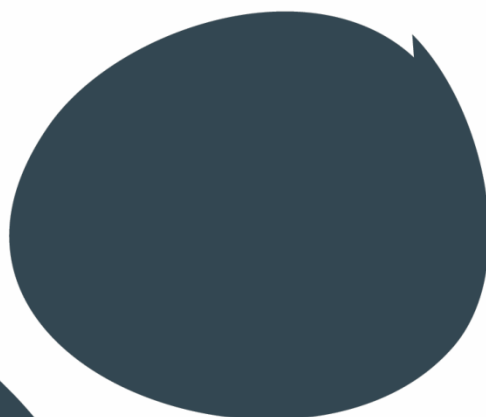


# National brugerundersøgelse



## Årsrapport for 2014

Museum Østjylland,  
Kulturhistorisk Museum Randers,  
Randers



Antal besvarelser: 401



# Indhold

1. Indledning	s. 3
---------------	------

## Undersøgelsens resultater

2. Brugernes vurderinger af udstillingsstedet	s. 7
3. Udstillingsstedets brugere	s. 22
4. GallupKompas	s. 31
5. Motivation for besøget	s. 37

## Undersøgelsens metode

6. Metode	s. 42
-----------	-------

# 1. Indledning

## *Den nationale brugerundersøgelse*

Denne rapport præsenterer års-resultaterne af den nationale brugerundersøgelse for 2014 på Kulturhistorisk Museum Randers, Randers. Brugerundersøgelsen, løber fra 2012-14. Undersøgelsen er et værktøj til at professionalisere kommunikation og formidling på udstillingsstedet. Alle statslige og statsanerkendte museer samt andre udvalgte udstillingssteder deltager med afdelinger, der har over 7.000 besøgende. Betegnelsen udstillingssted dækker over alle deltagende steder i undersøgelsen.

Brugerundersøgelsen giver indblik i, hvem der bruger udstillingsstedet, og hvordan brugerne oplever udstillingsstedet samt hvordan brugerne foretrækker at bruge udstillingsstedet. Resultaterne er dermed et redskab til at arbejde strategisk med kommunikation og formidling af udstillinger, aktiviteter og arrangementer.

## *Brugernes motivation*

Brugerundersøgelsen sætter fokus på brugernes motivation for at besøge udstillingsstedet og på hvordan de bruger udstillingsstedet. Undersøgelsen giver svar på hvordan brugerne foretrækker at tilegne sig viden på udstillingsstedet.

Brugerne er opdelt i seks forskellige typer med hver deres motivation og læringsadfærd på udstillingsstedet.

De seks typer af brugere er udviklet sammen med repræsentanter fra danske museer ud fra den amerikanske museumsforsker John Falks teori. John Falks teori er overført på danske forhold i et tæt samarbejde mellem medarbejdere på danske museer, Gallup, Kulturstyrelsen og John Falk. Det betyder at udstillingsstedet får viden om brugerernes motivations sammensætning og dermed formidlingsbehov.

Resultaterne kan også bruges til at reflektere over, hvilket tiltag udstillingsstedet kan gøre for at tiltrække nye brugergrupper.

## ***GallupKompas***

**Brugerundersøgelsen omfatter segmenteringsværktøjet GallupKompas, der afdækker befolkningens holdninger, værdier og livsstile. Med GallupKompas får hvert udstillingssted en indikation af, hvad brugerne i de forskellige segmenter synes om udstillingsstedet.**

**GallupKompas viser også, hvilke segmenter af danskere, udstillingsstedet henvender sig til, og dermed hvilke danskere, udstillingsstedet ikke henvender sig til. Kompasset gør det samtidig muligt for udstillingsstedet at sammenligne udstillingsstedet segmentsammensætning med andre udstillingssteder eller med segmentsammensætningen i den danske befolkning.**

## ***Undersøgelsens anvendelse***

**Brugerundersøgelsen giver udstillingsstederne viden om deres målgrupper. Det kan være brugertyper med bestemte motivationer og læringsadfærd på udstillingsstedet, ét eller flere af de ni segmenter i GallupKompas, unge eller brugere med et bestemt uddannelsesnivea.**

**På baggrund af undersøgelsens første år står det klart at besøget er en social begivenhed. Under 10 % af dem der bruger udstillingsstederne kommer alene. Det bør give anledning til at man med ny viden om brugernes motivation og læringsadfærd kan gentænke hvordan man bruger de fysiske rammer udstillingsstederne udgør.**

**Resultaterne af undersøgelsen er et professionelt redskab til at udvikle relevant og kvalificeret kommunikation og formidling til både brugere og ikke-brugere.**

**Udstillingsstedet kan også bruge undersøgelsen til at lave sammenligninger med andre udstillingssteder og følge udstillingsstedets udvikling fra år til år. Sammenligningerne kan afdække interessante udviklinger og forskelle mellem udstillingsstederne og inspirere til øget videndeling og samarbejde.**

**Resultaterne af den nationale brugerundersøgelse kan også give anledning til nationale initiativer, der kan bidrage til, at udstillingsstederne udvikler deres formidling og dermed gør den kultur de formidler relevant for alle borgere i Danmark.**

## ***Formidling af brugerundersøgelsens resultater***

Resultaterne af den nationale brugerundersøgelse bliver præsenteret på forskellige måder:

- **Udstillingsstedernes individuelle rapporter.**  
Udstillingsstederne modtager hvert halve år en rapport med udstillingsstedets egne resultater.
- **En National rapport.**  
Hvert år udkommer en årlig rapport, der præsenterer det nationale resultat for alle de statslige og statsanerkendte kunst, kultur- og naturhistoriske museer samt de øvrige deltagende udstillingssteder.
- **Onlineportal.**  
En portal, hvor udstillingsstederne kan finde detaljerede resultater og sammenligne sig med hinanden.

### ***Læsevejledning***

Alle spørgsmål i brugerundersøgelsens spørgeskema er analyseret i rapporten. Spørgsmålet står som overskrift til hver figur.

Spørgsmålene er analyseret i tematiske afsnit, og hvert afsnit har en introduktion med en beskrivelse af, hvad afsnittet handler om.

Resultaterne er illustreret i figurer, og under hver figur er der en kort introduktion til, hvordan figuren læses. Denne introduktion er dog en generel læsevejledning – det er i selve grafikkerne, man skal finde oplysninger om det enkelte udstillingssted.

Hver figur viser følgende:

- Resultaterne for udstillingsstedet
- Resultaterne for udstillingsstedet samlet set, hvis udstillingsstedet har flere afdelinger
- Resultaterne for alle udstillingssteder i den samme udstillingsstedskategori som udstillingsstedet (kunst, kulturhistorie eller naturhistorie)
- Det nationale resultat for alle udstillingssteder i undersøgelsen.

De fleste figurer viser, hvordan besvarelserne fordeler sig i forhold til brugernes alder, køn, uddannelse og besøgs mønstre.

### ***Onlineportal***

Udstillingsstedets individuelle rapport og den nationale rapport bliver suppleret af en onlineportal, der giver udstillingsstederne mulighed for at få mere detaljeret viden om resultaterne af undersøgelsen.

Onlineportalen er tilgængelig på <https://portal.tnsinfo.com>

Her kan man også se, hvilke museer der indgår i undersøgelsen. For at få adgang til portalen skal udstillingsstedet anvende det brugernavn og det kodeord, udstillingsstedet bruger til at indberette udleverede og indsamlede spørgeskemaer. Derudover har udstillingsstedet et unikt brugernavn til BRUM-portalen.

Online-portalen giver bl.a. mulighed for:

- At se detaljerede resultater i undersøgelsen – fx resultater for hver måned.
- At se alle undersøgelsens resultater fordelt på kompassegmenter.
- At sammenligne resultaterne fra udstillingsstedet med de regionale resultater.
- At sammenligne udstillingsstedets resultater med andre navngivne museer.

Onlineportalen er fleksibel, så udstillingsstederne selv kan trække de data ud, de ønsker. Dog skal man huske at være opmærksom på basestørrelserne undervejs, da disse kan variere.

## 2. Brugernes vurderinger af udstillingsstedet

Afsnittet viser brugernes tilfredshed med udstillingsstedet, herunder udstillingsstedets kerneydelser samt service og praktiske forhold.

Brugernes tilfredshed bliver vist som et gennemsnit af de karakterer, som brugerne har givet udstillingsstedet. Brugere har givet karakterer på en skala fra 1-10, hvor 1 er meget dårlig og 10 er meget god.

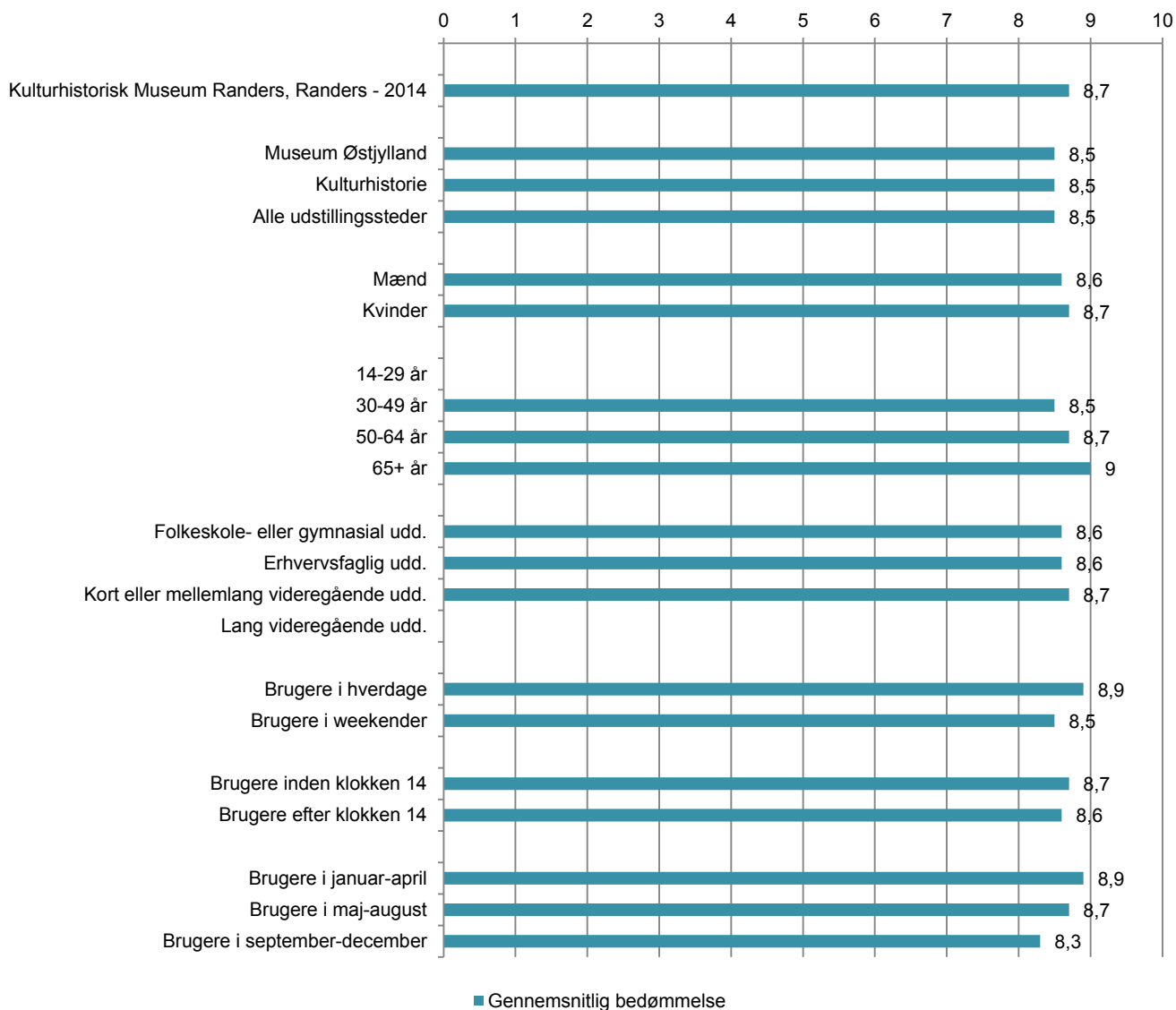
**Spørgsmål:**

- **1: Giv en samlet vurdering af din oplevelse**
- **2: Bedøm din oplevelse i dag**
  - Udstillingerne
  - Atmosfæren
  - Egnethed for børn
  - Mulighed for at lære noget nyt
  - Udstillingernes emner
  - Udstillingernes præsentation
  - Muligheden for at deltage aktivt
  - Arrangementer
  - Rum til refleksion og fordybelse
  - Variation i formidlingen
  - Service og betjening
  - Information i billetsalget
- **5: Vil du anbefale din oplevelse her i dag til andre?**

Resultaterne giver indsigt i, hvordan brugerne vurderer udstillingsstedet og hvor udstillingsstedet kan iværksætte tiltag for at opnå større brugertilfredshed.

Alle resultater kan ses på [onlineportalen](#)

## Giv en samlet vurdering af din oplevelse på en skala fra 1 til 10

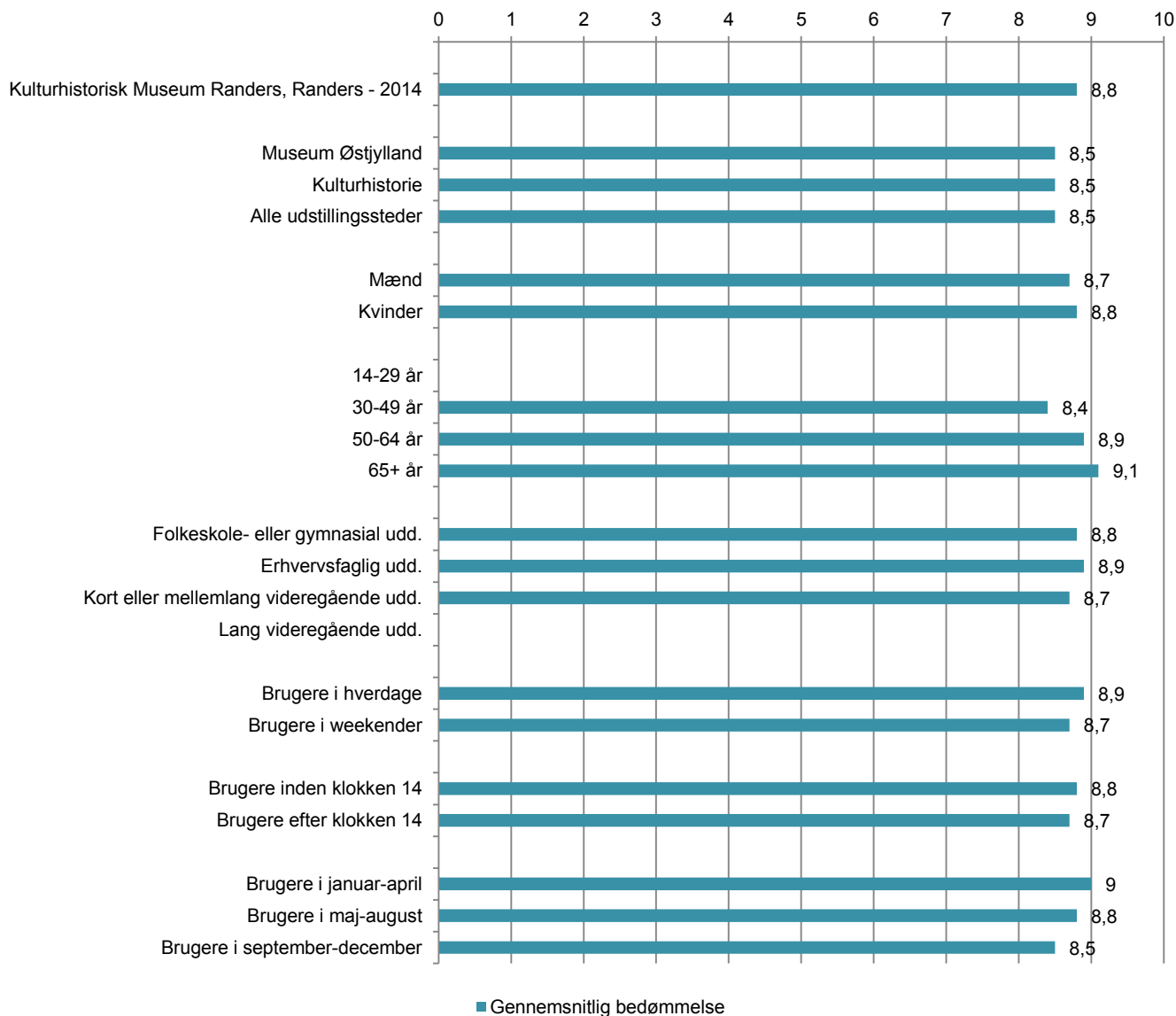


Figuren viser, hvordan udstillingsstedets brugere vurderer den samlede udstillingsstedsoplevelse.

I figuren kan man f.eks. se, hvordan vurderingen af den samlede udstillingsstedsoplevelse adskiller sig fra brugernes tilfredshed med andre museer inden for samme kategori eller alle museerne i undersøgelsen.

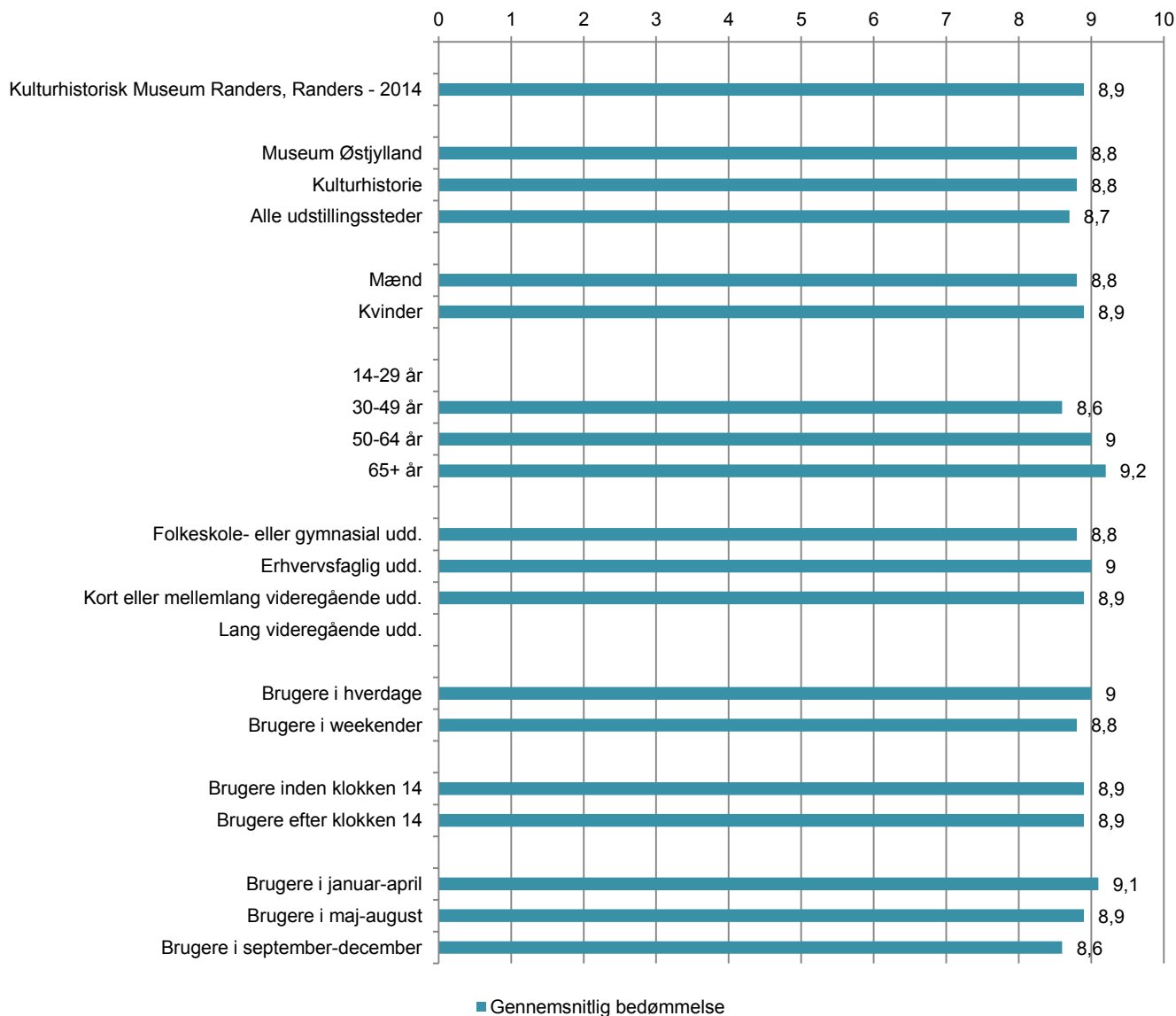


## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10: Udstillinger



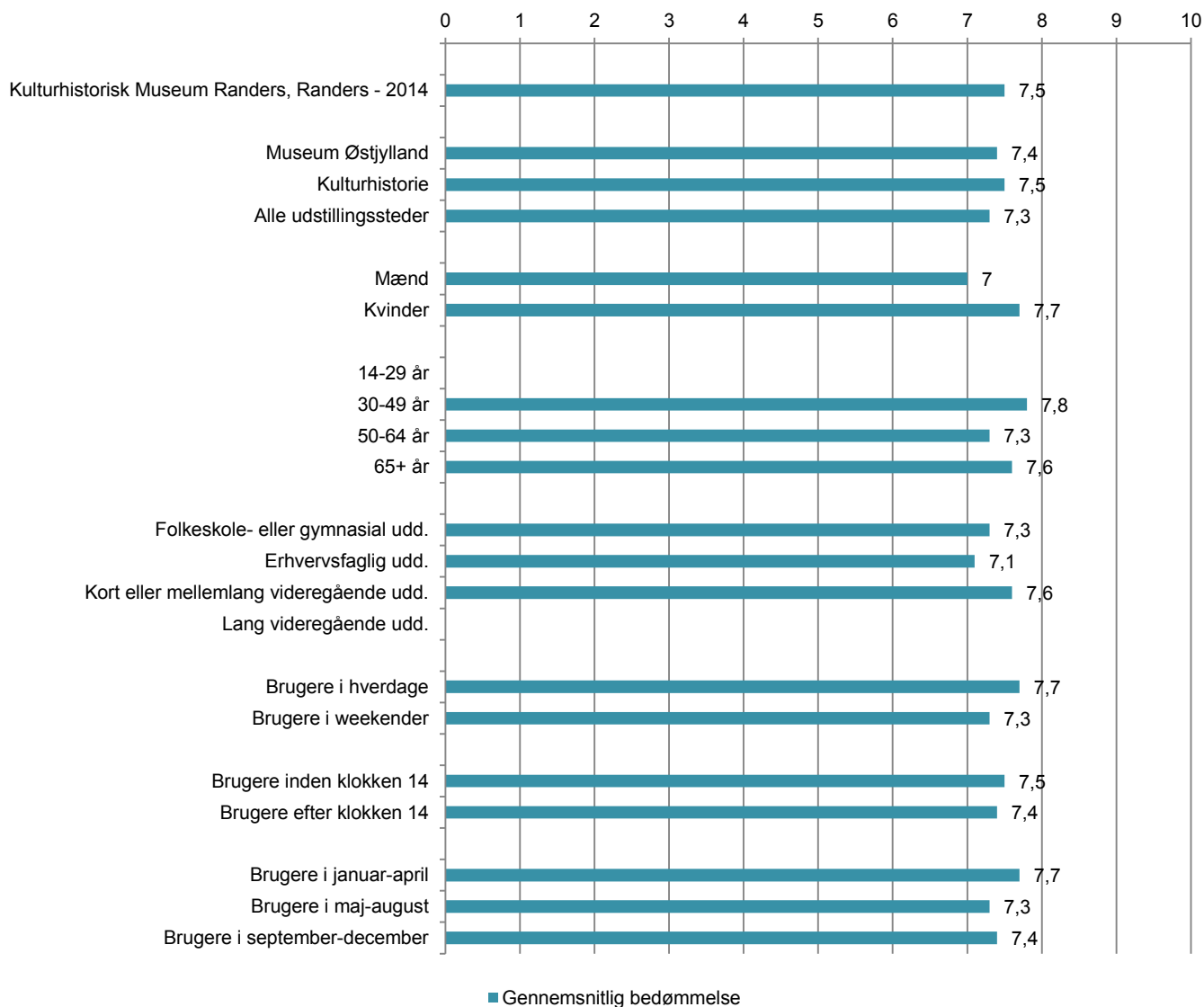
Figuren viser hvordan brugerne bedømmer udstillingsstedets udstillinger. Figuren viser f.eks., om der er forskel på kvinders og mænds tilfredshed med udstillingsstedets udstillinger.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Atmosfæren



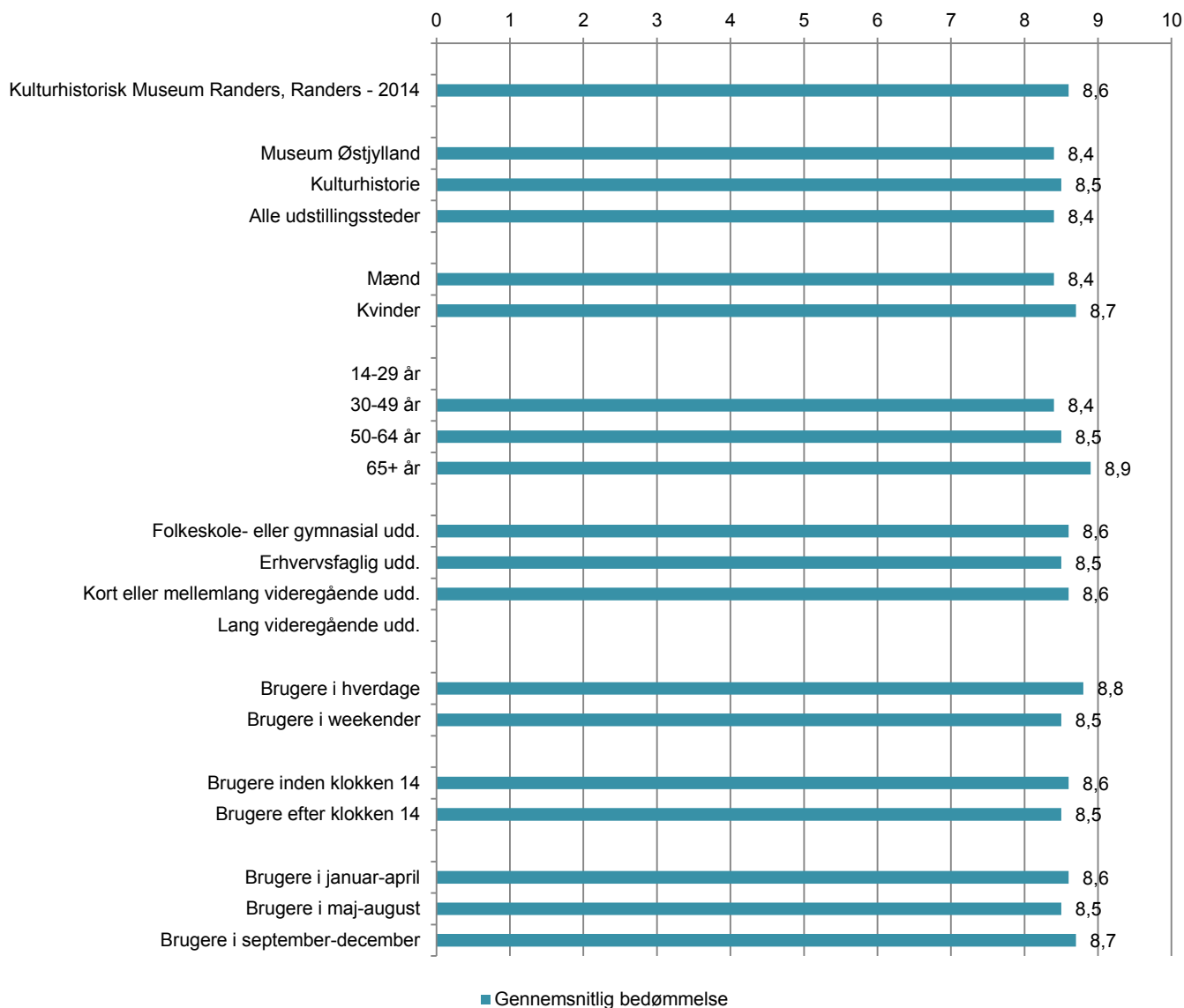
Figuren viser hvordan brugerne oplever udstillingsstedets atmosfære. Figuren viser f.eks., om der er forskel på kvinder og mænds tilfredshed med udstillingsstedets atmosfære.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Egnethed for børn



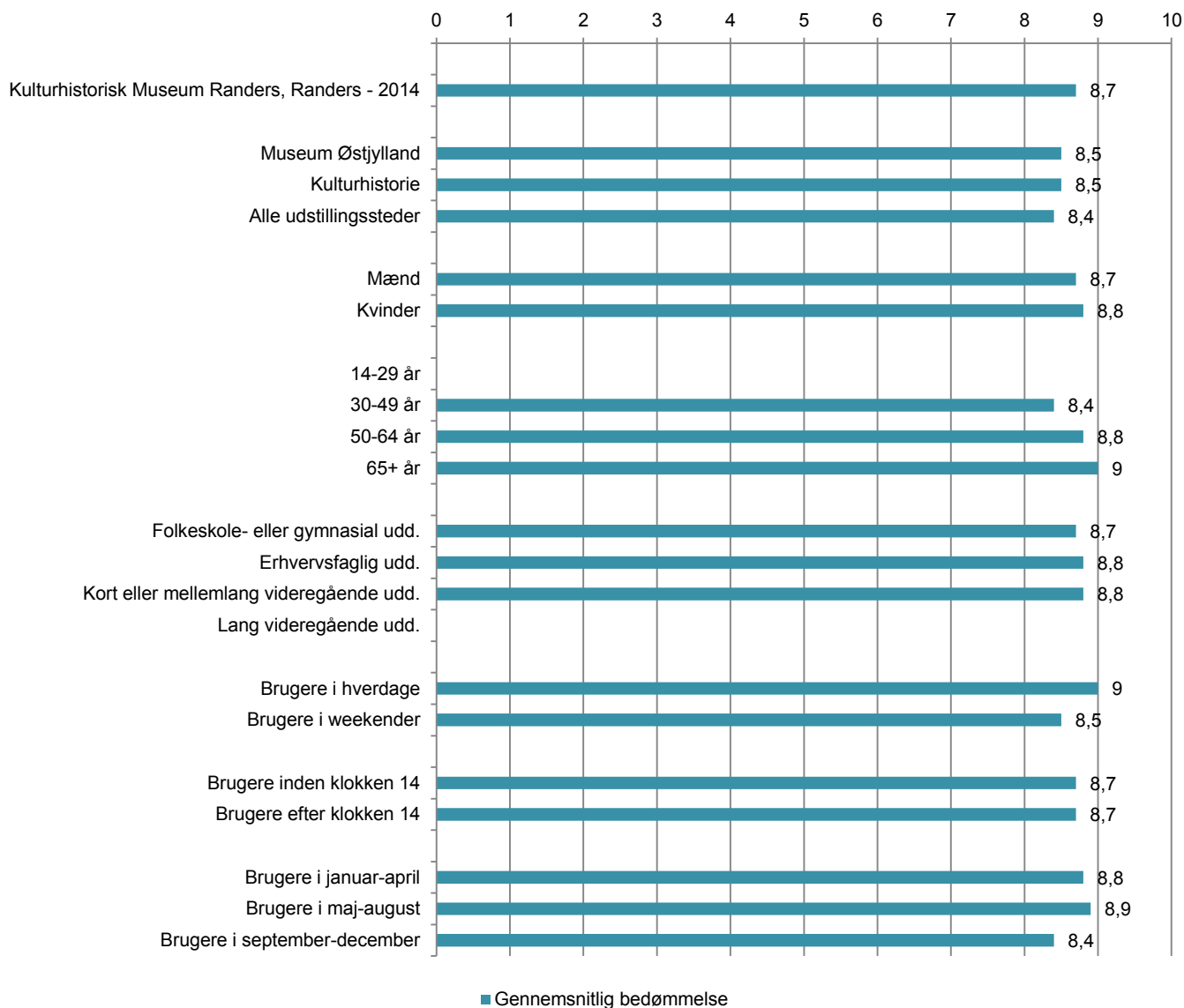
Figuren viser brugernes vurderinger af, om udstillingsstedet er egnet for børn. Figuren viser f.eks., om brugere i weekenderne vurderer udstillingsstedets egnethed for børn anderledes end brugere på hverdage.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Muligheden for at lære noget nyt



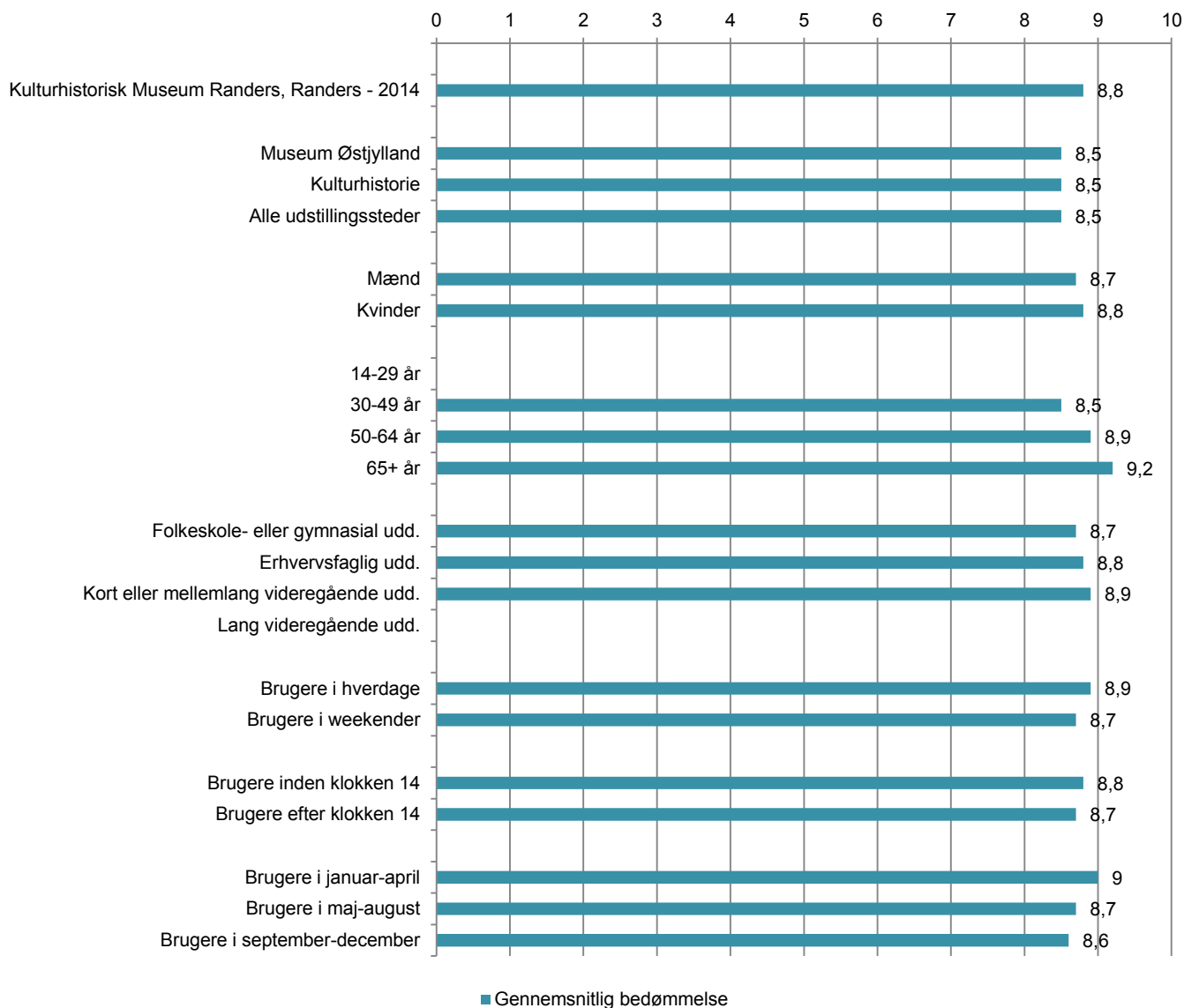
Figuren viser brugernes vurdering af, muligheden for at lære noget nyt på udstillingsstedet. Figuren viser f.eks., om der er forskel på, hvordan brugere, med forskellig uddannelsesbaggrund oplever mulighederne for at tilegne sig ny viden.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Udstillingernes emner



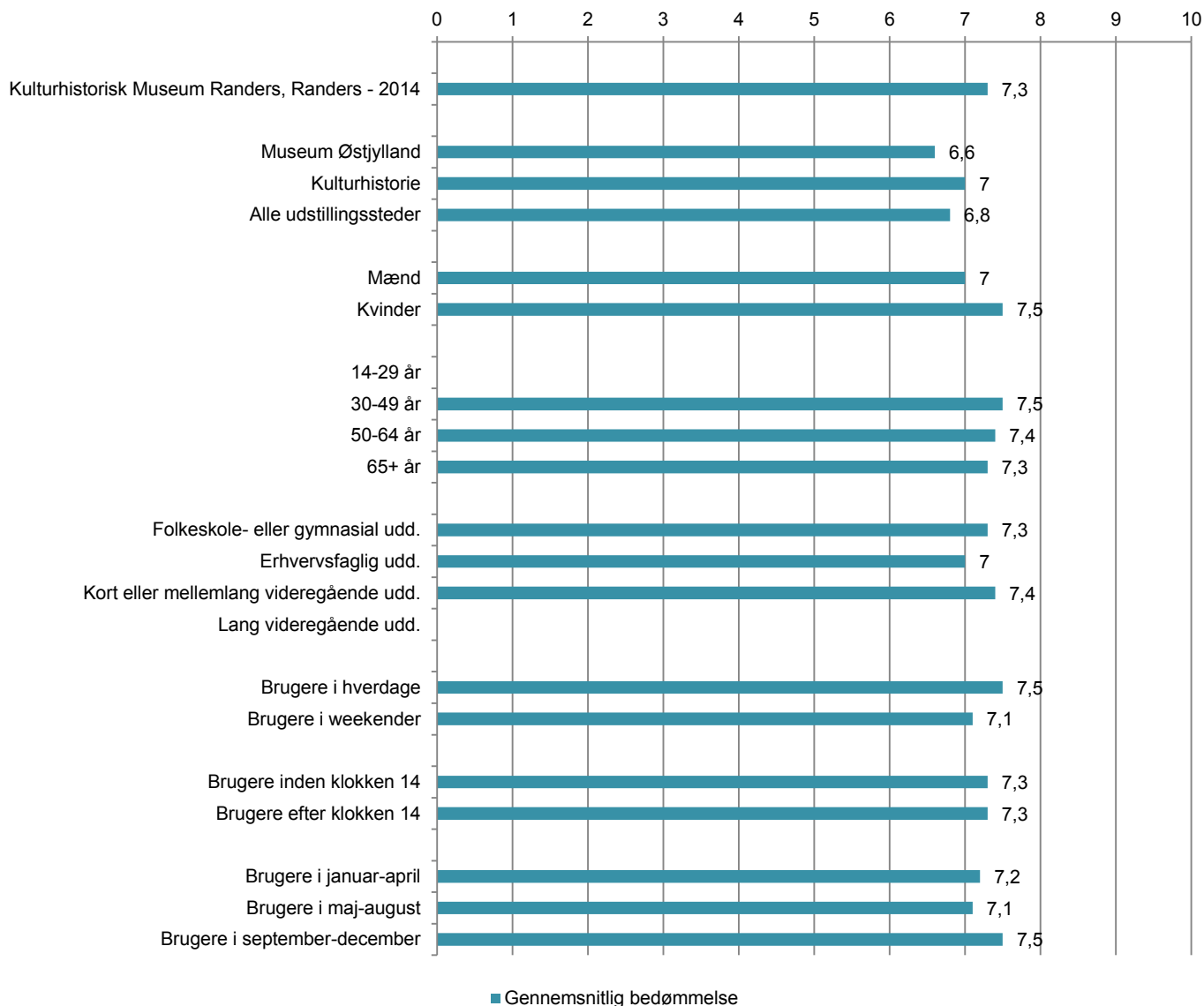
Figuren viser brugernes vurdering af udstillingernes emner. Figuren viser f.eks., om der er forskel på, hvordan brugere i forskellige aldersgrupper, vurderer udstillingernes emner.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Udstillingernes præsentation



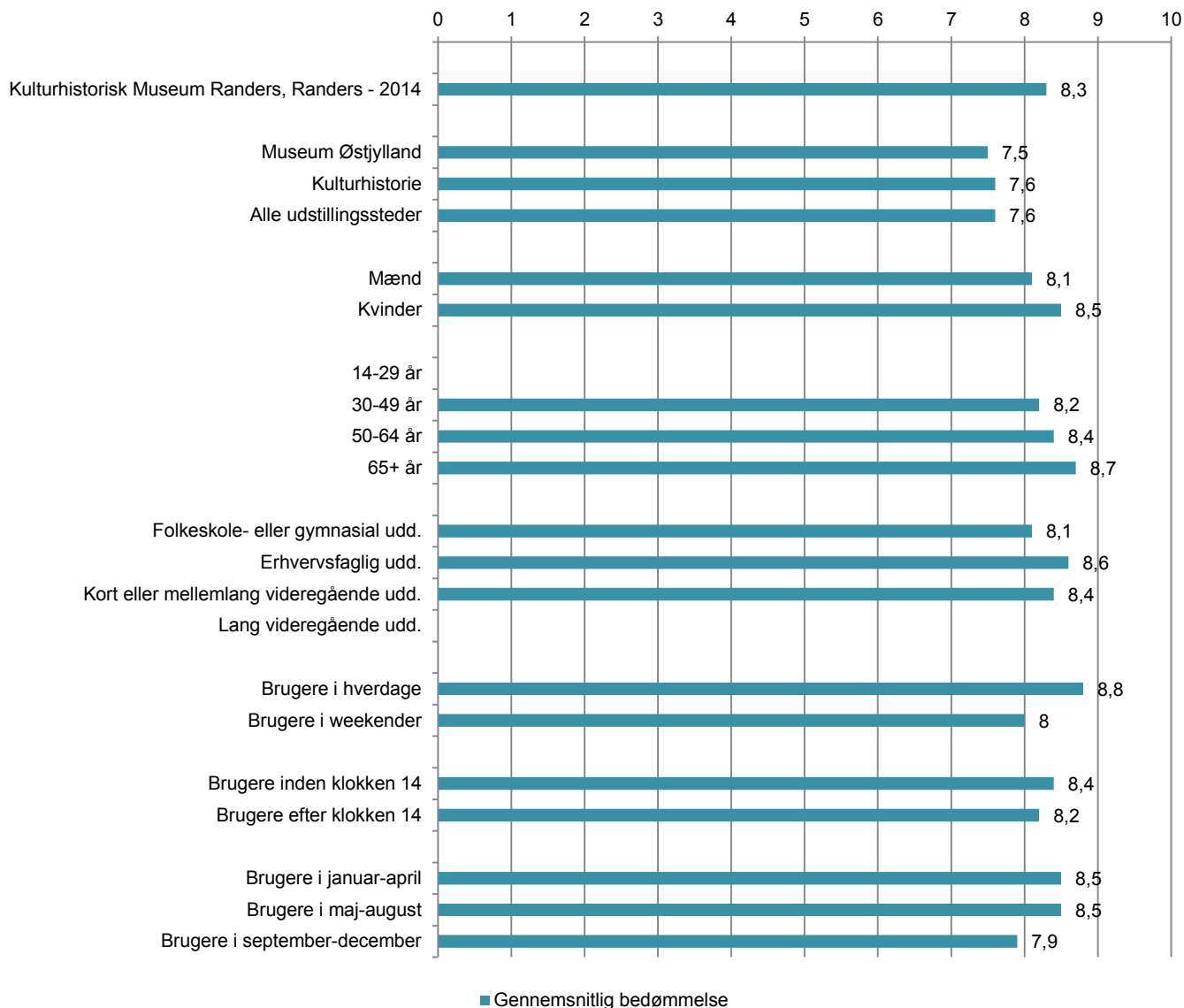
Figuren viser brugernes vurdering af udstillingernes præsentation. Figuren viser f.eks., om der er forskel på, hvordan mandlige og kvindelige brugere, vurderer udstillingernes præsentation.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Muligheden for at deltage aktivt



Figuren viser brugernes vurderinger af, om det er muligt at deltage aktivt på udstillingsstedet. Figuren viser f.eks., om der er forskel på, hvordan forskellige aldersgrupper bedømmer muligheden for at deltage aktivt.

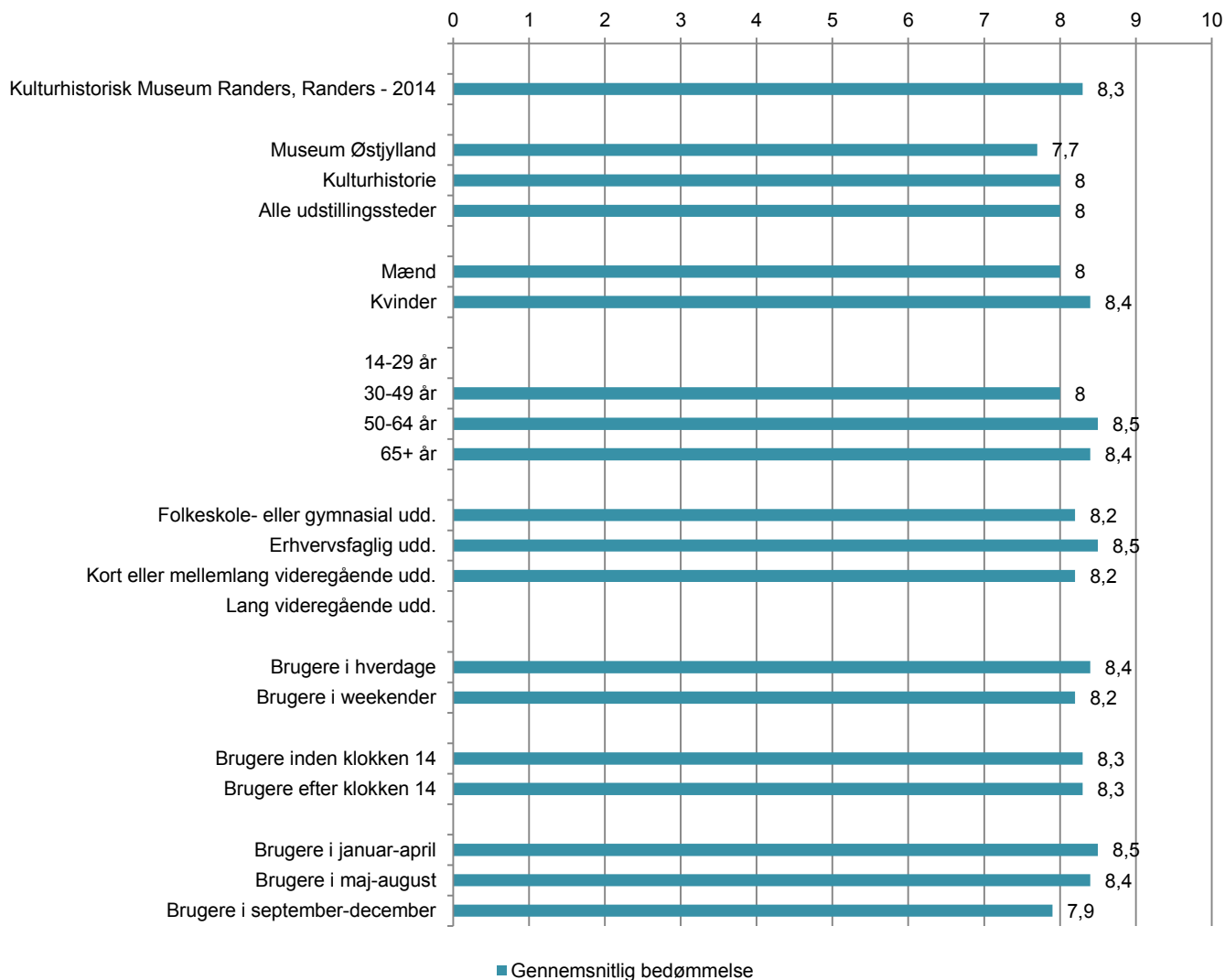
## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Arrangementer



Figuren viser brugernes bedømmelse af udstillingsstedets arrangementer. Figuren viser f.eks. om gruppen af brugere på eller over 65 år vurderer arrangementerne anderledes end andre aldersgrupper.

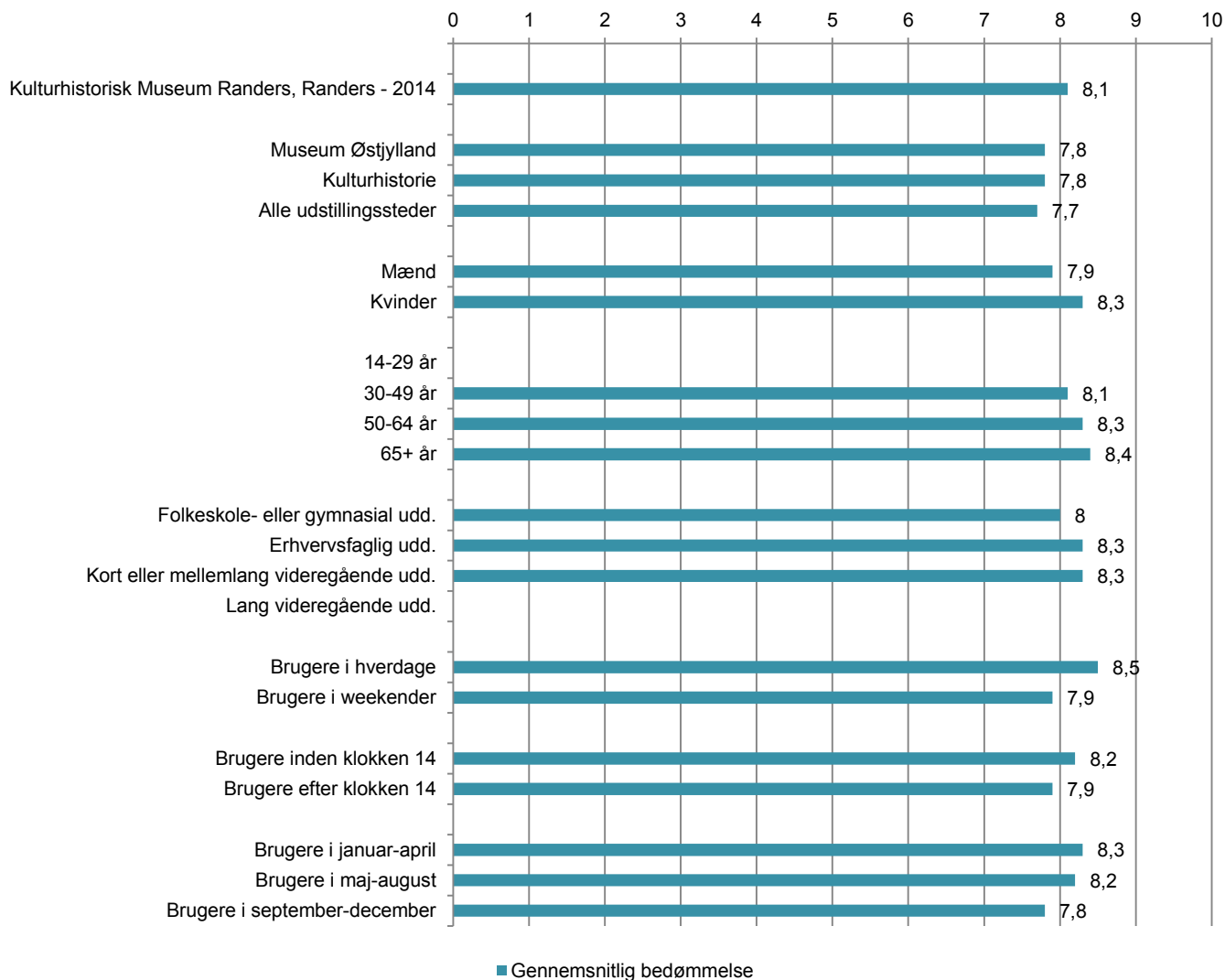


## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Rum til refleksion og fordybelse



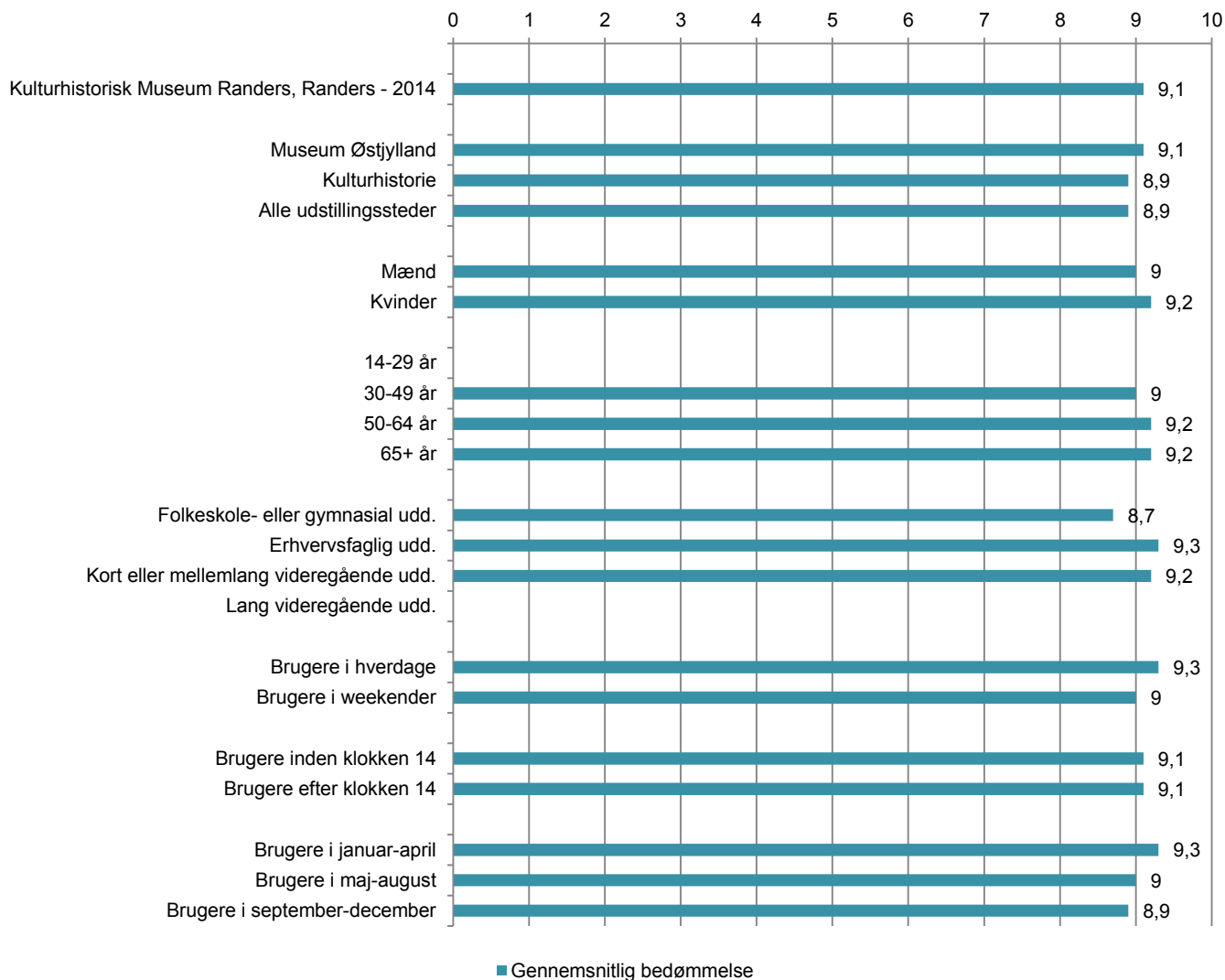
Figuren viser brugernes bedømmelse af udstillingsstedet som rum for refleksion og fordybelse. Figuren viser f.eks. om brugere i hverdage vurderer udstillingsstedet som rum til refleksion og fordybelse anderledes end brugere i weekender.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Variation i formidlingen



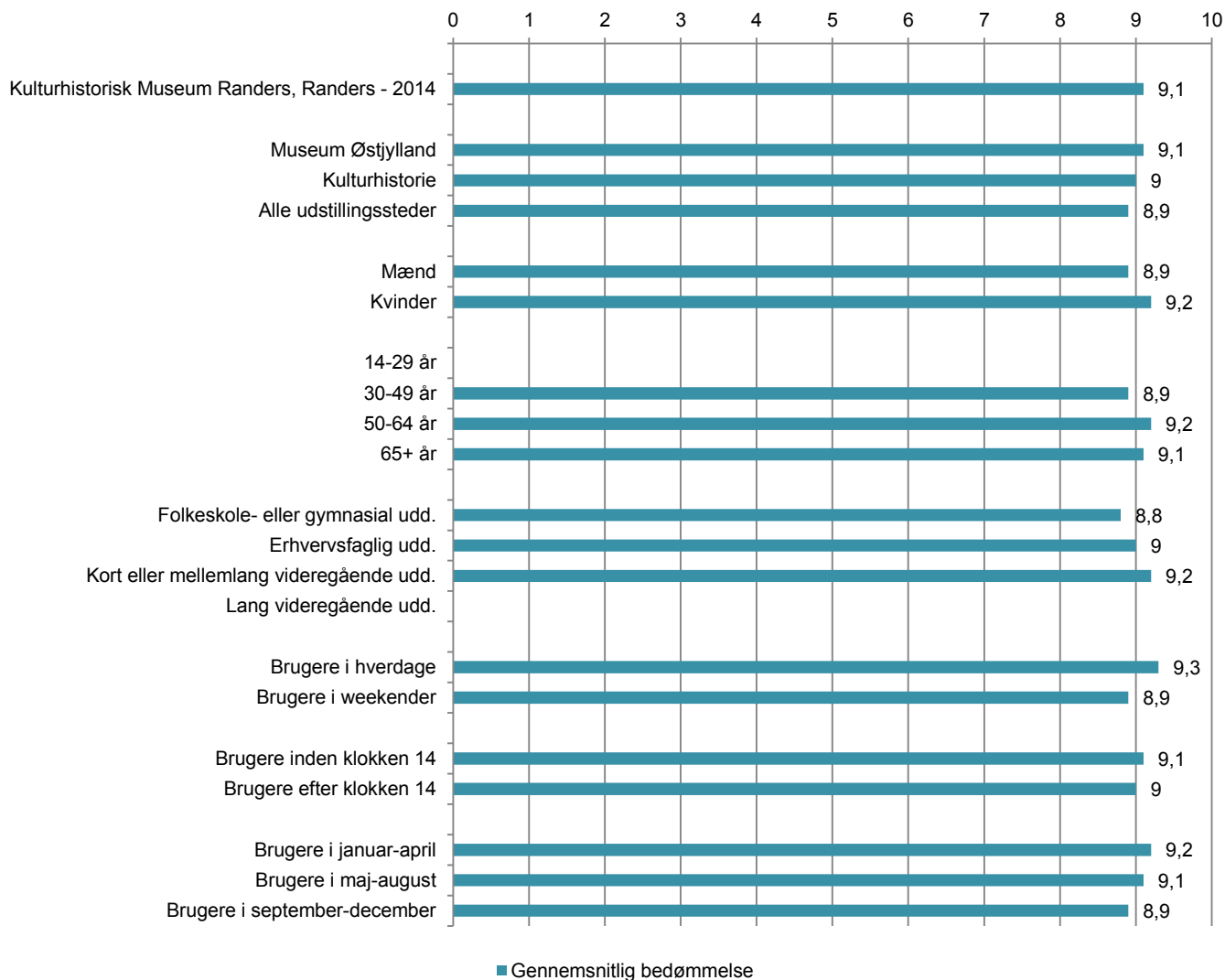
Figuren viser brugernes bedømmelse af udstillingsstedets variation i formidlingen. Figuren viser f.eks. om gruppen af brugere på 14-29 år vurderer udstillingsstedets variation i formidlingen anderledes end andre aldersgrupper.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Service og betjening



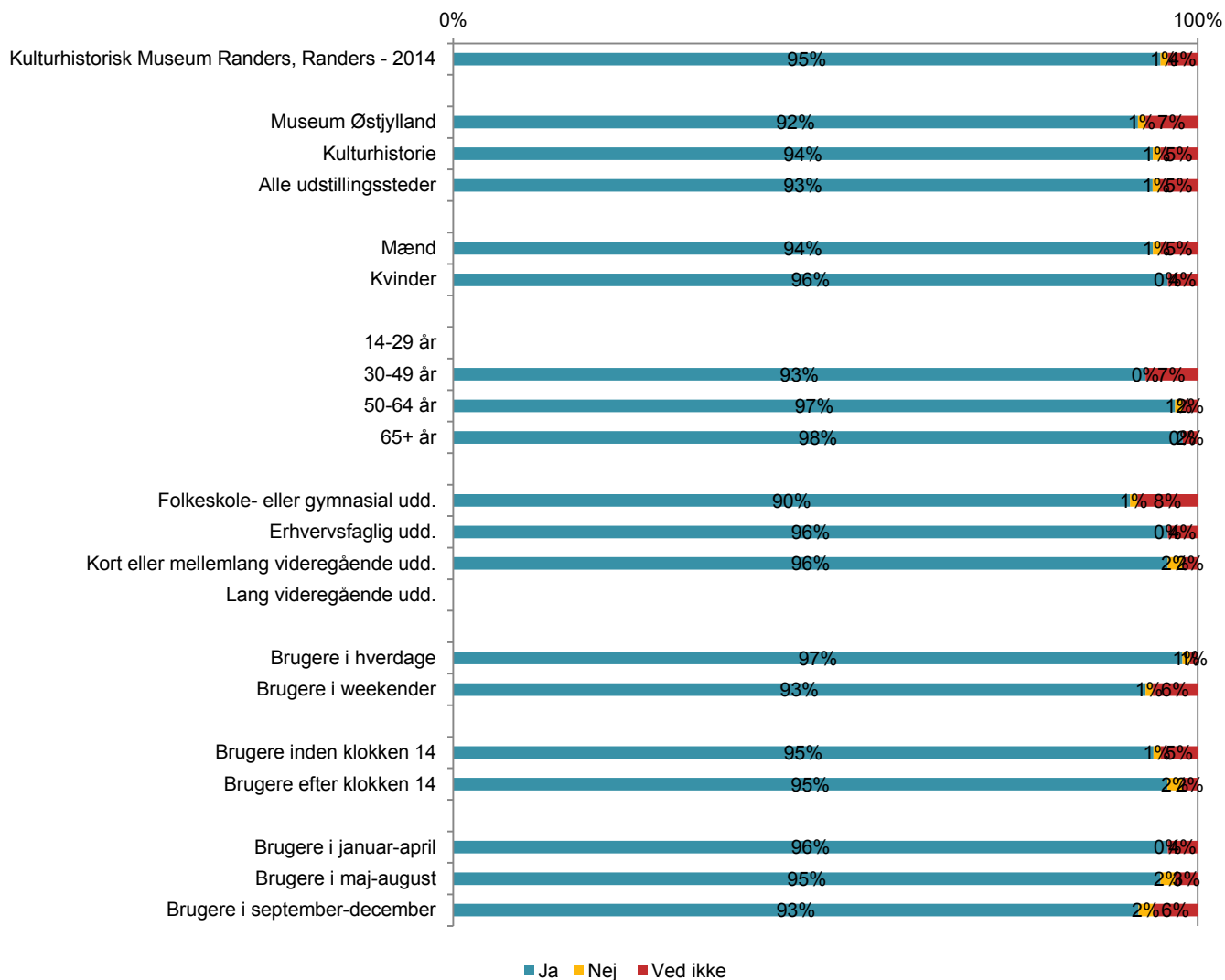
Figuren viser brugernes bedømmelse af udstillingsstedets service og betjening. Figuren viser f.eks. om der er forskel i bedømmelsen på tværs af forskellige aldersgrupper.

## Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10 : Information i billetsalget



Figuren viser brugernes bedømmelse af udstillingsstedets information i billetsalget. Figuren viser f.eks. om der er forskel i bedømmelsen blandt brugere der kommer inden og efter klokken 14.

## Vil du anbefale din oplevelse her i dag til andre?



Figuren viser i hvor høj grad brugerne vil anbefale udstillingsstedet til andre. I figuren kan man f.eks. se, hvilke grupper af brugere, der i højere eller mindre grad vil anbefale udstillingsstedet – sammenlignet med andre grupper.

### 3. Udstillingsstedets brugere

Afsnittet kortlægger brugernes bopæl, alder, køn og uddannelse samt hvornår på dagen udstillingsstedetsbesøget finder sted.

Spørgsmål:

- 10: Hvor bor du?
- 11: Har du nogen kulturel tilknytning til et eller flere lande udenfor Danmark?
- 7: Hvad er din alder?
- 8: Hvilket køn er du?
- 9: Hvad er din højeste gennemførte uddannelse eller niveauet på din igangværende uddannelse?
- 6: Ankom du hertil fra en ferieadresse?

Udstillingsstedet kan anvende resultaterne til at kvalificere formidlingen til udstillingsstedets forskellige brugere.

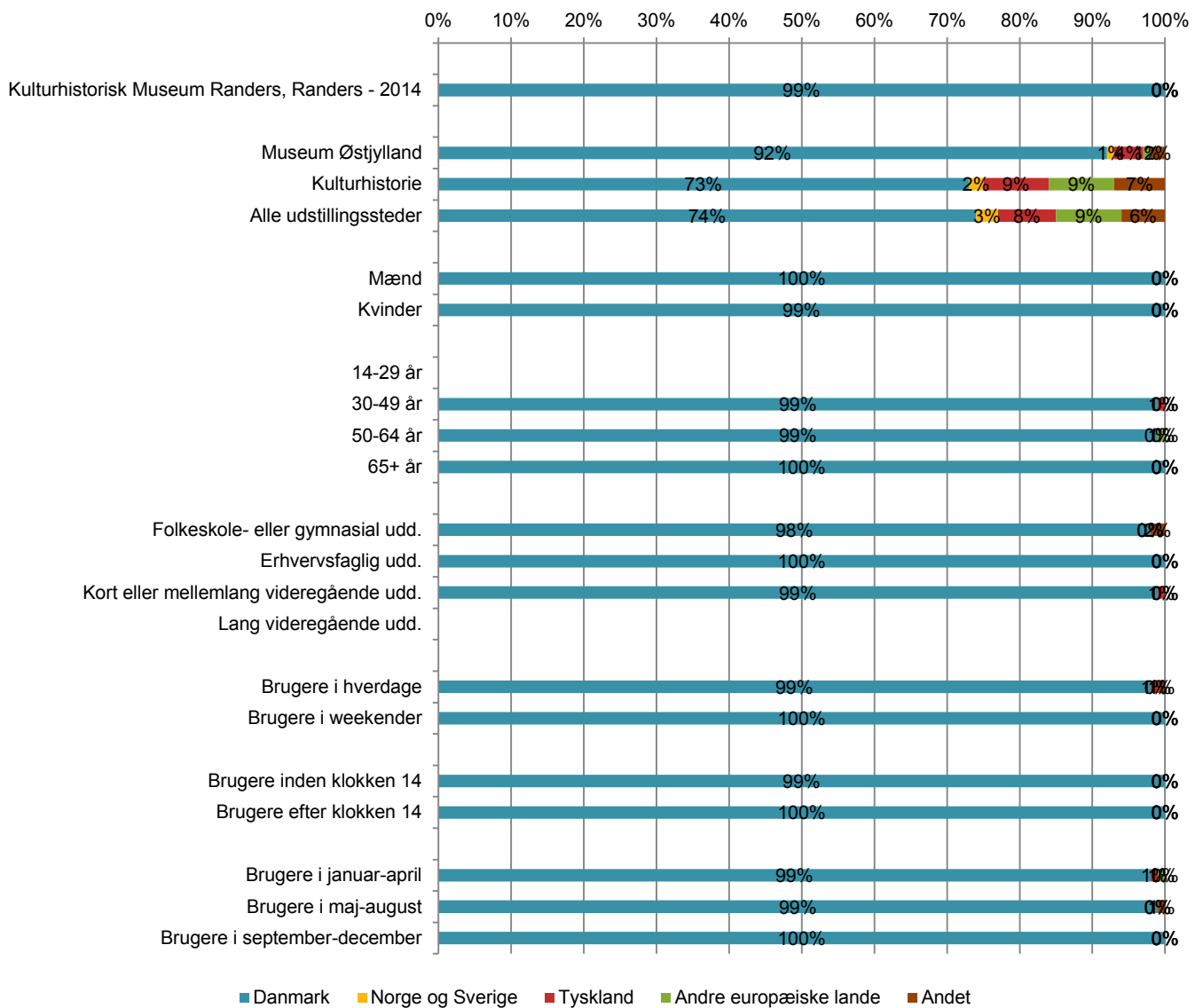
Samtidig giver resultaterne viden om, hvilke brugere, der *ikke* kommer på udstillingsstedet.

Udstillingsstedet kan derfor bruge resultaterne, hvis det vil henvende sig til nye målgrupper.

Alle resultater kan ses på [onlineportalen](#)

# Hvor bor du?

## Alle brugere

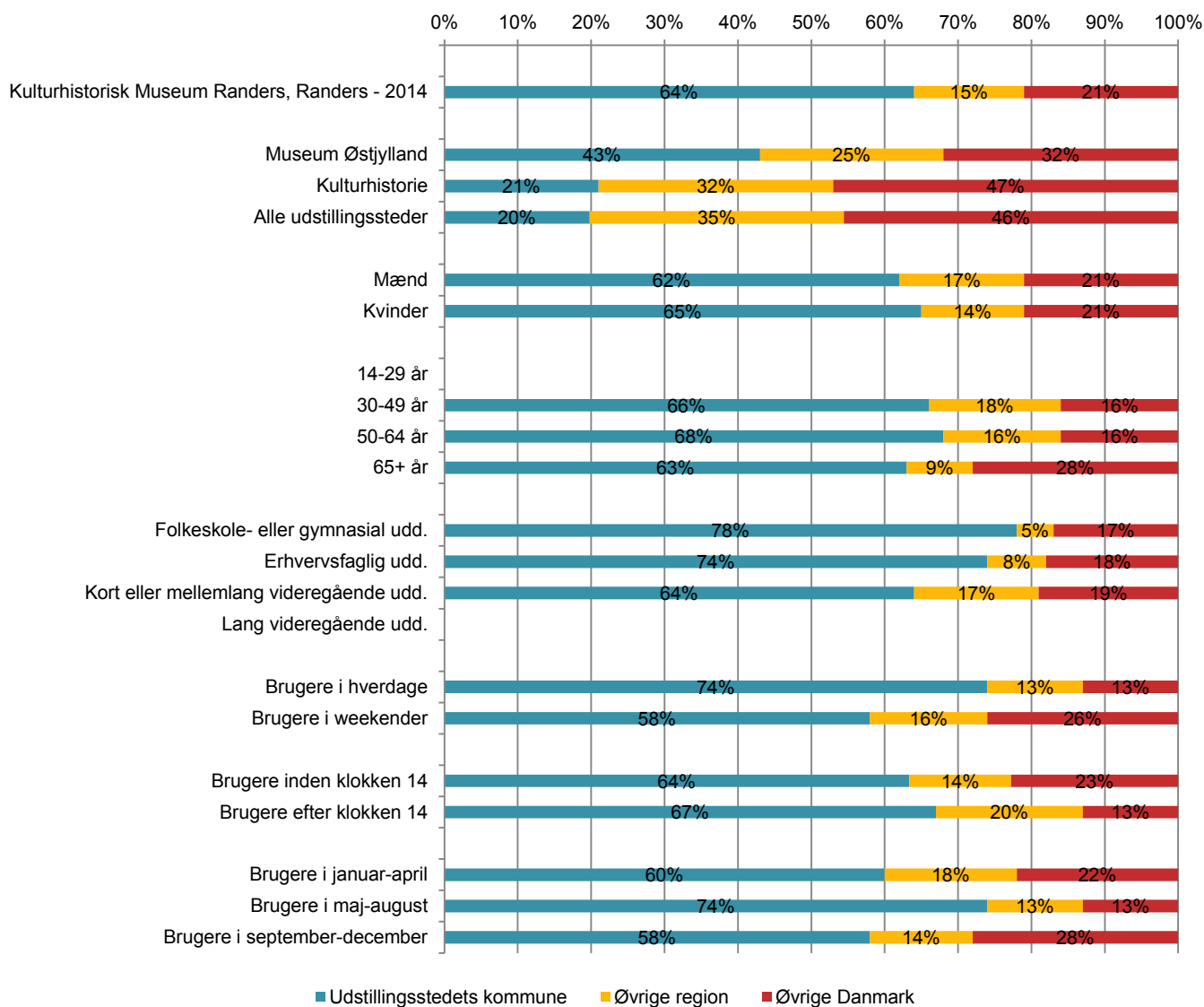


Figuren viser, hvilke lande udstillingsstedets brugere kommer fra.

Figuren viser f.eks., om udstillingsstedet har flere brugere fra Danmark end fra udlandet.

## Hvor bor du?

### Brugere med bopæl i Danmark



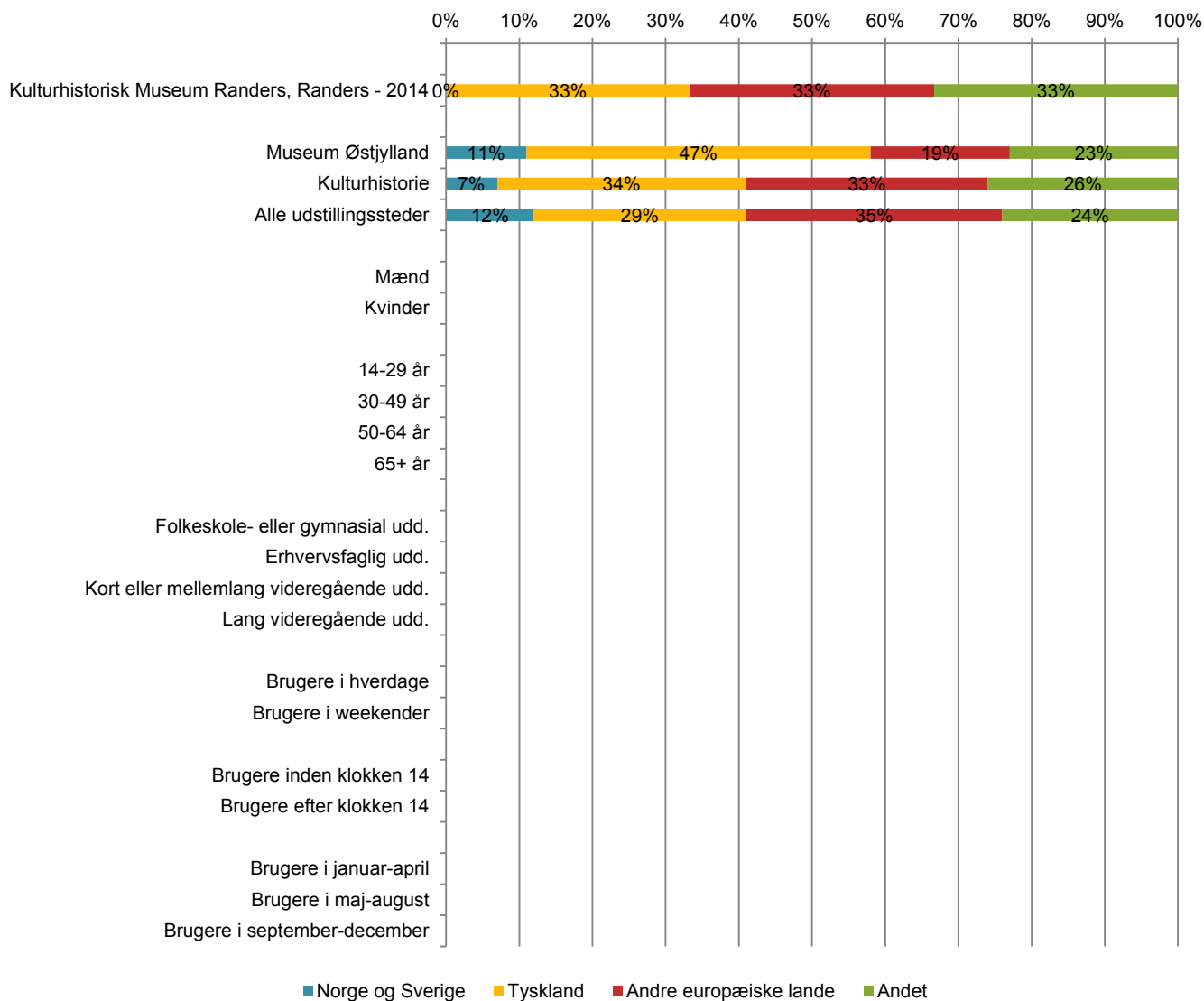
Figuren viser, hvor stor en andel af udstillingsstedets brugere med bopæl i Danmark, der bor i udstillingsstedets hjemkommune, i den øvrige del af udstillingsstedets region og i det øvrige Danmark.

Figuren viser f.eks., om udstillingsstedet har flere brugere fra omegnskommunerne i weekenden end på hverdage.



## Hvor bor du?

### Brugere med bopæl i udlandet



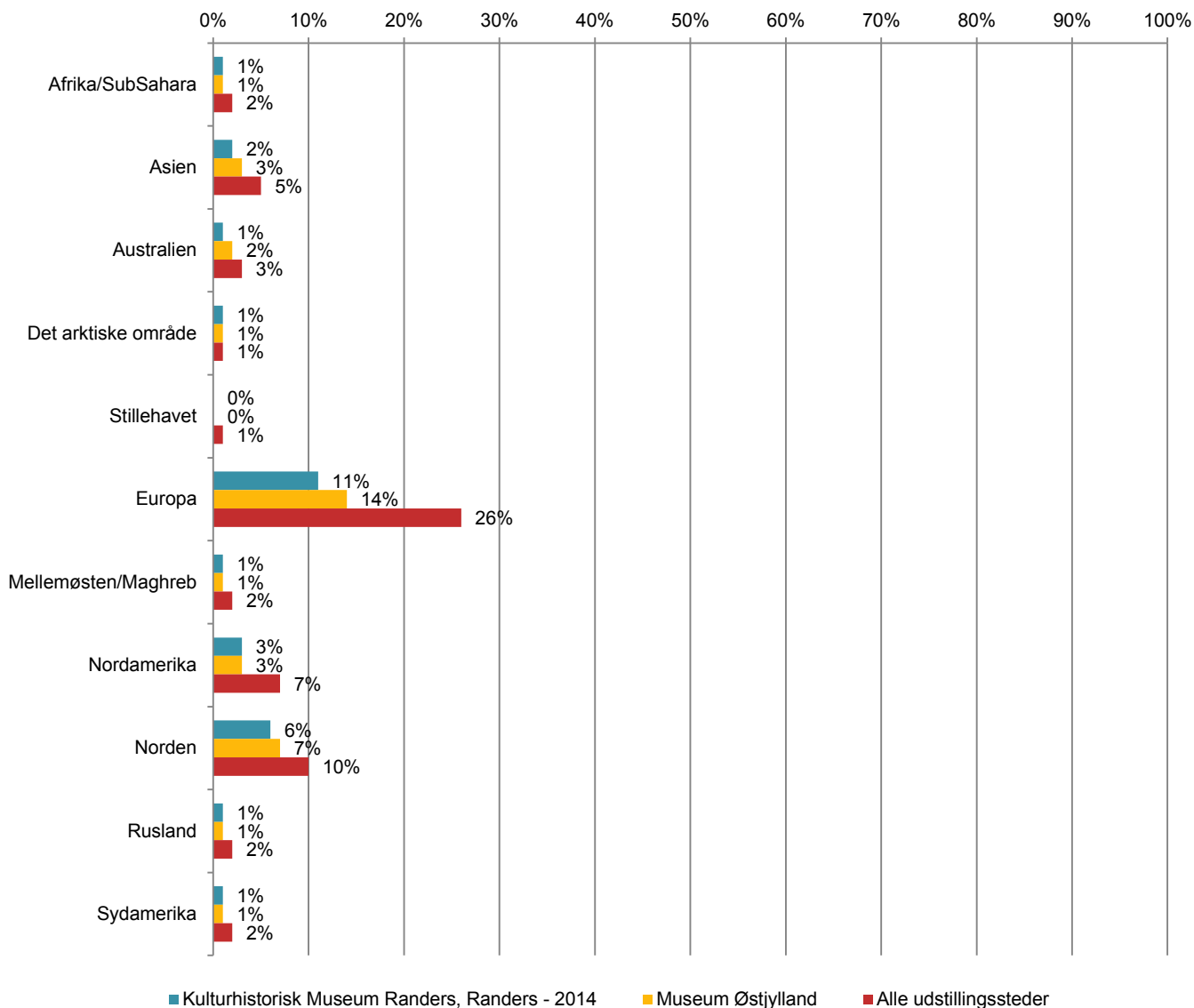
Vær opmærksom på, at der kan være meget små baser!

Figuren viser, hvilke lande brugerne med bopæl i udlandet kommer fra.

I figuren kan man f.eks. læse, om udstillingsstedet har flere brugere med bopæl i Norge eller Sverige end fra Tyskland.

# Har du nogen kulturel tilknytning til et eller flere lande uden for Danmark?

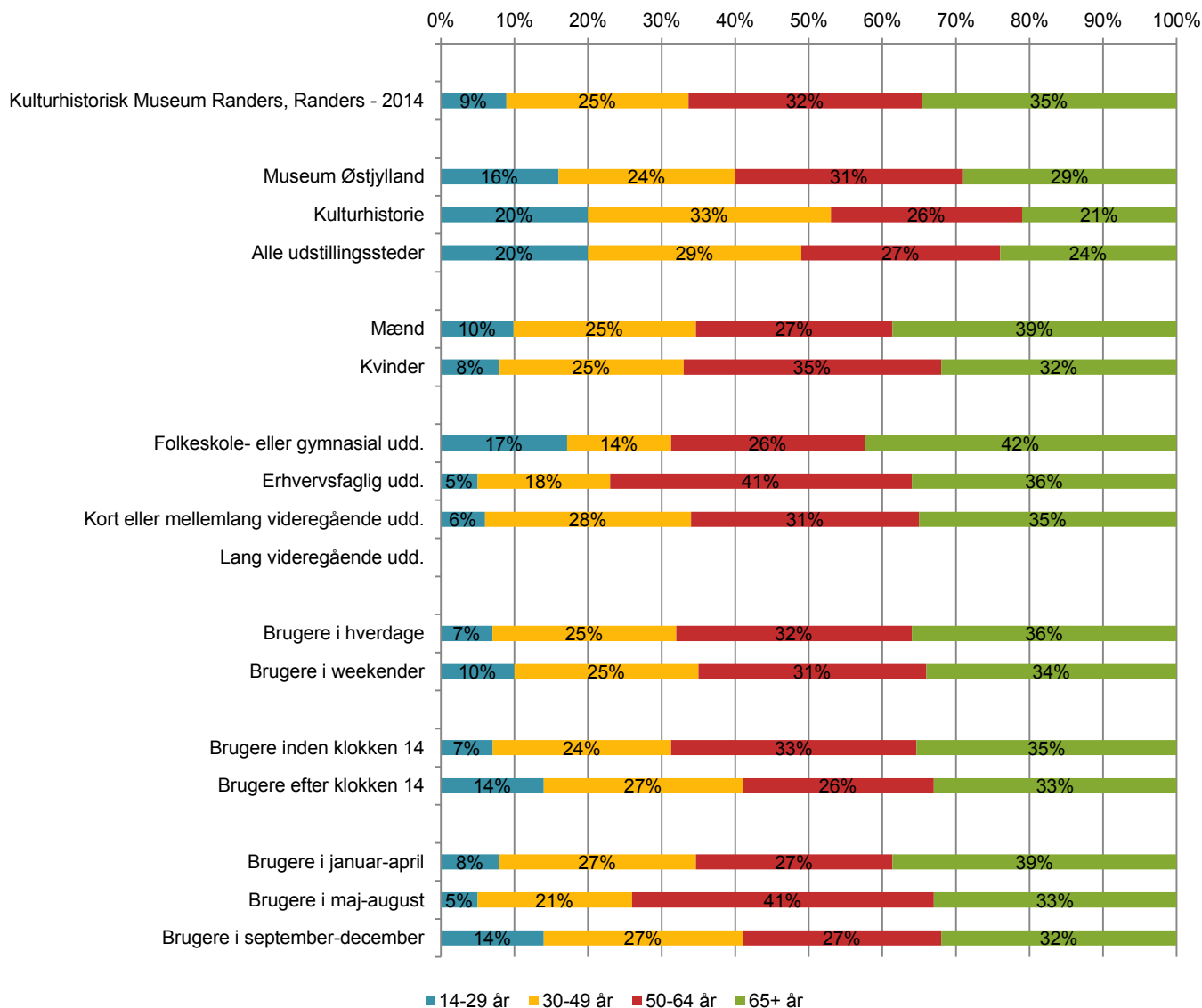
*Alle brugere*



Figuren viser, hvilke lande udstillingsstedets brugere er kulturelt tilknyttet.

Figuren viser f.eks., om udstillingsstedet i særlig grad tiltrækker brugere med en særlig kulturel tilknytning.

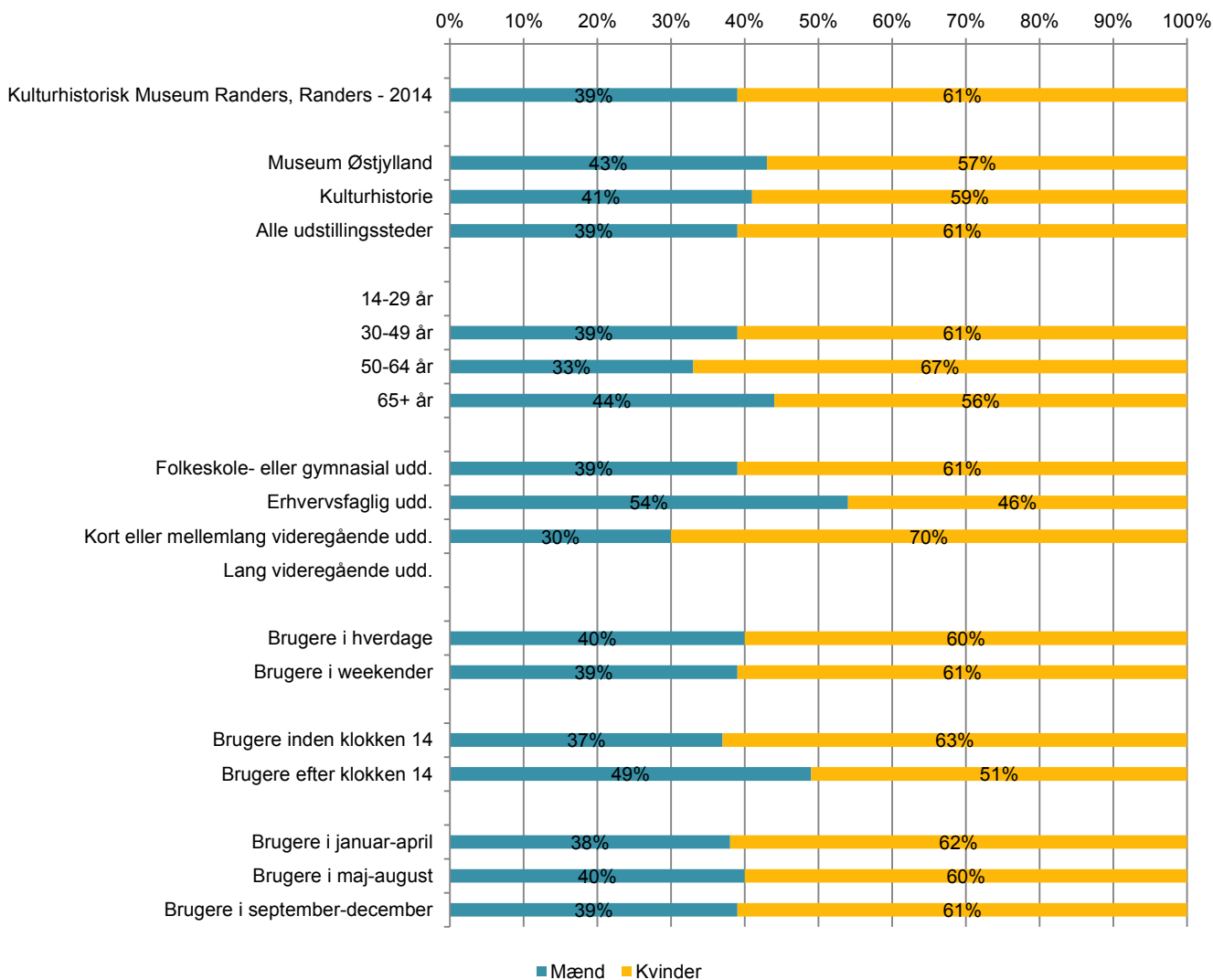
## Hvad er din alder?



Figuren viser aldersfordelingen for udstillingsstedets brugere (der er minimum 14 år). Resultaterne er inddelt i fire alderskategorier (14-29 år, 30-49 år, 50-64 år og 65 år og derover).

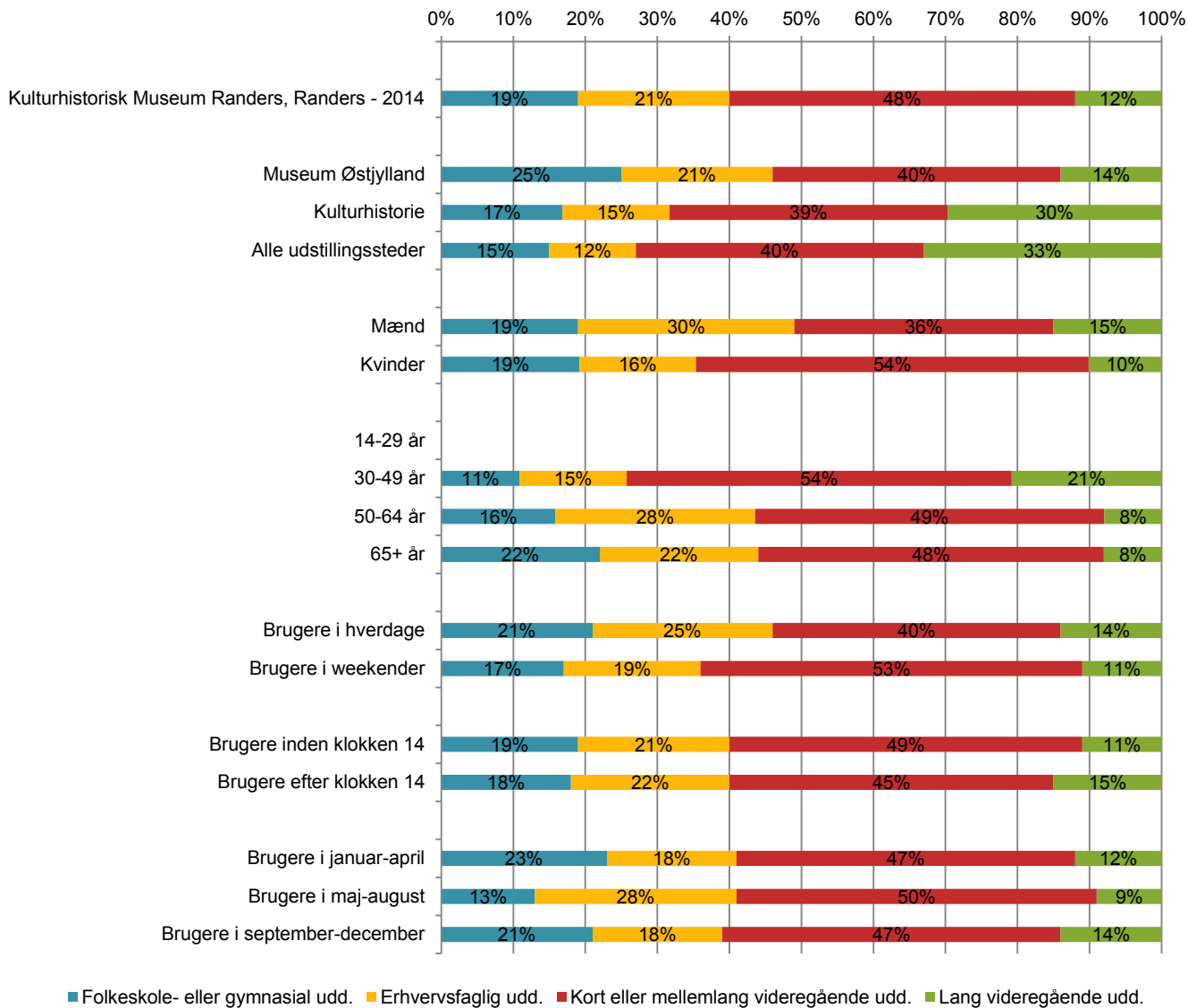
I figuren kan man f.eks. læse, hvor stor en andel af udstillingsstedets kvindelige brugere, der er over 50 år.

## Hvilket køn er du?



Figuren viser, hvor stor en del af udstillingsstedets brugere, der er henholdsvis mænd og kvinder.

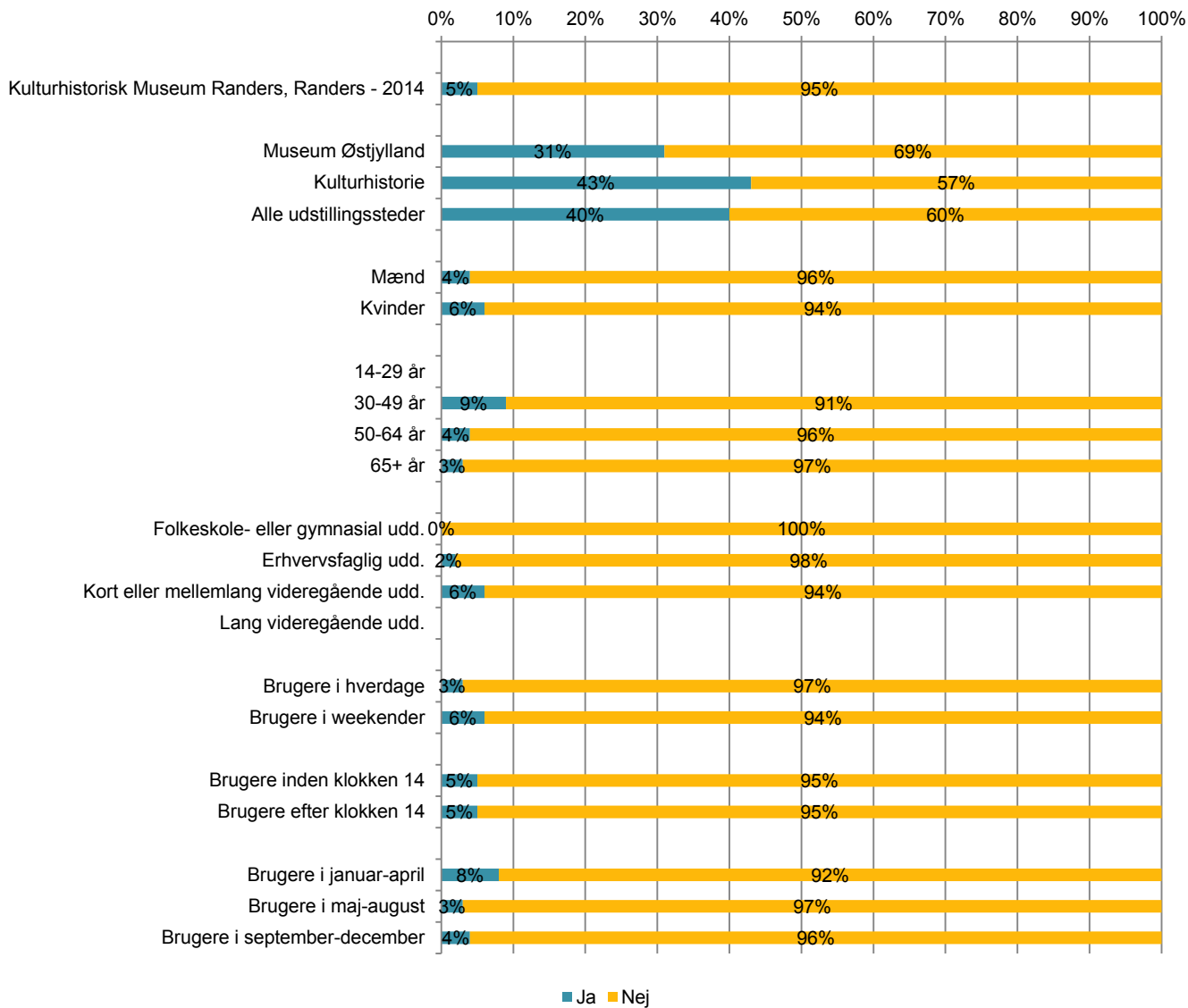
## Hvad er din højeste gennemførte uddannelse eller niveauet på din igangværende uddannelse?



Figuren viser brugernes fordeling på forskellige uddannelsesniveauer.

I figuren kan man f.eks. se, om udstillingsstedets brugere har et højere eller lavere uddannelsesniveau sammenlignet med andre museer i samme udstillingsstedskategori.

## Ankom du hertil fra en ferieadresse?



Figuren viser hvorvidt brugerne ankom til udstillingsstedet fra en ferieadresse.

## 4. GallupKompas

GallupKompas er et segmenteringsværktøj, der afdækker befolkningens holdninger, værdier og livsstile.

GallupKompas inddeler befolkningen i ni segmenter gennem et sæt af værdi- og holdningsspørgsmål.

På grundlag af spørgeskemaets spørgsmål 13 bliver udstillingsstedernes brugere inddelt i GallupKompas' ni segmenter.

**Spørgsmål:**

- **13: Hvad er din holdning til følgende udsagn?**
  - Alting ændrer sig for hurtigt i dag.
  - Det er for let at få penge fra det offentlige.
  - Det bør være frivilligt, hvorvidt man vil være medlem af en fagforening.
  - Hvis vi ikke passer på, tager den moderne teknik magten fra menneskene.
  - Der gøres for lidt for flygtninge i Danmark.
  - Det er vigtigt for mig at have succes.
  - IT og moderne teknologi giver mig mange fordele i min hverdag.
  - Jeg køber helst økologiske fødevarer, hvis jeg kan få det.

**Segmenteringen, af udstillingsstedets brugere, giver udstillingsstedet en indikation af, hvilke segmenter af borgere, det primært henvender sig til, og hvilke borgere, udstillingsstedet ikke henvender sig til. GallupKompas viser også, hvad brugerne i de forskellige segmenter synes om udstillingsstedet.**

**Denne viden kan bruges til at udvikle relevant og kvalificeret kommunikation og markedsføring til både brugerne og ikke-brugerne.**

**En uddybende beskrivelse af kompassegmenterne, med særligt fokus på deres kultur- og medievaner, findes på [onlineportalen](#) eller i den nationale rapport på [www.kulturstyrelsen.dk](http://www.kulturstyrelsen.dk)**



# GallupKompas' ni segmenter:



## Det moderne fællesskabsorienterede segment

Akademikere  
Kulturforbrugere  
Samfundsengagement



## Det traditionelle individorienterede segment

Danske traditioner og værdier  
Gør-det-selv og havearbejde  
Teknologiskepsis  
Pensionister



## Det moderne segment

Karriereorienteret  
Økonomisk velstillet  
Kvalitetsbevidste



## Det traditionelle segment

Hjemlige sysler  
Traditionelle familieværdier  
Ældre



## Det moderne individorienterede segment

Dynamiske unge mænd  
Liberale holdninger  
Økonomi og erhverv



## Det traditionelle fællesskabsorienterede segment

Helsekost og økologi  
Støtter velfærdssamfundet  
Teknologiskepsis



## Det individorienterede segment

Interesse for nærmiljøet  
Selvstændige og faglærte  
Yngre mænd



## Det fællesskabsorienterede segment

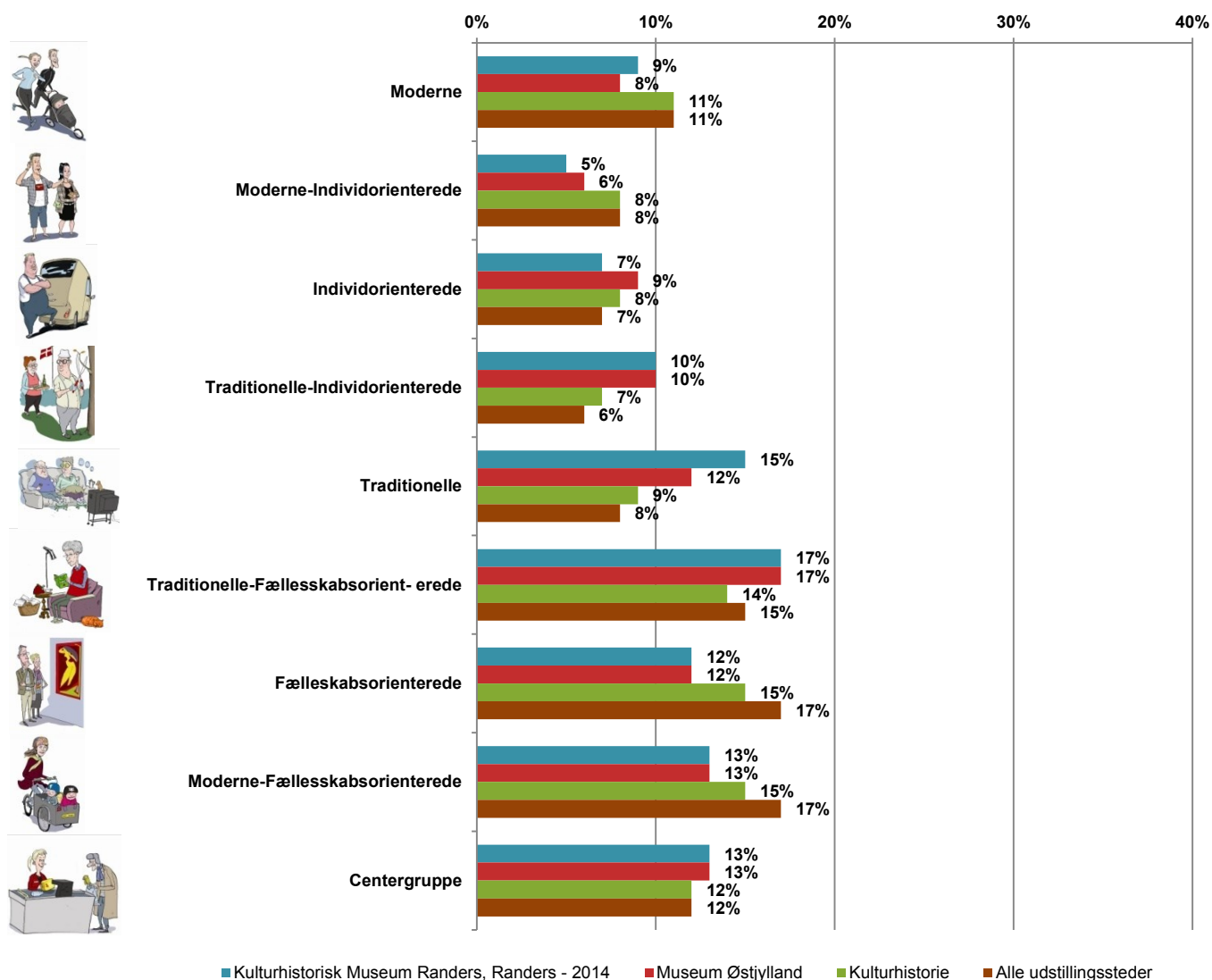
Social ansvarlighed  
Den politiske og grønne forbruger  
Helse, økologi og ernæring  
Kvinder mellem 40-59 år



## Centersegmentet

Segmentet rummer de borgere, der ikke entydigt lader sig placere i nogen af de andre segmenter.

## Fordeling på GallupKompas' segmenter

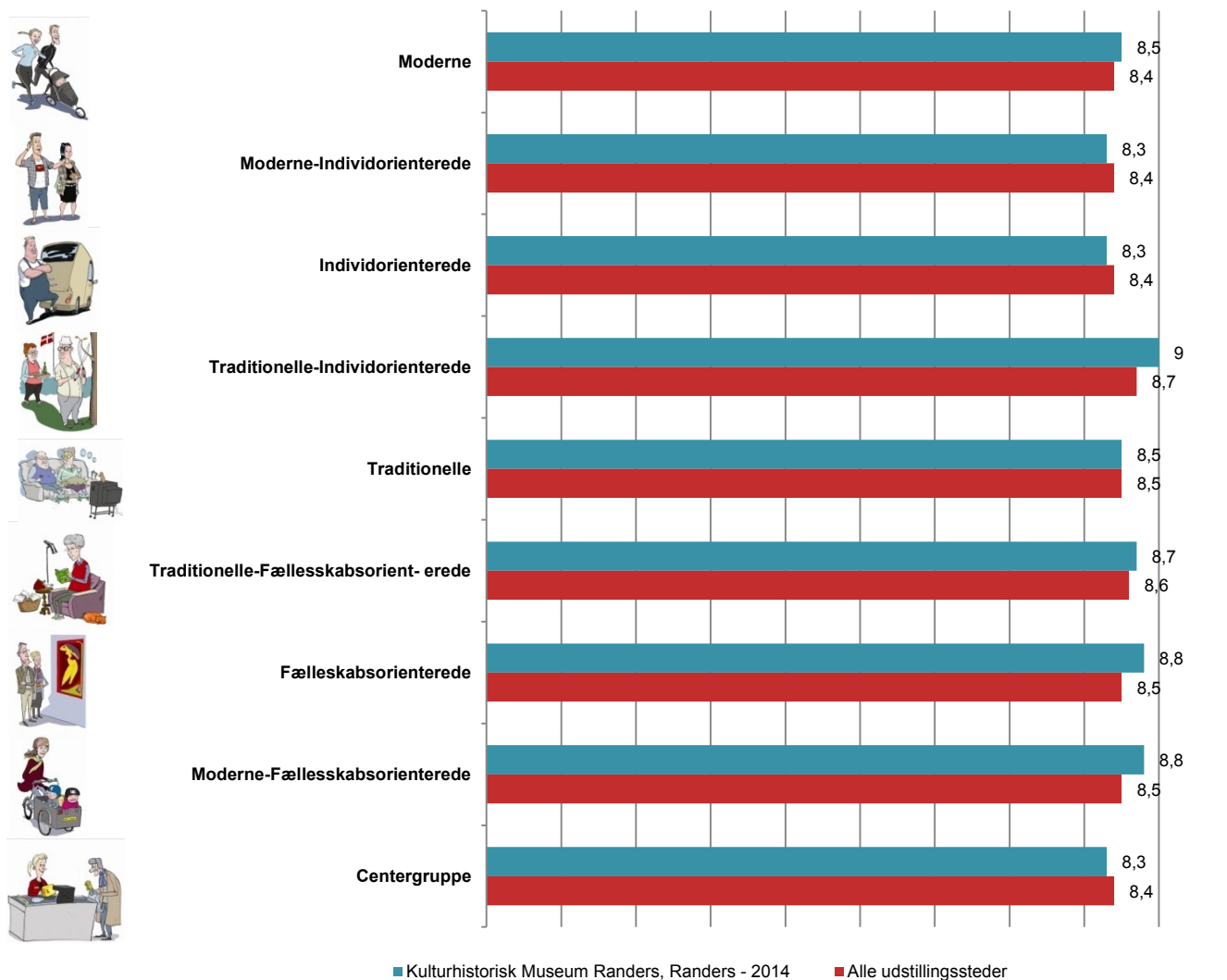


**NB. Vær opmærksom på, at baserne kan være meget små.**

Figuren viser fordelingen af udstillingsstedets brugere på kompassegmenter i forhold til fordelingen i udstillingsstedets kategori, samt i forhold til fordelingen i den danske befolkning.

Figuren viser f.eks., om udstillingsstedet har en større eller mindre andel af fællesskabsorienterede brugere end de øvrige museer eller hele den danske befolkning.

## Samlet vurdering af oplevelsen fordelt på kompassegmenter



**NB. Vær opmærksom på, at baserne kan være meget små.**

Figuren viser, hvordan udstillingsstedets brugere - fordelt på de forskellige kompassegmenter - vurderer den samlede udstillingsstedsoplevelse på en skala fra 1-10, hvor 1 er meget dårlig, og 10 er meget god.

Resultaterne viser f.eks., hvilke kompassegmenter, der har den mest positive og den mest negative vurdering af deres udstillingsstedsoplevelse.

# Fordeling på GallupKompas' segmenter. Vist som kompasrose for udstillingsstedet.



**NB. Vær opmærksom på, at baserne kan være meget små.**

# 5. Motivation for besøget

Afsnittet kortlægger brugernes motivation for besøget på udstillingsstedet.

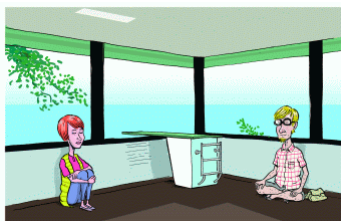
Spørgsmål:

- **3: Hvilken beskrivelse passer bedst med, hvorfor du er på udstillingsstedet i dag?**
  - **Oplader** - Jeg er her for at få ny energi og for at finde ro og tid til fordybelse. Jeg søger æstetiske oplevelser i stedets udstillinger, arkitektur og omgivelser.
  - **Fagligt interesseret** – Jeg er her på grund af en specifik faglig interesse. Jeg forholder mig kritisk til udstillingen/-erne og den faglige formidling
  - **Oplevelsesjæger** – Jeg er her for at opleve og koncentrerer mig om det mest iøjnefaldende. Jeg behøver ikke se alt for at lære stedet at kende.
  - **Vært** – Jeg er her for at skabe en god oplevelse for dem, jeg er sammen med. Det vigtigste er, at de mennesker, jeg er sammen med, synes her er interessant at være.
  - **Videbegærlig** – Jeg er nysgerrig og interesseret. Jeg er her i dag for at få ny viden og inspiration.
  - **Vedhæng** - Jeg er her fordi jeg følges med andre.
  
- **4: Hvor stor er din viden inden for det område, du har beskæftiget dig med her i dag?**

Udstillingsstedet kan bruge resultaterne til at vurdere, om udstillingsstedets kommunikation og formidling er optimal i forhold til brugernes motivation for at besøge udstillingsstedet.

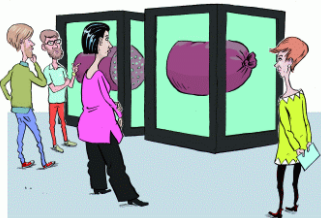
Alle resultater kan ses på [onlineportalen](#)

# Motivation for udstillingsstedbesøget



## Oplader

Jeg er her for at få ny energi og for at finde ro og tid til fordybelse. Jeg søger æstetiske oplevelser i stedets udstillinger, arkitektur og omgivelser.



## Fagligt interesseret

Jeg er her på grund af en specifik faglig interesse. Jeg forholder mig kritisk til udstillingen/-erne og den faglige formidling.



## Oplevelsesjæger

Jeg er her for at opleve og koncentrerer mig om det mest iøjnefaldende. Jeg behøver ikke se alt for at lære stedet at kende.



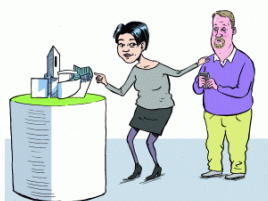
## Vært

Jeg er her for at skabe en god oplevelse for dem, jeg er sammen med. Det vigtigste er, at de mennesker, jeg er sammen med, synes her er interessant at være.



## Videbegærlig

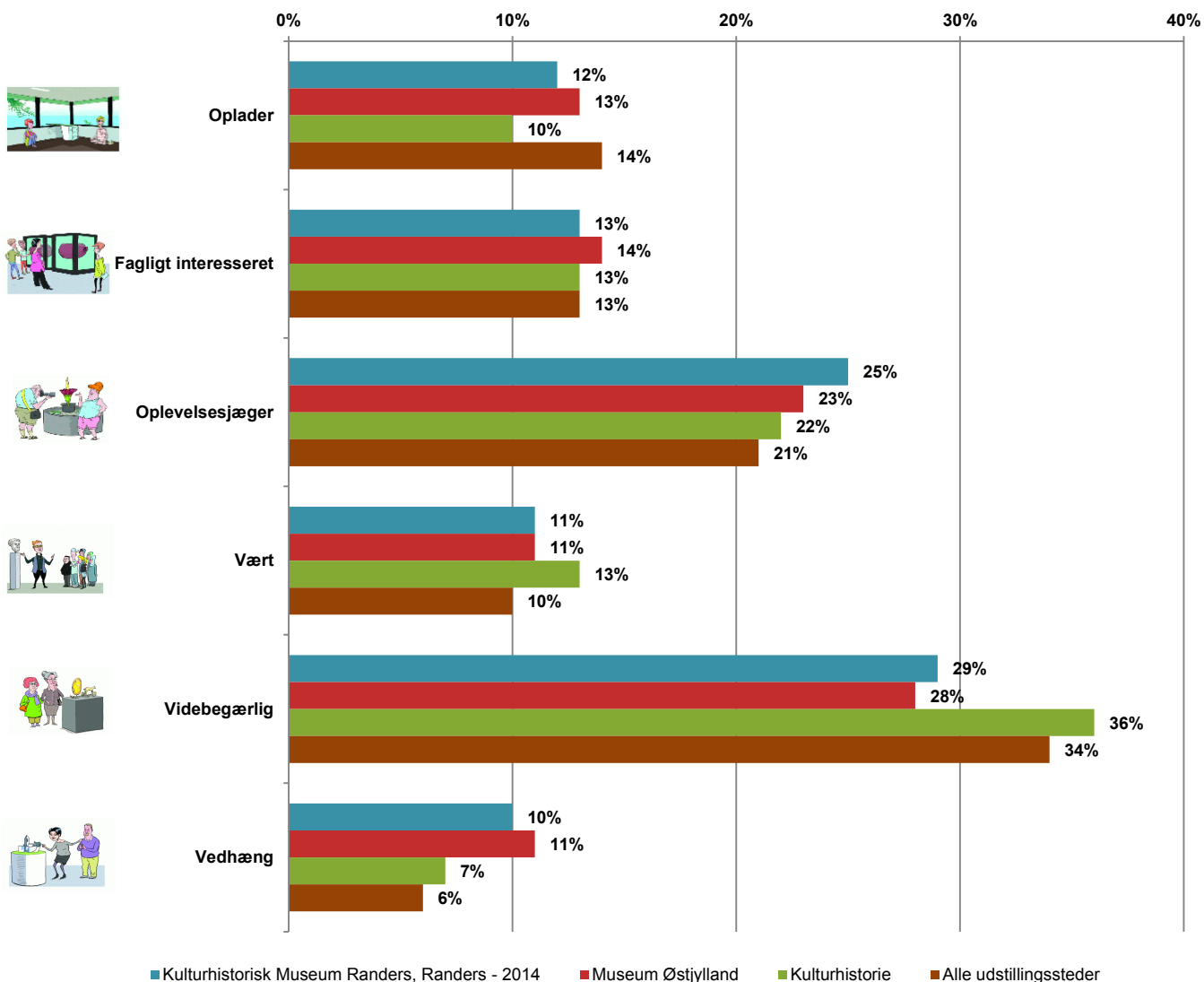
Jeg er nysgerrig og interesseret. Jeg er her i dag for at få ny viden og inspiration..



## Vedhæng

Jeg er her fordi jeg følges med andre.

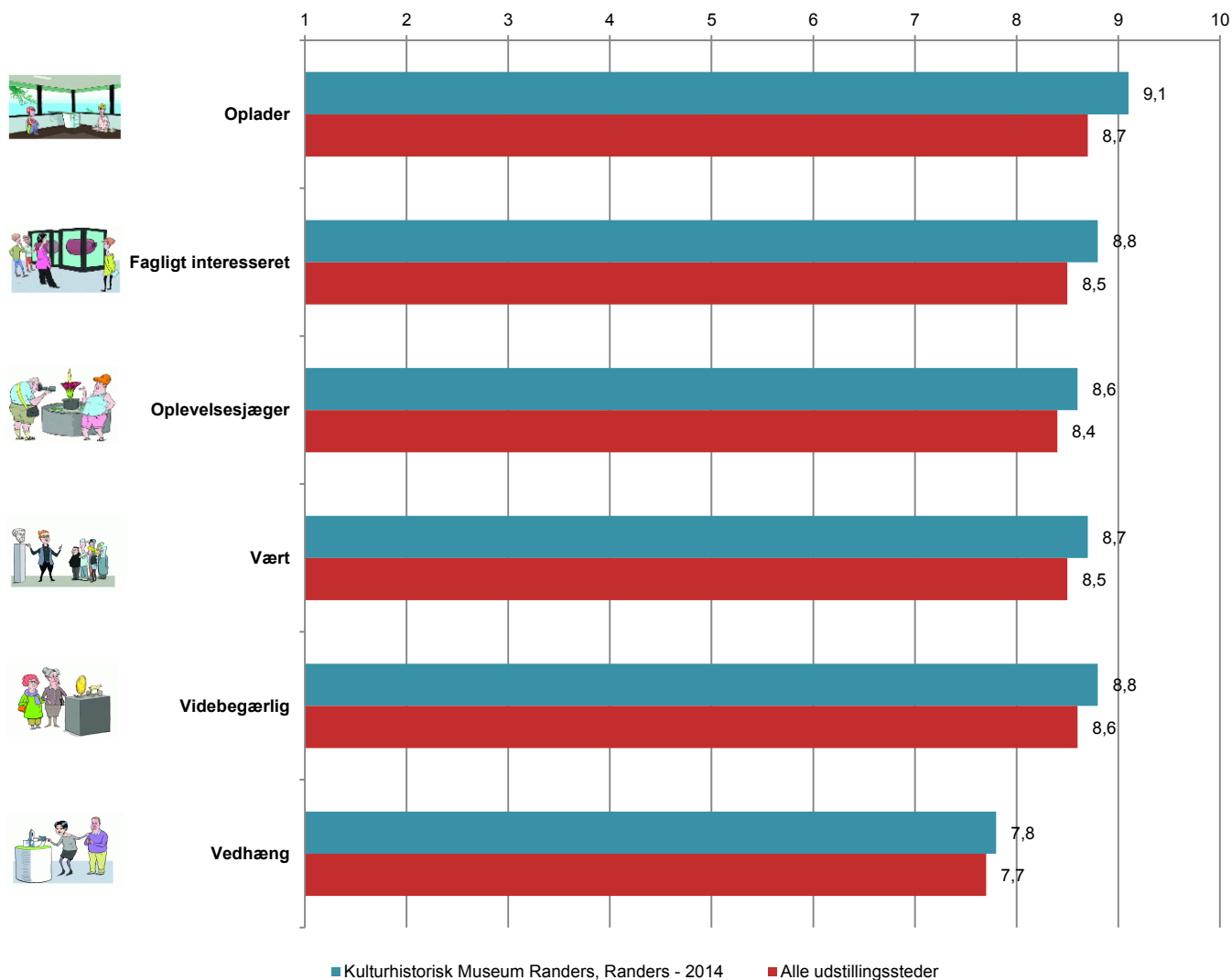
## Fordeling på motivationssegmenter



Figuren viser den relative fordeling af udstillingsstedets brugere på motivationssegmenterne i forhold til fordelingen i udstillingsstedets kategori, og i forhold til fordelingen i den samlede danske befolkning.

Figuren viser f.eks., om udstillingsstedet har en større eller mindre andel af opdagelsesjægere end de øvrige udstillingssteder.

## Samlet vurdering af oplevelsen fordelt på motivationssegmenter

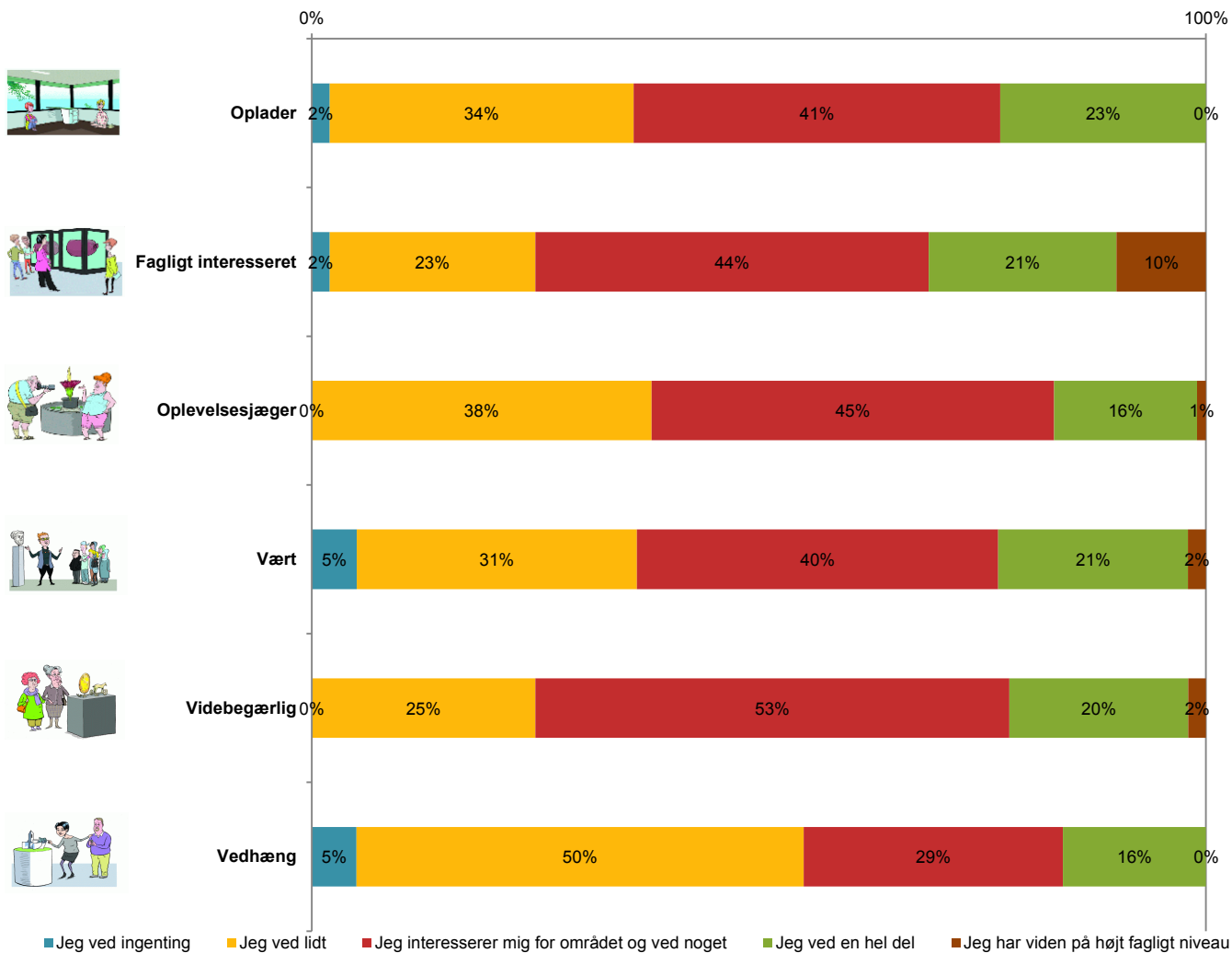


Figuren viser, hvordan udstillingsstedets brugere - fordelt på de forskellige motivationssegmenter - vurderer den samlede oplevelse på en skala fra 1-10, hvor 1 er meget dårlig, og 10 er meget god.

Resultaterne viser f.eks., hvilke motivationssegmenter, der har den mest positive og den mest negative vurdering af deres udstillingsstedsoplevelse.



## Viden inden for området, som udstillingsstedet beskæftiger sig med, fordelt på motivationssegmenter



Figuren viser, niveauet af viden om udstillingen, fordelt på de forskellige motivationssegmenter.

Resultaterne viser f.eks., hvilke motivationssegmenter, der har det højeste forhåndskendskab til udstillingsstedets genstande.

## 6. Metode

Udstillingsstederne har efter en individuelt beregnet frekvens indsamlet mellem 250 og 800 skemaer afhængigt af deres besøgstal. I 2014 har museerne indsamlet i alt 52.053 skemaer.

Udstillingsstederne har delt spørgeskemaer ud én dag om ugen hele året for at tage højde for sæsonudsving. Indsamlingsdagene er skiftet fra uge til uge for at belyse forskelle mellem hverdage og weekender.

Spørgeskemaer er uddelt til brugere på 14 år og derover, som kan udfylde spørgeskemaet på dansk, engelsk eller tysk. Undersøgelsen er også tilgængelig online, hvor der er flere sprogversioner. En “bruger” er en besøgende på udstillingsstedet eller én, der har deltaget i et arrangement på eller uden for udstillingsstedet.

Brugerundersøgelsen bliver gennemført over tre år i perioden fra 2012-2014.

### *Statistisk usikkerhed*

Udstillingsstederne har indsamlet et forskelligt antal skemaer.

Udstillingssteder med mere en 50 indsamlede skemaer får en rapport – denne indeholder dog kun de overordnede resultater for museet.

De udstillingssteder, som har indsamlet under 200 skemaer, får ikke svarfordelinger på alle baggrundsoplysningerne, fordi den statistiske usikkerhed er for stor. Der er lavet en grænse i hver svar-kategori på min. 50 besvarelser.

Resultaterne af undersøgelserne er behæftet med en vis usikkerhed, fordi undersøgelsen kun bygger på besvarelser fra et udsnit af udstillingsstedets brugere. Den statistiske usikkerhed bliver mindre, jo flere skemaer udstillingsstedet indsamler.

Nedenfor ses en tabel, der viser usikkerhedsintervallerne for forskelligt antal indsamlede skemaer.

### Eksempel på beregning af statistisk usikkerhed:

200 tilfældigt udvalgte brugere ud af udstillingsstedets 10.000 brugere har deltaget i undersøgelsen. Blandt disse 200 svarer 80 ja på et specifikt spørgsmål (dvs. 40 %), og 120 svarer nej (dvs. 60 %).

Som det fremgår af nedenstående tabel, så er usikkerheden dermed på 6,8 % til hver side.

Det betyder, at det er næsten sikkert (med 95 % sandsynlighed), at den rigtige procent ja-sigere, såfremt man havde spurgt alle 10.000 brugere, vil ligge mellem 33,2 % og 46,8 %.

Hvis udstillingsstedet indsamler dobbelt så mange skemaer, nemlig 400, vil usikkerheden falde til 4,8 % til hver side, og den rigtige procent ja-sigere vil næsten sikkert ligge mellem 35,2 % og 44,8 %.

Antal indsamlede skemaer	5% eller 95%	10% eller 90%	15% eller 85%	20% eller 80%	25% eller 75%	30% eller 70%	35% eller 65%	40% eller 60%	45% eller 55%	50%
100	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	8,9	9,3	9,6	9,8	9,8
150	3,5	4,8	5,7	6,4	6,9	7,3	7,6	7,8	8,0	8,0
200	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,6	6,8	6,9	6,9
250	2,7	3,7	4,4	5,0	5,4	5,7	5,9	6,1	6,2	6,2
300	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,4	5,5	5,6	5,7
400	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9
500	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4
600	1,7	2,4	2,9	3,2	3,5	3,7	3,8	3,9	4,0	4,0
700	1,6	2,2	2,7	3,0	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
800	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,3	3,4	3,5	3,5