

BAKGRUND

Biblioteken i Blekinge, Kalmar och Kronobergs län har sedan början av 1990-talet haft ett nära samarbete genom erfarenhetsutbyte och gemensamma utbildningsinsatser. Sedan 2007 har detta arbete intensifierats ytterligare genom att Länsbibliotek Sydost och Regionbiblioteket i Kalmar län har ett politiskt uppdrag som fastslår ökad samverkan. Inför de kommande regionförstoringarna anses biblioteken på såväl kommunal som regional nivå vara väl rustade. Samtidigt har det identifierats ett behov av att ytterligare fördjupa samhörigheten.

Biblioteken i regionen är föregångare när det gäller nationell lärmiljöutveckling med tekniskt utrustade bibliotek. Man har sett över infrastrukturen vad gäller tillgången till datorer, databaser, Internet och distansundervisning i biblioteksmiljön. De tre regionerna har ett väl utvecklat mediesamarbete med fria lån och transporter av medier – en överlevnadsfråga för landsbygden. Samsökningsportalen Bibliotek24 används av personalen som ett arbetsredskap och ger även allmänheten i länen möjlighet att enkelt beställa efterfrågade titlar. Ett utbyggt bredband är också en framgångsfaktor för tillväxten i regionerna.

Totalt genomförs i snitt tio arrangemang per dag på biblioteken i regionen. De är i högsta grad en mötesplats och öppen arena för samtal. Dessvärre visar statistiken att vissa grupper är underrepresenterade i att nyttja biblioteket som mötesplats. Unga män har i princip helt missat bibliotekens potential som en arena för lärande, utveckling och upplevelser. Bara ett av fyra barn känner sig bemött med respekt på bibliotek och fritidsgårdar (Barnombudsmannen). Det finns en skillnad mellan frekvensen på hög- och lågutbildades besök på biblioteken (SOM-institutet). Blekinge, Kalmar och Kronoberg län är underrepresenterade när det gäller eftergymnasial utbildningsnivå sett till riksgenomsnittet (Kompetensutveckling Sydost). Bilden av biblioteket som informell kunskapsarena är tämligen otydlig. Fortfarande dominerar utlåningssiffror och bokbestånd bilden av biblioteket. Vi befinner oss i en tid då antalen unga i befolkningen minskar, samtidigt som de äldre och andelen med en annan etnisk bakgrund än skandinavisk ökar, något som även stämmer på våra tre län (Pors & Moring).

Vi står mitt i en samhällelig och teknisk omdaning. Bredbandstillgången må vara god så väl i tätorten som på landsbygden i Kalmar, Kronoberg och Blekinge, dessvärre är kunskapen om datorn som ett centralt verktyg när det gäller samhällsinformation, lärande och personlig utveckling liten. Därför gör regionen nu en satsning på att motverka den digitala klyftan med den kompetens och miljö biblioteken erbjuder.

Biblioteken verkar i ett konkurrensutsatt sammanhang och det är viktigare nu än någonsin att nå ut med de unika erbjudanden och tjänster som biblioteken har. Utlåningen har gått ner vilket beror på att böcker är relativt billiga att köpa, det har de senaste åren skett en nedläggning av filialer och människor lägger mer tid på konsumtion av andra mediekanaler så som TV och Internet (SOM-institutet). Kampen om att visa bibliotekens aktualitet för barn och andra prioriterade målgrupper är därför viktig. Framförallt handlar det om bibliotekens synlighet i kunskaps- och informationssamhället. Genom att kraftsamla alla biblioteksenheter tror vi att vi tillsammans kan kommunicera bilden av biblioteken som en demokratisk arena för alla.

SYFTE

Skapa bilden av biblioteket som ett kreativt nav för upplevelser, kunskap och information i lokalsamhället och som en demokratisk arena för alla.

MÅL

- Skapa ett gemensamt varumärke för samtliga bibliotek i Kalmar, Kronobergs och Blekinge län.
- Öka intresset för bibliotekens tjänster och service hos allmänheten.
- Öka beredskapen och kompetensen för extern marknadskommunikation hos all bibliotekspersonal i tre län.
- Skapa ett pilotsamarbete mellan biblioteken i tre län som är av nationellt intresse. Projektet ska tjäna som förebild för andra regionsamarbeten.

PROJEKTGENOMFÖRANDE

- Samverkan i hela projektet med en kommunikationsbyrå som har upphandlats enligt lagen om offentlig upphandling. Kommunikationsbyråns professionella arbete är en förutsättning för de långsiktiga effekterna.
- Dialogseminarier - utbildning av all bibliotekspersonal i extern marknadskommunikation och utvecklingsarbete. Stor vikt läggs vid att nå all bibliotekspersonal för att projektet ska genomsyra alla biblioteksorganisationer och få en bred förankring. Dialogseminarier genomförs en gång om året i projektet.
- Arbete med bibliotekens värdegrund i hela biblioteksorganisationen. Bibliotekens lokala värdegrunder kommer att ligga till grund för en gemensam värdegrund.
- Arbete med målgrupps- och behovsanalyser i hela biblioteksorganisationen. Utifrån en arbetsmodell arbetar biblioteken med målgrupps- och behovsanalys. Arbetet kommer att ligga till grund för det vidare arbetet med klustergruppernas kampanjer.
- Genomförandet av en övergripande extern kampanj för att etablera det gemensamma varumärket. Det här är inledningen till det utåtriktade kampanjarbetet och syftar till att ge biblioteken en gemensam grund att utgå från för den fortsatta marknadskommunikationen.
- Etablering av sex samarbetskluster som arbetar med planeringen av kampanjgenomförande. Kluster bildas utifrån de lokala prioriteringar som görs på biblioteken utifrån resultatet av målgrupps- och behovsanalyser.
- Resultatet från dialogseminarierna följs upp och implementeras i de sex samarbetsklusternas arbete.
- Genomförandet av sex externa klusterkampanjer med fokus på specifika målgrupper. Tillsammans med kommunikationsbyrån planeras och genomförs kampanjerna. Kampanjer som kan användas av alla deltagande bibliotek.
- Dokumentation och spridning av det löpande arbetet genom en webbplats, sociala medier, seminarier och nationell konferens. Projektet vill vara synligt på olika ställen och på olika sätt.
- Koppling till utbildningsprogrammet Kombib.eu som Länsbibliotek Sydost och Regionbibliotek Kalmar driver med 2,3 miljoner i finansiering från EU:s sociala fond. I Kombib.eu utbildas utvecklingsledare inom bland annat kommunikationsplanering, personer som ska driva utvecklingsfrågor på det lokala biblioteket.

MÅLGRUPPER OCH KLUSTERBILDNING

Som ett steg i projektet ingår det att identifiera målgrupper utifrån politiska mål, verksamhetsplaner och befintlig statistik. Varje bibliotek ska i det arbetet välja ut ett par målgrupper som ska omfattas av kampanjerna i Futurum.kom. Detta arbete kommer att speglas i de klustersamarbeten som är en central del i projektet.

Kluster bildas av bibliotek med samma prioriteringar. Arbetsgruppen inom ett kluster arbetar med ett övergripande tema som riktar sig till en målgrupp och som mynnar ut i en extern kampanj. Projektet omfattas av sex bibliotekskluster med arbetsgrupper som fokuserar på olika teman och målgrupper. Varje producerad kampanj kommer att spridas i alla tre län.

Nedan följer exempel på kluster och målgrupper som redan idag är prioriterade av biblioteken och regionerna. Vi vill dock inte låsa oss vid samtliga kategorier eftersom det ingår i arbetsmodellen för projektet att biblioteken tillsammans med kommunikationsbyrån enas kring inriktning.

Klusterexempel

Målgruppsexempel

INFLYTTNING

Nyinflyttade hushåll med barn
Nyinflyttade med begränsade språkkunskaper

LANDSBYGD och TÄTORT

Småbarnsföräldrar
Pendlare
Unga vuxna

DIGITALA ANVÄNDARE

Digitalt inkluderade
Digitalt exkluderade

Ett kluster bildas av personal från åtta bibliotek som till exempel vill arbeta med temat *Inflyttning*. Klustret arbetar sedan mot *en* specifik målgrupp exempelvis *Nyinflyttade med begränsade språkkunskaper*. En extern kampanj skapas utifrån tema och målgrupp i samarbete med kommunikationsbyrån. Tilltal, kanal för kampanj och aktiviteter skapas utifrån varje specifik målgrupp. Samtliga bibliotek ska ingå i minst en av de sex klustergrupperna. Även bibliotek som inte ingår i en specifik klustergrupp har möjlighet att ta del av de kampanjer som genomförs.

Effekter för målgrupper

- Biblioteken upplevs som mer tillgängliga
- Biblioteken uppfattas som en resurs i den personliga utvecklingen
- Biblioteken ses som en arena för den lokala kulturen
- Biblioteken ses som en arena som arbetar med det formella och informella lärandet

Delaktighet och möjlighet till eget skapande för målgrupperna

Futurum.kom vill ta fasta på den potential som finns i bibliotekens verksamhet och lyfta fram den som en arena där alla får chans att säga vad de vill, där det lustfyllda lärandet, upplevelser genom möten, läsning eller eget skapande står i centrum.

Projektplan FUTURUM.KOM

Futurum.com har som målsättning att genom extern marknadskommunikation visa på de möjligheter som redan finns idag till eget skapande och delaktighet på biblioteken. Oavsett om det handlar om grundläggande datorkurser för bosniska flyktingar (Kalmar), språkcaféer (Lessebo, Kalmar, Högsby m.fl.), kollektiv cykelverkstad (Emmaboda), korsordscaféer (Borgholm, Alvesta), utbyte via sociala medier (Vimmerby), sång & saga (Karlskrona) eller företagservice (Växjö) så vill Futurum.com visa på den kraft och utrymme som finns på biblioteken idag för möten över generations-, ålders- och kulturgränser.

Involvering i själva projektet kommer att ske genom informationsinsamling av målgruppernas behov genom exempelvis fokusgrupper, enkäter och befintlig statistik. Kampanjerna kommer att vara så kallade flerkanalskampanjer. Det är därmed troligt att det kommer att finnas en viss nivå av interaktivitet även vid kampanjtillfällena.

SAMARBETSPARTNERS

- Samtliga folkbibliotek i Kalmar, Kronobergs och Blekinge län
- Länsbibliotek Sydost
- Regionbibliotek Kalmar
- Kommunikationsbyrå
- Informationsansvarig och informatör på Regionförbundet i Kalmar län
- Organisationer och föreningar som representerar målgrupperna
- Extern utvärderare från universitet/högskola

Projektet kommer att utveckla det befintliga samarbetet som finns mellan Länsbibliotek Sydost och Regionbibliotek Kalmar. Nytt och än viktigare är att folkbiblioteken i de tre länen kommer att bilda samarbetskluster utifrån kompetens och prioriteringar oavsett geografisk placering. Detta kommer att effektivisera den kollektiva biblioteksverksamheten och öka kontaktytorna mellan bibliotekspersonalen. För att säkerställa den professionella nivån och kvalitetssäkra projektet kommer en extern kommunikationsbyrå och informationsavdelningen på Regionförbundet involveras i arbetet. De kampanjer som ska genomföras i projektet är avhängiga av att det etableras olika typer av samarbeten med målgrupperna för att de ska få bäst effekt. Projektägaren kommer att knyta en extern utvärderare till sig i utvärderingsarbetet vilket är viktigt för möjligheterna till att slutsatser och resultat från projektet. Önskvärt är en aktör från biblioteks- och informationsvetenskapen för att skapa verksamhetsanknuten forskning.

INTEGRATION I LÖPANDE VERKSAMHET

Samtliga folkbibliotek i de tre länen har undertecknat avsiktsförklaringar som garanterar medfinansiering under tre år. Detta bör även ses som en stark indikation på viljan till långsiktigt samarbete. Det gör också dialogseminarierna och målgrupps- och värdegrundsarbetet. Genom att etablera en projektorganisation där samtlig bibliotekspersonal på folkbiblioteken ska involveras ser vi detta som ett sätt att redan under projektperioden skapa en på sikt hållbar organisation för regional bibliotekssamverkan. Målet för projektet är att stärka bilden av bibliotekens verksamhet men för att nå dit krävs ett internt förändringsarbete som sker med initiativ från de lokala biblioteken, vilket kommer att ske.

Parallellt med Futurum.com kommer det att utbildas utvecklingsledare bland bibliotekspersonalen på samtliga bibliotek i de tre län inom det EU-finansierade projektet Kombib.eu. Samtidigt kommer alla bibliotekschefer att gå en ledarskapsutbildning. Utvecklingsledarna och bibliotekscheferna kommer aktivt att prioritera marknadskommunikation inom den egna verksamheten. Länsbibliotek

Projektplan FUTURUM.KOM

Sydost och Regionbibliotek Kalmar kommer aktivt att understödja och samordna de nätverk och de arbetsmodeller som tas fram inom projektet även på lång sikt.

POTENTIELLA HINDER FÖR ATT NÅ PROJEKTMÅL

Hinder	Undanröjning
Oenighet kring det gemensamma varumärket och klusterbildningar	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogseminarier • Uppföljning på dialogseminarier • Samverkan på chefsnivå • Lokalt arbete och förankring • Kommunikationsbyrå
Otydliga kampanjer med fel tilltal	<ul style="list-style-type: none"> • Upphandling av kommunikationsbyrå • Processarbete för att ta fram behovs- och målgruppsanalyser • Utbildning i marknadskommunikation
Att biblioteken med personal inte involveras	<ul style="list-style-type: none"> • Avsiktsförklaring från samtliga bibliotek • Dialogseminarier för all bibliotekspersonal • Tydlig organisations- och kommunikationsstruktur med olika arbetsgrupper • En öppen projektplats på webben
Liten spridning av projekterfarenheter på nationell nivå	<ul style="list-style-type: none"> • Extern utvärderare • Möjlighet att följa projektet kontinuerligt via webben • Månatligt nyhetsbrev • Aktiv informationsspridning av projektledaren • Nationell konferens

UTVÄRDERING OCH SPRIDNING AV PROJEKT

Projektet kommer att process- och slutvärderas i samverkan med universitet eller högskola. Vissa utvärderingsinsatser ryms inom nuvarande budgetkalkyl. Ytterligare medel för utvärdering kommer att sökas från Kulturrådets forskningsanslag.

Utvärderingsinsatser:

Mål: Skapa ett gemensamt varumärke för samtliga bibliotek i Kalmar, Kronobergs och Blekinge län

- Igenkänning av grafisk profil
- Genomslag av kampanjerna
- Urvalsmätningar på biblioteken
- Mediebevakning

Mål: Öka intresset för bibliotekens tjänster och service hos allmänheten genom fokuserat arbete mot specifika målgrupper

- Besöksstatistik
- Nyregistrerade låntagare
- Enkäter till målgrupperna
- Fokusintervjuer och storytelling

Mål: Öka beredskapen och kompetensen för extern marknadskommunikation hos all bibliotekspersonal i tre län

- Djupintervjuer och enkäter
- Antal medverkande på dialogseminarier
- Loggböcker

Mål: Skapa ett pilotsamarbete mellan biblioteken i tre län som kan tjäna som förebild för andra regionsarbeten och som är av nationellt intresse

- Besöksstatistik på spridningssajt på nätet
- Antal followers och nedladdningar av information
- Antal texter och artiklar om projektet på nätet
- Antal inbjudningar till konferenser och möten
- Antal artiklar i fackpress
- Antal beställningar av slutrapport

Spridning av projektet kommer att ske via kontinuerligt via webben, sociala medier, artiklar i facktidskrift, seminarier och nationell konferens. Projektrapporten kommer att göras tillgänglig via webben.

TIDPLAN OCH PROJEKTINNEHÅLL

Våren 2010:

- Samarbete med kommunikationsbyrå inleds.
- Dialogseminarier hålls med samtlig personal kring kommunikationsplanering och utvecklingsarbete.
- Gemensam värdegrund och logga tas fram.
- Identifiering av målgrupper och deras behov inleds.
- Klusterbildning påbörjas.
- Samarbete med utvärderingsaktör inleds.

Hösten 2010:

- Utifrån den gemensamma kommunikationsplanen genomförs den inledande övergripande kampanjen.
- Klustergrupperna påbörjar sitt arbete.
- Processutvärdering påbörjas.

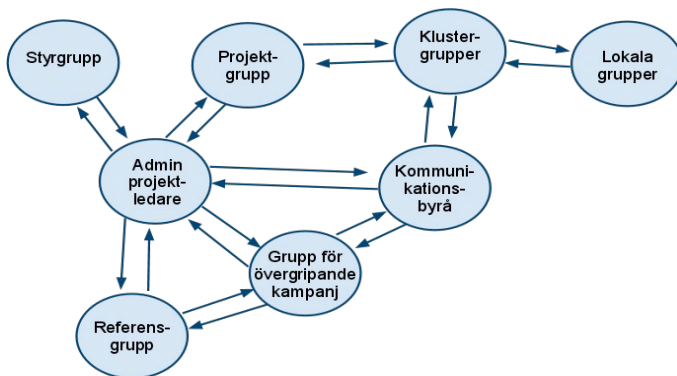
2011:

- Klustergrupperna fortsätter sitt arbete.
- Sex klusterkampanjer genomförs.
- Spridning av resultat genom blogg, webbplatser och seminarier.
- Processutvärdering avslutas.

2012:

- Fortsatta insatser beträffande klusterkampanjer, aktiviteter mot målgrupper samt utvecklingsarbete.
- Spridning av resultat genom blogg, webbplatser och nationell konferens.
- Förberedelse för fortsatta ordinarie insatser efter projektet.
- Summativ utvärdering och slutrapport färdigställs.
- Projektet avrapporteras.

PROJEKTORGANISATION



Som uppdragsgivare finns en styrgrupp med representanter för läns- och regionbibliotek och folkbiblioteken. Styrgruppen leds av Länsbibliotek Sydost.

Projektet leds av en administrativ projektledare från Regionbibliotek Kalmar.

Kommunikationsbyråns projektledare leder dialogseminarier för samtlig bibliotekspersonal, arbetar med värdegrunder, varumärke och grafisk profil samt planerar och genomför utåtriktade kampanjer

i samarbete med klustergrupperna.

En grupp bildas från folkbiblioteken för att tillsammans med kommunikationsföretaget planera den inledande och övergripande kampanjen utifrån värdegrundsanalyser.

Sex klustergrupper bildas från folkbiblioteken för att tillsammans med kommunikationsföretaget planera kampanjer för utåtriktad marknadskommunikation utifrån målgrupps- och behovsanalyser.

På varje bibliotek utses en lokal arbetsgrupp som är ett stöd för den/de som ingår i klustergrupp.

Projektgruppen består av personal på läns- och regionbiblioteken och har till uppgift att stödja projektets och klustergruppernas arbete.

Referensgruppen består av bibliotekscheferna. Gruppen är rådgivande och arbetar med förankring av projektet inom egen organisationen och kommun.

BUDGET (tkr)

INTÄKTER	2010	2011	2012	Totalt
25 folkbibliotek*	330.0	330.0	330.0	990.0
Länsbibliotek Sydost	140.0	35.0	35.0	210.0
Regionbibliotek Kalmar	140.0	35.0	35.0	210.0
Kulturrådet	201.0	436.0	436.0	1073.0
TOTALT	811.0	836.0	836.0	2483.0

UTGIFTER	2010	2011	2012	Totalt
Kommunikationsbyrå**	595.0	450.0	450.0	1495.0
Projektledare, 0.5 tjänst	161.0	276.0	276.0	713.0
OH-kostnad	10.0	20.0	20.0	50.0
Resor & logi	25.0	40.0	40.0	105.0
Utvärdering***	20.0	50.0	50.0	120.0
TOTALT	811.0	836.0	836.0	2483.0

* Kommunerna har inlämnat avsiktsförklaringar där de förbinder sig finansiering.

** Kommunikationsbyrå: värdegrund, grafisk profil, dialogseminarier, kampanjenomförande, sex klusterkampanjer.

*** Ytterligare finansiering av utvärderingsinsatser kommer att sökas av utvärderingsaktören.

Länsbibliotek Sydost och Regionbiblioteket i Kalmar kommer att lägga 1.0 tjänst i projektet. De 25 folkbiblioteken kommer att lägga 5 h/vecka och bibliotek i projektet.