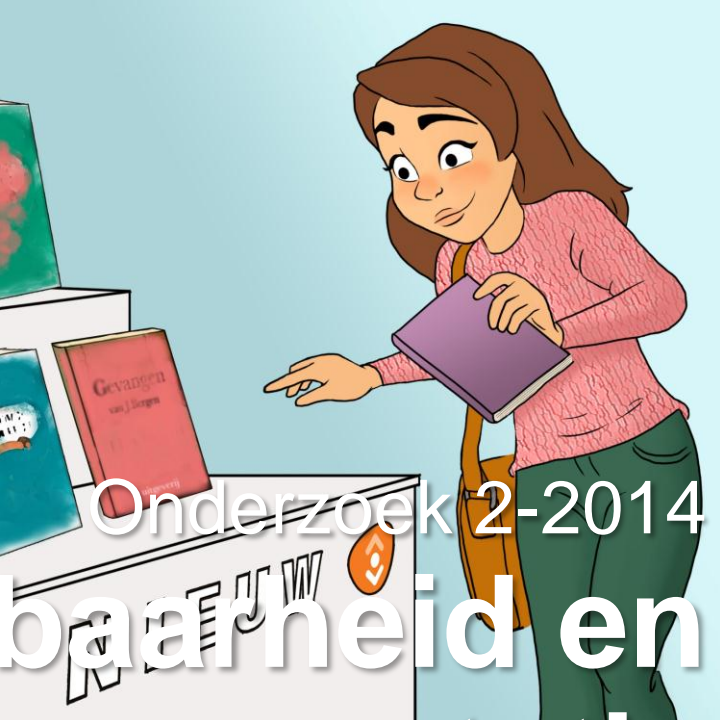


voor bibliotheken



ProBiblio



Onderzoek 2-2014

Vindbaarheid en presentatie de Bibliotheek aan den IJssel



Een onderzoek onder klanten over de vindbaarheid en presentatie van materialen in de bibliotheek

 BiebPanel

Samenvatting - onepager

Binnenkomst in de bibliotheek

De klant levert eerst materialen in en kijkt dan naar de nieuwe aanwinsten of gaat naar zijn favoriete afdeling



Zoeken in de bibliotheek

De indeling is voor twee derde duidelijk
Vindbaarheid cd's/dvd's/games en informatieve boeken zijn voor verbetering vatbaar



Inspiratie opdoen in de bibliotheek

De presentatie brengt ruim de helft op nieuwe ideeën
Enthousiasme voor presentatietafels en frontale plaatsing
Van gevulde displaytafels wordt meer geleend dan van displaytafels met lege plekken



Horeca in de bibliotheek

Veel bibliotheekleden denken dat er geen koffie/theeautomaten zijn, of weten het niet
Meestal is onbekend of je bibliotheekmaterialen mee mag nemen naar de horecagelegenheid



Samenvatting (1)

Binnenkomst in de bibliotheek (pagina 11)

Wat doen bibliotheekleden als eerste wanneer ze de bibliotheek bezoeken? Nadat ze eventueel geleende materialen hebben ingeleverd, kijkt men vaak ofwel welke nieuwe aanwinsten de bibliotheek in de collectie heeft (een derde), ofwel ze gaan direct naar een bepaalde sectie of afdeling van de bibliotheek (ruim een kwart). Het gaat dan bijvoorbeeld om de afdelingen romans of thrillers. Een iets kleiner deel loopt rond en laat zich verrassen door wat ze in de bibliotheek tegenkomen, of gaat gereserveerde materialen ophalen.

Gepland en impulsief lenen (pagina 12 t/m 14)

Circa de helft van de panelleden bedenkt thuis wat ze wil lenen, maar neemt daarnaast ook andere materialen mee. De meeste panelleden nemen soms, vaak of altijd titels mee die ze niet van plan waren te gaan lenen. Slechts één op de tien doet dat (bijna) nooit. Zowel impulsief als gepland lenen spelen dus een grote rol, net als in het totale Panel, en zoals we ook al zagen in het BiebPanelonderzoek 2011-2 naar vindbaarheid en presentatie.

Als panelleden thuis bedenken wat ze willen gaan lenen, gaat het voor ongeveer de helft om specifieke titels (die ze soms ook al van tevoren reserveren) en voor de andere helft om een meer algemeen idee, waar ze in de bibliotheek materialen bij zoeken. Inspiratie in de bibliotheek doen de panelleden vooral op door langs de kasten te lopen, bij de nieuwe aanwinsten te kijken en door de boeken/cd's/dvd's in de kasten die met de voorkant naar voren zijn geplaatst (frontale plaatsing). Slechts een kleine minderheid laat zich inspireren door posters, digitale schermen of ander promotiemateriaal in de bibliotheek of door tips (van medewerkers, uit de nieuwsbrief of website van de bibliotheek). We zien dat men zich in Aan den IJssel veel minder vaak laat inspireren door presentatietafels en –rekken dan in het totale Panel. Er zijn hierin geen verschillen tussen de vestigingen.

Foto's door panelleden van aantrekkelijk gepresenteerde materialen (pagina 16)

In dit onderzoek is naast de vragenlijst, voor het eerst ook een foto-opdracht ingezet onder de panelleden. De panelleden konden een foto maken van materialen in hun vestiging die aantrekkelijk gepresenteerd zijn. In de Bibliotheek Aan den IJssel hebben twee leden in totaal drie foto's ingestuurd. De panelleden hebben ook aangegeven waarom ze enthousiast zijn over de presentatie van de materialen op hun foto. De foto's van de Bibliotheek Aan den IJssel plus de toelichtingen zijn te vinden in een aparte digitale bijlage.

Presentatie van materialen (pagina 17 t/m 19)

Zeven op de tien panelleden van de Bibliotheek Aan den IJssel vinden dat de materialen over het algemeen aantrekkelijk gepresenteerd worden en ruim de helft wordt door de presentatie in de bibliotheek op nieuwe ideeën gebracht. Dit aandeel ligt ongeveer even hoog als in het totale Panel, en ook even hoog in 2011.

Driekwart van de panelleden vindt het fijn als materialen op presentatietafels of -rekken worden getoond en als ze frontaal geplaatst zijn. Circa twee derde laat zich ook daadwerkelijk inspireren door de presentatie en neemt weleens andere boeken mee dan normaal dankzij de frontale plaatsing, of door wat ze zien op de presentatietafels of -rekken. In vergelijking met 2011 zien we dat het aandeel bibliotheekleden dat het fijn vindt als materialen op tafels en rekken worden getoond en frontaal geplaatst worden wat lager ligt.

Samenvatting (2)

Het aandeel panelleden dat door wat getoond wordt op presentatietafels of –rekken ook weleens *andere materialen* dan normaal leent, ligt een stuk lager: drie op de tien nemen dankzij de presentatietafels of –rekken ook weleens andere materialen mee (zoals cd's, dvd's of luisterboeken). We zien hier hetzelfde beeld als in het totale Panel. In de voorkeuren ten opzichte van de presentatie en mate van inspiratie, zijn er tussen de verschillende leeftijdsgroepen in het totale BiebPanel nauwelijks verschillen zichtbaar.

In het retailconcept wordt er de nadruk op gelegd dat het belangrijk is dat displaytafels goed gevuld zijn en dat er geen gaten vallen. De panelleden van de Bibliotheek aan den IJssel bevestigen deze richtlijn: circa vier op de tien zouden eerder een boek lenen van de getoonde foto van een volle displaytafel, terwijl slechts 18% de voorkeur geeft aan de tafel met lege plekken. De anderen geven geen duidelijke voorkeur aan. De panelleden tot en met 55 jaar hebben de meest uitgesproken voorkeur voor de volle displaytafel. De keuze voor de goed gevulde displaytafel verklaren panelleden bijvoorbeeld met opmerkingen dat die er gezelliger, verzorgder en overzichtelijker uitziet en dat er meer keuze is. Aan de andere kant vinden de panelleden die de voorkeur geven aan een legerere tafel aan dat deze rustiger en overzichtelijker toont. De toelichtingen van de panelleden van de Bibliotheek aan den IJssel zijn na te lezen in de bijlage.

Vindbaarheid van materialen (pagina 21 t/m 25)

Driekwart van de panelleden vindt de indeling van de collectie in de Bibliotheek Aan den IJssel duidelijk (materialen die bij elkaar horen staan ook echt bij elkaar). De panelleden zijn hiermee vaker tevreden dan in het totale Panel en ook beduidend vaker tevreden dan in 2011. Twee op de tien panelleden zijn neutraal in hun oordeel en voor slechts 3% is de indeling niet duidelijk. We zien dat de panelleden die de bibliotheek frequent bezoeken een zelfde oordeel geven over de indeling als de panelleden die de bibliotheek minder vaak bezoeken.

Net als in het totale Panel, zijn circa zes op de tien panelleden te spreken over de aanduidingen op de kasten en is circa de helft enthousiast over de duidelijkheid van de benamingen van de afdelingen / werelden. Over de aanduidingen in de bibliotheek zelf en de plattegronden oordelen veel panelleden neutraal of ze geven aan dat die niet aanwezig zijn in hun vestiging. Dit sluit aan bij de situatie van de Bibliotheek Aan den IJssel, waar geen plattegronden aanwezig zijn. We zien geen verschillen met het totale Panel. De panelleden van de Bibliotheek Aan den IJssel zijn beduidend positiever dan in 2011 over de duidelijkheid van de indeling van de collectie, de aanduidingen op de kasten en de aanduidingen in de bibliotheek (posters, borden) zelf.

De meeste panelleden (twee derde) kunnen in de Bibliotheek aan den IJssel snel vinden wat ze zoeken. Dat is een iets lager aandeel dan in 2011, maar het ligt wel iets hoger dan in het totale Panel. Het best vindbaar zijn de romans en de tijdschriften en kranten (voor 91% respectievelijk altijd of meestal vindbaar). Daarna volgen de informatieve boeken en de cd's/dvd's/games en de informatieve boeken, waarvan circa driekwart aangeeft dat ze altijd of meestal goed vindbaar zijn. In de Bibliotheek Aan den IJssel zijn de romans vaker goed te vinden dan in het totale BiebPanel.

Hoe zou de bibliotheek de collectie beter kunnen presenteren? 44% heeft hiervoor een suggestie gegeven. Ze noemen dan bijvoorbeeld plattegronden of plaatsing op alfabet. Alle opmerkingen zijn na te lezen in de bijlage.

Samenvatting (3)

Horeca in de bibliotheek (pagina 27)

In de Bibliotheek Aan den IJssel zijn in de verschillende vestigingen koffie/theeautomaten aanwezig. De panelleden die aangeven dat er in hun vestiging geen horeca aanwezig is of niet weten of dat zo is, geven in de meeste gevallen aan ook geen behoefte te hebben aan horeca in de bibliotheek. De kleine groep die er wel behoefte aan heeft, zou langer in de bibliotheek verblijven als er wel een horecagelegenheid of een koffie/theeautomaat was.

Circa een op de tien panelleden die aangeeft dat er in de vestiging horeca aanwezig is, maakt hier weleens gebruik van. Redenen om geen gebruik te maken van de horeca zijn met name dat mensen alleen naar de bibliotheek komen om boeken te lenen en geen tijd of behoefte hebben om langer te blijven. Een overzicht van de gegeven argumenten staat in de bijlage.