

Vooral vakblad, meer marktnieuws en projectbeschrijvingen

LEZERSKRINGONDERZOEK & LEDENONDERZOEK

Tot nog toe werd vakblad Oppervlaktetechnieken periodiek beoordeeld als onderdeel van de VOM-ledenenquête. Sinds januari 2014 heet de Vereniging voor Oppervlaktetechnieken van Materialen ION: Industriel Oppervlaktebehandelend Nederland. Vakblad Oppervlaktetechnieken blijft als titel eigendom van de vereniging en wordt sinds september 2013 in licentie uitgegeven door Jetvertising. De uitgever hield eind 2013 een lezerskringonderzoek, dat gevolgd werd door enkele vragen bij de ION-ledenenquête van februari 2014. Hieronder volgt een bespreking van de resultaten.

De respons was 254 voor het lezerskringonderzoek en 75 voor de ledenenquête. Dat is 10% en ruim 20%, waar voor tevredenheidsspeilingen als vuistregel eerder op 5% en voor verenigingen op 15% gerekend kan worden. Het blad leeft onder deze doelgroepen nog evenzeer als bij eerdere peilingen. Belangrijke vragen waar de redactie en de uitgever zeer nauwkeurig gevolg aan willen geven, gaan bijvoorbeeld over onderwerpkeuze, gewenste diepgang, en in hoeverre het vooral een vakblad of een verenigingsblad moet zijn.

DOELGROEPBELEID

Het lezerskringonderzoek, zo genoemd omdat het blad ook gelezen wordt door collega's van de direct geabonneerde contactpersoon, gaf als eerste opvallende resultaat het opleidingsniveau: circa 60% hogeschool, ruim 20% academisch, ruim 10% middelbaar beroepsonderwijs. Tweederde heeft een technische vooropleiding. Opvallend was de vrij gelijke spreiding over marktgebieden, waarbij uiteraard meerdere antwoorden mogelijk waren. Circa 20% noemde machinebouw, circa 15% automotive, bijna 15% bouw (gevel/staalconstructies), terwijl infra (transport/overslag/leidingen), petrochemie en scheepsbouw rond 10% zitten. Tweederde van de respondenten blijkt internationaal te opereren. Lokaal en regionaal haalden samen nauwelijks meer dan 10% (meerdere ant-

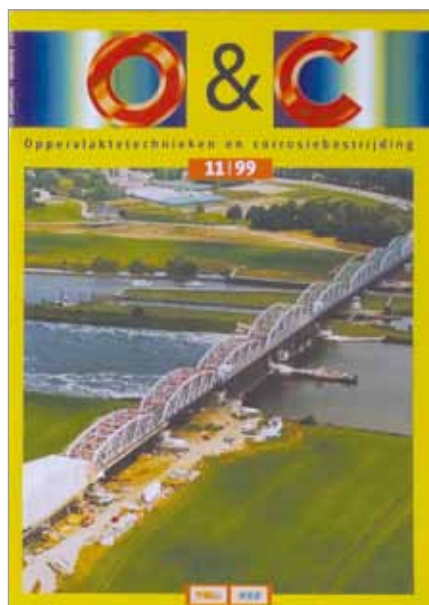
woorden mogelijk) maar het zou kunnen dat vooral grotere bedrijven gelegenheid namen aan het onderzoek deel te nemen. Of het blad weet de kleinere bedrijven nog altijd weinig te bereiken... Uitgever Jetvertising en redactioneel uitvoerder Coating Kennis Transfer (CKT) beogen het doelgroepbereik te verbeteren, onder meer via beurzen en met de website www.oppervlaktetechnieken.com. Hiervoor heeft CKT leerzame resultaten behaald met een blad dat het zelf uitgeeft in de maintenance-sector (instandhouding van technische systemen onder meer met materiaalverduurzamingstechnieken). Een actieve doelgroepbereiking komt overigens ook de exploitatie ten goede.

ELKAARS ARTIKELN LEZEN

Ruim 50% van de respondenten leest enkele artikelen per editie, ruim 30% meer dan de helft ervan, bijna 10% leest het blad helemaal. Dit lijkt opmerkelijk voor een doelgroepenvariëteit die gerust een "lappendeken" genoemd mag worden. Maar uit de vroegere ledenenquêtes van de VOM bleek hetzelfde beeld. Het is anderzijds ook wel weer logisch, want veel oppervlaktetechnieken staan tot op zekere hoogte in concurrentieverhouding tot elkaar, zeker als ontwerpaspecten meegenomen worden. Immers: een alternatieve materiaal/deklaagcombinatie kan bijvoorbeeld per saldo een kostenbesparing opleveren, of gunstiger

onderhoudskosten tijdens de gebruiksfase tegen een hogere eerste aanschafprijs. Dan wil je dus ook regelmatig over de schutting kijken. De maandelijks verschijningsfrequentie (door het gecombineerde zomernummer eigenlijk elf maal per jaar) bevat circa 80% goed, ruim 10% wil hem vaker zien en van 7,5% mag het wel wat minder.

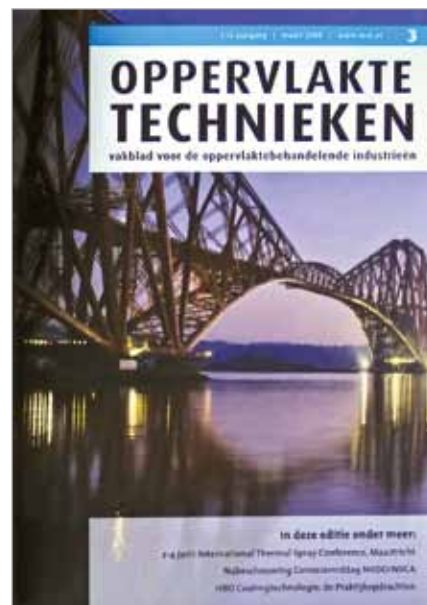
Waardering onder ION-leden en overige lezers Bovenstaande gegevens betreffen allemaal het lezerskringonderzoek, dat aanzienlijk uitgebreider van opzet was aangezien het ION natuurlijk vooral veel verenigingszaken te bevragen had, en te grote enquêtes minder respons geven. Voor een historische trend was het jammer dat de vaste enquêtevragen "draagt vakblad Oppervlaktetechnieken bij aan uw vakkennis?" en "draagt vakblad Oppervlaktetechnieken bij aan uw bedrijfsvoering?", die in 2011-2012 een hoge score met doorstijgende trend vertoonden, nu alleen in het lezerskringonderzoek terugkwamen. De score lag iets lager. Het aandeel uitvoerende oppervlaktebehandelaars is wellicht kleiner dan bij alleen de ION-achterban. Wellicht leden weten meer uit het blad te halen dan niet-leden... Of wellicht maakt de toenemende aandacht voor ketenvraagstukken ten opzichte van technische noviteiten het blad abstracter... Nader onderzoek zou het kunnen uitwijzen.



De jaren '90: Oppervlaktetechnieken & Corrosiebestrijding, een verenigingsblad met technische inslag. De rubrieksindeling volgde de secretariaatsactiviteiten: Milieu & Energie, Opleidingen, VOM/Branches...



Januari 2003, een mijlpaal: een volledig vernieuwde opmaak, kleurendruk en weer de oorspronkelijke naam. Het blad wordt vanaf dan een vakblad, uiteraard wel nog met een rubriek voor de VOM (thans ION).



Maart 2008: voortaan met een redactieassistent, ook een mijlpaal. Het schrijversteam zou ook verder uitgebreid worden.

Uiteraard hadden beide peilingen in ieder geval de waardering als onderwerp. Het lezerskringonderzoek liet meerdere antwoorden toe en dat gaf dit resultaat:

Onvoldoende	8.6%
Voldoende	41.9%
Goed	47.3%
Uitstekend	2.2%

De ledenenquête gaf de volgende resultaten:

Cijfer	
1	0,00%
2	0,00%
3	2,67%
4	1,33%
5	0,00%
6	14,67%
7	44,00%
8	32,00%
9	5,33%
10	0,00%

Bij uitvoerder Coating Kennis Transfer is een 6 onvoldoende, maar waarschijnlijk volgen de respondenten de gangbare schoolkwalificatie, en dan is 6-7 dus 'ruim' voldoende' en 8-9 'goed/zeer goed'. Aangezien 64% van de respondenten van het lezerskringonderzoek eind 2013 VOM-lid was (thans dus ION-lid) en 28% niet lid (niet iedereen wist het, vandaar dat het niet tot 100% optelt), zijn kennelijk vooral

niet-leden wat tevredener. Het zou kunnen dat leden extra kritisch zijn op het blad waar ze als vereniging eigenaar van zijn. Vooral 'goed/uitstekend' is bij het lezerskringonderzoek vaker ingevuld: 49,5%, tegen 37% bij de ledenpeiling. Opmerkelijk is wel dat dan de circa 100 ION-leden van het lezerskringonderzoek dan precies het percentage opleveren met 'voldoende' dat ze qua omvang vertegenwoordigen, terwijl de leden die reageerden op de ledenenquête wel degelijk voor bijna 40% 8-9 ofwel '(zeer) goed' hebben ingevuld. De uitslagen, die met slechts tien weken tussentijd verkregen zijn, lijken dus niet met elkaar overeen te stemmen. Onder de leden gaf voorts 4% een 2 of een 3; bij het lezerskringonderzoek gaf ruim 8% een onvoldoende.

VERENIGINGSBLAD OF VAKBLAD?

Het omgekeerde effect vinden we bij de vraag of Oppervlaktetechnieken vooral een verenigingsblad zou moeten zijn of vooral een vakblad, uitgegeven door een vereniging. Het lezerskringonderzoek verwoordde de vraag als volgt: In hoeverre moet het vakblad een verenigingsblad van de VOM zijn? (meerkeuzevraag, max. 1 antwoord)

- minder verenigingsblad, meer inhoudelijke artikelen over het vak en de markt 46,6%
- huidige balans is goed 52,3%

- minder inhoudelijke artikelen over het vak en de markt, meer verenigingsblad 1,1%

De ledenenquête verwoordde de vraag als volgt: Wie ziet u als belangrijkste doelgroep voor het blad Oppervlaktetechnieken?

Leden	86,67%
Klanten van leden	44,00%
Potentiële leden	30,67%
Overheden	14,67%
Scholen	14,67%
Anders	2,67%

Doordat bij de ledenpeiling meerdere antwoorden gegeven mochten worden, ligt het in de rede dat leden vooral zichzelf als voornaamste doelgroep invulden, met een tweede keuze erbij. Gemiddeld werd 1,95 antwoord gegeven. Desondanks heeft 13% zich niet tot de primaire doelgroep(en) gerekend. Van de 254 respondenten van het lezerskringonderzoek zou slechts 1,1% meer nadruk op verenigingsnieuws willen zien (drie respondenten dus). Aangezien er 162 ION-leden deelnamen (op een totaal van circa 340 verenigingsleden), zijn twee conclusies mogelijk. Ofwel veel leden zijn in tien weken van mening veranderd, ofwel het ligt aan de vraagstelling. Overigens worden de respondenten van de ION-ledenenquête op hun wenken bediend: sinds september 2013 is

doelgroepbereiking een hogere prioriteit, en daar vallen zeker klanten van leden en potentiële leden onder. Overigens ook ontwerpers en opdrachtgevers, waar ION helaas niet expliciet naar gevraagd heeft en dat waarschijnlijk niet gedekt wordt door de lage score op 'anders' van minder dan 3%. Dit zouden trouwens de eerder aangehaalde lezers kunnen zijn die relatief weinig vakkennis en waarde voor hun eigen bedrijfsvoering ontleen aan het blad.

ADVERTENTIES GOED BEKEKEN

Het heeft weinig zin inhoudelijke artikelen te maken die niet aantrekkelijk gepresenteerd worden en dus worden weggebladerd. De opmaker scoort 42% 'voldoende', 42% 'goed' en ruim 9% 'uitstekend' voor de layout. Inderdaad betreffen de meeste complimenten die in de loop van het jaar binnenkomen tijdens contactgelegenheden de opmaak. Gevolgd door de redactionele pagina Terugblik (voorheen Blikopener die in deze maarteditie is teruggekeerd naar pagina 3). Anderhalf jaar stond de VOM-voorzitter op de redactionele openingspagina, hetgeen blijkens het lezerskringonderzoek bij voorkeur niet voortgezet hoeft te worden. De Terugblik blijft echter achterin gehandhaafd, als redactionele column met marktontwikkelingen en wat terloopse vakpromotie, terwijl de teruggekeerde Blikopener van pagina 3 een kort smaakmakertje voor de betreffende editie wordt.

De derde kandidaat voor de waardering bij vakgenoten is het vakinhoudelijke gehalte. Advertenties scoren geen mondelinge complimenten, maar worden wel door tweederde van de lezers bijgehouden en vooral apparatuur (een derde), bedrijfsmiddelen (een kwart) en evenementen (een vijfde) heeft hun interesse, gevolgd door opleidingen met een tiende. Het advertentieaanbod wordt met bijna 70% met 'voldoende' gewaardeerd, circa 20% vindt het zelfs 'goed'. Ruim 10% geeft een 'onvoldoende'. Een vakblad met zo'n waardering voor advertenties is bemoedigend voor de exploitatie, en de redactie zal onverminderd voorzien in een gezaghebbende omgeving voor de bedrijfsuitingen.

REDACTIONELE KOERS

Lengte en onderwerpkeuze van de artikelen werden erg hoog gewaardeerd in het lezersonderzoek: goede mix van lang en kort zei circa 80%, en 10% vond teveel lange artikelen en ruim 5% procent te weinig lange artikelen. Overigens zijn de artikelen de laatste jaren in woorden korter geworden, maar door meer aandacht aan het fotowerk niet geheel nave-

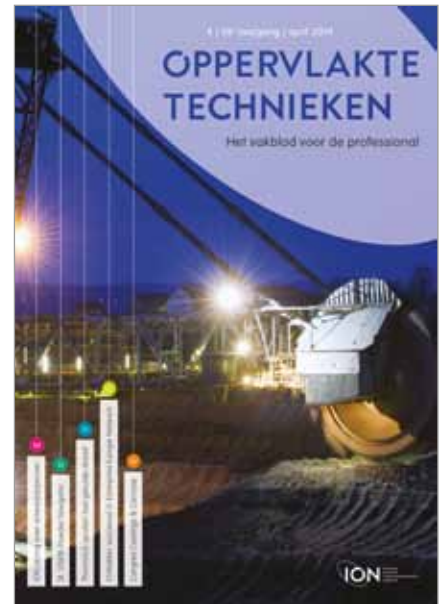


Maart 2012: de voorlaatste herfstijling, evenals in januari 2003 door de vaste opmaker Chris Versteeg: moderner en weer compact en uitnodigend vormgegeven.

nant verkort in paginaruimte. Enkele suggesties behalve "meer coatingprojectbeschrijvingen" en "meer marktnieuws" zijn: "meer regelgeving (36% in de ION-ledenenquête miste het) en technische ontwikkelingen (24% miste het). De afgelopen jaren is steeds meer aandacht geweest voor ketenvraagstukken en aanbestedingsontwikkelingen en dergelijke, met de gedachte dat de concrete technische kennis tegenwoordig vooral via cursussen betrokken moet worden. Kennelijk is toch weer een nieuw evenwicht gewenst. De "grabbeltongrubriek" Gespot (voorheen de onregelmatig verschijnende rubrieken Gelezen, Gehoord of Gezien) alsmede beurzen en congressen bieden hiertoe gelegenheid.

WAT LEVEREN DEZE INZICHTEN NU OP?

Enkele zaken zijn eenvoudig door de redactie ter hand te nemen. De rubriek Nieuws uit de Markt van weleer, sinds de laatste restyling van maart 2012 Kort Nieuws geheten, mag meer ruimte krijgen, blijkens het lezerskringonderzoek. Evenals 'De Etalage' waar coatingprojecten belicht werden, blijkens de ION-ledenenquête. Er was relatief veel aandacht voor poedercoating, luidde een kritiek die in het verleden ook wel eens naar voren kwam. Terrecht opgemerkt, want ruim een derde van de VOM-achterban was daarin actief, maar sinds september 2013 wordt meer lezerskringbreed gekeken. Straaltechniek mag wel wat nadrukkelijker en in meer variëteiten aan bod komen,



April 2014: Wederom een herfstijling, in het kader van de herstructurering van Vereniging voor Oppervlakte Technieken van Materialen VOM naar Industrieel Oppervlaktebehandelend Nederland ION. De hoofdartikelrubrieken volgen - behalve Algemeen voor horizonbrede en sectorenoverlappende onderwerpen - de sectorindeling van de vereniging: organisch, metallisch, en de combinatie toeleveranciers/geassocieerden.

werd opgemerkt. De hoofdredacteur zal daar als voormalig straler wel raad mee weten.

SOORTELIJK GEWICHT, GEZAG VOOR DE VERENIGING

Het soortelijk gewicht van vakblad Oppervlakte Technieken is in belangrijke mate te danken aan de congresbezoeken die zowel nabeschouwingen als een weerslag van afzonderlijke lezingen opleveren. De waardering voor deze kennissgoudmijn, die ook de doelgroepbereiking ten goede komt door verspreiding bij de inschrijftafel of in de zalen, spreekt boekdelen. Maar liefst 45% vindt het goed, 47% voldoende, terwijl 3,5% het 'uitstekend' waardeert en 3,5% er teveel aandacht aan gegeven ziet worden.

Het is maar weer bewezen dat je de beste resultaten krijgt door de inhoudelijke kaart spelen, zowel voor de autoriteit van de titel eigenaar als voor de exploitatie. Maar 'een goede spuits is nooit helemaal tevreden' luidt het werkvloergezegde. Dus de hoofdredacteur en de opmaker, beide spuitserszones, zullen zeker niet op hun lauweren rusten. De aangedragen verbeteringsuggesties worden dankbaar aanvaard en als actiepunten ter hand genomen. www.OppervlakteTechnieken.com ●