

## Bilag 3 – Idékatalog

Idékataloget giver inspiration og erfaringer fra de syv projektbiblioteker til at komme i gang med brugerinddragelse på folkebibliotekerne.

### **Herning Bibliotekerne: forløb med brugerinddragelse af kursister fra sprogsken- metodemix.**

#### **Formål**

At anvende forskellige metoder i mødet med en gruppe brugere for at:

- afdække brugergruppens karakteristika
- afdække brugergruppens viden om etablerede tilbud
- afklare gruppens behov
- afklare hvordan man kan kontakte andre nye brugere med samme karakteristika
- få ideer til at opfylde identificerede behov

#### **Målgruppe**

Metoden er god at bruge, når man henvender sig til en fast defineret gruppe som mødes jævnligt, således at man "bare" kan lave forløbet når de alligevel mødes.

I Herning var målgruppen en sprogskeleklasse på Danskuddannelse 3, Modul 4. Disse elever skulle ikke til eksamen, men havde brug for at være i nogle sammenhænge hvor de anvendte det danske sprog.

#### **Idé/koncept**

Biblioteket får 4 muligheder for at få oplysninger om og fra brugerne:

- 1) *General research* på internettet om sprogskeleelever og sprogskoler
- 2) Før mødet med brugerne modtager de et spørgeskema med *baggrundsspørgsmål* såsom køn, alder, uddannelse, brug af biblioteket samt hvad der er godt og dårligt på biblioteket. Skemaet bliver udfyldt som en del af undervisningen, hvilket sikrer at alle får besvaret spørgeskemaet.
- 3) Bibliotekarerne besøger sprogskeleeleverne 1 time her bliver der først stillet 33 spørgsmål, der alle handler om elevernes *viden om bibliotekets tilbud*. Spørgsmålene besvares med håndoprækning og noteres ned til efterfølgende analyse af hvilke tilbud der evt. kan eksponeres bedre. De 33 spørgsmål blev på denne måde besvaret på 20 minutter. Herefter laves der en visuel undersøgelse af elevernes *opfattelse af biblioteket*. Eleverne bliver delt i to grupper og billedkort fra Dialoogle (se også Dialoogle.com) lagt på bordene. Eleverne bliver bedt om at vælge et kort hver, der for dem udtrykker "Hvad er biblioteket for dig?" Derefter skal eleverne mundtligt formulere hvorfor de har valgt de aktuelle kort. Dette er en aktiv og kreativ metode, der sikrer brugernes engagement i processen.
- 4) Rundvisning og workshop på biblioteket (varighed 3 timer). Brugere bliver igen delt op i mindre grupper a 5 personer i hver til rundvisningen på biblioteket. Undervejs bliver de bedt om at tage fotos af steder, der virkede særligt relevante eller spændende og derefter sende dem pr. mail til bibliotekaren. Rundvisningen sikrer at brugerne blev gjort bekendt med de faktiske tilbud og fotograferingen sikrer deres engagement på rundvisningen. Efter

rundvisningen bliver brugerne bedt om at komme med eksempler på hvad der er godt og hvad der mangler på biblioteket.

Efterfølgende bruges der tid på dybere introduktion til specifikke biblioteksservices, som brugerne ved håndsoprækning havde gjort opmærksomme på, at de ikke var bekendt med.

### **Hvordan planlægges og gennemføres idéen?**

Udgangspunktet for forløbet har været et godt samarbejde med en ekstern part (her LærDansk i Herning), der kan se at de selv kan profitere af forløbet

Forløbet kræver en forberedelse i form af overvejelse af hvilke spørgsmål det er relevant at få besvaret og udformning af spørgeskemaer, samt efterfølgende analyser af svarene.

### **Hvordan laves PR og/eller hvordan inviteres målgruppen?**

Det vigtigste for at sikre deltagelse var at få samtykke fra LærDansk Herning, der gerne ville inddrage besøg på biblioteket i undervisningen og give bibliotekarerne lov til at bruge en time af elevernes undervisningstid.

### **Ressourcer**

Det blev aftalt at bibliotekaren skulle besøge klassen 1 time og at klassen med underviseren efterfølgende skulle besøge biblioteket i 3 timer.

### **Tips og kontakt for yderligere inspiration**

Birgitte Sloth Jørgensen

Herning Bibliotekerne

Østergade 8

7400 Herning

Mail [bibbis@herning.dk](mailto:bibbis@herning.dk)

Telefon 51 70 29 67

## **Haderslev Bibliotekerne: "Opstart af koordinerende netværk over frivillige og kommunale tilbud"**

### **Målgruppe**

Målgruppen er voksne nydanskere i kommunen, både fastboende og nytilkomne

### **Idé/koncept**

Ideen er dels at øge lokale nydanskernes kendskab til- og brug af biblioteket, dels at biblioteket får relevante input til en forbedret biblioteksservice til målgruppen. Biblioteket kendes af alle, er en synlig og neutral kulturinstitution og bibliotekets hjemmeside er oplagt at benytte som kulturportal over samtlige frivillige og kommunale tilbud til nydanskere i kommunen.

### **Hvordan planlægges og gennemføres idéen?**

Idealisme, fantasi, nysgerrighed og tid er nyttige forudsætninger for at gå i gang med projektet. For at nå frem til "manden på gulvet" - den nydanske biblioteksbruger, har det stor betydning at få skabt og opbygget en tillidsfuld forbindelse. Det er oplagt at begynde med at kontakte et overordnet netværk af personer, som arbejder med nydanskere, for herigennem at få skabt forbindelse til den almindelige bruger. Netværket skal ex. findes på den lokale sprogskole, i kommunens Integrationsafdeling, på det lokale flygtningecenter, gennem bydelssekretariater, etniske foreninger etc. Der skal påregnes en del tid med at få opbygget og etableret kontakt til et bredt dækkende netværk og der skal bruges en del tid og mange metoder til at få fat i folk – telefon, personlig kontakt, møder, eksterne besøg og en omhyggelig opfølgende og vedholdende mailkorrespondance. (Plakater og opslag har ikke effekt!)

Er man flere i arbejdsgruppen, er det mest overskueligt at kontakten går gennem 1 person. Viden om opbygning af hjemmesider og relevant indhold på portaler vil være en fordel.

### **Hvordan laves PR og/eller hvordan inviteres målgruppen?**

Idèoplægget og invitationen bør være venlig, kort og meget tydelig. Invitér ind til møder på biblioteket, læg vægt på at gæsterne føler sig velkomne og byd på kaffe og tilbyd evt. en kort omvisning. Tag imod tilbud om at komme på genbesøg. Det er en god idé at vedhæfte sin mødeinvitation en flyer med en kort tekst til de brugere, man beder netværket invitere. At byde på lidt spiseligt er meget velegnet til at få skabt interesse og det skaber en god stemning at starte med at omdele en lille gave.

### **Ressourcer**

Er man flere i en arbejdsgruppe, vil det være en god idé fra start at aftale faste mødedage og tidspunkter. Hvis det er muligt, bør man hurtigt finde en netværksperson eller en nydansk bruger, som kan indgå i arbejdet med at vedligeholde portalen.

### **Tips og kontakt for yderligere inspiration**

Biblioteksgruppen i Haderslev bestod af Bibliotekarerne Christine Strange, Gitte Hørup og Solvejg Lavrsen, samt Kontorassistent Stinne Skaarup og Bibliotekschef Per Månson

Gitte Hørup kan kontaktes på [giho@haderslev.dk](mailto:giho@haderslev.dk) eller på tlf.7434 7713 eller 7434 7777

## **Biblioteket Sønderborg: I love you freedom**

### **Målgruppe**

Projektet har to brede målgrupper. Sønderborgs lokalbefolkning og byens flygtninge.

### **Idé/koncept**

En oplysningskampagne i form af en kunstudstilling. Oplyse lokalbefolkningen om flygtningenes historie og baggrund samtidig med at gøre flygtninge opmærksom på bibliotekets mange muligheder. Derudover har vi profileret biblioteket som brobygger

### **Hvordan planlægges og gennemføres idéen?**

Det vigtigste og mest udførende i projektet var a organiseret arbejdet idet vi havde mange samarbejdspartnere og projektdeltagere. Vi brugte SCRUM metoden fra projektledelse faget

### **Hvordan laves PR og/eller hvordan inviteres målgruppen?**

Afhængig af målgruppen – lokalbefolkning bliver inviteret og informeret igennem de almindelig kommunikationskanaler så aviser, radio, plakater og flyers. Flygtninge bliver inviteret og informeret igennem mund til mund metoden og ved materiale trykt på arabisk.

### **Ressourcer**

Vi brugte omkring 35.000 til produktion af kunstværker, honorar, PR, musik performance. Bibliotekets lokaler blev brugt både til produktion af kunstværker og til afholdelse af fernisering.

Det personlige netværk har haft en afgørende rolle i projektets succes

### **Tips og kontakt for yderligere inspiration**

Kender ikke nogen der har lavet noget lignede her i Danmark. Ahmad Joumaa kan dog kontaktes på 50103318 ([Ajam@sonderborg.dk](mailto:Ajam@sonderborg.dk)) for yderligere information.

## **Silkeborg Bibliotekerne: Produktionen af en informationsbrochure om Silkeborg Børnebibliotek**

### **Målgruppe:**

Den primære målgruppe for projektet på Silkeborg Bibliotekerne er forældre med anden sproglig baggrund end dansk og deres børn. Med børn forstås primært børn i institutionsalderen. Det vil sige fra 1-6 år. Den sekundære målgruppe er frivillige som eksempelvis bydelsmødre og fagprofessionelle som eksempelvis pædagoger, sproglærere og tosprogs konsulenter, der arbejder med målgruppen.

### **Formål:**

At anvende forskellige metoder i mødet med hhv. den primære målgruppe og den sekundære målgruppe for at:

- Afdække målgruppens karakteristika
- Afdække målgruppens viden om de eksisterende tilbud
- Afdække målgruppens behov og ønsker
- Få input til hvordan man kan markedsføre bibliotekets tilbud til målgruppen
- Få input til hvordan man kan tilrette bibliotekets tilbud til målgruppen

### **Idé/koncept:**

Projektets primære idé og produkt har været udviklingen af en informationsbrochure om børnebiblioteket henvendt til den primære målgruppe, forældrene, til brug for den sekundære målgruppe, nemlig gruppen af både frivillige og fagprofessionelle omkring målgruppen. Idéen om en informationsbrochure kom helt konkret fra tosprogs konsulenterne, som manglede noget at give forældrene med i hånden og noget materiale til at konkretisere både hvilke tilbud, biblioteket kunne tilbyde dem og deres børn og til at formidle, hvilke aktiviteter og hvilke rum man kunne forvente at møde der. Idéen blev efterfølgende præsenteret for de andre samarbejdspartnere, og arbejdet med at afdække den primære målgruppes karakteristika, kendskab til eksisterende bibliotekstilbud, nye behov og ønsker gik i gang. Dette skete gennem spørgeskemaer, almindeligt interview, fokusgruppe-interview og dialogmøder.

Samtidig har projektet betydet en tilretning af eksisterende tilbud og markedsføring. Dette forstået på den måde, at vi efter input fra både sekundær og primær målgruppe har valgt at arbejde for at:

- Indkøbe flere billedbogstitler på udvalgte sprog.
- Flytte børnebøgerne fra indvandrerdepotet fra voksenafdelingen – hvor de indtil videre står sammen med de andre voksentitler – til en billedbogskrybbe i børneafdelingen. Der er planer om at mærke krybben "bøger til børn der lærer flere sprog" efter ønske fra tosprogs konsulenterne.
- Lave særskilt markedsføring af udvalgte børnearrangementer og kurser til målgruppen eksempelvis ved at reklamere i udvalgte børnehaver og indkøbscentre for særligt gratis børnearrangementer og IT-kurser.
- Gøre biblioteket og kendskab til bibliotekets tilbud til en integreret del af bydelsmødrenes uddannelse.

### **Hvordan planlægges og gennemføres idéen?**

På Silkeborg Bibliotek besluttede vi os ret hurtigt for at gå igennem den sekundære målgruppe for at nå den primære målgruppe ud fra en idé om at nå forældrene der, hvor vi i hvert fald vidste, at de

var – nemlig i børnehaven, på sprogskolen og hos tosprogskonsulenterne. Det direkte udbytte for samarbejdspartnere har ikke altid været tilstede, og det har derfor krævet mange og gode kontakter med forståelse og sympati for det overordnede formål – nemlig at udbrede kendskabet til bibliotekets mange tilbud og fordele i integrationen i det danske samfund. Her skal man som bibliotek gøre sig klart, at den slags udnyttelse af et netværk forpligtiger den anden vej. Det vil sige, at man må afsætte tid og ressourcer til at hjælpe samarbejdspartnerne den dag, ønsket og muligheden opstår.

I vores tilfælde havde vi eksempelvis brug for en større gruppe af forældre med børn i den nævnte alder og fandt det på den nærliggende sprogskole, nærmere bestemt afdelingen for Almen Voksenuddannelse på Th. Langs HF og VUC. Her hjalp sprogskolelæreren med at få præsenteret os og projektet og afsatte tid i undervisningen til udfyldelse af spørgeskemaer og fokusgruppe-interview.

Samtidig afholdte vi gentagne dialogmøder og interview med de udvalgte pædagoger, tosprogskonsulenter og koordinatorene for uddannelsen af de frivillige bydelsmødre.

Derudover afholdte vi i forlængelse af ønsker hos pædagogerne og koordinatorene for bydelsmødre-uddannelsen rundvisninger og hygge-arrangementer for tosprogede forældre og babycaféer for tosprogede mødre. Her oplevede vi varierende succes. Det var svært for både os og pædagoger og koordinatorene at få forældrene til at melde sig til og mere end en gang måtte vi aflyse på grund af manglende tilslutning.

Vi mødte derudover en stor udfordring i arbejdet med at finde nogle forældre og børn til de krævede fotos til produktionen af informationsbrochuren. Igen fordi kontakten til den primære målgruppe var meget svag. Vi endte med at få stor hjælp fra bydelsmødre-netværket, som fandt en familie der var med på at deltage samtidig med at en af bydelsmødrene selv deltog sammen med sine børn.

### **Hvordan laves PR og/eller hvordan inviteres målgruppen?**

Kontakten til vores samarbejdspartnere og sekundære målgruppe har været afgørende. Projektets formål har været at forsøge at udvikle erfaring og metoder for bedre at nå forældrene og deres børn gennem netværk af frivillige privatpersoner som eksempelvis bydelsmødrene og fagprofessionelle som eksempelvis tosprogskonsulenter, sprogglærere og pædagoger. Derfor valgte vi også at lave et produkt som kan bruges netop i dette arbejde, nemlig en informationsbrochure.

### **Tips og kontakt for yderligere inspiration:**

Trine Færge Haurits Nielsen

Silkeborg Bibliotekerne

Hostrupgade 41A

8600 Silkeborg

Mail: [th@silkeborgbib.dk](mailto:th@silkeborgbib.dk)

Telefon: 87 22 19 37

## **Sundby bibliotek: FIND DE LOKALE NETVÆRK – om samarbejde med den boligsociale helhedsplan.**

1. Kontakt familie- og beboerrådgiveren i den boligsociale helhedsplan og undersøg hvilke aktiviteter, der er for målgruppen.
2. Få en samtale med beboerrådgiveren om din idé.
3. Lav aftaler om besøg i de værksteder og foreninger, hvor borgerne mødes. Husk at medbringe noget spiseligt.
4. Lav interviews med borgerne og undersøg, hvad de kunne tænke sig af biblioteket, - både personligt og for deres børn.
5. Undersøg hvad familie- og beboerrådgiveren kan/vil bakke op om. Et tæt samarbejde kan være nødvendigt.
6. Inddrag i første omgang kun 1-2 borgere i planlægningen af arrangementet.
7. Undersøg hvilke aktiviteter og arrangementer Lokaludvalget støtter. Søg evt. puljemidler i Lokaludvalget til arrangementet. – Vær opmærksom på ansøgningsfrister.
8. Lav en detaljeret plan for arrangementet.
9. Uddelegér sammen med borgerne arbejdsopgaver til borgere, frivillige og ansatte.
10. Lav PR for arrangementet via facebook og bibliotekets og helhedsplanens hjemmeside. Borgerne kan også invitere til arrangementet via egne netværk / SMS.
11. Gennemfør arrangementet på biblioteket/i kulturhuset.
12. Fortsæt samarbejdet med Helhedsplanen ved besøg i værksteder og foreninger, løbende idéudveksling og gensidig orientering om arrangementer på biblioteket og i helhedsplanens regi. Samarbejdet skal inspirere til nye aktiviteter på biblioteket og ikke konkurrere med allerede eksisterende tilbud til borgerne i den boligsociale helhedsplan.

### **Ressourceforbrug:**

2 møder med familie- og beboerrådgiveren i Helhedsplanen = 2 timer

5 besøg i værksted (Syvværkstedet) og Café Mosaik = 8 timer

Forberede interviews = 6 timer

Efterbearbejde interviews = 2 timer

3 møder om ansøgning til multikulturel kvindefest med bruger og kulturhusmedarbejder = 6 timer.

Detaljeplanlægning og arrangement anslået 20 timer (afhænger dog af arrangementets størrelse!).

### **Tips og kontakt for yderligere inspiration:**

Helene Olsen

Sundby Bibliotek

Jemtelandsgade 3

2300 København S

Mail: [heleno@kff.kk.dk](mailto:heleno@kff.kk.dk)

Tlf.: 8232 5594

## **Vollsmose Bibliotek: VIP-service til dagplejere**

### **Målgruppe**

Dagplejere og børn i dagpleje i Vollsmose-området

### **Idé/koncept**

Afklaring af dagplejerens ønsker og behov i forbindelse med biblioteksbetjening, herunder indblik i dagplejerens hverdag, arbejdsforhold og faglige kompetencer.

Undersøge om bibliotekets tilbud, åbningstider og materialesamling matcher dagplejerens behov.

Optimere:

- kontakten til dagplejere i lokalområdet
- samarbejdet med den kommunale dagpleje
- benyttelsen af bibliotekets samling af sprogstimulerende materialer
- brugen af sprogpædagogens tilbud om råd og vejledning i biblioteksudlånet

### **Hvordan planlægges og gennemføres idéen?**

Bibliotekar gennemfører interviewrunde i dagplejerens hjem – med børnene til stede!

Samarbejdsaftale etableres med:

- Sundhed og Forebyggelse Odense Kommune
- Dagplejen Nord Odense Kommune

Udvikler løbende – i samarbejde med den tilknyttede sprogpædagog – bibliotekets samling af sprogstimulerende materialer med hensyn til indkøb, præsentation og formidling.

### **Hvordan laves PR og/eller hvordan inviteres målgruppen?**

Feel-good-arrangement for dagplejere (uden børn) med fagligt og socialt indhold. Forkælelse!

Artikel i Vollsmose Avisen

PR på Odensebib.dk og Vollsmose Biblioteks egen hjemmeside

Radiointerview med projektbibliotekar på DR P4 Midt & Vest: *"Dagplejemødre skal lokke tosprogede børn mere på biblioteket"*

Tæt dialog med dagplejere i udlånet

Musik- og bevægelsesarrangementer for helt små børn med musikpædagog fra Odense Musikskole

Flyer - målrettet dagplejere - om sprogpædagogtilbud og særlig tidlig åbningstid kun for dagplejere  
Vollsmose Bibliotek på FACEBOOK

### **Ressourcer**

Bevidst prioritering af materialer, personaletimer og PR-indsats

Arrangementer for - og biblioteksbetjening af dagplejere med børn i store barnevogne kræver gode adgangsforhold, parkeringsmuligheder og gerne masser af gulvplads.

### **Tips og kontakt for yderligere inspiration**

Bibliotekar Bente Weisbjerg, Vollsmose Bibliotek, Odense Centralbibliotek, tlf. 65 514344, mail:

[blw@odense.dk](mailto:blw@odense.dk)



## **Solvang bibliotek: FANG EN SKOLEBIBLIOTEKAR – om at samarbejde med skolen.**

1. Kontakt skolebibliotekaren og få en uformel snak om din idé.
2. Skolebibliotekaren snakker med lærerne, og der aftales et første møde, hvor ideen diskuteres og der kommer input fra lærerne. (Skolelederen bør orienteres om mødet).
3. Bibliotekaren udformer en flyer.
4. Der indkaldes til næste møde, hvor skolebibliotekaren og lærerne kommenterer flyeren.
5. Flyeren oversættes til de relevante sprog - brug evt. Oversættergruppen/tolkegruppen  
Email: [info@oversaettergruppen.dk](mailto:info@oversaettergruppen.dk)  
[www.oversaettergruppen.dk](http://www.oversaettergruppen.dk)
6. Flyeren sendes til Skolebibliotekaren, som sørger for at den bliver lagt på skolens intranet.
7. Bibliotekaren printer x antal eksemplarer, som skolebibliotekaren uddeler til klasselærerne.
8. Klasselærerne uddeler flyeren til eleverne.

Vi vil på elevernes 1. skoledag uddele flyeren og invitere forældrene til biblioteksorientering ca. 14 dage senere. Dette tror vi er mere givtigt end et formiddagsarrangement en tilfældig dag i april ! Arrangementet bør ligge om eftermiddagen efter kl. 16, da erfaringer fra andre projekter viser, at dette tidspunkt giver størst fremmøde.

### **Ressourceforbrug :**

To møder med skolebibliotekar og lærere = 2½ timer

Produktion af flyer = 8 timer

Kopiering af flyer = 1 time

Biblioteksorientering inkl. forberedelse = 3-4 timer

Indkøb og dækning af kaffebord = 1½ time

Oversættelse af flyer på 6 sprog = 2 uger.

Pris for oversættelse af flyer : ca. 2.700 kr.

### **Tips og kontakt for yderligere inspiration:**

Helene Olsen

Sundby Bibliotek

Jemtelandsgade 3

2300 København S

Mail: [heleno@kff.kk.dk](mailto:heleno@kff.kk.dk)

Tlf.: 8232 5594