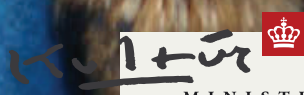


Fuglsang Kunstmuseum

Antal besvarelser: 279

Foto: Nationalmuseet

DEN NATIONALE BRUGERUNDERSØGELSE 2019



MINISTERIET

SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

RAMBOLL

INDLEDNING

Kære Fuglsang Kunstmuseum

Denne rapport præsenterer årsresultaterne for den nationale brugerundersøgelse 2019 på Fuglsang Kunstmuseum.

Den nationale brugerundersøgelse sætter fokus på, hvordan museumsbrugerne oplever museet og museets forskellige tilbud. Desuden afdækker undersøgelsen hvilke typer af brugere, der besøger museet, hvad der motiverer deres besøg og hvilke af museets aktiviteter, de har deltaget i.

Resultaterne fra undersøgelsen giver indsigt i, hvad der fungerer godt på museet, og hvor der er potentiale for udvikling. Nogle af elementerne i rapporten indeholder sammenligninger til resultaterne for alle museer eller alle museer i samme museumskategori - enten kulturhistorisk, naturhistorisk eller kunst. Det er således muligt at sammenligne det enkelte museum med alle eller lignende museer for at se, om der er særlige områder, hvor museet kan styrke formidlingen. Med henblik på at kunne følge udviklingen i museets resultater over tid sammenlignes der ligeledes til museets resultater fra den nationale brugerundersøgelse i 2018.

Undersøgelsen kan tjene som et redskab til at målrette kommunikation og formidling på museet, og er relevant i forbindelse med den strategiske planlægning af aktiviteter og arrangementer. Derudover kan resultaterne anvendes i forbindelse med udformningen af tiltag, der har til formål at tiltrække nye brugergrupper.

Yderligere oplysninger om den nationale brugerundersøgelse kan findes på museets projektportal, som kan tilgås fra www.results.dk. På forsiden af portalen findes der en nyhedsstrøm, hvor man let kan holde sig opdateret på relevante informationer. På projektportalen kan museets individuelle analyseværktøj ligeledes tilgås. Analyseværktøjet er en løsning, der er udviklet til museet med henblik på, at museet kan foretage løbende analyser og afprøve hypoteser om, hvorfor udviklingen er som den er.

God læselyst!

RAPPORTENS INDHOLD

Del 1: Læsevejledning

Guide der beskriver, hvordan figurerne i rapporten skal læses.

Del 2: Museumsoverblik

Overblik over museets brugeres karakteristika og samlede vurdering af museet.

Del 3: Overordnede resultater

Resultater fra den samlede vurdering af museet og museets forskellige tilbud.

Del 4: Anbefalingsvillighed

Resultater der beskriver anbefalingsvilligheden for museets brugere.

Del 5: Aktiviteter

Oversigt over hvilke aktiviteter museets brugere har deltaget i.

Del 6: Motivation for besøget

Inddeling af brugerne i motivationstyper på baggrund af, hvad der motiverer deres besøg.

Del 7: Museets brugere

Baggrundsoplysninger om museets brugere.

Del 8: Kontekst for besøget

Kontekstoplysninger om museets brugere.

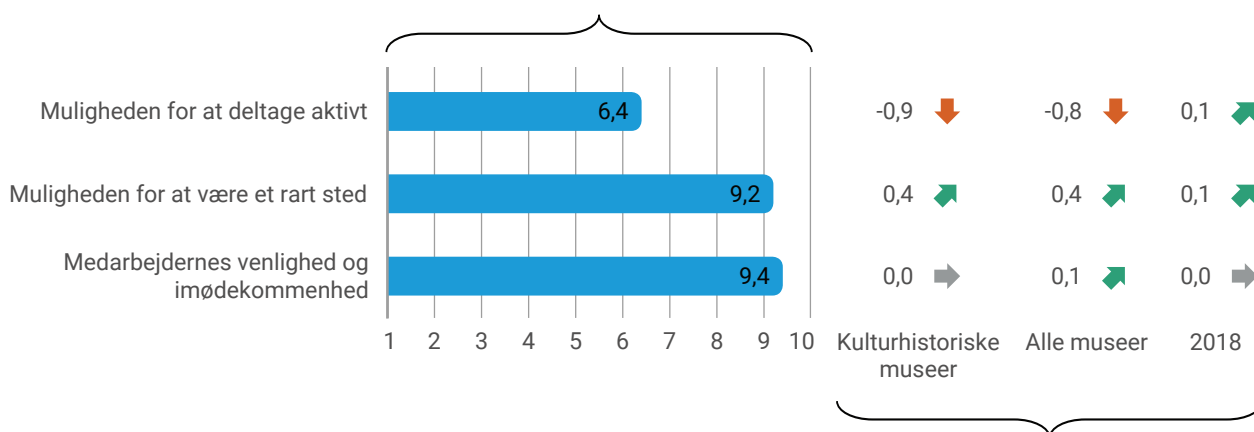
Del 9: Detaljerede resultater

Tabeller med detaljerede visninger af undersøgelsens resultater.

LÆSEVEJLEDNING

SÅDAN LÆSES FIGUREN - GENNEMSNIT

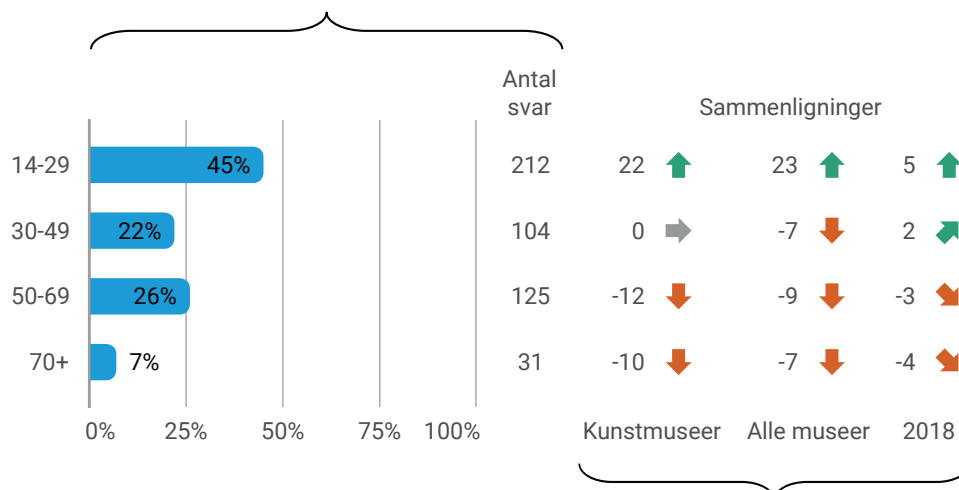
Figurene viser gennemsnittet på de enkelte udsagn på en skala fra 1 (Meget dårlig) til 10 (Meget god). I øverste udsagn i eksemplet er gennemsnittet 6,4, hvilket fremgår af den blå søjle. Brugernes "Ved ikke"-besvarelser indgår ikke i resultat-beregningen.



Yderst til højre sammenlignes resultatet med resultatet for museer i samme museumskategori, for alle museer i den nationale brugerundersøgelse og for museets resultater for 2018, såfremt museet havde indsamlet nok besvarelser til at få en rapport i 2018. For det øverste udsagn i eksemplet ligger museets resultat hhv. 0,9 lavere end resultatet for museer i samme museumskategori (her: kulturhistoriske museer), 0,8 lavere end resultatet for alle museer samt 0,1 over resultatet for 2018. Det betyder, at alle kulturhistoriske museer giver "muligheden for at deltage aktivt" en score på 7,3, som altså er 0,9 over det museum vi kigger på.

SÅDAN LÆSES FIGUREN - FREKVENNS

Figuren viser en fordeling af svar på et givent spørgsmål i procent. I eksemplet neden for er der 45% af museets brugere, der er mellem 14 og 29 år. Til højre for resultatet vises antallet af svar for hver enkelt svarkategori.



Yderst til højre sammenlignes resultatet med resultatet for museer i samme museumskategori (her: Kunstmuseer), resultatet for alle museer i den nationale brugerundersøgelse samt det enkelte museums resultat for 2018, såfremt museet indsamlede nok besvarelser til at få en rapport i 2018. I eksemplet er der 23 procentpoint flere besøgende i aldersgruppen 14-29 år på museet sammenlignet med alle deltagende museer. I forhold til museer i samme museumskategori har museet 22 procentpoint flere besøgende i aldersgruppen 14-29 år, mens museet har 5 procentpoint flere besøgende i aldersgruppen 14-29 år i forhold til 2018. Det betyder, at for alle kunstmuseer er der 23 % af brugere, der er mellem 14 og 29 år, hvilket altså er 22 procentpoint lavere end det museum, vi kigger på.

LÆSEVEJLEDNING

SÅDAN LÆSES FIGUREN – TABEL MED DETALJEREDE RESULTATER

Tabellerne med detaljerede resultater sidst i rapporten viser brugernes gennemsnitlige vurdering af museet og vurderingen af museets tilbud opdelt på baggrundsspørgsmål. I eksemplet er den samlede vurdering og vurderingen af de otte forskellige tilbud opdelt på baggrund af hvor ofte museet besøges. I figuren er gennemsnittet på "Mulighed for at lære noget" 7,4 for gruppen, der besøger museet "Mindst en gang hvert år". Opdelingen vises kun såfremt der indgår min. 5 besvarelser i de enkelte kategorier.

Tabellerne giver et detaljeret indblik i hvilke brugergrupper, der er særligt tilfredse eller utilfredse. I eksemplet ses det for eksempel at brugere, der besøger museet sjældnere end én gang om året generelt vurderer "Muligheden for at deltage aktivt" lavere end de andre grupper.

BESØGSFREKVENS	Mindst en gang hver uge	Mindst en gang hver måned	Mindst en gang hvert halve år	Mindst en gang hvert år	Sjældnere	Det er første gang, jeg besøger museet	Total
Samlet vurdering	8,9	8,9	8,5	8,0	7,8	7,8	8,3
Udstillingerne	8,1	8,8	8,3	7,9	7,7	7,9	8,1
Atmosfæren	8,8	9,0	8,9	8,3	8,6	8,0	8,6
Mulighed for at lære noget	8,8	8,4	8,3	7,4	7,6	8,2	8,0
Formidling via brug af digitale medier	6,8	8,1	7,9	7,5	6,5	7,4	7,4
Brugeroplevelsen for børn	8,3	8,3	7,7	7,4	6,1	6,8	7,4
Muligheden for at deltage aktivt	7,4	7,9	6,8	6,6	5,9	6,2	6,7
Muligheden for at være et rart sted	8,8	9,3	9,0	7,8	7,9	7,8	8,5
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,9	9,0	9,3	8,6	9,0	8,7	8,9

■ <6,0
 ■ <7,0
 ■ <8,0
 ■ <9,0
 ■ ≥9,0

Farveskalaen kan benyttes til at illustrere høje og lave scores. Det gør det nemmere for museet at danne sig et overblik over eventuelle forbedrings- og fastholdelsesområder.

MUSEUMSOVERBLIK

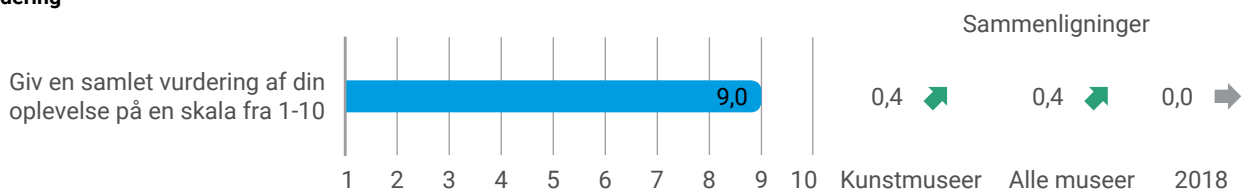
Tabellen giver et overordnet overblik over en række karakteristika for museumbrugere, der har deltaget i undersøgelsen på Fuglsang Kunstmuseum.

	2019	Alle museer	2018
Besvarelser i alt			
Antal besvarelser i 2019	279	35.163	137
Centrale indikatorer			
Anbefaling fra familie og venner	36%	30%	30%
Det er første gang, jeg besøger museet	27%	33%	27%
Vurderingen af museumsoplevelsen	9,0	8,6	9,0
Anbefalingsvillighed	79	57	76
Hvem er du her sammen med i dag			
<i>Det har været muligt at afgive flere svar</i>			
Familie med børn i alderen 0-12 år	4%	18%	4%
Familie med flere generationer	17%	21%	23%
Min partner/ægtefælle	54%	35%	46%
Venner	34%	24%	23%
Kollegaer fra mit arbejde	1%	4%	1%
Personer fra min uddannelsesinstitution	0%	3%	0%
Jeg er her alene	6%	8%	9%
Køn			
Kvinde	59%	59%	61%
Mand	38%	38%	38%
Andet	1%	1%	0%
Vil ikke oplyse	2%	2%	1%
Alder			
14-29 år	9%	21%	3%
30-49 år	12%	28%	13%
50-69 år	51%	37%	53%
70+	28%	15%	31%
Geografi			
Danmark	96%	76%	96%
<i>Region Hovedstaden</i>	41%	34%	40%
<i>Region Sjælland</i>	44%	11%	50%
<i>Region Syddanmark</i>	8%	21%	4%
<i>Region Midjylland</i>	7%	24%	4%
<i>Region Nordjylland</i>	0%	9%	2%
Ikke fra Danmark	4%	24%	4%

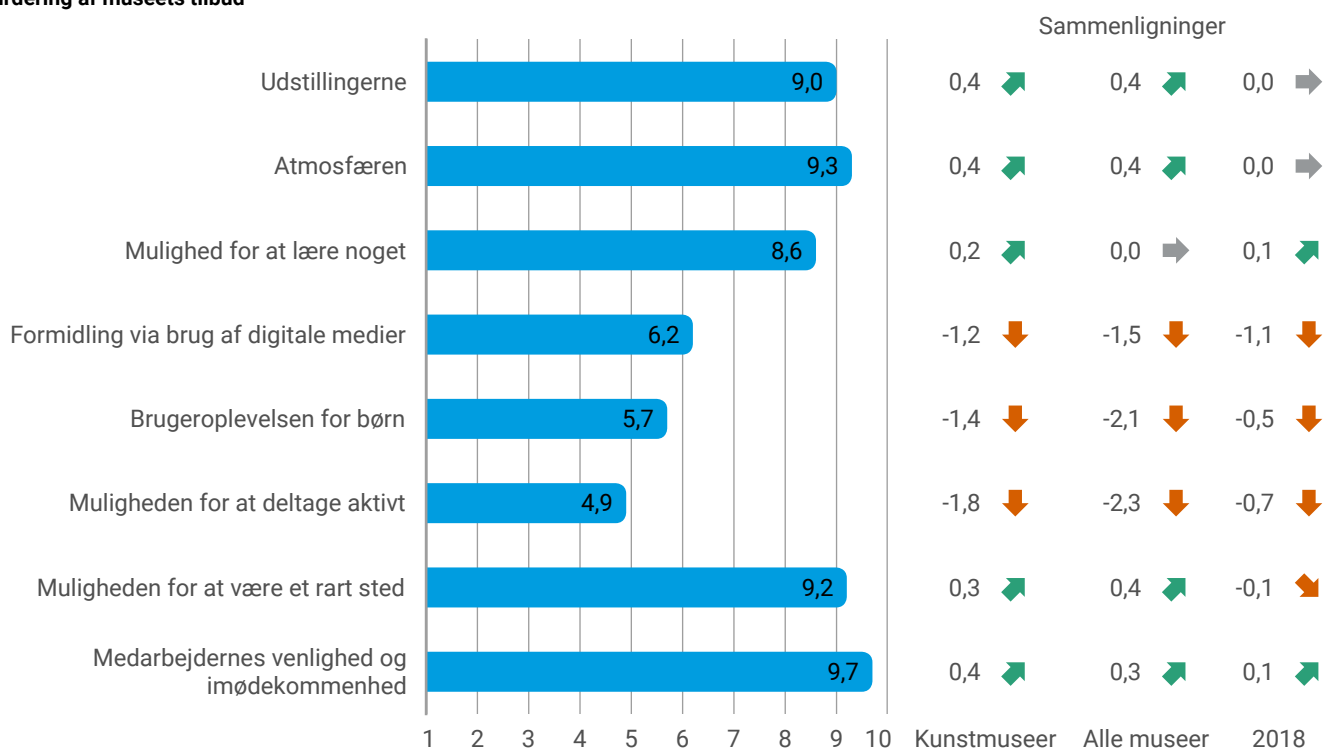
OVERORDNEDE RESULTATER

Figurerne neden for viser, hvordan museets brugere vurderer museet og dets tilbud. Til højre sammenlignes museets resultat med resultatet for museer af samme type, det samlede resultat for alle museer i den nationale brugerundersøgelse, samt med museets resultat for 2018.

Samlet vurdering



Vurdering af museets tilbud



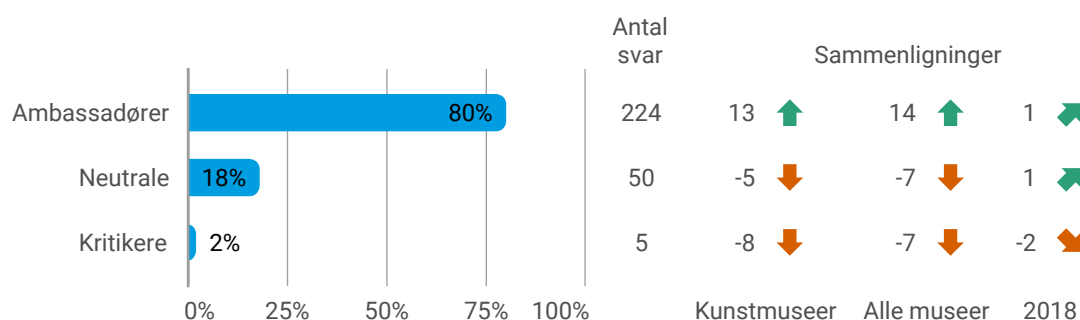
ANBEFALINGSVILLIGHED

Anbefalingsvilligheden* afspejler i hvilken grad, museets brugere vil anbefale stedet til familie og venner. Begrebet anvendes som et mål for kunde- eller brugertilfredshed, og det kan bruges til at følge med i udviklingen af brugertilfredsheden på jeres museum over tid.

På baggrund af en kategorisering af brugernes villighed til at anbefale museet på en skala fra 0 til 10, udregnes der et samlet mål for anbefalingsvilligheden. Brugere, der angiver en værdi i intervallet 0-6, kategoriseres som kritikere – de er de mindst sandsynlige ambassadører. Brugere i intervallet 7-8 er såkaldte neutrale. Brugere, der angiver værdierne 9 og 10, er ambassadører. En høj anbefalingsvillighed er et udtryk for, at størstedelen af museets gæster vil anbefale Fuglsang Kunstmuseum til venner og familie.

Anbefalingsvilligheden kan benyttes til at sige noget om, hvorvidt jeres brugere i lavere eller højere grad vil anbefale jeres museum til venner og familie sammenlignet med alle statslige og statsanerkendte museer og museer i samme museumskategori. En anbefalingsvillighed over gennemsnittet er således at betragte som god, mens man med fordel kan benytte en anbefalingsvillighed under gennemsnittet til at reflektere over, hvordan man som museum kan give brugerne en oplevelse, de i højere grad vil anbefale til venner og familie. I forbindelse med fortolkning af sammenligningen til alle museer og museer indenfor samme faglighed henvises der til læsevejledningen øverst i rapporten.

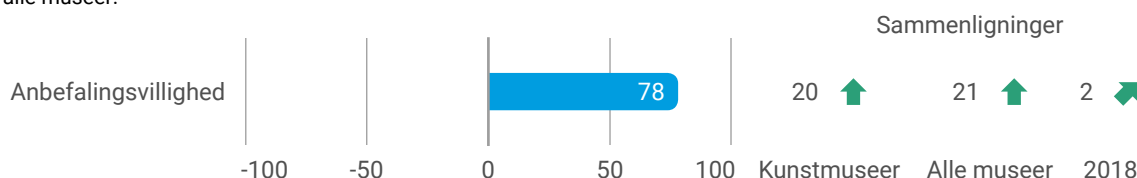
Kategorisering af brugertyper



Den samlede anbefalingsvillighed for museets brugere udregnes ved at fratrække procentandelen af kritikere fra andelen af ambassadører. Anbefalingsvilligheden kan antage en værdi i intervallet -100 til 100, hvor en anbefalingsvillighed på -100 angiver, at alle museets brugere er kritikere, mens en anbefalingsvillighed på 100 angiver, at alle museets brugere er ambassadører.

Anbefalingsvilligheden for brugere af Fuglsang Kunstmuseum

Figuren viser anbefalingsvilligheden for Fuglsang Kunstmuseum sammenlignet med anbefalingsvilligheden for museer i samme museumskategori og alle museer.

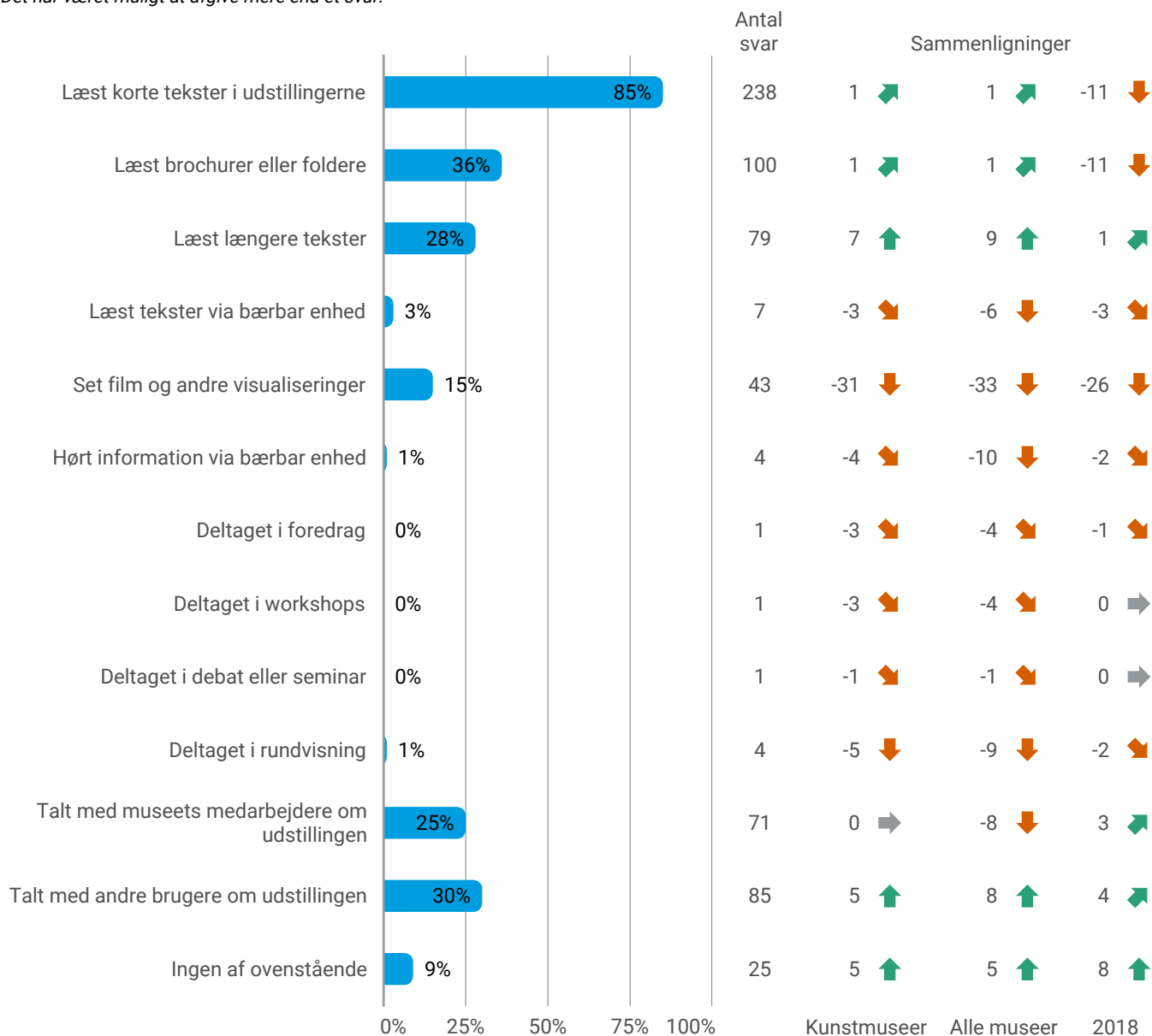


* Anbefalingsvilligheden kendes også som Net Promotor Score (NPS).

AKTIVITETER

Hvad har du foretaget dig på museet i dag?

Det har været muligt at afgive mere end ét svar.



MOTIVATION FOR BESØGET

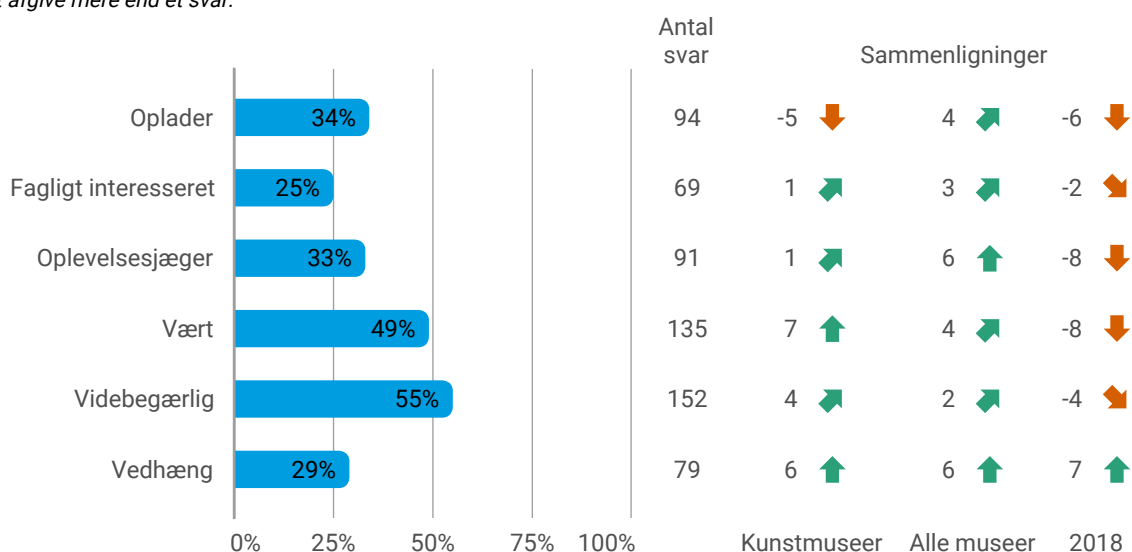
Det følgende afsnit kortlægger motivationen for brugerens besøg på Fuglsang Kunstmuseum. Afsnittet tager udgangspunkt i John Falks og Lynn Dierkings motivationstyper, der også er anvendt i forbindelse med tidligere runder af Den Nationale Brugerundersøgelse.

Herunder beskrives de enkelte motivationstyper:

- Oplader** Jeg er her for at slappe af og få ny energi.
- Fagligt interesseret** Jeg er her på grund af en specifik faglig interesse.
- Oplevelsesjæger** Jeg er her for at opleve noget og koncentrere mig om det mest iøjnefaldende.
- Vært** Jeg er her for at skabe en god oplevelse for dem, jeg er sammen med.
- Videbegærlig** Jeg er på museet, fordi jeg er nysgerrig og for at lære noget nyt.
- Vedhæng** Jeg er her, fordi jeg følges med andre.

Fordeling på motivationstyper

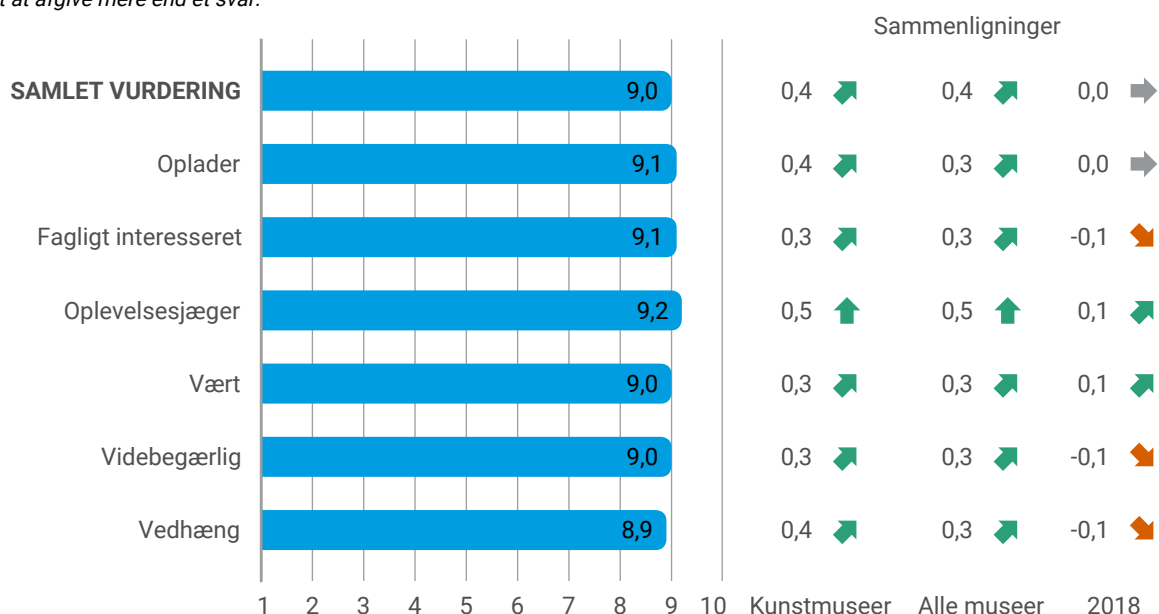
Det har været muligt at afgive mere end ét svar.



MOTIVATION FOR BESØGET

Herunder vises de enkelte motivationstypers samlede vurdering af besøget på Fuglsang Kunstmuseum. Den samlede vurdering for alle motivationstyper er ligeledes vist i figuren.

Det har været muligt at afgive mere end ét svar.



Herunder vises de enkelte motivationstypers samlede vurdering af besøget på Fuglsang Kunstmuseum.

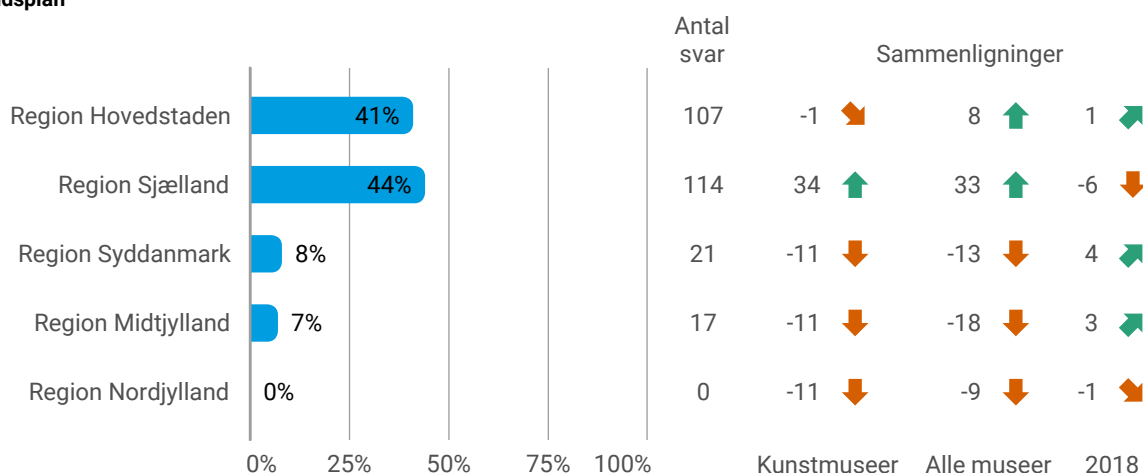
MOTIVATIONSTYPER	Oplader	Fagligt interesseret	Oplevelsesjæger	Vært	Videbegærlig	Vedhæng	Total
Udstillingerne	9,1	9,2	9,2	9,0	9,1	9,1	9,0
Atmosfæren	9,5	9,3	9,4	9,4	9,4	9,3	9,3
Mulighed for at lære noget	8,8	9,0	8,8	8,6	9,0	8,6	8,6
Formidling via brug af digitale medier	6,3	6,5	6,2	6,3	6,1	5,7	6,2
Brugeropplevelsen for børn	5,5	5,9	5,7	5,6	5,9	4,8	5,7
Muligheden for at deltage aktivt	4,9	5,3	5,3	4,8	5,3	4,7	4,9
Muligheden for at være et rart sted	9,5	9,2	9,3	9,3	9,3	9,0	9,2
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,8	9,7	9,8	9,7	9,7	9,5	9,7

■ <6,0
 ■ <7,0
 ■ <8,0
 ■ <9,0
 ■ ≥9,0

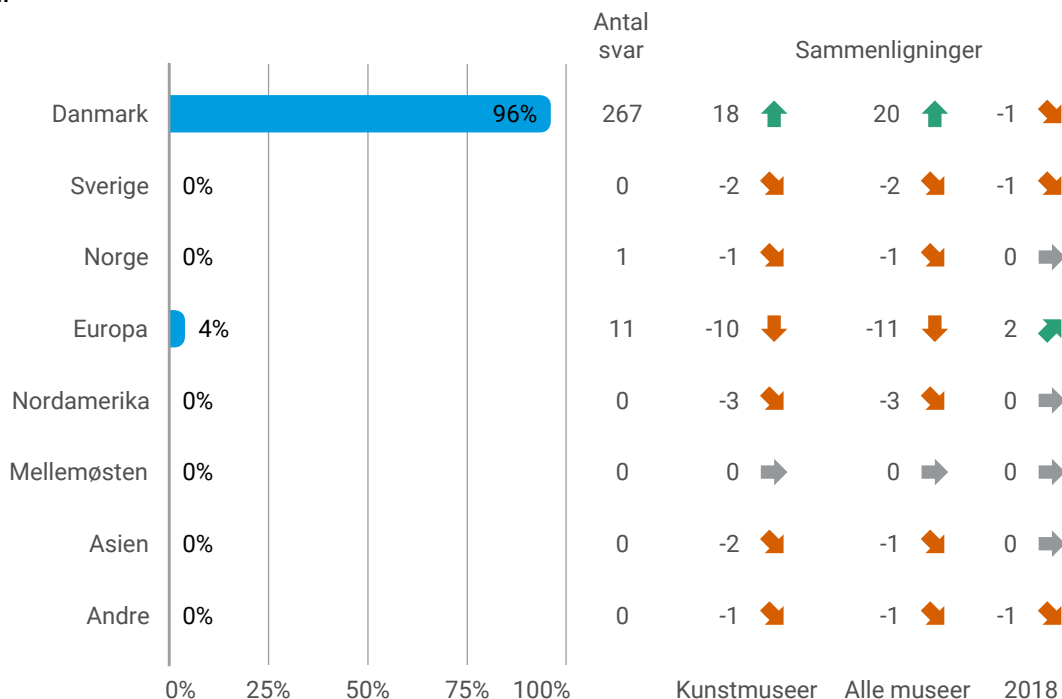
MUSEETS BRUGERE

På de følgende sider vises sammensætningen af museets brugere på baggrund af en række forskellige parametre. Procentsatserne sammenlignes med procentsatserne for museer af samme type, for alle museer i den nationale brugerundersøgelse, samt med procentsatserne for 2018.

Hvor bor du? - på landsplan

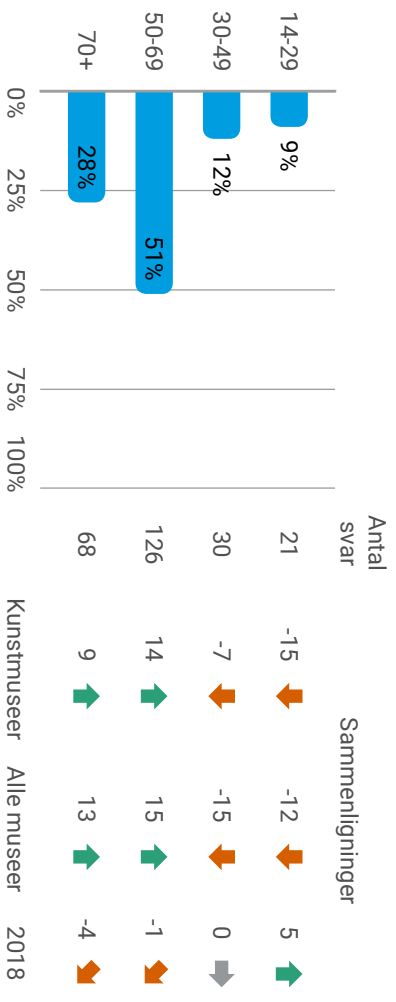


Hvor bor du? - på verdensplan

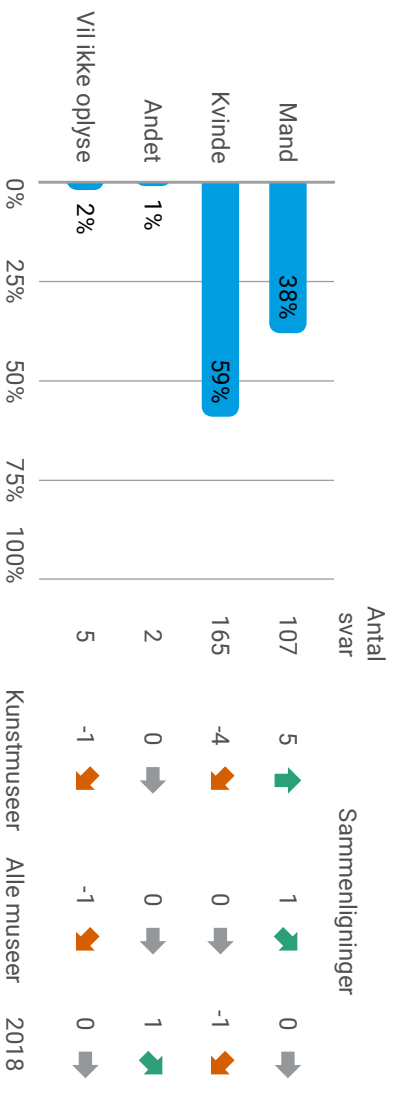


MUSEETS BRUGERE

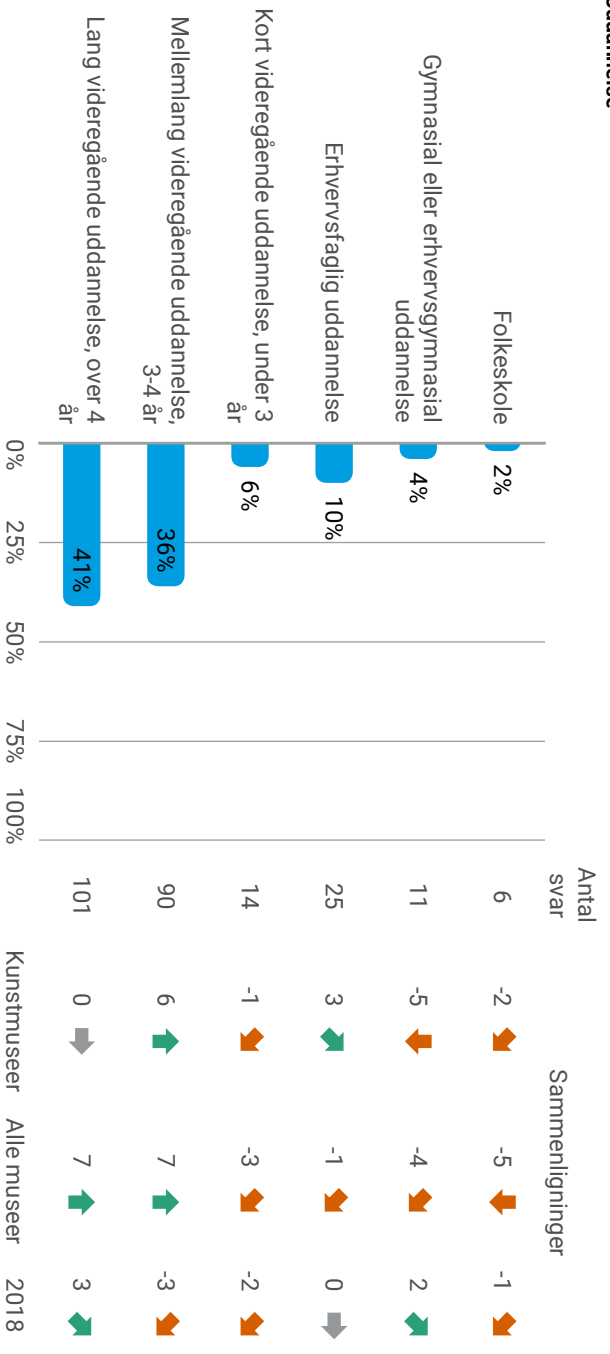
Alder



Køn



Uddannelse

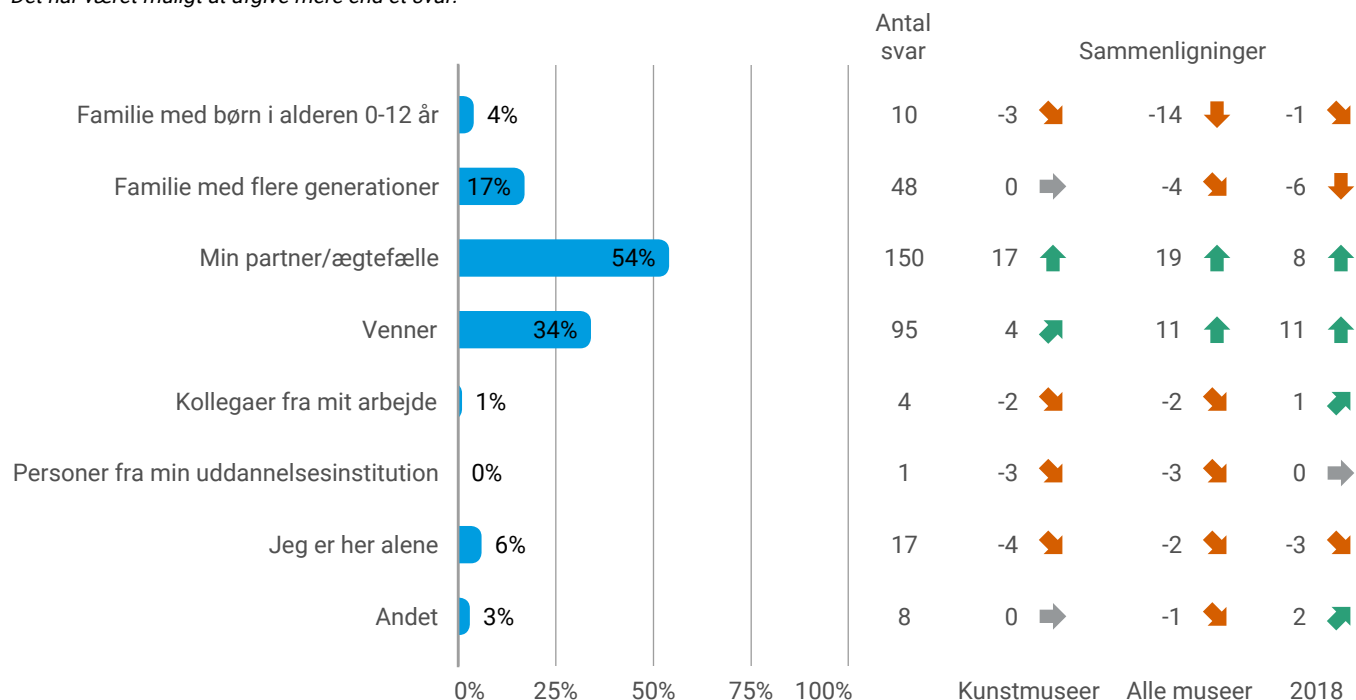


KONTEKST FOR BESØGET

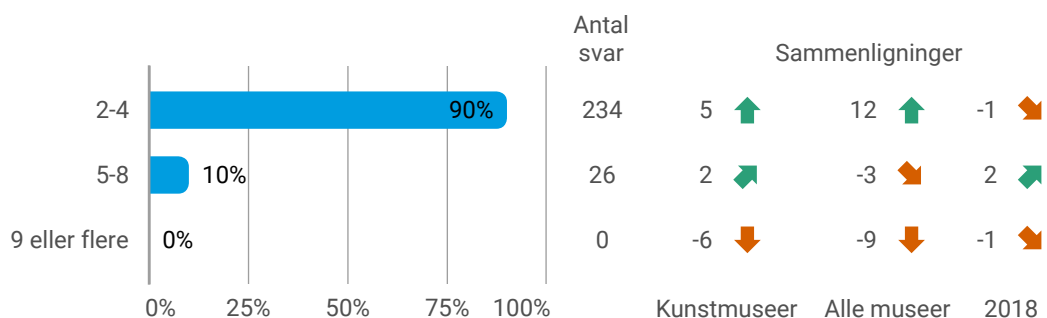
På de følgende sider vises oplysninger om konteksten for brugerens besøg.

Hvem er du på museet med i dag?

Det har været muligt at afgive mere end ét svar.

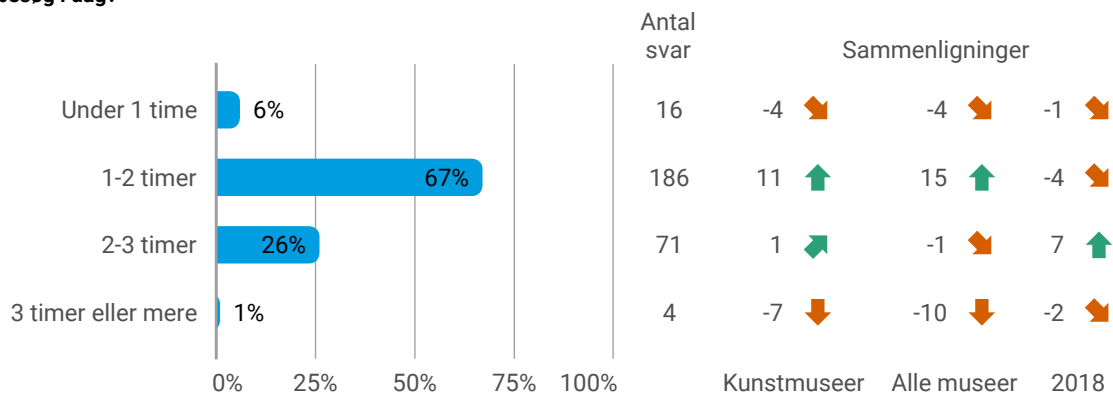


Hvor mange personer er der i den gruppe, som du besøgte museet med?

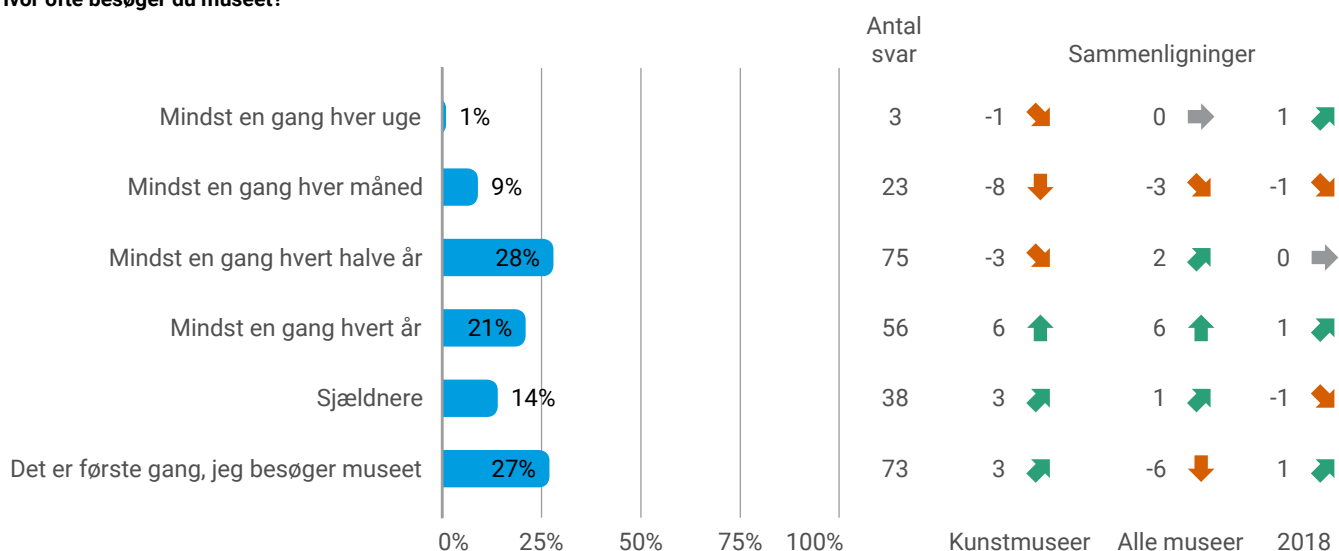


KONTEKST FOR BESØGET

Hvor lang tid varede dit besøg i dag?

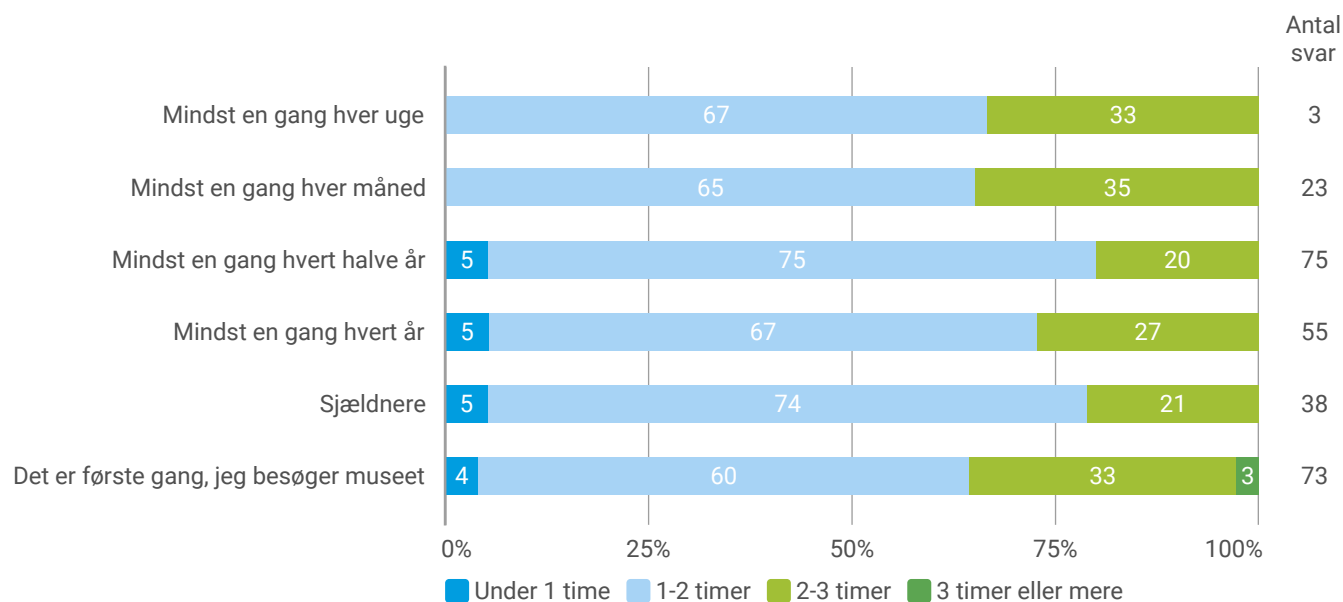


Hvor ofte besøger du museet?



KONTEKST FOR BESØGET

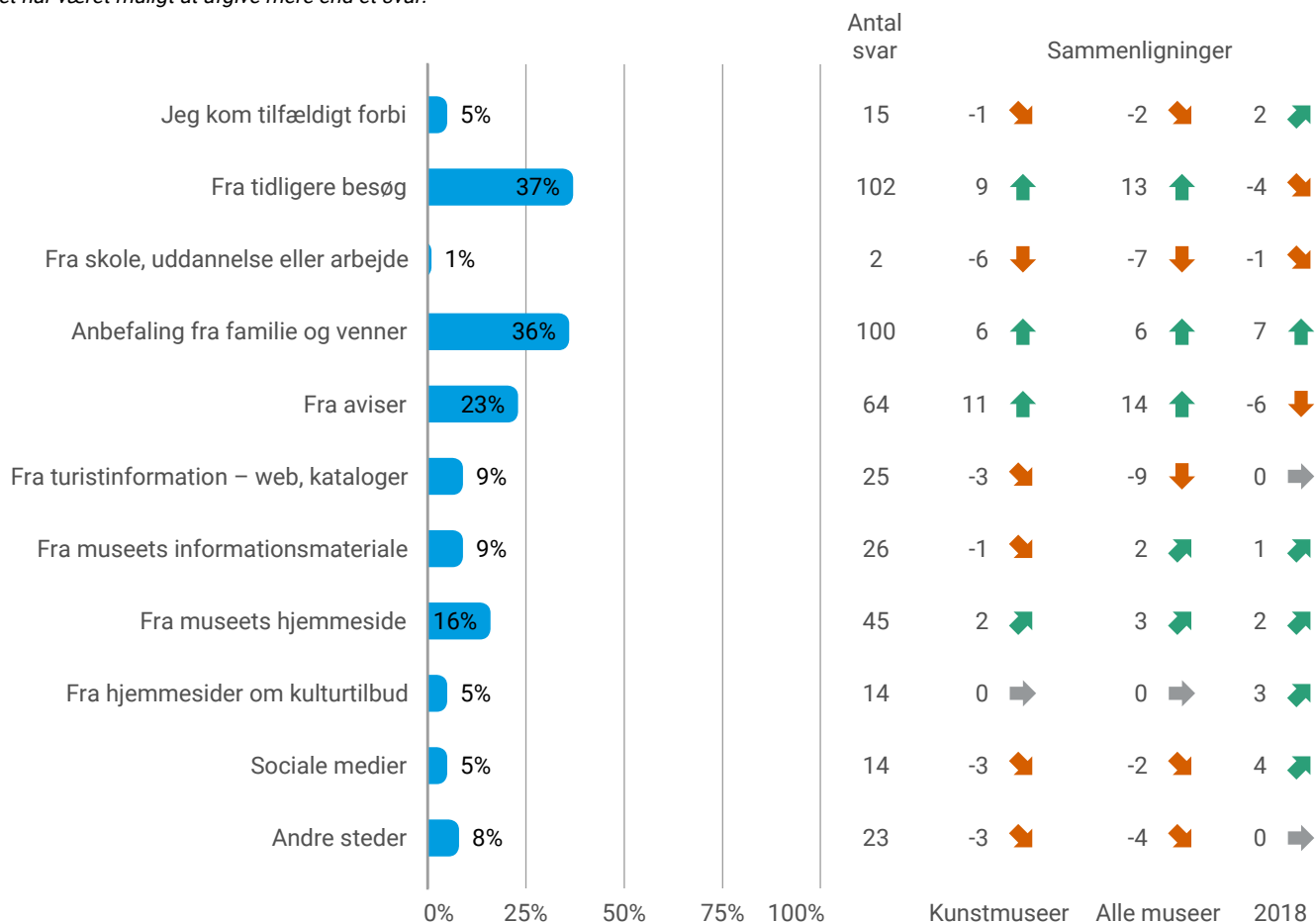
Varighed af besøg baseret på hvor ofte museet besøges



KONTEKST FOR BESØGET

Hvordan blev du opmærksom på at besøge museet i dag?

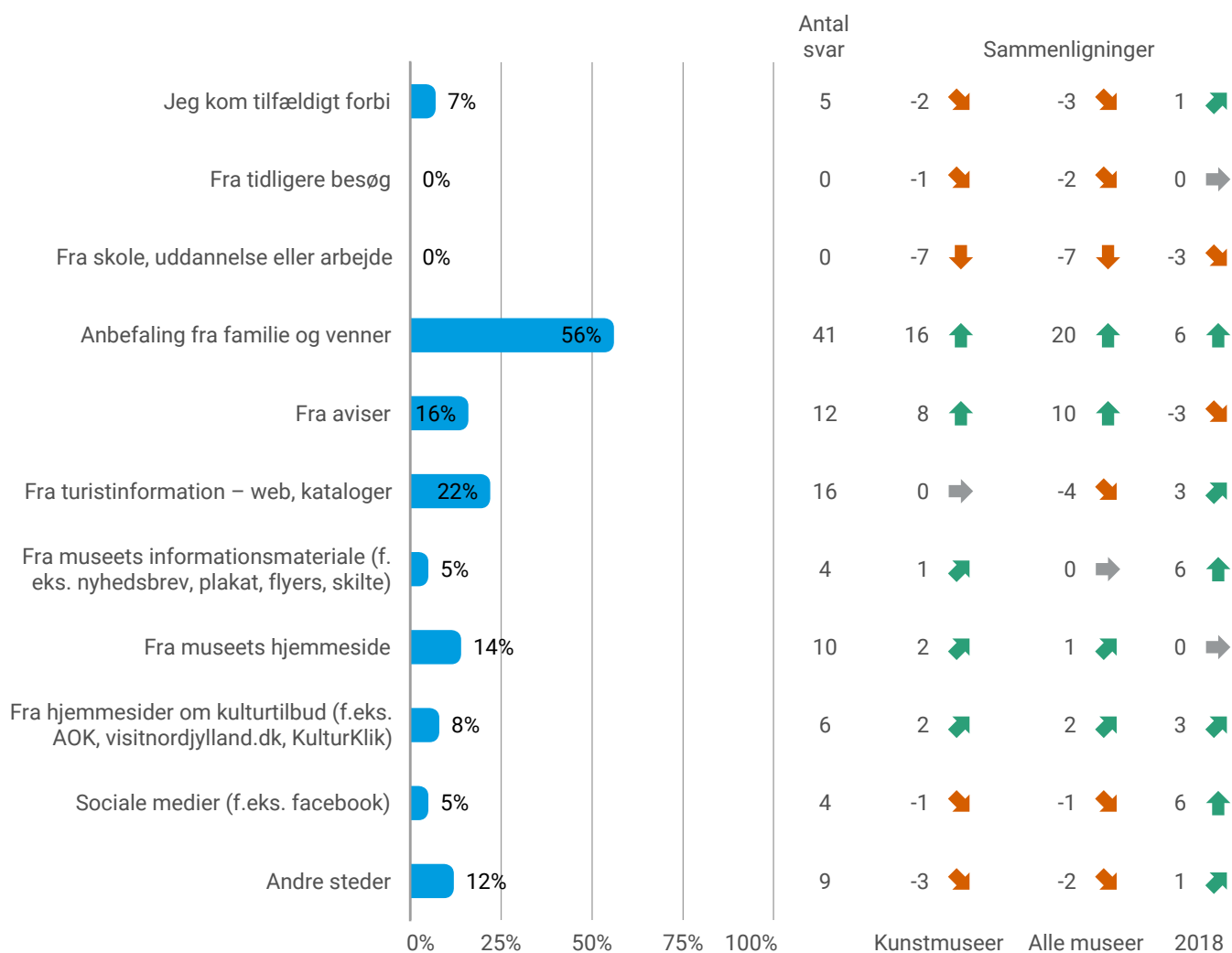
Det har været muligt at afgive mere end ét svar.



KONTEKST FOR BESØGET

Hvordan blev du opmærksom på at besøge museet i dag? - for førstegangsbesøgende

Det har været muligt at afgive mere end ét svar.



DETALJEREDE RESULTATER

På de følgende sider vises detaljerede resultater, hvor resultaterne for den samlede vurdering samt vurderingen af museets tilbud krydses med andre spørgsmål.

KØN	Mand	Kvinde	Total
Samlet vurdering	8,8	9,1	9,0
Udstillingerne	8,8	9,2	9,0
Atmosfæren	9,2	9,5	9,3
Mulighed for at lære noget	8,3	8,8	8,6
Formidling via brug af digitale medier	6,7	6,1	6,2
Brugeroplevelsen for børn	6,3	5,7	5,7
Muligheden for at deltage aktivt	5,1	4,9	4,9
Muligheden for at være et rart sted	9,2	9,3	9,2
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,7	9,7	9,7

■ <6,0
 ■ <7,0
 ■ <8,0
 ■ <9,0
 ■ ≥9,0

ALDERSGRUPPER	14-29	30-49	50-69	70+	Total
Samlet vurdering	8,9	9,1	8,9	9,1	9,0
Udstillingerne	8,5	9,0	9,1	9,1	9,0
Atmosfæren	9,1	9,6	9,2	9,4	9,3
Mulighed for at lære noget	8,0	8,2	8,5	8,9	8,6
Formidling via brug af digitale medier	5,5	6,5	6,2	7,1	6,2
Brugeroplevelsen for børn	6,5	6,1	5,8	4,9	5,7
Muligheden for at deltage aktivt	5,4	5,3	4,8	4,9	4,9
Muligheden for at være et rart sted	9,4	9,5	9,2	9,2	9,2
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,6	9,8	9,6	9,7	9,7

■ <6,0
 ■ <7,0
 ■ <8,0
 ■ <9,0
 ■ ≥9,0

DETALJEREDE RESULTATER

BESØGSFREKVENNS	Mindst en gang hvert halve år	Mindst en gang hvert år	Sjældnere	Det er første gang, jeg besøger museet	Øvrige	Total
Samlet vurdering	9,1	9,1	8,8	8,7	9,2	9,0
Udstillingerne	9,2	9,1	8,8	8,8	9,3	9,0
Atmosfæren	9,3	9,6	9,1	9,2	9,6	9,3
Mulighed for at lære noget	8,7	8,1	8,5	8,7	9,0	8,6
Formidling via brug af digitale medier	6,0	7,2	5,8	6,0	7,2	6,2
Brugeroplevelsen for børn	6,2	4,7	5,0	5,7	7,3	5,7
Muligheden for at deltage aktivt	5,1	3,8	4,7	5,1	6,9	4,9
Muligheden for at være et rart sted	9,2	9,3	9,1	9,1	9,8	9,2
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,7	9,7	9,5	9,6	10,0	9,7

■ <6,0
 ■ <7,0
 ■ <8,0
 ■ <9,0
 ■ ≥9,0

LAND	DK	Øvrige	Total
Samlet vurdering	9,0	9,0	9,0
Udstillingerne	9,0	9,2	9,0
Atmosfæren	9,4	8,8	9,3
Mulighed for at lære noget	8,6	7,8	8,6
Formidling via brug af digitale medier	6,4	3,4	6,2
Brugeroplevelsen for børn	5,6	7,4	5,7
Muligheden for at deltage aktivt	4,9	6,0	4,9
Muligheden for at være et rart sted	9,3	8,8	9,2
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,7	9,3	9,7

■ <6,0
 ■ <7,0
 ■ <8,0
 ■ <9,0
 ■ ≥9,0

DK: Danmark
 SE: Sverige
 NO: Norge
 EU: Europa
 NA: Nordamerika
 MØ: Mellemøsten
 AS: Asien

DETALJEREDE RESULTATER

UDDANNELSE	FS	GEG	EFU	KVU	MVU	LVU	Total
Samlet vurdering	9,0	8,7	8,6	8,6	8,9	9,1	9,0
Udstillingerne	8,8	8,6	8,9	8,9	9,1	9,1	9,0
Atmosfæren	9,2	9,2	9,4	9,5	9,3	9,3	9,3
Mulighed for at lære noget	8,7	8,5	8,5	9,1	8,7	8,8	8,6
Formidling via brug af digitale medier	6,7	5,8	7,4	6,3	5,6	6,4	6,2
Brugeroplevelsen for børn		6,8	4,0	5,0	5,5	6,5	5,7
Muligheden for at deltage aktivt	5,7	6,2	5,1	5,6	4,7	5,3	4,9
Muligheden for at være et rart sted	9,6	9,2	8,4	9,4	9,3	9,3	9,2
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,7	9,7	9,6	9,9	9,8	9,6	9,7

■ <6,0
 ■ <7,0
 ■ <8,0
 ■ <9,0
 ■ ≥9,0

FS: folkeskole

GEG: Gymnasial eller erhvervsgymnasial uddannelse

EFU: Erhvervsfaglig uddannelse

KVU: Kort videregående uddannelse, under 3 år

MVU: Mellemlang videregående uddannelse, 3-4 år

LVU: Lang videregående uddannelse, over 4 år

RAMBOLL

