

Goede waardering voor Notariaat Magazine



Notariaat Magazine wordt vaak gelezen en ook goed beoordeeld. Dit blijkt uit het onlangs gehouden lezersonderzoek. 61 procent van de respondenten heeft alle tot nu toe in 2016 verschenen nummers gelezen. Het gemiddelde rapportcijfer voor alle rubrieken is 7,1. Geen interesse, of het ontbreken van relevantie zijn redenen om het magazine niet te lezen. ‘Een heel mooi score.’

‘Ongeveer anderhalf jaar geleden heb ik samen met de uitgever bij Sdu een aantal gesprekken gevoerd met verschillende leden en stakeholders over de waardering en het leesgedrag van het blad. Dit kwantitatieve lezersonderzoek is daar een vervolg op’, zegt Mechtelt Lindenhovius, hoofdredacteur van *Notariaat Magazine (NM)*. ‘De resultaten van dit onderzoek komen goed overeen met de uitkomsten van die eerdere gesprekken. En dat is erg prettig.’

RODE DRAAD

Een ruime meerderheid van de deelnemers (61 procent) heeft alle tot dan toe verschenen edities van *NM* in 2016 gelezen, 58 procent besteedt daar meestal tussen de 15 en 30 minuten aan. Slechts 5 procent las geen enkel nummer. Dat zijn meestal leden afkomstig van een groot kantoor (meer dan 5 notarissen). De reden voor het niet-lezen is ‘gebrek aan tijd’ en ‘geen interesse’.

Tuchtuitspraken is het populairst en krijgt ook het hoogste cijfer: 79 procent leest deze rubriek en waardeert het met een 7,9. Daarna volgen Personalia (77 procent, cijfer 7,4), Nieuws (74 procent, cijfer 7,2) en Tuchtrect Uitgelicht (72 procent, cijfer 7,8). Rubrieken die minder frequent gelezen worden, zijn: En Verder, Stelling/Peiling en Icoon. Die scores ook wat lager qua beoordeling (cijfer 6,7). Lindenhovius: ‘Op zich verbaast deze uitkomst

mij niks. Ook in de eerdere gesprekken bleek al dat het Tuchtrect vaak als eerste werd gelezen, samen met de Personalia. Veel lezers beginnen echt achterin het blad. Iets wat overigens niet vreemd is voor een magazine, dat hoor je wel meer. De lezers gaven in die gesprekken ook aan behoefte te hebben aan wat meer duiding van de tuchtuitspraken, aan een soort “rode draad”. Daarom zijn we in 2015 begonnen met de rubriek Tuchtrect Uitgelicht. Ik ben blij te zien dat deze rubriek aanslaat.’

De hoofdredacteur vervolgt: ‘Wat mij verder opvalt bij het leesgedrag en de leesintensiteit is dat er geen verschil is tussen een lid van een klein, middelgroot of groot kantoor. Iedereen vindt Tuchtuitspraken, Tuchtrect Uitgelicht, Personalia en (KNB-)Nieuws erg belangrijk. Dat past ook wel bij het beeld wat naar voren kwam uit het onderzoek in 2014 onder notarissen naar de aantrekkelijkheid van het beroep. Daaruit bleek dat zij “vakinhoud” en “juridisch denkwerk” erg belangrijk vinden. Daar sluiten deze rubrieken goed op aan.’

VROLIJKER GEZICHTEN

Ook de waardering van *NM* qua nieuws-waarde, lengte van artikelen, leesbaarheid, beeldgebruik, enzovoorts is goed. Op al die onderdelen scoort het blad met een gemiddelde van 7,2. Leesbaarheid, verschijnings-frequentie en vormgeving vormen de top-drie. Cover en diepgang worden het minst goed beoordeeld. ‘Graag iets vrolijker gezichten op de cover’, raadt een van de lezers aan. Toch krijgen deze onderdelen nog een gemiddelde score van respectievelijk 7,0 en 6,9.

OVERLAP

Een ander punt van kritiek van sommige lezers is de overlap tussen informatie in *NM*, de wekelijkse KNB-nieuwsbrief en NotarisNet. ‘Inderdaad hergebruiken we berichten van

NotarisNet. Reden daarvoor is ook dat best veel leden NotarisNet niet dagelijks raadplegen voor het nieuws en zo dus berichten missen. Daarom is voor deze werkwijze gekozen. Wel proberen we altijd om op de nieuwspagina’s voorin het blad met nieuwe berichten te komen. Maar ja, punt blijft dat we een maandblad zijn en geen dagelijkse krant of weekblad. Daardoor kun je op nieuwsgebied niet superactueel zijn’, licht Lindenhovius toe. Daarnaast werd ook meerder keren genoemd of het blad niet digitaal verspreid kan worden. Dat zou toch schelen in de kosten. Lindenhovius: ‘Dat lijkt zo, maar valt eigenlijk best tegen. De verspreidingskosten vormen niet de hoogste kostenpost bij het maken van een magazine. En ook een digitaal blad moet je vormgeven en opmaken. Daarnaast heeft een digitaal magazine ook gevolgen voor de advertentie-inkomsten, niet onbelangrijk. Dit betekent niet dat we niet kijken naar de toekomst en wars zijn van digitale ontwikkelingen. Alleen gaan we niet over een nacht ijs, want er zijn ook veel lezers die wel houden van een papieren *NM*.’

Profiel respondenten

- Aan het lezersonderzoek deden 440 mensen mee (responspercentage 12,7). Hiervan was 59 procent man.
- Slechts 9 procent van de respondenten was tussen de 20 en 29 jaar.
- Van de Ring Amsterdam vulde 17 procent van de leden de enquête in; met 5 procent had de Ring Zeeland-West-Brabant het minste aantal deelnemers.
- 12 procent van de deelnemers is afkomstig van een groot kantoor (meer dan 5 notarissen), 53 procent van een kantoor met 2 tot 5 notarissen en 35 procent van een klein kantoor.