



Kultur



MINISTERIET

SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

DEN NATIONALE BRUGERUNDERSØGELSE

ÅRSRAPPORT 2020

FORORD

2020 har på mange måder været et mærkværdigt år. Corona-pandemien og de mange restriktioner har påvirket os alle. Det gælder også de danske museer, deres ansatte og ikke mindst brugerne. Derfor er det desto mere imponerende, at museerne i et år præget af nedlukninger og løbende tilpasninger til nye restriktioner, alligevel har formået at indsamle mere end 21.000 besvarelser fra brugerne til denne undersøgelse. Det giver en værdifuld viden om, hvordan brugerne oplever museumsbesøget under de begrænsninger, corona har medført.

Årsrapporten viser, at pandemien ikke overraskende har resulteret i færre udenlandske brugere af de danske museer. Brugersammensætningen blandt de danske brugere har ikke ændret sig. Til gengæld har deres adfærd været påvirket af, at ferie skulle holdes som "staycation" i Danmark, og det ser ud til, at brugerne i end-nu højere grad end tidligere har anvendt museerne med henblik på at få en social oplevelse.

Igen i år vurderer brugerne museumsoplevelsen højt med hele 8,6 ud af 10. I lys af alle de smitteregulerende restriktioner, museerne har måttet iværksætte, er det en præstation til topkarakter! Det viser, at museerne har arbejdet professionelt med brugernes tryghed i forbindelse med corona, og at de til trods for helt ekstraordinære omstændigheder kan byde på gode oplevelser af høj kvalitet.

I år er det brugernes oplevelse af museumsbesøget under corona, som er rapportens særtema. Jeg håber, at det kan inspirere museerne i forbindelse med den forestående genåbning, som fortsat er præget af restriktioner, men som forhåbentlig også vil give plads til at forfølge nye tanker og idéer, der er blevet skabt. Om end det har været mere af nød end af lyst, vil jeg opfordre til, at man bruger erfaringerne til at fortsætte den flotte udvikling, de danske museer er inde i.

Lotte Bjerre Kristoffersen
*Konstitueret enhedschef
Museer og Folkeoplysning
Slots- og Kulturstyrelsen*

**DEN NATIONALE
BRUGERUNDERSØGELSE
FOR MUSEER**

SEISMON[↑]UT

RAMBOLL

Den nationale brugerundersøgelse for museer

Årsrapport 2020

Indhold

1. Indledning	3
1.1 Læsevejledning	
2. Sammenfatning	4
3. Brugernes baggrund	8
3.1 Danske brugere	
3.2 Brugere der bor i udlandet	
4. Brugernes vurdering af museumsbesøget	13
4.1 Den samlede oplevelse og anbefaling af museet	
4.2 Museernes kerneydelser	
4.3 Udstillingerne har størst betydning for museumsoplevelsen	
5. Brugernes motivation	17
5.1 De seks motivationstyper	
5.2 Vurdering af museumsoplevelsen på tværs af motivationstyper	
6. Oplevelser og forventninger set i lyset af corona	21
6.1 Museumsoplevelsen under coronapandemien	
6.2 Museernes håndtering af coronapandemien	
6.3 Interessen for museer og forventninger til besøg i lyset af coronapandemien	
7. Metode	29
8. Bilag	33
Bilag 1: Museer i brugerundersøgelsen	
Bilag 2: Spørgeskema	

1. Indledning

I denne rapport præsenteres resultaterne af den nationale brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer for 2020. Brugerundersøgelsen er gennemført af Slots- og Kulturstyrelsen med Rambøll og Seismonaut som operatører.

Brugerundersøgelsen er gennemført årligt siden 2009. Den bidrager med viden om, hvem museernes brugere er, hvordan de bruger museerne og hvad deres vurdering er af museumsbesøget.

Foruden årsrapporten, der præsenterer de samlede resultater på tværs af alle museer, har hvert deltagende museum modtaget en individuel rapport med resultaterne for hvert enkelt deltagende besøgssted. Museerne har ligeledes adgang til deres resultater digitalt. Det gør det muligt for museerne at sammenligne sig med andre museer og identificere områder, hvor der er rum for udvikling. Dertil har museerne gennem årene mulighed for at identificere udviklingspotentialer på tværs af egne resultater.

1.1. Læsevejledning

Årsrapporten 2020 indeholder følgende kapitler:

Kapitel 2 sammenfatter undersøgelsens hovedresultater.

Kapitel 3 giver en karakteristik af danske og internationale brugere af museer.

Kapitel 4 viser danske og internationale brugeres vurdering af museumsoplevelsen.

Kapitel 5 undersøger brugernes motivation for at besøge museer.

Kapitel 6 indeholder en særanalyse med fokus på coronapandemiens indflydelse på brugernes museumsoplevelse.

Kapitel 7 beskriver undersøgelsens metode og datagrundlag.

Som bilag fremgår en oversigt over de deltagende museer og besøgssteder samt spørgeskemaet, der har ligget til grund for brugerundersøgelsen.

2. Sammenfatning



E

M

N

U

S

T

S

O

2. Sammenfatning

Årsrapporten for 2020 skiller sig ud, da de danske museer var lukket ned i størstedelen af forårs månederne marts, april og maj og igen i december som følge af coronapandemien. Det har ført til ændrede omstændigheder for brugernes museumsbesøg såvel som for indsamlingen af data til brugerundersøgelsen. Coronapandemiens indflydelse på brugernes museumsoplevelser, bliver behandlet i kapitel 6.

Færre udenlandske brugere på museerne

I 2020 er andelen af internationale brugere på museerne ikke overraskende faldet en del. 90% af museumsbrugere har bopæl i Danmark, hvilket er væsentligt højere end i 2019, hvor de danske brugere udgjorde 76% af brugergruppen. Andelen af brugere med bopæl i udlandet er altså faldet fra 24% i 2019 til 10% i 2020.

Den typiske danske museumsbruger adskiller sig ikke fra tidligere års undersøgelser. Det er fortsat kvinder, personer i alderen 50+ og personer med en videregående uddannelse, der udgør den største andel af museumsbrugere. Omvendt er mænd, personer under 50 og personer med en grundskole- eller ungdomsuddannelse (inklusive erhvervsuddannelse) underrepræsenterede.

Museumsbesøget er i høj grad stadig en social oplevelse. 93% af brugerne oplever museerne i selskab med andre, mens kun 7% kommer alene. I 2020 er andelen af besøgende, der kommer med kolleger eller studiekammerater dog halveret sammenlignet med 2019. Til gengæld er andelen af besøgsgrupper bestående af familiemedlemmer steget med 10%.

Museumsoplevelsen bliver vurderet højt trods smitteforebyggende tiltag

Museumsbrugere vurderer museumsoplevelsen højt. Samlet set vurderes museumsoplevelsen til 8,6 på en skala fra 1 til 10, hvilket også var vurderingen i 2019.

I 2020 er 67% af brugerne ambassadører, der vil anbefale museet til familie og venner. Jo ældre brugerne er, desto mere positivt vurderer de museerne. Ligeledes vurderer kvinder museerne mere positivt end mænd, ligesom brugere med en videregående uddannelse vurderer oplevelsen mere positivt end brugere med en grundskole- eller ungdomsuddannelse.

Museernes kerneydelser vurderes også højt i 2020. Især medarbejdernes imødekommenhed og atmosfæren på museerne er brugere særligt tilfredse med. Igen i år vurderes ingen af museernes kerneydelser lavere end 7 på en tilfredshedsskala fra 1 til 10. Udstillingerne er den kerneydelse, der er vigtigst i forhold til brugernes vurdering

af den samlede oplevelse. På trods af coronapandemien viser undersøgelsen således, at brugernes vurdering af udstillingernes indhold er det mest centrale for den samlede museumsoplevelse.

Kvaliteten af museumsoplevelsen er ikke påvirket af coronapandemien

I 2020 er brugerne blevet spurgt ind til, hvordan de vurderer museumsoplevelsen i lyset af museernes tiltag for at bremse coronasmitten. Hele 83% svarer, at museumsoplevelsen ikke er påvirket i hverken en negativ eller positiv retning. 14% tilkendegiver overraskende, at oplevelsen er påvirket i en positiv retning. Det skyldes nok især de smitteforebyggende tiltag, der sikrer plads og trygge museumsoplevelser til den enkelte bruger i lyset af coronapandemien.

59% af brugerne har tilkendegivet, at de er trygge ved at besøge museerne efter genåbningen, mens en femtedel af brugerne har følt sig utrygge ved at skulle besøge museerne i lyset af corona.

For den samlede brugergruppe er det 70%, for hvem coronapandemien ikke har påvirket deres lyst til museumsbesøg. 22% af brugerne har fået mindre lyst til at besøge museer, og 8% har fået mere lyst til at besøge museer, når genåbning tillader det. Her er det især de yngre brugere, der udgør gruppen, hvis lyst til at besøge museer er steget.

Størstedelen af museumsbrugere (70%) forventer at besøge museer i samme omfang som normalt trods coronapandemien. Dertil svarer næsten en femtedel af brugerne (18%), at de har en forventning om at besøge museerne mere, end de plejer. Andelen, der har forventninger om flere besøg end normalt, er særlig stor blandt brugerne i aldersgruppen 14-29 år (27%). Det skal muligvis ses i lyset af, at entrépriserne som følge af regeringens sommerpakke har været reduceret med 50% i løbet af sommeren 2020. Det har givet brugere, der typisk fravælger museumsbesøg af økonomiske årsager, en forøget motivation til at besøge museerne. Sammenholder vi disse tal med brugernes baggrundsplysninger, der belyses i kapitel 3, er der dog ikke sket en forøgelse i andelen af de unge museumsbrugere.



3. Brugernes baggrund

3. Brugernes baggrund

Kapitlet indeholder en karakteristik af museumsbrugernes baggrund fordelt på køn, alder, uddannelse og bopæl.

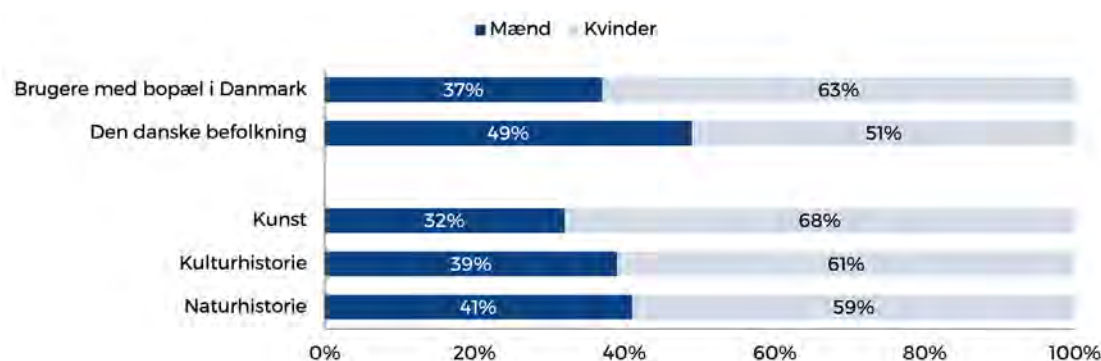
Kapitlet er opdelt i brugere med bopæl i Danmark og brugere med bopæl i udlandet, der udgør henholdsvis 76% og 24% af brugerne på de statslige og stats-
anerkendte museer.

3.1 Danske brugere

Køn

Figur 3.1 viser kønsfordelingen blandt de danske brugere sammenlignet med den danske befolkning. Figuren viser også brugernes fordeling på køn for de tre museums-kategorier: Kunst, kulturhistorie og naturhistorie.

Figur 3.1: Danske brugeres kønsfordeling



På de danske museer er 63% af brugerne kvinder, hvilket er en overrepræsentation, hvis man sammenligner med den danske befolkning, hvor 51% er kvinder. Omvendt er der en underrepræsentation af mænd blandt museumsbrugere. Mænd udgør 37% af museernes brugere mod 49% i den danske befolkning.

Overrepræsentationen af kvinder er særligt tydelig på kunstmuseerne. Her er 68% af brugerne kvinder, hvilket er højere end for de kultur- og naturhistoriske museer, hvor kvinderne udgør henholdsvis 61% og 59% af brugerne.

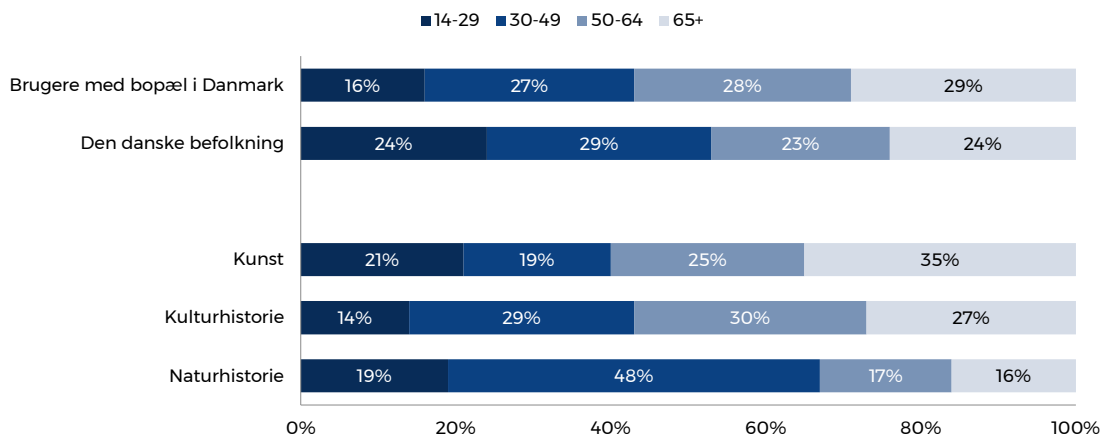
Alder

Figur 3.2 viser de danske brugeres alder, samt alderen på brugerne af museerne i de tre museumskategorier.

57% af museumsbrugere er ældre end 50 år. Aldersgruppen er derfor overrepræsenteret på museerne, da den kun udgør 47% af den danske befolkning. Derimod er unge under 30 år underrepræsenterede på museerne. Unge mellem 14 og 29 år udgør 16% af brugerne, mens de udgør 24% af den danske befolkning.

På de naturhistoriske museer er næsten halvdelen af brugerne (48%) 30-49 år. Det er en fordobling sammenlignet med 2019, hvor kun 24% var 30-49 år. De naturhistoriske museer har dermed den mindste andel af brugere over 50 år, nemlig 32%. Modsat har kunstmuseerne den største andel af ældre brugere, idet 60% er ældre end 50 år. For de kulturhistoriske museer er 57% af brugerne over 50 år. Aldersfordelingen på kulturhistoriske museer og kunstmuseerne afspejler aldersfordelingen i 2019.

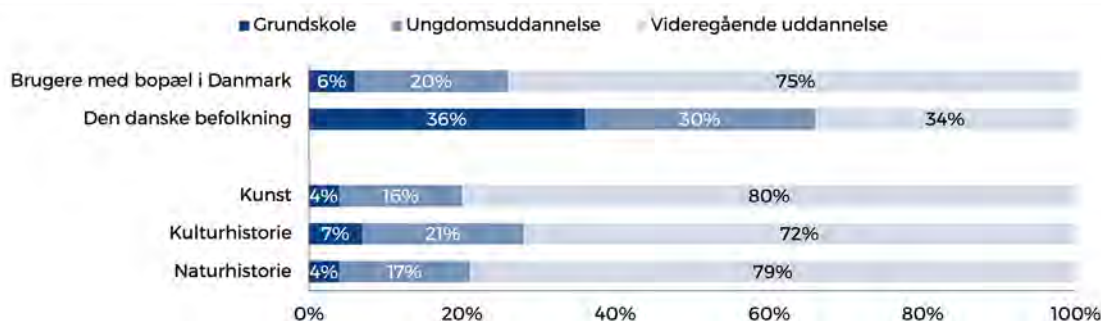
Figur 3.2: Danske brugeres aldersfordeling



Figur 3.3: Danske brugeres uddannelsesniveau

Uddannelse

Figur 3.3 viser de danske brugeres uddannelsesniveau sammenlignet med den danske befolkning fordelt på de tre museums-kategorier.



Uddannelsesniveaut blandt brugerne af museerne er højere end i den danske befolkning. 75% af museumsbrugere har en kort, mellemlang eller lang videregående

uddannelse. I den danske befolkning er det kun 34%.

Tilsvarende er danskere med en grundskole- eller ungdomsuddannelse (inklusive erhvervsuddannelser) underrepræsenterede på museerne. De udgør samlet set 26% af museumsbrugerne mod 66% af den danske befolkning.

Fordelt på museumskategorierne kunst, kulturhistorie og naturhistorie udgør brugere med videregående uddannelser henholdsvis 80%, 72% og 79%. De kulturhistoriske museer er dermed den museumskategori, der har flest brugere med grundskole- eller ungdomsuddannelse (inklusive erhvervsuddannelser).

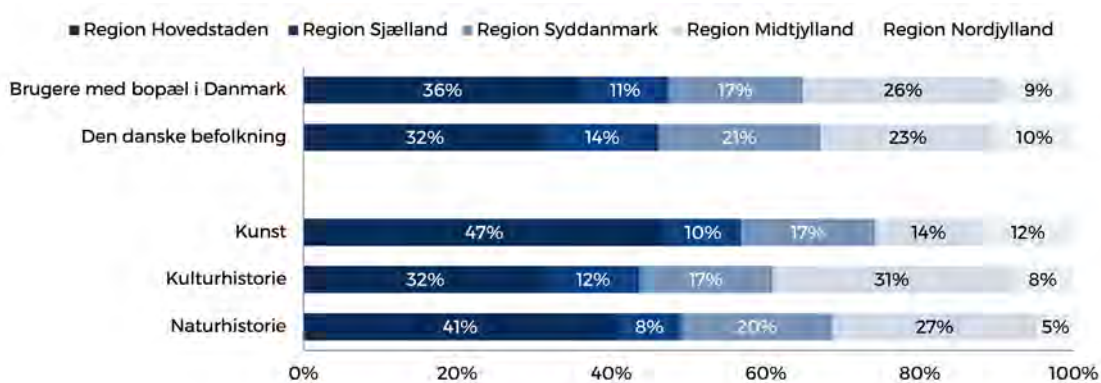
Bopæl

21% af undersøgelsens danske brugere besøger museer i egen bopælskommune, mens 79% besøger et museum uden for egen bopælskommune. På regionsniveau angiver 55% at de besøger et museum inden for egen bopælsregion, mens 45% af brugerne besøger et museum uden for egen bopælsregion.

I undersøgelsen for 2019 besøgte 71% af brugerne museer uden for egen bopælskommune og 37% uden for egen bopælsregion. Der er altså en større andel af brugere i 2020, der har besøgt museer uden for egen region eller kommune. Forøgelsen skyldes formentligt, at danskerne overvejende har holdt ferie inden for landets grænser grundet rejserestriktioner som følge af coronapandemien.

Figur 3.4 viser brugernes bopælsregion sammenlignet med bopælsfordelingen for den danske befolkning samt brugernes bopælsregioner på tværs af museumskategorierne.

Figur 3.4: Danske brugeres bopælsregioner



Brugernes bopælsregion afspejler stort set fordelingen i befolkningen. Dog er der en overvægt af brugere fra Region Hovedstaden på kunstmuseerne og på de naturhistoriske museer. Henholdsvis 47% og 41% af brugerne på kunst- og naturhistoriske museer er fra Region Hovedstaden.

3.2 Brugere der bor i udlandet

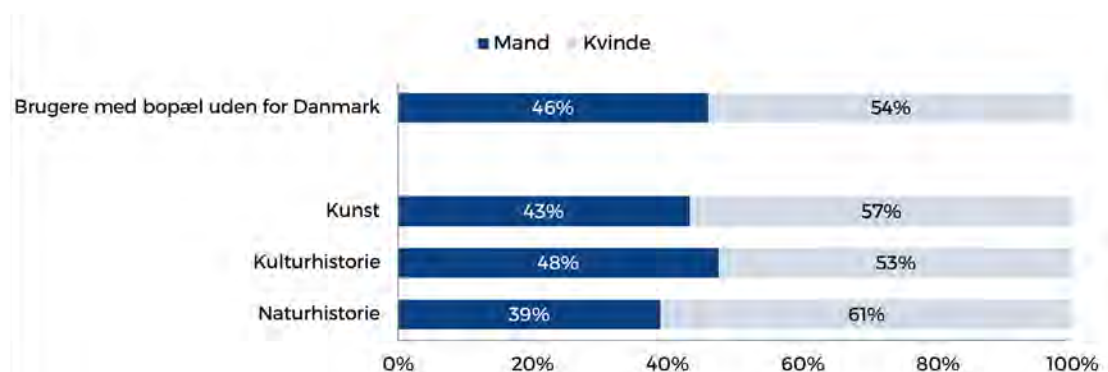
På grund af rejserestriktionerne udgør udenlandske turister kun 10% af brugerne på de danske museer i 2020. Det svarer til mere end en halvering sammenlignet med 2019, hvor 24% af brugerne var bosat i udlandet.

Den største andel af de udenlandske turister kommer fra Tyskland, der udgør 4% af alle museernes brugere. Norske og svenske turister udgør samlet 1% af alle brugerne.

Køn

Figur 3.5 viser kønsfordelingen blandt museernes udenlandske brugere både samlet og på tværs af museums-kategorierne.

Figur 3.5: Udenlandske brugeres kønsfordeling

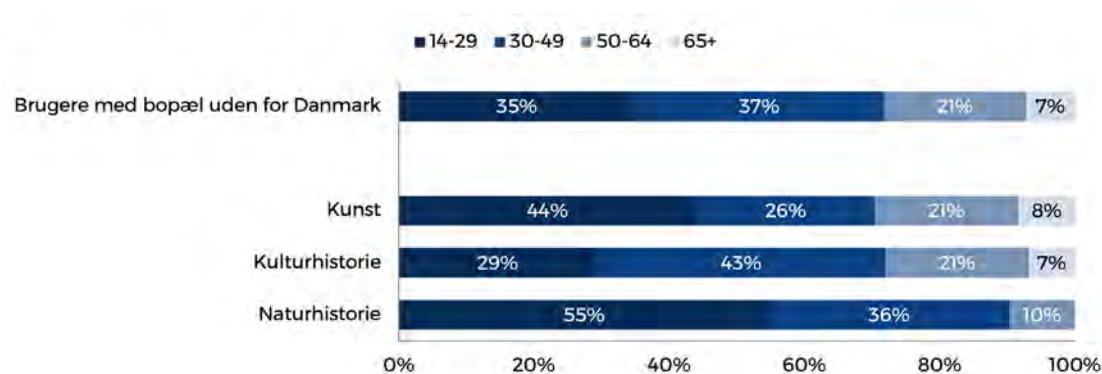


Generelt er der blandt de udenlandske brugere mere balance mellem kønnene end blandt de danske brugere, men der er stadig en overvægt af kvindelige brugere (54%). Det er især på naturhistoriske museer og på kunstmuseerne, at kvinderne er flest, da de udgør henholdsvis 61% og 57% af de udenlandske brugere.

Alder

Figur 3.6 viser de udenlandske brugeres alder samlet for alle museer samt på tværs af museums-kategorierne.

Figur 3.6: Udenlandske brugeres aldersfordeling



De udenlandske museumsbrugere er yngre end de danske. 72% af de udenlandske brugere er under 50 år, hvil-

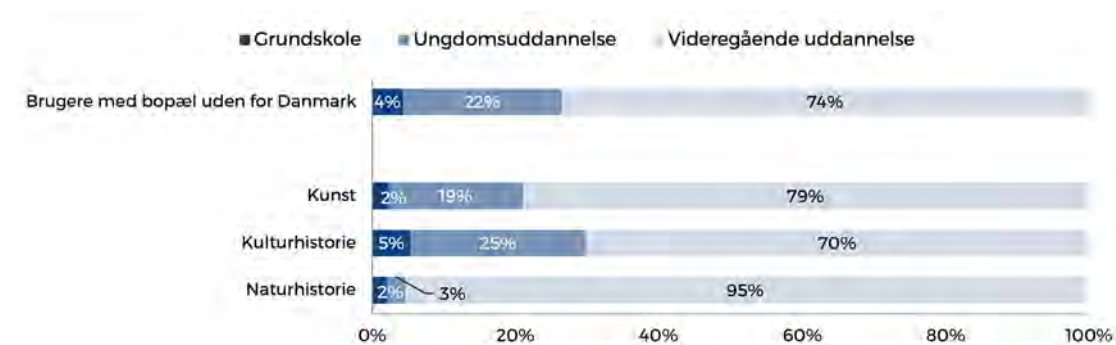
ket tilsvarende gælder for 43% af de danske brugere. Det er særligt kunstmuseerne og de naturhistoriske museer, der har en overvægt af yngre, internationale brugere.

Uddannelse

Figur 3.7 viser udenlandske brugeres uddannelsesniveau.

De udenlandske og danske brugere adskiller sig ikke uddannelsesmæssigt. Hovedparten af de udenlandske brugere har en videregående uddannelse (74%). For de danske brugere er det 75%.

Figur 3.7: Udenlandske brugeres uddannelsesniveau





4. Brugernes vurdering af museumsbesøget

4. Brugernes vurdering af museumsbesøget

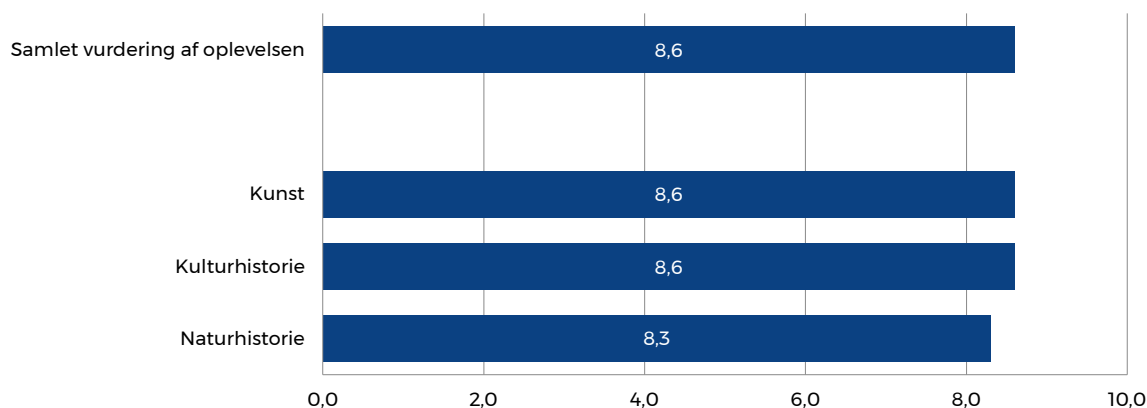
Kapitlet sammenfatter brugernes vurdering af museumsbesøget. Vurderingen opgøres samlet for alle brugere på museerne i 2020.

4.1 Den samlede oplevelse og anbefaling af museet

Figur 4.1 viser brugernes gennemsnitlige vurdering af den samlede museumsoplevelse på en skala fra 1 til 10. I 2020 er den gennemsnitlige vurdering 8,6, hvilket er den samme gennemsnitlige vurdering som i 2019.

Den samlede vurdering er undersøgt på tværs af brugernes baggrundsplysninger. De ældste brugere vurderer museumsbesøget højest. Jo ældre brugerne er, desto højere vurderer de museumsbesøget. Kvinder vurderer museumsbesøget højere end mænd. Brugere med videregående uddannelse vurderer museumsbesøget lidt højere end brugere med grundskole- og ungdomsuddannelse.

Figur 4.1: Brugernes vurdering af den samlede museumsoplevelse



En anden indikator på brugernes tilfredshed med museumsoplevelsen er, hvorvidt de vil anbefale museet til andre. På baggrund af brugernes villighed til at anbefale museet på en skala fra 0 til 10, inddeles de i tre kategorier, der beskriver deres villighed til at anbefale museet til andre. 67% af brugerne er ambassadører, der er de mest tilbøjelige til at anbefale museet til familie og venner. 24% er passive og vil hverken fraråde eller anbefale andre at besøge museet, mens de resterende 9% er kritikere, som ikke vil anbefale museet til andre. Billedet er omtrent det samme på tværs af museums-kategorier.

Figur 4.2: Samlet vurdering af museumsbesøget blandt ambassadører, passive og kritikere

Anbefalingsvillighed	Samlet vurdering
Ambassadører	9,2
Passive	7,9
Kritikere	6,3

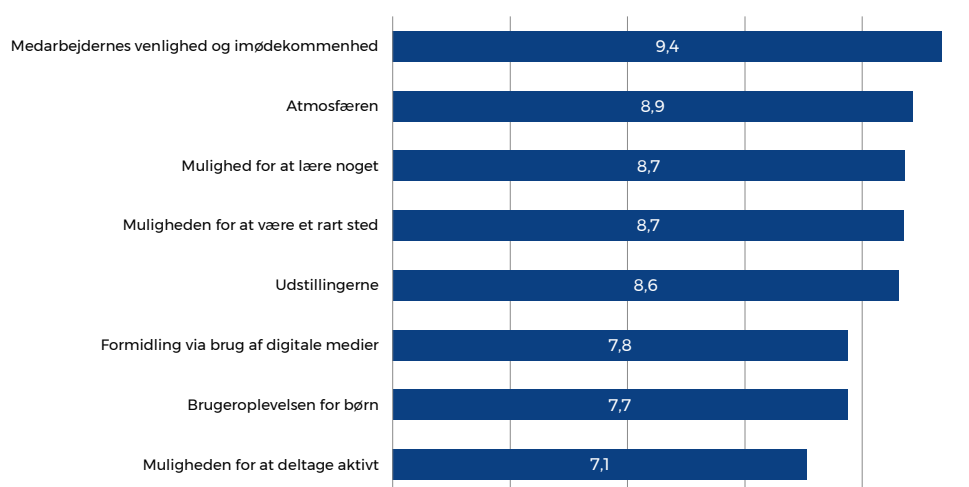
Hvorvidt brugerne er villige til at anbefale museet til andre hænger sammen med brugerens vurdering af museumsoplevelsen. Se figur 4.2.

Anbefalingsvilligheden stiger med alderen og er højest blandt kvinderne. Ligeledes er der en tendens til at anbefalingsvilligheden er højere blandt brugere med videregående uddannelse end blandt brugere med grundskole- eller ungdomsuddannelse.

Museernes kerneydelser

Brugerens vurdering af museernes kerneydelser i 2020 ligner til forveksling vurderingen i 2019. Det tyder på, at coronapandemien og de smitteforebyggende tiltag ikke har haft en indvirkning på brugerens oplevelse af museernes tilbud. Som i 2019 er det parameter, brugerne vurderer højest, *medarbejdernes venlighed og imødekommenhed* med 9,4. Dernæst kommer *atmosfæren* og *mulighed for at lære noget og være et rart sted* med henholdsvis 8,9, 8,7 og 8,7. Med 7,1 som den laveste score, vurderer brugerne, at *muligheden for at deltage aktivt* er den kerneydelse, som de er mindst tilfredse med, mens *brugeroplevelsen for børn* vurderes med 7,7 og *formidling via brug af digitale medier* med 7,8.

Figur 4.3: Vurdering af kerneydelser



Forskelle i vurdering af kerneydelser

En analyse af de 25% mest tilfredse og de 25% mindst tilfredse museumsbrugere viser, at der for flere af museets kerneydelser er mindre variationer i de to gruppers vurderinger. Variationen er størst ved spørgsmålene vedrørende *formidling via digitale medier, brugeroplevelsen for børn samt muligheden for at deltage aktivt*.

Figur 4.4: Forskelle i vurdering af kerneydelser

Kerneydelser	25% mest tilfredse	25% mindst tilfredse	Forskel
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,6	9,3	0,3
Atmosfæren	9,1	8,6	0,4
Muligheden for at være et rart sted	9,1	8,4	0,7
Muligheden for at lære noget	9,1	8,4	0,6
Udstillingerne	8,8	8,3	0,5
Brugeroplevelsen for børn	8,4	6,9	1,4
Formidling via digitale medier	8,0	6,7	1,6
Muligheden for at deltage aktivt	7,8	5,9	2,0

Udstillingerne har størst betydning for museumsoplevelsen

En statistisk analyse af brugernes vurdering af museumsoplevelsen viser, hvor meget de enkelte kerneydelser betyder for vurderingen af den samlede museumsoplevelse. Igen i år er det *udstillingerne*, der har størst betydning for brugernes samlede vurdering af museumsbesøget. Det vil sige, at jo bedre vurdering, brugeren giver udstillingerne, desto bedre vurdering giver brugeren den samlede museumsoplevelse - og omvendt; jo dårligere brugeren vurderer udstillingerne, desto dårligere oplevelse har brugeren af hele museumsbesøget.

Udstillingernes indhold er altså afgørende for den samlede museumsoplevelse.



5. Brugernes motivation

5. Brugernes motivation

I dette kapitel sætter undersøgelsen fokus på brugernes motivation og læringsadfærd om, hvorfor brugerne kommer på museerne, og hvordan de bruger museerne. Brugernes motivation er beskrevet på tværs af alle brugere på de danske museer i 2020.

5.1 De seks motivationstyper

Museologen John Falk har forsket i, hvorfor brugere kommer på museer, hvad de foretager sig på museer, og hvad de får ud af museumsoplevelsen. På den baggrund har Falk udviklet en teori om brugernes motivation og læringsadfærd.

Falks studier og forskning viser, at motivationen for et museumsbesøg er styrende for, hvad brugerne foretager sig på museet, hvilke behov brugeren har for museets services, og hvilken mening brugeren efterfølgende får ud af oplevelsen. Motivationen viser sig ved den rolle, den enkelte museumsbruger påtager sig i den pågældende situation. Brugeren kan godt skifte motivationstype afhængigt af den sammenhæng, vedkommende besøger museet i.

Motivationstyperne har været en del af brugerundersøgelsen siden 2012. Brugerne er i undersøgelsen opdelt i seks

Motivationstyper og fordeling blandt brugerne

Den videbegærlige kommer på grund af en generel interesse for det, som er på museet. Den videbegærlige er nysgerrig, interesseret og besøger museet for at få ny viden og inspiration. 57% af brugerne angiver, at de er videbegærlige.

Værten er motiveret af en social læringsproces og besøger museet for at skabe en god oplevelse for andre. For værten er det vigtigste, at dem, værten er sammen med, synes, at museet er interessant. 52% af brugerne tilhører motivationstypen værter.

Oplevelsesjægeren er motiveret af idéen om at være på et kulturelt vigtigt sted. Oplevelsesjægeren er her for at opleve museet og koncentrere sig om det mest iøjnefaldende. 30% af brugerne er oplevelsesjægere.

Opladeren er på museet for at få ny energi og for at finde ro og tid til fordybelse. Opladeren søger æstetiske

oplevelser i museets udstilling, arkitektur og omgivelser. 28% af brugerne tilhører motivationstypen opladere.

Den fagligt interesserede er på museet på grund af en specifik faglig interesse. Den fagligt interesserede forholder sig kritisk og reflekterende til udstillingerne og museets faglige formidling. 23% af brugerne giver udtryk for, at de er fagligt interesserede.

Vedhængen er primært på museet, fordi de følges med andre, der vil besøge museet. Vedhængen er ikke specielt interesseret i udstillingens indhold eller i museet. 23% af brugerne kan beskrives som vedhæng.

Motivationstypen *vedhæng* er en kategori tilføjet i den danske undersøgelse på baggrund af input fra museerne. Falk har identificeret yderligere to motivationstyper: *affinity seeker* og *respectful pilgrim*, som ikke indgår i undersøgelsen.

forskellige motivationstyper med hver deres motivation og læringsproces. Hver bruger kan godt tilhøre flere motivationstyper på én gang, da der kan være flere forskellige faktorer, der motiverer brugerens museumsbesøg.

I det følgende udfoldes hvor stor en andel, motivationstyperne udgør blandt brugerne på museerne.

Ligesom sidste år kan over halvdelen af brugerne kategoriseres som videbegærlige (57%), hvilket gør motivationstypen til den mest udbredte. Næstflest af brugerne kan kategoriseres som værter og i år er andelen steget fra 34% til 52% sammenlignet med 2019. Der er også en markant stigning i andelen af brugere, der kan kategoriseres som vedhæng fra 16% til 23%. 75% af brugerne er således enten værter eller vedhæng, for hvem det sociale element ved museumsoplevelsen er det centrale. Ændringerne i motivationstyperne indikerer, at brugerne i endnu højere grad er motiveret af sociale årsager til at besøge museerne i 2020. Det kan skyldes, at coronarestriktionerne har begrænset muligheden for andre sociale arrangementer, hvorfor at museumsbesøg i højere grad end normalt anvendes som en social aktivitet.

5.2 Vurdering af museumsoplevelsen på tværs af motivationstyper

Den samlede vurdering af museumsoplevelsen er stort set ens på tværs af motivationstyper. Brugere med motivationstypen *vedhæng* vurderer den samlede museumsoplevelse en smule lavere end de resterende motivationstyper.

Figur 5.2: Motivationstypernes samlede vurdering af museumsbesøget

Motivationstype	Samlet vurdering
Opladeren	8,8
Værten	8,7
Den fagligt interesserede	8,7
Oplevelsesjægeren	8,7
Den videbegærlige	8,7
Vedhænget	8,5

På tværs af motivationstyper er der enighed om, hvad der har størst betydning for den samlede museumsoplevelse, nemlig udstillingerne. Dog er udstillingerne særligt vigtige for de *videbegærlige* og *vedhængenes* samlede vurdering.

The background is a dark blue gradient. It features several large, semi-transparent blue letters scattered across the space, including 'O', 'E', 'S', 'N', 'M', 'U', and 'T'. A prominent white arrow points diagonally upwards and to the right, starting from the bottom left and ending near the top right. A curved orange line is visible at the bottom left, partially obscured by the arrow.

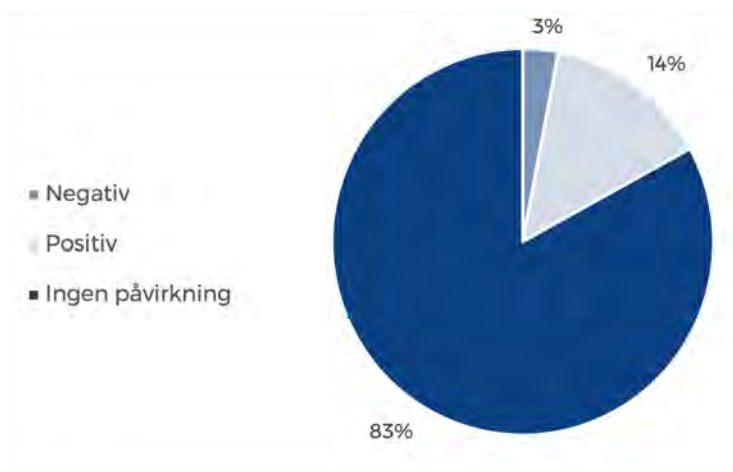
6. Oplevelser og forventninger set i lyset af corona

6. Oplevelser og forventninger set i lyset af corona

2020 har været et år præget af nedlukninger af museerne og tilpasninger til restriktioner om afstand og andre smittebegrænsende tiltag.

Den nationale brugerundersøgelse viser, at langt de fleste brugere har haft gode og trygge museumsbesøg, og at museernes tiltag har haft minimal betydning for den samlede museumsoplevelse. Coronapandemien synes heller ikke at have påvirket brugernes lyst at gå på museum.

Figur 6.1: De smitteforebyggende tiltags påvirkning af museumsoplevelsen



Mens billedet af den typiske museumsbruger er uændret, er der i 2020 nogle ændrede besøgsvaner blandt museumsbrugerne. Andelen af brugere, der besøger museer uden for egen bopælskommune og -region, er steget med mere end 10% sammenlignet med 2019. Dertil er flere brugere end normalt på museerne af sociale årsager. Den ændrede adfærd har dog ikke ændret brugernes vurdering af museumsoplevelsen.

I dette særtema af brugerundersøgelsen dykker vi ned i brugernes oplevelser med museernes smitteforebyggende tiltag samt deres forventninger til fremtidige museumsbesøg i lyset af coronapandemien.

6.1 Museumsoplevelsen under coronapandemien

Coronapandemien har ført til en række restriktioner og smitteforebyggende tiltag, som brugerne og museernes personale har måttet tilpasse sig. Undersøgelsen viser, at brugerne generelt har været interesserede i at besøge museerne rundt om i landet, og at coronapandemien ikke har påvirket deres lyst til at gå på museum i en negativ retning.

Figur 6.1 viser brugernes vurdering af, hvordan museernes smitteforebyggende tiltag (fx online billetbestilling, tidsbegrænsning og ruter) har påvirket museumsoplevelsen.

83% af brugerne synes ikke, at museumsoplevelsen er påvirket af tiltagene. 14% tilkendegiver, at museums-

oplevelsen er påvirket i en positiv retning, mens 3% synes, at oplevelsen er påvirket i en negativ retning. Når nogle brugere vurderer, at tiltagene har påvirket oplevelsen i en positiv retning, kan det skyldes, at de smitteforebyggende tiltag resulterer i færre besøgende ad gangen. I tekstboks 1 gennemgås nogle af de kommentarer, som brugerne har haft til de smitteforebyggende tiltags påvirkning af museumsoplevelsen under coronapandemien.

Tekstboks 1: God plads og afmærkede ruter

Afstandskrav og begrænsninger i antallet af besøgende på museerne er generelt faldet i god jord hos brugerne. Mange har haft gode oplevelser med færre besøgende på museerne, da der har været mere plads og bedre mulighed for at fordybe sig. Det har for flere brugere forbedret oplevelsen af museumsbesøget, at der har været mere plads pr. bruger.

“Jeg får en mere koncentreret oplevelse, da der er mere afstand og dermed færre personer pr. udstilling. Det er meget positivt.”

“Dejligt med begrænsning på billetterne, da en museumsoplevelse unægteligt bliver bedre med færre mennesker.”

Som tiltag har flere museer arbejdet med afmærkninger af ruter og ensretning af besøgets forløb. Flere brugere beskriver, hvordan denne afmærkning har givet en bedre museumsoplevelse, fordi man bliver guidet rundt i udstillingerne.

“Pilene på gulvet gør det nemt at finde en rute gennem udstillingerne, så man ser tingene i den rigtige rækkefølge.”

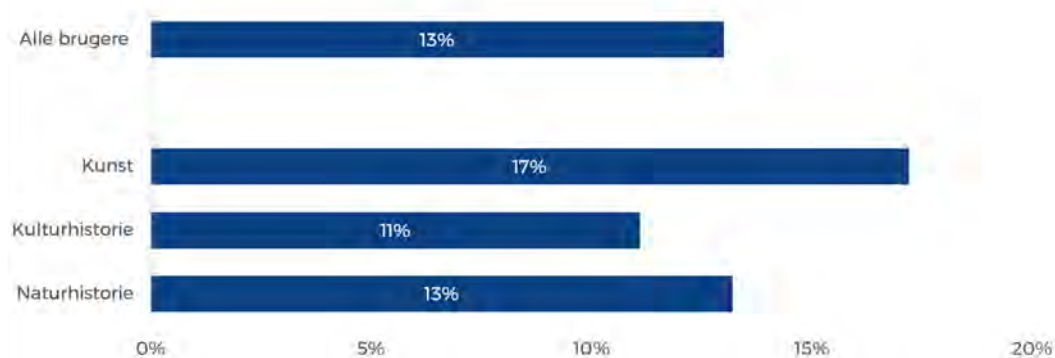
For andre er den fastlagte sti dog en begrænsning i forhold til deres gængse museumsbesøg, hvor de normalt selv har mulighed for at tilrettelægge deres vej gennem udstillingen.

“På et museum kan jeg godt lide at læse fakta, gå rundt, gå tilbage for at genlæse.... Jeg følte mig presset af andre gæster og den strikse rute.”

Flere museer har været nødsaget til at lukke udstillinger, der er interaktive eller som samler flere besøgende på mindre plads (bl.a. i forbindelse med filmvisninger). Nogle brugere udtrykker, at den manglende mulighed for at interagere med genstande, fx røre ved, klatre på eller prøve ting, er en negativ ændring af deres museumsbesøg. Det udtrykkes især af forældre, der kommer med små børn, eller af de, der kommer for at se særudstillinger eller deltage i rundvisninger. Det er dog et fåtal af brugerne, der udtrykker frustration over begrænsningerne. Dette tyder på, at museerne generelt har været gode til at kommunikere om begrænsninger og ændrede besøgsvilkår på forhånd til brugerne.

“Det er ærgerligt, at flere aktiviteter er lukket pt. De er især tiltrækkende for den 4-årige, der var med.”

Figur 6.2: Brugere der har benyttet museernes digitale tilbud under nedlukningen



Coronapandemien har medført, at museerne har været nødsaget til at holde lukket i en periode i foråret 2020 og igen i slutningen af året. En del museer har tænkt kreativt og tilbudt museumsoplevelser i et digitalt format, der kunne tilgås hjemmefra. Figur 6.2 viser, hvor mange fysiske brugere, der har benyttet museernes digitale tilbud.

Blandt de fysiske brugere på museerne er det 13%, der har benyttet sig af museernes digitale tilbud. Langt størstedelen (87%) har ikke benyttet sig af dette tilbud. Der er ingen variation i disse tal på tværs af køn, alder, geografi og uddannelse. Blandt brugerne, som besøger museer årligt eller oftere, har 15% benyttet museernes digitale tilbud. Blandt førstegangsb brugere og sjældne brugere (mindre end årligt) er det 10%, der har opsøgt digitale museumsoplevelser under nedlukningen.

På kunstmuseerne har 17% af brugerne benyttet sig af museernes digitale tilbud. Det er en lavere andel af brugerne på kulturhistoriske og naturhistoriske museer, hvor henholdsvis 11% og 13% har opsøgt digitale museumsoplevelser.

6.2 Museernes håndtering af coronapandemien

Størstedelen af brugerne har været trygge ved at besøge de danske museer i 2020.

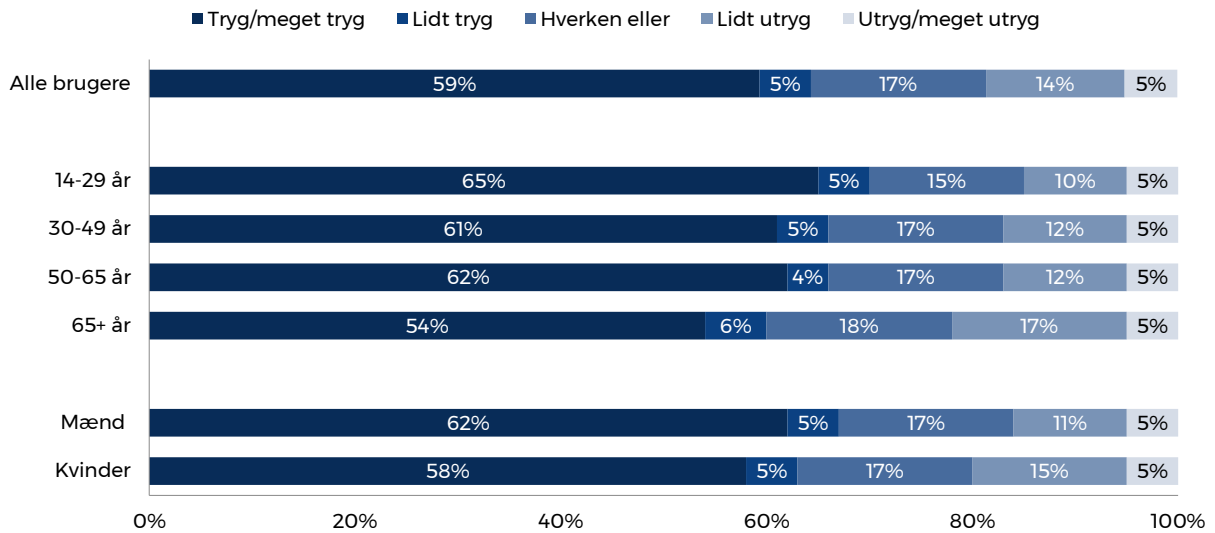
I undersøgelsen har brugerne svaret, hvorvidt de er trygge ved at gå på museum trods coronapandemien. Figur 6.3 viser, at 59% af brugerne er trygge ved at besøge museerne, 5% er lidt trygge, mens 17% hverken er trygge eller utrygge. Det er således en femtedel af brugerne, som føler sig utrygge ved at skulle besøge museerne under coronapandemien. Det gælder både for danske og udenlandske brugere.

Færre mænd (16%) end kvinder (20%) har tilkendegivet, at de er utrygge. Det er dog stadig langt størstedelen

(63% af kvinder og 66% af mænd), der har tilkendegivet, at de er trygge ved at besøge museer trods coronapandemien.

Der er en tendens til, at de ældre brugere er mere utrygge ved at besøge museer end de yngre museumsbrugere. 23% af brugerne over 65 år angiver, at de er utrygge ved museumsbesøg. Blandt de 14-29 årige museumsbrugere har 15% angivet, at de er utrygge.

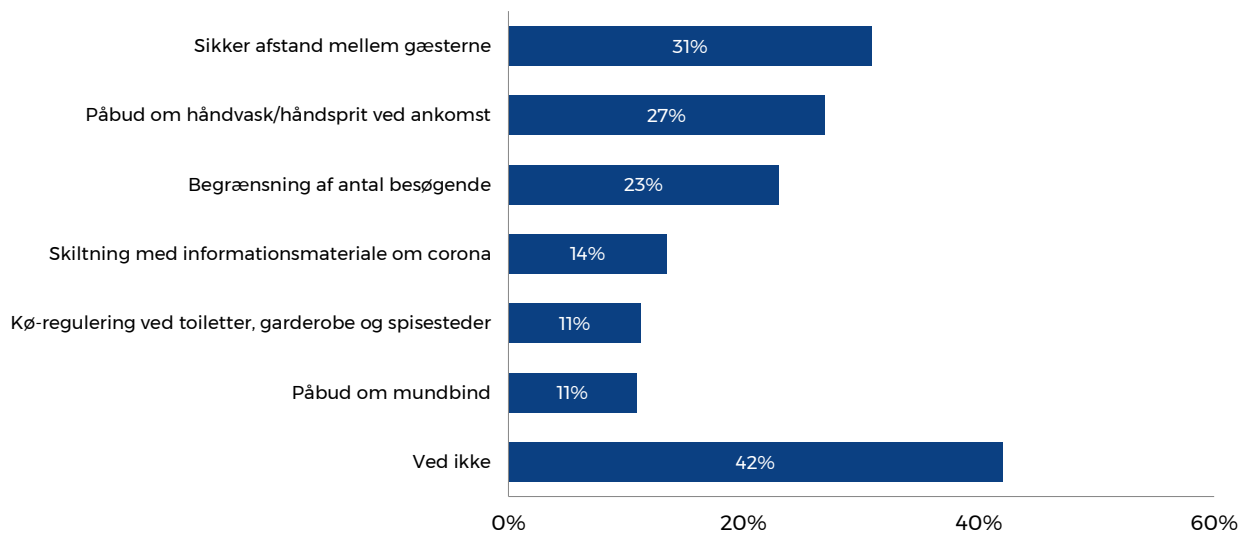
Figur 6.3: Brugernes tryghed ved at besøge museer under corona



At størstedelen af brugerne generelt er trygge ved at skulle besøge museerne kan sandsynligvis tilskrives museernes håndtering og smitteforebyggende tiltag. Som en del af undersøgelsen har brugerne beskrevet, hvilke tiltag museerne kan forbedre. Det er illustreret i figur 6.4.

31% svarer at museet, de har besøgt, kan forbedre afstanden mellem brugerne. 27% af brugerne foreslår, at håndsprit kan tilbydes i endnu højere grad, mens 23% af brugerne ønsker en yderligere begrænsning af antallet af besøgende. 42% af brugerne svarer, at de ikke ved, hvilke tiltag museerne bør forbedre. Det tyder på, at de er tilfredse med museernes smitteforebyggende tiltag.

Figur 6.4: Forslag til museerne om forbedringer af smitteforebyggende tiltag



Tekstboks 2: Nemmere og billigere at gå på museum

Som led i regeringens sommerpakke, har brugerne haft mulighed for at besøge museerne til halv pris. Flere brugere beskriver, at den reducerede entrépris har haft en positiv indflydelse på deres oplevelse af museumsbesøget. Det skyldes, at beslutningen om at besøge et museum er lettere at træffe, da prisen er en mindre barriere. Nogle brugere beskriver, at de har incitament til at besøge museerne for også at støtte danske kulturinstitutioner.

“Jeg har været på en masse museer, fordi det har været billigere.”

“I feel more likely to visit because I know you need the visitors! I want to help preserve cultural institutions that I value. I also think the 50% off initiative makes visiting museums even more appealing.”

På mange museer er det blevet muligt at lave forhåndsbookinger på museerne forud for museumsbesøg i 2020. Flere brugere beskriver, at den digitale forhåndsbooking

har haft en positiv indflydelse på deres museumsoplevelse. Det giver mulighed for at reservere tid i kalenderen og planlægge et besøg, hvor de dertil er sikret god plads og indgang. Enkelte savner dog spontaniteten ved at tage på museum, når lysten melder sig.

“At jeg kan booke et besøg med begrænsning i antal besøgende skærper faktisk min appetit på museumsbesøg, da jeg kan planlægge mine besøg og samtidig vide, at der ikke er overfyldt i lokalerne.”

“Forhåndsbooking var for os en tryghedsskabende faktor.”

“Jeg plejer at gå på museer spontant. Og nu skal jeg planlægge mit besøg. Det er en ændring, at man ikke kan være spontan, men skal planlægge - også sin fritid nu. Men sådan er det så. Og det gælder jo overalt.”

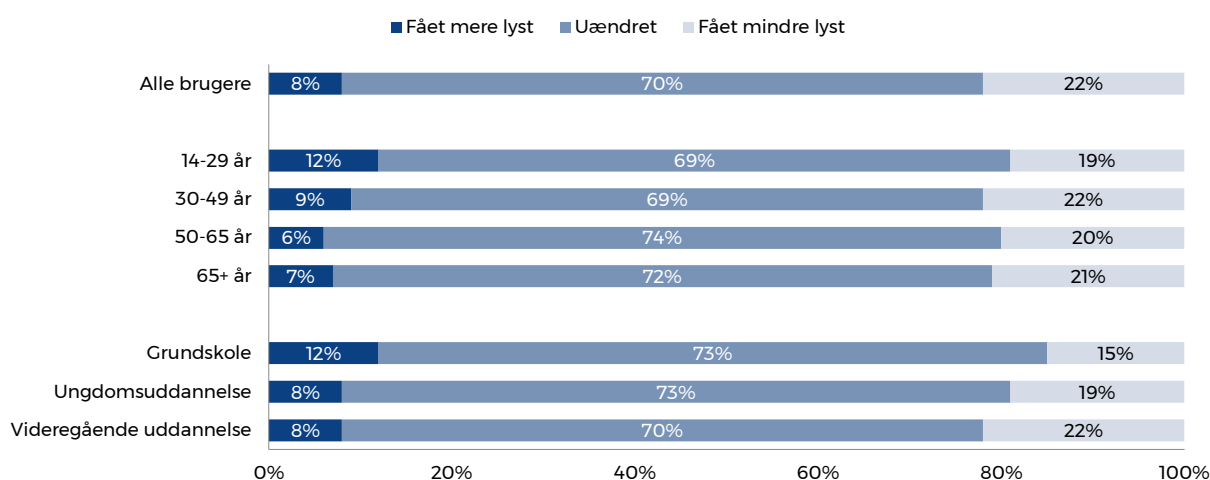
6.3 Interessen for museer og forventninger til besøg i lyset af coronapandemien

Figur 6.5 viser brugernes lyst til at besøge museer under corona. For størstedelen af brugerne er lysten til at besøge museerne uændret.

For 70% af brugerne har coronapandemien ikke påvirket deres lyst til at gå på museum. 22% af brugerne har fået mindre lyst til at besøge museer, og 8% har fået mere lyst til at besøge museer. Disse vurderinger er ens for mænd og kvinder, ligesom der ikke er markante forskelle mellem brugerne af de forskellige museums-kategorier. Særskilt for de udenlandske brugere er der lidt flere (14%), som har fået mere lyst til at besøge museer.

Der er en tendens til, at yngre brugere (14-29 år) har fået mere lyst til at besøge museerne, sammenlignet med ældre aldersgrupper. 12% af de 14-29-årige brugere har mere lyst til at besøge museer end normalt, mens det kun gælder for henholdsvis 6% og 7% af aldersgrupperne 60-64 år og 65+. Blandt de ældre er der dog en overrepræsentation af brugere, hvis lyst til museumsbesøg er uændret under coronapandemien.

Figur 6.5: Brugernes lyst til at besøge museer i lyset af coronapandemien

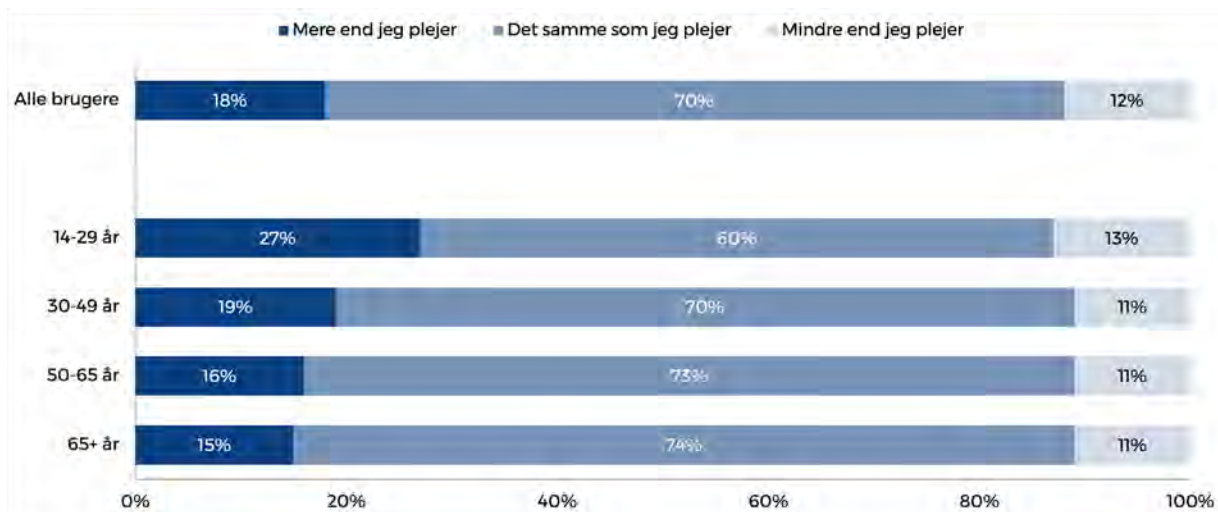


Der er en overvægt af brugere med grundskoleuddannelse, der enten har fået mere lyst til at besøge museer (12%) eller hvis lyst er uændret (73%). En større andel af brugere med videregående uddannelse har fået mindre lyst til at besøge museerne i lyset af coronapandemien (22%).

Figur 6.6 viser brugernes forventninger til besøg på museer i resten af 2020. 70% af brugerne forventer det samme antal besøg, som de har under normale omstændigheder. 12% af brugerne har en forventning om at besøge museerne mindre, end de plejer. 18% af brugerne

har en forventning om at besøge museerne mere end de plejer. Det stemmer godt overens med, at over halvdelen af museumsbrugerne er trygge ved museernes håndtering af smitteforebyggende tiltag under corona. Brugernes kommentarer tyder på, at de lavere entrépriser har haft en indflydelse på brugernes forventninger til museumsbesøg i 2020. Nogle af de kommentarer gennemgås i tekstboks 2.

Figur 6.6: Brugernes forventninger om besøg museer i resten af 2020



De ældre brugere forventer i højere grad at besøge museerne i samme omfang, som de plejer. For de yngste brugere i aldersgruppen 14-29 år er dette tal 60%, mens det for de ældste brugere i aldersgruppen (65+) er 74%. Modsvarende falder tilbøjeligheden til at ville besøge museerne mere end normalt med alderen. For de 14-29 årige er det således 27% af brugerne, der forventer at besøge museerne mere, men blot 15% i aldersgruppen 65+.

The background is a dark blue gradient with large, semi-transparent blue letters scattered across it. A red arrow starts from the bottom right and points towards the title '7. Methode'.

7. Methode

7. Metode

Brugerundersøgelsen er en spørgeskemaundersøgelse blandt museumsbrugere, som er blevet gennemført siden 2009.

Museer og besøgssteder

Undersøgelsen er gennemført på alle statslige og statsanerkendte museer i Danmark. For hvert museum er der udvalgt mindst et besøgssted, som deltager i undersøgelsen. Flere museer deltager med flere besøgssteder. De enkelte museer vælger årligt hvilke besøgssteder, de ønsker at deltage med. Sammenlignet med undersøgelsen fra 2019 kan der derfor være forskel på, hvilke besøgssteder der er en del af undersøgelsen. Bilag 1 viser de museer og besøgssteder, der indgår i undersøgelsen i 2020.

Målgruppe

Målgruppen for undersøgelsen er personer fra 14 år, der har besøgt et af de deltagende besøgssteder i 2020. Målgruppen omfatter både brugere med bopæl i Danmark og brugere med bopæl i udlandet. Coronapandemien og rejserestriktioner har givet anledning til færre besvarelser fra brugere med bopæl i udlandet end sædvanlig.

Spørgeskema

Spørgeskemaet er identisk med spørgeskemaet for 2019 med henblik på at sikre størst mulig grad af sammenlignelighed.

I perioden fra 29. juni til 21. december har museumsbrugere besvaret en række specifikke spørgsmål om deres museumsbesøg og coronapandemien.

Besøgsstedets indsamlede besvarelser

Indsamling af besvarelser har været påvirket af coronapandemien. Restriktioner for at begrænse smittespredningen har givet anledning til nedlukninger, ændrede besøgsvilkår for museumsbrugere, færre besøgende fra udlandet samt sværere vilkår for at indsamle et højt antal besvarelser fra brugerne.

I udgangspunktet er det tilstræbt, at indsamlingerne er fordelt over syv uger, så både ferie- og helligdage, weekender, hverdage samt høj- og lavsæson dækkes. Eftersom åbningstider og det årlige antal af besøgende varierer fra besøgssted til besøgssted, er der udarbejdet en indsamlingsplan for hvert enkelt deltagende besøgssted, der angiver besøgsstedets syv indsamlingsperioder. Indsamlingen

er foregået i hele besøgsstedets åbningstid i alle åbningdage i indsamlingsugen.

Da størrelsen på besøgsstederne varierer, er der forskel på, hvor mange besvarelser det enkelte besøgssted kan og bør indsamle. Derfor har Rambøll givet et vejledende estimat på, hvor mange besvarelser det er hensigtsmæssigt at indsamle. Tallet varierer fra besøgssted til besøgssted og er udregnet på baggrund af besøgsstedernes besøgstal samt den samlede stikprøve for den nationale brugerundersøgelse. Dette har haft til formål at give museerne et måltal at stræbe efter og samtidig en forståelse for, hvor stor stikprøvestørrelsen gerne skulle være.

Brugernes besvarelse

Museerne har haft mulighed for at anvende forskellige indsamlingsmetoder, hvilket har øget fleksibiliteten og muligheden for at sikre brugernes deltagelse. Besvarelser er indsamlet ved følgende fire metoder:

- Indsamling via en opstillet tablet/PC på museet
- Indsamling via en offline-app på udleveret tablet og smartphone
- Besvarelse via brugerens mobiltelefon på basis af QR-kode/SMS-nøgleord
- Registrering af brugerens e-mailadresse og efterfølgende fremsendelse af e-mail med link til spørgeskemaet.

Med indsamlingsmetoderne har brugeren haft mulighed for at besvare spørgeskemaet på museet eller efter besøget. Det ses som en kvalitet, at brugernes besvarelser er indsamlet umiddelbart efter besøget. Brugerne har haft mulighed for at besvare spørgeskemaet på flere sprog. Spørgeskemaet var indledningsvist tilgængeligt på dansk, engelsk og tysk og siden yderligere på kinesisk, fransk, italiensk, spansk, russisk samt arabisk.

Data

Undersøgelsen baserer sig på 21.142 besvarelser fra brugere, der har brugt statslige og statsanerkendte museer i Danmark i løbet af 2020 (11.069 brugere har besvaret specifikke spørgsmål vedrørende corona). I 2019 indsamlede museerne 34.859 besvarelser. Det lavere antal besvarelser kan tilskrives coronapandemien.

Mulighederne for at foretage en grundig analyse og vurdering af de deltagende brugeres repræsentativitet – og ikke mindst resultaternes følsomhed over for en eventuelt lavere grad af repræsentativitet – er begrænsede. Det store antal besvarelser er ikke et gyldigt argument for repræsentativitet, men de mange besøgssteder og indsamlingstidspunkter er til gengæld elementer i analysedesignet, der styrker tilliden til, at undersøgelsen giver et dækkende billede af brugerne og brugernes museumsoplevelser.

Besøgsstedernes faktiske besøgstal er et relevant og tilgængeligt forhold for at have for øje i forbindelse med vurderingen af undersøgelsens repræsentativitet. Besvarelserne er derfor forsøgt vægtet efter besøgsstedernes besøgstal, så det enkelte besøgssted har den andel af besvarelserne, der svarer til den faktiske andel af det samlede besøgstal. Vægtningen har umiddelbart ikke den store effekt på resultaterne, og det er på den baggrund fravalgt at vægte datamaterialet efter museernes faktiske besøgstal, da vægtningen dermed blot vil indføre en anden type af usikkerhed.

Den grundlæggende metode i indsamlingen har således været den samme som de tidligere år, men museerne har haft færre åbningdage til at indsamle deres besvarelser.

Resultater i rapporten

Tallene i figurerne i undersøgelsen er afrundet til hele tal. Det betyder, at de afrundede tal ikke nødvendigvis summerer præcis til 100%, samt at små forskelle mellem andele eller i sammenligningen af tallene kan skyldes afrunding.

Ved analyse af data er det afgørende, at forskelle i resultater er statistisk signifikante. Det betyder, at forskelle, der kan konstateres, er reelle og ikke er opstået tilfældigt. Undersøgelsens datagrundlag er tilstrækkeligt stort til, at selv mindre forskelle er statistisk signifikante. I rapporten vises resultaterne samlet for alle museer i undersøgelsen eller opdelt på baggrund af museumsområder. Da der er markant færre naturhistoriske museer i undersøgelsen sammenlignet med kunst- og kulturhistoriske museer, er resultaterne mere følsomme i forhold til indsamlingen på de enkelte naturhistoriske museer.

Der er foretaget en statistisk analyse af, hvilke faktorer der har størst betydning for den samlede museumsoplevelse. Analysen bidrager til at forstå, hvorvidt forhold umiddelbart har større eller mindre betydning for den samlede oplevelse. Hvis positive vurderinger af et bestemt forhold ofte ses sammen med positive samlede vurderinger, og omvendt, siges det, at forholdet har betydning for den samlede oplevelse. I den konkrete statistiske analyse er metoden Relative Weights anvendt, idet metoden har nogle fordele i forhold til almindelig regressionsanalyse.

Besøgsstederne er inddelt i tre kategorier: kunst, kulturhistorie og naturhistorie. Med udgangspunkt i oplysninger fra Danmarks Statistiks museumsstatistik er besøgsstedet indplaceret i en af de tre kategorier. Brugerundersøgelsen inddrager som sammenligningsgrundlag data fra Danmarks Statistik.

Der skal tages forbehold for, at Danmarks Statistiks opgørelse af uddannelsesniveau er forskellig fra opgørelsen af uddannelsesniveau i brugerundersøgelsen. I brugerundersøgelsen er brugere på 14 år eller derover registreret

på deres igangværende eller afsluttede uddannelse. Uddannelsesniveaet for den danske befolkning stammer fra Danmarks Statistik og vedrører højeste afsluttede uddannelse blandt 15-69-årige. Data fra Danmarks Statistik er genanvendt fra tidligere årsrapport, fordi årlige ændringer er meget beskedne (data stammer fra fjerde kvartal 2019).

Bilag



Bilag 1: Museer i brugerundersøgelsen

Museerne er først anført med deres officielle navn.
Herefter er der tilføjet det besøgssted, hvor indsamlingen er foretaget.

Museum	Evt. muesumsafdeling
Arbejdermuseet	
ARKEN Museum for Moderne Kunst	
ARoS	
Bornholms Kunstmuseum	
Bornholms Museum	Bornholms Museum
Danmarks Tekniske Museum	
Dansk Jødisk Museum	
De Kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune	Holstebro Museum
Den Gamle By	Den Gamle By
Den Hirschsprungske Samling	
Designmuseum Danmark	
Det Grønne Museum	
Energimuseet	
Esbjerg Kunstmuseum	
Fiskeri- og Søfartsmuseet	
Frederiksberg Museerne	Storm P. Museet
Fuglsang Kunstmuseum	
Furesø Museer	Mosegaarden
Faaborg Museum	Faaborg Museum
Gammel Elstrup	
Give-Egnens Museum	
Glud Museum	
Greve Museum	Mosedede Fort
HEART Herning Museum of Contemporary Art	

Historie & Kunst	Københavns Museum
Holstebro Kunstmuseum	
Industrimuseet	
Industrimuseet Frederiks Værk	Knud Rasmussens Hus
J. F. Willumsens Museum	
Kastrupgaardsamlingen	
Kongernes Samlinger	Amalienborg
Kongernes Samlinger, Rosenborg	Rosenborg
Kroppedal Museum	
KUNSTEN - Museum of Modern Art Aalborg	
Kunstmuseum Brandts	
Kvindemuseet (KØN)	
KØS Museum for kunst i det offentlige rum	
Langelands Museum	Koldkrigsmuseum Langelandsfort
Lemvig Museum	Lemvig Museum
Limfjordsmuseet	
Louisiana - Museum for Moderne Kunst	
Læsø Museum	Museumshuset
M/S Museet for Søfart	
Marstal Søfartsmuseum	
Moesgård Museum	Skåde
Museet for Samtidskunst	
Museet på Koldinghus	
Museet på Sønderkov	
Museum Amager	Amagermuseet
Museum for Forsyning og Bæredygtighed	Dorf Møllegård
Museum Horsens	Fængselsmuseet
Museum Jørn	
Museum Lolland-Falster	Falster Minde og Frilandsmuseet
Museum Midtjylland	Tekstilmuseet
Museum Mors	Dueholm Kloster
Museum Nordsjælland	Skibshallerne
Museum Salling	Spøttrup Borg
Museum Skanderborg	Øm Kloster Museum
Museum Sydøstdanmark	Danmarks Borgcenter

Museum Sønderjylland	Brundlund Slot
Museum Sønderjylland	Kunstmuseet i Tønder
Museum Sønderjylland	Sønderborg Slot
Museum Thy	Heltborg Museum
Museum Vestfyn	ERNST
Museum Østjylland	Randers Kulturhuset
Nationalmuseet	Christiansborg Slot
Nationalmuseet	Frihedsmuseet
Nationalmuseet	Frilandsmuseet
Nationalmuseet	Kongernes Jelling
Nationalmuseet	Krigsmuseet
Nationalmuseet	Kronborg Slot
Nationalmuseet	Prinsens Palæ
Nationalmuseet	Vikingeborgen Trelleborg
Naturama	
Naturhistorisk Museum Aarhus	
Nivaagaard Malerisamling	
Nordjyllands Historiske Museum	Lindholm Høje Museet
Nordjyllands Historiske Museum	Vikingecenter Fyrkat
Nordjyllands Kystmuseum	Kystmuseet Skagen
Ny Carlsberg Glyptotek	
Odense Bys Museer	Møntergården
Randers Kunstmuseum	
Ribe Kunstmuseum	
Ringkøbing- Skjern Museum	Bork Vikingehavn
ROMU	RAGNAROCK
ROMU	Roskilde Museum
Rudersdal Museum	Vedbækfundene
Skagens Kunstmuseer	Skagens Museum
Skovgaard Museum	
Statens Museum for Kunst	København
Statens Naturhistoriske Museum	Geologisk Museum
Struer Museum	
Svendborg Museum	Danmarks Forsorgsmuseum
Sydvestjyske Museer	Museet Ribes Vikinger

Trapholt	
Vardemuseerne	Tirpitz
Vejen Kunstmuseum	
Vendsyssel Historiske Museum	
Vendsyssel Kunstmuseum	
Vesthimmerlands Museum	Stenaldercenter Ertebølle
Vikingskibsmuseet	
Ærø Museum	Ærø Museum
Øhavsmuseet Faaborg	Arresten
Østfyns Museer	Johannes Larsen Museet
Østfyns Museer	
Østsjælland Museum	Koldkrigsmuseum Stevnfort

Bilag 2: Spørgeskema



Brugerundersøgelse 2019

1. Hvor bor du? Angiv land: _____

(Hvis Danmark) Hvilket postnummer bor du i? _____

2. Giv en samlet vurdering af din oplevelse på en skala fra 1-10	Meget dårlig 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meget god 10
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale museet til venner og familie? (0-10)	Meget usandsynligt 0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meget sandsynligt 10
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Bedøm din oplevelse på en skala fra 1-10	Meget dårlig 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meget god 10	Ved ikke 99
Udstillingerne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atmosfæren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mulighed for at lære noget nyt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formidling via brug af digitale medier (video, lyd o.lign.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brugeroplevelsen for børn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Bedøm din oplevelse på en skala fra 1-10	Meget dårlig										Meget god	Ved ikke
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99	

Muligheden for at deltage aktivt (deltagelse i workshop, prøve redskaber/dragter, tegnet/malet som del af udstillingsoplevelse, bidraget aktivt til udstillingen m.v.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muligheden for at være et rart sted	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Hvad har du foretaget dig på museet i dag?

Sæt gerne flere kryds

- Læst korte tekster i udstillingerne
- Læst brochurer eller foldere
- Læst længere tekster (f.eks. bøger eller kataloger)
- Læst tekster via bærbar enhed (f.eks. mobiltelefon)
- Set film og andre visualiseringer
- Hørt information via bærbar enhed (f.eks. mobiltelefon eller audioguide)
- Deltaget i foredrag
- Deltaget i workshop
- Deltaget i debat eller seminar
- Deltaget i rundvisning
- Talt med museets medarbejdere om udstillingen
- Talt med andre brugere om udstillingen
- Ingen af ovenstående

7. Hvilke(t) udsagn passer bedst med, hvorfor du i dag besøger museer?

Sæt gerne flere krydser

- Jeg er på museet i dag for at slappe af og få ny energi
- Jeg er på museet i dag på grund af en specifik faglig interesse
- Jeg er på museet i dag for at opleve noget og koncentrere mig om det mest iøjenfaldende
- Jeg er på museet i dag for at skabe en god oplevelse med for dem jeg er sammen med
- Jeg er på museet i dag fordi jeg er nysgerrig og for at lære noget nyt
- Jeg er på museet i dag fordi jeg følges med andre

8. Hvilke(t) udsagn passer bedst med, hvorfor du normalt besøger museer?

Sat gerne flere kryds

- | | |
|---|--------------------------|
| Jeg besøger normalt museer for at slappe af og få ny energi | <input type="checkbox"/> |
| Jeg besøger normalt museer på grund af en specifik faglig interesse | <input type="checkbox"/> |
| Jeg besøger normalt museer for at opleve noget og koncentrere mig om det mest iøjenfaldende | <input type="checkbox"/> |
| Jeg besøger normalt museer for at skabe en god oplevelse for dem jeg er sammen med | <input type="checkbox"/> |
| Jeg besøger normalt museer fordi jeg er nysgerrig og for at lære nyt | <input type="checkbox"/> |
| Jeg besøger normalt museer fordi jeg følges med andre | <input type="checkbox"/> |
| Jeg besøger normalt ikke museer | <input type="checkbox"/> |

9. Hvor ofte besøger du museet?

- Mindst en gang hver uge
- Mindst en gang hver måned
- Mindst en gang hvert halve år
- Mindst en gang hvert år
- Det er første gang, jeg besøger museet
- Sjældnere
- Ved ikke

10. Hvordan blev du opmærksom på at besøge museet i dag?

Sat gerne flere kryds

- Jeg kom tilfældigt forbi
- Fra tidligere besøg
- Fra skole, uddannelse eller arbejde
- Anbefaling fra familie og venner
- Fra aviser
- Fra turistinformation – web, kataloger
- Fra museets informationsmateriale (f.eks. nyhedsbrev, plakat, flyers, skilte)
- Fra museets hjemmeside
- Fra hjemmesider om kulturtilbud (f.eks. AOK, visitnordjylland.dk, KulturKlik)
- Sociale medier (f.eks. facebook)
- Andre steder

11. Hvem er du sammen med her i dag?

Sæt gerne flere kryds

- Familie med børn i alderen 0-12 år
- Familie med flere generationer
- Min partner/ægtefælle
- Venner
- Kolleger fra mit arbejde
- Personer fra min uddannelsesinstitution
- Jeg er her alene
- Andet

12. Hvor mange personer er der i den gruppe, som du besøgte museet sammen med?

- 2-4
- 5-8
- 9 eller flere

13. Hvor lang tid varede dit besøg i dag?

- Under 1 time
- 1-2 timer
- 2-3 timer
- 3 timer eller mere

14. Hvilket køn er du?

- Mand
- Kvinde
- Andet
- Ønsker ikke at oplyse

15. Hvad er din alder? _____

16. Hvad er din højeste gennemførte uddannelse, eller niveauet på din igangværende uddannelse?

- Folkeskole
- Gymnasial eller erhvervgymnasial uddannelse
- Erhvervsfaglig uddannelse
- Kort videregående uddannelse, under 3 år
- Mellemlang videregående uddannelse, 3-4 år
- Lang videregående uddannelse, over 4 år

17. Hvordan kunne museet gøre din museumsoplevelse bedre?

Forventninger og vaner efter COVID-19

Spørgsmålene fokuserer på brugernes holdninger, forventninger og vaner efter COVID-19. Bemærk, at spørgsmålene kun stilles på dansk.

1. I hvilket omfang har COVID-19 situationen påvirket din lyst til at gå på museum?

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| Fået meget mere lyst | <input type="checkbox"/> |
| Fået mere lyst | <input type="checkbox"/> |
| Uændret | <input type="checkbox"/> |
| Fået mindre lyst | <input type="checkbox"/> |
| Fået meget mindre lyst | <input type="checkbox"/> |
| Ved ikke | <input type="checkbox"/> |

2. Hvor tryk eller utryk er du ved tanken om at gå på museum indenfor det næste halve år?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Meget tryk | <input type="checkbox"/> |
| Tryk | <input type="checkbox"/> |
| Lidt tryk | <input type="checkbox"/> |
| Hverken tryk eller utryk | <input type="checkbox"/> |
| Lidt utryk | <input type="checkbox"/> |
| Meget utryk | <input type="checkbox"/> |
| Ved ikke | <input type="checkbox"/> |

3. Museum XX har forskellige tiltag for at mindske risikoen for smittespredning (Covid-19). Hvilke af disse tiltag bør museet overveje at forbedre efter din mening?

Du kan vælge flere svarmuligheder

- | | |
|--|--------------------------|
| Påbud om håndvask/håndsprit ved ankomst | <input type="checkbox"/> |
| Kø-regulering ved toiletter, garderobe og evt. spisesteder | <input type="checkbox"/> |
| Skiltning med informationsmateriale om symptomer på COVID-19, god hygiejne og hensigtsmæssig adfærd i det offentlige rum | <input type="checkbox"/> |
| Sikker afstand mellem gæsterne | <input type="checkbox"/> |
| Begrænsning af antal besøgende | <input type="checkbox"/> |
| Andet, skriv gerne: _____ | <input type="checkbox"/> |
| Ved ikke | <input type="checkbox"/> |

4. Har ændringer i billetbestilling, tidsbegrænsninger og ruter påvirket din museumsoplevelse på Museum XX?

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| Ja, negativt | <input type="checkbox"/> |
| Ja, positivt | <input type="checkbox"/> |
| Nej, ikke det store | <input type="checkbox"/> |

5. Hvis ja: Uddyb gerne på hvilken måde ændringerne har påvirket din museumsoplevelse? _____

6. Vil du besøge museerne mere eller mindre end du gjorde i 2019?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| Meget mere end jeg plejer | <input type="checkbox"/> |
| Mere end jeg plejer | <input type="checkbox"/> |
| Det samme som jeg plejer | <input type="checkbox"/> |
| Mindre end jeg plejer | <input type="checkbox"/> |
| Meget mindre end jeg plejer | <input type="checkbox"/> |
| Ved ikke | <input type="checkbox"/> |

7. Har du opsøgt og set digitale museumsoplevelser, mens museerne har været lukkede som følge af COVID-19?

- | | |
|-----|--------------------------|
| Ja | <input type="checkbox"/> |
| Nej | <input type="checkbox"/> |

8. Hvornår har du sidst været på et museum i Danmark?

- | | |
|--|--------------------------|
| Inden for de seneste 12 måneder udover dette besøg | <input type="checkbox"/> |
| 1-2 år siden | <input type="checkbox"/> |
| Mere end 2 år siden | <input type="checkbox"/> |
| Ved ikke | <input type="checkbox"/> |

SEISMON¹UT

RAMBOLL

N

E

M

I

U

S

T

s

o

