

FAQ: Få svar på dine spørgsmål

Hvad er Publikumsundersøgelsen 2022?	2
Hvem står bag det?.....	2
Hvad får jeg ud af det?.....	2
Hvad koster det?	2
Hvad kræver det for at deltage?	2
Hvornår skal jeg udsende/dele undersøgelsen med mit publikum?	3
Hvordan bliver spørgsmålene udarbejdet?	3
Hvordan bliver dataene indhentet?.....	3
Hvordan beskyttes publikummets data?	4
Hvornår får jeg min rapport?	4
Hvordan kommer min rapport til at se ud?	4
Hvad er Culture Segments?	4
Hvordan finder jeg oplysningerne om tidligere billetkøbere?	5
Hvornår og hvordan skal jeg udsende/dele undersøgelsen med mit publikum?.....	5
Har I et forslag for e-mailtekster for når jeg udsender linket/reminders til mit publikum?	5
Hvem har mulighed for at se, hvilke publikummer som har besvaret undersøgelsen?.....	6
Hvem står bag undersøgelsen??	6

Hvad er Publikumsundersøgelsen 2022?

Publikumsundersøgelsen 2022 er en online spørgeskemaundersøgelse, der undersøger publikummet på billetsælgende teatre, spillesteder og orkestre.

Undersøgelsen giver dig og din organisation brugbar viden om jeres publikum: hvem de er og deres kulturelle præferencer.

Dataindsamlingen for undersøgelserne vil blive gennemført fra d. 8.6. til d. 23.6.2022.

Deltagelsen er brugerbetalt og kræver, at du sender en link ud til jeres publikum pr. e-mail, nyhedsbrev og/eller sociale medier.

*Til TUTTI-deltagere: Publikumsundersøgelsen er et ekstra tiltag, som ligger ud over TUTTI, og er et tilbud til billetsælgende institutioner, der gerne vil arbejde med publikumsudvikling.

Hvem står bag det?

Projektet er iværksat af [Applaus](#), [DEOO](#) og [Dansk Teater](#). Dataindsamlingen for undersøgelserne vil blive gennemført i samarbejde med [Morris Hargreaves McIntyre](#) og [Rambøll Management Consulting](#).

Hvad får jeg ud af det?

Undersøgelsen giver dig og din organisation brugbar viden om dit publikum: hvem de er, frekvensen af deres besøg og deres præferencer. Hver deltagende institution har sin egen publikumsundersøgelse og vil modtage en individuel, let forståelig rapport med besvarelsene fra eget publikum.

Undersøgelsen bruger [Culture Segments](#) til at opdele publikummet i otte grupper på basis af deres holdninger til kultur. Så du finder ikke bare ud af, hvem der bruger jeres kulturtilbud og hvor gamle de er eller hvor mange penge de har, men også hvad de ønsker at få ud af det.

Din institution kan også tilkøbe op til tre ekstra spørgsmål, skræddersyet til jeres behov. Det giver jer mulighed for at udforske særlige emner specifikt til jeres situation – fx om jeres forestillinger, webside, eller mad- og drikketilbud.

Hvad koster det?

Det koster 7.000 kr. ex. Moms uden abonnement at deltage i undersøgelsen. Publikumsundersøgelsen er inkluderet ved køb af abonnement til en pris på 5000 kroner ex moms. Læs mere om abonnement [her](#). Hvis du ønsker at stille ekstra spørgsmål har du mulighed for at stille 3 ekstra for en tillægspris på 2.800 kr. ex. Moms. Tillægsprisen dækker administration, databehandling og afrapportering hos Rambøll.

Hvad kræver det for at deltage?

For at deltage i Publikumsundersøgelsen 2022 skal din institution:

- Kontakte applaus@applaus.nu senest **30. maj 2022 kl. 12.00**
- Afgøre, om I vil stille op til 3 individuelle lokale spørgsmål for jeres institution mod et ekstra beløb på 2.800 ex. moms pr. spørgsmål.

- Udsende og/eller dele et link til jeres institutions spørgeskema i et nyhedsbrev, i en e-mail og/eller via jeres SoMe-kanaler

Hvornår og hvordan skal jeg udsende/dele undersøgelsen med mit publikum?

Hver deltagende institution har sit eget unikke undersøgelseslink, der leder publikum hen til en undersøgelsesside for institutionen.

Anbefaling:

1. Vi anbefaler at udsende og dele publikumsundersøgelseslinket med flest mulige publikummer og bruge institutionens platforme og kanaler, fx:
 - Nyhedsmails/nyhedsbreve
 - Institutionens website
 - SoMe-kanaler
2. udsendelse/deling af publikumsundersøgelsen: **8. juni 2022**
3. udsendelse af en reminder: **15. juni 2022**
4. muligvis en yderligere reminder: **20. juni 2022**

Du øger muligheden for at få flest mulige publikumsbesvarelser, hvis du udsender og deler publikumsundersøgelsen med flest mulige af dine publikummer.

NB: Vær opmærksom på udelukkende at sende publikumsundersøgelsen i nyhedsmails/nyhedsbreve til publikummer, som har givet tilladelse til at modtage information og materiale fra dit teater, fx i forbindelse med billetkøb, årskort, mv.

Hvordan bliver spørgsmålene udarbejdet?

Applaus har udarbejdet spørgerammen med henblik på at undersøgelsen skal levere klare og brugbare informationer til de deltagende kulturinstitutioner.

Nogle spørgsmål er forskellige efter branche (klassisk musik, rytmisk musik, teater), andre spørgsmål stilles på tværs af brancherne. (Disse faste spørgsmål bliver kvalificeret med input fra repræsentanter fra de respektive brancher)

Din institution kan også tilkøbe op til tre ekstra spørgsmål.

Ønsker du at stille ekstra spørgsmål, så skal I selv formulere et udkast til disse, som Applaus vil kvalificere, så det sikres, at I også får klare og brugbare informationer ud af disse.

Hvordan bliver dataene indhentet?

Du modtager et link der giver adgang til spørgeskemaet d. 8. juni som du kan sende til dit publikum via e-mail, nyhedsbrev og/eller SoMe-kanaler.

Det er muligt at besvare spørgeskemaet i perioden 8. - 23. juni.

Det kan være en god ide at sende 1-2 påmindelser om undersøgelsen i den periode for at sikre flest mulige besvarelser.

Længere nede kan du se et eksempel på hvordan påmindelsen kan se ud.

Hvordan beskyttes publikummets data?

Alle besvarelser i Publikumsundersøgelsen 2022 vil være anonyme.

Hvornår får jeg min rapport?

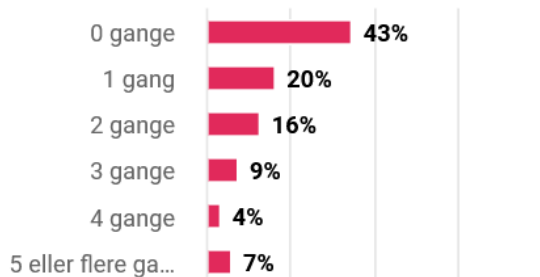
Du modtager en rapport med besvarelsene fra dit publikum d. 18. august. Hvordan kommer min rapport til at se ud?

Hver deltagende institution har sin egen publikumsundersøgelse og vil modtage en individuel rapport med besvarelsene for eget publikum. Hver resultatrapport indeholder en afrapportering af hvert spørgsmål i undersøgelsen i form af en frekvenstabel eller -graf samt en fordeling på køn, alder, etc. samt de otte Culture Segments. Se eksempel herunder.

HVILKE FØLGENDE ARRANGEMENTER OG AKTIVITETER HAR DU VÆRET MED TIL ELLER DELTAGET I INDEN FOR DE SENESTERE 12 MÅNEDER?

	Antal svar
Forestilling	533
Åben prøve/generalprøve	45
Koncert	452
Rundvisning	85
Debataften	43
Oplæsning	44
Workshop	34

HVOR MANGE GANGE HAR DU SET TEATER INDEN FOR DE SENESTE 12 MÅNEDER? (ANTAL BESVARELSER: 5571)



Hvad er Culture Segments?

[Culture Segments](#) er en segmenteringsmodel, der opdeler publikum på baggrund af deres holdninger til kultur. Metoden er udviklet af kulturrådgiverne [Morris Hargreaves McIntyres](#) særligt til kulturinstitutioner. Metoden bliver brugt i hele verden af førende kulturinstitutioner, også i Danmark.

Applaus har brugt den flere gange, inkl. i vores store undersøgelser på scenekunstmrådet, fx [Perspektiver på Publikum](#) og [COVID-19 Publikumsundersøgelse](#).

I Publikumsundersøgelsen 2022 kombineres Culture Segments med klassiske spørgsmål om alder, lokation, indtægter mv.

Hvordan finder jeg kontaktoplysningerne på tidligere billetkøbere?

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

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

Har I et forslag for e-mailtekster til, når jeg udsender linket/reminders til mit publikum?

Vi har formuleret nogle tekstforslag, som du kan tage udgangspunkt i, når du skal sende nyhedsbreve og remindere til dit publikum.

Ønsker I at bruge en anden tiltale form eller ordlyd, så er I meget velkomne til at ændre teksten, så den passer til jeres profil. Forslagene er udformet som en hjælp.

Vi anbefaler, at I sender en reminder til jeres publikummer **15. juni 2022 (og muligvis en yderlig reminder d. 20. juni)** både via mail og SoMe, så I får flest mulige publikummer til at besvare jeres undersøgelse.

E-mail invitation til publikum:

Kære publikum

Vi håber, du vil hjælpe os med at blive bedre og give din feedback til os ved at besvare nogle spørgsmål i en publikumsundersøgelse.

Det tager ca. 10 min. at besvare spørgsmålene. Alle besvarelser vil være anonyme.

Besvar undersøgelsen her:

[\[indsæt linket her\]](#)

På forhånd tak for hjælpen. Vi sætter pris på at have dig som publikum og dine input.

De bedste hilsner

[Institution]

Reminder-tekstforslag

Kære publikum

I sidste uge bad vi dig om hjælp til at besvare nogle spørgsmål, som skal hjælpe os med at blive bedre.

Har du endnu ikke besvaret spørgsmålene, kan du gøre det ved at trykke på linket: [indsæt linket her]

På forhånd tak for hjælpen. Vi sætter pris på at have dig som publikum og dine input.

De bedste hilsner

[Institution]

Hvem har mulighed for at se, hvilke publikummer som har besvaret undersøgelsen?

Alle besvarelser publikumsundersøgelserne vil være anonyme.

Dette betyder, at det ikke er muligt at se, hvem har besvaret undersøgelsen eller hvem, der ikke har. Det vil altså ikke være muligt at knytte navne og e-mailadresser sammen med besvarelser. Dette betyder også, at I ikke kan udlove billetter/gavekort/gaver til publikummer, der har besvaret jeres undersøgelse.

Hvem står bag undersøgelsen?

Publikumsundersøgelsen 2022 er iværksat af blandt andre Applaus og gennemføres i samarbejde med [Morris Hargreaves McIntyre](#) og Rambøll Management Consulting.

Applaus

Applaus styrker publikumsudviklingen på kunst- og kulturområdet. Formålet er at hjælpe kulturinstitutionerne med at styrke relationen til publikum og nå ud til større og mere mangfoldig målgruppe. Applaus er finansieret af Kulturministeriet.

www.applaus.nu



Dansk Teater

Dansk Teater er branche- og arbejdsgiverorganisation for professionelt producerende teatre og scenekunstkompanier i hele Danmark. Dansk Teaters medlemsskare spænder over projektteatre, egnsteatre, små storbyteatre, landsdelsscenerne, teatrene i Det Københavnske Teatersamarbejde, Den Jyske Opera og Det Kongelige Teater. www.danskteater.org



DANSK·TEATER

DEOO

DEOO - Danske Ensembler, Orkestre og Operainstitutioner er interesse- og brancheorganisationen for den levende musiks ensembler, orkestre og operakompagnier i Danmark. www.deoo.dk

**Morris Hargreaves McIntyre**

Morris Hargreaves McIntyre er en international strategi- og analysevirksomhed, der de sidste 20 år har arbejdet succesfuldt med en lang række kunst- og kulturinstitutioner i USA, Australien og Europa. Deres arbejde er fokuseret på både publikums- og organisationsudvikling.

www.mhminsight.com

**Rambøll**

Rambøll Management Consulting arbejder med evaluering og analyse, som skaber et bedre grundlag for beslutninger i forretningsudvikling på et organisatorisk niveau og hos den enkelte projektdeltager, samt lederskab og kompetenceudvikling på et individuelt niveau. Rambøll har varetaget flere af Applaus' undersøgelser, herunder [Perspektiver på Publikum](#), [COVID-19 Publikumsundersøgelse](#) samt [Kulturbarometeret](#).

www.dk.ramboll.com/management-consulting

