

# MOOS-BJERRE

---

UNDERSØGELSE AF BRUGERGRUNDLAG FOR NY  
DIGITAL MUSIKBIBLIOTEKSTJENESTE

22. NOVEMBER 2018

# Disposition

1. Undersøgelsesforløb
2. Undersøgelsesstadier
3. Desk research
4. Ekspertinterviews
5. Observationsstudier
6. Befolkningsundersøgelse
7. Udviklingsworkshops

## 2. Om undersøgelsen



# Undersøgelsesforløb

## Baggrund og tidslinje

§ 1. Folkebibliotekernes formål er at fremme oplysning, uddannelse og kulturel aktivitet ved at stille bøger, tidsskrifter, lydbøger og andre egnede materialer til rådighed **såsom musikbærende materialer** og elektroniske informationsressourcer, herunder internet og multimedier.

Musikdigitalt har bibliotekerne været aktuelle med forskellige former for musiktilbud. I dag står bibliotekerne i et vadedsted, hvor spørgsmålet er, om man på den ene side skal droppe musikken, om man på den anden side skal satse på streaming af musik eller om man skal placere sig et sted midt imellem de to poler – og da, hvor?

Formålet med undersøgelsen er at tilvejebringe et beslutning- og udviklingsgrundlag for evt. etablering af nyt digitalt musiktilbud. Det skal afdækkes med skyldig afdækning af potentiale for unge og i et kulturarvsperspektiv.

2001: Musikbibliotek.dk åbner som formidlingsite. Har i første omgang udelukkende formidling som indhold, men senere også udvalgte musikfiler fra klassisk musik og jazzmusik.

2003: En række biblioteker indgår aftale med Phonofile\* om udlån af dansk musik fra Phonofiles musikdatabase.

2004: Den nye musiktjeneste Bibliotekernes Netmusik (senere netmusik.dk) offentliggøres, først udelukkende med dansk musik og senere også med international.

2009: Hørbar lanceres og er en musikpodcastplatform, hvor brugeren kan høre biblioteksproducerede podcasts om musikgenrer og bands.

2011: Den nye digitale musiktjeneste Bibzoom går i luften – først med download som format, senere med streaming-teknologi. Løbende indgås samarbejder med festivaller og DR, heriblandt DR lytteklubberne. I 2013 tilbydes Bibzoom Radio med over 200 radiokanaler sammensat af bibliotekerne. Ved siden af lanceres eMusik – en ren musikformidlingsplatform.

2015: Bibzoom Radio lukker ned, da samarbejde indgås med WiMP. Samarbejdet med WiMP opsiges dog ultimo '15 og Bibzoom bliver udelukkende et musikformidlingsite.

\*Phonofile var et samarbejde mellem Statsbiblioteket, musikorganisationer og rettighedshavere

# Undersøgelsesstadier

## Undersøgelsens design

Undersøgelsen fokuserer på slutbrugerne

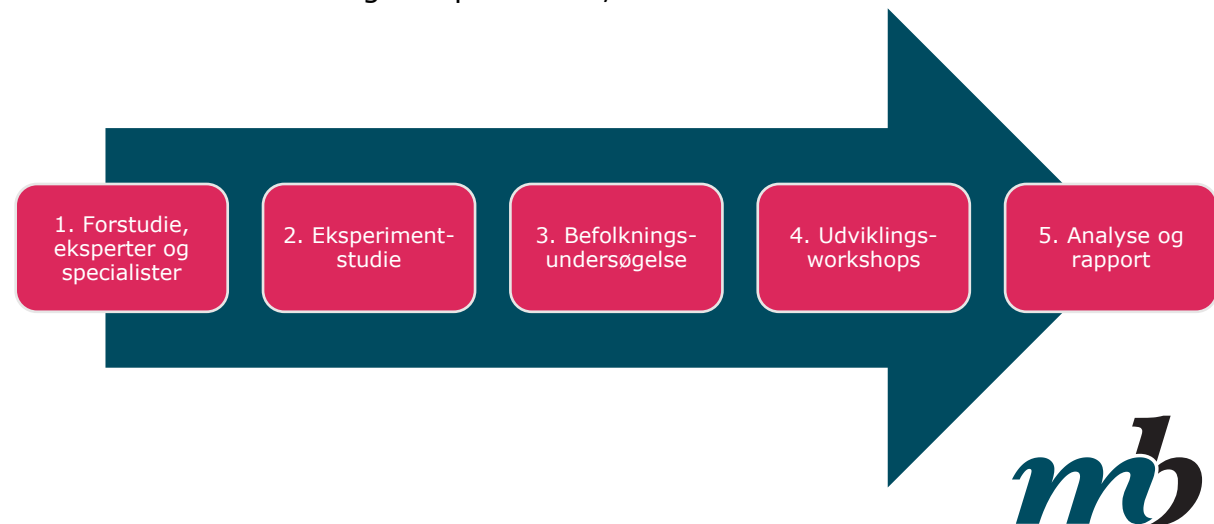
-> vi går i dybden med forskellige typer af brugere og hvad de bruger, ønsker og interesserer sig for. Undersøgelsesdesignet skal sikre, at vi kommer tæt på at vide, hvad en realiserbar brugerinteresse er.

-> undersøgelsen forholder sig ikke til, hvorvidt en ny digital musikbibliotekstjeneste *faktisk* skal udvikles og etableres, men om der på musikmarkedet - med det nuværende musikudbud og den aktuelle brugeradfærd og brugerønsker - er plads til og behov for en ny tjeneste.

## Stadier og proces

Undersøgelsen indebærer derfor en række undersøgelsesstadier for på bedst mulig vis at gå i dybden med at afdække den potentielle interesse for et nyt digitalt musiktilbud. De forskellige stadier supplerer hinanden, og er alle nødvendige for at afdække interessen fra flest mulige kanter. Derfor tages både kvalitative og kvantitative metoderedskaber i brug, når vi interviewer eksperter, observerer borgere, gennemfører stor national spørgeskemaundersøgelse blandt danskerne mv.

Herunder ses undersøgelsesprocessen, som den forløber.



# Nuværende status

## Hvor er vi lige nu?

*På nuværende tidspunkt har vi gennemført følgende stadier:*

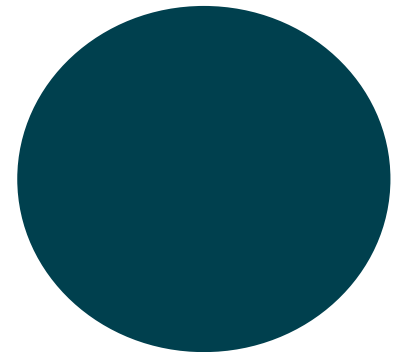
1. Forstudie af musikområdet (desk research)
2. 13 ekspertinterviews
3. 14 eksperiment-studie interviews
4. *Befolkningsundersøgelse med 1800 besvarelser (afsluttet tirsdag!)*

*... Og vi mangler:*

5. 2 udviklingsworkshops
6. Analyse og afrapportering

På de næste slides gennemgås de enkelte undersøgelsesstadier med uddybende forklaringer og opsummering af de foreløbige resultater.

Da vi ikke er færdige med alle undersøgelsesstadier, skal det understreges, at resultaterne er foreløbige.



# Desk research

## Vi starter med at afdække musikområdet

Ved forstudiet – også kaldet desk research – indsamler og bearbejder vi tilgængelig viden om:

- *Eksisterende digitale musiktilbud/musiktjenester i Danmark*
- *Digitale musikvaner og digitalt musikforbrug i Danmark*

Vi samler op på tidligere undersøgelser, rapporter og erfaringer på området. Herfra opstilles en samlet litteraturliste og en teoretisk markedsanalyse. Markedsanalysen forholder sig til de enkelte tjenester sammenlignet med markedet i sin helhed:

- *Hvad tilbyder den enkelte musiktjeneste?*
- *Hvilke elementer er særlige ved netop denne tjeneste?*
- *Hvilke ulemper har tjenesten?*

Dette skal give et billede af og en teoretisk forståelse for "huller" i musikmarkedet i form af områder, hvor det private marked underforsyner et brugerbehov.

## Foreløbige resultater

- Spotify og Youtube er de største aktører på det digitale musikstreaming-marked. Herudover især Yousee/telmore og apple...
- Størstedelen af de dominerende musiktjenester tilbyder ens sortiment til samme pris. Det kan gøre det svært for forbrugeren at navigere i, hvilken tjeneste, der er at foretrække.
- "Jo mere, jo bedre" er tanken bag de fleste store tjenester, hvorfor antallet af musiknumre ligger over 30 millioner for de fleste af dem.
- Der tilbydes ikke mere dybdegående materiale/information, såsom dybere musikhistorie, nicheprægede tilgange, noder eller lign.

# Ekspertinterviews

## Vi spørger dem, der ved noget særligt

Desk research leder os til at tale med eksperter, som kan forklare, uddybe og gøre os klogere på deres felt.

Derfor gennemfører vi personlige interviews med nøgleaktører i sektoren. Eksperterne er udvalgt på baggrund af deres viden og erfaringer og de repræsenterer hver især et felt af musikområdet.

Interviewene har givet viden om og fremtidsperspektiver på bibliotekets rolle på musikområdet og det digitale musikområde i særdeleshed.

Sektor/institution	Antal interviews
Musikskoler	1
Forskning	1
Det Kongelige Bibliotek	2
Folkebiblioteket	2
Bibzoom og e-musik	2
DR	1
Festivaller	1
Rettighedsholdere	1
Dansk Musiker Forbund	1
Andet (musiker)	1
<b>I alt</b>	<b>13</b>



# Ekspertinterviews – resultater

## Ikke Spotify 2.0

- Et musiktilbud i biblioteksregi skal ikke ligne de eksisterende streamingtjenester på markedet. Biblioteket skal ikke dække et forbrugerbehov, der allerede er dækket på det kommercielle marked.

## Biblioteket som dannende instans

- Det er meningsfuldt og oplagt, at biblioteket påtager sig formidling om musik. Biblioteket anses for at være en dannende og troværdig instans, som skal være med til at sikre den danske kulturarv. Der er dog en splittelse mellem eksperterne omkring, hvad tjenesten mere konkret skal indeholde og mere nøjagtigt, om den skal indeholde musik eller fungere som rent formidlingsite.

## Brugervenlighed er afgørende

- Lækkert layout, nemt login og brugervenlighed er altafgørende, hvis biblioteket skal kunne tiltrække brugere. Det er et must på markedet i dag, fordi teknologi er så udviklet.

## Dansk musik og/eller nichepræget tilgang

- Et afgrænset område af musikområdet og eventuelt en nichepræget tilgang giver bedst mening for en ny musikbibliotekstjeneste. Her nævner mange eksperter dansk musik og/eller de store genre (jazz, rock, klassisk) Musikforskere supplerer med, at dansk musik nemt bliver glemt på de store streamingtjenester pga. algoritmernes fejlfortolkninger af den forholdsvis lille samling af dansk musik på de store, internationale tjenester med +30 mio. sange.

## Potentiale i de fysiske lokaler og infrastruktur

- Flere fremhæver bibliotekets force i at have fysiske lokaler, tilbud og lokalt personale. Biblioteket spiller – eller kan spille – en stor rolle i at samle folk om musik på de lokale biblioteket. Samarbejdspartnere (fx DR og festivaller) ser potentielle muligheder i at kombinere bibliotekernes fysiske tilstedeværelse med egne ressourcer.

# Eksperimentstudie

## Vi observerer brugernes vaner

Eksperimentelle observationsstudier hvor forskellige borgere inviteres til at deltage i interviews om deres musikforbrug. Her deltager de potentielle brugere i individuelle eller parvise test-set-ups og stilles i realistiske behov- og brugssituationer med musik.

Det betyder, at interviewpersonen bedes om konkret at vise og fortælle, hvordan vedkommende finder, afspiller og lytter til musik, mens vi observerer vaner, snakker med interviewpersonen om tankerne bag vedkommendes adfærdsmønstre og spørger ind til deres oplevelse af den musiktjeneste, de arbejder i.

Deltagerne bliver fx bedt om at foretage søgninger, selekttere og hente/downloade/streamer musik.

Interviewpersonerne er både potentielle private brugere (personer, der ville bruge en tjeneste privat) og professionelle brugere (personer, der ville bruge en tjeneste i arbejdsøjemed)

Vi observerer på baggrund af spørgsmål som:

- *Hvad gør de og hvor går de hen?*
- *Hvad leder de efter og søger på?*
- *Hvad finder de?*
- *Er det et godt eller skidt match i forhold til deres ærinde og præferencer?*
- *Hvad oplever de at få eller vide?*
- *Bliver de inspireret til at gå videre?*
- *Hvad mangler eller kunne være godt at kunne?*

På denne baggrund opbygges et beslutningstræ og behovsbeskrivelser, hvorudfra vi udvikler hypoteser om brugsvaner og ønsker, der afprøves i den efterfølgende spørgeskemaundersøgelse.

Der er foretaget 14 af disse interviews, hvoraf:

- 10 af dem er private brugere
- 4 af dem er professionelle brugere
- 7 er unge mennesker (13-25 år)

# Eksperimentstudie – resultater

## De unge lytter mest

Den unge aldersgruppe (15-24 år) lytter meget til musik og de lytter især til situationsbaserede playlister. Det vil sige, at de lytter til musik, som passer til bestemte stemninger eller situationer. Fx en "gå glad i bad"-playliste eller "søndag morgen"-playliste på Spotify. Ellers lytter de til deres egne eller venners playlister. Alt i alt lytter de unge ikke ret meget til bestemte genre eller enkelte kunstnere, men blander musikken og lytter til, hvad de lige har lyst til i øjeblikket. Spotify er den mest brugte platform.

## Radio er populært blandt de ældre aldersgrupper

De voksne interviewede hører mest radio. Ved siden af hører de fleste af dem også musik på streamingtjenester, men mønsteret her er mere kendetegnet ved at være sporadisk mere end konstant.

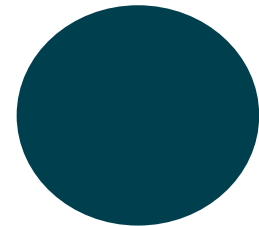
## Ikke mange (private) søger information om musik

Det er de færreste (private) potentielle brugere, der søger nærmere information om musik. Hverken fakta om kunstner, genre, musikhistorie, anmeldelser eller lignende har særlig stor interesse i dagligdagen.

## Huller på det "professionelle" marked

Flere af de potentielle professionelle brugere gør opmærksom på flere mangler. Her kan bl.a.. nævnes:

- En musikbase med dybere information om musikkultur, der kan understøtte musik- og danskundervisning
- En platform med upcoming musik til brug af fx musikanmeldere
- En tjeneste med dansk musik



# Befolkningsundersøgelse

## Vi spørger befolkningen

Efter at være gået i dybden med udvalgte "almindelige" borgere og fået indsigt i adfærdsmønstre og ønsker, laver vi en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse, som vi udsender nationalt til befolkningen. Her kan vi få testet alle de input, vi har fået fra de forrige undersøgelsesstadier på et større antal mennesker og deraf bedre udtale os om danskernes ønsker og behov.

Ud fra spørgeskemaundersøgelsen foretager vi blandt andet en segmenteringsanalyse blandt borgerne.

Spørgeskemaet rummer en masse forskellige spørgsmål og tematikker og afdækker bl.a.:

- Danskernes musikvaner
- Kendskab til og brug af musiktjenester
- Interesse for nye musiktjenester/tilbud
- Præferenceafsløringer, prioriteringsdilemmaer og betalingsvillighed

Der er i alt indsamlet ca. 1800 komplette besvarelser, som er ligeligt fordelt på køn, alder 15 år og opefter, uddannelsesniveau og region.

# Befolkningsundersøgelse – resultater

## Ivrige musiklyttere

Danskerne er ivrige musiklyttere og musikbrugere – især på digitale medier og radio. Her er det primært Spotify og YouTube, der hitter ved streaming og P4 og P3 ved radiolytning.

## Musik inden for favoritgenre

Det indikeres også, at der er ønsker om, at et eventuelt nyt tilbud giver mulighed for at lytte til musik inden for ens egen favoritgenre via radio, playliste eller podcast eller via streaming on demand.

## Et potentiale for dansk musik?

Undersøgelsen tyder også på et væsentligt brug af dansk musik og en ikke uvæsentlig interesse for et tilbud med dansk indhold. Gennemsnitligt er det cirka 1/3 af danskernes samlede musikforbrug, der er dansk.

## Store aldersforskelle

På stort set alle de undersøgte punkter er der en markant forskel afhængig af danskernes alder, og især de yngste synes at skille sig ud mht. både vaner og ønsker. Det er for tidligt at vurdere, hvorvidt der kan identificeres en tilstrækkelig stærk interesse for et nærmere bestemt og afgrænset tilbud, så en større gruppe med sandsynlighed vil benytte en ny musiktjeneste med bibliotekerne som afsender. Det afventer nærmere statistisk analyse og en afprøvning i udviklingsworkshops.

# Udviklingsworkshops

## Potentielle slutbrugere forholder sig til konkrete tilbud

I udviklingsworkshops inviteres repræsentanter for slutbrugerne til fokusgruppeinterviews for at udvikle og debattere bud på og koncepter for nye digitale musiktjenester.

I workshoppene skal deltagerne prioritere mellem forskellige funktionaliteter, indhold, indgange, osv. Dette for at give konkret og handlingsorienteret viden om, hvordan slutbrugeren vil opleve en ny tjeneste i biblioteksregi.

Workshoppene bruges til at afprøve undersøgelsesresultater fra befolkningsundersøgelsen, fx:

- De platforme, som flest bruger
- De genre, som flest hører
- De tilbud, som flest viser interesse for

Deltagerne rekrutteres efter følgende kriterier:

- De skal i deres svarafgivelser have vist en interesse for digital musik
- De skal være mellem 20 og 60 år
- Mindst 4 skal have børn under 15 år
- Mindst 4 skal være under 25 år

Herudover er de to grupper bredt sammensat sådan at alle aldre (mellem 20-60 år) og alle uddannelsesniveauer er repræsenterede i hver gruppe.

Vi afholder 2 udviklingsworkshops. Begge på mandag den 26. november, hvor der rekrutteres 12 personer til hver gruppe.