

Rapportage onderzoek 2/ 2012 Bibliotheek Bollenstreek

Communicatie en informatie; De mening van klanten over de communicatiemiddelen en informatievoorziening van bibliotheken.

Dit onderzoek heeft van **29 mei t/m 18 juni 2012** plaatsgevonden.

Onderwerpen van het onderzoek waren:

- **Informatiebehoefte**
- **Bekendheid en gebruik communicatiemiddelen**
- **Beoordeling communicatie algemeen**
- **Beoordeling nieuwsbrief**
- **Beoordeling website**
- **Social media**

Bibliotheek Bollenstreek BiebPanel

Aan dit onderzoek hebben 326 Bibliotheek Bollenstreek panelleden deelgenomen.

De verdeling over de vestigingen ziet er als volgt uit.

Vestiging	Aantal	%
Noordwijk	70	21%
Oegstgeest	67	21%
Lisse	51	16%
Noordwijkerhout	49	15%
Sassenheim	39	12%
Voorhout	38	12%
Warmond	12	4%
Totaal	326	100%

De respons van deze meting ligt op 49% en is vrijwel gelijk aan de respons van het totale BiebPanel (53%). De gemiddelde leeftijd van het BB panel is 56 jaar en wijkt ook nauwelijks af van de gemiddelde leeftijd in het totale Panel (55 jaar). Bijna één op de vier respondenten is man, ook op dit punt is er nauwelijks verschil met het totale Panel.

Informatiebehoefte

Dit onderzoek wijst uit dat vooral wordt gezocht naar het "**online verlengen** van materialen" (80%). Op de tweede plaats staat "het aanbod (**de collectie**) van de bibliotheek" (67 %). Op de derde plaats "**nieuws** over de bibliotheek" (63 %).

Van de respondenten geeft 90% aan geen informatie te missen. De overige 10% heeft wel behoefte aan meer informatie of geeft aan die niet goed te kunnen vinden. De opmerkingen die hierbij zijn gemaakt betreffen mn. **e-books** en het gebruik van de **catalogus**.

Wat doen we met de resultaten:

- Met de komst van onze **nieuwe website** (begin oktober)krijgt de zoekfunctie van de catalogus een prominente plaats. Naar verwachting een duidelijke verbetering.
- Er komt ook een **directe link** naar **openingstijden** en de functie **on- line verlengen** om veelgebruikte functies beter en sneller toegankelijk te maken.

- Ook de toegankelijkheid van informatie over '**het aanbod/ de collectie en nieuws** van de bibliotheek' wordt verbeterd zodat klanten deze informatie voortaan in één oogopslag kunnen raadplegen. Dit wordt gefaseerd ingevoerd.
- Zowel in dit onderzoek als in de meeste vestigingen is veel vraag naar het uitlenen van **e-books**. Informatie hierover staat al op de website maar wordt niet of onvoldoende gevonden. Deze informatie wordt beter toegankelijk gemaakt.
- **Catalogus:** toen dit onderzoek werd uitgevoerd was de Bibliotheek Bollenstreek net overgegaan op een andere catalogus. Het wennen aan de nieuwe indeling heeft mogelijk een rol gespeeld bij het signaleren van een aantal problemen bij het zoeken naar informatie. Medewerkers hebben veel aandacht besteed aan de uitleg bij het zoeken en vinden van informatie via de catalogus. Veel vragen zijn inmiddels opgelost. Waar nodig worden wensen t.a.v. een verdere zoekverfijning in de catalogus doorgegeven aan de leverancier van de(landelijke) bibliotheekcatalogus. Het snel zoeken én vinden van informatie is voor alle klanten belangrijk.

De hoeveelheid informatie die men ontvangt wordt door 82 % van de respondenten beschouwd als 'precies goed'. 11 % vindt de informatie te weinig en slechts 2 % ervaart een overdaad aan informatie. Dit oordeel is net iets positiever dan dat van het totale Panel.

Communicatiemiddelen

Bekendheid

85% van de respondenten geeft aan de website te kennen als communicatiemiddel, dit wordt ook het meest gebruikt. 74 % bezoekt de website. Dit is iets minder dan het landelijke gemiddelde.

75% weet dat de bibliotheek een digitale nieuwsbrief heeft, deze wordt echter maar door de helft van de deelnemers geraadpleegd. Een vergelijkbare groep noemt posters en berichten in de bibliotheek zelf als communicatiemiddel.

58 % is ervan op de hoogte dat er soms berichten in de krant staan. Dit is aanzienlijk meer als bij het totale Panel. Krantenberichten worden door 35 % gelezen.

30 % bekijkt de posters en berichten in de bibliotheek zelf en 28 % krijgt informatie van de medewerkers.

Slechts 6 % is op de hoogte van het feit dat de bibliotheek social media inzet als communicatiemiddel. Dit is minder dan het totale Panel. Dit wordt door bijna niemand gebruikt om informatie in te winnen.

Drukwerk van de bibliotheek zoals posters en brochures worden ook wat minder vaak genoemd als gemiddeld.

Beoordeling

De tevredenheid over de communicatie van de Bibliotheek Bollenstreek en de wijze waarop de bibliotheek de klanten van informatie voorziet is (zeer) goed 87%. Dit tegen 85 % in het totale panel.

10 % vindt de communicatie 'niet goed/ niet slecht' en bijna niemand geeft aan de wijze van communiceren '(zeer) slecht' te vinden. Dit komt overeen met het totale Panel.

82 % van de respondenten beschouwt de informatie die men ontvangt als 'precies goed'. 11 % vindt de informatie 'te weinig' en 2 % ervaart een overdaad aan informatie. Dit oordeel is net iets positiever dan het totale panel.

Wat doen we met de resultaten?

- In april 2012 werd de **Bibliotheekapp** aangeboden om het gebruik van de website via de mobiele telefoon of tablet mogelijk te maken. Een gewaardeerde nieuwe service. Daarnaast wordt een **nieuwe website** in oktober in gebruik genomen.
- De Bibliotheek Bollenstreek heeft in 2012 **social media** ingezet om klanten te informeren. Tw. **Twitter** in juni en **Facebook** in september. De resultaten worden zorgvuldig gemonitord zodat de effectiviteit continu verbeterd kan worden. Op

wensen van klanten zoals informatie over nieuwe boeken en evenementen en boekrecensies wordt actief ingespeeld.

- De bekendheid van de digitale nieuwsbrief wordt verder vergroot oa. via de website en bij activiteiten.
- De uitgave van een speciale editie van de digitale nieuwsbrief voor het onderwijs wordt voorbereid. Dit is ook een reactie op vraag vanuit het onderwijs.