

Model for temasamarbejde på de danske biblioteker

Sammenfattende afslutningsrapport til Slots- og Kulturstyrelsen, april 2016

Følgende rapport skal ses som supplement til "Model for temasamarbejde på de danske biblioteker" (Jf. bilag), som både indeholder evaluering af projektet samt en model for, hvordan bibliotekerne i Danmark kan arbejde sammen med hinanden og med andre nationale partnere omkring tema-kampagner.

Projekt "Model for temasamarbejde på de danske biblioteker" har opnået store resultater, idet:

- Projektet som det første samler bibliotekerne i et tværkommunalt samarbejde omkring bibliotekets kerneopgave at formidle viden, information og oplevelser omkring forskellige temaer.
- Projektet positionerer biblioteket som et aktuelt og debatskabende tilbud i samfundet.
- Projektet gennem samarbejde mellem mange biblioteker gør bibliotekerne til en potent partner også for store nationale samarbejdspartnere.
- Projektet gennem en unik kombination af det lokale arbejde og store nationale mediepartnere når helt nye brugergrupper.
- Projektet har udviklet en model, der fortsætter i drift.

Ambitionen

Hver eneste dag arbejder alle biblioteker i Danmark med formidling til borgerne. Formidling i det fysiske rum, gennem aktiviteter, på skærme, på hjemmeside, på de sociale medier. Bibliotekerne arbejder sammen med en masse forskellige samarbejdspartnere om at udvikle og nytænke den måde, som vi formidler på. Bibliotekerne er rigtig gode til deres formidlingsarbejde, men det kan være svært at performe 100 % i en travl hverdag, som er presset på ressourcerne. Ligeså kan det være udfordrende for bibliotekerne at slå igennem hos borgerne i et samfund, hvor tilbud dukker op overalt.

Hvad vil der ske, hvis vi begyndte at spille sammen som et hold? Hvis vi brugte de forskellige kompetencer, som vi har på bibliotekerne og supplerede med andre spillere med de kompetencer, som vi mangler? Hvis vi økonomiserede med vores ressourcer ved at bruge hinandens? Hvis vi ved at stå sammen kunne opnå en større gennemslagskraft og kvalitet i vores formidling, så gæsternes oplevelse på biblioteket blev forbedret?

Det har vi undersøgt i projekt "Model for temasamarbejde på de danske biblioteker", som er støttet af udviklingspuljen for folkebiblioteker og pædagogiske læringscentre under Slots- og Kulturstyrelsen. Projektet har udviklet en model for, hvordan vi som biblioteker kan blive bedre til at samarbejde om eksponering af aktuelle temaer på de kanaler, som biblioteket råder over (Fysiske rum, aktiviteter, skærme, web).

Formålet

Målet med projektet var at udvikle en model for, hvordan vi som biblioteker kan organisere os samlet omkring et tema og i samarbejde med andre store nationale partnere nå ud til så mange borgere som muligt og dermed være med til at sætte og påvirke dagsordenen i Danmark. Vi vil positionere biblioteket som aktuelt og debatskabende og understøtte et aktivt medborgerskab alt sammen for at give vores gæster en anderledes og bedre oplevelse på og med biblioteket.

Projektforløbet

Projektet, der startede februar 2014 og er afsluttet med udgangen af 2015, har testet 2 temasamarbejder i 2015: "Ensomhed", som vi har kørt i foråret og "Iværksætter og innovation" i efteråret. 56 biblioteker har været med i kampagnerne (heraf 25, som deltagere i projektet), herunder alle 6 centralbiblioteker og Aalborg Bibliotekerne, som koordinerer samarbejdet. Projektet samarbejder med Danmarks Radio og reklamebureauet Det nye sort og 10 netmedier (Bibliotek.dk, Dansk Filminstitut, E-reolen, E-kurser, Faktalink, Filmstriben, Forfatterweb, Litteratursiden, Palles Gavebod og Statsbibliotekets Artikelservice) har deltaget i kampagnerne. Desuden har flere store nationale partnere deltaget i kampagnerne fx Global Entrepreneurship Week ligesom mange lokale partnere har været engageret.

Begge kampagner har kørt efter følgende model: Centralbibliotekerne udvælger temaerne ud fra en liste fra DR (4 måneder før kampagnestart), bibliotekerne laver en fælles idegenerering (3 måneder før kampagnestart), koordinator udsender et fælles idekatalog (2 måneder før kampagnestart) og herpå starter den lokale planlægning og produktion, koordinator udsender i samarbejde med reklamebureauet Det nye sort en grafisk pakke (1 måned før kampagnestart), kampagnen starter og kører i 2 peak-uger og til slut en evaluering. I projektet er der udviklet en videns- og materialedelingsportal, hvor bibliotekerne kan dele ideer og materiale med hinanden og hvor koordinator lægger materiale fra den grafiske pakke og andet relevant materiale op.

Evalueringen

Udviklingen i projektet har i høj grad været baseret på løbende evaluering hos både biblioteker, samarbejdspartnere og især hos brugerne. Der er benyttet kvantitative målinger (spørgeskemaer til gæster og biblioteker), kvalitative undersøgelser (mini-interviews og fokusgrupper med gæster samt interviews med DR og Det nye sort) samt fælles dialog på evaluerings-workshops. Spørgeskemaerne er udarbejdet i samarbejde med Herning Bibliotekerne og fokusgruppeinterviews er gennemført af Gentofte Bibliotekerne i samarbejde med koordinator. Der er evalueret efter begge temaer. Evalueringen af tema 1 har givet gode input til arbejdet med tema 2 og evalueringerne af begge temaer danner baggrund for modellen.

Udfordringerne

Overskriften på udfordringerne i projektet handler om det, at når mange forskellige partnere og biblioteker med hver deres kultur, arbejds måder og tidsplaner arbejder sammen, kan det være svært at få tingene til at spille sammen. Danmarks Radio arbejder med helt andre deadlines end, hvad bibliotekerne er vant til og det kan derfor være en udfordring at få temaer og materiale i god nok tid for bibliotekerne. Bibliotekerne er udfordret på tidsplanen, da temaerne meldes ud sådan, at de ikke kan nå at få aktiviteter i deres halvårslige aktivitetsprogrammer.

Det er udfordringer, der er små i forhold til det udbytte, som både bibliotekerne og Danmarks Radio får af samarbejdet og som gennem de erfaringer, som er gjort i projektet, er blevet accepteret af deltagerne som et vilkår. Især set i forhold til, at bibliotekerne gerne vil arbejde med en aktualitet, som rækker ud over forudsigelige årstidsudstillinger og samtidig også gerne vil arbejde med nye markedsføringsformer, som ikke er bundet op af et fysisk halvårsligt arrangementsprogram.

En anden udfordring har været den, at mange biblioteker ser kampagnerne som noget ekstra, der skal planlægges og afholdes ved siden af de aktiviteter, som biblioteket i forvejen kører. Meningen er, at kampagnerne kommer til at erstatte aktiviteterne på bibliotekerne og sker dette ikke, vil ressourcebesparelsen alt andet lige, ikke være stor. Det kræver et stort ejerskab til kampagnerne blandt flere medarbejdere og en ledelsesmæssig prioritering af de lokale ressourcer. Projektet er derfor – i stedet for en medarbejderrettet konference – afsluttet med en tur rundt på alle landets centralbibliotekschefmøder, hvor der har været oplæg og dialog med cheferne omkring mulighederne for at deltage i kampagnerne lokalt.

Projektet har ikke fundet en bæredygtig løsning på, hvordan bibliotekerne kan dele materiale med hinanden i tilpas god tid til, at andre biblioteker kan få glæde af materialet. En tekniske løsning er udviklet, men bliver ikke brugt af bibliotekerne til deling af ideer.

Succeskriterierne

Der har til gengæld også været mange gode succeser i projektet og de succeskriterier, der er angivet i ansøgningen er opfyldt. Succeskriterierne var:

- Minimum 75% af gæsterne finder temaerne relevante og inspirerende.
- Minimum 50 % af gæsterne, oplever, at de får en anderledes biblioteksoplevelse end de plejer.
- Minimum 75 % af bibliotekerne finder arbejdet med temaer meningsfuldt og givende.

På baggrund af svar på spørgeskemaer til både gæster og bibliotekspersonale, er følgende resultat:

79 % af gæsterne finder temaerne samfundsrelevante.

54 % af gæsterne finder, at temaerne gør dem klogere eller sætter tanker i gang hos dem.

43 % af gæsterne får en anderledes biblioteksoplevelse end de plejer.

60 % af bibliotekerne fandt det meget meningsfuldt og givende at arbejde med temaet på den første kampagne omkring ensomhed. Det tal steg til 75 % på temaet omkring iværksætter og innovation.

Alle biblioteker, netmedier og samarbejdspartnere ønsker at fortsætte temasamarbejdet efter projektet.

Videndeling

Projektet har en gruppe på centralbibliotek.dk, hvor der løbende kommer nyhedsbreve. Disse bliver ligeledes sendt ud til projektets deltagere. "Model for temasamarbejde på de danske biblioteker" er markedsført gennem artikel i Danmarks Biblioteker (Jf. Bilag) samt gennem ansøgning som årets projekt hos Danmarks Biblioteksforening. Projektet og modellen er desuden præsenteret ved bibliotekschefmøder i alle regioner (Odense afventer), hvor der har været dialog omkring modellen og muligheder for deltagelse i samarbejdet med regionenes chefer. Disse møder har givet en del nye deltagere i samarbejdet.

Driften

Projektet er allerede omsat til drift, idet den første tema-kampagne "Kvinde" kører med 50 deltagende biblioteker, 6 netmedier og store nationale samarbejdspartnere som Danmarks Radio, konferencen Women Deliver, The Why Foundation, Dansk Industri, Sex og Samfund og Kvindemuseet.

Alle centralbiblioteker har forpligtet sig til at deltage i kampagnerne og Aalborg Bibliotekerne fortsætter koordineringen som en del af rammeaftalen på centralbiblioteksområdet med Slots- og Kulturstyrelsen. Kampagnerne kører med en deltagerbetaling, der fastsættes alt efter antal deltagere. På Kvinde-kampagnen beløber den sig til 1.000 kr. pr. bibliotek. Pengene anvendes til udvikling og produktion af den grafiske pakke, som reklamebureauet Det nye sort leverer.

Anbefalinger

Da der er 100 % opbakning til de nationale kampagner blandt deltagerne, anbefales det at fortsætte med kampagnerne. Det anbefales desuden, at:

- Der er en fast koordinator på kampagnerne, som har erfaring med at drive dem.
- Temaerne koordineres centralt, sådan at bibliotekerne modtager færrest mulige tilbud på kampagner.

- Alle centralbiblioteker forpligtiger sig til deltagelse.
- Der ikke køres mere end to årlige nationale kampagner, for også at give plads til lokale kampagner.
- Den fælles grafiske identitet og pakke fortsat prioriteres.
- Der videreudvikles på konceptet sådan, at vi videndeler og opfinder færre dybe tallerkener og sådan, at endnu flere biblioteker deltager.

Konklusion

På baggrund af evaluering af de to temakampagner er der udviklet en model for, hvordan bibliotekerne fremover kan organisere sig omkring fælles nationale tema-kampagner. En gennemtestet model, der er 100 % opbakning til fra deltagerne i de tidligere kampagner og som fortsætter i drift. En model, der som den første samler bibliotekerne, netmedierne og andre store nationale partnere omkring temabaseret formidling til borgerne. Modellen underbygger flere af de tendenser, som netop nu fylder i biblioteks-Danmark omkring nationale, ressourcebesparende og kvalitetsforøgende samarbejder.

”...gevinsterne (for os internt og for mig som leder) er at man får udvidet sit netværk, og at medarbejderne får andre medarbejders syn på forskellige udfordringer og de vil kunne smitte positivt af på kulturen henede. Og så er den eneste vej frem i et biblioteksvæsen der bliver stadigt mere ressourceknapt, at vi etablerer store nationale samarbejder så ressourceforbruget giver mest mulig gevinst for borgerne (i stedet for vi hele tiden skal opfind den dybe tallerken på hvert vores lille bibliotek)” Fra mail-undersøgelse blandt de biblioteker, som ikke deltog i selve projektet, men i kampagnerne.

Modellen viser, hvordan bibliotekerne sammen kan opnå en volumen, der gør bibliotekerne attraktive for store nationale partnere, for nye kommunale og lokale samarbejdspartnere, der gør bibliotekerne i stand til at sætte aktuelle, debatskabende og involverende temaer på dagsordenen ved danskernes middagsborde og som åbner op for helt andre og nye brugergrupper på biblioteket.

Kontakt

Aalborg Bibliotekerne
 Projektleder Sonja Ibach Nissen
 E-mail: sonja.nissen@aalborg.dk
 Tlf.: 99 31 43 76

Projektejer Tina Bang Jakobsen
 E-mail: tina.jakobsen@aalborg.dk
 Tlf.: 99 31 44 26

Bilag

”Model for temasamarbejde på de danske biblioteker”

<http://www.e-pages.dk/aalborgkommune/1373/>

”Fra knoldsparkere til sambabold” – film om hvorfor temasamarbejdet er en god ide

<https://www.youtube.com/watch?v=WHRvYuWm-hE&feature=youtu.be>

Projektets gruppe på centralbibliotek.dk

<http://centralbibliotek.dk/groups/temasamarbejde-p%C3%A5-de-danske-biblioteker>

”Mange biblioteker brøler højere end et enkelt”, artikel i Danmarks Biblioteker nr. 2, 2016

https://issuu.com/danmarks_biblioteksforening/docs/db0216