



# NonUsers – ikke-brugere på Fyn 2012

*Hovedresultater og segmenter af ikke-brugere*

Odense Centralbibliotek, den 21. juni 2012



## Indhold

1. Undersøgelsens formål og gennemførelse
2. Fordeling af interviews på kommuner
3. Høj ikke-bruger andel (brugshyppighed)
4. Potentiale for biblioteksbrug (kendskab, sandsynlighed og holdning)
5. Overordnet karakteristik af ikke-brugerne
6. Hvilke forhold gør en forskel (interessante kryds)
7. Segmentering af brugere i 7 segmenter
8. Segmenternes størrelse og potentielle brugere
9. Personaer
10. Udgangsreplik: SMOK!

## 1. Undersøgelsens formål

- *Bedre viden om ikke-brugere for at kunne tilrettelægge koordineret fynsk PR og markedsføring samt målrettede aktiviteter, tilbud og branding, der øger brugerandel og imødekommer fremtidens brugere.*
- Hvor mange ikke-brugere er der?
- Hvad er årsagerne, når borgere fravælger biblioteket?
- Hvilke segmenter og persontyper af ikke-brugere kan identificeres
- Hvem er potentielle brugere?
- Hvor sandsynligt er det at få flere brugere og hvor stort er potentialet?
- Hvilke tilbud appellerer til ikke-brugere fra forskellige segmenter?

## 1. Undersøgelsens gennemførelse

- Telefoninterviews med 1.433 personer 15 år og derover
- 671 nettointerviews med ikke-brugere
- Ikke-bruger = *mere end 1 år siden, man har benyttet et folkebibliotek*
- Mindst 50 pr. kommune og god fordeling på køn og alder
- God modtagelse – også stor interesse for fokusgrupper:
  - ”Fynboer er bare medgørlige”
  - Biblioteket er et godt og anerkendt tilbud.
- *Moos-Bjerre Analyse for bibliotekerne på Fyn: Odense, Assens, Faaborg-Midtfyn, Kerteminde, Langeland, Nordfyns, Nyborg, Svendborg og Ærø.*

## 2. Interviews pr. kommune

Kommune	Ikke-bruger
Assens Kommune	54
Faaborg-Midtfyn Kommune	54
Kerteminde Kommune	54
Nyborg Kommune	54
Odense Kommune	246
Svendborg Kommune	54
Ærø Kommune	50
Nordfyns Kommune	54
Langeland Kommune	51
<b>I alt</b>	<b>671</b>

### 3. Ikke-bruger andel højere end kulturvaneundersøgelserne

	Indenfor seneste uge	Højst 1 måned siden	Højst 6 måneder	Højst 1 år siden	Mindst 1 år siden	Aldrig	I alt
Antal	227	258	207	70	624	47	1.433
Andel	16%	18%	14%	5%	44%	3%	100%

## 4. Potentiale for biblioteksbrug

- 80% af ikke-brugerne har tidligere benyttet biblioteker
- 38% af ikke-brugerne har børn eller partner, der benytter biblioteker.
- 61% finder det sandsynligt eller meget sandsynligt...
- 35% mener det er spændende tilbud, som de godt selv kunne bruge
- Mere end halvdelen er interesseret i fx muligheden for lovligt og gratis at se/høre musik og film hjemmefra
- 71 % af dem, som ikke bruger biblioteket, mener at biblioteket er vigtige for samfundet.

## 5. Overordnet karakteristik af ikke-brugere

- Gennemsnitligt lavere uddannet
- Overvægt af mænd
- De foretrækker populærkultur frem for ”teater, museer og kunst”
- Primære årsager som ikke-brugerne selv angiver til ikke-brug:
  - De køber selv ønskede materialer
  - Har ikke tid.
- I det følgende går vi tættere på forklaringer og mulige årsager!



## 6. Hvilke baggrundsforhold gør forskel (interessante kryds)

- *Uddannelsesniveau* betyder en del
- *Alder* betyder meget
- *Køn* betyder noget
- *Kommune* betyder noget (flere signifikante hvis flere data....)
- *Livssituation* betyder meget
- *Beskæftigelsessituation* betyder meget.

## 6. Hvilken forskel gør uddannelse

- Jo længere uddannelse -> færre ikke-brugere
- Jo længere uddannelse -> køber selv ønskede materialer
- Jo længere uddannelse -> mangler tid
- Jo længere uddannelse -> positiv i forhold til bibliotekstilbud
- Jo længere uddannelse -> sandsynlighed for fremtidig brug.

## 6. Hvilken forskel gør alder

- 15-29 årige fravælger i højere grad pga. materialerne
- 15-29 årige fravælger i højere grad pga. mangel på arrangementer
- 15-29 årige fravælger i højere grad pga. beliggenhed
- 15-44 årige fravælger i højere grad pga. åbningstider
- Yngre angiver oftere manglende kendskab som årsag til ikke-brug
- Yngre fravælger oftere fordi de selv køber materialer
- 15-29 årige fravælger i højere grad pga. gebyrer
- Yngre angiver oftere manglende tid som årsag til ikke-brug
- 60 årige+ er mindre interesserede i at låne materialer
- Med alder falder interessen for bibliotekernes digitale tilbud.

## 6. Hvilken forskel gør alder (fortsat...)

- 30-44 årige er mere end andre interesserede i børnearrangementer
- 60 årige+ er mindre end andre interesserede i voksenarrangementer
- Med alder stiger interessen for udstillinger
- 60 årige+ er mindre sandsynlige brugere i fremtiden end andre
- 15-44 årige mener i højere grad end ældre, at bibliotekerne kan spares væk (dog kun 16% hhv. 7%)
- Med alder falder brugen af internet, sociale medier samt internethandel.

## 6. Hvilken forskel gør køn

- Kvinder benytter bibliotekerne hyppigere end mænd, og ikke-brugerandelen er højere for mænd end kvinder
- Flere mænd end kvinder har partner eller børn, der bruger bibliotek
- Flere mænd end kvinder er interesseret i bibliotekernes digitale tilbud
- Flere mænd end kvinder benytter internet og foretager internethandel.

## 6. Hvilken forskel gør kommune

- Flest ikke-brugere på Langeland og færrest i Svendborg
- I Svendborg har 45% af befolkningen været på biblioteket indenfor seneste måned (gennemsnittet er 33%)
- Odense og Ærø har lidt flere ikke-brugere, der er interesserede i de digitale bibliotekstilbud
- Nyborg og Svendborgs ikke-brugere er lidt mindre interesserede i voksenarrangementer, mens Ærøs er lidt mere interesserede
- Assens, Odense, Nordfyns og Ærø kommuner har flere ikke-brugere , der er sandsynlige brugere i fremtiden.

## 6. Hvilken forskel gør livssituation

- Ikke-brugere (IB) i børnefamilier har oftere tidligere benyttet biblioteker
- Børnefamilier har oftere partner eller børn, der benytter bibliotek
- Unge og børnefamilier fravælger oftere pga. manglende arrangementer
- Unge og især børnefamilier angiver i højere grad manglende kendskab til bibliotekstilbud som årsag
- IB i liv efter børn er fraflyttet samt efterløn- og pensionisttilværelse fravælger sjældnere med henvisning til at de selv køber materialer
- Unge, single uden børn samt børnefamilier mangler oftere tid
- IB på efterløn og pension er mindre interesserede i at låne materialer
- Unge, single uden børn samt børnefamilier er mest interesseret i de digitale bibliotekstilbud.

## 6. Hvilken forskel gør livssituation (fortsat...)

- Børnefamilie langt oftere interesseret i børnearrangementer
- IB på efterløn/pension mindre interesseret i voksenarrangementer
- IB på efterløn/pension mindre sandsynlige brugere (dog 39%)
- IB med fraflyttede børn og IB på efterløn/pension er sjældnere brugere af internet, sociale medier samt internethandel
- Unge er mere tilbøjelige til at mene, at internettet har udspillet bibliotekernes rolle.



## 6. Hvilken forskel gør beskæftigelsessituation

- Selvstændige og studerende finder i (endnu) mindre grad, at afstand til bibliotek er årsag til ikke-brug
- Selvstændige udebliver ikke pga åbningstider (3% mod gennemsnitligt 16%). Det gør flere studerende derimod (30%).
- Studerende peger i højere grad på serviceniveau som årsag til fravalg
- Studerende peger i højere grad på manglende kendskab som årsag (51% mod gennemsnitligt 32%)
- Efterlønnere/pensionister samt ledige fravælger sjældnere med henvisning til, at de selv køber materialer
- Studerende og ledige peger i højere grad på gebyrer som årsag til fravalg (32% hhv. 26% mod gennemsnitligt 12%).

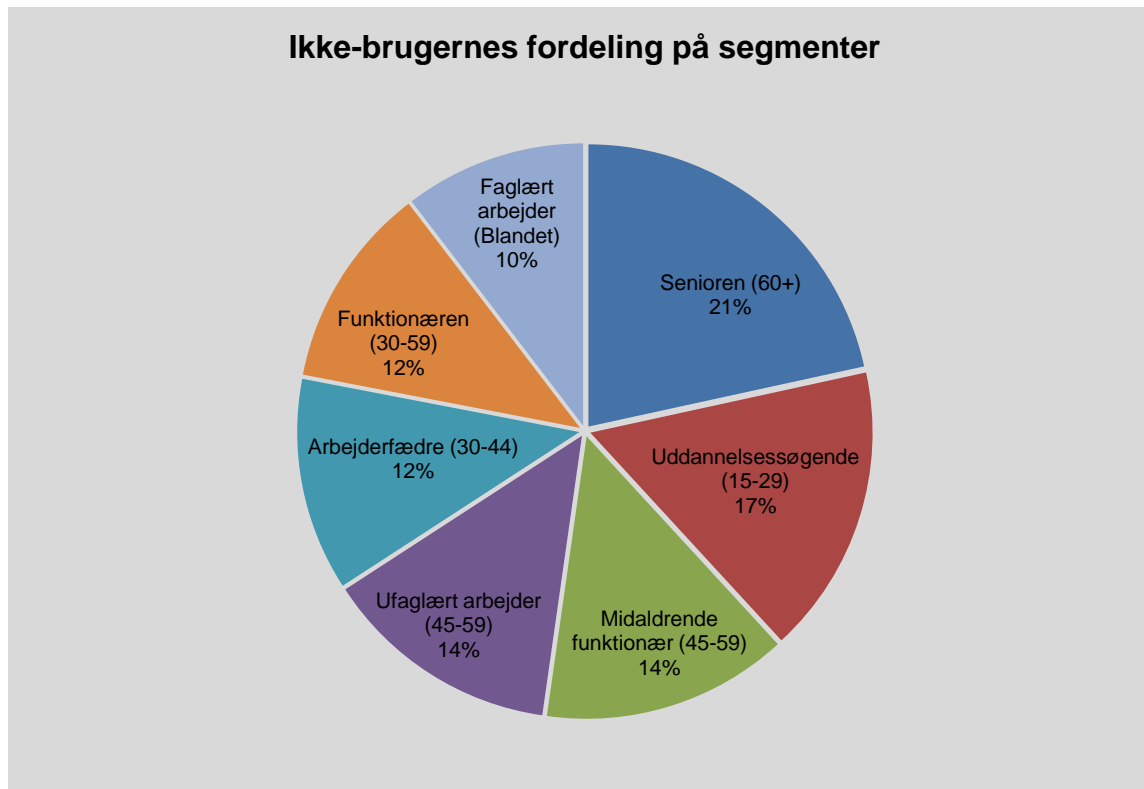
## 6. Hvilken forskel gør beskæftigelsessituation (fortsat...)

- Efterlønnere/pensionister samt ledige fravælger sjældnere pga manglende tid. Omvendt for selvstændige og studerende
- Studerende fravælger oftere pga. ventetid på materialer
- Funktionærer er mere interesserede i at låne materialer
- Studerende, funktionærer og ufaglærte er mest interesserede i de digitale bibliotekstilbud. Omvendt med efterlønnere/pensionister
- Studerende finder det i højere grad end andre sandsynligt, at de bliver fremtidige brugere (85% mod gennemsnitligt 61%)
- Funktionærer og efterlønnere/pensionister finder i højere grad, at bibliotekerne er vigtige for samfundet
- Efterlønnere/pensionister er mindre brugere af internet, sociale medier samt internethandel.

## 7. Segmentering af ikke-brugerne

- På baggrund af statistisk klyngeanalyse identificeres segmenter
- Segment = Personer med ens karakteristika og væsentlig forskellighed fra andre segmenter af personer med andre fællestræk.
- Analysen identificerer 7 segmenter af ikke-brugere på Fyn....

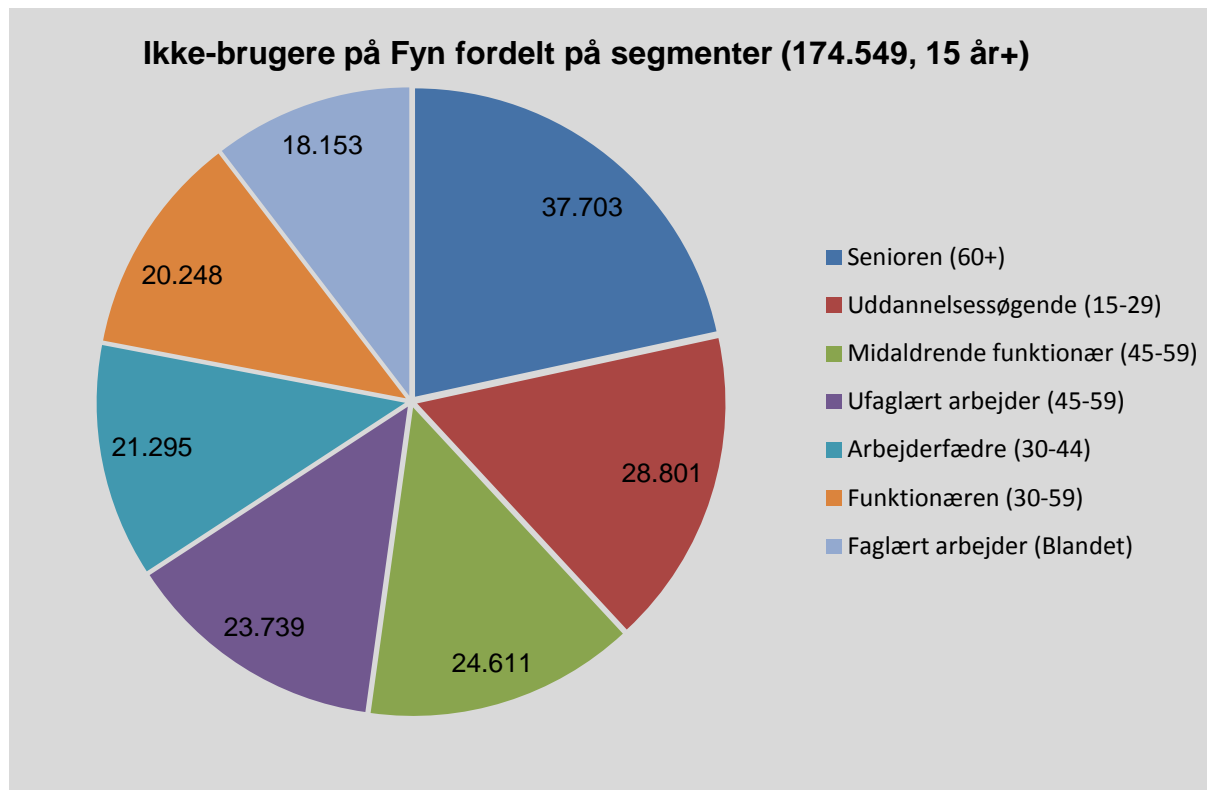
## 7. Segmenteringsmodel: 7 grupper



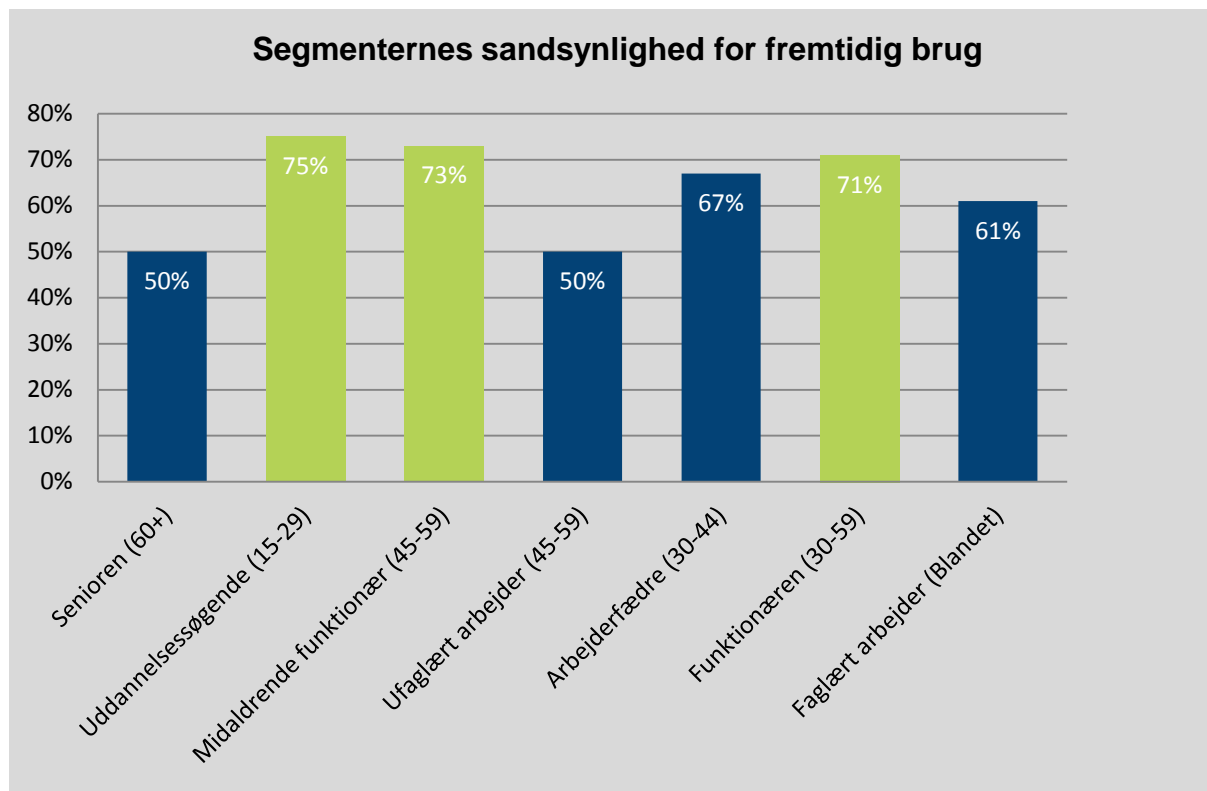
## 7. Segmenternes sammensætning i by og på land

- Seniorene er hyppigere på landet (23%) end i byen (18%)
- Den ufaglærte arbejder som ikke-brugertype er hyppigere forekommende på landet (16%) end i byen (9%)
- Den uddannelsessøgende som ikke-brugertype er hyppigere at finde i byen (21%) end på landet (14%).

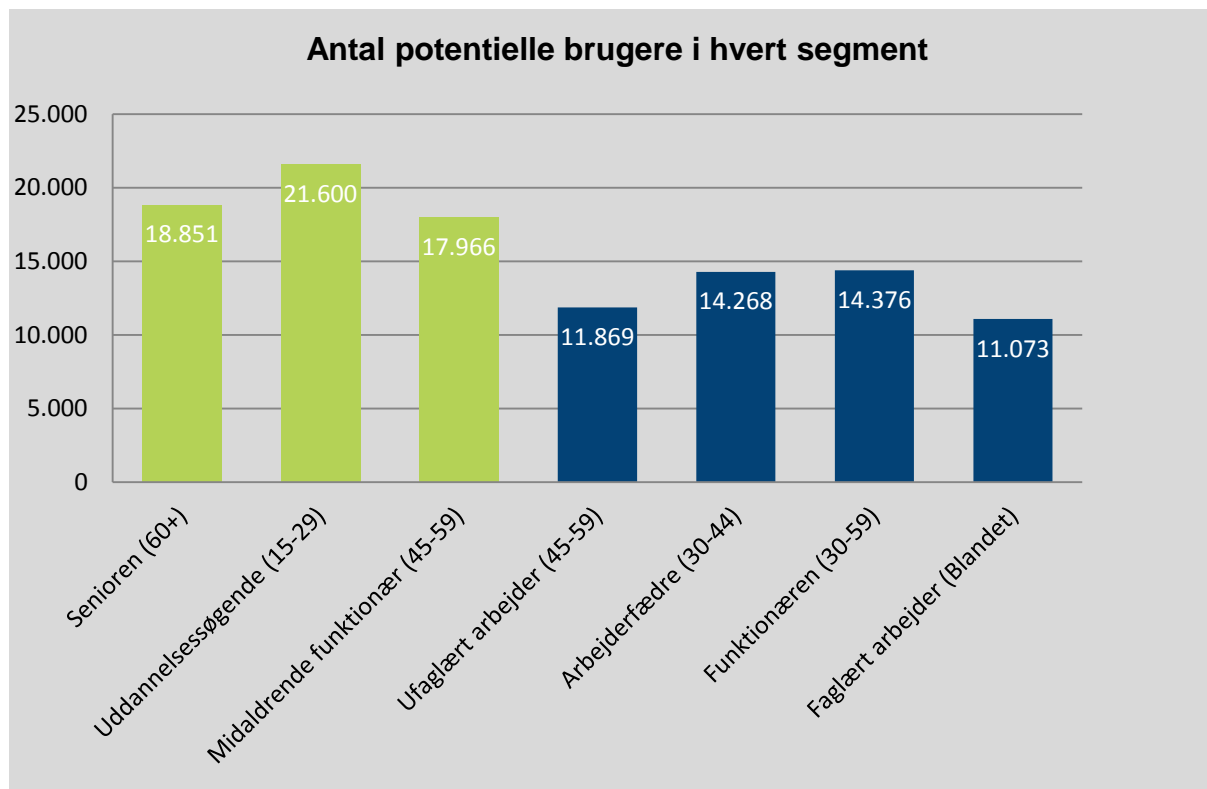
## 8. Segmenternes størrelse i antal 15 år+, Fyn ialt



## 8. Segmenternes sandsynlighed for fremtidig brug



## 8. Potentielle antal brugere i hvert segment





## 8. Ikke-brugere i hver kommune

	I alt	Assens	Faaborg-Midtfyn	Kerteminde	Langeland	Nordfyns	Nyborg	Odense	Svendborg	Ærø
Borgere på 15 år og derover	371.381	33.826	42.590	19.611	11.438	23.965	26.049	159.450	48.625	5.827
Ikke-bruger andel	47%	46%	44%	50%	60%	46%	44%	50%	36%	42%
Antal ikke-brugere	174.549	15.560	18.740	9.806	6.863	11.024	11.462	79.725	17.505	2.447

## 8. Potentielle brugere i segmenter pr. kommune

Segment	I alt	Assens	Faaborg-Midtfyn	Kerteminde	Langeland	Nordfyns	Nyborg	Odense	Svendborg	Ærø
Senioren	<b>18.851</b>	1.680	2.024	1.059	741	1.191	1.238	8.610	1.891	264
Uddannelsessøgende	<b>21.600</b>	1.926	2.319	1.213	849	1.364	1.418	9.866	2.166	303
Midaldrende funktionær	<b>17.966</b>	1.602	1.929	1.009	706	1.135	1.180	8.206	1.802	252
Ufaglært arbejder	<b>11.869</b>	1.058	1.274	667	467	750	779	5.421	1.190	166
Arbejderfædre	<b>14.268</b>	1.272	1.532	802	561	901	937	6.517	1.431	200
Funktionær	<b>14.376</b>	1.282	1.543	808	565	908	944	6.566	1.442	202
Faglært arbejder	<b>11.073</b>	987	1.189	622	435	699	727	5.058	1.111	155
<b>I alt</b>	<b>110.004</b>	<b>9.806</b>	<b>11.810</b>	<b>6.180</b>	<b>4.325</b>	<b>6.947</b>	<b>7.223</b>	<b>50.244</b>	<b>11.032</b>	<b>1.542</b>

## 9. Personaer

1. Segmenter, persontyper og ”mennesker af kød og blod” ....
2. Input til strategisk kompas og intern kommunikation
3. I forlængelse af den statistiske analyse og de dybdegående fokusgrupper er det muligt at opstille nogle kvalificerede og dataforankrede bud på persontyper af ikke-brugere.

## 9. Personaer

Navn og tilhørende segment	Persontype
Navn: Peter  Segment: Senioren (60+)	<p>Peter er 65 år gammel og lever sammen med sin kone. Han er netop gået på folkepension efter 50 år på arbejdsmarkedet, som han startede på direkte efter folkeskolen. Han har aldrig haft interesse for bøger, og hverken dengang eller nu har han haft interesse i at låne bøger på biblioteket.</p> <p>Han er den traditionelle type, som hverken bruger internettet til fritid og fornøjelse eller til køb af varer. Teater og museumsbesøg har ikke Peters interesse. Han foretrækker især at være hjemme og se TV, men tager også gerne barnebarnet med i zoologisk have. Hvis man spørger ham, om han kunne finde på at benytte biblioteket i fremtiden, hvis der kommer tilbud, som passer bedre med hans interesser, hælder han til at svare nej, men det bliver til en lidt høflig "fifty/fifty" chance, for man ved jo aldrig....</p>
Navn: Henrik  Segment: Uddannelses-søgende (15-29)	<p>Henrik er 19 år gammel, går på gymnasiet og bor hos sine forældre. Han sætter stor pris på at gå i biografen og i zoologisk have, der er meget sjovere end en kedelig tur i teater og på museum. Henrik er meget aktiv på internettet, hvor han også køber mange af de ting, han ellers skulle i butikker for at få fat i. Det er nemmere og billigere på nettet, oplever Henrik. Han er også aktiv på bl.a. Facebook og Twitter. Og det er også på internettet, at Henrik kunne tænke sig at bruge bibliotekstilbud i form af lån af film, musik og e-bøger online. Derfor vurderer Henrik da også, at der er stor sandsynlighed for, at han vil bruge biblioteket i fremtiden, hvis der er flere af sådanne tilbud.</p>

## 9. Personaer

Navn og tilhørende segment	Persontype
Navn: Jørgen  Segment: Midaldrende funktionær (45-59)	Jørgen er 53 år. Børnene er netop flyttet hjemmefra. Jørgen er funktionær og har en mellemlang videregående uddannelse. Han bruger internettet en hel del og har sådan set stor interesse i biblioteksrelaterede materialer. Derfor vurderer han også, at der er stor sandsynlighed for et fremtidigt brug af bibliotekernes tilbud. Det er især tiden, der har været knap, og så er det ofte lettere lige at købe en bog til ferien, når de alligevel ligger billigt fremme i supermarkeder og andre steder. Men det har givet noget mere tid, at børnene er fløjet fra reden. I fritiden er Jørgen mere til sport og en tur i biografen end til museumsbesøg og teater, og kunst er heller ikke lige Jørgens kop te.
Navn: Heidi  Segment: Ufaglært arbejder (45-59)	Heidi er 47 år og har ikke anden uddannelse end folkeskolen. Hun ved godt selv, at hun nok er noget gammeldags. Hun elsker det, hun kalder "Dirch Passer-tiden", og gider ikke bruge computer og internet. Hun har for nylig sendt sin første e-mail. Hun sætter pris på en tur i biografen med sine tre børn, men gider ikke kunst, teater og museer. For der må børnene ikke larme og folde sig ud. Sådan synes hun også, det er på biblioteket. Hun forbinder selv biblioteket med ubehagelige oplevelser, fordi både personale og andre brugere tyssede og så skidt til hende, da hun var der sidst for mange år siden. Derfor udviser Heidi heller ikke den store interesse for selv at bruge biblioteket i fremtiden, og hun vurderer sandsynligheden til at være et sted mellem 0 og fifty/fifty. Men måske hvis bibliotekerne begynder at lave mere "skøre og aktive ting" rundt omkring i byen og i højere grad inviterer også energiske børn indenfor.

## 9. Personer

Navn og tilhørende segment	Persontype
Navn: Thomas  Segment: Arbejderfædre (30-44)	Thomas er 35 år og har kone og 2 børn. Han har afsluttet en erhvervsuddannelse og bruger internettet moderat. Thomas sætter pris på at komme en tur i biografen og i zoo med ungerne. Teater og kunst interesserer Thomas sig ikke for, og han har også indtryk af, at biblioteket er lidt for kedeligt for ham. Men han er til gengæld ikke afvisende overfor at låne film, musik og e-bøger hjemmefra. Så han kan måske fristes, hvis der kommer flere tilbud og hvis man hører noget mere om, hvad bibliotekerne har på hylderne, og hvordan man gør. Han synes ikke, han hører noget fra bibliotekerne i dag, selvom han da næsten altid får bladret lokalsprøjten igennem.
Navn: Bente  Segment: Funktionær (30-59)	Bente er 43 år og har en mellemlang videregående uddannelse. Hun har mand og 2 børn. Bente bruger ikke internettet særlig meget, og hvis der er tid i den travle hverdag, så foretrækker hun biograf og tivoli frem for museum. Bente synes bibliotekerne er meget vigtige for samfundet, og ikke mindst for børnene. Bente er også selv positiv i forhold til at blive biblioteksbruger igen. Hun brugte det en del som barn og ung under uddannelse. Særligt lån af bøger, film, musik og e-bøger online kunne være spændende og måske være det, der bringer Bente tilbage til biblioteket. Det er jo så smart og nemt, og man må også se at få det lært.
Navn: Britta  Segment: Faglært arbejder (Blandet)	Britta er 58 år og befinder sig i den sidste del af hendes arbejdsliv. Børnene er flyttet hjemmefra og tiden går med hus og have, eller en tur i biografen med nogle venner, når hun kan lokke sin mand med. Som faglært har Britta afsluttet en erhvervsuddannelse, men hun har aldrig været meget til bøger. Det er for kedeligt og søvndyssende. Så hellere en god film eller underholdning i TV. Hun har heller ikke interesse i finkulturelle aktiviteter som museumsbesøg og teateret. Hvis hun skulle bruge biblioteket, ville hun bruge online tilbud som film, e-bøger og musik på internettet, men spørger man hende, om hun vil bruge biblioteket i fremtiden, vurderer hun lidt uengageret sandsynligheden til at være fifty/fifty.

## 10. Udgangsreplik som input til opfølgning: SMOK

1. **S**egmenternes størrelse og vækst. Hvor store er de og bliver der flere eller færre af dem?
2. **M**ulighed for kontakt med segmentet. Hvordan kan vi kommunikere med de respektive segmenter? Indhold, medie og rent praktisk?
3. **O**mkostninger ved bearbejdning af segmentet. Står udbyttet af en indsats mod det enkelte segment mål med tid og penge?
4. **K**onkurrencen om segmentet. Hvilke andre tilbud trækker i de enkelte segmenter? Er der perspektivrige samarbejdsmuligheder med andre aktører?