**Slutrapport for projektet ”En god historie - *en digital pakke til virksomhedens medarbejder*e”**

**Formål**

Projektets formål er at udvikle et koncept for brugen af eReolen på arbejdspladsen. I partnerskab med Vestas’ personaleforening er det målet at nå nye brugergrupper for bibliotekets digitale services. Desuden skal projektet være med til at øge de eksterne partneres kendskab til og anvendelse af eReolen, mens bibliotekerne skal styrke deres erfaring med nye former for markedsføring af de digitale services til nye segmenter og nye brugergrupper.

For Vestas er det målsætningen, at de deltagende medarbejdere gennem tilbuddet om digital litteratur skal få styrket deres læselyst. De udvalgte medarbejdergrupper får en introduktion til bibliotekernes digitale services og mulighed for at anvende digital litteratur i forbindelse med arbejdet eller under transport til og fra arbejde. Desuden skal projektet give medarbejderne en god oplevelse med at læse/lytte e-bøger/lydbøger og styrke deres anvendelse af digital litteratur.

**Det overordnede mål med projektet er at:**

* Styrke deltagernes læselyst
* Styrke lysten til evt. videreuddannelse gennem læsningen
* Give deltagerne gode oplevelser gennem litteraturen
* Få flere nye lånere på bibliotekerne
* Få flere unikke brugere på eReolen
* Øge antallet af downloads på de konkrete titler på eReolen, som fremhæves i projektet. (Forøgelse skal naturligvis kun måles i de kommuner, der deltager i projektet)
* Udvikle en model for en virksomhedspakke og tilbud til brug af andre biblioteker og virksomheder

**Samarbejdspartnere/organisering**

Projektpartnere:

* Aarhus Kommunes Biblioteker
* Vestas’ personaleforening
* eReolen

I den oprindelige projektbeskrivelse var Københavns Biblioteker partner, og projektet var organiseret på den måde, at der i både København og i Aarhus var to virksomheder, som tog del i projektet sideløbende: Vestas i Aarhus og Rigshospitalets portørafdeling i København – projektledelsen lå i Aarhus. Allerede før projektets opstart måtte Rigshospitalets portørafdeling dog trække sig fra projektet pga. nedskæringer. Københavns Biblioteker deltog ved det første opstartsmøde og fik i denne forbindelse kontakt til en ny case-virksomhed, som kunne bruges til projektet, men kort efter opstartsmødet måtte også Københavns Biblioteker trække sig fra projektet pga. mangel på ressourcer. Disse større ændringer i projektets organisering betød forsinkelser i projektets opstart, en ændring i projektbeskrivelsen og et revideret budget, som kun omfattede Aarhus og Vestas som case-virksomhed. I samråd med Kulturstyrelsen blev det besluttet, at projektets koncept efter projektperioden skulle afprøves gennem samtaler med eventuelle samarbejdspartnere, hvilket skulle indarbejdes i den afsluttende konceptbeskrivelse.

**Målgrupper**

Gennem dialog med projektdeltagere fra Vestas blev det klarlagt, hvilke målgrupper der endeligt skulle indgå i projektet. Oprindeligt var det projektets ønske at inddrage Vestas’ afdeling i Hammel, hvor medarbejderne primært er produktionsmedarbejdere og vil kunne lytte til lydbøger imens de arbejder. Efter samtaler med Vestas viste det sig dog, at det ikke var muligt for projektgruppen at komme ud til afdelingen i Hammel, blandt andet pga. de mange sikkerhedsrestriktioner, som skal forebygge virksomhedsspionage etc. Det blev derfor besluttet at fokusere på Vestas’ hovedafdeling i Skejby, hvor der fortrinsvis er ansat ingeniører samt en del udlændinge.

For at opnå større forståelse for målgruppen udsendte projektgruppen en spørgeskemaundersøgelse, som havde til formål at afdække målgruppens læsevaner, kendskab til digital litteratur og præferencer ift. genrer og typer af litteratur.

Forud for projektet var skitseret følgende forventninger til projektdeltagerne:

* Deltagelse i kort online spørgeskema
* Tilmelding til nyhedsbrev med anbefalinger til læsning
* Følge og tage medejerskab i bloggen/community
* Deltagelse i introduktionsarrangement og et litterært arrangement på baggrund af den litteratur, der formidles på projektets blog og i nyhedsbrevet.

**Engelsksprogede titler:**

Med eReolen Global har f.eks. engelsksprogede medarbejdere i virksomheden også mulighed for at deltage. Ligeledes kan medarbejdere, der ønsker at blive bedre til engelsk eller søger andre sprogkurser få opfyldt disse behov via eReolen Global, som er en selvstændig side med engelsksproget litteratur - herunder sprogkurser.

**Resultater fra brugerundersøgelsen**

Brugerundersøgelsen blev besvaret af i alt 192 Vestas-medarbejdere. Heraf var knap 70% mænd, og størstedelen var mellem 36 og 45 år. De fleste (64%) var oprettet som bruger på deres lokale bibliotek, men 78% svarede, at de besøgte biblioteket sjældnere end en gang om måneden, og kun 34% kendte til eReolen i forvejen. Målgruppen er altså ikke storforbrugere af bibliotekernes services. Knap 45% brugte dog allerede e-bøger eller lydbøger, de fleste af dem (74%) i forbindelse med transport, så her var en oplagt mulighed for at udbrede kendskabet til bibliotekernes digitale services.

I spørgeundersøgelsen blev der desuden spurgt til brugernes foretrukne genrer, hvilket gav mulighed for at målrette formidlingen, så den ramte brugergruppen så specifikt som muligt.

**Projektplan**

**Hovedaktiviteter:**

**November – december 2015:**

* Projektbeskrivelse udfærdiges
* Opstartsmøde (med interne deltagere)
* Etablering af projekt- og styregruppe
* Opstartsmøde (med ekstern partner - Vestas)
* Udarbejdelse af og gennemførsel af brugerundersøgelse til målgruppen
* Udvikling af digital platform til formidling – beslutning om, hvilken platform der skal anvendes
* Udarbejdelse af plan for litteraturformidling i samarbejde med virksomheden

**Januar - juni 2016:**

* Lancering af ny service (blog) til virksomheder
* Informationsmøde for brugerne hos Vestas – præsentation af projektet og tilbuddet til medarbejderne
* Løbende produktion af indhold til blog
* Løbende udsendelse af nyhedsbrev
* Afholdelse af arrangement for deltagere

**Juli - november 2016:**

* Ekstra indsats for at skabe opmærksomhed på bloggen og flere tilmeldinger til nyhedsbrevet
* Besøg i Vestas’ kantine
* Løbende produktion af indhold til blog
* Løbende udsendelse af nyhedsbrev
* Afsluttende evaluering
* Beskrivelse af koncept/værktøjskasse, der kan anvendes af andre biblioteker
* Afprøvning af konceptet hos mulige samarbejdspartnere

**Beskrivelse af aktiviteter/indsatsområder**

*Brugerundersøgelse*

Efteråret 2015 blev der etableret projektgruppe og kontaktgruppe på virksomheden. Der er desuden afholdt både interne og eksterne opstartsmøder, hvor projektplanen er diskuteret og godkendt.

I start 2016 blev der udarbejdet brugerundersøgelse, som blev sendt til virksomheden for nærmere godkendelse. Brugerundersøgelsen blev godkendt og lagt ud til Vestas medarbejdere i midt januar for at indsamle de nødvendige data til projektets videre forløb. I samarbejde med Vestas blev det besluttet, at målgruppen I Vestas umiddelbart er alle interesserede medarbejdere, som har mulighed for at anvende lydbøger i arbejdstiden eller i forbindelse med transporttiden til og fra arbejde. Kontaktpersonen hos Vestas har taget særlig kontakt til de afdelinger med medarbejdergrupper, der har mulighed for at anvende lydbøger i arbejdstiden, for at informere særligt om projektet til disse og undersøge deres muligheder nærmere. Her viste der sig dog at være en barriere ift. de sikkerhedsregler, der er gælder for Vestas’ produktionsafdelinger. Projektets udgangspunkt er dog i lige så høj grad at tilbyde litteratur til medarbejderne, som de kan bruge i deres fritid og på vej til og fra arbejde.

*Platform*

Start 2016 blev der udviklet et community/en platform, hvor den primære formidling af litteratur til projektdeltagerne skulle finde sted. I brugerundersøgelsen blev der spurgt til, om brugerne ønskede dette forum på Facebook, eller om de ønskede, at projektet udviklede en platform/blog specifikt til dette formål. Her ønskede 69% af brugerne, at formidlingen fandt sted på en dedikeret blog frem for på Facebook, og det blev derfor besluttet at etablere en platform for formidling på ”Sociale Platforme”, som har mange af de samme funktioner og ligner Facebook, men er et selvstændigt site, som projektet har mulighed for at skræddersy efter behov. Der blev til projektet udviklet særlig grafik, som også blev bærende for det visuelle udtryk på bloggen. (Se screenshots i bilag.)

*Introduktion til medarbejderne*

I februar 2016 præsenteredes projektet for virksomhedens medarbejdere ved et såkaldt ”fyraftensmøde” på Vestas. Alle medarbejdere blev indbudt til dette møde via deres interne forum, og de fremmødte fik en kort introduktion til projektet, bloggen, nyhedsbrevet og eReolen/eReolen Global samt mulighed for hjælp til at komme i gang. Informationsmødet blev afholdt på engelsk, da det er Vestas’ koncernsprog. Ved mødet blev der uddelt flyers særligt produceret til projektet med information og vejledninger. Kontaktpersonen ved Vestas uddelte efterfølgende disse flyers til interesserede medarbejdere, som ikke havde mulighed for at deltage ved informationsmødet. Som opfølgning på mødet blev udsendt en mail til alle medarbejdere på Vestas’ intranet, hvor projektet kort blev beskrevet, og der var links til blog og tilmeldingsformular til nyhedsbrevet. I samarbejde med Vestas’ personaleforening blev der udarbejdet en formidlingsplan ud fra foreningens planlagte events. Denne skulle danne baggrund for målrettet og kontinuerlig formidling i virksomheden og skabe sammenhæng til projektets it-platform og nyhedsbrev.

*Formidling*

Med udgangspunkt i besvarelserne fra brugerundersøgelsen blev bloggen opdateret med materiale, som passede til brugernes ønsker og interesser. Der blev oprettet 8 grupper, som tilsammen dækkede de genrer og litteraturtyper, som brugerne iflg. undersøgelsen kunne lide at læse. Det var så muligt for projektdeltagerne at følge en gruppe specifikt eller bare se de nyeste opslag fra alle grupper på nyhedssiden. I løbet af foråret og sommeren 2016 blev der månedligt udsendt nyhedsbreve med udgangspunkt i bloggen, der fungerede som primær inspirationskilde for de deltagende medarbejdere. Bloggen blev opdateret med nye formidlingsartikler, anbefalinger og links til bøger ugentligt.

*Ekstra tiltag*

I løbet af sommeren 2016 blev det klart, at det var vanskeligere at få medarbejderne hos Vestas til at tilmelde sig bloggen og nyhedsbrevet, end vi i projektgruppen havde håbet. Der igangsattes derfor en ekstra indsats for at skabe opmærksomhed omkring bloggen og nyhedsbrevet og få flere til at tilmelde sig. Det var ikke så let at få lov til at sende mere skriftlig information ud gennem Vestas’ intranet, så andre muligheder blev undersøgt. Det blev i samarbejde med Vestas besluttet, at projektgruppen skulle møde op i Vestas’ kantine i en frokostpause for at tale med medarbejderne og på denne måde skabe interesse for projektet. I brugerundersøgelsen kunne vi se, at relativt mange (36%) ikke var oprettet som brugere på deres lokale bibliotek. For at omgå denne udfordring medbragte projektgruppen særligt fremstillede ”vouchers” med midlertidige logins til eReolen/eReolen Global, som medarbejderne kunne bruge for at prøve servicen. De blev instrueret i, hvordan de skulle logge på, og at de efter projektets udløb kunne blive oprettet på deres lokale bibliotek for at kunne bruge servicen fortsat. Interesserede brugere blev desuden skrevet op til nyhedsbrevet, og udenlandske medarbejdere blev introduceret til eReolen Global.

**Konceptbeskrivelse**

På baggrund af det gennemførte projekt og med de indsamlede erfaringer fra samarbejdet med virksomheden er det muligt at beskrive et koncept til brug af andre biblioteker/biblioteksservices. I løbet af projektet er afprøvet forskellige tilgange og metoder for introduktion af bibliotekets digitale tilbud i en virksomhedssammenhæng, og der er samlet mange erfaringer, som kan bruges i forbindelse med lignende projekter, hvor man ønsker at tage kontakt til en større virksomhed med et lignende tilbud. De forskellige tiltag, der er taget i brug i løbet af projektperioden, har været mere eller mindre effektive, og erfaring fra projektet har vist, at der kan være visse udfordringer forbundet med at samarbejde med så stor en virksomhed som Vestas, som har mange sikkerhedsregler, der skal overholdes. Mængden af ressourcer, som virksomheden har mulighed for at afsætte til samarbejdet, kan også hurtigt ændre sig, som det gjorde i tilfældet med samarbejdspartneren i København, som måtte trække sig pga. mangel på ressourcer. Det har givet anledning til at udarbejde to konceptbeskrivelser – en større, udfoldet model (Model A) og en mere begrænset model (Model B). De to koncepter er beskrevet herunder.

**Model A**

Biblioteket tilbyder virksomheden en totalpakke med fokus på formidling af e-bøger og lydbøger specifikt til målgruppen, som består af følgende:

* En undersøgelse af medarbejdernes læsevaner og -præferencer. Projektet stræber i høj grad efter at ramme målgruppernes interesse og skabe medejerskab på medarbejderniveau. Det er vigtigt at forankre interessen hos medarbejderne, så de spreder budskabet om eReolens tilbud.
* Et besøg hos virksomheden, hvor biblioteket informerer om projektet, eReolen og det særlige tilbud for virksomhedens medarbejdere. Hertil leveres trykte flyers, plakater og evt. andet markedsføringsmateriale produceret specielt til projektet.
* Uddeling af vouchers, som gør det muligt for medarbejderne at låne bøger på eReolen uden at være brugere på biblioteket, så de kan prøve tilbuddet af.
* En skræddersyet portal/blog/Facebook-side el. lign. med løbende formidling af e-bøger og lydbøger målrettet virksomhedens medarbejdere. Her vil der desuden være mulighed for, at medarbejderne kan diskutere og anbefale bøger internt, og de vil kunne inddrages i, hvilken type litteratur og hvilke temaer der skal formidles på platformen.
* Et skræddersyet månedligt nyhedsbrev til alle interesserede medarbejdere med nyt om projektet, den nyeste formidling og forslag til inspirerende læsning. Formidlingen på den digitale platform og i nyhedsbrevet kan evt. planlægges, så den har sammenhæng med aktiviteter i virksomheden, hvis dette giver mening.
* Et eller flere afsluttende arrangementer med en forfatter, anmelder, lydbogsindlæser eller lignende, hvor medarbejderne mødes om et litterært tema og får ny viden og en god oplevelse med litteratur. Op mod arrangementet vil der på blog og i nyhedsbrev blive formidlet om den aktuelle forfatter/tema el. lign. som optakt.
* Løbende materiale (tekst, billeder etc.) til virksomhedens informationsskærme, intranet el. lign., som beskriver tilbuddet og giver inspiration til spændende læsning.

**Model B**

Biblioteket tilbyder virksomheden en mindre pakke med fokus på oplysning om bibliotekernes tilbud om e-bøger og lydbøger, som består af følgende:

* Et besøg hos virksomheden, hvor biblioteket informerer om eReolens websites og apps, om eReolens generelle nyhedsbrev til brugerne, Facebook-siden og formidlingen på hjemmesiden. Hertil kan leveres trykte flyers, plakater og evt. andet af eReolens markedsføringsmateriale. Dette kan finde sted ved et særskilt arrangement eller ved fremmøde i kantinen, når medarbejderne spiser frokost. Det kunne også være 10 minutters oplæg i forbindelse med et andet arrangement, hvor medarbejderne i forvejen er samlet.
* Uddeling af vouchers, som gør det muligt for medarbejderne at låne bøger på eReolen uden at være brugere på biblioteket, så de kan prøve tilbuddet af.
* Indsamling af mailadresser til nyhedsbrevet
* Løbende materiale (tekst, billeder etc.) til virksomhedens informationsskærme, intranet el. lign., som beskriver tilbuddet og giver inspiration til spændende læsning.

**Resultater**

I starten af projektforløbet blev der i Vestas udsendt en spørgeskemaundersøgelse, som blev besvaret af i alt 192 medarbejdere. I henhold til besvarelserne af undersøgelsen blev det besluttet, at formidlingen skulle foregå på en særlig blog med et dertilhørende nyhedsbrev. På bloggen var der ved projektets afslutning tilmeldt 53 brugere, som var logget ind på siden, og der havde været 578 sidevisninger. Det er ikke en forudsætning at være logget ind for at kunne se formidlingen på siden. Efter opstartsperioden, hvor projektet blev præsenteret for medarbejderne, og selve projektet blev kørt i stilling, fulgte en periode med drift og formidling på siden. I alt blev der lagt 73 redaktionelle indlæg på siden fordelt i de otte grupper, der blev defineret ud fra besvarelserne af spørgeskemaet – fx ”Krimi og spænding”, ”Books in English” og ”Faglitteratur”. I denne periode blev der desuden udsendt fem nyhedsbreve med formidling og henvisninger til bloggen. Ved projektets afslutning var der 87 abonnenter på nyhedsbrevet. Link til tilmelding af nyhedsbrevet blev flere gange lagt på bloggen, og det blev sendt ud til medarbejderne i interne nyhedsmails og lagt på Vestas’ intranet. Alligevel viste det sig at være vanskeligt at få medarbejderne til at skrive sig op til nyhedsbrevet. Derfor blev det besluttet i samarbejde med Vestas, at projektgruppen skulle møde op i kantinen i en frokostpause for at fortælle medarbejderne om projektet og tilbyde at skrive dem op til nyhedsbrevet. I denne forbindelse blev der også uddelt vouchers, som gav medarbejderne mulighed for at afprøve eReolen uden at være brugere på biblioteket. Dette var især interessant for de udenlandske medarbejdere, som blev meget positivt overraskede over tilbuddet. Der blev uddelt 175 vouchers, og heraf er 19 efterfølgende blevet brugt til login på eReolen.

På baggrund af den begrænsede deltagelse i projektet fra medarbejdernes side har det desværre ikke været muligt at måle på alle de oplistede succeskriterier fra projektbeskrivelsen – som fx en forhøjet brug af eReolen. For at kunne måle på dette, skulle der have været markant flere deltagere fra Vestas tilmeldt nyhedsbrev og blog. Den begrænsede tilslutning har været den største udfordring for projektet, og denne udfordring relaterer sig især til de restriktioner, projektet mødte i forbindelse med at kommunikere til medarbejderne og gøre tilbuddet synligt.

**Afprøvning af koncept ved anden virksomhed**

I henhold til aftalen med Kulturstyrelsen pr. 1/2 2016 i forbindelse med forlængelse af projektet er konceptet og de to ovenstående modeller blevet ”afprøvet” ved et interview med en anden stor virksomhed. Bestseller-koncernen har omkring 7.000 medarbejdere i Danmark i mange forskellige typer af jobs. Konceptet for ”En god historie” blev fremlagt for HR-koordinator Nina Vestager fra Bestseller i Brande. HR-afdelingen var på dette tidspunkt i gang med at sammensætte en ny ”pakke” med personalegoder bestående af fx rabatter på kaffe, tilbud om massage i arbejdstiden mm., og i denne forbindelse blev Nina Vestager bedt om at forholde sig til tilbuddet om digital litteratur og formidling til medarbejderne.

For HR-koordinatoren i Bestseller var det vigtigt, at tilbuddet ville være relativt selvkørende, så det ikke krævede for meget af hendes tid. Det var altså et must, at et tilbud fra biblioteket til virksomheden skulle kunne administreres eksternt for at lette arbejdsbyrden i HR-afdelingen. Det var desuden en vigtig faktor, at tilbuddet skulle kunne formidles digitalt, da det er vanskeligt at samle medarbejderne fysisk. Bestseller har en intern kommunikationsplatform (et intranet), men der er, ligesom hos Vestas, retningslinjer for, hvordan der kommunikeres. Fx må man ikke i Bestseller sende noget ud til alle medarbejdere, så et opslag om tilbuddet skulle ligge et sted, hvor medarbejderne selv ville kunne opsøge det (i et særligt forum for tilbud til medarbejderne under navnet ”Current offers”).

Generelt udtrykte Nina positiv interesse over for muligheden for at samarbejde med biblioteket og om konceptet udarbejdet ifm. projektet ”En god historie” som tilbud til de ansatte hos Bestseller. Hun mente, der ville være interesse for et tilbud om digital litteratur, og især for de mange pendlere i virksomheden, som kører flere timer hver dag og derfor med fordel ville kunne bruge tilbuddet om lydbøger. Hos Bestseller er de i øjeblikket også i gang med at undersøge, hvordan de kan forbedre deres tilbud til udenlandsk arbejdskraft, og her mente hun også, der var mulighed for at lave et særligt tilbud til denne målgruppe i form af information/introduktion til eReolen Global og udlevering af en voucher, så de udenlandske medarbejdere kunne få mulighed for at prøve eReolen uden at være oprettet på biblioteket.

En af de udfordringer med projektet, som Nina umiddelbart fik øje på, var, at der mangler nogle bøger på eReolen, som hendes kollegaer måske ville efterspørge. De nyeste krimier fra Gyldendal fx. Derfor var hun også som udgangspunkt mest interesseret i Model A, hvor der indgår en del formidling fra bibliotekets side, som ville hjælpe medarbejderne med at finde nogle andre bøger end dem, de regnede med at låne. En anden udfordring ville være det beskrevne informationsmøde, som er en del af begge modeller. Det ville i Bestsellers tilfælde være svært at arrangere et fysisk møde, hvorfor al kommunikation om projektet skulle foregå skriftligt/digitalt. Dette er ikke nødvendigvis et problem ift. gennemførsel af projektet, men kræver en tilpasset kommunikationsplan, så der er klarhed mellem parterne om, hvordan der bedst kommunikeres til virksomhedens medarbejdere, hvor mange gange det er muligt at sende information ud, samt hvordan/i hvilken form der bør kommunikeres. Ud fra erfaringer fra møder med både Vestas og Bestseller, som er to store, men meget forskellige virksomheder, er det tydeligt, at det er vigtigt at stille de rigtige spørgsmål i opstarten for at forberede sig på de specifikke forhold, der gør sig gældende ved den udvalgte virksomhed. Til dette formål er der i forbindelse med denne rapport udarbejdet en værktøjskasse med en spørgeguide, som er vedlagt som bilag.

**Udfordringer og læring**

Gennem projektperioden er der opstået udfordringer, som relaterer sig til forskellige dele af processen. De første udfordringer opstod, da Rigshospitalets portørafdeling og efterfølgende Københavns Biblioteker var nødt til at trække sig som projektpartnere. Det betød, at projektplanen måtte justeres, og projektperioden forlænges. Endnu en uforudset udfordring, som relaterede sig til det ellers gode samarbejde med Vestas, var de mange restriktioner, ift. hvor, hvordan og hvor ofte det var muligt at henvende sig og formidle information til medarbejderne i Vestas. Der viste sig at være mange sikkerhedsregler i virksomheden, som fx betød, at projektgruppen ikke kunne henvende sig direkte til medarbejderne og ikke havde adgang til visse afdelinger af virksomheden – fx afdelingen i Hammel, som har særligt mange sikkerhedsrestriktioner for at forebygge virksomhedsspionage. Det betød, at projektgruppen havde meget få muligheder for at formidle noget ud direkte til Vestas’ medarbejdere. Dette gjorde det svært at få skabt tilstrækkelig opmærksomhed omkring blog og nyhedsbrev, og derfor blev tilslutningen desværre ikke så stor som forventet. Ved gennemførsel af et lignende projekt bør der altså i projektplanen tages højde for, at der kan være visse udfordringer forbundet med at informere ud til medarbejderne i så stor en virksomhed, og det kan være en god idé allerede ved opstartsmødet med virksomheden at aftale, hvor mange og hvilke muligheder projektgruppen har for at henvende sig direkte til medarbejderne, så dette er planlagt på forhånd. I samarbejdet med repræsentanten fra Vestas opstod desuden den misforståelse, at hun tidligt i forløbet ivrigt uddelte flyers og formidlede blandt medarbejderne, men ikke fik nævnt blog og nyhedsbrev, hvilket betød, at mange angiveligt begyndte at bruge eReolen uden om blog og nyhedsbrev, hvilket gjorde det svært for projektet at måle på effekten af formidlingen der. I projektets opstart fandtes der ikke noget generelt nyhedsbrev til eReolens brugere, men det blev lanceret kort efter projektets start. Nyhedsbrevet fik meget hurtigt mange tilmeldinger og betød, at de to nyhedsbreve på sin vis kom til at konkurrere med hinanden. Formidlingen var naturligvis ikke så målrettet i eReolens nyhedsbrev, men det indeholdt dog formidling af e-bøger og lydbøger samt tips og tricks til servicen, som også var hovedindholdet i nyhedsbrevet for ”En god historie”.

Som følge af de udfordringer, projektet mødte i forbindelse med at kommunikere direkte til medarbejdergruppen i Vestas, blev det besluttet at møde op i kantinen i en frokostpause for at introducere projektet og det tilbud, medarbejderne havde mulighed for at benytte sig af. Her viste det sig, at mange ikke var bekendt med tilbuddet, da de ikke havde set de få opslag/mails, der var sendt ud på medarbejderportalen. Som et forsøg blev det desuden besluttet at uddele de førnævnte vouchers ved denne lejlighed for at nedbryde den barriere, at nogle ikke var brugere på biblioteket. De uddelte vouchers havde form som et visitkort og fungerede både som en påmindelse om tilbuddet og en mulighed for at afprøve eReolen uden at være bruger på biblioteket. I forbindelse med uddelingen af disse kort blev det forklaret for Vestas-medarbejderne, at kortet var midlertidigt, og det var nødvendigt efter kortets udløb at oprette sig på sit lokale bibliotek for at fortsætte med at benytte sig af eReolen. Især de udenlandske medarbejdere var meget interesserede og begejstrede for tilbuddet om at læse digitalt på eReolen Global, da de ikke var klar over, at der fandtes en sådan service i Danmark.

Vedlagte bilag:

1. Værktøjskasse til brug af biblioteker, som ønsker at afprøve konceptet og tage kontakt til en større virksomhed i lokalområdet med et lignende tilbud.
2. Spørgsmål fra spørgeskemaundersøgelsen foretaget blandt Vestas’ medarbejdere.
3. Grafik-pakke udviklet særligt til projektet ”En god historie”.
4. Screenshots af blog og nyhedsbrev (eksempler på formidling).
5. Billede af de uddelte vouchers.