

**Lezersonderzoek Profielen**

**23 december 2014**

Lezersonderzoek.com

## INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING .....	1
2	ONDERZOEKSOPZET.....	2
3	ENQUÊTEVRAGEN .....	3
4	LEESGEDRAG.....	5
5	ONTVANGST .....	8
6	BEOORDELING TEKST EN VORM.....	10
7	RUBRIEKEN/ONDERWERPEN.....	12
8	WEBSITE .....	15
9	STELLINGEN .....	18
10	PROFIEL .....	22
11	EN VERDER .....	23
12	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN.....	25
	BIJLAGEN .....	28
	BIJLAGE A: VRAGENLIJST LEZERSONDERZOEK PROFIELEN .....	28
	BIJLAGE B: VOLLEDIGE ANTWOORDEN OPEN VRAGEN (SEPARAAT GELEVERD).....	32

## 1 INLEIDING

De redactie van Profielen verzorgt zowel de papieren Profielen als de content voor de digitale omgeving van dit blad. De redactie is benieuwd hoe het magazine wordt gelezen door medewerkers, docenten en studenten. Ook wil men weten of deze lezers de uitgave waarderen. Daarbij is men benieuwd of er verschillen bestaan tussen de medewerkers, docenten en studenten in de behoeften en waardering die zij hebben voor de verschillende onderdelen en toetst men enkele voornemens voor het blad. De redactie wil de wensen en voorkeuren van lezers serieus meenemen als het gaat om aanpassingen in inhoud/onderwerpen en vorm.

### **Resultaten**

In dit rapport staan de resultaten van het onderzoek. Deze resultaten zijn geordend naar de indeling die bij het onderzoek is aangehouden. Daarbij zijn alle vragen bekeken op verschillen vanuit de verschillende profielkenmerken. De resultaten worden gevolgd door de conclusies en aanbevelingen en in de bijlagen door een overzicht van de antwoorden op (half)open vragen (deels separaat aangeleverd). Dit alles uiteraard gestoeld op de vragen die de opdrachtgever voorafgaand aan het onderzoek had.

## 2 ONDERZOEKSOPZET

### Probleemstelling

Tijdens een inventarisatie zijn de belangrijkste aanleidingen voor het onderzoek in kaart gebracht. Deze intake leidde tot de definiëring van de probleemstelling aangaande Profielen.

*Probleemstelling lezersonderzoek:*

*“Hebben lezers – en de diverse doelgroepen daarbinnen – behoefte aan Profielen, wat waarderen zij eraan en wat zijn eventuele wensen bij aanpassing van het magazine?”*

### Onderzoeksvragen

Deze probleemstelling leidt tot de volgende onderzoeksvragen:

- Hoe lezen de ontvangers de uitgave?
- Hoe bekend zijn de diverse groepen met het blad?
- Hoe kijken de diverse lezersgroepen tegen het blad aan?
- Wat doet men met de informatie uit het blad?
- Hoe beoordelen de lezers de inhoud en onderwerpen en wat zijn hun wensen op dit vlak?
- Hoe kijken lezers aan tegen eventuele aanpassingen?
- Wat zijn kenmerken van de lezers?

### Opzet enquête

De diverse onderzoeksvragen zijn geoperationaliseerd en verwerkt tot een enquête. Deze routeert de respondenten afhankelijk van hun achtergrond (student/medewerker/docent) en antwoorden (wel/niet/soms-lezer) langs de relevante vragen. De complete vragenlijst met antwoordmogelijkheden is opgenomen in Bijlage A.

### Respons

De medewerkers, studenten en docenten van de Hogeschool Rotterdam zijn via een e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek.

Genodigden kregen tot en met dinsdag 25 november de tijd om te reageren. In totaal leverde dit een respons op van 1583, waaronder 1212 studenten, 176 docenten en 195 medewerkers. Vanwege de diversiteit in beleving van het blad, en gezien de wens van de redactie om de verschillende doelgroepen te willen bedienen, zijn de uitkomsten daarbij veelal opgesplitst naar deze doelgroepen.

### 3 ENQUÊTEVRAGEN

De onderzoeksvragen leiden tot de onderstaande vragen voor de enquête. De complete vragenlijst – voorzien van de antwoordmogelijkheden – vindt u terug in Bijlage A.

#### <SCHEM: LEESGEDRAG>

- Lees je Profielen Magazine?
- Als je het blad (soms) niet leest, wat is daarvoor dan de reden?
- Hoe lees je Profielen?
- Waarom lees je Profielen?
- Wat is het meest op jou van toepassing?

#### <SCHEM: ONTVANGST>

- Profielen verschijnt 8 x per jaar. Wat vind je van deze frequentie?
- Wat gebeurt er nadat je het blad hebt gelezen? (alleen studenten)
- Wat gebeurt er nadat je het blad hebt gelezen? (alleen medewerkers en docenten)

#### <SCHEM: BEOORDELING TEKST EN VORM>

- Wil je een cijfer geven voor onderstaande onderdelen? [ Vormgeving / Schrijfstijl / Fotografie / Illustraties / Cover]
- Hoe beoordeel je de vormgeving?
- Profielen heeft een onafhankelijk redactiestatuut. Hoe kijk je aan tegen de insteek van de artikelen? Het blad:

#### <SCHEM: RUBRIEKEN/ONDERWERPEN>

- Kun je van onderstaande rubrieken aangeven of je deze altijd, regelmatig, af en toe, zelden of nooit leest? [ Infographic / Nieuws / Columns / Interviews / Achtergrondartikelen / Beeldreportage / Nieuws]
- Zijn er onderwerpen waarover je meer zou willen lezen in Profielen?
- Lezers kunnen input leveren via de telefoon, Twitter, profielen@hr.nl en door binnen te lopen in kamer 00.035 in één van de glazen kantoren in de hal van de hoogbouw Museumpark. Maak je hier weleens gebruik van?

#### <SCHEM: WEBSITE>

- Lees je Profielen digitaal?
- *Hoe vaak bezoek je de website van Profielen?*
- *Als je de website van Profielen bezoekt, hoe kom je daar dan? Via:*
- Lees je Profielen liever digitaal of in print?
- Lees je uitgebreidere artikelen liever digitaal of in print?

#### <SCHEM: STELLINGEN>

- We overwegen aanpassingen aan Profielen en zijn benieuwd naar je mening daarover. Ik heb interesse in elk jaar...
- Hoe wil je op de hoogte worden gebracht van nieuws op de Hogeschool Rotterdam?

- (alleen medewerkers en docenten) Een van de overwegingen is om van Profielen een uitgave te maken die meer gericht is op docenten en medewerkers. Heb je als docent of medewerker meer of minder behoefte aan:

**<SCHEM: PROFIEL>**

- Wat is je leeftijd?
- Bij welk instituut zit je?

**<SCHEM: EN VERDER>**

- Wat mis je verder in Profielen, wat zou er mogen veranderen/verbeteren?
- Heb je verdere opmerkingen over Profielen of suggesties? Deze kun je hieronder kwijt.

#### 4 LEESGEDRAG

Om te ontdekken of de respondenten het blad lezen, vroegen we hier eerst naar. De verdeling onder studenten, medewerkers en docenten laat daarbij opvallende verschillen zien. Zo geeft van de studenten slechts 12% aan het blad altijd te lezen, terwijl 38% het soms leest. Bij de docenten leest meer dan 90% het altijd of soms en bij de medewerkers is dit zelfs 98%.

##### Redenen niet-lezen

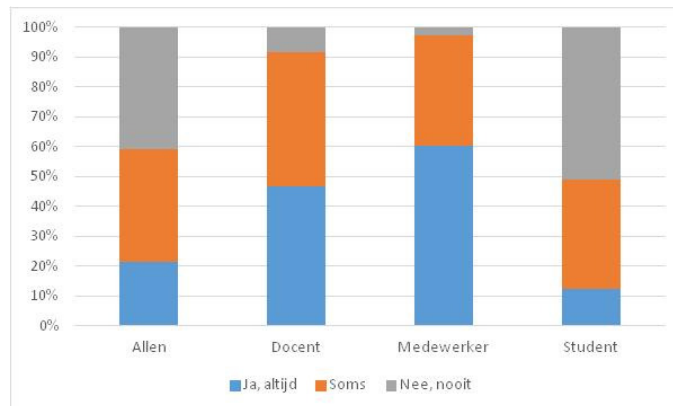
Bij de redenen om het blad niet te lezen, blijkt voor docenten en medewerkers tijdgebrek de belangrijkste reden, voor studenten is dat het feit dat ze het niet kennen. Ook blijken alle doelgroepen de content van Profielen via Hint te lezen. In de rubriek 'anders, namelijk' geeft men relatief vaak aan dat men het blad niet kent of niet tegenkomt. Enkele opvallende antwoorden: 'Het is op de website hier in München niet beschikbaar.' 'It's in Dutch!' 'Laatste tijd minder op school vanwege stage.' 'Ik kan hem niet altijd vinden.' 'Het is niet duidelijk zichtbaar op de startpagina, waardoor je minder snel het magazine leest.'

##### Leesgedrag

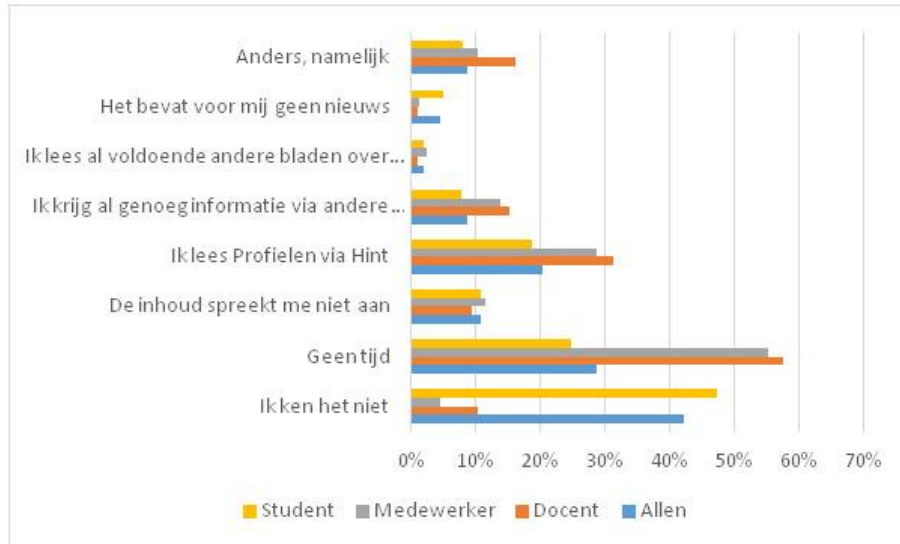
Gevraagd hoe men profielen leest, blijken er ook redelijke verschillen tussen de docenten, medewerkers en studenten. De studenten tonen 'scangedrag', zij scannen koppen en lezen de artikelen die hun interessant lijken. Van de docenten en medewerkers blijkt een flink deel alle of het merendeel van de artikelen te lezen.

##### Aanleiding voor lezen

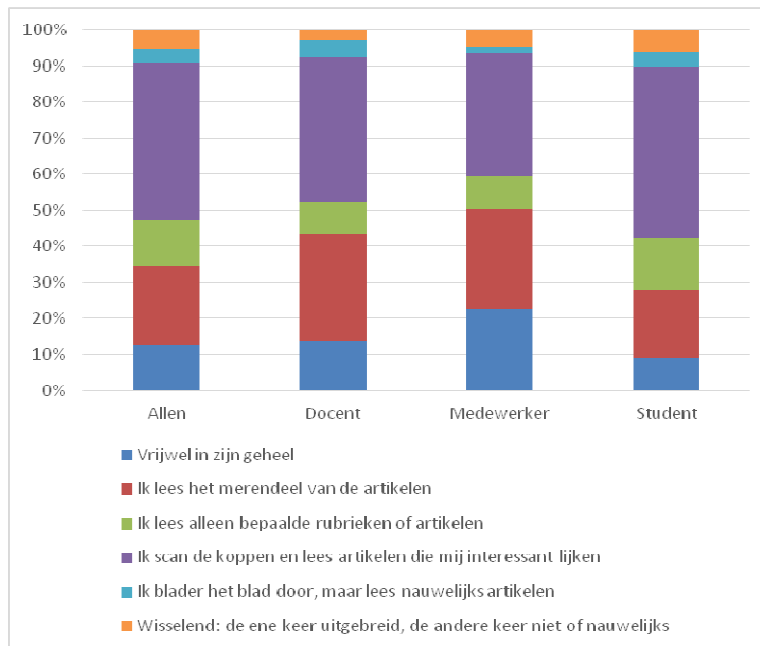
Over de aanleiding voor het lezen is men het behoorlijk eens, de belangrijkste aanleiding is op de hoogte zijn van nieuws van de instelling. Ook specifieke artikelen kunnen aanleiding vormen het blad te lezen. In de rubriek 'anders, namelijk' geeft men daarnaast vaak aan dat men het interessant of leuk/amuserend vindt; ook geven sommigen aan het als tijdverdrijf te lezen.



Grafiek 1: Lezing

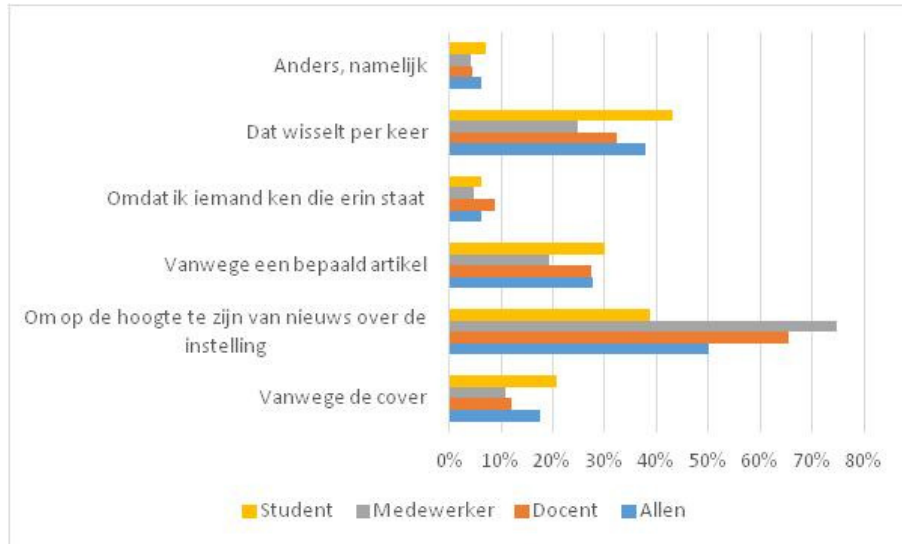


Grafiek 2: Redenen niet-lezen



Grafiek 3: Leesgedrag





**Grafiek 4: Redenen voor het lezen van Profielen**

## 5 ONTVANGST

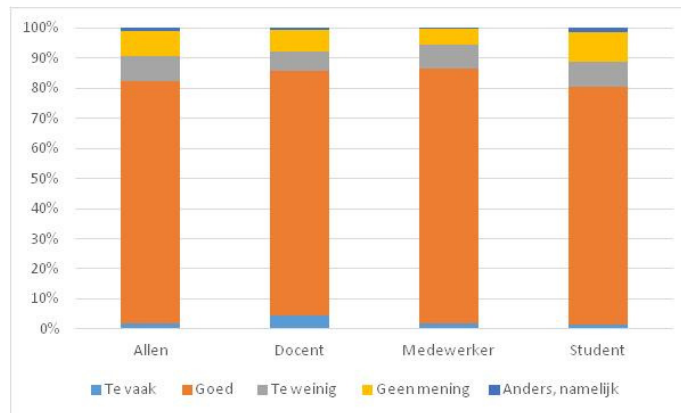
Gevraagd hoe men de frequentie ervaart is men behoorlijk eensgezind, een ruime meerderheid vindt deze goed. De aanvullingen in de rubriek anders geven aan dat sommige mensen het digitaal lezen, een paar willen het blad vaker ontvangen (bijvoorbeeld 12 x per jaar), een enkeling juist minder.

### Acties na ontvangst

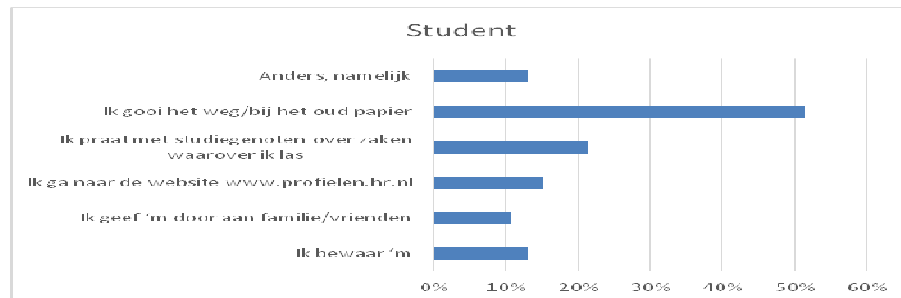
De meest genoemde actie na lezing is het blad weggooien of bij het oud papier doen. Van de studenten praat 22% erover met studiegenoten, terwijl 15% naar de website gaat. Een deel bewaart het blad of geeft het door aan familie of vrienden. Van de docenten gebruikt een ruime kwart informatie voor het eigen werk, terwijl een even grote groep weleens met collega's over onderwerpen uit Profielen praat. Ook de medewerkers gebruiken het voor het eigen werk en praten soms met collega's of vakgenoten over onderwerpen.

### Overige acties

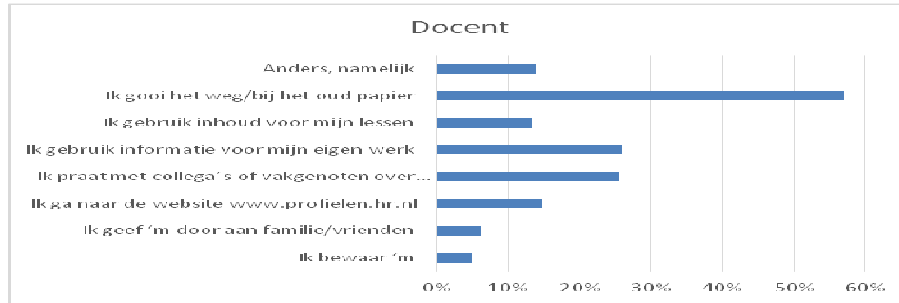
In de rubriek anders geven tientallen studenten een antwoord, zij geven aan dat ze het blad ergens laten liggen of dat ze het alleen online lezen. Een enkeling legt het blad terug of bewaart de interessante stukken. De docenten en medewerkers geven in de rubriek overig vooral aan dat ze het blad achterlaten (in de trein of op de leestafel). Ook haalt een enkeling er een artikel uit, of gebruikt het als naslagwerk.



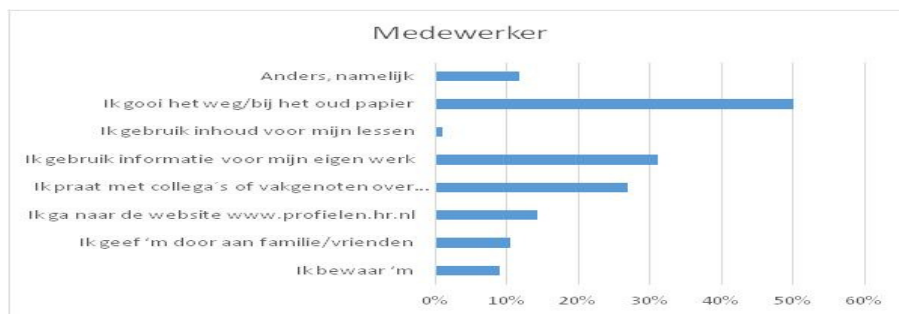
Grafiek 5: Mening over frequentie



Grafiek 6: Acties na ontvangst student



**Grafiek 7: Acties na ontvangst docent**



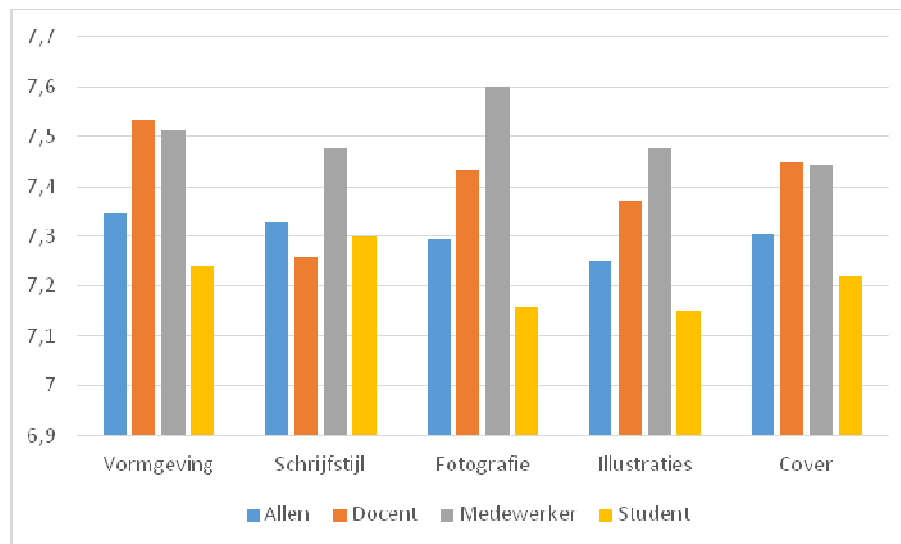
**Grafiek 8: Acties na ontvangst medewerker**

## 6 BEOORDELING TEKST EN VORM

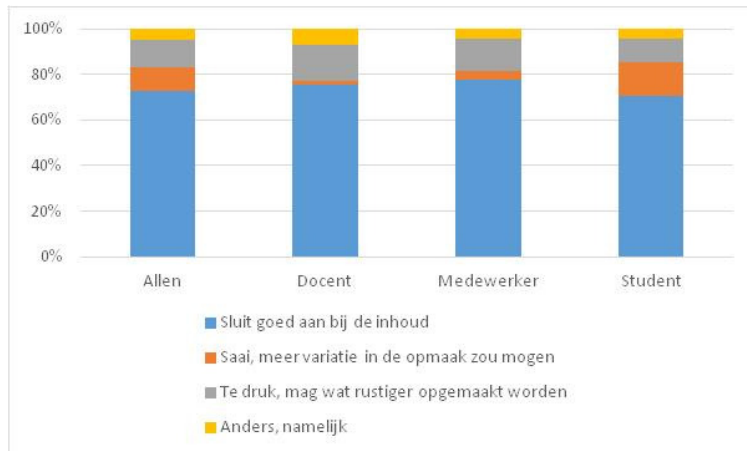
Gevraagd naar cijfers voor een aantal onderdelen, scoren alle onderdelen boven de 7. De studenten geven – behalve bij schrijfstijl – op alle vlakken een lager cijfer dan de docenten en medewerkers. De medewerkers geven de hoogste cijfers.

Gevraagd naar de vormgeving vinden met name docenten en medewerkers dat deze goed aansluit bij de inhoud. Van de studenten vindt een redelijk deel dat er wat meer variatie in de opmaak zou mogen. De vormgeving noemt men verder bij ‘anders, namelijk’ onder meer: prima, luxe, iets te hip en wat gedateerd.

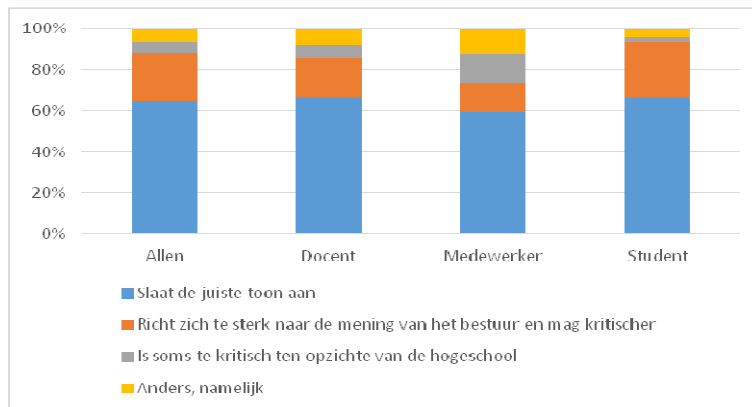
Wat betreft de insteek van de artikelen vindt met name een deel van de medewerkers de toon soms te kritisch ten opzichte van de hogeschool. Van de docenten is een kleinere groep deze mening toegedaan, terwijl dit bij de studenten het minst het geval is. In de antwoordrubriek ‘overig’ bij deze vraag geeft men uiteenlopende antwoorden. Van ‘beetje Telegraafachtig’ en ‘te veel krantenstijl’ tot ‘er wordt te weinig doorgevraagd’. Redelijk wat mensen zeggen ‘mag kritischer’-‘is wat braafjes’. Tegelijkertijd vragen sommigen zich af of het blad wel zo onafhankelijk is.



Grafiek 9: Becijfering onderdelen



Grafiek 10: Beoordeling vormgeving



Grafiek 11: Toon van artikelen

## 7 RUBRIEKEN/ONDERWERPEN

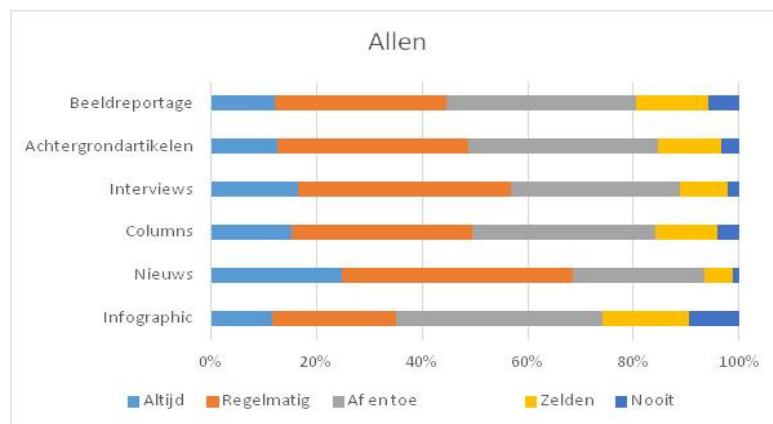
Vervolgens was de vraag hoe de lezers de diverse typen rubrieken beoordeelden. Daarbij blijken alle doelgroepen het meeste interesse te hebben in nieuws, waarbij de medewerkers en docenten dit zelfs zeer goed lezen met respectievelijk 82% en 78% die het altijd of regelmatig leest. Ook de achtergrondartikelen en interviews staan in de top drie. De top-3 van de studenten wijkt af van die van de medewerkers en docenten in die zin dat hun top-3 columns bevat naast interviews en nieuws.

### Meer lezen

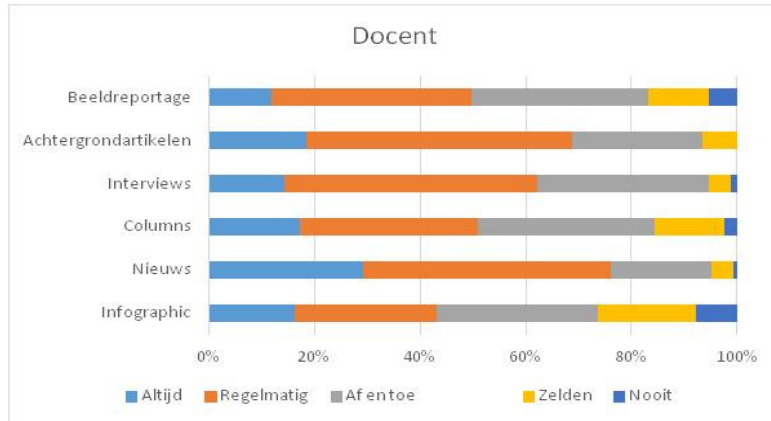
Gevraagd of er onderwerpen zijn waar men meer over zou willen lezen, geeft ongeveer een vijfde van de mensen aan dat dit inderdaad het geval is. Meer dan 200 mensen onderbouwen dit met suggesties. De complete lijst met suggesties wordt met dit rapport meegeleverd. De zaken die genoemd worden zijn zeer divers, waaronder: studentencolumns, interviews met studenten, ideeën om in lessen te gebruiken, tabbladen per instituut, onderwijsontwikkelingen, meer over de medewerkers zelf, carrièretips, medewerkers van diensten, ervaringen studeren in het buitenland, beleid hogeschool, maatschappelijke ontwikkelingen als studieschuld-diplomawaarde e.d., organisatorische keuzes, doorstromen uni, meer studentgerichte onderwerpen (stufi, inwonen, clubs etc.), Engelse editie, trends in maatschappij, medezeggenschap, meer over onderwijs-minder Rotterdam, verschillende opleidingen belichten, etc.

### Input leveren

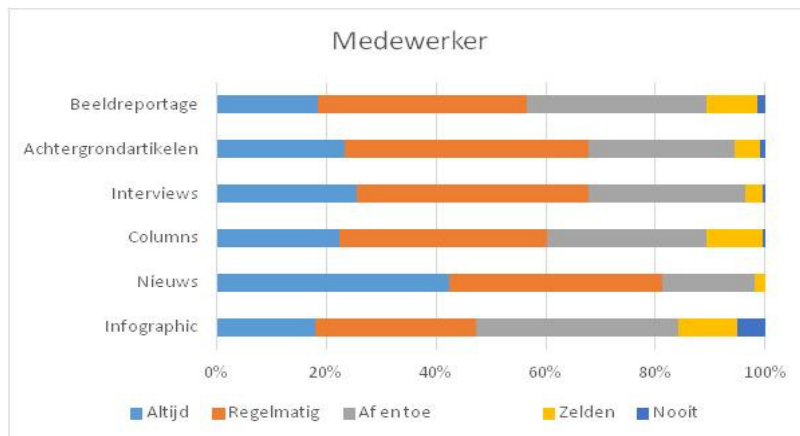
Gevraagd of men weleens input leverde aan Profielen geeft het merendeel van de studenten aan niet te weten dat die mogelijkheid bestond. Van de medewerkers heeft 21% weleens iets aangeleverd. In de rubriek 'overig' geeft men daarnaast aan dat men op een andere locatie zit, soms als decaan wordt gebeld om een mening te geven over een onderwerp. Tot slot geeft iemand aan dat input leidt tot gedoe op de werkvloer en in bijvoorbeeld een beoordelingstraject, terwijl anoniem input leveren niet mag, wat ervoor zorgt dat men er geen energie in steekt.



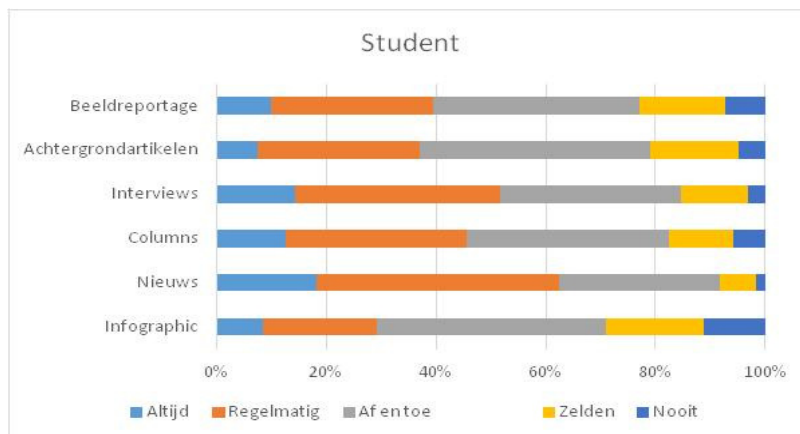
Grafiek 12: Lezing rubrieken



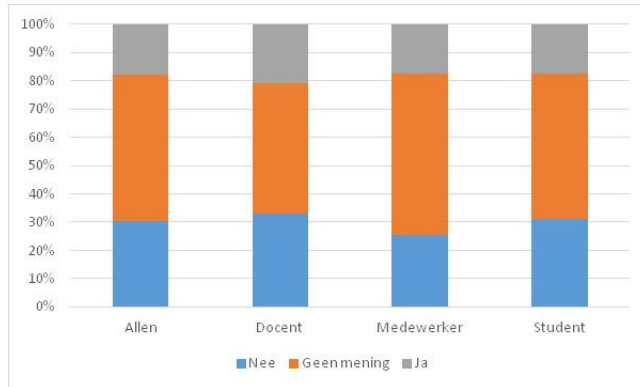
Grafiek 13: Lezing rubrieken (docent)



Grafiek 14: Lezing rubrieken (medewerker)



Grafiek 15: Lezing rubrieken (student)



**Grafiek 16: Zijn er onderwerpen waarover je meer zou willen lezen in Profielen?**



**Grafiek 17: Input leveren aan Profielen**



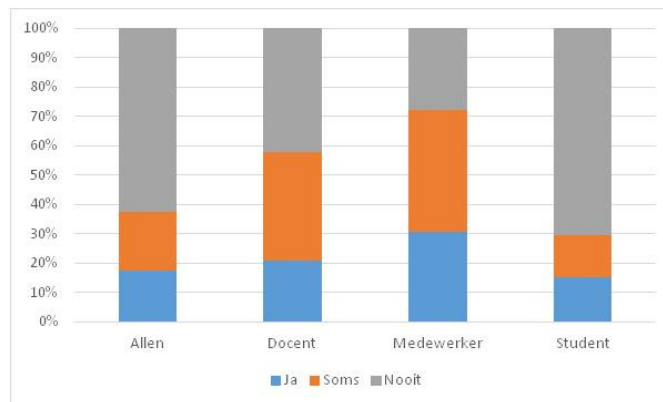
8 WEBSITE

Gevraagd of men profielen digitaal leest, blijkt een flink deel van de docenten en medewerkers dit (soms) te doen. Van de studenten antwoordt 29% met 'ja' of 'soms'. Gevraagd hoe vaak men de website van Profielen bezoekt, blijkt dat een vijfde van de doelgroepen de site meerdere keren per dag bezoekt. De medewerkers blijken de meest frequente bezoekers, de studenten en docenten gaan redelijk gelijk op. Gevraagd hoe men op de site terechtkomt, blijkt een overtuigende meerderheid aan te geven dat dit via Hint gebeurt. Bij de medewerkers is nog te zien dat zij relatief vaak direct naar de Profielen-site gaan. In de categorie 'anders' antwoordt men verder: Google en widget. Een persoon merkt op dat de directe link soms niet werkt, en een ander geeft aan dat een collega hem of haar soms wijst op een artikel om te delen via Facebook.

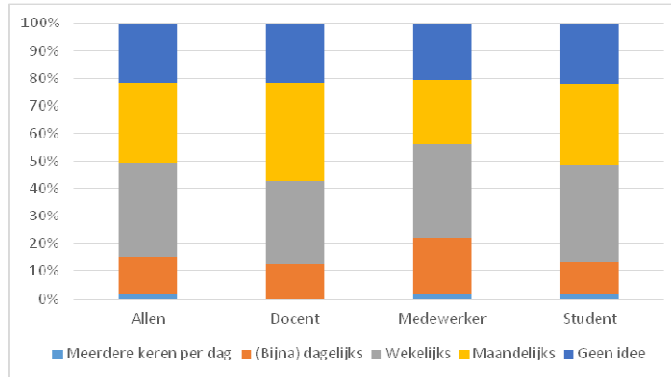
**Digitaal of print**

Gevraagd of men profielen liever digitaal of in print leest, lopen de meningen behoorlijk uiteen. Bij de studenten geeft 58% aan dat ze het blad graag digitaal lezen, terwijl slechts 15% het blad op papier wil ontvangen. Bij de medewerkers en docenten geeft men de voorkeur aan print boven digitaal. In de categorie anders geeft men daarbij vooral aan 'beide', waarbij enkele mensen melden 'via een App'.

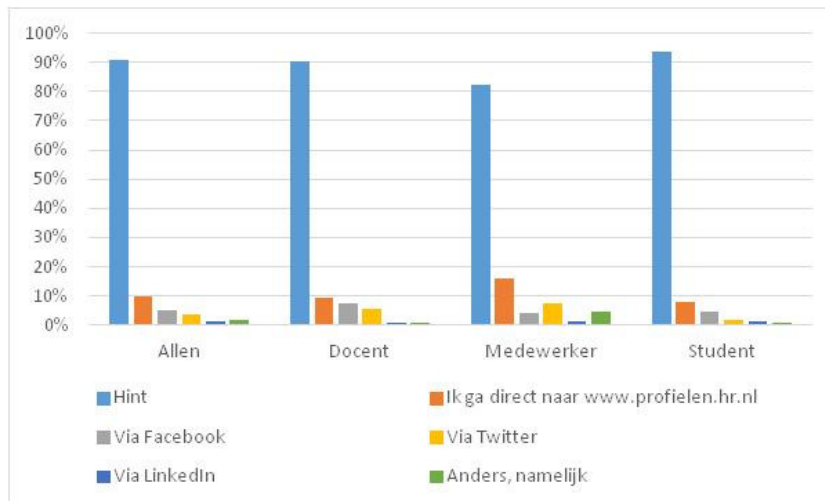
Bij de langere artikelen geeft een ruime meerderheid van docenten en medewerkers aan deze bij voorkeur in print te lezen, bij de studenten gaat dan nog steeds een lichte voorkeur uit naar digitaal. Daarbij merkt men op 'van papier lezen is prettiger, maar ik wil wel graag op de website kunnen kijken voor achtergronden'.



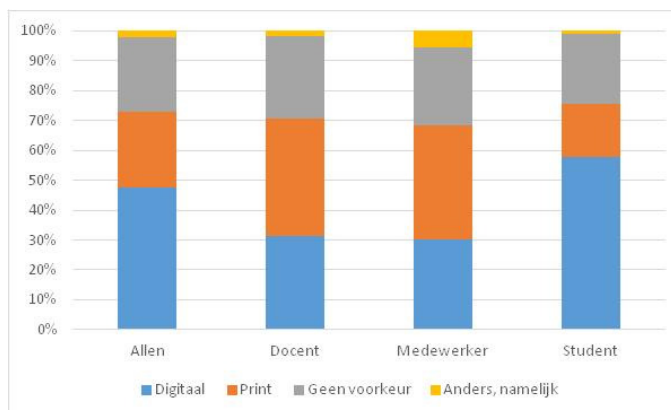
**Grafiek 18: Bezoek website**



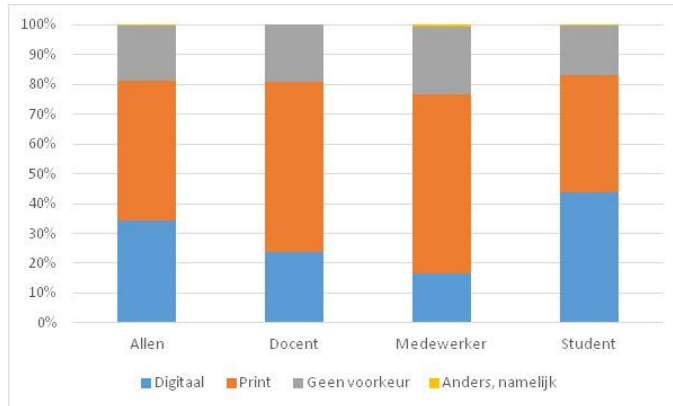
Grafiek 19: Frequentie bezoek website



Grafiek 20: Route naar website



Grafiek 21: Profielen digitaal of in print?



**Grafiek 22: Langere artikelen, digitaal of in print?**

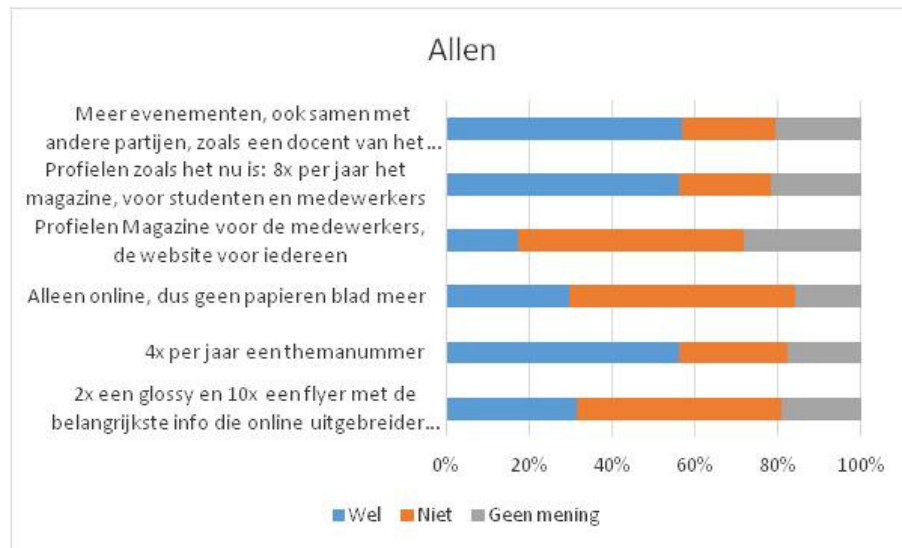
9 STELLINGEN

Vervolgens legden we de deelnemers enkele mogelijkheden en aanpassingen voor. Daarbij vroegen we hun hoe ze hierover dachten. Allereerst gaven we een aantal mogelijke aanpassingen aan de verschijning in frequentie en vorm van Profielen. Daarbij bleken zowel ‘Profielen zoals het nu is’ en ‘4 x per jaar een themanummer’ goed te scoren. Geen van de doelgroepen koos overtuigend voor ‘alleen online’. Ook het organiseren van evenementen scoort redelijk goed.

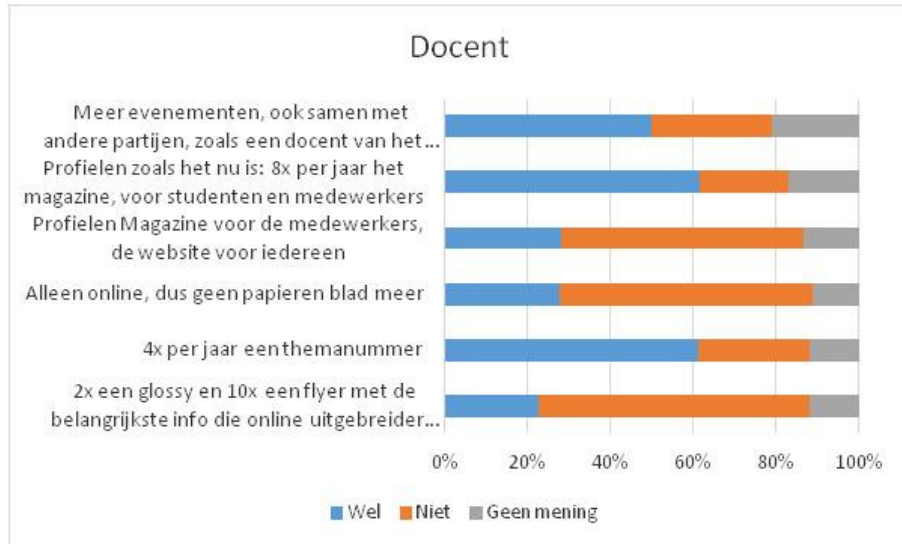
Gevraagd hoe men op de hoogte wil blijven van nieuws van de Hogeschool Rotterdam geven zowel medewerkers als docenten het blad en de website als belangrijk kanaal aan. De studenten kiezen duidelijk vaker voor Facebook, terwijl ook de website hoog scoort.

Daarbij geeft men in de vrije ruimte aan: Hint, Widget, schoolmail, Yammer, MySpace, intranet en ‘Op alle manieren waarbij de persoon zelf kan aangeven op welke manier men nieuws wil ontvangen’.

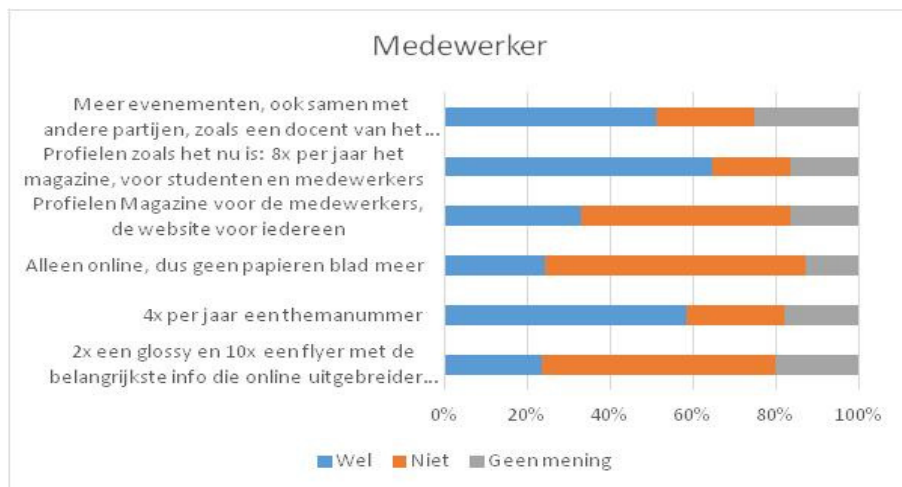
Een van de overwegingen van de redactie is om van Profielen een uitgave te maken die vooral gericht is op docenten en medewerkers. In dit kader werd docenten en medewerkers gevraagd naar hun behoefte aan bepaalde onderwerpen. Bij beide groepen scoorden actualiteit en achtergrondartikelen hoog. Ook artikelen over de onderwijspraktijk vindt men interessant. De docenten hebben – meer dan de medewerkers – behoefte aan interviews met pedagogen, didactici etc.



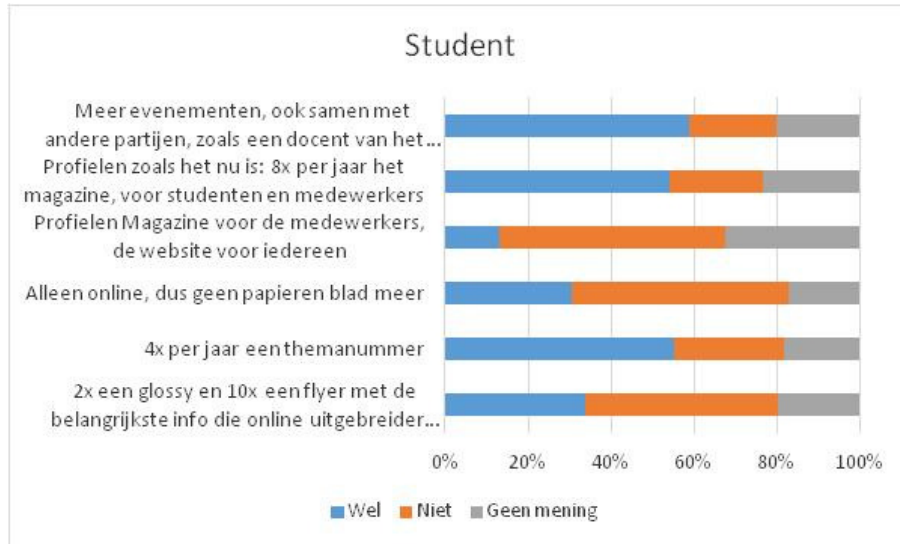
Grafiek 23: Interesse in mogelijke aanpassingen



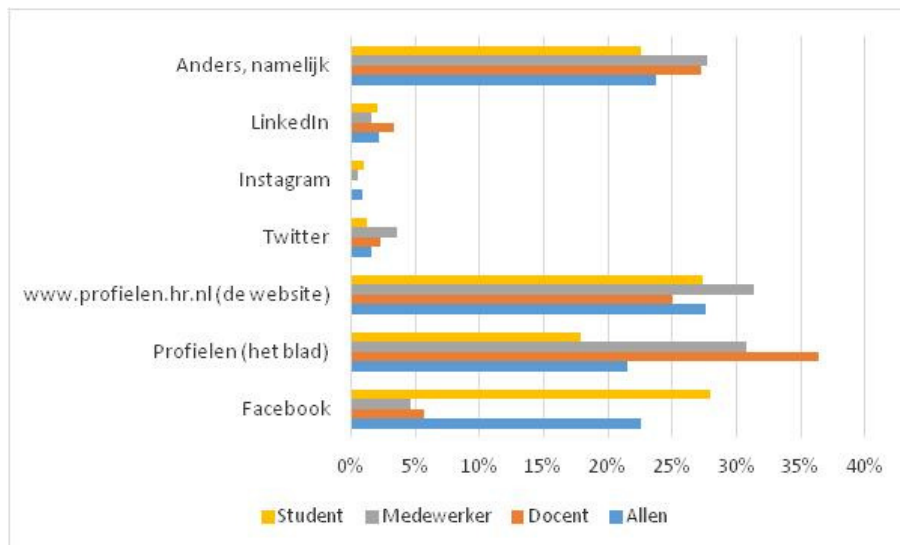
**Grafiek 24: Interesse in mogelijke aanpassingen docenten**



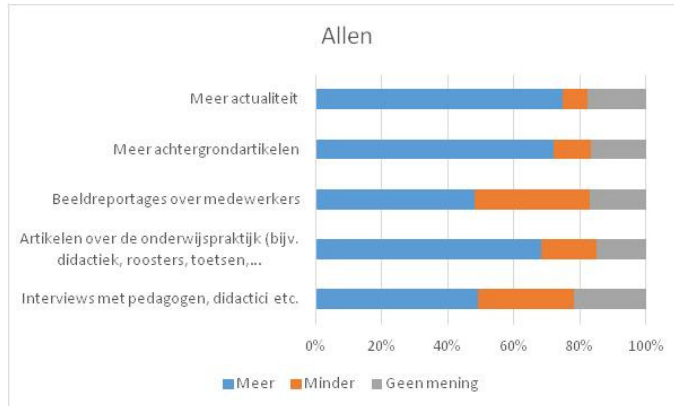
**Grafiek 25: Interesse in mogelijke aanpassingen medewerkers**



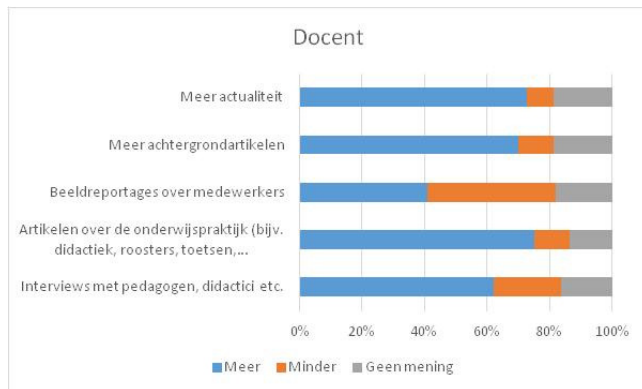
**Grafiek 26: Interesse in mogelijke aanpassingen studenten**



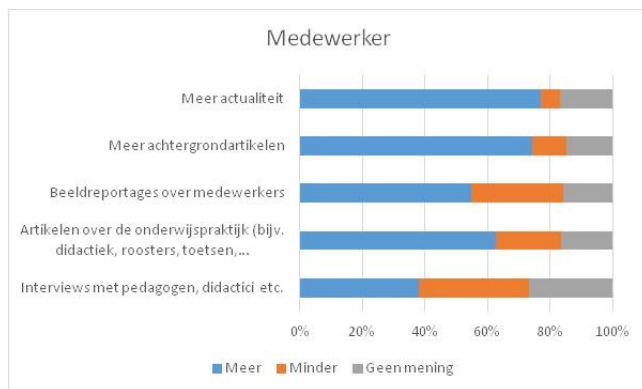
**Grafiek 27: Voorkeur ontvangstkanaal nieuws over Hogeschool**



**Grafiek 28: Behoeftte bij uitgave voor docenten en medewerkers**



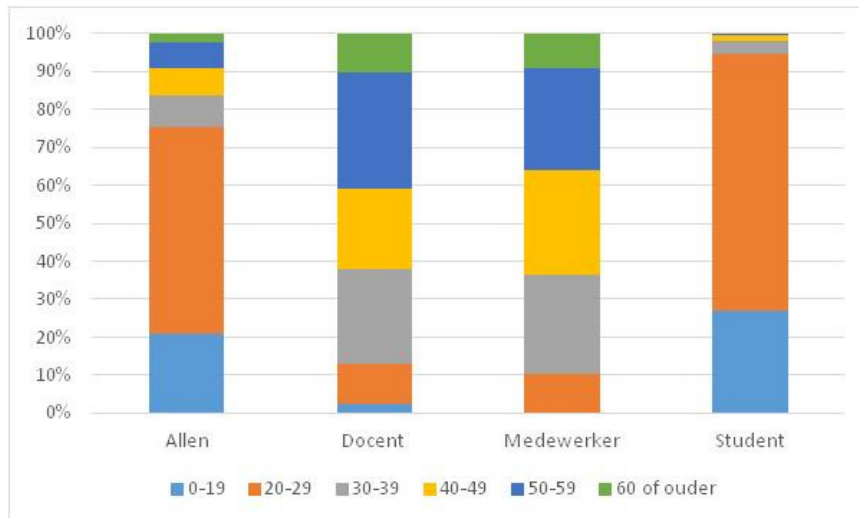
**Grafiek 29: Behoeftte inhoud bij uitgave voor docenten en medewerkers, docenten**



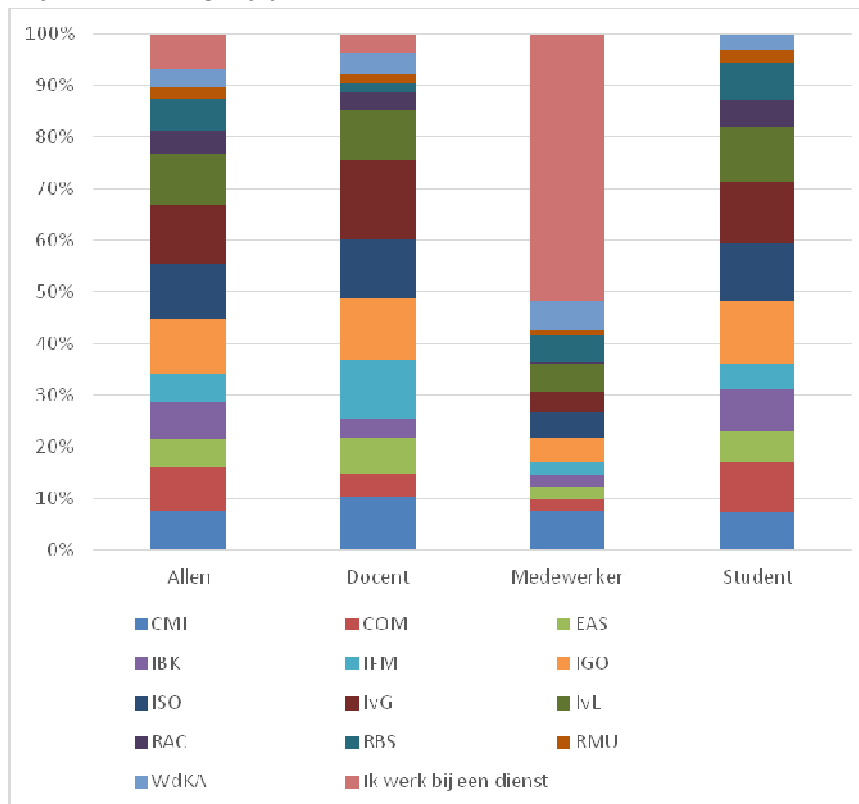
**Grafiek 30: Behoeftte inhoud bij uitgave voor docenten en medewerkers, medewerkers**

## 10 PROFIEL

Omdat de redactie benieuwd was naar het profiel van de lezer, stelden we enkele vragen met betrekking tot kenmerken van de deelnemers. Zo vroegen we naar de leeftijd en het instituut (of de dienst) waar men werkzaam was.



Grafiek 31: Verdeling leeftijd



Grafiek 32: Verdeling over bedrijfsonderdelen



## 11 EN VERDER

Tot slot stelden we twee open vragen over Profielen. Ten eerste vroegen we wat er zou mogen veranderen dan wel verbeteren en vervolgens was er ruimte voor overige opmerkingen of suggesties. Hier namen de respondenten de moeite om veel suggesties en opmerkingen te plaatsen. De zaken die genoemd werden, zijn zeer divers. Hieronder een overzicht van enkele zaken die vaker genoemd worden. Daarnaast worden de complete antwoorden bij deze open vragen meegeleverd met dit rapport.

### Wat mag er veranderen?

- Niets, prima zo
- Nooit gelezen/nooit van gehoord
- Complimenten, als prima blad, goed zo, informatief en amusant
- Kritisch blijven ten opzichte van de organisatie
- Sommige opleidingen zijn ondergeschoven kindje
- Meer inspelen op maatschappelijke ontwikkelingen
- Mailtje sturen als er een nieuwe uit is
- App-versie voor smartphones
- Ondernemer van de maand
- Koppeling met zaken die politiek spelen en consequenties hebben voor de HR
- Meer licht leesmateriaal
- Zorg dat je je eigen organisatie niet schaadt
- Uitgebreide informatie over ondersteunende diensten
- Naam van het blad is weinig aansprekend
- Nadeel dat nieuws voor medewerkers en studenten in één blad verenigd zijn
- Meer info over het studentenleven, meer over belevingswereld student (timemanagement e.d.)
- 'I guess it's for dutch students only', oftewel: een Engelse versie
- Aandacht voor onderzoek van eigen promovendi
- Meer videoreportages als aanvullende content
- Attendeer studenten tijdens eerste schooldag of voorlichting op Profielen
- Meer connectie met de studenten
- Leuke reclame speciaal voor studenten
- Stukje sociale interactie, events
- In gesprek met RvB
- Schrijfstijl moet niet té populair worden
- Aandacht voor oud-studenten

### Verdere suggesties/opmerkingen

Ook hier nemen heel wat mensen de ruimte om een compliment uit te delen: goed bezig!, leuk blad, ermee door, gewoon zo doorgaan, heel mooi blad e.d. Daarnaast geven aardig wat mensen aan dat ze het niet kennen en dat meer zichtbaarheid/bekendheid van het blad handig zou zijn.

Andere reacties:

- Link naar nieuwe editie standaard in de mailbox
- Hoop dat de papieren versie blijft bestaan
- Meer catchy

- Strakkere, schone en vernieuwende lay-out, alles wordt meer 'flat'
- Goed dat jullie openstaan voor suggesties van de lezers
- Ga online, pas crossmediale strategie toe
- Laat studenten (WdKA) content aanleveren voor interviews, bijvoorbeeld fotografie/illustratie
- Prettig dat we een huisblad hebben
- Profielen gebruikt 'De Hogeschool Rotterdam' terwijl de schrijfwijzer van Hogeschool Rotterdam anders aangeeft 'Hogeschool Rotterdam'
- Betere marketingcampagnes
- Ideeën voor onderwerpen, zoals iets over het rookbeleid, sustainability

## 12 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Profielen kent drie doelgroepen waarvoor de Hogeschool de gemene deler is, maar die deels eigen interesses en verwachtingen kennen. Profielen wordt goed gelezen door medewerkers en docenten, terwijl veel studenten het blad minder vaak lezen. Daarbij blijkt dat studenten andere content verwachten dan docenten en medewerkers. Tegelijkertijd zijn de ontvangers over een aantal zaken ook eensgezind. Zo waardeert men schrijfstijl, frequentie en vormgeving. Daarbij doen de lezers volop suggesties voor de verdere invulling als het gaat om onderwerpen en aanpassingen. De samenvatting van de uitkomsten en suggesties zijn verwoord in onderstaande conclusies en aanbevelingen.

### CONCLUSIES

#### ***Het blad wordt goed gelezen door medewerkers en docenten.***

Bij de docenten leest 91% het blad altijd of soms, bij medewerkers is dit zelfs 98%. Voor de studenten ligt dit opvallend lager, slechts 12% leest het blad altijd en 38% leest het soms.

#### ***Een flink deel van de studenten kent het blad niet.***

Van de studenten die het blad niet of soms lezen, geeft bijna de helft van de groep (47%) aan dat ze het blad niet kennen.

#### ***Men is tevreden over de frequentie van Profielen.***

Het merendeel van alle lezers is tevreden over de frequentie. Wanneer er al een wijziging in frequentie plaatsvindt, dan is de animo voor vaker verschijnen groter dan voor minder vaak.

#### ***Profielen zorgt voor gespreksstof.***

Een deel van de studenten (22%), docenten (26%) en medewerkers (27%) blijken met studiegenoten c.q. collega's over onderwerpen in Profielen te spreken. Daarbij gebruiken docenten (27%) en medewerkers (32%) de inhoud voor het eigen werk.

#### ***De belangrijkste reden voor niet-lezen is voor studenten en medewerkers/docenten verschillend.***

Voor studenten is onbekendheid met de uitgave de belangrijkste reden, voor docenten en medewerkers is tijdgebrek de belangrijkste oorzaak van het (soms) niet lezen van het blad. Een derde reden die hoog scoort is het feit dat respondenten de content al via Hint lezen.

#### ***Docenten en medewerkers lezen Profielen om op de hoogte te zijn van nieuws over de instelling.***

De belangrijkste reden om de uitgave te lezen is voor zowel medewerkers als docenten om op de hoogte te zijn van instellingsnieuws. Voor studenten is de aanleiding wisselender.

#### ***Men is tevreden over vormgeving, schrijfstijl en fotografie.***

De vormgeving, schrijfstijl, fotografie, illustraties en cover scoren bij alle doelgroepen boven de 7. De studenten zijn op alle onderdelen het meest kritisch. De medewerkers zijn het positiefst. Wel klinkt in de open antwoorden hier en daar het verzoek door om de vormgeving 'cleaner' /strakker te maken.

#### ***Nieuws is een belangrijke aanleiding om het blad te lezen.***

Zeker voor de docenten en medewerkers is dit de rubriek die ze het vaakst altijd of regelmatig lezen.

#### ***Men kan zich overwegend vinden in de toon van het blad.***

Wel denkt men wisselend over de onafhankelijkheid van Profielen. Het merendeel van de lezers vindt de toon van Profielen goed. Van alle groepen, met de studenten als koploper, meent een deel van de lezers dat de redactie zich soms te sterk richt naar de mening van het bestuur. Van de medewerkers meent echter ook een deel dat het blad soms te kritisch is ten opzichte van de hogeschool.

### ***Degenen die het blad lezen, lezen het redelijk intensief.***

Medewerkers en docenten lezen het blad daarbij intensiever dan studenten. Van de medewerkers zegt de helft het blad vrijwel in zijn geheel of het merendeel van de artikelen te lezen. Bij docenten is deze groep 42%.

### ***Medewerkers bezoeken de website regelmatig, studenten weinig.***

De website wordt wisselend bezocht. Met name studenten (70%) zeggen de website van Profielen niet te bezoeken. Medewerkers en docenten bezoeken deze wel, waarbij de medewerkers dit nog wat vaker doen dan de docenten. De vraag is echter of de diverse doelgroepen, zeker de studenten, doorhebben dat ze de website van Profielen bezoeken, bijvoorbeeld omdat ze deze via een andere ingang benaderen.

### ***Websitebezoekers komen frequent op de website.***

Degenen die de website bezoeken, doen dat regelmatig. Wekelijks scoort het hoogst, maar ook zijn er flink wat respondenten (vooral medewerkers) die dagelijks de site bezoeken. Daarbij komt de grote meerderheid van de bezoekers via Hint bij de content van Profielen.

### ***Medewerkers en docenten geven de voorkeur aan print, studenten aan digitale verschijning.***

Van de docenten en medewerkers geven meer mensen aan de voorkeur te geven aan print boven digitaal. Bij studenten geeft het merendeel de voorkeur aan digitaal. Daarbij geven docenten en medewerkers bij langere artikelen nog vaker de voorkeur aan print. Hier geven nog steeds nét wat meer studenten de voorkeur aan digitaal dan aan print.

## **AANBEVELINGEN**

### ***Behoud profielen als papieren uitgave.***

Gezien de flinke groep die Profielen als papieren uitgave leest, valt het aan te bevelen deze te behouden. Dit kan op verschillende manieren:

- ***Als uitgave voor docenten en medewerkers***  
De studenten worden voornamelijk online bediend.
- ***Als themanummers voor docenten, studenten en medewerkers***  
Waarbij meer onderscheid wordt gemaakt tussen papieren en online content.
- ***In de huidige vorm***, waarbij meer wordt geïnvesteerd in bekendheid van de uitgave met name onder studenten.

### ***Overweeg om meer onderscheid te maken tussen papieren en online content***

Gebruik papier voor de long reads, achtergrondartikelen, interviews e.d. en de online omgeving voor nieuws en actualiteiten.

### ***Werk aan online herkenbaarheid***

Het lijkt erop dat een deel van de mensen niet weet dat men Profielen online bezoekt. Zet in op een herkenbare vormgeving van de online omgeving.

### ***Houd de schrijfstijl toegankelijk.***

De lezers blijken de schrijfstijl van de uitgave te waarderen. Het lijkt dan ook verstandig hier niet te veel aan te veranderen.

### ***Maak duidelijk(er) dat mensen input kunnen leveren.***

Onder alle groepen is voor een flink deel van de mensen niet duidelijk dat het mogelijk is om input te leveren. Daarbij is deze onwetendheid onder studenten het grootst.

### ***Overweeg om lezers meer te betrekken bij de uitgave.***

Overweeg om meer mogelijkheden te creëren voor lezers om een bijdrage te leveren dan wel onderwerpen aan te dragen. Brainstorm eventueel met de redactie hoe lezers meer betrokken kunnen worden bij de samenstelling. Een redactieraad die ideeën aanlevert? Een poll op internet waar lezers kunnen stemmen over welke onderwerpen men artikelen wil terugzien? Een lezerspanel? Studenten die uitgedaagd worden bepaalde pagina's te vullen? Dit kan allemaal bijdragen aan de betrokkenheid en herkenbaarheid van de lezers.

### ***Zorg voor duidelijke(r) zichtbaarheid / overweeg een publiciteitscampagne.***

Gezien het feit dat de helft van de studenten het blad niet kent, valt het te overwegen om de uitgave meer onder de aandacht te brengen bij deze doelgroep. Dit kan op verschillende manieren:

- Door tijdens de introductieweek of eerste schooldag de studenten de uitgave aan te bieden.
- Door het organiseren van activiteiten waarmee Profielen bekender wordt als 'brand' waarbij Profielen duidelijk onder de aandacht wordt gebracht.
- Het betrekken van studenten voor het uitdenken van leuke (multi- of crossmediale) campagnes om Profielen onder de aandacht te brengen. Dit bijvoorbeeld in het kader van een marketingopleiding of -vak.

### ***Gebruik diverse kanalen om bezoekers naar de content van Profielen te krijgen.***

De meeste gebruikers gaan via Hint naar profielen.hr. Wellicht dat op Hint een bericht kan worden geplaatst als de nieuwe Profielen uit is. Ook kan een e-mail worden verstuurd als de nieuwe editie uit is. Of kan dit via Facebook worden gemeld.

### ***Overweeg een App-versie voor smartphone.***

Aangezien het merendeel van de studenten de content online benadert, valt het te overwegen een App te ontwikkelen voor Profielen.

### ***Besteed aandacht aan de gewenste onderwerpen.***

Bedien de diverse doelgroepen met inhoud die ze waarderen. Zet in op de onderwerpen waarvan lezers gevraagd, dan wel spontaan aangeven dat ze hierover graag meer willen lezen. Denk daarbij aan:

- Nieuws over de Hogeschool
- Studenten: meer studentenzaken, als studentencolumns, carrièretips, ervaringen studeren in het buitenland, studieschuld/diplomawaarde, stufie, inwonen, clubs etc.
- Docenten/medewerkers: medewerkers van diensten, ideeën om in de les te gebruiken, artikelen over de onderwijspraktijk, interviews met pedagogen, didactici e.d.

Kijk hiervoor verder naar de aanbevelingen bij de antwoorden op open vragen.

## BIJLAGEN

### BIJLAGE A: VRAGENLIJST LEZERSONDERZOEK PROFIELEN

#### <SCHERM: LEESGEDRAG>

**[010] Lees je Profielen Magazine?**

- Ja, altijd [->door naar vraag 030]
- Soms
- Nee, nooit [-> door naar vraag 020, 160 t/m 195, 200, 210, 220, 230, 240, 250, 260, 270]

**[020] Als je het blad (soms) niet leest, wat is daarvoor dan de reden?**

- Ik ken het niet
- Geen tijd
- De inhoud spreekt me niet aan
- Ik lees Profielen via Hint
- Ik krijg al genoeg informatie via andere kanalen
- Ik lees al genoeg andere bladen over onderwijs
- Het bevat voor mij geen nieuws

Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

**[030] Hoe lees je Profielen?**

- Vrijwel in zijn geheel
- Ik lees het merendeel van de artikelen
- Ik lees alleen bepaalde rubrieken of artikelen
- Ik scan de koppen en lees artikelen die mij interessant lijken
- Ik blader het blad door, maar lees nauwelijks artikelen
- Wisselend: de ene keer uitgebreid, de andere keer niet of nauwelijks

**[040] Waarom lees je Profielen?**

- Vanwege de cover
- Om op de hoogte te zijn van nieuws over de instelling
- Vanwege een bepaald artikel
- Omdat ik iemand ken die erin staat
- Dat wisselt per keer
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

**[050] Wat is het meest op jou van toepassing?**

Ik ben:

- Student [*dan niet: 080 en 220*]
- Docent [*dan niet 070*]
- Medewerker [*dan niet 070*]

#### <SCHERM: ONTVANGST>

**[060] Profielen verschijnt 8 x per jaar. Wat vind je van deze frequentie?**

- Te vaak
- Goed
- Te weinig
- Geen mening
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

**[070] Wat gebeurt er nadat je het blad hebt gelezen? (alleen studenten)**

*[Meer antwoorden mogelijk]*

- Ik bewaar 'm
- Ik geef 'm door aan familie/vrienden
- Ik ga naar de website [www.profielen.hr.nl](http://www.profielen.hr.nl)

- Ik praat met klasgenoten over zaken waarover ik las
- Ik gooi het weg/bij het oud papier
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

[080] **Wat gebeurt er nadat je het blad hebt gelezen? (alleen medewerkers en docenten)**

[Meer antwoorden mogelijk]

- Ik bewaar 'm
- Ik geef 'm door aan familie/vrienden
- Ik ga naar de website www.profielen.hr.nl
- Ik praat met collega's of vakgenoten over zaken waarover ik las
- Ik gebruik informatie voor mijn eigen werk
- Ik gebruik inhoud voor mijn lessen
- Ik gooi het weg/bij het oud papier
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

<SCHEM: BEOORDELING TEKST EN VORM>

[090] **Wil je een cijfer geven voor onderstaande onderdelen? 1 staat voor zeer slecht, 10 voor zeer goed.**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vormgeving										
Schrijfstijl										
Fotografie										
Illustraties										
Cover										

[100] **Hoe beoordeel je de vormgeving?**

- Sluit goed aan bij de inhoud
- Saai, meer variatie in de opmaak zou mogen
- Te druk, mag wat rustiger opgemaakt worden
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

[120] **Profielen heeft een onafhankelijk redactiestatuut. Hoe kijk je aan tegen de insteek van de artikelen? Het blad:**

- Slaat de juiste toon aan
- Richt zich te sterk naar de mening van het bestuur en mag kritischer
- Is soms te kritisch ten opzichte van de hogeschool
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

<SCHEM: RUBRIEKEN/ONDERWERPEN>

[130] **Kun je van onderstaande rubrieken aangeven of je deze altijd, regelmatig, af en toe, zelden of nooit leest? <sup>1</sup>**

	Altijd	Regelmatig	Af en toe	Zelden	Nooit
Infographic					
Nieuws					
Columns					
Interviews					
Achtergrondartikelen					
Beeldreportage					
Nieuws					

<sup>1</sup> Nu niet allemaal opgenomen (soms samengepakt, zoals interviews) omdat het er anders wel heel veel worden. Maar het zijn er nog steeds veel, dus als jullie er nog wat kunnen wegstrepen/samenpakken zou dat fijn zijn.

[140] Zijn er onderwerpen waarover je meer zou willen lezen in Profielen?

- Nee
- Geen mening
- Ja, namelijk \_\_\_\_\_

[150] Lezers kunnen input leveren via de telefoon, Twitter, profielen@hr.nl en door binnen te lopen in kamer 00.035 in één van de glazen kantoren in de hal van de hoogbouw Museumpark. Maak je hier weleens gebruik van?

- Dat heb ik nog niet gedaan
- Ik wist niet dat die mogelijkheid bestond
- Ja
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_<sup>2</sup>

<SCHERM: WEBSITE>

De volgende vragen gaan over de website van Profielen:

[Eventueel plaatje tonen website-voorkant<sup>3</sup>]

	Ja	Soms	Nooit
[160] Lees je Profielen digitaal?			
<i>-&gt;Bij nooit: door naar [200]</i>			

[170] Hoe vaak bezoek je de website van Profielen?

- Meerdere keren per dag
- (Bijna) dagelijks
- Wekelijks
- Maandelijks
- Geen idee

[180] Als je de website van Profielen bezoekt, hoe kom je daar dan? Via:

Meer antwoorden mogelijk

- Hint
- Ik ga direct naar www.profielen.hr.nl
- Via Facebook
- Via Twitter
- Via LinkedIn
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

[190] Lees je Profielen liever digitaal of in print?

- Digitaal
- Print
- Geen voorkeur
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

[195] Lees je uitgebreidere artikelen liever digitaal of in print?

- Digitaal
- Print
- Geen voorkeur
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

<SCHERM: STELLINGEN>

<sup>2</sup> Deze om ruimte te bieden aan mensen die wel hebben aangeleverd maar waar niets mee is gedaan.

<sup>3</sup> Of dat handig is hangt een beetje af van hoe het overkomt, wellicht wordt het te klein/druk omdat de website best veel info bevat.



[200] *We overwegen aanpassingen aan Profielen en zijn benieuwd naar je mening daarover. Ik heb interesse in elk jaar...*

	Wel	Niet	Geen mening
2 x een glossy en 10 x een flyer met de belangrijkste info die online uitgebreider is te vinden			
4 x per jaar een themanummer			
Alleen online, dus geen papieren blad meer			
Profielen Magazine voor de medewerkers, de website voor iedereen			
Profielen zoals het nu is: 8 x per jaar het magazine, voor studenten en medewerkers			
Meer evenementen, ook samen met andere partijen, zoals een docent van het jaar verkiezing of een week van de wetenschap			

[210] *Hoe wil je op de hoogte worden gebracht van nieuws op de Hogeschool Rotterdam?*

Via:

- Facebook
- Profielen (het blad)
- www.profielen.hr.nl (de website)
- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Anders, namelijk: \_\_\_\_\_

[220] *(alleen medewerkers en docenten) Een van de overwegingen is om van Profielen een uitgave te maken die meer gericht is op docenten en medewerkers. Heb je als docent of medewerker meer of minder behoefte aan:*

Meer

Minder

Geen mening

Interviews met pedagogen, didactici etc.

Artikelen over de onderwijspraktijk (bijv. didactiek, roosters, toetsen, studenttevredenheid)

Beeldreportages over medewerkers

Meer achtergrondartikelen

Meer actualiteit

<SCHERM: PROFIEL>

[230] *Wat is je leeftijd?*

- 0-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 of ouder

[240] *Bij welk instituut zit je?*

- CMI
- COM
- EAS
- IBK
- IFM
- IGO
- ISO
- IvG
- IvL
- RAC
- RBS
- RMU

- WdKA
- Ik werk bij een dienst

<SCHERM: EN VERDER>

[250] Wat mis je verder in Profielen, wat zou er mogen veranderen/verbeteren?

---

---

[260] Heb je verdere opmerkingen over Profielen of suggesties? Deze kun je hieronder kwijt.

---

---

[270] Wil je kans maken op een van de 10 cadeaubonnen van € 15,-? Vul dan hieronder je naam en e-mailadres in. Dit wordt bij de verwerking niet gekoppeld aan je antwoorden.

- Naam: \_\_\_\_\_
- E-mailadres: \_\_\_\_\_

#### BIJLAGE B: VOLLEDIGE ANTWOORDEN OPEN VRAGEN

Is separaat geleverd.