

# Uitkomsten lezersonderzoek H<sub>2</sub>O

In de maanden maart tot en met mei is een onderzoek uitgevoerd onder de lezers van vaktijdschrift H<sub>2</sub>O naar de waardering voor het blad. Dat onderzoek werd uitgevoerd door DUO Market Research, in opdracht van de Stichting H<sub>2</sub>O. Onderstaand de belangrijkste conclusies uit dat onderzoek.

Het onderzoek bestond uit een schriftelijk of telefonisch onderzoek onder vier groepen: huidige abonnees, voormalige abonnees, potentiële abonnees en belanghebbenden zoals auteurs. Er werd gekeken naar kwantitatieve factoren: bekendheid, bereik, leesintensiteit en -gedrag. Daarnaast werd gekeken naar andere vakbladen en de absolute waardering. Verder werd dieper ingegaan op de resultaten aan de hand van een groepsdiscussie met van lezers. In totaal zijn 375 personen telefonisch benaderd, waarvan er 202 meewerkten. Per e-mail hebben 630 huidige, voormalige en potentiële abonnees meegewerkt.

Het bereik van H<sub>2</sub>O is hoog, de leesintensiteit is aan de lage kant. De waardering is gemiddeld: onder huidige abonnees 7,1 en voormalige abonnees 6,9. De omvang wordt door 84 procent van de huidige abonnees als 'goed' bevonden, de frequentie door een meerderheid (58 procent) ook. Voor 40 procent mag de frequentie omlaag.

De door de abonnees best beoordeelde rubrieken zijn 'actualiteit' (59 procent goed of uitstekend), 'achtergrond' (52 procent goed of uitstekend) en verslagen (49 procent goed of uitstekend). De door de abonnees meest gewaardeerde informatie-soorten zijn 'informatie over nieuwe ontwikkelingen' (74 procent zeer interessant) en

'onderzoeks- en beleidsinformatie' (50 procent zeer interessant). Het meest gelezen, wat niet per se hetzelfde is als het hoogst gewaardeerd, zijn 'actualiteit' en de agenda. De minst gelezen rubrieken zijn 'Waternetwerken/Verenigingsnieuws' en 'Handel & industrie'.

Bijna tweederde van de abonnees (63 procent) geeft aan dat de inhoud van H<sub>2</sub>O grotendeels of volledig voldoet aan hun informatiebehoefte over de watersector; circa tweevijfde (42 procent) van de voormalige abonnees vindt dat de inhoud van H<sub>2</sub>O grotendeels of volledig voldeed aan hun informatiebehoefte. De potentiële abonnees geven aan vooral behoefte te hebben aan 'achtergrond-artikelen' (85 procent) en 'actualiteiten op het gebied van water' (75 procent).

Sterke punten die door de abonnees worden gewaardeerd, zijn: begrijpelijkheid van de artikelen, de actualiteit van de artikelen en de fotografie. Bladaspecten die door de abonnees minder worden gewaardeerd maar waar zij veel belang aan hechten, zijn: keuze van de onderwerpen, de nieuwswaarde, de variatie in de onderwerpen en de overzichtelijkheid.

## Gewenste toekomst H<sub>2</sub>O

De grootste groep abonnees, voormalige abonnees en potentiële abonnees heeft



*U kreeg niet alle reacties van lezers te zien. Soms reageerden lezers zelfs op de voorpagina, zoals op nummer 5 van dit jaar. Deze reactie van Joachim Rozemeijer van Deltares wilden we u echter niet onthouden.*

een voorkeur voor een papieren H<sub>2</sub>O met een digitale aanvulling. De voorkeur voor papier versus digitaal is verdeeld. Een minderheid neemt genoegen met 'alleen een digitale publicatie'.

Onder de abonnees en voormalig abonnees bestaat een voorkeur (maar geen meerderheid) voor het ontvangen van een papieren publicatie van H<sub>2</sub>O (respectievelijk 43 en 38 procent). Bijna een derde van de abonnees (31 procent) en 15 procent van de voormalig abonnees heeft een voorkeur voor een combinatie van papieren en digitale publicatie. Bijna een kwart (23 procent) van de abonnees en 38 procent van de voormalig abonnees heeft een voorkeur voor een volledig digitale publicatie.

De abonnees, de voormalige - en de potentiële abonnees is ten slotte een aantal scenario's voorgelegd waarin een mogelijk toekomstige invulling van H<sub>2</sub>O wordt beschreven.

Voor zowel de abonnees, de voormalig abonnees en de potentiële abonnees geldt dat de grootste groep (geen meerderheid) een voorkeur heeft voor een scenario waarin vier keer per jaar een brede en toegankelijke gedrukte uitgave en zes maandelijks themanummers verschijnen, inclusief een digitale kennisbank (respectievelijk 21, 23 en 27 procent heeft een voorkeur voor dit scenario).

Foto: Herman Wannigen

