

Boosten, C.A.M.  
Gemeente Enschede  
bibliotheek belicht : onderzoek naar de bekendheid en het imago van de Enschedese  
bibliotheek  
Enschede : Gemeente Enschede, 1995  
Gemeente Enschede, Informatie en onderzoek. - IV, 23 p. : bijl., tab. ; 31 cm

## BOEKMAN*stichting*

*Studiecentrum voor kunst, cultuur en beleid*

Herengracht 415  
1017 BP Amsterdam  
telefoon bibliotheek 020-624 37 39  
fax 020 - 638 52 39  
e-mail bibliotheek@boekman.nl  
internet www.boekman.nl



De uitleentermijn bedraagt 4 weken. Verlenging met 4 weken  
is mogelijk, tenzij de publikatie inmiddels is gereserveerd.

De uitleentermijn is verstreken op:

--	--	--

(0:31) 02d. 009.7: 027.4(492.824) = 10

M95-394

Boekmanstichting - Bibliotheek  
Herengracht 415  
1017 BP Amsterdam  
Tel. 6243739

## **De bibliotheek belicht**

**onderzoek naar de bekendheid en het imago  
van de Enschedese bibliotheek**

**drs. C.A.M. Boosten**

# INHOUD

	blz.
<b>Voorwoord</b>	<b>I</b>
<b>Samenvatting</b>	<b>II</b>
<b>Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>IV</b>
<b>Hoofdstuk 1. Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>Hoofdstuk 2. Resultaten</b>	<b>3</b>
2.1. Bezoek en lidmaatschap	3
2.2. Hoe verneemt men iets van de bibliotheek?	4
2.3. Produktbekendheid en imago	6
<b>Hoofdstuk 3. Typering van de bezoekers en de niet-bezoekers</b>	<b>9</b>
<b>Bijlagen</b>	<b>13</b>
1. Verantwoording	15
2. De antwoorden van bezoekers en niet-bezoekers	19
3. Vragenlijst	21

## Samenvatting

In de omnibusenquôte van oktober 1994 is onder de Enschedese bevolking onderzoek gedaan naar:

- bezoek en lidmaatschap;
- produktbekendheid;
- kennis van publiciteit; en
- imago van de Enschedese bibliotheek.

In hoofdlijnen heeft het onderzoek de volgende informatie opgeleverd:

- van de Enschedeërs beschikt 50% zelf of via een huisgenoot over een lidmaatschap;
- het bezoekcijfer ligt 10% boven het lidmaatschapcijfer;
- de produktbekendheid is zeker bij de bezoekers hoog;
- het imago van de bibliotheek is goed bij de bezoekers en neutraal bij de niet bezoekers;
- het dagblad is van alle media waarin de bibliotheek publiciteit geeft aan haar produkten en diensten, het meest genoemde medium waarin men weleens iets van de bibliotheek verneemt.

Hieronder worden de hoofdlijnen van de resultaten nader uitgewerkt.

Een derde van de Enschedese bevolking tussen 16 en 75 jaar, is lid van de Enschedese bibliotheek. Het feitelijke bezoekcijfer voor de Enschedese bibliotheken ligt hoger, namelijk 43%. Het merendeel van de leden gaat ook naar de bibliotheek toe, 8% komt er niet. Omgekeerd is dat bij de niet-leden. Daarvan bezoekt 17% de bibliotheek.

De centrale vestiging trekt 72% van de bezoekers. Ook dit cijfer geldt voor de 16 tot 75 jarigen.

Meerdere lidmaatschappen in een huishouden komt in beperkte mate voor. Van de Enschedeërs geeft 17% aan dat zij in hun huishouden niet de enige zijn met een lidmaatschap.

Van de media waarlangs men iets van de bibliotheek kan vernemen, doet het dagblad het het best, 18% van de Enschedeërs noemt dit. Na het dagblad blijkt het binnen lopen in de bibliotheek voor 12% van de Enschedeërs een manier te zijn om iets van de bibliotheek te vernemen.

Op de vraag naar de wijze waarop men weleens iets over de bibliotheek verneemt, antwoordt 39% dat men nooit iets van de bibliotheek verneemt. Niet-bezoekers van de bibliotheek noemen dit wel aanzienlijk vaker dan de bezoekers (49% respectievelijk 26%).

Andere media zoals de lokale omroep, huis aan huis, de wijkkrant en folders in de bibliotheek blijken in dit kader (nog) geen betekenis te hebben.

Naast het uitleen van boeken heeft de bibliotheek meer produkten in het aanbod. Het meest bekende produkt daarvan is het kunnen opzoeken van informatie: 80% weet dit, 4% herkent dit niet als een produkt en 16% onthoudt zich van een uitspraak. Hierna volgt de CD uitleen die bij 75% bekend is.

Het produkt dat het minst bekend is afgaande op het relatief groot aantal mensen dat zegt dat het niet in het aanbod van de bibliotheek is opgenomen, is het gratis beantwoorden van vragen gevolgd door het verstrekken van folders.

Bladmuziek is in vergelijking met de CD uitleen een minder goed bekend produkt. Maar toch blijkt nog altijd een aandeel van 54% op de hoogte te zijn van dit produkt.

De bekendheid van het aanbod is bij bezoekers van de bibliotheek aanmerkelijk beter dan bij niet-bezoekers: 69% tot 97% van de bezoekers kent de produkten in het aanbod, van de niet-bezoekers is dat 42% tot 69%.

In het imago van de bibliotheek worden de volgende drie aspecten het gunstigst beoordeeld:

- de bereikbaarheid;
- de klantvriendelijkheid; en
- de grote sortering.

Een goede bereikbaarheid wordt door 65% van de Enschedeërs (zeer) van toepassing geacht, de twee andere aspecten door 60% respectievelijk 57%.

Een prettige sfeer vindt 49% toepasselijk op de bibliotheek en een even groot aantal vindt de bibliotheek niet saai. Bureaucratisch wordt de bibliotheek evenmin gevonden, 36% vindt dit predikaat niet van toepassing, 43% heeft hier geen mening over.

Het aandeel Enschedeërs dat met 'weet niet' antwoordde ligt tussen de 21% en 43%. Het blijkt dat de niet-bezoekers met name verantwoordelijk zijn voor dit hoge aantal antwoorden in de 'weet niet' categorie.

## Conclusies en aanbevelingen

In de produktbekendheid en het imago hoeft bij de bezoekers niet veel meer verbeterd te worden. Bij de niet-bezoekers daarentegen, kunnen nog verbeteringen aangebracht worden. Het feit dat bezoekers niet alleen het aanbod van de bibliotheek beter kennen, maar ook het imago van de bibliotheek hoger aanslaan dan de niet-bezoekers, leidt tot de conclusie dat het feit van het bezoek op zich, al PR waarde heeft. Met andere woorden zodra de niet-bezoekers wel bezoekers worden is al iets aan PR werk gedaan. Daarnaast kunnen ook bij de bezoekers produkten als bladmuziek, vraagbaak en folder-info gepromoot worden.

Het cijfer van het ledenbestand waaruit blijkt dat een derde deel van de 16 tot 75 jarigen lid is van de bibliotheek in Enschede is door de leeftijdsbeperking niet rechtstreeks te vergelijken met landelijke cijfers. Landelijke cijfers spreken over ingeschreven lezers, waaronder ook de lezers jonger dan 16 jaar worden verstaan. Hetzelfde geldt voor de cijfers over het bibliotheekbezoek. Kencijfers van het SCP bieden wel enige vergelijkingsmogelijkheden. Daaruit blijkt dat het aantal ingeschreven leden bij de Enschedese bibliotheek iets onder de norm ligt die voor een stad van de omvang van Enschede als gemiddelde wordt aangemerkt.

In percentages ten opzichte van de totale bevolking uitgedrukt, zou het aandeel verwachte lezers 30% bedragen. Het feitelijke aandeel is 27%. Ook de zogenaamde DOS statistieken (directie overleg stedelijke bibliotheken) constateren voor Enschede een zelfde (geringe) afwijking van het gemiddelde bij gemeenten met een inwonertal tussen de 100 en 200 duizend.

Het mediabereik blijkt groter te zijn onder de bezoekers dan de niet bezoekers. Met name de bezoekers pikken in de diverse media weleens informatie over de bibliotheek op. De niet-bezoekers zeggen veel vaker dan de bezoekers dat zij op geen enkele wijze info over de bibliotheek opnemen. Het mediabereik is dus niet groot onder de niet-bezoekers.

Daar uit een andere enquête in dezelfde omnibus gebleken is dat de lokale omroep een kijkdichtheid van bijna 40% heeft, is het het overwegen waard om een medium als de lokale of regionale televisie in te zetten voor PR activiteiten.

Het feit dat de bezoekers zich in enige mate onderscheiden van de niet-bezoekers ten aanzien van kenmerken als leeftijd en opleiding, pleit voor publiciteitscampagnes die divers zijn en doelgroep gericht.

De vraag die overblijft is wat er gedaan kan worden om het bezoek te vergroten. Behalve de hierboven genoemde suggestie voor een medium met een groter bereik en doelgroep gerichte publiciteit, is deze enquête niet geschikt geweest om de vraag uitputtend te beantwoorden. Reacties van ex-leden zouden in deze context zeer informatief kunnen zijn.

## 1 Inleiding

In dit inleidend hoofdstuk wordt de vraag naar onderzoek gesitueerd in de huidige beleidsplannen van de bibliotheek. De onderzoeksvragen op basis waarvan de enquête is samengesteld, worden eveneens besproken.

De Enschedese bibliotheek stelt zich ten doel de bibliotheek in zo breed mogelijke kring bekendheid te geven en daarenboven het diensten-aanbod zo goed mogelijk af te stemmen op de vraag van (potentiële) bezoekers en leden.

Gerichte publiciteit, een klantvriendelijke houding en een uitnodigende inrichting van de bibliotheek evenals diversiteit in het aanbod zijn onderwerpen die de aandacht hebben.

In deze context is de vraag van de bibliotheek naar een onderzoek onder de Enschedese bevolking te situeren. Daarbij acht men de antwoorden van niet-leden of niet-bezoekers zeker zo interessant als de antwoorden van degenen die wel lid zijn of wel de bibliotheek bezoeken.

Bekendheid met de bibliotheek en kennis van het aanbod evenals het imago van de Enschedese bibliotheek zijn de drie onderwerpen waarover men meer wilde weten. Zowel de opvattingen hierover van degenen die de bibliotheek wel bezoeken als van de niet-bezoekers zijn van belang voor de beleidsbepaling.

De tweeledige probleemstelling is als volgt verwoord:

- Welk imago draagt de Enschedese bibliotheek uit bij leden en niet-leden?
- Op welke manier is de bibliotheek bekend en in welke mate is de diversiteit van het aanbod van de bibliotheek bekend bij leden en niet-leden?

In de maand oktober 1994 is een steekproef van de Enschedese bevolking in de leeftijd van 16 tot 75 jaar over deze en andere onderwerpen ondervraagd in een omnibusenquête. De respons, bedroeg 74,3%. In bijlage 1 vindt u de verantwoording van de omnibusenquête.

## 2 Resultaten

In dit resultaten hoofdstuk wordt in paragraaf 2.1. informatie gegeven over het bezoek aan de bibliotheek en het lidmaatschap ervan. In paragraaf 2.2. volgt informatie over de wijze waarop men weleens iets over de bibliotheek verneemt. De antwoorden op de vraag naar de kennis van het aanbod en het imago dat de bibliotheek uitstraalt komen in paragraaf 2.3. aan de orde.

### 2.1. Bezoek en lidmaatschap

Bijna de helft (43%) van de Enschedese bevolking tussen 16 en 75 jaar komt weleens in de bibliotheek in Enschede. Het merendeel (72%) van de bezoekers gaat naar de centrale vestiging. Een derde van de Enschedeërs in de genoemde leeftijd is lid van de bibliotheek, 8% is lid geweest.

In tabel 1 worden de bezoekcijfers in relatie tot het lidmaatschap weergegeven.

**Tabel 1**

Eigen lidmaatschap in relatie tot bezoek aan de bibliotheek.

zelf lid	bezoek aan de bibliotheek		totaal
	ja	nee	
ja	31	3	34
nee	10	48	58
geweest	2	6	8
totaal	43	57	100

De cijfers in de tabel kunnen als volgt gelezen worden:

- wel lid en wel bibliotheek bezoek: 31% van de Enschedeërs;
- wel lid en geen bibliotheek bezoek: 3% van de Enschedeërs;
- in het totaal is 34% van de Enschedeërs lid;
- geen lid en wel bibliotheek bezoek: 10% van de Enschedeërs, etc.



Bij de niet-leden is de relatie omgekeerd. Het merendeel van de niet-leden komt niet in de bibliotheek. Van de Enschedeërs is 48% geen lid en komt evenmin in de bibliotheek. Daarentegen komt 10% van de Enschedeërs die geen lid is er wel. Van degenen die lid zijn geweest komt nog altijd een kwart wel in de bibliotheek.

Meerdere lidmaatschappen in een huishouden komt ook voor. Huishoudens met meer dan één lidmaatschap worden door 17% van de Enschedeërs genoemd. Een vrijwel even groot aandeel (16%) geeft aan zelf geen lid te zijn maar wel iemand anders uit hun huishouden. Dit betekent dat 50% van de Enschedeërs over een lidmaatschapskaart van de bibliotheek kan beschikken, hetzij van zichzelf, hetzij van een huisgenoot.

In tabel 2 wordt de hiervoor besproken relatie tussen zelf al dan niet lid en iemand anders uit het huishouden al dan niet-lid, weergegeven.

**Tabel 2**  
Eigen lidmaatschap in relatie tot lidmaatschap van iemand anders uit het huishouden.

zelf lid	iemand anders uit huishouden lid			totaal
	ja	nee	weet niet	
ja	17	16	0,4	33,4
nee	16	42	0,3	58,3
geweest	2	6	-	8
weet niet	-	-	0,3	0,3
<b>totaal</b>	<b>35</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

Op dezelfde wijze als in tabel 1 kan in tabel 2 de relatie tussen eigen lidmaatschap en lidmaatschap van iemand anders uit het huishouden afgelezen worden.

## 2.2. Hoe verneemt men iets van de bibliotheek?

Aan de respondenten is gevraagd spontaan te antwoorden op de vraag op welke manier zij weleens iets over de bibliotheek vernemen. Er zijn hen met andere woorden geen mogelijkheden opgenoemd over de manier waarop zij iets van de bibliotheek hadden kunnen vernemen. Deze wijze van vraagstelling maakt het de respondenten niet gemakkelijk. Er wordt immers meer beroep gedaan op hun geheugen dan in het geval de vraag luidt of men weleens in medium x iets over de bibliotheek heeft gezien of gehoord.

In tabel 3 wordt per mogelijkheid aangegeven door hoeveel procent van de respondenten de mogelijkheid wel of niet spontaan genoemd is.

Tabel 3

Enschedeërs naar de wijze waarop zij weleens iets vernemen van de bibliotheek.

wijze waarop iets vernomen wordt van de bibliotheek	genoemd	niet genoemd
lokale omroep	2	98
dagblad	18	82
huis aan huis	5	95
wijkkrant	3	97
folders in bibliotheek	3	97
advertenties	1	99
binnen lopen	12	88
anderszins	15	85
geen enkele	39	61

Uit de cijfers in de kolom 'genoemd' blijkt dat het aandeel Enschedeërs dat weleens iets over de bibliotheek verneemt, klein is.

De meest genoemde manier om iets te horen van de bibliotheek is 'geen enkele'. Daarop volgt het dagblad waarin 18% van de Enschedeërs weleens iets lezen over de bibliotheek. Binnen lopen blijkt ook een manier te zijn om iets te vernemen van de bibliotheek. Van de Enschedeërs geeft 12% aan dat zij op deze manier aan informatie komen.

De percentages in de kolom 'niet genoemd' zijn de resterende percentages tot het totaal van 100%.

Bij nadere analyse van de percentages in tabel 3 naar al dan niet de bibliotheek bezoeken, komen verschillen naar voren tussen wel- en niet-bezoekers.

Een voor de hand liggend verschil is het binnen lopen in de bibliotheek. De bibliotheekbezoeker noemt dit wel, met een aandeel van 25%.

Een ander verschil zit in het dagblad als mogelijke bron van informatie over de bibliotheek. Van de bezoekers geeft 22% aan hierin informatie te lezen over de bibliotheek, terwijl 16% van de niet-bezoekers dit antwoord geeft.

Op geen enkele manier informatie over de bibliotheek vernemen zeggen de niet-bezoekers aanmerkelijk vaker dan de bezoekers (49% respectievelijk 26%).

De media die zowel door de bezoekers als de niet-bezoekers even vaak aangegeven worden, zijn de weinig genoemde media, zoals de lokale omroep, huis aan huis en de wijkkrant.

In bijlage 2 worden de hierboven vermelde informatie in tabel 3 en de volgende tabellen 4 en 5 uitgesplitst naar bezoekers en niet-bezoekers.

Daar een nadere analyse van de antwoorden naar lidmaatschap vrijwel tot dezelfde conclusies leidt als de analyse naar bezoek, kan in deze paragraaf voor bezoekers ook leden gelezen worden.

### 2.3. Produktbekendheid en imago

#### Produktbekendheid

Ter bepaling van de bekendheid van het aanbod van de bibliotheek zijn aan de respondenten een aantal produkten van de bibliotheek genoemd, met het verzoek aan te geven of men die produkten kent. Tabel 4 geeft de antwoorden van de respondenten weer.

**Tabel 4**  
Produktbekendheid van de bibliotheek.

produkt	bekend		
	ja	nee	weet niet
CD's lenen	75	7	18
informatie opzoeken	80	4	16
folders ophalen	60	11	29
bladmuziek lenen	58	9	33
antwoord krijgen op vragen	54	15	31

Het meest bekende produkt in het aanbod van de bibliotheek is het kunnen opzoeken van informatie. Het aandeel Enschedeërs dat dit niet als een produkt van de bibliotheek herkent of dat het antwoord 'weet niet' gaf, is bij dit produkt het kleinst. Het lenen van CD's is eveneens een goed bekend produkt van de bibliotheek. Drie kwart van de Enschedeërs weet dit.

De twee minst bekende produkten zijn het lenen van bladmuziek en het gratis antwoord krijgen op vragen. Iets meer dan de helft van de Enschedeërs weet dat de bibliotheek deze mogelijkheden biedt. Terwijl een derde van de Enschedeërs dit niet weet.

Hoewel het merendeel van de Enschedeërs moeite heeft aan te geven op welke wijze men weleens iets van de bibliotheek verneemt, zijn de diverse produkten in het aanbod van de bibliotheek toch redelijk tot goed bekend.

Wel blijkt het zo te zijn dat de bekendheid van het aanbod van de bibliotheek bij de bezoekers aanmerkelijk beter is dan bij de niet-bezoekers.

Daarbij maakt het geen verschil of de bezoekers wel of geen lid zijn. Bij de niet-bezoekers maakt lidmaatschap wel verschil uit. Het blijkt dat van de niet-bezoekers, de leden beter op de hoogte zijn van het aanbod.

### Imago

Ter bepaling van het imago van de bibliotheek is de respondenten bij de opsomming van zeven imago-aspecten gevraagd, telkens aan te geven in welke mate zij dat aspect zeer, wel of niet van toepassing vinden. De antwoorden zijn weergegeven in tabel 5 en in figuur 1.

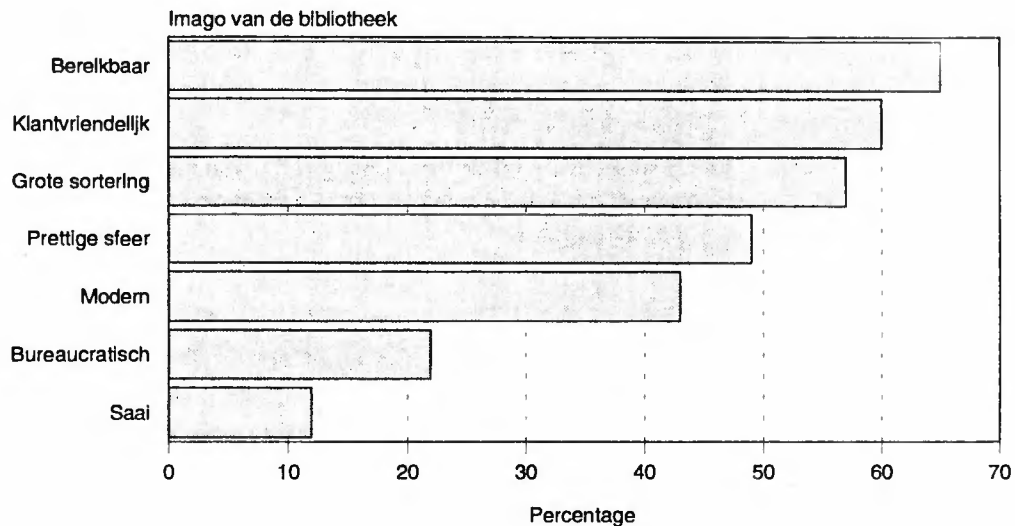
**Tabel 5**

Imago van de bibliotheek.

imago van de bibliotheek	zeer	wel	niet	weet niet
klantvriendelijk	18	42	4	36
bereikbaar	18	47	14	21
bureaucratisch	3	19	36	43
grote sortering	21	36	6	37
saai	2	10	49	39
modern	7	36	16	41
prettige sfeer	10	39	9	42

De cijfers uit de eerste twee kolommen van tabel 5 worden in onderstaand figuur 1 aanschouwelijk voorgesteld. De categorieën zeer van toepassing en van toepassing zijn tezamen genomen.

Figuur 1



De drie imago aspecten met de hoogste beoordeling in de categorie zeer van toepassing zijn:

- de grote sortering;
- de bereikbaarheid; en
- de klantvriendelijkheid.

Een op de vijf Enschedeërs is hierover zeer te spreken. Ook het aandeel Enschedeërs dat de twee laatst genoemde aspecten van toepassing vindt is met percentages van 42% respectievelijk 47% heel behoorlijk. De helft van de Enschedeërs vindt het predikaat 'saai' niet van toepassing op de bibliotheek, 10% vindt het wel en een klein aandeel van 2% vindt het zeer van toepassing.

Opmerkelijk is het grote aandeel Enschedeërs dat niet tot een beoordeling komt. Tussen de 21% en de 43% geeft het antwoord 'weet niet'.

Het overgrote deel van de 'weet niet' antwoorden zijn door de niet-bezoekers gegeven. Van de bezoekers geeft 5% tot maximaal 12% dit antwoord, terwijl dit aandeel onder de niet-bezoekers voor zes van de zeven aspecten 60% tot 66% is.

De variabele 'bezoek' leidt in alle drie de beoordelingscategorieën (van zeer tot niet van toepassing en weet niet) tot verschil. De bezoekers antwoorden veel vaker met zeer van toepassing of van toepassing dan de niet-bezoekers. In de categorie niet van toepassing worden de verschillen kleiner. Alleen nog bij de imago aspecten bureaucratisch en saai geven de bezoekers vaker aan dat het niet van toepassing is. Leden zijn nog iets positiever over de klantvriendelijkheid dan de bezoekers. Van de leden vindt 31% dit predikaat zeer van toepassing, tegen 23% van de bezoekers. Ten aanzien van de andere imago aspecten zijn leden en bezoekers het met elkaar eens.

De niet bibliotheek bezoekende leden blijken het imago van de bibliotheek iets positiever te beoordelen dan de niet-bezoekers, niet-leden.

### 3 Typering van de bezoekers en de niet-bezoekers

In dit hoofdstuk worden enkele kenmerken van de bezoekers van de bibliotheek gegeven. Daar het profiel van de leden van de bibliotheek vrijwel overeenkomt met dat van de bezoekers, kan hieronder in plaats van bezoeker ook lid gelezen worden.

#### Leeftijd

Van de Enschedeërs onder de 45 jaar komt een groter aandeel naar de bibliotheek dan van degenen die ouder dan 45 jaar zijn. Het sterkst is dat bij de 16 tot 25 jarige.

Ten opzichte van de bevolking is het aandeel bezoekers tussen 16 en 25 jaar met 24%, een oververtegenwoordiging van hun aandeel in de bevolking (17%).

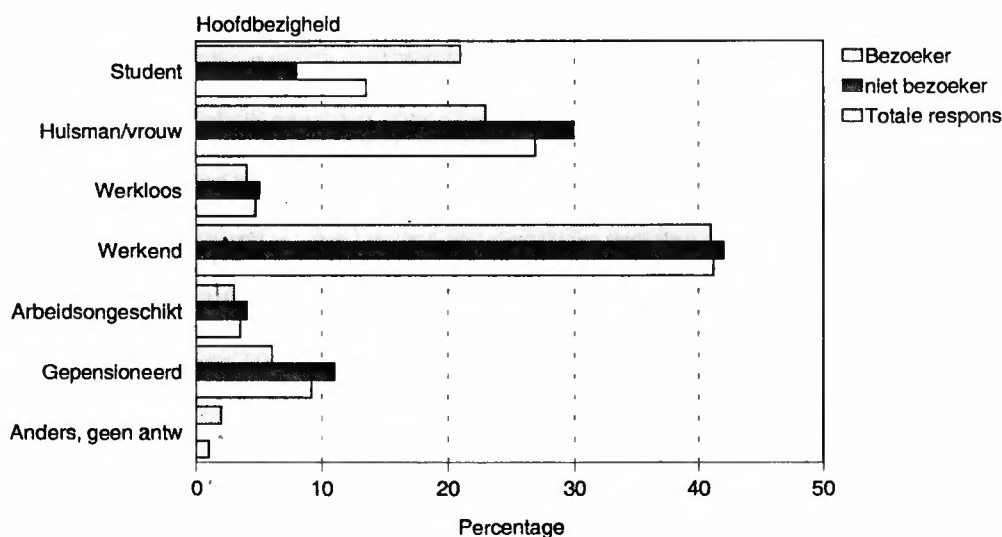
De 45 plussers zijn weliswaar ondervertegenwoordigd bij de bezoekers, van hen bezoekt 31% de bibliotheek, maar evenredig vertegenwoordigd ten opzichte van hun aandeel in de bevolking.

#### Geslacht

Van de bezoekers is 53% vrouw, 47% man. In de Enschedese bevolking zijn deze cijfers 50% - 50%.

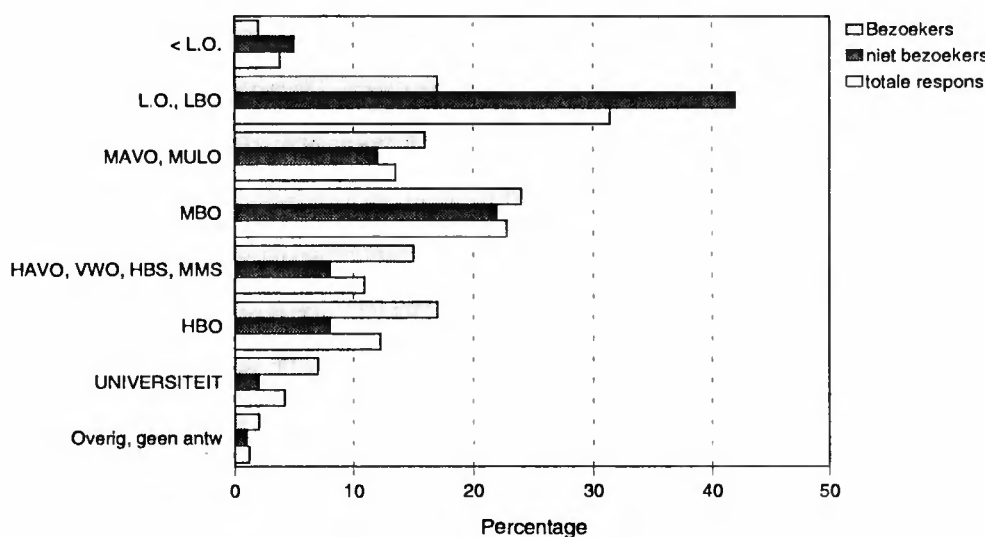
**Figuur 2**

Hoofdbezigheid naar bezoek.



Het profiel van de bezoekers naar hoofdbezigheid overdag wijkt bij een paar groepen af van dat van de niet-bezoekers. Bij de bezoekers is het aandeel studenten (met 21%) hoger dan bij de niet-bezoekers (8%). Het aandeel huisvrouwen/mannen is juist bij de niet-bezoekers hoger (30% respectievelijk 23%). Onder de niet-bezoekers eveneens een hoger aandeel gepensioneerden dan onder de bezoekers (11% respectievelijk 6%).

**Figuur 3**  
Hoogste met een diploma afgesloten opleiding.



De lage opleidingsniveau's (minder dan lager onderwijs, lager onderwijs en lager beroepsonderwijs) zijn sterker vertegenwoordigd bij de niet-bezoekers dan bij de bezoekers. Ten opzichte van hun aandeel in de Enschedese bevolking, zijn de lagere opleidingsniveau's oververtegenwoordigd bij de niet bibliotheek bezoekers. Vanaf het MAVO-niveau zijn de bezoekers sterker vertegenwoordigd dan de niet-bezoekers.

Bij degenen die nu een opleiding volgen ligt de relatie met bibliotheek bezoek minder eenduidig. Van de niet-bezoekers volgt 19% een opleiding op LBO niveau, van de bezoekers is dat 6%. Bij de bezoekers is het aandeel dat mavo volgt weer drie keer groter. Ook het aandeel dat hoger beroepsonderwijs volgt is groter (25% respectievelijk 10%).

Bij de andere opleidingsniveaus is het aandeel bezoekers en niet-bezoekers vrijwel gelijk.

**Herkomst**

Het aandeel uit het buitenland afkomstigen onder de bezoekers is 6%. Het aandeel inwoners met een vreemde nationaliteit is 6% maar daar gevraagd is naar buitenlandse afkomst (een ruimere definiëring dan vreemde nationaliteit) is het aandeel van 6% onder de bezoekers niet helemaal evenredig met hun aandeel in de bevolking.



# 1 Verantwoording

## 1.1. Algemeen

Informatie & Onderzoek houdt sedert 1988 jaarlijks een omnibusenquête. In een dergelijke enquête worden een aantal inwoners van Enschede ondervraagd over een aantal uiteenlopende onderwerpen. Het gaat daarbij steeds om vragen die bij diensten, bedrijven of instellingen leven en die, elk op zich, geen apart onderzoek rechtvaardigen. Niet omdat het antwoord op die vragen niet van belang zou zijn, maar omdat de kosten die aan een dergelijk, op zich zelf staand, onderzoek verbonden zijn niet in een juiste verhouding staan met het verwachte resultaat. Een bundeling van meerdere van deze kleine onderzoeken werkt kostenbesparend.

Uit de toenemende belangstelling voor deze omnibus leidt I&O af dat deze in een behoefte voorziet. Daarom zijn er voor dit jaar twee omnibus-enquêtes in het programma opgenomen, namelijk één in het voorjaar en één in het najaar.

## 1.2. De onderwerpen

Voor de najaarsomnibusenquête van 1994 zijn door de diverse opdrachtgevers 5 onderwerpen aangemeld:

- in opdracht van de Bouwdienst: woningmarkt;
- in opdracht van de Milieudienst: netheidsonderhoud en participatie en communicatie over netheids-  
onderhoud;
- in opdracht van het bureau voorlichting, Gemeentesecretarie: programma "Enschede info";
- in opdracht van de VVD-Enschede: drugs;
- in opdracht van de Openbare Bibliotheek: produktbekendheid en imago.

### 1.3. De opzet

Voor deze omnibus is een steekproef uit de Enschedese bevolking getrokken. De omvang van de steekproef is  $n = 1.363$ .

Zoals gebruikelijk is er zowel telefonisch als "aan huis" geënquêteerd. Telefoonbezitters met een bij 06-8008 (vroeger 008) bekend nummer werden gebeld. Telefoonbezitters met een geheim nummer, alsmede degenen die geen telefoon bezitten zijn aan huis bezocht voor een mondeling interview. Op deze manier wordt de kans dat een bewoner van Enschede zijn of haar mening kan geven niet afhankelijk gesteld van telefoonbezit of geheim nummer.

### 1.4. Steekproef en (non)respons

Uit het bestand van de afdeling burgerzaken is een steekproef getrokken uit de inwoners van de gemeente Enschede tussen de 16 en 75 jaar. De populatie bedroeg 113.447 personen.

Zoals gezegd bedroeg de steekproef 1.363 personen in genoemde leeftijdsgroep. Uiteindelijk hebben 1.013 mensen medewerking verleend aan het onderzoek. Onderstaande tabel geeft de verhouding weer tussen de telefonisch en de aan huis afgenomen enquêtes.

**Tabel 1**  
Type interview.

	n	%
aan huis	95	9,4
telefonisch	918	90,6
totaal	1.013	100,0

De 1.013 afgenomen enquêtes, betekenen een respons-percentag van 74,3%. In vergelijking met de vorige door ons uitgevoerde omnibusenquête is de respons iets toegenomen (respons voorjaar 1994: 73,2%). Het percentage weigeringen is ten opzichte van de vorige omnibusenquêtes aanzienlijk gedaald. Kende de laatste 2 omnibusenquêtes een percentage weigeringen van rond de 15%, deze keer was het weigeringspercentage 10%.

De responsverantwoording ziet er verder als volgt uit.

**Tabel 2**  
Responsverantwoording.

	n	%
geslaagde enquêtes	1.013	74,3
niet bereikt	57	4,2
langere tijd afwezig	38	2,8
ziekte	8	0,6
weigering	136	10,0
naam/adres fout	65	4,8
taal problemen	7	0,5
overig	39	2,9
totaal	1.363	100,0

In de volgende tabel wordt de groep respondenten getoetst aan zowel de getrokken steekproef als aan de samenstelling van de Enschedese bevolking naar geslacht en leeftijd.

**Tabel 3**

Overzicht naar geslacht en leeftijd.

	respondenten in %	steekproef in %	Enschede in %
geslacht			
mannen	49,4	51,2	50,5
vrouwen	50,6	48,7	49,5
leeftijd			
16-24 jaar	18,9	20,3	21,6
25-34 jaar	21,4	22,6	21,6
35-44 jaar	17,6	17,3	17,3
45-54 jaar	17,2	16,8	16,1
55-64 jaar	13,3	12,3	12,4
65-75 jaar	11,6	10,6	10,9

Uit bovenstaande tabel valt af te lezen dat het percentage respondenten, op de leeftijdsgroep van 16-24 jaar na, een vrij nauwkeurige afspiegeling van de Enschedese bevolking is.

## 2 De antwoorden van bezoekers en niet-bezoekers

**Tabel 1**

Bezoekers en niet-bezoekers van de Enschedese bibliotheek naar de wijze waarop zij weleens iets vernemen van de bibliotheek.

wijze waarop iets vernomen wordt van de bibliotheek	bezoekers		niet bezoekers	
	genoemd	niet-genoemd	genoemd	niet-genoemd
lokale omroep	2	98	2	98
dagblad	22	78	16	84
huis aan huis	5	95	5	95
wijkkrant	3	97	3	97
folders in bibliotheek	5	95	1	99
advertenties	<1	99,3	1	99
binnen lopen	25	75	3	97
anderszins	14	86	16	84
geen enkele	26	74	49	51

**Tabel 2**

Produktbekendheid naar bezoek<sup>1</sup>.

produkt	bezoek		niet bezoek	
	ja	nee	ja	nee
CD's lenen	90	5	64	8
informatie opzoeken	97	1	69	6
folders ophalen	76	9	48	12
bladmuziek lenen	71	9	48	9
antwoord krijgen op vragen	69	13	42	16

<sup>1</sup> In tabel 2 zijn de 'weet niet' antwoorden omwille van de overzichtelijk niet vermeld. Per rij, zowel in de kolom bezoek, als de kolom niet bezoek, is het totaal, inclusief de weet niet antwoorden 100%.

Tabel 3

Imago van de bibliotheek naar bezoek.

imago van de bibliotheek	zeer		wel		niet		weet niet	
	B <sup>1</sup>	NB <sup>2</sup>	B	NB	B	NB	B	NB
klantvriendelijk	23	10	65	25	2	6	5	60
bereikbaar	23	15	62	36	13	14	-	35
bureaucratisch	3	3	28	12	58	20	12	66
grote sortering	29	15	57	21	8	7	5	60
saai	2	2	14	6	76	29	8	62
modern	10	5	57	20	22	11	11	63
prettige sfeer	18	3	62	22	10	9	10	66

<sup>1</sup> B = bezoek<sup>2</sup> NB = niet-bezoek

### 3 Vragenlijst

onderzoek: produktbekendheid en imago van de bibliotheek			naar	code
nr.	vraag:	antwoord:	vraag	
501	Komt U weleens in de bibliotheek in Enschede?	1: ja 2: nee ----- 8: geen antwoord-----	503 503	
502	Naar welke vestiging gaat U meestal?	1: de centrale (Pijpenstraat) 2: andere (boekenbus en overige vestigingen) 7: weet niet 8: geen antwoord		
503	Bent U zelf lid van de bibliotheek in Enschede?	1: ja 2: nee 3: nee, maar wel lid geweest 7: weet niet 8: geen antwoord		
504	Is iemand anders van Uw huishouden lid?	1: ja 2: nee 7: weet niet 8: geen antwoord		

onderzoek: produktbekendheid en imago van de bibliotheek		naar	code
nr.	vraag:	vraag	
505	Op welke manier verneemt U weleens iets over de bibliotheek van Enschede? <input type="checkbox"/> Enq: spontaan laten antwoorden, NIET doorvragen.	1: genoemd 0: niet genoemd  <input type="checkbox"/> Enq.: alleen bij a: 7: weet niet 8: geen antwoord	
a	via de lokale omroep		a
b	in een dagblad		b
c	in huis aan huis		c
d	in de wijkkrant		d
e	uit folders in de bibliotheek		e
f	in advertenties		f
g	binnenlopen		g
h	anders		h
i	op geen enkele manier		i
506	Kan men bij de bibliotheek in Enschede terecht voor de volgende zaken of produkten? <input type="checkbox"/> Enq: alle produkten een voor een opnoemen	1: ja 2: nee 7: weet niet 8: geen antwoord	
a	het lenen van CD's		a
b	het (kosteloos) opzoeken van informatie in kranten, tijdschriften en boeken		b
c	het ophalen van folders		c
d	het lenen van bladmuziek		d
e	het gratis antwoord krijgen op elke vraag		e



onderzoek: produktbekendheid en imago van de bibliotheek		naar	code
nr.	vraag:	antwoord:	vraag
507	<p>Wij willen graag weten welk beeld U hebt van de bibliotheek in Enschede.</p> <p>Wilt U van de volgende aspecten aangeven of U ze:</p> <p>zeer van toepassing, van toepassing of niet van toepassing vindt op de bibliotheek van Enschede.</p> <p>☛ Enq: alle aspecten een voor een opnoemen!</p>	<p>1: zeer van toepassing</p> <p>2: van toepassing</p> <p>3: niet van toepassing</p> <p>7: weet niet, geen mening</p> <p>8: geen antwoord</p>	
a	klantvriendelijk		a
b	goed bereikbaar		b
c	bureaucratisch		c
d	ruim gesorteerd		d
e	saai		e
f	modern		f
g	prettige sfeer		g