



Oktober 2015 Communicatie door bibliotheken Totale BiebPanel

Een onderzoek naar behoefte en tevredenheid
over informatieverstrekking

Inhoud



Onepager	2	4. E-mail van de bibliotheek	21
		4.1 Ontvangst mails	22
Conclusies en aanbevelingen	3	4.2 Waardering mails	23
		4.3 Voorkeur tone of voice	24
Verantwoording	8	4.4 Passendheid manier van aanspreken	25
1. Waardering huidige communicatie	10	5. Website	26
1.1 Overall tevredenheid	11	5.1 Gebruik en oordeel website	27
1.2 Frequentie	12	5.2 Manier van raadplegen en functionaliteit	28
		5.3 Interesse diensten op de website	29
2. Gebruik en voorkeur communicatiemiddelen	13		
2.1 Manier van informatie zoeken	14		
2.2 Zelf informatie zoeken	15	6. Social media	31
2.3 Informatie ontvangen	16	6.1 Aantal uur gebruik social media	32
		6.2 Gebruik social media totaal panel	33
3. Digitale nieuwsbrief	17	6.3 Mate van activiteit bibliotheek op social media	34
3.1 Ontvangst en leesgedrag	18		
3.2 Redenen niet ontvangen	19	Steekproef	35
3.3 Gewenste informatie	20		

In dit onderzoek is in kaart gebracht hoe de leden van BiebPanel de informatievoorziening van de bibliotheek beoordelen en hoe deze kan worden geoptimaliseerd.

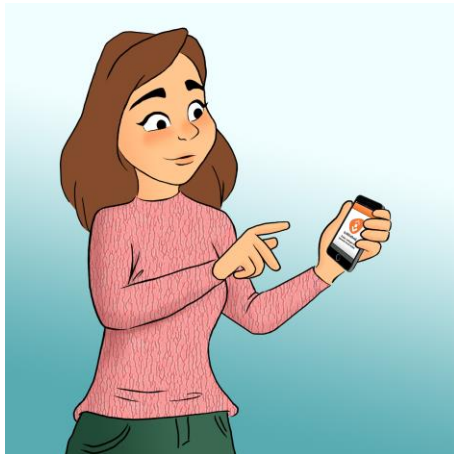
De communicatie van bibliotheken wordt over het geheel genomen positief beoordeeld.

Leden beoordelen de **website** redelijk goed. Ze gebruiken de website vaak om informatie te krijgen over de bibliotheek.

- Maak de website beter toegankelijk via een smartphone
- Zet de aanwinsten, reviews en leestips prominent op de site
- Overweeg een usability onderzoek uit te voeren om de website verder te optimaliseren

Ook de **digitale nieuwsbrief** wordt redelijk goed beoordeeld, vooral door oudere leden. Het bestaan van de nieuwsbrief en de aanmeldprocedure zijn echter nog niet altijd bekend.

- Verhoog de bekendheid van de digitale nieuwsbrief
- Geef aanwinsten, leestips en activiteiten voor volwassenen een prominente plek
- Gebruik indien mogelijk een doelgroep- of persoonsgerichte nieuwsbrief
- Overweeg de nieuwsbrief in te korten en te beperken tot enkele items
- Analyseer de clicks en opens van de digitale nieuwsbrieven om te zien waar de klant interesse in heeft



Panelleden zijn veelal actief op **social media** maar volgen de bibliotheek niet op Facebook of Twitter. Ten opzichte van 2012 zijn panelleden vaker actief (vooral jongeren en vrouwen) en verwachten ze ook vaker dat de bibliotheek actief is op social media.

- Verhoog de bekendheid van de social media activiteiten van de bibliotheek
- Bepaal de inhoud van berichten aan de hand van het doel dat de bibliotheek nastreeft

Medewerkers spelen een belangrijke rol bij informatievoorziening, met name voor 55 plussers.

- Deel deze resultaten met de medewerkers en benadruk hun belang voor de informatievoorziening.



Conclusies en aanbevelingen

Conclusies en aanbevelingen (1)

De meerderheid van de leden is tevreden met de communicatie vanuit de bibliotheek. Hoewel moderne communicatiemiddelen zoals social media in opkomst zijn, zoeken leden algemene informatie nog het liefst via de website, en persoonlijk relevante informatie via de medewerkers, de email en/of website. Men wil van de bibliotheek bij voorkeur informatie ontvangen via email, en algemene informatie ook via de digitale nieuwsbrief en website.

Email, de website en de nieuwsbrief blijven dus de belangrijkste communicatiemiddelen. De verschillende leeftijdsgroepen hebben daarnaast verschillende behoeften met betrekking tot communicatiemiddelen. Zo hechten 35 plussers meer dan jongeren aan de medewerkers en aan bijvoorbeeld de nieuwsbrief of berichten in de lokale krant.

Jongere bibliotheekleden zullen vaker dan ouderen gebruik maken van de website en social media en sluiten ook SMS of WhatsApp berichten voor persoonlijke boodschappen niet uit.

ROL MEDEWERKERS

Medewerkers spelen, vooral voor 55 plussers, een belangrijke rol in het zoeken naar informatie over de bibliotheek. Het gaat dan vooral om persoonlijk relevante informatie. Het belang van de medewerkers is wel afhankelijk van de bibliotheek en soms ook van de vestiging. Houd hier rekening mee bij de inzet van medewerkers in de vestigingen.

Deel de resultaten van het onderzoek met de medewerkers en maak ze bewust van het feit dat de rol van de medewerker kan verschillen per doelgroep en per vestiging.

EMAILS

Bibliotheekleden waarderen de inleverattenties en reserveringsberichten van de bibliotheek bijzonder. Meer algemene mails, zoals enquêtes of verjaardagsmails, worden iets minder gewaardeerd. De verjaardagsmails worden wel meer gewaardeerd door jongere panelleden dan door oudere panelleden. In onderzoek dat specifiek is uitgevoerd over emails (<http://www.blinker.nl/nationaal-email-onderzoek-2015>) zien we dat mails met hierin een duidelijk voordeel voor de klant (bijvoorbeeld een aanbieding of een exclusief aanbod) het beste werken.

Maak bewuste keuzes bij de inzet van direct mails. Bepaal altijd vooraf de doelstelling en de eventuele doelgroep, test de uitingen en analyseer de effecten. Gebruik een benchmark om de eigen resultaten in perspectief te zetten. Hiervoor kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van de mailmonitor van DDM. <http://nationaleemailbenchmark.nl/>

Conclusies en aanbevelingen (2)

DIGITALE NIEUWSBRIEF

Bekendheid

Panelleden gebruiken de digitale nieuwsbrief vaak om zich te informeren over de bibliotheek. In dit onderzoek zien we dat redelijk veel bibliotheekleden niet weten hoe ze zich moeten inschrijven voor een nieuwsbrief of niet weten dat de bibliotheek een nieuwsbrief heeft. Ook zien we dat de nieuwsbrief meer wordt ontvangen en intensiever wordt gelezen door oudere panelleden dan door jongere panelleden.

Verhoog de bekendheid van de digitale nieuwsbrief. Dit kan onder meer worden gedaan door:

- *De digitale nieuwsbrief prominent op de website te vermelden*
- *In alle andere communicatie-uitingen (bijvoorbeeld inleverattenties, reserveringsberichten) te vermelden dat er een digitale nieuwsbrief is en hoe men deze kan ontvangen*

Onderwerpen

Gemiddeld zijn Nederlanders ingeschreven op meer dan 6 nieuwsbrieven per mail (bron: nationaal e-mail onderzoek Blinker 2015). Het is dus van belang om op te vallen tussen de vele andere nieuwsbrieven in de mailbox van het bibliotheeklid. In dit onderzoek zien we dat vooral de aanwinsten, leestips en activiteiten voor volwassenen gewaardeerd worden als onderdeel van de digitale nieuwsbrief. Voor het tonen van aanwinsten kan gebruik worden gemaakt van 'bookcovers' (<http://bibliotheeknieuwsbrief.nl/pdf/14.ArtikelBoekcovers.pdf>).

Geef aanwinsten, leestips, activiteiten, aanbiedingen of acties een prominente plaats in de digitale nieuwsbrief. Analyseer daarnaast het succes van onderwerpen door te kijken naar het open- en clickgedrag. Benchmark het succes ook met algemene cijfers om de eigen cijfers in perspectief te zetten

Inhoud

Hoewel een grote groep bibliotheekleden aangeeft geen voorkeur te hebben voor een formele of informele toon van mails en nieuwsbrieven, lijkt het de moeite om te experimenteren met verschillende teksten per doelgroep (jongeren/medioren/ouderen) en/of verschillende manieren van aanspreken. Het onderzoek laat ook zien dat jongeren vaker de voorkeur geven aan informele benadering en ouderen vaker aan een formele benadering. Het gericht aanspreken van mensen op basis van hun interesses wordt bij bibliotheken nog niet of nauwelijks toegepast. In het onderzoek komt echter naar voren komt dat men dit wel zou waarderen (hoe relevanter, hoe interessanter).

Een kortere nieuwsbrief zou een andere optie kunnen zijn om de nieuwsbrief te optimaliseren. De Bibliotheek Hoorn bijvoorbeeld heeft een bewuste keuze gemaakt voor een korte nieuwsbrief met hierin maximaal 4 of 5 onderwerpen.

Overweeg een kortere nieuwsbrief en/of een doelgroepgerichte aanpak (indien de personele bezetting dit toelaat) van de digitale nieuwsbrief om de interesse van de lezer vast te houden.

Conclusies en aanbevelingen (3)

WEBSITE

Leesbaarheid

Uit het onderzoek What's happening online 2015, uitgevoerd door Ruigrok Netpanel, blijkt dat de smartphone steeds vaker wordt ingezet om bijvoorbeeld mails te lezen of een website te bekijken. Vooral door jongeren, zo zien we ook in dit onderzoek naar voren komen. Uit dit BiebPanel onderzoek komt naar voren dat de website van bibliotheken vaak niet goed werkt via een mobiele telefoon. Een slechte leesbaarheid op de mobiele telefoon staat wellicht het gebruik van de website in de weg.

Verbeter de functionaliteit/leesbaarheid van de website op de smartphone.

Inhoud

Ongeveer 85% van de gebruikers van de website zou graag de aanwinsten terugvinden op de site. Ook reviews van boeken en leestips zijn aspecten die panelleden graag terugzien op de website.

Mannen zijn relatief vaak geïnteresseerd in het lezen van reviews over cd's of dvd's. 16-35 jarigen hebben meer dan oudere leden interesse voor een top 10 van de meest uitgeleende boeken, de mogelijkheid om te chatten met de klantenservice of een expert, een online leesclub en het zelf schrijven van recensies.

Zet de aanwinsten prominent op de website en maak de site aantrekkelijker door er ook reviews en leestips op te plaatsen.

Hoeveelheid informatie

Uit de verbetersuggesties van de leden komt naar voren dat gebruikers de site vaak nogal vol vinden. Het uitvoeren van een usability onderzoek kan aanknopingspunten bieden om de indeling van de website verder te optimaliseren. ProBiblio voert momenteel website usability tests inclusief eye-tracking uit, voor een aantal Zuid-Hollandse bibliotheken. De overkoepelende resultaten worden t.z.t. gedeeld met het netwerk.

Zet minder informatie op de website en bepaal bijvoorbeeld middels een usability onderzoek welke informatie eventueel van de site kan.

Conclusies en aanbevelingen (4)

SOCIAL MEDIA

Bekendheid

De meerderheid van de panelleden is actief op social media (en dan met name Facebook) en dit is ook gestegen ten opzichte van het onderzoek in 2012. Vooral vrouwen en jongeren zijn erg actief. Panelleden verwachten ook vaker dan in 2012 dat de bibliotheek zelf actief is op social media. Toch hebben de bibliotheken net als in 2012 nog maar weinig volgers op Facebook. De bekendheid van de Facebookpagina dient dan ook te worden verhoogd. Laat in andere communicatie uitingen van de bibliotheek weten dat de bibliotheek een Facebook pagina heeft.

Verhoog de bekendheid van de Facebook pagina van de bibliotheek

Inhoud

De inhoud van de berichten op social media moet worden bepaald aan de hand van de doelstelling die je je als bibliotheek stelt. Wil je puur informeren via social media? Of wil je de dialoog aangaan met je klanten? Over het algemeen doen aanwinsten en activiteiten het goed op social media wanneer je wilt informeren. Leuke nieuwtjes en foto's zijn aantrekkelijk om te plaatsen als je social media meer gebruikt om een positief beeld van de bibliotheek te scheppen. Door vragen te stellen ga je meer het gesprek aan met je volgers.

Zorg ervoor dat de inhoud van de berichten op social media in lijn is met de doelstelling van de bibliotheek

Resultaten

Analyseer het gebruik en de inhoud van de Facebook pagina of het Twitter account van de bibliotheek met behulp van de statistieken. Het is te overwegen een social media scan uit te laten voeren om de social media meer succesvol toe te passen. De Boekenberg in Spijkenisse bijvoorbeeld heeft dit onlangs laten doen.

Analyseer altijd je inspanningen op social media.



Verantwoording

Over het onderzoek

Achtergrond

ProBiblio heeft in 2009 BiebPanel opgericht, een onderzoeksplatform speciaal ontwikkeld voor de bibliotheekbranche. Bibliotheekleden kunnen lid worden van BiebPanel en ontvangen als deelnemer 4 maal per jaar een vragenlijst over verschillende onderwerpen.

Communicatie van de bibliotheek

Het onderzoek naar de communicatie van de bibliotheek gaat in op verschillende facetten rondom communicatie. Zo behandelt het onderzoek in op de tevredenheid en frequentie van de huidige communicatie van de bibliotheek (hoofdstuk 1), daarnaast komen de voorkeuren naar voren hoe men het liefst zelf op zoek gaat naar informatie of benaderd wordt door de bibliotheek (hoofdstuk 2). Vervolgens komen communicatie uitingen via de digitale nieuwsbrief (hoofdstuk 3), direct e-mails (hoofdstuk 4), de website (hoofdstuk 5) en social media (hoofdstuk 6) aan bod. Indien van toepassing staat in de bijlage een vergelijking met eerdere onderzoeken.

Veldwerkperiode

Het derde onderzoek in 2015 heeft plaatsgevonden van 16 september t/m 5 oktober 2015.

Leeswijzer grafieken

Percentages kunnen soms optellen tot iets meer of minder dan 100%. Dit wordt veroorzaakt door afrondingsverschillen.

In het resultaatendeel worden resultaten soms weergegeven in de vorm van diagrammen. De lichtblauwe diagrammen geven de resultaten weer van het totale BiebPanel.

Leeswijzer open vragen

De letterlijke antwoorden op de open vragen staan in een aparte bijlage weergegeven.

Voor meer informatie

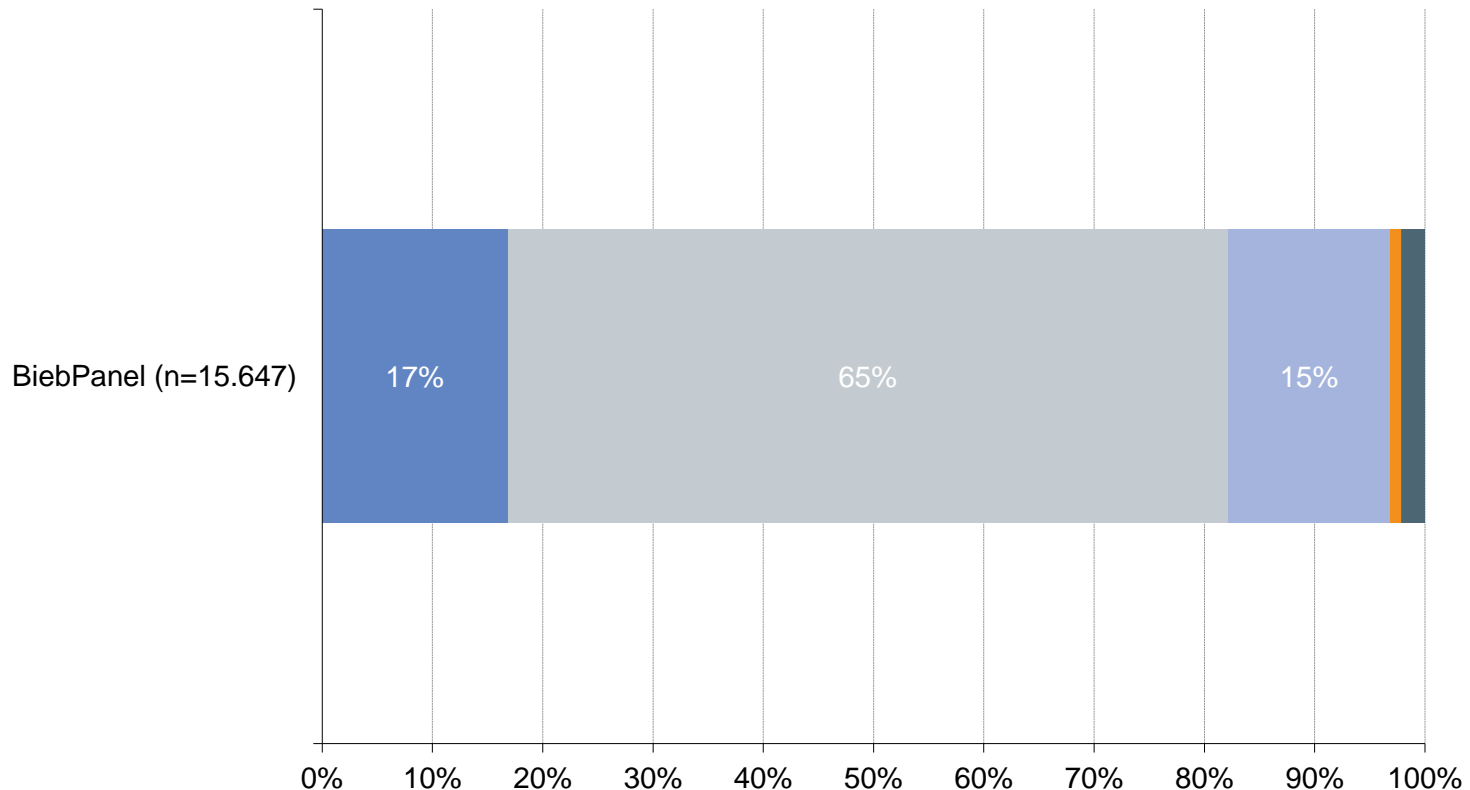
onderzoek@probiblio.nl



1. Waardering huidige communicatie

1.1 Het merendeel is tevreden over communicatie van de bibliotheek.

Hoe ouder het panellid, hoe positiever men is over de communicatie van de bibliotheek als geheel. Daarnaast zijn frequente bibliotheekbezoekers meer tevreden over de communicatie van de bibliotheek dan minder frequente bibliotheekbezoekers.

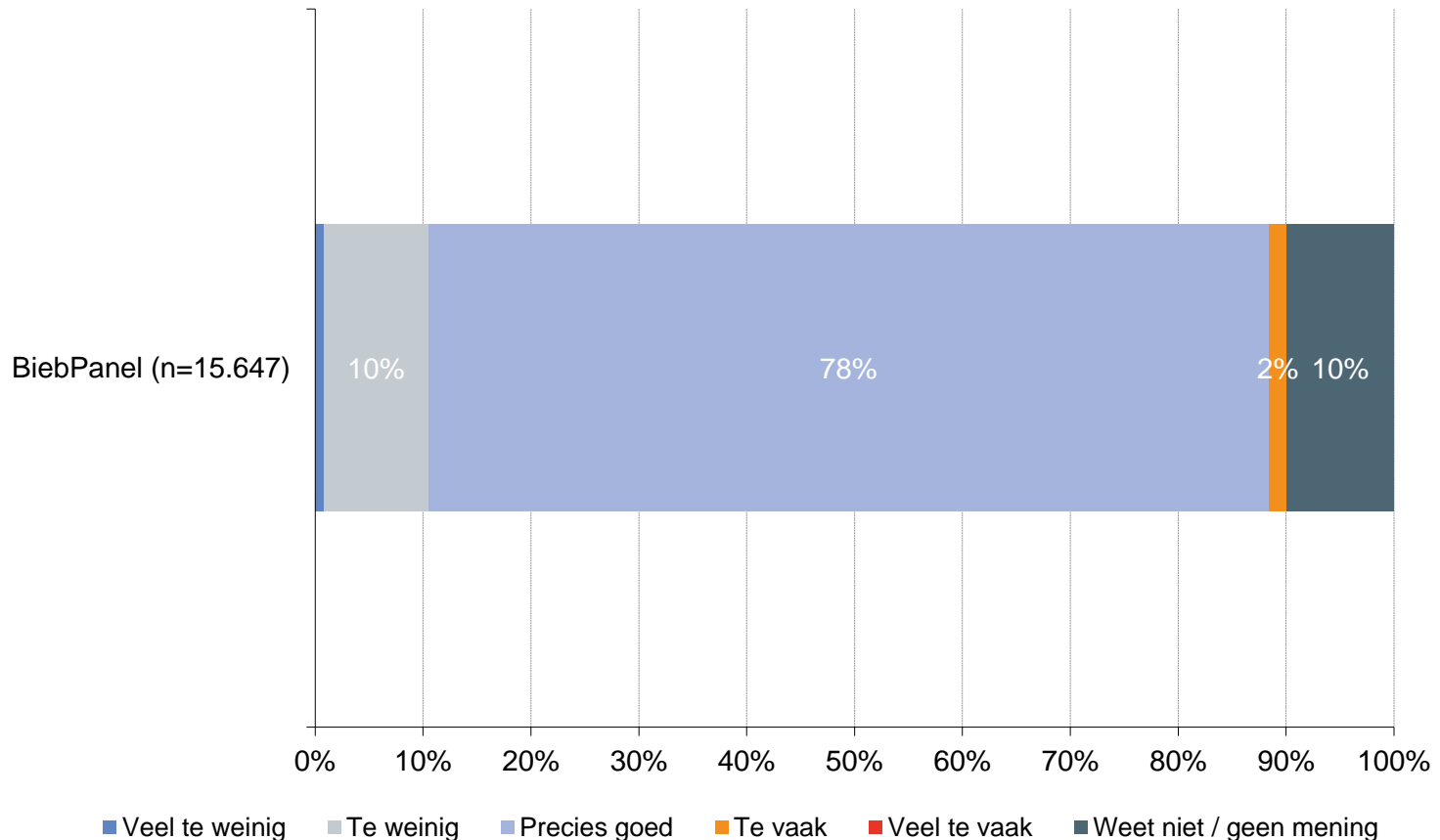


■ Zeer tevreden ■ Tevreden ■ Niet tevreden, niet ontevreden ■ Ontevreden ■ Zeer ontevreden ■ Weet niet / geen mening

"Hoe tevreden of ontevreden bent u over de communicatie van de bibliotheek in het algemeen?"
Voor een toelichting op een negatief oordeel verwijzen we naar de open antwoorden in de bijlage.

1.2 De frequentie van informeren is goed. Als panelleden ontevreden zijn, vinden ze dat er te weinig wordt gecommuniceerd.

Panelleden tot 35 jaar vinden iets vaker dan 35 plussers dat de bibliotheek te weinig communiceert.



"Wat vindt u van de frequentie waarmee u informatie ontvangt van de bibliotheek?"

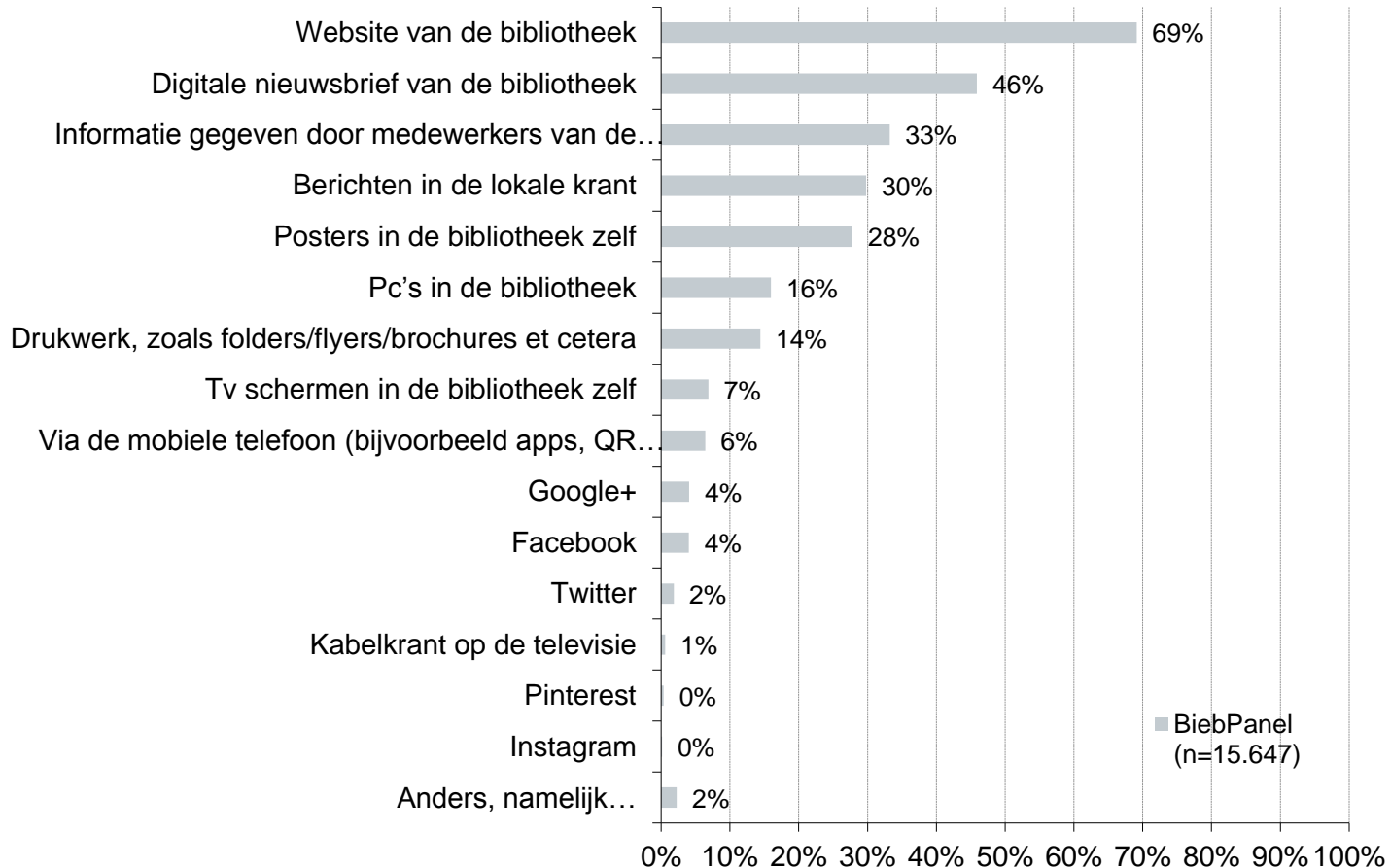


2. Gebruik en voorkeur communicatiemiddelen

2.1 Men gebruikt vooral de website voor informatie over de bibliotheek, op afstand gevolgd door de nieuwsbrief, medewerkers, berichten in de krant en posters in de bibliotheek.

Hoe jonger het panellid, hoe vaker men gebruik maakt van de website en/of de mobiele telefoon om zich te informeren over de bibliotheek. De digitale nieuwsbrief en de medewerkers worden juist meer gebruikt door panelleden vanaf 35 jaar dan door jongere panelleden. Ook berichten in de lokale krant trekken oudere panelleden meer dan jongere.

Vrouwen lezen vaker dan mannen de berichten van de bibliotheek in de lokale krant en de posters in de bibliotheek zelf. Mannen informeren zich vaker dan vrouwen door het gebruik van de PC's in de bibliotheek.



"Op welke manier(en) zoekt u naar of bekijkt u informatie over de bibliotheek?"

2.2 Voor zoeken van algemene informatie over de bibliotheek gebruikt men het liefst de website, voor persoonlijk relevante informatie de medewerkers, mail en/of de website.

	Algemene informatie	Persoonlijke informatie *
Via de website	62%	24%
Vragen stellen aan medewerkers in de bibliotheek	17%	36%
Via e-mail	14%	29%
Telefonisch	2%	6%
Via WhatsApp	1%	2%
Via Facebook	1%	0%
Via Twitter	0%	0%
Via SMS	0%	0%
Via Instagram	0%	0%
Via Skype	0%	0%
Andere manier, namelijk...	1%	1%
Weet ik niet	1%	1%

Oudere panelleden stellen liever vragen aan medewerkers dan jongere panelleden en maken iets minder gebruik van de website. Dit geldt zowel voor het zoeken van algemene informatie als het zoeken van persoonlijk relevante informatie over de bibliotheek.

Vrouwen gebruiken liever dan mannen de website voor het vinden van algemene informatie, terwijl mannen liever dan vrouwen gebruik maken van de mail.

Voor persoonlijk relevante informatie geldt dat vrouwen liever dan mannen vragen stellen aan de medewerkers; mannen maken liever dan vrouwen gebruik van de e-mail voor persoonlijk relevante informatie.

* betreft: persoonlijk relevante informatie

"Op welke manier zou u zelf het liefst contact zoeken met de bibliotheek?"

 BiebPanel (n=15.647)

2.3 Algemene informatie over de bibliotheek ontvangt men het liefst via de mail, de nieuwsbrief en de website. Persoonlijk relevante informatie wil men het liefst via de mail ontvangen.

	Algemene informatie	Persoonlijke informatie
Via e-mail	43%	85%
Via de digitale nieuwsbrief	23%	n.v.t
Via de website	22%	2%
Via een bibliotheek app	3%	3%
Actief benaderd worden door medewerkers in de bibliotheek	3%	2%
Per post/brief	2%	1%
Via Facebook	1%	0%
Via WhatsApp	1%	4%
Telefonisch	0%	1%
Via Twitter	0%	0%
Via SMS	0%	2%
Via Instagram	0%	0%
Via Skype	0%	0%
Andere manier, namelijk...	1%	0%
Weet ik niet	1%	0%

Voor algemene informatie willen 65 plussers liever dan anderen een mail ontvangen en juist minder gebruik maken van de website.

Mannen willen liever dan vrouwen algemene informatie ontvangen via de mail.

What's app en de bibliotheek app worden vaker door panelleden tot 55 jaar genoemd als gewenste manier om persoonlijk relevante informatie te ontvangen, dan door 55 plussers.

"Op welke manier zou u het liefst vanuit de bibliotheek informatie ontvangen ? "

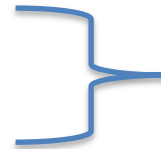
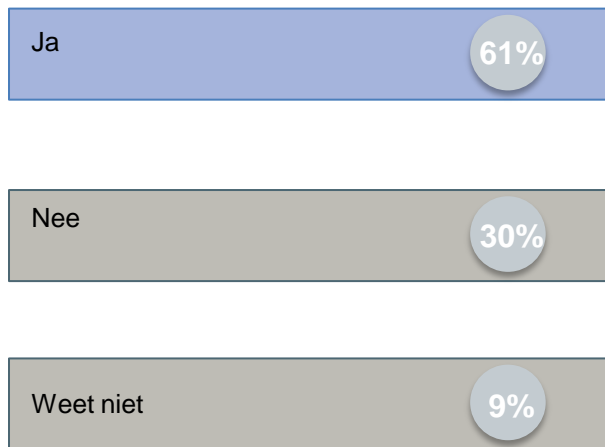
 BiebPanel (n=15.647)



3. Digitale nieuwsbrief

3.1 Zes op de tien panelleden ontvangen de digitale nieuwsbrief; beoordeling is redelijk goed. De helft van de ontvangers leest de nieuwsbrief (grotendeels of helemaal) door.

Frequente bibliotheekbezoekers ontvangen vaker de digitale nieuwsbrief dan infrequente bezoekers. Panelleden van 35 jaar en ouder ontvangen de nieuwsbrief vaker dan jongere panelleden. Daarnaast lezen oudere panelleden de nieuwsbrief intensiever dan jongere panelleden, die de nieuwsbrief relatief vaak nauwelijks lezen. Ook geven oudere panelleden de nieuwsbrief een hoger rapportcijfer dan jongere panelleden. Jongere panelleden geven ook iets vaker dan oudere panelleden suggesties ter verbetering.



Ik lees de digitale nieuwsbrief...



Oordeel digitale nieuwsbrief

7,5

Voor suggesties ten aanzien van de digitale nieuwsbrief verwijzen we naar open antwoorden.

BiebPanel (n=15.647)

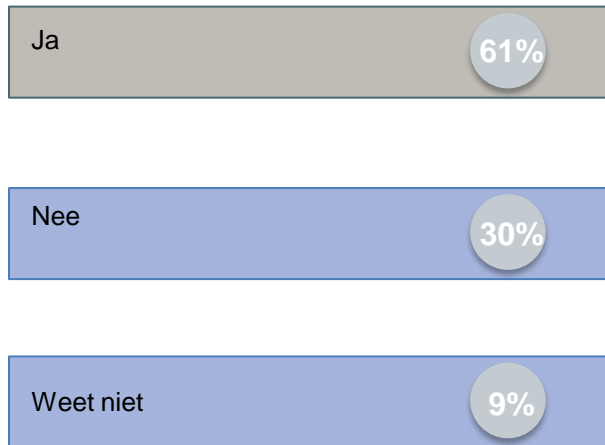
BiebPanel (n=9.504)

"Ontvangt u de digitale nieuwsbrief van de bibliotheek?"

"Hoe uitgebreid leest u de digitale nieuwsbrief van de bibliotheek doorgaans?"

3.2 Belangrijke redenen om geen digitale nieuwsbrief te ontvangen zijn onbekendheid met het bestaan en/of de aanmeldprocedure en gebrek aan interesse.

Panelleden tot 35 jaar hebben vaker geen interesse in de nieuwsbrief dan oudere panelleden. Zij geven ook vaker aan geen tijd te hebben om de nieuwsbrief te lezen. 65 plussers geven relatief vaak aan niet te weten hoe ze zich moeten aanmelden voor de nieuwsbrief.



Ik ontvang geen digitale nieuwsbrief van de bibliotheek omdat...



* Met name "wist niet dat de bibliotheek een nieuwsbrief heeft"

 BiebPanel (n=15.647)

 BiebPanel (n=6.143)

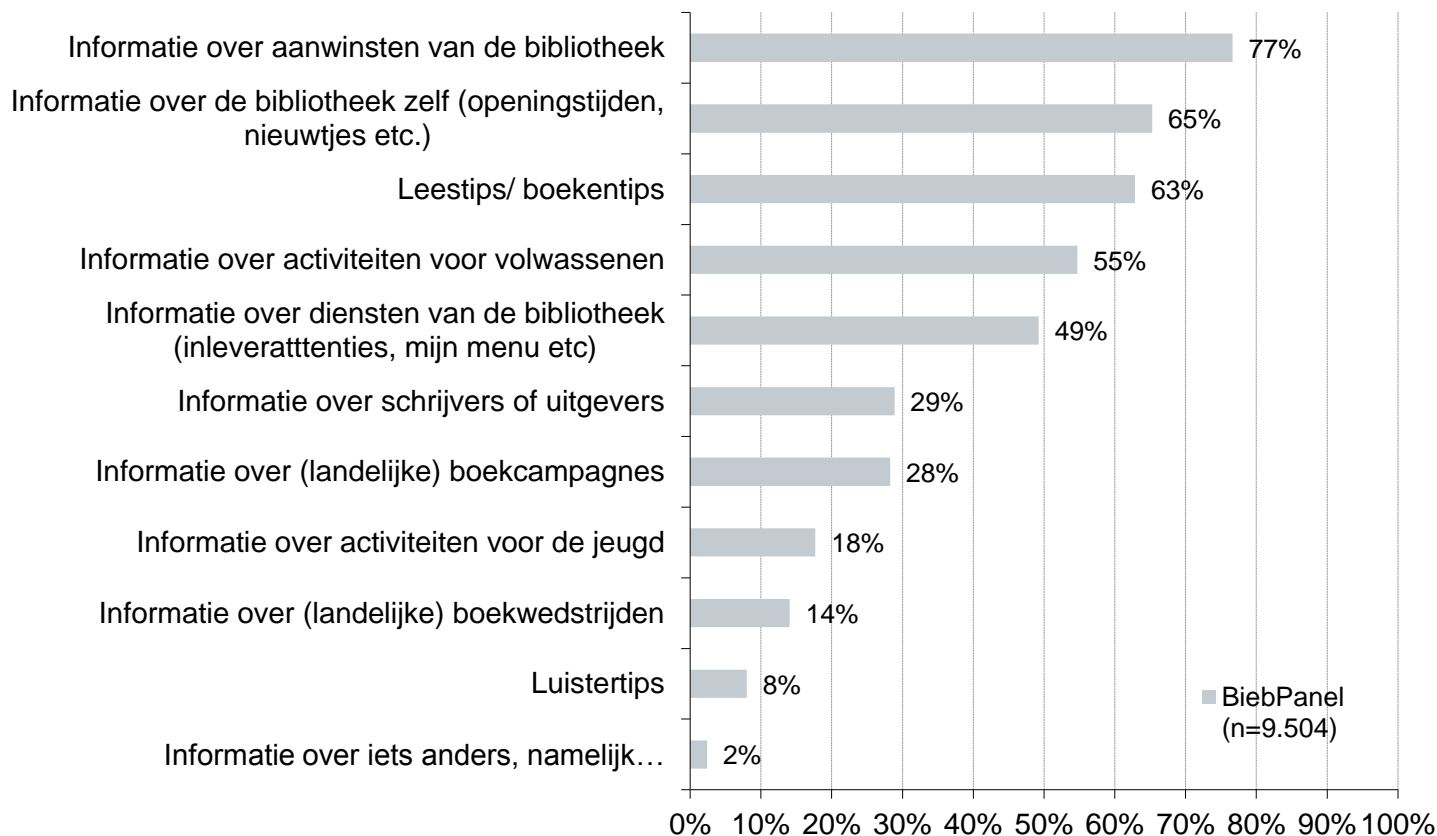
"Ontvangt u de digitale nieuwsbrief van de bibliotheek?"

"Waarom ontvangt u geen digitale nieuwsbrief van de bibliotheek?"

3.3 In de digitale nieuwsbrief lezen panelleden het liefst informatie over aanwinsten, de bibliotheek zelf, leestips en activiteiten voor volwassenen.

Panelleden tot 35 jaar zijn vaker dan oudere panelleden geïnteresseerd in informatie over de bibliotheek zelf en informatie over (landelijke) boekwedstrijden. Panelleden vanaf 55 jaar zijn meer dan gemiddeld geïnteresseerd in informatie over aanwinsten en juist minder dan jongeren in boekentips in de digitale nieuwsbrief. Vrouwen vinden de genoemde onderwerpen in het algemeen interessanter voor in de nieuwsbrief dan mannen.

Ik lees het liefst in de digitale nieuwsbrief (informatie) over...



"Wat voor informatie zou u het liefst lezen in de digitale nieuwsbrief van de bibliotheek?"

Let op! Indien men digitale nieuwsbrief ontvangt



4. E-mail van de Bibliotheek

4.1 Bijna tweederde ontvangt weleens mails van de bibliotheek anders dan een nieuwsbrief of BiebPanel. Het gaat dan vooral om inleverattenties en reserveringsberichten.

Vrouwen geven vaker dan mannen aan dat ze mails van de bibliotheek ontvangen. Ook frequentie bezoekers ontvangen vaker mails dan infrequente bezoekers.

Ik ontvang wel eens e-mails...	
... om te laten weten dat uw reservering klaar ligt	50%
... met een herinnering voor het inleveren van materialen	47%
... met aanwinsten van de bibliotheek	10%
... over activiteiten van de bibliotheek	7%
... met een enquête, anders dan BiebPanel	6%
... over een specifieke actie of dienst van de bibliotheek	4%
... van de bibliotheek op uw verjaardag	1%
Andere e-mail, namelijk...	2%
Ik ontvang nooit e-mails van de bibliotheek	37%

"Ontvangt u wel eens e-mails van de bibliotheek, anders dan de digitale nieuwsbrief?"

"Welke e-mails ontvangt u wel eens van uw bibliotheek?"

Let op: op basis van totale BiebPanel

 BiebPanel (n=15.647)

4.2 Vooral de mails met het reserveringsbericht, de inleverattentie en de mail met aanwinsten worden zeer gewaardeerd.

Panelleden van 55 jaar en ouder waarderen het (nog) meer dan jongere panelleden als de bibliotheek een mail stuurt met aanwinsten. Verjaardagsmails spreken panelleden tot 35 jaar iets meer aan dan oudere panelleden.

In hoeverre stelt u de e-mails... % (zeer) op prijs	
... om te laten weten dat uw reservering klaar ligt	99%
... met een herinnering voor het inleveren van materialen	98%
... met aanwinsten van de bibliotheek	92%
... over een specifieke actie of dienst van de bibliotheek	83%
... over activiteiten van de bibliotheek	82%
... van de bibliotheek op uw verjaardag	58%
... met een enquête, anders dan BiebPanel	52%
...andere e-mails	80%

"In hoeverre stelt u het wel of niet op prijs om dit soort e-mails van de bibliotheek te ontvangen?" - % (zeer) op prijs

 BiebPanel

4.3 Veel panelleden hebben geen voorkeur voor een formele of informele toon in de communicatie. De overige groep is verdeeld in hun mening.

Zoals verwacht willen jongere panelleden liever informeel worden aangesproken en oudere panelleden formeel. In alle leeftijdsgroepen geeft echter (bijna) de helft aan geen voorkeur te hebben.

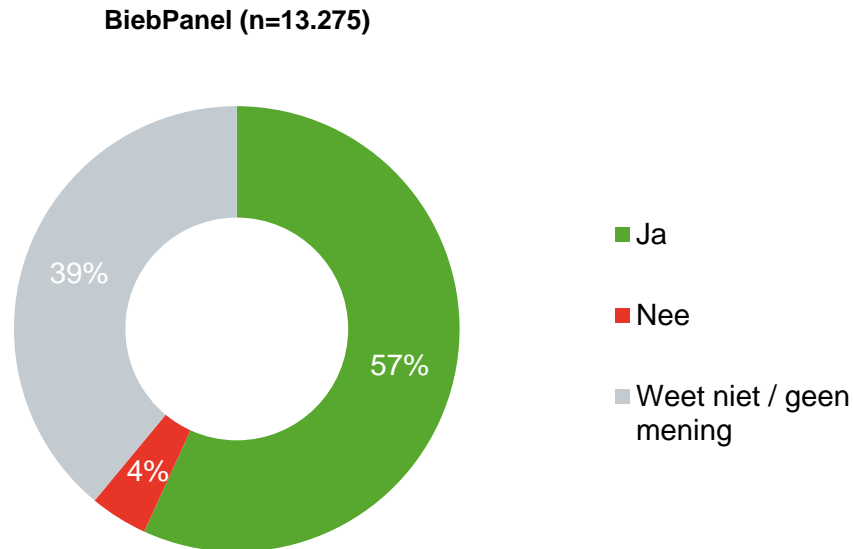


"Hoe wilt u in dit soort e-mails van de bibliotheek het liefst aangesproken worden?"
Let op! Indien men digitale nieuwsbrief of e-mails van bibliotheek ontvangt

BiebPanel (n=13.275)

4.4 Panelleden worden momenteel aangesproken op de manier die ze passend vinden, of ze hebben er geen mening over.

Panelleden tot 55 jaar zijn iets minder vaak tevreden over de manier waarop ze worden aangesproken, dan oudere panelleden en hebben er vaker geen mening over.



"Wordt u momenteel in dit soort e-mails op een manier aangesproken die bij u past?"
Let op! Indien men digitale nieuwsbrief of e-mails van bibliotheek ontvangt



5. Website

5.1 Een groot deel van de panelleden heeft de website in de afgelopen week nog bezocht. Gemiddeld beoordelen gebruikers de website redelijk goed.

Panelleden die de vestiging frequent bezoeken, hebben ook recenter de website bezocht. 65 plussers bezoeken de website minder vaak dan jongere panelleden. Zij geven wel een hoger oordeel over de website dan de jongere panelleden.

Wanneer heeft u de website van de bibliotheek voor het laatst bezocht?

Wat is alles bijeen genomen uw oordeel over de website van de bibliotheek?

De afgelopen week

42%

Ongeveer twee weken geleden

20%

Ongeveer drie weken geleden

8%

Ongeveer een maand geleden

9%

Ongeveer twee maanden geleden

4%

Langer dan twee maanden geleden

5%

Weet ik niet meer

8%

Ik bezoek de website van de bibliotheek
nooit

4%

7,5

BiebPanel (n=15.647)

5.2 De website wordt op meerdere apparaten gebruikt, het meest via de computer of laptop. De functionaliteit van de website op de mobiele telefoon laat te wensen over.

Vrouwen bekijken de website van de bibliotheek iets vaker met een smartphone dan mannen. De groep 16-35 jarigen gebruikt ook veel vaker een smartphone om de website te bezoeken dan de oudere panelleden en beoordeelt de werking op de smartphone negatiever.



"Op welke apparaten maakt u wel eens gebruik van de bibliotheekwebsite?"

"Hoe goed of slecht vindt u dat de website werkt op uw tablet/mobiele telefoon?"

Let op! Indien men website wel eens bezoekt

BiebPanel (n=13.773)

5.3 (1) Bezoekers van de website willen hier vooral aanwinsten, persoonlijke tips over activiteiten, boek reviews en de meest geleende boeken op terugvinden.

Vrouwen zijn meer dan mannen geïnteresseerd in het zien van de genoemde onderwerpen op de website, behalve in het lezen van reviews over cd's of dvd's, waarvoor mannen juist meer interesse hebben. 16-35 jarigen zijn minder dan anderen geïnteresseerd in het lezen van reviews op de site, terwijl ze wel meer dan ouderen interesse hebben voor een top 10 van de meest uitgeleende boeken en de mogelijkheid om te chatten met de klantenservice.

	(zeker wel) geïnteresseerd	(zeker niet) geïnteresseerd
Aanwinsten van de bibliotheek	86%	4%
Tips over activiteiten van de bibliotheek die aansluiten op uw interesse	65%	12%
Reviews over boeken lezen	64%	12%
Top 10 van meest uitgeleende boeken	62%	19%
Tips van experts	47%	24%
Reviews over cd's of dvd's lezen	31%	47%
Mogelijkheid om te chatten met de klantenservice	19%	55%

● BiebPanel (n=13.773)

"In hoeverre bent u in deze diensten op de website wel of niet geïnteresseerd?"

Let op! Indien men website wel eens bezoekt

5.3 (2) Panelleden hebben beperkt interesse om zelf actief dingen in te brengen op de website

De online leesclub is met name interessant voor vrouwen en paneleden tot 35 jaar. Panelleden tot 35 jaar zijn ook positiever over het idee van chatten met een expert en het zelf schrijven van recensies dan oudere panelleden.

	(zeker wel) geïnteresseerd	(zeker niet) geïnteresseerd
Online leesclub	17%	63%
Mogelijkheid om te chatten met een expert over het aanbod/de collectie	12%	66%
Zelf reviews over boeken schrijven	11%	70%
Forum waar u kunt discussiëren met andere bibliotheekleden	8%	72%
Delen van berichten via buttons op de website	8%	75%
Zelf reviews over cd's of dvd's schrijven	6%	79%

 BiebPanel (n=13.773)

"In hoeverre bent u in deze diensten op de website wel of niet geïnteresseerd? "

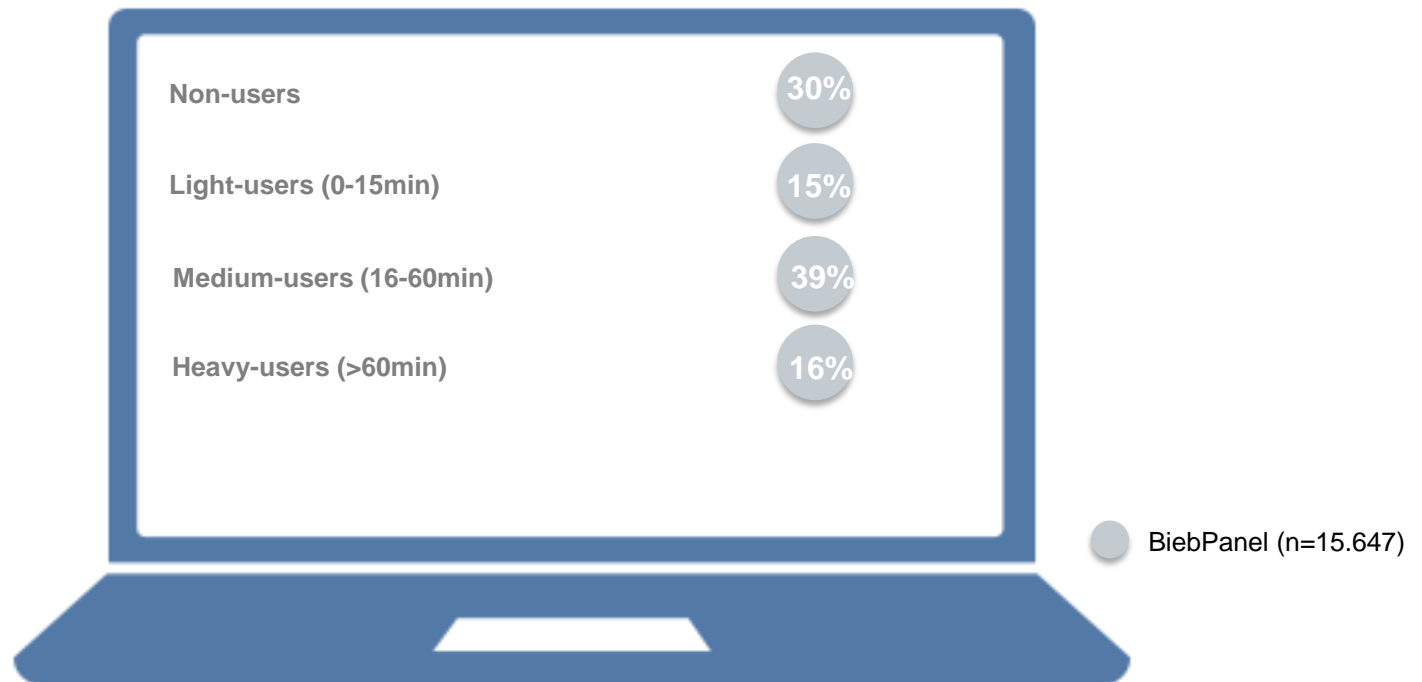
Let op! Indien men website wel eens bezoekt



6. Social media

6.1 De meerderheid van de panelleden gebruikt social media.

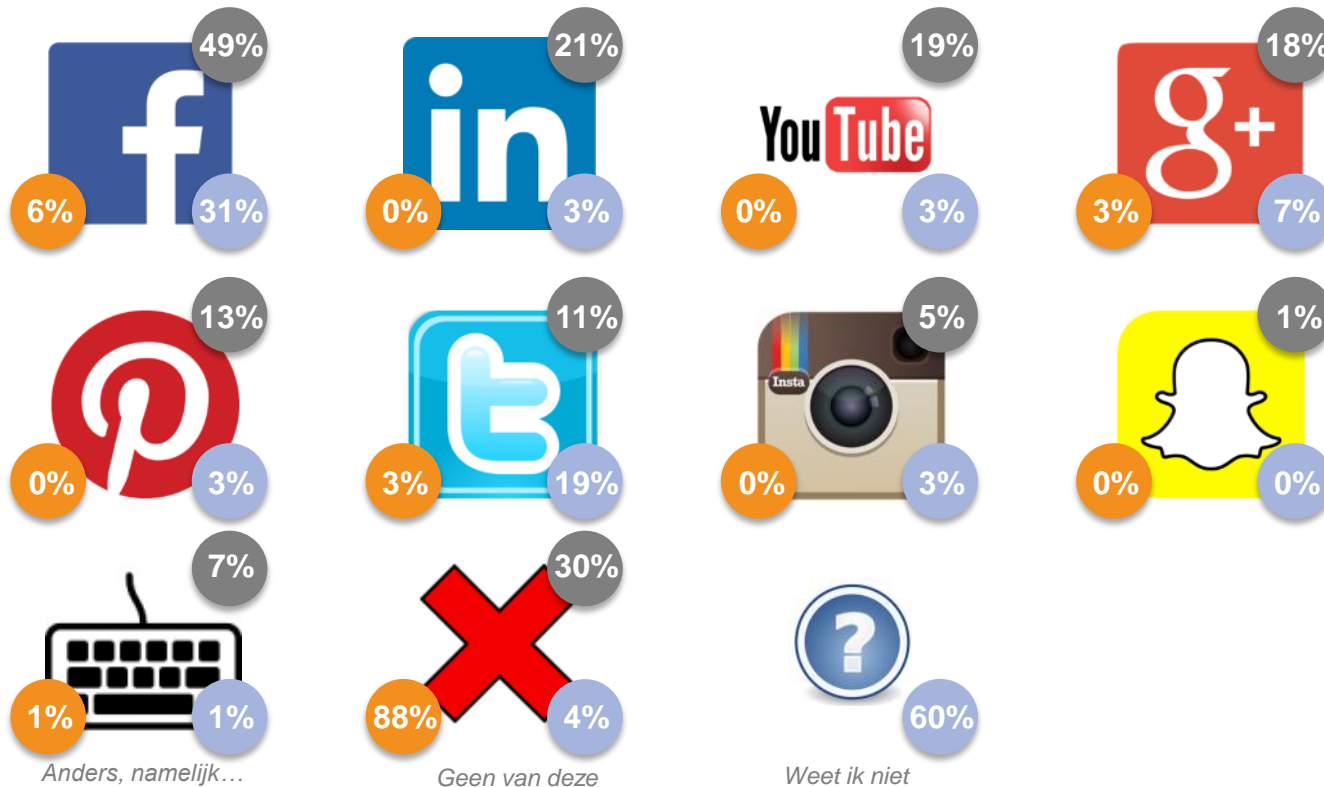
Vrouwen zijn vaker actief op social media dan mannen en hoe jonger het panellid, hoe vaker men gebruik maakt van social media.



"Hoeveel uur per dag besteedt u gemiddeld aan social media?"

6.2 In het BiebPanel zijn Facebook, LinkedIn, YouTube en Google plus meest gebruikt. Bibliotheken nauwelijks gevolgd en velen weten niet of de bibliotheek actief is op social media.

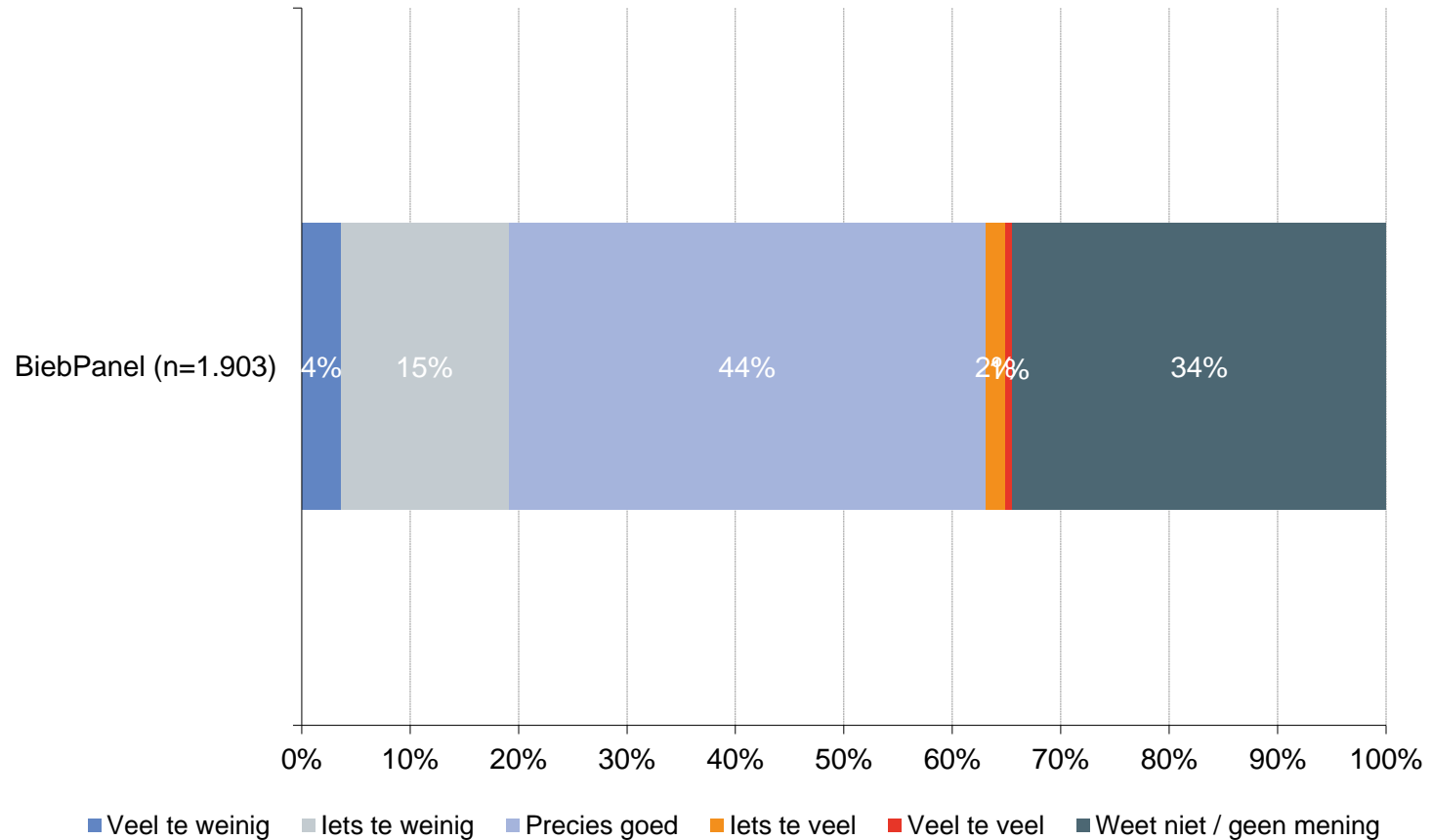
Jongere panelleden zijn vaker dan oudere actief op social media. Dit geldt voor alle social media, behalve voor Google Plus, dat vaker door oudere panelleden wordt gebruikt dan door jongeren. Eenzelfde beeld zien we naar voren komen bij de vraag op welke media de bibliotheek volgens het panellid actief is. Het actief volgen van de bibliotheek gebeurt echter ook in de jongste groep nauwelijks. Vrouwen zijn actiever op social media dan mannen en dan met name op Facebook.



- "Op welke social media bent u zelf actief?"
- "Op welke social media is uw bibliotheek volgens u actief?"
- "Via welke social media volgt u uw bibliotheek actief?"

6.3 De bibliotheek zou volgens de panelleden die de bibliotheek volgen best actiever mogen zijn op social media dan nu het geval is.

Vrouwen en panelleden van 16-35 jaar zijn vaker dan mannen en oudere panelleden van mening dat de bibliotheek te weinig aanwezig is op social media.



"Wat vindt u van de mate waarin uw bibliotheek actief is op het gebied van social media?"

Let op! Indien men de bibliotheek volgt via social media

ProBiblio

voor bibliotheken



Steekproef

Samenstelling Steekproef (1)

Verdeling over bibliotheken en responspercentage

voor bibliotheken

ProBiblio



	Uitgenodigd		Respons
	n	n	%
BiebPanel	34.365	15.647	46%
Groningse bibliotheken	1217	563	46%
Openbare Bibliotheek Amsterdam	1179	430	36%
de Bibliotheek Zuid-Kennemerland	973	421	43%
de Bibliotheek AanZet	937	376	40%
de Bibliotheek Gelderland Zuid	600	354	59%
de Bibliotheek Utrecht	696	297	43%
Stadkamer (Zwolle)	673	288	43%
de Bibliotheken Mar en Fean	501	281	56%
de Bibliotheek Eemland	677	280	41%
de Bibliotheek Kennemerwaard	669	276	41%
BplusC Leiden	668	276	41%
de Bibliotheek Rotterdam	622	274	44%
Stadsbibliotheek Groningen	568	273	48%
IDEA Bibliotheek	758	269	35%
de Bibliotheek aan de Vliet	500	269	54%
de Bibliotheek Enschede	488	268	55%
Bibliotheek Den Haag	635	260	41%
de Bibliotheek Arnhem	438	260	59%
Bibliotheken Midden-Fryslân	626	257	41%

	Uitgenodigd		Respons
	n	n	%
de Bibliotheek Bollenstreek	616	252	41%
De Bibliotheek Noord-Veluwe	414	248	60%
KopGroep Bibliotheken	579	243	42%
de Bibliotheek Lek en IJssel	581	242	42%
de Bibliotheek Rivierenland	655	240	37%
De Bieb voor de Zaanstreek	614	239	39%
de Bibliotheek Gouda	515	235	46%
Bibliotheek Hilversum	533	235	44%
Bibliotheek Zoetermeer	561	234	42%
Westfrieze Bibliotheken	578	228	39%
de Bibliotheek Amstelland	592	227	38%
Bibliotheken Noord Fryslân	459	225	49%
CODA Bibliotheek	577	223	39%
de Bibliotheek Deventer	584	220	38%
de Bibliotheek Z-O-U-T	589	220	37%
Bibliotheek Waterland	469	215	46%
de Bibliotheek Hengelo	342	214	63%
de Bibliotheek Angstel, Vecht en Venen	524	213	41%
de Bibliotheek Veluwezoom	359	208	58%
de Bibliotheek Noordwest Veluwe	357	207	58%

Samenstelling Steekproef (2)

Verdeling over bibliotheken en responspercentage

voor bibliotheken

ProBiblio



	Uitgenodigd		Respons
	n	n	%
de nieuwe bibliotheek (Almere)	591	200	34%
de Bibliotheek Zuidoost Fryslân	429	197	46%
Bibliotheek IJmond Noord	490	195	40%
de Bibliotheek Het Groene Hart	519	188	36%
de Bibliotheek Katwijk	454	185	41%
de Bibliotheek Haarlemmermeer	449	179	40%
Bibliotheek Zuid-Hollandse Delta	397	174	44%
de Bibliotheek aan den IJssel	454	172	38%
Bibliotheek Velsen	419	166	40%
de Bibliotheek Kampen	408	165	40%
de Bibliotheek Hoeksche Waard	465	160	34%
de Bibliotheek Rijn en Venen	228	152	67%
de Bibliotheek Achterhoekse Poort	241	146	61%
Bibliotheek Boekenberg Spijkenisse	384	145	38%
Bibliotheek De Meierij	246	141	57%
de Bibliotheek Emmen	227	140	62%
de Bibliotheek Almelo	201	123	61%
Graafschap Bibliotheken	192	119	62%
de Bibliotheek West Achterhoek	172	113	66%
de Bibliotheek Oost-Achterhoek	156	112	72%

	Uitgenodigd		Respons
	n	n	%
de Bibliotheek Hardenberg	217	110	51%
Cultura Ede	182	109	60%
de Bibliotheek Brummen/Voorst	165	103	62%
de Bibliotheek Kop van Overijssel	144	95	66%
de Bibliotheek Hoogeveen	146	88	60%
de Bibliotheek Oldenzaal	136	85	63%
de Bibliotheek Hof van Twente	148	83	56%
de Bibliotheek Coevorden	108	75	69%
de Bibliotheek Dalfsen-Nieuwleusen	128	74	58%
de Bibliotheek Raalte	137	71	52%
de Bibliotheek Tynaarlo	112	70	63%
de Bibliotheek Montferland	101	66	65%
de Bibliotheek Gemeente Nijkerk	123	65	53%
de Bibliotheek Barneveld	101	60	59%
de Bibliotheek Twenterand	107	60	56%
de Bibliotheek Meppel	111	60	54%
de Bibliotheek Ommen	100	57	57%
de Bibliotheek Wolden	90	57	63%
de Bibliotheek Rijssen-Holten	120	56	47%
de Bibliotheek Noordenveld	93	56	60%

Samenstelling Steekproef (3)

Verdeling over bibliotheken en responspercentage

voor bibliotheken

ProBiblio



	Uitgenodigd	Respons	
	n	n	%
de Bibliotheek Westerveld	85	54	64%
de Bibliotheek Midden-Drenthe	79	50	63%
de Bibliotheek Aa en Hunze	82	48	59%
de Bibliotheek Olst-Wijhe	82	46	56%
de Bibliotheek Zwartewaterland	84	44	52%
de Bibliotheek Wierden	76	44	58%
de Bibliotheek Losser	61	34	56%
de Bibliotheek Staphorst	66	33	50%
de Bibliotheek Wijchen	54	32	59%
de Bibliotheek Borger-Odoorn	57	32	56%
de Bibliotheek Scherpenzeel	21	15	71%
de Bibliotheek Groesbeek	4	3	75%

Samenstelling Steekproef (4)

Verdeling leeftijd en geslacht

Aantal deelnemers	
n=	BiebPanel 15.647
Leeftijd	
	BiebPanel
16 tot 35 jaar	7%
35 tot 55 jaar	33%
55 jaar tot 65 jaar	28%
65 jaar of ouder	33%
Onbekend	0%
Gemiddelde leeftijd	
	BiebPanel 57,0
Geslacht	
	BiebPanel
Man	23%
Vrouw	77%

Voor informatie over BiebPanel of dit onderzoek: onderzoek@probiblio.nl