

De Nationale Vertrouwens Monitor Media 2025

Rapportage jongeren 12-17 jaar

Auteurs:

Erika Bloemert BSc.,
drs. Jasper Lohuis,
Pien Doornkamp MSc.,
drs. Neil van der Veer

Publicatiedatum:

20 maart 2026



newcom
research & consultancy



TRUST

Inhoud

1. Achtergrond, opzet, methodiek
2. Resultaten
 - 2.1.** Vertrouwen in nieuwsmedia onder jongeren
 - 2.2.** Vertrouwen in type nieuwsmerken
3. Hoofdlijnen
4. Bijlagen



1. Achtergrond, opzet en methodiek

Nationale Vertrouwens Monitor Media 2025

Vertrouwen in media is essentieel.

In een tijd waarin desinformatie en nepnieuws steeds vaker opduiken, is vertrouwen in media belangrijker dan ooit. De Nationale Vertrouwensmonitor Media 2025 biedt een scherp inzicht in hoe Nederlanders de betrouwbaarheid van nieuwsmerken ervaren. In deze rapportage zoomen we in op jongeren van 12 t/m 17 jaar.

Dit onderzoek kijkt niet alleen naar de mate van vertrouwen in traditionele media, maar analyseert ook bronnen als social en alternatieve media. Daarnaast gaan we diep in op de factoren die bijdragen aan geloofwaardigheid, zoals transparantie, onafhankelijkheid en de kwaliteit van journalistiek. De resultaten geven mediabedrijven handvatten om hun relatie met het publiek te versterken en relevant te blijven in een snel veranderend medialandschap.

De Nationale Vertrouwens Monitor Media is een initiatief van Newcom en Pinch.



Opzet & respons

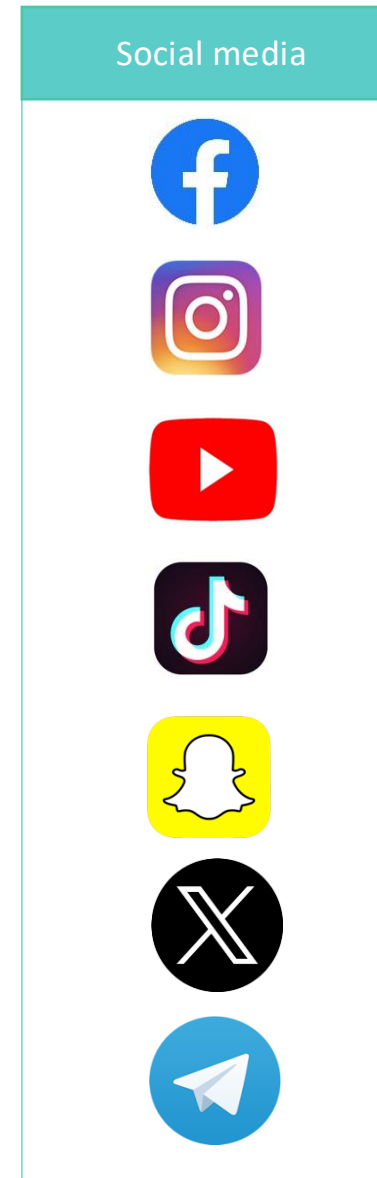
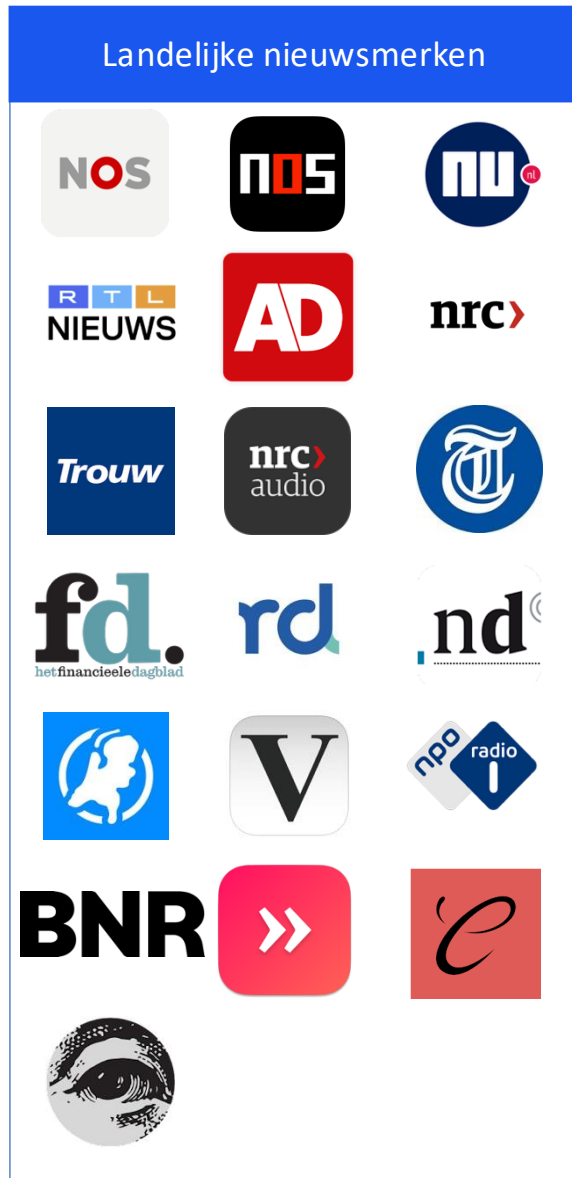
- Online onderzoek onder Nederlanders van 12 jaar en ouder.
- Landelijke, regionale, alternatieve en social media nieuwsmerken
 - In het onderzoek zijn **64 nieuwsmerken** gemeten, waarvan 19 landelijke nieuwsmerken, 31 regionale nieuwsmerken, 7 alternatieve nieuwsplatforms en 7 social media platforms.
- Landelijke nieuwsmerken zijn landelijk gemeten. Regionale nieuwsmerken zijn in de eigen regio gemeten. Dat kan in één provincie zijn of in meerdere provincies, afhankelijk van het nieuwsmerk.
- De data is verzameld in november 2025.

1.021

jongeren van 12 – 17 jaar hebben de vragenlijst ingevuld.

De steekproef is gewogen geslacht, provincie en opleidingsniveau.

Uitgevraagde nieuwsmerken



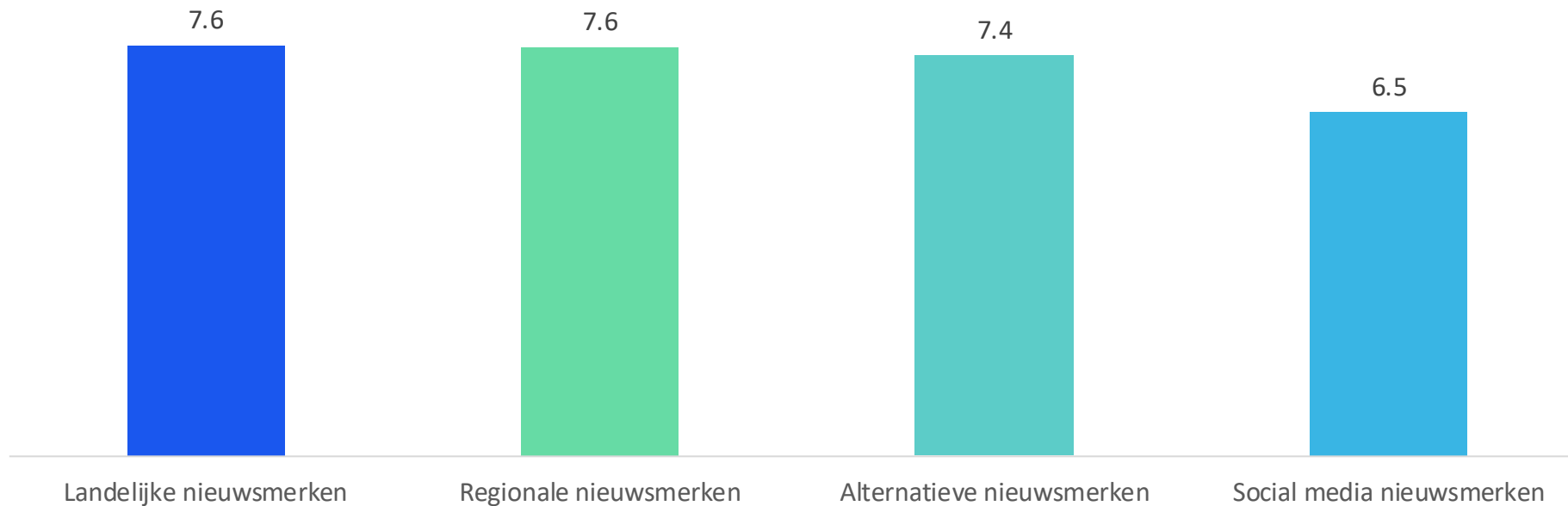


2.1. Vertrouwen in nieuwsmedia algemeen

1. Jongeren hebben minder vertrouwen in social media als nieuwsbron dan in landelijke of regionale nieuwsmerken.

Jongeren hebben meer vertrouwen in landelijke, regionale en alternatieve nieuwsmerken dan in social nieuwsmerken.

Gemiddeld vertrouwen onder gebruikers naar type nieuwsmerk



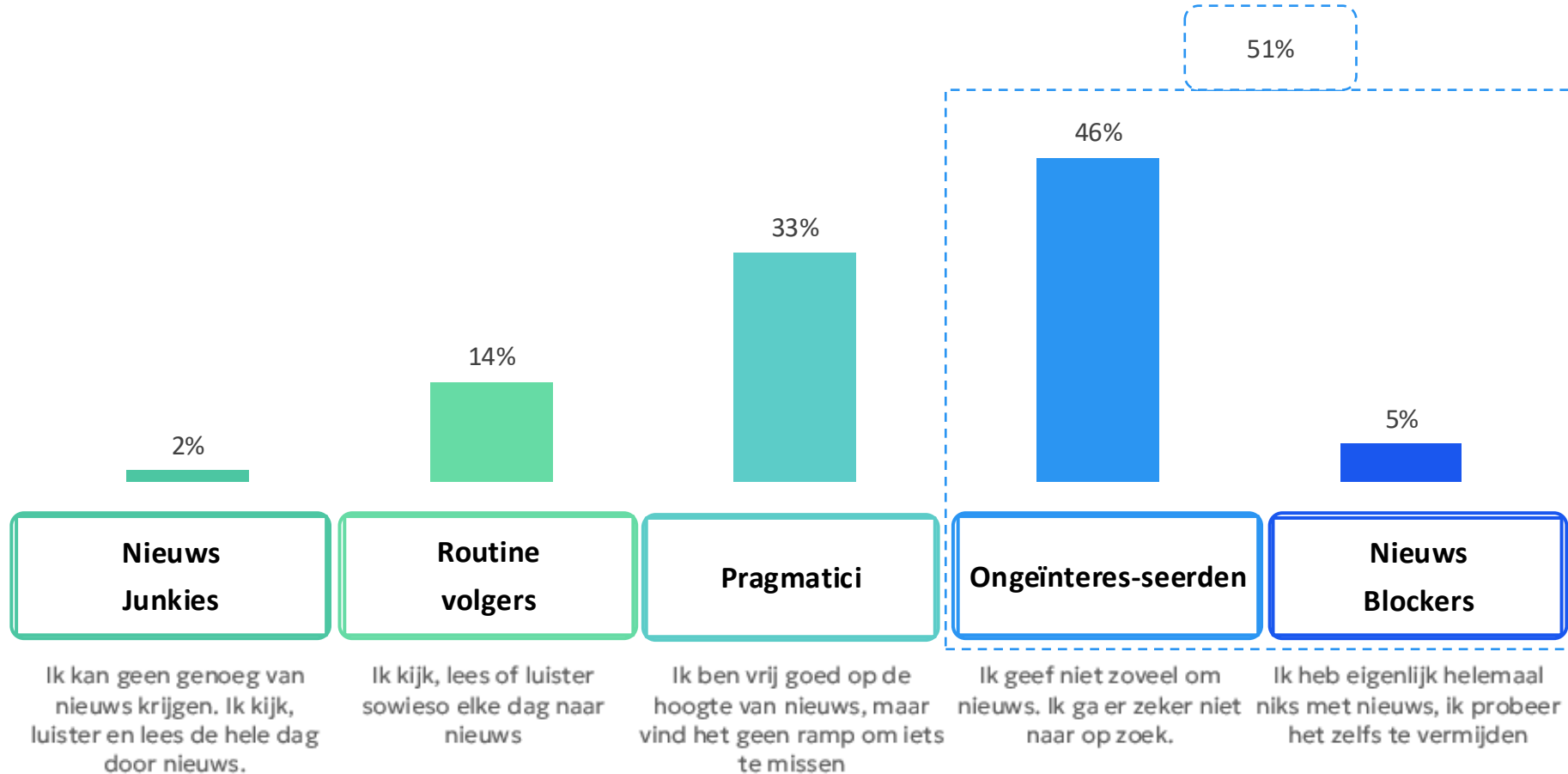
Basis: Nederland 12-17 jaar.

Weergegeven: Gemiddeld vertrouwen onder gebruikers naar type nieuwsmerk

2. De helft van de Nederlandse jongeren gaat niet actief op zoek naar nieuws en zij gebruiken vaak alleen social media voor nieuws.

Nieuwsconsumptie 2025

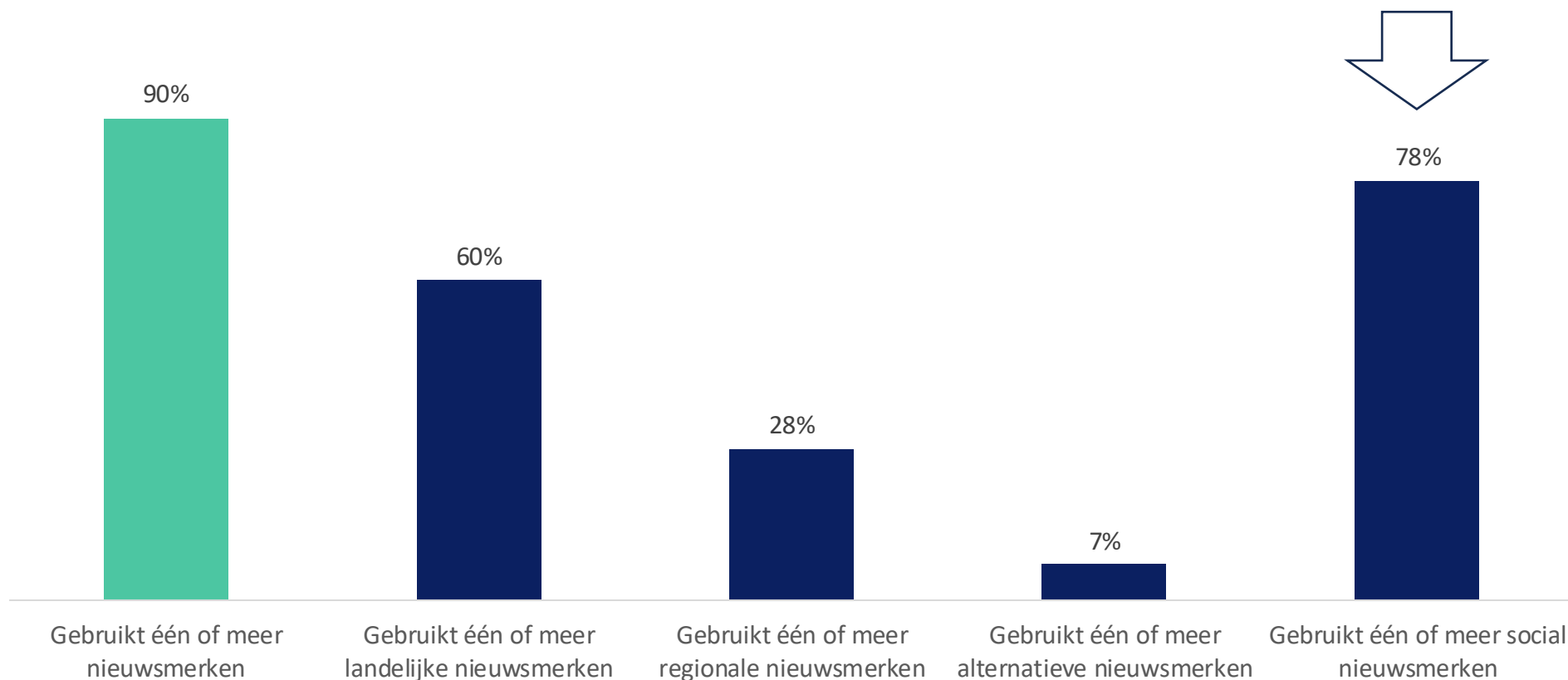
De helft van de Nederlandse jongeren gaat niet actief op zoek naar nieuws.



1 op de 6 jongeren van 12-17 jaar (16%) kijkt, leest of luistert sowieso elke dag naar nieuws.

Basis: Nederland 12-17 jaar.

Bijna 8 op de 10 jongeren gebruikt een of meer social media kanalen om het nieuws te volgen.

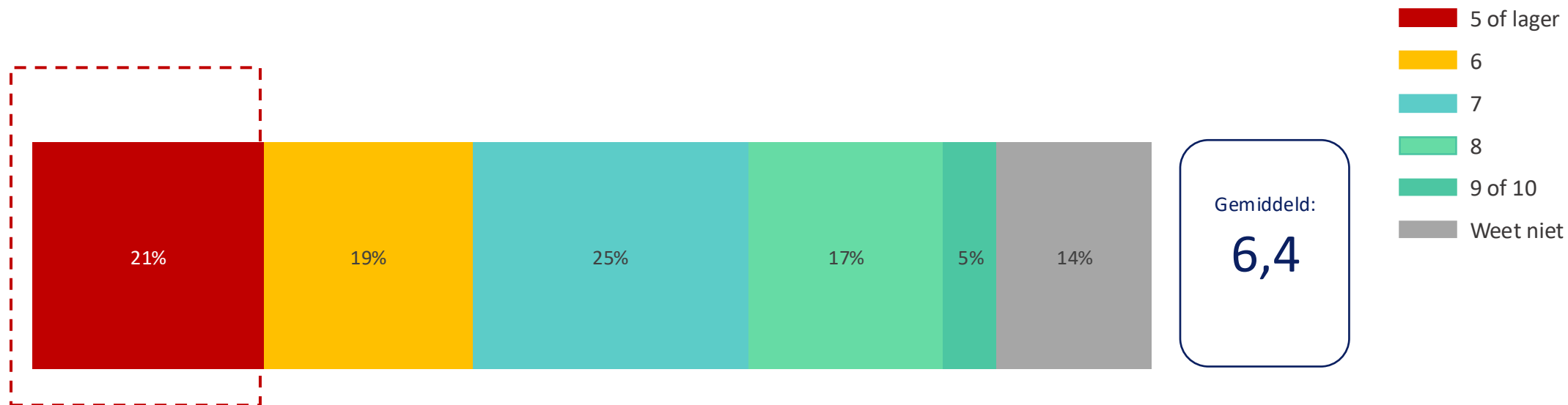


Basis: Nederland 12-17 jaar.

Weergegeven: Gebruik nieuwsmerken. 90 procent gebruikt één of meerdere betekent dat ze ofwel een landelijk, regionaal, alternatief en/of social media platform als nieuwsbron gebruiken.

3. Het vertrouwen in nieuwsmedia krijgt slechts een krappe voldoende onder jongeren, met iets hoger vertrouwen onder jongste groep.

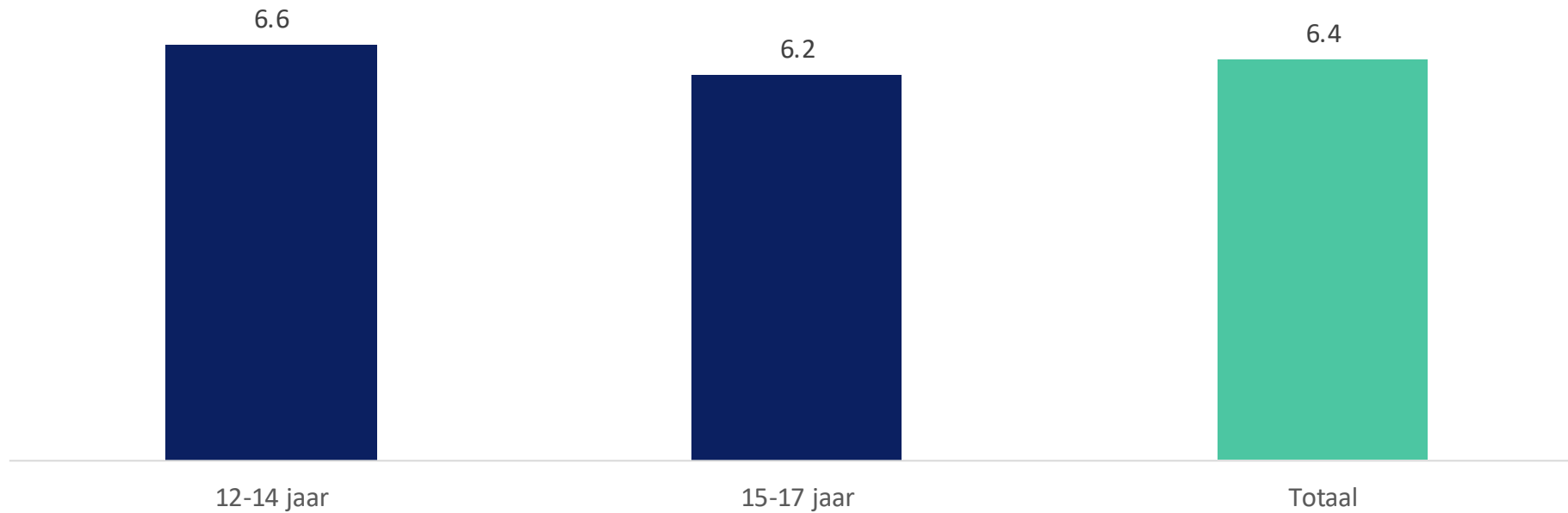
Vertrouwen in nieuwsmedia algemeen scoort krappe voldoende. 2 op de 10 jongeren geeft een 5 of lager.



Basis: Nederland 12 – 17 jaar

Weergegeven: Hoeveel vertrouwen heb je in nieuwsmedia in het algemeen? (bij deze vraag is niet ingezoomd op een specifieke nieuwsbron. Het is een algemene vraag).

Jongeren van 12-14 jaar hebben significant meer vertrouwen in nieuwsmedia dan de 15-17-jarigen.



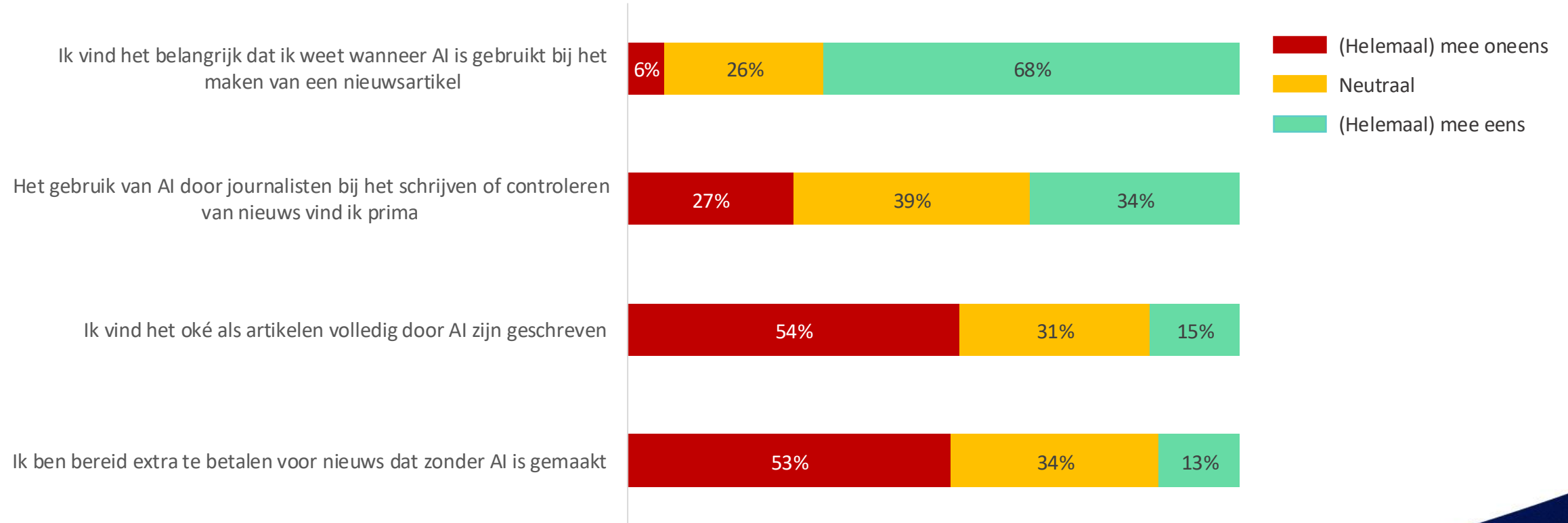
Basis: Nederland 12-17 jaar.

Weergegeven: Hoeveel vertrouwen heb je in nieuwsmedia in het algemeen?

4.

Jongeren zien volledige AI-artikelen niet zitten en willen weten wanneer AI gebruikt is.

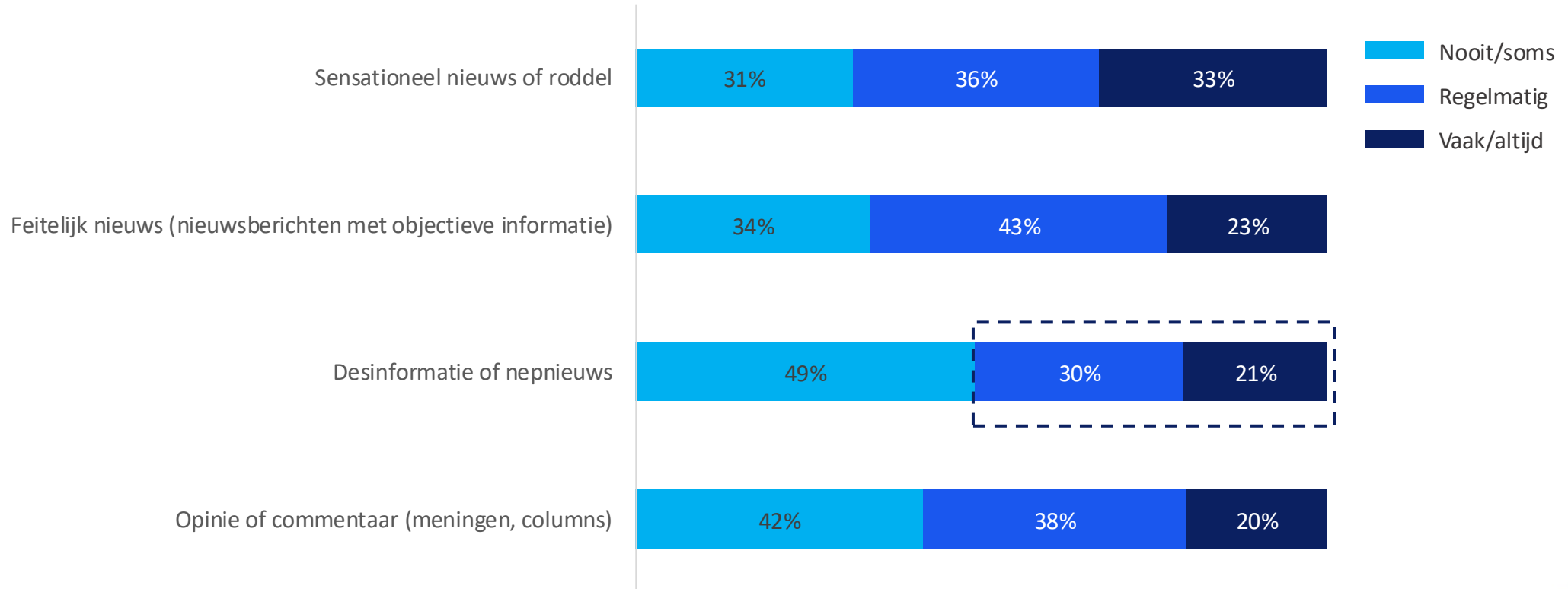
Onder jongeren is weinig steun voor volledige AI-artikelen. Ruim tweederde wil graag weten wanneer AI is gebruikt voor nieuws.



Basis: Nederland 12-17 jaar.

Weergegeven: Stellingen AI en media.

Ruim helft van de jongeren komt regelmatig of vaker desinformatie of nepnieuws tegen.



Basis: Nederland 12-17 jaar.

Weergegeven: Hoe vaak kom je de volgende soorten nieuws tegen?

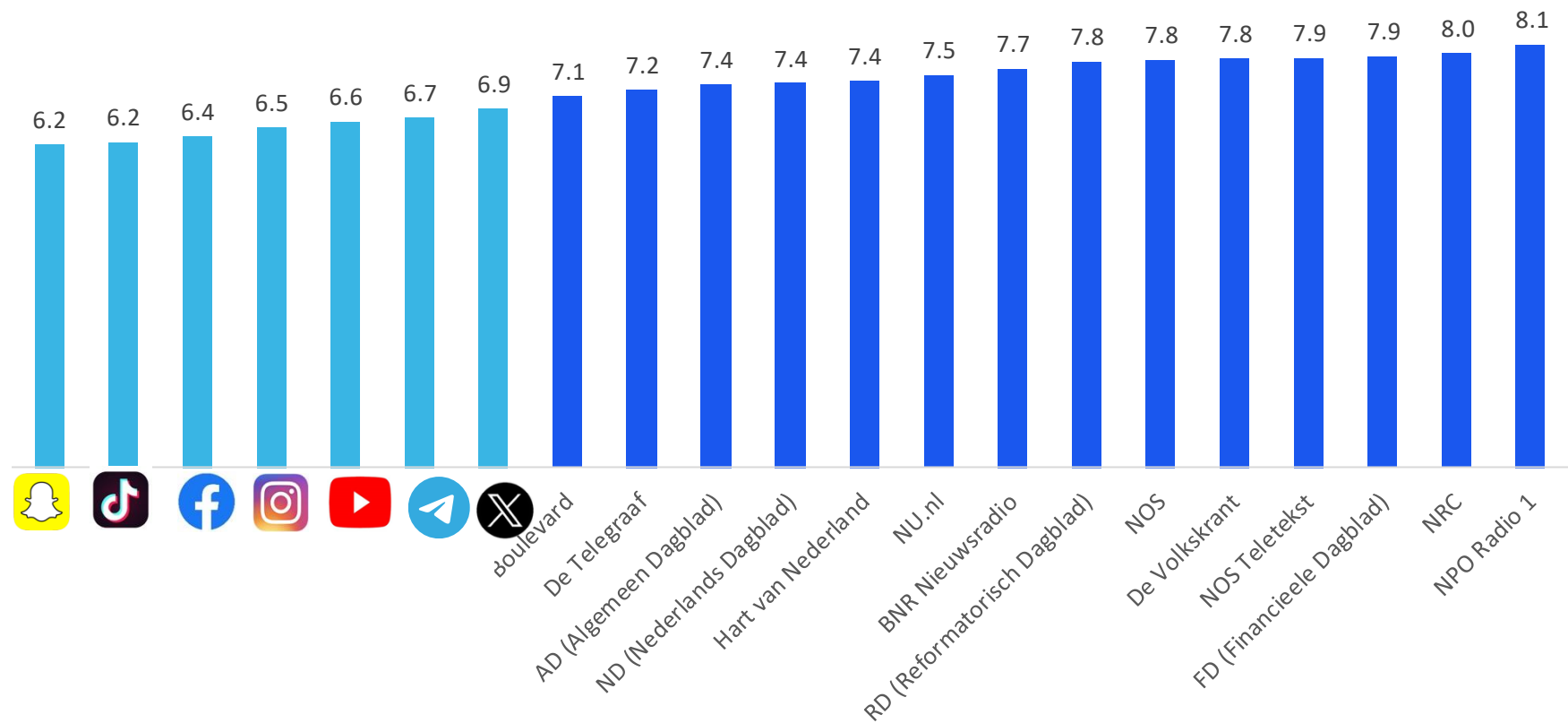


2.2. Positie in het veld: Vertrouwen in nieuwsmerk

5.

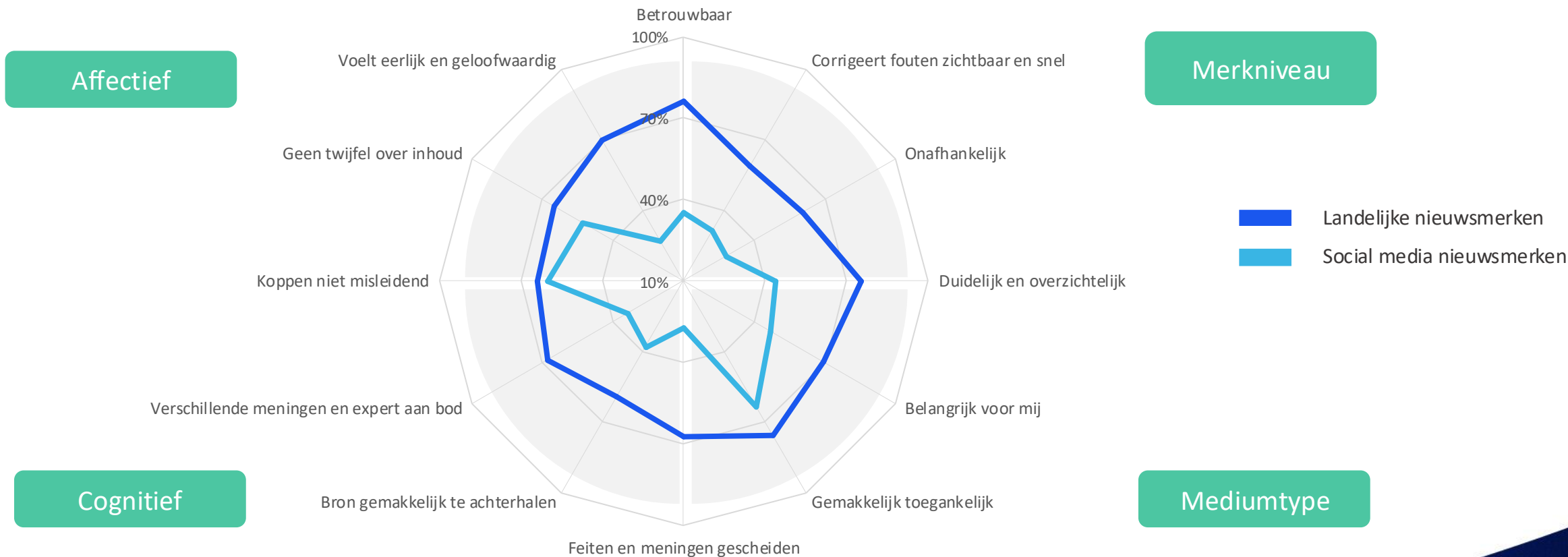
Het vertrouwen van jongeren in social media
nieuwsmerken is over gehele linie relatief laag.

Landelijke nieuwsmidia scoren ruim hoger dan de social media merken onder jonge gebruikers.



Basis: Gebruikers nieuwsmark, 12-17 jaar. Regionale en alternatieve merken zijn niet weergegeven vanwege kleinere n.
Weergegeven: Kunt u voor iedere titel aangeven in hoeverre u deze mediatitel vertrouwt? Schaal 1-10)

Social media scoren qua vertrouwen over gehele linie laag onder jongeren.

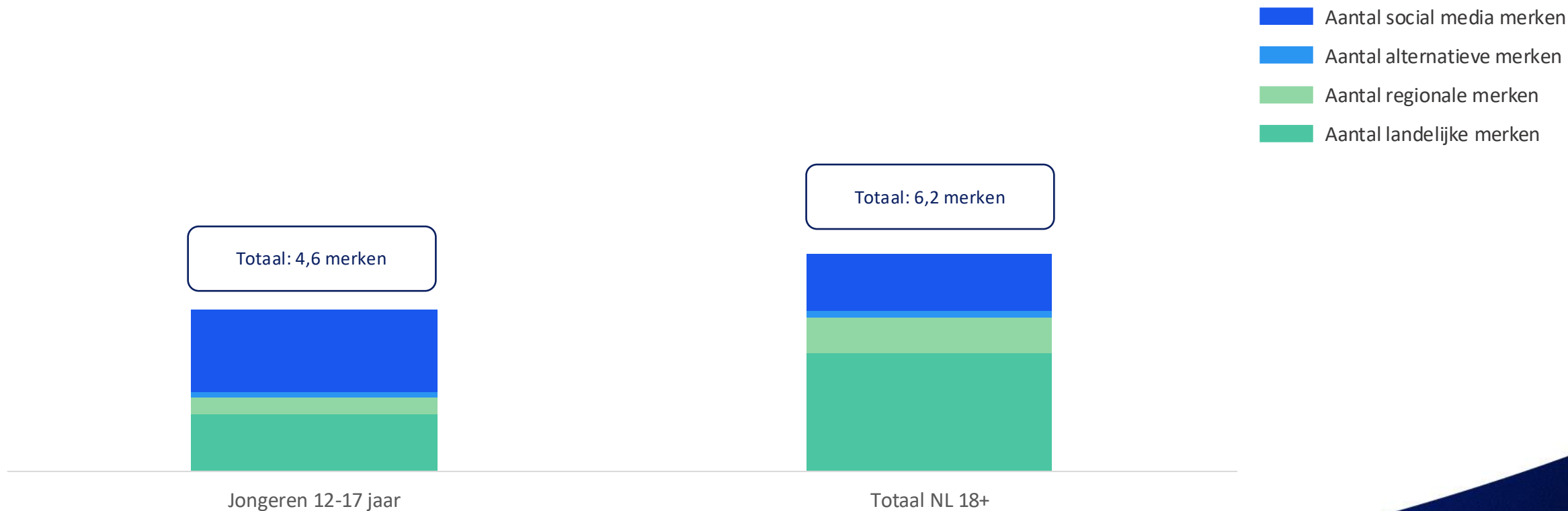


Basis: gebruikers nieuwsmerk 12-17 jaar.
Weergegeven: Vertrouwensindex - Scores op onderliggende stellingen - % (helemaal) mee eens

6. Jongeren gebruiken minder nieuwsmerken dan volwassenen, waarbij TikTok, YouTube en Snapchat de belangrijkste bronnen zijn.

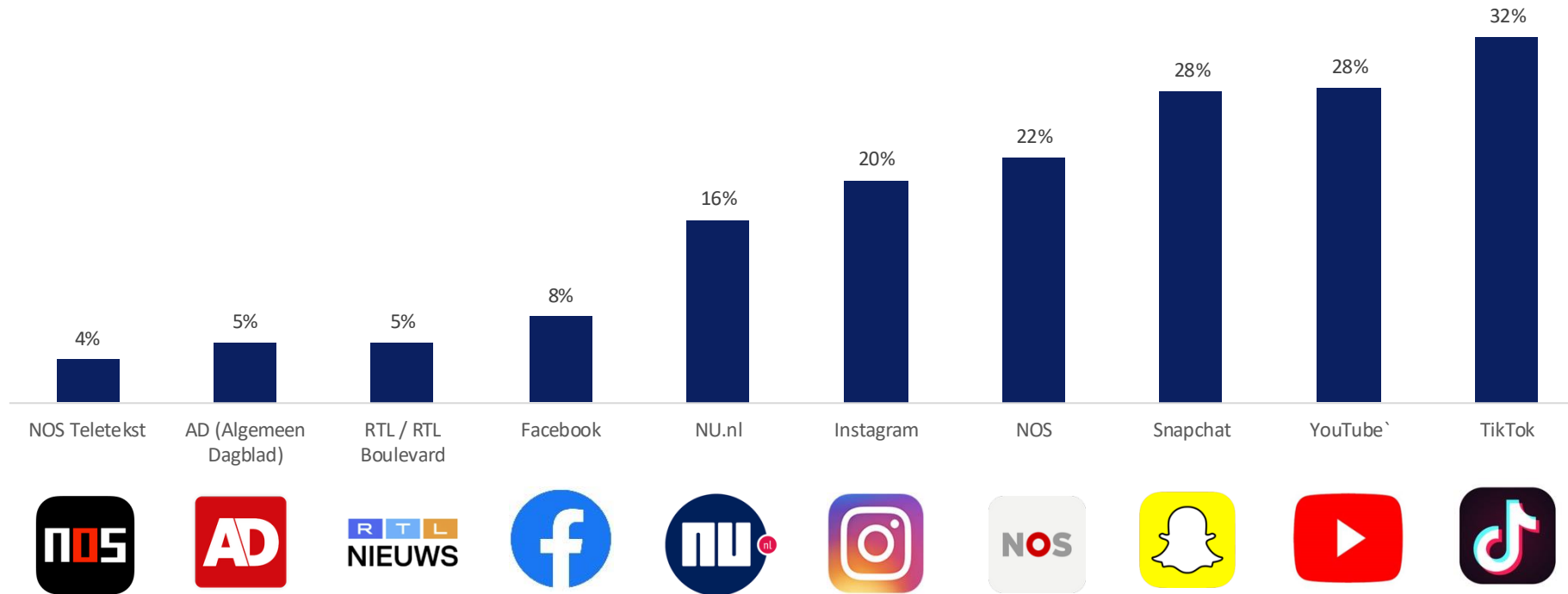
Jongeren gebruiken minder nieuwsmerken dan volwassenen.

Aantal gebruikte nieuwsmerken



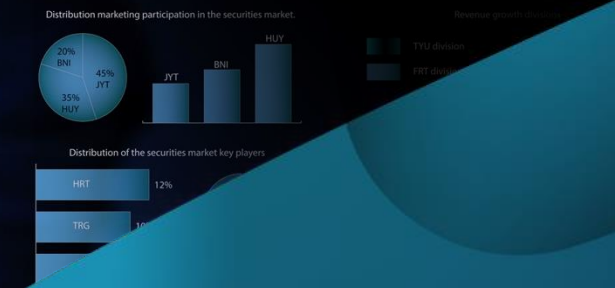
Voor jongeren zijn TikTok, YouTube en Snapchat de belangrijkste nieuwsbronnen.

Belangrijkste nieuwsmerken onder jongeren 12-17 jaar



Basis: Gebruikers nieuwsmerk

Weergegeven: Welke van onderstaande nieuwsmerken of platformen zijn het belangrijkst voor je voor nieuws?



3. Hoofdpijnen

De hoofdlijnen

1.

Jongeren hebben minder vertrouwen in social media als nieuwsbron dan in landelijke of regionale nieuwsmerken.

2.

De helft van de Nederlandse jongeren gaat niet actief op zoek naar nieuws en zij gebruiken vaak alleen social media voor nieuws.

3.

Het vertrouwen in nieuwsmedia krijgt slechts een krappe voldoende onder jongeren, met iets hoger vertrouwen onder jongste groep.

4.

Jongeren zien volledige AI-artikelen niet zitten en willen weten wanneer AI gebruikt is.

5.

Het vertrouwen van jongeren in social media nieuwsmerken is over gehele linie relatief laag.

6.

Jongeren gebruiken minder nieuwsmerken dan volwassenen, waarbij TikTok, YouTube en Snapchat de belangrijkste bronnen zijn.



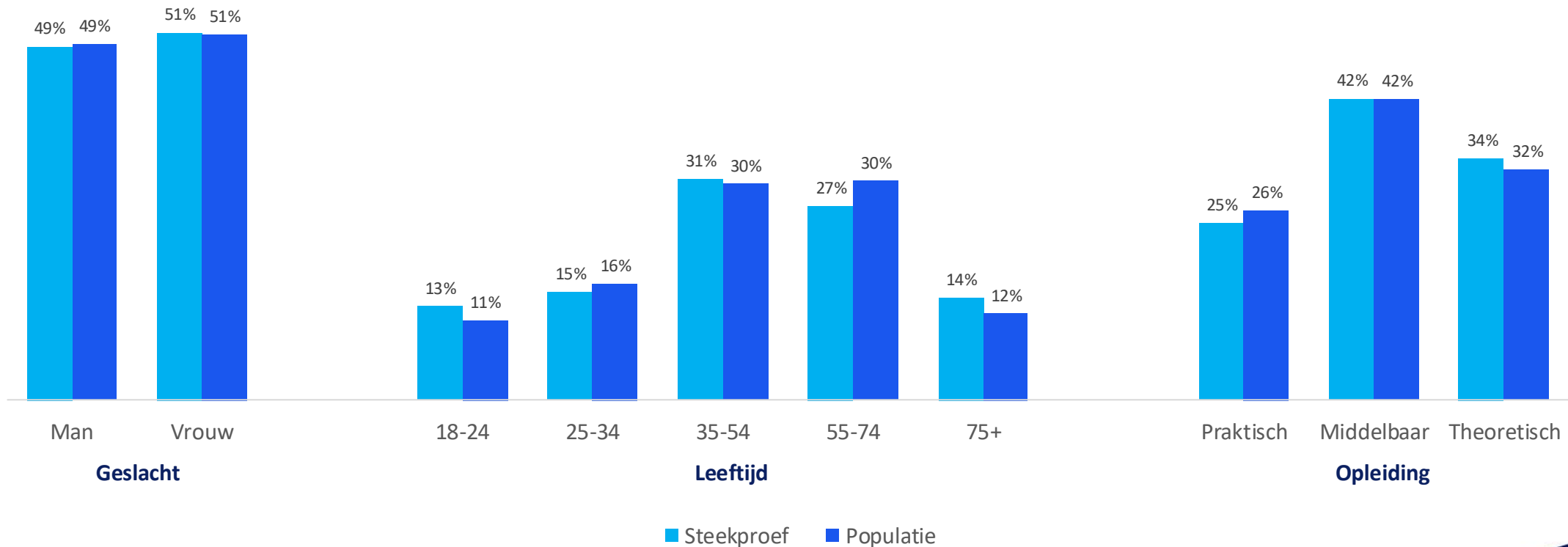
Newcom Research & Consultancy is een onafhankelijk bureau dat organisaties met full-service marktonderzoek inzicht geeft in hoe zij optimaal kunnen aansluiten bij de wensen van de doelgroep. Denk aan het testen van concepten, onderzoek naar de behoeften en tevredenheid van klanten en imago onderzoek.

Newcom is aangesloten bij de MarktOnderzoekAssociatie (MOA), bestempeld als een Fair Data Company en bovendien is Newcom, NEN-ISO 9001 en ISO27001 gecertificeerd.

De certificering van ISO272001 is geregistreerd onder nummer 1281702 en met de scope 'Het leveren, ontwikkelen en de support van de SAAS-oplossingen onderzoekstool.nl en explora-zorg.nl en het uitvoeren van klant- en marktonderzoek.

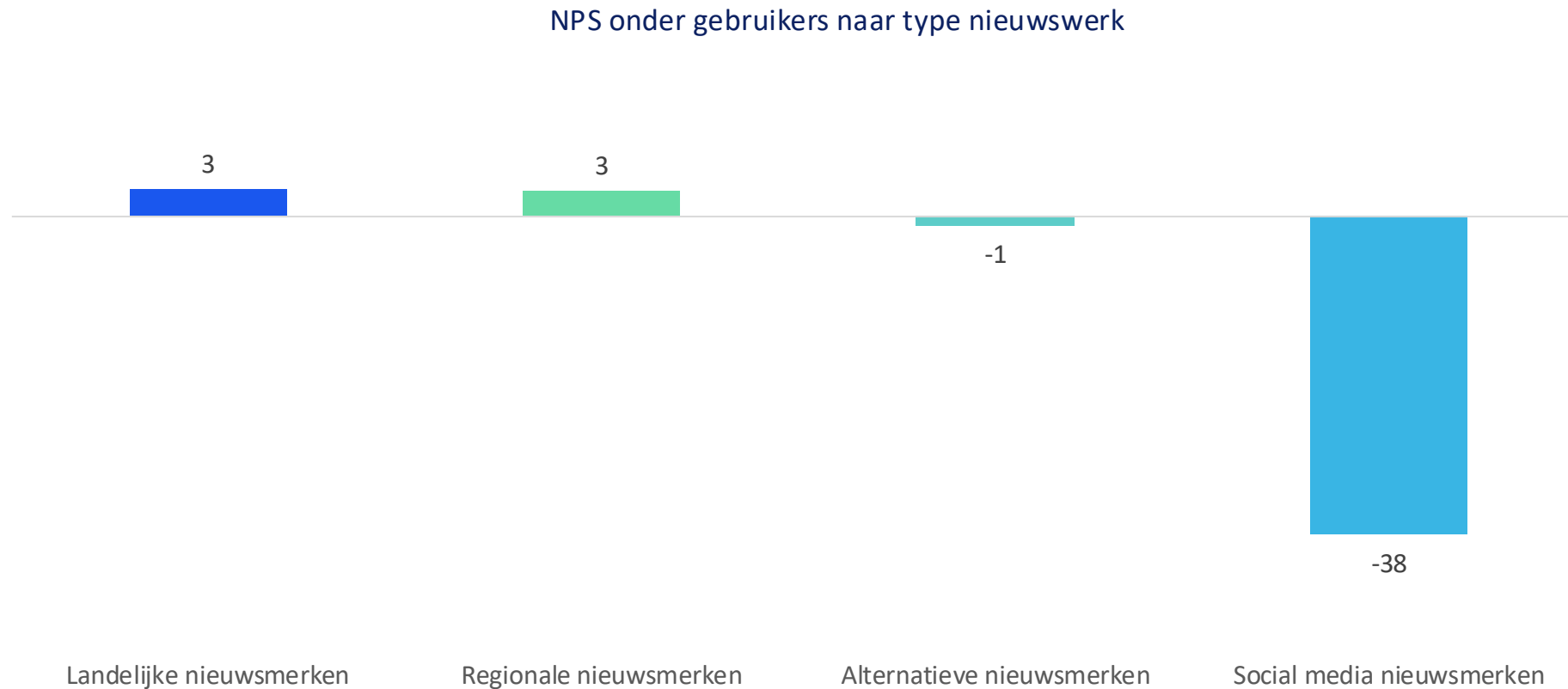


Steekproef is een goede afspiegeling van Nederlandse populatie 12 – 17 jaar.



Basis: totaal Nederland 12-17 jaar

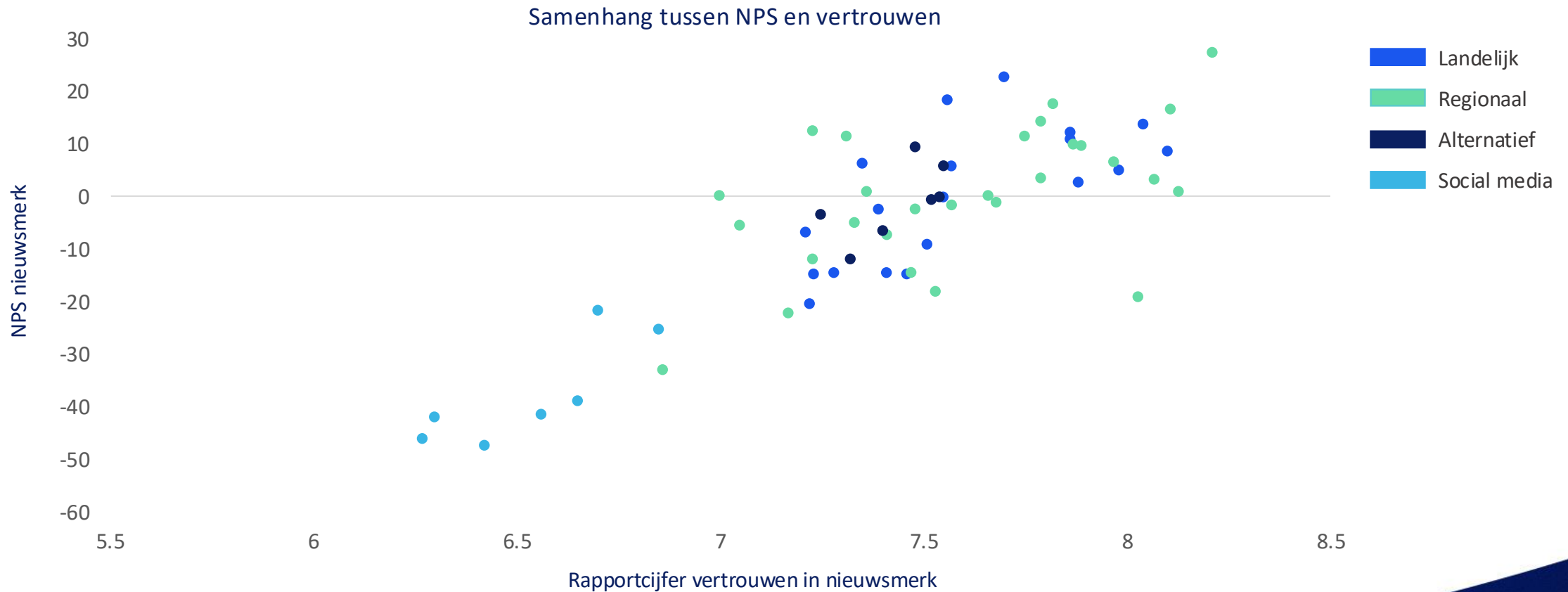
De NPS van landelijke, regionale en alternatieve nieuwsmerken ligt gemiddeld (veel) hoger dan voor social nieuwsmerken.



Basis: Nederland 12-17 jaar.

Weergegeven: Gemiddelde NPS onder gebruikers naar type nieuwsmerk

Een groter vertrouwen gaat hand in hand met een hogere NPS.



Basis: Nederland 12-17 jaar.

Weergegeven: Samenhang tussen NPS en mate van vertrouwen in nieuwsmerk onder gebruikers.

Meer informatie?

Neem contact met
ons op.

 088 – 7704 600

 www.newcom.nl

 service@newcom.nl



Vestiging
Amsterdam
Herengracht 564
1017 CH Amsterdam



Vestiging
Enschede
Hengelosestraat 221
7521 AC Enschede