




MINISTERIET
SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

DEN NATIONALE BRUGERUNDERSØGELSE

ÅRSRAPPORT 2022

Indhold

Forord	3
Hovedresultater	4
Introduktion	5
Resultater	6
<ul style="list-style-type: none">• Brugernes baggrund• Brugernes vurdering af museumsbesøget• Ramme for museumsbesøget	
De valgfrie spørgsmålspakker	19
<ul style="list-style-type: none">• Spørgsmålspakke 1-2: Motivation og adfærd• Spørgsmålspakke 3-4: Brugernes kendskab og museers sociale medier	
Undersøgelsens metode	27

Du kan downloade rapportens bilag på Slots- og Kulturstyrelsens hjemmeside: <https://slks.dk/omraader/kulturinstitutioner/museer/statistik-om-museer/den-nationale-brugerundersogelse>

Bilag 1: Overblik over deltagende museer og besøgssteder 2022

Bilag 2: Spørgeskemaet, brugerne har besvaret

Bilag 3: De valgfrie spørgsmålspakker, som museerne har haft mulighed for at tilføje det obligatoriske spørgeskema

Bilag 4: En onepager, der sammenfatter undersøgelsens hovedresultater.

Forord

Museumsbesøg er sociale begivenheder

Siden 2009 har Den nationale brugerundersøgelse vist, at museumsbesøg er sociale begivenheder – noget, du deler med din familie, dine venner, dine kollegaer eller medstuderende.

2022 er ingen undtagelse. 91 % af alle museumsbesøg foregår i selskab med andre, og museerne fungerer derfor fortsat som sociale mødesteder, der bidrager til samfundets sammenhængskraft. I en verden fyldt med udfordringer og kriser er dette ikke blevet mindre betydningsfuldt.

Samtidig viser undersøgelsen, at museernes brugersammensætning i al væsentlighed er de samme siden 2009 i forhold til køn, alder og uddannelse. Det er vigtig viden for at kunne arbejde med besøgs-mønstre, så flere oplever museerne som vedkommende steder, de har lyst til at gøre brug af og føler sig inkluderet i. Data viser også, at museerne er i stand til at tiltrække nye brugere. I 2022 var 38% førstegangbrugere, men tallene afspejler imidlertid ikke en øget diversitet i forhold brugersammensætningen.

Til gengæld viser undersøgelsen, at turisterne er vendt tilbage til museerne. Selvom niveauet ikke er helt på højde med tiden før covid-19, er det en betydningsfuld udvikling, der forhåbentlig lover godt for de kommende år.

En stor tak til alle, der har bidraget med at indsamle data i 2022. Der i alt indsamlet 53.318 besvarelser, hvilket er det højeste antal i undersøgelsens levetid. Det er kun gennem denne store fælles indsats, at vi får viden om, hvordan brugerne oplever museerne og ikke mindst, at undersøgelsen får validitet såvel nationalt som på de enkelte museer.

Christina Papsø Weber

Museer og Folkeoplysning,
Slots- og Kulturstyrelsen

Hovedresultater

- **Museumsoplevelsen vurderes højt**

Samlet set vurderer brugerne museumsoplevelse til 8,7 på en skala fra 1 til 10. Brugere, der besøger museerne med børn, vurderer brugeroplevelsen for børn til 8,3.

- **Museumsbesøg er en social oplevelse**

91% af brugerne oplever museerne i selskab med andre. 9% kommer alene. Museumsoplevelsen er for mange brugere en familiebegivenhed, men besøg med venner er også udbredt.

- **Den typiske museumsbruger er uændret**

Det er fortsat flest kvinder, personer ældre end 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.

- **De fleste vil anbefale museerne**

I 2022 er 71% 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.

- **Internationale brugere er tilbage**

19% af brugerne har bopæl i udlandet. Efter nogle år, hvor corona har begrænset antallet af internationale besøgende, er andelen i 2022 steget. Den er dog ikke på højde med andelen af internationale brugere i 2019 (24%).

- **Mange er førstegangsbesøgende**

I 2022 er 38% af de adspurgte brugere førstegangsbesøgende på museerne. 34% af brugerne har besøgt museet flere gange i løbet af 2022, mens de resterende 28% har besøgt museet i tidligere år.

Introduktion

Den nationale brugerundersøgelse er en spørgeskemaundersøgelse gennemført blandt landets museumsbrugere. Siden 2009 er undersøgelsen gennemført på alle statslige og statsanerkendte museer i Danmark. Tidligere årsrapporter ligger tilgængelige på Slots- og Kulturstyrelsens [hjemmeside](#).

I Danmark er der 102 statslige og statsanerkendte museer.

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

Med udgangspunkt i oplysninger fra Danmarks Statistiks museumsstatistik er besøgsstederne indplaceret i en af tre kategorier; kunst, kulturhistorie, naturhistorie samt blandet (museer, der indeholder flere af de andre kategorier).

Museerne fordeler sig således i museumskategorierne:

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

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 følger fire hovedpointer fra afsnittet:

63% af brugerne er kvinder

Blandt brugerne på de danske museer er der en større andel af kvinder end mænd. 63% af brugerne er kvinder, mens 36% er mænd. Til sammenligning er der ca. 50% kvinder og 50% mænd i den danske befolkning (se tabel 1).

73% har en videregående uddannelse

Brugere med en videregående uddannelse er stærkt overrepræsenterede sammenlignet med brugere, der har en grundskole eller ungdomsuddannelse (de udgør hhv. 73% og 7% af brugerne) (se tabel 1). Det gælder både blandt danske og internationale brugere.

19% af brugerne er udenlandske

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

56% er ældre end 50 år

De fleste brugere, der besøger de danske museer, er ældre end 50 år. De udgør 56% af brugerne og til sammenligning udgør borgere over 50 år 48% af den danske befolkning (se tabel 1).

Brugernes aldersfordeling ændrer sig på tværs af de fire museums-kategorier; kulturhistorie, kunst, naturhistorie og blandet. Den største andel af de unge brugere i alderen 14-29 år findes på landets kunstmuseer, hvor de udgør 20% af brugerne.

Brugernes baggrund

Tablet 1: Brugernes baggrundsoplysninger

		Danmarks befolkning*	Brugere i alt	Kulturhistorie	Kunst	Naturhistorie	Blandet
Køn	Kvinde	50%	63%	60%	70%	61%	60%
	Mand	50%	36%	40%	30%	39%	40%
	Andet	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Alder	14-29 år	24%	19%	18%	20%	16%	15%
	30-49 år	28%	26%	32%	18%	45%	21%
	50-65 år	25%	26%	27%	25%	18%	30%
	65+	23%	30%	23%	37%	21%	35%
Geografi	Region Nordjylland	10%	7%	9%	6%	2%	4%
	Region Midtjylland	23%	37%	33%	46%	28%	27%
	Region Syddanmark	21%	18%	21%	10%	45%	26%
	Region Hovedstaden	32%	28%	26%	31%	18%	27%
	Region Sjælland	14%	11%	13%	7%	7%	16%
Uddannelse	Grundskole (f.eks. folkeskole)	24%	7%	9%	4%	8%	7%
	Ungdomsuddannelse (gymnasial eller erhversfaglig uddannelse)	40%	20%	25%	15%	20%	21%
	Videregående uddannelse (kort, mellemlang eller lang)	36%	73%	66%	81%	72%	72%

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

Brugernes baggrund

Tabel 2: Internationale brugeres baggrundsoplysninger

		% af alle brugere
	Internationale brugere i alt	19%
Top 5 lande	Tyskland	5%
	USA	2%
	Storbritannien	2%
	Sverige	2%
	Holland	1%
		% af internationale brugere
Køn	Kvinde	55%
	Mand	43%
	Andet	2%
Alder	14-29 år	31%
	30-49 år	35%
	50-65 år	24%
	65+	10%
	Uddannelse	Grundskole (f.eks. folkeskole)
Ungdomsuddannelse (gymnasial eller erhversfaglig uddannelse)		19%
Videregående uddannelse (kort, mellemlang eller lang)		74%

19% af brugerne på museerne er internationale. Den største gruppe blandt de internationale brugere er fra Tyskland (5%). Herefter følger brugere fra USA, Storbritannien og Sverige.

Blandt de internationale brugere er der også flere kvinder end mænd. 55% af brugerne er kvinder, mens 43% er mænd. De internationale brugere er generelt yngre end de danske brugere. En tredjedel er i aldersgruppen 14-29 år, mens 35% er i aldersgruppen 30-49 år modsat de danske brugere, hvor 19% er 14-29 år, mens 26% er 30-49 år.

Uddannelsesniveaet blandt internationale brugere ligner meget de danske brugeres.

Brugernes vurdering af museumsbesøget

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

Den samlede museumsoplevelse vurderes til 8,7

Størstedelen af brugerne vurderer kvaliteten af museumsbesøget højt. På en skala fra 1-10 vurderer brugerne museumsoplevelsen til 8,7 (se figur 1). Brugere, der besøger museet med børn, vurderer brugeroplevelsen for børn til 8,3.

58% i alderen 14-29 år er ambassadører

71% af brugerne kan samlet set kategoriseres som ambassadører, mens blot 8% kan kategoriseres som kritikere. De mest kritiske

brugere er i alderen 14-29 år, hvor 26% er passive og 16% er kritikere. Ser man på tværs af aldersgrupperne, stiger brugernes tilfredshed med alderen (se figur 2).

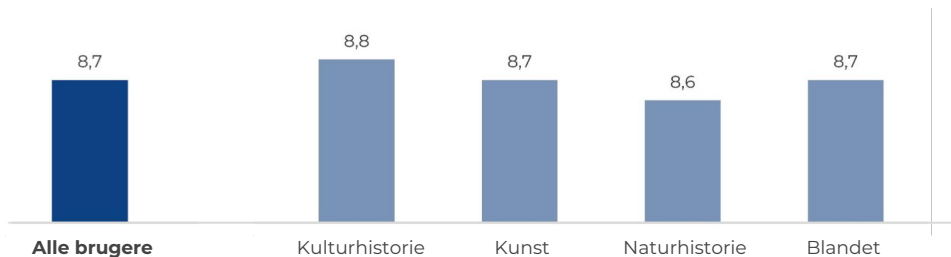
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed vurderes til 9,4

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

Brugernes vurdering af museumsbesøget

Figur 1: Vurdering af oplevelsen

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet "Hvordan vurderer du samlet set din oplevelse på museet? Vurder på en skala fra 0-10".



Museumsbrugere vurderer i gennemsnit den samlede museumsoplevelse til 8,7 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.

Når man kigger på tværs af museumskategoriene, er der ikke stor forskel i den samlede vurdering.

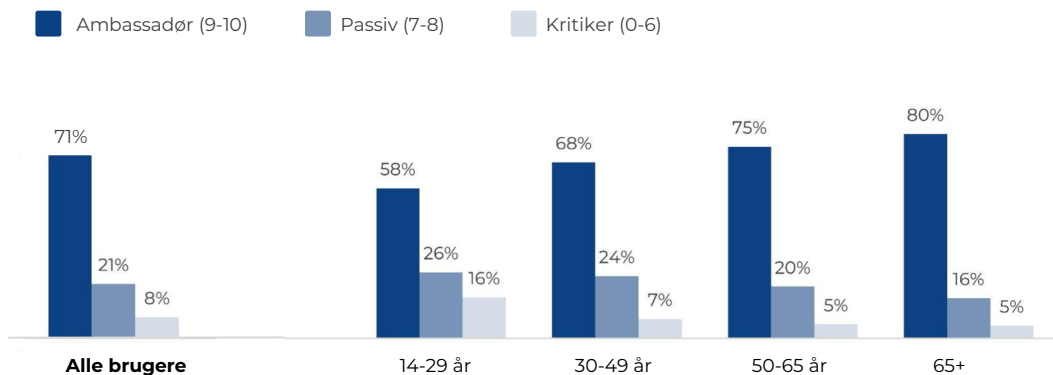
Kulturhistoriske museer vurderes i gennemsnit til 8,8, mens kunstmuseer og museer i kategorien blandet vurderes til 8,7. De naturhistoriske museer vurderes til 8,6.

De, der har besøgt museet med børn, er desuden blevet bedt om at vurdere brugeroplevelsen for børn. På tværs af museerne vurderes oplevelsen for børn til 8,3.

Brugernes vurdering af museumsbesøget

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"



Denne figur illustrerer brugernes lyst til at anbefale det besøgte museum til andre. Brugernes villighed til at anbefale museet til andre, vurderes på en skala fra 1-10. På den baggrund inddeles brugernes svar i tre kategorier: Ambassadører, passive og kritikere.

Langt de fleste brugere på de danske museer er ambassadører (71%), mens en femtedel er passive (21%) og 8% er kritikere.

På tværs af alderskategorierne er de yngste museumsbrugere de mest kritiske (16%). Andelen af ambassadører stiger med alderen: Fra 58% blandt de yngre brugere til hele 80% af brugerne over 65 år.

Lidt færre blandt internationale besøgende er ambassadører: 68% af de internationale brugere er ambassadører, mens 25% er passive og 8% er kritikere.

Brugernes vurdering af museumsbesøget

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	14-29 år	30-49 år	50-65 år	65+
Medarbejdernes venlighed og imødekommenhed	9,4	9,2	9,4	9,5	9,5
Muligheden for at være et rart sted	8,9	8,7	8,9	9,0	9,0
Muligheden for at få en god oplevelse sammen med andre	8,9	8,6	8,8	9,0	9,0
Muligheden for at lære noget nyt	8,8	8,6	8,8	8,9	8,9
Udstillingerne	8,7	8,5	8,6	8,7	8,9
Brugen af digitale medier	7,8	7,5	7,8	7,9	8,0
Muligheden for at deltage aktivt	7,2	6,8	7,4	7,3	7,3

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 få en god oplevelse sammen med andre (8,9).

De 14-29 årige er mest kritiske. 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 for museumsbesøget

På de følgende sider beskrives konteksten for brugernes museumsbesøg. Det handler om brugernes tidligere besøg, hvem de følges med og hvor længe de besøger museet. Tallene bliver opgjort samlet for de danske og de internationale brugere. Her er tre hovedpointer fra afsnittet:

62% har besøgt museet tidligere

62% af brugerne har besøgt museet tidligere, mens 38% besøger museet for første gang (se figur 3).

91% besøger museet sammen med andre

De fleste brugere besøger museet med deres partner, kæreste eller ægtefælle. Det gælder for næsten halvdelen af brugerne (48%). Dernæst er det mest udbredt at besøge museet sammen med venner, hvilket 22% af brugerne gør. 22% besøger museerne sammen med børn under 15 år (se figur 4).

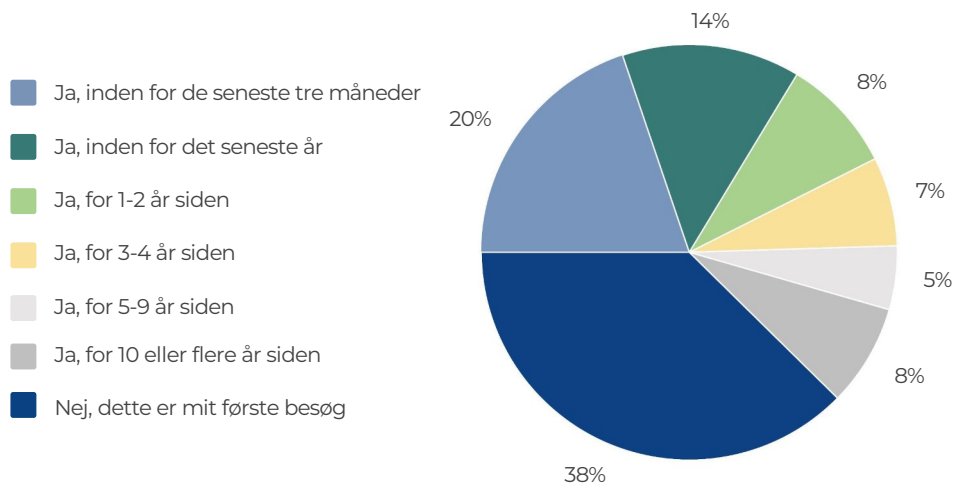
52% bruger 1-2 timer på deres museumsbesøg

Et gennemsnitligt museumsbesøg varer 1-2 timer, mens 28% af brugerne er på museet i 2-3 timer (se figur 6).

Kontekst for museumsbesøget

Figur 3: Tidligere besøg

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



62% af brugerne har besøgt museet mere end én gang, og for 38% af brugerne er det første gang, at de besøgte museet.

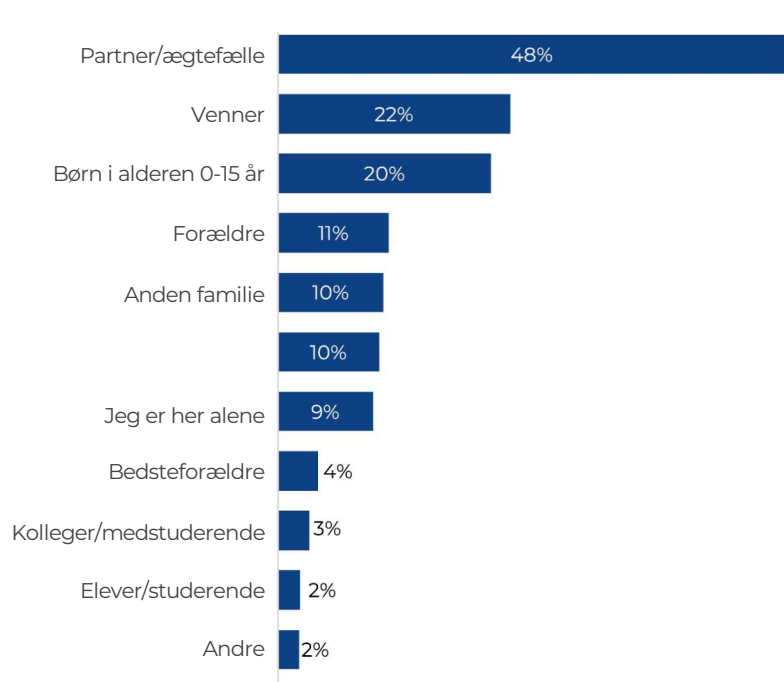
En femtedel af brugerne har besøgt museet inden for de seneste tre måneder, og 14% har besøgt det indenfor det seneste år.

Data viser dertil, at 43% af de brugere, der har besøgt museet inden for samme år, har besøgt det 3-5 gange. 42% har besøgt museet to gange i løbet af året og 15% har besøgt museet seks gange eller flere.

Kontekst for museumsbesøget

Figur 4: Museumsbesøg med andre

Figuren viser fordelingen af brugernes svar på spørgsmålet “Hvem er du her sammen med i dag? Sæt gerne flere kryds.”



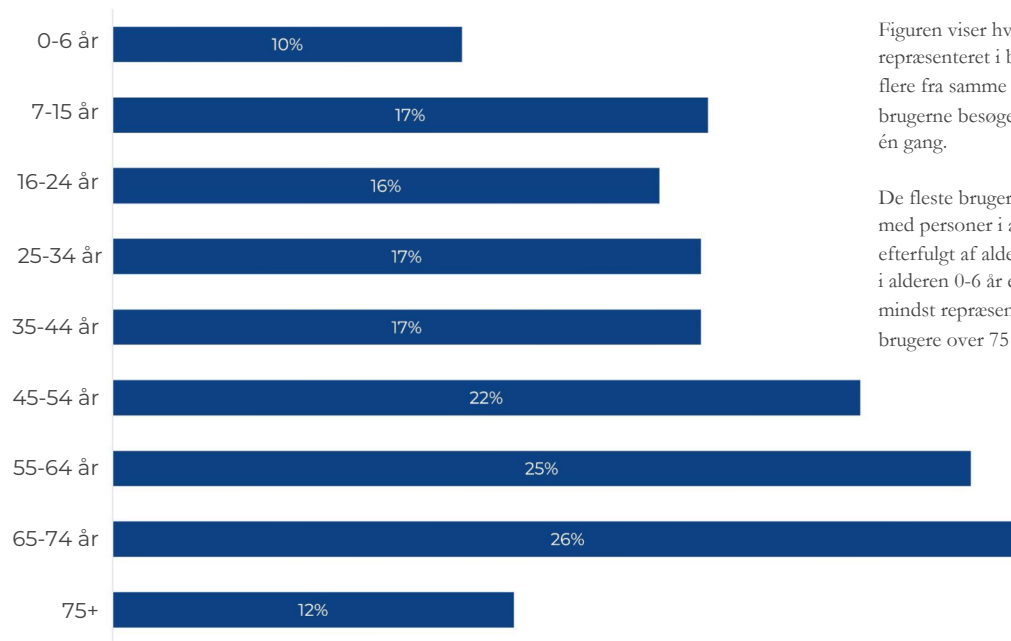
48% af brugerne besøger museet sammen med deres partner eller ægtefælle. Dernæst er det mest udbredt at besøge museet med venner, hvad 22% af brugerne gør. 20% besøger museet sammen med børn under 15 år.

Sammenlagt er det 91% af brugerne, der besøger museet med andre, mens 9% besøger museet alene.

Kontekst for museumsbesøget

Figur 5: Brugernes forskellige aldersgrupper

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



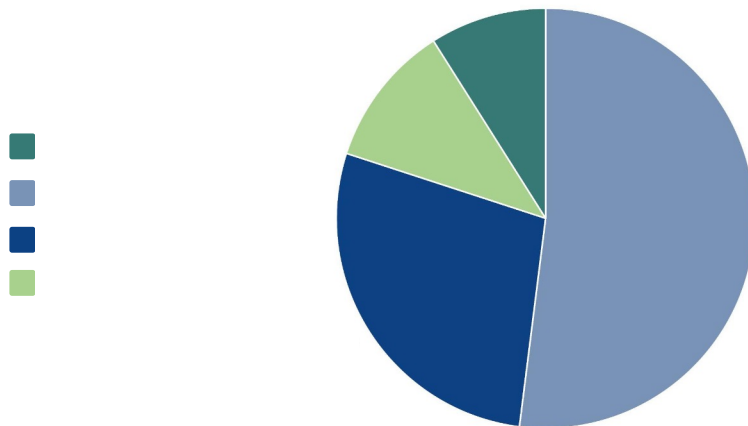
Figuren viser hvilke aldersgrupper, der er repræsenteret i brugernes besøgsgrupper. Er der flere fra samme aldersgruppe i de grupper, som brugerne besøger museet med, tæller de kun med én gang.

De fleste brugere besøger museerne sammen med personer i aldersgruppen 65-74 år (26%), efterfulgt af aldersgruppen 55-64 år (25%). Børn i alderen 0-6 år er den aldersgruppe, der er mindst repræsenteret (10%) tæt efterfulgt af brugere over 75 år (12%).

Kontekst for museumsbesøget

Figur 6: Varighed af museumsbesøget

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



Over halvdelen af brugerne er på museumsbesøg i 1-2 timer. 28% besøger museet i 2-3 timer, og kun 9% af brugerne besøger museet i mindre end en time. Der er ikke nogle entydige sammenhænge, når det gælder varighed af museumsbesøg i forhold til,

hvem der besøger museerne: Data viser, at både børnefamilier, venner og partnere typisk er på museerne i 1-2 timer. Besøg med bedsteforældre varer dog ofte lidt længere end andre typer af besøg.

De valgfrie spørgsmålspakker

Spørgsmålspakke 1-2: Motivation og adfærd

De følgende sider beskriver brugernes motivation for museumsbesøget og deres adfærd, mens de er der. Det er valgfrit, om museerne ønsker at stille deres brugere spørgsmålene (læs mere om de valgfrie spørgsmålspakker i metodeafsnittet).

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

32% er på museet for at skabe en god oplevelse for dem, de besøger museet med

Knap en tredjedel af brugerne er på museet for at give en god oplevelse til dem, de følges med. De motiveres af at udøve værtskab for andre. Næsten lige så mange (30%) motiveres i højere grad af en nysgerrighed på viden og en lyst til at blive klogere. 10% af brugerne besøger museet for at slappe af og få energi.

56% læser kortere tekster i løbet af deres museumsbesøg

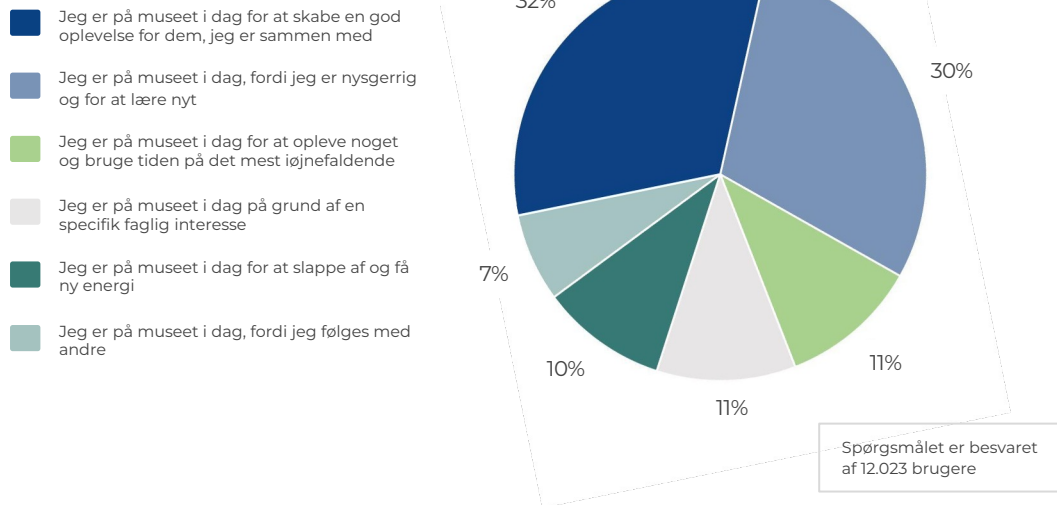
På museerne har langt størstedelen af brugerne (84%) set udstillinger i løbet af deres museumsbesøg. 58% har set genstande. 56% har læst kortere tekster i forbindelse med udstillingerne. 8% har deltaget i rundvisning på museet.

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

Spørgsmåls- pakke 1-2: Motivation og adfærd

Figur 7: Motivation for museumsbesøg

Denne figur viser fordelingen af brugernes svar på spørgsmålet "Hvilket udsagn passer bedst med, hvorfor du besøgte museet i dag? Sæt kun ét kryds."



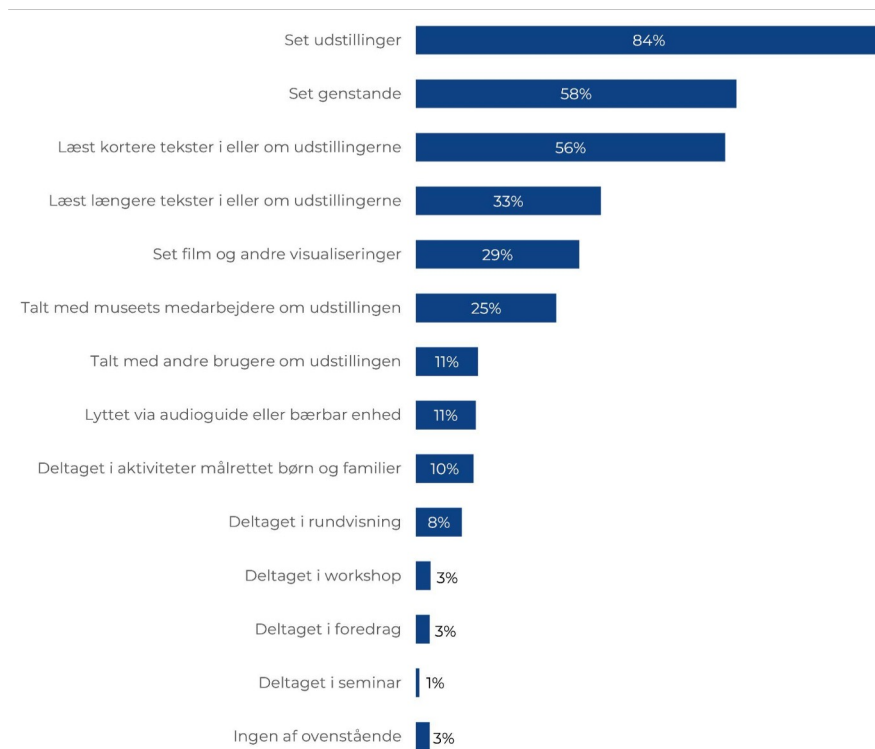
De mest udbredte motivationer for at besøge museer er fortsat det sociale aspekt samt en nysgerrighed på viden. 32% af brugerne kommer for at skabe en god oplevelse for dem, de følges med.

30% er på museet på grund af nysgerrighed og et ønske om at lære noget nyt. 7% er på museet, fordi de følges med andre.

Spørgsmåls- pakke 1-2: Motivation og adfærd

Figur 8: Brugernes adfærd

Denne figur viser fordelingen af brugernes svar på spørgsmålet “Hvad har du foretaget dig på museet i dag? Sæt gerne flere kryds.”



84% af brugerne har oplevet udstillinger i løbet af deres museumsbesøg, 58% har set på genstande, mens 56% har læst kortere tekster i eller om udstillingerne.

En tredjedel af brugerne læser længere tekster i forbindelse med deres museumsbesøg, og lidt færre, i alt 29%, ser film eller andre visualiseringer.

Spørgsmålet er besvaret af 6.279 brugere

Spørgsmålspakke 3-4: 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 (læs mere om de valgfrie spørgsmålspakker i metodeafsnittet).

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

28% besøger museet grundet tidligere besøg

For 28% af brugerne er den primære årsag til deres besøg, at de tidligere har besøgt museet. En fjerdedel af brugerne (25%) besøger museet på baggrund af anbefalinger fra familie, venner eller kolleger.

17% følger museet på de sociale medier

Knap en femtedel 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.

24% er interesseret i podcasts udbudt af museerne

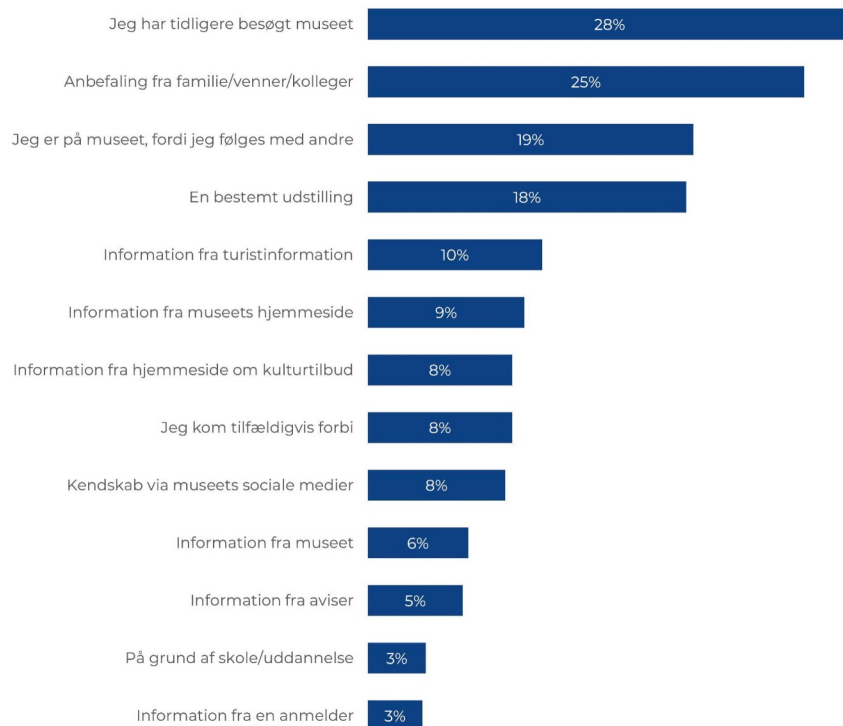
17-24% af brugerne har interesse for digitale museumstilbud såsom podcast (24%), virtuelle udstillinger (23%), online events (19%) og online samlinger (17%).

**De følgende figurer
viser brugernes svar
på spørgsmål fra de
valgfrie spørgsmåls-
pakker**

Spørgsmåls- pakke 3-4: Kendskab og sociale medier

Figur 9: 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.”



Figuren viser, at 28% af brugerne kender museet fra tidligere besøg, mens en fjerdedel af brugerne har fået museet anbefalet.

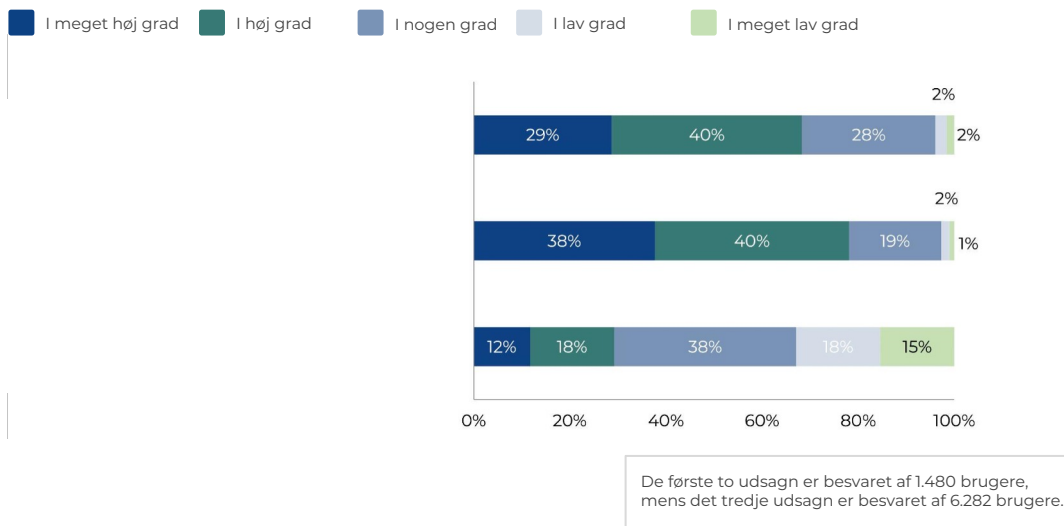
19% af brugerne er på museet, fordi de følges med andre. 18% er kommet på grund af en specifik udstilling, mens 10% kender til museet via turistinformation.

Spørgsmålet er besvaret af 22.822 brugere

Spørgsmåls- pakke 3-4: Kendskab og sociale medier

Figur 10: Museernes sociale medier

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet “Hvor enig er du i følgende udsagn om museets sociale medier?”



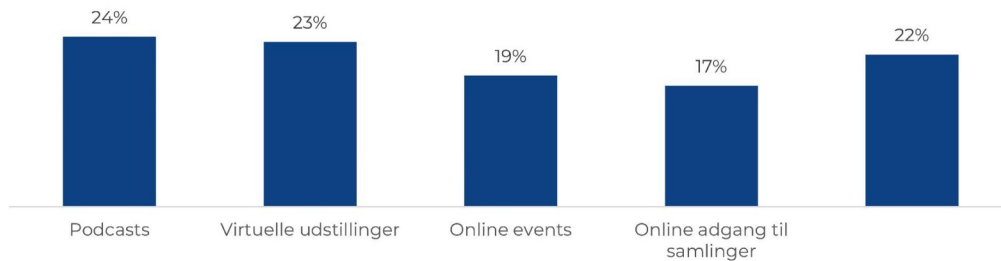
De første to udsagn er kun besvaret af brugere, der følger museet på sociale medier, hvilket svarer til 17% af de adspurgte brugere. 69% bliver i høj eller i meget høj grad klogere på temaer, som museerne behandler på sociale medier. 78% får i høj grad eller i meget høj grad lyst til at besøge museet, 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. 30% 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.

Spørgsmåls- pakke 3-4: Kendskab og sociale medier

Figur 11: Brugernes interesse for museernes digitale tilbud

Figuren viser brugernes svar på spørgsmålet “Hvilke digitale tilbud fra museet ville du have interesse for?”



Spørgsmålet er besvaret af 8.805 brugere

Næsten en fjerdedel af brugerne tilkendegiver, at de vil være interesserede i at lytte med, hvis museet udgav en podcast. 23% vil være interesserede i at opleve virtuelle udstillinger, mens en femtedel ville være interesserede i at deltage i online events, hvis museet udbød det.

Kvinder er mest tilbøjelige til at have interesse for podcast og online events, mens mænd er mest tilbøjelige til at interessere sig for virtuelle udstillinger og online samlinger.

Lidt mere end en femtedel af brugerne giver udtryk for, at de ikke er interesserede i nogle af de digitale tilbud.

Undersøgelsens metode

Spørgeskema

Undersøgelsen er siden 2009 gennemført på alle statslige og statsanerkendte museer i Danmark.

Der er foretaget en gennemgang af spørgeskemaet forud for indsamlingen i 2022, hvor der er sket mindre justeringer af spørgsmål og svarmuligheder. Spørgeskemaet svarer dog i vid udstrækning til spørgeskemaet fra 2021 for at sikre muligheder for at sammenligne resultater over tid (se bilag 2):

De spørgsmål der er udeladt af det obligatoriske spørgeskema vedrører brugernes oplevelse af atmosfæren på museet, mulige aktivitetsvalg, motiver for at besøge museet og corona-relaterede spørgsmål. Med undtagelse af spørgsmål angående corona er alle konverteret til valgfrie spørgsmålpakker.

De valgfrie spørgsmålpakker

Det enkelte besøgssted har i 2022 haft mulighed for at supplere med en eller flere spørgsmålpakker (se bilag 3). Data fra de valgfrie spørgsmålpakker er baseret på færre brugere end de obligatoriske spørgsmål, da det ikke er alle museerne, der har valgt at benytte sig af spørgsmålpakkerne. Eftersom det er frivilligt for museerne at vælge spørgsmålpakkerne, indgår de ikke i den nationale analyse.

Antallet af museer (på tværs af museums-kategorierne), der har tilvalgt en eller flere valgfrie spørgsmålpakker, fordeler sig således:

- Motivation for museumsbesøg: 33 museer (antal svar: 12.023)
- Brugernes adfærd: 28 museer (antal svar: 6.279)
- Brugernes kendskab (markedsføring): 75 museer (antal svar: 22.822)
- Museernes sociale medier og digital interaktion: 33 museer (antal svar: 8.805)

Undersøgelsens målgruppe og data

Målgruppen for undersøgelsen er personer fra 14 år, der har besøgt et af de deltagende museer og/eller besøgssteder i 2022.

Målgruppen omfatter både brugere med bopæl i Danmark og brugere med bopæl i udlandet.

Undersøgelsen baserer sig på 53.318 besvarelser fra brugere, der har besøgt de danske statslige og statsanerkendte museer i løbet af 2022. I 2021, 2020 og 2019 indsamlede museerne henholdsvis 18.813, 21.142 og 34.859 besvarelser. Det højere antal besvarelser kan tilskrives den nye indsamlingsmetode, som i 2022 foregår løbende over året og ikke længere på faste dage, samt at coronapandemien resulterede i nedlukningsdage i 2020 og 2021.

Resultater

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

Mulighederne for at analysere undersøgelsens deltagere og beskrive deres repræsentativitet, er begrænset til en analyse af brugernes socioøkonomiske baggrund, der efterfølgende sammenholdes med registerdata fra Danmarks Statistik for den samlede befolkning. De mange besøgssteder og indsamlingstidspunkter styrker tilliden til, at undersøgelsen giver et dækkende billede af brugerne og deres museumsoplevelser på tværs af tidspunkter og steder.

Ved analyse af data er det afgørende, at undersøgelsens resultater er statistisk signifikante. Det betyder, at forskelle, der kan konstateres, er reelle og ikke er opstået tilfældigt. Undersøgelsens datagrundlag er tilstrækkeligt stort til, at selv mindre forskelle er statistisk signifikante. I rapporten vises resultaterne samlet for alle museer i undersøgelsen eller opdelt på baggrund af museumsområder (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.

Den nationale brugerundersøgelse inddrager data fra Danmarks Statistik som sammenligningsgrundlag. I brugerundersøgelsen er brugere på 14 år eller derover registreret på deres igangværende eller afsluttede uddannelse. Brugere i brugerundersøgelsen 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.

Indsamlede besvarelser

Retningslinjerne for besøgsstederne er ændret i forhold til tidligere år, hvilket betyder, at besøgsstederne i 2022 løbende har indsamlet svar fra deres brugere. Tidligere blev svar fra brugerne indsamlet i bestemte indsamlingsperioder for de enkelte besøgssteder. De ændrede retningslinjer har umiddelbart ikke ændret de nationale resultater i undersøgelsen, men har givet anledning til, at der er

blevet indsamlet flere svar fra brugere – selv når der tages højde for effekter af coronapandemien i de tidligere år.

Undersøgelsernes resultater vurderes anvendelige, når det enkelte besøgssted har indsamlet mindst 100 besvarelser. Hvert besøgssted har derudover et måltal, der er en sigtelinje for antal indsamlede besvarelser. Måltallet fastsættes ud fra besøgsstedets besøgstal i 2019, der fungerer som et referenceår uden påvirkning af coronarestriktioner.

Brugernes besvarelser

Museerne har haft mulighed for at anvende forskellige indsamlingsmetoder, hvilket har øget fleksibiliteten og muligheden for at sikre brugernes deltagelse. Besvarelserne er indsamlet via tablet/pc stillet til rådighed af besøgsstedet eller brugernes egen telefon/pc.

Brugerne 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 brugerne at scanne en QR-kode og derved få adgang til skemaet. Indsamlingsmetoderne blev også anvendt i forbindelse med tidligere års dataindsamlinger.

Med indsamlingsmetoderne har brugeren haft mulighed for at besvare spørgeskemaet på museet eller efter endt besøg på flere sprog; dansk, engelsk, tysk, arabisk, tyrkisk, spansk, fransk og italiensk.

SEISMON¹UT

RAMBØLL

