

1. Titel på ideen

Push-formidling af digitale materialer (ugens digitale 'tilbuds'-kurv)

2. Formålet med ideen

Ugens digitale materialer sendt om push/direkte til brugeren. Fx Ugens godnat lydbog/e-bog.

3. Målgruppen for ideen

Den indledende afgrænsning er "unge børneforældre" og "Børneforældre over 30". (Senere kan vi forestille os udvidelse til andre målgrupper. Men de valgte formodes at have nødvendig it og motivation.)

4. Kort beskrivelse af ideen

"Maria" har brug for inspiration til godnat-læsningen til sit 4-årige barn og har ikke tid til at tage på biblioteket så tit. Hun bestiller det ugentlige tilbud på en besked om en e-bog og lydbog, som bliver pushet til hendes iPad hver fredag. Når hun har tid, læser hun den, og ellers hører barnet lydbogen. Hun har tilmeldt sig servicen på bibliotekets hjemmeside.

5. Vurdering af ideens relevans**A. Værdi ift. infrastrukturen**

Generere trafik på eReolens app. I den udfoldede/ videreudviklet version kan udvælgelse bygge på personalisering /ADHL. Men i det indledende projekt forestiller vi os personlig kuratering/ lokal udvælgelse

B. Strategisk værdi for sektoren

Det er interessant at undersøge, om "forretningsmodellen" med at abonnere på digitalt biblioteksindhold er interessant for brugeren.

C. Gennemførlighed

Push-delen er det teknisk mest udfordrende, idet vi forestiller os, at lånet er foretaget centralt (fx i eReolens app.). Formidlingsdelen er relativ simpel, hvis det er personlig kuratering.

6. DDB Indsatsområde

1.: Gøre digitale løsninger mere synlige

7. Interesserede projektdeltager

Måske Vordingborg