



Kundenbefragungen als Teil der Kundenorientierung

Arbeitssitzung dbv-Kommission

Kundenorientierung

Bibliothekskongress Leipzig

Montag, 14. März 2016



Frank Raumel
Bibliotheksleiter MIZ Biberach





MIZ Biberach

32.000 Einwohner, ländliches Umfeld
2 nicht-öffentl. Zweigstellen in Schulen
Gesamtbestand: 114.400 ME
Ausleihe: 607.800

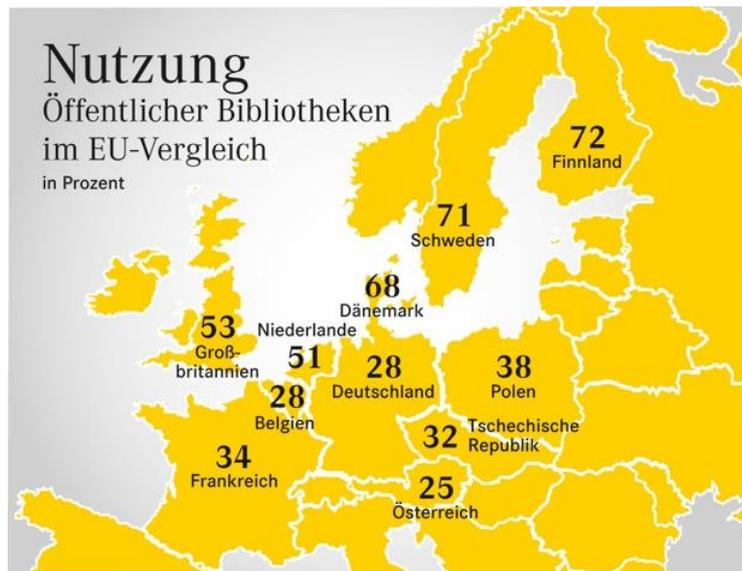


13,44 Personalstellen
4.500 Öffnungsstunden
9.068 aktive Kunden



Wozu Kundenorientierung?

„Die **Zukunftsfähigkeit der Bibliotheken** wird in hohem Maße davon abhängen, inwieweit es ihnen gelingt, ihr Angebot an die Bedürfnisse der (potentiellen) Nutzer anzupassen. Entsprechend gilt es für öffentliche Bibliotheken im Blick zu haben, was die Bürger von einer guten öffentlichen Bibliothek erwarten.“



„58 % der Bürger im Alter von 16 bis 75 Jahren finden es (sehr) wichtig, dass es auch in Zukunft Büchereien bzw. öffent-liche Bibliotheken in Deutschland gibt, 32 Prozent finden es sogar sehr wichtig.“

Aber: „39 % finden es weniger wichtig oder gar nicht wichtig.“

Die Marktdurchdringung (Besuch in den letzten 12 Monaten) **liegt in Deutschland bei 26 %.**

Die Zukunft der Bibliotheken in Deutschland. Eine Repräsentativbefragung der Bevölkerung ab 16 Jahre.
Institut für Demoskopie Allensbach, Dezember 2015



Warum am Kunden orientieren?

➤ **Rückläufige Kundenzahlen** im gesamten Bundesgebiet

Die Zahl der Entleiher fällt von 2008 bis 2014 kontinuierlich von 11,33 in 2008 auf 10,21 Mio in 2014 (DBS Gesamtauswertung ÖB + WB)

➤ **demographische Entwicklung** (potentielle Kundenmengen schrumpfen)

➤ **zunehmende (digitale) Konkurrenz** (Buchhandel – Amazon – ekz-Sofortwelten, E-Books, Zeitungen und Zeitschriften online, Musikdownload, Filmbibliotheken, Leseflats, Informationsbeschaffung über Google und Co....)

➤ **politische Argumentation ist leichter über Daten und Fakten** als über das Bauchgefühl

➤ **Effiziente Betriebssteuerung:** Biete ich, was die Kunden wollen? Angesichts knapper Ressourcen müssen Bibliotheksangebote möglichst optimal an den Markt / die Kundenbedürfnisse angepasst werden. Schwerpunkte setzen für einzustellende und neu zu schaffende Services



Marktforschung als Teil der Kundenorientierung





Warum Marktforschung bei Kunden?

- Informationen über / von Nicht-Kunden sind viel schwerer zu erhalten, als über/von vorhandenen Kunden
- **Das Marketing zur Neukundenaquise ist fünfmal teurer als jenes zum Halten der Kunden.**
- Kundenbefragungen kann man auch in kleineren Bibliotheken selber durchführen.
- Über unsere Kunden wissen wir schon viel (Alter, Geschlecht, Wohnort, Aktiv, Passiv, Neu, Zahlweise, Benutzergruppen, Ausleihverhalten (Ausleihcontrolling, Anschaffungswünsche), Aktivitätszeiten ...) und können dies einordnen (Marktdurchdringung, Kundenfluktuation / -loyalität (Stammkunden), Entwicklungen ...)
- Auf dieser Basis ist es leichter, **qualitative Einschätzungen abzufragen** (Zufriedenheit mit Personal, Bestand, Entwicklung, Service etc.)



Kundenbefragungen im MIZ Biberach

- **seit 1993 in 3jährigem Abstand** Befragung von Kunden und Besuchern
- Auswertung durch dbv Ba-Wü, HdM, Büchereifachstelle Tübingen,
- **Grundfragebogen** (16 Fragen) landesweit 1993, sonst für den Regierungsbezirk (35 TN)
- **Zusatzfragebogen BC** ab 2002 (5 - 8 Fragen) zur Prüfung der Kundenreaktion auf durchgeführte Veränderungen (Akzeptanz RFID, Leihfristerinnerung...) und zur Planung neuer Medien- und Service-Angebote (Lesegarten, E-Books, Öffnungszeitenenerweiterung ...)
- „Repräsentativität“: mind. 300 Rückläufe
- **Kundenrepräsentativität**: Gültiger Ausweis, Vergleich Alter, Geschlecht, Wohnort
- Befragungsart: schriftlich + mündlich face to face + online (ab 2011 soscisurvey.de)



Fragen des Standardbogens 2014:

1. **Warum** besuchen Sie normalerweise die Bibliothek?
 - 1.1. Sie sind hier um ...
 - 1.2. Sie entleihen Medien / suchen Informationen für
2. **Wie oft** besuchen Sie die Bücherei normalerweise?
3. **Wie lange** halten Sie sich normalerweise in der Bücherei auf?
4. Verbinden Sie ihren heutigen Besuch in der Bücherei mit einer anderen Tätigkeit?
5. Wie aktuell finden Sie unser Medienangebot?
6. Wie empfinden sie die Atmosphäre in der Bücherei?
7. Wie beurteilen Sie die Bücherei in Hinsicht auf?
8. Finden Sie die Benutzungsgebühren im Verhältnis zu den Leistungen angemessen?
9. Öffnungszeiten:
 - 9.1. **Wann** besuchen Sie die Bücherei in der Regel?
 - 9.2. Wann würden Sie die Bücherei bevorzugt besuchen?
10. Angaben zur Person: Geschlecht, GebJahr und Wohnort
11. Besitzen Sie einen gültigen Büchereiausweis bzw. mehrere Ausweise ...?
12. Sie sind ... (Schüler, Student
13. Haben Sie weitere Anregungen oder Wünsche an das Team der Bibliothek? (freies Feld)



Zusatzfragebogen:

- seit 2002
- 5 – 8 Fragen
- Befragung zusammen mit Grundfragebogen
- **Sind die Kunden mit den letzten Veränderungen zufrieden?**
- **Welche neuen Wünsche haben die Kunden?**
(Vorschläge und freie Antworten)
- Eigene (einfache) Auswertung in Excel
- **Vorteile:** sehr konkrete, projektbezogene Meinungen ;
Planungshilfe ; Kunden fühlen sich beteiligt, Werbeeffekt



Ergebnisse der 8. Besucherbefragung 2014

- im Einzelergebnis MIZ Biberach
- im Vergleich zu Bibliotheken der Größenordnung 20.000-50.000 Einwohner (6 Bibliotheken)
- im Verhältnis zum Durchschnitt im Regierungsbezirk (35 Bibliotheken)
- im zeitlichen Verlauf seit 1993

Zeitraum der aktuellen Befragung: 16.09.14 – 27.09.14

Art: Aktive Einzelbefragung im MIZ durch Jobberin Judith Fetsch, Versand der Online-Befragung an 1.300 Newsletter-Abonnenten, Auslage gedruckter Fragebögen im MIZ

Rücklauf: Grundfragebogen n = 346; Zusatzfragebogen n = 321

Fragen und Zusatzfragen: im Verlauf 1993 - 2014 nicht durchgehend identisch

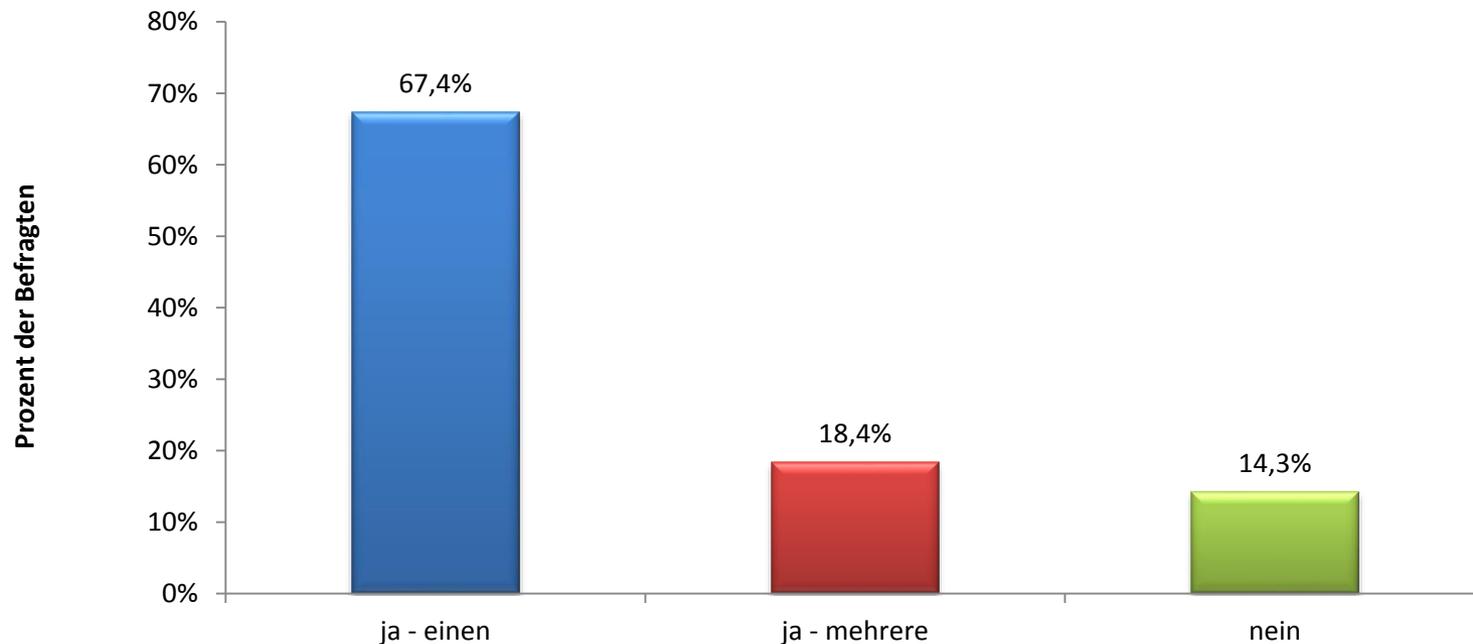
Auswertung: durch Fachstelle Tübingen, Frank Raumel MIZ BC, Jana Ullrich



Ist die Befragung 2014 repräsentativ im Verhältnis zu den aktiven Lesern?

(2014) Frage 11.

Besitzen Sie einen gültigen Büchereiausweis?



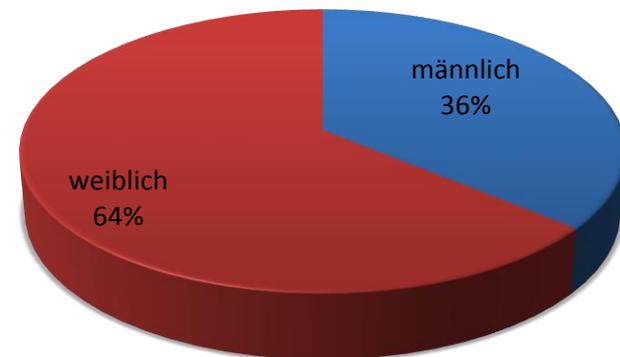
**85,8% der Teilnehmer besitzen nach eigenen Angaben mind. einen gültigen Leseausweis.
14,3% der Umfrageteilnehmer waren „Besucher“.**



Ist die Befragung 2014 repräsentativ im Verhältnis zu den aktiven Lesern? - Geschlecht -

(2014) Frage 10.
Angaben zur Person: Geschlecht

2014	männl.	weibl.
Leser aktiv	35%	65%
Befragte	36%	64%



Die Geschlechtsverteilung der Teilnehmer entspricht fast dem Verhältnis der aktiven Leser.

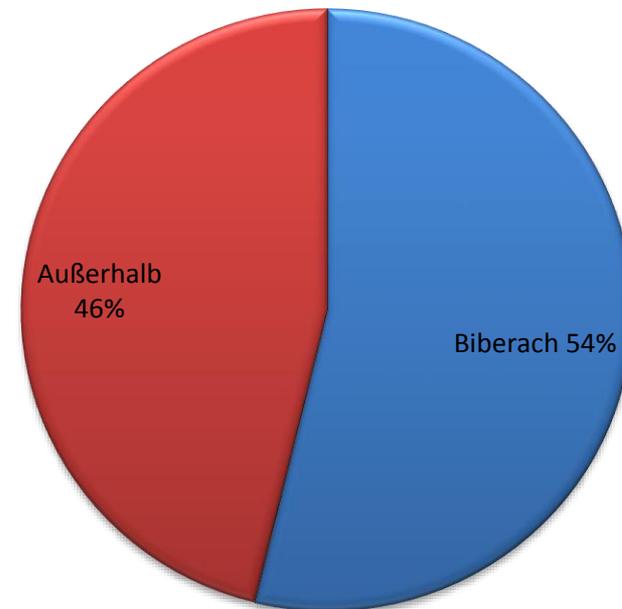


Ist die Befragung 2014 repräsentativ im Verhältnis zu den aktiven Lesern? - Wohnort -

(2014) Frage 10.

Angaben zur Person: Wohnort

2014	BC	außerhalb
Leser aktiv	47,70%	52,30%
Befragte	53,82%	46,18%



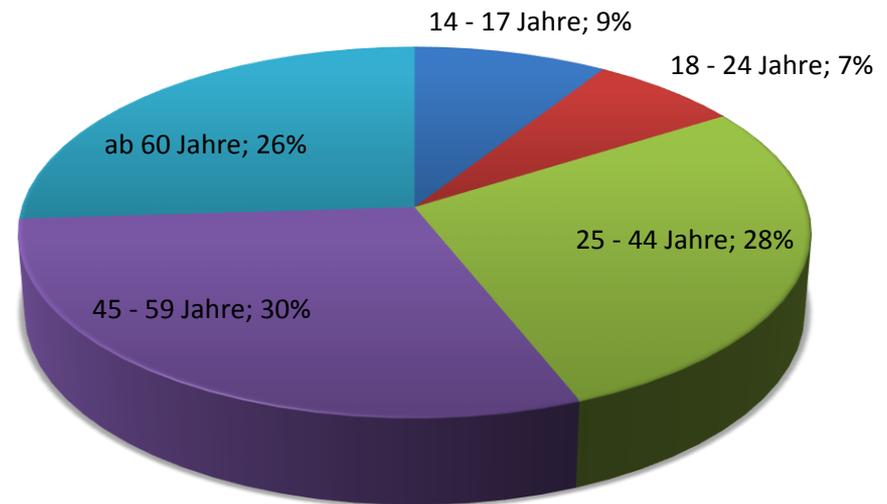
Der Anteil der Befragungsteilnehmer, die in Biberach wohnen, ist überdurchschnittlich.



Ist die Befragung 2014 repräsentativ im Verhältnis zu den aktiven Lesern? - Alter -

(2014) Frage 10.
Angaben zur Person: Alter

2014	14 - 17 J	18 - 24 J	25 - 44 J	45 - 59 J	> 60 J
Leser	26%	12%	25%	25%	12%
Befragte	9%	7%	28%	30%	26%



Die Altersstruktur der Befragungsteilnehmer weicht stark von jener der aktiven Leser ab. Ältere Kunden wurden stark überdurchschnittlich befragt, die Altersgruppe bis 18 J. ist stark unterrepräsentiert. Eine Befragung von unter 14-jährigen setzt das Einverständnis der Eltern voraus.

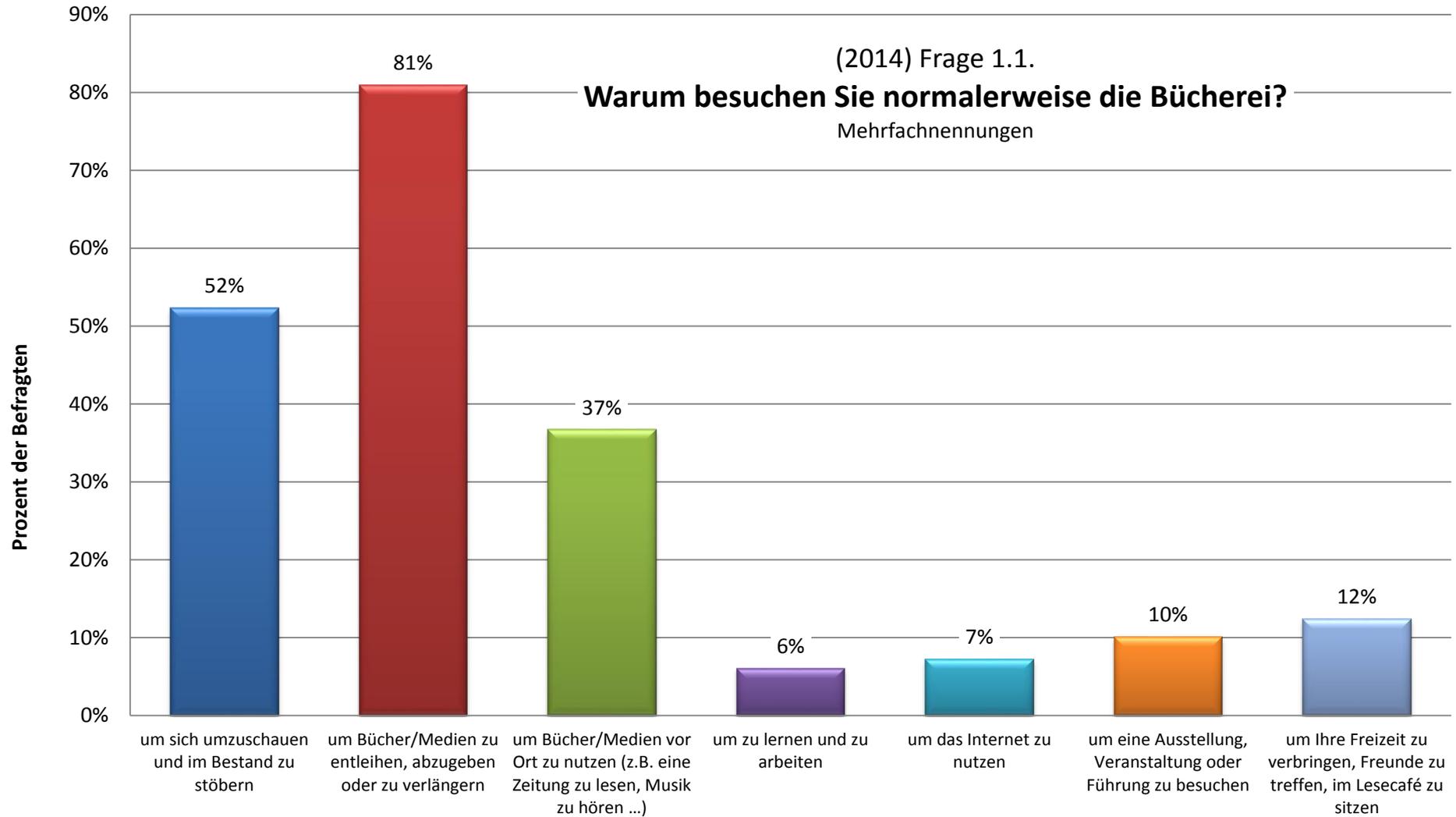
Konsequenz: **eigene Befragung von Kindern und Jugendlichen durchführen.**



(2014) Frage 1.1.

Warum besuchen Sie normalerweise die Bücherei?

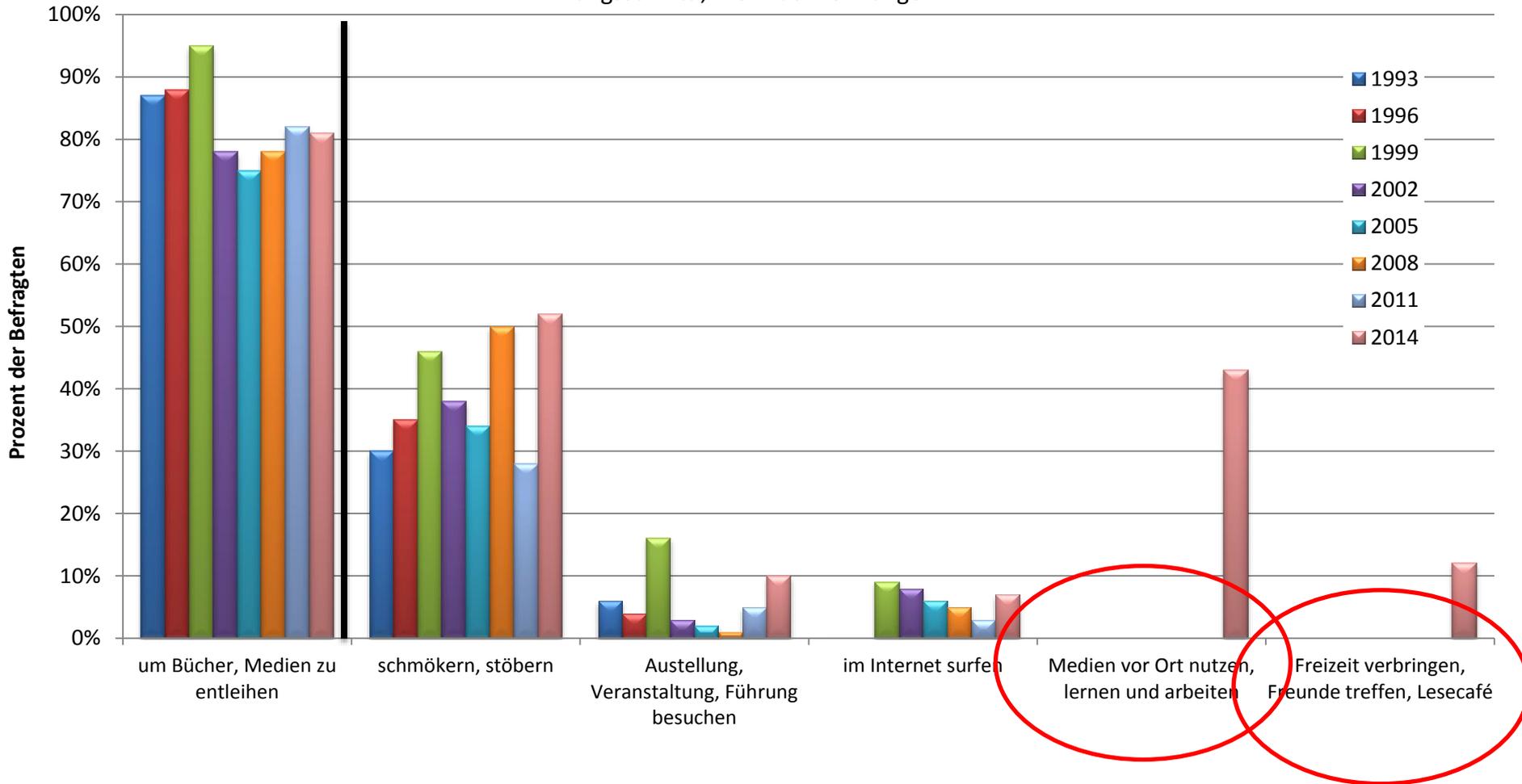
Mehrfachnennungen





1.1. Warum besuchen Sie heute unsere Bibliothek?

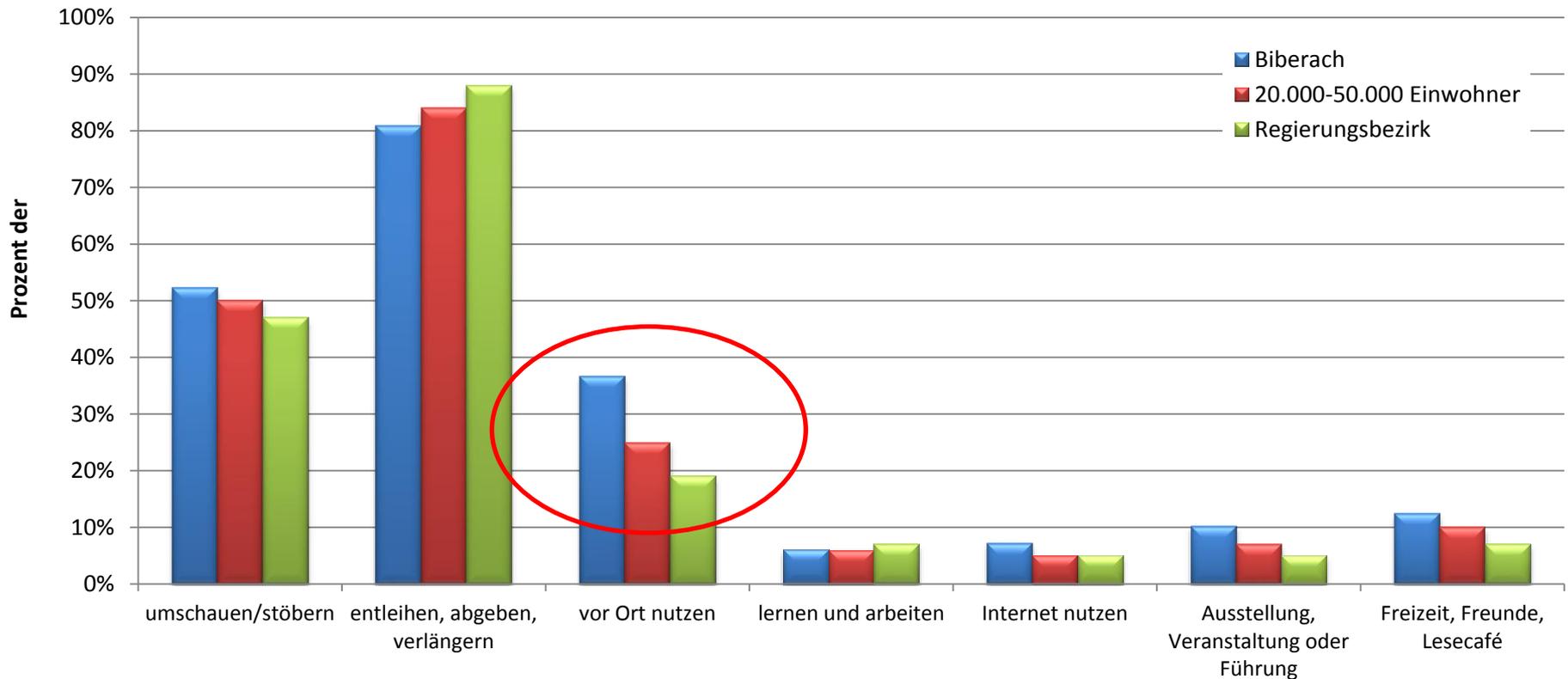
Längsschnitt , Mehrfachnennungen



Die Bedeutung der Bibliothek als Ort des Lernens, Arbeitens und Miteinanders nimmt zu!



1.1. Warum besuchen Sie normalerweise unsere Bibliothek? - Vergleich -

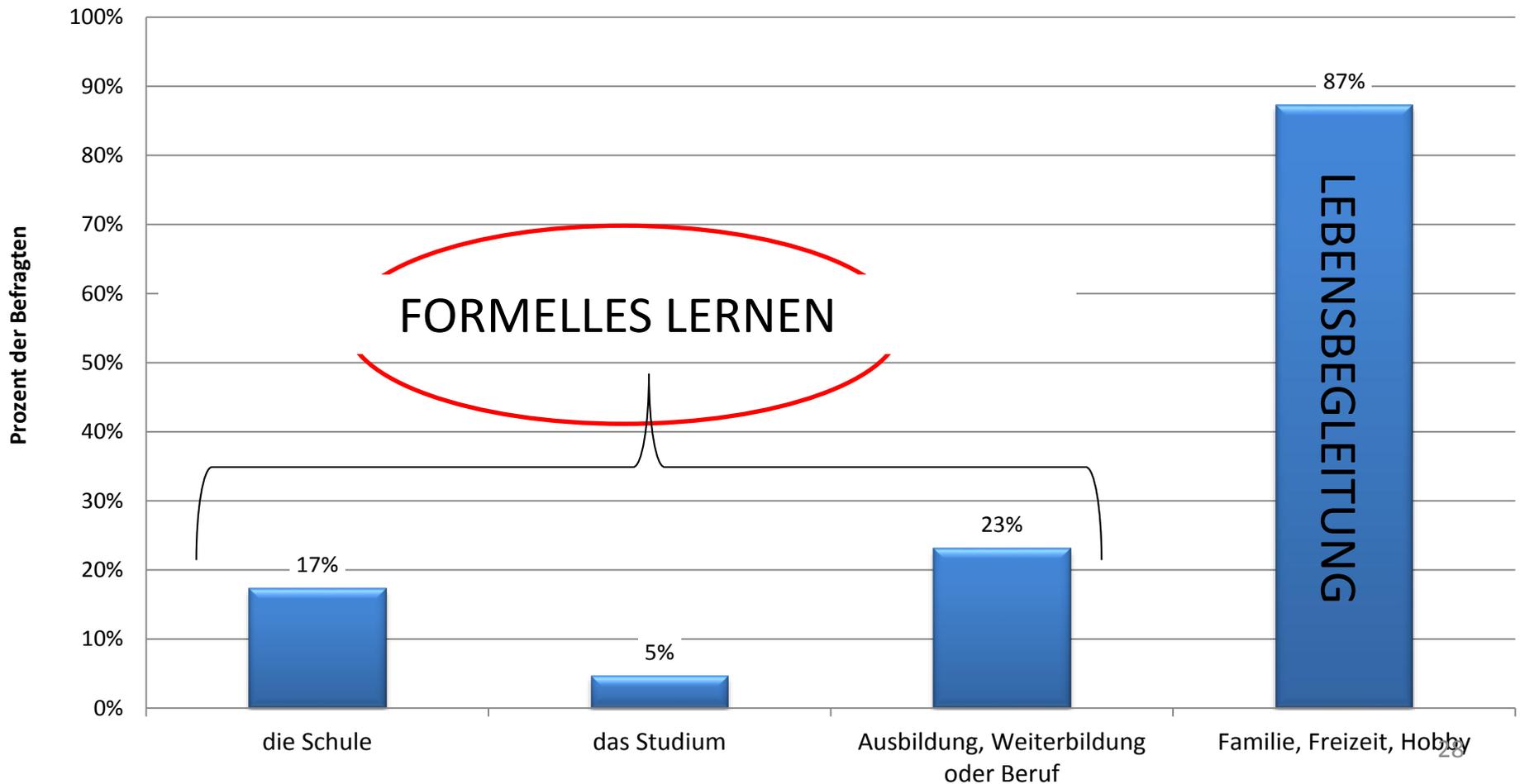


Die Bedeutung des MIZ als Ort des Lernens, Arbeitens und Miteinanders ist überdurchschnittlich!



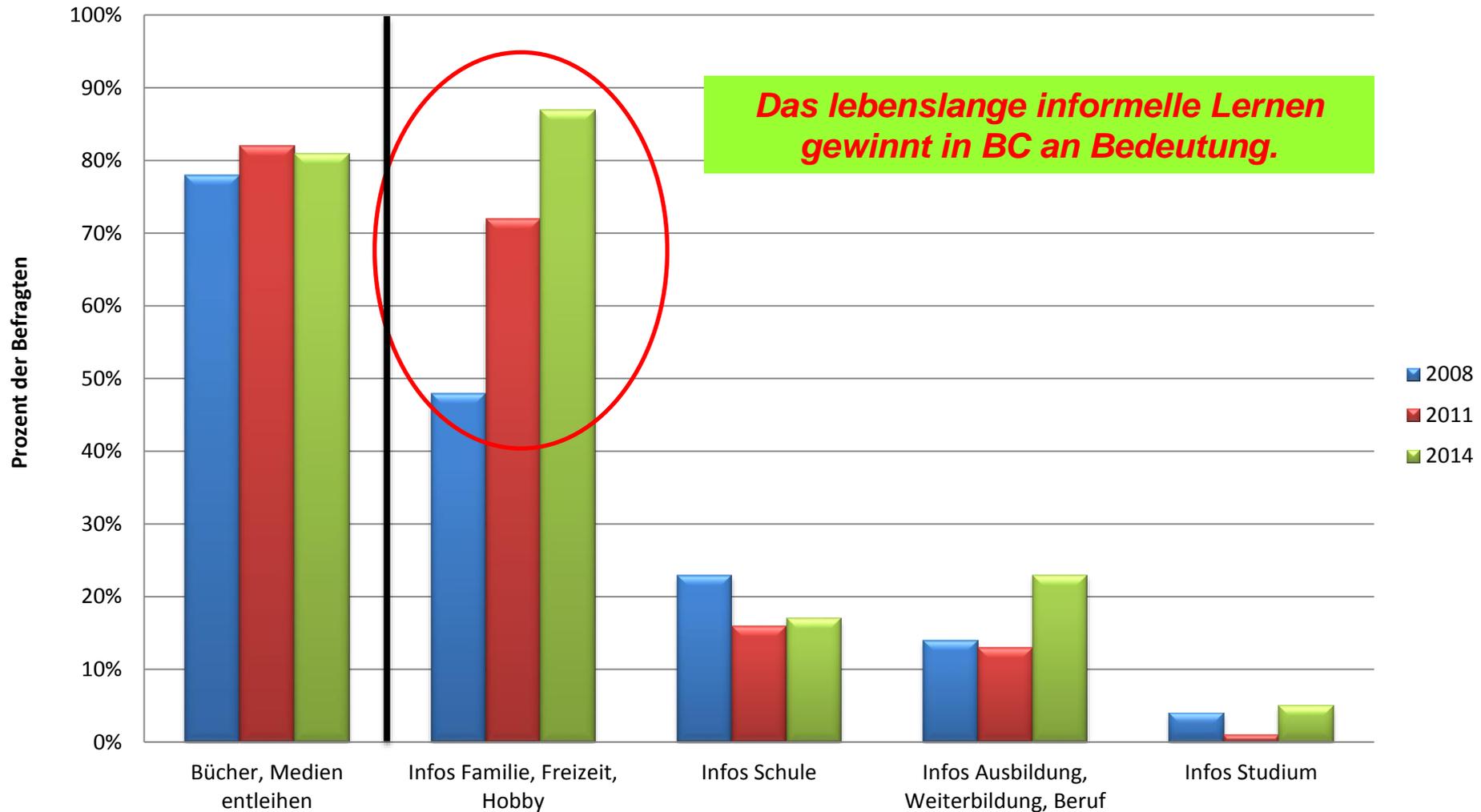
(2014) Frage 1.2.
**Sie benötigen Medien/Informationen
hauptsächlich für...**

Mehrfachnennungen





1.2. Sie benötigen Medien/Informationen hauptsächlich für...

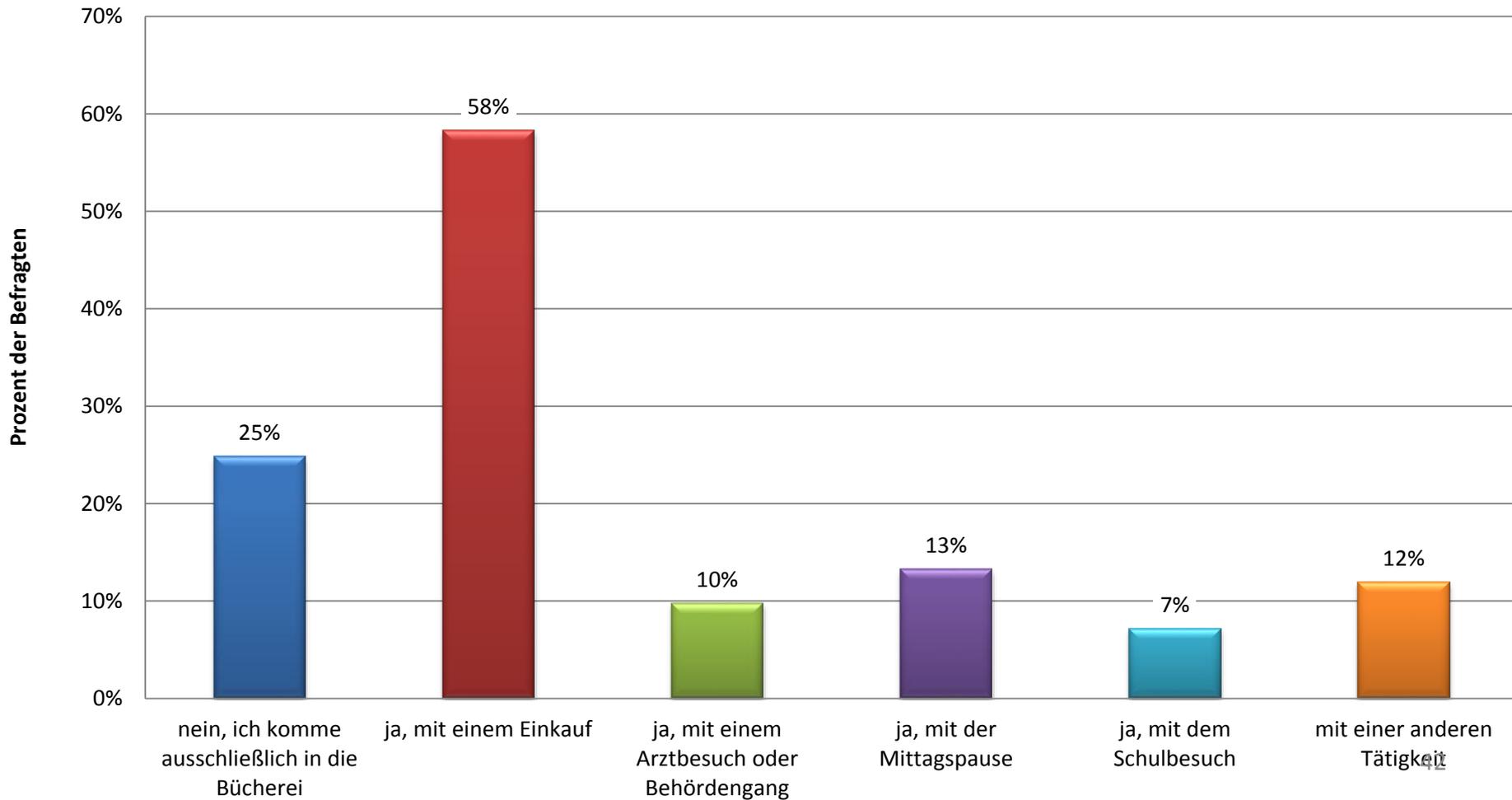




(2014) Frage 6.

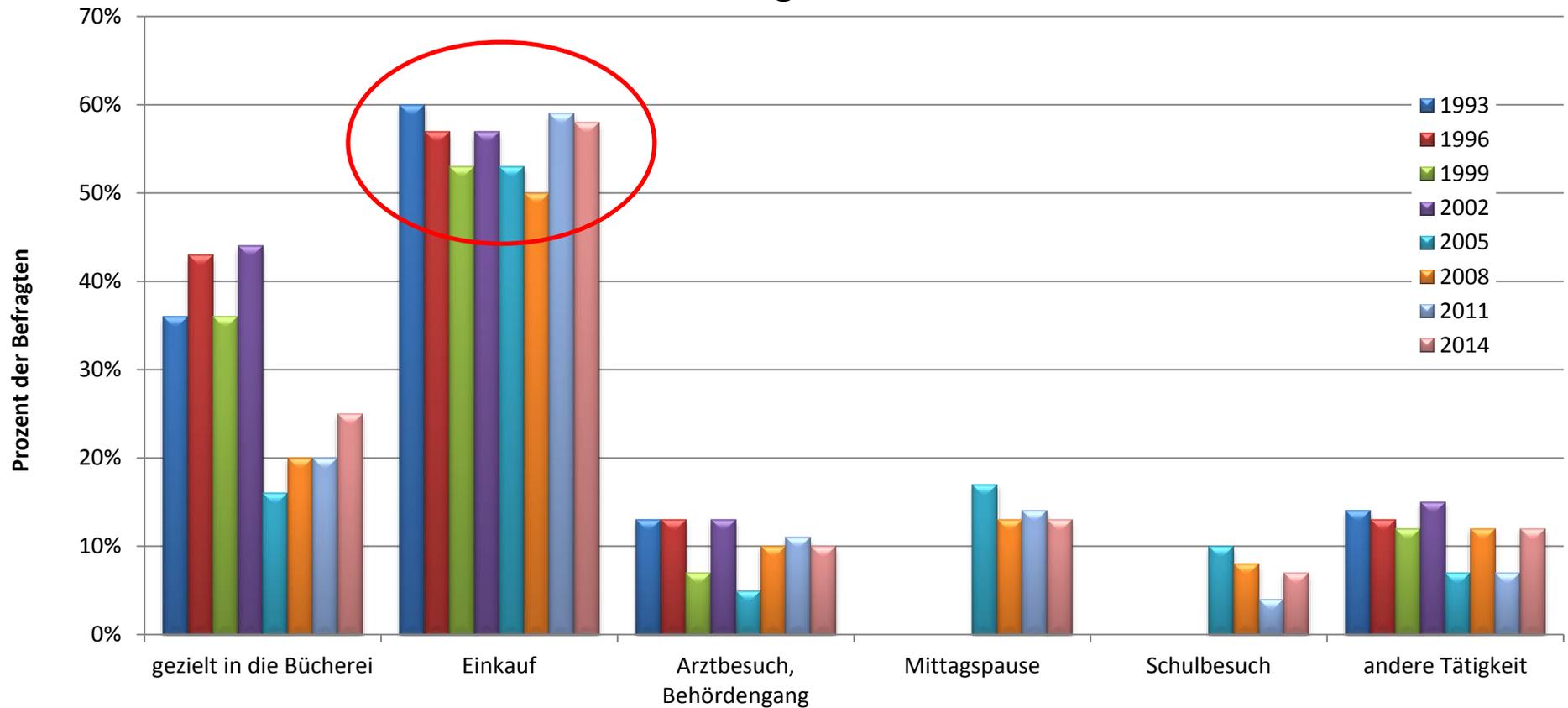
Verbinden Sie Ihren heutigen Besuch in der Bücherei mit einer anderen Tätigkeit?

teilw. Mehrfachnennungen





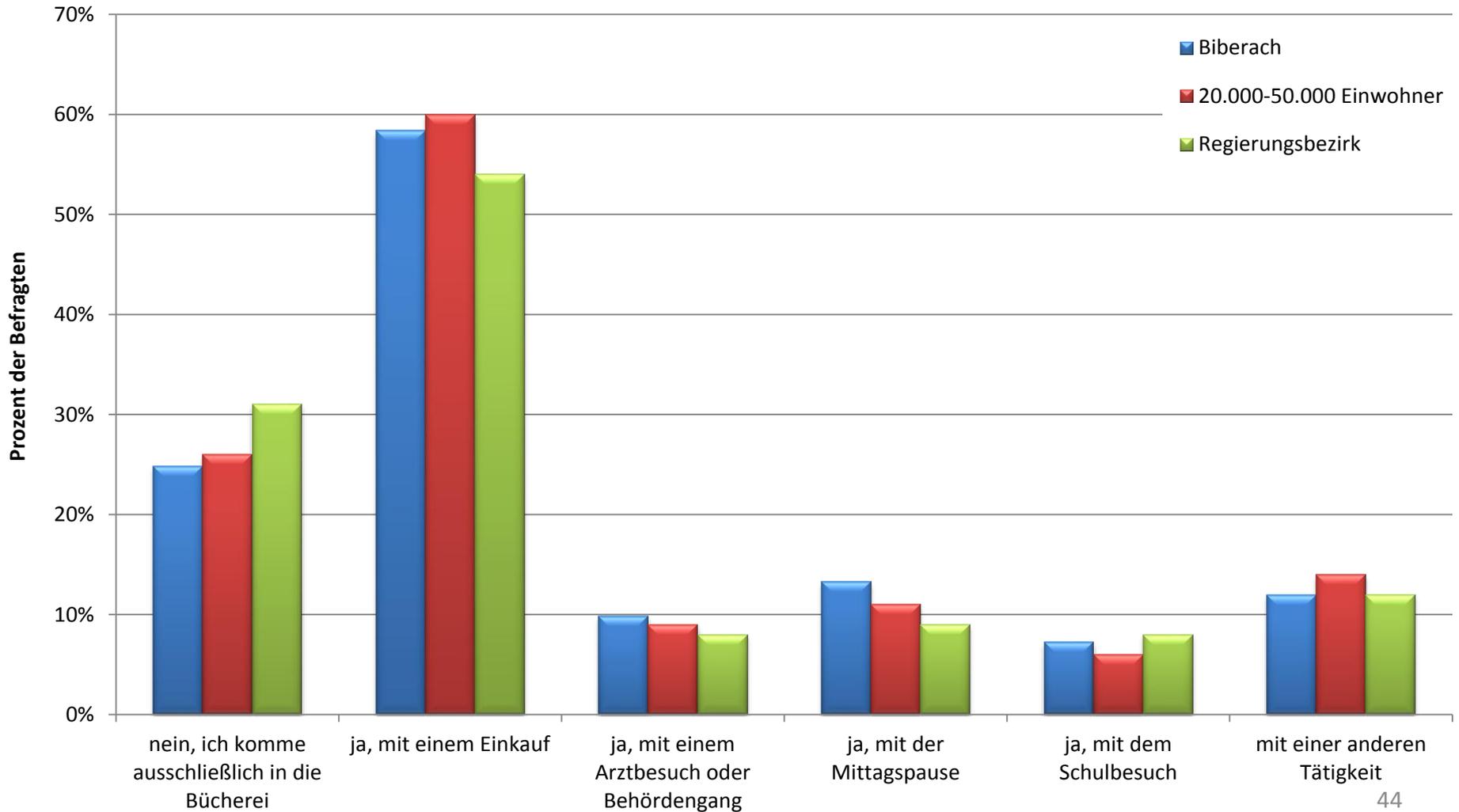
6. Verbinden Sie Ihren heutigen Besuch in der Bibliothek mit einer anderen Tätigkeit?



Die Bibliothek zieht Kaufkraft in die Stadt: Zwischen 50 und 60 Prozent verbinden den Bibliotheksbesuch mit einem Einkauf.



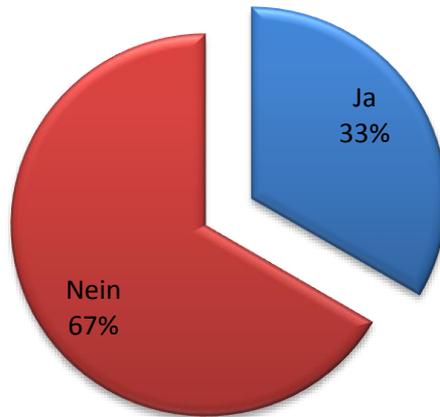
6. Verbinden Sie Ihren heutigen Besuch in der Bücherei mit einer anderen Tätigkeit? - Vergleich





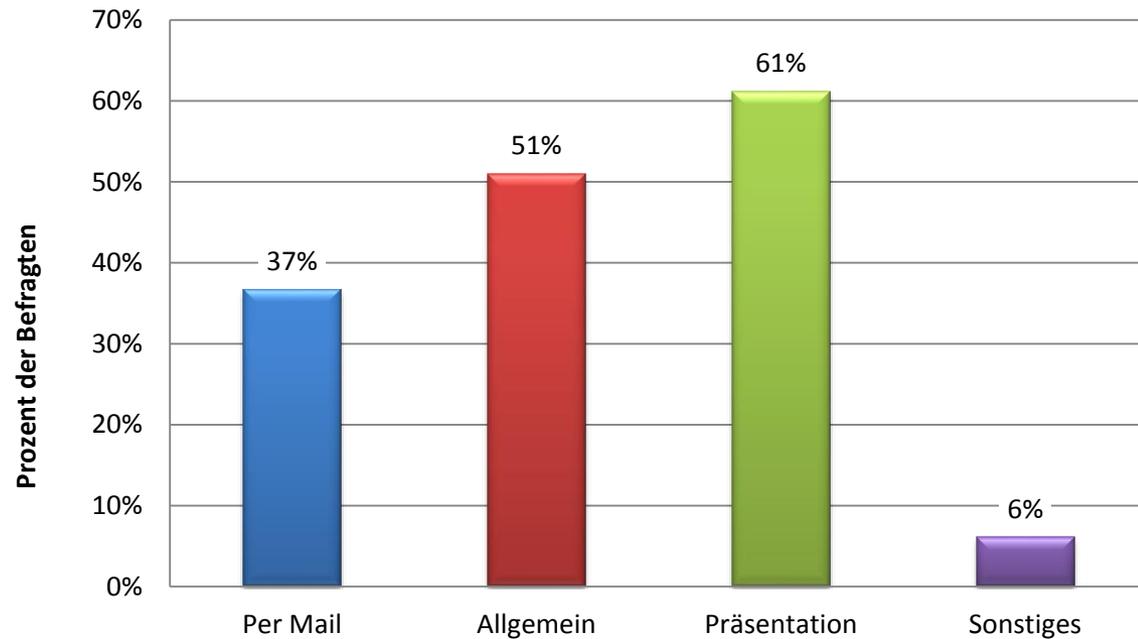
Zusatzfragen

(2014) Frage 14.
**Wünschen Sie sich mehr
 Medienempfehlungen und Lesetipps?**



Wenn ja, in welcher Form?

Mehrfachnennungen

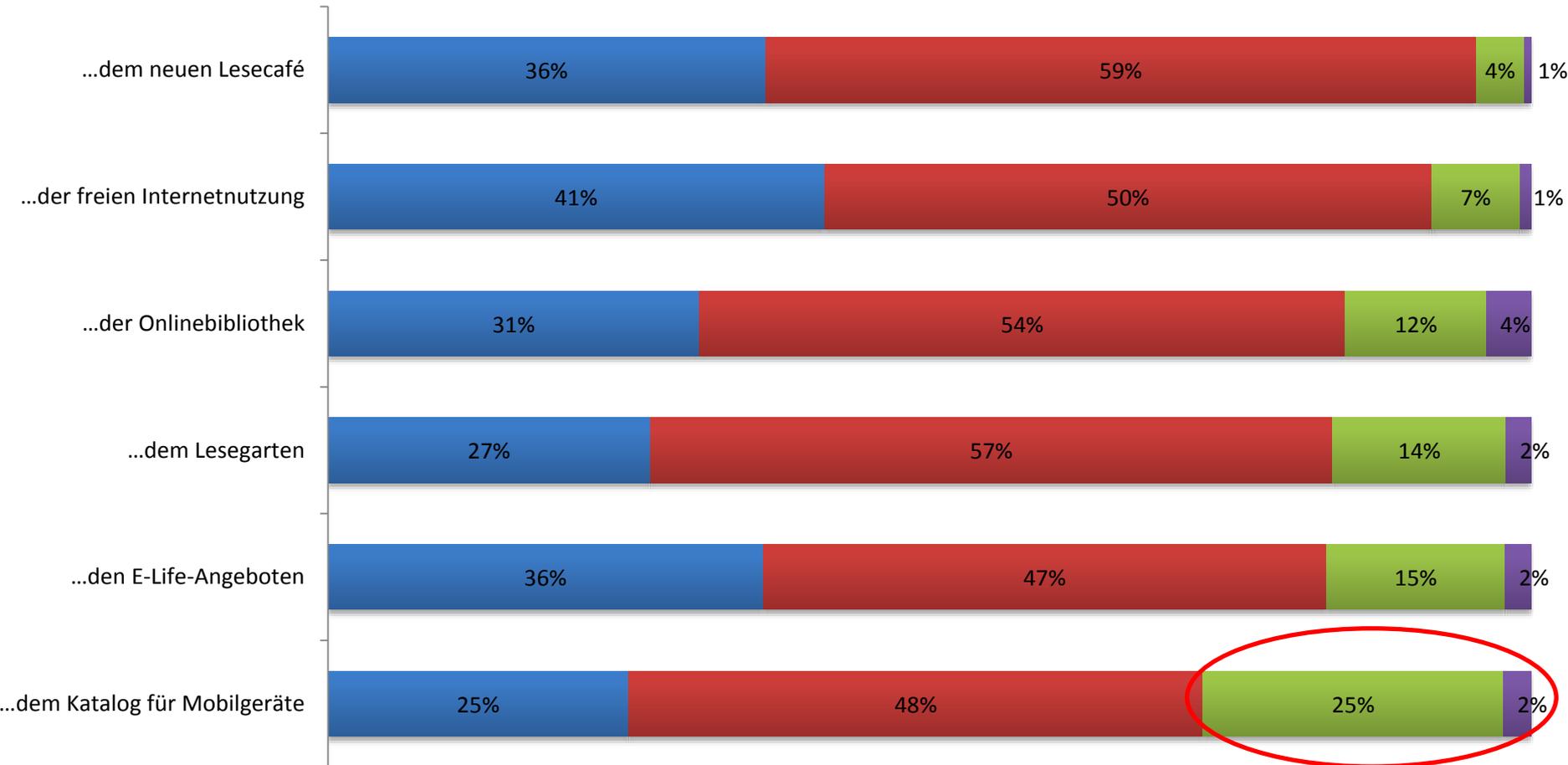




(2014) Frage 16.

Wie zufrieden sind Sie mit...

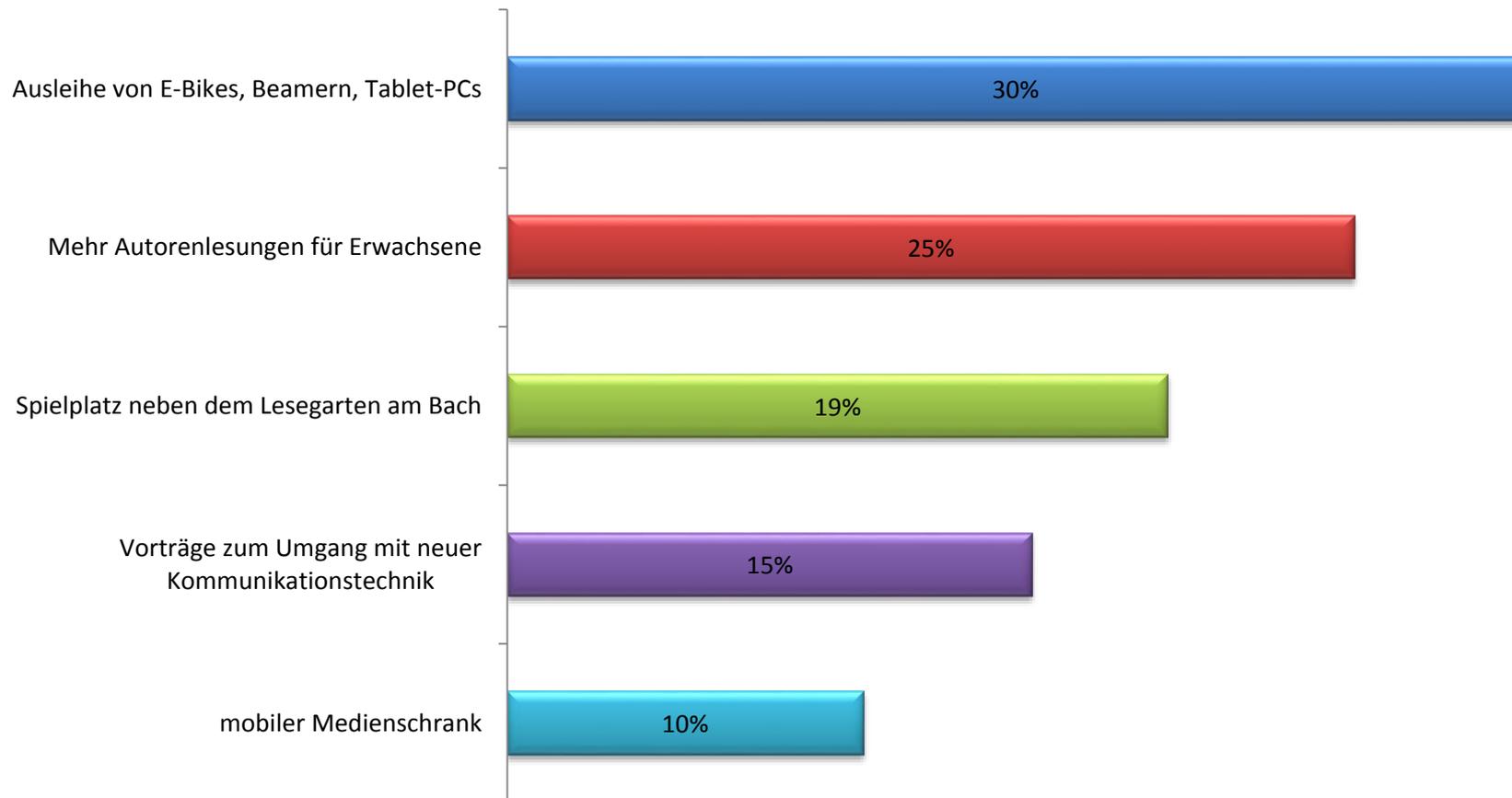
■ sehr zufrieden ■ zufrieden ■ weniger zufrieden ■ gar nicht zufrieden





(2014) Frage 17.

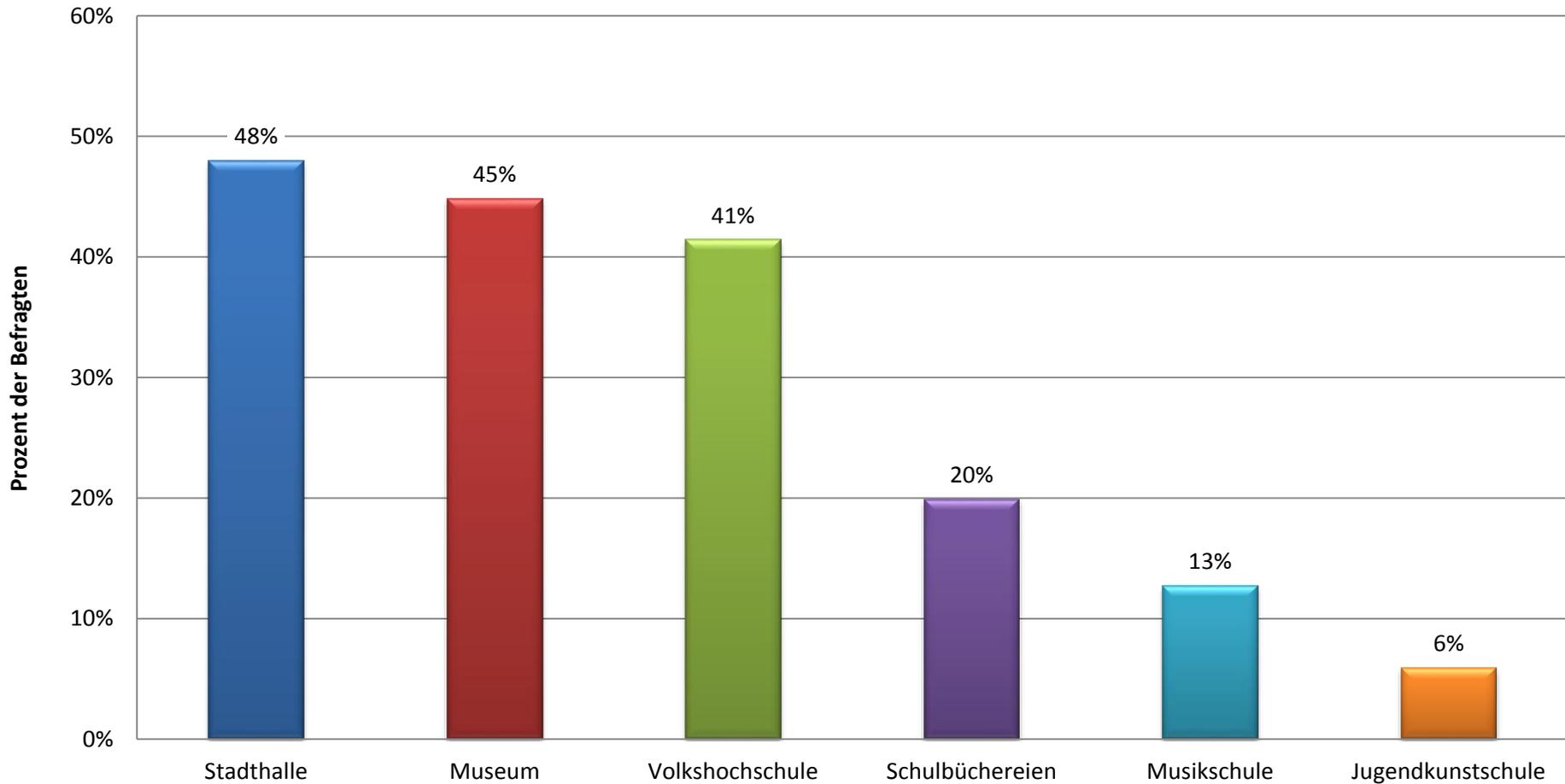
Welche zusätzlichen Serviceangebote wünschen Sie sich?





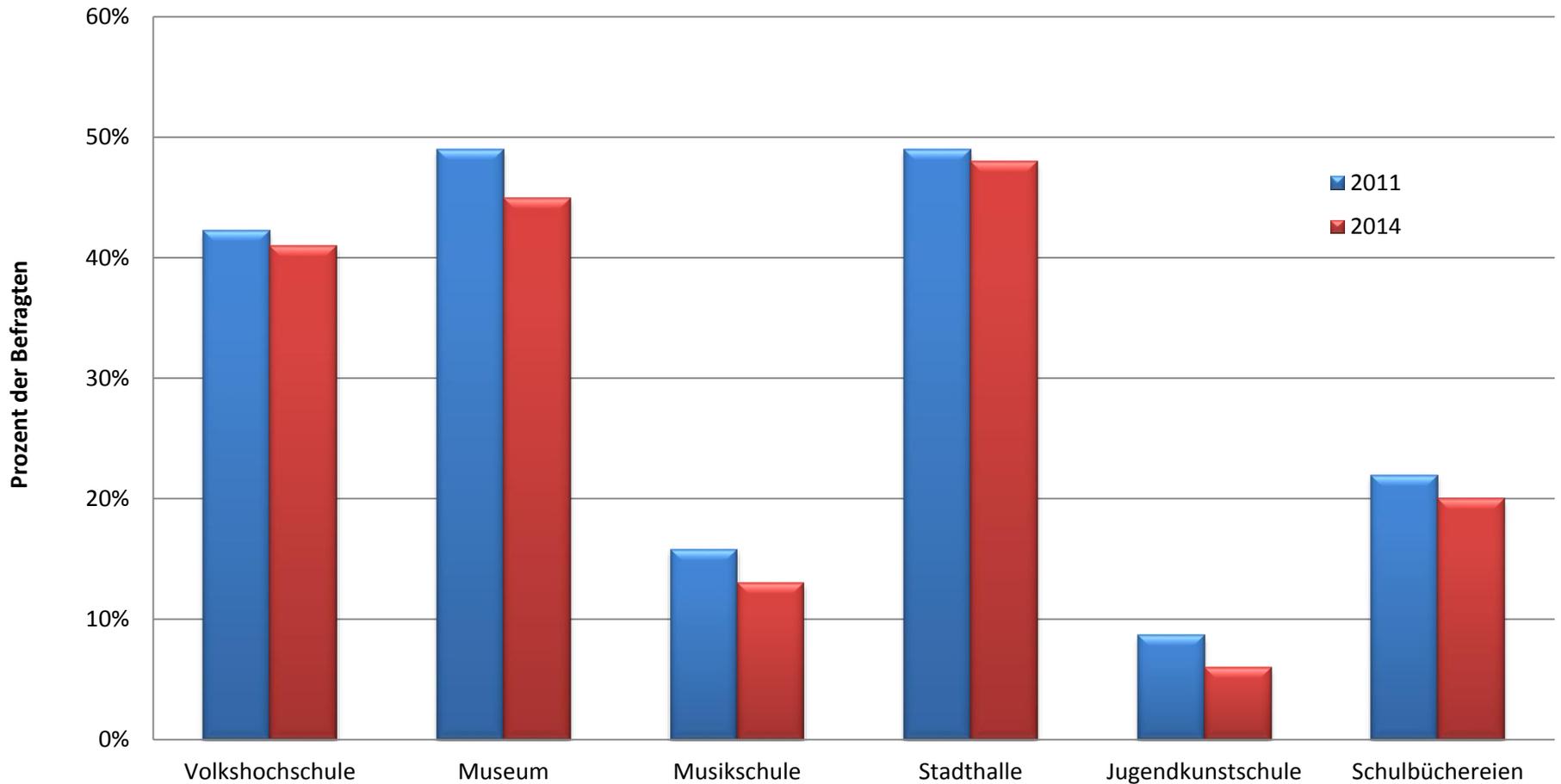
(2014) Frage 18.

Welche anderen kulturellen Einrichtungen in Biberach nutzen Sie außer der Stadtbücherei?





18. Welche anderen kulturellen Einrichtungen in Biberach nutzen Sie außer der Stadtbücherei?





Vorgehen bei der Auswertung:

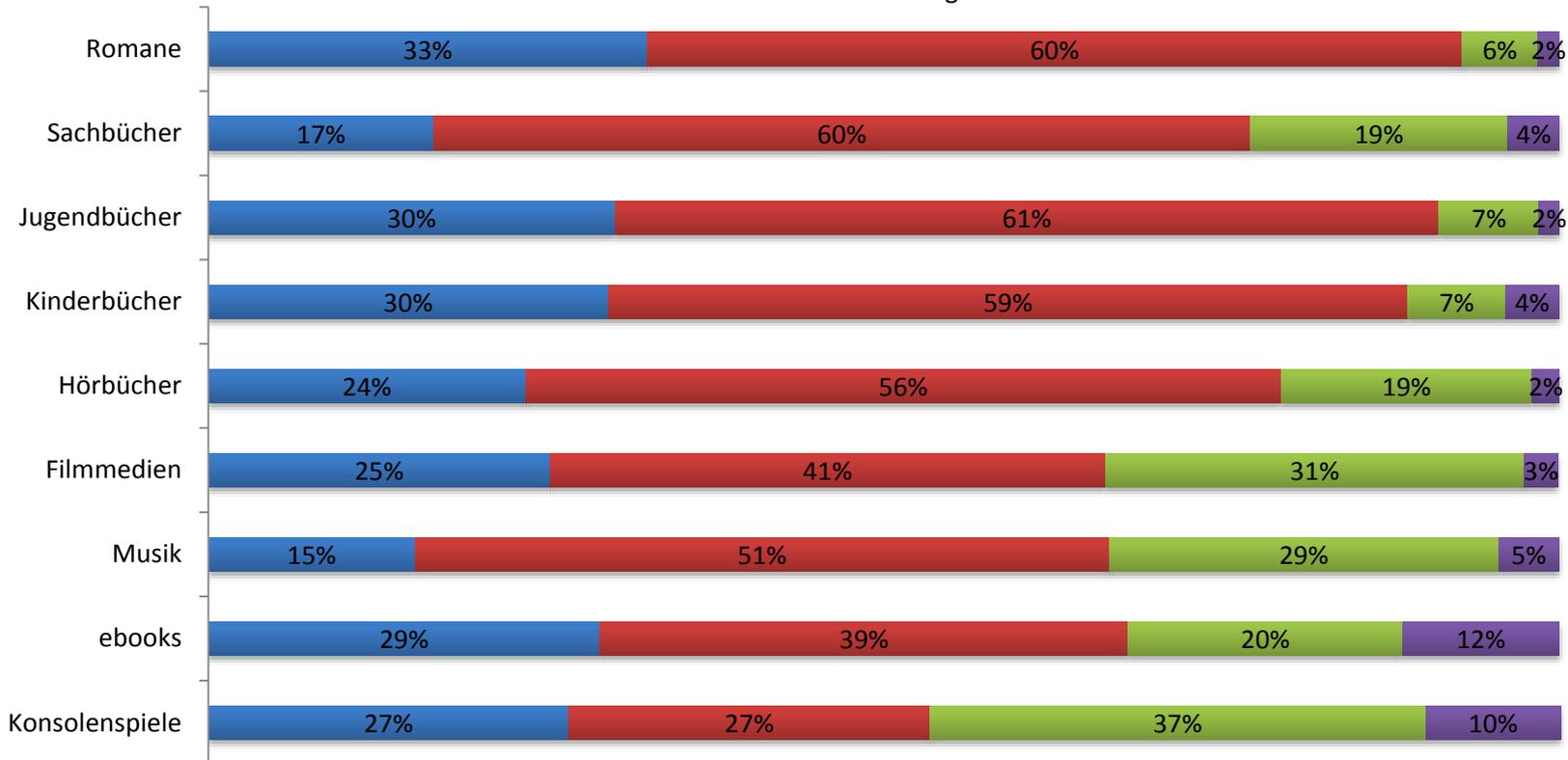
- Vorbereitung der Daten
- mehrere Auswertungsrunden mit dem Team
- Abteilungsleiter, Lektoren, AGs z.B. „Orientierung inhouse“
- Umsetzung der Ergebnisse
- Information der Kunden
- Marketing



(2014) Frage 7.

Wie aktuell finden Sie unser Medienangebot?

■ sehr aktuell ■ aktuell ■ weniger aktuell ■ nicht aktuell



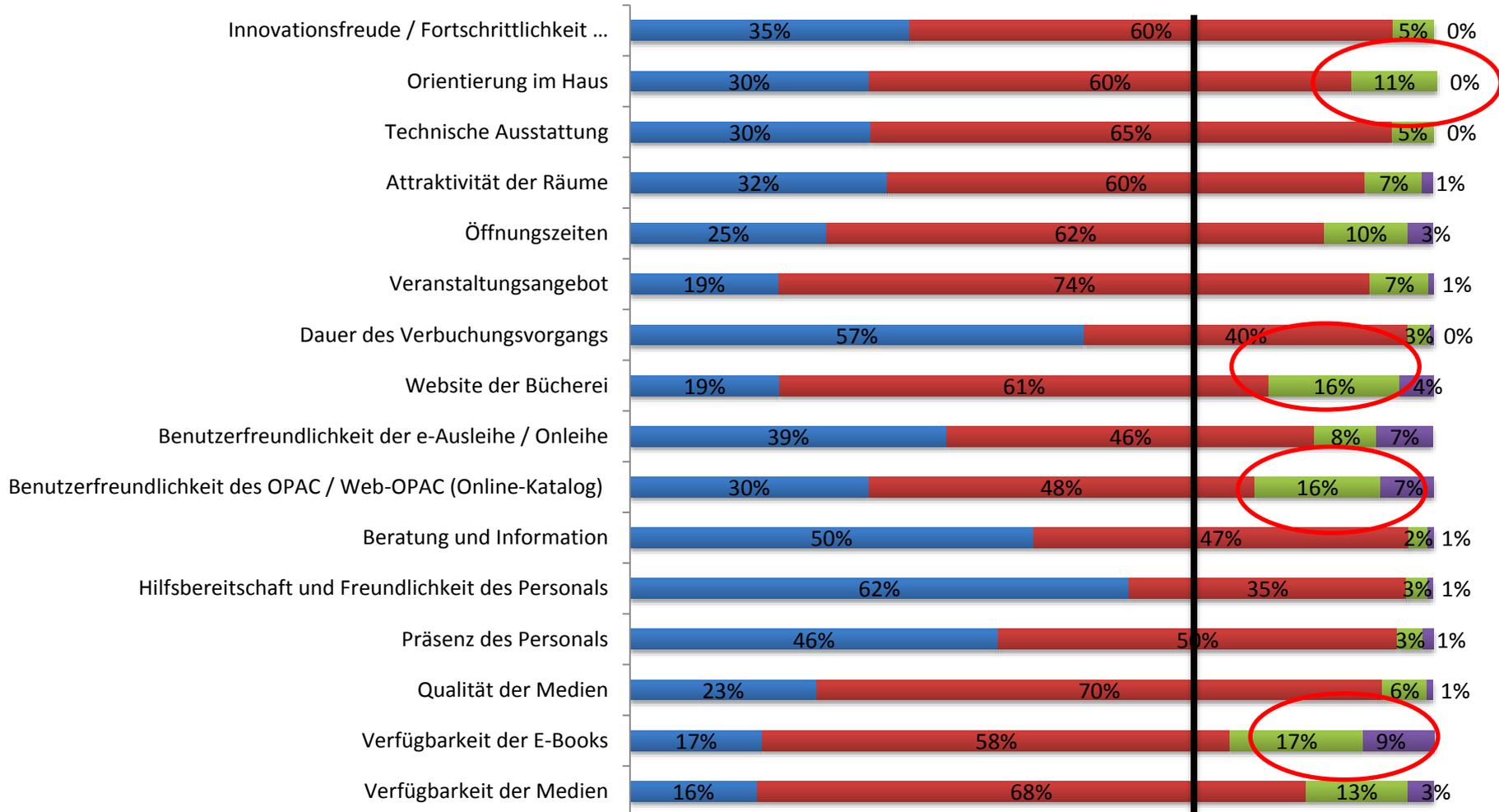
Die Aktualität sollte bei Nonbooks und Sachmedien verbessert werden.



(2014) Frage 8.

Wie beurteilen Sie unsere Bücherei in Hinsicht auf...?

■ sehr gut ■ gut
 ■ weniger gut ■ schlecht





Besonderheiten BC an Beispielen:

•Marketing:

- Verwaltungsintern
- Jahresbericht
- Pressemitteilung
- ppp für Newsletter und inhouse-Information
- Plakate A2 für Ausstellung mit Hinweis auf Veränderungen



Kundenbefragung

Ihre Meinung über unsere Angebote und Services haben Sie bereits im September 2014 abgegeben: Herzlichen Dank allen Teilnehmern an der analogen und digitalen Befragung! Wir freuen uns über die äußerst positiven repräsentativen Ergebnisse.

Zufrieden bzw. sehr zufrieden sind unsere Nutzer mit folgenden neuen Angeboten:



Immer wieder sonntags...
steigt die Nachfrage nach unserer Online-Bibliothek. Mehr als 1.000 Kunden nutzen das Angebot regelmäßig und haben rund 20.000 elektronische Bücher, Hörbücher und Zeitschriften herunter geladen.



22



Alles – nur nicht langweilig

Die Aufenthaltsdauer in der Stadtbücherei hat zugenommen:

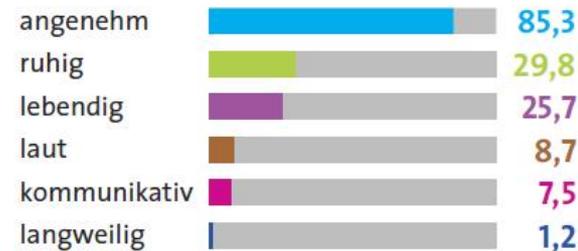
69 % unserer Kunden halten sich jeweils länger als 30 Minuten bei uns auf.

Noch mehr Menschen empfinden die Atmosphäre als angenehm (85 %).

30 % empfinden die Bibliothek als ruhig, 26 % als lebendig und nur 9 % als laut.

Die Bibliothek zieht Kaufkraft in die Stadt: 58 % verbinden ihren Besuch mit einem Einkauf.

Wie empfinden Sie die Atmosphäre in der Stadtbücherei?



Wie lange halten Sie sich normalerweise in der Stadtbücherei auf?





Ergebnisse der Besucherbefragung 2014

- im Gesamtergebnis
- im Vergleich zu Bibliotheken der Größenordnung 20.000-50.000 Einwohner
- im Verhältnis zum Durchschnitt im Regierungsbezirk
- im zeitlichen Verlauf seit 1993





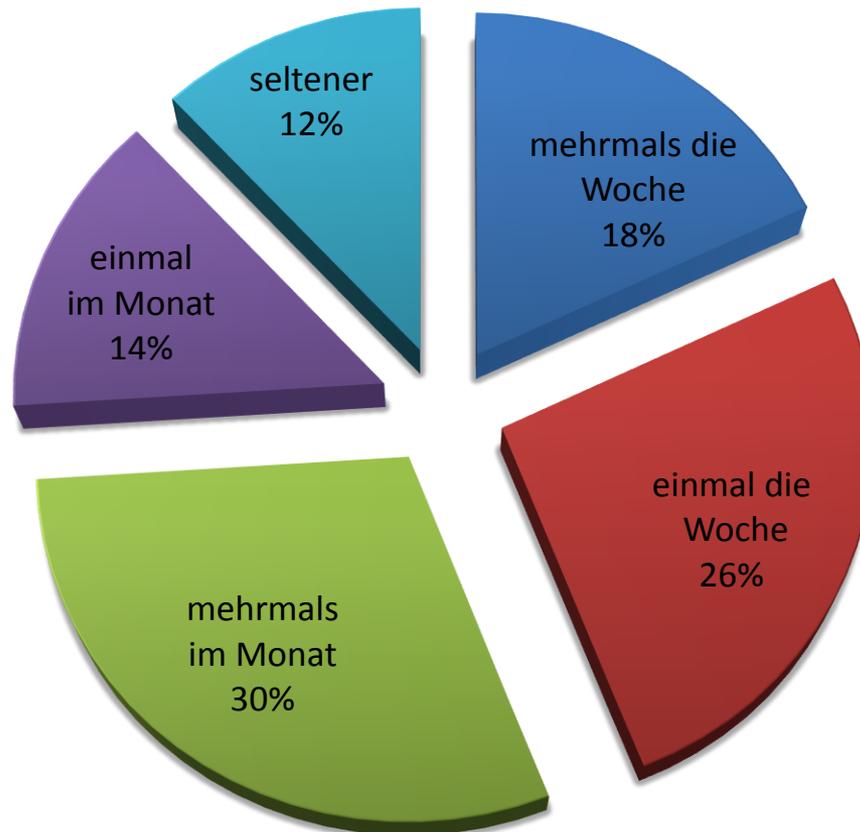
Ihre Meinung über unsere Angebote und Services haben Sie bereits
im September 2014 abgegeben:

**Herzlichen Dank allen Teilnehmern an der analogen und
digitalen Befragung!**

Rücklauf: Grundfragebogen: 346 ausgefüllte Fragebögen;
Zusatzfragebogen: 321 ausgefüllte Fragebögen

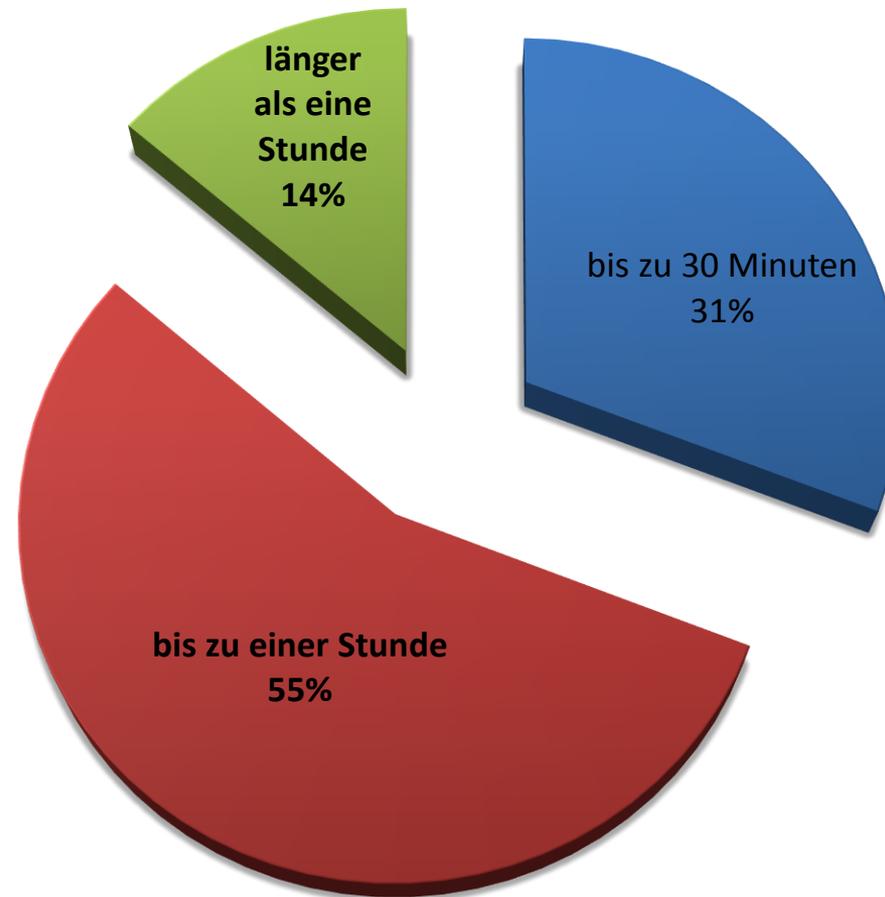


74% unserer Kunden
besuchen die Stadtbücherei **mehrmals im Monat.**





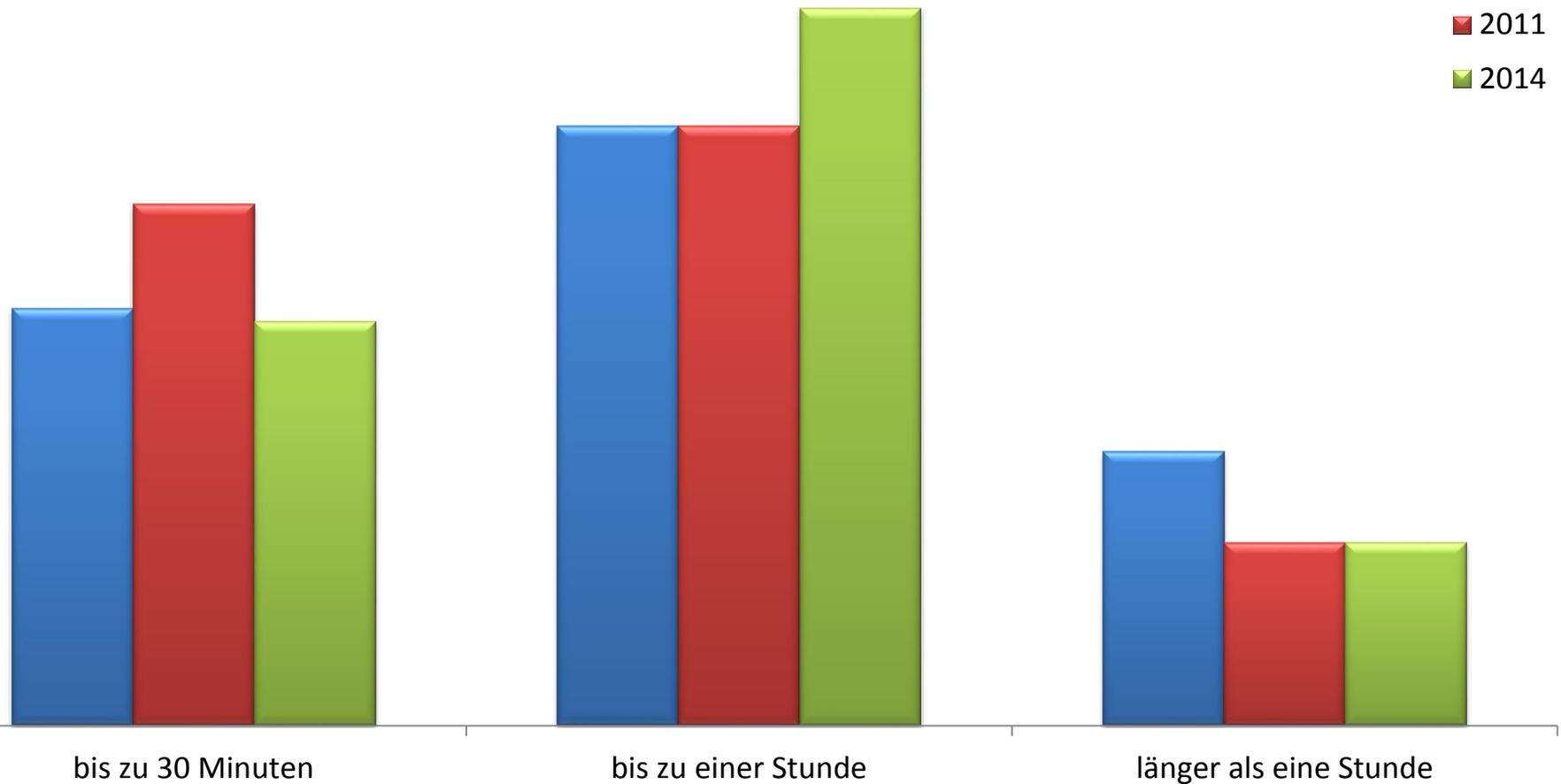
69% unserer Kunden
halten sich **länger als 30 Minuten** bei uns auf.





Die **Aufenthaltsdauer** in der Stadtbücherei **nimmt zu.**

- 2008
- 2011
- 2014





45% unserer Kunden benötigen **Medien für die formelle Bildung.**

87%

LEBENS-LANGES LERNEN

FORMELLES LERNEN

23%

17%

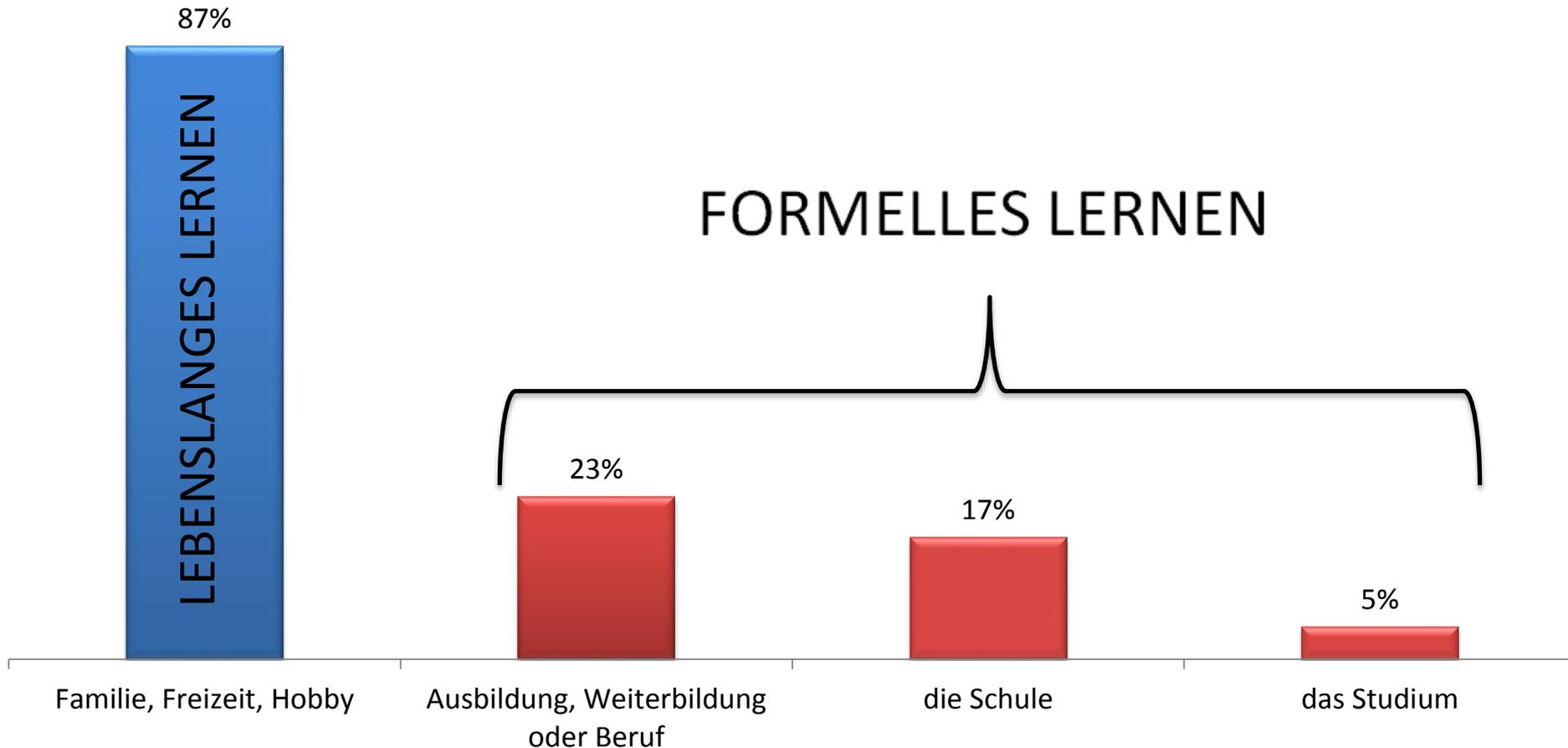
5%

Familie, Freizeit, Hobby

Ausbildung, Weiterbildung
oder Beruf

die Schule

das Studium

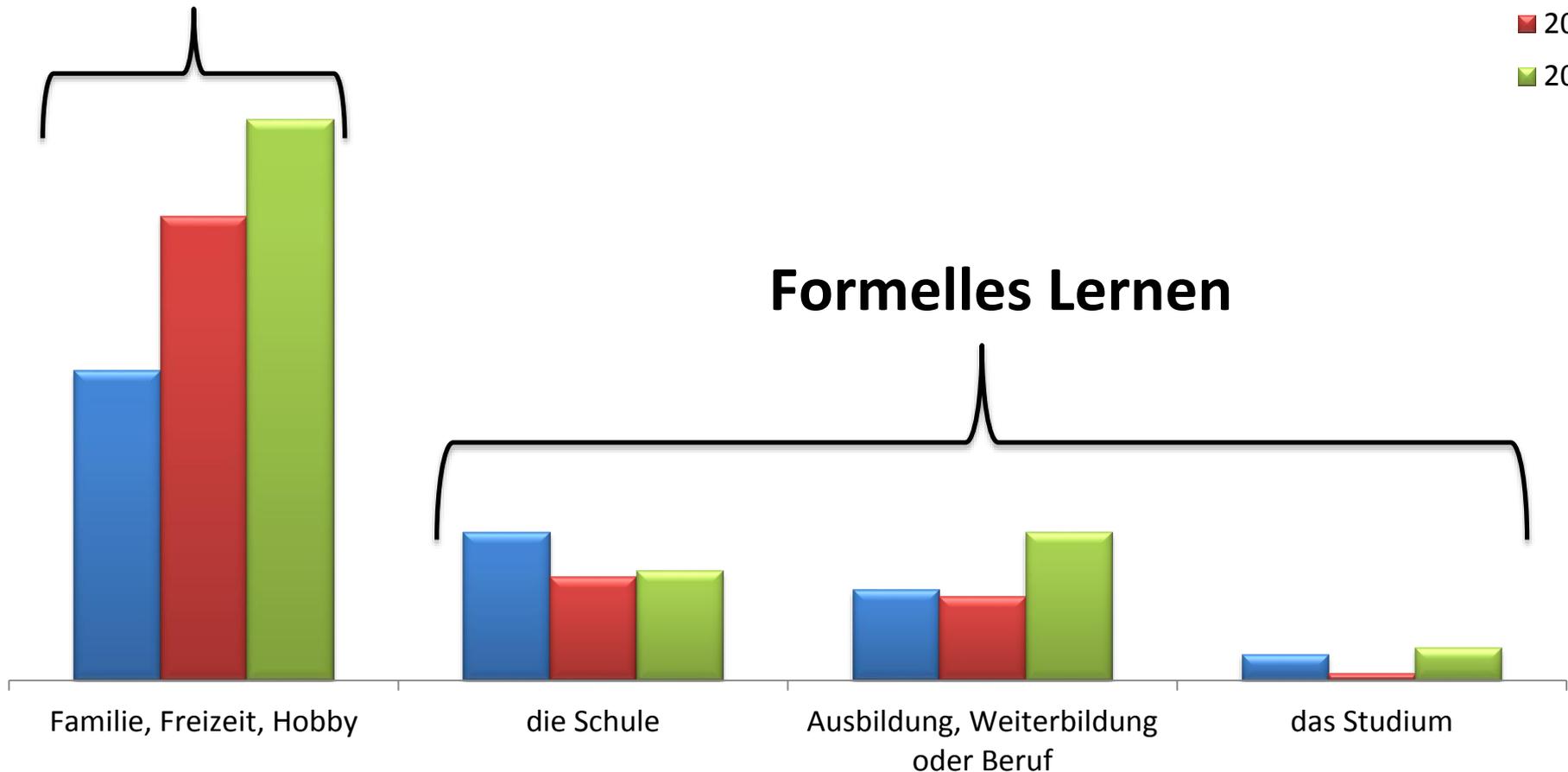




Das lebenslange informelle Lernen gewinnt an Bedeutung.

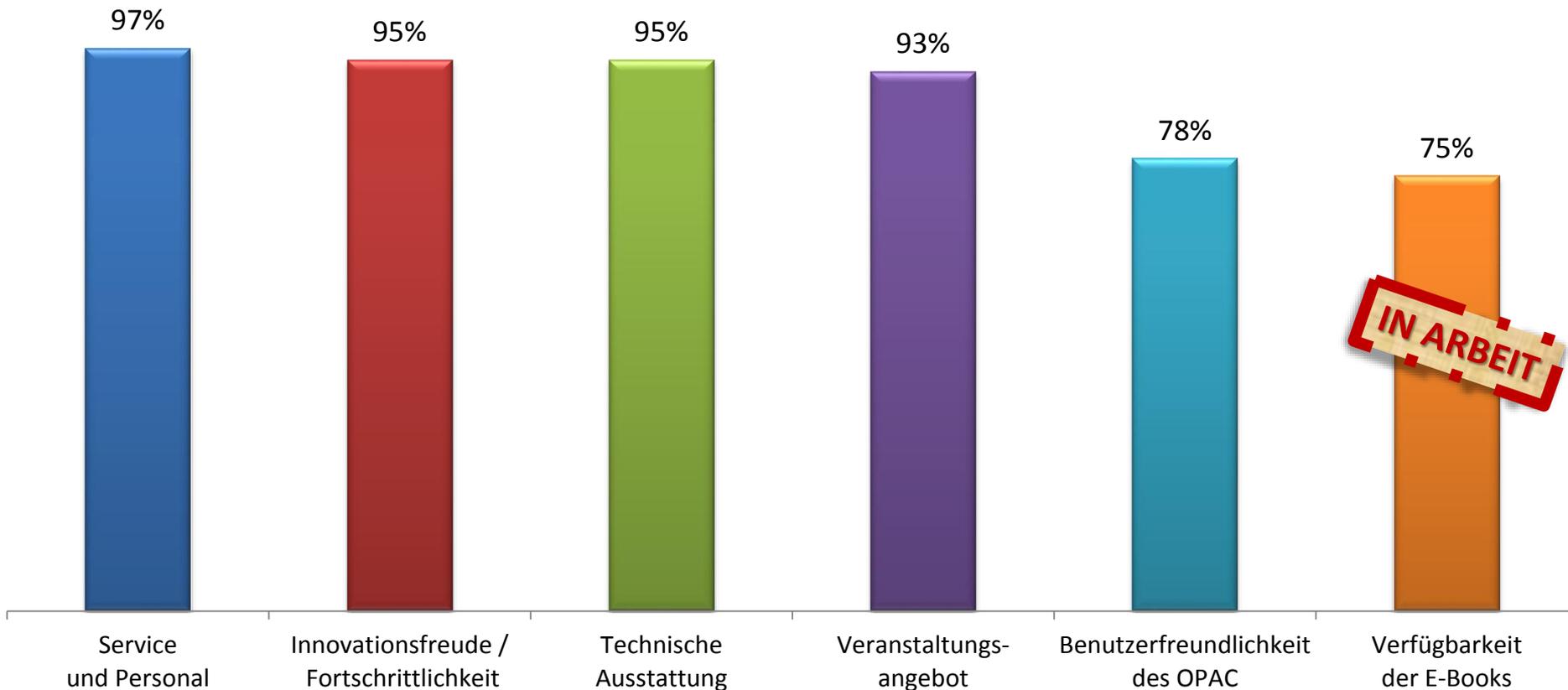
Lebenslanges Lernen

- 2008
- 2011
- 2014



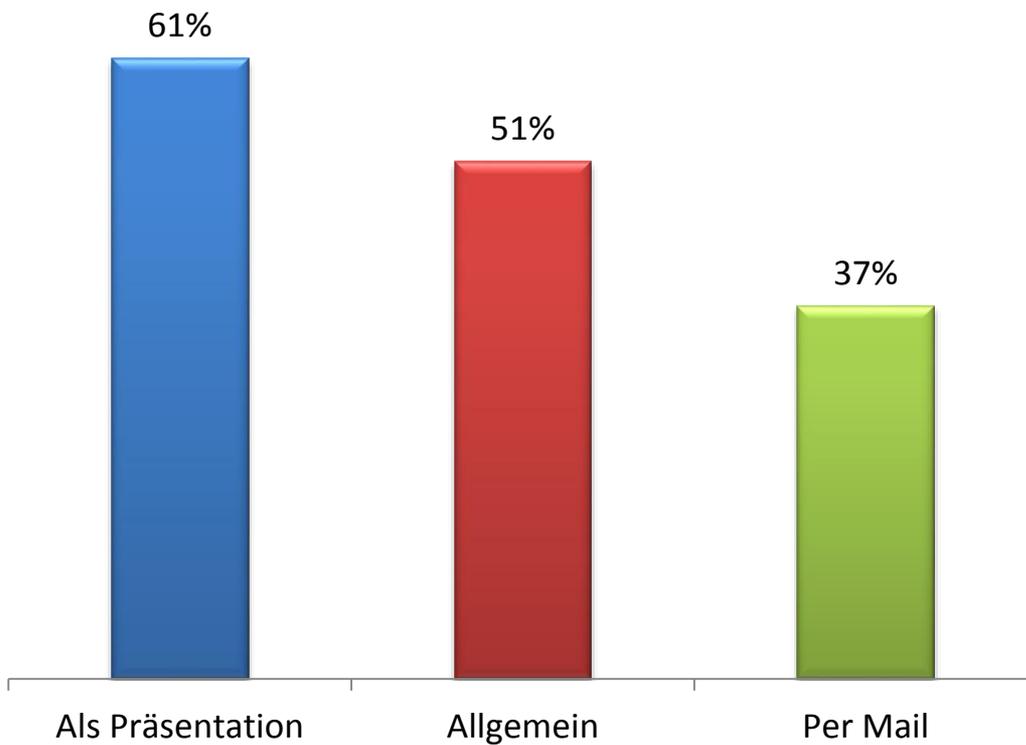


97% unserer Kunden beurteilen **den Service und das Personal** der Bücherei als **gut bzw. sehr gut.**





33% unserer Kunden wünschen sich **mehr Medienempfehlungen und Lesetipps.**



Bereits umgesetzt:

- *lesen* **empfehlens** *sehen* **WERT** *hören*
- Bewertung im OPAC ★★★★★
- Kundenrezensionen im OPAC
169 reviews (★★★★★)
- Medientipps auf Facebook





Großes Lob für
das gesamte
Büchereiteam!

Die Bücherei
leistet tolle
Arbeit!

Super Angebote
auch für Kinder
und Jugendliche!

Ich bin
immer
gerne hier!

Immer weiter so
und nicht
unterkriegen
lassen! :-)

"Das Paradies
stelle ich mir
als eine
Bücherei vor!"

Ich bin stolz auf
unsere Biberacher
Stadtbücherei!

Insgesamt gilt
mein Lob dem
Team für
Freundlichkeit,
Hilfsbereitschaft
und Kompetenz.

Die Bücherei
in Biberach
ist die Beste
auf der Welt.

Bin sehr
zufrieden!!

Zeitschriften
und
Tageszeitungen
sind sehr
aktuell!



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

Mehr:

**www.medienzentrum-biberach.de
Veröffentlichungen / Vorträge: Wir über uns /
Fachinformationen für KollegInnen**

 **facebook.com/mizbiberach**

**frank.raumel@biberach-riss.de,
fon +49 7351 51555
mobil +49 1520 1555590
skype mizbiberachra**

