



Jos Vervoort
Market Research Support

Marktonderzoekrapport Vernieuwing Magazine 'Onze Luchtmacht'



*In opdracht van Koninklijke Nederlandse
Vereniging Onze Luchtmacht*



v2, 24 januari 2022



- Onderzoekaanleiding en -doelstellingen
- Opzet en uitvoering
- Management Summary
- Respondenten
- Resultaten

- Bijlagen



Onderzoekaanleiding en -doelstellingen

- Het ledental van de Koninklijke Nederlandse Vereniging Onze Luchtmacht (KNVOL) loopt terug. Deze terugloop wordt veroorzaakt door een matige aanwas van (jongere) leden in combinatie met het wegvallen van veel oudere leden wegens overlijden
- Om deze trend om te draaien is een marketingplan in ontwikkeling. Als input voor dit marketingplan is eind 2021 een marktonderzoek gehouden onder de leden
- In dit onderzoek is ook de vernieuwing van het officiële orgaan van de vereniging, het blad 'Onze Luchtmacht' onderzocht
- De vernieuwing bestaat uit het aantreden van een nieuwe redactie, aanpassing van de lay-out en indeling, modernere schrijfstijl en lichte wijzigingen in het aanbod van onderwerpen
- Het onderzoek naar het blad is inventariserend en dit rapport bevat dan ook nauwelijks aanbevelingen
- Bij een aantal resultaten is een hypothese geformuleerd over de oorzaak en wordt aangegeven door een andere **kleur** en voorzien van vraagteken

- Opzet onderzoek:
 - ✈ Vragenlijst in Google Forms
 - ✈ Vragenlijst ontwikkeld met o.a. input van de 'Klankbordgroep Marketingplan' en de redactie van 'Onze Luchtmacht'
 - ✈ **De link voor de vragenlijst is uitgestuurd naar die leden waarvan een emailadres bekend is**
 - ✈ Het aantal uitgestuurde uitnodigingen bedraagt circa 3700
 - ✈ De uitnodiging is uitgestuurd namens de Voorzitter Koninklijke Vereniging Onze Luchtmacht
 - ✈ De uitnodiging is verstuurd eind week 44, 2021
- Er zijn 552 bruikbare, ingevulde vragenlijsten retour ontvangen. Een respons van 17%, hetgeen als goed te kwalificeren valt
- De respons is ook representatief voor het ledenbestand
- Behalve op het kenmerk leeftijd (*jong* $\leq$ 49jaar/*oud* $\geq$ 50jaar) blijken er weinig verschillen in de antwoorden te zitten op basis van andere kenmerken zoals bijv. opleidingsniveau, duur lidmaatschap, etc.

Management Summary

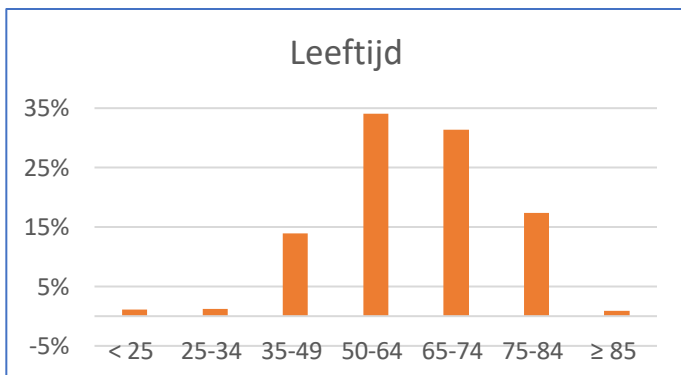


- De vernieuwing wordt zeer positief beoordeeld: 64% oordeelt (veel) beter. Slechts 2.9% vindt het een verslechtering
- De vernieuwing wordt vooral gewaardeerd wegens lay-out, foto's en leesbaarheid
- De interesse in veel rubrieken is prima. Lager scoren 'artikelen over (oud)personeelsleden van de KLu' en 'boeken'. Van deze rubrieken wil men ook minder zien evenals van 'nieuws-spreads'. Vooral over 'hedendaagse vliegtuigen' heeft men graag meer artikelen
- De nieuwsrubrieken 'Binnenland/Buitenland' voorzien duidelijk in een behoefte
- Meer dan 80% vindt de QR-codes interessant, men wil vooral visueel materiaal
- De begrijpelijkheid is goed. Een goede uitleg van technische termen en afkortingen draagt hieraan bij. Op dit vlak zijn ook nog de grootste verbeteringen mogelijk
- Het oordeel over de foto's is zeer goed
- Uitstekende overall scores, zowel voor het schoolcijfer (8,6) als voor de Net Promoter Score (56%)

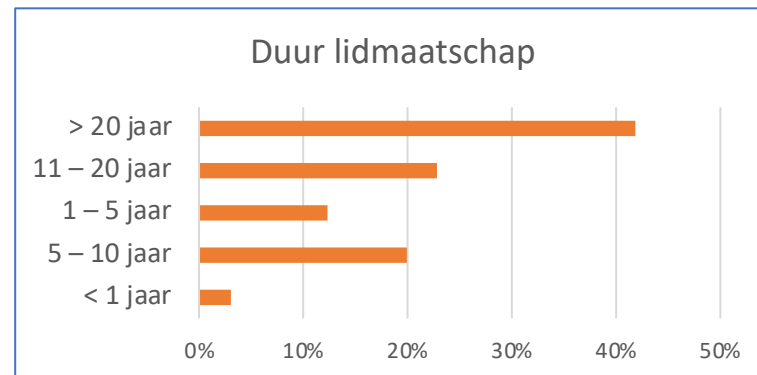
Het wordt sterk aanbevolen de antwoorden op de open vragen te lezen. Zie bijlage



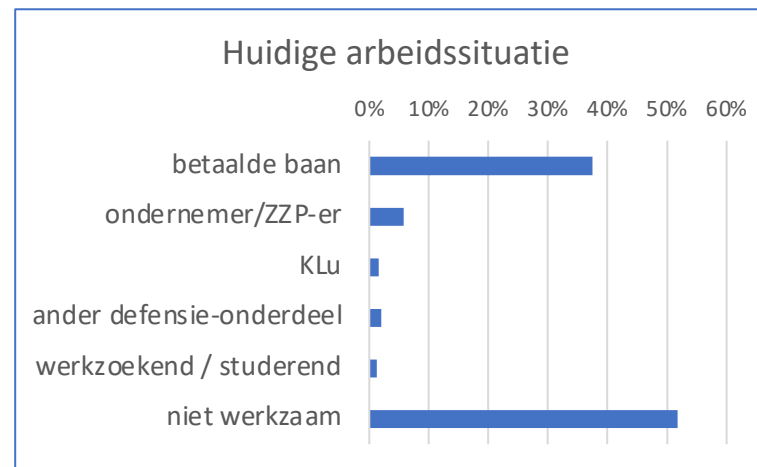
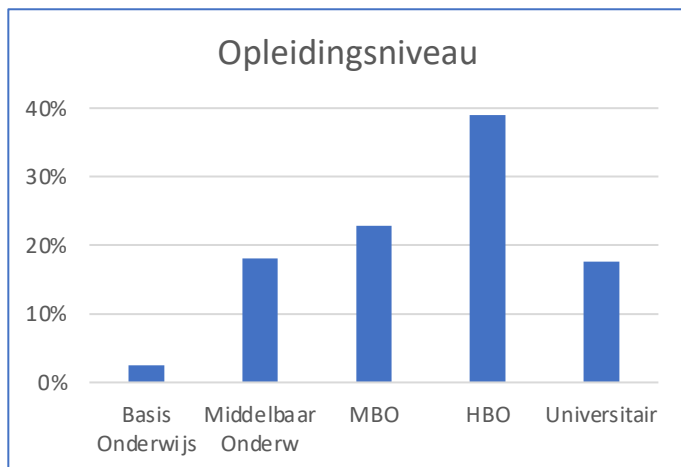
Respondenten (1)



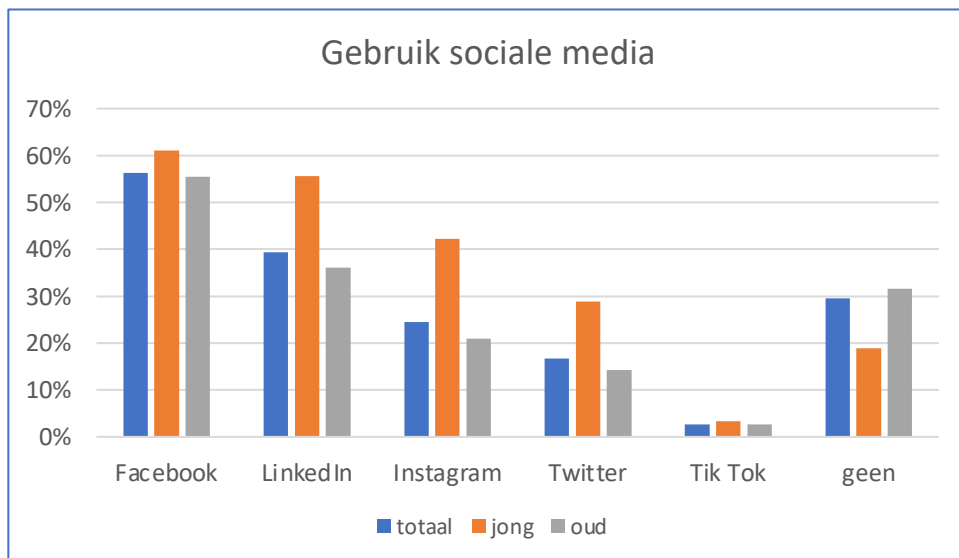
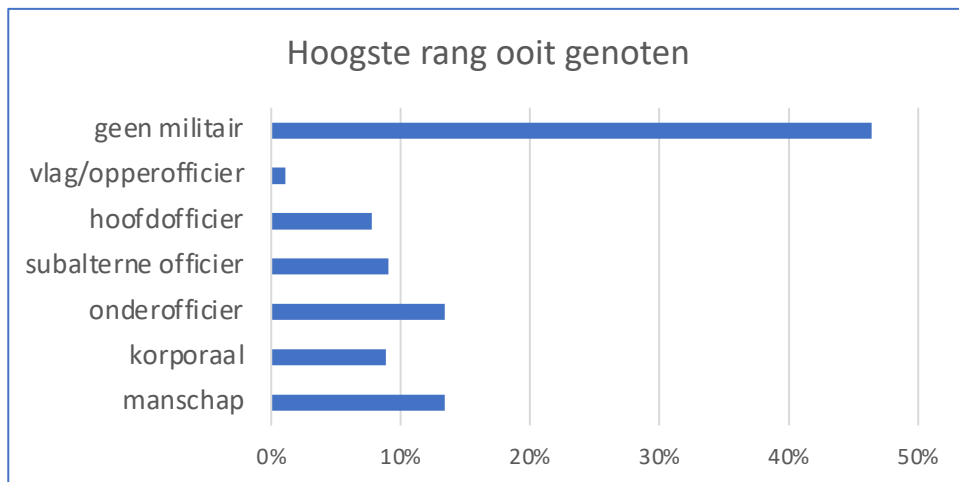
- Gemiddelde leeftijd:
62.3 jaar



- Gemiddelde duur lidmaatschap:
18.3 jaar



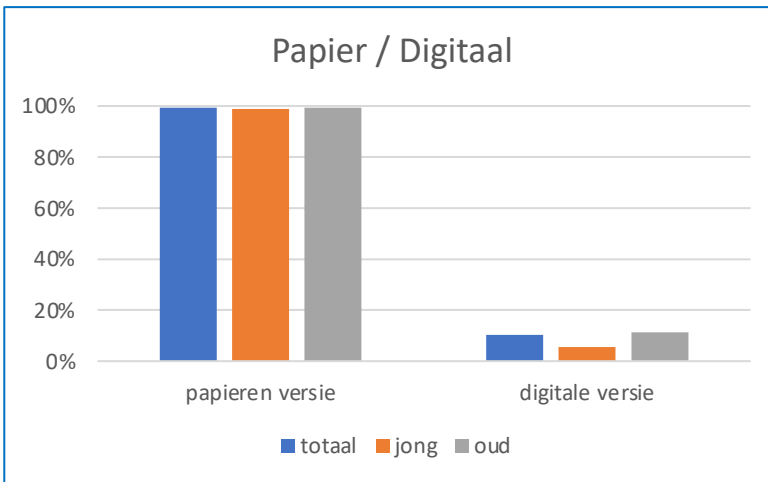
Respondenten (2)



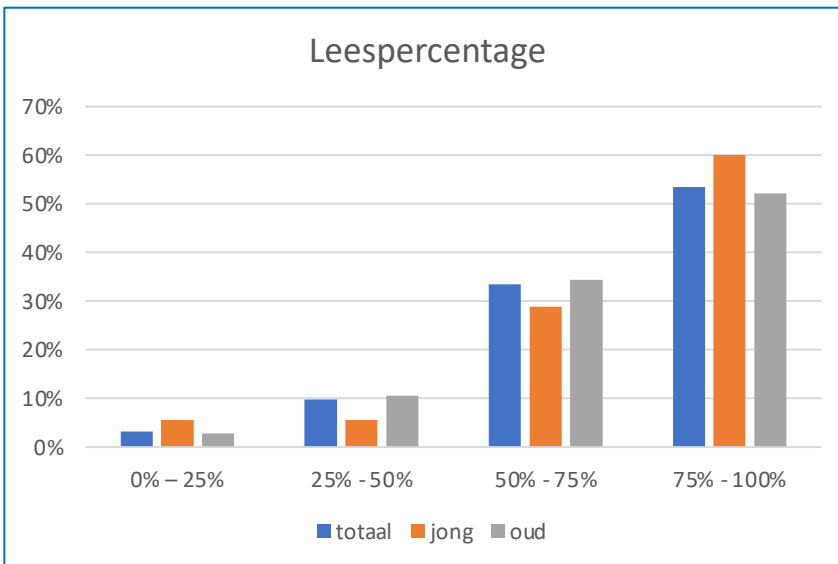
- 54% van de respondenten is nu militair c.q. ooit geweest
- 17.4% werkt/heeft gewerkt in de luchtvaartindustrie
- Daarvan heeft 34% nooit bij defensie gewerkt (= 6% van totaal)
- Ook onder *jong* nog een substantiële 19% die geen sociale media gebruikt
- LinkedIn veel gebruikt, onder *jong* zelfs 56%



Leesgedrag



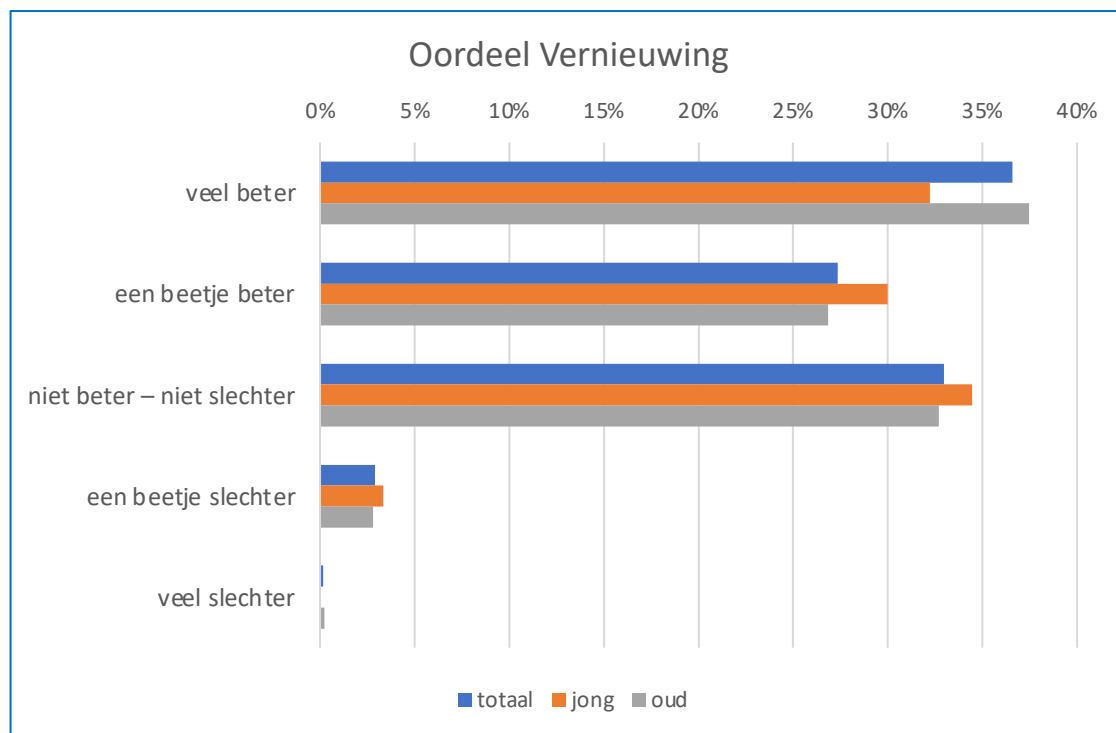
- *Oud* leest meer digitaal dan *jong*
- Heeft meer tijd?



- 87% leest het blad voor de helft of meer
- Maar liefst 53% leest meer dan 75% van het blad
- Het aanbod van en variëteit in artikelen sluit dus goed aan op de wensen van de lezers

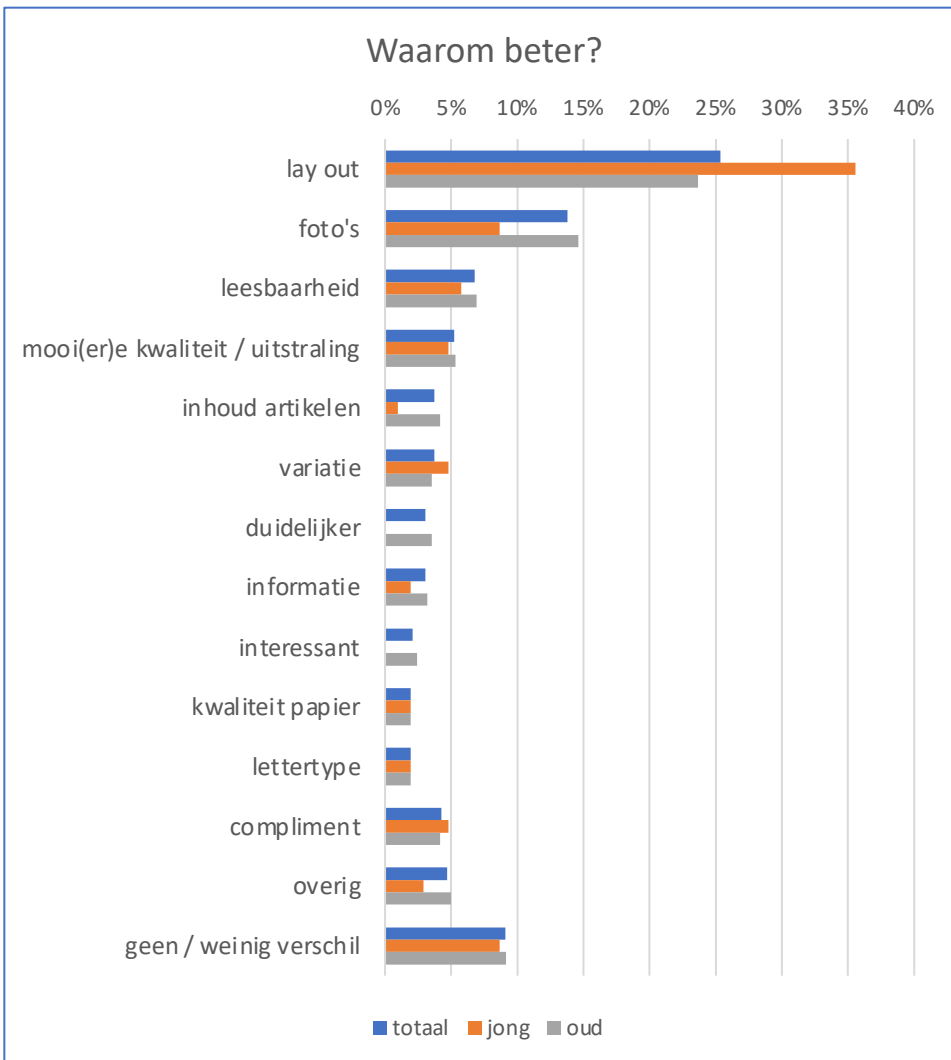


Waardering vernieuwing



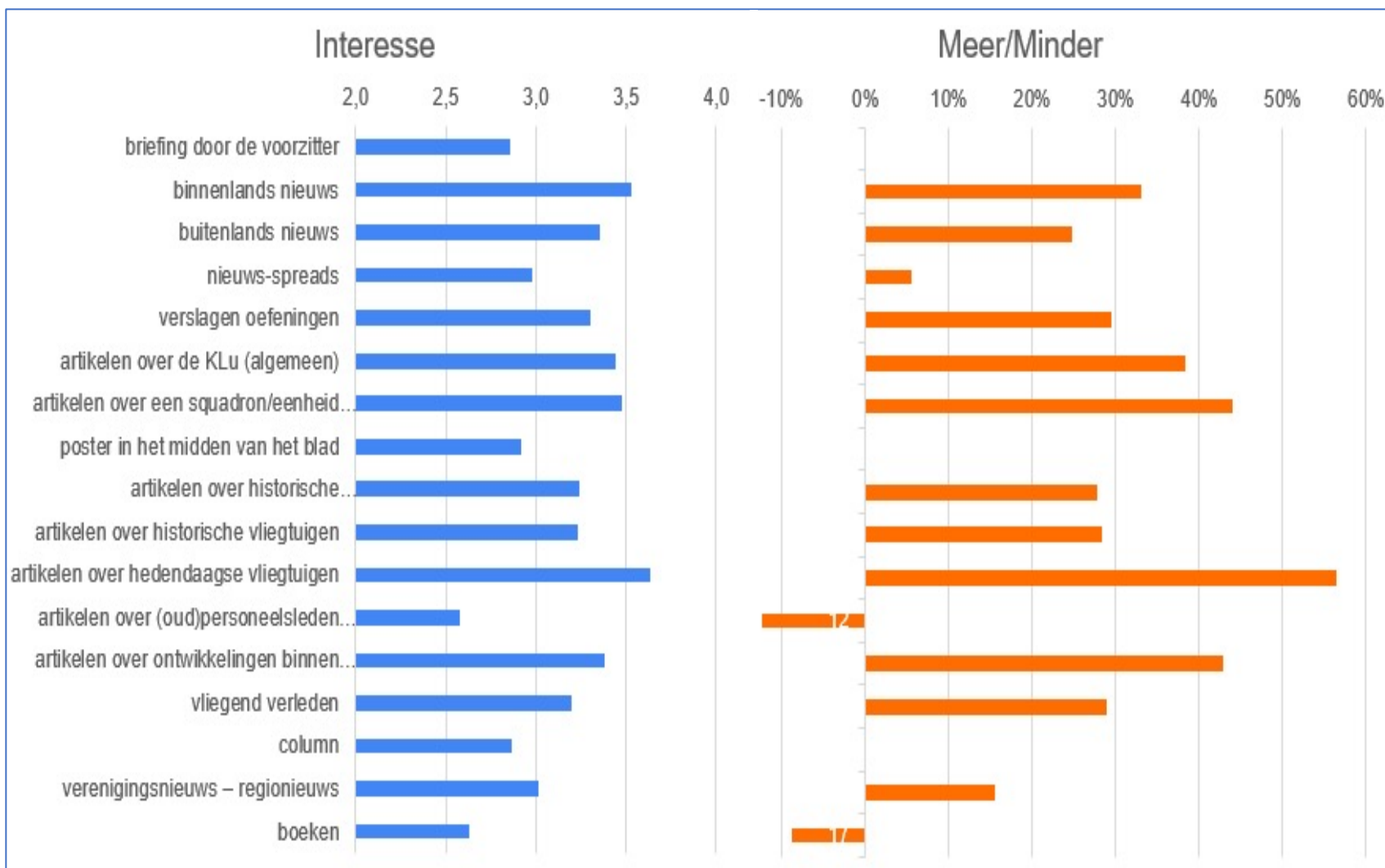
- De vernieuwing wordt zeer positief beoordeeld: 64% oordeelt (veel) beter
- Slechts 2.9% vindt het een verslechtering
- *Oud* is iets positiever dan *jong*
- Jong is al wat meer gewend aan deze lay-out vanuit andere bladen?

Redenen waardering

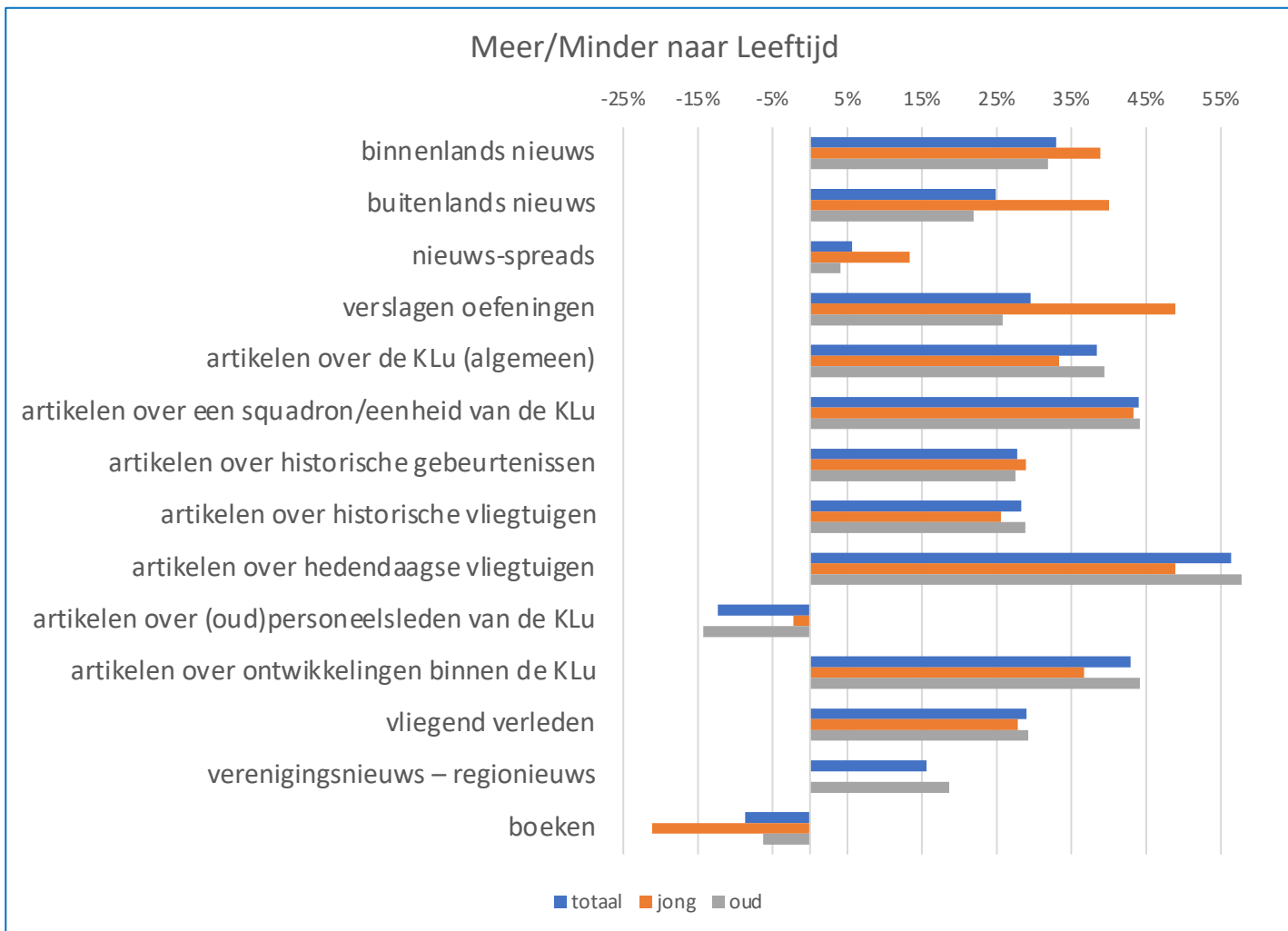


- De vernieuwing wordt vooral gewaardeerd wegens lay-out, foto's en leesbaarheid
- *Jong* veel positiever dan *oud* over lay-out. *Jong* is al wat meer gewend aan deze lay-out vanuit andere bladen?
- De inhoud van de artikelen legt bij de positieve waardering veel minder gewicht in de schaal
- Foto's scoren lager bij *jong* dan bij *oud*
- *Jong* is meer gewend aan mooiere foto's vanuit andere bronnen of zelf fotograferen?

Interesse in rubrieken (1)



Interesse in rubrieken (2)



Interesse in rubrieken (3)

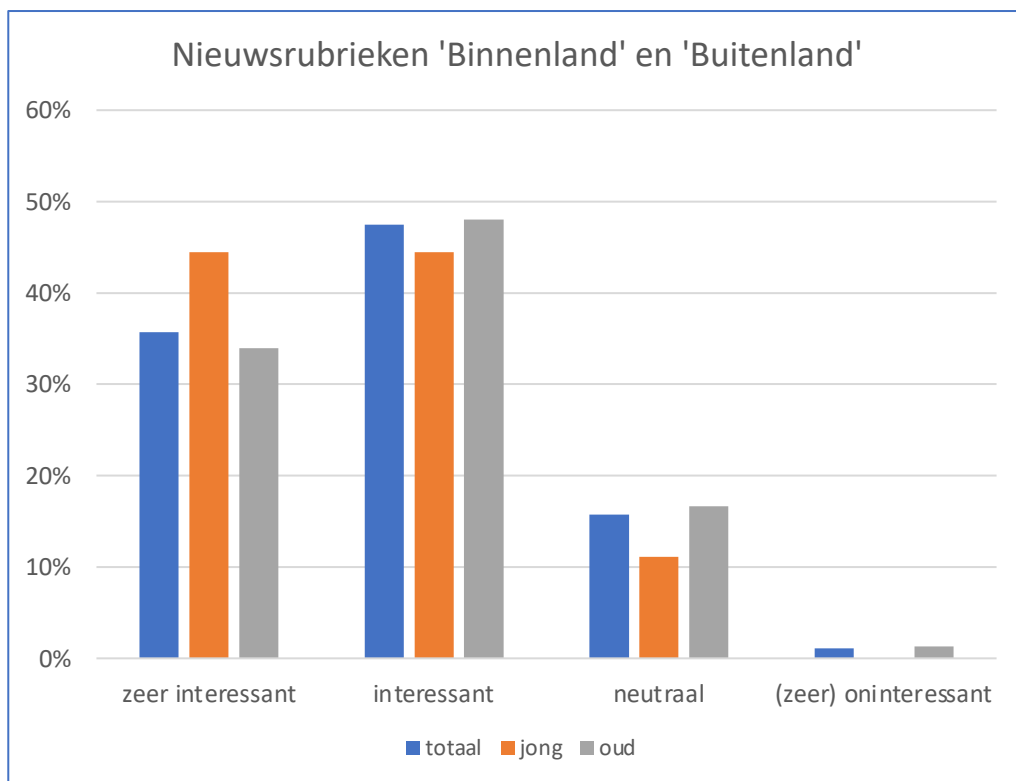


- De interesse in veel rubrieken is prima
- Lager scoren 'artikelen over (oud)personeelsleden van de KLu' en 'boeken' en iets minder lager de twee 'columns' en de 'poster' in het hart van het blad
- Van 'artikelen over (oud)personeelsleden van de KLu' en 'boeken' wil men ook minder zien, direct gevolgd door 'nieuws-spreads'
 - NB: de twee 'columns' en de 'poster' zijn niet uitgevraagd bij meer/minder
- Vooral over 'hedendaagse vliegtuigen' heeft men graag meer artikelen
- Qua leeftijd zijn er duidelijke verschillen te zien bij 'buitenlands nieuws', 'nieuws-spreads' en 'verslagen oefeningen', waarvan *jong* duidelijk meer wil zien
- Van 'boeken' wil vooral *jong* minder lezen en van '(oud)personeelsleden van de KLu' opvallend genoeg *oud*
- *Oud* wil meer artikelen gerelateerd aan de KLu
- Een aantal respondenten waarschuwt voor het verwaarlozen van het 'verenigingsnieuws – regionieuws' omdat zij het blad als verenigingsorgaan zien
- Jongeren zien 'Onze Luchtmacht' iets meer als een algemeen luchtvaartmagazine dan ouderen?

Nieuwsrubrieken



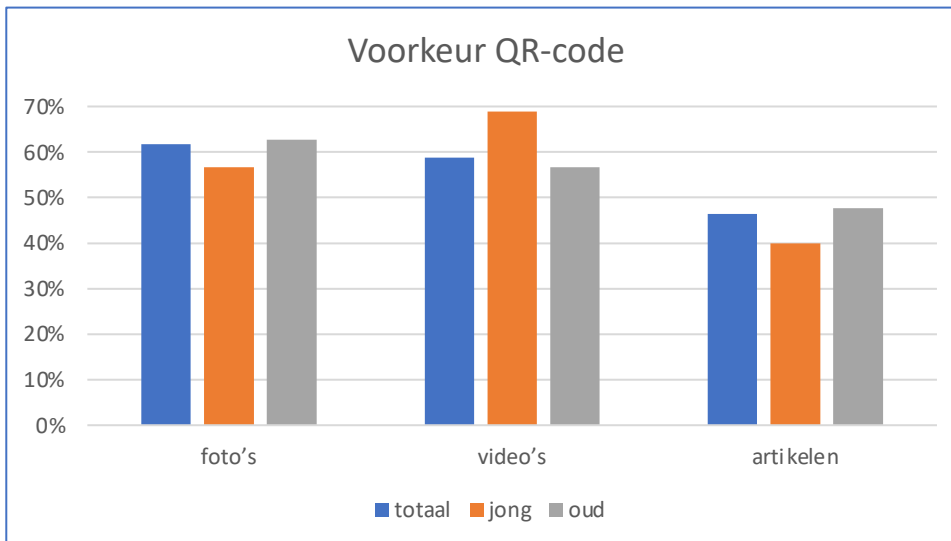
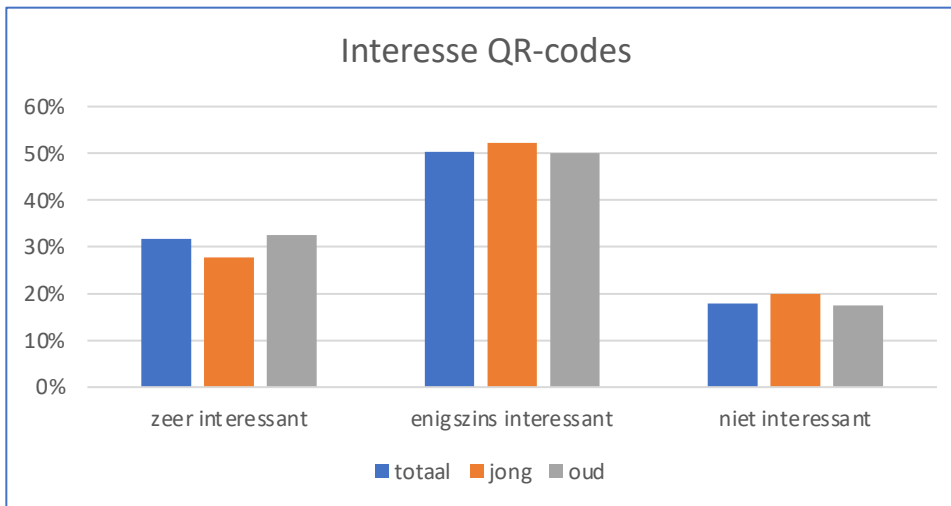
Vraag: In 'Onze Luchtmacht' staan de nieuwsrubrieken 'Binnenland' en 'Buitenland' met het nieuws van de afgelopen twee maanden. In hoeverre vindt u het interessant deze nieuwsoverzichten te lezen of leest u dergelijk nieuws al elders, bijvoorbeeld op digitale media?



- De rubrieken voorzien duidelijk in een behoefte
- Zelfs met iets meer nadruk onder *jong*



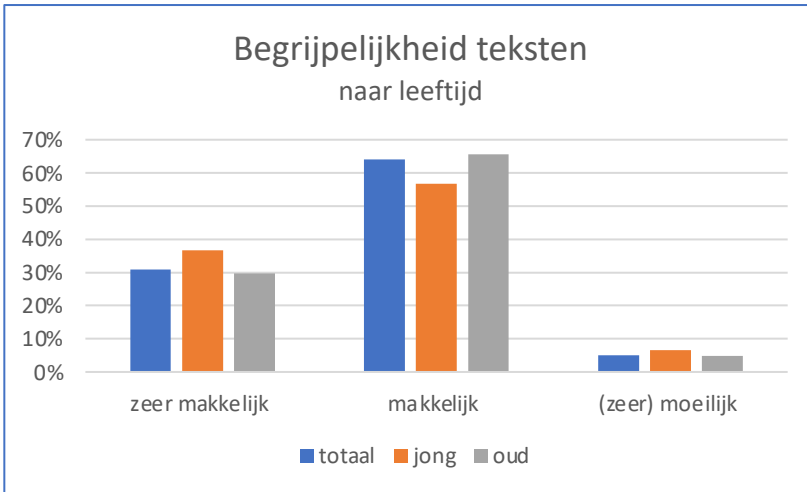
QR-codes



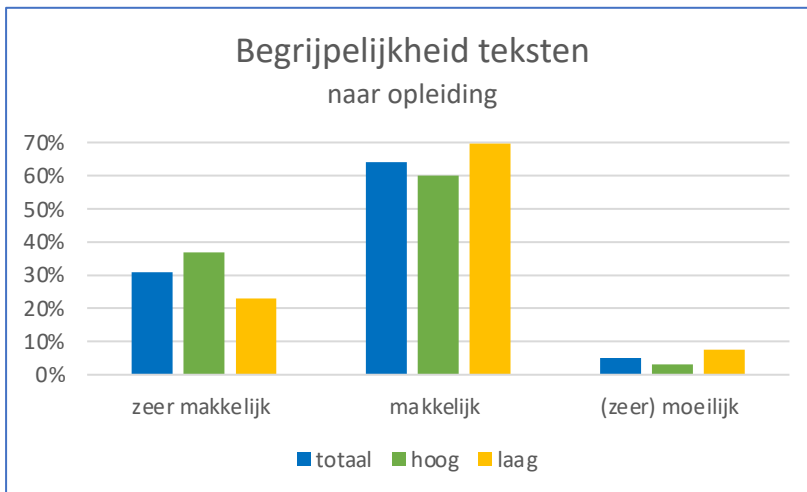
- Meer dan 80% vindt de QR-codes interessant
- En men wil dan vooral visueel materiaal
- Waarbij *jong* iets meer voorkeur heeft voor video dan *oud*
- Het niet hebben van een smartphone of een app die QR-codes kan lezen wordt als belemmering gemeld



Begrijpelijkheid (1)



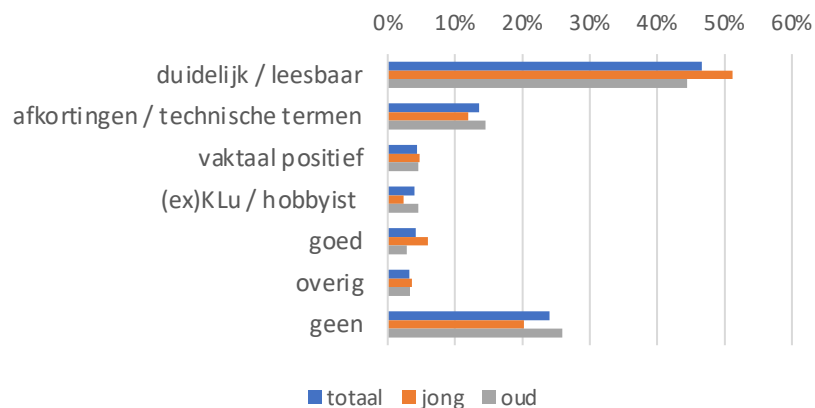
- Slechts een zeer gering percentage van de respondenten heeft moeite met de begrijpelijkheid
- In lijn met de verwachting hebben *oud* en *laag opgeleid* iets meer moeite met de teksten



Begrijpelijkheid (2)

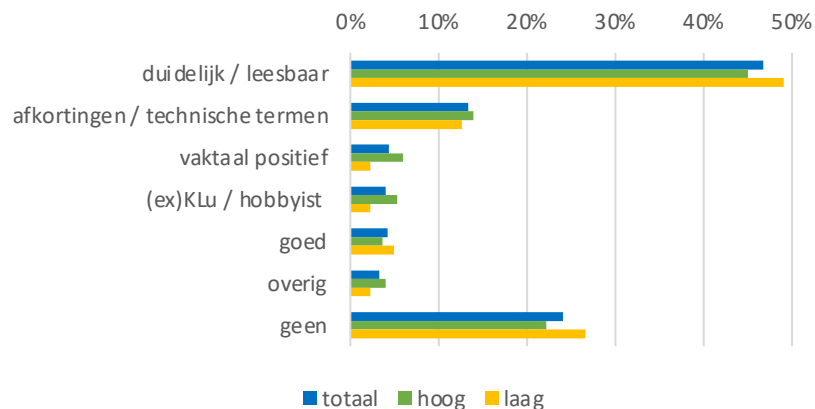


Waarom (zeer) makkelijk te begrijpen (N = 524)



- Een goede uitleg van technische termen en afkortingen draagt bij aan de begrijpelijkheid
- Op dat vlak zijn ook nog de grootste verbeteringen mogelijk

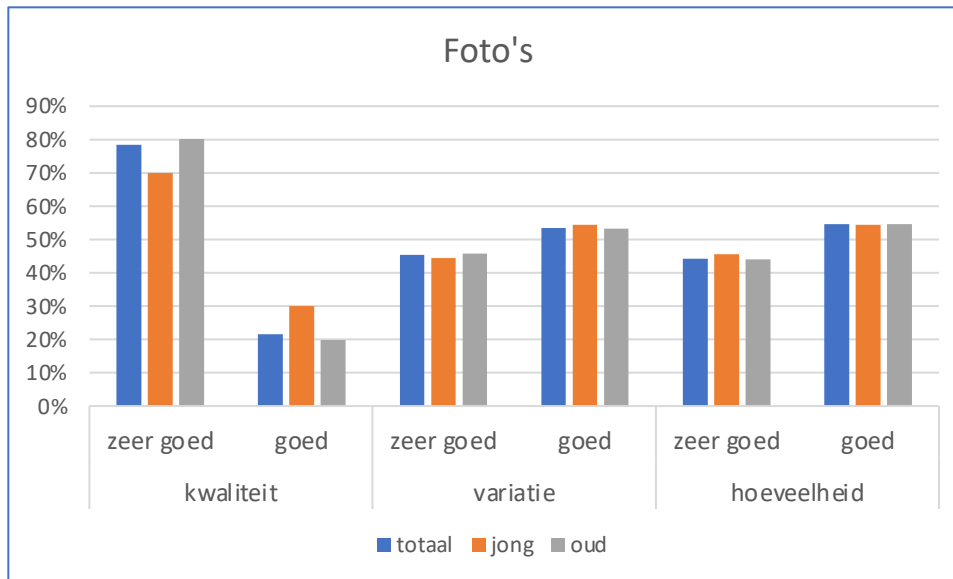
Waarom (zeer) makkelijk te begrijpen (N = 524)



(zeer) moeilijk	totaal	jong	oud	laag	hoog
N =	28	6	22	18	10
afkortingen / technische termen	79%	100%	71%	78%	80%
overig	18%	0%	24%	17%	20%
geen	4%	0%	5%	6%	0%



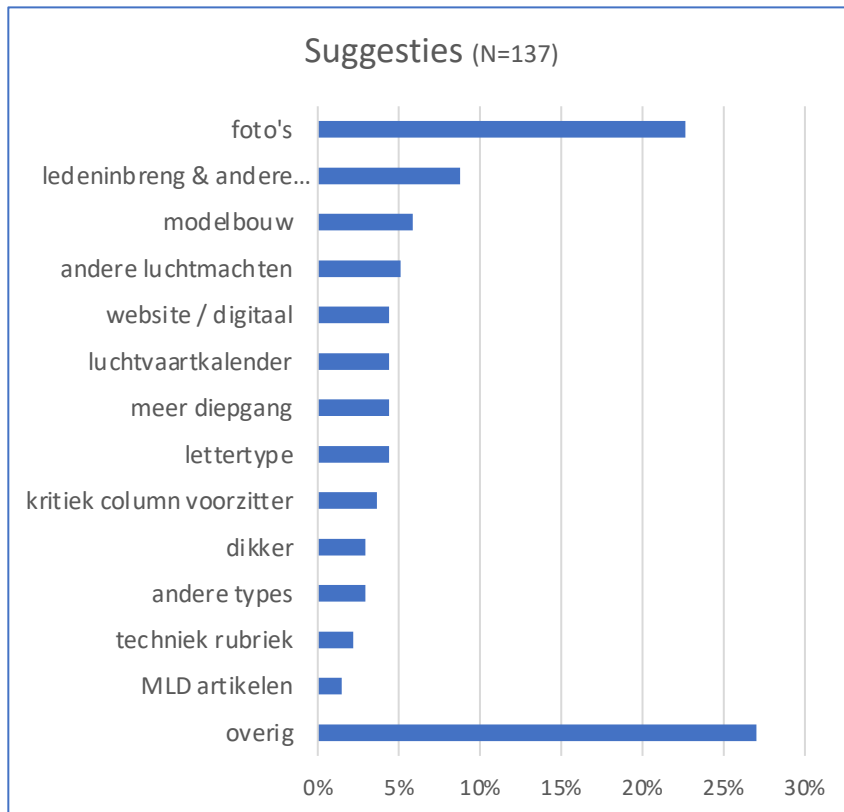
Foto's



- Het oordeel over de kwaliteit van de foto's is zeer goed. Waarbij *jong* iets lager scoort dan *oud*
- Jong is meer gewend aan mooiere foto's vanuit andere bronnen of zelf fotograferen?
- Variatie en hoeveelheid raken ook de juiste snaar



Suggesties voor verbetering

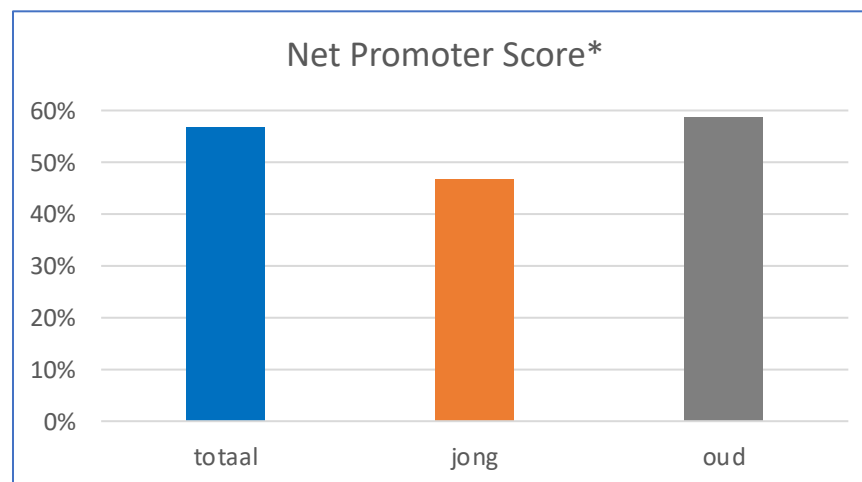
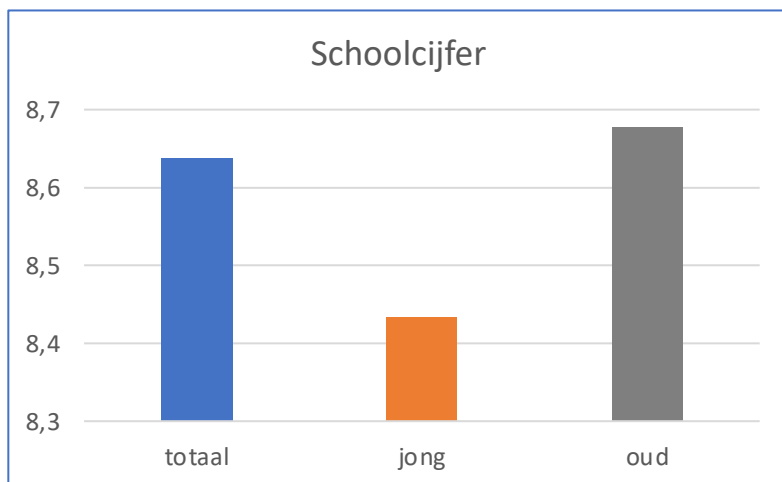


- De 552 respondenten komen met slechts 137 suggesties voor verbeteringen
- Dit weerspiegelt de hoge mate van tevredenheid met het vernieuwde blad
- De meeste suggesties hebben betrekking op de foto's (N = 31)
- Er valt geen eenduidige suggestie te onderscheiden, behalve dat meerdere keren genoemd wordt geen tekst in de foto zelf te plaatsen

- Daarnaast ziet men graag de mogelijkheid van inbreng van artikelen en/of foto's van leden
- Alle suggesties zijn terug te vinden in de bijlage



Oordeel



- Uitstekende scores, zowel het schoolcijfer als de Net Promoter Score (NPS)
- Waarbij *oud* iets positiever scoort dan *jong*
- Vooral de hoge NPS score geeft de kracht van het blad aan

* **Net Promoter Score:** % respondenten dat 8, 9 of 10 scoort minus % respondenten dat 5 of lager scoort op de vraag of zij het blad zouden aanbevelen



Bijlagen



- Lijst met antwoorden op open vragen (separaat)
- Vergelijking kenmerken respondenten met kenmerken ledenbestand (volgt)





Jos Vervoort

Market Research Support

Contact:

marketing@onzeluchtmacht.nl
