

HØRINGSSVAR - FOKUSERET DIGITALT BIBLIOTEKESTILBUD

Fra Team eReolen, ITK Aarhus¹

Høringssvaret indeholder Team eReolens kommentarer til tre af de anbefalinger som IAB/Implement lister som forudsætninger for at lykkes med de tre målbilleder samt anbefalingen til brugeroplevelsen. Det handler om 1) Det samlede værditilbud i koncept 1 vedr. brugeroplevelsen og oplæg til web- og app-løsning samt anbefalingerne vedrørende 2) Fælles Brand og design 3) Lokalt indhold indenfor fælles ramme, og 4) Agilt mindset.

1. Det samlede værditilbud med udgangspunkt i koncept 1 - Brugeroplevelsen på hjemmeside og i apps

Resume: Team eReolen er enige i, at det kan være en fordel at samle bibliotekernes digitale tilbud i en integreret web-løsning med tre opdelte undertjenester og samtidig tilgodese specifikke brugsscenerier i særskilte apps.

Konsulentfirmaet anbefaler, at folkebibliotekernes digitale tilbud i fremtiden skal opleves som ét samlet værditilbud med ét tydeligt fælles brand udformet på baggrund af brugernes kernebehov for effektivitet. Koncept 1 indebærer: "Folkebibliotekernes digitale tilbud skal i fremtiden tilgås gennem ét fælles CMS og tre opdelte undertjenester med fokus på forbrug" (s. 6, 53-65).



Fælles web og tre undertjenester samt 3 dedikerede apps

Team eReolen ser en styrke i, at bibliotekernes digitale tilbud samles med en fælles **CMS-indgang** til folkebibliotekerne med eReolens webside som integreret undertjeneste. Det vil give dels en større redaktionel sammenhæng mellem bibliotekernes tilbud, mere gnidningsfri mulighed for deling af information og formidling med fx tags på tværs af indhold samt en højere grad af visuel ensartethed. Dels et bedre overblik set fra brugernes perspektiv med overskuelighed, relevante informationer og mulighed for informationssøgning på tværs af tilbud og materialer. Det er for os at se afgørende, at undersiden tydeligt samler sig om de digitale materialer, hvor fx søgning adskilles fra de øvrige formater, så det ikke gøres sværere for borgerne at fokusere søgninger specifikt for fx de digitale bøger.

For effektivt at understøtte brugernes behov enkelt og overskueligt er det ligeledes helt væsentligt at tilgodese **dedikerede apps**, som inspirerer og opmuntrer til browsing og søgning inden for de særlige forhold, interesser og brugsmønstre, der gælder specifikt for brugssituationer for digital læsning og lytning – og at der her er mulighed for et eksplorativt inspirationsunivers et vigtigt element.

Der er stor forskel på brugernes navigationsoverblik i apps og på hjemmesider. eReolen er derfor meget enig med konsulentbureauet i, at en fælles hjemmesideløsning skal være til **det store overblik**, med mulighed for navigation mellem undersider og synlige facetter og filtre. Dette i modsætning til apps, der med det mere **begrænsede navigationsoverblik** stiller krav til enkle og ekstremt overskuelige betjeningsmuligheder og skal fokusere på specifikke brugssituationer.

¹ eReolen blev etableret i 2011 og udvikling og drift af tjenesten har siden været varetaget af teamet i ITK Aarhus, siden 2021 som del af DDF

2. Fælles brand og design

Resume: Vi foreslår at kombinere brandet Biblioteket med subbrandet eReolen. Brandet Biblioteket er et stærkt brand og i kombination med subbrandet eReolen, der er kendt af ca. halvdelen af befolkningen vil det digitale tilbud med ebøger og lydbøger have et solidt ståsted i forhold til brugerne og i forhold til at skabe synergi og interesse for andre bibliotekstilbud.

Implement/IIAB anbefaler "ét samlet værditilbud med ét tydeligt fælles brand" og trækker DR frem som model, der skaber synergi mellem tjenesterne, ved at brande sig under ét samlet brand med klare subbrands afhængig af produkt og brugsmønstre. (s. 5-6)

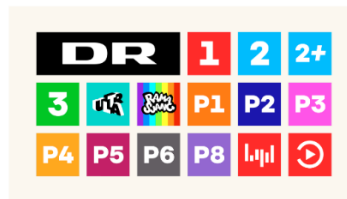
Biblioteket og brandet eReolen

Biblioteket er et stærkt og kendt brand, og det er væsentligt at skabe synergi på tværs af bibliotekets tilbud og dermed søge at udvide brugen af folkebibliotekets digitale tilbud.

Samtidig har brandet eReolen med den høje kendskabsgrad på 45% og en anvendelse på 16% af den danske befolkning (KANTAR-Gallup 2022), svarende til mere end 700.000 brugere samt det positive omdømme stor værdi for bibliotekerne. Der er klare fordele ved at bibeholde brandet for den del af bibliotekernes tjenester, der handler om streamingtjenesten med ebøger og lydbøger. 85% af bibliotekerne er meget tilfredse med eReolen iflg. DDF's tilfredshedsundersøgelse 2022. Et brand som eReolen er ikke noget, der er let eller billigt at oparbejde. Det tager år at etablere. Til gengæld koster brandet eReolen ikke væsentligt at vedligeholde med det niveau for kendskab, som er etableret. Ifølge den nyligt gennemførte analyse af rådgivningsvirksomheden Seismonaut: *Den digitale medieudvikling og bibliotekernes rolle* (SLKS-projekt 2022-23), har eReolen netop en meget tydelig biblioteksprofil, der er meget værdsat af både forlag, forfattere og brugere. I app-store rates appen eReolen til 4,6 stjerner, hvilket matcher kvaliteten af andre bogstreamingtilbud i Danmark. Dette kan bidrage til at underbygge fortællingen om Biblioteket og brandet Biblioteket.

Vi vil derfor foreslå, at det fremtidige brand organiseres som foreslået med DR som forbillede, så det består af ét brand med subbrands som fx DR Ultra, DR Lyd, DR Ramasjang, hvor subbrands giver tjenesterne en tydelig identitet. For bibliotekerne kunne det overordnede brand være BIBLIOTEKET, og dermed overalt markere tjenester som del af bibliotekernes fælles tilbud. Det kunne fx se sådan ud:

- BIBLIOTEKET – eReolen
- BIBLIOTEKET – eReolen Go
- BIBLIOTEKET – Silkeborg
- BIBLIOTEKET – Esbjerg



3. Lokalt indhold indenfor fælles ramme - National redaktion

Resume: Team eReolens redaktion har i vid udstrækning organisation, erfaring, viden og kompetencer, der kan anvendes i etablering af en central redaktion. I forhold til den eksisterende redaktion er der dog tale om et udvidet opgavefelt, hvis målet er central redaktion også af lokale hjemmesider omfattende alle medier og formater som fx fysiske bøger og film.

Anbefalingen fra konsulentfirmaet er at organisere det redaktionelle arbejde i relation til de brugerrettede tilbud som en "central redaktion med et samarbejdende ansvar på tværs af kommuner". "Det Digitale Folkebiblioteks centrale redaktion skal sætte rammerne for, hvordan samt hvilket indhold der prioriteres og formidles for at sikre sammenhæng på tværs." Selve produktionen kan varetages af eksterne fx kommunale medarbejdere for at drage nytte af kommunale ressourcer. (s. 12, 70, 76)

Team eReolens redaktion producerer formidling af digital litteratur til eReolens og eReolen Go's formater på web og i apps, til SoMe, nyhedsbreve, læse- og lytteklubber, podcasts mv., og artikler fra redaktionen er via BPI allerede tilgængelige for de lokale biblioteker. Redaktionen kan her og nu bidrage til en national redaktion med formidling om digitale bøger til forskellige kanaler fra den løbende formidling om ebøger, lydbøger og podcasts. Det samme gælder de landsdækkende koncepter, der lanceres fra eReolen og eReolen Go samt webinarer og kampagner og materialer rettet mod bibliotekernes aktiviteter, festivaler og messer mv. eReolen kan bidrage som en integreret del af en national redaktion og til sammenhængen i den redaktionelle linje mellem de forskellige indholdsleverandører til hjemmesider og apps.

Formidling af fysiske bøger på lokale biblioteker rummer mange andre opgaver end formidlingen om de digitale bøger. Det kan handle om andre bøger end de digitale, om aktuelle og meget omtalte bøger, bestsellere, bøger i bibliotekers udstillinger og i de lokale bibliotekers samlinger og om, hvad de har til rådighed, og hvad de vælger at indkøbe. Samlingerne, der skal formidles, vil være forskellige, og de adskiller sig fra de bøger, der på et givet tidspunkt er tilgængelige på eReolen. Brugssituationer er forskellige og omtale af lydbøger vil fx typisk også indeholde kommentarer til oplæsning mv. Desuden stiller formidling på lokale hjemmesider andre krav, formidling om film kræver andre kompetencer osv.

Det er en særlig opgave at etablere netværk og afklare form og indhold samt logistik for fysiske bøger og andre medier – hvis oplægget til national redaktion skal forstås sådan, at disse er omfattet. Det vil kræve ekstra ressourcer i en national redaktion. Det er væsentligt ikke at undervurdere, at lokal produktion vil kræve en stærk central styring og koordination for at kunne levere en standard, som vi, som biblioteker, kan stå inde for. Erfaring fra lokale bibliotekers deltagelse i eReolens redaktion er, at det kræver megen styring og koordination, planlagt opgavefordeling og aftalte deadlines, årshjul og aftalte temaer hen over året. Det kræver ressourcer centralt at organisere det, og det er også vigtigt, at der stilles præcise krav til deltagere i den lokale/decentrale organisering.

Team eReolen vil gerne bidrage til afklaringer og forslag til konkrete scenarier og løsninger.

Desuden har BPI har ikke den funktionalitet, der er behov for, hvis der skal sættes på et effektivt værktøj til deling af redaktionelt stof i en national redaktion. Udvikling af en ny udgave af BPI er et udviklingsprojekt, som eReolens redaktion vil kunne bidrage til. Det vil kræve ressourcer i projektregi.

4. Agilt mindset

Resume: Team eReolen bakker op om den agile tankegang, men ser det som en forudsætning, at de "dedikerede teams" består af både IT- og formidlingsmæssige kompetencer.

Konsulentfirmaerne anbefaler agile kompetencer "for at sikre kort tid fra bruger- og forretningsbehov til løsning" (s. 10). eReolen bakker op om denne anbefaling. eReolen bakker endvidere op om idéen om, at udvikling sker gennem dedikerede teams – dog med følgende forbehold:

Team eReolen arbejder allerede i dag i udstrakt grad agilt, og den agile tilgang har været grundlaget for udviklingen af eReolen hidtil. I relation til videreudviklingen af en app til streaming af digitale materialer og på baggrund af vores erfaringer ser vi det som et afgørende parameter for evnen til at handle agilt, at flere forskellige fagligheder er samlet ét sted, dvs. at forskellige kompetencer er "dedikeret" til samme produkt.

Til eksempel arbejder Team eReolen i dag som dedikeret team med stor indsigt i såvel IT som biblioteksfaglige behov, brugerbehov, UX, formidling og kommunikation. Det betyder, at vi er tæt på

brugerne og derfor i stand til at reagere hurtigt på både fejl og ønsker og at kvalificere udviklingen på tværs, fx i forbindelse med større udviklingsopgaver som adgangsplatformen eller det nye børneunivers.

På det digitale område, hvor brugerne har særlige forventninger til løbende og hurtig udvikling, er der med andre ord en tæt forbindelse mellem tekniske løsninger, formidling og brugeroplevelsen. Det kræver tæt kontakt til brugerne samt stor gensidig forståelse i teamet, og dette opnås i vores optik bedst, hvis kompetencerne er samlet i ét team.

På vegne af

Team eReolen, ITK

Kultur og Borgerservice, Aarhus Kommune

Susanne Iversen, Afdelingsleder ITK, Team eReolen

Bo Fristed, Chef for ITK og ansvarlig for samarbejdsaftalen mellem Team eReolen og DDF