

GUDHJEM MUSEUM

Publikumsrapport 2023 – SKURET – OG SAMLET FOR ALLE UDSTILLINGER.

Skuret:

Antal gæster til udstillingen: 549

105 gæster til fernisering, 318 betalende gæster, 5 studerende og 89 medlemmer, særligt inviterede eller børn (gratis) og 32 i grupper.

Gns. antal gæster pr. besøgsdag: 18,3 (inkl. fernisering) og 15,3 (excl. fernisering), svarende til en vækst i antal besøg pr dag på 47% i forhold til Efterårsudstillingen 2022 (Lange udsigter).

Antal spørgeskema besvarelser: 66. Svar%: 12

Konklusioner:

93,9% af besvarelserne er fra personer, der ikke er medlem af foreningen. (Come to Life: 73,1%) (Tegning med Saks 87%), (Holkahesten 85,7%). Dermed er udstillingen Skuret, den udstilling som procentuelt har haft flest betalende gæster.

39,4% af besvarelserne er fra personer, der har besøgt museet tidligere. (Come to Life: 65,4%) (Tegning med Saks 65,5%) (Holkahesten 62,6%) Dermed adskiller denne udstilling sig markant i forhold til de øvrige ved at have langt flere førstegangsgæster til museet.

84,6% mener museet og udstillingerne i høj grad lever op til deres forventning. (Come to Life: 88,5%) (Tegning med Saks: 94,4%) (Holkahesten: 78,9%).

Tilfredshed ligger i igen på et særdeles højt niveau, som museumsgruppen kun kan være tilfreds med.

Der er ingen entydige svar på, hvor publikum har hørt om museet eller udstillingerne. Det kan dog ses, at kun 12,7 % (Come to Life 57,7%) (Tegning med Saks 47,9%) (Holkahesten 33,1%) kender museet i forvejen. Herved adskiller Skuret sig markant, hvilket svarer fint med, at udstillingen havde tiltrukket flere nye gæster til museet.

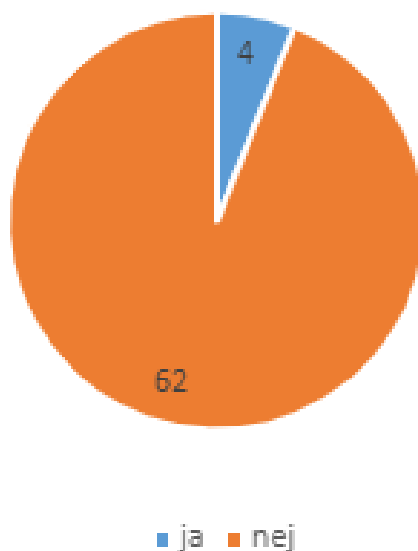
Familie/venners anbefaling er på 13% (Come to Life 19,2%) (Tegning med Saks 25,4%) (Holkahesten 19%).

"Andet" er den sidste svarmulighed, hvor flere end 10% af gæsterne til Skuret har angivet. Det viser sig fra kommentarerne, at det dækker over, at gæsterne har opdaget museet ved at køre forbi. Dette indikerer, at en større synlighed på stedet i form af skiltning/banner kan have en positiv effekt på besøgstallet.

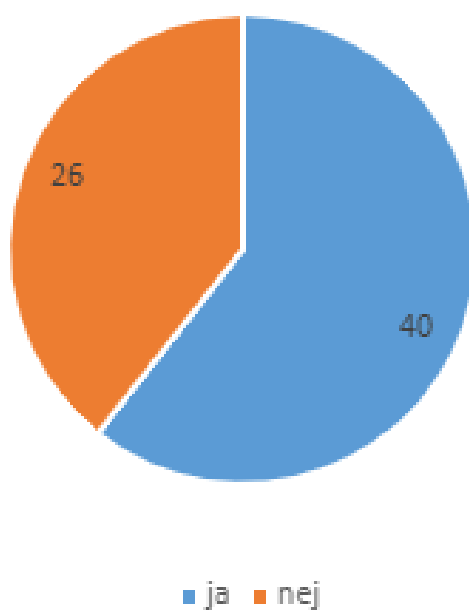
78,8% af svarene er fra gæster på øen (Come to Life 61,54%) (Tegning med Saks 61,7%) (Holkahesten 68,1%). Dermed adskiller denne udstilling sig også med den største %-del turister som besøgende.

Besvarelser fra publikum til udstillingen Skuret:

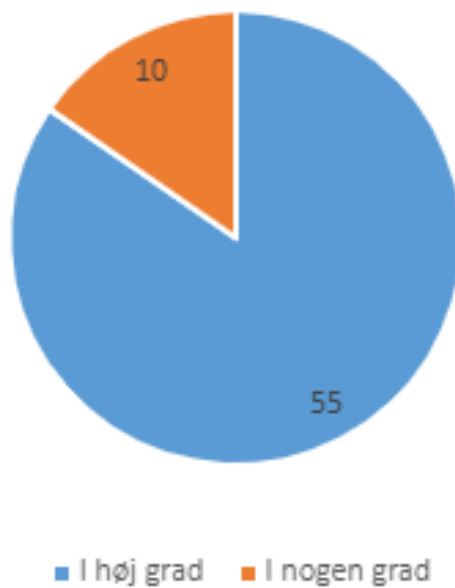
Er du medlem af Gudhjem By og Museumsforening?



Er det dit første besøg på museet?

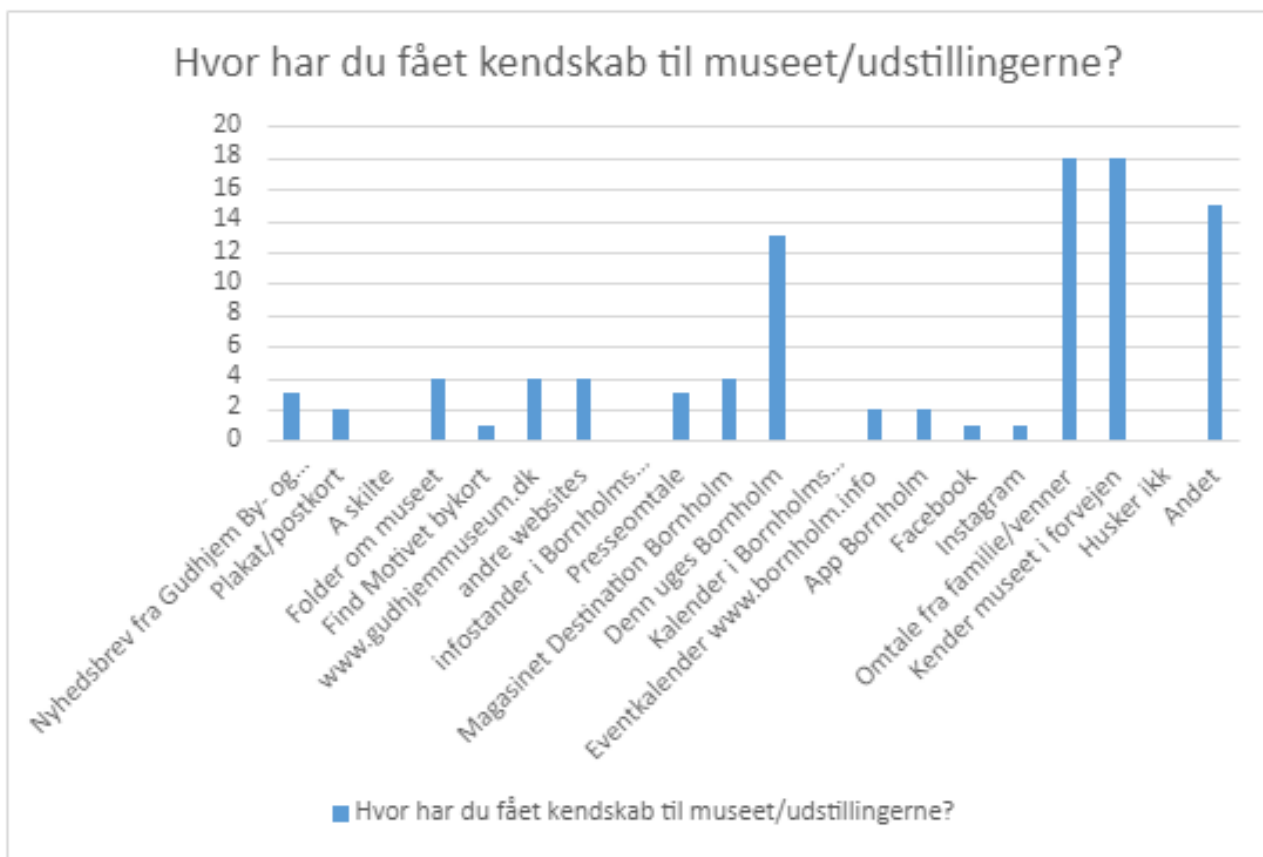


Levede udstillingerne op til din forventning?



Kommentarer:

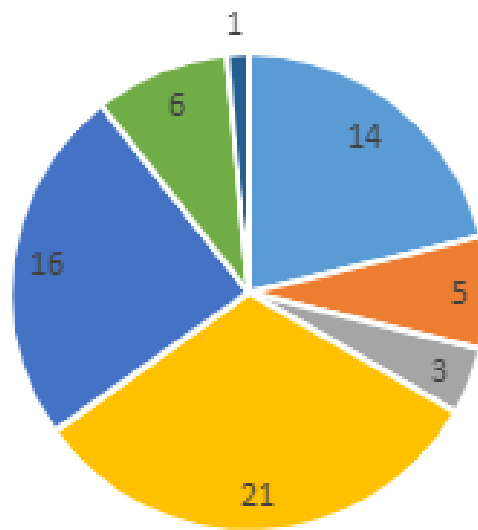
gerne noget med glaskunst
har ventet mange år på at få lejlighed til at besøge museet
dejligt med keramikudstilling
Få en bild av livet i Gudhjem
Fin berättelse om Gudhjem ock de människor som bott här.
Järnvägsutställningen också fin



Kommentarer til "Andet":

Tilfældigt, kørt forbi
 blot kørt forbi flere gange
 spontant, var på tur med venner
 kørt forbi mange gange
 kører tit forbi
 fra en bog
 blev interesseret gennem mange besøg i Gudhjem
 ved en tilfældighed – dejligt museum og god modtagelse
 fra infostandere i byen (skilte på P-pladser)
 boet i Gudhjem Søpark og dermed "set" museet
 været i Gudhjem mange gange og set det
 set ved besøg i Gudhjem
 kom forbi
 kørt forbi
 forbikørsel
 interesse i de bornholmske jernbaner

Hvor bor du?



■ Bornholm ■ Jylland ■ Fyn og øer ■ Sjælland ■ Storkøbenhavn ■ Udland ■ Ikke oplyst

Alle udstillinger 2023:

11% har besvaret vores spørgeskemaundersøgelse – i alt 324 svar. Det betyder, at vi godt kan regne med, at undersøgelsen er retvisende.

Fordeling bornholmere/turister

Nøjagtig 1/3 af svarene kommer fra fastboende på Bornholm mens 2/3 er turister.

Turisterne fordeler sig med ca. 45% fra Storkøbenhavn, 31% fra Sjælland, 10% fra Jylland, 5% fra Fyn og 9% fra udlandet. Andelen af udenlandske turister er sikkert angivet for lavt, da besvarelser herfra har krævet ekstra indsats med oversættelse af museumsværterne.

Medlemskab

13% af alle svar kommer fra medlemmer af foreningen.

23% af de bornholmske besøgende var medlem af Gudhjem By- og Museumsforening, mens det kun gælder 8% af øens gæster.

Nye gæster/gengangere

41% af besvarelserne kommer fra gæster, der besøgte museet for 1. gang i 2023.

11% af de bornholmske besøgende var på Gudhjem Museum for 1. gang, for turisterne var det 55% der var 1.-gangsbesøgende.

Tilfredshed med oplevelsen af museet

87,5% udtrykker meget stor tilfredshed med udstillingerne og 12,5% synes at deres forventninger blev indfriet "i nogen grad"

Tilfredsheden er marginalt større hos bornholmerne, hvor 87,6% er meget tilfredse, mens det gælder for 84,7% af turisterne.

Museumsgruppens valg af emner for udstillingerne ser ud til at falde i gæsternes smag, når det gælder udstillinger med kunst og kunsthåndværk. Dog er der enkelte, som ønsker lokalhistorien mere fremtrædende.

Kilder til kendskab til museet, opdelt for bornholmere og turister.

	Alle %	Bornholmere %	Turister %
Kender museet i forvejen	41,0	59,8	31,8
Omtale fra venner/familie	26,2	21,5	28,1
Denne uges Bornholm	18,2	15,0	19,8
Presseomtale	11,4	24,3	5,1
Andet	9,0	2,8	12,0
Nyhedsbrev	8,3	13,1	5,1
Museumsfolder	6,8	2,8	8,8
Facebook	7,4	15,9	3,2
www.gudhjemmuseum	6,2	8,4	5,1
App'en Bornholm	5,6	2,8	6,9
Trykte kalendere	5,2	9,3	3,2
Andre websites	4,0	3,7	4,1
Magasinet Bornholm	4,0	3,7	4,1
A-skilte	3,7	1,9	4,6
Plakat/postkort	3,4	0,9	4,6
Eventkalender, bornholm.info	1,9	2,8	1,4
Instagram	1,5	0,9	1,8
Find motivet - bykort	1,5	0,9	1,8
Husker ikke	1,2	0,9	1,4
Infostander, Velkomstcenter	0,6	0,9	0,5

Der er forskelle mellem, hvor højt de enkelte medier rangerer, men forhåndskendskab til museet og omtale fra familie og venner ligger øverst hos begge grupper. Presseomtale, som omhandler lokale medier ligger på andenpladsen hos bornholmerne, mens den kommer langt ned hos turisterne. Her indtager Denne uges Bornholm derimod en 3. plads, hvor den hos bornholmerne indtager 5. pladsen.

"Andet", som via kommentarer beskrives som, at man tilfældigt opdagede museet, når man kom forbi ligger helt oppe som nr. 4 hos turisterne og hos bornholmerne langt nede i rækken.

Nyhedsbrev og Facebook ligger højt hos bornholmerne, men er ikke nær så markante for turisterne. Til gengæld kendes museumsfolderen langt bedre hos turisterne end hos bornholmerne.

Kommunikationsgruppens beslutning om at øge synligheden umiddelbart i nærheden af museet, ser ud til at være velbegrundet. Ligesom annoncering i Denne uges Bornholm er uomgængelig.