

Auswertung Kundinnen- und Kundenumfrage der Stadtbücherei Barmstedt 2016

1. Allgemeines

Vom **19. September bis zum 07. November 2016** konnten unsere Leserinnen und Leser ihre Meinung zu Angebot und Service der Stadtbücherei Barmstedt anhand eines vierseitigen Fragebogens mitteilen und Wünsche für Veränderungen äußern. Außerdem wurden Fragen zur Büchereinutzung gestellt.

Ziel der Umfrage war es zu erfahren, wie zufrieden die Kundinnen und Kunden mit der Stadtbücherei Barmstedt sind, was positiv bewertet wird und wo es Veränderungsbedarf gibt. Gerade im Hinblick auf das Zukunftskonzept, das parallel entwickelt wird, ist konkretes Feedback der Nutzer und Nutzerinnen entscheidend, sodass das Angebot in Bezug auf Öffnungszeiten, Medien, Veranstaltungen, Räumlichkeiten u. a. auch künftig die Interessen der Zielgruppen trifft.

Die Umfrage wurde über die Barmstedter Zeitung, die Homepage sowie die Facebook-Seite der Stadtbücherei Barmstedt, den Online-Katalog und den Fristzettel bekannt gemacht. Vor allem wurden die Kundinnen und Kunden in der Bücherei direkt angesprochen.

In den sieben Wochen der Laufzeit wurden **208 Fragebögen** online oder auf Papier ausgefüllt und abgegeben. Auch nicht vollständig ausgefüllte Fragebögen wurden in die Auswertung aufgenommen, um ein möglichst breites Spektrum der Antworten berücksichtigen zu können.

Wir danken allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die sich Zeit für eine Rückmeldung genommen haben, freuen uns über Lob, nehmen vor allem aber Kritik und Anregungen sehr ernst. Besonders wertvoll waren die Antworten, die viele Leserinnen und Leser als Freitext auf unsere offenen Fragen gegeben haben. Neben der Auswertung und Interpretation der Statistiken konnten wir hier viele sehr konkrete Anregungen und Verbesserungsvorschläge gewinnen. **Erste Wünsche** haben wir **bereits umgesetzt. An weiteren Veränderungen und Verbesserungen arbeiten wir.**

2. Statistische Angaben

An der Umfrage beteiligten sich **165 Frauen** und **31 Männer**.¹

Die Altersspannweite reichte von **13 bis 83 Jahre**, wobei die **Altersgruppe der 40- bis 49-Jährigen am stärksten vertreten** war.

10-17 Jahre	6 % ²	12 ³
18-29 Jahre	4 %	8

1 Auf 12 Fragebögen wurde kein Geschlecht angegeben.

2 Prozentangaben wurden jeweils gerundet, daher kann eine Abweichung von 100 % entstehen.

3 Die rechte Spalte zeigt jeweils die Anzahl der Personen, die den betreffenden Punkt genannt haben.

30-39 Jahre	13 %	26
40-49 Jahre	29 %	58
50-59 Jahre	15 %	32
60-69 Jahre	10 %	20
70-79 Jahre	7 %	14
80-83 Jahre	1 %	2
keine Angabe	17 %	36

145 Teilnehmerinnen und Teilnehmer **wohnen in Barmstedt, 50 außerhalb.** Lutzhorn, Bokholt-Hanredder und Heede sind aus dem Umland mit jeweils 7 abgegebenen Fragebögen besonders stark vertreten. Aus Hemdingen und Westerhorn kamen je 4 Fragebögen zurück.⁴

Die Frage, welcher **Tätigkeit** die Kundinnen und Kunden nachgehen, wurde wie folgt beantwortet:

Erwerbstätigkeit	56 %	116
Im Ruhestand	16 %	33
Hausfrau / Hausmann	15 %	31
Schüler(in)	6 %	13
Studierende(r)	3 %	6
Auszubildende(r)	1 %	2
Zurzeit ohne Tätigkeit	1 %	2
Fortbildung / Umschulung	0,5 %	1

Die Gruppe der **Erwerbstätigen** ist damit **besonders stark vertreten.**

Die **Zielgruppe der Umfrage** waren **Erwachsene ab 18 Jahren.** Auf sie war der Fragebogen zugeschnitten, diese haben wir direkt angesprochen. Wir freuen uns, dass auch 12 Jugendliche in Eigeninitiative den Fragebogen ausgefüllt haben. Aus rechtlichen Gründen – der erforderlichen Zustimmung der Eltern für eine Befragung – hatten wir von der aktiven Ausgabe des Fragebogens an Kinder und Jugendliche Abstand genommen.

3. Büchereinsatz

Im ersten Fragenblock ging es um die Gewohnheiten der Kunden und Kundinnen rund um den Büchereibesuch sowie darum, wie sie ursprünglich auf die Stadtbücherei aufmerksam geworden sind.

3.1 Auf die Bücherei aufmerksam geworden

Auf die Frage, wie sie auf die Stadtbücherei aufmerksam wurden, antworteten die Kundinnen und Kunden wie folgt⁵:

⁴ 13 Kundinnen und Kunden machten keine Angaben zum Wohnort.

⁵ Einige Kunden und Kundinnen machten Mehrfachangaben.

Familie, Freunde, Bekannte	51 %	106
Hinweisschilder, Gebäude	20 %	42
Schule, Kindergarten	19 %	39
Internet, Homepage der Bücherei, Facebook	7 %	14
Zeitung, Presse	6 %	13

Über die Hälfte der Befragten nannte „**Familie, Freunde, Bekannte**“. Nimmt man diejenigen hinzu, die „**Schule, Kindergarten**“ angaben, wird deutlich, dass die **persönliche Empfehlung** bei weitem die **größte Rolle (70 %)** spielt.

3.2 Der Büchereibesuch

a) Bei den **Gründen** für den Büchereibesuch waren Mehrfachantworten möglich.

Um Bücher/Medien zu entleihen, abzugeben oder zu verlängern.	98 %	203
Um Medien zu bestimmten Themen zu suchen.	43 %	90
Um mich über Neuerscheinungen zu informieren.	19 %	39

Erwartungsgemäß nennen fast alle Kundinnen und Kunden als **Hauptgrund** „**Bücher/Medien entleihen, abgeben oder verlängern**“. **43 %** geben an, „**Medien zu bestimmten Themen**“ zu suchen. Die Stadtbücherei ist damit für viele auch in Zeiten des Internets eine **wichtige Quelle der Information**.

Um zu stöbern, zu schmökern oder Freizeit in der Bücherei zu verbringen.	25 %	51
Um Bücher/Medien vor Ort zu nutzen (z. B. eine Zeitung zu lesen).	16 %	34
Um zu lernen und zu arbeiten.	6 %	13

Es zeigt sich, dass die Leserinnen und Leser nicht nur zum raschen Abgeben und Ausleihen von Medien in die Stadtbücherei kommen, sondern viele die **Räumlichkeiten** auch **für einen längeren Aufenthalt nutzen** (möchten). Durch die beengten Verhältnisse, die geringe Anzahl an Arbeitsplätzen mit Tischen sowie sehr wenige und zudem nicht gemütliche Sitzgelegenheiten werden die **oben genannten Nutzungsmöglichkeiten stark** beschränkt.

b) Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die **durchschnittliche Aufenthaltsdauer** der Kundinnen und Kunden in der Stadtbücherei:

Bis zu einer halben Stunde.	62 %	128
Eine halbe bis eine Stunde.	32 %	66
Länger als eine Stunde.	6 %	12

Die **Mehrheit** der Leserinnen und Leser hält sich bei ihrem Besuch **bis zu einer halben Stunde** auf. Das **korreliert mit dem Hauptgrund** „**Bücher/Medien entleihen, abgeben oder verlängern**“. Auch eine Suche nach bestimmten Themen oder Medien ist in der Zeit möglich.

Ein Drittel der Kundinnen und Kunden **bleibt** jedoch **eine halbe bis eine Stunde** und nimmt sich Zeit für ein **ausgiebigeres Stöbern** oder eine **Mediennutzung vor Ort**. Relativ **wenige** Nutzerinnen und Nutzer gaben an, **länger als eine Stunde** in der Stadtbücherei zu verweilen. **Bei einer verbesserten Aufenthaltsqualität ließen sich diese Werte möglicherweise steigern.**

c) Auf die Frage, **wie oft** die Kundinnen und Kunden die **Bücherei normalerweise besuchen**, zeigt sich ein **sehr positives Bild**:

Mehrmals im Monat.	48 %	99
Einmal im Monat.	35 %	72
Seltener, bei Bedarf.	10 %	21
Mehrmals in der Woche.	7 %	14

Knapp die **Hälfte der Leserinnen und Leser** besucht die Bücherei **mehrmals im Monat**, **mehr als ein Drittel** kommt in der Regel **einmal im Monat**. Hier ist ein Zusammenhang mit der Ausleihfrist von drei Wochen zu sehen. Der **Zuspruch von 83 % innerhalb eines Monats** ist als **sehr positiv** zu bewerten. Die Nutzerinnen und Nutzer decken sich somit regelmäßig mit neuen Medien ein. **7 %** gaben sogar an, **mehrmals in der Woche** die Bücherei aufzusuchen. **90 % sehr regelmäßige Nutzerinnen und Nutzer zeigen eine starke Kundenbindung.**

d) Die Frage, ob sie den **Besuch** der Bücherei **mit anderen Erledigungen verbinden**, beantwortete eine **große Mehrheit** der Kundinnen und Kunden mit „ja“.⁶

Ja.	68 %	142
Nein, ich komme ausschließlich in die Bücherei.	37 %	77

Das **Einkaufen** ist mit **120 Nennungen (85 %)** die mit großem Abstand **häufigste Erledigung**, die mit dem Büchereibesuch verbunden wird. Hier stellt sich die Frage, ob die Stadtbücherei mit veränderten Öffnungszeiten, die den Kundinnen und Kunden in ihrem Alltag entgegenkommen, für eine noch stärkere Frequentierung sorgen kann.

e) Was die **gewünschten Inhalte** angeht, zeigt sich ein **deutliches Bild**⁷:

Familie, Freizeit, Hobby	90 %	187
Ausbildung, Weiterbildung, Beruf	11 %	22
Schule, Studium	6 %	13

Die **große Mehrheit** der Kundinnen und Kunden (**90 %**) gab an, **Medien** und Informationen hauptsächlich für **„Familie, Freizeit, Hobby“** zu benötigen. Die Stadtbücherei Barmstedt wird damit ihrem **Schwerpunkt als Familienbibliothek** gerecht.

⁶ Auch hier wurde die Möglichkeit der Mehrfachantworten genutzt, sodass einige angaben, manchmal nur die Bücherei zu besuchen, zu anderen Zeitpunkten aber die Verbindung mit anderen Erledigungen zu nutzen. So erklären sich die Angaben in der Addition über 100 % bzw. 208 Personen.

⁷ Mehrfachangaben waren möglich.

Relativ **wenige** Leserinnen und Leser **suchen Medien für die berufliche Bildung**. Aufgrund der **begrenzten Ressourcen** der Stadtbücherei und der **diversifizierten Möglichkeiten** in Bezug auf Ausbildung, Weiterbildung, Beruf und Studium ist eine umfassende Bereitstellung entsprechender Informationen nicht zu leisten.

Anders sieht es beim Thema **Schule** aus. Hier stellt die Stadtbücherei **für alle Klassenstufen Lernhilfen, Sachbücher sowie Lektüre** bereit. Außerdem ist über den Leihverkehr die Beschaffung weiterer Medien aus anderen Büchereien möglich. Für Schülerinnen und Schüler, die Literatur für Referate benötigen, sowie für Lehrkräfte ist dieser Service kostenlos.

Im Hinblick auf die geringe Zahl der Kundinnen und Kunden, die in der Umfrage angaben, Medien und Informationen für die Schule zu benötigen, ist zu berücksichtigen, dass diese sich an Erwachsene richtete. Hätten wir Schülerinnen und Schüler befragt, wären die Angaben mit großer Sicherheit höher ausgefallen.

Die **Zusammenarbeit mit den Schulen** ist ein **Kernanliegen der Stadtbücherei**. Hierfür wurde im Herbst 2016 eine **eigenständige Umfrage** durchgeführt.

4. Zufriedenheit mit dem Medienangebot

Die Fragen zur Zufriedenheit mit dem Medienangebot zielten darauf ab, Hinweise für den Bestandsaufbau zu erhalten und eventuelle Bestandslücken aufzudecken.

a) Die Umfrage ergab generell eine **sehr hohe Zufriedenheit mit dem Medienangebot**.

	(sehr) zufrieden	eher unzufrieden
Qualität	88 %	4 %
Aktualität	85 %	7 %
Verfügbarkeit	81 %	10 %

Die **sehr hohe Zufriedenheit** in Bezug auf die **Qualität** der Medien spricht für die **richtige Auswahl** in der Anschaffung sowie für eine **gelungene Bestandspflege**.

Die **sehr hohe Zufriedenheit** mit der **Aktualität** zeigt, dass die **Neuanschaffungen im Wochentakt** ebenso wie die Angebote im Bereich der **Bestseller wahr- und angenommen** werden.

Auch mit der **Verfügbarkeit** ist die **große Mehrheit sehr zufrieden**. **Unzufriedenheit** bezieht sich laut Freitextangaben auf die zum Teil **lange Wartezeit auf Neuerscheinungen, Bestseller und Nachrichtenmagazine**. Hier hat die Stadtbücherei bereits reagiert. **Seit dem 01.02.2017** wurden die **Verlängerungsmöglichkeiten** für alle Medien (außer DVDs) von fünf- auf zweimal **beschränkt**. So stehen die **Medien rascher für alle Kundinnen und Kunden wieder zur Verfügung**.

b) Nicht jeder Kunde oder jede Kundin nutzt jede Mediengruppe. Die folgende Tabelle zeigt die **Nutzungsanteile** der 208 Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer⁸ und damit die Rangfolge der beliebtesten Mediengruppen:

⁸ Die an 100 % bzw. 208 fehlenden Angaben sind auf „Keine Antwort“ zurückzuführen.

	Nutzer		Nicht-Nutzer	
Romane	81%	168	8 %	16
Sachbücher	72 %	149	10 %	21
DVDs	60 %	125	13 %	28
Kinderbücher	51 %	107	23 %	48
Zeitungen / Zeitschriften	51 %	107	24 %	50
Jugendbücher	47 %	98	25 %	52
Hörbücher (Erwachsene)	43 %	89	31 %	64
Musik-CDs	41 %	85	28 %	59
Hörbücher (Kinder)	39 %	82	29 %	60
E-Books	18 %	37	43 %	90

Romane sind hier mit **Abstand** die **beliebteste Mediengruppe**, gefolgt von **Sachbüchern**. **DVDs** erfahren auch in Zeiten von Streamingangeboten weiterhin **großen Zuspruch**. Auch **Kinderbücher und Zeitschriften** sind sehr **beliebte Medien**, die von mehr als der Hälfte der Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer genutzt werden. Kinder- und Jugendbuchmedien lägen in der Rangfolge noch höher, wenn man auch die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen selbst befragt hätte. **E-Books** bleiben ein **Zusatzangebot**, das gedruckte Medien nicht ersetzt.

d) Verteilt auf die **einzelnen Mediengruppen** stellt sich die Zufriedenheit der jeweiligen Nutzerinnen und Nutzer wie folgt dar:

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Romane	40 %	55 %	5 %	-

Von den 168 Leserinnen und Lesern, die das **Romanangebot** nutzen, sind **95 % (sehr) zufrieden**. Das ist ein **hervorragender Wert**.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Sachbücher	27 %	58 %	13 %	2 %

Auch die **große Mehrheit** der 149 Nutzerinnen und Nutzer des **Sachbuchangebots** ist **(sehr) zufrieden (85 %)**. Woraus sich die Unzufriedenheit speist, ließ sich aus den Angaben nicht ableiten. Bei den Freitextantworten gab es einzelne Wünsche zu bestimmten Themen (Biologie, Wirtschaft, Reiseliteratur, Bildbände). Allerdings sind finanzielle und räumliche **Ressourcen begrenzt**, ein **Schwerpunkt** liegt auf **Sachbüchern für Kinder** bzw. Schülerinnen und **Schüler** sowie Lernhilfen. Sachbücher der **SPIEGEL-Bestseller-Liste** werden zudem **fast alle angeschafft**.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
DVDs	27 %	54 %	17 %	2 %

125 Teilnehmerinnen und Teilnehmer leihen Filme und Serien. Die **(sehr) zufriedenen** Kundinnen und Kunden sind auch hier in der **Mehrheit (81 %)**. Laut Freitextangaben hat die

Unzufriedenheit zum großen Teil mit **nicht abspielbaren Scheiben** zu tun. An der **physischen Qualitätskontrolle** wird die Stadtbücherei arbeiten und Wege finden, Abspielbarkeit und damit eine größere Kundenzufriedenheit sicherzustellen. Als **erste Maßnahme** wurden DVDs, die eine bestimmte Zahl an Ausleihvorgängen überschritten haben, im März 2017 aus dem Bestand genommen.

Außerdem gibt es Wünsche nach weiteren Serien. Hier hat die Stadtbücherei bereits reagiert und **neue Serien bzw. weitere Staffeln** vorhandener Serien in den Bestand aufgenommen. Auch hier sind die **Möglichkeiten** durch die äußerst begrenzten finanziellen Ressourcen jedoch **limitiert**.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Kinderbücher	50 %	46 %	5 %	-

Mit dem **Kinderbuchangebot** ist eine **überwältigende Mehrheit (96 %)** der 107 Leserinnen und Leser, die oder deren Kinder es nutzen, **(sehr) zufrieden**. Hier **übertrifft die Anzahl der sehr Zufriedenen sogar die Zahl der Zufriedenen**. Im Bereich Kinderbücher macht die Stadtbücherei offenbar (fast) alles richtig.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Zeitungen/-schriften	38 %	50 %	11 %	-

Zeitungen und Zeitschriften finden bei ihren 107 Nutzerinnen und Nutzern **mehrheitlich eine (sehr) große Zufriedenheit (88 %)**. Der **Wunsch** nach bestimmten Zeitschriften, gehobeneren Tageszeitungen sowie Mehrfachexemplaren des SPIEGELS wurden in Freitextangaben geäußert. Im **Januar 2017** hat die Stadtbücherei **sechs Zeitschriftenabonnements ausgetauscht** und damit für frischen Wind und neue Themen gesorgt.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Jugendbücher	42 %	49 %	9 %	-

Die 98 Nutzerinnen und Nutzer von **Jugendbüchern** zeigen mehrheitlich **(sehr) große Zufriedenheit (91 %)**, ein **sehr erfreulicher Wert**, der für eine **gute Auswahl** in diesem Bereich spricht.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Hörbücher (Erw.)	28 %	60 %	12 %	-

Mit den **Hörbüchern für Erwachsene** sind die 89 Nutzerinnen und Nutzer **mehrheitlich (88 %) (sehr) zufrieden**. Die **Unzufriedenheit** wird in den Freitextangaben sowohl mit **beschädigten CDs** begründet als auch mit dem (vermeintlich) nicht aktualisierten Bestand. Dieser Eindruck täuscht jedoch, die Bücherei erhält **jeden Monat neue Hörbücher** für Erwachsene. Zudem gibt es einzelne Wünsche, z. B. nach klassischer Literatur.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Musik-CDs	18 %	64 %	19 %	-

Musik-CDs erfahren von den 85 Nutzerinnen und Nutzern in der Mehrheit (**82 %**) (**sehr große Zufriedenheit**). Gründe für die Unzufriedenheit wurden in den Freitextangaben nicht genannt.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
Hörbücher (Kinder)	37 %	57 %	6 %	-

Mit den **Hörbüchern für Kinder** ist eine **sehr große Mehrheit (94 %)** der 82 Kundinnen und Kunden (**sehr**) **zufrieden**. Angebot und Auswahl treffen offenbar den richtigen Nerv. Die genannte **Unzufriedenheit** hat ausschließlich mit zerkratzten und damit oft **nicht abspielbaren Medien** zu tun. Als **erste Maßnahme** wurden CDs, die eine bestimmte Zahl an Ausleihvorgängen überschritten haben, im März 2017 aus dem Bestand genommen. Weitere Maßnahmen für eine bessere Qualitätskontrolle werden erarbeitet.

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden
E-Books	32 %	58 %	8 %	3 %

E-Books via Onleihe werden von einem **relativ kleinen Teil der Kundinnen und Kunden genutzt** (2016: 177). **90 %** der 37 Onleihe-Nutzerinnen und -Nutzer, die einen Fragebogen ausfüllten, zeigten sich (**sehr**) **zufrieden**. Die **Unzufriedenheit** hat mit dem **Angebot** bzw. der **als kurz empfundenen Leihfrist** zu tun. **Auf beides hat die Bücherei keinen direkten Einfluss**.

5. Zufriedenheit mit dem Service

Neben dem Medienbestand sind Räumlichkeiten, Öffnungszeiten und Personal entscheidend für die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden und damit für den Erfolg der Stadtbücherei.

5.1 Lage und Räumlichkeiten

a) Auf die Frage „**Wie beurteilen Sie die Bücherei in Hinsicht auf die Lage?**“ antworteten die Kundinnen und Kunden wie folgt:

sehr gut	48 %	100
gut	39 %	82
teils teils	4 %	8
weniger gut	1 %	3
schlecht	-	-

Eine **große Mehrheit (87 %)** beurteilt die **Lage der Stadtbücherei** am Holstenring als (**sehr**) **gut**. Die **innenstadtnahe Lage**, verbunden mit **jederzeit guten und kostenlosen Parkmöglichkeiten**, zahlt sich hier offenbar aus.

Ein wenig **überraschend** ist die große Zustimmung für die Lage der Bücherei insofern, da sie wegen der **Treppenstufen** auf der Hauptzugangsseite **für Menschen mit Rollatoren**,

Kinderwagen und Rollstühlen schwer und sonst nur über einen größeren Umweg zu erreichen ist. Die **mangelnde Barrierefreiheit** wurde in den Freitextangaben auch **mehrfach kritisch genannt**.

Möglicherweise **schöpft die Bücherei nicht ihr komplettes Kundenpotenzial aus, denn wer die Bücherei nur umständlich erreicht, wird vielleicht auch davon abgehalten, sie überhaupt zu nutzen**. Diese Menschen wurden mit der Umfrage nicht erreicht.

b) Auf die Frage „**Wie beurteilen Sie die Bücherei in Hinsicht auf die Räumlichkeiten?**“ verteilten sich die Antworten folgendermaßen:

sehr gut	17 %	36
gut	47 %	97
teils teils	17 %	36
weniger gut	10 %	21
schlecht	0,5 %	1

Die **Zufriedenheit mit den Räumlichkeiten ist deutlich niedriger**.⁹ Nur **64 %** (133 Personen) beurteilten diese als **(sehr) gut**.

Die **Kritikpunkte** zeigen sich deutlich in den Freitextangaben¹⁰. Die **Räumlichkeiten** sind der Umfrage zufolge das **Hauptärgernis** für die Nutzerinnen und Nutzer. Vor allem die **Beengtheit**, aber auch die **fehlenden Möglichkeiten, sich gemütlich hinzusetzen**, generell **mangelnde Sitzmöglichkeiten** sowie eine **wenig gemütliche Atmosphäre** tragen zu dieser Einschätzung der Kundinnen und Kunden bei.

Größter Kritikpunkt ist die **räumlichen Enge**. Eine **räumliche Vergrößerung** ist mit Abstand der Punkt, den die Kundinnen und Kunden sich nicht nur wünschen, sondern **als Erstes in Angriff nehmen** würden.

Für den **Wunsch nach mehr Aufenthaltsqualität** spricht der am **zweithäufigsten genannte Punkt**, den die Nutzerinnen und Nutzer schnellstmöglich in Angriff nehmen würden: **Gemütliche Lesecken und Sitzgelegenheiten** schaffen, die zum Verweilen einladen. **Unter den gegebenen räumlichen Umständen ist das nicht zu realisieren**.

Der Wunsch, sich länger in den Räumlichkeiten der Stadtbücherei aufzuhalten, zeigt sich auch in der mehrfach geäußerten **Anregung eines Getränkeangebots** (Kaffee, Tee, Wasser ...). Atmosphäre und Aufenthaltsqualität spielen für die Kundinnen und Kunden eine große Rolle.

Ärger über das WC sowie die **Beleuchtung** wurde ebenso geäußert wie der **Wunsch nach moderneren Räumlichkeiten** und einer **Sanierung** des Gebäudes.

⁹ Zu den Räumlichkeiten gab es im Januar 2017 bereits einen eigenständigen Bericht.

¹⁰ „Was gefällt Ihnen am wenigsten an unserer Bücherei oder worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?“, „Angenommen, Sie könnten an der Bücherei etwas ändern: Was würden Sie als Erstes in Angriff nehmen?“

5.2 Öffnungszeiten

Die Meinung zum Thema Öffnungszeiten wurde an zwei Stellen abgefragt.

Auf die Frage „**Wie beurteilen Sie die Bücherei in Hinsicht auf die Öffnungszeiten?**“ zeigt sich folgendes Bild:

sehr gut	9 %	19
gut	48 %	100
teils teils	21 %	43
weniger gut	11 %	22
schlecht	2 %	4

Mit **57 %** zeigt sich eine **Mehrheit zufrieden mit den Öffnungszeiten**. Doch schon für 21 % treffen die gegenwärtigen Öffnungszeiten nur „teils teils“ ihren Bedarf. 13 % der Kundinnen und Kunden finden die Öffnungszeiten „weniger gut“ oder sogar „schlecht“.

Dass **für über ein Drittel** der Befragten (**34 %**) die **Öffnungszeiten nicht zufriedenstellend** sind, ist ein **kritischer Wert**, den wir sehr ernst nehmen, **zumal die potenziellen Leserinnen und Leser, die die Bücherei gern nutzen würden, aber aufgrund der beschränkten Öffnungszeiten nicht können, durch die Umfrage nicht einmal erfasst** wurden.

Zusätzlich gelten die **Öffnungszeiten** vielen als **Ärgernis**. In den Freitextantworten¹¹ waren sie der **zweithäufigste Kritikpunkt**¹². Gerade **für Berufstätige und Auswärtige**¹³ sind sie vielfach **nicht ideal**. Zudem wurde kritisiert, dass sie **seit Jahrzehnten unverändert** sind.

Eine zweite Frage ermöglichte Freitextangaben. Sie lautete: „**Wenn wir unsere Öffnungszeiten ändern würden, wann würden Sie die Bücherei gerne nutzen?**“

Von der **Möglichkeit, hier Wünsche zu äußern, machten** 141 von 208 Befragten (**68 %**) **Gebrauch**, was zeigt, wie wichtig dieser Punkt für die Kundinnen und Kunden ist. **Nur 31 Personen (15 %)** zeigten sich **an dieser Stelle mit den gegenwärtigen Öffnungszeiten zufrieden**.

Generell wird eine **Erweiterung favorisiert**. Die **Änderungswünsche** lassen sich in folgende Kategorien einteilen:

Noch ein Vormittag. / Öfter vormittags. / Vormittags.	41
Samstagsvormittags. / Samstags. / Wochenende.	31
Abends länger. / Öfter bis 19 Uhr.	19
Früher nachmittags (14 Uhr / 14.30 Uhr). / Mittags, direkt nach Schulschluss.	13
Konkrete Vormittage in der Woche. / Vormittags in der Woche.	7

¹¹ „Was gefällt Ihnen am wenigsten an unserer Bücherei oder worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?“, „Angenommen, Sie könnten an der Bücherei etwas ändern: Was würden Sie als Erstes in Angriff nehmen?“

¹² Gleichauf mit dem Wunsch nach mehr Aufenthaltsqualität.

¹³ Mit 670 von 1.919 Kundinnen und Kunden leben 35 % außerhalb Barmstedts. (Stand: 31.12.2016)

Bei derzeit 20 Wochenöffnungsstunden ist eine Erweiterung sehr wünschenswert. Alle Wünsche lassen sich mit der gegenwärtigen Personalstundenzahl jedoch nicht realisieren.

Um die beiden am häufigsten genannten Wünsche zu erfüllen, bieten sich Öffnungszeiten am Samstagvormittag an. Diese Möglichkeit sowie weitere Varianten der Veränderungen bzw. Erweiterungen der Öffnungszeiten werden diskutiert.

Eine weitere Frage zielte auf ein potenzielles weiteres Serviceangebot: „Wie wichtig wäre Ihnen eine Rückgabemöglichkeit für Medien außerhalb der Öffnungszeiten?“

sehr wichtig	13 %	26
wichtig	25 %	53
eher unwichtig	33 %	68
unwichtig	23 %	48

56 % der Befragten halten die Einrichtung nicht für unbedingt notwendig. 38 % – und damit mehr als ein Drittel der Leserinnen und Leser – finden eine solche Rückgabemöglichkeit jedoch (sehr) wichtig.

Eine Rückgabemöglichkeit außerhalb der Öffnungszeiten sorgt zwar für eine größere zeitliche Freiheit bei der Abgabe der Medien und damit möglicherweise auch für eine Entlastung der Kundinnen und Kunden im Hinblick auf sonst zu zahlende Versäumnisgebühren, Neuausleihen sind jedoch nicht möglich.

Wünschenswert wäre daher zurzeit eher eine Ausweitung der Öffnungszeiten, sodass die volle Bandbreite des Büchereiangebotes von möglichst vielen Besucherinnen und Besuchern genutzt werden kann.

5.3 Personal

Auf die Frage, was ihnen an unserer Bücherei am besten gefällt, nannten 40 Kundinnen und Kunden das Personal. Es freut uns sehr, dass dies die meistgenannte Antwort bei dieser Freitextfrage war.

Auf konkrete Eigenschaften und Services in Bezug auf das Personal befragt, antworteten die Kunden und Kundinnen wie folgt:

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht	
Präsenz	55 %	114	32 %	66	5 %	10	-	-	-	-
Ausleihe, Rückgabe, Verlängerung an der Theke	47 %	98	39 %	82	3 %	7	0,5 %	1	0,5 %	1
Hilfsbereitschaft	62 %	128	19 %	39	8 %	16	3 %	6	0,5 %	1
Freundlichkeit	59 %	123	19 %	39	10 %	20	2 %	5	3 %	7
Kompetenz, fachliche Beratung	43 %	90	29 %	60	5 %	10	3 %	7	0,5 %	1

Die **Mehrheit** der Befragten äußert **Zufriedenheit** im Hinblick auf das **Personal**:

87 % halten dessen **Präsenz** für **(sehr) gut**.

86 % der Kundinnen und Kunden beurteilt die Bücherei im Hinblick auf **Ausleihe, Verlängerung und Rückgabe an der Theke** als **(sehr) gut**.

81 % beurteilen die **Hilfsbereitschaft** als **(sehr) gut**.

78 % empfinden die **Freundlichkeit** als **(sehr) gut**.

72 % beurteilten das Personal in Bezug auf **fachliche Beratung und Kompetenz** als **(sehr) gut**.

In den Freitextangaben¹⁴ wurde jedoch auch mehrfach **Kritik** (40 Nennungen) geäußert im Hinblick auf die zum Teil mangelnde Freundlichkeit der Mitarbeiterinnen sowie ihren zum Teil wenig geduldigen Umgang mit Kindern. Das bedauern wir sehr. Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft sind essenziell in einem städtischen, bürgernahen, kundenorientierten Dienstleistungsbetrieb. (Nicht nur) Kinder sollen sich bei uns willkommen und wohl fühlen!

6. Atmosphäre

Uns hat auch sehr interessiert, wie die Kundinnen und Kunden die Atmosphäre in der Stadtbücherei wahrnehmen. Hier waren Mehrfachantworten möglich.

Angenehm	75 %	155
Ruhig	42 %	87
Kinderfreundlich	40 %	84
Gemütlich	28 %	59
Kommunikativ	14 %	29
Altmodisch	13 %	27
Anregend	13 %	26
Lebendig	12 %	24
Muffig	8 %	17
Langweilig	5 %	11
Modern	4 %	9
Laut	1 %	3

Mit **75 %** empfindet eine **große Mehrheit** die **Atmosphäre** als „**angenehm**“, was uns sehr freut.

42 % nennen sie „**ruhig**“, ein **klassisches Attribut für eine Bibliothek**, wobei teilweise handschriftlich „zu ruhig“ ergänzt wurde.

„**Kinderfreundlich**“ ist mit **40 %** das am dritthäufigsten genannte Attribut.

28 % betrachten die Bücherei als „**gemütlich**“. Nimmt man die Wünsche in den Freitextangaben hinzu, besteht bei der **Aufenthaltsqualität** großer **Verbesserungsbedarf**.

¹⁴ „Was gefällt Ihnen am wenigsten an unserer Bücherei oder worüber haben Sie sich schon einmal geärgert?“, „Angenommen, Sie könnten an der Bücherei etwas ändern: Was würden Sie als Erstes in Angriff nehmen?“, „Haben Sie weitere Anregungen oder Wünsche an das Team der Bücherei?“

Nur **14 %** empfinden die Atmosphäre als „**kommunikativ**“, **13 %** als „**anregend**“ und **12 %** als „**lebendig**“. Zudem empfinden **5 %** sie als „**langweilig**“, **8 %** als „**muffig**“ und **13 %** als „**altmodisch**“, **trotz der teilweisen Modernisierung 2013**. Nur **4 %** nennen die Bücherei „**modern**“.

Dies sind **keine Werte, mit denen eine zukunftsorientierte Bücherei zufrieden sein kann** und an denen wir arbeiten möchten, um ein **besseres Aufenthaltsgefühl** für die Kundinnen und Kunden zu schaffen und ein **modernerer Image** zu vermitteln.

7. Innovation, technische Ausstattung, Orientierung und Internet

Zu einer modernen, zukunftsfähigen Bücherei gehört auch die **technische Weiterentwicklung** sowie die **Präsenz in den gängigen Kommunikationskanälen** der Zeit. **Internetservices** sowie ein **Streben nach Innovation** sollten selbstverständlich sein. Wie die Kundinnen und Kunden die jeweiligen Punkte derzeit beurteilen zeigen folgende Werte:

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht		nutze ich nicht	
Internet-Services: Verlängerung, Vormerkung, E-Mail- Benachrichtigungen	46 %	95	20 %	42	3 %	7	-	-	-	-	12 %	24

Zwei Drittel der Befragten **schätzen die Internet-Services als (sehr) gut**. Das fehlende Drittel nutzt diese Möglichkeit nicht oder machte keine Angaben. Diese Services sind ein Angebot, selbstverständlich übernehmen die Mitarbeiterinnen Verlängerungen, Vormerkungen und telefonische Benachrichtigungen weiterhin gern. Die **Bücherei ist für alle Kommunikationswege offen**.

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht		nutze ich nicht	
Benutzerfreundlichkeit des Online-Katalogs	11 %	23	28 %	59	10 %	20	3 %	7	1 %	2	22 %	45

39 % der Befragten **kommen mit dem Online-Katalog der Stadtbücherei (sehr) gut zurecht**, **14 %** sind **weniger zufrieden**. **22 %** nutzen diese **Möglichkeit der Recherche in unserem Bestand** nach eigenen Angaben **nicht**.

Ein mehrfach genanntes **Problem** ist, **vom im Katalog angegebenen Standort zum richtigen Regal bzw. zum gewünschten Buch zu finden**. Ein **Übersichtsplan**, der auf dem Weg vom Katalog zum Buch hilft, ist **in Arbeit**. Über **verbesserte Katalogfunktionen** bzw. weitere **Orientierungshilfen** wird diskutiert, zurzeit hat die Stadtbücherei auf den bereitgestellten Katalog jedoch keinen Einfluss.

Damit im Zusammenhang steht die generelle **Orientierung in der Bücherei**.

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht		nutze ich nicht	

Regalbeschriftung, Orientierungshilfen	18 %	37	41 %	86	19 %	39	10 %	21	2 %	5	1 %	2
---	------	----	------	----	------	----	------	----	-----	---	-----	---

Die **Mehrheit** der Befragten (**59 %**) beurteilt die Stadtbücherei im Hinblick auf **Orientierungshilfen** als **(sehr) gut**. 31 % und damit **ein knappes Drittel** ist weniger zufrieden und **sieht Verbesserungsbedarf**. In den Freitextangaben wurden mehrfach sowohl die **Aufstellung der Regale**, die **Beschriftung** und die **in einigen Mediengruppen fehlende Sortierung bemängelt**.

Eine Änderung der Regalaufstellung ist zurzeit kaum zu realisieren. Die drei **Taschenbuchständer** wurden **abgeschafft** und die Taschenbücher den Romanen bzw. Krimis zugeordnet. **Verbesserungen bei der Regalbeschriftung** sind **in Arbeit**. Eine **(alphabetische) Sortierung der DVDs und Kinder-DVDs** wurde im März 2017 **umgesetzt**.

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht		nutze ich nicht	
Informationen auf unserer Homepage	16 %	34	28 %	58	8 %	16	0,5 %	1	-	-	20 %	41

44 % der Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer erachten die **Informationen auf der Homepage** der Stadtbücherei als **(sehr) gut**. **Ein Fünftel nutzt diese Informationsmöglichkeit nicht**, 27 % machten zu dieser Frage keine Angabe.

Die Stadtbücherei hat auf diese Werte **reagiert**. Zum einen wird die Homepage mittlerweile **tagesaktuell** gehalten, auch werden **Neuerungen** (z. B. neue Zeitschriftenabonnements, Tiptoi) vorgestellt, **Institutionen** finden Angebote auf einer eigenen Unterseite. Zum anderen ist eine **neue, moderne, übersichtlichere Homepage in Planung**.

Die im August 2016 gestartete **Facebook-Seite** der Stadtbücherei wurde von den Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmern **(noch) wenig genutzt**. Lediglich 23 Personen (11 %) machten dazu Angaben. Immerhin, **diesen gefällt der Auftritt (sehr) gut**. Mittlerweile hat die Seite **Woche für Woche neue Follower** und Abonnenten gewonnen.

Im Hinblick auf die **technische Ausstattung** wird die Bücherei wie folgt beurteilt:

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht		nutze ich nicht	
Technische Ausstattung	8 %	16	20 %	41	9 %	19	4 %	8	0,5 %	1	28 %	59

Die Stadtbücherei möchte auch **in der technischen Entwicklung nicht stehen bleiben**. Hier ist von **Tablets** für Klassenführungen (QR-Code-Rallyes) bis zur Einführung der von immer mehr Bibliotheken mit Erfolg eingesetzten **RFID-Technik**, die Selbstverbuchung durch die Leserinnen und Leser ermöglicht, vieles denkbar. Doch auch in diesem Bereich ist die Bücherei **von den gewährten finanziellen Ressourcen abhängig**.

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht		nutze ich nicht	
Innovationsfreude, Fortschrittlichkeit	10 %	20	28 %	58	15 %	32	4 %	8	1 %	2	9 %	19

38 % schätzen die **Innovationsfreude** der Stadtbücherei als **(sehr) gut** ein. **Ein Fünftel** ist weniger oder gar **nicht zufrieden**.

Die Bücherei muss und möchte sich **weiterentwickeln**, um weiterhin **relevant** und **auf der Höhe der Zeit** zu sein. Dazu zählen technische Entwicklungen ebenso wie angemessene Räumlichkeiten, Veränderungen in Service und Image sowie eine noch stärkere Kundenorientierung. Um die Aufgaben der Zukunft bewältigen zu können, ist sowohl eine **gute finanzielle wie personelle Ausstattung unabdingbar**.

Die Stadtbücherei Barmstedt versteht sich als Kultur- und Lernort, als Vermittlerin von Medien- und Informationskompetenz, als Ort der Innovation und Integration und als **moderne Dienstleisterin** für die Menschen, Gruppen und Institutionen ihrer Kommune und ihres Einzugsgebietes.

8. Veranstaltungsangebot

	sehr gut		gut		teils teils		weniger gut		schlecht		nutze ich nicht	
Veranstaltungsangebot	10 %	20	24 %	49	10 %	20	2 %	4	1 %	2	28 %	59

In den vergangenen Jahren hat sich die Bücherei auf **Angebote für Kinder konzentriert**. Hier sind vor allem die Bastelnachmittage mit Edith Roppel, der FerienLeseClub und die Kinder- und Jugendbuchwochen zu nennen.

In den Freitextangaben wurden mehrfach **Wünsche nach Ausweitungen und Veränderungen** des Veranstaltungsangebots genannt. Hier stand vor allem der Wunsch nach **Veranstaltungen für Erwachsene** im Vordergrund. Anregungen gab es auch für **mehr Abwechslung** in den **Angeboten für Kinder**.

Erste Angebote für Erwachsene wurden bereits realisiert. Am Valentinstag 2017 wurde erstmals ein „**Blind Date mit einem Buch**“ veranstaltet, Ende März 2017 war der **Elmshorner Autor Arne Tiedemann** zu Gast in der Bücherei. Die Lesung war ausverkauft.

Wir freuen uns sehr über das Interesse unserer Kundinnen und Kunden an der **Bücherei als lebendigem und aktivem Ort** und nehmen Ideen gern auf. Eine **Ausweitung des Veranstaltungsangebots** ist zurzeit jedoch **nur mit Überstunden** der Mitarbeiterinnen zu realisieren und damit limitiert.

9. Fazit

Der mehrmonatige große Aufwand der Umfrage und ihrer Auswertung hat sich gelohnt. Die Stadtbücherei hat ein klares, erstmals von Daten gestütztes Bild gewonnen, wie ihre Kundinnen und Kunden sie wahrnehmen, was positiv gesehen wird und wo Wünsche sowie Verbesserungsbedarf bestehen. Mehrere ermittelte Schwerpunkte, kleine und große Stellschrauben zeigen Möglichkeiten auf, die Zufriedenheit zu steigern und auch für die Zukunft gut aufgestellt zu sein. Das ist unser Ziel, daran arbeiten wir!