

BORGERINVOLVERING

KORT NR. 1



Brugerpanel

Formaliserede brugerpaneler handler om at etablere en fast struktur omkring inddragelsen af et bestemt segment. Typisk består et brugerpanel af 6-12 personer, der repræsenterer en bestemt borgergruppe, og som over tid rådgiver biblioteket vedrørende beslutninger om udviklingsindsatser og viden om målgruppen. Det kan være i forbindelse med én større demokratiindsats, som biblioteket skal i gang med, eller det kan være et mere generelt og langsigtet arbejde med målgruppen.

AGORA

BRUGERPANEL

EKSEMPEL:

Vi har på Randers Bibliotek indbudt til et brugerpanel i forbindelse med udviklingen af en større demokratiindsats. Vi rekrutterede via sociale medier og vores fællesspisninger og kommunikerede det som en mulighed for at melde sig til at være med til at arrangere aktiviteter her på biblioteket. Vi indledte processen med et møde, hvor rigtig mange interesserede deltog og berigede os med deres ord og tanker om, hvad de ønskede af aktiviteter i Kulturhuset i Randers. Mødet resulterede bl.a. i, at fire borgere sammen med os stod for en workshop for familier. Og et par måneder efter afholdte vi et stort arrangement med underholdning og aktiviteter for børnefamilier. Begge arrangementer var meget populære, og brugerpanelet var meget aktive både i planlægning og afvikling.

HVORFOR?

At anvende brugerpaneler er en langsigtet og strategisk måde, hvorpå biblioteket kan arbejde med at tiltrække nye målgrupper, opnå større forståelse af bestemte segmenters behov og motivation og/eller få indsigt i et bestemt segments eventuelle barrierer for deltagelse i demokratiaktiviteter.

HVORDAN?

Start med at definere så klart som muligt, hvilket segment I vil have fat i. "Unge" er fx en for bred kategori, så hvordan kan I indsnævre det yderligere med afsæt i fx udspecificering af alder, interesser, geografi, livssituation mv. Der er fx enorm forskel på en 15-årig og en 23-årig. Så hvem er det, vi mener, når vi taler om "unge"? Dette er naturligvis gældende for alle de segmenter, vi ønsker at arbejde med ("de ældre", "børnefamilier", "stamkunderne", "mændene" osv.). Vær præcis.

Brainstorm så på, hvad et sådant brugerpanel vil få ud af at bruge tid på at rådgive jer som bibliotek. Hvad kan motivere dem? Hvilken værdi er der i det for dem? Nogle motiveres af at opnå indflydelse inden for et felt, de er interesseret i. Nogle vil være motiveret af forskellige belønningsformer, og andre vil være motiveret af være en del af et fællesskab, få adgang til særlige oplevelser – eller helt konkret at få noget på CV'et. Spørg evt. et par repræsentanter for målgruppen, hvis I er i tvivl.

Dernæst skal I rekruttere via de kanaler, som vil ramme målgruppen bedst (gennem netværk, på sociale medier, i biblioteksrummet, gennem eksisterende arrangementer etc.). Indkald de interesserede borgere, som melder sig til et møde, hvor I fortæller mere om brugerpanelets rolle og det potentielle udbytte, de vil have af at deltage. Det er vigtigt at være helt klar på, hvad jeres forventninger til panelet er, så rammerne er tydelige fra start. Hvad er det, panelet skal bidrage med – hvor mangler I viden?

En god måde at nå i mål med et brugerpanel kan være at indgå partnerskaber. Måske er der andre lokale aktører, som kunne tænke sig at være med? Det kan fint give mening at have et brugerpanel, som man er fælles om – så undersøg, om der er aktører med samme behov/interesser som jer.

Og endelig er brugerpaneler en langsigtet måde at arbejde med viden på, som er afhængig af, at der arbejdes med relationsopbygning kontinuerligt. I skal skabe et tillidsfuldt rum, så man som borger har lyst til at byde ind. Ring evt. særskilt til hver deltager i panelet efter første panelsamtale og følg op på, hvordan den enkelte oplevede samarbejdet, og om der er noget, der skal være anderledes til næste gang. Det er godt givet ud. Husk også at melde tilbage til brugerpanelet løbende i forhold til, hvordan deres bidrag bliver anvendt i konkrete indsatser. Vis dem, at de er betydningsfulde samarbejdspartnere.