

# **Biblioteksclubber**

## **Regionalt samarbejde**

Biblioteksledermøde

Fredag d. 4. juni 2010

---

# Projektgruppen

- Trine Lehmann, Glostrup
- Anne-Mette Kaare, Allerød
- Pauline Raff, Fredensborg
- Signe Langtved Pallisgaard, Gentofte

Konceptudvikling:

- 14 deltagende biblioteker

Konsulentbureau – Kontrabande (+ design)

# Forløb – forår 2010

Projektet bestod af følgende elementer:

- Konceptudvikling af hhv. et VIP-klubkoncept og et Familieklubkoncept
- Afholdelse af to workshops med fokus på idéudvikling
- Produktion af en klubmanual indeholdende konceptbeskrivelse, vejledninger og dertilhørende redskaber
- Produktion og professionelt design af skabeloner til begge koncepter til brug for alle der ønsker at implementere en klub
- Temadag i september 2010 for alle interesserede biblioteker

# Produkt

Hvordan ser produktet så ud?

- Manual
- Skabeloner
- Afrapportering

HVOR:

<http://www.gentoftecentralbibliotek.dk/4738>

Og på den nationale server – link kommer på

# Hvad får bibliotekerne ud af at etablere biblioteksklubber?

## VIP-Klubben

- Brugerne føler større tilknytning og loyalitet i forhold til biblioteket
- Biblioteket får mere aktive og bidragende brugere
- Biblioteket får mulighed for at udnytte medlemmernes ambassadørfunktion
- Biblioteket får en effektiv markedsføringskanal
- Biblioteket får mulighed for tættere tilknytning til lokale kulturinstitutioner, undervisningsinstitutioner og lign.
- Sikring af tilgang til bibliotekets arrangementer
- Biblioteket får mulighed for at udvikle mødestedsfunktionen

# Hvad får bibliotekerne ud af at etablere biblioteksklubber?

## Familieklubben

- Kontakt til og større tilgang i forhold til 30+forældre-gruppen
- Flere børn på biblioteket og mulighed for dyrkelse af deres loyalitet
- Mulighed for at få familierne til i yderligere grad at benytte biblioteket i hverdagene
- Nye samarbejdspartnere - Biblioteket får mulighed for tættere samarbejde og tilknytning til lokale kulturinstitutioner, daginstitutioner og lign.
- Generel tilgang til børne/familiearrangementer
- En samlet effekt markedsføringskanal
- Bibliotek får mulighed for at arbejde med ideen om børneambassadører

# Hvad får medlemmerne ud af det

## **VIP-klubben**

- Aktivt socialt netværk
- Personaliseret forhold til biblioteket
- Føler større medejerskab for biblioteket
- En række tilbudsfordele der ikke tidligere fandtes
- Brugere får flere gode oplevelser og inspiration

# Hvad får medlemmerne ud af det

## **Familieklubben**

- Børn og voksne får nogle gode oplevelser sammen
- Aktivt socialt netværk (børn møder børn)
- Tiltag der inddrager hele familien
- Personaliseret forhold til biblioteket
- Føler større medejerskab for biblioteket
- En række tilbudsfordele der ikke tidligere fandtes
- Bedre information og adgang til familieaktiviteterne

## 3/5 Hovedbudskaber

**Loyalitet**, at drage nytte af erfaringer omkring brugerinddragelse og ligeledes tanken om at medlemmerne er formidable fortalere (ambassadører).

**Frivillighed**, at engagere bibliotekernes brugere i en aktiv deltagelse i bibliotekets virksomhed.

**Publikumsudvikling**, handler ikke blot om at få solgt flere stole i salen, men i højere grad om at integrere kommunikation og arrangementsproduktion. Målet er at skabe langsigtede relationer til publikum og vække nysgerrighed. Publikum skal gerne vende tilbage, sprede budskabet og engagere sig. Klubaktiviteter er et muligt greb om denne udfordring.

## 2/5 Hovedbudskaber

### Strategi for arrangementsvirksomhed,

klubberne er et muligt strategisk greb om bibliotekernes arrangementsvirksomhed. Implicit i klubarbejdet ligger en koordination af bibliotekets samlede arrangementsvirksomhed i en række gennemtænkte og klart profilerede kanaler.

### Effektivisering af markedsførings-

**kanaler,** klubarbejdet er en måde at samle bibliotekets mange forskellige tilbud og gøre dem relevante for en stor mængde brugere gennem én effektiv markedsføringskanal.

# Hvad nu?

---

Online

+

Workshopdag i BIB\*lab-regi:

Den 2. september 2010