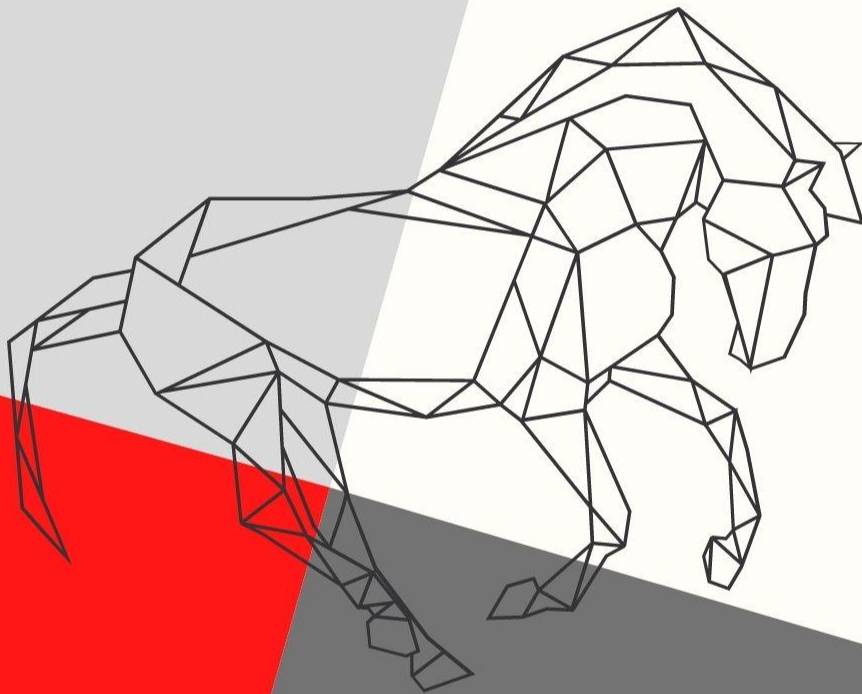


HIPPISCHE MAGAZINES

DOELGROEPONDERZOEK



SOPHIE VAN DER MOLEN

ONDERZOEK NAAR DE WENSEN VAN DE PAARDENLIEFHEBBER VOOR
HIPPIISCHE MAGAZINES

Titel:	Onderzoek naar de wensen van de paardenliefhebber voor hippische magazines
Student:	Sophie van der Molen
Opleiding:	Diergezondheid en management
Plaats:	Deventer
Datum:	30-06-2021
Afstudeerdocent:	Janet Bloemberg

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

U staat op het punt om de afstudeerscriptie te lezen die voor afronding van de studie Diergezondheid en management aan Aeres Hogeschool te Dronten wordt verwacht in het vierde leerjaar. In mijn scriptie zal er een onderzoek beschreven staan naar de wensen van de paardenliefhebbers als het gaat over een gedrukt hippische magazine. Hierbij zal het magazine Mensport van Media Primair als voorbeeld en basis gebruikt worden. Vanuit dit onderzoek zal een advies komen wat voor alle uitgeverijen van magazines in de hippische branche relevant kan zijn.

Ik wil graag Janet Bloemberg bedanken voor de hulp en ondersteuning tijdens dit onderzoek en Bart Bijsterveld voor de feedback die mij weer goed op weg heeft geholpen. Ik wil ook graag Karin De Haan en Daniëlle Berloth bedanken voor de informatie vanuit Media Primair en een frisse blik op veel onderwerpen. Daarnaast gaat mijn dank uit naar alle anderen die mij hebben geholpen om dit onderzoek te realiseren en die mij inspiratie hebben gegeven.

Veel leesplezier!

Sophie van der Molen,

02-06-2021

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting.....	6
Summary	7
Hoofdstuk 1. Inleiding	8
1.1 Actualiteiten	8
1.2 Omzet in de paardensector	9
1.3 Media in de hippische sector	9
1.4 Media Primair	11
1.5 Mensport Magazine	12
1.6 Uitgeverijen	13
1.7 Mogelijkheden tot klanten trekken.....	13
1.8 Consequenties van opzeggingen	14
1.9 Vergelijkbare onderzoeken	15
1.10 Knowledge gap	15
1.11 Afbakening.....	15
1.12 Onderzoeksvraag.....	16
Hoofdstuk 2. Materiaal en methode	17
2.1 Materiaal	17
2.2 Methode.....	17
Hoofdstuk 3. Resultaten	20
3.1 Algemene informatie respondenten	20
3.2 Deelvraag 1.....	21
3.3 Deelvraag 2.....	22
3.4 Deelvraag 3.....	25
Hoofdstuk 4. Discussie.....	27
4.1 Relevantie en resultaten	27
4.2 Eerdere onderzoeken en verwachtingen	27
4.3 Discussiepunten onderzoek	27
Hoofdstuk 5. Conclusie.....	29
5.1 Deelvraag 1.....	29
5.2 Deelvraag 2.....	29
5.3 Deelvraag 3.....	30
5.4 Hoofdvraag	30
Hoofdstuk 6. Aanbeveling	32

6.1 Bestaande magazines	32
6.2 Content.....	32
6.3 Online content.....	32
6.3 Prijs, frequentie en verkrijgbaarheid.....	33
6.4 Onderzoek per magazine.....	33
Bronnenlijst	34
Bijlagen	37
Bijlage 1. Verschillende disciplines.....	37
Bijlage 2. Handige begrippen.....	41
Bijlage 3. Enquêtevragen.....	42
Bijlage 4. Resultaten online enquête	46
Bijlage 5. Codering (open) vragen	63
Bijlage 6. Tabellen per magazine.....	81

Samenvatting

Er is binnen de hippische sector veel aanbod van hippische magazines. Hier is Media Primair een van de belangrijke aanbieders. Om magazines steeds beter en interessanter te laten worden, en vooral ook blijven, is het van belang om regelmatig de doelgroep en de wensen hiervan goed in beeld te brengen. Tijdens dit onderzoek stond de volgende vraag centraal: “Wat zijn de wensen van de paardenliefhebber voor een gedrukt hippisch magazine?”.

Om dit te onderzoeken is er een online enquête verspreid via Facebook, Instagram en mail. In een periode van acht dagen zijn 271 resultaten verzameld. Door middel van achttien vragen is er aan de respondenten gevraagd wat de wensen zijn voor hippische magazines, wat zij liever niet zien en hoe de doelgroep er uit ziet.

Uit de resultaten is gebleken dat er veel vraag is naar recreatie en ervaringsverhalen, wedstrijd en training, regionale verhalen, de amateursport en meer informatie over paard en voeding. Ook variatietips voor het werken met paarden en informatie over de basis van het omgaan met paarden zijn gewenst. Huidige abonnees geven aan liever minder reclame te zien. De reden dat niet-abonnees geen lid zijn, wordt voornamelijk veroorzaakt door de factor ‘content’.

Ook prijsstelling is een belangrijke factor voor zowel abonnees als niet-abonnees. De ideale prijs voor een los magazine is volgens het grootste deel van de respondenten vier tot zeven euro. Voor een abonnement is dit ook vier tot zeven euro per maand inclusief de verzending. Een blad als Mensport kost op dit moment los €8,50 en een abonnement is te krijgen vanaf €6,25 per maand.

Het liefst ontvangen de respondenten elf tot vijftien keer per jaar een magazine. Als het magazine los wordt aangeschaft gebeurt dit het liefst in de boekhandel of tijdschriftenhandel en voor een abonnement bij voorkeur via de website van dat magazine.

De aanbevelingen aan uitgevers van hippische magazines is gericht op het behoud van bestaande klanten en het werven van nieuwe abonnees. Voor bestaande magazines is het zaak om te kijken naar de wensen en ergernissen van huidige abonnees. Daarnaast is het van belang voor alle magazines om de content goed aan te sluiten op de doelgroep. Let hierop dat de online, gratis, content niet te veel weg geeft. Daarbij is een juiste prijs, frequentie en verkrijgbaarheid erg belangrijk. Als laatste is het voor uitgeverijen interessant om een eigen onderzoek op te zetten om de eigen doelgroep beter in beeld te krijgen.

Summary

Within the equestrian sector, a lot of magazines are on offer. Media Primair is one of the main producers. In order to make the magazines more interesting and improve quality it is important to regularly investigate the target group and its wishes. During this research the following question has been leading: "What are the wishes of horse-lovers for a printed equestrian magazine?".

As for research methodology an online questionnaire has been spread via Facebook, Instagram and e-mail. Within eight days 271 responses have been gathered. Through eighteen questions the respondents have been asked for their wishes for equestrian magazines, what they would prefer, would not prefer and what the target group looks like.

The results show that there is a high demand for recreational and experience stories, competition and training, regional stories, amateur sports and more information about the animal and nutrition. In addition various suggestions for working with horses and information about the fundamentals of dealing with horses are requested. Current subscribers indicate preference for less advertisements. The reasons that non-subscribers have not subscribed yet is mainly due to their wish for different content.

Also price is an important factor for both subscribers and non-subscribers. The ideal price for a single magazine as indicated by the respondents is four to seven euros. For a subscription this would be four to seven euros per month including shipping cost. A magazine like Mensport is currently priced at €8.50 for a single magazine. A subscription is priced as of €6.25 per month.

Respondents indicate a preference to receive eleven to fifteen magazine per year. If a single magazine is bought respondents prefer to do this via the bookstore. Purchasing a subscription is preferably done via the website.

The recommendations to publishers of equestrian magazines are aimed at retaining current subscribers and originating new subscribers. For today's magazines it is important to look at both wishes and annoyances of current subscribers. Furthermore, it is key to gear the content of the magazines completely towards its target group. Publishers should be mindful of not offering too much, free, online content. Besides, the right price, frequency and availability are important sales factors. Finally it can be interesting for publishers of equestrian magazines to do research to give a better image about their own target group.

Hoofdstuk 1. Inleiding

Nederland telt bijna 500.000 ruiters en 450.000 paarden. (KNHS, 2017) Met ongeveer zeventien miljoen inwoners betekent dit dat bijna 3% van de Nederlands bevolking regelmatig paardrijdt. Maar naast de personen die regelmatig rijden, zijn er ook nog mensen die wel actief met paarden bezig zijn, maar die niet rijden.

Paardrijlessen zijn er voor alle leeftijden en beginnen vaak al voor kinderen vanaf 7 jaar oud. Maar ook ouderen kunnen nog lessen blijven volgen op eigen paarden of bij een manege. Tevens kunnen jonge kinderen, waarvan de ouders bijvoorbeeld paarden hebben, al erg vroeg in aanraking komen met paarden. Dit maakt dat de leeftijd van paardenliefhebbers erg verspreid ligt. (KNHS, 2017) Ruiters zijn van gemiddeld welstandsniveau en 80% van de ruiters zijn vrouw. (HAS Hogeschool, 2014)

Internationaal onderzoek heeft uitgewezen dat de omgang met paarden op elk niveau een beroep doet op sociale, mentale en maatschappelijke vaardigheden, die later in het leven van grote waarde zijn. Paardensporters zijn, in vergelijking met niet paardensporters, gezelliger, enthousiaster, emotioneel stabiel en creatiever. Ze zijn vastberaden, zelfverzekerd, stressbestendig en zorgvuldig. Ze zijn zich bewust van hun verantwoordelijkheid en weten zich te hervatten als het tegen zit. (KNHS, 2017) Voor elke leeftijdsgroep zou het bevorderlijk kunnen zijn om met paarden aan de slag te gaan. Ook mensen met een verstandelijke of fysieke beperking blijken veel baat te hebben bij het helende contact tussen mens en paard. (KNHS, 2017) Overigens geldt dit voordeel voor de omgang met veel diersoorten. (Janssen, 2002, p. 33)

1.1 Actualiteiten

De consumentenwereld is continu in beweging. Ook de afgelopen jaren zijn er veranderingen te zien in het aankoopgedrag van de consument, ook in de hippische wereld. Naast de verschuiving van offline naar online aankopen is er ook een grote verandering in het bewust omgaan met het dierenwelzijn. Zo is er al jaren een zichtbare verschuiving van offline aankoopkanalen (Hawkins & Mothersbaugh, 2010, p. 3) zoals een winkel, naar online aankoopkanalen zoals een webshop. (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2021) Daarnaast speelt het dierenwelzijn een steeds grotere rol. Waar veel ruiters eerst nog gefocust waren op de wedstrijdresultaten, is er steeds duidelijker te zien dat in de wedstrijdsport, maar ook daarbuiten, steeds meer focus wordt gelegd op het welzijn van de paarden. Hierbij is ook de band tussen mens en paard steeds meer naar voren gekomen. (K. De Haan, persoonlijke communicatie, 9 december 2020)

Veel (huis)dieren hebben een andere status gekregen in de samenleving. Zo zijn honden niet alleen meer als bewaker van het erf en zijn paarden meer dan alleen de sterke dieren die helpen in de landbouw. Het dier wordt steeds vaker gezien als onderdeel van het gezin en beste vriend. Een goede band met het eigen dier is dan ook belangrijker dan ooit. Dit is allemaal terug te zien in het koopgedrag van de consument. De producten die worden gekocht, zijn meer gericht op het welzijn van het dier, dan alleen op het plezier van de ruiter. (HAS Hogeschool, 2020) De consument koopt steeds meer producten om het dier zo goed mogelijk te begrijpen. Het overgrote deel geeft dan ook aan dat samenwerken het voornaamste pluspunt is wat de paardensport biedt. (HAS Hogeschool, 2020) Er zijn steeds meer producten op de markt verschenen die deze denkwijze ondersteunen. Van teugeldrukmeters tot dekensensoren en hartslagmeters. (HAS Hogeschool, 2017) De ruiter doet er alles aan om samen met de eventuele ambitie om hogerop te komen, ook naar het paard te luisteren. (K. De Haan, persoonlijke communicatie, 9 december 2020) De top wordt immers samen met het paard behaald en niet alleen.

Ook de wijze waarop deze aankopen worden gedaan, zijn sterk aan het veranderen. Steeds meer besluit de consument online aankopen te doen. Zeker het gebruik van de mobiele telefoon is bezig met een opmars. (HAS Hogeschool, 2020) Steeds vaker worden aankopen via de mobiele telefoon gedaan en de verwachting is dat dit alleen nog maar zal groeien. Bedrijven die het internet intensief gebruiken zijn gemiddeld met 3,1% in omzet gegroeid. Bedrijven zonder online aanwezigheid dalen hier gemiddeld met 0,3%. (HAS Hogeschool, 2018) Dit laat zien dat de onlinewereld, voor bedrijven, een interessante markt is en dat het erg zinvol kan zijn om gebruik te maken van dit medium.

Zelfs sociale media is tegenwoordig geen onbekend begrip voor het doen van aankopen. Er is steeds meer mogelijk voor de ondernemer om via veel verschillende kanalen de producten te verkopen. Naast het gemak van adverteren via sociale media, is het ook steeds makkelijker om het verkoopproces volledig via sociale media te laten verlopen. Geen reclame meer met een link naar de webshop, maar een aankoop via het venster van bijvoorbeeld Facebook, LinkedIn of Instagram. Samen met het groeiende aantal gebruikers van sociale media en het stijgende aantal uren dat men op deze kanalen besteedt, is verkoop via sociale media een sterk groeiende markt. (HAS Hogeschool, 2020)

Er zijn veel manieren om tegenwoordig aan informatie te komen. Waar vroeger vaktijdschriften en encyclopedieën erg belangrijk waren, heeft dit inmiddels een vlucht gemaakt naar het gebruik van online mediums. De voornaamste reden hiervan is dat internet een verzameling heeft van veel informatie over veel verschillende onderwerpen. YouTube is bijvoorbeeld onder andere een belangrijk onderdeel geworden van de zoektocht van de consument naar recente informatie. Hier worden makkelijk accounts gevonden die informatie delen over eigen ervaringen en kennis. (Chau, 2010, p. 73)

1.2 Omzet in de paardensector

Er is tussen de 1,5 en 2 miljard euro omzet in de Nederlandse paardensector. Dit is verspreid over verschillende onderdelen die bijdragen aan de paardensector. Van de wedstrijdsport, tot de zadelmakers en de stalmedewerker. Hiervan was de sportomzet in 2019 ongeveer €1.624.000.000. Dit is dus het grootste deel van de volledige omzet in de paardensector. Dit getal stijgt met ongeveer 8,2% per jaar sinds 2013. De paardensector wordt de komende jaren waarschijnlijk alleen maar groter. (HAS Hogeschool, 2019)

1.3 Media in de hippische sector

1.3.1 Gedrukte magazines

Voor het onderzoek is er gekozen om te focussen op gedrukte magazines. Online magazines, zullen niet in het onderzoek worden meegenomen. Binnen de hippische sector zijn er meerdere aanbieders van magazines in zowel Nederland als België. Naast de bekende magazines zoals Bit en Hoefslag zijn er ook veel kleinere magazines die toegespitst zijn op een bepaald paardenstamboek. Zo is er bijvoorbeeld ook Phryso (over de Friese paarden). Er is veel verschillend aanbod aan hippische gedrukte magazines, al verschillen deze inhoudelijk vaak wel van elkaar. Waar de stamboekgerichte magazines echt focussen op dat paarden- of ponyras, zijn er ook magazines per discipline. Zo is Mensport gericht op de sportieve mannen en de recreatieve kant van het menen. Showpaard is gericht op de mensporters die voornamelijk interesse hebben in de dressuurmatige kant van het menen. Het magazine Manegeruiter is gericht op mensen die (regelmatig) bij een manege rijden. Het is dus minder gericht op de paardeneigenaar, maar op de persoon die gebruikt maakt van paarden van anderen zoals bij een manege. Doordat de magazines via verschillende kanalen worden aangeboden, is niet te zeggen hoeveel verschillende magazines er precies in Nederland en België worden aangeboden. In bijlage 1 is een overzicht te vinden van de verschillende disciplines die binnen de paardensport worden beoefend. In tabel 1 is voor het overzicht een lijst te vinden van de

magazines die door Media Primair worden uitgegeven en de oplage van deze magazines. (Media Primair, z.d.-a) In tabel 2 is een overzicht te zien van hippische magazines van zowel Media Primair als andere uitgeverijen met het aantal oplages in 2011 in vergelijking met een recent aantal oplagen.

Magazines Media Primair		
Magazine	Oplage	Uitgaven per jaar
Phryso – Koninklijk Friesch Paarden Stamboek	6.250 ¹	12
KVTH – Koninklijke Vereniging het Nederlandse Trekpaard en de Haflinger	3.500 ²	4
Battie – Nederlandse Stamboek Voor Tinkers	450 ³	4
De Shetlandpony – Nederlands Shetland Pony Stamboek	2.500 ⁴	10
De Forester – New Forest Pony Stamboek	1.200 ⁵	6
Hoefslag	16.667 ⁶	5
Manegeruiter	11.000 ⁷	4
CAP	8.400 ⁸	8
Showpaard	1.200 ⁹	8
Mensport	5.250 ¹⁰	9

Tabel 1

Hippische magazines			
Magazine	Oplage in 2011	Oplage recent	Uitgaven per jaar
De Hoefslag	45.000	16.667 ¹¹	5
Paard en Spul	30.000	N.V.T.	12
Horsimo	20.000	N.V.T.	12
Ros	22.000	N.V.T.	6
Bit	21.000	9.000 ¹²	8
Horse international	19.000	N.V.T.	10
Mensport	17.000	5.250 ¹³	9
De Paardenkrant	10.000	5.000 ¹⁴	104
De Paardenkrant extra	10.000	5.500 ¹⁵	4
Het Sportpaard	5.000	N.V.T.	52
Het Showpaard	2.500	1.200 ¹⁶	10

Tabel 2 (Sectorraad Paarden, 2011)

¹ (KFPS, z.d.)

² (Media Primair & KVTH, 2018)

³ (NSVT, z.d.)

⁴ (NSPS, z.d.)

⁵ (A. Bombeeck, persoonlijke communicatie, 21 april 2021)

⁶ (Media Info Groep, 2019)

⁷ (A. Bombeeck, persoonlijke communicatie, 21 april 2021)

⁸ (Media Info Groep, 2019)

⁹ (A. Bombeeck, persoonlijke communicatie, 21 april 2021)

¹⁰ (Media Primair, 2018-b)

¹¹ (Media Info Groep, 2019)

¹² (A. Kunze, persoonlijke communicatie, 21 april 2021)

¹³ (Media Primair, 2018-b)

¹⁴ (C. Haentjes, persoonlijke communicatie, 21 april 2021)

¹⁵ (C. Haentjes, persoonlijke communicatie, 21 april 2021)

¹⁶ (A. Bombeeck, persoonlijke communicatie, 21 april 2021)

1.3.2 Sociale media

Veel gedrukte magazines, hebben naast het blad ook een online omgeving. Vaak bestaat dit uit een webpagina en pagina's op één of verschillende sociale media. Vaak wordt er actief gebruik gemaakt van een Facebookpagina, maar ook een Instagram pagina wordt soms gebruikt. Dit is te zien bij magazines die door Media Primair beheerd worden, maar ook bij magazines zoals Bit. Hier kunnen ook paardenliefhebbers die geen abonnee zijn, kennis maken met het magazine. Op de sociale media pagina's worden vaak kleinere artikelen gedeeld of bijvoorbeeld korte fotoreportages. Tevens wordt hier reclame gemaakt voor, en verwezen naar, het daadwerkelijke magazine. Vaak is de sociale media pagina een manier om abonnees te trekken en er voor te zorgen dat mensen die twijfelen, toch lid worden. Doordat ze kunnen zien waar het magazine zich op richt, kunnen ze inschatten of het magazine bij hun wensen zou passen. Het is dus belangrijk dat de informatie op de sociale media uitnodigt tot aanmelding voor het magazine. Een uitgeverij moet hier klanten trekken, maar ook niet te veel weggeven. Als een sociale media pagina wel te veel weg geeft, zal de pagina averechts werken en zullen veel mensen geen lid worden. Dit geldt ook voor de website van een magazine.

1.3.3 Overige media

Zoals hierboven benoemd, hebben veel gedrukte magazines ook een online webpagina. Vaak is dit een combinatie van een webshop en, net als bij de sociale media pagina's, een kijkje in de stijl van het magazine. Ook hier kan de paardenliefhebber content vinden. Deze is vaak anders van de content in het magazine, maar wel in dezelfde stijl. Zo kan de lezer een inschatting maken of de stukken zowel inhoudelijk als qua uiterlijke stijl bevallen en of het nuttig is een magazine aan te schaffen of een abonnement aan te gaan. Vanaf hier wordt de content voor de lezer vast een beetje naar buiten gebracht en als de content niet bevalt, zullen lezers dit vaak hier al merken.

Sommige magazines hebben naast een website met content die voor iedere bezoeker zichtbaar is, ook een afgesloten omgeving voor abonnees. Hier is content te vinden waar vaak meer werk en tijd in zit. Het kan dus zo zijn dat een abonnee naast een paar keer per jaar een gedrukt magazine op de mat, ook toegang krijgt tot extra (online)content. Dit maakt het aangaan van een abonnement voor de lezer vaak nog aantrekkelijker.

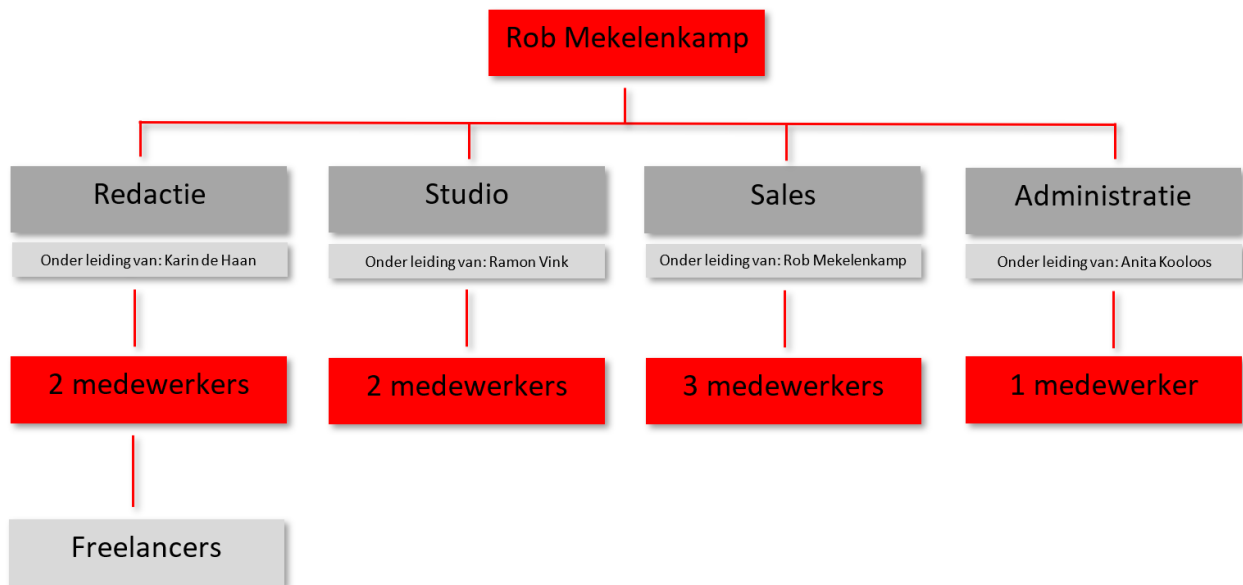
1.4 Media Primair

Vanuit het kantoor in Barneveld bewerkt Media Primair de hippische markt in Nederland en België. Als ontwerpbureau verzorgt Media Primair zowel websites, als magazines voor de hippische branche. Daarnaast verzorgt de onderneming veilingen, stamboekregistraties en meer.

Op dit moment heeft de redactie van Media Primair de leiding over een aantal magazines. Deze zijn te vinden in tabel 1 die bij 1.3.1 te vinden is. Hiervan heeft Hoefslag de meeste abonnees en is hier een community omheen gebouwd. Dit houdt in dat er naast een gedrukt magazine voor de abonnees ook veel andere content te vinden is. Zowel online; in de vorm van onder andere artikelen, uitlegvideo's en interviews. Maar ook offline; in de vorm van bijvoorbeeld mogelijkheid tot lessen van bekende personen. Dit kost voor Media Primair echter wel meer geld en dit budget is niet voor ieder magazine weggelegd.

1.4.1 Organisatiestructuur

Hieronder is een organogram te zien waarin de werknemers van Media Primair afgebeeld staan. Dit zijn de medewerkers die samen alle magazines op orde houden.



Figuur 1 Organisatiestructuur Media Primair

1.5 Mensport Magazine

Eén van de magazines die door Media Primair worden uitgegeven en het voorbeeld voor dit onderzoek, is Mensport. Dit is een magazine waarin voornamelijk de mensport en alle factoren daar omheen aan het licht komen. De artikelen gaan bijvoorbeeld over het tuig, de wedstrijdssport en het trainen van het paard voor de wagen. Abonnees krijgen acht keer per jaar een magazine aan huis geleverd vanaf €6,25 per maand, de prijs voor abonnement in Nederland. Voor een abonnement vanuit Europa betaalt men €102,50 (omgerekend €8,84 per maand). De laatste optie is een abonnement voor over de hele wereld. Dit kost €128 (omgerekend 10,67 per maand). Het is ook mogelijk om voor €8,50 een los nummer te kopen. Aan dit magazine is een website (mensport.nl) en Facebookpagina (facebook.com/mensportmagazine) gekoppeld. Zowel abonnees als niet-abonnees kunnen hier actueel nieuws volgen dat te maken heeft met de mensport.

1.5.1 Aantal abonnees afgelopen jaren

Van 2012 tot 2017 is er sprake geweest van een daling tot 20% van de abonnees per jaar. In 2017 is Karin de Haan begonnen als nieuwe hoofdredacteur en vanaf toen tot 2020 is het aantal abonnees constant gebleven. Voor 2021 is het doel van Media Primair om meer in te zetten op klanttevredenheidsonderzoeken en marketing om op die manier het aantal abonnees weer te laten stijgen. (K. De Haan, persoonlijke communicatie, 19 januari 2021) In 2018 gaf Media Primair aan dat Mensport een oplage had van 5.250 en een lezersbereik heeft van 18.000 voor het magazine. (Media Primair, 2018)

1.5.2 Extra online omgeving

Voor de abonnees van Mensport is er een online omgeving waar meer content gevonden kan worden. De website: academy4horses.com, biedt voor zowel leden als niet-leden mogelijkheden tot het volgen van cursussen. Vaak zijn dit video's van bekende ruiters waarin een bepaald onderwerp wordt toegelicht. Deze zijn voor een bepaald bedrag aan te schaffen om de cursus vervolgens te kunnen volgen. De abonnees van Mensport kunnen hier gratis de cursussen voor Mensport-leden volgen. Mensport leden kunnen hier ook tegen betaling andere cursussen volgen.

1.6 Uitgeverijen

Naast Media Primair zijn er ook andere bedrijven die de rol van uitgever van een hippisch tijdschrift dragen. Binnen Nederland is dit naast Media Primair maar één uitgever: Eisma Mediagroep. Andere magazines, hebben de rol van uitgeverij zelf in handen. In tabel 2 (te vinden onder 1.3.1) is een vergelijking van verschillende hippische magazines te vinden.

1.6.1 Eisma Mediagroep

Uitgever van onder andere Bit en Dressuur, bekende magazines in de hippische sector, is Eisma Mediagroep. Het verschil tussen Eisma Mediagroep en Media Primair is dat Eisma Mediagroep ook werkt in andere branches dan alleen de hippische branche. Zo is Eisma Mediagroep bijvoorbeeld ook actief in de educatie, bouw en de agrarische sector. (Eisma Media Groep B.V., 2019) Media Primair heeft in vergelijking met Eisma een minder breed assortiment en hier kan mogelijk een kans liggen.

1.7 Mogelijkheden tot klanten trekken

Om uiteindelijk als magazine zoveel mogelijk abonnees te werven, naast het vasthouden van de huidige abonnees, is het zaak dat het bedrijf en het magazine goed gepresenteerd worden. Er zijn veel verschillende manieren om nieuwe klanten kennis te laten maken met de magazines. (wikimarketing, z.d.) Naast ondergenoemde voorbeelden zijn er nog vele manieren waarop een bedrijf de producten kan promoten. Ondergenoemde voorbeelden zijn bekende manieren waarop promotie plaats kan vinden en deze zouden mogelijk interessant zijn voor uitgeverijen van hippische magazines zoals Media Primair.

1.7.1 Sociale media

Een meestal goedkope manier om reclame te maken voor producten is via een sociale media pagina. Deze kunnen gratis worden aangemaakt en hier kan snel een groot netwerk mee worden opgebouwd. Deze pagina's zijn vaak erg doelgroepgericht en er moet een duidelijke link worden gelegd met het magazine. De drempel voor de lezer is laag om dergelijke pagina's te volgen en zo worden ze regelmatig geconfronteerd met het magazine. Daarnaast krijgen soms de vrienden van volgers de content van de pagina af en toe te zien. Hierdoor kan het bereik van een sociale media pagina erg groot zijn als je het vergelijkt met bijvoorbeeld een website. (Vlaskamp, 2012)

1.7.2 Advertenties

Het gebruik van advertenties kan op vele manieren ingevuld worden. Dit kan een banner langs de snelweg zijn tot een kleine advertentie in het plaatselijke krantje. Om te bepalen wat passende advertentievormen zijn, moet er goed naar het bedrijf, de producten en de doelgroep gekeken worden. In dit geval naar de magazines en de inhoud hiervan. Voor een magazine als Mensport, zou het zinvol kunnen zijn om voornamelijk te adverteren via kanalen die producten of diensten aanbieden in die tak van de sport. Bijvoorbeeld in een winkel waar koetsen worden verkocht, zou goed geadverteerd kunnen worden. Bij een dergelijke zaak komen namelijk al paardenliefhebbers die interesse hebben in het menen. Ongeacht of zij wel of niet iets kopen in deze winkel of lid worden van het magazine kan een confrontatie met het magazine meer bekendheid creëren. Als deze mensen de naam van het magazine dan weer delen met vrienden en stalgenoten, zal het magazine steeds meer bekendheid verwerven. Echter als de vorm en locatie van de advertentie niet goed aansluit op de doelgroep, zal het effect vele malen kleiner zijn. Als iemand niet geïnteresseerd is in een goed of dienst, zullen zij ook hoogstwaarschijnlijk de naam niet onthouden. Laat staan delen met anderen. (Fu & Chen, 2012, pp. 194–203)

1.7.3 Sponsoring

Binnen de sport is sponsoring vaak een erg zinvolle vorm van promotie. Hierbij wordt vaak de juiste doelgroep snel bereikt. Zo zou een magazine als Mensport een gastspreker van een evenement in mannen kunnen sponsoren. De spreker zou in verschillende vormen het logo bij zich kunnen dragen en als er paarden aanwezig zijn, kan ook hier een gesponsorde outfit worden samengesteld. Tevens is online sponsoring een goede manier om het juiste publiek te bereiken. Een bedrijf maakt hierbij gebruik van het bereik van de gesponsorde persoon om eigen producten aan te bieden. Dit zorgt ervoor dat naast het eigen bereik van het magazine, ook het bereik van bijvoorbeeld een bekende ruiter wordt geconfronteerd met de producten. (Kahle & Riley, 2008, pp. 1–3)

1.7.4 Persoonlijk contact

Een vaak tijdrovende maar effectieve manier van het creëren van bekendheid is het persoonlijk contact. Dit kan bijvoorbeeld door middel van het bellen van potentiële klanten of het aanspreken van paardenliefhebbers op een beurs. Dit betekent dat er per losse potentiële klant gecommuniceerd wordt. Dat maakt dat het erg tijdrovend kan zijn in vergelijking met massacommunicatie. (Weng & De Run, 2010, p. 17)

1.8 Consequenties van opzeggingen

Als één of twee abonnees het abonnement opzeggen, zal dit qua inkomsten geen vergaande effecten hebben voor een hippisch magazine. Toch genereert elk lid inkomen voor het magazine en dit zorgt ervoor dat het magazine kan blijven bestaan. Belangrijk is om in beeld te brengen waarom een abonnee mogelijk stopt met het afnemen van de magazines. Is dit een persoonlijke reden, zoals bijvoorbeeld het besparen van geld? Of is er een factor waar de uitgeverij invloed op heeft zoals bijvoorbeeld de content of de prijs? Dat is op dit moment nog niet duidelijk in beeld.

Het hebben van een abonnement op een tijdschrift of tv-gids staat op de vijfde plaats van alle soorten abonnementen. Het grootste deel van deze groep is 65 jaar of ouder en het kleinste deel is tussen de 25 en de 45 jaar oud. Van de producten die ook zonder abonnement beschikbaar zijn staan tijdschriften op de tweede plek in de ranglijst. Dit betekent dat na loterijen, veel mensen tijdschriften kopen als ze zonder abonnement beschikbaar zijn. (Nibud, 2019) Deze losse verkoop kan plaatsvinden in de supermarkt, een winkel zoals Bruna of bijvoorbeeld online.

1.8.1 Op kleine schaal bij Mensport

Voor het magazine Mensport betaalt een abonnee €6,25 per maand. Op jaarbasis is dit €75. Per klant krijgt Media Primair dus jaarlijks €75 binnen aan abonnementskosten. Het magazine ligt dan acht keer per jaar bij de klant op de mat en kennissen die bij de klant langskomen en het magazine zien, worden er steeds bekender mee. Voor Mensport is het lezersbereik ongeveer 18.000 mensen. Naast de inkomsten zijn er dus ook andere voordelen die een klant met zich mee brengt. Als er een klant stopt met het afnemen van het abonnement, zullen de jaarlijkse €75 aan inkomsten wegvallen, maar ook deze vorm van bekendheid creatie. Per klant die opzegt, is dit dus een gemis.

1.8.2 Op grotere schaal bij Mensport

Op grotere schaal zullen de effecten van opzegging een stuk groter zijn. Media Primair zal dan niet één keer €75 per jaar mislopen, maar vele malen meer. Als er bijvoorbeeld duizend mensen zouden opzeggen, loopt Media Primair maar liefst €75.000 per jaar mis. Dit is een groot inkomstenverschil. Als het verschil tussen de oude en nieuwe inkomsten zo uit elkaar lopen, bestaat er een kans dat het magazine niet meer rendabel is. Het zal dan gedwongen zijn om op een andere manier door te gaan of zelfs om op te houden met bestaan. Wanneer dit punt bereikt is, is afhankelijk van verschillende factoren. Hierbij moet rekening worden gehouden met de constante en variabele kosten. Als de totale kosten, dit zijn de alle kosten bij elkaar opgeteld, hoger worden dan de totale inkomsten is het

magazine niet meer rendabel en zal het, vanzelfsprekend, op den duur ophouden met bestaan. De inkomsten worden gegenereerd uit de abonnementen, losse aankopen en bijvoorbeeld advertentie-inkomsten.

Als het aantal abonnees afneemt, neemt ook het lezersbereik af. Op dit moment zijn er bedrijven die graag in Mensport adverteren. Zij betalen een bepaald bedrag om dan (een deel van) een pagina te vullen met advertentiemateriaal. Daarbij gaan zij ervanuit dat ongeveer 18.000 mensen deze advertentie te zien krijgen. Als het lezersbereik van Mensport afneemt, zullen adverteerders ook minder snel bereid zijn hetzelfde bedrag te betalen voor advertentieruimte. Naast de inkomsten van de klant, zal Media Primair dus ook de inkomsten van adverteerders gaan mislopen.

1.9 Vergelijkbare onderzoeken

Naar consumentengedrag zijn veel onderzoeken gedaan. Vooral naar de factoren die een persoon kunnen aansporen tot het overgaan tot koop van een product. (Singh & Singh, 2014, p. 10) Wat opvalt, is dat het aangaan van schriftelijke abonnementen hier niet in mee wordt genomen. Er zijn onderzoeken die als focus de online abonnementen hebben. Zoals bijvoorbeeld informatiewebsites, online televisie en nieuwspagina's. (Wang et al., 2005, p. 306) Helaas worden gedrukte tijdschriften hier niet in vernoemd.

Ook zijn consumentenonderzoeken niet gericht op ruiters en paardenliefhebbers. Onderzoeken naar consumentengedrag zijn vaak algemeen en gaan niet in op een bepaalde doelgroep. In de onderzoeken die wel ruitersgericht zijn zoals de Hippische Monitor van HAS Hogeschool, wordt niet gekeken naar het consumentengedrag. Op de vraag: "wat zijn de wensen van de ruiter?", wordt geen antwoord gegeven.

Omdat dit onderzoek gericht is op de wensen van de paardenliefhebber en abonnee van Mensport, zijn andere onderzoeken niet relevant. Bepaalde onderdelen, zoals algemeen consumentengedrag, kunnen helpen met het verbreden van de paardenkennis. Deze onderzoeken zullen geen antwoord geven op de onderzoeksvraag van dit verslag.

1.10 Knowledge gap

Op dit moment is er nog niet duidelijk in beeld gebracht wat de wensen zijn van de paardenliefhebber met betrekking tot een hippisch magazine. De onderzoeken en resultaten die via verschillende media gevonden kunnen worden, zijn voornamelijk op het algemene aankoopgedrag van de paardenliefhebber (zoals dekens voor het paard of een rijbroek voor de ruiter) gericht, maar niet op het aankopen van magazines of het aangaan van een abonnement hiervoor. Toch zijn er veel bedrijven in de markt die baat hebben bij een dergelijk onderzoek. Vanzelfsprekend de uitgever van paardenmagazines, maar ook de hippische online redactie of bijvoorbeeld de sportbranche. Door meer inzicht te krijgen in de wensen van een doelgroep, kan veel gericht gewerkt worden en zal de doelgroep zich sneller aangesproken en misschien tot actie aangezet voelen. Veel bedrijven hebben als wens om veel en goed te verkopen. Dit kan alleen bereikt worden als de doelgroep hier ook voor open staat. Om daarvoor te zorgen is een goede benadering van de doelgroep nodig en daarna het vasthouden hiervan.

1.11 Afbakening

Er is gekozen om onderzoek te doen naar het magazine Mensport. Media Primair heeft meerdere magazines in zijn beheer, maar dit is een magazine dat minder inkomsten genereert dan de rest. Vandaar dat Media Primair de vraag heeft gesteld hoe dat bij Mensport kan veranderen. Er zal dus geen onderzoek naar de andere magazines worden gedaan, maar alleen naar Mensport.

Tijdens het onderzoek zal de focus liggen op de consument en de wens van een (potentiële) klant. Er zal geen onderzoek gedaan worden naar de werkwijze van de concurrent. Ook zal er niet worden gekeken naar het verleden van het bedrijf. Media Primair heeft aangegeven zonder oude informatie volledig open naar een nieuwe toekomst te willen kijken. Dus zonder invloeden die het verleden van het bedrijf teweeg kunnen brengen. De focus zal liggen bij de werkwijze van het bedrijf nu, de wens van de consument en hier zal een advies aan gekoppeld worden.

De keuze voor een gedrukt magazine, zal niet ter discussie komen te staan. Er zal puur gekeken worden of het nodig is om in het magazine aanpassingen aan te brengen of aan de media daarbuiten. Hierbij zal ervanuit gegaan worden dat er een gedrukt magazine zal blijven.

1.12 Onderzoeksvraag

1.12.1 Hoofdvraag

Wat zijn de wensen van de paardenliefhebber voor een gedrukt hippisch magazine?

1.12.2 Deelvragen

1. Welke factoren maken dat huidige abonnees van een hippisch magazine tevreden zijn of ontevreden over het magazine waar ze nu abonnee van zijn?
2. Wie van de paardenliefhebber is (nog) geen abonnee van een hippisch magazine en welke factoren maken dat ze (nog) geen abonnee zijn?
3. Wat voor content (en in welke vorm) zien paardenliefhebbers graag in een hippisch magazine?

1.12.3 Doelstelling

Het antwoord op de onderzoeksvraag kan mogelijkheden bieden voor uitgeverijen van hippische magazines om met een nieuwe aanpak de klantenkring te vergroten. Of om juist de conclusie te trekken dat er geen verrassende aanpak nodig is om nieuwe klanten te trekken. De resultaten van het onderzoek kunnen ook andere bedrijven helpen om de consument in de hippische sector beter te begrijpen. De antwoorden van de deelvragen kunnen samen worden gevoegd om tot het antwoord van de onderzoeksvraag te komen. Het antwoord zal duidelijkheid scheppen over de wensen van de hippische consument op het gebied van tijdschriften en artikelen.

Hoofdstuk 2. Materiaal en methode

2.1 Materiaal

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een online enquête.

De enquête is gericht op mensen die de Facebookpagina's en Instagrampagina's van verschillende interessegebieden binnen de paardenwereld volgen. Van deze groep is een deel lid van een magazine en een deel niet. Omdat ze wel de Facebookpagina of Instagrampagina volgen is duidelijk geweest dat ze interesse hebben in paarden. Voor het maken van de enquête en het verzamelen van de resultaten is gebruik gemaakt van Google Formulieren. Inhoudelijk is het gegaan over de wensen voor de prijs, verkrijgbaarheid, welke inhoud de lezer graag ziet en de manier waarop. De enquête heeft uit 18 vragen bestaan die voor een groot deel snel te beantwoorden waren. Dit zijn dus voornamelijk vragen geweest die geen lang antwoord van de lezer hebben gevraagd, maar waar ze snel en direct antwoord op konden geven.

Er is bij 15 vragen van de enquête een selectie geweest waar de persoon uit kon kiezen. Wanneer een respondent de mogelijkheid heeft om te kiezen kan de keuze misschien beïnvloed worden, maar door de keuze groot genoeg te maken is er toch voor iedereen een passend antwoord. De overige drie vragen zijn open vragen geweest en worden verwerkt zoals dit bij de laatste alinea's van 2.2 omschreven staat.

De behaalde resultaten van de enquête zijn afgelezen met bepaalde percentages en samenvattingen. Er zijn meerdere cirkel- en staafdiagrammen gemaakt waarin de verschillende beweegredenen en meningen goed af te lezen zijn.

2.2 Methode

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn er veel verschillende soorten vragen in de enquête verwerkt. Van het interessevlak tot de prijs en verkrijgbaarheid. Deze antwoorden geven samen een goed beeld over de wensen van de paardenliefhebber. Om de doelgroep goed te kunnen begrijpen is het belangrijk dat duidelijk is wie de doelgroep precies is en wat de wensen zijn. Dat wordt met deze vragen bereikt.

De enquête was op de volgende manier opgebouwd:

1. Algemene informatie over de respondent.
2. Introduceren zodat de lezer weet wat er wordt verwacht.
3. Is de respondent al abonnee van een magazine?
4. Wat mist de respondent of ziet de respondent liever niet meer in van het magazine?
5. Welk bedrag wil de respondent betalen, welke frequentie en welke verkrijgbaarheid?
6. Wat voor interessegebieden zijn interessant voor de lezer?
7. Welke vorm van informatie heeft de voorkeur?

Voor het samenvatten van de "Anders, namelijk:..." opties en de open vragen is in eerste instantie gekeken of het antwoord toch onder een of meerdere van de andere antwoordopties kon worden onderbedeeld. Als dit niet het geval is gebleken, is per vraag een codering gemaakt waarin de overige antwoordopties kunnen worden verdeeld. Deze codering heeft gewerkt door eerst de antwoorden globaal door te lezen. Vervolgens zijn de belangrijkste elementen van het antwoord onderstreept of vet gemaakt. Als derde zijn deze belangrijkste elementen gecategoriseerd in groepen.

Zodra elk antwoord ingedeeld is in één van deze categorieën, zijn de scores geteld, om zo een procentueel overzicht te krijgen van de antwoorden die de respondenten gegeven hebben op de open vragen. In de bijlage staat bij deze vragen uitgelegd welke codering er is toegepast.

2.2.1 Respons en representativiteit

Voor het uitvoeren van het onderzoek is een selectie van de doelgroep gemaakt. Deze selectie was aselekt. Dit betekent dat er niet bewust een keuze wordt gemaakt voor paardenliefhebbers met bepaalde interesses binnen de doelgroep. Deze groep respondenten heet de steekproef. Om ervoor te zorgen dat de steekproef representatief is voor de doelgroep, is het onderzoek gedeeld via de Facebookgroepen van verschillende disciplines en interesses binnen de paardenwereld. De leden die deze pagina's volgen, passen vaak binnen de doelgroep doordat zij interesses hebben in de paarden.

Het aantal ruiters in Nederland is ongeveer 500.000. Dit aantal is dus ongeveer de grootte van de populatie. Met een foutmarge van 5% en een betrouwbaarheid van 95% zouden er minimaal 384 respondenten moeten zijn om het een betrouwbaar onderzoek te maken.

Voor het delen is er een nulmeting gedaan om te kijken of de enquête vragen de gewenste antwoorden opleveren. Nadat dit het geval bleek te zijn, was de enquête klaar om gedeeld te worden. Hierbij zouden nog wel de eerste drie ingevulde enquêtes geanalyseerd worden om te kijken of er toch nog aanpassingen nodig waren. Als dit het geval zou zijn, zou de eerdere enquête weggehaald worden en zou er zo snel mogelijk een nieuwe versie online komen. Zo niet, zou de enquête blijven staan tot er genoeg respondenten waren.

Als het gewenste aantal respondenten was bereikt, zou de enquête van de Facebookpagina gehaald worden. Dit was om te voorkomen dat er na een langere periode te veel respondenten zouden zijn en om ervoor te zorgen dat respondenten niet per ongeluk later de enquête nogmaals invulden.

De enquête zou maximaal twee weken op de Facebookpagina staan. Als na een aantal dagen nog niet het aantal van 384 respondenten was bereikt, is deze opnieuw geplaatst in de groepen waar deze al stond. Dit was om te voorkomen dat de enquête tussen de andere updates op de Facebookpagina verdween. Deze herplaatsing zou net zo lang blijven staan tot het minimaal aantal respondenten was bereikt of tot 03 juni 2021.

Daarnaast is de enquête eenmalig gedeeld via de klassenapp van 4DG (2020-2021). Ook is de enquête gedeeld via mail met alle klassen van de studie Diergezondheid en management.

2.2.2 Verspreiding van de enquête

De enquête is verspreid via een aantal kanalen zoals hierboven is omschreven. Hieronder in tabel 3 is een lijst te vinden van de specifieke plekken waar de enquête gedeeld is en wanneer.

Enquête verspreiding		
Kanaal	Specifieke plek	Datum
Facebook	Groep: "Paardrijden voor volwassenen"	27-05-2021 31-05-2021
Facebook	Groep: "Mennen met shetlanders en mini paarden"	27-05-2021 31-05-2021
Facebook	Groep: "Tinker facebook"	27-05-2021 31-05-2021
Facebook	Groep: "Paarden tips en tricks"	27-05-2021
Facebook	Groep: "CAP Magazine"	27-05-2021

Facebook	Groep: "Grondwerk & vrijheidsdressuur"	27-05-2021 31-05-2021
Facebook	Groep: "Vacatures in de dierenbranche"	27-05-2021 31-05-2021
Facebook	Groep: "Ruiterplaats"	28-05-2021
Facebook	Eigen persoonspagina	28-05-2021
Facebook	Groep: "Tinker liefhebbers"	28-05-2021
Facebook	Groep: "Koudbloed liefhebbers"	31-05-2021
Facebook	Groep: "Mensport"	31-05-2021
Facebook	Groep: "Alumni- hippische bedrijfskunde Dronten"	31-05-2021
Facebook	Groep: "Hoefslag"	31-05-2021
Facebook	Groep: "Paardrijden voor volwassenen"	31-05-2021
WhatsApp	Klassenapp	27-05-2021
Instagram	Eigen verhaal	31-05-2021
Instagram	Verhaal: "Dappledowan"	31-05-2021
Instagram	Verhaal: "Horsegirlsadventures"	31-05-2021
Mail	Alle DGM-klassen	31-05-2021
Algemeen	Enquête gesloten	03-06-2021

Tabel 3

Hoofdstuk 3. Resultaten

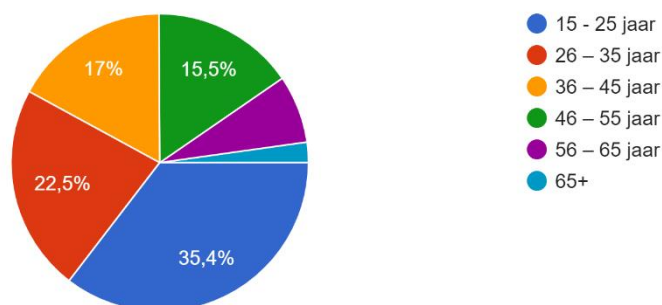
3.1 Algemene informatie respondenten

In totaal hebben 271 respondenten de enquête ingevuld. In bijlage 3 zijn de enquêtevragen te vinden. In bijlage 4 zijn de resultaten van de enquête te vinden en in bijlage 5 zijn de open vragen verwerkt en gecodeerd.

Van de respondenten is, zoals in figuur 2 te zien, 35,4% 15 tot en met 25 jaar. 22,5% valt in de leeftijdscategorie 26 tot en met 35, 17% is 36 tot en met 45 jaar en 15,5% is 46 tot en met 55 jaar oud. 7,4% is 56 tot en met 65 jaar en 2,2% valt in de categorie 65 plus.

Vraag 1: Wat is uw leeftijd?

271 antwoorden

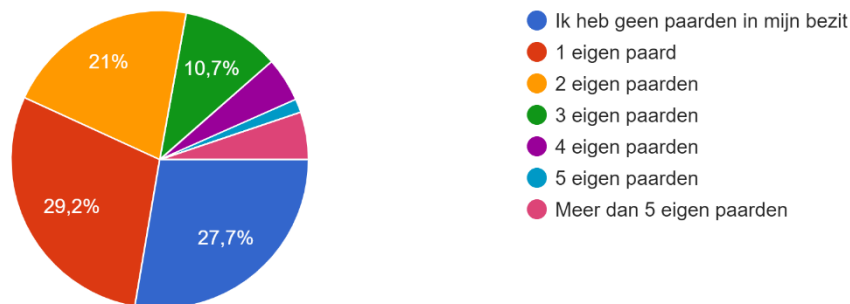


Figuur 2, enquêtevraag 1 resultaat

Van de respondenten heeft 27,7% geen eigen paarden. 29,2% heeft één eigen paard, 21% heeft twee eigen paarden en 10,7% heeft drie eigen paarden. 4,8% geeft aan vier eigen paarden te hebben, 1,5% hebben er vijf en 5,2% heeft meer dan vijf eigen paarden. Dit is te zien in figuur 3.

Vraag 2: Hoeveel paarden heeft u in uw bezit? (Indien u binnen uw gezinssituatie meerdere paarden bezit, dan graag het aantal paarden aanvinken waar u verantwoordelijkheid voor draagt.)

271 antwoorden



Figuur 3, enquêtevraag 2 resultaat

3.2 Deelvraag 1

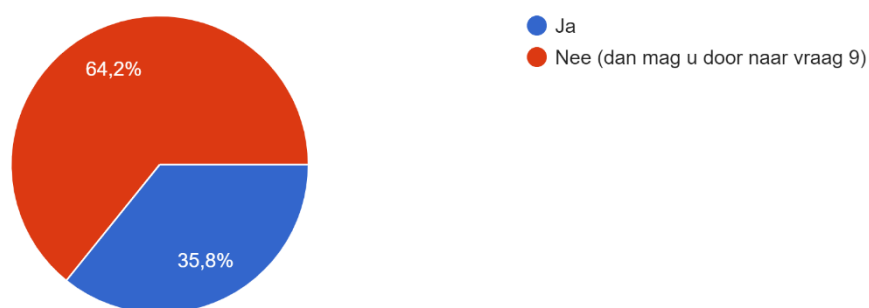
De eerste deelvraag luidt: “Welke factoren maken dat huidige abonnees van een hippisch magazine tevreden zijn of ontevreden over het magazine waar ze nu abonnee van zijn?”.

Na het opsplitsen van de respondenten in leden en niet-leden is er binnen de leden een selectie gemaakt van welk magazine de respondenten lid zijn. Per magazine is aangegeven wat de respondenten wel en niet waarderen. In bijlage 6 is een overzicht te zien per magazine en waarvan respondenten aangeven dat het gemist wordt, dat het liever niet meer vertoond wordt en welke score het aantal pagina's, de opmaak, de voorpagina en advertenties krijgen.

In totaal hebben 97 respondenten aangegeven abonnee te zijn van één of meer hippische magazines. Dit is 35,8% van de respondenten. Dit is te zien in figuur 4.

Vraag 3: Bent u op dit moment abonnee van een hippisch magazine?

271 antwoorden



Figuur 4, enquêtevraag 3 resultaat

Hier onder wordt samengevat, van alle respondenten die aan hebben gegeven lid te zijn, wat er gemist wordt, wat er weg mag blijven en welke gemiddelde score het aantal pagina's, de opmaak, de voorpagina en de advertenties krijgen. Dit zijn vraag 6, 7 en 8 uit de enquête.

Achter de factoren staat tussen haakjes hoe vaak deze is benoemd in de antwoorden.

In bijlage 5 staat toegelicht hoe er tot deze aantallen is gekomen. Voor de missende factoren zijn 24 respondenten tevreden met de huidige gang van zaken. Bij de storende factoren, dus welke onderwerpen niet meer hoeven, zijn 25 respondenten tevreden.

Tabel 5 laat zien waarvan de respondenten aangeven dat dit onder andere de reden is dat ze abonnee zijn van een hippisch magazine.

Mening respondenten over huidige magazine					
Missende factoren	Storende factoren	Score pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertentie
Meer variatie (3)	Reclame (13)	3,03	3,95	4,23	2,85
Meer diepgaand/ wetenschappelijk (4)	Sterke meningen (2)	Op een schaal van 1 tot 5.	Op een schaal van 1 tot 5.	Op een schaal van 1 tot 5.	Op een schaal van 1 tot 5.
Ervaringsverhalen en recreatie (10)	Uitslagen keuringen/ wedstrijden (2)				

Paard en voeding (6)	Topsport niveau (4)	Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.
Wedstrijd en training (10)	Herhaling van content (2)				
Amateursport (7)	Regionaal (3)				
Regionaal (7)	Veel interviews (2)				
Fokkerij (5)	Geschiedenis en rij producten (5)				
Producten (2)	Enkel ras of discipline gericht (3)				

Tabel 4

Antwoorden leden waarom lid	
Antwoord(categorie)	Aantal
Prijs	31
Verkrijgbaarheid	15
Frequentie	16
Content	46
Niet bewust lid	8

Tabel 5

3.3 Deelvraag 2

De tweede deelvraag luidt: “Wie van de paardenliefhebber is (nog) geen abonnee van een hippisch magazine en welke factoren maken dat ze (nog) geen abonnee zijn?”.

Van de respondenten hebben 174 paardenliefhebbers aangegeven geen lid te zijn van een magazine. Dit is 64,2% van de respondenten. Dit is te zien in figuur 4 bij 3.2.

Bij de vraag waarom is het volgende geantwoord:

Antwoorden niet-leden waarom geen lid	
Antwoord(categorie)	Aantal
Prijs	65
Verkrijgbaarheid	41
Frequentie	31
Content	68
Geen interesse in een gedrukt magazine	57
Lees via anderen of online	6
Tijd	5
Geen interesse in paardenmagazines	6
Geen abonnement willen, sporadisch een magazine	4

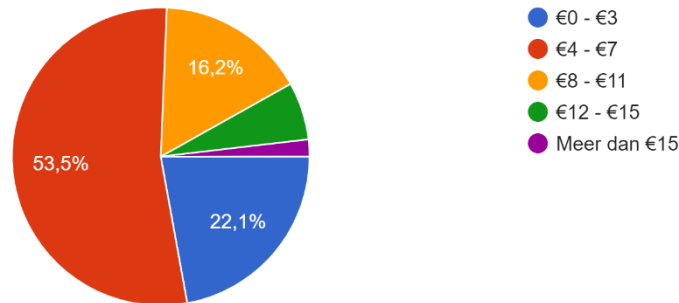
Tabel 6

In bijlage 5, vraag 9 is te zien hoe tot deze aantallen is gekomen.

Voor de prijs geeft 22,1% van de respondenten aan om voor een los magazine nul tot drie euro te willen betalen. 53,5% geeft aan vier tot zeven euro te willen betalen, 16,2% is bereid 8 tot 11 euro te betalen, 6,3% wil twaalf tot vijftien euro betalen en 1,8% is bereid om meer dan vijftien euro te betalen voor een los magazine. Dit is te zien in figuur 5.

Vraag 11: Welke prijs zou u bereid zijn te betalen voor een los magazine dat aan al uw wensen zou voldoen?

271 antwoorden

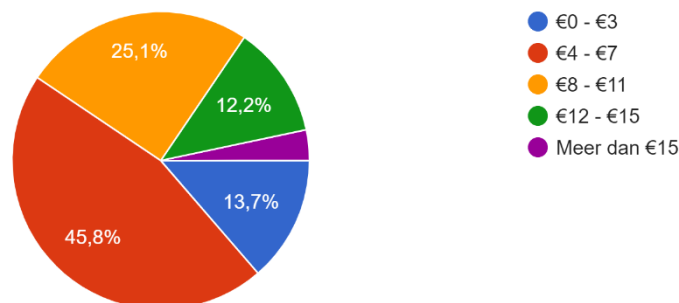


Figuur 5, enquêtevraag 11 resultaat

Als het gaat over een abonnement waarbij maandelijks betaalt moet worden is 13,7% bereid nul tot drie euro te betalen. 45,8% is bereid vier tot zeven euro te betalen per maand, 25,1% wil acht tot elf euro betalen, 12,2% wil twaalf tot vijftien euro betalen en 3,3% is bereid meer dan 15 euro per maand te betalen voor een abonnement op een magazine. Dit is terug te zien in figuur 6.

Vraag 12: Wat zou u per maand willen betalen aan een abonnement op een magazine dan aan al uw wensen zou voldoen inclusief de verzending naar uw woonadres?

271 antwoorden

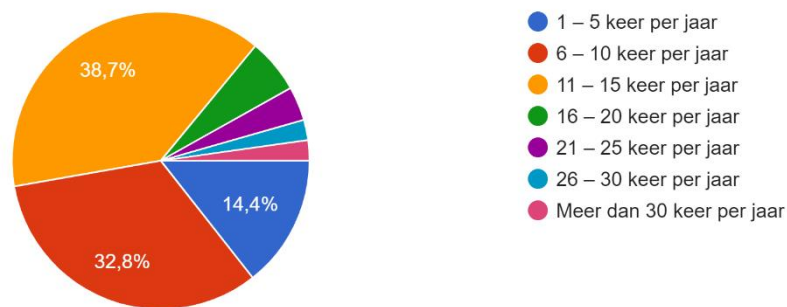


Figuur 6, enquêtevraag 12 resultaat

Als het gaat over de frequentie geeft 14,4% aan een magazine één tot vijf keer per jaar te willen ontvangen. 32,8% wil een magazine zes tot tien keer ontvangen, 38,7% wil dit elf tot vijftien keer per jaar. 5,9% geeft aan een magazine het liefst zestien tot twintig keer per jaar te ontvangen, 3,7% wil dit graag 21 tot 25 keer per jaar, 2,2% wil dit 26 tot 30 keer per jaar en 2,2% wil dit meer dan dertig keer per jaar. In figuur 7 is hier een cirkeldiagram van te zien.

Vraag 13: Hoe vaak zou u een magazine via abonnement thuis willen ontvangen?

271 antwoorden

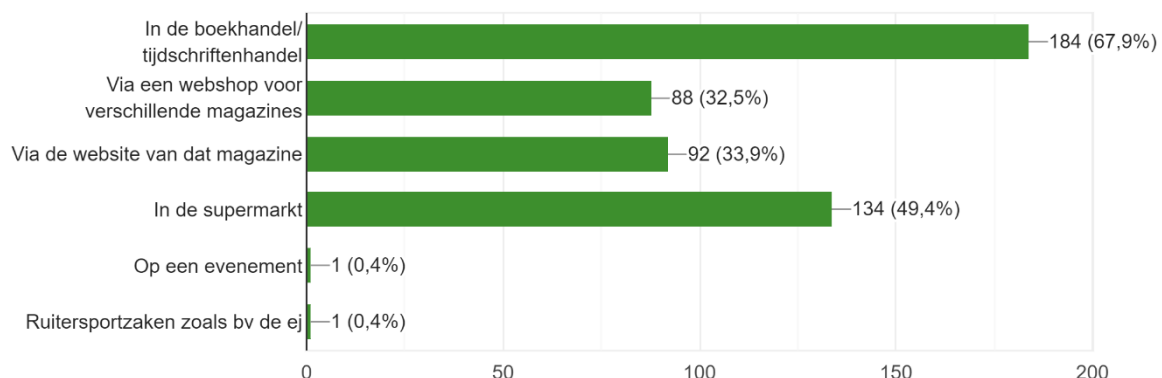


Figuur 7, enquêtevraag 13 resultaat

Voor de verkrijgbaarheid geeft 67,9% een los magazine het liefst in de boekhandel te kopen. 32,5% wil dit het liefst doen bij een webshop voor verschillende magazines, 33,9% wil dit bij een website voor het desbetreffende magazine. 49,4 doet dit het liefst in de supermarkt, 0,4% wil dit graag op een evenement doen en 0,4% doet dit het liefst bij ruitersportzaken zoals in figuur 8 is af te lezen.

Vraag 14: Waar zou u een los magazine willen kopen? (Hierbij wordt bedoelt: de aankoop van een hippisch magazine zonder abonnement.)

271 antwoorden

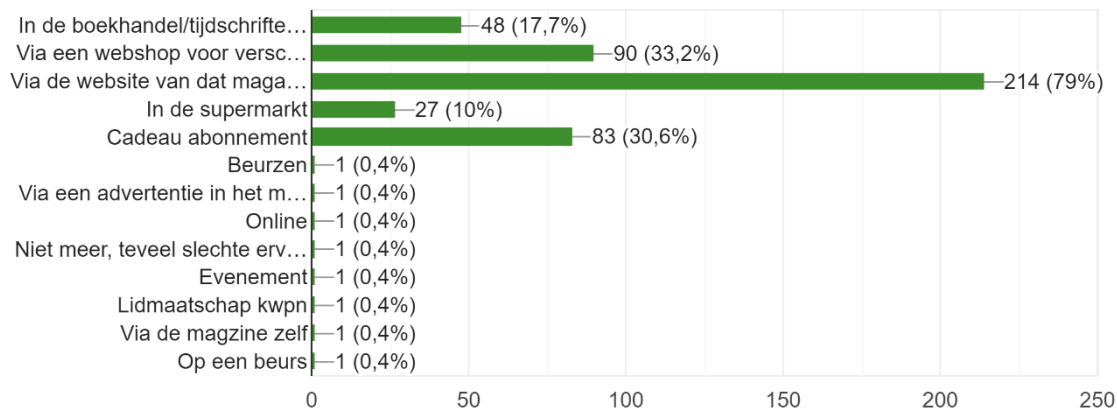


Figuur 8, enquêtevraag 14 resultaat

Voor het aangaan van een abonnement geeft 17,7% aan dit het liefst te doen in de boekhandel. 33,2% doet dit het liefst op een webshop voor verschillende magazines en 79% doet dit via de website voor dat magazine. 10% geeft aan het liefst in de supermarkt een abonnement af te sluiten, 30,6% doet dit via een cadeau abonnement, 1,2% doet dit op een beurs of evenement en 0,8% via het magazine. Dit is in figuur 9 te zien.

Vraag 15: Waar zou u een abonnement aan gaan voor een hippisch magazine?

271 antwoorden



Figuur 9, enquêtevraag 15 resultaat

3.4 Deelvraag 3

De derde deelvraag luidt: "Wat voor content (en in welke vorm) zien paardenliefhebbers graag in een hippisch magazine?"

In onderstaande tabel zijn de antwoorden op vraag 16 van de enquête uitgewerkt. Bij deze vraag gaven de respondenten aan welke content graag gezien wordt in het magazine. In bijlage 5 is te vinden hoe deze aantallen bereikt zijn.

Antwoorden wensen voor content	
Content onderwerp	Aantal
Informatie over harnachement (tuig)	146
Ervaringen van competitieruiters	116
Informatie over de basis van het rijden	156
Informatie over de basis van het omgaan met paarden	162
Informatie over het beleren	143
Interviews met bekenden in de paardensector	134
Interviews met verschillende beroepen binnen de paardensector	155
Variatietips voor het werken met paarden	186
Verhalen over recreatieve tochten	120
Verhalen over ervaringen van paardeneigenaren	145
Paard en voeding	13
Huisvesting, welzijn en training	12
Werk en opleiding	2
Wedstrijdsport	2
Vernieuwende inzichten	1
Vakantieopties	1

Tabel 7

De vorm waarin de respondenten deze onderwerpen graag zien is in onderstaande tabel 8 uitgewerkt. In bijlage 5 is te zien hoe deze getallen zijn bereikt.

Antwoorden vorm van content	
Contentvorm	Aantal
Interviews	168
Achtergrond reportages	181
Instructie (uitleg) artikelen	212
Lifestyle reportages	131
Combinatie tekst en foto's	2
Fotoreportage	1
Wetenschappelijk	2
Afwisseling	2
Mysterie visit	1

Tabel 8

Hoofdstuk 4. Discussie

4.1 Relevantie en resultaten

Het antwoord op de onderzoeksvraag (“Wat zijn de wensen van de paardenliefhebber voor een gedrukt hippisch magazine?”) kan mogelijkheden bieden voor uitgeverijen van hippische magazines om met een nieuwe aanpak de klantenkring te vergroten. Of om juist de conclusie te trekken dat er geen verrassende aanpak nodig is om nieuwe klanten te trekken. De resultaten van het onderzoek kunnen ook andere bedrijven helpen om de consument in de hippische sector beter te begrijpen. De antwoorden van de deelvragen kunnen samen worden gevoegd om tot het antwoord van de onderzoeksvraag te komen. Het antwoord zal duidelijkheid scheppen over de wensen van de hippische consument op het gebied van tijdschriften en artikelen.

Uit de resultaten is gebleken dat er veel vraag is naar recreatie en ervaringsverhalen, wedstrijd en training, regionale verhalen, de amateursport en meer informatie over paard en voeding. Ook variatietips voor het werken met paarden en informatie over de basis van het omgaan met paarden zijn gewenst. Huidige abonnees geven aan liever minder reclame te zien. De reden dat niet-abonnees geen lid zijn, wordt voornamelijk veroorzaakt door de factor ‘content’.

Ook prijsstelling is een belangrijke factor voor zowel abonnees als niet-abonnees. De ideale prijs voor een los magazine is volgens het grootste deel van de respondenten vier tot zeven euro. Voor een abonnement is dit ook vier tot zeven euro per maand inclusief de verzending. Een blad als Mensport kost op dit moment los €8,50 en een abonnement is te krijgen vanaf €6,25 per maand.

Het liefst ontvangen de respondenten elf tot vijftien keer per jaar een magazine. Als het magazine los wordt aangeschaft gebeurt dit het liefst in de boekhandel of tijdschriftenhandel en voor een abonnement bij voorkeur via de website van dat magazine.

4.2 Eerdere onderzoeken en verwachtingen

Als er wordt gekeken naar eerdere onderzoeken kan geen link worden gelegd met het onderzoek dat hier is uitgevoerd. Zoals in de inleiding is uitgelegd zijn andere onderzoeken niet gericht op dezelfde vragen als de vragen die tijdens dit onderzoek zijn gesteld. Helaas kan er daardoor geen connectie worden gelegd met eventuele eerdere resultaten.

Na het analyseren van de resultaten zijn geen opvallende resultaten naar voren gekomen die stroken met de verwachtingen voorafgaand aan het onderzoek. Het grootste deel van de respondenten is vrouw, wat een representatief beeld geeft voor de paardensector zoals in de inleiding vermeld staat.

4.3 Discussiepunten onderzoek

4.3.1 Facebook en Instagram doelgroep

Doordat de enquête is verspreid via Facebook, wordt er een selectie gemaakt in de leeftijd van de doelgroep. Facebook is voornamelijk populair onder de leeftijdscategorieën van 20 tot 39 jaar en 40 tot 64 jaar (Vader, 2020). Voor Instagram geldt hetzelfde probleem. Hierdoor kunnen de resultaten niet worden gezien als meting voor alle leeftijdscategorieën in de maatschappij.

4.3.2 Omvang doelgroep

Zoals eerder genoemd is het aantal ruiters in Nederland ongeveer 500.000. Met een foutmarge van 5% en een betrouwbaarheid van 95% zouden er 384 respondenten nodig zijn voor een betrouwbaar

resultaat (Checkmarket, 2020). Voor dit onderzoek zijn echter maar 271 respondenten gebruikt. Hierdoor is het onderzoek een stuk minder betrouwbaar. Volgens Checkmarket is de foutmarge bij 271 respondenten 5,95%.

4.3.3 Omvang per magazine

Voor een goed gefundeerd onderzoek per magazine zijn nog een stuk meer respondenten nodig. Nu heeft Hoefslag bijvoorbeeld zestien respondenten terwijl de oplage bijna 17.000 stuks bedraagt. Voor betrouwbare resultaten per magazine zou alleen voor Hoefslag 376 respondenten nodig zijn. Dit geldt ook voor de andere magazines.

4.3.4 Afbakening

Doordat er is gekozen voor een bepaalde afbakening van het onderzoek worden sommige kanten van het onderzoek niet volledig in de diepte uitgewerkt. Zo is er gekozen om niet in te gaan op respondenten die geen lid meer zijn van magazines, maar dit wel waren. Wat is bijvoorbeeld de reden van opzegging geweest? Hier wordt verder niet op in gegaan en dat maakt dat het een selectiever onderzoek is.

4.3.5 Enquêtevragen

Bij de enquête is voornamelijk gebruik gemaakt van meerkeuze vragen. Door antwoorden bij de respondent voor te schotelen, kan een ander antwoord worden gegeven dan de respondent anders had gedaan. Als er geen antwoordopties worden gegeven is de respondent gedwongen om zelf antwoorden te bedenken. Door bepaalde opties te laten zien kan een respondent een van deze opties kiezen. Dit kan ervoor zorgen dat een respondent anders antwoord met opties dan als deze zelf moest nadenken over een mogelijk antwoord.

Hoofdstuk 5. Conclusie

Tijdens het onderzoek stond de vraag: “Wat zijn de wensen van de paardenliefhebber voor een gedrukt hippisch magazine?” centraal. Door middel van een enquête is hier onderzoek naar gedaan. De enquête is gedeeld met paardenliefhebbers via Facebook, Instagram en mail. In hoofdstuk 2 staat verder toelichting via welke kanalen de enquête verspreid is.

In totaal hebben 271 respondenten de enquête ingevuld en aan de hand van deze gegevens zijn de deelvragen en uiteindelijk ook de hoofdvraag te beantwoorden.

5.1 Deelvraag 1

De eerste deelvraag luidt: “Welke factoren maken dat huidige abonnees van een hippisch magazine tevreden zijn of ontevreden over het magazine waar ze nu abonnee van zijn?”. Om deze vraag te beantwoorden wordt gekeken naar vraag 3, 6, 7, 8 en 9 uit de enquête.

Na het opsplitsen van de respondenten in leden en niet-leden is er binnen de leden een selectie gemaakt van welk magazine de respondenten lid zijn. Per magazine is aangegeven wat de respondenten wel en niet waarderen. In bijlage 6 is een overzicht te zien per magazine van welke factoren respondenten aangeven dat het gemist wordt, dat het liever niet meer vertoond wordt en welke score het aantal pagina's, de opmaak, de voorpagina en advertenties krijgen.

Het grootste deel van de respondenten heeft aangegeven geen abonnee te zijn van een hippisch magazine.

In tabel 4 bij 3.2 wordt getoond welke antwoorden de respondenten hebben gegeven over voorkeuren voor het magazine. Bij de onderwerpen die worden gemist geven veel respondenten aan dat er stukken over recreatie en ervaringsverhalen van anderen worden gemist. Ook wedstrijd en training worden hier gemist. Daarnaast is er vraag naar regionale verhalen, de amateursport en meer informatie over paard en voeding.

Bij de storende factoren wordt vooral aangegeven dat reclame erg aanwezig is. Ook de nadrukkelijke aanwezigheid van geschiedenis en productverhalen is niet geliefd. Daarna wordt aangegeven dat stukken op topsport niveau niet erg gewild zijn.

Het aantal pagina's krijgt van de respondent een 3,03 op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 veel te weinig en een 5 veel te veel. Een gemiddelde van rond de drie zou ideaal zijn. De opmaak krijgt gemiddeld een 3,95. Hierbij is een 1 helemaal niet goed en een 5 heel erg goed. Hierbij geldt: hoe hoger, hoe beter. De voorpagina van de magazines krijgt een gemiddelde 4,23. Ook hier is een 1 helemaal niet goed en een 5 heel erg goed. Ook hier is het dus: hoe hoger, hoe beter. Advertenties scoren een 2,85. Hierbij is een 1 veel te veel en een 5 veel te weinig. Een gemiddelde van rond de 3 zou ideaal zijn.

In tabel 5 bij 3.2 is samengevat waarom de abonnees van een magazine lid zijn. Dit zijn dus de factoren waar de leden erg tevreden over zijn. Hier staat met stipt op één de content. Daarna is voor velen de prijs belangrijk.

5.2 Deelvraag 2

De tweede deelvraag luidt: “Wie van de paardenliefhebber is (nog) geen abonnee van een hippisch magazine en welke factoren maken dat ze (nog) geen abonnee zijn?”.

Van de respondenten hebben 174 paardenliefhebbers aangegeven geen lid te zijn van een magazine. Dit is 64,2% van de respondenten.

Bij vraag 9 van de enquête is gevraagd naar de reden waarom de respondenten geen abonnee zijn van een magazine. Het grootste deel van de respondenten dat geen lid is, geeft aan dat de content niet aansluit bij de wensen. Vlak daarop volgt een ontevredenheid over de prijs. Op de derde plek geven respondenten aan geen behoefte te hebben aan een gedrukt magazine en daarna speelt de verkrijgbaarheid een grote rol. Ook de frequentie blijkt hierbij belangrijk wat ook samen gaat met het beeld dat wordt gegeven door respondenten die bij andere vragen aangaven geen tijd te hebben voor een magazine. In tabel 6 bij 3.3 zijn de precieze aantallen te vinden.

De ideale prijs voor een los magazine is volgens het grootste deel van de respondenten vier tot zeven euro. Voor een abonnement is dit vier tot zeven euro per maand inclusief de verzending.

Als het gaat over de frequentie geeft het grootste deel van de respondenten aan het liefst elf tot vijftien keer per jaar een magazine thuis te ontvangen.

Voor de verkrijgbaarheid geeft het grootste deel aan een voorkeur te hebben voor het kopen van een magazine in de boekhandel of tijdschriftenhandel. Een abonnement gaan de respondenten het liefst aan via de website van het desbetreffende magazine.

5.3 Deelvraag 3

De derde deelvraag luidt: “Wat voor content (en in welke vorm) zien paardenliefhebbers graag in een hippisch magazine?”

Om deze vraag te beantwoorden wordt gekeken naar de gegevens van vraag 16 en 17 van de enquête. In tabel 7 en 8 bij 3.3 zijn de precieze aantallen verwerkt die geantwoord zijn op deze vragen. Kort samengevat geeft het grootste deel van de respondenten aan graag variatietips voor het werken met paarden te zien. Daarna komen informatie over de basis van het omgaan met paarden, informatie over de basis van het rijden, interviews met verschillende beroepen binnen de paardensector en informatie over het harnachement.

Respondenten geven aan deze content het liefst te zien in de vorm van instructie artikelen. Daarna komen achtergrond reportages, interviews en lifestyle reportages. De cijfers zijn te vinden in tabel 8 bij 3.3.

5.4 Hoofdvraag

Om de hoofdvraag te beantwoorden moeten de antwoorden op de deelvragen worden samengevoegd. De hoofdvraag van het onderzoek is: “Wat zijn de wensen van de paardenliefhebber voor een gedrukt hippisch magazine?”.

Ten eerste heeft de paardenliefhebber wensen met betrekking tot de onderwerpen die in het magazine behandeld worden. Kort samengevat missen abonnees nu nog stukken over recreatie en ervaringsverhalen van anderen, wedstrijd en training, regionale verhalen, de amateursport en meer informatie over paard en voeding.

Binnen alle respondenten wordt aangegeven dat variatietips voor het werken met paarden, informatie over de basis van het omgaan met paarden, informatie over de basis van het rijden, interviews met verschillende beroepen binnen de paardensector en informatie over het harnachement geliefde onderwerpen zijn.

De huidige abonnees zien liever minder reclame, stukken over geschiedenis en productverhalen en stukken over topsport niveau.

Het grootste deel van de respondenten dat geen lid is, geeft aan dat de content niet aansluit bij de wensen, dat de prijs niet passend is, ze geen behoefte te hebben aan een gedrukt magazine, de verkrijgbaarheid niet goed is en de frequentie niet goed aansluit bij de wensen.

De ideale prijs voor een los magazine is volgens het grootste deel van de respondenten vier tot zeven euro. Voor een abonnement is dit ook vier tot zeven euro per maand inclusief de verzending.

Als het gaat over de frequentie geeft het grootste deel van de respondenten aan het liefst elf tot vijftien keer per jaar een magazine thuis te ontvangen.

Voor de verkrijgbaarheid geeft het grootste deel aan een voorkeur te hebben voor het kopen van een magazine in de boekhandel of tijdschriftenhandel. Een abonnement gaan de respondenten het liefst aan via de website van het desbetreffende magazine.

Hoofdstuk 6. Aanbeveling

6.1 Bestaande magazines

Voor de bestaande magazines zijn in bijlage 6 tabellen te vinden met de tevredenheid van de abonnees. Mijn advies aan deze magazines is om hier goed naar te kijken. Mogelijk liggen hier kansen om met simpele verbeteringen de huidige abonnees tevreden te houden. Kijk hierbij ook naar de feedback die de respondenten op andere magazines hebben gekeken. Zijn de ergernissen van de abonnees van een magazine ook bij jullie te vinden? Misschien is het dan tijd om hier verandering in aan te brengen. Mochten abonnees bij een ander magazine bepaalde irritatiepunten hebben en jij kan laten zien dat dit bij jouw magazine niet zo is, kunnen abonnees mogelijk overgehaald worden om over te stappen.

6.2 Content

Voor de content voor zowel bestaande als eventueel nieuwe magazines liggen nog veel kansen. De voornaamste reden dat niet-abonnees dit nog niet zijn is omdat de content niet aansluit bij hun wensen. De onderwerpen die volgens respondenten het liefst gezien worden zijn: variatietips voor het werken met paarden, informatie over de basis van het omgaan met paarden, informatie over de basis van het rijden, interviews met verschillende beroepen binnen de paardensector en informatie over het harnachement. Tevens wordt aangegeven dat afwisseling hierin erg belangrijk is. Zorg dus voor een goed samenspel van verschillende onderwerpen, maar gebruik deze onderwerpen als basis voor een magazine dat alle abonnees zou aanspreken.

De vorm waarin deze onderwerpen bij voorkeur gezien worden zijn instructie artikelen, achtergrond reportages, interviews en lifestyle reportages. Maar ook hier geldt: wissel het af. Door af te wissel spreek je ook een grotere doelgroep aan. Er is dan voor ieder wat wils.

6.3 Online content

Opvallend is dat veel respondenten die geen abonnee zijn aangeven de content via andere wegen mee te krijgen. Zo zijn er respondenten die het magazine via andere krijgen, maar ook respondenten die aangeven via de website of sociale media van magazines al genoeg mee te krijgen. Let op dat niet-abonnees niet te veel online mee kunnen krijgen. Het doel van de online content is om lezers over te halen om ook daadwerkelijk abonnee te worden van het magazine. Als lezers het gevoel hebben online alles al te lezen, zullen ze geen abonnee worden. Maak bijvoorbeeld bepaalde stukken alleen leesbaar als iemand daadwerkelijk abonnee wordt. Misschien is er zelfs een mogelijkheid om “premium” stukken op de website te plaatsen. Voor liefhebbers die liever geen gedrukt magazine lezen, of dit te duur vinden, wordt dan een andere optie geboden. Ze kunnen dan voor een lagere prijs abonnee worden van de website en zo toch alle artikelen lezen. Voor lezers die toch liever een gedrukt magazine lezen, zal de stap naar een magazine minder groot zijn.

Stel: de stukken online worden verdeeld in premium en gewone artikelen. Een lezer die dan graag de meer diepgaande (dus de premium) artikelen leest, zal abonnee moeten worden van de website. Een online abonnement kost bijvoorbeeld €3 per maand. Als het magazine zelf bijvoorbeeld €5 per maand kost, zal een lezer denken. Voor maar twee euro meer, heb ik regelmatig het magazine in de post. Dan voelt het voor de niet-abonnee niet als een verschil van €5 maar als een verschil van €3. Ze willen de informatie namelijk toch graag lezen. Dan maakt die €2 veel minder indruk.

6.3 Prijs, frequentie en verkrijgbaarheid

Zoals aangegeven door de respondenten is de ideale prijs voor een los magazine €4 - €7. Dit is ook het bedrag dat de respondent maandelijks zou willen besteden aan een abonnement. Probeer hier als magazine zo goed mogelijk in de buurt te gaan zitten met de prijs. Natuurlijk zal per magazine verschillen wat de kosten zijn voor de produceren, maar als de verkoopcijfers stijgen als de prijs voor de klant iets lager is, is dat ook voordelig.

Als het gaat over de frequentie geeft het grootste deel van de respondenten aan het liefst elf tot vijftien keer per jaar een magazine thuis te ontvangen. Kijk of het mogelijk is om als uitgever bijvoorbeeld maandelijks een magazine uit te brengen. Als dit te vaak gebeurt, geeft de respondent aan geen tijd te hebben voor het magazine. Als dit te weinig is, zal de abonnee niet het gevoel hebben dat ze krijgen waar ze voor betalen.

Voor de verkrijgbaarheid geeft het grootste deel aan een voorkeur te hebben voor het kopen van een magazine in de boekhandel of tijdschriftenhandel. Een abonnement gaan de respondenten het liefst aan via de website van het desbetreffende magazine. In mijn ogen ligt het magazine idealiter op zo veel mogelijk plekken. Naast het feit dat de verkrijgbaarheid voor de klant dan zo groot mogelijk wordt, geeft dit ook extra contactmomenten met potentiële klanten. Als iemand het magazine vaak ziet liggen, zal de naam sneller onthouden worden en zullen niet-abonnees vaker geconfronteerd worden met het bestaan van het magazine.

6.4 Onderzoek per magazine

Zoals in de discussie ook benoemd, is het aantal respondenten niet genoeg om een betrouwbaar resultaat te geven. Paardenmagazines zijn veelal gericht op verschillende takken in de paardensport en daardoor kunnen de relevantie resultaten voor de ene partij helemaal niet relevant zijn voor een andere. Mijn aanbeveling aan uitgeverijen is dan ook om een eigen onderzoek op te zetten binnen de abonnees en doelgroep van het eigen magazine. Daarvoor kan dit onderzoek al basis worden gebruikt. Op die manier filtert een uitgeverij de antwoorden er uit die niet op het eigen magazine slaan, maar bijvoorbeeld op die van de concurrent. Dit geeft per sub-doelgroep binnen de paardensector een beter beeld van de wensen en hier kan vervolgens door de uitgeverij op ingespeeld worden.

Bronnenlijst

- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2021, 15 januari). 11 procent meer internetaankopen in eerste helft 2020. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/02/11-procent-meer-internetaankopen-in-eerste-helft-2020>
- Chau, C. (2010). YouTube as a participatory culture. *New Directions for Youth Development*, 2010(128), 65–74. <https://doi.org/10.1002/yn.376>
- Egmond, R. (2020, 10 juni). Wat is klantenbinding? Team Loyalty. <https://teamloyalty.nl/kennis/wat-is-klantenbinding/#:%7E:text=Bij%20zeer%20tevreden%20klanten%20is,tevreden%20zijn%20is%20dus%20belangrijk>.
- Eisma Media Groep B.V. (2019, 12 september). Eisma Media Groep: professionals in business to business kennis en communicatie & educatieve uitgaven. <https://www.eismamediagroep.nl/>
- Fu, J. R., & Chen, J. H. F. (2012). *International Journal of Electronic Business Management* (3de editie, Vol. 10). Onbekend.
- HAS Hogeschool. (2014, 15 september). HAS Hogeschool Hippische Monitor 2014. Issuu. https://issuu.com/hashogeschool/docs/has_hogeschool_-_hippische_monitor
- HAS Hogeschool. (2017, 7 september). Hippische Monitor 2017. Issuu. https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2017_lr
- HAS Hogeschool. (2018, 13 oktober). Hippische monitor - HAS Hogeschool. Issuu. https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2018
- HAS Hogeschool. (2019, 13 oktober). Hippische Monitor 2019 - HAS Hogeschool. Issuu. https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2019_-_has_hogeschool
- HAS Hogeschool. (2020, 28 oktober). Hippische Monitor 2020 - HAS Hogeschool. Issuu. https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2020_-_has_hogeschool
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). Consumer BEHAVIOR Building Marketing Strategy. *Consumer BEHAVIOR Building Marketing Strategy*, 2010(11), 3–4. <http://repository.fue.edu.eg/xmlui/bitstream/handle/123456789/4317/4982.pdf?sequence=1>
- Janssen, J. (2002). Als je mensen leert kennen, ga je van dieren houden: de mogelijkheden van diertherapie in detentie. *Ontmoetingen. Voordrachtenreeks van het Lutje Psychiatrisch-Juridisch Gezelschap*, 8, 27–41. <https://doi.org/10.21827/5a6b3396303ad>
- Kahle, L. R., & Riley, C. (2008). *Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication* (Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication editie, Vol. 1). Lawrence Erlbaum associates, publishers. https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=7755AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA175&dq=influence+of+sponsorship&ots=L0-JxaLddv&sig=X2Zuv9Elkq_Z54tKHeCzMyU9FAc#v=onepage&q=influence%20of%20sponsorship&f=false
- Kersvers. (2020, 3 april). Wat is content? Kersvers Content & Strategie. <https://www.kersvers.frl/wat-is-content/#:%7E:text=Content%20is%20inhoud%20die%20beschikbaar%20wordt%20gemaakt%20door%20een%20medium.&text=Content%20is%20er%20in%20tekst,bijvoorbeeld%20ook%20aan%20augmented%20reality>.
- KFPS. (z.d.). WebSite > Het KFPS > De vereniging > Adverteren en Sponsoring. Geraadpleegd op 20 april 2021, van <https://kfps.nl/HetKFPS/Devereniging/AdverterenenSponsoring.aspx>
- KNHS. (2017, 1 januari). Nederland paardenland. https://www.knhs.nl/media/11389/nederland-paardenland_web-v2.pdf

- KNHS. (z.d.-a). Dressuur: niveaus en klassen - KNHS. Geraadpleegd op 28 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/dressuur-para/dressuur-niveaus-en-klassen/>
- KNHS. (z.d.-b). Springen - KNHS. Geraadpleegd op 28 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/springen/>
- KNHS. (z.d.-c). Mennen & para - KNHS. Geraadpleegd op 28 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/mennen/>
- KNHS. (z.d.-d). Eventing - KNHS. Geraadpleegd op 28 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/eventing/>
- KNHS. (z.d.-e). Wat is reining - KNHS. Geraadpleegd op 29 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/reining/wat-is-reining/>
- KNHS. (z.d.-f). Horseball - KNHS. Geraadpleegd op 30 december 2020, van <https://www.knhs.nl/horseball/>
- KNHS. (z.d.-g). TREC - KNHS. Geraadpleegd op 30 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/trec/>
- KNHS. (z.d.-h). Ontdek endurance - KNHS. Geraadpleegd op 30 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/endurance/ontdek-endurance/>
- KNHS. (z.d.-i). Voltige - KNHS. Geraadpleegd op 30 december 2020, van <https://www.knhs.nl/top-sport/disciplines/voltige/>
- Media Info Groep. (2019, 1 januari). Bladenlijst 2019. <https://www.mediainfagroep.nl/wp-content/uploads/Bladenlijst-2019.pdf>
- Media Primair & KVTH. (2018, 1 januari). Advertentie tarievenkaart 2018. Advertentie tarievenkaart 2018. http://www.mediaprimair.nl/nieuw/wp-content/uploads/2018/11/TPH_tarievenkaart-2018-2.pdf
- Media Primair. (2018, 1 januari). Mensport SPECIFICATIES 2018. Mensport. https://www.mensport.nl/wp-content/uploads/2018/03/MenSport_Tarieven_2018_NL.pdf
- Media Primair. (2018b, januari 1). Mensport Tarieven 2018. https://www.mensport.nl/wp-content/uploads/2018/03/MenSport_Tarieven_2018_NL.pdf
- Media Primair. (z.d.). Verenigingen – Mediaprimair. Geraadpleegd op 20 april 2021, van <https://mediaprimair.nl/verenigingen/>
- Media Primair. (z.d.-a). Portfolio – Mediaprimair. Geraadpleegd op 20 april 2021, van <https://mediaprimair.nl/portfolio/>
- Nibud. (2019, 1 april). Abonnementen 2019. <https://www.nibud.nl/wp-content/uploads/Rapport-Abonnementen-2019-.pdf>
- NSPS. (z.d.). Blad “De Shetland Pony”. Geraadpleegd op 20 april 2021, van <https://shetlandponystamboek.nl/stamboek/maandblad/>
- NSVT. (z.d.). Battie - Nederlands Stamboek voor Tinkers. Geraadpleegd op 20 april 2021, van <https://www.nsvt.eu/battie/>
- Sectorraad Paarden. (2011, 26 augustus). Gids voor Goede Praktijken paardenhouderij. Gids voor Goede Praktijken paardenhouderij. <https://edepot.wur.nl/184461>
- Singh, A., & Singh, V. (2014). Factors Affecting Buying Behaviour of Rural Consumers. Factors Affecting Buying Behaviour of Rural Consumers, 3(8), 8–12. https://www.researchgate.net/profile/Vakil-Singh-2/publication/278023064_Factors_Affecting_Buying_Behaviour_of_Rural_Consumers/links/557958d608ae75363755c834/Factors-Affecting-Buying-Behaviour-of-Rural-Consumers.pdf
- Uddin, M. R., Zahan Lopa, N., & Md, O. (2014). Factors Affecting Customers’ Buying Decisions of Mobile Phone : A Study on Khulna City, Bangladesh. International Journal of Managing Value and Supply Chains, 5(2), 21–28. <https://doi.org/10.5121/ijmvsc.2014.5203>
- Vlaskamp, D. (2012, juli). De invloed van social media op brand loyalty. Universiteit Twente. https://essay.utwente.nl/62279/1/Vlaskamp_Dennis_-_s_1017071_scriptie.pdf
- Wang, C. L., Zhang, Y., Ye, L. R., & Nguyen, D. D. (2005). SUBSCRIPTION TO FEE-BASED ONLINE SERVICES: WHAT MAKES CONSUMER PAY FOR ONLINE CONTENT? SUBSCRIPTION TO FEE-

BASED ONLINE SERVICES: WHAT MAKES CONSUMER PAY FOR ONLINE CONTENT?, 6(4), 304–311. <http://web.csulb.edu/journals/jecr/issues/20054/paper4.pdf>

- Weng, J. T., & De Run, E. C. (2010). THE INFLUENCE OF PERSONAL VALUES ON SALES PROMOTION TECHNIQUES FOR CONVENIENCE PRODUCTS. THE INFLUENCE OF PERSONAL VALUES ON SALES PROMOTION TECHNIQUES FOR CONVENIENCE PRODUCTS, 3(2), 16–24. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29220327/personal_value_sales_promo_technique_convenience_good.pdf?1349819607=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3Dpersonal_value_n_sales_promo.pdf&Expires=1617271327&Signature=dks41rcwZRN2d8mDRT6PDfGhHZPJcypb4shRJUKjRV8jMD3y97BWfknNccfAWP4c3IVknUk~S3PUZ9cmBPkMb1AwNmzq4~e7U0eDZU-5MPt7XRTOCHCet7w6otOldKLJOk1pzVaF~Fp7eKy8iSYqAC4Dbz9KOyTvEMetvcYaWwzrS0xwEpZ4d-PWPg6RtMoMqTviBOAFulPkiVNPYR-mZW66bejeimRdh5QlejnkgQWTILYr9AjzwQ4iH37YulwFR4RSg5D~Cf38qO~XDPomRqb9P6Lqva0EtPL~VTdyA~WQ2c6vcA3o32M5N6DgNQtdZonR11RJtq0p61uu4Q_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Western Today. (z.d.-a). Pleasure. Geraadpleegd op 29 december 2020, van <https://westerntoday.nl/westernrijden/disciplines/pleasure/>
- Western Today. (z.d.-b). Trail. Geraadpleegd op 29 december 2020, van <http://westerntoday.nl/westernrijden/disciplines/trail/>
- Western Today. (z.d.-c). Hunter under Saddle. Geraadpleegd op 30 december 2020, van <http://westerntoday.nl/westernrijden/disciplines/hunter-under-saddle/>
- Western Today. (z.d.-d). Horsemanship. Geraadpleegd op 30 december 2020, van <http://westerntoday.nl/westernrijden/disciplines/horsemanship/>
- Western Today. (z.d.-e). Showmanship. Geraadpleegd op 30 december 2020, van <http://westerntoday.nl/westernrijden/disciplines/showmanship/>
- wikimarketing. (z.d.). 18 - Promotie - WikiMarketing. Geraadpleegd op 1 april 2021, van <https://www.wikimarketing.nl/online-marketingcursus/promotie/de-promotiemixinstrumenten>
- Wikipedia-bijdragers. (2019, 15 november). Penny (tijdschrift). Wikipedia. [https://nl.wikipedia.org/wiki/Penny_\(tijdschrift\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Penny_(tijdschrift))

Bijlagen

Bijlage 1. Verschillende disciplines

B.1.1 Dressuur

Dressuur wordt vaak gezien als de basis van het paardrijden. Samen met springen is het dan ook vaak de meest bekende tak van de paardensector. Mede door de Olympische Spelen en landelijke beroemdheden in de dressuursport zoals Anky van Grunsven, is de dressuursport steeds bekender geworden. Dressuur is dan ook een enige vorm van paardrijden bij de paralympische spelen. Tijdens een dressuurwedstrijd laten paard en ruiter zien in hoeverre zij de oefeningen beheersen die op dat niveau worden gevraagd. Dat doen zij door een dressuurproef te rijden, die uit een aantal voorgeschreven oefeningen bestaat. Door letters in en langs de rijbaan weet de ruiter waar de oefening uitgevoerd moet worden. Een jury beoordeelt de oefening en geeft per onderdeel een cijfer van 0 tot 10. De optelsom van alle cijfers bepaalt het eindresultaat van de proef. Als je dressuurproef met voldoende punten wordt beoordeeld, verdien je één of meerdere winstpunten. Die winstpunten heb je nodig om te promoveren naar een hogere klasse. De bestaande klassen Onderverdeeld in de breedtesport, subtop en topsport. Breedtesport: klasse B, L1, L2, M1, M2, Z1, Z2 en ZZ-Licht. Subtop: ZZ-Zwaar, Lichte Tour en Zware Tour. Topsport: Internationale (FEI)-wedstrijden (KNHS, z.d.-a)

B.1.2 Springen

Springen is samen met dressuur en eventing één van de drie onderdelen van de paardensport binnen de Olympische spelen. Paard en ruiter moeten een springparcours afleggen waar tussen de 10 en 13 hindernissen zijn opgesteld. Het doel is om dit parcours te springen zonder fouten te maken. Strafpunten worden uitgedeeld als er bijvoorbeeld een balk valt of het paard weigert. Het parcours moet bovendien binnen een vastgestelde tijd worden gesprongen. (KNHS, z.d.-b)

B.1.3 Mennen

Bij het menen zijn er verschillende typen wedstrijden: samengesteld wedstrijdmenen (SWM), dressuur, vaardigheid en mendurance-wedstrijden.

Een samengestelde menwedstrijd (SWM) bestaat uit drie proeven: een dressuurproef, een marathon en een vaardigheidsproef. De marathon bestaat uit drie trajecten waaronder een hindernistraject.

Onder het onderdeel dressuur vallen proeven voor het samengesteld menen en kür op muziek. Iemand doet hierbij mee in de klasse waar de ruiter op dat moment genoeg winstpunten voor heeft verzameld. Dit is net als bij dressuur onder het zadel: de klasse B (Beginner), L (Licht), M (Midden), Z (Zwaar) of ZZ (dubbel zwaar).

Bij de vaardigheidswedstrijden is er een parcours uitgezet dat is afgebakend met plastic kegels. Op iedere kegel ligt een bal. De menner moet een span door dit parcours sturen, zonder de balletjes van de kegels af te rijden. Het is een test op gehoorzaamheid van het paard en de stuurmanskunst van de menner. Vaardigheidswedstrijden kunnen gereden worden in de klasse L (Licht), M (Midden) en Z (Zwaar).

Bij mendurancewedstrijden worden er speciaal uitgezette routes gereden met een totale lengte van 20 tot maximaal 100 kilometer. Deze routes worden op tijd gereden en gaan door de vrije natuur. Mendurance is een tak van sport waar hoge prestaties door zowel paard als menner worden geleverd, zonder dat prijzengeld een rol speelt. Met name voor de grotere afstanden moet het paard

goed getraind zijn. Uithoudingsvermogen, samenwerking, vertrouwen en verzorging zijn de sleutelwoorden tijdens alle ritten. (KNHS, z.d.-c)

B.1.4 Grondwerk en vrijheidsdressuur

Grondwerk wordt vaak gezien als basis voor alle verdere stappen tussen mens en paard. De ruiter gaat bij grondwerk aan de slag met basisoefeningen om zo de gehoorzaamheid, spieropbouw en basiskennis bij het paard aan te sterken. Dit wordt vaak gedaan door middel van een halster, leadrope (touw van een paar meter) en een zweep gedaan. Dit laatste wordt alleen gebruikt als hulpmiddel en wordt niet mee gezwaaid of geslagen.

Bij vrijheidsdressuur ligt de focus op de concentratie en werkwilgheid van het paard. De combinatie gaat bezig met het leren van verschillende oefeningen zoals buigen, steigeren en ergens op staan. Dit is vergelijkbaar met een “circuspony”. Vaak staan een goede band, afwisseling en plezier hierbij centraal.

B.1.5 Eventing

Een eventingwedstrijd (soms ook SGW genoemd) bestaat uit drie onderdelen: een dressuurproef, een springparcours en de cross. De resultaten van de cross, het springparcours en de dressuurproef samen bepalen de uiteindelijke score in de wedstrijd.

De dressuurproef is vergelijkbaar met de discipline: dressuur. De proeven in de klasse B t/m zijn gelijk aan de proeven voor de individuele dressuur. Voor de klasse Z en hoger worden de proeven van de FEI gebruikt.

Het spring onderdeel is vergelijkbaar met de discipline: springen. Hier worden dan ook dezelfde reglementen gebruikt.

De cross is voor velen het meest aansprekende onderdeel van de eventingsport. Bij de cross wordt een route uitgezet over natuurlijk terrein, zoals weilanden en bossen. Op het parcours staan natuurlijke hindernissen. Dat kunnen greppels of sloten zijn, maar ook hindernissen die speciaal voor de cross zijn gebouwd. De cross wordt op tijd verreden, de ideale tijd wordt vooraf bepaald. Als iemand te langzaam of te snel rijdt, worden er strafpunten verdeeld. In de klasse B wordt ook op rijstijl beoordeeld. (KNHS, z.d.-d)

B.1.6 Westernsport

De westernsport bestaat onder andere uit reining, pleasure, trail, hunter, horsemanship en showmanship at halter.

Reining is afgeleid van het originele werk van cowboys uit de Verenigde Staten. Het is de dressuur onder de westerndisciplines. Bij reining rijden de ruiters een proef in galop. Het is de bedoeling om het paard met bijna onzichtbare hulpen van de benen en teugels te leiden. In de proef zijn verschillende oefeningen verwerkt, zoals spins, cirkels, wissels en sliding stops. Alle oefeningen worden met de teugels in één hand gereden. De paarden worden beoordeeld op vloeiende uitvoering van de elementen alsmede op snelheid en spektakel. (KNHS, z.d.-e)

Bij de Western Pleasure worden de gangen van het paard getoond. De deelnemers komen gezamenlijk in de arena en moeten aan de wand blijven of op de binnenhoefslag. Door de jury worden de overgangen stap (walk), draf (jog of trot) en galop (lope) beoordeeld en de houding van de ruiter en het paard. (Western Today, z.d.-a)

De letterlijke betekenis van trail is 'spoor in de vrije natuur'. Bij dit onderdeel wordt een vooraf aangegeven proef verreden. De proef bestaat uit een spoor met verschillende nagebootste hindernissen uit de natuur. (Western Today, z.d.-b)

Hunter under saddle is een Engels onderdeel binnen de westernsport. Zowel de kleding van de ruiter als het harnachement van het paard komen uit de Engelse rijstijl. Net als bij de Western Pleasure, worden aan beide kanten de drie gangen getoond en wordt de combinatie daarop beoordeeld. (Western Today, z.d.-c)

De klasse Western Horsemanship bestaat uit twee onderdelen. Aan het begin van de klasse worden alle ruiters in de arena gevraagd, waar ze zich moeten opstellen op de korte zijde. Het eerste gedeelte is individueel, waarbij een gevraagde proef gereden moet worden. In het tweede gedeelte worden alle ruiters gevraagd om in de stap op de hoefslag te rijden en de jury zal nog een stukje pleasure vragen. Het Horsemanship gedeelte telt voor 80% mee en het pleasure gedeelte voor 20% bij de uiteindelijk beoordeling. Het doel van Western Horsemanship is te kijken wat de ruiter kan en niet wat de kwaliteiten van het paard zijn. (Western Today, z.d.-d)

Bij Showmanship at Halter wordt niet naar het uiterlijk van het paard gekeken, maar naar degene die het paard voorbrengt. De jury schrijft een bepaald patroon voor die de combinaties na elkaar moeten uitvoeren. In de proef kan stap, draf, uitgestrekte draf, wendingen en achterwaarts gevraagd worden. Tevens wordt er ergens in de proef gevraagd om het paard 'vierkant' te zetten: met alle vier de benen recht staan, en voor te stellen aan de jury. (Western Today, z.d.-e)

B.1.7 Horseball

Horseball is een teamsport die om veel handigheid en lenigheid van de ruiter vraagt en om snelheid van de paarden. Het spel richt zich zowel tot de mannen als tot de vrouwen, want het is een gemengde sport. De combinatie van balsport, teamsport en competitie trekt vooral jongens aan in de paardensport.

Net zoals bij andere balspelen moet er gescoord worden in het doel van de tegenstander. De teams bestaan uit vier combinaties die tegen elkaar moeten spelen. De ruiters te paard moeten dit doen met een gewone maat bal waar handvatten aan zitten in een doel dat 3,5 meter boven de grond hangt. Net als bij andere teamsporten geldt ook voor deze discipline dat een goede speltechniek, waarbij slim gespeeld wordt, belangrijk is. Het reglement van deze discipline is streng en vooral het respect voor het paard is erg belangrijk. Er is bijvoorbeeld controle door een dierenarts voor en tijdens de wedstrijd. (KNHS, z.d.-f)

B.1.8 TREC

TREC staat voor Technique de Randonnée Equestre de Compétition en betekent letterlijk 'competitieve ruiter trektochttechnieken'. Deze van oorsprong Franse sportvorm werd ontwikkeld om de bekwaamheid van de combinatie van paard en ruiter tijdens een trektocht te testen.

TREC bestaat uit drie onderdelen. In wedstrijdverband levert elk onderdeel punten op.

1. De 'Parcours d'Orientation et de Régularité' (POR) is een orientatierit, met kaart en kompas.
2. De 'Maîtrise des Allures' (MA) is een gangenbeheersingsproef, waarbij deelnemers volledige controle kunnen tonen over de gangen van hun paard binnen een gemarkeerde baan.
3. Tijdens de 'Parcours en Terrain Varié' (PTV) worden paard en ruiter getest op gehoorzaamheid van het paard, bereidwilligheid, souplesse, regelmaat en wederzijds

vertrouwen. Het parcours bestaat uit hindernissen die je tijdens trektochten in de natuur tegen zou kunnen komen. (KNHS, z.d.-g)

B.1.9 Endurance

Bij endurancewedstrijden worden er speciaal uitgezette routes gereden met een totale lengte van 20 tot maximaal 160 kilometer. Deze routes worden op tijd gereden en gaan dwars door de vrije natuur.

Endurance is een tak van sport waar hoge prestaties door zowel paard als ruiter worden geleverd.

Met name voor de grotere afstanden moeten paard en ruiter goed getraind zijn.

Uithoudingsvermogen, samenwerking, vertrouwen en verzorging zijn de sleutelwoorden tijdens de ritten. (KNHS, z.d.-h)

B.1.10 Voltige

Bij voltige worden gymnastische oefeningen op de rug van een paard uitgevoerd. Het paard loopt aan een lange lijn (de longe) op een cirkel en heeft een speciale voltigesingel met handvaten om. De longe wordt vastgehouden door een longeur.

Voltigeren draait om ontspanning, souplesse, evenwicht en ritme. Omdat het paard continu beweegt is het de kunst om de oefeningen zo uit te voeren dat het paard niet in zijn beweging wordt gehinderd. Voltige bevordert het evenwichtsgevoel en de zit. (KNHS, z.d.-i)

Bijlage 2. Handige begrippen

B.2.1 Content

Content is inhoud die beschikbaar wordt gemaakt door een medium. Dat kan een online medium zijn (zoals een website) maar ook een offline medium (zoals een magazine). Content is er in tekst, beeld en geluid of een mix daarvan. (Kersvers, 2020) In het geval van Mensport zal de content voornamelijk bestaan uit een mix van beeld en tekst, maar soms ook uit geluid voor bijvoorbeeld een video.

B.2.2 Vindbaarheid

De vindbaarheid gaat hier voornamelijk over de vindbaarheid van een magazine. Hoe makkelijk kan de consument het magazine vinden en kopen? Maken ze gebruik van promotie? Komt het magazine vaak voor in de winkel of op websites, of moet men meer moeite doen het te bereiken? Dit alles heeft effect op hoe makkelijk het vindbaar is of niet.

B.2.3 Massacommunicatie

Een openbare, voor iedereen toegankelijke vorm van communicatie. In veel gevallen maakt de massacommunicatie gebruik van de massamedia zoals onder andere krant, tijdschrift, radio, televisie, Internet en buitenreclame.

B.2.4 Lezersbereik

Het bereik is het aantal personen dat met een bepaalde boodschap wordt bereikt. In het geval van Mensport is het lezersbereik het aantal mensen dat het magazine doorleest. Dit is per magazine verschillend.

Bijlage 3. Enquêtevragen

Bij onderstaande vragen zijn de antwoordopties met een onderstaand teken ervoor meerkeuze vragen waarbij de respondent één antwoordoptie kon kiezen.

○

De vragen met onderstaand teken zijn meerkeuze vragen waarbij de respondent meerdere antwoordopties kon selecteren.

□

De vragen met onderstaand teken zijn open vragen waar de respondent tekst in kan typen.

...

Hippische magazines

Hoi paardenliefhebber! Heb jij een mening over paardenmagazines? (je hoeft geen lid te zijn) Dan zou ik die graag horen!

Voor mijn afstudeerscriptie van mijn HBO Diergezondheid en management, doe ik een onderzoek naar de wensen van de paardenliefhebber met betrekking tot een gedrukt magazine.

Onder de respondenten wordt een paar handschoenen van Harry's Horse verloot!

Ben jij 15 jaar of ouder? Dan zou je mijn onderzoek erg helpen door de enquête in te vullen!

Het invullen van de vragenlijst duurt maximaal 10 minuutjes.

Vraag 1: Wat is uw leeftijd?

- 15 – 25 jaar
- 26 – 35 jaar
- 36 – 45 jaar
- 46 – 55 jaar
- 56 – 65 jaar
- 65+

Vraag 2: Hoeveel paarden heeft u in uw bezit? (Indien u binnen uw gezinssituatie meerdere paarden bezit, dan graag het aantal paarden aanvinken waar u verantwoordelijkheid voor draagt.)

- Ik heb geen paarden in mijn bezit
- 1 eigen paard
- 2 eigen paarden
- 3 eigen paarden
- 4 eigen paarden
- 5 eigen paarden
- Meer dan 5 eigen paarden

Vraag 3: Bent u op dit moment abonnee van een hippische magazine?

- Ja
- Nee (dan mag u door naar vraag 9)

Vraag 4: Van welk(e) gedrukte magazine(s) bent u op dit moment abonnee?

- Hoefslag
- Bit

- ☐ Mensport
- ☐ De paardenkrant
- ☐ De paardenkrant Extra
- ☐ Het Showpaard
- ☐ Phryso (Koninklijk Friesch Paarden Stamboek)
- ☐ KVTH (Koninklijke Vereniging het nederlandse Trekpaard en de Haflinger)
- ☐ Battie (Nederlandse Stamboek Voor Tinkers)
- ☐ De Shetlandpony (Nederlands Shetland Pony Stamboek)
- ☐ Manegeruiter
- ☐ CAP Magazine
- ☐ Anders, namelijk:...

Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
(Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

- ☐ Hoefslag
- ☐ Bit
- ☐ Mensport
- ☐ De paardenkrant
- ☐ De paardenkrant Extra
- ☐ Het Showpaard
- ☐ Phryso (Koninklijk Friesch Paarden Stamboek)
- ☐ KVTH (Koninklijke Vereniging het nederlandse Trekpaard en de Haflinger)
- ☐ Battie (Nederlandse Stamboek Voor Tinkers)
- ☐ De Shetlandpony (Nederlands Shetland Pony Stamboek)
- ☐ Manegeruiter
- ☐ CAP Magazine
- ☐ Anders, namelijk:...

Vraag 6: Wat mist u voor content (inhoud) in het magazine?

...

Vraag 7: Welke content (inhoud) ziet u liever niet meer in het magazine?

...

Vraag 8a: Wat vindt u van het aantal pagina's van het magazine?

Veel te weinig 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Veel te veel

Vraag 8b: Wat vindt u van de opmaak van de artikelen?

Helemaal niet goed 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Heel erg goed

Vraag 8c: Wat vindt u van de voorpagina van het magazine?

Helemaal niet goed 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Heel erg goed

Vraag 8d: Wat vindt u van het aantal advertenties in het magazine?

Veel te veel 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Veel te weinig

Vraag 9: Welke factor is de reden dat u wel of geen abonnee bent van een hippisch magazine?

- ☐ De prijs
- ☐ De verkrijgbaarheid
- ☐ De frequentie
- ☐ De content
- ☐ Ik heb geen behoefte aan een gedrukt magazine

- ☐ Anders, namelijk:...

Vraag 10: Wat heeft uw voorkeur als kosten geen rol spelen?

- ☐ Een gedrukt magazine
- ☐ Een online magazine

Vraag 11: Welke prijs zou u bereid zijn te betalen voor een los magazine dat aan al uw wensen zou voldoen?

- ☐ €0 - €3
- ☐ €4 - €7
- ☐ €8 - €11
- ☐ €12 - €15
- ☐ Meer dan €15

Vraag 12: Wat zou u per maand willen betalen aan een abonnement op een magazine dan aan al uw wensen zou voldoen inclusief de verzending naar uw woonadres?

- ☐ €0 - €3
- ☐ €4 - €7
- ☐ €8 - €11
- ☐ €12 - €15
- ☐ Meer dan €15

Vraag 13: Hoe vaak zou u een magazine via abonnement thuis willen ontvangen?

- ☐ 1 – 5 keer per jaar
- ☐ 6 – 10 keer per jaar
- ☐ 11 – 15 keer per jaar
- ☐ 16 – 20 keer per jaar
- ☐ 21 – 25 keer per jaar
- ☐ 26 – 30 keer per jaar
- ☐ Meer dan 30 keer per jaar

Vraag 14: Waar zou u een los magazine willen kopen? (Hierbij wordt bedoelt: de aankoop van een hippisch magazine zonder abonnement.)

- ☐ In de boekhandel/tijdschriftenhandel
- ☐ Via een webshop voor verschillende magazines
- ☐ Via de website van dat magazine
- ☐ In de supermarkt
- ☐ Anders, namelijk:...

Vraag 15: Waar zou u een abonnement aan gaan voor een hippisch magazine?

- ☐ In de boekhandel/tijdschriftenhandel
- ☐ Via een webshop voor verschillende magazines
- ☐ Via de website van dat magazine
- ☐ In de supermarkt
- ☐ Cadeau abonnement
- ☐ Anders, namelijk:...

Vraag 16: Wat voor content (inhoud) zou u leuk vinden om te zien in een hippische magazine?

Wat voor content (inhoud) zou u leuk vinden om te zien in een hippische magazine?

- ☐ Informatie over harnachement
- ☐ Ervaringen van competitieruiters
- ☐ Informatie over de basis van het rijden

- ☐ Informatie over de basis van het omgaan met paarden
- ☐ Informatie over het beleren
- ☐ Interviews met bekenden in de paardensector
- ☐ Interviews met verschillende beroepen binnen de paardensector
- ☐ Variatietips voor het werken met paarden
- ☐ Verhalen over recreatieve tochten
- ☐ Verhalen over ervaringen van paardeneigenaren
- ☐ Anders, namelijk:...

Vraag 17: In welke vorm zou u de content graag zien?

- ☐ Interviews
- ☐ Achtergrond reportages
- ☐ Instructie (uitleg) artikelen
- ☐ Lifestyle reportages
- ☐ Anders, namelijk:...

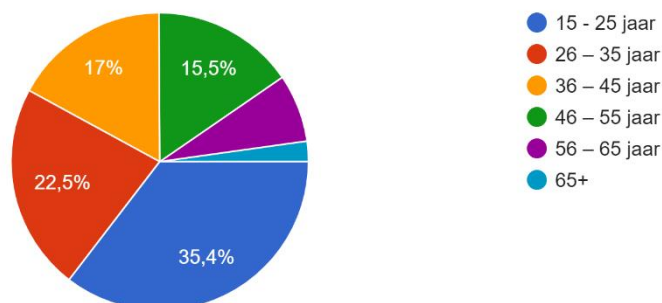
Vraag 18: Als u kans wilt maken op de prijs, vult u dan hieronder uw e-mailadres in. Wij nemen contact op met de winnaar. Als u nog opmerkingen heeft over de enquête kunt u deze hier doorgeven.

...

Bijlage 4. Resultaten online enquête

Vraag 1: Wat is uw leeftijd?

271 antwoorden



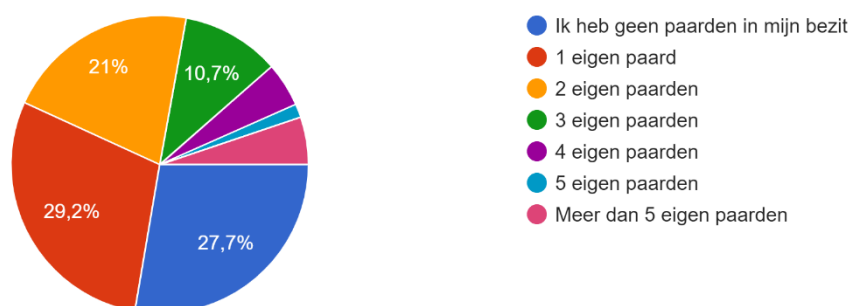
Percentages:

56 – 65 jaar = 7,4%

65+ = 2,2%

Vraag 2: Hoeveel paarden heeft u in uw bezit? (Indien u binnen uw gezinssituatie meerdere paarden bezit, dan graag het aantal paarden aanvinken waar u verantwoordelijkheid voor draagt.)

271 antwoorden



Percentages:

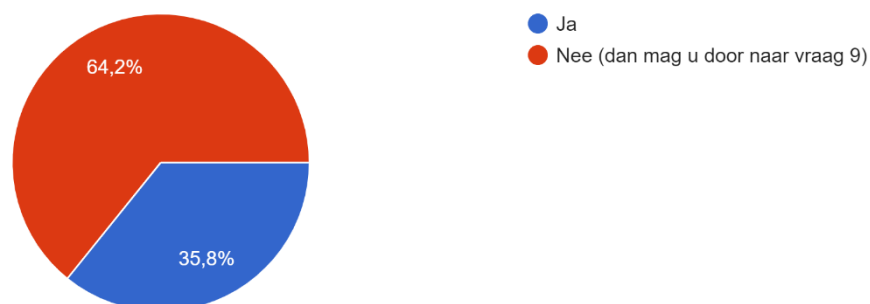
4 eigen paarden = 4,8%

5 eigen paarden = 1,5%

Meer dan 5 eigen paarden = 5,2%

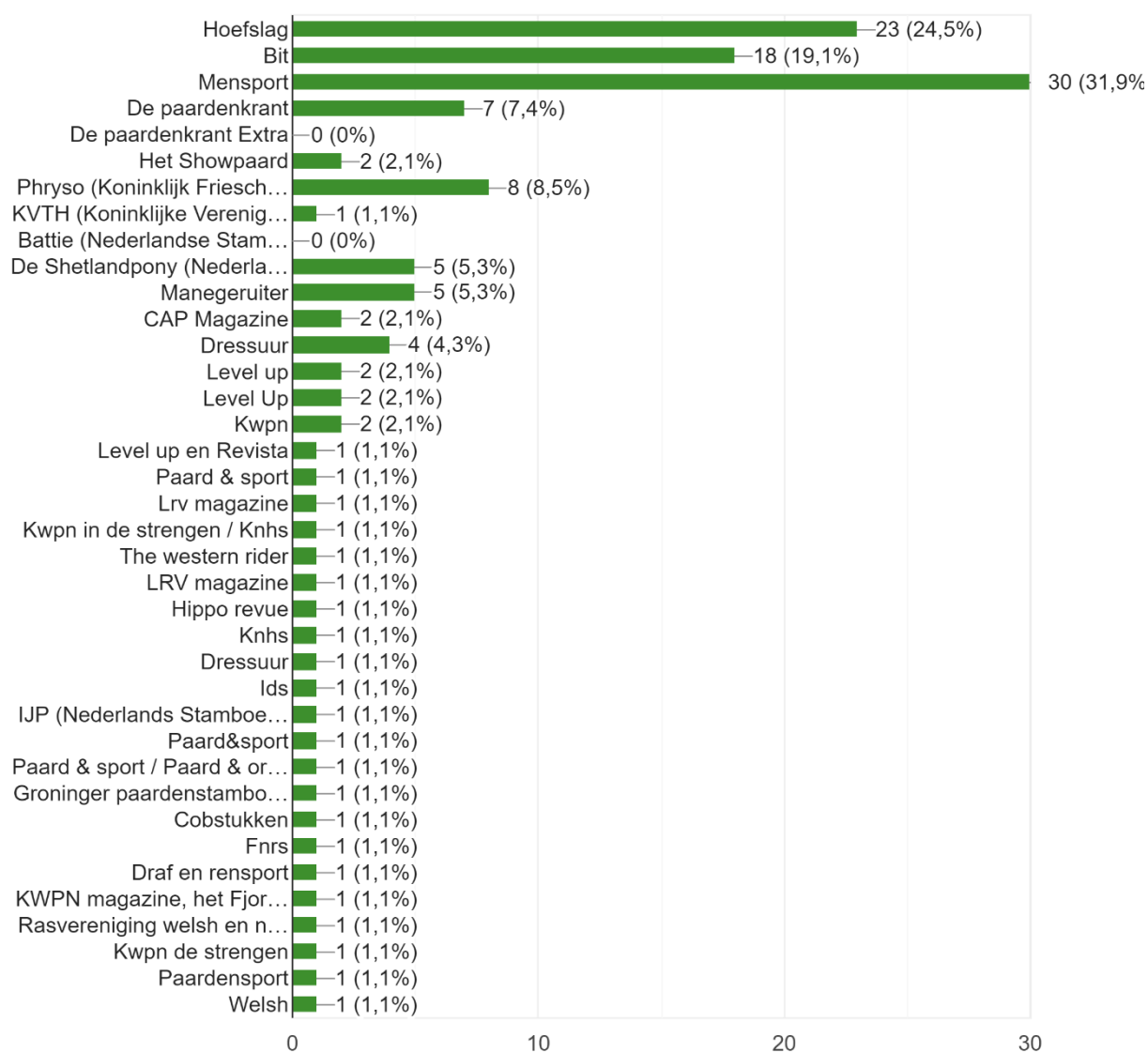
Vraag 3: Bent u op dit moment abonnee van een hippisch magazine?

271 antwoorden



Vraag 4: Van welk(e) gedrukte hippische magazine(s) bent u op dit moment abonnee?

94 antwoorden

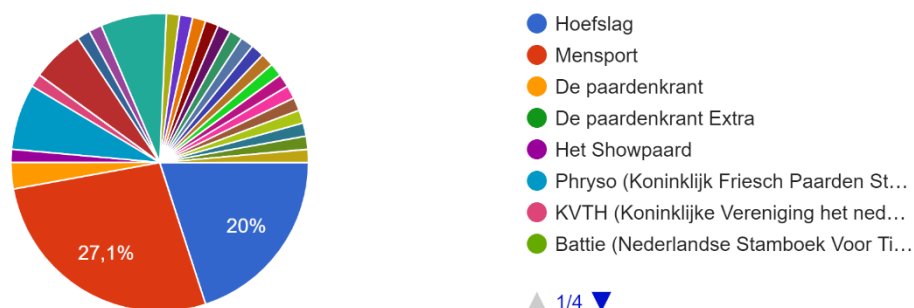


Moeilijk leesbare antwoorden vraag 4:

Regel 7: Phryso (Koninklijk Friesch Paarden Stamboek)
 Regel 8: KVTH (Koninklijke Vereniging het Nederlandse Trekpaard en de Haflinger)
 Regel 9: Battie (Nederlandse Stamboek Voor Tinkers)
 Regel 10: De Shetlandpony (Nederlands Shetland Pony Stamboek)
 Regel 26: IJP (Nederlands Stamboek IJslandse Paarden)
 Regel 28: Paard & sport / Paard & organisatie
 Regel 29: Groninger stamboek verenigingsblad
 Regel 33: KWPN magazine, het Fjordenpaard
 Regel 34: Rasvereniging welsh en new forest

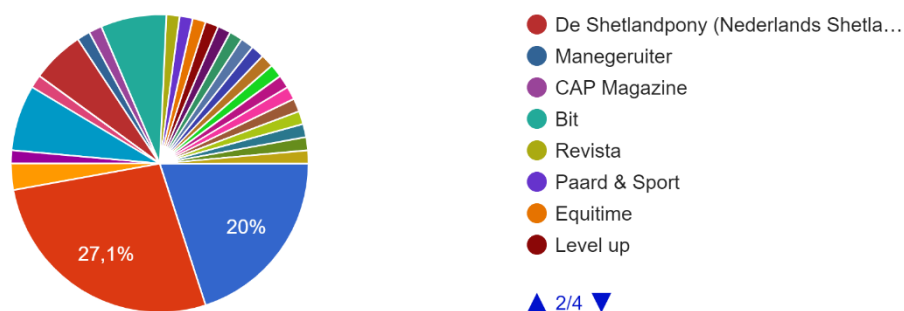
Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
 (Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



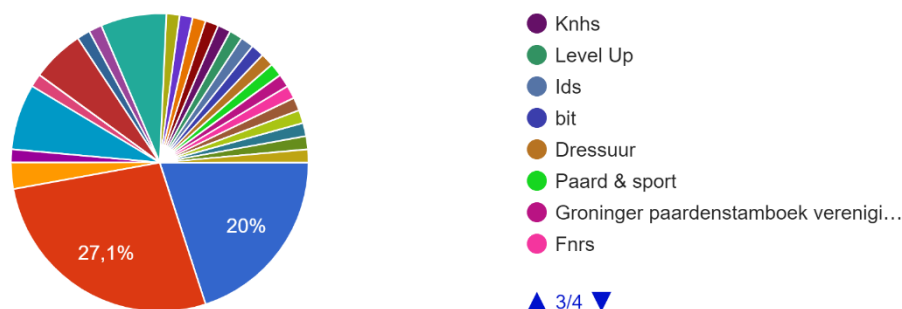
Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
 (Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



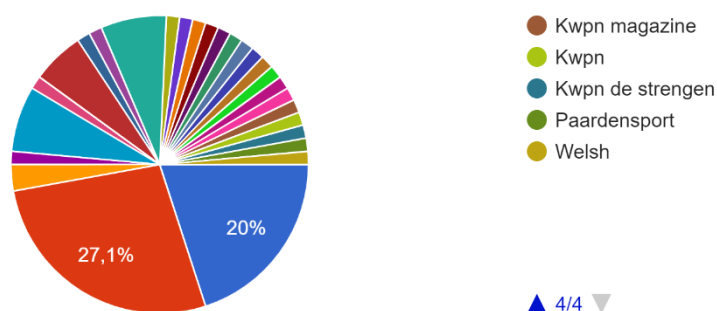
Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
(Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
(Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



Percentages:

De paardenkrant = 2,9 %

Het Showpaard = 1,4%

Phryso (Koninklijk Friesch Paarden Stamboek) = 7,1%

KVTH (Koninklijke Vereniging het Nederlandse Trekpaard en de Haflinger = 1,4%

De Shetlandpony (Nederlands Shetland Pony Stamboek) = 5,7%

Manegeruiter = 1,4%

CAP Magazine = 1,4%

Bit = 7,1%

Revista = 1,4%

Paard & sport = 1,4%

Equitime = 1,4%

Level up = 1,4%

KNHS = 1,4%

Level Up = 1,4%

Ids = 1,4%

Bit = 1,4%

Paard & sport = 1,4%

Groninger paardenstamboek verenigingsblad = 1,4%

Fnrs = 1,4%

Kwpn magazine = 1,4%
Kwpn = 1,4%
Kwpn de strengen = 1,4%
Paardensport = 1,4%
Welsh = 1,4%

Vraag 6: Wat mist u voor content (inhoud) in het magazine?

83 antwoorden

Geen

Niks

Niet

Niets

Recreatief: longeren, grondwerk etc

Angst en wantrouwen bij het rijden - bomproof maken van een paard

Ik zou graag meer eigen verhalen en of interviews zien van de gewone abonnees of mensen

Geen idee

Eerlijkgezegd lees ik het niet altijd en kijk ik alleen of er interessante onderwerpen in staan. Ik ben niet op zoek naar een bepaald content.

Verhalen over fokkers van naam

Allerlei info, is voornamelijk enkel vd bwp-fokker

Gebruik van de Shetlander maar dan vooral door kinderen. Er is wel een klein gedeelte men en rij, maar dat is vooral mannen door volwassenen. Ik zou het ook erg leuk vinden om meer van onze jeugd te lezen, bijvoorbeeld rubriek 'Pret met je Shet'

Talentontwikkeling

Paarden die correct getraind worden

Ik zou graag wat meer "door de ogen van de jury" stukken willen lezen

Meer verdieping

Content is altijd erg interessant, misschien alleen jammer dat er geen rubriek rasbeschrijving is

Meer Belgische artikelen en verslagen van Belgische wedstrijden

Trainingstips waar je zelf meteen enthousiast van wordt om te gaan proberen

Naast mensport artikelen zou het leuk zijn om ook wat meer informatieve artikelen in het magazine te lezen over het paard in het algemeen.

Ik vind het prima zo

Wedstrijd verslagen

Meer wedstrijdverslagen, veeartsenij

Info over nieuwe ruitersporen

Verslagen over overnachtingsmogelijkheden; Paardenhotels; B&B's, campings enzo waar je fijn met een eigen paard kan overnachten. En dan breed alle aspecten en mogelijkheden bij zo'n accommodatie. Elke maand een leuke andere accommodatie en gebied om uit te rijden.

Meer info voor de hobbyisten/recreatie. Bijna alleen top of subtop dia aan het woord komen.

Eigenlijk niet zo veel. Misschien mag er iets meer in over het werken vanaf de grond om een menpaard te verbeteren

Aandacht voor lokale en regionale verenigingen

Uitslagen van wedstrijden

Instructies

Dat het vaak op 1 discipline is gericht

tips voor manege ruiters

Soms wat inhoudelijke artikelen (diepgaand op een bepaald onderwerp)

geen

De doorsnee professional aan het woord. Niet altijd de kaste leden, zoons of dochters van, of mensen met te veel geld en stijlvolle accommodaties. Het is voor veel profs gewoon hard werken en wei of verdienen, en niet altijd rozengeur en maneschijn.

Fokkerij advies

Meer fokkerij zaken. En trainen bij de wereld top. Meer info over buitenlandse top ruiters/amazones

Niks

Het is een mooi divers magazine

x

Niks, is een fijn magazine.

Berichten uit de regio. Nu te weinig

niets

Niets, is erg compleet

Meer dressuur gericht en met gewone ruiters

Informatie over verschillende soorten tuig en wat goed werkt bij welke situatie

Innovatie nieuwe producten

-

Wedstrijdgerichte zaken

Wedstrijdverslagen

Uitdagende content voor de ervaren manegeruiter

Nog niet echt iets

Goede en leuke praktische tips voor o.a. grondwerk. Zaken die thuis direct zelf kunt

oefenen/proberen

Fokkerij

Info over de juiste voeding en eventueel welk merk.

Nvt

Eigenlijk komen alle zaken wel aan bod

Meerdere uitvoerbare inspirerende praktijkvoorbeelden voor de "gewone " paardenliefhebber

Mix aan info

Prijzen/kosten van bv producten en diensten die zij promoten

Wedstrijdverslagen

Wat meer over lange afstandsruiters i.c.m. trektochten

Ingezonden stukjes van lezers / wedstrijd verslagen basissport / reportages over hobby menners

(dit was tijdens corona al beter, omdat er geen grote wedstrijden waren - was er ook eens plek voor enthousiaste hobbyisten)

Inhoudelijke zaken op tuigage, wagens.. en dan niet alleen door een grote namen

Regionieuws...de amateursport...technische veranderingen

Weet niet

Niks. Helemaal tevreden mee

Fokkerij verhalen

Lol met je Fries artikelen. Er staat nu vooral veel fok-info in. Logisch aangezien het een stamboek-

magazine is. Maar er zijn nog zoveel meer mooie verhalen te vertellen over wat liefhebbers allemaal

meemaken met hun Fries i.p.v. alleen wie welke score heeft gehaald op welke wedstrijd

Wellicht meer western. Maar dat komt eens in de zoveel tijd wel aan bod.

Managetests dezelfde zat er vroeger wel in

Ik mis niet echt wat

Helaas is het geen weekblad meer. Nu moet je, als je up to date wil blijven, achter je pc zitten

Ben heel blij met het magazine!

Geen. Leuk gevarieerd magazine.

Welzijn paard

Vraag 7: Welke content (inhoud) ziet u liever niet meer in het magazine?

73 antwoorden

Geen

-

Geen idee

Niets

/

Nvt

Minder reclame

Geen idee

Ik vind de interviews met fokkers in Portugal niet interessant

Verder geen opmerkingen, voor elk wat wils

Publireklame

Bitten, ijzers.

Geen idee. Keuringen mag wat mij betreft wel iets minder. Keuringsuitslagen gewoon via de website

Herhalingen

Dat er nog steeds in de hoge dressuursport de rollkür wordt toegestaan.

Artikelen die eigenlijk verkapte reclame zijn

Veel reclame en gesponsorde items

Geen enkele

Laatste tijd veel shetlanderhobby gehalte

Rubriek geschiedenis rijtuigen

Interviews met bekende mensen over het topsector, dit is gewoonweg voor de meeste mensen niet haalbaar

Ik vind het prima zo

Reclame voor hele dure merken

X

Niks

Rondje regio heeft voor mij geen toegevoegde waarde. Reportage over enthousiast recreatie ruiter vind ik prima.

Alles wat er in het blad staat vindt ik wel goed. En vooral nuttig

Klassieke rijtuigen

kleding verkoop

Wedstrijd uitslagen

geen

Nieuwsitems uit de regio. Deze staan ook online op de hoefslag.nl

Ik vind alles leuk

Tuigpaarden info

Op zich tevreden. Soms kijken ze wat eenzijdig. Maar ze doen ook wat met de reacties daarop. Zo vonden wij dat ze erg negatief en kort door de bocht waren over bitloos rijden. Daar hebben we toen zelf een artikel over geschreven wat ze gepubliceerd hebben.

x

Soms te veel interviews.

niet te veel reclame

-

Artikelen die herhaald worden

Zoveel reclame

Dat is persoonlijk. Mij interesseert de geschiedenis (verschillende onderwerpen) vrij weinig.

Te kinderachtige dingen, voor de echte beginner

De mensen die roepen dat je vooral moet gaan voor een paard met een heel goede stamboom

Is goed zo

Kleding, fotoshoots

Is gewoon goed

Een hele geschiedenis verhaal over opbouw van oude koetsen

Heel blad over een onderwerp: tuigpaarden

Ongeschreven meningen

Alles mag blijven!

Dressuur

Geen mening - lees ik het toch niet.

Kunst dingen

Vele sluipreclame

Persoonlijke meningen

Weet niet

Ik ben tevreden met hoe het nu is

Te veel reclames

Interviews met ruiters. Ik vindt medisch of training veel interessanter. Dan wie welk paard op het moment op stal heeft staan of wat ze allemaal aan prijzen behaald hebben.

Hoeveelheid reclame

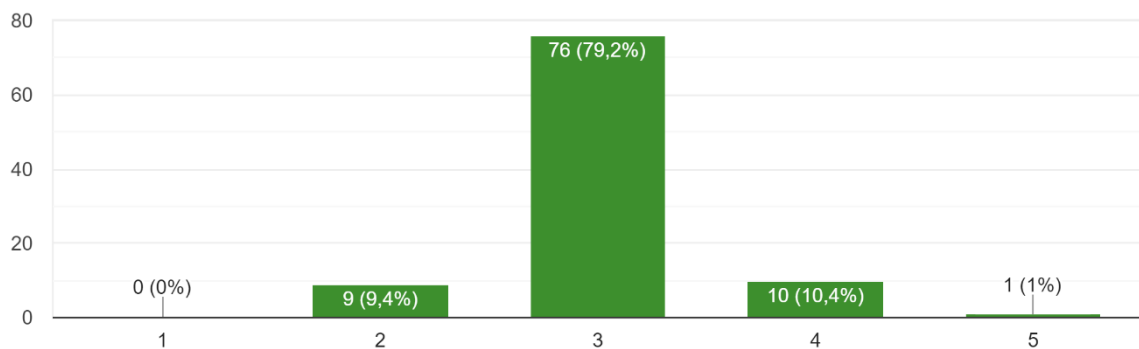
Onrealistische reclames of spam reclames

Niets specifiek

?

Vraag 8a: Wat vind u van het aantal pagina's van het magazine?

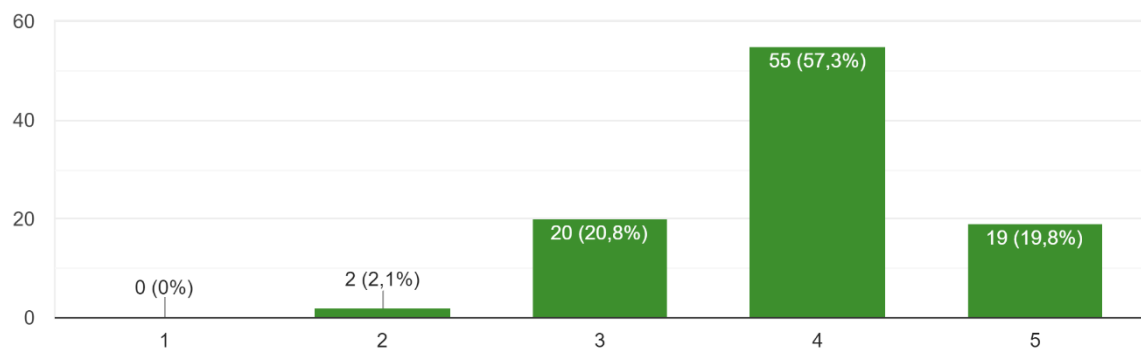
96 antwoorden



Met op 1: Veel te weinig, en op 5: Veel te veel

Vraag 8b: Wat vind u van de opmaak van de artikelen?

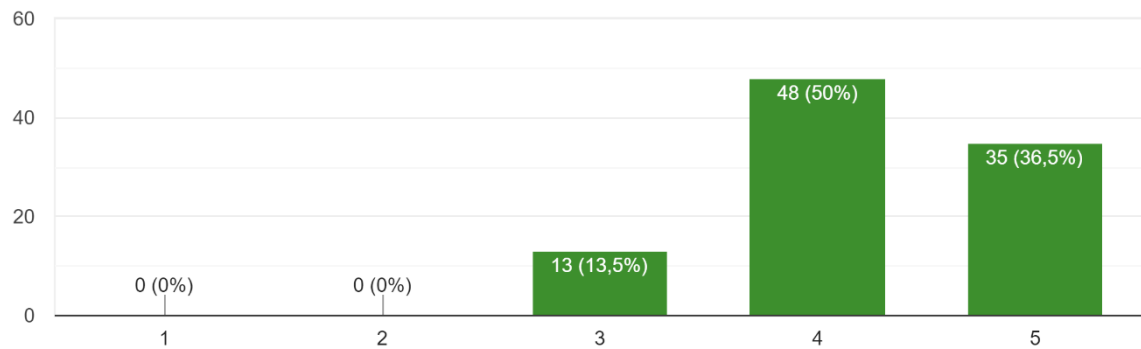
96 antwoorden



Met op 1: Helemaal niet goed, en op 5: Heel erg goed

Vraag 8c: Wat vind u van de voorpagina van het magazine?

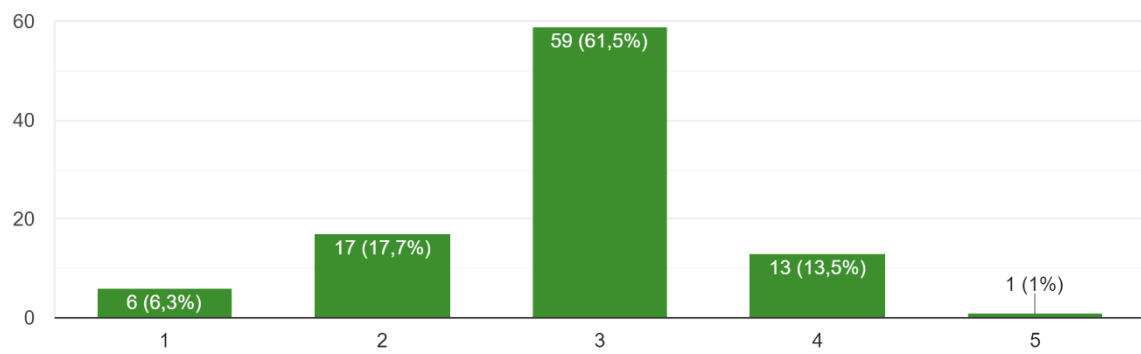
96 antwoorden



Met op 1: Helemaal niet goed, en op 5: Heel erg goed

Vraag 8d: Wat vind u van het aantal advertenties in het magazine?

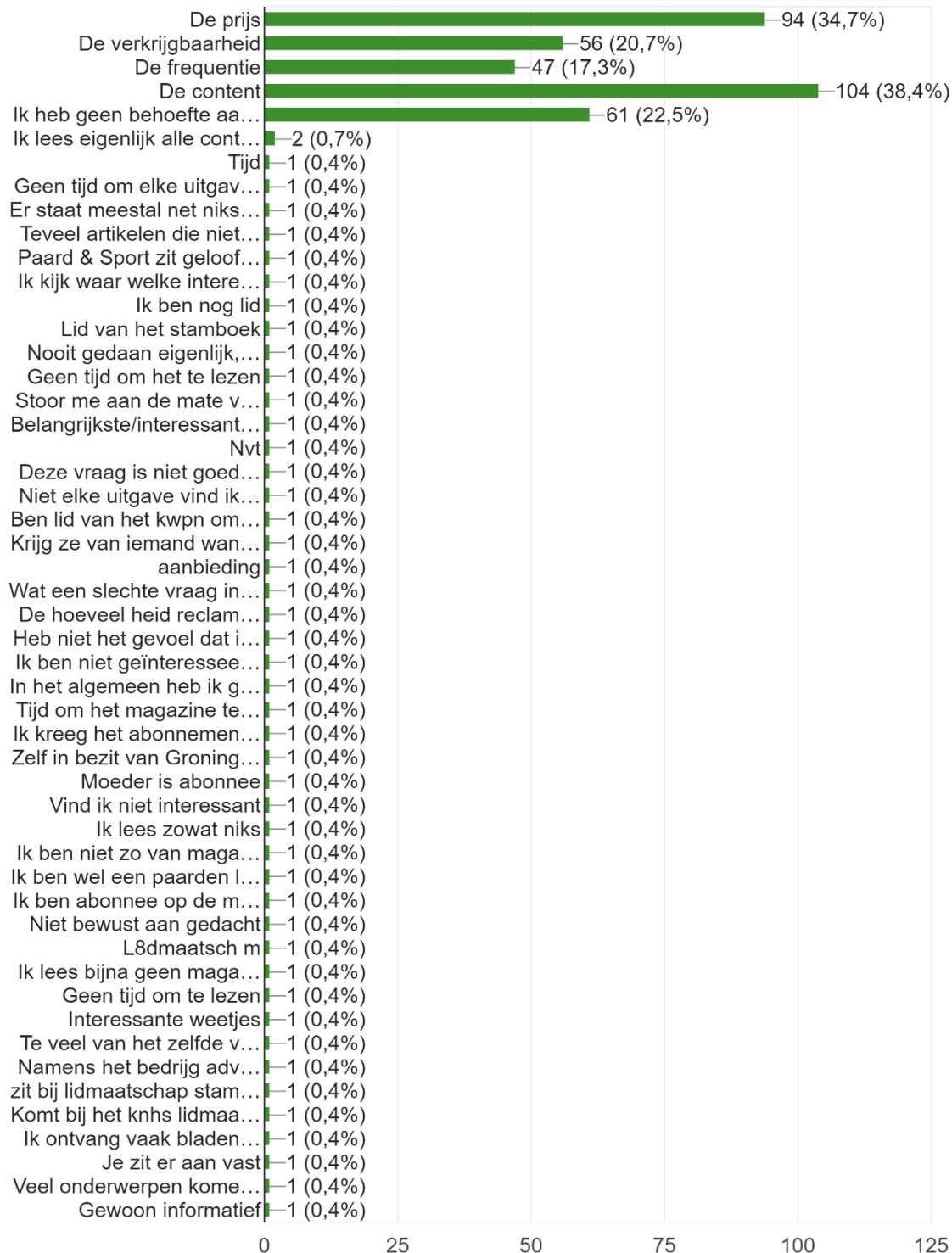
96 antwoorden



Met op 1: Veel te veel, en op 5: Veel te weinig

Vraag 9: Welke factor is de reden dat u wel of geen abonnee bent van een hippisch magazine?

271 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden:

Regel 5: Ik heb geen behoefte aan een gedrukt magazine

Regel 6: Ik lees eigenlijk alle content van dit soort magazines online

Regel 8: Geen tijd om elke uitgave te lezen

Regel 9: Er staat meestal net niks in. Of alleen KWPN dingen

Regel 10: Teveel artikelen die mijn bij mijn 'idee' van paarden houden aansluit en meestal ook veel artikels die op niets trekken

Regel 11: Paard & Sport zit geloof ik in je lidmaatschap van de KNHS

Regel 12: Ik kijk waar welke interessante artikels in staan

Regel 15: Nooit gedaan eigenlijk, misschien niet vast willen zitten aan abonnement

Regel 17: Stoor me aan de mate van gerichte merchandising door geplaatste artikelen

Regel 18: Belangrijkste/interessantste dingen staan online

Regel 20: Deze vraag is niet goed te beantwoorden

Regel 21: Niet elke uitgave vind ik even interessant

Regel 22: Ben lid van het kwpn omdat ik anders mijn veulen niet kan registreren dus krijg het bad automatisch

Regel 23: Krijg ze van iemand wanneer de abonneenthouder is uitgelezen

Regel 25: Wat een slechte vraag in deze context en gezien mijn eerdere antwoorden

Regel 26: De hoeveelheid reclame en promotieartikelen

Regel 27: Het niet het gevoel dat ik was mis, omdat er ook gewoon heel veel artikelen op social media etc. gepubliceerd worden.

Regel 28: Ik ben niet geïnteresseerd in paardenbladen

Regel 29: In het algemeen heb ik geen behoefte aan magazines

Regel 30: Tijd om het magazine te lezen

Regel 31: Ik kreeg het abonnement toen ik begon met rijlessen op de manege

Regel 32: Zelf ik bezit van Groninger hengst

Regel 36: Ik ben niet zo van magazines

Regel 37: Ik ben wel een paardenliefhebber maar niet genoeg om een magazine te kopen over paarden. Ik ben wel abonnee van een honden en katten magazine..

Regel 38: Ik ben abonnee op de mensport, maar meerdere bladen vind ik te duur

Regel 41: ik lees bijna geen magazines en heb ook nog nooit van dit blad gehoord

Regel 44: Te veel van het zelfde vaak kopie van jaargang ervoor

Regel 45: Namens het bedrijf adverteren we in verschillende magazines. Als we daar een exemplaar krijgen lees ik hem vaak door.

Regel 45: zit bij lidmaatschap stamboek

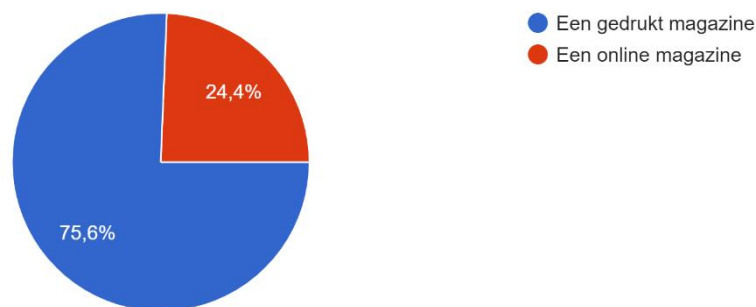
Regel 46: Komt bij het knhs lidmaatschap

Regel 47: Ik ontvang vaak bladen van iemand anders.

Regel 49: Veel onderwerpen komen steeds terug, en nieuwe onderwerpen lijken interessant, maar hebben dan geen diepgang, vaak vind ik op internet meer info.

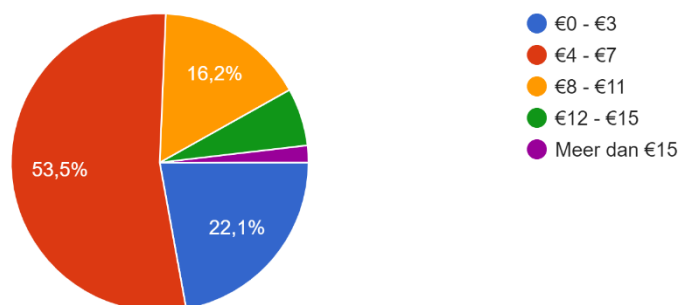
Vraag 10: Wat heeft uw voorkeur als kosten geen rol spelen?

271 antwoorden



Vraag 11: Welke prijs zou u bereid zijn te betalen voor een los magazine dat aan al uw wensen zou voldoen?

271 antwoorden



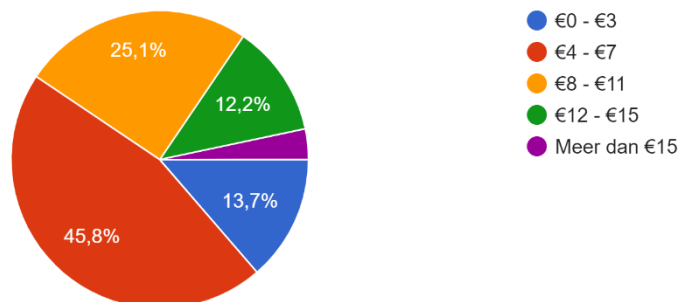
Percentages:

€12 - €15 = 6,3%

Meer dan €15 = 1,8%

Vraag 12: Wat zou u per maand willen betalen aan een abonnement op een magazine dan aan al uw wensen zou voldoen inclusief de verzending naar uw woonadres?

271 antwoorden

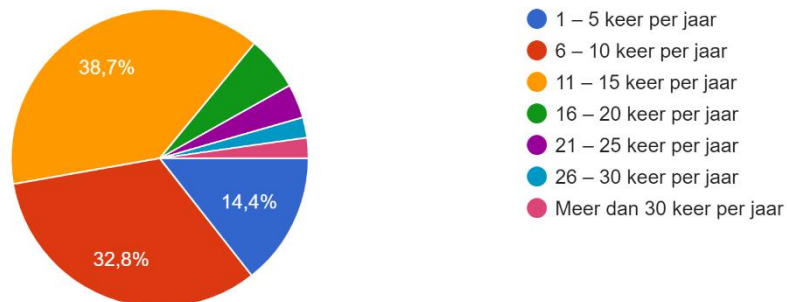


Percentages:

Meer dan €15 = 3,3%

Vraag 13: Hoe vaak zou u een magazine via abonnement thuis willen ontvangen?

271 antwoorden



Percentages:

16 – 20 keer per jaar = 5,9%

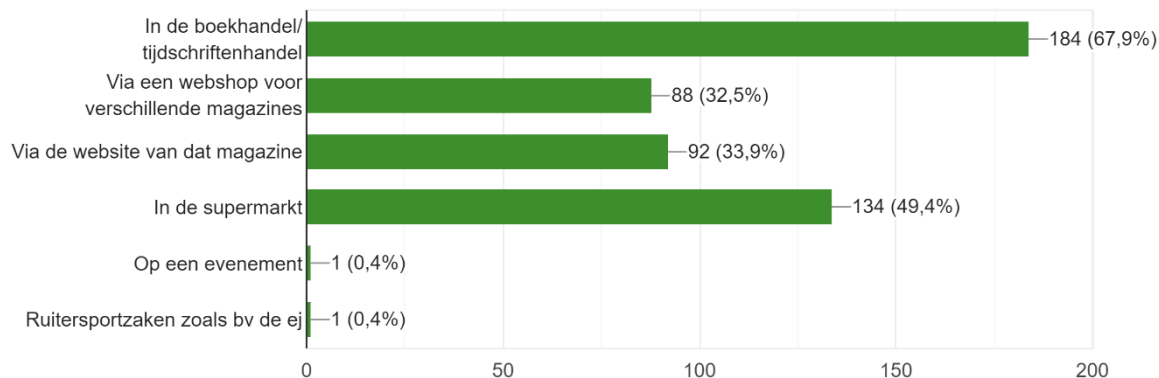
21 – 25 keer per jaar = 3,7%

26 – 30 keer per jaar = 2,2%

Meer dan 30 keer per jaar = 2,2%

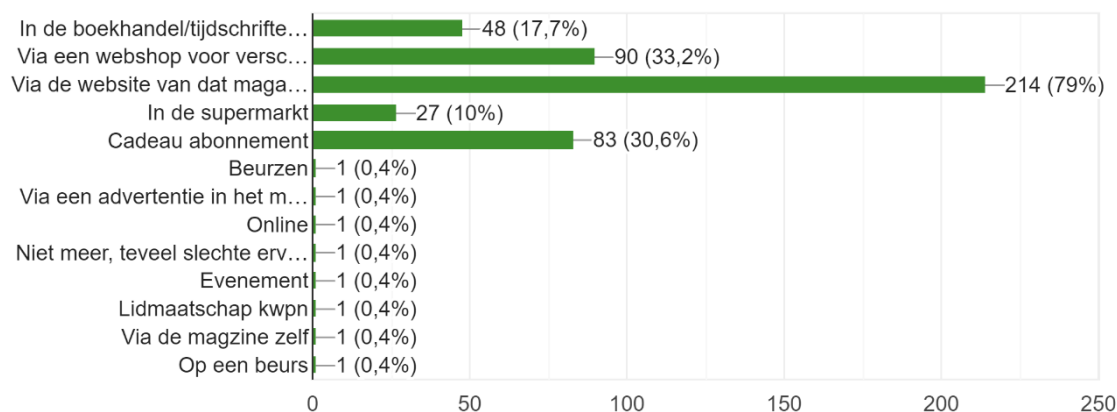
Vraag 14: Waar zou u een los magazine willen kopen? (Hierbij wordt bedoelt: de aankoop van een hippisch magazine zonder abonnement.)

271 antwoorden



Vraag 15: Waar zou u een abonnement aan gaan voor een hippisch magazine?

271 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden:

Regel 1: In de boekhandel/tijdschriftenhandel

Regel 2: Via een webshop voor verschillende magazines

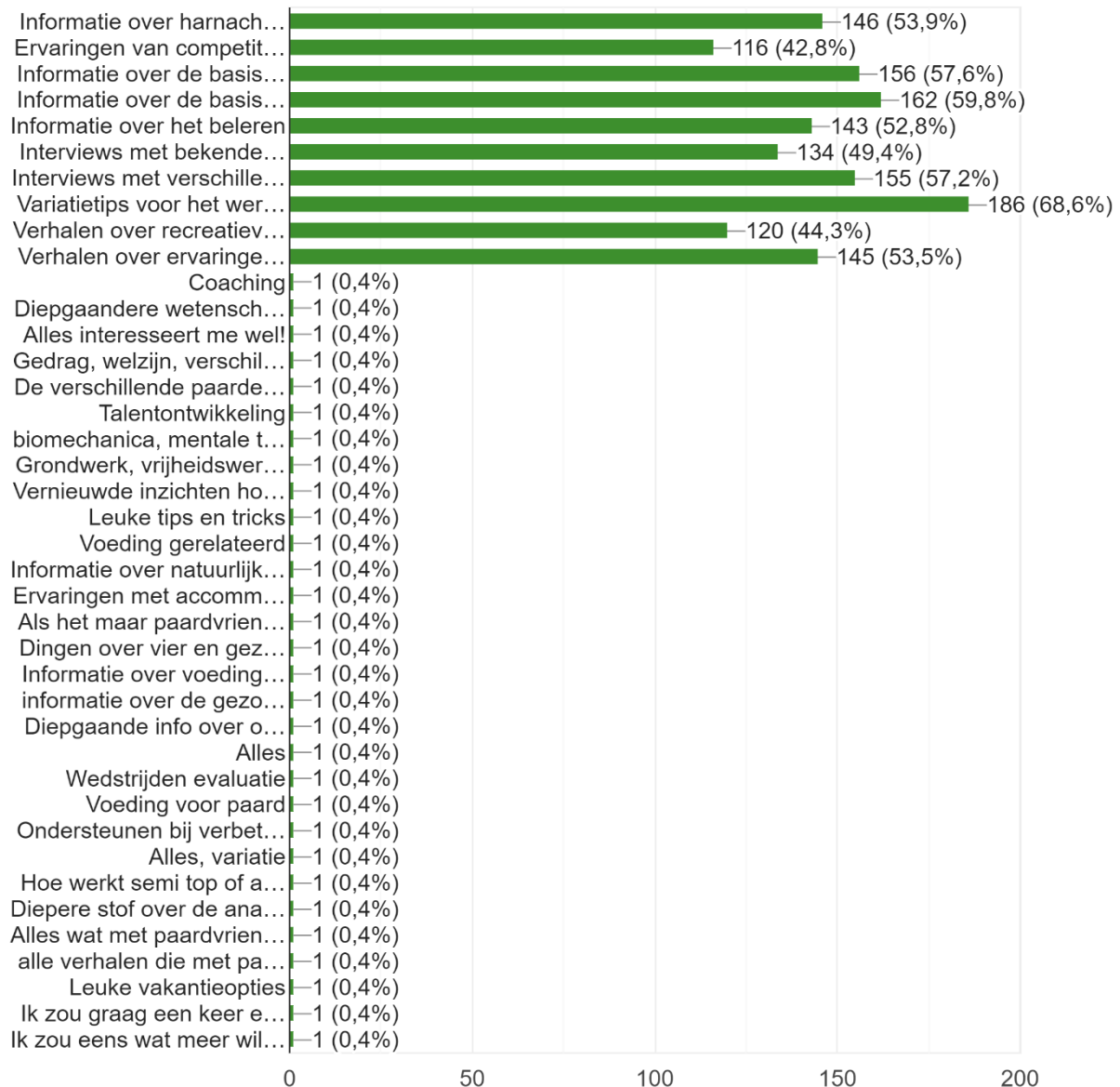
Regel 3: Via de website van dat magazine

Regel 7: Via een advertentie in het magazine

Regel 9: Niet meer, teveel slechte ervaringen

Vraag 16: Wat voor content (inhoud) zou u leuk vinden om te zien in een hippische magazine?

271 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden:

Regel 1: Informatie over harnachement (tuig)

Regel 2: Ervaringen van competitieruiters

Regel 3: Informatie over de basis van het rijden

Regel 4: Informatie over de basis van het omgaan met paarden

Regel 6: Interviews met bekenden in de paardensector

Regel 7: Interviews met verschillende beroepen binnen de paardensector

Regel 8: Variatietips voor het werken met paarden

Regel 9: Verhalen over recreatieve tochten

Regel 10: Verhalen over ervaringen van paardeneigenaren

Regel 12: Diepgaande wetenschappelijke artikelen over bvb biomechanica, voedercomponenten, medisch...

Regel 14: gedrag, welzijn, verschillende manieren van paarden houden, enrichment,.. Een tijdschrift die ervoor zorgt dat mensen meer bewust worden over hun paarden, en niet enkel over het rijden. "Paardrijden" gaat namelijk niet enkel over het rijden, het paard zelf blijft op de eerste plek.

Regel 15: De verschillende paardenrassen

Regel 17: Biomechanica, mentale training en fysieke training van paarden, grondwerk, de hoe/wat/waarom van oefeningen

Regel 18: Grondwerk, vrijheidswerk, natural horsemanship

Regel 19: Vernieuwde inzichten hoor je in mainstream bladen te weinig

Regel 22: Informatie over natuurlijk paarden houden

Regel 23: Ervaringen met accommodaties

Regel 24: Als het maar paardvriendelijk is, dat ontbreekt vaak.

Regel 25: Dingen over vier en gezondheid

Regel 26: Informatie over voeding van paarden en over verschillende rij vormen

Regel 27: informatie over de gezondheid, erfelijkheid en voeding

Regel 28: diepgaande info over omgang met paarden

Regel 32: Ondersteunen bij verbeteren paardenwelzijn op huisvesting en in het rijden van een blij paard

Regel 34: Hoe werkt semi top of amateurs naar wedstrijd toe. Tip over zenuw controle, waarom jureert ze altijd kleine pony's hogere punten omdat het schattig is maar niet laten zien

Regel 35: Diepere stof over de anatomie en de manier waar op een tuig moet passen hierop

Regel 36: alles wat met paardvriendelijke manieren van omgaan met paarden te maken heeft

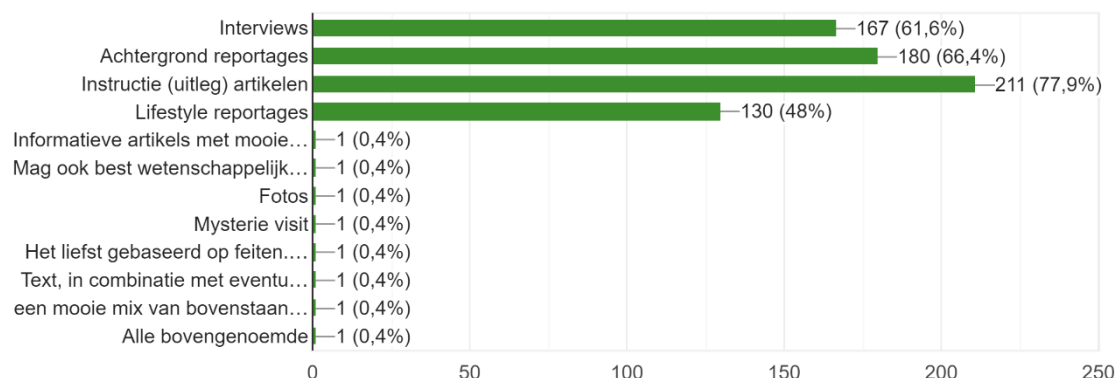
Regel 37: alle verhalen die met paarden te maken hebben van begin tot einde

Regel 39: Ik zou graag een keer een interview lezen met een ruitersfysio, heb nu ook les van mevrouw Delemarre, en die heeft veel kennis in huis!!!

Regel 40: ik zou eens wat meer willen weten van de ruitervitaal opleiding

Vraag 17: In welke vorm zou u de content graag zien?

271 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden:

Regel 5: Informatie artikels met mooie foto's

Regel 6: mag ook best wetenschappelijk van wat hoger niveau

Regel 9: Het liefst gebaseerd op feiten, onder andere van deskundige en wetenschappers

Regel 10: Tekst, in combinatie met eventuele foto's. Vorm maar niet uit, afwisselend

Regel 11: een mooie mix van bovenstaande, dat maakt het lezen van een magazine aantrekkelijk

Vraag 18: Als u kans wilt maken op de prijs, vult u dan hieronder uw e-mailadres in. Wij nemen contact op met de winnaar. Als u nog opmerkingen heeft over de enquête kunt u deze hier doorgeven.
125 antwoorden

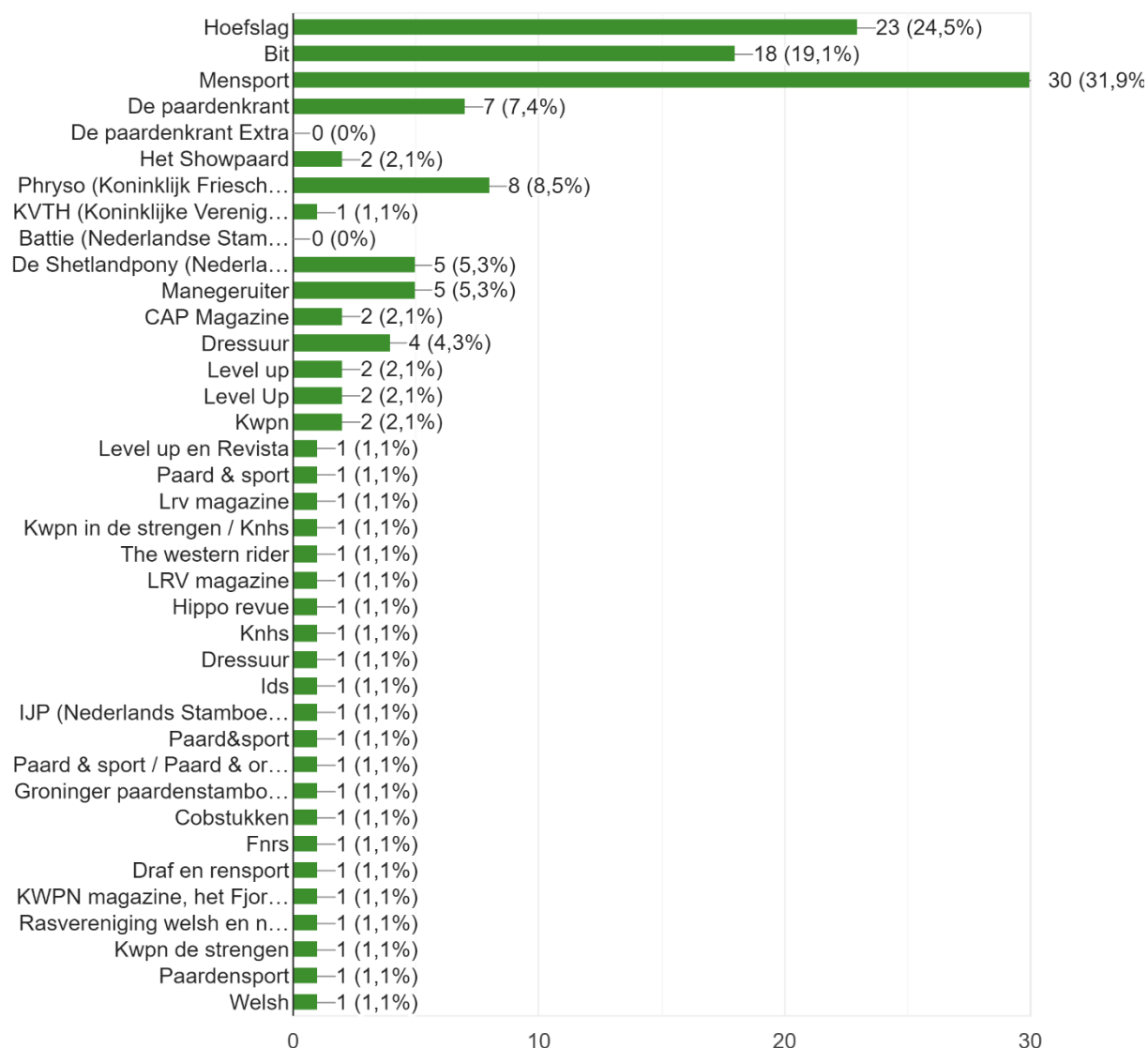
In verband met privacy worden en mailadressen niet gedeeld in het onderzoek.

Bijlage 5. Codering (open) vragen

Vraag 4.

Vraag 4: Van welk(e) gedrukte hippische magazine(s) bent u op dit moment abonnee?

94 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden vraag 4:

Regel 7: Phryso (Koninklijk Friesch Paarden Stamboek)

Regel 8: KVTH (Koninklijke Vereniging het Nederlandse Trekpaard en de Haflinger)

Regel 9: Battie (Nederlandse Stamboek Voor Tinkers)

Regel 10: De Shetlandpony (Nederlands Shetland Pony Stamboek)

Regel 26: IJP (Nederlands Stamboek IJslandse Paarden)

Regel 28: Paard & sport / Paard & organisatie

Regel 29: Groninger stamboek verenigingsblad

Regel 33: KWPN magazine, het Fjordenpaard

Regel 34: Rasvereniging welsh en new forest

De gegeven antwoorden bij anders, namelijk: en de codering hiervan

- Dressuur
- Level up
- Level Up
- Kwpm
- Level up en revista
- Paard & sport
- Lrv magazine
- Kwpm in de strengen / Knhs
- The western rider
- LRV magazine
- Hippo revue
- Knhs
- Dressuur
- Ids
- Ijp (Nederlands Stamboek IJslandse Paarden)
- Paard&sport
- Paard&sport/Paard&onderneming
- Groninger stamboek verenigingsblad
- Cobstukken
- Fnrs
- Draf en rensport
- KWPN magazine, het Fjordenpaard
- Rasvereniging welsh en new forest
- Kwpm de strengen
- Paardensport
- Welsh

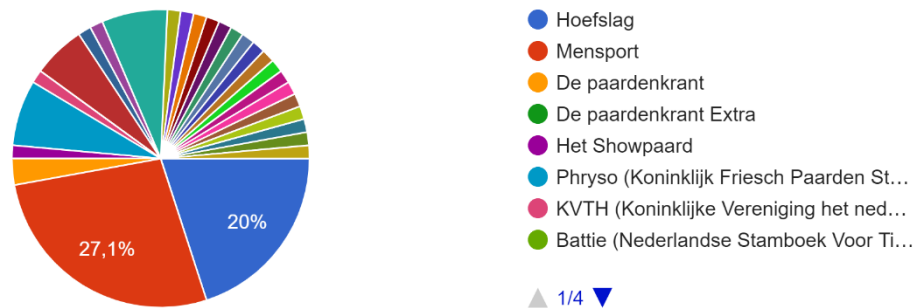
Alle bovengenoemde magazines zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Dressuur (2)
- Level up (3)
- Kwpm (3)
- Revista (1)
- Paard & sport (6)
- LRV magazine (1)
- Hippo revue (1)
- Ids (1)
- Ijp (Nederlands Stamboek IJslandse Paarden) (1)
- Paard & onderneming (1)
- Groninger stamboek verenigingsblad (1)
- Cobstukken (1)
- Fnrs (1)
- Draf en rensport (1)
- Het fjordenpaard (1)
- Welsh en newforest (2)

Vraag 5.

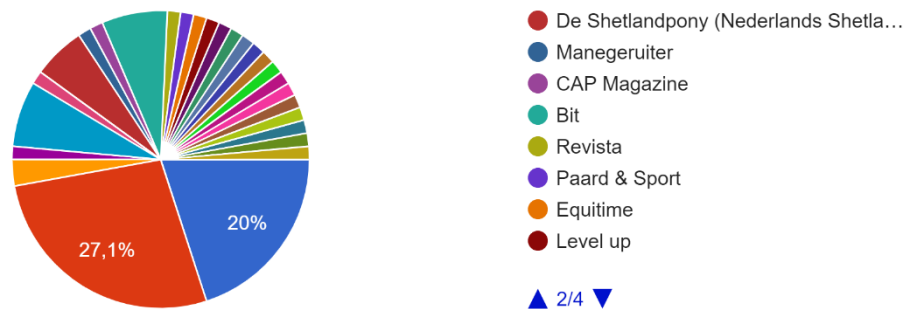
Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
(Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



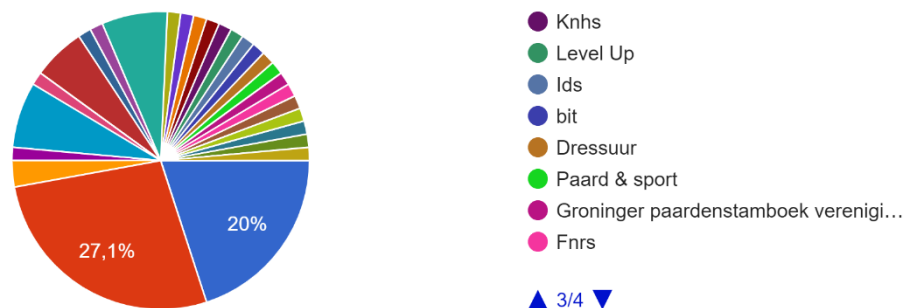
Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
(Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



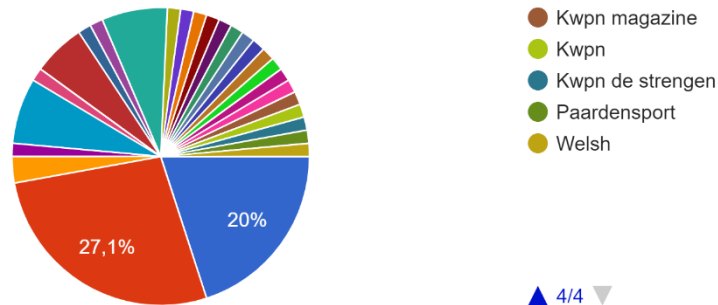
Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
(Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



Vraag 5: Als u abonnee bent van meerdere magazines, van welk magazine bent u het langst lid?
(Houd dit magazine ook bij de volgende vragen aan.)

70 antwoorden



Percentages:

De paardenkrant = 2,9 %

Het Showpaard = 1,4%

Phryso (Koninklijk Friesch Paarden Stamboek) = 7,1%

KVTH (Koninklijke Vereniging het Nederlandse Trekpaard en de Haflinger) = 1,4%

De Shetlandpony (Nederlands Shetland Pony Stamboek) = 5,7%

Manegeruiter = 1,4%

CAP Magazine = 1,4%

Bit = 7,1%

Revista = 1,4%

Paard & sport = 1,4%

Equitime = 1,4%

Level up = 1,4%

KNHS = 1,4%

Level Up = 1,4%

Ids = 1,4%

Bit = 1,4%

Paard & sport = 1,4%

Groninger paardenstamboek verenigingsblad = 1,4%

Fnrs = 1,4%

Kwpn magazine = 1,4%

Kwpn = 1,4%

Kwpn de strengen = 1,4%

Paardensport = 1,4%

Welsh = 1,4%

De gegeven antwoorden bij anders, namelijk: en de codering hiervan

Bit = 5

Revista = 1

Paard & sport = 1

Equitime = 1

Level up = 1

KNHS = 1

Level up = 1

Ids = 1

Bit = 1

Paard & sport = 1

Groninger paardenstamboek verenigingsblad = 1

Fnr's = 1

Kwpn magazine = 1

Kwpn de strengen = 1

Paardensport = 1

Welsh = 1

Alle bovengenoemde magazines zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Bit (5)
- Revista (1)
- Paard & sport (3)
- Equitime (1)
- Level up (2)
- Ids (1)
- Groninger paardenstamboek verenigingsblad (1)
- Fnr's (1)
- Welsh(1)

In latere resultaten en conclusies zullen de resultaten van Revista en Ids niet meegenomen worden aangezien dit geen paard gerelateerde magazines zijn.

Vraag 6.

Vraag 6: Wat mist u voor content (inhoud) in het magazine?

83 antwoorden

Geen

Niks

Niet

Niets

Recreatief: longeren, grondwerk etc

Angst en wantrouwen bij het rijden - bomproof maken van een paard

Ik zou graag meer eigen verhalen en of interviews zien van de gewone abonnees of mensen

Geen idee

Eerlijk gezegd lees ik het niet altijd en kijk ik alleen of er interessante onderwerpen in staan. Ik ben niet op zoek naar een bepaald content.

Verhalen over fokkers van naam

Allerlei info, is voornamelijk enkel vd bwp-fokker

Gebruik van de Shetlander maar dan vooral door kinderen. Er is wel een klein gedeelte men en rij, maar dat is vooral mannen door volwassenen. Ik zou het ook erg leuk vinden om meer van onze jeugd te lezen, bijvoorbeeld rubriek 'Pret met je Shet'

Talentontwikkeling

Paarden die correct getraind worden

Ik zou graag wat meer "door de ogen van de jury" stukken willen lezen

Meer verdieping

Content is altijd erg interessant, misschien alleen jammer dat er geen rubriek rasbeschrijving is

Meer Belgische artikels en verslagen van Belgische wedstrijden

Trainingstips waar je zelf meteen enthousiast van wordt om te gaan proberen

Naast mensport artikelen zou het leuk zijn om ook wat meer informatieve artikelen in het magazine te lezen over het paard in het algemeen.

Ik vind het prima zo

Wedstrijd verslagen

Meer wedstrijdverslagen, veeartsenij

Info over nieuwe ruitersporen

Verslagen over overnachtingsmogelijkheden; Paardenhotels; B&B's, campings enzo waar je fijn met een eigen paard kan overnachten. En dan breed alle aspecten en mogelijkheden bij zo'n accommodatie. Elke maand een leuke andere accommodatie en gebied om uit te rijden.

Meer info voor de hobbyisten/recreatie. Bijna alleen top of subtop dia aan het woord komen.

Eigenlijk niet zo veel. Misschien mag er iets meer in over het werken vanaf de grond om een menpaard te verbeteren

Aandacht voor lokale en regionale verenigingen

Uitslagen van wedstrijden

Instructies

Dat het vaak op 1 discipline is gericht

tips voor manege ruiters

Soms wat inhoudelijke artikelen (diepgaand op een bepaald onderwerp)

geen

De doorsnee professional aan het woord. Niet altijd de kaste leden, zoons of dochters van, of mensen met te veel geld en stijlvolle accommodaties. Het is voor veel profs gewoon hard werken en wei of verdienen, en niet altijd rozengeur en maneschijn.

Fokkerij advies

Meer fokkerij zaken. En trainen bij de wereld top. Meer info over buitenlandse top ruiters/amazones

Niks

Het is een mooi divers magazine

x

Niks, is een fijn magazine.

Berichten uit de regio. Nu te weinig

niets

Niets, is erg compleet

Meer dressuur gericht en met gewone ruiters

Informatie over verschillende soorten tuig en wat goed werkt bij welke situatie

Innovatie nieuwe producten

-

Wedstrijdgerichte zaken

Wedstrijdverslagen

Uitdagende content voor de ervaren manegeruiter

Nog niet echt iets

Goede en leuke praktische tips voor o.a. grondwerk. Zaken die thuis direct zelf kunt oefenen/proberen

Fokkerij

Info over de juiste voeding en eventueel welk merk.

Nvt

Eigenlijk komen alle zaken wel aan bod

Meerdere uitvoerbare inspirerende praktijkvoorbeelden voor de "gewone" paardenliefhebber

Mix aan info

Prijzen/kosten van bv producten en diensten die zij promoten

Wedstrijdverslagen

Wat meer over lange afstandsruiters i.c.m. trektochten

Ingezonden stukjes van lezers / wedstrijd verslagen basissport / reportages over hobby menners

(dit was tijdens corona al beter, omdat er geen grote wedstrijden waren - was er ook eens plek voor enthousiaste hobbyisten)

Inhoudelijke zaken op tuigage, wagens.. en dan niet alleen door een grote namen

Regionieuws...de amateursport...technische veranderingen

Weet niet

Niks. Helemaal tevreden mee

Fokkerij verhalen

Lol met je Fries artikelen. Er staat nu vooral veel fok-info in. Logisch aangezien het een stamboek-magazine is. Maar er zijn nog zoveel meer mooie verhalen te vertellen over wat liefhebbers allemaal meemaken met hun Fries i.p.v. alleen wie welke score heeft gehaald op welke wedstrijd

Wellicht meer western. Maar dat komt eens in de zoveel tijd wel aan bod.

Managetests dezelfde zat er vroeger wel in

Ik mis niet echt wat

Helaas is het geen weekblad meer. Nu moet je, als je up to date wil blijven, achter je pc zitten

Ben heel blij met het magazine!

Geen. Leuk gevarieerd magazine.

Welzijn paard

Alle bovengenoemde magazines zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Tevreden met huidige content (24)
- Meer variatie (3)
- Meer diepgaand/wetenschappelijk (4)
- Ervaringsverhalen en recreatie (10)
- Paard en voeding (6)
- Wedstrijd en training (10)
- Amateursport (7)
- Regionaal (7)
- Fokkerij (5)
- Producten (2)

Vraag 7.

Vraag 7: Welke content (inhoud) ziet u liever niet meer in het magazine?

73 antwoorden

Geen

-

Geen idee

Niets

/

Nvt

Minder reclame

Geen idee

Ik vind de interviews met fokkers in Portugal niet interessant

Verder geen opmerkingen, voor elk wat wils

Publireklame

Bitten, ijzers.

Geen idee. Keuringen mag wat mij betreft wel iets minder. Keuringsuitslagen gewoon via de website

Herhalingen

Dat er nog steeds in de hoge dressuursport de rolkür wordt toegestaan.

Artikelen die eigenlijk verkapte reclame zijn

Veel reclame en gesponsorde items

Geen enkele

Laatste tijd veel shetlanderhobby gehalte

Rubriek geschiedenis rijtuigen

Interviews met bekende mensen over het topsector, dit is gewoonweg voor de meeste mensen niet haalbaar

Ik vind het prima zo

Reclame voor hele dure merken

X

Niks

Rondje regio heeft voor mij geen toegevoegde waarde. Reportage over enthousiast recreatie ruiter vind ik prima.

Alles wat er in het blad staat vindt ik wel goed. En vooral nuttig

Klassieke rijtuigen

kleding verkoop

Wedstrijd uitslagen

geen

Nieuwsitems uit de regio. Deze staan ook online op de hoefslag.nl

Ik vind alles leuk

Tuigpaarden info

Op zich tevreden. Soms kijken ze wat eenzijdig. Maar ze doen ook wat met de reacties daarop. Zo vonden wij dat ze erg negatief en kort door de bocht waren over bitloos rijden. Daar hebben we toen zelf een artikel over geschreven wat ze gepubliceerd hebben.

x

Soms te veel interviews.

niet te veel reclame

-

Artikelen die herhaald worden

Zoveel reclame

Dat is persoonlijk. Mij interesseert de geschiedenis (verschillende onderwerpen) vrij weinig.

Te kinderachtige dingen, voor de echte beginner

De mensen die roepen dat je vooral moet gaan voor een paard met een heel goede stamboom

Is goed zo

Kleding, fotoshoots

Is gewoon goed

Een hele geschiedenis verhaal over opbouw van oude koetsen

Heel blad over een onderwerp: tuigpaarden

Ongeschreven meningen

Alles mag blijven!

Dressuur

Geen mening - lees ik het toch niet.

Kunst dingen

Vele sluipreclame

Persoonlijke meningen

Weet niet

Ik ben tevreden met hoe het nu is

Te veel reclames

Interviews met ruiters. Ik vindt medisch of training veel interessanter. Dan wie welk paard op het moment op stal heeft staan of wat ze allemaal aan prijzen behaald hebben.

Hoeveelheid reclame

Onrealistische reclames of spam reclames

Niets specifiek

?

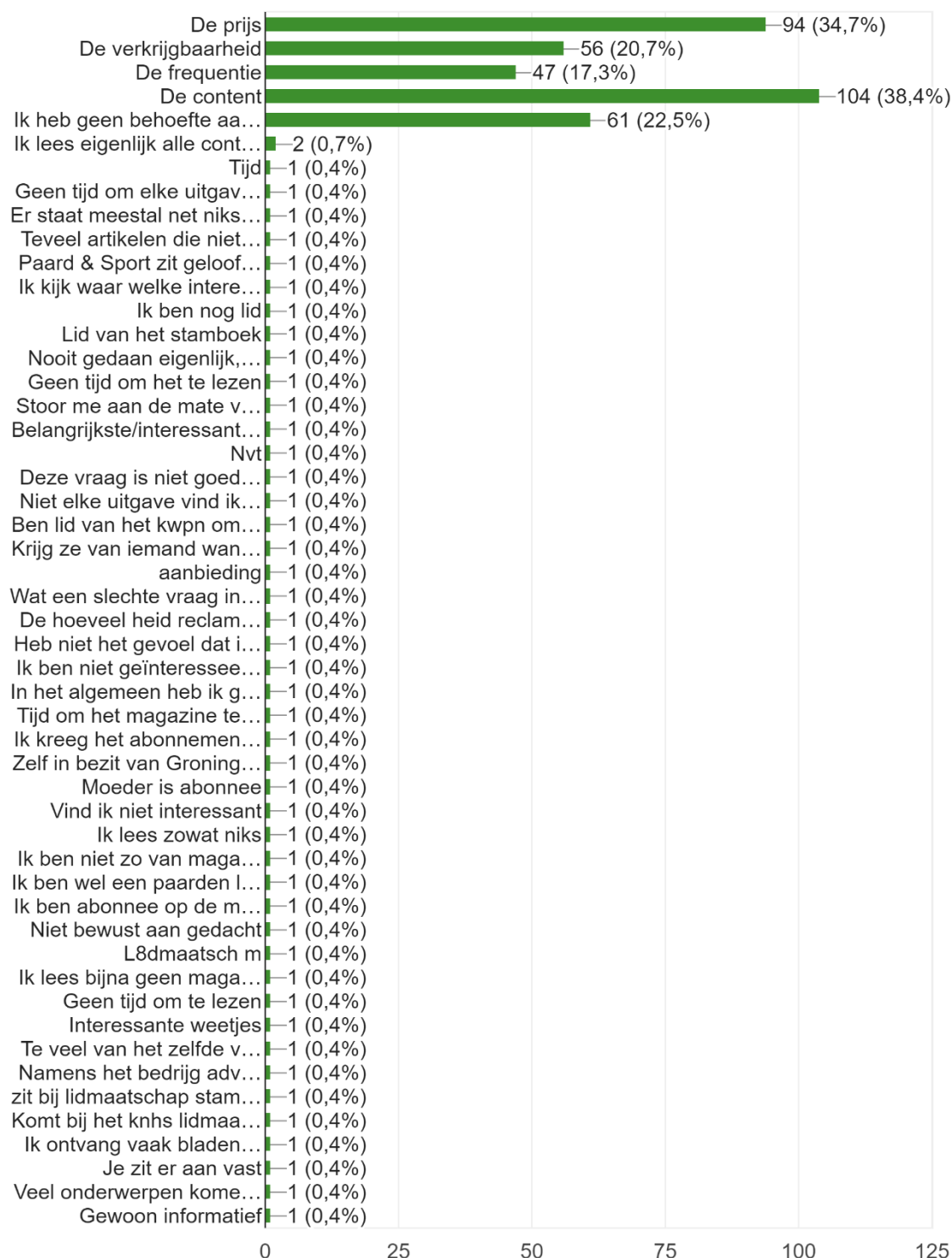
Alle bovengenoemde magazines zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Tevreden met huidige content (25)
- Reclame (13)
- Meningen (2)
- Uitslagen keuringen/wedstrijden (2)
- Sportniveau (4)
- Herhaling van content (2)
- Regionaal (3)
- Interviews (2)
- Geschiedenis, en rij producten (5)
- Ras of discipline gericht (3)

Vraag 9.

Vraag 9: Welke factor is de reden dat u wel of geen abonnee bent van een hippisch magazine?

271 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden:

Regel 5: Ik heb geen behoefte aan een gedrukt magazine

Regel 6: Ik lees eigenlijk alle content van dit soort magazines online

Regel 8: Geen tijd om elke uitgave te lezen

Regel 9: Er staat meestal net niks in. Of alleen KWPN dingen

Regel 10: Teveel artikelen die mijn bij mijn 'idee' van paarden houden aansluit en meestal ook veel artikels die op niets trekken

Regel 11: Paard & Sport zit geloof ik in je lidmaatschap van de KNHS

Regel 12: Ik kijk waar welke interessante artikels in staan

Regel 15: Nooit gedaan eigenlijk, misschien niet vast willen zitten aan abonnement

Regel 17: Stoor me aan de mate van gerichte merchandising door geplaatste artikelen

Regel 18: Belangrijkste/interessantste dingen staan online

Regel 20: Deze vraag is niet goed te beantwoorden

Regel 21: Niet elke uitgave vind ik even interessant

Regel 22: Ben lid van het kwpn omdat ik anders mijn veulen niet kan registreren dus krijg het bad automatisch

Regel 23: Krijg ze van iemand wanneer de abonneerhouder is uitgelezen

Regel 25: Wat een slechte vraag in deze context en gezien mijn eerdere antwoorden

Regel 26: De hoeveelheid reclame en promotieartikelen

Regel 27: Het niet het gevoel dat ik was mis, omdat er ook gewoon heel veel artikelen op social media etc. gepubliceerd worden.

Regel 28: Ik ben niet geïnteresseerd in paardenbladen

Regel 29: In het algemeen heb ik geen behoefte aan magazines

Regel 30: Tijd om het magazine te lezen

Regel 31: Ik kreeg het abonnement toen ik begon met rijlessen op de manege

Regel 32: Zelf ik bezit van Groninger hengst

Regel 36: Ik ben niet zo van magazines

Regel 37: Ik ben wel een paardenliefhebber maar niet genoeg om een magazine te kopen over paarden. Ik ben wel abonnee van een honden en katten magazine..

Regel 38: Ik ben abonnee op de mensport, maar meerdere bladen vind ik te duur

Regel 41: ik lees bijna geen magazines en heb ook nog nooit van dit blad gehoord

Regel 44: Te veel van het zelfde vaak kopie van jaargang ervoor

Regel 45: Namens het bedrijf adverteren we in verschillende magazines. Als we daar een exemplaar krijgen lees ik hem vaak door.

Regel 46: zit bij lidmaatschap stamboek

Regel 47: Komt bij het knhs lidmaatschap

Regel 48: Ik ontvang vaak bladen van iemand anders.

Regel 50: Veel onderwerpen komen steeds terug, en nieuwe onderwerpen lijken interessant, maar hebben dan geen diepgang, vaak vind ik op internet meer info.

De gegeven antwoorden bij anders, namelijk: en de codering hiervan

- Ik lees eigenlijk alle content van dit soort magazines online
- Tijd
- Geen tijd om elke uitgave te lezen
- Er staat meestal net niks in. Of alleen KWPN dingen
- Teveel artikelen die mijn bij mijn 'idee' van paarden houden aansluit en meestal ook veel artikels die op niets trekken
- Paard & Sport zit geloof ik in je lidmaatschap van de KNHS
- Ik kijk waar welke interessante artikels in staan
- Ik ben nog lid
- Lid van het stamboek
- Nooit gedaan eigenlijk, misschien niet vast willen zitten aan abonnement
- Geen tijd om het te lezen
- Stoor me aan de mate van gerichte merchandising door geplaatste artikelen
- Belangrijkste/interessantste dingen staan online
- Nvt
- Deze vraag is niet goed te beantwoorden

- Niet elke uitgave vind ik even interessant
- Ben lid van het kwpn omdat ik anders mijn veulen niet kan registreren dus krijg het bad automatisch
- Krijg ze van iemand wanneer de abonenthouder is uitgelezen
- Aanbieding
- Wat een slechte vraag in deze context en gezien mijn eerdere antwoorden
- De hoeveelheid reclame en promotieartikelen
- Het niet het gevoel dat ik was mis, omdat er ook gewoon heel veel artikelen op social media etc. gepubliceerd worden.
- Ik ben niet geïnteresseerd in paardenbladen
- In het algemeen heb ik geen behoefte aan magazines
- Tijd om het magazine te lezen
- Ik kreeg het abonnement toen ik begon met rijlessen op de manege
- Zelf ik bezit van Groninger hengst
- Moeder is abonnee
- Vind ik niet interessant
- Lees zowat niks
- Ik ben niet zo van magazines
- Ik ben wel een paardenliefhebber maar niet genoeg om een magazine te kopen over paarden. Ik ben wel abonnee van een honden en katten magazine..
- Ik ben abonnee op de mensport, maar meerdere bladen vind ik te duur
- Niet bewust aan gedacht
- L8dmaatschap m
- ik lees bijna geen magazines en heb ook nog nooit van dit blad gehoord
- geen tijd om te lezen
- interessante weetjes
- Te veel van het zelfde vaak kopie van jaargang ervoor
- Namens het bedrijf adverteren we in verschillende magazines. Als we daar een exemplaar krijgen lees ik hem vaak door.
- zit bij lidmaatschap stamboek
- Komt bij het knhs lidmaatschap
- Ik ontvang vaak bladen van iemand anders.
- Je zit er aan vast
- Veel onderwerpen komen steeds terug, en nieuwe onderwerpen lijken interessant, maar hebben dan geen diepgang, vaak vind ik op internet meer info.
- Gewoon informatief

Alle bovengenoemde antwoorden zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de “anders, namelijk:...” antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Geen duidelijk antwoord (5)
- Niet bewust lid (7)
- Lees via anderen of online (6)
- Tijd (5)
- Geen interesse paardenmagazine (6)
- Geen abonnement willen, sporadisch een magazine (5)
- Content (10)
- Prijs (1)

Van dezelfde “anders, namelijk:...” antwoorden is een selectie gemaakt tussen leden en niet-leden. Hieronder is een overzicht te zien van de “anders, namelijk:...” antwoorden die zijn gegeven door de niet-leden en de codering hiervan.

- Ik lees eigenlijk alle content van dit soort magazines online
- Tijd
- Geen tijd om elke uitgave te lezen
- Er staat meestal net niks in. Of alleen KWPN dingen
- Teveel artikelen die mijn bij mijn 'idee' van paarden houden aansluit en meestal ook veel artikels die op niets trekken
- Ik kijk waar welke interessante artikels in staan
- Nooit gedaan eigenlijk, misschien niet vast willen zitten aan abonnement
- Geen tijd om het te lezen
- Stoor me aan de mate van gerichte merchandising door geplaatste artikelen
- Belangrijkste/interessantste dingen staan online
- Niet elke uitgave vind ik even interessant
- Krijg ze van iemand wanneer de abonnementhouder is uitgelezen
- De hoeveelheid reclame en promotieartikelen
- Het niet het gevoel dat ik was mis, omdat er ook gewoon heel veel artikelen op social media etc. gepubliceerd worden.
- Ik ben niet geïnteresseerd in paardenbladen
- In het algemeen heb ik geen behoefte aan magazines
- Tijd om het magazine te lezen
- Moeder is abonnee
- Vind ik niet interessant
- Lees zowat niks
- Ik ben niet zo van magazines
- Ik ben wel een paardenliefhebber maar niet genoeg om een magazine te kopen over paarden. Ik ben wel abonnee van een honden en katten magazine..
- Niet bewust aan gedacht
- ik lees bijna geen magazines en heb ook nog nooit van dit blad gehoord
- geen tijd om te lezen
- Te veel van hetzelfde vaak kopie van jaargang ervoor
- Namens het bedrijf adverteren we in verschillende magazines. Als we daar een exemplaar krijgen lees ik hem vaak door.
- Ik ontvang vaak bladen van iemand anders.
- Je zit er aan vast
- Veel onderwerpen komen steeds terug, en nieuwe onderwerpen lijken interessant, maar hebben dan geen diepgang, vaak vind ik op internet meer info.

Alle bovengenoemde antwoorden zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Geen duidelijk antwoord (1)
- Lees via anderen of online (6)
- Tijd (5)
- Geen interesse paardenmagazine (6)
- Geen abonnement willen, sporadisch een magazine (4)
- Content (8)

Hieronder zijn de “anders, namelijk:...” antwoorden die gegeven zijn door de leden. En de codering hiervan.

- Paard & Sport zit geloof ik in je lidmaatschap van de KNHS
- Ik ben nog lid

- Lid van het stamboek
- Nvt
- Deze vraag is niet goed te beantwoorden
- Ben lid van het kwpn omdat ik anders mijn veulen niet kan registreren dus krijg het bad automatisch
- Aanbieding
- Wat een slechte vraag in deze context en gezien mijn eerdere antwoorden
- Ik kreeg het abonnement toen ik begon met rijlessen op de manege
- Zelf ik bezit van Groninger hengst
- Ik ben abonnee op de mensport, maar meerdere bladen vind ik te duur
- L8dmaatschap m
- interessante weetjes
- zit bij lidmaatschap stamboek
- Komt bij het knhs lidmaatschap
- Gewoon informatief

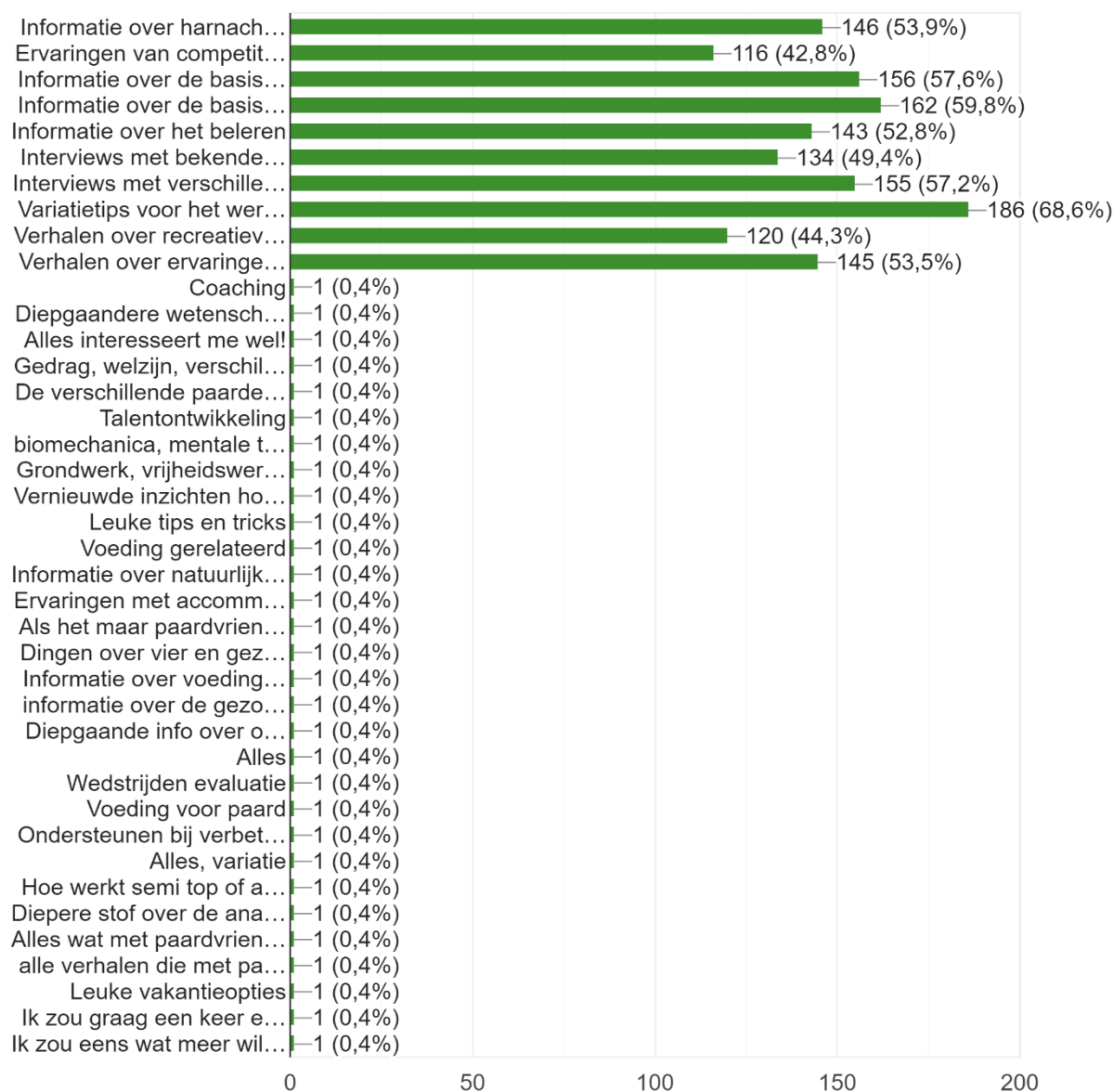
Alle bovengenoemde antwoorden zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de “anders, namelijk:...” antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Geen duidelijk antwoord (4)
- Niet bewust lid (8)
- Content (2)
- Prijs (2)

Vraag 16.

Vraag 16: Wat voor content (inhoud) zou u leuk vinden om te zien in een hippische magazine?

271 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden:

Regel 1: Informatie over harnachement (tuig)

Regel 2: Ervaringen van competitieruiters

Regel 3: Informatie over de basis van het rijden

Regel 4: Informatie over de basis van het omgaan met paarden

Regel 6: Interviews met bekenden in de paardensector

Regel 7: Interviews met verschillende beroepen binnen de paardensector

Regel 8: Variatietips voor het werken met paarden

Regel 9: Verhalen over recreatieve tochten

Regel 10: Verhalen over ervaringen van paardeneigenaren

Regel 12: Diepgaande wetenschappelijke artikelen over bvb biomechanica, voedercomponenten, medisch...

Regel 14: gedrag, welzijn, verschillende manieren van paarden houden, enrichment,.. Een tijdschrift die ervoor zorgt dat mensen meer bewust worden over hun paarden, en niet enkel over het rijden. "Paardrijden" gaat namelijk niet enkel over het rijden, het paard zelf blijft op de eerste plek.

Regel 15: De verschillende paardenrassen

Regel 17: Biomechanica, mentale training en fysieke training van paarden, grondwerk, de hoe/wat/waarom van oefeningen

Regel 18: Grondwerk, vrijheidswerk, natural horsemanship

Regel 19: Vernieuwde inzichten hoor je in mainstream bladen te weinig

Regel 22: Informatie over natuurlijk paarden houden

Regel 23: Ervaringen met accommodaties

Regel 24: Als het maar paardvriendelijk is, dat ontbreekt vaak.

Regel 25: Dingen over vier en gezondheid

Regel 26: Informatie over voeding van paarden en over verschillende rij vormen

Regel 27: informatie over de gezondheid, erfelijkheid en voeding

Regel 28: diepgaande info over omgang met paarden

Regel 32: Ondersteunen bij verbeteren paardenwelzijn op huisvesting en in het rijden van een blij paard

Regel 34: Hoe werkt semi top of amateurs naar wedstrijd toe. Tip over zenuw controle, waarom jureert ze altijd kleine pony's hogere punten omdat het schattig is maar niet laten zien

Regel 35: Diepere stof over de anatomie en de manier waar op een tuig moet passen hierop

Regel 36: alles wat met paardvriendelijke manieren van omgaan met paarden te maken heeft

Regel 37: alle verhalen die met paarden te maken hebben van begin tot einde

Regel 39: Ik zou graag een keer een interview lezen met een ruitersfysio, heb nu ook les van mevrouw Delemarre, en die heeft veel kennis in huis!!!

Regel 40: ik zou eens wat meer willen weten van de ruitervitaal opleiding

De gegeven antwoorden bij anders, namelijk: en de codering hiervan:

- Coaching
- Diepgaande wetenschappelijke artikels over bvb biomechanica, voedercomponenten, medisch...
- Alles interesseert me wel!
- gedrag, welzijn, verschillende manieren van paarden houden, enrichment,.. Een tijdschrift die ervoor zorgt dat mensen meer bewust worden over hun paarden, en niet enkel over het rijden. "Paardrijden" gaat namelijk niet enkel over het rijden, het paard zelf blijft op de eerste plek.
- De verschillende paardenrassen
- Talentontwikkeling
- Biomechanica, mentale training en fysieke training van paarden, grondwerk, de hoe/wat/waarom van oefeningen
- Grondwerk, vrijheidswerk, natural horsemanship
- Vernieuwde inzichten hoor je in mainstream bladen te weinig
- Leuke tips en tricks
- Voeding gerelateerd
- Informatie over natuurlijk paarden houden
- Ervaringen met accommodaties
- Als het maar paardvriendelijk is, dat ontbreekt vaak.
- Dingen over vier en gezondheid
- Informatie over voeding van paarden en over verschillende rij vormen
- informatie over de gezondheid, erfelijkheid en voeding
- diepgaande info over omgang met paarden
- alles
- wedstrijdevaluatie

- voeding van paard
- Ondersteunen bij verbeteren paardenwelzijn op huisvesting en in het rijden van een blij paard
- Alles, variatie
- Hoe werkt semi top of amateurs naar wedstrijd toe. Tip over zenuw controle, waarom jureert ze altijd kleine pony's hogere punten omdat het schattig is maar niet laten zien
- Diepere stof over de anatomie en de manier waar op een tuig moet passen hierop
- alles wat met paardvriendelijke manieren van omgaan met paarden te maken heeft
- alle verhalen die met paarden te maken hebben van begin tot einde
- leuke vakantieopties
- Ik zou graag een keer een interview lezen met een ruitersfysio, heb nu ook les van mevrouw Delemarre, en die heeft veel kennis in huis!!!
- ik zou eens wat meer willen weten van de ruitervitaal opleiding

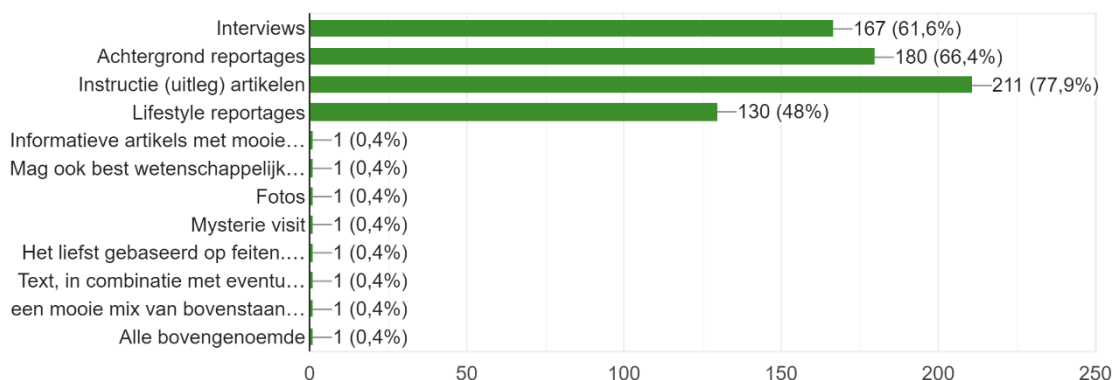
Alle bovengenoemde antwoorden zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Geen voorkeur (3)
- Paard en voeding (13)
- Huisvesting en welzijn en training (12)
- Werk en opleiding (2)
- Wedstrijdsport (2)
- Vernieuwende inzichten (1)
- Vakantieopties (1)

Vraag 17.

Vraag 17: In welke vorm zou u de content graag zien?

271 antwoorden



Moeilijk leesbare antwoorden:

Regel 5: Informatie artikels met mooie foto's

Regel 6: mag ook best wetenschappelijk van wat hoger niveau

Regel 9: Het liefst gebaseerd op feiten, onder andere van deskundige en wetenschappers

Regel 10: Tekst, in combinatie met eventuele foto's. Vorm maar niet uit, afwisselend

Regel 11: een mooie mix van bovenstaand, dat maakt het lezen van een magazine aantrekkelijk

De gegeven antwoorden bij anders, namelijk: en de codering hiervan:

- Informatieve artikels met mooie foto's
- Mag ook best wetenschappelijk van wat hoger niveau
- Foto's
- Mysterie visit
- Het liefst gebaseerd op feiten. Onder andere van deskundige en wetenschappers.
- Tekst, in combinatie met eventuele foto's. Vorm maakt niet uit, afwisselend.
- Een mooie mix van bovenstaand, dat maakt het lezen van een magazine aantrekkelijk
- Alle bovengenoemde

Alle bovengenoemde antwoorden zijn onderverdeeld in categorieën. Hierdoor kan een duidelijker beeld worden gegeven. Na codering kunnen de antwoorden opgeteld worden per categorie. Dit geeft:

- Combinatie tekst en foto's (2)
- Fotoreportage (1)
- Wetenschappelijk (2)
- Afwisseling (2)
- Mysterie visit (1)
- Alle bovengenoemde bestaan uit: interviews, achtergrond reportages, instructie (uitleg) artikelen en lifestyle reportages. (1)

Bijlage 6. Tabellen per magazine

Aan de hand van de antwoorden op enquêtevraag 5 zijn de respondenten opgedeeld in de magazines waar deze abonnee van zijn. Aan de hand van vraag 6, 7 en 8 is de tabel gevuld met relevante informatie.

Hoefslag abonnees (16 respondenten)					
Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Amateursport	Topsector	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3,88 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3,19 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.
Fokkerij	Regionaal				
Buitenlandse top	Herhaling van artikelen				
Producten	Reclame				
Paard en voeding					

Mensport abonnees (26 respondenten)					
Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Recreatief trainen, grondwerk	Reclame	Gemiddeld: 2,96 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4,04 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 4,5 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.
Belgisch	Niveau van de artikelen				
Informatie paard en voeding	Geschiedenis klassieke rijtuigen				
Wedstrijdgericht	Uitgesproken mening				
Huisvesting en overnachting					
Regionale berichten					

Paardenkrant abonnees (3 respondenten)					
Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Diepgaande stukken	Wedstrijd gericht	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en	Gemiddeld: 3,67 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en	Gemiddeld: 3,67 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

		een 5 te veel.	een 5 wel goed.	een 5 wel goed.	
--	--	----------------	-----------------	-----------------	--

Het Showpaard abonnees (1 respondent)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
N.V.T.	N.V.T.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 5 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 5 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

Phryso (Koninklijk Friesch Paarden Stamboek) abonnees (5 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Ervaringsverhalen	Sterke mening	Gemiddeld: 3,4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 4,2 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 2,8 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.
Recreatie en grondwerk	Reclame				
	Veel interviews				

KVTH (Koninklijke Vereniging het nederlandse Trekpaard en de Haflinger) abonnees (1 respondent)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
N.V.T.	N.V.T.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 5 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

De Shetlandpony (Nederlands Shetland Pony Stamboek) abonnees (4 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Fokkers	Keuring uitslagen	Gemiddeld: 2,67	Gemiddeld: 3	Gemiddeld: 3,67	Gemiddeld: 3,33
Verschillende disciplines		Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.
Verhalen kinderen					

Manegeruiter abonnees (1 respondent)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Uitdaging ervaren ruiter	Laag niveau artikelen	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 5 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 2 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

CAP Magazine abonnees (2 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Angst bij paard	N.V.T.	Gemiddeld: 3,5	Gemiddeld: 4,5	Gemiddeld: 5	Gemiddeld: 3,5
Rasbeschrijving		Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

Bit abonnees (11 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Regionaal	Reclame	Gemiddeld: 3	Gemiddeld: 3,82	Gemiddeld: 4,45	Gemiddeld: 2,82
Amateursport	Dressuur				
Wedstrijdsport	Kunst				

Fokkerij		Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.
Producten					

Paard & sport abonnees (4 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Harnachement	Interviews ruiter	Gemiddeld: 2,75	Gemiddeld: 3,5	Gemiddeld: 3,5	Gemiddeld: 2,25
Western	Reclame				
Diepgang stukken		Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

Equitime abonnees (1 respondent)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Afwisseling	Reclame	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

Level up abonnees (3 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
N.V.T.	Bitten en ijzers	Gemiddeld: 3,33 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en	Gemiddeld: 4,67 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en	Gemiddeld: 4,67 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te

		een 5 te veel.	een 5 wel goed.	een 5 wel goed.	veel en een 5 te weinig.
--	--	----------------	-----------------	-----------------	--------------------------

Groninger paardenstamboek verenigingsblad abonnees (1 respondent)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
N.V.T.	N.V.T.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

FNRS abonnees (1 respondent)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
N.V.T.	N.V.T.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

Welsh abonnees (1 respondent)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
N.V.T.	N.V.T.	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 5 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 1 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

KWPN abonnees (3 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
Afwisseling	Reclame	Gemiddeld: 3	Gemiddeld: 4	Gemiddeld: 4,67	Gemiddeld: 2,33
Fokkerij	Enkel onderwerp per blad	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.

Dressuur abonnees (3 respondenten)

Missende onderwerpen	Storende factoren	Score aantal pagina's	Score opmaak	Score voorpagina	Score advertenties
N.V.T.	Reclame	Gemiddeld: 3 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te weinig en een 5 te veel.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 4 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 niet goed en een 5 wel goed.	Gemiddeld: 2 Op een schaal van 1 tot 5. Hierbij is een 1 te veel en een 5 te weinig.