

The background is a collage of various papers and sticky notes. A large sheet of lined paper is at the top. A pen holder with colorful markers is in the top right. A photograph of a butterfly is in the center. The main title is in blue and black text.

# Slip brugerne løs på biblioteket Kogebog til brugerinddragelse

Borgerservice og Biblioteker  
Hovedbiblioteket, Århus

**Slip brugerne løs  
på biblioteket**  
**Kogebog til  
brugerinddragelse**



Slip brugerne løs på biblioteket  
Køgebog til brugerinddragelse  
© Slip brugerne løs, Borgerservice og Biblioteker,  
Hovedbiblioteket, Århus 2009  
1. udgave, 1. oplag

Udarbejdet af  
Fra Hovedbiblioteket Århus:  
Margit Fischer  
Pauline Kern-Jespersen  
David Gråbæk  
Jannik Mulvad

Projektejer  
Charlotte Stoltenberg

Porteføljekonsulent  
Sidsel Bech-Petersen

Eksterne samarbejdspartnere:  
Anne-Marie Christensen, Etnovator  
Astrid Søndergaard, NFB1

Mere information om projekt Slip brugerne løs:  
<http://www.aakb.dk/brugerne>  
eller kontakt projektleder  
Jannik Mulvad, [jmu@aarhus.dk](mailto:jmu@aarhus.dk)

Layout  
Thomas Kallmoes Vestergaard,  
ITK Kommunikation, Århus Kommune

Tryk: Århus Kommunes Kopicenter

Projekt støttet af Styrelsen for Bibliotek og Medier samt  
Bill & Melinda Gates Foundation, Access to Learning

## Forord 5

### Planlægning 7

- Processpiralen 9
- Grounding / forankring af processen 10
- Exploration / afdække og forberede 11
- Design / valg af metode og planlægning 12
- At stille de rigtige spørgsmål 13
- Manifestation / udførelsen af brugerinddragelsen 15
- Evolution / evaluering og implementering 16

### Metoderne 19

- "De nemme og klassiske" 21
  - Tavler 21
  - Ris & Ros 21
  - Afstemning 22
- "De hurtige interviews" 23
  - Touch point-interviews 23
  - Opsøgende ikke-bruger interviews 25
- "Den undersøgende – hjemme hos brugeren" 27
  - Cultural Probes 27
- "De skabende" 30
  - Insitu workshop 30
  - Workshops 32
  - Village Square 38
  - World Café 44
- "De systematiske" 50
  - Outcome-driven innovation 50
  - Spørgeskemaundersøgelse 52
- "Den fiktive" 56
  - Personas 56

### Litteraturliste 61

# Forord

Brugerinddragelse ses som løsningen på en lang række aktuelle og fremtidige udfordringer i samfundet. Men hvad er det egentligt, og hvordan kommer du i gang? Projekt Slip brugerne løs har afprøvet en række metoder til at inddrage brugerne. Dem præsenterer vi i denne kagebog. Vores ønske er, at metoderne i kagebogen vil være anvendelige for så mange som muligt.

Kagebogen indledes således, at de basisredskaber, som I bør starte jeres brugerinddragelsesforløb med, kommer først. De omhandler en basal strukturering af arbejdet.

Efterfølgende kommer selve metoderne. Vi har inddelt dem i grupper efter type og placeret grupperne i stigende sværhedsgrad. Som i andre kagebøger er det naturligvis muligt at blande ingredienserne, eksperimentere og finde variationer, som passer til jeres formål eller smag.

Hovedformålet med kagebogen er at beskrive metoder. Kagebogen omfatter derfor hverken behandling af de data, der er kommet ind under projektet Slip brugerne løs via afprøvningen af de forskellige metoder eller implementering af resultater fra disse.

Flere andre projekter har beskæftiget sig med brugerinddragelse i bibliotekerne og i kulturens verden. Kulturministeriet udgav i efteråret 2008 en rapport: Reach Out! med inspiration til, hvordan man kan inddrage brugerne i kulturinstitutioner. I bibliotekernes verden har projektet "Brugerdrevet innovation som udviklingskraft" udgivet en strategi, en handlingsplan og et website: brugbrugerne.dk, hvor der også kan findes idéer til, hvordan man kommer i gang med brugerdrevet innovation. Formålet med det projekt var at give overblik over

feltet og trække gode cases fra bibliotekerne frem. At flere projekter samtidig arbejder med brugerinddragelse er ingen tilfældighed. Faldende besøgs- og udlånstal er en motivationsfaktor for bibliotekerne til at indlede samarbejde med brugerne. En anden væsentlig faktor falder i tråd med 2.0 begrebet, som blæser ind over os. En struktureret forståelse og stillingtagen til metoder til brugerinddragelse er endnu et redskab i bibliotekernes værktøjskasse, til ikke bare at følge med tiden, men også være med til at vise vejen.

Brugerinddragelse er ikke det samme som at sige, at vi lader brugerne bestemme. Det er heller ikke det samme som at spørge brugerne, hvad de gerne vil have – for ofte har brugerne ikke en klar forestilling om, hvad de vil have. Mange tidligere brugerundersøgelser i bibliotekerne giver svar og ideer, som bibliotekerne selv har haft i årevis. Det skyldes ofte, at vi har stillet de forkerte spørgsmål til brugerne, eller ikke stillet dem til de rigtige – altså haft forkert fokus, eller at vi ikke har haft de rigtige metoder.

Brugerinddragelse handler derfor om at bruge en række velafprøvede metoder til at afdække brugernes behov og til at forstå deres brug af biblioteket. Det er også vigtigt at understrege, at brugerinddragelsesprocesser ofte er et led i større sammenhænge, hvor der indsamles mange og forskellige oplysninger for i sidste ende at kunne stykke vores viden sammen, så vi har det bedst mulige grundlag at træffe beslutninger ud fra.

Rigtig god fornøjelse  
Jannik Mulvad, projektleder  
Slip brugerne løs



# Planlægning

## Afklar jeres formål med brugerinddragelsen

Inden I kaster jer ud i brugerinddragelse på jeres bibliotek, skal I bruge den tid, det tager at forberede jer ordentligt. Den tid, I bruger i de indledende faser, inden I kommer så langt som til at tænke på metoder, vil hjælpe jer langt ind i det videre forløb. Erfaring har vist os, at det kan virke unødvendigt at ofre "så" meget tid på den del af processen, men afsæt alligevel gerne to hele dage til denne fase.

Det er jer, der sætter rammerne for brugernes inddragelse. I skal blive helt afklarede omkring, hvad I vil inddrage jeres brugere i, og hvad I kan opnå ved at gøre det. I skal også have klarhed over, hvilke ressourcer, i form af tid, økonomi, medarbejdere og kompetencer, I råder over.

## Vælg metoder

De mål I sætter jer for inddragelsen af brugerne, samt jeres ressourcer er bestemmende for, hvilke metoder der egner sig, og hvordan forløbet kan sammensættes.

I denne kokebog har vi beskrevet en række metoder og nogle arbejdsredskaber, der kan være udgangspunkt for jeres design af brugerinddragelsesforløb. Om I afvikler de beskrevne metoder slavisk, er ikke så vigtigt. Metoderne kan moduleres og sammensættes på forskellige måder. Det er op til jer og jeres forventninger. Jo mere rutinerede I bliver i at anvende metoderne, desto bedre kan I designe og kombinere, som I vil.

Vil I i gang med et længerevarende og omfattende forløb, skal I gennem flere forskellige aktiviteter og metoder. I kan starte med at undersøge, hvad I allerede har af viden og erfaringer på området. Viser det sig, at I allerede har tilstrækkelig viden om biblioteket, vil det

ikke være hensigtsmæssigt at inddrage brugerne i undersøgelsesfasen. Ellers kan metoder som interviews, World Café eller spørgeskemaer være velegnede.

Er der i stedet tale om mere afgrænsede forløb, kan det være tilstrækkeligt med enkelte metoder. Her kan I koncentrere jer om metoder, der giver hurtige resultater uden et stort forarbejde. Det kan være metoder som 'touch point interviews' eller 'insitu workshops'.

Det er vigtigt, at I overvejer sammenhængene mellem de resultater, I kan opnå tidligt i forløbet og de metoder, I anvender senere hen. I et vellykket længerevarende forløb fungerer én metodes resultater som input til den næste. På denne måde bygges der videre på erfaringerne, og det bliver muligt at få indsigter, der ville være vanskelige at nå gennem de enkelte metoder løst fra hinanden.

En god grundlæggende struktur på et forløb kan være at starte med de undersøgende metoder for derefter at arbejde med de skabende.

## Lav en plan

Uanset omfang og metode bør I i fællesskab udarbejde en detaljeret plan over jeres forløb. Planen skaber en fælles forståelsesramme og overblik over forløbet. Vores erfaring er, at enkle og visuelle planer fungerer bedst. De er lette at arbejde sammen om, og de giver et godt overblik. En god måde at udforme denne type af planer er som store plancher, med tidslinjer tegnet på og de enkelte aktiviteter som post-it notes. Fordelen ved at lade de enkelte metoder, møder og andre aktiviteter indgå som flytbare klistermærker er, at planen bliver fleksibel og let at korrigere undervejs.

# Processspiralen

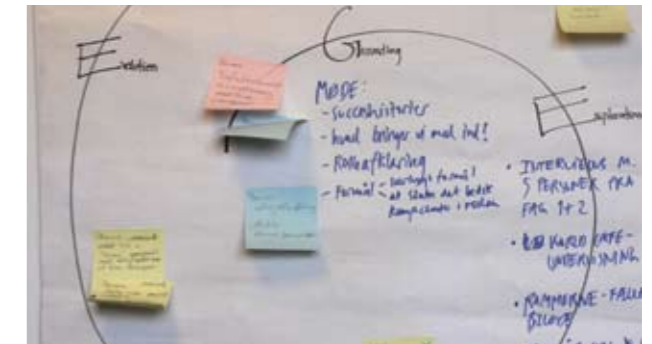
Der findes ikke ét endeligt procesdesign, altså planlægning af processen der til alle tider vil give vellykkede resultater. Den enkelte udviklingsproces må tilrettelægges efter de specifikke målsætninger, ressourcer, kompetencer og medarbejdere der findes på det enkelte bibliotek.

I enhver brugerinddragelsesproces er der nogle generelle værktøjer, I kan anvende for at styre processen. Hermed sikrer I, at alle har samme udgangspunkt, og at I har en fælles afklaring af tema og formål. Dette vil give et gennearbejdet og styret forløb fra start gennem udførelsen og til og med den afsluttende fremadrettede evaluering.

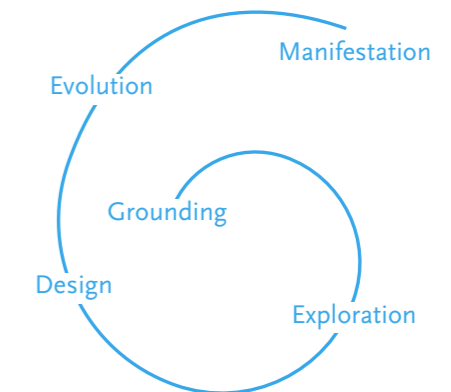
En måde at tilrettelægge processen på er at se den som et iterativt forløb – en proces, der looper, hvor viden fra første loop føres med videre i næste loop osv. Et brugerinddragelsesforløb former sig ofte som en dynamisk og iterativ proces, der laver mange loops. Hver iteration består af forskellige faser. I Slip brugerne løs brugte vi følgende fem faser:

1. **Grounding**
2. **Exploration**
3. **Design**
4. **Manifestation**
5. **Evolution**

De fem faser veksler mellem forberedelse af brugerinddragelsen, mødet med brugerne (fx interviews, workshops og lignende) og arbejdet i projektgruppen med at evaluere og bearbejde outputtet.



Hvert loop i den iterative proces kan bestå af de fem faser: grounding, exploration, design, manifestation, evolution. Gennem disse fem faser kommer I til både at forberede brugerinddragelsen, mødet med brugerne og evalueringen af outputtet.



Et brugerinddragelsesforløb kan bestå af et eller flere loops efter hinanden. Ofte vil et loop give ny viden, der kan arbejdes videre med i det næste loop.

Det er en god idé at lade resultaterne af én aktivitet bestemme indholdet af den næste. Ved at gøre dette kan I planlægge det overordnede forløb fra start og samtidig sikre fleksibilitet i de enkelte metoder.

## Lær af jeres erfaringer undervejs

Det er vigtigt, at I løbende genovervejer jeres plan. Holder tidsplanen? Forstår brugerne, hvad I vil? Hvilke aktiviteter gik godt? Hvilke fungerede ikke som forventet? Hvis I oplever, at I har vanskeligt ved en bestemt type



metode eller ved at udføre den, ændrer I på planen, så I kommer til at arbejde med de metoder, I har succes med. Det giver jer de bedste resultater. På denne måde kan I bruge de erfaringer, I gør jer undervejs i forløbet. I det hele taget er det bedre, at I arbejder med metoder, som I føler jer trygge ved, så får I det bedste resultat. En bedre oplevelse af forløbet kan senere kaste jer ud i mere komplekse metoder.

På længere sigt er det også vigtigt, at I husker at trække på jeres erfaringer fra forløb til forløb. I opbygger kompetencer, som kan bruges i mange andre sammenhænge. Jo mere I arbejder med metoderne og planlægningen, jo bedre og nemmere bliver det. I det hele taget er brugerinddragelse, både den praktiske udførelse og planlægningen, en iterativ proces, hvor det er af stor værdi løbende at tilrette eller forfine – altså 'loope' processen.

## Opsummering af arbejdet med procesdesign

1. **Målsætning**
  - a. Hvad er det, I vil?
2. **Omfang af forløbet**
  - a. Hvor lang tid har I?
  - b. Hvor mange ressourcer har I til rådighed?
3. **Planlægning**
  - a. Hvilke input har I brug for?
  - b. Hvordan kan brugerne give jer dem?
4. **Valg af metoder**
  - a. Hvilke metoder giver jer den viden, I har brug for?
5. **Udarbejdelse af fælles plan**
  - a. Hvordan skal arbejdet gribes an?
6. **Arbejde med metoderne + løbende revidering af planen**
  - a. Forløber arbejdet som forventet?
  - b. Hvor skal I ændre på planen?

## fase 1

# Grounding / forankring af processen

Vi foreslår, at man som udgangspunkt for processen gør sig klart, hvad det er, man vil have ud af at inddrage brugerne. Det er ikke nødvendigt at have formuleret en færdig problemstilling, men det er vigtigt at have en idé om, i hvilken retning man vil bevæge sig. Herunder kan det være en god idé at spørge sig selv, om formålet med forløbet primært er at blive klogere på den nuværende situation, eller om det i stedet skal munde ud i egentlige forandringer for biblioteket.

I dette indledende arbejde må I sætte tid af til at etablere jer og forankre opgaven. Hvis arbejdet med brugerinddragelse er nyt for jer, kan det være en god idé at være flere om arbejdet. Det kan selvfølgelig være en udfordring for mindre biblioteker, men en god gruppe på tre medlemmer kan være nok til at give sparring og tryk til arbejdet.

Det er vigtigt, at arbejdet foregår i en god atmosfære, og at I aftaler regler for, hvordan I arbejder sammen.

### For eksempel

- At alle er til stede under hele forløbet.
- At I afklarer forventninger til hinanden og selve opgaven.
- At I afklarer roller.
- At alle får plads til at komme med bidrag.
- At alle er 'committet' til projektet – de, der brænder for det, skal have lov at deltage.
- At projektets møder afsluttes med, at I afrunder og får klarhed over, hvor I nu står, og hvad der skal ske som det næste.

Det allervigtigste er at afklare, hvad I vil og hvorfor.

### Besvar disse spørgsmål:

- Hvad er opgaven?
- Hvad vil vi opnå?
- Hvad er vigtigt?
- Hvad er der af udfordringer?



## fase 2

# Exploration / afdække og forberede

Her undersøger I det, I ikke ved, det, I tror, I ved, og det, I ved. Det kan også være en god idé at overveje, hvordan den samlede proces forholder sig til de øvrige aktiviteter og projekter på biblioteket. Hvilke erfaringer har biblioteket fra andre projekter? Hvordan kan resultatet anvendes i andre sammenhænge og på længere sigt?

Det er vigtigt, at I ikke bygger jeres inddragelsesforløb alene på antagelser og egne erfaringer, men er nysgerrige, åbne og fordomsfrie. Derfor er det vigtigt, at I tager stilling til nedenstående spørgsmål og indarbejder dem i forløbet:

### Spørgsmål

- Hvad mangler vi viden om?
- Hvad mangler vi inspiration til?
- Hvor og hvordan kan vi få det, vi mangler?
- Hvem kan bidrage med dette?

### Værktøjer og metoder til afklaring

- studietur
- interview
- foto
- spørgeskema
- internettet
- litteratur og artikler
- 'stakeholder map'.

### Stakeholder map – hvem kan bidrage?

Det er vigtigt, at I gør jer klart, hvem der har interesse i forhold til formålet. Af de personer, der har interesse, hvem har så gavn af at deltage i inddragelsesforløbet

og hvem kan bidrage med viden visioner, kompetencer og ideer, og hvilke udfordringer er der? Først når dette er besvaret, kan I beslutte, hvem I skal inddrage og invitere. Et stakeholder map er en hjælp til at danne sig et overblik over og kortlægge personer, grupper, organisationer mv., der på et eller andet niveau er berørt af formålet. Antallet af stakeholders kan variere meget alt efter, hvilket niveau I vil inddrage på. Det er et værktøj, der er med til at holde jer fast på målgruppen eller interessenterne og klarlægge, hvem I skal arbejde videre med.

### Spørgsmål til afklaring af stakeholders

- Hvem har interesse i?
- Hvem har gavn af?
- Hvem kan bidrage?

## fase 3

# Design / valg af metode og planlægning

På baggrund af de foregående faser er I nu klar til at vælge metode og planlægge selve brugerinddragelsen.

### I denne fase skal I planlægge:

- Omfanget af brugerinddragelsen
- Hvem skal deltage?
- Hvad skal der ske? Selve indholdet: er det interview, dialog, oplæg, foto?

I skal også have styr på det praktiske, rollefordeling, hvor og hvordan finder vi brugerne, skal de findes i biblioteket, ude i byen, på skoler eller skal der evt. sendes en invitation, hvis I skal have brugerne samlet til f.eks. en workshop?

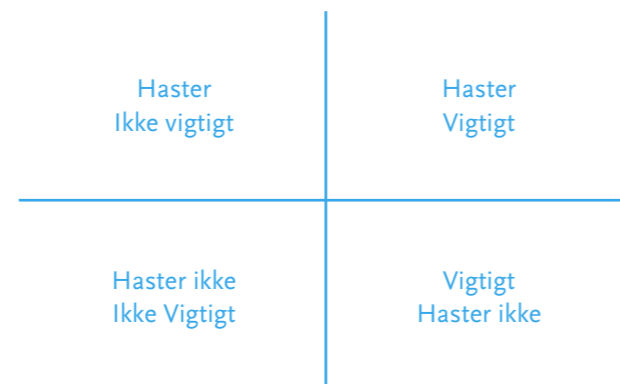
### Redskaber

- stakeholder map (som beskrevet i fase 2 Exploration)
- invitation
- at stille de rigtige spørgsmål
- interviewguide
- tjeklister
- drejebøger
- 'opgavematrix'.

### Opgavematrix

Opgavematrixen er et værktøj, der egner sig til at skabe overblik over alle opgaverne i designfasen, og hvorvidt de er presserende eller ej. I kan eksempelvis skrive alle opgaver på 'post-its' og fordele dem på matrixen, der er tegnet på en 'flipover'. Det vil i det videre arbejde hjælpe

jer til at fastholde struktur og sikre fremdrift. Det er ikke sikkert, at opgaverne bevarer sin plads i opgavematrixen under hele forløbet, da brugerinddragelse ofte er dynamiske processer.



### Når I inviterer brugerne, skal I huske følgende:

#### Hvem er inviteret til arrangementet?

Det er rart for brugerne at vide, hvem de ellers kan forvente at møde på dagen. Husk på, at de møder op på et fremmed sted og skal være sammen med en række fremmede personer:

"På workshoppen vil der være 5-6 andre brugere."

"Alle kan deltage, og du er velkommen til at tage venner, familie eller kolleger med."

#### Hvad kommer der til at foregå?

Det er en god idé at give brugerne en fornemmelse af, hvad der skal foregå. Kræver det fx nogen særlig forberedelse af dem at være med? Skal de interviewes eller

deltage i en kreativ proces? Skal de fortælle om deres egne behov, eller skal de være med til at skabe nye idéer til biblioteket:

"Du skal deltage i en workshop om en ny service på Hovedbiblioteket. Det kræver ingen forberedelse at være med. Vi vil præsentere og vise forskellige ideer, som vi gerne vil have dine input til."

"Har du idéer til et NYT område på Hovedbiblioteket, der kan indfri dine behov for at udvikle færdigheder og viden, så kom og vær med. Bibliotekets ansatte vil guide dig gennem workshoppen."

### Formen på invitationen:

Invitationen kan skrives på mange forskellige måder:

- Den uformelle: "Mød op til workshop om..."
- Den sjove: "Hvaaaad... ka' Hovedbiblioteket det!"
- Den formelle: "Til ansatte ved xxx – du har den daglige kontakt med brugerne, vi har brug for dit bidrag."

### Hvor, hvornår og hvor længe:

Brugerne skal selvfølgelig også have at vide, hvor, hvornår og hvor længe de skal deltage. Og om de får noget for at være med eller om der serveres mad og drikke undervejs:

"Som tak for din deltagelse får du et gavekort til xxx."

"Arrangementet er gratis, og vi byder på lidt til maven og ganen i løbet af aftenen."

### Hvad der skal foregå:

Er det et interview, skal I aftale, hvem der interviewer, og hvem der eventuelt noterer ned, eller om interviewet skal optages.

Er det en workshop, hvad skal den så bestå af, og hvilke spørgsmål skal der stilles?

Hvis der er tale om interviews eller andre situationer, hvor I møder brugerne 'in real life', gælder nogle af de ovenstående guidelines stadig. Begynd med at sige, hvor du kommer fra, hvem du er, og hvad du vil bruge den. Fra vores interviews har vi erfaret, at langt de fleste brugere straks er åbne, så snart de hører, at vi er fra biblioteket og ikke vil sælge eller have en underskrift til et støttende formål.

## At stille de rigtige spørgsmål

Uanset hvilken metode I vælger, vil det i de fleste tilfælde være vigtigt at afklare, hvilke spørgsmål, der skal stilles. Kernen i brugerinddragelse er at få brugerne til at forholde sig til et eller flere spørgsmål. Det er derfor helt afgørende for, om I får et optimalt udbytte, at I gennemtænker spørgsmålene og stiller dem åbent, positivt og i respekt for brugerne.

Spørgsmålene eller opgaverne har forskellig karakter og bruges til forskellige formål. I en workshop kan I fx bruge følgende typer spørgsmål:

**Åbningsspørgsmål** – sætter snakken i gang, er indbydende, inkluderende, involverende. Alle har forudsætninger for at sige noget:

"Hvad har fået dig til at komme i dag?". "Hvad brænder du for ift. workshoppen's tema?".



**Indholdsspørgsmål** – tager fat i det centrale indhold. Der kan være flere typer af indholdsspørgsmål, alle skal være relevante ift. deltagere og formål:

- Faktaspørgsmål: "Hvad bruger du biblioteket til?"
- Afklarings/forklaringsspørgsmål: "Hvad forstår du ved? ..."
- Uddybelsesspørgsmål: "Fortæl om en oplevelse i forbindelse med temaet". "Hvorfor? ... Hvorfor? ... Hvorfor?" – spørg ind til essensen
- Visionsspørgsmål/forestillingsspørgsmål (generative spørgsmål): Drøm, tal, tegn, byg m.m.
- Vægtnings/sorteringsspørgsmål: "Nævn de tre vigtigste ting...". "Prioritér...".
- Perspektiveringsspørgsmål: "Hvilke andre muligheder er der udenfor dagens tema?"

**Afrundingsspørgsmål** – samler op på udbyttet for brugerne/deltagerne. Såvel for den enkelte som for helheden.

"Hvad har du lært?". "Hvad tager du med herfra?"

#### Interviewguide

Det er en god idé at samle spørgsmålene sammen i en interviewguide. En interviewguide er en huskeliste, som guider og støtter jer, når I gennemfører et interview. Guiden kan være mere eller mindre struktureret. Den kan indeholde færdigt formulerede spørgsmål, evt. med uddybende forklaring af spørgsmålene eller blot være en liste over temaer, som I skal omkring i løbet af interviewet.

Det er ikke så vigtigt, at I får stillet alle spørgsmålene. Det centrale er, at I får talt med jeres interviewpersoner om alle de temaer, I har udvalgt. Rækkefølgen af

spørgsmål og temaer er heller ikke afgørende. Ofte kan de drejninger, samtalerne naturligt tager, fungere som en bedre rækkefølge end den, interviewguiden angiver.

#### At stå frem

At stå frem er en central del af arbejdet med brugerinddragelse, og i designfasen vil det være godt at forbedre jer på denne del. Vi kender vores tilbud, services og ydelser og er dagligt vant til, at vores brugere henvender sig til os. På biblioteket kommer vi sjældent på gatis eller i situationer, hvor vi ikke kan imødekomme en forespørgsel, finde det efterspurgte eller give relevant vejledning.

Når vi arbejder med brugerinddragelse påtager vi os en anden rolle, og vores position ændres. Nu henvender vi os til brugeren i rollen som facilitator, interviewer eller oplægsholder. Vi vil have noget af dem. Vi beder dem tage stilling. Vi ønsker, at de skal bidrage. Vi tilbyder dem indflydelse. Situationen kan føles kejtet, uvant og fremmed. Det er derfor en god idé at bruge designfasen til at tale og øve forløbet af brugerinddragelsen igennem med hinanden.

## fase 4

# Manifestation / udførelsen af brugerinddragelsen

Manifestation er selve brugerinddragelsen. I har planlagt et forløb og skal udføre det i praksis. "Før" er forberedelsen, lige inden I inddrager brugerne. "Under" er selve afviklingen af interviewet, workshoppen eller en anden metode, I valgte. "Efter" er, når afviklingen af inddragelsen er afsluttet, og I står med svar, fotos, tegninger m.v. I står nu med outputtet eller høsten. Den skal I have bearbejdet og bragt videre, sådan at I kan få opfyldt jeres formål.

#### Før

- Klargøring  
(valg af metode afgør omfanget af denne opgave).

#### Under

- Guide deltageren
- Skabe tryghed og forståelse
- Være anerkendende
- Opsamle input ved at observere, notere og fotografere.

#### Efter

- Resultater – bearbejdning af høsten
- Forankring – at høsten danner grundlag for nye indsigter, aktiviteter eller services.



## fase 5

# Evolution / evaluering og implementering

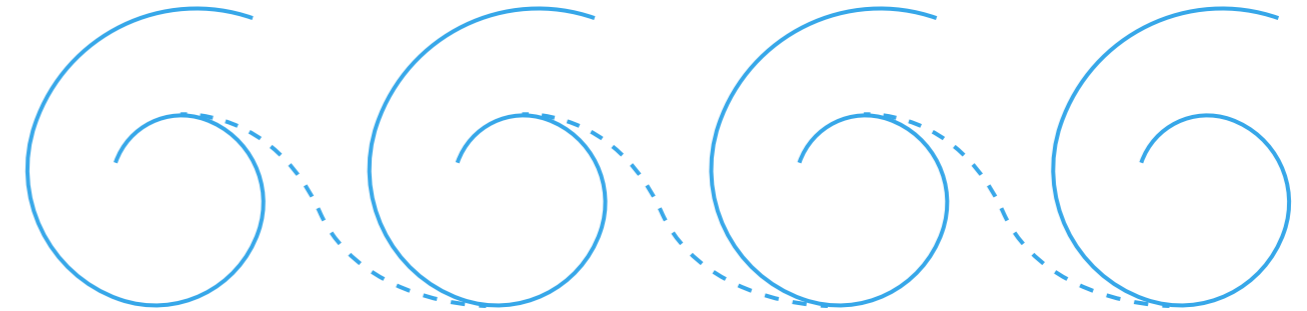
Denne fase ligger efter brugerinddragelsen og er en fremadrettet evaluering, som er en del af det overordnede iterative forløb. I skal have fokus på at udvikle konceptet og jer selv. Alt efter hvilket brugerinddragelsesforløb I har afviklet, kan det rejse en række undersøgende spørgsmål:

- Hvad skal vi bevare?
- Hvad skal vi udvikle?
- Hvad skal vi have mere af?
- Hvad skal vi have mindre af?
- Hvad skal vi stoppe med?
- Hvordan gør vi det?

### Opsummering

De fem faser: **grounding, exploration, design, manifestation, evolution** er én måde at planlægge et loop i et iterativt forløb på. Uanset om I vælger at følge de fem faser, er der under hver fase idéer til spørgsmål, som det vil være godt at få arbejdet med for at sikre et godt brugerinddragelsesforløb.

Et brugerinddragelsesforløb vil – alt efter hvor omfattende det er – komme til at bestå af en række loops efter hinanden. I nogle tilfælde kan det være tilstrækkeligt at gøre brug af én enkelt metode, hvilket kun vil give et enkelt loop med gennemløb af de fem faser. Ofte vil det dog vise sig nødvendigt at bruge flere. I disse tilfælde kan en opdeling i undersøgende og forandrende metoder bruges som overordnet struktur på processen. →



De undersøgende:  
Cultural Probes

De hurtige interviews

De skabende:  
Workshops med  
brugerne

De undersøgende:  
Test med brugerne

Eksempel på et procesforløb, der består af både undersøgende og forandrende aktiviteter.

# Metoderne

De metoder, vi har medtaget i kgebogen, spænder fra helt simple metoder, der ikke koster ret meget og ikke kræver forudgående kendskab til brugerdrevet innovation til store komplicerede metoder, der kræver forudgående kendskab til brugerdrevet innovation.

De forskellige metoder har hver deres styrker og svagheder, og det endelige valg må bero på en vurdering af, hvad I ønsker at opnå med brugerinddragelsen. Dog skal det også huskes at jo mere systematiske metoderne er (og komplicerede), jo mere vil de give et solidt fundament at træffe beslutninger om forandringer på.

## Jeres valg af metode afhænger af flere faktorer.

### Blandt andet:

- Formål: Hvad skal I have ud af inddragelsen?
- Ressourcer: Hvor mange er I til gennemførelsen?
- Kompetencer: Har gruppen de rigtige kompetencer?
- Økonomi: Hvor meget må det koste?
- Tid: Hvor lang tid har I til gennemførelsen?

## Vi skelner mellem kvantitative og kvalitative undersøgelsesmetoder:

Kvantitative metoder er metoder, hvor resultatet kan bearbejdes statistisk. Et typisk eksempel på en kvantitativ metode er en spørgeskemaundersøgelse. Den fungerer ved at begrænse deltageres svarmuligheder, så det bliver muligt at sammenligne besvarelserne og finde mønstre i dem. Sådanne statistiske metoder kan I anvende til at finde svar i bredden (hvad siger en større gruppe brugere), men ikke i dybden.

Ud over spørgeskemaundersøgelser kan I anvende

kvantitative metoder ved at registrere antallet af brugere på forskellige tidspunkter, udlånet af bestemte materialer, brugen af bibliotekets website o. l.

Kvalitative metoder er metoder, der forsøger at undgå en begrænsning af undersøgelsesområdet. Svarmulighederne er ikke givet på forhånd, og man arbejder åbent og undersøgende i forhold til fokusområdet. Kvalitative metoder er gode til at undersøge mønstre i sammenhænge, udviklingsforløb og den enkeltes oplevelse af verden.

Workshop og lignende metoder (dem, vi kalder "de skabende") lægger sig op ad kvalitative metoder ved, at de ikke begrænser undersøgelsesområdet, men de lever heller ikke op til krav om repræsentativitet, gyldighed (validitet) og pålidelighed (reliabilitet), som rent kvalitative metoder indeholder.

De kvalitative metoder, vi præsenterer i denne bog, fungerer som effektive, undersøgende (explorative) metoder, der giver praktisk anvendelige resultater. I kan f.eks. lave kvalitative undersøgelser af brugernes holdninger til forandringer på biblioteket, brugernes ønsker til fremtiden eller undersøgelser af, hvad brugerne sætter pris på ved at komme på biblioteket. En af myterne omkring brugerinddragelse er, at man ikke kan sikre gyldigheden (validiteten), med mindre man inddrager rigtig mange brugere. Men bruger man de kvalitative metoder rigtigt, vil man ofte kunne få et brugbart billede af brugernes behov ved at inddrage 8-10 brugere.

Vi har opdelt metoderne i sammenhænge efter typer i kgebogen her. Derefter har vi placeret dem efter sværhedsgrad, startende med de lette og sluttende med de metoder, hvor der kræves konsulentbistand.

### ”De nemme og klassiske”

- Tavler
- Ris & Ros
- Afstemning

### ”De hurtige interviews”

- Touch point-interviews
- Opsøgende ikke-bruger interviews

### ”Den afslørende – hjemme hos brugeren”

- Cultural Probes

### ”De skabende”

- Insitu Workshop
- Workshops
- Village Square
- World Café

### ”De systematiske”

- Outcome-driven innovation
- Spørgeskemaundersøgelse

### ”Den fiktive”

- Personas



### ”De nemme og klassiske”

- Tavler
- Ris & Ros
- Afstemning

Metoderne er kendetegnet ved, at de er lette at afvikle, ikke koster noget særligt, og de kan sættes i værk med ganske få remedier. De bør egentlig være repræsenteret på alle biblioteker mere eller mindre konstant.

## Tavler

Noget så enkelt som opslagstavler eller whiteboards kan være første skridt i et længere forløb og en simpel metode til at høre brugernes mening. Herpå kan ordet være frit, eller I kan stille ”dagens spørgsmål”.

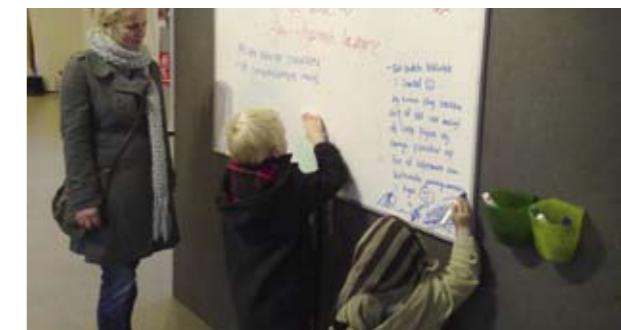
#### I skal bruge:

- Whiteboard/tavle
- Penne/kridt
- Whiteboard wiper/svamp

#### Vores erfaringer

På vores bibliotek har vi to tavler, der begge hænger i forbindelse med bibliotekets forhal. Vores oplevelse er, at brugerne er meget glade for at skrive på tavlerne og give deres mening til kende. Kommentarerne er næsten alle anonyme, hvilket kan gøre det vanskeligt for os at følge op på dem. Vi affotograferer jævnligt tavlerne for at kunne bevare brugernes input og evt. have det som input til andet arbejde.

Tavlerne kræver en smule arbejde med hensyn til rengøring, opfyldning af tuscher osv.



## Ris & Ros

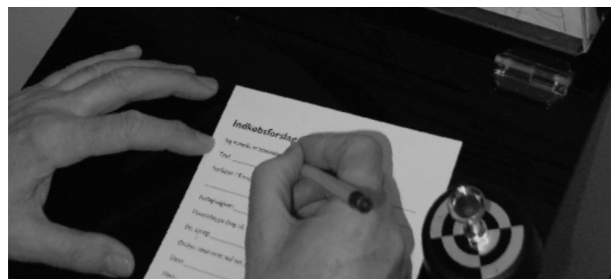
Ris & ros-sedler er en gammel kending, når det drejer sig om at høre brugernes mening, og langt de fleste, om ikke alle, har en ”Ris & ros-kasse” – måske både fysisk og virtuelt. Det koster ikke noget og er let tilgængeligt og anvendeligt for brugerne. Brugere føler sig hørt, og de har muligheden for at bidrage og komme til orde.

#### I skal bruge:

- postkasse
- skriveredskab
- papir/blanketter
- skilt

### Vores erfaringer

Metoden kan være vanskelig at bruge i forhold til et specifikt tema eller spørgsmål, man ønsker at få besvaret. Til gengæld giver metoden brugerne en let mulighed for at komme af med deres kritik, idéer og i det



hele taget blive hørt. Ris & Ros-kasser kan også være en vigtig kilde til at afdække fejl og mangler og dermed til at rette dem, og samtidig være et første fingerpej om nye muligheder eller tiltag. Hvis dette skal fungere, kræver det dog, at vi bruger nogle kræfter på at følge op på alle forslag og input, og hvis det er muligt give den enkelte bruger et personligt svar. Man kan også gøre alle input og svar synlige for alle brugere enten på det fysiske bibliotek eller på hjemmesiden.

## Afstemninger

Afstemninger om dette og hint kan bruges i mange sammenhænge. Det er en metode, vi har eksperimenteret med. Den er meget simpel og ligeledes meget lidt statistisk gyldig (valid). Til gengæld er den sjov, appellerende og direkte brugerstyret og involverende.

### I skal bruge:

- To gennemsigtige rør
- Bolde i to farver
- Beholder til boldene
- Skilt

I hænger et spørgsmål op ved rørene, sætter en kasse eller kurv med boldene ved siden af, og så skal brugerne nok finde ud af at kaste røde bolde i NEJ-røret og grønne bolde i JA-røret.

Brugerne skal altså kunne besvare spørgsmålene med enten et Ja eller et Nej, så I kan naturligvis ikke stille komplekse spørgsmål.

### Vores erfaringer

Vores oplevelse med at bruge denne type uformelle afstemninger har været, at det er let at få brugerne til at deltage. Deltagelsen er let, og for nogle brugere kan det måske virke sjovt at bruge boldene i stedet for at deltage i en traditionel afstemning.

En vigtig erfaring at få med er dog, at metoden er meget usikker med hensyn til resultatet. Vi oplevede ofte, at børn smed flere bolde i på en gang eller flyttede bolde fra et rør til et andet. Men metoden kan alligevel bruges til at lodde en stemning eller skabe en anden form for aktivitet på biblioteket.



### ”De hurtige interviews”

- Touch point-interviews
- Opsøgende ikke-bruger-interviews

Metoderne, der er gode som indledende eller pejlede brugerinddragelsesmetoder, kan give jer idéer om, hvilke værdier eller holdninger jeres brugere har til et eller flere udsagn om et emne, tema eller spørgsmål I gerne vil have svar på. Metoderne egner sig til brug både i biblioteket og ude i byen.

## Touch point-interviews

Touch point-interviews er korte, enkle interviews, der foregår som en del af den almindelige betjening af brugerne. Metoden giver hurtige resultater og er let at gennemføre.

### Hvorfor bruge metoden?

- Touch point-interviews er gode til enkle, afgrænsede problemstillinger.
- Metoden kan vise jer, hvilke problemer, misforståelser, ønsker eller behov, medarbejderne møder hos brugerne.
- Den kan integreres i den daglige arbejdssituation.

### Metoden

Touch point-interviews tager afsæt i det konkrete, personlige møde mellem brugeren og medarbejderen på

biblioteket. Den daglige kontakt til brugerne kan bruges som springbræt for brugerundersøgelser ved at stille brugerne konkrete spørgsmål eller registrere deres reaktioner i bestemte situationer.

Samtidig er det personlige møde et godt sted at starte, hvis biblioteket vil blive bedre til at markedsføre sine tilbud og knytte tættere bånd til brugerne. Touch point-interviews kan på den ene side fungere som en hurtig og enkel måde at lave statistik på. På den anden side kan metoden bruges til at give klarhed over, hvilke problemstillinger der er mest behov for at arbejde videre med i de enkelte afdelinger af biblioteket.

Interviewene kan foregå rundt omkring på biblioteket, hvor personalet i forvejen er i dialog med brugerne. Disse steder kan kaldes for 'touch points' og kan f.eks. være skranken, afleveringen, infopunkter og betjeningspunkter.

### Forberedelse

Temaer og spørgsmål tilpasses den konkrete sammenhæng, de skal indgå i. Når I formulerer spørgsmålene, er det derfor en god idé at gøre det i samarbejde med det personale, der skal udføre interviewet. Diskutér, hvad I gerne vil have undersøgt.

Alt efter behov vælger I, hvor mange touch points I vil inddrage i undersøgelsen. Hvis jeres fokus er klart afgrænset, kan det være nok med et enkelt punkt. Vælger I flere, giver det jer mulighed for at se forskellene på de forskellige områder af biblioteket.

Typisk er der forskellige problemstillinger i de forskellige afdelinger. Derfor skal I formulere spørgsmålene, så



de knytter sig meget direkte til aktiviteterne det enkelte sted. For at lette arbejdet for det personale, der skal gennemføre interviewet, er det en fordel at udforme spørgsmålene, så svarene kan krydses af på et enkelt kort.

Hvis det ikke er jer selv, der skal gennemføre interviewene, er det vigtigt, at I instruerer jeres kolleger. De skal vide, hvad formålet med interviewene er, hvilke tanker I har gjort jer, da I formulerede spørgsmålene, og hvordan de griber opgaven an.

### Brugere

Touch point-interviews inddrager dem, der henvender sig med konkrete spørgsmål ved de valgte touch points på biblioteket.

### Gennemførelse

I kan vælge, at alle, der henvender sig, skal være genstand for jeres undersøgelse, eller at det kun er i bestemte situationer, I indsamler svar.

Beslut jer for enten at køre interviewene over et bestemt antal dage, eller til I har fået et bestemt antal besvarelser.

### I skal bruge:

- Trykte interviewkort – gerne i forskellige farver til hvert betjeningspunkt
- Et sted at samle svarene.

### Vores erfaringer med touch point-interviews

Udgangspunktet for vores touch point-interviews var, at vi ønskede at vide mere om, hvilke eksisterende tilbud vores brugere ikke kendte til. Vi brugte touch point-interviews til hurtigt og enkelt at danne os et billede af dette.

Vores spørgsmål rettede sig mod personalet, der skulle registrere, hvilke tilbud de præsenterede brugeren for i konkrete situationer. På den måde brugte vi metoden indirekte i forhold til brugerne. Disse blev ikke spurgt direkte, men deres kendskab til konkrete services eller mangel på samme blev afdækket af personalet gennem dialog med brugeren.

Vores oplevelse var, at metoden fungerede godt i forhold til et klart afgrænset tema. De medarbejdere, der gennemførte de enkelte interviews, havde let ved at forholde sig til temaet, og spørgsmålene kunne let indgå i den almindelige kontakt til brugerne. For at gøre dokumentationen mere enkel havde vi valgt at bruge farvede kort – en farve for hvert betjeningspunkt, som svarene kunne krydses af på. Vores erfaring med denne fremgangsmåde var, at dokumentationen hurtigt og sikkert kunne foretages uden at forstyrre medarbejdernes øvrige arbejde unødigt.

Arbejdet med metoden viste os en række områder, der var behov for at fokusere yderligere på fremover. Det er derfor en metode, der leder op til brug af andre metoder.

### De vigtigste erfaringer:

- Metoden kræver et klart afgrænset emneområde.
- Lav et til to spørgsmål pr. interview.
- Gør metoden let at arbejde med for personalet.
- Orienter personalet om formålet og den praktiske gennemførelse.
- Registrer svarene så enkelt og hurtigt som muligt.
- Metoden giver resultater, som er lette af tage fat på efterfølgende.



## Opsøgende ikke-bruger interviews

Ikke-bruger interviews er opsøgende samtaler, der foregår uden for biblioteket på steder, hvor ikke-brugerne kommer. Metoden er særligt interessant, da den kan give os vigtig viden om, hvilke brugere der ikke kommer på biblioteket og hvorfor.

### Hvorfor bruge metoden?

- De borgere, der ikke bruger biblioteket, er interessante for os, da de er potentielle brugere!
- Interviews uden for biblioteket gør det muligt at komme i kontakt med borgere, der ellers er svære at nå.
- Metoden er hurtig og umiddelbar.
- Den kan både bruges i undersøgelsen af konkrete problemstillinger og til mere holdningsbaserede undersøgelser.
- Metoden er god som input til andre udviklingsprojekter på biblioteket.

### Metode

Det særlige ved disse interviews er, at de er korte, og at I gennemfører dem rundt omkring i byen, hvor I kan møde de borgere, der ikke bruger biblioteket.

### Forberedelse

Bestem jer for, hvad interviewet skal handle om. I skal tage stilling til, hvad det er, I vil have at vide af ikke-brugerne. Afgrænsede og konkrete temaer fungerer bedst, og interviewene skal som udgangspunkt være korte og præcise. Lav en interviewguide på forhånd.

### Brugere

Når temaet for interviewet er valgt, skal I bestemme jer for, hvilke ikke-brugere I er interesseret i. Dette valg afhænger af det tema, I ønsker at undersøge. I nogle tilfælde kan ikke-brugerne være hvem som helst. I andre tilfælde ældre, unge, nybagte mødre osv. I valget af målgruppe må I også gøre jer tanker om, hvor I kan forvente at finde de ikke-brugere, I vil opsøge.

### Gennemførelse

I gennemfører interviewene ved, at I to og to begiver jer ud af biblioteket og finder nogle ikke-brugere. Fordelen ved at være to er, at den ene kan koncentrere sig om at stille spørgsmål, mens den anden tager noter.

Start med at præsentere, hvor I kommer fra, og hvem I er, og spørg, om I må forstyrre. Læg ud med ét enkelt spørgsmål, der åbner op for den videre samtale.

Efter det indledende spørgsmål styrer I samtalen i retning af de forskellige temaer fra jeres interviewguide. Få samtalen til at forløbe så naturligt som muligt. Den bedste brug af interviewguiden er at lade den fungere som udgangspunkt og hjælpemiddel i tilfælde af, at samtalen er ved at gå i stå eller køre af sporet. Det er vigtigt, at I kommer til at fremstå som nærværende og oprigtigt interesserede i ikke-brugeren.

Mellem de enkelte interviews kan I evaluere, hvordan det går. Er der spørgsmål, der er svære at svare på, eller som I selv er usikre på, kan det være et tegn på en svaghed i jeres interviewguide. Den kan ændres undervejs.

Hvor mange interviews, I skal gennemføre, afhænger dels af temaet og dels af de resultater, I opnår undervejs. Hvis de første interviews går godt, og I begynder at møde gentagelser i besvarelsene, kan det være et tegn på, at I har nok besvarelser.

### I skal bruge:

- Interviewguide
- Materiale om bibliotekets tilbud til uddeling
- Et egnet sted at komme i kontakt med ikke-brugerne

### Vores erfaringer med opsøgende ikke-brugerinterviews

I vores projekt brugte vi opsøgende ikke-brugerinterviews til at undersøge, hvilke forestillinger ikke-brugerne havde om biblioteket. Vi ville gerne blive klogere på, hvorfor de ikke brugte biblioteket.

Før vi begav os ud i byen for at finde respondenter, brugte vi en del kræfter på at sammensætte en god interviewguide. Arbejdet med at udvikle interviewguiden tog længere tid, end vi havde forestillet os. Da vi kom i gang med selve interviewene, oplevede vi det dog som en stor fordel at have en gennemarbejdet guide at arbejde ud fra.

Da vi var ude for at foretage interviewene, var vi meget opmærksomme på ikke at komme til at overskride folks private sfære. En erfaring, vi hurtigt gjorde os, var, at vi med det samme skulle præsentere os som biblioteksmedarbejdere og forklare, hvorfor vi tog kontakt til folk. De fleste, vi var i kontakt med, var meget positive over for os.

Vi oplevede det som en stor fordel at være to sammen. Det gav dels noget tryk og selvsikkerhed. Og dels gav det mulighed for, at den ene kunne koncentrere sig om at tage notater, mens den anden interviewede.

### De vigtigste erfaringer:

- En god interviewguide tager tid at lave.
- Det er vigtigt at præsentere sig med det samme.
- Dét at tage kontakt til ikke-brugerne uopfordret kræver mod og selvtillid.
- Borgerne er positivt indstillede og imødekommende.
- Måske vigtigst af alt lærte vi noget om os selv! Vi overvandt barrieren og gik ud på gader og stræder og opsøgte brugerne.

## ”Den undersøgende – hjemme hos brugeren”

### ■ Cultural Probes

Gennem fotografi og dagbøger fortæller brugerne deres egen historie inden for de rammer, I har fastlagt. Det giver jer mulighed for at opleve verden gennem brugernes øjne. Cultural Probes tager på den måde brugerne med sig og dokumenterer deres færden.

## Cultural Probes

Cultural Probes giver jer mulighed for at opleve verden gennem brugernes øjne. Gennem fotografi og dagbøger fortæller brugerne deres egen historie inden for de rammer, I har fastlagt.

### Hvorfor bruge metoden?

- Metoden er god til at undersøge brugernes værdier og følelser.
- Metoden giver jer et unikt indblik i brugernes verden
- Den kan give et rigt materiale, der kan høstes mange erfaringer fra.
- Metoden kræver primært ressourcer i forberedelses- og fortolkningsfasen. I den mellemliggende fase er det brugerne, der gør arbejdet.

### Metode

Cultural Probes kan give biblioteket et unikt perspektiv på sig selv eller dets omgivelser. Dette perspektiv tager

sit udgangspunkt i brugernes personlige oplevelser og retter fokus imod de værdier og følelser, der præger brugernes verden. Metoden er meget åben i den forstand, at den lader det være op til deltagerne at skabe indholdet og bestemme, hvad der er væsentligt. Bibliotekets rolle er derfor at sætte de overordnede rammer for deltagerens aktiviteter og dernæst at stå for tolkningen af materialet.

### Forberedelse

I den første fase finder I et overordnet tema for undersøgelsen. Det er vigtigt, at det ikke bliver for snævert. Metoden fungerer bedst, hvis deltagerne har så frie rammer som muligt for at vælge det materiale og de steder, de selv finder interessante. Derfor kan det være en fordel at holde sig til en ren tematisk afgrænsning af interesseområdet.



Når temaet er fastlagt, samler I en pakke af materialer, som deltagerne skal bruge til at indsamle og dokumentere deres oplevelser. Denne pakke kan indeholde en række af forskellige materialer som fx engangskamera, dagbøger, farver, konkrete opgaver osv.

Sæt materialerne sammen, så de passer til deltagerne og er egnede til at beskrive de situationer, som temaet lægger op til. Det kan være en fordel både at anvende lukket og åbent materiale. Dvs. materiale, hvor svarmulighederne enten er meget faste eller mere åbne for deltagerens fortolkning. Eksempler på lukkede materialer kunne være kort med specifikke spørgsmål (fx: "Hvad er din favorit-dvd?" "Hvor søger du information?") eller beskrivelse af konkrete situationer, som deltagerne skal fotografere. Åbne materialer kan også indeholde spørgsmål, men disse er mere diffuse og løst formulerede (fx: Beskriv en situation, hvor du føler dig godt tilpas.)

Saml alt materialet i pakker til hver enkelt deltager. Pakker kan være forede kuverter, tasker eller lignende.

Sammen med materialet skal I desuden lægge en vejledning i, hvordan det færdige materiale bringes tilbage til biblioteket. F.eks. i form af en svarkuvert med adresse og porto. For at I kan være forholdsvis sikre på at få pakken retur, skal det være let for deltagerne at komme af med det færdige materiale. Orientér personale, der skal tage imod pakkerne, hvis deltagerne afleverer på biblioteket.

### Brugere

Som oftest vil fokus i denne metode være på undersøgelse af en bestemt brugergruppes oplevelser af forskellige fænomener.

### Gennemførelse

Selve gennemførelsen af metoden er forholdsvis enkel, da den i princippet kun kræver, at I uddeler det antal probes, I ønsker. Uddelingen og besvarelsen kan både foregå på biblioteket og udenfor. Det er ikke meningen, at deltagerne arbejder dedikeret på opgaven i et forudbestemt tidsrum. Tanken er i stedet, at de har pakken med materiale med sig nogle dage og skriver, tegner, fotograferer i situationer, hvor det virker meningsfuldt for dem.

### I skal bruge:

- Beskrivelse af opgaven
- Kameraer (engangs- eller billige digitalkameraer)
- Postkort
- Notesbøger
- Konvolutter
- Indpakning til materialet (pose, taske, kuffert eller lignende)
- Porto
- Tuscher, penne eller andre remedier til at arbejde med materialet.

### Vores erfaringer med Cultural Probes

På vores bibliotek brugte vi Cultural Probes til at samle materiale, der kunne fungere som inspiration for en nyoprettet projektgruppe, der skulle arbejde med børnefamilier som brugere af bibliotekets tilbud.

Projektgruppen havde brug for et indblik i, hvilke oplevelser og værdier der var på spil, når børnefamilier brugte biblioteket sammen, og hvilke aktiviteter de satte pris på uden for biblioteket.

Vi sammensatte probes og spørgsmål således, at alle familiemedlemmers oplevelse af biblioteket og aktiviteterne uden for ville blive repræsenteret.

Nogle af spørgsmålene krævede, at familien samarbejdede, mens andre kunne løses fx af børnene.

Vi havde de bedste erfaringer med at uddele probes om lørdagen. Lørdage er på vores bibliotek en god familiedag. En vigtig erfaring at videregive er derfor at vælge et uddelingstidspunkt, der passer med målgruppen. I forbindelse med uddelingen brugte vi lidt tid sammen med deltagerne på at forklare formålet med metoden. Alle virkede imødekommende og interesserede. For at være sikre på at få nogle færdige probes tilbage, lovede vi deltagerne et biografgavekort, når de leverede proben tilbage. I må dog regne med, at ikke alle probes bliver leveret tilbage, så regn med spild og del ekstra probes ud.

### De vigtigste erfaringer:

- Det er vigtigt at vælge et passende uddelingstidspunkt i forhold til målgruppen.
- Det kan være en god idé at belønne de deltagere, der leverer færdige probes tilbage.



”De skabende”

- **Insitu Workshop**
- **Workshops**
- **Village Square**
- **World Café**

De fire forskellige workshopsmetoder er rangordnet efter kompleksitet, både i forberedelse, afvikling og i forhold til hvilke resultater, der kan komme ud af at afvikle dem.

## Insitu workshop

Workshoppen kan bruges til at inddrage brugerne i udviklingen af det fysiske rum på biblioteket og til at finde ud af, hvilke ønsker de har til fremtidens bibliotek.

### Hvorfor bruge metoden?

- Metoden giver mulighed for at inddrage brugerne i udviklingen af de fysiske rammer på biblioteket.
- Metoden giver brugerne mulighed for at arbejde direkte med deres oplevelser på biblioteket.
- Workshoppen skaber et godt rum, hvor bibliotekets ansatte og brugere kan mødes i en konstruktiv diskussion og konkret idéudvikling.

### Metoden

Workshoppen er bygget op omkring idéen om et orienteringsløb, hvor brugerne skal løse forskellige opgaver rundt omkring på biblioteket. Tanken er, at brugerne

udvikler idéer ud fra konkrete opgaver, imens de befinder sig på specifikke steder på biblioteket.

### Forberedelse

Styrken ved denne workshop er, at brugerne arbejder med forskellige områder på biblioteket og kommer med forslag til ændringer og forbedringer. Det første, I skal gøre jer klart, er derfor, hvad formålet med workshoppen skal være. Hvilke områder ønsker I at udvikle, og hvilke spørgsmål skal I stille brugerne? I kan fx have det mål, at brugerne skal komme med idéer til, hvordan man kan integrere mere interaktiv formidling på biblioteket. De opgaver og spørgsmål, som brugerne skal svare på i workshoppen, skal derfor tage udgangspunkt i denne problemstilling, så svarene belyser så mange aspekter som muligt.

Planlæg, hvilke områder på biblioteket der vil fungere som relevante poster i ”orienteringsløbet”, og forbered opgaver til den enkelte post. Tegn et kort over biblioteket, hvor de enkelte poster er angivet.

Workshoppen er delt i to dele. Den første del har til formål at få brugerne til at forholde sig til, hvad de synes om det eksisterende bibliotek. I den anden del skal brugerne udvikle forslag til nye tiltag på biblioteket. I workshoppen skal brugerne løse opgaver to og to. Det centrale mødested i workshoppen er ved et workshopbord, hvor grupperne bliver sendt ud fra, og hvor man

også mødes løbende i workshoppen. Find et hyggeligt sted, hvor der er plads til at sidde rundt om et bord alle sammen.

Til den første fase skal I anskaffe et digitalt kamera til hver gruppe. Det skal deltagerne bruge til at tage billeder af forskellige steder på biblioteket. Billederne skal deltagerne tage på baggrund af 3 spørgsmål, som I har udviklet. Det kan fx være: Tag et billede af steder, hvor I savner information, hvor I synes det kunne være mere underholdende, eller hvor det er sjovt at være. Spørgsmålene afhænger af den problemstilling, I vil undersøge. Billederne skal bruges som udgangspunkt for diskussion bagefter, og derfor er det vigtigt, at I sørger for, at der er en computer til rådighed, som I kan downloade billederne til. Computeren skal stå ved workshopbordet.

Til anden del af workshoppen skal I forberede posterne, dvs. de steder på biblioteket, hvor brugerne skal løse opgaver. Anvisningen af posterne er angivet i den mappe, som hver gruppe får udleveret. Alternativt kan opgaverne og remedierne være placeret på de forskellige poster. I skal forberede en konkret, relevant opgave, som brugerne skal løse på hver enkelt post. Løsningsforslagene skal kunne tegnes og beskrives, og der skal derfor være tuscher, farver og papir til rådighed. Hvis brugerne nu skulle gå i stå ved en post og mangle inspiration til at komme videre, kan det være en idé at lave forskellige inspirationskort, som brugerne kan trække. Det kan være kort med forskellige idéer til, hvad man kunne forestille sig af ting, der kunne tænkes ind i rummet ved den enkelte post, eller andre mere eller mindre direkte tilknyttede idéer og produkter.

### Brugerne

Da brugerne løser opgaverne parvis, kan det være en god idé at invitere brugere, der kender hinanden i forvejen, fx venner, kolleger eller forældre med børn. Men I kan sagtens opnå en god dynamik gennem en deltagergruppe, der ikke kender hinanden på forhånd. Det vigtigste er at invitere den brugergruppe, som er relevant for undersøgelsesområdet. Et passende antal er 6-8 brugerdeltagere.

### Gennemførelse

Start med at byde deltagerne velkommen, og præsentér, hvad der skal ske på workshoppen, og hvad formålet er.

### I den første runde:

- Sender I brugerne af sted to og to med kamera, post-its og tre spørgsmål.
- Brugerne skriver deres kommentarer og oplevelser i forbindelse med spørgsmålene ned på post-its.
- Lad brugerne bruge 15-20 minutter på at indsamle materialerne.
- Når brugerne kommer tilbage overføres billederne fra kameraerne til computeren.
- Diskuter billederne og kommentarerne i plenum.

### I anden runde:

- Sender I brugerne rundt på biblioteket for at udvikle nye løsningsforslag.
- De nye forslag skal tage udgangspunkt i den problemstilling, som workshoppen skal fokusere på.
- Grupperne får udleveret mappen med opgaver og inspiration til at udvikle nye løsningsforslag.

- Hver gruppe sendes til forskellige poster på biblioteket. Her skal de løse opgaverne i mappen og tegne og beskrive nye forslag.

Ved workshopbordet præsenterer grupperne deres forslag og de tanker, de har gjort sig ved de enkelte poster. Sammen diskuterer I løsninger og arbejder videre på dem i plenum. Notér alle nye forslag og gerne også diskussionen omkring forslagene. I diskussionen er der nemlig ofte værdifulde udsagn om, hvordan biblioteket opleves, hvilke punkter der kan gøres bedre, og hvilke gode nye idéer der opstår undervejs i diskussionen.

Workshoppen afrundes efter 3 timer. Saml op på resultaterne fra dagen, og sig tak for brugernes bidrag og deltagelse i arrangementet. Fortæl dem om det videre forløb, og hvad I vil bruge deres input til.

#### Hvad skal der bruges

- Digitale kameraer – et til hver gruppe dvs. tre til fire kameraer.
- En computer til at downloade billeder på.
- 3 opgaver til første workshoprunde + post-its til kommentarer.
- En mappe, der indeholder et kort over, hvor på biblioteket posterne er, et ark med opgavepunkter, de skal igennem på posten, inspirationskort, tomme ark til at tegne løsningerne ned på, tuscher og farver. Alternativt er det placeret ude på de enkelte poster.
- Et stort bord, som deltagerne kan sidde rundt om.
- Kaffe, the, sodavand, frugt og lidt lækkert til deltagerne.

## Workshops

En workshop kan laves på mange forskellige måder. Det grundlæggende i en workshop er at lade deltagerne mødes og gennem forskellige øvelser at undersøge deltagerens holdninger til og visioner i forhold til forskellige temaer. I biblioteket er workshops velegnede til at udvikle nye idéer i samarbejde med brugerne.

#### Hvorfor bruge metoden?

- Metoden er meget fleksibel og kan tilpasses forskellige behov.
- Den giver mulighed for at bruge flere forskellige medier.
- Metoden kan være god til at sætte fokus på enkelte afgrænsede problemstillinger.

#### Metoden

Den type af workshop, som vi præsenterer her, giver mulighed for at få idéer og viden gennem forskellige aktiviteter fra deltagerne.

#### Forberedelse

En workshop kræver typisk en del forberedelse. Det hænger sammen med, at workshoppens aktiviteter sammensættes og planlægges helt fra bunden. Workshoppen tilpasses de specifikke formål, I har valgt for den. Arbejdet kan målrettes netop de resultater, I har brug for. Første skridt er derfor at formulere målet med workshoppen. Det kan fx være områder, I gerne vil vide mere om eller udvikle idéer til.

Det næste skridt er at udvælge og sammensætte de øvelser, I vil bruge i workshoppen. Det kan være alt fra

diskussioner af spørgsmål og interviews til praktiske aktiviteter som skuespil eller historiefortælling. Det kan også være strukturerede samtaler, test af prototyper eller udarbejdelse af scenarier og tegneøvelser. Rækkefølgen på aktiviteterne er vigtig. En konkret workshop kan forløbe således:

Start ud med korte øvelser eller oplæg, der har til formål at introducere workshoppens tema for deltagerne. Herefter kan I indsnævre fokus til nogle udvalgte problemstillinger. I den sidste fase kan det være en god idé, at I lader deltagerne arbejde med helt konkrete løsninger. Det kunne være at tegne eller at gennemføre scenarieøvelser. Ved gradvist at gøre fokus i arbejdet mere snævert sikrer I, at de forslag, deltagerne kommer frem til, er resultater, der kan bruges i jeres videre arbejde.

Lav en drejebog over workshoppens forløb. Tjekliste og drejebog til workshop følger sidst i dette afsnit.

#### Brugerne

Når I har afklaret, hvad målet med workshoppen er, skal I finde ud af, hvem I vil have med. Hvilke brugergrupper, er I interesseret i? Hvordan skal fordelingen være? I nogle sammenhænge kan alle brugere være interessante. Det typiske vil dog være at udvælge en mindre gruppe. Det kunne være unge brugere, indvandrere, ældre eller hvem der passer ind i jeres sammenhæng. Antallet af deltagere er ikke så væsentligt. Det vigtigste er, at det er de rigtige brugere, I får fat på. Dog er et antal mellem 12 og 20 stykker at foretrække. Det er tilstrækkeligt til at give kvalificerede svar, og det er samtidig en håndterbar gruppe.

#### Gennemførelse

Gør lokalet klar, så det virker indbydende. Alt efter hvor mange deltagere, I har, skal der være et passende antal borde. Det er en god idé med ekstra bordplads, da en del øvelser kræver plads til papir, tegneredskaber, byggeklodser og meget andet. Det er også en god idé at have mad, kage eller frugt at byde deltagerne på undervejs. En workshop tager typisk 2-3 timer, men kan vare fra en time til en hel dag.

#### Sådan gør I konkret:

- Når alle deltagerne er ankommet, byder I velkommen.
- Præsenter kort arrangementets tema.
- Herefter præsenterer deltagerne sig selv og deres tilknytning til temaet.
- Deltagerne placeres i mindre grupper omkring små borde.
- Deltagerne bliver i den samme gruppe under hele forløbet. Målet med dette er, at deltagerne i grupperne hurtigt lærer hinanden at kende og derved lettere kan fokusere på øvelserne.
- Første opgave uddeles, fx spørgsmål på et overordnet niveau om deres forhold til temaet.
- Ved en workshop er det vigtigt, at der skabes en god sammenhæng imellem de forskellige aktiviteter. Det gøres ved at lade resultaterne fra én øvelse indgå i den næste.
- Anden opgave uddeles, fx konkretisering af de ideer, værdier eller følelser, deltagerne har til temaet.
- Kort opsamling mellem hver runde, hvor hvert bord præsenterer deres vigtigste overskrifter.
- Evt. flere runder, hvis der er tid, energi eller behov for det.

Efter den indledende runde er det vigtigt, at fokus rettes imod workshoppenes konkrete problemstilling. Øvelserne skal i denne runde bruges til at få indsamlet og konkretiseret de tanker, deltagerne har om temaet.

I workshoppenes sidste del retter I fokus imod udviklingen af et eller flere løsningsforslag. Det er vigtigt, at disse bliver gjort så konkrete og håndgribelige som muligt. Det kan I fx gøre ved at bede deltagerne om at tegne deres idéer eller ved at beskrive deres løsningsforslag som et scenarie. Konkrete idéforslag er både lettere at tale om og lettere at bruge i jeres efterfølgende proces. Det er dog vigtigt at forstå, at deltageres forslag kun skal opfattes som foreløbige idéer, som I kan bruge som inspiration i jeres eget udviklingsarbejde efterfølgende.

Vi foreslår, at I efter den sidste øvelserunde samles med deltagerne. Her kan hver enkelt deltager få mulighed for at fortælle om deres oplevelse af at deltage. Denne viden kan være meget værd i forhold til fremtidige workshops.

#### I skal bruge:

- Et lokale af passende størrelse.
- Små borde, stole.
- Musik, lys, blomster.
- (Papir-)Duge eller andet der kan gøre rummet hyggeligt indrettet.
- Tuscher, papir, farver osv.
- Evt. videokamera til dokumentation.

#### Vores erfaringer med workshops

En workshop kræver en del arbejde, men kan også give en masse igen. Af de metoder, der er præsenteret i denne bog, er det den, vi har haft de bedste erfaringer

med. Vi har gennem projektet brugt metoden i flere forskellige skalaer.

En vigtig erfaring er, at antallet af deltagere ikke er afgørende for kvaliteten af en workshop. Det vigtigste er, at workshoppenes tema er sammensat, så det passer til de indbudte.

Det er vigtigt at sætte rammen omkring workshoppen. Hvis man gerne vil have brugerne til at komme med input til fremtidens bibliotek, er det vigtigt at sætte dem i stand til at gøre det. Det er ikke nok at have en tegning eller et scenarium omkring fremtidens bibliotek, som de skal forholde sig til. Set-up'et omkring workshoppen skal sætte dem ud over deres daglige opfattelse af biblioteket.

#### De vigtigste erfaringer

- **Planlægningen er meget vigtig. Drejebogen er et centralt værktøj i dette arbejde.**
- **Under planlægningen er det vigtigt at overveje, hvordan resultaterne skal bruges efterfølgende. Det har stor betydning for hvilke aktiviteter, der skal indgå i workshoppen.**
- **Det er godt at anvende forskellige typer af øvelser i det samme arrangement. Det giver mulighed for, at forskellige typer af deltagere alle kommer til orde. Samtidig giver afvekslingen ekstra energi.**
- **Det kan være en god idé at følge op på arbejdet senere og vise deltagerne, hvad deres indsats har betydet. Fx ved at maile deltagerne en opsummering.**
- **Overvej, hvem der skal deltage. Er arrangementet åbent for alle, har I ikke indflydelse på hvem der dukker op!**

## Regler

- De, der er kommet, er de rigtige
- Del din viden
- Del din nysgerrighed
- Fokuser på det væsentlige
- Alle meninger er rigtige
- Det, der sker, skal ske
- Sig og... ikke men
- Del tiden – lad alle komme til med deres bidrag

Det er vigtigt, at både roller og regler er klare for alle, der er til stede. Dette er med til at skabe et åbent og trygt rum. Om man vil have få eller mange regler, er individuelt.

## Tjekliste til Workshop

Titel	Temaer
<b>Formål</b>	Hvad vil vi opnå? Hvad er det, der er vigtigt? Hvor langt skal det bære?
<b>Opgave</b>	Hvad er vores opgave? Hvilke indsigter skal vi kunne høste?
<b>Høst</b>	Hvilken dokumentation skal vi have at høste på? Interview, tegninger, fotos, udsagn, produkt, film?
<b>Deltagere</b>	Hvem henvender vi os til? Hvem kan bidrage? Hvem skal inviteres? Hvor mange? Skal der være begrænsning på antallet?
<b>Tid &amp; sted</b>	Dato, mødetid, hvor længe, hvor?
<b>Praktiske opgaver</b>	Indbydelse, indkøb, booking af lokaler, intro, vejledninger, materialer: tuscher, flipover, papir, lego, kamera osv.
<b>Kontakt</b>	Hvem er tovholder/kontaktperson? Skal der være tilmelding?

## Drejebog til Workshop

Tid	Hvad	Metode	Formål	Værktøjer	Hvem
	Klargøre rummet		At skabe en gæstfri atmosfære, som føles tryk og rar.	Opstilling, stearinlys, frugt, kaffe, blomster, billeder til inspiration osv.	Vært Facilitator
	Deltagernes Ankomst	Præsenter dig selv, og giv hånd til den enkelte deltager.	At alle føler sig budt velkommen.		Vært Facilitator
	Tjek-ind Hvad bragte dig her i dag? Hvad har motiveret dig til at komme?	Værterne starter, og herefter bidrager hver enkelt deltager (der må ikke kommenteres).	At alle får præsenteret sig. At hver enkelt bliver nærværende og tilstedeværende i workshoppen.	Stolene placeres i en cirkel. Spørgsmål skrevet på flipover. Husk en talkstick – fx en appelsin!	Alle
	Præsentation af hvad der skal ske fx formål, roller, regler, dagsorden		At sikre, at vi har en delt forståelse af, hvad vi skal lave og hvorfor (grounding).	Flipover, whiteboard, power point, trykt program	Facilitator
	introduktion til 1. aktivitet		At skabe forståelse for formålet med aktiviteten		Facilitator
	1. aktivitet	Fx interview, tegning, fortælling, oplæg, spørgsmål, dialog	At skabe et fundament, der kan bidrage til formålet, antallet og arten afhænger af dagens formål, og hvad der er vigtigt.	Spørgeskema, papir, tuscher, billeder ...	Facilitator bevæger sig rundt i lokalet og assisterer, når behov viser sig.

	Opsamling	I plenum udstilling/fernisering	At opsamle idéer og hovedtræk og dermed få fælles bevidsthed om, hvad der er vigtigt til høst og dokumentation.		Alle
	Introduktion til 2. aktivitet				Facilitator
	2. aktivitet				Facilitator
	Opsamling				Alle
	Afrunding		At få samlet overblik over dagens hovedpunkter.		Facilitator
	Tjek-ud sig med et/få ord, hvordan det har været for dig at deltage i dag, eller fortæl, hvad du bringer med dig herfra	Værterne starter, og herefter bidrager hver enkelt deltager (der må ikke kommenteres). Talkstickken overrækkes til den næste, når man har sagt sit.	At få rundet dagen af og få feedback på, hvordan det har været at deltage – kan give flere output til høsten.	Stolene placeres i en cirkel. Talkstick	Alle

## Village Square

Village Square bygger på idéen om et torv, eller et forum, hvor alle med idéer eller projekter kan få sparring og hjælp til at komme videre med arbejdet.

### Hvorfor bruge metoden?

- Deltagerne bidrager med deres egne projekter. Hermed kan det være lettere at finde motiverede og engagerede deltagere.
- Bibliotekets egne projekter indgår på lige fod med deltagerens.
- Metoden kan give konkrete input til jeres idéer, men også give indblik i brugernes verden.

### Metoden

Ved et Village Square arrangement mødes engagerede brugere på biblioteket og får hjælp til at komme videre med deres egne projekter og idéer. Det kan fx være en studerende, der gerne vil have sparring på en idé. Bibliotekets opgave er først og fremmest at danne ramme om aktiviteterne. Men, hvis jeres bibliotek arbejder med nogle spændende nye tiltag, kan metoden være et rigtigt godt sted at få prøvet idéerne af over for brugerne. Metoden bygger på en tanke om, at det engagement, brugerne lægger i deres egne projekter, kan bruges som drivkraft.

### Forberedelse

Da Village Square bygger på idéen om et torv eller et forum, hvor folk mødes, er det vigtigste ved denne metode, at I skaber rammer, der virker fremmende for samtale. Der er forskellige måder at gøre det på, men vi

foreslår, at I gør rummet indbydende, pynter det op, og at I stiller lidt at spise og drikke frem. Rummet skal indrettes med stole opsat i en cirkel stor nok til alle. Rundt i rummet opstilles borde, hvor grupper kan dannes, og dialoger om projekter og idéer kan udspilles.

Da det er biblioteket, der faciliterer, skal I forberede et kort oplæg, der forklarer spillereglerne og den rollefordeling, der vil være. Hold det så kort som muligt, og beskriv det eventuelt på en planche sammen med programmet, så deltagerne ved, hvad der skal ske. På denne måde er retningslinjerne hele tiden nærværende for deltagerne. For at holde en god struktur på forløbet skal I udforme en drejebog til jer selv, der fortæller, hvad der skal ske. Med den i hånden har I et godt redskab at støtte jer til gennem hele forløbet. Tjekliste og drejebog til Village Square følger sidst i dette kapitel.

### Brugerne

På bibliotekets opslagstavle eller website kan I reklamere for arrangementet. Andre muligheder er fx lokalområdet, uddannelsesinstitutioner, hvor der findes elever, der allerede er i gang med deres egne projekter, og som formodentligt brænder efter at dele deres viden med andre. Husk også jeres eget biblioteks idémagere.

Gennem indbydelserne og annonceringen af arrangementet er det vigtigt at gøre det klart, at det er deltagerens egne projekter, der kommer i fokus.

### Gennemførelse

Der er fire grundlæggende principper og én lov til en Village Square. Disse skitseres af en facilitator for de fremmødte. Det kan hjælpe at have de fire principper

og den ene lov skrevet på en planche. De fire principper sikrer, at alle har en fælles forståelse for, hvilke regler der gælder for denne form for møde.

### De fire principper:

- De, der kommer, er de rigtige.
- Det starter, når det starter.
- Det, der sker, er det, der skal ske.
- Det slutter, når det slutter.

Ordlyden i de fire principper er måske lidt kringlet, og det er jer frit for at omskrive dem, så de ligger godt i jeres mund. Men formålet bør være klart: **En Village Square er åben, og I kan ikke styre, hvem der kommer, hvad der tales om, og hvornår folk ikke har lyst til at deltage mere!** Så principperne er spilleregler, der synliggør, at det er tilladt at være selvbestemmende og at være med til at tage ansvar for, at der kommer noget konstruktivt ud af arrangementet.

### En Regel: De to fødders lov

Følg energien, der hvor du har lyst til at være, hvor det giver mening for dig. Kan du mærke, at din energi trækkes et andet sted hen, så følger du den. Det er dine fødder, der bestemmer. Det er i orden at forlade en gruppe, og her er det vigtigt at huske, at det ikke sker i mangel på respekt, men netop i respekt for den gode energi.

Ifølge de to fødders lov, kan man blive en "humlebi" eller "sommerfugl".

### Humlebi

Som deltager kan du følge dine fødder og energien og gå mellem grupperne. Som for humlebien i naturen, sker

der en 'krydsbestøvning': idéer og input fra en gruppe føres med til den næste, og den fælles viden vokser.



### Sommerfugl

Er der ikke umiddelbart nogle af de fremlagte idéer, du brænder for, kan du som sommerfugl flakse rundt mellem grupperne. Undervejs kan der opstå en ny idé, som man danner gruppe om. Her hersker en naturlig opståen af grupper og en naturlig famlen.

### Sådan gør I konkret:

- Det starter med, at deltagerne samles i en cirkel.
- Der er brug for mindst en facilitator.
- Facilitatoren byder velkommen ved at introducere formålet med Village Square'en.
- Deltagerne inviteres til senere at bringe deres egne projekter eller idéer ind, som de er villige til at tage ansvaret eller værtskabet for.
- Inden det sker, forklarer facilitatoren de fire principper og de to fødders lov.

- Alle tjekker ind, dvs. alle deltagere fortæller meget kort, hvorfor de er kommet, og hvad de forventer.
- Efter tjek-ind præsenteres projekterne og idéerne af 'idéholderne' selv.
- Imens projekterne præsenteres, noteres de ned på en flipover, så der skabes et godt overblik, og så deltagerne ved, hvilke projekter der senere ønsker sparring.
- Hver projektholder går ud til et bord og er efterfølgende vært for sin idé.
- Så går deltagerne ud til de projekter, de finder interessante, og arbejdet kan begynde.
- Idéholderen er ansvarlig for at opsamle og opsummere essenserne af samtalerne på et stort ark papir, og disse deles i plenum som sidste punkt på dagsordenen.
- Til sidst er der en fælles tjek-ud (hvor alle fx har mulighed for at fortælle, hvad de har fået ud af deres deltagelse).

Efter dette er selve metoden gennemført. Men det er dog vores opfattelse, at de samtaler, der opstår efterfølgende kan være ligeså meget værd som selve Village Square'en. Det er i denne sidste fase, at deltagerne typisk udveksler telefonnumre og knytter de bånd, der skal bruges fremover. Derfor er det også vigtigt, at I har afsat tid til, at deltagerne kan blive i lokalet et stykke tid efter arrangementets officielle afslutning.

#### I skal bruge:

- et forholdsvist stort lokale
- små borde og stole der let kan flyttes rundt
- papirduge, skriveredskaber

- drikkevarer, frugt kage eller lignende.
- Metoden er forholdsvis let at anvende og kræver ikke mange ressourcer. Deltagerne medbringer selv deres egne projekter, så jeres rolle er kun at fungere som facilitatorer for forløbet.

#### Vores erfaringer med Village Square

Vi har oplevet Village Square som en god metode til at vise borgerne, at biblioteket åbner sig mod dem, og at vi viser interesse for deres emner og projekter.

En deltager udbrød fx spontant under en Village Square: "Biblioteket må være den mest interessante organisation at arbejde i!"

Samtidig gav metoden os mulighed for at møde brugerne i nogle andre rammer, end vi gør til dagligt. Det brugte vi til at få knyttet nogle bånd, som vi har brugt i senere brugerinddragelsesprocesser.

#### De vigtigste erfaringer:

- En Village Square kan give biblioteket mulighed for at præsentere idéer for borgerne og få sparring.
- Metoden kan være med til at få nogle borgere, som ikke kommer der til daglig, ind på biblioteket og til at vise, at biblioteket kan bruges på mange måder.
- En Village Square kan være et godt udgangspunkt for at opbygge en bedre kontakt til borgerne og udvikle bibliotekets netværk.
- Deltagerantallet er ikke så vigtigt. 12 gode, aktive deltagere er bedre end 50 uengagerede.
- Det er et problem, hvis der er lige så mange projekter som deltagere. Hvis problemet opstår, må de projekter, hvor der ikke kommer deltagere (de to fødders lov), nedlægge sig.

## Principper

- De, der kommer, er de rigtige
- Det starter, når det starter
- Det, der sker, er det, der skal ske
- Det slutter, når det slutter

## Tjekliste til Village Square

<b>Formål</b>	Hvad vil vi opnå?
<b>Deltagere</b>	Hvem henvender vi os til? Hvordan inviterer vi?
<b>Hvor mange</b>	Skal der være begrænsning på antal deltagere?
<b>Tid &amp; sted</b>	Dato, mødetid, hvor?
<b>Praktiske opgaver</b>	Indbydelse, indkøb, booking af lokale, intro, materialer: tuscher, flipover, papir osv.
<b>Kontakt</b>	Hvem er kontaktperson? Skal der være tilmelding eller fri adgang?

#### Regel: De 2 fødders lov

Følg energien, der hvor du har lyst til at være, og hvor det giver mening for dig at være.

Kan du mærke, at din energi trækkes et andet sted hen, så følger du den. Det er dine fødder, der bestemmer. Det er i orden at forlade en gruppe, og her er det vigtigt at huske, at det ikke sker i disrespekt, men netop i respekt for den gode energi.

#### Rolle: Sommerfugl

Er der ikke umiddelbart nogle af de fremlagte idéer, du brænder for, kan du som sommerfugl flakse rundt mellem grupperne. Undervejs kan der opstå en ny idé, som man danner gruppe om.

Her finder en naturlig opståen af grupper og en naturlig famlen sted.

#### Rolle: Humlebi

Som deltager kan du følge dine fødder og energien og gå mellem grupperne.

Som for humlebien i naturen, sker der en 'krydsbestøvning', idéer og input fra en gruppe føres med til den næste, og den fælles viden vokser.

## Drejebog til Village Square

Tid	Hvad	Metode	Formål	Værktøjer	Hvem
	Klargøre rummet		At skabe en gæstfri atmosfære, som føles tryk og rar.	Opstilling i rundkreds, stearinlys, frugt, kaffe, blomster osv.	
	Deltagernes ankomst	Præsenter dig selv, og giv hånd til hver enkelt deltager.	At alle føler sig budt velkommen.		Vært Facilitator
	Tjek-ind Hvad bragte dig her i dag? Hvad har motiveret dig til at komme?	Værterne starter, og herefter bidrager hver enkelt deltager i urets retning (der må ikke kommenteres). Den, der taler, holder "talkstickken" fx en appelsin.	At blive nærværende til denne Village Square.	Talkstick	Alle
	Præsentation af, hvad der skal ske intro til metoden, roller og regler.		At sikre, at vi har en delt forståelse af, hvad vi skal lave (grounding).	Flipover, whiteboard, power point	
	Præsentation af projekter	Kun hovedlinjerne i punktform.	Alle deltagere hører om alle projekter.		Idéholderne (de, der medbringer et projekt).

	Village Square	Idéholderne placerer sig rundt i lokalet. Deltagerne bidrager til de projekter, hvor deres energi tager dem hen.	At dele viden og hjælpe initiativer til at vokse.	Papir, tuscher, flipover...	Facilitatorerne bevæger sig rundt i lokalet og assisterer, hvis der er behov.
	Opsamling	Præsentation af det, denne Village Square bidrog med til det enkelte projekt.	At samle op og dele idéer og hovedtræk.		Idéholderne på skift
	Tjek-ud Sig med et/få ord, hvordan det har været for dig at deltage i dag, eller fortæl, hvad du bringer med dig herfra.	Værterne takker for alle bidrag til de forskellige projekter. Værterne starter tjek-ud, og herefter går den i urets retning. Hver enkelt deltager bidrager (der må ikke kommenteres).	At få rundet dagen af og få feedback på, hvordan det har været at deltage. Dette kan give flere output til høsten.	Stolene placeres igen i en cirkel.	Alle

# World Café

World Café metoden bygger på idéen om, at de uformelle rammer, en café danner, er fordrende for en god dialog. Denne ramme anvendes i World Café sammenhæng som udgangspunkt for konstruktive, strukturerede samtaler.

## Hvorfor bruge metoden?

- Den giver indblik i brugernes forestillinger om biblioteket og ønsker til fremtiden.
- Den hjælper til at opbygge netværk og positive relationer til brugerne.
- Den hjælper til at få brugernes input til udviklingsprojekter frem i lyset, fx ny indretning af biblioteket og udviklingen af nye tilbud.

## Metoden

En World Café er en organiseret dialog mellem deltagerne om et bestemt tema, hvor biblioteket som arrangør er styrende for forløbet og emnet. Rammerne for dialogen er det afslappede og uformelle liv på caféen. Derfor foregår en World Café også i cafélignende omgivelser. Disse kan skabes til lejligheden internt på biblioteket eller findes udenfor.

Metoden giver biblioteket mulighed for at møde brugerne i nogle anderledes rammer, end biblioteket normalt tilbyder. Ved arrangementet kan der deltage både brugere, medarbejdere fra biblioteket og måske også ikke-brugere. Sammensætningen er ikke så vigtig, så længe der både er repræsentanter fra brugerne og biblioteket.

## Forberedelse

Når I har fastlagt et tema for World Caféen, udfylder I en drejebog for arrangementet. Den fungerer først og fremmest som et planlægningsværktøj for jer og skal sikre, at I husker de centrale punkter i afviklingen af caféen. Tjekliste og drejebog til World Café følger sidst i dette kapitel.

Når I har en klar idé om, hvordan arrangementet bliver, er det tid til at lave en invitation, der sendes ud til deltagerne. Invitationen giver deltagerne det første indtryk af arrangementet. Derfor er det vigtigt, at den kommer til at signalere den samme afslappede caféstemning, som deltagerne møder senere. Det kan gøres ved hjælp af billeder, tryk på farvet papir eller andre kreative tiltag.

Indret et lokale med små borde og stole. Skab en hyggelig og afslappet atmosfære ved hjælp af levende lys, blomster og musik. Det er også en god idé at have noget spiseligt til deltagerne. Dels fordi en World Café forløber over lang tid, og dels fordi spisningen bidrager til oplevelsen af et afslappet cafémiljø.

## Brugerne

En World Café kræver forholdsvis mange deltagere. Vi vil foreslå, at der som minimum findes 12. Det giver mulighed for at danne tre grupper med fire i hver. Deltagerne kan både være brugere, ikke-brugere og bibliotekets ansatte. I mange tilfælde kan det være udmærket med en meget blandet sammensætning, men i de tilfælde, hvor emnet er afgrænset, kan det være en fordel med en mere målrettet sammensætning af deltagerne.

## Gennemførelse

For at fremme den gode dialog er der lavet en World Café etikette, der består af seks punkter, som I kan vælge at præsentere til en café:

### World Café Etikette

- Fokusér på det væsentlige (hvad er formålet med i dag?).
- Bidrag med dine tanker (lad være med at holde dig tilbage).
- Sammenkæd og forbind idéer (fra de forskellige borde og mennesker du møder).
- Lyt sammen efter indsigter og dybere spørgsmål (det er her, guldet er).
- Leg, skitsér, tegn på papirdugene (nogle kan bedre forklare sig visuelt).
- Ha' det sjovt!

Der opstår først en god, produktiv samtale, når emnet eller spørgsmålet, der skal undersøges, har en tilstrækkelig relevans og vigtighed for den enkelte bruger. Først dér kan det tiltrække borgerne, da de kan se værdien og forestille sig, hvordan deres medvirken kan påvirke deres brug af biblioteket.

Den World Café, vi afviklede under Slip brugerne løs, handlede om bibliotekets rolle i samfundet. Et stort spørgsmål, som vi lagde ud med for at få italesat værdier om biblioteket. Vi gennemførte processen over to uafhængige sessioner med omtrent de samme deltagere, hvor anden runde var mere jordnær og handlede om, hvordan de værdier, der i første omgang var kommet frem, kunne rodfæstes i et nyindrettet område på biblioteket.

## Sådan gør I konkret:

- Som optakt kan det være en god idé med et eller to inspirationsoplæg, der kan være med til at sætte rammerne for caféens tema.
- Hvert bord vælger en vært, der bliver siddende gennem alle runderne. Værten er ansvarlig for at opsamle og opsummere essenserne af samtalerne.
- Planlæg tre-fire fortløbende samtalerunder, der hver varer 20-30 minutter.
- Ved starten af hver runde bliver der stillet et nyt spørgsmål, og alle undtagen værten rejser sig og finder et nyt bord med deltagere, de endnu ikke har siddet sammen med.
- Værten opsamler essensen af samtalerne og deler dem i plenum i slutningen af en runde eller giver dem videre i starten af nye runder for at muliggøre synergien.
- I sidste runde kan I lade folk gå tilbage til deres oprindelige bord, for dér at sammenfatte deres idéer, se hvor langt de er kommet eller sortere og konkretisere dagens indhold.
- Lad folk dele deres indsigter i plenum efter sidste runde. Her kan ledes efter dybere mønstre, mening og måske opgaver, for derefter at danne nye arbejdsgrupper.

Som arrangør er det jeres vigtigste rolle under en World Café at få deltagerne til at føle sig godt tilpas. Samtidig er det jeres opgave at få sat gang i dialogen og sørge for, at deltagerne bliver hørt. Typisk deltager I ikke selv i samtalerne, men ofte kan det være en god idé at invitere andre biblioteksansatte med. Det kan give en god dynamik i samtalerne og være med til at sikre, at fokus holdes på biblioteket. I kan med fordel



påtage jer forskellige roller. Nogle af jer kan føre ordet over for deltagerne, mens andre koncentrerer sig om at få de praktiske aktiviteter til at forløbe uden problemer. Alt efter hvor mange I er, kan det også være en god idé at have en eller to, der holder øje med, hvordan deltagerne reagerer på spørgsmålene.

#### I skal bruge:

- et forholdsvis stort lokale, gerne andetsteds end i biblioteket.
- små borde og stole, der let kan flyttes rundt.
- papirduge, skriveredskaber.
- drikkevarer, frugt, kage e.l.

Da det er biblioteket, der er vært og stiller opgaven, kræver en World Café meget forberedelse. Dels skal spørgsmålene formuleres, og der er mange indholdselementer, der skal koordineres. Dette gør en World Café forholdsvis ressourcekrævende.

#### Vores erfaringer med World Café

Vi har afholdt en World Café i forbindelse med, at vi skulle indrette et område i biblioteket, hvor det traditionelle bibliotekarbord i udlånet skulle nytænkes. Vi brugte lang tid på forberedelsen og lagde en del kræfter i at tale temaet igennem og på at få udarbejdet nogle gode spørgsmål. Vi sendte en invitation ud omkring 14 dage før arrangementet.

For bedre at kunne løsrive vores og deltageres bevidsthed fra det nuværende bibliotek, valgte vi at afholde arrangementet ude i byen hos et alternativt uddannelsescenter. Det gjorde forarbejdet en smule mere omstændigt, men det var den ekstra indsats værd.

Ved selve arrangementet havde vi delt rollerne op imellem os, så nogle tog sig af at præsentere aktiviteterne og de enkelte opgaver, mens andre tog sig af de praktiske ting. Vi støttede os hele vejen igennem til vores udførlige drejebog. For at sætte gang i samtalerne indledte vi arrangementet med et kort oplæg. Det satte stemningen og fik deltageres opmærksomhed rettet mod temaet.

Metoden kan være med til at give biblioteket indsigt i de ønsker, deltagerne har i forhold til emnet. Herved kan en World Café give vigtigt input til konkrete forandringsprocesser. Metoden er samtidig god til at sætte gang i en positiv dialog. Denne dialog kan være med til at skabe relationer mellem deltagerne og biblioteket, der rækker ud over det enkelte tema og arrangement. Vi opfatter derfor metoden som meget velegnet til at skabe og udvikle bibliotekets netværk og relationer til brugerne.

#### De vigtigste erfaringer:

- Det er vigtigt med en god invitation.
- Rummets indretning spiller en stor rolle for at skabe den tillidsfulde atmosfære, som metoden kræver.
- Et inspirerende oplæg kan være en god igangsætter for samtalerne.
- Brug lidt tid efter arrangementet på at tale med deltagerne og fasthold de emner, der viser sig mest vigtige.
- Den vigtigste belønning, I kan give deltagerne, er at vise at deres indsats gør en forskel.

## Etikette

- Fokusér på det væsentlige
- Bidrag med dine tanker
- Sammenkæd og forbind
- Lyt efter indsigter og dybere spørgsmål
- Leg / skitsér / tegn
- Hav det sjovt!

## Tjekliste til World Café

<b>Formål</b>	Hvad vil vi opnå?
<b>Deltagere</b>	Hvem henvender vi os til? Hvordan inviterer vi?
<b>Hvor mange</b>	Skal der være begrænsning på antal deltagere?
<b>Tid &amp; sted</b>	Dato, mødetid, hvor?
<b>Praktiske opgaver</b>	Indbydelse, indkøb, booking af lokale, intro, materialer: tuscher, flipover, papir osv.
<b>Kontakt</b>	Hvem er kontaktperson? Skal der være tilmelding eller fri adgang?

## Drejebog til World Café

Tid	Aktivitet	Formål	Værktøjer	Hvem
	<b>Klargøre rummet</b>	At skabe en gæstfri atmosfære, som føles indbydende og rar.	Caféborde, musik stearinlys, frugt, drikkevarer osv.	
	<b>De inviterede ankommer og bydes velkommen med håndtryk. Præsenter dig alene ved navn, byd på kaffe, frugt... og bed gæsten om at tage en plads.</b>	At skabe gode rammer og tryk, fange alle deltagerne og forklare, at stilling og status er uvæsentligt.		<b>Facilitator</b>

## Drejebog til World Café (fortsat)

Tid	Aktivitet	Formål	Værktøjer	Hvem
	<p><b>Vi byder velkommen.</b></p> <p><b>Vi formulerer det centrale spørgsmål.</b></p> <p><b>Vi formulerer princippet om at mødes uden status.</b></p> <p><b>Vi præsenterer os selv, og hvorfor vi brænder for dette initiativ.</b></p> <p><b>Vi præsenterer kort dagsordenen for arrangementet.</b></p>	Gennem introduktionen at skabe forståelse for formålet med denne World Café. At sikre, at vi har en delt forståelse af, hvad det centrale tema er (grounding).	Flipover, white board, power point, trykt program.	
	<b>Introduktion af 1. oplægsholder + oplæg</b>	At alle får et fælles billede og en fælles reference til dagens centrale spørgsmål/tema.	.	
	<b>Introduktion af 2. oplægsholder + oplæg</b>	At der gives flere input og en mere nuanceret forståelse af dagens centrale spørgsmål/tema.		
	<b>Vi takker for oplæggene</b>			<b>Facilitator</b>
	<p><b>Vi introducerer til World Café metoden:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Hvad er det?</b></li> <li>▪ <b>Hvorfor er det en god metode?</b></li> <li>▪ <b>Hvordan gør man?</b></li> <li>▪ <b>Hvad er værtens rolle?</b></li> <li>▪ <b>Etiketten</b></li> </ul> <p><b>Det centrale spørgsmål gentages.</b></p>	At alle får indføring i World Café og metodens baggrund. At alle bliver bekendt med forløbet. At alle kender værtens rolle. At alle introduceres til etiketten, således at alle får mulighed for at bidrage på lige fod og indstillingen er, at den indsigt der er brug for, findes blandt dagens deltagere. En helt klar fordeling af roller og opgaver gør, at deltagerne føler sig trygge, og vi bevarer fokus på det, der er vigtigt.	Flipover, white board, power point, trykt program.	<b>Facilitator</b>

	<b>1.dialogrunde Spørgsmål 1. Åbningsspørgsmål</b>	Skal åbne op for kontakten mellem deltagerne og sætte dialogen i gang.	Spørgsmålet er fortrykt og uddeles til hvert cafébord.	<b>Facilitator</b>
	<b>Opsamling og nye pladser</b>	At vi får delt viden, og vi får bragt viden rundt til de øvrige gæster.		<b>Værter</b>
	<b>Spisepause</b>	World Café strækker sig ofte over mange timer, og det er vigtigt, at alle er tanket op.	Fælles buffet	
	<b>*2. 3. 4. 5. dialogrunde spørgsmål 2, 3, 4, 5 ...</b>	At åbne op og frembringe det, der er vigtigt og relevant, få dybere indsigter. *Antal af runder afhænger af tid og af, hvor kompleks dagens tema er.	Spørgsmålet/opgaven er fortrykt, og uddeles til hvert cafébord.	<b>Facilitator</b>
	<b>Opsamling og nye pladser</b>			<b>Værter</b>
	<b>Storhøst</b>	Samle trådene og visualisere for alle, hvad dagens café har bragt frem.	Hovedpunkter skrives på flipover eller lign.	<b>Facilitator Alle</b>
	<b>Fælles tjek-ud Hvad tager I med hjem? Er der noget, I vil bidrage med i sidste øjeblik?</b>	Alle får mulighed for at eftertænke, hvad dagen har bragt. At komme af med indebrændte bidrag/give gaver. At få rundet af og sagt tak for i dag.	Anvend en talkstick.	<b>Alle</b>
	<b>Tak for i dag/aften</b>	At anerkende deltagernes bidrag.		<b>Facilitator</b>

”De systematiske”

## ■ Outcome-driven innovation

### ■ Spørgeskemaundersøgelse

Begge er metoder til at skaffe systematisk viden om brugernes behov i dybden og bredden. Metoderne hører til blandt de mest komplekse og ressourcekrævende til brugerdrevet innovation.

## Outcome-driven innovation

Outcome-driven innovation metoden skaffer systematisk viden om brugernes behov i dybden og bredden ved at kombinere kvalitative og kvantitative analyser. Metoden hører derfor til blandt de mest komplekse og ressourcekrævende metoder til brugerdrevet innovation.

Idéen bag metoden er, at vi som brugere altid vil vælge produkter og services, der bedst hjælper med at løse opgaver for os. Nøglen til at forstå brugernes behov ligger altså i at finde frem til, hvilke kriterier brugerne benytter til at vurdere, om et produkt eller en service opfylder de ønskede behov. Under afviklingen af slip brugerne løs samarbejdede vi med en antropolog, der forestod denne del af arbejdet. Resultatet er meget omfattende, og vi brugte kun dele af outcome driven innovationsmetodens elementer, bl.a. til at udarbejde de spørgeskemaer, der omtales i det følgende kapitel,

som igen ledte frem til de 'personas', som behandles senere i bogen.

Outcome-driven innovation er en af de få metoder til brugerdrevet innovation, der gør brug af såvel kvalitative og kvantitative metoder. Kombinationen af metoder sikrer systematisk og tilbundsgående viden om brugernes behov både i dybden og i bredden.

#### Hvorfor bruge metoden?

Metoden giver:

- Et solidt beslutningsgrundlag for store og små beslutninger.
- Et godt allround indblik i de mange forskelligartede ønsker, som brugerne har til bibliotekets produkter og services.
- Viden, der kan bruges i udviklingen af radikalt nye og allerede eksisterende produkter og services.
- Viden, der kan bruges i andre metoder til brugerdrevet innovation, bl.a. udviklingen af personas som behandles i et senere kapitel.

#### Metoden

Outcome-driven innovation metoden retter sig somudgangspunkt mod virksomheder, men kan med fordel også anvendes i bibliotekssektoren, der skal udvikle konkurrencedygtige produkter og services. Den rummer derfor flere kommercielt rettede trin end de tre første trin med indsamling og analyse af data, som beskrives her.

#### I skal bruge:

- Professionel assistance til at udføre de kvantitative og kvalitative analyser.
- Et statistikprogram, der kan tilpasses den kvantitative del af outcome-driven innovation metoden.
- 150-600 brugere.
- Tid og økonomi.

#### Trin 1.

##### Indsamling af brugernes input – kvalitativ del

Første trin i metoden er at indsamle kvalitativ viden om, hvilke kriterier brugerne benytter til at vurdere, om bibliotekets produkter og services opfylder de ønskede behov. Der findes ikke ét rigtigt research design, som I skal følge. Det vigtigste er, at I får stillet de rigtige spørgsmål, der finder helt ind til kernen af de opgaver, som brugerne ønsker at få løst med bibliotekets produkter og services. Opgaverne rummer praktiske, personlige og sociale aspekter.

- Det praktiske aspekt handler om den konkrete opgave, som brugeren gerne vil have løst. Det kunne være at låne nye populære titler, så snart de er sat til udlån.
- Det personlige aspekt handler om den følelse, som brugeren gerne vil opnå ved at bruge produktet. Det kunne være at føle sig godt underholdt.
- Det sociale aspekt handler om, hvordan brugeren gerne vil opfattes af andre. Det kunne være at få anseelse fra andre ved at have læst og kunne tale med om de nyeste bogudgivelser.

Der er tre typer af data, der viser vejen til kriterierne, som brugerne benytter til at vurdere, hvor godt pro-

dukter eller services opfylder de ønskede behov. Ofte er forhindringerne den mest direkte vej at forstå brugernes kriterier.

- Hvilke opgaver ønsker brugeren at få løst?
- Hvilke resultater ønsker brugeren at opnå?
- Hvilke forhindringer er der på vejen?

Intervieweren skal kunne omformulere brugernes udsagn om de tre typer af spørgsmål til såkaldte ønskede resultater. Det er vigtigt at få brugeren til at bekræfte disse, så det er brugeren, der definerer indholdet.

For at I efterfølgende kan vide, i hvilken retning I skal udvikle jeres produkter og services, skal trin 1 ende ud i så mange ønskede resultater som muligt. Et ønsket resultat kunne se sådan ud:

*Minimere tiden, det tager at få fat i en ny populær bog på biblioteket (retning) (måle-enheden) (det ønskede resultat).*

Spørg en del brugere om deres ønskede resultater. I skal generere så mange ønskede resultater som muligt. Når der begynder at blive langt mellem nye ønskede resultater, så har I afdækket tilstrækkeligt med ønskede resultater. I kan herefter gå til trin 2.

Husk at trin 1 danner fundament for resten af metoden, så det er vigtigt, at I udfører trin 1 så ekstakt som muligt, så det endelige resultat ikke skævvrides.

#### Trin 2.

##### Identificering af muligheder for udvikling – kvantitativ del

- a) Udarbejd et spørgeskema, der dækker brugernes ønskede resultater.
- b) Bed 150-600 brugere om at besvare spørgeskemaet.

- c) Bed brugerne om at give point fra 1-5 om, i hvilken grad de føler deres behov til udsagnet er opfyldt (på en skala, hvor 1 betyder helt opfyldt og 5 betyder slet ikke opfyldt).
- d) Bed brugerne om at give point fra 1-5 om, hvor tilfredse de er med de eksisterende produkter og services på biblioteket (1 betyder helt tilfreds og 5 betyder slet ikke tilfreds).
- e) Når spørgeskemaerne er udfyldt, beregnes mulighedsgraden med formlen:  $\text{vigtighed plus max (vigtighed minus tilfredshed, 0)} = \text{mulighed}$ .

Når I har beregnet skemaet, vil de forskellige ønskede resultater slå ud med forskellige mulighedsværdier. Jo højere mulighedsværdien er, jo større gevinst er der ved at udvikle netop det ønskede resultat. Spørgeskemaundersøgelse som metode beskrives i det følgende kapitel.

### Trin 3.

#### Segmentering af brugerne efter ønskede resultater

Med resultatet fra spørgeskemaet kan I segmentere brugerne (inddele i grupper) efter de ønskede resultater, de forskellige brugergrupper gerne vil opnå ved at benytte bibliotekets produkter og services. Segmentering er i sig selv en tidskrævende, iterativ og analyserende proces, hvor I skal finde frem til de præmisser for segmentering, som I mener passer på jeres brugere. Præmisserne kan både stamme fra spørgeskemaets resultater og fra jeres erfaring fra den første kvalitative del. Opstil forskellige præmisser, og prøv dem af med såkaldte klynge-analyser i et statistisk program. Processen slutter, når I mener at have fundet segmenter, der hver især er unikke, homogene og repræsentative.

Med kendskabet til jeres brugergrupper har I mulighed for at træffe beslutninger, der stemmer godt overens med brugergruppernes ønsker og behov. Det kan være en fordel at tilføje spørgsmål om alder, køn, frekvensen af brugernes besøg på biblioteket eller andre spørgsmål, der matcher jeres motiver for at benytte outcome-driven innovation metoden på spørgeskemaet.

#### Erfaringer

Vi brugte metoden til at skabe overblik over mulige innovationsområder/tilfredshed og som input til udarbejdelse af 'personas'.

Det er naturligvis muligt selv at gennemføre mindre undersøgelser, men hvis de skal op i den målestok, vi har beskrevet, er det tilrådeligt at betale sig fra arbejdet. Ved at samarbejde med en ekstern konsulent kan udbyttet beriges med de erfaringer, denne har, og det er muligt at stille krav om behandling af data, så det bliver håndterbart for det senere arbejde.

## Spørgeskemaundersøgelse

I foråret og i de tidlige sommermåneder 2008 gennemførte vi i Slip brugerne løs en omfattende spørgeskemaundersøgelse fra outcome-driven innovation metoden, der havde til formål at give os et klarere billede af, hvordan brugerne af hovedbiblioteket i Århus vurderede bibliotekets tilbud og faciliteter.

Vi havde professionel hjælp til de krævende dele af

arbejdet. Derfor vil vi her samle op på de erfaringer, vi gjorde os i arbejdet med skemaerne. Hovedfokus vil ligge på den oplevelse, vi i projektgruppen havde af forløbet, men løbende vil vi også komme ind på den rolle, vores eksterne samarbejdspartner spillede.

Spørgeskemaundersøgelsen hører metodisk til under trin 2 i foregående kapitel.

#### Forberedelse

Arbejdet med skemaerne blev indledt ved i fire-fem dage at følge udvalgte brugeres færden på biblioteket og derigennem få indblik i, hvilken oplevelse de havde af tilbuddene og faciliteterne på biblioteket.

Herefter blev der udarbejdet spørgsmål på baggrund af udsagnene fra den indledende undersøgelse og udfærdiget et spørgeskema med 74 spørgsmål. Spørgsmålene omhandlede, hvilke materialer biblioteket skulle stille til rådighed, den fysiske indretning, stemningen, hvilke andre tilbud der skulle være (foredrag, tilbud rettet imod unge, lektiehjælp mm.), samt ønsker til bibliotekets fremtidige udvikling. Udover udsagnsspørgsmålene rummede skemaerne også en kort række afkrydsningsspørgsmål, der omhandlede deltagerens alder, køn og brug af biblioteket.

Spørgsmålene var for hovedpartens vedkommende udformet som udsagn, hvor deltageren skulle svare på, hvor vigtigt det var for hans/hendes brug af biblioteket. Herefter skulle det samme udsagn vurderes ud fra, hvor godt hovedbiblioteket løste det pågældende på nuværende tidspunkt. Begge svar blev givet som tal på en femtrinskala, hvor 1 betød absolut ikke vigtigt/slet ikke opfyldt og 5 absolut vigtig/helt opfyldt.

For at være statistisk gyldigt (validt), skulle vi bruge et datamateriale på mindst 150 besvarelser.

#### Gennemførelse

Projektgruppen stod selv for at skaffe de 150 besvarelser. Et tal, der i første omgang virkede voldsomt. Oprindeligt havde vi forestillet os at gennemgå samtlige spørgsmål med hver enkelt deltager. Herved håbede vi både at kunne sikre os, at alle skemaer blev udfyldt korrekt, og samtidig få lejlighed til at få skabt en personlig kontakt til en stor gruppe af brugere. Denne kontakt forestillede vi os, at vi kunne bruge senere i projektforløbet, og det var derfor også planen at udnytte arbejdet med spørgeskemaerne til at få indsamlet deltagerens e-mailadresser. Idéen med personlig kontakt med alle respondenter blev dog hurtigt opgivet, da det ville være for tidskrævende. I stedet valgte vi, at lave en kortfattet guide til besvarelse af skemaet og primært lade deltagerne udfylde det på egen hånd.

De første erfaringer med at få udfyldt skemaerne var heldigvis gode. Det viste sig let at finde biblioteksbrugere, der ville deltage. I enkelte tilfælde gennemgik vi hele skemaet med brugere, der af forskellige årsager havde vanskeligt ved at læse spørgeskemaet. Vi var påpasselige med at være neutrale, så vi ikke påvirkede besvarelsen.

Vores erfaring med denne fremgangsmåde, der mindede meget om vores oprindelige idé til arbejdet, var, at det tog fra 25 minutter til en times tid at få udfyldt skemaet. Når deltagerne selv klarede det, tog det omkring 10-20 minutter.

Sammenlignet med vores indledende forestillinger om et kæmpe tidsforbrug og vanskeligheder ved at

finde respondenter gik arbejdet med skemaerne godt. Vi fik færdiggjort skemaerne på to uger, og tilsammen endte vi med et timeforbrug på lige omkring 50 timer.

#### Vores erfaringer med spørgeskema

At stille de helt rigtige spørgsmål kræver omtanke, prøv derfor evt. spørgsmålene af i mindre skala inden den egentlige undersøgelse. Selv om vores skema var meget omfattende, brugte rigtig mange brugere meget tid på at besvare vores spørgsmål. Det fortæller os noget om, at der faktisk er en stor del af vores brugere, der gerne vil give os den tid og være med til at udvikle biblioteket.

#### De vigtigste erfaringer:

- Allier jer med én, der kan bruge et statistikprogram og hjælpe med indtastning og behandling af data.
- Vær grundig med at formulere spørgsmål.
- Stil de rigtige spørgsmål.
- Lad så vidt det er muligt brugerne selv udfylde skemaet.
- Når I har kontakten til brugerne, så benyt den til at udbygge jeres netværk, bed om deres e-mailadresse og tilladelse til at kontakte dem.



## ■ Personas

Personas er fiktive personer, der kan blive jeres nye imaginære kolleger, som I kan ”tale” med og få deres syn og holdninger til fx jeres service eller idéer til nye projekter.

## Personas

At arbejde med Personas som metode adskiller sig væsentligt fra de øvrige metoder i denne kagebog. Til forskel fra de øvrige metoder, der på et eller andet tidspunkt kræver, at I kommer i kontakt med virkelige brugere, er personas opdigtede, men realistiske karakterer, der repræsenterer forskellige grupper af brugere på biblioteket.

Med personasmetoden kan I omdanne faktuel viden om bibliotekets brugere til levende karakterer, hvis særlige behov og ønsker I let kan sætte jer ind i og tage højde for, når I skal træffe beslutninger, der vedrører jeres brugere. Personas kan altså være en metode til at opsamle den viden, I får om brugerne gennem de andre metoder.

### Hvorfor bruge denne metode?

- Personas giver et overblik over behov og ønsker, som de forskellige grupper af brugere har til biblioteket.
- Personas skaber indlevelse i bibliotekets brugere på en sjov og fængslende måde, der øger sandsynligheden for, at brugergruppernes behov og ønsker

automatisk tænkes ind i udviklingen af nye tiltag.

- Personas kan inddrages i en lang række beslutninger som målretning af PR, betjening og vejledning af brugere, planlægning af aktiviteter, indretning af biblioteket, indkøb af materialer samt interne beslutningsprocesser, som vil påvirke brugerne.
- Personas kan videreudvikles over tid, så de løbende afspejler brugersammensætningen på biblioteket.

Sørg for, at jeres personas er så præcise som muligt, inden I træffer store beslutninger på baggrund af dem. Der skal være en sammenhæng mellem, hvor meget tid I har brugt, hvor mange kilder med faktuel viden, der ligger til grund for jeres personas, hvor mange der har været med til at udvikle dem, og hvor store beslutninger I træffer på baggrund af jeres personas.

### Metode

Udviklingen af personas rummer en række trin til at bygge personas op og give dem liv, en såkaldt ’iterativ proces’. Målet er at skabe en række unikke personas, der repræsenterer de vigtigste brugergrupper på biblioteket, som både er solidt forankret i konkret viden om brugerne, og som er genkendelige og opleves i overensstemmelse med den hverdagsviden, I har om brugerne på jeres bibliotek. Personas skal være lette at huske og skal derfor være så enkle og præcise som muligt.

### Byg personas op

#### Trin 1:

#### Indsamling af viden om brugerne

Første trin er at indsamle faktuel viden om brugerne. Som udgangspunkt vil det specifikt være om brugerne

på jeres bibliotek, men det kan også være regionalt om brugen af bibliotekerne i jeres område og/eller om danskernes biblioteksvaner generelt. I kan selv indsamle viden om jeres brugere ved hjælp af nogle af de metoder, som er beskrevet i kagebogen her. Viden om brugerne kan både være baseret på kvalitative metoder (fx interviews eller observation) eller kvantitative metoder (statistisk materiale i form af spørgeskemaer, trafiktællinger mm.). Personasmetoden kan I skalere, sådan at I kan inddrage al den viden om brugerne, I kan indsamle. Jo mere viden I kan lægge til grund for jeres personas, jo mere virkelighedsnære har de mulighed for at blive. Inden I går i gang med at indsamle viden, er det en god idé at gøre jer overvejelser om, hvilke ressourcer I har til rådighed, når I skal udvikle personas.

#### Trin 2:

#### Fokusering – hvad vil I gerne bruge personas til?

Det er også en god idé at overveje, hvad I gerne vil bruge jeres personas til, når de er udviklede. I kan have et ønske om at kende de generelle ønsker og behov, som jeres forskellige brugergrupper har til biblioteket. Måske vil I gerne vide noget om, hvordan I kan blive rigtig gode til at yde service, der er skræddersyet til de forskellige brugergrupper. Eller måske noget helt tredje. Jeres fokus kan betinges af, hvilken faktuel viden I allerede har til rådighed, og om I har ressourcer (tid, økonomi, kompetencer) til at indsamle den specifikke viden, I gerne vil have. Husk at fokus skal tænkes ind, hvis I selv indsamler viden om jeres brugere til formålet.

#### Trin 3:

#### Segmentering af brugerne

Hvordan brugerne skal segmenteres (inddeles i segmenter/grupper) er det sværeste, og det kan være det mest tidskrævende i udviklingen af personas. Det er en iterativ proces, hvor I skal sammenholde den faktuelle viden, I har om brugerne, med den mavefornemmelse, I har fra den daglige omgang med dem på jeres bibliotek. Der er ikke ét rigtigt sæt af parametre at inddele brugerne efter. Parametrene kan være alder, bopæl, behov og ønsker, brugen af biblioteket, lånemønstre, frekvensen af brugernes besøg på biblioteket eller noget andet, afhængigt af det fokus, I har lagt jer fast på.

Når I udvikler personas, handler det om at arbejde sig frem til oplevelsen af, at jeres personas både har grund i faktuel viden og opleves realistiske og ”virkelige”. Sørg for, at I er flere med brugerkontakt om at segmentere brugerne. Led efter fakta, der er unikke for hver brugergruppe ud fra en lang række parametre. I kan bruge post-its og skrive en unik oplysning på hver. Når I begynder at kunne se omridset af en eller flere personas, kan I klistre jeres post-its op på forskellige plancher, tavler, vægge eller lignende for hver persona. Fortsæt denne proces indtil I har fire-seks unikke personas, der ikke ligner hinanden, og som repræsenterer de vigtigste brugergrupper på biblioteket.

Undlad at udvikle flere end fire-seks personas, da det er svært at overskue og huske flere. Hvilke brugergrupper der er vigtigst, er jeres beslutning. Det kan handle om antallet af brugere i gruppen, om hyppigheden af biblioteksbesøg, om lånemønstre, om hvem I gerne vil have til at bruge biblioteket i fremtiden og meget andet.

#### Trin 4: Giv liv til jeres personas

Når de fire-seks personas føles repræsentative for brugerne af biblioteket, kan I begynde at give dem liv ved at give dem navne og bygge en karakter op over de fakta, der er unikke for dem. En persona skal ikke fylde mere end en A4 side.

På [www.aakb.dk/brugerne](http://www.aakb.dk/brugerne) kan I downloade en skabelon, som kan være udgangspunkt for jeres egne personas. I kan tilføje og fjerne parametre eller bygge jeres personas op på en anden måde, så det passer til jeres fokus.

#### Trin 5: Hold jeres personas i live

Personas lever kun så længe, I husker dem og tænker dem ind i de beslutninger, I træffer. Det er en god idé at beslutte, hvor ofte de skal revideres (hvis ikke løbende), og hvem der er ansvarlig for dem. Det er kun fantasien, der sætter grænser for måderne, I kan holde jeres personas i live. Her er nogle forslag til, hvordan I anvender dem og holder dem i live:

- Inddrag jeres personas i beslutninger: Hvordan vil jeres personas reagere på de nye tiltag?
- Lav små rollespil, hvor én af jer er en persona.
- Tryk t-shirts, opret screen savers, print jeres personas på pap med navn, foto og motto.

Når I pr. automatik begynder at tale om, hvordan "Hanne" ville tænke og reagere, så ved I, at metoden virker.



#### I skal bruge:

- personer med praktisk kendskab til brugerne af biblioteket.
- faktuel viden om brugerne.
- post-its, en tavle eller plancher til at skrive stikord om de forskellige personas ned.

#### Vores erfaringer med personas

Selve udformningen af vores personas (som også kan downloades på [www.aakb.dk/brugerne](http://www.aakb.dk/brugerne)) var en længere proces, som udover hjælp fra den eksterne konsulent indbefattede megen baggrundsundersøgelse i trafik-tællinger, brugeradfærd og medievaner. Men når vi har resultatet i hånden, var det arbejdet værd! Personas er en fantastisk genvej til at gøre sig forestillinger om, hvordan en bruger sandsynligt vil forholde sig til en service eller et spørgsmål.

Personas skal selvfølgelig være levende for alle personer på arbejdspladsen, hvilket er noget, der tager tid. Personas udvikler sig også og er som sådan et dynamisk værktøj. Nye personas kan opstå, andre "bortfalde" i takt med, at de bliver uaktuelle. Men vi mener, at summen af personas bør være nogenlunde konstant. Et galleri på fire-seks personas er passende, da det skal være muligt for brugerne (her de biblioteksansatte) at have et forhold til dem, og derfor må der ikke være for mange.

Særlige personas kan selvfølgelig produceres, hvis der er brug for det i forbindelse med et specifikt projekt.

#### De vigtigste erfaringer:

- Gør jeres personas levende.
- Udbred dem i organisationen, så de bliver kendte.
- Udvikl dem, så de er tidssvarende.
- BRUG DEM!

# Litteraturliste

Brodersen, Christina; Dindler, Christian;  
Iversen, Ole Sejer:

**Staging imaginative places for participatory prototyping**  
I: CoDesign Vol. 4, No. 1, 2008

Brown, Juanita; Isaacs, David: **The World Café**  
Berrett-Koehler Publishers, 2005

Brugernes adfærd på folkebibliotekerne  
KL's trafiktælling 2005  
[http://www.kl.dk/\\_bin/e30b0473-a935-4e40-a82c-04f59516b344.PDF](http://www.kl.dk/_bin/e30b0473-a935-4e40-a82c-04f59516b344.PDF)

Cooperrider, David; Whitney, Diana:  
**Appreciative Inquiry – a positive revolution in change**  
Berrett-Koehler Publishers, 2005

**Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004:**  
med udviklingslinjer tilbage til 1964 / af Trine Bille ...  
[et al.] AFK, 2005

Ehn, Pelle:  
**Work-oriented design of computer artifacts**  
Arbejdslivscentrum, 1988

Flick, Uwe:  
**An introduction to qualitative research**  
Sage Publications, 1998

Frandsen, Kirsten; Østergaard, Birte Ravn:  
**Heureka – En teori- og værktøjshåndbog om innovation**  
2. udgave, Erhvervsskolernes forlag, , 2008

Frøman, Line; Staunsager Larsen, Stine;  
Bech-Pedersen, Sidsel:

**Strategi og handlingsplan: ”Brug brugerne i biblioteket”**  
Udviklet i projektet ”Brugerdreven innovation som  
udviklingskraft. [www.brugbrugerne.dk](http://www.brugbrugerne.dk)

Gaver, Bill; Boucher, Andrew; Pennington, Sarah;  
Walker, Brendan:  
**I: Cultural Probes and the Value of Uncertainty**  
Fra Interactions, September/Oktober, 2004

Gaver, Bill & Dunne, Tony & Pacenti, Elena:  
**Cultural Probes:** Interactions, Januar/Februar, 1999

Lindholdt, Signe:  
**Voksne ikke-brugere.**  
En undersøgelse af ikke-brug for folkebiblioteket Greve  
Bibliotek 2005  
<http://biblis.db.dk/uhtbin/hyperion.exe/db.siglin05>

Mattelmäki, Tuuli:  
**Design Probes**  
Taik publications, 2006

Mulder, Steve; Yaar, Ziv:  
**The user is always right. A practical guide to creating  
and using personas for the web**  
New Riders, 2007

Møller, Mikkel Randlev:  
**Trafikanalyse**  
– Brugerne på Hovedbiblioteket i Århus 2005



NFBI case om insitu workshops:

[http://www.nfbi.dk/fileadmin/nfbi/downloads/viden/formidlingsplatform\\_case\\_nfbi\\_apr08.pdf](http://www.nfbi.dk/fileadmin/nfbi/downloads/viden/formidlingsplatform_case_nfbi_apr08.pdf)

Owen, Harrison:

**Collaborating for change: Open Space Technology**

Berrett-Koehler Publishers, 2000.

Pihl, Tina:

**Bibliotekernes ikke-brugere – En erfaringsopsamling**

Danmarks Biblioteksforening. 2003

**REACH OUT! – inspiration til brugerinddragelse og innovation i kulturens verden**

Rapport fra Kulturministeriets tværgående projektgruppe, oktober 2008

[http://www.kum.dk/graphics/kum/Netpub/Reach%20Out/Reach\\_Out/index.htm](http://www.kum.dk/graphics/kum/Netpub/Reach%20Out/Reach_Out/index.htm)

Resultater fra outcome-driven innovation undersøgelse foretaget under projektet Slip brugerne løs.

Borris, Carl Johannes ... [et al.]:

**Social Innovation – a travel guide**

Kaospiloterne, 2008

<http://socialinnovation.biz/socialinnovationonline.pdf>

Strong Bright Hearts; Slip brugerne løs:

**Bibliotekets Stemme**

Borgerservice & Biblioteker

Hovedbiblioteket i Århus, 2008. [www.aakb.dk/brugerne](http://www.aakb.dk/brugerne)

The World Café website: <http://www.theworldcafe.com/>

### Skabeloner med tjeklister og drejebøger

Vi har samlet nogle redskaber, I kan anvende i det praktiske arbejde med anvendelse af metoderne. Skabelonerne er ment som inspiration og støtte, så I lettere kan komme i gang. Det står jer frit for at skrive til og fra i skabelonerne. Skabelonerne kan downloades på: [www.aakb.dk/brugerne](http://www.aakb.dk/brugerne)

### Der er skabeloner til:

- Village Square
- World Café
- Workshop
- Personas.

Slip brugerne løs på biblioteket  
Køgebog til brugerinddragelse udarbejdet  
under projekt Slip brugerne løs.

Støttet af Styrelsen for Bibliotek og Medier  
og Bill & Melinda Gates Foundation,  
Access to Learning.



aktive kulturborgere

lang tid

bibl. bringer

besøgende på bibl

foreningsaktiv

pa

m

ikke

l