

## › *Inzicht in bibliotheekgebruikers*

Nu bibliotheken met grote veranderingen te maken hebben, is het belangrijk meer te weten over (potentiële) doelgroepen. Wie bezoekt de bibliotheek en wat doet men daar? Onder de gebruikers van de bibliotheek zijn jongeren, vrouwen, hoog opgeleiden en mensen met een Niet-Westerse afkomst oververtegenwoordigd. De belangrijkste reden om de bibliotheek te gebruiken is nog steeds met het lenen van boeken. Maar men onderneemt er ook andere activiteiten, zoals het inzien van materialen, opzoeken van informatie of gewoonweg 'rondsnuffelen'. De gebruiker van de bibliotheek heeft behoefte aan maatwerk. Om daaraan tegemoet te komen is meer kennis nodig van wat gebruikers precies willen en zal in de toekomst een beroep worden gedaan op nieuwe vormen van onderzoek.

### Bezoek door leden en niet-leden

Het aantal bezoeken aan de bibliotheek in 2017 wordt geschat rond de 60 miljoen. Het aantal bezoekers fluctueerde tussen 2013 en 2017 enigszins, maar lijkt in de loop der jaren gestabiliseerd (KB, 2018a) (zie ook het artikel over [Bibliotheekbezoeken](#)). Dit zijn niet alleen bibliotheekleden, ook onder niet-leden bezoekt een vrij grote groep de bibliotheek soms (o.a. Witte & Akkerman, 2017; Tiessen-Raaphorst & Van den Broek, 2016; Hermans et al., 2013; Cubiss, 2008). Hoe de bezoekfrequentie van leden en niet-leden zich over de tijd precies heeft ontwikkeld is moeilijk af te leiden uit bestaand onderzoek. Wel laat periodiek onderzoek van GfK zien dat het percentage mensen dat de bibliotheek niet of nauwelijks bezoekt over de periode 2015 tot en met juni 2017 ongeveer gelijk is gebleven, namelijk 66% (GfK, 2017).

### Jong, vrouw, hoog opgeleid en niet-westers

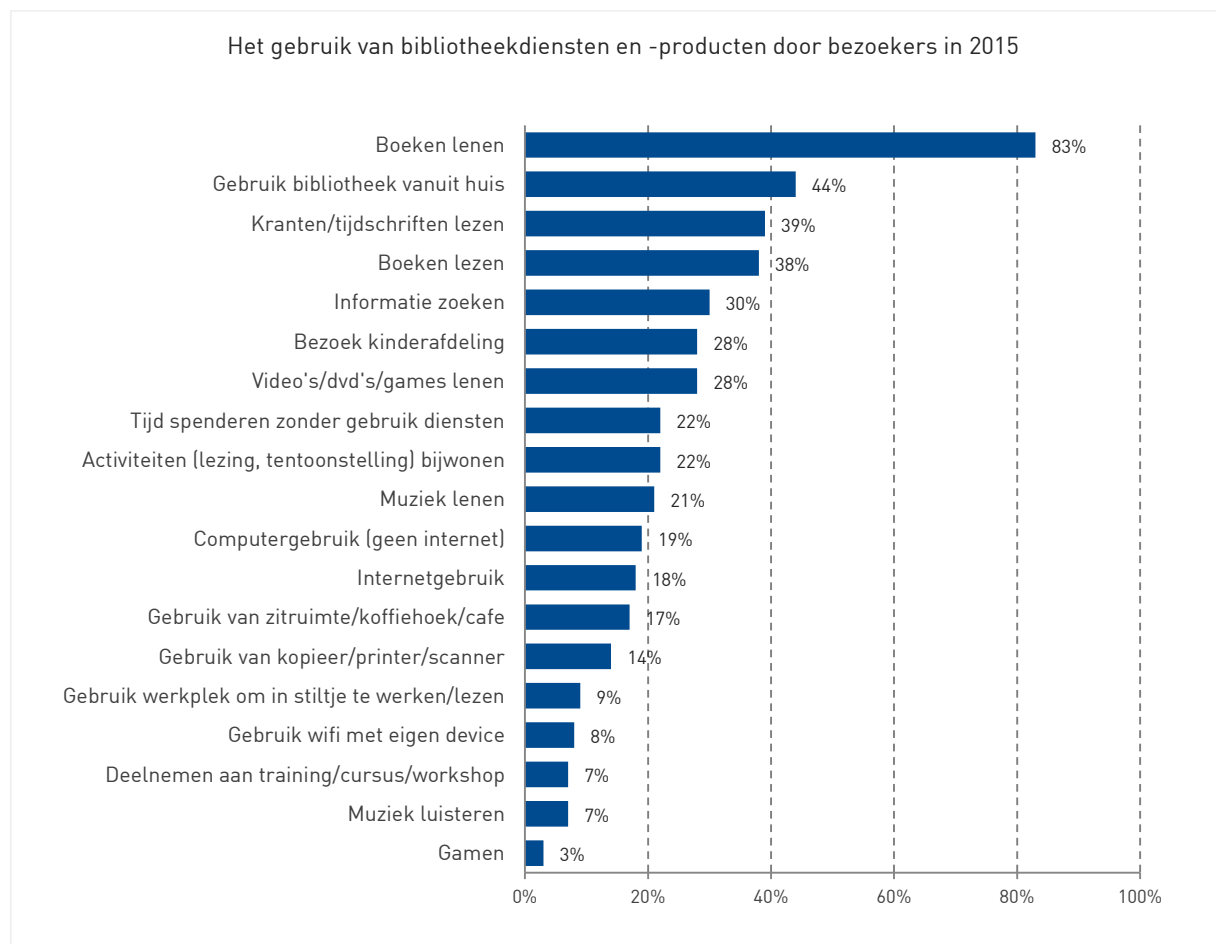
Een algemeen profiel van de bibliotheekbezoeker komt naar voren in een onderzoek naar sport en cultuur van het SCP (2016). Zo maakt 39% van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder gebruik van de bibliotheek (minimaal 1 bezoek in 2014). Een bekend fenomeen is dat vrouwen (45%) de bibliotheek vaker bezoeken dan mannen (33%). Het bezoeken van een bibliotheek is populairder onder jongeren dan onder ouderen. Van de kinderen onder de 12 jaar bezocht 82% de bibliotheek in 2014 minimaal 1 keer. Onder 65-plussers is dit 27%. Het bereik van de bibliotheek is groter bij hoger opgeleiden. Ook gaat in vergelijking met andere bevolkingsgroepen een groter deel van de Nederlanders van niet-westerse afkomst minimaal 1 keer naar de bibliotheek. In 2014 werden er per hoofd van de bevolking gemiddeld 4,3 bezoeken aan de bibliotheek gebracht (Tiessen-Raaphorst & Van den Broek, 2016).

### Lenen van boeken voorop bij bibliotheekbezoek

De belangrijkste reden om de bibliotheek te bezoeken is nog steeds het lenen van boeken. Twee derde van de leners gaat bewust naar een bibliotheek om boeken te zoeken en lenen. Een vijfde van de leners heeft een vast moment om in de bibliotheek boeken te gaan lenen en bij 15% is een bezoek aan de bibliotheek een vast onderdeel van de wekelijkse routine. Leners laten zich in de bibliotheek graag inspireren voor nieuwe boeken. (Van Nood & Witte, 2017). Ook andere onderzoeken laten zien dat de bibliotheek primair toch nog geassocieerd wordt met en gebruikt voor het lezen en lenen van boeken ter ontspanning. (Oomes, 2015; Probiblio, 2015; Witte & Akkerman, 2017). Dat geldt ook voor de bibliotheek van de toekomst. Als leden wordt gevraagd wat de bibliotheek over 10 jaar moet aanbieden, wordt vooral een breed aanbod van boeken (fysiek en digitaal) genoemd (Massen, 2016b).

## [Meer dan boeken en lenen](#)

In de transitie van een uitleenbibliotheek naar een maatschappelijke/educatieve bibliotheek is het van belang dat bezoekers de bibliotheek ook weten te vinden voor andere producten en diensten. In onderstaande figuur komt duidelijk naar voren dat bezoekers al in 2015 voor meer naar de bibliotheek komen dan voor het lenen van boeken (Oomes, 2015). Dat bezoekers ook komen om materialen te lezen of in te zien, de kinderafdeling te bezoeken, of informatie te zoeken, of gewoon om rond te snuffelen, blijkt ook uit andere onderzoeken (Witte & Akkerman, 2017; Massen, 2015b; Van Nood & Witte, 2017). De functie van de bibliotheek is dus breder dan het uitlenen van materialen.



Bron: Oomes, 2015

## [Ontmoeting en verblijf](#)

De bibliotheek is ook een plek om te ontmoeten en te verblijven. Uit onderzoek onder een grote groep bibliotheekleden middels het Biebpanel blijkt dat zij meer belang hechten aan verblijf dan aan ontmoeting. Belangrijke redenen om te verblijven zijn:

- › Vragen kunnen stellen aan de bibliotheekmedewerkers (91%)
- › Rondsnoeffelen in de bibliotheek (87%)
- › Boeken (81%) en tijdschriften en/of kranten (69%) ter plekke lezen of inzien (Massen, 2015a).

Ontmoeting tussen mensen vindt in de bibliotheek wel plaats, maar vooral tussen bezoekers en medewerkers. Gesprekken of kennismaking met onbekenden en/of mensen van een andere achtergrond vinden in veel kleinere mate plaats (Oomes, 2015; Probiblio, 2015).

## Gebruik van de bibliotheek als informatiebron

Bibliotheeken bieden toegang tot informatie en ondersteunen burgers bij het omgaan met informatie. Met deze dienstverlening kan de bibliotheek bijdragen aan de persoonlijke ontwikkeling en de empowerment van mensen. Iets meer dan de helft van de (voormalig) bibliotheekbezoekers geeft in het onderzoek van Oomes (2015) aan de bibliotheek weleens te hebben gebruikt om informatie te zoeken. De belangrijkste hulpbronnen die men hierbij raadpleegt zijn de boeken en naslagwerken, databanken, de medewerkers het internet en andere materialen. (Oomes, 2015; Massen, 2016a). Leden die naar de bibliotheek gaan voor informatie noemen diverse pluspunten van de bibliotheek:

- › Het kunnen nalezen van informatie in boekvorm (64%)
- › De laagdrempeligheid (57%)
- › De grote hoeveelheid informatie (45%)
- › De aanwezigheid van medewerkers (37%)
- › De betrouwbaarheid van de informatie (20%) (Massen, 2016a).

### **+ Waarover zoeken bibliotheekbezoekers informatie?**

Wat opvalt in het onderzoek van Oomes (2015), is dat de bibliotheek met name informatiebehoeften in het vrijetijd domein lijkt te vervullen: over de onderwerpen hobby's (35 procent) en vakanties, reizen en toerisme (35 procent) wordt het vaakst informatie gezocht. Ook zoekt men relatief vaak naar informatie over gezondheid en welzijn (28 procent). Beduidend minder populair zijn financiën/economie (7 procent), nieuws/actualiteiten (6 procent), politiek (5 procent) en loopbaan/carrière (4 procent).

## Kennis en educatie in de bibliotheek

De bibliotheek wordt door velen ook gezien en gebruikt als instelling voor educatie en zelfstudie. Een groot deel van de bibliotheekbezoekers komt er om nieuwe dingen te leren uit boeken, bestaande kennis te verbreden en verdiepen, te studeren (of huiswerk te maken), en/of zichzelf persoonlijke te ontwikkelen en nieuwe ideeën op te doen. Wel ligt bij die educatieve functie de nadruk op het lezen en lenen van boeken. Van andere vormen van ondersteuning bij educatie, zoals het volgen van een opleiding/cursus/workshop, wordt maar weinig gebruik gemaakt. (Probiblio, 2015; Oomes, 2015).

## Meer weten over klanten

Om goed in te spelen op de diversiteit en veranderlijkheid aan klantvoorkeuren, is inzicht in consumentengedrag noodzakelijk. De afgelopen jaren is er veel onderzoek gedaan naar klanten van de bibliotheek en hun behoeften en gedragingen. Via standaard klanttevredenheidsonderzoeken (kto), maar bijvoorbeeld ook via instrumenten als het Biebpanel. Vaak gaat dat onderzoek vooral over de tevredenheid van klanten met bibliotheekdiensten. Ook hun eventuele behoeften aan veranderingen en in sommige gevallen hun perceptie van het imago van de bibliotheek werden onderzocht. Verschillende malen werd in onderzoek ook aandacht besteed aan de motivaties en overwegingen van niet-leden of specifieke (potentiele) gebruikersgroepen (zie ook het uitklapvenster hieronder). Dergelijke onderzoeken bleken onvoldoende te leiden tot direct toepasbare inzichten om nieuwe gebruikersgroepen te werven of bestaande groepen beter te bedienen (Bosman et al., 2014). De verwachting is dat de komende jaren in toenemende mate nieuwe vormen van onderzoek en gegevensverzameling zullen worden ontwikkeld en ingezet om de verwachtingen en het gedrag van klanten diepgaander te analyseren. Denk aan de analyse van klant data die beschikbaar is in bibliotheeksystemen (KB, 2018b).

### + Doelgroepenonderzoeken

In de afgelopen jaren is voor en door de bibliotheekbranche een aantal specifieke doelgroepenonderzoeken uitgevoerd. Die komen voort uit de behoefte aan een dieper inzicht in de (potentiële) bezoeker en het besef dat generiek marktonderzoek daar onvoldoende aan bijdraagt. Onderzoeken vonden plaats onder bijvoorbeeld:

- › [Laaggeletterden](#) (Buisman & Allen, 2015)
- › [75-plussers](#) (Meijering & Duimel, 2016)
- › [55-plussers](#) (Scholtz & Witte, 2016)
- › [Ouders](#) (Witte & Van Nood, 2014)
- › [Jongeren](#) (Witte & Van Nood, 2013)

Naar verwachting neemt de behoefte aan dergelijk gesegmenteerd doelgroepenonderzoek toe.

### Bronnen:

- › Bosman, E, Broers, A., Faber, J. en Hulsker, K. (2014). *Gebruikersonderzoek binnen bibliotheken. Naar samenhang en afstemming binnen de bibliotheekbranche*. Den Haag: Sectorinstituut Openbare Bibliotheken.
- › Buisman, M. en Allen, S. (2015). *Laaggeletterden en de bibliotheek*. Gorinchem/Den Haag: Kohnstamm Instituut en Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA), in opdracht van KB | Nationale Bibliotheek.
- › Cubiss (2008). *De Nieuwe Afnehmer (DNA) van de bibliotheek*. Resultaten van marktonderzoek in Gelderland, Limburg en Noord-Brabant. Tilburg: Cubiss
- › Hermans, M., Fuhr, von der, S en Huysmans, F. (2013). *Marktonderzoek, digitaal lezen, informatie en privacy*. Tilburg: Cubiss & WareKennis.
- › KB | Nationale bibliotheek (2018a). *Bibliotheekstatistiek 2017*.
- › KB | Nationale Bibliotheek (2018b). *KB Onderzoeksagenda. Impact en gebruik van data, programma's en collecties uitbreiden en verder verbeteren*. Den Haag: KB.
- › Massen, K. (2015a). *Ontmoetings- en verblijfsfunctie*. Resultaten Biebpanel, geraadpleegd op 22-02-2018.
- › Massen, K. (2015b). *Maatschappelijke waarde*. Resultaten Biebpanel, geraadpleegd op 22-02-2018.
- › Massen, K. (2016a). *Collectie en informatiefunctie*. Resultaten Biebpanel, geraadpleegd op 22-02-2018.
- › Massen, K. (2016b). *Toekomst van de bibliotheek*. Resultaten Biebpanel, geraadpleegd op 02-05-2018.
- › Meijering, I., en M. Duimel, (2016). *Ouderen en de bibliotheek. Een kwalitatief onderzoek onder 75-plussers*. Den Haag: Koninklijke Bibliotheek.
- › Nood, van, B. en Witte, E. (2017). *Boekenbranche meting 40. Thema meting: Customer Journey*. Amsterdam: SMB.
- › Oomes, M. (2015). *De maatschappelijke waarde van openbare bibliotheken in Nederland*. Den Haag: Koninklijke Bibliotheek.
- › Probiblio (2015). *Maatschappelijke waarde*. Totale BiebPanel. Een onderzoek naar maatschappelijke en persoonlijke waarde van de bibliotheek volgens de leden. Hoofddorp: Probiblio.
- › Scholtz, A. en Witte, E. (2016). *Boekenbranche meting 36. 1e themameting van 2016 naar het leesgedrag van 55-plussers*. Amsterdam: SMB.
- › Tiessen-Raaphorst, A en Broek, van den, A. (2016). *Sport en cultuur. Patronen in belangstelling en beoefening*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- › Witte, E. en Nood, van, B. (2014). *Boekenbranche meting 28. Themameting ouders*. Amsterdam: SMB.

- › Witte, E. en Nood, van, B. (2014). *Boekenbranche meting 26. Herhaalmeting van de 2<sup>e</sup> themameting van 2013, naar het kopen, lezen en lenen van boeken onder jongeren tussen de 13 en 25 jaar*. Amsterdam: SMB.
- › Witte, E. en A. Akkerman (2017). *Rapportage Boekenbranche Meting 41. 2e reguliere meting van 2017 naar het kopen, lezen en lenen van boeken*. Amsterdam: GFK, i.o.v. Stichting Marktonderzoek Boekenvak.