



BIBLIOTEKS – BRUG I DAG OG I MORGEN

VIDEN OG GREB

KOLOFON

Biblioteksbrug i dag og i morgen – viden og greb

Udgivet af Tænk tanken Fremtidens Biblioteker,
januar 2024

Farvergade 27D 2.
1463 København K
www.fremtidensbiblioteker.dk



Undersøgelsen er udarbejdet af Moos-Bjerre A/S



Projektet er støttet af Slots- og Kulturstyrelsens
udviklingspulje for folkebiblioteker og pædagogiske
læringscentre



Trykt i Danmark af KLS Pureprint
Cradle to Cradle-certificeret tryksag

Layout af zujorgensen.dk

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INDLEDNING	4
1.1 Baggrund og formål med segmentering	4
1.2 Kvantitative og kvalitative kilder	5
2. TVÆRGÅENDE HOVEDRESULTATER	6
2.1 Folkebibliotekets værdi og rolle	6
2.2 Brugen af folkebiblioteket fysisk og digitalt	8
2.3 Kendskab til folkebibliotekets tilbud	11
3. HOVEDRESULTATER FOR SEGMENTERNE	13
3.1 Segmentfordeling og segmentkarakteristika	13
3.2 Geografiske forskelle i segmentfordelingen	19
4. TEMA: FÆLLESSKABER ER KATALYSATOR FOR KULTURFORBRUG	21
4.1 Det sociale gør biblioteket til mere end et sted at låne bøger	21
4.2 Venners anbefalinger er en afgørende påvirkningsfaktor	23
5. FOKUS: IKKE-BRUGERE	24
5.1 Ikke-brugernes væsentligste barrierer for biblioteksbrug	24
5.2 Ikke-brugerne motiveres af viden, samvær og interesse-baserede fællesskaber	26
6. GREB TIL IMPLEMENTERING AF RESULTATERNE	27
6.1 Hvem vil man gerne nå?	28
6.2 Hvilke indsatser skal sættes i værk for at arbejde med bestemte målgrupper?	29
6.3 Reflekter over segmenterne i rapporten ift. egne indsatser	30

1.

INDLEDNING

Med rapporten ”Biblioteksbrug i dag og i morgen – en målgruppebaseret kortlægning” har Tænketanken Fremtidens Biblioteker gjort status på danskernes oplevelse af og brug af de danske folkebiblioteker i 2023 og samlet op på udviklingen siden Tænketankens første segmenteringsundersøgelse fra 2013. Undersøgelsen er udarbejdet af analysevirksomheden Moos-Bjerre A/S.

I denne pixiudgave fremlægger vi undersøgelsens hovedresultater og en segmentering af eksisterende og potentielle biblioteksbrugere. Vi præsenterer også en række arbejdsspørgsmål og greb til brugen af resultaterne og det videre arbejde, som undersøgelsen forhåbentlig giver anledning til på landets biblioteker. Pixiudgaven kondenserer rapportens resultater og supplerer med konkrete, anvendelsesorienterede greb, mens resultaterne udfoldes i selve rapporten.

Undersøgelsen giver bl.a. indsigt i:

- Befolkningens vurdering af folkebibliotekets værdi i 2023.
- Nye tal om danskernes fysiske og digitale biblioteksbrug i 2023 samt udvikling siden 2013, herunder hvilke faktorer, der forklarer brugshyppigheden.
- En segmentering af de danske biblioteksbrugere i både eksisterende og potentielle brugere.
- Brugsformål, motiver og barrierer for biblioteksbrug blandt forskellige segmenter i befolkningen, herunder interesser, motivation for kulturbrug og hvad, der kan påvirke borgerne til at besøge biblioteket.

1.1 BAGGRUND OG FORMÅL MED SEGMENTERING

I 2013 gennemførte Tænketanken i samarbejde med Moos-Bjerre den første segmenteringsundersøgelse, som gav sektoren ny viden om borgerne. Rapporten er siden blevet brugt i det meste af landet til udvikling af hoved- og lokalbiblioteker, men der er sket meget på ti år, både på biblioteksområdet, i det danske samfund og hos borgerne. Derfor har der været et behov for en ny rapport, som giver et nyt og opdateret vidensgrundlag.

*markering henviser til figur/side i hovedrapporten

Formålet med segmenteringsundersøgelsen er at skabe en dybdegående forståelse af danskernes oplevelse og brug af de danske folkebiblioteker, så bibliotekerne får mulighed for at arbejde systematisk, metodisk og strategisk med forskellige målgrupper bredt i befolkningen.

Arbejdet med målgrupper kræver, at de er brudt ned i mindre dele. En metode til dette er segmentering. I denne segmenteringsundersøgelse nedbrydes resultaterne på relevante og genkendelige grupper i befolkningen, kaldet segmenter, som bibliotekerne kan forholde sig til og målrette indsatsen til. Med denne tilgang kan bibliotekssektoren koble resultaterne med de borgere, de møder i deres hverdag. Undersøgelsen definerer ni segmenter, som giver et dybdegående indblik i hver borgergruppes holdninger, biblioteksvaner og præferencer.

1.2 KVANTITATIVE OG KVALITATIVE KILDER

Undersøgelsen baserer sig både på kvalitative og kvantitative datakilder. Kombinationen af metoder har gjort det muligt at opdele borgerne i detaljerede og sigende segmenter samt at lave dybdegående statistiske analyser, som grupperer den danske befolkning ud fra særskilte karakteristika.

Grundlaget er en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse blandt 2.000 repræsentativt udvalgte borgere i Danmark. Det kvantitative grundlag er understøttet og uddybet med:

- 10 ekspertinterviews med bibliotekschefer og eksperter
- 29 personinterviews med borgere og brugere
- Tre fokusgruppeinterviews med i alt 15 respondenter

De deltagende borgere til personinterviews og fokusgruppeinterviews er rekrutteret via deres spørgeskemabesvarelser og repræsenterer således deres segment. Derudover repræsenterer de også samlet den danske befolkning.

2.

TVÆRGÅENDE HOVED- RESULTATER

Den gode nyhed er, at det går godt. De danske folkebiblioteker er generelt populære og attraktive at benytte for den danske befolkning, og biblioteket bliver på tværs af befolkningen anset for at have stor samfundsmæssig værdi. Folkebibliotekerne har udviklet sig markant i løbet af de seneste ti år med nye tilbud, herunder en digital indsats, og det kan ses i brugen. Alligevel er der et stykke vej i forhold til at formidle det moderne folkebibliotek til danskerne. Rapporten viser nemlig, at borgerne stadig forbinder biblioteket med den traditionelle kernefunktion – udlån af bøger og adgang til viden – og at potentialet for øget brug går gennem et øget kendskab til bibliotekstilbuddene.

2.1 FOLKEBIBLIOTEKETS VÆRDI OG ROLLE

Der er bred opbakning til biblioteket i samfundet. Hele 71% oplever, at biblioteket har stor samfundsmæssig værdi. Bibliotekets samfundsmæssige værdi bliver vurderet højt hos samtlige brugersegmenter – uanset hvor stor eller lille personlig værdi de oplever, at folkebiblioteket har for dem som enkeltperson. De kvalitative interviews bekræfter disse vurderinger. Her fremhæver flere biblioteket som en meget positiv kulturinstitution med viden, oplysning og plads til alle.

71% oplever, at biblioteket har stor samfundsmæssig værdi.



Jeg ser, at biblioteket medvirker til positiv, almindelig folkelig udbredelse. De er åbne for, at alle kan henvende sig og deltage i deres arrangementer, låne bøger og deltage i det hele taget. Det er en stor fordel. Det er godt for samfundet, at biblioteket medvirker til folkeoplysning.

Kulturforbrugende pensionist

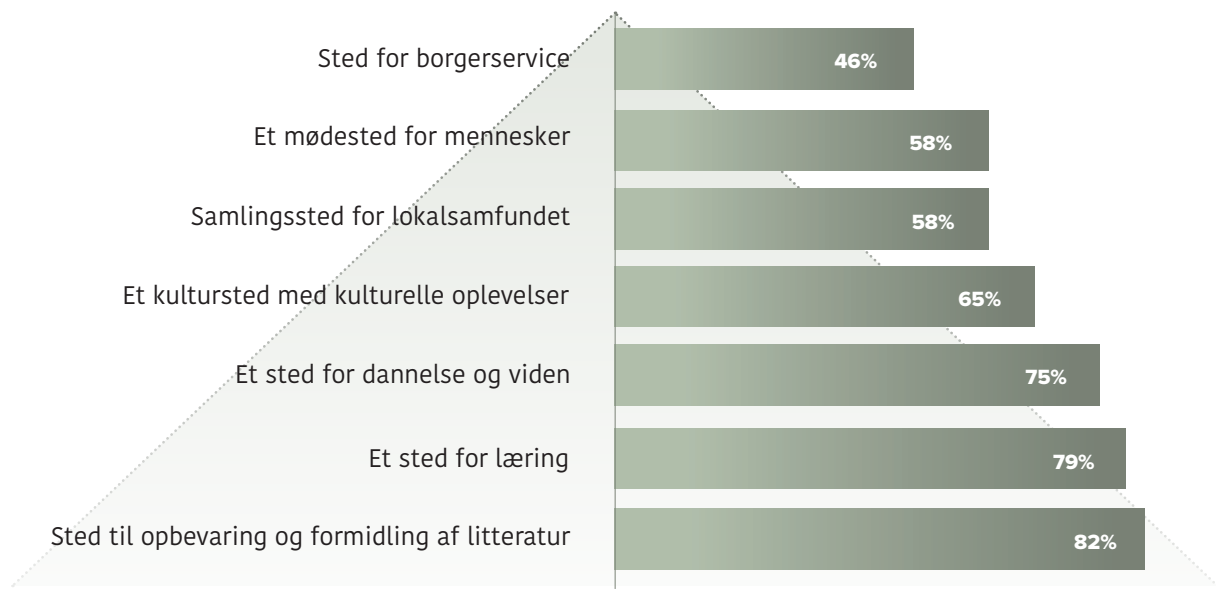
Analysen viser, at kultur generelt opleves som et vigtigt element i menneskers liv og udvikling. Mere end halvdelen af borgerne mener, at kulturelle tilbud er vigtige for:

- Menneskers dannelse (68%)
- Uddannelse og kompetencer (60%)
- Sammenhængskraften i landet (53%)
- Deres egen livskvalitet (50%)

Det fremhæves, at folkebibliotekerne som kulturinstitution udover at være en vigtig kulturformidler og kilde til viden har stor betydning ift. at fungere som en samlende institution – et inkluderende sted, hvor alle har lige adgang til viden, litteratur og fællesskab. Borgerne har, som nedenstående figur 1 viser, forskellige holdninger til, hvilken funktion biblioteket skal udfylde.

FIGUR 1. HVAD SYNES BORGERNE BIBLIOTEKET SKAL VÆRE?

Spg. Hvor enig eller uenig er du i, at bibliotekerne skal være ...



Borgerne forbinder fortsat primært biblioteket med formidling af litteratur, læring og viden og bruger det også primært som et sted til at låne materialer. Det er en kerneopgave for bibliotekerne – og sådan ser danskerne det også. Bibliotekschefer og eksperter fremhæver i interviews, at mange biblioteker har en opfattelse af, at de er et kulturhus med *mange* forskellige tilbud og aktiviteter til borgerne. De mange andre tilbud ses også som betydningsfulde for over halvdelen af befolkningen, og det sociale element tillægges dermed også betydning i bibliotekets rolle og funktion. Undersøgelsen viser dog også, at danskernes kendskab til bibliotekets øvrige tilbud ikke er lige så stort som til deres materialer og udlånmuligheder. Der er dermed et stort potentiale i at udvide borgernes kendskab til det moderne folkebiblioteks mange tilbud.

2.2 BRUGEN AF FOLKEBIBLIOTEKET FYSISK OG DIGITALT

Mere end halvdelen af befolkningen er i dag biblioteksbrugere, og undersøgelsen dokumenterer, at der er sket en fremgang i antallet af hyppige biblioteksbrugere fra 2013 til 2023, ligesom brugen af det fysiske og digitale bibliotek nu er på niveau. Siden 2013 er der sket en stigning i andelen af brugere, der primært benytter biblioteket til oplevelsesrelaterede lån, som dermed har markeret sig som borgernes primære brugsformål.



Jeg er en gammel skolelærer og elsker at have en bog i hånden. Jeg foretrækker fysiske bøger, jeg er lidt gammeldags. Jeg er der et par gange om måneden fysisk. ... Jeg benytter mig af det online bibliotek en gang om ugen. Hvis jeg læser en e-bog, downloader jeg den. Så læser jeg den fra min telefon eller iPad. En lydbog er helt ideal, når jeg sidder med strikketøj i hånden. Så kan jeg lytte til bogen samtidig med, at jeg strikker.

Kulturforbrugende pensionister

BRUGERDEFINITIONER

Biblioteksbruger/bruger: En biblioteksbruger er en person, som inden for de seneste tre måneder har benyttet et bibliotek eller dets services enten fysisk eller digitalt.

Hyppig biblioteksbruger: En person som inden for den seneste måned har benyttet et bibliotek eller dets services enten fysisk eller digitalt.

STIGNING I ANTAL HYPPIGE BIBLIOTEKSBRUGERE 2013 – 2023:

35% ↑ 41%

53%

af danskerne er
biblioteksbrugere

41%

bruger det
fysiske bibliotek

39%

bruger det
digitale bibliotek

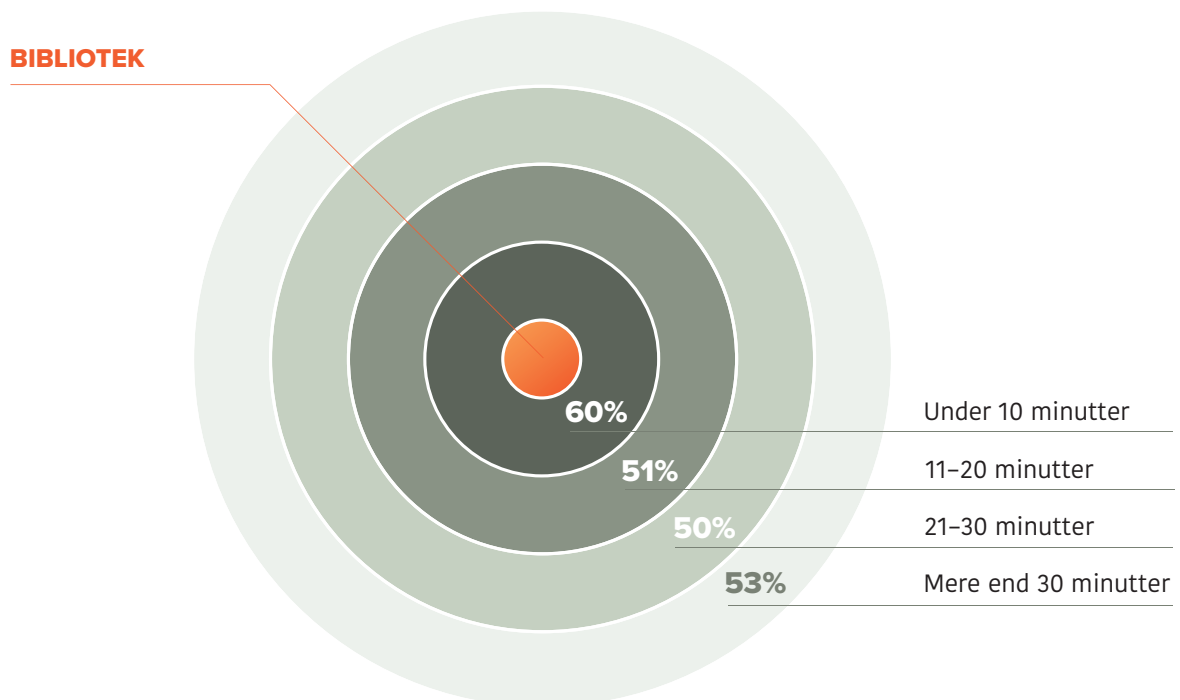
- **42%** kommer for det **oplevelsesrelaterede lån**, som dermed er det primære brugsformål på tværs af landet. Oplevelsesrelaterede lån er lån af f.eks. romaner, digte, musik, film og spil. Dette tal var **36%** i 2013.
 - **33%** kommer for det **vidensrelaterede lån**, som dermed er det sekundære brugsformål. Vidensrelaterede lån dækker over biblioteket som center for viden, hvilket primært benyttes i forbindelse med faglige interesser, informationssøgning, arbejde og uddannelse. Dette tal var **34%** i 2013.
 - **10 minutter** viser sig at være en **gylden grænse for transporttidens påvirkning** på brugshyppigheden. **Brugshyppigheden falder med transporttiden.** Borgere med mere end 10 minutters transporttid har således lavere brugerandel.
 - Der er **flest biblioteksbrugere i storbyerne** (58%) og i Region Hovedstaden (58%).
 - Der er **færrest biblioteksbrugere på landet** (44%) og i Region Syddanmark (48%).
-

Transporttids påvirkning af biblioteksbrug

Transporttiden påvirker brugshyppigheden, og vi ser, at brugshyppigheden falder, når transporttiden bliver længere. Den største forskel findes, når transporttiden med borgeres mest oplagte transportmiddel går fra at være under 10 minutter til over 10 minutter. Ud fra dette har det en positiv effekt på brugen af bibliotekerne, at man bor tæt på biblioteket.

FIGUR 2. ANDEL BIBLIOTEKSBRUGERE FALDER MED TRANSPORTTID TIL BIBLIOTEKET

Spg. Kryds mellem spørgsmål "Hvor lang tids transport har du til det nærmeste folkebibliotek (med det mest oplagte transportmiddel)?" og "Hvornår har du sidst besøgt et folkebibliotek fysisk? (brugere, dvs. indenfor 3 måneder)"



2.3 KENDSKAB TIL FOLKEBIBLIOTEKETS TILBUD



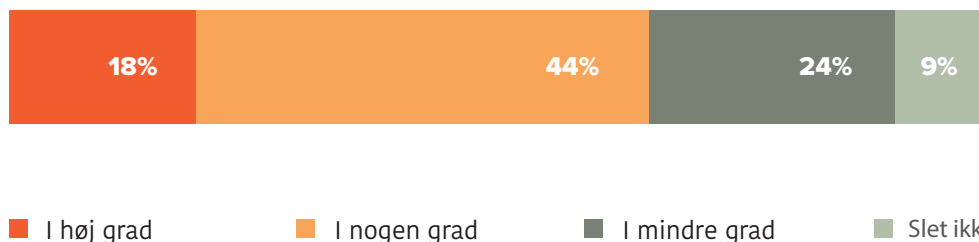
Det online bruger jeg, hvis jeg skal søge på en bestemt bog. Jeg ved ikke, hvad der ellers er af muligheder derinde. Jeg er generelt ikke så online. Jeg mangler viden om, hvad man kan bruge det til udover at låne en bog.

Børneforælder over 30

To tredjedele af befolkningen vurderer, at de overordnet har et bredt kendskab til bibliotekets tilbud. Undersøgelsen viser dog, at der er store forskelle i kendskabet til bibliotekets tilbud på tværs af den danske befolkning, og at kendskabet varierer fra tilbud til tilbud. Vi ved, at manglende kendskab er en barriere for, at nogle borgere ikke benytter bibliotekerne, ligesom øget kendskab er en potentiel driver for biblioteksbrug – det bekræfter undersøgelsen. Selvom kendskabet generelt vurderes højt, peger undersøgelsen på, at bibliotekerne stadig har en opgave i at komme bredere ud til borgerne for at øge kendskabet til bibliotekstilbuddene hos den sidste tredjedel, hvor kendskabet er lavt.

FIGUR 3. BEFOLKNINGENS KENDSKAB TIL HVAD BIBLIOTEKERNE KAN TILBYDE DEM

Spg. I hvilken grad vil du sige, at du ved, hvad de danske folkebiblioteker kan tilbyde dig?



MARKANT FREMGANG I KENDSKABET TIL DET DIGITALE BIBLIOTEK 2013 – 2023:

Kendskabet til eReolen:

13% ↑ 42%

dvs. mere end tredobling

Kendskabet til Filmstriben:

19% ↑ 42%

dvs. mere end fordobling

Kender ingen af de i undersøgelsen
nævnte digitale bibliotekstilbud:

47% ↓ 24%

dvs. næsten halvering

- **62%** af befolkningen **ved i høj grad** eller **nogen grad**, hvad bibliotekerne kan tilbyde dem.
 - **33%** af befolkningen **ved i mindre grad** eller **slet ikke**, hvad bibliotekerne kan tilbyde dem.
 - Ikke-brugere blandt **fem ud af ni** segmenter nævner, at **de ikke ved, hvad biblioteket kan tilbyde dem**, som en af de tre væsentligste grunde til, at de ikke bruger det **fysiske bibliotek** mere, end de gør (figur 40*).
 - **Syv ud af ni** segmenter nævner, at de **ikke ved, hvad biblioteket kan tilbyde dem**, som en af de tre væsentligste grunde til, at de ikke bruger det **digitale bibliotek** mere, end de gør (figur 42*).
 - **Syv ud af ni** segmenter nævner, at et **større kendskab** kunne få dem til at **benytte det digitale bibliotek mere** i fremtiden (figur 41*).
 - **Større kendskab** til de fysiske bibliotekstilbud er en af de drivere, som flest fremhæver, der **kan få dem til at bruge bibliotekets fysiske tilbud mere** i fremtiden (s. 122*).
-

3.

HOVEDRESULTATER FOR SEGMENTERNE

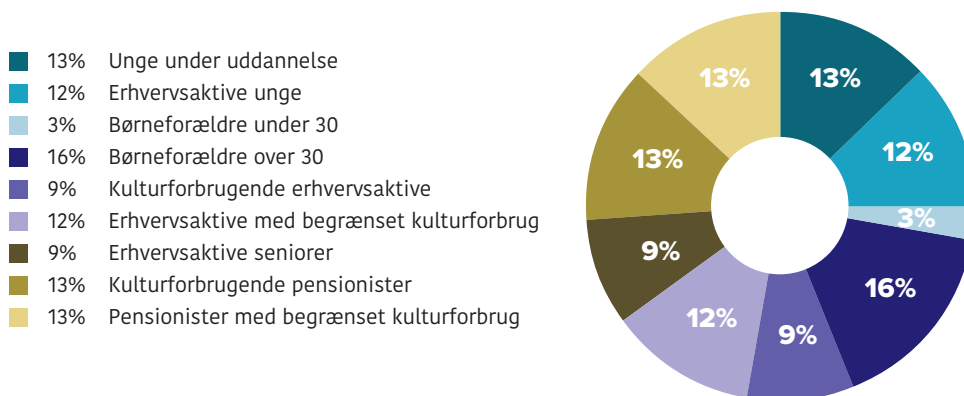
Undersøgelsen opdeler på baggrund af en klyngeanalyse befolkningen i ni forskellige segmenter. Tre af segmenterne er under 30 år (ungesegmenter), tre er mellem 30 og 60 (segmenter midt i livet), mens tre segmenter er 60+ (to pensionistsegmenter, et segment, der stadig er erhvervsaktiv).

Et segment er karakteriseret ved at bestå af personer med en række ensartede karakteristika og ved samtidig at adskille sig væsentligt fra andre segmenter af personer, der har andre fællestræk. Her er de afgørende karakteristika alder, uddannelsesniveau, beskæftigelse, biblioteksbrug samt om man har børn under 15 år.

3.1 SEGMENTFORDELING OG SEGMENTKARAKTERISTIKA

Nedenstående figur 4 opstiller de ni segmenter og illustrerer, hvor stor en andel hvert segment udgør af den danske befolkning over 15 år. De ni segmenter uddybes efterfølgende med personaprofil og hovedresultaterne for hvert segment, herunder brugsformål, motivation for kultur- og biblioteksbrug, motiver og barrierer samt, hvad der kan inspirere dem til at besøge biblioteket. En fuldstændig gennemgang af segmenterne kan findes i rapporten.

FIGUR 4. SEGMENTERNES FORDELING I BEFOLKNINGEN



TABEL 1. SEGMENTERNES BRUGSMØNSTRE OG DRIVERE

Segment	Andel biblioteksbrugere	Primære biblioteksformål	Motivation for kultur- og biblioteksbrug	Inspiration fås fra disse SoMe-kanaler
Unge under uddannelse	64 pct.	Vidensrelaterede lån	Fællesskab	Instagram, Tiktok og Facebook
Erhvervsaktive unge	48 pct.	Oplevelsesrelaterede lån	Viden og fordybelse	Facebook, Instagram og Tiktok
Børneforældre under 30	58 pct.	Børnerelaterede lån	Viden og aktiviteter med børn	Instagram, Facebook, Reddit og Pinterest
Børneforældre over 30	64 pct.	Børnerelaterede lån	Dele oplevelsen med andre	Facebook og Instagram
Kulturforbrugende erhvervsaktive	87 pct.	Oplevelsesrelaterede lån	Viden og samvær	Facebook og Instagram
Erhvervsaktive med begrænset kulturforbrug	15 pct.	Oplevelsesrelaterede lån	Viden	Facebook
Erhvervsaktive seniorer	46 pct.	Oplevelsesrelaterede lån	Viden, dialog og nærvær	Facebook
Kulturforbrugende pensionister	89 pct.	Vidensrelaterede lån	Interessebaseret fællesskab	Facebook
Pensionister med begrænset kulturforbrug	11 pct.	Oplevelsesrelaterede lån	Fællesskab	Facebook



Påvirkning til at bruge biblioteket	Drivere Fysiske tilbud	Drivere Digitale tilbud	Fritidsinteresser
SoMe/internetfora Tidsskrifter, ugeblade og modeblade Studiekreds/læseklub	Flere og bedre siddepladser	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm. Større kendskab til bibliotekets tilbud	Rejser, musik, TV, film, serier, computerspil, SoMe, tøj og mode
Venners anbefalinger SoMe/internetfora Bibliotekesrelaterede hjemmesider	Større kendskab til bibliotekers tilbud	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm. Større kendskab til bibliotekets tilbud	Musik, SoMe, film, TV, serier, at dyrke holdsport
Venners anbefalinger Studiekreds/læseklub SoMe/internetfora	Flere nye bøger på hylderne Studiekreds/ Læseklub	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm.	SoMe, film, serier, lytte til og udøve musik, mad og vin, jagt og fiskeri
Venners anbefalinger SoMe/internetfora Anmeldelser Reklamer	Flere aktiviteter, workshops og arrangementer	Større kendskab til bibliotekets tilbud Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm.	TV, film, serier, musik, mad og vin, natur og have
Folkebibliotekets hjemmeside Venners anbefalinger SoMe/internetfora	Flere aktiviteter, workshops og arrangementer	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm. Større kendskab til bibliotekets tilbud	Mad og vin, at læse, politik og samfundsforhold, rejser, haveaktiviteter, natur og outdoor-aktiviteter, at dyrke sport
Venners anbefalinger Folkebibliotekets hjemmeside	Flere nye bøger på hylderne Mulighed for at købe forfriskninger	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm.	TV, serier, film, mad og vin, have, natur og outdoor-aktiviteter, motorcykler og biler
Venners anbefalinger SoMe/internetfora Folkebibliotekets hjemmeside	Vaner og rutiner	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm. Adgang til højere antal lån per måned	Skønlitteratur, rejser, politik og samfundsforhold, mad og vin, have, natur og outdoor-aktiviteter, TV, film, serier og lytte til musik
Venners anbefalinger Folkebibliotekets hjemmeside Tidsskrifter, ugeblade og modeblade	Vaner og rutiner Flere nye bøger på hylderne	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm.	Skønlitteratur, politik og samfundsforhold, rejser, udeaktiviteter, klima og bæredygtighed
Folkebibliotekets hjemmeside Venners anbefalinger Anmeldelser	Flere nye bøger på hylderne Større kendskab til bibliotekers tilbud	Større udbud af e-bøger, lydbøger, film mm. Kortere ventetid på materiale	TV, håndarbejde og børnebørn

DEN UNGE UNDER UDDANNELSE



- Personaprofil: Katrine, 21 år, studerende på Københavns Universitet og bosat i København
- Andel af befolkningen: 13%
- Fysisk brugshyppighed: **48%**
- Digital brugshyppighed: **53%**
- Primær brug: Vidensrelaterede lån
- 38% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) mindst én gang ugentligt
- >50% bor i en storby
- Hyppige brugere af digitale medier
- Vægter socialt samvær højt
- Interesser: Rejser, musik, TV, film, serier, computerspil, SoMe, tøj og mode

DEN ERHVERVSAKTIVE UNGE



- Personaprofil: Kasper, 22 år, arbejder i detailbranchen og bosat i Odense
- Andel af befolkningen: 12%
- Fysisk brugshyppighed: **29%**
- Digital brugshyppighed: **36%**
- Primær brug: Oplevelsesrelaterede lån
- Knap 30% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) mindst én gang ugentligt
- Socialt samvær er centralt
- 71% lytter til musik dagligt
- Interesser: Musik, SoMe, film, TV, serier, at dyrke holdsport

BØRNEFORÆLDER UNDER 30



- Personaprofil: Louise, 26 år, arbejder som frisør og er bosat lidt udenfor Kolding med sin kæreste og søn
- Andel af befolkningen: 3%
- Fysisk brugshyppighed: **38%**
- Digital brugshyppighed: **33%**
- Primær brug: Børnerelaterede lån
- 19% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) mindst én gang ugentligt
- Vægter socialt samvær højt, trods det at de har etableret familie
- Interesser: SoMe, film, serier, lytte til og udøve musik, mad og vin, jagt og fiskeri

BØRNEFORÆLDER OVER 30



- Personaprofil: Anne, 37 år, projektleder og bosat med mand og to børn i en forstad til Aarhus
- Andel af befolkningen: 16%
- Fysisk brugshyppighed: **56%**
- Digital brugshyppighed: **46%**
- Primær brug: Børnerelaterede lån og børnerelaterede aktiviteter
- 42% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) mindst én gang ugentligt
- Meget digitale og >50% ser TV og lytter til musik dagligt
- Ville gerne bruge mere tid på interesser, men har ikke tiden
- Interesser: TV, film, serier, musik, mad og vin, natur og have

DEN KULTURFORBRUGENDE ERHVERVSAKTIVE



- Personaprofil: Anders, 48 år, marketingdirektør i en større virksomhed og bosat på Frederiksberg
- Andel af befolkningen: 12%
- Fysisk brugshyppighed: **67%**
- Digital brugshyppighed: **67%**
- Primær brug: Oplevelsesrelaterede lån
- 58% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) mindst én gang ugentligt
- 37% lytter til podcast/taleradio dagligt, hvorfra de også får nyheder
- Koncerter/biograf én gang mdr.
- Interesser: Mad og vin, at læse, politik og samfundsforhold, rejser, haveaktiviteter, natur og outdoor-aktiviteter, at dyrke sport

DEN ERHVERVSAKTIVE MED BEGRÆNSET KULTURFORBRUG



- Personaprofil: Lars, 46 år, arbejder som elektriker og bor med sin kone og søn i Holbæk
- Andel af befolkningen: 9%
- Fysisk brugshyppighed: **10%**
- Digital brugshyppighed: **11%**
- Primær brug: Vidensrelaterede lån
- Brugerandel på 15% = et ikke-brugersegment
- Ca. 33% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) mindst én gang om måneden
- Interesser: TV, serier, film, mad og vin, have, natur og outdoor-aktiviteter, motorcykler og biler

DEN ERHVERVSAKTIVE SENIOR



- Personaprofil: Ole, 64 år, arbejder som håndværker og bosat i Hillerød med sin kone
- Andel af befolkningen: 9%
- Fysisk brugshyppighed: **36%**
- Digital brugshyppighed: **32%**
- Primær brug: Oplevelsesrelaterede lån
- 52% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) dagligt eller ugentligt
- Oplever at deres digitale færdigheder begrænser dem
- Interesser: Skønlitteratur, rejser, politik og samfundsforhold, mad og vin, have, natur og outdoor-aktiviteter, TV, film, serier og lytte til musik

DEN KULTURFORBRUGENDE PENSIONIST



- I Personaprofil: nge, 72 år, pensioneret gymnasielærer og bosat i Virum med sin mand
- Andel af befolkningen: 13%
- Fysisk brugshyppighed: **75%**
- Digital brugshyppighed: **60%**
- Primær brug: Oplevelsesrelaterede lån
- 68% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) dagligt eller ugentligt
- Går ofte i teateret eller på museum
- Interesser: Skønlitteratur, politik og samfundsforhold, rejser, udeaktiviteter, klima og bæredygtighed

PENSIONIST MED BEGRÆNSET KULTURFORBRUG



- Personaprofil: Lone, 69 år, pensioneret dagplejer og bosat med sin kæreste i Ringsted
- Andel af befolkningen: 13%
- Fysisk brugshyppighed: **6%**
- Digital brugshyppighed: **9%**
- Primær brug: Oplevelsesrelaterede lån og borgerservice
- Brugerandel på 11% = et ikke-brugersegment
- 42% læser skøn- eller faglitteratur (inkl. lyd- og e-bøger) dagligt eller ugentligt
- Alle i segmentet er efterløner, pensionist eller førtidspensionist
- Interesser: TV, håndarbejde og børnebørn

3.2 GEOGRAFISKE FORSKELLE I SEGMENTFORDELINGEN

På tværs af Danmark er storbyerne (58%) og Region Hovedstaden (58%) de områder, hvor der er flest biblioteksbrugere. Områder på landet (44%) og i Region Syddanmark (48%) er de steder, hvor færrest borgere er biblioteksbrugere. Samtidig er der også størst kendskab til bibliotekets digitale tilbud i Region Hovedstaden og i storbyerne.

Der er flest biblioteksbrugere i storbyerne og Region Hovedstaden. Det er også her, at det største kendskab til bibliotekets digitale tilbud eksisterer.

Der er forskelle i befolkningssammensætningen på tværs af landet, og dette gør sig naturligvis også gældende blandt biblioteksbrugere. Der er to ting, der i høj grad bidrager til forskelle i brugshyppigheden:

- Lang transporttid
- Segmentfordelingen

De tydeligste forskelle viser sig, når vi ser på land- og byområder. I de store byer er der mange *Unge under uddannelse*, og de tre ungesegmenter fylder samlet set meget i storbyerne. *Børneforældre over 30* fylder meget i både større byer, byer og landsbyer, mens segmentet *Erhvervsaktive med begrænset kulturforbrug* har en stor andel på landet.

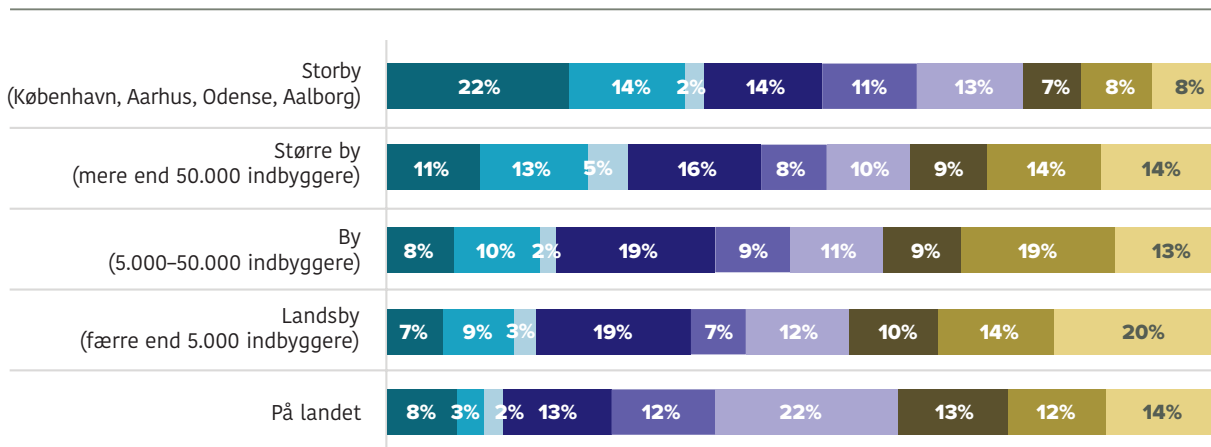


Jeg føler ikke et behov for at bruge biblioteket, må jeg indrømme. Hverken ift. bøger eller ift. arrangementer. Transporttiden er selvfølgelig en begrænsning, da jeg er dårligt gående, men det handler især om, at jeg ikke har behovet.

Pensionist med begrænset kulturforbrug

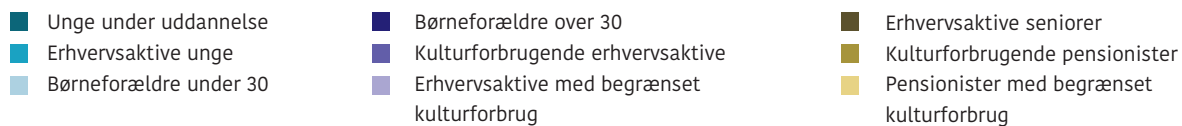
FIGUR 5. FORDELING AF DE NI SEGMENTER PÅ LAND- OG BYOMRÅDER

Spg: Hvilken type by bor du i?



FIGUR 6. FORDELING AF DE NI SEGMENTER PÅ REGIONER

Spg: Hvilken region bor du i?



4.

TEMA: FÆLLESSKABER ER KATALYSATOR FOR KULTURFORBRUG



Jeg opsøger fællesskab, inklusion og åbenhed. Det er vigtigt, at det er til stede i de kulturoplevelser, jeg deltager i. Der er mange unge, der søger fællesskaber, så det er fedt, at man kan finde det et sted. Så det er godt med inklusion og åbenhed og at have følelsen af, at man altid er velkommen på et bibliotek.

Ung under uddannelse

Selvom borgerne primært bruger bibliotekerne til at låne materiale og i høj grad vurderer, at biblioteket skal være et sted for formidling af litteratur, læring og viden, så er en gennemgående motivation for at deltage i kultur- og biblioteksaktiviteter ofte tæt knyttet til dannelsen af meningsfulde sociale forbindelser. De primære motivationsfaktorer for at deltage i kultur- og biblioteksoplevelser er på tværs af segmenterne og generationer viden og fællesskab.

4.1 DET SOCIALE GØR BIBLIOTEKET TIL MERE END ET STED AT LÅNE BØGER

Det gælder på tværs af de syv ud af ni segmenter, at fællesskab, samvær og dialog er en af de afgørende motivationsfaktorer til kulturbrug, jf. Tabel 1. Kun segmenterne *Erhvervsaktive unge* og *Erhvervsaktive med begrænset kulturforbrug* nævner udelukkende viden og fordybelse som primær motivation for kultur- og biblioteksbrug.

Unge under uddannelse bliver motiveret af de fællesskaber, biblioteket skaber, og mange bruger det som studieplads eller til at mødes med venner. 22% af segmentet ønsker også, at biblioteket i fremtiden er et sted, hvor de kan mødes med deres venner. Det er samme segment, der er meget sociale og vægter socialt samvær højest. Fællesskabet omkring studiekredse og læseklubber fungerer også som en faktor, der kan påvirke de tre ungesegmenter til at besøge biblioteket, særligt for *Børneforældre under 30* (37%). Når *Børneforældre under 30* er på biblioteket, har de nye oplevelser, der går ud over blot at dele bøger og idéer, og her bliver biblioteket altså mere end blot et sted for boglån.



Vi besøger biblioteket for at prøve noget nyt og for at opleve en anden verden. Noget der afviger fra verdenen. Det er altså for oplevelsens skyld (...). Men det er også for det sociale.

Børneforælder under 30

Oplevelser sammen med andre har også betydning for borgerne i segmentet *Erhvervsaktive med begrænset kulturbrug*, der bliver motiverede, hvis kultur- og bibliotekstilbud tilbyder aktiviteter, som borgerne kan deltage i sammen med venner, familie eller kærester. For *Børneforældre over 30* handler det om at dele oplevelsen med andre.

Kulturforbrugende pensionister vurderer, at fællesskabet er vigtigt for dem, bl.a. fordi det er værdiskabende og inspirerende. Det er også det segment, der i højeste grad angiver, at de bruger biblioteket til arrangementer (24%). Det er en vigtig faktor for dem, at biblioteket ikke kun er et sted, hvor man kan låne bøger.

Pensionister med begrænset kulturforbrug, der ikke har så stor interesse for litteratur og bibliotekstilbud, vurderer, at det sociale er vigtigt for dem, når de deltager i kulturtilbud. De motiveres af kultur- og biblioteksbrug, hvis det er et sted, hvor de kan være en del af et interessebaseret fællesskab.



Jeg kunne godt tænke mig at deltage i læsegrupper, hvor man kan snakke om bøger sammen med andre. Det kunne være meget spændende. Det gør, at man har nogen at snakke med ift. bøgernes indhold. Min mand gidet det ikke. Så det ville være rart, hvis jeg kunne tale om det med andre.

Pensionist med begrænset kulturforbrug

4.2 VENNERS ANBEFALINGER ER EN AFGØRENDE PÅVIRKNINGSFAKTOR

Størstedelen af alle ni segmenter angiver, at det typisk er anbefalinger fra nærmeste netværk, der kan påvirke dem til at bruge biblioteket (figur 49*). Det indikerer en betydelig indflydelse af sociale forbindelser, når de skal træffe en beslutning. Hele 42% af befolkningen mener således, at venners anbefalinger kan påvirke dem til at besøge biblioteket – særligt *Børneforældre under 30* (51%) og *Erhvervsaktive seniorer* (50%).

42% af befolkningen mener, at venners anbefalinger kan påvirke dem til at besøge biblioteket.

Denne tendens peger på vigtigheden af fællesskaber som drivkraft for adfærd og valg, hvilket styrker ideen om, at mennesker søger og sætter pris på fælles oplevelser og interaktioner. Sociale forbindelser kan spille en afgørende rolle i at skabe interesse, motivation og engagement inden for kultur- og biblioteksaktiviteter.

5.

FOKUS: IKKE-BRUGERE



Jeg bruger biblioteket meget, meget lidt. Jeg har kigget lidt ind ad vinduet, hvis jeg er gået forbi, men jeg har aldrig været derinde.

Erhvervsaktiv med begrænset kulturforbrug

Undersøgelsen viser to segmenter, der på grund af deres lave brugerandel kategoriseres som ikke-brugere: *De erhvervsaktive med begrænset kulturforbrug*, der har en brugerandel på 15%, og *Pensionister med begrænset kulturforbrug*, hvis brugerandel er 11%.

Det er en tilbagevendende diskussion, om bibliotekerne skal arbejde for at nå ikke-brugere eller ej, om man skal stole på, at de har været eller vil blive biblioteksbrugere i andre livsfaser, eller om man slet og ret skal fokusere sine indsatser og midler på dem, som gerne vil bruge biblioteket. Diskussionen har ikke et entydigt udfald. Med dette fokus på ikke-brugere afdækker vi, hvilke barrierer, der er fremtrædende for ikke-brugere, og hvad biblioteket kan skrue på i arbejdet med at nå disse. Det ser nemlig ud til, at der kan være et potentiale i at formidle det moderne folkebibliotek til netop disse grupper.

5.1 IKKE-BRUGERNES VÆSENTLIGSTE BARRIERER FOR BIBLIOTEKSBRUG

Når vi ser på ikke-brugerne, er der to ting, der springer i øjnene. At de mangler kendskab til bibliotekets tilbud, og at de – muligvis pga. det manglende kendskab – ser ud til at have en meget traditionel forståelse af folkebiblioteket, nemlig som et sted, hvor de kan finde information og låne fysiske bøger med hjem.

Finder selv relevant information på nettet

Ikke-brugerne påpeger i de kvalitative interviews, at de selv finder den information, de har brug for, på nettet. Flere udtrykker en opfattelse af, at tiden og adgangen til oplysninger og materialer har ændret sig, og at deres behov for biblioteker er blevet mindre. De kan nemt finde den nødvendige information via internettet. 36% af de *Erhvervsaktive med begrænset kulturforbrug* angiver, at de selv finder relevant information på internettet, og for *Pensionister med begrænset kulturforbrug* gælder det for 40%.

Manglende kendskab til digitale tilbud

Manglende kendskab til de digitale bibliotekstilbud udgør også en væsentlig barriere for disse grupper. Netop det er interessant at forholde sig til, fordi det modsat andre barrierer er et forhold, som biblioteket kan påvirke ved at fokusere kommunikationen.

Hele 61% af segmentet *Pensionister med begrænset kulturforbrug* angiver, at de ikke kender nogen af de oplyste digitale tilbud, for de *Erhvervsaktive med begrænset kulturforbrug* er det 44% (figur 34*).

Til sammenligning er gennemsnittet på 24% for hele befolkningen, og de fleste segmenter ligger under 20%. Det understreger, at manglende kendskab er forbundet med, om man bruger det digitale bibliotek eller ej.

Flere af de interviewede borgere giver samtidig udtryk for, at de ikke ved, hvad bibliotekets digitale tjenester kan tilbyde, og at de derfor bruger kommercielle digitale tjenester som Netflix og Spotify og generelt internettet til at finde underholdning, som bibliotekets digitale tjenester potentielt kunne opfylde. Desuden ved vi, at en barriere for ikke-brugernes biblioteksbrug er, at de selv køber de materialer, som biblioteket udbyder. Det kan være udtryk for flere ting, såsom at biblioteket ikke har det ønskede materiale, eller at man foretrækker selv at eje bøgerne.

5.2 IKKE-BRUGERNE MOTIVERES AF VIDEN, SAMVÆR OG INTERESSEBASEREDE FÆLLESSKABER

Hvis man vil arbejde med at nå ikke-brugerne, er det vigtigt at formidle det moderne folkebiblioteks tilbud og møde ikke-brugerne der, hvor de er.



Vi tager meget i biografen. Det er typisk for at hygge os. Mit kulturforbrug er primært for at have kvalitetstid med min kæreste. Hvis det er god musik/konserter eller film, så er det rigtig godt. Jeg kan ikke forestille mig, at bibliotekerne kan give kulturelle oplevelser på samme måde. Så skulle det være i forhold til kvalitetstiden sammen med hende.

Erhvervsaktiv med begrænset kulturforbrug

Udover viden bliver flere af de *Erhvervsaktive med begrænset kulturforbrug* motiveret til at deltage i kulturtilbud, hvis kultur- og bibliotekstilbud tilbyder aktiviteter, som de kan deltage i sammen med venner, familie eller kæresten. Den fælles oplevelse med mennesker, som borgeren holder af, kan altså også have betydning for deres deltagelse i kultur- og bibliotekstilbud.

Pensionister med begrænset kulturforbrug motiveres i deres kultur- og biblioteksbrug af steder, hvor de kan indgå i et interessebaseret fællesskab såsom en bogklub eller en billardklub. Der er mange i dette segment, som ikke har den store interesse for litteratur og bibliotekstilbud som sådan, så når de opsøger kulturtilbud bredt set, er det især det sociale element i interessefællesskaberne, som er en motiverende faktor.

Fællesskabsfaktoren som motivation er ikke ulig de øvrige segmenter, men ikke-brugernes kendskab til biblioteket er lavere og deres opfattelse af, hvad biblioteket kan tilbyde, ser ud til ikke at være tidssvarende. At netop viden, samvær og interessebaserede fællesskabet er motiverende for disse segmenter betyder, at mange biblioteker måske allerede har relevante tilbud til dem, som blot går ud over de klassiske tilbud om materialelån, som segmenterne forbinder biblioteket med.

6.

GREB TIL IMPLEMENTERING AF RESULTATERNE

Det kan være svært at finde ud af, hvor og hvordan man skal starte, når man vil arbejde med implementering af ny viden i praksis. Derfor har vi som led i arbejdet med rapporten ”Biblioteksbrug i dag og i morgen – en målgruppebaseret kortlægning” arbejdet målrettet med greb til implementering.

De følgende sider viser modeller og stiller arbejdsspørgsmål, som forhåbentlig både skaber grobund for refleksion og hjælper med at målrette det videre arbejde i form af at opstille mål, udvælge indsatser og implementere den viden, som nærværende pixiudgave – og den fulde rapport – bidrager med.

God arbejdslyst!

Det systematiske arbejde med segmenter giver mulighed for at gøre biblioteksoplevelsen mere relevant, interessant og vedkommende.

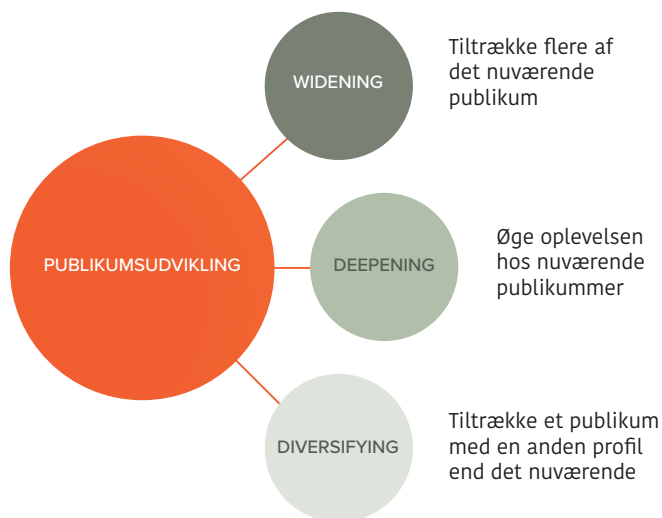
6.1 HVEM VIL MAN GERNE NÅ?

Man må gøre sig klart, hvad den strategiske målsætning er – hvad arbejdet med målgrupper handler om for en selv og hvorfor. Er det et dedikeret mål, at man vil tiltrække nye målgrupper, eller handler det snarere om at yde en ekstra indsats for dem, der allerede kommer ind ad døren på ens bibliotek?

- Ønsker man at udvide den nuværende målgruppe (widening)?
- Ønsker man at få den nuværende målgruppe til at komme oftere og/eller få en større oplevelse (deepening)?
- Ønsker man at tiltrække nye målgrupper (diversifying)?

Kilde: Applaus

FIGUR 7. STRATEGISKE MÅLSÆTNINGER



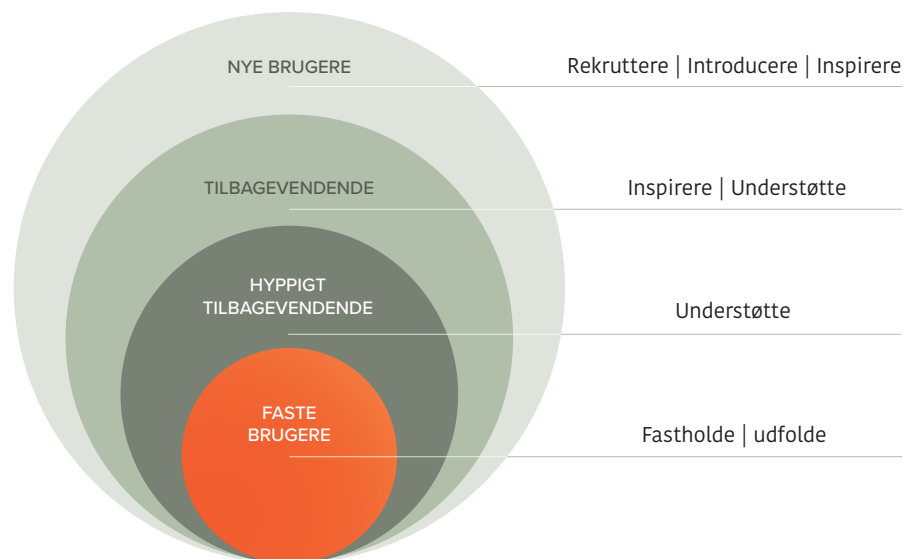
6.2 HVILKE INDSATSER SKAL SÆTTES I VÆRK FOR AT ARBEJDE MED BESTEMTE MÅLGRUPPER?

Det næste skridt er at definere hvilke indsatser, man vil sætte i værk for at nå de ønskede målgrupper, for arbejdet med forskellige målgrupper kalder på forskellige tiltag. Ved at bruge nedenstående figur 8, kan man stille skarpt på indsatser, der er målrettet forskellige målgrupper.

- Faste brugere: Fastholde, udfolde – det skal være funktionelt, høj kvalitet, avanceret.
- Hyppigt tilbagevendende brugere: Understøtte.
- Tilbagevendende brugere: Inspirere, understøtte.
- Nye brugere: Rekruttere, introducere, inspirere – det skal være selvforklarende, intuitivt, let tilgængeligt.

Kilde: Lokale og Anlægsfonden

FIGUR 8. MÅLGRUPPEINDSATSER



6.3 REFLEKTER OVER SEGMENTERNE I RAPPORTEN IFT. EGNE INDSATSER

En måde at tilgå segmenterne i rapporten og oversætte det til viden, man kan anvende på bibliotekerne, er ved at reflektere over rapportens resultater og spejle det i den virkelighed og de indsatser, der allerede eksisterer på bibliotekerne. Vi præsenterer her en række refleksionsspørgsmål til denne øvelse.

Det er en god idé at tage udgangspunkt i segmentsammensætning i region (figur 5) og særligt på land- og byområde (figur 6), hvor man med udgangspunkt i region og indbyggertal for det pågældende bibliotek kan finde et velfunderet bud på den lokale segmentsammensætning.

- Hvilke segmenter genkender I fra jeres bibliotek? Peg på de 2-3 segmenter, der bedst favner jeres nuværende publikum.
- Hvilke segmenter ser I sjældent på jeres bibliotek?
- Hvilke segmenter burde være mest begejstrede for jeres seneste tiltag/tilbud og hvorfor?
- Hvilket segment vil I gerne have flere publikummer fra på jeres bibliotek og hvorfor? Ifølge tabel 1, hvad kunne så få det segment til at komme mere på biblioteket? Nævn tiltag/tilbud, der tidligere har henvendt sig til det segment.
- Peg på kendetegn hos det segment, I gerne vil have flere fra. Hvilke mulige ændringer vil gøre det mere sandsynligt, at flere fra det segment vil komme?
- Peg på to ting i jeres nuværende publikumsstrategi som I vil genoverveje som følge af undersøgelsen? Hvad vil I gøre anderledes?

Kilde: Applaus



Tænk tanken
Fremtidens
Biblioteker