



Siteonderzoek Railhobby schept crossmediale kansen

05 sep 2008

Uitgeverij Scala BV heeft onlangs een onderzoek gehouden onder sitebezoekers van haar tijdschrift Railhobby. Railhobby verschijnt sinds 2006 namelijk zowel op papier als 100% identiek online, zonder downloads. De ervaringen van lezers met de online versie zijn van belang voor de crossmediale toekomstvisie van de uitgeverij. De, over het algemeen hoger opgeleide, bezoekers hebben gesproken... en hoe! Maar liefst 85% beoordeelt de online versie van het tijdschrift met goed tot zeer goed. De gemiddelde bezoekersduur is met 20 minuten voor een website opzienbarend lang. De online abonnee leest zelfs gemiddeld 50 minuten in de online edities.

Bijna 600 respondenten vulden een enquête in. Naast abonnees lieten ook (online) losse kopers en websitebezoekers van zich horen. "Het onderzoek bevestigt wat we al vermoedden, namelijk dat onze lezers erg actief zijn op het internet. Zo geven ze spontaan ruim 170 modelspoorites op die ze bezoeken" vertelt Ashja Bosboom-Fetvacyan, marketing directeur van Uitgeverij Scala. "De online uitgave van Railhobby vormt in combinatie met de website én de printeditie een uniek product. Dat lezers het waarderen, blijkt behalve uit dit onderzoek ook uit het groeiende aantal abonnementen."

"De resultaten hebben ons aan het denken gezet. 30% bezoekt www.railhobby.nl namelijk één of meerdere keren per week en daarnaast geven meerdere respondenten aan de site als startpagina te gebruiken. Ook zegt de liefhebber zijn hobby online te willen delen. Hier liggen kansen voor de toekomst. Wanneer we de website op de juiste manier optimaliseren, kunnen we Railhobby nóg aantrekkelijker maken voor de doelgroep."

Het optimaliseren van een website en zorgen voor online interactie is echter een vak apart. Daarom is na een pitch gekozen voor online marketingadviesbureau Online Results voor de usability en zoekmachine-optimalisatie. Vervolgens is Modern Media ingeschakeld om met de gegeven adviezen een portal te ontwikkelen. "Uitgeverij Scala is reeds klant bij ons" zegt Andre Polderman, CEO van Modern Media. "We hebben ze destijds al geholpen bij het online uitgeven. Het cms-systeem Clixmaster dat wij implementeren heeft niet stilgestaan en is bij uitstek geschikt voor interactie via onder andere een blogmodule en profile management. Wij kunnen precies bieden wat Railhobby nodig heeft aan User Generated Content en zien daar veel mogelijkheden in."

Tags: [Scala](#) [crossmedia](#) [hobby](#) [onderzoek](#)

Gebruikerslogin

Gebruikersnaam: *

Wachtwoord: *

- Nieuw account aanmaken
- Nieuw wachtwoord aanvragen

Gerelateerd

- 14 Jan 09 Kruisbestuiven en samenwerken voor betere content
- 12 Jan 09 Vervolgonderzoek mediacompetenties
- 10 Jan 09 Consument zegt massaal te bezuinigen op betaalde media
- 7 Jan 09 Helft uitgeverijen besteedt werkzaamheden uit aan freelancers
- 19 Dec 08 Web 2.0 toepassingen nog weinig gebruikt
- 19 Dec 08 Kansen relatiemagazines nog onvoldoende benut
- 28 Okt 08 Dagbladen intensiever gelezen in tijden van crisis
- 10 Okt 08 Subsidies voor onderzoeken naar aankoop van kranten en lokale media
- 8 Okt 08 Gratis evenement voor media professionals
- 7 Okt 08 Wegener kiest voor crossmediale toekomst
- 24 Sep 08 HP/De Tijd blijft wekelijks, meer crossmedia en minder redactie