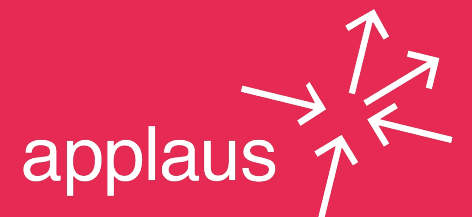


PUBLIKUMSUNDERSØGELSE 2024

En online spørgeskemaundersøgelse, der undersøger kulturinstitutioners besøgende publikum og online følgere: hvem de er og deres kulturelle præferencer

FAQ

Frequently Asked Questions



Hvad er Publikumsundersøgelsen 2024?

- En **online spørgeskemaundersøgelse**, der undersøger kernepublikummer til kulturinstitutioner.
- Undersøgelsen henvender sig til **billetsælgende teatre, spillesteder, orkestre og ensembler***, museer samt **festivaler**.
- Deltagelsen er **brugerbetalt**.
- Undersøgelsen kræver, at du **indsamler besvarelser blandt din kulturinstitutionens besøgende og/eller sender et link ud til dine onlinefølgere** per e-mail, nyhedsbrev og sociale medier. Indsamling af svar blandt fysisk besøgende sammenlignet med dine online følgere vil øge kvaliteten og mængden af dit data. Det er derfor vigtigt at motivere dit publikum til at deltage, og at du **indsamler besvarelser fra så mange forskellige publikummer som muligt**.
- Dataindsamlingen foregår d. 4.-24.4.2024, og du modtager **rapporten d. 4.6.2024**.
- Projektet er iværksat af **Applaus** i samarbejde med **DEOO**, **Dansk Teater** og **Dansk Live** og bliver gennemført i samarbejde med **Epinion** og **Morris Hargreaves McIntyre**.

Tilmeld dig [her](#) – senest d. 15.3.2024.

*Til TUTTI-deltagere: Publikumsundersøgelsen er et ekstra tiltag, som ligger ud over TUTTI og kan supplere med kvantitativt data fra et bredt publikum. Undersøgelsen er dermed relevant til billetsælgende institutioner, der gerne vil arbejde strategisk med publikumsdata.

Hvad får jeg ud af det?

- Din kulturinstitution får sin egen publikumsundersøgelse baseret på svar fra jeres kernepublikum.
- Din institution vil modtage en individuel, letforståelig og fortrolig rapport om dit publikum.
- Med rapporten får du **handlingsorienteret viden** om dit publikum: hvem de er, frekvensen af deres besøg og deres præferencer. Undersøgelsen gentages årligt, så du **kan sammenligne data fra år til år**. I rapporten **sammenlignes dine resultater med regionalt og nationalt data** fra vores repræsentative Borgerundersøgelse, foretaget inden publikumsundersøgelsen. Anonymiseret data fra alle deltagende institutioner i publikumsundersøgelsen bliver også analyseret i en gratis og offentlig tilgængelig rapport.
- For at rapporten giver mest mening for dig, **vælger du selv segmenteringsmetoden**, der skal bruges til at opdele dit publikum i kategorier: **"Culture Segments"** eller **"Sådan oplever danskerne"**. Ved selv at vælge mellem disse metoder, kan du få en analyse, som passer bedst til din institution – så ved du, hvad publikum gerne vil få ud af dit kulturtilbud.
- **Du kan tilkøbe op til tre ekstra spørgsmål, skræddersyet til dine behov**. Det giver dig mulighed for at udforske særlige emner specifikt til din institutions situation – fx om jeres forestillinger, webside, eller mad- og drikke tilbud. Du kommer med første udkast, som Applaus' analytiker kvalificerer i dialog med dig.

Hvad koster det?

- Undersøgelsen er gratis for Applaus' abonnenter. Et abonnement koster 5000 kr. ex moms om året og byder på flere fordele. Du kan tilmelde dig følgende tilbud som en del af et abonnement:
 - Årlig publikumsundersøgelse som beskrevet her (pris for ikke-abonnenter: 7000 kr. ex moms).
 - En årlig gratis plads på kurset Fremtidens Publikumsudvikler 1 (pris for ikke-abonnenter: 5000 kr. ex moms).
 - En årlig gratis plads på kurset Fremtidens Publikumsudvikler 2 (pris for ikke-abonnenter: 3500 kr. ex moms).
 - Samt mulighed for at deltage i følgende (først-til-mølle-princippet):
 - 1 gratis plads per endagskursus (pris for ikke-abonnenter: 3000 kr. ex moms).
 - 1 gratis plads (kun for ledere) på Masterforløbet (pris for ikke-abonnenter: 14.500 kr. ex moms).
 - 1 gratis plads til alle vores netværksmøder (pris for ikke-abonnenter: 50 kr.).
 - Læs mere om abonnementet [her](#).
- Undersøgelsen uden abonnement koster 7.000 kr. ex moms.
- Valgfrit: 3 individuelle ekstra spørgsmål for en samlet tillægspris på 3000 kr. ex moms. Disse ekstra spørgsmål bliver skræddersyet efter dine behov. Tillægsprisen dækker administration, databehandling og afrapportering hos Epinion.

Hvordan og hvornår? Del 1/2

1. Du tilmelder dig [her](#) senest d. 15.3.

Du skal angive, om du foretrækker "[Culture Segments](#)" eller "[Sådan oplever danskerne](#)" som et segmenteringsværktøj – og om du vil stille 3 individuelle spørgsmål for din institution mod et ekstra beløb på 3000 kr. ex. moms. Vi holder to webinarer hhv. [d. 21.2](#) og [14.3](#) kl. 10-11, hvor du kan stille spørgsmål.

2. Vi hjælper med evt. ekstra spørgsmål løbende mellem d. 15.-22.3.

Hvis du har valgt at stille ekstra spørgsmål, sender du os et udkast senest d. 15.3. Applaus' analytiker kvalificerer dine spørgsmål og svarmuligheder i dialog med dig, så du får det meste ud af dem.

3. Du tester dit spørgeskema d. 19. - 20.3.

Dit spørgeskema bliver sat op, og vi sender dig et link til skemaet d. 19.3. **Det er vigtigt, at du tester dit spørgeskema** og melder tilbage med evt. rettelser senest d. 20.3.

4. Du modtager det endelige spørgeskema d. 22.3.

Vi sender det endelige link til spørgeskemaet til dig d. 22.3. Her sender vi også instrukser og deadlines mht. dataindsamlingen.

5. Dataindsamling starter d. 4.4. – du deler linket

D. 4.4.2024 deler du skemaets link med dit institutions besøgende og/eller online følgere. Det gør du ved at fx bede hver 3. besøgende om at udfylde skemaet på en iPad. Du kan også dele linket til undersøgelsen gennem jeres nyhedsmail, SoMe-kanaler og/eller jeres hjemmeside. **I denne tid skal du motivere så mange forskellige publikummer som muligt til at deltage** – hvor brugbare dine resultater er, afhænger af, at du får så mange besvarelser fra forskellige publikummer som muligt. Du kan fx arrangere en konkurrence eller lignende via dine kanaler for at øge deltagelsen (fx "*Udfyld spørgeskemaet og skriv 'færdig' under opslaget for at deltage i lodtrækning om to billetter.*") – men for at sikre fortrolige besvarelser skal det være dig og ikke Applaus eller Epinion, som gennemfører konkurrencen.

Hvordan og hvornår? Del 2/2

6. Vi opdaterer dig under dataindsamling

Vi holder øje med dine besvarelser under indsamlingen. Undervejs sender vi to opdateringsmails om, hvor mange besvarelser du allerede har opnået. I tilfælde af få besvarelser modtager du en notits fra os, så du kan udsende en reminder til dit publikum i god tid for at øge deltagelsen. Desto flere besvarelser du kan opnå, desto mere detaljeret bliver din rapport. Vi anbefaler et minimum af 100 besvarelser, men foretrækker 250+ og helst 400+ besvarelser for at kunne levere præcise analyser.

7. Dataindsamlingen afslutter d. 24.4.

I samarbejdet med Epinion lukker vi skemaet for besvarelser ved udgangen af d. 24.4. Så går vi i gang med datarens og analyse.

8. Din institutions rapport sendes d. 4.6.

Du modtager din endelige institutionsrapport d. 4.6. Din institutions rapport sammenligner dine resultater med regionalt/nationalt data fra vores tidligere store, repræsentative borgerundersøgelse på landsplanen. Hvis du har været med i undersøgelsen tidligere, sammenligner rapporten også dine seneste data med dine data fra de forrige år. På den måde giver vi dig handlingsorienteret viden om dit publikum.

9. Undersøgelsens hovedrapport udgives d. 4.6.

På samme dag udgiver vi også en hovedrapport, som analyserer og afrapporterer anonymiseret data fra alle institutioner, som har deltaget i publikumsundersøgelsen. Dataet bliver præsenteret i anonymiseret form og din institutions identitet bliver naturligvis holdt fortrolig. Det giver dig mulighed for at sammenligne din institutions rapport med data fra alle deltagende institutioner i undersøgelsen.

Andre spørgsmål Del 1/5

Hvordan bliver spørgeskemaet udarbejdet?

- Applaus har udarbejdet spørgeskemaet mhp., at undersøgelsen skal levere handlingsorienterede informationer til de deltagende kulturinstitutioner. Spørgeskemaet tilpasses lidt fra år til år hvis nødvendigt.
- **Spørgeskemaet bliver kvalificeret af kulturlivet** med input fra DEOO, Dansk Live, Dansk Teater og forskellige danske kulturinstitutioner fra de relevante brancher (klassisk musik, rytmisk musik, teater, festival, museum).
- Nogle spørgsmål er branchespecifikke, andre spørgsmål stilles på tværs af brancherne.
- Din institution kan også tilkøbe op til tre ekstra spørgsmål. Ønsker du at stille ekstra spørgsmål, skal du selv formulere et udkast til disse, som Applaus vil kvalificere. Således sikres det, at du får klare og brugbare informationer ud af disse.

Andre spørgsmåle Del 2/5

Hvem skal jeg spørge?

- Vigtigere, end hvor mange, du adspørger, er *hvem* du adspørger. Du øger din datakvalitet ved at indsamle i selve institutionen og ikke kun online. Det er for at kunne fange publikummet, som ikke typisk svarer online, men alligevel udgør en vigtig del af dine besøgende.
- Når du adspørger besøgende i institutionen, skal du helst udvælge respondenter på tilfældig vis, for at undgå skævheder i dataet (fx hvis du kun adspørger mænd, eller personer, som synes I er fantastiske). Prøv derfor at **adspørge ca. hver tredje besøgende, lige meget, hvem de er**. De kan selvfølgelig altid takke nej.

Hvor mange besvarelser skal jeg opnå?

- Vi vil udarbejde en rapport for alle deltagende institutioner, lige meget, hvor mange besvarelser, de opnår. Dog er antallet af besvarelser vigtigt for, hvor præcist dataet om dit publikum kan være. Derfor **skal du motivere så mange forskellige publikummer som muligt for at deltage**.
- Når vi fordeler dit publikum ud fra forskellige svar og segmenter, vil vi kunne give dig pålidelig data – det kræver et godt antal besvarelser. Derfor anbefaler vi, at du opnår et minimum af **100 besvarelser**. Vi foretrækker **ca. 250+ og helst 400+ besvarelser** for at kunne levere præcise oplysninger. 1000+ besvarelser er rigtig fint for at få meget detaljerede indsigter.

Andre spørgsmål Del 3/5

Må jeg også udsende spørgeskemaet til tidligere billetkøbere? Hvordan?

Du må kun udsende publikumsundersøgelsen via e-mail til billetkøbere, som har givet tilladelse til dette.

Hvis du er sikker på, at du har denne tilladelse, læs videre:

- Hvis I bruger Billetten A/S, så vil du via nyhedsbrevtjenesten [MailChimp](#) have adgang til publikummer, som har købt billet hos jer, og som har givet tilladelse til, at I må kontakte dem.
- Ud for denne publikumsgruppe i Mailchimp vil der være et "GDPR"-mærkat. I MailChimp kan du så vælge denne publikumsgruppe og eksportere den som en kontaktlister i form af en CSV-fil.
- Du kan finde en detaljeret beskrivelse med vejledning og billeder af, hvordan man eksporterer en kontaktlister fra MailChimp [her](#).

Hvordan beskyttes publikummets data?

- **Alle besvarelser af publikumsundersøgelsen vil være anonyme.** Dette betyder, at det ikke er muligt at se, hvilke respondenter der har eller ikke har deltaget i undersøgelsen.
- Det vil altså ikke være muligt at knytte navne og e-mailadresser sammen med besvarelser. Dette betyder også, at vi, som dataindsamler, ikke kan udlodde billetter/gavekort/gaver til publikummer, der har besvaret jeres undersøgelse – men I kan godt.

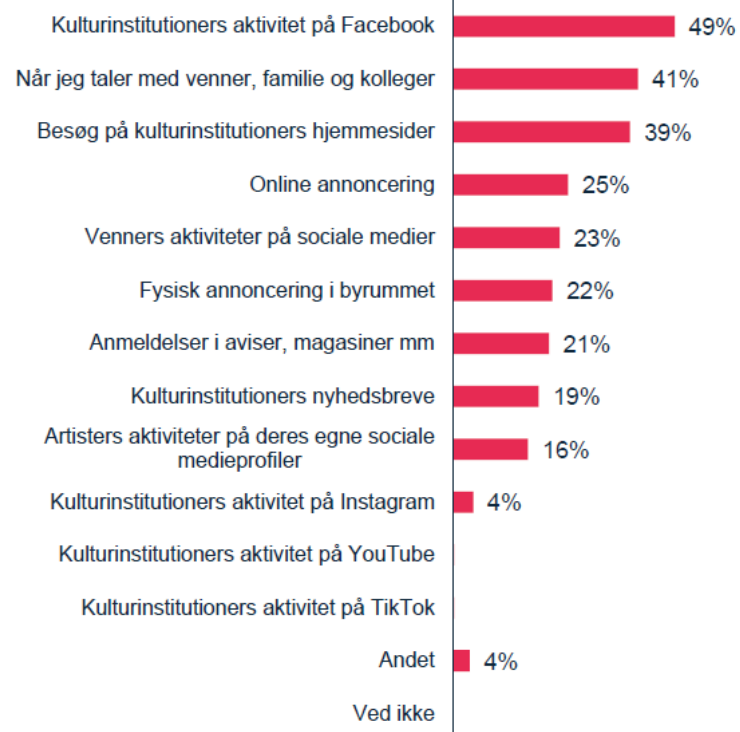
Andre spørgsmål Del 4/5

Hvordan kommer min rapport til at se ud?

- Hver resultatrapport indeholder en indledende kommentar om dit data, læsevejledning, afrapportering af hvert spørgsmål i undersøgelsen, og et appendiks, hvor vi forklarer vores metoder.
- Rapporten indeholder også en segmentering af dit publikum med enten "[Culture Segments](#)" eller "[Sådan oplever danskerne](#)", afhængigt af, hvilket værktøj, du har valgt.
- Din institutions rapport **sammenligner dine resultater med regionalt/nationalt data** fra vores store, repræsentative borgerundersøgelse på landsplan. På den måde giver vi dig handlingsorienteret viden om dit publikum i forhold til de andre publikummer, der findes i dit område. Hvis du har deltaget i undersøgelsen tidligere, kan du også **sammenligne din rapport med rapporter fra forrige år**.
- Der afrapporteres i form af en frekvenstabel eller -graf samt en fordeling på køn, alder, segmenter etc. **Du kan se et eksempel til højre.**

Hvordan bliver du primært opmærksom på kulturoplevelser (fx koncerter, forestillinger), som har din interesse?

Antal besvarelser: 522



Andre spørgsmål Del 5/5

Hvilke segmenteringsmodeller kan jeg vælge?

- For at rapporten giver mest mening for dig, vælger du selv mellem segmenteringsværktøjerne "[Culture Segments](#)" og "[Sådan oplever danskerne](#)". I Publikumsundersøgelsen 2024 nuanceres Culture Segments / "Sådan oplever danskerne" med klassiske spørgsmål om alder, lokation, indtægter mv. Begge metoder segmenterer publikum på basis af deres holdninger til kultur. Ved selv at vælge mellem disse to populære værktøjer, kan du få en analyse, som passer bedst til din institution.
- "Culture Segments" er udviklet af kulturrådgiverne Morris Hargreaves McIntyre og er særligt tilpasset til kulturinstitutioner. Metoden bliver brugt i hele verden af førende kulturinstitutioner, også i Danmark. Applaus har brugt den flere gange, inkl. i vores store undersøgelser, fx Publikumsundersøgelse 2022 & 2023 og Borgerundersøgelse 2022. mhminsight.com/culture-segments
- "Sådan oplever danskerne" er udviklet af Epinion i samarbejde med Dansk Industri. Værktøjet hjælper oplevelsesaktører med at skabe et overblik over publikummer på det danske marked og prioriterer indsatser. Værktøjet anvendes allerede af mange danske attraktioner og kulturinstitutioner over hele landet. epinionglobal.com/news/danskernesferie2021
- Du angiver, hvilket værktøj, vi skal bruge ved tilmelding til undersøgelsen.