

Maatschappelijke impact onderzoek

Jaarrapportage 2025

Impact vergroten van praktijkgericht
onderzoek met
Onderzoekscommunicatie
en Persvoorlichting

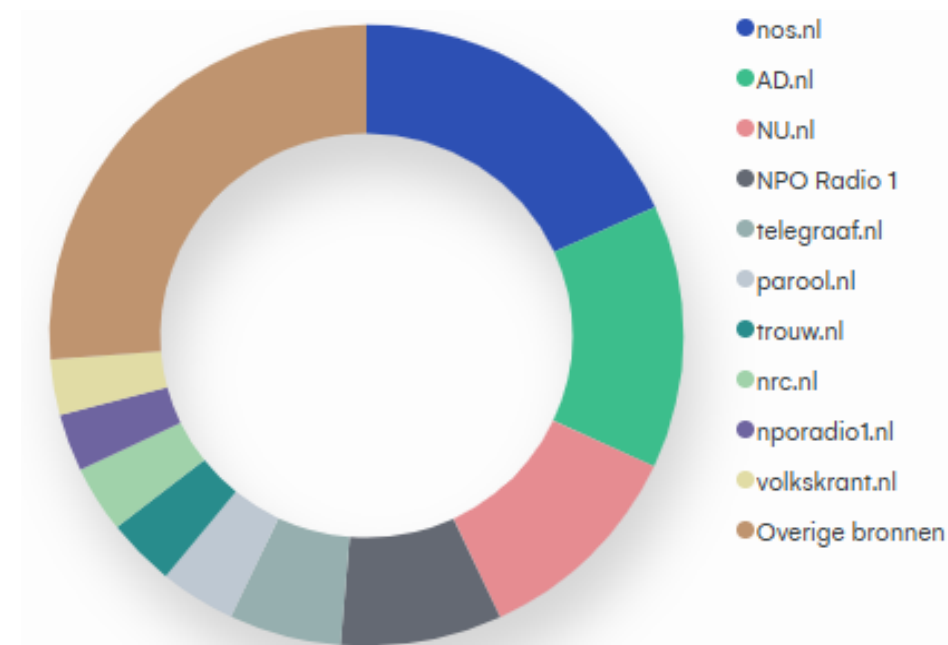
Maart 2026



Totale media coverage onderzoek

1 jan 2025 – 31 dec 2025

Er zijn 758 artikelen in de media verschenen. Alle berichten samen hebben potentieel **379 miljoen** lezers bereikt. De totale PR-waarde van de artikelen is ruim **€9 miljoen** als 'free publicity'. Anders had dit **€ 2 miljoen** aan advertentieruimte gekost.



Berichten

758

Bereik

379M

AVE

2M

PR-waarde

9M

Versus 2024

Berichten

867

Bereik

380M

AVE

2M

PR-waarde

6M

Gerichte communicatie vergroot zichtbaarheid én doorwerking

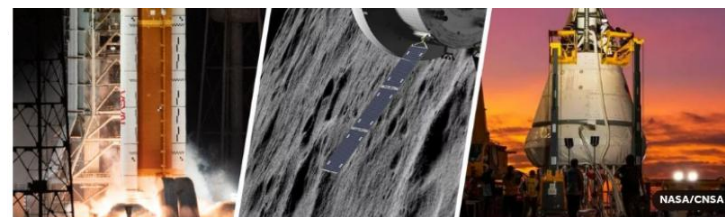
- 758 media-artikelen
- 379 miljoen potentieel bereik
- €9 mln PR-waarde (free publicity)

■ PSYCHE MEERDERHEID VOELT ZICH EENZAAM, ORGANISATIES PLEITEN VOOR ACTIE AAN BEGIN VAN HET NIEUWE STUDIEJAAR

HET LEED DAT STUDEREN HEET

Veiligheid

Slechte straatverlichting en stille parken: de publieke ruimte is geen fijne plek voor vrouwen



NOS Nieuws • Vandaag, 10:05

VS of China als eerste terug op maan? 2026 cruciaal voor nieuwe space race

Gaan de bergen Barcelona achterna?

In op teenslippers die per helikopter van een helling moet 1 gered. Een conflict in een berg hut over een douche die te nstaat. De toerist trekt de bergen in. Massaal. Hartstikke 3f worden de bergen een soort pretpark?

huls beschrijft alleen wat er gebeurt. (UNWTO) streeft het aantal interna-

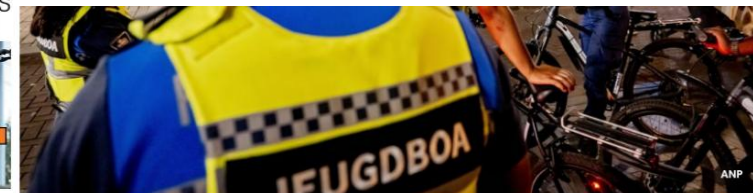
In de ballenbak komen de gesprekken over schulden los. 'De geldstress zal nog lang blijven'



Toekomst van muziekbeleving: Onderzoek naar immersieve ervaringen in de muziekindustrie



Hoe beleven we muziek in de toekomst? Een nieuw onderzoek van het lectoraat Innovation in the



NOS Nieuws • Vandaag, 17:25

Straatintimidatie hardnekkig probleem, grote steden geven aanpak prioriteit



Vandaag om 13:56 2 minuten lezen

ziekenhuizen

Slechte inrichting wachtkamer huisartsenpraktijk heeft negatieve impact op patiënt

ACHTERGROND

Vijftien euro per nacht 'voor het klimaat'. Griekenland wil duurzamer toerisme

Toerismebebelasting Griekenland verhoogde de toeristenbelasting en noemt die voortaan klimaattoeslag. Maar wat gebeurt er met dat geld? 'Impliciet zeg je ermee: dit geld wordt gebruikt om iets te doen aan de klimaatcrisis'

EU zoekt druk naar alternatief voor Musks satellieten: Frans bedrijf is kandidaat

in holland
hogeschool

Vergelijking resultaten

'23 '24 '25

	2025	2024	% groei t.o.v. 2024	2023	% groei t.o.v. 2023
Berichten	758	867	-12,5	483	32,5 %
Bereik	379 M	380 M	-0,3 (0,28)	110 M	240%
AVE	1.904 K	1.804 K	5,5	186 K	149,6 %
PR-waarde	8.654 M	6,2 M	39,6	4,2 m	90 %

Zichtbaarheid van Inholland

Gezien, gewaardeerd
en erkend.

Inholland in de media totaal

Berichten	Bereik	AVE	PR-waarde
3K	991M	5M	23M

Waarvan onderzoek

Berichten	Bereik	AVE	PR-waarde
758	379M	2M	9M

Binnen het totaal van Inholland in 2025 betekent dit dat onderzoekscommunicatie verantwoordelijk is voor 38% van het totale bereik en 39% van de totale PR-waarde.

"Ik merk dat onderzoekers, beleidsmakers, journalisten en jonge vrouwen zelf mij inmiddels zien als expert"

"De samenwerking met Esmeralda en Herbert heeft een enorme boost gegeven aan de impact van het onderzoek naar de veiligheidsbeleving van meiden in de openbare ruimte. Met hun begeleiding en advies heb ik een goede relatie met uiteenlopende media kunnen opbouwen, die het mogelijk maakt actief invloed uit te oefenen op het maatschappelijk debat rond dit thema. Waar ons lectoraat voorheen vooral in de regio Rotterdam gevraagd werden om kennis te delen, heeft ons werk nu landelijk bekendheid gekregen.

Zo heb ik eraan kunnen bijdragen dat de gemeenteraad van Amsterdam heeft besloten de buitenruimte voortaan anders te gaan inrichten, met jonge vrouwen als maatstaf en ondersteun ik andere gemeenten om ook die kant op te bewegen.

Gaandeweg is Esmeralda ook een sparringpartner geworden in de voorbereiding van presentaties, lezingen en pitches die ik geef, onder andere tijdens de Impact Conferentie van Regieorgaan SIA. Steeds opnieuw bespreken we welke kernboodschap het beste aansluit bij het publiek en hoe ik een call-to-action krachtig over het voetlicht kan brengen.

Ik merk dat onderzoekers, beleidsmakers, journalisten en jonge vrouwen zelf mij inmiddels zien als een vooraanstaande expert van wie ze willen leren en met wie zij graag willen samenwerken. De samenwerking met Onderzoekscommunicatie heeft mij en het onderzoek vleugels gegeven."

Krista Schram, associate lector [Publiek Vertrouwen in Veiligheid](#)



"Ik merk dat ik vaker word benaderd en dat het makkelijker is om het perspectief vanuit onderzoek te delen"

Wat ik erg waardeerde is dat er ruimte was om Linda en Herbert uitgebreid te vertellen waar ik mee bezig ben. We bespraken hoe mijn werk toegankelijker gemaakt kon worden voor een breder publiek. Niet dat de inhoud minder waardevol wordt, maar juist welk onderdeel het meest aansluit bij verschillende media.

In plaats van de focus op facilitaire afdelingen van een ziekenhuis, kozen we voor het ontwerp van de wachtkamer, waar vrijwel iedereen een beeld bij heeft. Dat bleek een goede ingang om bredere thema's vanuit mijn expertise aan te kaarten. Prettig in de samenwerking was dat ze veel vragen stelden over mijn expertise en grenzen daarvan. Door hun nieuwsgierigheid vonden we duidelijke haakjes, wat het proces echt een boost gaf. Ze schreven een stuk waar ik inhoudelijk op meelas om de kern te behouden, en zorgden dat het aansloot bij zowel bij Inholland als mijn onderzoek.

De media-aandacht voelt als erkenning voor mijn werk, ook al is de inhoud zelf niet veranderd. Ik merk dat ik vaker word benaderd. En het maakt het ook makkelijker om zelf actief anderen te benaderen en het perspectief vanuit onderzoek te delen.

De gepubliceerde stukken kan ik goed gebruiken als aanvulling op mijn Engelstalige wetenschappelijke publicaties, in gesprekken met studenten en potentiële partners.

Ik had niet verwacht dat de opinies zo zouden aanslaan, dat zoveel mensen het gesprek willen aangaan, en dat ik daardoor zelfs als expert in een boek ben aangehaald!"

Elke Miedema, onderzoeker [Gebouwde Omgeving](#)

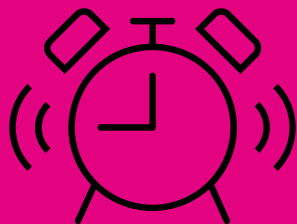


Succes elementen

- **Gelijkwaardige samenwerking op basis van vertrouwen**
- **Vroegtijdig aangesloten worden op visie van lectoren en onderzoekers**
- **Oog voor publieke debat, actualiteit en timing**
- **Heldere kernboodschappen**
- **Specifieke en aansprekende onderwerpen**
- **Resultaat en proces evalueren & successen vieren**

Samen slagen we er in om de impact van onderzoek te vergroten en inhoudelijk bij te dragen aan het maatschappelijke debat.

Zie je kansen?
Of heb
je inspiratie
nodig?



Heb je vragen of ideeën over onze externe communicatieaanpak?

Ben je geïnspireerd? Of heb je inspiratie nodig om tot een dergelijke externe communicatiebenadering te komen vanuit jouw expertise en onderzoeken?

Neem contact met ons op zodat we het verder kunnen bespreken.

Communicatieadviseurs onderzoek:

Linda Lampe	TOI
Esmeralda van Heijningen	AFL en BFL
Niels Pols / Jorina van Deursen	O&I
Niels Pols / Anouschka le Jeune	GSW
Natalie van Gils	CRB

Persvoorlichters:

Herbert Mosmuller
Karlien de Bruin