

Aftenåbninger - nye oplevelser og nye målgrupper

Brugerundersøgelse på BRANDTS - september-december 2009

Lidt om undersøgelsen

Formål

- > Hvem er det, der kommer torsdag aften?
- > Hvad motiverer gæsterne til at komme torsdag aften?
- > Hvilken stemning karakteriserer aftenoplevelsen?
- > Hvordan adskiller aftenoplevelsen sig fra den almindelige oplevelse?
- > Hvordan kan man understøtte og udvikle aftenoplevelsen?

Metodisk setup og gennemførelse

Første fase: Spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>

- > Spørgeskemaundersøgelsen tegner en demografisk karakteristik af publikum og afdækker de primære motiver for at komme hhv. torsdag aften og øvrig tid.
- > I alt 477 svar i perioden 28. september til 28. november 2009.

Anden fase: 2x8 duointerviews

- > 8 duointerviews med inviterede gæster, som ikke tidligere har været på BRANDTS torsdag aften. Interviewene blev gennemført 29. oktober 2009.
- > 8 duointerviews, men denne gang rekrutteres gæsterne på museet torsdag aften. Interviewene blev gennemført 5. og 19. november 2009.

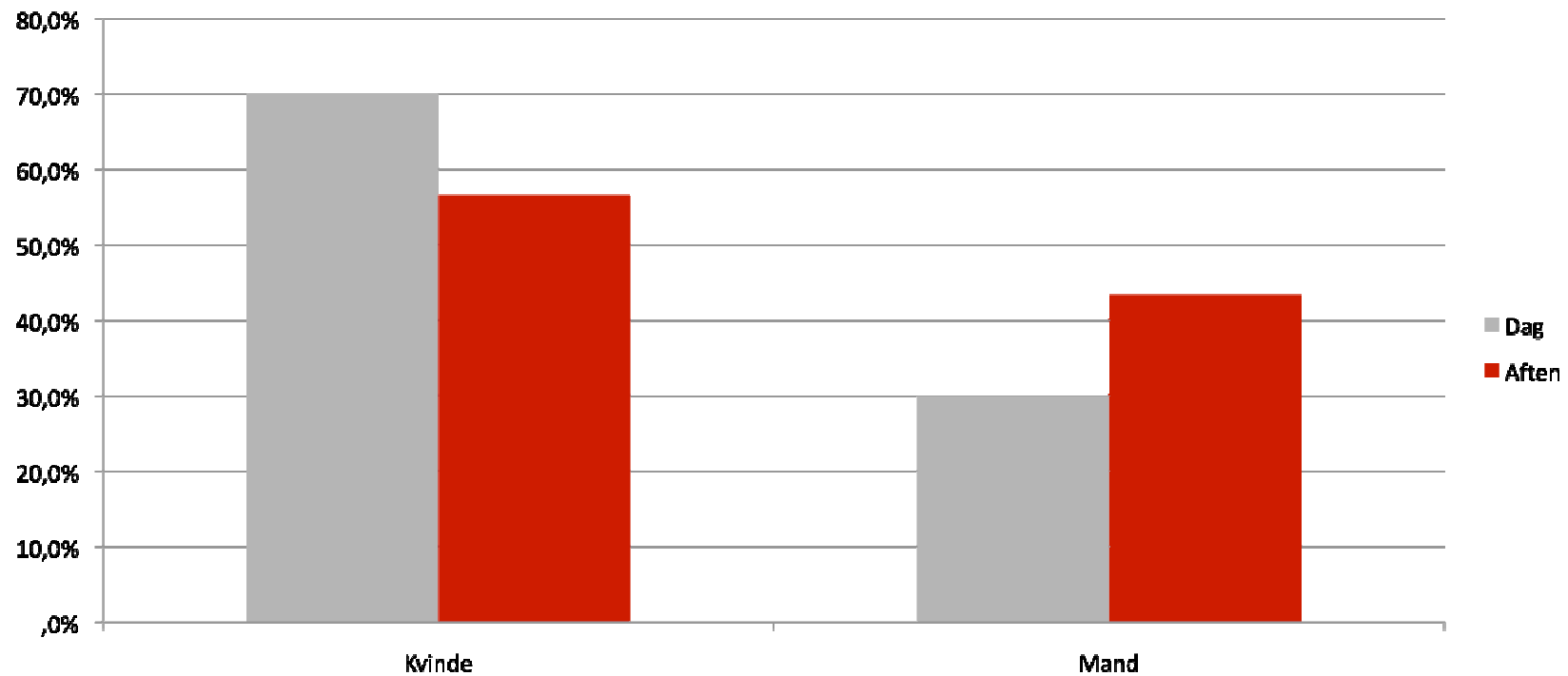
Tredje fase: Opfølgende fokusgrupper

- > 2 fokusgrupper med 6 deltagere i hver, hvor den samlede museumsoplevelse diskuteres.
- > Fokusgrupperne blev gennemført 19. november 2009.

Hvem er det der kommer torsdag aften?

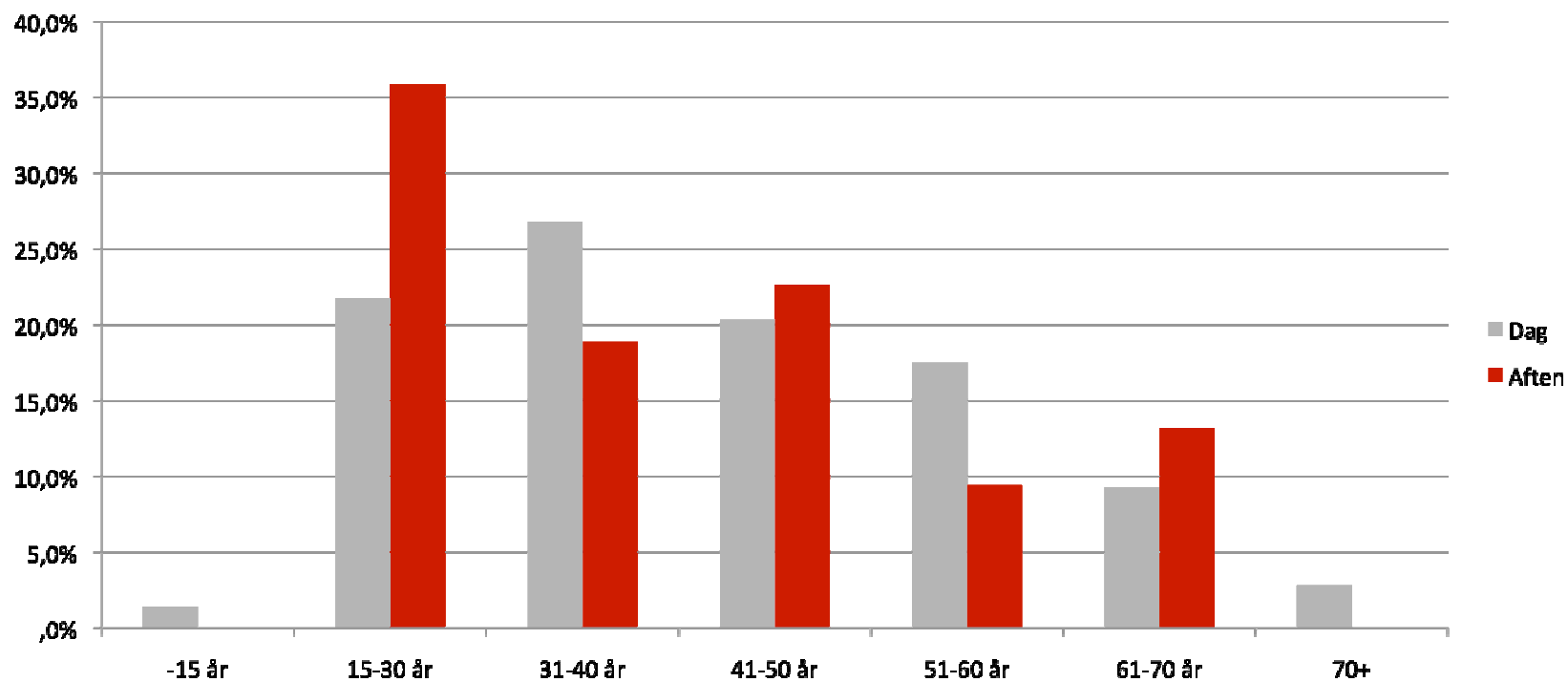
Demografi

Køn



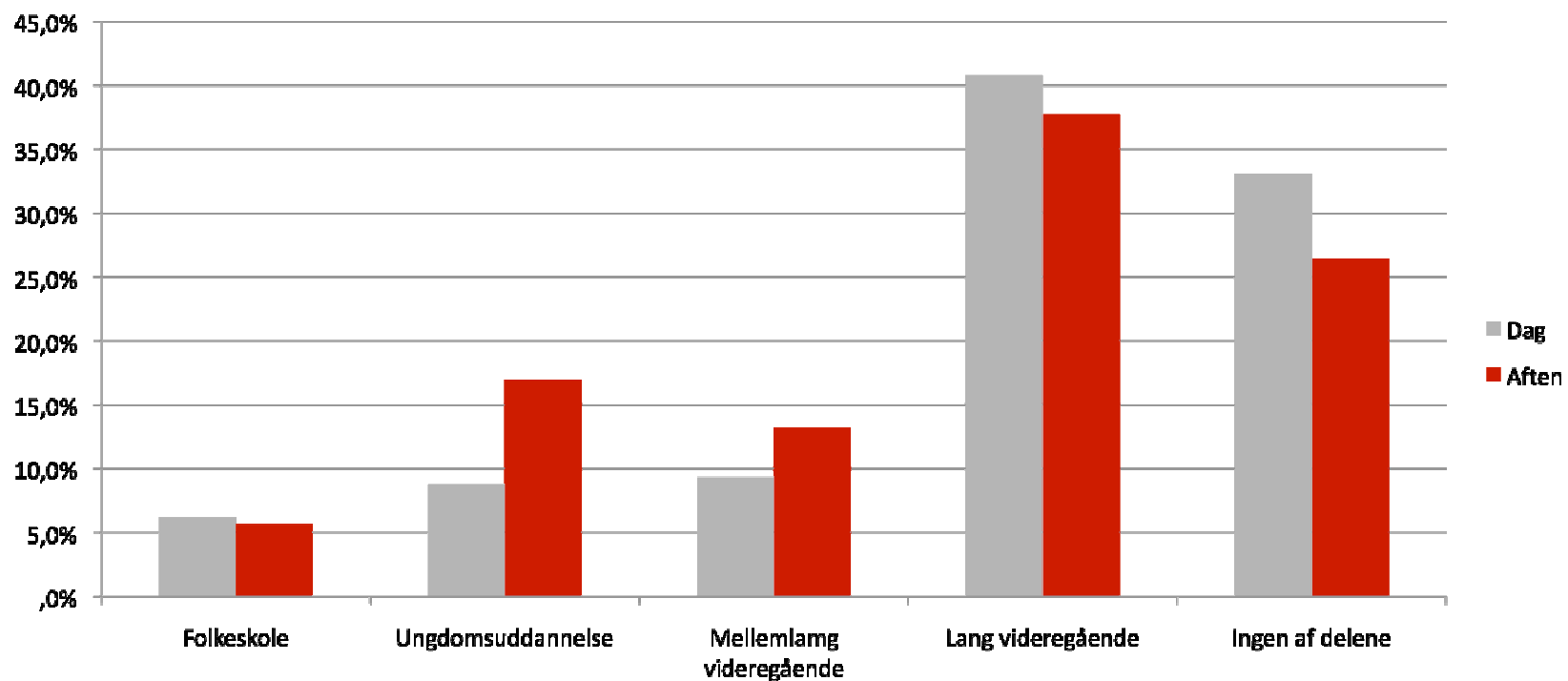
* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Aldersfordeling



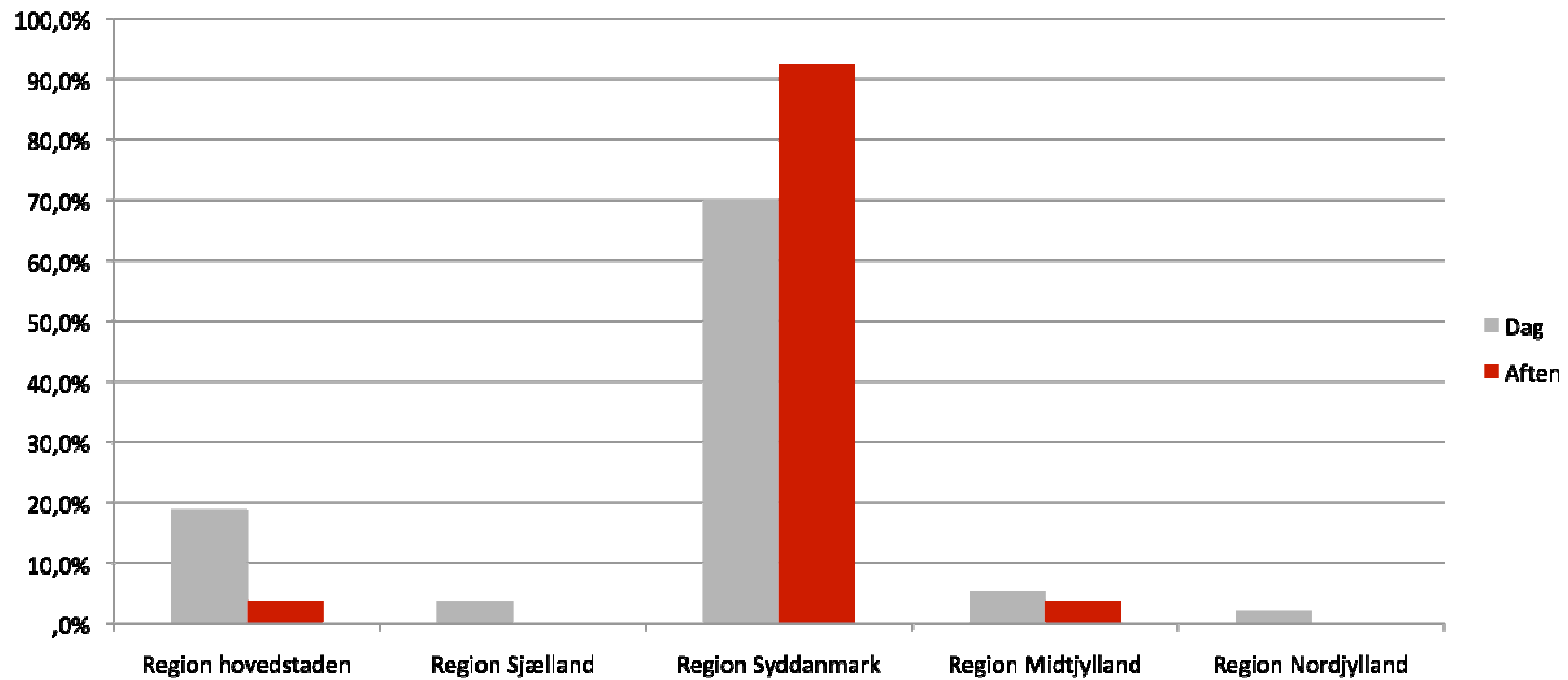
* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Uddannelse



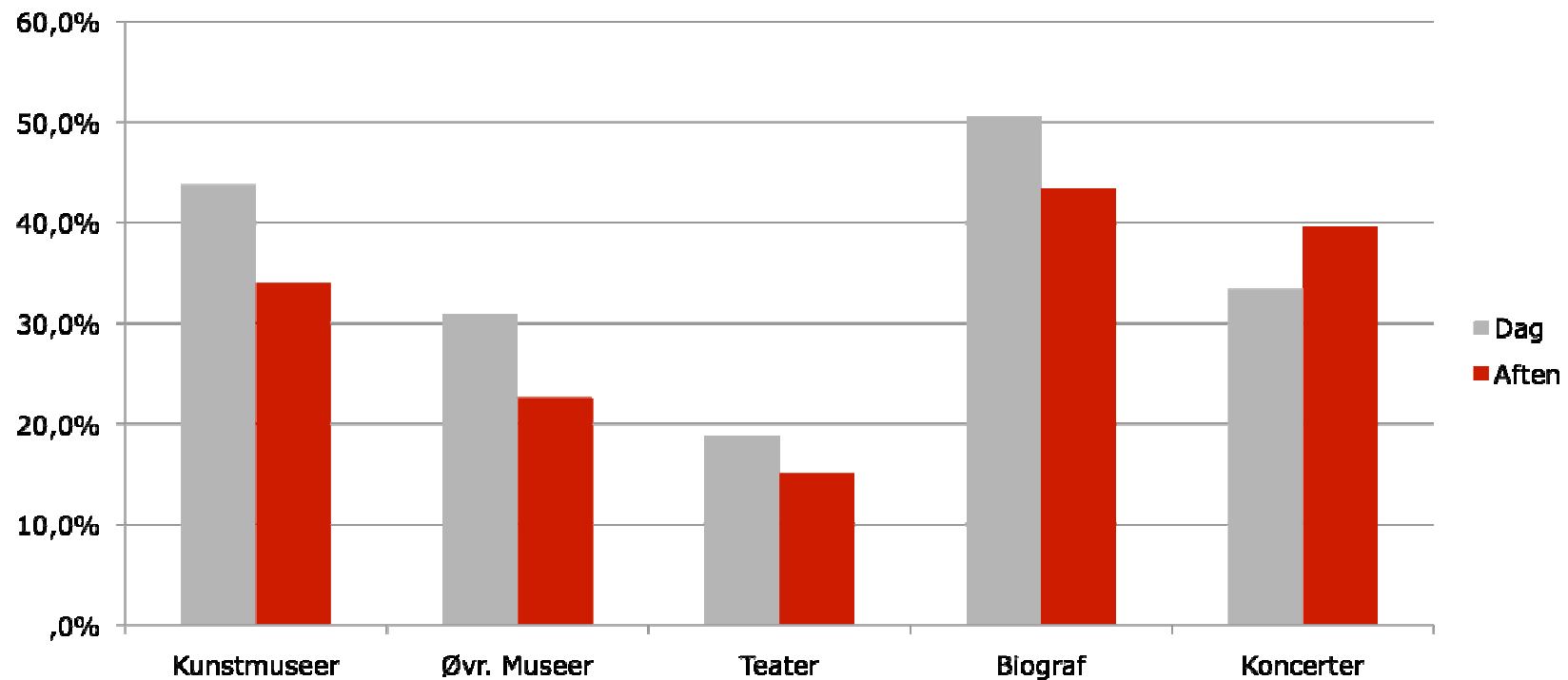
* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Geografi



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

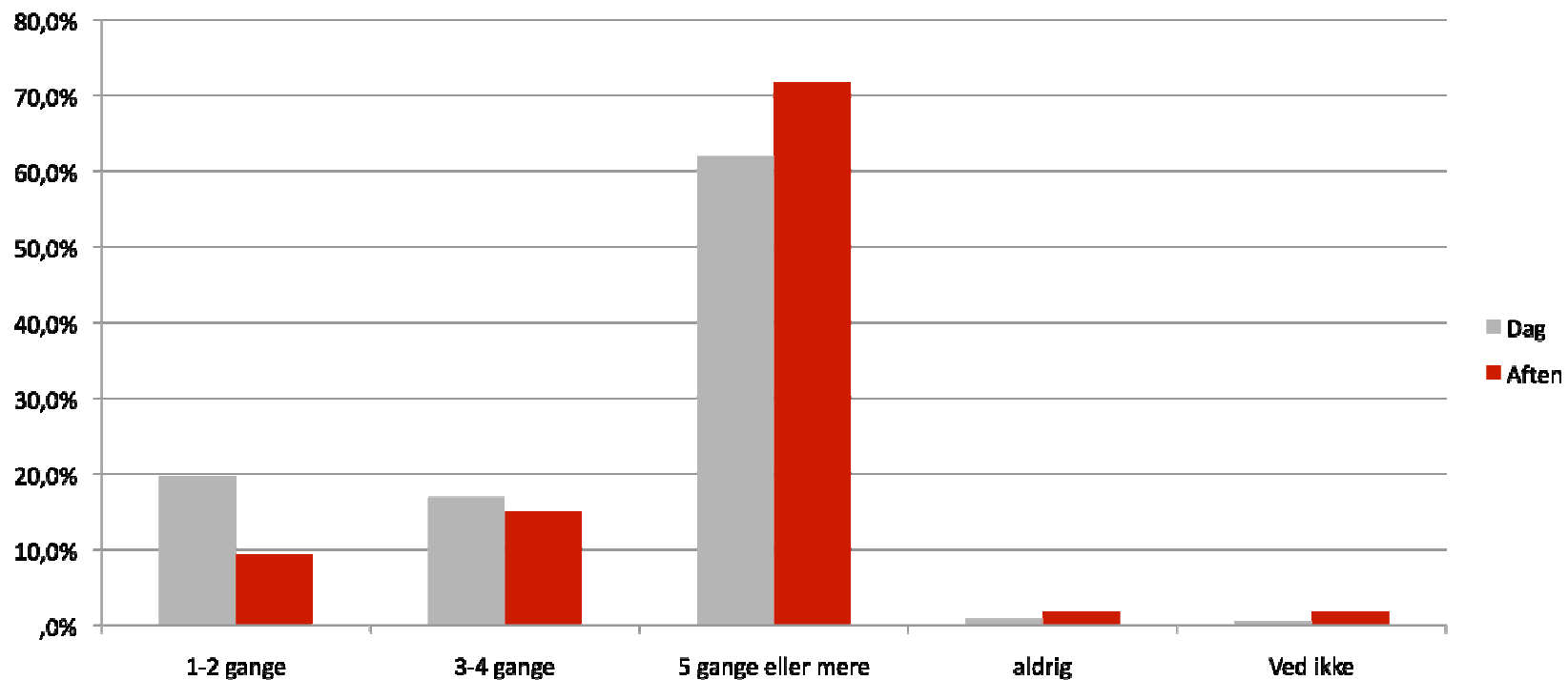
Kulturbrug inden for sidste måned



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

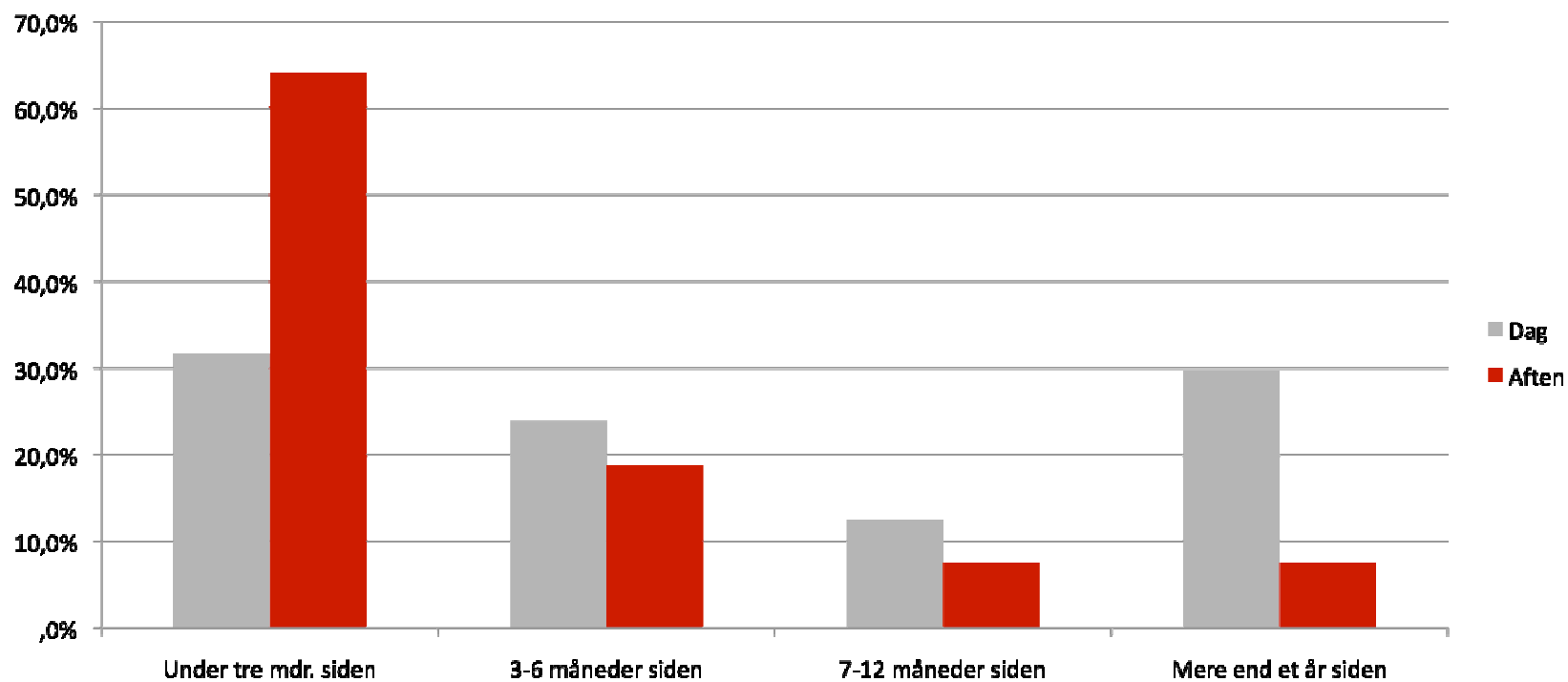
Besøgsadfærd

Besøg på Brandts i alt



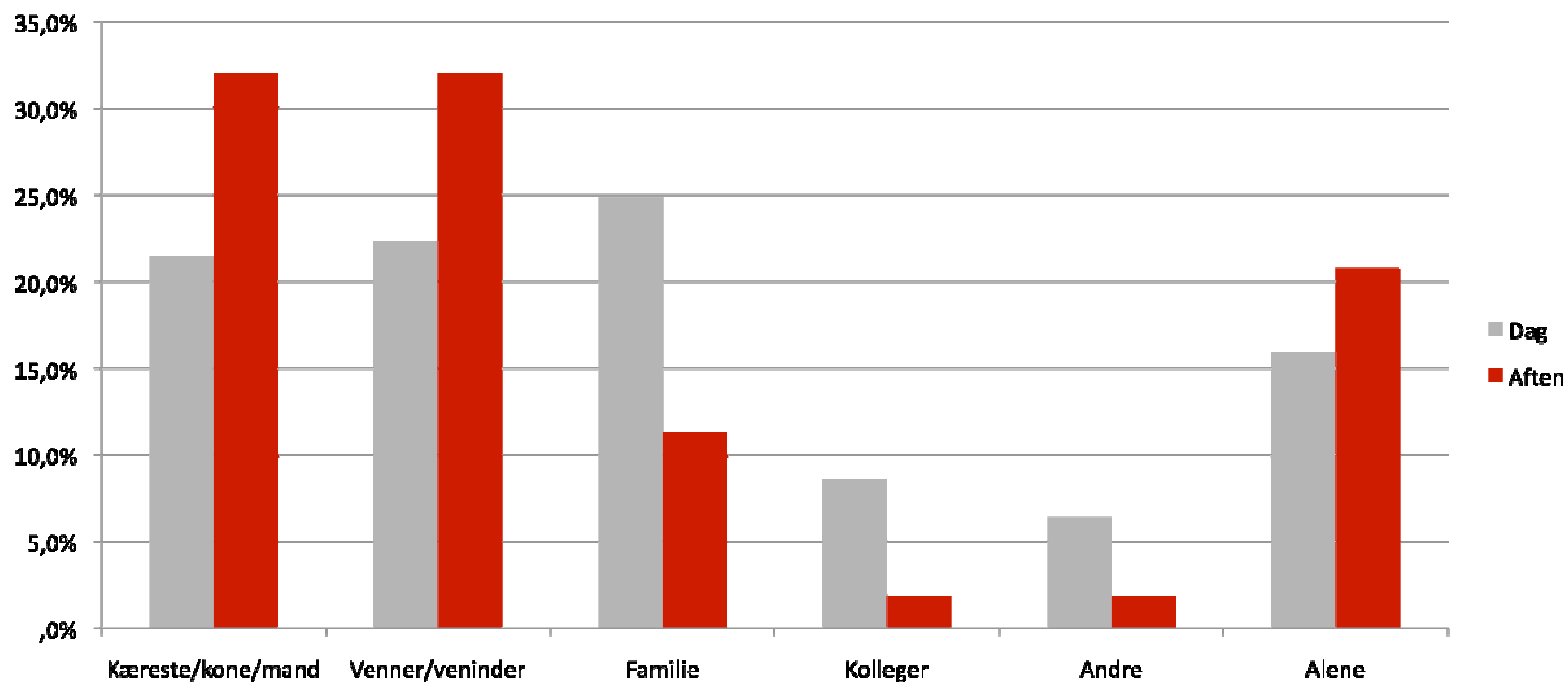
* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Seneste besøg på Brandts



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Hvem besøgte du Brandts med..?



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Opsummering – profil og adfærd for aftenbrugere

Profil

- > Yngre
- > Flere mænd
- > Flere studerende
- > Flere lokale

"Det er jo oplagt at lægge vejen forbi BRANDTS torsdag aften, når vi alligevel er nede i byen"

Adfærd

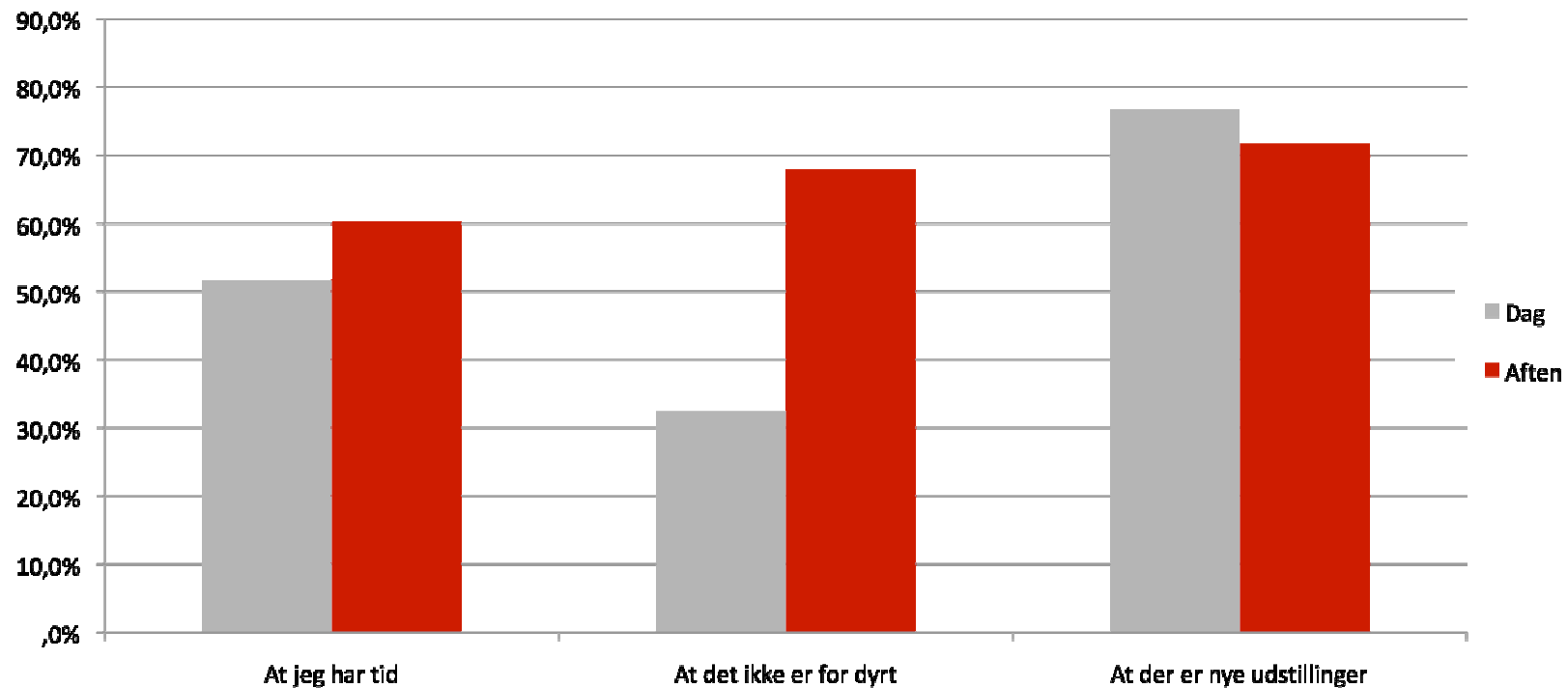
- > Flere besøg på BRANDTS
- > Hyppigere besøg på BRANDTS
- > Mere ekstrovert tilgang til oplevelsen
- > Mere social tilgang til oplevelsen

"Jeg kunne aldrig finde på at tage på BRANDTS alene om aftenen. Tror man er i et mere social mode om aftenen"

* Citaterne ovenfor stammer fra de kvalitative interviews med gæster på BRANDTS, og supplerer således pointerne fra spørgeskemaundersøgelsen.

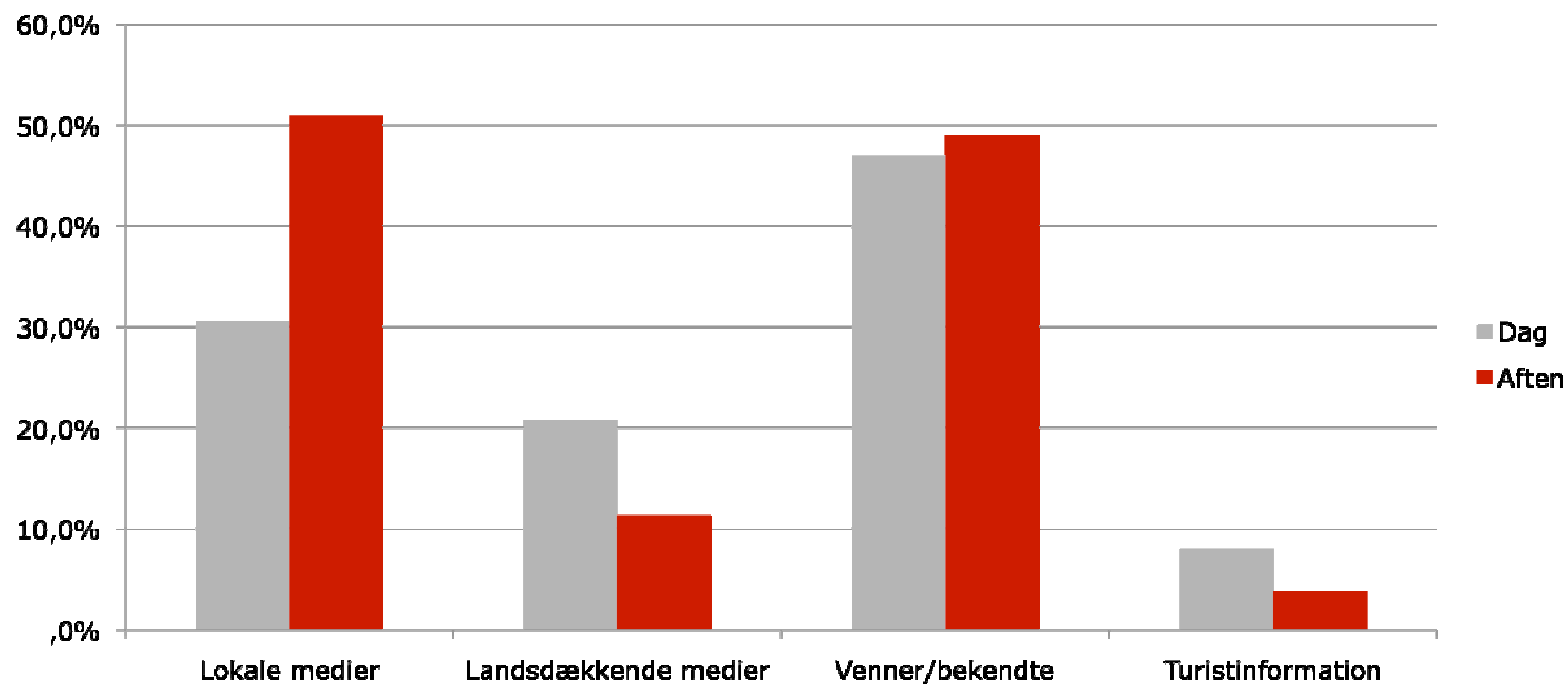
Hvad motiverer gæsterne til at komme torsdag aften?

Hvad var afgørende for dit besøg?



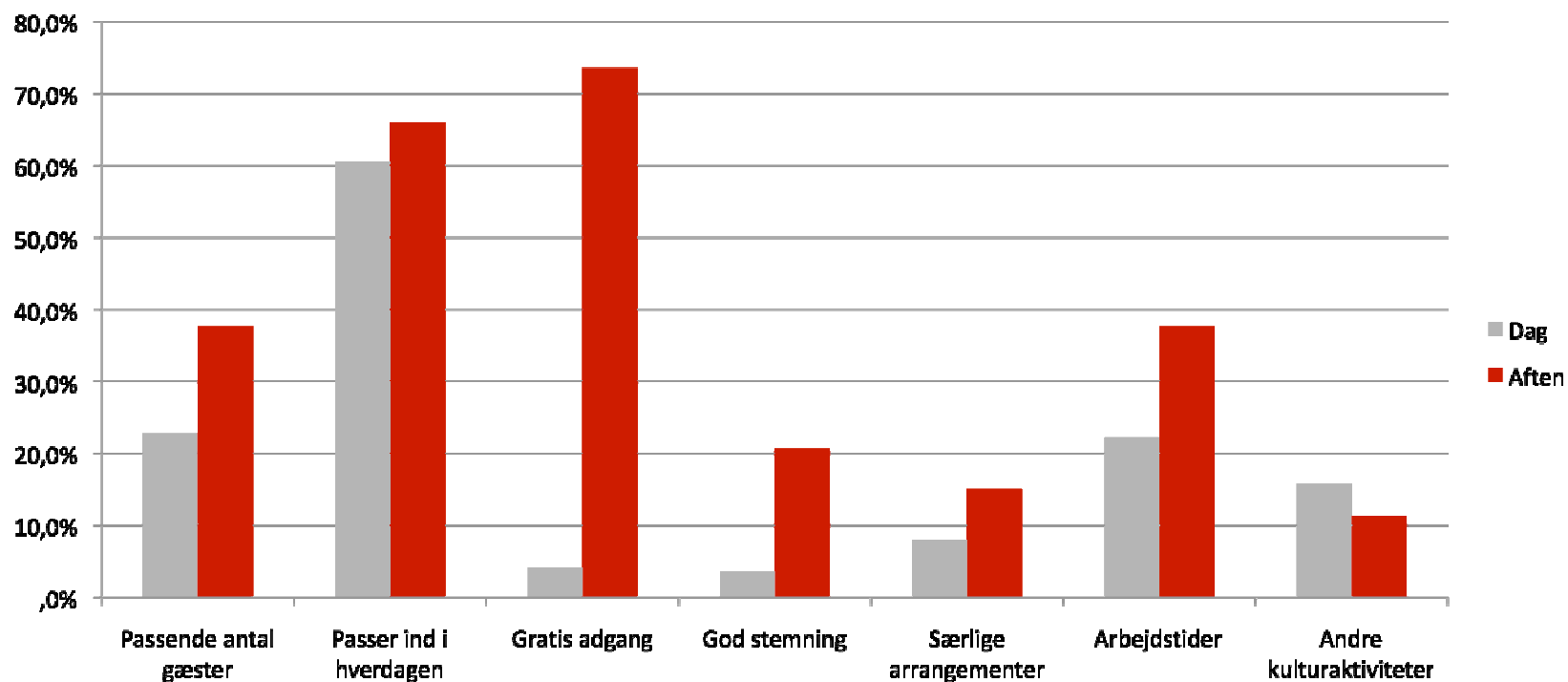
* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Hørt omtalt gennem...?



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Hvad er fordelene ved det tidspunkt, du besøgte Brandts på?



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Opsummering - motiv

- > Gratis adgang er et afgørende motiv for aftenbrugerne (især for unge og studerende)
- > Hverdagens struktur afgør adfærden → arbejde og hverdagens gøremål er udgangspunktet for kulturbrugen.
- > Aftenåbningerne og den gratis adgang gør det nemt, at passe et besøg på BRANDTS ind i programmet.
- > Gratis adgang ændrer brugeradfærden: Kortere men hyppigere besøg

Opsummering - motiv

- > Mere uforpligtende tilgang → selektiv oplevelse → styrke at man ikke skal se hele huset
- > Tilgængelighed → indgang for potentielle brugergrupper
- > Gratis understøtter aftenstemningen: Ro, hygge, social oplevelse, da der ikke er samme stress for at opleve hele museet.
- > Oplevelsen skifter karakter: Fra krævende (tid, økonomi, engagement, planlægning) til mere uforpligtende oplevelser (hygge, kortere besøg, til- og fravalg, man lægger lige vejen forbi).

Hvilken stemning karakteriserer aftenoplevelsen?

Umiddelbar oplevelse

Overordnet profil (både dag og aften)*



* Ovenstående er baseret på en kvalitativ meningskondensering af to fokusgruppeinterviews og 16 duointerviews med gæster på BRANDTS. Jo større skrifttype, jo mere fylder ordet i brugernes beskrivelse af BRANDTS.

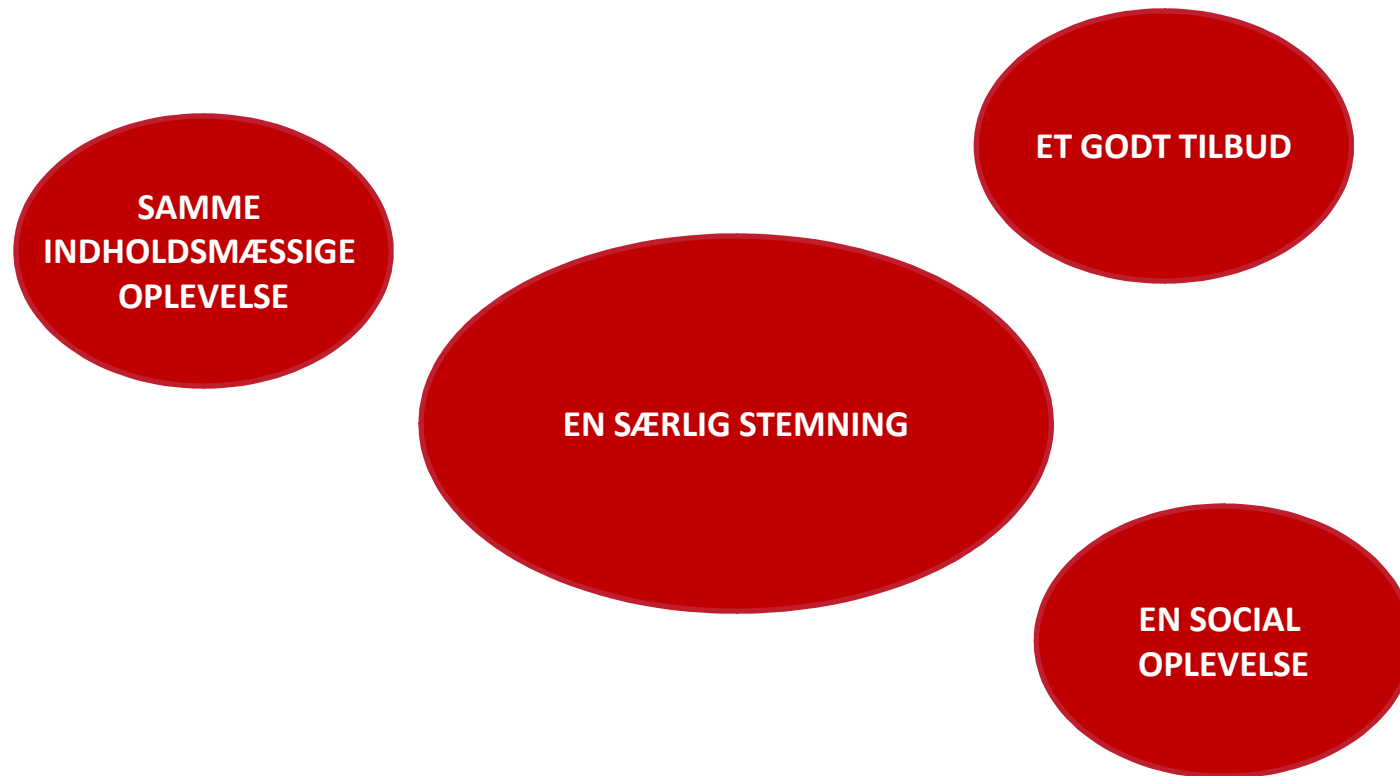
Forventninger

Forventninger til aftenoplevelsen

- > Mere modent publikum
- > Færre mennesker
- > Mere dedikerede brugere
- > Roligere
- > Mere tid til fordybelse
- > Hyggeligere
- > Anden stemning
- > Man skærper sanserne
- > Mere fokus på samvær og samtale om oplevelsen

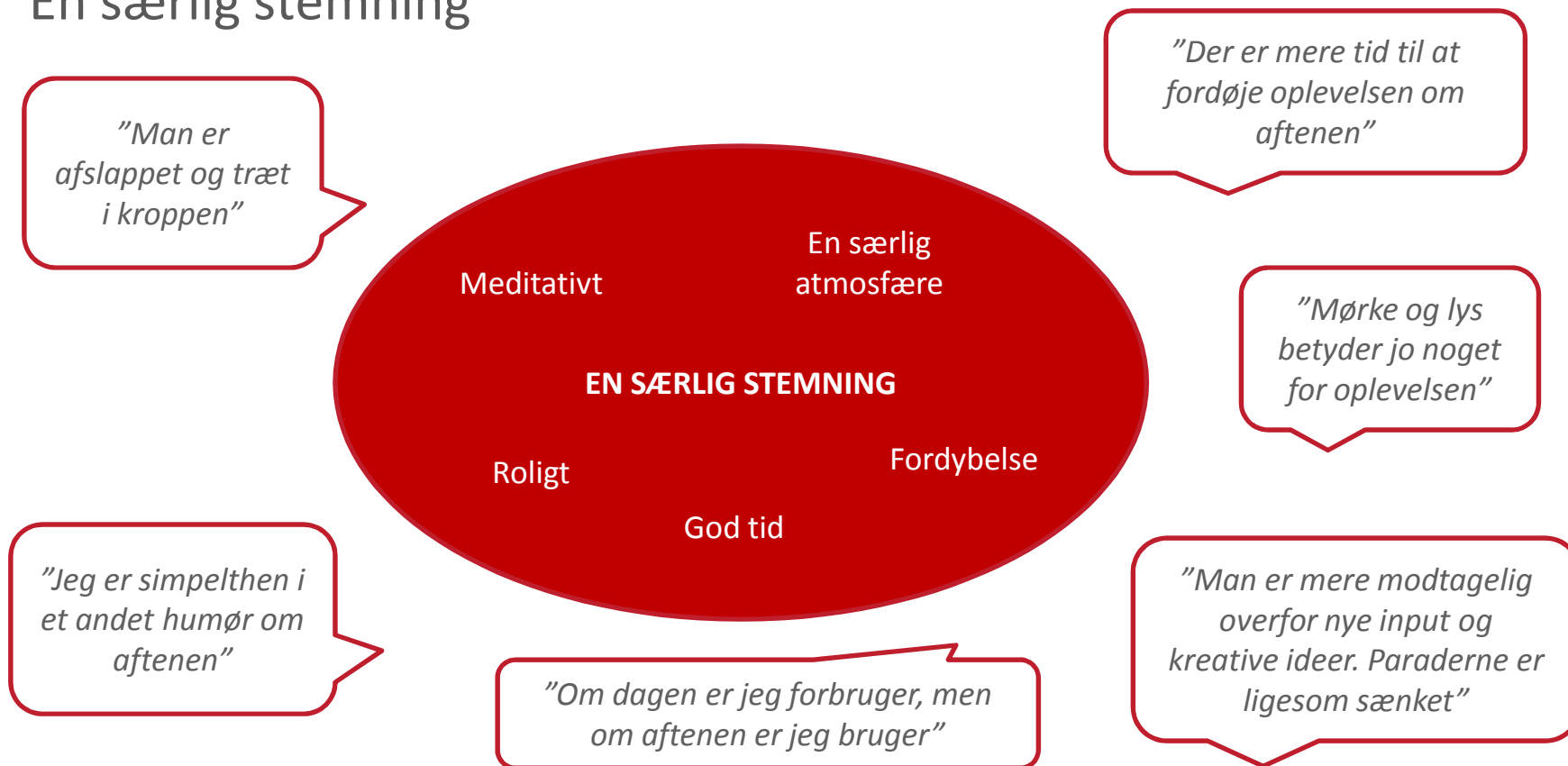
* Ovenstående er baseret på kvalitative interviews med gæster på BRANDTS forud for deres besøg. Deltagerne er således rekrutteret og adspurgt i samme øjeblik, de ankom til BRANDTS.

Oplevelse af BRANDTS om aftenen



* Ovenstående er baseret på en kvalitativ meningskondensering af de to fokusgruppeinterviews og 16 duointerviews med gæster på BRANDTS. Boblen i midten er et udtryk for, at EN SÆRLIG STEMNING er det, der fylder mest i brugernes beskrivelse af BRANDTS om aftenen. Pointerne uddybes på de næste sider.

En særlig stemning



* Ovenstående er baseret på en kvalitativ meningskondensering af de to fokusgruppeinterviews og 16 duointerviews med gæster på BRANDTS. De uddybende beskrivelser og citaterne er således hentet fra fokusgrupper og interviews..

Samme indholdsmæssige oplevelse

"For mig at se, er det kun lyset, der er anderledes om aftenen. Måden de præsenterer tingene på, er jo den samme."

SAMME INDHOLDSMÆSSIGE OPLEVELSE

"Det er bevidstheden om at det er aften og mørkt udenfor, der skaber en speciel stemning. Det er ikke det indholdsmæssige eller Brandts som museum".

"Kunstoplevelsen er den samme, men rammerne ændrer den samlede oplevelse"

"BRANDTS kunne godt gøre noget for at gøre oplevelsen anderledes om aftenen – det gør de ikke nu"

* Ovenstående er baseret på en kvalitativ meningskondensering af de to fokusgruppeinterviews og 16 duointerviews med gæster på BRANDTS. De uddybende beskrivelser og citaterne er således hentet fra fokusgrupper og interviews..

En social oplevelse

"Der er en form for fællesskab på BRANDTS torsdag aften. Man kommer meget nemmere i snak med folk"

"Et aftenbesøg er altid sammen med andre."



"Det er jo fuldstændig oplagt at kombinere et aftenbesøg på BRANDTS med spisning før eller efter"

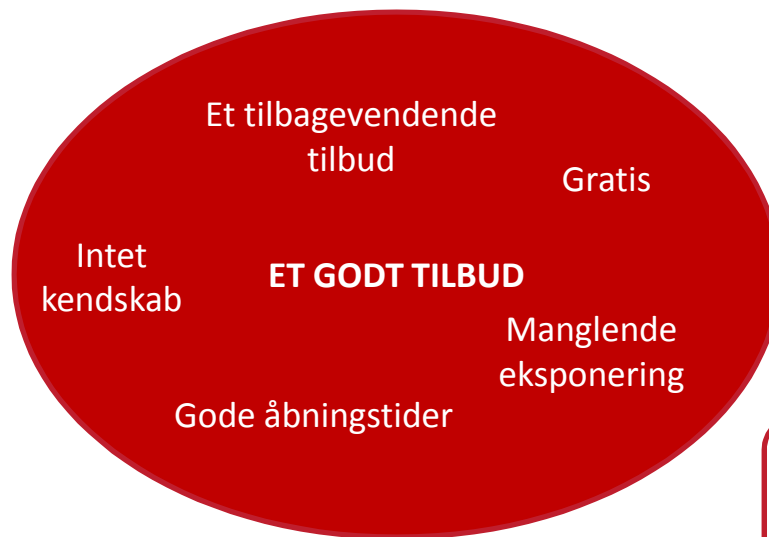
"Vi sidder som regel og snakker om det vi har set bagefter. På en café eller noget"

* Ovenstående er baseret på en kvalitativ meningskondensering af de to fokusgruppeinterviews og 16 duointerviews med gæster på BRANDTS. De uddybende beskrivelser og citaterne er således hentet fra fokusgrupper og interviews..

Et godt tilbud

"Det betyder altså også noget, at det er hver torsdag, og ikke kun en gang imellem. Det giver en form for rutine – man ved at BRANDTS er en mulighed"

"Aftenåbningen er et godt tilbud, der forlænger dagen eller fungerer som optakt til weekenden"



"Når det er gratis, bliver det dejligt uforpligtende. Man behøver jo ikke trampe sig igennem hele museet, men kan vælge en udstilling ud"

"Det er et hemmeligt tilbud. Der er jo stort set ingen, der kender til muligheden."

* Ovenstående er baseret på en kvalitativ meningskondensering af de to fokusgruppeinterviews og 16 duointerviews med gæster på BRANDTS. De uddybende beskrivelser og citaterne er således hentet fra fokusgrupper og interviews..

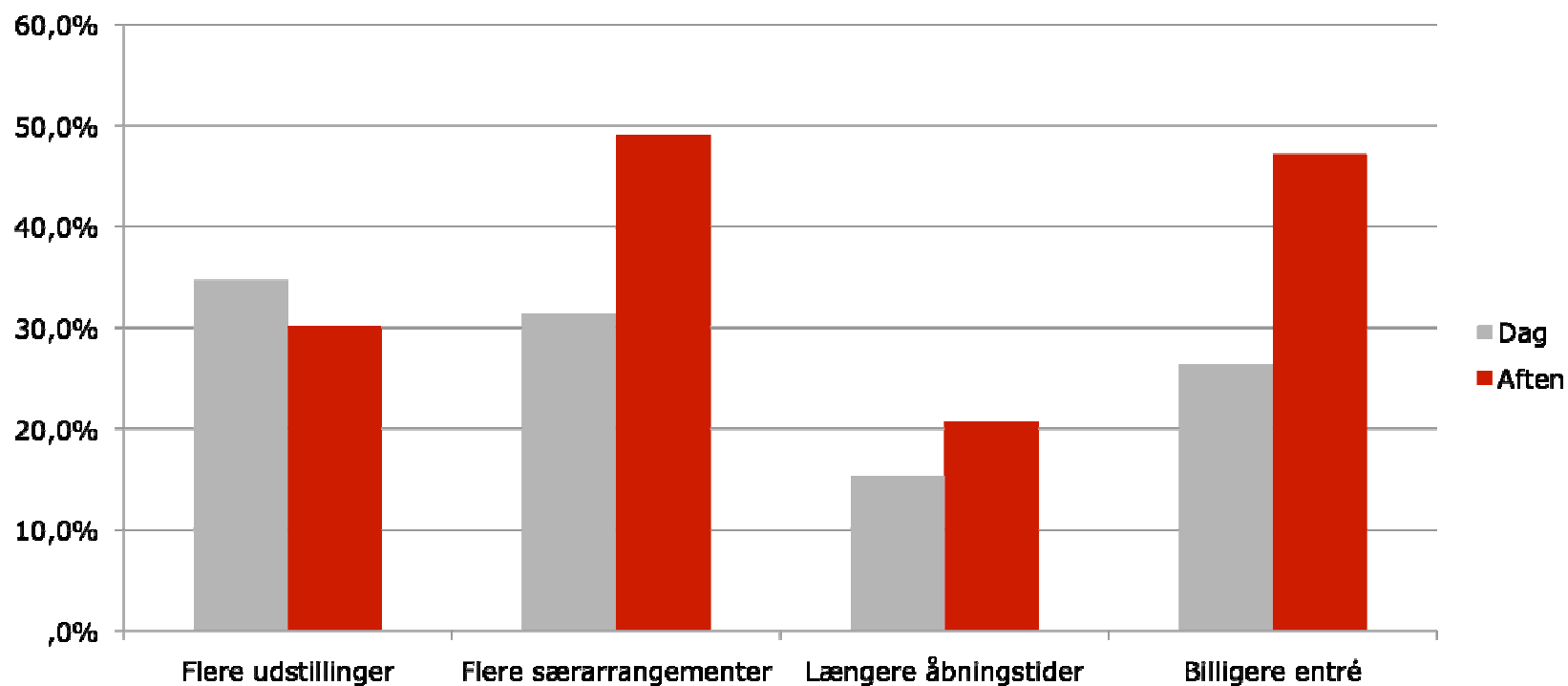
Hvordan adskiller aftenoplevelsen sig fra den almindelige oplevelse?

Opsummering - BRANDTS om aftenen er...

Mere tid
Socialt
Uforpligtende
Hyggeligt
En anden stemning
Plads til fordybelse
Impulsivt

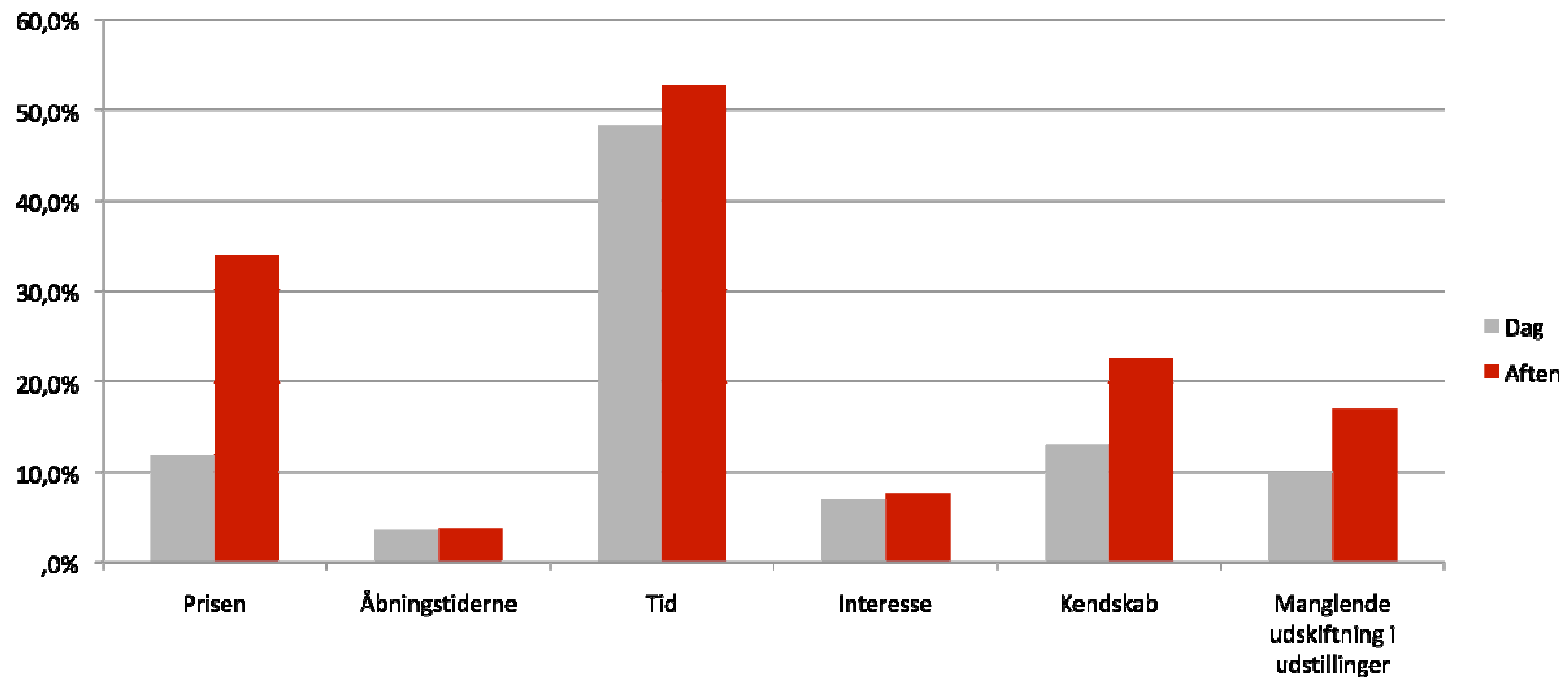
Hvordan kan man understøtte
og udvikle aftenoplevelsen?

Potentialer for yderligere besøg på Brandts



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Barrierer for yderligere besøg på Brandts



* Diagrammet er baseret på en spørgeskemaundersøgelse på BRANDTS og på <http://brandts.dk>. De røde søjler er de brugere, som har angivet at deres seneste besøg på BRANDTS var torsdag aften, mens de grå søjler er de, som har angivet at seneste besøg på BRANDTS var på et andet tidspunkt.

Scenario 1 – Overraskende torsdage

Anderledes oplevelser på BRANDTS. Besøget suppleres af årstidens smagsprøver, standup i forhallen, mørke i udstillingen med udlevering af lommelygter osv. Til dig der sætter pris på at blive overrasket.

Potentialer

- > Nye tanker ifht. formidling modtages positivt som fx tanken om at slukke lyset og udlevere lommelygter.
- > Alle snakker om, at den gode museums- og kulturoplevelse er dér, hvor man bliver overrasket.

Barrierer

- > BRANDTS må ikke blive til et tivoli – meroplevelserne skal være relevante ifht. museets profil og indhold.
- > Overraskelseselementet må ikke overskygge muligheden for selv at skabe egne oplevelser på museet.

”Jeg gider simpelthen ikke standup, når jeg er på museum. Det passer sgu ikke sammen”

* Den kursiverede scenario-beskrivelse er det diskussionsoplæg, som deltagerne i fokusgrupperne blev præsenteret for. Potentialerne og barriererne beskriver deres reaktioner på oplægget., mens citaterne underbygger pointerne.

Scenario 2 – Fordybende torsdage

Kunstnere og mediepersonligheder fortæller om deres værker og arbejde. Kunstfilm og film som kunstværker. Foredrag og debatter om kunst, foto eller medier. Indholdet er i centrum. Særlige omvisninger. Til dig, der ønsker fokus uden forstyrrende elementer.

Potentialer

- > Foredrag og debatter er meget tiltalende, men må ikke blive for krævende.
- > Det giver en ekstra oplevelse med det faglige i centrum – tilgængelig viden.

” Det må ikke fylde for meget, der skal stadig være plads til den personlige fordybelse”

Barrierer

- > Husk brugskonteksten – mindre overskud til tungt fagligt indhold.
- > En af styrkerne ved torsdag aften er det uforpligtende element → korte præcise indslag og-/eller mulighed for selv at vælge til og fra.

* Den kursiverede scenario-beskrivelse er det diskussionsoplæg, som deltagerne i fokusgrupperne blev præsenteret for. Potentialerne og barriererne beskriver deres reaktioner på oplægget., mens citaterne underbygger pointerne.

Scenario 3 – Festlige torsdage

Rødvin, tapas og huspianist. Torsdagsferniseringer på BRANDTS. Koncerter og happenings. Til dig der ikke skal hjem i seng efter BRANDTS.

Potentialer

- > Fint med ferniseringer, men ikke mere festligt end nu.
- > Bryd den andægtige stemning, som normalt hersker på et museum.
- > Ferniseringerne er et godt eksempel på, hvordan balancen skal være. Passer godt til torsdagsstemningen og bryder med det stive.

” Måske kan man lave festlige torsdage den 1. torsdag i måneden? ”

Barrierer

- > Det må ikke kamme over. Fest og tapas findes lige uden for døren og skal ikke være på BRANDTS.
- > Men det er hyggeligt med elementer, der underbygger aftenstemningen.

” Det er for poppet! Så ryger fordybelsen. Det er ikke nødvendigt, og BRANDTS må ikke blive for bredt. ”

* Den kursiverede scenario-beskrivelse er det diskussionsoplæg, som deltagerne i fokusgrupperne blev præsenteret for. Potentialerne og barriererne beskriver deres reaktioner på oplægget., mens citaterne underbygger pointerne.

Scenario 4 – Rolige torsdage

Rolig og afslappet atmosfære uden hverdagens forpligtelser og weekendens aktivitetsniveau. Museet giver rammerne uden forstyrrende elementer. Til dig der ønsker en oase sidst på ugen uden stress og hektisk aktivitet.

Potentialer

- > Brugere er glade for konceptet, som det fungerer i dag.
- > Let og gennemskueligt.

" Det er jo præcis det samme koncept, som i dag."

Barrierer

- > Begrænset kendskab.
- > Mange besøgende står (muligvis) i modsætning til den rolige oplevelse, som brugerne fremhæver i dag.

" Der er mere ro på om aftenen. Ingen stress – man skal jo ikke nå noget bagefter. Det giver mere rum til fordybelse"

* Den kursiverede scenario-beskrivelse er det diskussionsoplæg, som deltagerne i fokusgrupperne blev præsenteret for. Potentialerne og barriererne beskriver deres reaktioner på oplægget., mens citaterne underbygger pointerne.

Scenario 5 – Involverende torsdage

Nu er det slut med kun at betragte – du skal være med. Redigér dit eget nyhedsdøgn, medbring dit bedste foto og få det vurderet af en professionel fotograf og analyser betydningen af det enkelte kunstværk. For dig der ønsker en aktiv og inddragende oplevelse.

Potentialer

- > Intet potentiale ifht. torsdag aften.
- > Men godt til børnefamilierne.

Barrierer

- > Det passer ikke sammen med den tilgang man har til torsdag aften.

” Tingene må ikke blive for omklamrende på en dårlig pædagogisk måde”

” Det passer bedre til weekend med børn og bedsteforældre”

* Den kursiverede scenario-beskrivelse er det diskussionsoplæg, som deltagerne i fokusgrupperne blev præsenteret for. Potentialerne og barriererne beskriver deres reaktioner på oplægget., mens citaterne underbygger pointerne.

Udviklingsperspektiver

- > Stort potentiale i aftenarrangementer!
 - > Men husk, at aftenen er en særoplevelse i sig selv med plads til fordybelse og egne oplevelser.
 - > Udvikling med udgangspunkt i museets kerneaktiviteter
 - > Forskellige målgrupper: Fx tøjseften, paraften m.m.
 - > Ny formidling: Vi slukker lyset, sætter musik på museet osv. Ny formidling af samme indhold – tilpasset aftenstemningen.
 - > Tillægsoplevelser koblet til udstillingerne: Temaaften, foredrag om eller af kunstneren, filmfremvisning, særlige omvisninger, helt korte omvisninger m.m. Noget der skiller sig ud og man ser frem til.
 - > Bearbejdning af oplevelsen: Adgang til café eller lignende, hvor oplevelsen kan bearbejdes.
 - > Man skal ikke ødelægge den essentielle indholdsoplevelse
-

Øvrige betragtninger

- > Der mangler en overskuelig oversigt over stedet. Både generelt og på de enkelte etager.
- > Billetsystemet gør at man vælger ud.
- > Det skal synliggøres at det er gratis om torsdagen, det er de færreste der ved det. Det står fx ikke på nettet. Mangler at *brande* sig til unge mennesker.
- > Flere efterspørger information – vil vide mere om udstillingerne og meningerne bag. Svar på deres undren.
- > Mangler fysisk rum til den sociale dimension.

Konklusioner

Hvem er det, der kommer torsdag aften?

- > Brugergruppen torsdag aften har en yngre profil med mange studerende.
- > Aftenåbningerne torsdag aften trækker flere mænd til BRANDTS
- > Det er primært lokale, der gør brug af tilbuddet torsdag aften.
- > Brugerne har været på BRANDTS mange gange.
- > Brugerne kommer hyppigere på BRANDTS
- > Brugerne har en mere uforpligtende tilgang til BRANDTS.

Hvad motiverer gæsterne til at komme torsdag aften?

- > Gratis adgang.
- > Det er nemmere for ikke-kulturkernebrugere at komme med på BRANDTS torsdag aften.
- > Den sociale dimension.
- > Mere ekstrovert tilgang til oplevelsen

Konklusioner

Hvilken stemning karakteriserer aftenoplevelsen?

- > Roligt
- > God tid
- > Plads til fordybelse
- > Meditativt.
- > En særlig atmosfære/stemning
- > Fællesskab (både fysisk og parasocialt)

Hvordan adskiller aftenoplevelsen sig fra den almindelige oplevelse?

- > Roligere, næsten privat stemning.
- > Mere tid
- > Uforpligtende og evt. impulsivt
- > Hyggeligere
- > Mere plads til fordybelse

Konklusioner

Hvordan kan man understøtte og udvikle aftenoplevelsen?

- > Stort potentiale i fortsat udvikling af aftenåbningerne med fokus på både det generelt stemningsopbyggende og på udvikling af særarrangementer.
 - > Skab endnu større forskelle mellem dag og aften (flere initiativer fra BRANDTS).
 - > Brug ny formidling som virkemiddel.
 - > Arbejd med forskellige målgrupper
 - > Tillægsoplevelser koblet til udstillingerne eller huset i det hele taget.
 - > Rum for bearbejdning af oplevelsen.

 - > Udgangspunktet bør være museets kerneaktiviteter idet brugerne er meget skeptiske overfor aktiviteter, som er uden sammenhæng med museets profil.

 - > Aftenåbningerne er en særoplevelse i sig selv, som ikke må ødelægges på bekostning af ovenstående.
-

Tak for opmærksomheden!

Anex Analyse
Rentemestervej 80
2400 København NV