



0. FORORD

Brugten af digitale kulturtjenester er steget drastisk de seneste år. Netflix og Spotify er blevet reglen frem for undtagelsen, og de digitale muligheder ændrer vores adfærd og tilgang til kulturen. Der er opstået helt nye behov for adgang og tilgængelighed – hvor alt skal være til rådighed uafhængigt af tid og sted. Bibliotekerne udvikler løbende digitale tjenester, som sikrer et bredt digitalt tilbud til borgerne. Brugten af det digitale bibliotek er vokset stødt, og særligt det digitale bogudlån har senest været med til at sikre en stigning i det samlede bogudlån.

På trods af disse tjenester og stigninger i de digitale udlån, er der endnu et uindfriet potentiale i bibliotekets digitale tilbud. Både i forhold til at udbygge allerede eksisterende tilbud, skabe nye og gøre tilbuddene synlige og tilgængelige for flere. Der mangler i dag et vidensgrundlag om borgernes digitale adfærd, efterspørgsel og behov, der kan omsættes til lokale digitale udviklingsstrategier og hermed være med til at skabe et bedre match mellem de digitale bibliotekstilbud og borgernes kompetencer og behov. Derfor har Tænketanken Fremtidens Biblioteker igangsat denne undersøgelse.

Rapporten er en undersøgelse af borgernes digitale biblioteksvaner: Hvordan bruger borgerne bibliotekets digitale tilbud, hvad udfordrer deres brug og hvad understøtter de digitale tilbud i det lokale? Rapporten giver både indblik i tidens digitale tendenser og skal fungere som værktøj for bibliotekerne til at udvikle den digitale kurs.

Endeligt er undersøgelsen et vigtigt indspark til den faglige og politiske debat om bibliotekernes rolle, og hvem de skal henvende sig til. Undersøgelsen dokumenterer, at bibliotekerne rummer en række potentialer i det digitale, både i forhold til at udbygge eksisterende tilbud, skabe nye og gøre tilbuddene tilgængelige i nye sammenhænge. Bibliotekerne kan i det digitale potentielt henvende sig til brugere, som ikke bruger det fysiske bibliotek, ligesom de kan skabe yderligere relevante tilbud til de borgere, som allerede er vante biblioteksbrugere.

Den statistiske undersøgelse, som danner grundlaget for denne rapport er gennemført af Moos-Bjerre & Lange. Forud for det statistiske arbejde ligger en kvalitativ forundersøgelse foretaget af den antropologiske konsulentvirksomhed Actant. Denne ligger elektronisk på www.fremtidensbiblioteker.dk. Projekt er støttet af Slots- og Kulturstyrelsens pulje "Udviklingsmidler til nationale folkebiblioteksformål". Tænketanken vil takke projektdeltagere fra de seks centralbiblioteker og DDB for deres indsats og konstruktive bidrag til undersøgelsen. Herudover en særlig tak til Sebastian Borum Olsen | KL7, Tine Jørgensen | BF, Louise Springborg | SMK, Boris Zetterlund | Axiell Group og Lennart Bjørneborn | IVA/KU for interviewbidrag.

Vi håber, at den mangfoldighed af viden, som undersøgelsen bidrager med, vil blive anvendt både internt i biblioteksverdenen og eksternt som afsæt for en vigtig debat om fremtidens folkebibliotek – ét samlet bibliotek, hvor det fysiske og digitale understøtter hinanden.

God læselyst!

Lotte Hviid Dhyrbye, leder af Tænketanken Fremtidens Biblioteker

INDHOLD

0. FORORD	3
1. INDLEDNING	6
LÆSEVEJLEDNING	7
2. KONKLUSION	8
2.1. DEN SAMLEDE BRUG AF DET DIGITALE BIBLIOTEK	8
2.2. DER ER POTENTIALE I UDBREDELSE AF KENDSKAB – F.EKS. VIA SOCIALE MEDIER	9
2.3. DEN GODE DIGITALE KULTURTJENESTE OG PERSONALETS ROLLE	9
2.4. IT-ERFARING FREMMER BRUG OG DÅRLIGE ERFARINGER HÆMMER	9
2.5. SEGMENTER AF BORGERE	11
2.6. SEGMENTERNES BRUGSMØNSTRE OG EVALUERING AF DE DIGITALE TILBUD	11
2.7. SEGMENTERNES OVERORDNEDE EFTERSPØRGSEL EFTER DIGITALE BIBLIOTEKSTILBUD	12
2.8. ANBEFALINGER TIL ARBEJDE MED SEGMENTERNE	14
2.9. BIBLIOTEKSRELEVANTE KOMMUNETYPEN	16
3. TVÆRGÅENDE ANALYSER AF BORGERNES BRUG AF DET DIGITALE BIBLIOTEK	17
3.1. SÅ MEGET BRUGES DET DIGITALE BIBLIOTEK	17
3.2. DISSE FOLKEBIBLIOTEKSTILBUD INTERESSERER FOLK MEST	18
3.3. BORGERNES ØNSKER TIL DIGITAL KULTURTJENESTE ER BRUGERVENLIGHED, OVERBLIK OG BREDDE	19
3.4. DISSE TJENESTER KENDER BORGERNES	22
3.5. FACEBOOK HAR POTENTIALE SOM INSPIRATIONSILDE	24
3.6. BIBLIOTEKSPERSONALET HAR OGSÅ BETYDNING	25
3.7. BRUG AF DET DIGITALE BIBLIOTEK PÅ TVÆRS AF EN RÆKKE BAGGRUNDSFAKTORER	28
3.8. EN SAMLET FORKLARINGSMODEL FOR BRUGEN AF DET DIGITALE BIBLIOTEK	30
3.9. EN SAMLET FORKLARINGSMODEL FOR BRUGERNES BRUGSHYPPIGHED	33
3.10. AFSTAND TIL DET FYSISKE BIBLIOTEK ØGER POTENTIALET FOR DIGITAL BIBLIOTEKSBRUG	36
FOKUS: DE UNGE	39
4. SEGMENTERING AF BORGERE	45
4.1. OM SEGMENTERINGSANALYSEN	45
4.2. DE OTTE SEGMENTER	45
4.3. INDPLACERING AF SEGMENTERNE PÅ NØGLEOMRÅDER: BIBLIOTEKSBRUG OG DIGITALISERING	54
4.4. SEGMENTERNES STØRRELSE	56
5. SEGMENTERNES BRUG AF DIGITALE BIBLIOTEKSTILBUD	57
5.1. ANDELEN AF HYPPIGE BRUGERE	57
5.2. KENDSKAB TIL BIBLIOTEKETS TJENESTER	58
5.3. INSPIRATION TIL BRUG AF BIBLIOTEKETS DIGITALE TJENESTER	60
5.4. PRIMÆRE FORMÅL OG SAMMENHÆNG VED BRUG AF DIGITALE BIBLIOTEKSTJENESTER	62
5.5. HVILKE ANDRE KULTURTJENESTER BRUGER SEGMENTERNE	68
5.6. TO ADEÆRDSTYPER: DEN PLATFORMSBEVIDSTE OG DEN UNDERHOLDNINGSFOKUSEREDE	68

6. BIBLIOTEKSBRUGERNES VURDERING AF OG FORVENTNINGER TIL DE DIGITALE TJENESTER	71
6.1. CENTRALE EGENSKABER VED EN GOD KULTURTJENESTE	71
6.2. ØNSKER MED HENSYN TIL INDHOLD	71
6.3. BEGRÆNSNINGER FOR YDERLIGERE BRUG	74
6.4. BRUGERNES EVALUERINGER AF BIBLIOTEKETS FORMIDLING AF DE DIGITALE TILBUD	76
7. EFTERSPØRGSLLEN PÅ DIGITALE OG FYSISKE TILBUD	80
7.1. DIGITALE OG FYSISKE TILBUD	80
7.2. FREMTIDIG BIBLIOTEKSBRUG	83
8. OPSUMMERING OG ANBEFALINGER TIL ARBEJDE MED SEGMENTERNE	86
8.1. ANBEFALINGER TIL ARBEJDE MED SEGMENTERNE	88
8.2. NATIONALE OG LOKALE STRATEGIER	91
9. BIBLIOTEKSBRUG I FORSKELLIGE KOMMUNETYPEN	92
9.1. INDDELING I BIBLIOTEKSRELEVANTE KOMMUNETYPEN	92
9.2. KOMMUNETYPE A	94
9.3. KOMMUNETYPE B	94
9.4. KOMMUNETYPE C	95
9.5. KOMMUNETYPE D	95
9.6. KOMMUNETYPE E	96
9.7. STRATEGIKORT TIL KOMMUNERNE PÅ BAGGRUND AF KOMMUNETYPEN	97
BILAG 1: INDDELING I KOMMUNETYPEN	101
BILAG 2: METODE	102
DATAINDSAMLING	102
REPRÆSENTATIVITET OG VEJNING	102
STATISTISK SIGNIFIKANS OG STIKPRØVEUSIKKERHED	102
HÅNDTERING AF "VED IKKE" SVAR	103
SEGMENTERINGSANALYSE	103
FORSKEL TIL SEGMENTMODEL ANVENDT I RAPPORT FRA 2014	105

1. INDLEDNING

Digitale bibliotekstilbud spiller en stadig større rolle i danskernes brug af folkebibliotekerne. Når man spørger danskerne, er der ingen tvivl om, at biblioteket fortsat primært forbindes med det fysiske bogudlån, men ikke desto mindre er der klare tegn på udvikling i danskernes brug og opfattelse af folkebibliotekerne. Biblioteket er i 2016 ikke kun et sted, man går hen rent fysisk, men også noget man bruger hjemme fra lænestolen, ved arbejdsbordet eller på vej i toget. De digitale bibliotekstilbud har udviklet sig meget de seneste år, og det digitale fylder mere og mere på folkebibliotekerne.

Mange biblioteksansatte og andre, som arbejder med det, har opbygget en stor erfaringsbaseret viden om, hvem der bruger hvilke tilbud samt hvordan man bedst formidler de nye tilbud og lignende. Ikke desto mindre mangler der mere systematisk viden om borgernes brug af og orientering i forhold til de digitale tilbud. Dette projekt søger at adressere denne mangel og bidrage med en sådan systematisk viden, som kan danne vidensgrundlag for den fremtidige udvikling og ikke mindst de lokale bibliotekers bestræbelse på at møde sine brugere og kommunens borgere i øvrigt. Bibliotekerne må samtidig forholde sig til nye kommercielle kulturtjenester. Kommercielle tjenester med musik- eller filmstreaming og netlydbøger tilbyder på flere måder tilbud, der ligner bibliotekernes digitale tjenester. Dette projekt søger derfor også at forholde sig til disse tjenester og undersøge, hvilke tjenester borgerne bruger.

Projektet er udtryk for en fakta- og vidensbaseret tilgang til arbejde med lokale digitale strategier. Der arbejdes ud fra en målgruppetankegang, hvor man søger at indkredse og beskrive relevante målgrupper. Dette gøres gennem en segmentering, hvor der opstilles otte relevante segmenter, som

hver især er udtryk for en brug af det digitale bibliotek. Endvidere tilføjes en ekstra inddeling af kommunerne i en række typer med visse fællestræk.

Som et eksempel på et forhold, som projektet søger at undersøge, kan fremhæves betydningen af generelle it-vaner og tryghed for brugen af de digitale bibliotekstilbud – er det de meget digitale, som bruger de digitale tjenester mest? Eller rammer tjenesterne bredere? Svaret er, som man kan læse på de følgende sider, både ja og nej. Det er langt fra de mest it-erfarne, som bruger de digitale tjenester mest. Samtidig er der dog en gruppe af meget lidt digitale borgere, som formentlig på grund af deres manglende it-kvalifikationer eller manglende interesse for det digitale slet ikke bruger de digitale tjenester.

Ligeledes søger projektet at undersøge betydningen af afstand til det fysiske bibliotek. Er det dem, som bor langt væk fra det fysiske bibliotek, der i højest grad benytter sig af muligheden for at kunne gå på biblioteket hjemmefra uden at skulle køre en hel eller halv time for at komme på biblioteket? Svaret er, som man også kan læse på de følgende sider, i overvejende grad ja. Lang afstand til nærmeste fysiske bibliotek fører til højere brug af det digitale bibliotek. Dog kun hvis man tager højde for, at hyppig brug af det fysiske bibliotek også fører til hyppig brug af det digitale bibliotek, og at afstand til nærmeste bibliotek har den omvendte effekt for fysiske biblioteksbrug.

Grundlaget for undersøgelsen er en spørgeskemaundersøgelse blandt 7.205 danskere. Der er flere ting som er værd at bemærke i forhold til undersøgelsesmetoden. For det første er undersøgelsen en borgerundersøgelse – fremfor en brugerundersøgelse – og giver et billede af, hvordan danskerne generelt bruger det digitale bibliotek.

Fordelen ved en sådan undersøgelse er selvsagt, at man får et mere helhedsorienteret billede ved at spørge bredere, end eksempelvis ved at spørge de nuværende brugere af biblioteket. For det andet er undersøgelsen udtryk for en kvantitativ statistisk tilgang til biblioteksbrug. Den indeholder, som

man kan se, et relativt stort antal respondenter og viser analyser af disse, hvilket giver et grundlag for solid viden. Der er samtidig suppleret med bokse, der giver perspektiver fra eksperter og fra kvalitative interviews fra det kvalitative forstudie til undersøgelsen.

Læsevejledning

- **Afsnit 2. Konklusion** er en opsummering af hele rapportens indhold og fund. Den danner et overblik over de vigtigste pointer i rapporten. Her opsummeres rapporten afsnit for afsnit
- **Afsnit 3. Tværgående analyser af borgernes brug af det digitale bibliotek** ser på brugen af det digitale bibliotek på tværs af målgrupper og søger at sige noget generelt om sammenhængene i danskerne brug af det digitale bibliotek. Her opstilles en samlet model for, hvad der alt andet lige betyder mest for brugshyppighed med det digitale bibliotek
- **Afsnit 4. Segmentering af borgere** præsenterer segmentanalysen og de fundne otte segmenter
- **Afsnit 5. Segmenternes brug af de digitale bibliotekstilbud** præsenterer en række nøgletal med hensyn til deres brugsmønster såsom primære brugsformål, hvor man er blevet inspireret m.m.
- **Afsnit 6. Biblioteksbrugernes vurdering af og forventninger til de digitale tjenester** går mere i dybden med en række evaluerende forhold omkring bibliotekernes digitale tjenester. Her belyses blandt andet segmenternes ønsker til en god digital tjeneste, hvad der begrænser segmenterne i yderligere brug samt segmenternes vurdering af bibliotekernes formidling af de digitale tilbud
- **Afsnit 7. Efterspørgslen på digitale og fysiske bibliotekstilbud** undersøger forholdet mellem det digitale og det fysiske bibliotek ifølge segmenterne
- **Afsnit 8. Opsummering og anbefalinger til arbejde med segmenterne** opsummerer fundene i afsnit 4 til 7 og kommer med en række anbefalinger til, hvad man kunne tage højde for i en konkret strategi til at arbejde med segmenterne
- **Afsnit 9. Biblioteksbrug i forskellige kommunetyper** introducerer et ekstra analytisk lag af geografisk inddeling i kommunetyper

2. KONKLUSION

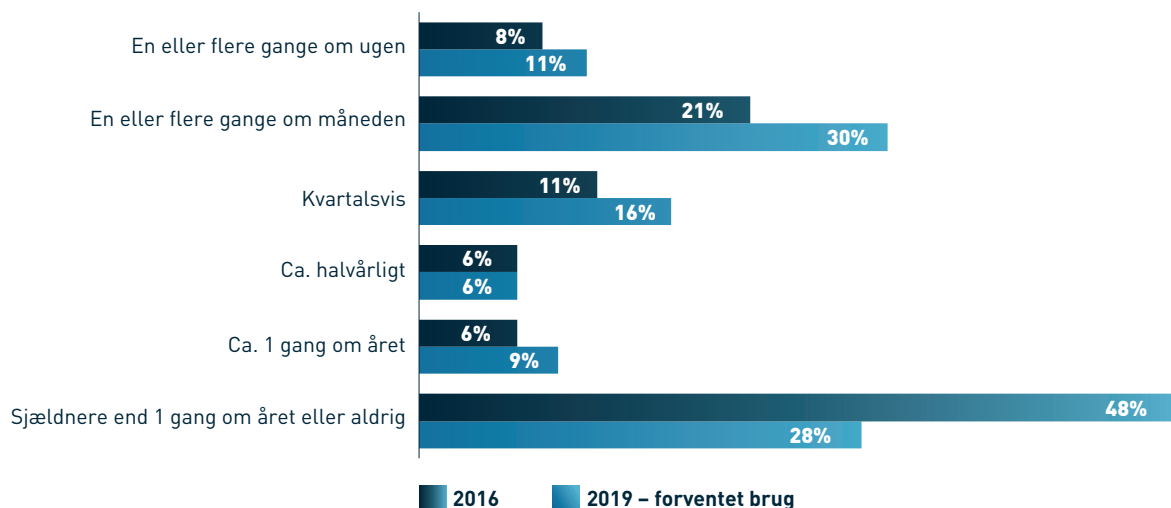
Overordnet set er der stor efterspørgsel efter bibliotekernes digitale tilbud, og bibliotekerne har et stort potentiale i forhold til at udbygge disse både tilbudsmæssigt samt i formidlingen til og i mødet med borgeren.

Borgerne bakker til en vis grad op om en udvikling i retning af, at biblioteket opprioriterer det digitale bibliotekstilbud på bekostning af det fysiske, men de mener samtidig, at det fysiske bibliotek skal bestå. Samtidig er kendskabet til de konkrete bibliotekstjenester dog relativt begrænset, og der er en stor gruppe brugere, som ikke er digitalt orienterede og ikke har interesse i det digitale bibliotekstilbud.

2.1. DEN SAMLEDE BRUG AF DET DIGITALE BIBLIOTEK

Samlet set bruger 46 % af borgerne det digitale bibliotek mere end en gang om året og er dermed i forlængelse af denne rapport betegnet som brugere. Man kan diskutere om den antagelse at en person der bruger biblioteket halvårligt kan betegnes som en bruger. Her vurderes det dog, at en person der bruger biblioteket halvårligt har en regelmæssighed i sin biblioteksbrug, der gør at vedkommende opbygger et kendskab til biblioteket og dermed kan betegnes som bruger. Denne definition ligger i forlængelse af det brugsbegreb som ofte anvendes

FIGUR 1: Hvor hyppigt benytter du / forventer du at benytte de danske folkebiblioteker digitalt? (Bøger, film, musik eller inspiration via nettet)?



i lignende undersøgelser: Hvorvidt man inden for det seneste år har benyttet biblioteket en eller flere gange. Samme definition bruges som definitionen af aktive lånere i biblioteksstatistikken.

Hvis man spørger brugerne, hvor meget de selv tror, de vil bruge det digitale bibliotek om tre år, er denne andel steget fra 46 % til 63 %. Der skal selvfølgelig tages forbehold for både selvrapporтерet brug af biblioteket og egne forventninger til fremtidigt brug, som folk har en tendens til at overvurdere, men alt i alt peger dette i retning af, at bibliotekets digitale tilbud har en bred gennemslagskraft i Danmark, samt at brugen af det er stigende.

2.2. DER ER POTENTIALE I UDBREDELSE AF KENDSKAB – F.EKS. VIA SOCIALE MEDIER

Omkring 19 % af borgerne angiver, at lån af **digitale bøger** er blandt de bibliotekstilbud, som interesserer dem mest. Blandt de digitale tilbud interesserer mange borgere sig også for **streaming af film** samt lån af **netlydbøger**. **Kendskabet til de digitale bibliotekstjenester** varierer borgerne imellem, men de mest kendte af bibliotekets tjenester er:

- bibliotek.dk
- Filmstriben
- eReolen

Det som især **begrænser** borgerne i at bruge bibliotekets digitale tjenester mere, er i høj grad manglende kendskab til de digitale tilbud. Derudover er der mange, som finder, at en besværlig og omstændelig log-in er en begrænsning.

Over en bred kam er de fleste borgere blevet **inspirerede til at bruge** tjenesterne via bibliotekets hjemmeside. Venner og familie er dog også en vigtig kilde til inspiration for mange samt bibliotekets personale. Meget få brugere er blevet inspirerede til at benytte bibliotekets digitale tjenester via Facebook, på trods af at 80 % af brugerne benytter Facebook. Dermed er der stort potentiale i at inspirere brugere via Facebook.

2.3. DEN GODE DIGITALE KULTURTJENESTE OG PERSONALET'S ROLLE

De vigtigste ting, som borgerne lægger vægt på i forbindelse med en god kulturtjeneste, er uden sammenligning brugervenlig betjening og at man kan få et godt overblik over tjenestens indhold. Dernæst er det vigtigste for mange et bredt udvalg. Undersøgelsen viser, at **bibliotekets personale** spiller en rolle i brugen af det digitale bibliotek. Mange borgere oplever, at bibliotekets personale er gode til at formidle bibliotekets digitale tilbud, samt at det er let at få vejledning til brugen af de digitale tilbud. Derudover er der også en vis interesse for digital bibliotekarvejledning.

2.4. IT-ERFARING FREMMER BRUG OG DÅRLIGE ERFARINGER HÆMMER

Analysen har forsøgt at afdække, hvilke faktorer der hænger sammen med brug af det digitale bibliotek. Kendskab til disse kan hjælpe biblioteket med at forstå, hvorfor nogle bruger biblioteket mere end andre samt arbejde målrettet på at få flere brugere af de digitale tilbud.

Det, der betyder mest for **borgernes brug** af det digitale bibliotek:

- Hvor ofte borgeren bruger det fysiske bibliotek
- Alder, således at yngre borgere bruger det digitale mere end ældre
- Erfaring i forhold til at navigere på internettet
- Om man kender til tilbuddene
- Borgerens højeste opnåede uddannelse
- Køn, således at kvinder bruger det digitale bibliotek mere end mænd, selvom de på nogle områder er lidt mindre digitale end mænd
- Om man har børn under 15 år, således at børnefamilier bruger det digitale bibliotek mere end andre
- Om man har konkrete dårlige erfaringer med de digitale bibliotekstilbud

Hvis man ser på, hvilke biblioteksmæssige forhold som betyder noget for **brugernes brugshyppighed** af det digitale bibliotek, er det:

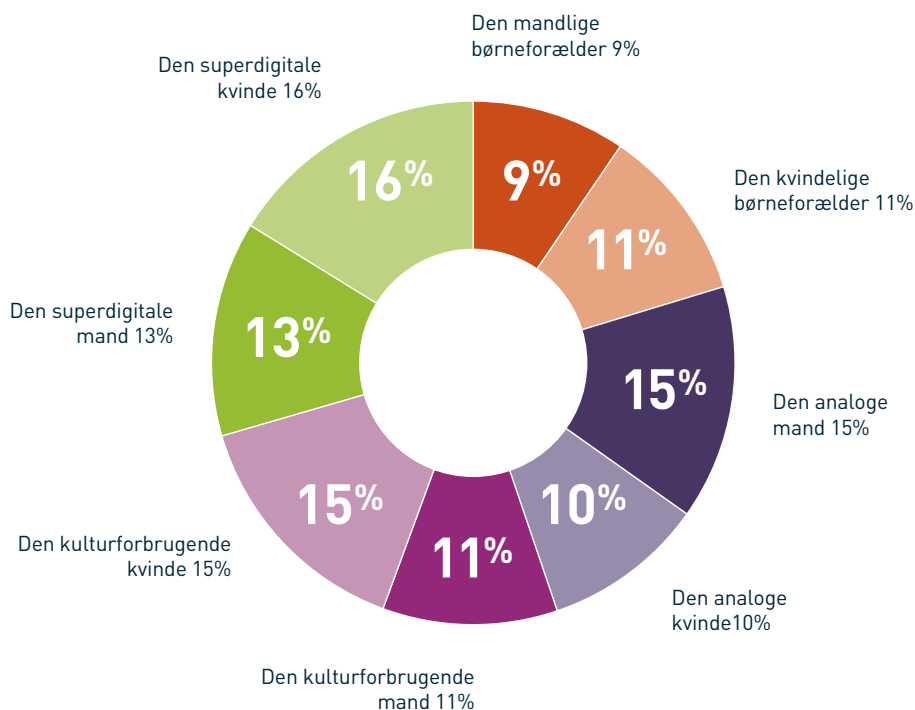
- Hvor ofte man bruger det fysiske bibliotek
- Om man kender til tilbuddene
- Interesse for at låne digitale bøger
- Kendskab til tjenesterne eReolen og Litteratursiden.dk
- Oplevelse af at man finder det, hvis man leder efter noget specifikt i tjenesterne
- At man er blevet inspireret via nyhedsbreve
- Om man har konkrete dårlige erfaringer med de digitale bibliotekstilbud

For flere af faktorerne gælder, at man med relativ stor sikkerhed kan sige, at disse fører til højere biblioteksbrug, mens det for andre gælder, at man blot må konstatere, at der er tale om en sammenhæng, hvor man ikke kan sige, hvilken vej effekten går.

I forlængelse af disse generelle fund virker det oplagt for bibliotekerne at fokusere på forhold som:

1. Understøttelse af brug af de digitale tjenester blandt grupper med lav it-erfaring
2. Forebyggelse af dårlige brugerfaringer blandt nye brugere
3. Udbredelse af bredt kendskab til tilbud

FIGUR 2: Segmenternes størrelse.



2.5. SEGMENTER AF BORGERE

For at forstå forskelle i brug af det digitale bibliotek mellem borgerne er der gennemført en borgersegmentering via en statistisk klyngeanalyse. Borgerne inddeles derved i en række grupper med en række fælles egenskaber, så man kan genkende dem og arbejde med deres brug af og forhold til det digitale bibliotek. Der fremkommer **otte distinkte borgersegmenter**, som vi har valgt at navngive som følger:

- Den mandlige børneforælder
- Den kvindelige børneforælder
- Den analoge mand
- Den analoge kvinde
- Den kulturforbrugende mand
- Den kulturforbrugende kvinde
- Den superdigitale mand
- Den superdigitale kvinde

Disse adskiller sig fra hinanden på en lang række punkter: køn, alder, uddannelse, brug af det digitale bibliotek, digitaliseringsgrad, brug af det fysiske bibliotek, deres forventninger til og efterspørgsel efter det digitale bibliotek, deres inspirationskilder, med hvilket formål de bruger tilbuddene, hvilke digitale kulturtjenester de kender, hvornår de bruger tilbuddene m.m. Segmenterne udgør forskellige andele af den danske befolkning på 15 år og derover.

2.6. SEGMENTERNES BRUGSMØNSTRE OG EVALUERING AF DE DIGITALE TILBUD

Langt de fleste borgere angiver, at **deres primære** formål med brug af det digitale bibliotek er underholdning og oplevelser. For den superdigitale mand og den superdigitale kvinde er viden og

læring også et vigtigt formål med de digitale tjenester, og for børneforældre-segmenterne er børnerelaterede oplevelser ligeledes et vigtigt formål. Et analytisk lag, som det kan give mening at bruge på segmenterne, er en skelnen mellem de **platformsbevidste og de underholdningsfokuserede brugere**. De underholdningsfokuserede brugere vil gerne have bestemte tilbud og går efter den tjeneste, som indholder dem. De går derfor ofte efter tjenester med brede tilbud såsom Netflix. De platformsbevidste ønsker udvælgelse af materiale og vejledning og går efter tjenester, som tilbyder dette.

Det vil ofte være mere smalle tjenester med mere end kommercielt indhold såsom Filmstriben. I denne sammenhæng er det især de to børneforældresegmenter, som er de underholdningsfokuserede, mens de den kulturforbrugende mand og kvinde fremstår mere platformsbevidste.

Der er ikke de store forskelle segmenterne i mellem, når det kommer til, hvad man oplever som **begrænsning for yderligere brug af de digitale tilbud**. Over en bred kam oplever langt de fleste, at manglende kendskab er langt den største hindring. Den superdigitale kvinde og mand oplever i lidt højere grad end de øvrige segmenter, at indhold og emner ikke er interessante nok.

Hvis man ser på, hvilke digitale tilbud, segmenterne kunne **ønske sig flere af**, er der relativt store forskelle segmenterne imellem. De analoge segmenter har en større interesse i tilbud om hjælp til borger.dk og digital post end de øvrige segmenter.

Den kvindelige børneforælder, den superdigitale kvinde samt den kulturforbrugende kvinde har især interesse i en personlig biblioteksprofil, der kan sende dem forslag og inspiration. Online spil og gaming er primært et ønske blandt den superdigitale mand og den mandlige børneforælder.



Jeg foretrækker at læse digitalt – de fleste bøger jeg har haft fysisk, har jeg faktisk også scannet ind

Andreas, 18 år, handelsskolestuderende

Mange af borgerne mener, at **bibliotekets hjemmeside** og **bibliotekets personale** er gode til at formidle bibliotekets digitale tilbud. Der er dog en tendens til, at segmenterne med mange ældre mennesker (den analoge mand og kvinde samt den kulturforbrugende mand og kvinde) er væsentligt mere positive over for formidlingen. Især den superdigitale mand oplever formidlingen markant dårligere end de øvrige. Ligeledes mener høje andele af borgerne, at det er let at få **personlig og kompetent vejledning** til bibliotekets digitale tilbud. Andelen falder en smule på spørgsmålet om, hvorvidt man oplever at **finde noget specifikt, når man søger efter det** i bibliotekernes digitale tjenester. Overordnet oplever de fleste dog at kunne finde det, de søger efter.

2.7. SEGMENTERNES OVERORDNEDE EFTERSPØRGSEL EFTER DIGITALE BIBLIOTEKSTILBUD

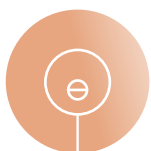
Overordnet er der store forskelle på borgernes efterspørgsel og opbakning til det digitale bibliotek vis-a-vis det fysiske bibliotek. Nogle borgere har i høj grad en efterspørgsel, som passer til en udvik-

ling i retningen af **flere digitale bibliotekstilbud** på bekostning af det fysiske bibliotekstilbud. Andre borgere har i meget lille grad en efterspørgsel, der passer til en sådan udvikling. Dette er især de to analoge segmenter. Der er dog stor enighed om på tværs af segmenter, at det **fysiske bibliotek skal bestå** uanset hvad. Under halvdelen af borgerne svarer, at **gode digitale bibliotekstilbud mindsker deres behov for at bruge det fysiske bibliotek**. Her er der stor forskel på segmenterne. De analoge segmenter mener dette i meget lav grad, mens den mandlige børneforælder, kulturforbrugende mand og superdigitale mand er mere tilbøjelige til at mene, at det digitale bibliotekstilbud kan erstatte deres fysiske brug.

Det samme mønster tegner sig på opbakning til, om bibliotekerne skal satse på **de digitale tilbud frem for på det fysiske bibliotekstilbud**. Her er det under halvdelen, som i høj eller nogen grad ønsker det digitale prioriteret på bekostning af det fysiske. Igen er det den mandlige børneforælder, den kulturforbrugende mand og den superdigitale mand, som i høj grad ønsker det digitale prioriteret, mens den analoge mand og kvinde er uenige.



Den mandlige børneforælder er en moderat hyppig bruger af det digitale bibliotek. Han er meget digital og bruger hyppigt andre digitale kulturtjenester. Han lægger vægt på bredt indhold blandt tjenesternes udvalg og bliver især begrænset af manglende kendskab til bibliotekets tjenester.



Den kvindelige børneforælder bruger det digitale bibliotek hyppigt og til flere forskellige formål. Herunder underholdning og oplevelser samt børnerelaterede tilbud. Hun lægger vægt på bredt indhold i tjenesten, men bliver begrænset af besværlig navigation.



Den analoge mand er det segment, der mest sjældent bruger det digitale bibliotek. Han bruger hverken det fysiske eller digitale bibliotek særlig hyppigt, og han er meget lidt digital i sin hverdag. Der er mange ældre i dette segment. Den analoge mand adskiller sig på en lang række områder markant fra de øvrige segmenter. Dette gælder hans lave kendskabsgrad i forhold til bibliotekernes digitale tilbud, hvor han hører om tilbudene, hvor han bruger de digitale tilbud samt hvilke han kunne ønske sig flere af.



Den analoge kvinde er ligeledes en sjælden bruger af det digitale bibliotek. Hun bruger det fysiske bibliotek en smule hyppigere end sin mandlige variant. Hun er kendetegnet ved at være meget lidt digital i sin hverdag, hvilket smitter af på hendes brug af de digitale bibliotekstilbud. Blandt dem der bruger tjenesterne, gør de det primært ved besøg på det fysiske bibliotek.



Den kulturforbrugende mand er det segment, som har den største andel hyppige brugere af det digitale bibliotek. Han er moderat digital i sin hverdag og i det hele taget, men til gengæld superdigital når det kommer til sin biblioteksbrug. Han har et bredt kendskab til bibliotekets digitale tjenester.



Den kulturforbrugende kvinde bruger både det digitale og det fysiske bibliotek relativt hyppigt. Hun bruger det især til underholdning og oplevelser og gerne f.eks. i tablet-format frem for via computer. Hun kunne ønske sig flere tilbud med hensyn til lydbøger og e-bøger.



Den superdigitale mand er en forholdsvis sjælden bruger af det digitale bibliotek. Han er relativt ung og meget digitalt orienteret i sin hverdag, men bruger i meget lav grad bibliotekets digitale tilbud. Han bliver begrænset af, at han ikke synes, tilbud og indhold er interessant nok. Han er samtidig den mest kritiske, når det kommer til vurdering af bibliotekets formidling af de digitale tilbud.



Den superdigitale kvinde er en hyppig bruger af det digitale bibliotek. Hun er relativt ung og bruger tjenesterne til flere forskellige ting. Herunder til underholdning og oplevelser samt viden og læring. Hun bruger både tjenesterne i sin fritid men også i forbindelse med studie og arbejde. Hun lægger vægt på, at de digitale tjenester også har et dybt udvalg af nicheindhold, og hun kunne ønske sig flere tilbud med hensyn til lydbøger og e-bøger.

Den mandlige børneforælder:

- En indsats med fokus på formidling af tilgængelige tjenester
- Især udbredelse af tjenester med bredt indhold indenfor underholdning og oplevelser
- Gerne "hurtige" tilbud der f.eks. kan benyttes under transport og fra en smartphone
- Gerne fokus på tjenester med børnerelateret indhold

Den kvindelige børneforælder:

- Indsats for udbredelse af kendskab til tjenesterne
- Fokus på at tilbud skal være nemme at navigere i og logge ind på m.m.
- Fokus på børnerelaterede tilbud
- Fokus på tjenester med bredt indhold af lydbøger og e-bøger

Den analoge mand:

- En indsats der lægger vægt på it-læring f.eks. i form af it-kurser og it-vejledning
- Acceptere at borgerne i dette segment har relativt lille interesse for de digitale tilbud og ikke nødvendigvis har noget ønske om at begynde at bruge dem
- Fokus på tilbud der indeholder viden og læring
- Inspiration gennem lokalaviser og annoncer

Den analoge kvinde:

- Fokus på at tilbud skal være nemme at navigere på
- En indsats der lægger vægt på it-læring f.eks. i form af it-kurser og it-vejledning
- Acceptere at borgerne i dette segment har relativt lille interesse for de digitale tilbud og ikke nødvendigvis har noget ønske om at begynde at bruge dem
- Inspiration gennem kontakt med bibliotekets personale
- Tilbud der inspirerer til brug af materiale, man ikke selv ville have fundet

Den kulturforbrugende mand:

- Vægt på udbredelse af kendskab til flere af tjenesterne
- Gerne fokus på udvikling af tjenester med mere materiale
- Fokus på tjenester med bredt indhold inden for underholdning og oplevelser

Den kulturforbrugende kvinde:

- Fokus på tjenester der egner sig til tablet-formatet
- En indsats med vægt på tjenester, der inspirerer til nye ting, man ikke selv ville have fundet
- Fokus på udbredelse af generelt kendskab til tjenesterne
- Gerne udvikling af tjenester med mere materiale med hensyn til e-bøger og lydbøger

Den superdigitale mand:

- Fokus på udbredelse af kendskab til bibliotekets digitale tjenester og brugen af dem
- Fokus på tjenester med viden og læring som formål
- Fokus på tilbud som online spil, gaming og digitale communities
- Målrettet formidling mod denne gruppe som er meget kritisk over for bibliotekets nuværende formidling af de digitale tilbud

Den superdigitale kvinde:

- En indsats der forsøger at udbrede kendskab til tjenesterne
- Interesserer sig især for tjenester som bibliotek.dk og tjenester med lydbøger og e-bøger, hvorfor der er god grund til især at formidle tjenester rettet mod disse interesser
- Fokus på tjenester med bredt indhold
- Udvikling af tjenester med mere materiale
- Fokus på tjenester med viden og læring som formål – tjenester der har relevans i forhold til studie og arbejde

2.9. BIBLIOTEKSRELEVANTE KOMMUNETYPEN

På baggrund af indbyggertal, befolkningstæthed, uddannelsesniveau samt biblioteksudgifter, udlån per indbygger samt andelen af aktive personlige lånere i en given kommune, kan man inddele Danmarks kommuner i fem forskellige biblioteksrelevante kommunetyper. Her benævnt kommunetype A, B, C, D og E.

Segmentfordelingen i de fem kommunetyper er forskellige, og dermed skal bibliotekerne i de forskellige kommunetyper møde og imødekomme forskellige borgere, og de kan derfor med fordel arbejde forskelligt med segmenterne.

På tværs af kommunetyperne er der yderligere tendens i retning af systematiske forskelle med hensyn til brug af det digitale bibliotekstilbud. Borgerne i de større provinskommuner (kommunetype C) har den højeste brugerandel – dvs. procentdel, der bruger biblioteket en gang om året eller oftere.

Endvidere er der en tendens til, at brugerne i de store byer (kommunetype E) kender lidt flere af de digitale bibliotekstjenester end brugerne i kommunetype A, som især er de mindre landkommuner.

A

Kommunetype A består især af mindre landkommuner. Her er befolkningstætheden og det gennemsnitlige indbyggertal relativt lavt. Her er især den kulturforbrugende kvinde og den analoge mand en smule overrepræsenteret i forhold til landsplan.

B

Kommunetype B består især af større landkommuner med flere bycentre. I denne type kommune fylder den analoge mand, den analoge kvinde og den kulturforbrugende kvinde mere end på landsplan. Den superdigitale mand og kvinde fylder mindre her.

C

Kommunetype C består især af større provinsbyer. I denne type kommune ligner fordelingen af segmenterne meget fordelingen på landsplan. Dog er der væsentligt færre af segmentet den superdigitale mand.

D

Kommunetype D består af kommuner i Københavns omegn. Segmentfordelingen i disse kommuner adskiller sig ikke væsentligt fra fordelingen på landsplan.

E

Kommunetype E består af de store universitetsbyer: Odense, Aarhus, Aalborg og København. Disse kommuner har en meget stor andel af den superdigitale mand og den superdigitale kvinde.

3. TVÆRGÅENDE ANALYSER AF BORGERNES BRUG AF DET DIGITALE BIBLIOTEK

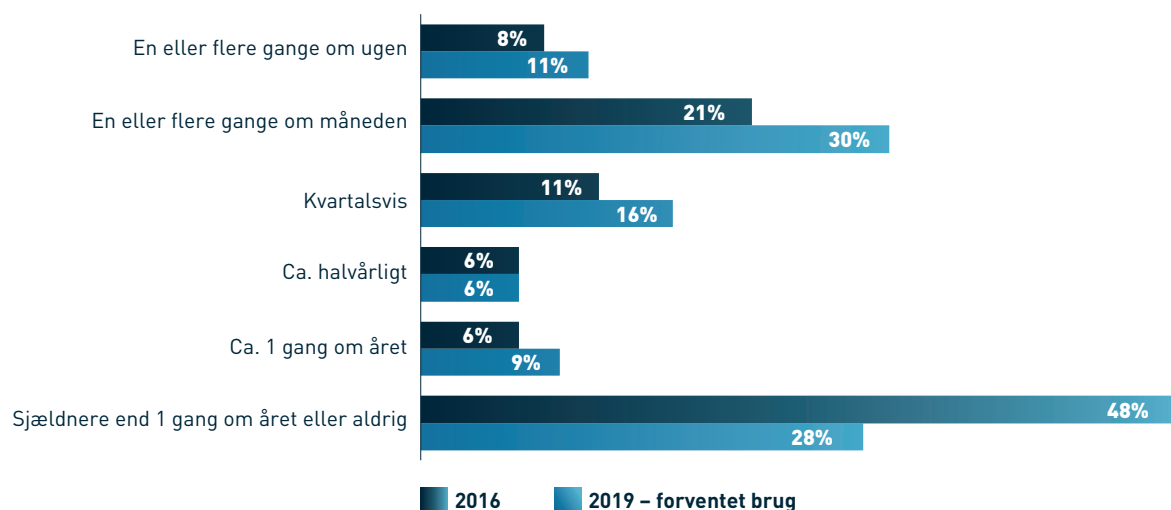
Dette afsnit vil se mere på, hvad der på tværs af segmenter og kommunetyper påvirker borgernes brug af det digitale bibliotek. Det vil sige, at der analyseres på alle borgerne og undersøges, hvad vi alt andet lige på tværs af en række skel og kommunetyper kan sige om borgernes brug af det digitale bibliotek.

Først undersøges en række generelle forhold om brugen af det digitale bibliotek: den samlede brugshyppighed, kendskabet til de digitale tjenester m.m. Dernæst undersøges det, hvilke baggrundsfaktorer der gør en forskel: køn, alder, uddannelse, hvor man bor, samt om man har børn. Til sidst opstilles en samlet model, som gør det muligt at sammenligne effekten af forskellige faktorer med hinanden.

3.1 SÅ MEGET BRUGES DET DIGITALE BIBLIOTEK

For det første er det relevant at se på, hvor ofte borgerne angiver at bruge det digitale bibliotek overordnet set. Her er der blevet spurgt ind til hvor ofte, folk selv mener, de benytter det digitale bibliotek samlet både med hensyn til de digitale tjenester samt bibliotekernes hjemmesider. Dette tal er helt centralt at kende for at kunne udarbejde de resterende analyser, som denne undersøgelse bygger på og er i sig selv et nøgletal. Figur 3 viser svarfordelingen på spørgsmålet samt svarfordelingen på, hvor meget borgeren forventer at bruge biblioteket om tre år.

FIGUR 3: Hvor hyppigt benytter du / forventer du at benytte de danske folkebiblioteker digitalt? (Bøger, film, musik eller inspiration via nettet)?



Hver fjerde benytter det digitale bibliotek en eller flere gange om måneden. En stor andel på 48 % benytter det digitale bibliotek en gang om året eller sjældnere. Den samlede brugerandel er på 46 %. Dette er dem, som benytter det oftere end én gang om året. Ikke-bruger andelen er dermed på 54 %. Brugerandelen er den andel, som bruger biblioteket mere end en gang om året.

Man kan diskutere om den antagelse, at en person, der bruger biblioteket halvårligt, kan betegnes som en bruger. Her vurderes det dog, at halvårligt brug giver grundlag for en regelmæssighed, der gør at vedkommende opbygger et kendskab til biblioteket og dermed kan betegnes som bruger. Denne definition ligger i forlængelse af det brugsbegreb som ofte anvendes i lignende undersøgelser: hvorvidt man inden for det seneste år har benyttet biblioteket en eller flere gange. Definitionen lægger sig dermed op af den som benyttes i eksempelvis definitionen af aktive lånere i Biblioteksstatistikken.

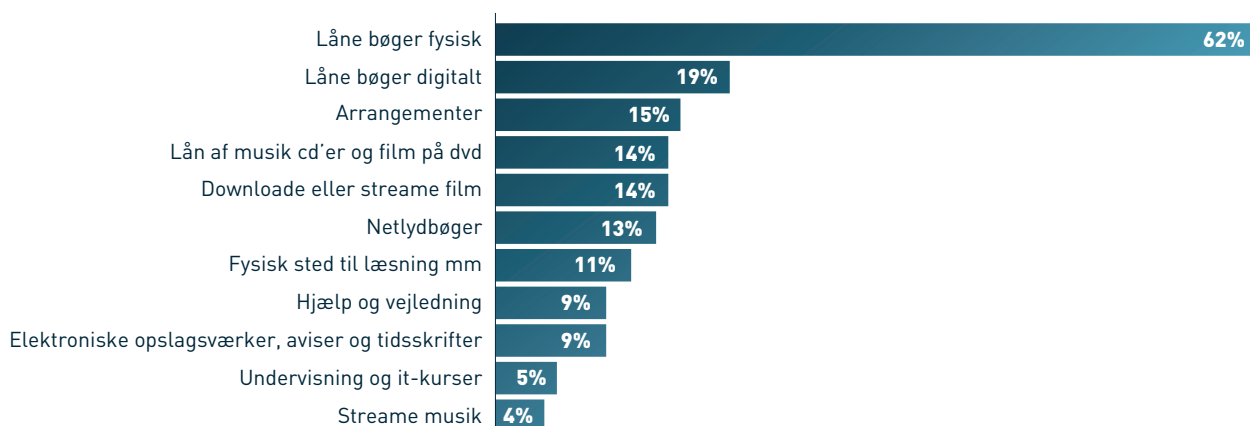
Hvis man ser på den fremtidige brug, er der sket en klar forskydning i retning af flere brugere og færre ikke-brugere i fremtiden. Borgernes egne forventninger til brug er selvfølgelig behæftet med en stor usikkerhed, men ikke desto mindre er der på baggrund af dette et vis belæg for at forvente en stigning i brugen af de digitale tjenester i fremtiden, og det udtrykker i hvert fald et væsentligt grundlag for efterspørgsel efter digitale bibliotekstilbud.

3.2. DISSE FOLKEBIBLIOTEKSTILBUD INTERESSERER FOLK MEST

Når man spørger folk til deres interesse for forskellige tilbud fra folkebibliotekerne, er der fortsat en klar tendens til præferencer for det fysiske bibliotek. Flest forbinder således fortsat især folkebiblioteket med og efterspørger især den fysiske del af folkebibliotekerne: det fysiske bogudlån, arrangementer, samt udlån af CD'er og DVD'er.

FIGUR 4: Hvilke af følgende bibliotekstilbud har din største interesse?

Det var muligt at sætte op til 3 kryds. Procentandelene summer derfor ikke til 100%.



Figur 4 viser, hvilke bibliotekstilbud borgerne har angivet at have interesse for, hvis de ud fra en liste, måtte vælge tre bibliotekstilbud. Fordelingen også give et hint, om hvor stor interessen er for de digitale bibliotekstilbud i forhold til de mere fysiske bibliotekstilbud. 62 % af borgerne interesserer sig for det fysiske bogudlån. Samtidig fylder digitale bibliotekstilbud dog også en del: 19 % af de angivne bibliotekstilbud er interesse for at låne bøger digitalt, 14 % interesserer sig for at streame film, 13 % for netlydbøger, 9 % interesserer sig for elektroniske opslagsværker og 4 % streaming af musik. Sidstnævnte, streaming af musik, er dog ikke pt. en del af det digitale folkebibliotekstilbud. Dette giver samlet set en væsentlig interesse for det digitale bibliotek. Selvom der er en markant overvægt i retning af det fysiske, er der således også basis for at videreudvikle bibliotekernes digitale tilbud og formidle de eksisterende digitale tilbud. Det kan fremadrettede strategier for tilbudsudvikling og målrettet formidling understøtte.

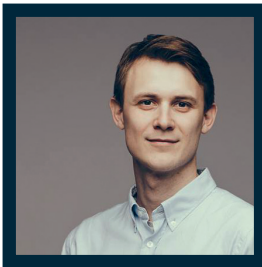
3.3. BORGERNES ØNSKER TIL DIGITAL KULTURTJENESTE ER BRUGERVENLIGHED, OVERBLIK OG BREDDE

Borgernes præferencer for en god kulturtjeneste handler rigtig meget om brugervenlighed og overblik. Det er værd at bemærke, at disse aspekter af tilbuddene går forud for deres indhold, og at digital biblioteksudvikling derfor helt givet må gå på flere ben. Figur 5 viser brugernes fordeling. Brugervenlig betjening er den egenskab, som flest borgere finder vigtig ved en digital kulturtjeneste. Dernæst kommer godt overblik over indhold.

Det fremgår også, at præference for dybt udvalg af nicheindhold er den mindst populære præference. Endvidere fremgår det, at der er væsentlig større efterspørgsel på brede tjenester med et bredt indhold end tjenester med et smalt og dybere indhold.

FIGUR 5: Hvad synes du er vigtigst ifm. en god digital kulturtjeneste, hvad enten det måtte gælde film, musik eller litteratur? Det var muligt at sætte op til 3 kryds. Procentandelene summer derfor ikke til 100%.





SEBASTIAN BORUM OLSEN ADFÆRDSDESIGNER HOS KL.7

Hvad er det for et kulturforbrug, som gør sig gældende i dag?

Det er et kulturforbrug, som egentlig har været undervejs i en tid efterhånden. Piratkopiering, med Napster som frontfigur, skabte f.eks. en helt ny forståelse for adgang til musik. Og selvom pladeselskaber og rettighedshavende forsøgte at kriminalisere denne adfærd, så var det jo ikke dét, som det handlede om. Folk downloadede ikke musik, fordi de ville være ulovlige. Det var ikke en langemand til systemet og den lukrerende pladeindustri. Det handlede om, at der var nemt. Og det er jo ligesom overskriften for kulturforbruget og digitaliseringen. Det gør det ekstremt nemt. Det er den bevægelse, vi ser i dag. Jeg kan høre hvad jeg vil – jeg kan læse, hvad jeg vil – når jeg vil. Adfærdsmæssigt er der en god forklaring på det. Det er fordi, vi er energioptimerende. Vi vil meget gerne bruge så lidt energi som muligt. Både fysisk, men også mentalt. Det er noget, vi nærmest har fået hardwired. Så hvis jeg kan streame en plade eller en bog i stedet for at gå ned at købe den, så trumfer dét, at det er nemt for mig – det er energi-besparende for mig.

Ændrer det også den måde, som vi imødegår kulturen på?

Det kan man godt tale om. Man stiller sig måske tilfreds med noget, som måske ikke er helt så godt, men man kan få det her og nu. Det er få mennesker, som scroller Netflix igennem og tænker, nå, der var ikke noget for mig – jeg hopper lige ned i Blockbuster. Så man vælger måske oftere at se en eller anden sekundær film, som måske ikke helt er det, man ønskede. Men modsat kunne man også tænke i hvorvidt, at hvis man låner en bog

fysisk, så er der muligvis større chance for, at man læser den til ende, selvom den måske ikke lige er én, men nu har man jo lånt den, og man skal først på biblioteket om to uger. Modsat kan man i det digitale lynhurtigt skifte til en anden bog, hvis den valgte ikke lige var én. Og det er jo en kæmpe styrke og svaghed. Det giver adgang til alverdens tilbud, men det er ikke selvsagt, at brugere derfor når frem til de relevante tilbud. Og der skal bibliotekerne være opmærksomme i forhold til hjælpe brugerne, så det ikke bare bliver en uendelig udskiftning af ikke-færdiglæste e-bøger – eller en første og bedste mentalitet i det digitale.

Hvad bør bibliotekerne holde for øje i forhold til digitale vaner?

Der er flere ting, som kunne være relevante overvejelser. Man ser f.eks. hos mange tjenester, at første måned er gratis for ligesom at sænke indgangsbarrieren. Og det er første udfordring. Man skal gøre det ekstremt ligetil at give brugere grund til at prøve en digital tjeneste. Og der skal bibliotekerne tænke over, hvordan de inviterer forskellige slags brugere. E-reolen skal på den måde f.eks. ikke blot være relevant for dem, som læser fire bøger om måneden. Det skal føles relevant og ligetil for alle. Både dem der vil snuse til noget "lavkultur", men også dem som vil læse Heidegger. Og ligeledes kan vi tænke i de mennesker, som oplever en stor barriere i forhold til at komme på det fysiske bibliotek. Der må der ligge nogle muligheder i forhold til at gøre barrieren minimal i det digitale, fordi det potentielt er så let. Man skal selvfølgelig skabe incitament hos brugerne for at benytte sig af bibliotekernes tjenester via indhold, men indgangsbarrieren er yderligere interessant, for hvis man først har gjort det ligetil at prøve en tjeneste, så sker det



Det er ligesom, hvis tallene er vendt om i en dankortterminal, så får man nærmest knuder i maven, og man kan pludselig ikke huske sin kode

hurtigt, at man i det små kan få etableret en vane; en handling så rutinemæssigt, at den sker automatisk. Hvis en bruger f.eks. har lyst til at se en film, og tidligere har brugt Filmstriben. Så er der god chance for, at man ikke bare vælger en "sekundær" film på Netflix, men også lige tjekker, hvad der kunne være interessant på Filmstriben. Men det afhænger af, at det føles som en ligetil mulighed.

Kan man i det regi tale om, at de digitale bibliotekstilbud mangler en form for standardiseret brugervenlighed, via de mange adskilte platforme og logins, som giver følelsen af, "at det er ligetil"?

Ja, det kan man nok godt, for alt hvad der ikke er standardiseret, det er en hæmsko. Igen, hvis man tager det i forhold til den menneskelige kognition, og det her med at være energibesparende, så er vi tilbøjelige til at genbruge faste metoder, som føles genkendelige. Det er ligesom, hvis tallene er vendt om i en dankortterminal, så får man nærmest knuder i maven, og man kan pludselig ikke huske sin kode. Vi laver hele tiden små huskeregler. Og hvis man på den måde hele tiden skal til at forholde

sig til et nyt bibliotekssystem, en ny platform eller forskellige kommunale licenser, så er man tilbøjelig til at droppe brugen af det. Det føles ikke længere ligetil. Og der kan selvsagt være alle mulige grunde til, at der er forskellige platforme og licensregler, men jo mere standard og genkendelighed man kan integrere, jo mindre mental energi kræver det af brugerne i forhold til at benytte sig af de digitale tilbud.

I det regi må det aldrig blive brugerens ansvar at kunne navigere i det digitale. Igen, hvorom der er gode grunde til at kommuner indkøber forskellige licenser, så bør det i sidste ende ikke være en størrelse som tynger brugerens oplevelser. Det må ikke blive en barriere for deres adgang. Det er formidlernes opgave at gøre det forståeligt og nemt i det digitale. Man bør ikke bare gå ud fra, at brugere lærer at navigere mellem x antal platforme, og samtidig har forståelse for, hvorfor borgere i én kommune kan låne alt det de vil digitalt, mens man i andre ikke kan. Det virker ikke logisk for dem, når det kommer til det digitale. Og endnu vigtigere, så giver det dem ikke følelsen af noget, der er ligetil – let forståeligt – og nemt.



Jeg kan godt blive i tvivl om, hvor jeg er – og hvilket login, jeg skal bruge. Jeg har nogle gange opgivet at logge ind, fordi jeg bliver nervøs for, at jeg har brugt mit login tre gange, så jeg bliver lukket helt ude

Charlotte, 51 år, pædagog og socialrådgiverstuderende

3.4 DISSE TJENESTER KENDER BORGERNE

For at få et samlet billede af borgernes digitale brug er det helt centralt at vide præcis hvilke af de digitale bibliotekstilbud, borgerne kender. Figur 6 viser, hvilke tjenester brugerne af det digitale bibliotek kender.

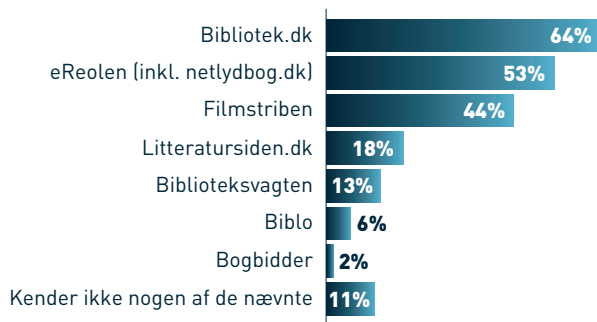
De tjenester, som kendes af flest brugere, er bibliotek.dk, eReolen samt Filmstriben. Langt færre kender Litteratursiden.dk samt Biblioteksvagten. Under 10 % af brugerne kender Biblio.dk samt Bogbidder. 8 % af brugerne kender den digitale musiktjeneste bibzoom, men denne er ikke medtaget i

oversigten, da den i år har ændret form og indhold. Det er afgørende at huske, at disse andele er ud af brugerne, og altså ikke alle borgere. At så relativt få af brugerne kender bibliotekernes tjenester, efterlader et stort potentiale. Langt de fleste borgere angiver da også netop manglende kendskab til tilbuddene som den største brugshindring. Der er dermed solidt grundlag for at arbejde videre med at udbrede kendskabet til de digitale bibliotekstilbud.

Kendskabet til de digitale tjenester giver også en god fornemmelse for, hvor mange der bruger de digitale tjenester. Tidligere undersøgelser påviser, at brug og kendskab til de digitale tjenester er tæt

FIGUR 6: Hvilke af følgende digitale bibliotekstilbud kender du til?

Spørgsmålet er kun stillet til brugerne. Procentandelene viser andel af brugerne, som kender tilbuddet.



forbundne og korrelerer stærkt med hinanden (for de fleste tjenester er korrelationen omkring 0,7). Dermed er der belæg for at bruge kendskabet til de digitale tjenester som en slags indikator på brugen af de digitale tjenester. Fordelen ved at spørge til kendskab og bruge denne som indikator for brug er, at der er grund til at tro, at dette giver et mere præcist billede af brugernes brug af og kendskab til de digitale tjenester.

Når man spørger direkte til brug, er der mange, som er i tvivl om, hvor ofte man skal bruge den pågældende tjeneste for at kvalificere sig som "bruger". Flere brugere vil måske frygte at blive

stillet konkrete "kontrolspørgsmål" om tjenesten, hvis de angiver at være brugere af en tjeneste. Hvis folk har forskellige tilgange til dette spørgsmål, kan det give varierende og inkonsistente svar, som dermed ikke giver et retvisende billede. Ud fra denne vurdering er der derfor i stedet spurgt til kendskab, som de fleste vil have forholdsvis nemt ved at svare på.

Listen over, hvilke tjenester man kender til, er derudover langt fra udtømmende. Der har samtidig været mulighed for at angive andre tjenester og databaser, men hyppighed og udbredelse for hver af disse er så relativt få, at de ikke indgår i opgørelsen.

Kvalitative findings: De digitale tilbud er ikke i samme grad som det fysiske rum en del af deltageres bevidsthed, når de taler om biblioteket. På den måde tænker de hovedsageligt i muligheden i at reservere og genlåne bøger i det digitale.

Food for thought: Bibliotekerne har fra 2017 licens til Pressreader og Zinio, og kan herved tilbyde adgang til 5.000 aviser og tidsskrifter.

3.5 FACEBOOK HAR POTENTIALE SOM INSPIRATIONSKILDE

Hvis man ser på, hvor brugerne af tjenesterne angiver at være blevet inspireret, er det især bibliotekets hjemmeside, som de fleste er blevet inspirerede af. Dernæst fylder venner, bekendte og familie samt bibliotekets personale som hyppige inspirationskilder.

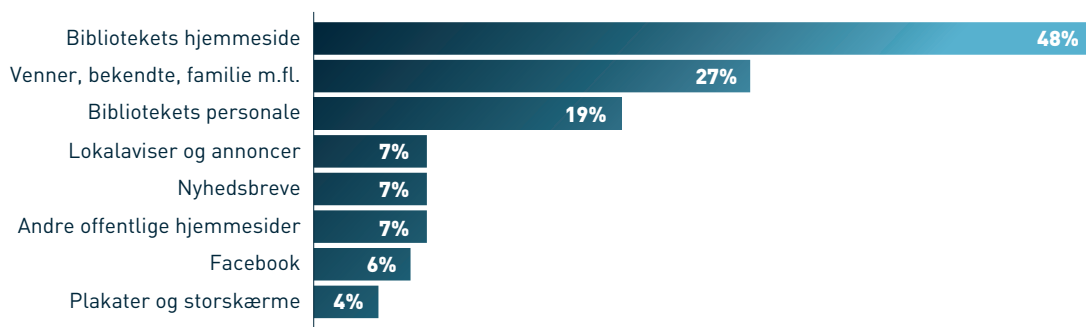
Denne fordeling skal dog langt fra ses som en uforanderlig størrelse. Som vi så ovenfor, er kendskabet til bibliotekstjenesterne relativt begrænset særligt med hensyn til nogle tjenester.

Derudover må sociale medier også tages i betragtning. Kun 6 % af brugerne er blevet inspirerede via Facebook, mens 80 % af brugerne og 75 % af alle borgere i undersøgelsen benytter dette sociale medie. Dermed er det absolut ikke utænkeligt, at der er ved at ske en forandring i måden, man bliver inspireret til at bruge biblioteket på, således at dette tal om få år er langt højere.

Som det fremgår, er relativt få brugere blevet inspirerede via nyhedsbreve, men som det senere i dette afsnit vil vise sig, er effekten af disse relativt stor i forhold til at øge brugshyppigheden. Dermed er der god grund til at overveje et fokus på denne tjeneste.

FIGUR 7: Hvor er du blevet inspireret til at bruge bibliotekets digitale tjenester?

Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere.



Kvalitative findings: Kun en af deltagerne i den kvalitative undersøgelse fulgte sit lokale bibliotek på Facebook, men flere af deltagerne var positivt stemt overfor muligheden. Deltagerne ser det som en oplagt mulighed for at følge med i kommende arrangementer og tilbud, som det lokale bibliotek tilbyder.

Som det vises i afsnit 6.3, svarer langt de fleste, at den største begrænsning for at bruge bibliotekets digitale tjenester er manglende kendskab til tjenester. Der er dermed god grund for bibliotekerne til at fokusere på at udbrede kendskabet evt. på baggrund af viden om, hvor brugerne er blevet inspirerede.

3.6. BIBLIOTEKSPERSONALET HAR OGSÅ BETYDNING

Dette afsnit undersøger, hvad de biblioteksansatte betyder for brugen af det digitale bibliotek. Det overordnede indtryk er, at bibliotekspersonalet har

en betydning for de digitale tilbud. Dette kan man se af, at henholdsvis 79 % og 83 % af brugerne har svaret, at de oplever, at de kan få personlig og kompetent vejledning i forhold til at bruge de digitale tilbud. 83 % af brugerne oplever, at bibliotekspersonalet er gode til at formidle de digitale tilbud. Endvidere er der også interesse for de bibliotekstilbud, som involverer bibliotekspersonalet. F.eks. bibliotekstilbuddet om en digital bibliotekar, en 24/7 onlinetjeneste, der kan hjælpe og vejlede med søgninger. Dette tilbud har 10 % af alle borgerne sat kryds ved som et tilbud, de kunne ønske sig flere af. Alt i alt peger dette i retningen af, at bibliotekspersonalet spiller en rolle i det digitale bibliotek.

FIGUR 8: Brugernes evaluering af bibliotekspersonalet på to dimensioner.

Procentandel, der har svaret "I høj grad" eller "I nogen grad" til spørgsmålene. Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere, eller respondenter, der har svaret, at de bruger det fysiske bibliotek en gang om året eller oftere.



Bibliotekarerne er smadder gode til at finde ud af, hvad jeg vil finde. Vi kan ikke alle sammen være eksperter, så der er brug for dem til at hjælpe

Charlotte, 51 år, pædagog og socialrådgiverstuderende



TINE JØRGENSEN FORMAND FOR BIBLIOTEKARFORBUNDET

Hvilke udfordringer gør sig gældende for bibliotekarerne, når det kommer til det digitale?

Spørgsmålet går i høj grad på, hvordan bibliotekarerne kan sætte sig selv i spil i forhold til det digitale. Både ved at formidle viden om de digitale tilbud, og ved at integrere deres kompetencer i det digitale. Det er selvfølgelig beklageligt, at jeres undersøgelse viser, at mange borgere ikke kender de digitale ressourcer. Men man kan også vende den om og sige fedt, her har vi faktisk noget, vi kan arbejde med og gøre mere håndgribeligt for alle – til gavn for os selv og borgerne. Og her viser jeres undersøgelse jo, at bibliotekarerne i høj grad er kvalificerede til at formidle relevant viden om de digitale tilbud. Men vi er tydeligvis nød til at tænke over, hvordan bibliotekarerne skal skabe opmærksomhed omkring de digitale tjenester, og hvordan de kan bruge deres kompetencer i samspil med det digitale.

Udfordrer de digitale tilbud bibliotekarernes rolle?

Det digitale kan meget, men det kan ikke stå alene. Der er brug for bibliotekarer, der kan vise, hvordan man bruger de forskellige tjenester – og skabe en lyst til at bruge tjenesterne. Og endnu vigtigere, er bibliotekarerne uundværlige i forhold til at hjælpe brugere, når deres informationsbehov er mere komplekst og kræver mere end en søgning i en kilde. Vi må heller ikke fare vild i de digitale muligheder. Jeg er enormt begejstret for, hvad det digitale tilbyder, men jeg er også rigtig glad for det fysiske. Og nogle gange bliver det gjort til et enten eller, hvor jeg tror rigtig meget på, at det handler om et både og. Altså hvordan det fysiske og digitale kan supplere hinanden. Det er vigtigt, at folk ikke

er forskrækkede over at stille spørgsmålstejn ved det digitale, for der er brug for, at vi reflekterer over hvilke muligheder, der gør sig gældende; hvordan vil vi gerne bruge dem; og hvordan vi gerne vil forme dem.

I forhold til læsning og læring kender vi endnu ikke konsekvenserne af det digitale. Her er det vigtigt, at bibliotekarerne er med til at tænke i, hvordan det digitale skal formes. Borgere er vant til at møde bibliotekarerne i det fysiske rum, og de skal også kunne møde en bibliotekar digitalt. Vil det for eksempel være naturligt at være ven med sin bibliotekar på Facebook? Der er mange spørgsmål og kontekster, som vi sammen skal finde ud af, hvordan vi kan bevæge os ind i. Vi bør nok også tænke brugerne ind i udformningen af bibliotekernes tilbud. Brugere skal i dag bruge andre former for viden end tidligere. Nu handler det ikke bare om at finde en bog. Og kravene til bibliotekarerne bliver formentlig kun større i takt med, at de vænner sig til nye værktøjer. Og derfor skal man også vende den om nogle gange og spørge, hvad er det egentlig, brugerne tænker om det her? Og der bliver bibliotekarerne igen relevante, fordi det er dem, der er i kontakt med brugerne både i det digitale og fysiske – derfor skal de være bibliotekernes øre, som kan hjælpe med at skaffe yderligere viden om, hvordan de digitale tilbud kan gentænkes.

Bør bibliotekarerne være mere aktive og opmærksomme på de sociale medier?

Jeg synes, at det er godt, at man forsøger sig på alle mulige medier, men samtidig er det vigtigt at have for øje, at det handler om målgrupper og kontekster, og det er derfor svært at generalisere på dette område. Facebook kan formentlig være relevant i mange sammenhænge i forhold til at



Vil det for eksempel være naturligt at være ven med sin bibliotekar på Facebook?

skabe opmærksomhed omkring bibliotekernes tilbud, men bibliotekerne skal tænke over, hvad de kommunikerer, og hvem de sigter mod i en given situation. Er det for at kommunikere til brugerne eller for at interagere med dem? Begge dele kan være relevant i forskellige situationer. Og hvilken autoritet ønsker biblioteket som afsender? Er de sociale medier informationskanaler med biblioteket som afsender eller en mulighed for at imødegå brugeres ønsker? Både og, tror jeg. Når man bevæger sig ud på de sociale medier, er det jo netop baseret på det "sociale". Der er selvfølgelig altid en afsender-modtager-relation, men grænserne er meget mere flydende. Og derfor kan bibliotekerne bruge de sociale medier til at danne os en forståelse af, hvad brugere ønsker.

Det skal være naturligt for bibliotekarerne at tænke over, hvor de møder deres brugere. Og det gælder både for det digitale og fysiske. I hvilke kontekster møder bibliotekarerne dem? Og sker det på brugernes præmisser, eller møder bibliote-

karerne dem med deres egen formidlingsagenda? Hvis man nu sætter det op imod det fysiske, så er bibliotekerne en institution med fire mure, hvor folk er kommet på besøg ofte med en idé om, hvordan man opfører sig i den kontekst, som biblioteket nu har været med til at etablere, og derfor har bibliotekerne også selv en bedre idé om, hvordan de kommunikerer med de besøgende her. Men når vi så taler f.eks. Facebook, så er det nogle helt andre præmisser, der er gældende.

Jeg kan godt savne en retning, hvor det ikke bare er den digitale udvikling, der definerer kursen, men også brugerne, bibliotekerne og bibliotekarerne. Bibliotekarere kommer formentlig i fremtiden til at skulle varetage flere kommunikationsopgaver f.eks. på de sociale medier, men jeg synes, at det er en vigtig pointe, at helt grundlæggende har man et rigtig godt produkt med biblioteket, så hvis al tiden går med kommunikationsopgaver fremfor dygtig og kvalificeret formidling og kurateringsarbejde, er det et tab for borgerne og bibliotekerne.

3.7. BRUG AF DET DIGITALE BIBLIOTEK PÅ TVÆRS AF EN RÆKKE BAGGRUNDSFAKTORER

Hvor meget man bruger det digitale bibliotek, afhænger ligesom med mange andre biblioteksforhold i høj grad af en række baggrundsfaktorer. Når man dykker ned i analysen, finder man ud af, at der er interessante forskelle på tværs af forhold som køn, alder, om man har børn under 15 år samt

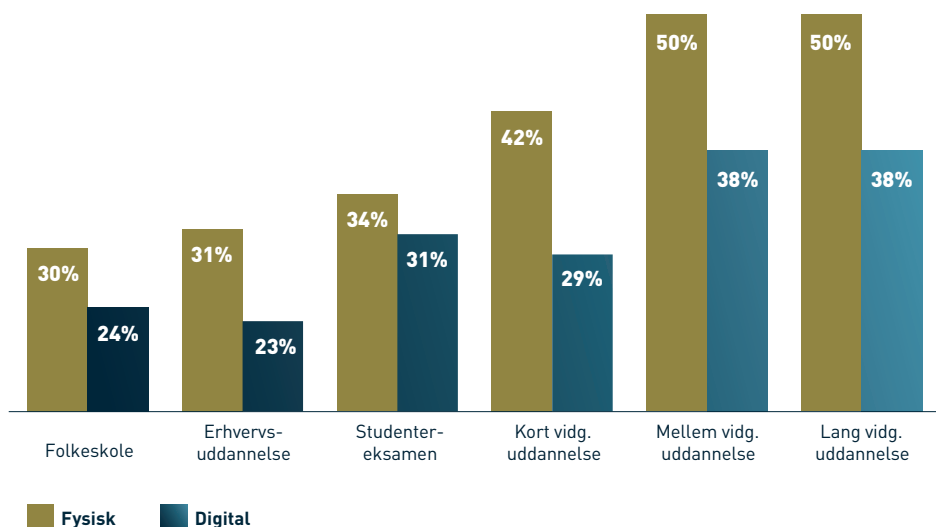
uddannelsesniveau. Disse forskelle er udtryk for nogle naturlige "grupper" i samfundet, og forskellene på disse grupper er så grundlæggende, at de sætter sig spor i ens brug af det digitale bibliotekstilbud. Bibliotekerne kan bruge denne viden til at målrette sine tilbud til disse grupper. Vigtige forskelle på disse opridses kort nedenfor, derefter følger to sider som fokuserer særligt på de unges brug af det digitale bibliotek.

• Uddannelse betyder noget, men mindre end for fysiske bibliotekstilbud

Når der ses på uddannelsesniveauets betydning for brugen af digitale bibliotekstilbud, genfindes et mønster, som også gør sig gældende ved brugen af fysiske bibliotekstilbud. Således er andelen af hyppige digitale brugere voksende med en stigende uddannelseslængde. Det er dog interessant at brugerandel og brugshyppighed ikke stiger lineært som ved brugen af fysiske bibliotekstilbud. Det ses af nedenstående figur, at den største effekt af uddannelse sætter sig igennem for brugen af digitale bibliotekstilbud allerede efter en studentereksamen. Således er andelen af hyppige digitale brugere også "kun" stigende fra, at 24 % og 23 % af personer med folkeskole eller erhvervsuddannelse som højest fuldførte uddannelse til 38 % for personer med mellemlang og lang videregående uddannelse. For det fysiske bibliotek stiger andelen gradvist fra 30 % op til 50 %.

FIGUR 9: Andel af hyppige fysiske- og digitale brugere fordelt på uddannelsesniveau.

Procentandel, der har svaret "En eller flere gange om ugen" eller "En eller flere gange om måneden" til spørgsmålene.



- **Kvinder tager deres biblioteksbrug med ind i det digitale**

Kønsforskellene følger samme mønster som brugen af det fysiske bibliotek: Kvinder bruger generelt biblioteket, herunder det digitale bibliotek, mere end mænd.

Brugerandelen for det digitale bibliotek er for kvinder på 53 %, mens for mænd er den på 37 %. Kvindelige brugere kender i gennemsnit 2,3 af bibliotekets digitale tjenester, mens mændene i gennemsnit kender 2,1 af bibliotekets digitale tjenester. Kvinderne kender i højere grad end mændene tjenester som bibliotek.dk, Litteratursiden.dk samt eReolen, mens mændene i højere grad end kvinderne kender til digitale musiktilbud og faktuelle opslagsværker. Dermed er der tegn på, at kvinderne i højere grad kender de "bogrelaterede" tjenester, og man kan tale om, at kvinderne tager deres fysiske biblioteksbrug med ind i deres digitale brug f.eks. ved at kende og bruge bibliotek.dk, der i høj grad handler om fysiske bøger. I forhold til evaluering af bibliotekets formidling af de digitale tilbud er der dog ikke markant forskel på mænd og kvinder, bortset fra på spørgsmålet om hvorvidt bibliotekets personale er gode til at formidle de digitale tilbud. Her er mændene en smule mere tilfredse end kvinderne. Mænd oplever i højere grad end kvinder, at indhold og emner ikke er interessante nok. Kvinder oplever i højere grad end mænd, at manglende overblik og besværlig navigation begrænser deres brug. Mændene ønsker i højere grad end kvinderne digital musiktjeneste, online spil og gaming samt faktuelle opslagsværker, mens kvinderne i højere grad kunne ønske sig flere e-bøger, lyd-bøger samt en personlig biblioteksprofil.

- **Børnefamilierne begrænses af omstændelig adgang**

Børnefamilier bruger i højere grad end folk uden børn under 15 år de digitale bibliotekstjenester. Dette forhold gælder på samme måde som for det fysiske bibliotek. For børnefamilierne er brugerandelen på 67 %, mens den for folk uden børn er 52 %.

Børneforældrene angiver i lidt højere grad end resten af brugerne, at omstændelig adgang og log-in samt manglende overblik og besværlig navigation er begrænsende for deres brug.

- **Digitale bibliotekstjenester bruges mest i kommunetyper med store provinsbyer**

Det samlede billede er, at der ikke er så store forskelle med hensyn til brugen af det digitale bibliotek, men at der derimod er væsentlig større forskelle befolkningsgrupper imellem. Alligevel er der mindre tendenser i retningen af, at nogle kommunetyper samlet set har højere brugshyppighed end andre. Borgere i de større provinskommuner (kommunetype C) har den højeste brugerandel. Det er dermed i denne kommunetype, at det digitale bibliotek bliver hyppigst brugt. Denne forskel skyldes sandsynligvis primært forskelle i segmentsammensætning i denne kommunetype. De øvrige kommunetyper adskiller sig ikke signifikant fra hinanden på spørgsmålet om brugshyppighed. Brugere i de største byer (kommunetype E) kender flere af de digitale bibliotekstjenester end brugerne i kommunetype A, som især er de mindre landkommuner. Brugere i de største byer (kommunetype E) synes i højere grad end de øvrige brugere, at indhold og emner ikke er interessante nok.

Man kan læse mere om kommunetyperne i afsnit 9.



Biblioteket er et rart sted at kunne gå hen. Det er rart, at der er andre mennesker omkring en, og at der er liv

Kristoffer, 27 år, kandidatstuderende i kommunikation

3.8. EN SAMLET FORKLARINGSMODEL FOR BRUGEN AF DET DIGITALE BIBLIOTEK

De forhold, som er fremhævet i forrige afsnit, giver dog ikke et samlet billede af, hvad der betyder mest. For at få et overblik over de forhold, som betyder noget for brugshyppighed af det digitale bibliotekstilbud, er der lavet en samlet model. Denne model gør det muligt at sammenligne de forskellige forhold samt få et overblik over, hvad der især betyder noget for digital biblioteksbrug.

Alt i alt er der mange forhold, som spiller ind i forhold til brug af det digitale biblioteksbrug. Denne model er således udtryk for et udvalg af faktorer, som betyder mest. Et forsøg på at opstille en solid og meningsfuld model.

Analyse af alle borgerne i undersøgelsen viser, at det der samlet set har størst direkte betydning for borgernes brug af det digitale bibliotek, er:

- Hvor ofte borgeren bruger det fysiske bibliotek (0,6)
- Erfaring i forhold til at navigere på internettet (0,05)
- Borgerens højeste opnåede uddannelse (0,03)
- Køn (0,03 for kvinde)
- Om man har børn under 15 år (0,02)

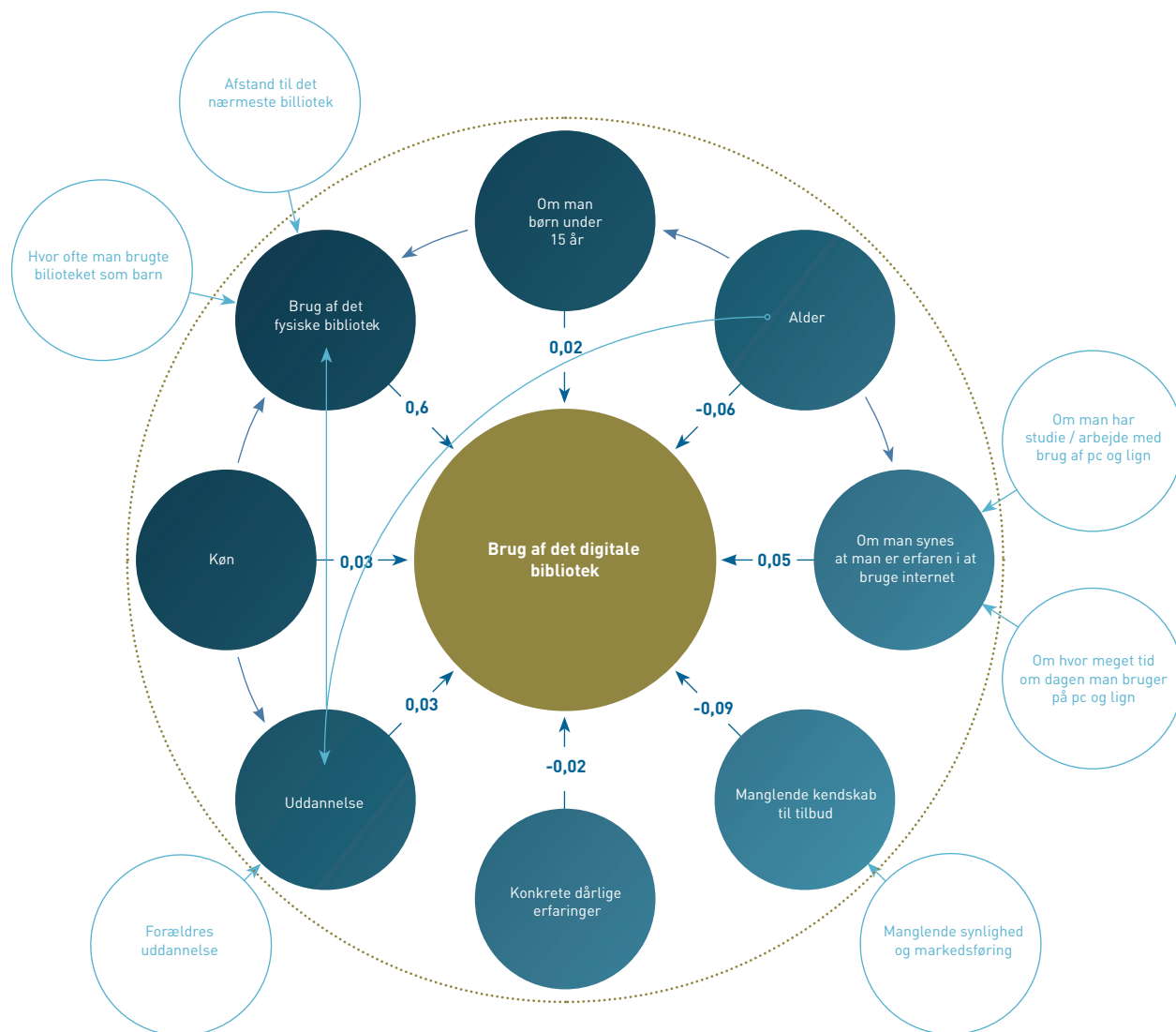
Samtidig er der også tre forhold, som negativt har betydning for brugen af det digitale bibliotek:

- Alder (-0,06)
- Manglende kendskab til tilbuddene (-0,09)
- Konkrete dårlige erfaringer med brug af tjenesterne (-0,02)

Dette skal forstås som, at borgere karakteriseret ved disse punkter, har lavere brugshyppighed end de øvrige. De faktorer, som har betydning for brugshyppigheden af det digitale bibliotek, er vist i figuren på næste side. Modellen skal forstås som, at der er to analytiske lag. De mørkeblå bobler og mørkeblå pile indikerer, hvad der har direkte indflydelse på borgernes brug af det digitale bibliotek. De lyse bobler og de lyseblå pile indikerer, hvad der har indirekte indflydelse. Det er dermed tiltænkt de mere "nørdede" læsere, som vil have et mere nuanceret overblik over kompleksiteten af brug af de digitale tjenester.

Således har brugshyppighed af det fysiske bibliotek en stærk direkte effekt på brug af det digitale bibliotek, mens at hvor ofte man som barn brugte det fysiske bibliotek, påvirker dette. Modellen skal ikke forstås som en komplet oversigt over alt, hvad der påvirker biblioteksbrug, men som en udvalgt opsummering af de væsentligste faktorer og dem som har en størst påvirkning.

FIGUR 10: Forklaringsmodel for brug af det digitale bibliotek.



Tip til læsning af figuren: Den mørkeblå model er den primære model, mens de hvide bobler er for de mere "nørdede" læsere. Tallene ud for pilene angiver den relative styrke af faktoren, dvs. hvor meget en faktor betyder sammenlignet med de øvrige faktorer. Her skal man ikke se på fortegnet men, på størrelsen af tallet for at se, hvor meget det betyder, og på fortegnet for at se, om det har negativ eller positiv betydning for brugen af biblioteket.

Manglende kendskab til tilbud har en koefficient på -0,09 og har derved en større betydning i modellen, end om man oplever sig selv som erfaren til at bruge internet, som har en koefficient på 0,05. Samtidig har manglende kendskab til tilbud en negativ koefficient, hvilket vil sige, at den har negativ betydning for brug af det digitale bibliotek, mens erfaring med at bruge internet har en positiv indflydelse på brug af det digitale bibliotek.

Modelbeskrivelse: Der er gennemført multipel lineær regressionsanalyse med brugshyppighed af det digitale bibliotek som afhængig variabel, der forklares ud fra de hovedspørgsmål, der indgår i forklaringsmodellen som uafhængige variable (de mørkeblå). Tallene ud for pilene er såkaldte standardiserede beta-koefficienter, der gør det muligt at sammenligne faktorernes respektive og isolerede effekt. Den multiple regressionsmodel kan forklare 38,6 % af variationen i brugshyppigheden ud fra de nævnte aspekter. Hovedspørgsmålene er dog også påvirket af andre faktorer og af de øvrige faktorer. Dette er markeret med de lyseblå pile.

Den allervigtigste faktor for brug af det digitale bibliotek er brug af det fysiske bibliotek. Denne faktor betyder meget mere end de øvrige. I princip kan man sige, at der kan være tale om en 'hønen eller ægget'-situation: om de hyppige fysiske brugere bliver lokket til at bruge de digitale tilbud og dermed også bliver hyppige digitale biblioteksbrugere, eller om de hyppige digitale biblioteksbrugere også bliver lokket ind på det fysiske bibliotek og dermed bliver hyppige fysiske biblioteksbrugere. Det kan være lidt svært at sige, hvilken retning påvirkning går, men der er i alle tilfælde tale om en sammenhæng. Det kan også være, at begge retninger af påvirkningen er sande for forskellige brugere, eller at de to faktorer forstærker hinanden. Da det fysiske bibliotek trods alt har eksisteret længst, er det mest sandsynlige for de fleste mennesker dog, at fysisk biblioteksbrug spiller ind på digital biblioteksbrug. De faktorer, som især betyder noget for brugen af det fysiske bibliotek, er således afstanden til det fysiske bibliotek, hvor ofte man har brugt biblioteket som barn samt køn, alder og om man har børn (under 15 år).

Samlet set tegner der sig også et billede af, at baggrundsfaktorer betyder en del for brug af det digitale bibliotek: Køn har en betydning i retningen af, at kvinder bruger det digitale bibliotek mere end mænd. Uddannelse har en effekt på den måde, at jo flere års uddannelse, desto større sandsynlighed har man for at bruge det digitale bibliotek. Ligeledes bruger folk med små børn biblioteket mere end folk uden små børn. Til sidst ser vi en stærk tendens til, at unge bruger det digitale bibliotek væsentligt mere end ældre.

It-erfaring er også en væsentlig faktor i forhold til at forklare brug af det digitale bibliotek. Folk, som

er trygge og erfarne i brug af det digitale har en tendens til at bruge det digitale bibliotekstilbud mere. De forhold, som især betyder noget for, om man ser sig selv som en erfaren it-bruger, er, om man har et arbejde eller studie, hvor man bruger computer eller lignende samt hvor mange timer, man bruger på computer, smartphone, tablet osv. om dagen. Alder har også en stærk betydning for sandsynligheden for, at man oplever sig selv som erfaren bruger af det digitale.

De to faktorer, som har en stærk forklaringskraft i forhold til brug af det digitale bibliotekstilbud i en negativ retning, er konkrete dårlige erfaringer samt manglende kendskab til bibliotekets digitale tilbud. Konkrete dårlige erfaringer kan således få folk til ikke at bruge det digitale bibliotek, og det er derfor afgørende for biblioteket at forebygge sådanne, selvom det kan være mange forskellige ting, der kan føre til dårlige erfaringer hos borgere. Som det fremgår på side 75, er det relativt få borgere, der angiver konkrete, dårlige erfaringer som årsag til ikke at bruge det digitale bibliotek mere. De som til gengæld gør, har således en markant lavere brugshyppighed end andre.

Ligeledes er der en markant sammenhæng mellem, om man oplever ikke at kende noget til de digitale bibliotekstilbud, og om man ikke bruger det digitale bibliotek. Denne faktor hænger stærkt sammen med, om man oplever, at der er manglende synlighed og markedsføring omkring de digitale bibliotekstilbud. Som med det fysiske biblioteksbrug kan det her være svært at afgøre, om effekten går den anden vej, således at de sjældne brugere også har et mindre kendskab til tilbuddene. At øge kendskabet til tilbud er dog en oplagt indsats for at få flere brugere.

Kvalitative findings: Problemer med at oprette nye brugerprofiler og logins går igen som en barriere for deltagerne i brugen af digitale services. Det kan være svært at gennemskue organiseringen af de forskellige institutioner, services og de tilsvarende brugerprofiler.

I forlængelse af denne analyse er tre oplagte fokuspunkter for bibliotekerne i arbejdet med at øge den digitale biblioteksbrug at:

1. Understøtte brug af de digitale tjenester blandt grupper med lav it-erfaring
2. Forebygge dårlige brugerfaringer blandt nye brugere
3. Arbejde med at udbrede et bredt kendskab til tilbud

3.9. EN SAMLET FORKLARINGSMODEL FOR BRUGERNES BRUGSHYPPIGHED

Et andet tværsnit, som det kan være relevant at se på i forlængelse af ovenstående, er, hvad der afgør, hvor hyppigt de eksisterende brugere bruger det digitale bibliotek. Hyppig brug er naturligvis vigtig for brugernes udbytte af og loyalitet overfor de digitale bibliotekstjenester. Brugere er defineret som borgere, som har angivet, at de bruger bibliotekets digitale tilbud mere end en gang om året. Disse personer har derfor allerede en oplevelse med det digitale bibliotek og en mening om tilbudenes kvalitet og formidling.

Denne model ser kort sagt på, hvad der afgør, om man "kun" bruger det digitale bibliotek en gang

hvert halve år eller flere gange om måneden eller endda ugen. Denne forklaringsmodel fokuserer på det biblioteksnære og på brugernes konkrete oplevelser med tilbuddene, hvilket gør den handlingsorienteret for bibliotekerne. Dermed ser den bort fra baggrundsvariable såsom køn og alder, som bestemt også betyder noget for dette forhold.

Analysen viser, at de biblioteksnære forhold, som har størst betydning for brugernes brugshyppighed, er:

- Brug af det fysiske bibliotek (0,43)
- Interesse for at låne digitale bøger (0,07)
- Kendskab til tjenesterne eReolen og Litteratursiden.dk (0,07 og 0,04)
- Oplevelse af at man finder det, hvis man leder efter noget specifikt i tjenesterne (0,06)
- At man er blevet inspireret via nyhedsbreve (0,05)

De forhold, som har en negativ betydning for brugernes brugshyppighed, er:

- Manglende kendskab til tilbud (-0,08)
- Konkrete dårlige erfaringer (-0,05)

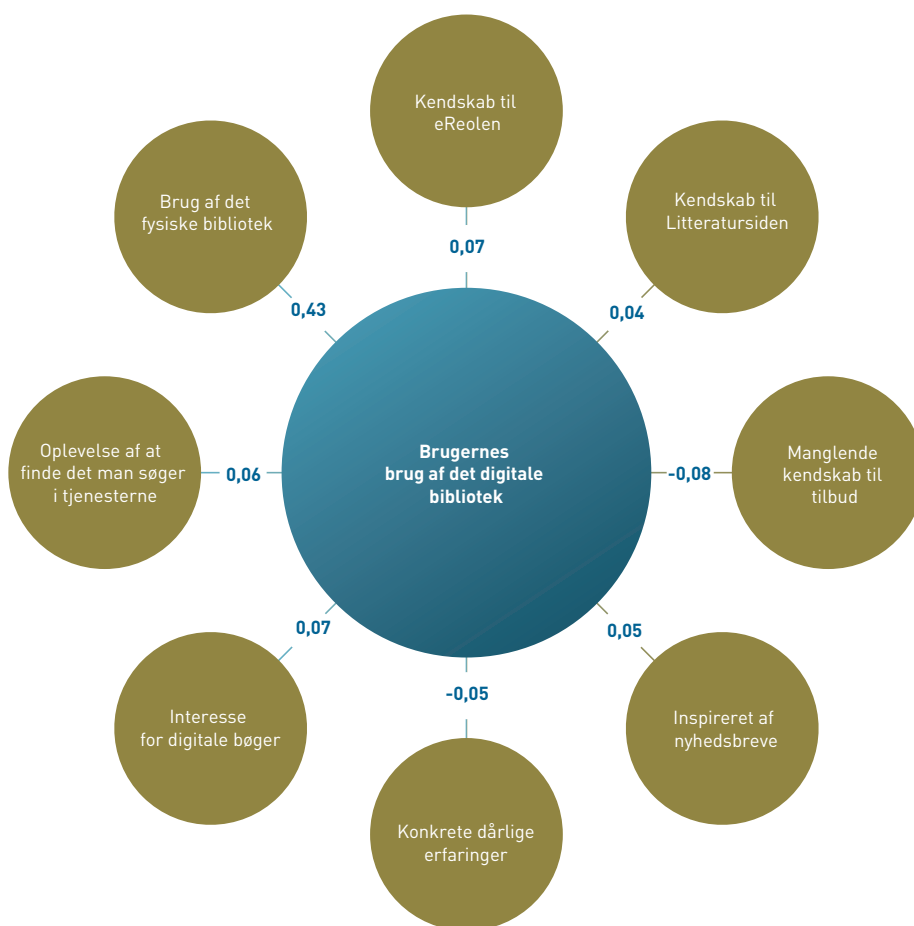
Disse faktorer er vist i figur 11.



Filmstriben har jeg også brugt en del, men det er et stykke tid siden. Jeg har bare syntes, det var irriterende, at det ikke bare var nemt

Charlotte, 51 år, pædagog og socialrådgiverstuderende

FIGUR 11: Forklaringsmodel for brugernes brugshyppighed af det digitale bibliotekstilbud.



Modelbeskrivelse: Der er igen foretaget multipel lineær regressionsanalyse med brugernes brugshyppighed som afhængig variabel. Tallene ud for pilene er standardiserede beta-koefficienter. Modellen kan samlet set forklare omkring 23 % af variationen i den afhængige variabel.



Jeg prøvede engang Filmstriben. Det var en ven, der gjorde det, som jeg var sammen med. Jeg tænkte, at det var smart, og så har jeg egentlig glemt det igen

Josefine, 52 år, sikkerhedskonsulent med masteruddannelse

Igen i denne model er det fysiske biblioteksbrug langt den vigtigste forklaringsfaktor til at forklare brugshyppigheden af det digitale bibliotek: de brugere, som bruger det fysiske bibliotek hyppigt, bruger ligeledes det digitale bibliotek hyppigt. Ligesom for alle borgere kan det være svært at sige hvilken vej effekten går: om man bliver hyppig digital bruger af at være hyppig fysisk bruger, eller om man bliver hyppig fysisk bruger af at være hyppig digital bruger. Man kunne her igen forestille sig, at der er en slags gensidig effekt, hvor hyppigt fysisk biblioteksbrug og hyppigt digital biblioteksbrug gensidigt forstærker hinanden.

Ligeledes betyder en interesse for at låne digitale bøger, e-bøger, også meget for at styrke det digitale biblioteksbrug. Dette kan bibliotekerne understøtte ved at give brugere gode erfaringer med e-bøger eller gøre opmærksom på muligheden for frit derhjemmefra at hente e-bøger.

Dette ligger meget i forlængelse af faktorerne kendskab til eReolen og Litteratursiden.dk. Disse tjenester har især en stærk effekt på brugen af digitale bibliotek således at brugere, der kender dem, hyppigere bruger det digitale bibliotek end brugere, der ikke kender dem. Her har vi igen lidt en 'hønen eller ægget'-situation, hvor det kan være svært at sige, om de, som kender eReolen og Litteratursiden.dk, bruger biblioteket ofte eller om de, som bruger biblioteket digitalt ofte, kender eReolen og Litteratursiden.dk. Der er uanset hvad en stærk sammenhæng mellem netop disse tjenester og brugshyppigheden, og det er derfor værd at være opmærksom på.

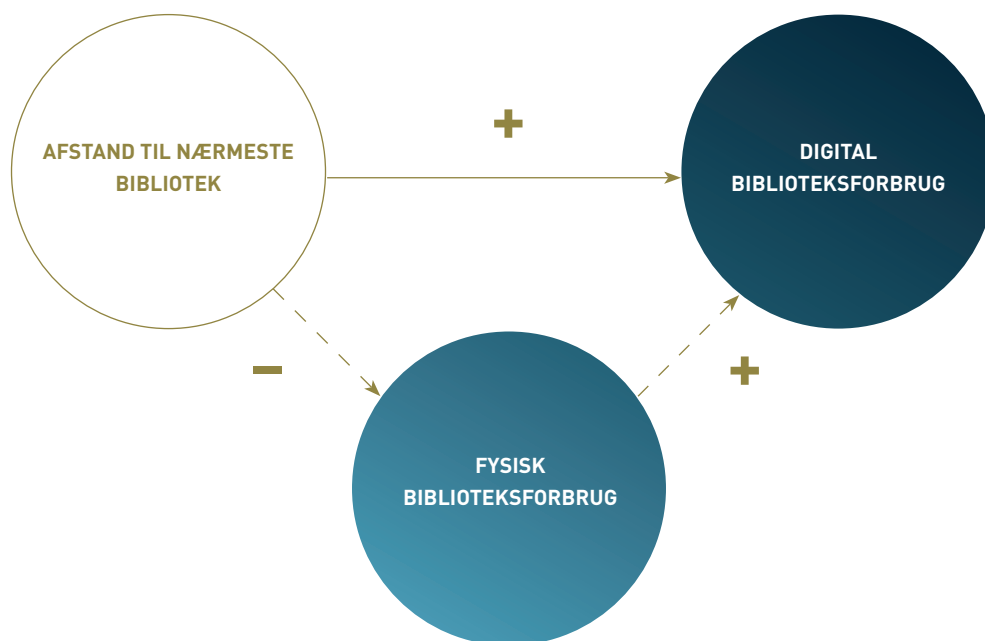
En anden faktor, som betyder meget for brugernes brugshyppighed er, om man oplever at finde det, man leder efter i tjenesterne, hvis man leder efter noget specifikt. En overskuelig indgang er vigtig for dette forhold, men også en tryghed i have et overblik over, hvilke tilbud tjenesten indeholder, og hvilke den ikke indeholder. Dette forhold retter sig mod et område, hvor bibliotekerne er under stort pres fra kommercielle tjenester.

En sidste faktor, som betyder noget for brugernes brug af det digitale bibliotek, er, om man er blevet inspireret via nyhedsbreve. Relativt få brugere angiver, at de er blevet dette, kun omkring 7 %. Når denne faktor alligevel er udslagsgivende, tyder dette på, at effekten for disse 7 % er relativt stor. Dermed er der et klart potentiale for denne inspirationskilde.

Ligesom blandt alle borgerne er de forhold, som kan få brugerne til at være sjældne brugere af de digitale tilbud konkrete, dårlige oplevelser samt manglende kendskab til tilbud.

For flere af faktorerne gælder, at man med relativt stor sikkerhed kan sige, at disse fører til højere biblioteksbrug. For andre gælder, at man blot må konstatere, at der er tale om en sammenhæng. Der er med andre ord tale om en usikkerhed med hensyn til, hvilken vej påvirkningen går. Dette ændrer som sådan ikke på modellen, men det gør, at man skal være forsigtig med at tolke den således, at eksempelvis kendskab til Litteratursiden.dk automatisk fører til hyppigere digital biblioteksbrug.

FIGUR 12: Forholdet mellem afstand til nærmeste bibliotek og fysisk og digital brugshyppighed.



Modelbeskrivelse: Sammenhængen er stærk og statistisk signifikant og gælder også, når der tages højde for køn, uddannelse, alder, om man synes, man er erfaren til at navigere på nettet, samt om man har børn. Afstand til biblioteket er målt i antal minutters transport i intervaller af 10 minutter.

3.10. AFSTAND TIL DET FYSISKE BIBLIOTEK ØGER POTENTIALT FOR DIGITAL BIBLIOTEKSBRUG

I analysen er der også set nærmere på den rolle, som afstand til det nærmeste fysiske bibliotek spiller for det digitale bibliotekstilbud. Som analysetema er det meget interessant. Dels fordi det både i denne og tidligere undersøgelse er påvist, at med stigende afstand til det fysiske bibliotek falder brugstilbøjelighed og brugshyppighed af det fysiske bibliotek. Dels fordi man kan forestille sig et omvendt "substitutionspotentiale" for det digitale på den måde, at jo længere man har til et fysisk bibliotek, desto mere vil man bruge et digitalt bibliotekstilbud. Det sidste vil alt andet

lige indebære, at der for biblioteker i tyndt befolkede områder kan være et stort potentiale i at få brugere af de digitale bibliotekstilbud, selv når det er småt med den fysiske biblioteksbrug.

Dette er en lidt kompliceret analyse, fordi det umiddelbare billede er det samme for det digitale brugsmønster som for det fysiske: jo længere man bor fra et fysisk bibliotek, desto mindre bruger man også det digitale bibliotekstilbud. En nærmere analyse hvor vi kontrollerer for både fysisk biblioteksbrug og uddannelse m.m. muliggør, at vi kan se på den isolerede sammenhæng alle de andre forhold holdt lige.

Denne analyse viser netop, at der eksisterer den forventede sammenhæng, men at den sløres/skjules



Alt skal ikke være online. Jeg føler,
at jeg får den bedste service, når jeg kommer på biblioteket.
Det synes jeg, at man skal værne om

Søren, 45 år, forsker

eller undertrykkes af den stærke sammenhæng mellem fysiske biblioteksbrug og digital biblioteksbrug.

Forholdet mellem afstand til det fysiske bibliotek og brug af det digitale bibliotek er illustreret i figur 12. Her er der således tale om to modstridende effekter, således at fysisk biblioteksbrug som nævnt har en positiv påvirkning på digital biblioteksbrug: jo hyppigere man bruger det ene, desto hyppigere bruger man det andet. Samtidig gælder den tidligere nævnte sammenhæng også, at jo længere væk man bor fra det fysiske bibliotek, desto sjældnere bruger man det fysiske bibliotek. Omvendt gælder dog netop, at jo længere væk man bor fra det fysiske bibliotek, desto hyppigere bruger man det digitale bibliotek. Således kan man

forestille sig en slags substitutionseffekt af det digitale bibliotek, hvor dem, som har dårlig adgang til det fysiske bibliotek, i stedet bruger det digitale. En sådan modstridende effekt kan umiddelbart virke svær at overføre til virkeligheden, men man kan illustrere forskellen som, at en sjælden bruger af det fysiske bibliotek, der har langt til nærmeste bibliotek vil bruge det digitale bibliotek mere end en anden sjælden bruger af det fysiske bibliotek som bor tæt på nærmeste bibliotek.

På samme måde vil en hyppig bruger af det fysiske bibliotek, der bor tæt på det fysiske bibliotek bruge det digitale bibliotek mindre end en anden hyppig bruger af det fysiske bibliotek, der bor langt væk fra det fysiske bibliotek.



Biblioteket skal være bedre til
at formidle til forbrugeren, at de har alle
de her forskellige tilbud

Andreas, 18 år, handelsskolestuderende

FOKUS: DE UNGE

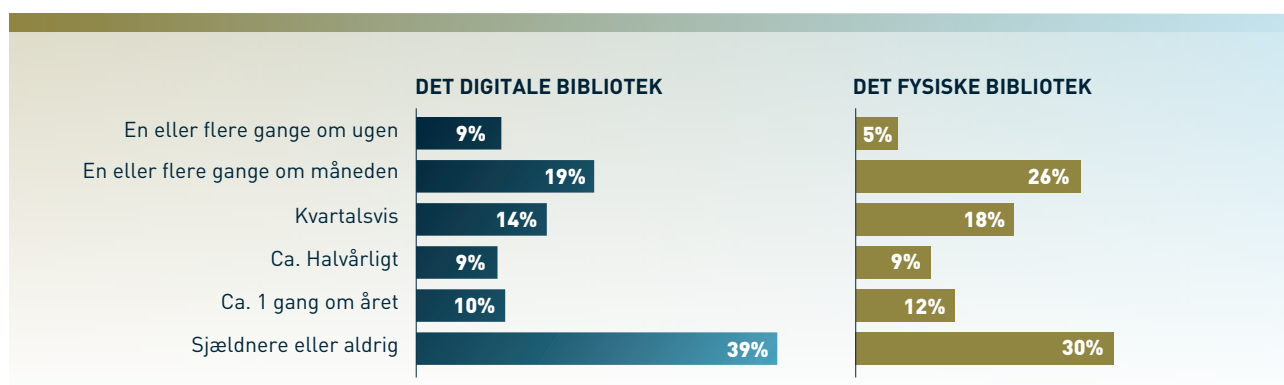
Fra flere bibliotekers side er der et ønske om at have særligt fokus på de unge – fremtidens biblioteksbrugere! Der er flere grunde til dette fokus: dels fordi de unge er en svær målgruppe, som generelt har lavere brugerandel af biblioteket end andre og lavere tilfredshed med biblioteket, dels fordi de unge udgør de fremtidige biblioteksbrugere. Dette afsnit fokuserer derfor særligt på de 15-29-årige.

DE UNGE ER HYPPIGE BRUGERE AF DET DIGITALE

Tendensen med at de unge i mindre grad bruger biblioteket end ældre, går umiddelbart ikke igen når man ser på brug af det digitale bibliotek.

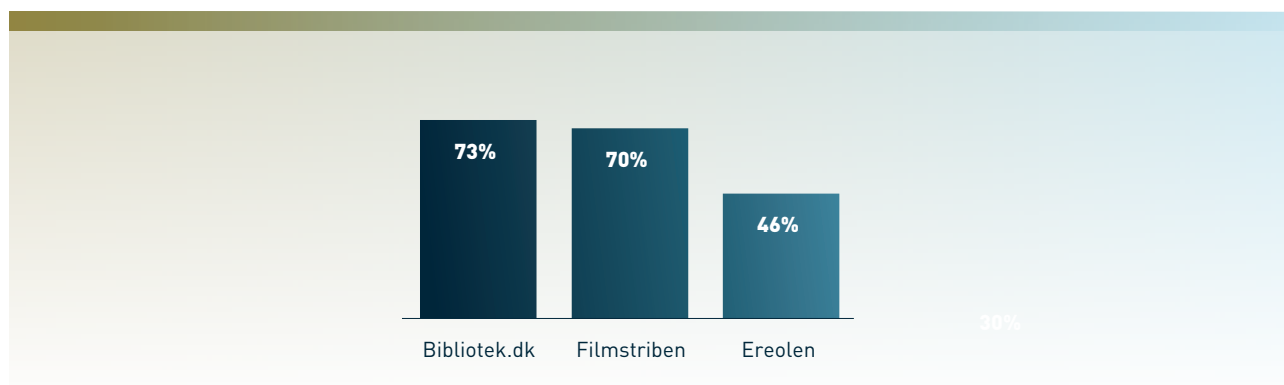
For de 15-29-årige er andelen af brugere mellem 62 % og 49 %, mens den for de 50-69-årige er mellem 37 % og 40 %. Denne forskel kan skyldes forskelle i digitalisering, da unge også er mere digitale end ældre.

FIGUR 13: Hvor hyppigt benytter du de danske folkebiblioteker digitalt og fysisk? (15-29 år).



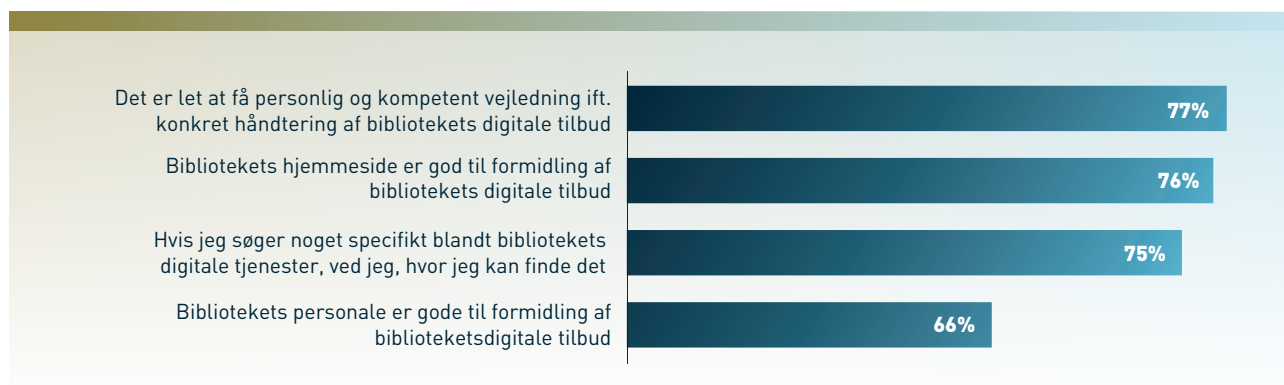
FIGUR 14: Hvilke af følgende digitale bibliotekstilbud kender du til? (Top 3 blandt 15-29 år).

Spørgsmålet er kun stillet til brugerne.



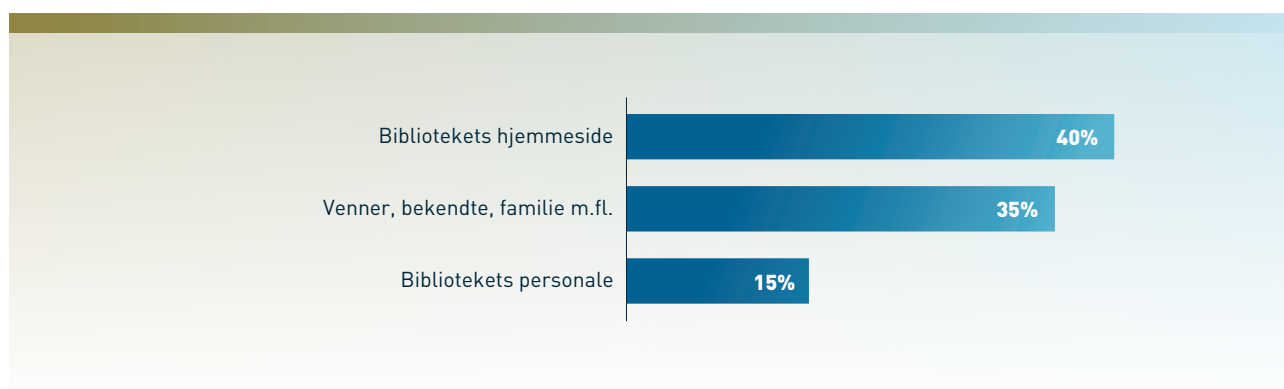
FIGUR 15: Evaluering af det digitale bibliotek på forskellige dimensioner (15-29 år).

Procentandel, der har svaret "I høj grad" eller "I nogen grad" til spørgsmålet. Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere, eller respondenter, der har svaret, at de bruger det fysiske bibliotek en gang om året eller oftere.



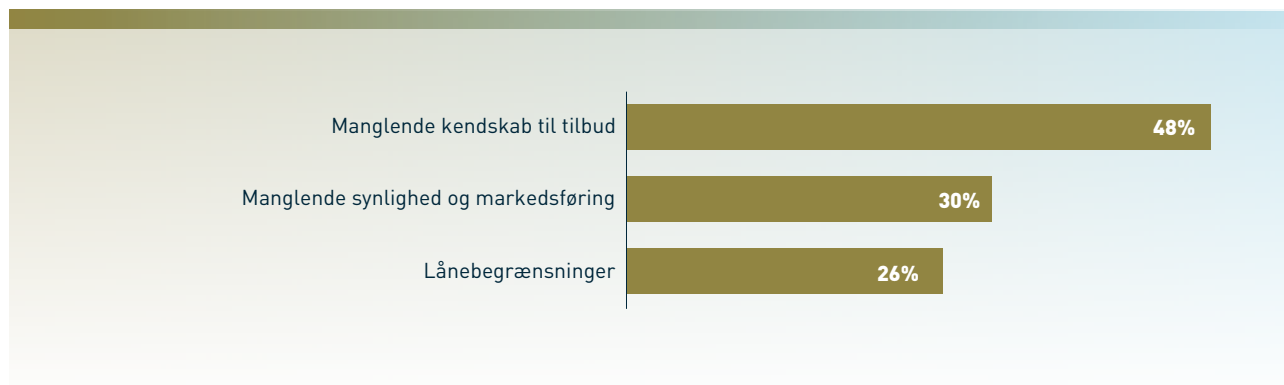
FIGUR 16: Hvor er du blevet inspireret til at bruge bibliotekets digitale tjenester? (Top 3 15-29 år).

Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere.



FIGUR 17: Begrænsninger for yderligere brug af det digitale bibliotek (Top 3 15-29 år).

Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere.



Derudover bruger de unge i højere grad digitale kulturtjenester – offentlige såvel som kommercielle. En anden forskel er, at de unge i højere grad end ældre indgår i digitale fællesskaber. 80 % af de 15-29-årige svarer, at de oplever en kontakt til andre mennesker når de kommunikerer over nettet. For de øvrige befolkningsgrupper er denne andel 57 %. Derudover deltager mere end dobbelt så stor en andel af de unge i debatter og sociale grupper online som de ældre.

De unge brugere kender flere bibliotekstjenester end de ældre brugere. De 15-29-årige kender i gennemsnit 2,8 tjenester, mens de 60-69-årige i gennemsnit kender 2,2 tjenester. Ligesom hos resten af befolkningen er kendskabet blandt de unge brugere størst til bibliotek.dk. Der er dog flere blandt de unge brugere som kender Filmstriben end eReolen hvilke er omvendt hvis man ser på hele befolkningen. 70 % af de unge brugere kender Filmstriben, for alle aldersgrupper er denne andel på 46 %.

Når man spørger de unge, om forholdet mellem det fysiske og digitale bibliotek, finder man at:

- 40 % mener at gode digitale tilbud i nogen eller høj grad mindsker deres behov for at benytte det fysiske bibliotek
- 46 % mener at biblioteker bør fokusere deres indsats på at udbygge digitale bibliotekstilbud frem for det traditionelle fysiske bibliotekstilbud
- 87 % mener at de fysiske biblioteker skal bestå uanset i hvor høj grad folk går over til digital biblioteksbrug

... MEN OGSÅ MERE KRITISKE

De unge er mere forbeholdne i deres evaluering af bibliotekets formidling af de digitale tilbud end de øvrige aldersgrupper.

76 % af de 15-29-årige brugere mener, at bibliotekets hjemmeside er god til formidling af de digitale tilbud, mens det for de øvrige aldersgrupper er denne andel 82 %. Ligeledes er det 66 % af de unge, som mener, at bibliotekets personale er gode til formidling af de digitale tilbud, mens det for de øvrige aldersgrupper er 83 %. Denne forskel er yderst markant.

De unge brugere bliver ligesom de øvrige aldersgrupper især inspireret via bibliotekets hjemmeside samt via venner, bekendte og familie.

De unge brugere oplever ligesom de øvrige aldersgrupper at manglende kendskab til tilbud er den største begrænsning.

26 % af de unge brugere oplever dog, at lånebegrænsninger er en begrænsning for yderligere brug af de digitale tilbud. For de øvrige aldersgrupper er dette kun 15 %. Derudover oplever de unge i væsentlig højere grad end de øvrige aldersgrupper at indhold og emner ikke er interessante nok.



LOUISE SPRINGBORG INTERAKTIONSDESIGNER HOS STATENS MUSEUM FOR KUNST

Hvad har I gjort for at involvere de unge på SMK?

Først og fremmest har vi skabt Unges Laboratorier for Kunst (ULK). Det er et initiativ, der startede for 10 år siden via Egmont-fonden, men som har skiftet form undervejs. ULK er i dag SMK's sociale og kreative community af ca. 40 unge frivillige mellem 15-25 år. ULK'erne mødes hver onsdag eftermiddag på SMK, hvor de diskuterer kunst og producerer kunstformidling. Formålet med ULK er, at gøre SMK og kunsten inkluderende og vedkommende for alle.

ULK er et sted, hvor de unge kan dyrke deres fælles interesse for kunst gennem udfoldelse af diverse projekter. ULK er ikke en talentskole eller billedskole for unge, der vil på kunstakademiet, arkitekt- eller designskolen. ULK er et fællesskab, hvor de unge etablerer rammerne for mødet med kunst- og kunstformidling gennem kollektive kreative processer. Alle projekter i ULK er baseret på brugerinddragelse som mål og middel. ULK er i sig selv brugerinddragelse. Men ULK skaber også brugerinddragende projekter, som henvender sig til andre målgrupper. Oprindeligt var ULK tænkt som målrettet ung-til-ung formidling og kommunikation. I dag tænker vi ikke målgrupper som afgrænset, aldersmæssige segmenter. Afhængig af projektets indhold bestemmer ULK'erne i dag selv, hvem de vil samarbejde med.

Kan man tale om, at de her projekter får en lokal sammenhængskraft i forlængelse af, at i brugerinddrager de unge, som i næste led brugerinddrager andre grupper i samfundet?

Ja, og det er det, vi ønsker med ULK: At gøre kunsten vedkommende for alle. Et eksempel kunne være projektet "Point and Shoot".

Projektet er kort fortalt et samarbejde mellem ULK'er og marginaliserede unge i socialt belastede boligområder på Nørrebro i København. Missionen var at bruge fotografi som udtryksmiddel og give ordet til de unge og skabe samtaler om, hvad kunst kan, og hvordan den kan relatere til de unges hverdag. Et andet eksempel kunne være ULK's udsmykning af stofindtagelsesrummet Skyen på Istedgade i tæt samarbejde med Skyens brugere. Udgangspunktet har været kunstværker fra SMK – mixet digitalt med brugernes tanker om yndlingssteder og barndoms minder. Resultatet blev væg til væg fotostater med fortællinger om blandt andet Christiania, Marokko og Mændenes Hjem mixet med værker af blandt andet Christen Købkes Sortedamssøen mod Nørrebro og Johan Thomas Lundbyes Sjællandsk landskab.

Vi oplever ofte, at ULK'erne har stor interesse i projekter, som har en social dimension i sig og er inkluderende. Det skaber engagement og motivation hos de unge, når de oplever, at deres projekter giver noget til nogle andre og er relevante i forhold til vores samfund. Mange af ULK'ere kommer fra ressourcerstærke familier, og de vil gerne bruge deres styrke og ressourcer til at åbne museets døre for et publikum, som ikke var vant til at komme på SMK. På den måde bliver ULK'erne en indgang til målgrupper, som ikke er vant på museerne, men som i høj grad også har et forhold til kunst.

Kan man kommunikere til nye målgrupper, når man integrerer de unge i projekter?

Bestemt. ULK'erne har stærke tilegnede værktøjer i forhold til digital kommunikation, som ligeledes kan have en betydning både lokalt og til nye målgrupper. Specielt i form af kommunikation og di-



Men det er endnu vigtigere,
at vi ikke går ind og tager beslutninger og er styrende,
for lige så snart vi gør det, så bliver de blanke i øjnene,
og så gider de ikke mere

stribuering af projekter. F.eks. udviklede og afviklede ULK'erne et af SMK Fridays arrangementer, hvor de unges promovning og deling af eventet gjorde, at SMK aldrig har haft så stor tilslutning til en SMK Fridays. Hverken digitalt eller fysisk.

I det regi var det interessant at opleve, hvordan et af SMK's allerede etablerede events nåede et helt nyt publikum, fordi de unge kommunikerede til omverdenen gennem deres egne kanaler.

Afgiver SMK sin autoritet i projekterne og overlader det fuldt ud til de unge, eller er der en eller anden form for synergi mellem jer som facilitatorer og de unge?

Samskabelse og frivillighed er et utroligt spændende felt at arbejde i. For hvordan faciliterer man de unge gennem kreative kollektive processer? Og hvordan fastholder man deres motivation og skaber en ejerskabsfølelse? Synergien mellem SMK og ULK er, at SMK er med til at identificere de områder, der skal samskabes om.

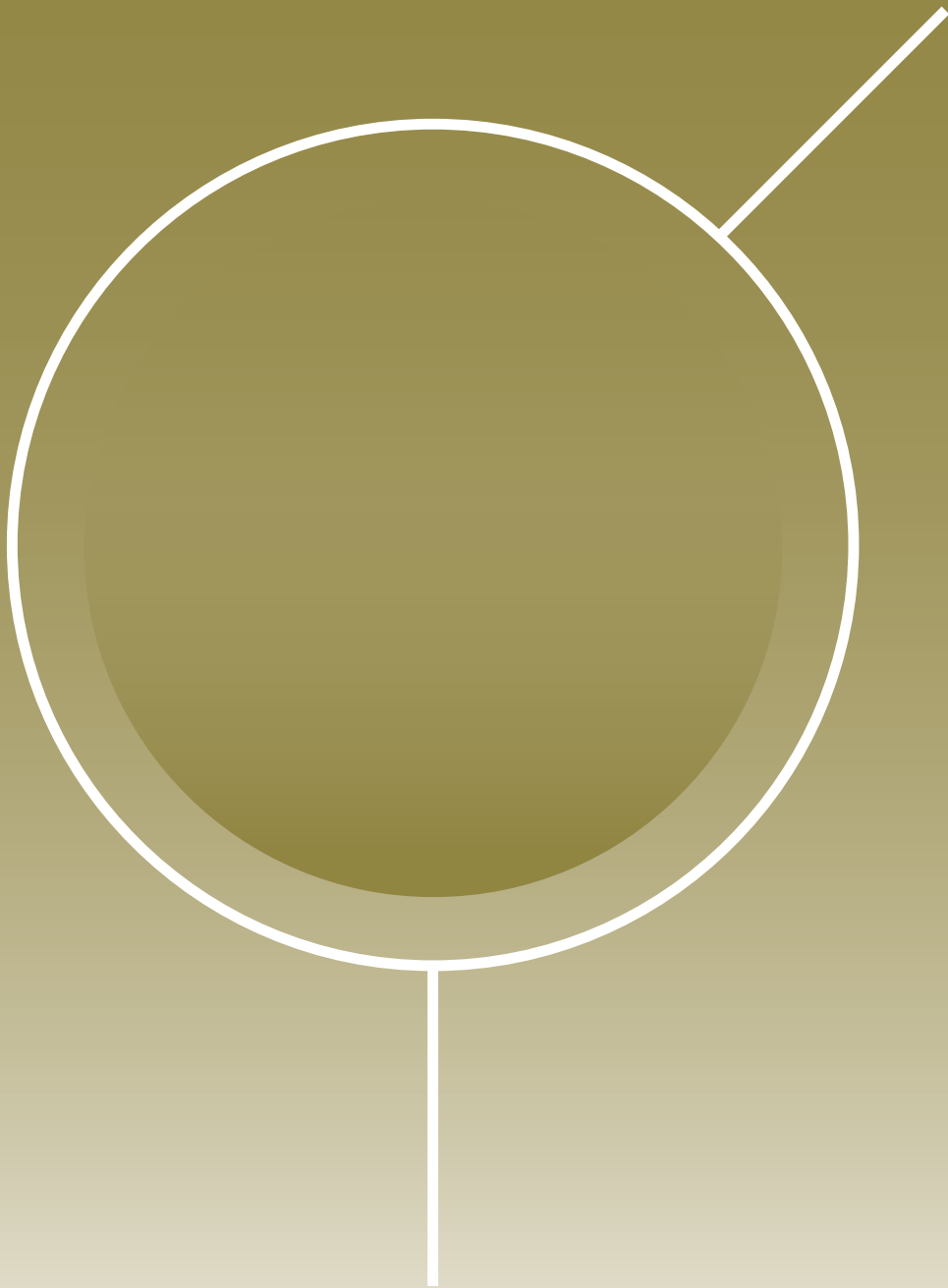
Vores erfaring viser, at det kreative og samskabende rum trives bedst når rammerne er sat på forhånd. Derefter er det de unge, som styrer processen og udvikler projekterne.

I den udviklende fase vægter SMK's stemme ikke tungere end ULK'ernes stemmer. Men SMK skal udfordre ULK kreativt. Som facilitatorer skal vi spørge ind til deres valg og skabe plads til både forhandling og argumentation. Her er det vigtigt, at SMK ikke er en styrende autoritet, og vi skal holde fast i, at det er ULK'erne, som ejer projekterne. Så det er altså en nødvendig del af dynamikken, at vi sætter nogle rammer, men det er endnu vigtigere, at vi ikke går ind og tager beslutninger og er styrende, for lige så snart vi gør det, så bliver de blanke i øjnene, og så gider de ikke mere. Det er vigtigt at holde fast i, at det er dem, som ejer projekterne. Altså, at slippe projektet ud af SMK's kontrol og samtidig tro på, at det når et sted hen, hvor det får både genklang og relevans via de unges engagement.

”

Jeg sidder og ærgrer mig lidt over,
at jeg ikke har haft min gang der [bibliotekets hjemmeside]
lidt mere, når du fortæller alt, hvad de tilbyder

Sonja, 74 år, pensioneret ufaglært køkkenassistent



4. SEGMENTERING AF BORGERE

4.1 OM SEGMENTERINGSANALYSEN

På baggrund af dataindsamlingen kan man inddele borgere og brugere af de danske biblioteker i en række segmenter. Segmenteringen er foretaget ved hjælp af det statistiske værktøj ”klyngeanalyse”. Metoden identificerer segmenter som grupper af personer, der ligner hinanden meget og samtidig er væsentlig forskellig fra personer i andre grupper.

I denne analyse er der identificeret otte segmenter. Inden for hvert segment er der variationer i personernes karakteristika, og der kan inden for samme segment således godt være personer, der er forskellige fra hinanden på nogle punkter, men personerne vil alt andet lige have mere til fælles med centeret i denne klynge end med centeret i de øvrige klynger. Segmenteringen er foretaget på baggrund af følgende variable:

- Køn
- Alder
- Om man har børn under 15 år
- Uddannelse
- Brug af det fysiske bibliotek
- Brug af det digitale bibliotek
- **Tre forhold, der samlet opsummerer respondenternes digitaliseringsgrad:**
 - Digital adfærd i hverdagen
 - Adgang til internet
 - Tryghed i brug af det digitale

I metodebilag sidst i nærværende rapport uddybes segmenteringens metode og de anvendte variable.

4.2 DE OTTE SEGMENTER

Analysen har vist, at der er otte fremtrædende segmenter, når der er fokus på digitale forhold, forhold til bibliotekstilbud samt borgernes baggrundskarakteristika i øvrigt. Opsummerende kan man sige, at segmenterne især adskiller sig fra hinanden på baggrund af køn, alder, uddannelse, brug af det digitale bibliotek, digitaliseringsgrad, brug af det fysiske bibliotek, deres forventninger til og efterspørgsel efter det digitale bibliotek, deres inspirationskilder, med hvilket formål de bruger tilbuddene, hvilke digitale tjenester de kender, hvornår de bruger tilbuddene og meget mere, som på de følgende sider vil blive uddybet. Ud fra segmenternes primære karakteristika er det valgt at navngive de otte segmenter som følger:

- Den mandlige børneforælder
- Den kvindelige børneforælder
- Den analoge mand
- Den analoge kvinde
- Den kulturforbrugende mand
- Den kulturforbrugende kvinde
- Den superdigitale mand
- Den superdigitale kvinde

Segmenterne er således defineret ud fra forskellige forhold. For nogle segmenter er det deres livssituation, der er mest afgørende, fordi det er denne, som betyder noget for deres brugsmønster i forhold til det digitale bibliotek. For andre er det i højere grad deres digitaliseringsgrad eller mønstrene i deres kulturforbrug. Køn er en gennemgående faktor, der adskiller segmenterne.



Den mandlige børneforælder

Er moderat hyppig bruger af det digitale bibliotek. Han er meget digital og bruger hyppigt andre digitale kulturtjenester. Han lægger vægt på bredt indhold blandt tjenesternes udvalg og bliver især begrænset af manglende kendskab til bibliotekets tjenester.

- Har børn under 15 år
- Er primært ml 30 og 49 år
- 44 % arbejder som funktionæransat
- 46 % mener, at gode digitale bibliotekstilbud mindsker deres behov for det fysiske bibliotek
- 51 % mener, at bibliotekerne skal fokusere på at udbygge de digitale tjenester fremfor de fysiske

Digitaliserings-profil: Ligger især højt på teknologi-dimensionen, hvilket indikerer rig adgang til internettet både hjemmefra og på arbejde samt fra flere enheder. Også høj score i forhold til e-parathed og digital adfærd i hverdagen.

Brugsmønster i forhold til bibliotekstilbud: Er relativt hyppig bruger af digitale bibliotekstilbud, men scorer under gennemsnittet på generelt forhold til det fysiske bibliotek.

Uddannelsesniveau og beskæftigelse: Segmentet går på tværs af uddannelsesniveau. Mange er beskæftigede som funktionærer eller faglærte.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Lægger vægt på bredt indhold. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger.

Anbefalinger:

- En indsats med fokus på formidling af tilgængelige tjenester
- Især udbredelse af tjenester med bredt indhold indenfor underholdning og oplevelser
- Gerne "hurtige" tilbud der f.eks. kan benyttes under transport og fra en smartphone
- Gerne fokus på tjenester med børnerelateret indhold





Den kvindelige børneforælder

Bruger det digitale bibliotek hyppigt og til flere forskellige formål. Herunder underholdning og oplevelser samt børnerelaterede tilbud. Hun lægger vægt på bredt indhold i tjenesten, men bliver begrænset af besværlig navigation.

- Har børn under 15 år
- Er primært mellem 30 og 49 år
- Er en hyppig biblioteksbruger både fysisk og digitalt
- 18 % bruger primært børnerelaterede tilbud blandt bibliotekets digitale tilbud
- 45 % har gennemført en videregående uddannelse

Digitaliseringsprofil: Ligger højt med hensyn til teknologi og har således mange digitale enheder og adgang til internettet og har samtidig en relativt høj brug af digitale tjenester i hverdagen. Hun scorer dog relativt lavt på e-parathed, hvilket vil sige, at hun er mindre tryk i brug af det digitale.

Brugsmønster i forhold til bibliotekstilbud: Ligger relativt højt både med hensyn til generelt forhold til det fysiske bibliotek og til det digitale bibliotek.

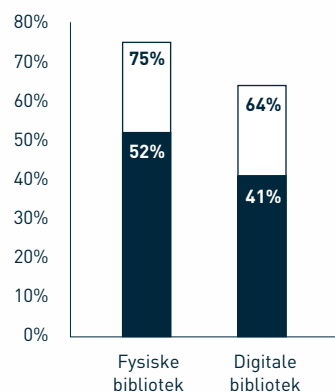
Uddannelsesniveau og beskæftigelse: Især borgere med mellemlange uddannelser og erhvervsuddannelser. Ansatte i funktionærstillinger eller som faglærte.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Lægger vægt på bredt indhold. Kunne ønske sig flere tilbud og en personlig biblioteksprofil samt e-bøger.

Anbefalinger:

- Indsats for udbredelse af kendskab til tjenesterne
- Fokus på at tilbud skal være nemme at navigere på og logge ind på m.m.
- Fokus på børnerelaterede tilbud
- Fokus på tjenester med bredt indhold af lydbøger og e-bøger





Den analoge mand

Er det segment, der mest sjældent bruger det digitale bibliotek. Han bruger hverken det fysiske eller digitale bibliotek særlig hyppigt, og han er meget lidt digital i sin hverdag. Der er mange ældre i dette segment. Den analoge mand adskiller sig på en lang række områder markant fra de øvrige segmenter. Dette gælder hans lave kendskabsgrad i forhold til bibliotekernes digitale tilbud, hvor han hører om tilbuddene, hvor han bruger de digitale tilbud samt hvilke han kunne ønske sig flere af.

- Er 50 år og derover
- Er meget lidt digital
- 79 % bruger biblioteket digitalt sjældnere end en gang om året
- 40 % af brugerne kender ikke nogen digitale bibliotekstjenester
- 90 % mener, at bibliotekspersonalet er gode til at formidle bibliotekets digitale tilbud

Digitaliserings-profil: Ligger lavt på alle tre digitaliserings-parametre. Især på dimensionen med digital adfærd i hverdagen.

Brugsmønster i forhold til bibliotekstilbud: Lavt både med hensyn til brug af det fysiske bibliotek og det digitale.

Uddannelsesniveau og beskæftigelse: I høj grad pensionister, men også en del i beskæftigelse og meget forskellige uddannelsesbaggrunde.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Via bibliotekets hjemmeside samt via lokalaviser og annoncer.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Lægger vægt på bredt indhold. Kunne ønske sig mere hjælp til Borger.dk, e-Boks og digital post.

Anbefalinger:

- En indsats der lægger vægt på it-læring f.eks. i form af it-kurser og it-vejledning
- Acceptere at borgerne i dette segment har relativt lille interesse for de digitale tilbud og ikke nødvendigvis har noget ønske om at begynde at bruge dem
- Fokus på tilbud der indeholder viden og læring
- Inspiration gennem lokalaviser og annoncer





Den analoge kvinde

Er sjælden bruger af det digitale bibliotek. Hun bruger det fysiske bibliotek en smule hyppigere end sin mandlige variant. Hun er kendetegnet ved at være meget lidt digital i sin hverdag, hvilket smitter af på hendes brug af de digitale bibliotekstilbud. Blandt dem der bruger tjenesterne, gør de det primært ved besøg på det fysiske bibliotek.

- Er primært 50 år og derover
- Er meget lidt digital
- Har en lav brugerandel af især digitale bibliotekstilbud
- 76 % er pensionist eller efterløønner
- 22 % bruger bibliotekets digitale tilbud i forbindelse med besøg på biblioteket

Digitaliserings-profil: Under gennemsnittet på de tre digitaliseringsparametre. Især på spørgsmålene om digital adfærd i hverdagen og teknologi.

Brugsmønster i forhold til bibliotekstilbud: Ligger tæt på gennemsnittet på begge forhold.

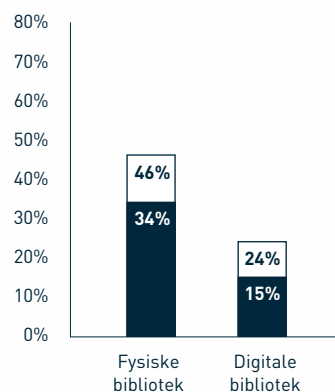
Uddannelsesniveau og beskæftigelse: Overvejende pensionister med grundskole eller erhvervsuddannelse som højest opnåede uddannelsesniveau.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Bibliotekets hjemmeside samt personale, venner og bekendte.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Lægger vægt på mulighed for at få inspiration til nye ting. Ønsker sig mere hjælp til Borger.dk og personlig biblioteksprofil.

Anbefalinger:

- Fokus på at tilbud skal være nemme at navigere på
- En indsats der lægger vægt på it-læring f.eks. i form af it-kurser og it-vejledning
- Accepterer at borgerne i dette segment har relativt lille interesse for de digitale tilbud og ikke nødvendigvis har noget ønske om at begynde at bruge dem
- Inspiration gennem kontakt med bibliotekets personale
- Tilbud der inspirerer til brug af materiale, man ikke selv ville have fundet





Den kulturforbrugende mand

Er det segment, som har den største andel hyppige brugere af det digitale bibliotek. Han er moderat digital i sin hverdag og i det hele taget, men til gengæld superdigital når det kommer til sin biblioteksbrug. Han har et bredt kendskab til bibliotekets digitale tjenester.

- Er 50 år og derover
- Er en hyppig biblioteksbruger fysisk og digitalt
- 56 % bruger digitale bibliotekstilbud til underholdning og oplevelser
- 52 % er pensionist eller efterløkker
- 66 % forventer at bruge det digitale bibliotek en gang om måneden eller oftere om 3 år

Digitaliserings-profil: Ligger en smule over gennemsnittet med hensyn til teknologi og e-parathed, men en smule under med hensyn til digital adfærd i hverdagen. Har en høj grad af online adgang samt tryghed i brug af det digitale, men lavere brug i hverdagen.

Brugsmønster i forhold til bibliotekstilbud: Et "superbruger-segment" i begge henseender.

Uddannelsesniveau og beskæftigelse: Segmentet går på tværs af flere beskæftigelsesgrupper og uddannelsesniveauer.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Lægger vægt på bredt udvalg. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger.

Anbefalinger:

- Vægt på udbredelse af kendskab til flere af tjenesterne
- Gerne fokus på udvikling af tjenester med mere materiale
- Fokus på tjenester med bredt indhold inden for underholdning og oplevelser





Den kulturforbrugende kvinde

Bruger både det digitale og det fysiske bibliotek relativt hyppigt. Hun bruger det især til underholdning og oplevelser og gerne f.eks. i tablet-format frem for via computer. Hun kunne ønske sig flere tilbud med hensyn til lydbøger og e-bøger.

- Er primært 50 år og derover
- Er en hyppig biblioteksbruger både fysisk og digitalt
- 43 % er pensionist eller efterløkker. 27 % er funktionæransat
- 55 % bruger primært bibliotekets digitale tjenester til underholdning og oplevelser

Digitaliserings-profil: Ligger tæt på gennemsnittet eller en smule under i forhold til de tre digitaliserings-parametre.

Brugs-mønster i forhold til bibliotekstilbud: Scorer højt med hensyn til forhold til det fysiske bibliotek, hvilket vil sige, at hun ofte bruger det og har et positivt syn på det fysiske bibliotek. Hun ligger væsentligt lavere i forhold til brug af det digitale bibliotek.

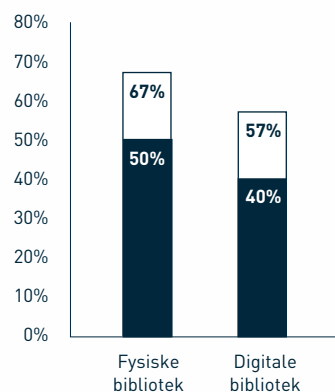
Uddannelsesniveau og beskæftigelse: Primært pensionister og funktionæransatte med meget forskellige uddannelsesbaggrunde.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Lægger vægt på bredt udvalg samt mulighed for inspiration. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger.

Anbefalinger:

- Fokus på tjenester der egner sig til tablet-formatet
- En indsats med vægt på tjenester, der inspirerer til nye ting, man ikke selv ville have fundet
- Fokus på udbredelse af generelt kendskab til tjenesterne
- Gerne udvikling af tjenester med mere materiale med hensyn til e-bøger og lydbøger





Den superdigitale mand

Er forholdsvis sjælden bruger af det digitale bibliotek. Han er relativt ung og meget digitalt orienteret i sin hverdag, men bruger i meget lav grad bibliotekets digitale tilbud. Han bliver begrænset af, at han ikke synes, tilbud og indhold er interessant nok. Han er samtidig den mest kritiske, når det kommer til vurdering af bibliotekets formidling af de digitale tilbud.

- Er primært mellem 15 og 39 år
- 34 % er studerende eller skoleelev
- 32 % er funktionæransat eller lignende
- 55 % bruger det digitale bibliotek sjældnere end en gang om året
- Er det mest skeptiske segment i vurderingen af bibliotekets formidling af de digitale tjenester

Digitaliserings-profil: Scorer højest både i forhold til digital teknologi, digital adfærd i hverdagen samt e-parathed og er således kendetegnet ved både at bruge meget tid ved en computer el.lign., have mange digitale enheder samt være tryk og erfaren i forhold til brugen af det.

Brugsmønster i forhold til bibliotekstilbud: Scorer forholdsvis lavt på generelt forhold til det fysiske bibliotek, tæt på gennemsnittet med hensyn til brug af digitale tilbud.

Uddannelsesniveau og beskæftigelse: Mange studerende og funktionæransatte.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Via bibliotekets hjemmeside samt bibliotekets personale.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Lægger vægt på bredt udvalg. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og online spil og gaming samt digital musiktjeneste.

Anbefalinger:

- Fokus på udbredelse af kendskab til bibliotekets digitale tjenester og brugen af dem
- Fokus på tjenester med viden og læring som formål
- Fokus på tilbud som online spil og gaming
- Målrettet formidling mod denne gruppe som er meget kritisk over for bibliotekets nuværende formidling af de digitale tilbud





Den superdigitale kvinde

Er hyppig bruger af det digitale bibliotek. Hun er relativt ung og bruger tjenesterne til flere forskellige ting. Herunder til underholdning og oplevelser samt viden og læring. Hun bruger både tjenesterne i sin fritid, men også i forbindelse med studie og arbejde. Hun lægger vægt på, at de digitale tjenester også har et dybt udvalg af nicheindhold, og hun kunne ønske sig flere tilbud med hensyn til lydbøger og e-bøger.

- Er primært mellem 15 og 29 år
- 55 % af dette segment har gennemført en lang videregående uddannelse
- 46 % er studerende eller skoleelev
- 20 % bruger bibliotekets digitale tjenester i forbindelse med arbejde eller studie
- 35 % bruger primært bibliotekets digitale tilbud via smartphone eller tablet

Digitaliserings-profil: Ligger yderst højt på alle tre digitaliseringsparametre.

Brugsmønster i forhold til bibliotekstilbud: Især kendetegnet ved højt brug af bibliotekets digitale tjenester, men scorer også højt på generelt forhold til det fysiske bibliotek.

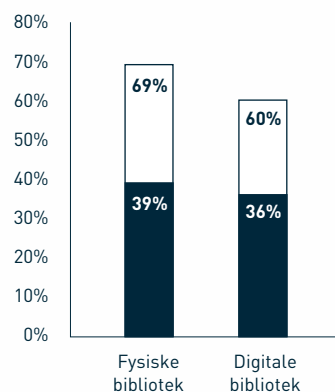
Uddannelsesniveau og beskæftigelse: Ca. halvdelen er studerende. En mindre andel af funktionær-ansatte. Den unge kvinde er det segment med det højeste uddannelsesniveau. 54 % har gennemført en videregående uddannelse.

Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug: Via bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale.

Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik): Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger samt personlig biblioteksprofil.

Anbefalinger:

- En indsats der forsøger at udbrede kendskab til tjenesterne
- Interesserer sig især for tjenester som bibliotek.dk og tjenester med lydbøger og e-bøger, der er for grund til at især at formidle tjenester rettet mod disse interesser
- Fokus på tjenester med bredt indhold
- Udvikling af tjenester med mere materiale
- Fokus på tjenester med viden og læring som formål – tjenester der har relevans i forhold til studie og arbejde



4.3. INDPLACERING AF SEGMENTERNE PÅ NØGLEOMRÅDER: BIBLIOTEKSBRUG OG DIGITALISERING

To figurer opsummerer undersøgelsens hovedformål: 1) at kortlægge segmenternes brug af det digitale bibliotek i forhold til deres brug af det fysiske bibliotek, 2) deres digitaliseringsgrad i det hele taget.

Figur 18 viser således forholdet mellem brugerandelen af fysiske bibliotekstilbud henholdsvis digitale bibliotekstilbud i de otte segmenter, mens figur 19 viser forholdet mellem segmenternes digitaliseringsgrad i det hele taget og deres brug af det digitale bibliotek.

Af figuren fremgår det tydeligt, at der er en tæt sammenhæng mellem fysisk og digital biblioteksbrug: de segmenter, som har en høj andel brugere af det fysiske bibliotek, har også en højere procentandel digitale biblioteksbrugere.

Den højeste andel både fysiske og digitale biblioteksbrugere har den kvindelige børneforælder, den superdigitale kvinde, den mandlige kulturforbruger samt den kvindelige kulturforbruger. Disse har alle en brugerandel på over 50 % af segmentet. Fælles for disse er også, at andelen af fysiske biblioteksbrugere er en smule højere end andelen af digitale biblioteksbrugere, omkring 5 procentpoint. Den analoge mand har klart den laveste bruger-

FIGUR 18: Segmenternes procentandel af digitale og fysiske biblioteksbrugere.

Biblioteksbrugere er defineret som borgere, der anvender biblioteket mere end en gang om året.



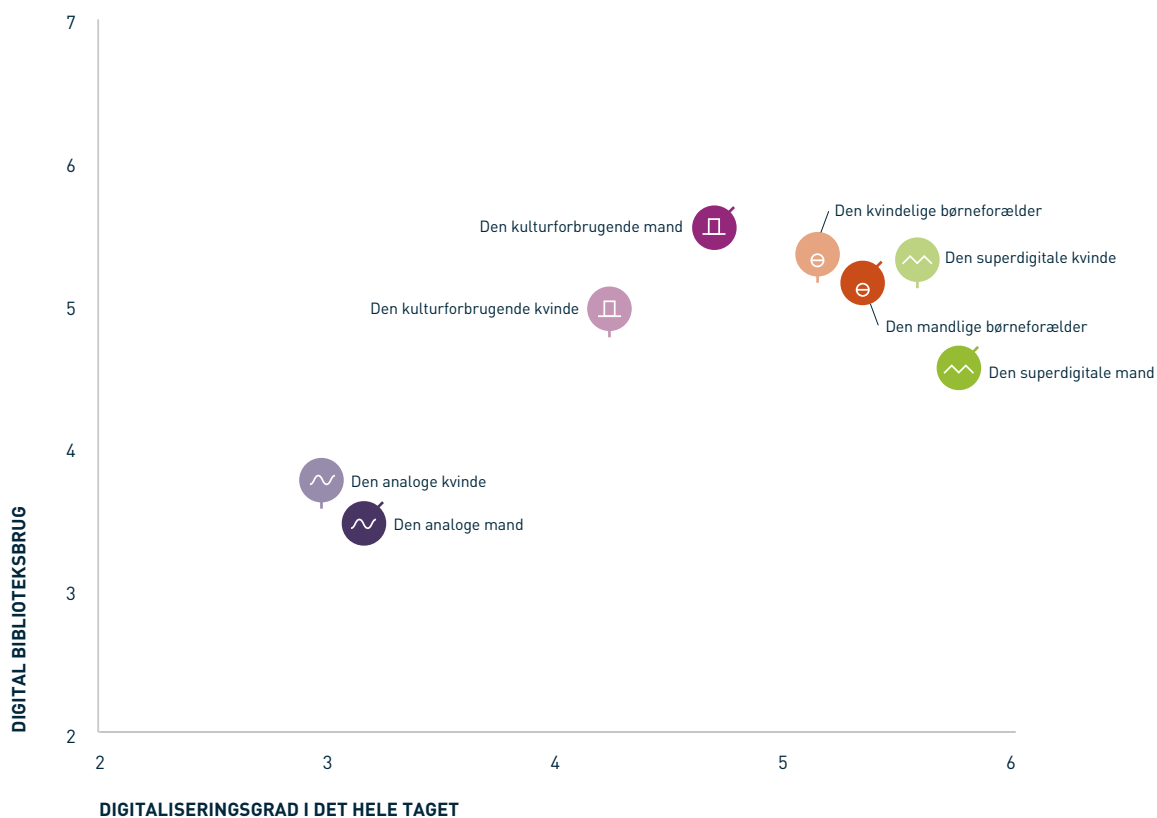
andel både med hensyn til det fysiske og digitale bibliotek. Den analoge kvinde har derimod en lidt højere andel fysiske biblioteksbrugere end andel digitale biblioteksbrugere. Den superdigitale mand skiller sig ud ved omvendt at have en højere andel digitale biblioteksbrugere end fysiske biblioteksbrugere.

Figur 19 viser forholdet mellem segmenternes brug af det digitale bibliotek samt deres digitalisering i det hele taget: De to analoge segmenter skiller sig her markant ud ved kun at være lidt digitale og have en lav brug af det digitale bibliotek. Der er her ikke stor forskel på de analoge kvinder og analoge mænd. Den superdigitale mand skiller sig ud

ved at være det mest digitale segment, men samtidig have en forholdsvis lav brug af det digitale bibliotek. Den superdigitale kvinde er nogenlunde ligeså digital som den superdigitale mand, men har en væsentlig højere brug af det digitale bibliotek.

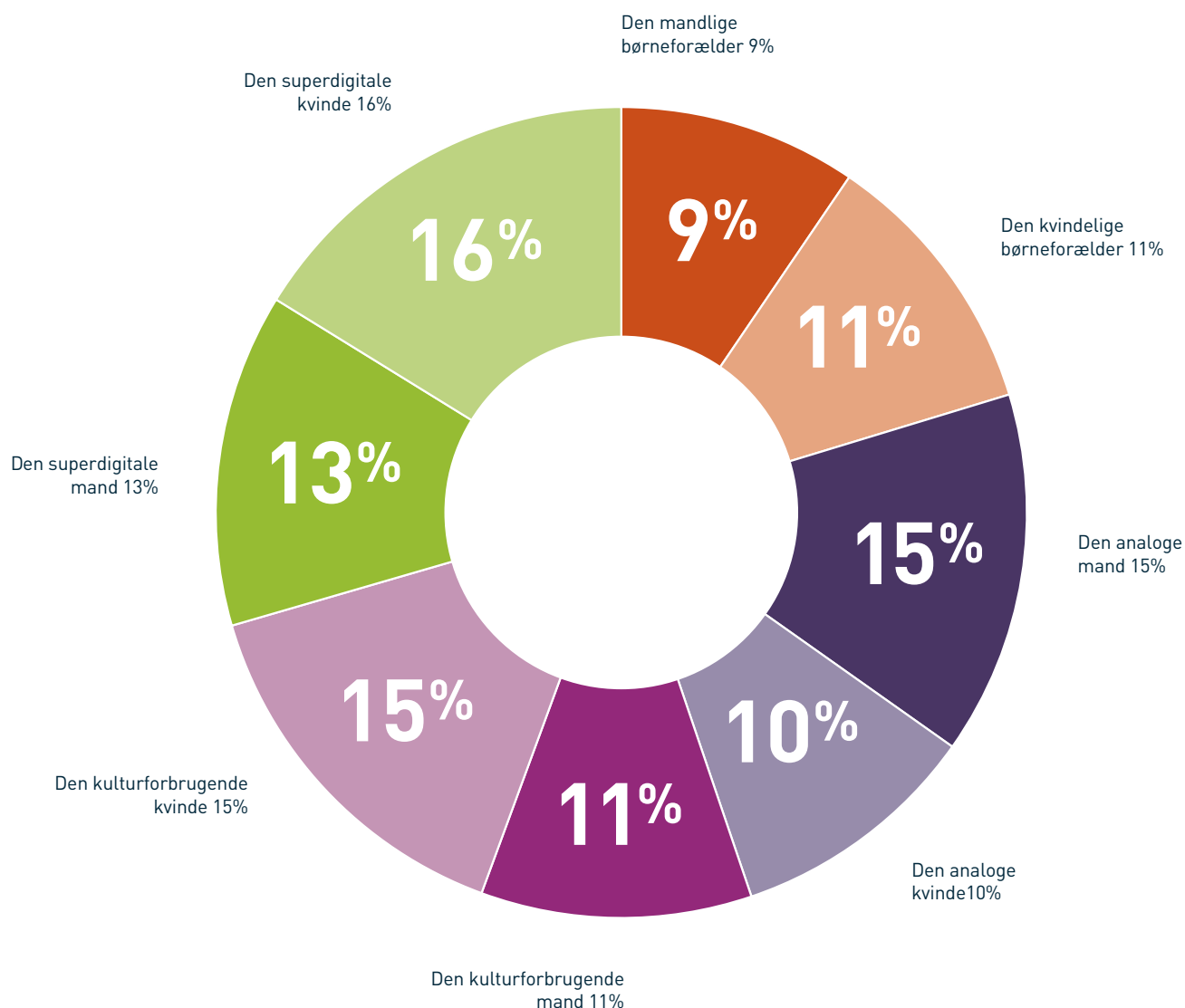
Den mandlige og kvindelige børneforælder er også relativt meget digitale og har samtidig også en høj brug af det digitale bibliotek. Den mandlige kulturforbruger har en høj brug af det digitale bibliotek, men er en smule mindre digital end børneforældrene og de superdigitale segmenter. Den kvindelige kulturforbruger er væsentligt mindre digital end den mandlige kulturforbruger og har også en lidt lavere brug af det digitale bibliotek.

FIGUR 19: Segmenternes gennemsnitlige score på dimensionerne digital biblioteksbrug samt digitalisering i det hele taget.



Figurforklaring: Digital biblioteksbrug er et samlet mål for brugshyppighed, samt graden man mener, at digital brug kan erstatte fysisk biblioteksbrug. Digitalisering i det hele taget er et samlet mål bestående af den digitale adfærd i hverdagen, den digitale tryghed og vurdering af hvorvidt digitalisering anses som en positiv eller negativ udvikling samt digitale adgangsforhold. Begge mål er skaleret fra 0 til 10.

FIGUR 20: Segmenternes størrelse som andele af den voksne befolkning (borgere på 15 år og ældre).



4.4. SEGMENTERNES STØRRELSE

Segmenterne udgør nogenlunde lige store dele af den danske befolkning. Segmenternes trods alt forskellige andele af den samlede voksne danske befolkning fremgår mere præcist af figur 20 ovenfor: Den superdigitale kvinde er det største

segment. Den mandlige børneforælder er det mindste segment. Hvis man ser på segmenterne samlet to og to på tværs af køn, er børneforældrene den mindste gruppe, tilsammen fylder de 20 %. De superdigitale er derimod den største gruppe, tilsammen fylder de 29 %. Alt i alt er segmenterne dog relativt ligeligt fordelte.

5. SEGMENTERNES BRUG AF DIGITALE BIBLIOTEKSTILBUD

I dette afsnit undersøges segmenternes brugsmønstre i forhold til bibliotekernes digitale bibliotekstilbud. Det er afgørende for biblioteket at kende segmenternes nærmere brugsmønstre for at kunne lave målrettede tilbud til dem og vide, hvor de kan opsøge og inspirere dem.

For at nå segmenterne er det vigtigt blandt andet at se på:

- Andelen af hyppige brugere blandt segmentet
- Hvilke af bibliotekstjenesterne de kender til
- Hvor de er blevet inspirerede til at bruge bibliotekets tjenester
- Deres primære formål med at bruge de digitale bibliotekstilbud
- I hvilken sammenhæng og på hvilken enhed de primært bruger tilbuddene
- Hvilke andre kulturtjenester de bruger

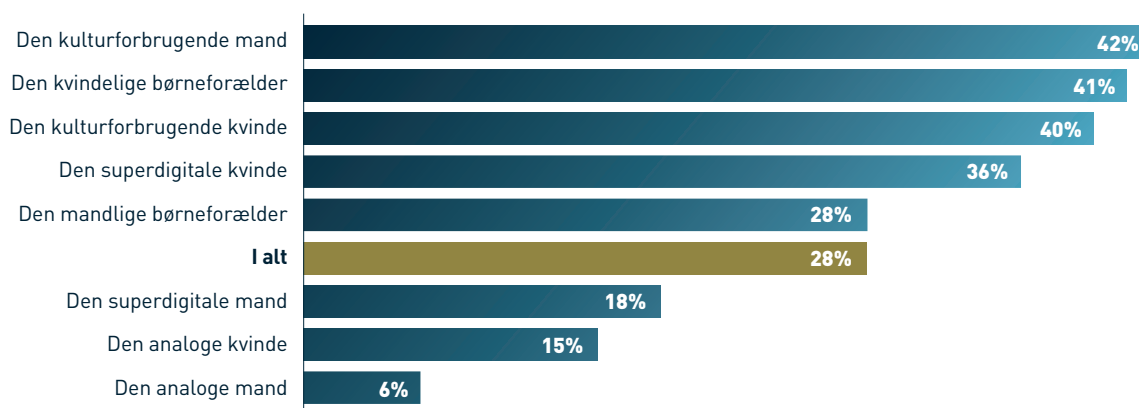
Disse forhold vil i det følgende afsnit blive belyst hver for sig. Slutteligt tilføjes et ekstra analytisk lag i form af en skelnen mellem de platformsbevidste og de underholdningsfokuserede brugere.

5.1. ANDELEN AF HYPPIGE BRUGERE

De følgende tabeller giver et nærmere overblik over, hvor mange såkaldte hyppige brugere der er inden for hvert segment af henholdsvis det digitale og det fysiske bibliotek. Hyppige brugere er her definerede som brugere, der bruger biblioteket flere gange om ugen eller måneden og er dermed en slags kernebrugere for bibliotekerne.

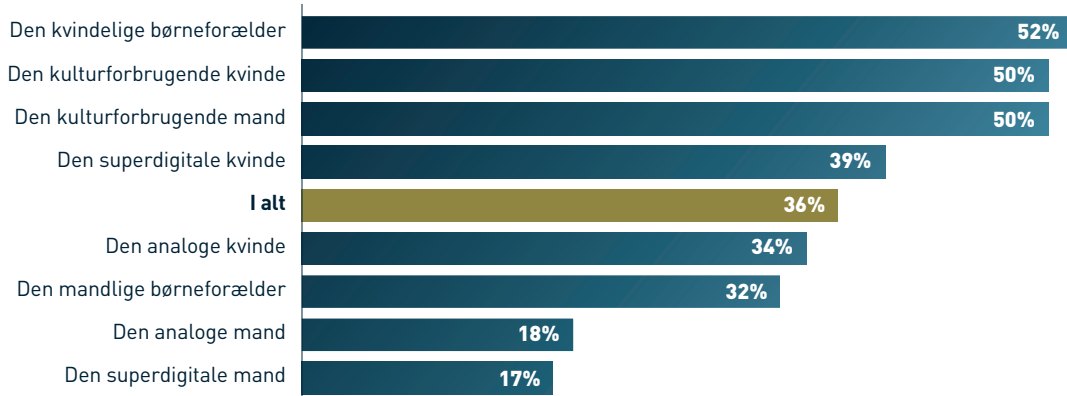
FIGUR 21: Procentandel hyppige brugere af det digitale bibliotek på tværs af segmenter

Procentandelene er den andel, som har angivet at bruge det digitale bibliotek en eller flere gange om ugen eller måneden.



FIGUR 22: Procentandel hyppige brugere af det fysiske bibliotek på tværs af segmenter.

Procentandelene er den andel, som har angivet at bruge det fysiske bibliotek en eller flere gange om ugen eller måneden.



Især børneforældrene og de kulturforbrugende segmenter samt den superdigitale kvinde har høje andele af hyppige brugere af det digitale bibliotek. Her finder man især mange, som bruger det digitale bibliotek en eller flere gange om måneden.

Den analoge mand, den analoge kvinde samt den superdigitale mand har langt lavere andele af hyppige kernebrugere.

Andelen af hyppige digitale brugere adskiller sig for flere segmenter fra andelen af hyppige brugere af det fysiske bibliotek, selvom der som nævnt er en tæt sammenhæng mellem brug af det fysiske bibliotek og det digitale bibliotek. Andelen af hyppige brugere af det fysiske bibliotek i figur 22. Igen har den kvindelige børneforælder samt den kulturforbrugende mand og kvinde de højeste andele hyppige brugere. De analoge segmenter har dog væsentligt højere andele hyppige brugere af det fysiske bibliotek end af det digitale, mens den superdigitale mand omvendt har den laveste andel hyppige fysiske biblioteksbrugere.

5.2. KENDSKAB TIL BIBLIOTEKETS TJENESTER

Brugerne af det digitale bibliotek er blevet spurgt til, hvilke af de digitale tjenester, de kender. Kendskabet til bibliotekets tjenester er selvsagt en afgørende faktor for, at man kan bruge bibliotekets digitale tilbud. I undersøgelsen er der da også en tæt sammenhæng mellem, hvor ofte man bruger det digitale bibliotek, og hvor mange tjenester man kender.

Generelt er kendskabet til tjenester højest hos de segmenter, som er mest digitale og samtidig bruger det digitale bibliotekstilbud hyppigt. Blandt segmenterne den superdigitale kvinde samt den kvindelige børneforælder og den kulturforbrugende mand og kvinde er kendskabet til tjenesterne stort.

Blandt segmenterne den analoge mand og kvinde tilkendegiver henholdsvis 40 % og 36 %, at de ikke kender nogen af de nævnte tjenester. Svarfordelingerne vises i figur 23.

FIGUR 23: Hvilke tjenester kender du til på tværs af segmenter.

Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere.

	Den mandlige børneforælder	Den kvindelige børneforælder	Den analoge mand	Den analoge kvinde
Litteratursiden.dk	9%	15%	4%	17%
Bibliotek.dk	58%	69%	46%	39%
Filmstriben	48%	41%	12%	9%
eReolen (inkl. lydbøger)	52%	60%	9%	24%
Biblioteksvagten	11%	13%	7%	9%
Bogbidder	1%	1%	1%	1%
Biblo	6%	11%	3%	1%
Kender ikke nogen af de nævnte	10%	10%	40%	36%

	Den kultur forbrugende mand	Den kulturforbrugende kvinde	Den superdigitale mand	Den superdigitale kvinde
Litteratursiden.dk	13%	21%	18%	28%
Bibliotek.dk	60%	59%	65%	77%
Filmstriben	36%	26%	59%	68%
eReolen (inkl. lydbøger)	57%	59%	43%	61%
Biblioteksvagten	15%	13%	12%	14%
Bogbidder	2%	3%	0%	3%
Biblo	2%	2%	9%	7%
Kender ikke nogen af de nævnte	7%	12%	11%	3%

Der er stor forskel på, hvilke af bibliotekets digitale tjenester segmenterne kender. På tværs af segmenterne er kendskabet til bibliotek.dk størst. Blandt alle segmenter er en stor andel bekendt med tjenesten, og selv for den analoge mand og kvinde kender henholdsvis 46 % og 39 % bibliotek.dk. Mange kender også Filmstriben og eReolen, dog er kendskabet for den analoge mand og kvinde fortsat lavere end de øvrige segmenters andel.

Litteratursiden.dk har ligeledes relativt høje andele, som kender den især blandt de superdigitale segmenter.

I den anden ende ligger tjenesten Bogbidder. Kendskabet til Bogbidder er mellem 0-3 % hos alle segmenterne, den absolut laveste. Der er ingen systematisk forskel mellem segmenterne i forhold til kendskab til denne tjeneste.

5.3. INSPIRATION TIL BRUG AF BIBLIOTEKETS DIGITALE TJENESTER

Der er forskel på, hvor de forskellige segmenter er blevet inspirerede til at bruge bibliotekets tjenester, og dermed hvor de kender tjenesterne fra. Bibliotekerne kan bruge viden om, hvor segmenterne er blevet inspirerede til at tilrettelægge systematiseret materiale, som kan inspirere flere

i segmentet på samme måde. Fordelingen af hvor segmenterne er blevet inspirerede vises i figur 24.

På tværs af segmenter er det tydeligt, at bibliotekets hjemmeside er en inspirationskilde for flest brugere. Dernæst er venner, bekendte og familie en vigtig inspirationskilde. Bibliotekets personale er for mange brugere også en vigtig inspirationskilde især den analoge kvinde. Meget få brugere er blevet inspirerede via Facebook samt via plakater og storskærme.

De analoge segmenter og de kulturforbrugende segmenter ser i højere grad end de øvrige segmenter lokalaviser og annoncer.

Biblioteket kan bruge denne viden til at målrette ny inspiration til brugerne. På baggrund af dette er det tydeligt, at bibliotekets egen hjemmeside samt personale er et oplagt sted at sætte ind i forhold til at udbrede kendskabet til de digitale tjenester bredt set. Samtidig er det dog også klart, at fordelingen i figur 24 afspejler de digitale strategier, som biblioteket i forvejen har anlagt. Når meget få brugere svarer, at de er blevet inspirerede via Facebook, betyder dette langt fra, at de sociale medier og herunder Facebook ikke kan være en oplagt kontaktkanal for bibliotekerne i fremtiden. Blot er der endnu ikke belæg for at sige, at det har haft en mærkbar effekt på den digitale biblioteksbrug.

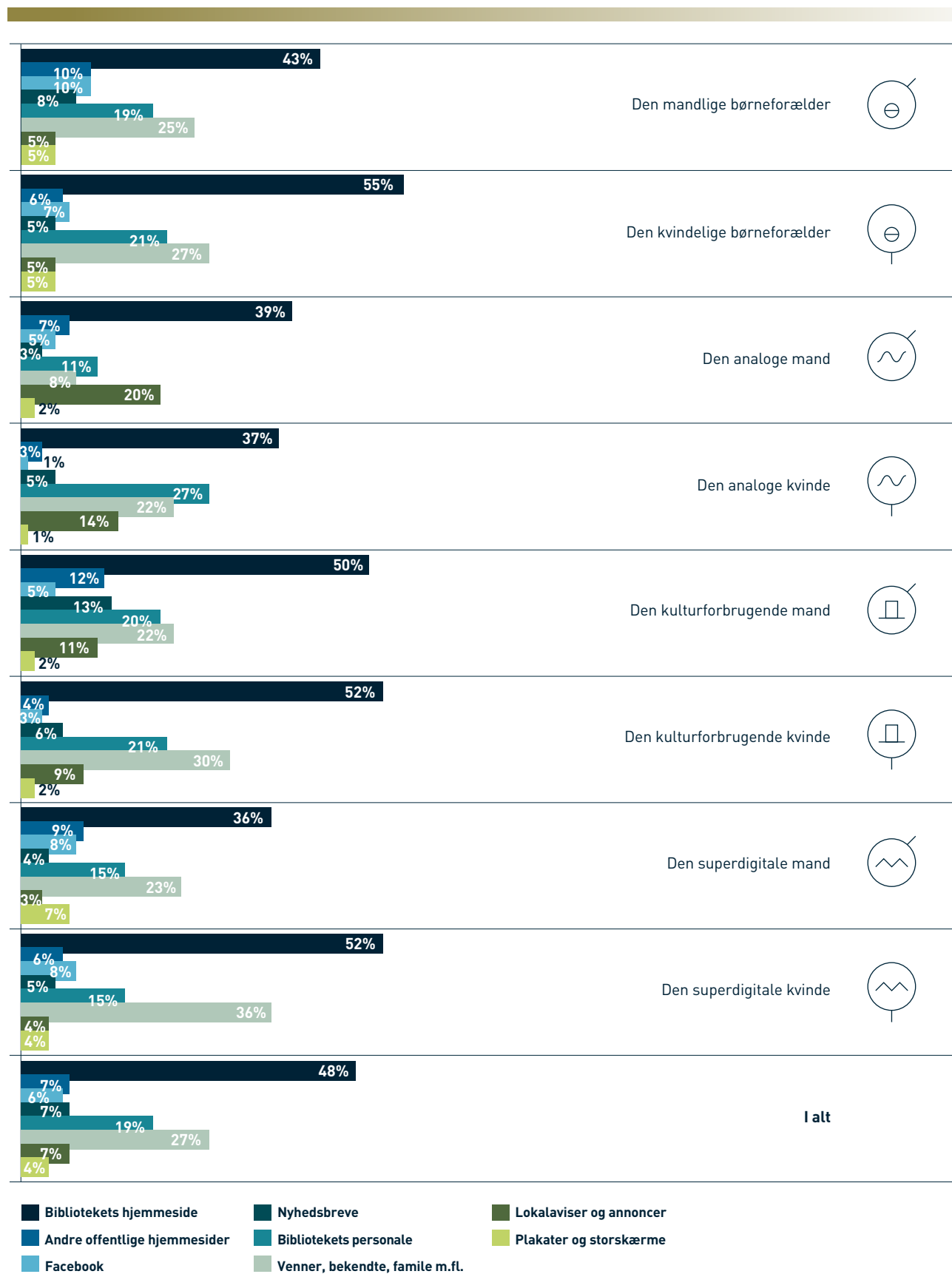


Hvis jeg kendte til databaserne, så ville jeg bruge dem.
Det er ikke noget, biblioteket reklamerer særligt godt med.
Jeg kender en del, der er begyndt at bruge ordbogen,
efter jeg viste det til dem

Andreas, 18 år, handelsskolestuderende

FIGUR 24: De vigtigste inspirationskilder på tværs af segmenter.

Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere. Det var muligt at sætte flere krydser. Procentandelene summer derfor ikke til 100%.



5.4. PRIMÆRE FORMÅL OG SAMMENHÆNG VED BRUG AF DIGITALE BIBLIOTEKSTJENESTER

Når biblioteket skal forstå segmenternes brugsmønstre, kan det være relevant at se på, hvad segmenternes primære brugsformål med biblioteket er, samt i hvilken sammenhæng segmenterne bruger de digitale tjenester og på hvilken enhed.

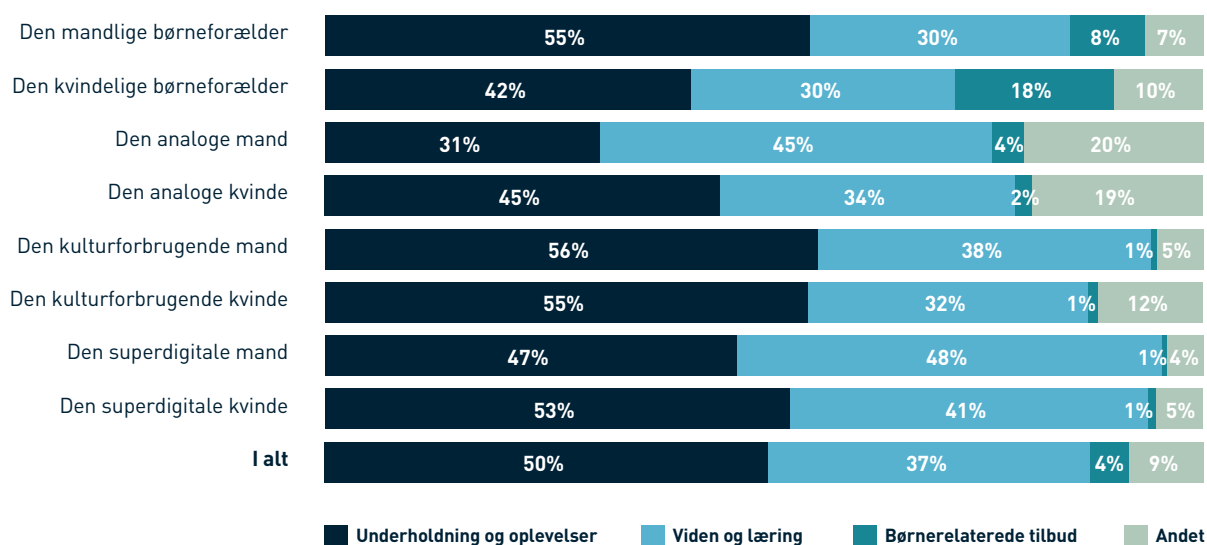
Først er brugerne af det digitale bibliotek blevet spurgt til deres primære formål, når de benytter de digitale tjenester. Dette vises på figuren nedenfor: Af figuren ser man, at underholdning og oplevelser klart er det formål, de fleste brugere angiver for

deres brug af de digitale tjenester. Viden og læring spiller også en afgørende rolle især for den superdigitale mand og den analoge mand. Børnerelaterede tilbud er især et primært brugsformål for de to børnefamiliesegmenter.

Det er værd at være opmærksom på, at dette spørgsmål kun gav mulighed for ét svar, nemlig ens primære brugsformål. For langt de fleste vil der således være flere forskellige brugsformål, og dermed vil andelen af eksempelvis den superdigitale mand, som blandt andet bruger de digitale tjenester til viden og læring være endnu højere end 48 %.

FIGUR 25: Primære brugsformål med de digitale tjenester.

Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere.



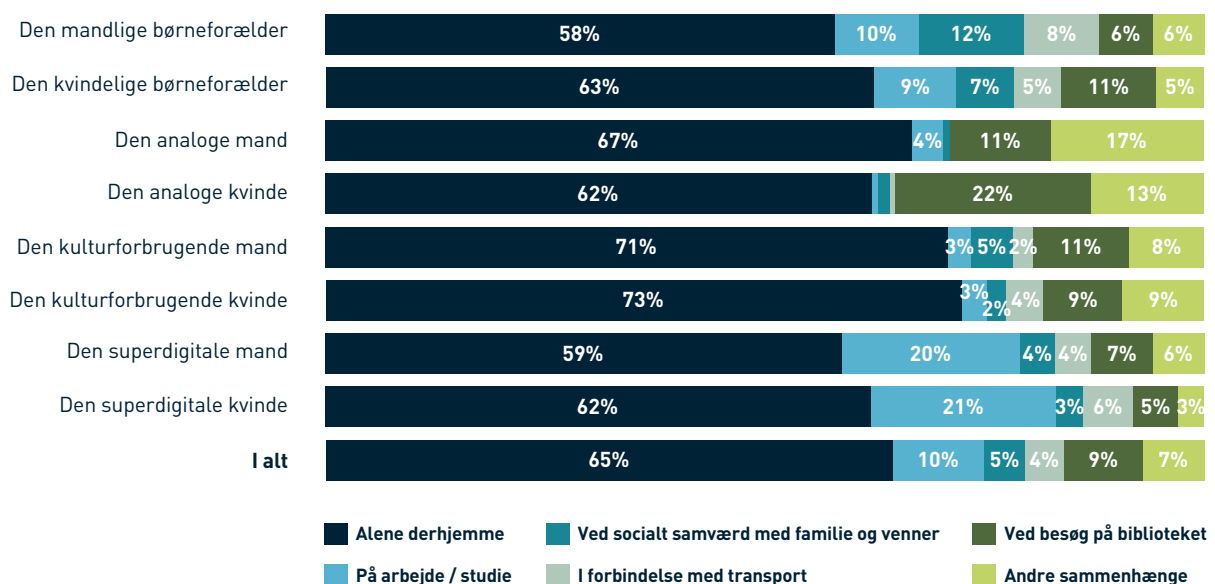
Ligeledes er brugeren af det digitale bibliotek blevet spurgt, i hvilken sammenhæng de primært bruger de digitale tjenester. Figur 26 nedenfor viser, i hvilken sammenhæng segmenterne benytter bibliotekets digitale tjenester.

Her svarer langt de fleste, at de bruger bibliotekets tjenester alene derhjemme. Dog bruger en væsentlig andel af de superdigitale mænd og kvinder de digitale tjenester på arbejde eller studie. De segmenter, som mest bruger de digitale tjenester til socialt samvær med familie og venner, er de to segmenter med børneforældre. Blandt de analoge

segmenter bruger en del de digitale tjenester ved besøg på det fysiske bibliotek. Det overordnede indtryk er dog, at langt de fleste bruger de digitale tjenester alene derhjemme.

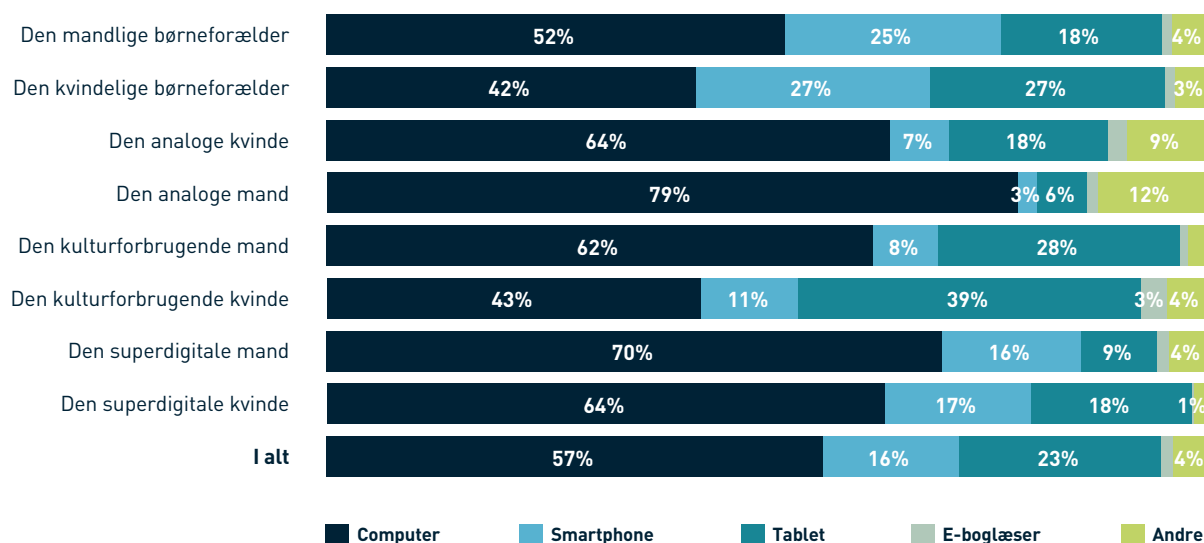
Brugerne er også blevet spurgt til, på hvilke digitale enheder de primært bruger bibliotekets digitale tjenester. Fordelingen på dette spørgsmål vises nedenfor.

FIGUR 26: I hvilken sammenhæng man primært benytter bibliotekets digitale tjenester på tværs af segmenter. Spørgsmålet kun stillet til respondenter, der har tilkendegivet, at de benytter det digitale bibliotek årligt eller oftere.



FIGUR 27: På hvilken enhed man primært benytter bibliotekets digitale tjenester på tværs af segmenter.

Spørgsmål kun stillet til respondenter, der har tilkendegivet, at de benytter det digitale bibliotek årligt eller oftere.



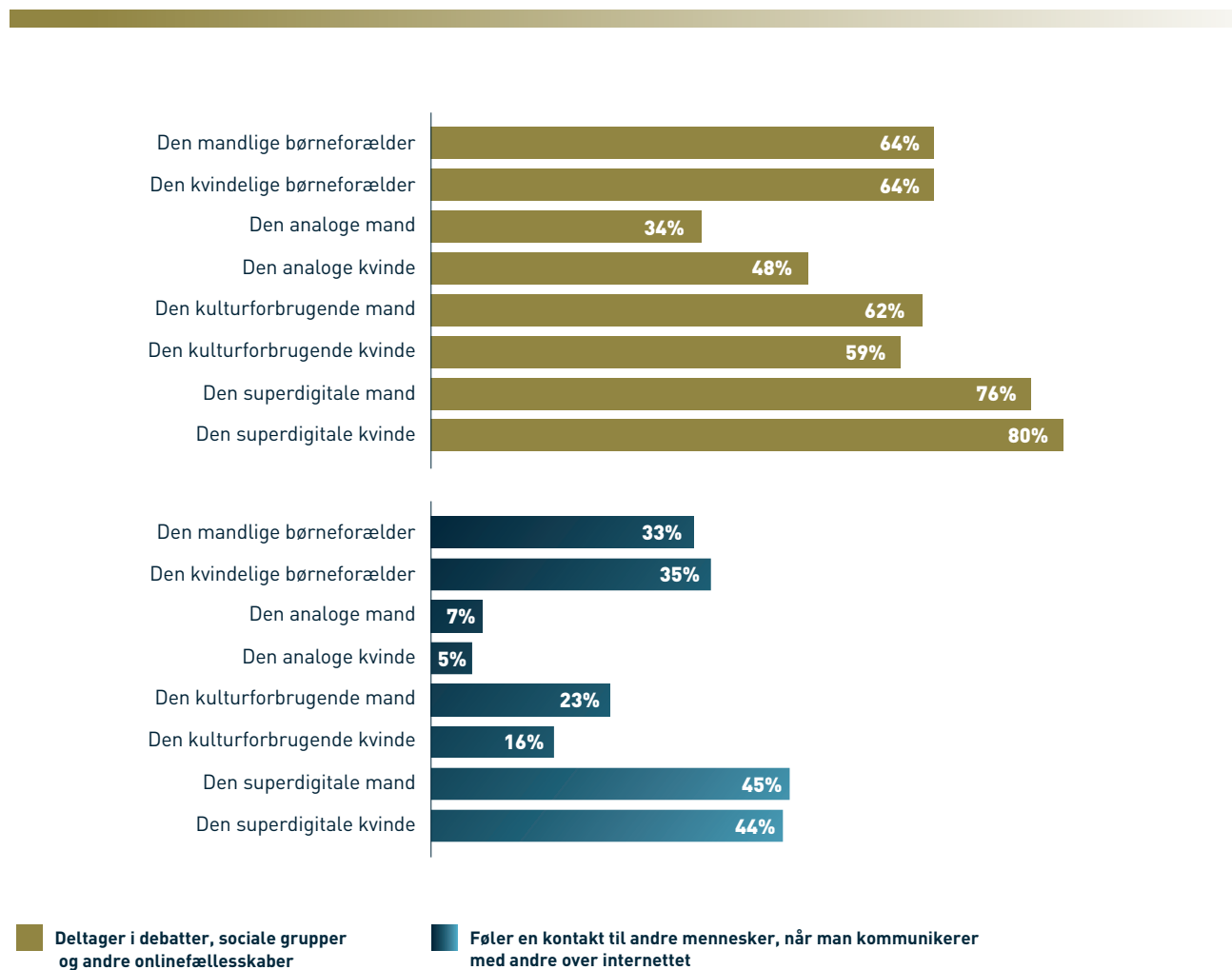
Langt de fleste bruger primært bibliotekets digitale tjenester via computer. Det er især de to børneforældre-segmenter, som bruger bibliotekets tjenester via smartphone. Især mange blandt den kulturforbrugende kvinde og mand og kvindelige børneforælder benytter en tablet, når de bruger bibliotekets digitale tjenester. Der er stor forskel på formatet på de digitale enheder og dermed også, hvordan man skal designe brugerflader til dem. Dette er vigtigt for biblioteket og bibliotekets personale at være opmærksomme på i deres udvikling, men også deres formidling af de digitale tjenester, og hvordan de skal bruges. Igen er det vigtigt at huske, at figuren kun viser brugernes primære enhed, og at mange borgere vil bruge flere forskellige enheder. Dermed er det for eksempel sandsynligvis langt flere end 25 % af de mandlige børneforældre, som bruger de digitale tjenester fra deres smartphone. Der er ligeledes forskel på i hvor høj grad segmenterne indgår i digitale fællesskaber. Her er det især den superdigitale mand og

kvinde som blandt andet deltager i debatter, sociale grupper og andre onlinefællesskaber og oplever en kontakt til andre mennesker, når de kommunikerer med andre over internettet. Således er den superdigitale mand og kvinde segmenter som interagerer med andre over internettet og indgår i fællesskaber her. I modsætning til dette står den analoge mand og kvinde som i meget lav grad deltager i onlinefora og i meget lav grad føler kontakt til andre når de kommunikerer over nettet. Denne forskel i indgåen i digitale fællesskaber har betydning for bibliotekernes arbejde med segmenterne. Digitale fællesskaber er et oplagt fokusområde.

Den store andel af segmenterne den superdigitale mand og kvinde som deltager i sociale grupper online og føler en kontakt til andre i forbindelse med dette giver et oplagt udgangspunkt for arbejde eller forsøg med både formidling og brug af digitale bibliotekstjenester i forbindelse med digitale fællesskaber.

FIGUR 28: To nøgledimensioner for digitale fællesskaber på tværs af segmenter.

Procentandelen er andel der har svaret I høj grad eller I nogen grad til udsagnet.



Kvalitative findings: For flere af deltagerne er det lokale bibliotek det naturlige udgangspunkt for kulturtilbud, både for børn, voksne og ældre. Det opfattes som et sted, der har potentialer til at binde lokalsamfundet sammen.



BORIS ZETTERLUND SENIOR ADVISOR HOS AXIELL GROUP

Vil det digitale bibliotek gøre det fysiske bibliotek overflødig?

Det fysiske bibliotek er et tredje rum i samfundet – ikke hjem, ikke et job. Du behøver ikke at betale eller præstere. Denne fysiske placering fungerer som et fristed for brugerne; i solidaritet med andre; for den enkeltes fordybning og refleksion; som et mødested; og en kilde til inspiration. Der er uundværlige kvaliteter i den fysiske tilstedeværelse af andre besøgende og bibliotekets fysiske rum.

Forestil dig en gruppe af børn og forældre, der deltager i en højtløsning fra en bibliotekar. Det er digitalt muligt at tilsvare, men bl.a. dét, at Second Life mislykkedes, påpeger, hvor utilstrækkeligt det digitale er i sig selv. Efter mere end 20 år med internettet og flere års bredbånd, så reducerer det ikke bibliotekets besøgsantal mærkbart. Og jeg er overbevist om, at det også kan stige dramatisk, hvis vi formår at bruge de digitale ressourcer i det lokale. For eksempel tror jeg på digital fjernundervisning (MOOCs) som et supplement til den nuværende undervisning. Jeg har selv bestået et kursus i "Film Noir" på Ball State University, Indiana. Fantastisk underholdende! Men livet og mennesker er komplicerede. Vi har brug for mere end et digitalt liv.

Hvordan bør man tænke sammenspillet mellem det fysiske og digitale bibliotek?

Begge instanser vil skabe en efterspørgsel efter den anden tjeneste. Det er en meget stor udfordring at skabe et møde, der giver mening – der gør en forskel. Et møde med en frugtbar dialog med bibliotekets personale giver et stærkere aftryk end et godt køb online.

På biblioteket vil aktiviteter øge og udvikle sig i et omfang, vi har kun set begyndelsen af. Mange af disse aktiviteter vil være community-drevet, og fællesskaber styrker lokalsamfundet. Biblioteket er motoren og arenaen for dette. Den digitale interaktion omkring hver aktivitet kan være meget forskellig. Forestil dig en digtoplæsning – "i dystopins traskmarker" – af unge lokale digtere, eller et tegnekursus "à la romance noir". Før arrangementet bruges sociale medier (af biblioteket og deltagere); inspirationskilder noteres på bibliotekshjemmesiden og bibliotekets katalog; kalenderen opdateres. Begivenheden broadcastes; et chatrum bliver tilgængeligt; og de sociale medier bruges. Efter arrangementet findes oplæsningen eller kurset nu dokumenteret (video, billeder) – det bliver meta-tagget, arkiveres og udgives – offentliggjort til fremtidig nydelse. Den digitale interaktion er her en integreret del af hver aktivitet. Bemærk at med den brugerproduktion, som biblioteker igangsætter, det gør, at hvert bibliotek bliver en digital medieproducent. Hver dag.

Hvordan skal det digitale bibliotek skabe en mer-værdi, så det ikke bare udbyder de samme tilbud, som er gældende i det fysiske?

Det digitale bibliotek skal:

- Guide til relevante kvalitetskilder. Brugeren skal være overbevist om, at de digitale bibliotekstjenester fører brugeren til det bedste på nettet – med dybde (skræddersyet til målgrupper) og kvalitet
- Indeholde interaktive tjenester i alt fra udvikling af sprogkompetencer til, hvordan man tager det bedste selfie (fotografi, selv-erfaring, kønsforskning, markedsføring, etc.)



Som lokalt bibliotek er du tættere på borgerne i lokalsamfundet end nogen sociale medier kan være. Fysisk og digitalt. Udnyt det!

- Give mulighed for at lokale beboere kan bidrage, publicere og offentliggøre instanser. Crowdsourcing f.eks. gennem projekter om lokale kvarterer og dets indbyggere. Eller crowdsourcing, hvor borgere hvert år fremhæver skoleelevers bedste billeder af deres lokalmiljøer (kan fremhæves på biblioteket, de kommunale hjemmesider eller den lokale avis). Mulighed for at borgere kan præsentere "min musik", "mine digte", "mine billeder", "mine historier"

Hvordan skal det digitale bibliotek skabe relevante tilbud, som tilbyder noget andet end, hvad vi ser hos de kommercielle distributionskanaler? Hvilke kvaliteter bør man fokusere på?

Ved at være det tredje rum digitalt – lokalt. Med fokus på centrale spørgsmål: fremme læsning – livslang læring – kreative og demokratiske medborgere. Undertiden begås der den fejl at etablere en national biblioteksservice rettet til slutbrugeren. Den kan meget vel have høje kvaliteter og et attraktivt interface. Men det vil for de fleste mennesker opleves som noget anonymt, som du bruger, når intet andet tiltrækker. Desuden medfører fokuset på den centrale slutbruger-service

en kastrering af det lokale. I værste fald anvender man desuden de lokale ressourcer til den centrale slutbruger-service. Jeg er overbevist om, at de centrale indsatser kan skabe effektivitet og synergi, men tjenesterne skal leveres lokalt. Dette gør det muligt for personalet at udvikle et forhold til lokalsamfundet og borgerne. De kan indsamle viden om deres lokale digitale brugere og serviceudvikle i dialog med dem. Invitere dem til den fysiske verden. I forlængelse heraf kan disse brugere bidrage aktivt til bibliotekstjenesterne.

Det er en yderst naiv forestilling, at man kan kopiere Googles og Facebooks dominans af borgeren med de nationale bibliotekstilbud målrettet direkte til slutbrugere. Der er meget lidt plads til det. Kanalen er smal. Det er med "the true encounter", at bibliotek kan gøre en forskel. Et møde der giver mening. Det kan kun arrangeres lokalt. Som lokalt bibliotek er du tættere på borgerne i lokalsamfundet end nogen sociale medier kan være. Fysisk og digitalt. Udnyt det! Udvikling af læsekompetencer. Udvikling af digitale færdigheder (ikke kun for de digitalt resourcesvage). Aspirer folks kreative side. Gør folk til politisk orienterede borgere. Der vil biblioteket gøre en forskel.

5.5. HVILKE ANDRE KULTURTJENESTER BRUGER SEGMENTERNE

Et sidste brugsmønster, som det kan være relevant at se på i forhold til segmenterne, er, hvilke øvrige kulturtjenester de bruger. Dette kan være afgørende for at forstå borgernes referencepunkter og forventninger til de digitale tjenester. Borgerne skelner ikke nødvendigvis mellem bibliotekets digitale og mere kommercielle tjenester men bruger begge dele i flæng. Dermed må bibliotekerne forholde sig til andre kulturtjenester også og deres tilbud i tilrettelæggelsen og indretningen af deres tilbud. Hvilke tjenester man bruger, vises på figuren på næste side.

Det fremgår, at der er stor forskel på segmenternes brug af digitale kulturtjenester. Gennemgående er DR TV den kulturtjeneste, som flest bruger. DR TV er ligesom bibliotekernes digitale tjenester frit tilgængelig og gratis, og den store brugerandel på denne tjeneste viser, at der er meget stort potentiale for udbredelsen af sådanne tjenester.

Den analoge kvinde og den analoge mand bruger dog meget få digitale kulturtjenester ud over DR TV, og store andele inden for begge segmenter svarer, at de slet ikke bruger nogle af de nævnte kulturtjenester. Den kulturforbrugende kvinde og mand bruger især eReolen udover DR TV. Blandt de to børneforældresegmenter og de superdigitale segmenter bruger store andele Netflix, og blandt de superdigitale segmenter bruger mange yderligere HBO. Blandt børneforældrene og den superdigitale kvinde er der yderligere mange, som bruger eReolen. Hertil kan det bemærkes, at når man dykker ned i besvarelsene på tværs af segmenter og ser på sammenhængen mellem brug af lyd- og ebogstjenesterne eReolen og Mofibo, er der et vis positivt overlap mellem disse. Der er omkring 4 % i undersøgelsen som benytter Mofibo og 15 % som benytter eReolen. Det er ikke sådan, at borgerne generelt bruger enten eReolen eller Mofibo, men tværtimod er der en del, der i bruger både og. De to tjenester har dermed en tendens til at supplere hinanden og øge den samlede brug af lyd- og e-bøger.

5.6. TO ADFÆRDSTYPER: DEN PLATFORMSBEVIDSTE OG DEN UNDERHOLDNINGSFOKUSEREDE

Der refereres i nogle sammenhænge til en skelnen mellem de platformsbevidste brugere og de mere underholdningsfokuserede brugere. Denne tilgang anvendes blandt andet i den kvalitative forundersøgelse "Digitale strategier for fremtiden".

Forskellen kan beskrives som, at den underholdningsfokuserede bruger har en tendens til at lede efter noget specifikt materiale, som vedkommende gerne vil have, og være mindre bevidst omkring, hvilken platform, vedkommende får det fra, men blot gå efter den platform som giver let adgang til det bredeste udvalg.

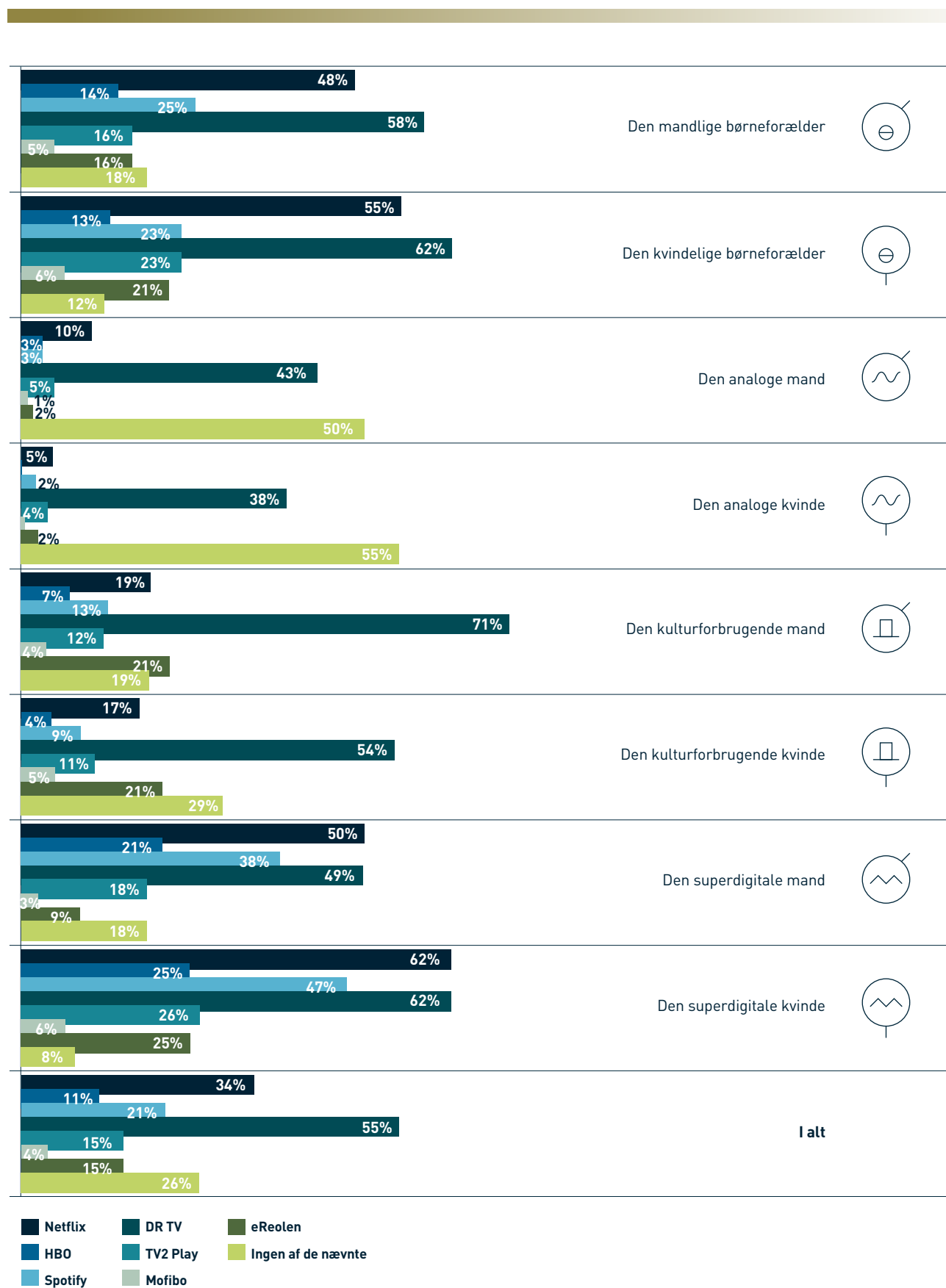
Omvendt vil den platformsbevidste adfærdstype gå mere efter en specifik platform, som vedkommende opbygger et "tillidsforhold" til; bestemte tjenester som han eller hun stoler på og følger deres udvalg, og jævnligt besøger for at se, hvilket nyt materiale som anbefales. Den platformsbevidste lægger således vægt på det vejledningsbetonede aspekt af kulturtjenester og sætter pris på et setup, som inspirerer til mere og andet end det, man kommer efter.

Denne forskel i brugsmønster kommer til udtryk flere steder, eksempelvis i hvad man lægger vægt på ved en god kulturtjeneste: om det er bredt indhold eller inspiration til nyt. Forskellen kan også illustreres ved forskellen på Filmstriben og Netflix. Det ene sted finder man det brede og populære udvalg, der passer til hele familien, mens man det andet sted finder et smallere udvalg, som giver plads til eksempelvis ikke-kommercielle tilbud.

Denne forskel kommer også netop til udtryk, når man ser på kendskab til og vurdering af Filmstriben og sammenligner denne med brugen af Netflix. Som nævnt i afsnit 3 viser erfaringen, at kendskab og brug ofte går hånd i hånd, og dermed bliver spørgsmålene, om man kender Filmstriben, og om man bruger Netflix forholdsvis sammenlignelige.

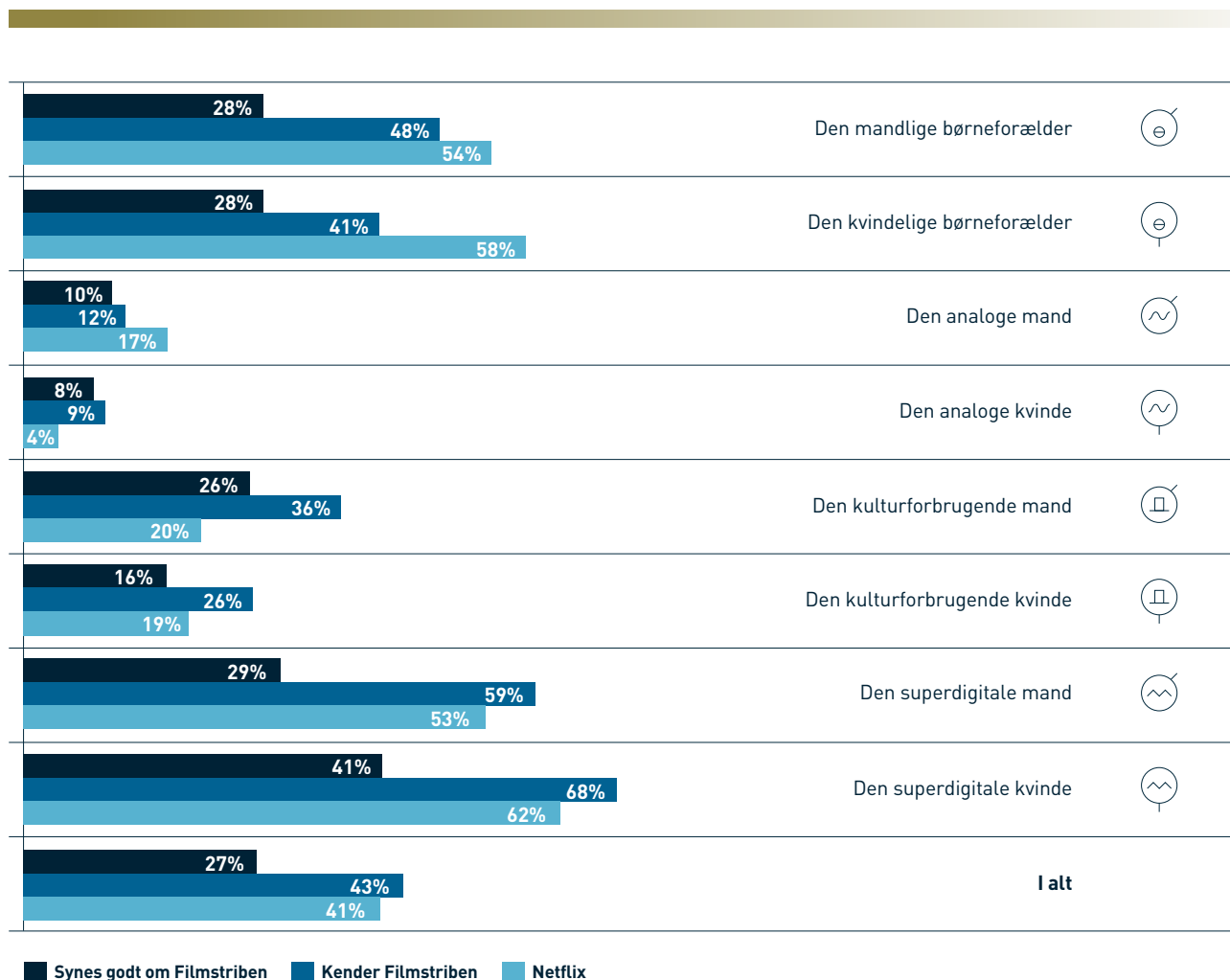
FIGUR 29: Hvilke af følgende kulturtjenester man bruger på tværs af segmenter.

Det var yderligere muligt at svare Wimp og Storytel, men på grund af meget små andele er disse frasorteret.



FIGUR 30: Kendskab og vurdering af Filmstriben samt brug af Netflix på tværs af segmenter.

Spørgsmålene om Filmstriben er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere. Det er kun denne gruppe, der ses på – også på spørgsmålet om brug af Netflix.



I figur 30 anes en tendens til, at de mandlige og kvindelige børneforælder er de meget underholdningsfokuserede. Her er der mange, som bruger Netflix og langt færre, som kender Filmstriben. Omvendt er der den kulturforbrugende kvinde og kulturforbrugende mand, som er de mere plattformbevidste. For den kulturforbrugende mands

vedkommende er der her både en større andel, som kender Filmstriben og synes godt om det end andelen, der bruger Netflix. Den analoge mand og kvinde er meget lidt digitale og dermed hverken eller. For den superdigitale mand og kvinde er billedet mere uklart. Her er der både mange, som kender Filmstriben og mange, som bruger Netflix.

6. BIBLIOTEKSBRUGERNES VURDERING AF OG FORVENTNINGER TIL DE DIGITALE TJENESTER

I dette afsnit fokuseres der på borgernes holdninger i forhold til bibliotekets digitale tilbud. Dette kan yderligere afklare, hvordan segmenterne oplever de digitale tilbud og bibliotekernes formidling af disse.

For at skabe et samlet overblik over borgernes vurdering af og forventninger til de digitale tilbud undersøges i dette afsnit:

- Hvad segmenterne synes er vigtigt for en god kulturtjeneste
- Hvilke digitale tilbud, segmenterne kunne ønske sig flere af
- Hvilke forhold segmenterne oplever som begrænsning for deres brug af de digitale tilbud
- Brugernes evaluering af en række forhold omkring bibliotekernes formidling af de digitale tilbud

6.1. CENTRALE EGENSKABER VED EN GOD KULTURTJENESTE

Borgerne er blevet spurgt, hvad de synes, er vigtigt for en god kulturtjeneste. Svarfordelingerne på dette fremgår af figur 31. Over en bred kam står det

klart, at brugervenlig betjening samt godt overblik over tjenestens indhold er klart de vigtigste egenskaber på tværs af segmenter. Således bør alle digitale tjenester, uanset hvilken målgruppe de henvender sig til, efterstræbe disse egenskaber for at slå bredt igennem. Bredt udvalg er ligeledes en vigtig prioritet for mange, men i meget mindre grad den analoge mand og kvinde.

Den superdigitale mand og kvinde skiller sig ud ved i højere grad end de øvrige segmenter at lægge vægt på, at en digital tjeneste har et dybt udvalg af nicheindhold.

6.2. ØNSKER MED HENSYN TIL INDHOLD

Segmenterne er blevet spurgt til, hvilke digitale tilbud de kunne ønske sig flere af. Dette giver bibliotekerne viden om, hvilke digitale tiltag det kan være relevant at satse på at udbygge i fremtiden for at få flere brugere af de digitale tilbud. Flere af de forhold, som borgerne ønsker, findes i høj grad allerede, og dermed kan det også bidrage med viden om, hvad bibliotekerne kan lægge vægt på, når de formidler bibliotekernes digitale tilbud. Svarfordelingen fremgår af figur 32.

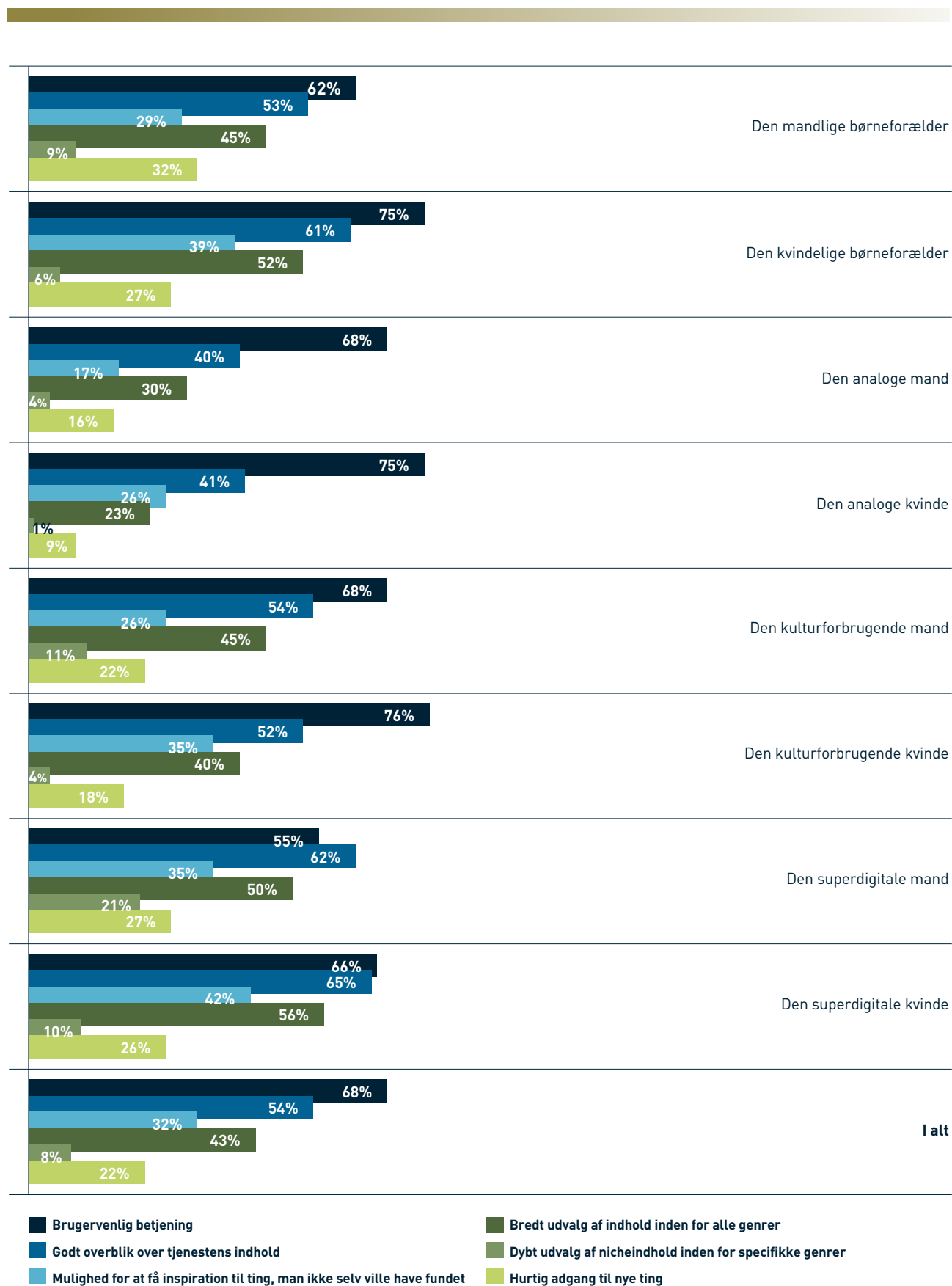


Selvom der er en flot forside, er det sjældent, jeg kigger på de der billeder, fordi jeg ikke ved, hvad jeg skal gå ind på

Line, 42 år, jobrådgiver og coach

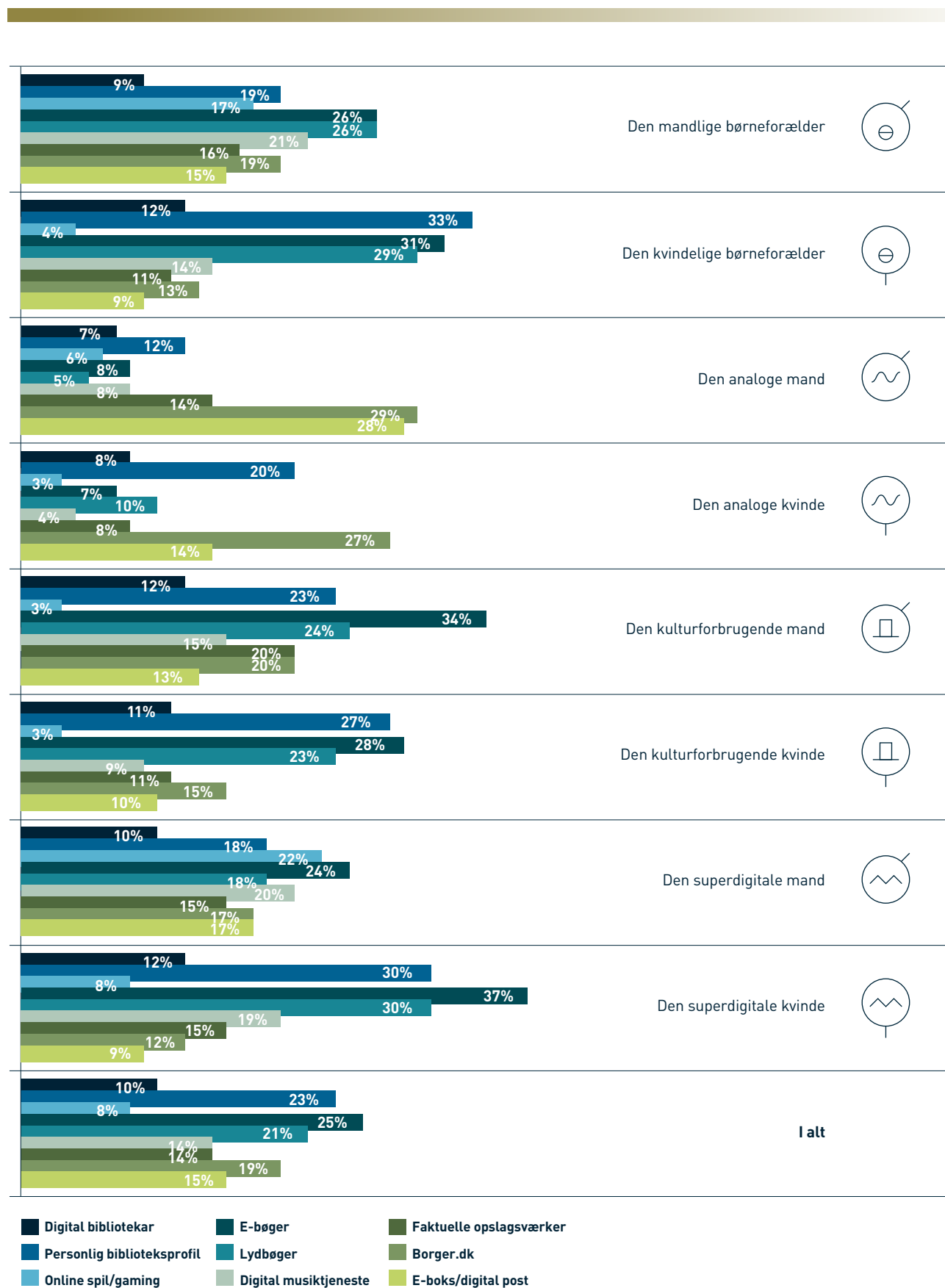
FIGUR 31: Hvad er vigtigt for en god kulturtjeneste på tværs af segmenter.

Det var muligt at sætte flere krydser. Procentandelene summer derfor ikke til 100%.



FIGUR 32: Hvilke af følgende digitale tilbud kunne du ønske dig flere af?

Det var muligt at sætte flere kryds. Procentandelene summer derfor ikke til 100%.



De analoge segmenter har, som man kan se, en større interesse i borger.dk, e-Boks og digital post end de øvrige segmenter. Det kan formentlig også forstås derhen, at de ønsker tilbud, der hjælper med at håndtere og klare sig via offentligt digitale selvbetjeningsløsninger. Dette har landets biblioteker også i en årrække blandt andet gjort via it-kurser og –introduktioner, vejledninger og aktiv deltagelse i borger.dk kampagner. Den kvindelige børneforælder, den superdigitale kvinde samt den kulturforbrugende kvinde er de segmenter, som har størst interesse i en personlig biblioteksprofil. For alle segmenter undtagen den analoge mand har en personlig biblioteksprofil dog relativt stor interesse.

Online spil og gaming er primært et ønske blandt den superdigitale mand og den mandlige børneforælder, mens den superdigitale kvinde og den kvindelige børneforælder i lidt højere grad ønsker sig e-bøger og lydbøger.

6.3. BEGRÆNSNINGER FOR YDERLIGERE BRUG

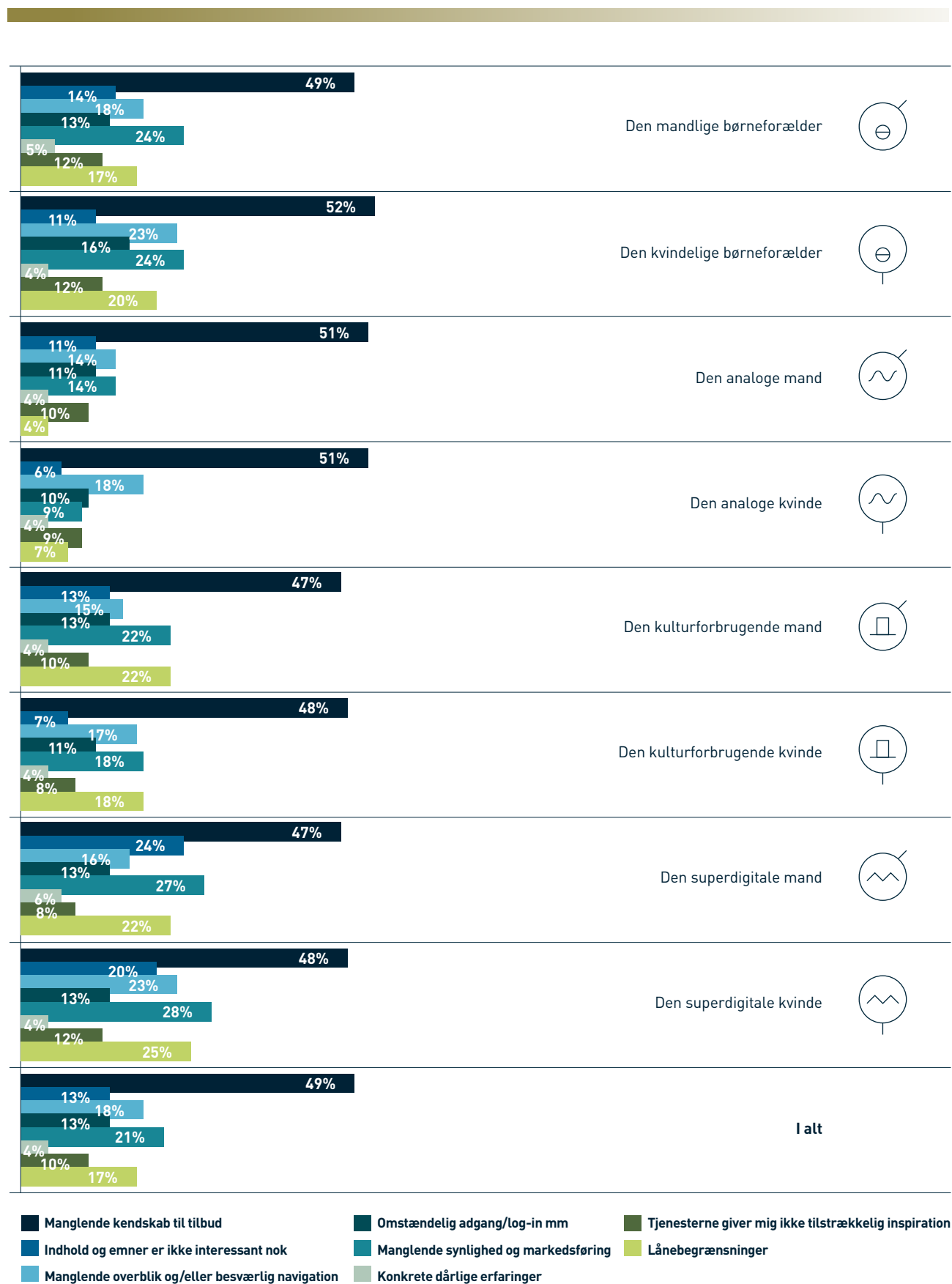
Et helt centralt spørgsmål til brugerne er, hvad de oplever, forhindrer dem i at bruge de digitale tjenester mere, end de gør på nuværende tidspunkt. Fordelingen på dette nøglespørgsmål vises i figur 33.

Over en bred kam oplever de fleste, at den største begrænsning for deres brug af det digitale bibliotek er manglende kendskab til tilbuddene. På dette punkt er segmenterne enige.

Den analoge mand og kvinde oplever i meget lav grad lånebegrænsninger som en begrænsning for deres brug, men for de øvrige segmenter er dette en relativt udbredt oplevet begrænsning. Det er primært den superdigitale mand og kvinde, som finder, at indhold og emner ikke er interessante nok. Færrest svarer, at konkrete, dårlige erfaringer er en afgørende begrænsning på tværs af segmenter.

Kvalitative findings: Flere brugere fortæller, at de mangler kendskab til bibliotekets mange forskellige tilbud og at kunne huske, at de findes. Det manglende overblik på hjemmesiderne gør det ikke lettere. Flere efterspørger desuden tilbud, som allerede eksisterer, f.eks. adgang til ordbøger og tidsskrifter.

FIGUR 33: Hvilke af følgende årsager er de mest afgørende begrænsninger for din brug af digitale bibliotekstilbud? Det var muligt at sætte flere kryds. Procentandelene summer derfor ikke til 100%.



6.4. BRUGERNES EVALUERINGER AF BIBLIOTEKETS FORMIDLING AF DE DIGITALE TILBUD

Når der ses nærmere på, hvordan de enkelte segmenter vurderer bibliotekets digitale tjenester, er der en betydelig forskel på de digitaliserede borgere og de mere analoge.

For det første er der spurgt ind til borgernes oplevelse af bibliotekets hjemmeside i forhold til formidling af bibliotekets digitale tjenester. Dette er den platform, hvor de fleste bliver inspirerede til brug af bibliotekets digitale tjenester. Generelt er der her en høj andel, som er enige i, at bibliotekets hjemmeside er god til denne formidling. Dog har den superdigitale mand en lidt lavere andel end de fleste af de øvrige segmenter, som er enige i dette udsagn. Alt i alt er det overordnede indtryk, at en stor andel af brugerne mener, at bibliotekets hjemmeside er god til formidling af de digitale tilbud.

En lignende tendens er gældende i spørgsmålet om bibliotekspersonalets formidlingsevner i forhold til bibliotekets digitale tilbud. Igen her er andelen, der mener, at bibliotekets personale er gode til formidling af bibliotekets digitale tilbud høj og for alle segmenters vedkommende over 50 %.

Dog er der lidt større forskel mellem segmenterne her. Igen er den superdigitale mand væsentligt mere kritisk end de øvrige segmenter. Den analoge mand og kvinde samt kulturforbrugende mand og mandlige børneforældre er klart mest begejstrede for personalets formidling. Også i denne undersøgelse får bibliotekspersonalet dermed positiv tilbagemelding fra sine brugere og bliver alt i alt bedømt meget positivt i forhold til deres evne til at formidle det digitale bibliotekstilbud.

Der er dog som nævnt relativt store forskelle mellem segmenterne, således at det blandt det mest kritiske segment "kun" er 60 %, som mener, at bibliotekspersonalet er gode til at formidle de digitale tilbud, mens det blandt de mest positive er hele 90 %. Der kan dog i denne anledning være grund til at overveje, om der er en tendens til, at nogle respondenter bliver påvirkede af andre positive oplevelser med bibliotekspersonalet og således i det hele taget evaluerer bibliotekspersonalet positivt og ikke kun ift. deres formidling af de digitale tilbud.

Hvis man ser på, hvor let segmenterne mener, det er at få kompetent vejledning til konkret håndtering af bibliotekets digitale tilbud, er den positive svarandel generelt set højt uden de store forskelle på tværs af segmenter. Igen med undtagelse af den superdigitale mand der er lidt mere kritisk end de andre. Når det kommer til spørgsmålet om, hvorvidt man kan finde det, man specifikt søger i bibliotekets digitale tjenester, er svarandelene generelt en smule lavere end ved de foregående angivelser. Billedet ændrer sig også en smule, således at de analoge segmenter, der ellers har en mere positiv evaluering på de øvrige spørgsmål, her placerer sig i den mere forbeholdne gruppe. Den analoge mand, den analoge kvinde og den superdigitale mand, oplever således i lavere grad end de øvrige segmenter at kunne finde, hvad de søger efter i bibliotekets digitale tjenester.

Ses der på hvor stor en andel af segmentet, der positivt tilkendegiver, at de mener, at biblioteket giver adgang til mere kvalificeret udvælgelse og uafhængige anmeldelser, er der ikke de store forskelle mellem segmenterne imellem. Dog adskiller den superdigitale mand sig igen ved at have en mere forbeholden evaluering end de øvrige.

Kvalitative findings: Flere af undersøgelsens deltagere, som bruger bibliotekets digitale tilbud, fortæller, hvordan de går direkte ind på deres lokale biblioteks hjemmeside for at løse konkrete opgaver, typisk relateret til deres fysiske brug af biblioteket. Det kan f.eks. være at reservere, finde eller genlåne en bog.

Det er ikke naturligt for brugerne at gå ind på bibliotekets udbud af e-ressourcer, hvis ikke de har kendskab til et konkret tilbud. Tanken om at besøge e-ressourcer for blot at udforske dem er fjern for mange.

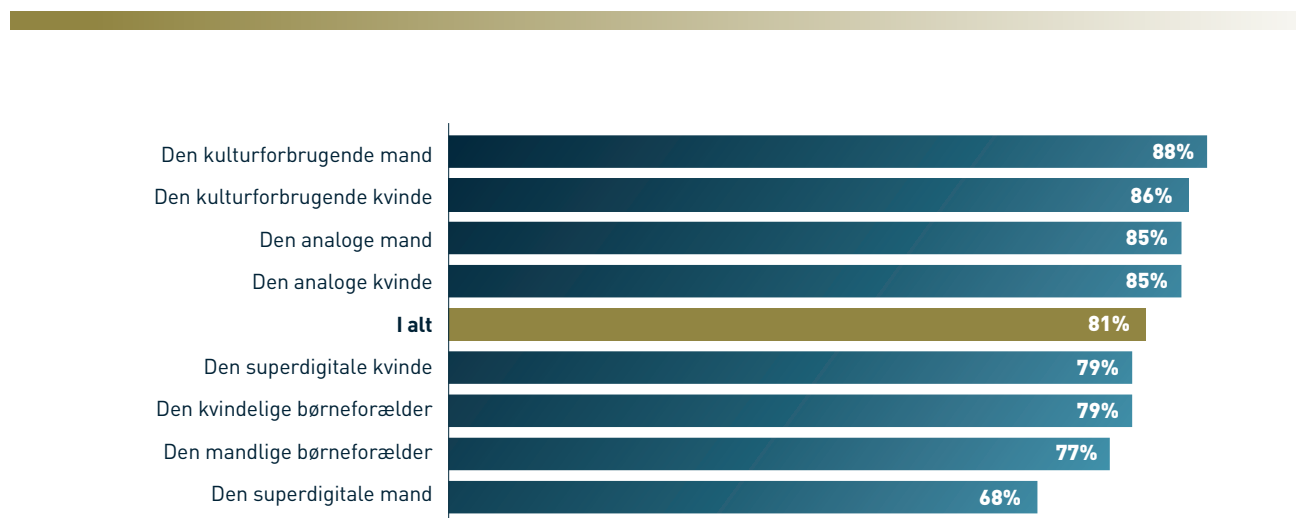


Jeg tjekker ikke hjemmesiden – jeg går ind på den, og direkte videre ind på det, jeg skal. Det skulle være meget tydeligt, hvis der var noget, jeg skulle lægge mærke til på hjemmesiden

Charlotte, 51 år, pædagog og socialrådgiverstuderende

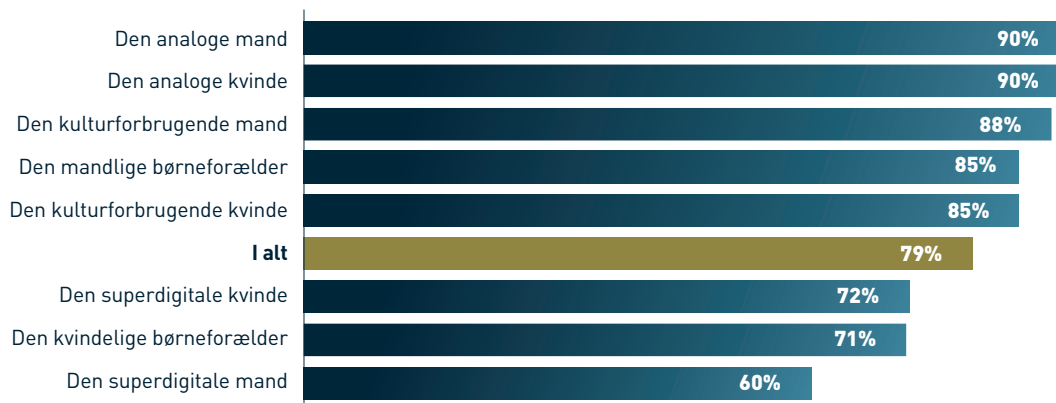
FIGUR 34: Andel, der mener, at bibliotekets hjemmeside er god til formidling af bibliotekets digitale tilbud.

Procentandel, der har svaret "I høj grad" eller "I nogen grad" til spørgsmålet. Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere, eller respondenter, der har svaret, at de bruger det fysiske bibliotek en gang om året eller oftere.



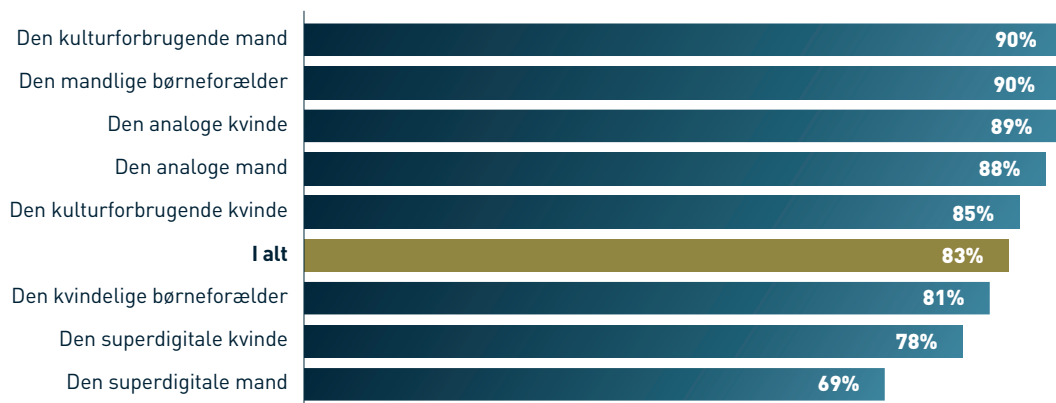
FIGUR 35: Andel, der mener at, bibliotekets personale er gode til formidling af bibliotekets digitale tilbud.

Procentandel, der har svaret "I høj grad" eller "I nogen grad" til spørgsmålet. Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere, eller respondenter, der har svaret, at de bruger det fysiske bibliotek en gang om året eller oftere.



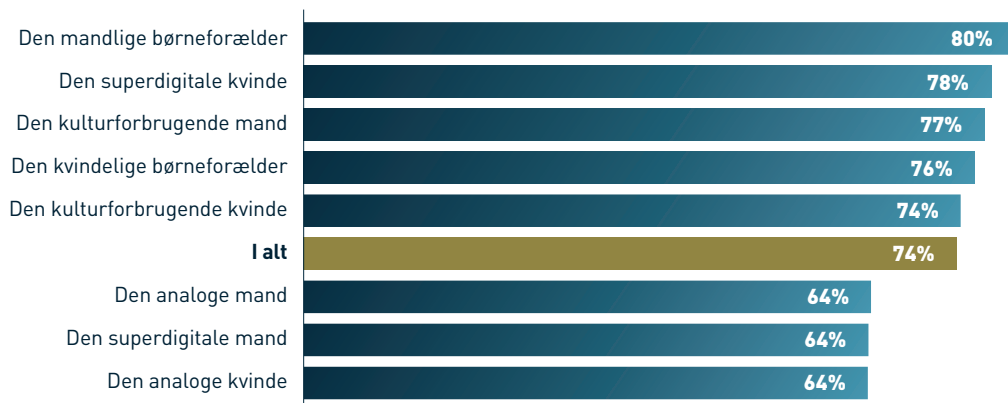
FIGUR 36: Andel, der mener, at det er let at få personlig og kompetent vejledning ift. konkret håndtering af bibliotekets digitale tilbud.

Procentandel, der har svaret "I høj grad" eller "I nogen grad" til spørgsmålet. Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere, eller respondenter, der har svaret, at de bruger det fysiske bibliotek en gang om året eller oftere.



Kvalitative findings: Når brugere bevæger sig ind på en af bibliotekets mere specifikke digitale platforme, skyldes det ofte, at de er blevet personligt præsenteret for dem af andre. Det kan enten være nogen i deres omgangskreds, som har prøvet servicen selv, eller bibliotekarer, som hjælper dem i gang.

FIGUR 37: Andel, der angiver, at de i høj eller nogen grad finder det, de søger efter, når de søger specifikt i bibliotekets digitale tjenester. Procentandel, der har svaret "I høj grad" eller "I nogen grad" til spørgsmålet. Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere, eller respondenter, der har svaret, at de bruger det fysiske bibliotek en gang om året eller oftere.



FIGUR 38: Andel, der mener, at biblioteket giver adgang til kvalificeret udvælgelse og uafhængige anmeldelser. Procentandel, der har svaret "I høj grad" eller "I nogen grad" til spørgsmålet. Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har svaret, at de bruger det digitale bibliotek en gang om året eller oftere, eller respondenter, der har svaret, at de bruger det fysiske bibliotek en gang om året eller oftere.



Food for thought: Bibliotekerne kan fra 2017 tilbyde deres brugere adgang til over 16.000 digitale tegneserier gennem tjenesten, Comic Plus.

Fakta: Kun 19 % af de borgere, som allerede benytter sig af det digitale bibliotek, får inspiration til de digitale tilbud via bibliotekarerne.

7. EFTERSPØRGSLLEN PÅ DIGITALE OG FYSISKE TILBUD

Dette afsnit ser på forholdet mellem det digitale og fysiske bibliotekstilbud. Eksempelvis om man mener, at biblioteket skal satse mere på det digitale bibliotek og mindre på det fysiske eller omvendt. En afklaring af dette kan bidrage med at afklare spørgsmålet om forholdet mellem digitale og fysiske bibliotekstilbud og hjælpe bibliotekerne med at forstå, hvilke segmenter, der er positive over for digitale biblioteksstrategier og hvilke, der er mere forbeholdne over for denne udvikling. Til sidst kastes et blik på den fremtidige biblioteksbrug.

7.1. DIGITALE OG FYSISKE TILBUD

For det første er det relevant at se på, om borgerne mener, at det digitale bibliotekstilbud kan erstatte deres behov for det fysiske bibliotekstilbud. Her svarer i alt 32 %, at digitale tilbud kan mindske deres behov for at benytte fysiske biblioteker. Der er meget store forskelle segmenterne imellem, men inden for alle segmenterne mener over halvdelen af borgerne, at gode digitale bibliotekstilbud ikke mindsker deres behov for det fysiske bibliotek i nævneværdig grad. For de analoge segmenter gælder dette i særlig lav grad. Her mener kun 11 og 13 %, at gode digitale bibliotekstilbud mindsker deres behov for at benytte det fysiske bibliotek.

Overordnet må man således konkludere relativt afvisende på dette punkt: de digitale bibliotekstilbud kan ifølge borgerne ikke erstatte det fysiske bibliotek.

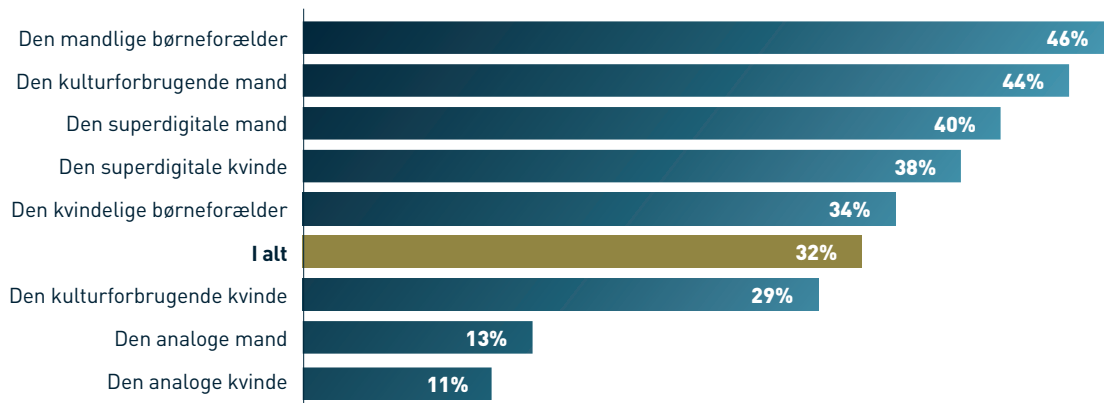
Hvis man ligeledes spørger borgerne, om de mener, at bibliotekerne bør fokusere på at udbygge de digitale tjenester frem for det fysiske bibliotekstilbud. Her er borgerne over en bred kam mere positive, omend de samtidig er lidt splittede på spørgsmålet. For den mandlige børneforælder, den kulturforbrugende mand samt den superdigitale mands vedkommende mener omkring halvdelen af segmentet, at biblioteket bør fokusere deres indsats på det digitale fremfor det fysiske. Den analoge mand, den analoge kvinde samt den kulturforbrugende kvinde og den kvindelige børneforælder er i højere grad uenige i dette.

Samtidig er det dog klart, at meget få mener, at det digitale bibliotekstilbud helt kan erstatte det fysiske. Et overvældende flertal mener således, at de fysiske biblioteker skal bestå uanset hvad. Dette vises i figur 41.

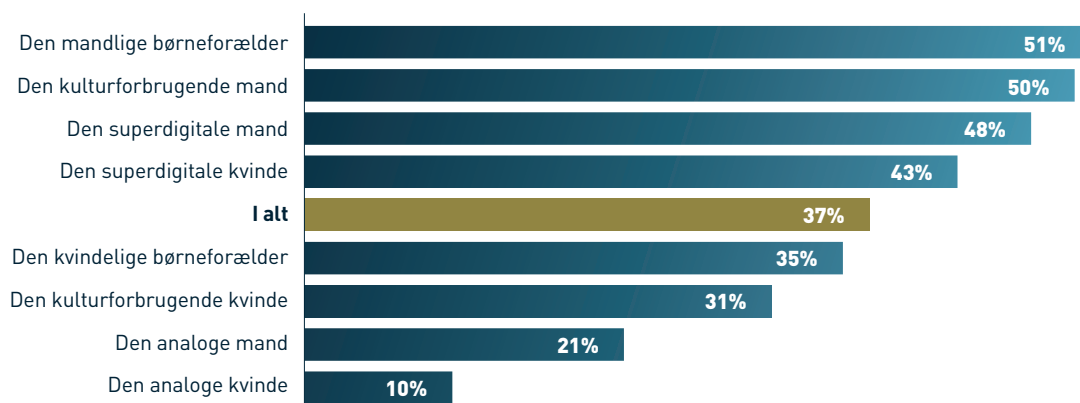
Et andet spørgsmål, som det kan være relevant at se på, er, hvorvidt borgerne foretrækker at læse fysiske bøger fremfor digitale e-bøger. Her er der en række væsentlige forskelle på segmenterne. Inden for alle segmenterne foretrækker et flertal i nogen eller høj grad at læse fysiske bøger. Dette gælder dog i mindre grad for den kulturforbrugende mand, den superdigitale mand og den mandlige børneforælder, hvor mellem 25 og 21 % i mindre grad eller slet ikke foretrækker at læse fysiske bøger frem for digitale. Det er da også et generelt fund i undersøgelsen, at mænd i højere grad end kvinder har digitale præferencer.

FIGUR 39: I hvilken grad mindsker gode digitale bibliotekstilbud dit behov for at benytte det fysiske bibliotek?

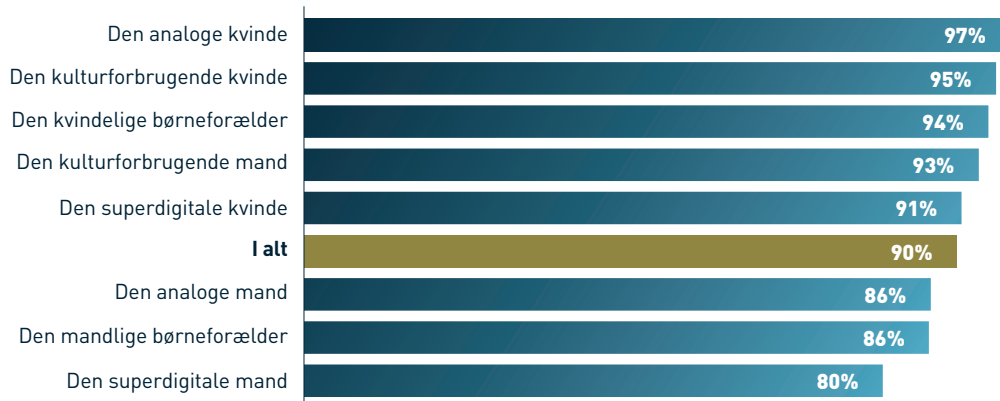
Procentandel, der har svaret I høj grad eller i nogen grad.



FIGUR 40: I hvilken grad mener du, at biblioteker bør fokusere deres indsats på at udbygge digitale bibliotekstilbud frem for det traditionelle fysiske bibliotekstilbud? Procentandel, der har svaret I høj grad eller i nogen grad.

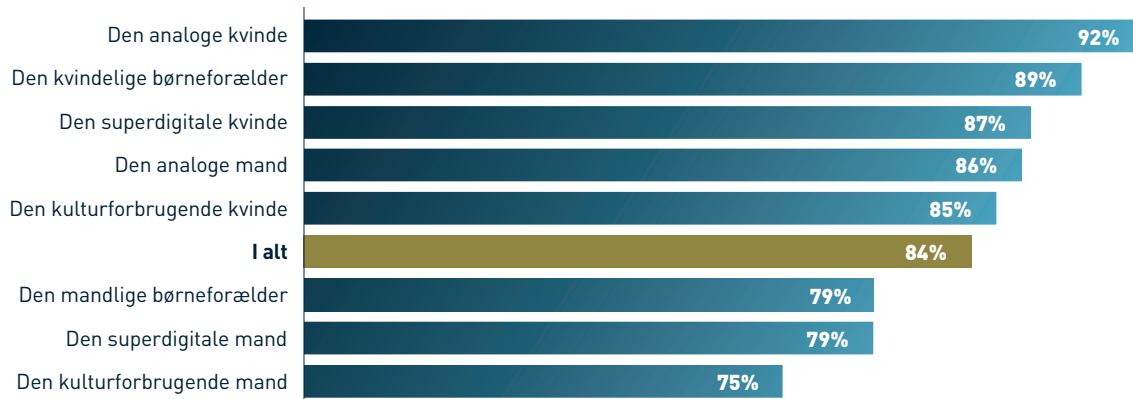


FIGUR 41: I hvilken grad mener du, at de fysiske biblioteker skal bestå, uanset i hvor høj grad folk går over til digital biblioteksbrug? Procentandel, der har svaret I høj grad eller i nogen grad.

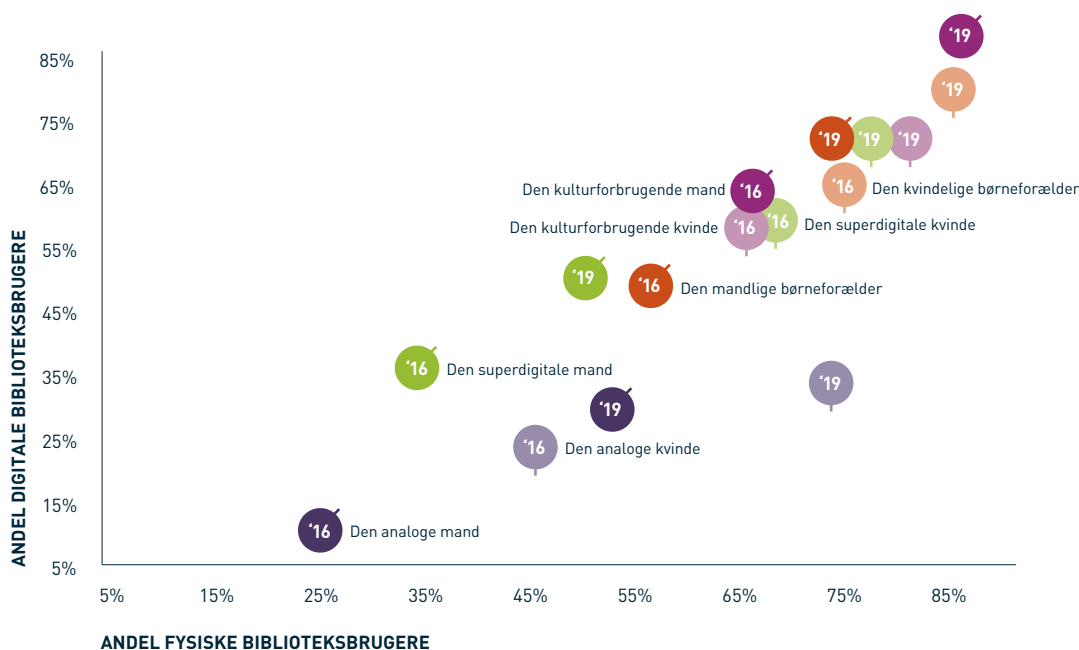


FIGUR 42: I hvilken grad foretrækker du at læse fysiske bøger frem for digitale?

Procentandel, der har svaret I høj grad eller i nogen grad.



FIGUR 43: Segmenternes procentandel af digitale og fysiske biblioteksbrugere nu og deres forventninger til om tre år.



7.2. FREMTIDIG BIBLIOTEKSBRUG

Et sidste forhold, som det kan være værd at se på, er segmenternes fremtidige digitale biblioteksbrug. Figur 43 viser segmenternes brugerandele i procent af det digitale og fysiske bibliotek, som det er nu, og som de forventer, at det vil være om tre år, dvs. i 2019. Det er således samme figur som figur 18, men med tilføjelse af borgernes fremtidige forventninger.

Generelt forventer de fleste at have en højere fremtidig brug af det digitale bibliotek end deres nuværende brug. Det gælder både med hensyn til det digitale og det fysiske. Den kulturforbrugende mand har de største forventninger til fremtidig brug. Det er samtidig det segment, som har den højeste andel nuværende brugere.

Blandt de analoge segmenter har færre en forventning om at være brugere om tre år.

Et sådant spørgsmål er selvfølgelig forbundet med stor usikkerhed, da ingen har mulighed for at svare præcist på deres biblioteksbrug om tre år. På baggrund af dette er der dog god grund for bibliotekerne til at satse på de digitale bibliotekstilbud, da mange flere borgere forventer at bruge dem mere i fremtiden, end de gør nu. Og det er vigtigt at få ikke bare flere brugere men også få flere hyppige brugere.

Samtidig er det selvfølgelig afgørende ikke at glemme de mere analoge segmenter, som ikke har samme forventning eller ønske om at benytte tjenesterne mere i fremtiden.



LENNART BJÖRNEBORN LEKTOR PÅ IVA, KØBENHAVNS UNIVERSITET

Hvad er forholdet mellem det fysiske og digitale bibliotek? Udfordrer det digitale bibliotek det fysiske biblioteks berettigelse?

Det fysiske bibliotek kommer ikke til at forsvinde. Det fysiske er tværtimod ofte en vigtig forudsætning for det digitale. Det ser man jo også med jeres data, hvor det hovedsageligt er brugere, som besøger det fysiske bibliotek, der ligeledes benytter sig af de digitale tilbud. Det er lidt ligesom Apple, der stadig har deres fysiske butikker. Det er et show-room, som er med til at skabe relationer mellem brugere og tilbud. Det fysiske bibliotek rummer nogle vigtige forudsætninger, fordi det netop også kan være indgangen til det digitale univers. Men egentlig synes jeg, det er misvisende og ærgerligt at skabe en distinktion mellem det fysiske og digitale. Vi bør tænke i, hvordan de kan supplere hinanden.

Hvordan tænker du, at de kan supplere hinanden?

Det, jeg efterlyser hos bibliotekerne, er, at man tænker meget mere i én samlet formidlingsstrategi for alle platforme. At man tænker det som en helhed. Jeg har en model, som jeg kalder "resource-trekanten". Man har de digitale ressourcer; man har de fysiske ressourcer; og så har man de menneskelige ressourcer, både værende de ansatte, men i ligeså høj grad brugerne. Og det jeg tænker i, det er helheden af resourceelementerne, hvor man så strategisk kan arbejde med formidlingsveje imellem disse ressourcer, samtidig med at man ser på, hvordan brugeren i centrum af modellen kan interagere med disse ressourcer.

Ikke nok med at det fysiske og digitale kan pege på hinandens tilbud, så muliggør disse rum også,

at brugerne og bibliotekerne kan sætte deres ressourcer i spil på helt nye måder. Hvis jeg som bruger f.eks. laver en søgning på heavy metal, så kunne det jo være spændende, hvis jeg, ud over søgeresultater fra databasen, ligeledes blev linket til nogle "superbrugere", som havde en eller anden form for ekspertviden i en given undergenre af heavy'en. Det vil muliggøre nogle bruger-til-bruger-relationer, som åbner op for bibliotekets indhold på en helt ny måde. Og det kunne lige såvel være bibliotekarer, man blev linket til. Man kunne sågar tænke i en hel database, hvor bibliotekarerne har indekseret, hvilke felter de har viden indenfor, hvilket brugerne så kan tjekke ud. På den måde kunne man forestille sig, at der ville opstå en helt ny lyst hos brugere til at henvende sig, fordi det pludselig bliver mere tydeligt, hvor man kan hente brugbar kurateret viden. Det vil åbne op for relationer hinsides lokale grænser og biblioteker, og det vil åbne op for, hvordan man kan gå på opdagelsesrejse i bibliotekernes kæmpe volumen af fysiske, digitale og menneskelige ressourcer, som bibliotekarer jo ikke hver især kan have overblik over.

Hvad er udfordringerne i forhold til det digitale?

Lad mig først påpege det fysiske biblioteksrumms styrke i den forbindelse. Det er i høj grad stedet, hvor det ikke planlagte kan opstå. Hvis man har tid i overskud, når man besøger sit lokale bibliotek, så er man tilbøjelig til at være mere lystbetonet. Måske kom jeg bare for at hente en reservering, men jeg falder over forsiden på en bog, som handler om brownies, og jeg elsker brownies, så jeg kan ikke lade være med at bladere i den. Eller måske falder jeg i samtale med en, som står og bladrer i tegneseriesamlingen. Selv om det måske ikke er hver gang, det sker, så ligger det latent, at jeg kan



Jeg tror, at det handler om at skabe incitament for en kultur, hvor brugere kan blive mere opmærksomme over for tilbud, som ikke lå dem umiddelbart for øje

indgå i nogle andre relationer end blot afhentningen af min reservation. Modsat i det digitale bibliotek, hvor vi ofte er meget mere fokuserede. Folk har typisk begrænset tid og opmærksomhed, når de bevæger sig i det digitale. Vi frasorterer lynhurtigt information, som vi i farten opfatter som irrelevant. På den måde vil det føles ekstremt anmassende, hvis der pludselig poppede en reklame for en brownie-bog op, når jeg bare lige skulle ind og genlåne en bog på bibliotekets hjemmeside. Svagheden i det digitale rum kan her siges at være, at vi ofte har skyklapper på over for information. Man finder det, man har planlagt, og så er det ud igen. Der skal faktisk meget til, for at man gør mere end det.

Hvis brugere er så reserverede i det digitale, hvordan kan det digitale så være med til at skabe en merværdi for bibliotekets samlede tilbud?

Styrken ved det digitale er, at hurtigheden er stor. Man kan hurtigt finde det, man søger, og man kan hurtigt hoppe mellem forskellige ressourcer. Spørgsmålet er så hvorvidt, det sker og aktualiseres via hjemmesiderne. Jeg tror, at det handler om, at skabe incitament for en kultur, hvor brugere kan blive mere opmærksomme over for tilbud, som ikke lå dem umiddelbart for øje, og som kan

åbne op for nye horisonter. Og her har biblioteket mange muligheder, f.eks. i forhold til at kunne søge på tværs af forskellige ressourcer og vække brugernes interesser. Men det kunne ligeledes være interessant, hvis man som bruger kunne fremhæve nogle værdier i søgetærsklerne, så søgningerne ikke bliver smalle og målrettede, men ligeledes pusher det, der kunne være overraskende relevant – og det kunne så igen ligeledes være via en brugerrelation – altså at man får anbefalet en bruger, som måske kan åbne ens øjne på en ny måde, for f.eks. noget niche-lyrik. I det henseende synes jeg, at det vil være ekstremt spændende, hvis jeg kunne give samtykke til, at bibliotekerne holdt øje med, hvad jeg og andre med tilgrænsende interesser lånte, og bibliotekerne herved kunne give mig et praj om, at her er noget nyt inden for det, jeg er interesseret i. Og de kunne på den måde også pushe nogle ting, som jeg endnu ikke havde opdaget, jeg kunne være interesseret i. Det ville ændre måden for, hvordan man kunne gå på opdagelsesrejse i bibliotekets kæmpe volumen af forskelligartede ressourcer. På den måde tror jeg, at rigtig mange brugere egentlig ville være interesseret i give denne samtykke til brug af big data. Og det ville så ligeledes ændre, hvordan bibliotekarere kunne sætte deres viden i spil i forhold til forskellige typer brugere.

8. OPSUMMERING OG ANBEFALINGER TIL ARBEJDE MED SEGMENTERNE

Kapitel 4-6 har opridset en lang række forskelle på segmenternes brugsmønstre og holdninger til og evalueringer af de digitale tjenester. Nedenstående skema opsummerer disse forskelle, og gør det muligt at danne sig et overblik over de mest relevante

forskelle. Dernæst gives en række anbefalinger til arbejde med segmenterne. Dette giver bibliotekerne et grundlag for at tilrettelægge strategier for et målrettet arbejde med segmenterne.

FIGUR 44: Opsumming af segmenternes brugsmønstre.

Segment	Brugshyppighed af det digitale bibliotekstilbud	Primær brugsformål og kendskab til tjenester	Hvor er segmentet især blevet inspireret til brug?
Den mandlige børneforælder	Moderat hyppig bruger	Underholdning og oplevelser. Kender især bibliotek.dk, Filmstriben og eReolen	Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale
Den kvindelige børneforælder	Hyppig bruger	Både underholdning og oplevelser samt viden og læring og børnerelaterede tilbud	Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale
Den analoge mand	Sjælden bruger	Viden og læring. Kender især til bibliotek.dk	Via bibliotekets hjemmeside samt bibliotekets personale
Den analoge kvinde	Sjælden bruger	Underholdning og oplevelser samt viden og læring primært ved besøg på det fysiske bibliotek. Kender især til bibliotek.dk, eReolen og Litteratursiden	Bibliotekets hjemmeside samt personale, venner og bekendte
Den kulturforbrugende mand	Hyppig bruger	Underholdning og oplevelser. Kender især til bibliotek.dk, eReolen og Filmstriben	Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale
Den kulturforbrugende kvinde	Hyppig bruger	Underholdning og oplevelser. Kender især til bibliotek.dk, eReolen og Filmstriben	Bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale
Den superdigitale mand	Sjælden bruger	Viden og læring samt underholdning og oplevelser. Kender især til bibliotek.dk, Filmstriben og eReolen	Via bibliotekets hjemmeside samt bibliotekets personale
Den superdigitale kvinde	Hyppig bruger	Underholdning og oplevelser samt viden og læring. Kender især til bibliotek.dk, Filmstriben og eReolen	Via bibliotekets hjemmeside, venner og bekendte samt bibliotekets personale



Nogle gange får man at vide, at bogen findes på eReolen på Aarhus bibliotek, og at man ikke kan låne den, når man er i København. Det virker ulogisk, når det er digitalt

Line, 42 år, jobrådgiver og coach

FIGUR 45: Opsummering af segmenternes ønsker til digitale tjenester.

Kolonnen med segmenternes vurdering af, hvad der er afgørende for en god kulturtjeneste opsummerer deres tredje og fjerde mest svarede forhold og ser dermed bort fra "Brugervenlig betjening" samt "Godt overblik over tjenestens indhold", som alle segmenter har angivet som de to vigtigste forhold.

Segment	Begrænsninger for mere brug	Ønsker til indhold og hvad er afgørende for en kulturtjeneste (udover brugervenlig betjening og godt overblik)
Den mandlige børneforælder	Manglende kendskab og synlighed	Lægger vægt på bredt indhold. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger
Den kvindelige børneforælder	Manglende kendskab og synlighed samt manglende overblik og besværlig navigation	Lægger vægt på bredt indhold. Kunne ønske sig flere tilbud om en personlig biblioteksprofil samt e-bøger
Den analoge mand	Manglende kendskab til tilbud	Lægger vægt på bredt indhold. Kunne ønske sig mere hjælp til Borger.dk, e-Boks og digital post
Den analoge kvinde	Manglende kendskab til tilbud samt manglende overblik og besværlig navigation	Lægger vægt på mulighed for at få inspiration til nye ting. Ønsker sig mere hjælp til Borger.dk og personlig biblioteksprofil
Den kulturforbrugende mand	Manglende kendskab og synlighed samt lånebegrænsninger	Lægger vægt på bredt udvalg. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger
Den kulturforbrugende kvinde	Manglende kendskab og synlighed samt lånebegrænsninger	Lægger vægt på bredt udvalg samt mulighed for inspiration. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger
Den superdigitale mand	Manglende kendskab og synlighed, at indhold og emner ikke er interessante nok samt lånebegrænsninger	Lægger vægt på bredt udvalg. Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og online spil og gaming, digital musiktjeneste og digitale communities
Den superdigitale kvinde	Manglende kendskab og synlighed samt lånebegrænsninger, manglende overblik og besværlig navigation og indhold og emner er ikke interessante nok	Kunne ønske sig flere tilbud mht. e-bøger og lydbøger samt personlig biblioteksprofil

Den mandlige børneforælder:

- En indsats med fokus på formidling af tilgængelige tjenester
- Især udbredelse af tjenester med bredt indhold indenfor underholdning og oplevelser
- Gerne "hurtige" tilbud der f.eks. kan benyttes under transport og fra en smartphone
- Gerne fokus på tjenester med børnerelateret indhold

Den kvindelige børneforælder:

- Indsats for udbredelse af kendskab til tjenesterne
- Fokus på at tilbud skal være nemme at navigere i og logge ind på m.m.
- Fokus på børnerelaterede tilbud
- Fokus på tjenester med bredt indhold af lydbøger og e-bøger

Den analoge mand:

- En indsats der lægger vægt på it-læring f.eks. i form af it-kurser og it-vejledning
- Acceptere at borgerne i dette segment har relativt lille interesse for de digitale tilbud og ikke nødvendigvis har noget ønske om at begynde at bruge dem
- Fokus på tilbud der indeholder viden og læring
- Inspiration gennem lokalaviser og annoncer

Den analoge kvinde:

- Fokus på at tilbud skal være nemme at navigere på
- En indsats der lægger vægt på it-læring f.eks. i form af it-kurser og it-vejledning
- Acceptere at borgerne i dette segment har relativt lille interesse for de digitale tilbud og ikke nødvendigvis har noget ønske om at begynde at bruge dem
- Inspiration gennem kontakt med bibliotekets personale
- Tilbud der inspirerer til brug af materiale, man ikke selv ville have fundet

Den kulturforbrugende mand:

- Vægt på udbredelse af kendskab til flere af tjenesterne
- Gerne fokus på udvikling af tjenester med mere materiale
- Fokus på tjenester med bredt indhold inden for underholdning og oplevelser

Den kulturforbrugende kvinde:

- Fokus på tjenester der egner sig til tablet-formatet
- En indsats med vægt på tjenester, der inspirerer til nye ting, man ikke selv ville have fundet
- Fokus på udbredelse af generelt kendskab til tjenesterne
- Gerne udvikling af tjenester med mere materiale med hensyn til e-bøger og lydbøger

Den superdigitale mand:

- Fokus på udbredelse af kendskab til bibliotekets digitale tjenester og brugen af dem
- Fokus på tjenester med viden og læring som formål
- Fokus på tilbud som online spil, gaming og digitale communities
- Målrettet formidling mod denne gruppe som er meget kritisk over for bibliotekets nuværende formidling af de digitale tilbud

Den superdigitale kvinde:

- En indsats der forsøger at udbrede kendskab til tjenesterne
- Interesserer sig især for tjenester som bibliotek.dk og tjenester med lydbøger og e-bøger, hvorfor der er god grund til især at formidle tjenester rettet mod disse interesser
- Fokus på tjenester med bredt indhold
- Udvikling af tjenester med mere materiale
- Fokus på tjenester med viden og læring som formål – tjenester der har relevans i forhold til studie og arbejde

”

Biblioteket har jo altid været der!

Der ligger sådan en tryghed i det – at du til enhver tid kan gå derind og hente en eller anden form for oplysning, som du er interesseret i lige nu og her

Sonja, 74 år, pensioneret ufaglært køkkenassistent



8.2 NATIONALE OG LOKALE STRATEGIER

På baggrund af ekspertinterviews, den kvalitative og kvantitative undersøgelse fremsætter Tænketanken Fremtidens Biblioteker 4 nationale og 5 lokale strategier, som skal danne baggrund for mulige overvejelser og tiltag i både lokal og national sammenhæng.

1

National strategi 1: Skab kendskab til bibliotekernes digitale tilbud. Lav kampagner som både kan have afsæt i det nationale og lokale, som f.eks. plakater og bogmærker, som uddeles på de fysiske biblioteker. Det lave kendskab til bibliotekernes digitale tilbud er pt. den største udfordring i forhold til at skabe en gunstig brugshyppighed i det digitale.

2

National strategi 2: Skab et unilogin til de digitale tjenester. For mange brugere mister tålmodigheden med tjenesterne, eller når aldrig frem til tjenesternes indhold, fordi det ikke føles ligetil at benytte sig af dem. Der skal sikres en lav indgangsbarriere for så mange som muligt.

3

National strategi 3: Muliggør en personlig digital biblioteksprofil. Det kunne f.eks. være via muligheden i at kreere sit eget bibliotek og sætte bøger på en online reol, ligesom muligheden er med Comic Plus tjenesten. Giv brugere et tilhørsforhold i det digitale.

4

National strategi 4: Indgå i samarbejde med andre institutioner, så bibliotekernes digitale tilbud er tilgængelige via andre platforme. Det kunne f.eks. være DR, digitale kulturarkiver, museer eller skolers hjemmesider. Det er relevant at være present i folks bevidsthed og digitale dagligdag.

1

Lokal strategi 1: Skab kendskab til bibliotekernes digitale tilbud. Bibliotekarerne er yderst kvalificerede til at formidle, men inspirerer ikke desto mindre relativt lidt. Gør det digitale bibliotek til en del af den kulturskat, i er interesseret i at vise verden.

2

Lokal strategi 2: Muliggør lokale fællesskaber, som styrkes i det digitale. Udnyt muligheden i at gøre lokale aktiviteter til digital content, som borgere kan få fornøjelsen af via jeres hjemmeside, og skab sideløbende med de fysiske aktiviteter digitale rum, hvor brugere kan og får lyst til at interagere med hinanden.

3

Lokal strategi 3: Arbejd med at inddrage borgere, som bor langt væk fra det fysiske bibliotek. Skab bevidsthed og kendskab til de digitale tjenester hos de borgere, som endnu ikke er vant til biblioteksbrugere. Der ligger et kæmpe public service potentiale her.

4

Lokal strategi 4: Kommuniker i det digitale, så det får relevans for de lokale. Der er stor forskel i, hvilke kontekster der gør sig gældende i det digitale. Er man interesseret i at kommunikere en konkret agenda, eller søger man mod en samtale med borgerne? Forsøg at forstå konteksten.

5

Lokal strategi 5: Vær opdateret i forhold til hvilke nye digitale tilbud DDB indhenter. Hvis vi ikke selv har kendskab til de digitale tilbud, så er det selvsagt svært at inspirere og sprede kendskabet til dem.

9. BIBLIOTEKSBRUG I FORSKELLIGE KOMMUNETYPEN

9.1. INDDDELING I BIBLIOTEKSRELEVANTE KOMMUNETYPEN

For at opnå yderligere viden om danskernes brug af de digitale bibliotekstjenester er der foretaget en inddeling af kommuner i nogle biblioteksrelevante kommunetyper. Dette giver mere fintmasket viden om segmenternes brug af biblioteket i forhold til geografisk position.

Inddelingen i kommunetyper er foretaget med udgangspunkt i tal fra Danmarks Statistik for 2015.

De forhold, der er taget højde for, er:

- Indbyggertal i kommunen
- Befolkningstæthed i kommunen
- Uddannelsesniveau i kommunen (målt som procentandelen med en videregående uddannelse)
- Udgift til biblioteket per indbygger i kommunen
- Biblioteksudlån per indbygger i kommunen
- Procentandelen af aktive personlige lånere i kommunen, dvs. personer, som har lånt bøger eller benyttet elektroniske ressourcer inden for det sidste år som et gennemsnit af 2013-2015

FIGUR 46: Kort oprids af biblioteksrelevante kommunetyper.

A

Kommunerne af denne type er især mindre landkommuner. Det er kommuner, som er kendetegnede ved lavt indbyggertal og lav befolkningstæthed.

I denne type kommune er andelen med en videregående uddannelse forholdsvis lav, mellem 15 og 29 %. Udgifterne til biblioteket, samt antallet af aktive lånere og udlån per borger er også relativt lavt.

B

Kommunerne i denne type er især landkommuner med flere mindre bycentre. De har alle et relativt lavt indbyggerantal og en relativ lav befolkningstæthed, som dog er større end de fleste kommuner i kommunetype A. Disse kommuner placerer sig middelhøjt med hensyn til biblioteksaktiviteten: De har et middelhøjt antal udlån per indbygger og middelhøjt antal aktive lånere.

For disse kommuner er andelen med videregående uddannelser en smule højere end gennemsnittet.

C

Mange af kommunerne i denne kommunetype er større provinskommuner, ofte med en stor by i kommunen med et uddannelsesmiljø. De har et stort indbyggerantal og en mellemstor befolkningstæthed samt et middelhøjt uddannelsesniveau.

Biblioteksaktiviteten er relativt lavt, gennemsnit af aktive lånere er det næstlaveste for alle kommunetyperne. Dog er gennemsnit af udlån per indbygger middelhøjt.

D

Denne kommunetype dækker over en række kommuner i Nord- og Midtsjælland. Disse kommuner har en høj eller mellemhøj befolkningstæthed samt middelhøjt og højt uddannelsesniveau. Disse kommuner har et relativt højt biblioteksbrug med mange aktive lånere og mange udlån samt høje udgifter til biblioteket per indbygger.

E

Denne kommunetype betegner de største byer i Danmark: Odense, Aarhus, Aalborg og København (inklusive Frederiksberg). Disse byer har alle en meget høj befolkningstæthed, et højt indbyggerantal og et højt uddannelsesniveau. Udlån per indbygger og aktive lånere varierer en del kommunerne imellem, men er samlet set lavt. Udgifterne per indbygger er middelhøjt.

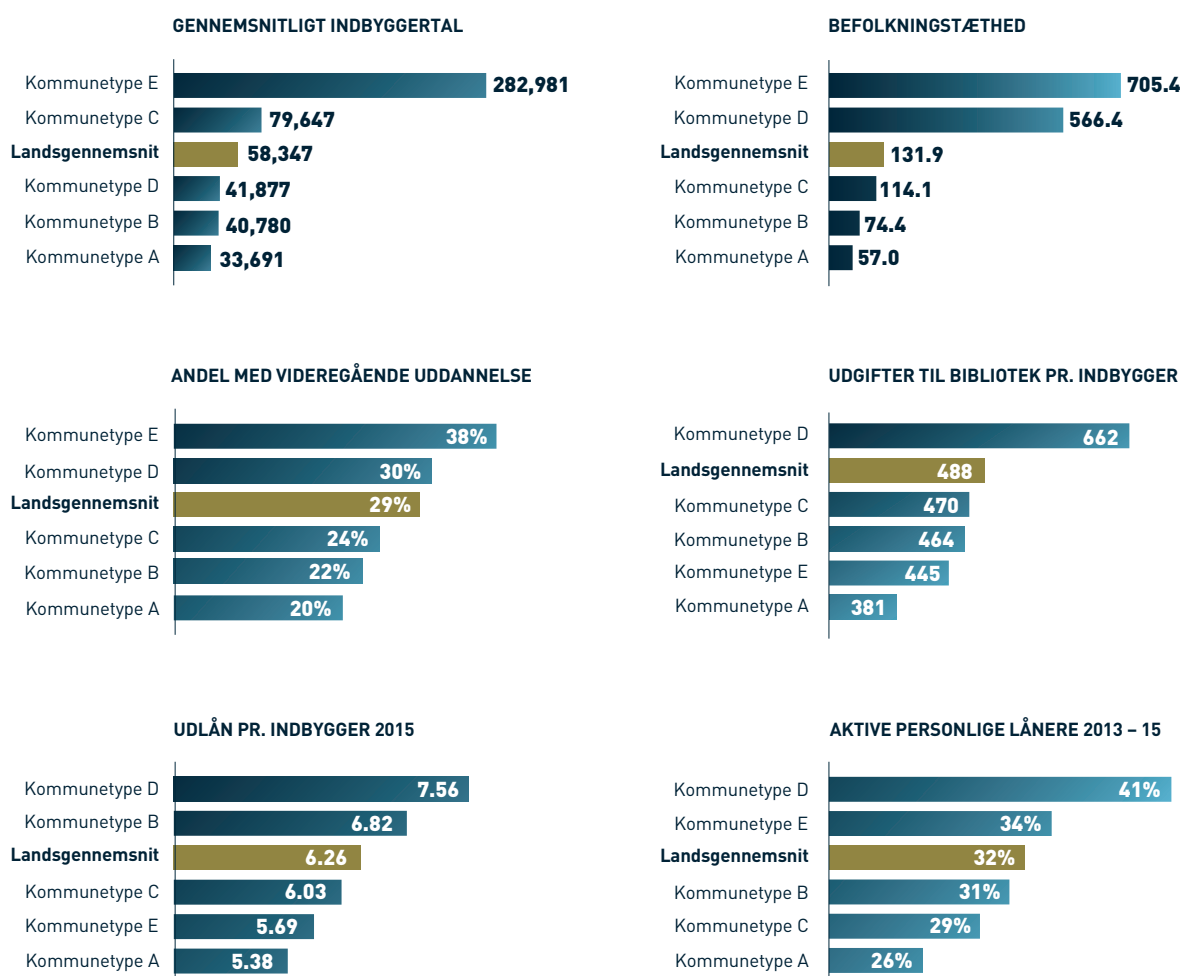
Opdelingen tager således både højde for en række forhold, der har med kommunens befolkningssammensætning og størrelse at gøre samt en række forhold, der specifikt handler om biblioteksbrugen og mønstret i kommunen.

Dette har givet en inddeling med fem biblioteksrelevante kommunetyper, der kort er opridsede i nedenstående tabel. Hvilke kommuner, som falder i hvilke kommunetype, kan læses i Bilag 1. Nedenfor

vises en række nøgletal for kommunetyperne, som overskueliggør forskellene imellem dem. Herunder følger en gennemgang af segmentfordelingen i de enkelte kommunetyper. De nedenstående figurer viser, hvorledes de enkelte segmenttyper er repræsenterede i de forskellige kommunetyper. Ved at sammenholde segmentfordelingerne i kommunerne med den generelle segmentfordeling på landsplan, som vist i afsnit 3.2, er det muligt at se, hvordan den enkelte kommunetype adskiller sig herfra.

FIGUR 47: Nøgletal for kommunetyper.

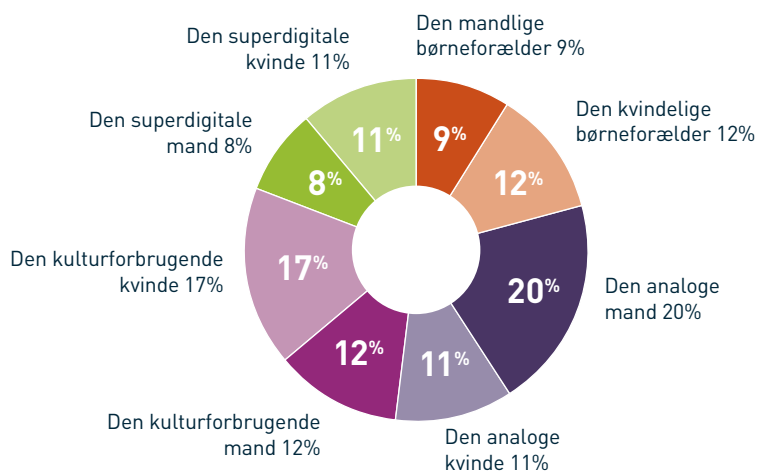
(Note: nøgletallene er hentet fra Danmarks Statistik og gælder for 2015 1. kvartal. Fanø indgår som en del af Esbjerg, da Fanø ikke har noget selvstændigt biblioteksvæsen. Andel med videregående uddannelse er andel af befolkningen mellem 15 og 69 år. Andelen af aktive personlige lånerne er udregnet som et gennemsnit over årene 2013-2015 grundet usikkerhed om tallene).



9.2 KOMMUNETYPE A

Kommunerne i kommunetype A har markant flere borgere i segmentet den analoge mand. For hele landet er andelen af dette segment på 15 %, mens det for kommunetype A er på 20 %. Samtidig har kommunerne i denne kommunetype lidt færre af

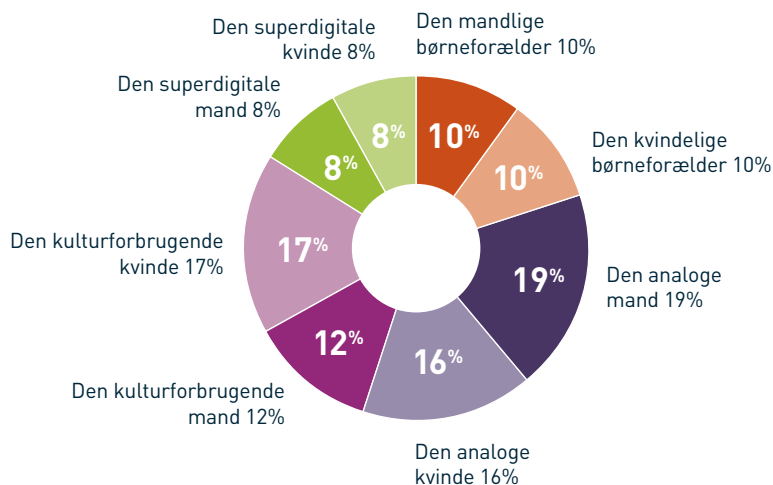
indbyggere i segmentet den superdigitale kvinde end de store bykommuner i kommunetype C og E samt lidt færre af den superdigitale mand end de øvrige. De har dog markant flere af segmentet den kulturforbrugende kvinde.



9.3 KOMMUNETYPE B

Kommunerne i kommunetype B har den laveste andel af segmenterne den superdigitale mand og kvinde. For hele landet er andelen af den superdigitale kvinde 16 %, mens de i kommunetype B udgør

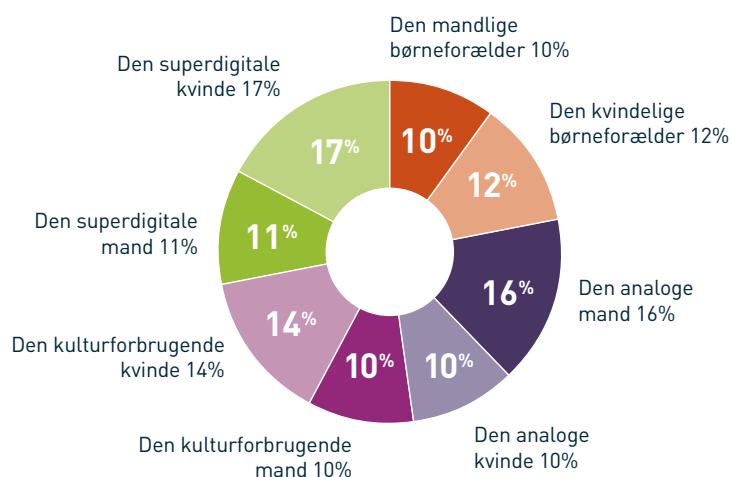
8 %. Ligeledes har de også en mindre andel af den superdigitale mand end hele landet. Samtidig findes der i denne kommunetype markant flere af segmentet den analoge kvinde og den analoge mand.



9.4 KOMMUNETYPE C

For de større byer er variationen knap så stor. Dog er andelen af superdigitale mænd tre procentpoint lavere end den generelle fordeling.

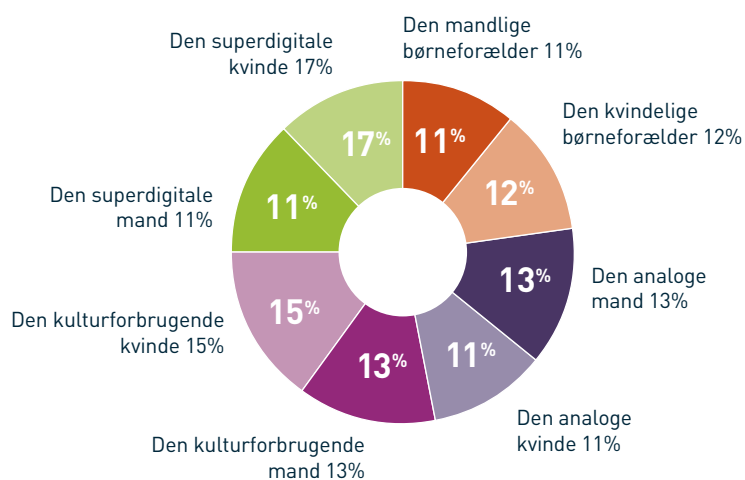
Derudover er segmenterne fordelt som svarende til det generelle billede med højst to procentpoints variation.



9.5 KOMMUNETYPE D

For de Nord- og Midtjællandske kommuner er der en meget lille grad af variation fra det generelle billede. Den eneste bemærkelsesværdige forskel er andelen af superdigitale kvinder, som er lavere end for hele landet. For hele landet udgør dette seg-

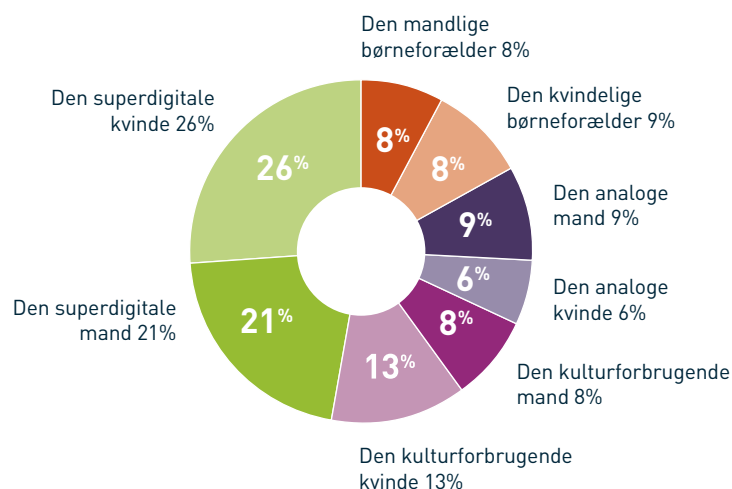
ment 16 %, mens det for kommune type D udgør 12 %. Samtidig har disse kommuner tre procentpoint flere af segmentet den kulturforbrugende mand og lidt færre af segmentet den analoge mand.



9.6. KOMMUNETYPE E

For Universitetsbyerne er variationen stor. Andelen af den superdigitale mand og kvinde er her markant meget større end i de øvrige kommunetyper, og disse udgør tilsammen 47 % af befolkningen i kommunetyperne E. Andelen af børne-

forældre er desuden en smule lavere end i de øvrige. Andelen af den analoge mand og kvinde er samtidig en smule under den samlede fordeling for hele landet. Ligeledes er andelen af den kulturforbrugende mand også en smule under landsfordelingen.



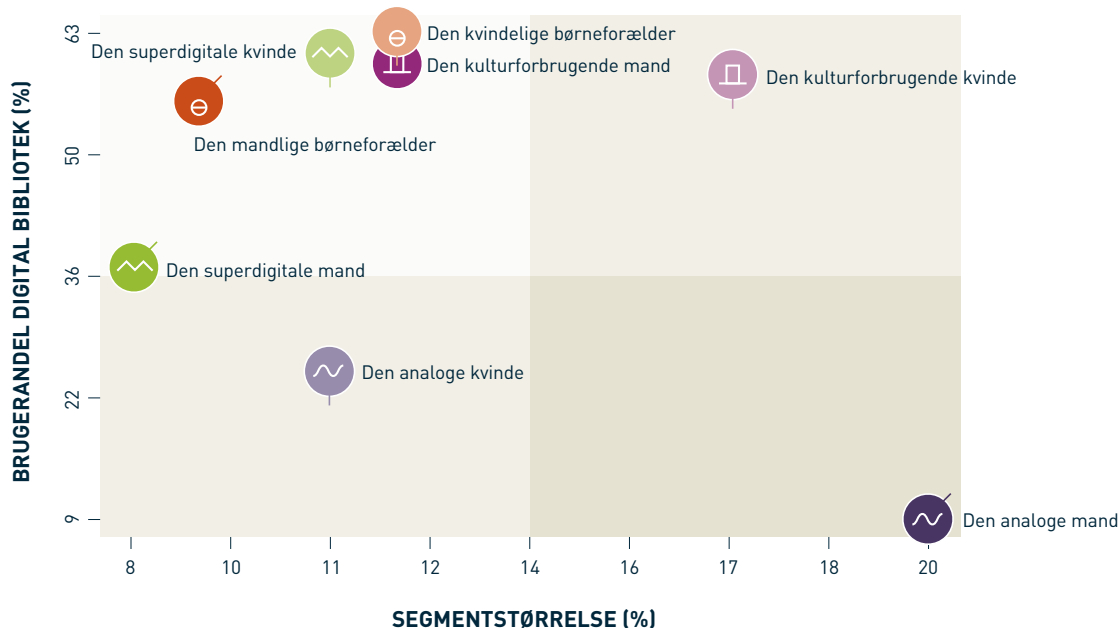
9.7. STRATEGIKORT TIL KOMMUNERNE PÅ BAGGRUND AF KOMMUNETYPES

Ud fra kommunetypenes segmentfordeling kan man opstille et strategikort som nedenstående, der gør det muligt at arbejde med at øge brugerandelen. Kortet skal kort sagt læses som et kryds mellem segmentets størrelse på den ene side og segmentets brugerandel af det digitale bibliotek på den anden side. Nedenfor vises et strategikort for kommunetype A som eksempel: De segmenter, som placerer sig i det mørkeorange ”indsatsområde” er dem, det er oplagt for kommunerne at arbejde med at øge brugerandelen i. Det er de segmenter, som både fylder meget i den pågældende kommunetype, og som samtidig har en lav brugerandel. De segmenter, som fylder mindre i kommunen eller har en relativt lav brugerandel, er placerede i et lysere område, da det er mindre oplagt at arbejde med disse. De segmenter, som

fylder relativt lidt og samtidig i forvejen har en høj brugerandel i kommunetypen, er det mindst oplagt for kommunen at arbejde med. Strategikortet skal dermed forstås i tæt relation til anbefalingerne til at arbejde med de enkelte segmenter i afsnit 8, som giver bud på, hvordan man kan tænke et målrettet arbejde med de forskellige målgrupper.

I kommunetype A er det især segmentet den analoge mand, som har en lav brugerandel og som samtidig fylder 20 % af kommunetypens indbyggere. Dermed er dette et oplagt segment at forsøge at få til at bruge biblioteket mere. Samtidig er det dog også det segment, som har en lav tilbøjelighed til at bruge det digitale, så det kunne muligvis også være oplagt for bibliotekerne i denne kommunetype at arbejde med segmenterne den analoge kvinde og den kulturforbrugende kvinde. I afsnit 8 oven for kan man læse anbefalinger til at arbejde med disse tre segmenter.

FIGUR 48: Strategikort for kommunetype A.



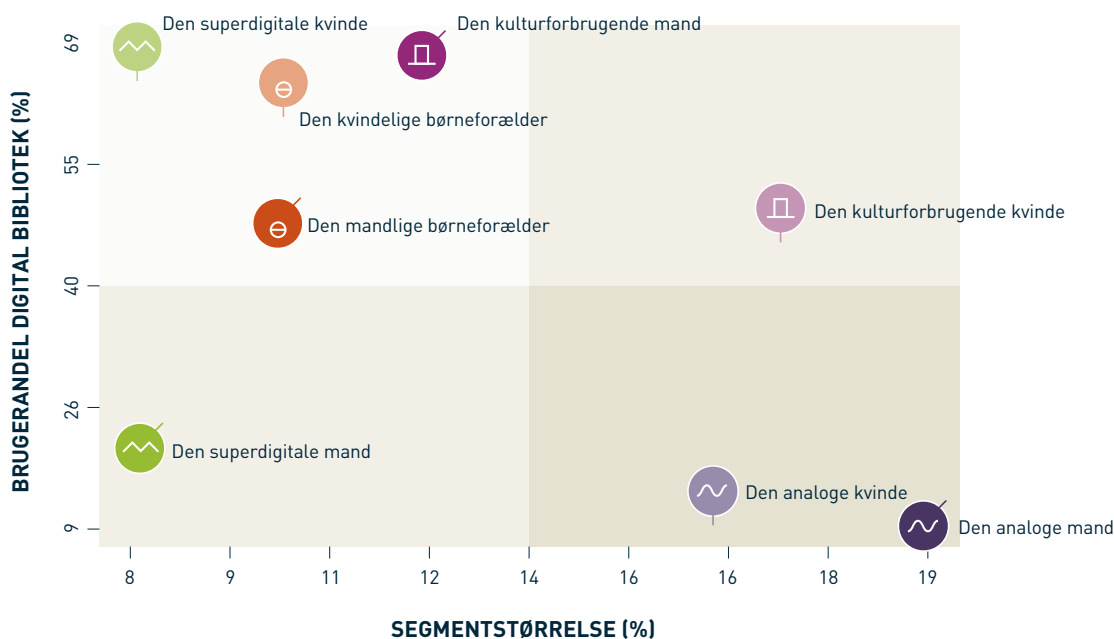
Strategikortene skal forstås som et input til en udvikling af arbejde med segmenterne. Det viser hvilke segmenter, der er store, og som samtidig har en lav brugerandel, og som det derfor alt andet lige vil batte mest at øge brugerandelen blandt. Dermed kan strategikortet være et oplagt sted at begynde i udviklingen af en konkret strategi for arbejdet med digitale bibliotekstilbud, men det er samtidig vigtigt at understrege, at der også er andre hensyn, som man i forlængelse af de øvrige afsnit i rapporten kan vælge at fokusere på.

I ovenstående tilfælde er det således især segmentet den analoge mand, som det kan være oplagt at arbejde med. Der kan dog sagtens være gode grunde til at arbejde med segmenter, som ikke er i "indsatsområdet". Segmenter med en lav brugerandel, men som samtidig er relativt små, kræver også opmærksomhed. Selv de segmenter, som er i det

hvide område på indsatskortet, og som dermed er relativt små og har en høj brugerandel, kan det også give god mening at arbejde med for at øge brugerandelen i kommunen. Nedenfor vises og forklares strategikortene for de øvrige kommunetyper:

I kommunetype B er det især segmenterne den analoge kvinde og mand, som har de laveste brugerandele og udgør de største andele af befolkningen. Den superdigitale mand og den kulturforbrugende kvinde er også oplagte segmenter at arbejde med. Her kunne det således i forlængelse af afsnit 8 være relevant at arbejde med it-kurser og it-læring for de analoge segmenter samt fokusere på tjenester, der er nemme at navigere på og nemme at få overblik over, mens det for at arbejde med den kulturforbrugende kvinde kan være relevant at fokusere på tjenester, som giver inspiration til nyt materiale.

FIGUR 49: Strategikort for kommunetype B.



Dette er dog blot udpluk af anbefalingerne til arbejde med segmenterne, som kan læses i afsnit 8.

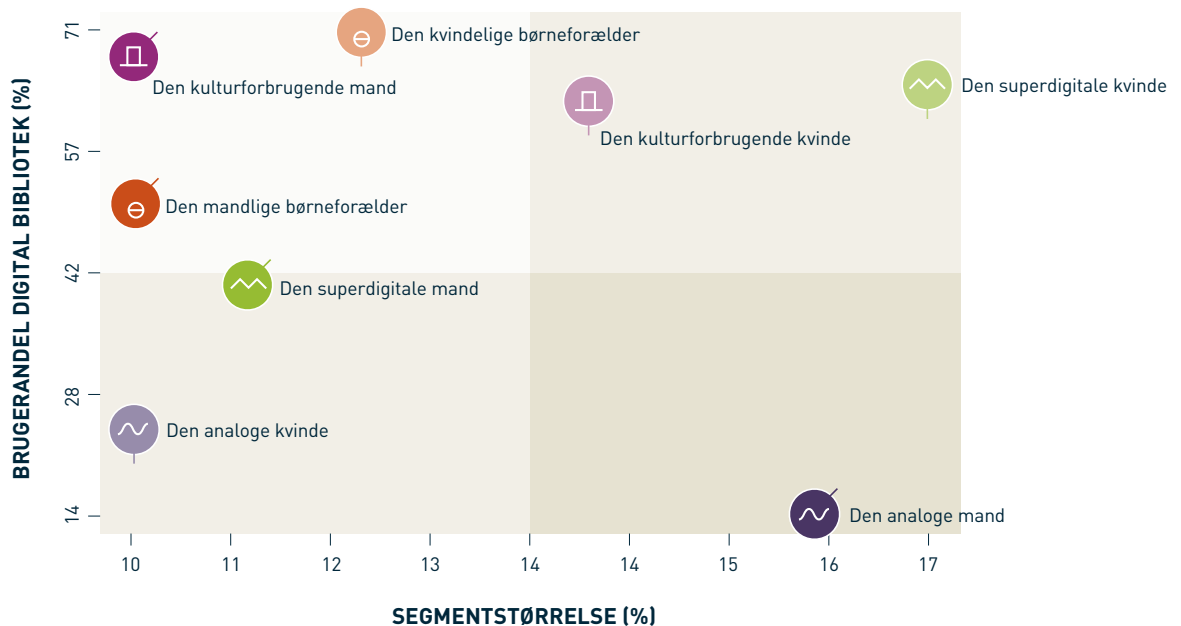
I kommunetype C er det især den analoge mand, som det er oplagt at arbejde med, idet segmentet er stort, og brugerandelen er meget lav. Den superdigitale kvinde og den kulturforbrugende kvinde er også store segmenter, som allerede har en stor brugerandel, men som det ikke desto mindre kunne have stor betydning at arbejde yderligere med. Her kunne det ligesom i kommunetype A og B være relevant at arbejde med it-kurser og it-læring for at understøtte brug blandt den analoge mand. Anbefalinger til arbejde med øvrige segmenter kan man læse i afsnit 8.

I kommunetype D er det især den superdigitale mand og den analoge mand, som fylder meget i kommunen men har lave brugerandele af det

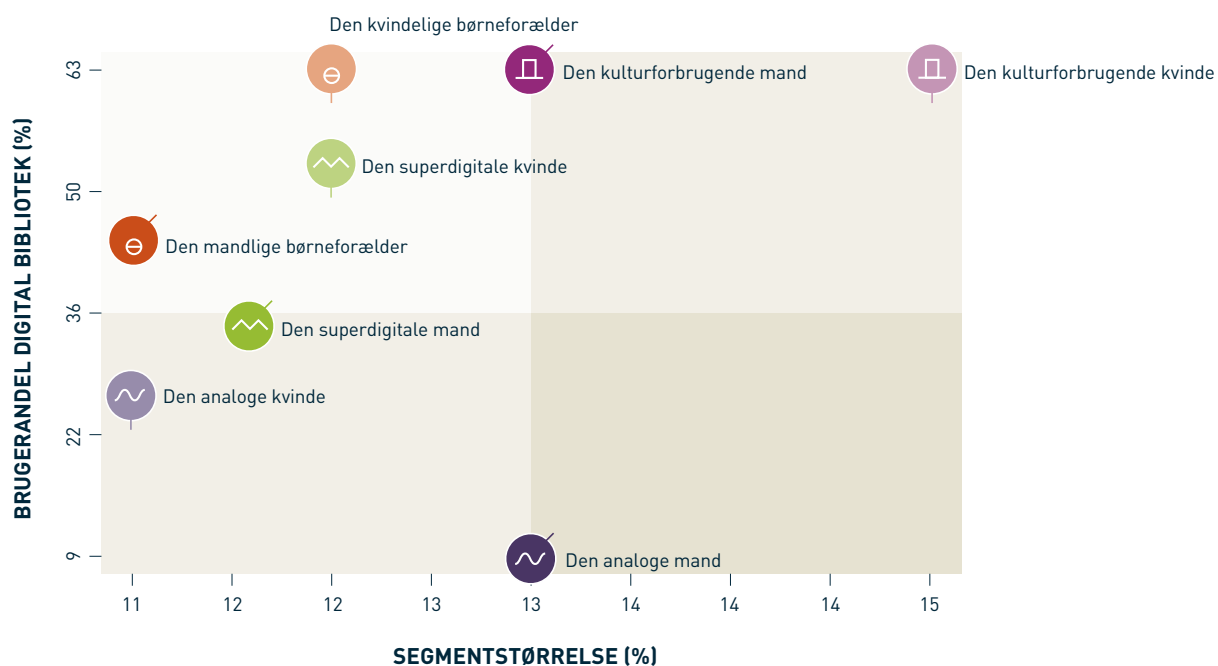
digitale bibliotekstilbud. Den kulturforbrugende kvinde er det største segment i kommunetypen, og det vil dermed rykke meget at arbejde med hende, selvom hun i forvejen har en høj andel biblioteksbrugere. For at arbejde med den kulturforbrugende kvinde kunne man eksempelvis fokusere på tjenester, der i høj grad giver inspiration til brug af nye materialer. Man kan dog læse mere i afsnit 8 om anbefalinger til arbejde med segmenterne.

Kommunetype E er kendetegnet ved, at det kun er i meget små segmenter, som har et lavt biblioteksbrug. Her vil det være en afvejning, om man vil arbejde med de store segmenter som den superdigitale mand og kvinde, selvom disse i forvejen har et relativt højt biblioteksbrug, eller om man vil arbejde med de lidt mindre segmenter, den analoge mand og kvinde.

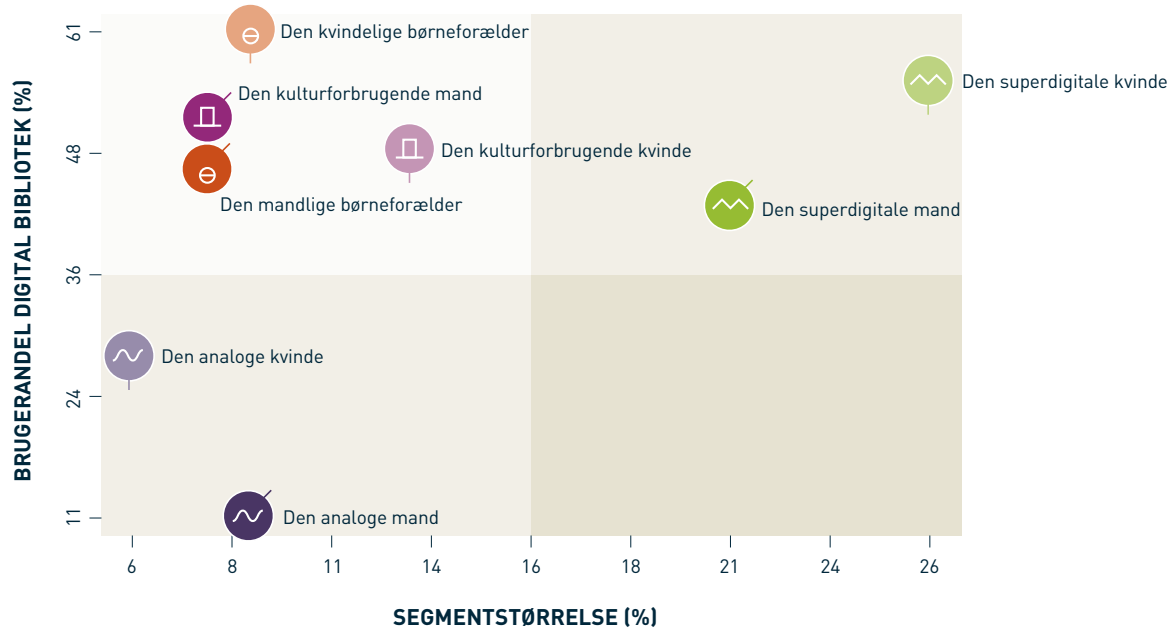
FIGUR 50: Strategikort for kommunetype C.



FIGUR 51: Strategikort for kommunetype D.



FIGUR 52: Strategikort for kommunetype E.



BILAG 1: INDDDELING I KOMMUNETYPER

Nedenfor præsenteres en inddeling af landets biblioteksvæsener i 5 forskellige kommunetyper. Kommunetyperne er en løsning på det dilemma, at vi gerne vil analysere borgere og forhold ret tæt på og lokalt for det enkelte biblioteksvæsen, men at der samtidig ikke er ressourcer til eller mulighed for at foretage 98 specifikke kommuneanalyser.

Kommunetyperne skal således anvendes til at tilbyde det enkelte biblioteksvæsen en kommune-type, som det giver mening at spejle sig i og blive klogere på sine borgere ud fra dvs. i forhold til borgernes sammensætning, digitale vaner og tilbøjeligheder samt efterspørgsel efter digitale tjenester. Alt sammen med henblik på, at den enkelte kommune på et vidensbaseret grundlag kan arbejde med lokale digitale biblioteksstrategier.

Kommuneinddelingen er rent metodisk blevet til med udgangspunkt i en statistisk klyngeanalyse. Metoden inddeler kommunerne i en række grupper ud fra følgende segmenteringsvariable:

1. Indbyggertal
2. Befolkningstæthed i kommunerne
3. Uddannelsesniveaue (målt som andelen med en videregående uddannelse i kommunen)
4. Nettodriftsudgift per indbygger til biblioteket
5. Biblioteksudlån per indbygger samt
6. Andelen af aktive personlige låner set i forhold til indbyggertallet i kommunen

Opdelingen er derefter justeret ud fra praktisk viden om de pågældende kommuner.

TABEL 53: Kommunetyper og omfattede kommuner.

Kommunetype A	Kommunetype B	Kommunetype C	Kommunetype D	Kommunetype E
Assens	Billund	Esbjerg (inkl. Fanø)	Dragør	Odense
Faxe	Bornholm	Fredericia	Fredensborg	Aalborg
Haderslev	Brønderslev	Frederikshavn	Gladsaxe	Aarhus
Hedensted	Egedal	Holbæk	Glostrup	Frederiksberg
Ikast-Brande	Favrskov	Horsens	Gribskov	København
Jammerbugt	Frederikssund	Kalundborg	Halsnæs	
Kerteminde	Faaborg-Midtfyn	Kolding	Herlev	
Langeland	Guldborgsund	Næstved	Hillerød	
Lejre	Hjørring	Randers	Hvidovre	
Lolland	Holstebro	Slagelse	Ishøj	
Morsø	Lemvig	Herning	Rødovre	
Norddjurs	Mariagerfjord	Viborg	Brøndby	
Nordfyns	Middelfart	Vejle	Albertslund	
Rebild	Nyborg	Silkeborg	Ballerup	
Ringkøbing-Skjern	Odder	Skanderborg	Helsingør	
Ringsted	Odsherred	Svendborg	Vallensbæk	
Skive	Struer	Sønderborg	Roskilde	
Sorø	Varde		Tårnby	
Stevns	Vordingborg		Høje-Taastrup	
Syddjurs			Køge	
Thisted			Greve	
Tønder			Allerød	
Samsø			Furesø	
Læsø			Gentofte	
Ærø			Hørsholm	
Vejen			Lyngby-Taarbæk	
Vesthimmerlands			Rudersdal	
Aabenraa			Solrød	

BILAG 2: METODE

DATAINDSAMLING

Dataindsamlingen er foregået i perioden ultimo maj til medio juli 2016. Der er indkommet i alt 7.224 komplette spørgeskemabesvarelser.

Der har været foretaget to typer af dataindsamling til undersøgelsen. For det første er der gennemført en national befolkningsundersøgelse blandt **2.053 repræsentativt udvalgte danskere** i alderen 15 år og derover. Indsamlingen er foretaget via Moos-Bjerre og Langes webpanel. For at øge datagrundlaget er der – for det andet - suppleret med en indsamling blandt brugerne af 7 kommunale biblioteksvæsenere: Hedensted Bibliotekerne, Syddjurs Bibliotek, Køge Bibliotekerne, Viborg Bibliotekerne, Nyborg Bibliotek, Frederiksberg Bibliotek samt Esbjerg Kommunes Biblioteker. Disse biblioteksvæseners brugere er blevet kontaktet via email. I alt er **5.171 biblioteksbrugere** blevet kontaktet via denne kanal.

Denne supplerende indsamling giver selvfølgelig en række skævheder i forhold til dels en overrepræsentation af biblioteksbrugere i forhold til den danske befolkning, dels en iverrepræsentation af de 7 kommuners borgere. Begge dele er der taget højde for gennem en omfattende vejning af data som bliver beskrevet i næste afsnit. Kort fortalt er brugerbesvarelserne rent teknisk blevet vejnet ned, så deres besvarelser kun indvirker på det samlede resultat svarende til den gennemsnitlige brugsintensitet og kommunitype.

Indsamling af svar er foregået som elektronisk besvarelse via direkte e-mail invitation med unikt link til online spørgeskema. Denne indsamlingsmetode er anvendt, fordi det øger undersøgelsens kvalitet og repræsentativitet, at der er taget direkte kontakt til et stort antal tilfældigt udvalgte borgere og fordi det har givet mulighed for at foretage rykkerprocedure blandt de inviterede, der ikke har afgivet svar i første omgang. Da mange danskere benytter sig af e-mail services, er der e-mail oplysninger på et bredt udsnit af danskerne. Via link i mailtekst er borgerne tilgået det elektroniske spørgeskema via unik adgang pr. borger.

REPRÆSENTATIVITET OG VEJNING

De 7.224 komplette spørgeskemabesvarelser har givet et solidt datagrundlag, en væsentlig repræsentativitet samlet set og omfattende muligheder for at nedbryde data i segmenter og på kommunitypeniveau.

For at kompensere for skævheder i repræsentativiteten er datasættet vejnet med hensyn til køn, alder, uddannelsesniveau, kommunitype samt brugerandel. Det vil sige at datasættet er vægtes så det er nogenlunde passer med registerdata for Danmarks indbyggere med hensyn til fordelingen af mænd og kvinder, fordelingen på aldersgrupper, fordeling på uddannelseskategorier, indbyggertallet samt brugerandelen på biblioteket. Konkret er der valgt en iterativ strategi, hvor vægtene ganges med hinanden, indtil man finder en fordeling som er tilfredsstillende i forhold til befolkningssammensætningen.

For at vejningen ikke skal føre til for store vægte, er der i stedet valgt en strategi, hvor datasættet "vejes mindre". Det vil sige at datasættet efter vejningen er endt på et effektivt **antal besvarelser på 6.551**.

STATISTISK SIGNIFIKANS OG STIKPRØVEUSIKKERHED

Undersøgelsen omfatter et stort antal danskere. Ikke desto mindre er der netop tale om et udsnit eller en stikprøve af populationen af alle danskere. Derfor er undersøgelsesresultaterne altid forbundet med en vis grad af usikkerhed. Der er foretaget statistisk analyse af de viste resultater. Herunder ikke mindst af de forskelle, der er mellem de forskellige dimensioner, og mellem forskellige brugergrupper. Der vises og kommenteres som hovedregel kun de resultater, der er interessante – dvs. hvor forskellen er af en vis størrelse – og statistisk signifikante på et 95 % signifikansniveau – dvs. at det kan udelukkes, at den fundne forskel blot er en tilfældighed. Et statistisk signifikant resultat betyder, at resultatet fra denne stikprøve

er tilstrækkelig sikkert til at lade sig generalisere til at være repræsentativt for alle danskere. Denne lidt restriktive eller forsigtige tilgang anlægges for at være sikker på, at der kun handles på væsentlige og reelle resultater.

HÅNDBLING AF "VED IKKE" SVAR

Ved mange af de viste spørgsmål har respondenterne i undersøgelsen også haft mulighed for at svare "ved ikke". Det er nødvendigt at medtage disse svarmuligheder, da respondenter, der ikke har kendskab til et specifikt forhold eller af anden årsag føler sig ude af stand til at svare på et specifikt aspekt, ikke bør tvinges til at udtrykke en holdning. Hvis respondenter tvinges til at tage stilling til spørgsmål, som de reelt ikke føler, de ved noget om, risikeres det, at de i stedet svarer arbitrært, hvilket ødelægger validiteten af undersøgelsen. Med mindre at en respondent har svaret "ved ikke" til alle eller hovedparten af spørgsmålene er det naturligvis samtidig ønsket, at respondentens besvarelse indgår i afdækningen og opgørelsen af de øvrige spørgsmål i undersøgelsen. Problemet er løst ved de fleste steder at se bort fra ved ikke-svarene samt i nogle analyser at indsætte den gennemsnitlige værdi på hvert spørgsmål i de få tilfælde, hvor der er svaret "ved ikke". På denne måde sikres det, at effekten af "ved ikke"-besvarelser bliver neutral.

SEGMENTERINGSANALYSE

Til det formål at udvikle en god segmentering anvender vi en statistisk klyngeanalyse. Der findes en række statistiske redskaber til at gennemføre klyngeanalyser.

I denne analyse anvendes en teknik, der kaldes en totrins-segmentering – "TwoStep Clustering" – der er særlig anvendelig til klyngeanalyse af et relativt stort talmateriale. En af "TwoStep"-procedurens centrale egenskaber er, at den selv kan afgøre, hvor mange klynger, der skal findes på baggrund af et givet talmateriale.

I den forbindelse fortæller resultaterne samtidigt, hvor stærk den statistiske evidens for disse klynger er. Det er således muligt at forkaste klyngeanalyser, hvis resultater ikke har tilstrækkelig statistisk sikkerhed eller ikke lever op til de mere praksisorienterede evalueringer.

Det er ikke ligegyldigt, hvordan man segmenterer, og det er heller ikke ligegyldigt, hvilken kvalitet en given segmenteringsmodel har.

Grundlæggende kan man sige, at en god segmenteringsmodel er tilstræbt:

- **Identificérbar:** man skal kunne afgøre, hvilket segment en person tilhører
- **Væsentlig:** der skal være betydelige fordele for bundet med at anvende opdelingen af brugere
- **Tilgængelig:** segmenterne skal kunne nås gennem selektiv distribution, kommunikation, etc.
- **Stabil:** segmenterne skal bevare en vis konsistens i holdninger, præferencer, adfærd, etc. over tid
- **Differentieret respons:** segmenterne skal som gruppe reagere forskelligt på indsats
- **Handlingsorienteret:** det skal være muligt at "læse" og "forstå" segmenterne og omsætte indsigten til praktisk tilbudsudvikling, markedsføring og kommunikation

Med denne teknik er der identificeret 8 segmenter. Modellen har et fint statistisk fit og tilfredsstillende samtidig de mere praksis- og anvendelsesorienterede hensyn. Segmenterne er herefter navngivet efter de mest typiske træk inden for hver gruppe.

Det bemærkes, at et segment består af personer med en række ensartede karakteristika og samtidig adskiller sig væsentligt fra andre segmenter af personer, der har andre fællestræk.

TABEL 54: Segmenteringsvariable.

Område	Forklaring
Køn	Borgerens køn <ul style="list-style-type: none">• Mand• Kvinde
Alder	Borgerens alder målt i intervallerne: <ul style="list-style-type: none">• 15-19 år• 20-29 år• 30-39 år• 40-49 år• 50-59 år• 60-69 år• 70 år eller derover
Børn	Hvorvidt borgeren har børn under 15 år
Uddannelse	Borgerens højest opnåede uddannelsesniveau målt i antal år, som uddannelsesniveaet er normeret til. Hvis borgeren f.eks. har angivet folkeskole som højest opnåede uddannelse tæller dette som 9 år.
Indeks: Generelt forhold til det fysiske bibliotek	<p>Borgerens brug af det fysiske bibliotek samt holdning til bibliotekstjenester. Forholdet er målt som et indeks, der sammenfatter relation til biblioteket i barndommen, det nuværende brug og selv vurderet fremtidig brug samt borgerens mening om, hvorvidt biblioteker bidrager til flere fællesskaber, mere viden og læring samt oplevelser og underholdning.</p> <p>Indekset er skaleret fra 0 til 10. 0 betegner en person som aldrig bruger det fysiske bibliotek og ikke mener, at dette har nogen værdi ift. de nævnte parametre. 10 betegner en person, der bruger biblioteket ugentligt og i høj grad mener, at biblioteket har værdi.</p>
Indeks: Brug af det digitale bibliotek	<p>Borgerens nuværende digitale brugsmønster samt holdning til hvorvidt digitale bibliotekstjenester erstatter eller blot komplementerer nuværende fysiske tjenester.</p> <p>Indekset er skaleret fra 0 til 10. 0 betegner en person, som aldrig bruger det digitale bibliotek og i meget lav grad mener, at det kan erstatte det fysiske bibliotek.</p>
Indeks: E-parathed	<p>Udtrykker hvor tryk og erfaren borgeren er i anvendelsen af internettet. E-parathed måles som et indeks der både ser på en praktisk anvendelse af it-udstyr samt en overordnet sikkerhedsfølelse i brugen af internettjenester og hvorvidt onlinekommunikation føles personlig. Yderligere indgår også borgernes vurdering af hvorvidt den stigende digitalisering anses som en positiv eller negativ udvikling.</p> <p>Indekset er skaleret fra 0 til 10.</p>
Indeks: Teknologi	<p>Udtrykker i hvilken grad borgeren har adgang til internettet både i hjemmet og på arbejdspladsen. Dette er målt som et indeks bestående af graden af mobilitet ved brug af internettjenester samt hvilken type eller typer af enheder borgeren anvender (f.eks. tablet).</p> <p>Indekset er skaleret fra 0 til 10.</p>
Indeks: Digital adfærd	<p>Udtrykker borgerens digitale adfærdsmønster, ved både fritids- og arbejdsmæssig brug. Det er målt som indeks, der sammenfatter mængden af tid, borgeren dagligt anvender online samt borgerens brug af onlinefællesskaber som debatforums og social aktivitet samt ens generelle brug af nyhedskilder, sociale medier og kulturtjenester.</p> <p>Indekset er skaleret fra 0 til 10.</p>

Inden for hver segment eksisterer der et center, der udgør gennemsnittet af de tilknyttede personers værdier på de forskellige variabler. I klyngen er der således også variationer i personernes karakteristika. Inden for samme klynge kan der således godt findes personer, der er forskellige fra hinanden på nogle punkter, men personerne har mere til fælles med centeret i denne klynge end med centeret i de øvrige klynger.

De variable som der er segmenteret på baggrund af uddybes i tabellen på forrige side.

FORSKEL TIL SEGMENTMODEL ANVENDT I RAPPORT FRA 2014

Til det formål at udvikle en segmentering anvender vi en statistisk klyngeanalyse. Den segmentmodel, der er fundet mest relevant og anvendelig i forhold til at arbejde med lokale digitale biblioteksstrategier, består som gennemgået af 8 segmenter.

Segmenteringsmodellen adskiller sig fra tidligere brugte, og bl.a. som resultat heraf er de fundne 8 segmenter forskellige fra de 10 segmenter, der blev identificeret i undersøgelsen "Fremtidens Biblioteker – Målgruppebaseret viden til biblioteksudvikling" fra 2014. Formålet med den daværende undersøgelse var bredere at kvalificere og målrette biblioteksarbejdet i hele sin bredde og på fysiske såvel som digitale platforme. Den aktuelle undersøgelse har meget mere fokuseret sigte og afgrænset haft til formål at kvalificere bibliotekernes arbejde med de digitale tjenester samt tilrettelægge, møde og formidle digitale tjenester og tilbud til borgerne. Derfor er der anvendt nogle andre segmenteringsvariable og ikke mindst anvendt mange flere nuancer af borgernes digitale præferencer for kulturtilbud, deres digitale vaner og dagligdagsbrug i bredere forstand.

Ligeledes var der med segmenteringen i 2014 et ønske om et fokus på de unge. Derfor blev der tilrettelagt

en segmenteringsanalyse, hvor vi først isolerede den unge målgruppe og kørte en særskilt segmentering på denne del af data. Det resulterede i andre segmenter end det ville have været tilfældet med en samlet segmentering på hele materialet samtidigt.

Endvidere er der 3 år mellem de to datasæt. 3 år er på den ene side ikke meget, men samtidig er det i en digital kontekst af stor betydning både i forhold til borgernes vaner og digitale tilbud. Et eksempel finder vi med den voksende tendens til at streamer film via f.eks. Netflix, som netop har intensiveret over de seneste år. Hvorom man ikke kan tale om en direkte kausalitet, så vil sådanne vaner formentlig ligeledes have betydning for borgeres brug af en tjeneste som Filmstriben. Tilsvarende er e-bogsudlånene stødt steget de sidste 3 år, hvilket ligeledes afspejler ændringer i borgernes digitale vaner. Disse faktorer vil selvsagt have betydning for nærværende segmentering og potentielle forskelle til segmenteringerne fra 2014.

Der findes med andre ord ikke en direkte oversættelse mellem de to segmenteringsmodeller, på den måde at man f.eks. kan sige, at det segment, der i den første undersøgelse blev benævnt "den unge arbejder", i den nye undersøgelse svarer til et bestemt segment blot med andet navn. Segmentet "den unge arbejder" fra 2014 rapporten fordeler sig på flere segmenter i den nye model, og findes især i segmenterne "den mandlige børneforælder" og "den superdigitale mand". Et andet eksempel er, at "den kulturelle superbruger" fra 2014 rapporten også fordeler sig på flere andre segmenter, hvoraf de dog især er at finde i det lidt større og bredere segment "den kulturforbrugende kvinde". En del findes dog også i "den kulturforbrugende mand".

Med andre ord kan vi kun forsøgsvis prøve at sammenligne nogle af segmenternes indbyrdes karakteristika mellem 2014 rapporten og den nærværende rapport. Nedenfor er det med udgangspunkt i de respektive 2014 segmenter forsøgt beskrevet hvor disse hører hjemme i 2017 rapportens segmenter.

○ **Unge børneforældre:**

De er flittige brugere af digitale medier, men det er kun i ringe omfang, at de bruger bibliotekets digitale tilbud som f.eks. e-reolen (kun 2 %). De tilsvare hovedsageligt "børneforældre" gruppen i forhold til brugen af det fysiske bibliotek, men deres brugshyppighed af de digitale tilbud er mindre.

○ **Børneforældre over 30:**

Tilsvare hovedsageligt "børneforældre" gruppen. De minder dog mest om "den mandlige børneforælder" jævnfør deres fysiske og digitale brugshyppighed, som er lavere end "den kvindelige børneforælder".

○ **Unge på videregående:**

Tilsvare "den superdigitale" både via digitale kompetencer og deres brug af bibliotekets digitale tjenester. Deres brugshyppighed af både det fysiske og digitale bibliotek afspejler mere "den superdigitale kvinde" end den mandlige pendant.

○ **Unge under ungdomsuddannelse:**

Tilsvare "den superdigitale", men igen med størst lighed til "den superdigitale kvinde". Gruppen består primært af piger (74 %) og er kompetente i det digitale og bruger tilsvarende de digitale bibliotekstilbud relativt meget. Har højere brugshyppighed end "den superdigitale kvinde".

○ **Nørden:**

Tilsvare "den superdigitale mand". Han er hjemmevant i det digitale, men bruger i ringe grad bibliotekets digitale tilbud. Ligeledes er brugshyppigheden af det fysiske bibliotek begrænset. Nørden er ikke så socialt interesseret, hvor "den superdigitale mand" modsat ofte føler kontakt med folk via det digitale, men diskrepansen kan her også være, at man ikke har forespurgt nørden, om han dyrkede det sociale i det digitale.

○ **Den kulturelle superbruger:**

Tilsvare "den kulturforbrugende" gruppe, men med vægt på "den kvindelige kulturforbruger", da det udover kønsfordelingen bedst afspejler brugshyppigheden af både det fysiske og digitale bibliotek.

○ **Den unge arbejder:**

Tilsvare hovedsageligt "den superdigitale mand" og "den mandlige børneforælder", men trods han hyppigt bruger moderne medier, så har han forholdsvis ringe digitale kompetencer. Ligeledes er hans brugshyppighed forholdsvis lav, hvilket bedst afspejler "den analoge kvindes" brugshyppighed.

○ **Individualisten:**

Tilsvare "den analoge" gruppe via forholdsvis lav brugshyppighed og begrænset digitale kompetencer og orientering. Men afspejler ligeledes "den superdigitale mand" via alder og højere brug end gennemsnittet af vidensrelaterede tilbud.

○ **Senioren:**

Tilsvare "den analoge" gruppe med en valorisering til "den analoge mands" tendenser. Meget begrænset brugshyppighed af både det fysiske og digitale bibliotek.

○ **Modne fra lavere middelklasse:**

Tilsvare "den analoge" gruppe. Fokus på fysiske bøger. Har et yderst begrænset brug af det fysiske bibliotek og yderligere begrænset brug af de digitale biblioteks tilbud.

”

Hvis man kun læser det, der interesserer én, så går udviklingen i stå. Det er der, bibliotekerne kan hjælpe – at hjælpe folk med at udvikle sig

Mette, 33 år, kandidatstuderende i litteraturvidenskab