



DEN NATIONALE BRUGERUNDERSØGELSE

ÅRSRAPPORT 2023

Kulturstyrelsen
MINISTERIET
SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

Indhold

Forord	3
Hovedresultater	4
Resultater	5
• Brugernes baggrund	
• Brugernes vurdering af museumsbesøget	
• Ramme om museumsbesøget	
De valgfrie spørgsmålpakker	18
• Spørgsmålpakke 1-3: Service, motivation og adfærd	
• Spørgsmålpakke 4-5: Brugernes kendskab og museers sociale medier	
Undersøgelsens metode	27
Bilag	31
• Bilag 1: Deltagende museer og besøgssteder 2023	
• Bilag 2: Spørgeramme for Den nationale brugerundersøgelse 2023	
• Bilag 3: De valgfrie spørgsmålpakker	

Forord

Årsrapport for Den nationale brugerundersøgelse 2023

Den nationale brugerundersøgelse har været gennemført siden 2009, og det er meget glædeligt, at flere resultater gentages år for år. I 2023 viser undersøgelsen for eksempel endnu en gang, at et museumsbesøg er en social begivenhed, du deler med din familie, dine venner eller dine kollegaer. Den viser også, at brugerne er særdeles tilfredse med deres museumsbesøg og vil anbefale det til andre. Særligt begejstrede er de for medarbejdernes venlighed og imødekommenhed. Det er en stor ros til museernes medarbejdere.

Som noget nyt er der i 2023 en stigning i de brugere, som er nysgerrige og besøger et af de deltagende museer for første gang.

Siden 2022 er andelen af førstegangbrugere steget fra 38% til 57%. Det skyldes blandt andet, at museernes udenlandske brugere er tilbage efter corona pandemien, og museerne bidrager igen med oplevelser til turisternes besøg i Danmark. Samtidig er der også betydeligt flere danskere, som er nysgerrige og besøger museer, de ikke har oplevet før. Antallet af danske førstegangbrugere

er steget fra 38% i 2022 til 43% i 2023.

Den nationale brugerundersøgelse er målrettet brugerne, der aflægger et besøg på museerne, men museer er hybride institutioner, som også er arbejder digitalt. I 2023 er der en stigning i brugernes interesse for museernes digitale tilbud. Interessen spænder vidt - fra muligheden for at høre podcasts produceret af museet til at gå på opdagelse i digitale samlinger eller opleve virtuelle udstillinger mv.

Jeg vil gerne takke de danske museer for det gode samarbejde om Den nationale brugerundersøgelse. Det er ikke altid let at indsamle spørgeskemaer fra travle brugere, men i 2023 er der indsamlet 60.000 besvarelser, hvilket giver Den nationale brugerundersøgelse stor udsagnskraft og gør den til et væsentligt udviklingsredskab, som de enkelte museer kan supplere med egne kvalitative undersøgelser.

Christina Papsø Weber

Museer og Folkeoplysning,
Slots- og Kulturstyrelsen

Hovedresultater 2023

- **Museumsoplevelsen vurderes fortsat højt**

Samlet set vurderer brugerne museumsoplevelse til 8,8 på en skala fra 1 til 10. Brugere, der besøger museerne med børn, vurderer brugeroplevelsen for børn til 8,3.

- **Høj andel af internationale brugere**

30% af brugerne har bopæl i udlandet. Efter flere år hvor corona har begrænset antallet af internationale besøgende, er andelen i 2023 igen på højde med andelen i 2017 der indtil nu, har været det højeste siden indsamlingen begyndte.

- **Den typiske museumsbruger er uændret**

Der er fortsat flest kvinder, personer over 50 år og personer med en videregående uddannelse på de danske museer. Omvendt er mænd, personer under 50 år og personer med en grundskole- eller ungdomsuddannelse underrepræsenterede.

- **Mange er førstegangsbesøgende**

I 2023 er 57% af de adspurgte brugere førstegangsbesøgende på museet, de besøger. I 2022 var andelen 38%. Den høje andel af førstegangsbesøgende kan tilskrives de mange internationale gæster. 90% af de internationale brugere er førstegangsbesøgende på de danske museer.

- **Museumsbesøg er en social oplevelse**

92% af brugerne oplever museerne i selskab med andre. 8% kommer alene. Museumsoplevelsen er for mange brugere en familiebegivenhed, men besøg med venner er også udbredt.

- **Langt de fleste anbefaler museerne**

I 2023 er 70% af brugerne ambassadører, der vil anbefale museet, de har besøgt, til andre. Jo ældre brugerne er, desto mere positivt vurderer de museerne, og desto større er deres lyst til at anbefale museet til andre.

Resultater

Brugernes baggrund

Dette afsnit indeholder en karakteristik af brugernes baggrund fordelt på køn, alder, uddannelse og bopæl. Resultaterne er inddelt i danske og internationale brugere. Her er fire hovedpointer fra afsnittet:

- **63% af brugerne er kvinder**

Blandt brugerne på de danske museer er en større andel kvinder end mænd: 63% af de danske brugere er kvinder, mens 36% er mænd. Til sammenligning er der ca. 51% kvinder og 49% mænd i den danske befolkning (se tabel 1). Blandt internationale brugere er fordelingen 57% kvinder, 41% mænd, mens 2% identificerer sig som andet end mand og kvinde.

- **71% har en videregående uddannelse**

Brugere med en videregående uddannelse er stærkt overrepræsenterede sammenlignet med brugere med en grundskole- eller ungdomsuddannelse. 71% af de danske brugere har en videregående uddannelse mod 36% i den danske befolkning. Brugere med videregående uddannelser er også overrepræsenterede blandt internationale brugere.

- **30% af brugerne er udenlandske**

Størstedelen af de internationale brugere kommer fra Tyskland, efterfulgt af brugere fra USA og Storbritannien (se tabel 2).

- **59% er over 50 år**

De fleste brugere af de danske museer er over 50 år. De udgør 59% af brugerne på de danske museer. Til sammenligning udgør borgere over 50 år 47% af den danske befolkning (se tabel 1).

Brugernes aldersfordeling ændrer sig på tværs af de fire museumskategorier; kulturhistorie, kunst, naturhistorie og blandet.

**Tabel 1:
Danske brugeres baggrundoplysninger**

		Danmarks befolkning*	Brugere i alt	Kulturhistorie	Kunst	Naturhistorie	Blandet
Køn	Kvinde	51%	63%	60%	69%	59%	62%
	Mand	49%	36%	39%	30%	40%	37%
	Andet	<1%	1%	1%	1%	1%	1%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Alder	14-29 år	24%	17%	18%	17%	13%	13%
	30-49 år	29%	25%	29%	17%	42%	18%
	50-65 år	24%	26%	26%	26%	20%	29%
	65+	23%	32%	27%	39%	25%	40%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Geografi	Region Nordjylland	10%	8%	9%	8%	3%	5%
	Region Midtjylland	23%	31%	34%	26%	30%	29%
	Region Syddanmark	21%	21%	20%	15%	40%	29%
	Region Hovedstaden	32%	30%	26%	42%	20%	24%
	Region Sjælland	14%	10%	11%	9%	7%	13%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Uddannelse	Grundskole (f.eks. folkeskole)	24%	8%	10%	5%	7%	7%
	Ungdomsuddannelse (gymnasial eller erhversfaglig uddannelse)	40%	21%	25%	15%	18%	21%
	Videregående uddannelse (kort, mellemlang eller lang)	36%	71%	66%	80%	75%	72%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kilde: Danmarks Statistik: <https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/borgere/befolkning/befolkningstal>. Tabel: FOLKIA

**Tabel 2:
Internationale brugeres baggrundsplysninger**

		% af alle brugere
	Internationale brugere i alt	30%
Top 5 lande	Tyskland	7%
	USA	3%
	Storbritannien	3%
	Frankrig	2%
	Holland	2%
		% af internationale brugere
Køn	Kvinde	57%
	Mand	41%
	Andet	2%
	Total	100%
Alder	14-29 år	38%
	30-49 år	34%
	50-65 år	21%
	65+	7%
	Total	100%
Uddannelse	Grundskole (f.eks. folkeskole)	6%
	Ungdomsuddannelse (gymnasial eller erhversfaglig uddannelse)	19%
	Videregående uddannelse (kort, mellemlang eller lang)	75%
	Total	100%

30% af brugerne på museerne er internationale. Det er en væsentlig stigning på 11 procentpoint sammenlignet med resultaterne fra sidste års undersøgelse.

Den største gruppe blandt de udenlandske brugere er fortsat fra Tyskland, der udgør 7% af alle brugere. Herefter følger brugere fra USA og Storbritannien samt Frankrig og Holland.

Blandt de internationale brugere er der også flere kvinder end mænd: 57% af brugerne er kvinder, mens 41% er mænd.

De internationale brugere er yngre end de danske brugere. 38% er i alderen 14-29 år, mens 34% er 30-49 år. Blot 7% er ældre end 65 år. Dette adskiller sig fra de danske brugere, hvor 17% er 14-29 år, 24% er 30-49 år og hele 32% er over 65 år.

Uddannelsesniveautet blandt internationale brugere ligner meget de danske brugeres. Blandt internationale brugere er der også en overvægt af brugere med videregående uddannelse (75%) sammenlignet med brugere med ungdomsuddannelse (19%) og grundskole.

Brugernes vurdering af museumsbesøget

På de følgende sider sammenfattes brugernes vurdering af museumsbesøget. Vurderingen opgøres samlet for både de danske og internationale brugere. Her følger tre hovedpointer fra afsnittet:

- **Den samlede museumsoplevelse vurderes til 8,8**

Størstedelen af brugerne vurderer kvaliteten af museumsbesøget højt. På en skala fra 1-10 vurderer brugerne museumsoplevelsen til 8,8 (se figur 1). Brugere, der besøger museet med børn, vurderer brugeroplevelsen for børn til 8,3.

- **59% i alderen 14-29 år er ambassadører**

70% af brugerne kan samlet set kategoriseres som ambassadører, mens 8% kan kategoriseres som kritikere. De mest kritiske brugere er i alderen 14-29 år, hvor 26% er passive og 15% er kritikere. Ser man på tværs af aldersgrupperne, stiger brugernes tilfredshed med alderen (se figur 2).

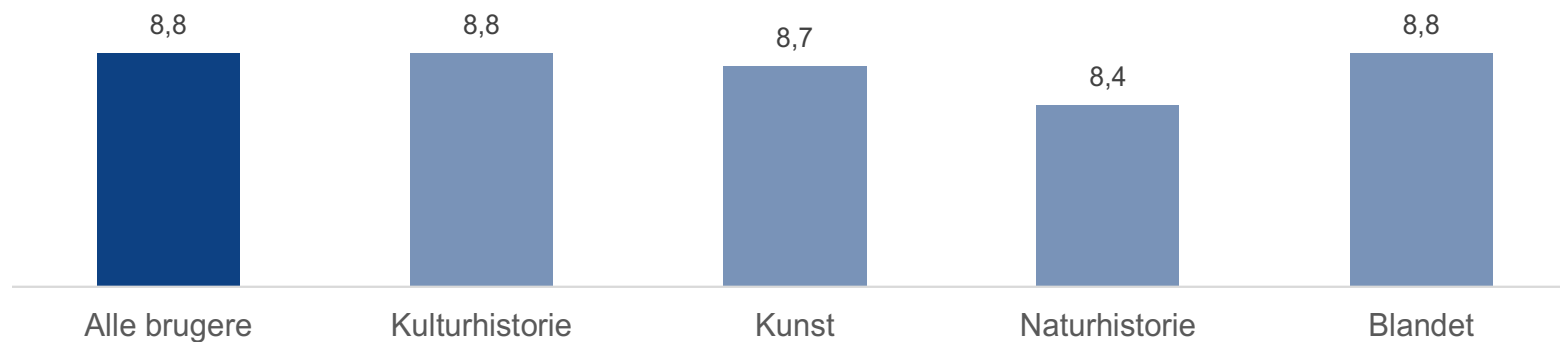
- **Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed vurderes til 9,4**

Ud af museernes kerneydelser er brugerne mest tilfredse med medarbejdernes venlighed og imødekommenhed, der vurderes til 9,4 ud af 10. Muligheden for at deltage aktivt er derimod den kerneydelse, som brugerne er mindst tilfredse med. Det vurderes til 7,2 (se tabel 3).

Figur 1: Vurdering af oplevelsen

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet:

“Hvordan vurderer du samlet set din oplevelse på museet? Vurdér på en skala fra 1-10”.



Brugerne vurderer i gennemsnit den samlede museumsoplevelse til 8,8 på en skala fra 1-10.

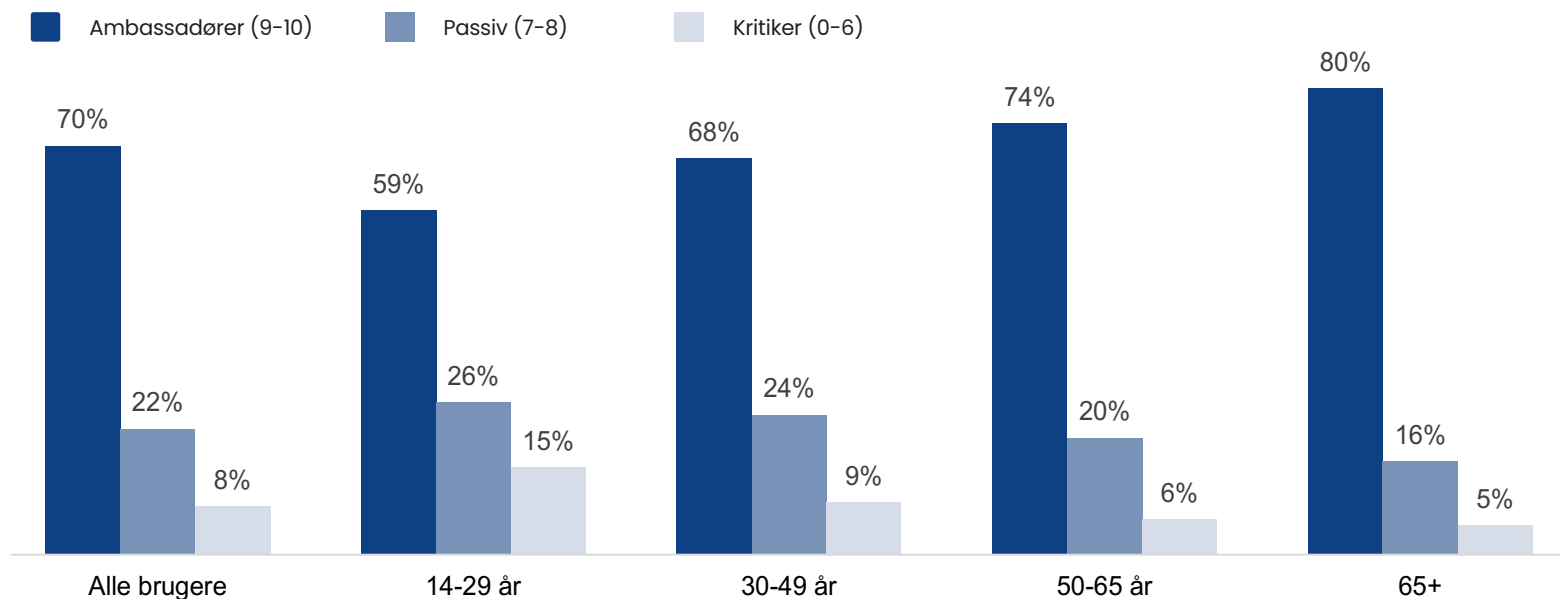
Der er en tendens til, at kvinder vurderer oplevelsen lidt højere end mænd, og de ældre brugere vurderer oplevelsen højere end de yngre. Brugere med grundskoleuddannelse vurderer museumsoplevelsen lidt lavere end brugere med en ungdomsuddannelse eller en videregående uddannelse.

På tværs af museumskategorierne, er der ikke stor forskel i den samlede vurdering. Kulturhistoriske museer og museer i kategorien blandet vurderes i gennemsnit til 8,8, mens kunstmuseer vurderes til 8,7. Naturhistoriske museer vurderes til 8,4.

De, der har besøgt museet med børn, er desuden blevet bedt om at vurdere brugeroplevelsen for børn. På tværs af museerne vurderes den til 8,3. Højest vurderes oplevelsen for børn på de naturhistoriske museer med 8,5 efterfulgt af de kulturhistoriske museer med 8,4. På museer i kategorien blandet vurderes den til 8, mens oplevelsen for børn vurderes til 7,8 på kunstmuseerne.

Figur 2: Ambassadører, passive og kritikere

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale museet til familie, venner eller kolleger? Vurder på en skala fra 0-10"



Figuren illustrerer brugernes lyst til at anbefale det besøgte museum til andre. Brugernes villighed til at anbefale museet til andre, vurderes på en skala fra 0-10. På den baggrund inddeles brugernes svar i tre kategorier: Ambassadører, passive og kritikere.

70% af brugerne på de danske museer er ambassadører, mens 22% er passive og 8% er kritikere.

På tværs af alderskategorierne er de yngste museumsbrugere de mest kritiske. 15% er kritikere. Andelen af ambassadører stiger med alderen: Fra 59% blandt de yngre brugere til hele 80% af brugerne over 65 år.

Blandt de internationale besøgende er fordelingen, at 67% er ambassadører, mens 25% er passive og 8% er kritikere.

Tabel 3: Vurdering af museernes kerneydelser

Tabellen viser brugernes vurdering af museernes kerneydelser på baggrund af spørgsmålet: "Bedøm din oplevelse på en skala fra 1-10" for hver kerneydelse.

	Alle brugere	14-19 år	30-49 år	50-65 år	65+
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,4	9,2	9,4	9,5	9,6
Muligheden for at være et rart sted	8,9	8,8	8,9	9,0	9,1
Muligheden for at lære noget nyt	8,9	8,7	8,9	8,9	9,0
Muligheden for at få en god oplevelse sammen med andre	8,8	8,5	8,6	8,8	9,0
Udstillingerne	8,7	8,5	8,7	8,9	9,1
Brugen af digitale medier	7,8	7,6	7,8	7,9	8,0
Muligheden for at deltage aktivt	7,2	6,8	7,4	7,4	7,4

Brugerne vurderer generelt de udvalgte kerneydelser højt. De vurderer medarbejdernes venlighed og imødekommenhed allerhøjest med en gennemsnitlig vurdering på 9,4. De parametre, der vurderes næsthøjest, er muligheden for at være et rart sted (8,9) og muligheden for at lære noget nyt (8,9).

De 14-29årige er generelt mest kritiske omkring museernes kerneydelser. Selvom de vurderer kerneydelserne højt, vurderer de dem generelt lavere end de andre aldersgrupper. Muligheden for at deltage aktivt vurderes af de unge til 6,8, hvilket er 0,4 point lavere end gennemsnittet.

Ramme om museumsbesøget

På de følgende sider beskrives rammen om brugernes museumsbesøg. Det handler om brugernes eventuelle tidligere besøg på museet, hvem de følges med og hvor længe de har besøgt museet. Tallene bliver opgjort samlet for de danske og de internationale brugere.

Her er tre hovedpointer fra afsnittet:

- **57% besøger museet for første gang**

Der er en høj andel af førstegangsbesøgende på de danske museer. 57% besøger museet for første gang, mens 43% af brugerne har besøgt museet tidligere (se figur 3).

- **92% besøger museet sammen med andre**

De fleste brugere besøger museet med deres partner, kæreste eller ægtefælle. Det gælder for næsten halvdelen af brugerne (49%). Dernæst er det mest udbredt at besøge museet sammen med venner, hvilket 22% af brugerne gør. 21% besøger museerne sammen med børn under 15 år (se figur 4).

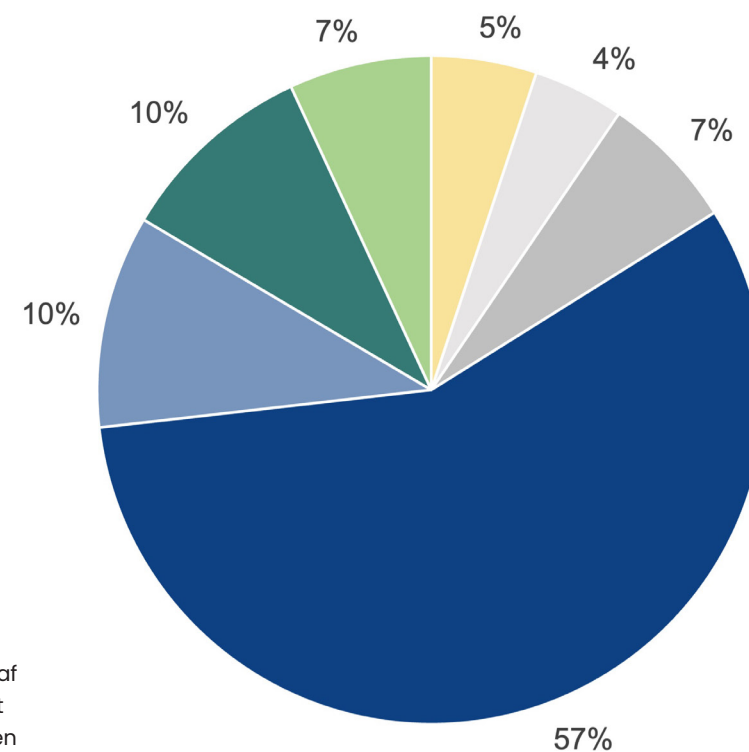
- **50% bruger 1-2 timer på deres museumsbesøg**

Et gennemsnitligt museumsbesøg varer 1-2 timer, mens 27% af brugerne er på museet i 2-3 timer (se figur 6).

Figur 3: Tidligere besøg

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet: "Har du tidligere besøgt museet? Sæt ét kryds."

- Ja, inden for de seneste tre måneder
- Ja, inden for det seneste år
- Ja, for 1-2 år siden
- Ja, for 3-4 år siden
- Ja, for 5-9 år siden
- Ja, for 10 eller flere år siden
- Nej, dette er mit første besøg



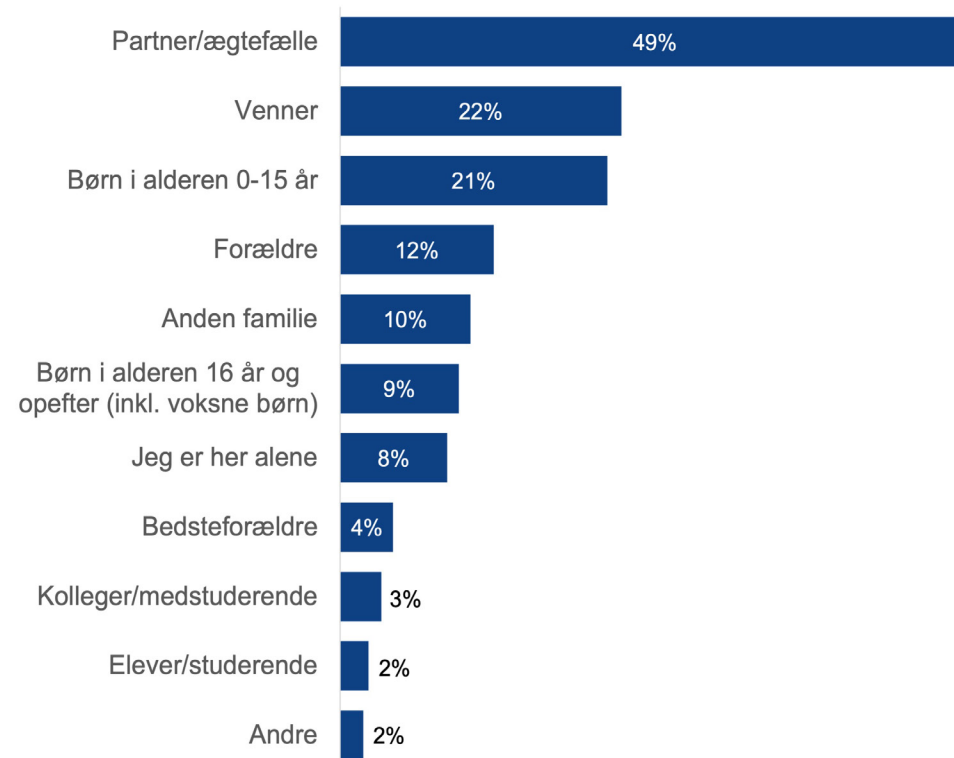
For 57% af brugerne er det første gang, at de besøgte museet, mens 43% af brugerne har besøgt museet mere end én gang. Det er en stigning blandt førstegangsbesøg på 19 procentpoint sammenlignet med 2022. Stigningen skyldes især, at der er flere internationale brugere i 2023. Blandt de internationale brugere er 90% førstegangsbesøgende.

10% af brugerne har besøgt museet inden for de seneste tre måneder, og tilsvarende 10% har også besøgt museet indenfor det seneste år.

Data viser dertil, at 49% af de brugere, der har besøgt museet inden for samme år, har besøgt det to gange. 37% har besøgt museet 3-5 gange i løbet af året, og 14% har besøgt museet 6 gange eller flere.

Figur 4: Museumsbesøg med andre

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvem er du her sammen med i dag? Sæt gerne flere kryds."

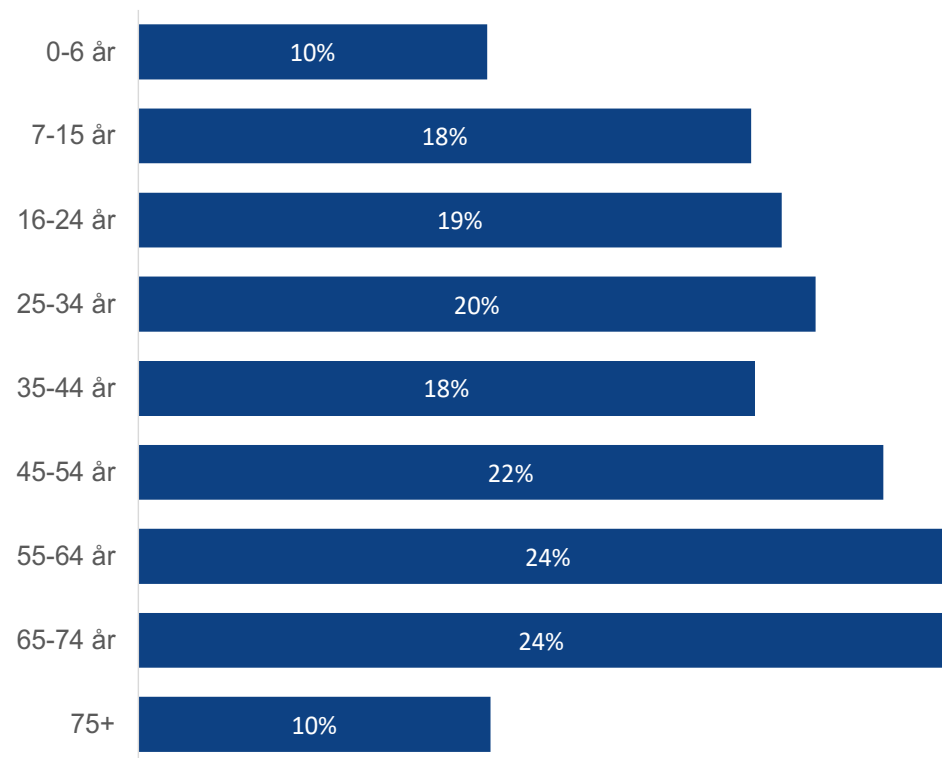


Sammenlagt er det 92% af brugerne, der besøger museet med andre, mens 8% besøger museet alene.

49% af brugerne besøger museet sammen med deres partner eller ægtefælle. Dernæst er flest brugere på museet sammen med venner, hvilket gælder for 22%. 21% har besøgt museet sammen med børn under 15 år.

Figur 5: Brugernes forskellige aldersgrupper

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvilke aldersgrupper er repræsenteret i den gruppe, som du besøger museet sammen med i dag? Sæt gerne flere kryds."

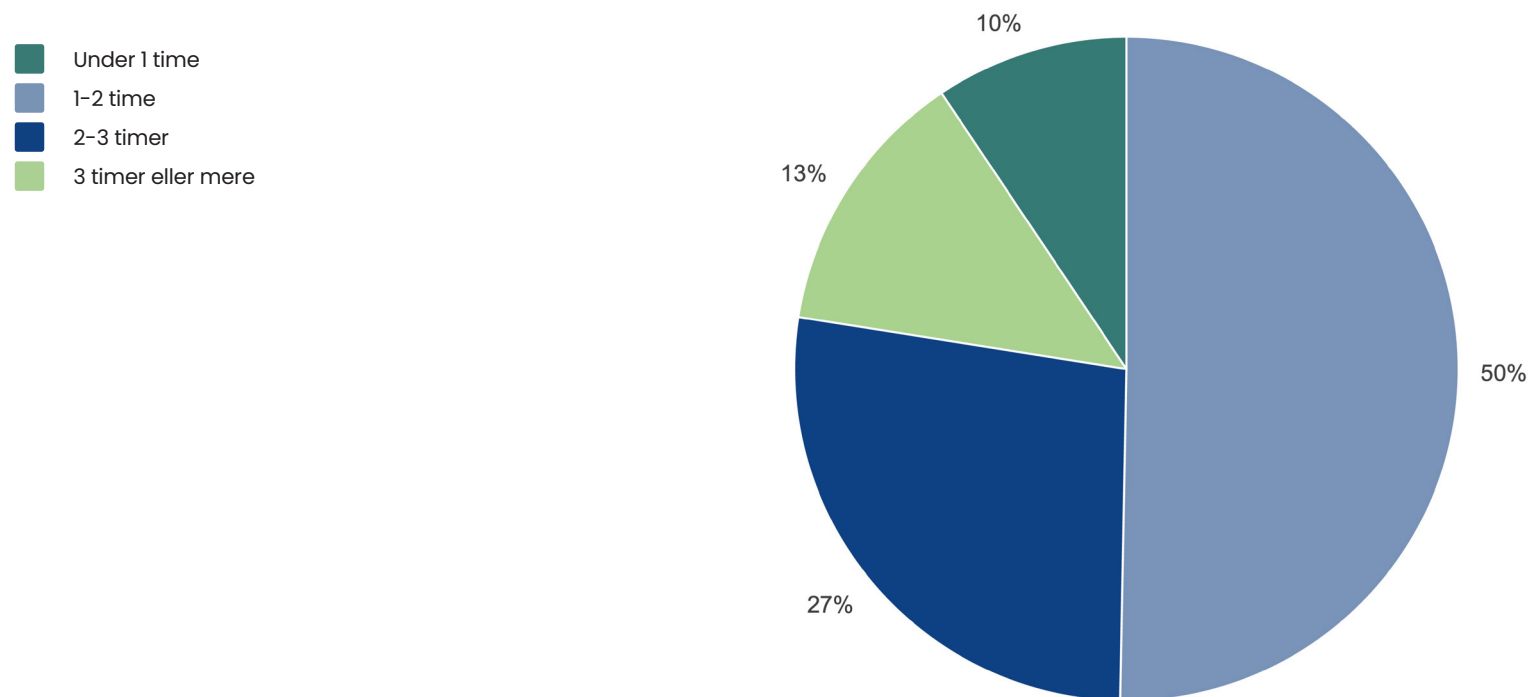


Figuren viser hvilke aldersgrupper, der er repræsenteret i brugernes besøgsgrupper. Er der flere fra samme aldersgruppe i de grupper, som brugerne besøger museet med, tæller de kun med én gang.

De fleste brugere besøger museerne sammen med personer i alderen 65-74 år (24%) og 55-64 år (24%). Børn i alderen 0-6 år og brugere over 75 år er de aldersgrupper, der er færrest af på museerne (10%).

Figur 6: Varighed af museumsbesøget

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvor lang tid varede dit besøg i dag?"



Halvdelen af brugerne er på museumsbesøg i 1-2 timer. 27% besøger museet i 2-3 timer, og 10% af brugerne besøger museet i under 1 time.

Data viser dertil, at brugere, der besøger museet med deres børn eller bedsteforældre, oftere bruger mere end 2 timer på deres besøg.

Brugere, der besøger museet alene eller med venner, kolleger eller studerende, bruger oftere under 2 timer på museumsbesøget.

De valgfrie spørgsmålspakker

Spørgsmålspakke 1-3: Service, motivation og adfærd

De følgende sider viser brugernes bedømmelse af museets service, deres motivation for museumsbesøget og deres adfærd, mens de er der. Det er valgfrit, om museerne ønsker at stille deres brugere spørgsmålene fra de valgfrie spørgsmålspakker. Læs mere om de valgfrie spørgsmålspakker i metodeafsnittet.

Resultaterne opgøres samlet for både danske og internationale brugere. Her er tre hovedpointer fra afsnittet:

- **Brugerne vurderer servicen højt på museerne**


Brugerne er generelt tilfredse med den service, de oplever på museerne. På en skala fra 1-5 er der ingen af 5 serviceydelser, der vurderes til lavere end 4 (se figur 7).

- **32% er på museet, fordi de er nysgerrige og vil lære nyt**

Knap en tredjedel af brugerne er på museet, fordi de er nysgerrige og ønsker at lære noget nyt. Næsten lige så mange (31%) motiveres af at give en god oplevelse til dem, de følges med. 9% af brugerne besøger museet for at slappe af og få energi (se figur 8).

- **56% læser kortere tekster i løbet af deres museumsbesøg**

På museerne har langt størstedelen af brugerne (85%) set udstillinger i løbet af deres museumsbesøg. 60% har set genstande. 56% har læst kortere tekster i forbindelse med udstillingerne. 8% har deltaget i rundvisning på museet (se figur 9).



De følgende
figurer viser brugernes
svar på spørgsmål
fra de valgfrie
spørgsmålspakker

Figur 7: Brugerne vurdering af museets service

Figuren viser brugerne svar på spørgsmålet: "Bedøm din oplevelse med museets service på en skala fra 1-5?". Spørgsmålet er valgfrit for museerne at stille deres brugere, hvilket 38 museer har gjort.



Museernes service vurderes generelt højt af brugerne. På en skala fra 1-5 vurderes adgangen til information forud for besøg samt museets toiletforhold højest (4,4).

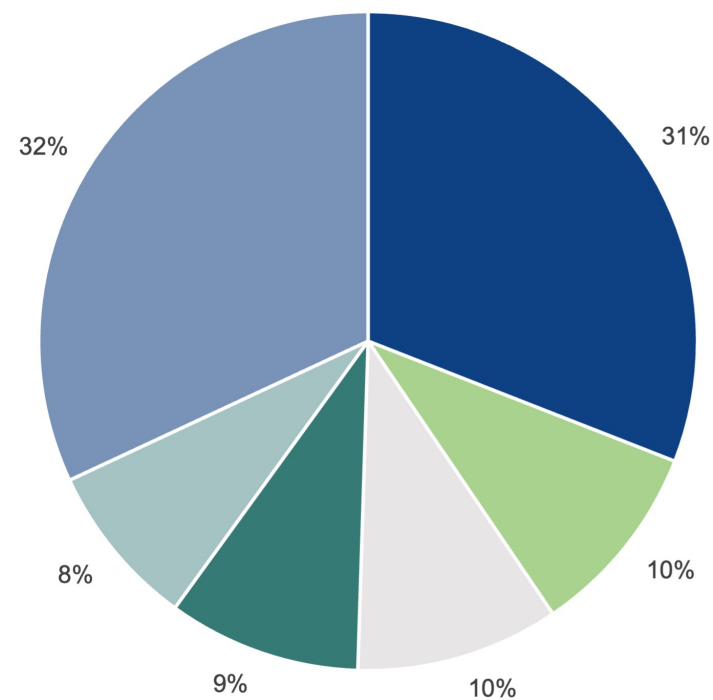
Brugerne vurderer ligeledes museets wayfinding og café og/eller restaurant højt (4,3). Prisen for museumsbesøget vurderes lavest af brugerne, men stadig højt. Det vurderes til 4,1.

Spørgsmålet er besvaret af 16.662 brugere

Figur 8: Motivation for museumsbesøg

Denne figur viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvilket udsagn passer bedst med, hvorfor du besøger museet i dag? Sæt kun ét kryds." Spørgsmålet er valgfrit for museerne at vælge, hvilket 35 museer har gjort.

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



De mest udbredte motivationer for at besøge museer er en nysgerrighed på viden og det sociale aspekt af besøget.

32% af brugerne kommer på museet på grund af nysgerrighed og et ønske om at lære noget nyt.

31% for at skabe en god oplevelse for dem, de følges med. 8% er på museet, fordi de følges med andre.

Spørgsmålet er besvaret af 15.770 brugere

Figur 9: Brugernes adfærd

Denne figur viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvad har du foretaget dig på museet i dag? Sæt gerne flere kryds." Spørgsmålet er valgfrit for museerne at vælge, hvilket 30 museer har gjort.



85% af brugerne har set udstillinger i løbet af deres museumsbesøg. 60% har set på genstande, mens 56% har læst kortere tekster i eller om udstillingerne.

33% af brugerne har læst længere tekster i forbindelse med deres museumsbesøg, og 30% har set film eller andre visualiseringer.

Spørgsmålet er besvaret af 8.388 brugere

Spørgsmålspakke 4-5: Brugernes kendskab og museers sociale medier

På de følgende sider beskrives brugernes kendskab til museet samt deres overvejelser om museernes sociale medier. Det er valgfrit, om museerne ønsker at stille deres brugere spørgsmålene fra de valgfrie spørgsmålspakker. Læs mere om de valgfrie spørgsmålspakker i metodeafsnittet.

Resultaterne opgøres samlet for både danske og internationale brugere. Her er tre hovedpointer fra afsnittet:

- **27% besøger museet grundet tidligere besøg**

For 27% af brugerne er den primære årsag til deres besøg, at de tidligere har besøgt museet. En fjerdedel af brugerne besøger museet på baggrund af anbefalinger fra familie, venner eller kolleger (se figur 10).

- **15% følger museet på de sociale medier**

15% af brugerne følger museet på sociale medier. 78% af brugerne, der følger med via de sociale medier, får lyst til at besøge museet ved at følge med i museets opslag og indhold. 69% oplever at blive klogere på museet ved at følge deres sociale medier.

- **33% er interesseret i podcasts udbudt af museerne**

24-33% af brugerne har interesse for digitale museumstilbud såsom podcast (33%), virtuelle udstillinger (31%), online events (26%) og online samlinger (24%). Brugernes interesse for museernes digitale tilbud er steget siden sidste års resultater. Interessen for de forskellige digitale tilbud er i 2023 steget med 6-8 procentpoint sammenlignet med 2022.

De følgende
figurer viser brugernes
svar på spørgsmål
fra de valgfrie
spørgsmålspakker

Figur 10: Brugernes kendskab til museerne

Denne figur viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvad har været udslagsgivende for, at du besøger museet i dag? Vælg op til tre svarmuligheder." Spørgsmålet er valgfrit for museerne at vælge, hvilket 69 museer har gjort.



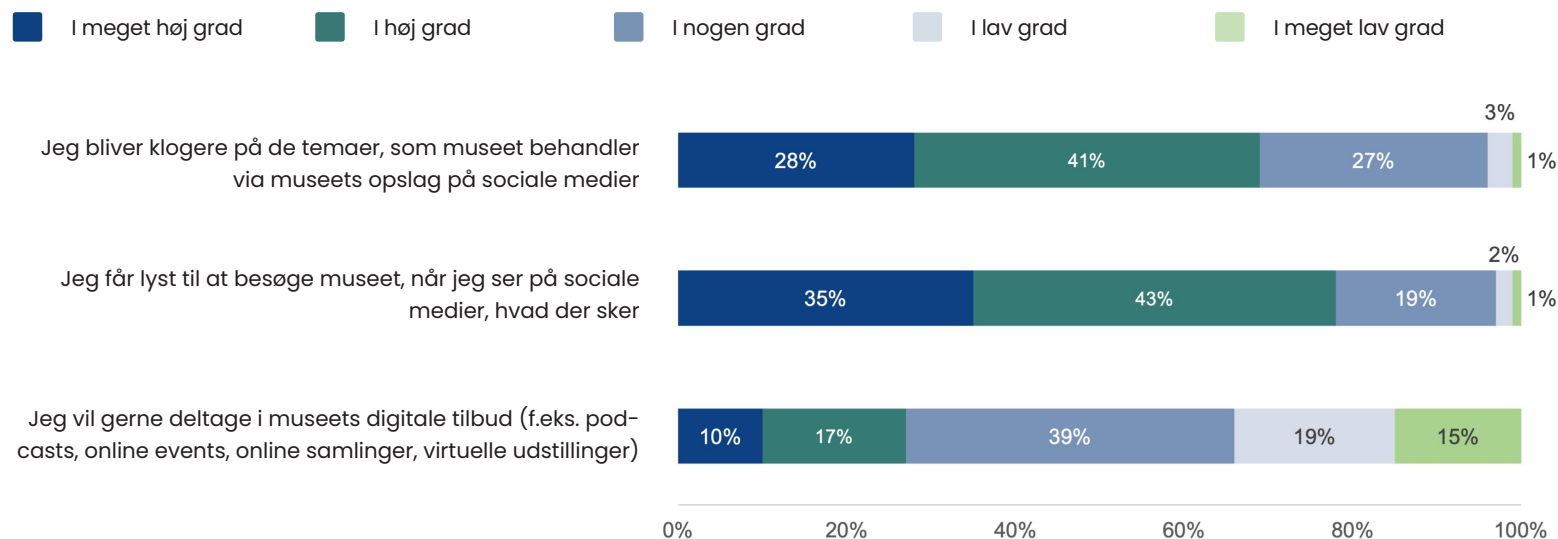
Figuren viser, at 27% af brugerne kender museet fra tidligere besøg, mens 25% af brugerne har fået museet anbefalet.

19% af brugerne er på museet, fordi de følges med andre. 15% er kommet på grund af en specifik udstilling, mens 12% kender til museet via turistinformation.

Spørgsmålet er besvaret af 30.838 brugere

Figur 11: Museernes sociale medier

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvor enig er du i følgende udsagn om museets sociale medier?". Spørgsmålet er valgfrit for museerne at vælge, hvilket 32 museer har gjort.



De første to udsagn er kun besvaret af brugere, der følger museet på sociale medier, hvilket svarer til 15% af de adspurgte brugere.

69% bliver i høj eller i meget høj grad klogere på temaer, som museerne behandler på sociale medier. 78% får i høj grad eller i meget høj grad lyst til at besøge museet, når de følger museets sociale medier.

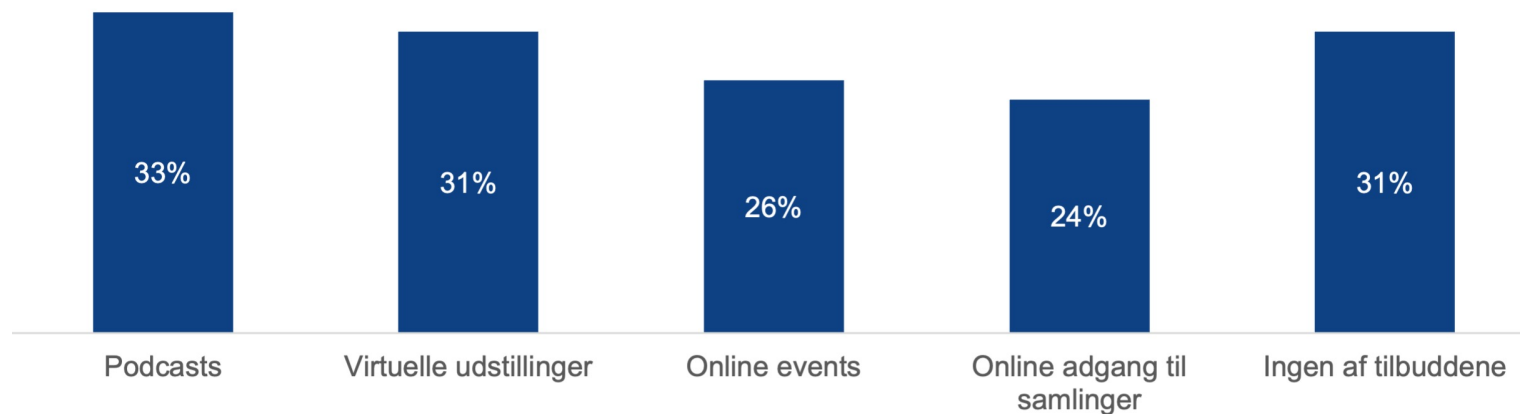
Det tredje udsagn er besvaret af brugere, der ikke følger museet på sociale medier, hvorfor antallet af svar er højere end de to foregående.

27% af brugerne vil i høj grad eller i meget høj grad deltage, hvis museet udbød digitale tilbud såsom podcast, online events, online samlinger og virtuelle udstillinger.

De første to udsagn er besvaret af 1.558 brugere, mens det tredje udsagn er besvaret af 7.339 brugere.

Figur 12: Brugernes kendskab til museerne

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet: "Hvilke digitale tilbud fra museet ville du have interesse for?". Spørgsmålet er valgfrit for museerne at stille, hvilket 32 museer har gjort.



Brugere, der har tilkendegivet, at de gerne vil deltage i museets digitale tilbud, er derefter spurgt ind til deres interesse i specifikke digitale tilbud. 33% af brugerne tilkendegiver, at de vil være interesserede i at lytte med, hvis museet udgav en podcast.

31% vil være interesserede i at opleve virtuelle udstillinger, mens 26% ville være interesserede i at deltage i online events, hvis museet udbød det.

Brugernes interesse for museernes digitale tilbud er generelt steget siden sidste års undersøgelse, hvor mellem 17-24% havde interesse i ovenstående tilbud.

31% af brugerne giver udtryk for, at de ikke er interesserede i nogle af de digitale tilbud.

Spørgsmålet er besvaret af 7.339 brugere

Undersøgelses metode

Undersøgelsesmetode

Bag om undersøgelsen

Den nationale brugerundersøgelse er en spørgeskemaundersøgelse, der siden 2009 er blevet gennemført på alle statslige og statsanerkendte museer i Danmark, blandt danske og udenlandske brugere. Tidligere årsrapporter ligger tilgængelige på Slots- og Kulturstyrelsens hjemmeside.

I Danmark var der 102 statslige og statsanerkendte museer i 2023.

Alle statslige og statsanerkendte museer skal deltage med mindst ét besøgssted, og alle besøgssteder med mere end 10.000 besøgende om året kan deltage (2019-tal). Sammenlignet med undersøgelsen fra tidligere år, er der derfor være forskel på de deltagende besøgssteder.

Med udgangspunkt i oplysninger fra Danmarks Statistiks museumsstatistik er museerne indplaceret i en af fire kategorier; kunst, kulturhistorie, naturhistorie eller blandet (museer, der har besøgssteder inden for flere kategorier). Besøgsstederne er indplaceret i de tre kategorier; kunst, kulturhistorie og naturhistorie.

Museerne fordeler sig således i museumskategorierne:

- Kulturhistoriske museer: 58
- Kunstmuseer: 29
- Naturhistoriske museer: 3
- Blandet: 12

Museernes besøgssteder fordeler sig således i kategorierne:

- Kulturhistorie: 96
- Kunst: 37
- Naturhistorie: 5

Spørgeskema

Spørgeskemaet svarer i vid udstrækning til spørgeskemaet fra tidligere år for at sikre muligheder for at sammenligne resultater over tid (se bilag 2).

Forud for indsamlingen i 2022 blev der foretaget en gennemgang af spørgeskemaet, hvor der er sket mindre justeringer af spørgsmål og svarmuligheder. En række spørgsmål, der vedrører brugernes oplevelse af atmosfæren og serviceydelser på museet, mulige aktivitetsvalg og motiver for at besøge museet, blev i forbindelse med revurderingen i 2022 konverteret til valgfrie spørgsmåls-pakker.

De valgfrie spørgsmåls-pakker

Det enkelte museum eller besøgssted har igen i 2023 haft mulighed for at supplere det obligatoriske skema med de valgfrie spørgsmåls-pakker (se bilag 3). Data herfra er baseret på færre brugere, da det ikke er alle museer, der har valgt at benytte sig af spørgsmåls-pakkerne.

Antallet af museer, der i 2023 har tilvalgt de valgfrie spørgsmåls-pakker, fordeler sig således:

- Museets service: 38 museer (antal svar: 16.662)
- Motivation for museumsbesøg: 35 museer (antal svar: 15.770)
- Brugernes adfærd: 30 museer (antal svar: 8.388)
- Brugernes kendskab (markedsføring): 69 museer (antal svar: 30.838)
- Museernes sociale medier og digital interaktion: 32 museer (antal svar: 7.339. Heraf er det 1.558 brugere, der følger museet på sociale medier)

Målgruppe og datagrundlag

Målgruppen for undersøgelsen er personer fra 14 år, der har besøgt et af de deltagende besøgssteder i 2023. Målgruppen omfatter både danske og udenlandske brugere.

Undersøgelsen baserer sig på 59.717 besvarelser fra brugere, der har besøgt de statslige og statsanerkendte museer i løbet af 2023. I 2022 og 2023 foregik indsamlingen løbende over året og ikke på faste dage som tidligere. Det betyder, at museerne gennemfører indsamlingen hver uge året rundt på skiftende ugedag og ud fra et randomiseret antal indsamlinger pr. dag afhængig af det enkelte museums måltal. Måltallet fastsættes ud fra besøgsstedets besøgstal i 2019, der fungerer som referenceår. Måltallet er mindst 150 besvarelser og stiger forholdsmæssigt med besøgstallet, så museer med mange besøgende bidrager med mange besvarelser.

Hvis et museum har indsamlet færre end 30 besvarelser, medtages museets besvarelser ikke. Det begrundes med, at museet i praksis ikke har været dataindsamlende i løbet af 2023.

Museerne har mulighed for at anvende forskellige indsamlingsmetoder. Besvarelserne er indsamlet via tablet/pc stillet til rådighed af besøgsstedet eller brugernes egen telefon/pc. Brugere kan svare med sin egen telefon/pc ved at oplyse sin e-mailadresse eller sit mobilnummer for at modtage spørgeskemaet. Det er også muligt for brugere at scanne en QR-kode for adgang til skemaet. Brugere har mulighed for at besvare spørgeskemaet på flere sprog: dansk, engelsk, tysk, arabisk, tyrkisk, spansk, fransk og italiensk.

Resultater

Tallene i figurerne i undersøgelsen er afrundet til hele tal. Det betyder, at de afrundede tal ikke nødvendigvis summerer præcis til 100%.

Undersøgelsen vurderes repræsentativ i det omfang, at de mange besøgssteder, varierende indsamlingstidspunkter og det høje antal besvarelser til sammen giver et dækkende billede af brugerne og deres museumsoplevelser. Vurdering af undersøgelsens repræsentativitet er begrænset til en analyse af brugernes socioøkonomiske baggrund, der efterfølgende sammenholdes med registerdata fra Danmarks Statistik for den samlede befolkning (se tabel 1).

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 museumskategorier (se bilag 1). Da der er markant færre naturhistoriske museer og museer i kategorien blandet sammenlignet med kunst- og kulturhistoriske museer, er resultaterne mere følsomme i forhold til indsamlingen på disse museer.

Brugere i undersøgelsen har haft mulighed for at angive deres køn ved at vælge mellem tre svarmuligheder; mand, kvinde og andet. I rapporten vises alene resultater for henholdsvis mænd og kvinder, idet det statistiske materiale for gruppen 'andet' er beskedent (se tabel 1).

Bilag

Bilag 1: Deltagende museer og besøgssteder 2023

Museerne er først anført med deres officielle navn.

Herefter er der tilføjet det eller de besøgssted(er), hvor indsamlingen er foretaget. Derefter følger besøgsstedets kategori. Museer, hvis besøgssteder har forskellige kategorier, går under kategorien blandet.

Museum	Besøgssted	Kategori
Arbejdermuseet	Arbejdermuseet	Kulturhistorie
Arken - Museum for Moderne Kunst	Arken - Museum for Moderne Kunst	Kunst
ARoS Aarhus Kunstmuseum	ARoS Aarhus Kunstmuseum	Kunst
Billund Kommunes Museer	Mark Museet for en Ny Danmarkshistorie	Kulturhistorie
Bornholms Kunstmuseum	Bornholms Kunstmuseum	Kunst
Danmarks Tekniske Museum	Danmarks Tekniske Museum	Kulturhistorie
De Kulturhistoriske Museer Holstebro	Holstebro Museum	Kulturhistorie
	Strandingsmuseum St. George	Kulturhistorie
	Hjerl Hedes Frilandsmuseum	Kulturhistorie
Den Gamle By	Besættelsesmuseet	Kulturhistorie
	Den Gamle By	Kulturhistorie
Den Hirschsprungske Samling	Den Hirschsprungske Samling	Kunst
Designmuseum Danmark	Designmuseum Danmark	Kunst
Det Grønne Museum	Det Grønne Museum	Kulturhistorie
Energimuseet	Energimuseet	Kulturhistorie
Esbjerg Kunstmuseum	Esbjerg Kunstmuseum	Kunst
Fiskeri- og Søfartsmuseet	Fiskeri- og Søfartsmuseet	Kulturhistorie
Frederiksbergmuseerne	Bakkehuset	Kulturhistorie
	STORM	Kunst
Fuglsang Kunstmuseum	Fuglsang Kunstmuseum	Kunst
Furesø Museer	Immigrantmuseet	Kulturhistorie
Faaborg Museum	Faaborg Museum	Kunst

Bilag 1: Deltagende museer og besøgssteder 2023

Gammel Estrup Danmarks Herregårdsmuseum	Gammel Estrup Danmarks Herregårdsmuseum	Kulturhistorie
Museum Give	Museum Give	Kulturhistorie
Glud Museum	Glud Museum	Kulturhistorie
Greve Museum	Grevegård	Kulturhistorie
	Mosedede Fort	Kulturhistorie
HEART Herning Museum of Contemporary Art	HEART Herning Museum of Contemporary Art	Kunst
Historie & Kunst	Københavns Museum	Kulturhistorie
	Thorvaldsens Museum	Kunst
Holstebro Kunstmuseum	Holstebro Kunstmuseum	Kunst
Industrimuseet Frederiks Værk	Industrimuseet Frederiks Værk	Kulturhistorie
Industrimuseet	Industrimuseet	Kulturhistorie
J. F. Willumsens Museum	J. F. Willumsens Museum	Kunst
Kastrupgårdsamlingen	Kastrupgårdsamlingen	Kunst
Kongernes Samling	Amalienborgmuseet Christian VIII's Palæ	Kulturhistorie
	Koldinghus	Kulturhistorie
	Rosenborgsamlingen	Kulturhistorie
Kroppedal Museum	Kroppedal Museum	Kulturhistorie
KUNSTEN - Museum of Modern Art Aalborg	KUNSTEN - Museum of Modern Art Aalborg	Kunst
Kunstmuseum Brandts	Kunstmuseum Brandts	Kunst
KØN - Gender Museum Denmark	KØN - Gender Museum Denmark	Kulturhistorie
KØS museum for kunst i det offentlige rum	KØS museum for kunst i det offentlige rum	Kunst
Langelands Museum	Koldkrigsmuseum Langelandsfort	Kulturhistorie
Lemvig Museum	Lemvig Museum	Kulturhistorie
Limfjordsmuseet	Limfjordsmuseet	Kulturhistorie
Louisiana Museum of Modern Art	Louisiana Museum of Modern Art	Kunst
M/S Museet for Søfart	M/S Museet for Søfart	Kulturhistorie

**Bilag 1:
Deltagende museer og
besøgssteder 2023**

Marstal Søfartsmuseum	Marstal Søfartsmuseum	Kulturhistorie
Middelfart Museum	Middelfart Museum	Kulturhistorie
Moesgaard Museum	Moesgaard Museum	Kulturhistorie
Museet Sønderkov	Museet Sønderkov	Kulturhistorie
Museum Amager	Museum Amager	Kulturhistorie
Museum for Forsyning og Bæredygtighed	Dorf Møllegård	Kulturhistorie
Museum Horsens	Fængselsmuseet	Kulturhistorie
	Horsens Kunstmuseum	Kunst
Museum Jorn	Museum Jorn	Kunst
Museum Kolding	Staldgården	Kulturhistorie
	Skamlingsbakken	Kulturhistorie
Museum Lolland-Falster	Reventlow-Museet Pederstrup	Kulturhistorie
Museum Midtjylland	Tekstilmuseet	Kulturhistorie
	Klosterlund Museum	Kulturhistorie
Museum Mors	Dueholm Kloster	Kulturhistorie
Museum Nordsjælland	Nakkehoved Fyrhistoriske Museum	Kulturhistorie
Museum Salling	Fur Museum	Naturhistorie
	Skive Museum	Kunst
	Spøttrup Borg	Kulturhistorie
Museum Silkeborg	Hovedgården	Kulturhistorie
Museum Skanderborg	Perron 1	Kulturhistorie
Museum Sydøstdanmark	Danmarks Borgcenter	Kulturhistorie
	Holmegaard Værk	Kulturhistorie
	Køge Museum	Kulturhistorie

**Bilag 1:
Deltagende museer og
besøgssteder 2023**

Museum Sønderjylland	Kunstmuseet Brundlund Slot	Kunst
	Kunstmuseet i Tønder	Kunst
	Sønderborg Slot	Kulturhistorie
Museum Thy	Bunkermuseum Hanstholm	Kulturhistorie
Museum Vestfyn	ERNST	Kulturhistorie
Museum Vestsjælland	Kalundborg Museum	Kulturhistorie
Nationalmuseet	Christiansborg Slot	Kulturhistorie
	Frihedsmuseet	Kulturhistorie
	Frilandsmuseet	Kulturhistorie
	Kommandørgården	Kulturhistorie
	Kongernes Jelling	Kulturhistorie
	Krigsmuseet	Kulturhistorie
	Kronborg Slot	Kulturhistorie
	Nationalmuseet	Kulturhistorie
	Vikingeborgen Trelleborg	Kulturhistorie
Naturama	Naturama	Naturhistorie
Naturhistorisk Museum Aarhus	Naturhistorisk Museum Aarhus	Naturhistorie
Nivaagaard Malerisamling	Nivaagaard Malerisamling	Kunst
Nordjyske Museer	Vikingecenter Fyrkat	Kulturhistorie
	Vikingemuseet Lindholm Høje	Kulturhistorie
	Aalborg Historiske Museum	Kulturhistorie
	Regan Vest	Kulturhistorie
Ny Carlsberg Glyptotek	Ny Carlsberg Glyptotek	Kunst

**Bilag 1:
Deltagende museer og
besøgssteder 2023**

Odense Bys Museer	Den Fynske Landsby	Kulturhistorie
	H.C. Andersens Barndomshjem	Kulturhistorie
	H.C. Andersens Hus	Kulturhistorie
	Møntergården	Kulturhistorie
Ordrupgårdsamlingen	Ordrupgårdsamlingen	Kunst
Randers Kunstmuseum	Randers Kunstmuseum	Kunst
Ribe Kunstmuseum	Ribe Kunstmuseum	Kunst
Ringkøbing Fjord Museer	Bork Vikingehavn	Kulturhistorie
	Lyngvig Fyr	Kulturhistorie
ROMU	Danmarks Rockmuseum	Kulturhistorie
	Roskilde Museum	Kulturhistorie
Rudersdal Museer	Vedbækfundene	Kulturhistorie
Skagens Kunstmuseer	Skagens Kunstmuseer	Kunst
Skovgaard Museet	Skovgaard Museet	Kunst
Sorø Kunstmuseum	Sorø Kunstmuseum	Kunst
Statens Museum for Kunst	Statens Museum for Kunst	Kunst
Statens Naturhistoriske Museum	Statens Naturhistoriske Museum	Naturhistorie
Struer Museum	Struer Museum	Kulturhistorie
Svendborg Museum	Danmarks Forsorgsmuseum	Kulturhistorie
Sydvestjyske Museer	HEX!	Kulturhistorie
	Museet Ribes Vikinger	Kulturhistorie
	Jacob A. Riis Museum	Kulturhistorie
Trapholt	Trapholt	Kunst
Vardemuseerne	Flugt	Kulturhistorie
	Museum Frello	Kulturhistorie
	Tirpitz	Kulturhistorie

**Bilag 1:
Deltagende museer og
besøgssteder 2023**

Vejen Kunstmuseum	Vejen Kunstmuseum	Kunst
VejleMuseerne	Kulturmuseet	Kulturhistorie
	Vejle Kunstmuseum	Kunst
Vendsyssel Historiske Museum	Vendsyssel Historiske Museum	Kulturhistorie
Vendsyssel Kunstmuseum	Vendsyssel Kunstmuseum	Kunst
Vesthimmerlands Museum	Stenaldercenter Ertebølle	Kulturhistorie
Viborg Museum	Hvolris Jernalderlandsby	Kulturhistorie
Vikingskibsmuseet	Vikingskibsmuseet	Kulturhistorie
Ærø Museum	Ærø Museum	Kulturhistorie
Øhavsmuseet Faaborg	Arresten	Kulturhistorie
	Øhavsmuseet Faaborg	Kulturhistorie
Østfyns Museer	Borgmestergården	Kulturhistorie
	Farvergården	Kulturhistorie
	Johannes Larsen Museet	Kunst
	Vikingemuseet Ladby	Kulturhistorie
Østsjælland Museum	Koldkrigsmuseum Stevnfort	Kulturhistorie
	Geomuseum Faxe	Naturhistorie

1. Hvor bor du?

- (1) Danmark
- (2) Tyskland
- (3) Norge
- (4) Sverige
- (5) Holland
- (6) Storbritannien
- (7) Frankrig
- (8) Italien
- (9) Spanien
- (10) Kina
- (11) USA
- (12) Andet land

2. I hvilket land bor du?

Landenavne vises på engelsk

3. Hvilket postnummer bor du i?

4. Hvordan vurderer du samlet set din oplevelse på {Besøgsstedets navn}?

Vurder på en skala fra 1 til 10, hvor 1 er "Meget dårlig" og 10 er "Meget god"

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale {Besøgsstedets navn} til familie, venner eller kolleger?

Vurder på en skala fra 0-10, hvor 0 er "Meget usandsynligt" og 10 er "Meget sandsynligt"

(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Bedøm din oplevelse på en skala fra 1-10, hvor 1 er "Meget dårlig" og 10 er "Meget god":

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ved ikke
Udstillingerne	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(99)
Brugen af digitale medier (fx video lyd, virtual reality)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(99)
Muligheden for at deltage aktivt (fx prøve dragter/ redskaber tegne/male røre genstande)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(99)

7. Bedøm din oplevelse på en skala fra 1-10, hvor 1 er "Meget dårlig" og 10 er "Meget god":

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ved ikke
Muligheden for at være et rart sted	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(99)
Muligheden for at lære noget nyt	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(99)
Muligheden for at få en god oplevelse sammen med andre	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(99)
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(99)

8. Har du tidligere besøgt {Besøgsstedets navn}?

- (1) Ja, inden for de seneste tre måneder
- (2) Ja, inden for det seneste år
- (3) Ja, for 1-2 år siden
- (4) Ja, for 3-4 år siden
- (5) Ja, for 5-9 år siden
- (6) Ja, for 10 eller flere år siden
- (7) Nej, dette er mit første besøg

9. Hvor mange gange har du besøgt {Besøgsstedets navn} inden for de seneste 12 måneder?

- (1) 2 gange (dette besøg og et tidligere besøg inden for det seneste år)
- (2) 3-5 gange
- (3) 6 gange eller flere

10. Hvem er du her sammen med i dag?

Sæt gerne flere kryds

- (2) Partner/ægtefælle
- (3) Børn i alderen 0-15 år
- (4) Børn i alderen 16 år og opefter (inkl. voksne børn)
- (5) Forældre
- (6) Bedsteforældre
- (7) Anden familie
- (8) Venner
- (9) Kolleger/medstuderende
- (10) Elever/studerende
- (12) Andre
- (1) Jeg er her alene

11. Hvor mange personer er der i den gruppe, som du besøgte {Besøgsstedets navn} sammen med i dag? (inkl. dig selv)

- (1) 2-4
- (2) 5-8
- (3) 9 eller flere

**12. Hvilke aldersgrupper er repræsenteret i den gruppe, som du besøgte
{Besøgsstedets navn} sammen med i dag?**

Sæt gerne flere kryds

- (1) 0-6 år
- (2) 7-15 år
- (3) 16-24 år
- (4) 25-34 år
- (5) 35-44 år
- (6) 45-54 år
- (7) 55-64 år
- (8) 65-74 år
- (9) 75+ år

**13. Hvilke køn er repræsenteret i den gruppe, som du besøgte
{Besøgsstedets navn} sammen med i dag?**

Sæt gerne flere kryds

- (1) Mand
- (2) Kvinde
- (4) Andet

**14. Hvordan vurderede du brugeroplevelsen på {Besøgsstedets navn} for
barnet/børnene i din gruppe?**

- | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-------------|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) | (9) | (10) | (99) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Ved
ikke |

15. Hvor lang tid varede dit besøg i dag?

- (1) Under 1 time
- (2) 1-2 timer
- (3) 2-3 timer
- (4) 3 timer eller mere

16.Hvilket køn er du?

Oplysningen bruges alene til statistiske opdelinger

- (1) Mand
- (2) Kvinde
- (4) Andet

17.Hvad er din alder?

Oplysningen bruges alene til statistiske opdelinger

18.Hvad er din højest gennemførte uddannelse?

Oplysningen bruges alene til statistiske opdelinger

- (1) Grundskole (fx Folkeskole)
- (2) Gymnasial (STX, HHX, HF eller HTX)
- (3) Erhvervsfaglig uddannelse (fx murer, tømrer, elektriker social- og sundhedsassistent, kontoruddannet)
- (4) Kort videregående uddannelse (under 3 år)
- (5) Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)
- (6) Lang videregående uddannelse (5 år eller mere)

Bilag 3: De valgfrie spørgsmålspakker

Spørgsmålspakke 1: Service

Bedøm din oplevelse med {Besøgststedets navn} service på en skala fra 1-5

	Helt uenig	Uenig	Hverken /eller	Enig	Helt enig	Ved ikke/ikke relevant
Det var nemt at finde relevant information forud for mit besøg (fx parkering, åbningstider, priser, events)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)
Cafeen/restauranten serverer god mad	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)
Toiletforholdene på museet var gode	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)
Prisen for besøget på museet var rimelig	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)
Det var nemt at finde rundt på museet	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)

Spørgsmålspakke 2: Markedsføring

Hvad har været udslagsgivende for at du besøger {Besøgsstedets navn} i dag

Du kan vælge op til tre svarmuligheder.

- (1) Jeg kom tilfældigt forbi
- (2) Jeg har tidligere besøgt museet
- (3) Anbefaling fra familie/venner/kolleger
- (4) Pga. skole/uddannelse
- (5) Kendskab via museets sociale medier
- (6) En bestemt udstilling
- (7) Information fra aviser
- (8) Information fra turistinformation (f.eks. hjemmeside, kataloger)
- (9) Information fra museet (f.eks. nyhedsbrev, plakat, flyers, skilte)
- (10) Information fra museets hjemmeside
- (11) Information fra hjemmesider om kulturtilbud
- (12) Information fra en anmelder
- (13) Jeg er på museet i dag, fordi jeg følges med andre

Spørgsmålspakke 3: Sociale medier og digital interaktion

Jeg følger {Besøgsstedets navn} på sociale medier (f.eks. facebook, instagram)

- (1) Ja
- (2) Nej

	I meget lav grad	I lav grad	I nogen grad	I høj grad	I meget høj grad	Slet ikke
Jeg bliver klogere på de temaer, som museet behandler via museets opslag på sociale medier	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)
Jeg får lyst til at besøge museet, når jeg ser på sociale medier, hvad der sker	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)
Jeg vil gerne deltage i museets digitale tilbud (f.eks. podcasts, online events, online samlinger, virtuelle udstillinger)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(99)

Hvilke digitale tilbud fra {Besøgsstedets navn} ville du have interesse for?

- (1) Podcasts
- (2) Online events (fx foredrag)
- (3) Online adgang til samlinger
- (4) Virtuelle udstillinger
- (99) Ingen af ovenstående

Spørgsmålspakke 4: Motivations segmentering

**Hvilket udsagn passer bedst med, hvorfor du besøger {Besøgsstedets navn}
i dag**

- (1) Jeg er på museet i dag for at slappe af og få ny energi
- (2) Jeg er på museet i dag på grund af en specifik faglig interesse
- (3) Jeg er på museet i dag for at opleve noget og bruge tiden på det mest iøjnefaldende
- (4) Jeg er på museet i dag for at skabe en god oplevelse for dem jeg er sammen med
- (5) Jeg er på museet i dag fordi jeg er nysgerrig og for at lære nyt
- (6) Jeg er på museet i dag fordi jeg følges med andre

Spørgsmålspakke 5: Mere om brugernes museumsoplevelse

Hvad har du foretaget dig på {Besøgsstedets navn} i dag

- Set genstande
- (2) Set udstillinger
- (3) Læst kortere tekster i eller om udstillingerne
- (4) Læst længere tekster i eller om udstillingerne
- (5) Set film og andre visualiseringer
- (6) Lyttet via audioguide eller bærbar enhed
- (7) Deltaget i rundvisning
- (8) Deltaget i foredrag
- (9) Deltaget i seminar
- (10) Deltaget i workshop
- (11) Deltaget i aktiviteter målrettet børn og familier
- (12) Talt med museets medarbejdere om udstillingen
- (13) Talt med andre brugere om udstillingen
- (14) Ingen af ovenstående
- (15) Læst brochurer eller foldere (2017-2021)
- (16) Læst tekster via bærbar enhed (f.eks. mobiltelefon) (2017-2021)

Bilag 3:
**De valgfrie
spørgsmålspakker**

Hvad skal der til for at du i højere grad anbefaler {Besøgsstedets navn}?

Du har tidligere svaret at det er sandsynligt at du vil anbefale {Besøgsstedets navn} til andre.

Hvorfor vil du anbefale {Besøgsstedets navn} til andre

Har du andre kommentarer til {Besøgsstedets navn}?

