

# Ringkøbing-Skjern

"Læs igen"

Her undersøges, hvorvidt konkurrenceelementet kan bidrage til at øge læsning og læselyst blandt en gruppe medarbejdere på to større produktionsvirksomheder.

Medarbejderne på to store virksomheder, JSB Plast og Huset Venture, tilbydes forskellige former for litterære oplevelser på arbejdspladsen samt på vej til og fra arbejde og i fritiden. De to virksomheder konkurrerer om, hvilken virksomhed der kan læse mest, herunder skal afdelinger internt konkurrere med hinanden. Der afholdes uformelle events på arbejdspladsen med forfattere, og litteraturen sniger sig ind alle vegne – på kaffekrus, på væggene og i høreværnene. På vej til og fra arbejde tilbydes medarbejderne lyttelitteratur til turen, og i fritiden arrangeres der events som ”Bog, bajer og bio”.



## Tovholder

Bodil Hejlsvig  
Bibliotekar, Skjern Bibliotek

Tlf.: 9974 2625

Mail: [bodil.hejlsvig@rksk.dk](mailto:bodil.hejlsvig@rksk.dk)

Skjern Bibliotek  
Engtoften 1  
6900 Skjern

Læs Ringkøbing-Skjerns egevaluering herunder.



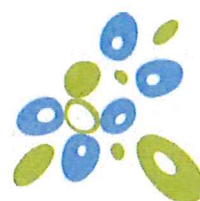
# Danmark Læser.dk

Læs igen - lyst til oplevelser

Evaluering af modelkommuneforsøg  
under kampagnen Danmark Læser



Bodil Hejlsvig  
marts 2015



ringkøbing-skjern  
bibliotekerne

## Indholdsfortegnelse

1. Baggrund for projektet..... s. 1
2. Projektforløbet..... s. 2
3. Før og efter projektet..... s. 8
4. Samlet evaluering..... s.14
5. Videreudvikling og perspektivering..... s. 16

## 1. Baggrund for projektet

### Formål

Formålet med projektet Læs igen – lyst til oplevelser var at gøre læsning til en nem og integreret del af medarbejdernes dagligdag, og dermed permanent at øge antallet af læsere i to udvalgte produktionsvirksomheder.

### Målgrupper

Primære målgruppe var medarbejdere på de to produktionsvirksomheder og den sekundære målgruppe var medarbejdernes familier og mulige læsere, som projektet kom i berøring med.

Målgruppen var valgt ud fra tal fra Danmarks Statistik for Arbejdsstyrken fordelt efter fuldførte uddannelser som viste at uddannelsesniveaueet i Ringkøbing-Skjern Kommune er lavt i forhold til landsgennemsnittet. Der er næsten 34% ufaglærte og 45% med en erhvervsfaglig uddannelse.

Sammenholdt med undersøgelsen fra Kulturministeriet om hvem der sjældent eller aldrig læser, kunne medarbejdere på produktionsvirksomheder falde ind under segmentet "De ikke-interesserede". Det er den mindste gruppe, der dækker over primært (yngre) lavt uddannede (70 %) mænd, som ikke er interesserede i at læse skønlitteratur og forbinder det med negative oplevelser fra deres folkeskoletid. 31 % af dem siger, at de aldrig læser skønlitteratur, og 63 % har ikke læst en skønlitterær bog inden for de seneste 2 år – for 28 % af dem er det mere end 10 år siden.

Projektets formål var at undersøge om en lettere tilgængelighed til skønlitteratur kunne øge læselysten og få ikke-læsere i gang med at læse.

## **2. Projektforløbet**

Et idegenereringsmøde i januar var udgangspunktet for projektet. En stor gruppe deltagere fra hele kommunen, som var interesseret i at formidle litteratur og læsning var samlet en dag. Ud fra alle de kreative, sjove og skøre ideer, der kom frem på mødet blev projektansøgningen udarbejdet. Projektet tog udgangspunkt i arbejdspladslæsning på produktionsvirksomheder.

Da projektet i marts blev udvalgt til at være en af modelkommunerne blev der i marts 2014 indkaldt til det første styregruppemøde, hvor repræsentanter fra Ringkøbing-Skjern Bibliotekerne, JSB Plast, VST Industries, Huset Venture og Dagbladet Ringkøbing-Skjern skulle mødes og gennemgå projektet og projektforløbet.

Efter det første styregruppemøde meldte VST Industries sig ud af projektet. Begrundelsen var, at VST Industries ikke kunne finde medarbejdere, som var interesserede i at være med i en arbejdsgruppe. Samtidig var der travlt på virksomheden, så der skulle ansættes en del nye medarbejdere. Styregruppen gik i gang med at prøve at finde en anden virksomhed og havde tæt kontakt med flere, men det lykkedes ikke at finde en ny samarbejdspartner. Projektet er derfor gennemført alene på virksomheden JSB Plast.

### **Organisering**

Der blev nedsat en arbejdsgruppe på JSB Plast bestående af økonomidirektør Inge Bak og tre ambassadører. Christian som i forvejen læste engelske lydbøger, Kalle som også læste lydbøger og Trine fra natholdet, som ikke havde læst bøger i mange år. I arbejdsgruppen snakkede vi om, hvordan vi kunne komme i gang med projektet og hvilke tiltag fra biblioteket, som de umiddelbart kunne tænke sig. På den vis blev projektet justeret og tilpasset løbende.

Styregruppen bestående af Inge Bak - JSB Plast, Skipper Hagde - Huset Venture og Per Høgh – Ringkøbing-Skjern Bibliotekerne har holdt to møder et opstart møde og et midtvejs møde.

## Introduktion.

I juni introducerede vi projektet med bogbuffet, kaffe og kage i eftermiddagspausen. Alle der var på arbejde blev samlet i frokoststuen, hvor projektet blev introduceret og projektlederen fortalte om tankerne bag projektet og hvilke oplevelser, der ville komme i løbet af projektperioden. 10 minutters kaffepause er kort tid, så det var vanskeligt at holde tiden. Projektet blev præsenteret med omdrejningspunkt omkring lyst og let tilgængelighed. Ingen formaninger om læsning eller hævede pegefingre. På borde blev alle former for materialer præsenteret, romaner, fagbøger, magasiner, lydbøger – med emner, som forhåbentlig kunne få nogen til at få interesse for læsning. Bøgerne blev stående i frokoststuen, så man i pauserne kunne kigge nærmere og gerne låne med hjem.



## Sommerfesten

For at nå ud til en bredere målgruppe og få flere gjort opmærksom på projektet fik Danmark Læser lov til at lave et indslag til sommerfesten på JSB Plast. En årlig fest for medarbejderne og deres ægtefælder. I mellem forretten og hovedretten havde to lokale eventmagere den nye direktør Frank V. Nielsen i den røde sofa på scenen og fik ham til at fortælle om hans forhold til bøger. Direktøren var tiltrådt efter projektets start, men han var med på ideen og en fantastisk ambassadør, da han fortalte, om hvordan han starter med ferien med en god bog, gerne en krimi af Nesbø, begynder at læse og på den måde lægger arbejdet og hverdagen bag sig. Inge Bak fik 5 skarpe spørgsmål om hendes forhold til bøger og læsning. Bøger som direktøren havde læst og bøger om den gode øl på ferierejsen var udstillet og pludselig blev der snakket bøger og læsning til sommerfesten.

Gennem forskellige indslag og bogudstillinger, har vi under hele projektet prøvet at gøre opmærksom på projektet og give tilbud, som man helst ikke skulle kunne sige nej til. Da vi var klar over, at det ville blive svært at få ikke læsere til at komme til særskilte arrangementer, har vi under hele projektet prøve at finde sprækker til at give information og gøre opmærksom på projektet, når medarbejderne alligevel var til stede. Middags- og kaffepauser og sommerfesten.



## Ferieposer

I juni fik alle medarbejdere tilbudt ferieposer, som ville stå klar til ferien. Ud fra en bestillingsseddel pakkede biblioteket poser, som passede til den enkelte familie og medarbejder. Fyldt med bøger og goodies. Vi fik ca. 12 bestillinger. Det var ikke overvældende, vi havde håbet på nogle flere. Men da poserne var klar, var der heldigvis flere, som blev ret misundelige og ærgrede sig over, at de ikke havde fået bestilt.

Bestillingerne fordelte sig således:

3 kvinder 41-50 år

4 kvinder 51-60 år

1 kvinder 61-70 år

3 mænd 31-40 år

2 kvinder havde bestillinger til børn

3 kvinder og 1 mand have bestillinger til ægtefæller

Fordelt på ønsker

Kvinder: Familie-slægtsromaner og krimier

Mænd: Spænding, krimier, biografier og fagbøger

Arbejdsgruppen på JSB Plast foreslog, at der blev tilbudt ferieposer til juleferien, hvor virksomheden var lukket i 14 dage. Vi prøvede at køre det ekstra attraktivt ved at trække lod om en julekurv blandt dem, som bestilte ferieposer. Men ud fra bestillingerne var der ingen, som primært havde bestilt for at være med i konkurrencen. Her var der 26, som tog i mod tilbuddet.

Bestillingerne fordelte sig således

1 kvinder 31-40 år

12 kvinder 41-50 år

2 kvinder 51-60 år

3 mænd 20-30 år

6 mænd 41-50 år

2 mænd 51-60 år

7 kvinder og 2 mænd havde bestillinger til deres børn

3 kvinder og 1 mand bestilte til deres ægtefæller

Til ferielæsning var bestillinger hovedsagligt på trykte bøger.

Kvinder: Familie-slægtsromaner og krimier

Mænd: Spænding, krimier, biografier



## Arbejdspladslæsning

Efter sommerferien gik vi i gang med arbejdspladslæsning. Medarbejderne kunne låne en mp3 med lydbøger, som de kunne sætte til deres høreværn, de kunne låne fysiske bøger og lydbøger og hente digitale lydbøger til deres smartphones eller computer. Alle tilbud stod i frokoststuen lige til at tage med. Nogle medarbejdere arbejder ved maskiner, hvor der kan være ventetid og de har derfor mulighed for at læse bøger, mens de arbejder. Andre arbejder i produktionen, hvor der er mange skift og brug for mere kommunikation, hvorfor deres arbejde ikke giver mulighed for læsning. Kaja kom og spurgte, hvornår hun senest skulle aflevere sin bog/mp3 afspiller, da hun var blevet flyttet til et nyt arbejdssted, hvor hun ikke havde tid og overblik til at læse videre her og nu. En anden kom en dag og sagde, at hun gerne ville oprettes som bruger på biblioteket, så hun kunne tage ind på biblioteket og låne bøger. Hun havde prøvet med lydbøger, men det virkede ikke for hende. Men ved nærmere eftertanke, kunne hun også huske at oplæsning i skolen heller ikke havde kunnet holde hende fanget. Men mange har taget i mod tilbuddet og har prøvet at læse lydbøger. Det har især været en succes på natholdet, hvor den ene ambassadør Trine straks blev helt grebet af at læse. Hun fik hurtigt gang i lydbøgerne på sin Iphone. Hun hentede bøger fra Netlydbogen, men fandt også ud af at hun gennem sit private telefonabonnement havde gratis adgang til lydbøger.

## De tekniske udfordringer

Vi lavede små fine poser med et komplet udstyr lige til at tage med og bruge. I poserne var MP3 afspiller med tre lydbøger, indlægsseddel med kort beskrivelse af bøgerne og tilbehør i form af høretelefoner og ledning til opladning. Medarbejderne kunne tage en pose, skrive posens nummer på en liste og så var der lydbøger i høreværnet.

Som download valgte vi at bruge Netlydbogen. JSB Plast fik tildelt lånumre og pinkoder, som medarbejderne kunne bruge. Den enkelte medarbejder behøvede således ikke at lade sig registrere. Netlydbogen havde annonceret, at den ville kunne bruges på Android telefoner i august. Det kom ikke til at holde stik. Så først i januar blev det muligt for Android brugere at hente lydbøger. Dette har været en begrænsning for nogle, så der burde vi have fundet en anden løsning med det sammen.

Medarbejderne kunne også låne fysiske MP3 og CD skiver med indlæste lydbøger.

Der var mulighed for at bestille enkelte titler, hvis man f.eks. var i gang med en serie eller havde hørt om en ny bog.

Ved tekniske problemer kunne medarbejderne kontakte biblioteket eller en af ambassadørerne. Det meste klarede medarbejderne indbyrdes på virksomheden.

## Forfatterforedrag

I arbejdsgruppen kom der forslag om et forfatterbesøg med Troels Kløvedal. Men da biblioteket i forvejen havde lavet et aftalte med Mikkel Beha, valgte vi tilbyde dette foredrag som en del af Danmark Læser. Inden besøget i oktober kunne der lånes bøger med sejleroplevelser, som igen var tilgængelige og kunne lånes i frokoststuen på JSB Plast. Vi prøvede om vi kunne lave et VIP arrangement, hvor medarbejderne kunne hilse på Mikkel Beha inden foredraget, men det lykkedes desværre ikke. 20 medarbejder og ægtefæller tog i mod tilbuddet og oplevede et levende foredrag på Ringkøbing Bibliotek.

## Julekalender

I december lavede vi en pakkekalender, hvor der hver dag blev udtrukket en vinder blandt hele personalet. Alle pakkerne indeholdt læsestof af den ene eller anden art. Sjove kalendere med dagens tekst, børnebøger, lydbøger, bestsellere.



## Bøger i frokoststuen

Under hele projektet har der været større og mindre udstillinger af bøger og andre materialer i frokoststuen på JSB Plast. Der har således hele tiden været mulighed for at blive inspireret til læsning.

En dag vi kom forbi var Danmark Læser bordet fyldt med bøger, som ikke kom fra biblioteket. Vi undrede os over, hvor disse bøger kom fra. Det viste sig at være en medarbejder, som var i gang med en større oprydning derhjemme og i stedet for at smide bøgerne ud, blev de stillet ud på virksomheden, hvor de andre medarbejdere var velkomne til at tage en stak bøger med hjem. Så allerede her var Danmark Læser boguddelingen i gang.

## Bog, bajer og bio

Bog, bajer og bio blev afslutning på projektet. Der er i forvejen en personaleforening på JSB Plast, som blandt andet inviterer til fælles biograftere. I efteråret var en gruppe medarbejdere i biografen og se Fasandræberne. Læs igen - Lyst til oplevelser sørgede for at man kunne låne og læse bogen inden filmen.

Efter drøftelse i arbejdsgruppen, blev det besluttet at afvikle arrangementet bog, bajer og bio på JSB Plast, så medarbejderne kunne komme direkte fra arbejde eller fortsætte direkte til arbejde. Da bogen skulle tiltale både mænd og kvinder og findes som lydbog og film, blev "Den hundredårige, som kravlede ud af vinduet og forsvandt" valgt.

Mødelokalet blev indrettet som biograf med popcorn, slik, cola og øl. 13 medarbejdere deltog og der blev set film, grinet og snakket om bog versus film. En rigtig fin afslutning på projektet.

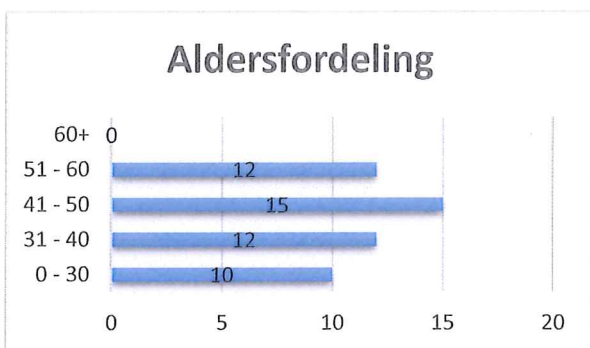
### 3.Før og efter projektet

Efter at have introduceret projektet for medarbejderne. Lavede vi en lille spørgeskema undersøgelse i august 2014 om medarbejdernes læsevaner og holdning til læsning. Undersøgelsen blev gentaget ved projektets afslutning i marts 2015.

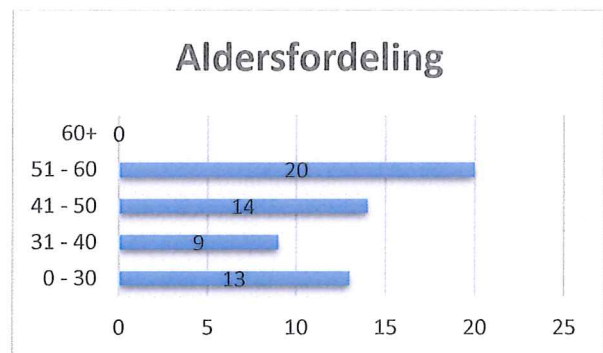
Spørgeskemaerne blev uddelt i en frokostpause og samlet ind umiddelbart efter. Til aften og natholdet blev spørgeskemaerne lagt frem og de udfyldte skemaer kunne afleveres i en kasse eller på kontoret.

Det var frivilligt om man ønskede at udfylde skemaet. Nogle valgte kun at besvare nogle af spørgsmålene.

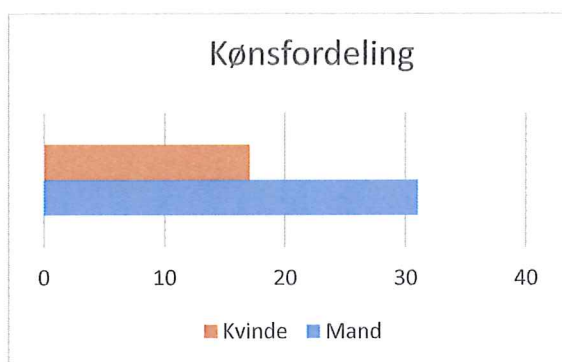
For at få et billede af medarbejdernes sammensætning, spurgte vi om alder, køn og uddannelsesbaggrund.



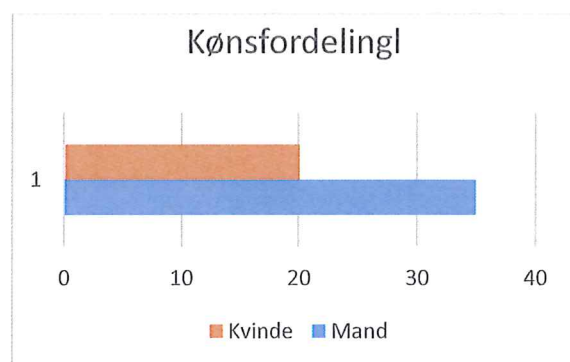
August 2014



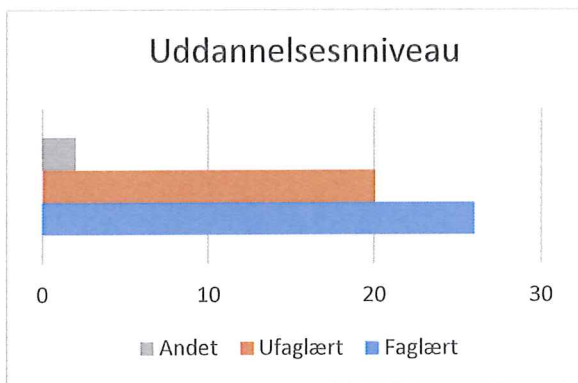
Marts 2015



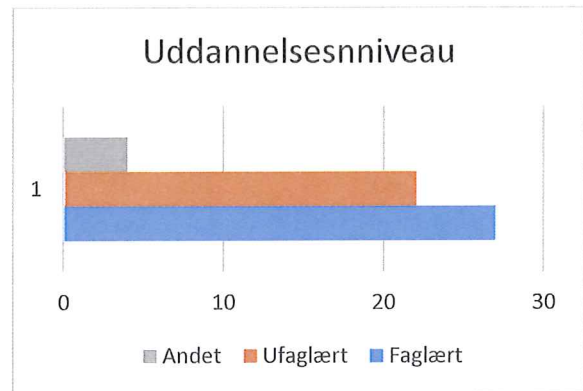
August 2014



Marts 2015



August 2014



Marts 2015

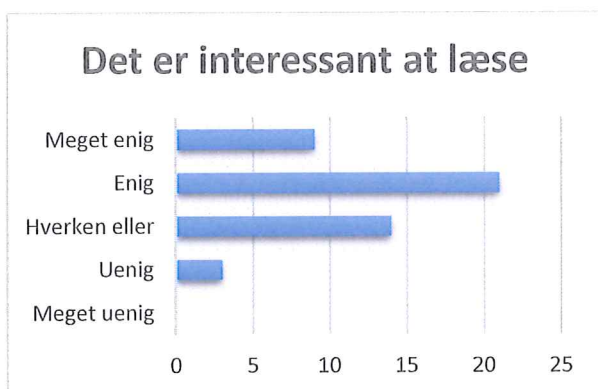
Aldersfordelingen fordeler sig jævnt.

Der er næsten dobbelt så mange mænd som kvinder i medarbejderstaben.

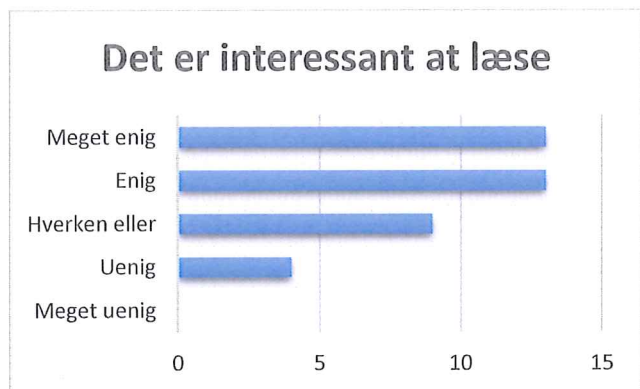
Gruppen af faglærte er lidt højere end ufaglærte.

Dernæst spurgte vi om medarbejdernes holdning til læsning i følgende kategorier.

1. At læse giver en fælles ting at snakke med kollegaerne om
2. At læse skaber fællesskab med dine kollegaer
3. At læse skaber et bedre socialt klima
4. Det er nemt at orientere sig i alle litterære tilbud

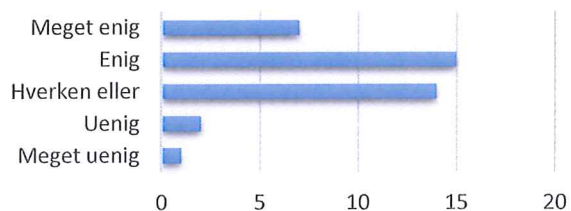


August 2014



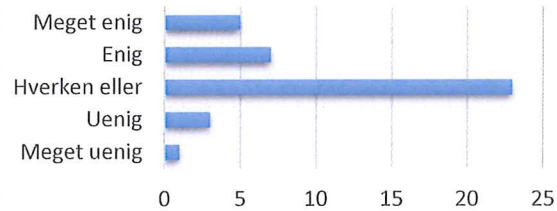
Marts 2015

### At læse giver en fælles ting at snakke om med kollegaerne



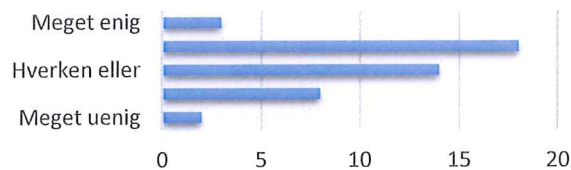
August 2014

### At læse skaber et fællesskab med dine kollegaer



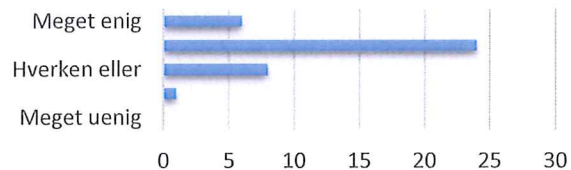
Marts 2015

### Arbejdspladsen understøtter mine muligheder for at læse



August 2014

### Arbejdspladsen understøtter mine muligheder for at læse

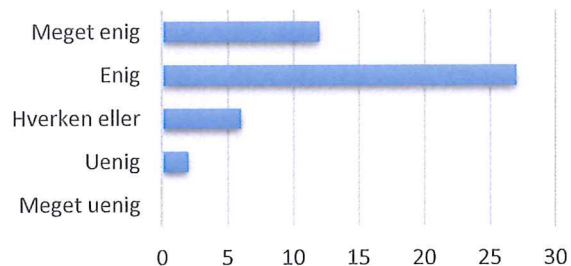


Marts 2015

I undersøgelsen i august var der en relativt stort antal, som svarede hverken eller.

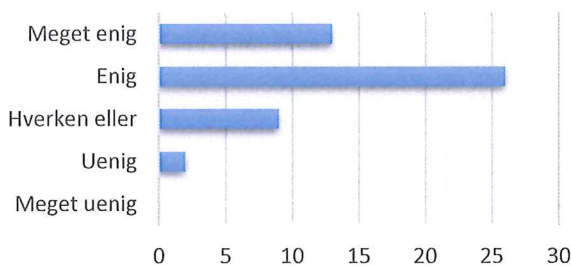
I marts var dette tal faldet noget, så undervejs har flere oplevet at arbejdspladsen understøtter muligheden for at læse.

### Det er nemt at få adgang til litteratur



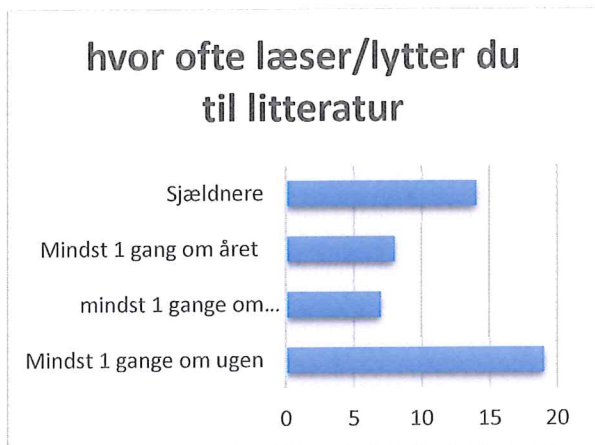
August 2014

### Det er nemt at få adgang til litteratur

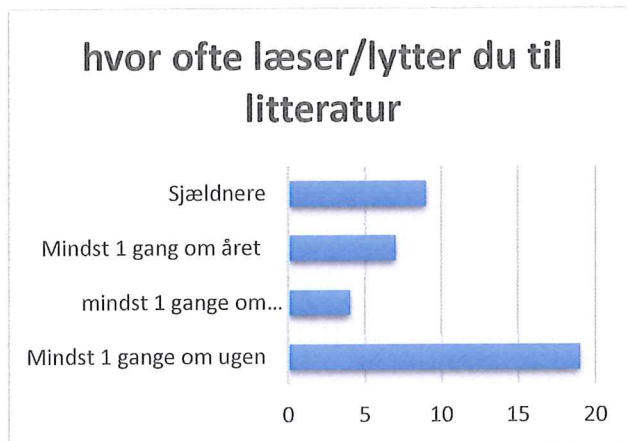


Marts 2015

Medarbejderne synes generelt at det er nemt at få adgang til litteratur. Projektet har ikke givet udsving på besvarelsene før og efter.

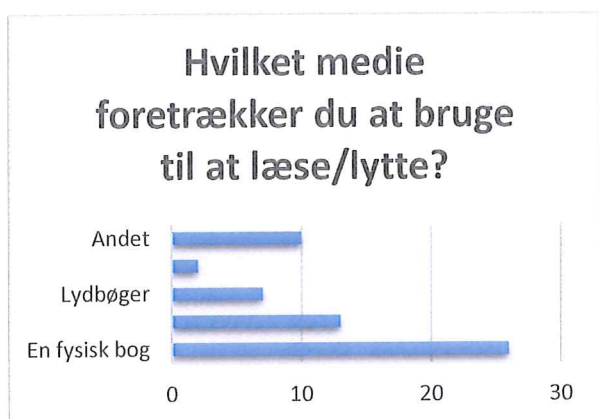


August 2014



Marts 2015

Der er ikke sket de store udsving i løbet af projektperioden blandt medarbejderne som har valgt at svare på spørgsmålet om hvor ofte de læser. En del som ikke har deltaget i projektet har ikke udfyldt denne del af spørgeskemaet.



August 2014



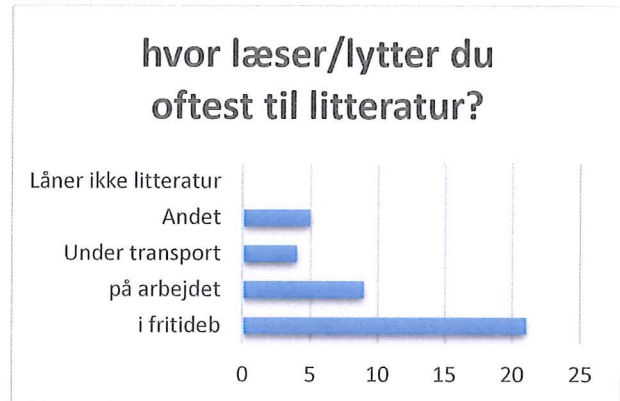
Marts 2015

Den fysiske bog er stadig det foretrukne medie og læsning sker primært i fritiden.

Men mange bruger lydbøgerne, som giver mulighed for at læse på arbejdet.



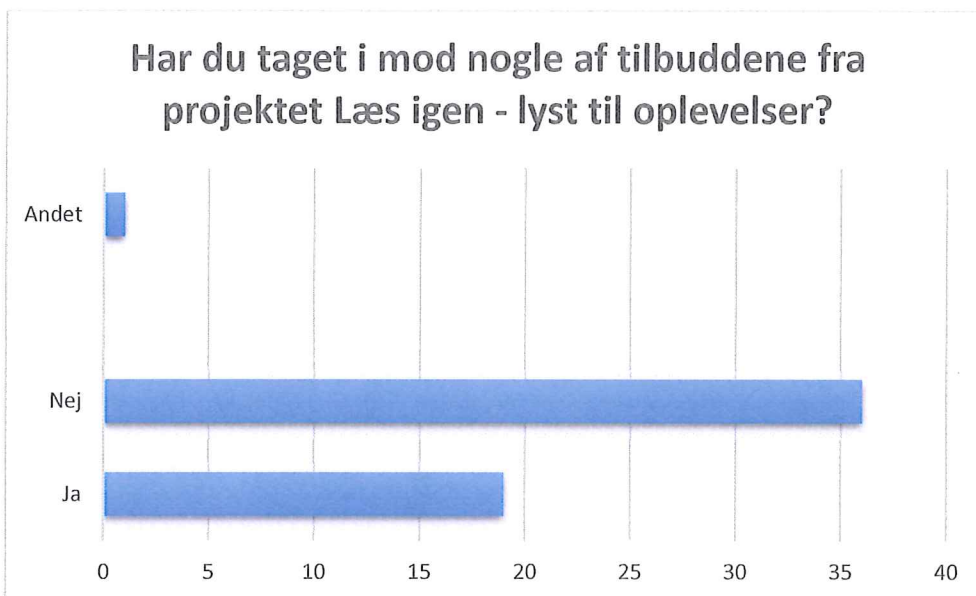
August 2014

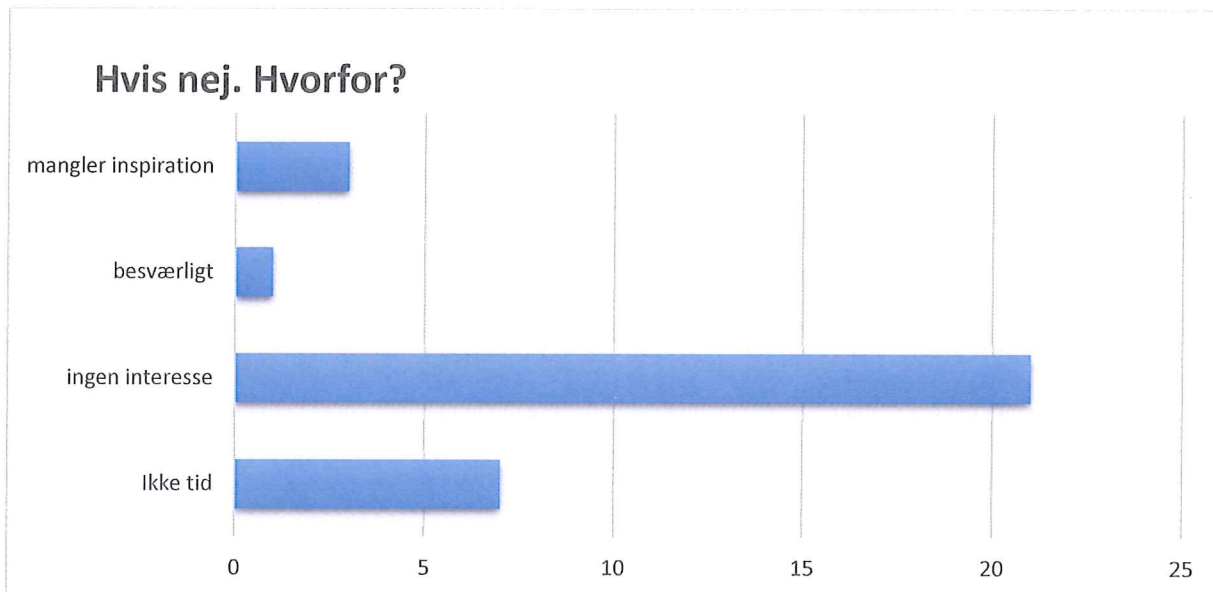


Marts 2015

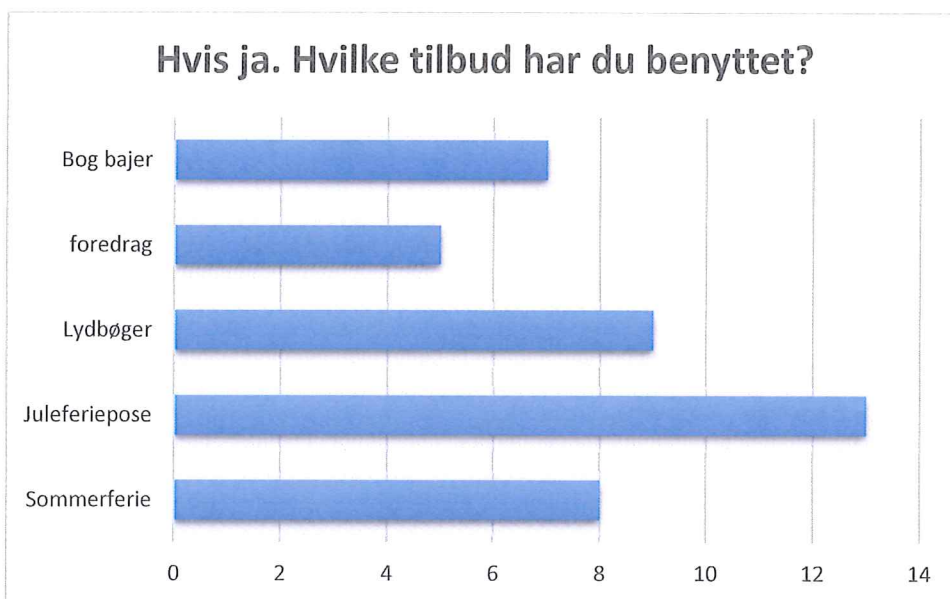
Fra starten i august og frem til marts er der langt flere som læser på arbejdet.

I marts valgte vi også at spørge om medarbejderne havde gjort brug af nogle af projektets tilbud.





De som ikke havde gjort brug af Læs igen – Lyst til oplevelser, svarede at det ingen interesse havde eller at de manglede tid. Relativt mange har ikke ønsket at tage i mod tilbuddene.



Tilbuddene med ferieposer og lydbøger, var det som flest tog i mod. Tallene viser, at ikke alle har svaret på spørgeskemaerne, da de reelle tal er højere. Der blev pakket flere ferieposer, flere har hørt lydbøger og deltaget i bog, bajer og bio aftenen og været til foredrag. Men fordelingen af deltagere stemmer fint overens med de reelle tal.



#### 4. Samlet evaluering

Projektet "Læs igen – Lyst til oplevelser" har haft sine udfordringer undervejs. Da VST Industries valgte at trække sig fra projektet inden vi var kommet i gang, blev der brugt mange kræfter på at finde en ny samarbejdspartner. Da det ikke lykkedes blev projektet gennemført alene på JSB Plast og dermed blev konkurrence elementet ikke udfoldet.

Vestjysk Stålteknik var blevet kontaktet af Huset Venture og biblioteket havde ikke haft direkte kontakt til virksomheden inden tilsagn om projektstøtte. Ved fremtidige partnerskaber skal der være en direkte kontakt, så man er helt afklaret om projektdeltagelsen

Den korte projektperiode har været en udfordring. Det var svært at blive klar inden sommerferien og efter sommerferien, var der kun et halvt år til at afprøve tiltagene, justere og samle op.

Det har været spændende og lærerigt at komme fra en kommunal institution ud i en privat virksomhed, hvor man arbejder døgnet rundt på mange skift. Hvordan kan alle medarbejdere blive ordentligt informeret og hvornår er der tid til at møde medarbejderne og fortælle om mulighederne. For ikke at tage tiden fra produktionen og medarbejderne har vi under hele projektet prøvet at finde sprækker, hvor projektet kunne få plads og blive synligt.

Det har været fantastisk at blive lukket ind. Der har været et fantastisk samarbejde med arbejdsgruppen. Hvis energien og optimismen omkring projektet ind i mellem har været lavt på køreturen ud til virksomheden, har den imødekommenhed alle på JSB har vist projektet gjort, at der altid var optimisme og fornyet energi på tilbageturen.

De opsatte succeskriterier var at 75% af virksomhedens medarbejdere deltog i en eller flere af projektets aktiviteter. Ved spørgeskemaundersøgelsen i marts er der dobbelt så mange, som ikke har taget i mod tilbuddene fra projektet, end de som har deltaget. Blandt medarbejderne, som har taget i mod projektets tilbud er der en større andel af kvinder end mænd.

Selv om alle ikke har svaret, viser undersøgelsen, at der er mange medarbejdere, som ikke har ønsket at gå i gang med læsning. Begrundelsen for ikke at deltage er "ingen interesse" og dernæst kommer svaret "har ikke tid". Målt på andelen af medarbejdere, som har deltaget er succeskriterierne ikke opfyldt. Det kan skyldes at medarbejdere tilhører segmentet "de uinteresserede" fra Kulturministeriets undersøgelse og at netop denne gruppe er svær at flytte. Eller at projektet læsetilbud ikke har ramt, så det kunne gøre dem interesserede.

Projektet har haft størst tilslutning på natholdet. Her har medarbejder-ambassadøren med sin begejstring over læsningen fået mange med. Her er der blevet anbefalet gode bøger og snakket bøger og læsning i pauserne

## Projektet set fra JSB Plast

JSB Plast blev kontaktet af Skipper Hagde fra Huset Venture. JSB Plast har samarbejdet omkring medarbejdere med læsebesvær, som efterfølgende er blevet tildelt IT-rygsæk. Der var overvejelser og en vis skepsis omkring deltagelsen i Danmark Læser projektet.

- Hvor meget tid ville der skulle bruges.
- Kunne medarbejderne håndtere det samtidig med at der skulle produceres.
- Ville det få indflydelse på tempoet.
- Ville det gå ud over vores kvalitet.

Mange spørgsmål rumsterede, men alligevel kunne projektet også give mange positive ting.

- Læse bøger er altid en god oplevelse
- Nogle enkelte medarbejdere hørte lydbøger i forvejen
- Forventede at projektet kunne styrke vores gode sociale sammenhold
- Muligheden for at læse til og fra arbejde i bilen
- Biblioteket ville stå til rådighed

Derfor valgte JSB Plast at sige ja til deltagelse i projektet.

Det har været en rigtig god oplevelse. Der har været et godt samarbejde med biblioteket.

Mange medarbejdere har læst, nogen selvfølgelig mere end andre. Det afhænger selvfølgelig af lyst og interesse, men også af placering i produktionen. Ved CNC maskinen er det nemmest af finde tid til læsning. På linjen er det straks sværere.

Der har været rigtig mange spændende tiltag som har skubbet mange medarbejdere i gang med at læse og især høre lydbøger. På skifteholdet og natholdet læste 3-4 personer før. Nu 10-12.

Udfordringen har været formidling til de mange forskellige skift, som kører på virksomheden.

Medarbejderne arbejder 24 timer, 6 dage i ugen, ja p.t. faktisk 7 dage. Det gør at alle aldrig er her samtidig. Når biblioteket har været på virksomheden for at informere, svare spørgsmål har det været på dagholdet. Informationer til andre skift er foregået via opslagstavlen og via ambassadører. Der har også været tekniske udfordringer, men det er blevet løst hen ad vejen.

Siden starten af 2014 er der blevet ansat mange nye medarbejdere. Medarbejder staben er vokset fra 81 til 121. Informationer om projektet for de medarbejdere der ikke var med fra projektets start kunne have været bedre.

## 5. Videreudvikling og perspektivering

Ved at arbejde aktivt med formidling af læsning, har projektet gennem et år med sikkerhed gjort en forskel og gjort læsning og bøger til noget man også snakker om.

Arbejdspladslæsning med lydbøger kan for mange være en god måde at læse på. Det kræver et arbejde, hvor man er alene om en opgave og kender til opgaven. Nogle vil gerne have mp3 afspillere, som er lige til at starte, mens andre foretrækker at læse lydbøger på smartphones. Men det skal være let at gå til. Teknikken må ikke stå i vejen. Biblioteket kan tilbyde netlydbøger på E-reolen, men der er også andre aktører som tilbyder lydbøger. Hvis virksomheder er interesserede kan biblioteket formidle de forskellige tilbud og igangsætte læsning.

Ferieposerne kan også umiddelbart videreføres. Det kræver tid at pakke poser, men det er nemt og velkendt for biblioteket.

### Medieomtale

Ringkøbing-Skjern Dagblad 14.06.2014: JSB Plast og biblioteket bød på bogbuffet

P4 Midt & Vest 02.01.2015: Indslag i morgenfladen

<http://www.dr.dk/nyheder/regionale/midtvest/2015/01/02/081924.htm>

DR.dk Nyheder ligetil: Bilblade, jagtbøger og krimier er godt læsestof

[http://www.dr.dk/nyheder/ligetil/dagens\\_fokus/kultur/2015/02/bilblade\\_jagtboeger\\_og\\_krimier\\_er\\_godt\\_laesestof.htm](http://www.dr.dk/nyheder/ligetil/dagens_fokus/kultur/2015/02/bilblade_jagtboeger_og_krimier_er_godt_laesestof.htm)

Ringkøbing-Skjern Dagblad 04.02.2015: Her kan du hente hjælp til e-reolen

Jp.dk 24.02.2015: Sultne bogorme breder sig på vestjysk virksomhed

Ringkøbing-Skjern Dagblad 24.02.2015: Kulturministeren gæster JSB Plast

Ringkøbing-Skjern Dagblad 27.02.2015: På JSB Plast lytter man til bøger i arbejdstiden

Jyllandsposten 28.02.2015: Vestjyske fabriksarbejdere skal læse bøger

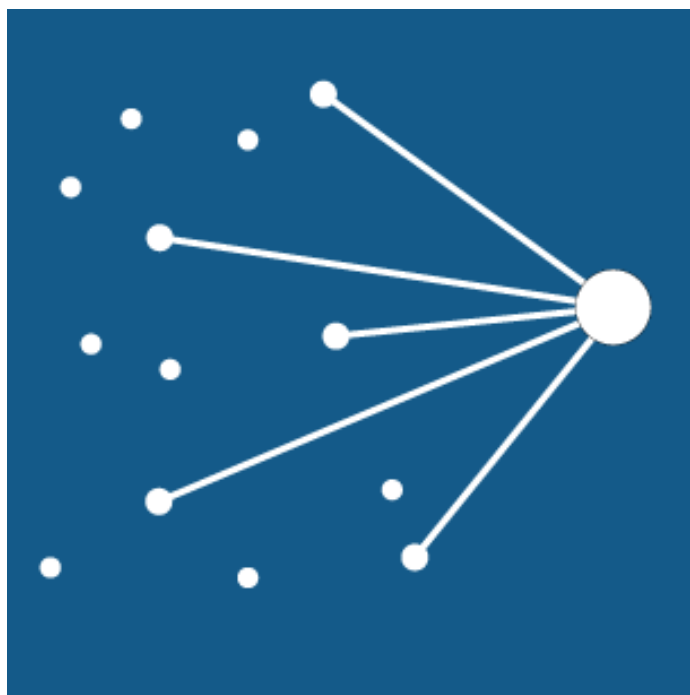
Skjern-Tarm Ugeblad 01.03.2015: Minister på Max.

[http://skjerntarm-ugeblad.dk/?p=avis&f=avisarkiv\\_swf&n=150303U10&ap=0#avis](http://skjerntarm-ugeblad.dk/?p=avis&f=avisarkiv_swf&n=150303U10&ap=0#avis)



MOOS-BJERRE & LANGE

Biblioteket Sønderborg  
Effektmåling af læseindsats  
Marts 2015



## Indholdsfortegnelse

1. Indledning .....	3
2. Hovedresultater fra effektmåling .....	4
2.1 Kampagneeffekt .....	4
2.2 Nordborgborgernes læseprofil.....	4
3. Kampagneeffekt.....	6
4. Status for Nordborgs borgere i 2015.....	10
5. Forskelle mellem køn og aldersgrupper.....	14

## Indledning

Denne effektmålingsrapport vurderer resultaterne af den gennemførte læseindsats i Sønderborg Kommune med fokus på området 6430 Nordborg. Effektmålingen baserer sig på en sammenligning af undersøgelsesresultater i 2015 med undersøgelsesresultater i 2014. Det drejer sig om opgørelse af borgernes læsning *efter* kampagnens afslutning i forhold til baselineundersøgelse af borgernes litterære vaner, interesser og selvvalgte læsefærdigheder for borgerne i Nordborg.

I den aktuelle 2015 undersøgelse er borgernes også adspurgt om deres kendskab til de gennemførte kampagneaktiviteter og deres vurdering af dem.

I det følgende kommer først et sammenfattende afsnit, hvor hovedresultaterne fra de følgende afsnit gengives kort. Efter dette kommer et afsnit med fokus på kampagnernes effekt, efterfulgt af et afsnit om Nordborg borgernes forhold til læsning, som de ser ud i 2015, og til sidst et afsnit om hvilke variationer man kan finde med hensyn til køn og alder. Rapporten afsluttes af et metodeafsnit.

Bemærk, at når der refereres til "de adspurgte", menes der, med mindre andet er nævnt, de af Nordborgs borgere, der er blevet adspurgt i eftermålingen i 2015. De eneste to figurer i denne rapport, hvor data fra andre kilder medtages, er Figur 2 og Figur 4. I Figur 2 sammenlignes Nordborgs borgere med øvrige borgere i Sønderborg Kommune, og i Figur 4 sammenlignes Nordborgs borgere i 2015 med Nordborgs borgere i 2014.

## 1. Hovedresultater fra effektmåling

Her gengives en kort præsentation af resultaterne af effektmålingen og undersøgelsens øvrige resultater. Der redegøres først for effekten af kampagnerne, herefter for Nordborgs borgeres læseprofil.

### 1.1 Kampagneeffekt

Det viser sig, at lidt **over halvdelen af Nordborgs borgere kender til mindst én af de kampagner, som biblioteket har stået for**. Det er et bemærkelsesværdigt højt niveau. Bogskulpturer i bybilledet er den mest kendte. Dette er på trods af, at denne kampagne er betydeligt mindre kendt i Nordborg end den er i Sønderborg Kommune i øvrigt.

Alle øvrige kampagnetiltag er dog mere kendte i Nordborg, end de er i Sønderborg Kommune i øvrigt, hvilket synes at være i god overensstemmelse med, at det netop er Nordborg, der har været særligt fokus på. Den anden mest kendte kampagne er direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside. De øvrige kampagner er der et noget lavere kendskab til.

**Nordborgs borgere vurderer, at kampagnerne har haft en effekt.** Effektens størrelse kommer dog an på, hvilken dimension man spørger til. De fleste mener at kampagnerne har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Vurderingerne bliver dog mindre positive når spørgsmålene bliver mere konkrete og personnære – betydeligt færre vurderer, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere, øget deres interesse for litteratur og læsning, eller fået dem til at læse mere.

Der er endvidere gennemført en række mere avancerede statistiske analyser og tests af eventuelle udviklingstendenser over tid – fra før kampagnetiltagene (2014) til efter afslutning af kampagneforløbet (2015). Der er fundet **en væsentlig, positiv og statistisk signifikant stigning i Nordborgs borgeres interesse for at læse romaner**.

### 1.2 Nordborgborgernes læseprofil

**Nordborgs borgeres foretrukne medier er fjernsyn, internet, radio og avis.** En stor andel, især blandt de unge, benytter sig flittigt af sociale medier, mens de ældre aldersgrupper i højere grad holder sig til de traditionelle medier. Internetbrug er desuden højere blandt unge mennesker.

Det er dog **kun små andele af Nordborgs borgere, der hyppigt læser romaner, noveller, og faglitterære bøger/artikler**. Generelt benytter kvinder sig mere af alle typer medier end mænd.

Langt de fleste af Nordborgs borgere **foretrækker at læse romaner som fysiske bøger**. Blandt de unge er der også en vis interesse for at læse/høre romaner på alternative måder, såsom med lydbøger eller e-bøger.

Nordborgs borgere har gennemgående **nemt ved at læse og forstå indholdet i avisartikler, romaner, noveller, og breve fra det offentlige**. De har dog betydeligt sværere ved at høre og forstå indholdet i lydbøger, og indholdet ved oplæsning i radioen.

Nordborgs borgere er **mest interesserede i historier baseret på virkelige hændelser, krimier**, læse romaner samt historie, biografier, slægtshistorier og kærlighedshistorier. Mindre er interessen for noveller, lydbøger, digte, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen.



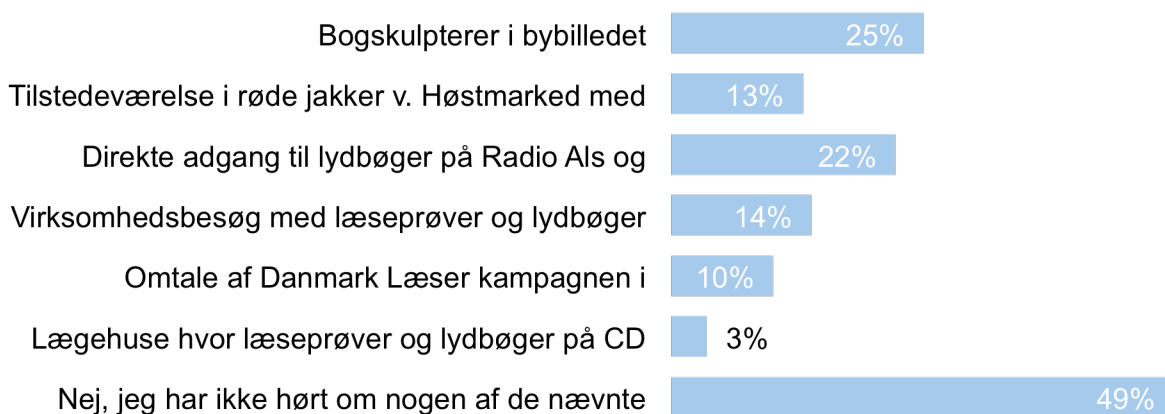
## 2. Kampagneeffekt

Dette afsnit omhandler kendskab til de kampagner, som biblioteket har benyttet i forsøget på at fremme interesse for læsning og litteratur. I det følgende gennemgås kendskab til kampagnerne, både i Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, og Nordborgs borgeres selvvaluerede gavn af kampagnerne.

Sidst i dette afsnit redegøres der for ændringer i interessen for at læse romaner fra 2014 til 2015. Der blev i udarbejdelsen af denne rapport testet for en lang række ændringer fra 2014 til 2015, dog viste en stigning i interessen for at læse romaner sig at være den eneste statistisk signifikante.

Figur 1 nedenfor viser de adspurgtes kendskab til kampagner, som biblioteket har stået for.

**Figur 1: Andel der kender til følgende tiltag**



Figur 1 viser, at næsten halvdelen af de adspurgte, 49%, ikke kender til nogen af de kampagner, som biblioteket har stået for.

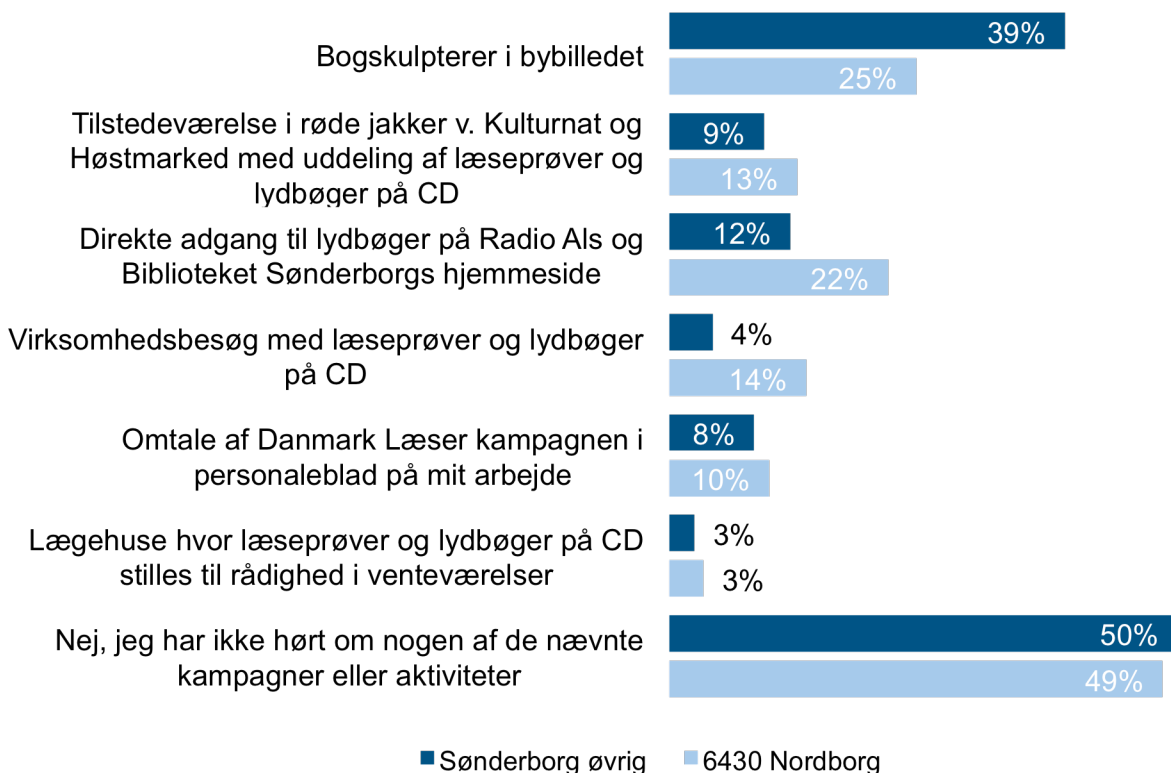
Det mest kendte tiltag er bogskulpturer i bybilledet. En fjerdedel af de adspurgte, 25%, har bemærket dette. Næsten lige så mange, 22%, har hørt om direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside.

14% har bemærket virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD, og næsten lige så mange, 13%, har bemærket tilstedeværelse af personer i røde jakker ved Høstmarked i Nordborg, med uddeling af læseprøver og lydbøger på CD.

10% af de adspurgte har bemærket omtale af Danmark Læser kampagnen i personaleblade på deres arbejde, mens kun 3% har bemærket lægehuse, hvor læseprøver og lydbøger på CD stilles til rådighed i venteværelser.

Figur 2 nedenfor viser forskelle mellem borgere i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, med hensyn til kendskab til bibliotekets kampagner. Bemærk at denne figur er den eneste i denne rapport, som indeholder besvarelser fra andre end Nordborgs borgere.

**Figur 2: Kendskab til følgende tiltag i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt**



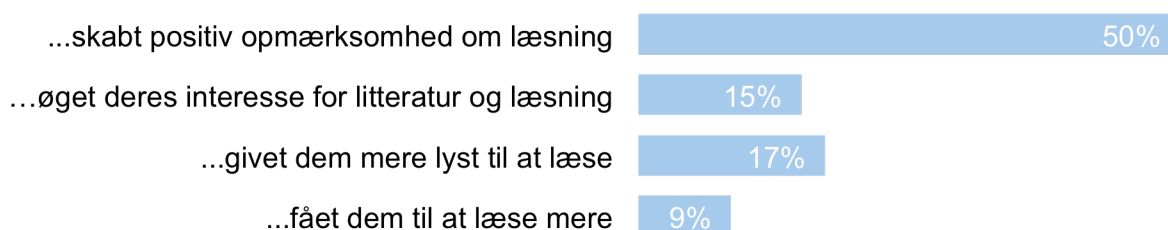
Figur 2 viser, at 39% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt har bemærket bogskulpturer i bybilledet, mens 14 procentpoint færre af de adspurgte i Nordborg har bemærket disse. Dette kunne tyde på, at bogskulpturerne har været mindre synlige i Nordborg, end de har været i de øvrige byer hvor de har været stillet op (Sønderborg, Gråsten, og Vester Sottrup).

Et andet punkt med stor forskel mellem Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt er kendskabet til direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs kommune. Mens 12% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt kender til dette, kender 22% af de adspurgte i Nordborg til dette. Også med hensyn til virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD er kendskabet i Nordborg større – 4% kender til dette i Sønderborg Kommune i øvrigt, mens 14% kender til dette i Nordborg.

Med hensyn til de øvrige kategorier forekommer der ikke bemærkelsesværdige forskelle med hensyn til kendskab.

Figur 3 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har haft en af følgende positive effekter.

**Figur 3: Andel der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har...**



Figur 3 viser, at hele 50% af de adspurgte mener, at bibliotekets kampagner har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Når det kommer til mere konkrete og personnære ting, er besvarelserne dog mere forsigtige. 17% angiver, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere. 15% angiver at kampagnerne har øget deres interesse for litteratur og læsning. Når det kommer til faktisk at læse mere, mener kun 9% at kampagnerne har haft denne effekt.

Figur 4 nedenfor viser ændringen fra nulpunktsmålingen i 2014 til eftermålingen i 2015, med hensyn til Nordborgs borgeres lyst til at læse romaner.

**Figur 4: Andel af Nordborgs borgere med interesse for at læse romaner**



Figur 4 viser en mulig positiv effekt af de læsefremmende indsats fra 2014 til 2015. Figuren viser, at der ved nulpunktsmålingen i 2014 var 41% af Nordborgs borgere som angav, at de var noget eller meget interesserede i at læse romaner. Ved eftermålingen i 2015 er dette tal steget til 47%, altså en forbedring på 6 procentpoint.

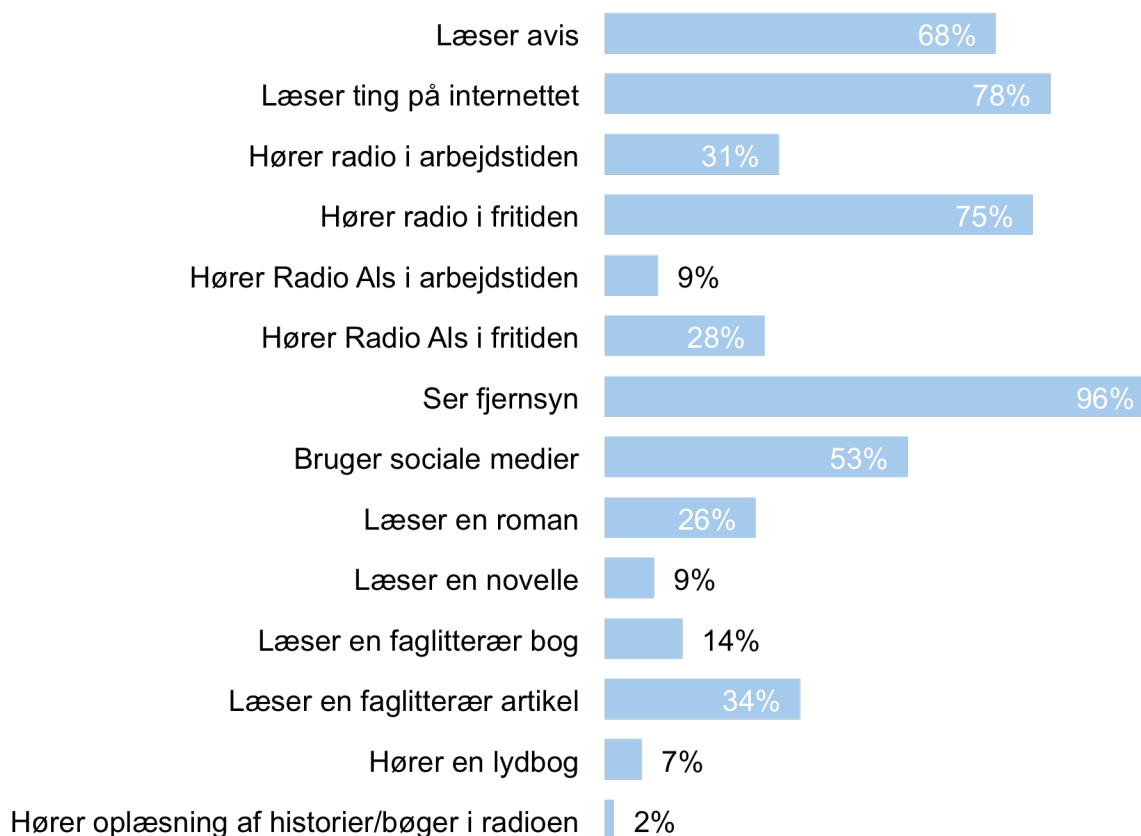
### 3. Status for Nordborgs borgere i 2015

Dette afsnit omhandler borgerne i Nordborg med hensyn til deres læseprofil i 2015.

Nedenfor gennemgås først hyppighed af benyttelse af forskellige medier, herefter interesse for litteratur og litteraturrelaterede aktiviteter, herefter de adspurgtes foretrukne måde at læse en roman på, og til sidst deres vurdering af, hvor nemt eller svært de forstår forskellige tekster og informationstyper.

Figur 5 nedenfor viser de andele af de adspurgte, der typisk anvender følgende medier en eller flere gange om ugen.

**Figur 5: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere**



Figur 5 viser, at det hyppigst benyttede medie er fjernsynet. 96% angiver, at de benytter dette en eller flere gange om ugen. Efter dette kommer internettet – 78% angiver, at de læser ting på dette en eller flere gange om ugen.

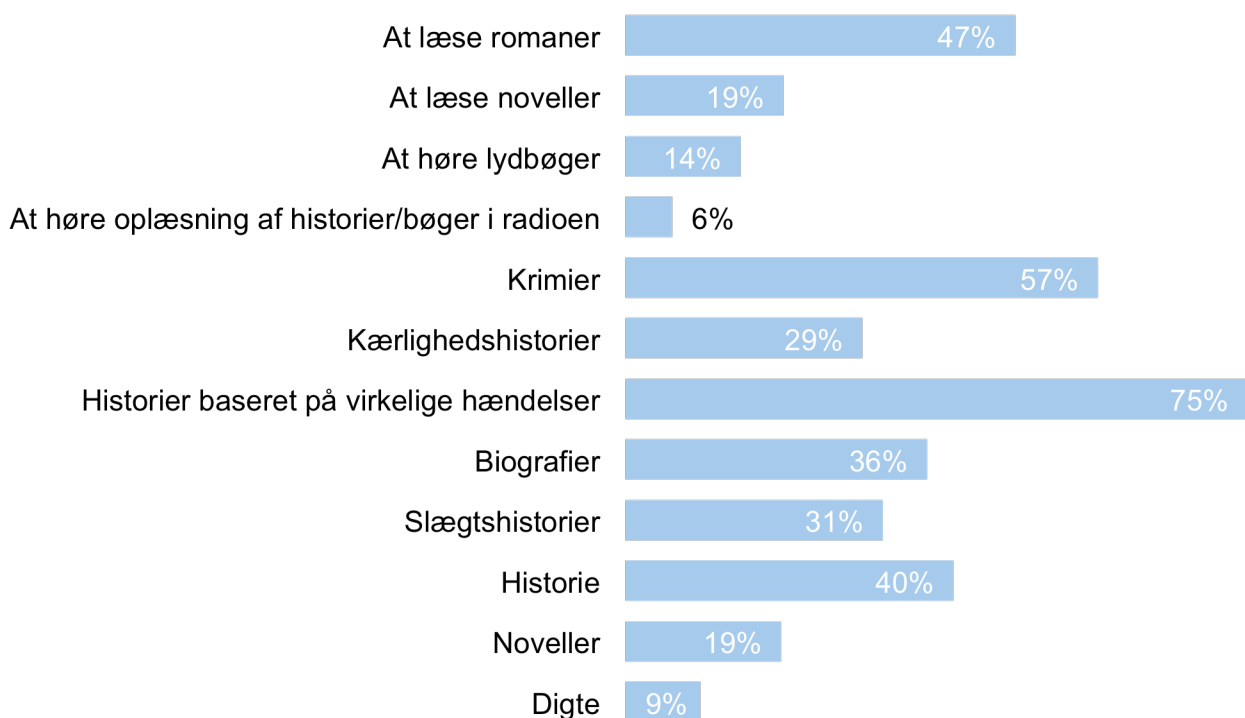
Radio er også et populært medie. 75% angiver at de en gang om ugen eller oftere hører radio i fritiden, mens betydeligt færre, 31%, hører radio i arbejdstiden en gang om ugen eller oftere. Ser man specifikt på Radio Als, fremgår det, at der på ugebasis er 28%, der hører kanalen i fritiden, og 9% der hører den i arbejdstiden.

Et andet populært medie er avisen, med 68% der læser denne ugentligt eller oftere. Over halvdelen af de adspurgte, 53%, benytter sociale medier en eller flere gange om ugen.

34% læser faglitterære artikler, 26% at de læser romaner, 14% at de læser faglitterære bøger, og kun 9% at de læser noveller ugentligt eller oftere. Meget få, 7%, hører lydbøger ugentligt eller oftere, mens kun 2% angiver, at de hører oplæsning af historier/bøger i radioen en eller flere gange om ugen.

Figur 6 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der er interesserede i følgende typer litteratur.

**Figur 6: Andel der er noget eller meget interesserede i følgende aktiviteter**



Af Figur 6 fremgår det, at mange af de adspurgte, 75%, er interesserede i historier baseret på virkelige hændelser. Stor interesse er der også for krimier, med 57% der angiver, at de

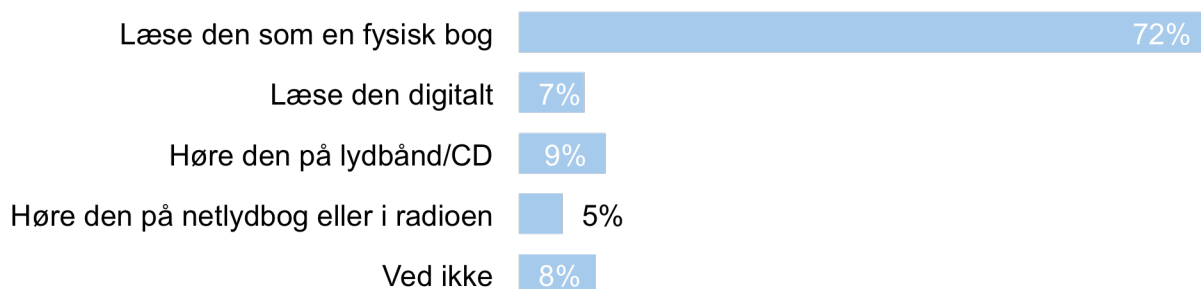
er noget eller meget interesserede. Også populært er det at læse romaner, med 47% der angiver interesse.

Herefter følger historie, biografier, og slægtshistorier, med henholdsvis 40%, 36%, og 31% interesserede. Blandt de mindre populære kategorier findes noveller/at læse noveller, med 19% interesserede, og at høre lydbøger, med 14% interesserede.

Kategorierne hvor færrest angiver, at de er noget eller meget interesserede, er digte, med 9%, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen, med 6%.

Figur 7 nedenfor viser de adspurgtes foretrukne måde at læse/høre en roman på.

### Figur 7: Foretrukken måde at læse/høre en roman på



Figur 7 viser, at de adspurgte i alt overvejende grad foretrækker at læse romaner som fysiske bøger. Hele 72% angiver dette som førsteprioritet. De øvrige muligheder ligger nogenlunde lige, med lave andele der foretrækker disse. 9% foretrækker at høre en roman på lydbånd/CD, 7% at læse den digitalt, og 5% at høre den på netlydbog eller i radioen. 8% angiver, at de ikke ved hvordan de foretrækker at læse/høre en roman.

Figur 8 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der synes det er nemt at høre/læse og forstå forskellige typer litteratur.

**Figur 8: Andel der synes at det er nemt eller meget nemt at gøre følgende**



Figur 8 viser, at der inden for de fleste typer litteratur kun er få problemer med forståelsen. 87% angiver at det er nemt eller meget nemt at forstå og læse indholdet i avisartikler. For romaner er det tilsvarende tal 78%, for noveller 63%, og for breve og beskeder fra det offentlige er tallet 60%.

Nordborgs borgere har dog sværere ved at forstå indholdet ved oplæsning. Kun 39% angiver, at de har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet i lydbøger. Dette betyder, at 61% af de adspurgte har svært ved dette. 38% har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet ved oplæsning i radioen, hvilket betyder at 62% har svært ved det samme.

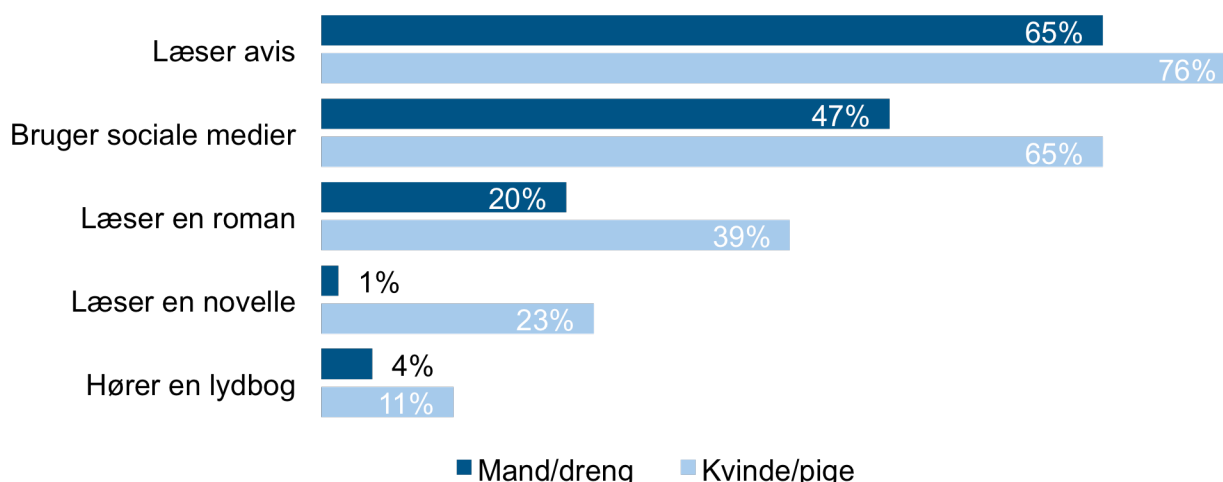


#### 4. Forskelle mellem køn og aldersgrupper

I undersøgelsen er der gennemført nærmere analyse og statistiske tests for variationer på tværs af køn, alder, uddannelse og arbejde. Dog blev der kun fundet interessante og signifikante forskelle med hensyn til køn og alder. Nedenfor gennemgås køns indflydelse på benyttelse af medier, alders indflydelse på benyttelse af medier, og alders indflydelse på foretrukken måde at læse/høre en roman på.

Figur 9 nedenfor viser forskelle i hvor ofte de to køn læser avis, bruger sociale medier, læser romaner, læser noveller, og hører en lydbog.

**Figur 9: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med køn**

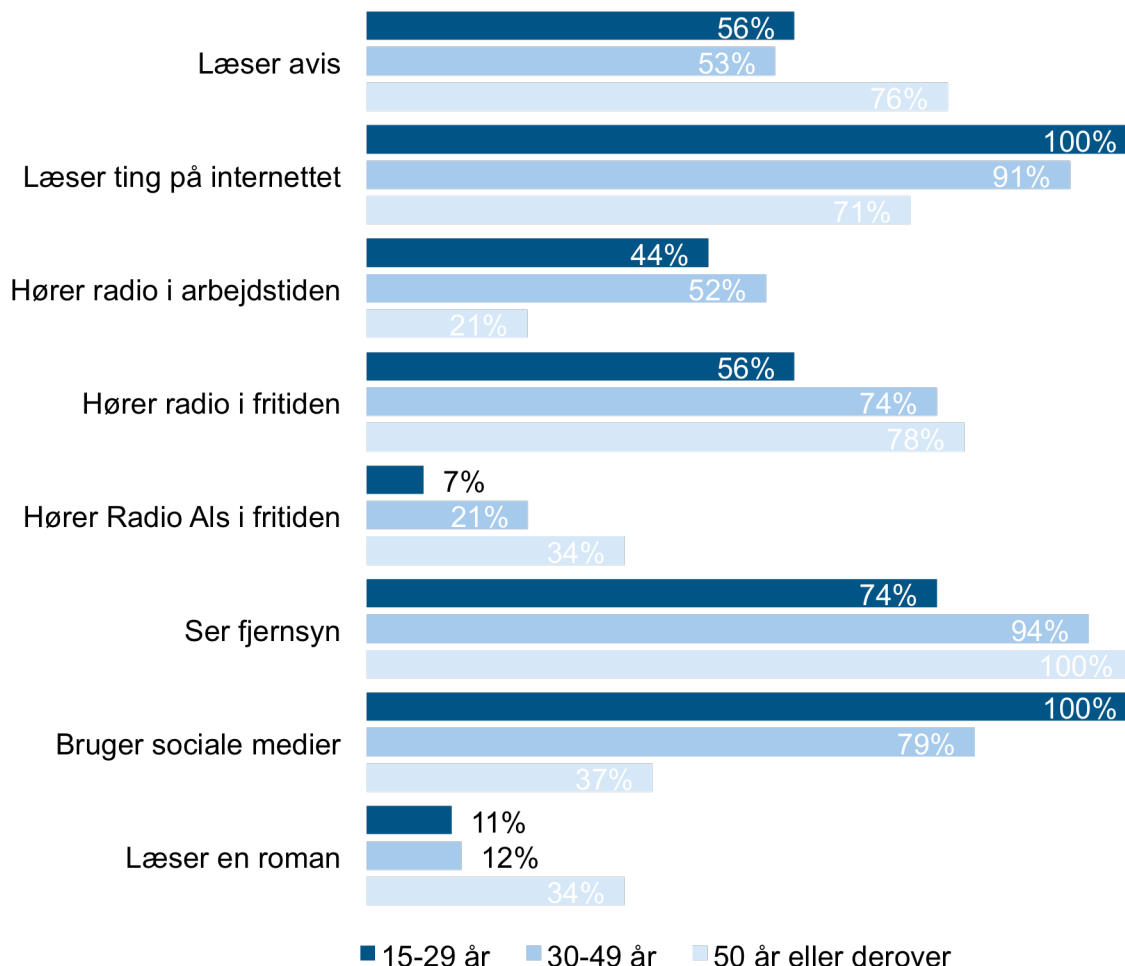


Af Figur 9 fremgår det, at kvinder generelt benytter medier oftere end mænd. Størst er forskellen ved noveller, hvor 22% flere kvinder end mænd læser dem en eller flere gange om ugen. Herefter følger romaner, hvor 19% flere kvinder end mænd læser dem ugentligt eller oftere. Forskellen ved sociale medier er også stor, med 18% flere kvinder end mænd, der benytter disse en eller flere gange om ugen.

Ved aviser findes der en mindre forskel, med 11% flere kvinder end mænd, der læse disse ugentligt eller oftere. Den mindste påviste forskel er ved lydbøger, med 7% flere kvinder end mænd, der hører disse en gang om ugen eller oftere.

Figur 10 nedenfor viser alders indflydelse på hyppigheden af benyttelse af forskellige typer medier.

**Figur 10: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med alder**



Figur 10 viser store forskelle i de forskellige aldersgruppers medievaner. Blandt de mest bemærkelsesværdige er læsning af ting på internettet og brug af sociale medier. Det fremgår, at 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år læser ting på internettet ugentligt eller oftere, mens tallet hos de 50-årige og ældre er nede på 71%. Ligeledes bruger 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år sociale medier ugentligt eller oftere, mens tallet for de 50-årige og ældre kun er 37%.

En omvendt tendens ses ved benyttelsen af fjernsyn. Her angiver 100% af de 50-årige og ældre, at de benytter dette ugentligt eller oftere, mens 74% af de 15-29-årige angiver dette.

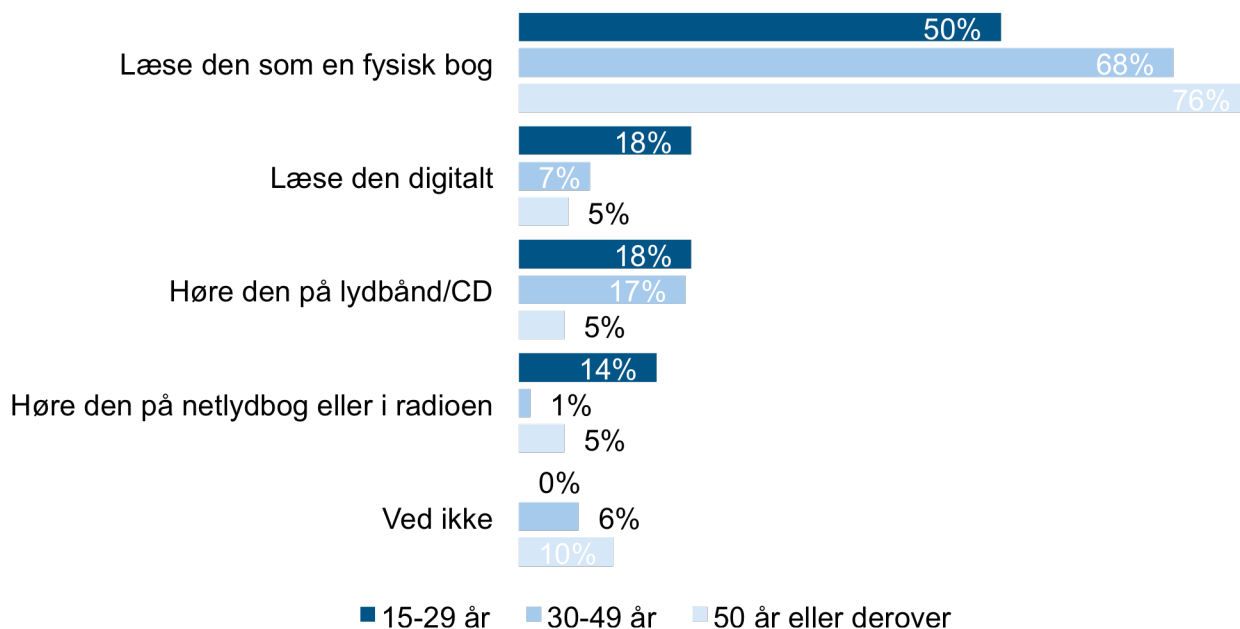
Også med hensyn til radio i fritiden gør dette mønster sig gældende – 78% af de 50-årige og ældre hører radio i fritiden ugentligt eller oftere, mens kun 56% af de 15-29-årige gør dette. Tendensen gør sig også gældende med Radio Als i fritiden. Når det kommer til radio i arbejdstiden er tendensen mindre klar – dette skyldes sandsynligvis, at en stor andel af de 50-årige og ældre ikke har nogen arbejdstid.

Også når det kommer til romaner er det blandt de højere aldersklasser, at den hyppigste benyttelse forekommer. 34% af de 50-årige og ældre angiver, at de læser i en roman ugentligt eller oftere, mens kun 11% af de 15-29-årige angiver dette.

Med hensyn til aviser er sammenhængen mellem alder og brugshyppighed ikke helt så entydig, som den er med nogle af de andre medier. Det kan dog påpeges at 76% af de 50-årige og ældre læser aviser en eller flere gange om ugen, mens betydeligt færre, 56%, af de 15-29-årige gør dette.

Figur 11 nedenfor viser alders indflydelse på ens foretrukne måde at læse/høre en roman på.

**Figur 11: Foretrukken måde at læse/høre en roman på, sammenholdt med alder**



Figur 11 viser en klar sammenhæng mellem alder og foretrukken måde at læse en roman på. Blandt de 50-årige og ældre foretrækker langt de fleste, 76%, at læse en roman som en fysisk bog. Samme tal for de 15-29-årige er nede på halvdelen, 50%. Til gengæld foretrækker flere i denne gruppe at læse bøger digitalt. 18% af de 15-29-årige foretrækker at læse en roman digitalt, mod kun 5% af de 50-årige og ældre. Ligeledes foretrækker 18% af de 15-29-årige at høre en roman på lydbånd/CD, mod 5% af de 50-årige og ældre.

Også med hensyn til netlydbøger og radio er de unge mere positive – 14% af de 15-29-årige foretrækker at høre en roman således, mod 5% af de 50-årige og ældre.