

Leserkretsundersøkelse

Museumsnytt

Juni 2016



TNS Gallup
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



Innhold

1

Modellert lesertall 6

2

Lesing av bladet og nettutgaven 9

3

Redaksjonellmodul 21

4

Annonsemodul 28

5

Beslutningstakerindeks 32

6

Word of mouth 41

7

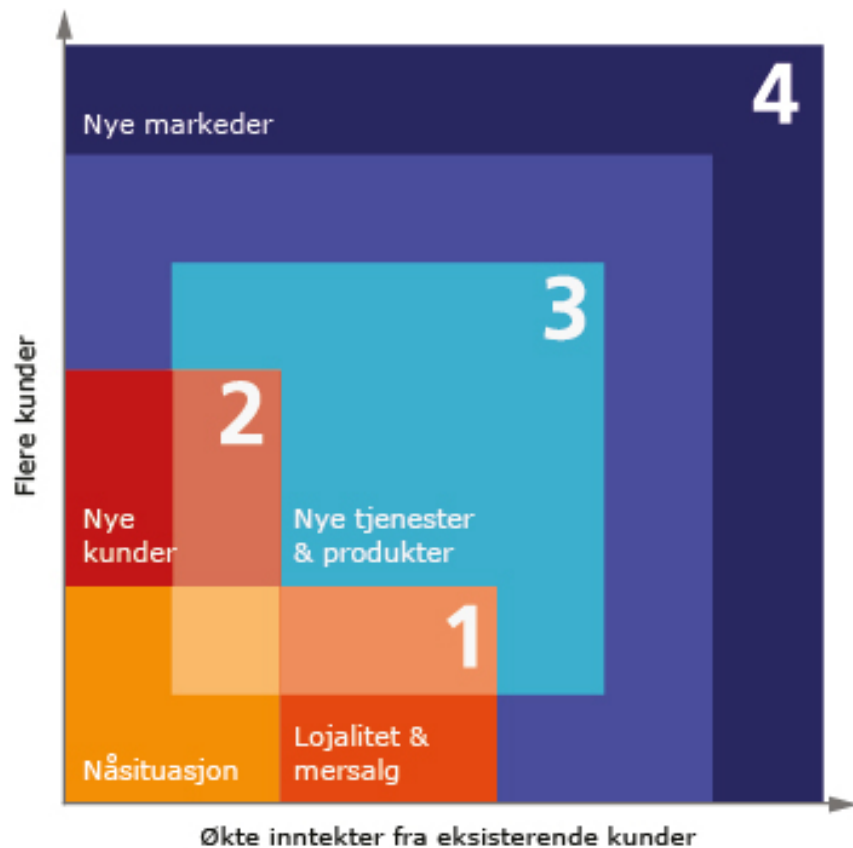
Bakgrunnsinformasjon 51

8

Vedlegg 56



Vekstkart



45% av leserne til Museumsnytt er lojale lesere og har lest samtlige av siste 6 utgaver. En utgave av Museumsnytt tas opp og leses flere ganger. Bladet oppfattes som troverdig og faglig relevant.

Det er stor interesse for å lese om faglig stoff. Leserne sier de er ganske tilfreds med innholdet i bladet og er enig i at bladet har et troverdig innhold.

Museumsnytt har høy troverdighet blant sine lesere og oppfattes som faglig relevant. Å ytterligere spisse innholdet på områder det er størst interesse for kan være med på å få flere til å lese mer av hver utgave.

Nettsiden museumsnytt.no besøkes sjelden. Dersom Museumsnytt vurderer å legge om til digital plattform (digitalt blad) bør det iverksettes tiltak for å trekke flere lesere til nettsiden.



Innsikt: Redaksjonelt

- 61% har lest Museumsnytt i løpet av siste måned og andelen øker med alderen.
- 45% av leserne av Museumsnytt er lojale lesere og har lest samtlige av siste 6 utgaver. Andelen lojale lesere øker med alderen.
- 64% leser en utgave av Museumsnytt opp til 2 ganger. Eldre tar opp og leser en utgave av Museumsnytt oftere enn yngre.
- 40% leste $\frac{3}{4}$ eller mer av siste utgave av de tittet eller leste i.
- 77% leser Museumsnytt på jobb.
- Kun 14% besøkte Museumsnytt på nett i løpet av siste måned.
- 39% vil like en omlegging av Museumsnytt til digital plattform.
- 30% vil like en sammenslåing av Museumsnytt med Bok og Bibliotek.
- Det er størst interesse for å lese om faglig stoff og det er også ønske om at det skrives mer om temaet.
- Museumsnytt oppfattes som troverdig og faglig relevant.
- Museumsnytt sine lesere har høyere utdanning og er meget interessert i kultur og historie.

Innsikt: Annonser

- Det er høyest interesse for å lese annonser for kommende utstillinger.
- 61% er helt/litt enige i at annonsene i Museumsnytt er relevante.

Om leserkretsundersøkelsen

Informasjon om Leserkretsundersøkelsene



Leserkretsundersøkelse for Fagpressen

Fagpressen og TNS Gallup har inngått avtale om etablering av leserdokumentasjon for fagpressens medlemsblader. Formålet er å fremskaffe leserdokumentasjon for redaksjonell utvikling og annonsesalg basert på gjennomføring av leserkretsundersøkelser.

Fakta om Leserkretsundersøkelse for Museumsnytt



Fagbladet

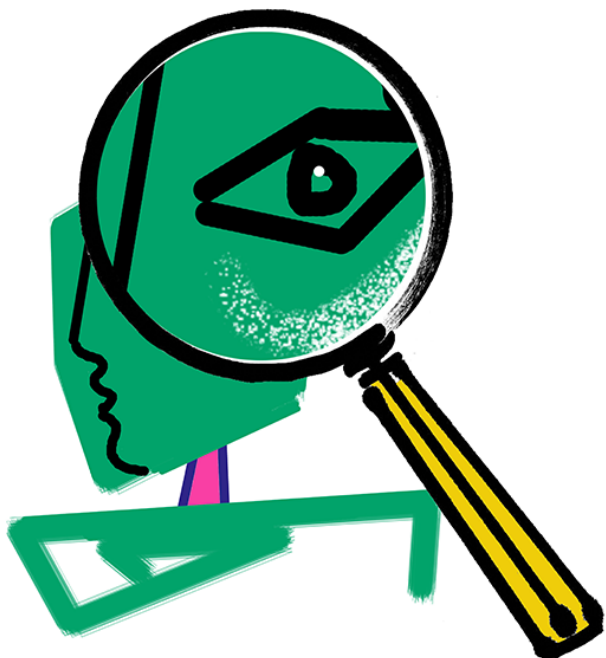
Målgruppe:	Lesere av Museumsnytt
Utvalg:	Undersøkelsen ble sendt ut til 3267 e-postadresser.
Metode:	Undersøkelsen er gjennomført på web
Antall Intervju:	Totalt 366 intervju
Feltperiode:	30.05. - 07.06.2016
Intervjutid:	7 minutter

1

Modellerte lesertall



1 Modellerte lesertall



TNS Gallup har utviklet en modell som estimerer lesertall for hvert enkelt fagblad per år. Modellen bygger på en rekke faktorer som bidrar til å forklare lesertallet for et fagblad, blant annet Fagpressenøkkelen og distribusjonsfordeling.

Det modellerte lesertallet er separat fra Leserkretsundersøkelsen som vil bli presentert i resten av denne rapporten.

Museumsnytt

Museumsnytt sitt modellerte lesertall for 2016 er:

Modellert lesertall for Museumsnytt
rapporteres november 2016

Basert på Fagpressens opplagskontroll av (2016)

2

Lesing av bladet og nettutgaven



2 Lesing av bladet og nettutgaven

Museumsnytt

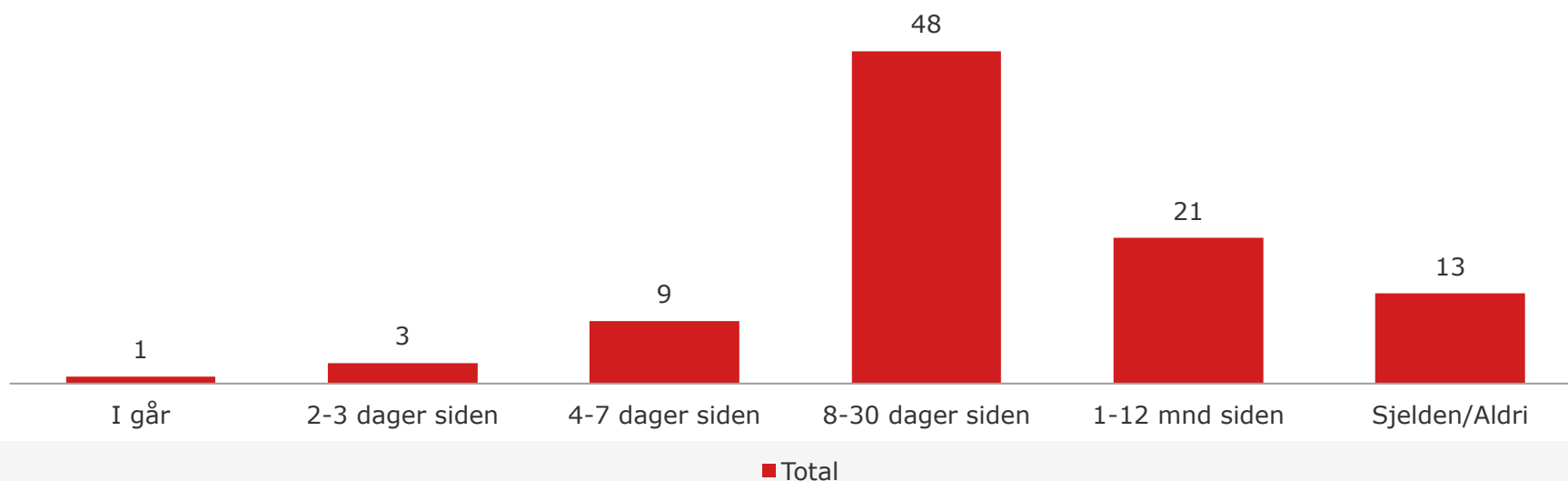
Modul 1 Lesing av bladet og nettutgaven inneholder følgende spørsmålsbatteri:

- Q1** Bortsett fra i dag, når leste eller tittet du sist gang i [...]?
- Q2** Hvor mange av de siste 6 nummer av [fyll inn tittel] har du lest eller tittet i?
- Q3** Omtrent hvor mange ganger leser eller titter du vanligvis i en utgave av [fyll inn tittel]?
- Q4** Da du leste [fyll inn tittel] sist gang, omtrent hvor stor andel av bladet leste du eller tittet du i da?
- Q5** Hvor pleier du vanligvis å lese bladet?
- Q6** Omtrent hvor mange andre personer enn deg selv tror du leser den utgaven du leste sist gang?
- Q7** Bortsett fra i dag, når besøkte du nettsiden til [fyll inn tittel]?
- Q8** Hvor mange av de siste 7 dagene har du besøkt nettsiden til [fyll inn tittel]?

Det ble også stilt kundespesifikke spørsmål.

61% har lest Museumsnytt i løpet av siste måned

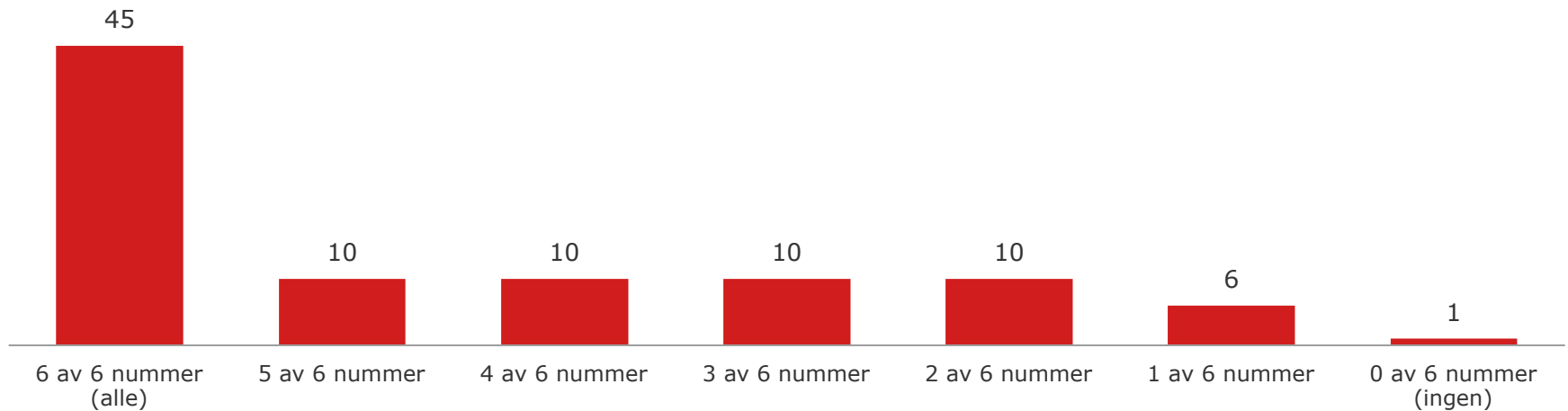
Bortsett fra i dag, når leste eller tittet du sist gang i Museumsnytt?



Total n = 365

45% av leserne av Museumsnytt er lojale lesere

Hvor mange av de siste 6 nummer av Museumsnytt har du lest eller tittet i?

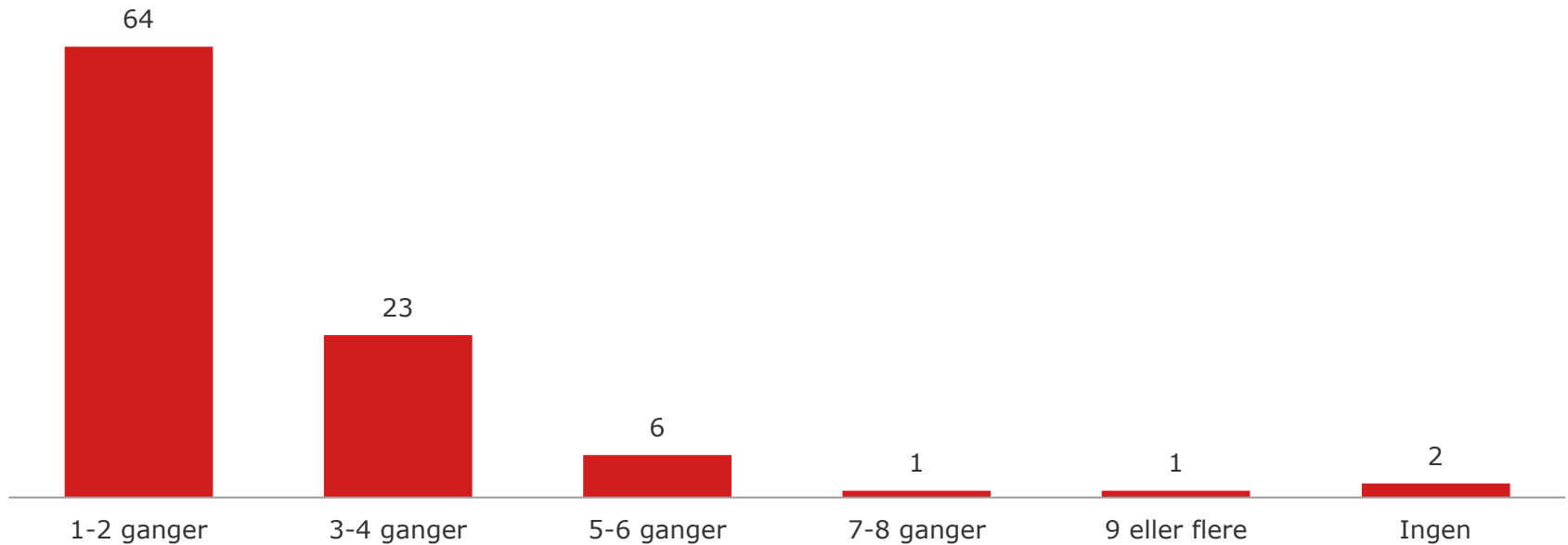


■ Total

Total n= 298 (blant de som har lest i løpet av siste 12 mnd.)

64% leser en utgave av Museumsnytt opp til 2 ganger

Omtrent hvor mange ganger leser eller titter du vanligvis i en utgave av Museumsnytt?

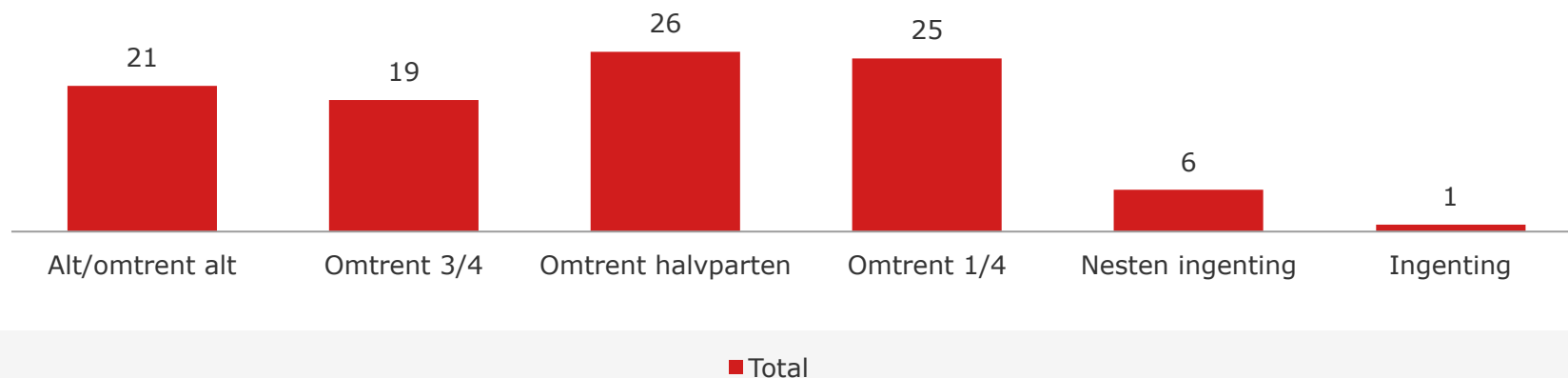


■ Total

Total n= 298 (blant de som har lest i løpet av siste 12 mnd.)

40% leste ¾ eller mer av siste utgave de tippet eller leste i

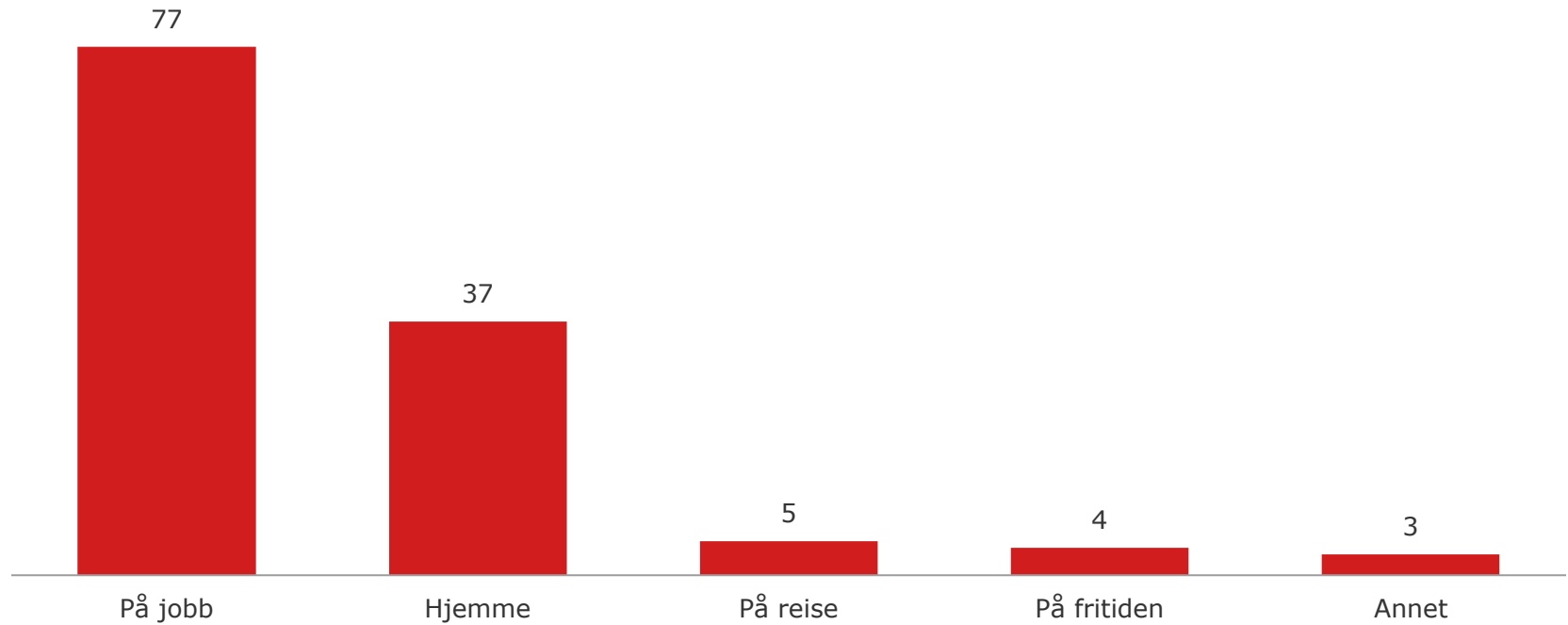
Da du leste eller tippet i Museumsnytt sist gang, omtrent hvor stor andel av bladet leste eller tippet du i da?



Total n= 298 (blant de som har lest i løpet av siste 12 mnd.)

Museumsnytt leses på jobb

Hvor pleier du vanligvis å lese eller titte i Museumsnytt?

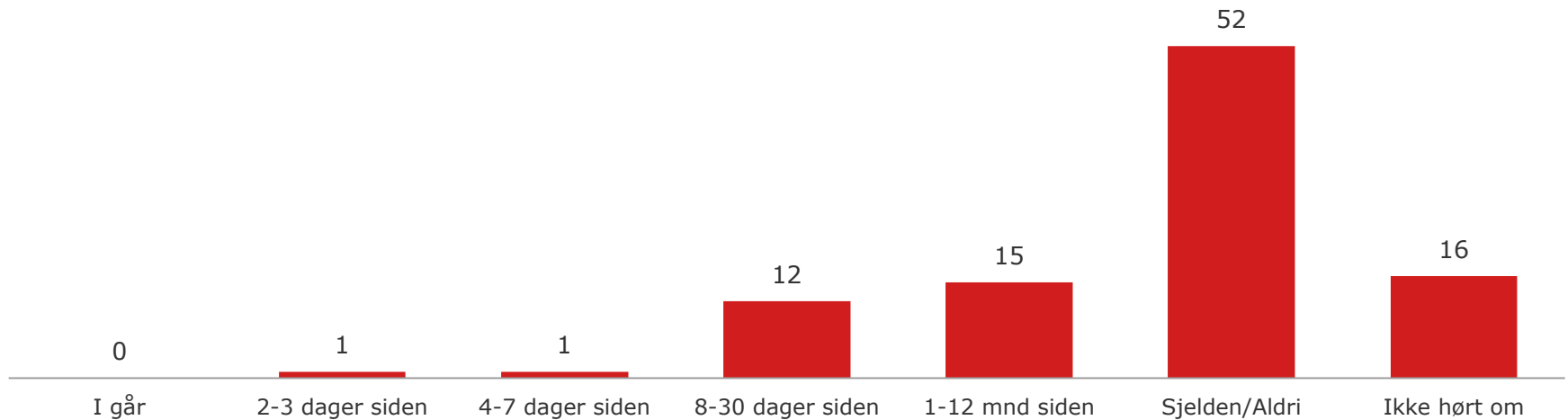


■ Total

Total n= 298 (blant de som har lest i løpet av siste 12 mnd.)

14% besøkte Museumsnytt på nett i løpet av siste måned

Bortsett fra i dag, når besøkte du sist gang nettsiden til Museumsnytt (museumsnytt.no)?



■ Total

Total n= 365

Hvor ofte besøkt nettsiden til Museumsnytt?

Hvor ofte er du inne på/besøker nettsiden til Museumsnytt (museumsnytt.no)?

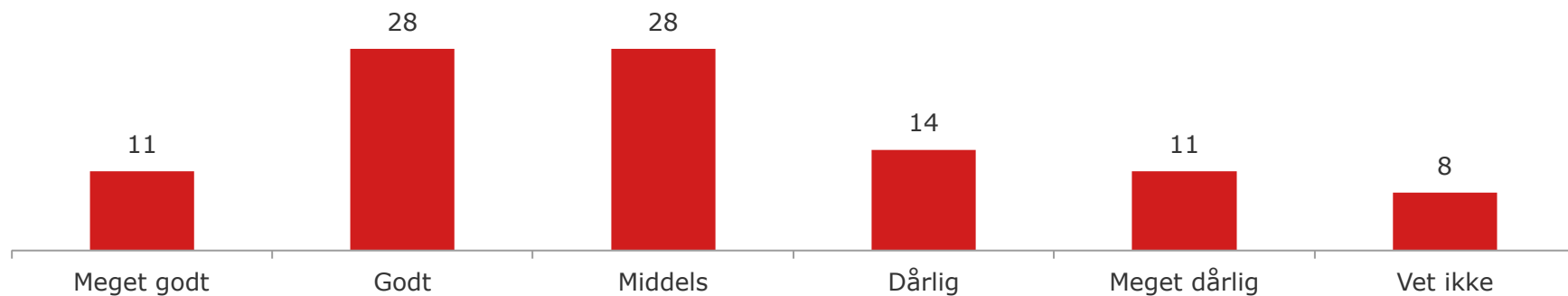


■ Total

Total n= 107 (blant de som har lest i løpet av siste året.)

39% vil like en omlegging av Museumsnytt til digital plattform

Hvor godt eller dårlig vil du like en omlegging av bladet Museumsnytt til digital plattform?

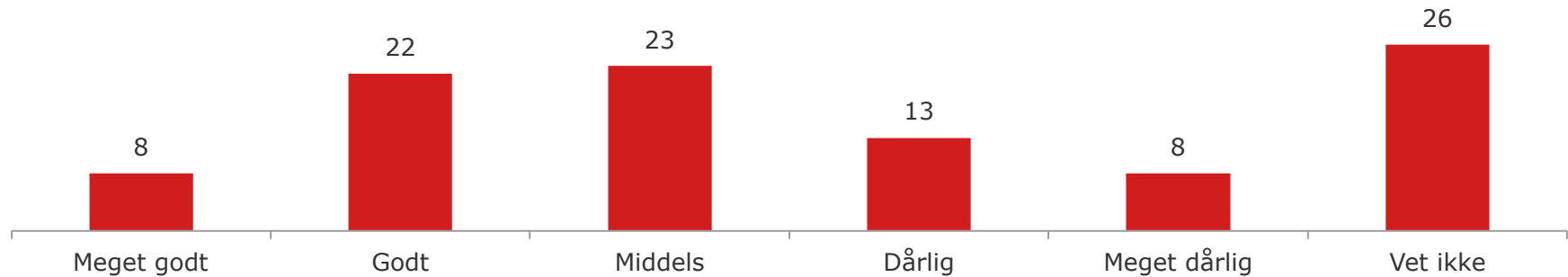


■ Total

n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

30% vil like en sammenslåing av Museumsnytt med Bok og Bibliotek

Hvor godt eller dårlig vil du likt en sammenslåing av bladet Museumsnytt med Bok og Bibliotek (og Arkiv)?

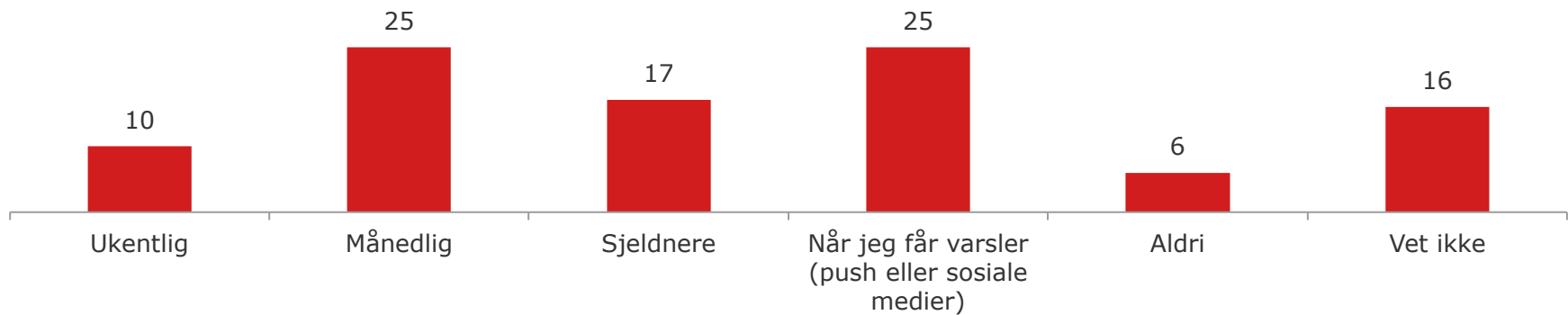


■ Total

n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

Sammenslåing av Museumsnytt med Bok og Bibliotek

Hvor ofte tror du at du ville brukt nettstedet dersom Museumsnytt og Bok og Bibliotek ble slått sammen?



■ Total

n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

3

Redaksjonell modul



3 Redaksjonell modul

Museumsnytt

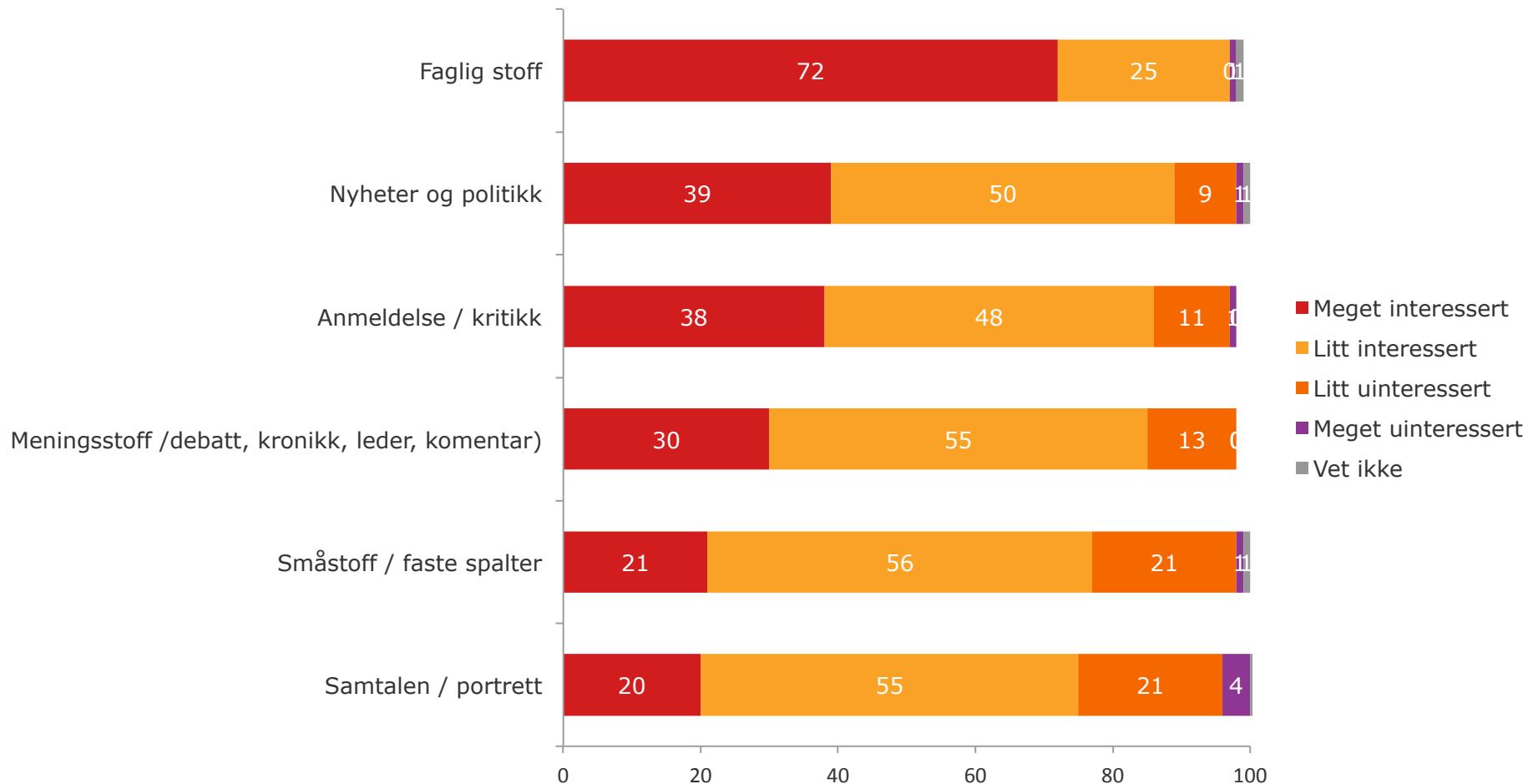
Modul 2 *Redaksjonell modul* inneholder følgende spørsmålsbatteri:

- Q9** Hvor interessert er du i å lese om følgende stoffområder i [fyll inn tittel]?
- Q10** Hvor godt eller dårlig mener du følgende ord (adjektiver) passer til [fyll inn tittel]?
- Q11** Hvor tilfreds er du samlet sett med innholdet i [fyll inn tittel]?
- Q12** *Hvor ofte leser du om følgende tema i [fyll inn tittel]?*
- Q13** *Ønsker du at [fyll inn tittel] skriver mer, mindre eller like mye om følgende områder?*
- Q14** *Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om [fyll inn tittel]?*

Det ble også stilt kundespesifikke spørsmål.

Stor interesse for å lese om faglig stoff

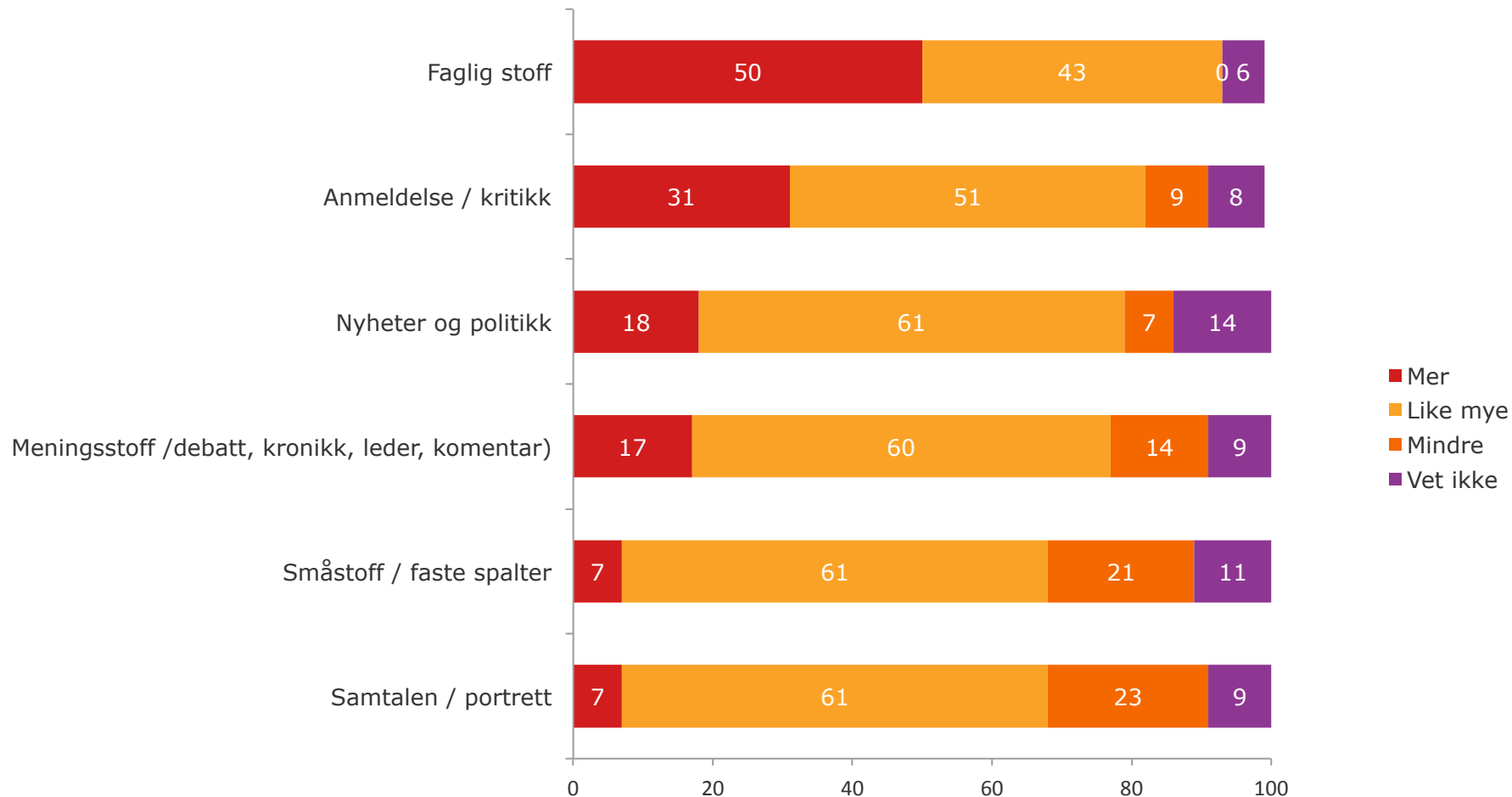
Hvor *interessert* er du i å lese om følgende stoffområder i Museumsnytt?



n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

Ønsker at det skrives mer om faglig stoff i Museumsnytt

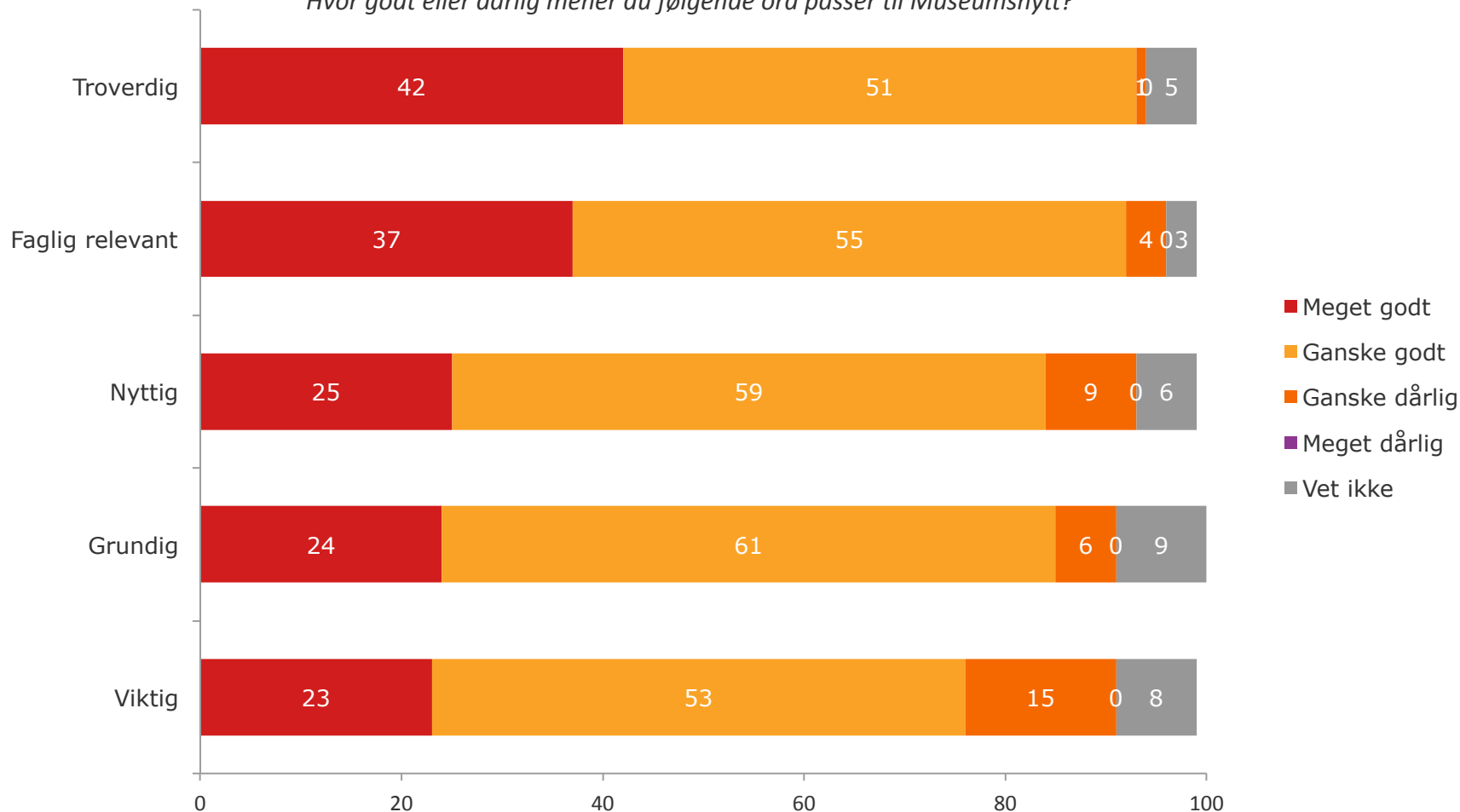
Ønsker du at Museumsnytt skriver mer, mindre eller like mye om følgende områder?



n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

Museumsnytt oppfattes som troverdig og faglig relevant

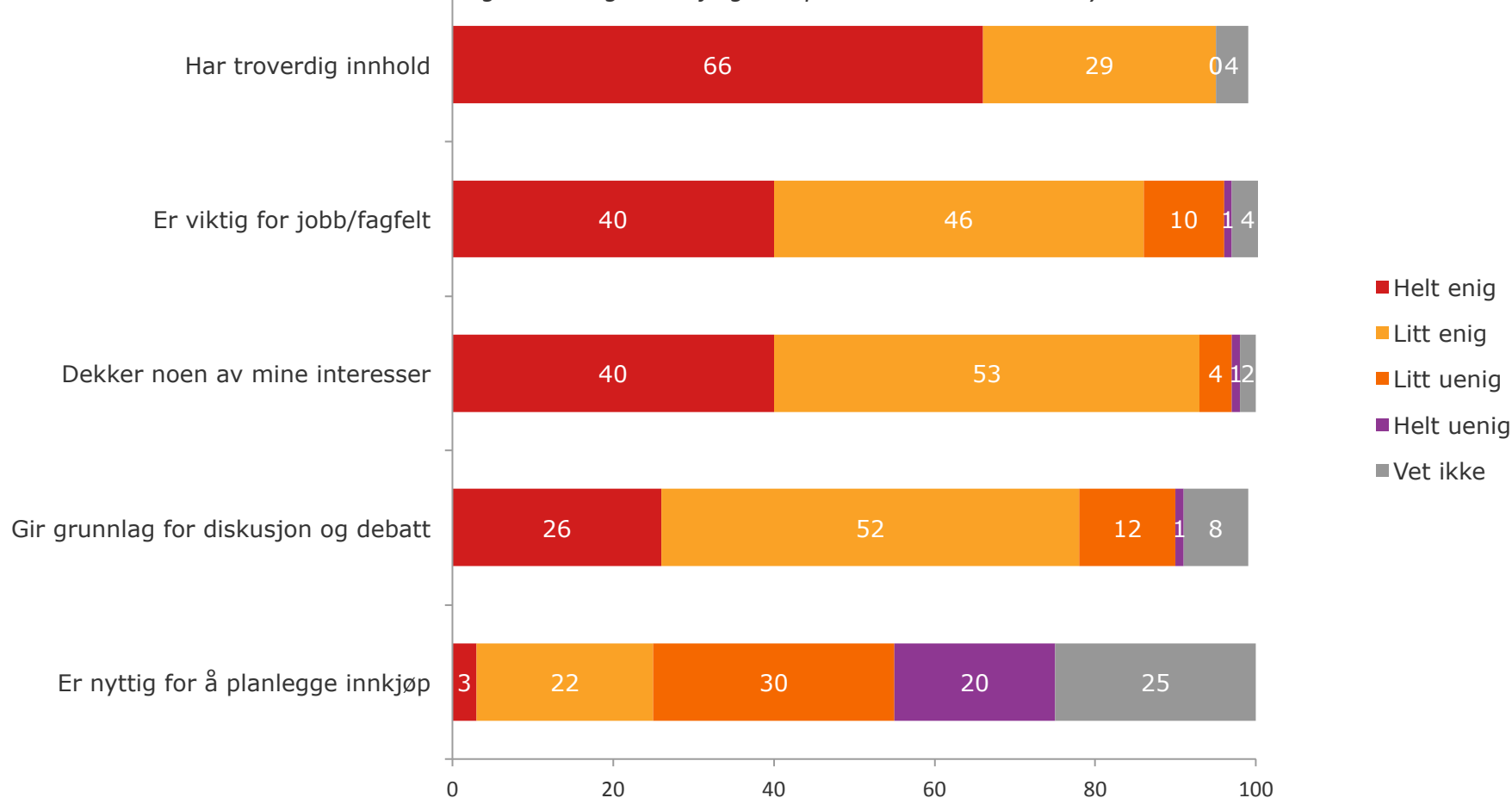
Hvor godt eller dårlig mener du følgende ord passer til Museumsnytt?



n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

Museumsnytt oppleves som å ha troverdig innhold

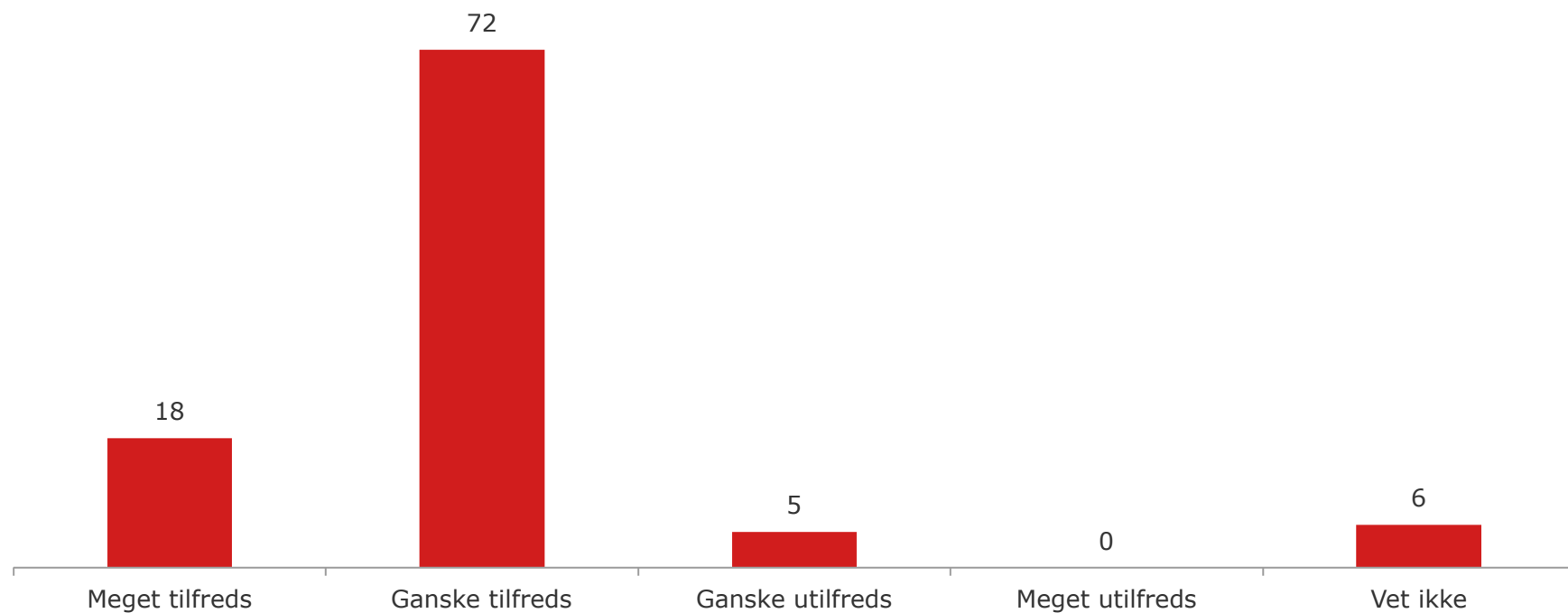
Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om Museumsnytt?



n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

Høy tilfredshet med innholdet i Museumsnytt

Hvor tilfreds er du samlet sett med innholdet i Museumsnytt?



■ Total

n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

4

Annonsemodul



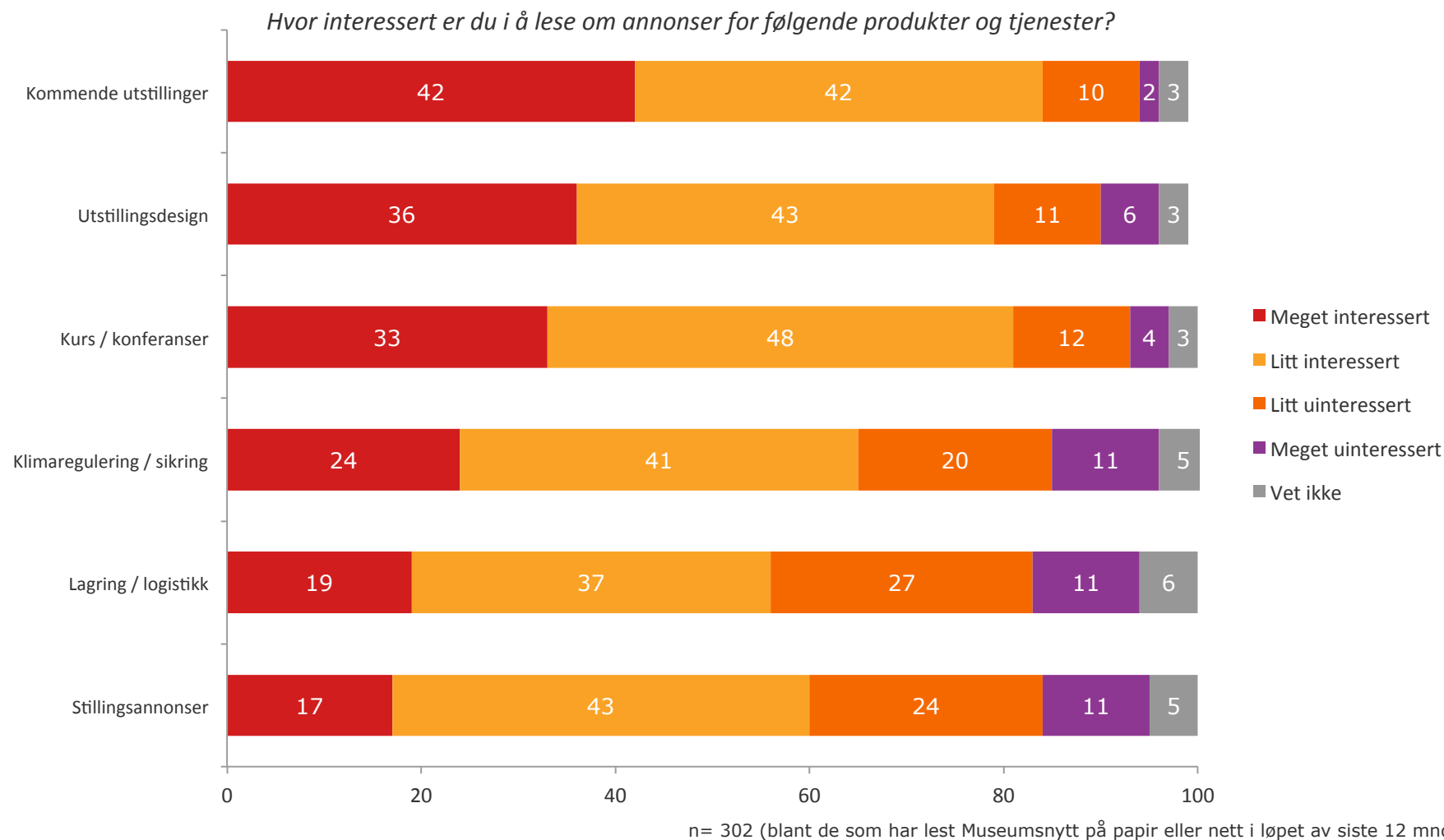
Museumsnytt

Modul 3 Annonse modul inneholder følgende spørsmålsbatteri:

Q15 Hvor interessert er du i å lese om annonser for følgende produkter og tjenester?

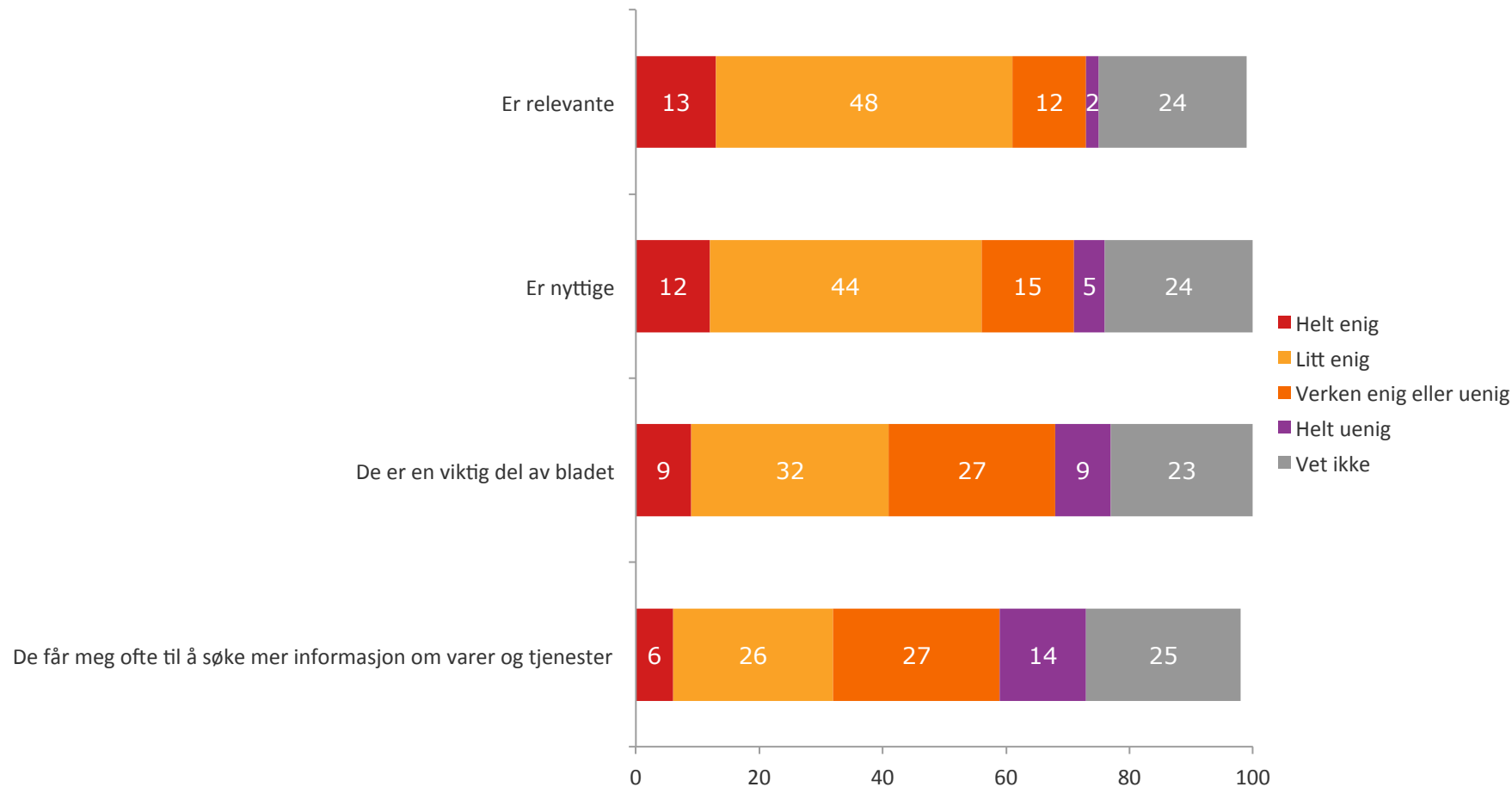
Q16 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om annonsene i [fyll inn tittel]?

Det er høyest interesse for å lese annonser for *kommende utstillinger*



61% er helt/litt enige i at annonsene i Museumsnytt er relevante

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om annonsene i Museumsnytt?



n= 302 (blant de som har lest Museumsnytt på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

5

Beslutningstagerindeks



5 Beslutningstakerindeks

Museumsnytt

Modul 4 *Beslutningstakerindeks* inneholder følgende spørsmålsbatteri:

Q17 Arbeider du i privat eller offentlig sektor?

Q18 Hvilken av følgende bransjer/sektorer jobber du i?

Q19 Hvilken av følgende funksjoner arbeider du hovedsakelig med på din arbeidsplass?

Q20 Har du en ledende stilling, i så fall hvilken type?

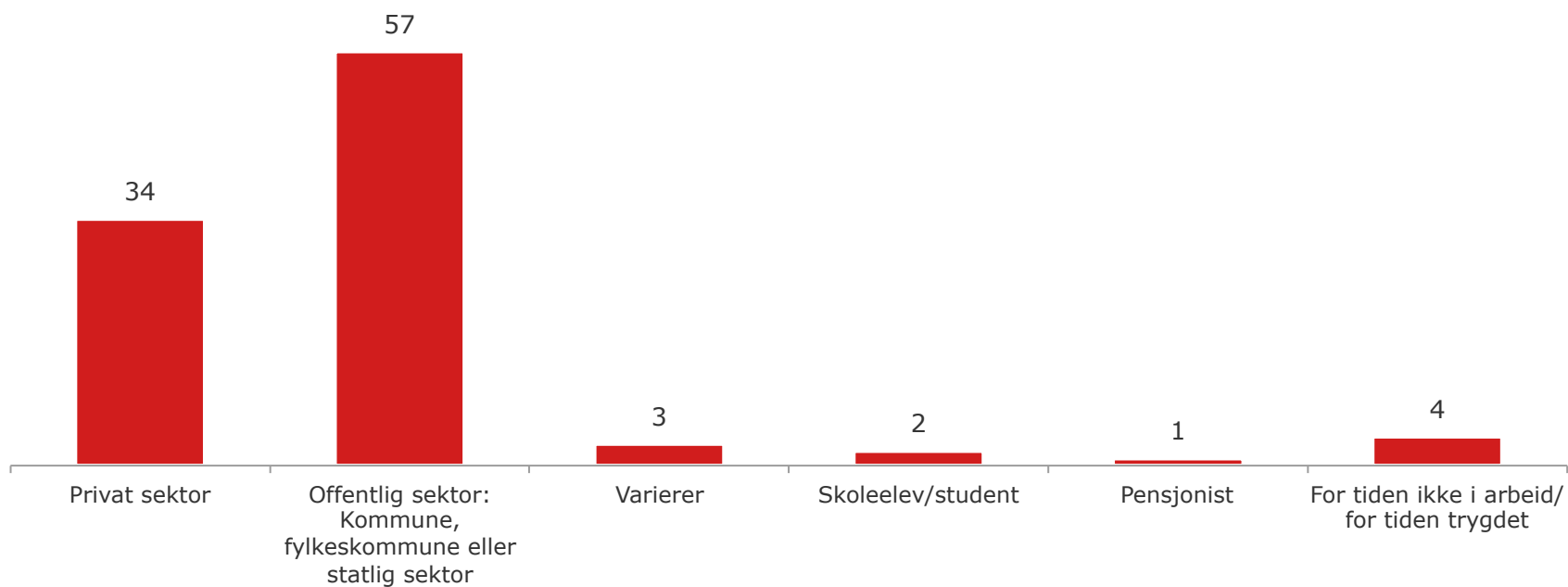
Q21 Har du i forbindelse med jobben noe å gjøre med innkjøp i bedriften?

Q22 Hvor stort er det årlige beløpet du har helt eller delvis innflytelse over når det gjelder innkjøp av varer og tjenester?

Q23 Nedenfor har vi listet opp endel varer og tjenester. Hvor stor innflytelse har du ansvar for innkjøp av den aktuelle varen eller tjenesten?

Arbeidssituasjon

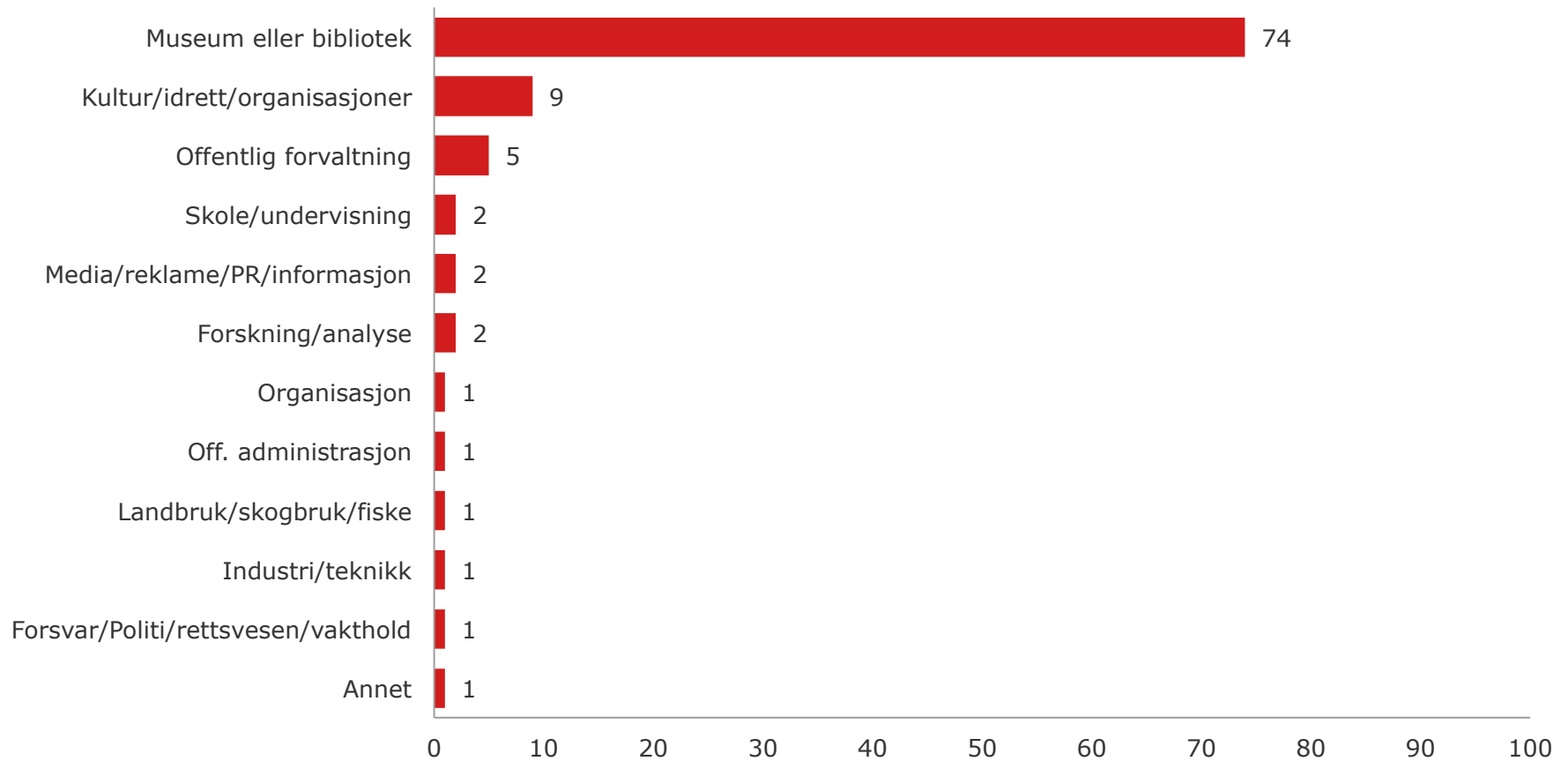
Arbeider du i privat eller offentlig sektor?



Total n= 366

Bransje/sektortilhørighet

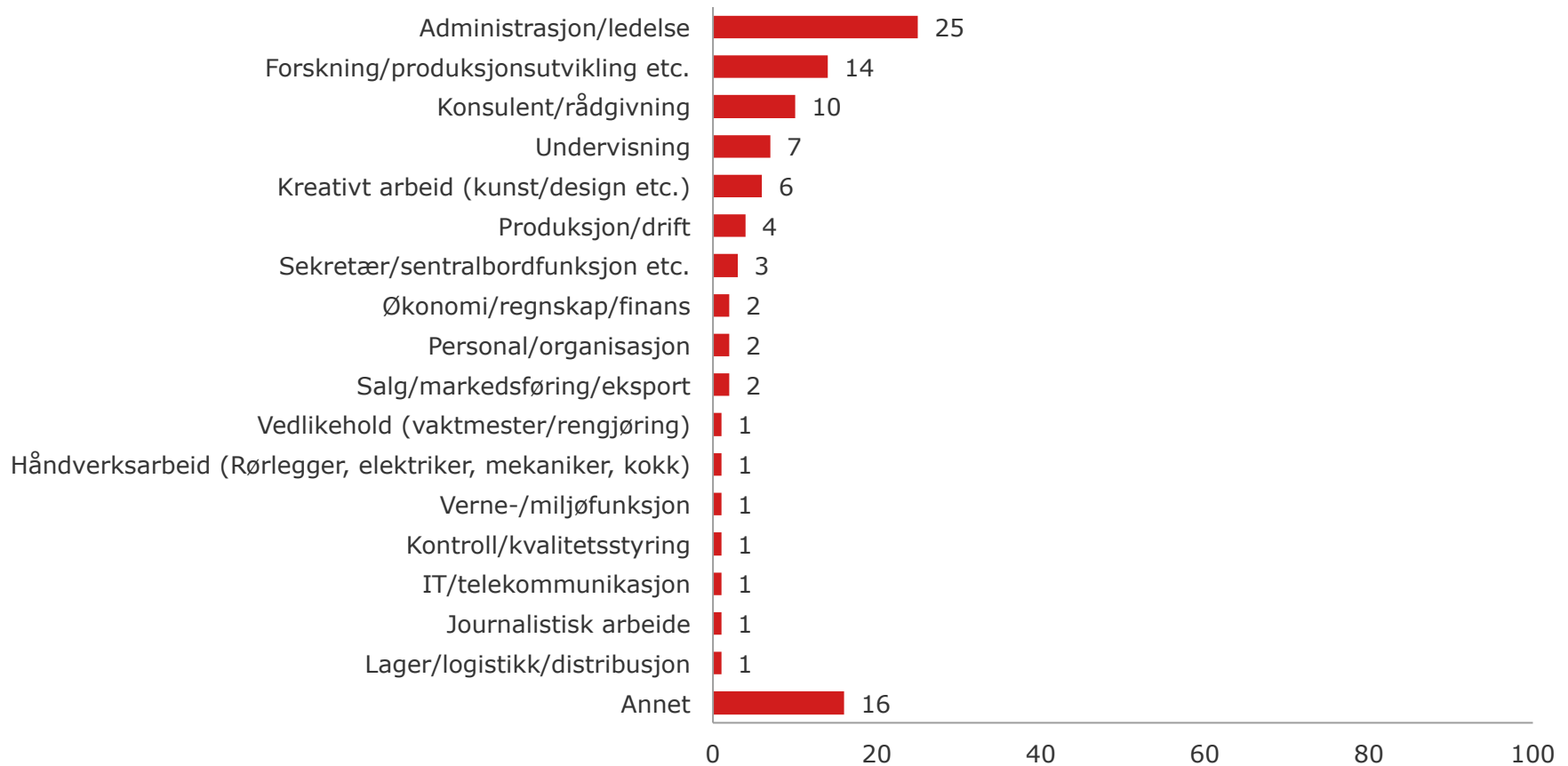
Hvilken av følgende bransjer/sektorer jobber du i?



■ Total

Total n = 345 Blant de som arbeider i privat sektor, offentlig sektor eller varierer

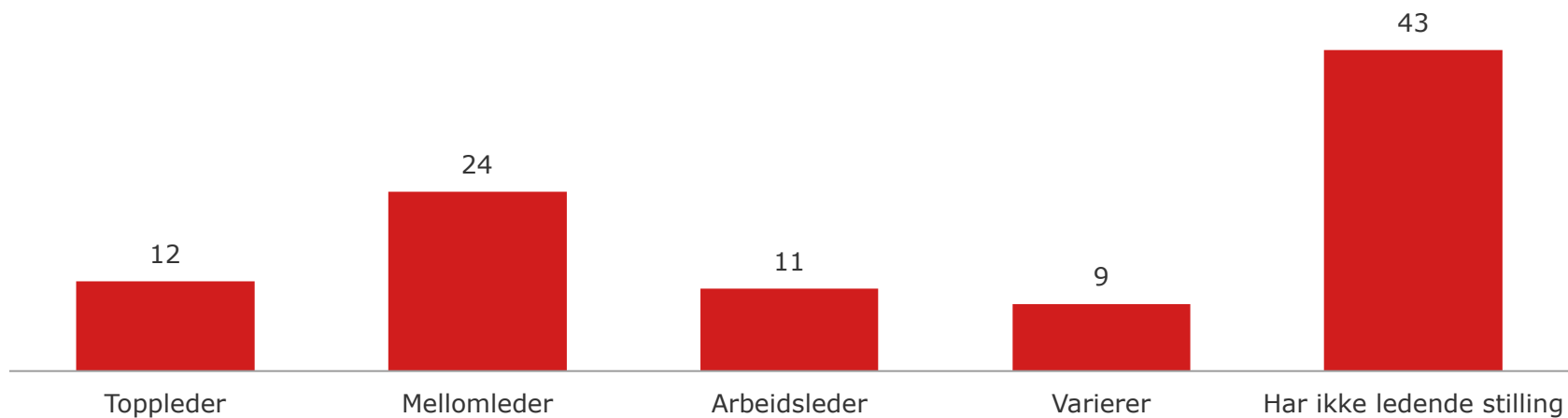
Hvilken av følgende funksjoner arbeider du hovedsakelig med på din arbeidsplass?



■ Total

Total n = 345 Blant de som arbeider i privat sektor, offentlig sektor eller varierer

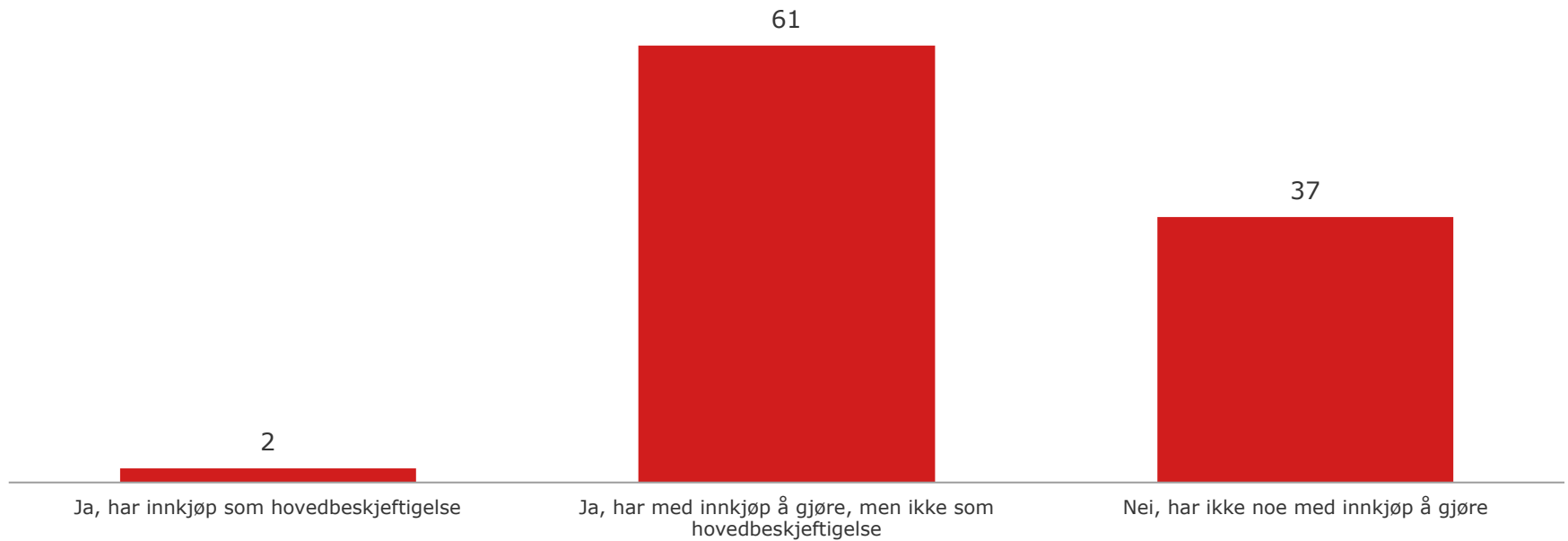
Har du en ledende stilling, i så fall hvilken type?



■ Total

Total n = 345 Blant de som arbeider i privat sektor, offentlig sektor eller varierer

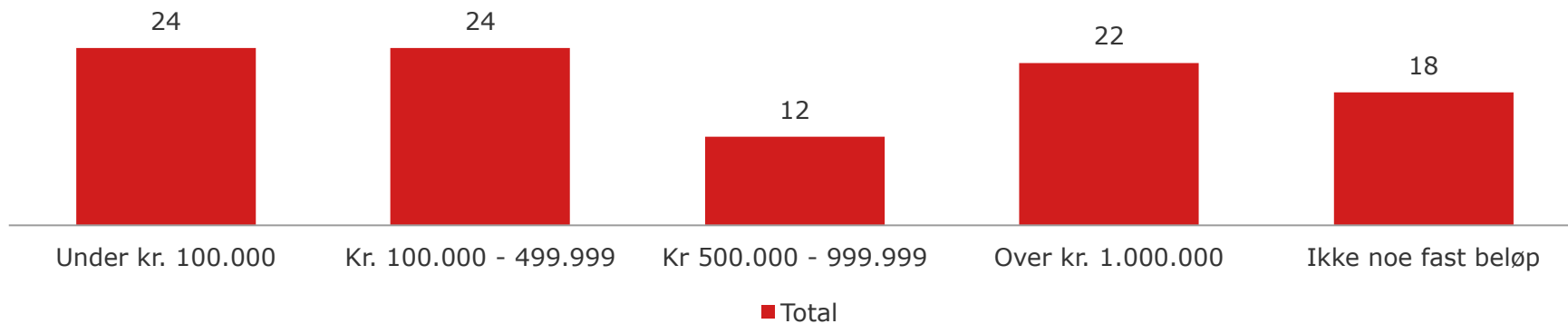
Har du i forbindelse med jobben noe å gjøre med innkjøp i bedriften?



■ Total

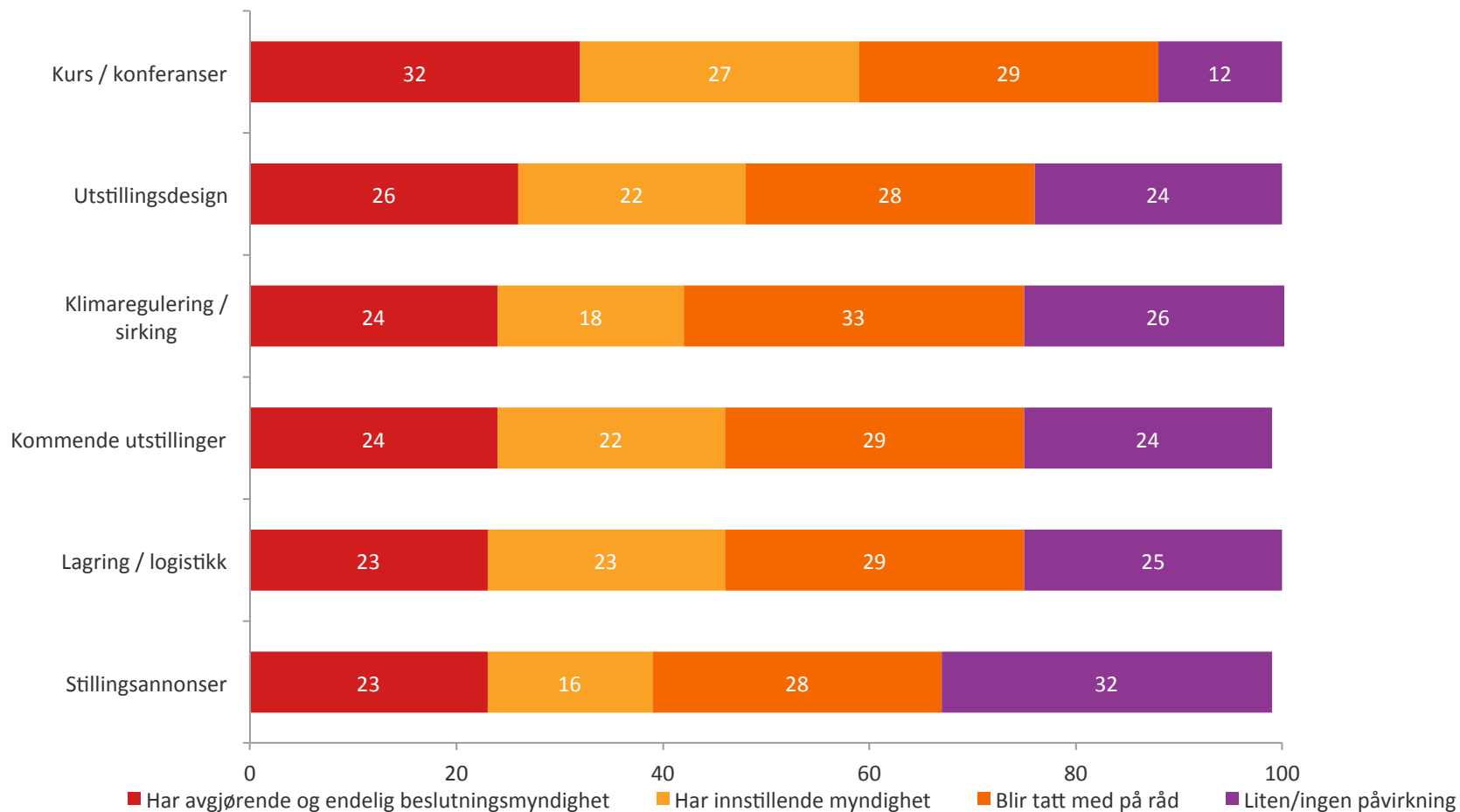
Total n = 345 Blant de som arbeider i privat sektor, offentlig sektor eller varierer

Hvor stort er det årlige beløpet du har helt eller delvis innflytelse over når det gjelder innkjøp av varer og tjenester?



Total n = 217 Blant de som har noe med innkjøp i jobbsammenheng å gjøre

Nedenfor har vi listet opp endel varer og tjenester. Hvor stor innflytelse har du på innkjøp av den aktuelle varen eller tjenesten?



N= 217 Blant de som har noe med innkjøp i jobbsammenheng å gjøre

6

Word of mouth (WOM)



6 WOM indeks

Museumsnytt

Modul 5 WOM indeks inneholder følgende spørsmålsbatteri:

Q24 Hvor oppdatert er du på hva som skjer innenfor følgende områder?

Q25 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

Q26 Hvor interessert er du i følgende tema og aktiviteter?

WOM-indeksen for Fagpressen

WOM (Word Of Mouth) er en uformell kommunikasjonsprosess der et budskap spres muntlig fra en person til en annen. **WOM-indeksen** tar sikte på å *identifisere lesere som har en evne og en vilje til å spre budskap til andre personer*. De er med på å påvirke andres holdninger eller handlinger gjennom sine synspunkter og råd.

Indeksen består nå av fem segmenter. Segmentene er laget på bakgrunn av spørsmål om *sosiale egenskaper, innovasjonsvilje og nysgjerrighet i forhold til å se på nye produkter*.

Spørsmål om innovasjonsvillighet danner grunnlaget for en **innovasjonsindeks** som deler abonnentene inn i fem **adapsjonsgrupper**.

I tillegg identifiseres de ulike WOM-segmentene innenfor en del **bransjespesifikke kategorier**. Kategoriene lages av spørsmål om hvor oppdatert eller interessert abonnenten er innenfor ulike bransjer/temaer.

WOM-segmentene

Connectors : Personer som har venner i mange ulike miljø og blir betegnet som en del av det sosiale segmentet.

Mavens : Personer som ofte søker etter informasjon om varer og tjenester, og som liker å holde seg oppdatert. De er en del av det kunnskapsrike segmentet.

Salesmen : Personer som påvirker andre med deres kunnskap om ny varer og tjenester, og som fungerer som en informasjonskanal for andre. De er en del av det påvirkningsdyktige segmentet.

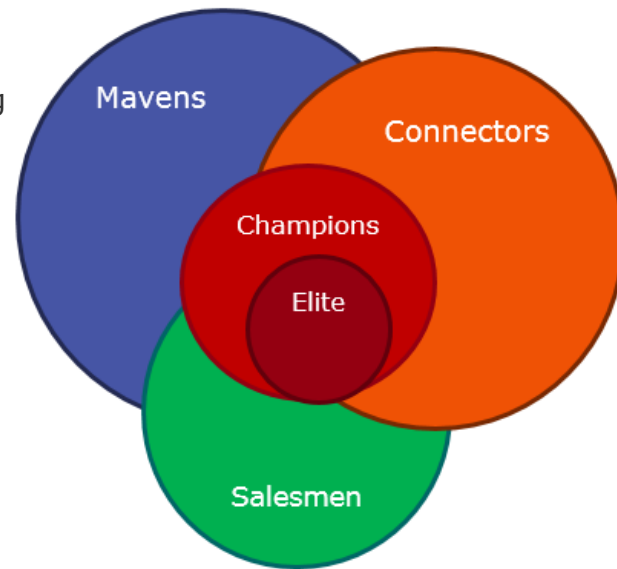
Champions : Personer som *både* er Connector, Maven og Salesman. Disse personene kalles for *Champions* og tilhører Opinionsleder-segmentet.

Elite Champions : Øvre sjiktet av *Champions*.

Ved å klassifisere abonnenter inn i disse gruppene, kan man enkelt kartlegge de som har evnen til å spre budskap til andre personer, og som kan bidra til påvirke andres holdninger og handlinger.

De ulike WOM-segmentene er også definert innenfor en del **bransjespesifikke kategorier**. På den måten kan man identifisere abonnenter med påvirkningskraft innenfor et bestemt tema/bransje.

De ulike kategoriene er: *Mat og drikke, Helse og velvære, Kosmetikk, Klær og sko, Fritid og reiser, Bil og motor, Interiør, hus og hjem, Økonomi, Elektronikk, Politikk og samfunn, TV-, radio- og musikkutstyr og Yrke/Profesjon.*

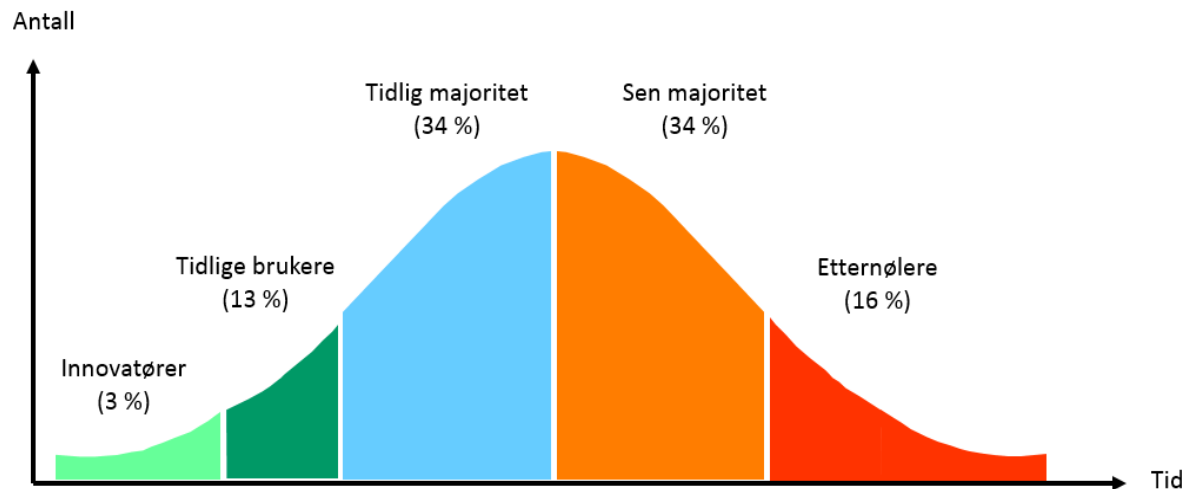


De fem adaptasjonsgruppene

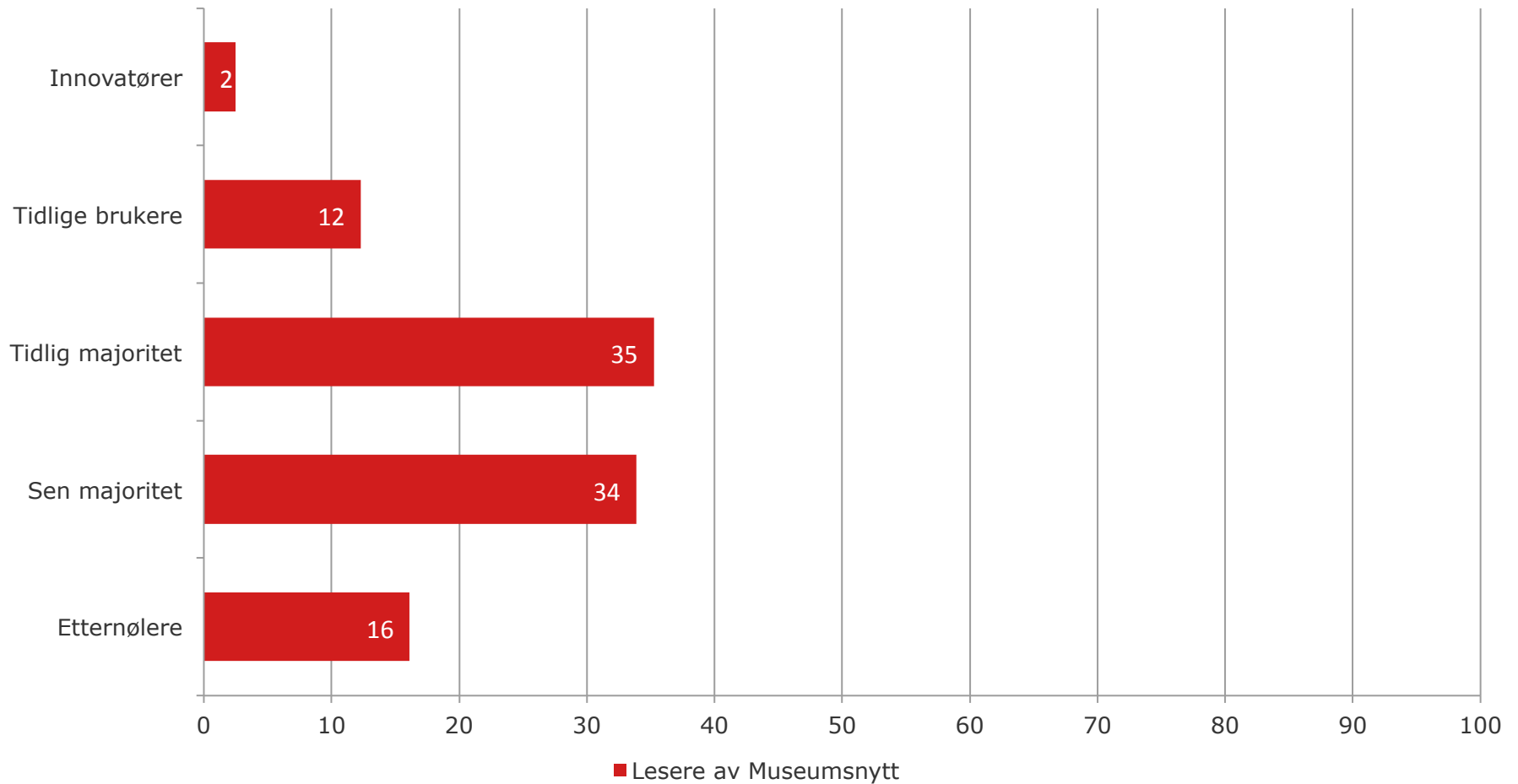
De fem **adaptasjonsgruppene** definerer innovasjonsvilligheten til leserne.

For å kunne komme frem til gruppene blir det først laget en **innovasjonsindeks**. Spørsmål om hvor ofte de søker etter informasjon om nye varer og tjenester, ser etter og prøver nye ting og om de prøver ting før sine venner inngår i beregningen av innovasjonsindeksen.

Deretter blir abonnentene delt inn i fem adaptasjonsgrupper: *Innovatører*, *Tidlige brukere*, *Tidlig majoritet*, *Sen majoritet* og *Etternølere*. Størrelsen på gruppene er definert etter **adaptasjonskurven**:



WOM indeks: Innovasjonsvillighet



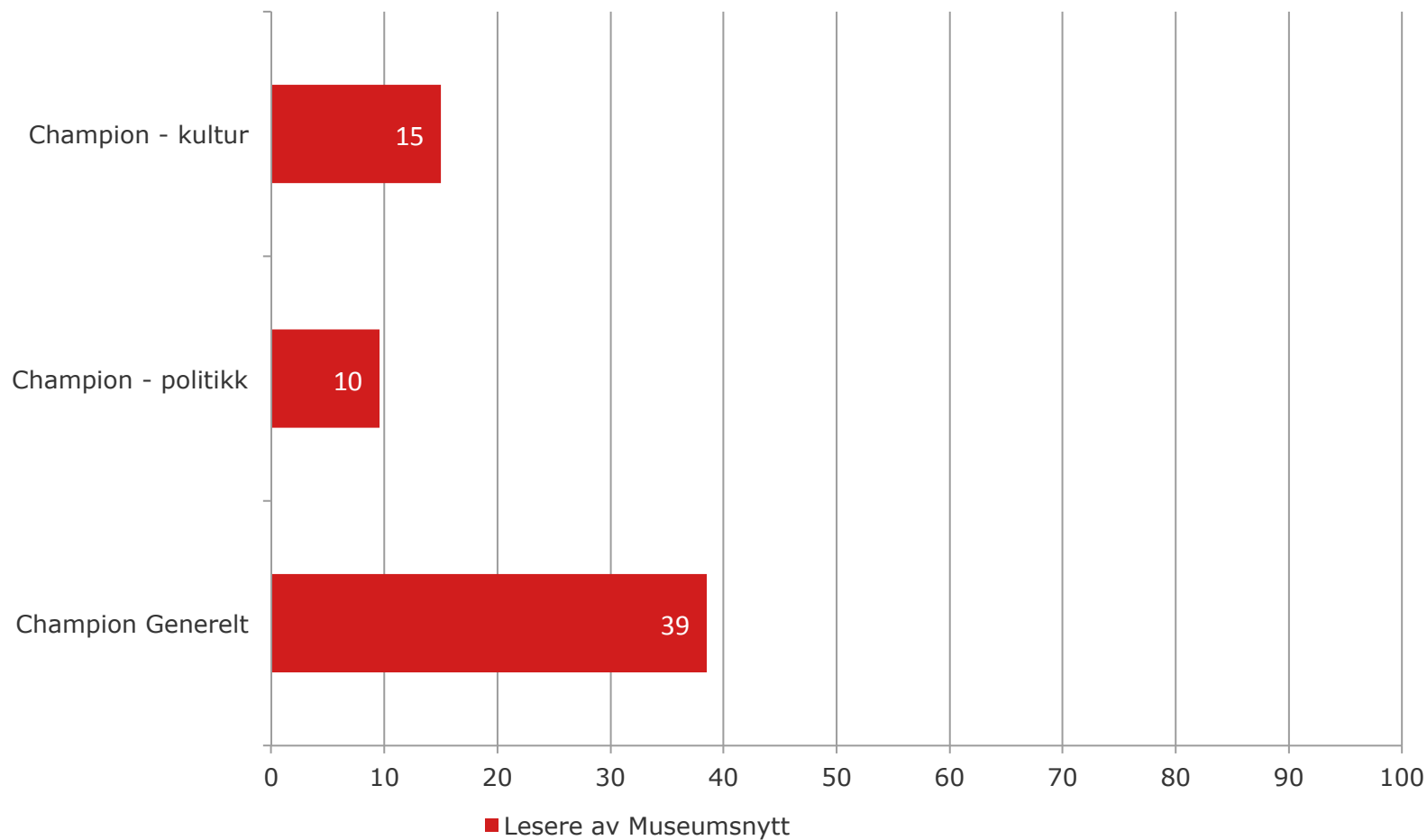
Total n= 366



TNS Gallup
Leserkretsundersøkelse

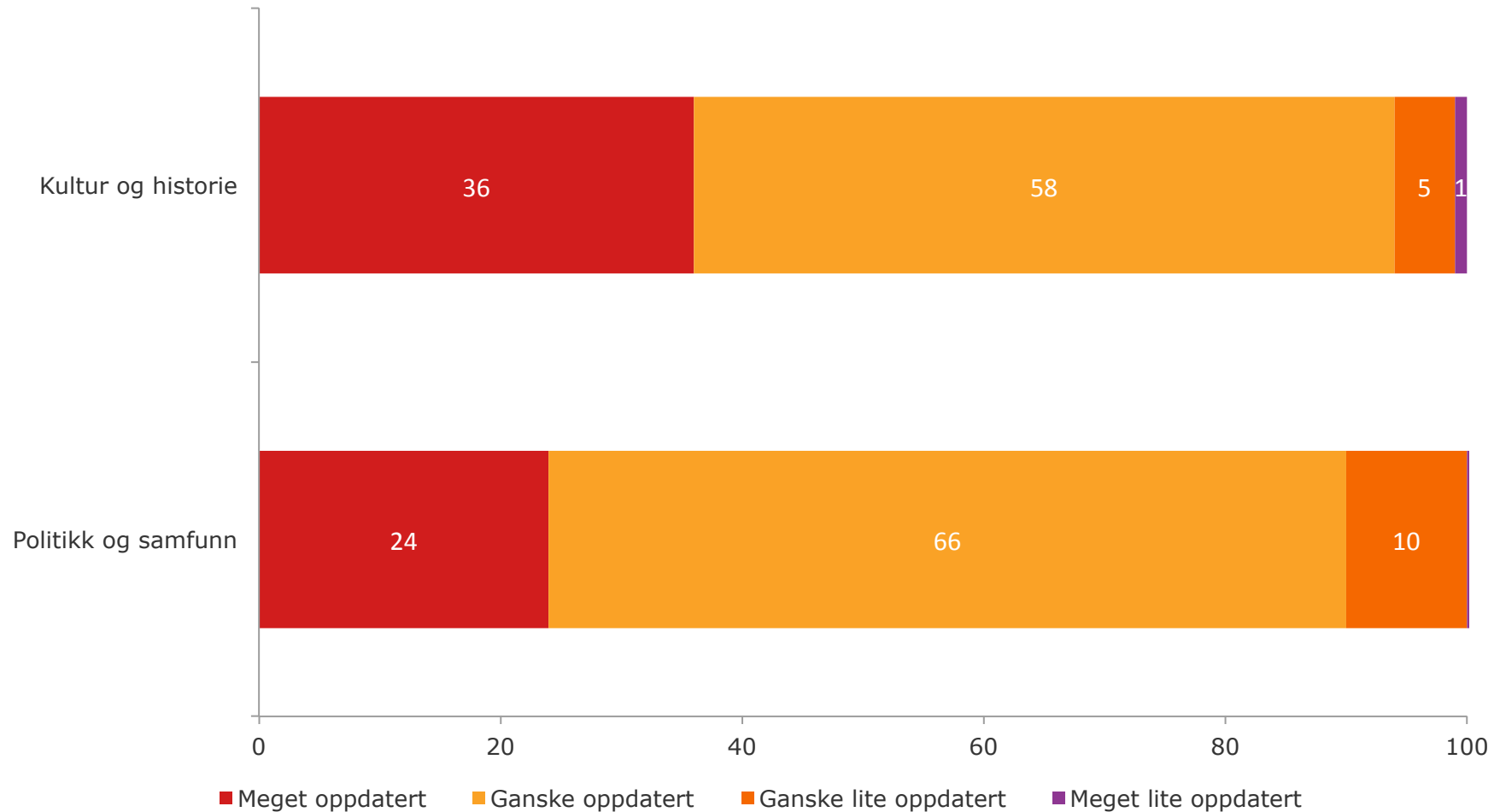
© TNS Juni 2016

WOM indeks: Champions



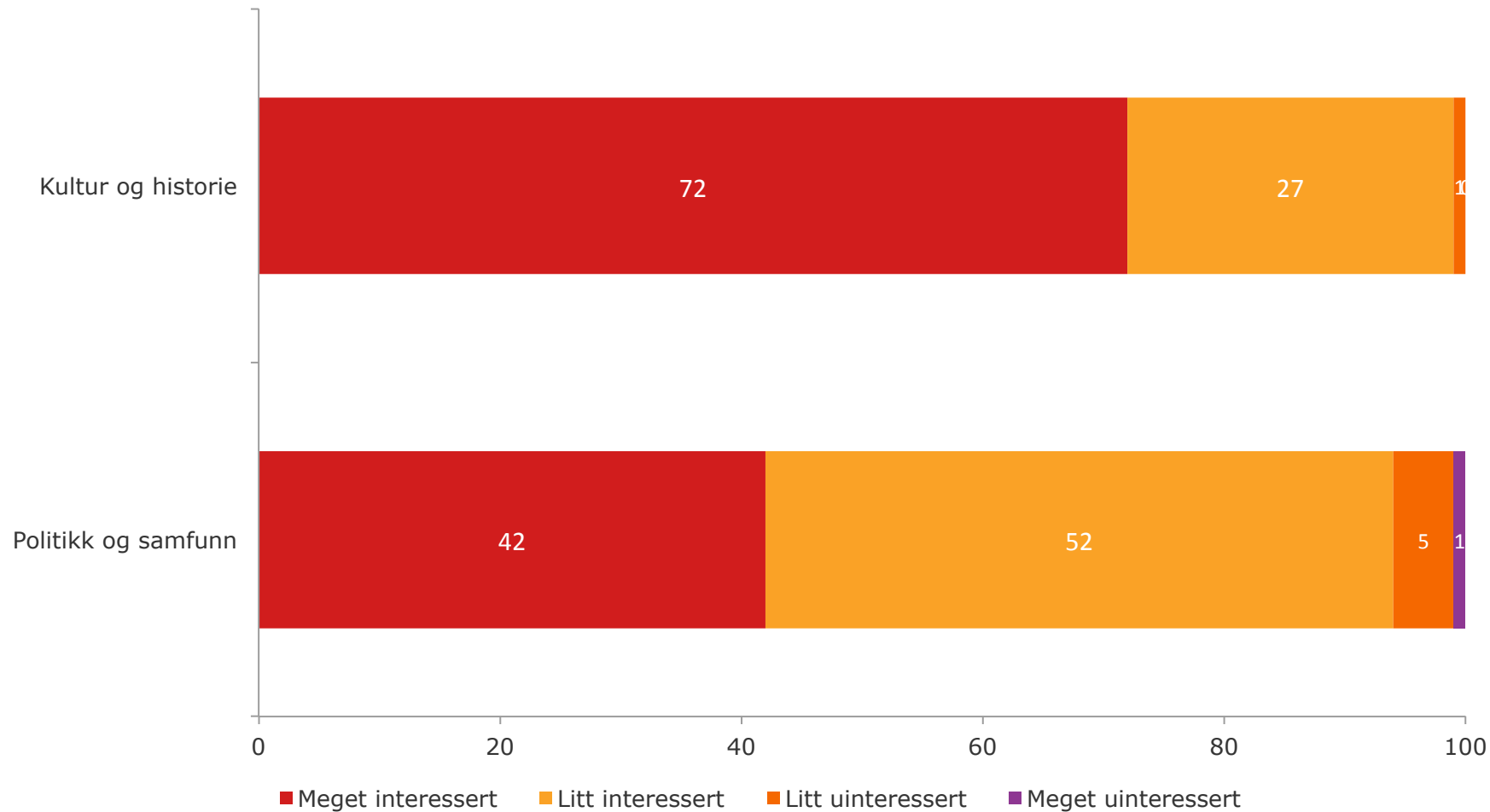
Total n= 366

Hvor oppdatert er du på hva som skjer innenfor følgende områder?



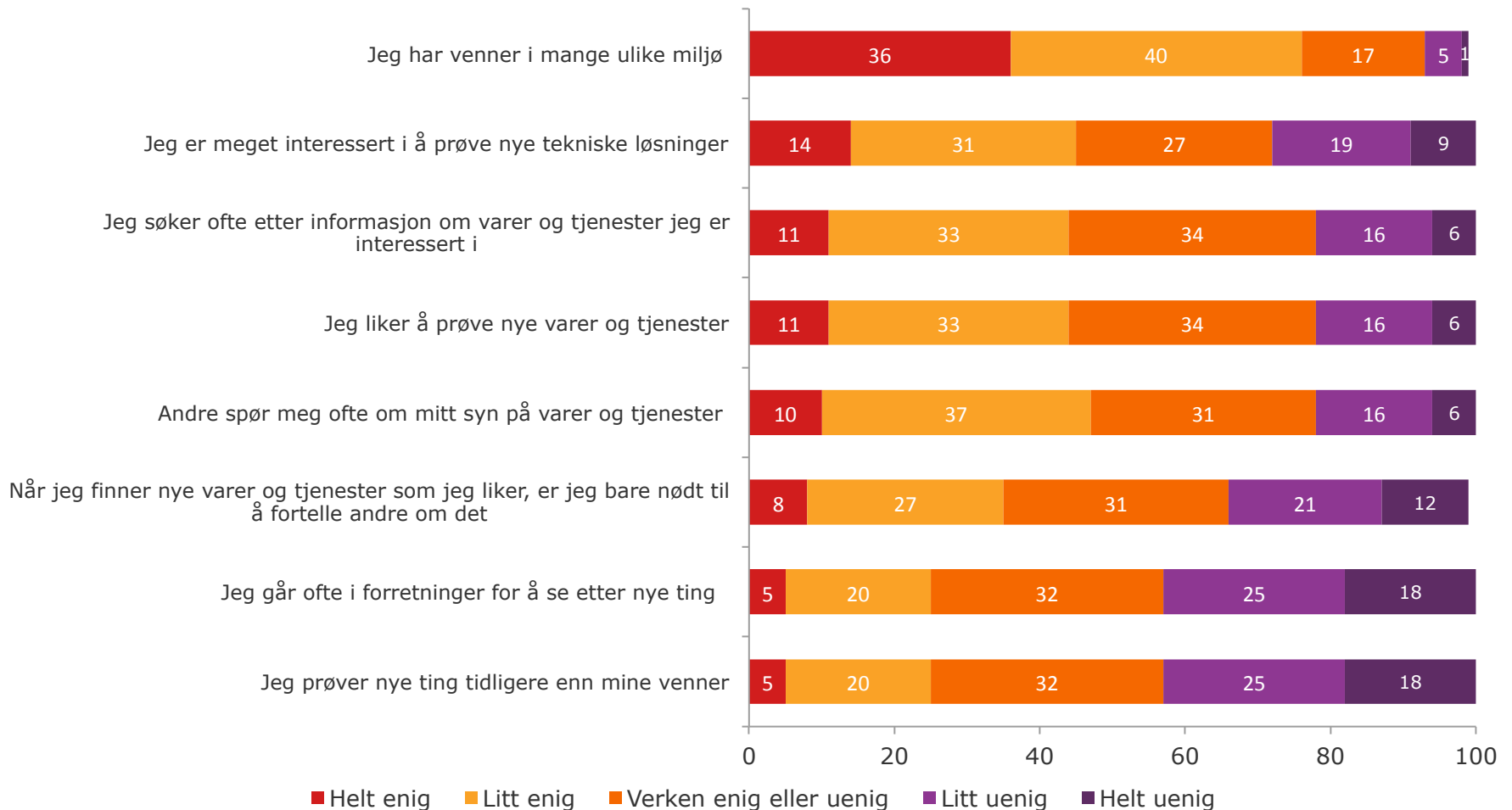
Total n= 366

Hvor interessert er du i følgende tema og aktiviteter?



Total n= 366

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?



Total n= 366

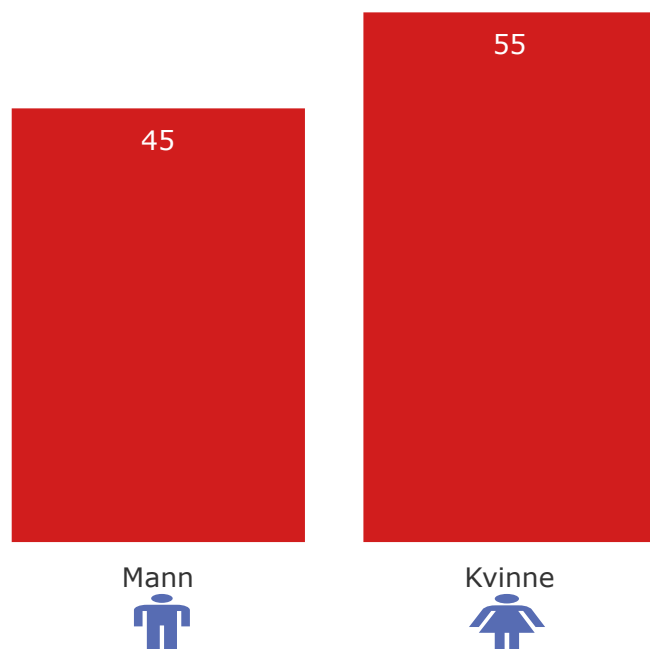
7

Bakgrunnsinformasjon



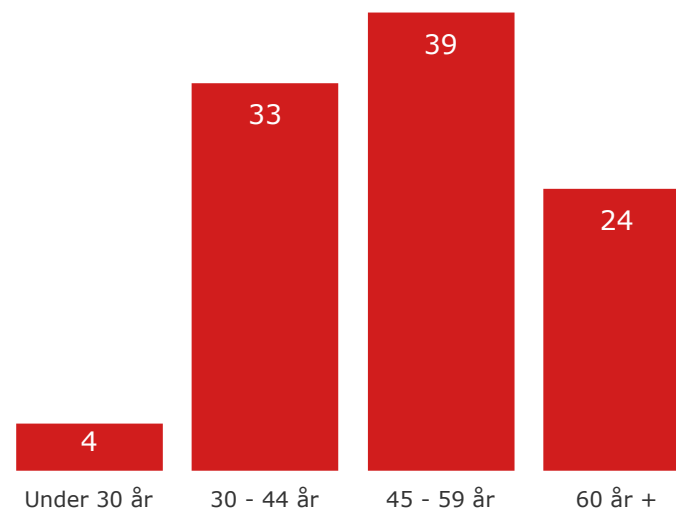
Flere kvinner enn menn leser Museumsnytt

Snittalder ligger på 49 år



■ Total

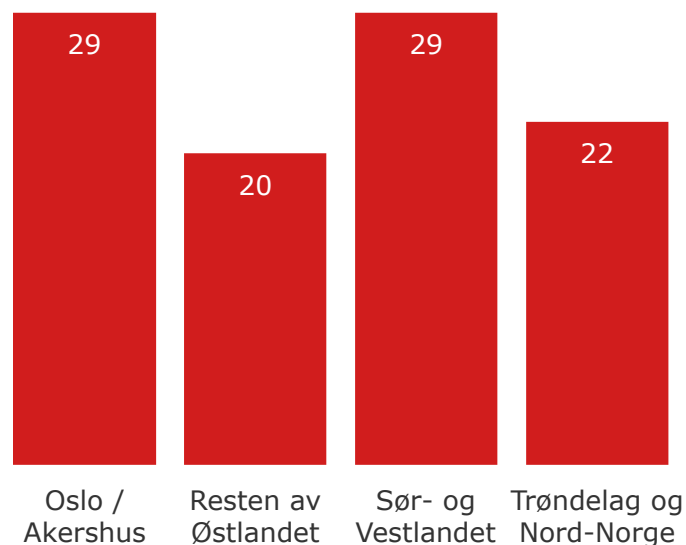
Total n = 366



■ Total

Total n = 363

Geografisk fordeling av leserne



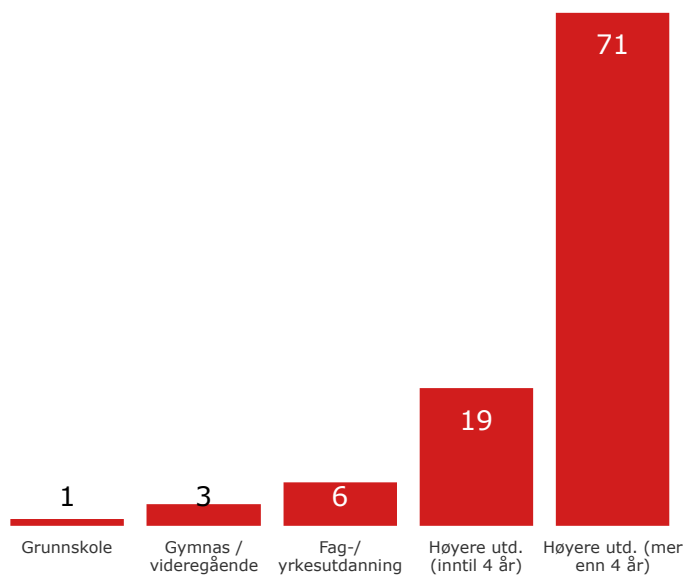
- **Oslo/Akershus:** Oslo, Akershus.
- **Resten Østlandet:** Østfold, Hedmark, Oppland, Buskerud, Vestfold og Telemark.
- **Sør- og Vestlandet:** Aust-Agder, Vest-Agder, Rogaland, Hordaland, Sogn- og Fjordane, Møre- og Romsdal.
- **Trøndelag og Nord-Norge:** Sør-Trøndelag, Nord-Trøndelag, Nordland, Troms, Finnmark.

■ Total

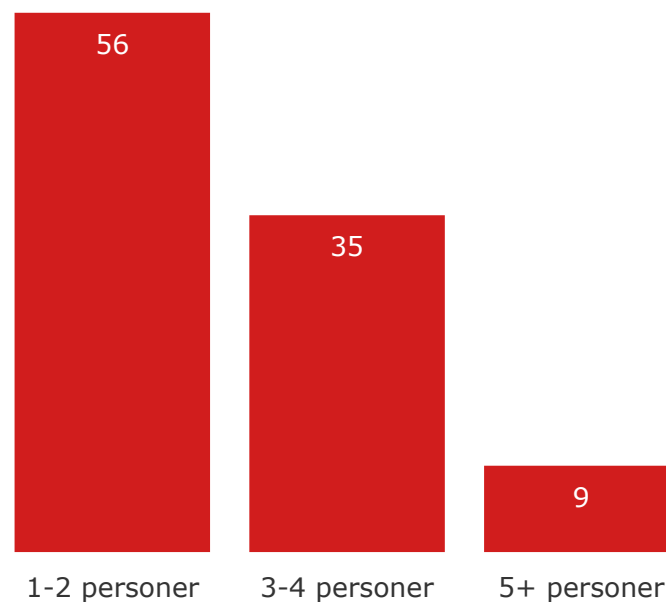
Total n = 357

Museumsnytt sine lesere har høyere utdanning

Hva er din høyeste fullførte skolegang?



Hvor mange personer bor det vanligvis i husstanden når du regner med alle voksne og barn (også deg selv)?

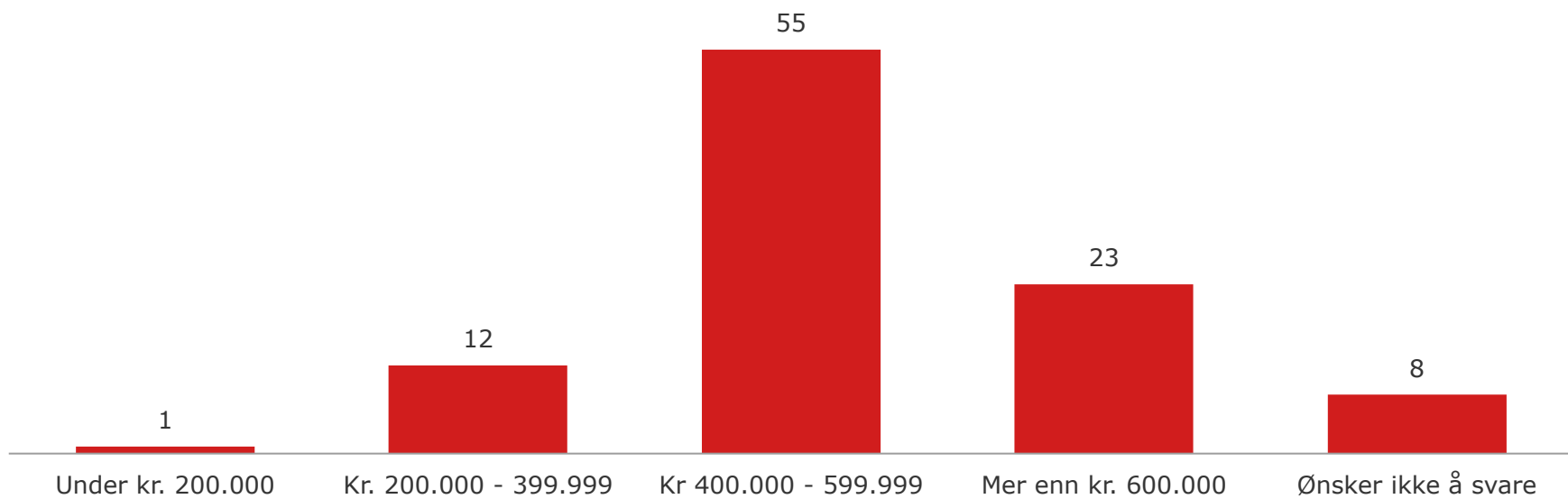


■ Total

■ Total

Total n = 366

Personlig brutto årsinntekt



■ Total

Total n = 366



TNS Gallup
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016

8

Vedlegg



Feilmarginer

Antall obs.	PROSENTRESULTAT									
	1%	3%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	40%	50%
50	2,4	4,7	6,2	8,5	10,1	11,3	12,2	13,0	13,9	14,1
100	2,0	3,3	4,4	6,0	7,1	8,0	8,7	9,2	9,8	10,0
200	1,2	2,4	3,1	4,2	5,0	5,7	6,1	6,5	6,9	7,1
300	1,2	1,9	2,5	3,5	4,1	4,6	5,0	5,3	5,7	5,8
400	1,0	1,7	2,2	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,9	5,0
500	0,8	1,5	1,9	2,7	3,2	3,6	3,9	4,1	4,4	4,5
600	0,8	1,4	1,8	2,5	2,9	3,3	3,5	3,7	4,0	4,1
700	0,7	1,3	1,6	2,3	2,7	3,0	3,3	3,5	3,7	3,8
800	0,6	1,2	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,5	3,5
900	0,6	1,1	1,4	1,9	2,3	2,5	2,7	2,9	3,1	3,2
1 000	0,6	1,1	1,4	1,9	2,3	2,5	2,7	2,9	3,1	3,2

Denne oversikten over feilmarginer angir et intervall for prosentresultater som med 95 % sannsynlighet inneholder det sanne resultat. F. eks. vil oppslutningen (den sanne verdi) for en kampanje som viser 10 % med 300 observasjoner (intervju), ligge mellom 6.5 - 13.5 %. Feilmarginen er her +/- 3.5 %. Dette finner vi ved å ta utgangspunkt i 300 under "antall obs." og i et prosentresultat på 10 %. Dersom utgangspunktet er 100 observasjoner vil den sanne verdi ligge mellom 4% og 16% (+/- 6.0%). Matrisen viser at feilmarginene øker jo mindre utvalget er (antall obs.), og jo nærmere prosentresultatet er 50 %.

Alle utvalgsundersøkelser er beheftet med feilmarginer. Dette skyldes at det ikke er mulig å intervjuer hele befolkningen (populasjonen). Derfor må man være svært forsiktig med å tolke tallene bokstavelig.

Publisering

Ved publisering av resultater fra undersøkelser gjennomført av TNS Gallup, skal navn på oppdragsgiver og institutt alltid oppgis. For øvrig gjelder artikkel 29 i Norsk Markedsanalyse Forenings Etiske Regler som retningslinjer for offentliggjøring av resultater.

Dersom det publiseres feilaktige tall eller villedende utdrag fra resultatene, forbeholder TNS Gallup seg rett til å publisere resultater fra samme undersøkelse for å gi en korrekt og nøytral framstilling.



TNS Gallup

Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016