

Gebruikersanalyse en beoordeling www.boekentafels.nl

Een jaar na de start van de website www.boekentafels.nl was er bij de initiatiefnemers en medewerk(st)ers behoefte aan een (kwantitatieve en kwalitatieve) analyse van de gebruikers. Doel hiervan was om te beoordelen of de website en bijbehorende emailnieuwsbrief voldoen, maar vooral ook wat er beter zou kunnen. Dat heeft geresulteerd in een aantal bijstellingen voor de werkwijze en presentatie. Naar de deelnemende uitgevers en vakpers wordt openheid van zaken gegeven door deze analyse en voorgenomen bijstellingen toe te zenden.

Opzet en doelstelling

De website is een signaleringssite van nieuw verschenen boeken op het vakgebied christelijk geloof/theologie in al haar breedte, uitgezonderd romans en specifiek plaatselijke/regionale publicaties. Doel is om mensen die vakmatig (boekhandel, bibliotheek, kerkelijke en theologische professionele werkers, uitgevers, recensenten) en als particulier belangstellende op de hoogte moet/wil zijn van nieuw verschenen boeken op dit vakgebied te informeren over de verschijning van boeken, cds, dvds en andere publicaties. Dit betreft zowel erkende uitgevers, als ook uitgevende instanties, kerkelijke werkgroepen en levensbeschouwelijke instellingen in zowel Nederland als België.

Aan de website is een nieuwsbrief gekoppeld die tweewekelijks/maandelijks via opgegeven emailadressen informeert met overzicht van verschenen titel, auteur en publicatievorm.

De website wil slechts signaleren en verder geen commerciële activiteiten ontwikkelen, waarvoor voor de periode tot 2010 financiering beschikbaar is gesteld door Red@ctieService. Informatietoevoer is vooral afhankelijk van beschikbaarstelling van nét verschenen uitgaven als ook PDF-bestanden (inhoudsproeve) door de betreffende uitgevers.

Informatie wordt - onder voorwaarde van website als bronvermelding - vrij beschikbaar gesteld voor gebruik door landelijke en plaatselijke gedrukte en digitale media.

Kwantitatief

Na het startjaar kent Boekentafels ruim 2700 deelnemers die de nieuwsbrief ontvangen, wordt er gemiddeld door 925 deelnemers na de nieuwsbrief een bezoek aan de website gebracht. Daarvan gebruikten gemiddeld 79 mensen de aangeboden informatie voor eigen media. De bezoekersteller staat na 12 maanden en 20 nieuwsbrieven op 34.238, hetgeen wil zeggen dat waarschijnlijk 46% van de bezoekers via andere media (kerkbladen, websites, surfend) de website hebben bezocht.

Ruim 60% van de deelnemers zijn kerkelijk actief en gebruiken de informatie voor het eigen functioneren of beoordeling van gebruiksmogelijkheden in het werk;

20% zijn belangstellenden vaak met een vrijwillige taak binnen de kerken;

Van de kerkenwerkers meldde 24% gericht de informatie te komen ophalen voor hergebruik, waarvan 92% bestaat uit kerkbladredacteurs en webmasters.

10% zijn mensen uit het vak (uitgeverij, boekhandel, bibliotheek).

Van de deelnemers gaf 2% aan binnen één dag 'vaak' een boek te hebben aangeschaft/besteld, terwijl nog eens 4% opgaf dit binnen één dag 'regelmatig' te hebben gedaan.

Ruim 37% gaf aan het laatste kwartaal tenminste één boek te hebben gekocht.

Van de kopers/bestellers deed 85% dit bij de eigen boekhandel, 10% via Internet bij de uitgever of boekhandelswebsite, 3% bij kerkboek.nl en 2% via de kerkelijke boekentafel.

De activiteit is gestart met het email-adresbestand van 3000 adressen, waarvan inmiddels 35% toezending van de nieuwsbrief heeft opgezegd. De eigen aanwas is heel bescheiden op gang gekomen en is pas sinds voorjaar 2007 gegroeid naar ongeveer 100 aanmeldingen per maand. Dat rechtvaardigt een verwachting van circa 5000 belangstellenden eind 2008.

De website is gestart met de medewerking van 14 uitgevers(maatschappijen) inmiddels uitgegroeid tot ruim 50 uitgevende bedrijven en organisaties. Van hen voorziet 75% de redactie van informatie via email, 20% door toezending van een recensie-exemplaar, maar nog slechts 3% stuurt ook een inhouds-PDF toe. Maar zowel toezending van boeken als PDFs kent een stijgende lijn. Vooral uitgevers met een bescheiden distributiekanaal en zij die hun uitgaven terug zien komen in plaatselijke kerkbladen, worden steeds actiever in het snel en volledig toezenden van de informatie.

Verwacht mag worden dat eind 2008 zeker 40% van de aankondigingen voorzien zijn van een inhoudsPDF, omslagafbeelding en redactionele karakteristiek (opbasisvan een recensie-exemplaar).

Beoordeling: ten opzichte van andere bekende websites is het bezoekersaantal te duiden als 'bescheiden', maar heeft wel het beoogde interesse- en koopniveau'.

Kwalitatief

Met vijftig (at random) gebruikers is contact geweest om informatie te krijgen over gebruik, zwakke en sterke punten en de beoordeling van de informatie. Enkele reacties hieruit:

professioneel kerkelijk werkers

“Voor mij is dit een goede manier om op de hoogte te blijven van wat er op mijn werkterrein verschijnt. Niet zozeer voor mijn vakstudie, want daar heb ik een aantal bladen voor en voor échte vakliteratuur wacht ik toch ook besprekingen daarin af”. (theoloog)

“Waardevol voor het kerkenwerk. Boeken voor vorming&toerusting, gesprekskringen, kerkelijke vrijwilligers ondersteuning, wordt toch voor een deel van mij verwacht.” (kerkelijk werker)

“Ik vul er een rubriek mee in het kerkblad waardoor ik aan dit soort boeken ook aandacht kan geven. Maar ik maak wel zelf een selectie...” (pastor)

“Kunnen ook de belangrijkste Duitse en Engelstalige boeken worden gesignaleerd?”

“Stop hier eens mee, ik koop toch al veel te veel boeken”. (predikant)

“Uw recensent is vast geen Bonder, of wel?”

boekhandelaren

“Wat de aanbiedingsfolder is voor de inkoop, is boekentafels voor ons winkelpersoneel”.

“Een goed initiatief, alleen graag nog actueler, liefst in de week van leverbaarheid”.

“Wij gebruiken de informatie ook voor onze eigen website, dus graag zo volledig mogelijk”.

“Ik vind dit eigenlijk meer een BCB-taak!”

“Mijn baas heeft me aangemeld, zodat het op mijn eigen email binnenkomt”.

“Ik laat het op mijn privé-mail binnekomen, dan kan ik het rustig thuis doornemen”.

“Kan er ook zo'n lijst komen van wat uitverkocht is, dan ben ik compleet!”

bibliotheek-medewerkers

“Naast de NBD/Biblion-info een goed alternatief. Prisma-tijden komen terug.”

“Dit verdient navolging op andere terreinen.

“Zet s.v.p. de uitgever erbij in de nieuwsbrief.”

“Zo'n PDF zegt toch meer dan een korte NBD/Biblion-omschrijving, graag méér daarvan”.

kerkbladredacteurs

“Mooie kopij voor een vaste rubriek”.

“Dominee geeft op welke boeken voor onze gemeente van belang zijn, het is zo veel”.

“Omslagen beter van kwaliteit maken, en graag ook méér!”.

“Onze boekhandel sponsort de boekenrubriek die wij hiermee maken”.

webmasters

“Ik mag toch onbeperkt tekst, omslagen en die inhoudsbeschrijving naar mijn website kopiëren?”

“Voor onze boekentafelmevrouw heb ik een link gemaakt naar de website”.

particuliere belangstellende

“Vroeger had ik Trouw hiervoor, maar die bespreken niet meer zoveel christelijke boeken”.

“Soms zegt de uitgeverij ook iets over de denominatie, dus graag opnemen in de email”.

“Waarom kan ik nergens doorlinken naar de uitgeverswebsite, zo die er is?”

“Graag wat meer filosofie en multi-religieus zoals Volzin”.

“Nooit geweten dat er zoveel werd uitgegeven, ook buiten échte uitgevers om”.

Deze selectie one-liners geeft vooral een beeld van suggesties en gebruiksmogelijkheden.

Bijstellingen

Op basis van de verzamelde informatie worden de volgende acties ondernomen:

website:

- vermelden van websites van ‘deelnemende uitgevers’ in een overzicht;
- beperkte lijst van aangemelde boekhandels gaat eraf, met christelijke boekhandelsorganisatie wordt een link naar hun boekhandelsoverzicht besproken;
- 48-uursverwerking van binnengekomen boeken;
- bij uitgevers aandringen op PDF-leveringen, al is het maar een inhoudsopgave;
- samenwerken met landelijke tijdschriften met bronvermelding;
- meer actualiseren, dus titels maximaal drie maanden laten staan.
- categoriaal aanbod maken met PDF’s bv kinderbijbels

e-mail-nieuwsbrief:

- opnemen van de uitgever in het overzicht
- intensivering contact met webmasters van kerkelijke websites;
- maximaal 30 titels per nieuwsbrief, daarna frequentie verhogen;
- augustus 2008 volgende analyse via enquête.

Gorinchem, november 2007

Leen van den Herik

webmaster