

## Het marktonderzoek bij gebruikers en niet-gebruikers van de Openbare Bibliotheek Brugge

### 1. Opzet

In het beleidsplan 2003-2007 “een gastvrij huis met vele kamers” engageerde de Openbare Bibliotheek Brugge zich om het aanbod beter af te stemmen op de vraag van het (potentiële) publiek. Om deze behoeften in kaart te brengen voerde de Openbare Bibliotheek Brugge samen met het Brugse markt bureau Devroe & Partners een marktonderzoek uit naar zowel gebruikers als niet-gebruikers.

Het onderzoek moest een antwoord geven op vragen als: Wie komt er naar de bibliotheek en waarom? Hoe groot is de tevredenheid en wat is er voor verbetering vatbaar? Welke vestigingen gebruiken ze en waarom? Wie komt er niet (meer) en waarom? Hoe goed kennen gebruikers en niet-gebruikers de bibliotheek en welk (algemeen) beeld hebben ze van de instelling?

### 2. Aanpak

Het onderzoek bestond uit twee delen: een **gebruikersonderzoek** en een **niet-gebruikeronderzoek**. Het eerste vond in de loop van maart en april plaats in de hoofdbibliotheek en in Assebroek, Sint-Jozef en Zeebrugge. 1100 enquêtes werden afgenomen en met de computer verwerkt door de eigen bibliotheekmedewerkers. Het opstellen van de vragenlijst, de opleiding van de medewerkers en de verwerking van de resultaten gebeurden door het markt bureau Devroe & Partners. Zij voerden ook het onderzoek naar de niet-gebruikers. Hierbij werden 400 Bruggelingen op straat bevestigd.

### 3. Samenvatting resultaten

#### *n Bereik en samenstelling van het publiek*

Het onderzoek bevestigt dat het reële bereik van de bibliotheek hoger ligt dan tot nu toe op basis van de (individuele) lidmaatschappen werd aangenomen. Ruim 10 % van de ondervraagden bezocht de bibliotheek zonder persoonlijke lidkaart en vele gebruikers ontleenden werken voor anderen.

Als we naar de frequentie van het bibliotheekbezoek kijken, dan wordt het beeld bevestigd van een **trouw publiek**. Uit het onderzoek blijkt dat een derde van de bibliotheekgebruikers de bibliotheek minstens een keer per week bezoekt. 9 op de 10 doen dat minstens één keer per maand, wat grosso modo samenhangt met de uitleentermijn.

Ruim een kwart van de ondervraagde volwassen leners was afkomstig van buiten Groot-Brugge. Redenen om hier te komen, waren: de centrumfunctie van de stad (46% werkt of studeert te Brugge) en het bredere aanbod van de bibliotheek (tweedelijnsaanbod t.o.v. de lokale bibliotheek: 40%).

Als we naar de traditionele achtergrondkenmerken kijken, dan wordt het bibliotheekbezoek voornamelijk beïnvloed door geslacht, leeftijd en opleiding. Het vrouwelijke gedeelte van de bevolking bezoekt de bibliotheek meer en meer frequent dan mannen. De participatie is lager bij twintigers

en dertigers, om daarna weer te stijgen. Senioren (60+) blijven globaal gezien een moeilijk te bereiken groep. Vermoedelijk hangt dit samen met de opleiding, die het bibliotheekbezoek sterk beïnvloedt.

Meer nog dan met het niveau van de opleiding, wordt participatie bepaald door de aard ervan. Een ingenieur kan dus heel goed een boekheiden zijn en iemand met een lagere opleiding een veelezer van genrefictie. Hiermee komen we bij een groepering op grond van **levensstijl**. Op basis van vrijetijdsbesteding, mediavorkeuren en Tv-kijkgedrag kunnen een aantal types van cultuurparticipanten – in dit geval leners - onderscheiden worden. Ongeveer 75% van de leners is onder te brengen in vier categorieën, vergelijkbaar met het onderzoek dat aan de basis lag voor de profilering van de VRT-zenders:

1. De *infofreaks* zijn eerder gericht op individuele bekwaming en introverte beleving, eerder univoor ingesteld; vooral mannelijk en hoogopgeleid (Radio 1 en vaktijdschriften).
2. De *ontdekkers* gaan actief op zoek naar nieuwe dingen en zijn omnivoor op het gebied van zowel cultuur als informatie (eerder Studio Brussel, Humo, Knack e.d.)
3. De *pleziermakers* zijn meer gericht op ontspanning en sociale contacten; trendy en (receptief) gericht op actualiteit. Ze omvatten een groot aantal vrouwen en studenten (eerder Donna, Tv-bladen en vrouwenbladen).
4. De *koffieklitsers* zijn gericht op sociale contacten in eigen kring en streek; eerder gericht op mondelinge overdracht van informatie (eerder Radio 2, ook Tv-bladen en vrouwenbladen). Zij zijn de moeilijkst te bereiken groep

Deze 4 types van gebruikers werden telkens gekruist met de vragen uit het onderzoek m.b.t. tevredenheid, bezoeks-motivatie, leesgedrag, bezoek van filialen versus hoofdbibliotheek, bekendheid met de bibliotheek e.d., zodat we de communicatie en het aanbod zelf beter kunnen afstemmen op de specifieke behoeften van deze doelgroepen. Zo blijken de filialen een grote aantrekkingskracht te hebben op de laatste twee categorieën gebruikers. Zij hebben vooral aandacht voor het sociale contact met de medewerkers en de andere leners en kiezen voor een beperkter aanbod in een vertrouwde atmosfeer dicht bij huis. Ze staan receptiever tegenover het aanbod en houden ervan dat er werken aangeprezen worden. De eerste twee types daarentegen hechten een groter belang aan het aanbod en willen liever zelf op zoek gaan. Ze gaan zich ook gemakkelijker verplaatsen. Zo komt het dat de hoofdbibliotheek, die bezocht wordt door alle types, een grote aantrekkingskracht heeft op de ontdekkers en de infofreaks.

#### n **Bezoekmotivatie en tevredenheid**

Er is een **duidelijk verschil tussen het gebruik van de hoofdbibliotheek en dat van filialen**. Het bibliotheekbezoek van vestigingen in een randgemeente is vaak een gezinsbeleving. Ontspanning, fictie en informatie (accent op lifestyle, reizen, hobby, gezondheid, tuin- en kookboeken) zijn de hoofdredenen om er te komen. In de Biekorf ligt de nadruk veel meer op het informatieve gebruik (ook lifestyle, reizen e.d; maar grotere rol van de meer klassieke wetenschappen) en raadpleging voor studie of werk. Het bezoek gebeurt er ook veel meer individueel. Heel wat mensen maken bovendien gebruik van verschillende vestigingen, naargelang hun bezoeken. Inwoners van grote en dichtbij gelegen randgemeenten als Sint-Kruis, Assebroek, Sint-Michiels en vooral Sint-Andries blijken vrij gemakkelijk naar de hoofdbibliotheek te komen. Dit is veel minder het geval voor de meer veraf gelegen deelgemeenten. Er is weinig verloop tussen de filialen onderling.

Uit het gebruikersonderzoek blijkt over het **algemeen een grote tevredenheid met de bibliotheek**. Het meest uitgesproken (meer dan 90% goed tot zeer goed) scoort de behulpzaamheid van het personeel. Ook aspecten van de dienstverlening als wachttijden en openingsuren kwamen er goed uit. Het aanbod fictie en informatief kreeg van 8 à 9 op de 10 mensen een goede tot zeer goede beoordeling. Toch zijn er nog bepaalde deelgebieden voor verbetering vatbaar, meestal afhankelijk van locatie tot locatie. Een zelfde conclusie geldt voor de opstelling van de boeken en de infrastructuur (m.n. huisvesting en vooral de automatisering).

#### **n Redenen voor niet-gebruik en afhaken**

Uit het onderzoek naar de niet-gebruikers blijkt, dat een kleine 70% van hen ooit de bibliotheek gebruikt te hebben, maar om de een of andere reden afgehaakt te hebben vaak voor hun 25<sup>ste</sup>.

Als reden geven ze vaak externe factoren aan als een gebrek aan vrije tijd, andere hobby's, niet geïnteresseerd. Als men deze mensen op de man af vraagt of de bibliotheek een te ouderwets imago heeft, dan blijkt dit niet het geval te zijn. Toch blijven ze de bibliotheek meestal associëren met de traditionele uitleenfunctie van boeken. Ze hebben een vrij vaag en stereotypisch beeld van de bibliotheek, dat gewoonlijk bepaald wordt door ervaringen uit de kindertijd. Vaak zijn deze mensen minder vertrouwd met het huidige aanbod van de bibliotheek, b.v. het aanbod aan nieuwe media of de mogelijkheid om werken te reserveren of op te vragen uit andere bibliotheken. Voor de bibliotheek zijn deze mensen een moeilijk te bereiken groep, omdat ze vaak geen concrete redenen kunnen aangeven voor het niet-gebruik. De bibliotheek maakt gewoon geen deel uit van hun levensstijl.

Toch is er nog een vrij grote te herwinnen groep (48%). Bij de meer concrete redenen die zij aangeven voor hun wegblijven, staat het feit dat men gebonden is aan uitleentermijnen en boetesystemen voorop. Een tweede belangrijke reden is het feit dat men het gevoel heeft dat het actuele aanbod (bestsellers) niet beschikbaar is in de bibliotheek. Ook een grotere toegankelijkheid, zowel in de vorm van openingsuren als een betere en meer gezellige infrastructuur zou hen kunnen overhalen om meer gebruik te maken van de bibliotheek.

#### **4. Verdere opvolging**

Het bestaande aanbod en de (gewaardeerde) dienstverlening moet beter bekend gemaakt worden bij de verschillende doelgroepen van het (potentiële) publiek. Het Jubileumjaar 2004 speelt hier een sleutelrol in.

Daarnaast zullen de te verbeteren aspecten van het aanbod, de infrastructuur en de dienstverlening beter afgestemd te worden op de vraag van het publiek.