



Den Haag

Bachelorscriptie

Tevreden Lezers

Een onderzoek naar de service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek Den Haag

Naam	Karan Fatingan
Studentnummer	s1086554
Opleiding en klas	Commerciële Economie 4C
Modulecode	CE4AF
Onderwijsinstelling	Hogeschool Leiden
Afstudeerbegeleider	Ed Feijen
Bedrijfsbegeleider	X
Vorm	Onderzoeksproduct
Status	Definitief
Datum	12 juni 2017

Opdrachtnemer

Naam	Karan Fatingan
Adres	X
Plaats	X

Opdrachtgever

Naam	Bibliotheek Den Haag (onderdeel van Gemeente Den Haag)
Adres	Spui 68, 2511 BT
Plaats	Den Haag

Onderwijsinstelling

Naam	Hogeschool Leiden
Adres	Zernikedreef 11, 2333 CK
Plaats	Leiden

Voorwoord

Het onderzoek 'Tevreden Lezers', dat in het kader van de afstudeerscriptie is geschreven, ligt voor u. Deze scriptie is de laatste drempel om de bachelor opleiding Commerciële Economie aan de Hogeschool Leiden te voltooien.

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Bibliotheek Den Haag, dat onderdeel is van de Gemeente Den Haag. In de periode van februari tot en met juni 2017 is er gewerkt om dit onderzoeksproduct te verwezenlijken. De oriënterende fase aan het begin was erg verwarrend, maar dankzij de behulpzame begeleiding van Ed Feijen heb ik richting kunnen geven aan de opzet van dit rapport. Zijn feedback heeft mij gestimuleerd om na te denken over de stappen die ik kan ondernemen om de scriptie zo volledig mogelijk te maken. Bij deze zou ik hem graag willen bedanken voor zijn inzet. Tevens wil ik ook mijn bedrijfsbegeleider bedanken dat hij mij de ruimte heeft geboden om mijn afstudeerscriptie te schrijven voor Bibliotheek Den Haag.

Veel leesplezier toegewenst,

Karan Fatingan

Management Summary

The library of The Hague consists of eighteen buildings, scattered throughout the city. The main building, located in the city center, attracted more than 1.1 million visitors and customers in 2016. The library is part of the municipality of The Hague and the main building is actually integrated within the city hall. Management wants the marketing department to implement a method, in which they can research service quality and customer satisfaction. It is considered a plus if this method allows for benchmarks, between different library establishments in the city and longitudinal. The means to explore and conduct research to find a method best suitable was performed to finalize the bachelors thesis.

The goal of the research was to deliver a consulting report which delivers an insight into service quality and customer satisfaction within the Central Library of The Hague. The main question was stated as: what is the current perception of adult members, regarding the service quality of the Central Library The Hague? Research was conducted among 7,092 members, using a quantitative approach with the LIBQUAL+™, which is specifically designed to measure service quality and customer satisfaction for libraries. A total of 715 respondents completed the survey, which was more than the minimum of 365 for statistic reliability. This model was designed after years of research and is based on the famous 1985 SERVQUAL-model, by Parasuraman, Zeithaml and Berry. The model consists of three dimensions: *affect of service*, *library as place* and *information control*. The LIBQUAL+™ uses a standardized set of questions, which have been applied to more than 1,000 libraries worldwide and offers the ability to benchmark between different library establishments, longitudinal and to compare scores with the LIBQUAL+™ norm table, which is based on the worldwide scores. The model measures service quality from three different angles, in which two measure expectation and one the current perception. Research has shown that it is not reliable to measure expectations together with current perceptions in one survey, because the expectation will be deluded after the experience has taken place. Therefore only the perception aspect of LIBQUAL+™ was applied, in order to conduct a reliable and representative research.

The findings, which were processed using SPSS, suggest that *affect of service* and *information control* score above average, but *library as place* below. Four out of five items, which make up the *library as place* dimension, scored poorly. Customers were most dissatisfied with noise disturbance, unexciting decoration and the lack of group oriented workspaces. Furthermore, the only negative scoring item outside of the *library as place* dimension is the insight from employees on the needs of customers. This item belongs to the *affect of service* dimension. The lack of insight is especially perceived by younger library members, as results show. Respondents reported that they prefer an e-mail reminder when their book expiration date nears, instead of a letter.

Recommendations are made in order to improve the service quality and customer satisfaction. The library has to focus mainly on the *library as place* and the single item within *affect of service*. To improve the *library as place* there should be stricter rules on noise disturbance, which can be regulated by security. The library can create inspirational spaces by painting scientists and role models on the empty walls. In order to improve the insight for younger members there should be more younger librarians at work, possibly part-time students. Employees whose insights came up short can be trained, in order to be more sufficient. For *information control*, the IT department can setup e-mail reminders, instead of using letters. Also further research should be conducted to perform benchmarks, longitudinal comparisons and investigate the potential of customer loyalty, value, and segmentation.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Management Summary	4
Begrippenlijst	8
Inleiding	9
1 Probleemformulering	10
1.1 Doelstelling	10
1.2 Probleemstelling	10
1.3 Deelvragen	10
2 Theoretisch kader	12
2.1 Afgeleide vraag	12
2.2 Klanttevredenheid	12
2.2.1 De bijdrage van klanttevredenheid aan een organisatie	13
2.2.2 Bijdrage van klanttevredenheid aan de bibliotheek	14
2.3 Klantloyaliteit	15
2.3.1 Loyaliteit in kaart brengen	15
2.4 Service kwaliteit	16
2.4.1 Modellen om service kwaliteit te meten	17
2.4.2 Klanttevredenheid en service kwaliteit als twee constructen	22
2.5 Het meten van de klantperceptie bij bibliotheken	23
2.6 Service kwaliteit van bibliotheken benchmarken	23
2.7 Conceptueel model	24
2.8 Hypothesen en operationalisatie	25
3 Onderzoeksverantwoording	26
3.1 Methode van onderzoek	26
3.2 Steekproef	27
3.3 Veldwerk	28
3.4 Enquête	28
3.4.1 Opbouw van vragenlijst	29
3.5 Responsbevorderende maatregelen	29
3.6 Controle van data	29
3.7 Verwerking	29
4 Deskresearch resultaten	30

4.1 Primair	30
4.1.1 Beleidsplan (overheidspublicatie)	30
4.1.2 Mystery guest onderzoek (onderzoeksrapport)	31
4.1.3 BiebPanel onderzoek (onderzoeksrapport)	32
4.1.4 Jaarverslag 2016 (overheidspublicatie)	32
4.2 Secundair	33
4.2.1 Recensies (internet)	33
4.2.2 Biebleden: klanten of gebruikers? (boek: Assessing Service Quality)	34
4.2.3 Cijfers Centraal Bureau voor de Statistiek (overheidspublicatie)	34
4.3 Conclusie deskresearch	34
5 Fieldresearch resultaten	35
5.1 Verantwoording respons	35
5.2 Scores en normering	36
5.2.1 Hoe scoren de dimensies, ten opzichte van de normering?	36
5.2.2 Hoe scoort de beste en slechtste item per dimensie?	36
5.3 Service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek	37
5.3.1 Hoe wordt de affect of service dimensie beoordeeld?	38
5.3.2 Hoe wordt de library as place dimensie beoordeeld?	38
5.3.3 Hoe wordt de information control dimensie beoordeeld?	38
5.3.4 In welke mate verschilt de beoordeling tussen leeftijdscategorieën?	39
5.3.5 In welke mate verschilt de beoordeling op basis van geslacht?	39
5.3.6 In welke mate is er een samenhang tussen het aantal bezoeken en de service kwaliteit beoordeling?	39
5.4 Aanbeveling door leden	40
5.4.1 Welke leeftijdscategorie geeft de hoogste aanbeveling?	40
5.4.2 Welke leeftijdscategorie geeft de laagste aanbeveling?	40
5.4.3 In welke mate heeft geslacht invloed op de aanbeveling?	41
5.4.4 In hoeverre geven leden die de bibliotheek vaker bezoeken een hogere aanbeveling?	41
5.5 Bezoekersfrequentie en demografische factoren	41
5.5.2 In hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en geslacht?	41
5.6 Toetsing van hypothesen	42
5.6.1 Toetsing van individuele dimensies	42
5.6.2 Toetsing van ervaren service kwaliteit model met Cronbach's Alpha	42

6 Conclusie	43
6.1 Terugkoppeling deelvragen en probleemstelling	43
6.2 Terugkoppeling hypothesen	46
6.3 Beperkingen	46
7 Aanbevelingen	48
7.1 Dimensies	48
7.2 Verder onderzoek	49
8 Implementatie	51
8.1 Implementaties binnen de dimensies	51
8.2 Implementaties voor verder onderzoek	53
Literatuurlijst	54
Bijlage 1 Originele vragenlijst LIBQUAL+TM	58
Bijlage 2 Voorbeeld van additionele LIBQUAL+TM vragen van een academische bibliotheek	59
Bijlage 3 Toegepaste vragenlijst	60
Bijlage 4 Verstuurde e-mail naar respondenten	62
Bijlage 5 SPSS output: grafieken profiel respondenten	63
Bijlage 6 SPSS output: LIBQUAL+™ dimensies en items	64
Bijlage 7 SPSS output: algemene vragen	68
Bijlage 8 SPSS-output: bezoekers en leeftijd	71
Bijlage 9 SPSS-output: NPS aanbeveling	76
Bijlage 10 Normeringstabel LIBQUAL+™	78
Bijlage 11 SPSS output: lijngrafiek dimensies en leeftijd	80
Bijlage 12 SPSS output: regressieanalyses en correlaties	81
Bijlage 13 SPSS output: NPS aanbeveling naar geslacht	82
Bijlage 14 SPSS output: NPS aanbeveling naar bezoekersfrequentie	83
Bijlage 15 SPSS-output: hercoderen van open vraag	84
Bijlage 16 SPSS output: service kwaliteit beoordeling naar bezoekersfrequentie	85

Begrippenlijst

Benchmarken	Het vergelijken van de prestaties van organisaties, producten of diensten.
Betrouwbaarheid	Dezelfde resultaten onder dezelfde condities van een meting (herhaalbaarheid). De kans dat resultaten op toeval berusten wordt meestal gemeten met een betrouwbaarheid van 95%.
BiebPanel	Kwantitatief marktonderzoek specifiek voor de bibliotheekbranche. Dit wordt uitgevoerd door de dienstverlenende organisatie ProBiblio.
Chi-square	Statistische toets om de samenhang tussen twee variabelen te meten.
Cronbach's Alpha	Een methode om vast te stellen of meerdere items of componenten deel mogen uitmaken van een begrip of dimensie, door middel van de onderlinge correlatie te toetsen. Dit staat ook bekend als een betrouwbaarheidsanalyse.
Indicatief	Wanneer een onderzoek indicaties geeft zonder statistische betrouwbaarheid.
Leentransactie	Wanneer een klant materiaal van de bibliotheek leent.
LIBQUAL+™-model	Het model dat ontwikkeld is door de ARL en Texas A&M University. Dit model is voorzien van het handelsmerk symbool, conform de wensen van de merkhouders American Research Libraries. De richtlijnen van het INTA (International Trademark Association, 2017) zijn hierbij gehanteerd.
Mystery guests	Een kwalitatieve vorm van onderzoek waarbij onderzoekers observaties doen door zich voor te doen als klanten.
Normering	De normeringstabel, opgesteld door het ARL, waarmee de scores van het LIBQUAL+™ model geïnterpreteerd kunnen worden.
Pearson correlatie	De lineaire relatie tussen twee variabelen. Heeft een waarde tussen 1 en -1, waarbij 1 een positieve correlatie aangeeft.
Representatief	Vertegenwoordigend voor een grotere groep of geheel.
Service kwaliteit	De kwaliteit van de dienstverlening. In het Engels beter bekend als <i>service quality</i> .
Standaarddeviatie	De standaarddeviatie, ook bekend als standaardafwijking, geeft aan in hoeverre getallen verspreid zijn rondom het gemiddelde. Bij een standaarddeviatie van 0 zouden alle getallen overeenkomen met het gemiddelde. Wanneer de standaarddeviatie groter is, betekent dit dat de afstand tot het gemiddelde groter is. In het algemeen geldt dat de standaardafwijking groter wordt bij een grotere range.
Validiteit	Accuraatheid van een meting.

Inleiding

De gemeente Den Haag is opgedeeld in negen diensten en de bibliotheek valt onder Dienst Publiekszaken (DPZ). Hiermee valt de Haagse bibliotheek direct onder het beleid van de overheid. Bibliotheek Den Haag heeft 18 vestigingen die verspreid zijn over de gehele stad. Hierdoor is elke vestiging goed bereikbaar voor de inwoners. De bibliotheek zorgt ervoor dat iedereen toegang heeft tot informatie. Inwoners van Den Haag kunnen onder andere boeken, Cd's, Dvd's en E-books lenen voor een bepaalde periode. Deze kunnen online verlengd worden, zodat de organisatie weet wanneer ze het materiaal terug kunnen verwachten. De inwoners maken hierbij gebruik van een abonnement, waarbij verschillende doelgroepen gesegmenteerd worden, in de vorm van een uniek pasje met een code. Leden die jonger dan 18 jaar zijn maken gebruik van de gratis jeugdpas en er bestaan drie soorten abonnementen voor volwassenen: Kleine pas (€15,50), Basispas (€32,-) en Sterpas (€57,-). Doelgroepen worden gesegmenteerd op drie manieren:

1. Leeftijdscategorieën: jonger dan 18 jaar, 18-25 jaar, 25-65 jaar en 65 jaar of ouder.
2. Studenten: ontvangen €22 korting op de Basispas. Kleine- en Sterpas normale prijs.
3. Ooievaarspashouders: Ontvangen een gratis Basispas. Kleine- en Sterpas normale prijs.

Ook biedt de bibliotheek ruimtes aan waar iedereen kan lezen, studeren of internetten. De organisatie regelt vaak evenementen, met culturele verrijking als doel. Dit doen ze voor jong en oud. In november 2014 is de wet voor openbare bibliotheken herzien en geactualiseerd door de Raad van State, in overleg met andere overheidsorganen. Nadat dit wetsvoorstel goedgekeurd was door de koning is deze van kracht sinds 1 januari 2015. De belangrijkste taak van een bibliotheek wordt daarin opgesteld als volgt: *“Een openbare bibliotheekvoorziening heeft een publieke taak die zij voor het algemene publiek vervult op basis van de waarden onafhankelijkheid, betrouwbaarheid, toegankelijkheid, pluriformiteit en authenticiteit”* (Wet stelsel openbare bibliotheekvoorzieningen H1. Artikel 4, 2017).

Bibliotheek Den Haag bedient een groot aantal leden en is officieel geopend op 18 januari 1906 (Schneiders, 2006). Uit het allereerste jaarverslag, dat gepubliceerd werd op 1 januari 1907, bleek dat de Haagse bibliotheek 21.111 bezoekers had aangetrokken. In 1909 was dat aantal gestegen naar 46.484, ruwweg een verdubbeling. Uit het meest recente jaarverslag, van 2016, blijkt dat de bibliotheek cumulatief 2.666.000 bezoekers heeft aangetrokken dat jaar, waarvan 1.117.000 de hoofdvestiging bezocht heeft. Het aantal unieke bezoekers is niet bekend.

Soms klagen bezoekers bij de werknemers van de bibliotheek over hun ontevredenheid. Deze klachten worden niet concreet gemaakt en het management is benieuwd hoe de bezoekers de dienstverlening ervaren. In voorgaande jaren heeft de bibliotheek getracht de klanttevredenheid te meten door middel van observaties en interviews in de vorm van mystery guests. Hier zijn ze in 2015 mee gestopt, omdat het niet representatief was voor de gehele populatie en de kosten erg hoog waren om elke vestiging op deze manier te meten. Ook namen zij deel aan de BiebPanel, een online enquête voor alle bezoekers die hun feedback konden doorgeven over verschillende aspecten, waaronder klanttevredenheid. Het is gebleken dat deze panel slechts indicatieve resultaten voortbracht, omdat slechts een klein deel van de klanten de vragenlijst voltooide en de vragen niet representatief waren. Het budget van de bibliotheek is gekort vanwege bezuinigingen en dus zijn ze op zoek naar andere manieren om de klanttevredenheid te meten.

1 Probleemformulering

De probleemformulering geeft aan welke vraag er is vanuit de organisatie. Deze vraag wordt vertaald naar een probleemstelling, dat als leidraad functioneert voor het rapport. Dit hoofdstuk zal daar verder op ingaan en helder maken in welke deelvragen dit probleem ingedeeld kan worden. Ook wordt de doelstelling geformuleerd en zullen de grenzen van het onderzoek kort benoemd worden.

1.1 Doelstelling

De opdrachtgever, Bibliotheek Den Haag, wil systematisch de klanttevredenheid in kaart brengen, zodat zij inzien hoe klanten de bibliotheek percipiëren. Belangrijk hierbij voor het management is om een groot aantal klanten te betrekken in het onderzoek. Een pre is dat zij hopen om eventueel de verschillende vestigingen te benchmarken tegenover elkaar, om te kijken hoe elke vestiging scoort. Ook willen zij toekomstige resultaten vergelijken met eerdere uitkomsten, zodat er periodiek inzicht komt in de kwaliteit van de bibliotheek. Deze twee optionele eisen worden als subdoelstellingen gezien. De opdrachtnemer voert dit onderzoek uit in het kader van de scriptie, om met goed gevolg de studie Commerciële Economie te voltooien.

De doelstelling is geformuleerd als volgt:

In opdracht van Bibliotheek Den Haag, dat onderdeel is van de gemeente Den Haag, wordt onderzoek uitgevoerd naar de kwaliteit van de dienstverlening van de Centrale Bibliotheek Den Haag, teneinde een adviesrapport op te stellen met als doel inzicht krijgen in de klanttevredenheid.

Grenzen onderzoek

Het onderzoek richt zich enkel op de volwassen leden van de Centrale Bibliotheek Den Haag (hoofdvestiging). In hoofdstuk 3 wordt de verantwoording voor de grenzen nader toegelicht.

1.2 Probleemstelling

Daarbij staat de volgende vraag centraal:

Wat is de huidige perceptie van de volwassen leden ten aanzien van de service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek Den Haag?

1.3 Deelvragen

De deelvragen zijn verdeeld over het theoretisch kader en fieldresearch. De eerste drie deelvragen bij het theoretisch kader fungeren als de basis van het onderzoek en bespreken essentiële begrippen die relevant zijn in het kader van dit onderzoek. Een aantal deelvragen bestaan uit sub-deelvragen om meer inzicht te bieden in de betreffende deelvraag. De volgende deelvragen zijn geformuleerd:

Theoretisch kader

1. Wat is klanttevredenheid?
 - a. Welke bijdrage levert klanttevredenheid aan een organisatie?
 - b. In hoeverre kan klanttevredenheid bijdragen aan een bibliotheek?
2. Wat is klantloyaliteit?
 - a. In hoeverre kan klantloyaliteit achterhaald worden?
3. Wat is service kwaliteit?
 - a. Hoe wordt service kwaliteit gemeten?
 - b. In hoeverre verschillen de constructen klanttevredenheid en service kwaliteit?
4. Hoe wordt perceptie gemeten in de bibliotheekbranche?
5. Hoe kan de service kwaliteit van een bibliotheek gebenchmarkt worden?

Fieldresearch

6. In hoeverre scoort de bibliotheek positief, ten opzichte van de normering?
 - a. Hoe scoren de dimensies, ten opzichte van de normering?
 - b. Hoe scoort de beste en slechtste item per dimensie?
7. Hoe wordt de service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek beoordeeld?
 - a. Hoe wordt de *affect of service* dimensie beoordeeld?
 - b. Hoe wordt de *library as place* dimensie beoordeeld?
 - c. Hoe wordt de *information control* dimensie beoordeeld?
 - d. In welke mate verschilt de beoordeling tussen leeftijdscategorieën?
 - e. In welke mate verschilt de beoordeling op basis van geslacht?
 - f. In welke mate is er een samenhang tussen het aantal bezoeken en de service kwaliteit beoordeling?
8. In welke mate wordt de Centrale Bibliotheek actief aangeraden door de leden?
 - a. Welke leeftijdscategorie geeft de hoogste aanbeveling?
 - b. Welke leeftijdscategorie geeft de laagste aanbeveling?
 - c. In welke mate heeft geslacht invloed op de aanbeveling?
 - d. In hoeverre geven leden die de bibliotheek vaker bezoeken een hogere aanbeveling?
9. In hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en demografische factoren?
 - a. In hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en leeftijd?
 - b. In hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en geslacht?

2 Theoretisch kader

Het theoretisch kader bespreekt wetenschappelijke theorieën en modellen die relevant zijn voor het onderzoek. De structuur van de deelvragen is in het eerste hoofdstuk benoemd en de eerste vijf vragen vallen onder dit hoofdstuk. Allereerst worden de relevante begrippen klanttevredenheid, klantloyaliteit en service kwaliteit toegelicht, omdat deze dienen als fundering voor het onderzoek. Deze toelichting bestaat uit wetenschappelijk onderzochte theorieën en modellen en vormen de basis van het onderzoek. Vervolgens worden de overige (sub)deelvragen, met kennis van de begrippen, uitgewerkt. Nadat de deelvragen zijn uitgewerkt wordt met behulp van de behandelde theorie gekozen voor een conceptueel model. Uit dit model worden de hypothesen opgesteld om verbanden te toetsen.

2.1 Afgeleide vraag

De afgeleide vraag dient als rode draad om richting te geven bij het verzamelen van relevante wetenschappelijke bronnen en luidt als volgt:

Hoe kan een dienstverlenende non-profit organisatie, zoals een bibliotheek, de kwaliteit van de geleverde dienstverlening meten om de klanttevredenheid eventueel te verbeteren?

2.2 Klanttevredenheid

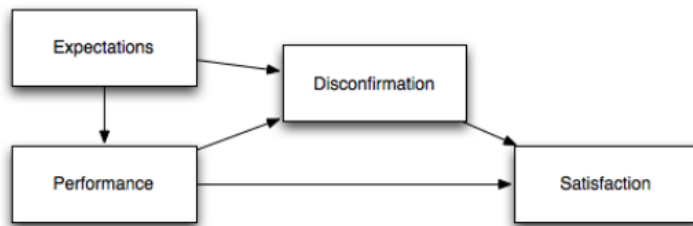
Het begrip tevredenheid komt oorspronkelijk van de Latijnse woorden *satis* (genoeg) en *facere* (om te doen). Volgens Oliver (1980) impliceren deze termen dat tevredenheid gaat om voldoening. Het begrip klanttevredenheid heeft meerdere definities, maar de essentie is altijd hetzelfde. De definitie wordt als volgt beschreven: *“De beleving van klanten die ontstaat door het vergelijken van de ervaringen van een onderneming met de wensen die men heeft. Als de beleving van de klant niet aan diens wensen voldoet, dan is de klant ontevreden tot zeer ontevreden. Is de beleving van de klant gelijk aan de wensen van de klant, dan is hij of zij tevreden. Als de beleving de wensen overtreft, dan is de klant zeer tevreden”* (Thomassen, 2002, p. 78). De definitie die Thomassen (2002) stelt gaat uit van de beleving en wensen van de klant. Als de werkelijke ervaring gelijk is aan de klantverwachting, dan is de klant tevreden. Mocht het zo zijn dat de geleverde dienst minder is dan de verwachting, dan is er sprake van een ontevreden klant.

Hallowell (1996) stelt dat klanttevredenheid, bij dienstverlenende organisaties, afhankelijk is van de klantperceptie. Hierbij is het belangrijk dat de aangeboden service overeenkomt met de betaalde prijs. Fornell (1996) beweert dat klanttevredenheid grotendeels tot stand komt door te kijken naar de ervaren kwaliteit van een dienst en daarna naar de gepercipieerde waarde. Klanttevredenheid in de dienstverlening is dus afhankelijk van de ervaring van de klant op het gebied van service kwaliteit en de financiële afweging daarbij.

Het meten van de tevredenheid van klanten is belangrijk om ervoor te zorgen dat klanten niet overstappen naar concurrenten. Pelsmacker geeft aan waarom klanttevredenheid belangrijk is in het volgende citaat: *“Doordat veel bedrijven te maken hebben met hevige concurrentie is het belangrijk om klanten te behouden en hun tevredenheid over de geleverde producten/diensten periodiek in kaart te brengen”* (Pelsmacker, 2010, p. 493).

Tevredenheid is complexer dan men in eerste instantie zou denken. Uit de beschrijving van de definitie van klanttevredenheid wordt duidelijk dat een klant bepaalde verwachtingen heeft van een dienst of product en deze vergelijkt met andere ondernemingen. Dit heeft veel raakvlakken met het disconfirmatiemodel (Expectancy Disconfirmation Model) van Oliver (1980). Het begrip disconfirmatie

houdt in dat er een afwijking kan ontstaan bij de klant tussen de verwachting en realiteit. De klant heeft een verwachting, voordat hij gebruik maakt van een dienst of product, en zal de werkelijke ervaring achteraf vergelijken met zijn verwachting. De verwachting is dus het meetpunt. Als de prestatie van het product of dienst in de werkelijkheid hoger is dan de verwachting is er sprake van een positieve disconfirmatie. Wanneer het omgekeerde zich voordoet en de prestatie lager is dan de verwachting, dan is er sprake van een negatieve disconfirmatie. Bij een overeenkomst tussen de verwachting en realiteit is er sprake van confirmatie. Het gevolg van een negatieve disconfirmatie kan zijn dat de klanttevredenheid daalt. Het disconfirmatiemodel staat weergegeven in Figuur 1.



Figuur 1. Disconfirmatiemodel (Oliver, 1980)

Het gevoel van tevredenheid kan positief of negatief zijn. Dit gevoel kan tot stand komen door verschillende factoren, zoals: hoe was de ervaring met het personeel? Hoelang was de wachtrij om een boek te lenen? Was het makkelijk om te navigeren? Wat was de algemene indruk van de fysieke aspecten? Wanneer deze zaken gemeten worden na een eerste bezoek, dan is er geen sprake van validiteit (Hernon, Altman & Dugan, 2015).

2.2.1 De bijdrage van klanttevredenheid aan een organisatie

Binnen de marketing wordt ervan uitgegaan dat de consument een product of dienst aanschaft om een bepaalde behoefte te bevredigen (Kotler, 2003). Klanten zijn belangrijk voor een organisatie, omdat zij uiteindelijk ervoor zorgen dat het bedrijf bestaat. Een positieve klant kan een grotere financiële waarde opleveren dan een negatieve klant, doordat de positieve klant wellicht vaker producten of diensten afneemt en het bedrijf ook promoot bij anderen. Thomassen (2002) stelt dat het overtreffen van de verwachting en wensen van de klant leidt tot zeer tevreden klanten. Dit staat bekend als *customer delight*. Zeer tevreden klanten zijn loyaal aan een organisatie en zijn bereid om een hogere prijs te betalen, vanwege de band. In 1994 hebben Anderson, Fornell en Lehmann de gevolgen van klanttevredenheid onderzocht bij commerciële organisaties. Zij hebben geconcludeerd dat bedrijven die zeer tevreden klanten bedienen een relatieve netto stijging van 11,5% terugzien in de winst, gedurende een periode van vijf jaar. Ook was het marktaandeel significant hoger. In feite zorgt klanttevredenheid dus voor betere bedrijfsresultaten en een sterkere positie op de markt.

Volgens de cyclus van klantenmanagement (Thomassen, 2002) zijn er een aantal procesmatige stappen die voor en na klanttevredenheid komen. In Figuur 2 is de cyclus weergegeven. Stap 1 is bij de bibliotheek al bepaald, er is namelijk geen specifieke doelgroep, aangezien het fungeert als een publieke voorziening. Wel worden klanten gesegmenteerd op basis van leeftijd en welke abonnement zij afnemen.

Stap 2 geeft klantgerichtheid weer en geeft aan hoe een organisatie is ingericht en zich aanpast om de



Figuur 2. Cyclus van klantenmanagement (Thomassen, 2002)

klant te bedienen. Mocht het blijken dat bepaalde bediening methodes niet meer van deze tijd zijn, kan het voorkomen dat de klant dit niet meer waardeert. In dat geval zouden deze methodes aangepast moeten worden conform de wens, zodat deze weer aansluiten bij de klant en hij dit kan waarderen.

Wanneer de bedrijfsprocessen klantgericht werken kan er sprake zijn van klanttevredenheid en vertrouwen, wat weer

leidt tot klantentrouw en uiteindelijk tot financiële klantwaarde.

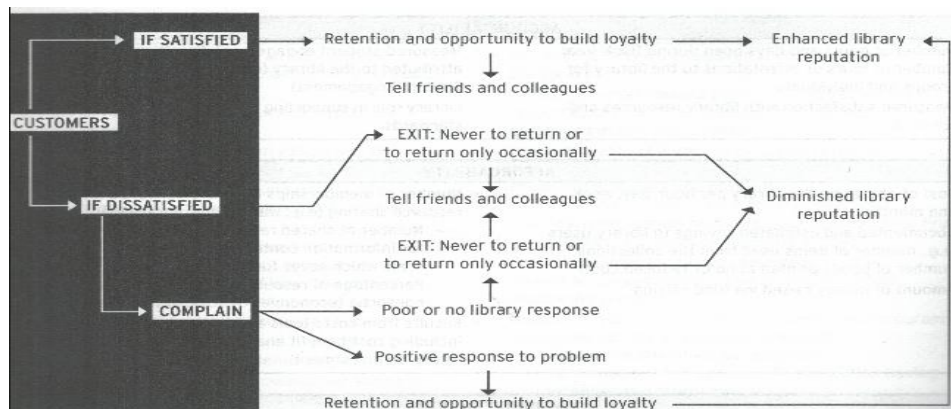
2.2.2 Bijdrage van klanttevredenheid aan de bibliotheek

Binnen een commerciële omgeving speelt het begrip klanttevredenheid dus een grote rol. De bibliotheek is een non-profitorganisatie met hele andere doelstellingen en is niet puur gefocust op winst. De bibliotheek is in de afgelopen jaren veel veranderd. Vroeger was de primaire functie om boeken beschikbaar te stellen voor het publiek, tegenwoordig biedt de bibliotheek meer materialen aan en richten zij zich ook op cursussen en evenementen. Doordat de maatschappij veel verandert op bepaalde gebieden, zoals digitalisering, moet de bibliotheek ook veranderen om te overleven. Hernon et al. (2015) stellen dat bibliotheken mee moeten veranderen met de ontwikkelingen in de samenleving, zodat ze een aandeel kunnen blijven leveren voor het publiek. Om dit te bereiken is het van essentieel belang dat deze voorzieningen zich richten om de kwaliteit van hun dienstverlening zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de klant. Dit levert een betere waarde voor de gemeenschap en draagt bij aan het bestaansrecht van de bibliotheken.

Het wordt steeds moeilijker voor bedrijven om zich te onderscheiden alleen op basis van de geleverde producten of diensten, zonder dat de belevingscomponent daar een rol in speelt. Thomassen en De Haan (2016) beweren dan ook dat de huidige maatschappij verandert naar een 'belevingsmaatschappij'. Het is dus essentieel dat klanten een positieve beleving overhouden na het consumeren van een dienst. Dit geeft aan dat het vragen naar de ervaring een essentieel component is om de dienstverlening te meten.

Overigens heeft de bibliotheek een publieke taak en functie, waar de Nederlandse overheid eisen aan stelt. In het kader van cultuur en ontwikkeling is het daarbij ook belangrijk dat deze rol relevant blijft in de huidige dynamische maatschappij (Bibliotheek Den Haag, persoonlijke communicatie, 3 april 2017).

Het meten van de klanttevredenheid zorgt er dus voor dat de taak van de bibliotheek zo goed mogelijk uitgeoefend kan worden voor klanten en bezoekers. Hier speelt reputatie een belangrijke rol, zoals Hernon et al. (2015) aangeven. Het belang van tevreden of ontevreden bibliotheekklanten is schematisch opgesteld en is weergegeven in Figuur 3. Hieruit valt af te lezen dat klanttevredenheid de eerste stap is om klanten te behouden. Klantloyaliteit volgt daarna en is een vervolgstap. Dit komt overeen met de theorie en het model van Thomassen (2002).



Figuur 3. Effecten van tevreden en ontevreden klanten bij bibliotheken (Hernon et al., 2015)

2.3 Klantloyaliteit

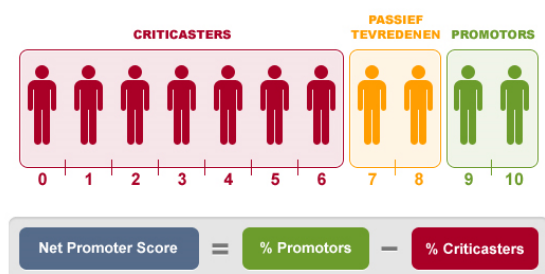
Klantloyaliteit is, net als klanttevredenheid, een erg breed begrip. Klantloyaliteit geeft weer in welke mate klanten loyaal zijn aan een bedrijf (Cronin & Taylor, 1992). Jones en Sasser (1995) omschrijven loyaliteit als: het gevoel van verbondenheid met of affectie voor een organisatie, haar mensen, goederen of diensten. Het begrip *attitudinal loyalty* wordt hier aan gekoppeld door de onderzoekers. Het is voor organisaties lastig om loyaliteit te meten, daarom hebben Jones en Sasser uiteindelijk geconcludeerd dat loyaliteit gemeten kan worden door middel van het volgende: de intentie van een klant om herhaal aankopen te doen bij een bedrijf. Het koopgedrag van een klant valt onder de *behavioral attitude*. De onderzoekers stellen dat uitermate tevreden klanten uiteindelijk echt loyaal zijn, omdat hun intentie voor herhalingsaankopen vaak zes keer hoger is dan tevreden klanten. Er wordt bij loyaliteit dus gekeken naar twee dimensies:

1. De houding (*attitudinal*) van de klant.
2. Het gedrag (*behavioral*) van de klant.

Een belangrijk aspect dat in sterke mate de klantloyaliteit beïnvloedt is een hoge kwaliteit van de service van het bedrijf. Een populaire manier om klantloyaliteit in kaart te brengen is de Net Promotor Score.

2.3.1 Loyaliteit in kaart brengen

De Net Promotor Score (NPS) is een eenvoudige tool dat ontwikkeld is in 2003 door Reichheld. Het doel is om een mate van klantloyaliteit te meten door een enkele vraag te stellen: *Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/kennis/familielid/collega?*



Figuur 4. Net Promotor Score model van Reichheld (2012)

Het NPS-model is weergegeven in Figuur 4 (Reichheld, 2012). Er zijn drie segmenten te onderscheiden:

1. Criticasters: dit zijn de klanten die een cijfer van 0 t/m 6 geven, omdat ze niet tevreden zijn of een neutrale houding hebben.
2. Passief tevreden: klanten die een 7 of 8 geven.
3. Promoters: klanten die erg tevreden zijn en dus een 9 of 10 geven.

De NPS wordt uitgedrukt als een absoluut getal, waarbij een positieve NPS (groter dan 0) als goed

wordt beschouwd. De berekening van de score staat weergegeven in de afbeelding. Stel dat 60% van de respondenten promotors zijn, 25% passief tevredenen en 15% criticasters, dan is de NPS $60 - 15 = 45$.

Voor- en nadelen

Deze methode wordt steeds vaker toegepast door organisaties, omdat het een eenvoudige vraag is voor respondenten. Door een enkele vraag te stellen kan een cijfer bepaald worden dat inzicht biedt in de klantloyaliteit. Tegelijkertijd is de eenvoud en eenzijdigheid van dit model ook de grootste valkuil. Het biedt namelijk geen diepgaande informatie over werkelijke klantloyaliteit, omdat het in de praktijk een complexer construct is (Kristensen & Eskildsen, 2014). Om de werkelijke toegevoegde waarde van de NPS te meten hebben Keiningham, Cooil, Andreassen en Aksoy in 2007 onderzoek verricht naar de NPS onder 15.000 consumenten in Noorwegen. Hieruit concludeerden de onderzoekers dat de NPS geen belangrijker gegeven is dan klanttevredenheid. Raessens (2015) duidt aan dat neurologisch onderzoek hier in de toekomst een grote rol in zou kunnen spelen. Momenteel wordt deze vorm van onderzoek nog niet uitgebreid toegepast, vanwege de zeer hoge kosten die het met zich meebrengt (Bastiaansen, 2016).

2.4 Service kwaliteit

Het aanbieden van een hoge kwaliteit van de dienstverlening draagt bij aan de klanttevredenheid en is belangrijk voor een organisatie om zich te onderscheiden van de concurrentie (Hung, Huang & Chen, 2003). De moderne benadering van service kwaliteit is begonnen aan het eind van 1970 (Rust & Oliver, 1994). Vanaf 1980 hebben onderzoekers het construct daadwerkelijk getracht te onderzoeken, met Grönroos als een van de pioniers, gevolgd door Parasuraman, Zeithaml en Berry. In 1985 hebben de laatst genoemde onderzoekers service kwaliteit gedefinieerd als “the gap between customers’ expectations and perceptions” (p. 46) in hun bekende SERVQUAL (*Service Quality*) paper. Zij beweren dat de kloof tussen de verwachting en perceptie van de klant in feite de essentie is van service kwaliteit. Cronin en Taylor hebben dit werk kritisch bekeken en onderzocht in 1992 en concludeerden dat het onnodig is om de klantverwachting te meten in service kwaliteit onderzoek. In plaats daarvan is het, volgens hun, voldoende om de klantpercepties te meten, omdat dit een betere indicatie geeft op de kwaliteit van de dienstverlening. Deze methode gaat uit van de zogeheten SERVPERF (Service Performance) methode. Deze groepen hebben gedurende de jaren 90 meerdere malen kritiek geleverd op elkaars onderzoeken en theorieën, met betrekking tot service kwaliteit. Dit heeft geleid tot verdeeldheid binnen de twee kampen, met elk hun eigen benadering om service kwaliteit te meten, namelijk SERVPERF en SERVQUAL. Om die reden hebben Jain en Gupta (2004) de twee benaderingen tegenover elkaar gezet om te bepalen wat de voor- en nadelen zijn van elke benadering. Zij zijn tot de conclusie gekomen dat de doelstelling van het onderzoek bepaalt welke benadering het best van toepassing is. De doelstellingen staan weergegeven onder de benadering, in Tabel 1. Wanneer een organisatie onderstaand doel voor ogen heeft bij het uitvoeren van een service kwaliteit onderzoek kan het best voor de bijbehorende methode gekozen worden.

Tabel 1. Keuze voor service kwaliteit model (Jain & Gupta, 2004).

SERVPERF methode	SERVQUAL methode
Assessment van de gehele service kwaliteit van een organisatie	Gebieden/afdelingen binnen een organisatie vinden die tekortkomen bij hun dienstverlening
Vergelijken van service kwaliteit resultaten met andere organisaties	

2.4.1 Modellen om service kwaliteit te meten

De eerder genoemde theorieën zijn gedurende de jaren verder ontwikkeld, zodat de toepassing beter aansluit op een specifieke branche. De kwaliteit van diensten kan op verschillende manieren in kaart worden gebracht. De relevantie van een aantal modellen is, naast de behandelde theorie, bepaald met behulp van een review over service kwaliteit modellen, opgesteld door Seth en Deshmukh (2005). Deze review bespreekt de 19 meest onderzochte *service quality* modellen. Hierin concluderen zij, per model, wat de beste toepassing is binnen specifieke branches en welke uitgangspunten relevant zijn. Uit de review zijn modellen bestudeerd die raakvlakken bieden met de opzet van dit onderzoek. Ook is het boek *Assessing Service Quality: Satisfying the expectations of library customers* (Hernon et al., 2015) geraadpleegd. Dit is een van de meest geraadpleegde literatuurwerken voor onderzoek in bibliotheken, sinds 1998.

Deze paragraaf bespreekt wetenschappelijke modellen en theorieën die de service kwaliteit van organisaties kan meten en relevant zijn binnen de kaders van dit onderzoek. De volgende modellen worden onderstaand toegelicht:

- I. SERVQUAL-model
- II. SERVPERF-model
- III. LIBQUAL+™-model
- IV. Gap-model

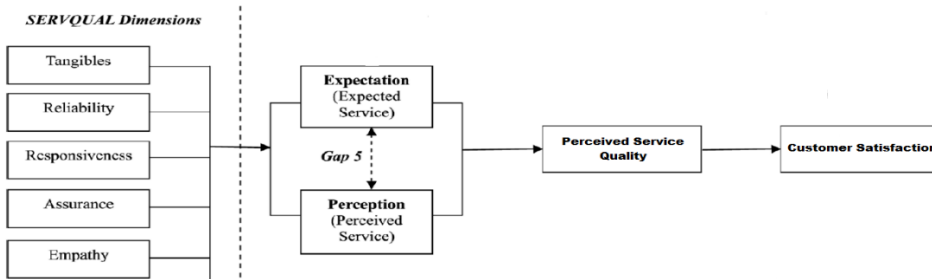
Elk model wordt kritisch bekeken en er wordt rekening gehouden met eventuele beperkingen.

I. SERVQUAL

Parasuraman, Zeithaml en Berry hebben in 1985 het SERVQUAL (SERVice en QUALity) model ontwikkeld. Met dit model wordt de kwaliteit van diensten gemeten door te kijken naar de verwachting van de klant en de werkelijke ervaring. Service kwaliteit wordt dus bepaald door de grootte van de kloof tussen klantverwachting en klantperceptie. Dit staat bekend als de *gap*, hier is sprake van wanneer de ervaring niet voldoet aan de vooraf gestelde verwachting. Het model bestaat uit een aantal gestandaardiseerde vragen en dimensies. De SERVQUAL is een belangrijke factor voor klanttevredenheid, zoals de onderzoekers hebben aangetoond.

De kwaliteit van diensten, zoals weergegeven in Figuur 5, wordt gemeten door middel van de volgende vijf dimensies:

- Tastbaarheden: diensten zijn ontastbaar, daarom is het belangrijk dat organisaties proberen het zo tastbaar mogelijk te maken. Het resultaat van de geleverde dienst, gebruikte apparatuur en personeel spelen een belangrijke rol.
- Betrouwbaarheid: de vaardigheid om de beloofde dienst waar te maken.
- Responsiviteit: de mate waarin de organisatie de klant tegemoet komt. Hoe snel kan de organisatie de gewenste dienst leveren?
- Zekerheid: vaardigheden en kennis van de werknemers die de dienst verlenen aan de klant
- Inlevingsvermogen: individueel aandacht aan de klant, op een empathische manier.



Figuur 5. SERVQUAL-model (Parasuraman et. al., 1988)

Er zijn meerdere mogelijkheden om dit model toe te passen en gedurende de jaren hebben de oorspronkelijke onderzoekers het model ook geüpdatet, aan de hand van verder onderzoek. Het origineel model, uit 1985, bestond uit 97 items. Dit is in 1988 teruggebracht naar 54 items, nadat veel items overbodig bleken, of samengevoegd konden worden.

Kritiek op het SERVQUAL-model

Cronin en Taylor (1992) bekritiseerde het model en introduceerde een alternatief model dat gebaseerd is op het SERVQUAL-model, maar die net anders in elkaar zit, namelijk het SERVPERF-model. Volgens de onderzoekers speelt verwachting geen rol in het bepalen van de kwaliteiten van diensten. In 1996 publiceerde Buttle een kritisch artikel over het SERVQUAL-model. Volgens hem is er geen direct verband tussen service en kwaliteit beleving en zou het model meer betrekking hebben op klanttevredenheid dan de service kwaliteit. Anno 2017 zijn er verschillende variaties van het model ontwikkeld, omdat het origineel verouderd is.

Beperking SERVQUAL

Het is gebleken dat het model niet altijd goed toe te passen is in elke branche of organisatie. Het model was oorspronkelijk ontwikkeld om dienstenkwaliteit te meten binnen winstgevende organisaties (Cook & Heath, 2001). Meerdere onderzoeken hebben tevergeefs geprobeerd om de SERVQUAL toe te passen in onderzoeken naar de kwaliteit van bibliotheken. Een voorbeeld van Thompson, Cook en Heath (2003) is dat een component van SERVQUAL zich richt op de representativiteit van de werknemers door te kijken naar de klederdicht. Dit is vaak relevant binnen commerciële organisaties, maar niet voor publieke of academische bibliotheken. Ook betwijfelen de onderzoekers of belangrijke aspecten van dienstverlening in bibliotheken voldoende worden gemeten met het SERVQUAL-model, nadat hun onderzoek dat heeft uitgewezen. Een andere beperking die Jain en Gupta (2004) aanduiden is dat er veel data nodig is bij het toepassen van het SERVQUAL-model. Respondenten kunnen de lange vragenlijst als onplezierig ervaren en een lange periode aan dataverzameling is vaak nodig.

II. SERVPERF

Deze benadering is tot stand gekomen door Cronin en Taylor in 1992, nadat zij hun kritiek hadden geuit op het SERVQUAL-model. Deze benadering kijkt enkel naar de ervaren service kwaliteit en niet naar het overig aspect van het SERVQUAL-model, namelijk de verwachting. Dit model staat bekend als het SERVPERF-model en neemt de klantperceptie als uitgangspunt. De SERVPERF is eerder toegepast in de bibliotheeksetting door Landrum en Prybutok (2003) samen met de overige SERVQUAL dimensies. Zij concludeerden dat de geleverde service kwaliteit een veel betrouwbaarder gegeven is dan de gap-scores, die gebaseerd is op het verschil tussen de verwachting en perceptie, vooral wanneer het doel is om de service kwaliteit en klanttevredenheid te meten.

Om te beslissen welk model beter van toepassing is, hebben Jain en Gupta (2004) onderzocht welk model toegepast moet worden per situatie. Zij concludeerden het volgende: *“The SERVPERF scale should also be the preferred research instrument when one is interested in undertaking service quality comparisons across service industries. On the other hand, when the research objective is to identify areas relating to service quality shortfalls for possible intervention by the managers, the SERVQUAL scale needs to be preferred because of its superior diagnostic power.”* (Jain & Gupta, 2004, p. 25).

Dit houdt in dat het SERVPERF model beter van toepassing is als onderzoeksinstrument om de service kwaliteit te vergelijken binnen de dienstensector. Aan de andere kant, wanneer het doel is om gebieden te vinden met tekortkomingen die eventueel verbeterd kunnen worden, dan is het SERVQUAL-model een geschikter model, dankzij de diagnostische mogelijkheden.

Het komt er dus op neer dat de SERVPERF methode slechts kijkt naar een dimensie, namelijk de ervaren service kwaliteit, terwijl het SERVQUAL-model ook naar de verwachting kijkt zodat er een gap-score berekend kan worden.

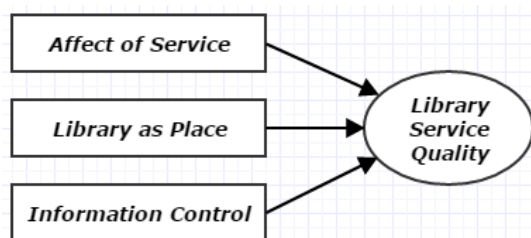
III. LIBQUAL+™-model

Dit model is gebaseerd op het SERVQUAL-model van Parasuraman et al. (1985) en is specifiek ontwikkeld voor de toepassing op bibliotheken. Eind jaren 90 begon de ARL (Association of Research Libraries) samen met de Texas A&M University aan het ontwikkelen van een afgeleide SERVQUAL-model dat specifiek gericht was op de bibliotheekbranche. Zij ontvingen een subsidie van de Amerikaanse overheid om dit mogelijk te maken.

Het originele SERVQUAL-model kent vijf dimensies, maar uit onderzoek is gebleken dat er drie dimensies van toepassing zijn op de service kwaliteit van bibliotheken, namelijk: affect of service, library as place en information control. Deze drie dimensies vormen de kern van het LIBQUAL+™-model en dragen bij aan de tevredenheid van bibliotheek klanten (Ladhari & Morales, 2008; LIBQUAL+™, 2012).

Weergave van het model

In de huidige staat ziet het model er als volgt uit:



Affect of service

Deze dimensie geeft weer hoe klanten van de bibliotheek behandeld en bediend worden door het personeel. De dimensie bestaat uit negen vragen die kijken naar de menselijke aspecten. Hierbij wordt gekeken naar de interacties van de klant met het personeel.

Library as place

Hierbij gaat het om de fysieke aspecten die de bibliotheek biedt voor klanten en bestaat uit vijf vragen.

Figuur 6. LibQUAL+™-model (LibQUAL+™, 2015)

Uit eerder onderzoek van Shill en Tonner (2004) blijkt dat bepaalde fysieke verbeteringen van het gebouw leidt tot meer bezoekers van bibliotheken. In hun onderzoek hebben zij specifiek gekeken naar nieuwe en gerenoveerde gebouwen. Ook speelt het aanbod van fysieke ruimtes, zoals een stiltezaal, een rol bij de tevredenheid van klanten. De inrichting, temperatuur en tastbare zaken zijn ook belangrijke aspecten hierbij (Fagan, 2014).

Information control

Deze dimensie bestaat uit acht vragen en wordt door de ontwikkelaars van het model omschreven als: de mate waarin gebruikers de benodigde informatie kunnen vinden in het medium van hun keuze, op een onafhankelijke wijze (ARL, 2012). Deze dimensie wordt steeds belangrijker door digitalisering. Bibliotheken zouden bijvoorbeeld voldoende e-books moeten aanbieden en hun apparatuur up-to-date

houden met moderne technologie (Fagan, 2014). Ook speelt de website van de bibliotheek een belangrijke rol bij deze dimensie, omdat veel bezoekers eerst de website raadplegen voordat ze beslissen of ze lid willen worden.

Gestandaardiseerde vragenlijst

De LIBQUAL+™ enquête bestaat uit 22 items die elk vanuit 3 invalshoeken beoordeeld worden (zie bijlage 1) en een optioneel opmerkingsveld aan het eind. Elk item wordt, per invalshoek, beoordeeld op een schaal van 1 tot en met 9, waarbij 1 een lage score aangeeft en 9 een hoge. In Figuur 7 zijn de eerste twee vragen uit bijlage 1 weergegeven om de beeldvorming van de vragenlijst te bevorderen. De respondent dient dus driemaal een beoordeling toe te kennen per item.

When it comes to...	My Minimum Service Level Is									My Desired Service Level Is									Perceived Service Performance Is																		
	Low					High				Low					High				Low					High													
1) Employees who instill confidence in users	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	N/A
2) Making electronic resources accessible from my home or office	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	N/A

Figuur 7. Vraag 1 en 2 uit de gestandaardiseerde LIBQUAL+™ vragenlijst (ARL, 2012).

De *minimum* en *desired* vragen hebben betrekking op de verwachting en *perceived* op de huidige ervaring. Zoals eerder genoemd is er sprake van een significante invloed op de verwachting, wanneer dit gelijktijdig gemeten wordt met de huidige ervaring. Deze invloed is zodanig groot dat er sprake is van onbetrouwbare resultaten. Een aantal vragen komen vaker voor binnen de dimensie, maar zijn anders geformuleerd. Hiermee wordt getracht de betrouwbaarheid van de ingevulde vragenlijsten te vergroten. In Figuur 8 staan de items van het model weergegeven met de bijbehorende dimensie.

Sinds 2000 is dit model toegepast op ruim 1.300 bibliotheken wereldwijd. Het model is gedurende de jaren geperfectioneerd, op basis van meerdere onderzoeken. Inmiddels is het model sinds 2003 hetzelfde gebleven en lijkt de huidige vorm goed van toepassing te zijn in de praktijk. In Figuur 9 is te zien welke dimensies veranderd zijn gedurende de jaren. Ook zijn de items van de vragenlijst gereduceerd tot 22.

Interpretaties van LIBQUAL+™

De resultaten die voortkomen uit het gebruik van dit model kunnen op drie manieren geïnterpreteerd worden, volgens Thompson, Kyrillidou en Cook (2008). Deze drie interpretaties zijn als volgt:

Interpretatie 1

Het vergelijken van de resultaten met andere soortgelijke instituten op basis van de norm. Hierbij wordt er gekeken naar de normatieve scores die het ARL heeft opgesteld van de ervaren service kwaliteit. De normering bestaat uit gemiddelde scores van alle deelgenomen bibliotheken wereldwijd. Momenteel wordt de normeringstabel uit 2010 toegepast, die tevens het meest recent is.

Dimension	Components
Service Affect	1. Employees who instill confidence in users
	2. Giving users individual attention
	3. Employees who are consistently courteous
	4. Readiness to respond to users' questions
	5. Employees who have the knowledge to answer user questions
	6. Employees who deal with users in a caring fashion
	7. Employees who understand the needs of their users
	8. Willingness to help users
	9. Dependability in handling users' service problems
Information Control	1. Making electronic resources accessible from my home or office
	2. A library Web site enabling me to locate information on my own
	3. The printed library materials I need for my work
	4. The electronic information resources I need
	5. Modern equipment that lets me easily access needed information
	6. Easy-to-use access tools that allow me to find things on my own
	7. Making information easily accessible for independent use
	8. Print and/or electronic journal collections I require for my work
Library as Place	1. Library space that inspires study and learning
	2. Quiet space for individual activities
	3. A comfortable and inviting location
	4. A getaway for study, learning or research
	5. Community space for group learning and group study

Figuur 8. LIBQUAL+™ items per dimensie (Miller, 2008)

2000	2001	2002	2003-Present
41 items	56 items	25 items	22 items
Affect of Service	Affect of Service	Affect of Service	Affect of Service
Library as Place	Library as Place	Library as Place	Library as Place
Reliability	Reliability	Personal Control	Information Control
Provision of Physical Collections	Self-Reliance	Information Access	
Access to Information	Access to Information		

Figuur 9. Ontwikkeling van de dimensies van het LIBQUAL+™ model, gedurende de jaren (LibQUAL+™, 2015).

Met deze vergelijking kan bepaald worden in hoeverre de score van een bibliotheek positief of negatief is. Ook kan de instituuat de resultaten vergelijken met andere vestigingen. De gemiddelde scores uit de normering zijn weergegeven in Tabel 2.

Tabel 2. Scores uit de normeringstabel die het gemiddelde weergeven (Thompson, Kyrillidou & Cook, 2010).

Dimensie	Score die het gemiddelde weergeeft
Affect of Service	7,22
Library as Place	7
Information Control	7,25
Algehele bibliotheek	7

Interpretatie 2

Het benchmarken van de resultaten van dezelfde organisatie gedurende een langere periode. Hiermee kan de bibliotheek toekomstige prestaties vergelijken met eerdere resultaten.

Interpretatie 3

De scores van alle drie dimensies naast elkaar leggen en kijken naar kloven (gaps) tussen de ervaren, minimum en gewenste scores. De gap-score wordt bij LIBQUAL+™ gemeten op twee manieren:

1. *Adequacy gap*: het verschil tussen de *minimum* en *perceived* levels of service.
2. *Superiority gap*: het verschil tussen *desired* en *perceived* levels of service.

Kritiek en beperkingen LIBQUAL+™

Onderzoek heeft aangetoond dat de *minimum* en *desired* vragen van de LIBQUAL+™ niet noodzakelijk zijn om een beeld te schetsen van de werkelijke dienstkwaliteit (Jones, Baky & Roszkowski, 2005). Deze vragen worden enkel gebruikt om de gap-score te berekenen en hebben betrekking op het verwachtingsaspect. Miller (2008) gebruikte ook de gemiddelde ervaren service kwaliteit (*perceived*) scores voor elke dimensie in haar onderzoek. Dit is een meer valide indicator voor klanttevredenheid dan de gap-score en is de enige relevante methode om de werkelijke prestaties van de dienstenkwaliteit binnen bibliotheken te meten. Overigens geven meerdere studies aan dat de klantervaring een meer valide methode is om tevredenheid te meten dan de gap-score (Cronin & Taylor, 1992).

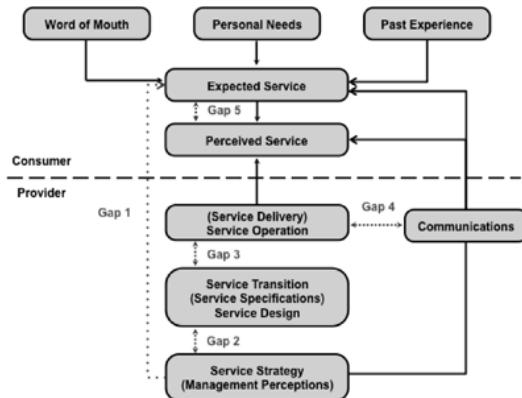
Een ander nadeel is dat gap-scores vertekend kunnen zijn, omdat de ervaring al heeft plaatsgevonden. Om ervoor te zorgen dat de verwachting niet is aangetast door de ervaring zouden verwachtingen gemeten moeten worden voordat de ervaring heeft plaatsgevonden, in plaats van beide constructen tegelijkertijd te verzamelen in een enkele vragenlijst (Carman, 1990). Dit fenomeen zorgt ervoor dat de theorie van Oliver (1980) niet van toepassing is bij dit onderzoek, omdat er dus geen nulmeting kan plaatsvinden op basis van de verwachting. Daarom speelt de ervaren service kwaliteit de hoofdrol in dit onderzoek. Service kwaliteit binnen de bibliotheek wordt gedefinieerd als: het totaal oordeel vanuit het perspectief van de klant over hoe goed of slecht de ervaring met een dienst is (ARL, 2012).

IV. Gap-Model

Het Gap-Model heeft veel overeenkomsten met het SERVQUAL-model en is ook ontwikkeld door Parasuraman et al. (1985). Het Gap-model beschrijft in totaal vijf *gaps*, waarvan de eerste tot en met de vierde zich intern in het bedrijf afspelen. In beide modellen wordt er gekeken naar de externe *gap*, ook bekend als *gap* vijf in het Gap-model. Hierin wordt gekeken naar het verschil van de klantverwachting en de realiteit. Mocht er een groot verschil zijn hierin, dan is er sprake van een kloof, oftewel een *gap*. Wanneer deze kloof te groot is, is er sprake van ontevredenheid bij klanten. Het model kijkt naar de volgende vijf kloven:

1. Tussen klantverwachting en de perceptie van het management daar over.
2. Tussen perceptie van het management over klantverwachting en standaard in de praktijk.
3. Tussen de standaard en werkelijk geleverde dienst.
4. Tussen werkelijk geleverde dienst en de communicatie daarvan naar klanten.
5. Tussen verwachte klantervaring en werkelijke klantervaring.

Het Gap-model richt zich op *gap* 1 t/m 4 die intern bij de organisatie ontstaan (Parasuraman et al., 1985). Deze vier *gaps* worden niet benoemd in het SERVQUAL-model, omdat daar alleen gekeken wordt naar de vijfde externe *gap*.



Figuur 10. Schematisch overzicht Gap-model (Parasuraman et al., 1985).

Zoals in Figuur 10 te zien is wordt de gepercipieerde service beïnvloed door *gap* 1 t/m 4. Hoewel alle kloven belangrijk zijn voor een organisatie is de laatste kloof de meest onderzochte. Hierbij wordt gekeken naar het verschil tussen de verwachte en werkelijke klantervaring. Wanneer dit gemeten wordt door middel van een kwantitatief onderzoek kan hieruit een cijfer komen. Wanneer dit cijfer negatief is duidt dit op een grote kloof en is de dienstverlening dus slecht. Bij een 0 komen de verwachtingen overeen met de werkelijkheid, dat is acceptabel te noemen. Bij een positief getal zijn de werkelijke ervaring hoger dan de verwachting en is er sprake van een goed resultaat (Hernon et al., 2015).

Voor- en nadelen

Het model biedt inzicht in de interne kloven van een organisatie, door middel van de eerste vier *gaps*. Dit is een groot voordeel, ten opzichte van overige modellen, omdat interne *gaps* een significante impact kunnen hebben op de externe *gaps* (Chun & Davies, 2002). Hiermee zouden eventuele interne problemen van een organisatie aangekaart kunnen worden. De nadelen van dit model zijn gelijk aan de nadelen van het SERVQUAL-model. Verder onderzoek heeft aangetoond dat de kloven geen realistisch beeld vormen van de daadwerkelijke service kwaliteit (Seth & Deshmukh, 2005). Ook zijn de procedures voor het meten van de eerste vier *gaps* niet concreet genoeg, volgens de onderzoekers.

2.4.2 Klanttevredenheid en service kwaliteit als twee constructen

De begrippen klanttevredenheid en service kwaliteit zijn regelmatig benoemd. Vaak wordt, ten onrechte, gedacht dat deze begrippen synoniem zijn aan elkaar. Tevredenheid is een reflectie van het gevoel dat een klant heeft over de ervaring met een organisatie, terwijl service kwaliteit een algehele beoordeling van de percepties van de klant is (Rajendran & Anantharaman, 2002). Hernon et al. (2015) geven het voorbeeld dat een klant zich tevreden kan voelen wanneer een vriendelijke werknemer hem niet de benodigde informatie kan verstrekken, omdat de ervaring met de werknemer prettig was. Het tegenovergestelde kan ook voorkomen, waarbij een klant de nodige informatie wel ontvangt van de werknemer, maar de manier van interactie niet klantvriendelijk was. De ARL definieert service kwaliteit als een totale beoordeling vanuit het perspectief van de klanten over hoe goed of slecht hun ervaringen met de diensten zijn (Roszkowski et al., 2005).

In het verleden werden klanttevredenheid en service kwaliteit gezien als hetzelfde construct (Parasuraman et al., 1988; Cronin & Taylor, 1992). Verder onderzoek heeft uitgewezen dat het wel twee verschillende constructen zijn, maar zeer nauw verwant aan elkaar zijn (Parasuraman et al., 1994; Shemwell et al., 1998). In 2002 besloten Rajendran en Anantharaman dit verband verder te onderzoeken in de bancaire sector en concludeerden dat er een grote afhankelijkheid bestaat tussen de twee constructen. Een toename in de ervaren service kwaliteit zorgt vrijwel zeker voor een toename van de klanttevredenheid. Hoewel klanttevredenheid en service kwaliteit veel overeenkomsten en samenhang vertonen zijn het dus niet synoniemen van elkaar, zoals vroeger en hedendaags nog wel gedacht wordt. Naast de eerder genoemde onderzoeken, die zich richtten op het SERVQUAL-model, concluderen Heinrichs, Sharkey en Lim (2005) dat de drie dimensies van het LIBQUAL+™ model een significant effect hebben op de klanttevredenheid. Hiermee wordt de bewering en het onderzoek van de ARL bevestigd dat de resultaten van het LIBQUAL+™ onderzoek een betrouwbaar gegeven is voor de klanttevredenheid bij bibliotheken.

2.5 Het meten van de klantperceptie bij bibliotheken

Om de klantpercepties in kaart te brengen is het SERVQUAL-model bijna altijd toegepast door onderzoekers (Coleman, Xiao, Bair & Chollet, 1997); soms in originele vorm en soms aangepast. De suggesties die de onderzoekers hadden gemaakt, voor verdere studies, duiden aan dat er meer diepgaande studies noodzakelijk waren om een geheel passend model te ontwikkelen voor de bibliotheekbranche. De reden hiervoor is dat het SERVQUAL-model oorspronkelijk bedoeld was voor commerciële dienstverlenende organisaties en niet voor non-profit instellingen. Als reactie daar op heeft Texas A&M University, in samenwerking met de ARL, het SERVQUAL-model volledig aangepast voor toepassing binnen bibliotheken en creëerde vervolgens het LIBQUAL+™ model. In 2.2.3 is het model nader toegelicht. Met name de *perceived service* invalshoek speelt een cruciale rol in veel onderzoeken. Deze invalshoek meet hoe klanten de huidige diensten ervaren, op basis van een beoordeling op een schaal van 1 (laag) tot en met 9 (hoog). Onderzoekers die het LIBQUAL+™ model toepassen hebben geconcludeerd dat het meten van deze invalshoek significante relevantie biedt om uitspraken te doen over de huidige kwaliteit van de dienstverlening en daarmee ook de klanttevredenheid (Roszkowski et al., 2005; Sharkey & Lim, 2005). Een toepassing van de gestandaardiseerde LIBQUAL+™ theorie en model met alleen deze invalshoek wordt regelmatig gebruikt door menig onderzoekers. In het kader van dit onderzoek zal dezelfde methode gebruikt worden.

2.6 Service kwaliteit van bibliotheken benchmarken

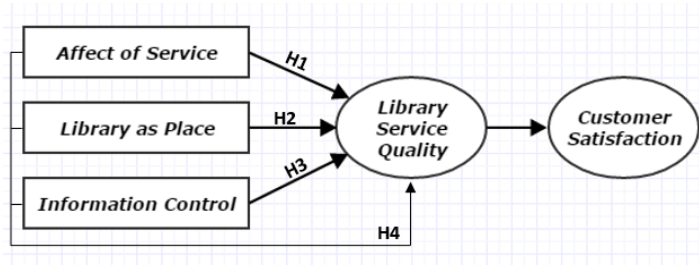
Studies geven aan dat de doorontwikkeling van het SERVQUAL-model ertoe heeft geleid dat het LIBQUAL+™ model de standaard is geworden voor service kwaliteit onderzoeken bij bibliotheken (Thompson, Cook & Kyrrilidou, 2007; Miller, 2008). Vooral in academische bibliotheken is het een populair middel om de kwaliteit in kaart te brengen. Het ARL geeft aan dat het LIBQUAL+™ model inmiddels gestandaardiseerd is in meer dan 1.300 bibliotheken in 33 landen. Het grote voordeel van het model is dat de resultaten makkelijk te vergelijken zijn, doordat er met de grote hoeveelheden data na verloop van tijd een norm ontstaan is. Deze norm is gebaseerd op de gemiddelde resultaten van alle deelnemende bibliotheken, waarbij een 7 gemiddeld is. Met dit gegeven kunnen bibliotheken hun resultaten makkelijk vergelijken. Miller geeft aan dat de normtabellen en percentiel scores eenheden zijn om de ervaren service kwaliteit te benchmarken. Met behulp van een normering per item en dimensie kan er een indicatie gegeven worden welke diensten te kort komen, ten opzichte van andere bibliotheken.

Een ander voordeel is dat de eigen prestaties van de bibliotheek op langere termijn gemeten kunnen worden, zodat er gekeken kan worden of eventuele bijsturing effectief is en de bibliotheek daadwerkelijk verbetert, in de perceptie van de klant. Ook kunnen resultaten van andere vestigingen vergeleken worden met elkaar. Zoals in paragraaf 2.2.3 te lezen is, kunnen resultaten op drie manieren geïnterpreteerd worden. Met de eerste twee interpretaties, die tevens van belang zijn in dit onderzoek, kunnen resultaten gebruikt worden in vergelijking met dezelfde bibliotheek, normatieve scores of met andere vestigingen. Hiermee wordt duidelijk in hoeverre de resultaten positief zijn en welke items en dimensies tekort komen. Dit sluit aan op de subdoelstellingen van de organisatie. De derde interpretatie is niet van belang in dit onderzoek, omdat die specifiek gerelateerd is aan het toepassen van de gap-scores.

Om meer inzicht te krijgen in bepaalde groeperingen raadt het ARL (2012) aan om te vragen naar leeftijd en geslacht. Hiermee kunnen de eventuele verschillen bij deze groepen in kaart gebracht worden. Dit kan essentiële informatie opleveren bij het vergelijken van bibliotheken.

2.7 Conceptueel model

Voor het onderzoek is er gekozen voor het conceptueel model van LIBQUAL+™ (ARL, 2004), weergegeven in Figuur 11. Dit is wereldwijd gezien de meest gebruikte en meest onderzochte model voor het meten van de service kwaliteit in bibliotheken en is daar ook specifiek voor ontwikkeld. Gedurende de jaren is het model geperfectioneerd en aangepast, aan de hand van vele onderzoeken. Een kanttekening bij de het model is dat het voornamelijk toegepast wordt bij academische bibliotheken, maar onderzoek heeft aangetoond dat het in dezelfde format ook van toepassing is op openbare bibliotheken (Ladhari & Morales, 2008; Heath, Cook, Kyrillidou & Thompson, 2002). Het ARL en LIBQUAL+™, samen met de eerder genoemde theoretische literatuur, benadrukken dat de *library service quality* een maatstaf is voor klanttevredenheid. Omdat de besproken theorie dat meerdere malen bevestigd is *customer satisfaction* toegevoegd aan het origineel model. Dit zorgt voor meer duidelijkheid van het model en de toepassing daarvan binnen dit onderzoek.



Figuur 11. Conceptueel model LIBQUAL+™ (LIBQUAL+™, 2015), met toevoeging van 'customer satisfaction' aan het origineel

Benadering met behulp van SERVPERF

De gestandaardiseerde LIBQUAL+™ vragenlijst wordt toegepast. Wel wordt er alleen gevraagd naar de ervaren service kwaliteit (*perceived*) en niet naar de *minimum* en *desired* invalshoeken, omdat de ervaren service de meest betrouwbare resultaten oplevert voor inzicht in de klanttevredenheid en algehele service kwaliteit (Jones et al., 2005; Roszkowski et al., 2005; Landrum & Prybutok, 2003). Verdere studies van het LIBQUAL+™-model hebben daarom alleen de *perceived* service scores gebruikt om de kwaliteit van de dienstverlening te meten (Lane, Anderson, Ponce & Natesan, 2012; Kieftenbeld & Natesan, 2013). Ook benadrukt Fagan (2014) dat het gebruik van de *perceived* scores verstandig is wanneer iemand de service kwaliteit van een bibliotheek wil meten, omdat het de huidige percepties van gebruikers in kaart brengt. Deze conclusie komt overeen met eerder onderzoek van onder andere Cronin & Taylor (1992) met hun SERVPERF benadering.

Na het bestuderen van de literatuur en wetenschappelijke onderzoeken is de toepassing van enkel de ervaren (*perceived*) service een verantwoorde keus in het kader van dit onderzoek. In dit geval wordt een SERVPERF benadering toegepast op het gekozen LIBQUAL+™ model. Het draait in dit onderzoek om de service kwaliteit die de bibliotheek biedt. Hiermee worden de verwachte en minimum service invalshoeken achterwege gelaten, omdat het onderzoek zich niet richt op de kloven tussen deze aspecten, maar de werkelijke prestaties van de service kwaliteit. Volgens de behandelde theorie zouden verwachtingen niet tegelijkertijd gemeten moeten worden met service kwaliteit, omdat herinneringen van klanten niet accuraat zijn en bovendien continu in verandering zijn zodra zij ervaring krijgen met een product of dienst. Het vragen naar de verwachting en de werkelijke verwachting op hetzelfde moment levert dus onbetrouwbare resultaten op. De gap-score wordt door veel onderzoekers vaak gezien als een onbetrouwbaar gegeven (Jones et al., 2005; Kieftenbeld & Natesan, 2013). Dit is het grootste punt van kritiek op het model en wordt met deze benadering opgeheven. Daarnaast wordt het gebruik van een eenzijdige dimensie gezien als de beste manier om vergelijkingen te maken binnen een specifieke branche (Jain & Gupta, 2004; Jones et al., 2005; ARL, 2012; Fagan, 2014). Deze benchmark mogelijkheid komt precies overeen met de wensen van de opdrachtgever, zoals besproken is bij de subdoelstellingen in paragraaf 1.1. Bovendien is het voor de respondent veel makkelijker om een dergelijke vragenlijst in te vullen, zonder de overige twee invalshoeken, omdat de vragenlijst ook korter, duidelijker en minder belastend is.

2.8 Hypothesen en operationalisatie

De resultaten van het onderzoek zijn verwerkt met behulp van de LIBQUAL+™ richtlijnen (ARL, 2012). Aan de hand van deze interpretaties is duidelijk welke resultaten relevant zijn, zodat deze geïnterpreteerd kunnen worden volgens de methodes die besproken zijn in de verantwoording en operationalisatie. Statistische toetsen zijn uitgevoerd met een betrouwbaarheidsinterval van 95% in SPSS.

De volgende hypothesen zijn opgesteld aan de hand van het conceptueel model en eerder onderzoek van Ladhari en Morales (2008). Hiermee is gekeken of de verbanden van dimensies, in het onderzoek van Noord-Amerikaanse openbare bibliotheken, ook gelden voor de Centrale Bibliotheek Den Haag.

H1= *Affect of service* heeft het kleinste effect op *library service quality*

Eerder onderzoek stelt dat *Affect of Service* het kleinste effect heeft op de ervaren library service quality. Dit is getoetst met behulp van een regressieanalyse.

H2= *Library as place* heeft het grootste effect op *library service quality*

Eerder onderzoek stelt dat *Library as place* het grootste effect heeft op de ervaren library service quality. Dit is getoetst met behulp van een regressieanalyse.

H3= Er bestaat een verband tussen *Information control* en *library service quality*

Eerder onderzoek stelt dat *Information control* een positief effect heeft op de ervaren library service quality. Dit is getoetst met behulp van een regressieanalyse.

H4= Er bestaat een betrouwbaar verband tussen alle dimensies en de *library service quality*

De interne samenhang van de LIBQUAL+™ dimensies op de library service quality is al vaker aangetoond. In dit onderzoek wordt alleen gebruik gemaakt van de ervaren service kwaliteit en dus wordt er getoetst of de consistentie nog steeds positief is met deze benadering. Dit is getoetst met Cronbach's Alpha.

3 Onderzoeksverantwoording

Met behulp van triangulatie (driehoeksmeting) zijn verschillende kwalitatieve en kwantitatieve resultaten geanalyseerd om een compleet beeld te vormen. Raessens (2015) stelt dat dit inhoudt dat een object, vanuit verschillende richtingen, gemeten wordt. Dankzij het toepassen van deze onderzoekstechniek is de betrouwbaarheid van het onderzoek vergroot. In dit hoofdstuk wordt de opzet van het kwantitatief onderzoek besproken.

3.1 Methode van onderzoek

De organisatie heeft in het verleden kwalitatief onderzoek uitgevoerd door middel van mystery guests en kwantitatief door middel van de BiebPanel. Het onderzoek van de BiebPanel was niet representatief, omdat selectieve respondenten van alle bibliotheek vestigingen in Den Haag zijn meegenomen, waardoor de resultaten vertekend zijn. In dit onderzoek wordt een combinatie van desk- en fieldresearch toegepast om een helder beeld te schetsen. Meer over deskresearch is te vinden in het volgende hoofdstuk. Daar wordt verder inhoudelijk ingegaan op de eerder uitgevoerde onderzoeken en op de beschikbare literatuur dat relevantie biedt. Het fieldresearch is uitgevoerd in de vorm van een kwantitatief onderzoek conform de methode van LIBQUAL+™. Er werd ook verwacht dat hiermee veel relevante informatie verzameld kan worden uit de relatief grote onderzoekspopulatie. De gegevens zijn verzameld door middel van een online survey via Google Forms.

Voordelen kwantitatief onderzoek

Een van de grote voordelen die kwantitatief survey onderzoek biedt is een mogelijkheid tot standaardisatie (Scheepers, Tobi & Boeije, 2016). Hiermee wordt de vergelijkbaarheid van de resultaten mogelijk, indien dezelfde methode wordt toegepast. In het geval van de organisatie is dit een uitkomst om de verschillende filialen te benchmarken, vooral omdat er gebruik gemaakt wordt van een bestaand model en vragenlijst. Met behulp van deze methode kunnen eventuele trends in kaart gebracht worden. Ook kan een grote groep respondenten makkelijk bereikt worden binnen een korte tijd. Het voordeel van een online survey is daarbij dat de verzamelde gegevens direct verwerkt kunnen worden met behulp van SPSS.

Nadelen kwantitatief onderzoek

Een bekend nadeel van kwantitatief survey onderzoek is dat er vaak een hoge non-respons is (Raessens, 2014). De motivatie om mee te werken kan laag zijn, respondenten kunnen oneerlijk zijn door sociaal-wenselijke antwoorden te geven en het geheugen kan hen in de steek laten. Ook worden diepere gedachten en motivaties niet achterhaald. Het verwerken van eventuele open vragen kan ook tijdsintensief zijn.

Toelichting

Om de nadelen van kwantitatief online onderzoek enigszins tegen te gaan worden klanten gekozen die de afgelopen drie maanden een leentransactie hebben uitgevoerd, in combinatie met enkele andere criteria, zoals beschreven in paragraaf 3.2. De opdrachtgever wil een representatief en statistisch betrouwbaar onderzoek uitvoeren onder de klanten, omdat dit voorheen nog niet gelukt is. Graag willen zij ook dat het mogelijk is om de resultaten te gebruiken voor eventuele benchmarking tussen andere bibliotheek filialen. Bovendien kunnen hiermee betrouwbare uitspraken gedaan worden die betrekking hebben op de populatie.

3.2 Steekproef

Dit onderzoek richt zich alleen op de volwassen leden die zijn ingeschreven bij de Centrale Bibliotheek Den Haag en voldoen aan onderstaande eisen. De eisen waar de relevante doelgroep aan moet voldoen zijn als volgt:

- Lid dat minimaal één leentransactie heeft uitgevoerd bij de Centrale Bibliotheek, in de afgelopen drie maanden.
- Inschrijving gedaan bij de Centrale Bibliotheek.
- Minimaal een maand lang lid zijn.
- Beschikt over een betaald abonnement.
- 18 jaar of ouder voor de datum 1 april 2017.

De criteria zorgen voor een hogere kwaliteit van de respondenten, omdat hiermee betrokken klanten worden aangesproken die bekend zijn met de huidige service van de bibliotheek. De eis om betalende klanten te betrekken heeft betrekking op de waarde perceptie die klanten kunnen hebben over de diensten, aangezien inwoners van de gemeente Den Haag die het financieel niet breed hebben (minimuminkomen) een gratis lidmaatschap ontvangen. Hiermee worden deze klanten buiten beschouwing gelaten, omdat de theorie stelt dat hun perceptie beïnvloed kan worden doordat zij gratis gebruik maken van de diensten en dus lagere eisen stellen. Ook wordt een nadeel van online kwantitatief onderzoek tegengegaan met de eerste eis. Het geheugen van de respondent over de dienstverlening kan namelijk onbetrouwbaar zijn wanneer de interactie te lang geleden plaats heeft gevonden (Pelsmacker & Van Kenhove, 2010). Er zijn vier grote factoren die hier een rol in spelen:

1. Belang van de gebeurtenis.
2. Gebeurtenis in relatie tot de consument.
3. Tijdspanne tussen gebeurtenis en de vraag erover.
4. Steun of stimulus.

Het is niet concreet vast te stellen hoe zwaar het belang weegt om materiaal uit de bibliotheek te lenen, maar in het algemeen gaat het om simpele, alledaagse transacties (Hernon et al., 2015). Hierdoor kan men ervan uitgaan dat het belang niet zwaar weegt en de tijdspanne tussen de transactie en de vragenlijst wel een kritische factor kan zijn voor het geheugen van de respondent.

Uit de interne gegevens van de bibliotheek blijkt dat de populatie bestaat uit 7.092 personen (Bibliotheek Den Haag, persoonlijke communicatie, 1 maart 2017).

Steekproef berekening

De formule voor een steekproef waarbij de populatie eindig is, luidt als volgt:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p(1 - p)}{z^2 \cdot p(1 - p) + (N - 1) \cdot F^2}$$

De omvang van de populatie is 7.092. Dit is gebaseerd op een overzicht uit een intern document, waar alle leden die een abonnement hebben afgesloten bij de hoofdvestiging staan weergegeven. Er wordt een F (foutmarge) van 5% gehanteerd samen met N (populatiegrootte) = 7.092 en p (kans dat iemand antwoordt) = 50%. Het betrouwbaarheidsinterval is 95%, daarbij hoort een Z-waarde van 1,96.

Dat geeft een uitkomst van 365 respondenten. Petrovcic, Petric en Manfreda (2015) en Hernon et al., (2015) beweren dat het verwacht minimum responspercentage sterk kan variëren. Bij online surveys kan dit tussen 1% tot 60% zijn. Een veelvoorkomend minimum responspercentage bij grotere populaties is

5%. Hetzelfde percentage wordt gehanteerd in dit onderzoek. Bij dit percentage zouden er $365/5 \times 100 = 7300$ uitnodigingen verstuurd moeten worden, maar de populatie bestaat uit een kleiner aantal.

Demografisch profiel van populatie

Uit het databestand, dat de gegevens bevat van de populatie, zijn een aantal demografische feiten af te leiden. Deze feiten staan weergegeven in Tabel 3.

Tabel 3. Verdeling van populatie naar leeftijd en geslacht (Bibliotheek Den Haag, persoonlijke communicatie, 1 april 2017)

Populatie aantal (%)		
Geslacht	Man	2.866 (40,4%)
	Vrouw	4.185 (59%)
	Onbekend	41 (0,6%)
Leeftijd	18-22 jaar	540 (7,6%)
	23-30 jaar	1.362 (19,2%)
	31-45 jaar	1.750 (24,7%)
	46-65 jaar	2.213 (31,2%)
	Ouder dan 65 jaar	1.227 (17,3%)
Totaal	Aantal	7.092 (100%)

Opvallend is dat het geslacht van 41 respondenten niet bekend is. Dit kan een administratieve (type)fout zijn in het systeem. Ook is het aantal jongeren van 18-22 jaar veel minder, ten opzichte van andere leeftijdscategorieën. De populatie bestaat grotendeels uit 46-65 jarigen.

Betrouwbaarheid

Uitspraken worden gedaan met een betrouwbaarheid van 95%. Dit houdt in dat, wanneer het onderzoek 100 keer herhaald wordt,

er met zekerheid minimaal 95 keer hetzelfde resultaat behaald zal worden.

3.3 Veldwerk

De vragenlijsten zijn verstuurd naar alle 7.092 respondenten op 6 april 2017. Het bleek vrijwel direct dat 705 enquêtes niet waren aangekomen, vanwege incorrecte e-mailadressen. Er zijn dus 6.387 vragenlijsten succesvol opgestuurd en ontvangen. Dit betekent dat de populatiegrootte hetzelfde blijft, namelijk 7.092, maar de brutosteekproef 6.387 leden bevat. Op 27 april, drie weken na het versturen, was de enquête gesloten. De periode van drie weken dataverzameling wordt aangeraden door zowel Hernon et al. (2015) als het ARL (2012).

3.4 Enquête

Wanneer tevredenheid wordt gemeten aan de hand van enquête vragen wordt aangeraden om verschillende schalen bij elke vraag, zoals 5-punts en 10-punts, te vermijden. In plaats daarvan moeten de schalen van enquêtevragen zo dicht mogelijk bij elkaar liggen, omdat het eventuele verwarring kan voorkomen. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van de officiële LIBQUAL+™ vragenlijst. De stellingen worden door de respondent beoordeeld met een score van 1 (laag) tot en met 9 (hoog). Deze vragenlijst bestaat uit 22 gestandaardiseerde stellingen (items), een aantal additionele vragen vanuit de opdrachtgever en een optioneel opmerkingsveld. De gestandaardiseerde stellingen bestaan uit de 22 items die genoemd zijn in hoofdstuk 2.4.1. De items zijn in de vragenlijst niet gegroepeerd per dimensie, maar los van elkaar geplaatst. Bibliotheken hebben de gelegenheid om zelf een aantal vragen te stellen, die zij belangrijk vinden, en dus verschilt het per onderzoek hoe de additionele vragen zijn opgebouwd (zie bijlage 2). De officiële LIBQUAL+™ vragenlijst meet elke stelling vanuit drie invalshoeken: *minimum service*, *desired service* en *perceived service*. Per stelling moet de respondent dus drie keer een score geven, voor elke invalshoek een.

Vanwege de relevantie bij dit onderzoek zijn alleen de *perceived service* vragen toegepast, inclusief een aantal additionele vragen. De vragenlijsten zijn door de ARL vertaald in meerdere talen, waaronder Nederlands. De additionele vragen en stellingen zijn opgesteld vanuit Bibliotheek Den Haag.

3.4.1 Opbouw van vragenlijst

Vanwege de wensen van de organisatie zijn een aantal algemene vragen opgesteld die verder niet van toepassing zijn binnen het kader van dit onderzoek. De resultaten van deze vragen worden dus niet toegelicht, maar zijn voor de volledigheid wel opgenomen in de bijlagen.

De enquête bestaat uit 22 gestandaardiseerde items over de ervaren kwaliteit van de dienstverlening, 5 algemene stellingen over de Centrale Bibliotheek, 4 algemene vragen en een enkele openvraag in de vorm van een opmerkingsveld. Alle stellingen bevatten een 'niet van toepassing' (nvt) optie. De 4 algemene vragen (28 t/m 31) bevatten deze optie niet en zijn als enige verplicht. Er is gevraagd naar twee demografische factoren, namelijk leeftijd en geslacht. Dit is conform de richtlijnen uit de handleiding van het LIBQUAL+™ model (ARL, 2012). Het opmerkingsveld (vraag 32) is aangeduid als 'optioneel'. Bij vraag 30 wordt er gevraagd binnen welke leeftijdscategorie de respondent valt. Deze categorieën zijn gebaseerd op de indeling van het ARL en LIBQUAL+™ (2012). Het invullen van de enquête neemt ongeveer 5 tot 8 minuten in beslag. Om de betrouwbaarheid van de vragenlijst te verhogen komen de stellingen vaker voor in een anders geformuleerde zin. Dit is volgens het ARL noodzakelijk om de betrouwbaarheid van de resultaten per dimensie te garanderen.

3.5 Responsbevorderende maatregelen

Een hogere respons zorgt voor een grotere kans op betrouwbare resultaten. Om dit te verwezenlijken zijn de volgende zes stappen toegepast (Fischer & Hulsing, 2014):

1. Herkenbaarheid van afzender: het logo en naam van Bibliotheek Den Haag is weergegeven.
2. Opmaak: de huisstijl van de bibliotheek is toegepast.
3. Korte vragenlijst: de enquête is eendimensionaal en kort.
4. Incentive: respondenten maken kans op toegangskaarten voor een evenement.
5. Waardering tonen: communiceren hoe belangrijk de feedback van de betreffende respondent is.
6. Relevantie: communiceren van het belang van het onderzoek, namelijk de dienstverlening verbeteren.

3.6 Controle van data

Niet alle vragen zijn van toepassing op een respondent en daarom kan er mogelijk sprake zijn van missing values, hierdoor is er sprake van een verschillende N bij elke stelling/vraag. Het gebeurt regelmatig dat een respondent de enquête niet afmaakt. Deze vragenlijsten worden niet verstuurd en zullen dus geen onderdeel zijn van de resultaten. Ook kan een respondent alleen participeren aan het onderzoek om kans te maken op een incentive en daarmee inconsistente antwoorden geven. Denk hierbij aan 'niet van toepassing' op alle vragen. Het ARL (2012) hanteert de regel om ingevulde enquêtes, waarvan meer dan 11 vragen met 'niet van toepassing' zijn beantwoord, niet mee te nemen in de resultaten.

3.7 Verwerking

De resultaten zijn verwerkt en getoetst met behulp van IBM SPSS. De meest voorkomende antwoorden bij de open vraag zijn gecodeerd met behulp van de functies *compute variable* en *recode*. Overige antwoorden, die niet vaak genoemd zijn of geen relevantie bieden, zijn gecodeerd als *anders*.

4 Deskresearch resultaten

In dit hoofdstuk zijn bestaande gegevens geanalyseerd en bestudeerd. Verder dient dit hoofdstuk om meer algemene informatie over de organisatie en branche te geven, zodat de lezer hier meer inzicht in krijgt. Ook wordt er gekeken hoe de begrippen klanttevredenheid en service kwaliteit eerder ten sprake zijn gekomen bij de organisatie, zodat er een aansluiting plaatsvindt met de probleemformulering en de opzet van dit onderzoek. Paragraaf 4.1 biedt meer relevante informatie aan over de begrippen, terwijl paragraaf 4.2 meer algemene informatie biedt over de organisatie en branche. Hiermee biedt dit hoofdstuk relevante achtergrondinformatie. Het opzoeken en gebruiken van bestaande data heet 'deskresearch'. De term geeft al aan wat de betekenis is, namelijk: het verzamelen van gegevens vanachter een bureau (desk). Raessens (2015) beweert dat de volgende manieren van dataverzameling onder deskresearch valt:

- Gegevens verzamelen uit bestaande literatuur
- Gegevens verzamelen uit online bronnen
- Het bestuderen van interne organisatiedocumenten
- Het bestuderen van persoonlijke documenten
- Het analyseren van mediateksten

Volgens Fischer en Hulsing (2014) kan deskresearch ingedeeld worden in primaire, secundaire en tertiaire bronnen. In Tabel 4 wordt weergegeven wat deze verdeling precies inhoudt.

Tabel 4. Overzicht van deskresearch bronnen (Fischer & Hulsing, 2014)

Primair	Secundair	Tertiair
Onderzoeksrapporten	Kranten	Woordenboeken
Congresverslagen	Boeken	Indices
Dissertaties	Internet	Encyclopedieën
Overheidspublicaties	Tijdschriften	Bibliografieën
Brancherapporten	Overheidspublicaties	Samenvattingen
Scripties		

Dit rapport maakt gebruik van primaire en secundaire deskresearch bronnen, waarbij ook gebruik gemaakt wordt van interne rapporten van Bibliotheek Den Haag. De interne rapporten omvatten de eerder uitgevoerde onderzoeken en het beleidsplan 2016-2020. Om de deskresearch bronnen te structureren wordt de genoemde indeling van Fischer en Hulsing (2014) toegepast. Overigens zijn veel wetenschappelijke bronnen, zowel primair als secundair, al uitgebreid toegelicht in het theoretisch kader om de eerste zeven deelvragen te beargumenteren.

4.1 Primair

4.1.1 Beleidsplan (overheidspublicatie)

In het meerjarenbeleidsplan 2016-2020 van Bibliotheek Den Haag (2016) wordt aangegeven dat het management meer focus wil leggen op klantgerichtheid door middel van onderzoeken. De volgende punten worden in het rapport genoemd als belangrijke stappen die de organisatie de komende jaren zal ondernemen om hier aan te voldoen:

- De bibliotheek besteedt permanent aandacht aan het verbeteren van de klantgerichtheid van haar medewerkers door middel van trainingen en mystery guest onderzoeken.

- Klanten zullen individueel en op maat bediend worden met informatie, waarvan zij zelf hebben aangegeven deze te willen ontvangen. Hiertoe wordt een specifieke applicatie ingericht.
- Klanten zullen gestimuleerd worden om - individueel of in verenigingsverband - communities te vormen rond bepaalde thema's, zoals de historische informatiepunten.

Ook wordt er kort gesproken over de klanttevredenheid:

“Wanneer de bibliotheek er in slaagt een goede relatie met haar klanten op te bouwen en de goede diensten en producten te leveren, dan zal zich dit uiten in een hoge klanttevredenheid. Er is een traditie in het gezamenlijk onderzoeken van de klanttevredenheid in G4-verband en provinciaal. De scores van Bibliotheek Den Haag waren daarbij in verhouding tot de andere bibliotheken steeds goed”

(Meerjarenbeleidsplan 2016-2020 Bibliotheek Den Haag, 2016, p.27).

De oplossing van de bibliotheek om inzicht te behouden in de klanttevredenheid is het periodiek uitvoeren van klanttevredenheidsonderzoek. Zoals eerder vermeld staat bij de klantgerichtheid wil de organisatie dit inzicht verkrijgen door mystery guest onderzoeken. De resultaten die hiermee behaald zijn in de voorgaande jaren bleken niet toereikend genoeg voor het grote publiek dat de bibliotheek dient. Ook zijn de kosten van het onderzoek hoog, omdat elke vestiging op deze manier kwalitatief gemeten moet worden. Ondanks het feit dat dit is opgenomen in het beleidsplan, wil de marketingafdeling van de bibliotheek hier niet verder mee gaan (Bibliotheek Den Haag, persoonlijke communicatie, 2 mei 2017). Er zijn teveel nadelen, beperkingen en hoge kosten aan deze vorm van onderzoek verbonden. Graag zou de bibliotheek deze onderzoeken ook intern uitvoeren, in plaats van dit uit te besteden, vanwege financiële redenen.

4.1.2 Mystery guest onderzoek (onderzoeksrapport)

De bibliotheek heeft de afgelopen jaren veel geld geïnvesteerd in kwalitatief onderzoek (Bibliotheek Den Haag, persoonlijke communicatie, 22 april 2017). In 2012 en 2014 is deze vorm van onderzoek toegepast binnen de Centrale Bibliotheek. Het bedrijf dat deze onderzoeken heeft uitgevoerd staat geregistreerd als Bedrijf X. Het onderzoek bestaat uit 20 mystery guests die zich voordoen als klant en gebruik maken van een script. Dit script is in feite een scenario, waarbij de mystery guest een aspect van de dienstverlening probeert te meten door dit in de praktijk te ondervinden. Het personeel is niet op de hoogte en kan de mystery guest niet onderscheiden van een reguliere klant. De bevindingen van de guest worden achteraf in kaart gebracht door onderzoekers, met behulp van een diepte-interview. Het doel van dit onderzoek was om de klantgerichtheid van medewerkers in kaart te brengen en eventueel te verbeteren. De scripts hadden toepassing op de interactie en afhandeling van de medewerkers van de Centrale Bibliotheek.

Bevindingen

Het meest recent onderzoek concludeerde dat bezoekers vaker aangesproken mogen worden door werknemers wanneer zij rondlopen. Ook zouden werknemers doelgerichte vragen moeten stellen wanneer een klant opzoek is naar iets specifiek en zouden zij extra informatie moeten aanbieden bij de interactie. Dit waren de noemenswaardige bevindingen uit het onderzoek, wat gelijk al aangeeft dat de meerwaarde van het onderzoek zeer gering is.

Beperkingen

Deze kwalitatieve vorm van onderzoek is zeer beperkt, doordat het de interactie met een klein aantal werknemers meet op bepaalde momenten. De hoofdvestiging ontvangt gemiddeld ongeveer 3000

bezoekers per dag (Jaarverslag 2016 van Bibliotheek Den Haag, 2017). Ook zijn de beperkte interacties gebaseerd op momentopnames.

Het resultaat van het onderzoek is door de managers bestempeld als 'teleurstellend'. De bibliotheek bedient een groot aantal leden en het mystery guest onderzoek bleek niet toereikend genoeg om concrete adviezen en aanbevelingen voort te brengen. Ook waren de bevindingen zeer beperkt en heeft de bibliotheek niet veel waardevolle informatie weten te verzamelen uit het rapport. De bevindingen die genoemd zijn waren de meest concrete conclusies die aangekaart zijn. De managers hebben ook besloten om niet meer verder te gaan met deze vorm van onderzoek, omdat het ook financieel niet verantwoord was.

4.1.3 BiebPanel onderzoek (onderzoeksrapport)

Zoals in de inleiding wordt genoemd heeft de bibliotheek getracht de klanttevredenheid te meten door middel van een BiebPanel. Deze panel wordt verzorgd door ProBiblio, een dienstverlenende organisatie voor openbare bibliotheken in de Zuid- en Noord-Hollandse provincies. In 2016 werd de tevredenheid van bibliotheek leden voor het laatst gemeten. Na een analyse van het bijbehorende rapport blijkt dat de resultaten zeer vertekend zijn, omdat de input van alle respondenten, die verdeeld zijn over alle 18 vestigingen, uitgewerkt is zonder onderscheid te maken (BiebPanel Bibliotheek Den Haag, 2016). Hierbij is het belangrijk om te vermelden dat elke vestiging een ander aanbod van faciliteiten heeft, zoals openingstijden, aanbod van collectie en toegankelijkheid. Doordat elke bezoeker per vestiging een andere ervaring en perceptie heeft zijn de resultaten van dit onderzoek vertekend en niet representatief voor de daadwerkelijke tevredenheid. Ook zijn de panelvragen niet door iedereen ingevuld en is er geen sprake van valide, representatieve en betrouwbare resultaten. De BiebPanel was dus veel te algemeen en de resultaten zijn collectief verzameld en uitgewerkt, daardoor komen de conclusies ook niet overeen met de werkelijke omstandigheden per vestiging.

4.1.4 Jaarverslag 2016 (overheidspublicatie)

Het jaarverslag van de bibliotheek bevat een aantal interessante cijfers. Deze cijfers staan weergegeven in Tabel 5.

Tabel 5. Cijfers van Bibliotheek Den Haag (Jaarverslag 2016 van Bibliotheek Den Haag, 2017).

Aantal leden	101.600
Aantal uitleningen	2.669.000
Bezoekers totaal	2.666.000
Waarvan in de Centrale Bibliotheek	1.117.000
Website bezoeken	1.404.000
Nieuwsbrief abonnees	25.000

Het valt op dat 41,9% van het totaal aantal bezoekers de centrale vestiging hebben bezocht. Dit geeft



Figuur 12 Het gebruik van e-mail onder de Nederlandse bevolking (Blinker Nationaal E-mail Onderzoek, 2016).

aan dat deze vestiging een groot aantal mensen bedient. Het is belangrijk voor de organisatie om deze grote heterogene groep zo goed mogelijk te voorzien van informatie. Wat ook opvalt is het feit dat ongeveer een kwart van de leden de nieuwsbrief ontvangen. Wanneer dit gegeven vergeleken wordt met de Nederlandse populatie

blijkt dit percentage vrij laag te liggen. Uit het Blinker Nationaal E-mail Onderzoek uit 2016 blijkt namelijk dat 74% van de Nederlanders aangeeft nieuwsbrieven en reclame e-mails te ontvangen, zoals weergegeven staat in Figuur 12.

Een kanttekening hierbij is dat het onderzoek nieuwsbrieven en reclame binnen een enkele categorie plaatst en het dus niet helder is in hoeverre het onderscheid tussen deze twee mails daadwerkelijk is.

4.2 Secundair

4.2.1 Recensies (internet)

De digitalisering heeft als gevolg dat informatie toegankelijker is geworden voor een grotere groep mensen. Hierdoor kan men makkelijk informatie opzoeken, vaak in de vorm van persoonlijke recensies, over een betreffende organisatie. In deze paragraaf worden online recensies van Bibliotheek Den Haag en de centrale vestiging uitgelicht. De recensies van Facebook en Google zijn uitgelicht, omdat dit de twee bekendste publieke mediakanalen zijn waar mensen recensies achterlaten.

Facebook

Op Facebook kan men een review achterlaten met sterren, waarbij 1 het laagst is en 5 het hoogst. Het is optioneel om dit te beargumenteren met een reactie. Bibliotheek Den Haag heeft 3.179 likes op haar officiële Facebook pagina en een gemiddelde review score van 4,4 uit 5 sterren. In totaal zijn er 47 recensies achtergelaten waarvan de verdeling van scores te zien is in Tabel 6.

Tabel 6. Overzicht Facebook recensies Centrale Bibliotheek Den Haag (Facebook, 2017).

Aantal sterren (schaal 1 t/m 5)	Aantal recensies
5	31
4	10
3	2
2	1
1	3

Het aantal positieve recensies overheersen de negatieve. In het algemeen scoort de bibliotheek dus erg goed. De meest genoemde klacht is het geluidsoverlast door zowel bezoekers als werknemers. Recensenten zijn het meest positief over het gebouw, de voorzieningen en de locatie.

Google

Op Google kunnen mensen op dezelfde manier als Facebook een recensie achterlaten. De recensie bestaat uit een beoordeling met sterren, idem als bij Facebook. Ook de optie om een reactie hierbij achter te laten is optioneel. De Centrale Bibliotheek scoort een 4,6 uit 37 recensies. De verdeling wordt weergegeven in Tabel 7.

Tabel 7. Overzicht Google recensies Centrale Bibliotheek Den Haag (Google, 2017).

Aantal sterren (schaal 1 t/m 5)	Aantal recensies
5	24
4	11
3	0
2	0
1	1

Wederom een positieve beoordeling van de bibliotheek. Er is slechts een enkele negatieve beoordeling op dit medium. Deze recensie bestaat uit een 1 ster beoordeling met als reactie 'muizen', gekoppeld aan een foto van een muis. Recensenten zijn het meest positief over het gebouw en de voorzieningen.

4.2.2 Biebleden: klanten of gebruikers? (boek: *Assessing Service Quality*)

De openbare bibliotheek is een voorziening die toegang biedt tot bepaalde middelen, zonder dat daar een lidmaatschap voor verplicht is. De openbare ruimte wordt vaak benut door bezoekers om te werken of studeren. In de praktijk is er verwarring over hoe abonneementhouders van de bibliotheek genoemd moeten worden. De bibliotheek is een publieke voorziening en niet gericht op het behalen van winst. Wel blijft de bibliotheek een organisatie met haar eigen doelstellingen en zouden de leden benoemd moeten worden als klanten. Bezoekers worden gedefinieerd als gebruikers en leden van de bibliotheek dus als klanten (Hernon et al., 2015). In het kader van het onderzoek worden alleen klanten onderzocht, omdat deze gebruik kunnen maken van alle aangeboden diensten en de gegevens van deze klanten ook bekend zijn.

4.2.3 Cijfers Centraal Bureau voor de Statistiek (overheidspublicatie)

Het CBS heeft in 2016 enkele demografische feiten over de bibliotheek naar buiten gebracht. Hieruit blijkt dat, landelijk gezien, het aantal jeugdleden is gestegen. Jeugdleden zijn leden tot 18 jaar. Opvallend hierbij is dat er een daling plaatsvindt in het aantal volwassen leden. In Tabel 8 staat weergegeven in hoeverre deze groepen zijn veranderd in 2015, ten opzichte van 2010. Door de

verschuiving bestaat het totaal aantal bibliotheekleden in Nederland voor 61% uit jeugdleden.

Tabel 8. Verandering bibliotheekleden in Nederland (CBS, 2016).

	Jeugd	Volwassenen
2010	2,11 miljoen leden	1,88 miljoen leden
2015	2,31 miljoen leden	1,48 miljoen leden

4.3 Conclusie deskresearch

Uit de deskresearch is veel informatie over de bibliotheek naar voren gekomen. Vooral het primaire deskresearch biedt relevante informatie aan, dat past in het kader van dit onderzoek. Het meest relevant is het feit dat de eerder uitgevoerde onderzoeken tekort kwamen, zowel in de resultaten als opzet. Dit geldt voor het kwalitatief (mystery guest) en kwantitatief (BiebPanel) onderzoek. De vraag naar een betrouwbare onderzoeksmethode om de klanttevredenheid periodiek te meten wordt steeds groter, zeker met het krimpend budget. Het verbeteren van de klanttevredenheid en dienstverlening van de bibliotheek is een aspect dat opgenomen is in het beleidsplan voor 2016-2020, maar momenteel zijn er geen concrete oplossingen om dit in de praktijk te realiseren. Het kader van dit onderzoek is daardoor erg belangrijk, omdat dit probleem van de organisatie aangekaart kan worden met behulp van dit onderzoek en de opzet daarvan. Ook kan de bibliotheek interne medewerkers gebruiken, in plaats van het uitbesteden aan derden. De Centrale Bibliotheek ontvangt ruim 1,1 miljoen bezoekers per jaar. Een van de speerpunten van de organisatie is om iedereen te voorzien van de beste haalbare service. Een andere conclusie is dat de online recensies van de Centrale Bibliotheek erg positief te noemen zijn. In het algemeen zijn klanten tevreden of zeer tevreden en zijn er slechts enkele negatieve recensies te vinden

5 Fieldresearch resultaten

Allereerst zal dit hoofdstuk de verantwoording van de respons toelichten. Vervolgens worden de resultaten gegeven bij de fieldresearch deelvragen, die in het eerste hoofdstuk benoemd zijn. Tenslotte worden de hypothesen getoetst. Het beantwoorden van de deelvragen en hypothesen is gedaan met behulp van statistieken en cijfers die voortkomen uit de SPSS analyses. Uit de richtlijnen blijkt dat het gemiddelde van de ervaren service kwaliteit per item en dimensie berekend dient te worden (ARL, 2012). Ook is het belangrijk om per dimensie te kijken welke items het hoogst en laagst scoren. Resultaten worden geïnterpreteerd door middel van *interpretatie 1*, zoals besproken in paragraaf 2.6. In bijlage 10 is de normeringstabel opgenomen, waaruit blijkt dat een algehele score van 7 gemiddeld is (Thompson, Kyrillidou en Cook, 2010). Een kanttekening hierbij is dat deze normering gebaseerd is op alle deelnemende bibliotheken wereldwijd, tot en met 2010. Deze normering is dus niet specifiek voor Europa of Nederland. Het toepassen van *interpretatie 2* is nog niet mogelijk, omdat deze uitgaat van toekomstige vergelijkingen van dezelfde vestiging.

5.1 Verantwoording respons

Van de 7.092 respondentgegevens bleken er 705 e-mailadressen niet correct te zijn. De overige 6.387 respondenten hebben de vragenlijst wel ontvangen. Er zijn 715 vragenlijsten volledig ingevuld, daarmee is het beoogd minimum van 365 behaald en kunnen uitspraken gedaan worden met een betrouwbaarheid van 95%. Het responspercentage komt hierbij neer op 11,2%. De brutosteekproef is dus 7.092 respondenten groot, terwijl de nettosteekproef 715 respondenten bevat. De nettosteekproef zijn de respondenten die hebben meegewerkt. De non respons is het aantal mensen dat niet geparticipeerd heeft, maar wel de enquête hebben ontvangen. Ook zijn er respondenten die een aantal vragen niet hebben beantwoord, omdat deze niet van toepassing waren. Dit staat bekend als missing values (Plooi, 2014). Het was niet noodzakelijk om enquêtes te verwijderen uit de resultaten, volgens de regel die genoemd is in hoofdstuk 3.6. Het ARL (2012) stelt dat online survey onderzoeken in de praktijk vaak lage responspercentages hebben, het gemiddelde is ongeveer 15%. Het percentage voor een hoog respons is volgens hun 30%. Het behaalde percentage van de bibliotheek is dus lager dan het gemiddelde. In bijlage 5 zijn de grafieken van de respondenten te vinden. Het profiel van de respondenten is weergegeven in Tabel 9. Een kanttekening hierbij is dat het niet bekend is welke 705 van de 7.092 respondenten de e-mail niet ontvangen hebben.

Tabel 9. Verdeling van respondenten en populatie naar geslacht en leeftijd

		Respondenten aantal (%)	Populatie aantal (%)
Geslacht	Man	298 (41,7%)	2.866 (40,4%)
	Vrouw	417 (58,3%)	4.185 (59%)
	Onbekend	-	41 (0,6%)
Leeftijd	18-22 jaar	21 (2,9%)	540 (7,6%)
	23-30 jaar	84 (11,7%)	1.362 (19,2%)
	31-45 jaar	155 (21,7%)	1.750 (24,7%)
	46-65 jaar	270 (37,8%)	2.213 (31,2%)
	Ouder dan 65 jaar	185 (25,9%)	1.227 (17,3%)
Totaal	Aantal	715 (100%)	7.092 (100%)

Wanneer het profiel van de respondenten wordt vergeleken met de populatie vallen de volgende overeenkomsten op:

- Het percentage van de verdeling tussen man en vrouw komt overeen.
- De leeftijdsgroep 18-22 jaar heeft het minst gereageerd.
- Minder 23-30 jarigen hebben gereageerd.
- Het respons van 31-45 jarigen komt dicht in de buurt.
- In verhouding hebben meer 46-65 jarigen gereageerd.
- In verhouding hebben meer 65-plussers gereageerd.

5.2 Scores en normering

Deze paragraaf geeft antwoord op de deelvraag: *hoe scoort de bibliotheek, ten opzichte van de normering?* Omdat de algehele service kwaliteit uit drie dimensies bestaat, zal gekeken worden naar de gemiddelde scores van elke dimensie en het hoogst en laagst scorend item per dimensie. Zie bijlage 6 voor de statistische tabellen en een samenvatting van de relevante data in een overzichtelijke tabel. De bibliotheek als geheel scoort gemiddeld 7,27. De Centrale Bibliotheek komt hiermee in de 64^e percentiel van de totale ervaren service kwaliteit terecht die opgesteld is door het ARL. Dit betekent dat 64% van de bibliotheken wereldwijd, hetzelfde of lager scoort. Dit is een positief resultaat, omdat de score iets hoger ligt dan het gemiddelde van 7.

5.2.1 Hoe scoren de dimensies, ten opzichte van de normering?

Om de resultaten te kunnen interpreteren zijn de normatieve scores opgenomen in bijlage 10. De waarden zijn uit de oorspronkelijke bron gehaald en worden uitgedrukt in percentielen. Hierbij zijn de *perception* scores per dimensie en het *total* relevant. Dit zijn de normen die opgesteld zijn door Thompson, Kyrillidou en Cook (2010). Deze norm is opgebouwd uit gemiddelde scores van ruim duizend bibliotheken. Het is hierbij belangrijk om rekening te houden met de kanttekening dat deze norm gebaseerd is op bibliotheken wereldwijd en niet specifiek voor een land of continent. De percentielen en scores, ten opzichte van het gemiddelde, zijn weergegeven in Tabel 10. Wanneer de behaalde scores worden vergeleken met de normering blijkt dat *library as place* als enige dimensie onder het gemiddelde scoort.

Tabel 10. Scores van de dimensies

Dimensie	Percentiel score	Gemiddelde normering	Behaalde score
Affect of service	Tussen 58 en 59	7,22	7,46
Library as Place	Tussen 48 en 49	7	6,89
Information control	Tussen 58 en 59	7,25	7,46

5.2.2 Hoe scoort de beste en slechtste item per dimensie?

Affect of Service

Het hoogst scorend item binnen deze dimensie is: *de medewerkers van de bibliotheek komen betrouwbaar over*. De gemiddelde score is 7,82 met een standaarddeviatie van 1. Klanten beoordelen dit item hoger dan andere items en het resultaat is positief te noemen.

Het laagst scorend item binnen deze dimensie is: *medewerkers hebben inzicht in mijn behoeften*. De gemiddelde score is 6,78 met een standaarddeviatie van 1,46. Klanten beoordelen dit item lager dan

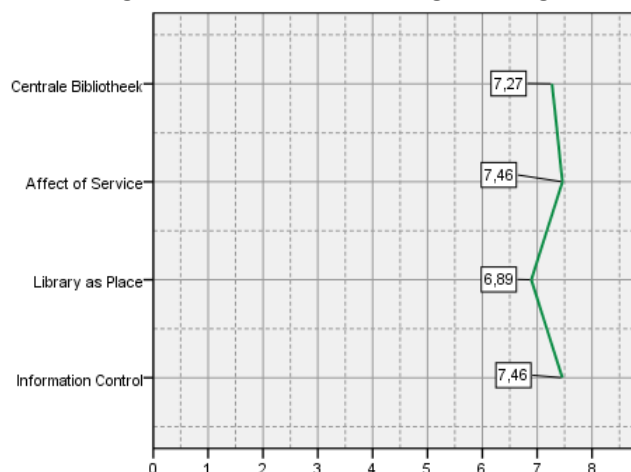
andere items en het resultaat is niet positief te noemen. Het gemiddelde van dit item ligt veel lager dan het gemiddelde van de gehele dimensie.

Library as Place

Het hoogst scorend item binnen deze dimensie is: *de bibliotheek is een comfortabele en uitnodigende locatie*. De gemiddelde score is 7,55 met een standaarddeviatie van 1,36. Klanten beoordelen dit item hoger dan andere items en het resultaat is positief te noemen.

Het laagst scorend item binnen deze dimensie is: *de bibliotheek beschikt over rustige ruimtes voor individuele activiteiten*. De gemiddelde score is 6,54 met een standaarddeviatie van 1,72.

Klanten beoordelen dit item lager dan andere items en het resultaat is niet positief. Het gemiddelde van dit item ligt iets lager dan het gemiddelde van de gehele dimensie. Opvallend is dat dit item de hoogste standaardafwijking heeft van de drie items.



Figuur 13. Gemiddelde scores per dimensie en algeheel

Information Control

Het hoogst scorend item binnen deze dimensie is: *ik kan zelfstandig informatie vinden op de bibliotheek website*. De gemiddelde score is 7,81 met een standaarddeviatie van 1,14. Klanten beoordelen dit item hoger dan andere items en het resultaat is positief te noemen.

Het laagst scorend item binnen deze dimensie is: *de bibliotheek beschikt over de collecties gedrukte en elektronische materialen die ik nodig heb*. De gemiddelde score is 7,2 met een standaarddeviatie van 1,3. Klanten beoordelen dit item lager dan andere items, maar het resultaat is nog wel gemiddeld. Het gemiddelde van dit item ligt iets lager dan het gemiddelde van de gehele dimensie, waarvan het minimum op 7,2 ligt.

5.3 Service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek

Deze paragraaf geeft antwoord op de deelvraag: *hoe wordt de service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek beoordeeld?* De service kwaliteit van de gehele bibliotheek wordt bepaald door te kijken naar het resultaat van de 22 gestandaardiseerde LIBQUAL+™ kernvragen. In Figuur 13 is de verdeling van de scores weergegeven. Hieruit blijkt dat de Centrale Bibliotheek een algehele beoordeling van 7,27 toegewezen krijgt. Dit is een bovengemiddelde score en wordt gezien als voldoende. In bijlage 8 is een histogram weergegeven met de verdeling van de beoordeling. De histogram is normaal verdeeld en ongeveer 55% van de respondenten beoordeeld de bibliotheek met een score tussen de 7 en 8.

Ook zijn de relevante antwoorden uit de open vraag individueel geanalyseerd en gecodeerd op basis van het onderwerp. Deze onderwerpen kunnen elk geplaatst worden binnen een dimensie van het LIBQUAL+™ model en zijn kort benoemd bij de bijbehorende dimensie om een volledig beeld te schetsen van de respons. De open vraag is 300 keer beantwoord door de respondenten. Daarvan zijn veel antwoorden niet relevant, omdat er geen inhoudelijke opmerkingen gegeven worden. Deze opmerkingen zijn gecodeerd als 'anders'. In bijlage 15 is de respons op de open vraag weergegeven.

5.3.1 Hoe wordt de *affect of service* dimensie beoordeeld?

De *affect of service* dimensie behaalt het hoogst gemiddelde. Het betrouwbaarheidsinterval van 95% geeft grenzen van [7,38 – 7,54] aan met een gemiddelde van 7,46. De gemiddelde standaarddeviatie van de dimensie is 1,05. Elk item wordt positief beoordeeld, op een enkele na. Hieruit blijkt dat werknemers niet altijd de benodigde inzicht hebben in de behoeften van klanten. Uit de overige items blijkt wel dat de werknemers een klantvriendelijke houding opstellen. De standaarddeviatie bij het slechtst beoordeelde item is ook het grootst, namelijk 1,5. Klanten zijn dus tevreden over de aspecten van deze dimensie, op het inzicht na van de werknemers.

Het meest voorkomend onderwerp dat is benoemd in de open vraag en betrekking heeft op de *affect of service* dimensie is de bekwaamheid van medewerkers. Van de 300 respondenten hebben 14 aangegeven dat zij hier niet tevreden mee zijn.

5.3.2 Hoe wordt de *library as place* dimensie beoordeeld?

De *library as place* dimensie behaalt het laagst gemiddelde. Het betrouwbaarheidsinterval van 95% geeft grenzen van [6,80 – 6,99] aan met een gemiddelde van 6,89. De standaarddeviatie voor de algehele dimensie is 1,3 en is daarmee het hoogst van alle dimensies. De fysieke locatie van de Centrale Bibliotheek is het enige item dat een goede score weet te behalen binnen deze dimensie. De overige vier items worden beoordeeld met een gemiddelde cijfer tussen de 6,5 en 6,9. Ook zijn de standaardafwijkingen van deze vier items hoger met 1,52 als minimum en 1,81 als maximum. Uit de resultaten blijkt dat er een gebrek aan rust en inspiratie is binnen de bibliotheek.

De meest voorkomende onderwerpen die benoemd zijn in de open vraag en betrekking hebben op de *library as place* dimensie zijn weergegeven in Tabel 11. Geluidsoverlast is het laagst scorend item van de vragenlijst en dit is ook bevestigd in de resultaten van de open vraag.

Tabel 11. Opmerkingen relevant voor *Library as Place*

Opmerking	Aantal (%)
Geluidsoverlast	28 (9,3%)
Ruimere openingstijden	20 (6,7%)
Te druk	11 (3,7%)

5.3.3 Hoe wordt de *information control* dimensie beoordeeld?

De *information control* dimensie behaalt (afgerond) hetzelfde gemiddelde als *affect of service*. Het betrouwbaarheidsinterval van 95% geeft grenzen van [7,39 – 7,53] aan met een gemiddelde van 7,46. De standaarddeviatie is het laagst van alle dimensies met 0,92. In de output van bijlage 6 is te zien dat elk item een positieve beoordeling krijgt. Het laagst beoordeelde item heeft een 7,2 en het hoogst beoordeelde item een 7,81. Klanten zijn tevreden over de informatie die de website aanbiedt, dit item is het hoogst beoordeeld. In het algemeen beoordelen de klanten de dimensie positief. Het laagst beoordeelde item geeft aan dat klanten meer gedrukte en elektronische bronnen zouden willen. Hoewel de beoordeling hier relatief positief is, blijft het een feit dat dit het item is met de laagste score binnen *information control*.

De meest voorkomende onderwerpen die benoemd zijn in de open vraag en betrekking hebben op de *library as place* dimensie zijn weergegeven in Tabel 12. Geluidsoverlast is het laagst scorend item van de vragenlijst en dit is ook bevestigd uit de resultaten van de open vraag. Ruim 9% geeft aan dat zij graag

actief herinnerd willen worden per e-mail, wanneer de uitleentermijn afloopt en wanneer hun reservering klaar staat. Dit wordt momenteel drie weken nadat een uitleentermijn verstreken is kenbaar gemaakt en direct voor reserveringen. De herinnering wordt in beide gevallen schriftelijk per post verstuurd. Een klein gedeelte geeft aan dat zij graag hun eigen leengeschiedenis en die van de materialen willen inzien. Vaak is er een wachtrij voor reserveringen, maar wordt het niet duidelijk of iemand anders datzelfde exemplaar eerder heeft gereserveerd.

Tabel 12. Opmerkingen relevant voor Information Control

Opmerking	Aantal (%)
Herinnering per e-mail	28 (9,3%)
Uitleenapparaat onhandig	12 (4%)
Leengeschiedenis inzien	11 (3,7%)
Meer recent uitgebrachte literatuur	11 (3,7%)

5.3.4 In welke mate verschilt de beoordeling tussen leeftijdscategorieën?

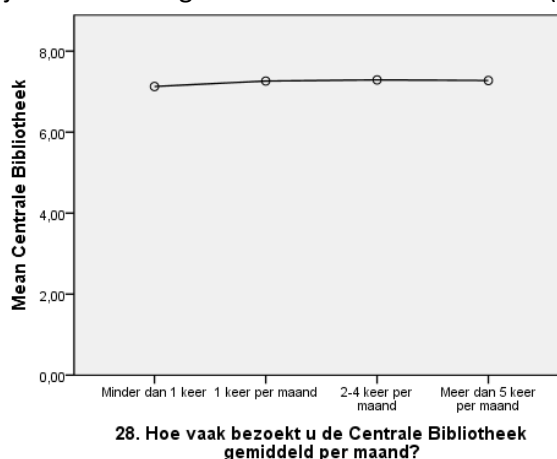
Met behulp van een *custom table* zijn alle leeftijdscategorieën gekruist met de drie LIBQUAL+™ dimensies en de bibliotheek als geheel. Het resultaat daarvan is te zien in bijlage 11. Uit de meervoudige kruistabel blijkt dat ouderen in het algemeen positiever zijn in hun beoordeling dan jongeren. Er lijkt een lineaire stijging te zijn bij een oudere leeftijd. Dit is alleen niet van toepassing op de *library as place* dimensie. In bijlage 11 zijn analyses en een lijngrafiek te vinden. Uit de grafiek blijkt dat er sprake is van een lineaire lijn. De beoordeling wordt dus hoger naarmate de leeftijd van de respondent stijgt, behalve bij de *library as place* dimensie.

5.3.5 In welke mate verschilt de beoordeling op basis van geslacht?

Uit de t-toets (bijlage 8) blijkt dat mannen en vrouwen dezelfde beoordeling geven per dimensie en het totaal. Het verschil tussen het gemiddelde en standaarddeviatie is erg klein en de t-waarden geven aan dat er geen significant verschil zit in de beoordeling op basis van geslacht. De resultaten zijn overzichtelijk weergegeven in een grafiek, opgenomen in bijlage 8. Hierin wordt duidelijk dat de beoordeling van zowel man als vrouw vrijwel gelijk zijn. Gemiddeld genomen beoordelen mannen (7,29) en vrouwen (7,25) de dimensies van het LIBQUAL+™-model en de bibliotheek hetzelfde. Het verschil tussen mannen en vrouwen is niet significant ($t=0,561$; $df=712$; $p=0,665$).

5.3.6 In welke mate is er een samenhang tussen het aantal bezoeken en de service kwaliteit beoordeling?

Het aantal bezoeken speelt geen rol in de beoordeling. In Figuur 14 is te zien dat de beoordeling ongeveer hetzelfde is, ongeacht het aantal bezoeken. In bijlage 16 is de statistische output opgenomen van de One Way-Anova test. Hieruit blijkt dat er geen verband bestaat tussen het aantal bezoeken en de beoordeling ($F= 0,342$; $df= 3$; $p= 0,795$). Met de 95% betrouwbaarheidsinterval $[7,20 - 7,34]$ valt de service kwaliteit beoordeling binnen deze grenzen.



Figuur 14. Bezoekersfrequentie en beoordeling

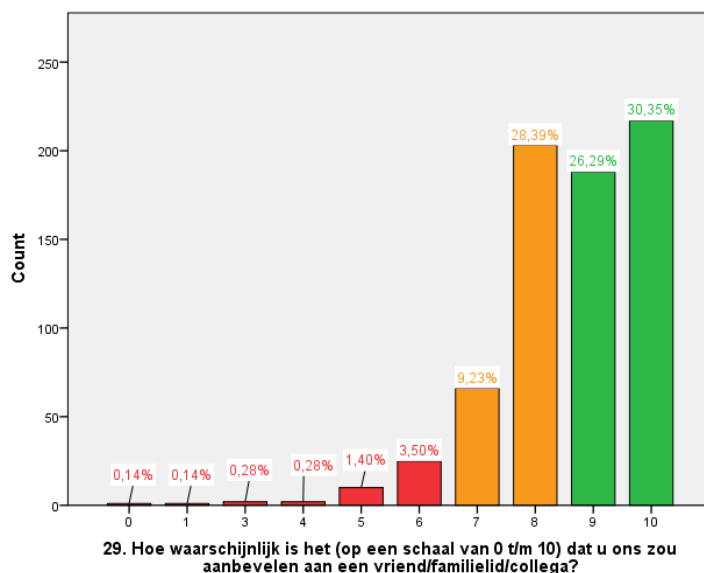
5.4 Aanbeveling door leden

Deze paragraaf geeft antwoord op de deelvraag: *in welke mate wordt de Centrale Bibliotheek actief aangeraden door de leden?* De

aanbeveling is gemeten met behulp van de Net Promotor Score (NPS). Er wordt gekeken of er verschil is tussen de NPS en de leeftijdscategorieën. Ook zal gekeken worden of een andere aanbeveling wordt gedaan op basis van geslacht en de frequentie van het aantal bezoeken.

Figuur 15 bevat de mate waarin respondenten een NPS cijfer toekennen. Opvallend is dat niemand van de 715 respondenten de vraag met een '2' heeft beoordeeld. Deze ontbreekt daarom in de grafiek en in de frequentietabel, die opgenomen is in bijlage 9. De groene staven zijn *promotors*, de oranje *passives* en de rode *criticasters*. De NPS wordt

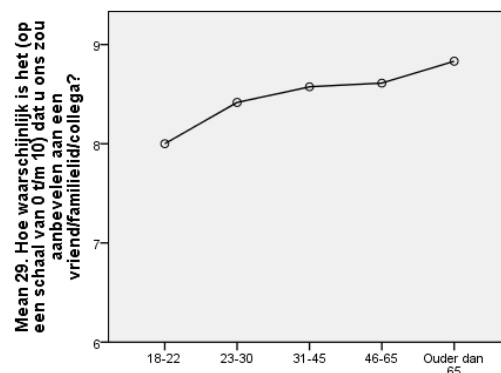
berekend door het totaal percentage *promotors* te nemen en daar het totaal percentage *criticasters* van af te trekken. Dat komt uit op $56,64 - 5,74 = 50,9$. In bijlage 9 is een grafiek opgenomen waaruit blijkt dat *criticasters* van 1 tot en met 6 een algehele beoordeling toekennen tussen de 5 en 6 gemiddeld. Vanaf 6 tot en met 10 is er sprake van een lineaire stijging. Hoe hoger de NPS van *passives* en *promotors* is, hoe hoger hun service kwaliteit beoordeling wordt. De NPS heeft dus een significant effect op de algehele service kwaliteit beoordeling en er bestaat een positieve correlatie ($r=0,639$; $p<0,001$).



Figuur 15. Verdeling van Net Promotor Score beoordelingen

5.4.1 Welke leeftijdscategorie geeft de hoogste aanbeveling?

In Figuur 16 staat de verdeling van aanbeveling op basis van leeftijd weergegeven. Hierin valt op dat bij een oudere leeftijd de aanbeveling hoger is. Hoe jonger de respondent, des te lager het aanbevelingscijfer dat hij of zij geeft. De 65 plussers geven dus de hoogste aanbeveling. Overigens is de aanbeveling in het algemeen hoog beoordeeld. Bijlage 9 bevat ook het frequentieoverzicht van de aantallen die bij de grafiek hoort.



Figuur 16. Beoordeling per leeftijdscategorie

5.4.2 Welke leeftijdscategorie geeft de laagste aanbeveling?

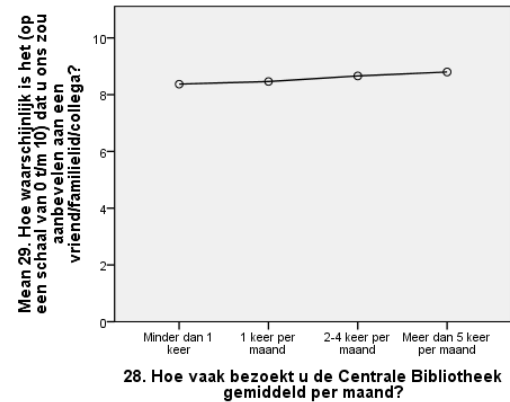
Uit de grafiek blijkt dat de laagste aanbeveling gedaan wordt door de jongste categorie, namelijk 18-22 jaar. Gemiddeld genomen geeft deze categorie een 8 als NPS. Een kanttekening hierbij is dat de twee jongste leeftijdscategorieën bestaan uit een klein aantal respondenten en dit slechts indicatief is.

5.4.3 In welke mate heeft geslacht invloed op de aanbeveling?

Om te controleren of geslacht een rol speelt bij de mate van aanbeveling is een significantie test met behulp van de t-toets uitgevoerd. In bijlage 13 is de statistische weergave terug te vinden. Uit deze test blijkt dat er geen significant verband is tussen aanbeveling en geslacht ($t=-0,671$; $df=713$; $p=0,474$).

5.4.4 In hoeverre geven leden die de bibliotheek vaker bezoeken een hogere aanbeveling?

Wanneer de gemiddelde aanbeveling tegenover het aantal bezoeken wordt gelegd, blijkt dat er geen verband hiertussen is. Hoe vaker iemand de bibliotheek bezoekt heeft dus geen invloed op de aanbeveling, zoals te zien is in Figuur 17. In bijlage 14 is de statistische output te vinden. Hieruit blijkt, volgens de One Way-Anova test, dat er geen significant verband is tussen het aantal bezoeken en de mate van aanbeveling ($F= 2,27$; $df= 3$; $p= 0,079$). Er wordt wederom uitgegaan van een maximale significantieniveau van 0,05 vanwege de betrouwbaarheid van 95% en dus is er geen sprake van een significant verband.



Figuur 17. Bezoekersfrequentie en NPS

5.5 Bezoekersfrequentie en demografische factoren

Deze paragraaf geeft antwoord op de deelvraag: *in hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en demografische factoren?* Er zijn twee verschillende demografische factoren gemeten bij de respondenten: leeftijd en geslacht. In bijlage 8 is een grafiek opgenomen met de verdeling van de respondenten naar leeftijd en geslacht. Omdat er verschillende aantallen per leeftijd zijn, is er gekeken naar de relatieve frequenties.

Hieruit blijkt dat ouderen boven de 65 de grootste leeftijdsgroep is waarvan er meer mannen dan vrouwen naar de bibliotheek komen. Absoluut gezien trekt de bibliotheek meer vrouwelijke bezoekers, dat is een trend die landelijk voorkomt (CBS, 2015).

5.5.1 In hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en leeftijd?

Bijlage 8 bevat een staafdiagram met de verdeling van bezoekersfrequentie naar leeftijd. De meest genoemde bezoekersfrequentie voor alle leeftijdscategorieën is 2-4 keer per maand en het minst genoemde minder dan 1 keer per maand. Bijna 29% van de jongeren van 18-22 jaar bezoeken de bibliotheek meer dan vijf keer per maand en daarmee zijn zij relatief gezien de grootste groep bij deze frequentie.

5.5.2 In hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en geslacht?

Uit de staafdiagram, opgenomen in bijlage 8, zijn de volgende feiten af te leiden: slechts 3% van de mannen bezoekt de bibliotheek minder dan een keer per maand, ten opzichte van 6% van de vrouwen. Minder mannen bezoeken de bibliotheek gemiddeld een keer per maand met 24%, ten opzichte van 28% van de vrouwen. De bezoekersfrequentie van 2-4 keer per maand is bijna gelijk per geslacht met bijna 51% van de mannen, ten opzichte van 49% van de vrouwen. Maar liefst 22% van de mannen geven aan de bibliotheek meer dan vijf keer per maand te bezoeken, waarbij iets meer dan 16% van de vrouwen dat doen.

Het verband tussen het aantal bezoeken en geslacht is statistisch getoetst en geeft aan dat het verschil nog net significant is bij een significantieniveau van 95% (Chi-square=8,032; df=3; p=-0,045). Mannen bezoeken de bibliotheek dus relatief gezien vaker dan vrouwen.

5.6 Toetsing van hypothesen

De vier hypothesen zijn getoetst en statistisch toegelicht. Deze paragraaf is ingedeeld in twee subparagrafen, waarvan de eerste H1 tot en met H3 bespreekt en de laatste H4.

5.6.1 Toetsing van individuele dimensies

De dimensies zijn getoetst, ten opzichte van de totaal ervaren service kwaliteit. Hiermee wordt gekeken in hoeverre de dimensies invloed hebben op het resultaat. In bijlage 12 zijn de statistische analyses terug te vinden. Het significantieniveau is wederom <0,001 bij elke dimensie. Uit de resultaten blijkt dat alle dimensies een significant verband hebben op het totaal resultaat. Deze zijn samengevat in Tabel 13.

Tabel 13. Correlatieanalyse LIBQUAL+™ dimensies

	Dimensie	Library Service Quality	Affect of Service	Library as Place	Information Control
Pearson correlatie	Library Service Quality	1,0	0,816	0,873	0,819

5.6.2 Toetsing van ervaren service kwaliteit model met Cronbach's Alpha

Om te controleren in hoeverre het gemiddelde een betrouwbaar gegeven is wordt de Cronbach's Alpha toegepast. Hiermee kan gekeken worden of items die deel uitmaken van een dimensie onderling samenhang vertonen met elkaar. In feite wordt hiermee de interne consistentie gemeten. Alpha berekent de homogeniteit van items die tot een dimensie of schaal behoren (Baarda, 2014). Bij volledige homogeniteit is de coëfficiënt 1,00. Dat betekent dat het tegenovergestelde, een waarde van 0,00, inhoudt dat de items binnen de dimensie heterogeen zouden zijn. Voor complexe begrippen wordt een Alpha waarde van minimaal 0,60 gehanteerd als acceptabel. Voor eenvoudige begrippen is de minimale waarde 0,80. In dit geval zijn de items vrij homogeen, aangezien ze voldoen aan de minimale waarde van 0,80 en de dimensies niet complex zijn. Een kanttekening is overigens dat homogeniteit betrekking heeft op de betrouwbaarheid van de dimensie en niet op de validiteit. Wel wordt er gesteld dat een hoge betrouwbaarheid een criterium is voor validiteit. In bijlage 6 zijn de statistieken met correlaties voor elke dimensie te vinden. In Figuur 18 zijn de berekende waarde aangegeven per dimensie. Normaal zou deze waarde per invalshoek berekend moeten worden (*perceived, minimum en desired*), omdat een eenzijdige dimensie is gekozen in dit onderzoek hoeft er geen onderscheid gemaakt te worden. Alle waarden hebben betrekking op de ervaren service kwaliteit (*perceived*). De resultaten geven allemaal zeer hoge waarden aan.

Reliability Statistics			Reliability Statistics			Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,949	,952	9	,857	,859	5	,882	,886	8

Figuur 18. Cronbach's Alpha waarden, van links naar rechts, voor affect of service, library as place en information control

6 Conclusie

In dit hoofdstuk is, met behulp van de resultaten uit hoofdstuk 5, in paragraaf 6.1 antwoord gegeven op de deelvragen en de probleemstelling. In paragraaf 6.2 wordt besproken welke hypothesen zijn aangenomen of verworpen. In paragraaf 6.3 worden de beperkingen van huidig onderzoek benoemd. Om volledige conclusies te kunnen trekken is er gebruik gemaakt van intersubjectiviteit.

6.1 Terugkoppeling deelvragen en probleemstelling

‘Wat is klanttevredenheid?’

Klanttevredenheid kan geformuleerd worden op vele manieren, maar de essentie van klanttevredenheid komt neer op het volgende: het positief gevoel dat een klant krijgt wanneer een product/dienst zijn behoefte/wens vervult of dit zelfs overtreft.

‘Wat is klantloyaliteit?’

Bij klantloyaliteit is er sprake van twee dimensies: *attitudinal loyalty* en *behavioral loyalty*. *Attitudinal loyalty* heeft betrekking op de emoties van een klant naar een merk of organisatie en *behavioral loyalty* op het koopgedrag. Een van de meest bekende manieren om klantloyaliteit in kaart te brengen is de intentie van herhaalaankopen. Klanttevredenheid en loyaliteit vertonen veel samenhang, omdat zeer tevreden klanten een herhalingsaankoop intentie hebben die zes keer hoger is dan tevreden klanten. Tegenwoordig wordt de Net Promotor Score (NPS) vaak toegepast door grote organisaties, om de mate van aanbeveling van klanten in kaart te brengen. De mate van aanbeveling is geen volledig betrouwbare methode om loyaliteit te meten, maar wel een eenvoudige, goedkope en snelle manier om een indicatie te krijgen hiervan.

‘Wat is service kwaliteit?’

De manier waarop een organisatie een dienst verleent in de perceptie van een klant. Het doel is om op het hoogst haalbare manier een dienst te verlenen aan klanten. Dit kan gemeten worden met behulp van verschillende modellen en theorieën. Een aantal modellen zijn specifiek voor bepaalde branches en kunnen meten waar eventuele tekortkomingen liggen van een dienstverlenende organisatie. Het leveren van kwalitatief goede diensten zal direct invloed hebben op de klanttevredenheid, aangezien deze constructen zeer sterk samenhangen met elkaar. Dit kan ook weer leiden tot een hogere mate van klantloyaliteit. Een dienstverlener met een hoge service kwaliteit kan zich hiermee onderscheiden ten opzichte van concurrenten en een ervaring bieden die klanten als positief percipiëren.

‘Hoe wordt perceptie gemeten in de bibliotheekbranche?’

Het LIBQUAL+™ model is specifiek ontwikkeld om service kwaliteit binnen de bibliotheek te meten. Gedurende de jaren is dit model mee veranderd met nieuwe ontwikkelingen en is het een wetenschappelijk bewezen model om percepties te meten, zodat eventuele tekortkomingen in kaart gebracht kunnen worden. Met name de *perceived service* invalshoek speelt hier een cruciale rol, aangezien het aangetoond is dat dit in feite meer relevante en bruikbare data oplevert dan de *minimum* en *desired* invalshoeken.

‘Hoe kan de service kwaliteit van een bibliotheek gebenchmarkt worden?’

Doordat het LIBQUAL+™ model inmiddels toegepast is in 33 landen en bij meer dan 1.300 bibliotheken heeft de organisatie, dat het model ontwikkeld heeft en beheert, een normeringstabel kunnen vaststellen. Dankzij de gestandaardiseerde methode is het mogelijk om te benchmarken op de volgende

drie manieren:

1. Het interpreteren van de percentielen met behulp van de normeringstabel.
2. Longitudinaal onderzoek toepassen bij een specifieke bibliotheek om de veranderingen en prestaties gedurende een langere periode te meten.
3. Benchmarks tussen verschillende vestigingen om te kijken hoe de bibliotheken in Den Haag onderling presteren.

Hiermee kan het management bijsturing geven en de effecten van bepaalde implementaties volgen. Door het toepassen van de gestandaardiseerde LIBQUAL+™ methode is het dus mogelijk om vergelijkingen te maken met bibliotheken in de gemeente, waaronder longitudinaal, maar ook met algemene percentielscores dankzij de opgestelde normering. Met deze methode wordt dus ook voldaan aan de subdoelstellingen van de organisatie, zoals beschreven staat in paragraaf 1.1.

‘In hoeverre scoort de bibliotheek positief, ten opzichte van de normering?’

De Centrale Bibliotheek behaalt een score van 7,27, hierdoor scoort de bibliotheek in de 64^e percentiel. Over het algemeen is dit een positieve score, aangezien dit betekent dat 64% van de bibliotheken hetzelfde of zelfs lager scoort. De score van *library as place* is het laagst met een percentiel tussen 48 en 49, dat onder het gemiddelde is. Hier zit dan ook het grootste verbeterpunt van de Centrale Bibliotheek. De overige twee dimensies, *affect of service* en *information control*, scoren tussen de 58^e en 59^e percentiel. Er is ruimte voor verbetering, maar over het algemeen scoren deze dimensies beter dan de mediaan. Een enkel item in *affect of service* scoort onder de norm, dit heeft te maken met de kloven tussen werknemers en de jongere bibliotheek leden. Wanneer de items in *library as place* verbeterd zouden worden, kan de totale score van de bibliotheek hoger uitvallen.

‘Hoe wordt de service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek beoordeeld?’

Klanten zijn over het algemeen tevreden over de service kwaliteit van de bibliotheek. De beoordelingen zijn normaal verdeeld, waarbij 55% van de klanten de algehele *library service quality* beoordeeld met een cijfer tussen de 7 en 8. Het maximale cijfer is 9. Ongeveer 68% van de klanten geven een 7 of hoger als cijfer. De meerderheid is dus absoluut tevreden over de service kwaliteit van de bibliotheek.

Het laagst scorend item uit de *affect of service* dimensie heeft betrekking op de inzicht van werknemers. Uit de resultaten is gebleken dat vooral jongeren dit aspect negatief beoordelen en ouderen hier positiever in staan. De gemiddelde leeftijd van het personeel dat werkzaam is op de vloer is 51 jaar. Een verklaring kan dus zijn dat de oudere medewerkers moeite hebben om inzicht te verkrijgen in de jongere klanten, vanwege het leeftijdsverschil. Ook is het vrij logisch dat niet elke medewerker even goed inzicht heeft in de behoeften van de klant, omdat de bibliotheek een hele brede en diverse doelgroep aanspreekt.

De *library as place* behaalt als enige dimensie een score die onder de mediaan valt. Vier van de vijf items zijn hier laag beoordeeld. De fysieke bibliotheek is als enige item positief beoordeeld. Vooral het gebrek aan rustige, inspirerende en gemeenschappelijke ruimtes is aangekaart. Dit is een probleem dat ook regelmatig geuit wordt op social media door klanten. Het is dan ook belangrijk voor de bibliotheek om het overlast tegen te gaan. Het gebrek aan groepsruimtes kan een reden zijn van de geluidsoverlast, doordat groepen in publieke ruimtes overleggen en luidt communiceren. Het gemis van inspirerende ruimtes is te danken aan het feit dat de gehele bibliotheek niet opgemaakt is. Alle muren en wanden zijn voorzien van een witte verflaag die geen creativiteit of inspiratie uitstraalt. Het gebouw ziet er daardoor vrij minimalistisch en leeg uit.

De *information control* dimensie scoort hetzelfde als de *affect of service*. Elk individueel item wordt hier positief beoordeeld, waarbij het laagst scorend item een 7,2 oplevert. De meest interessante opmerkingen die betrekking hebben tot deze dimensie komen dan ook voort uit de open vraag. Hieruit blijkt vooral dat klanten graag per e-mail herinnerd willen worden wanneer hun uitleentermijn afloopt. Over het algemeen scoren alle items erg goed binnen de dimensie. Het toevoegen van de e-mail herinneringen blijkt een vrij eenvoudig technologisch proces te zijn, volgens de IT beheerder.

‘In welke mate wordt de Centrale Bibliotheek actief aangeraden door de leden?’

De bibliotheek wordt heel actief aangeraden door leden. Het aantal promotors bedraagt 56,64 en het aantal criticasters 5,74. Dit levert een zeer positieve NPS-score van 50,9 op. Uit de resultaten blijkt hoe jonger de klant is, hoe lager de aanbeveling. Dit kan te maken hebben dat ouderen de bibliotheek zien als een essentiële voorziening en de jongeren de bibliotheek meer percipiëren als een plek om te studeren. Verder blijkt dat zowel geslacht als bezoekersfrequentie geen significant invloed heeft op de mate van aanbeveling.

‘In hoeverre is er een verschil tussen bezoekersfrequentie en demografische factoren?’

Mannen bezoeken de bibliotheek gemiddeld vaker per maand dan vrouwen. Van de mannen geeft 22% aan de bibliotheek meer dan vijf keer per maand te bezoeken, ten opzichte van 16% van de vrouwen. Mannen van 65-plus zijn de grootste groep klanten die de bibliotheek meer dan vijf keer per maand bezoeken. Gemiddeld gezien bezoeken klanten de centrale vestiging twee tot vier keer per maand. Het grootste verschil in bezoekersfrequentie en demografische factoren is dus terug te vinden bij geslacht. Een mogelijke reden dat mannen een hogere bezoekersfrequentie hebben is dat veel mannen de regionale, nationale en internationale kranten lezen die de bibliotheek dagelijks gratis aanbiedt.

De centrale vraag is opgesteld in het eerste hoofdstuk en is geformuleerd als volgt: *wat is de huidige perceptie van de volwassen leden ten aanzien van de service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek Den Haag?*

Uit de resultaten blijkt dat de Centrale Bibliotheek algeheel een gemiddelde score behaalt van 7,27 op de ervaren service kwaliteit. Hiermee valt de bibliotheek in de 64e percentiel van de norm, die gehanteerd wordt door het ARL (2012). Dit gegeven houdt in dat 64% van de bibliotheken gelijk of lager scoort dan de Centrale Bibliotheek. De *Library as Place* dimensie scoort het slechtst, met een percentiel score tussen 48 en 49 is dit de enige dimensie die onder het gemiddelde scoort. *Affect of Service* en *Information Control* scoren beide tussen de 58e en 59e percentiel, waarbij *affect of service* als enige een item bevat die lager scoort dan het gemiddelde. Over het algemeen wordt de gepercipieerde service kwaliteit dus positief ervaren door de klanten. De grootste verbeterpunten liggen bij de *Library as Place*, vanwege de lagere percentiel score en lager beoordeelde items, ten opzichte van de overige dimensies. Het slechts beoordeelde item zit ook binnen de *Library as Place* dimensie. Een gemiddelde score van 6.54 geeft aan dat klanten het meest ontevreden zijn over de mate van geluidsoverlast. Dit komt ook overeen met de gecodeerde resultaten uit de open vraag. Respondenten vonden het noodzakelijk om dit te benadrukken, ondanks dat dit als item al opgenomen is in de vragenlijst.

Klanten zijn het meest ontevreden over het gebrek aan stille, gemeenschappelijke en inspirerende ruimtes. Ook het gebrek aan inzicht van medewerkers is een minpunt, voornamelijk voor de jongvolwassenen. De klacht over het geluidsoverlast wordt ook gemaakt op de grootste social media kanalen van de bibliotheek. Het gebrek aan inzicht van medewerkers kan komen door het grote leeftijdsverschil tussen medewerkers en klanten. Uit de resultaten valt op dat jongeren over het

algemeen kritischer zijn dan ouderen, vooral binnen de *affect of service* dimensie. Een mogelijkheid hiervoor is dat de oudere medewerkers minder inzicht hebben in de behoeften en wensen van jongere klanten, omdat de generatiekloof te groot is. Uit de open vraag zijn ook waardevolle opmerkingen gehaald. Bijna 10% heeft aangegeven dat er sprake is van geluidsoverlast, zoals blijkt uit de vragenlijst. Ook geeft bijna 10% aan dat zij graag per e-mail herinnerd willen worden wanneer een uitleentermijn zal aflopen of wanneer hun reservering klaar staat. Momenteel ontvangen klanten drie weken nadat de leentermijn verstreken is een bericht per post. Ook het kenbaar maken dat een reservering klaar staat gaat per post. In beide gevallen besteedt een werknemer tijd om de brieven per pen aan te schrijven. De volwassen klanten hebben dus over het algemeen een positieve perceptie, ten aanzien van de service kwaliteit van de Centrale Bibliotheek Den Haag. De bibliotheek moet dus de nodige verbeteringen doorvoeren bij *library as place* en een enkel aspect bij *affect of service*. Verbeteringen van de kritische punten zijn in hoofdstuk 7 en 8 uitgelicht.

Klanten zijn erg te spreken over de informatievoorzieningen die de bibliotheek aanbiedt. Ook komen medewerkers betrouwbaar over en zijn ze wel bereid om klanten te helpen. Het fysieke gebouw wordt erg positief beoordeeld, het is dan ook een vrij nieuw gebouw dat modern oogt. Uit de resultaten blijkt dat er sprake is van een hoge mate van aanbeveling, door middel van de NPS beoordeling. De *passives* zijn de grootste groep, na de *promotors*, dus kan de bibliotheek deze mensen wellicht stimuleren om *promotors* te worden.

6.2 Terugkoppeling hypothesen

De conclusie uit de toetsing van de hypothesen worden hier benoemd.

Hypothese 1: ‘Affect of service heeft het kleinste effect op library service quality’

Affect of service blijkt het kleinste effect te hebben op de *library service quality*, ondanks een hoge correlatie. Het verschil tussen H1 en H3 is gering, maar H1 is iets kleiner. H1 wordt aangenomen.

Hypothese 2: ‘Library as place heeft het grootste effect op library service quality’

Library as place blijkt het grootste effect te hebben op de *library service quality*. Het verschil in correlatie met de *affect of service* dimensie is wel zeer klein. H2 wordt aangenomen.

Hypothese 3: ‘Er is een positief verband tussen Information control en library service quality’

Er bestaat een significant sterk verband tussen *Information control* en *library service quality*. Dit verband is ongeveer even groot als de *affect of service* dimensie. H3 wordt aangenomen.

Hypothese 4: ‘Er bestaat een betrouwbaar verband tussen alle dimensies en de library service quality’

De resultaten geven allemaal zeer hoge Cronbach's Alpha waarden aan. Dit houdt in dat de items, waar elke dimensie uit bestaat, zeer goed samenhangen met elkaar en voor een betrouwbare samenhang zorgen. Eerder onderzoek in Noord-Amerika, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk toont aan dat *Affect of Service* altijd de hoogste Alpha score behaalt, gevolgd door *Information Control* en *Library as Place* als laatst (ARL, 2012). De resultaten komen overeen met dit onderzoek. H4 wordt aangenomen.

6.3 Beperkingen

Binnen het kader van dit onderzoek zijn alleen de actieve volwassen leden meegenomen. Het is mogelijk dat resultaten een ander beeld kunnen geven wanneer inactieve leden meegenomen worden in het onderzoek. Vanwege de wensen van het management is dit niet het geval, omdat deze groep in de toekomst mogelijk benaderd zal worden voor een ander onderzoek. De omgeving van de bibliotheek is regelmatig onderhevig aan veranderingen.

Deze veranderingen vinden geleidelijk plaats en het is mogelijk dat niet alle klanten daarvan op de hoogte zijn. Om een helder beeld te schetsen van de huidige situatie is daarom gekozen om klanten te betrekken die de afgelopen drie maanden een leentransactie hebben uitgevoerd. Een andere reden was om een van de nadelen van kwantitatief onderzoek tegen te gaan, namelijk dat klanten zich niet meer kunnen herinneren hoe hun ervaring met een bepaalde dienst was, omdat het te lang geleden was. Dit onderzoek meet de alledaagse service van de bibliotheek en richt zich niet op de speciale evenementen en lessen die de bibliotheek aanbiedt, zoals computerlessen, taallessen, workshops etc.

Het LIBQUAL+™ model houdt geen tot weinig rekening met de ontwikkeling van de bibliotheek op het gebied van culturele verrijking, door middel van evenementen. Deze diensten zijn vrij nieuw en worden niet geheel meegenomen in de theorie en het model. De doelgroep is gericht op volwassen leden. Het is mogelijk dat jeugdleden andere percepties hebben over de dienstverlening. Vanuit de organisatie was besloten om deze doelgroep buiten beschouwing te laten, omdat zij gebruik maken van een gratis abonnement en wellicht andere percepties kunnen hebben dan betalende klanten. In paragraaf 7.2 wordt verder ingegaan op eventuele uitbreiding van het onderzoek door de overige klanten ook te betrekken.

7 Aanbevelingen

In dit hoofdstuk zijn aanbevelingen gegeven die gebaseerd zijn op de getrokken conclusies. Eerst zijn de aanbevelingen weergegeven per dimensie en in de paragraaf daarna wordt verder onderzoek besproken. Het model van Thomassen speelt een grote rol bij de paragraaf over verder onderzoek, zoals weergegeven in hoofdstuk 2. Aanbevelingen zijn genummerd op basis van prioriteit.

7.1 Dimensies

Per dimensie zijn de verbeterpunten benoemd in de vorm van een aanbeveling. De aanbevelingen die als eerst gegeven worden hebben een hogere prioritering, omdat deze gezien worden als belangrijk en structureel moeilijker door te voeren zijn.

Prioriteit 1. Library as place

Er moet flink geïnvesteerd worden om de *library as place* dimensie omhoog te halen. Veel items werden minder goed beoordeeld. Om de bibliotheek meer inspirerend te maken zou de neutrale uitstraling aangepakt kunnen worden door creatieve schilderwerken, inspirerende citaten, rolmodellen of wetenschappers af te beelden. Momenteel is de gehele bibliotheekruimte, waaronder de muren, pilaren en wanden onopgemaakt en voorzien van een witte verflaag. Als dit kleurrijker en inspirerender wordt ingericht zal de *library as place* dimensie beter beoordeeld worden in toekomstig onderzoek. Hiermee zal de algehele service kwaliteit stijgen, vooral omdat deze dimensie de laagste score behaald heeft in dit onderzoek. Dit kan ervoor zorgen dat de ervaring van gebruikers, klanten en bezoekers omhoog gaat.

De bibliotheek moet meer toezicht houden op individuen die overlast veroorzaken. De geluidsoverlast zou in eerste instantie veroorzaakt kunnen worden, doordat men in groepjes werkt en vaak moet overleggen. Vanwege het gebrek aan groepsruimten zijn zij genooddaakt te overleggen in de publieke ruimtes. Het inrichten van groepsruimtes kan ervoor zorgen dat mensen in groepen kunnen studeren en geen overlast veroorzaken voor andere gebruikers. Mocht het gebeuren dat er alsnog sprake is van overlast, dan zouden deze individuen hierop aangesproken moeten worden.

Momenteel bestaan er geen ruimtes voor werkgroepen, dus zouden deze gebouwd moeten worden. Het opzetten hiervan kost veel tijd en geld. Ook is er een gebrek aan ruimte om dit te realiseren. Deze aanbeveling lijkt dus niet haalbaar. Het is realistischer om een handhaving te realiseren. Dit kan uitgevoerd worden door het beveiligingspersoneel. Belangrijk hierbij is dat bibliothecarissen hechter moeten samenwerken met de beveiliging en aan moeten geven wanneer er sprake is van overlast. Elke verdieping beschikt over een balie met communicatieapparatuur waarmee de beveiliging bereikt kan worden, dus wordt aangeraden dit te gebruiken om de veiligheidsdienst op de hoogte te brengen van eventuele situaties.

Prioriteit 2. Affect of service

Gemiddeld gezien is de leeftijd van de bibliotheek medewerkers vrij hoog. Om ook de wensen en behoeften van jongere leden te voorzien zouden werknemers meer trainingen moeten krijgen hierin. Als medewerkers meer op de hoogte zijn van de moderne middelen en manieren die de bibliotheek aanbiedt zouden zij wellicht hun inzicht kunnen vergroten. Het vergroten van de kennis en kunde van de werknemers zal uiteindelijk een positieve bijdrage leveren voor elke klant. Indien nodig kan eerst onderling gekeken worden op welke onderwerpen de inzichten van de werknemers tekort schieten. Hiermee kan in kaart gebracht worden welke topics aangekaart kunnen worden in de training.

Ook wordt aanbevolen om jongere werknemers aan te nemen die de rol van bibliothecaris invullen. Denk hierbij aan studenten die op zoek zijn naar een bijbaan. Deze werknemers kunnen beter in staat zijn om de wensen en behoeften van jongere leden te voorzien.

Prioriteit 3. Information control

Klanten zouden de mogelijkheid moeten krijgen om per e-mail een herinnering te ontvangen wanneer hun uitleentermijn zal aflopen en wanneer hun reservering klaar staat. Dit moet standaard geïmplementeerd worden, zodat de berichtgeving per post gestopt kan worden. Dit werkt kostenbesparend, sneller en is duurzamer. Ook hoeven werknemers geen tijd te besteden aan het schriftelijk opstellen van de brieven en scheelt het ook mankracht.

Volgens IT beheer is dit technologisch gezien vrij eenvoudig te implementeren. Wel zullen de nodige stappen nodig zijn om toestemming te vragen om dit te verwezenlijken. Het kost dus meer tijd om het proces op gang te krijgen, zodat er toestemming verleend kan worden om dit te verwezenlijken, dan het daadwerkelijk te implementeren in het systeem.

7.2 Verder onderzoek

Indien de organisatie ook wil achterhalen hoe andere klantgroepen de bibliotheek beoordelen, zoals bijvoorbeeld jeugdleden of leden die gebruik maken van een gratis lidmaatschap door middel van een ooeivaarspas, kunnen zij deze leden in de toekomst ook meenemen in hetzelfde onderzoek. Er dient in dit geval wel een additionele vraag toegevoegd te worden aan de vragenlijst, waarmee gevraagd wordt naar de abonnementsvorm. Hiermee kan elke respondent ingedeeld worden in de betreffende klantgroep, zodat er meer inzicht ontstaat in de gehele populatie en het eventueel verschil in perceptie. Belangrijk hierbij is om toekomstig onderzoek af te stemmen met de wensen van het management. In dit onderzoek is hier rekening mee gehouden en is er gekozen voor de huidige opzet.

Prioriteit 4. Andere vestigingen

Het onderzoek kan toegepast worden op overige vestigingen om te benchmarken. Het wordt aangeraden om uiteindelijk elke vestiging te onderzoeken, zodat van elke Haagse bibliotheek bekend is hoe klanten de service kwaliteit beoordelen. Hiermee wordt duidelijk worden hoe de bibliotheken scoren en waar er sprake is van tekortkomingen, zodat hier rekening mee gehouden kan worden bij de allocatie van middelen. Ook hier wordt aangeraden om de grotere bibliotheken eerst te onderzoeken.

Prioriteit 5. Kader Thomassen

Deze aanbeveling heeft betrekking op de besproken theorie uit het theoretisch kader (hoofdstuk 2). Wanneer naar de vervolgstappen wordt gekeken uit het model van Thomassen (2002) en Hernon et al. (2015) blijkt dat klantretentie- en trouw opgebouwd kunnen worden wanneer er sprake is van tevreden klanten. Thomassen geeft hierbij aan dat dit weer leidt tot klantwaarde en financiële resultaten. Het laatste is wellicht minder van toepassing bij de bibliotheek, maar het eerste punt essentieel. De resultaten in dit onderzoek geven aan dat er zeker sprake is van tevreden klanten en de hoge NPS geeft een indicatie dat er sprake is van een mogelijk hoge klantentrouw. Om de loyaliteit en klantwaarde voor de bibliotheek beter in kaart te brengen, samen met de eventuele voordelen daarvan, zou hier verder onderzoek toegepast kunnen worden. Met dit onderzoek kan duidelijk worden hoe de bibliotheek profiteert van een hoge mate van klantentrouw en wat voor waarde dit oplevert voor de organisatie. Ook kan gekeken worden naar mogelijkheden om de relatief grote groep van *passives* te stimuleren, zodat zij kunnen behoren tot *promoters*. Een dergelijk onderzoek zou interessante informatie kunnen

opleveren en wellicht nieuwe aspecten van klantenbinding in kaart kunnen brengen op het gebied van digitalisering, zoals social media bijvoorbeeld. Dit onderzoek zou mogelijk toegepast kunnen worden bij alle bibliotheekleden en eventueel bezoekers of bij de populatie van de grootste vestiging. Overleg met het management kan meer duidelijkheid opleveren hierover.

Een ander opvallend punt is dat de beoordeling van jongeren verschilt met die van oudere klanten, vooral bij de *affect of service* dimensie. Niet alle gebruikers blijken dus dezelfde mate van tevredenheid te vertonen. Er is momenteel geen sprake van differentiatie bij de klanten, terwijl bepaalde gebruikers verschillende behoeftes kunnen hebben. In principe wordt een *one way fits all* methode toegepast, waarbij de verschillende klantsegmentaties allemaal worden bediend op dezelfde manier.

Klantgerichtheid is dus universeel en niet specifiek binnen de bibliotheek. Er zou meer onderzoek toegepast kunnen worden om de beginselen van de cyclus van klantenmanagement in kaart te brengen binnen de bibliotheek. Dit omvat de eerste twee stappen van het model. De eerste stap is doelgroepbepaling en klantsegmentatie en de tweede klantgerichtheid. Wellicht zou het onderzoek nieuwe bedieningsconcepten naar voren kunnen brengen, zodat er klantgerichter gewerkt kan worden naar de verschillende doelgroepen en klantsegmentaties toe. Dit onderzoek kan ook meten hoe digitalisering een rol speelt hierin. Het huidige bedieningsconcept van de bibliotheek is vrij behoudend, dus zou een verandering de diverse klantgroepen in de toekomst wellicht beter kunnen bedienen met een hogere tevredenheid als gevolg. Dit sluit aan bij de wensen van het beleidsplan, dat weergegeven is in paragraaf 4.1.1.

Prioriteit 6. Longitudinaal

De bibliotheek zou de service kwaliteit periodiek kunnen meten per vestiging om de beoordelingen in kaart te brengen, gedurende de jaren. Indien het nodig is kan het management bijsturen en evalueren welke maatregelen effectief zijn geweest en welke niet. De grotere bibliotheek vestigingen zouden hier prioriteit in moeten krijgen, omdat die een groter aantal mensen bedienen. Wel is het raadzaam om eerst de overige vestigingen te onderzoeken voordat longitudinaal onderzoek toegepast wordt.

8 Implementatie

De aanbevelingen uit het vorige hoofdstuk dienen als leidraad bij de implementatie. In dit hoofdstuk wordt duidelijk hoe de organisatie de genoemde aanbevelingen kan toepassen binnen de bedrijfsvoering. De implementatie van de aanbevelingen is toegelicht met een beschrijving, deadlines, risico's, kosten en baten. De implementaties zijn uitgewerkt in twee paragrafen, waarbij de eerste kijkt naar de dimensies van het LIBQUAL+™ en de tweede naar verder onderzoek. In Tabel 14 is een algemene planning weergegeven, gebaseerd op de aanbevelingen.

Algemene activiteitenplanning

Tabel 14. Weergave van de algemene planning, op basis van de aanbevelingen

Prioriteit	Onderwerp (Wat)	Uitvoering (Wie)	Verantwoordelijk	Tijd in uren
1 Library as Place (dimensie)	Toezicht op individuen	Beveiliging/bibliothecaris	Facility Manager	6
	Inspirerende ruimtes creëren	Facility personeel	Facility Manager en directeur	96
2 Affect of Service (dimensie)	Inzicht van de medewerkers in kaart brengen	Teamleider/trainer	Marketing manager	4
	Training geven medewerkers	Trainer	Marketing manager	2
	Aannemen studenten	Teamleider	Directeur CB	12
3 Information Control (dimensie)	E-mail implementatie	IT beheerder	IT manager	1
4 Benchmark (verder onderzoek)	Onderzoek Escamp	Medewerker marketing	Marketing manager	160
	Onderzoek Transvaal	Medewerker marketing	Marketing manager	160
5 Model van klantenmanagement (verder onderzoek)	Onderzoek loyaliteit en klantwaarde	Afstudeeropdracht CE	Marketing manager	840
	Onderzoek doelgroep, klantsegmentaties en klantgerichtheid	Afstudeeropdracht CE	Marketing manager	840
6 Longitudinaal (verder onderzoek)	Onderzoek Centrale Bibliotheek	Medewerker marketing	Marketing manager	160

8.1 Implementaties binnen de dimensies

De belangrijkste implementaties zijn bestemd voor de dimensies, met name de *library as place*, omdat de interne verbeteringen hier liggen. Het opzetten van inspirerende ruimtes is het grootste project binnen de dimensies. De ruimtes kunnen ingericht worden met citaten, afbeeldingen en schilderwerken van wetenschappers en rolmodellen. Dit kan ervoor zorgen dat klanten een betere ervaring waarnemen

bij de bibliotheek. Ook zorgt het voor een betere sfeer en herkenbaarheid. Het opstellen van een handhaving is een samenwerking tussen bibliothecarissen en security personeel om ervoor te zorgen dat het geluidsoverlast wordt tegengegaan, wat gezien wordt als grootste kritiekpunt door klanten. De security werkt dagelijks in teams van twee, waarbij een iemand rondes loopt en de ander bij de post blijft. De bibliothecarissen moeten meer training krijgen om inzichten van de jongere klanten in te zien en er zouden ook jongere werknemers aangenomen moeten worden, bijvoorbeeld studenten, om ook de jongeren tegenmoet te komen. Het invoeren van de e-mail implementatie is een essentieel onderdeel, omdat het voorziet in gemak en de bibliotheek hier momenteel nog achterloopt, omdat zij nog gebruik maken van brieven per post.

De meeste zaken kunnen intern aangepakt worden, daarmee vallen de kosten binnen de werkzaamheden van het personeel. Een aantal zaken zullen extra kosten meebrengen, zoals de herinrichting, trainingen en een nieuwe afstudeer stagiair. Omdat de bibliotheek direct onder de Gemeente Den Haag valt en tevens een non-profitorganisatie is, zijn ze niet gefocust op winst. De bibliotheek ontvangt een jaarlijks budget van de gemeente, dat verdeeld wordt over projecten en zaken die verbeterd dienen te worden.

Tabel 15. Toelichting implementaties binnen de dimensies. Loonkosten zijn cursief aangegeven

Dimensie	Beschrijving	Deadline	Kosten
Library as Place	Opstellen van rooster en werkplan om toezicht te houden op individuen samen met security.	1 sep. 2017	€60,- per dag
	Het inrichten van creatieve en inspirerende ruimtes binnen de bibliotheek.	1 nov. 2017	€2600,- + €3840,-
Affect of Service	Huidige inzichten van de medewerkers meten.	1 nov. 2017	€450,-
	Gerichte training geven om de inzichten op gewenst niveau te brengen.	11 nov. 2017	€700,-
	Aannemen van parttime studenten om het team aan te vullen met jongere medewerkers.	1 dec. 2017	€425,-
Information Control	Het implementeren van e-mail herinneringen wanneer een uitleentermijn verstrijkt en reservering binnen is. De brieven per post kunnen per direct gestopt worden.	1 jan. 2018	€24,-

Baten

Het invoeren van de verbeteringen zal de service kwaliteit en klanttevredenheid verhogen. Vooral de *library as place* dimensie kan de algehele kwaliteit laten stijgen, omdat de grootste verbeteringen in deze dimensie liggen. Klanten worden hiermee tegemoet gekomen en hun ervaring van de bibliotheek kan positief toenemen. Ook wordt een hogere percentiel score behaald. Er zouden in eerste instantie minimaal twee nieuwe studenten aangenomen moeten worden, zodat de eerste verbeteringen in de affect of service dimensie genomen kunnen worden. Dit kan eventueel uitgebreid worden in de toekomst. Ook zullen de studenten goedkoper zijn, qua loonkosten, dan huidig personeel.

Risico's

Het verkrijgen van toestemming om de bibliotheek ruimte opnieuw in te richten kan een lang en bureaucratisch proces zijn, hierdoor is de deadline afhankelijk van dit proces. Hier dient de bibliotheek wel rekening mee te houden, maar in de planning wordt uitgegaan van een optimale situatie waarbij de toestemming direct verleend wordt. Indien er niet voldoende uren beschikbaar zijn om nieuwe krachten

aan te nemen kan er gekeken worden naar de prestaties van de huidige bibliothecarissen. Indien deze niet naar wens zijn kunnen bepaalde individuen vervangen worden. Dit zal waarschijnlijk niet goed vallen bij de huidige werknemers, maar kan wel belangrijk zijn om de service kwaliteit te waarborgen in de *affect of service* dimensie.

8.2 Implementaties voor verder onderzoek

Het uitvoeren van de benchmark en longitudinaal onderzoeken kan gedaan worden door een medewerker van AME. Dit valt binnen de werkzaamheden van de marketingafdeling en zijn er in feite geen extra kosten aan verbonden. Escamp en Transvaal hebben de grootste populaties, na de hoofdvestinging. Het format is al opgezet in dit rapport, dus hoeft de medewerker in principe alleen de enquête te versturen naar de betreffende doelgroep en de resultaten verwerken. Hierna kunnen de conclusies, aanbevelingen en implementaties geformuleerd worden. Het model van Thomassen kan verder verkend worden door afstudeer stagiaires. De ideale hbo stagiair is iemand die de opleiding Commerciële Economie volgt en op zoek is naar een afstudeerstage. Er zijn weinig hbo opleidingen die zoveel aandacht besteden aan onderzoek. Ook heeft een CE'er veel kennis van marketing en organisatiekunde. Bij de sollicitatieproces zou de voorkeur uit moeten gaan naar studenten die onderzoek, zowel kwantitatief als kwalitatief, interessant vinden.

Tabel 16. Toelichting implementaties voor verder onderzoek. Loonkosten zijn cursief aangegeven

Onderzoek	Beschrijving	Deadline	Kosten
Benchmark	Toepassen van het LIBQUAL+™ model bij andere vestigingen van de bibliotheek	1 feb. 2018	€2100,-
Klantenmanagement model Thomassen	Het onderzoeken van de stappen die voor- en na klanttevredenheid komen in het model.	1 feb. 2018 en 1 sep. 2018	€1440,- per stagiair
Longitudinaal	Opnieuw meten van de service kwaliteit bij de Centrale Bibliotheek om de prestaties te vergelijken met eerder onderzoek.	1 jun. 2019	€2100,-

Baten

Het benchmarken van de overige vestigingen kan de individuele tekortkomingen in kaart brengen. Hiermee kunnen de verantwoordelijken eventueel het budget beter af stemmen, zodat deze kritieke punten aangepakt kunnen worden. Het toepassen van de twee onderzoeken, in het kader van het model van Thomassen, kan de bibliotheek veel inzicht opleveren over toekomstige bedieningsconcepten voor klantsegmentaties en de toegevoegde waarde van klantloyaliteit en klantwaarde. De Haagse bibliotheken kunnen hun huidige rol dan wellicht beter uitoefenen. Door middel van longitudinaal onderzoek kan in bepaalde mate gecontroleerd worden of de implementaties invloed hebben op de beoordeling van specifieke items en dimensies. Indien nodig kan er bijgestuurd worden door het management.

Risico's

Het toepassen van benchmarkonderzoeken kan veel tijd kosten, indien er te weinig uren beschikbaar zijn. Er zijn 18 bibliotheek vestigingen, dus kan het erg lang duren om ze allemaal te onderzoeken. Het is daarom belangrijk om de vestigingen met de grootste populaties eerst te meten.

Literatuurlijst

Anderson, E., Fornell, C. & Lehmann, D. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden. *Journal of Marketing* Vol.58 (July 1994), 53-66

ARL. (2004). LibQUAL+™ Invited Address [powerpoint slides]. Geraadpleegd van <https://www.libqual.org/documents/admin/safrica.ppt>

ARL. (2012). LibQUAL+™ Procedures Manual. Association of Research Libraries.

Association for Research Libraries. (2012). General FAQs: What is LibQUAL+? Geraadpleegd van http://libqual.org/about/about_lq/general_faq.

Bastiaansen, M., et al. (2016). My destination in your brain: A novel neuromarketing approach for evaluating the effectiveness of destination marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*. *In Press, Corrected Proof*.

Bibliotheek Den Haag. (2016). *Meerjarenbeleidsplan 2016-2020*. Geraadpleegd van <http://www.bibliotheekdenhaag.nl/Bibliotheken/Over-Bibliotheek-Den-Haag/Beleidsplan-en-jaarverslag.htm>

Bibliotheek Den Haag. (2016). *BiebPanel: Een onderzoek naar de beoordeling van diensten van de bibliotheek*.

Bibliotheek Den Haag (2017). *Jaarverslag 2016*. Geraadpleegd van <http://www.jaarverslagbibliotheekdenhaag.nl/>

Blinker. (2016). *Nationaal E-mail Onderzoek 2016*. Geraadpleegd van <https://www.blinker.nl/nationaal-email-onderzoek-2016>

Brinkman, J. (2009). *Cijfers Spreken: Statistiek en methodologie voor het hoger onderwijs*. Noordhoff Uitgever. Groningen/Houten, Nederland.

Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. . Manchester: *European Journal of Marketing*.

Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66, 35 – 55.

CBS. (2015). *Steeds meer jongeren lid van de bibliotheek*. Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2015/32/steeds-meer-jongeren-lid-van-de-bibliotheek>

CBS. (2016). *Aantal bibliotheekleden en uitleningen stabiliseert*. Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/29/aantal-bibliotheekleden-en-uitleningen-stabiliseert>

Chun, R., & Davies, G. (2002). Gaps Between the Internal and External Perceptions of the Corporate Brand. *Corporate Reputation Review*, 5(2/3), 144-158

Coleman, V., Xiao, Y., Bair, L., Chollet, B. (1997). Toward a TQM Paradigm: Using SERVQUAL to Measure Library Service Quality. Sterling C. Evans Library at Texas A&M University

Cook, C., Heath, F., Thompson, B., & Thompson, R.L. (2001a). LibQUAL+TM: Service quality assessment in research libraries. *IFLA Journal* 4, 264-268.

Cook, C., Heath, F., Thompson, B., & Thompson, R.L. (2001b). The search for new measures: The ARL "LibQUAL+TM" study

Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality - A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56-68.

Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality

Desai, C. M., & Graves, S. J. (2008). Cyberspace or face-to-face: The teachable moment and changing reference mediums. *Reference & User Services Quarterly*, 47(3), 242–255.

Donald J. Shemwell, Ugur Yavas, Zeynep Bilgin, (1998) "Customer-service provider relationships: an empirical test of a model of service quality, satisfaction and relationship-oriented outcomes", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 9 Iss: 2, pp.155 – 168

Facebook. (2017). Bibliotheek Den Haag Reviews. Geraadpleegd op 5 april, 2017, van <https://nl-nl.facebook.com/pg/bibliotheekdenhaag/reviews/>

Fagan, J. C. (2014). The dimensions of library service quality: A confirmatory factor analysis of the LibQUAL+ instrument. *Library & Information Science Research* 36 (2014) 36–48

Fischer, T., Julsing, M. (2014). *Onderzoek doen! Kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. 2^e druk Noordhoff Uitgevers Groningen/Houten.

Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J., & Bryang, B.E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and finding. *Journal of Marketing*, 60, 7-18

Google. (2017). Centrale Bibliotheek Den Haag Reviews. Geraadpleegd op 5 april, 2017, van <https://www.google.nl/search?q=bibliotheek+den+haag&oq=bibliotheek+den+haag&aqs=chrome..69i57j69i60l3.1910j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF8&safe=active&ssui=on#safe=active&q=bibliotheek+den+haag+centrale>

Hallowell, Roger. (1996). "The Relationship of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Profitability: An Empirical Study," *The International Journal of Service Industry Management*, 7 (4): 27–42.

Heath, F., Cook, C., Kyrillidou, M., & Thompson, B. (2002). ARL index and other validity correlates of LibQUAL+™. *portal: Libraries and the Academy* 2, p. 27-42.

Heinrichs, J. H., Sharkey, T., & Lim, J. (2005). Relative influence of the LibQUAL+™ dimensions on satisfaction: A subgroup analysis. *College & Research Libraries*, 66, 248-265.

Hernon, P., Altman, E., Dugan, R. (2015) *Assessing service quality : satisfying the expectations of library customers*. 3rd ed. Chicago, IL: ALA Editions

Hung, Y.H., Huang, M.L. & Chen, K.S. (2003). Service quality evaluation by service quality performance matrix. *Total quality Management & Business Excellence*, 14(1), 79-89.

International Trademark Association. (2017). Fact Sheets Trademark Symbols. Geraadpleegd op 26 april, 2017, van <http://www.inta.org/TrademarkBasics/FactSheets/Pages/TrademarkSymbolsFactSheet.aspx>

Jain, S., & Gupta, G. (2004). Measuring Service Quality: SERVQUAL vs SERVPERF Scales. Vikalpa.

Kieftenbeld, V., & Natesan, P. (2013). Examining the measurement and structural invariance of LibQUAL+ across user groups. Library & Information Science Research, 35, 143–150.

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V., van Oordt, M., & Broere, F. P. (Eds.) (2003). Principes van Marketing. Amsterdam: Pearson.

Kristensen, K., Eskildsen, J. (2014). Is the NPS a trustworthy performance measure? TQM Journal. 2014, Vol. 26 Issue 2, p202-214.

Ladhari, R. & M. Morales (2008). Perceived service quality, perceived value and recommendation. Library Management, 29, 352-366.

Landrum, H., & Prybutok, V.R. (2004). A service quality and success model for the information service industry. European Journal of Operational Research, 156, 628- 642.

Lane, F. C., Anderson, B., Ponce, H. F., & Natesan, P. (2012). Factorial invariance of LibQUAL+ as a measure of library service quality over time. Library & Information Science Research, 34, 22–30.

LibQUAL+™. (2015). *LibQUAL+ Survey Introduction* [powerpoint slides]. Geraadpleegd van <https://www.slideshare.net/MarthaKyrillidou/libqual-survey-introduction>

Miller, K. (2008). SERVICE QUALITY IN ACADEMIC LIBRARIES: AN ANALYSIS OF LibQUAL+™ SCORES AND INSTITUTIONAL CHARACTERISTICS. A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Doctor of Education.

Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. Journal of Marketing Research: Vol. 17 Issue 4, p460.

Overheid. (2017). *Wet stelsel openbare bibliotheekvoorzieningen H1. Artikel 4*. Geraadpleegd van <http://wetten.overheid.nl/BWBR0035878/2015-01-01>

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1994). Alternating scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. Journal of Retailing. Vol. 70, pp. 201-30

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1994), "Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for future research", Journal of Marketing, Vol. 58, pp. 111-124.

Pelsmacker, P., & van Kenhove, P. (2010) Marktonderzoek: Methoden en Toepassingen. Nederland: Pearson Education.

Petrovcic, A., Petric, G., Manfreda, K. (2015). The effect of email invitation elements on response rate in a web survey within an online community. Computers in Human Behavior 56 (2016) 320-329

- Rahman, K., & Yeasmin, S. (2012). 'Triangulation' Research Method as the Tool of Social Science Research. BUP JOURNAL, Volume 1, Issue 1, September 2012.
- Reichheld, F. (2003). The One Number You Need to Grow. Harvard Business Review
- Roszkowsli, M. J., Baky, J. S., & Jones, D. B. (2005). So which score on the LibQual+™ tells me if library users are satisfied? Library & Information Science Research, 27, 424–439.
- Rust, R. & Oliver, R. (1994). Service Quality: New Directions in Theory and Practice. Sage Publications, Inc
- Scheepers, P., Tobi, H., Boeije H. (2016). Onderzoeksmethoden. 9^e druk. Boom uitgevers Amsterdam
- Schneiders, P. (2006). *Een eeuw informatie, educatie en inspiratie: openbaar bibliotheekwerk in Den Haag 1906-2006*. Uitgeverij De Nieuwe Haagsche, Den Haag.
- Seth, N. & Deshmukh, S. (2005). Service quality models: A review. International Journal of Quality & Reliability Management. Vol. 22 No. 9, 2005 pp. 913-949
- Shill, H. B., & Tonner, S. (2004). Does the building still matter? Usage patterns in new, expanded, and renovated libraries, 1995–2002. College & Research Libraries, 65(2), 123–150.
- Sureshchandar., G., Rajendran R.N. Anantharaman (2002), "The relationship between service quality and customer satisfaction – a factor specific approach", Journal of Services Marketing, Vol. 16 Iss 4 pp. 363 – 379
- Thomassen, J-P.R. (2002). Waardering door klanten (5e ed.) Nederland: Kluwer Deventer.
- Thomassen, J-P.R., De Haan., E. (2016). Service Excellence: *Werken aan excellente klantgerichtheid en uitzonderlijke klantbeleving met het Service Excellence Model*. Nederland: Vakmedianet Deventer.
- Thompson, B., Kyrillidou, M., Cook, C. (2005). Stability of library service quality benchmarking norms across time and cohorts: A LibQUAL+™ study. *Libq2005.htm*. Proceedings of the Asia-Pacific Conference on Library & Information Education & Practice 2006 (A-LIEP 2006), 3-6 April 2006 (pp. 52-60)
- Thompson, B., Kyrillidou, M., Cook, C. (2008). *Score Norms* [powerpoint slides]. Geraadpleegd van https://www.libqual.org/%5Cdocuments%5CLibQual%5Cpublications%5CKillick_2012_Paris_Results.pdf
- Thompson, B., Kyrillidou, M., Cook, C. (2010). Does item Sampling Methods in Library Service Quality Assessment Affect Score Norms?: Libqual Lite study. QQML International Conference, May 25-28
- Zeithaml, P., & Berry. (1985). A conceptual model of Service Quality. Journal of Marketing, 41-50.

Bijlage 1 Originele vragenlijst LIBQUAL+™

When it comes to...	My Minimum Service Level Is									My Desired Service Level Is									Perceived Service Performance Is												
	Low				High					Low				High					Low				High					N/A			
1) Employees who instill confidence in users	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2) Making electronic resources accessible from my home or office	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3) Library space that inspires study and learning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4) Giving users individual attention	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5) A library Web site enabling me to locate information on my own	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6) Employees who are consistently courteous	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7) The printed library materials I need for my work	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8) Quiet space for individual activities	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9) Readiness to respond to users' questions	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10) The electronic information resources I need	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11) Employees who have the knowledge to answer user questions	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12) A comfortable and inviting location	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13) Employees who deal with users in a caring fashion	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14) Modern equipment that lets me easily access needed information	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
15) Employees who understand the needs of their users	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
16) Easy-to-use access tools that allow me to find things on my own	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
17) A getaway for study, learning, or research	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
18) Willingness to help users	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
19) Making information easily accessible for independent use	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
20) Print and/or electronic journal collections I require for my work	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
21) Community space for group learning and group study	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
22) Dependability in handling users' service problems	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Bijlage 2 Voorbeeld van additionele LIBQUAL+TM vragen van een academische bibliotheek

Please indicate the degree to which you agree with the following statements:	
23) The library helps me stay abreast of developments in my field(s) of interest.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Strongly Disagree Strongly Agree
24) The library aids my advancement in my academic discipline or work.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Strongly Disagree Strongly Agree
25) The library enables me to be more efficient in my academic pursuits or work.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Strongly Disagree Strongly Agree
26) The library helps me distinguish between trustworthy and untrustworthy information.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Strongly Disagree Strongly Agree
27) The library provides me with the information skills I need in my work or study.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Strongly Disagree Strongly Agree
28) In general, I am satisfied with the way in which I am treated at the library.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Strongly Disagree Strongly Agree
29) In general, I am satisfied with library support for my learning, research, and/or teaching needs.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Strongly Disagree Strongly Agree
30) How would you rate the overall quality of the service provided by the library?	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 Extremely Poor Extremely Good
Please indicate your library usage patterns:	
31) How often do you use resources on library premises?	▼
32) How often do you access library resources through a library Web page?	▼
33) How often do you use Yahoo(TM), Google(TM), or non-library gateways for information?	▼

Bijlage 3 Toegepaste vragenlijst

Beste heer/mevrouw,

Bibliotheek Den Haag is benieuwd hoe klanten haar diensten ervaren. U wordt uitgenodigd om uw mening te geven in het kader van dit onderzoek. De vragenlijst bestaat uit drie secties en zal gaan over hoe u de dienstverlening van de Centrale Bibliotheek in Den Haag (Spui 68) ervaart. Het invullen zal ongeveer 5 tot 8 minuten in beslag nemen. Ook maakt u kans op 1 van de 50 toegangskaarten voor een evenement naar keus, in de bibliotheek. Alvast dank voor uw tijd en moeite!

De volgende 22 stellingen gaan over uw ervaring met de dienstverlening van de Centrale Bibliotheek. Met een cijfer van 1 (laag=oneens) tot en met 9 (hoog=eens) kunt u deze stellingen beoordelen.

1. De medewerkers van de bibliotheek komen betrouwbaar over.
2. Elektronische bronnen zijn toegankelijk vanaf mijn huis of werkplek.
3. De bibliotheekruimte inspireert mij om te studeren of lezen.
4. De mate van individuele aandacht die een medewerker aan mij besteedt.
5. Ik kan zelfstandig informatie vinden op de bibliotheek website.
6. De medewerkers zijn altijd klantvriendelijk.
7. De bibliotheek beschikt over de gedrukte materialen die ik nodig heb.
8. De bibliotheek beschikt over rustige ruimtes voor individuele activiteiten.
9. Medewerkers staan klaar om vragen te beantwoorden.
10. De bibliotheek beschikt over de elektronische informatiebronnen die ik nodig heb.
11. Medewerkers hebben voldoende kennis om vragen te beantwoorden.
12. De bibliotheek is een comfortabele en uitnodigende locatie.
13. Medewerkers gaan zorgzaam met mij om.
14. Er zijn moderne middelen die mij makkelijk toegang verlenen tot de benodigde informatie.
15. Medewerkers hebben inzicht in mijn behoeften.
16. Gebruiksvriendelijke toegangsmethoden helpen mij om zelf materiaal te vinden.
17. De bibliotheek is een ontsnappingsplaats voor studie, lezen of onderzoek.
18. Medewerkers zijn bereid om mij te helpen.
19. Informatie is zodanig toegankelijk dat ik het zonder hulp kunnen vinden.
20. De bibliotheek beschikt over de collecties gedrukte en elektronische materialen die ik nodig heb.
21. De bibliotheek biedt gemeenschappelijke ruimte aan voor leren en studeren in groepen.
22. Medewerkers zorgen voor een betrouwbare afhandeling bij problemen.

Nu volgen een aantal algemene stellingen over de Centrale Bibliotheek. Met een cijfer van 1 (laag=oneens) tot en met 9 (hoog=eens) kunt u deze stellingen beoordelen.

23. In het algemeen voel ik me veilig in de bibliotheek
24. In het algemeen ben ik tevreden over de mogelijkheden die de bibliotheek mij biedt
25. Hoe waardeert u de algehele kwaliteit van de dienstverlening van de bibliotheek?
26. Hoe beoordeelt u de openingstijden van de Centrale Bibliotheek?
27. Hoe beoordeelt u de bewegwijzering in de Centrale Bibliotheek Den Haag?

De laatste 5 vragen.

- 28. Hoe vaak bezoekt u de Centrale Bibliotheek gemiddeld per maand?
- 29. Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familielid/collega?
- 30. Leeftijd
- 31. Geslacht
- 32. Heeft u nog eventuele opmerkingen over de diensten van de bibliotheek? (optioneel)

Einde

Bedankt voor uw participatie en tijd! Mocht u kans willen maken op 1 van de 50 toegangskaarten voor een evenement naar keuze in de bibliotheek dan kunt u eventueel uw e-mailadres achterlaten.

- 33. Vul hier uw e-mailadres in (optioneel)

Einde enquête

Bijlage 4 Verstuurde e-mail naar respondenten



Wij zijn benieuwd naar uw mening!

Centrale Bibliotheek, Spui 68, Den Haag

Beste heer/mevrouw,

Bent u tevreden over Bibliotheek Den Haag? Of kunnen we nog iets verbeteren? Graag horen we uw antwoord op deze vragen en daarom nodigen wij u uit om mee te doen aan een tevredenheidsonderzoek.

Zoals u weet is Bibliotheek Den Haag toegankelijk voor iedereen en daarom bedienen we ook een grote groep mensen. Om ervoor te zorgen dat we dit zo goed mogelijk kunnen doen willen we graag uw mening horen. Dit onderzoek gaat over hoe u de dienstverlening van de Centrale Bibliotheek (Spui 68) ervaart. Het invullen van de vragenlijst zal iets meer dan vijf minuten in beslag nemen. De resultaten worden geheel anoniem verwerkt.

Mocht u kans willen maken op 1 van de 50 toegangskaarten om een evenement naar keuze bij te wonen, dan kunt u uw e-mailadres achterlaten aan het eind van de vragenlijst. De toegangkaart is geldig voor alle evenementen in elke Haagse bibliotheek!

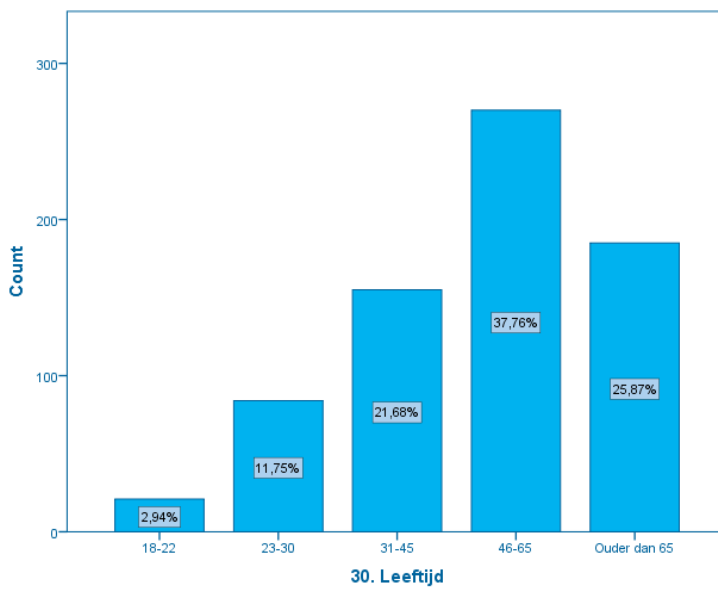
U treft de bijbehorende vragenlijst in de volgende link:

<https://goo.gl/forms/C8hOOe3WdLlgrjvt1>

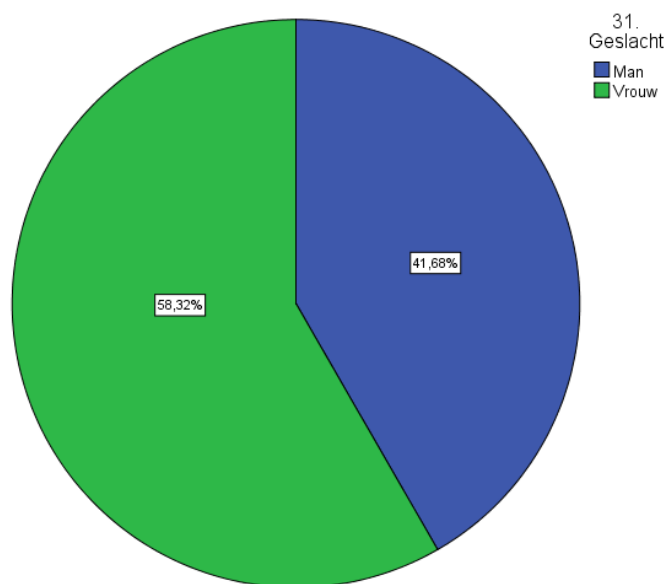
Namens Bibliotheek Den Haag,

Bedankt voor uw tijd en hopelijk uw feedback!

Bijlage 5 SPSS output: grafieken profiel respondenten



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-22	21	2,9	2,9	2,9
	23-30	84	11,7	11,7	14,7
	31-45	155	21,7	21,7	36,4
	46-65	270	37,8	37,8	74,1
	Ouder dan 65	185	25,9	25,9	100,0
	Total	715	100,0	100,0	



Bijlage 6 SPSS output: LIBQUAL+™ dimensies en items

Descriptive Statistics Affect of Service

	N	Mean	Std. Deviation
1.De medewerkers van de bibliotheek komen betrouwbaar over.	709	7,82	1,001
4.De mate van individuele aandacht die een medewerker aan mij besteedt.	704	7,21	1,396
6.De medewerkers zijn altijd klantvriendelijk.	705	7,66	1,275
9.Medewerkers staan klaar om vragen te beantwoorden.	700	7,65	1,121
11.Medewerkers hebben voldoende kennis om vragen te beantwoorden.	702	7,50	1,156
13.Medewerkers gaan zorgzaam met mij om.	699	7,39	1,300
15.Medewerkers hebben inzicht in mijn behoeften.	682	6,78	1,455
18.Medewerkers zijn bereid om mij te helpen.	700	7,67	1,123
22.Medewerkers zorgen voor een betrouwbare afhandeling bij problemen.	698	7,44	1,282
Mean Affect of Service		7,46	

Descriptive Statistics Library as Place

	N	Mean	Std. Deviation
3.De bibliotheekruimte inspireert mij om te studeren of lezen.	700	6,64	1,812
8.De bibliotheek beschikt over rustige ruimtes voor individuele activiteiten.	696	6,54	1,717
12.De bibliotheek is een comfortabele en uitnodigende locatie.	701	7,55	1,361
17.De bibliotheek is een ontsnappingsplaats voor studie, lezen of onderzoek.	685	6,84	1,782
21.De bibliotheek biedt gemeenschappelijke ruimte aan voor leren en studeren in groepen.	666	6,85	1,524
Mean Library as Place		6,89	

Descriptive Statistics Information Control

	N	Mean	Std. Deviation
2.Elektronische bronnen zijn toegankelijk vanaf mijn huis of werkplek.	705	7,70	1,351
5.Ik kan zelfstandig informatie vinden op de bibliotheek website.	707	7,81	1,136
7.De bibliotheek beschikt over de gedrukte materialen die ik nodig heb.	699	7,32	1,312
10.De bibliotheek beschikt over de elektronische informatiebronnen die ik nodig heb.	681	7,21	1,351
14.Er zijn moderne middelen die mij makkelijk toegang verlenen tot de benodigde informatie.	691	7,47	1,149
16.Gebruiksvriendelijke toegangsmethoden helpen mij om zelf materiaal te vinden.	702	7,45	1,248
19.Informatie is zodanig toegankelijk dat ik het zonder hulp kunnen vinden.	700	7,48	1,112
20.De bibliotheek beschikt over de collecties gedrukte en elektronische materialen die ik nodig heb.	688	7,20	1,297
Mean Information Control		7,46	

Item-Total Statistics Affect of Service

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1.De medewerkers van de bibliotheek komen betrouwbaar over.	59,32	74,339	,764	,631	,945
4.De mate van individuele aandacht die een medewerker aan mij besteedt.	59,91	69,789	,730	,564	,947
6.De medewerkers zijn altijd klantvriendelijk.	59,49	69,238	,835	,743	,941
9.Medewerkers staan klaar om vragen te beantwoorden.	59,50	71,479	,842	,744	,941
11.Medewerkers hebben voldoende kennis om vragen te beantwoorden.	59,64	71,262	,820	,691	,942
13.Medewerkers gaan zorgzaam met mij om.	59,74	68,572	,861	,753	,940
15.Medewerkers hebben inzicht in mijn behoeften.	60,35	69,150	,723	,586	,948
18.Medewerkers zijn bereid om mij te helpen.	59,45	71,022	,873	,778	,940
22.Medewerkers zorgen voor een betrouwbare afhandeling bij problemen.	59,69	70,253	,801	,665	,943

Item-Total Statistics Library as Place

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
3.De bibliotheekruimte inspireert mij om te studeren of lezen.	27,73	27,193	,687	,515	,824
8.De bibliotheek beschikt over rustige ruimtes voor individuele activiteiten.	27,84	28,020	,672	,461	,827
12.De bibliotheek is een comfortabele en uitnodigende locatie.	26,84	31,129	,682	,475	,829
17.De bibliotheek is een ontsnappingsplaats voor studie, lezen of onderzoek.	27,54	26,140	,766	,603	,801
21.De bibliotheek biedt gemeenschappelijke ruimte aan voor leren en studeren in groepen.	27,53	31,198	,576	,346	,850

Item-Total Statistics Information Control

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
2.Elektronische bronnen zijn toegankelijk vanaf mijn huis of werkplek.	51,91	43,237	,531	,330	,881
5.Ik kan zelfstandig informatie vinden op de bibliotheek website.	51,78	43,918	,651	,482	,868
7.De bibliotheek beschikt over de gedrukte materialen die ik nodig heb.	52,29	43,099	,573	,513	,876
10.De bibliotheek beschikt over de elektronische informatiebronnen die ik nodig heb.	52,40	41,712	,640	,459	,869
14.Er zijn moderne middelen die mij makkelijk toegang verlenen tot de benodigde informatie.	52,13	42,245	,744	,590	,859
16.Gebruiksvriendelijke toegangsmethoden helpen mij om zelf materiaal te vinden.	52,14	41,463	,738	,658	,858
19.Informatie is zodanig toegankelijk dat ik het zonder hulp kunnen vinden.	52,13	43,576	,673	,597	,866
20.De bibliotheek beschikt over de collecties gedrukte en elektronische materialen die ik nodig heb.	52,40	41,739	,680	,595	,864

One-Sample Statistics

	Mean	Std. Deviation
Affect of Service	7,4609	1,04949
Library as Place	6,8932	1,31611
Information Control	7,4581	,92170

One-Sample Test

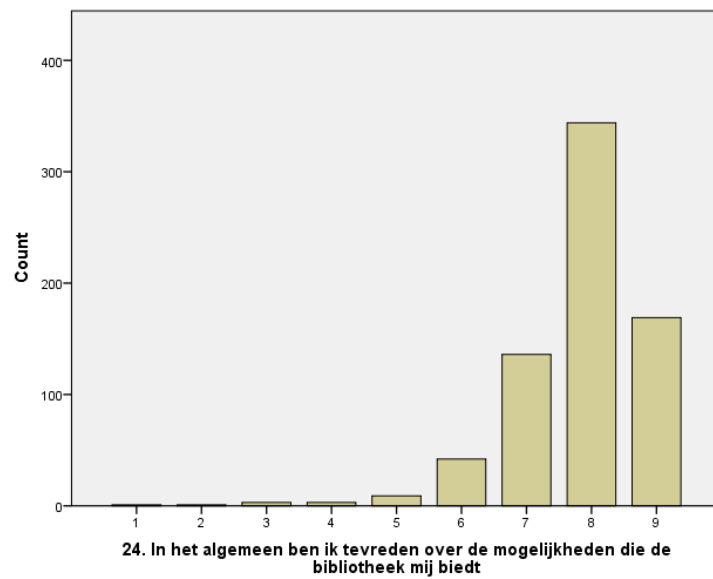
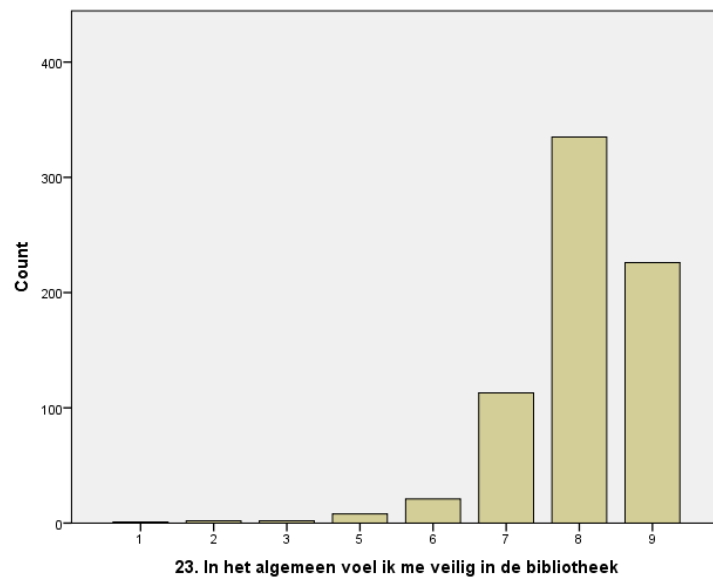
Test Value = 0

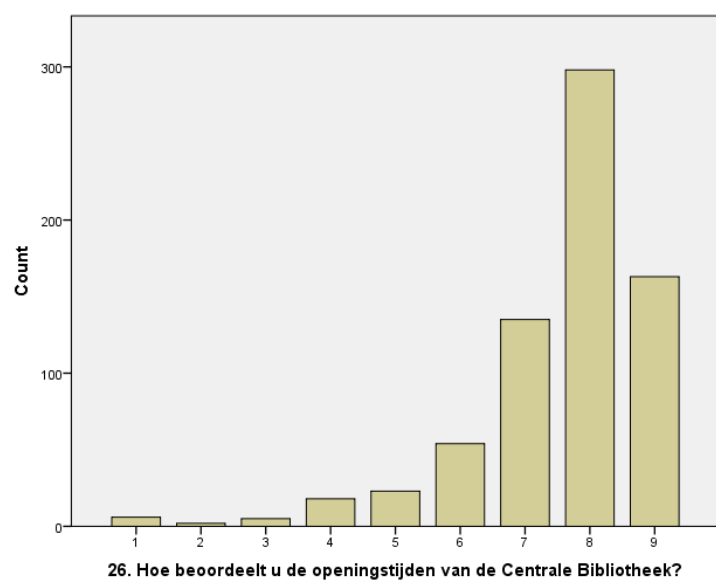
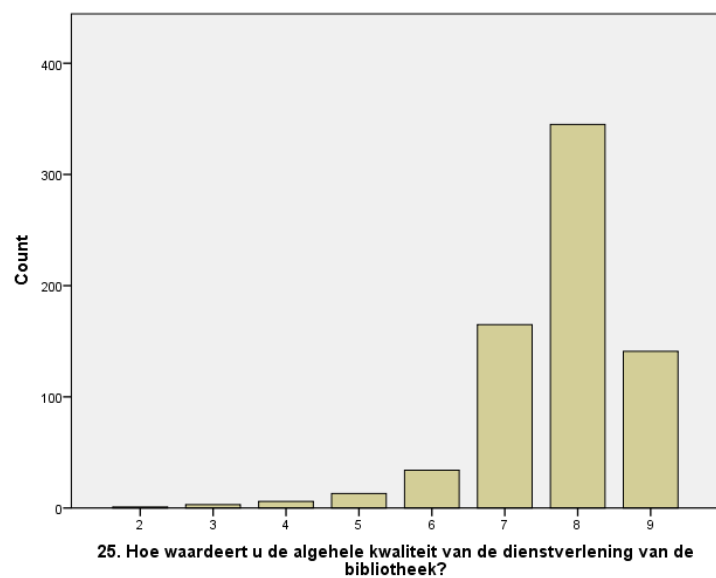
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Affect of Service	189,695	711	,000	7,46093	7,3837	7,5382
Library as Place	139,658	710	,000	6,89320	6,7963	6,9901
Information Control	216,214	713	,000	7,45807	7,3904	7,5258

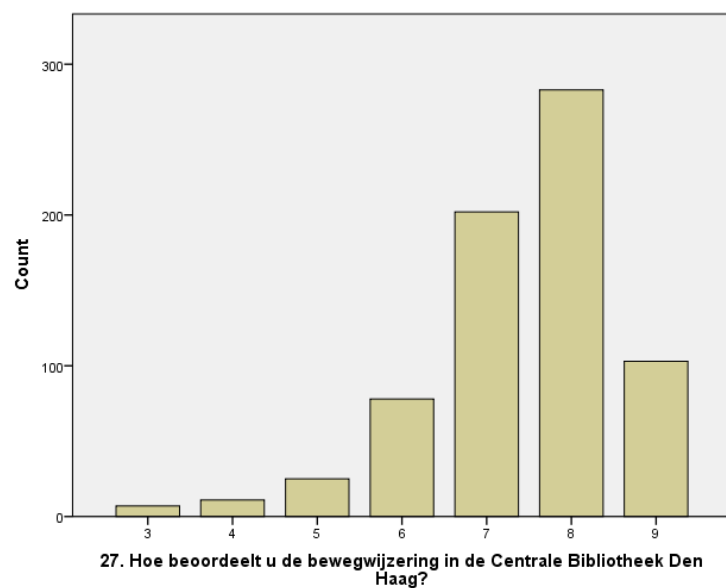
Affect of Service totaal onafgerond gemiddelde 7,4609			
	N	Gemiddelde	Std. Deviatie
De medewerkers van de bibliotheek komen betrouwbaar over.	709	7,82	1,001
De mate van individuele aandacht die een medewerker aan mij besteedt.	704	7,21	1,396
De medewerkers zijn altijd klantvriendelijk.	705	7,66	1,275
Medewerkers staan klaar om vragen te beantwoorden.	700	7,65	1,121
Medewerkers hebben voldoende kennis om vragen te beantwoorden.	702	7,50	1,156
Medewerkers gaan zorgzaam met mij om.	699	7,39	1,300
Medewerkers hebben inzicht in mijn behoeften.	682	6,78	1,455
Medewerkers zijn bereid om mij te helpen.	700	7,67	1,123
Medewerkers zorgen voor een betrouwbare afhandeling bij problemen.	698	7,44	1,282
Library as Place totaal onafgerond gemiddelde 6,8932			
De bibliotheekruimte inspireert mij om te studeren of lezen.	700	6,64	1,812
De bibliotheek beschikt over rustige ruimtes voor individuele activiteiten.	696	6,54	1,717
De bibliotheek is een comfortabele en uitnodigende locatie.	701	7,55	1,361
De bibliotheek is een ontsnapingsplaats voor studie, lezen of onderzoek.	685	6,84	1,782
De bibliotheek biedt gemeenschappelijke ruimte aan voor leren en studeren in groepen.	666	6,85	1,524

Information Control totaal onafgerond gemiddelde 7,4581			
Elektronische bronnen zijn toegankelijk vanaf mijn huis of werkplek.	705	7,70	1,351
Ik kan zelfstandig informatie vinden op de bibliotheek website.	707	7,81	1,136
De bibliotheek beschikt over de gedrukte materialen die ik nodig heb.	699	7,32	1,312
De bibliotheek beschikt over de elektronische informatiebronnen die ik nodig heb.	681	7,21	1,351
Er zijn moderne middelen die mij makkelijk toegang verlenen tot de benodigde informatie.	691	7,47	1,149
Gebruiksvriendelijke toegangsmethoden helpen mij om zelf materiaal te vinden.	702	7,45	1,248
Informatie is zodanig toegankelijk dat ik het zonder hulp kunnen vinden.	700	7,48	1,112
De bibliotheek beschikt over de collecties gedrukte en elektronische materialen die ik nodig heb.	688	7,20	1,297

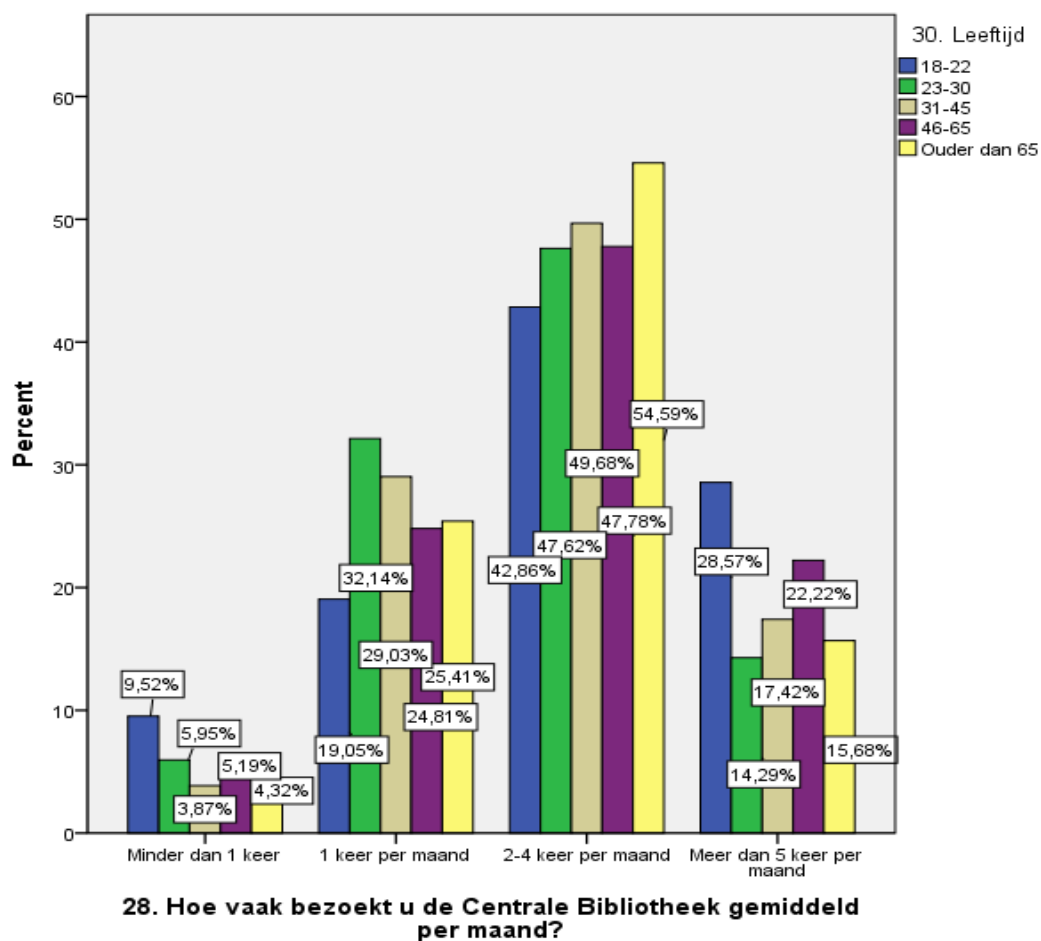
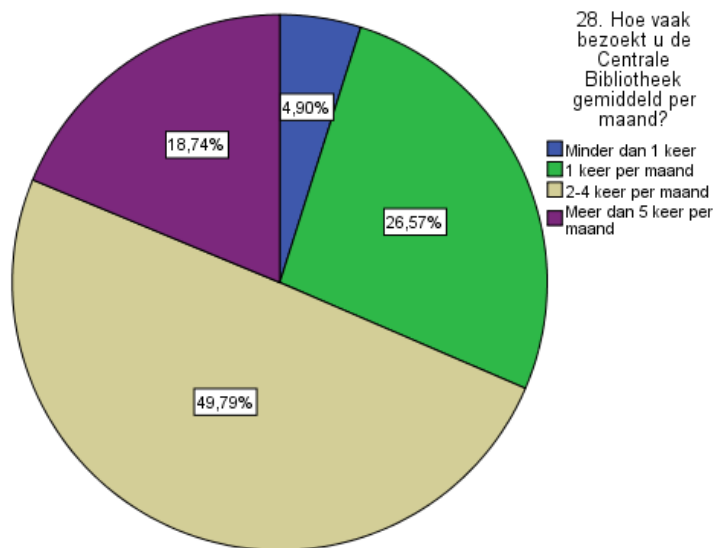
Bijlage 7 SPSS output: algemene vragen

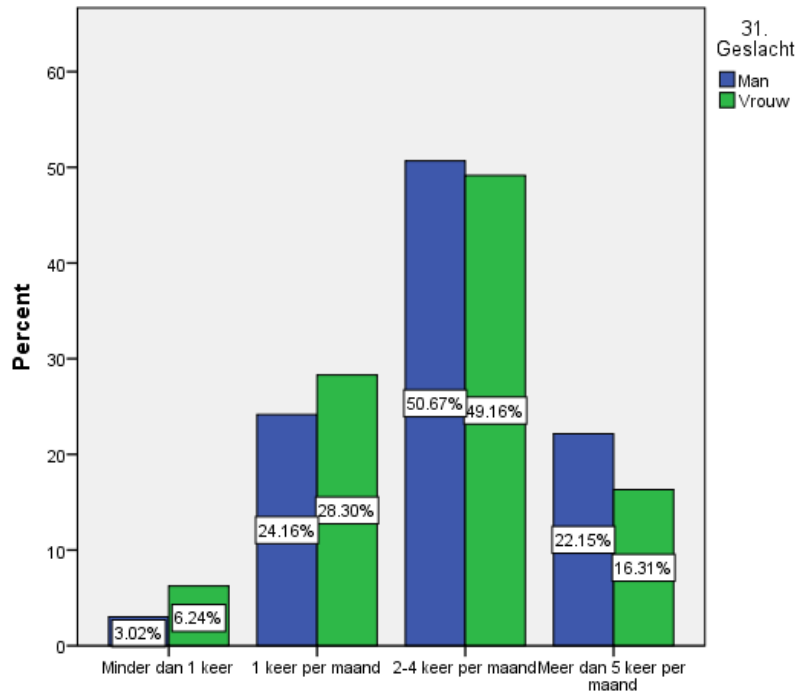






Bijlage 8 SPSS-output: bezoekers en leeftijd





28. Hoe vaak bezoekt u de Centrale Bibliotheek gemiddeld per maand?

28.Hoe vaak bezoekt u de Centrale Bibliotheek gemiddeld per maand?

* 31.Geslacht Crosstabulation

% within 31.Geslacht

		31.Geslacht		
		Man	Vrouw	Total
28.Hoe vaak bezoekt u de Centrale Bibliotheek gemiddeld per maand?	Minder dan 1 keer	3.0%	6.2%	4.9%
	1 keer per maand	24.2%	28.3%	26.6%
	2-4 keer per maand	50.7%	49.2%	49.8%
	Meer dan 5 keer per maand	22.1%	16.3%	18.7%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

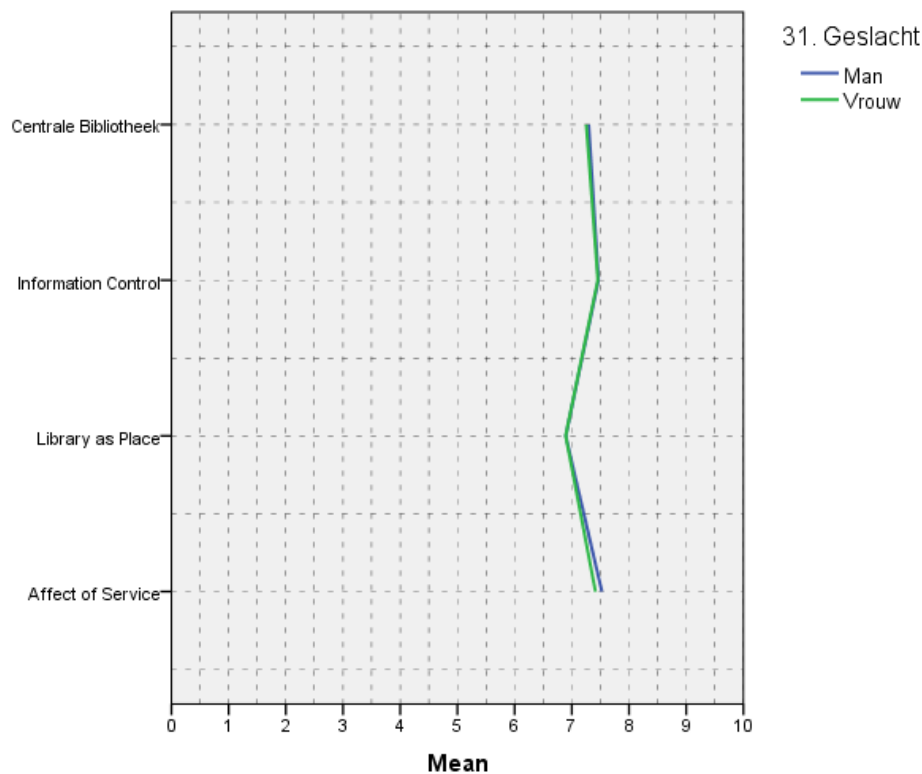
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.032 ^a	3	.045
Likelihood Ratio	8.220	3	.042
Linear-by-Linear Association	7.561	1	.006
N of Valid Cases	715		

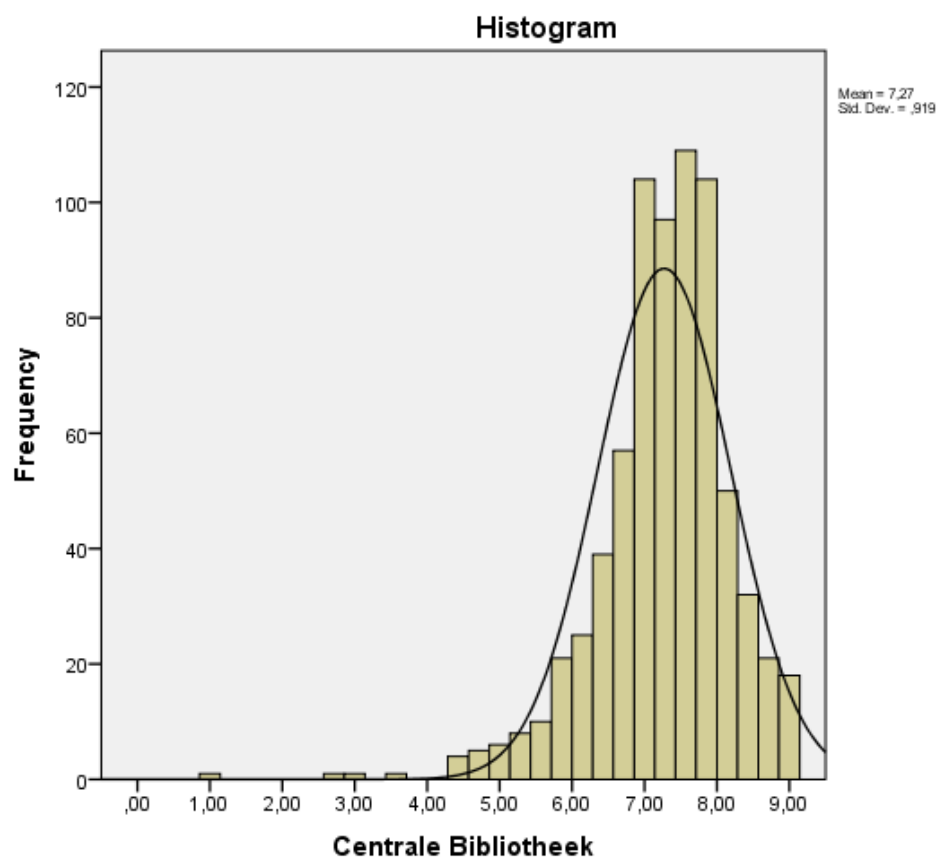
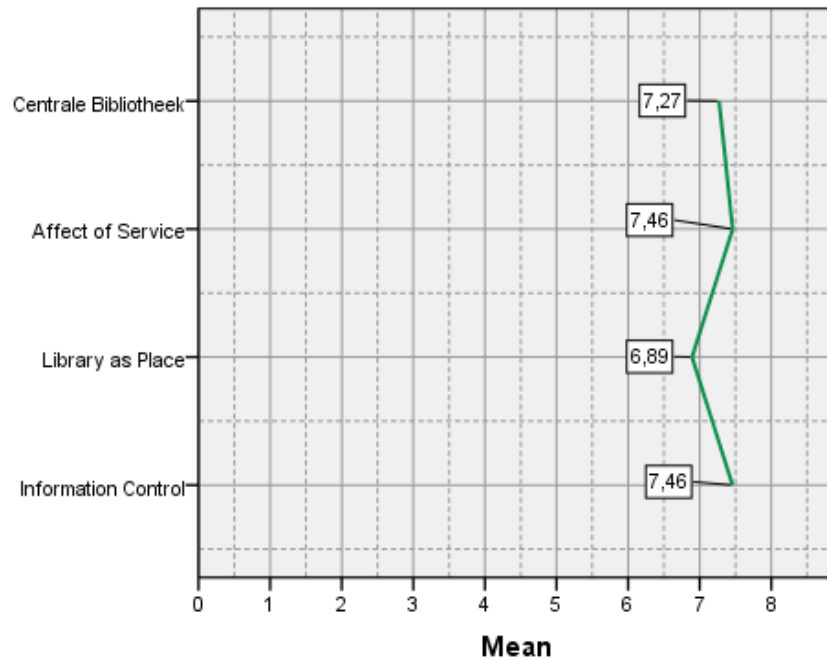
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14.59.

Group Statistics

	31.Geslacht	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Affect of Service	Man	295	7.5258	1.03480	.06025
	Vrouw	417	7.4151	1.05860	.05184
Library as Place	Man	295	6.8956	1.40430	.08176
	Vrouw	416	6.8915	1.25153	.06136
Information Control	Man	297	7.4614	.97261	.05644
	Vrouw	417	7.4557	.88485	.04333
Centrale Bibliotheek	Man	297	7.2941	.96614	.05606
	Vrouw	417	7.2550	.88458	.04332

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Affect of Service	Equal variances assumed	1.165	.281	1.387	710	.166	.11069	.07979	-.04596	.26735
	Equal variances not assumed			1.393	641.842	.164	.11069	.07948	-.04538	.26677
Library as Place	Equal variances assumed	.938	.333	.042	709	.967	.00418	.10025	-.19263	.20100
	Equal variances not assumed			.041	586.615	.967	.00418	.10223	-.19659	.20496
Information Control	Equal variances assumed	.710	.400	.081	712	.935	.00570	.07003	-.13180	.14319
	Equal variances not assumed			.080	599.589	.936	.00570	.07115	-.13404	.14543
Centrale Bibliotheek	Equal variances assumed	.187	.665	.561	712	.575	.03917	.06981	-.09787	.17622
	Equal variances not assumed			.553	602.222	.581	.03917	.07085	-.09996	.17831





Bijlage 9 SPSS-output: NPS aanbeveling

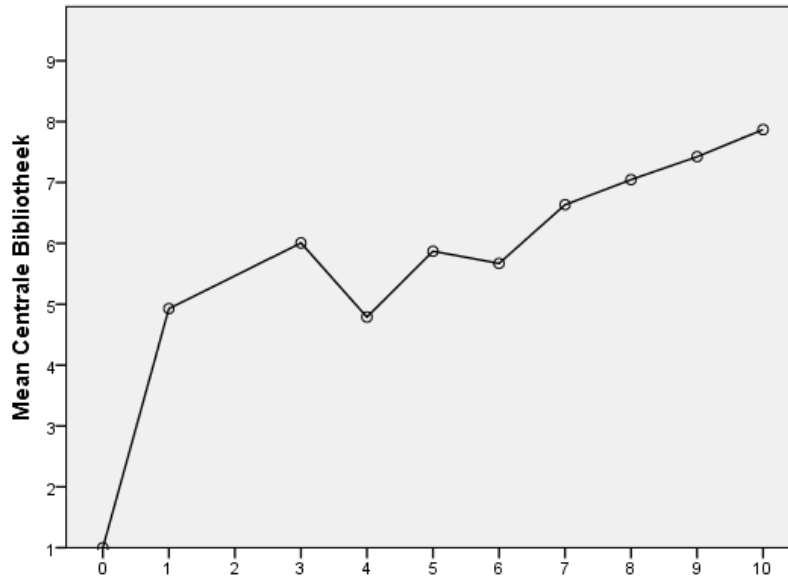
29. Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familielid/collega?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	,1	,1	,1
	1	1	,1	,1	,3
	3	2	,3	,3	,6
	4	2	,3	,3	,8
	5	10	1,4	1,4	2,2
	6	25	3,5	3,5	5,7
	7	66	9,2	9,2	15,0
	8	203	28,4	28,4	43,4
	9	188	26,3	26,3	69,7
	10	217	30,3	30,3	100,0
	Total	715	100,0	100,0	

29.Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familielid/collega? * 30.Leeftijd Crosstabulation

% of Total

		30.Leeftijd					Total
		18-22	23-30	31-45	46-65	Ouder dan 65	
29.Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familielid/collega?	0	0,1%					0,1%
	1	0,1%					0,1%
	3		0,1%		0,1%		0,3%
	4				0,1%	0,1%	0,3%
	5	0,1%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	1,4%
	6		0,7%	0,8%	1,5%	0,4%	3,5%
	7	0,3%	1,1%	3,1%	3,5%	1,3%	9,2%
	8	0,7%	2,9%	5,2%	11,7%	7,8%	28,4%
	9	0,3%	3,5%	6,6%	9,1%	6,9%	26,3%
	10	1,3%	2,9%	5,7%	11,3%	9,1%	30,3%
Total		2,9%	11,7%	21,7%	37,8%	25,9%	100,0%



29. Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familied/collega?

Correlations

		Centrale Bibliotheek	29.Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familied/collega?
Centrale Bibliotheek	Pearson Correlation	1	.639**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	714	714
29.Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familied/collega?	Pearson Correlation	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	714	715

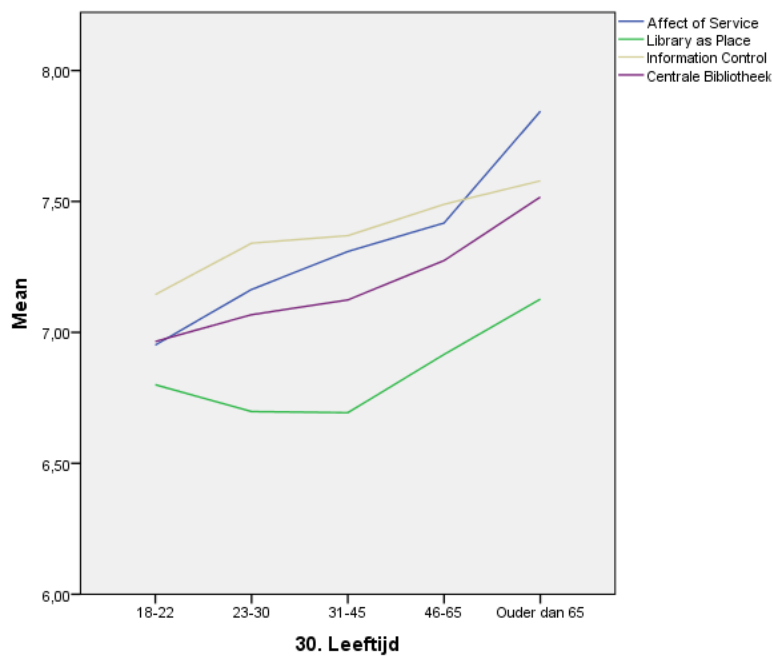
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bijlage 10 Normeringstabel LIBQUAL+™

n / Mile	Total						Affect of Service						Information Control						Library as Place					
	Perception		Adequacy Gap		Super. Gap		Perception		Adequacy Gap		Super. Gap		Perception		Adequacy Gap		Super. Gap		Perception		Adequacy Gap		Super. Gap	
	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite	Full	Lite
	n	5956	8657	5956	8657	5956	8657	5945	8537	5945	8537	5945	8537	5956	8642	5956	8642	5956	8642	5910	8393	5910	8393	5910
1	3.41	3.00	-3.76	-3.56	-4.72	-4.87	3.11	2.67	-4.00	-4.00	-5.00	-5.33	3.39	3.00	-4.00	-4.00	-4.88	-5.33	2.20	1.50	-5.20	-6.00	-6.00	-7.00
2	4.00	4.00	-3.00	-3.00	-4.00	-4.00	3.74	3.33	-3.01	-3.33	-4.22	-4.33	4.00	3.67	-3.38	-3.33	-4.25	-4.67	3.00	2.00	-4.20	-4.50	-5.32	-6.00
3	4.20	4.00	-2.52	-2.44	-3.77	-3.79	4.00	4.00	-2.56	-2.67	-3.89	-4.00	4.28	4.00	-2.75	-3.00	-4.00	-4.00	3.40	2.50	-3.60	-4.00	-4.80	-5.50
4	4.58	4.26	-2.18	-2.11	-3.40	-3.44	4.33	4.33	-2.22	-2.33	-3.51	-3.67	4.50	4.33	-2.38	-2.67	-3.62	-4.00	3.75	3.00	-3.20	-3.50	-4.60	-5.00
5	4.81	4.62	-2.00	-2.00	-3.15	-3.11	4.56	4.33	-2.00	-2.00	-3.22	-3.33	4.75	4.33	-2.25	-2.33	-3.50	-3.67	4.00	3.50	-3.00	-3.50	-4.20	-5.00
6	5.00	4.89	-1.92	-2.00	-3.00	-3.00	4.78	4.67	-1.78	-1.67	-3.00	-3.00	5.00	4.67	-2.00	-2.00	-3.25	-3.33	4.20	3.50	-2.77	-3.00	-4.00	-4.50
7	5.00	5.00	-1.71	-1.78	-3.00	-3.00	4.89	5.00	-1.56	-1.67	-2.88	-3.00	5.00	5.00	-1.88	-2.00	-3.12	-3.33	4.40	4.00	-2.50	-25.00	-3.80	-4.00
8	5.00	5.00	-1.54	-1.56	-2.93	-3.00	5.00	5.00	-1.44	-1.33	-2.71	-2.67	5.16	5.00	-1.75	-2.00	-3.00	-3.00	4.50	4.00	-2.40	-2.50	-3.60	-4.00
9	5.00	5.00	-1.37	-1.33	-2.76	-2.75	5.11	5.00	-1.33	-1.33	-2.56	-2.50	5.29	5.00	-1.62	-1.67	-2.88	-3.00	4.60	4.00	-2.20	-25.00	-3.40	-4.00
10	5.10	5.00	-1.23	-1.12	-2.63	-2.56	5.22	5.27	-1.22	-1.00	-2.44	-2.33	5.38	5.00	-1.50	-1.67	-2.75	-3.00	4.80	4.20	-2.00	-2.00	-3.20	-3.50
11	5.26	5.00	-1.11	-1.00	-2.52	-2.44	5.33	5.33	-1.11	-1.00	-2.37	-2.33	5.50	5.33	-1.50	-1.33	-2.62	-2.67	4.80	4.50	-1.80	-2.00	-3.20	-3.50
12	5.36	5.00	-1.00	-1.00	-2.40	-2.33	5.44	5.33	-1.00	-1.00	-2.33	-2.00	5.62	5.33	-1.38	-1.33	-2.50	-2.67	5.00	4.50	-1.75	-2.00	-3.00	-3.50
13	5.48	5.22	-1.00	-1.00	-2.30	-2.22	5.50	5.67	-0.89	-1.00	-2.22	-2.00	5.62	5.33	-1.25	-1.33	-2.50	-2.67	5.00	4.50	-1.60	-1.50	-3.00	3.00
14	5.59	5.38	-1.00	-1.00	-2.20	-2.11	5.56	5.67	-0.78	-0.67	-2.12	-2.00	5.75	5.33	-1.25	-1.33	-2.38	-2.33	5.20	5.00	-1.40	-1.50	-2.80	-3.00
15	5.70	5.50	-1.00	-1.00	-2.12	-2.00	5.67	5.67	-0.78	-0.67	-2.11	-2.00	5.75	5.67	-1.12	-1.00	-2.38	-2.33	5.20	5.00	-1.40	-1.50	-2.80	-3.00
16	5.78	5.62	-1.00	-1.00	-2.04	-2.00	5.75	6.00	-0.67	-0.67	-2.00	-2.00	5.88	5.67	-1.12	-1.00	-2.25	-2.33	5.25	5.00	-1.20	-1.50	-2.60	-3.00
17	5.86	5.75	-0.92	-0.89	-2.00	-2.00	5.78	6.00	-0.62	-0.67	-2.00	-1.67	5.88	5.67	-1.00	-1.00	-2.25	-2.33	5.40	5.00	-1.20	-1.50	-2.60	-3.00
18	5.96	5.86	-0.81	-0.86	-2.00	-2.00	5.89	6.00	-0.56	-0.33	-1.89	-1.67	6.00	5.67	-0.88	-1.00	-2.12	-2.00	5.40	5.00	-1.00	-1.00	-2.40	-2.50
19	6.00	6.00	-0.77	-0.75	-2.00	-2.00	6.00	6.00	-0.46	-0.33	-1.78	-1.67	6.00	6.00	-0.88	-0.67	-2.12	-2.00	5.50	5.00	-1.00	-1.00	-2.40	-2.50
20	6.00	6.00	-0.69	-0.62	-2.00	-2.00	6.00	6.00	-0.44	-0.33	-1.78	-1.67	6.12	6.00	-0.75	-0.67	-2.00	-2.00	5.60	5.00	-1.00	-1.00	-2.40	-2.50
21	6.00	6.00	-0.63	-0.56	-2.00	-2.00	6.00	6.33	-0.38	-0.33	-1.72	-1.67	6.12	6.00	-0.75	-0.67	-2.00	-2.00	5.60	5.00	-0.80	-1.00	-2.20	-2.50
22	6.00	6.00	-0.56	-0.44	-1.95	-2.00	6.11	6.33	-0.33	-0.33	-1.67	-1.33	6.25	6.00	-0.67	-0.67	-1.88	-2.00	5.67	5.50	-0.80	-1.00	-2.20	-2.50
23	6.00	6.00	-0.50	-0.43	-1.89	-1.89	6.11	6.33	-0.33	-0.33	-1.62	-1.33	6.25	6.00	-0.62	-0.67	-1.88	-2.00	5.80	5.50	-0.67	-1.00	-2.20	-2.50
24	6.00	6.00	-0.44	-0.33	-1.81	-1.78	6.22	6.33	-0.22	0.00	-1.56	-1.33	6.28	6.00	-0.62	-0.67	-1.88	-2.00	5.80	5.50	-0.60	-0.50	-2.00	-2.00
25	6.00	6.00	-0.37	-0.25	-1.74	-1.75	6.22	6.33	-0.22	0.00	-1.56	-1.33	6.38	6.33	-0.50	-0.33	-1.82	-1.67	5.80	5.50	-0.60	-0.50	-2.00	-2.00
26	6.00	6.00	-0.33	-0.22	-1.67	-1.67	6.33	6.50	-0.22	0.00	-1.44	-1.33	6.38	6.33	-0.50	-0.33	-1.75	-1.67	6.00	5.50	-0.60	-0.50	-2.00	-2.00
27	6.04	6.00	-0.27	-0.14	-1.63	-1.57	6.33	6.67	-0.11	0.00	-1.44	-1.33	6.50	6.33	-0.50	-0.33	-1.75	-1.67	6.00	5.50	-0.40	-0.50	-2.00	-2.00
28	6.10	6.00	-0.22	-0.11	-1.56	-1.56	6.40	6.67	-0.11	0.00	-1.33	-1.00	6.50	6.33	-0.38	-0.33	-1.71	-1.67	6.00	5.50	-0.40	-0.50	-1.80	-2.00
29	6.15	6.00	-0.18	-0.11	-1.52	-1.44	6.44	6.67	-0.11	0.00	-1.33	-1.00	6.50	6.33	-0.38	-0.33	-1.62	-1.67	6.00	6.00	-0.40	-0.50	-1.80	-2.00
30	6.22	6.11	-0.15	0.00	-1.48	-1.43	6.44	6.67	0.00	0.00	-1.25	-1.00	6.57	6.33	-0.38	-0.33	-1.62	-1.67	6.20	6.00	-0.40	-0.50	-1.80	-2.00
31	6.30	6.12	-0.11	0.00	-1.41	-1.33	6.56	6.67	0.00	0.00	-1.22	-1.00	6.62	6.33	-0.28	-0.33	-1.57	-1.67	6.20	6.00	-0.20	0.00	-1.60	-2.00
32	6.35	6.22	-0.07	0.00	-1.37	-1.28	6.56	6.67	0.00	0.00	-1.22	-1.00	6.62	6.50	-0.25	0.00	-1.50	-1.50	6.20	6.00	-0.20	0.00	-1.60	-1.50
33	6.41	6.33	-0.04	0.00	-1.32	-1.22	6.67	7.00	0.00	0.00	-1.12	-1.00	6.67	6.67	-0.25	0.00	-1.50	-1.33	6.20	6.00	-0.20	0.00	-1.60	-1.50
34	6.44	6.38	0.00	0.00	-1.26	-1.14	6.67	7.00	0.00	0.00	-1.11	-1.00	6.75	6.67	-0.25	0.00	-1.50	-1.33	6.40	6.00	-0.20	0.00	-1.60	-1.50
35	6.50	6.44	0.00	0.00	-1.22	-1.11	6.67	7.00	0.00	0.00	-1.11	-1.00	6.75	6.67	-0.12	0.00	-1.38	-1.33	6.40	6.00	-0.20	0.00	-1.50	-1.50
36	6.56	6.50	0.00	0.00	-1.18	-1.00	6.78	7.00	0.00	0.00	-1.00	-1.00	6.75	6.67	-0.12	0.00	-1.38	-1.33	6.40	6.00	0.00	0.00	-1.40	-1.50
37	6.62	6.56	0.00	0.00	-1.14	-1.00	6.78	7.00	0.00	0.00	-1.00	-1.00	6.84	6.67	-0.12	0.00	-1.38	-1.33	6.40	6.00	0.00	0.00	-1.40	-1.50
38	6.67	6.62	0.00	0.00	-1.08	-1.00	6.78	7.00	0.00	0.00	-1.00	-0.67	6.88	6.67	-0.12	0.00	-1.28	-1.33	6.50	6.50	0.00	0.00	-1.40	-1.50
39	6.70	6.67	0.00	0.00	-1.04	-1.00	6.88	7.00	0.11	0.00	-1.00	-0.67	6.88	6.67	0.00	0.00	-1.25	-1.33	6.60	6.50	0.00	0.00	-1.25	-1.50
40	6.76	6.75	0.00	0.00	-1.00	-1.00	6.89	7.00	0.11	0.00	-0.89	-0.67	6.88	7.00	0.00	0.00	-1.25	-1.33	6.60	6.50	0.00	0.00	-1.20	-1.00
41	6.81	6.78	0.00	0.00	-1.00	-1.00	6.89	7.00	0.11	0.00	-0.89	-0.67	7.00	7.00	0.00	0.00	-1.25	-1.33	6.60	6.50	0.00	0.00	-1.20	-1.00
42	6.85	6.88	0.00	0.00	-1.00	-1.00	7.00	7.00	0.12	0.00	-0.89	-0.67	7.00	7.00	0.00	0.00	-1.14	-1.00	6.60	6.50	0.00	0.00	-1.20	-1.00
43	6.89	6.89	0.00	0.00	-1.00	-1.00	7.00	7.33	0.22	0.33	-0.84	-0.67	7.00	7.00	0.00	0.00	-1.12	-1.00	6.75	6.50	0.00	0.00	-1.20	-1.00
44	6.92	7.00	0.00	0.00	-1.00	-1.00	7.00	7.33	0.22	0.33	-0.78	-0.67	7.00	7.00	0.00	0.00	-1.12	-1.00	6.80	6.50	0.00	0.00	-1.20	-1.00
45	6.96	7.00	0.00	0.00	-1.00	-1.00	7.00	7.33	0.22	0.33	-0.78	-0.67	7.00	7.00	0.00	0.00	-1.12	-1.00	6.80	6.50	0.00	0.00	-1.00	-1.00
46	7.00	7.00	0.00	0.11	-1.00	-1.00	7.11	7.33	0.28	0.33	-0.78	-0.50	7.12	7.00	0.00	0.00	-1.12	-1.00	6.80	6.50	-0.20	0.00.		

60	7.11	7.11	0.63	0.88	-0.60	-0.44	7.56	7.67	0.78	0.67	-0.33	0.00	7.50	7.33	0.50	0.67	-0.62	-0.67	7.25	7.00	0.60	1.00	-0.60	-0.50
61	7.15	7.12	0.69	0.89	-0.56	-0.38	7.56	8.00	0.78	1.00	-0.33	0.00	7.50	7.50	0.50	0.67	-0.62	-0.50	7.40	7.50	0.75	1.00	-0.40	0.00
62	7.18	7.22	0.74	1.00	-0.52	-0.33	7.60	8.00	0.80	1.00	-0.25	0.00	7.50	7.67	0.50	0.67	-0.60	-0.33	7.40	7.50	0.80	1.00	-0.40	0.00
63	7.22	7.22	0.80	1.00	-0.48	-0.28	7.67	8.00	0.89	1.00	-0.22	0.00	7.62	7.67	0.62	0.67	-0.50	-0.33	7.40	7.50	0.80	1.00	-0.40	0.00
64	7.27	7.28	0.85	1.00	-0.43	-0.22	7.67	8.00	0.89	1.00	-0.22	0.00	7.62	7.67	0.62	1.00	-0.50	-0.33	7.40	7.50	0.80	1.00	-0.40	0.00
65	7.32	7.33	0.92	1.00	-0.38	-0.22	7.67	8.00	0.89	1.00	-0.22	0.00	7.62	7.67	0.62	1.00	-0.50	-0.33	7.40	7.50	0.80	1.00	-0.40	0.00
66	7.37	7.38	0.96	1.00	-0.33	-0.12	7.75	8.00	1.00	1.00	-0.14	0.00	7.62	7.67	0.75	1.00	-0.50	-0.33	7.40	7.50	0.80	1.00	-0.40	0.00
67	7.41	7.44	1.00	1.00	-0.30	-0.11	7.78	8.00	1.00	1.00	-0.11	0.00	7.71	7.67	0.75	1.00	-0.38	-0.33	7.60	7.50	1.00	1.00	-0.20	0.00
68	7.44	7.44	1.00	1.00	-0.26	0.00	7.78	8.00	1.00	1.00	-0.11	0.00	7.75	7.67	0.75	1.00	-0.38	-0.33	7.60	7.50	1.00	1.00	-0.20	0.00
69	7.50	7.56	1.00	1.00	-0.21	0.00	7.78	8.00	1.11	1.33	-0.11	0.00	7.75	7.67	0.86	1.00	-0.38	-0.33	7.60	7.50	1.00	1.00	-0.20	0.00
70	7.54	7.56	1.00	1.00	-0.17	0.00	7.89	8.00	1.11	1.33	-0.11	0.00	7.75	7.67	0.88	1.00	-0.33	-0.33	7.60	7.50	1.00	1.00	-0.20	0.00
71	7.58	7.62	1.00	1.00	-0.12	0.00	7.89	8.00	1.12	1.33	0.00	0.00	7.83	7.67	0.88	1.00	-0.25	0.00	7.75	7.50	1.20	1.50	-0.20	0.00
72	7.61	7.67	1.00	1.00	-0.08	0.00	7.89	8.00	1.22	1.33	0.00	0.00	7.88	8.00	1.00	1.33	-0.25	0.00	7.80	8.00	1.20	1.50	0.00	0.00
73	7.67	7.75	1.00	1.00	-0.04	0.00	8.00	8.25	1.22	1.33	0.00	0.00	7.88	8.00	1.00	1.33	-0.25	0.00	7.80	8.00	1.20	1.50	0.00	0.00
74	7.72	7.78	1.00	1.11	0.00	0.00	8.00	8.33	1.25	1.33	0.00	0.00	7.88	8.00	1.00	1.33	-0.17	0.00	7.80	8.00	1.25	1.50	0.00	0.00
75	7.77	7.78	1.00	1.22	0.00	0.00	8.00	8.33	1.33	1.33	0.00	0.00	7.88	8.00	1.00	1.33	-0.12	0.00	7.80	8.00	1.25	1.50	0.00	0.00
76	7.81	7.89	1.04	1.25	0.00	0.00	8.00	8.33	1.33	1.67	0.00	0.00	8.00	8.00	1.12	1.33	-0.12	0.00	7.80	8.00	1.40	1.50	0.00	0.00
77	7.85	7.89	1.11	1.33	0.00	0.00	8.11	8.33	1.44	1.67	0.00	0.00	8.00	8.00	1.12	1.33	-0.12	0.00	8.00	8.00	1.40	2.00	0.00	0.00
78	7.89	8.00	1.18	1.44	0.00	0.00	8.11	8.33	1.44	1.67	0.00	0.00	8.00	8.00	1.25	1.50	0.00	0.00	8.00	8.00	1.50	2.00	0.00	0.00
79	7.92	8.00	1.26	1.50	0.00	0.00	8.12	8.33	1.50	1.67	0.00	0.00	8.00	8.00	1.25	1.67	0.00	0.00	8.00	8.00	1.60	2.00	0.00	0.00
80	8.00	8.00	1.33	1.56	0.00	0.00	8.22	8.33	1.56	1.67	0.00	0.00	8.12	8.00	1.33	1.67	0.00	0.00	8.00	8.00	1.60	2.00	0.00	0.00
81	8.00	8.00	1.44	1.67	0.00	0.00	8.22	8.50	1.62	2.00	0.00	0.00	8.12	8.00	1.38	1.67	0.00	0.00	8.00	8.00	1.60	2.00	0.00	0.00
82	8.00	8.00	1.52	1.78	0.00	0.00	8.28	8.67	1.67	2.00	0.11	0.33	8.12	8.33	1.38	1.67	0.00	0.00	8.20	8.00	1.80	2.00	0.00	0.50
83	8.00	8.00	1.64	1.89	0.00	0.00	8.33	8.67	1.78	2.00	0.11	0.33	8.14	8.33	1.50	1.67	0.00	0.00	8.20	8.50	1.80	2.00	0.00	0.50
84	8.00	8.00	1.73	2.00	0.00	0.00	8.33	8.67	1.78	2.00	0.11	0.33	8.25	8.33	1.50	2.00	0.00	0.00	8.20	8.50	2.00	2.00	0.20	0.50
85	8.00	8.00	1.81	2.00	0.00	0.00	8.44	8.67	1.89	2.00	0.17	0.33	8.25	8.33	1.62	2.00	0.00	0.00	8.25	8.50	2.00	2.50	0.20	0.50
86	8.00	8.00	1.92	2.00	0.00	0.11	8.44	8.67	2.00	2.00	0.22	0.33	8.28	8.33	1.71	2.00	0.00	0.33	8.40	8.50	2.00	2.50	0.20	0.50
87	8.04	8.11	2.00	2.00	0.00	0.12	8.50	9.00	2.00	2.33	0.22	0.50	8.38	8.33	1.75	2.00	0.12	0.33	8.40	8.50	2.20	2.50	0.20	0.50
88	8.08	8.11	2.00	2.00	0.04	0.22	8.56	9.00	2.11	2.33	0.33	0.67	8.38	8.33	1.88	2.00	0.12	0.33	8.40	8.50	2.20	2.50	0.40	1.00
89	8.15	8.20	2.00	2.00	0.11	0.33	8.62	9.00	2.17	2.33	0.33	0.67	8.50	8.67	1.88	2.33	0.12	0.33	8.60	8.50	2.25	3.00	0.40	1.00
90	8.19	8.25	2.00	2.11	0.15	0.44	8.67	9.00	2.22	2.67	0.44	0.67	8.50	8.67	2.00	2.33	0.25	0.33	8.60	9.00	2.40	3.00	0.40	1.00
91	8.26	8.33	2.00	2.22	0.22	0.56	8.75	9.00	2.33	2.67	0.49	0.67	8.57	8.67	2.12	2.33	0.25	0.67	8.60	9.00	2.60	3.00	0.60	1.00
92	8.35	8.44	2.15	2.40	0.30	0.67	8.78	9.00	2.50	2.67	0.56	1.00	8.62	8.67	2.25	2.50	0.38	0.67	8.80	9.00	2.60	3.00	0.60	1.50
93	8.45	8.56	2.30	2.56	0.41	0.88	8.84	9.00	2.62	3.00	0.67	1.00	8.75	9.00	2.29	2.67	0.38	0.67	8.80	9.00	2.80	3.50	0.80	1.50
94	8.56	8.67	2.51	2.78	0.54	1.00	8.89	9.00	2.78	3.00	0.78	1.00	8.75	9.00	2.50	2.67	0.50	1.00	9.00	9.00	3.00	3.50	1.00	1.50
95	8.67	8.78	2.77	3.00	0.74	1.00	9.00	9.00	3.00	3.33	0.89	1.33	8.88	9.00	2.62	3.00	0.62	1.00	9.00	9.00	3.09	4.00	1.00	2.00
96	8.78	8.89	3.00	3.00	0.96	1.00	9.00	9.00	3.12	3.33	1.00	1.33	9.00	9.00	2.88	3.00	0.75	1.00	9.00	9.00	3.40	4.00	1.20	2.00
97	8.89	9.00	3.00	3.00	1.00	1.12	9.00	9.00	3.36	3.67	1.12	1.67	9.00	9.00	3.12	3.33	0.88	1.33	9.00	9.00	3.60	4.50	1.60	2.50
98	9.00	9.00	3.44	3.56	1.00	1.56	9.00	9.00	3.78	4.00	1.44	2.00	9.00	9.00	3.50	3.67	1.12	1.67	9.00	9.00	4.00	5.00	1.96	3.00
99	9.00	9.00	4.00	4.00	1.59	2.00	9.00	9.00	4.30	5.00	1.89	2.67	9.00	9.00	4.00	4.33	1.59	2.33	9.00	9.00	4.60	5.50	2.40	4.00

Bijlage 11 SPSS output: lijngrafiek dimensies en leeftijd



		30.Leeftijd				
		18-22	23-30	31-45	46-65	Ouder dan 65
Affect of Service	Mean	6,95	7,16	7,31	7,42	7,84
Library as Place	Mean	6,80	6,70	6,69	6,92	7,13
Information Control	Mean	7,14	7,34	7,37	7,49	7,58
Centrale Bibliotheek	Mean	6,97	7,07	7,12	7,28	7,51

Bijlage 12 SPSS output: regressieanalyses en correlaties

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,016 ^a	,000	-,001	,971

a. Predictors: (Constant), 31.Geslacht

b. Dependent Variable: 23.In het algemeen voel ik me veilig in de bibliotheek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	8,044	,057		141,840	,000	7,933	8,156
	31.Geslacht	-,032	,074	-,016	-,436	,663	-,178	,113

a. Dependent Variable: 23.In het algemeen voel ik me veilig in de bibliotheek

Correlations

		Affect of Service	Library as Place	Information Control	Centrale Bibliotheek
Affect of Service	Pearson Correlation	1	,531**	,546**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	712	710	712	712
Library as Place	Pearson Correlation	,531**	1	,581**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	710	711	711	711
Information Control	Pearson Correlation	,546**	,581**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	712	711	714	714
Centrale Bibliotheek	Pearson Correlation	,816**	,873**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	712	711	714	714

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bijlage 13 SPSS output: NPS aanbeveling naar geslacht

Group Statistics

	31. Geslacht	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
29. Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familied/collega?	Man	298	8,58	1,427	,083
	Vrouw	417	8,65	1,228	,060

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances					t-test for Equality of Means		95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
29. Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familied/collega?	Equal variances assumed	,514	,474	-,671	713	,502	-,067	,100	-,263	,129
	Equal variances not assumed			-,655	578,829	,513	-,067	,102	-,268	,134

Bijlage 14 SPSS output: NPS aanbeveling naar bezoekersfrequentie

Descriptives

29.Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een vriend/familielid/collega?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Minder dan 1 keer	35	8,37	1,437	,243	7,88	8,86	5	10
1 keer per maand	190	8,46	1,296	,094	8,28	8,65	1	10
2-4 keer per maand	356	8,66	1,265	,067	8,53	8,79	3	10
Meer dan 5 keer per maand	134	8,80	1,413	,122	8,56	9,04	0	10
Total	715	8,62	1,314	,049	8,52	8,72	0	10

ANOVA

29.Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 t/m 10) dat u ons zou aanbevelen aan een

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11,679	3	3,893	2,267	,079
Within Groups	1220,847	711	1,717		
Total	1232,526	714			

Bijlage 15 SPSS-output: hercoderen van open vraag

32b. Hercoderen van open vraag

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Meer Engelse Literatuur	6	,8	2,0	2,0
	Meer anderstalige literatuur	3	,4	1,0	3,0
	Ruimere openingstijden	20	2,8	6,7	9,7
	Geluidsoverlast	28	3,9	9,3	19,0
	Te druk	11	1,5	3,7	22,7
	Herinnering per e-mail	28	3,9	9,3	32,0
	Medewerkers niet klantvriendelijk of bekwaam	14	2,0	4,7	36,7
	Temperatuur in de bibliotheek	5	,7	1,7	38,3
	Meer recent uitgebrachte literatuur	11	1,5	3,7	42,0
	Meer E-books aanbod	6	,8	2,0	44,0
	Meer E-books lenen	1	,1	,3	44,3
	Betere bewegwijzering	2	,3	,7	45,0
	CD collectie beperkt	4	,6	1,3	46,3
	Leengeschiedenis inzien	11	1,5	3,7	50,0
	Anders	135	18,9	45,0	95,0
	Meer activiteiten	3	,4	1,0	96,0
	Uitleenapparaat onhandig	12	1,7	4,0	100,0
	Total	300	42,0	100,0	
Missing	System	415	58,0		
Total		715	100,0		

Bijlage 16 SPSS output: service kwaliteit beoordeling naar bezoekersfrequentie

Descriptives

Centrale Bibliotheek

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Minder dan 1 keer	35	7,1266	,68818	,11632	6,8902	7,3630	5,67	8,12
1 keer per maand	190	7,2618	,85664	,06215	7,1392	7,3844	4,49	9,00
2-4 keer per maand	355	7,2894	,87472	,04643	7,1981	7,3807	3,50	9,00
Meer dan 5 keer per maand	134	7,2743	1,14887	,09925	7,0780	7,4706	1,00	9,00
Total	714	7,2713	,91892	,03439	7,2037	7,3388	1,00	9,00

ANOVA

Centrale Bibliotheek

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,868	3	,289	,342	,795
Within Groups	601,201	710	,847		
Total	602,069	713			