

## Samenvatting, Conclusies & aanbevelingen

Er zijn ongeveer 10.500 leden geweest die via de mail een uitnodiging hebben ontvangen om mee te doen aan het onderzoek. Uiteindelijk zijn er 822 leden geweest die hebben meegedaan. Hiermee is de verwachte steekproef van 377 ruim gehaald en kunnen er met 95 procent betrouwbaarheid uitspraken worden gedaan over de populatie.

Ook komt de verdeling in de steekproef redelijk overeen met de verdeling in de populatie. De leeftijdsopbouw en verdeling qua geslacht is ongeveer gelijk aan de populatie. Ook is er een spreiding over de gehele provincie te zien. Hiermee geeft de steekproef een representatieve weergave van de populatie.

### 2.1 Conclusies

#### Leesfrequentie

Het magazine Fisk&Wetter wordt over het algemeen heel goed gelezen; bijna 70 procent van de leden leest het magazine altijd en 18 procent leest het regelmatig. De belangrijkste reden om het magazine te lezen is interesse in sportvissen. Ook is het voor veel leden een manier om op de hoogte te blijven van het nieuws in de omgeving en informatie te ontvangen over bepaalde ontwikkelingen op het gebied van sportvissen. Hierbij wordt ook het Friese aspect aangegeven: ze vinden het interessant om te lezen wat er in Fryslân gebeurt op het gebied van sportvissen en willen graag op de hoogte worden gehouden van belangrijke ontwikkelingen. In het landelijke magazine wordt hier minder aandacht aan besteed.

Een gering deel van de leden (6 procent; aantal leden = 44) leest het magazine (bijna) nooit. De belangrijkste reden hiervoor is dat ze geen interesse hebben. Daarnaast is opvallend dat een aantal leden aangeeft het magazine niet te ontvangen. Of ze het magazine Fisk&Wetter daadwerkelijk niet ontvangen of dat het niet genoeg opvalt binnen het Visblad, is niet duidelijk. Een deel van de leden die hebben aangegeven het magazine niet te ontvangen, is wel aangesloten bij een hengelsportvereniging waarbij de leden het magazine Fisk&Wetter zouden moeten ontvangen. Het is belangrijk om hier iets mee te doen en te kijken of dit op een makkelijke manier op te lossen is. Het advies is om naar het adressenbestand te kijken en deze up-to-date te houden.

Over het algemeen leest zowel jong als oud het magazine, maar geven jongeren iets vaker aan het magazine *regelmatig* te lezen en ouderen geven vaker aan het magazine *altijd* te lezen. Leden die minder dan zes keer per jaar vissen geven net als jongeren iets vaker aan het magazine *regelmatig* te lezen. Hoewel het blad dus door de meeste leden wordt gelezen, heeft leeftijd en intensiteit van vissen lichte invloed op de mate waarin het magazine wordt gelezen; dus hoe meer men vist, hoe vaker men het blad leest.

#### Ervaring en oordeel van de leden

De leden beoordelen het magazine over het algemeen positief: 88 procent vindt het magazine heel goed of goed. Leden vinden dat het magazine hen op de hoogte houdt van de ontwikkelingen op het gebied van sportvissen. Een klein deel (vier procent) is het hier niet mee eens. De leden zijn positief over de verschillende aspecten van het magazine, waarbij de leesbaarheid en het taalgebruik het meest positief worden beoordeeld. Diepgang en variatie worden vaker als redelijk beoordeeld. Hier is volgens de leden ruimte voor verbetering. Diepgang wordt ook aangegeven bij onderdelen die worden gemist; 14 procent heeft

aangegeven iets te missen in het magazine. Ze willen graag meer informatie over vistechnieken en meer verscheidenheid aan type sportvissen zoals vliegvisserij en roofvissen.

Bijna de helft van de leden vindt dat er meer aandacht mag komen voor de visstand en 45 procent vindt dat er meer informatie mag komen over visstekken. Het laatste aspect wordt door een aantal leden nogmaals bij de open antwoorden genoemd. Ook vinden leden dat er meer aandacht mag worden geschonken aan het netjes achterlaten van visstekken, de natuur en het milieu. Slechts een klein deel van de leden vindt dat er meer informatie moet komen over verenigingen of sociale activiteiten van verenigingen.

### **Toekomst van Fisk&Wetter**

Twee derde van de leden vindt dat het magazine Fisk&Wetter vaak genoeg verschijnt (op basis van jaargang 2019 verschijnt het magazine vier keer per jaar), maar bijna een derde vindt dat het magazine vaker mag verschijnen. Het overgrote deel van de leden wil het magazine in de toekomst blijven ontvangen. De meeste leden willen het magazine ontvangen zoals ze het nu ook ontvangen. Er zijn 83 leden die het magazine digitaal willen ontvangen.

De meningen zijn verdeeld over het gebruik van nieuwsbrieven en social media door hengelsportverenigingen. Over het versturen van nieuwsbrieven zijn leden over het algemeen positiever dan over het gebruik van social media. Bij social media is wel een verschil tussen jong en oud, waarbij jongeren iets positiever zijn over het gebruik van social media dan ouderen.

## 2.2 Aanbevelingen

Over het algemeen zijn leden positief over het magazine Fisk&Wetter en wordt het goed gelezen door de leden. De leden vinden het magazine interessant en worden via het magazine graag op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen op het gebied van sportvissen. Het magazine Fisk&Wetter heeft zeker bestaansrecht in de toekomst; volgens leden is de frequentie (vier keer per jaar) waarin het magazine nu wordt uitgegeven goed. Hoewel het geluid over het algemeen positief is, kunnen bepaalde onderdelen verbeterd worden.

In principe kan het magazine blijven bestaan zoals het nu is en wordt het gelezen door leden. Door bepaalde onderdelen verder te ontwikkelen of gebruik te maken van bijvoorbeeld video's en digitale informatie, kan de doelgroep verbreed worden en kunnen eventueel meer mensen enthousiast worden gemaakt voor sportvissen. Meer verdieping en variatie zorgt ervoor dat leden die het magazine nu minder intensief/niet lezen juist meer gaan lezen. Bovendien kunnen andere vormen van informatiedeling worden onderzocht, waardoor een breder publiek wordt bereikt. Jongeren maken meer gebruik van online informatie en social media. Hoewel het uit het onderzoek niet heel duidelijk naar voren is gekomen, is dit wel een onderdeel dat verder uitgediept kan worden.

In principe bestaat het magazine niet om nieuwe leden te werven, maar kunnen leden wel enthousiast worden gemaakt voor sportvissen. Zeker wanneer informatie op een relatief eenvoudige manier wordt verspreid, zoals bij filmpjes via YouTube of foto's via Instagram. Het advies is dus om meer gebruik te maken van social media om het blad, artikelen en sportvissen in het algemeen meer en beter onder de aandacht te brengen.

### Meer diepgang

Wat door sommige leden wordt gemist, is diepgang. De leden vinden dat er uitgebreider over sportvistechieken mag worden geschreven en dat er bijvoorbeeld meer aandacht mag zijn voor het opruimen/netjes achterlaten van visstekken en de natuur/het milieu. Wat hiermee samenhangt is de variatie in sportvisdisciplines, bijvoorbeeld roofvissen, karpervissen en wedstrijdvisen. Door meer variatie aan te brengen in de artikelen, kunnen meer aspecten van het sportvissen worden belicht en is er ruimte voor meer diepgang.

Hierin ligt een uitdaging, omdat er verschillende typen sportvissers worden bediend; zowel recreatief sportvissers als zeevissers en roofvissers. Bovendien zijn er sportvissers die een enkele keer per jaar vissen en sportvissers die zeer intensief vissen. Het magazine moet aantrekkelijk zijn voor alle leden. Verhalen van sportvissers spreken vaak een groot deel van het publiek aan en veel leden geven aan hier interesse in te hebben. Meer variatie aanbrenge in de artikelen kan ervoor zorgen dat een breed publiek wordt aangesproken.

### Zorg voor meer diepgang

Meer aandacht voor visstand en visstekken



Meer informatie over sportvistechieken

### Ga in contact met hengelsportverenigingen

Uit het onderzoek blijkt dat leden waarde hechten aan het magazine Fisk&Wetter en het in de toekomst graag willen blijven ontvangen. Dit beeld bestaat niet bij alle hengelsportverenigingen. Het is belangrijk om in gesprek te gaan met de besturen van hengelsportverenigingen om aan te geven dat leden het wel belangrijk vinden, zodat de meerwaarde van het magazine duidelijk wordt voor besturen. Hiermee worden de besturen ook gestimuleerd om aandacht te besteden aan Fisk&Wetter en zelf stukken in te sturen. Het kan als middel worden gebruikt om in contact te komen met de eigen leden.

Leden vinden het interessant om ontwikkelingen en nieuws van andere hengelsportverenigingen te lezen. Het is belangrijk om hier variatie in te houden en verenigingen te stimuleren om zelf stukken in te zenden. Hoewel het voor de besturen van verenigingen soms tijdrovend is, hechten de leden er wel veel waarde aan. Dit is belangrijk om aan te geven bij de verschillende besturen.

Dit aandachtspunt is afhankelijk van de verschillende hengelsportverenigingen. De verantwoordelijkheid hiervoor ligt niet bij de redactie, maar bij de hengelsportverenigingen. Zij moeten meer aandacht geven aan de invulling van hun eigen onderdeel en daar actief mee bezig zijn. De redactie of Sportvisserij Fryslân kan echter wel een rol spelen bij het stimuleren van de verschillende hengelsportverenigingen en aantonen dat leden het magazine wel degelijk lezen en veel waarde hechten aan het magazine. Hiermee krijgen de besturen van de verschillende hengelsportverenigingen het gevoel dat ze het niet voor niks doen, maar dat het wordt gewaardeerd door leden.



### Digitaliseren en online informatie verspreiden

De meeste leden hebben behoefte aan een schriftelijke vorm van het magazine Fisk&Wetter en willen in de toekomst graag dat het magazine op deze manier beschikbaar blijft. Ongeveer een vijfde kijkt naar het digitaliseren van het magazine via bijvoorbeeld een nieuwsbrief of een PDF die via de mail kan worden verspreid.

Hoewel leden over het algemeen niet heel positief tegenover nieuwsbrieven en social media berichten vanuit hengelsportverenigingen staan, kan dit wel een middel zijn dat jongeren meer aanspreekt. Verdiepende gesprekken met jongeren kunnen hier meer inzicht in geven. Dit kan eventueel ook een manier zijn om jongeren meer enthousiast te maken voor sportvissen. Bovendien heeft het digitaliseren van informatie als voordeel dat er filmpjes gemaakt kunnen worden en sportvissers op een andere manier worden aangesproken. Er kan bijvoorbeeld meer gebruik worden gemaakt van Instagram en YouTube wanneer er digitaal wordt gewerkt. Dit zijn relatief simpele fora die zeker benut kunnen worden.