



MINISTERIET

SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

DEN NATIONALE BRUGERUNDERSØGELSE ÅRSRAPPORT 2018

INDHOLD

FORORD

DEN NATIONALE BRUGERUNDERSØGELSE FOR MUSEER

REFLEKSIONER 56

1 En god oplevelse er altid noget, som jeg deler med andre.....57
Af Martin Brandt Djupdræt, overinspektør, Den Gamle By

2 Hvordan får vi ikke-brugerne ind gennem døren?.....60
Af Henrik Sell, vicedirektør og formidlingschef,
Naturhistorisk Museum, Aarhus

3 Fællesskabet som udgangspunkt63
Af Mikkel Bogh, direktør, og Lise Korsgaard,
vicedirektør og kommunikationschef, SMK

FORORD

Vi lever i et evalueringssamfund. At evaluere handler i bund og grund om at værdisætte ting. At spørge, hvilken værdi noget har og giver brugerne. Det er imidlertid ikke alting, der er værd at evaluere, ligesom at der er mange værdifulde ting, som aldrig bliver evalueret.

I Slots- og Kulturstyrelsen er vi overbevist om, at evalueringen af de danske museers brugere er værdifuld. Værdifuld på nationalt plan for det samlede museumsvesen og værdifuld på lokalt plan for det enkelte museum.

Den nationale brugerundersøgelse blev påbegyndt i 2009 og har i år 10-års jubilæum. Den udsprang af *Udredningen om museernes formidling* (2006), hvor repræsentanter fra museerne anbefalede landsdækkende, sammenlignelige publikumsundersøgelser med henblik på at styrke museernes brugerkendskab.

I dag er brugerundersøgelsen et strategisk og praksisrelateret redskab, som understøtter museernes faglige udvikling. Den giver et godt indblik i, hvem museumsbrugere er, hvordan de vurderer deres museumsbesøg, og hvad der motiverer dem.

Den viden skal vi bruge til noget. For den muliggør udviklingen af målrettede formidlingsinitiativer for det enkelte museum. Den muliggør sammenligning på tværs af museumssektoren. Og den muliggør en unik, historisk forståelse af det danske museumsvesens udvikling i relation til vores samfund. For museerne er brugerundersøgelsen et ledelsesværktøj til at sikre, at museet når de brugergrupper, de ønsker med deres udstillinger.

Ikke-brugerundersøgelse

I en længere årrække har besøgstillene på de danske museer været stigende, men brugerundersøgelsen viser også, at karakteristikkene af museets brugere overordnet er den samme. Det er fortsat en uddannet kvinde i halvtredserne. Ligesom det også fortsat er en social ting at gå på museum. Kun 8 pct. går på museum alene.

Derfor har vi i år et særskilt fokus på ikke-brugerne. Ikke-brugerne har tidligere været i fokus, men for 2018 er deres profil, vurderinger af og motivationer for museumsbesøg undersøgt indgående med særligt fokus på de kortuddannede ikke-brugere. Hvad er deres oplevelser? Hvilke barrierer står i vejen for at gå på museum? Og hvilke ting kunne gøre, at de ville besøge museerne oftere?

Det er opsigtsvækkende læsning, som fordrer nye diskussioner af museernes relevans for hele den danske befolkning.

Hverken bruger- eller ikke-brugerundersøgelsen giver dog alle svar. Svarene skal vi finde sammen. Ikke desto mindre udgør de et væsentligt fundament for at forstå og værdisætte museernes aktuelle og potentielle brugere. Et fundament vi bliver nødt til at forholde os til, så museerne fortsat er relevante og efterspurgt.

Ole Winther
Enhedschef for Museer og Folkeoplysning
Slots- og Kulturstyrelsen

**DEN NATIONALE
BRUGERUNDERSØGELSE
FOR MUSEER**

SEISMON¹UT

RAMBØLL

Den nationale brugerundersøgelse for museer

Årsrapport 2018

Indhold

1. Indledning	3
Læsevejledning	3
2. Sammenfatning	4
3. Brugernes baggrund	7
Brugere, der bor i Danmark	8
Brugere, der bor i udlandet	11
4. Brugernes vurdering af museumsbesøget	13
Den samlede oplevelse og anbefaling af museet	14
Museernes kerneydelser og services	15
5. Brugernes motivation	18
De seks motivationstyper	19
Ens vurdering af museumsoplevelsen på tværs af motivationstyper	21
6. Ikke-brugere af museer	22
Ikke-brugernes baggrund	24
To grupper af ikke-brugere	25
Opbakning til museer	26
Ikke-brugernes oplevelse af museer	29
Barrierer i forhold til museumsbrug	31
Muligheder for øget brug af museer	33
Interesser i fritiden	35
Museer i udlandet	37
7. Metode	39
Brugerundersøgelsens metode	40
Ikke-brugerundersøgelsens metode	41
8. Bilag	42
Bilag 1: Museer i brugerundersøgelsen	43
Bilag 2: Spørgeskema, brugere	47
Bilag 3: Spørgeskema, ikke-brugere	51

1. Indledning

Nærværende publikation præsenterer resultaterne af brugerundersøgelsen på de statslige og statsanerkendte museer for 2017. Brugerundersøgelsen for 2017 er gennemført af Slots- og Kulturstyrelsen med Rambøll og Seismonaut som operatører.

Brugerundersøgelsen er blevet gennemført siden 2009 og giver viden om, hvem museernes brugere er, hvordan de bruger museerne, samt deres vurdering af museerne. Dertil er der i forbindelse med årets brugerundersøgelse gennemført en særskilt undersøgelse af ikke-brugere af museer.

Foruden årsrapporten med de samlede resultater har hvert deltagende museum modtaget en individuel rapport med resultaterne for den enkelte institution eller det undersøgte besøgssted. Museerne har hele tiden adgang til deres resultater digitalt. Det gør det muligt for museerne at sammenligne sig med andre museers resultater og identificere områder, hvor de kan lære af andre museers praksis.

Foruden museer er denne undersøgelse henvendt til politiske beslutningstagere, embedsværket, uddannelses- og forskningsinstitutioner samt borgere og journalister.

Læsevejledning

Rapporten er disponeret, så den kan læses i sin helhed og selektivt – afhængigt af hvilke resultater der har særlig interesse.

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 og læringsadfærd på museer.

Kapitel 6 behandler ikke-brugere af museer, herunder deres oplevelse af museer samt barrierer og muligheder i forhold til brug af museer.

Kapitel 7 beskriver brugerundersøgelsens og ikke-brugerundersøgelsens metode og datagrundlag.

Bilag

Oversigt over de deltagende museer og besøgssteder
Spørgeskema.

2. Sammenfatning

2. Sammenfatning

Kapitlet sammenfatter hovedresultater for brugerundersøgelsen i 2018 sammenholdt med 2017.

Billedet af den typiske museumsbruger er uændret

Ser vi nærmere på de museumsbrugere, der bor i Danmark, viser undersøgelsen fra 2018 et uændret billede af den typiske bruger set i forhold til 2017. Det er særligt kvinder samt borgere fra 50 år og opefter, der bruger museerne. De højtuddannede, er også fortsat overrepræsenterede på museerne, mens borgere med en kort uddannelsesbaggrund er underrepræsenterede.

Undersøgelsen cementerer også, at et museumsbesøg indgår i en social sammenhæng. Ligesom i 2017 kommer 92% af brugerne sammen med andre, mens kun 8% besøger et museum alene.

Flest turister fra Tyskland, USA og Storbritannien på museerne

Hvor andelen af internationale turister toppede med 30% i 2017, er andelen 27% i 2018, hvilket ikke er en signifikant udvikling. Sammensætningen af internationale turister blandt museumsbrugere ligner i store træk fordelingen i 2017 – den største andel kommer fra Tyskland, USA og Storbritannien. Af de 27% af brugerne, der har bopæl i udlandet, er 21% fra Europa, og de resterende 6% fra andre steder i verden.

Brugere med bopæl i udlandet har en anderledes profil end brugere fra Danmark. De er generelt yngre og har et højere uddannelsesniveau end de danske brugere. Også blandt de internationale brugere er der flere kvinder end mænd, omend forskellen er mindre udtalt end blandt de brugere, der bor i Danmark.

Høj vurdering af museumsoplevelsen blandt brugerne

Brugere vurderer museumsoplevelsen særdeles positivt. På en skala fra 1 til 10 vurderer brugerne samlet set museumsoplevelsen til 8,6, hvilket er på niveau med 2017.

Dertil er 63% af brugerne ambassadører, der vil anbefale museet til venner og familie. Jo ældre brugerne er, desto mere positivt vurderer de museerne. Ligeledes vurderer kvinder museerne mere positivt end mænd, ligesom

højtuddannede giver en mere positiv vurdering end kortuddannede.

De af museets kerneydelser, brugerne vurderer højest, er – ligesom i 2017 – medarbejdernes venlighed og imødekommethed efterfulgt af atmosfæren. De områder, brugerne vurderer lavest – og dermed er mindst tilfredse med – er muligheden for at deltage aktivt, formidling via brug af digitale medier samt brugeroplevelsen for børn.

Udstillingerne vurderes til 8,6 og er ubetinget den af museets kerneydelser, som har størst betydning for brugerne vurdering af den samlede museumsoplevelse. Det vil sige, at jo højere brugerne har vurderet udstillingerne, desto højere er brugerne samlede vurdering af besøget. Samme tendens var gældende i 2017.

Museer er vigtige, men mindre relevante for ikke-brugere

Brugerundersøgelsen sætter i år også fokus på museers ikke-brugere. De er i denne sammenhæng defineret som danskere, som ikke har været på et dansk museum de seneste 12 måneder eller mere. Ikke-brugerundersøgelsen indeholder en dybdegående analyse af kortuddannede ikke-brugeres brug og oplevelse af museer. Temaet om ikke-brugere er relevant, fordi det giver et indblik i en gruppe, der ikke (normalt) bruger museer, og hvad museerne skal være opmærksomme på, hvis de vil inkludere dem som deres brugere.

50% af danskerne har ikke været på museum det seneste år og betegnes dermed som ikke-brugere. Der er en nogenlunde ligelig fordeling af mænd og kvinder blandt ikke-brugerne. Der er ikke markante geografiske udsving set i forhold til befolkningen generelt. Derimod er der en stærk sammenhæng mellem uddannelse og brug af museer. 60% af ikke-brugerne har en kort uddannelse bag sig i form af enten grundskolen eller en gymnasial, erhvervsfaglig eller kort videregående uddannelse. Den største andel af ikke-brugere findes i aldersgruppen 30-49 år.

Alligevel er der blandt ikke-brugerne en bred opbakning til museer. Hele 65% synes, det er meget vigtigt eller vigtigt, at vi har museer i Danmark. Dog er museerne i mindre grad relevante for den enkelte ikke-bruger. Det

vidner om, at museerne har en stærk legitimitet i samfundet, mens relevansen er mindre udtalt for ikke-brugerne. Det gælder ikke mindst for de kortuddannede ikke-brugere.

Til trods for ikke-brugernes sjældne brug af de danske museer har de grundlæggende en positiv opfattelse af museer, der særligt beskrives med ord som lærerigt og spændende. Barriererne for brug af museer er, at ikke-brugerne prioriterer andre oplevelser, at det er for dyrt, og at de ikke har nogen at gå på museum med. For de kortuddannede er det dertil en barriere, at de ikke har erfaring med museumsbesøg, og at de har et ringe kendskab til det varierede museumsudbud, som findes i dag.

Hvis ikke-brugerne skal gå på museum oftere, må museerne beskæftige sig med temaer, som interesserer ikke-brugerne, og gøre besøget mere relaterbart og sanseligt. Ikke-brugerne interesserer sig i deres fritid for især TV og film samt sport, men også for emner som bøger, musik, hus og have samt mad. Det er dermed nogle af de temaer, museerne kan tappe ind i for at udbrede deres appel.

3. Brugernes baggrund

3. Brugernes baggrund

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

Kapitlet er opdelt i brugere med bopæl i Danmark og brugere med bopæl i udlandet, der udgør henholdsvis 73% og 27% af brugerne på de statslige og statsanerkendte museer.

Brugere, der bor i Danmark

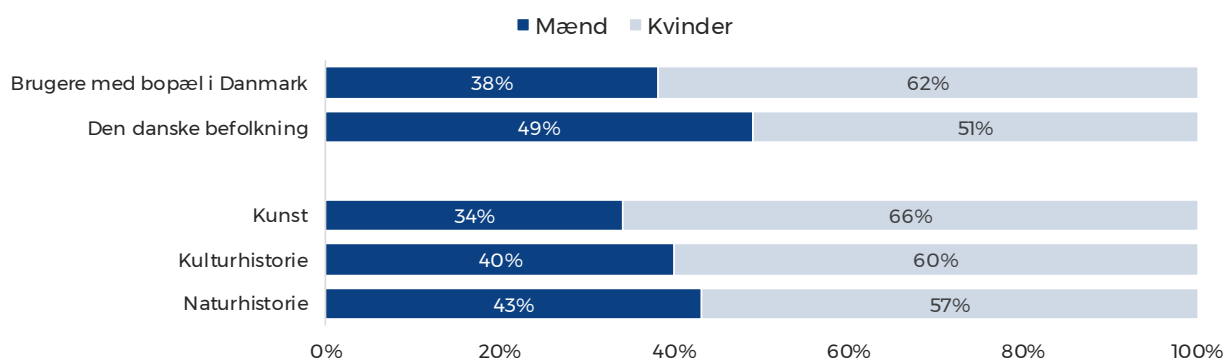
Køn

Figur 3.1 viser kønsfordelingen blandt brugerne sammenlignet med Danmarks befolkning. Samtidig viser den brugernes fordeling på køn for de tre museumskategorier: kunst, kulturhistorie og naturhistorie.

Kvinderne er overrepræsenteret på museerne: 62% af brugerne er kvinder, mens 38% er mænd. Fordelingen i den danske befolkning er 51% kvinder og 49% mænd.

På kunstmuseerne udgør kvinderne 66% af brugerne, hvilket er højere end for de øvrige to museumskategorier.

Figur 3.1: Brugere, der bor i Danmark, fordelt på køn

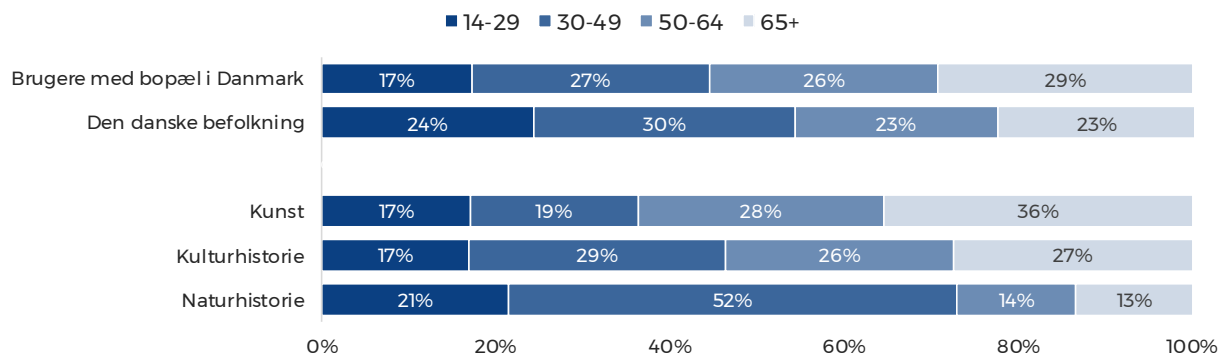


Alder

Figur 3.2 viser brugere med bopæl i Danmark fordelt på alder og opdelt på de tre museumskategorier.

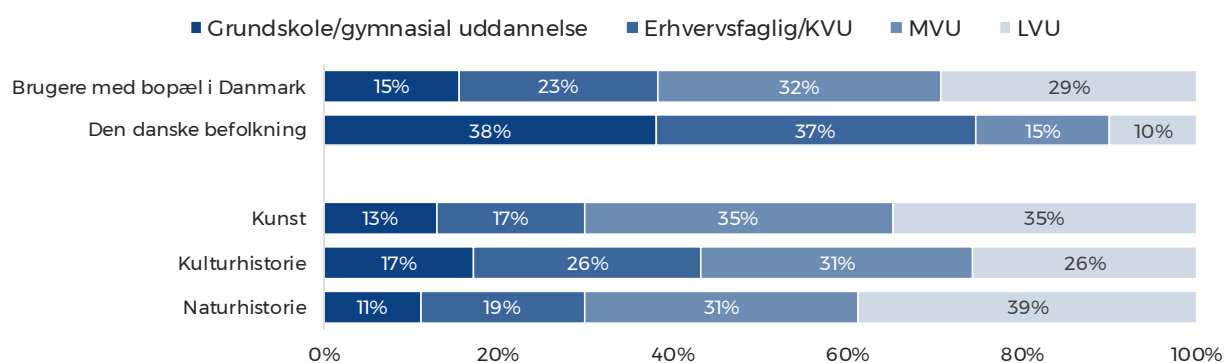
Der er en overrepræsentation af brugere i alderen 50+ i forhold til denne aldersgruppes andel af befolkningen, idet 55% af brugerne på museerne er i aldersgruppen 50+, mens de udgør 46% af den danske befolkning. Derimod er der færre unge under 30 år på museerne. Unge mellem 14 og 29 år udgør 17% af brugerne, mens de udgør 24% af den danske befolkning.

Figur 3.2: Brugere, der bor i Danmark, fordelt på alder



Kunstmuseer har de ældste brugere, idet 64% er 50 år eller derover, hvilket tilsvarende gælder for 54% af brugerne på de kulturhistoriske museer. De naturhistoriske museer har færrest ældre brugere, idet blot 27% er over 50 år.

Figur 3.3: Brugere, der bor i Danmark, fordelt på uddannelse



Uddannelse

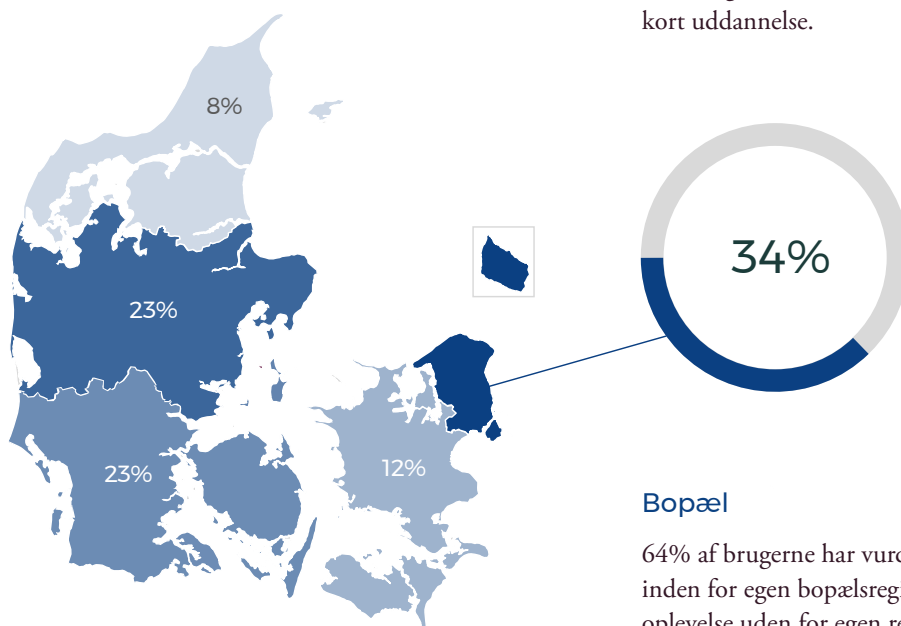
Figur 3.3 viser brugerens uddannelsesniveau sammenlignet med uddannelsesniveaut for den danske befolkning.¹

Uddannelsesniveaut blandt brugerne på museerne er højere end i den danske befolkning generelt: 61% af brugerne har en mellemlang eller lang videregående uddannelse mod 25% i den danske befolkning. Omvendt er borgere med en kort uddannelse underrepræsenteret på museerne. Kort uddannelse anvendes i hele rapporten som en samlet betegnelse for personer med en grundskoleuddannelse eller en gymnasial, erhvervsfaglig eller kort videregående uddannelse.

Note: KVU: kortere videregående uddannelse; MVU: mellemlang videregående uddannelse; LVU: lang videregående uddannelse.

1. Erhvervsfaglig uddannelse og kort videregående uddannelse er her slået sammen af hensyn til volumen i de enkelte kategorier. Dette til trods for, at en erhvervsfaglig uddannelse er en ungdomsuddannelse, mens en kort videregående uddannelse er en videregående uddannelse.

Figur 3.4: Kort over brugere, der bor i Danmark, fordelt på regioner



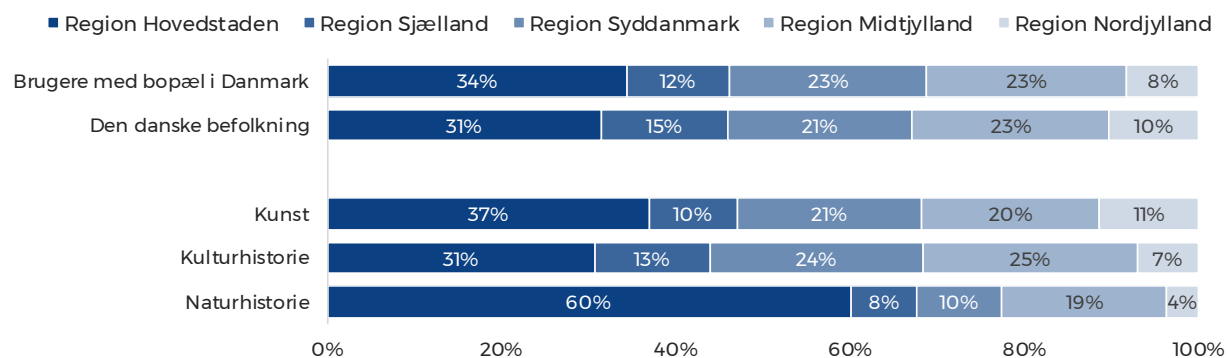
70% af brugerne på kunstmuseerne og de naturhistoriske museer har en mellemlang eller lang videregående uddannelse, hvilket tilsvarende gælder for 57% på de kulturhistoriske museer. De kulturhistoriske museer skiller sig dermed ud, idet de har flere brugere med en kort uddannelse.

Bopæl

64% af brugerne har vurderet en oplevelse på et museum inden for egen bopælsregion, mens 36% har bedømt en oplevelse uden for egen region.

Figur 3.5 viser, i hvilke regioner brugerne bor sammenlignet med den danske befolkning generelt, samt fordelingen på regioner på tværs af museums-kategorier.

Figur 3.5: Brugere, der bor i Danmark, fordelt på regioner

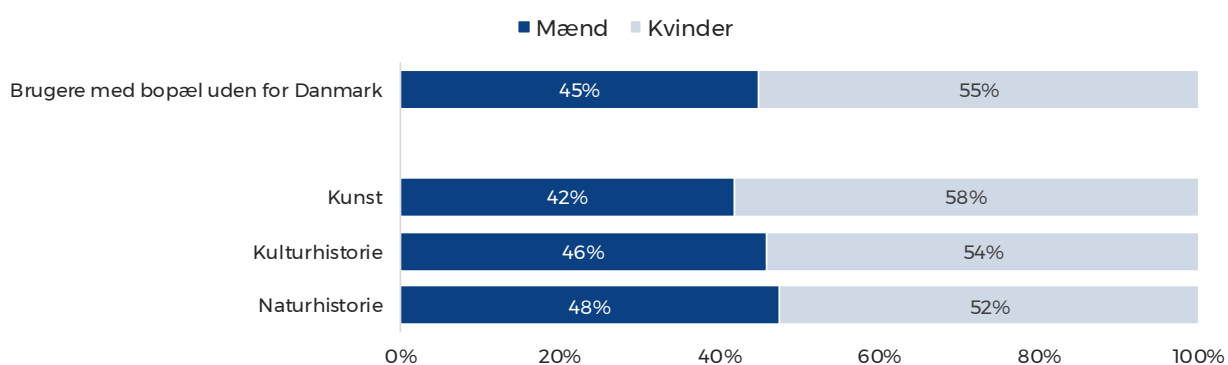


Brugere, der bor i udlandet

Brugere med bopæl i udlandet har en anden profil end brugere, der bor i Danmark. Internationale turister udgør samlet set 27% af brugerne på de danske museer. Det er lidt lavere end i 2017, hvor andelen af internationale turister var 30%. Faldet er dog ikke betydeligt.

Sammensætningen af internationale turister blandt museumsbrugere ligner i store træk fordelingen i 2017. Ud af alle museumsbrugere kommer 5% fra Tyskland efterfulgt af USA med 4% og Storbritannien med 3%. Dertil tegner Sverige og Norge sig for henholdsvis 2% og 1%. Samlet set kommer 21% af brugerne fra Europa, og de resterende 6% altså fra andre steder i verden.

Figur 3.6: Brugere, der bor i udlandet, fordelt på køn



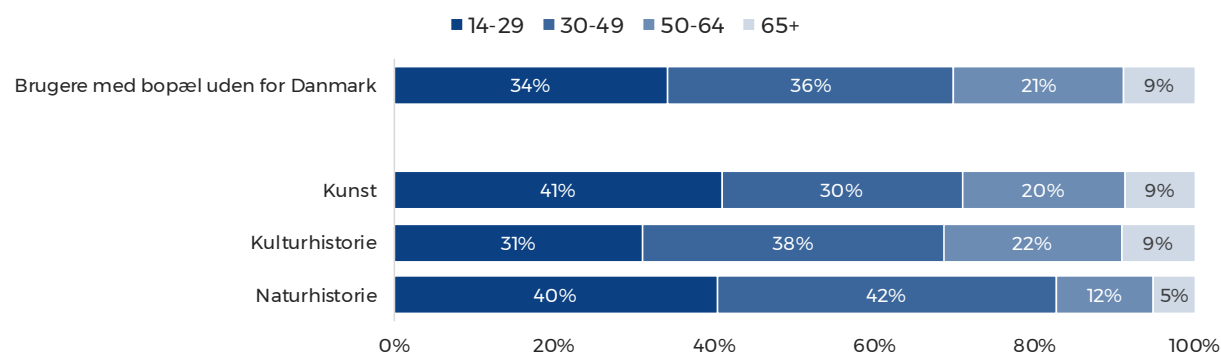
Køn

Figur 3.6 viser kønsfordelingen blandt brugere med bopæl i udlandet.

Der er en overvægt af kvinder blandt brugere, der bor i udlandet, idet 55% er kvinder, og 45% er mænd. Overvægten er dog mindre udtalt end blandt brugere med bopæl i Danmark, hvor fordelingen er 62% kvinder og 38% mænd.

Den højeste andel af kvinder findes på kunstmuseerne med en fordeling på 58% kvinder og 42% mænd. På de naturhistoriske museer er der med 48% mænd og 52% kvinder den laveste andel kvinder.

Figur 3.7 Brugere, der bor i udlandet, fordelt på alder



Alder

Figur 3.7 viser brugere med bopæl i udlandet fordelt på alder opdelt på de tre museums-kategorier.

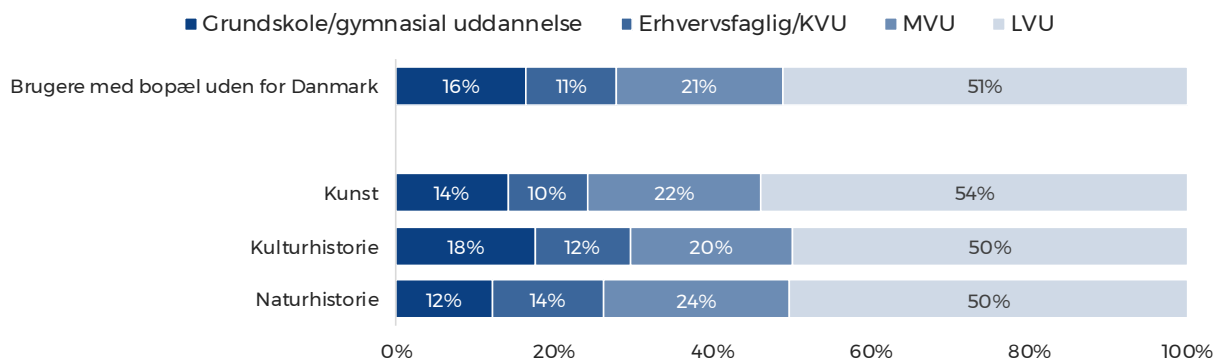
Den gennemsnitlige udenlandske bruger er væsentlig yngre end brugere med bopæl i Danmark. 70% af de internationale brugere er under 50 år, hvilket tilsvarende gælder for 44% af brugerne fra Danmark. Mens det i 2017 særligt var kunstmuseerne, der tiltrak de unge internationale brugere, gælder det i 2018 både kunstmuseerne og de naturhistoriske museer.

Uddannelse

Figur 3.8 viser internationale brugeres fordeling på uddannelse opdelt på de tre museums-kategorier.

72% af de internationale brugere har en mellemlang eller lang videregående uddannelse, hvilket er markant højere end andelen på 62% blandt brugere, der bor i Danmark. Tendensen er lidt mindre udtalt på de naturhistoriske museer, hvor 69% har en mellemlang eller lang videregående uddannelse, og 31% har en kortere uddannelse bag sig. En forklaring på det højere uddannelsesniveau blandt de internationale museumsgæster kan være, at uddannelsesniveauet har betydning for indkomsten og dermed muligheden for at tage på ferie i udlandet og benytte museumstilbud.

Figur 3.8 Brugere, der bor i udlandet, fordelt på uddannelse



Note: KVU: kortere videregående uddannelse; MVU: mellemlang videregående uddannelse; LVU: lang videregående uddannelse.

4. Brugernes vurdering af museumsbesøget

4. Brugernes vurdering af museumsbesøget

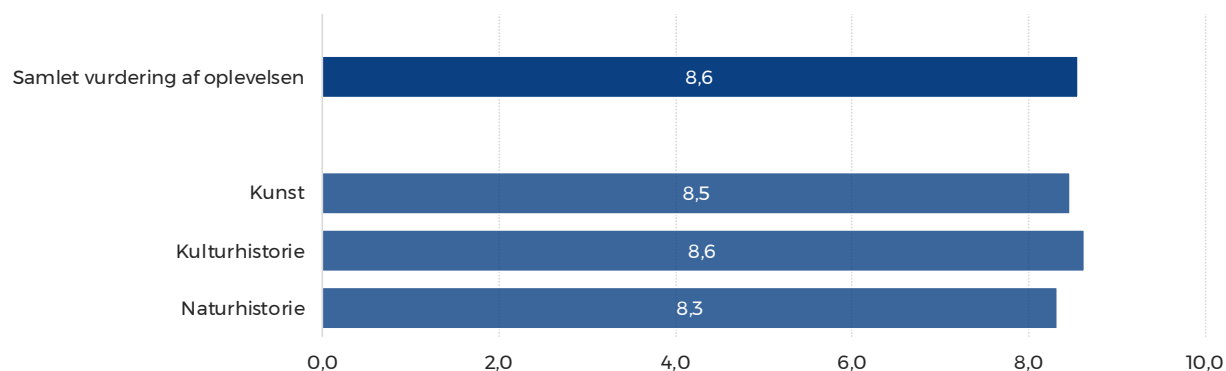
Kapitlet sammenfatter brugernes vurdering af museumsbesøget. Vurderingen er opgjort samlet for danske og internationale brugere.

Den samlede oplevelse og anbefaling af museet

Figur 4.1 viser brugernes gennemsnitlige vurdering af den samlede oplevelse på en skala fra 1 til 10, hvor 10 er højest. Den samlede gennemsnitlige vurdering i 2018 er 8,6, hvilket er på niveau med vurderingen i 2017. De 25% af museerne, der vurderes højest på den samlede vurdering af oplevelsen, har en vurdering på 8,9 eller derover, mens de 25% lavest bedømte museer vurderes til 8,4 eller derunder.

Den overordnede vurdering af de tre museums-kategorier ligger relativt tæt. De kulturhistoriske museer får en gennemsnitlig vurdering på 8,6, mens den gennemsnitlige vurdering for kunstmuseerne og de naturhistoriske museer er henholdsvis 8,5 og 8,3.

Figur 4.1: Vurdering af den samlede oplevelse



De brugere, som vurderer museerne højest, er de ældste brugere. Jo ældre brugerne er, desto mere positivt vurderer de museumsbesøget. Desuden viser analysen, at kvinder vurderer museumsbesøget højere end mænd. Endelig vurderer brugere med en uddannelse ud over gymnasialt niveau museumsoplevelsen højere end brugere med grundskoleuddannelse eller gymnasial uddannelsesbaggrund.

Vurderingen af den samlede museumsoplevelse hænger sammen med besøghyppigheden på et museum. Blandt sjældne brugere – brugere, der selv angiver, at de ikke normalt bruger museer og ikke har en særlig motivation herfor – er den samlede vurdering af museumsbesøget

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

Anbefalingsvillighed	Samlet vurdering
Ambassadører	9,2
Passive	7,9
Kritikere	6,4

8,0. Vurderingen af den samlede museumsoplevelse er højere blandt de øvrige museumsbrugere, der oftere bruger museer, hvor vurderingen ligger på 8,6. Denne forskel indikerer, at en bedre museumsoplevelse forøger chancen for flere besøg fra den enkelte bruger – ligesom det i øvrigt forøger chancen for, at brugeren vælger at anbefale museet til andre. Både den direkte og den indirekte effekt kan have indflydelse på museets besøgstal.

Et andet udtryk for, hvor tilfredse brugerne er 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. 63% af museumsbrugerne er ambassadører, der er de mest tilbøjelige til at anbefale museet til venner og familie. 27% er passive og vil hverken fraråde eller anbefale andre at besøge museet, mens de resterende 10% er kritikere, som ikke vil anbefale museet til andre. Billedet er det samme på tværs af museums-kategorier.

I hvilken grad brugerne er villige til at anbefale museet til andre, hænger tæt sammen med den samlede tilfredshed med museumsbesøget. Som figur 4.2 viser, er ambassadørerne mere positive i deres vurdering af museumsbesøget end de passive og kritikerne.

Blandt ambassadørerne er der ligeledes en større andel af kvinder, ligesom anbefalingsvilligheden stiger med alderen og uddannelsesniveaet.

Museernes kerneydelser og services

Brugernes vurdering af museernes kerneydelser og services i 2018 ligner til forveksling vurderingen i 2017. Det parameter, brugerne vurderer højest, er *medarbejdernes venlighed* og *imødekommenhed* med 9,3. Dernæst kommer *atmosfæren* og *muligheden for at være et rart sted*, begge med 8,8. De områder, som brugerne vurderer lavest og dermed er mindst tilfredse med, er *muligheden for at deltage aktivt* med 7,2, *formidling via brug af digitale medier* med 7,6 og *brugeroplevelsen for børn* med 7,8.

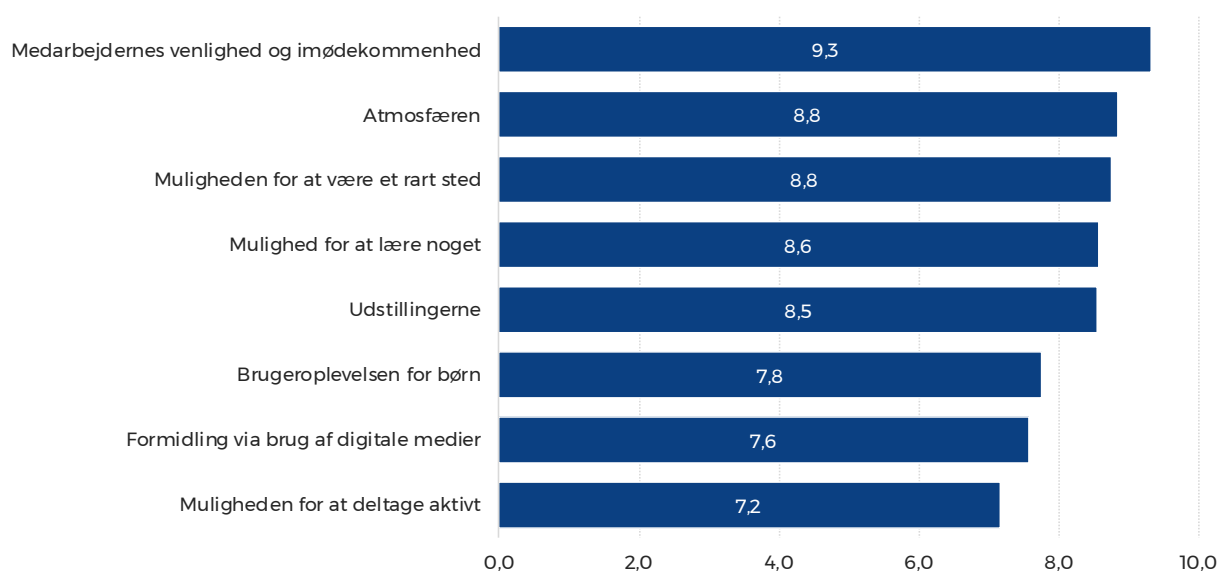
En analyse af de 25% mest tilfredse og de 25% mindst tilfredse museumsbrugere viser, at der for flere af museets

kerneydelse og services er mindre variationer mellem de to grupper. Der, hvor de 25% mindst tilfredse særligt er mere kritiske end de 25% mest tilfredse, er i forhold til brugeroplevelsen for børn og muligheden for at deltage aktivt samt formidling via digitale medier.

Udstillingerne har størst betydning for museumsoplevelsen

En nærmere statistisk analyse af brugernes vurderinger viser, hvilken betydning de enkelte kerneydelser og services har for den samlede museumsoplevelse. Analysen viser det samme som i 2017. Udstillingerne har markant størst betydning for vurderingen af museumsbesøget. Udstillingerne og dermed det faglige indhold er altså afgørende for den samlede museumsoplevelse, mens alt det andet rundt om er med til at skabe en ramme omkring besøget. Hvis udstillingen vurderes lavt, trækker det dermed ned i den samlede vurdering af museumsoplevelsen. Udstillingens betydning er særlig udtalt på kunstmuseerne.

Figur 4.3: Vurdering af kerneydelser og services



Figur 4.4: Forskelle i vurdering af kerneydelser og services

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

5. Brugernes motivation

5. Brugernes motivation

Også i 2018 sætter undersøgelsen fokus på brugernes motivation og læringsadfærd – altså hvorfor brugerne kommer på museerne, og hvordan de bruger museerne. Motivation er beskrevet på tværs af brugere med bopæl i Danmark og udlandet.

I kapitlet udfoldes fordelingen på de forskellige motivationstyper samt motivationstypernes baggrund og vurdering af museumsoplevelsen. På tværs af motivationstyperne gælder, at museumsbesøget indgår i en social sammenhæng. Nøjagtig ligesom i 2017 kommer 92% af brugerne sammen med andre, mens kun 8% besøger museet alene. Museumsbesøget er dermed en social oplevelse for langt de fleste brugere.

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.

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. 60% 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. Det vigtigste er, at dem, værten er sammen med, synes, museet er interessant. 34% 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. 32% af brugerne tilkendegiver, at de 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. 27% 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. 26% 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 museet. 15% af brugerne tilkendegiver, at de er vedhæng.

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

Brugerne i undersøgelsen er opdelt i seks forskellige typer med hver deres motivation og læringsadfærd, hvor hver bruger godt kan tilhøre flere motivationstyper. I det følgende udfoldes hver af motivationsfaktorerne og deres andel blandt brugerne på de danske museer. De respektive andele i 2018 ligger meget tæt op ad fordelingen i 2017.

Kigger man på tværs af alle brugere, er der ligesom i 2017 mindre variationer mellem brugere med bopæl i Danmark og brugere med bopæl i udlandet. Der er også i 2018 færre internationale brugere, som er *vedhæng* og *værter*, hvilket kan ses som et udtryk for, at de internationale turister har taget et aktivt valg om at gå på museum. Dertil er der blandt de internationale brugere en lavere andel af *fagligt interesserede* og en højere andel af *opladerne*. Set i forhold til de hjemlige brugere er der altså færre internationale brugere, der kommer for en specifik faglig interesse, og flere, der søger æstetiske oplevelser.

Alle motivationstyperne er kendetegnede ved en større andel af kvinder end mænd. Den højeste andel af mænd, nemlig 41%, findes blandt *fagligt interesserede* og *opladerne*.

Figur 5.1: Motivationstypernes baggrund

Motivationstyper	Køn		Alder		Uddannelse	
	Mand	Kvinde	< 50	50 +	Kort	Lang
Opladeren	40 %	60 %	58 %	42 %	28 %	72 %
Værten	38 %	62 %	53 %	47 %	34 %	66 %
Den fagligt interesserede	41 %	59 %	48 %	52 %	32 %	68 %
Oplevelsesjægeren	38 %	62 %	45 %	55 %	30 %	70 %
Den videbegærlige	38 %	62 %	51 %	49 %	31 %	69 %
Vedhænet	36 %	64 %	50 %	50 %	43 %	57 %

Note: Kort uddannelse dækker over folkeskole samt gymnasial, erhvervsfaglig og kort videregående uddannelse, mens lang uddannelse omfatter mellemlang og lang videregående uddannelse.

re, hvor der tilsvarende er 59% kvinder. Omvendt er der med 36% mænd og 64% kvinder den laveste andel af mænd blandt motivationstypen *vedhæng*.

Der er en nogenlunde jævn aldersfordeling inden for motivationstyperne. Den højeste andel af brugere i alderen 50+ findes med 55% blandt *oplevelsesjægerne*, og den laveste med 42% blandt opladerne.

Opladeren er den motivationstype, som har den største andel af brugere med en høj uddannelse. 72% af *opladerne* har en mellemlang eller lang videregående uddannelse, hvilket tilsvarende gælder for 57% blandt motivationstypen *vedhæng*, der har den laveste andel af højtuddannede.

Ens vurdering af museumsoplevelsen på tværs af motivationstyper

Den samlede vurdering af museumsoplevelsen er stort set enslydende på tværs af motivationstyper.

Andelen af ambassadører, der vil anbefale museet til venner og familie, er høj på tværs af motivationstyperne.

Figur 5.2: Motivationstypernes samlede vurdering af museumsbesøget

Motivationstyper	Samlet vurdering
Oplader	8,7
Vært	8,7
Fagligt interesseret	8,7
Oplevelsesjæger	8,7
Videbegærlig	8,7
Vedhæng	8,6

Dog er anbefalingsvilligheden lavere blandt *vedhæng*, hvor 62% er ambassadører mod 67-69% blandt de øvrige motivationstyper.

Der er på tværs af motivationstyper også bred enighed om, hvad der har størst betydning for den samlede museumsoplevelse, nemlig udstillingerne. Dog er udstillingerne særlig vigtige for *oplevelsesjægerne*s samlede vurdering og lidt mindre vigtige for *værterne* og *vedhængene*.



6. Ikke-brugere af museer

6. Ikke-brugere af museer

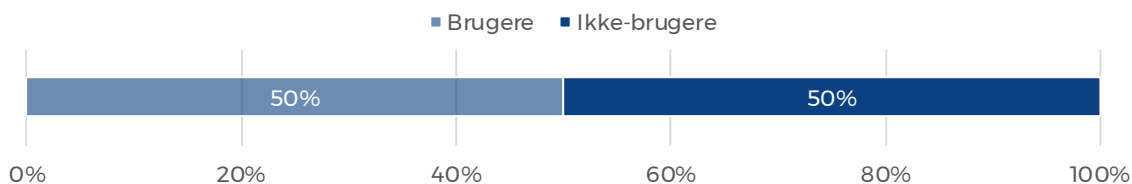
I år indeholder brugerundersøgelsen også en undersøgelse af museernes ikke-brugere. De er i denne sammenhæng defineret som danskere, der ikke har brugt et dansk museum de seneste 12 måneder eller mere.

En forståelse for ikke-brugerne er relevant for at kunne udvide museernes brugergrupper. Ikke-brugerne adskiller sig nemlig i deres profil fra museumsbrugerne.

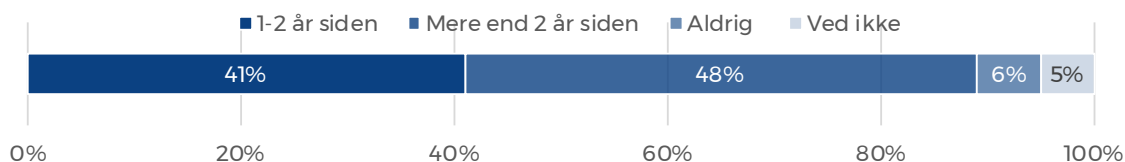
Nærværende kapitel udfolder, hvilken baggrund ikke-brugerne af museer har, hvordan de oplever de danske museer, samt barrierer og muligheder for øget brug af museer. Kapitlet er baseret på svar fra 918 ikke-brugere i alderen 16-74 år. Ikke-brugerne er identificeret i en panelundersøgelse med deltagelse af 2.136 danskere.

Undersøgelsen indeholder også en dybdegående analyse af en særlig gruppe af ikke-brugere, nemlig kortudannede ikke-brugere. Det skyldes, at der er en klar sammenhæng mellem uddannelsesniveau og brug af museer. Den dybdegående analyse er foruden spørgeskemaundersøgelsen baseret på 15 kvalitative interviews med målgruppen.

Figur 6.1: Fordeling af brugere og ikke-brugere



Figur 6.2: Ikke-brugeres seneste besøg på et museum i Danmark



Panelundersøgelsen viser, at der er 50%, som ikke har været på museum inden for det seneste år og dermed kan betegnes som ikke-brugere.

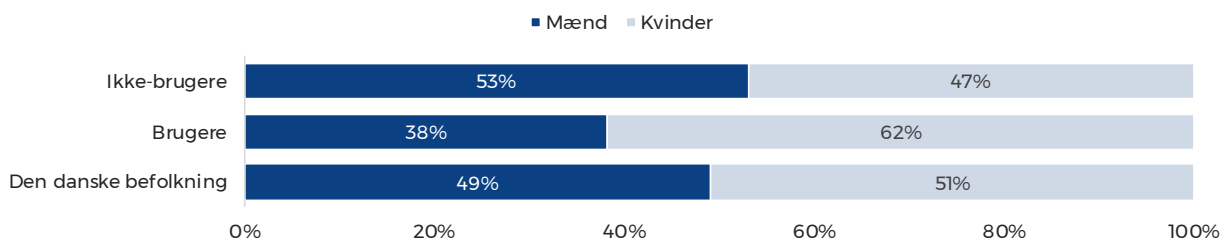
Ikke-brugernes baggrund

I det følgende opridses ikke-brugernes demografiske baggrund, herunder køn, alder, uddannelse og geografisk fordeling.

Tabellerne i dette afsnit er baseret på tre forskellige kilder. Ikke-brugerne refererer til panelundersøgelsen, mens data for brugerne kommer fra den nationale brugerundersøgelse. Data vedrørende den danske befolkning stammer fra Danmarks Statistik².

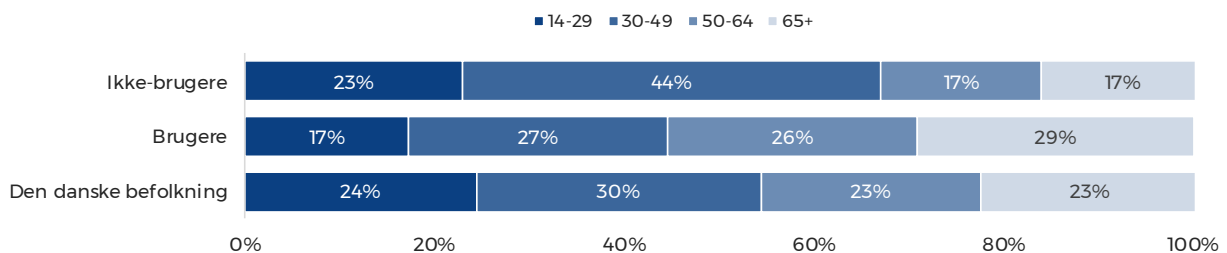
Hvor det blandt brugerne især er kvinderne, der går på museum, er der en mere ligelig fordeling af mænd og kvinder blandt ikke-brugerne. 53% af ikke-brugerne er mænd, og 47% kvinder³.

Figur 6.3: Ikke-brugere fordelt på køn



Der findes ikke-brugere af museer i alle aldersgrupper, men der er en overvægt af ikke-brugere i aldersgruppen 30-49 år. Denne aldersgruppe har typisk mindre tid til at gå på museum, fordi de både er aktive på arbejdsmarkedet og i større udstrækning har hjemmeboende børn, hvilket gælder for 50% af de 30-49-årige. Omvendt er der flere i aldersgruppen 50+, som går på museum. Derfor er aldersgruppen underrepræsenteret blandt ikke-brugerne.

Figur 6.4: Ikke-brugere fordelt på alder

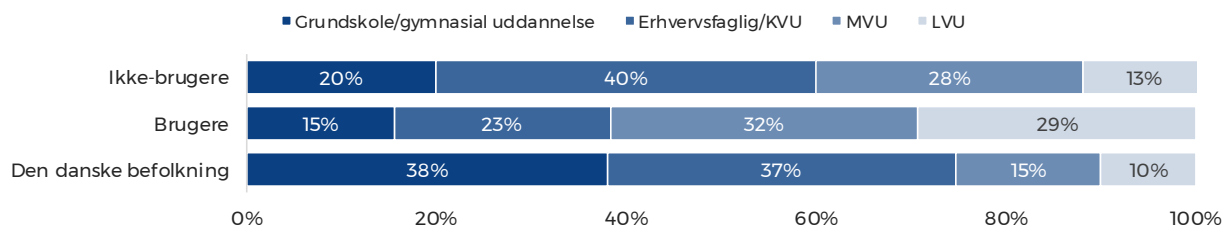


2. Resultaterne for ikke-brugerne vedrører personer i alderen 16-74 år og adskiller sig dermed fra alderssammensætningen i brugerundersøgelsen og tallene fra Danmarks Statistik, hvor der ikke er en øvre aldersgrænse. Konsekvenser af denne forskel kommenteres i selve teksten, hvor det er relevant.

3. Den samlede andel af mænd, når resultaterne for ikke-brugere og brugere sammenlægges, bliver ca. 46 %. Det er 3 procentpoint lavere end de 49 % mænd i den danske befolkning. Forskellen kan hovedsageligt tilskrives, at kvinder er mere tilbøjelige til at deltage i brugerundersøgelsen end mænd.

Der er en tydelig sammenhæng mellem uddannelse og brug af museer, idet ikke-brugere af museer har et lavere uddannelsesniveau end brugerne. 60% af ikke-brugerne har en kortere uddannelse bag sig, mens det tilsvarende tal for brugerne er 38%.⁴

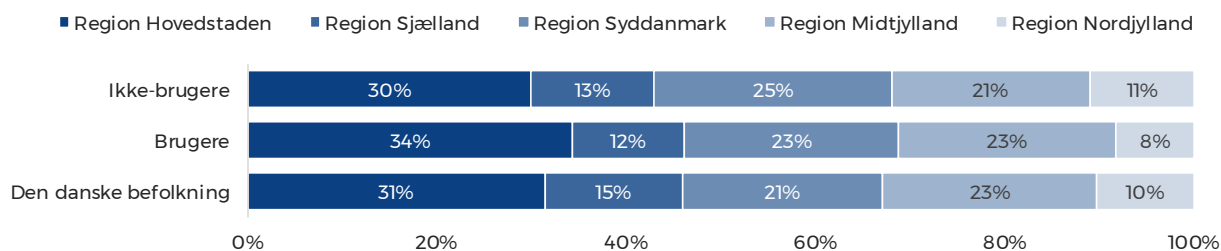
Figur 6.5: Ikke-brugere fordelt på uddannelse



Note: KVU: kortere videregående uddannelse; MVU: mellemlang videregående uddannelse; LVU: lang videregående uddannelse.

Ikke-brugere af museer er bosat nogenlunde som befolkningen i øvrigt, og der er dermed ikke afgørende geografiske udsving i, hvem der ikke bruger museer.

Figur 6.6: Ikke-brugere fordelt på regioner



To grupper af ikke-brugere

Ud over ikke-brugerens demografiske baggrund kan ikke-brugerne inddeles efter, hvornår de senest har været på et dansk museum. Det er interessant, fordi der er en række forskelle mellem ikke-brugere, der har været på museum for 1-2 år siden, og ikke-brugere, der ikke har været på museum i mere end 2 år. De, der har været på museum for 1-2 år siden, er grundlæggende mere positive i deres vurdering af museer. Det indikerer, at museerne har lettere ved at tiltrække den gruppe af ikke-brugere, der har været på museum for 1-2 år siden.

Blandt dem, der har været på museum for 1-2 år siden, ligger kønsfordelingen tæt på gennemsnittet for alle ikke-brugere. Blandt dem, der ikke har brugt et museum i mere end 2 år, er der en større andel af mænd end kvinder.

4. Set i forhold til den danske befolkning ser det umiddelbart ud til, at både brugere (i brugerundersøgelsen) og ikke-brugere (i panelundersøgelsen) har et højere uddannelsesniveau. Det vurderes, at ikke-brugerens relativt høje uddannelsesniveau i sammenligning med den danske befolkning til dels kan tilskrives en overrapportering af det faktiske uddannelsesniveau, dels en mindre reel underrepræsentation af personer med grundskole/gymnasial uddannelse som højeste uddannelse.

I forhold til alder er der lidt flere under 50 år, nemlig 68%, som ikke har været på museum i mere end 2 år.

Den mest markante forskel mellem de to grupper er sammenhængen mellem uddannelsesniveau og seneste museumsbesøg. Blandt dem, der har været på museum for 1-2 år siden, har 52% en kortere uddannelse, mens det gælder for 66% af dem, der har været på museum for mere end 2 år siden. Uddannelsesniveaet falder dermed med hyppigheden for seneste museumsbesøg.

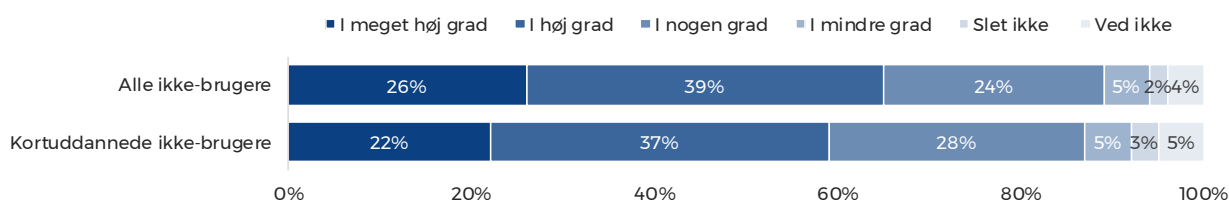
Figur 6.7: Frekvens for seneste museumsbesøg

Seneste museumsbesøg	Køn		Alder		Uddannelse	
	Mand	Kvinde	< 50	50 +	Kort	Lang
1-2 år	48 %	52 %	64 %	36 %	52 %	48 %
Mere end 2 år	56 %	44 %	68 %	32 %	66 %	34 %

Opbakning til museer

Ikke-brugerne synes, det er vigtigt, at vi har museer i Danmark, selvom de ikke selv benytter dem særlig ofte. 26% mener i meget høj grad, at det er vigtigt, mens 39% mener det i høj grad. Desuden er der ganske få, som i mindre grad eller slet ikke synes, det er vigtigt, at vi har museer i Danmark. Det vidner om en bred opbakning til museerne, og at museer er institutioner med stor legitimitet.

Figur 6.8: Det er vigtigt, at vi har museer i Danmark



Opbakningen til museer er lavere blandt kortuddannede end højtuddannede ikke-brugere. 59% af de kortuddannede ikke-brugere erklærer sig meget enige eller enige i, at det er vigtigt, vi har museer i Danmark, hvilket gælder for 74% af de højtuddannede.

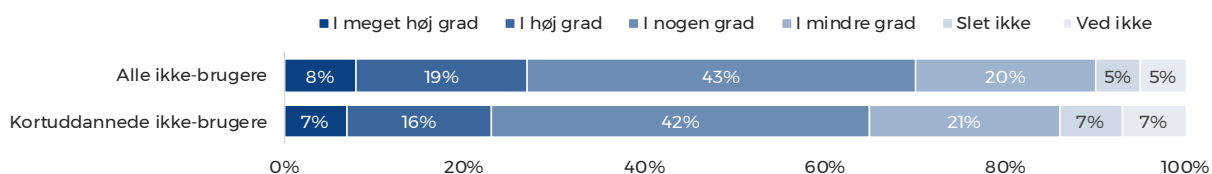
Til trods for opbakningen til museerne er de danske museer mindre relevante for ikke-brugerne. For 27% af ikke-brugerne er museer i meget høj grad eller i høj grad relevante, mens de for 43% kun i nogen grad er relevante.

De danske museer er i mindre grad relevante for kortuddannede end for højtuddannede ikke-brugere. Hvor

museerne i meget høj grad eller i høj grad er relevante for 23% af de kortuddannede, gælder det for 32% af de højtuddannede ikke-brugere.

Yderligere er museer i højere grad relevante for kvinder end for mænd. Mens 31% af de kvindelige ikke-brugere i meget høj grad eller i høj grad synes, at de danske museer er relevante, er andelen for de mandlige ikke-brugere 23%.

Figur 6.9: Danske museer er relevante for mig



De kortuddannede ikke-brugere synes, museer er vigtige, men de opleves som mindre relevante for dem selv.

De kvalitative interviews bekræfter, at der også blandt kortuddannede ikke-brugere er opbakning til de danske museer. Interviewpersonerne peger alle på, at museer er vigtige for Danmark, på trods af at interviewpersonerne i begrænset omfang bruger museerne.

“Museer er vildt vigtige. Når der bliver skåret i dem, så tænker jeg både på Churchill og ham den konservative politiker, som sagde, at det første, man skærer på, som regel er kulturmidlerne. Men det burde være det sidste. Der var en journalist, der spurgte Churchill under 2. Verdenskrig, hvorfor han ikke skar i kulturmidler, hvortil Churchill svarede: ‘Hvad slås vi så for, unge mand?’. Det er så vigtigt!”

– Mand, 67 år, erhvervsfaglig uddannelse, Odense Kommune.

De kortuddannede ikke-brugeres begrundelser for, hvorfor museer spiller en vigtig rolle, varierer, men kan grupperes i tre tematikker: Museumsbesøg er en vigtig del af ens skolegang, museerne bevarer dansk kulturarv til fremtidige generationer, og museer skaber stor værdi og gavn for andre borgere. Overordnet set oplever ikke-brugerne, at museer er værdiskabende, men at de ikke er målrettet dem.

“Selvfølgelig er museer vigtige! Det er vores historie, og det skal man have mulighed for at komme ind og se, hvis det interesserer én. Det ville være helt forkert, hvis de ikke var der.”

– Kvinde, 37 år, erhvervsfaglig uddannelse, Ishøj Kommune.

Specielt bevaringen af dansk kulturarv for de næste generationer påpeges som vigtig. For ikke-brugerne er det en del af skolegangen at besøge museer og på den måde lære om historie og det danske samfund, men museerne spiller ikke en vigtig rolle i ikke-brugernes voksenliv. Specielt kunstmuseerne opleves ikke som relevante.

“Museer er lidt kedelige; enten er det kunst, som ikke siger mig noget, eller man får noget viden, som man enten allerede har, eller der ikke er nogen grund til, at man får.”

– Mand, 34 år, gymnasial uddannelse, Københavns Kommune.

“Jeg kan ikke lide at føle mig lukket inde. Og den der forventning om, at man skal mene noget om alt. Jeg har været på Kronborg med ham nede i kælderen. Der tænkte jeg: ‘Gab’. Det har bare altid været sådan. Lige fra folkeskolen indtil nu, hvor jeg snart er 60. Det siger mig ikke en skid!”

– Kvinde, 59 år, kort videregående uddannelse, Halsnæs Kommune.

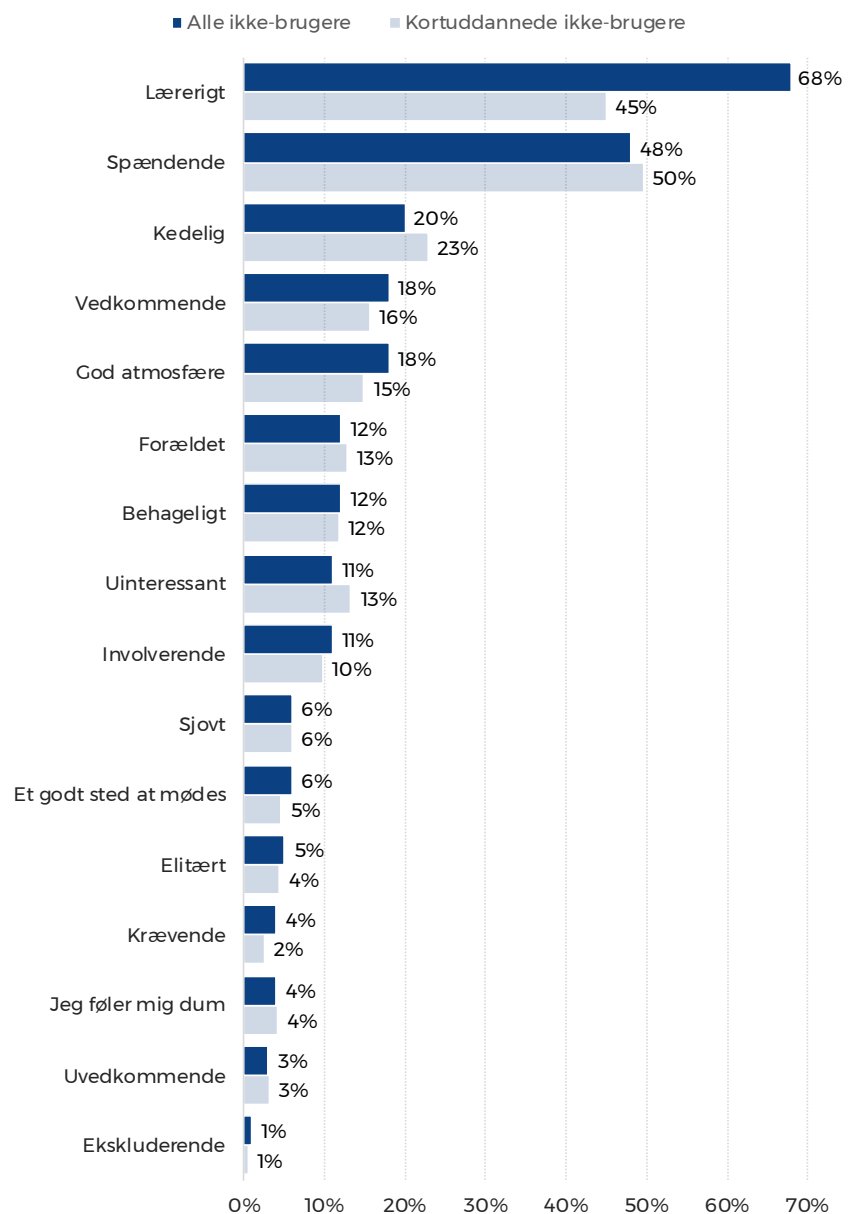
Ikke-brugernes oplevelse af museer

For at forstå, hvorfor museerne ikke opleves som relevante af ikke-brugerne, er det værd at se nærmere på ikke-brugernes opfattelse af museer.

De ord, som ikke-brugerne mener, beskriver et museum bedst, er ordene lærerigt, spændende og kedelig. Derimod opfattes museerne ikke som hverken ekskluderende, uvedkommende, krævende eller et sted, der får en til at føle sig dum. Til trods for at museerne ikke opfattes som værende relevante af ikke-brugerne, er deres overordnede billede af museer altså overvejende positivt.

De kortuddannede ikke-brugeres opfattelse af museer ligger de fleste steder tæt op ad tilkendegivelserne blandt alle ikke-brugere. Dog finder de kortuddannede i mindre grad, at et museum er lærerigt.

Figur 6.10: Ord, der beskriver museer godt



Tidligere museumsbesøg og manglende kendskab har betydning for ikke-brugernes oplevelse af museer

I de kvalitative interviews tegner der sig et billede af, at de kortuddannede ikke-brugere oplever museerne som lærerige, men også kedelige og gammeldags. Generelt huskes museumsbesøg som dårlige oplevelser på ekskursioner med skolen. Indtrykkene fra de besøg er indlejret i ikke-brugerne i forhold til deres holdning til museer og er dermed blevet en barriere for at gå på museer.

“Jeg har et minde fra folkeskolen om, at museer er helt vildt kedelige. Det er et traume, der stadig sidder i mig. Det er nok derfor, jeg ikke tager på dem. Fordi jeg på forhånd tænker, at det er kedeligt.”

– Kvinde, 29 år, erhvervsfaglig uddannelse, Aalborg Kommune.

De tidligere museumsoplevelser bidrager til, at ikke-brugere afskriver museer som relevante for dem. Det betyder samtidig, at de i mindre eller ingen grad holder sig opdateret om, hvilke udstillinger og museer der findes i Danmark. Det begrænsede kendskab til museumstilbud i Danmark bliver dermed også en barriere for ikke-brugere.

“Jeg er nok ikke særlig opmærksom på særudstillingerne på de forskellige museer. Jeg hører slet ikke om dem!”

– Mand, 67 år, erhvervsfaglig uddannelse, Odense Kommune.

“Kultur og samfund interesserer mig. Jeg synes, mange museer fokuserer på kunst og skulpturer, og det interesserer mig ikke. Hvis der var et museum om dansk eller nordisk kultur, og hvordan det er udviklet gennem de sidste 100 år, så ville det være spændende. Jeg ved ikke, om vi har det allerede – jeg kan i hvert fald ikke komme i tanke om noget.”

– Kvinde, 22 år, gymnasial uddannelse, Gladsaxe Kommune.

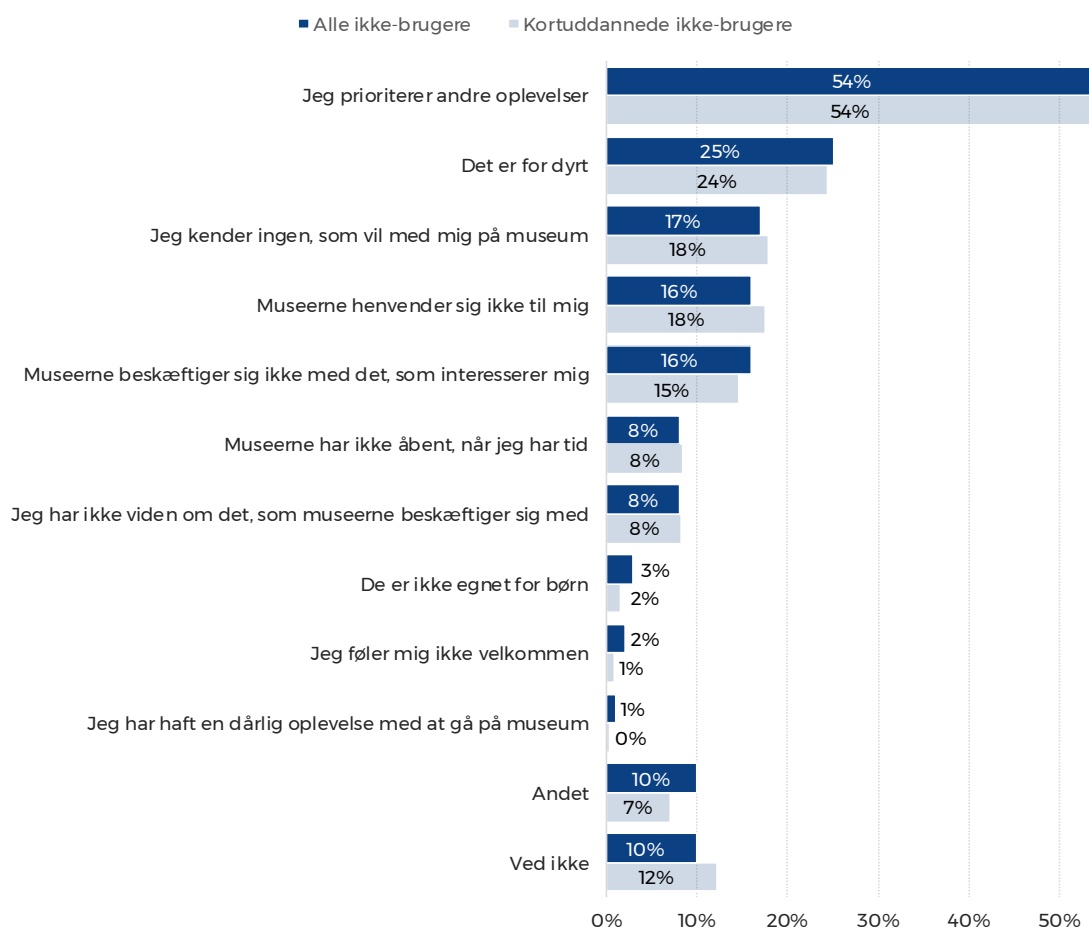
De tidligere museumsoplevelser bidrager samtidig til, at ikke-brugere har en forældet opfattelse af museer. I flere tilfælde var ikke-brugere også i tvivl om, hvorvidt noget reelt var et museum.

“Jeg var på Den Blå Planet – er det et museum?”

– Mand, 27 år, gymnasial uddannelse, Gribskov Kommune.

Interviewene viser, at kombinationen af tidligere dårlige oplevelser på et museum og manglende kendskab til de mangfoldige museumstilbud, der findes i Danmark, bliver en barriere for at bruge museerne.

Figur 6.11: Grunde til ikke at bruge museer oftere



Barrierer i forhold til museumsbrug

Når ikke-brugerne skal begrunde, hvorfor de ikke oftere bruger museer, fremhæver de, at de prioriterer andre oplevelser. Andre grunde er, at det er for dyrt, at de ikke kender nogen, som vil med på museum, samt at museerne ikke henvender sig til dem og ikke beskæftiger sig med det, som interesserer dem.⁵

Der er kun mindre variationer mellem de kortuddannede og alle ikke-brugere, når det gælder barrierer i forhold til at bruge museer. Derimod er der forskelle mellem mænd og kvinder. Mænd tilkendegiver i højere grad end kvinder, at de prioriterer andre oplevelser. Fordelingen er henholdsvis 59% og 53%. Omvendt giver kvinder i højere grad end mænd udtryk for, at det er for dyrt, hvor fordelingen er henholdsvis 28% og 18%.

De, der ikke kender nogen, som vil med dem på museum, bor i større udstrækning alene uden en partner (49%). Den tilsvarende andel blandt alle ikke-brugere er 38%. For denne gruppe handler det derfor i mindre udstrækning om, at de prioriterer andre oplevelser (46%).

5. Respondenterne har i spørgeskemaundersøgelsen haft mulighed for at vælge op til tre grunde til ikke at bruge museer oftere. Her er der næsten ingen, som har begrundet det med en tidligere dårlig oplevelse med at gå på museum. Det er altså ikke det svar, som har ligget umiddelbart ligefor. I de kvalitative interviews har interviewpersonerne haft mulighed for at forholde sig mere reflekteret til emnet, hvor de tidligere erfaringer med museer er blevet fremhævet.

De kortuddannede ikke-brugere prioriterer tid med venner og familie samt afslapning, og så er prisen en barriere.

Interviewene med ikke-brugerne viser, at de vægter socialt samvær med venner og familie højt, og generelt foretrækker de at tilbringe tid på caféer eller til middage i stedet for at tage på museum.

“Jeg synes ikke, jeg har så meget tid, så det er mest familie, venner og afslapning, som jeg bruger min fritid på.”

– Kvinde, 37 år, erhvervsfaglig uddannelse, Ishøj Kommune.

Dertil handler fravalget om, at man mangler nogen at tage på museum med, da hovedparten af interviewpersonerne gav udtryk for, at de ikke vil tage på museum alene.

“Jeg gider bare ikke tage på museum. Så meget interesserer det mig bare ikke – og slet ikke alene! Det skal være sammen med nogen, men alene – det gider jeg ikke.”

– Mand, 67 år, grundskole, Kalundborg Kommune.

Det sociale aspekt i museumsbesøget er vigtigt, fordi det at se venner og familie i fritiden har høj prioritet. Flere af interviewpersonerne nævner netop det sociale aspekt som noget, de tænker tilbage på fra tidligere museumsbesøg, som de har kombineret med god mad og godt samvær.

“Nogle museer ligger virkelig i flotte omgivelser, hvor man kan spise en lækker og hyggelig frokost sammen. Det er en stor del af oplevelsen.”

– Kvinde, 74 år, erhvervsfaglig uddannelse, Guldborgsund Kommune.

Et museumsbesøg opleves i mindre grad som afslappende og i højere grad som krævende blandt interviewpersonerne. Det skyldes, at ny viden skal tilegnes ved at læse i udstillinger, at man bevæger sig rundt i løbet af museumsbesøget, og at man samtidig skal forholde sig til det, man oplever, og sætte det ind i en kontekst.

“Museum efter arbejde om aftenen gør jeg i mindre målestok, fordi man tit skal bevæge sig og være lidt aktiv. I teateret, der sidder man med øjne og ører og nyder det.”

– Mand, 59 år, erhvervsfaglig uddannelse, Københavns Kommune.

Der hersker altså blandt de kortuddannede ikke-brugere en forventning om, at aktiviteter i fritiden er afslappende og sociale.

Endnu en barriere, der er udtalt blandt ikke-brugere, er prisen for at gå på museum. Det går både på, hvorvidt de vurderer, at det er pengene værd, og om de har råd til det.

“Hvis nogen spørger mig, om jeg vil med på museum, så vil jeg normalt spørge: ‘Hvad koster det?’. For jeg vil gerne vide, hvad det koster, i forhold til hvad jeg får ud af det. Man er vel nordjyde.”

– Kvinde, 29 år, erhvervsfaglig uddannelse, Aalborg Kommune.

Prisen som barriere handler ikke kun om billetprisen, for ikke-brugerne kendte den ikke. Barrieren handler om det samlede regnestykke for, hvad en museumstur inklusive mad og transport koster. Specielt prisen på offentlig transport blev udpeget som en barriere.

“Jeg ville ønske, at transporten ikke var så dyr. Der ville nok komme flere, hvis det var lidt billigere at køre med tog, og så ville jeg ønske, der var lidt mere i nærheden af, hvor jeg bor.”

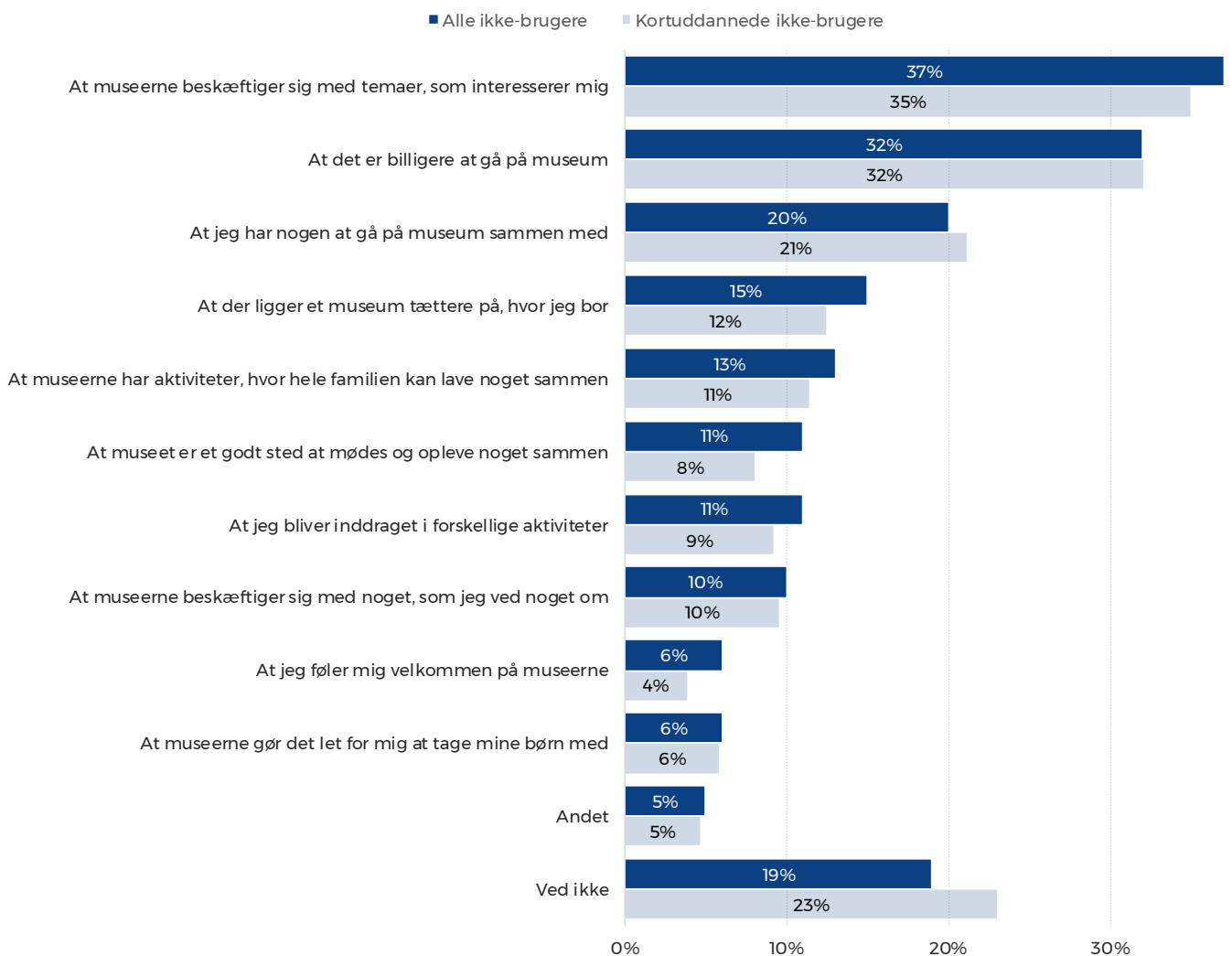
– Kvinde, 74 år, erhvervsfaglig uddannelse, Guldborgsund Kommune.

Muligheder for øget brug af museer

Flere ikke-brugere vil gå på museum oftere, hvis museerne beskæftiger sig med temaer, som interesserer dem. De vil også komme, hvis det er billigere, eller hvis de har nogen at gå på museum sammen med. Der er ikke markante forskelle mellem kortuddannede og alle ikke-brugere, når det handler om, hvad der kan motivere til øget brug af museer.

Den gruppe, der ikke kommer på museum, fordi de ikke har nogen at følges med, lægger vægt på den sociale dimension ved at gå på museum. 62% af de ikke-brugere, som ikke kender nogen at gå på museum med, vurderer, at de ville bruge museerne, hvis de havde nogen at følges med.

Figur 6.12: Noget, der kan få dig til at gå på museum oftere



Flere sanseindtryk og større relaterbarhed skaber en bedre oplevelse på museerne for de kortuddannede ikke-brugere.

De interviewede kortuddannede ikke-brugere tilkendegiver, at de godt kan lide, at man må røre ved tingene, og at flere sanser bliver aktiveret i forbindelse med museumsbesøg.

“Vi har engang været på et museum oppe på Djursland – et slot, hvor man kunne se, hvordan de levede dengang [Gammel Estrup Herregårdsmuseum] ... Man kunne komme ned i køkkenet og se, hvilken mad og hvilke kager de havde lavet der. Man kunne også købe kager, som de havde lavet i køkkenet, og spise dem. Det var spændende og anderledes, i forhold til at man bare gik rundt og kiggede. Der var lidt at se, lugte, føle og smage.”

– Kvinde, 42 år, erhvervsfaglig uddannelse, Sønderborg Kommune.

“Zoologisk Museum er sjovt. Der må man både kigge og røre ved tingene; det gør det spændende og sjovt. Det er et rigtig familiested.”

– Kvinde, 37 år, erhvervsfaglig uddannelse, Ishøj Kommune.

De kortuddannede ikke-brugere vurderer, at kunststillinger er for abstrakte. De interviewede ikke-brugere kan i mindre grad relatere til de kunstneriske udstillinger, hvorimod museer, der formidler natur- og kulturhistorie, vækker større interesse og har gjort et større indtryk på ikke-brugerne.

“Kunsten for det smukke, det er ikke mig. Jeg har aldrig forstået det med billedanalyse, og når jeg ikke forstår meningen med det, så gør det ikke noget for mig.”

– Mand, 33 år, kort videregående uddannelse, Københavns Kommune.

“Jeg kan huske, at der var noget lavet ud af cigaretter og en bil, man kunne få lov til at køre i. Sådan en rigtig fin bil. Og så kan jeg huske, at der var noget, som var for mærkeligt. Sådan noget, hvor man går hurtigt videre. Der var også en larve, som fyldte hele trappeopgangen.”

– Kvinde, 29 år, erhvervsfaglig uddannelse, Aalborg Kommune.

Det levede liv har stor interesse blandt ikke-brugerne, fordi de kan relatere til det. Flere har brugt mindre egne museer på ferier i Danmark, og på trods af at de siger, at udstillingerne minder om hinanden, finder de dem interessante, fordi det giver et billede af, hvordan livet blev levet på den egn, de besøger, og hvor de bor.

“Hvis der var et lokalmuseum i min landsby, så kunne jeg godt finde på at tage derop ofte. Det er sjovt at kende til historien her, altså den lokale historie - fx hvem der har boet i mit hus. Det gad jeg godt vide mere om!”

– Mand, 67 år, grundskole, Kalundborg Kommune.

Hvis ikke-brugerne i højere grad skal finde museerne interessante, handler det både om at aktivere ikke-brugerne ved at stimulere sanserne samt styrke den relaterbare fortælling i udstillingerne. Her er det vigtigt, at aktiviteter og deltagelse foregår på ikke-brugernes egne præmisser. Guidede ture og foredrag fanger ikke deres interesse, men bekræfter dem i stedet i deres traditionelle opfattelse af museer.

“Jeg har aldrig gået rundt i en hel flok og fulgt en guide som en flok køer. Der skal være frihed, og jeg skal kunne gå til og fra og vælge selv, fx at gå ud i haven.”

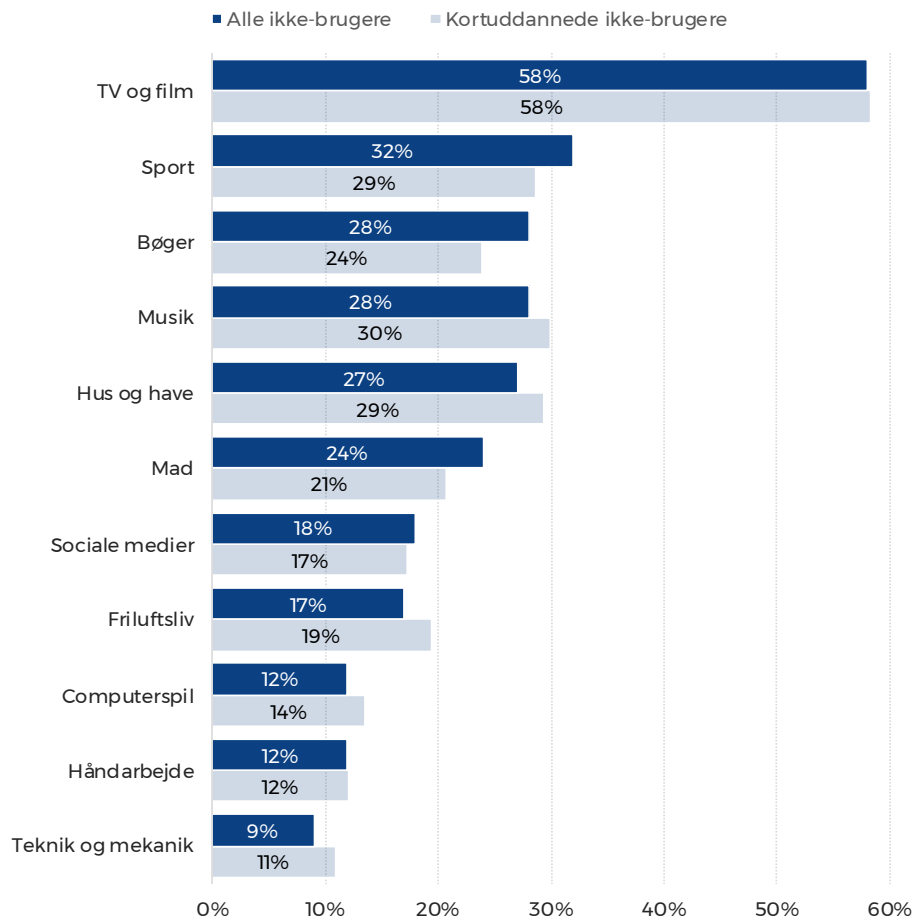
– Kvinde, 59 år, kort videregående uddannelse, Halsnæs Kommune.

Interesser i fritiden

Ikke-brugerne vil gå på museum oftere, hvis museerne beskæftiger sig med temaer, som interesserer dem, og som de kan relatere til.

De interesserer sig for forskellige områder, herunder især TV og film, sport, bøger, musik, hus og have samt mad. Det kan tyde på, at det er nogle af de emner eller tematikker, som museerne kan arbejde med, hvis de vil være relevante for ikke-brugerne.

Figur 6.13: Ikke-brugeres fritidsinteresser



Der er kun mindre variationer mellem interesserne blandt de kortuddannede og alle ikke-brugere. For begge grupper er det særligt TV og film, der optager dem. Derudover er de kortuddannede ikke-brugere særligt interesserede i musik samt hus og have.

Andre interesser og manglende erfaring med museer afholder de kortuddannede ikke-brugere fra at bruge museer.

De kvalitative interviews med de kortuddannede ikke-brugere understøtter resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen, idet manglende interesse spiller en afgørende rolle for ikke-brugernes fravalg af museer. Interviewpersonerne peger på en lang række af interesser og hobbyer, fx sport, udendørsaktiviteter, teater og biograf, som de foretrækker frem for at gå på museum.

“I min fritid er jeg nok mere til det åndelige. Det interesserer mig enormt meget. Og så går jeg rigtig meget i teateret. Det elsker jeg enormt højt! Jeg er vokset op på Det Kongelige Teater. Min mor var operasanger, så jeg blev passet af tæppemændene. Jeg kan lide alt ved teateret; duften og livet derinde.”

– Kvinde, 59 år, kort videregående uddannelse, Halsnæs Kommune.

“Jeg spiller bridge en gang om ugen, og så er jeg medlem af hjemmeværnet. Det bruger jeg meget tid på. Og så havearbejde – det bliver man nødt til, når man har en stor have.”

– Mand, 71 år, erhvervsfaglig uddannelse, Herning Kommune.

“Politik interesserer mig som almindelig borger, og så spiller jeg Dungeons and Dragons. Jeg læser også skønlitteratur, men det meste af min tid bruger jeg på at træne op til cykelløb, også for at få motion.”

– Mand, 33 år, kort videregående uddannelse, Københavns Kommune.

Flere peger på, at de foretrækker udendørsaktiviteter. Der er generelt en opfattelse af, at det, som man kan se på museerne, også kan opleves gennem TV-programmer eller læses online.

“Det meste af det, som jeg er interesseret i, det ser jeg jo programmer om på TV. Der får jeg al den viden, som jeg gerne vil have.”

– Mand, 68 år, grundskole, Faaborg-Midtfyn Kommune.

Derudover viser interviewene, at det har betydning, om ikke-brugerne er vokset op med at gå på museer eller ej. De, der har haft en tradition for det i familien, har større opmærksomhed på museer – og tager uden tøven på museum i forbindelse med udenlandsrejser. De ikke-brugere, som ikke er vokset op med museumsbesøg, har derimod ikke en opmærksomhed på museer som en aktivitet i fritiden.

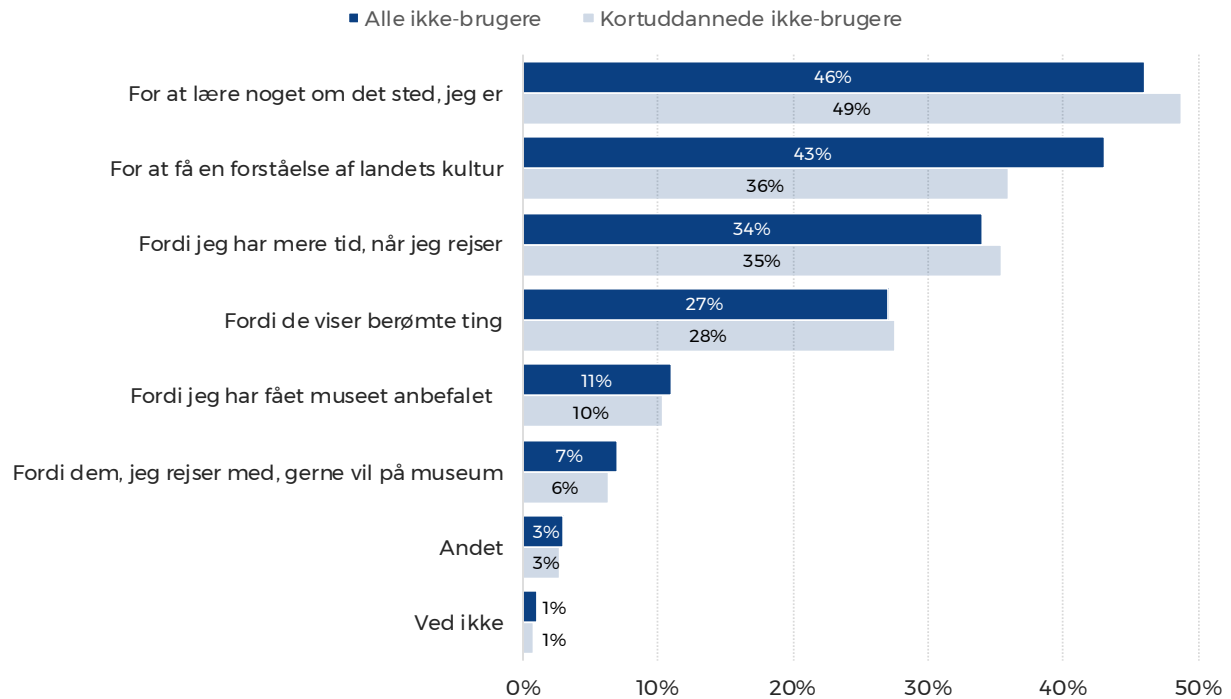
“Jeg tror, det hænger sammen med, at museer ikke er en ting, vi bare gjorde. Det er helt klart en prioritet, hvis jeg er ude at rejse og ikke er hjemme. Fx har jeg boet hele mit liv i København, men jeg har aldrig været på Rosenborg og set kronjuvelerne.”

– Mand, 33 år, kort videregående uddannelse, Københavns Kommune.

Museer i udlandet

For at komme nærmere en forståelse af, hvad der kan motivere til brug af museer blandt ikke-brugere, kan det – foruden deres fritidsinteresser – være relevant at se nærmere på, hvorfor ikke-brugerne bruger museer i udlandet. Der er nemlig 50% af ikke-brugerne, der bruger museer, når de er i udlandet.

Figur 6.14: Grunde til at bruge museer i udlandet



Det er særligt de højtuddannede ikke-brugere, der er tilbøjelige til at bruge museer i udlandet. 43% af de kortuddannede og 61% af de højtuddannede bruger museer, når de er i udlandet.

De væsentligste grunde til at bruge museer i udlandet handler om at lære noget om det sted, man er, og få en forståelse for landets kultur. Derudover fremhæver ikke-brugerne, at de har mere tid, når de rejser, og at de bruger museer i udlandet, fordi museerne viser berømte ting. Det handler altså ikke om, at de tager på museum, fordi dem, de rejser med, gerne vil på museum, men om en oprigtig interesse for stedet og kulturen.

Der er en tendens til, at mændene i højere udstrækning end kvinderne bruger museer i udlandet, fordi museerne viser berømte ting. Det gælder for 32% af mændene og 20% af kvinderne. Omvendt fremhæver en større andel kvinder end mænd, at de bruger udenlandske museer for at lære noget om det sted, de er. Fordelingen er her 51% kvinder og 41% mænd.

De kortuddannede ikke-brugere er mere tilbøjelige til at gå på museer, når de er på ferie, særligt hvis de kan opleve kendte seværdigheder.

De kvalitative interviews med kortuddannede ikke-brugere viser, at der generelt er større villighed til at bruge et museum i løbet af en ferie, uanset om den bliver holdt i Danmark eller udlandet. Ikke-brugerne påpeger, at der i løbet af ferier for det første er tid til museumsbesøg, og for det andet, at de gerne vil lære om kulturen eller historien det sted, de besøger.

“Vi besøger ofte egnmuseer, når vi kører rundt med campingvognen. Det er ikke noget, vi kører målrettet efter, men kommer vi forbi et, kan vi godt finde på at holde ind og se det.”

– Mand, 68 år, grundskole, Faaborg-Midtfyn Kommune.

“Man har vel bare tid, når man er på ferie, og så vil jeg gerne lære noget. Hvis jeg oplever noget, som er spændende, imens jeg rejser, så vil jeg gerne vide mere om det. Så kan jeg godt finde på at tage på museum.”

– Mand, 34 år, gymnasial uddannelse, Københavns Kommune.

For de interviewede ikke-brugere afholdes ferier oftest i Danmark, men når de rejser til udlandet, hersker der en generel opfattelse af, at der er visse kendte seværdigheder, som skal besøges. Den samme opfattelse hersker ikke blandt interviewpersonerne, når de er på ferie i Danmark.

“Hvis vi er i udlandet, kunne vi godt finde på at gå på museum, hvis det er noget spændende, fx pyramiderne eller noget andet, hvis man er i Egypten. De ting, som man skal opleve. Der er også det der voksmuseum i London [Madame Tussauds]. Det gad jeg også godt se.”

– Kvinde, 42 år, erhvervsfaglig uddannelse, Sønderborg Kommune.

Visse seværdigheder har altså en særlig værdi på grund af deres historie. Her er der mulighed for at opleve historiens vingesus, se verdens vidundere eller mærke historien på egen krop. Det at befinde sig på et historisk sted tilskrives derfor stor værdi blandt ikke-brugerne og bidrager til, at de prioriterer at bruge museer i udlandet.

“Jeg kan godt lide at besøge monumenter og historisk vigtige steder, fx Berlinmuren; der får man den der wow-effekt. Det skal være noget, hvor man opholder sig, hvor man kan se og høre med egne øjne og ører. Mærke historien på egen krop.”

– Mand, 71 år, erhvervsfaglig uddannelse, Herning Kommune.

Til trods for at de kortuddannede ikke-brugere er mere tilbøjelige til at gå på museum på udenlandsrejser, er det fortsat ikke en høj prioritet. Vigtige faktorer, der spiller ind i forhold til større villighed på ferier, er, at der er mere tid og overskud samt en nysgerrighed over for at opleve og forstå kulturen, når de er på ferie i udlandet.

7. Methode

7. Metode

I det følgende udfoldes metoden bag henholdsvis brugerundersøgelsen og ikke-brugerundersøgelsen.

Brugerundersøgelsens metode

Brugerundersøgelsen er en spørgeskemaundersøgelse blandt museumsbrugere, som er blevet gennemført siden 2009. Nærværende publikation indeholder resultaterne fra 2018. Undersøgelsen er gennemført af Rambøll og Seismonaut som operatører på vegne af Slots- og Kulturstyrelsen.

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 2017 kan der derfor være forskel på, hvilke besøgssteder der er en del af undersøgelsen. Der er i 2018 indsamlet på 116 besøgssteder, hvilket er præcis det samme antal besøgssteder som i 2017. Bilag 1 giver det fulde overblik over, hvilke museer og besøgssteder der indgår i undersøgelsen i 2018.

Målgruppe

Målgruppen for undersøgelsen er personer på 14 år og derover, der har brugt et af de deltagende besøgssteder eller har deltaget i deres arrangementer i 2018. Målgruppen omfatter både brugere med bopæl i Danmark og brugere med bopæl i udlandet.

Spørgeskema

Spørgeskemaet er identisk med spørgeskemaet for 2017 med henblik på at sikre størst mulig grad af sammenlignelighed.

Besøgsstedets indsamling

Besvarelsene i dette års undersøgelse er indsamlet over syv hele uger. De syv uger er fordelt, 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 åbningsdage 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 til, hvor mange invitationer det er hensigtsmæssigt at uddele. Tallet varierer fra besøgssted til besøgssted og er udregnet på baggrund af besøgsstedernes besøgstal. Dette har haft til formål at give museerne et tal at stræbe efter og samtidig en forståelse for, hvor stor stikprøvestørrelsen gerne skulle være.

Undervejs i indsamlingen har Rambøll samt Slots- og Kulturstyrelsen vurderet besøgsstedernes overholdelse af indsamlingsperioderne og efter behov fulgt op for at sikre et repræsentativt udsnit af museumsbrugere.

Brugerens besvarelse

Museerne har haft mulighed for at anvende forskellige indsamlingsmetoder, hvilket har øget fleksibiliteten og muligheden for at nå brugerne. 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. Uanset indsamlingsmetode har brugeren haft mulighed for at se spørgeskemaet på flere sprog. Spørgeskemaet var indledningsvist tilgængeligt på dansk,

engelsk og tysk og siden yderligere på kinesisk, fransk, italiensk, spansk, russisk samt arabisk.

Det ses som en kvalitet, at brugernes besvarelser kan henføres til et bestemt besøgssted og en bestemt tidsperiode frem for besvarelser fra undersøgelser, der stiller større krav til brugerens evne til at genkalde en bestemt museumsoplevelse, der ligger længere tilbage i tid.

Data

Undersøgelsen baserer sig på 28.820 besvarelser fra brugere, der har brugt statslige og statsanerkendte museer i Danmark i løbet af 2018.

Mulighederne for at foretage en grundig analyse og vurdering af de deltagende brugeres repræsentativitet – og ikke mindst resultaternes følsomhed over for en evt. 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.

En oplysning, der er relevant og tilgængelig i forhold til at vurdere undersøgelsens repræsentativitet og resultaternes følsomhed, er besøgsstedernes faktiske besøgstal. 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.

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 museumsop-

levelse. 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, 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 fra fjerde kvartal 2018. 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. I Danmarks Statistiks tal for den danske befolkning er borgere på 15 år eller derover registreret ved deres højeste afsluttede uddannelse.

Ikke-brugerundersøgelsens metode

I forbindelse med årets brugerundersøgelse er der tillige gennemført en ikke-brugerundersøgelse. Ikke-brugerundersøgelsen er baseret på en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse samt kvalitative dybdeinterviews. Ikke-brugere er her defineret som personer bosiddende i Danmark, som ikke har brugt et dansk museum de seneste 12 måneder eller mere.

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført som en panelundersøgelse blandt 2.136 danskere i alderen 16-74 år. Kapitlet er baseret på svar fra 918 ikke-brugere i alderen 16-74 år, der altså er identificeret gennem panelundersøgelsen.

Der er her valgt at inkludere en mindre gruppe af personer (5 %), der ikke husker tidspunktet for deres seneste besøg. Dette er sket ud fra et rationale om, at det formodentlig er mere end 12 måneder siden, de senest har brugt et museum. Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført i februar og marts 2019. Det anvendte spørgeskema ses i bilag 3.

De 15 kvalitative dybdeinterviews er gennemført med kortuddannede ikke-brugere, der har gennemført enten grundskole eller en gymnasial, erhvervsfaglig eller kort videregående uddannelse. At undersøgelsen fokuserer på kortuddannede ikke-brugere skyldes, at en kort uddannelse er en barriere for museumsbesøg, idet der er en direkte sammenhæng mellem uddannelsesniveau og brug af museer.

8. Bilag

Bilag 1: Museer i brugerundersøgelsen

Museum	Evt. muesumsafdeling
Arbejdermuseet	
ARKEN Museum for Moderne Kunst	
ARoS Aarhus Kunstmuseum	
Billund Kommunes Museer	Karensminde
Bornholms Kunstmuseum	
Bornholms Museum	Kulturhistorisk Museum Rønne
Brandts	
Industrimuseet	
Danmarks Tekniske Museum	
Dansk Jødisk Museum	
De Kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune	Strandingsmuseet Skt. George
Den Gamle By	
Den Hirschsprungske Samling	
ROMU	Roskilde Museum
Designmuseum Danmark	
Det Grønne Museum	
Energimuseet	
Esbjerg Kunstmuseum	
Fiskeri- og Søfartsmuseet	
Frederiksberg Museerne	Storm P. Museet.
Fuglsang Kunstmuseum	
Furesø Museer	Mosegaarden
Faaborg Museum	
Give-Egnens Museum	
Gl. Estrup, Herregårdsmuseet	
Glud Museum	

Greve Museum	Grevegård
HEART - Herning Museum of Contemporary Art	
Holstebro Kunstmuseum	
Horsens Museum	Fængselsmuseet
Industrimuseet Frederiks Værk	Knud Rasmussens Hus
J.F. Willumsens Museum	
Karen Blixen Museet	
Kastrupgårdsamlingen	
Kongernes Samlinger	Rosenborg
Kongernes Samlinger	Amalienborg
Kroppedal Museum	
Historie og Kunst	Thorvaldsens Museum
Kunsten - Museum of Modern Art, Aalborg	
Kvindemuseet i Danmark	
KØS Museum for kunst i det offentlige rum	
Langelands Museum	Koldkrigsmuseum Langelandsfort
Lemvig Museum	Lemvig Museum
Limfjordsmuseet	Kanalfogedboligen
Limfjordsmuseet	Det Maritime Oplevelsescenter
LOUISIANA - Museum for Moderne Kunst	
Læsø Museum	Museumshuset
M/S Museet for Søfart	
Marstal Søfartsmuseum	
Middelfart Museum	Algade 8
Moesgaard Museum	Moesgaard Museum
Museerne Helsingør	Værftsmuseum
Museerne Helsingør	Skibsklarergården
Museerne Helsingør	Helsingør Bymuseum
Museerne Helsingør	Flynderup Gård Landbrugsmuseum
Museerne i Fredericia	Bymuseet
Museet for Samtidskunst	
Museet på Koldinghus	
Museet på Sønderkov	
Museum Amager	Amagermuseet
Museum for Forsyning og Bæredygtighed	Dorf Møllegård

Museum Jorn	
Museum Lolland-Falster	Falster Minde
Museum Lolland-Falster	Frilandsmuseet
Museum Midtjylland	Tekstilmuseet
Museum Mors	Dueholm Kloster
Museum Nordsjælland	Skibshallerne
Museum Salling	Spøttrup Borg
Museum Silkeborg	Hovedgården
Museum Skanderborg	Museet på Adelgade
Museum Sydøstdanmark	Danmarks Borgcenter
Museum Sønderjylland	Brundlund Slot
Museum Sønderjylland	Kunstmuseet i Tønder
Museum Sønderjylland	Kulturhistorie Tønder
Museum Sønderjylland	Sønderborg Slot
Museum Thy	Heltborg Museum
Museum Vestfyn	Ernsts Samlinger
Museum Vestsjælland	Malergården
Museum Østjylland	Randers Kulturhuset
Nationalmuseet	Kronborg Slot
Nationalmuseet	Vikingeborgen Trelleborg
Nationalmuseet	Krigsmuseet
Nationalmuseet	Prinsens Palais
Nationalmuseet	Frilandsmuseet
Nationalmuseet	Kongernes Jelling
Nationalmuseet	Christiansborg Slot
Naturama	
Naturhistorisk Museum Aarhus	
Nivaagaards Malerisamling	
Nordjyllands Historiske Museum	Vikingecenter Fyrkat
Nordjyllands Historiske Museum	Lindholm Høje Museet
Nordjyllands Kystmuseum	Kystmuseet Skagen
Ny Carlsberg Glyptotek	
Odense Bys Museer	Møntergården
Odense Bys Museer	H.C. Andersens Barndomshjem
Ordrupgaard	Har ikke indsamlet

Randers Kunstmuseum	
Ribe Kunstmuseum	
Ringkøbing-Skjern Museum	Lyngvig Fyr
ROMU	RAGNAROCK
Rudersdal Museer	Vedbækfundene
Skagens Kunstmuseer	Skagens Museum
Skovgaard Museet	
Sorø Kunstmuseum	
Statens Museum for Kunst	
Statens Naturhistoriske Museum	Zoologisk Museum
Statens Naturhistoriske Museum	Geologisk Museum
Struer Museum	
Svendborg Museum	Danmarks Forsorgsmuseum
Sydvestjyske Museer	Museet Ribes Vikinger
Trapholt	
Vardemuseerne	Tirpitz
Vejen Kunstmuseum	
VejleMuseerne	Vejle Kunstmuseum
Vendsyssel Historiske Museum	Vendsyssel Historiske Museum
Vendsyssel Kunstmuseum	
Vesthimmerlands Museum	Vesthimmerlands Museum
Vikingskibsmuseet	
Ærø Museum	Søbygaard
Øhavsmuseet Faaborg	Arresten
Østfyns Museer	Johannes Larsen Museet
Østfyns Museer	Vikingskibsmuseet Ladby
Østsjælland Museum	Geomuseum Faxe

Bilag 2: Spørgeskema, brugere



Brugerundersøgelse 2018

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										Meget god 10
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
	<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"/>

3. Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale museet til venner og familie? (0-10)	Meget usandsynligt										Meget sandsynligt
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
	<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										Meget god	Ved ikke 99
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
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"/>	<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"/>	<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"/>	<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"/>	<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"/>	<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"/>
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"/>
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"/>

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 iøjnefaldende
- 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 normalt besøger museer?

Sæt gerne flere krydser

- | | |
|---|--------------------------|
| 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 iøjnefaldende | <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?

Sæt 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
- 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
- Vil ikke oplyse

15. Hvad er din alder? _____**16. Hvad er din højeste gennemførte uddannelse, eller niveauet på din igangværende uddannelse?**

- Folkeskole
- Gymnasial eller erhvervsgymnasial 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?

Bilag 3: Spørgeskema, ikke-brugere



Ikke-brugere af museer 2019

1. Hvad interesserer du dig mest for i din fritid?

Vælg op til 3 svar

- TV og film
- Computerspil
- Sport
- Bøger
- Musik
- Teknik og mekanik
- Friluftsliv
- Sociale medier
- Håndarbejde
- Hus og have
- Mad
- Andet:

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

- Inden for de seneste 12 måneder
- 1-2 år siden
- Mere end 2 år siden
- Aldrig
- Ved ikke

3. Hvor bor du? Angiv kommune: _____

4. Hvilket køn er du?

- Mand
- Kvinde

5. Hvad er din alder? _____

6. Hvad er din højst gennemførte uddannelse?

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

7. Hvad er din civilstand?

- Gift/samlevende
- Enlig

8. Har du hjemmeboende børn?

- Ja
- Nej

9. Synes du, det er vigtigt, at vi har museer i Danmark?

- I meget høj grad
- I høj grad
- I nogen grad
- I mindre grad
- Slet ikke
- Ved ikke

10. Er de danske museer relevante for dig?

- I meget høj grad
- I høj grad
- I nogen grad
- I mindre grad
- Slet ikke
- Ved ikke

11. Hvilke tre ord forbinder du med et museum?

- ____
- ____
- ____

12. Hvilke ord finder du beskriver et museum godt?

Vælg op til 3 svar

- Behagelige
- Ekskluderende
- Elitære
- Et godt sted at mødes
- Forældet
- God atmosfære
- Involverende
- Jeg føler mig dum
- Kedeligt
- Krævende
- Lærerigt
- Sjove
- Spændende
- Uinteressant
- Uvedkommende
- Vedkommende

13. Hvilke ord forbinder du *ikke* med et museum?

- Behagelige
- Ekskluderende
- Elitære
- Et godt sted at mødes
- Forældet
- God atmosfære
- Involverende
- Jeg føler mig dum
- Kedeligt
- Krævende
- Lærerigt
- Sjove
- Spændende
- Uinteressant
- Uvedkommende
- Vedkommende

14. Hvorfor besøger du ikke museer oftere?

Vælg op til 3 svar

- Jeg prioriterer andre oplevelser
- Jeg har ikke viden om det, som museerne beskæftiger sig med
- Jeg kender ingen, som vil med på museum
- Jeg har haft en dårlig oplevelse med at gå på museum
- Museerne har ikke åbent, når jeg har tid

- Det er for dyrt
- Jeg føler mig ikke velkommen
- De er ikke egnet for børn
- Museerne beskæftiger sig ikke med det, som interesserer mig
- Museerne henvender sig ikke til mig
- Andet: _____
- Ved ikke:

15. Hvad kunne få dig til at gå på museum oftere?

Vælg op til 3 svar

- At museerne beskæftiger sig med temaer, som interesserer mig
- At museerne beskæftiger sig med noget, som jeg ved noget om
- At jeg bliver inddraget i forskellige aktiviteter
- At museerne gør det let for mig at tage mine børn med
- At museerne har aktiviteter, hvor hele familien kan lave noget sammen
- At jeg føler mig velkommen på museerne
- At det er billigere at gå på museum
- At der ligger et museum tættere på hvor jeg bor
- At jeg har nogle at gå på museum sammen med
- At museet er et godt sted at mødes og opleve noget sammen
- Andet: _____
- Ved ikke:

16. Besøger du museer, når du er i udlandet?

- Ja
- Nej
- Ved ikke

17. Hvorfor besøger du museer i udlandet?

Vælg op til 2 svar

- Fordi de viser berømte ting
- Fordi jeg har fået museet anbefalet
- Fordi jeg har mere tid, når jeg rejser
- For at få en forståelse af landets kultur
- For at lære noget om det sted jeg er
- Fordi dem jeg rejser med gerne vil på museum
- Andet: _____



REFLEKSIONER

I forbindelse med udgivelsen af Den nationale brugerundersøgelse 2017 har Slots- og Kulturstyrelsen bedt museer inden for de tre museumskategorier: kulturhistorie, naturhistorie og kunsthistorie om at reflektere over resultaterne i ikke-brugerundersøgelsen og overveje, hvordan de kan bruges i museernes praksis.



1970'er bykvarteret i Den Gamle By fungerer godt socialt, fordi de besøgende deler deres egne historier.
Foto: Den Gamle By

1



EN GOD OPLEVELSE ER ALTID NOGET, SOM JEG DELER MED ANDRE”

AF MARTIN BRANDT DJUPDRÆT, OVERINSPEKTØR, DEN GAMLE BY

Folk vælger museer fra, hvis de ikke har nogen at opleve dem sammen med. Men museer kan blive nye rum for sociale fællesskaber.

Folks sociale liv har stor betydning i forhold til at bruge museet som en fritidsaktivitet. Det viser Slot- og Kulturstyrelsens undersøgelse om museernes ikke-brugere. I undersøgelsens kvantitative del er den tredje hyppigste årsag til ikke at besøge museer oftere, at ”jeg kender ingen, som vil med mig på museum”. Og når ikke-brugerne svarer på, hvad der kunne få dem til at besøge et museum er et af de hyppigste svar: ”At jeg har nogle at gå på museum sammen med”.

Undersøgelsen består også af 15 kvalitative interviews af ikke-brugere med kortere uddannelser. I de interview fremhæver flere af dem også det sociale aspekt:

”Jeg synes, det er sjovt at tage på museum en gang imellem, men det kræver, at man har nogen at tage afsted med.” siger Charlotte på 37 år. Manglende social kontakt er også noget, Kim på 47 år fortæller om: ”Jeg vil sige, at det vil også hjælpe, hvis man havde nogen at tage sammen med, så man ikke følte sig alene”.

Henning på 67 år siger: ”Jeg gider bare ikke tage på museum. Så meget interesserer det mig bare ikke - og slet ikke alene! Det skal være sammen med nogen, men alene det gider jeg ikke.”

Henning gider bare ikke tage på museum – og dog, hvis han tog afsted sammen med nogen, kunne han måske godt prioritere det.

En anden af de interviewede, Cecilie på 22 år, vægter også det sociale: ”En god oplevelse er altid noget, som jeg deler med andre. På en eller anden måde får man et større udbytte, når man er sammen andre - det er bedre at være til koncert, i teatret eller på museum med nogen.”

Museer er der, man er sammen

Fra den nationale brugerundersøgelse ved vi, at museer er steder, der vælges, når man vil have oplevelser sammen med andre. Siden 2009 hvor undersøgelsen er blevet påbegyndt har mellem 92% og 93% besøgt museerne sammen med andre. I 2018 besøgte 92% et museum sammen med andre. Men hvad så, når man ikke har nogle at tage på tur med? Hvis der er en barriere, er løsningen så at gøre museerne til mindre sociale steder?

Nej, det tror jeg bestemt ikke. Der er formodentlig ikke nogle af dem, jeg citerer fra undersøgelsen, som ikke kunne tænke sig at lave en aktivitet med andre. Museernes skal i stedet arbejde endnu mere med deres sociale potentiale. Det kan ske ved at få flest mulige til at føle sig velkomne på museerne, og ved at museerne tage initiativer, som skaber nye sociale forbindelser.

Nye besøgende skal føle sig velkomne ved, at deres oplevelse og dagsorden bliver prioriteres mindst ligeså højt som museets dagsorden om at fortælle bestemte historier. I forhold til det sociale aspekt ved besøget tror jeg, at hverken lavere pris eller andet indhold vil flytte mange besøgende, men derimod at man bliver budt velkommen eller inviteret ind på museet af nogen. Nina Simon beskriver i hendes bog *The Art of Relevance*, at museet skal tænke på, hvordan de kan hjælpe dem, der er museets outsiders til at blive insiders. En enkelt måde, det kan ske på, er ved at få en insiders til at invitere en outsider indenfor. Det kan for eksempel være ved at gøre det nemt og attraktivt for museets årskortindehavere eller andre af museets ”ambassadører” at invitere folk med på museumsbesøg.

Noget andet, der er værd at arbejde med er initiativer, der bruger museers rum til at skabe eller styrke sociale sammenhænge.

Nye fællesskaber for familier ramt af demens

Erindringer i fællesskab er et nyt forløb, som Den Gamle By og Aarhus Kommune står bag. Forløbene foregår i den lejlighed, museet har indrettet til reminiscensforløb for ældre. Deltagerne er par, hvor den ene af dem fornyligt har fået en demensdiagnose. En af sygdommens mange svære konsekvenser er, at det sociale liv ofte skal gentænkes. Man er ikke længere som person eller par det, man var før. De pårørende kan også være flove over, at den person, man er tæt knyttet til, ikke opfører sig som tidligere.

Et formål med *Erindringer i fællesskab* er, at de ældre ramt af demens og de pårørende kan høre om, hvordan man kan bruge historie og erindring til at gøre dagligdagen nemmere. Et andet formål er, at museet kan blive en ramme om social aktivitet for borgere, der skal til at gentænke den måde, de normalt lever på og omgås andre.



Modelfoto fra lejligheden, hvor Den Gamle by gennemfører "Erindringer i fællesskab".
Foto: Den Gamle By

Nye venskaber

På Frederiksbergmuseerne har de også brugbare erfaringer med, hvordan museet kan bruges til nye sociale kontakter. Her afholder de netværksopbyggende forløb for socialt isolerede og ensomme ældre. Museet har kontakt til kommunernes forebyggende hjemmebesøg, og når disse oplever borgere med svage sociale netværk, kan et museumsbesøg blive ordineret. Disse borgere mødes på museet med folk i en lignende situation og foreløbige resultater viser, at bånd knyttes mellem deltagerne, og nye venskaber skabes.

Museer mod ensomhed

Ikke-brugerundersøgelsen viser, at manglende sociale kontakter er en årsag til fravalg af museumsbesøg, men som eksemplerne herover viser, så kan museer blive steder for social kontakt.

Museer har som en del deres DNA, at de er vigtige dannelses- og læringssteder for vores undervisningssektor. Der er noget, der er blevet prioriteret og støttet for at styrke vores fælles viden og demokrati.

Museerne er tydeligt også rum, der kan fungere som sociale rum, og i et samarbejde med sundhedsvæsenet, kommuner og NGO'er kan museer være med til at hjælpe civilsamfundet med at bekæmpe ensomhed og understøtte bedre netværksdannelse.

Ensomhed og manglende sociale netværk er et samfundsproblem, som ligger uden for museerne, men det er samtidigt noget, som museer kan være med til at hjælpe med at løse.



Udstillingen "Frihedens værksted" om Troels Kløvedals sejlerliv.
Foto: Naturhistorisk Museum, Aarhus

2

HVORDAN FÅR VI IKKE-BRUGERNE IND GENNEM DØREN?

**AF HENRIK SELL, VICEDIREKTØR OG FORMIDLINGSCHEF,
NATURHISTORISK MUSEUM, AARHUS**

Relevans er af allerstørste betydning for at gøre folk nysgerrige og for at få ikke-brugere til at besøge museerne.

Relevans og ikke-brugernes interesser

Ikke-brugerundersøgelsen sætter fokus på, at ikke-brugerne synes, at museerne er mindre relevante for dem; at museerne ikke henvender sig til dem og ikke beskæftiger sig med det, som interesserer dem. Det er efter min mening den allerstørste barriere for at få ikke-brugere ind gennem hoveddøren.

Nu skal man jo være forsigtig med at anse museumsfolk som repræsentative for befolkningens holdninger og erfaringer – som fagfolk, med begge fødder plantet i museumsverdenen, er vi næppe gennemsnitlige på det punkt, men mange af os kender følelsen og oplevelserne fra besøg i storbyer rundt omkring i Europa. Hvor mange kunsthistoriske museumsmedarbejdere besøger fx jernbanemuseer? Hvor mange medarbejdere fra kulturhistoriske museer besøger museer med religiøse temaer? Eller hvor mange af mine kolleger fra de naturhistoriske museer frekventerer kunstmuseer som deres foretrukne kulturoplevelse? Jeg tror, vi kender svaret, hvis man ser generelt på det. Der er i sagens natur en tendens til, at man besøger museer, der behandler emner, som man har særlig interesse i - og som dermed har en højere grad af relevans for den enkelte.

Så man kan starte med at spørge, hvad interesserer ikke-brugerne? Af undersøgelsen fremgår det, at bl.a. TV og film samt sport er topscorer, og det må man jo nok erkende, at der ikke er så forfærdelig meget af på de danske museer lige nu! Så en måde at "lokke" ikke-brugerne ind på museerne kan være at appellere til disse temaer og andre på listen i undersøgelsen – og med kant, kreativitet, perspektiver og fantasi, der bringer det bedste frem i museet, temaet og den bruger, som endnu ikke opfatter sig som museumsgæst – endnu!

Et glimrende eksempel så man på Viborg Museum, der for få år siden lavede udstillingen om Olsen-banden, der bragte helt nye brugergrupper ind på et ellers forholdsvis traditionelt museum. En lignende succes oplever vi på Naturhistorisk Museum i Aarhus gennem udstillingen "Frihedens Værksted" om Troels Kløvedals eventyrlige sejlerliv og møde med verdens kulturer. Mange kender Troels Kløvedal fra bøger (som er ikke-brugernes tredjestørste interesse), foredrag og utallige Tv-programmer. Troels Kløvedal har som en særlig kulturpersonlighed igennem årtier haft overraskende stor betydning for mange borgere overalt i landet. Det er de tilbagemeldinger vi uhjulpet får indblik i via udstillingens logbog, som rigtigt mange mennesker skriver i. Temaet er nærværende og har betydning for gæsterne, ligesom de relaterer sig til personen, fortællingerne og værdierne i udstillingen - enten fordi de selv er sejlere eller blot kan se sig selv i de syv hovedtemaer som udstillingen omhandler: Kærlighed, Frihed, Fællesskab, Livet, Havet, Eventyret og den livslange nysgerrighed. Hvor Naturhistorisk Museums sædvanlige publikum er en kvinde mellem 30 og 50 år med to børn ved hånden, oplever vi nu et forfriskende supplement af ægtepar, grupper af private og ikke mindst en stor del erhvervsgrupper. Museets besøgstal er med den nye udstilling mere end fordoblet.

Relevans er derfor af den allerstørste betydning for at gøre folk nysgerrige og for at få ikke-brugere til at besøge museerne.

Betydning for den enkelte

Igen kan man tage afsæt i det naturhistoriske. Mindre end en kilometer fra Naturhistorisk Museum i Aarhus ligger Riis Skov, der som en af landets mest besøgte skove hvert år gæstes af langt over en million mennesker. Man kan sige, at interessen for naturen er enorm blandt de mennesker, der lever lige omkring museet. Men vi ser altså stadig kun en brøkdel af Aarhus natur-nysgerrige borgere på museet.

Vores bedste bud på forklaringen bag er, at dét folk er interesseret i ikke udelukkende er en ræv, en blåmejse eller en udstilling om evolution eller om fødekæder. Dyrene er som sådan "søde" og "vigtige" nok, men på museet mister de på forunderlig vis betydningen, hvis relationen til helhedsoplevelsen brydes. Der, hvor dyrene isoleret set har den største betydning, er i den unikke oplevelse ude i naturen. Hvis man fx oplever et kuld rævehvalpe, der leger foran indgangen til en rævegrav, kommer tæt på en levende hugorm en forårsdag, eller oplever admiral sommerfugle i ti tusindental på efterårstræk - det giver en unik her-og-nu oplevelse, som kan gøre et udsletteligt indtryk. Det kommer vi aldrig til at kunne matche på et museum. En udstilling skal omhandle noget vigtigt, der har betydning for den enkelte, noget vi kan relatere os til, noget der rører os og har betydning i vores liv. En udstilling skal give noget vigtigt at tænke over!

Meningsfulde oplevelser

En anden pointe fra ikke-brugerundersøgelsen er, at museumsbesøget skal være lærerigt - hvilket står i modsætning til, at nogle af de interviewede påpeger, at der er en forventning om, at man skal lære noget, og at det er mentalt krævende at gå på museum. Jeg tror dog, læringspædagogikken er en museal pædagogik, som mange museer er ved at forlade i større eller mindre grad. Den har sin rod

i en engelsk museumstradition om "det lærende museum", og er en tradition om, at museerne skal "stoppe" viden ind i hovedet på gæsterne. Denne udstillingspædagogik er i højere grad ved at blive afløst af, at man vil give gæsterne meningsfulde oplevelser og udfolde dilemmaer og nye udfordrende perspektiver, hvor gæsten anerkendes som en part i fortællingen og må tage stilling til sig selv og omverdenen. Museerne bliver dermed mindre faktabaserede og med god grund, for hvem har ikke sin telefon ved hånden og kan google hvilken som helst spørgsmål og få en håndfulde hurtige svar på fakta? Mon ikke denne ændring hen ad vejen kan bidrage til, at museerne får flere ikke-brugere ind ad døren. Altså såfremt museerne vender blikket udad og spørger, hvad der rører sig blandt de borgere, vi endnu ikke har formået at møde i dét, de vil, og vi kan!

Udstillingen "Frihedens værksted"
om Troels Kløvedals sejlerliv.
Foto: Naturhistorisk Museum, Aarhus





SMK, Foto: Ida Horup

3

FÆLLESSKABET SOM UDGANGSPUNKT

**AF MIKKEL BOGH, DIREKTØR, OG LISE KORSGAARD,
VICEDIREKTØR OG KOMMUNIKATIONSCHEF, SMK**

Årets undersøgelse af museernes ikke-brugere peger på en fælles udfordring for museerne: For at kunne udvikle vores demokratiske rolle og opgave, skal vi i dialog med flere forskellige dele af befolkningen. Opgaven er svær, men på SMK viser erfaringer, at løsningen måske findes lige præcis der, hvor museer er allerbedst.

”Museer er vildt vigtige”

Der er opbakning til landets museer. Ikke kun blandt de brugere, som indgår i de seneste års publikumsrekorder, men også blandt de såkaldte ikke-brugere, der deler en forståelse af, at kunst og kultur spiller en unik rolle i samfundet og fællesskabet.

I Den Nationale Brugerundersøgelse fra 2018 siger en ikke-bruger, at ”museer er vildt vigtige”. En anden supplerer: ”Selvfølgelig er museer vigtige! Det er vores historie, og det skal man have en mulighed for at komme ind og se, hvis det interesserer én. Det ville være helt forkert, hvis de ikke var der.” Udsagnene står ikke alene. 65 procent af alle danske ikke-brugere mener, at museer har en samfundsmæssig betydning, og de giver udtryk for, at det er vigtigt eller meget vigtigt, at vi har museer i Danmark. Ikke-brugerne ser det som en værdi, at museer bevarer kulturarven, at museer bidrager til børns uddannelse, og at museer har en betydning for andre mennesker i samfundet. Museer bliver set som vigtige for vores fælles historie og samfund, med andre ord.

Museernes udfordring

Ikke-brugernes opløftende udsagn om museernes værdi må selvfølgelig ikke skygge for en anden vigtig pointe i Den Nationale Brugerundersøgelse: En væsentlig del af befolkningen bruger ikke de danske museer i særlig stor udstrækning. Sammensætningen af museernes besøgende afspejler ikke sammensætningen af befolkningen, og hvis vi ønsker at museer fortsat skal spille en rolle i udviklingen af demokratiet, er det vores opgave at få et større udsnit af befolkningen til at besøge os. Den opgave er svær. Det er en stor udfordring at gøre museer vedkommende for de mennesker, der enten ikke føler sig inddraget og adresseret, eller som bare har lyst til at bruge deres tid på noget andet end at gå på museum. På SMK griber vi udfordringen gennem tre typer af indsatser:

1) Ny viden

Vi arbejder ud fra en overbevisning om, at et større kendskab til ikke-brugere er nøglen i arbejdet med at skabe en mere forskellig brugergruppe. Den Nationale Brugerundersøgelse er et vigtigt redskab i det arbejde. Især i år, hvor undersøgelsen har et specifikt fokus på de dele af befolkningen, der ikke har besøgt et af landets museer inden for det seneste år. Indsatsen er imidlertid kontinuerlig, og skal bidrage til, at museet hele tiden får input fra de dele af befolkningen, vi normalt ikke er i berøring med.

2) Nye sammenhænge

Arbejdet med at udvikle diversitet og forskellighed på SMK handler i høj grad om de aktiviteter, der foregår uden for museets adresse på Sølvgade i København. På digitale platforme har vi en mulighed for at nå et stort antal mennesker, der befinder sig langt væk fra museet både fysisk og mentalt, hvilket gør den digitale formidling og tilgængeliggørelse af samlingen til et kardinalpunkt i indsatsen. En drøm om at åbne en SMK-filial i Thy er på samme måde et omdrejningspunkt, ikke mindst fordi drømmen har givet museet en mulighed for at indgå i egentlige samtaler med nogle af de mennesker i Danmark, der er allerlængst væk fra museet.

3) Nye fællesskaber

Gennem arbejdet med bevidst snæversynede forløb og aktiviteter, har vi igennem flere år inviteret nye brugere ind i nye fællesskaber på SMK. Fællesskaberne kan være vidt forskellige, men deres fælles udgangspunkt er, at de har afsæt i én specifik brugergruppes liv og behov, og at museets samling og ramme bruges til at imødekomme dette behov. Arbejdet har taget form som fx det åbne mødested SMK KOM, hvor alle interesserede bruger museets samling som afsæt for at lære dansk, eller som SMK Fridays, hvor museet og museets samling er udgangspunkt for en social begivenhed for de mennesker, der er i landets hovedstad en fredag aften.



Under overskriften SMK KOM skaber SMK et frivilligt mødested på museet, hvor deltagerne kan tale dansk, øve sprog, opleve kunst og møde nye mennesker
Foto: Kristoffer Juel

Museer som mødesteder

På SMK kan vi se, at arbejdet med nye brugere kan give resultater. Tydeligst viser det sig i, at museets andel af unge brugere er steget fra 22 procent i 2012 til 39 procent i 2018. Vi kan flytte ikke-brugere, når vi møder ikke-brugere. Når vi – med udgangspunkt i kunsten og museets samling – inviterer ind i fællesskaber, møder og samtaler. En af de brugere, der deltager i sprogfællesskabet SMK KOM udtrykker det sådan her: ”For første gang i Danmark møder jeg nye mennesker og sammen med dem oplever jeg inspirerende kunst på Statens Museum for Kunst – SMK. Jeg mærker varme, tillid og hjælpsomhed, hvilket skaber en følelse af, at vi er en stor familie.”

I Den Nationale Brugerundersøgelse fra 2018 bliver det foreslået, at museer kan skabe relevans for flere forskellige mennesker ved eksempelvis at arbejde med temaer, som ikke-brugerne kan relatere sig til. Forslaget peger på en central pointe omkring arbejdet med at udvikle museer: For at blive et museum for nye og andre brugere, må vi som museer forny os og blive noget andet. Erfaringerne på SMK viser os imidlertid, at fornyelsen muligvis skal tage afsæt lige præcis der, hvor museer er allerbedst: I den konkrete samtale om, hvor vi kommer fra, hvem vi er og hvad vi kan blive som individer og samfund. I udvekslingen af synspunkter og historier. Det er i den samtale, museer kan styrke en følelse af fællesskab og sammenhængskraft. Det må være der, vi skal møde fremtidens brugere.

