

Gebruikersonderzoeken in het stadsarchief Antwerpen: organisatie en nut voor beleidsbeslissingen

Wie zijn onze klanten? Hoe goed presteren wij in hun ogen? Wat kan worden verbeterd? Weten we wat onze klanten belangrijk vinden? Is onze dienstverlening afgestemd op de behoeften van de klanten?

Elke dienstverlenende organisatie stelt zich wel dergelijke vragen. In vergelijking met andere sectoren, zijn er voor de archiefsector in Vlaanderen nog weinig materiaal en ervaring voorhanden. Over het algemeen heeft de archiefsector op dit vlak een achterstand tegenover de musea en de openbare bibliotheken¹.

Gebruikersonderzoeken

Doorgaans worden drie technieken onderscheiden om klanten beter te leren kennen²:

- enquêtes en interviews; vragenlijsten;
- focusgroepen;
- gegevens uit de registratie van de leeszaalbezoekers.

Sinds 1998 heeft het Antwerpse stadsarchief met enkele van deze technieken van bevraging gewerkt. Zo zijn er enquêtes georganiseerd over:

- dienstverlening: gebruikersonderzoek en klantentevredenheidsenquêtes in 1998, 2001 en 2003;
- fotoarchieven: gebruikersonderzoek van fotoarchieven in 1999 en 2003;
- open dagen en erfgoeddagen: bezoekersenquêtes in 2001, 2002, 2003 en 2004.

Daarnaast worden gegevens verzameld aan de hand van de registratie van de leeszaalbezoekers. In dit artikel worden deze initiatieven toegelicht. Volledigheidshalve moet worden vermeld dat tweemaal een focusgroep werd samengesteld voor de bevraging van de gebruikers van de website van het Stadsarchief (in 2001) en van de gebruikers van de EVA-website van het fotoarchief van het Stadsarchief (in 2003). Op deze techniek en de resultaten wordt hier niet verder ingegaan.

Informatie verzameld aan de hand van de bezoekersregistratie in de leeszaal

Een eenvoudige manier om informatie te verzamelen over iemands interessegebied of de reden van zijn bezoek aan de leeszaal van het Stadsarchief Antwerpen, bestaat erin deze gegevens systematisch vast te leggen bij zijn eerste

INGE SCHOUPS is stadsarchivaris in Antwerpen
inge.schoups@sd.antwerpen.be



bezoek. Vier groepen kunnen onderscheiden worden op basis van reden van bezoek:

- eigen familiegeschiedenis (24%);
- geschiedenis van eigen huis of straat (23%);
- wetenschappelijk onderzoek (18%);
- algemene inlichtingen (12%).

Deze informatie kan gebruikt worden bij beleidsbeslissingen. In het stadsarchief Antwerpen heeft ze de beslissing beïnvloed om speciaal te investeren in het ontsluiten via het internet en het grondig nazicht van de meer dan 120.000 bouwdoosiers van het district Antwerpen.

Gebruikers van en geïnteresseerden in fotoarchieven

1999: de start van het fotodigitaliseringsproject

Sinds 1999 neemt het stadsarchief Antwerpen deel aan het EVA-project om in een Europees verband het fotoarchief via het internet ter beschikking te stellen en daarbij een aantal diensten aan te bieden. Van bij de aanvang was het duidelijk dat we de doelgroep en de wensen heel nadrukkelijk zouden bevragen. De resultaten hiervan hebben een directe impact gehad op de beslissingen over het verdere verloop van het project, met name de keuze van de onderwerpen en de diensten die via het internet worden aangeboden.

De enquête liep gedurende een periode van zes weken en de gebruikers werden zeer gericht aangesproken. Wie in die periode de leeszaal bezocht, werd bevroegd. Daarnaast werden de gebruikers die in het verleden reproducties hadden besteld, aangeschreven. Zo werd ook de groep betrokken die op afstand (via e-mail of briefwisseling) contact heeft. Om de drempel zo laag mogelijk te houden, werd bij de enquête een gefrankeerde enveloppe gevoegd om de ingevulde enquête terug te sturen. Ten slotte werd de enquête ook op de website beschikbaar gesteld.

De vragen gingen over de belangstellingsdomeinen of de onderwerpen die de grootste belangstelling wegdragen, en de redenen voor het gebruik of bezoek aan het fotoarchief. Er werd gepeild naar hun bereidheid om het internet te gebruiken als middel om foto's op te zoeken en te bestellen. Ten slotte werd gevraagd welke kwaliteitseisen de voorrang moeten krijgen bij de dienstverlening: de snelheid van levering of de kwaliteit van de afdruk.

De onderwerpen die de grootste belangstelling wegdroegen, zijn vervolgens gebruikt als criterium bij het bepalen welke foto's op de website en in de leeszaal digitaal ter beschikking worden gesteld. Onderwerpen die onvoldoende belangstelling genieten, hebben nu een lagere prioriteit inzake digitalisering. Gelet op de openbaarheid, worden deze foto's wel beschreven en kunnen ze altijd in de leeszaal worden opgevraagd en bekeken.

2003 en de verdere ontwikkeling van de EVA-website

In 2003 werd een tweede EVA-project opgestart. Ook toen was een enquête belangrijk om de werking van de bestaande website te kunnen evalueren en vast te stellen of de noden en de belangstelling van de gebruikers waren gewijzigd. Deze enquête werd uitsluitend via de website gehouden, een formule die heel effectief is gebleken. Gedurende 6 weken bezochten 1.087 gebruikers de website en twee derde van de bezoekers vulden de enquête in³.

Persoonlijke belangstelling was de belangrijkste reden om de website te bezoeken; slechts 1/3 moest om professionele redenen de website bezoeken. Toch geeft 34% zowel persoonlijk als professioneel op. Bij de verdere ontwikkeling van de website zal dan ook steeds aandacht naar beide groepen gaan.

Een belangrijk gegeven was dat er meer belangstelling uitgaat naar het aantal foto's dan naar uitgebreide beschrijvingen. De meertalige zoekmodule was bij 86% van de antwoorden een belangrijke meerwaarde. De meerderheid (65%) had een voorkeur om digitale kopieën te kunnen verkrijgen; slechts 10% wil afdrukken van de foto's kunnen kopen. Verder had 39% hoofdzakelijk interesse voor gratis images met een zeer lage resolutie. 26% was bereid te betalen voor digitale beelden met een hoge kwaliteit of resolutie. Deze cijfers doen de vraag rijzen of de back-office van de beeldbank wel een afdruk-dienstverlening moet

organiseren. Bijzonder leerrijk is de vaststelling dat 20% van de bezoekers niet geïnteresseerd is om te kopen, maar enkel wil kunnen zoeken, doorbladeren en foto's bekijken en bestuderen van op het scherm. Wie beelden wil kunnen kopen, verkiest goedkoper met langere wachttijd boven een snelle levertijd.

Bezoekers van open dagen en erfgoeddagen

In 2001, 2002, 2003 en 2004 heeft het Stadsarchief Antwerpen tijdens een open dag een enquêteformulier uitgedeeld aan de bezoekers. In 2003 gebeurde dat tijdens de open dag van de stedelijke diensten; alle andere jaren betrof het de open archieven- of erfgoeddag. De respons was telkens hoog: respectievelijk 71, 66, 58 en 86% van de bezoekers vulden het formulier in.

De vragen van de enquête zijn bij de 4 enquêtes dezelfde gebleven zodat een vergelijking goed mogelijk is. De volgende vragen werden gesteld:

1. Via welk medium heeft u gehoord over de (Open Archieven-, erfgoed- of opendeur)dag?
2. Waarom koos u voor het stadsarchief Antwerpen?
3. Is dit uw eerste bezoek aan het stadsarchief Antwerpen?
4. Voldeed uw bezoek aan het stadsarchief Antwerpen (en de rondleiding) aan uw verwachtingen?
5. Komt u nog eens terug naar het stadsarchief Antwerpen?
6. Heeft u al eens kennis gemaakt met onze maandelijkse digitale nieuwsbrief?
7. Persoonlijke gegevens: man/vrouw
8. Persoonlijke gegevens: leeftijd.

Deze enquête leverde een profiel van de bezoekers op.

Gegevens over de verhouding man-vrouw: behalve in 2004 waar de verhouding geheel gelijk was, is er een kleine meerderheid van mannen die het Stadsarchief bezoeken: 59% in 2001, 51% in 2002 en 59% in 2003.

Een analyse van de leeftijdscategorieën. Hier werd vastgesteld dat vooral oudere mensen (44% is ouder dan 58 jaar) geïnteresseerd waren in een bezoek aan het Stadsarchief. 'Ouder dan 58 jaar' vertegenwoordigt 44, 30, 42 en 43% van de bezoekers, maar zeker even belangrijk is de leeftijdsgroep 'tussen 38 en 58' want 42, 48, 35 en 36%.

Vragen over de organisatie van het evenement zijn zeker een bespreking waard, maar zijn in het kader van dit overzicht niet aan de orde. Ook zijn er een aantal vergelijkingen te maken tussen de open dagen van de stad en de archieven- en erfgoeddag.

Op basis van de resultaten van deze enquêtes kunnen evenzeer beleidsbeslissingen worden genomen. Deze evenementen spreken duidelijk een geïnteresseerd publiek aan, aangezien 75% het Stadsarchief specifiek had uitgekozen

(vraag 2). Voor 74 % (in 2001 en 2004) en 79% (in 2002 en 2003) was dit evenement telkens een eerste kennismaking (vraag 3).

92% verklaarde tevreden te zijn over de vier jaren dat deze evenementen werden georganiseerd in het Antwerpse stadsarchief, en zei dat het bezoek beantwoordde aan de verwachtingen (vraag 4). 87% antwoordde het Stadsarchief nog te zullen bezoeken (vraag 5).

Deze resultaten verschaffen ons enige informatie over de potentiële klanten van het Stadsarchief aangezien 75% er nooit geweest was en 85% zegt er ooit nog te zullen komen.

Klantentevredenheid inzake dienstverlening

De laatste soort van enquête ging uit naar de gebruikers of klanten van het stadsarchief Antwerpen. Het initiatief voor deze eerste enquête van 1998 is gegroeid binnen de (aanvankelijk Vlaams-)Nederlandse werkgroep Kwaliteitszorg. Thans neemt de Nederlandse koepel DIVA inzake kwaliteitsmonitor van de dienstverlening een leidende rol. Jaarlijks nemen meerdere Nederlandse archiefinstellingen deel aan deze kwaliteitsmonitor; sinds enige tijd verschijnt er ook een eigen nieuwsbrief⁴.

De deelnemende archiefinstellingen wensten op de volgende vragen zo veel en zo goed mogelijke antwoorden te verkrijgen.

1. Beantwoorden de diensten die worden geleverd aan de wensen en behoeften van de gebruikers?
2. Kent het Stadsarchief de gebruikers voldoende?
3. Kent de geïnteresseerde burger het Stadsarchief en de diensten die daar worden geleverd voldoende?

Informatie hierover was aanvankelijk niet bekend en er bestond vrijwel geen gepubliceerd onderzoeksmateriaal van studies over het profiel van deze gebruiker, de samenstelling van de groep en hun wensen.

Ook hier was en is de inzet beleidsbeslissingen te kunnen ondersteunen. Een van de belangrijkste beleidsbeslissingen is dat waar goede kwaliteit kon worden gemeten, ze verder moet worden gewaarborgd en verstevigd. Ook moet er een strategie worden uitgewerkt om verbeteringen te kunnen aanbrengen op duidelijke vragen van de huidige klanten. Het beleid van de instelling moet er immers op gericht zijn de dienstverlening op een constant niveau te houden, vast te leggen waar en hoe die kan worden verbeterd en toe te laten dat de gebruiker er verder een impact op heeft.

De enquête werd gehouden samen met meerdere archieven. Dit geeft ze een meerwaarde omdat er benchmarking mogelijk is. Omdat meerdere instellingen dezelfde gegevens verzamelen, kan er namelijk worden vergeleken en kan het algemeen resultaat worden gehanteerd als referentiepunt ('benchmark') waaraan de eigen resultaten kunnen worden

getoetst. Ook was vooraf bepaald hoeveel ingevulde enquêtes er bij elke actie ontvangen moesten worden om betrokken te worden in de verwerking van de resultaten. Elke keer werd het beoogde aantal moeiteloos gehaald.

De enquête van 1998 ging alleen naar de bezoekers van de leeszaal; in 2001 en 2003 werd het geheel van de dienstverlening bevraagd.

De enquête van 1998 bij de leeszaalbezoekers

In 1998 werd een eerste enquête gehouden. Zes weken lang kregen de leeszaalbezoekers van het Antwerpse stadsarchief een enquêteformulier aangereikt, waarin informatie opgevraagd werd over de volgende variabelen:

- regelmatige of eenmalige bezoeker;
- vertrouwdheid met informatica en internet;
- geslacht, leeftijdscategorieën;
- genoten opleiding;
- interessegebied.

Er werd ook gepeild naar de tevredenheid van deze klanten over een aantal diensten die in de leeszaal worden verstrekt en over een aantal wensen. Voorts was er ruimte om suggesties te formuleren, bijvoorbeeld om ontoereikende of onbestaande diensten op te geven en hierover wensen kenbaar te maken. De prioriteiten van het Stadsarchief zelf konden in deze enquête niet voorgesteld of bevraagd worden.

De enquêtes van 2001 en 2003 over de publieke dienstverlening

De dienstverlening van een archiefinstelling is ruimer dan alleen het openhouden van een leeszaal. Er bestaat ook een grote gebruikersgroep die geen fysiek bezoek brengt aan de leeszaal om er de documenten werkelijk te raadplegen. Het gaat dan over:

- degenen die gebruikmaken van de on-linepublieksdiensten van het stadsarchief;
- degenen die telefonisch, per brief of fax of per e-mail contact opnemen met het Stadsarchief om bijzondere of algemene inlichtingen over een bepaald onderwerp te verkrijgen.

Er kan ook een onderscheid worden gemaakt tussen de klanten volgens het actieve, intensieve gebruik dat ze van



De leeszaal van het stadsarchief Antwerpen.



Foto: Tony Gonzalez (2002)

archieven maken. Tot de ene groep behoren dan de klanten die zelf de leeszaal van het Stadsarchief bezoeken of de informatie die zij nodig hebben zoeken op de website; de andere groep zijn dan degenen die via telefoon of brief, mail, fax informatie willen verwerven. Zij leveren zelf een minder grote inspanning. De statistieken leren ons dat de eerste groep (leeszaal en internet) veruit de grootste is.

De analyse van de klantentevredenheid over de dienstverlening van het Stadsarchief heeft betrekking op heel wat aspecten:

- het bezoek aan de leeszaal van het Stadsarchief;
 - de schriftelijke communicatie en dienstverlening;
 - de mondelinge, telefonische dienstverlening en communicatie;
 - de termijnen waarop een aantal van de meest gevraagde producten worden afgeleverd, zoals:
 - o tussen het aanvragen van het document in de leeszaal en het werkelijk beschikken over het document op de tafel van de leeszaal;
 - o voor het afleveren van reproducties van archieven;
 - o voor het beantwoorden van vragen over uittelingen van archieven voor publieksactiviteiten, of het gebruik van het stadswapen;
 - de gebruiksvriendelijkheid van de website.
- In de enquête kwamen in totaal 47 vragen aan bod.

Zoals de jaren daarvoor lag ook in 2003 het initiatief bij de Nederlandse DIVA-koepel. Deze enquête werd net als in 1998 en 2001 gedurende zes weken gehouden door een aantal archiefinstellingen. De formulieren werden in de leeszaal uitgedeeld of per post toegezonden aan klanten die het Stadsarchief per brief, e-mail of telefonisch contacteerden. De antwoorden werden voor alle deelnemende instellingen door een extern bureau verwerkt. Behalve de eigen gegevens, was ook benchmarking mogelijk.

Uit de antwoorden heeft het Antwerpse stadsarchief een aantal actiepunten afgeleid. Dat zijn:

1. vijf verbeterpunten met hoge prioriteit om te behandelen:
 - schriftelijk contact: de hoogte van tarief voor onderzoek;
 - bij bezoek: de wijze waarop wensen en klachten worden bekendgemaakt;
 - internet contact: de hoogte van het tarief;
 - bij bezoek: informatie over andere archieven;
 - bij bezoek: informatie over de tarieven;
2. dertien sterke punten te behouden omdat de gebruikers ze belangrijk vinden en erg waarderen:

- telefonisch: informatie over geboden diensten en producten;
- telefonisch: afhandeling van een verzoek;
- bij bezoek: de hulp en ondersteuning;
- bij schriftelijk contact: de inhoud;
- bij bezoek: de deskundigheid;
- bij bezoek: de beschikbaarheid;
- bij bezoek: de ongevraagde hulp en ondersteuning;
- bij bezoek: de procedure voor aanvragen van stukken;
- bij bezoek: de beschikbaarheid tijdens de pauzes;
- bij bezoek: het gemak waarmee de stukken kunnen worden gevonden (indexen);
- bij bezoek: de informatie over eigen diensten en producten;
- telefonisch: de informatie over andere archiefdiensten;
- bij bezoek: de (beperkte) wachttijd voor de stukken.

Resultaten van de vergelijking tussen 2001 en 2003

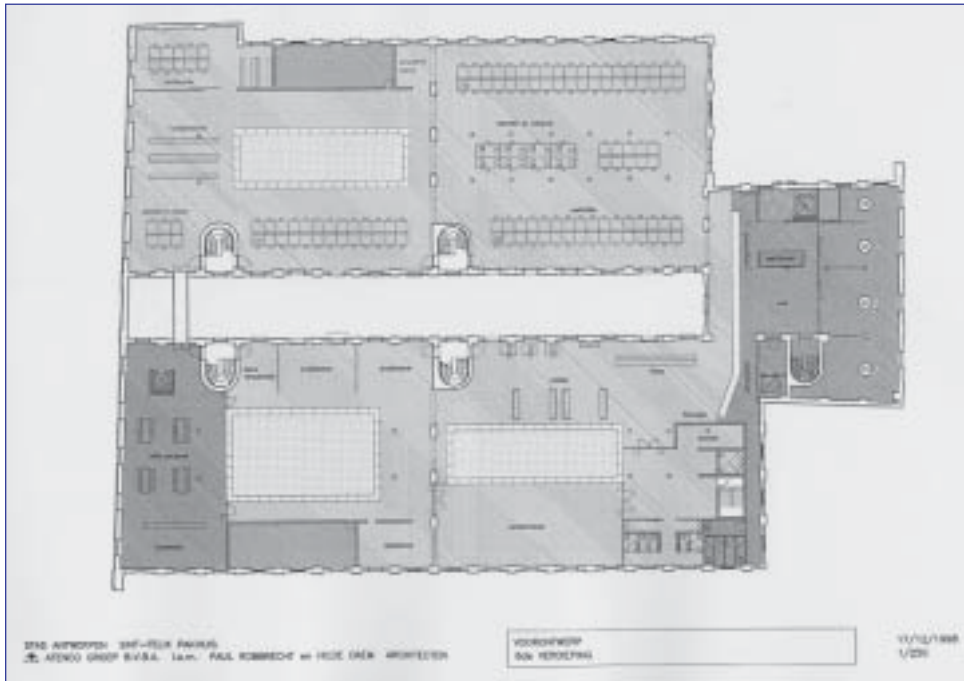
In de enquête waren er ook vragen over het gemiddeld aantal bezoeken aan de leeszaal of aan de website, over geslacht en leeftijd en over de reden voor het bezoek. De grote meerwaarde van de enquêtes van 2001 en 2003 was vooral dat een prioriteitenmatrix kon worden opge maakt. Welke diensten zijn belangrijk, en vooral welke diensten die de gebruikers niet zo belangrijk vinden worden als goed ervaren, of welke diensten zijn slecht of niet zo goed die de gebruikers wel relevant vinden. Hierna wordt vooral ingegaan op de mogelijkheden die de informatie uit deze enquêtes biedt om het beleid van de instelling beter af te stemmen op de wensen van de klanten.

De actiepunten na een enquête kunnen zeer eenvoudig zijn. De scores van 2003 gaven duidelijk aan dat de acties die werden genomen aan de hand van de resultaten van 2001, door de gebruikers werden gewaardeerd. Bijvoorbeeld:

- informatie over de openingstijden; acties zijn: die informatie ter beschikking stellen, en zorgen dat ze volledig en up-to-date is;
- de herkenbaarheid van het personeel: in 2001 was dat een aandachtspunt, gezien de score van 6.97 (tegenover een gemiddelde van 7.19). Als actie dragen medewerkers nu systematisch een badge met hun naam. Dit werd gewaardeerd: in 2003 was de score gestegen tot 7.8, boven het gemiddelde van 7.3.

Wat hier niet verder wordt uitgewerkt, zijn vragen bij en tevredenheid over:

- de (huidige) ruimtelijke voorzieningen zoals bewegwijzering in het gebouw, koffie- en theevoorzieningen, beschikbaarheid van stopcontacten voor laptop in de leeszaal. De scores hierop waren erg laag, maar de problemen zijn onoplosbaar omdat ze verbonden zijn aan de reeds vastgestelde tekortkomingen van de huidige vestiging. De informatie die hierover werd verkregen, wordt verder opgenomen in het programma van het nieuwe gebouw;



Het grondplan van wat de nieuwe leeszaal van het stadsarchief wordt in het Sint-Felixpakhuis. Tekening Grontmij met architecten Paul Robbrecht & Hilde Daem.

- en waar de waardering voor de meeste items onder de 'bedreigingen' valt.

Actiepunten kunnen als volgt worden geclusterd:

- acties over levertijden;
- acties over informatie die goed kan worden teruggevonden.

In deze beide gevallen is duidelijk aangetoond dat de klanten dit zeer belangrijk vinden en dat hun tevredenheid hiervan afhangt.

Levertijden

In het verleden waren er geen levertijden vastgelegd. De relatieve lage tevredenheid van de klanten is zeker te verklaren doordat hierover geen informatie bestaat. De

- de gebruiksaanwijzing bij de apparatuur, met een score van 7.04 en later 7.4. Hier zijn een aantal praktische acties aangewezen, meer dan wat reeds werd ondernomen na de enquête van 2001.

Prioriteitenmatrix dankzij de benchmarking

Doordat de enquêtes herhaald werden en samen met andere instellingen werden gevoerd, was het mogelijk een prioriteitenmatrix op te maken van te nemen acties. Uit de enquête kan immers het belang van een bepaald item worden afgeleid (in zijn relatie tot de algemene tevredenheid). Dit betekent dat:

- de sterktes (S) elementen zijn die we zeker moeten behouden en consolideren;
- er bijzondere aandacht moet gaan naar de bedreigingen (B): onze klanten vinden deze items belangrijk, maar geven er een lage(re) waardering aan.

Aan de hand van deze lijst weten wij wat onze gebruikers belangrijk vinden. Voor het bepalen van het beleid is het belangrijk dat zowel gewerkt wordt aan de bedreigingen als aan het behoud en de versterking van de sterktes. Mijn keuze is gegaan naar het zoeken van acties voor de groepen A. (Leeszaalgebruikers) en B. (Internetbezoekers van het stadsarchief), omdat:

- dit de grootste groep is;
- die onze diensten het meest intensief gebruikt

	Vraag Paars = B(edreigingen) Grijs = S(terktes)	Sterk/Zwak Kans/Bedreiging
A. LEESZAAL		
Informatievoorziening	A10. De informatie over de producten en diensten van het stadsarchief A13. De informatie over andere archiefinstellingen	S B
Personeel	A17. De deskundigheid van het personeel	S
Raadpleging	A20. Het gemak waarmee u de voor u relevante stukken kan vinden (plaatsing en leesbaarheid van indexen e.d.) A22. De wachttijd m.b.t. aangevraagde stukken A26. De levertijd van fotokopieën A27. De levertijd van reproducties	B B B B **
B. INTERNET	B1. De voor u relevante informatie op de website B2. Het gemak waarmee u de voor u relevante informatie kon vinden	Z Z
C. SCHRIFTELIJK CONTACT/e-MAIL	C1. De snelheid waarmee op uw verzoek werd gereageerd C2. De inhoud van de reactie	K/S S *
D. TELEFONISCH CONTACT	D1. De telefonische bereikbaarheid D2. De afhandeling van uw verzoek D3. De geboden informatie over producten en diensten van het stadsarchief D4. De geboden informatie over producten en diensten van andere archiefinstellingen	S S * S * S



Het Handvest dienstverlening, een lastbaar resultaat van het gebruikersonderzoek.

klant weet dan niet waar hij/zij zich aan mag verwachten. De levertijden zijn dan ook voortaan als volgt bepaald:

- wachttijd voor aangevraagde stukken: 30 minuten;
- levertijd voor reproducties: 5 werkdagen;
- levertijd voor fotokopies: de dag zelf indien aangevraagd vóór 15 uur.

Het gemak waarmee informatie kan worden teruggevonden op het internet

Dit is een tweede belangrijke actiedomein. Vooreerst omdat, vooral wat betreft de informatie die wij via internet ter beschikking stellen, die duidelijk als een 'zwakte' moet worden aangeduid. In vergelijking met de andere instellingen doen we het goed, maar het is duidelijk een aandachtspunt inzake gebruiksvriendelijkheid.

We beschikken over statistische gegevens, zoals aantal raadplegingen van de website, aantal abonnementen op de digitale nieuwsbrief (klanten abonneren zich vrijwillig op deze nieuwsbrief). Sinds 2001 werd hier een belangrijke stijging genoteerd.

Om te achterhalen wat er verder moet gebeuren, is meer onderzoek nodig. Wij weten nog maar weinig over wat de klanten verwachten op het internet te vinden; evenmin over hun manier van zoeken.

NOTEN

1. *Jaarboek 2002/2003 van de Stichting Archiefpublicaties is geheel aan dit onderwerp gewijd: Thomassen, Theo, Archiefgebruikers. Consumenten van het verleden.* - 's-Gravenhage: Stichting Archiefpublicaties. Jaarboek 2002/2003.- 243 p.
2. *Sas, Jan, Observeren of enquêteren? Een beknopt overzicht van onderzoeksmethoden, in: Archiefgebruikers. Consumenten van het verleden, 2004, p. 56-69.*
3. *De volledige analyse van de resultaten van deze enquête kan worden teruggevonden op de EVA-website: www.evamp.org*
4. *Website www.divakoepel.nl.*

SAMENVATTING

De ervaringen van het stadsarchief Antwerpen tonen aan dat er heel wat mogelijkheden zijn om de profielen, noden en wensen van de gebruikers te kennen. Wanneer een archiefinstelling over deze informatie beschikt, kan en moet dit de basis vormen voor verdere beslissingen. Het verschaft er een goede onderbouw of draagvlak voor. Het tweede belangrijke resultaat is dat hiermee vorm kan worden gegeven aan kwaliteitszorg in de instelling. Dienstverlening kan maar kwaliteitsvol zijn wanneer ze is getoetst aan normen of referentiepunten van andere archiefbeherende instellingen.

In het stadsarchief Antwerpen heeft het publieks- en gebruikersonderzoek beleidsbeslissingen gesteund en heeft het de opstelling van het *Handvest dienstverlening* onderbouwd. In het Handvest wordt precies omschreven welke dienstverlening de gebruikers en het publiek mogen verwachten.

ABSTRACT

The City Archives of Antwerp have experienced with several possibilities for discovering the profiles, needs and wants of its users. When an archival institution disposes of this information, it can draw on it for a solid basis and support of its further policy. Besides, this information may contribute to the quality management of the institution. Indeed, services can only be qualitative when tested to standards and benchmarks from other archival institutions. In the City Archives of Antwerp, the survey of the public and the users has supported policy decisions and underpinned the Services Charter (*Handvest Dienstverlening*). The Charter accurately defines the services the users and the public can expect.