

Doelgroeponderzoek Jongeren 18-24 jaar



Inhoudsopgave

Verantwoording	2
Conclusies en aanbevelingen	5
Resultaten	
Tijdsbesteding	11
Lees- en luistergedrag	14
Werken en studeren	18
Lidmaatschap en bezoek bibliotheek	21
Oordeel bibliotheek	25
Behoeften m.b.t. de bibliotheek	31
Bijlagen	35

Verantwoording

Over het onderzoek

Achtergrond

ProBiblio heeft in 2009 BiebPanel opgericht, een onderzoeksplatform speciaal ontwikkeld voor de bibliotheekbranche. Bibliotheekleden kunnen lid worden van BiebPanel en ontvangen als deelnemer 4 maal per jaar een vragenlijst over verschillende onderwerpen. Vanaf 2017 ontvangen BiebPanelleden twee keer per jaar een uitnodiging voor een flitspeiling (een kort onderzoek over een actueel onderwerp) en twee keer per jaar een uitnodiging voor een regulier uitgebreider onderzoek. Daarnaast vinden er twee landelijke doelgroeponderzoeken plaats. Dit rapport toont de resultaten van het tweede doelgroeponderzoek van 2018.

Doelgroeponderzoek jongeren 18-24 jaar

In het tweede doelgroeponderzoek van 2018 staan jongeren van 18 tot en met 24 jaar centraal. We kijken hierbij naar de tijdsbesteding (hoofdstuk 1), lees- en luistergedrag (hoofdstuk 2), werken en studeren (hoofdstuk 3), lidmaatschap en bezoek bibliotheek (hoofdstuk 4), oordeel bibliotheek (hoofdstuk 5) en behoeften met betrekking tot de bibliotheek (hoofdstuk 6).

Onderzoeksvraag

Hoe kan de bibliotheek nog aantrekkelijker worden voor jongeren (18-24 jaar)?

Deze hoofdvraag valt uiteen in de volgende subvragen:

- Hoe kan de bibliotheek aantrekkelijk worden om te studeren/werken voor jongeren?
- Wat is het huidige leesgedrag en luistergedrag van jongeren?
- Wat vinden jongeren van de (dienstverlening van) de bibliotheek?
- Waarom maken jongeren wel / geen gebruik van de bibliotheek?
- Wat zijn de behoeften van jongeren op het gebied van de diensten van de bibliotheek?

Over het onderzoek

Methodode

Het kwantitatieve onderzoek is online uitgevoerd. De doelgroep voor dit onderzoek bestaat uit jongeren van 18- tot 24 jaar. De steekproef is representatief voor Nederlanders 18-24 jaar en naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. In totaal hebben 739 jongeren de vragenlijst helemaal ingevuld.

Veldwerkperiode

Dit onderzoek heeft plaatsgevonden van 25 september t/m 11 oktober 2018.

Leeswijzer rapport

In het doelgroerapport starten we met een overzicht van de hoofdconclusie en de daarbij horende deelconclusies van dit onderzoek. De hoofdconclusie is het antwoord op de hoofdvraag: *Hoe kan de bibliotheek nog aantrekkelijker worden voor jongeren (18-24 jaar)?*

Na dit overzicht plaatsen we de belangrijkste conclusies in een breder kader en geven we aanbevelingen. Vervolgens onderbouwen we elk van de deelconclusies met de resultaten.

In dit rapport noemen wij de deelnemers aan het onderzoek 'jongeren'. Hiermee bedoelen we dan jongeren tussen de 18 en 24 jaar.

In dit onderzoek beschouwen we jongeren die geen of basisonderwijs/praktijkonderwijs/VMBO of MBO onderwijs volgen of hebben gevolgd als lager opgeleid en jongeren die HAVO/VWO of Bachelor/Master/Doctoraal/Postdoctoraal onderwijs volgen of hebben gevolgd, als hoger opgeleid.

De antwoorden op de open vragen zijn op een kwalitatieve wijze geanalyseerd. Hierbij kijken we naar inhoudelijke redenen, geïllustreerd door relevante quotes. Deze hebben we in de rapportage cursief weergegeven. De verschillen tussen doelgroepen hebben we getoetst op significantie. De percentages in het rapport zijn afgerond. Daardoor kan het totaal incidenteel optellen tot meer of minder dan 100%.

In de bijlage hebben we een uitgebreide onderzoeksverantwoording opgenomen, hierin staat meer informatie over de steekproef en het onderzoek. Ook de gebruikte vragenlijst, de tabellen en een uitdraai van alle antwoorden op de open vragen zijn bijgevoegd.

Conclusies en aanbevelingen

Conclusies en aanbevelingen (1)

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

Hoe kan de bibliotheek nog aantrekkelijker worden voor jongeren (18-24 jaar)?

De bibliotheek kan aantrekkelijker worden voor jongeren door de activiteiten en dienstverlening aan te passen aan, en samen te ontwikkelen met, jongeren. Zo blijkt dat mannen veel interesse hebben in gamen en programmeren; biedt deze activiteiten aan om jonge mannen naar de bibliotheek te trekken. Ook studie- en werkplekken zijn voor jongeren interessant; jongeren zijn op zoek naar rustige werkplekken en kunnen dit vinden in de bibliotheek. Daarnaast zijn een horeca gelegenheid, het aanbieden van een bezorgservice en een goedkoop studentenabonnement voor deze doelgroep aantrekkelijk. Er is een behoorlijk aandeel dat een online e-bookabonnement heeft o.a. bij de bibliotheek maar vooral bij bol.com. Jongeren zijn hier dus zeker geïnteresseerd in, zorg dat de bekendheid van het e-bookabonnement van de bibliotheek verhoogd wordt.

Muziek luisteren, afspreken met vrienden en series en films kijken favoriete bezigheden

Ongeveer twee derde van de jongeren geeft aan in hun vrije tijd graag muziek te luisteren, af te spreken met vrienden of series en films te kijken via een platform zoals Netflix. Vrouwen noemen meer activiteiten die zij graag doen in hun vrije tijd dan mannen; mannen noemen alleen gamen, programmeren en YouTube kijken vaker dan vrouwen.

Activiteiten gericht op gamen en programmeren zouden aantrekkelijk kunnen zijn voor mannen in deze leeftijdsgroep; een vaak lastig te bereiken doelgroep.

Drie op de tien jongeren geven aan graag een boek te lezen in hun vrije tijd; slechts 4% noemt het luisteren van een boek. Uit een onderzoek uitgevoerd door Gfk in juni 2018 blijkt dat jongeren voornamelijk boeken binnen het genre spanning en avontuur lezen in hun vrije tijd.

Bijna alle jongeren gebruiken WhatsApp (95%); ook een ruime meerderheid gebruikt Facebook (83%), YouTube (76%), Instagram (72%) en Snapchat (68%). Andere online netwerken zijn minder populair, al verschilt dit per groep: zo is LinkedIn een stuk populairder onder oudere jongeren en jongeren met een hoger opleidingsniveau.

Bepaal per doelgroep welk kanaal gebruikt kan worden om jongeren te bereiken. Pas de boodschap daarnaast aan, aan het kanaal. Video is veel meer geschikt voor Instagram, Snapchat en YouTube. Uit onderzoek blijkt dat jongeren van deze leeftijd zeer visueel zijn ingesteld en dat korte, duidelijke video's het beste werken om hen te bereiken. Om deze doelgroep te bereiken moet je buiten je gebruikelijke kanalen denken, zeker wanneer het om jongeren gaat die nog geen lid zijn of de bibliotheek nooit bezoeken. Die bereik je niet met je eigen website, facebookpagina of narrowcasting/posters in de bibliotheek. Lees verderop meer over eerdere onderzoeken naar deze doelgroep.

Conclusies en aanbevelingen (2)

Zeven op de tien jongeren lezen weleens een papieren boek; een derde leest eens per week of vaker

Jongeren lezen vooral papieren boeken; een vijfde leest (ook) e-books. Luisterboeken worden bijna niet gebruikt. Vrouwen, hoger opgeleiden en studenten lezen vaker boeken voor hun plezier dan mannen, lager opgeleiden en niet-studenten. De jongeren die boeken lezen, zowel papieren als e-books, doen dit redelijk frequent: een derde leest eens per week of vaker.

Grofweg de helft geeft aan papieren boeken te kopen bij de boekwinkel of online; een derde leent of krijgt ze van vrienden en een kwart leent ze bij de bibliotheek. E-books worden vooral gratis gedownload of jongeren krijgen ze van familie of vrienden. Ook hebben redelijk wat jongeren een online abonnement voor e-books: 22% heeft Kobo PLUS (bol.com) en 15% heeft een bibliotheek e-bookabonnement. Daarnaast is er nog een klein aandeel dat een abonnement via Storytel, Bookmate of Bliyoo heeft.

Er is dus zeker potentie in het aantal jongeren tussen de 18 en 24 jaar dat interesse heeft in een speciaal e-book abonnement. Promotie van dit abonnement, net zoals van de Vakantiebieb (wordt nu door slechts 6% van de e-book lezende jongeren gebruikt), zou dus zeker aanbeveling verdienen.

Twee derde van de studenten studeert of werkt weleens buitenhuis; een kwart overweegt dit

Wanneer de ondervraagde jongeren wordt gevraagd waar ze studeren of werken, noemen zij met name thuis en locaties van de opleiding, bij vrienden en de Openbare Bibliotheek (15%). Bijna drie op de tien studenten die nu niet buitenshuis of buiten kantoor werken of studeren, overwegen dit in de toekomst wel te doen. Wanneer jongeren weleens in een openbare gelegenheid (zouden willen) studeren of werken dan zijn wifi en het gratis toegankelijk zijn van de plek het meest belangrijk. Grofweg twee derde vindt voldoende werkplekken, faciliteiten (zoals stopcontacten, een printer) en stilte belangrijk.

Ook wanneer de jongeren wordt gevraagd om spontaan suggesties te noemen voor de bibliotheek, noemen zij dat zij meer studieplekken zouden willen zien. Wanneer dit een speerpunt van de bibliotheek is, is het belangrijk om ervoor te zorgen dat er altijd voldoende plekken beschikbaar zijn waar jongeren rustig kunnen werken. De aanwezigheid van zeer luidruchtige scholieren wordt een aantal keer als nadeel van de bibliotheek genoemd; ook dit is dus een aandachtspunt. Zorg er daarnaast voor dat er goede wifi is en dat deze wifi gratis te gebruiken is. Betrek jongeren bij het ontwikkelen van de studieplekken; is er bijvoorbeeld behoefte aan stilte of juist aan ruimtes waar samengewerkt kan worden, willen ze een lekkere zitstoel of een bureau.

Bied in periodes dat scholieren en jongeren bijna tentamens hebben studiebegeleiding aan. Dat kan inhoudelijk zijn, maar de doelgroep lijkt vooral op zoek te zijn naar een plek zonder afleiding. Bij de OBA en een aantal andere bibliotheken hebben ze bijvoorbeeld StudyShare. Jongeren studeren met anderen in een lokaal in de bibliotheek. Voorin zit een Studybob waarbij ze hun mobiel in bewaring kunnen geven en die aangeeft wanneer er pauzes zijn etc. Jongeren studeren in blokken van 3 x 45 minuten. Zie: <https://www.oba.nl/actueel/studyshare/studyshare--wat-is-dat-.html>

Conclusies en aanbevelingen (3)

Zeven op de tien jongeren bezoeken de bibliotheek (bijna) nooit

Er is een aantal jongeren dat geen lid is van de bibliotheek, maar deze wel bezoekt. Jongeren die de bibliotheek weleens bezoeken, doen dit niet erg frequent: slechts één op de tien bezoekt de bibliotheek een paar keer per maand of vaker. Ze doen dit vooral om te studeren of werken (47%) en om boeken te lenen, zowel voor plezier (45%) als studie (41%). Mannen en lager opgeleiden bezoeken de bibliotheek vaker om daar af te spreken met vrienden. Slechts een zeer beperkt aandeel (6%) bezoekt de activiteiten in de bibliotheek; onder MBO-ers ligt dit percentage wel wat hoger (16%).

Uit dit onderzoek wordt duidelijk dat jongeren de bibliotheek vooral bezoeken om te studeren en/of werken. De aanwezigheid van studeerplekken is dus een belangrijk voordeel voor jongeren. Zorg ervoor dat het ook voor niet-bezoekers en niet-leden duidelijk is dat de bibliotheek vrij toegankelijk is, dat er wifi is en dat er studieplekken aanwezig zijn om zo meer jongeren naar de bibliotheek te krijgen.

Jongeren die de bibliotheek niet bezoeken, geven vooral als reden dat zij het niet nodig hebben, geen tijd hebben of niet van lezen houden. Een kwart vindt het teveel gedoe om boeken te halen en terug te brengen; 13% vindt de bibliotheek te duur.

Een aanzienlijk deel vindt het terugbrengen en halen van boeken te veel moeite en bezoekt om deze reden de bibliotheek niet. Als spontaan genoemde ideeën voor de bibliotheek, noemt een aantal jongeren ook dat zij graag een boekenbezorgservice zouden zien. Voor een speciale doelgroep bestaat er al de Boek aan huis service. Bekijk of het mogelijk is om deze service verder uit te breiden.

Uit eerder onderzoek naar jongeren in deze leeftijdscategorie blijkt dat zij erg zuinig en prijsbewust zijn. Ook uit de open antwoorden van dit onderzoek blijkt dat jongeren de bibliotheek vaak te duur vinden. Bekijk de mogelijkheden voor studentenkorting of een gratis abonnement voor studenten om meer jongeren naar de bibliotheek te trekken. En benadruk dat het bezoeken van de bibliotheek voor iedereen gratis is.

Bibliotheek wordt goed beoordeeld; geassocieerd met boeken, rust en studeren

Wanneer jongeren wordt gevraagd om kernwoorden op te schrijven die zij associëren met de bibliotheek noemen zij het vaakst 'boeken', 'stil', 'lenen' en 'rust'. Ook de kernwoorden 'studeren' en 'computer' worden relatief vaak genoemd; deze functie is dus wel bekend onder de jongeren.

Jongeren beoordelen de bibliotheek gemiddeld met een 7,4. Het gemiddelde cijfer ligt wat hoger onder leden van de bibliotheek (7,6) dan onder niet-leden (7,2). Jongeren die een cijfer tussen de 1 en 7 geven, zeggen dat de bibliotheek te duur is, dat het geen prettige omgeving is, dat het er luidruchtig is en dat de collectie beperkt is.

Conclusies en aanbevelingen (4)

Jongeren die de bibliotheek hoger beoordelen, vinden de bibliotheek een fijne plek, kunnen er goed studeren en zeggen dat er een groot en goed aanbod is. Wanneer jongeren mogen kiezen uit een aantal voordelen, noemen zij als belangrijkste voordeel dat de bibliotheek openbaar/vrij toegankelijk is, dat zij er goedkoop materialen kunnen lenen, er kunnen studeren of werken, het een rustige verblijfplaats is en dat er een grote collectie is. Activiteiten zijn slechts voor één op de tien een belangrijk voordeel.

Jongeren bedenken creatieve suggesties voor de bibliotheek

Bijvoorbeeld studentenkortingen of een gratis abonnement voor studenten, een goede horecavoorziening, meer studieplekken dan er nu zijn, een uitgebreider aanbod en een boeken bezorgservice.

Wanneer jongeren wordt gevraagd voor welke diensten zij de bibliotheek zouden bezoeken, noemen zij vooral het lenen van boeken (44%) en studie-/werkplekken (43%); een kwart is geïnteresseerd in faciliteiten zoals printers. Alle andere genoemde diensten zijn slechts voor ongeveer een tiende of nog minder interessant. Wanneer jongeren een aantal nieuwe vormen van abonnementen wordt voorgelegd, geven grofweg drie op de tien aan dat zij een boetevrij abonnement, een abonnement per maand of een strippenkaart voor het lenen van boeken aansprekend vinden.

Veel bibliotheken hebben inmiddels een boetevrij abonnement en sommige bibliotheken ook al abonnementen die werken zoals strippenkaarten. Promoot deze abonnementen om aantrekkelijker te worden voor jongeren.

Verder lezen

Eerder onderzoek naar Generatie Z

De jongeren in dit doelgroeponderzoek vallen volgens de meest gangbare definities binnen Generatie Z (geboren tussen 1995 en 2010). Over millennials, de generatie voor Generatie Z, wordt al langere tijd veel gesproken, maar waar liggen de verschillen met Generatie Z? Uit onderzoek uitgevoerd door MobPro, een agency voor advertising via smartphones, blijkt dat Generatie Z nog meer digital native is dan millennials, dat ze idealistischer zijn en zuiniger, maar dat ze aan de andere kant het hebben van geld wel zeer belangrijk vinden. Dat laatste blijkt ook uit onderzoek van Motivaction: bijna de helft van de overvraagde jongeren uit hun onderzoek droomt van veel geld verdienen. Jongeren uit Generatie Z kiezen eerder voor zekerheid dan dat millennials dit doen; dit komt waarschijnlijk door de tijd waarin zij opgroeiden: tijdens 9/11 en de crisis. Uit een ander onderzoek van Kantar Millward Brown blijkt dat Generatie Z op een andere manier te bereiken is dan voorgaande generaties. Creativiteit, design en genoeg sociale interactie blijken zeer belangrijk voor Generatie Z. Uit het onderzoek van MobPro blijkt dan ook dat Gen Z eerder social influencers volgt en aanbevelingen van social influencers opvolgen.

Het inzetten van social influencers is een goede manier om Generatie Z te bereiken. Bibliotheek Rotterdam doet dit al door vlogster Boncolor (Bonnie) in te zetten en haar vlogs te laten maken met bijvoorbeeld boekentips en een rondleiding in de bibliotheek. Investeer in een langdurige samenwerking met een influencer die goed aansluit bij de doelgroep én de bibliotheek. Authenticiteit is een belangrijke voorwaarde wanneer je communiceert met jongeren. Een influencer moet echt iets hebben met jouw organisatie/producten/diensten, anders kijken jongeren daar direct doorheen.

Generatie Z is al veel bezig is met de toekomstige carrière. De bibliotheek kan hierop inspelen door (studie)boeken in de collectie te hebben en activiteiten aan te bieden met betrekking tot de carrière zoals sollicitatietrainingen maar ook ontmoetingen met succesvolle ondernemers en influencers. Maar ook: oriëntatie op de arbeidsmarkt, wat voor soort baan past bij je en hoe kom je daar? Een event waarbij je lokale bedrijven en jongeren uitnodigt voor kennismaking, speeddaten met bedrijven. Bied deze activiteiten dan wel aan op een voor de doelgroep aansprekende manier.

Jongeren uit Generatie Z zijn vaker online en minder vaak offline. Daardoor zijn zij minder in het openbaar te vinden, maar op onderwijsinstellingen zijn ze nog wel aanwezig. Samenwerkingen met MBO's, Hogescholen en Universiteiten zullen dus meer bekendheid van de bibliotheek opleveren.

Meer lezen:

De KB en NBD Biblion hebben onlangs ook een onderzoek laten uitvoeren naar jongeren, in de leeftijd van 12 tot 18 jaar. Het rapport hiervan is nog niet beschikbaar.

<https://www.marketingfacts.nl/berichten/generation-z-de-ongrijpbare-generatie>

<https://www.motivaction.nl/kennisplatform/nieuws-en-persberichten/zet-je-schrap-voor-generatie-z>

<https://www.adformatie.nl/gedragsverandering/dit-zijn-6-manieren-om-generatie-z-te-bereiken>

<https://www.kvbboekwerk.nl/app/uploads/2018/06/2018-smb-gfk-meting-44-jongeren.pdf>



1. Tijdsbesteding

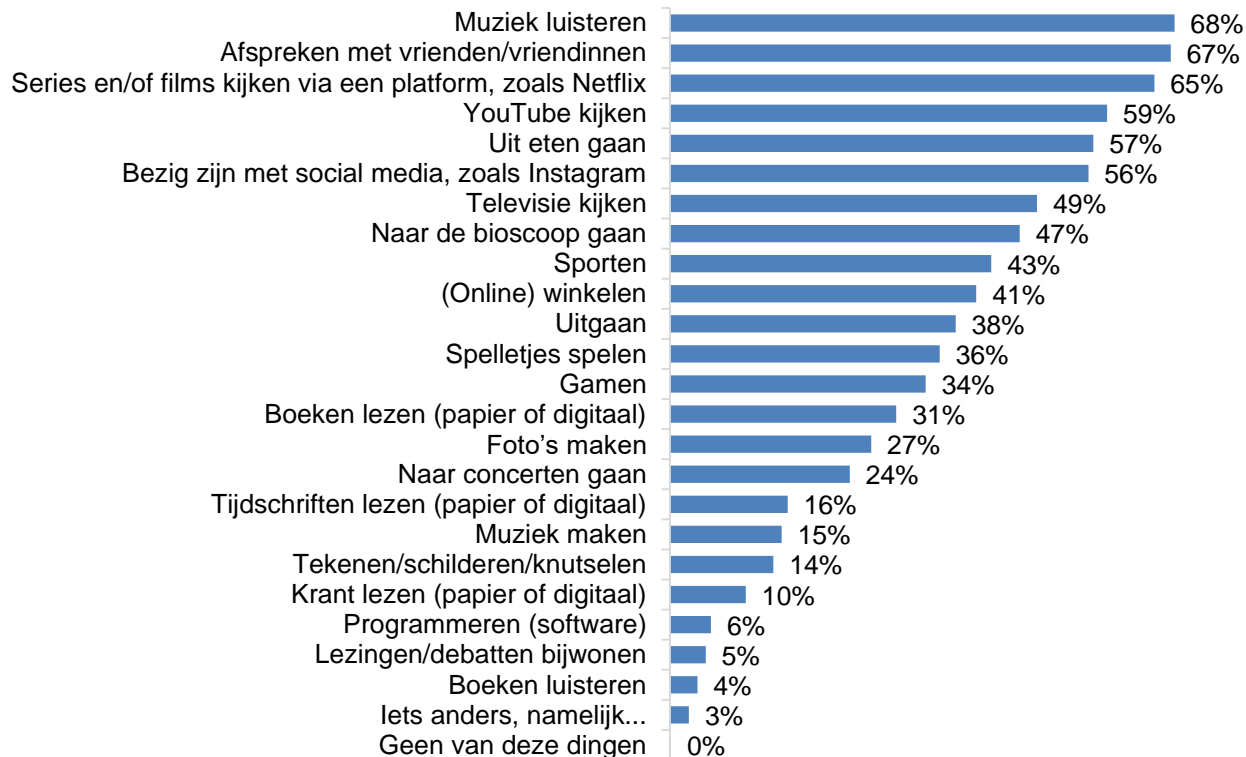
1.1 Twee derde van de jongeren luistert in hun vrije tijd vooral muziek, spreekt af met vrienden of bekijkt series/films via bijvoorbeeld Netflix. Het lezen van boeken is voor drie op de tien een favoriete bezigheid.

Vrouwen doen bijna alle genoemde activiteiten liever dan mannen; met de uitzondering van YouTube kijken, programmeren en vooral gamen; die zaken doen mannen juist liever dan vrouwen. Jongeren tot en met 20 jaar geven vaker aan in hun vrije tijd graag muziek te luisteren, YouTube te kijken, bezig te zijn met social media, uit te gaan, te gamen en muziek te maken; jongeren van 21 tot en met 24 jaar geven vaker aan de krant te lezen. Studenten kijken vaker naar YouTube, sporten vaker en maken vaker muziek dan niet-studenten. Hoe hoger opgeleid, hoe vaker jongeren aangeven graag boeken te lezen in de vrije tijd.

Wat doe je graag in je vrije tijd?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: allen (n=739)



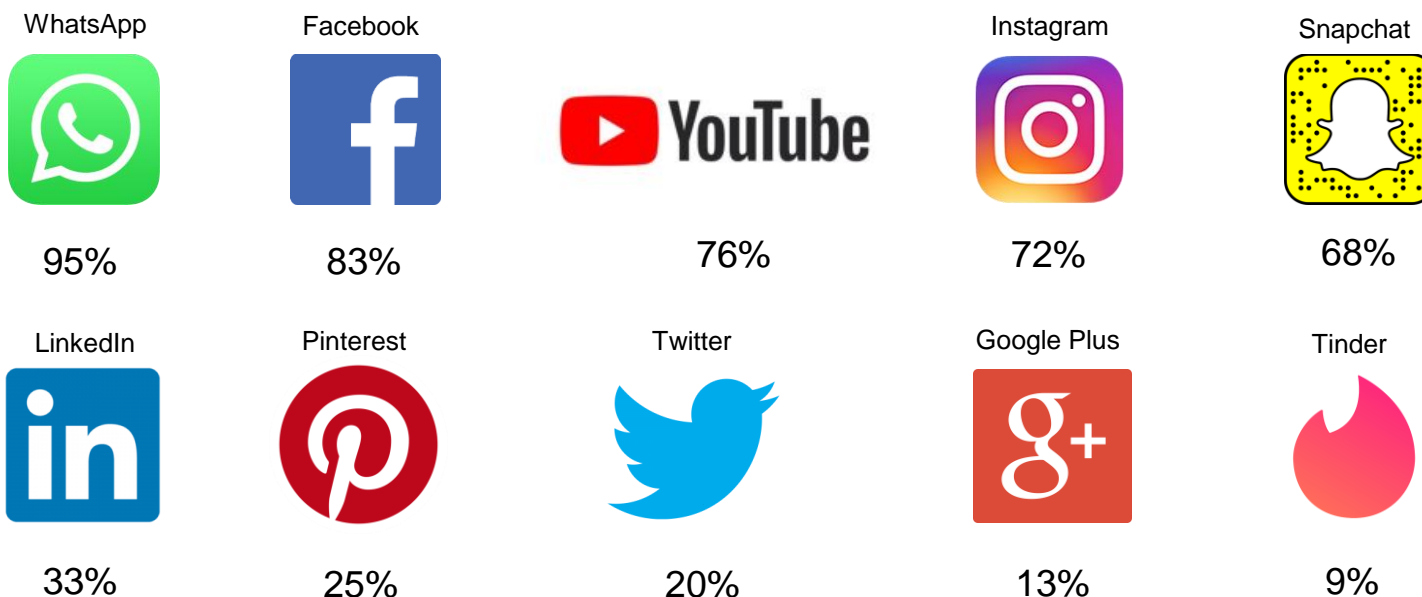
1.2 Bijna alle jongeren gebruiken WhatsApp. Een meerderheid gebruikt Facebook, YouTube, Instagram en Snapchat.

Vrouwen maken meer dan mannen gebruik van WhatsApp, Facebook, Instagram, Snapchat en Pinterest; mannen maken meer gebruik van YouTube. Jongeren van 18 tot en met 20 jaar gebruiken vaker YouTube, Instagram en Snapchat en juist minder vaak Facebook en vooral LinkedIn (20% vs 40%). Jongeren met een HBO/Universitair opleidingsniveau gebruiken vaker Facebook en LinkedIn en juist minder vaak YouTube en Snapchat.

Van welke van onderstaande online netwerken maak jij zelf actief gebruik?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: allen (n=739)





2. Lees- en luistergedrag

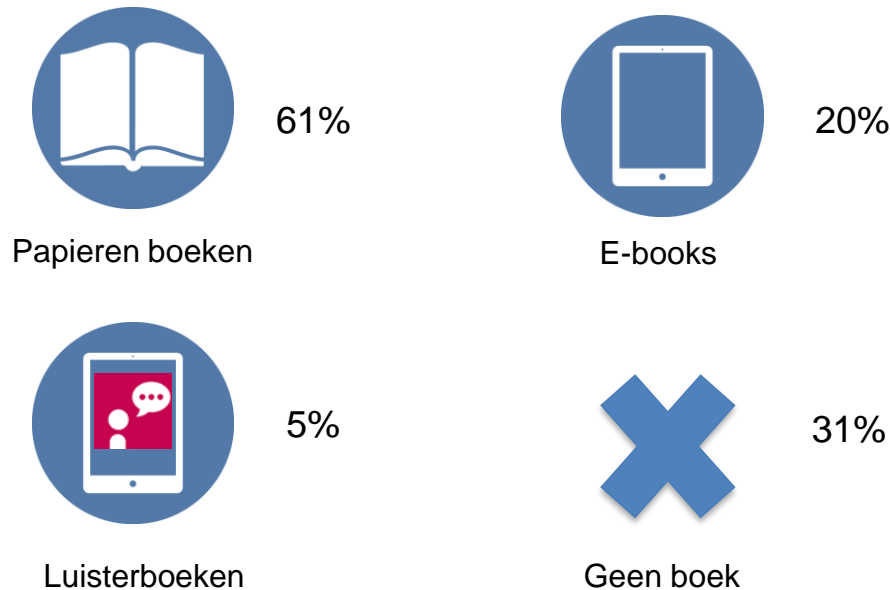
2.1 Zeven op de tien jongeren hebben in het afgelopen jaar weleens een boek gelezen voor het plezier; vooral papieren boeken. Slechts een zeer klein aandeel luistert naar luisterboeken.

Vrouwen geven vaker dan mannen aan een boek te hebben gelezen, zowel papieren boeken als e-books. Hoger opgeleiden en studenten lezen vaker boeken voor hun plezier dan lager opgeleiden en niet-studenten. Luisterboeken worden relatief vaak gebruikt door jongeren met HBO of universitair niveau, leden van de bibliotheek, frequente bezoekers van de bibliotheek en frequente lezers. Logischerwijs lezen en luisteren leden van de bibliotheek vaker (papieren) boeken dan niet-leden.

Heb je het afgelopen jaar een boek voor je plezier gelezen/geluisterd?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: allen (n=739)

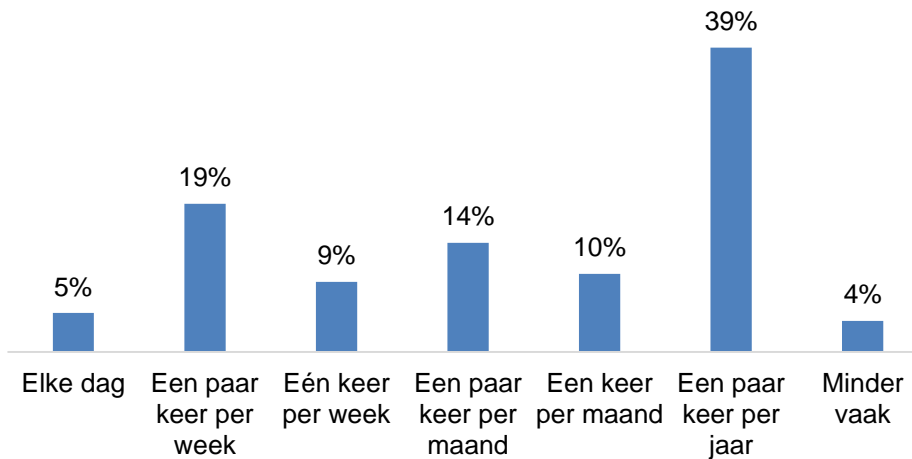


2.2 Een derde leest eens per week of vaker een papieren boek voor het plezier. Vier op de tien lezen slechts een paar keer per jaar of nog minder vaak. Jongeren kopen hun boeken vooral bij de (online) boekwinkel.

Jongeren tot en met 20 jaar en lager opgeleiden lezen minder vaak papieren boeken voor hun plezier dan jongeren van 21-24 jaar en hoger opgeleiden. Leden en bezoekers van de bibliotheek lezen frequenter dan niet-leden en niet-bezoekers. Vrouwen kopen vaker dan mannen papieren boeken in de boekwinkel en lenen ook vaker papieren boeken van familie en vrienden. Lager opgeleiden kopen minder vaak papieren boeken, zowel online als in de boekwinkel, dan hoger opgeleiden. Vooral jongeren in weinig tot niet-stedelijke gebieden, lenen hun papieren boeken bij de bibliotheek, zij kopen ze juist minder vaak bij een boekwinkel.

Hoe vaak lees je een papieren boek voor je plezier?

Basis: indien men weleens een papieren boek leest (n=448)



Hoe kom je aan papieren boeken?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: indien men weleens een papieren boek leest (n=448)

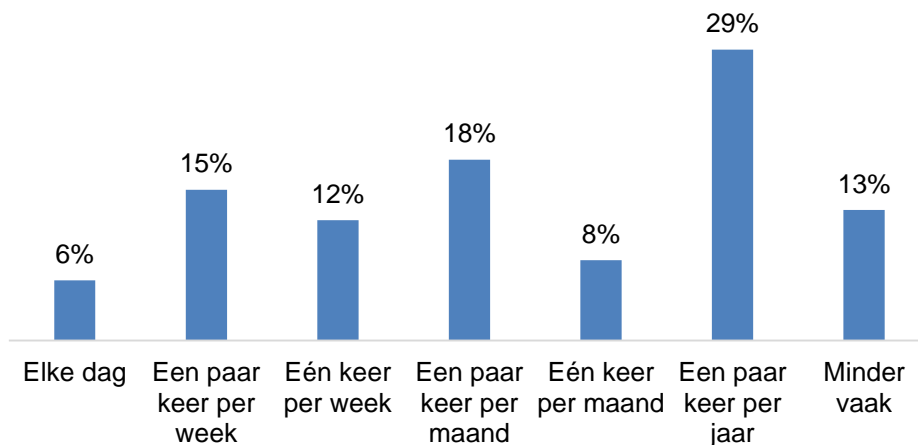


2.3 Een derde leest eens per week of vaker een e-book voor het plezier. Jongeren komen vooral aan e-books door deze gratis te downloaden of te krijgen van familie en vrienden. 15% heeft een e-book abonnement bij de bibliotheek.

E-books worden minder frequent gelezen dan papieren boeken. Ruim vier op de tien e-book lezers, lezen slechts een paar keer per jaar of nog minder vaak een e-book voor het plezier. Vrouwen krijgen vaker e-books van hun familie en vrienden dan mannen. Jongeren die een ander antwoord geven noemen vaak bol.com (het Kobo PLUS abonnement).

Hoe vaak lees je een e-book voor je plezier?

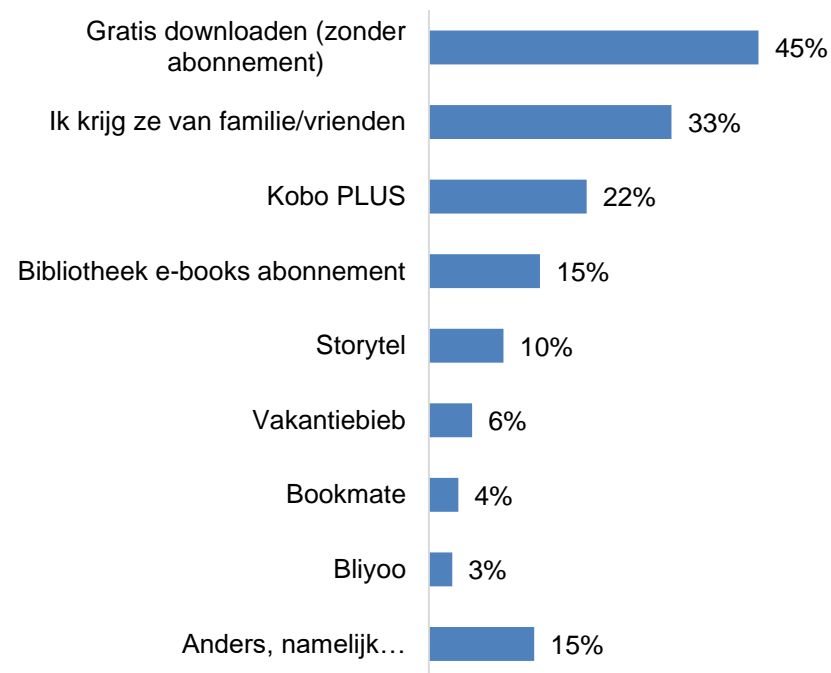
Basis: indien men weleens een e-book leest (n=147)



Hoe kom je aan e-books?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: indien men weleens een e-book leest (n=147)





3. Werken en studeren

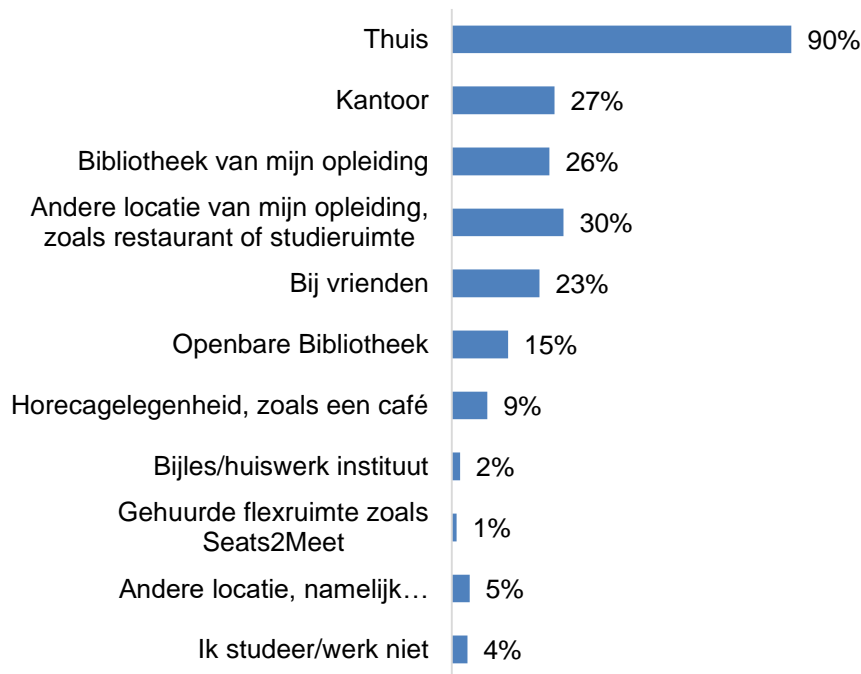
3.1 Twee derde van de jongeren studeert of werkt (ook) weleens ergens anders dan thuis of op kantoor, zoals op school, bij vrienden of de OB (15%). Ruim een kwart van degenen niet buitenshuis studeren of werken, zou dit wel overwegen.

Bijna alle jongeren (90%) studeren of werken weleens thuis; de niet-studenten werken of studeren vooral thuis (75%) en op kantoor (43%). Vrouwen studeren of werken nog vaker dan mannen weleens thuis, in de bibliotheek van hun opleiding of een andere locatie van de opleiding; ook studeren of werken vrouwen vaker in een horecagelegenheid.

Op welke van de volgende locaties studeer of werk je wel eens?

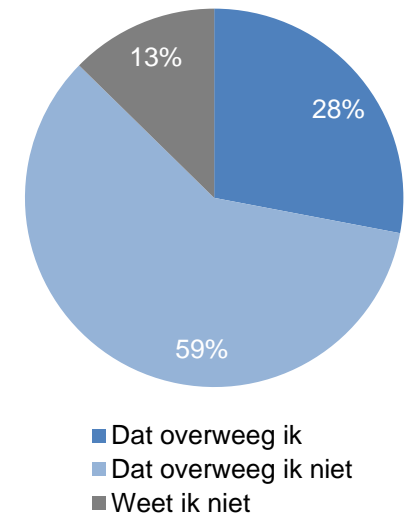
Meer antwoorden mogelijk

Basis: allen (n=739)



In hoeverre overweeg je om te studeren of te werken in een openbare gelegenheid?

Basis: indien werkt alleen thuis of op kantoor (n=261)



3.2 Wifi en gratis toegankelijkheid, worden het vaakst genoemd als belangrijke eisen voor een studeer/werkplek. Voldoende werkplekken, faciliteiten en stilte ook voor (bijna) twee derde van belang.

Wifi, faciliteiten (zoals printers), stilte en horecavoorzieningen zijn belangrijkere eisen voor vrouwen dan voor mannen; mannen vinden voldoende computers wat belangrijker dan vrouwen. Gratis toegankelijk, voldoende werkplekken en goed meubilair zijn minder belangrijke eisen voor lager opgeleiden dan voor hoger opgeleiden. Bibliotheekleden hechten meer waarde aan voldoende computers dan niet-bibliotheekleden.

Wat zijn de belangrijkste eisen die je stelt aan een openbare plek om te studeren/werken?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: indien men weleens werkt/studeert op een openbare plek of dit overweegt (n=521)





4. Lidmaatschap en bezoek bibliotheek

4.1 Zeven op de tien jongeren gaan (bijna) nooit naar de bibliotheek. Eén op de tien bezoekt de bibliotheek minstens een paar keer per maand.

Vrouwen, hoger opgeleiden, frequente lezers en studenten bezoeken de bibliotheek vaker dan mannen, lager opgeleiden, niet-frequente lezers en niet-studenten.

Hoe vaak ga je naar de Openbare Bibliotheek?

Basis: allen (n=739)



- Elke dag
- Eén keer per week
- Eén keer per maand
- (Bijna) nooit
- Een paar keer per week
- Een paar keer per maand
- Een paar keer per jaar

4.1 Het studeren en werken en het lenen van materialen zijn voor jongeren de belangrijkste redenen de Openbare Bibliotheek te bezoeken. Ook het zoeken van informatie is voor een derde een reden.

Eén vijfde bezoekt de bibliotheek om ter plekke rustig te kunnen lezen of muziek te luisteren. Vrouwen geven vaker dan mannen aan de bibliotheek te bezoeken voor het lenen van materialen; mannen bezoeken de bibliotheek wat vaker om af te spreken met vrienden. Ook laagopgeleiden bezoeken de bibliotheek vaker om af te spreken. MBO-ers bezoeken de bibliotheek vaker om aan activiteiten deel te nemen.

Waarvoor ga je wel eens naar de Openbare Bibliotheek?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: indien men de bibliotheek weleens bezoekt (n=231)



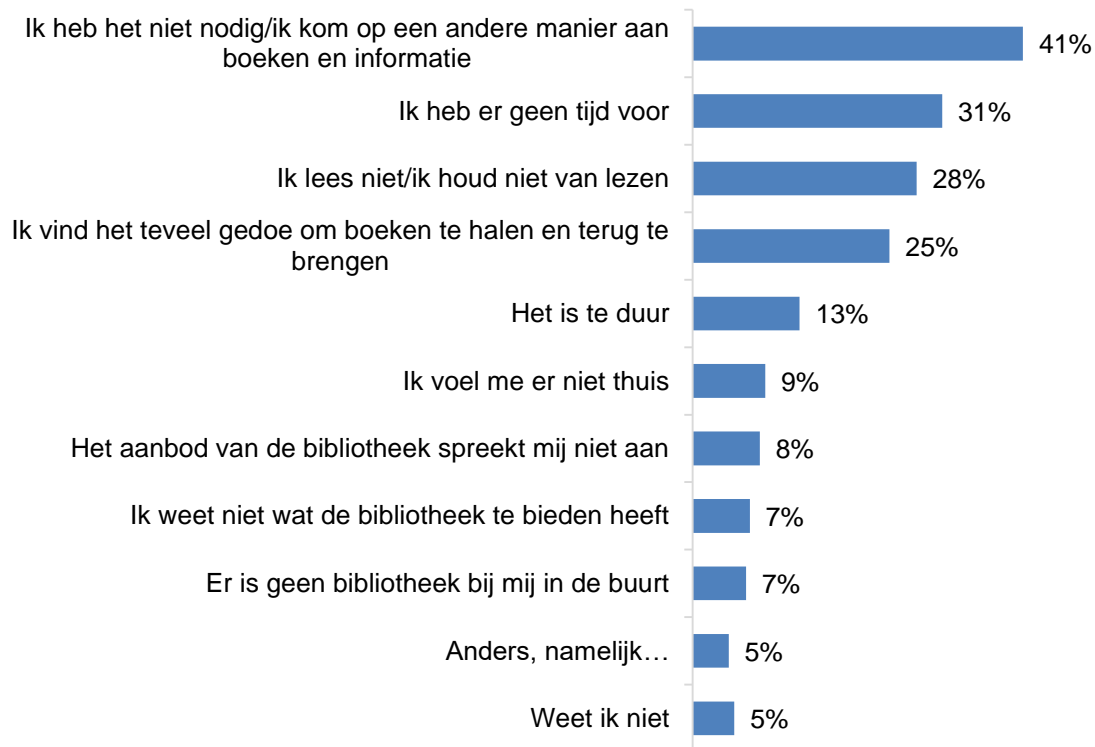
4.2 Redenen waarom jongeren de bibliotheek niet bezoeken vooral dat zij het niet nodig hebben, geen tijd hebben of niet van lezen houden. Een kwart vindt het terugbrengen van boeken teveel gedoe.

Mannen geven vaker dan vrouwen aan dat zij niet van lezen houden en daarom de bibliotheek niet bezoeken. Voor hoger opgeleiden is het niet van lezen houden minder vaak een reden dan voor lager en middelbaar opgeleiden. Dat de bibliotheek te duur is, is voor hoger opgeleiden weer vaker een reden om de bibliotheek niet te bezoeken. Jongeren uit stedelijke gebieden zeggen vaker dan jongeren uit landelijke gebieden dat zij de bibliotheek niet nodig hebben en op een andere manier aan informatie komen.

Waarom ga je (bijna) nooit naar de Openbare Bibliotheek?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: indien men de bibliotheek (bijna) nooit bezoekt (n=508)





5. Oordeel bibliotheek

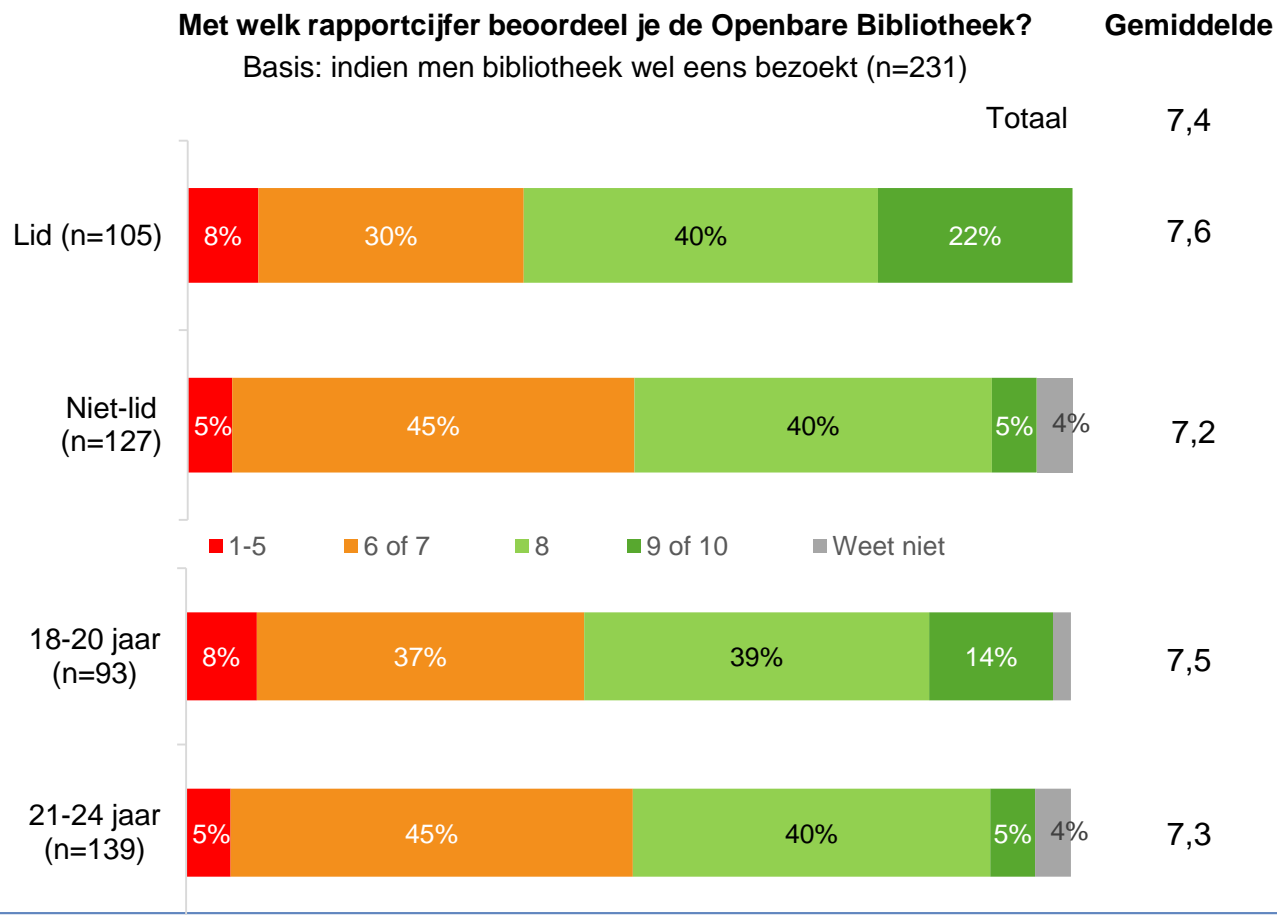
5.1 Jongeren denken bij de bibliotheek vooral aan: boeken, stil, lenen, rust, studeren en computer. Ook redelijk wat jongeren noemen kernwoorden die te maken hebben met dat de bibliotheek voor iedereen is.

Waar denk je aan als je aan de Openbare Bibliotheek denkt? Wil je dat opschrijven in maximaal vijf kernwoorden?



5.2 Jongeren beoordelen de Openbare Bibliotheek met een 7,4. Leden zijn iets positiever over de bibliotheek dan niet-leden.

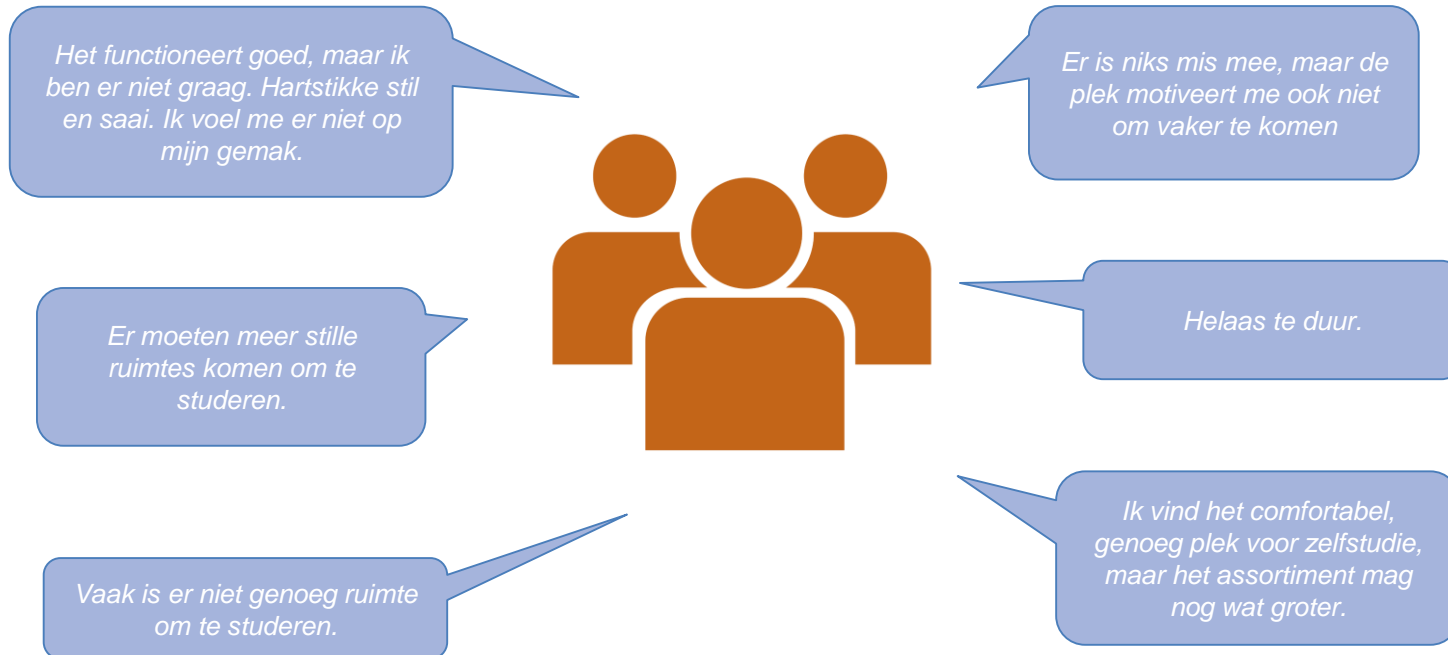
Jongeren met MBO-niveau zijn minder positief over de bibliotheek dan de andere jongeren. Niet-studenten zijn positiever dan studenten.



5.3 Jongeren die een wat lager rapportcijfer geven, zeggen dat de bibliotheek te duur is, het geen prettige omgeving is, dat het er te luidruchtig is en dat de collectie uitgebreider kan.

Een aantal jongeren zegt dat er te weinig studeer-/werkplekken zijn.

Kun je toelichten waarom je het cijfer 1-7 hebt gegeven?



5.4 Jongeren beoordelen de bibliotheek goed omdat zij het een fijne plek vinden, zij er goed kunnen studeren en er een goed en groot aanbod is.

Jongeren vinden het een fijne en rustige plek met goede faciliteiten en een goede collectie.

Kun je toelichten waarom je het cijfer 8-10 hebt gegeven?

Alles is netjes en alle punten die ik wil om te studeren zijn er ook.

Goed geordend, rustige omgeving, lekkere plekken om te zitten en te lezen.

Heel netjes en verzorgde bieb.



Veel keuze uit een breed assortiment.

Ik vind het fijn dat het bestaat en leer daar ook makkelijker dan thuis.

Het is centraal gelegen en gratis toegankelijk, maar het is soms moeilijk om een plek te vinden.

Ik vind de bibliotheek een fijne plek. Het is er rustig en kalm, ruim opgezet, er is veel te doen. Ze hebben goede wifi en de service is prima.

5.5 Het belangrijkste voordeel is dat de Openbare Bibliotheek gratis toegankelijk is. De helft noemt dat ze er goedkoop materialen kunnen lenen, kunnen studeren of werken en dat het er rustig is.

Vrouwen zien de mogelijkheid om te studeren of werken in de bibliotheek vaker als belangrijk voordeel dan mannen. Voor niet-studenten is het goedkoop boeken kunnen lenen belangrijker dan voor studenten; studenten vinden de faciliteiten belangrijker dan niet-studenten. De mogelijkheden voor persoonlijke ontwikkeling zijn vooral voor jongeren met MBO-niveau van belang.

Wat zijn voor jou de belangrijkste voordelen van de Openbare Bibliotheek?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: indien men de bibliotheek wel eens bezoekt (n=231)

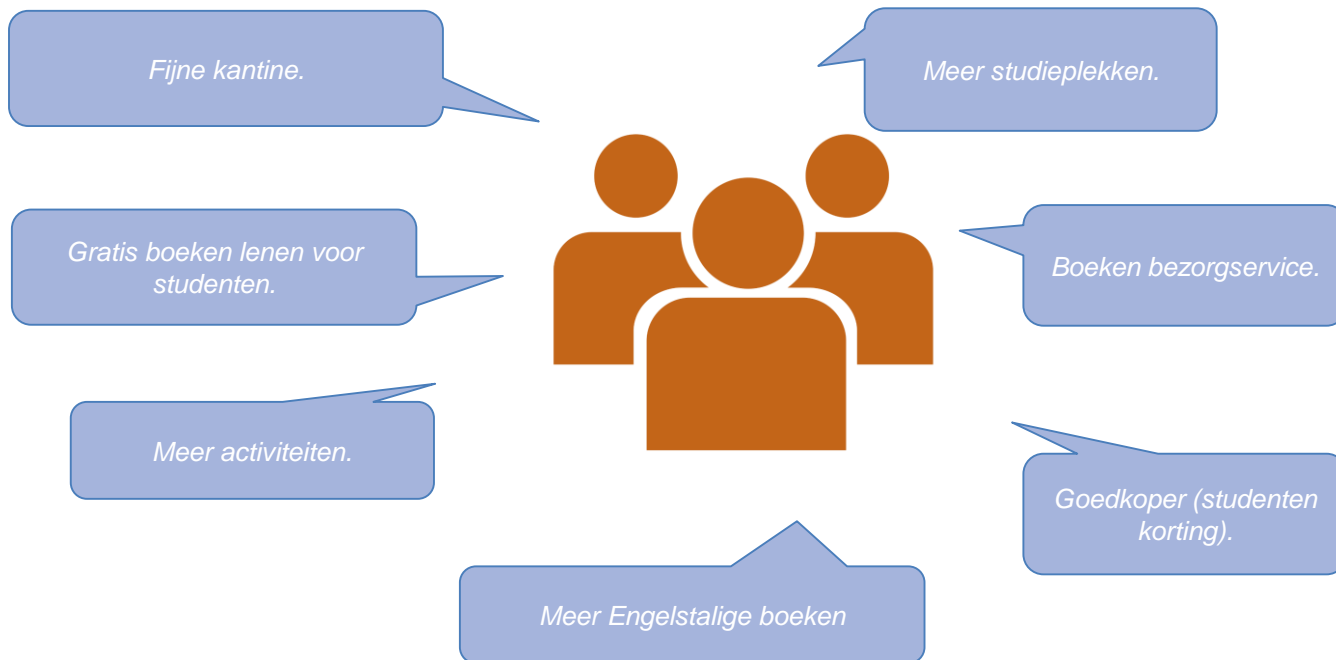




6. Behoeften m.b.t. de bibliotheek

6.1 Jongeren hebben veel suggesties voor de bibliotheek zoals studentenkorting, een horecavoorziening, meer studieplekken, uitgebreider aanbod en een boeken bezorgservice.

Als je iets mocht bedenken voor de Openbare Bibliotheek, wat zou er dan voor zorgen dat je er echt heen gaat?



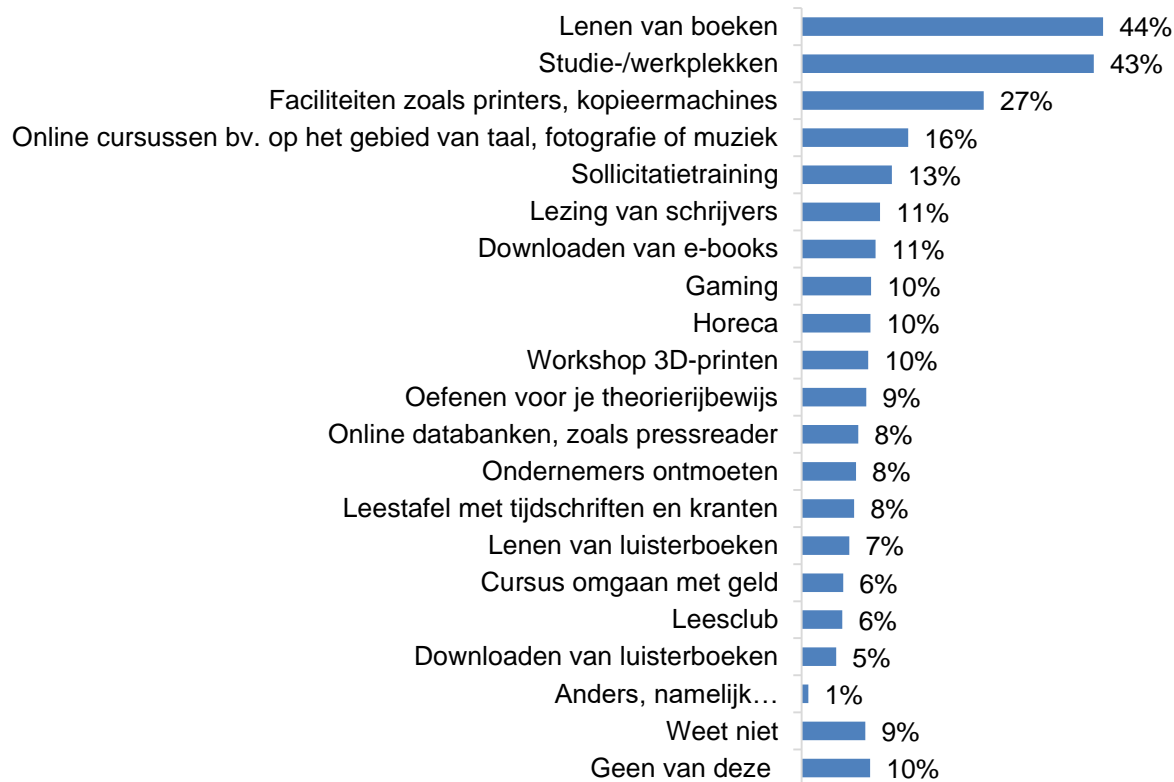
6.2 Lenen van boeken en studie-/werkplekken vooral interessant, zowel voor leden als niet-leden. Faciliteiten zijn voor een kwart van de jongeren een reden om de bibliotheek te bezoeken.

Het lenen van boeken, studie-/werkplekken, faciliteiten, lezingen van schrijvers en het downloaden van e-books zijn voor vrouwen aantrekkelijkere diensten dan voor mannen; voor mannen is gaming juist aantrekkelijker dan voor vrouwen. Jongeren van 21 tot en met 24 jaar zijn meer geïnteresseerd in online cursussen dan jongeren van 18 tot en met 20 jaar. Studenten zijn vaker geïnteresseerd in (logischerwijs) studeer-/werkplekken, sollicitatietraining en een workshop 3D-printen.

Voor welk van onderstaande diensten zou je naar de Openbare Bibliotheek gaan?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: allen (n=739)



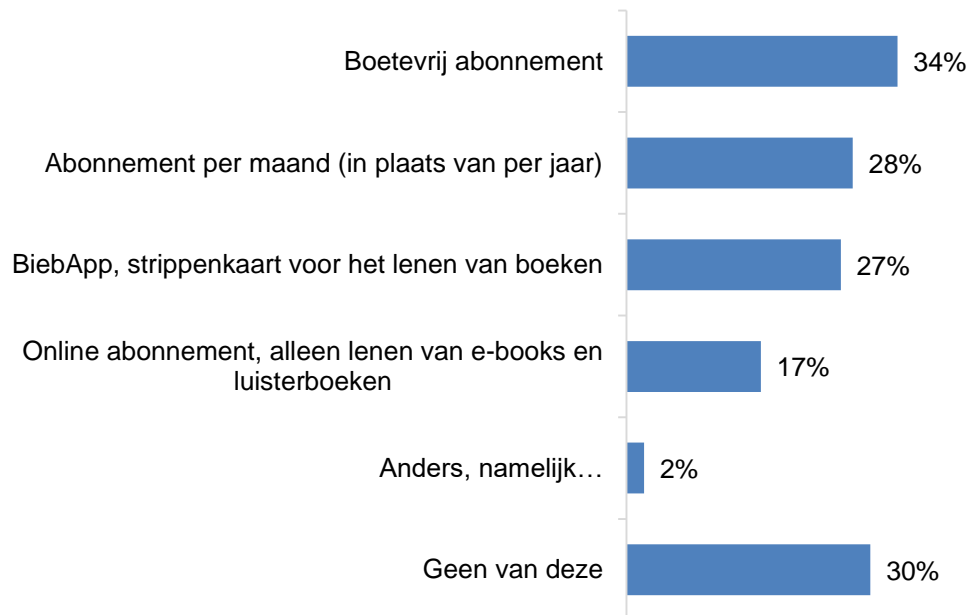
6.3 Verschillende ‘nieuwe’ abonnementsvormen allemaal voor ongeveer een kwart tot een derde interessant; boetevrij abonnement is het meest interessant, online abonnement voor 17%.

Vrouwen zijn meer geïnteresseerd in een maandabonnement, BiebApp en een online abonnement dan mannen. Mannen, lager opgeleiden, niet-frequente bezoekers van de bibliotheek, niet-frequente lezers en niet-studenten geven vaker aan geen van de abonnementsvormen aansprekend te vinden. Van de niet-leden geeft een derde aan geen van de abonnementsvormen aansprekend te vinden.

Welke van onderstaande abonnementsvormen van de Openbare Bibliotheek spreken jou aan?

Meer antwoorden mogelijk

Basis: allen (n=739)



ProBiblio



voor bibliotheken

Bijlagen

Onderzoeksverantwoording

Profiel alle deelnemers (n=739)

Geslacht

Man	49%
Vrouw	51%



Leeftijd

18 jaar	13%
19 jaar	12%
20 jaar	15%
21 jaar	16%
22 jaar	15%
23 jaar	16%
24 jaar	14%



Lidmaatschap

Ja	17%
Nee	83%



Onderzoeksverantwoording

Steekproefomvang en betrouwbaarheid

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een steekproef, niet iedereen uit de populatie heeft zijn of haar mening gegeven. Als de uitkomsten van dit onderzoek worden gebruikt om over de populatie uitspraken te doen, dan moeten betrouwbaarheidsmarges in acht worden genomen. Bij een steekproefomvang van $n=739$ bedraagt de maximale marge bij 95% betrouwbaarheid 3,6%.

Steekproef en steekproefkader

Als steekproefkader hebben we gebruik gemaakt van het online panel van Panelclix. Ruigrok NetPanel werkt met leveranciers die voldoen aan de kwaliteitseisen conform het Research Keurmerk, gebaseerd op ISO-norm 20252. Hieruit is een quota steekproef getrokken.

Representativiteit

De bruto steekproef is representatief naar geslacht en leeftijd. De representativiteit is bereikt door quoterings tijdens de dataverzameling. Als referentiebestand voor de bruto steekproef naar geslacht en leeftijd hebben we gebruik gemaakt van de Gouden Standaard 2017, ontwikkeld door de MOA en het CBS.

De steekproef is representatief gemaakt naar lidmaatschap van de Openbare Bibliotheek door middel van een weging achteraf. Als referentiebestand is gebruik gemaakt van de 'GfK boekenbranche meting 44'. De gemiddelde percentages lid/niet-lid zijn berekend voor de doelgroep 18 t/m 24 jaar. De wegingsvariabelen zijn terug te vinden op de volgende pagina.

Onderzoeksverantwoording

In onderstaande tabel zijn de wegingsvariabelen terug te vinden met een overzicht van de verdeling voor en na weging. Links in de tabel is de ongewogen verdeling opgenomen, zoals behaald in de datacollectie voor de netto sample. Rechts is de gewogen verdeling opgenomen.

Weging (n=739)		
Lid versus niet-lid	Ongewogen verdeling	Gewogen verdeling
Lid	28%	17%
Niet-lid	72%	83%