

Grip op communicatie Groningen 2025

Onderzoek naar de communicatievoorkeuren van inwoners van
de gemeente Groningen

OIS Groningen



Inhoudsopgave

1	Onderzoeksopzet	3
1.1	Aanleiding en doel van het onderzoek	3
1.2	Dataverzameling & representativiteit	3
2	Resultaten	6
2.1	Voorkeursbronnen	6
2.2	Informatievoorziening	9
2.3	Sociale media en de gemeente	11
	Referenties	14
	Colofon	15

1 Onderzoeksopzet

1.1 Aanleiding en doel van het onderzoek

Effectieve en passende communicatie tussen gemeenten en inwoners is nodig om beleid goed te laten aansluiten bij wat er speelt in de samenleving. Het stelt bewoners in staat om geïnformeerde keuzes te maken en actief deel te nemen aan besluitvormingsprocessen. Daarnaast zorgt goede communicatie voor meer tevredenheid over de gemeente, wat het vertrouwen in lokaal bestuur vergroot (Hoogenboom et al., 2020). Tegelijkertijd verandert de manier waarop de gemeente contact heeft met inwoners door nieuwe technologische en maatschappelijke ontwikkelingen. Zo zijn sociale media in de loop der jaren steeds meer onderdeel geworden van de publieke ruimte en spelen daardoor een belangrijke rol binnen ons lokaal bestuur. Online media, zowel eigen als van derden, geven gemeenten nieuwe mogelijkheden om direct contact te maken met inwoners en hun meer te betrekken bij onderwerpen die spelen in de gemeente waar ze wonen, leven en werken. Tegelijkertijd brengt het communiceren via sociale media door de gemeente ook uitdagingen met zich mee, zoals zorgen over privacy, afhankelijkheid van commerciële bedrijven, de verspreiding van desinformatie en het feit dat niet iedereen toegang tot sociale media heeft. Bovendien verandert het medialandschap voortdurend doordat sociale media platformen zich steeds ontwikkelen.

De gemeente Groningen wil dat haar communicatiestrategie goed aansluit bij de communicatievoorkeuren van inwoners. Het huidige sociale mediabeleid uit 2011 is niet meer actueel en wordt daarom herijkt. En voor de andere online en offline communicatiekanalen wordt gewerkt aan een nieuwe contentstrategie. Voor deze contentstrategie wil de afdeling Communicatie beter inzicht krijgen welk bereik de gemeentelijke online en offline communicatie heeft onder inwoners in hoe inwoners gemeentelijke communicatie ervaren. Daarom heeft afdeling Communicatie de afdeling Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS) gevraagd dit te onderzoeken.

Dit onderzoek moet antwoord geven op de volgende vragen die richting bieden voor een toekomstbestendige communicatiestrategie.

- Welke communicatiekanalen en sociale media worden gebruikt door inwoners en waarvoor?
- Hoe willen inwoners verschillende soorten informatie van de gemeente ontvangen?
- Wat verwachten inwoners van de aanwezigheid op sociale media van de gemeente?
- Hoe ervaren inwoners de toegankelijkheid van informatie van gemeentelijke informatie?

1.2 Dataverzameling & representativiteit

De vragenlijst is voorgelegd aan het inwonerspanel Groningen Gehoord. Het inwonerspanel bestaat uit een grote groep inwoners van de gemeente Groningen die zich heeft opgegeven om mee te doen aan panelonderzoeken van OIS Groningen. De vragenlijst is op 15 september verstuurd en stond twee weken open voor respons. Na een week is een herinneringsmail gestuurd.

Met circa 11.000 leden, in alle leeftijdsgroepen vanuit de hele gemeente, geeft het inwonerspanel Groningen Gehoord een adequaat beeld van de mening van inwoners van de stad. Wel moet worden opgemerkt dat voor het inwonerspanel geen aselechte steekproef van alle bewoners is getrokken. Elke inwoner kan lid worden van het inwonerspanel. Het gevolg is dat sommige groepen inwoners zijn oververtegenwoordigd en andere ondervertegenwoordigd. Dit neemt niet weg dat het inwonerspanel een zeer bruikbaar instrument is om in korte tijd de mening van een aanzienlijke groep inwoners van de gemeente Groningen te peilen.

In totaal is de vragenlijst door 3.746 panelleden (deels) ingevuld. Dit komt neer op een responspercentage van 34%. Niet alle respondenten hebben alle vragen beantwoord, daarom kan het aantal respondenten per vraag verschillen.

Naast het panel is een openbaar toegankelijke vragenlijst via verschillende kanalen gepubliceerd, waarmee ook inwoners die geen lid zijn van het inwonerspanel de mogelijkheid hadden om de vragenlijst in te vullen. De vragenlijst is verspreid via de Gezinsbode, gemeentelijke nieuwsbrieven en sociale media (Facebook en Instagram). Via de openbare link hebben 220 inwoners de vragenlijst (deels) ingevuld. Gecombineerd betekent dit dat de vragenlijst door 3.966 inwoners (deels) is ingevuld.

Verdeling respons naar leeftijd en gebiedsdeel

Tabel 1 toont de verdeling van respondenten binnen verschillende leeftijdscategorieën. De tabel geeft daarnaast de verdeling weer van de leeftijdsgroepen binnen de gemeente Groningen (de populatie). Hieruit blijkt dat inwoners jonger dan 27 jaar zijn ondervertegenwoordigd in de steekproef. Slechts 4% van de respondenten is jonger dan 27 jaar, vergeleken met 31% van de populatie. Daarnaast is er sprake van ondervertegenwoordiging van de leeftijdsgroep 28-44 jaar. De leeftijdsgroepen van 45-64 jaar, 65-74 jaar en 75+ zijn daarentegen juist oververtegenwoordigd. Hoewel de steekproef niet volledig representatief is voor de leeftijdsverdeling in de gemeente Groningen, biedt het grote aantal respondenten (n=3.966) voldoende basis om betrouwbare analyses te doen.

Tabel 1: Respons (n=3.659) naar leeftijd, vergeleken met de populatieverdeling (18+ jaar) van de gemeente Groningen (n= 209.640)

	respons	populatie 2024
18-27 jaar	4%	31%
28-44 jaar	17%	27%
45-64 jaar	37%	24%
65-74 jaar	28%	10%
75 jaar of ouder	14%	8%

We hebben aan de respondenten gevraagd om hun postcode in te vullen. Deze postcodes worden gebruikt om een onderverdeling te kunnen maken van de resultaten naar gebiedsdeel. Het overgrote merendeel (90%) van de respondenten heeft hun postcode achtergelaten. Tabel 2 toont de verdeling van de respondenten over de gebiedsdelen. Gebiedsdelen Zuid en Oost zijn licht oververtegenwoordigd. Gebiedsdeel West is juist licht ondervertegenwoordigd. Al met al komt de verdeling van respondenten over de gebiedsdelen redelijk goed overeen met de werkelijke verdeling van inwoners in de gemeente.

Tabel 2: Respons (n=3.561) naar gebiedsdeel, vergeleken met de populatieverdeling van de gemeente

Groningen

	respons	populatie 2024
Centrum	8%	10%
Haren	9%	9%
Oost	18%	15%
Oude Wijken	17%	19%
Ten Boer	3%	3%
West	17%	21%
Zuid	28%	23%

Opleidingsniveau

We vroegen respondenten om aan te geven wat hun hoogst afgeronde opleiding is. Op basis hiervan kunnen we bepalen of er verschillen zijn binnen de steekproef op basis van opleidingsniveau. Voor het indelen van opleidingsniveau in drie categorieën is de [definitie](#) van het CBS gehanteerd. Tabel 3 geeft het opleidingsniveau binnen de steekproef weer in vergelijking met de verdeling binnen de gemeente Groningen. Uit deze tabel blijkt dat hoogopgeleide respondenten oververtegenwoordigd zijn in de steekproef ten opzichte van de populatie. Respondenten met een laag tot midden opleidingsniveau zijn daarentegen ondervertegenwoordigd.

Tabel 3: Respons (n=3.523) naar opleidingsniveau, vergeleken met de populatieverdeling van de gemeente

Groningen (18+)

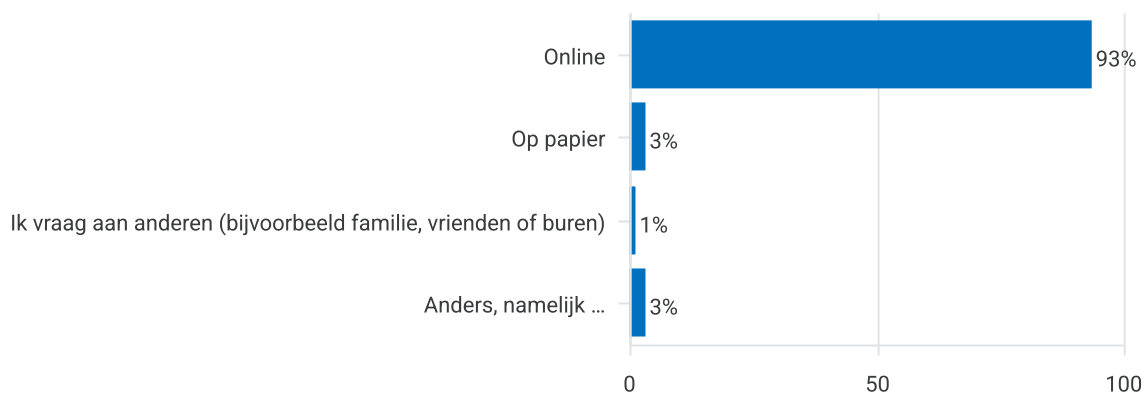
	respons	populatie
Hoog	75%	44%
Midden	17%	40%
Laag	8%	16%

2 Resultaten

2.1 Voorkeursbronnen

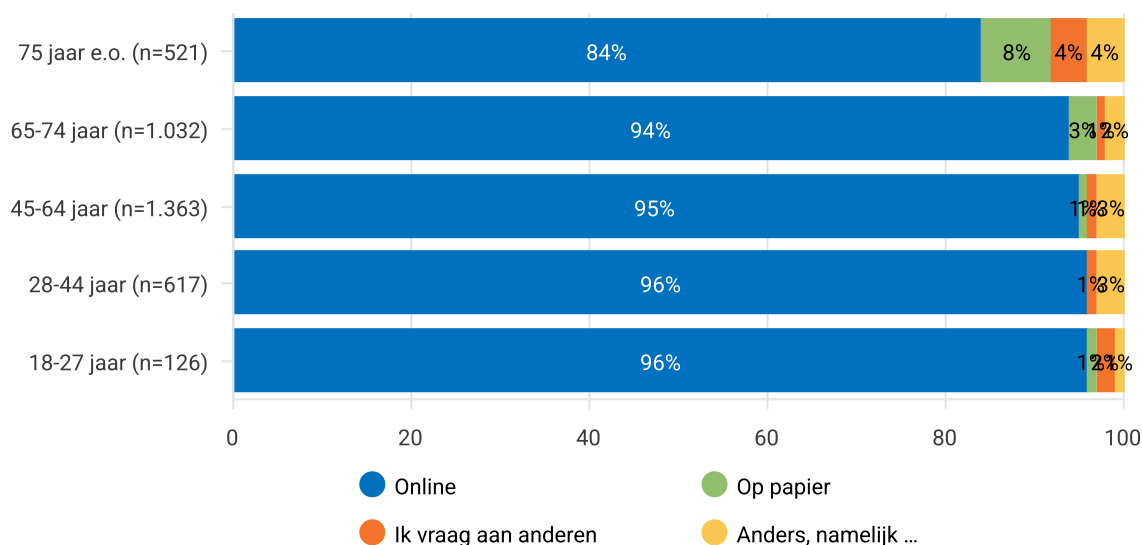
Waar grijpen inwoners het eerst naar als ze op zoek zijn naar informatie over de gemeente, welke methode is “top of mind”? Om hier een indruk van te krijgen stelden we aan respondenten de vraag waar zij als eerste op zoek gaan naar informatie over de gemeente Groningen. Uit Figuur 1 blijkt dat een overgrote meerderheid van de respondenten (93%) als eerste online op zoek gaat naar informatie over de gemeente Groningen. Dit onderstreept het belang van de digitale toegankelijkheid van de gemeentelijke informatievoorziening. Slechts een klein deel raadpleegt eerst papieren bronnen (3%) of vraagt informatie aan anderen zoals familie of vrienden (1%). Daarnaast geeft 3% aan een andere methode te gebruiken. Bij de antwoordoptie “Anders, namelijk...” geven respondenten voornamelijk aan dat ze via internet zoeken, via de website van gemeente Groningen of via Google.

Figuur 1: Als je informatie zoekt over de gemeente Groningen, waar zoek je dan meestal als eerste?
(n=3.966)



We hebben de resultaten uit Figuur 1 uitgesplitst op leeftijdscategorieën om te bepalen of leeftijd een rol speelt in de wijze waarop respondenten als eerste informatie zoeken over de gemeente. Uit Figuur 2 blijkt dat het merendeel van de respondenten van de gemeente Groningen, ongeacht leeftijd, in eerste instantie online zoekt naar informatie over de gemeente. Respondenten van 75 jaar en ouder zoeken, net als andere leeftijdsgroepen, meestal online naar informatie. Wel maken zij iets vaker gebruik van papieren bronnen of hun sociale netwerk voordat ze online gaan zoeken.

Figuur 2: Als je informatie zoekt over de gemeente Groningen, waar zoek je dan meestal als eerste?
(uitgesplitst op leeftijdscategorie)

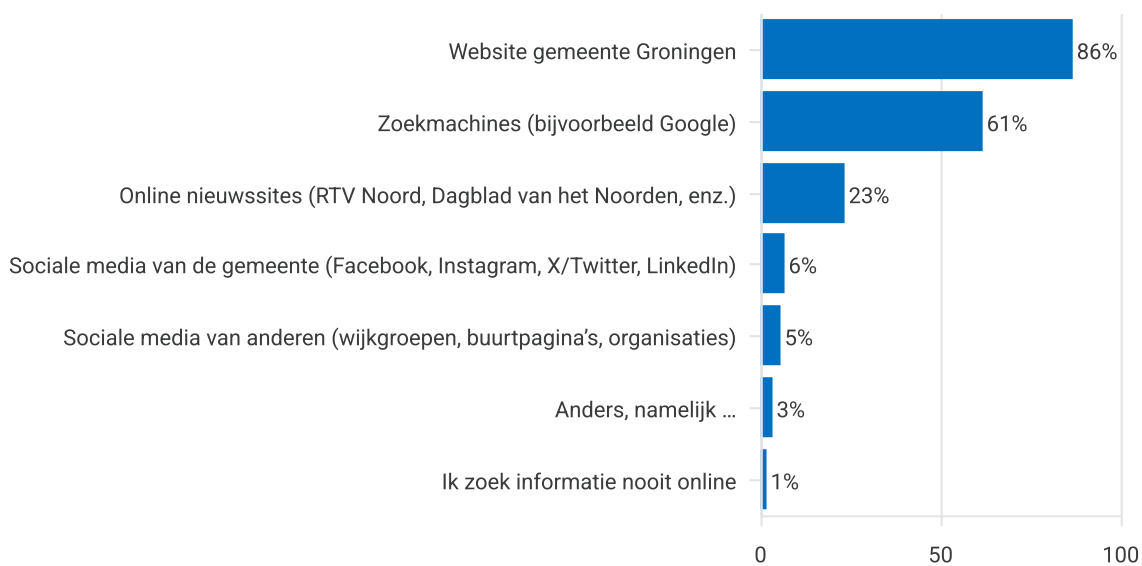


Wanneer we de resultaten uitsplitsen naar opleidingsniveau blijken er geen grote verschillen in de manier waarop inwoners naar informatie zoeken. Zowel laag- (89%), midden- (91%) als hoogopgeleiden (94%) zoeken het vaakst als eerste online naar informatie over de gemeente.

Online informatiebronnen

Vervolgens gingen we dieper in op de verschillende manieren waarop respondenten zoeken naar online informatiebronnen (Figuur 3). Uit deze figuur blijkt dat de website van de gemeente Groningen veruit de meest gebruikte bron is voor online informatie (86%). Zoekmachines zoals Google worden daarnaast ook veel gebruikt (61%). Dit suggereert dat inwoners ook regelmatig via indirecte routes bij gemeentelijke informatie terechtkomen. Online nieuwssites worden door bijna een kwart van de respondenten geraadpleegd (23%), terwijl sociale media van de gemeente (6%) en van anderen (5%) slechts een beperkte rol spelen. Slechts een klein aantal respondenten zoekt nooit online naar informatie (1%).

Figuur 3: Als je online op zoek bent naar informatie over de gemeente, waar kijk je dan? (n=3.926)

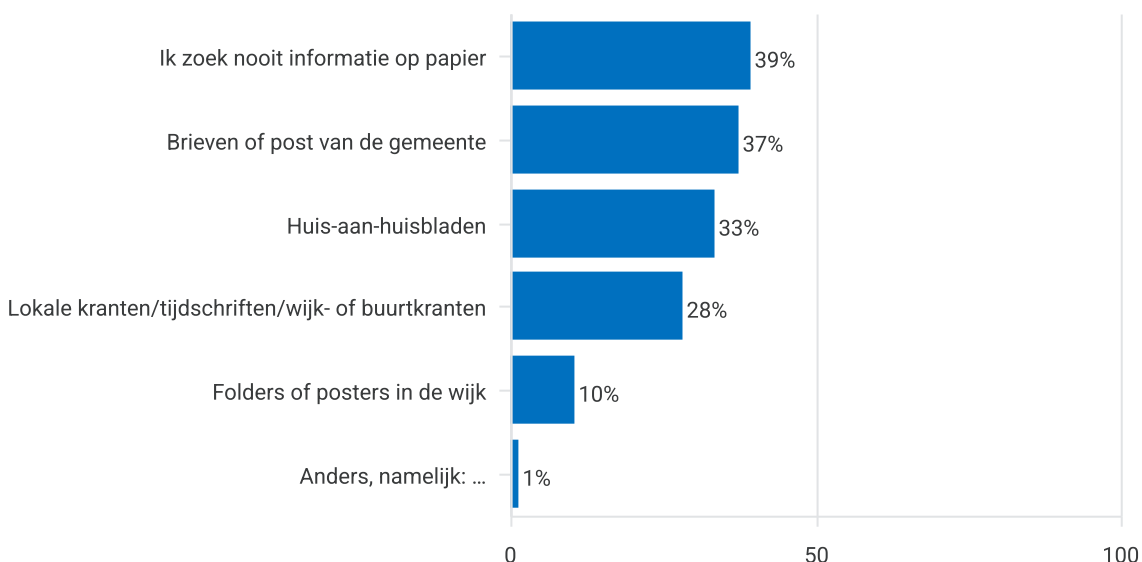


** Meerdere antwoorden mogelijk. De percentages tellen daarom niet op tot 100%*

Papieren informatiebronnen

Eerder constateerden we dat het minder gebruikelijk is voor respondenten om via papieren informatiebronnen te zoeken naar informatie over de gemeente dan online. Figuur 4 bevestigt dit beeld. Maar liefst 39% geeft aan nooit papieren informatie te raadplegen. Van degenen die dat wel doen, zijn brieven of post van de gemeente (37%) en huis-aan-huisbladen (33%) de meest gebruikte bronnen. Lokale kranten en wijk- of buurtkranten worden door 28% genoemd, terwijl folders of posters in de wijk slechts door 10% worden geraadpleegd.

Figuur 4: Als je informatie op papier zoekt, waar kijk je dan? (n=3.914)

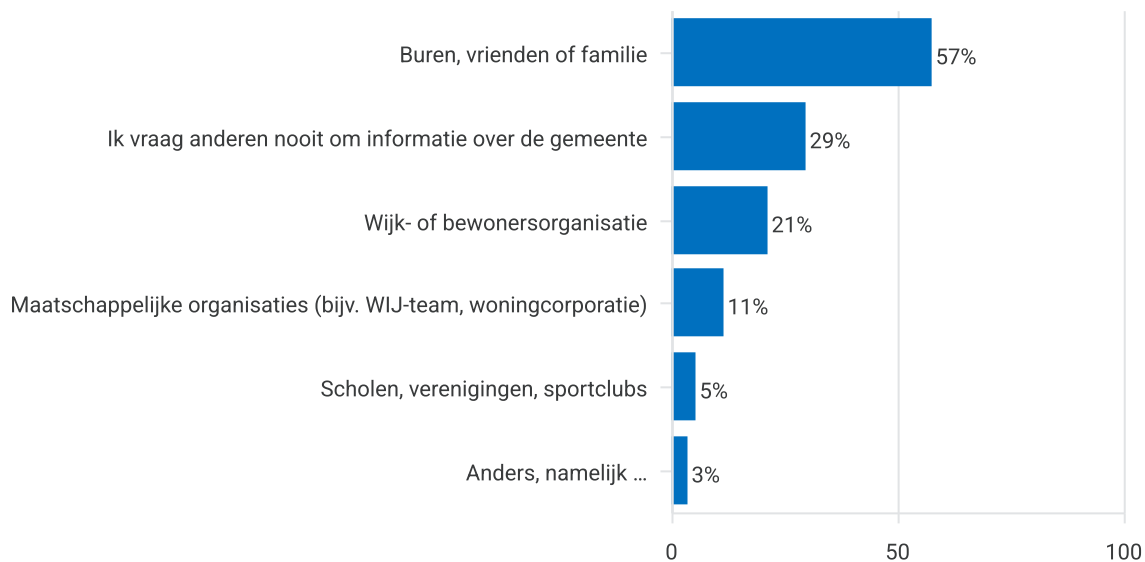


** Meerdere antwoorden mogelijk. De percentages tellen daarom niet op tot 100%*

Sociale kringen

Sociale kringen kunnen ook gebruikt worden om informatie te verzamelen over wat er speelt in de gemeente. Uit Figuur 5 blijkt dat persoonlijke netwerken een relatief grote rol spelen in het verkrijgen van gemeentelijke informatie. Meer dan de helft van de respondenten (57%) ontvangt informatie via burens, vrienden of familie. Bijna een derde (29%) vraagt nooit anderen om informatie over de gemeente. Ruim een vijfde (21%) van de respondenten raadpleegt wijk- of bewonersorganisaties.

Figuur 5: Als je informatie over de gemeente via anderen krijgt, wie is dat? (n=3.899)



* Meerdere antwoorden mogelijk. De percentages tellen daarom niet op tot 100%

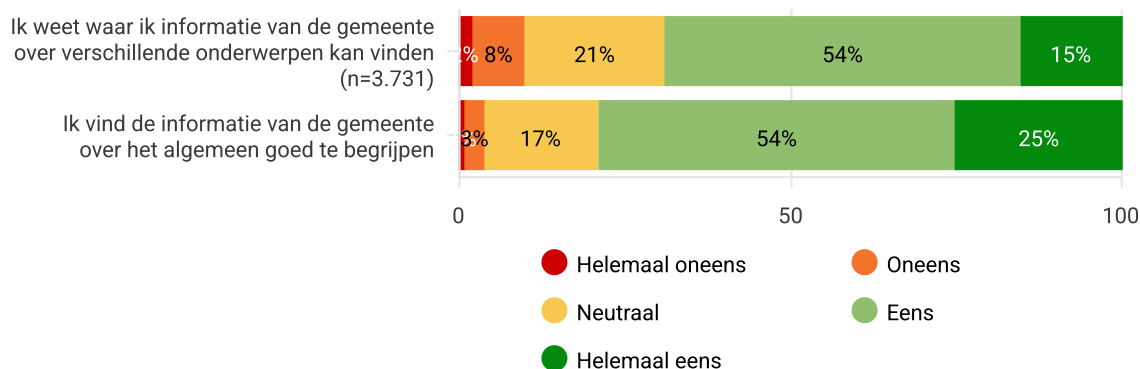
2.2 Informatievoorziening

We legden respondenten een aantal stellingen voor over de informatievoorziening van de gemeente Groningen (Figuur 6). Allereerst wilden we weten of respondenten weten waar ze over verschillende onderwerpen informatie van de gemeente kunnen vinden. Ruim twee derde (69%) geeft aan dat ze het (helemaal) eens zijn met de stelling. Een vijfde (21%) van de respondenten is neutraal. Bijna een tiende (9%) is het (helemaal) oneens.

De tweede stelling heeft betrekking op de begrijpelijkheid van de informatie. Bijna vier van de vijf van de respondenten (79%) vindt dat de informatie van de gemeente over het algemeen goed te begrijpen is. Bijna een vijfde (17%) geeft aan neutraal te zijn. Slechts een klein deel (4%) vindt dat de informatie over het algemeen *niet* goed te begrijpen is.

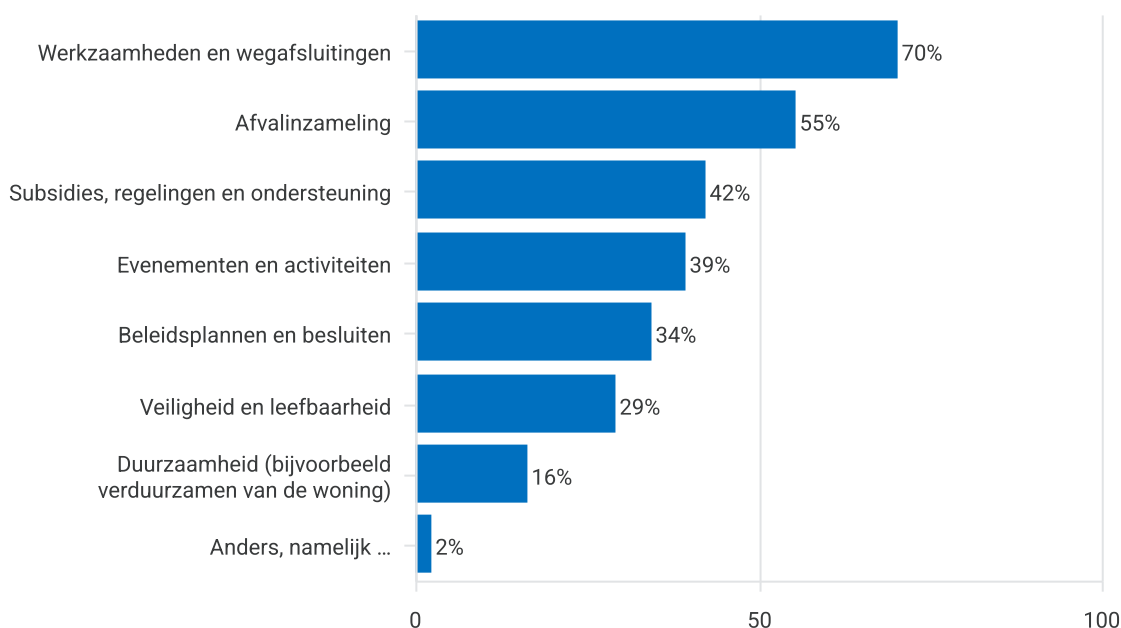
Figuur 6 laat zien dat respondenten relatief goed weten *waar* ze gemeentelijke informatie kunnen vinden en dat zij deze informatie ook goed *begrijpen*.

Figuur 6: In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?



Als gemeente moet je soms keuzes maken over welke informatie je wilt delen met inwoners. Figuur 7 toont welke informatie respondenten het belangrijkste vinden om te ontvangen. Respondenten konden hierbij drie opties kiezen die zij het belangrijkste vinden. Praktische informatie wordt het meeste gekozen. Werkzaamheden en wegafsluitingen worden door 70% als belangrijk beschouwd, gevolgd door afvalinzameling (55%) en subsidies, regelingen en ondersteuning (42%). Informatie over evenementen (39%), beleidsplannen (34%) en veiligheid (29%) krijgen iets minder prioriteit. Als respondenten een keuze moeten maken wordt informatie over duurzaamheid (16%) het minst vaak gekozen.

Figuur 7: Welke informatie van de gemeente vind je het belangrijkste om te ontvangen? (maximaal 3 antwoorden)

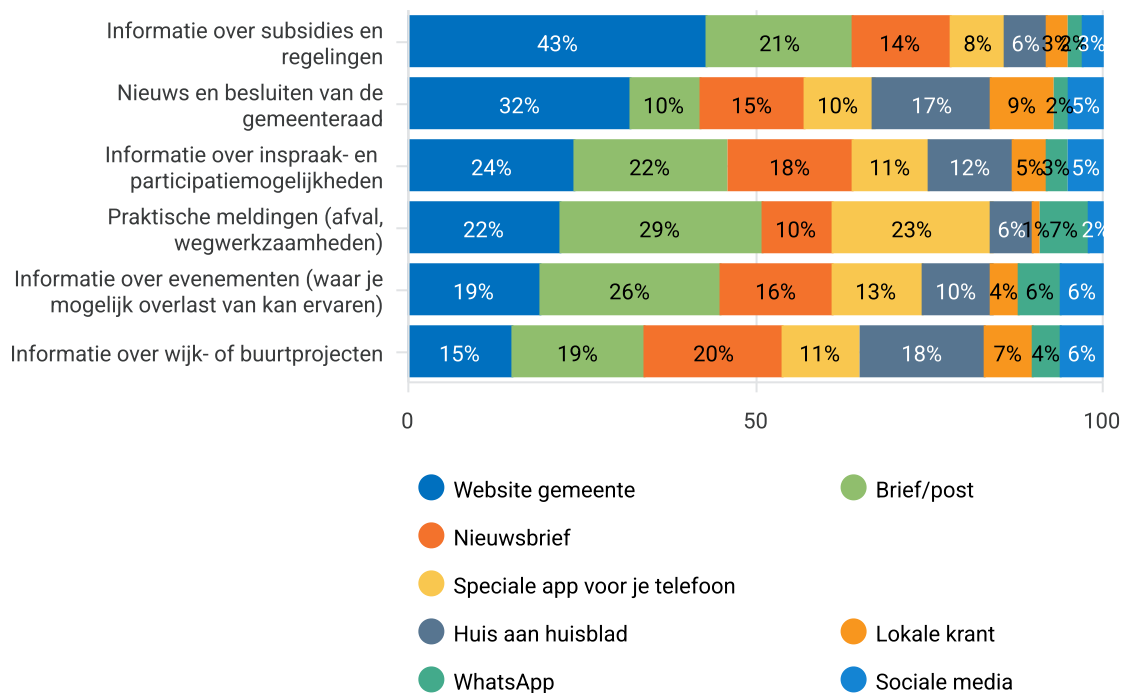


** Meerdere antwoorden mogelijk. De percentages tellen daarom niet op tot 100%*

Vervolgens is de vraag gesteld aan respondenten op welke manier ze verschillende soorten informatie het liefste ontvangen, dit laten we zien in figuur 8. Uit de figuur blijkt dat respondenten de website van de gemeente vooral geschikt vinden voor informatie over subsidies en regelingen, evenals voor nieuws en besluiten van de gemeenteraad. Voor praktische meldingen, zoals informatie over afvalinzameling en wegwerkzaamheden, geven respondenten het vaakst de voorkeur aan het ontvangen van een informerende

brief (29%). Daarnaast geeft ruim een vijfde (23%) de voorkeur aan informatie via een speciale app op de mobiele telefoon. Dit wijst erop dat respondenten dit type informatie liever op een directe manier ontvangen, in plaats van er zelf actief naar op zoek te gaan. Wat informatie over evenementen betreft, geeft ruim een kwart (26%) van de respondenten aan deze het liefst per brief te ontvangen.

Figuur 8: Op welke manier ontvang je de volgende soorten informatie het liefst?



2.3 Sociale media en de gemeente

Sociale media spelen een steeds grotere rol in het dagelijks leven en bieden gemeenten de mogelijkheid om snel, laagdrempelig en interactief te communiceren. Tegelijkertijd verandert het sociale media landschap snel en brengt het afhankelijkheid van bedrijven met zich mee. Om effectief sociale media in te kunnen zetten is het nodig om inzicht te hebben in het sociale media gebruik van inwoners. We vroegen inwoners welke sociale media zij gebruiken en, indien van toepassing, of zij via die kanalen ook de gemeente Groningen volgen.

Uit de resultaten in tabel 4 blijkt dat het merendeel van de respondenten de gemeente Groningen niet volgt op sociale media. Vooral X (voorheen Twitter) en Snapchat worden de door de respondenten nauwelijks gebruikt. Respectievelijk 89% en 93% van de respondenten geeft aan deze platforms niet te gebruiken. LinkedIn (45%), Facebook (35%) en Instagram (33%) worden het meest door respondenten gebruikt. Van deze platformen is Facebook het populairst om de gemeente Groningen mee te volgen (12%). Instagram en LinkedIn worden nagenoeg even vaak gebruikt om gemeente Groningen te volgen. Binnen de steekproef worden X (3%) en Snapchat (0%) het minst gebruikt om gemeente Groningen te volgen.

De resultaten uit de tabel zijn vervolgens uitgesplitst naar leeftijdsgroepen. Deze uitsplitsing bevestigt dat leeftijd een belangrijke factor is bij het gebruik van verschillende sociale mediaplatforms. Vooral bij Snapchat is dit duidelijk zichtbaar: van de respondenten tussen 18 en 27 jaar gebruikt de helft (50%) dit platform, maar geen van hen volgt de gemeente Groningen via dit kanaal. De aanwezigheid op Snapchat neemt vervolgens

duidelijk af naarmate de leeftijd toeneemt. Voor Instagram is een vergelijkbaar patroon zichtbaar. Driekwart (76%) van de respondenten van 18 tot 27 jaar gebruikt Instagram. In de leeftijdsgroep 28-44 jaar is dit nog ruim de helft (53%). Bijna twee van de vijf respondenten van 45-64 jaar gebruiken Instagram. Hoewel jongeren tussen 18-27 jaar veel gebruik maken van Instagram, volgt slechts 15% de gemeente soms via dit kanaal. Bij Facebook zien we een omgekeerd patroon: jongere respondenten maken er minder gebruik van dan oudere leeftijdsgroepen. Slechts een vijfde (21%) van de jongeren gebruikt Facebook, terwijl dit aandeel bij oudere leeftijdsgroepen rond de twee vijfde ligt.

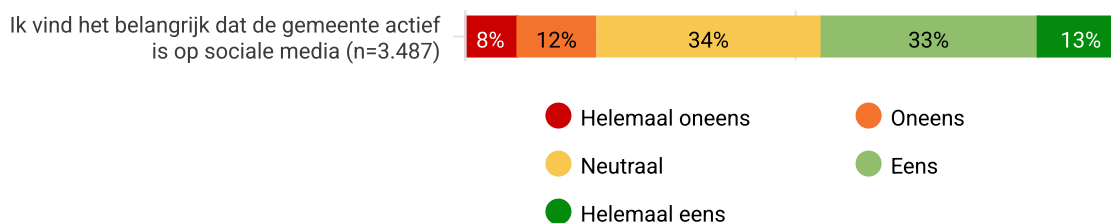
Tabel 4: Hoe vaak bezoek of bekijk je de gemeente Groningen op de volgende platforms? (n=3.665-3.680)

	Facebook	Instagram	X*	LinkedIn	Snapchat
Ik gebruik dit kanaal/deze app niet	65%	67%	89%	55%	93%
Ik gebruik dit kanaal wel, maar volg gemeente Groningen niet	23%	25%	8%	36%	7%
Ik bekijk gemeente Groningen soms op dit platform	10%	7%	2%	8%	0%
Ik bekijk gemeente Groningen vaak op dit platform	2%	2%	1%	1%	0%

* Voorheen Twitter

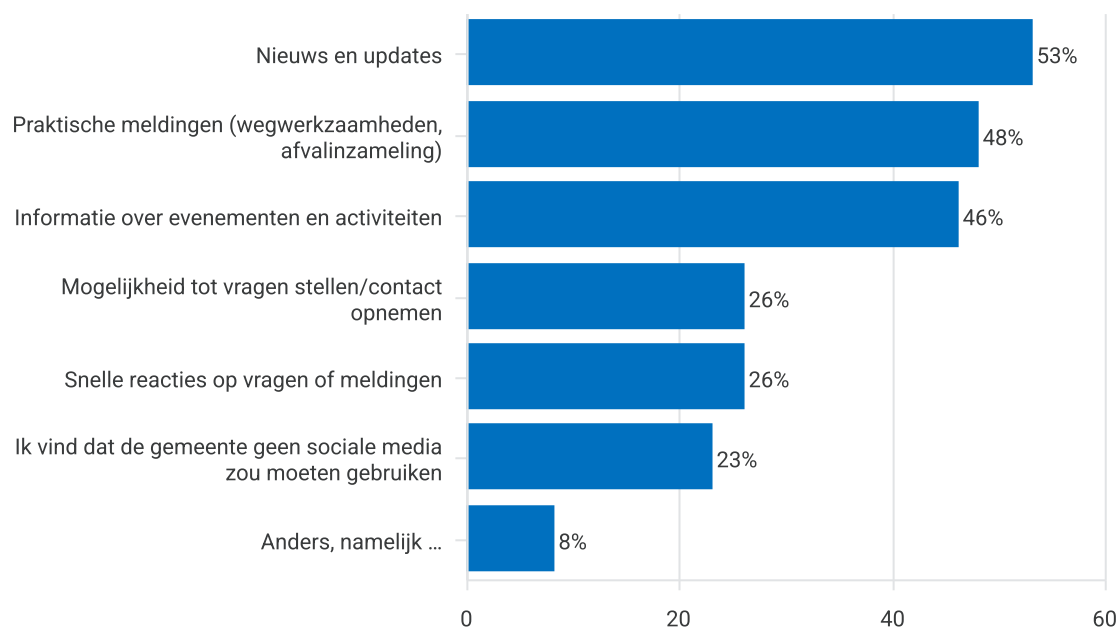
Na de vraag over sociale mediagebruik van de respondenten hebben we ze gevraagd hoe belangrijk ze het vinden dat de gemeente actief is op sociale media (Figuur 9). Ruim twee vijfde (46%) geeft aan dat ze het belangrijk vinden dat gemeente Groningen actief is op sociale media. Een relatief groot gedeelte: ruim een derde (34%) is neutraal. Een vijfde (20%) is het (helemaal) oneens met de stelling en vindt het dus onbelangrijk dat de gemeente actief is op sociale media. Bij deze stelling vinden we geen noemenswaardige verschillen als we de resultaten uitsplitsen op leeftijd.

Figuur 9: In hoeverre ben je het eens met de volgende stelling?



Gemeente Groningen gebruikt sociale media voor verschillende doeleinden. Daarom is aan de respondenten gevraagd welke toepassingen volgens hen het meest van waarde zijn. Bij deze vraag waren meerdere antwoordopties mogelijk. Figuur 10 laat zien dat respondenten het gebruik van sociale media door de gemeente vooral lijken te waarderen voor nieuws en updates (53%), praktische meldingen (48%) en informatie over evenementen en activiteiten (46%). Beduidend minder, ruim een kwart van de respondenten (26%), geeft aan dat sociale media zou moeten worden gebruikt voor snelle reacties op vragen of meldingen. Een vergelijkbaar deel (26%) vindt dat sociale media gebruikt zou moeten worden voor de mogelijkheid tot het stellen van vragen aan de gemeente. Tot slot stelt bijna een kwart (23%) dat de gemeente volgens hen geen sociale media zou moeten gebruiken.

Figuur 10: Waarvoor zou gemeente Groningen sociale media moeten gebruiken volgens jou?



** Meerdere antwoorden mogelijk. De percentages tellen daarom niet op tot 100%*

Referenties

- Hoogenboom, K., van den Hurk, J., & Prij, S (2020). Duidelijke Overheidscommunicatie voor gemeenten. Vereniging van Nederlandse Gemeenten <https://vng.nl/sites/default/files/2022-09/Duidelijke-Overheidscommunicatie-voor-gemeenten-20220830.pdf>



Colofon

Grip op communicatie Groningen 2025

Auteurs

Oscar Kamminga

Mirthe Fokkema

Maand van uitgave

Oktober 2025

Opdrachtgever

Gemeente Groningen

Fotografie

Shutterstock

Uitgave

Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen

Online publicaties OIS Groningen

<https://publicaties.oisgroningen.nl/>

Linkedin

<https://linkedin.com/company/ois-groningen>

Contactgegevens

T: [\(050\) 367 56 30](tel:(050)3675630)

E: info@oisgroningen.nl

I: www.oisgroningen.nl