

LEZERSONDERZOEK

Gemengde Branche

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	2
2. RESPONDENTEN	3
3. LEESFREQUENTIE RUBRIEKEN.....	3
3.1 Gebru-nieuws	3
3.2 Personeel & Organisatie.....	4
3.3 Thesis	4
3.4 Favoriete Top10 van.....	5
3.5 Op bezoek bij... ..	5
3.6 Nieuwe producten	6
4. BEOORDELING REPORTAGES EN ADVERTORIALS.....	7
4.1 Reportages.....	7
4.2 Advertorials.....	7
5. STELLINGEN	8
5.1 Voor mij heeft Gemengde Branche een toegevoegde waarde.....	8
5.2 De artikelen hebben over het algemeen een goede lengte.....	9
5.3 Gemengde Branche spreekt de taal van de ondernemer.....	9
6. BEOORDELING OVERIGE RUBRIEKEN	10
6.1 Winkelreportages	10
6.2 Productinformatie.....	10
6.3 Beursinformatie.....	11
7. RAPPORTCIJFER.....	11
8. VERBETERPUNTEN	12

1. INLEIDING

In het septembernummer van Gemengde Branche is er een lezersonderzoek gehouden. Het doel van dit onderzoek was om (beter) inzicht te krijgen in onze doelgroep, de lezer van ons vakblad Gemengde Branche. Er valt bij onze doelgroep een onderverdeling te maken in de betalende abonnees van Gemengde Branche en leden van de Gebra die het blad gratis ontvangen. Hoe beoordelen ze het vakblad? Wat vinden ze van de huidige structuur van het blad? Welke informatie missen ze? En heeft de lezer nog overige opmerkingen die voor ons van waarde kunnen zijn? De resultaten van het lezersonderzoek zijn verwerkt in SPSS, een statistisch computerprogramma. Om de cijfers inzichtelijker te maken, hebben we in dit verslag gebruik gemaakt van visuele ondersteuning in de vorm van grafiekjes. In deze staafdiagrammen wordt er, bij de beoordeling, onderscheid gemaakt tussen Gebra-leden en niet-Gebra-leden. Hieronder wordt een voorbeeld gegeven van de wijze waarop de gegevens geïnterpreteerd zijn.

Vb. De rubriek Gebra Nieuws wordt door ruim 63% (50%) van de respondenten altijd gelezen. 18% (16%) van alle respondenten geeft aan de rubriek vaak te lezen. 20% (10%) van de respondenten leest bovengenoemde rubriek soms.

De percentages die tussen haakjes achter het totale percentage zijn geplaatst, geeft het percentage Gebra-leden aan van dit totale percentage. Dit kan als volgt worden geïnterpreteerd:

63% van alle inzenders van de lezersonderzoeken (zowel Gebra- als niet-Gebra-leden) leest de rubriek Gebra Nieuws vaak. 50% van deze 63% is Gebra-lid, wat dus betekent dat 13% niet is aangesloten bij de Gebra (63% - 50% Gebra-leden = 13% niet-Gebra-leden). NB. De 50% Gebra-leden moet dus niet als percentage van de 63% totale inzendingen worden gezien. Op bovengenoemde wijze zijn alle overige rubrieken ook beoordeeld.

In dit verslag wordt allereerst een omschrijving gegeven van de respondenten, vervolgens wordt de leesfrequentie van de rubrieken in beeld gebracht, gevolgd door de reactie op de stellingen die zijn voorgelegd in het lezersonderzoek. Hierna wordt er gekeken naar de reactie

van de lezers op de overige rubrieken in het blad. Ten slotte zal er gekeken worden naar de rapportcijfers die door de lezers zijn toegekend aan Gemengde Branche. Wat is het gemiddelde en hoe ligt de verdeling hierin? Het verslag wordt afgesloten met een conclusie. Uiteindelijk kan met de uitkomst van het onderzoek het vakblad, indien nodig, (nog) beter worden afgestemd op ons lezerspubliek.

2. RESPONDENTEN

De grootste respons ($\pm 80\%$) op het lezersonderzoek kwam van de groep: Detaillist (directeur/eigenaar). Van de resterende twintig procent, waren de leveranciers (directeur/eigenaar) als groep het meest vertegenwoordigd. Overige respondenten (categorie overig) binnen deze twintig procent waren dusdanig gevarieerd, dat er geen concrete groepsnaam aan toegewezen kan worden.

Kookwinkels, Gemengde Zaken en winkelcombinaties bestaande uit kookwinkels, gemengde zaken, de huishoudspeciaalzaken, cadeauwinkels, winkel in woondecoraties, G.P.A.-winkels en kaarten/poster-winkels (overig) waren het meest vertegenwoordigd.

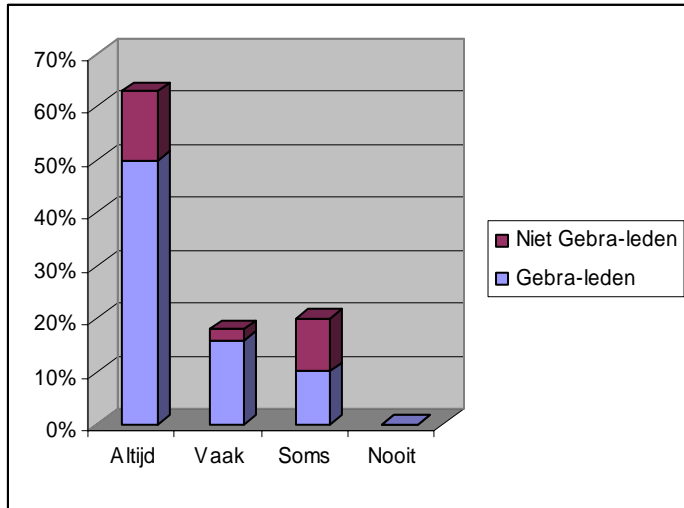
De meeste inzenders ($\pm 75\%$) maakten geen onderdeel uit van een samenwerkingsverband. Het merendeel van de respondenten is Gebra-lid ($\pm 75\%$).

3. LEESFREQUENTIE RUBRIEKEN

3.1 Gebra-nieuws

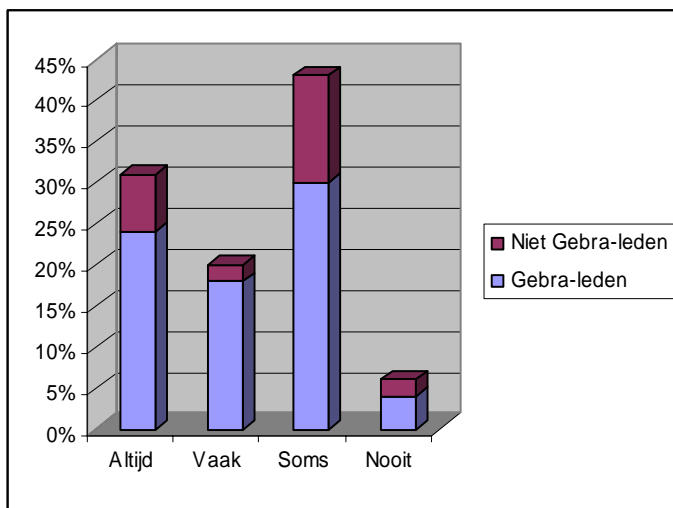
De rubriek Gebra Nieuws wordt door ruim 63% (50%) van de respondenten altijd gelezen. 18% (16%) van alle respondenten geeft aan de rubriek vaak te lezen. 20% (10%) procent van

de respondenten leest bovengenoemde rubriek soms.



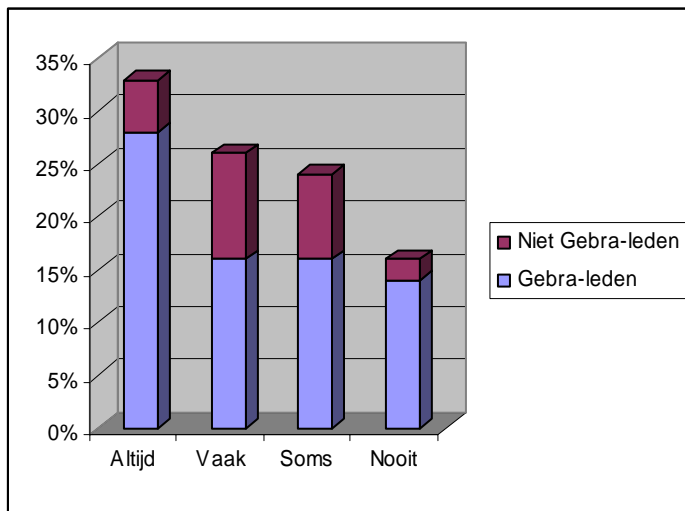
3.2 Personeel & Organisatie

De rubriek Personeel & Organisatie wordt door ongeveer 31% (24%) van de respondenten altijd gelezen. 20% (18%) procent leest de rubriek vaak. 43 % (30%) geeft aan de rubriek soms te lezen. 6% (4%) hecht geen waarde aan de rubriek en leest het daarom nooit.



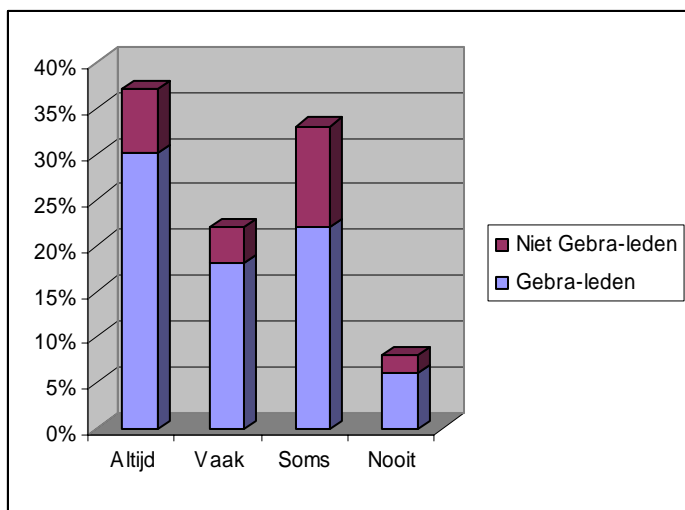
3.3 Thesis

34% (28%) van de respondenten geeft aan de rubriek Thesis altijd te lezen. 26% (16%) procent leest de rubriek vaak, 24% (16) soms en 16 % (14%) heeft geen interesse voor de rubriek en leest het daarom nooit.



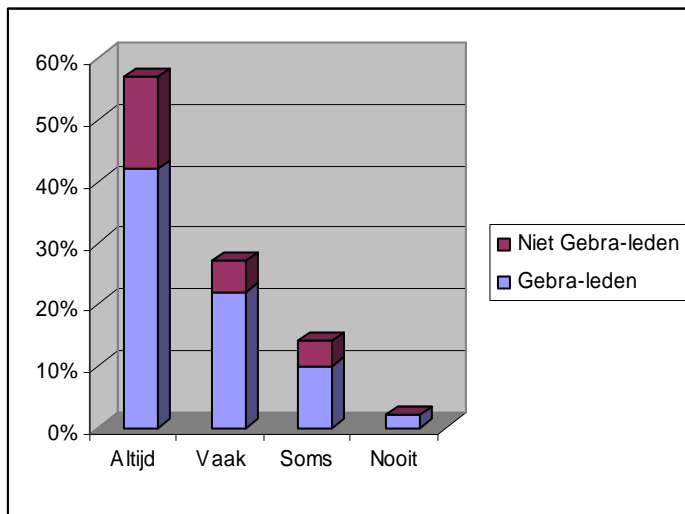
3.4 Favoriete Top10 van...

De favoriete ‘Top10 van...’ wordt door ongeveer 37% (30%) van de respondenten altijd gelezen. 22% (18%) leest de rubriek vaak. 33% (22%) soms. 8% (6%) vindt de rubriek niet interessant en leest het nooit.



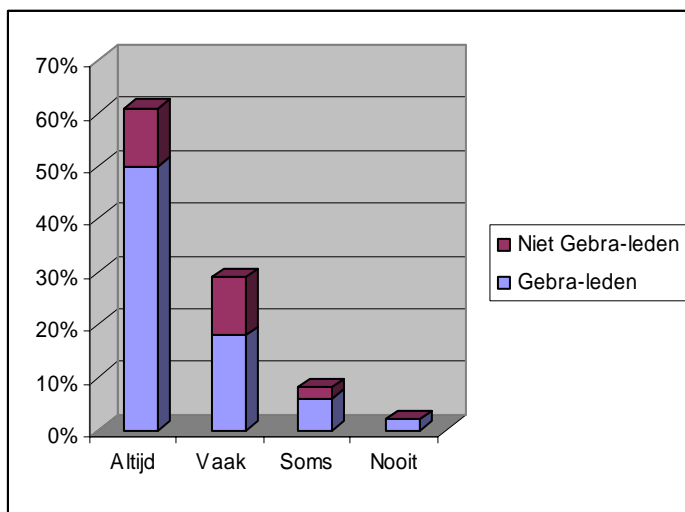
3.5 Op bezoek bij...

De rubriek **Op bezoek bij...** wordt door 57% (42%) altijd gelezen. 27% (22%) leest de rubriek vaak. 14% (10%) leest het soms en 2% (2%) leest de rubriek nooit.



3.6 Nieuwe producten

Nieuwe producten wordt door 61% (50%) van de respondenten altijd gelezen, 29% (18%) leest de rubriek vaak, ongeveer 8% (6%) leest het soms en 2% (2%) leest de rubriek nooit.



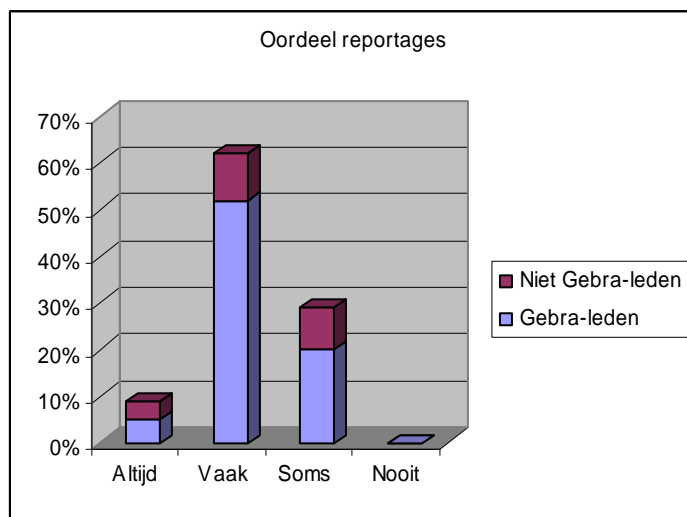
Hieronder staat een overzicht van alle rubrieken die in het onderzoek zijn gewaardeerd. De percentages naast de rubrieken lopen van hoog naar laag. Om tot bovengenoemde waardering te komen, is er gekeken naar de percentages die staan aangegeven bij de waarden: *altijd* en *vaak*. Aangezien het verschil tussen deze twee positieve waarden miniem is, lijkt het reëel om dit als uitgangspunt te nemen.

- | | |
|----------------------------|-------|
| 1. Nieuwe producten | 90,2% |
| 2. Op bezoek bij... | 84,4% |
| 3. Gebra Nieuws | 80,3% |
| 4. Thesis | 60,0% |
| 5. Favoriete Top10 van... | 58,9% |
| 6. Personeel & Organisatie | 51,0% |

4. BEOORDELING REPORTAGES EN ADVERTORIALS

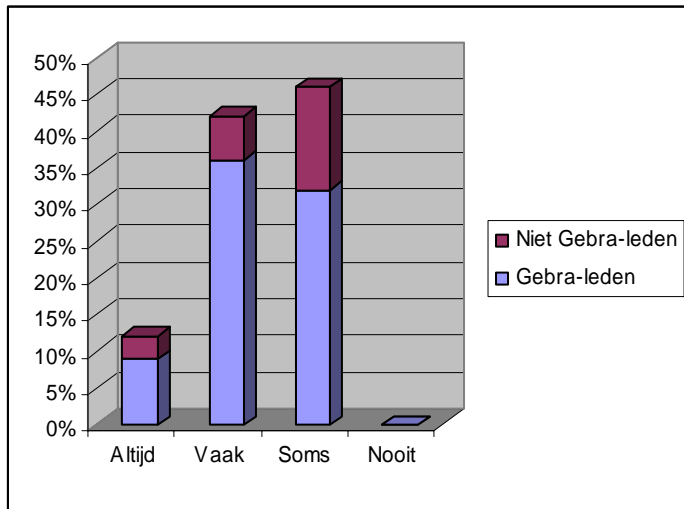
4.1 Reportages

Ongeveer 9% (4%) van alle respondenten heeft aangegeven dat de inhoud van de reportages altijd relevante informatie bevatten. 62% (52%) is van mening dat de reportages vaak relevante informatie bevatten. 29% (20%) van de ondervraagden vindt de inhoud van de reportages soms relevant.



4.2 Advertorials

Ongeveer 12% (8%) van de respondenten vindt dat de advertorials altijd relevante informatie bevat. 42% (36%) van de ondervraagden is van mening dat de advertorials vaak relevante informatie bevat en 46% (32%) vindt de inhoud soms interessant.



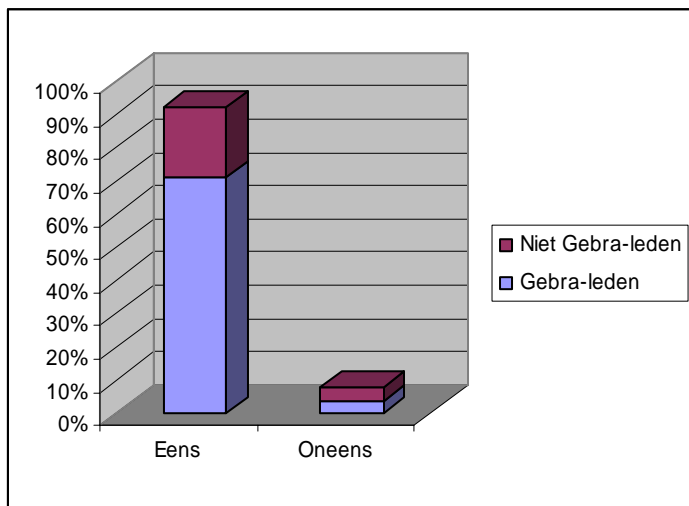
5. STELLINGEN

In het lezersonderzoek hebben we de lezer drie stellingen voor gelegd.

1. Voor mij heeft Gemengde Branche een toegevoegde waarde
2. De artikelen hebben over het algemeen een goede lengte
3. Gemengde Branche spreekt de taal van de ondernemer

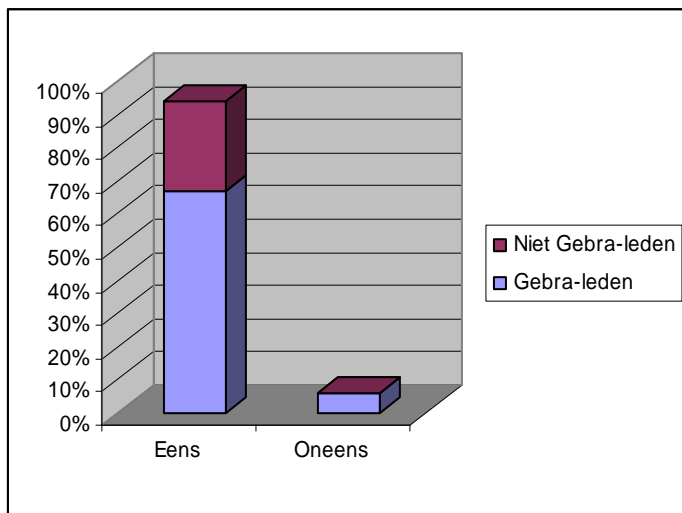
5.1 Voor mij heeft Gemengde Branche een toegevoegde waarde

Met de eerste stelling was 92% (71%) het met de stelling eens, wat dus inhoudt dat 8% (4%) het er niet mee eens was.



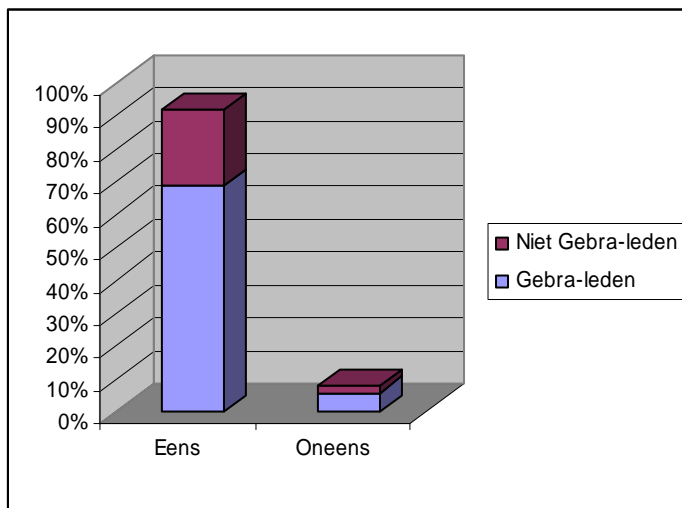
5.2 De artikelen hebben over het algemeen een goede lengte

94% (67%) van de respondenten was het met de tweede stelling ‘De artikelen hebben over het algemeen een goede lengte’, eens, 6% (6%) niet.



5.3 Gemengde Branche spreekt de taal van de ondernemer

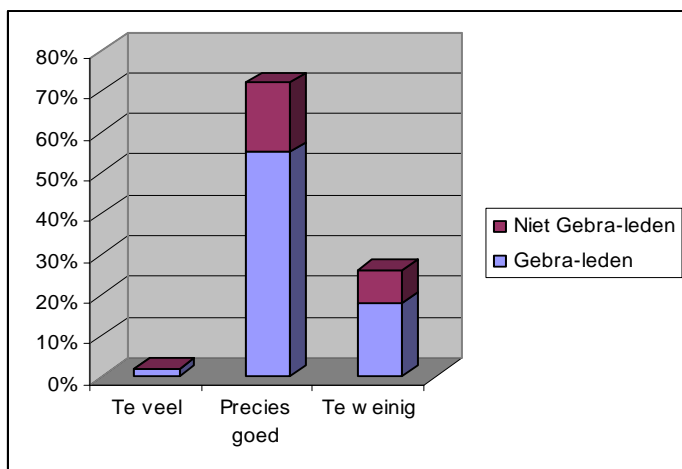
92% (69%) van alle respondenten was het met de derde stelling ‘Gemengde Branche spreekt de taal van de ondernemer’ eens, 8% (6%) niet.



6. BEOORDELING OVERIGE RUBRIEKEN

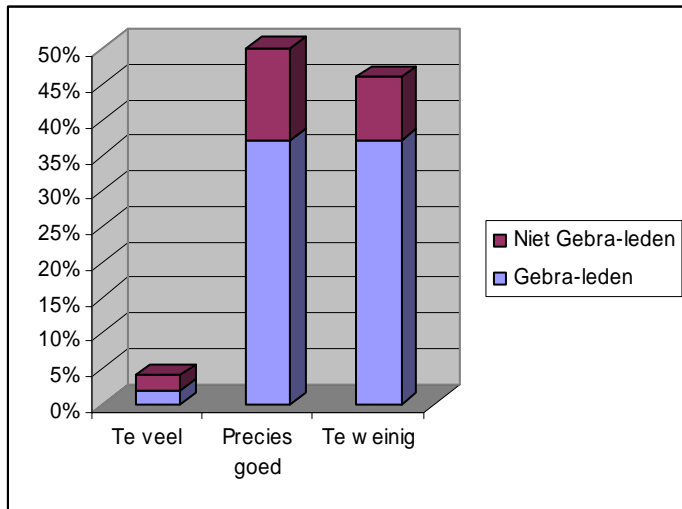
6.1 Winkelreportages

Op de vraag of de lezer tevreden is over de aangeboden hoeveelheid winkelreportages, antwoordde 2% (2%) dat ze de aangeboden hoeveelheid teveel vinden. 72% (55%) vindt de hoeveelheid precies goed. 26% (18%) was van mening dat er te weinig winkelreportages in staan.



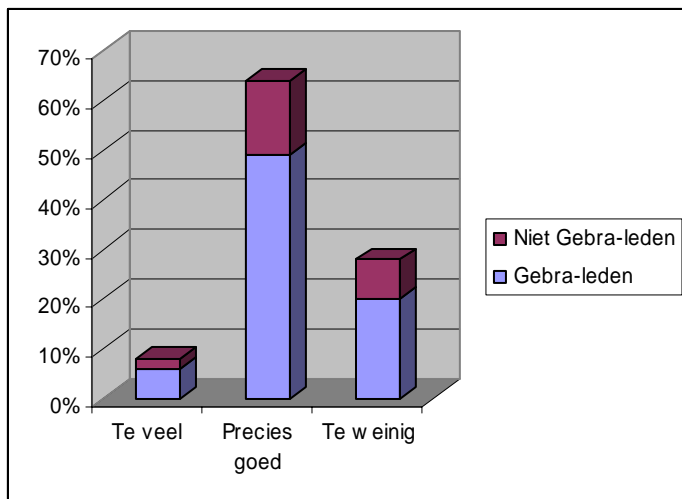
6.2 Productinformatie

Van alle ondervraagden is 4% is van mening dat er te veel productinformatie wordt aangeboden; 2% hiervan is Gebra-lid. De hoeveelheid aangeboden productinformatie is volgens 50% (37%) van de ondervraagden precies goed. 46% (37%) vindt dat er te weinig productinformatie in staat.



6.3 Beursinformatie

Van alle ondervraagden vindt 8% (6%) dat er te veel beursinformatie wordt aangeboden. 64% (49%) van de respondenten is tevreden met de hoeveelheid beursinformatie, ze vinden het precies goed. 28% (20%) vindt dat er weinig beursinformatie.

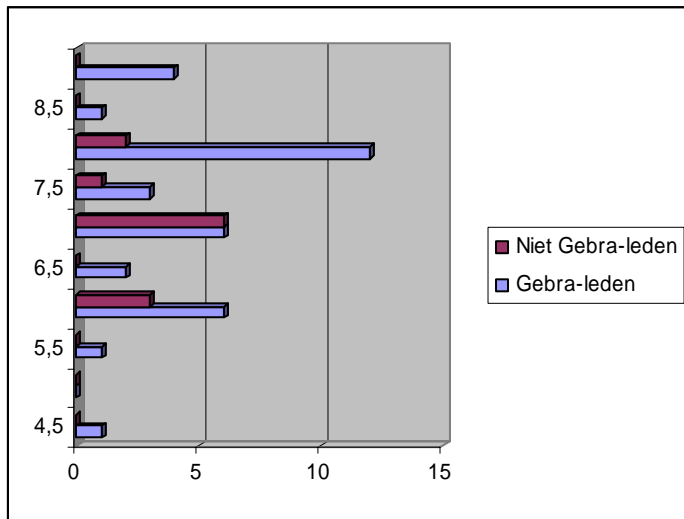


7. RAPPORTCIJFER

Het gemiddelde rapportcijfer dat aan het vakblad Gemengde Branche wordt toegekend door de lezers is een 7,3.

Beoordeling	Percentage
.. < 5,5	4%

6 – 8	83,8%
8 +	12,2%



8. VERBETERPUNTEN

In het lezersonderzoek hebben we de lezers gevraagd welke informatie ze op dit moment missen in het vakblad en of ze eventueel nog overige opmerkingen hadden. Antwoorden die hier onder andere uit voortkwamen zijn: cijfers en trends, toekomstvisies, bedrijfseconomische informatie en meer aandacht voor huishoudelijke en cadeauartikelen. Ook hecht men veel waarde aan objectieve productinformatie. Informatie die specifiek toegespitst kan worden op de winkel wordt eveneens belangrijk gevonden. Hierbij valt te denken aan kassasystemen, voorraadbeheer op kleine schaal, beveiliging, diefstalpreventie en planning en organisatie.