subgroepen van de Maastrichtse bevolking, is hieronder het weekgebruik uitgesplitst naar geslacht, leeftijdscategorie en opleiding.

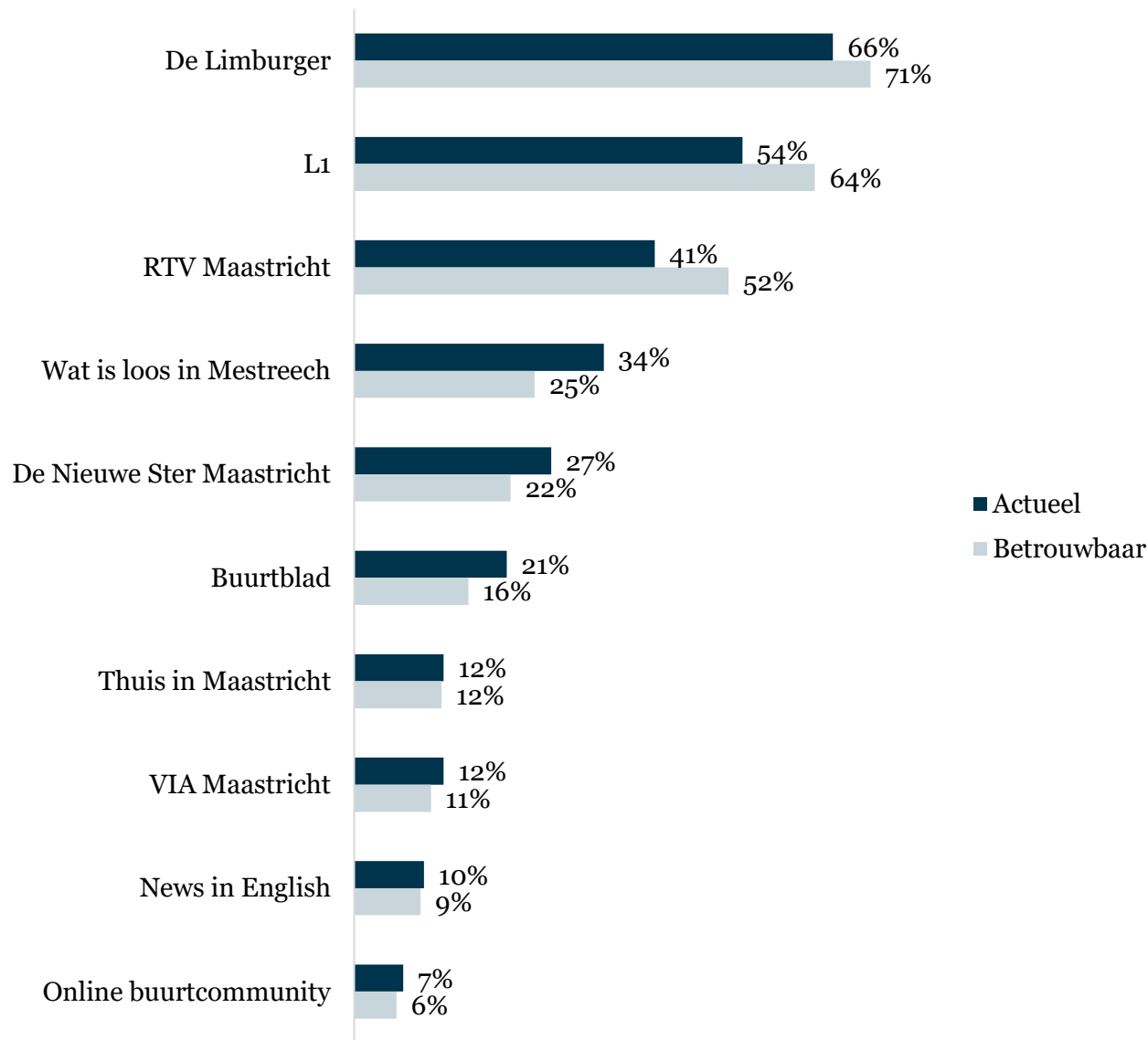
| Weekgebruik               | Geslacht |     |       | Leeftijdscategorie |       |       |       |       |     | Opleiding |     |          |      |     |
|---------------------------|----------|-----|-------|--------------------|-------|-------|-------|-------|-----|-----------|-----|----------|------|-----|
|                           | Totaal   | Man | Vrouw | <25                | 25-39 | 40-54 | 55-64 | 65-74 | 75+ | LO        | MBO | HAVO/VWO | HBO  | WO  |
| WhatsApp                  | 96%      | 97% | 96%   | 99%                | 99%   | 99%   | 96%   | 96%   | 79% | 87%       | 96% | 98%      | 100% | 99% |
| E-mail                    | 95%      | 96% | 93%   | 96%                | 96%   | 99%   | 93%   | 94%   | 82% | 77%       | 97% | 97%      | 99%  | 98% |
| Instagram                 | 59%      | 56% | 62%   | 93%                | 78%   | 61%   | 50%   | 24%   | 16% | 35%       | 54% | 75%      | 59%  | 68% |
| YouTube                   | 58%      | 67% | 50%   | 78%                | 76%   | 57%   | 48%   | 34%   | 28% | 43%       | 50% | 69%      | 53%  | 68% |
| Facebook                  | 49%      | 44% | 53%   | 25%                | 57%   | 62%   | 61%   | 49%   | 37% | 54%       | 62% | 37%      | 52%  | 43% |
| lnnieuws.nl               | 32%      | 36% | 28%   | 11%                | 24%   | 31%   | 46%   | 46%   | 50% | 40%       | 45% | 27%      | 37%  | 20% |
| LinkedIn                  | 32%      | 37% | 27%   | 36%                | 43%   | 39%   | 31%   | 18%   | 9%  | 5%        | 17% | 26%      | 36%  | 51% |
| limburger.nl              | 32%      | 35% | 29%   | 9%                 | 21%   | 32%   | 34%   | 55%   | 58% | 37%       | 39% | 26%      | 36%  | 24% |
| De Limburger              | 31%      | 34% | 29%   | 7%                 | 13%   | 23%   | 37%   | 62%   | 74% | 44%       | 35% | 24%      | 40%  | 19% |
| SMS                       | 27%      | 31% | 23%   | 28%                | 27%   | 28%   | 31%   | 20%   | 25% | 21%       | 27% | 29%      | 25%  | 29% |
| TikTok                    | 23%      | 20% | 26%   | 59%                | 25%   | 19%   | 14%   | 2%    | 2%  | 24%       | 29% | 40%      | 18%  | 18% |
| Watisloosinmestreech      | 22%      | 22% | 21%   | 10%                | 14%   | 27%   | 31%   | 32%   | 21% | 35%       | 37% | 20%      | 19%  | 10% |
| denieuwestermaastricht.nl | 21%      | 24% | 18%   | 3%                 | 8%    | 27%   | 29%   | 39%   | 34% | 23%       | 28% | 15%      | 31%  | 12% |
| De Nieuwe Ster Maastricht | 21%      | 22% | 20%   | 3%                 | 7%    | 23%   | 29%   | 41%   | 39% | 27%       | 30% | 13%      | 29%  | 12% |
| L1 TV                     | 20%      | 22% | 19%   | 4%                 | 6%    | 14%   | 27%   | 36%   | 60% | 42%       | 29% | 20%      | 18%  | 6%  |
| Signal                    | 20%      | 25% | 15%   | 15%                | 19%   | 25%   | 22%   | 25%   | 12% | 11%       | 19% | 15%      | 23%  | 25% |
| rtvmaastricht.nl          | 19%      | 20% | 17%   | 4%                 | 13%   | 14%   | 28%   | 33%   | 32% | 32%       | 29% | 19%      | 17%  | 8%  |
| RTV Maastricht (TV)       | 18%      | 19% | 18%   | 3%                 | 5%    | 11%   | 22%   | 38%   | 54% | 41%       | 25% | 18%      | 18%  | 5%  |
| VIA Maastricht            | 16%      | 17% | 15%   | 3%                 | 3%    | 9%    | 9%    | 45%   | 50% | 29%       | 20% | 17%      | 19%  | 5%  |
| Buurtbladen               | 15%      | 14% | 16%   | 5%                 | 4%    | 13%   | 16%   | 32%   | 32% | 30%       | 22% | 10%      | 16%  | 7%  |
| Nieuwsbrief               | 12%      | 12% | 12%   | 1%                 | 6%    | 9%    | 13%   | 29%   | 24% | 17%       | 14% | 12%      | 15%  | 6%  |
| L1 Radio                  | 11%      | 12% | 10%   | 5%                 | 6%    | 7%    | 12%   | 18%   | 28% | 17%       | 15% | 11%      | 11%  | 5%  |
| X (voorheen Twitter)      | 10%      | 13% | 8%    | 14%                | 13%   | 14%   | 5%    | 8%    | 3%  | 7%        | 8%  | 15%      | 8%   | 13% |
| maastrichtnet.nl          | 10%      | 10% | 9%    | 1%                 | 5%    | 10%   | 15%   | 17%   | 20% | 14%       | 17% | 12%      | 9%   | 4%  |
| RTV Maastricht (Radio)    | 9%       | 10% | 8%    | 4%                 | 3%    | 7%    | 10%   | 16%   | 25% | 18%       | 14% | 10%      | 6%   | 3%  |
| Online buurtcommunities   | 7%       | 6%  | 8%    | 3%                 | 3%    | 8%    | 12%   | 11%   | 11% | 11%       | 12% | 5%       | 7%   | 3%  |
| De Observant              | 4%       | 5%  | 4%    | 5%                 | 3%    | 6%    | 3%    | 5%    | 7%  | 2%        | 5%  | 3%       | 4%   | 6%  |
| Week in Week uit          | 4%       | 4%  | 4%    | 3%                 | 1%    | 5%    | 5%    | 5%    | 7%  | 1%        | 5%  | 5%       | 5%   | 3%  |
| Bluesky                   | 2%       | 2%  | 1%    | 1%                 | 1%    | 3%    | 4%    | 0%    | 0%  | 2%        | 1%  | 2%       | 1%   | 2%  |
| News in English           | 1%       | 2%  | 2%    | 3%                 | 3%    | 3%    | 0%    | 0%    | 0%  | 0%        | 1%  | 4%       | 2%   | 2%  |

## 2.3 Belangrijkste nieuwsbronnen

Aan respondenten is gevraagd een top 3 te maken van de nieuwsbronnen die zij beschouwen als het meest actueel en het meest betrouwbaar voor nieuws uit Maastricht.

- De Limburger komt in deze top 3 het vaakst voor: bij 66% hoort De Limburger tot de 3 van meest actuele bronnen, 71% schaaft het onder de 3 meest betrouwbare.
- L1 en RTV Maastricht volgen en worden eveneens door een groot deel van de respondenten genoemd in de top 3 van meest actuele en meest betrouwbare bronnen voor nieuws uit Maastricht.
- Wat is loos in Mestreech staat bij 34% van de inwoners in de top 3 van meest actuele bronnen, bij 25% behoort het ook tot de 3 meest betrouwbare.
- Online buurtcommunities worden het minst vaak genoemd. Zij worden door 7% van de respondenten genoemd in de top 3 van meest actuele bronnen en door 6% in de top 3 van meest betrouwbare bronnen.

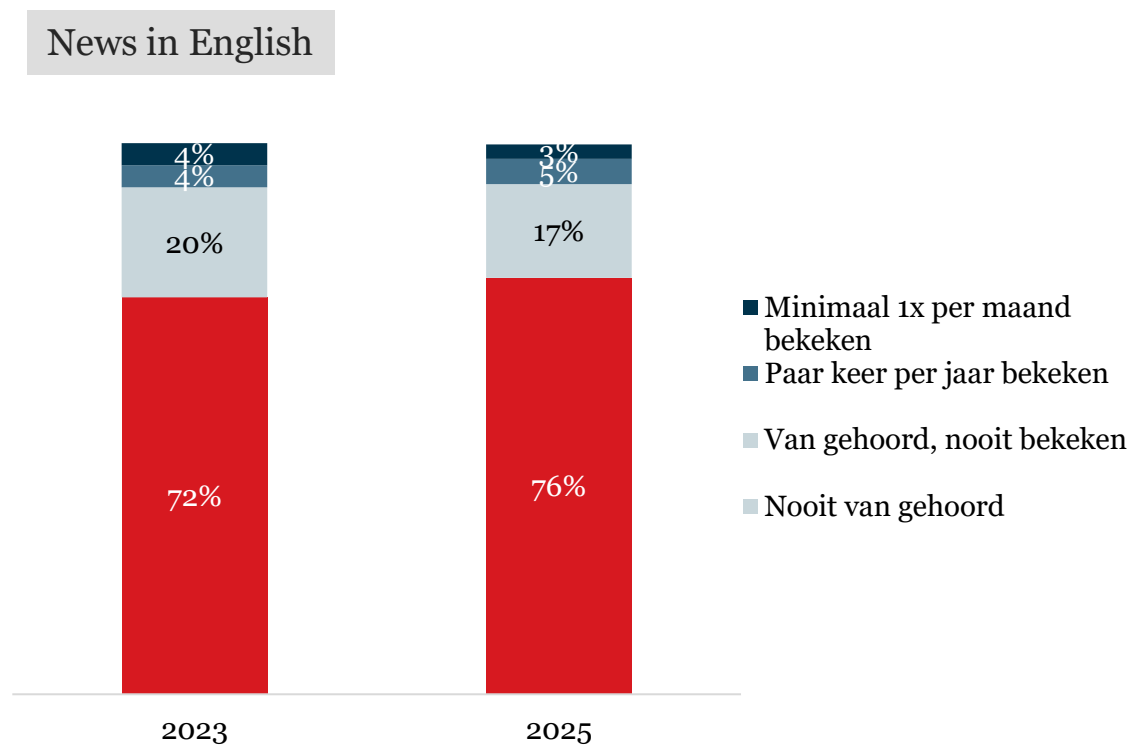
### Meest actuele en betrouwbare bronnen voor Maastrichts nieuws (% genoemd in top 3)



## 2.4 News in English

News in English is een platform van RTV Maastricht waarop nieuws uit de stad in het Engels wordt aangeboden. Aan inwoners is gevraagd of ze bekend zijn met dit platform en, indien ja, hoe vaak ze het kanaal bekijken

- In 2025 heeft 76% van de respondenten nog nooit van News in English gehoord. 24% geeft aan het platform te kennen. Dit aandeel ligt lager dan in 2023, toen 28% van de respondenten aangaf bekend te zijn met News in English.
- Het aandeel respondenten dat News in English wel eens heeft bekeken, is gelijk gebleven ten opzichte van 2023 en bedraagt 8%.



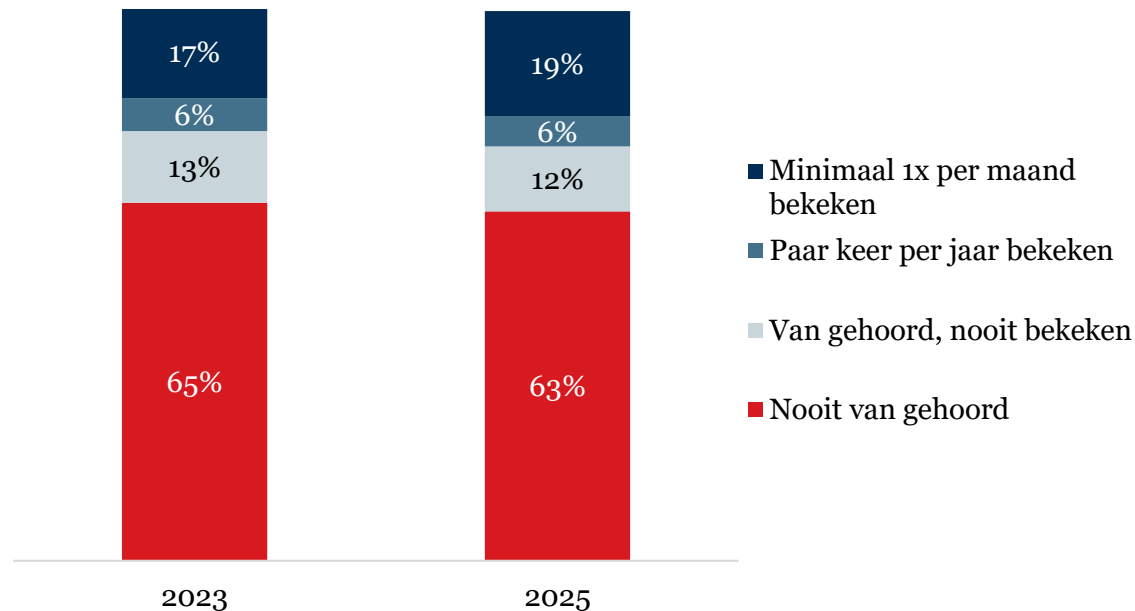
## 2.5 Nieuwsbrief gemeente Maastricht

De gemeente Maastricht verstuurt wekelijks een nieuwsbrief per e-mail met nieuws en informatie voor mensen die in Maastricht wonen, werken of ondernemen. Aan respondenten is gevraagd of ze bekend zijn met de nieuwsbrief, en indien ja, hoe vaak zij deze bekijken.

- In 2025 bekijkt 25% van de respondenten de nieuwsbrief wel eens, waarvan 19% dit minimaal één keer per maand doet. 12% heeft wel van de nieuwsbrief gehoord, maar bekijkt deze niet. 63% van de respondenten geeft aan de nieuwsbrief niet te kennen.
- Ten opzichte van 2023 is de bekendheid van de nieuwsbrief licht toegenomen met 2 procentpunt, van 35% naar 37%. Ook het aandeel respondenten dat de nieuwsbrief wel eens bekijkt, is gestegen, van 23% in 2023 naar 25% in 2025.
- Het gebruik van de nieuwsbrief verschilt per leeftijdsgroep. De leeftijdscategorie tot 25 jaar laat het laagste gebruik zien, met 5% jaargebruik. Het hoogste gebruik wordt gezien bij inwoners van 65 tot en met 74 jaar.



### Nieuwsbrief gemeente Maastricht



### Bekendheid en gebruik nieuwsbrief gemeente Maastricht per leeftijdsgroep

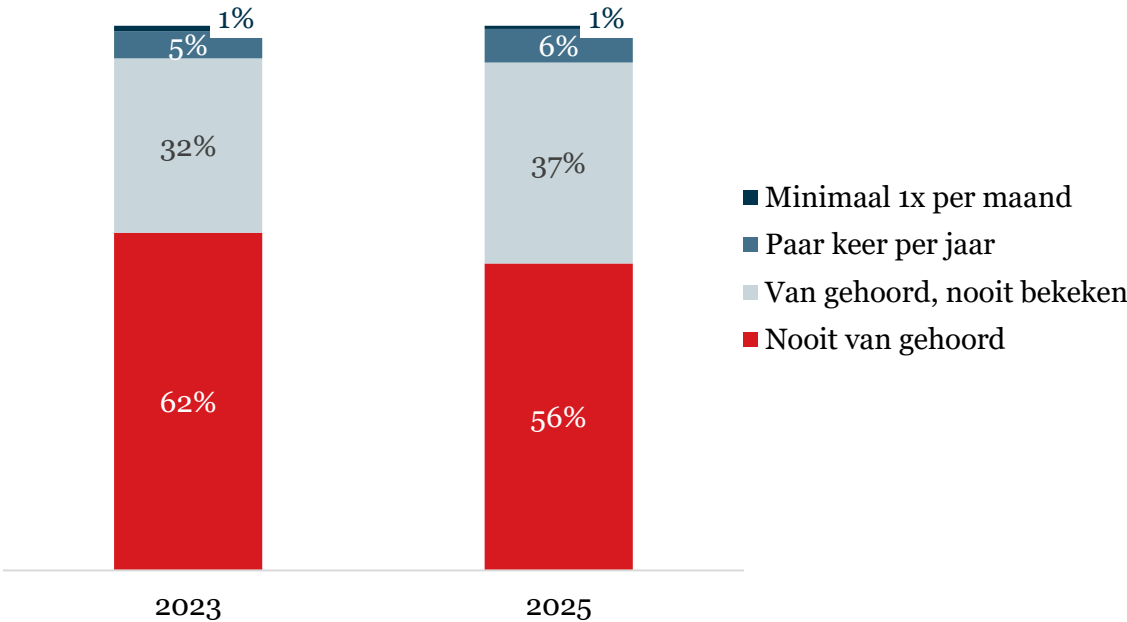
|                            | Totaal | <25 | 25-39 | 40-54 | 55-64 | 65-74 | 75+ |
|----------------------------|--------|-----|-------|-------|-------|-------|-----|
| Minimaal 1x per maand      | 19%    | 4%  | 10%   | 13%   | 26%   | 38%   | 35% |
| Paar keer per jaar         | 6%     | 1%  | 4%    | 6%    | 11%   | 7%    | 7%  |
| Van gehoord, nooit bekeken | 12%    | 16% | 10%   | 13%   | 12%   | 11%   | 7%  |
| Nooit van gehoord          | 63%    | 79% | 76%   | 68%   | 50%   | 43%   | 49% |

## 2.6 Online raadsvergaderingen

Via de website van de gemeente Maastricht is het mogelijk om raadsvergaderingen live te volgen of terug te kijken. Aan respondenten is gevraagd of zij bekend zijn met deze mogelijkheid en of zij hier wel eens gebruik van maken:

- 44% van de respondenten is bekend met deze mogelijkheid. Dit is een stijging van 6 procentpunt ten opzichte van 2023.
- Het aandeel respondenten dat wel eens een online raadsvergadering heeft bekeken, is gestegen van 6% in 2023 naar 7% in 2025.
- Het gebruik verschilt per leeftijdsgroep. In de leeftijdscategorieën tot 25 jaar en 25 tot en met 39 jaar ligt het gebruik op maximaal 5%. Het hoogste gebruik wordt gezien bij inwoners van 65 tot en met 74 jaar. In deze groep bedraagt het jaargebruik 13%.

### Online raadsvergaderingen



### Bekendheid en gebruik online raadsvergaderingen per leeftijdsgroep

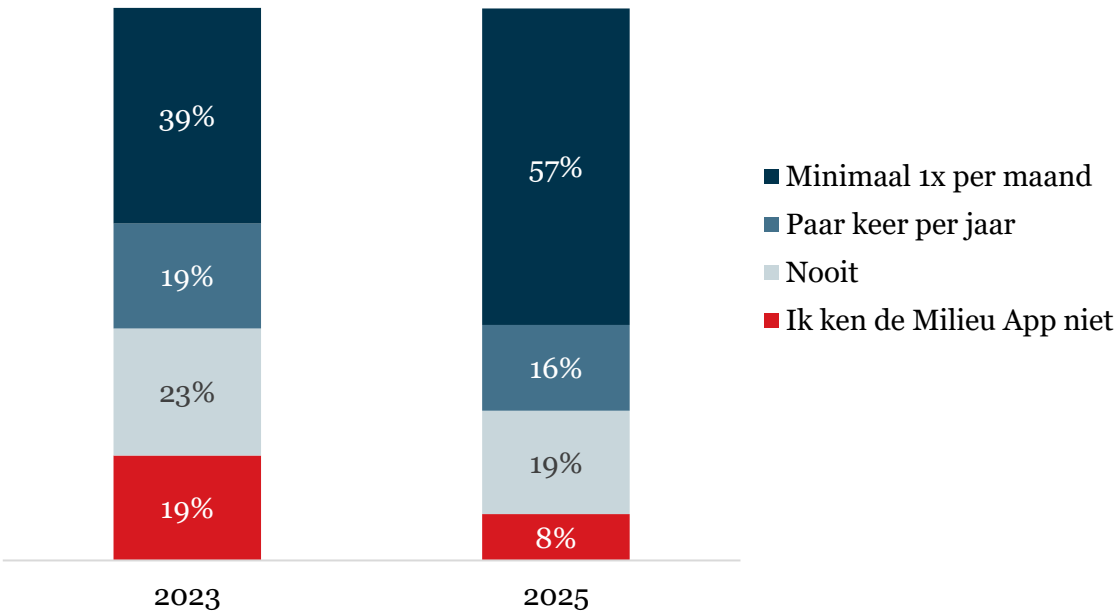
|                            | Totaal | <25 | 25-39 | 40-54 | 55-64 | 65-74 | 75+ |
|----------------------------|--------|-----|-------|-------|-------|-------|-----|
| Minimaal 1x per maand      | 1%     | 0%  | 2%    | 0%    | 0%    | 1%    | 0%  |
| Paar keer per jaar         | 6%     | 1%  | 3%    | 11%   | 4%    | 12%   | 7%  |
| Van gehoord, nooit bekeken | 37%    | 20% | 27%   | 32%   | 51%   | 56%   | 48% |
| Nooit van gehoord          | 56%    | 79% | 68%   | 57%   | 45%   | 31%   | 44% |

## 2.7 Milieu App

De gemeente Maastricht maakt gebruik van de Milieu App. In de app zijn onder andere een afvalkalender, een afvalscheidingswijzer en de milieupas te vinden. Aan inwoners is gevraagd hoe vaak zij de Milieu App gebruiken.

- Het gebruik van de Milieu App is tussen 2023 en 2025 toegenomen van 58% naar 73%. Met name het maandelijkse gebruik is gestegen, van 39% in 2023 naar 57% in 2025.
- Het aandeel inwoners dat aangeeft de Milieu App niet te kennen, is in dezelfde periode gedaald van 19% naar 8%.
- Het aandeel inwoners dat de Milieu App niet kent of nooit gebruikt, is het grootst onder inwoners van 18 tot 25 jaar en onder inwoners van 75 jaar en ouder. In de leeftijdscategorie 18 tot en met 25 jaar gaat het om 42% van de inwoners. Bij de groep van 75 jaar en ouder bedraagt dit percentage 44%.

### Bekendheid en gebruik Milieu App



### Bekendheid en gebruik Milieu App per leeftijdsgroep

|                            | Totaal | <25 | 25-39 | 40-54 | 55-64 | 65-74 | 75+ |
|----------------------------|--------|-----|-------|-------|-------|-------|-----|
| Minimaal 1x per maand      | 57%    | 50% | 64%   | 59%   | 59%   | 63%   | 44% |
| Paar keer per jaar         | 16%    | 8%  | 14%   | 22%   | 17%   | 20%   | 12% |
| Van gehoord, nooit bekeken | 19%    | 25% | 14%   | 14%   | 19%   | 13%   | 35% |
| Nooit van gehoord          | 8%     | 17% | 8%    | 5%    | 5%    | 5%    | 10% |

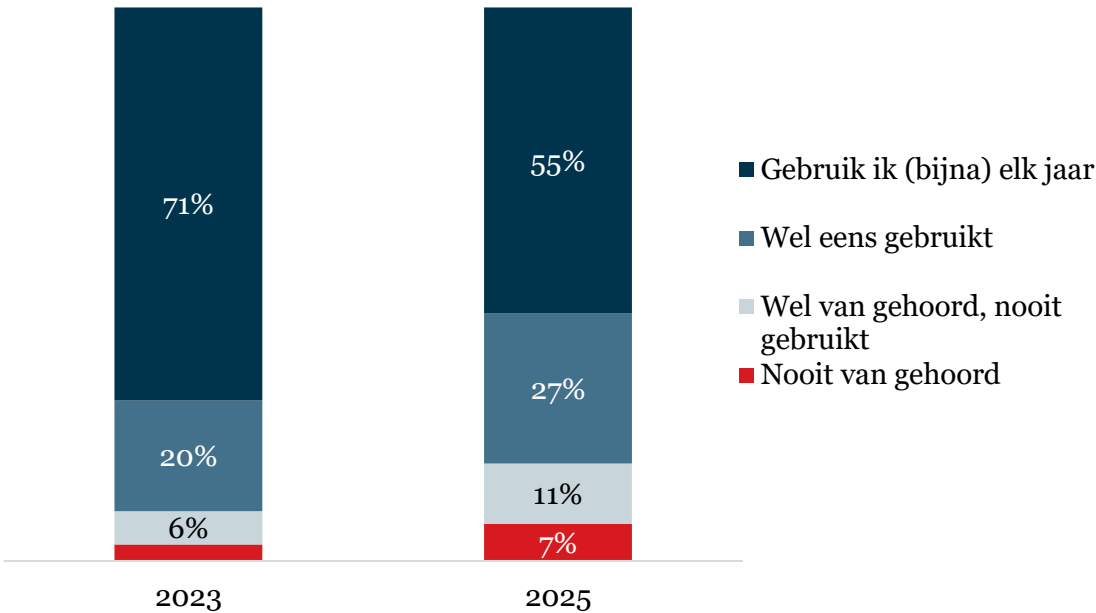


## 2.8 Afvalkalender

Eén keer per jaar ontvangt elk huishouden in Maastricht de afvalkalender in de brievenbus. Deze kalender kan ook worden gedownload via de website van de gemeente Maastricht.

- Het gebruik van de afvalkalender is in 2025 afgenomen ten opzichte van 2023. In 2023 gaf 91% van de respondenten aan de afvalkalender wel eens of vaker te gebruiken. In 2025 is dit percentage gedaald naar 82%.
- Het gebruik verschilt per leeftijdsgroep. De leeftijdscategorie van 75 jaar en ouder gebruikt de afvalkalender het vaakst (bijna) elk jaar. In deze groep geeft 76% aan de kalender (bijna) jaarlijks te gebruiken. In de leeftijdscategorie tot 25 jaar gebruikt 34% de afvalkalender wel eens. Het aandeel dat de kalender (bijna) elk jaar gebruikt, ligt in deze groep met 28% lager dan bij de overige leeftijdsgroepen.

### Bekendheid en gebruik afvalkalender



### Bekendheid en gebruik afvalkalender per leeftijdsgroep

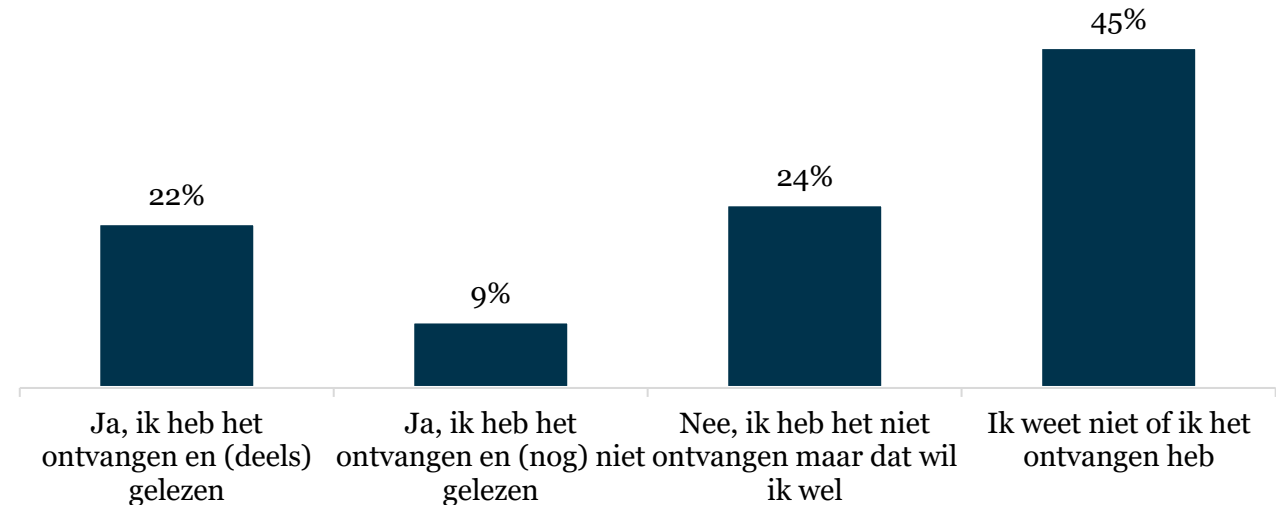
|                            | Totaal | <25 | 25-39 | 40-54 | 55-64 | 65-74 | 75+ |
|----------------------------|--------|-----|-------|-------|-------|-------|-----|
| Minimaal 1x per maand      | 55%    | 28% | 55%   | 56%   | 63%   | 68%   | 76% |
| Paar keer per jaar         | 27%    | 34% | 26%   | 31%   | 27%   | 23%   | 15% |
| Van gehoord, nooit bekeken | 11%    | 17% | 12%   | 9%    | 10%   | 8%    | 6%  |
| Nooit van gehoord          | 7%     | 20% | 6%    | 4%    | 1%    | 1%    | 3%  |

## 2.9 Thuis in Maastricht magazine

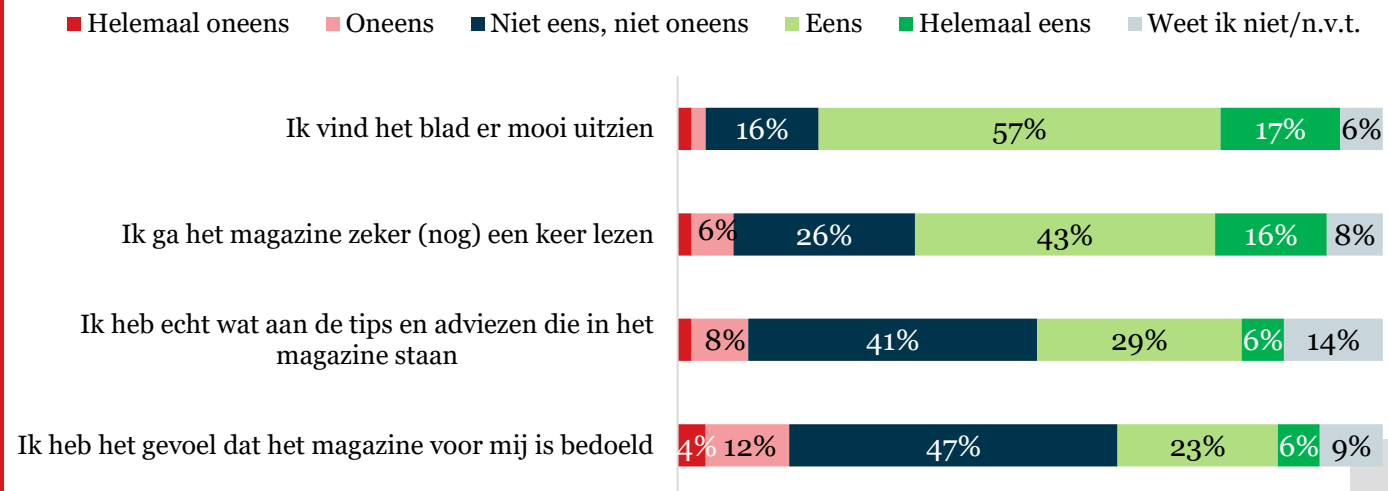
Het blad Thuis in Maastricht is een magazine voor inwoners van de stad en bevat verhalen van Maastrichtenaren over waar zij wonen en wat zij graag doen. Aan respondenten is gevraagd of zij het magazine hebben ontvangen.

- 31% van de respondenten geeft aan het magazine te hebben ontvangen. Daarvan heeft 22% het magazine (deels) gelezen en 9% het magazine ontvangen maar (nog) niet gelezen. Daarnaast geeft 24% aan het magazine niet te hebben ontvangen en 45% weet niet of zij het magazine hebben ontvangen.
- Aan de respondenten die het blad hebben ontvangen en (deels) gelezen, zijn een viertal stellingen over het blad voorgelegd. 59% van de respondenten geeft aan het magazine zeker (nog) een keer te gaan lezen. 26% is neutraal en 8% weet niet of ze het nog een keer gaan lezen. 8% is het (helemaal) oneens met de stelling en gaat het blad niet nog een keer lezen.
- Op de stelling “*Het magazine is voor mij bedoeld*” geeft 29% van de respondenten aan het (helemaal) eens te zijn, terwijl 16% het (helemaal) oneens is. Voor 56% is de mening neutraal of is het antwoord weet ik niet/n.v.t.
- Op de stelling “*Het magazine ziet er mooi uit*” is 74% van de respondenten het (helemaal) eens. Bij de stelling “*Het magazine bevat nuttige tips en adressen*” is 35% het (helemaal) eens; de overige respondenten zijn neutraal, weten het niet of zijn het (helemaal) oneens.

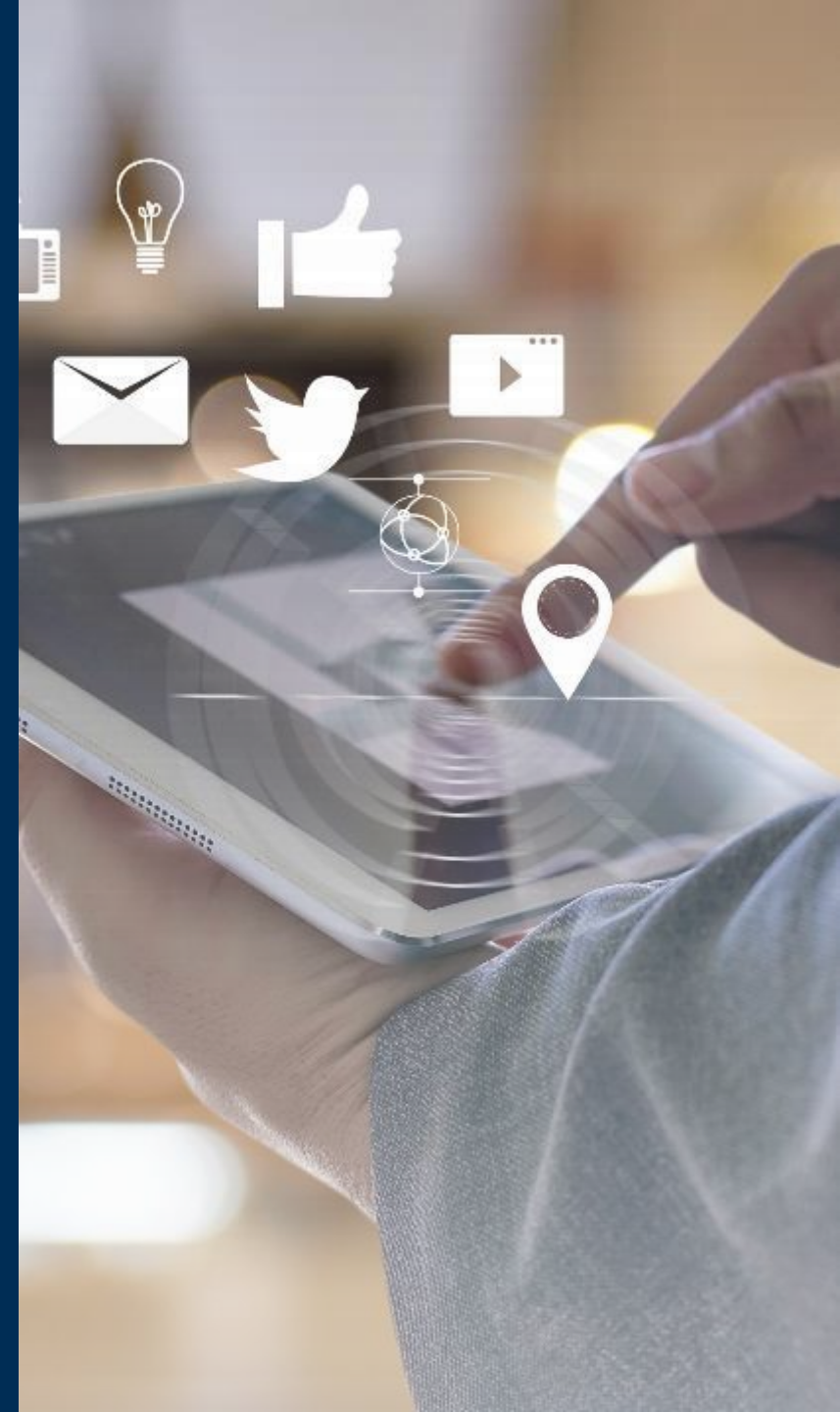
### Ontvangen



### Stellingen



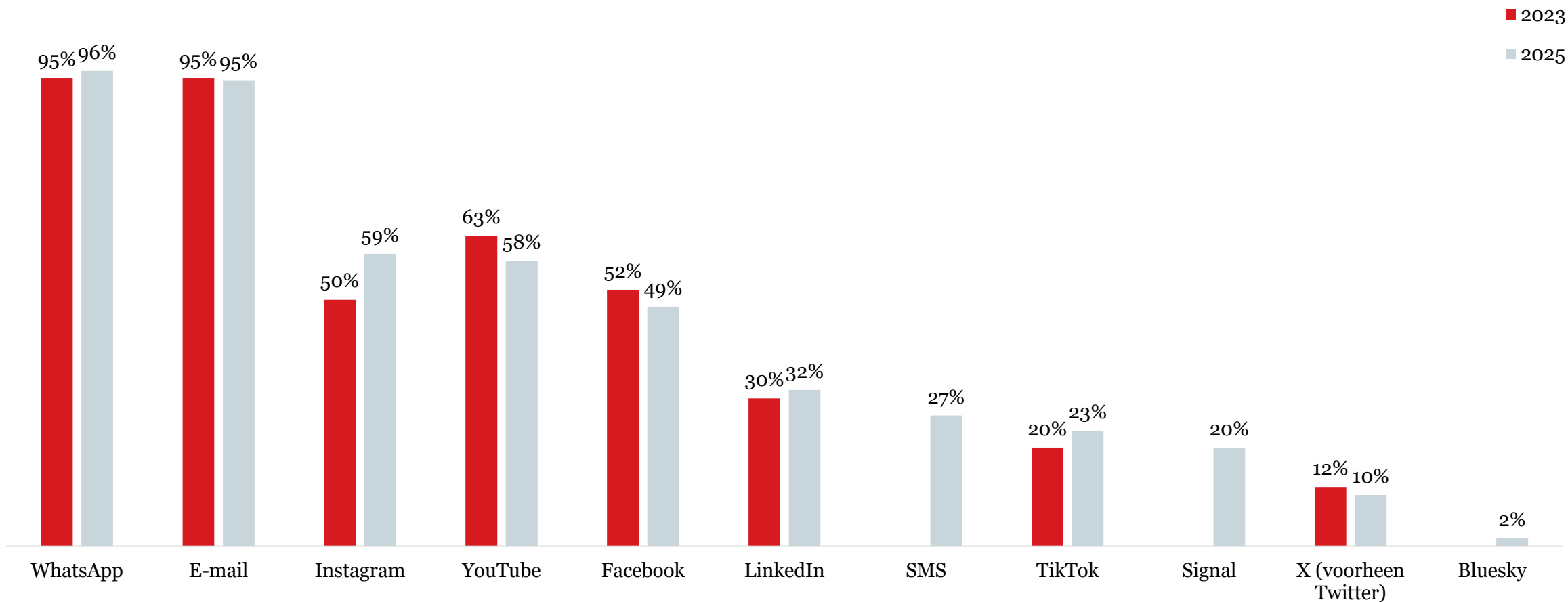
# 3 Trends



### 3.1 Online kanalen

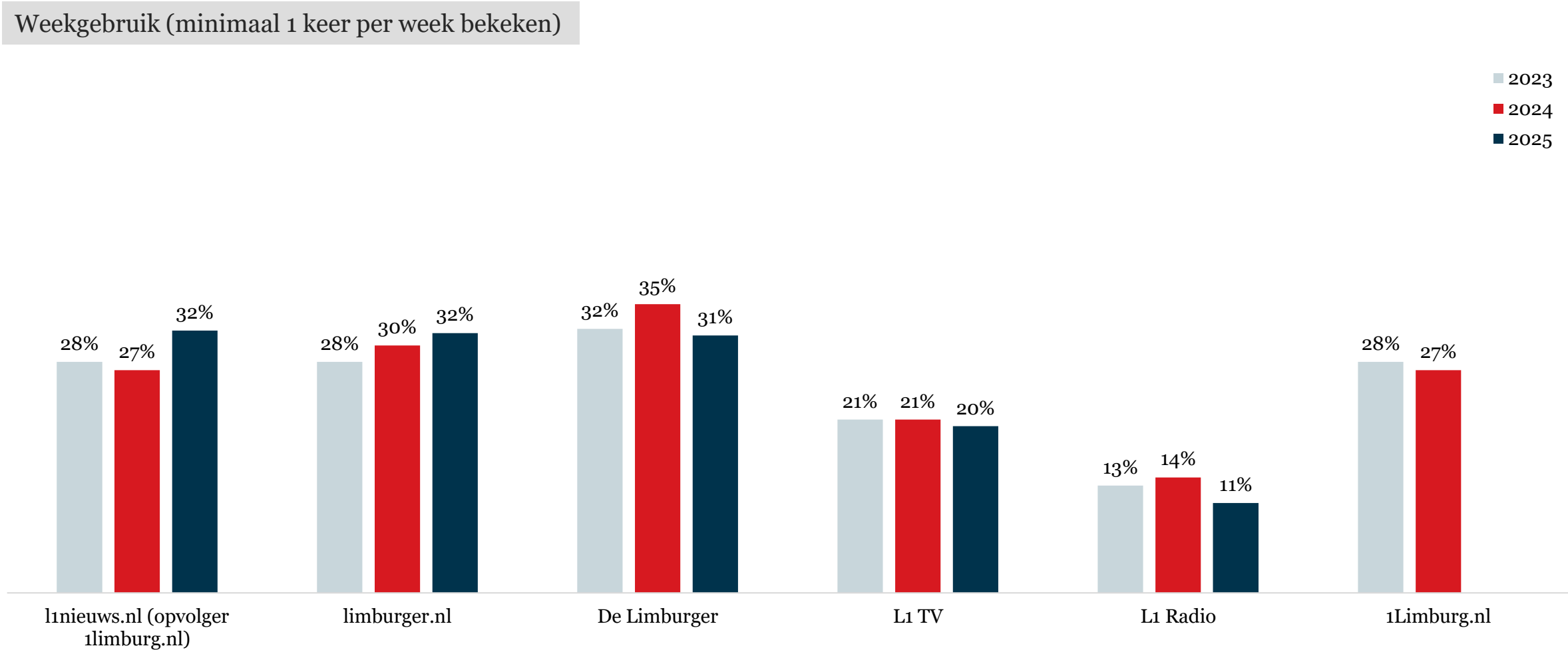
Het weekgebruik van Instagram is tussen 2023 en 2025 gestegen van 50% naar 59%, een toename van 9 procentpunt. Daartegenover staat een afname in het weekgebruik van YouTube en Facebook. YouTube daalde in deze periode met 5 procentpunt, van 63% naar 58%, terwijl Facebook een afname liet zien van 3 procentpunt, van 52% naar 49%.

Weekgebruik (minimaal 1 keer per week bekeken)



### 3.2 Regionale media

Waar het weekgebruik van 1limburg.nl tussen 2023 en 2024 met 1 procentpunt daalde, laat de opvolger 1nieuws.nl tussen 2024 en 2025 een duidelijke stijging zien. Het weekgebruik nam toe van 27% naar 32%, een stijging van 5 procentpunt. Tegelijkertijd is bij andere regionale media een afname zichtbaar. Het weekgebruik van De Limburger daalde met 4 procentpunt ten opzichte van 2024, terwijl ook L1 Radio en L1 TV een lichte daling laten zien. Limburger.nl vormt hierop een uitzondering en laat een lichte stijging van 2% zien.

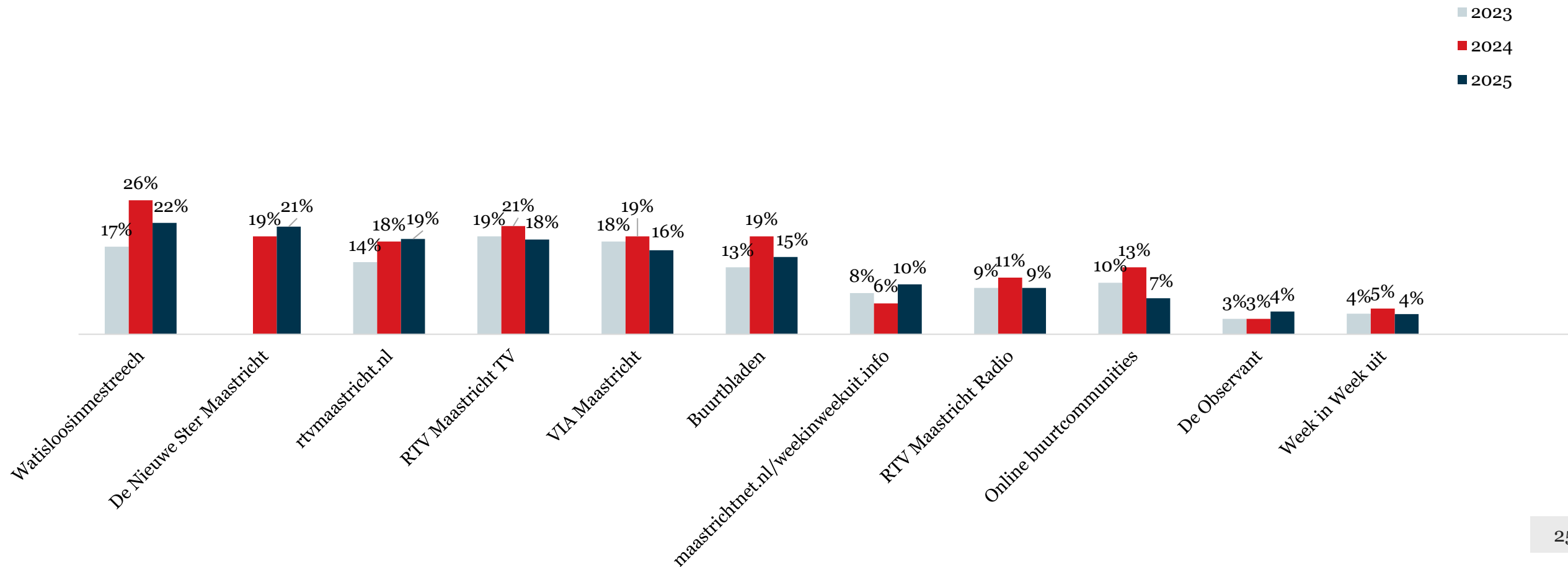


### 3.3 Lokale media

Watisloosinmestreech en De Nieuwe Ster Maastricht hebben in 2025 het hoogste weekgebruik onder de lokale media, met respectievelijk 22% en 21%.

De grootste afname in weekgebruik is zichtbaar bij online buurtcommunities. Het weekgebruik ligt in 2025 6 procentpunt lager dan in 2024. Ook bij de buurtbladen is sprake van een afname van 4 procentpunt. Een vergelijkbare afname is zichtbaar bij Watisloosinmestreech, waar het weekgebruik daalde van 26% in 2024 naar 22% in 2025. Voor de overige lokale media blijft de stijging of daling in het weekgebruik in 2025 relatief beperkt.

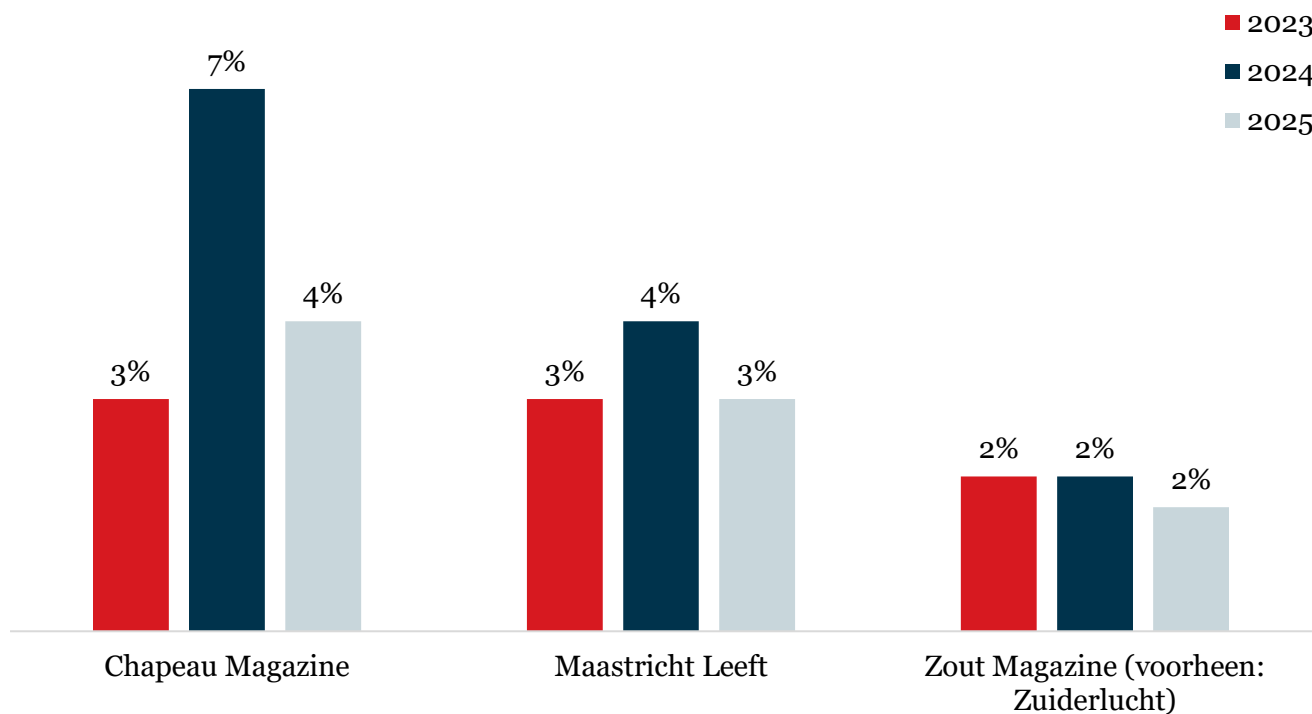
Weekgebruik (minimaal 1 keer per week bekeken)



### 3.4 Magazines

In 2025 heeft Chapeau Magazine met 4% het hoogste maandgebruik van de magazines. Ten opzichte van 2024 is dit een afname van 3 procentpunt.

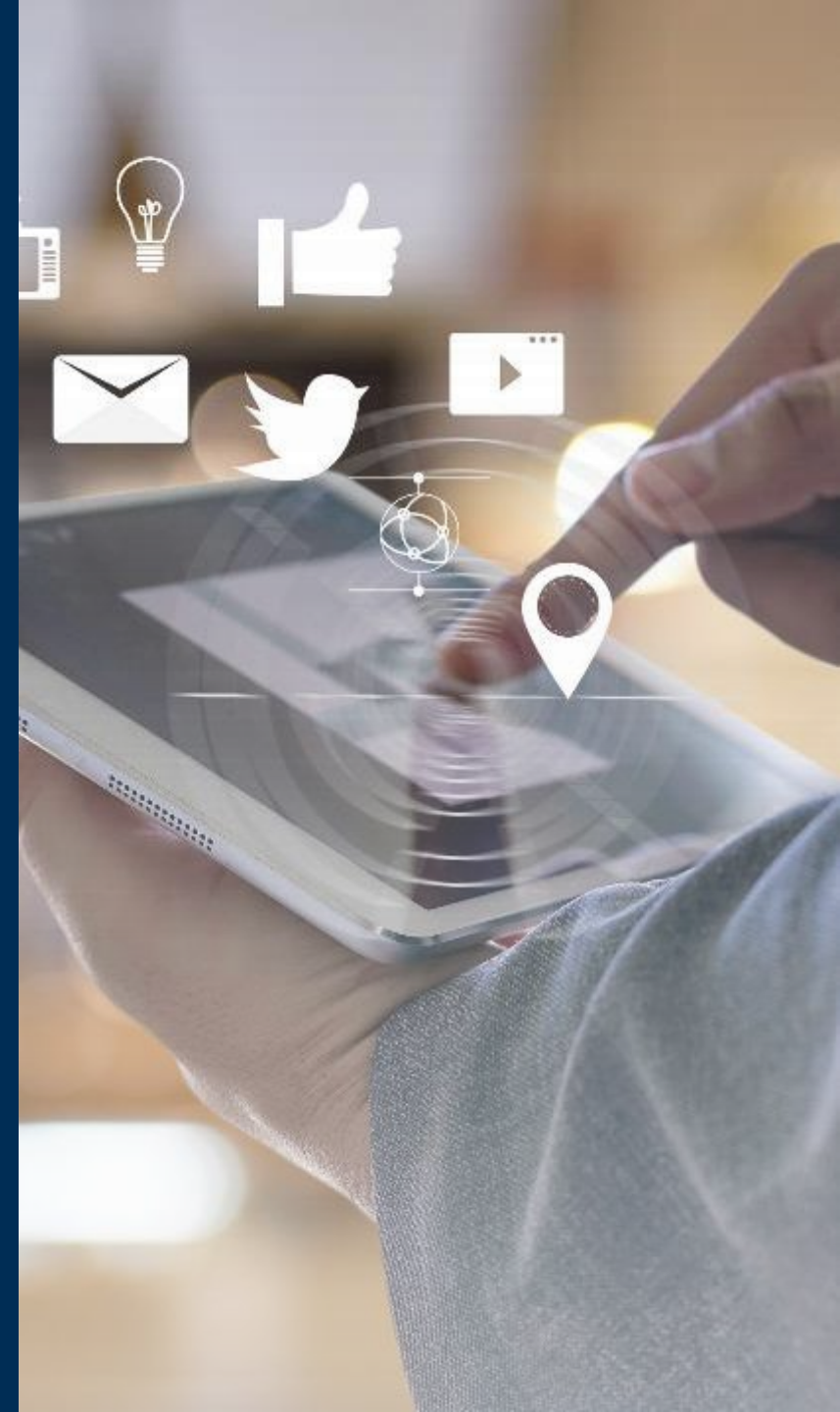
Maandgebruik (minimaal 1 keer per maand bekeken)





# 4

Gebruik huidige  
mediamix

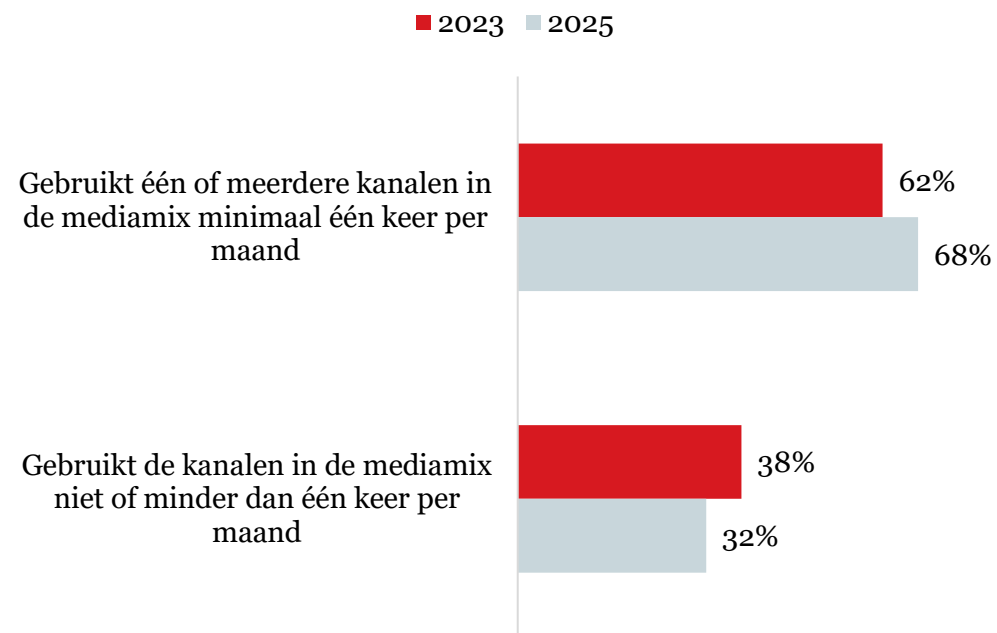


## 4.1 Maandelijks gebruik mediamix

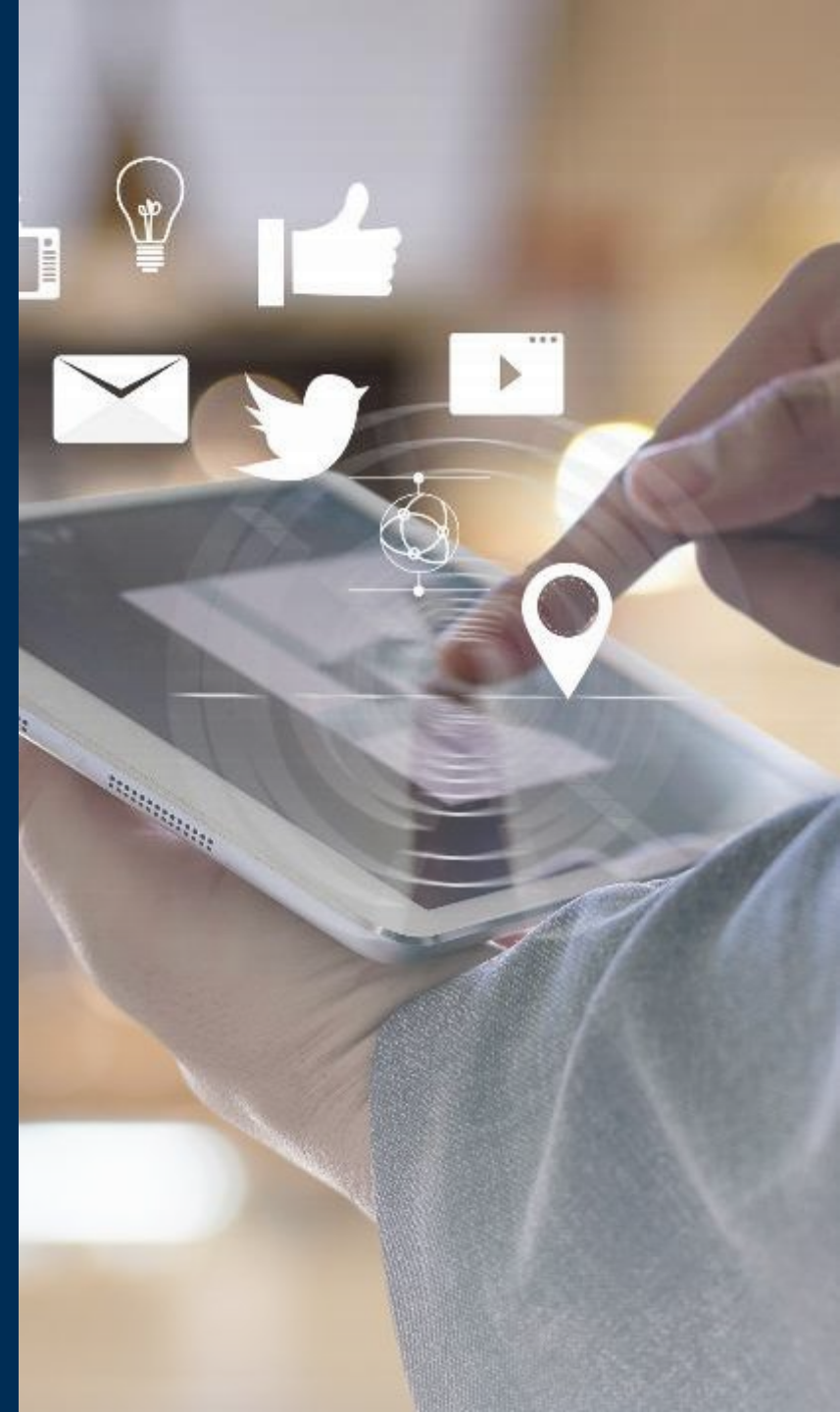
Deze paragraaf behandelt het maandbereik van de huidige mediamix van de gemeente Maastricht. Deze bestaat uit de volgende kanalen: Limburger.nl, Watisloosinmestreech, RTV Maastricht (televisie), De Limburger, De VIA en de nieuwsbrief van de gemeente Maastricht.

- Met deze mediamix wordt 68% van de respondenten minimaal één keer per maand bereikt. De overige 32% wordt niet of minder dan één keer per maand bereikt.
- Vergeleken met 2023 is het maandelijkse bereik met 6 procentpunt toegenomen.

### Maandelijks gebruik mediamix



# Verantwoording



|                     |                                                           |
|---------------------|-----------------------------------------------------------|
| Opdrachtgever       | Gemeente Maastricht                                       |
| Onderzoekspopulatie | Inwoners gemeente Maastricht van 18 jaar e.o. (N=110.474) |
| Onderwerp           | Mediagebruik                                              |
| Methodiek           | BRP Steekproef - online en papier op aanvraag             |
| Veldwerkperiode     | 20 november 2025 tot en met 4 januari 2026                |
| Uitzet              | BRP steekproef (6.500 personen)                           |
| Respons             | 879                                                       |



# Team Datagedreven Sturen

Heeft u vragen of opmerkingen over deze rapportage?

De onderzoeker(s) van team Datagedreven Sturen staan u graag te woord:

**[onderzoekenstatistiek@maastricht.nl](mailto:onderzoekenstatistiek@maastricht.nl)**