

1. Titel på ideen

Biblioteket – branding

2. Formålet med ideen

Få flere brugere på biblioteket (online og fysisk). Skabe genkendelighed, samhørighed og skabe et stærkt, ensartet brand.

3. Målgruppen for ideen

Alle borgere. Brugeren får en bedre oplevelse
Ikke brugere opdager biblioteket

4. Kort beskrivelse af ideen

- a) DDB CMS, alle fælles tiltag, bibliotek.dk (fx Palles Gavebod)
- b) Meget vigtig – den synliggør – sælger platformen, og den gør adgangen nemmere da design /identitet er det samme (som fx Jobcenter, Turistbureau)
- c) Det er kompleks men muligt. Inden for et år skal et "Proof of concept" kunne testes. Der skal en del ressourcer til da der skal eksterne eksperter i design og brugerinvolvering. Som pilotprojekt testes "brandet" i 5-10 kommuner

5. Vurdering af ideens relevans

- A. *Værdi ift. infrastrukturen*
Designprincipper, manualer, fælles udtryk bliver skabt.
Design + 4x tiltag udvikles
- B. *Strategisk værdi for sektoren*
Et stærkt "brand"
Strategisk placering i hele Danmarks bevidsthed
- C. *Gennemførlighed*
God. Se ovenfor

6. DDB Indsatsområde

2.: Bidrage til fælles formidling på tværs af bibliotekerne

7. Interesserede projektdeltager

Anders Friis Brødsgaard (DBC) afb@dbc.dk
Grete Asger Sørensen (Viborg bibliotekerne) gas@viborg.dk
Carsten Hofher Jensen CHJ@struer.dk
Jenni Saunte jesa03@frederiksberg.dk

