



De bibliotheek & jongeren: what's in it for me?

Op zoek naar haakjes voor aansprekende conceptringingen op basis van inzichten vanuit de doelgroep jongeren 12 - 17 jaar

Rapportage kwalitatief insights onderzoek
September 2018

de Bibliotheek 

nbd biblion

KB Koninklijke Bibliotheek
Nationale bibliotheek
van Nederland

Inhoud

Inleiding _____ **3**

- Achtergrond en doelstellingen 4
- Onderzoeksaanpak 5

Management summary _____ **7**

Resultaten: huidig aanbod van de bibliotheek _____ **16**

- Associaties met (het huidige aanbod van) de bibliotheek 17
- Beleving van (het huidige aanbod van) de bibliotheek 18
- Drivers en barriers 23
- De huidige doelgroep 28
- Betekenisstructuren 31
- Wensen en suggesties 35

Resultaten: nieuwe conceptringingen _____ **37**

- Perceptie en valuatie nieuwe conceptringingen 38
- Perceptie en evaluatie 'Lifehacks' 39
- Perceptie en evaluatie 'Talentontwikkeling' 42
- Perceptie en evaluatie 'Persoonlijke ontwikkeling' 46

Bijlagen _____

1. TwinQ persoonlijkheidstypen 49
2. Toelichting betekenisstructuren 56
3. Voorbeelden mogelijke uitwerkingen conceptringingen (aparte bijlage)
4. Resultaten huiswerkopdrachten (aparte bijlage)
5. Gespreksleidraad (aparte bijlage)



Inleiding

Achtergrond & doelstellingen

Op zoek naar haakjes voor aansprekende conceptringen voor de doelgroep jongeren 12-17 jaar

Achtergrond

- NBD Biblion en de Koninklijke Bibliotheek zijn gezamenlijk op zoek naar een aansprekend en onderscheidend bibliotheek aanbod **voor jongeren van 12 - 17 jaar**. Beiden hebben reeds een aantal potentiële richtingen in kaart gebracht/uitgewerkt:
 - Zo heeft de Koninklijke Bibliotheek in 2015 een kwalitatief onderzoek laten uitvoeren onder jongeren van 10 - 12 jaar, ouders en leerkrachten (bovenbouw basisonderwijs). Dit onderzoek was met name gericht op het vinden van insights t.b.v. de ontsluiting van de Digitale Bibliotheek voor deze jonge doelgroep. De inzichten van dit onderzoek zijn o.a. gebruikt voor het ontwikkelen van een marketingcommunicatiestrategie voor de website jeugdbibliotheek.nl. Deze website is sinds januari 2018 online en is gericht op **kinderen en jongeren van 0 – 18 jaar**
 - NBD Biblion heeft, op basis van deskresearch en de resultaten van de jeugdworkshop in oktober 2017, besloten om zich te focussen op de **doelgroep jongeren 12 – 17 jaar**. Ondanks het feit dat dit een zeer kritisch en moeilijk te bereiken doelgroep is, zijn er toch voldoende aanwijzingen om een verbinding te maken tussen de bibliotheek en deze groep jongeren. Op basis van deze workshop is een **drietal conceptringen** geformuleerd die een brug dienen te vormen tussen de belevingswereld van de jongeren en het aanbod van de bibliotheken. Hierbij wordt vele malen verder gekeken dan het traditionele (boeken uitleen) aanbod: zo kan de bibliotheek **diverse online/digitale producten en diensten** aanbieden en **fysieke bijeenkomsten/workshops** verzorgen, al dan niet gericht op de ontwikkeling van passies/talenten of 21st century skills

- Om uiteindelijk te komen tot een aansprekend en onderscheidend aanbod, bestaat er behoefte aan diepgaand inzicht vanuit de doelgroep jongeren 12 -17 jaar, middels kwalitatief onderzoek

Onderzoeksdoelstellingen

Het verkrijgen van inzicht in de doelgroep jongeren 12 - 17 jaar ten aanzien van:

- Het **beeld en de beleving** (associaties en betekenissen) van het huidige aanbod van de bibliotheek
- De **'drivers'** en **'barriers'** met betrekking tot het huidige aanbod van de bibliotheek (o.a. jeugdbibliotheek.nl, e-boeken en luisterboeken)
- De **wensen en suggesties** ten aanzien van het nieuw te ontwikkelen aanbod
- De **aansprekende en minder aansprekende aspecten** van de reeds geformuleerde **conceptringen** (NBD Biblion jeugdworkshop, oktober 2017)

Output van het onderzoek:

- Het onderzoek dient uiteindelijk **concrete aanknopingspunten en haakjes** te bieden om het bibliotheekaanbod en de geformuleerde conceptringen dusdanig aan te scherpen dat het een grote(re) groep jongeren zal aanspreken. Het onderzoek zal hierbij eveneens inzicht bieden in:
 - De **kerndoelgroep**: de groep jongeren waar de meeste 'winst' te behalen valt en op welke manier deze aan te spreken/te overtuigen zijn
 - De **sterktes en verbeterpunten** van het huidige aanbod en de geformuleerde conceptringen

Onderzoeksaanpak

6 groepsdiscussies met in totaal 36 jongens en meisje van 12 -17 jaar

Groepsdiscussies

- Het kwalitatieve onderzoek is uitgevoerd middels 6 groepsdiscussies van elk 2 uur
- In totaal hebben **36 jongeren** deelgenomen aan het onderzoek. De respondenten zijn geselecteerd uit het consumentenpanel van marktonderzoeken.com
- Het schema hiernaast biedt een overzicht van een aantal relevante kenmerken van de jongeren die hebben deelgenomen aan het onderzoek

Huiswerkopdracht

- Eén beeld zegt meer dan duizend woorden. Dat is ook de reden waarom we aan de jongeren hebben gevraagd om ter voorbereiding op de groepsdiscussie een **collage** te maken met afbeeldingen **die hun gevoel bij (het huidige aanbod van) de bibliotheek** weergeven
- Deze collages vormden een belangrijk ingangspunt voor het gesprek om zowel hun beeld als beleving (associaties en betekenissen) bij de bieb te kunnen achterhalen
- De gemaakte collages zijn als aparte bijlage aangeleverd (bijlage 4) en verwerkt in pagina 15 van dit rapport

Evaluatie van de conceptrichtingen

- Om te kunnen achterhalen of **de 3 conceptrichtingen** ook daadwerkelijk relevant genoeg zijn en **inspelen op een bestaand dilemma en/of (onbewuste) behoefte**, zijn deze achtereenvolgens voorgelegd middels consumer insights teksten (deze teksten bestaan uit 3 alinea's: huidige situatie, dilemma en mogelijke ideale situatie)
- De jongeren werd gevraagd om te markeren welk deel van de tekst voor hen juist wel/niet herkenbaar, relevant en/of interessant is. Vervolgens werden er **mogelijke oplossingen, ideeën en wensen** voor de invulling van het concept besproken: enerzijds spontaan benoemd door de jongeren zelf en anderzijds aan de hand van reeds uitwerkte idee-richtingen (zie bijlage 3)

	Totaal	Leerjaar 1 middelbare: 12/13 jaar	Leerjaar 3 middelbare: 14/15 jaar	5 jaar van de basisschool af: 16/17 jaar
Geslacht	36	12	13	11
Jongens	17	5	7	5
Meisjes	19	7	6	6
Opleidingsniveau				
Vmbo	12	3	9	
Havo/vwo	3	3		
Havo	6	3	1	2
Vwo	10	3	2	5
Mbo	5		1	4
TwinQ persoonlijkheidstype				
Artist	6	4		2
Action Hero	4		2	2
Romantic	4	2	2	
Creator	3	2	1	
Intuitive	3		1	2
Buddy	9	2	5	2
Pragmatic	7	2	2	3
Hoe vaak naar de bieb				
Nooit	2	1		1
Paar keer per jaar	29	8	12	9
Maandelijks	5	3	1	1

Onderzoeksaanpak

Algemeen

- De groepsdiscussies zijn op **27, 28 en 30 augustus 2018** uitgevoerd bij de **Bibliotheek Eemland te Amersfoort**. Door gebruik te maken van een gesloten tv-circuit was het mogelijk om de gesprekken 'live' bij te wonen door belanghebbenden van NBD Biblion, de Koninklijke Bibliotheek en diverse bibliotheken
- In dit rapport worden de belangrijkste inzichten uit het kwalitatieve onderzoek besproken. In de management summary geven we onze visie op de belangrijkste conclusies en aanbevelingen zoals deze ook aan bod zijn gekomen tijdens de gezamenlijke nabespreking op 1 oktober 2018
- Tijdens het lezen van dit rapport is het belangrijk zich te realiseren dat de bevindingen van kwalitatief onderzoek indicatief en hypothesevormend van aard zijn
- Bij dit onderzoek zijn verschillende groepen jongeren betrokken (zie schema op vorige pagina) In dit rapport gaan we steeds uit van de overeenkomsten tussen deze groepen. Wanneer er duidelijke verschillen zijn, dan refereren we hier apart aan
- In bijlage 5 is de gespreksleidraad die bij de discussies is gebruikt opgenomen
- De groepsdiscussies en rapportage zijn uitgevoerd door Angela Weghorst, ondersteund door Sabine Hoogenraad en Ciska Glerum



Management summary

Overall conclusies

De bibliotheek = boeken en (de sfeer in) het gebouw, school en vrije tijd

- Het **beeld** dat jongeren van de bibliotheek hebben, wordt **gedomineerd** door de **ruime hoeveelheid papieren boeken en de locatie** (het gebouw)
- De bibliotheek wordt verder sterk geassocieerd met zowel school als vrije tijd/ontspanning:
 - **School:** veel jongeren ervaren de bibliotheek als een verlengde van school omdat scholen er af en toe met leerlingen naar toe gaan, je er veel boeken voor school kunt vinden en er fijne studeerplekken zijn waar het echt stil is en je goed kunt focussen op je studie
 - **Vrije tijd:** met een boek kun je lekker wegdromen en dingen lezen over je favoriete onderwerp wat een gevoel van ontspanning en/of escape oplevert. Daarnaast heeft een aantal bibliotheken gezellige en sfeervolle ruimtes, voorzien van lekkere banken waar je kunt chillen, alleen of met je vrienden
- De bibliotheek roept positieve associaties op als: rust, ontdekken, betrouwbaar, wegdromen, gezellig en veilig. Maar ook negatieve associaties als: stress, irritatie, stoffig en saai. Het overall gevoel varieert sterk en is afhankelijk van de grootte en inrichting van de locatie. Alhoewel alle bibliotheken onder dezelfde 'vlag' opereren blijkt er **een wereld van verschil** te bestaan tussen de beleving die jongeren hebben van kleinere bibliotheken versus bijv. de bibliotheek Eemland te Amersfoort:
 - Het is er **stoffig, duf en saai** waardoor je snel weer weg wilt
 - Versus: het is er **gezellig en sfeervol** en nodigt uit om te studeren of te chillen
- Daarnaast wordt de bibliotheek ook door een aantal jongeren gezien als een welkome **'offline' zone**. Omdat het in de bibliotheek stil is, mensen 'hun eigen

ding doen' en het overheersende medium papieren boeken zijn, blijken social media daar niet thuis te horen. Het is een plek waar je weer even back to basics gaat: offline. Hierdoor wordt voor jongeren een belangrijke behoefte vervuld: de behoefte aan vrijheid om even los te breken van de dwingende grip van social media

- Dat het beeld van de bibliotheek wordt gedomineerd door boeken en de locatie, is eveneens terug te zien in het gedrag van jongeren. Van het totale aanbod wordt **vrijwel uitsluitend gebruik gemaakt van het lenen van papieren boeken en de locatie als studeerplek** (en in minder mate als hang-/chillplek). Het gebruik van de website en het bezoeken van bijeenkomsten is nihil

Gratis lidmaatschap, lenen van (school)boeken en studieplek zijn de key drivers voor het gebruik van de bibliotheek

- De key drivers en barriers om gebruik te maken van het huidige aanbod zijn:
 - **Key drivers:** gratis lidmaatschap, lenen van (school)boeken en gebruikmaken van een goede studeerplek (en in mindere mate om te chillen)
 - **Key barriers:** 'kleinere' bibliotheken hebben onvoldoende te bieden, de onbekendheid met de website jeugdbibliotheek.nl en het aanbod van diverse bijeenkomsten. Daarbij overheerst ook nog eens de overtuiging dat deze laatste onvoldoende aansluiten bij de belevingswereld en interesses van jongeren
- De bibliotheek blijkt het **minst aan te sluiten bij jongeren rond de 12 – 15 jaar** omdat zij nog niet zo vaak gebruik maken van een studeerplek. Daarnaast lezen jongeren vanaf de middelbare school minder voor hun ontspanning dan dat ze op de basisschool deden. Dit komt hoofdzakelijk omdat ze het te druk hebben met andere dingen en de digitale media de rol van boeken heeft overgenomen

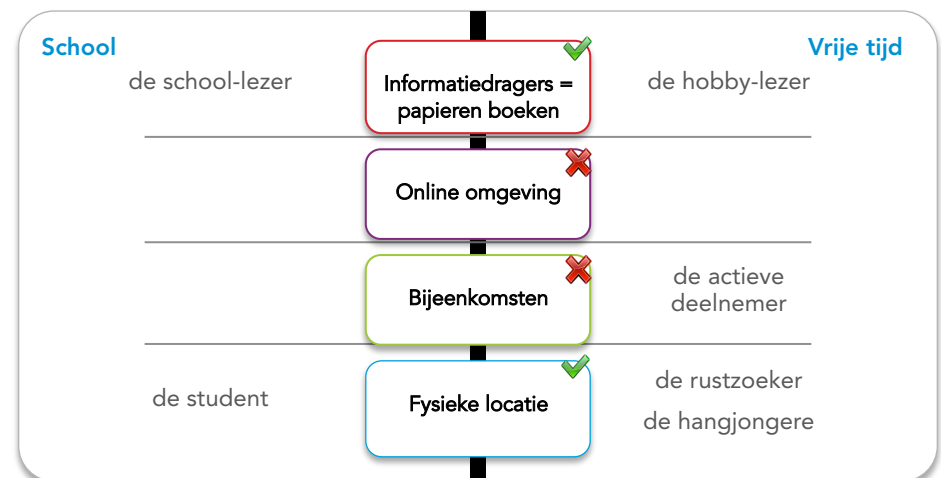
Overall conclusies

De school-lezers en studenten vormen momenteel de grootste doelgroep

- Kijkend naar het gedrag van jongeren ten aanzien van de bibliotheek, kunnen we de volgende doelgroepen onderscheiden met elk hun specifieke kenmerken en motieven. Overigens is het (vanzelfsprekend) mogelijk dat er overlap zit tussen de diverse doelgroepen
- De **hobby-lezers** zijn intrinsiek gemotiveerd om een boek te lezen omdat ze het fijn vinden om hun fantasie te gebruiken en even weg te dromen bij het verhaal en/of omdat ze het leuk vinden om meer te weten te komen over een bepaald onderwerp. Daarnaast is het een manier om even weg te stappen uit de online wereld en een moment van rust te hebben. Zij worden voornamelijk gedreven door hun behoefte aan: innerlijke rust & harmonie, (h)erkenning & zelfwaardering, zelfontplooiing, emotionele & fysieke veiligheid, plezier en wijsheid
- De **school-lezers** zijn extrinsiek gemotiveerd om een boek te lezen. Zij worden door school aangespoord om boeken te lezen/lenen voor hun werkstuk, spreekbeurt, project of leeslijst. Zij lezen/lenen een boek niet zozeer omdat ze het leuk vinden maar uit noodzaak. Zij worden voornamelijk gedreven door hun behoefte aan: wijsheid, zelfvertrouwen & eigenwaarde en zekerheid & houvast
- De **studenten** zijn op zoek naar een rustige plek om buitenshuis te kunnen studeren en/of te werken aan een project. Zij worden gedreven door hun behoefte aan: innerlijke rust & harmonie, verbondenheid & contact en gezelligheid
- De **rustzoekers** zijn op zoek naar een plek waar ze de hectiek en onrust van het dagelijks leven kunnen ontlopen en in rust tot zichzelf kunnen komen. Zij worden gedreven door hun behoefte aan: innerlijke rust & harmonie en emotionele & fysieke veiligheid
- De **hangjongeren** zijn op zoek naar een plek waar ze kunnen chillen met elkaar. De bibliotheek is voor hen een goed alternatief voor een hangplek buiten, een

horecagelegenheid of een plek bij iemand thuis. Deze jongeren worden gedreven door hun behoefte aan: fysieke veiligheid, vriendschap & verbondenheid, vrijheid en rijkdom

- De **actieve deelnemers** zijn jongeren die het leuk vinden om actief aan de slag te gaan met onderwerpen die hen (kunnen) interesseren en daarbij wellicht 'gelijkgestemden' te ontmoeten. Deze groep is momenteel nog minimaal
- Momenteel vormen **de school-lezers en studenten de grootste doelgroep**. Hierbij speelt de school een belangrijke rol omdat zij jongeren (zowel direct als indirect) stimuleert om naar de bibliotheek te gaan
- Het aantal jongeren dat gestimuleerd wordt om vanuit hun vrije tijd een bezoek aan de bibliotheek te brengen, is een stuk kleiner omdat het aantal hobby-lezers vanaf de middelbare school sterk daalt. Daarnaast draagt de fysieke locatie ook onvoldoende bij aan een bezoek aan de bibliotheek, waardoor ook de rustzoekers en de hangjongeren minder zijn vertegenwoordigd. **Er bestaat dus een gat tussen school en vrije tijd**



Overall conclusies

Ouders en school: belangrijke indirecte doelgroepen

- Naast jongeren zijn er nog twee belangrijke doelgroepen te onderscheiden die **van grote invloed zijn op het gedrag** van jongeren ten aanzien van de bibliotheek en daarom zeker in dit verhaal niet mogen ontbreken:
 - **De school:** stimuleert het lezen van boeken en het gebruik maken van informatie uit boeken. Daarnaast brengen sommige scholen met hun leerlingen een bezoek aan de bibliotheek waarbij leerlingen o.a. op zoek moeten gaan naar informatie uit boeken en/of daar gezamenlijk aan de slag gaan voor een project
 - **De ouders:** kunnen hun kinderen stimuleren in het lezen van boeken. Dit enerzijds gedreven door de behoefte om het gebruik van digitale media te beperken en anderzijds omdat ze van mening zijn dat het lezen van boeken goed voor de ontwikkeling van hun kind is. Daarnaast blijken ouders (met name moeders) hun kinderen te attenderen op bijeenkomsten bij de bibliotheek

Verbeterpunten voor de bibliotheek liggen met name in het verbeteren van de duffe sfeer, plekjes waar je kunt chillen en een apart jeugdhonk

- Om de bibliotheek aantrekkelijker te maken voor jongeren, hebben zij de volgende wensen en suggesties (gerangschikt op volgorde van belangrijkheid):
 - Het **verbeteren van de duffe sfeer** (in met name de kleinere bibliotheken) door meer kleur, licht en ramen toe te voegen en een muziekje op de achtergrond aan te zetten waardoor het niet zo stil is
 - **Plekjes waar je kunt chillen**, voorzien van lekkere banken
 - Een **aparte chill-plek (jeugdhonk)** voor jongeren waar je met elkaar kunt praten en muziek luisteren, voorzien van bijv. een tafelvoetbaltafel en iemand van de bibliotheek die aanwezig is, hen begrijpt en toezicht houdt (en waar je bij voorkeur tot minimaal 21.00 uur kunt verblijven)

- **Thema-avonden en workshops** gebaseerd op interessegebieden/hobby's waardoor je gelijkgestemden kunt ontmoeten
- **Inspraak** bij de invulling van bijeenkomsten/workshops
- Duidelijke communicatie van activiteiten via ouders of school
- Het makkelijker kunnen vinden van de boeken die je zoekt

Grote interesse in de conceptrichting 'Talentontwikkeling'. Deze speelt in op een reële behoefte en is passend en geloofwaardig bij de bibliotheek

- Voor de ontwikkeling en introductie van nieuwe propositities is het van belang om **niet teveel af te wijken van het beeld dat jongeren momenteel van de bibliotheek hebben**. Dit zien we ook terug bij de perceptie en evaluatie van de voorgestelde conceptrichtingen: **de bibliotheek is een beetje stoffig en een verlengde van school** en kan daarom niet opeens heel hip of persoonlijk gaan doen
- Het merendeel van de jongeren is erg **enthousiast over de conceptrichting 'Talentontwikkeling'**! Deze speelt in op een reële behoefte aangezien velen nog niet (precies) weten wat ze later willen gaan doen en er op school vaak onvoldoende tijd en aandacht is om dit uit te gaan zoeken
- Zo willen jongeren o.a. graag **ontdekken wat ze leuk vinden om te doen**, welke opleidingen of beroepen er uiteindelijk zijn en hoe het dagelijks leven van iemand met een bepaald beroep er uit ziet
- Daarnaast is het leuk om ergens samen met anderen actief aan de slag te gaan met de dingen die je leuk vindt om te doen (**bezig zijn met je hobby**)
- Het idee dat de bibliotheek hier uiteindelijk iets mee gaat doen middels informatie en filmpjes op haar website en het organiseren van workshops wordt zeer enthousiast ontvangen en als geloofwaardig beschouwd. De bibliotheek is in de ogen van jongeren immers een verlengde van school, dus het is logisch dat zij hier iets mee gaat doen

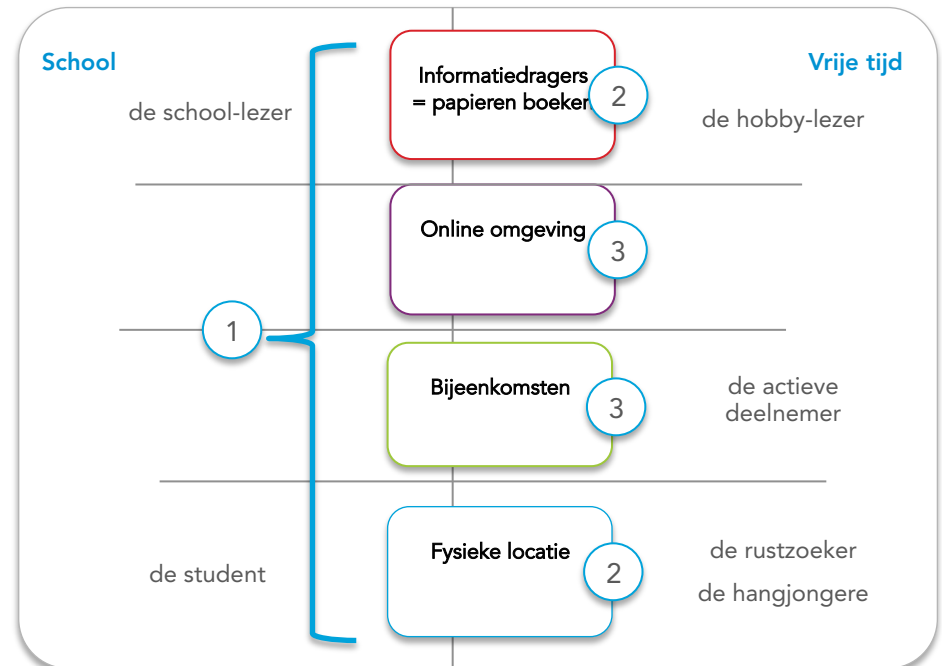
Overall conclusies & aanbevelingen

'Lifehacks' zijn te hip en 'Persoonlijke ontwikkeling' is te persoonlijk voor de bibliotheek

- De conceptrichting 'Lifehacks' speelt in op een herkenbare situatie bij jongeren en **lifehacks zijn momenteel redelijk populair**
- Echter het idee dat de bibliotheek uiteindelijk een verzameling lifehacks op haar website plaatst, roept **gemengde gevoelens** op. Zo vindt de een het een leuke stimulans om af en toe de website jeugdbibliotheek.nl te bezoeken (mits voldoende bekend!) en heeft de ander het gevoel dat het niets toevoegt aan wat er momenteel beschikbaar is. Naar verwachting zal deze voorgestelde richting uiteindelijk onvoldoende in staat zijn om jongeren daadwerkelijk naar de website te trekken. Daarnaast bestaat het **gevoel dat de bibliotheek opeens hip wil gaan doen**: 'het is een beetje hetzelfde als een leeuw die probeert te vliegen' aldus Daan, 15 jaar
- Daarentegen **zou deze richting (onder een andere naam!)** wel een mooie **aanvulling kunnen zijn op de conceptrichting 'Talentontwikkeling'**. De bibliotheek zou dan allerlei handige tips & tricks kunnen bieden om je leven makkelijker te maken op school en voor het (verder) ontdekken/ontwikkelen van je hobby's of talenten. Naast filmpjes op de website zou dit ook goed uitgewerkt kunnen worden in workshops waarbij jongeren zelf aan de slag kunnen gaan met de voorgestelde tips & tricks
- Alhoewel ondersteuning bij **persoonlijke ontwikkeling een relevant en actueel** thema is voor een aantal jongeren, wordt de conceptrichting 'Persoonlijke ontwikkeling' **overwegend negatief ontvangen**. Het is een gevoelig onderwerp waar jongeren niet zo snel (in een groep met onbekenden) over praten. Je geeft immers niet zo snel toe dat je steun zou kunnen gebruiken
- Persoonlijke ontwikkeling **is een privé-onderwerp** waar je eventueel met professionals over wilt praten en zeker niet bij de bibliotheek waar iedereen je kan zien

Een integrale en stapsgewijze uitbouw van het aanbod van de bibliotheek

- Kijkend naar het huidige gedrag van jongeren, de diverse doelgroepen, hun wensen en reacties op de concepten, dan zijn er duidelijke aanwijzingen te vinden om de aantrekkingskracht van de bibliotheek bij jongeren te vergroten
- Om dit te kunnen verwezenlijken hebben wij de volgende integrale en stapsgewijze uitbouw van het aanbod van de bibliotheek voor ogen:



1 Eén bieb, één beeld en één integraal aanbod

Allereerst is het belangrijk om als bibliotheek een eenduidige uitstraling te creëren naar jongeren. De verschillende bibliotheken opereren immers onder 'dezelfde vlag'

Aanbevelingen

1. Eén bieb, één beeld en één integraal aanbod (vervolg)

- Een **eenduidige uitstraling** van de diverse locaties: verbeteren van de aantrekkingskracht van locaties die momenteel als stoffig worden ervaren, door meer kleur en licht toe te voegen. Maak hierbij indien mogelijk gebruik van dezelfde kleuren en materialen om een eenduidige uitstraling te creëren
- Samenwerking bij de **ontwikkeling, promotie en uitrol van één landelijk jeugdprogramma** waarbij o.a. gebruik wordt gemaakt van de ervaringen van bibliotheken die reeds gericht zijn op jongeren en hier succes mee hebben. Denk hierbij aan (zie eveneens volgende pagina):
 - De ontwikkeling van online content gericht op jongeren, beschikbaar op één centrale plek. De diverse lokale bibliotheken kunnen dan doorverwijzen naar deze plek: jeugdbibliotheek.nl
 - De ontwikkeling van een aansprekende jeugdprogrammering
 - Het verbinden van alle activiteiten tot één eenduidig aanbod in zowel de programmering als online content. Hiermee wordt bedoeld dat deze aanvullend zijn en elkaar dienen te versterken

2 Aantrekkingskracht huidige proposities verbeteren en laten zien dat de bibliotheek er wel degelijk voor jongeren is

- Het creëren van **plekjes met lekkere banken waar jongeren kunnen praten en chillen** met een look & feel die aansluit bij de belevingswereld van jongeren. Hierdoor zal het aantal 'hangjongeren' en 'rustzoeker' dat de bibliotheek bezoekt toenemen. Dit zal tevens versterkt worden zodra de openingstijden worden verlengd tot minimaal 21.00 uur
- Het probleem dat jongeren ervaren bij het niet kunnen **verlengen van hun boeken** (omdat deze reeds gereserveerd zijn), verminderen door hen te

wijzen op een digitale variant. En om het gebruik van online boeken te stimuleren, zou de bibliotheek wellicht ook de mogelijkheid kunnen overwegen om e-readers uit te lenen. Jongeren lezen namelijk o.a. liever niet vanaf hun mobieltje, tablet of computer omdat ze dan in de meeste gevallen online zijn en gestoord kunnen worden

- Het verminderen van de tijd voordat een **nieuw boek in de bibliotheek** verschijnt. Dit is met name relevant voor de hobby-lezer aangezien zij momenteel soms **lang moeten wachten** op boeken van hun favoriete schrijver of serie waardoor zij er in een aantal gevallen voor kiezen om het boek maar zelf aan te schaffen

3 De bibliotheek: brug tussen school en vrije tijd

Als jongeren aan de bibliotheek denken, dan denken zij vrijwel uitsluitend aan boeken en de locatie. En aan de andere kant bestaat er een gat tussen school en vrije tijd. En om deze uitersten aan elkaar te verbinden zien wij de volgende mogelijke oplossingen:

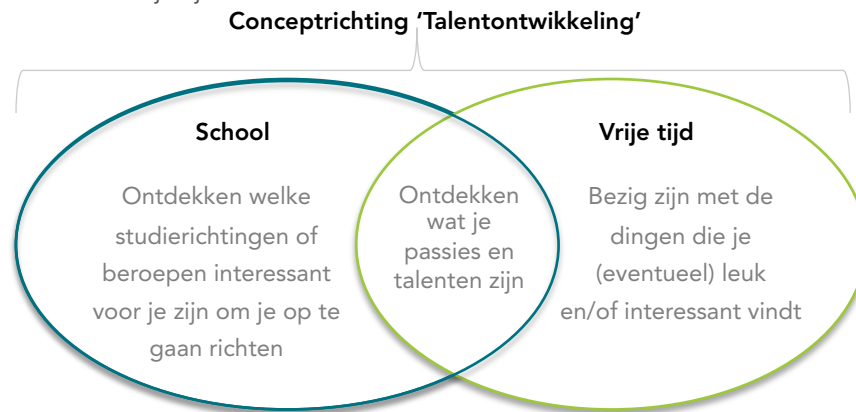
- Het creëren van een **aparte chill-plek (jeugdthunk) voor jongeren** waar zij met elkaar kunnen praten en muziek luisteren, voorzien van bijv. een tafelvoetbaltafel en iemand van de bibliotheek die aanwezig is, hen begrijpt en toezicht houdt. Hierdoor zal de betrokkenheid van een groot aantal 'hangjongeren' zeker toenemen
- Het organiseren van **thema-avonden en workshops** gebaseerd op de interessegebieden/hobby's van jongeren. Om de betrokkenheid van jongeren te vergroten is het belangrijk om hen een belangrijke stem te geven bij de invulling van deze bijeenkomsten. Hierdoor zal de doelgroep 'actieve deelnemers' sterk toenemen

Aanbevelingen

3. De bibliotheek: brug tussen school en vrije tijd (vervolg)

- Het verder **uitwerken en introduceren van de conceptrichting 'Talentontwikkeling'** in zowel bijeenkomsten, workshops als online content

Deze conceptrichting is bij uitstek geschikt om een brug te slaan tussen school en vrije tijd:



Voor een efficiënte ontwikkeling, promotie en uitrol van deze conceptrichting **als één landelijke en aansprekende propositie**, zou de volgende aanpak gevolgd kunnen worden. Hierbij is het overigens belangrijk dat alle activiteiten centraal aangestuurd en gecoördineerd worden, om daarmee een zo groot mogelijke impact te creëren

- Allereerst is het van belang om **een aantal thema's te definiëren** die als basis kunnen fungeren voor het te ontwikkelen aanbod. Hierbij zouden de diverse **opleidingsrichtingen als leidraad** gebruikt kunnen worden zoals bijvoorbeeld: gezondheid & welzijn, onderwijs & opvoeding, sport & bewegen, marketing & economie, chemie, techniek & bouw etc. Deze thema's kunnen vervolgens elk op hun eigen manier uitgewerkt worden en eventueel rouleren zodat er bijvoorbeeld elke maand een ander thema aan bod komt
- Bij de invulling en ontwikkeling van het diverse aanbod dient rekening gehouden te worden met de **belevingswereld, wensen en drijfveren van de sterk uiteenlopende doelgroep**

- Zo zullen bijvoorbeeld jongeren van 17 jaar minder geneigd zijn deel te nemen aan een workshop als daar overwegend 12- jarigen aanwezig zijn. Het is dan ook aan te raden om bijvoorbeeld de workshops aan te bieden op 2 **leeftijdsniveaus**: 12/13 - 14/15 jaar en 15/16 – 17 jaar
- Daarnaast dient rekening gehouden te worden met het **opleidingsniveau** van de jongeren. Dit zal met name relevant zijn voor de ontwikkeling van bijvoorbeeld filmpjes, banen- en studiebeurzen waarbij jongeren zicht willen krijgen op waar ze later willen gaan werken/studeren
- Om zowel **jongens als meisjes** aan te kunnen spreken is het van belang om rekening te houden met hun fundamentele verschillen. Zo vinden jongens het bijvoorbeeld over het algemeen leuker om te experimenteren en zelf uit te zoeken hoe dingen werken, dan dat ze keurig de aangeboden instructies opvolgen. Meisjes vinden het daarentegen vaak fijner dat iemand duidelijk aangeeft wat er van hen verwacht wordt en hoe ze dit het beste kunnen doen. Daarnaast zijn jongens meer geïnteresseerd in feitelijke kennis en weetjes terwijl meisjes meer geïnteresseerd zijn in de emotionele beleving ervan. Dit is met name relevant bij bijvoorbeeld workshops gericht op techniek. Over het algemeen zijn meisjes niet zo geïnteresseerd in techniek: het gaat immers over materie, waarbij weinig tot geen gevoel komt kijken. Maar zodra je niet alleen ingaat op de techniek zelf, maar laat zien dat je met techniek ook andere mensen kunt helpen of creatief kunt zijn, dan zullen meisjes sneller geïnteresseerd raken
- Tot slot dient eveneens rekening gehouden met de verschillende passies, talenten en drijfveren van de verschillende **TwinQ persoonlijkheidstypen**. Zo zal de Buddy bijvoorbeeld geïnteresseerd zijn in workshops als hij daar samen met anderen iets kan doen of maken, de Action Hero als er een fysieke component aanwezig is en/of er op een of andere manier iets spectaculairs te beleven valt, de Artist en Romantic als ze creatief bezig kunnen zijn en de Romantic als er iets met natuur of dieren is. Om een zo groot mogelijke groep aan te kunnen spreken, dient het aanbod componenten te bevatten die aansluiten bij meer dan één persoonlijkheidstype (zie bijlage 1)

Aanbevelingen

- Het verder **uitwerken en introduceren van de conceptringing 'Talentontwikkeling' in zowel bijeenkomsten, workshops als online content (vervolg):**
- c. Het ontwikkelen en introduceren van één integraal aanbod dat op elkaar aansluit en elkaar versterkt. Hierbij valt te denken aan:



– Informatiedragers/papieren boeken:

- Een passende selectie van boeken, tijdschriften etc. die jongeren kunnen lenen voor als ze meer willen lezen over het betreffende thema/onderwerp. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een literatuurlijst met boeken over persoonlijke verhalen van beroemde voetballers, mensen uit de zorg, marketing etc. of boeken die gaan over de natuur, archeologie, techniek, design en innovatie etc.
- De afzonderlijke bibliotheken kunnen er vervolgens voor kiezen om deze selectie 'in de spotlights' te zetten middels speciaal ontwikkeld promotie- /displaymateriaal dat aansluit op het thema

– Online content:

- Eén centrale website waar jongeren het totale aanbod aan informatie, inspiratie en activiteiten kunnen vinden. Voor de vindbaarheid is het belangrijk dat de afzonderlijke bibliotheken hier op hun eigen website naar verwijzen en deze ook promoten via hun eigen (social) media kanalen

Qua content kan gedacht worden aan:

- Filmpjes waarbij je een kijkje krijgt in het dagelijks leven van mensen met een bepaald beroep en/of een beeld krijgt van een bepaalde sector (o.a. van idee, ontwerp, grondstof, productie, logistiek, marketing tot aan het moment dat je als consument gebruik maakt van een bepaald product)
 - Filmpjes/graphics met allerlei handige tips & tricks om je leven makkelijker te maken op school en/of voor het (verder) ontdekken/ontwikkelen van je hobby's of talenten (aangepaste versie van de conceptringing 'Lifehacks')
 - Een beroepentest met daarbij aanvullende informatie over de beroepen of scholen die aansluiten bij het resultaat van de test. Belangrijk is dat het hierbij uiteindelijk wel om een goede test gaat en niet en test waarbij jongeren vooraf al een idee krijgen welke richting het uit zal gaan en ze uiteindelijk nog niet echt iets nieuws over zichzelf te weten komen
 - Naast specifieke content dat inspeelt op de diverse thema's/onderwerpen, kunnen jongeren hier bijvoorbeeld ook een centrale agenda vinden met alle bijeenkomsten in de afzonderlijke bibliotheken. Zo kunnen zij zelf kiezen aan welke bijeenkomst zij op welk moment en waar aan willen deelnemen
- ## – Bijeenkomsten:
- 'Turnkey pakketten' voorzien van draaiboeken, materialen, presentaties etc. die gebruikt kunnen worden door de afzonderlijke bibliotheken om daarmee snel en efficiënt bijeenkomsten te organiseren. Qua bijeenkomsten kan gedacht worden aan:
 - Beroepenbeurzen waarbij diverse mensen/bedrijven samenkomen en aan jongeren hun verhalen uit de praktijk vertellen. Jongeren kunnen zo beter kiezen wat ze later willen doen. Daarnaast is het ook handig voor jongeren die op zoek zijn naar een (bij)baan of een bedrijf om een dagje mee te kunnen lopen, om op deze manier met potentiële werkgevers in contact te komen

Aanbevelingen

- Bijeenkomsten (vervolg):

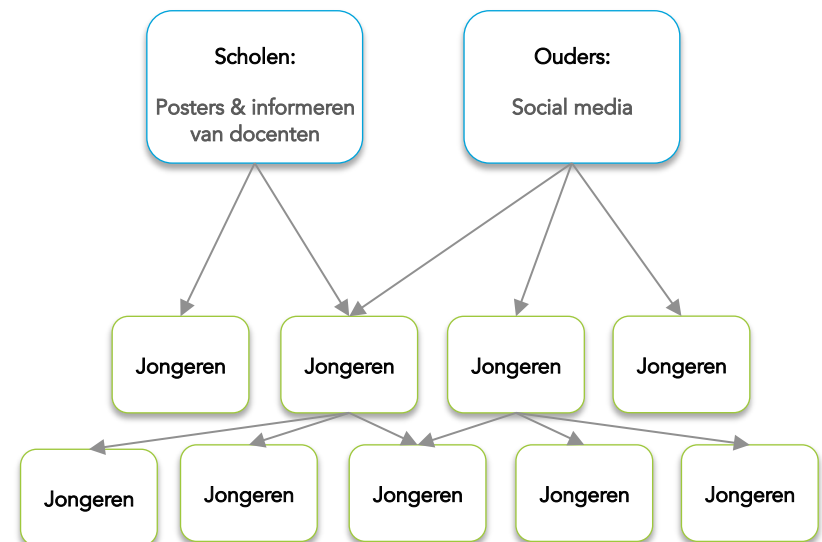
- o Studiebeurzen: voor een eerste oriëntatie en kennismaking is het fijn dat meerdere scholen zich bij de bibliotheek komen presenteren en vertellen over hun opleidingen. Op die manier hoeft je zelf niet in korte tijd alle open dagen af. Zodra een opleiding je aanspreekt, kun je alsnog naar hun open dag gaan
- o Diverse workshops gericht op de interessegebieden van jongeren en/of de vooraf gedefinieerde thema's (opleidingsrichtingen). Op die manier is het zowel leuk om te ontdekken waar je je later verder in wilt ontwikkelen als ook om bezig te zijn met activiteiten die je gewoon leuk vindt om te doen
- o Diverse workshops die jongeren kunnen ondersteunen bij het verbeteren van hun schoolresultaten. Denk hierbij aan beter leren concentreren, plannen, informatie onthouden etc.

- Fysieke locatie:

- o 'Promotiematerialen' om het gehele aanbod en/of de diverse thema's onder de aandacht te brengen bij bezoekers aan de afzonderlijke bibliotheken. Denk hierbij bijvoorbeeld aan banners, posters, folders etc.

Communicatie gericht op ouders en scholen

- Tot slot is onze aanbeveling om de communicatie rondom de nieuwe ontwikkelingen/activiteiten in eerste instantie te richten op ouders en scholen aangezien zij reeds een belangrijke indirecte doelgroep vormen en de belangrijkste informatiebron zijn voor wat betreft activiteiten bij de bibliotheek. Hierbij valt te denken aan posters op school die prominent in het zicht hangen en communicatie richting ouders via social media van de lokale bibliotheken
- Zodra jongeren door hun ouders of school worden geattendeerd op de communicatie van de bibliotheek, zullen zij dit vervolgens onderling met elkaar delen waardoor de uiteindelijke peer-to-peer communicatie tot stand kan komen





Resultaten: huidig aanbod van de bibliotheek

Associaties met (het huidige aanbod van) de bibliotheek

Het beeld wordt gedomineerd door de ruime hoeveelheid boeken die je er kunt lenen en de locatie (het gebouw). De bibliotheek wordt sterk geassocieerd met zowel school (boeken voor school en studieplek) als vrije tijd/ontspanning (lievelingsboeken, chillen, hangplek). Zij roept positieve associaties op als: rust, ontdekken, wegdromen, gezellig en veilig. Maar ook negatieve associaties als: stress, irritatie, stoffig en saai

off online

rust & ontspanning
saai
even offline
slimme mensen

computers
studeren
kun je goed concentreren
nerds

moeten lezen = saai, slaapverwekkend en niet leuk
studeerplekken
stil zijn

informatie voor spreekbeurt of werkstuk
boeken voor school

nieuwe dingen ontdekken
je kunt er iets van leren/wordt er slim van

kies wat je leuk vindt
geordend gecategoriseerd

verdwalen doolhof
veel keus (voor jong & oud)
heel veel boeken
boek niet uit: verlengen
irritatie
stress

Geordend en Wel

school

'bibliotheek = gratis boeken lenen'

de Bibliotheek
vrije tijd

de mensen in de bieb
kinderen en oude mensen (die niets te doen hebben)

boek reeds uitgeleend of gereserveerd

kleine bieb
grote bieb
hout & leuke kleuren
stoffig, suf, duf, oubollig
weinig kleuren & donker en grijs
lekkere banken
vakantie
je fantasie gebruiken
inleven/wegdromen in het verhaal
alles weten over je favoriete onderwerp

de Bibliotheek = locatie

van vroeger
te laat inleveren =boete

aparte ruimtes voor kleine kinderen
gezellig
kinderachtig
chillen/ hangplek
veilig

ontspannen

Rouwsfeer

VEILIG
 ONVEILIG

Misery.
Een heel bad musical.
Western Family Action
Sport
Biography
Film-Noir
Crime
Adventure
Drama
Comedy
Romance
Thriller

DIEREN
de encyclopedie van alles wat leeft

"A BOOK is a dream that you hold in your hand."
- Neil Gaiman

Beleving van (het huidige aanbod van) de bibliotheek

Bij de bibliotheek vind je talloze papieren boeken die netjes geordend en gecategoriseerd op hun plek staan. Je kunt er gratis boeken lenen die overigens wel op tijd moeten worden ingeleverd om een boete te voorkomen

Inleiding

- In de volgende pagina's gaan we in op de beleving van (het huidige aanbod van) de bibliotheek, waarbij de associaties als startpunt van het gesprek zijn gebruikt
- Hier zal onder andere duidelijk worden dat de uiteindelijke beleving van de bibliotheek een stuk genuanceerder is dan de associaties doen vermoeden. Bovendien kwamen er tijdens de gesprekken nog een aantal andere relevante aspecten naar boven

Een ruime hoeveelheid papieren boeken, netjes geordend en gecategoriseerd

- Bij de bibliotheek denken jongeren gelijk aan een ruime hoeveelheid papieren boeken. Dat deze boeken netjes geordend en gecategoriseerd op thema, onderwerp, leeftijd en/of leesniveau staan, maakt het **overzichtelijk**. Het geeft een gevoel van rust en maakt het op zich **gemakkelijk** om een boek **te vinden** waar je naar op zoek bent
- Toch heeft een aantal jongeren het gevoel zich in een **doolhof** te begeven. Dit gevoel wordt enerzijds ingegeven door de grootte van hun bieb (grote zalen en verschillende ruimtes) en anderzijds door het gevoel dat ze 'door de bomen het bos niet meer zien'; overweldigd door de grote hoeveelheid boeken(kasten)
- Dit zou op zich vervelend kunnen zijn ware het niet dat je door te verdwalen ook af en toe nieuwe dingen kunt **ontdekken**. Het komt dan ook wel eens voor dat een jongere met een compleet ander boek naar huis gaat dan waar hij naar op zoek was en hier uiteindelijk erg blij mee is

- Opvallend is dat het beeld van de bibliotheek volledig wordt gedomineerd door **papieren boeken**. Slechts een klein aantal jongeren associeert de bieb ook nog met tijdschriften en dvd's, games en films maar niemand met e-boeken of luisterboeken

Gratis lenen geeft gevoel van rijkdom, maar ook stress als je je boek weer moet inleveren

- Bij de bibliotheek kun je **gratis boeken** lenen. Het voordeel hiervan is dat je de beschikking hebt over talloze boeken die je niet hoeft aan te schaffen, wat een **gevoel van rijkdom** kan geven
- Het is alleen **irritant** dat je de geleende boeken op tijd dient in te leveren omdat je anders een **boete** krijgt. Nu zou je de geleende boeken wel kunnen **verlengen**, maar het komt weleens voor dat een bepaald boek (zeker als het voor school is) **al gereserveerd is** door iemand anders. En juist dat maakt het extra irritant. Dit is dan ook de reden waarom een aantal jongeren liever een boek koopt dan leent bij de bibliotheek

Beleving van (het huidige aanbod van) de bibliotheek

Met een boek kun je lekker wegdromen en dingen lezen over je favoriete onderwerp. Je wordt er altijd wijzer van. Maar móeten lezen = saai. De bibliotheek is er voor iedereen maar net iets minder voor jongeren

Moeten lezen = saai, slaapverwekkend en niet leuk

- Het komt regelmatig voor dat jongeren hun boeken niet op tijd uit hebben. Dit geldt met name voor boeken die ze voor school moeten lezen
- Nu lezen jongeren op de middelbare school sowieso minder voor hun **ontspanning** dan dat ze op de basisschool deden. Dit komt hoofdzakelijk omdat ze het te druk hebben met andere dingen en de digitale media de rol van boeken hebben overgenomen
- Daarnaast is hun **leesplezier** ook nog eens **sterk gedaald** omdat ze **móeten** lezen **voor school**. En boeken móeten lezen is voor veel jongeren synoniem aan saai, slaapverwekkend en niet leuk

Je verdiepen in een boek = wegdromen en er tegelijkertijd wijzer van worden

- De quote **'a book is a dream that you hold in your hand'** geldt zeker voor een aantal jongeren die lezen nog echt leuk vindt. Zij vinden het heerlijk om zich in een boek te kunnen verdiepen (zoals een aantal van hen dat noemt)
- Je gebruikt dan je **fantasie** om het verhaal voor je te kunnen zien, leeft je helemaal in het verhaal in en hebt het gevoel dat je even kunt wegdromen
- Door het lezen van een boek kun je als het ware **in een andere wereld stappen**. Voor een aantal jongeren is dit een fijne **escape** van de werkelijkheid waar het niet altijd koek en ei is
- Het is een **veilige manier om te ervaren** hoe het is om bijvoorbeeld verliefd te zijn en seks te hebben, gepest te worden, enorm populair of succesvol te zijn, in een tijd van oorlog geleefd te hebben, een moord op te lossen of onder de invloed van loverboys te moeten leven, **zonder dit zelf mee te maken**

- Daarnaast bieden boeken de mogelijkheid om je te verdiepen in **onderwerpen** waar je graag nog **meer over te weten wilt komen**: of dit nu het leven op de middelbare school is, je favoriete (huis)dier, een gezonde levensstijl waardoor je makkelijk kunt afvallen, sport of survivals is
- Het maakt eigenlijk niet uit welk boek je leest maar jongeren zijn het er over het algemeen over eens dat je door het lezen van een boek **wijzer wordt**. Al is het alleen maar omdat je woordenschat hierdoor uitgebreid wordt

De bieb is er voor iedereen maar net iets minder voor jongeren (als je er niet studeert)

- De bieb is er **voor iedereen**: jong en oud, ongeacht geloof of afkomst. Iedereen is er **welkom**. En toch hebben veel jongeren (met name jongeren 12 – 15 jaar) het gevoel dat de bieb er **net iets minder voor hen** is
- ❖ *'Voor ons is de bieb niet de leukste plek om heen te gaan. Niet omdat wij het niet leuk vinden, maar omdat wij andere interesses hebben. Het is niet zo dat wij de bieb nodig hebben. Kijk, studenten zoeken een plek om rustig te kunnen studeren en misschien ouderen wel om hun tijd door te komen omdat ze toch niets beters te doen hebben. En kleine kinderen vinden de bieb gewoon leuk'*
– Daan 2, 15 jaar

Beleving van (het huidige aanbod van) de bibliotheek

De bibliotheek wordt gezien als een verlengde van school omdat scholen er af toe met hun leerlingen naar toe gaan, je er veel boeken voor school kunt vinden en fijne studeerplekken hebt waar het echt stil is en je je goed kunt focussen op je studie

De bieb is een verlengde van school

- Zoals reeds eerder genoemd lezen jongeren steeds minder voor hun ontspanning. De enige reden waarom veel jongeren nog naar de bibliotheek gaan is omdat het handig is voor school
- Zo kun je er boeken vinden voor je werkstuk, spreekbeurt, project of leeslijst. En ondanks het feit dat er steeds meer informatie op internet te vinden is, worden boeken nog steeds geraadpleegd omdat het gevoel bestaat dat de informatie in boeken **betrouwbaarder is dan op internet**
- ❖ 'Op school mag Wikipedia niet. Ik kan namelijk zelf ook op Wikipedia schrijven. Een boek is gewoon betrouwbare informatie. Het is uitgegeven dus dan moet de informatie wel goed zijn want anders wordt het niet uitgegeven' – Martijn, 16 jaar
- Een aantal scholen stimuleert zelfs een bezoek aan de bibliotheek door er bijvoorbeeld met hun leerlingen naar toe te gaan
- ❖ 'Wij hebben hier met school best vaak activiteiten. En **activiteiten buiten school zijn altijd leuk**. Bijvoorbeeld voor biologie hadden we het over het menselijk lichaam en toen moesten we hier heengaan om boeken te vinden. En uit die boeken moesten we later een soort van verhaal vertellen' – Dries 13 jaar
- Bibliotheken met speciale ruimtes om te **studeren** blijken populair te zijn onder jongeren die een rustige plek zoeken om zich **in stilte af te kunnen sluiten** van alles en iedereen waardoor ze zich beter kunnen **focussen** op hun studie
- ❖ 'Vrijwel altijd als ik naar de bieb ga, valt het me op dat er erg veel studenten aan het werk zijn. Het is dus een populaire plek voor jongeren en dat maakt het leuk. Ik zie bijvoorbeeld in een toetsweek best wel vaak op social media dat jongeren hier zitten te studeren' – Sander, 17 jaar
- Wanneer je naar de bibliotheek gaat om te studeren ben je daar speciaal én vrijwillig naar toe gekomen met het **doel** om te studeren. Je bent dan ook **gemotiveerd** om daadwerkelijk je best te doen omdat je anders voor niets bent gekomen. Dit maakt dat je uiteindelijk ook veel **productiever** bent.
- Daarnaast kun je ook nog eens de vrienden die met je meegekomen zijn **zonder schuldgevoel** vragen om stil te zijn
- ❖ 'Als ik hier zit dan heb ik niemand die aan mijn hoofd loopt te zeuren. En als ik hier met vrienden ben, dan kan ik ook makkelijker zeggen: "kan je even je mond houden want ik moet me echt even focussen nu"' – Sarah, 16 jaar

Beleving van (het huidige aanbod van) de bibliotheek

Het overall gevoel bij de bibliotheek varieert sterk: afhankelijk van de grootte en inrichting van de locatie geeft het een gevoel van stoffig, duf en saai versus gezellig en sfeervol

Het is er stoffig, duf en saai waardoor je snel weer weg wilt

- Het overall gevoel dat jongeren bij de bibliotheek hebben is sterk afhankelijk van de locatie van de bibliotheek die ze kennen
 - Over het algemeen worden de kleinere locaties als stoffig, duf en saai ervaren en zijn ze weinig uitnodigend om naar toe te gaan, laat staan om er langer te blijven. Dit heeft (naast het feit dat het een kleinere locatie is) hoofdzakelijk te maken met:
 - Het **gebrek** aan **vrolijke, frisse en/of warme kleuren** in het interieur
 - Meubilair (en vloerbedekking) dat **weinig comfort en gezelligheid** uitstraalt
 - De aanwezigheid van relatief veel **oudere mensen** die er werken of ‘rondhangen’
- ❖ ‘Je ziet hier vaak oudere mensen die niets te doen hebben. Er hangt een beetje een rouwsfeer omdat het zo stil is en dufachtig. Het is vooral witachtig, grijs en zwart, niet zo vrolijk. Ik ben niet graag in de bieb. Dan kies ik snel iets en ga ik zo snel mogelijk weer naar buiten’ – Thijmen, 13 jaar
- ❖ ‘Ik heb altijd het idee dat er van die saaie vloerbedekking ligt. Dat past wel een beetje bij oudere mensen en een suffe boel’ – Thomas, 17 jaar

- Het cliché van de **chagrijnige bibliothecaresse** sluit dan ook erg goed aan bij dit negatieve beeld. Alhoewel een aantal jongeren ook daadwerkelijk refereert aan chagrijnige medewerkers bij de bibliotheek, zijn ook veel jongeren positief over de **behulpzaamheid** en **gepassioneerde** van de medewerkers

Het is er gezellig en sfeervol en nodigt uit om te chillen

- Alhoewel alle bibliotheken onder dezelfde ‘vlag’ opereren, blijkt er **een wereld van verschil** te bestaan tussen de beleving die jongeren hebben van kleinere bibliotheken versus bijv. de bibliotheek Eemland te Amersfoort. Deze bibliotheek wordt gezien als **gezellig** en **sfeervol** en blijkt zelfs **uitnodigend** genoeg te zijn voor jongeren die alleen maar op zoek zijn naar een plek om te **chillen/rondhangen**
- ❖ ‘Als ik aan de bieb denk dan denk ik: ik pak de 4^{de} etage en ga daar gewoon chillen. Vooral in de winter als het even donker of koud is, dan is het best fijn als je tot negen uur ergens kan gaan zitten. Je hebt daar echt goede banken, echt lekkere banken’ – Xavier, 16 jaar
- ❖ ‘Het is de bouw, de kleuren die ze gekozen hebben en het meubilair. Bovenaan is een soort van chillruimte waar ze een kantinetje hebben waar je koffie kunt halen. Het is er huiselijk maar ook niet het huiselijke van thuis’ – Sarah, 16 jaar

Beleving van (het huidige aanbod van) de bibliotheek

Dat je in de bibliotheek stil moet zijn, draagt er juist aan bij dat zij gevoelens van vrijheid, veiligheid en rust oproept. Bij de bibliotheek ga je immers weer back to basics en stap je tijdelijk uit de online wereld die af en toe overheersend kan zijn

Bij de bibliotheek ga je back to basics: van online naar offline, vrijheid en veiligheid



- De bibliotheek bestaat al heel erg lang. De meeste jongeren kennen deze nog **van 'vroeger'**, van hun eigen jeugd toen ze nog met plezier boeken lazen en naar de bieb gingen. Het roept dan ook bij veel jongeren **nostalgische gevoelens** op. In de bibliotheek lijkt het alsof **de tijd stil staat** en al heel lang stil heeft gestaan. De bibliotheek wordt door nogal wat jongeren in deze leeftijdsgroep ervaren als stoffig en saai, als iets van de vorige eeuw. In de vorige eeuw ging je naar de bibliotheek om informatie op te zoeken. Nu doe je dat binnen enkele klikken op het internet; zeker jongeren die **24/7 online** zijn.
- Ze staan continue met elkaar in verbinding middels social media. Er is altijd wel ergens een blietje of piepje dat aangeeft dat er weer een berichtje is. Dat er vrienden zijn die contact met je zoeken. En als je niet snel genoeg reageert, dan krijg je daar weer talloze reacties op. De **dwingende grip** die **social media** op veel jongeren heeft zorgt steeds meer voor **stress** en **onzekerheid**: de angst om iets te missen, de angst dat anderen boos op je worden als je niet snel genoeg op hun berichtjes reageert en de onzekerheid dat je zelf niet zo'n leuk leven hebt als andere mensen (op social media je doen geloven)
- Omdat het in de bibliotheek stil is, mensen **'hun eigen ding doen'** en het overheersende medium papieren boeken zijn, blijkt social media daar voor veel jongeren niet thuis te horen. Het is een plek waar je weer even **back to basics gaat: offline**. Hierdoor wordt voor jongeren een belangrijke behoefte vervuld: de behoefte aan **vrijheid**, om even los te breken van de dwingende grip van social media

- ❖ *'In de bieb heb je een ander soort vrijheid. Je zit altijd aan je mobiel vastgekleefd en in de bieb eigenlijk niet. Daar ben je vrij van je telefoon, heb je rust en kan je gewoon écht communiceren met mensen' – Mirjam, 16 jaar*
- Daarnaast is de bibliotheek ook een plek waar iedereen zich niet al te veel met anderen bemoeit. Een plek waar **nooit rare of enge dingen** zijn gebeurd. Een plek waar jongeren even **tot rust kunnen komen**, zich **veilig voelen** en het leven van alledag kunnen ontvluchten
- ❖ *'De bieb is voor mij ook een veilige plek. Je kan hier gewoon heen en je eigen ding doen. Of je nu gaat studeren of een boek gaat uitzoeken. Je kan gewoon je gang gaan zonder dat je gestoord wordt of dat er iets kan gebeuren; dat je bekenden tegenkomt die iets van je willen. Ik kan me hier gewoon focussen op wat ik wil gaan doen zonder gestoord te worden' – Jessica, 16 jaar*
- ❖ *'Ik ga echt alleen maar 4-5 keer per jaar om boeken te halen, tenzij ik ze terug moet brengen. Alleen had ik ik in de zomervakantie tegen mezelf gezegd dat als ik rust wou hebben, dat ik dan naar de bieb zou gaan om niet naar thuis te hoeven gaan. Ik en mijn vader hebben allebei dezelfde koppigheid. Soms wil ik die ruzies toch vermijden..' – Amber, 15 jaar*

Drivers en barriers


De key drivers om gebruik te maken van het huidige aanbod van de bibliotheek: lenen van gratis (school)boeken en een goede plek om te studeren. Key barriers: onbekendheid met het overige aanbod (online omgeving en bijeenkomsten) en onvoldoende aansluiting bij de belevingswereld van jongeren


Inleiding

- In de volgende pagina's gaan we verder in op de specifieke drivers en barriers van het gehele aanbod van de bibliotheek, voor zover deze aan de orde zijn gekomen tijdens de gesprekken. De drivers worden hierbij gemarkeerd met een -teken en de barriers met een 



Key drivers: gratis lidmaatschap, lenen van (school)boeken en gebruikmaken van een goede studeerplek

-  De belangrijkste reden om gebruik te maken van het huidige aanbod van de bibliotheek is omdat het **gratis** is. Zodra jongeren na hun 18^{de} moeten betalen voor hun lidmaatschap, verwachten veel jongeren hun lidmaatschap niet voort te zetten vanwege de relatief lage betrokkenheid bij de bibliotheek

-  Van het totale aanbod, wordt vrijwel uitsluitend gebruik gemaakt van het lenen van **papieren boeken** (boeken voor school en/of vrije tijd) en de **fysieke locatie** (afhankelijk van de grootte en inrichting van de locatie om te studeren en in mindere mate om te chillen/hangen)

Key barriers: 'kleinere' bibliotheken hebben onvoldoende te bieden en onbekendheid met overig aanbod (online omgeving en bijeenkomsten)

-  De '**kleinere**' bibliotheken hebben **weinig tot niets te bieden** voor jongeren die niet op zoek zijn naar een (school)boek, aangezien er in veel gevallen **geen aantrekkelijke ruimtes** om te studeren of te chillen aanwezig zijn. Daarnaast ervaren zij de **sfeer** vaak als duffig en saai, wat hen het gevoel geeft dat de bibliotheek absoluut geen plek voor hen is (maar meer voor oudere mensen)
-  Ook wat betreft de grotere bibliotheken, die wel een aparte ruimte hebben om te studeren, ontbreekt voor met name veel van de **12- tot 15- jarigen** de relevantie om een bezoek aan de bibliotheek te brengen aangezien zij in de meeste gevallen hun **huiswerk** nog gewoon **thuis** maken
-  Een bezoek aan de **jeugdbibliotheek.nl** of deelname aan de diverse **bijeenkomsten** is **nihil** vanwege de **onbekendheid**. Daarbij overheerst ook nog eens de overtuiging dat deze onvoldoende zullen aansluiten bij hun belevingswereld en interesses, waardoor jongeren hier ook niet actief naar op zoek gaan

Drivers en barriers

Jongeren lezen omdat ze het leuk vinden en/of omdat ze het moeten van school. Er is een sterke voorkeur voor papieren boeken omdat het beter voor je ogen is, je offline bent en daardoor niet wordt afgeleid. Maar de bibliotheek heeft niet altijd de nieuwste boeken, je loopt het risico op een boete bij te laat inleveren of het niet kunnen verlengen van je boek

Drivers en barriers informatiedragers

Boeken algemeen:

- ✔ De 'hobby-lezers' zijn intrinsiek gemotiveerd om een boek te lezen omdat ze **het fijn vinden** om hun fantasie te gebruiken en even **weg te dromen** bij het verhaal en/of omdat ze het leuk vinden om meer **te weten te komen** over een bepaald onderwerp. Dit zijn de jongeren die het meest met de bibliotheek hebben, omdat er altijd wel een boek te vinden is dat zij graag zouden willen lezen
- ✔ De 'school-lezers' zijn extrinsiek gemotiveerd om een boek te lezen. Zij worden **door school aangespoord** om boeken te lezen/lenen voor hun werkstuk, spreekbeurt, project of leeslijst. Zij lezen/lenen een boek niet zozeer omdat ze het leuk vinden maar omdat het **noodzakelijk** is voor school
- ✔ In tegenstelling tot de schoolbibliotheek, heeft de 'algemene' bibliotheek een **ruim aanbod** aan boeken, waardoor je altijd wel een boek kunt vinden dat je zoekt
- ✔ Jongeren hebben het gevoel dat de **informatie** in boeken **betrouwbaarder** is dan de informatie op internet, waardoor boeken nog steeds geraadpleegd worden om informatie voor een werkstuk, spreekbeurt of project te vinden
- ✘ Jongeren **lezen** vanaf de middelbare school **steeds minder voor hun plezier** omdat ze het te druk hebben met andere dingen en de digitale media de rol van boeken hebben overgenomen
- ✘ Jongeren zijn voor **informatie en inspiratie** (al dan niet voor school) niet meer alleen afhankelijk van boeken. Het **internet** biedt immers een ruim aanbod aan interessante en betrouwbare websites en filmpjes

Informatiedragers

boeken, e-books,
luisterboeken,
karaokelezen,
stripboeken,
tijdschriften, games

Papieren boeken:

- De huidige generatie jongeren wordt vaak gezien als '**de digitale generatie**'. Ze zijn 24/7 online en meer dan voorgaande generaties opgegroeid met digitale media. Hierdoor bestaat regelmatig de verwachting dat jongeren digitale boeken (in welke vorm dan ook) zullen verkiezen boven papieren boeken. Maar niets is minder waar. Hun voorkeur gaat nog steeds uit naar papieren boeken om diverse redenen:
 - ✔ Lezen uit een papieren boek is **rustiger en beter voor je ogen** dan lezen vanaf je scherm
 - ✔ Het is fijn om een **boek in je handen** te kunnen houden. Daarnaast hebben jongeren het gevoel dat het ook **makkelijker** te lezen is dan wanneer je een boek leest vanaf je **(kleine) telefoonscherm** of tablet.
 - ❖ *'Ik lees altijd boeken van papier en niet via mijn telefoon of tablet. Dan kan ik met mijn vingers de letters volgen en niet dat mijn vingers dan op eens gaan swipen'* – Aaliyah, 15 jaar
 - ✔ Wanneer je een papieren boek leest ben je **even offline** en word je **niet afgeleid** door allerlei bliepjes of piepjes die je aandacht vragen
 - ✘ De bibliotheek heeft **niet** altijd **de allernieuwste boeken**. Het duurt altijd een tijdje voordat je deze in de bieb kunt vinden. Dit is vooral voor jongeren die graag de nieuwste boeken van hun favoriete schrijver of serie willen lezen een groot nadeel
 - ✘ Het komt regelmatig voor dat jongeren hun boek moeten **terugbrengen voordat ze het uit hebben**. Dit levert in sommige gevallen **stress** op want bij te laat inleveren krijg je een **boete** en wanneer je je boek wilt verlengen bestaan het risico dat het boek **al gereserveerd is door iemand anders** waardoor je het **niet kunt verlengen**

Drivers en barriers

De interesse in digitale boeken is minimaal. De website van de lokale bibliotheek wordt vrijwel alleen bezocht om te kijken of een boek beschikbaar is en om een boek te reserveren of te verlengen. De jeugdbibliotheek.nl is bij allen onbekend en wordt als minder relevant ervaren; hier lijkt het antwoord op 'what's in it for me?' volledig te ontbreken

Digitale boeken: e-books, luisterboeken en karaokelezen

- Tijdens de gesprekken bleek **de kennis van en interesse in** digitale boeken (in welke vorm dan ook) **minimaal** te zijn en konden jongeren er dus niet veel over vertellen. Vandaar dat ze hier ook integraal en beknopt aan bod komen. Het gebruik van de overige informatiedragers zoals tijdschriften, games en dvd's zijn vanwege de focus van de gesprekken niet verder besproken
- ✓ **E-books zijn makkelijk** om bijvoorbeeld **mee te nemen** op vakantie. Een beperkt aantal jongeren geeft aan wel eens een e-book te hebben gelezen. Maar dan wel **via hun ouders** die daar gebruik van maken
- ✓ **E-books** zijn een mooi **alternatief** voor wanneer een **papieren versie niet** (snel genoeg) **beschikbaar** is
- ❖ 'Ik lees de Manga's op mijn telefoon als ik de boeken niet heb' – Amber, 15 jaar
- ✗ Overigens, de **bekendheid met en het gebruik van e-readers is minimaal**. Een aantal jongeren heeft er zelfs nog nooit van gehoord. Dit is dan ook de reden dat zij het lezen van e-books associëren met lezen van hun boek op hun telefoon of tablet (en daardoor nog steeds online zijn en afgeleid kunnen worden)
- ✓ **Luisterboeken** kunnen een uitkomst zijn voor als het **lezen niet zo makkelijk gaat**
- ❖ 'Ik heb vroeger wel luisterboeken gebruikt omdat ik dyslexie heb. Dan kan je luisteren en meelesen' – Miriam, 16 jaar

- ✗ Wel is het bij **luisterboeken moeilijker om je aandacht erbij te houden** en de informatie tot je te nemen.
- ❖ 'Als je het hoort kan het zo aan je voorbij gaan' – Tijmen, 13 jaar
- ✗ De overige barriers voor het gebruik van digitale boeken (in welke vorm dan ook) hebben een directe relatie met de drivers voor het gebruik van papieren boeken (zie vorige pagina)

Drivers en barriers online omgeving

- ✓ Een aantal jongeren geeft aan wel eens de **website van hun lokale bibliotheek** te bezoeken om te kijken of een bepaald boek **beschikbaar** is of om een boek te **reserveren** of te **verlengen**
- ✓ Slechts een enkeling geeft aan de website van de lokale bibliotheek te bezoeken om te kijken naar de **openingstijden** en of er nog **nieuwtjes** of interessante **workshops** zijn
- ❖ 'Mijn bieb is deels gemeentehuis en dan controleer je of er iets speciaals is. Het stond toen vol met hekken omdat er toen een kogel naar beneden was gevallen' - Mitchel, 13 jaar
- ✗ De website **jeugdbibliotheek.nl** is bij allen onbekend en wordt tevens als **minder relevant** ervaren want 'wat heb je daar te zoeken?'

Online omgeving

websites van diverse lokale bibliotheken & jeugdbibliotheek.nl

Drivers en barriers

Jongeren raken gemotiveerd om naar de bibliotheek te gaan als er een goede sfeer hangt (o.a. door kleurgebruik en inrichting) en een ruimte waar je in stilte kunt studeren, waar je met elkaar kunt samenwerken aan een project en/of waar je met elkaar kunt praten en chillen

Drivers en barriers fysieke locatie

- ✓ Bibliotheken met een aparte **ruimte om te studeren** zijn populair onder jongeren (vanaf circa 15 jaar). Het is er stil waardoor je er goed kunt **concentreren**, je gaat er speciaal naar toe om te studeren waardoor je extra **gemotiveerd** bent en er zijn vaak andere jongeren die ook aan het studeren zijn (gedeelte smart is halve smart en het is ook nog eens **gezellig**)
- ✓ Daarnaast zijn er soms ook nog aparte **werkruimtes waar je niet perse stil hoeft te zijn** waardoor je makkelijk met elkaar kunt **samenwerken aan een project voor school**
- ✓ Sommige bibliotheken hebben **gezellige ruimtes**, voorzien van **lekker banken** waar je **niet** helemaal **stil hoeft te zijn**. Hierdoor hebben jongeren een plek waar **ze gratis, droog, warm en veilig** kunnen chillen met elkaar. In het geval een dergelijke ruimte ontbreekt, maakt een aantal jongeren gebruik van de kinderhoek. Ook al is dit een kinderachtige plek, hier kun je wel ongestoord met elkaar praten omdat er toch al lawaai is
- ✓ De aanwezigheid van een **kantine** waar je even kunt zitten en/of wat te eten of drinken kunt halen wordt erg gewaardeerd. Het maakt een bezoek aan de bibliotheek (om te studeren of te chillen) een stuk **aangenamer en gezelliger**
- ✓ Aangezien de bibliotheek voor jongeren een **'offline zone'** is, is het prettig om hier met anderen af te spreken om even weer **écht contact** te hebben en daarbij niet de hele tijd afgeleid te worden door social media

Fysieke locatie

ruimtes al dan niet voorzien van wifi, computers, game consoles etc.

- ✓ Een aantal jongeren gaat naar de bibliotheek omdat het er lekker rustig is. Ze kunnen dan 'hun eigen ding doen' en een boekje of tijdschrift lezen om **tot rust te komen** en de drukte van alledag en school of thuis ontvluchten
- ✓ Jongeren vinden het een voordeel wanneer de bibliotheek **in het centrum** gevestigd is, **omringd door winkels, eettentjes of een bioscoop**. Dat maakt het makkelijker om even naar binnen te lopen of om tijdens het studeren even het centrum in te gaan om iets te eten, te drinken of boodschappen te halen
- ✓ Voor sommige jongeren is de aanwezigheid van een **printer** of **goede computers met de juiste software** een reden om een bezoek aan de bibliotheek te brengen
- ✗ Kleinere bibliotheken met een **ongezellige, sfeerloze uitstraling** en een **gebrek aan een studeer- of chillruimte** worden het liefst vermeden omdat jongeren hier niets te zoeken hebben

Drivers en barriers

Deelname aan bijeenkomsten is minimaal vanwege de onbekendheid ervan

Drivers en barriers bijeenkomsten

- ✓ Slechts een enkeling geeft aan **bekend** te zijn met de workshops die door de bibliotheek worden georganiseerd. Opvallend genoeg hebben zij ook daadwerkelijk weleens **deelgenomen aan een workshop** en zijn hier vervolgens ook enthousiast over. En zodra andere jongeren tijdens het onderzoek over hun ervaringen hoorden werden ook zij nieuwsgierig en enthousiast!
- ✓ Tekenend hierbij is dat de jongeren die bekend zijn met het feit dat de bibliotheek interessante workshops organiseert, hier meestal **door hun moeder** op worden **geattendeerd** die het dat weer ergens op **social media** (Facebook) heeft gezien
- ❖ *'Ik heb hier best vaak workshops gedaan. Ik heb een keer een film gemaakt en dat was wel leuk. Dat was met stopmotion waarbij je legopoppetjes per beeld moest verzetten. Mijn moeder ziet ze en vraagt of ik het leuk vind en dan ga ik met een vriend. Maar ze zouden het wel wat meer bekend mogen maken. Ik zit zelf nooit op Facebook en niet op hun website' – Mitchel, 13 jaar*
- ❖ *'Mijn moeder tagt me in alles op Facebook. Als er bijvoorbeeld iets te doen is bij de bibliotheek waarvan ze denkt dat ik het leuk vind of als ze denkt dat het me helpt' – Demi, 15 jaar*

Bijeenkomsten

programmering van
lezingen &
workshops

- ✗ De meeste jongeren zijn **onbekend** met de programmering van bibliotheken en daarmee ook onbekend met de workshops die worden georganiseerd
- ✗ Daarnaast is hun **verwachting** dat deze bijeenkomsten/workshops **niet interessant genoeg zijn voor hen** omdat ze denken dat deze niet aansluiten bij hun interesses en/of belevingswereld
- ✗ Je moet **betalen** om te kunnen deelnemen aan een workshop

De huidige doelgroep

Kijkend naar het gedrag van jongeren ten aanzien van de bibliotheek, kunnen we de volgende doelgroepen onderscheiden: de hobby-lezers, school-lezers, studenten, rustzoekers, hangjongeren en actieve deelnemers. Hierbij vormen overigens de school-lezers en studenten momenteel de grootste doelgroepen

- Als we kijken naar het huidige aanbod van de bibliotheek en de diverse groepen jongeren die daar gebruik van maken, zijn de volgende doelgroepen te onderscheiden met elk hun specifieke kenmerken en motieven. Overigens is het (vanzelfsprekend) mogelijk dat er **overlap zit tussen de diverse doelgroepen**
- Zodra leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en/of TwinQ persoonlijkheidstype van invloed zijn op de beschreven doelgroep zal hier apart aan worden gerefereerd
- Overigens zijn momenteel de **grootste doelgroepen** voor de bibliotheek de **school-lezers en studenten** (dat wil zeggen dat zij momenteel het meest frequent gebruik maken van het bibliotheek aanbod)
- **De 'hobby-lezers'** zijn **intrinsiek gemotiveerd** om een boek te lezen omdat ze het fijn vinden om hun fantasie te gebruiken en even weg te dromen bij het verhaal en/of omdat ze het leuk vinden om meer te weten te komen over een bepaald onderwerp. Daarnaast is het een manier om even weg te stappen uit de online wereld en een moment van rust te hebben
 - **Leeftijd:** het aantal hobby-lezers daalt aanzienlijk vanaf het moment dat jongeren naar de middelbare school gaan omdat ze het te druk hebben met o.a. school en vrienden en media de rol de rol van boeken heeft overgenomen (o.a. social media, YouTube en Netflix)
 - **Meisjes:** vinden het over het algemeen leuk om zich helemaal in te kunnen leven in het verhaal en daardoor te kunnen voelen en ervaren hoe het is om een bepaalde situatie mee te maken
 - **Jongens:** zijn meer geïnteresseerd in de feitelijkheden van een verhaal. Ze vinden het wel leuk om zich helemaal in te kunnen leven, maar hoe iemand zich in een bepaalde situatie voelt, is minder interessant. De jongens die nog steeds voor hun plezier lezen, **gamen** over het algemeen **minder** dan de andere jongens
- **TwinQ Persoonlijkheidstypen:** het soort boeken dat de hobby-lezer leest is sterk afhankelijk van hun persoonlijkheidstype
 - De Romantic, Artist en Intuitive: vinden het heerlijk om hun fantasie te gebruiken en in gedachten in een andere wereld te stappen. Zij zijn met name geïnteresseerd in fantasy verhalen. Daarnaast is de Romantic ook geïnteresseerd in boeken over dieren
 - De Action Hero: is het minst van allen geïnteresseerd in boeken. Als ze al een boek voor hun plezier lezen dan is dat over hun favoriete sportheld of een avonturenboek vol actie
 - De Creator: is overwegend geïnteresseerd in avontuurlijke boeken waarbij ze tevens nog iets interessants kunnen opsteken zoals bijv. het maken en hanteren van een pijl en boog of het overleven in de jungle
 - De Pragmatic (en in mindere mate de Buddy): is meer dan anderen geïnteresseerd in real-live verhalen waarbij ze inzicht kunnen krijgen in wie mensen zijn en waarom ze doen wat ze doen. Daarnaast zijn ze ook geïnteresseerd in boeken over persoonlijke ontwikkeling en gezondheid
- **De school-lezers:** zijn **extrinsiek gemotiveerd** om een boek te lezen. Zij worden door school aangespoord om boeken te lezen/lenen voor hun werkstuk, spreekbeurt, project of leeslijst. Zij lezen/lenen een boek niet zozeer omdat ze het leuk vinden maar omdat het noodzakelijk is voor school
- **Opleidingsniveau:** voor zover we kunnen achterhalen blijkt deze groep minder te bestaan uit jongeren met het opleidingsniveau vmbo kader of lager

De huidige doelgroep

Kijkend naar het gedrag van jongeren ten aanzien van de bibliotheek, kunnen we de volgende doelgroepen onderscheiden: de hobby-lezers, school-lezers, studenten, rustzoekers, hangjongeren en actieve deelnemers. Hierbij vormen overigens de school-lezers en studenten momenteel de grootste doelgroepen - (vervolg)

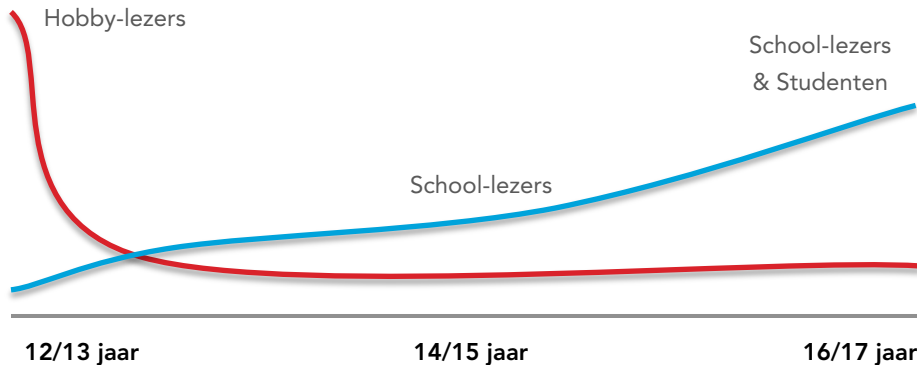
- **De studenten:** zijn op zoek naar een rustige plek om buitenshuis te kunnen studeren en/of te werken aan een project. Achterliggende motieven hiervoor zijn:
 - **extra motivatie** om je best te doen tijdens het studeren omdat je daarvoor speciaal naar de bibliotheek bent gegaan
 - de behoefte aan een **rustige studeerplek** omdat het thuis of op school te onrustig is om zich te kunnen focussen
 - de behoefte aan een **werkplek** om **gezamenlijk** aan een **project** te werken
 - **samen met anderen** studeren is gezelliger dan alleen. Daarnaast is het wellicht ook een mooie gelegenheid om **andere mensen te ontmoeten**
- Deze groep blijkt met name te bestaan uit jongeren **vanaf een jaar of 15 jaar** aangezien degene die jonger zijn hun huiswerk in de meeste gevallen nog gewoon thuis maken
- **De rustzoekers:** zijn op zoek naar een plek waar ze de hectiek en onrust van het dagelijks leven kunnen ontlopen en in rust tot zichzelf kunnen komen. Dit zijn jongeren die behoefte hebben aan een plek:
 - met **zo weinig mogelijk externe prikkels** omdat ze de hele dag al overprikkeld raken door alle drukte om zich heen. Dit zijn met name hoogsensitieve jongeren
 - waar ze andere mensen zoals familie, vrienden en klasgenoten kunnen ontlopen om **even alleen te zijn**
- **De hangjongeren:** zijn op zoek naar een plek waar ze kunnen chillen met elkaar. De bibliotheek is voor hen een mooi alternatief voor een:
 - hangplek buiten omdat het bij de bibliotheek altijd lekker **droog en warm** is. Daarnaast wordt er bij de bibliotheek altijd toezicht gehouden op de bezoekers waardoor je ook zeker weet dat het er **veilig** is
 - horecagelegenheid waar je enigszins verplicht bent iets te bestellen en bij de bibliotheek hoeft dat niet waardoor je er **gratis** kunt zitten
 - plek bij iemand thuis waar je toch niet helemaal **open en vrijuit** met elkaar kunt praten omdat er vrijwel altijd wel andere familieleden zijn die op je letten
 - ‘online zone’ waarbij het de ‘standaard’ is dat iedereen regelmatig op z’n mobieltje zit te kijken. De bibliotheek blijkt voor een aantal jongeren de enige plek te zijn waarbij het gebruik van een **mobieltje niet op z’n plaats** is
- **De actieve deelnemers:** zijn jongeren die het leuk vinden om **actief aan de slag** te gaan met **onderwerpen die hen (kunnen) interesseren** en daarbij wellicht **‘gelijkgestemden’ te ontmoeten**
- Gezien het zeer kleine aantal jongeren dat op dit moment reeds heeft deelgenomen aan een workshop, is het moeilijk te zeggen welke groep jongeren momenteel bereikt wordt. Wel valt op dat degenen die reeds hebben deelgenomen, jongens van het **TwinQ persoonlijkheidstype** Creator zijn. De workshops waaraan zij hebben deelgenomen sluiten naadloos aan bij hun interessegebieden: bouwen en techniek

De huidige doelgroep

De bibliotheek blijkt het minst aan te sluiten bij jongeren rond de 12 - 15 jaar omdat zij nog niet zo vaak gebruik maken van een studeerplek. Aangezien school en ouders van grote invloed zijn op het gedrag van jongeren ten aanzien van de bibliotheek, kunnen zij beschouwd worden als een belangrijke indirecte doelgroep

Van hobby-lezers via school-lezers naar school-lezers en studenten

- Als we kijken naar de overheersende doelgroepen per leeftijd, dan kunnen we de volgende inschatting maken van de globale verschuiving van hobby-lezers via school-lezers naar school-lezers & studenten
- Hierbij is duidelijk te zien dat de betrokkenheid van jongeren **rond de 12 -15 jaar** het minst is. De redenen voor hen om gebruik te maken van het aanbod van de bibliotheek zijn minder dan bij de andere groepen omdat:
 - vanaf de middelbare school het aantal hobby-lezers daalt. Vanaf deze periode begint de groep school-lezers de overhand te krijgen
 - zij nog geen gebruik maken van de bibliotheek als plek om te studeren

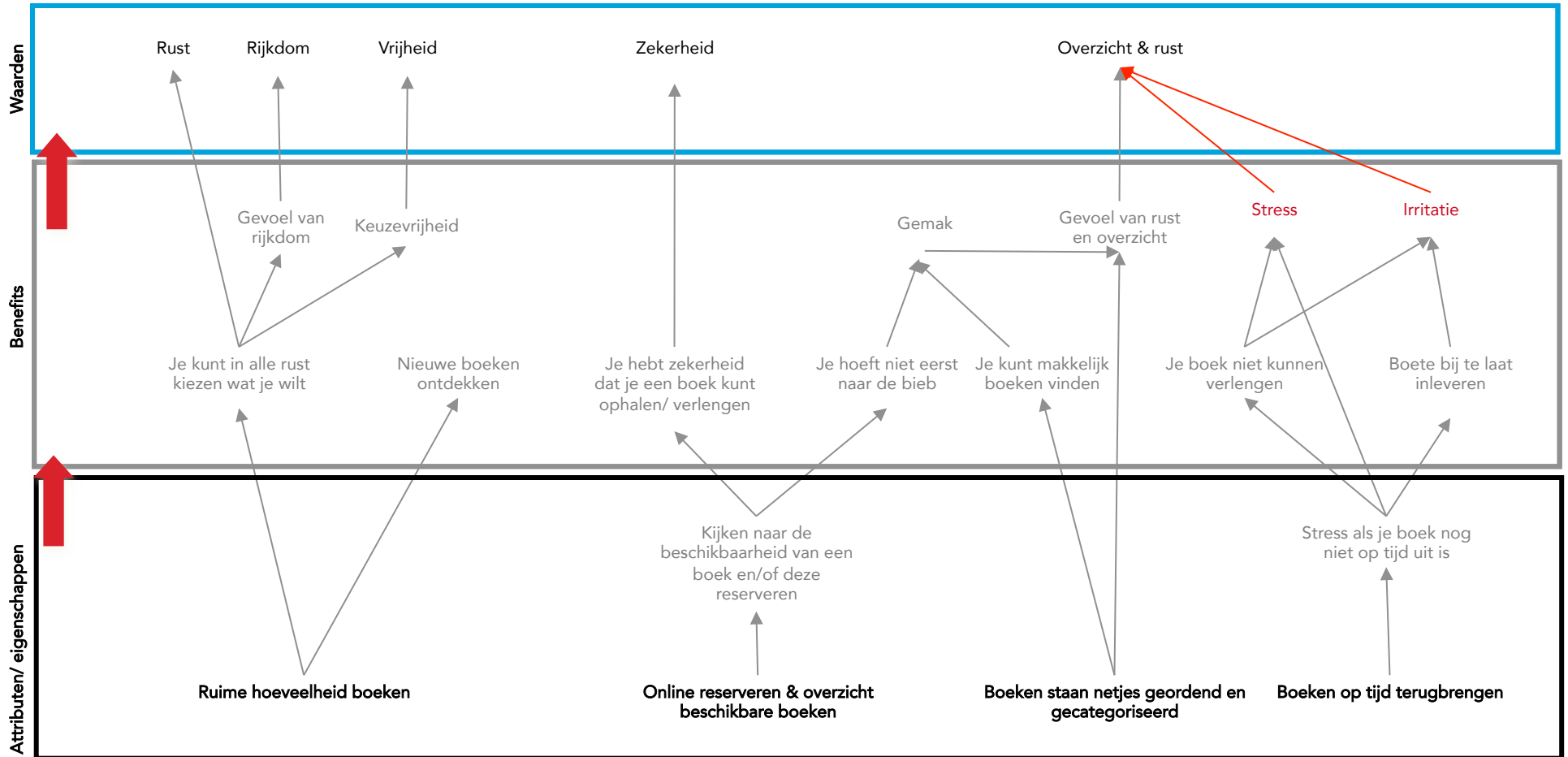


Indirecte doelgroep: de motivators

- Naast jongeren zijn er nog twee belangrijke doelgroepen te onderscheiden die van grote invloed zijn op het gedrag van jongeren ten aanzien van de bibliotheek en daarom zeker in dit verhaal niet mogen ontbreken:
- **De school:**
 - school **stimuleert het lezen** van boeken (o.a. voor de leeslijst) en het gebruik maken van informatie uit boeken (spreekbeurten, werkstukken en projecten)
 - sommige scholen brengen met hun leerlingen **een bezoek** aan de bibliotheek waarbij leerlingen o.a. op zoek moeten gaan naar informatie uit boeken en/of daar gezamenlijk aan de slag gaan met een opdracht of project
- **De ouders:**
 - de ouders kunnen hun **stimuleren in het lezen van boeken**. Dit enerzijds gedreven door de behoefte om het gebruik van digitale media te beperken en anderzijds omdat ze van mening zijn dat het lezen van boeken goed voor de ontwikkeling van hun kind is
 - ouders (met name moeders) blijken hun kinderen te **attenderen op bijeenkomsten** bij de bibliotheek. Zij vormen in dit geval een belangrijke communicatiedoelgroep

Betekenisstructuren: boeken lenen bij de bibliotheek

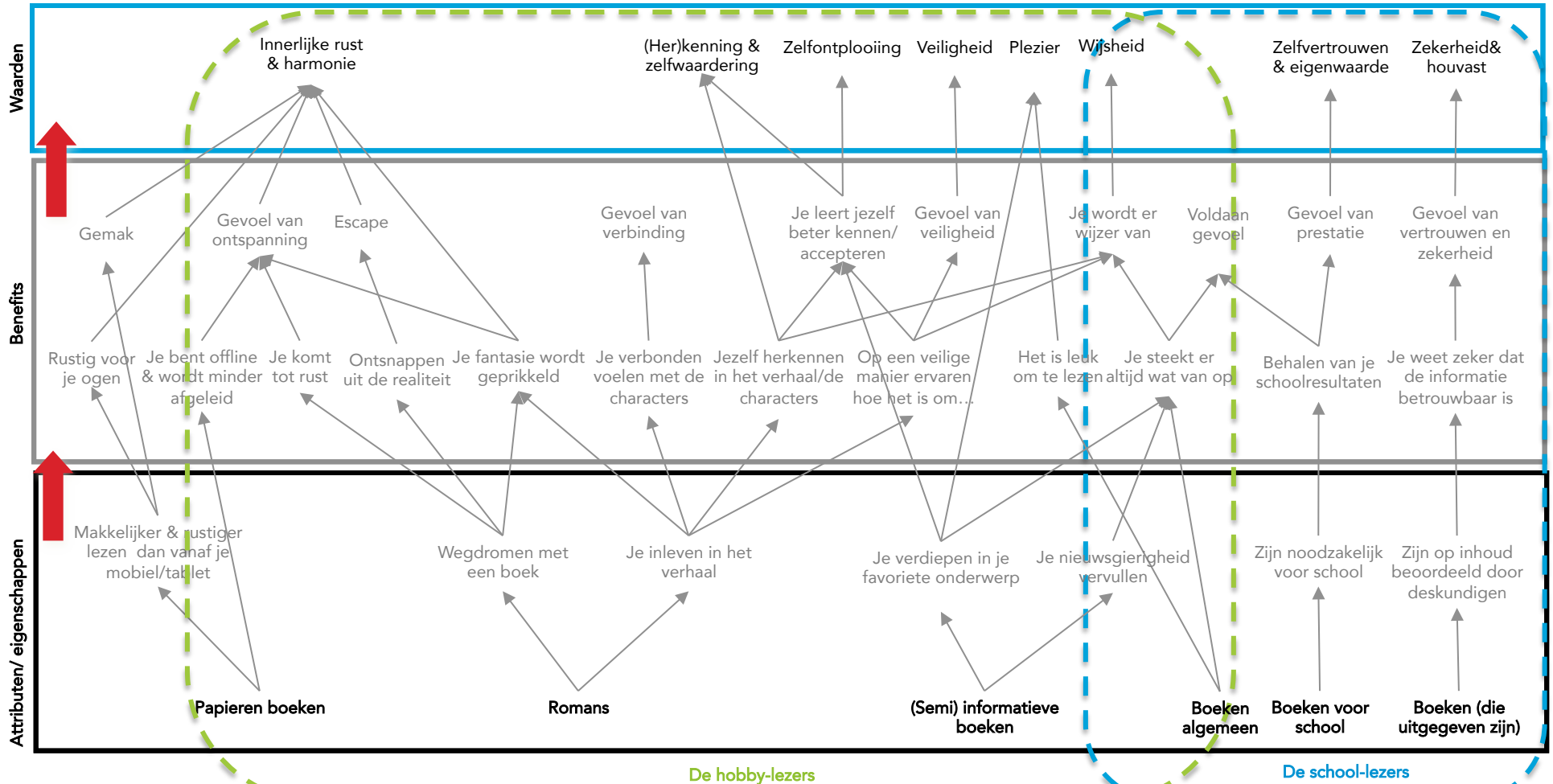
Het lenen van boeken bij de bibliotheek leidt uiteindelijk tot de vervulling van een aantal belangrijke benefits en waarden als: rust, rijkdom, vrijheid, zekerheid, gemak en overzicht. Aangezien veel jongeren problemen hebben met het op tijd inleveren van hun boeken, levert het eveneens stress en irritatie op



* Zie bijlage 2 voor een toelichting over betekenisstructuren

Betekenisstructuren: boeken

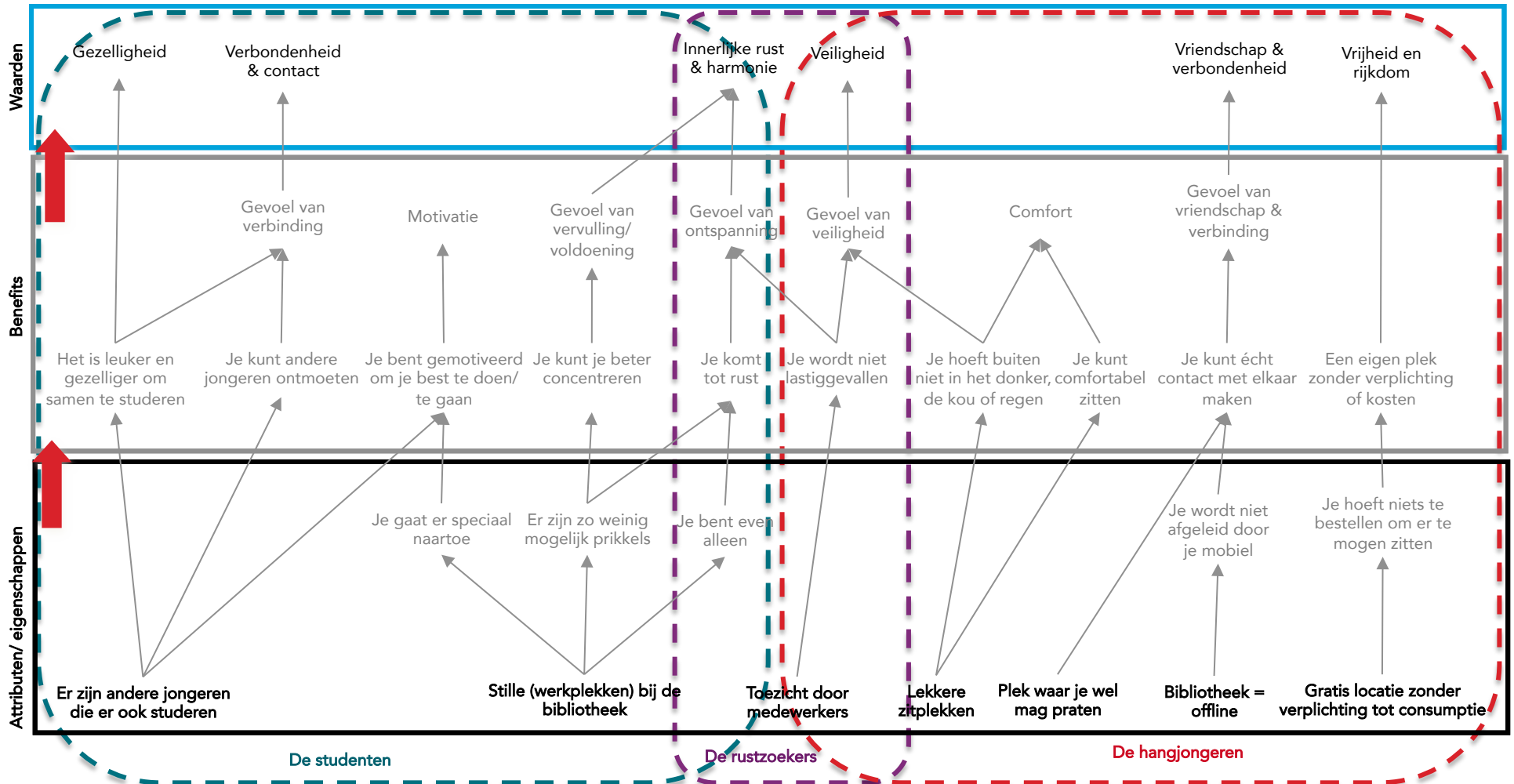
De hobby-lezers worden gedreven door hun behoefte aan: innerlijke rust & harmonie, (h)erkenning & zelfwaardering, zelfontplooiing, emotionele & fysieke veiligheid, plezier en wijsheid. De school-lezers worden gedreven door hun behoefte aan wijsheid, zelfvertrouwen & eigenwaarde, zekerheid & houvast



* Zie bijlage 2 voor een toelichting over betekenisstructuren

Betekenisstructuren: locatie (met studeer- & chillplek)

De studenten worden gedreven door hun behoefte aan: innerlijke rust & harmonie, verbondenheid & contact en gezelligheid. De rustzoekers door hun behoefte aan innerlijke rust & harmonie en emotionele & fysieke veiligheid. En de hangjongeren door hun behoefte aan fysieke veiligheid, vriendschap & verbondenheid, vrijheid & rijkdom



* Zie bijlage 2 voor een toelichting over betekenisstructuren

Overigens gaan we bij deze betekenisstructuren uit van locaties met rustige plekken om te studeren en plekken waar je met elkaar kunt praten

Vanwege de beperkte feedback op de bijeenkomsten/workshops, wordt hier niet verder op ingegaan

Wensen en suggesties

Het makkelijker kunnen vinden van de boeken die je zoekt. Het verbeteren van de duffe sfeer - in met name de kleinere bibliotheken - door meer kleur, licht en ramen toe te voegen en een muziekje op de achtergrond aan te zetten waardoor het niet zo stil is

Inleiding

- Voorafgaand aan het bespreken van de diverse conceptrichtingen is aan de jongeren gevraagd naar hun **wensen en suggesties om de bibliotheek leuker en aantrekkelijker voor hen te maken**. Na afloop van het interview werd hier wederom naar gevraagd. Hier kwamen de volgende wensen en suggesties naar voren (waarbij diegene die door meerdere jongeren worden gewaardeerd, zijn geaccentueerd). Hierbij is geen rekening gehouden met wat reeds mogelijk is maar niet bekend bij de jongeren/beschikbaar in hun bibliotheek
- Overigens worden de wensen en suggesties die **gerelateerd** zijn aan de voorgestelde **conceptrichtingen verderop** besproken

Het lenen van boeken:

- **Het makkelijker kunnen vinden van de boeken die je zoekt:**
 - ❖ 'Ik wil niet zo graag overal rondzoeken. Dat kost moeite. Misschien als ze bordjes hebben met: 'voor kinderen' en 'voor volwassenen'. Dat ze meer met leeftijdscategorieën doen. En dat ze ook duidelijker aangeven welke genres er zijn: op de website en in het echt. En dat ze die genres ook decoraties geven gebaseerd op die genres' – Thijmen, 13 jaar
 - ❖ 'Soms als je een boek wilt uitzoeken is het ook wel een beetje een doolhof. En dan staat het wel aangegeven op achternaam, maar dan is dat nog wel zoeken met als risico dat iemand het ergens anders neer heeft gezet. Het is beter dat ze het digitaal aangeven waar een boek precies staat. Bijvoorbeeld een systeem waar je kunt zien: dat boek staat in die rij ongeveer daar' – Martijn, 16 jaar
- De nieuwste boeken sneller opnemen in de bibliotheek

- Het verlengen van boeken makkelijker maken, waarbij het risico dat iemand anders het boek al heeft gereserveerd wordt geminimaliseerd

Website:

- Via de website virtueel door de bibliotheek kunnen lopen
- ❖ 'Dat je op de website op boeken kunt filteren. Net zoals je dat ook doet bij online kleren kopen. Dan kun je ook filteren. En als ik dan een boek over de 2^{de} wereldoorlog wil, dat ik die dan ook meteen kan vinden' – Dries, 13 jaar

Locatie:

- **Gezelliger sfeer** (in met name de **kleinere bibliotheken**):
 - **Meer licht en ramen**
 - **Meer vrolijke en/of warme kleuren** in plaats van grijs tinten
 - ❖ 'Bijvoorbeeld allemaal themakamers zoals een kamer voor romantiek. Dat is een kamer met allemaal roze hartjes. En een kamer met een pistool. En dat ze daar duidelijk alles aangeven. En dat kunnen ze ook per kast doen. Dat is meer sfeer' – Bibal, 13 jaar.
 - **Muziek op de achtergrond zodat het niet zo stil is**
 - ❖ 'Muziek op de achtergrond zodat het niet overal zo stil is. Dat ze een achtergrondmuziekje hebben of zo. Maar dan niet zo hard zodat je nog wel kan lezen. Of de zee als achtergrondmuziekje' – Yulin 13 jaar
 - ❖ 'Het is hier altijd zo stil en je voelt je betrappt als je iets zegt. Dat maakt ook een beetje een duffe sfeer. Misschien kunnen ze ergens een radio aanzetten en dat je stiltelokalen hebt als je wel stil wilt leren' – Nick, 13 jaar

Wensen en suggesties

Plekjes waar je kunt chillen, voorzien van lekkere banken. Daarnaast zijn jongeren ook helemaal enthousiast over het idee van een aparte chillplek voor hen waar je met elkaar kunt praten en muziek luisteren, voorzien van bijvoorbeeld een tafelvoetbaltafel en iemand van de bibliotheek die aanwezig is, hen begrijpt en toezicht houdt

Locatie (vervolg):

- Plekjes met bankjes voorzien van lekkere kussens waar je kunt chillen
- Een aparte chill-/hangplek, speciaal voor jongeren waar je met elkaar kunt praten en muziek luisteren
 - ❖ 'Daar mogen dan geen kinderen en ook geen mensen ouder dan 18 jaar naar binnen. Dan kan je ook mensen van je eigen leeftijd leren kennen. Ik hoef geen vrienden te worden met een 30-er' – Yip, 15 jaar
 - ❖ 'Dat dit bijvoorbeeld een ontmoetingsplek wordt waar je ook met je vrienden kan afspreken en lekker kan praten' – Sander, 17 jaar
- Een aparte ruimte voor jongeren **voorzien van een tafelvoetbal-, tafeltennis- of pingpongtafel**
 - ❖ 'Een Playstation of zoiets hoeft niet in de bieb. Dan heb je minder contact met anderen. Met tafelvoetbal heb je wel contact. Ik heb liever een goed gesprek met mensen dan dat ik de hele tijd op mijn telefoon zit te kijken' – Jayden, 15 jaar
 - ❖ 'Als je er dan langsloopt dan ga je sneller naar binnen om even een spelletje te doen' – Maas, 15 jaar

– In de jongerenruimte is **iemand van de bibliotheek aanwezig die jongeren begrijpt en toezicht kan houden**

- ❖ 'En dat er ook iemand is, een personeelslid of een jong iemand die niet ouder is dan 45 jaar. Iemand die ons begrijpt en snapt waar we mee bezig zijn. Dat ze ons niet heel raar aankijken. Iemand waar je mee kan kloten. Iemand die weet wanneer die moet ingrijpen, maar ook weet wanneer ie het moet laten. Omdat er dan wel controle is, toezicht dat het niet uit de hand gaat lopen. Iemand die een beetje alles in de gaten houdt. Je bent namelijk niet met iedereen vrienden. Als jij met je vriendengroep bezig bent en iemand gaat zich daarmee bemoeien, dat er dan iemand is die zorgt dat het niet uit de hand loopt. Dat die dan ingrijpt. Dat je veilig bent. Het blijft wel de bibliotheek. Dat niet opeens de tafeltennistafel doormidden ligt. Je wilt je veilig voelen. En als je je niet veilig voelt dat je weet dat er personeel is hier en dat je altijd iets aan hem kan vragen zodat je weet dat je niet helemaal alleen bent als er een gevecht uitbreekt' – gesprek tussen de jongens van 15 jaar

Wensen en suggesties

Inspraak bij de invulling van bijeenkomsten/workshops. Thema-avonden gebaseerd op interessegebieden/hobby's van jongeren waardoor je gelijkgestemden kunt ontmoeten. Het vertonen van films (gebaseerd op een boek). Duidelijker communiceren van activiteiten via ouders of school en langere openingstijden

Bijeenkomsten/workshops:

- **Inspraak van jongeren bij de invulling van bijeenkomsten/workshops**
 - ❖ *'Dat degene die hier in het jeugdthunk rondloopt en met de mensen praat en dan gaat kijken wat ze leuk vinden. Dat ze vanuit daar iets gaan organiseren die mensen. Dus dat kinderen die daar elke dag komen, dat die een beetje inspraak hebben' – Daan 2, 15 jaar*
- **Thema-avonden gebaseerd op interessegebieden/hobby's van jongeren waardoor je gelijkgestemden kunt ontmoeten**
 - Genoemde voorbeelden van thema-avonden: een magic-, manga-, muziek- of spelletjesavond of een poker-, dart- of tafeltennistoernooi
 - ❖ *"Dat het hier dan ook een ontmoetingsplek wordt met elke keer nieuwe onderwerpen. Stel je bent hier bezig voor school en je houdt van een onderwerp, dat je hier dan mensen kan ontmoeten. Dan kan je mensen ontmoeten die van dezelfde dingen houden' – Mike, 17 jaar*
- **Vertonen van films (gebaseerd op een boek)**
 - ❖ *'Mij lijkt het wel interessant om een boek dat verfilmd is hier te laten zien en je je zo weer meer verdiept in het boek. Als je de film hebt gezien, dan interesseert het je ook meer. Dan ga je ook sneller op zoek naar het boek en verder naar de schrijver' – Demi, 15 jaar*
 - ❖ *'Of samen Netflix kijken op een groot scherm' – Thomas, 17 jaar*

Opmerking: overige suggesties voor workshops komen verderop bij de conceptrichting 'talentontwikkeling' aan bod

Overige wensen:

- **Duidelijker communiceren van activiteiten bij de bibliotheek, bij voorkeur via de ouders of op school**
 - Op school middels posters en/of via docenten die jongeren wijzen op de activiteiten bij de bibliotheek
 - Via ouders aangezien zij eerder geneigd zijn om berichten van de bibliotheek te volgen (via Facebook) en jongeren hier dan vervolgens op wijzen.
- Communicatie van activiteiten binnen de bibliotheek zelf
 - ❖ *'Als je binnenkomt, dat er dan een grote tv hangt met allemaal informatie erop. Met informatie over wat er te doen is met tijden erop of zo. Dat als je dan naar binnenkomt, dat je dan gelijk kan zien wat er allemaal is' – Joël, 15 jaar*
- **Langer open: openingstijden tot minimaal 21.00 uur**
- Gratis toiletten
- Krachtige computers met goede software zoals bijv. Word, PowerPoint en Photoshop
- De mogelijkheid om met je pasje ook bij andere bibliotheken terecht te kunnen
 - ❖ *'Ik heb hier ook weleens gewerkt aan een werkstuk en dan wou je ook de computer gebruiken. Maar daar heb je ook een wachtwoord voor nodig. En ben je hier helemaal voor niks naar toe gekomen want ik ben lid bij een andere bieb' – Thomas, 17 jaar*






Resultaten: nieuwe conceptringingen bibliotheek

Perceptie en evaluatie nieuwe conceptrichtingen

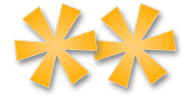
Inleiding

- Om te kunnen achterhalen of **de 3 conceptrichtingen** ook daadwerkelijk relevant genoeg zijn en **inspelen op een bestaand dilemma en/of (onbewuste) behoefte**, zijn deze achtereenvolgens voorgelegd middels consumer insights teksten. Deze teksten bestaan uit 3 alinea's:
 - huidige situatie
 - dilemma
 - mogelijke ideale situatie
- De jongeren werd gevraagd om te markeren welk deel van de tekst voor hen juist wel/niet herkenbaar, relevant en/of interessant is en deze toe te lichten
- Vervolgens werden er **mogelijke oplossingen, ideeën en wensen** voor de invulling van het concept besproken: enerzijds spontaan benoemd door de jongeren zelf en anderzijds aan de hand van reeds uitwerkte idee-richtingen (zie bijlage 3)
- Overigens bestaat het concept 'lifehacks' uit slechts twee alinea's aangezien de derde alinea (mogelijk ideale situatie) impliciet verweven is in de tweede alinea (omschrijving van het dilemma)
- Om te kunnen achterhalen op welke manier de conceptrichting 'Persoonlijke ontwikkeling' het best zou kunnen aansluiten bij jongeren, is deze uitgevoerd in twee versies: versie a en b. Gezien de beperkte interesse in deze conceptrichting worden beide versies integraal en slechts beknopt besproken

Leeswijzer

- In de volgende pagina's bespreken we de reacties op de afzonderlijke conceptrichtingen, **in de volgorde waarop ze ook** aan de jongeren zijn **voorgelegd**. Hierbij zullen we per richting ingaan op:
 - De overall beoordeling
 - De perceptie en evaluatie van de concepttekst
 - Is het passend bij de bibliotheek
 - Wensen en suggesties om de conceptrichting verder uit te werken.
- De positieve reacties (waarbij jongeren aangeven **zich te herkennen** in de tekst en/of worden aangesproken **door het overall idee**) worden telkens gemarkeerd met een -teken, de negatieve met een  en de overwegend neutrale/ gemengde reacties met een . Dit is tevens de symboliek die wordt gehanteerd om de overall beoordeling van het concept bovenaan elke pagina weer te geven

Perceptie en evaluatie 'Lifehacks'



Lifehacks zijn redelijk populair onder jongeren: ze zijn grappig om te bekijken, zijn een leuk tijdverdrijf op momenten waarop je je verveelt en misschien kunnen ze ooit nog van pas komen

Lifehacks

1. Als ik wil weten hoe ik iets gemakkelijk, snel of extra goed kan doen, leren of maken, dan zoek ik meestal op internet of vraag ik het iemand anders
2. Maar soms kom ik toevallig van die super handige en praktische adviezen, tips of lifehacks tegen waarvan ik niet eens wist dat ik ze nodig had, maar die mijn leven wel een stuk leuker, makkelijker of succesvoller kunnen maken
3. Het lijkt me wel leuk om me vaker te laten verrassen en inspireren door dit soort adviezen, tips of lifehacks. Maar hoe vind ik ze als ik niet eens weet dat ik ze nodig heb en er dus ook niet actief naar op zoek ben?

Overall evaluatie

- Deze conceptring speelt in op een herkenbare situatie bij jongeren en lifehacks zijn momenteel redelijk populair
- Echter het idee dat de bibliotheek uiteindelijk een verzameling lifehacks op haar website plaatst, roept gemengde gevoelens op. Zo vindt de een het een leuke stimulans om af en toe de website jeugdbibliotheek.nl te bezoeken en heeft de ander het gevoel dat het niets toevoegt aan wat er momenteel beschikbaar is. Naar verwachting zal deze richting uiteindelijk onvoldoende in staat zijn om jongeren daadwerkelijk naar de website te trekken
- Daarnaast bestaat het gevoel dat de bibliotheek opeens hip wil gaan doen: 'het is beetje hetzelfde als een leeuw die probeert te vliegen' - Jayden, 15 jaar
- Daarentegen kunnen lifehacks in de vorm van workshops, voor een aantal jongeren een extra stimulans zijn om naar de bieb te gaan

Perceptie en evaluatie van de concepttekst

- ✓ De omschrijving van de huidige situatie is herkenbaar voor de meesten:
 - ✓ **Lifehacks zijn grappig en leuk** om af en toe naar te kijken **als je je verveelt**
 - ❖ 'Ze zijn wel leuk om te kijken als je je verveelt. Je hebt vervelen en vervelen. Je hebt ook vervelen van: oh ik ga nu niet een hele film starten want ik heb niet zoveel tijd' – Xavier, 16 jaar
 - ❖ 'Ik vind die lifehacks wel echt grappig. Ik blijf er naar kijken en dan blijf ik de hele tijd naar beneden scrollen' - Lieke, 17 jaar
 - ✓ Ze zijn altijd handig om te weten en **misschien heb je er ooit iets aan**
 - ❖ 'Ik had vandaag of gister een filmpje gekeken over broekdingen. Dat als je gulp naar beneden zakte, dat je die dan met een sleuteldingetje kan maken. Het is makkelijk dat je dat dan weet' – Sira, 13 jaar
 - ❖ 'Ik vind het wel grappig om te weten. Als je schoenen bijvoorbeeld vies of kapot zijn, dan kan je het zelf oplossen. Da ga je met een bananenschil met dat witte spul over je schoen' – Dries, 13 jaar
 - ✓ Je gaat niet naar op zoek naar lifehacks, **ze komen** gewoon **'toevallig' voorbij** (op social media)
 - ❖ 'Bij Facebook en Insta heb je heel vaak van die filmpjes en dan zit je te kijken en dan denk je van: oh ja, dat kan ook wel dat is ook wel interessant. Dat zijn dan van die dingen waar je niet naar op zoek bent maar dan toevallig tegenkomt' – Maaïke, 17 jaar

Perceptie en evaluatie 'Lifehacks'



Filmpjes met lifehacks op de website van de bibliotheek zouden wellicht interessant kunnen zijn. Maar deze zijn reeds makkelijk online te vinden en passen niet bij het beeld dat jongeren van de bibliotheek hebben: het is te hip.

Daarentegen zijn lifehack-workshops voor een aantal jongeren wel interessant en acceptabel genoeg

* De omschrijving van het dilemma wordt gemengd ontvangen:

- ✓ Het is inderdaad **fijn dat je lifehacks ergens zou kunnen terugvinden** en daar eventueel kunt zoeken op een bepaald onderwerp
- ❖ 'Als je weet dat er ergens een hele site vol staat met dit alles, dan zou ik het wel een keer bekijken. En misschien als ik later nog een keer denk van: hey dat heb ik ergens gelezen, dat ik dan nog een keer zou teruggaan' – Maaïke, 17 jaar
- ❖ 'Als je van elk onderwerp dingen zou hebben waar je iets mee kan doen, gewoon random shit, dat zou ik wel echt interessant vinden' – Xavier, 16 jaar
- ✗ Maar lifehacks kun je ze nu ook al **gemakkelijk genoeg ergens anders vinden**: met de zoekfunctie van YouTube bijvoorbeeld
- ❖ 'Je hebt ze binnen twee seconden al gevonden op YouTube. Het is dan niet dat ik ergens anders speciaal naar toe zou gaan' – Wout, 15 jaar
- ✗ Daarnaast komen ze gewoon toevallig voorbij op je social media tijdlijn en **worden niet gemist als ze er niet zijn**
- ❖ 'Je komt ze gewoon toevallig tegen en dat maakt het juist leuk. Het is niet zo dat je ze mist als ze er niet zijn' - Lieke, 17 jaar

Is het passend bij de bibliotheek

* Ook het idee dat de bibliotheek iets met lifehacks zou gaan doen wordt zeer gemengd ontvangen

- ✓ Als de bibliotheek lifehacks zou aanbieden, dan **weet je zeker dat ze werken**. De bibliotheek is immers betrouwbaar
- ❖ 'Ik denk de bieb is altijd wel betrouwbaar dus dan weet je ook dat ze echt werken – Mirjam, 16 jaar
- ✗ Het **past niet bij het beeld** van de bibliotheek. Het is **te hip**. Naar alle waarschijnlijkheid wordt dit gevoel sterk bepaald door de naam 'lifehacks'
- ❖ 'Ik vind het juist wel mooi dat de bibliotheek heel ouderwets blijft. Het is een beetje raar als ze dit gaan doen. Dan is het net als bijvoorbeeld Instagram Snapchat gaat overnemen' – Demi, 15 jaar
- ❖ 'Als de bieb iets hups gaat doen, dan denkt iedereen gelijk van: oh beetje suf' – Wout, 15 jaar
- ✓ **Maar lifehacks** in de vorm van **workshops** zijn voor een aantal jongeren dan weer wel **acceptabel en interessant** genoeg
- ❖ 'Het is wel leuk als je daar dan lifehacks kunt uittesten en leert hoe ze werken. Dan krijg je gelijk het gevoel dat mensen daar plezier hebben' – Thijmen, 13 jaar
- ❖ 'Dan is het wel leuk als ze van die spectaculaire lifehacks en mannen-lifehacks aanbieden. Dat moet de bieb zelf maar uitzoeken welke, maar misschien hoe kap je een boom, hoe ga je hout snijden, hoe maak je je eigen kleren of hoe haal je een splinter uit je hand. Het moeten wel dingen zijn die je kunnen overkomen. Niet zomaar dingen die heel random zijn' – Mitchel, 13 jaar

Perceptie en evaluatie 'Lifehacks'



Een aantal jongeren zou het leuk vinden om deel te nemen lifehacks-workshops. Belangrijk is wel dat deze lifehacks voldoende aansluiten bij de persoonlijke interesses en/of echt handig en bruikbaar zijn in het dagelijks leven

Wensen en suggesties

- Een **website** met een **goede zoekfunctie** waarmee je makkelijk kunt zoeken op zowel thema, onderwerp als voorwerpen/materiaal.
- **Workshops** waarbij je zelf **lifehacks kunt uitproberen**. Belangrijk is wel dat de lifehacks **interessant, bruikbaar en handig** genoeg zijn voor in het **dagelijks leven** en/of aansluiten bij de **persoonlijke interesses**
- Daarnaast is het leuk als de lifehacks **origineel** en nog niet YouTube te vinden zijn en je het **uiteindelijke resultaat mee naar huis kunt nemen**
- Mogelijk interessante onderwerpen zijn:
 - het repareren, schoonmaken of iets anders maken van je van (oude) kleding
 - diverse survival-hacks
 - hacks gericht op uiterlijke verzorging en/of het creëren van een 'killerbody'
 - de verzorging van je huisdier
 - het optimaal gebruik kunnen maken van je laptop of telefoon (bijv. hoe je telefoon op te laden zonder stekker)
 - het behalen van optimale schoolresultaten zonder al te veel moeite
- Alhoewel deze suggestie door een aantal jongeren werd gegeven, zal deze richting naar verwachting uiteindelijk onvoldoende in staat zijn om jongeren daadwerkelijk naar de website te trekken

Perceptie en evaluatie 'Talentontwikkeling'



Het merendeel van de jongeren is erg enthousiast over deze richting! Het speelt in op een reële behoefte aangezien er op veel scholen maar weinig tijd en ruimte is om te ontdekken wat je later zou willen gaan doen terwijl dat wel enorm belangrijk is voor je toekomst

Talent ontwikkeling

1. Op school leer je allerlei zinnige en onzinnige dingen en word je klaargestoomd om later een goede baan te vinden of om je eigen bedrijf te starten. Er is vrij weinig ruimte om te ontdekken wie ik zelf ben, wat ik leuk of interessant vind, waar ik goed in ben of wat ik later zou willen gaan doen
2. En op vrij jonge leeftijd moet je al een keuze maken voor een bepaalde richting of beroep. Maar hoe kan ik nu de juiste keuze maken als ik niet eens zeker weet wat ik wil, wat ik kan en wat mijn mogelijkheden zijn?
3. Ik zou willen dat ik ergens zou kunnen ontdekken wat ik interessant vind of leuk om te doen, wat mijn passies en talenten zijn en waar ik later een bijdrage aan zou willen leveren

Overall evaluatie

- Het merendeel van de jongeren is erg enthousiast over deze conceptrichting!
- Het speelt in op een reële behoefte aangezien velen nog niet (precies) weten wat ze later willen gaan doen en er op school vaak onvoldoende tijd en aandacht is om dit uit te gaan zoeken. Zo willen jongeren o.a. graag ontdekken wat ze leuk vinden om te doen, welke opleidingen of beroepen er uiteindelijk zijn en hoe het dagelijks leven van iemand met een bepaald beroep er uit ziet
- Daarnaast is het leuk om ergens samen met anderen actief aan de slag te gaan met de dingen die je leuk vindt om te doen

- Het idee dat de bibliotheek hier uiteindelijk iets mee gaat doen middels informatie en filmpjes op haar website en het organiseren van workshops wordt zeer enthousiast ontvangen en als geloofwaardig beschouwd. De bibliotheek is in de ogen van jongeren immers een verlengde van school, dus het is logisch dat zij hier iets mee gaat doen

Perceptie en evaluatie van de concepttekst

- ✓ De omschrijving van de huidige situatie is zeer herkenbaar voor de meesten:
 - ✓ Op school moet je naast zinnige vakken, **ook vakken** leren **waar je** uiteindelijk **nooit iets mee gaat doen**
 - ❖ *'Als je brandweerman wil worden, wat is dan het nut om geschiedenis te leren. Ik weet wel wat ik wil worden en daar heb ik geen geschiedenis voor nodig' – Bilal, 13 jaar*
- ✓ Er is inderdaad vrij **weinig ruimte** om te **ontdekken** wie je zelf bent, wat je leuk vindt of **wat je later zou willen gaan doen** terwijl dat juist zo enorm **belangrijk** is voor je **toekomst**
 - ❖ *'Ik kan me er wel in vinden want op school moet je alleen maar zorgen dat je goede cijfers haalt. Ik vind het jammer je dit niet op school hebt' – Daan 1, 15 jaar*

Perceptie en evaluatie 'Talentontwikkeling'



Er is een kleine groep jongeren die al wel een duidelijk beeld voor ogen heeft wat zij willen worden en er is ook een aantal scholen die hier voldoende aandacht aan besteedt. Toch weten veel jongeren nog niet (precies) wat ze later willen gaan doen, terwijl ze al wel op jonge leeftijd een (eerste) keuze dienen te maken

- ✓ De omschrijving van het dilemma wordt door de meeste jongeren herkend:
 - ✓ Veel jongeren **weten nog niet wat ze later willen worden** maar moeten al **wel een duidelijke keuze** maken. Dit kan gaan om een profielkeuze (havo/vwo), een keuze voor een bepaalde (vervolg)opleiding of een specialisatie in een bepaalde richting
 - ❖ 'Ik moest dit jaar een keuze maken welke richting ik ging doen en wist het eigenlijk nog niet helemaal zeker. Dus dat was eigenlijk best wel een lastige keuze. En na mijn tweede jaar moet ik ook al weer een keuze maken voor de richting Zorg of Beauty' – Sira, 13 jaar
 - ❖ 'Dit jaar moet ik mijn profielkeuze maken en je bent zeg maar 14 of 15 jaar en dat vind ik eigenlijk wel jong zeg maar voor zulke belangrijke beslissingen. Mijn docent zegt ook altijd dat je je hele leven spijt kan blijven houden als je de verkeerde beslissing maakt' – Lotus, 14 jaar
 - ❖ 'Ik moet over een half jaar al weten welke opleiding ik straks ga doen maar ik weet nog echt niet wat ik moet doen' – Maaïke, 17 jaar
- ✓ Daarnaast weten zij momenteel onvoldoende **wat de mogelijkheden zijn**
 - ❖ 'Ik wil geneeskunde gaan doen, maar weet niet precies welke kanten je daarmee op kunt. Je kunt bijvoorbeeld dokter worden of... ja dat is het eigenlijk wel. Ik weet het niet dan' – Daan 2, 15 jaar
- ✗ Voor een aantal jongeren is het dilemma minder relevant omdat ze reeds **hun keuze hebben gemaakt** en/of al duidelijk weten wat ze willen worden
 - ❖ 'Ik wil later lerares Engels worden. Daar ben ik heel zeker van, al vanaf dat ik klein was' – Amber, 15 jaar
- ✓ Afhankelijk van de begeleiding die jongeren momenteel al dan niet op hun eigen school krijgen, zijn zij in meer of mindere mate enthousiast. Toch herkennen veel jongeren zich in de laatste alinea (mogelijk ideale situatie):
 - ✓ Ook al wordt op de meeste scholen aandacht besteed aan het **begeleiden van de keuze** van hun leerlingen, toch blijkt dit voor veel jongeren **onvoldoende** te zijn
 - ❖ 'Ik had een keer een snuffelstage en dan loop je 1 of 2 dagen mee. Wij hadden dat op het vwo maar één keer en ik vind dat ze dat echt veel vaker moeten doen, want ik heb toen de mogelijkheid gehad om maar met één bedrijf mee te lopen. Dat vond ik toen helemaal niks' – Lieke, 17 jaar
 - ❖ 'Meestal moet je al naar een site toe of open dagen, maar dan weet je het al en ik twijfel nog. En open dagen is vaak maar één keer per jaar en het is vaak best wel ver weg' – Sander, 17 jaar
- ✗ Een **aantal scholen besteedt echter wel voldoende aandacht en tijd** aan het ontdekken van wat jongeren leuk vinden en wat zij later zouden willen worden
 - ❖ 'Bij mijn opleiding Zorg en Welzijn heb je allerlei richtingen. En elke vier weken zit je in 1 zo'n unit en daar moet je allemaal dingen doen. Ze hebben ook zo'n winkeltje, een restaurant en een kapper waar je echt je haar gaat wassen. En zo weet je wat je leuk vindt' – Vivian, 15 jaar

Perceptie en evaluatie 'Talentontwikkeling'



Jongeren willen graag meer weten over relevante opleidingen en/of beroepen en zijn nieuwsgierig naar het dagelijks leven van iemand met een bepaald beroep. Los van school is het leuk om ergens te ontdekken wat je nog meer leuk vindt om te doen. Omdat de bibliotheek al een verlengde van school is, is deze richting geheel passend en geloofwaardig

- ✔ Veel jongeren voelen de behoefte om **duidelijker inzicht** te krijgen in de **beroepen** die je uiteindelijk **kunt kiezen** en/of hoe zo'n beroep er uiteindelijk **in het dagelijks leven uitziet**. Dit geldt eveneens voor de jongeren die reeds een duidelijk beeld voor ogen hebben wat ze later willen doen
- ❖ 'Als je nu iets kiest, hoe kan je dan zeker weten of het ook echt leuk is?' – Mitchel, 13 jaar
- ❖ 'Ik denk nu aan iets met advocaten en recht en zo want iedereen zegt dat het wel bij me past. En ik ben nu een beetje bezig met een Netflix serie over advocatuur om te kijken of ik er later echt iets mee wil doen' - Lieke, 17 jaar
- ✔ Los van school vinden jongeren het **leuk om** ergens te kunnen **experimenteren en te ontdekken wat ze leuk vinden** of te doen of waar ze goed in zijn. In hun dagelijks leven is immers erg weinig tijd over om zich hier of met hun hobby bezig te kunnen houden
- ❖ 'Ik vind het wel leuk dat je bijvoorbeeld een workshop zou kunnen volgen. Als er iets zou zijn zoals koken of bakken dan zou ik dat wel gaan doen' – Leoni, 13 jaar
- ❖ 'Het is leuk als je dan allemaal verschillende dingen kunt doen die dan bij je passen en die je dan allemaal kan uitproberen' – Senna, 13 jaar

Is het passend bij de bibliotheek

- Zoals al vermeld wordt het idee dat de bibliotheek uiteindelijk iets met deze conceptrichting gaat doen middels informatie en filmpjes op haar website en het organiseren van workshops zeer enthousiast ontvangen en als geloofwaardig beschouwd
- ❖ 'Ja dit is passend. Dit gaat over je toekomst. Je hebt al boeken die je kunt lenen en er is vast ook wel een boek dat hier over gaat' – Jayden, 15 jaar
- ❖ 'Hier studeer je ook, dus dan past het er meer bij. En omdat je hier al voor je school bezig bent, dan kan je hier ook nog wel je keuze voor later maken' - Maaïke, 17 jaar
- ❖ 'Je leest hier toch ook boeken om je te ontwikkelen en uiteindelijk wil de bieb je ook allemaal dingen leren door die boeken aan te bieden. En dan vind ik wel dat het er bij past' – Lieke, 17 jaar

Perceptie en evaluatie 'Talentontwikkeling'



Het is leuk als je online filmpjes kunt bekijken en/of testjes kunt doen. Maar het is helemaal super als je bij de bibliotheek naar een beroepen- of studiebeurs kunt gaan of kunt deelnemen aan diverse leuke en interessante workshops waarbij je zelf aan de slag gaat

Wensen en suggesties

Online omgeving:

- Online filmpjes waarbij je een kijkje in een dag van iemand met een bepaald beroep te zien krijgt
- Online beroepentestjes met daarbij aanvullende informatie over de beroepen of scholen die aansluiten bij het resultaat van de test. Belangrijk is dat het hierbij uiteindelijk wel om een goede test gaat en niet een test waarbij jongeren vooraf al een idee krijgen welke richting het uit zal gaan en ze uiteindelijk nog niet echt iets nieuws over zichzelf te weten komen

Bijeenkomsten:

- Dat mensen langskomen om te vertellen over hun beroep en dat je hen dan ook vragen kunt stellen. Dit mag echter niet te kinderachtig zijn (zoals in films wel eens voorkomt waarbij ouders langskomen om over hun beroep te vertellen). Daarnaast is het ook leuk als je ook zelf aan de slag kunt gaan met die persoon om te kijken of het beroep ook iets voor jou is
- Bovenstaand idee kan ook uitgewerkt worden in een beroepenbeurs, waarbij diverse mensen/bedrijven samenkomen en aan jongeren hun verhalen uit de praktijk vertellen. Jongeren kunnen zo beter kiezen wat ze later willen worden. Daarnaast is het ook handig voor jongeren die op zoek zijn naar een (bij)baan om op deze manier met potentiële werkgevers in contact te komen
- Meeloopdagen. Het zou fijn zijn als je vervolgens ook een dagje mee kunt lopen met een bedrijf en beroepservaring opdoet. Ook hiervoor is de beroepenbeurs een mooie ingang omdat je daar reeds mensen/bedrijven kunt ontmoeten die je kunt vragen om een dagje bij hen mee te mogen lopen
- Studiebeurs: Voor een eerste oriëntatie en kennismaking is het fijn dat meerdere scholen zich bij de bibliotheek komen presenteren en vertellen over

hun opleidingen. Op die manier hoef je zelf niet in korte tijd alle open dagen af. Zodra een opleiding je aanspreekt, kun je alsnog naar hun open dag gaan

- Bij zowel de beroepen als studiebeurs is het fijn als je allemaal verschillende avonden hebt gericht op een bepaald thema zoals bijvoorbeeld een aparte avond voor techniek, sport, economie, zorg en welzijn. Op die manier kun je kiezen naar welke thema avond je gaat en heb je in één 'oogopslag' een overzicht van alle mogelijkheden
- Workshops
 - Diverse workshops gericht op de interessegebieden van jongeren. Op die manier is het zowel leuk om te ontdekken waar je je later verder in wilt ontwikkelen als ook om bezig te zijn met activiteiten die je gewoon leuk vindt om te doen.
 - Daarnaast is het goed om bij de invulling van de workshops eveneens rekening te houden met de diverse opleidingsrichtingen zoals bijv. techniek, creatief, zorg & welzijn, economie. Iemand uit de praktijk zou deze workshop kunnen verzorgen en daarmee gelijk laten zien hoe het is om bezig te zijn in een bepaalde richting of beroep
 - Een aantal genoemde voorbeeldworkshops:
 - Creatieve workshops waar je bijvoorbeeld (beter) leert koken, knutselen, tekenen of houtbewerken
 - Creatief-technische workshops waarbij je (beter) leert animeren, programmeren, editen, Photoshopen, een film maken of een succesvol YouTube kanaal op te zetten
 - Een aantal jongeren geeft aan geïnteresseerd te zijn in huiswerkbegeleiding. Dat je dan via een workshop beter leert leren en/of plannen

Perceptie en evaluatie 'Persoonlijke ontwikkeling a & b'

Alhoewel ondersteuning bij persoonlijke ontwikkeling een relevant en actueel thema is voor een aantal jongeren, wordt deze conceptringing overwegend negatief ontvangen. Het is een gevoelig onderwerp waar jongeren niet zo snel over praten. Je geeft immers niet zo snel toe dat je steun zou kunnen gebruiken

Persoonlijke ontwikkeling a

1. Op school kun je van alles leren over de verschillende talen, techniek, natuurkunde, wiskunde, economie en allerlei andere specifieke vakgebieden. Maar gek genoeg leer je daar vrijwel niets over het leven zelf of je eigen persoonlijke ontwikkeling
2. Eerlijk gezegd mis ik dit stiekem wel een beetje aangezien ik dit wel interessant vind en af en toe wel steun zou kunnen gebruiken in mijn eigen persoonlijke ontwikkeling.
3. Nu zou ik het hier bijvoorbeeld wel met mijn ouders of vrienden over kunnen hebben, maar daar is vaak onvoldoende ruimte voor of het voelt een beetje raar. Ook zou ik op internet informatie kunnen opzoeken, maar dan gaat het over algemene dingen en niet over mijzelf
4. Ik zou willen dat er een plek was waar ik meer zou kunnen leren over het leven zelf, over spiritualiteit, over wie ik ben, wat ik wil, wat ik te bieden heb en hoe ik de beste versie van mezelf kan worden

Overall evaluatie

- Deze conceptringing wordt overwegend negatief ontvangen: zowel in versie a als b. Dit komt enerzijds omdat slechts een deel van de jongeren zich hierin herkent en anderzijds omdat het een gevoelig onderwerp is waar jongeren (in een groep met onbekenden) niet zo snel over spreken. Je geeft immers niet zo snel toe dat je steun zou kunnen gebruiken in je persoonlijke ontwikkeling

Persoonlijke ontwikkeling b

1. Mensen zijn eigenlijk net groepsdieren en naarmate je opgroeit leer je jezelf steeds meer bewust of onbewust aan te passen aan de verwachting van anderen of 'de norm' op school, straat of (social)media. Het aanpassen doen we overigens uit angst voor buitensluiting of afwijzing...uit angst om anders te zijn dan anderen.
2. En als je even niet oplet raak je daarbij jezelf, je passies en talenten, je eigen unieke 'ik' gaandeweg stukje bij beetje kwijt...
3. Eerlijk gezegd merk ik dat dit ook voor mij geldt. Ik laat namelijk gaandeweg steeds minder zien wie ik nu eigenlijk écht ben, wat ik voel en wat er in diep van binnen in me omgaat.
4. Ik zou het dan ook erg fijn vinden als er een plek zou zijn waar ik kan ervaren dat ik niet de enige ben die hier mee zit, waar ik me veilig en thuis voel en allerlei handvatten aangereikt krijg om helemaal mezelf te kunnen zijn en mezelf verder kan ontwikkelen tot iemand die ik graag zou willen zijn

- Dit bleek ook sterk tijdens het interview, waar tijdens het bespreken van deze conceptringing opeens een stille en bedrukte sfeer ontstond. Een aantal jongeren die zichzelf herkenden in de omschreven teksten, hielden vervolgens hun mond uit angst voor reacties van de rest van de groep
- Daarnaast vinden jongeren deze richting niet bij de bibliotheek passen: het is een privé-onderwerp waar zij met professionals over willen praten en zeker niet bij de bibliotheek waar iedereen je kan zien

Perceptie en evaluatie 'Persoonlijke ontwikkeling a & b'

Alhoewel ondersteuning bij persoonlijke ontwikkeling een relevant en actueel thema is voor een aantal jongeren, wordt deze conceptrichting overwegend negatief ontvangen. Het is een gevoelig onderwerp waar jongeren niet zo snel over praten. Je geeft immers niet zo snel toe dat je steun zou kunnen gebruiken (vervolg)

Perceptie en evaluatie van de concepttekst

- Aangezien er op deze conceptrichting vrij weinig (verbaal) werd gereageerd, volgen hieronder slechts een aantal opmerkingen en conclusies

* Voor een aantal jongeren is het herkenbaar dat je op school **erg weinig over jezelf en het leven leert**, terwijl ze daar op zich wel behoefte aan hebben.

Andere jongeren hebben hier **minder interesse** in en/of geven aan dat er bij hen **op school juist wel aandacht** aan wordt besteed

- ✓ *Je hebt op school wel bijvoorbeeld wiskunde, maar daar leer je niks over het leven en je eigen ontwikkeling. Ze zeggen wat je moet weten maar dit soort dingen leer je niet met wiskunde' – Sira, 13 jaar*
- ✓ *'Het gaat hier ook niet alleen om leren. Je krijgt in je leven ook met onverwachte gebeurtenissen te maken en hoe je daar mee om gaat en zo. Ja zoiets ...' – Tansya, 17 jaar*
- ✗ *'Bij ons gaat het hier bij studiebegeleiding ook over. Maar daar gaan ze overal zo super op door' – Lisa, 13 jaar*
- ✗ *'Bij ons op school wordt best veel aandacht besteed aan je persoonlijke ontwikkeling. Elk jaar met mensuur hebben we het er best wel vaak over en we hebben ook levensbeschouwing en dan moet je reflectiedingen over je eigen leven schrijven' – Maaike, 17 jaar*

✓ Voor veel jongeren is het **herkenbaar** dat ze **onzeker zijn** en/of zichzelf **aanpassen aan anderen** uit **angst voor afwijzing of buitensluiting**

- ✓ *'Ja dat herken ik wel. Ik wil niet een buitenbeentje zijn' – Thijmen, 13 jaar*
- ✓ *'Ja ik herken het wel. Maar het is niet een fijn gevoel' – Doris, 13 jaar*
- ✓ *'Ik denk dat iedereen wel onzeker is, vooral in deze periode op school' – Vivian, 15 jaar*
- ✓ *'Ik merk wel dat je in een groep meer bezig bent met de groep dan met jezelf. Dat je je wel aanpast aan alles wat je ziet' – Lieke, 17 jaar*

* Als jongeren ergens mee zitten, kan de een **wel bij hun ouders of vrienden terecht en de ander juist niet**

- ✗ *'Mij lijkt dat als je niet lekker in je vel zit, dat je dat liever met je ouders of vrienden bespreekt dan dat je naar iets gaat en met wildvreemde mensen bespreekt' – Doris, 13 jaar*
- ✗ *'Ik heb het mijn vrienden over dingen die ik niet met mijn ouders kan bespreken en uiteindelijk kan ik dus alles bespreken. Of het nu met mijn ouders of met mijn vrienden is' – Liek, 17 jaar*
- ✓ *'Ik zou juist wel naar zoiets gaan omdat ik hier bekenden niet mee wil belasten' – Sira, 13 jaar*
- ✓ *'Ik loop op dit moment bij een soort van psycholoog en zit in zo'n 15 weken traject en kijken hoe het loopt. Je moet daar één keer in de week gaan praten en ik heb ook medicijnen voor ADD van daaruit voorgeschreven gekregen. Ik ben licht ontvlambaar zonder die medicatie' – Xavier, 16 jaar*

Perceptie en evaluatie 'Persoonlijke ontwikkeling a & b'

Persoonlijke ontwikkeling is een privé-onderwerp waar je eventueel met professionals over wilt praten en zeker niet bij de bibliotheek waar iedereen je kan zien

* De interesse om naar **bijeenkomsten over het leven en spiritualiteit** te gaan (in welke vorm dan ook) wisselt sterk

- ✓ 'Als er een keer een bijeenkomst zou zijn, dan zou ik het wel een keer bezoeken hoor. Het spreekt mij wel aan' – Thijmen, 13 jaar
- ✓ 'Dit zoek je niet op YouTube op en heb je ook niet op school maar je kunt er wel wat aan hebben. Dat je dan dingen over jezelf leert die je nog niet wist' – Nick, 13 jaar
- ✓ 'Voor mij zou wel zo'n online test aanspreken omdat je dan kan lezen wat het resultaat is. Dan weet je wie je bent' – Dries, 13 jaar
- ✓ 'Aan de ene kant lijkt het wel wat voor mij. Ik verwacht dan ook wel dat ze je met dingen kunnen helpen. Met dingen over thuis en school. Maar dat zou ik dan liever alleen met iemand willen bespreken' – Amber, 15 jaar
- ✗ 'Ik zou daar niet naar toe gaan. **Dan word je gelijk in een soort hokje geplaatst.** Ik denk dat je elkaar al anders aankijkt, ook al heb je iets gemeen. Om daar heen te gaan kan best lastig zijn' – Demi, 15 jaar
- ✗ 'Ik **zou liever 1 op 1 met iemand willen praten** dan met mensen erbij. Liever met iemand die ik vertrouw en die mij kent en niet iemand die ik niet vertrouw en die mij niet kent' – Aaliyah, 15 jaar

- Overigens zijn de reeds **bestaande ideeën te kort aan bod gekomen** om hier een **gefundeerde uitspraak** over te kunnen doen

Is het passend bij de bibliotheek

- Jongeren vinden deze richting niet bij de bibliotheek passen: het is een privé-onderwerp waar je met professionals over wilt praten en zeker niet bij de bibliotheek waar iedereen je kan zien
- ❖ 'Dit lijkt meer op spiegologie dan op de bibliotheek. Dit gaat meer over jezelf en jezelf ontwikkelen en hoe je je voelt. En dat is meer voor een spiegeloloog dan voor de bibliotheek' – Amber, 15 jaar
- ❖ 'Met al die dingen is het niet echt een bibliotheek meer' – Thomas, 17 jaar

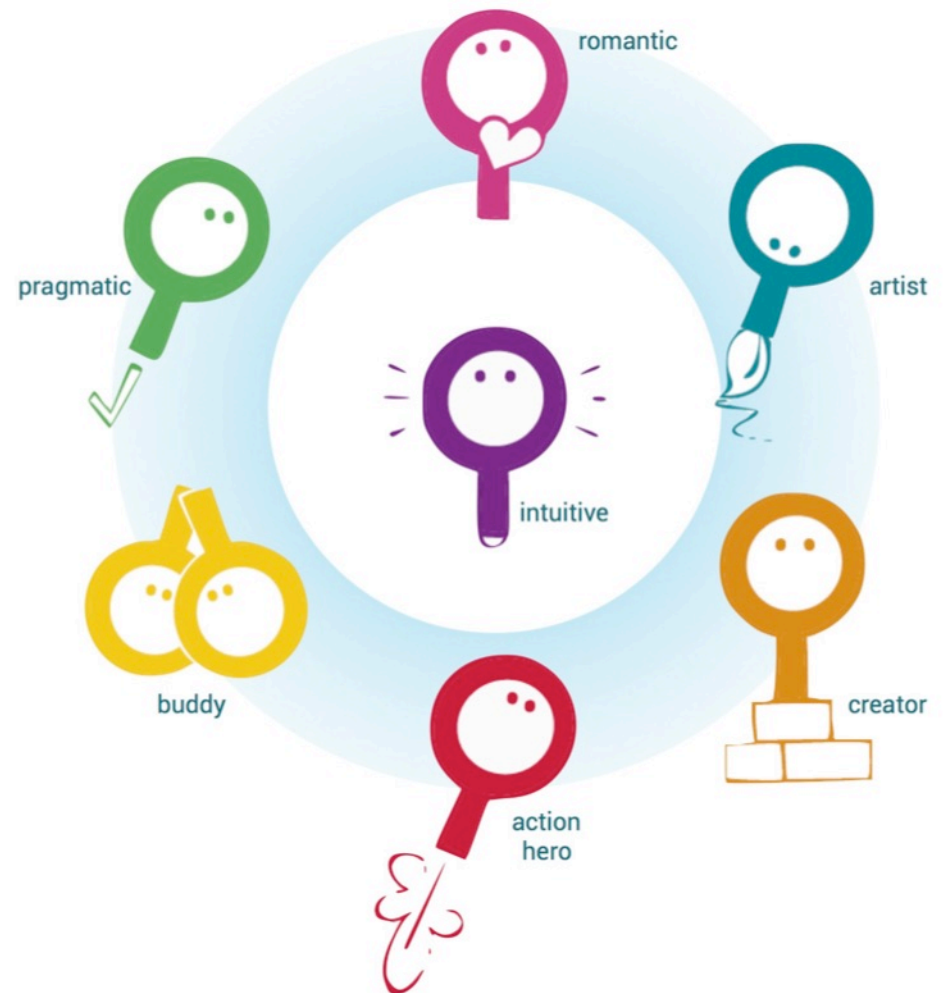


Bijlage 1:
de TwinQ persoonlijkheidstypen

De TwinQ persoonlijkheidstypen©

Wanneer je doet waar je hart ligt, dan doe je wie je bent...

- Wij zijn ervan overtuigd dat onze passies, talenten en de waarden die we het meest belangrijk vinden, iets zeggen over wie we daadwerkelijk zijn. Dat we het meest onszelf zijn wanneer we doen waar ons hart ligt.
- Om te achterhalen of deze overtuiging daadwerkelijk klopt, hebben we tijdens het kwantitatieve onderzoek dat ten grondslag ligt aan het boek 'Anders: het échte verhaal van Generatie Zenz, de 5- tot 25-jarigen van nu', aan vierduizend 5- tot 25-jarigen gevraagd wat hun passies en talenten zijn en welke waarden zij het meest belangrijk vinden. Via een clusteranalyse zijn daaruit zeven TwinQ persoonlijkheidstypen naar voren gekomen. En het blijkt dat deze TwinQ persoonlijkheidstypen ook daadwerkelijk een eigen persoonlijkheid hebben, met elk hun specifieke karaktereigenschappen, primaire manier van reageren, valkuilen, activiteiten waar ze het meest energie van krijgen etc.
- Hierbij dient opgemerkt te worden dat de diverse TwinQ persoonlijkheidstypen naast hun kenmerkende passies en talenten ook geïnteresseerd kunnen zijn in andere activiteiten of onderwerpen. Echter de specifieke passies en talenten blijken dominant te zijn voor hun primaire voorkeuren en gedrag.
- Daarnaast moeten we in gedachten houden dat kinderen veranderen naarmate ze ouder worden en daarmee vaak ook hun voorkeuren en gedrag. Dit zien we ook terug bij de TwinQ persoonlijkheidstypen:
 - Het type 'Artist' en 'Action Hero' is ruimschoots vertegenwoordigd onder kinderen tot 12 jaar maar daalt sterk vanaf 15 jaar.
 - Het type 'Buddy' en 'Pragmatic' is minimaal vertegenwoordigd onder kinderen tot 12 jaar maar stijgt sterk vanaf 16 jaar.



De TwinQ persoonlijkheidstypen©

Een kennismaking de 7 TwinQ persoonlijkheidstypen

De Artist

- De Artist is creatief, heeft een levendige fantasie en houdt ervan om dingen te creëren. De wijze waarop kan erg verschillend zijn, afhankelijk van het beschikbare materiaal of zijn stemming. Zo vindt hij het bijvoorbeeld leuk om te tekenen, schilderen, knutselen, om eten te koken, taartjes te bakken, muziek te maken, te acteren, te entertainen of om bezig te zijn met uiterlijke verzorging zoals make-up, haarstyling, mode en kleding. Daarentegen is hij juist minder geïnteresseerd in techniek, dingen analyseren of het goed kunnen omgaan met geld.
- Voor hem zijn 'plezier, lol maken en genieten', 'veiligheid', 'vriendschap' en 'verbondenheid' de belangrijkste waarden. Hierbij lijkt een veilige basis een voorwaarde om in vrijheid te kunnen creëren en genieten. Waarden als 'succesvol zijn, macht en aanzien hebben' en 'een spannend, opwindend en uitdagend leven' zijn minder belangrijk voor hem.
- De Artist wordt gedreven door zijn gevoel en intuïtie. Dit zorgt ervoor dat hij af en toe wordt overmand door emoties en het soms moeilijk vindt om z'n verlangens te beheersen en verleidingen te weerstaan. De Artist vertrouwt anderen en gaat uit van hun goede bedoelingen. Daarentegen is hij zelf weleens geneigd om de waarheid te verdraaien en een leugentje om bestwil te vertellen. Hij is zich hier echter zelf niet altijd van bewust: in zijn creatieve fantasie is immers alles mogelijk, zo ook het verdraaien van de werkelijkheid.
- De Artist heeft een creatieve geest en hij houdt niet van vaste en starre patronen. Dit uit zich bijvoorbeeld in het feit dat hij dol is op verrassingen, dat z'n kamer vaak rommelig is en dat hij minder presteert wanneer er druk op staat. Hij houdt er namelijk niet van om opgejaagd te worden.



- Ook wordt hij soms tegengehouden uit angst om fouten te maken en heeft hij de neiging om confrontaties uit de weg te gaan door z'n mening voor zichzelf te houden. Hij voelt zich meer dan anderen snel aangevallen en in z'n gevoelens gekwetst en heeft naarmate hij ouder wordt ook af en toe de neiging om overmatig te drinken of drugs te gebruiken wanneer hij niet lekker in z'n vel zit. Hij is een echte beelddenker en ziet een verhaal of idee dan ook vaak in gedachten al helemaal voor zich.
- Dit type bestaat voor circa 80% uit meisjes.

De Action Hero

- De Action Hero is dol op sport en alles wat met actie en avontuur te maken heeft. Daarnaast vindt hij het leuk om zich bijvoorbeeld bezig te houden met computers, programmeren, rekenen of het bouwen en in elkaar zetten van dingen. Ook vindt hij het vaak leuk om anderen aan het lachen te maken. Daarentegen is hij juist minder geïnteresseerd in mensen, filosoferen of informatie op een inzichtelijke manier duidelijk maken.
- Voor hem zijn 'een spannend, opwindend, uitdagend en actief leven', 'plezier, lol maken en genieten' en 'vriendschap en verbondenheid' de belangrijkste waarden. Ondanks het feit dat een spannend, uitdagend en actief leven belangrijk voor hem is, houdt hij niet zo van veranderingen. Waarden als 'innerlijke rust en harmonie', 'uiterlijke schoonheid' en 'zelfontplooiing' zijn minder belangrijk voor hem.
- De Action Hero is competitief ingesteld en wil graag de beste zijn. Hij schat zichzelf vaak hoog in en vindt soms dat hij beter is dan anderen.



De TwinQ persoonlijkheidstypen©

Een kennismaking de 7 TwinQ persoonlijkheidstypen

- Hij is op zichzelf gericht en denkt eerst aan zichzelf en dan pas aan de ander. Dit kan tevens de reden zijn dat hij af en toe de waarheid verdraait en een leugentje om eigen bestwil vertelt. Ook heeft hij minder belangstelling voor de problemen van anderen, ook al doet hij soms misschien alsof hij zich wel druk maakt om de ander. Hij is over het algemeen ook geen echte prater, zeker als het over gevoelens gaat, want dat vindt hij alleen maar gedoe.
- De Action Hero reageert over het algemeen primair vanuit z'n gevoel. Afhankelijk van de situatie of z'n stemming kan het echter voorkomen dat hij 'eerst denkt en dan pas doet'. Hij is impulsief en kan snel afgeleid raken door wat hij om zich heen hoort of ziet. Dit kan er o.a. voor zorgen dat hij de dingen niet afmaakt waaraan hij begint, slordig en onsystematisch werkt of gemaakte afspraken en beloftes niet nakomt. Dit is overigens niet iets waar hij zich zelf druk om maakt. Een beetje chaos voelt voor hem namelijk prettig, wat ook terug te zien is in z'n kamer, die vaak rommelig is. Hij staat overwegend relaxed in het leven en neemt het leven zoals het is.
- Dit type bestaat voor circa 80% uit jongens.

De Romantic

- De Romantic kan het best worden omschreven als een romantische dromer. Hij is sensitief, creatief, heeft een levendige fantasie en is een echte 'nature lover'. Zo vindt hij het bijvoorbeeld heerlijk om dieren te verzorgen en laadt hij helemaal op door in de natuur te zijn of bijvoorbeeld met z'n huisdier te knuffelen. Afhankelijk van z'n stemming en het beschikbare materiaal gebruikt hij z'n creativiteit voor muziek, tekenen, schilderen, knutselen het bedenken van een fantasiewereld of fantasieverhaal, het schrijven van een verhaal,



- gedicht, tekst van een lied of een verslag, of om te acteren en entertainen. Creativiteit is een belangrijk middel om uiting te geven aan z'n rijke gevoelsleven. Daarentegen is hij minder geïnteresseerd in techniek, dingen analyseren, repareren en sleutelen of het goed kunnen omgaan met geld.
- Voor hem zijn 'gelijkheid', 'gelijkwaardigheid', 'leven in harmonie met de aarde en de natuur', 'rechtvaardigheid' en 'eerlijkheid' de belangrijkste waarden. Waarden als 'succesvol zijn', 'macht en aanzien hebben', 'rijk zijn', 'uiterlijke schoonheid' en 'een spannend, opwindend en uitdagend leven' zijn minder belangrijk voor hem.
- De Romantic is een echt gevoelsmens en wordt daarbij ook regelmatig overmand door emoties. Daarnaast voelt hij de behoefte om z'n rijke gevoelsleven te kunnen begrijpen en te bevatten. Hij heeft dan ook de neiging om veel na te denken, wat kan overslaan in piekeren of sombere gedachten. Ook kampt hij af en toe met een gevoel van eenzaamheid, wat wellicht versterkt wordt door het feit dat hij zich af en toe gekwetst voelt of het gevoel heeft dat anderen de steun die hij regelmatig ongezien biedt niet voldoende zien of waarderen. Hij is over het algemeen introvert en altruïstisch. Zo houdt hij zich liever op de achtergrond, plaatst het belang van anderen boven z'n eigen belang, is bescheiden en wars van competitie. Hij vindt namelijk dat we moeten samenwerken in plaats van concurreren.
- De Romantic droomt van een betere wereld en wil hier graag z'n steentje aan bijdragen. Hij is vaak perfectionistisch en presteert hierdoor minder wanneer er druk op staat en wordt soms tegengehouden uit angst om fouten te maken. Hij heeft een sterke intuïtie en vindt het belangrijk om zichzelf te zijn en niet mee te lopen met de rest, ook al is dat soms moeilijk.
- Dit type bestaat voor circa 80% uit meisjes.

De TwinQ persoonlijkheidstypen©

Een kennismaking de 7 TwinQ persoonlijkheidstypen

De Creator

- De Creator is dol op techniek en vrijwel alles wat daarmee te maken heeft. Zo is hij bijvoorbeeld geïnteresseerd in technologie, computers en programmeren, vindt hij het leuk om apparaten uit elkaar te halen, om erachter te komen hoe deze werken, dingen te bouwen of in elkaar te zetten, te experimenteren en proefjes te doen, te repareren en te sleutelen, nieuwe dingen uit te vinden of te ontwerpen. Zijn interesse in techniek kan zich uiten in zowel het bedenken van technologische oplossingen, als het fysiek met de handen bezig zijn en dingen creëren. Daarentegen is hij minder geïnteresseerd in mensen of uiterlijke verzorging.
- Voor hem zijn 'zekerheid en weten waar je aan toe bent', 'vertrouwen', 'rechtvaardigheid', 'veiligheid', 'vrijheid' en 'onafhankelijkheid' de belangrijkste waarden. Waarden als 'uiterlijke schoonheid', 'liefde' en 'acceptatie' zijn minder belangrijk voor hem.
- De Creator is een nuchter persoon en staat met beide benen op de grond. Hij doet de dingen het liefst op basis van gezond verstand en feitelijke informatie en vindt het vaak lastig om z'n emoties te uiten. Hij is over het algemeen ook geen echte prater en heeft meestal moeite met het vinden van de juiste woorden om iets duidelijk te maken. Hij is op zichzelf gericht, gaat graag z'n eigen gang en het maakt hem niet zoveel uit wat anderen hiervan vinden. Zo houdt hij zich bijvoorbeeld ook liever op de achtergrond en heeft vaak weinig belangstelling voor de problemen van anderen.
- De Creator is optimistisch en gelooft in een goede afloop. Hij gelooft dat je bijna alles kunt bereiken als je maar je best doet en er lang genoeg aan werkt. Hierbij laat hij zich ook niet zo snel opjagen. Zo doet hij het graag rustig aan, maar presteert ook prima onder druk.



Hij is vrijwel nergens bang voor en gaat alles aan. Hij leeft relaxed en in het nu en staat over het algemeen niet te veel stil bij het verleden: 'wat geweest is, is geweest' is hun motto.

- Dit type bestaat voor bijna 90% uit jongens.

De Intuitive

- De Intuitive wordt hoofdzakelijk gestuurd door z'n intuïtie. Op basis daarvan bepaalt hij of iets interessant is of niet. Zo kan het zijn dat hij alles leuk vindt, of niets, of veel dingen een beetje. Hij heeft over het algemeen veel met spiritualiteit, mindfulness, yoga, meditatie en activiteiten die gerelateerd zijn aan het zesde zintuig. Denk hierbij aan helderziend, heldervoelend of paranormaal zijn.
- Voor hem zijn 'rechtvaardigheid', 'eerlijkheid en oprechtheid', 'innerlijke rust en harmonie', 'zelfontplooiing' en 'leven in harmonie met de aarde en de natuur' de belangrijkste waarden. Waarden als 'plezier, lol maken en genieten' blijken hieraan ondergeschikt te zijn.
- De Intuitive is extravert en vindt het over het algemeen leuk om in het middelpunt van de belangstelling te staan of de leiding te nemen. Toch laat hij zichzelf niet zo snel écht helemaal aan de ander zien. Dit kan te maken hebben met het feit dat hij soms wantrouwend tegenover andere mensen staat. Zeker als z'n intuïtie aangeeft dat deze mensen niet oprecht zijn. Het zorgt er tevens voor dat hij weinig belangstelling kan opbrengen voor de problemen van deze mensen. Hij is immers niet in staat om oprechte interesse te 'faken'. Als hij goed in z'n vel zit kan het voorkomen dat hij zichzelf hoog inschat en zichzelf af en toe zelfs beter dan de rest vindt.



De TwinQ persoonlijkheidstypen©

Een kennismaking de 7 TwinQ persoonlijkheidstypen

- Over het algemeen is hij redelijk ongreepbaar en onvoorspelbaar. Op het moment dat iets in staat is hem écht te raken, kan hij er volledig in opgaan en er helemaal voor gaan. Dan kan hij zich goed focussen en gaat hij recht op z'n doel af. Toch lukt het hem niet altijd om de gemaakte afspraken en beloftes na te komen.
- Ik heb gemerkt dat de Intuitive het meest ongreepbare type is. Het is een type dat zich niet zo snel in een hokje laat vangen. Hij houdt namelijk niet zo van hokjes. En wanneer ik de TwinQ persoonlijkheidstypen vervolgens met Intuitives bespreek, zijn zij juist degenen die het meest lopen te steigeren en zeggen dat ze zich in geen enkel type herkennen of juist in meerdere. En dat klopt ook. Ze vinden immers alles leuk of niets, of veel dingen een beetje. Dat is ook de reden dat de Intuitive in het schema in het midden van de cirkel is gepositioneerd. Ze dragen immers eigenschappen, passies, talenten en waarden van meerdere persoonlijkheidstypen in zich.
- Dit type heeft een redelijk gelijkmatige verdeling tussen jongens en meisjes.

De Pragmatic

- De Pragmatic wordt voornamelijk gekenmerkt door zijn pragmatische en gestructureerde houding. Hij is analytisch ingesteld en vindt het leuk om dingen of informatie te ordenen, te analyseren en te evalueren en informatie op een eenvoudige manier inzichtelijk te maken. Ook vindt hij het leuk om dingen te organiseren en te regelen of anderen te inspireren en raad te geven. Hij is erg geïnteresseerd in mensen. Dit kan zich uiten in een interesse in de gezondheid en medische wetenschap of in het willen doorgronden waarom mensen zijn zoals ze zijn en doen wat ze doen.



Daarnaast vindt hij het vaak leuk om bezig te zijn met koken of bakken en de wereld te ontdekken door te reizen. Daarentegen is hij juist veel minder geïnteresseerd in techniek en dingen repareren.

- Voor hem zijn 'vertrouwen', 'eerlijkheid en oprechtheid', 'rechtvaardigheid' en 'zelfontplooiing' belangrijke waarden. Waarden als 'rijk zijn' en 'uiterlijke schoonheid' zijn minder belangrijk voor hem.
- De Pragmatic is nuchter, staat met beide benen op de grond en handelt meestal op basis van gezond verstand en feitelijke informatie. Hij wordt voornamelijk geleid door z'n ratio, die in veel gevallen wordt ondersteunt door een flinke dosis intuïtie, al is hij zich hier zelf niet altijd van bewust. Hij is perfectionistisch en ambitieus. Hij houdt zich vaak strikt aan de regels, werkt netjes en gestructureerd, houdt zich aan de gemaakte afspraken en maakt af waaraan hij is begonnen. Ook raakt hij niet zo snel boos of geïrriteerd en presteert in de meeste gevallen prima onder druk.
- De Pragmatic handelt vaak voorzichtig en besluiten worden meestal weloverwogen genomen. Zo wil hij bijvoorbeeld vaak eerst een situatie goed inschatten en alle mogelijkheden afwegen voordat hij ergens voor gaat. Zijn denkvermogen is sterk ontwikkeld en hij is bijvoorbeeld in staat om de ene gedachte razendsnel met de andere te verbinden. Het zorgt er alleen ook voor dat hij een neiging tot piekeren heeft, wat af en toe kan leiden tot sombere gedachten.
- Hoewel de pragmatische houding hem meestal veel oplevert, kan het er tevens voor zorgen dan anderen hem niet helemaal zien zoals hij daadwerkelijk is. Zeker zijn gevoelsmatige kant wordt vaak door anderen onderschat: de Pragmatic heeft immers toch altijd alles onder controle.

De TwinQ persoonlijkheidstypen©

Een kennismaking de 7 TwinQ persoonlijkheidstypen

- Dit maakt dat hij zich af en toe eenzaam voelt en het gevoel heeft dat hij onvoldoende wordt gezien en gewaardeerd voor alle hulp die hij vaak ongezien biedt. Hij laat dit alleen niet zo snel aan de buitenwereld zien. Daar laat hij zien dat hij zichzelf is en niet meeloopt met de rest en dat hij zoveel mogelijk probeert te genieten van alle leuke dingen in het leven.
- Dit type bestaat voor circa 2/3 uit meisjes.

De Buddy

- De Buddy vindt over het algemeen veel dingen leuk om te doen, maar heeft daarbij geen uitgesproken passie. Dit heeft te maken met het feit dat hij niet zozeer geïnteresseerd is in wát hij doet maar meer in met wíe. Hij is erg gericht op mensen en vindt het bijvoorbeeld leuk om zich in te leven in de ander of interessant om te weten waarom mensen zijn zoals ze zijn. Ook vindt hij het leuk om anderen aan het lachen te maken, te inspireren en raad te geven of te bemiddelen tussen mensen of groepen die het niet eens zijn met elkaar. Hij is goed in improviseren en in het regelen en organiseren van dingen. Daarnaast is hij dol op sport en vindt hij het leuk om bezig te zijn met uiterlijke verzorging.
- Voor hem zijn 'eerlijkheid en oprechtheid', 'plezier, lol maken en genieten', 'zelfrespect', 'zelfvertrouwen' en 'zelfontplooiing' belangrijke waarden. De waarde 'leven in harmonie met de aarde en natuur' is minder belangrijk voor hem. Hij heeft overigens sowieso minder met natuur dan anderen.



- De Buddy is over het algemeen extravert. Hij legt makkelijk contact met anderen, vindt het leuk om onderdeel van een groep te zijn en met meerdere mensen om te gaan. Hij kan meestal goed voor zichzelf opkomen en neemt vaak de leiding.
- Hij is nuchter en staat met beide benen op de grond. Hij is nergens bang voor en durft vrijwel alles aan te gaan of uit te proberen. De waardering van anderen is heel belangrijk voor hem. Blijft dit uit, dan kan hij overmand worden door een gevoel van eenzaamheid, zeker als hij daarbij ook nog het gevoel heeft dat hij onvoldoende wordt gezien en erkend in de dingen die hij voor anderen doet. Hij staat namelijk vaak voor een ander klaar die zijn hulp nodig lijkt te hebben. Dan biedt hij een luisterend oor en staat de ander bij met raad en daad. Zo probeert hij vaak anderen te inspireren of situaties voor hen op te lossen door dingen voor ze te doen of te regelen. Maar zelf zal hij niet zo snel aankloppen voor hulp. Hij vertoont namelijk vrijwel nooit z'n kwetsbare kant en probeert naar anderen een perfect beeld van zichzelf te laten zien en z'n tekortkomingen te verbergen.
- Dit type heeft een redelijk gelijkmatige verdeling tussen jongens en meisjes.



Bijlage 2:
Toelichting Betekenisstructuren

Betekenisstructuren: wat zijn het?

Betekenisstructuren: een overzicht van alle relevante signalen en betekenissen die de doelgroep hecht aan een bepaald onderwerp

Wat zijn betekenisstructuren

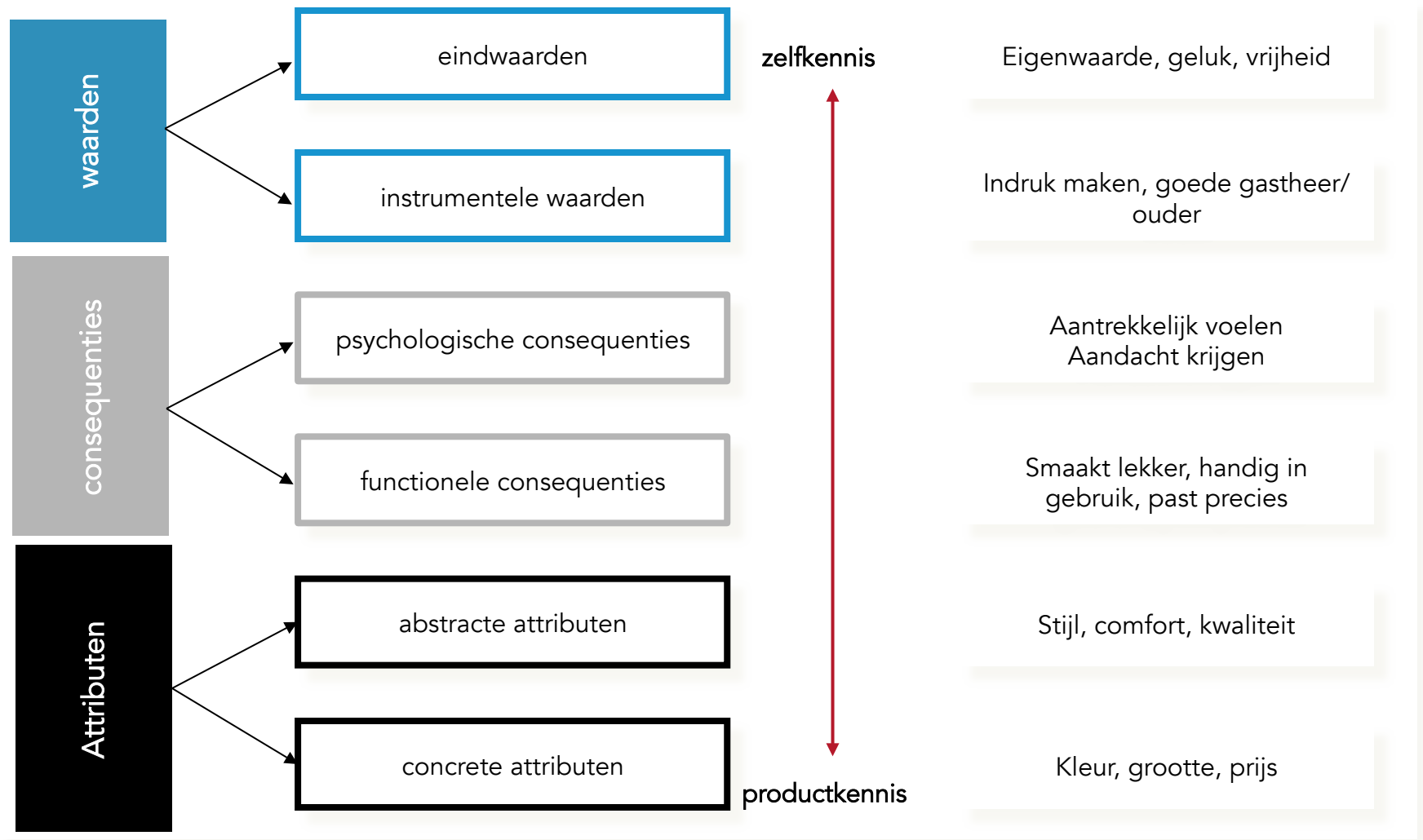
- Een overzicht van alle relevante signalen en betekenissen die de doelgroep hecht aan een bepaald, product, categorie of dienst.
- Het biedt zicht op de achterliggende motieven, doelen en waarden die de doelgroep nastreeft.
- Het fungeert als een filter en venster op de wereld:
 - Heeft invloed op **de manier waarop wij de wereld waarnemen** bestaande schema's bepalen onze waarneming, de interpretatie daarvan en de manier waarop wij wat hetgeen wij waarnemen opslaan in ons geheugen
 - Heeft invloed op **de manier waarop wij reageren** wanneer de doelgroep een merk of productnaam leest of hoort wordt een bepaald schema geactiveerd en komen bepaalde associaties die bij dat merk/product horen bij haar op
- Let op: genoemd proces verloopt meestal onbewust

Wanneer toe te passen

- Merk ontwikkeling / positionering: op zoek naar waarden & benefits
- Communicatie strategie: op zoek naar waarden & benefits (afhankelijk van de productcategorie)
- Product & verpakkingsontwikkeling: op zoek naar attributen & benefits
- Marktsegmentatie: wie vind wat belangrijk (benefits / waarden / attributen)



Betekenisstructuren: hoe zit het in elkaar?



Betekenisstructuren: de weg er naar toe

