

2012-02-23 / Mar

Nichtnutzerbefragung der Stadtbücherei Norderstedt im Januar/Februar 2012

Vorbereitung, Durchführung und Auswertung: Bettina Schröder, Studentin an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg, Fachbereich Bibliothek und Information

Ziel und Vorgehensweise

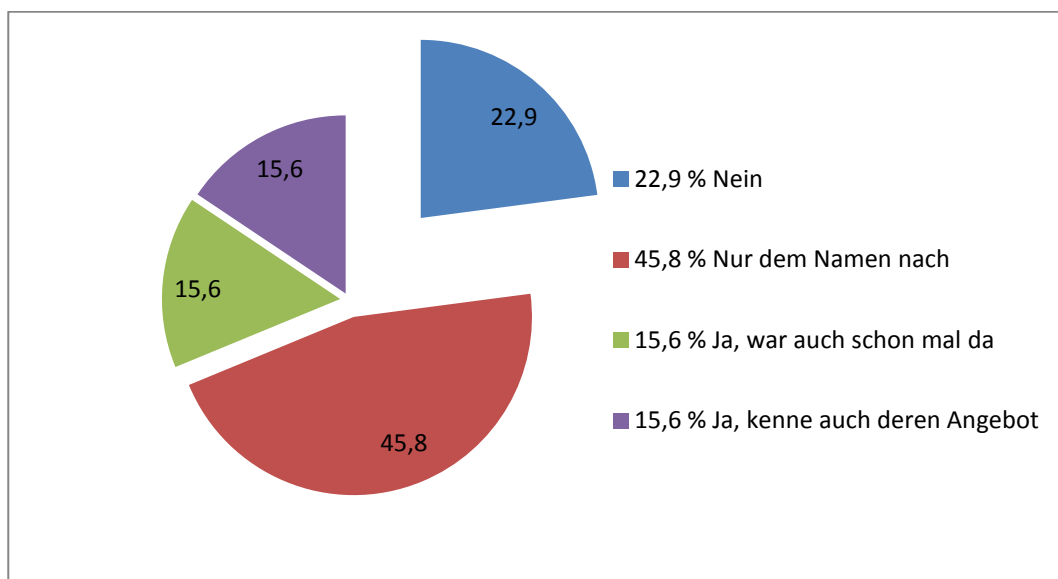
Ermittelt werden sollten die Gründe, aus denen Norderstedter Bürger/innen die Stadtbücherei nicht nutzen. Aus den Erkenntnissen der Befragung sollten sich Marketingmaßnahmen ableiten lassen. Befragt wurden „Überhaupt-nicht-Benutzer“ mit folgenden Merkmalen: Norderstedter Bürger, Alter über 18 Jahre, zu keiner Zeit im Besitz eines gültigen Büchereiausweises, die Altersstruktur und Geschlechterverteilung entsprach der Zusammensetzung in Norderstedt. Als Erhebungsmethode wurde das stark strukturierte Interview gewählt. Die Erhebung wurde als mündliche (Interview) / schriftliche (Selbstaussfüller) Befragung mittels eines Fragebogens durchgeführt. Parallel dazu war dieser Fragebogen über den gesamten Erhebungszeitraum als Online-Fragebogen verfügbar und wurde zusätzlich durch Verteilung von Handzetteln beworben.

Ergebnisse

Überwiegend war die Stadtbücherei Norderstedt den Nichtnutzern mindestens dem Namen nach bekannt, ein guter Teil hatte sogar eine Vorstellung davon, welche Services und/oder Medienarten bzw. Bestandsgruppen angeboten werden, wenngleich häufig eine unvollständige Vorstellung.

Kennen Sie die Stadtbücherei?

Antwortenverteilung bei Nicht-Kund/innen



Die Ergebnisse der Umfrage im Einzelnen zeigen, dass die Gründe für die Nichtnutzung weder im schlechten Service oder schlechten Image noch in einem nicht bedarfsgerechten Bestand

oder der schlechten Erreichbarkeit der Stadtbücherei zu suchen sind. Auch der Preis der Büchereikarte hat keinen entscheidenden Einfluss.

Als Grund für die Nichtnutzung wurde am häufigsten genannt:

- Wenig Zeit / Andere Interessen (bzw. kein Interesse an Büchereien allgemein)
- Der Wunsch selbst Medien zu kaufen/zu besitzen
- Dass man sich an Leihfristen halten muss
- Dass keine Abgabe außerhalb der Öffnungszeiten möglich ist.

Vorurteile wie „Leihmedien sind schmutzig“ oder „Da gibt es ja keine neuen Bücher“ kamen vor, waren aber eher Einzelfälle.

Von der Existenz digitaler Services wie dem Vorhandensein von WLAN-Hotspots, Internet- und Office-PCs sowie der Onleihe wussten nur wenige der Befragten. Dem gegenüber steht das sehr große Interesse, dass die Befragten an Online-Medien bekundeten, nachdem sie davon erfuhren. Ein guter Teil der Befragungsteilnehmer äußerte zum Beispiel, dass die „Onleihe“ ein Grund sein könne, Nutzer zu werden.

Des Weiteren zeigte sich das ungebremsste Interesse der Menschen an DVDs bzw. BlueRayDiscs und in etwas geringerem Maße auch an Hörbüchern und Konsolenspielen.

Im Gespräch mit den älteren Nichtnutzern wurde außerdem deutlich, dass viele sich mehr Großdruckbücher wünschen.

Handlungsempfehlungen, die sich aus dem Ergebnis ableiten lassen

1. Die Stadtbücherei Norderstedt sollte ihren innovativen Kurs bezüglich digitaler Angebote, der mit der Einführung der Onleihe und der Munzinger-Datenbank begonnen wurde, fortsetzen und die Bemühungen noch verstärken. In diesem Zusammenhang wäre der Verleih von passender Hardware (E-book-Reader, MP3-Player mit Hörbuchtiteln) zu empfehlen. Gerade auch im Hinblick auf die Skalierbarkeit der Anzeige bei den Readern wären diese als Alternative zu den Großdruckbüchern sehr geeignet.
2. Die Onleihe und alles, was mit ihr zusammenhängt, muss stärker in den Fokus der Bürger gerückt werden, z.B. wie folgt:
 - Witzige, moderne Werbung für die digitalen Services der Stadtbücherei mit einprägsamen Sprüchen zum Beispiel an Bushaltestellen.
 - Seriös-informative Selbstdarstellung an viel frequentierten Plätzen in Norderstedt mit Demonstration und „Ausprobierfaktor“.
3. Das Angebot hinsichtlich audiovisueller Medien, besonders BluRayDiscs, Computer- und Konsolenspiele sowie Hörbüchern, sollte beibehalten werden, da hier großes Interesse bei den Nichtnutzer/innen lag.
4. Der Faktor „Zeitmanagement“ bei den potenziellen Nutzer/innen kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Die mit Abstand am häufigsten vorgebrachte Begründung für die Nichtnutzung war, dass sich der Besuch in der Stadtbücherei bzw. die Rückgabe der entliehenen Medien oft nur schwer mit dem eigenen Tagesablauf vereinbaren lässt. Dabei wünschte man sich zwar in geringerem Umfang auch längere Öffnungszeiten, häufiger jedoch wurde das Bedürfnis nach Rückgabemöglichkeiten außerhalb der Öffnungszeiten und stärker variierbaren Leihfristen artikuliert. Denkbare Lösungen wären eine Abgabemöglichkeit bei Kooperationspartnern oder eine technische Lösung. Auch wäre über die individuelle Anpassbarkeit von Leihfristen nachzudenken.
5. Die Existenz von kostenlosen Internetzugangsmöglichkeiten und Office-PCs könnte noch stärker beworben werden. Eine Kombination mit Werbemaßnahmen für die Onleihe bietet sich an.

Insgesamt gesehen sollte beim Marketing mit dem Ziel der Gewinnung von neuen Kund/innen ein deutlicher Schwerpunkt auf zukunftssträchtige Technologien gelegt werden. Auf diese Weise sind auch diejenigen, die sich nicht für „klassische“ Medien erwärmen können, erreichbar.