



Hvem er museumsbrugerne?

Og hvilke forskelle er der på hyppige, mindre hyppige og sjældne museumsbrugeres brug og holdning til museer?

Martin Brandt Djupdræt & Louise Ejgod Hansen, 2024

**Hvem er museumsbrugerne?
Og hvilke forskelle er der på hyppige,
mindre hyppige og sjældne museums-
brugeres brug holdning til museer?**

Fagfællebedømt rapport fra projektet
"Ikke-hyppige brugere på museer: øget forståelse
af besøgets personlige relevans, værdi og brug".

Tekst

Martin Brandt Djupdræt, Louise Ejgod Hansen

Samarbejdspartnere i projektet

Den Gamle By
Moesgaard Museum
ARoS
KØN - Museum for kønnenes kulturhistorie
Naturhistorisk Museum i Aarhus
Center for Kulturevaluering på Aarhus Universitet
Institut for Business Humaniora og Jura
på Copenhagen Business School

Projektets arbejdsgruppe

Christian Vium Andersen, Pernille M. Andersen,
Martin Brandt Djupdræt, Rikke Gregers,
Louise Ejgod Hansen, Henrik Hatt, Kristin Hibbs,
Line Kirstine Larsen, Bettina Bach Nielsen,
Marie Skipper, Jens Søby, Stine Højgaard Vilstrup

Projektets faglige sparringsgruppe

Trine Bille, Martin Brandt Djupdræt,
Louise Ejgod Hansen

Medudvikler af spørgeskemadesign

Hans-Peter Degn, Center for Kulturevaluering

Projektet er støttet af Slots- og Kulturstyrelsens
"Pulje til kvalitative undersøgelser af
underrepræsenterede brugergrupper."

Forsidefoto

Dansk Plakatmuseum i Den Gamle By
Foto: Ronja Moesgaard Ryde

Grafisk layout

Rikke Gormsen

ISBN

978-87-7507-562-1

DOI

10.7146/aul.528

Den Gamle By
Copenhagen Business School
Aarhus Universitet
2024

Indhold

Indledning	3
Eksisterende viden	4
Danmarks Statistiks kulturvaneundersøgelser i 1987, 2004, 2012 og 2021	6
Undersøgelse af unges museumsbrug i 2011	8
Undersøgelse af museumsbrugere i 2016	8
Undersøgelse af museumsbrugere i 2018	9
National Awareness, Attitude & Usage Study i 2011 og 2015	10
Teorier om det sociale, personlige og det inddragende	10
Undersøgelsens metoder	12
Opdeling af respondenterne i grupper i forhold til seneste museumsbesøg	13
Høj andel af museumsbrugere	15
Hvem er de hyppige brugere, de mindre hyppige brugere og de sjældne brugere?	17
Uddannelse	17
Indkomst og civilstand	18
Køn og alder	19
Hvor ligger de museer som blev besøgt?	21
Hvordan bruger de hyppige, de mindre hyppige og de sjældne brugere museer og andre fritidsaktiviteter?	26
Hvilke forskelle er der i de forskellige brugergruppers brug af andre fritidsaktiviteter	26
Motivation for museumsbesøget	28
Vurdering af den seneste museumsoplevelse	32
Refleksioner over museumsbesøget	34
Fravalg af museer	39
Anden værdi ved museerne end at besøge dem	43
Opsamling	47
Litteraturliste og henvisninger	49
Bilag	53
Bilag 1	53
Bilag 2	54
Bilag 3	56
Bilag 4	68
Bilag 5	86
Bilag 6	89
Bilag 7	91
Bilag 8	92

Indledning

Museer er en meget brugt fritidsaktivitet, og der har i de sidste 20 år været et øget fokus på at udvikle museernes tilbud. I samme periode har antallet af besøgende på danske museer også været jævnt stigende. Men vi ved stadig ikke helt, hvorfor nogen går mere på museum end andre.

Dette projekt handler om brugen af museer, og om der i brugen er forskelle i forhold til, om man er en flittig gæst, eller om det er lang tid siden, turen er gået til et museum. Bag projektet står Den Gamle By i samarbejde med Moesgaard Museum, ARoS, KØN – Museum for kønnenes kulturhistorie og Naturhistorisk Museum i Aarhus samt Copenhagen Business School og Center for Kulturevaluering på Aarhus Universitet. Projektet blev finansieret af de deltagende museer og gennem støtte fra Slots- og Kulturstyrelsen.

Brugen af museer er undersøgt gennem en spørgeskemaundersøgelse, hvor respondenterne har været et repræsentativt udsnit af borgere bosat i Aarhus Kommune og nabo-kommunerne Odder, Samsø, Skanderborg, Favrskov og Syddjurs. Her har vi til at begynde med afklaret, hvem der gik på museer hvornår. Så undersøgte vi hvilken brug af og holdninger til museer hyppige og mindre hyppige brugere af museer har. Efterfølgende er der blevet lavet interview med mindre hyppige museumsbrugere samt med en række museumsbrugere, der blev rekrutteret under deres besøg på de fem museer for så at blive interviewet to uger efter.

I alle dele af undersøgelsen har der været et fokus på, hvordan brugerne har brugt og reflekteret over museumsbesøgene for også at afdække, om der er et forskellig syn på relevans og brug afhængig af, hvor lang tid siden museumsbesøget var. Bag undersøgelsen ligger der dels et ønske om at forstå de hyppige og mindre hyppige brugere bedre, men også et ønske om at bryde op med det meget kategoriske skel mellem brugere og ikke-brugere af museer, der har været udbredt

i diskussionen om brugen af museer. For det er en meget lille andel, der aldrig har været på museum. Derimod er der en større gruppe, der kommer på museum en gang imellem. Det er nysgerrigheden på at forstå denne gruppe bedre, der er motivationen bag projektet.

De vigtigste observationer gjort gennem dette projekt er:

Museer er populære, og i Østjylland bruges de lokale museer

Ud af et repræsentativt udsnit af befolkningen omkring Aarhus har 70% besøgt et museum inden for det seneste år. Størstedelen af disse har besøgt et lokalt museum i Østjylland, mens færrest har besøgt et museum i udlandet.

Ikke-brugeren er død!

Under 1% har ikke besøgt et museum og mange sjældne brugere (dem hvor sidste besøg mindst var fem år siden) kunne godt lide deres sidste besøg, og synes overordnet at det er godt, at der findes museer. Vi argumenterer derfor for, at det ikke giver mening at tale om, at der er en stor andel af ikke-museumsbrugere i Danmark. Der er i stedet hyppige, mindre hyppige og sjældne brugere, hvis motivation, oplevelser og holdninger, museerne kan blive bedre til at forstå.

Folk føler sig velkomne, men er ikke altid interesserede i eller vidende om museet

Undersøgelsen viser, at langt de fleste føler sig velkomne på museer. Også de som sjældent besøger museerne. Flere af de sjældne brugere synes bare ikke, museer er interessante, og de mangler viden om, f.eks. hvad et besøg koster, eller hvordan man kommer hen til museet.

Relevans og at dele besøget betyder meget. Den generelle vurdering af sidste besøg er meget ens uafhængig af, hvornår dette besøg var. Men der er forskel på, i hvor høj grad de hyppige, mindre hyppige og sjældne brugere oplever, at museumsbesøget igangsætter refleksioner over deres eget liv, og om den

verden de er en del af, og om de deler disse refleksioner med andre.

Museer er sociale rum

Uafhængigt af, hvornår sidste museumsbesøg var, så er det at være sammen med andre en stor motivationsfaktor for at besøge museer, og det sociale er i høj grad også noget, som huskes og deles bagefter.

Vær opmærksom på de mindre hyppige brugere

De mindre hyppige brugere minder meget om de hyppige brugere i forhold til de fleste parametre i denne undersøgelse og er en meget større gruppe end de sjældne brugere. Hvis museerne ønsker at nå bredere ud og få flere til at bruge museerne oftere, vil anbefaling være at fokusere på de mindre hyppige brugere, også fordi gruppen af sjældne brugere og ikke-brugere er relativt lille.

Eksisterende viden

Hvem museumsbrugerne er, er blevet undersøgt på forskellige måder. En tidlig og meget citeret undersøgelse af, hvem der besøger eller ikke besøger museer, er Pierre Bourdieus og Alain Darbels afdækning i 1960'erne af, hvem de europæiske og særligt franske kunstmuseums brugere var (Bourdieu og Darbel 1997).

Undersøgelsen, som primært er kendt for at vise, at uddannelsesniveau og erfaringer fra hjemmet er afgørende for besøg på kunstmuseer, brugte den metode, at et tilstræbt tilfældigt udvalg af besøgende på museerne blev spurgt om socioøkonomiske oplysninger.

Dette datasæt blev så undersøgt for at afklare om denne gruppe var repræsentativ i forhold til befolkningen f.eks. omkring alder, uddannelse og socialklasse (Bourdieu og Darbel 1997: viii, 117f, 135ff). Denne metode med at undersøge, hvem der er brugere ved at lave spørgeskemaundersøgelser på museerne har siden været meget benyttet.

I Danmark har den systematisk fundet sted siden 2009 gennem den nationale brugerundersøgelse, hvor respondenterne er udvalgte besøgende fra alle danske statslige og statsanerkendte museer.¹ Konklusionerne fra disse undersøgelser har ført til undersøgelser af særlige grupper, defineret som grupper, der ikke så ofte besøger museerne.

En af de grupper, der har været fokus på, er unge, der bl.a. var i fokus i Leslie Ann Schmidt og Lise Kappers undersøgelse fra 2010 på Brandts Klædefabrik (Schmidt og Kapper 2011) og DAMVAD og Center for Museologi på Aarhus Universitets undersøgelse fra 2012 af unge brugere og ikke-brugere i udvalgte byer (Damgaard m.fl. 2012).² Begge disse projekter forholdte sig konkret til resultater fra brugerundersøgelser på de undersøgte museer, men supplerede dem med kvalitative interview med den udvalgte gruppe og med analyser af mulige barrierer. Hensigten var at skabe ændrede praksisser på museerne tilpasset målgruppen ved bl.a. at give de unge bedre mulighed for at iscenesætte sig selv som del

¹ Med Den Nationale Brugerundersøgelse har der i Danmark siden 2009 været en kontinuerligt tilgængelig og statsstøttet indsamling af data om museernes brugere. Første rapport var om året 2009 (Moos, Lundgaard, og Paltved-Kaznelson 2010) og den seneste var om de museumsbesøgene i 2022 (Slots- og Kulturstyrelsen 2023). Disse undersøgelser har også ført til flere debatindlæg i dagspressen om, hvem brugerne er (f.eks. Andersen 2013; Burcharth 2019; Kunsten.nu 2020; Øhrstrøm 2010).

² Den seneste undersøgelse som særligt har fokus på unge og kulturforbrug er Applaus' og Epinions rapport "Unge i fokus". Rapporten bygger på materiale samlet ind gennem en række opgaver og spørgsmål som 44 unge tilgik gennem deres smart phone eller computer (Applaus 2024b: 45). "Unge i fokus" udkom samtidigt med at denne rapport skulle afsluttes og dens resultater indgår derfor ikke i denne publikation.

af oplevelsen og ved at gøre det mere uformelt at besøge museer.

Begge undersøgelser dokumenterer vigtigheden af museets rolle som et socialt rum, hvor man er sammen med andre (Damgaard m.fl. 2012: 24; Schmidt og Kapper 2011: 105ff). Fokus på formidlingen på museerne, og hvordan den kan blive mere interaktiv, blev et centralt emne i de to større museumsforskningsprojekter DREAM og Vores Museum, som Syddansk Universitet koordinerede i perioden 2004 til 2020. Fokus var på digital formidling og deltagelse, men nogle af delprojekterne havde også et fokus på de sjældne museumsbrugere. I DREAM-projektet lavede Christian Kobbernagel m.fl. en rapport over unges medie og museumsbrug og i Vores Museums projektet havde Mia Yates' ph.d.-afhandling fokus på brugere og mere sjældne brugere af Skovgaard Museet i Viborg og på hvilke tiltag, der kunne laves til de forskellige målgrupper (Kobbernagel, Schrøder, og Drotner 2011; Yates 2020).³

Materialet i Yates' undersøgelse var en række interviews med lokale voksne, som sjældent eller aldrig brugte Skovgaard Museet i Viborg. En af Yates' konklusioner var, at en vigtig grund til de interviewede lokales fravalg var "negative forestillinger om mulighederne for sociale oplevelser", og at de ikke tænkte, at besøget ville give "mulighed for fælles oplevelser" (Yates 2020: 156). Undersøgelsen bestod også af interview med sjældne brugere, som deltog i nye særligt tilrettelagte arrangementer på museet, og der var en konklusion, at genkendelighed var vigtig sammen med sensoriske og sociale aspekter, og at sensoriske formidlingsgreb kunne motivere til besøg, men fortrinsvis hvis de greb også havde en social dimension (Yates 2020: 160).

Et andet sted, hvor der har været opmærksomhed på mindre hyppige brugere, er i Slots- og Kulturstyrelsens "Pulje til kvalitative

undersøgelser af underrepræsenterede brugergrupper", som også dette projekt blev støttet af. Puljen eksisterede i to år og støttede i alt seks projekter (Slots- og Kulturstyrelsen 2022).

Ud over dette projekt har to andre af de støttede projekterne publiceret deres resultater, men i disse to projekter er der mere fokus på udvalgte brugergrupper (10. klasser og par uden børn), og de er dermed ikke bredere undersøgelser af, hvem der ikke så ofte besøgte museer (Mark – Billund Kommunes Museer u.å.; Simonsen m.fl. u.å.). Og ligesom i de fleste af de ovennævnte projekter var den primære indgang til at afgøre, hvem der er de hyppige eller mindre hyppige besøgende, de undersøgelser, som bliver lavet på museerne, hvor det er museets besøgende, som er respondenterne.

En anden tilgang til at afdække befolkningens brug af museer er gennem borgerundersøgelser. Altså undersøgelser, hvor et udvalg af borgere i et bestemt område er respondenterne, uanset om de kommer på museerne. Et tidligt studie, der ofte bliver refereret til, er Marilyn G. Hoods undersøgelse af brugere og ikke-brugere af museer i Toledo, Ohio, USA (Hood 1983). Undersøgelsen byggede på telefoninterviews med 502 tilfældigt udvalgte personer i Toledo Metropolitan Area om deres brug af museer. Hoods inddelte respondenterne i tre grupper: Frequent participants/hyppige brugere (14%), Occasional participants/lejlighedsvis brugere (46%) og Non-participant/ikke-brugere (40%) ud fra, om de har besøgt et museum tre eller flere gange det sidste år, op til et til tre gange om året, eller om det er mere end et år siden sidste besøg (Hood 1983: 52f). Hoods drog ud fra hendes undersøgelse den konklusion, at de hyppige brugere særligt lægger vægt på, at besøget skal være en værdifuld aktivitet, mens de lejlighedsvis og ikke-museumsbrugere mere har fokus på det sociale element ved besøget (Hood 1983: 54f).

³ Forskningsprojektet DREAM (2004-2015) havde særligt fokus på læring og digitale formidlingsformer, og Vores Museum (2016-2020), beskæftigede sig, udover brugerinddragelse og digital formidling, også med dansk museumshistorie (Vores Museum 2021). I begge disse projekter var det primære fokus den brug, der er af museernes produkter på museet eller virtuelt, men ud over de nævnte eksempler (Kobbernagel, Schrøder, og Drotner

2011; Yates 2020) ikke så meget på de sjældne brugere af museerne. Rapporten fra DREAM om de unges museumsbrug er desværre ikke længere tilgængelig på den digitale platform den oprindeligt blev delt igennem, men en opsummering af resultaterne findes i et blogindlæg på Martins Museumsblog (Djupdræt 2011).

Danmarks Statistiks kulturvaneundersøgelser i 1987, 2004, 2012 og 2021

Siden Hoods arbejde med borgerundersøgelser i Toledo har der været flere udenlandske undersøgelser om brug af museer. Tilsvarende er der gennem årene gennemført en række større danske borgerundersøgelser af, hvor mange som bruger museerne i Danmark. Det er resultaterne af disse, vi ser nærmere på her. Kulturvaneundersøgelserne fra Danmarks Statistik giver et indblik i, hvem brugerne af museerne er ud fra ofte benyttede statistiske parametre som alder, køn og uddannelse. Her spørges 1000 repræsentativt udvalgte danskere hvert kvartal om deres kulturvaner, bl.a. om

de har besøgt et museum inden for de sidste tre måneder. Ved den seneste kulturvaneundersøgelse fra 3. kvartal 2023 var dette tal på 34% (Danmarks Statistik 2023d). Men da der ikke spørges ind til en længere periode bagud, giver det ikke oplysninger om dem, som sjældnere besøger museer.

Nogle af de tidligere Kulturvaneundersøgelser spurgte ind til, om besøget på museerne havde været inden for det seneste år. Disse undersøgelser blev gennemført af Kulturministeriet, og nedenfor er tallene fra 1987, 2004 og 2012 omkring museumsbesøg. Dengang var spørgsmålet delt op i forskellige museumstyper.

1987 Hvornår har du sidst besøgt et museum?	Kunstmuseum/ -udstilling	Andet slags museum
Inden for det seneste år	36%	36%
Mere end et år siden	22%	27%
Aldrig	39%	37%

(Bille et al, 2005: 209, 213)

2004 Hvornår har du sidst besøgt et museum?	Kunstmuseum/ -udstilling	Andet slags museum
Inden for det seneste år	35%	32%
Mere end et år siden	34%	36%
Aldrig	31%	28%

(Bille et al, 2005: 209, 213)

2012 Hvornår har du sidst besøgt et museum?	Kunstmuseum/ -udstilling	Kulturhistorisk museum	Naturhistorisk museum
Inden for det seneste år	41%	37%	18%
Mere end et år siden	40%	50%	55%
Aldrig	17%	12%	24%

(Danmarks Statistik 2012)

Tabel 1-3. Seneste museumsbesøg, undersøgelser i 1987, 2004 og 2012.

I disse undersøgelser var tidsopdelingen ikke mere detaljeret end, at det tidspunkt længst tilbage, som der spørges ind til, er for et år siden (det vil sige ikke for f.eks. to eller fem år siden). Den indsamlede data blev derudover delt op i forskellige museumstyper, og giver derfor heller ikke et billede af sidste museumsbesøg uanset hvilken type museum det foregik på.

I forbindelse med genåbningen af kulturlivet efter Covid-19 epidemien blev der i regi af Kulturvaneundersøgelsen lavet en mere omfattende undersøgelse af museumsbesøg, og her blev tidspunktet for det sidste besøg opgjort mere nuanceret.

Besøg på museum, 3. kvartal 2021

Hvornår har du sidst besøgt et museum?	
Inden for de seneste 3 måneder	29%
Mellem 3-6 måneder siden	9%
Mellem et halvt og et helt år siden	11%
Mellem 1 og 3 år siden	22%
Mellem 3 og 5 år siden	10%
Mere end 5 år siden	14%
Aldrig været på et museum	4%
Ønsker ikke at svare	0%
Ved ikke	1%
I alt	100%

(Danmarks Statistik 2021a)

Tabel 4. Seneste museumsbesøg, undersøgelse i 3. kvartal 2021.

I undersøgelsen blev det også spurgt ind til barrierer for besøg, hvor topscorerne var: "Jeg er ikke interesseret i museer" (30%),

"Jeg er mere et hjemmemenneske" (23%) og "Manglende muligheder pga. Covid-19 – museerne var lukket" (23%).⁴

⁴ Andre grunde var: Der har ikke været nogen udstillinger, der har vakt min interesse (22%), Turde ikke pga. Covid-19 smittefare (16%), Det er for dyrt (10%), Jeg har ikke nogen at følges med (7%), Det er for besværligt at planlægge (7%), Tilgængeligheden og

transportmulighederne er ringe (3%) og Andre årsager (26%). Det var muligt at angive flere svar end et, så den totale procentsats er derfor mere end 100% (Danmarks Statistik 2021b).

Undersøgelse af unges museumsbrug i 2011

Den førnævnte DREAM-undersøgelse af Kobbernegel m.fl. undersøger gennem en borgerundersøgelse barrierer og bevæggrunde for museumsbrugerne. Undersøgelsen havde dog ikke fokus på hele befolkningen, men kun på de unge og byggede på en national stikprøve på 2.223 respondenter i alderen 13 til 23 år (Kobbernegel, Schrøder, og Drotner 2011: 7). 52% af de adspurgte havde besøgt et museum inden for det seneste halve år. Undersøgelsen delte de unge op i fire grupper ud fra en række forskellige parametre. Tidspunktet for sidste besøg var et af dem, men også årsagen til besøg og deres motivation for at besøge museerne spillede ind. Den af de fire grupper, som sjældnest gik på museer blev betegnet som Fodslæberne – en betegnelse, som blev brugt om 31% af de unge. Fodslæberne havde ikke været på museum inden for det seneste år. Heller ikke gruppen Turisterne var hyppige museumsbrugere, og deres primære årsag til de museumsbesøg de havde, var udlandsrejser (Kobbernegel, Schrøder, og Drotner 2011: 7, 46, 75f).

I undersøgelsen konkluderes der, at Fodslæberne primært er på museum for "at være sammen med familie, venner eller min klasse" (25%), og at der er et aspekt af pligt forbundet med museumsbesøget, hvorimod især Entusiasterne (15%) og til dels Flinkeskoletyperne (26%), der begge går hyppigere på museum, i højere grad besøger museet af lyst (Kobbernegel, Schrøder, og Drotner 2011: 10). Den skillelinje undersøgelsen primært bruger i forhold til sidste museumsbesøg er ved 6 måneder og har i deres sammenligninger opdelt museumsbesøg i grupperingerne Kunstmuseum, Naturhistorisk museum, Kulturhistorisk museum, Oplevelsescenter og Museum i udlandet, hvilket gør det svært at bruge rapporten til at konkludere noget om museumsbesøg, hvis det skal være generelt om besøg på museer, det vil sige, uagtet hvilken type museum det handler om.

Undersøgelse af museumsbrugere i 2016

TNS Gallup udførte i 2016 for Slots- og Kulturstyrelsen en undersøgelse baseret på 1.569 repræsentativt udvalgte borgere, hvor der

blev spurgt ind til museumsvaner, og hvornår deres sidste museumsbesøg var.

Sidste museumsbesøg	
Under 1 år	44%
For 1-2 år siden	17%
For mere end 2 år siden	31%
Aldrig	4%
Ved ikke	4%

(Jessen 2018: 3)

Tabel 5. Sidste museumsbesøg. TNS Gallups undersøgelse 2016.

I undersøgelsen blev "ikke-brugerne" af museerne defineret som de 39%, hvor det var mere end to år siden de besøgte et museum, eller hvis de ikke kunne huske, hvornår deres sidste museumsbesøg var. De 44%, der havde besøgt et museum inden for de seneste år, fik betegnelsen "hyppige brugere" og en mellemgruppe på 17%, hvor der var mellem 1 til 2 år siden sidste museumsbesøg, fik betegnelsen som besøgende, der "ikke kommer særlig ofte" (Jessen 2018: 3). I undersøgelsen blev der spurgt ind til årsagen til ikke at besøge museerne, og der var topscoren med over 30% for ikke-brugerne "Museer er ikke interessante for mig", mens de to næsthøjest grunde på mellem 15% og 20% var "Jeg har ikke tid" og "Jeg gider ikke besøge museer alene". For gruppe af dem,

der ikke kommer særlig ofte på museum var de tre nævnte grunde også de mest hyppige og "jeg har ikke tid" som den hyppigste med omkring 25%.⁵

Undersøgelsen spurgte også ind til "hvad kunne få dig til at gå på museum oftere?". Der var de tre hyppigste grunde for ikke-brugerne "Udstillinger, events, arrangementer der interesserer mig", "Gratis entre" og "Jeg kunne ikke finde på at benytte museer oftere". Gruppen, hvor der var mellem 1 til 2 år siden sidste besøg havde disse tre hyppigste grunde "Udstillinger, events, arrangementer der interesserer mig", "Gratis entre" og "En billigere entrépris" (Jessen 2018: 12).

Undersøgelse af museumsbrugere i 2018

To år senere, i 2018, blev der gennemført endnu en undersøgelse af ikke-brugere på museer. Undersøgelsen blev gennemført af Seismonaut for Slots- og Kulturstyrelsen, og i undersøgelsen blev 2.136 danskere spurgt om deres brug af museet. Af dem havde 50% besøgt et museum inden for det seneste år, og i undersøgelsen blev ikke-brugere defineret til at være dem, der ikke havde besøgt et museum inden for det seneste år. Resultaterne blev publiceret i Den Nationale Brugerundersøgelses årsrapport 2018. Der var en af konklusionerne at ikke-brugerne i demografi (alder, køn mv.) var mere lig fordeling i befolkningen end det var tilfælde for dem som undersøgelse definerede som brugere af museer.

I alt var der 917 respondenter, der levede op til undersøgelsens definition af ikke-brugere, og på nær 6% havde alle disse på et tidspunkt besøgt et museum, og 41% af dem endda inden for de sidste 2 år (Slots- og Kulturstyrelsen, 2019: 23f).

I forhold til bevæggrunde viste undersøgelsen, at 37% af ikke-brugerne ville besøge et museum oftere, hvis det havde temaer, som de synes var mere interessante.

Et andet element, som er værd at notere fra undersøgelsen, er, at en væsentlig motivationsfaktor – og barriere – er det sociale. 17% af ikke-brugerne fravalgte museer, fordi de ikke har nogle at besøge dem sammen med, og 20% ville gå oftere på museum, hvis de havde nogle at følges med (Slots- og Kulturstyrelsen, 2019: 31ff; Djupdræt, 2019a: 57).

⁵ Procentsatserne er ikke præcist angivne, da den pænt opsatte rapport desværre gengiver resultaterne i grafer, hvor det ikke er muligt at se de præcise værdier (Jessen 2018: 10).

National Awareness, Attitude & Usage Study i 2011 og 2015

Et sidste element vi vil adressere i denne gennemgang af den eksisterende litteratur, er en række andre undersøgelser og teorier, der viser, at social interaktion er et væsentligt element i forhold til valg og fravalg af museer. I 2011 gennemførte National Awareness, Attitude & Usage Study et studie i USA af, hvad besøgende synes det bedste var ved at besøge museer, zoologiske haver og akvarier. De to grunde, som blev mest værdsat, var at være afsted med henholdsvis børn og familie [going

with children, going with family] (Dilenschneider 2012). I en anden undersøgelse fra 2015 fra National Awareness, Attitude & Usage Study blev der spurgt ind til besøg på kulturinstitutioner, og her var en klar topscore tid med venner og familie [time with friends and family] (Dilenschneider 2015). At det sociale er et værdsat og vigtigt aspekt, ses også i Stéphane Debenedettis studier på kunstmuseer og Martin Brandt Djupdræts undersøgelser om at skabe sociale rum på frilandsmuseer (Debenedetti 2003; Djupdræt 2019b)

Teorier om det sociale, personlige og det inddragende

Det sociale og det identitetsorienterede er også centralt i de amerikanske museumsforskere Lynn D. Dierking og John H. Falks arbejde. Gennem en årrække har Falk og Dierking foretaget interviews med museumsbrugere og fundet frem til, at museumsoplevelsen afhænger af den personlige og sociale kontekst som gæsten er en del af i besøget på museet. På den baggrund argumenterer de for, at museumsoplevelsen dermed er en sammensat størrelse, hvor den personlige, sociale og fysiske kontekst er afgørende (Falk & Dierking, 1992: 1-7; 2000: 26-29).

Falk argumenterer i en af hans andre studier for, at forståelsen af ens egen identitet er en afgørende motivationsfaktor for at besøge eller at undlade at besøge et museum. Identitet skal forstås situationelt, som et ønske om f.eks. at være noget for nogle andre eller få et bestemt udbytte af museumsbesøget. Det kan være en museumsbruger, der ser sig som en facilitator gennem et ønske om at skabe en social situation sammen med andre (Falk 2009).

Det personlige og sociale er også elementer i den analyse af museernes værdi, som Falk præsenterer i bogen "The Value of Museums". Ud fra årtiers indsamlede publikumsinterviews

sætter Falk "Well-being" som det centrale element i hans værdisætning og opererer med fire typer:

Personal Well-Being, der indbefatter kreativitet og at opnå personlige mål og opbygning af identitet

Intellectual Well-Being, hvor fokus er på det reflektive og muligheden for at forstå sammenhænge

Social Well-Being, der omhandler det relationelle både i forhold til andre individer og til grupperinger

Physical Well-Being, der indbefatter emner som fysisk tiltrækning, miljøer der er beroligende og følelser af sikkerhed og tryghed (Falk 2022: 41f, 61ff (personal), 77ff (intellectual), 97ff (social), 111ff (physical))

Falks anbefalinger er at have fokus på at skabe "user-focused, user-satisfying museum experiences", der er forbundet til den besøgendes eget liv, og som giver den besøgende mulighed for selv at udforske og at dele oplevelsen (Falk 2022: 174).

Vigtigheden af at se sig selv i museernes fortællinger for at tiltrække og fastholde besøgende til museerne er også hovedpointen i en række cases, som den amerikanske museumsaktivist og tidligere museumsdirektør Nina Simon har samlet, og som har til formål at inspirere museer til at gøre de besøgende til medskabere af museets indhold.

Simons tanker er udfoldet i hendes bøger, i bloggen *Museum 2.0* og gennem organisationen *OFF/BY/FOR ALL*, der har været med til at inspirere museumsansatte i de seneste årtier i forhold til medskabelse ("*OFF/BY/FOR ALL*", u.å.; Simon, 2016; 2010).

Til trods for, at brugernes oplevelse har fået større interesse både i museumsforskning og museumspraksis, er der stadig mere fokus på museumsindholdet og museets generelle rolle som samfundsaktør. En mulig grund til dette kunne være en diskrepans mellem museets egen og brugernes værdisætning af museet. Den australske museumsforsker Carol Scott har i et studie undersøgt dette og konkluderer, at de museumsprofessionelle vægter instru-

mentelle værdier som økonomi og undervisning højere, mens brugere fremhæver mere intrinsiske, identitetsorienterede elementer som det at kunne føle sig som del af historien og at kunne perspektivere til sit eget liv (Scott 2006).

Dette projekt vil forholde sig til denne forskning ved at inddrage det sociale og refleksionen over eget liv og samfundet i undersøgelsen af forskelle mellem hyppige og ikke-hyppige museumsbrugeres oplevelser.

Hvad husker de enkelte ikke-hyppige brugere fra deres museumsbesøg, om end de ligger år tilbage? På hvilken måde har de kunnet bruge besøget i egen identitetsorientering? Og adskiller de sig på dette område fra de hyppige museumsbrugere?

Gennem en bedre forståelse af forskelle og ligheder er det hensigten at nuancere og kvalificere ovenstående forskning i forholdet mellem brugere og ikke-hyppige-brugere, dels gennem en nuancering af gruppen, der ikke så ofte besøger museer og dels gennem en sammenligning af dem og de hyppige brugere.



Foto: Den Gamle By.

Undersøgelsens metoder

Det datasæt som resten af publikationen bygger på, er et mixed-methods design med en kvantitativ undersøgelse af borgere i Østjylland og en række opfølgende interviews af hyppige og mindre hyppige museumsbrugere.

Først blev der gennemført en spørgeskemaundersøgelse med et repræsentativt udsnit af befolkningen i Aarhus, Syddjurs, Favrskov, Skanderborg, Odder og Samsø Kommune. Spørgeskemaet blev gennem Epinion udsendt til et Norstat webpanel i perioden fra 30. maj til 6. juni 2023 med den målsætning, at der skulle indsamles 1000 besvarelser. Indsamlingen blev vejret af Epinion og Norstat, så fordelingen matchede populationsfordelingen på køn, alder og kommune, for derigennem at sikre et repræsentativt udsnit af befolkningen i det udvalgte geografiske område.⁶

De data, som bliver brugt i undersøgelsen, er alle de fuldendte besvarelser, i alt 1031 besvarelser. I alt kom der 1265 besvarelser, men 9% af respondenterne faldt fra ved introsiden, og i alt var frafaldet på 16%. Epinion oplyser, at der ved deres panelundersøgelser på kultur- og attraktionsområdet typisk er et frafald på 15-20%, hvilket vil sige, at frafaldet på denne undersøgelse ikke var atypisk højt.⁷

Spørgsmålene i spørgeskemaet fordelte sig på følgende temaer:

Demografi samt kultur- og museumsvaner, herunder årsager til fravalg af museer.

Oplevelsen af det sidste museumsbesøg (med undertemaerne: vurdering, efterfølgende refleksion, samtaler med andre om museums-

besøget, motivation for og årsag til museumsbesøg).

Værdien af museer, såvel de konkrete fem museer som museer i lokalområdet.

Bilag 3 er teksten og spørgsmålene i spørgeskemaet, og *bilag 4* er en oversigt over svarene opdelt ud fra sidste museumsbesøg.

Efter en første analyse af resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen blev der gennemført i alt 37 interviews. Interviewguiden hertil blev lavet med udgangspunkt i spørgeskemaundersøgelsens kategorier og en indledende analyse af dens resultater, og det var overordnet den samme spørgeramme, som blev brugt i alle interviewene.⁸ De 13 interviews blev lavet med borgere fra Østjylland rekrutteret i forlængelse af spørgeskemaundersøgelsen, hvor målet var at tale med personer, hvor det var et stykke tid siden, de havde besøgt et museum. Disse respondenter blev udvalgt med henblik på en spredning i forhold til alder, køn, hjemkommune og uddannelsesniveau. Interviewene blev gennemført online eller telefonisk af ca. 20 minutters varighed. Herudover blev der gennemført i alt 24 interviews med brugere fra de fem museer. Disse blev rekrutteret i forbindelse med deres besøg på museet og interviewet foregik online eller telefonisk to til tre uger efter deres museumsbesøg.⁹ Hensigten var at give mulighed for at sammenligne hyppige og mindre hyppige museumsbrugeres oplevelse.

Med udgangspunkt i spørgeskemaets resultater indgik følgende temaer i interviewene:

⁶ Vægtningen blev lavet på baggrund af Danmarks Statistik, 2023c, 2023b, 2023a, alle med tal fra 1. kvartal 2023. Se bilag 1 for en gennemgang af repræsentativiteten i undersøgelsen.

⁷ I forhold til frafaldet var der ingen forskel af betydning i forhold til kønsfordeling. Der var lidt forskelle i forhold til hvilke aldersgrupper, der faldt fra, idet der var størst frafald blandt personer under 34 år. Det er også tendensen i andre webpanelundersøgelser, hvilket der blev kompenseret for ved at invitere flere re-

spondenter i den aldersgruppe. Se bilag 2 for yderligere oplysninger.

⁸ Se bilag 5 for de skemaer der blev brugt i forbindelse med interviewene.

⁹ Interviewene blev gennemført i efteråret 2023. Bilag 6 er en oversigt over de interviewede fra museer og fra webpanelet.

Besøget på museet

(det sidste museumsbesøg)

Brug efter museumsbesøget

Museumsbesøgets betydning og udbytte af besøget

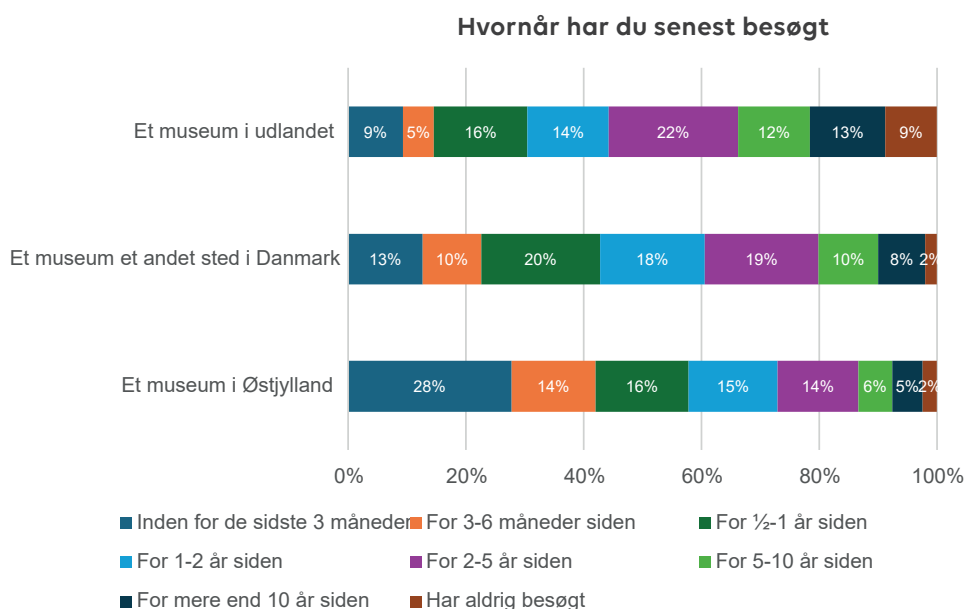
Alle interviews er efterfølgende transskriberet og kodet i NVivo med henblik på en analyse med fokus på de udvalgte temaer i undersøgelsen. Der er tale om en lukket kodning, der efter en testkodning blev justeret, hvorefter alle interviews blev kodet. Kodelisten kan ses i bilag 7.

Opdeling af respondenterne i grupper i forhold til seneste museumsbesøg

Første skridt i analysen af spørgeskemadata var at etablere en kategorisering i forhold til, hvor længe siden det var at respondenterne havde besøgt et museum. Denne kategorisering er afgørende for vores analyse af forskellen mellem de forskellige brugertypers brug af museerne. Hensigten var at sikre et overskueligt antal kategorier, der kunne sammenlignes med den eksisterende viden samtidig med, at kategorierne gav mening i forhold til de mindre frekvente museumsbrugere.¹⁰

Udgangspunktet for kategoriseringen var behovet for at få et overskueligt antal kategoriseringer, der samtidig var store nok til at kunne trække valide data fra. Vi endte med følgende tre kategorier: Inden for det sidste år, 1-5 år siden og mere end fem år. Disse kategorier gav os mulighed for at belyse forskelle mellem de tre grupper i forhold til såvel demografi og kulturvaner, samt holdning til museer og deres udbytte af det seneste museumsbesøg.

En oversigt over besvarelsene på spørgsmålet "hvornår har du sidst besøgt et museum ..." ser således ud:



Figur 1. Seneste museumsbesøg (n= 1031).

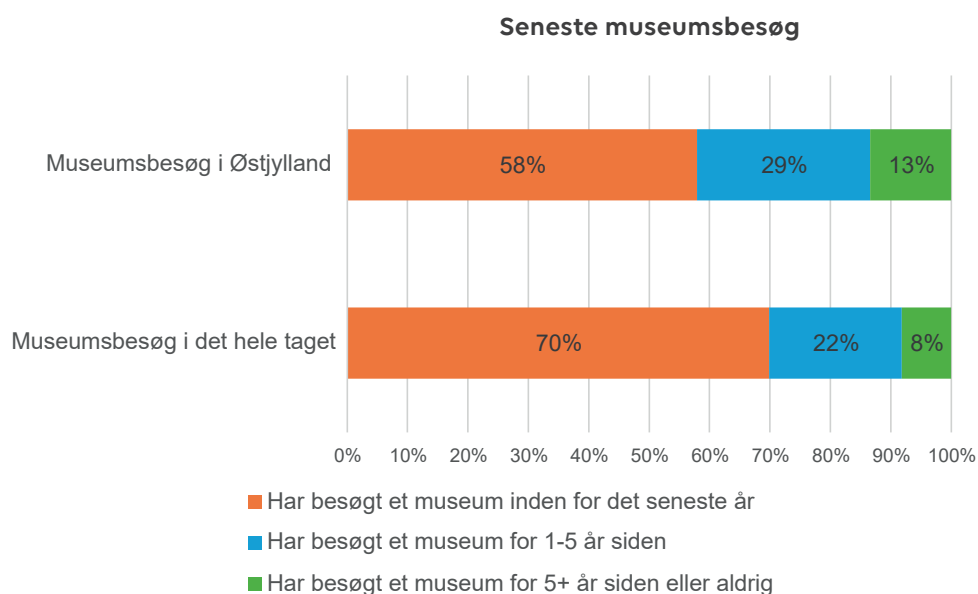
¹⁰ I lighed med de undersøgelser, vi gennemgik i kapitlet Eksisterende viden, så kategoriserer vi brugerne i forhold til deres seneste museumsbesøg. En alternativ tilgang ville være at spørge til, hvor tit respondenterne besøger et museum. Det ville vanskeliggøre en diskussion af sammenligningen mellem vores og de andre undersøgelseres resultater, hvis vi valgte

en anden opgørelsesmetode. Herudover vurderer vi det som metodisk udfordrende at spørge til generel frekvens, da respondenterne kunne være tilbøjelige til at overrapportere på en socialt ønskelig adfærd, som det kan tænkes at museumsbesøg kan anses for at være for flere.

Vi valgte, at den ene gruppe er respondenterne, der har besøgt et museum inden for det seneste år. Den gruppe blev valgt, da de fleste af de tidligere og ovennævnte undersøgelser har haft denne afgrænsning i gruppen for hyppigste museumsbesøg. Den resterende gruppe af personer, hvor museumsbesøget er mere end 1 år siden sidste museumsbesøg, er inddelt i to grupper, hvor skellet er om det er mere eller mindre end 5 år siden, de angav, at deres sidste museumsbesøg var. En gruppe kun med besøgende mellem 1 og 2 år blev vurderet til at dække over et for lille tidsinterval med en risiko for, at det måske ikke er det rigtige tidspunkt, som blev husket. Derfor blev gruppen med 2-5 år siden sidste besøg slået sammen med den gruppe, også selvom, at det så giver en relativt lille gruppe som den sidste gruppe.

Som betegnelse for de forskellige grupper, valgte vi: "Hyppige brugere", "Mindre hyppige brugere" og "Sjældne brugere". Dem, som har besøgt et museum inden for det sidste år, er "Hyppige brugere". Dem, hvor det er 1-5 år siden sidste besøg, er "Mindre hyppige brugere" og den gruppe, hvor det er mere end fem år siden, har fået betegnelsen "Sjældne brugere". I den gruppe er også de få adspurgte, som har angivet, at de aldrig har besøgt et museum.¹¹ Vi vender tilbage til kategoriseringen, og hvad der kendetegner de forskellige grupper løbende i rapporten.

Kategoriseringen gav denne opdeling af respondenterne, her både opgjort for seneste museum besøg i Østjylland og for seneste museumsbesøg i det hele taget.



Figur 2. Seneste museumsbesøg opdelt i hyppige, mindre hyppige og sjældne museumsbrugere (n= 1031).

I alt 70% er hyppige museumsbrugere, der har været på et museum inden for det seneste år, mens 22% er mindre hyppige museumsbrugere, der har været på museum for mellem 1 og

5 år siden, mens 8% er sjældne museumsbrugere, der enten har været på museum for mere end 5 år siden eller aldrig.¹²

¹¹ Der var kun tre personer (0,3%) som svarede at de hverken havde besøgt et museum i Østjylland, i resten af Danmark eller i udlandet. Disse blev så ikke spurgt om seneste museumsbesøg. En større gruppe på 140 respondenter (14%) kunne ikke huske, hvilket museum de sidst besøgte og blev derfor ikke spurgt om deres vurdering og brug af deres seneste besøg.

¹² Det er denne gruppering der vil blive benyttet i det følgende med mindre andet er angivet. Her skal det bemærkes at den valgte opdeling af grupper betyder den hyppige brugergruppe er på 715 respondenter, den mindre hyppige brugergruppe er på 229 respondenter og den sjældne brugergruppe på 87 respondenter.

Høj andel af museumsbrugere

I forhold til tidligere undersøgelser (Bille 2005, Jessen 2018, Slots- og Kulturstyrelsen 2019, Danmarks Statistik 2021a) viser besvarelserne i denne undersøgelse en større andel, som inden for det seneste år har besøgt et museum. Andelen af respondenter, der havde besøgt et museum i det seneste år, fordeler sig sådan: 1987 (34%) 2016 (44%), 2018 (50%) og 2021 (49%), hvor det i denne undersøgelse er 70%.

Forskellen kan skyldes ændrede vaner, men kan måske også skyldes måden, spørgsmålene bliver stillet på, eller at tallene ikke er valide på grund af frafald af respondenter eller at det var flere "museumsinteresserede", som svarede på spørgeskemaet i vores undersøgelse.

Lad os se på den sidste indvending. Det var i alt et frafald på 16% og som tidligere gennemgået, er det ikke et højt frafald for denne type undersøgelser.¹³ Kunne dette frafald have stor betydning i forhold til validitet omkring tallene for hvornår seneste museumsbesøg var? Blandt de gennemførte besvarelser angav 70%, at de havde besøgt et museum inden for de seneste år. Blandt dem, som ikke fuldførte hele skemaet, men nåede til spørgsmålet om seneste museumsbesøg (5% i alt) svarede 65%, at de havde besøgt et museum inden for det seneste år. Hvis vi ser på alle dem, der var hoppet fra spørgeskemaet før det spørgsmål og har den radikale antagelse, at ingen af dem havde besøgt et museum inden for det seneste år, så ville resultatet være, at der i den samlede mængde respondenter (gennemførte og ikke gennemførte) er 61%, som havde besøgt et museum inden for det sidste år. Hvis vi i stedet har den antagelse at disse frafaldne er mere lig de frafaldne, som besvarede spørgsmålet (65%), så er resultatet, at 68% har besøgt et museum inden for det sidste år.¹⁴

Konklusionen må være, at det ikke kan tilskrives frafaldet undervejs, at procentdelen af museumsbesøg er så højt. Primært fordi frafaldet er så lille. Vi vil heller ikke anse det for sandsynligt, at alle frafaldne ville tilhøre en gruppe, der er mindre hyppige eller sjældne museumsbrugere. Og hvis de har haft de samme besøgsvaner som de frafaldne, der nåede at besvare spørgsmålet om museumsbesøg, så ville estimeret være, at 68% har besøgt et museum inden for det seneste år. Kun 1% afvigelse fra det resultat, der er blandt dem, som har besvaret hele spørgeskemaet.

Forklaringen må altså findes et andet sted. Det kunne evt. være, at denne undersøgelse i modsætning til de tidligere har bedt respondenterne om at reflektere mere over, hvor deres sidste museumsbesøg, var henne ved både at spørge om det foregik i det lokale østjyske område, et andet sted i Danmark eller i udlandet. Det er tænkeligt, at det kan have været med til, at respondenterne i højere grad har overvejet, hvor besøget fandt sted, og måske derfor bedre kunne præcisere tidspunktet, end ved et mere generelt spørgsmål om i hvilken tidsperiode sidste museumsbesøg fandt sted.

En anden mulig forklaring kan være, at der er sket en ændring i brugen af museer, og at der er flere, som har besøgt dem. Fra 1987 og til 2021 har flere besøgt museer inden for det seneste år, så denne fremgang kunne måske godt også fortsætte fra 2021 og til i 2023.¹⁵

En tredje forklaring kan være, at der i det østjyske, og særligt i Aarhus bare er et større museumsbrug end generelt i Danmark på grund af nærheden til en række store, populære museer, der kan tiltrække mange brugere.¹⁶

¹³ Vi ved ikke hvad frafaldet er undersøgelserne fra 2016 og 2018, da dette ikke oplyses.

¹⁴ I bilag 2 kan udregningen ses.

¹⁵ Denne forklaring understøttes af Applaus' og Epinions rapport "Borgernes kulturforbrug" som udkom i april 2024 og bygger på 2400 spørgeskema-besvarelser indsamlet i december 2023 og

januar 2024 (Applaus 2024a: 47) 71% af de adspurgte svarede at de havde besøgt et museum inden for det seneste år (Applaus 2024a: 8). "Borgernes kulturforbrug" udkom samtidigt med, at denne rapport skulle afsluttes og dens resultater er derfor grundigere gennemgået i denne publikation.

¹⁶ I 2022 var både ARoS, Den Gamle By og Moesgaard Museum i top ti af danske museer, og sådan har det været i flere år (Danmarks Statistik 2022).

Delkonklusioner

- På baggrund af det indsamlede data inddeler vi museumsbrugere i tre kategorier: **hyppige museumsbrugere, mindre hyppige museumsbrugere og sjældne museumsbrugere**. Denne kategorisering giver os mulighed for at belyse forskelle mellem brugen af og holdninger til museer i de tre kategorier.
- Andelen af befolkningen, der aldrig har besøgt et museum, er så lille, at den i sig selv er relativt uinteressant. I denne undersøgelse er gruppen også blevet sammenlagt med gruppen af brugere hvor det er mere end fem år siden de har været på et museum.
- I forhold til undersøgelser før 2023 er der i denne repræsentative undersøgelse af befolkningen i fem østjyske kommuner en væsentligt højere frekvens i besøg af museer.



ARoS. Foto: Mathilde Bech.

Hvem er de hyppige brugere, de mindre hyppige brugere og de sjældne brugere?

I dette afsnit vil vi se på forskelle mellem dem som ofte og dem som mindre ofte besøger museerne i forhold til parametrene køn, alder, uddannelse og indkomst.

Uddannelse

I forhold til uddannelsesniveau er der forskel mellem de hyppige, mindre hyppige og sjældne museumsbrugere.

Hvad er din senest gennemførte uddannelse?	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Grundskole (0-10. klasse)	6%	5%	5%	14%
Gymnasial uddannelse (f.eks. STX, HHX, HTX)	18%	20%	16%	10%
Erhvervsuddannelse (f.eks. håndværksuddannelse)	19%	15%	25%	35%
Kort videregående uddannelse (under 3 år)	10%	9%	12%	14%
Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)	27%	28%	29%	18%
Lang videregående uddannelse (5 år eller mere)	18%	22%	12%	5%
Andet, notér venligst	1%	1%	0%	1%
Ved ikke/ ønsker ikke at oplyse	1%	0%	0%	2%

Tabel 6. Uddannelse (n= 1031).

De største forskelle er i forhold til lang videregående uddannelse og grunduddannelse.

Der er fire gange så mange hyppige brugere med en lang videregående uddannelse sammenlignet med de sjældne brugere. Omvendt er der i gruppen af respondenter med grundskole som højst gennemførte uddannelse næsten tre gange så mange sjældne brugere som hyppige brugere.

Herudover er der flere hyppige brugere med gymnasial uddannelse, en gruppe, der også inkluderer studerende, mens respondenterne med en erhvervsuddannelse oftere er sjældnere brugere. Forskellene er derimod ikke er så store for personer med korte og mellemlange uddannelser.

Hvis der fokuseres på kategorierne hyppige og mindre hyppige brugere er der ikke stor forskel (under 5%) på uddannelsesniveaet på nær lang videregående uddannelse, hvor der er 10% flere hyppige brugere og erhvervsuddannelser, hvor der er 10% færre hyppige brugere.

Samlet set peger det på, at borgere med en lang videregående uddannelse er hyppigere brugere af museerne, mens borgere med en erhvervsuddannelse er sjældnere brugere, et billede, der bekræfter resultaterne fra andre undersøgelser helt tilbage til de første af Bourdieu og Darbel i 1960'erne (Bourdieu og Darbel 1997).

De største forskelle er i forhold til lang videregående uddannelse og grunduddannelse.

Indkomst og civilstand

Hverken i forhold til indkomst eller civilstand er der de store forskelle mellem de tre grupper.

Hvad er din husstands samlede årlige bruttoindkomst, dvs. før skat?	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Op til 199.999 kr.	6%	15%	5%	14%
200.000 – 399.999 kr.	18%	22%	16%	10%
400.000 – 599.999 kr.	19%	17%	25%	35%
600.000 – 799.999 kr.	10%	11%	12%	14%
800.000 – 999.999 kr.	27%	10%	29%	18%
1 mio. kr. eller over	18%	8%	12%	5%
Ved ikke/ønsker ikke at svare	1%	16%	0%	1%

Tabel 7. Indkomst (n=1031).

Civilstand				
Par uden børn	45%	45%	43%	47%
Børnefamilie	20%	20%	24%	14%
Hjemmeboende	6%	7%	4%	3%
Bor med venner	5%	6%	4%	1%
Bor alene	24%	22%	25%	35%

Tabel 8. Civilstand (n=1010).

I forhold til husstandsindkomst er forskellene små, både ved respondenterne med de høje indkomster og dem med de lave indkomster. Den største forskel synes at være i gruppen med 400.000 – 599.999 kr. som den samlede årlige bruttoindkomst, hvor der er flere af de sjældne brugere. Vi kan ikke umiddelbart forklare denne forskel.

I forhold til civilstand er der heller ikke store forskelle. Der er små procenttal, men i grup-

perne "Hjemmeboende" og "Bor med venner" er der flere hyppige brugere end sjældne brugere. Det modsatte gør sig gældende for gruppen "Bor alene". I forhold til at museumsbesøg er en social aktivitet, og at ikke-brugerundersøgelsen fra 2018 også viser, at det kan være en barriere ikke at have nogen at følges med, indikerer dette, at det at have nogle at følges med fra egen husstand i sig selv har en betydning for, hvor ofte man kommer på museum (Djupdræt, 2019b: 57f).

Køn og alder

I forhold til køn og alder er der nogle forskelle at spore i forhold til sidste museumsbesøg.

Hvad er dit køn?	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Mand	49%	47%	50%	64%
Kvinde	51%	53%	50%	36%
Andet / Ønsker ikke at oplyse	0%	0%	0%	0%

Tabel 9. Køn (n=1031).

Alder	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
18 – 34	35%	38%	32%	21%
35 – 55	30%	28%	37%	30%
55+	34%	34%	31%	49%

Tabel 10. Alder (n=1031).

Der er ikke store forskelle mellem mænd og kvinder i grupperne af hyppige og mindre hyppige brugere. Der, hvor forskellen er, er ved de sjældne brugere. Her er mændene i overtal (64% i forhold til 36% kvinder).

I forhold til alder er de største forskelle også i gruppen med sjældnere brugere. Der er færrest yngre i den gruppe (21%), og flest der er i den ældste gruppe (49%). Dette resultat er interessant taget i betragtning, at der i meget af den eksisterende forskning har været meget fokus på unge som ikke-brugere (f.eks. Damgaard m.fl. 2012; Kobbernagel, Schrøder, og Drotner 2011; Schmidt og Kapper 2011).

Delkonklusioner

- Uddannelsesniveau betyder noget, men det gælder ikke for alle uddannelser. Der er flere sjældne museumsbrugere i gruppen, som har grundskole som sidste færdiggjorte uddannelse. Gruppen af personer med en lang videregående uddannelse skiller sig ud ved at være gruppen med flere hyppige brugere end både mindre hyppige og sjældne brugere.
- Der er ikke de store forskelle i grupperne for seneste museumsbesøg, når det gælder køn, alder, indkomst og civilstand. Dog er der relativt set ikke så mange unge der er sjældne brugere. Gruppen af sjældne brugere har også en større andel af mænd end kvinder og af personer, som lever alene.

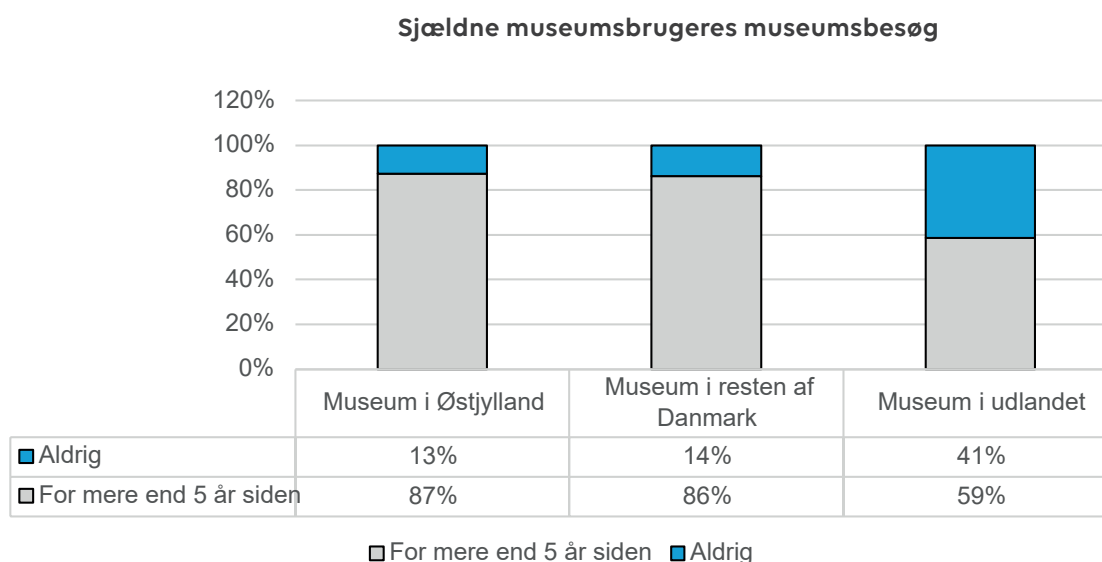
Hvor ligger de museer, som blev besøgt?

Spørgeskemaundersøgelsen gav også indblik i hvilke museer, der blev besøgt. Respondenterne kom fra de seks østjyske kommuner Aarhus, Syddjurs, Favrskov, Skanderborg, Odder og Samsø, og undersøgelsen viste, at de adspurgte i høj grad besøgte museer i lokalområdet.

Som figur 1 viser, havde 59% besøgt et lokalt museum i Østjylland inden for det seneste år, mens 43% havde besøgt museer andre steder i Danmark og 30% havde været på museumsbesøg i udlandet.¹⁷ Kun 2% havde aldrig besøgt et lokalt museum eller et museum et andet sted i Danmark, mens der var 9%, der aldrig havde været på et museum i udlandet.

Det gælder for såvel hyppige brugere, mindre hyppige brugere og sjældne brugere, at besøget først og fremmest har været i lokalområdet.

I det følgende gennemgås grupperne de hyppige, de mindre hyppige og de sjældne brugere i forhold til, hvor deres det sidste besøg var. I forhold til de andre gennemgange har vi her valgt at inkludere en kategori for dem, som aldrig har besøgt et museum. Og derpå se, om det er museer i henholdsvis Østjylland, i resten af Danmark eller i udlandet, de aldrig har besøgt. Selvom mængden i grupper er små, er denne ekstra opdeling valgt, da den viser nogle tydelige tendenser om museumsbesøget finder sted i Danmark eller i udlandet.



Figur 3. Lokation for sjældne museumsbrugeres seneste museumsbesøg (n=87).

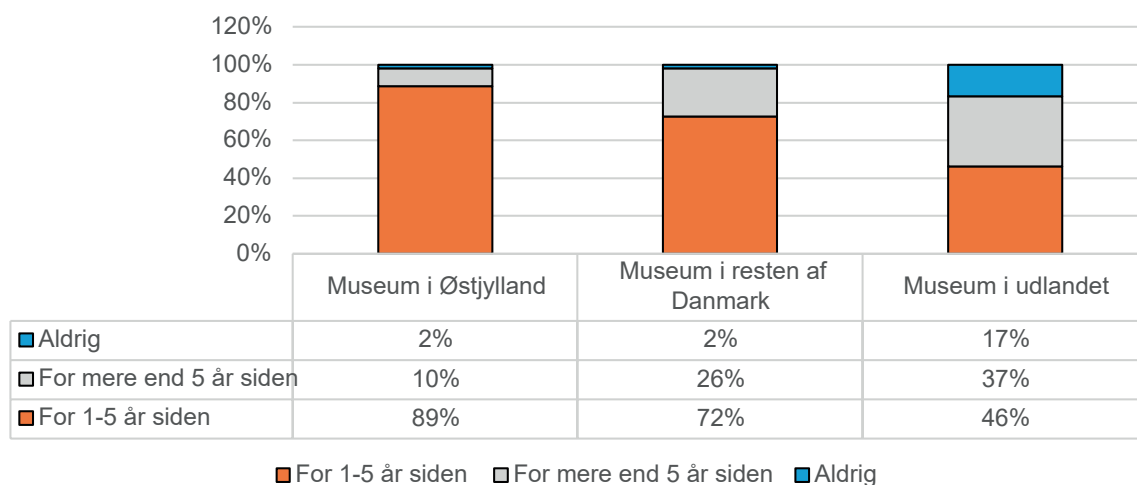
¹⁷ Østjylland var defineret som kommunerne Randers, Horsens, Aarhus, Syddjurs, Favrskov, Skanderborg, Odder og Samsø og måden, respondenterne blev præsenteret for området på, var med kortet i bilag 8.

De sjældne museumsbrugere har primært besøgt et museum i Danmark, hvad enten det er lokalt eller andre steder i landet. Som figur 3 viser, er der i denne gruppe 41%, som aldrig har besøgt et museum i udlandet.

Disse resultater viser, at nationale museer tilsyneladende er dem, som de sjældne bruger benytter mest. I to tidligere undersøgelser om museumsbrug bliver besøg på museer i ferier og på udenlandsophold fremhævet, som noget ikke så hyppige museumsbrugere foretrækker. I Seismonauts undersøgelse fra 2018 er en af deres konklusioner "at ikke-brugere viser, at der generelt er større villighed til at bruge et museum i løbet af en ferie, uanset om den bliver holdt i Danmark eller udlandet."¹⁸ I undersøgelsen fra DREAM om unges museumsbrug har de gruppen "Turisterne" som en af de grupper, der ikke så ofte besøger museer og at deres "museumsbesøg skyldes

udlandsbesøg" (Kobbernagel, Schrøder, og Drotner 2011: 10). I den undersøgelse er en af resultaterne også, at en stor gruppe (33%) af alle de unge respondenter har besøgt et museum i udlandet inden for det sidste halve år (Kobbernagel, Schrøder, og Drotner 2011: 52). Resultaterne er ikke direkte sammenlignelige, men forskellene er alligevel bemærkelsesværdige. Besøg på museum i udlandet er ikke noget som synes at ske mere blandt de mindre hyppige og sjældne brugere. Seismonauts undersøgelser differentierer ikke mellem ferier i Danmark eller udlandet, men det er vel mest sandsynligt at ferien foregår et andet sted i Danmark end der man selv bor, og dermed, at de sjældne brugere i mindre grad opsøger lokale museer. Vores undersøgelse indikerer det modsatte, nemlig at de sjældne museumsbrugere vælger museer enten i lokalområdet eller resten af Danmark i langt højere grad end museer i udlandet.

Mindre hyppige museumsbrugeres museumsbesøg



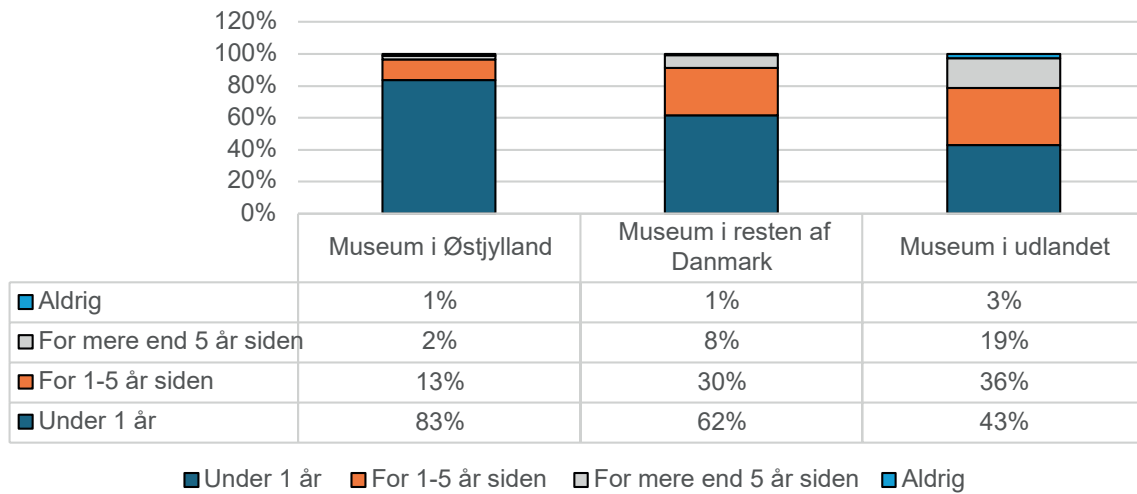
Figur 4. Lokation for mindre hyppige museumsbrugeres museumsbesøg (n=229).

Som det fremgår af figur 4, har gruppen af mindre hyppige brugere inden for de seneste 5 år primært haft deres museumsbesøg lokalt i Østjylland. Og der er 17% i denne gruppe,

som aldrig har besøgt et museum i udlandet, og dette tal skal sammenlignes med, at der kun er 2%, som aldrig har besøgt et lokalt museum, og 2% der aldrig har besøgt et museum et andet sted i Danmark.

¹⁸ I Seismonauts undersøgelse skriver de, at det gælder for kortuddannede ikke-brugere og underbygger det med fire interviews med personer med enten grundskole-, gymnasial- eller erhvervsfaglig uddannelse (Slots- og Kulturstyrelsen, 2019: 38).

Hyppige museumsbrugeres museumsbesøg



Figur 5. Lokation for hyppige museumsbrugeres museumsbesøg (n=715).

Blandt de hyppige brugere ses det i figur 5, at deres seneste museumsbesøg først og fremmest har været på et lokalt museum i det østjyske område. 83% har besøgt et østjysk museum inden for det seneste år, mens det tal er 62% for museer andre steder i Danmark og 43% for udenlandske museer.

De lokale museer er altså de foretrukne både blandt hyppige, mindre hyppige og de sjældne museumsbrugere.

I undersøgelsen blev der også spurgt ind til hvilket konkret museum, det sidste besøg var på, og hvornår det besøg fandt sted. Disse svar bekræfter, at lokale museumsbesøg er de mest udbredte, idet det primært er museer i

Østjylland, som besøges. Især er det ARoS og Moesgaard, som er de sidst besøgte museer.¹⁹

Tablet 11 viser de museer, som mindst 1% havde besøgt, opgjort både blandt alle adspurgte og de tre definerede kategorier (hyppige, mindre hyppige eller sjældne brugere). Langt de fleste af disse museer ligger i Østjylland. I opgørelsen blandt alle adspurgte er der ingen museer uden for Østjylland, som kom over 1%.

Som det ses, er der kun små forskelle mellem de hyppige, mindre hyppige og sjældne brugere. Det skal dog nævnes, at Moesgaard Museum, sammenlignet med de andre to grupper særligt synes at være det sted, de sjældne brugere sidst besøgte.

¹⁹ Her er tidspunktet for besøget givet også afgørende. Indsamlingen først på sommeren betyder, at rejseaktivitet i sommerferien samt eventuelle julebesøg vægter mindre, end de ville gøre ved et andet indsamlingstidspunkt.

Museum	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
ARoS	32%	32%	33%	21%
Den Gamle By	8%	10%	5%	5%
Moesgård Museum	24%	21%	30%	39%
Besættelsesmuseet	1%	1%	0%	0%
Arbejdermuseet	0%	0%	1%	0%
KØN	1%	1%	1%	0%
Nationalmuseet	1%	1%	0%	1%
Museum Jorn	1%	1%	2%	0%
Fængslet i Horsens	1%	1%	1%	2%
Gammel Estrup	2%	2%	4%	0%
Museum Ovaraci	1%	1%	0%	0%
Bork Vikingehavn	0%	0%	1%	0%
Trapholt	1%	1%	1%	0%
HC Andersen Museum	0%	0%	1%	0%
Louisiana	0%	1%	0%	0%
Bornholms Kunstmuseum	0%	0%	1%	2%

Tabel 11. Sidste museum som blev besøgt (n=885, 660, 172, 53).

Museum	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Frøslevlejren	0%	0%	0%	2%
Ny Carlsberg Glyptoteket	0%	1%	0%	0%
Kronborg Slot	1%	0%	1%	0%
Statens Museum for Kunst	0%	1%	0%	0%
Vikingskibsmuseet	0%	0%	1%	0%
Naturhistorisk Museum (Aarhus)	2%	1%	3%	4%
Andre museer	16%	17%	10%	18%
Udenlandske museer	4%	4%	4%	6%

Tabel 11 fortsat. Sidste museum som blev besøgt (n=885, 660, 172, 53).

Delkonklusioner

- Museumsbesøg sker særligt på lokal museer. Det fremgår, både når der generelt spørges til besøg på museer, og når der svares på hvilket museum, det sidste museumsbesøg var på. Og det gælder både for hyppige, mindre hyppige og sjældne museumsbrugere.
- Udenlandske museer bliver mindst besøgt. Der er flere af de mindre hyppige og sjældne museumsbrugere, som aldrig har besøgt et museum i udlandet.

Hvordan bruger de hyppige, de mindre hyppige og de sjældne brugere museer og andre fritidsaktiviteter?

Den følgende del af undersøgelsen sætter fokus på, hvilken brug af museerne de forskellige grupper har. Vi lægger ud med at se museumsbrugen i sammenhæng med andre fritidsaktiviteter: Er de sjældne brugere aktive på andre måder? Herefter ser vi på motivationen for museumsbesøget for de forskellige brugergrupper samt på deres vurdering af og refleksion over det seneste besøg. Sidst i den-

ne del af analysen sætter vi fokus på fravalg af museer samt på et bredere perspektiv på værdien af museer, som rækker ud over den brugsværdi, der er ved at besøge dem.

I denne del af undersøgelsen inddrager vi både data fra spørgeskemaet og interviewene med hyppige, mindre hyppige og sjældne brugere.

Hvilke forskelle er der i de forskellige brugergruppers brug af andre fritidsaktiviteter

I forhold til andre kulturvaner, viser vores undersøgelse, at de hyppige museumsbrugere også er dem, der er mest aktive i forhold til andre fritidsaktiviteter.

Hvornår har du senest...		Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Haft andre kulturelle oplevelser end museer (f.eks. teater, biograf, koncert, foredrag osv.)	Inden for et år	92%	75%	50%
	For 1-5 år siden	11%	6%	20%
	Over 5 år siden	1%	5%	19%
	Aldrig	0%	0%	6%

Tabel 12. Besøg på kulturelle institutioner, attraktioner, ved sportsbegivenheder og i foreningsliv (n=715, 229 og 87).

Hvornår har du senest...		Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
... besøgt andre attraktioner eller udflugtsmål end museer (f.eks. zoologisk have, forlystelsespark osv.)	Inden for et år	71%	53%	40%
	For 1-5 år siden	24%	40%	28%
	Over 5 år siden	5%	7%	29%
	Aldrig	0%	0%	4%
... været tilskuer til sportsbegivenheder (f.eks. en fodboldkamp på stadion)	Inden for et år	71%	53%	40%
	For 1-5 år siden	24%	40%	28%
	Over 5 år siden	5%	7%	29%
	Aldrig	0%	0%	4%
... deltaget i idrætsaktiviteter eller foreningsliv	Inden for et år	58%	47%	30%
	For 1-5 år siden	17%	16%	20%
	Over 5 år siden	19%	24%	30%
	Aldrig	7%	10%	23%

Tabel 12 fortsat. Besøg på kulturelle institutioner, attraktioner, ved sportsbegivenheder og i foreningsliv (n=715, 229 og 87).

Som det måske kunne forventes, er hyppige museumsbrugere også hyppige brugere af andre kulturelle oplevelser som teater, biograf og koncert. Samtidig er det også den gruppe, der hyppigst bruger andre attraktioner, og som oftest er tilskuere til sportsbegivenheder samt de flittigste deltagere i idrætsaktiviteter og foreningsliv. Undersøgelsen viser desuden, at de sjældne museumsbrugere også er den gruppe, hvor det er længst siden, at de deltog

i nogle af de andre aktiviteter inklusiv idrætsaktiviteter eller foreningsliv. På tværs af en række meget forskellige fritidsaktiviteter, der alle er kendetegnet ved, at brugen sker uden for hjemmet, er det tydeligt, at de sjældne museumsbrugere ikke fravælger museerne for at gøre noget andet. Dette mønster flugter med Kulturvaneundersøgelsen fra 2021, hvor den tredje hyppigste grund til fravalg af museer var "Jeg er et hjemmemenneske".

En anden undersøgelse, der beskriver en generel ikke-aktiv gruppe, er segmenteringsværktøjet "Sådan oplever danskerne". Epinion lavede i 2021 dette værktøj for Dansk Industri baseret på 5000 interview med danskere (Epinion, 2021: 6). Her er befolkningen opdelt i seks segmenter uden børn og fem segmenter med børn. Et af uden børn-segmenterne er "Så lidt som mulig" og et af med børn-segmenterne er "Hjemme bedst", der ifølge Epinions undersøgelse udgør henholdsvis 12% og 15% af de to grupper (Epinion 2021: 8f, 81f, 129f). Det, der kendetegner begge segmenter, er, at de helst bliver hjemme og ikke opsøger oplevelser andre steder. Disse to segmenter ser ud fra den-

ne gennemgang af anden fritidsforbrug ud til at svare til vores kategori af sjældne brugere.

Delkonklusioner

- De, der er de flittigste museumsbrugere, er også de hyppigste brugere af en bred vifte af andre kultur- og fritidsaktiviteter uden for hjemmet.
- De, der fravælger museer, tilvælger ikke andre fritidstilbud uden for hjemmet, uanset om det er andre kulturinstitutioner, attraktioner, sportsbegivenheder eller foreningsliv.

Motivation for museumsbesøget

I den nationale brugerundersøgelse spørges der til, hvorfor folk besøger museerne, og her anvendes en segmentering, der er en justeret version af John H. Falks identitetsbaserede motivationstyper, som oprindeligt bestod af typerne Explorer, Facilitator, Experience Seeker, Professional/Hobbyist og Recharger (Falk, 2009: 64).²⁰ Forståelsen af, at der er forskellige motivationer for at komme på museum, er afgørende for, at museerne kan arbejde segmenteret med forskellige muligheder for oplevelser. Falks typografi var skabt ud fra et stort empirisk materiale og fra et udgangspunkt, der kredsedde om forbindelsen mellem forventninger og udkomme af besøget. Grundlaget for hans teorier er et fokus på læring i science centre, museer og zoologiske haver (Falk 2009, 2011: 142f). To andre centrale elementer i Falks model er, at der tages udgangspunkt i, hvad brugere vil, mere end hvad museet vil opnå, og at der i segmentering inddrages det som Falk, kalder personernes lille "i", deres nære relationer og deres handlinger i situationen i stedet for primært at støtte sig til den store "I" identitet som etnicitet og religiøsitet (Falk, 2009: 73f, 243f; 2011: 144f).

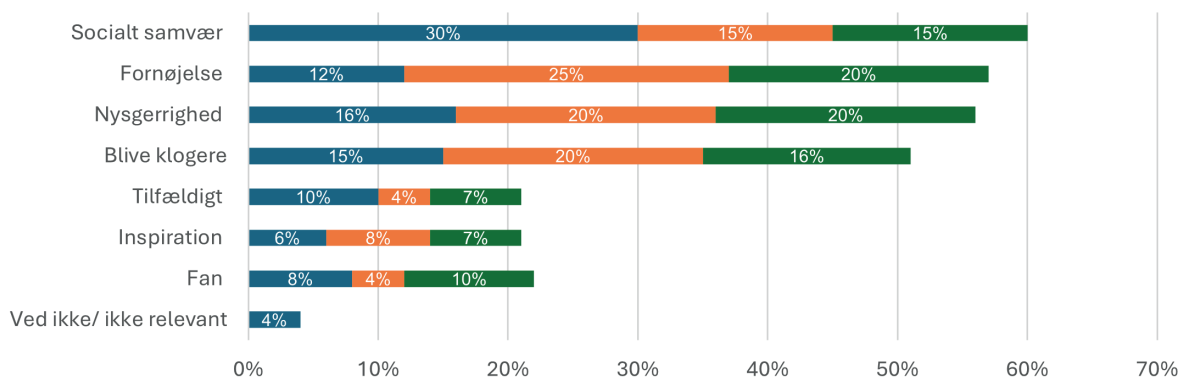
Falks segmentering er blevet kritiseret for ikke at være gennemsigtig nok i sin brug af empiri (Bickford 2010: 247), for ikke at inddrage demografisk data eller kunne bruges på ikke-brugere (Dawson og Jensen 2011: 137) og for ikke at inddrage de konkrete historier og indhold på museet i analysen (Hansen 2016: 17). Falk har argumenteret imod Dawson og Jensens kritik (Falk 2011). Uden at gå ind i den diskussion har vi valgt ikke helt at følge Falks segmentering, fordi vi mener, at Falks model godt kan justeres, således at udgangspunktet er bredere end det læringsorienterede. Vi har derfor valgt at tilføje nogle flere kategorier, som også tænker underholdning og tilfældighed ind som elementer. Det gør vi ved at tage udgangspunkt i den typologi, der blev udviklet som en del af evalueringen af Europæisk kulturhovedstad Aarhus 2017 (Degn og Hansen 2022).

Denne kategorisering er baseret på et omfattende, kvantitativt datasæt indsamlet både blandt den regionale og nationale befolkning samt blandt publikum til en lang række events under Aarhus 2017. I forhold til Falks oprindelige museumsmotivationskategorier rummer

²⁰ Slots- og Kulturstyrelsen opererer med de samme kategorier som Falk: Videbegærlig, Værter, Oplevelsesjæger, Fagligt interesseret og Oplader og så den ekstra kategori Vedhæng (Lundgaard og Jensen 2014: 71).

Aarhus 2017-typerne en bredere tilgang til både oplevelsestyper og motivationstyper. De syv typer i typologien er Socialt samvær, Blive klogere, Nysgerrighed og Inspiration, der berører samme emner som Falks typografier, og derudover Fornøjelse, Tilfældighed og Fan. I en erkendelse af, at der sagtens kan være mere end én motivationstype på spil, valgte vi at justere det oprindelige oplæg i Aarhus 2017-kategorierne ved at spørge til de tre vigtigste grunde til at besøge museet, ligesom vi inkluderede en "Ved ikke/ikke relevant" svarmulighed.

Hvis du tænker på dit seneste museumsbesøg, hvad var så de vigtigste grunde til at du valgte museet?

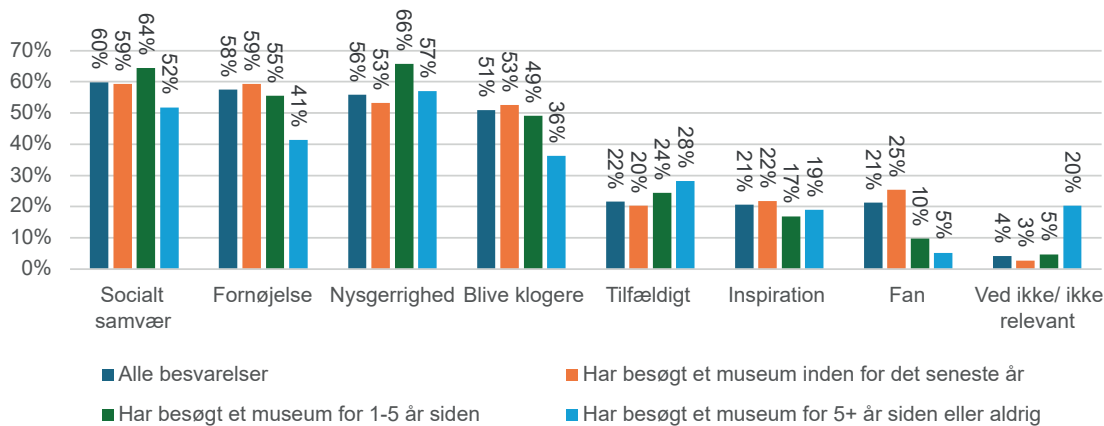


Figur 6. Motivation for besøg med tre svarmuligheder, på nær hvis ved ikke vælges (n=888).

De få "Ved ikke/ikke relevant" svar (4%) indikerer, at de valgte kategorier giver et godt billede af de overordnede motivationstyper. Og valget af typerne giver et klart billede af, at det især er fire af de syv motivationstyper, der er dominerende i forhold til museumsbesøg.

Det er Socialt samvær, Fornøjelse, Nysgerrighed og Blive klogere. Socialt samvær er klart den primære motivation for flest. De tre sidste kategorier Tilfældigt, Fan og Inspiration spiller en rolle for omkring hver femte museumsbruger, men er relativt sjældent den primære grund til at komme på museum.

Hvis du tænker på dit seneste museumsbesøg, hvad var så de vigtigste grunde til besøget?



Figur 7. Motivation for besøg opdelt i sidste museumsbesøg med tre svarmuligheder, på nær hvis ved ikke/ikke relevant vælges (n=888, 662, 173, 53).

I gruppen af hyppige brugere, er der langt flere, der er fan af museet eller en af dagens formidlere. I interviewene finder vi et eksempel på, at også de sjældne brugere kan tiltrækkes, fordi de er fan af en bestemt kunstner:

"Ja, vi fik et virkelig godt indtryk, men vi er også store fans af Edvard Munch. Så bare det at se hans værker udstillet, det var en stor oplevelse." [Anne-Dorthe, havde besøgt ARoS for 5-10 år siden]

Det er også i gruppen af hyppige brugere, der er flest, der søger inspiration og ønsker at blive klogere. Nysgerrighed og socialt samvær er mest dominerende blandt de mindre hyppige brugere, og der er flest i gruppen af sjældne brugere, som tilfældigt var på museet. Selvom forskellene ikke er voldsomt store, så er det værd at bemærke forskellen på motivationen mellem, på den ene side de hyppige og mindre hyppige brugere og på den anden side de sjældne brugere. Der er især forskel, når det gælder kategorierne at Blive klogere og Fornøjelse, hvor der er en relativt mindre procentdel af sjældne brugere. Umiddelbart synes de to kategorier om Fornøjelse (underholdning) og at Blive klogere (viden) jo at være forskellige og kan blive set som hinandens modsæt-

ninger. Ikke desto mindre handler begge kategorier om, hvad museumsoplevelsen tilbyder brugeren, og der tegner sig dermed et billede af, at de sjældne brugere har lavere forventninger både til læringsudbyttet og underholdningsværdien af museet.

Interviewene viser i øvrigt, at modsætningen mellem læring og oplevelse ikke er så skarp fra et brugerperspektiv:

"Jeg tror da forhåbentlig, at alle, der tager ind på et museum, de er der for at blive underholdt. Det er ikke helt noget at tage ind et sted, hvor man sidder og keder sig." [Laura, havde besøgt Den Gamle By nogle uger tidligere]

"Det er begge dele. Det er både at blive underholdt og blive oplyst, tænker jeg. Og få ungerne til at lære noget nyt." [Andreas, havde besøgt Naturhistorisk Museum nogle uger tidligere]

Citaterne viser, at forholdet mellem læring og underholdning er nuanceret. De er måske ikke modsætninger, når oplevelser skal vælges. Museerne kan altså ikke tiltrække nye brugere ved at satse på det ene i stedet for det andet.

Her kunne det være oplagt at lave en grundigere analyse af samspillet mellem det underholdende og den viden, som kunne tænkes at blive opnået.²¹

I forhold til de sjældne brugere er det værd at bemærke, at de to elementer, som scorer højest, er Socialt samvær (52%) og Nysgerrighed (57%), hvor det sidste dækker over et ønske om at finde ud af, hvad det museum er, som andre omtaler. Begge dele har med relationer at gøre snarere end indholdet på museet, og det er altså også disse aspekter, som skal i centrum for indsatser, der skal tiltrække denne brugergruppe. En anden vigtig forskel er, at der er en væsentligt større andel af de sjældne museumsbrugere, der svarer ved ikke/ikke relevant. Det peger på, at deres motivation for at besøge museet enten ikke matcher kategorierne, eller at de ikke har en klar ide om, hvad der motiverede dem til deres sidste museumsbesøg.

Susanne, en af de ikke-hyppige brugere, som blev interviewet, husker, at hendes sidste museumsbesøg var på Moesgaard Museum for ca. tre år siden. Og i det interview kan det sociale samvær og nysgerrigheden godt spores som motivationsfaktorer. Den interviewede fortæller, at hun ikke var så imponeret over de nye udstillinger, men at hun særligt huskede, at hun var inviteret derud af hendes niece, og at det var et godt besøg, fordi niecen kunne vise dem rundt.

"Hun er arkæologistuderende, og så kunne hun jo fortælle lidt mere, tror jeg, end vi normalt lige ville høre. Så jeg tror egentlig måske det var mest det, der gjorde indtryk".

I interviewet nævner hun også et andet museumsbesøg, hun havde haft på ARoS, der var initieret af, at hendes datter i skolen skulle lave en opgave om en kunstinstitution.

"Vi synes simpelthen, det var så spændende, hende [datteren] og mig, fordi det var fuldstændig vanvittigt den der installation. Jeg kan ikke engang huske, hvem det er, der har lavet den. Men vi blev enige om, at det måtte vi simpelthen ind og se. Også fordi, at så var det nok nemmere for hende, hvis hun så det live, at beskrive det, og finde ud af, hvad hun egentlig tænkte om det, når hun så det på stedet. Så det måtte vi bare ind og se, så det gjorde vi."

Senere i interviewet reflekterer Susanne over, at hendes museumsbesøg kan have en social funktion:

"Jeg tror, det er for at være sammen med familie ... for at få en eller anden fællesoplevelse, tænker jeg."

Det sociale er, som det ses både i det sidste citat og i omtalen af niecen, en vigtig grund til museumsbesøget. Fortællingen om skoleopgaven og ARoS viser både et sociale samvær med datteren, men også at en lyst til både at opleve og få mere viden, kan være en bevæggrund, hvis det kan knyttes mere direkte til brugerens eget liv. Både undersøgelsens interviews og spørgeskemaundersøgelse viser vigtigheden af det sociale element og dermed kan empirisk understøtte andre af de citerede undersøgelser, som også har fremhævet vigtigheden af den sociale dimension ved museumsbesøget (f.eks. Dilenschneider 2012; Falk og Dierking 1992; Hood 1983; Yates 2020).

²¹ Forholdet mellem underholdning og viden har også før været et emne, som museets formidling er blevet set ud fra. F.eks. i forskningsprojektet Vores Museum, der udgav et temanummeret i Nordisk Museologi med titlen Museum communication between enlightenment and experience (Christensen og Haldrup 2019).

Delkonklusioner

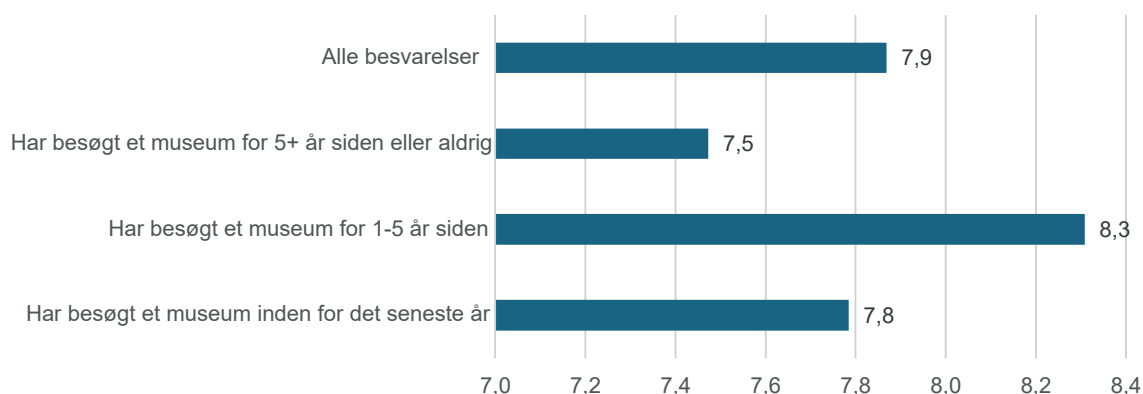
- Socialt samvær er den primære motivationsfaktor for museumsbrugere på tværs af de forskellige brugergrupper, men det at få noget at vide, at blive underholdt og selv at opleve noget man har hørt om, er vigtige grunde til at opsøge museerne.
- For de sjældne brugere synes det underholdende element, og det at få noget at vide ikke at være vigtige grunde, hvilket muligvis skyldes, at det som tilbydes, i deres optik ikke er underholdende eller er viden, som de finder interessant.

Vurdering af den seneste museumsoplevelse

I spørgeskemaundersøgelsen bliver museumsoplevelsen generelt vurderet positivt²²

Og det gælder størstedelen af alle respondenter, uanset hvor længe siden det er, de sidst har besøgt et museum.

Hvordan vurderede du samlet set din oplevelse på [seneste museum] på en skala fra 1-10?



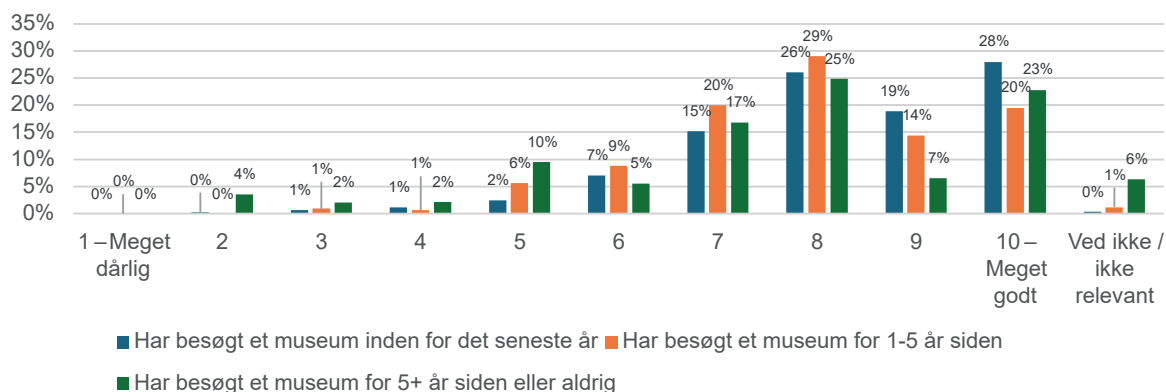
Figur 8. Vurdering af sidste museumsbesøg (n=888, 662, 173, 53).

Respondenterne kunne svare på en skala fra 1 til 10 og som også Ved ikke/ikke relevant. Som det ses i figur 8 er gennemsnittet relativt lig hinanden mellem de tre gruppe hyppige, mindre hyppige og sjældne brugere (fra 7,5 til 8,3 på en skala fra 1-10). Og der var er de mindre hyppige brugere, der vurderer oplevelsen mest

positiv med en score på 8,3. Denne talværdi er dog kun udregnet ud fra de respondenter som angav et tal. I figur 9 ses det, det der var flere i den sjældne brugergruppe, som ikke tog stilling til spørgsmålet og valgte at svare "Ved ikke" (6%).

²² Tallet er dog ikke lige så højt som i Den nationale brugerundersøgelse, som foretages på de danske statsanerkendte og statslige museer. I 2022 var vurderingen af besøg på museerne 8,7 på den samme 1-10 skala (Slots- og kulturstyrelsen, 2023: 11).

Howdan vurderede du samlet set din oplevelse på [seneste besøgte museum] på en skala fra 1-10?



Figur 9. Vurdering af sidste museumsbesøg opdelt i sidste museumsbesøg (n=662, 173, 53).

Når man ser på hvilke vurderinger som gives blandt de forskellige grupper er der en stor procentdel i de hyppige (28%) og blandt de sjældne brugere (23%), der giver den sidste museumsoplevelse topkarakteren 10. Der er en større andel af de sjældne brugere, som har en negativ vurdering af deres sidste museumsbesøg. 18% af disse giver vurderingerne 1-5, mens det gælder 8% af de mindre hyppige brugere og 4% af de hyppige brugere. Det mest bemærkelsesværdige ved resultatet er dog, at der ikke er markante forskelle i gennemsnitsvurderingen mellem de tre grupper af museumsbrugere. Det ser altså ikke ud til, at vurderingen af den sidste museumsoplevelse i sig selv er udslagsgivende for, om man kommer på museum igen relativt hurtigt.

I interviewene ses en tendens til at de, der lige har besøgt et museum, generelt er mere vurderende – uanset om det er positivt eller negativt. Deres kritik er ofte ret nuanceret og konkret både ift. hvilke elementer, der har bidraget til en god oplevelse, og de, der har bidraget til en dårlig. Et eksempel fra Naturhistorisk Museum:

“Jamen, det var vi sådan set godt tilfredse med. Altså der var noget, der var godt, og noget der var mindre godt, synes jeg. Generelt set synes jeg, det var en dejlig oplevelse. Det fordelte sig en lille smule, forstået på den måde, at jeg synes, den nederste udstilling, I

har fra istid til nutid, den synes jeg, var fremragende. Så kunne jeg også godt lide jeres anden sal, hvor man faktisk får en på opleveren med alle de dyr, der er udstoppede, skeletterne og det der. Det, synes jeg, var spændende.” [Andreas, der havde besøgt museet nogle uger tidligere]

Her omtales de forskellige dele af udstillingen på en måde, der også giver museet information om, hvilke udstillingsformater denne bruger værdsætter. Omvendt er denne interviewperson, Susanne, der har besøgt Moesgaard for ca. tre år siden, meget generel i sin negative vurdering:

“Sådan tænkte jeg lidt, altså jeg blev måske lidt skuffet. Hvis vi ser bort fra den viden, vi fik, vi ikke normalt ville få, så tror jeg, jeg blev lidt skuffet. Og det er jeg egentlig lidt ked af at sige, men det blev jeg faktisk.”

En anden af de sjældne brugere, Steffan, husker hans besøg i Koldinghus for en del år siden. Han kunne ikke præcis huske indholdet i udstillingerne, men mere stemning, og at han var sammen med familien den dag.

“Det var ikke engang for at komme ind og se noget historisk eller noget. Det var med familien, hvor vi egentlig ville op for at se udsigten ... Så det blev mere lige sådan en hyggelig tur med at se en udsigt, og der var godt vejr.”

Den form for mere overordnet vurdering, der ikke fokuserer på museumsindholdet, men på det sociale og den overordnede oplevelse svarer godt til, at vi så, at de sjældne brugere er mere motiverede af det sociale end af det indholdsmæssige i museumsbesøget.

Delkonklusioner

- Hverken spørgeskemaet eller interviewene peger på en entydig sammenhæng mellem den generelle vurdering af sidste museums-

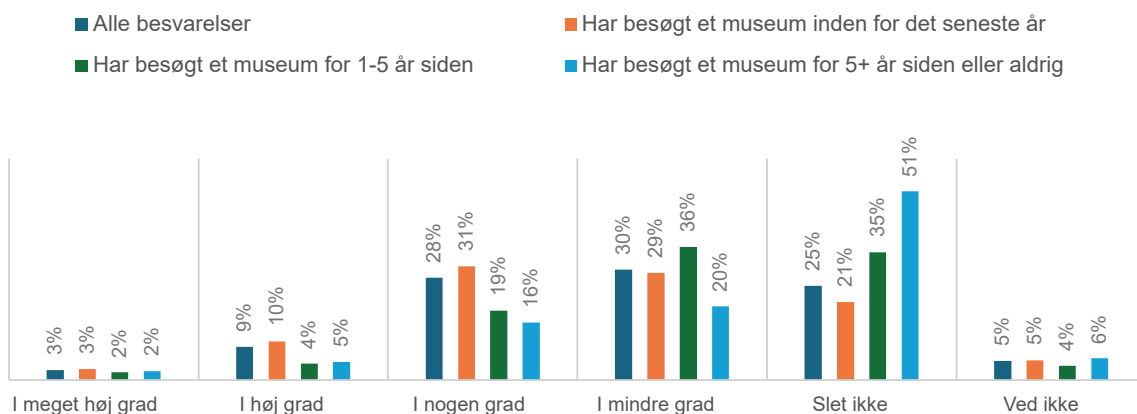
besøg, og hvor hyppigt brugerne kommer på museum, så det må være andre aspekter, der er afgørende herfor.

- Dog er der en større mængde af de sjældne brugere, der har en negativ vurdering af den seneste museumsoplevelse.
- De hyppige brugere er mere detaljerede i både deres kritik og ros af indholdet og besøget, hvor det mere er det sociale, som erindres hos de sjældne brugere.

Refleksioner over museumsbesøget

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at museumsbesøget ikke nødvendigvis fik brugerne til at tænke over, hvem de selv er. Blandt alle respondenterne var der 11% svarer, at det skete i meget høj eller høj grad og 30% som svarer, at det kun skete i mindre grad.

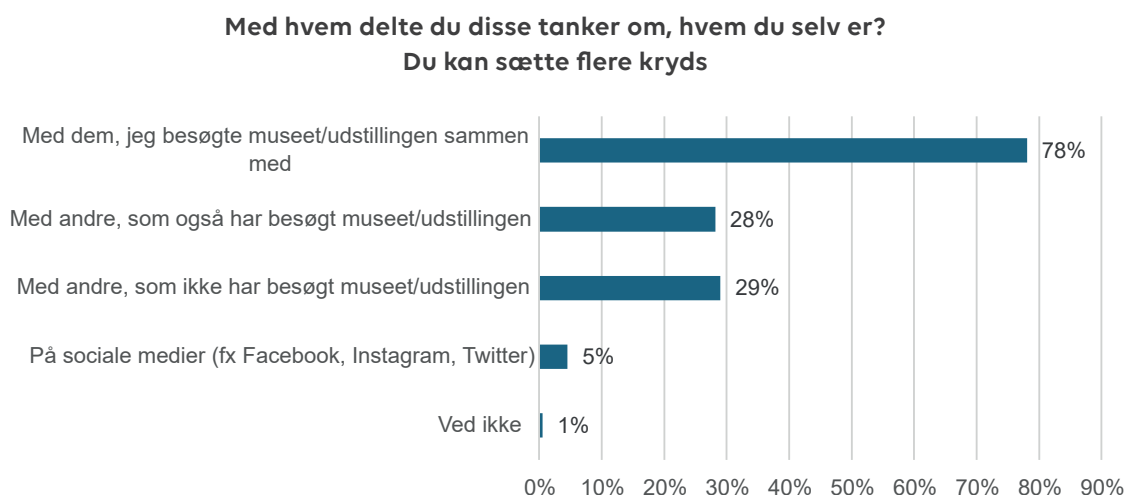
I hvilken grad fik dit sidste museumsbesøg dig til at tænke mere over, hvem du selv er?



Figur 10. Refleksion over hvem man selv er opdelt efter sidste museumsbesøg (n=888, 662, 173, 52).

Af de brugere, der efterfølgende reflekterede over, hvem de selv er, var det 32%, der delte disse refleksioner med andre. De blev især delt med dem, brugeren besøgte museet sammen

med, men i nogen grad også med andre, hvad enten de havde besøgt museet/udstillingen eller ej.



Figur 11. Med hvem besøget blev delt med, tanker om en selv (n=192).

Selvom det blandt alle brugergrupperne er relativt få, der bruger museumsoplevelsen til at tænke over, hvem de selv er, er der alligevel markante forskelle. Jo længere tid siden, respondenterne har været på museum, jo mindre har de reflekteret over, hvem de er. Der er nogen forskel mellem de hyppige og mindre hyppige museumsbrugere, men det er de sjældne museumsbrugere, der skiller sig markant ud, i og med at det er halvdelen i denne gruppe, der slet ikke har tænkt over, hvem de er. En del af forklaringen kunne være, at de ikke kan huske det, men i modsætning til andre svar i undersøgelsen, så er denne gruppe ikke overrepræsenteret i Ved ikke/ikke relevant-kategorien, hvilket kan tolkes som at de godt kan tage stilling til spørgsmålet.

Ser vi på interviewene, så er der mange af disse, der rummer aspekter af at tænke over sit eget liv. Denne form for refleksion finder særligt sted i forbindelse med besøg på KØN og i Den Gamle By.

"Jeg kan da huske at som dreng, der var jeg da også med til at rende op til købmanden og handlede og sådan nogle ting, så der tænker man tilbage på den slags oplevelser. Det er jo ikke fordi, altså vi ved jo, at udviklingen kommer, men altså det man... når man ser Den

Gamle By og de ting der er i Den Gamle By, så er det jo tit, man tænker, hold da op hvor er de gået hurtigt de sidste 20 år." [Peter, havde besøgt Den Gamle By nogle uger tidligere]

"Jeg fik de der minder trukket op fra dengang, jeg var ung. De ting, som pigerne kæmpede med dengang, tidligere i forhold til, hvordan man har det i dag" [Susan, havde besøgt KØN nogle uger tidligere]

For andre er den personlige relevans knyttet til deres faglighed, som det f.eks. gælder i forhold til håndværksmæssig kunnen og interesse, eller for Mette, for hvem oplevelsen af Tollundmanden sætter tanker i gang om aldring, der knytter sig til hendes arbejde med ældre:

"Ja, aldring og sådan noget, det synes jeg, at det er generelt lidt fascinerende, hvor forskelligt vi kan ældes. Og så det her med, at han er så velbevaret, og har hår og det hele." [Mette, har besøgt Museum Silkeborg for 2-5 år siden]

Besøget på Moesgaard Museum giver i højere grad anledning til refleksion over, hvor privilegeret nutidsmennesket er, men refleksionen over det nære opstår i dette eksempel også, fordi brugeren følte en personlig forbindelse til en af museets emner:

“Stenalder, det synes jeg også er meget sjovt, fordi vi kommer fra Sorø, og her er mange stenalderhøje.” [Pia, havde besøgt Moesgaard Museum nogle uger tidligere]

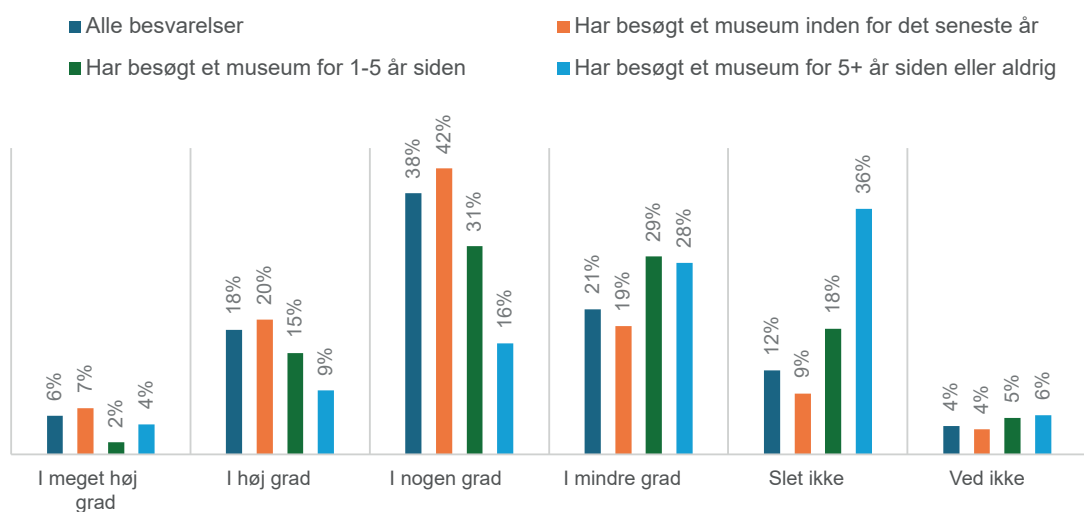
Den samme tilknytning til et sted gengav en besøgende også efter et besøg på ARoS:

“Vi var også lige en tur oppe i regnbuen, fordi det skal man jo. Ikke fordi det er synderligt behageligt, fordi der altid er så varmt deroppe. Men det skal man jo, og det var fint at gå og kigge lidt på byen. Så kunne vi se ned på vores egen lejlighed. Så jeg synes mere det er en følelse af, at man føler sig aarhusiansk, hvis det giver mening.” [Nadia, havde besøg ARoS for 6-12 måneder siden]

I de indsamlede interviews blev der flere gange henvist til museets værker og genstande, primært nogle af museets signaturværker eller markante genstande. Det kunne for dem som havde besøgt ARoS f.eks. være Olafur Eliassons regnbueinstallation på taget og Ron Muecks skulptur Boy. Disse indtryk beskrives ret levende, også når oplevelsen ligger meget langt tilbage i tid. Et eksempel er, at flere af de interviewede beskriver samme værk af den kinesiske kunstner Xu Bing udstillet tilbage i 2015-16. Men ellers er det stemningen, og dem man var sammen med, der erindres tydeligst.

Et andet aspekt af brugernes refleksioner, der blev spurgt ind til i både spørgeskemaet og interviewene, var, hvorvidt de besøgende har brugt besøget til at tænke mere over samfundet og verden.

I hvilken grad fik dit sidste museumsbesøg dig til at tænke mere over samfundet og den verden, du er en del af?

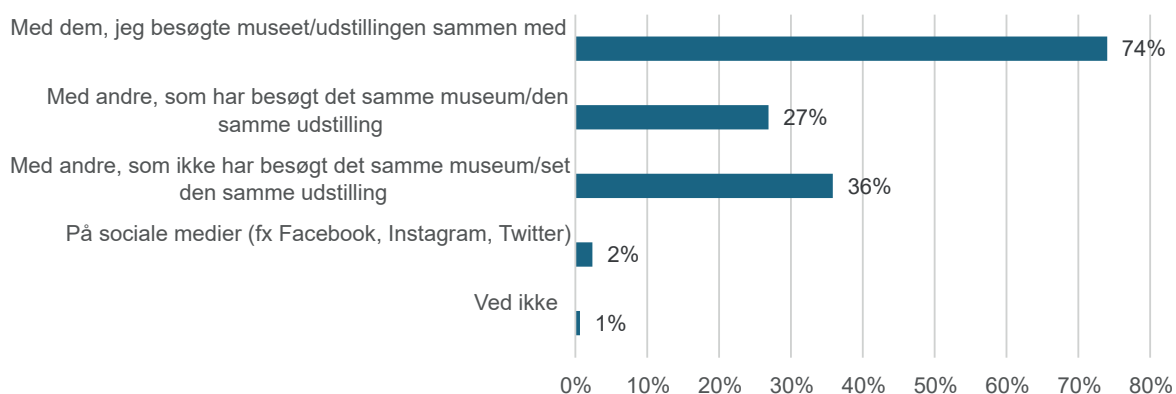


Figur 12. Refleksion over samfundet opdelt i sidste museumsbesøg (n=888, 662, 173, 52).

Også her viser spørgeskemaundersøgelsen, at dette ikke fylder meget for brugerne. Blandt alle respondenterne var det 24%, som havde gjort det i meget høj eller i høj grad, men kun 21% som havde har gjort det i mindre grad. Det viser dog, at det er en type refleksion som hyppigere finder sted end refleksioner om den

besøgende selv. Og når refleksionen omhandler udviklingen i samfundet, var der også flere, nemlig 43%, der har talt med andre om disse tanker. Der var det særligt de hyppige brugere, som tilkendegav, at de havde delt deres oplevelse og refleksioner.

**Med hvem har du delt disse tanker om samfundet og den verden, du er en del af?
Du kan sætte flere krydser**



Figur 13. Med hvem besøget blev delt med, tanker om samfundet (n=192).

Tankerne blev primært delt med dem, som museet blev besøgt sammen med (78%). De blev også delt med personer, som respondenterne ikke havde besøgt museet/udstillingen med (29%), men ikke særligt ofte gennem sociale medier (5%).

Også her ser vi, at refleksionerne primært sker hos de hyppige brugere, og at forskellen er stor i forhold til dem, der ikke har været på museum inden for de seneste fem år. 36% af de sjældne brugere har således angivet, at museumsbesøget slet ikke fik dem til at tænke videre over samfundet og den verden, de lever i.

Interviewene giver et indblik i, hvor forskellige den form for refleksioner kan være, og at det både kan afhænge af museumstype og af, hvor længe siden det er, brugeren har besøgt museet. Som i forhold til refleksionerne over, hvem brugerne selv er, nuancerer interviewene spørgeskemaundersøgelsens resultater ved at give et indblik i, hvor forskelligt den form for refleksioner udfolder sig, og at det ikke behøves at handle om store, abstrakte spørgsmål, men sagtens kan være en mere hverdagsagtig eftertanke.

I interviewene ses det, at flere af dem, som har besøgt kulturhistorisk formidlende museer som KØN, Den Gamle By og Moesgaard Museum, reflekterer over det positive ved udviklingen, og herunder det overraskende herved.

Nogle gange også i form af overraskelser omkring, hvordan livet havde været før.

En af de interviewede havde denne refleksion under hendes besøg på KØN.

“Jeg tænkte meget over det, at det er vildt, at kvinder så lang tid er blevet nægtet høje stillinger og generelt at være på arbejdsmarkedet. Jeg tror mere, at det var en lidt choktilstand, mens vi var der.” [Julie, havde besøgt KØN nogle uger tidligere]

Men der er også nogle interviewede, som taler om det tab af viden, der er sket gennem historien:

“Det er jo egentlig lidt imponerende, at selvom vi så er blevet meget klogere og meget mere vidende og lever i et samfund i en rivende udvikling, gad vide om vi kunne overleve, hvis vi blev kastet 10.000 år tilbage, det tror jeg ikke. Det er så meget, der er gået tabt.” [Susanne, der havde besøgt Moesgaard 1-5 år tidligere]

Nogle refleksioner er helt specifikke som denne bruger, der overvejer udviklingen i størrelsen af køkkener.

“Vi tænkte over, hvor meget anderledes det var blevet. Altså, og hvor småt køkkenet var og alt sådan noget. Altså, den dag i dag er alt jo så stort.” [Naja, der havde besøgt Den Gamle By nogle uger tidligere]

Andre refleksioner er mere åbne og abstrakte, som denne fra Naturhistorisk Museums evolutionsudstilling.

"Undervejs satte det da nogle tanker i gang omkring, hvordan hele ens liv ligesom er blevet til den dag i dag trods den forhistorie, man har haft" [Charlotte, der havde besøgt Naturhistorisk Museum nogle uger tidligere]

Eller denne refleksion over, at en særlig værdi ved museerne er, at der i snakken med andre om deres udstillinger kan skabes en refleksion.

"Den vigtigste værdi er nok at skabe nogle eftertanker hos de besøgende. F.eks. det, at jeg går videre hjem til mine forældre og fortæller dem om en udstilling. Det bidrager til, at vi har nogle kulturelle samtaler, som jeg synes, er vigtige for det at være dansker. Men også bare for det at være menneske." [Nadia, have besøgt ARoS for ½ til 1 år siden]

Noget, der går igen, er, at refleksionerne omkring ændringerne i samfundet gerne er koblet sammen med egne erfaringer og holdninger. Et billede af Harry Styles på KØN skabte f.eks. denne refleksion hos Heidi om hendes egne holdninger:

"Altså, det der med køn, der sådan er flydende, det er jo ikke sådan på den måde naturligt for mig, kan man sige. Altså, jeg accepterer det

fuldt ud, men jeg har svært ved nogle gange at få det på plads inde i mit hoved ... da jeg så ham [Harry Styles] ... kommer man jo også til at tænke lidt over, at det er svært nogle gange at forholde sig til personer, fordi man sådan er vant til at putte dem i nogle kasser, og det kan man ikke nødvendigvis mere." [Heidi, havde besøgt KØN nogle uger tidligere]

Interviewene viser også, at refleksionerne både bliver delt med andre, men de kan også være noget, der holdes for en selv. Og refleksionerne også sker i samtalen, der allerede begynder under oplevelsen, hvorfor det også kan være svært med en museumsoplevelse, hvor man ikke har nogle at snakke med, som f.eks. hos denne mor, der var på FÆNGSLET i Horsens med hendes mindre børn:

"Jeg manglede faktisk lidt en at kunne tale med om det, jeg havde oplevet, fordi børnene, det er jo lidt noget andet, de går op i." [Mette, som havde besøgt Silkeborg Museum for 2-5 år siden, og kort inden interviewet også havde besøgt FÆNGSLET]

Generelt peger interviewene på, at der sker forskellige former for refleksion både under og efter museumsbesøget. Det er ikke sikkert, at respondenterne selv ville betegne det som at "have tænkt over hvem du selv er" eller over "samfundet og den verden, du er en del af", som var det, vi havde spurgt til i spørgeskemaet.

Delkonklusioner

- Museerne skaber både refleksion omkring eget liv og ændringer i samfundet, og her bekræfter vores undersøgelse altså den viden om brug af museer, som var undersøgelsens udgangspunkt.
- Der er forskel afhængig af hvornår museumsbesøget fandt sted. Jo længere tid siden og dermed jo sjældnere man har besøgt et museum, jo mindre huskes eventuelle refleksioner i forbindelse med besøget.
- Refleksionen deles primært med dem, man har besøgt museet med, og både når den handler om brugerens eget liv og om ændringer i samfundet tager den ofte udgangspunkt i egne erfaringer og holdninger.

Fravalg af museer

Der er en række grunde til at fravælge at gå på museum, og dette gælder uanset, hvor ofte man kommer der. Vi har i spørgeskemaet spurgt ind til en række forskellige faktoreres betydning for fravalget. De otte faktorerne handlede overordnet om tid, penge, praktik, det sociale, den personlige interesse og om man føler sig velkommen.

Her ser vi en række forskelle mellem de hyppige museumsbrugere og især de sjældne museumsbrugere.

I forhold til transport er der væsentligt flere i gruppen af sjældne brugere, der synes, at det er for besværligt at komme hen til museet (afstand, transport, parkering m.m.).

Men selv i denne gruppe gælder det kun for 11%, at det i høj eller meget høj grad er en grund til at fravælge museumsbesøget. Til gengæld skiller denne gruppe sig ud ved i markant højere grad ikke at vide, om transporten er en barriere. 30% i denne gruppe svarer ved ikke, mens det er 2% af de hyppige brugere og 5% af de mindre hyppige brugere. Denne forskel slår igennem for alle potentielle barrierer: En relativt stor andel af de sjældne brugere ved simpelthen ikke, om barriererne er relevante. Det afspejler også, at der blandt denne gruppe er 51%, der i meget høj eller høj grad er enige i, at museer ikke interesserer dem, og at 39% i meget høj eller høj grad er enige i, at det er for kedeligt at være på museum.

I hvilken grad oplever du at...	Vurdering	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
... det er for besværligt at komme hen til museerne (afstand, transport, parkering mv.)	Slet ikke	35%	36%	35%	29%
	I mindre grad	36%	38%	36%	15%
	I nogen grad	18%	18%	20%	15%
	I høj grad	4%	4%	4%	5%
	I meget høj grad	1%	1%	0%	6%
	Ved ikke	5%	2%	5%	30%
... museer interesserer mig ikke	Slet ikke	32%	38%	19%	8%
	I mindre grad	23%	25%	22%	12%
	I nogen grad	24%	22%	36%	15%
	I høj grad	11%	10%	13%	20%
	I meget høj grad	7%	4%	6%	31%
	Ved ikke	3%	2%	5%	14%
... det er for kedeligt at være på museum	Slet ikke	39%	46%	25%	13%
	I mindre grad	25%	26%	29%	13%
	I nogen grad	20%	17%	28%	20%
	I høj grad	9%	7%	10%	15%
	I meget høj grad	5%	3%	4%	24%
	Ved ikke	3%	1%	3%	15%

Tabel 13. Barriere I (n=1031). Værdier **under 10%**, værdier **mellem 10-30%** og værdier **over 30%**.

Mens de sjældne museumsbrugere således skiller sig ud, er der relativt lille forskel på de hyppige og mindre hyppige museumsbrugere. Resultaterne viser, at det hverken er pris, transport eller information, der gør en forskel i forhold til, om de hyppige og mindre hyppige museumsbrugere kommer på museum. Til gengæld er der en lidt større forskel på de to

grupper, når det gælder faktorerne "interesse", "om museerne er kedelige", "om de føler sig velkomne", og "om de har nogle at følges med". Den største forskel mellem de to grupper er i forhold til tid. Som det ses i *tabel 14* er der 12% af de hyppige brugere, der i meget høj eller høj grad oplever det som en barriere, mens det gælder 23% af de mindre hyppige brugere.

I hvilken grad oplever du at...	Vurdering	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
... jeg mangler nogen at tage på museum sammen med	Slet ikke	39%	42%	31%	32%
	I mindre grad	25%	28%	22%	17%
	I nogen grad	21%	20%	25%	15%
	I høj grad	9%	7%	14%	11%
	I meget høj grad	3%	2%	5%	7%
	Ved ikke	3%	1%	3%	17%
... det er for dyrt at tage på museum	Slet ikke	10%	11%	9%	7%
	I mindre grad	19%	21%	14%	9%
	I nogen grad	35%	37%	38%	9%
	I høj grad	20%	20%	20%	15%
	I meget høj grad	9%	8%	8%	24%
	Ved ikke	7%	2%	11%	36%
... det er for svært at finde tid i kalenderen til et museumsbesøg	Slet ikke	25%	26%	21%	26%
	I mindre grad	27%	29%	28%	15%
	I nogen grad	27%	31%	22%	14%
	I høj grad	12%	10%	17%	12%
	I meget høj grad	4%	2%	6%	10%
	Ved ikke	4%	2%	6%	23%

Tabel 14. Barriere II (n=1031). Værdier **under 10%**, værdier **mellem 10-30%** og værdier **over 30%**.

Dette resultat afspejles fint i interviewene, hvor en af de mindre hyppige brugere, som på grund af barsel er gået fra at være hyppig bruger, i løbet af interviewet tydeligt giver udtryk for, at hun savner museumsbesøgene:

"Altså sådan helt ærligt, så har det faktisk været sådan lidt træls. Eller sådan, altså jeg savner det." [Jeanette, har været på ARoS for 2-5 år siden]

Det sociale aspekt, som er noget af det, især de sjældne brugere beskriver som en værdi ved museet, går også igen som et element, der er afgørende for, at de kommer afsted. Helt konkret siger denne kvindelige mindre hyppige museumsbruger, at hun kommer afsted:

"hvis der er andre, der spørger, om jeg vil med." [Mette, har været på Silkeborg Museum for 2-5 år siden]

Også denne ældre mand afviser tanken om at gå alene på museum:

"når jeg så er på vej hjemmead i bussen, eller i bilen, eller hvordan man nu transporterer sig frem og tilbage, så kan man også stadigvæk sidde og snakke om nogle oplevelser, man har haft der jo ikke. Det kan du ikke så meget, hvis du er alene derinde jo." [Per, havde besøgt Den Gamle By for ½ til 1 år siden]

I spørgeskemaet var der også to andre aspekter, vi spurgte ind til som en mulig barriere, og det var mængden af information, og om man følte sig velkommen.

I hvilken grad oplever du at...	Vurdering	Total	Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
... jeg mangler information om, hvad jeg kan opleve på museerne	Slet ikke	28%	31%	22%	25%
	I mindre grad	31%	33%	33%	18%
	I nogen grad	24%	24%	28%	14%
	I høj grad	9%	8%	9%	10%
	I meget høj grad	2%	1%	1%	8%
	Ved ikke	5%	3%	7%	26%
... jeg føler mig ikke velkommen på museer	Slet ikke	69%	75%	58%	48%
	I mindre grad	18%	17%	24%	11%
	I nogen grad	4%	4%	5%	1%
	I høj grad	3%	2%	5%	8%
	I meget høj grad	1%	1%	1%	6%
	Ved ikke	5%	2%	7%	26%

Tabel 15. Barriere III (n=1031). Værdier **under 10%**, værdier **mellem 10-30%** og værdier **over 30%**.

I forhold til information om hvad man kan opleve på museet, er der en stor del af alle tre grupper som synes at de er velinformerede. Henholdsvis 31%, 22% og 25% svarede "slet ikke" i forhold til mangler på information. I den anden ende informationsmængden er der meget få i grupperne hyppige brugere og mindre hyppige brugere, som synes, at de i høj grad eller i meget høj grad mangler information (henholdsvis 3% og 6%), hvor det tal er væsentligt højere hos de sjældne brugere (14%). Det, der er den største forskel mellem grupperne, er, at der er hele 26% af de sjældne brugere, som ikke ved, om de mangler information. En konklusion på dette kunne være, at de ikke har informationen, men heller ikke oplever det som relevant at vide, hvad der sker på museerne.

Museer har i de seneste årtier arbejdet på at være tilgængelige. Både omkring fysisk tilgængelighed, men også i forhold til at de

besøgende skal føle sig velkomne. Som Nina Simon beskriver det i en af sine bøger om inddragelse: At outsidersne, dem som ikke bruger stedet i forvejen, gerne skal blive inviteret ind af insidersne (Simon, 2016: 66ff). Et vigtigt spørgsmål i denne sammenhæng er, om man føler sig velkommen, om man føler sig inviteret indenfor. Resultaterne i denne undersøgelse viser, at folk generelt føler sig velkommen på museer. Til spørgsmålet om brugerne så en barriere ved, at de "føler sig ikke velkommen på museer", svarer en meget høj andel "slet ikke" og det var gældende i alle tre kategorier (75%, 58% og 48%). Der er forskelle mellem de hyppige de mindre hyppige brugere og så de sjældne brugere, hvor de førstnævnte føler sig mere velkomne, men sammenlignet med de andre mulige barrierer, spiller dette ikke en rolle for en særlig stor andel af nogen af brugergrupperne. Også her er der dog en stor andel af de sjældne brugere, som har svaret ved ikke (26%). Det handler sandsynligvis om, at det er et aspekt, de ikke har forholdt sig til.

Delkonklusioner

- Den mest udbredte grund for de sjældne brugere til at fravælge et museumsbesøg er, at museerne ikke synes interessante, efterfulgt af at de vurderer, at det er kedeligt at være på museum.
- På tværs af brugergrupper føler langt de fleste sig velkomne på museer. Det er den mindst valgte barriere af dem, der blev spurgt ind til.
- For de sjældne brugere er der en større grad af uvidenhed om bl.a. en række af de praktiske elementer om museumsbesøget som pris og transport til museet.
- At kunne besøge museet med andre betyder meget, men det er ikke noget, som synes at være en stor barriere i forhold til at fravælge et besøg.



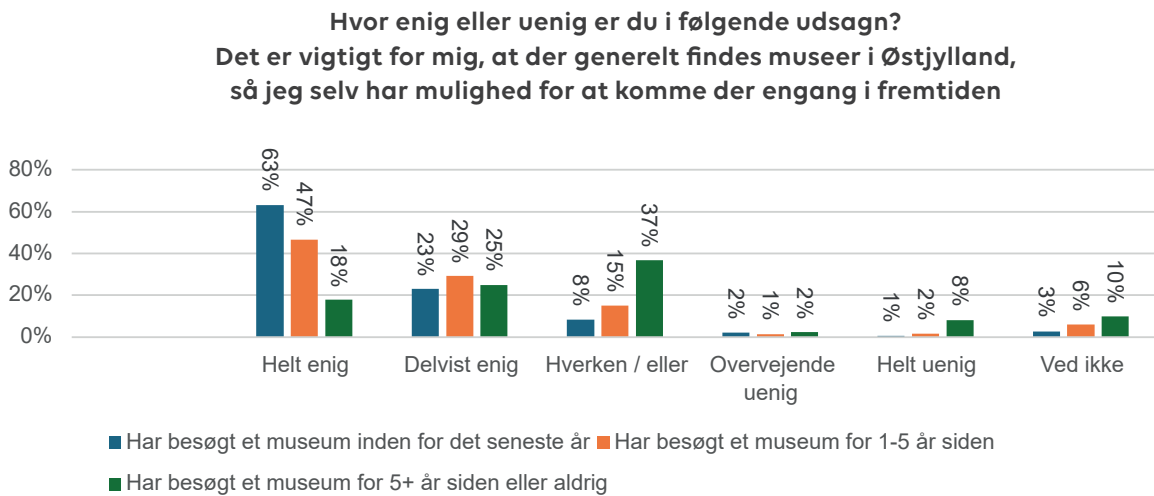
KØN. Foto: Anne Baggesen.

Anden værdi ved museerne end at besøge dem

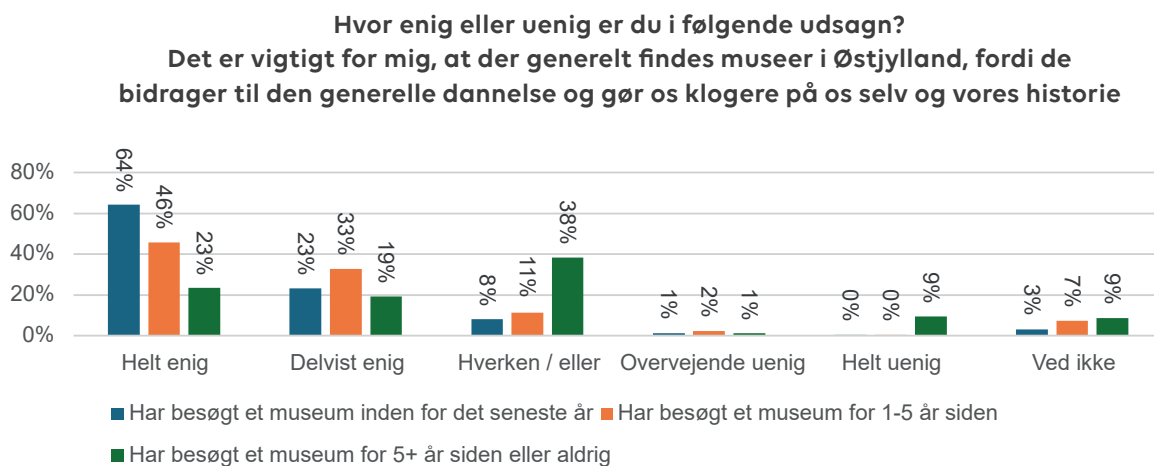
Flere undersøgelser har vist, at museerne ikke kun har værdi for borgerne på grund af borgernes faktiske brug af dem. Befolkningen kan også sætte pris på kulturinstitutioner, selvom de ikke benytter dem.²³ Dette aspekt blev også berørt i spørgeskemaundersøgelsen, hvor vi fokuserede på henholdsvis værdien af

muligheden for at kunne komme på museum (optionsværdi) og værdien af museernes eksistens (eksistensværdi).

Generelt er der stor opbakning til eksistensen af såvel de konkrete fem museer som af museer i Østjylland generelt.



Figur 14. Østjyske museers optionsværdi (n=1031).



Figur 15. Østjyske museers eksistensværdi (n=1031).

²³ Inden for forskningen er der forskellige retninger i forhold til at forstå den værdi, museer har udover brugsværdien, det vil sige den værdi brugeren tilskriver det at besøge museet. Blandt kulturøkonomer anvendes blandt andet Contingent Valuation Method til økonomisk værdisætning af offentlige goder og ikke-markedsomsatte værdier, som museer forstås

som, i og med, at det er goder, man ikke kan eje. Metoden værdisætter forskellige aspekter af godet, blandt andet optionsværdi: muligheden for at besøge museet på et tidspunkt og eksistensværdi: her at kulturarven bevares og registreres, uanset om nogen bruger den (Bakhshi m.fl. 2015; Bille 2023; Snowball 2008; Throsby 2000).

For Den Gamle Bys vedkommende gælder, at 86% af respondenterne er helt eller delvis enige i, at det er vigtigt, at museet findes, så de selv har mulighed for at besøge det i fremtiden, mens 89% er helt eller delvis enige i, at det er vigtigt, at museet findes, fordi det bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie.

Også for ARoS' vedkommende angiver en høj andel af respondenterne, at det er vigtigt, at de har muligheden for at besøge museet. Det gælder for 74%, der er helt eller delvis enige i dette, mens 69% er helt eller delvis enige i, at museet er vigtigt på grund af dets eksistensværdi.

For Moesgaard Museums vedkommende er 79% helt eller delvis enige i at museet har en optionsværdi. Og som det er tilfældet med Den Gamle By, værdsætter en større andel eksistensværdien. 84% er helt eller delvis enige i, at Moesgaard Museums har en eksistensværdi.

Samme prioritering, men på et lidt lavere niveau, gælder for Naturhistorisk Museum, hvor 66% af respondenterne der er helt eller delvis enige i at museet har en optionsværdi, mens 72% er helt eller delvis enige i, at museet har en eksistensværdi.

Også KØN har en højere eksistensværdi end optionsværdi. Her er det 53% af respondenterne, der helt eller delvis er enige i, at museet har en eksistensværdi, og 43% som helt eller delvis er enige i, at museet har en optionsværdi.

Når det gælder museer i Østjylland generelt, er der stort set lige mange respondenter, der tillægger museerne optionsværdi som eksistensværdi. Andelene på hhv. 81 og 82%, som er helt eller delvis enige i de to udsagn, er lavere end vurderingen af Den Gamle By og Moesgaard Museums eksistensværdi. Det kan dels pege på at de to museer bare scorer højt i forhold til deres eksistensværdi eller at respondenterne har haft lettere ved at forholde sig til et konkret museum, frem for ideen om lokale museer generelt.

Tallene for de individuelle museers options- og eksistensværdier peger på, at kendskab til og mulige tidligere besøg på museerne har

betydning for, hvor mange, der vurderer, at museet har en options- og eksistensværdi. De fem museer i undersøgelsen har meget forskellige besøgstal, hvilket afspejler sig i vurderingen af optionsværdien. De mindre museer har en mindre optionsværdi, fordi der er færre respondenter, der forventer at besøge dem. At eksistensværdien for fire af fem museers vedkommende er højere end optionsværdien, peger på, at borgerne ser en værdi i museet, som rækker ud over den værdi, museerne har eller kunne have for dem individuelt. ARoS, som generelt ligger højt på begge værdier, har interessant nok en anden fordeling mellem de to værdier end de øvrige fire museer, hvilket indikerer, at ARoS som kunstmuseum i mindre grad vurderes til at have en værdi i forhold til dannelse og viden.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at der er ret stor forskel på, hvor stor værdi de forskellige brugergrupper giver museerne. Ikke overraskende gælder det ikke mindst værdien af at have mulighed for at komme på museum. Mens 86% af de hyppige og 76% af de mindre hyppige brugere er helt eller delvis enige i, at det er vigtigt, at der findes museer i Østjylland, så de selv har mulighed for at besøge dem, er det 43% af de sjældne brugere, der mener det. Forskellen er naturlig, men det er alligevel bemærkelsesværdigt, at der blandt dem, der ikke har besøgt et museum i de sidste 5 år, er 18% der er helt enige i, at det er vigtigt, at de har muligheden for at kunne gøre det.

Forskellen mellem de forskellige brugergrupper ses også i forhold til eksistensværdi. 9% af de sjældne brugere kan slet ikke se værdien af museer, men langt størstedelen i den gruppe forholder sig enten positivt eller neutralt, 43% er helt eller delvis enige i, at museerne har en eksistensværdi, og 37% forholder sig neutrale til spørgsmålet. Disse tal er ret forskellige fra de to andre grupper. I svarene fra de hyppige og mindre hyppige brugere er der 0%, som slet ikke ser en eksistensværdi af museerne. Hele 87% af de hyppige brugere er helt eller delvis enige i, at museerne har en eksistensværdi. Dette tal er for de mindre hyppige brugere lidt mindre med 79%. Så selvom der er forskel mellem alle tre grupper, så er den største forskel mellem de sjældne brugere og de to andre grupper.



Foto: Naturhistorisk Museum i Aarhus.

Interviewene giver en indblik i, hvordan respondenterne selv formulerer den mere generelle værdi af museerne. Her svarer de åbent uden at være blevet præsenteret for forskellige kategorier. For nogle handler det om den personlige optionsværdi, som for denne respondent, der er interviewet efter et besøg på Moesgaard: "At der er steder, vi som familie kan besøge, når vi f.eks. ikke kan være så meget ude om vinteren."

Også denne mindre hyppige bruger giver udtryk for, hvad museer betyder for hende selv. Hun skelner i sin egen brug mellem kultur- og kunsthistoriske museer:

"Det er meget hyggeligt. Så det er sådan en... Det er nok bare sådan en anden ting der. Som sådan giver mig en... Det taler til min interesse [de kulturhistoriske museer]. Hvor det andet måske taler mere til sådan en... En eftertanke eller en refleksion [kunstmuseer]." [Jeanette, mindre hyppig bruger som besøgte ARoS 2-5 år tidligere]

Langt de fleste forholder sig til den bredere eksistensværdi, hvor museer både har værdi for dem selv og for samfundet mere generelt. En del af respondenterne sætter ikke bare ord på værdien, men også på hvad det er, museerne gør for at skabe denne værdi. Her er et

eksempel på en respondent, der fremhæver de gode museers evne til at gøre historien nærværende og derigennem skabe en oplevelse, man husker. Med sidste del af udsagnet bliver det, at museerne formår at henvende sig bredt, også tillagt en klar værdi:

"Når et museum formår at sætte nærværende ting i en større kontekst, virker det overvældende, og man glemmer ikke så let oplevelsen og de tanker samt følelser, oplevelsen sætter i gang. Det er vigtigt, at et museum kan rumme alle typer af mennesker og taler til den brede befolkning med sin inkluderende formidling af udstillinger. Nogle er f.eks. helt nede på jorden og laver praktiske, kreative anordninger til fordybelse for børn og voksne og rummer fint familiemedlemmer i alle størrelser." [Beyra, besøgte Moesgaard Museum for ½-1 år siden]

Det nærværende går igen i flere udsagn, ligesom også muligheden for at fordybe sig fremhæves – her i modsætning til filmmediet:

"Jeg tror, at der er noget fordybelse i det at komme ind på et museum. Som man måske ikke får pga. filmens hastighed og tempo og sådan nogle ting der. Der er plads til noget fordybelse og refleksion på et museum, som man ikke nødvendigvis får i en film." [Mathilde, havde besøgt ARoS for ½-1 år siden]

En gruppe, som mange forholder sig eksplicit til, er børnene, hvor det fremhæves, at det er særligt vigtigt, at børn kommer på museum:

"Det er jo også en læring, altså, at komme på museum, synes jeg. Som jeg også synes er vigtig. Og det er vel også derfor... Jeg tænker da, alle skoleklasser er på museum flere gange i deres skoletid. For at lære noget, for at få noget viden, og for at se ting, som ikke eksisterer mere. Altså, for at få noget historie, som regel jo. Og det synes jeg er vigtigt." [Susanne, der havde besøgt Moesgaard 1-5 år tidligere]

Denne vægtning af børns museumsoplevelser spejler, at der også er ret mange af respondenterne, der fremhæver egne museumsoplevelser fra skoletiden. Enkelte husker besøgene som kedelige, men for de fleste er det et positivt minde, som for denne respondent, der blev interviewet efter et besøg i Den Gamle By:

"Jeg var faktisk ikke særlig meget med mine forældre på museer. Det var med skolen. På skoleudflugt. Men så, min svigerfamilie, som jeg var afsted med, de har været rigtig meget på museet. Både da min kæreste var barn med hans forældre, da de blev ældre, altså det er sådan en ting i deres familie. Så ved at jeg er kommet ind i det, så har jeg ligesom også fået øjnene op for værdien, og kan jo så selv huske, hvor sjovt det egentlig var, da jeg gik i skole og var på udflugter" [Naja, havde besøgt Den Gamle By nogle uger tidligere]

At huske besøget som barn eller huske oplevelser med egne børn ses i flere interview. Her er et eksempel i et interview, der både husker tilbage på tidligere besøg med egne børn, og som tillægger museet en optionel værdi i form af, at sådanne besøg vil kunne ske igen. Interviewet er med Lars, der mente, hans sidste museumsbesøg var for 5-10 år siden. Han kunne ikke huske detaljer ved besøget, udover at han var afsted med børnene. Børnene var så flyttet til udlandet i en tid, men flyttede nu til Danmark, og nu så han frem til at vise dem "noget af Danmark" og "så skal vi nok også på et museum eller to."

Delkonklusioner

- Museer tilskrives generet en høj eksistensværdi (at de er der for samfundet) og optionsværdi (at det er muligt senere at besøge dem).
- Både eksistensværdien og optionsværdien vurderes højere af hyppige brugere end af de sjældne brugere, og blandt de sjældne brugere er det optionsværdien, som vurderes lavest.
- De to store kulturhistoriske museer i undersøgelsen (Den Gamle By og Moesgaard Museum) tilskrives en noget større eksistensværdi end de tre andre museer (ARoS, KØN og Naturhistoriske Museum).
- AROS' optionsværdi vurderes højere end deres eksistensværdi. For de fire andre museer Den Gamle By, Moesgaard Museum, KØN og Naturhistorisk Museum er det omvendt.

Opsamling

Museer er populære steder, hvor en meget stor del af befolkningen kommer fra tid til anden, og hvor langt de fleste føler sig velkomne. Det er steder, hvor man gerne vil være sammen med andre. Vi foreslår med udgangspunkt i vores spørgeskemaundersøgelse af den østjyske befolknings museumsvaner, -holdninger og -oplevelser, en opdeling i tre grupper: de hyppige, de mindre hyppige og de sjældne museumsbrugere. De to første grupper er langt de største, og det er også de to grupper, der ligner hinanden mest.

Vi har samlet undersøgelsens hovedkonklusioner under følgende overskrifter:

Museer er populære, og i Østjylland bruges de lokale museer. 70% af de adspurgte har besøgt et museum inden for de seneste år, hvilket er højere end ved nogle af de andre undersøgelser om museumsbrug. Det var særligt lokale museer, som blev besøgt, hvilket kan skyldes, at undersøgelsen tog udgangspunkt i Østjylland, hvor der er flere store, markante og velbesøgte museer. Modsat tidligere undersøgelser,²⁴ der har fremhævet museumsbesøg som en ferieaktivitet i enten ind- eller udland for især de sjældne brugere, peger vores undersøgelse på, at det især er lokale og nationale museer, de sjældne brugere besøger.

Ikke-brugeren er død! Dette studie viser, at meget få ikke bruger museet. Under 1% svarer, at de aldrig har besøgt et museum. Gruppen af dem, der sjældent besøger et museum, ser ikke nødvendigvis sig selv som ikke-brugere. Deres vurdering af sidste museumsbesøg er stort set lige så positiv som de øvrige brugergrupper, og de har en generel positiv holdning til, at der findes museer (eksistensværdi). Det er denne selvforståelse, frem for en kategorisering af gruppen som ikke-brugere, der skal tages udgangspunkt i, hvis museerne ønsker at nå denne gruppe.

Folk føler sig velkomne, men er ikke altid interesserede i eller vidende om museet. Der er intet, som tyder på, at det er et problem for museerne, at folk ikke føler sig velkomne. Det gør de adspurgte. Flere af de sjældne brugere har angivet, at de bare ikke finder museerne så interessante. Dette siger måske ikke så meget i sig selv, men en vigtig pointe er, at deres fravalg mere handler om deres opfattelse af det indhold, der er ("at være interessant"), end om den attitude museerne har ("at føle sig velkommen"). Der er også mange i den gruppe, som sjældent besøger museer, der ikke ved, hvad et besøg koster, eller hvordan man kommer hen til museet. Denne gruppe er altså relativt langt fra at skaffe den information, det kræver selv at tage initiativ til et museumsbesøg.

Relevans og at dele besøget betyder meget. Vurdering af besøget er meget ens, uafhængigt af hvornår sidste museumsbesøg var. Til gengæld er der en større forskel mellem de tre brugergrupper i forhold til, hvor relevant museumsbesøget var i forhold til at få brugerne til at reflektere over deres eget liv og den udvikling, der sker i samfundet. Der er også en forskel i, hvorvidt oplevelserne er delt med andre. Et argument kan være, at når oplevelsen har en særlig betydning for eller en indvirkning på gæsten, så bliver den delt. Men argumentationen kan jo også være omvendt: At fordi man deler oplevelsen, så bliver den over tid gjort til noget særligt. Under alle omstændigheder er den oplevede relevans vigtig at forstå, og her viser vores undersøgelse at det at der er mulige at skabe en kobling mellem der som sker under besøget og til, hvor man bor, hvad man arbejder med eller andet i ens eget liv, er med til at skabe relevans. Netop en forståelse heraf er vigtig også for museernes arbejde med at skabe en bredere interesse for museernes indhold blandt de sjældne brugere.

²⁴ Jessen 2018; Kobbenaegel, Schrøder, og Drotner 2011.

Museer er sociale rum. Uafhængigt af, hvornår sidste museumsbesøg var, så er det at være sammen med andre en stor motivationsfaktor for at besøge museer. Her bekræfter og supplerer vores undersøgelse den eksisterende viden på området.²⁵ Vores undersøgelse viser også, at det sociale vægtes højt i erindringen om besøget, særligt når museet ligger langt tilbage i tiden. Her synes samværet at være det tydeligste minde for den besøgende. Disse brugere husker i mindre grad, hvad museets historier handlede om, mens de i højere grad huskede den sociale situation og dem, som de delte oplevelsen med. Dette gælder ikke mindst de sjældne brugere, der måske ikke selv tager initiativ til museumsbesøget, men gerne vil med på museum, hvis andre inviterer dem med.

Vær opmærksom på de mindre hyppige brugere. Gruppen af mindre hyppige brugere er relativt stor. Hvor de sjældne brugere generelt ikke har mange fritidsaktiviteter uden for hjemmet, så har de mindre hyppige museumsbrugere det i væsentlig højere grad. De vil gerne opleve noget sammen med andre, og de minder på mange måder om de hyppige brugere, men skal bare have et skub for at blive mere hyppige brugere. Mulige måder at give dem dette skub kunne være at se på, hvordan museet bedst muligt kan skabe rammer for et museumsbesøg med fokus på samvær for brugeren og dem, de besøger museer sammen med. Et andet aspekt i vedrørende dette, som museerne også kunne arbejde mere med, er hvordan de bedst muligt formår at skabe oplevelser, som de besøgende oplever som relevante for deres egen historie, så de efterfølgende også får lyst til at dele det, som de oplever, med andre.



Moesgaard Museum. Foto: Maria Amme.

²⁵ Feks. Dilenschneider 2012; Djupdræt 2019a; Falk 2022; Falk og Dierking 1992; Hood 1983; Yates 2020.

Litteraturliste og henvisninger

- Andersen, Carsten.** 2013. "Danske museer tiltrækker flere unge". *Politiken*.
<https://politiken.dk/kultur/kunst/art5442401/Danske-museer-tiltr%C3%A6kker-flere-unge>
(28. januar 2024).
- Applaus.** 2024a. *Borgernes kulturforbrug* : En kortlægning af borgernes motivation og deltagelse i kulturlivet.
<https://applaus.nu/rapporter/borgernes-kulturforbrug/> (22. april 2024).
- Applaus.** 2024b. *Unge i fokus* : En undersøgelse af unges kulturforbrug.
<https://applaus.nu/rapporter/unge-i-fokus/> (22. april 2024).
- Bakhshi, Hasan, Daniel Fujiwara, Ricky Lawton, Susana Mourato og Paul Dolan.** 2015.
Measuring Economic Value in Cultural Institutions A report commissioned by the Arts and Humanities Research Council's Cultural Value Project.
- Bickford, Adam.** 2010. "Identity and the Museum Visitor Experience: BOOKS".
Curator (New York, N.Y.) 53: 247–55. doi:10.1111/j.2151-6952.2010.00024.x.
- Bille, Trine.** 2023. "Museernes økonomiske værdi for den danske befolkning".
Nordisk kulturpolitisk tidsskrift 26(1): 8–25. doi:10.18261/nkt.26.1.2.
- Bille, Trine et al.** 2005. "Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004 - med udviklingslinjer tilbage til 1964." akf forlaget.
- Bourdieu, Pierre og Alain Darbel.** 1997. *The Love of Art : European Art Museums and Their Public.* Paperback ed. Cambridge: Polity Press.
- Burcharth, Louise Egholm.** 2019. "Eliten fylder stadig mest på museerne". *Akademikerbladet*.
<https://dm.dk/akademikerbladet/magasinet/2019/magisterbladet-nr-3-2019/eliten-fylder-stadig-mest-paa-museerne/> (28. januar 2024).
- Christensen, Hans Dam og Michael Haldrup.** 2019. *Nordisk Museologi. 2019 (1). Special Theme: Museum communication between enlightenment and experience.* red. Hans Dam Christensen og Michael Haldrup.
- Damgaard, Camilla Bjerre, Sebastien Bigandt, Helle Jørgensen, Ane Hejlskov Larsen og Vinnie Nørskov.** 2012. *Unge museumsbrug* : En målgruppeundersøgelse af museernes unge brugere og ikke-brugere. red. Thyge Moos og Ida Brændholt Lundgaard. Kulturstyrelsen.
- Danmarks Statistik.** 2012. "KVU1205: Museumsbesøg efter museumstype, alder, køn og hyppighed". <https://www.statistikbanken.dk/KVU1205> (27. januar 2024).
- Danmarks Statistik.** 2021a. "KVUMUS6: Besøg på museum efter besøg, alder og køn".
<https://www.statistikbanken.dk/KVUMUS6> (27. januar 2024).

- Danmarks Statistik.** 2021b. "KVUMUS7: Barrierer for museumsbesøg efter årsag og alder og køn". <https://www.statistikbanken.dk/KVUMUS7> (27. januar 2024).
- Danmarks Statistik.** 2022. "MUS4: Besøg på museets udstilling efter besøgstype, museumskategori og tid". <https://statistikbanken.dk/MUS4> (7. februar 2024).
- Danmarks Statistik.** 2023a. "BY2: Folketal 1. januar efter tid og Kommune". www.statistikbanken.dk/BY2 (28. januar 2024).
- Danmarks Statistik.** 2023b. "FOLK1A: Folketal den 1. i kvartalet efter område, køn, alder og civilstand". <https://statistikbanken.dk/FOLK1a> (4. marts 2024).
- Danmarks Statistik.** 2023c. "HFUDD11: Befolkningens højest fuldførte uddannelse (15-69 år) efter bopælsområde, herkomst, højest fuldførte uddannelse, alder og køn". <https://statistikbanken.dk/HFUDD11> (4. marts 2024).
- Danmarks Statistik.** 2023d. "KVUMUS1: Besøg på museum eller kulturarv (kvartal) efter museumstype og alder og køn". <https://www.statistikbanken.dk/KVUMUS1> (27. januar 2024).
- Dawson, Emily og Eric Jensen.** 2011. "Towards A Contextual Turn in Visitor Studies: Evaluating Visitor Segmentation and Identity-Related Motivations". *Visitor Studies* 14(2): 127–40. doi:10.1080/10645578.2011.608001.
- Debenedetti, Stéphane.** 2003. "Investigating the Role of Companions in the Art Museum Experience". *International journal of arts management* 5(3): 52–63.
- Degn, Hans-Peter og Louise Ejgod Hansen.** 2022. "Developing a Motivation Typology for Cultural Attendance" Antwerpen: International Conference on Cultural Policy Research
- Dilenschneider, Colleen.** 2012. "According to Visitors, THIS is the Best Part About Going to a Museum (Hint: It's Not The Exhibits)". <https://www.colleendilen.com/2012/02/12/according-to-visitors-this-is-the-best-part-about-going-to-a-museum-hint-its-not-the-exhibits/> (13. januar 2024).
- Dilenschneider, Colleen.** 2015. "Data Reveals the Best Thing About Visiting a Cultural Organization". <https://www.colleendilen.com/2015/11/11/data-reveals-the-best-thing-about-visiting-a-cultural-organization-fast-fact-video/> (13. januar 2024).
- Djupdræt, Martin Brandt.** 2011. "Unges mediebrug og brug af museet". <https://martinsmuseumsblog.dk/2011/05/17/unges-mediebrug-og-brug-af-museet/> (17. marts 2024).
- Djupdræt, Martin Brandt.** 2019a. "En god oplevelse er altid noget, som jeg deler med andre". I *Den nationale brugerundersøgelse. Årsrapport 2018, Slots- og Kulturstyrelsen*, 57–59.
- Djupdræt, Martin Brandt.** 2019b. "The importance of atmosphere and spatiality in creating social experiences". *Museologica Brunensia* 8(1): 2–12. doi:10.5817/MuB2019-1-1.
- Epinion.** 2021. *Sådan oplever danskerne. En segmentering af danskerne til aktører, der arbejder med markedet for oplevelser.*

- Falk, John H.** 2009. *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek, Calif: Left Coast Press.
- Falk, John H.** 2011. "Contextualizing Falk's Identity-Related Visitor Motivation Model". *Visitor Studies* 14(2): 141–57. doi:10.1080/10645578.2011.608002.
- Falk, John H.** 2022. *The Value of Museums : Enhancing Societal Well-Being*. Lanham, Md. ; Rowman & Littlefield.
- Falk, John H. og Lynn D. Dierking.** 1992. *The Museum Experience*. Washington, DC: Whalesback Books.
- Falk, John H. og Lynn D. Dierking.** 2000. *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning..* Walnut Creek, CA: AltaMira Press.
- Hansen, Andreas Bonde.** 2016. "Den gode oplevelse : af kulturarv fra vikingetid og middelalder i Midt- og Vestsjælland samt andre steder i Nordeuropa, bind 1". Roskilde: RUC.
- Hood, Marilyn G.** 1983. "Staying away: Why people choose not to visit museums". *Museum news* 61(4): 50–57.
- Jessen, Line Bjerregaard.** 2018. *Hvem er museernes ikke-brugere?*
https://slks.dk/fileadmin/user_upload/0_SLKS/Dokumenter/Museer/Fakta_om_museerne/Statistik_om_museer/Brugerundersogelse/Museernes_ikke-brugere_Line_Bjerregaard_FINAL.pdf (27. januar 2024).
- Kobbernagel, Christian, Kim Christian Schrøder og Kirsten Drotner.** 2011. *Unge medie- og museumsbrug : sammenhænge og perspektiver*. juli 2011. Odense: DREAM. book.
- Kunsten.nu.** 2020. "Stor forskel på, hvem der bruger museerne ". *Kunsten.nu*.
<https://kunsten.nu/journal/stor-forskel-paa-hvem-der-bruger-museerne> (3. juli 2020).
- Lundgaard, Ida Brændholt og Jacob Thorek Jensen.** 2014. *Museer : viden, demokrati, transformation*. 1. oplag. red. Ida Brændholt Lundgaard og Jacob Thorek Jensen. Kbh: Kulturstyrelsen.
- Mark – Billund Kommunes Museer.** *Par uden børn. Sammen om kvalitativ kvalitetssikring af museernes oplevelsestilbud og relevans*. <https://markmuseum.dk/assets/uploads/Rapport-par-uden-b%C3%B8rn.pdf> (5. februar 2024).
- Moos, Thyge, Ida Brændholt Lundgaard og Celia Paltved-Kaznelson.** 2010. *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark - 2009 /*. red. Thyge. Moos, Ida Brændholt Lundgaard og Celia Paltved-Kaznelson. København: Kulturarvsstyrelsen.
- "OFF/BY/FOR ALL"**. <https://www.ofbyforall.org/> (27. januar 2024).
- Schmidt, Leslie Ann og Lise Kapper.** 2011. "Fra Brugerundersøgelse Til Handling – Hvordan Gør Man Brandts Til et Attraktivt Sted for Unge?" *Nordisk museologi* (2): 99–111. doi:10.5617/nm.3131.
- Scott, Carol.** 2006. "Museums: Impact and Value". *Cultural trends* 15(1): 45–75. doi:10.1080/09548960600615947.

Simon, Nina. 2010. *The Participatory Museum*. red. Nina. Simon. Santa Cruz, Calif: Museum.

Simon, Nina. 2016. *The Art of Relevance*. red. Nina. Simon. Santa Cruz, Calif: Museum 2.0.

Simonsen, Celia E., Rune T. Clark, Nanna Dahl og Nanna Holdgaard.

Museumssamtaler. Dialog med unge i 10. klasse. https://www.museumgive.dk/wp-content/uploads/2023/12/Museum_Give_Museumssamtaler-dialog-med-unge_Rapport.pdf (5. februar 2024).

Slots- og Kulturstyrelsen. 2019. *Den nationale brugerundersøgelse for museet. Årsrapport 2018.* https://slks.dk/fileadmin/user_upload/SLKS/Services/Publikationer/Den_nationale_brugerundersoegelse_AArsrapport_2018.pdf (27. januar 2024).

Slots- og Kulturstyrelsen. 2022. "Pulje til kvalitative undersøgelser af underrepræsenterede brugergrupper". <https://slks.dk/omraader/kulturinstitutioner/museer/tilskud-til-museer/pulje-til-kvalitative-undersoegelser-af-underpraesenterede-brugergrupper-paa-de-statslige-og-statsanerkendte-museer> (5. februar 2024).

Slots- og Kulturstyrelsen. 2023. "Den nationale brugerundersøgelse 2022".

Snowball, Jeanette D. 2008. *Measuring the Value of Culture*. 1. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag. book. doi:10.1007/978-3-540-74360-6.

Throsby, David. 2000. *Economics and Culture*. 1. udg. Cambridge: Cambridge University Press. book. doi:10.1017/CBO9781107590106.

Vores Museum. 2021. *Vores museum. Slutrapport.* <https://voresmuseum.dk/wp-content/uploads/2021/11/Vores-Museum-slutrapport-WEB.pdf> (5. februar 2024).

Yates, Mia. 2020. "Ældre Kunst og Nye Brugere: Nye metoder til formidling af Skovgaard Museets samling". Aarhus University. doi:10.7146/aul.412.

Øhrstrøm, Daniel. 2010. "Modne mænd går mere på museum ". Kristeligt Dagblad. <https://www.kristeligt-dagblad.dk/kultur/modne-m%C3%A6nd-g%C3%A5r-mere-p%C3%A5-museum> (28. januar 2024).

Bilag 1

Repræsentativitet i spørgeskemaundersøgelsen

Alder	Populationsfordeling i det udvalgte område	Deltagere i undersøgelsen	Forskel
18-34	32%	32%	0%
35-55	31%	31%	0%
56+	37%	38%	1%
Køn			
Mænd	49%	47%	-2%
Kvinder	51%	53%	2%
Kommune			
Aarhus	67%	65%	-2%
Skanderborg	11%	11%	0%
Favrskov	9%	9%	0%
Syddjurs	8%	9%	0%
Odder	4%	6%	1%
Samsø	1%	1%	0%
Højeste gennemførte uddannelsesniveau			
H10 Grundskole	13%	6%	-7%
H20 Gymnasiale uddannelser	16%	17%	1%
H30 Erhvervsfaglige uddannelser	23%	20%	-3%
H40 Korte videregående uddannelser, KVU	6%	11%	5%
H50 Mellemlange videregående uddannelser, MVU	19%		
H60 Bacheloruddannelser, BACH	4%		
Mellemlange videregående uddannelser (H50 og H60) samlet	23%	28%	5%
H70 Lange videregående uddannelser, LVU	16%		
H80 Ph.d. og forskeruddannelser	2%		
Lange videregående uddannelser (H70 og H80) samlet	18%	18%	0%
H90 Uoplyst mv.	1%	0%	0%

Kilderne til befolkningsdata:

Danmarks Statistik, 2023c, 2023b, 2023a, alle med tal fra 1. kvartal 2023.

Bilag 2

Frafald i spørgeskemaundersøgelsen

Frafald	Antal	Procent
Påbegyndte besvarelser	1265	100%
Afbrudte besvarelser i alt	198	16%
Afbrudte besvarelser der besvarede spørgsmål om seneste museumsbesøg	60	5%
Gennemførte besvarelser	1067	84%

Demografi på afbrudte og gennemførte besvarelser	Afbrudte	Gennemførte	Forskel
18-34 år	41%	32%	-9%
35-55 år	29%	30%	1%
55+ år	29%	37%	8%
Mand	49%	47%	-2%
Kvinde	51%	53%	2%

Hvis vi antager, at ingen af dem, der er faldet fra, har besøgt et museum inden for det sene-

ste år, vil den samlede andel af personer, som har besøgt et museum indenfor et år være 61%.

Sidste museumsbesøg inden for et år i gennemførte og afbrudte besvarelser	Antal respondenter	Antal som besøgte et museum det seneste år	Procent
Gennemførte besvarelser	1067	734	69%
Afbrudte (som er nået til spørgsmålet om seneste museumsbesøg)	60	39	65%
Afbrudte (som ikke er nået til spørgsmålet om seneste museumsbesøg)	138	0	0%
I alt	1265	773	
Total estimeret (773 / 1265)			61%

Bilag 2

Frafald i spørgeskemaundersøgelsen

Hvis andelen blandt de afbrudte som ikke har fået spørgsmålet om sidste museumsbesøg er lig den andel (65%) hos dem, som ikke svarede på alle spørgsmål, men som besvarede spørgs-

målet om sidste museumsbesøg, så bliver den samlede andel af personer, som besøgte et museum indenfor det sidste år på 68%.

Sidste museumsbesøg inden for et år i gennemførte og afbrudte besvarelser	Total	Antal som besøgte et museum det seneste år	Procent
Gennemførte besvarelser	1067	734	69%
Afbrudte (som er nået til spørgsmålet om seneste museumsbesøg)	60	39	65%
Afbrudte (som ikke er nået til spørgsmålet om seneste museumsbesøg)	138	90	65%
I alt	1265	863	
Total estimeret			68%

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Intro, Info]

Tak fordi du vil deltage i denne undersøgelse, som handler om museer i Østjylland. Undersøgelsen er en del af et forskningsprojekt, som er finansieret af Slots- og Kulturstyrelsen, og vi sætter stor pris på dine svar.

Alle svar i undersøgelsen anonymiseres, før vi deler dem med vores kunde, og vi sletter

dine oplysninger senest tre måneder efter, at undersøgelsen er færdig. Hvis du vil vide mere om, hvordan Epinion sikrer dine data og rettigheder, kan du læse på vores hjemmeside <http://insights.epinionglobal.com/privacy-policies>

Tryk på start for at påbegynde din besvarelse.

[Q1, Skal besvares]

Hvad er dit køn?

- (1) Mand
- (2) Kvinde
- (3) Andet / Ønsker ikke at oplyse

I hvilket år er du født?

[Q2, Skal besvares]

Hvad er dit postnummer?

[Q3, Skal besvares]

Hvilken kommune bor du i?

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Info_museumsvaner, Info]

Som det næste vil vi gerne spørge lidt ind til dine museums- og kulturvaner.

[Q4, Skal besvares]

Hvornår har du senest besøgt et museum i henholdsvis Østjylland, resten af Danmark og udlandet?

Hvis du ikke kan huske det præcist, skal du bare give dit bedste bud.

	(_1) Inden for de sidste 3 må- neder	(_2) For 3-6 måne- der siden	(_3) For ½-1 år siden	(_4) For 1-2 år siden	(_5) For 2-5 år siden	(_6) For 5-10 år siden	(_7) For mere end 10 år siden	(_8) Har aldrig besøgt
(_1) Et museum i Østjylland (se kort herunder)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_2) Et museum et andet sted i Danmark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_3) Et museum i udlandet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q5, Skal besvares]

Hvornår har du senest...

	(_1) Inden for de sidste 3 må- neder	(_2) For 3-6 måne- der siden	(_3) For ½-1 år siden	(_4) For 1-2 år siden	(_5) For 2-5 år siden	(_6) For 5-10 år siden	(_7) For mere end 10 år siden	(_8) Har aldrig besøgt
(_1)... haft andre kulturelle oplevelser end museer (f.eks. teater, biograf, koncert, foredrag osv.)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_2) ... besøgt andre attraktioner eller udflugtsmål end museer (f.eks. zoologisk have, forlystelsespark osv.)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_3)... været tilskuer til sportsbegivenheder (f.eks. en fodboldkamp på stadion)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_4) ... deltaget i idrætsaktiviteter eller foreningsliv?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q6, Skal besvares]

Når man overvejer at besøge et museum, kan der være mange forskellige årsager til, at man alligevel ikke vælger at besøge museet.

I hvilken grad oplever du, at...

	(_1) Slet ikke	(_2) I mindre grad	(_3) I nogen grad	(_4) I høj grad	(_5) I meget høj grad	(_6) For mere end 10 år siden	(_7) Ved ikke
(_1) ... det er for besværligt at komme hen til museerne (afstand, transport, parkering mv.)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_2) ... det er for svært at finde tid i kalenderen til et museumsbesøg?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_3) ... jeg mangler information om, hvad jeg kan opleve på museerne?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_4) ... jeg føler mig ikke velkommen på museer?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_5) ... museer interesserer mig ikke?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q6 fortsat, Skal besvares]

Når man overvejer at besøge et museum, kan der være mange forskellige årsager til, at man alligevel ikke vælger at besøge museet.

I hvilken grad oplever du, at...

	(_1) Slet ikke	(_2) I mindre grad	(_3) I nogen grad	(_4) I høj grad	(_5) I meget høj grad	(_6) For mere end 10 år siden	(_7) Ved ikke
(_6) ... det er for dyrt at tage på museum?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_7) ... jeg mangler nogen at tage på museum sammen med?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_8) ... det er for kedeligt at være på museum?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q7, Skal besvares]

Hvad er navnet på det seneste museum, du har besøgt?

Hvis museet ikke er på listen (?), kan du selv skrive navnet på museet. Hvis ?u ikke kan huske det præcist, skal du bare give dit bedste bud.

- (_1) Noter navn på museum
- (_2) Jeg kan ikke huske, hvilket museum, jeg senest har besøgt

[Q8, Skal besvares]

Hvornår besøgte du senest {#Q7_1}?

- (_1) Inden for de sidste 3 måneder
- (_2) For 3-6 måneder siden
- (_3) For ½-1 år siden
- (_4) For 1-2 år siden
- (_5) For 2-5 år siden
- (_6) For 5-10 år siden
- (_7) For mere end 10 år siden

[Info_oplevelse, Info]

I den næste sektion vil vi gerne høre lidt mere om din oplevelse af besøget på {#Q7_1}.

[Q9, Skal besvares]

Hvordan vurderede du samlet set din oplevelse på {#Q7_1} på en skala fra 1 til 10?

- (_1) 1 – Meget dårlig
- (_2) 2
- (_3) 3
- (_4) 4
- (_5) 5
- (_6) 6
- (_7) 7
- (_8) 8
- (_9) 9
- (_10) 10 – Meget godt
- (_11) 11 – Ved ikke / ikke relevant

[Q10, Skal besvares]

I hvilken grad fik dit besøg på {#Q7_1} dig til at tænke mere over, hvem du selv er?

- (_1) I meget høj grad
- (_2) I høj grad
- (_3) I nogen grad
- (_4) I mindre grad
- (_5) Slet ikke
- (_6) Ved ikke

[Q11, Skal besvares]

Har du efter besøget delt disse tanker om, hvem du selv er, med andre?

- (_1) Ja
- (_2) Nej

[Q12, Besvares]

Med hvem delte du disse tanker om, hvem du selv er?

Du kan sætte flere kryds.

- (_1) Med dem, jeg besøgte museet/udstillingen sammen med
- (_2) Med andre, som også har besøgt museet/udstillingen
- (_3) Med andre, som ikke har besøgt museet/udstillingen
- (_4) På sociale medier (fx Facebook, Instagram, Twitter)
- (_5) Ved ikke

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q13, Skal besvares]

I hvilken grad fik dit besøg på {#Q7_1} dig til at tænke mere over samfundet og den verden, du er en del af?

- (1) I meget høj grad
- (2) I høj grad
- (3) I nogen grad
- (4) I mindre grad
- (5) Slet ikke
- (6) Ved ikke

[Q14, Skal besvares]

Har du efter besøget delt disse tanker om samfundet og den verden, du er en del af, med andre?

- (1) Ja
- (2) Nej

[Q15, Besvares]

Med hvem har du delt disse tanker om samfundet og den verden, du er en del af?

- (1) Med dem, jeg besøgte museet/ udstillingen sammen med
- (2) Med andre, som har besøgt det samme museum/den samme udstilling
- (3) Med andre, som ikke har besøgt museet/udstillingen
- (4) På sociale medier (fx Facebook, Instagram, Twitter)
- (6) Ved ikke

[Q16, Skal besvares]

Hvad har du særligt snakket med andre om eller tænkt over i forlængelse af dit besøg på {#Q7_1}?

- (1) Hvad du har snakket om
- (2) Ved ikke

[Q17, Skal besvares]

Hvis du tænker på dit seneste museumsbesøg, hvad var så de vigtigste grunde til, at du valgte at besøge {#Q7_1}?

Markér i alt tre grunde, hvor 1 er den vigtigste grund, 2 er den anden vigtigste, og 3 er den tredje vigtigste grund.

- (1) Tilfældigt - jeg havde ikke noget klart formål med at komme
- (2) Socialt samvær - jeg var der for at være sammen med andre mennesker
- (3) Inspiration - jeg var der for at søge nye impulser
- (4) Blive klogere - jeg var der for at søge viden eller fordybelse
- (5) Fornøjelse - jeg var der for at blive underholdt
- (6) Nysgerrighed - jeg havde hørt det omtalt og ville selv opleve det
- (7) Fan - jeg var der, fordi jeg er fan af museet eller en af dagens formidlere
- (8) Ved ikke

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q18, Skal besvares]

I hvilken grad havde følgende forhold betydning for din beslutning om at besøge {#Q7_1}?

	(_1) Ingen betydning	(_2) I mindre grad	(_3) I nogen grad	(_4) I høj grad	(_5) I meget høj grad	(_6) Ved ikke / ikke relevant
(_1) Museet havde en bestemt særudstilling/arrangement, jeg gerne ville opleve?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_2) Museet har generelt nogle gode udstillinger?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_3) Museet tilbyder en god samlet oplevelse med f.eks. mulighed for at besøge café, butik mv.?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_4) Der er god atmosfære og stemning på museet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Intro_Q19, Info]

I den næste sektion vil vi gerne bede dig om at vurdere nogle udsagn om udvalgte museer

[Q19, Skal besvares]

**Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn:
Det er vigtigt for mig, at {@} findes ...?**

(@ = Den Gamle By, ARoS, Moesgaard Museum, KØN, Naturhistorisk Museum)

	(_1) Helt enig	(_2) Delvist enig	(_3) Hverken / eller	(_4) Delvist uenig	(_5) Helt uenig	(_6) Ved ikke
(_1) ... så jeg selv har mulighed for at besøge museet engang i fremtiden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_2) ... fordi museet bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q19, Skal besvares]

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn:

Det er vigtigt for mig, at der generelt findes museer i Østjylland ...?

	(_1) Helt enig	(_2) Delvist enig	(_3) Hverken / eller	(_4) Delvist uenig	(_5) Helt uenig	(_6) Ved ikke
(_1) ... så jeg selv har mulighed for at komme der engang i fremtiden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(_2) ... fordi de bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Intro_Q21, Info]

Til sidst vil vi gerne vide en smule mere om dig og din baggrund.

[Q21, Skal besvares]

Hvad er din senest gennemførte uddannelse?

- (_1) Grundskole (0-10. klasse)
- (_2) Gymnasial uddannelse (fx STX, HHX, HTX)
- (_3) Erhvervsuddannelse (fx håndværksuddannelse)
- (_4) Kort videregående uddannelse (under 3 år)
- (_5) Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)
- (_6) Lang videregående uddannelse (5 år eller mere)
- (_7) Andet, notér venligst:

- (_8) Ved ikke/ønsker ikke at oplyse

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q22, Skal besvares]

Hvad er din nuværende beskæftigelse?

- (_1) Under uddannelse
- (_2) I beskæftigelse (fuldtid)
- (_3) I beskæftigelse (deltid)
- (_4) Uden beskæftigelse (jobsøgende)
- (_5) Uden for arbejdsmarkedet (hjemmegående, pensionist, førtidspensionist el.lign.)
- (_6) Andet, notér venligst:

- (_7) Ved ikke / ønsker ikke at oplyse:

[Q23, Skal besvares]

Hvad er din husstands samlede årlige bruttoindkomst, dvs. før skat?

Hvis du ikke ved det præcist, skal du bare give dit bedste bud.?

- (_1) Op til 99.999 kr.
- (_2) 100.000 – 199.999 kr.
- (_3) 200.000 – 299.999 kr.
- (_4) 300.000 – 399.999 kr.
- (_5) 400.000 – 499.999 kr.
- (_6) 500.000 – 599.999 kr.
- (_7) 600.000 – 699.999 kr.
- (_8) 700.000 – 799.999 kr.
- (_9) 800.000 – 899.999 kr.
- (_10) 900.000 – 999.999 kr.
- (_11) 1 mio. kr. eller derover
- (_12) Ved ikke/ønsker ikke at svare

[Q24, Skal besvares]

Hvem bor du sammen med?

Du kan sætte flere kryds.

- (_1) Ægtefælle/kæreste
- (_2) Børn under 18 år
- (_3) Børn på 18 år eller derover
- (_4) Forældre
- (_5) Søskende
- (_6) Venner/bofæller
- (_7) Andre
- (_8) Jeg bor alene
- (_9) Ved ikke/ønsker ikke at oplyse

[Q25, Skal besvares]

Hvilken alder har dine hjemmeboende børn under 18 år? *Du kan sætte flere kryds.*

- (_1) 0-2 år
- (_2) 3-5 år
- (_3) 6-12 år
- (_4) 13-15 år
- (_5) 16-17 år
- (_6) Ved ikke / Ønsker ikke at oplyse

Bilag 3

Spørgsmål og tekst i spørgeskemaet

[Q26, Skal besvares]

Vil du være interesseret i at deltage i et opfølgende interview?

Interviewet vil blive gennemført over enten over telefon eller som online videomøde over Teams eller Zoom. Interviewet vil foregå i enten juni, august eller september måned. Alle, der bliver udvalgt til et interview, vil modtage et gavekort eller fribilletter som tak for hjælpen.

Dine kontaktinformationer indhentes fra Norstat-panelet og videregives efter gældende GDPR-regler til kunden, som står for at ringe dig op og invitere dig til interviewet.

- (_1) Ja, I må gerne kontakte mig med henblik på et interview
- (_2) Nej, jeg ønsker ikke at deltage i et interview

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvornår har du senest besøgt et museum i Østjylland?	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	28%	40%	0%	0%
	For 3-6 måneder siden	14%	20%	0%	0%
	For ½-1 år siden	16%	23%	0%	0%
	For 1-2 år siden	15%	9%	41%	0%
	For 2-5 år siden	14%	5%	47%	0%
	For 5-10 år siden	6%	1%	8%	39%
	For mere end 10 år siden	5%	1%	2%	48%
	Har aldrig besøgt	2%	1%	2%	13%
Hvornår har du senest besøgt et museum et andet sted i Danmark?	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	13%	18%	0%	0%
	For 3-6 måneder siden	10%	14%	0%	0%
	For ½-1 år siden	20%	29%	0%	0%
	For 1-2 år siden	18%	17%	27%	0%
	For 2-5 år siden	19%	13%	46%	0%
	For 5-10 år siden	10%	6%	15%	33%
	For mere end 10 år siden	8%	2%	10%	52%
	Har aldrig besøgt	2%	1%	2%	15%
Hvornår har du senest besøgt et museum i udlandet?	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	9%	13%	0%	0%
	For 3-6 måneder siden	5%	8%	0%	0%
	For ½-1 år siden	16%	23%	0%	0%
	For 1-2 år siden	14%	14%	18%	0%
	For 2-5 år siden	22%	22%	30%	0%
	For 5-10 år siden	12%	9%	19%	20%
	For mere end 10 år siden	13%	8%	17%	38%
	Har aldrig besøgt	9%	3%	16%	42%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

	Total	Seneste museumsbesøg			
		Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig	
	1031	715	229	87	
Hvornår har du senest haft andre kulturelle oplevelser end museer (f.eks. teater, biograf, koncert, foredrag osv.)?	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	58%	66%	41%	28%
	For 3-6 måneder siden	16%	15%	18%	11%
	For ½-1 år siden	12%	10%	16%	10%
	For 1-2 år siden	7%	5%	14%	13%
	For 2-5 år siden	4%	2%	6%	13%
	For 5-10 år siden	2%	1%	4%	11%
	For mere end 10 år siden	1%	0%	0%	8%
Har aldrig besøgt	1%	0%	0%	6%	
Hvornår har du senest besøgt andre attraktioner eller udflugtsmål end museer (f.eks. zoologisk have, forlystelsespark osv.)?	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	30%	34%	24%	19%
	For 3-6 måneder siden	12%	13%	10%	3%
	For ½-1 år siden	22%	24%	19%	18%
	For 1-2 år siden	16%	14%	21%	15%
	For 2-5 år siden	12%	10%	19%	13%
	For 5-10 år siden	4%	3%	4%	15%
	For mere end 10 år siden	3%	2%	3%	13%
Har aldrig besøgt	1%	0%	0%	4%	
Hvornår har du senest været tilskuer til sportsbegivenheder (f.eks. en fodboldkamp på stadion)?	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	21%	22%	20%	10%
	For 3-6 måneder siden	6%	7%	5%	1%
	For ½-1 år siden	10%	10%	13%	8%
	For 1-2 år siden	8%	9%	6%	5%
	For 2-5 år siden	14%	13%	14%	16%
	For 5-10 år siden	10%	10%	9%	11%
	For mere end 10 år siden	14%	13%	13%	22%
Har aldrig besøgt	17%	16%	19%	26%	

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvornår har du senest deltaget i idrætsaktiviteter eller foreningsliv?	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	43%	47%	36%	26%
	For 3-6 måneder siden	5%	6%	5%	1%
	For ½-1 år siden	6%	6%	6%	3%
	For 1-2 år siden	7%	8%	6%	6%
	For 2-5 år siden	10%	9%	14%	10%
	For 5-10 år siden	9%	9%	11%	1%
	For mere end 10 år siden	12%	9%	13%	29%
	Har aldrig besøgt	9%	7%	10%	23%
I hvilken grad oplever du, at det er for besværligt at komme hen til museerne (afstand, transport, parkering mv.)?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	35%	36%	35%	29%
	I mindre grad	36%	38%	36%	15%
	I nogen grad	18%	18%	20%	15%
	I høj grad	4%	4%	4%	5%
	I meget høj grad	1%	1%	0%	6%
	Ved ikke	5%	2%	5%	30%
I hvilken grad oplever du, at det er for svært at finde tid i kalenderen til et museumsbesøg?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	25%	26%	21%	26%
	I mindre grad	27%	29%	28%	15%
	I nogen grad	27%	31%	22%	14%
	I høj grad	12%	10%	17%	12%
	I meget høj grad	4%	2%	6%	10%
Ved ikke	4%	2%	6%	23%	
I hvilken grad oplever du, at du mangler information om, hvad jeg kan opleve på museerne?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	28%	31%	22%	25%
	I mindre grad	31%	33%	33%	18%
	I nogen grad	24%	24%	28%	14%
	I høj grad	9%	8%	9%	10%
	I meget høj grad	2%	1%	1%	8%
Ved ikke	5%	3%	7%	26%	

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
I hvilken grad oplever du, at jeg ikke føler mig velkommen på museer?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	69%	75%	58%	48%
	I mindre grad	18%	17%	24%	11%
	I nogen grad	4%	4%	5%	1%
	I høj grad	3%	2%	5%	8%
	I meget høj grad	1%	1%	1%	6%
	Ved ikke	5%	2%	7%	26%
I hvilken grad oplever du, at museer interesserer dig ikke?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	32%	38%	19%	8%
	I mindre grad	23%	25%	22%	12%
	I nogen grad	24%	22%	36%	15%
	I høj grad	11%	10%	13%	20%
	I meget høj grad	7%	4%	6%	31%
	Ved ikke	3%	2%	5%	14%
I hvilken grad oplever du, at det er for dyrt at tage på museum?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	10%	11%	9%	7%
	I mindre grad	19%	21%	14%	9%
	I nogen grad	35%	37%	38%	9%
	I høj grad	20%	20%	20%	15%
	I meget høj grad	9%	8%	8%	24%
	Ved ikke	7%	2%	11%	36%
I hvilken grad oplever du, at jeg mangler nogen at tage på museum sammen med?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	39%	42%	31%	32%
	I mindre grad	25%	28%	22%	17%
	I nogen grad	21%	20%	25%	15%
	I høj grad	9%	7%	14%	11%
	I meget høj grad	3%	2%	5%	7%
	Ved ikke	3%	1%	3%	17%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
I hvilken grad oplever du, at det er for kedeligt at være på museum?	Total	1031	715	229	87
	Slet ikke	39%	46%	25%	13%
	I mindre grad	25%	26%	29%	13%
	I nogen grad	20%	17%	28%	20%
	I høj grad	9%	7%	10%	15%
	I meget høj grad	5%	3%	4%	24%
	Ved ikke	3%	1%	3%	15%
Hvad er navnet på det seneste museum, du har besøgt?	Total	885	660	172	53
	ARoS	32%	32%	33%	21%
	Den Gamle By	8%	10%	5%	5%
	Moesgård	24%	21%	30%	39%
	Besættelsesmuseet	1%	1%	0%	0%
	Amalienborg Museet	0%	0%	0%	0%
	Arbejdermuseet	0%	0%	1%	0%
	KØN	1%	1%	1%	0%
	Nationalmuseet	1%	1%	0%	1%
	Steno	1%	1%	0%	0%
	Arken	0%	0%	0%	0%
	Asger Jorn	1%	1%	2%	0%
	Fængslet i Horsens	1%	1%	1%	2%
	Gammel Estrup	2%	2%	4%	0%
	Museum Ovartaci	1%	1%	0%	0%
	Bork Vikingehavn	0%	0%	1%	0%
	Trapholt	1%	1%	1%	0%
	Tirpitz	0%	0%	0%	0%
	HC Andersen Museum	0%	0%	1%	0%
	Kongernes Jelling	0%	0%	0%	0%
Louisiana	0%	1%	0%	0%	

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvad er navnet på det seneste museum, du har besøgt?	Total	885	660	172	53
	Bornholms Kunstmuseum	0%	0%	1%	2%
	Flugt	0%	0%	0%	0%
	Fregatten Jylland	0%	0%	0%	0%
	Frøslevlejren	0%	0%	0%	2%
	Ny Carlsberg Glyptoteket	0%	1%	0%	0%
	Krigsmuseet	0%	0%	0%	0%
	Kronborg Slot	1%	0%	1%	0%
	Regan Vest	0%	0%	0%	0%
	Statens Museum for Kunst	0%	1%	0%	0%
	Vikingskibsmuseet	0%	0%	1%	0%
	Christiansborg slot	0%	0%	0%	0%
	Naturhistorisk Museum (Aarhus)	2%	1%	3%	4%
	Dansk Jernbane Museum	0%	0%	0%	0%
	Udenlandsk	4%	4%	4%	6%
Andre museer	16%	17%	10%	18%	
Kan ikke huske	0%	0%	0%	0%	
Hvornår besøgte du senest {#Q7_1}?	Total	888	662	173	53
	Inden for de sidste 3 mdr.	40%	53%	3%	0%
	For 3-6 måneder siden	17%	21%	5%	4%
	For ½-1 år siden	19%	20%	20%	2%
	For 1-2 år siden	12%	5%	38%	14%
	For 2-5 år siden	8%	1%	30%	26%
	For 5-10 år siden	3%	0%	3%	36%
For mere end 10 år siden	1%	0%	0%	17%	

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvordan vurderede du samlet set din oplevelse på {#Q7_1} på en skala fra 1 til 10?	Total	888	662	173	53
	1 – Meget dårlig	0%	0%	0%	0%
	2	0%	0%	0%	4%
	3	1%	1%	1%	2%
	4	1%	1%	1%	2%
	5	3%	2%	6%	10%
	6	7%	7%	9%	5%
	7	16%	15%	20%	17%
	8	27%	26%	29%	25%
	9	17%	19%	14%	7%
	10 – Meget godt	26%	28%	20%	23%
	Ved ikke / ikke relevant	1%	0%	1%	6%
I hvilken grad fik dit besøg på {#Q7_1} dig til at tænke mere over, hvem du selv er?	Total	888	662	173	53
	I meget høj grad	3%	3%	2%	2%
	I høj grad	9%	10%	4%	5%
	I nogen grad	28%	31%	19%	16%
	I mindre grad	30%	29%	36%	20%
	Slet ikke	25%	21%	35%	51%
	Ved ikke	5%	5%	4%	6%
Har du efter besøget delt disse tanker om, hvem du selv er, med andre?	Total	610	482	105	23
	Ja	32%	35%	20%	13%
	Nej	68%	65%	80%	87%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Med hvem delte du disse tanker om, hvem du selv er?	Total	192	169	20	3
	Med dem, jeg besøgte museet/udstillingen sammen med	78%	81%	63%	31%
	Med andre, som også har besøgt museet/udstillingen	28%	28%	25%	69%
	Med andre, som ikke har besøgt museet/udstillingen	29%	30%	28%	0%
	På sociale medier (fx Facebook, Instagram, Twitter)	5%	4%	10%	0%
	Ved ikke	1%	0%	5%	0%
I hvilken grad fik dit besøg på {#Q7_1} dig til at tænke mere over samfundet og den verden, du er en del af?	Total	888	662	173	53
	I meget høj grad	3%	3%	2%	2%
	I høj grad	9%	10%	4%	5%
	I nogen grad	28%	31%	19%	16%
	I mindre grad	30%	29%	36%	20%
	Slet ikke	25%	21%	35%	51%
	Ved ikke	5%	5%	4%	6%
Har du efter besøget delt disse tanker om samfundet og den verden, du er en del af?	Total	738	576	131	31
	Ja	43%	46%	32%	18%
	Nej	57%	54%	68%	82%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Med hvem har du delt disse tanker om samfundet og den verden, du er en del af?	Total	314	268	40	6
	Med dem, jeg besøgte museet/udstillingen sammen med	74%	76%	66%	35%
	Med andre, som har besøgt det samme museet/udstillingen	27%	26%	28%	48%
	Med andre, som ikke har besøgt museet/udstillingen	36%	36%	37%	19%
	På sociale medier (fx Facebook, Instagram, Twitter)	2%	2%	2%	19%
	Ved ikke	1%	0%	0%	18%
Hvis du tænker på dit seneste museumsbesøg, hvad var så de vigtigste grunde til, at du valgte at besøge {#Q7_1}?	Total	888	662	173	53
	Tilfældigt - jeg havde ikke noget klart formål med at komme	22%	20%	24%	28%
	Socialt samvær - jeg var der for at være sammen med andre mennesker	60%	59%	64%	52%
	Inspiration - jeg var der for at søge nye impulser	21%	22%	17%	19%
	Blive klogere - jeg var der for at søge viden eller fordybelse	51%	53%	49%	36%
	Fornøjelse - jeg var der for at blive underholdt	58%	59%	55%	41%

Bilag 4

Besvarelsenerne i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvis du tænker på dit seneste museumsbesøg, hvad var så de vigtigste grunde til, at du valgte at besøge {#Q7_1}?	Total	888	662	173	53
	Nysgerrighed – jeg havde hørt det omtalt og ville selv opleve det	56%	53%	66%	57%
	Fan – jeg var der, fordi jeg er fan af museet eller en af dagens formidlere	21%	25%	10%	5%
	Ved ikke	4%	3%	5%	20%
I hvilken grad havde følgende forhold betydning for din beslutning om at besøge {#Q7_1}? At museet havde en bestemt særudstilling/arrangement, jeg gerne ville opleve	Total	888	662	173	53
	Ingen betydning	19%	19%	19%	17%
	I mindre grad	17%	17%	17%	24%
	I nogen grad	19%	20%	18%	13%
	I høj grad	21%	20%	28%	13%
	I meget høj grad	19%	21%	12%	14%
	Ved ikke / ikke relevant	5%	3%	6%	19%
I hvilken grad havde følgende forhold betydning for din beslutning om at besøge {#Q7_1}? At museet generelt har nogle gode udstillinger	Total	888	662	173	53
	Ingen betydning	7%	5%	8%	15%
	I mindre grad	7%	6%	8%	10%
	I nogen grad	21%	19%	26%	30%
	I høj grad	40%	43%	37%	12%
	I meget høj grad	20%	22%	15%	8%
	Ved ikke / ikke relevant	6%	5%	6%	25%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

	Total	Seneste museumsbesøg			
		Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig	
I hvilken grad havde følgende forhold betydning for din beslutning om at besøge {#Q7_1}? At museet tilbyder en god samlet oplevelse med fx mulighed for at besøge café, butik mv.	Total	888	662	173	53
	Ingen betydning	13%	10%	18%	25%
	I mindre grad	19%	20%	19%	14%
	I nogen grad	25%	27%	22%	16%
	I høj grad	25%	26%	28%	14%
	I meget høj grad	12%	14%	7%	5%
	Ved ikke / ikke relevant	5%	3%	6%	25%
I hvilken grad havde følgende forhold betydning for din beslutning om at besøge {#Q7_1}? At der er god atmosfære og stemning på museet	Total	888	662	173	53
	Ingen betydning	5%	5%	7%	12%
	I mindre grad	3%	3%	5%	6%
	I nogen grad	22%	22%	23%	24%
	I høj grad	41%	43%	39%	25%
	I meget høj grad	23%	25%	21%	10%
	Ved ikke / ikke relevant	4%	3%	5%	21%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at Den Gamle By findes så jeg selv har mulighed for at besøge museet engang i fremtiden	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	63%	69%	53%	35%
	Delvist enig	23%	21%	28%	24%
	Hverken / eller	10%	7%	14%	32%
	Delvist uenig	2%	2%	2%	2%
	Helt uenig	1%	1%	1%	4%
	Ved ikke	1%	1%	2%	4%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at Den Gamle By findes fordi museet bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	68%	74%	61%	38%
	Delvist enig	21%	18%	27%	32%
	Hverken / eller	8%	6%	9%	23%
	Delvist uenig	1%	1%	1%	0%
	Helt uenig	0%	0%	0%	1%
	Ved ikke	1%	1%	1%	5%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at AROS findes så jeg selv har mulighed for at besøge museet engang i fremtiden	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	49%	57%	37%	19%
	Delvist enig	25%	25%	29%	17%
	Hverken / eller	17%	13%	22%	37%
	Delvist uenig	3%	2%	5%	6%
	Helt uenig	3%	2%	3%	13%
	Ved ikke	3%	2%	4%	9%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at AROS findes fordi museet bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	40%	46%	29%	17%
	Delvist enig	29%	31%	29%	14%
	Hverken / eller	20%	16%	26%	36%
	Delvist uenig	4%	3%	7%	5%
	Helt uenig	2%	1%	3%	12%
	Ved ikke	5%	3%	6%	16%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

	Total	Seneste museumsbesøg			
		Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig	
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at Moesgaard Museum findes så jeg selv har mulighed for at besøge museet engang i fremtiden	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	55%	62%	43%	26%
	Delvist enig	24%	22%	31%	20%
	Hverken / eller	13%	10%	18%	28%
	Delvist uenig	2%	2%	2%	5%
	Helt uenig	2%	1%	3%	11%
	Ved ikke	3%	2%	3%	10%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at Moesgaard Museum findes fordi museet bidrager til den generelle dannelse og gør os kloge på os selv og vores historie	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	62%	70%	50%	33%
	Delvist enig	22%	19%	30%	26%
	Hverken / eller	9%	7%	12%	21%
	Delvist uenig	1%	1%	3%	1%
	Helt uenig	1%	0%	0%	7%
	Ved ikke	4%	3%	5%	11%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at Naturhistorisk Museum findes så jeg selv har mulighed for at besøge museet engang i fremtiden	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	38%	42%	31%	17%
	Delvist enig	28%	28%	28%	23%
	Hverken / eller	20%	17%	25%	36%
	Delvist uenig	3%	3%	2%	1%
	Helt uenig	3%	3%	2%	7%
	Ved ikke	8%	7%	12%	16%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

	Total	Seneste museumsbesøg			
		Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig	
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at Natuhistorisk Museum findes fordi museet bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	46%	52%	39%	21%
	Delvist enig	26%	27%	27%	23%
	Hverken / eller	14%	12%	15%	32%
	Delvist uenig	2%	2%	1%	1%
	Helt uenig	2%	1%	1%	6%
	Ved ikke	10%	7%	16%	17%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at KØN (hed tidligere Kvindemuseet) findes så jeg selv har mulighed for at besøge museet engang i fremtiden	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	22%	27%	14%	6%
	Delvist enig	21%	23%	19%	12%
	Hverken / eller	24%	23%	25%	22%
	Delvist uenig	7%	6%	8%	8%
	Helt uenig	13%	11%	13%	26%
	Ved ikke	14%	10%	21%	25%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at KØN (hed tidligere Kvindemuseet) findes fordi museet bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	31%	37%	20%	5%
	Delvist enig	22%	23%	19%	16%
	Hverken / eller	19%	17%	24%	24%
	Delvist uenig	5%	4%	6%	10%
	Helt uenig	7%	6%	7%	15%
	Ved ikke	16%	12%	24%	30%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

	Total	Seneste museumsbesøg			
		Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig	
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at der generelt findes museer i Østjylland ...så jeg selv har mulighed for at komme der en gang i fremtiden	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	56%	63%	47%	18%
	Delvist enig	25%	23%	29%	25%
	Hverken / eller	12%	8%	15%	37%
	Delvist uenig	2%	2%	1%	2%
	Helt uenig	1%	1%	2%	8%
	Ved ikke	4%	3%	6%	10%
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Det er vigtigt for mig, at der generelt findes museer i Østjylland ...fordi de bidrager til den generelle dannelse og gør os klogere på os selv og vores historie	Total	1031	715	229	87
	Helt enig	57%	64%	46%	23%
	Delvist enig	25%	23%	33%	19%
	Hverken / eller	11%	8%	11%	38%
	Delvist uenig	1%	1%	2%	1%
	Helt uenig	1%	0%	0%	9%
	Ved ikke	4%	3%	7%	9%
Hvad er dit køn?	Total	1031	715	229	87
	Mand	49%	47%	50%	64%
	Kvinde	51%	53%	50%	36%
	Andet / Ønsker ikke at oplyse	0%	0%	0%	0%
Alder	Total	1031	715	229	87
	18 - 34	35%	38%	32%	21%
	35-55	30%	28%	37%	30%
	55+	34%	34%	31%	49%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvilken kommune bor du i?	Total	1031	715	229	87
	Syddjurs Kommune	8%	6%	10%	18%
	Favrskov Kommune	9%	8%	9%	16%
	Odder Kommune	4%	4%	6%	4%
	Samsø Kommune	1%	0%	1%	3%
	Skanderborg Kommune	11%	10%	15%	13%
	Aarhus Kommune	67%	73%	59%	45%
Hvad er din senest gennemførte uddannelse?	Total	1031	715	229	87
	Grundskole (0-10. klasse)	6%	5%	5%	14%
	Gymnasial uddannelse (fx STX, HHX, HTX)	18%	20%	16%	10%
	Erhvervsuddannelse (fx håndværksuddannelse)	19%	15%	25%	35%
	Kort videregående uddannelse (under 3 år)	10%	9%	12%	14%
	Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)	27%	28%	29%	18%
	Lang videregående uddan. (5 år eller mere)	18%	22%	12%	5%
	Andet, notér venligst	1%	1%	0%	1%
	Ved ikke/ønsker ikke at oplyse	1%	0%	0%	2%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Hvad er din husstands samlede årlige bruttoindkomst, dvs. før skat? Hvis du ikke ved det præcist, skal du bare give dit bedste bud.	Total	1031	715	229	87
	Op til 199.999 kr.	13%	15%	9%	13%
	200.000 – 399.999 kr.	23%	22%	28%	25%
	400.000 – 599.999 kr.	17%	17%	13%	23%
	600.000 – 799.999 kr.	12%	11%	13%	10%
	800.000 – 999.999 kr.	10%	10%	8%	7%
	1 mio. kr eller over	8%	8%	9%	6%
	Ved ikke/ønsker ikke at oplyse	17%	16%	20%	16%
Civilstatus	Total	1031	715	229	87
	Par uden børn	45%	45%	43%	47%
	Børnefamilie	20%	20%	24%	14%
	Hjemmeboende	6%	7%	4%	3%
	Bor med venner	5%	6%	4%	1%
	Bor alene	24%	22%	25%	35%
Seneste museumsbesøg	Total	1031	715	229	87
	Inden for de sidste 3 mdr.	37%	53%	0%	0%
	For 3-6 måneder siden	15%	22%	0%	0%
	For ½-1 år siden	17%	25%	0%	0%
	For 1-2 år siden	13%	0%	59%	0%
	For 2-5 år siden	9%	0%	41%	0%
	For 5-10 år siden	5%	0%	0%	56%
	For mere end 10 år siden	3%	0%	0%	40%
Har aldrig besøgt	0%	0%	0%	4%	
Område	Total	1031	715	229	87
	Kommuner uden for Aarhus	33%	27%	41%	55%
	Aarhus Kommune	67%	73%	59%	45%

Bilag 4

Besvarelsene i spørgeskemaundersøgelsen opdelt ud fra sidste museumsbesøg

		Total	Seneste museumsbesøg		
			Har besøgt et museum inden for det seneste år	Har besøgt et museum for 1-5 år	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig
Seneste museumsbesøg i Østjylland	Total	1031	715	229	87
	Har besøgt et museum inden for det seneste år	58%	83%	0%	0%
	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	29%	13%	88%	0%
	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig	13%	4%	12%	100%
Seneste museumsbesøg	Total	1031	715	229	87
	Har besøgt et museum inden for det seneste år	70%	100%	0%	0%
	Har besøgt et museum for 1-5 år siden	22%	0%	100%	0%
	Har besøgt et museum for 5+ år siden eller aldrig	8%	0%	0%	100%

Bilag 5

Spørgsmål og skema uddelt i forbindelse med de semistrukturerede interviews

Det følgende er materiale, der i august 2023 blev udleveret til de personer som skulle gennemføre interviewene. Skema 1 og 2 var kun relevant i forhold til respondenter rekrutteret

på museerne. Skema 3 blev både brugt ved respondenter rekrutteret på museerne og i en tilpasset version brugt på dem udvalgt gennem webpanelet.

Skema 1 (rekruttering)

Information om projektet, baggrundsoplysninger og aftaler om kontakt samt samtykke til anvendelse af data (udfyldes under samtalen med interviewpersonen)

Vi i gang med en undersøgelse af, hvorfor folk går på museum, og hvilken værdi det har for den, ikke bare under museumsbesøget, men også efterfølgende. Vi kunne godt tænke os at lave et interview med dig om cirka 2 uger, hvor vi ringer og taler sammen i cirka 20 minutter om dit besøg i dag. Herudover har vi brug for at du lige bruger 5 minutter nu på at svare på et par grundlæggende spørgsmål om, hvem

du er, og hvorfor du er her i dag. For din hjælp får du en fri billet til museet, som du kan bruge i dag eller en anden dag.

Undersøgelsen laves i samarbejde med fire andre museer i Aarhus (KØN, Naturhistorisk Museum, ARoS, Moesgaard, Den Gamle By) samt Aarhus Universitet og CBS. Som en del af undersøgelsen har vi lavet en spørgeskemaundersøgelse blandt borgere i Østjylland, laver interviews med nogen, som senest har besøgt et museum for i hvert fald ét år siden, og så laver vi nu også interviews med gæster på de fem museer om deres oplevelse. Og det er her, du kan hjælpe os med at blive klogere på vores gæsters oplevelse.

Hvem <i>Udfyldes under interviewet</i>	
Navn	
Alder	
Hjemkommune	
Uddannelse	
Beskæftigelse	

Interviewaftale <i>Udfyldes under interviewet</i>	
Telefonnummer	
Mailadresse	
Interviewmedie (telefon eller online)	
Tidspunkt for interview (konkret tidspunkt eller tidsrum/dag)	

Bilag 5

Spørgsmål og skema uddelt i forbindelse med de semistrukturerede interviews

Samtykke om optagelse af interview til undersøgelsen "Ikke-hyppige museumsbrugere på museerne"

Undersøgelsen omhandler brugen af museer. Undersøgelsen gennemføres i et samarbejde med Aarhus Universitet, CBS og fem museer i Aarhus.

Interviewet om 14 dage vil blive optaget. Alle personlige oplysninger, der indhentes, vil blive behandlet i overensstemmelse med den generelle forordning om databeskyttelse (GDPR) og alle personhenførbare oplysninger, vil blive slettet, så snart vi ikke har brug for dem mere. Ved at skrive under her, giver du tilladelse til at interviewene med dig kan bruges til forskning i en anonymiseret form. Du er velkommen til at trække din tilladelse når som helst.

Dato

Underskrift

Skema 2 (rekruttering)

Information om interviewpersonens besøg på museet, herunder motivation (udfyldes af medarbejderen efter interviewet)

Valg af museum <i>Udfyldes under interviewet</i>	
Har du været på museet før? Hvornår var det?	
Hvad forventer du af dit besøg i dag?	
Hvem er du sammen med? Evt. hvem har taget initiativ til besøget?	
Hvad var afgørende for, at du/I traf beslutning om at besøge [museum] netop i dag?	
Stod valget mellem flere forskellige steder/aktiviteter? Hvilke?	

Bilag 5

Spørgsmål og skema uddelt i forbindelse med de semistrukturerede interviews

Skema 3: Interviewguide

Generel om spørgsmålene: Det vigtige er at få spørgsmålenes emner dækket, så muligvis skal ikke alle spørgsmålene stilles. Spørgsmålene skal derfor ikke følges slavisk. Husk også at stille de opfølgende hvilke, hvorfor så du for viden om baggrunden for svaret. Og hvis der

er emner undervejs som du tænker det også er værd at spørge ind til kan du også det. Start samtalen med at genopbygge relationen til interviewpersonen: Kom de godt hjem til... osv.

Gentag også gerne formålet med undersøgelsen og at interviewet bliver optaget, og at det er en anonym undersøgelse.

Tema	Spørgsmål
Besøget på museet	Hvad husker du bedst fra besøget? Hvorfor? Kan du kort beskrive dit besøg på museet?
Brug efter museumsbesøget	Har der været gange i de sidste uger hvor du kom i tanke om dit besøg på museet? Kan du fortælle mere om de situationer og hvorfor du der tænkte på museumsbesøget? Har du efterfølgende talt med nogen om besøget på [museum], enten med dem, du var afsted med, eller med andre? Hvad har du talt om?
Museumsbesøgets betydning og udbytte af besøget	Var der ting omkring din egen historie eller dig eget liv du kom til at tænke over på museet eller på grund af dit besøg? Hvad var det og skete det under besøget eller efter? Var der ting omkring det samfund vi lever i som du tænkte over på museet eller på grund af dit besøg? Hvad var det? Skete det under / efter besøget? 'Har du talt med nogen om dét?' Kan du huske om du havde en ide om der var noget du gerne ville opleve på museet? Kan du huske om nogle af de her elementer havde en betydning: • jeg var der for at være sammen med andre mennesker • jeg var der for at søge viden • jeg var der for at blive underholdt • jeg havde hørt om museet og ville selv opleve det Synes du at du fik noget med fra dit besøg på museet? Hvad var det?
Afslutning	Er der noget ved dit besøg, du selv tænker er vigtigt, at jeg får med? Mange tak for din hjælp.

Bilag 6

Oversigt over de interviewede fra museer og webpanel

Nr.	Kommune	Køn	Sidste museumsbesøg	Museum	Alder	Beskæftigelse	Uddannelse
K1	Aarhus	K	Under 1 måned	KØN	26	Studerende	Konstruktør (beklædning)
K2	Aarhus	K	Under 1 måned	KØN	27	Grafisk designer	KA interaktionsdesign
K3	Aarhus	K	Under 1 måned	KØN	68	Pensionist	Handelsskole
K4	Skanderb.	K	Under 1 måned	KØN	69	Pensionist	Mellemtekniker
K5	Thisted	K	Under 1 måned	KØN	64	Pensionist	Bioanalytiker
A1	København	K	Under 1 måned	ARoS	22	Pædagogmedhjælper	STX
A2	Hillerød	K	Under 1 måned	ARoS	47	Tandlæge	Tandlægeuddannet
A3	Aarhus	K	Under 1 måned	ARoS	44	Massør / Ledig	Sygeplejeuddannet
A4	København	K	Under 1 måned	ARoS	59	Skolelærer	Skolelærer
D1	Vesthimmerland	M	Under 1 måned	Den Gamle By	75	Pensionist	Cand.mag.
D2	Køge	M	Under 1 måned	Den Gamle By	40	Udviklingsingeniør	Ingeniør
D3	Aarhus	M	Under 1 måned	Den Gamle By	55	Erhvervs-kundechef	Bank
D4	Holstebro	K	Under 1 måned	Den Gamle By	27	Fysioterapeut	Fysioterapeut
D5	Nordfyn	M	Under 1 måned	Den Gamle By	74	Ingeniør	Ingeniør
D6	Brande	K	Under 1 måned	Den Gamle By	20	Hjemmepleje	Ungdomsuddannelse
M1	København	K	Under 1 måned	Moesgaard Museum	45	Andet	Mellemlang videregå..
M2	Aarhus	K	Under 1 måned	Moesgaard Museum	29	Senior specialist	Profession BA
M3	Aalborg	M	Under 1 måned	Moesgaard Museum	23	Studerende BA	Ungdomsuddannelse

Bilag 6

Oversigt over de interviewede fra museer og webpanel

Nr.	Kommune	Køn	Sidste museumsbesøg	Museum	Alder	Beskæftigelse	Uddannelse
M4	Kalundb.	M	Under 1 måned	Moesgaard Museum	79	Pensionist	Læge
M5	Aarhus	M	Under 1 måned	Moesgaard Museum	31	Maskiningeniør	Maskiningeniør
N1	Aarhus	K	Under 1 måned	Naturhistorisk Museum	67	Tidligere leder	Cand.mag.
N2	Horsens	K	Under 1 måned	Naturhistorisk Museum	27	Kok og tjener	Andet
N3	Aarhus	M	Under 1 måned	Naturhistorisk Museum	42	Læge	Læge
N4	Odsherred	M	Under 1 måned	Naturhistorisk Museum	69	Pens. gymnasielærer	Cand. Scient. i biologi
W1	Syddjurs	M	1 - 2 år siden	Naturhistorisk Museum	28	Andet	Erhvervsuddannelse
W2	Skanderb.	K	2-5 år siden	Museum Silkeborg	33	Deltid	Erhvervsuddannelse
W3	Favrskov	K	2-5 år siden	ARoS	35	Fuldtid	Lang videregående udd.
W4	Aarhus	K	1/2 - 1 år siden	Moesgaard Museum	42	Andet	Lang videregående udd.
W5	Aarhus	M	1/2 - 1 år siden	ARoS	38	Fuldtid	Lang videregående udd.
W6	Aarhus	K	1/2 - 1 år siden	Den Gamle By	19	Studerende	Grundskole
W7	Aarhus	K	1/2 - 1 år siden	ARoS	23	Studerende	Gymnasial uddannelse
W8	Aarhus	M	2-5 år siden	ARoS	49	Fuldtid	Gymnasial uddannelse
W9	Syddjurs	K	2-5 år siden	Moesgaard Museum	55	Uden for arbejdsmark.	Erhvervsuddannelse
W10	Aarhus	K	5-10 år siden	ARoS	47	Deltid	Mellemlang videreg. udd.
W11	Samsø	M	5-10 år siden	Museum Salling	58	Andet	Gymnasial uddannelse
W12	Aarhus	M	Mere end 10 år siden	Koldinghus	36	Fuldtid	Mellemlang videreg. udd.
W13	Aarhus	M	1/2 - 1 år siden	Den Gamle By	79	Pensionist	Erhvervsuddannelse

Bilag 7

Liste over koder brug i kodningen af interviewene

Kodningen skete i Nvivo og blev foretaget af to personer, hvorefter koderne blev gennemset af den anden person, som ikke havde kodet.

De linjer hvor der ikke er et nummer er undergrupper af koden ovenover med et nummer.

Kode	Antal filer koden er i brug	Antal referencer
1 Husker bedst fra besøget	34	84
2 Talte med nogen om besøget bagefter	30	56
3 Refleksion	31	114
omkring det samfund vi lever i	22	39
omkring egen historie eller eget liv	25	55
4 Typer brug generelt	18	38
Blive underholdt	19	22
Hørt om museet ville selv opleve det	10	16
Søge viden	21	34
Være sammen med andre	26	53
5 Fik noget med fra museet	17	27
6 Museer generelt	23	95
generel funktion	5	7
generel betydning	7	15
7 Andet	27	102
8 Vurdering	6	11
Negativ	7	13
Positiv	14	26

Bilag 8

Kort over område defineret som Østjylland

Den illustration brug i spørgeskemaet, som viste hvilke område Østjylland var defineret som (kommunerne Randers, Horsens, Aarhus, Syddjurs, Favrskov, Skanderborg, Odder og Samsø).

