

A close-up, artistic photograph of a vinyl record spinning on a turntable. The record is in motion, creating a blurred effect. A tonearm with a stylus is positioned over the record. The lighting is warm and focused on the record's surface. The turntable's motor housing is visible in the foreground, featuring a perforated metal grille.

PUBLIKUMSATLAS VESTFOLD

NPU-KONFERANSEN 13. NOVEMBER 2018

VESTFOLD FYLKESKOMMUNE V/ DAG HENRIK SKATTEBOE | OPINION V/ KRISTINE KJELDSSEN OG NORA CLAUSEN



npu





VESTFOLDPUBLIKUMMET – HVEM ER DET?

Litt om bakgrunnen for Publikumsatlas Vestfold

Den kulturelle skolesekken

- Startet i Sandefjord 1997
- Medvirkningsmodell
- Over 20 års påvirkning barn, ungdom og lærere
- Foreldregenerasjonen





Kunst- og
kulturopplevelser
- en naturlig del av hverdagen

Arbeidslivets KulturSeilas

- Kulturprogram for bedrifter
- 12 års erfaring og påvirkning
- Unik satsing i Vestfold



Vestfoldfestspillene
- festivalen for hele fylket i 26 år



- ▶ Vestfoldingen bruker kultur mer aktivt om sommeren enn om vinteren
- ▶ Vestfoldingen reiser ikke til nabobyene for kulturarrangementer
- ▶ Vestfoldingen bruker kultur i helgene - ikke ukedagene
- ▶ Vestfoldingen er underholdningsorientert
- ▶ Det er stor konkurranse innen kulturfeltet i Vestfold



HYPOTESER OM VESTFOLD

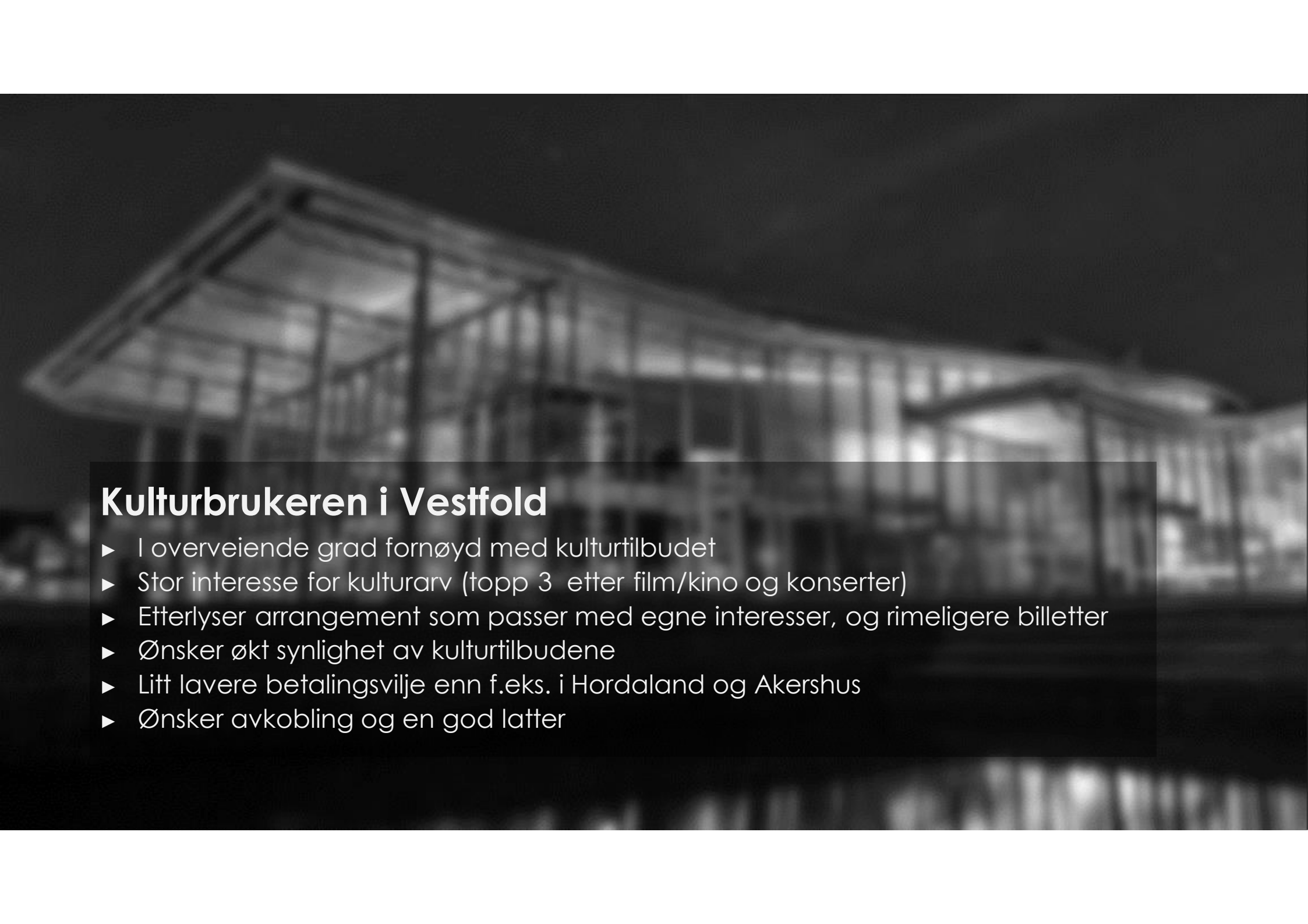


Ulike aspirasjoner
og motiver



Hypotesene

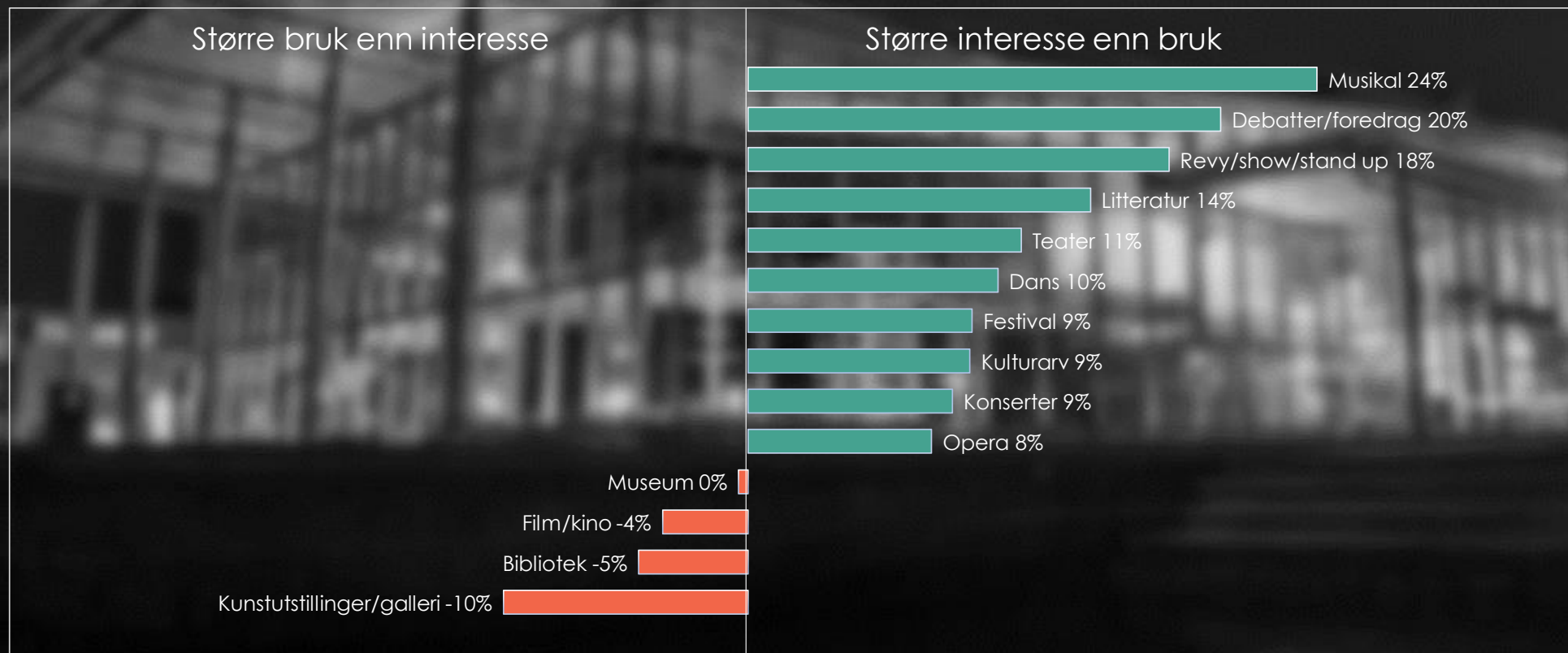
- Tønsberg er byen med størst kulturtilbud og «kulturbyen» blant vestfoldbyene, men ikke byen man typisk assosierer med kultur
- Flere Vestfoldinger bruker kultur aktivt om sommeren enn om vinteren
- Vestfoldinger holder seg mest til «sin by», men særlig unge reiser gjerne til nabobyene for kulturarrangementer
- Vestfoldinger bruker kultur i størst grad i helgene, ikke ukedagene
- Vestfoldinger er ikke nødvendigvis mer «underholdnings-orienterte» enn andre
- Det er stor konkurranse på kulturfeltet i Vestfold



Kulturbrukeren i Vestfold

- ▶ I overveiende grad fornøyd med kulturtilbudet
- ▶ Stor interesse for kulturarv (topp 3 etter film/kino og konserter)
- ▶ Etterlyser arrangement som passer med egne interesser, og rimeligere billetter
- ▶ Ønsker økt synlighet av kulturtilbudene
- ▶ Litt lavere betalingsvilje enn f.eks. i Hordaland og Akershus
- ▶ Ønsker avkobling og en god latter

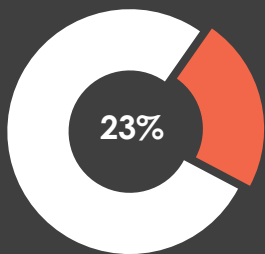
► Større interesse enn bruk på 10 av 14 områder





Hva fant vi?

Kultursegmenter i Vestfold 2018



PERSPEKTIV

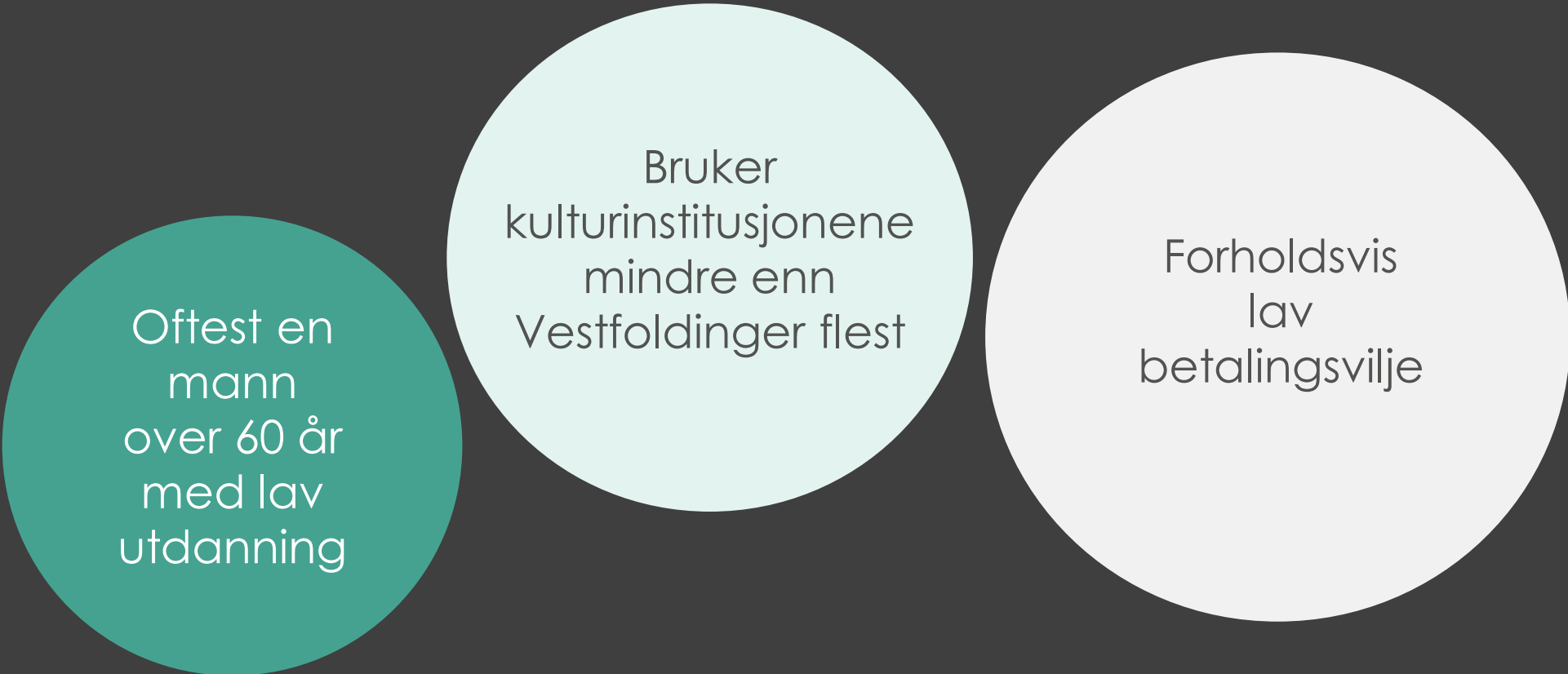
**Motivasjon: At tilbudet treffer
særinteresser**

Utbytte: Fordypning

Barriere: Utydelig profil

**Påvirkning: Markedsføring og
forhåndsomtale treffer kun
dersom det korresponderer med
spesielle interesser de har fra før**

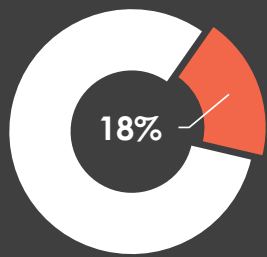




Oftest en
mann
over 60 år
med lav
utdanning

Bruker
kulturinstitusjonene
mindre enn
Vestfoldinger flest

Forholdsvis
lav
betalingsvilje



UNDERHOLDNING

Motivasjon: Stort og populært, kjente artister, «alle» skal dit

Utbytte: Sosialt, ha det hyggelig med venner, latter

Barriere: Elitekultur, sært og vanskelig å forstå

Påvirkning: W.O.M, Facebook-anbefalinger og markedsføring i brede kanaler, plakater



Langt under
snittet interessert
i de fleste
kulturtilbud

(bare unntatt kino
og festival)

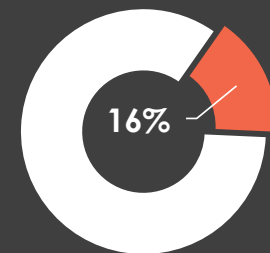
- Flest menn
- Ofte under 40 år
- Lav utdanning
(studenter)

Liten risikovilje

53% oppsøker ikke artister
de ikke kjenner fra før



STIMULERING

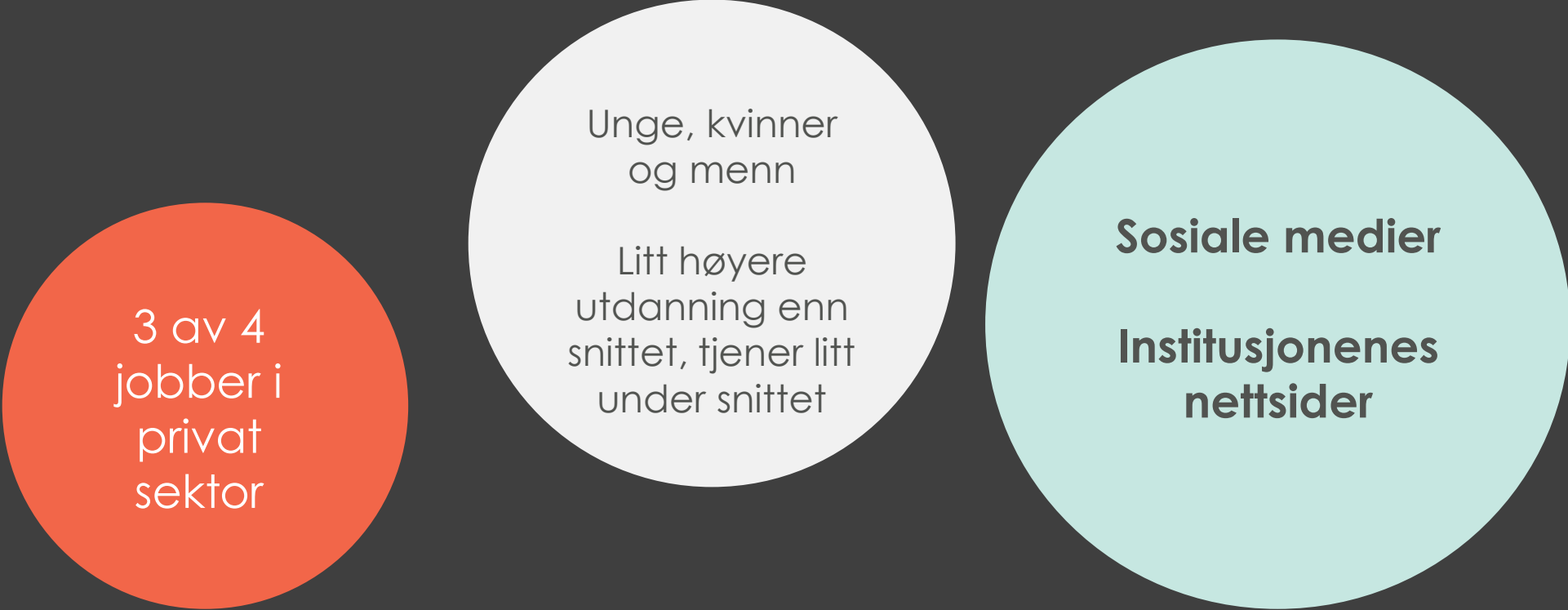


Motivasjon: Det unike, annerledes, tilfeldig, spontane, unikt, autentisk. Gjerne rart og sært

Utbytte: Bli overrasket og fysisk / emosjonelt stimulert

Barriere: Noe tradisjonelt som krever mye planlegging

Påvirkning: Fra de rette miljøene, nisjemiljøer



3 av 4
jobber i
privat
sektor

Unge, kvinner
og menn

Litt høyere
utdanning enn
snittet, tjener litt
under snittet

Sosiale medier

**Institusjonenes
nettsider**



BERIKELSE

11%

Motivasjon: Bevis for at det vil stå til forventningene

Utbytte: Kulturelt påfyll

Barriere: Eksperimentelle og uvante opplevelser

Påvirkning: Redaksjonelle kanaler som de stoler på

6 av 10 er
over 60 år

**44 % er
pensjonister**

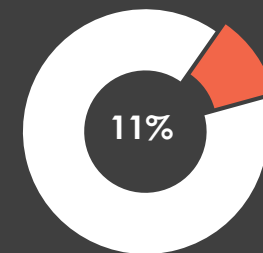
Særlig
interessere for
litteratur og
bibliotek

4 av 10
har aldri vært
på festival

Lavest
betalingsvilje
av alle
segmentene



AVKOBLING



Motivasjon: Lett tilgjengelig kvalitetstid

Utbytte: Behagelig og avstressende:
kultur som spa

Barriere: Usynlige og vanskelig
tilgjengelige tilbud, friksjon i
kjøpsprosess

Påvirkning: W.O.M. kombinert med
synlig markedsføring i brede kanaler

Føler i minst grad
at institusjonene
forsøker å «gi et
tilbud til meg»

Overvekt **menn** (59%)
Unge (61% under 40 år)

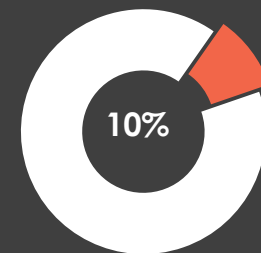
6 av 10 har
hjemme-
boende barn

Kun
3 av 10
føler seg
velkommen på
institusjonene i
Vestfold

Går mer på
bibliotek
og musikal en
gjennomsnittet



FELLESSKAP

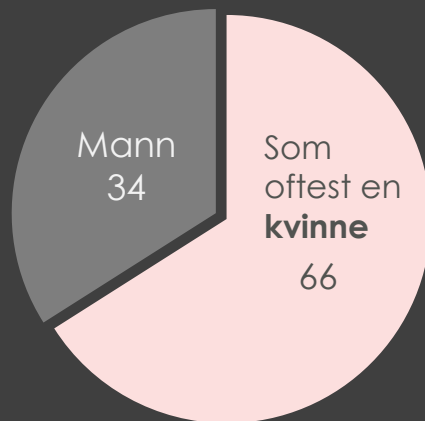


Motivasjon: Kulturelt altetende med forkjærlighet for lokale interessefellesskap

Utbytte: Inspirasjon til egen kulturell aktivitet

Barriere: Eksklusivitet og utilgjengelighet

Påvirkning: Anbefalinger fra venner, men lytter gjerne til eksperter



**Bedre serverings-
muligheter
er viktig**

(37%, mest av alle segmentene)

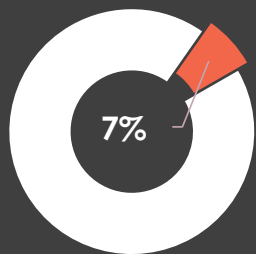
Hver tredje
har tenkt å
stemme
Høyre

Interessert i
nesten alle
kulturformer

Særlig
klassikere

30%
stoler på
anmeldere og
kritikere

(mest av alle segmentene)



ESSENS

Motivasjon: Kunstnerisk kvalitet og integritet

Utbytte: Unike opplevelser

Barriere: Tid og økonomi

Påvirkning: Selvstendig vurdering, men lytter gjerne til eksperter



► Liten overvekt
kvinner. I alle
aldre. Ofte høy
utdanning.
Jobber gjerne i
offentlig sektor

Høy risikovilje

68 %

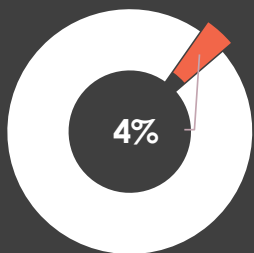
drar gjerne på ting de
ikke kjenner fra før

2 av 10 vil
stemme
SV

Storforbrukere. Oppsøker
kulturtilbud året rundt.

44 %

drar på kulturtilbud
på «eget initiativ»



BEKREFTELSE

Motivasjon: Kvalitetstid med familie og venner, aktiv deltakelse, medvirkning

Utbytte: Bekrefte identitet, tilhørighet til interessefellesskap

Barriere: Sosialt og faglig lukkede miljøer

Påvirkning: Fra venner, Facebook-anbefalinger og markedsføring i brede kanaler

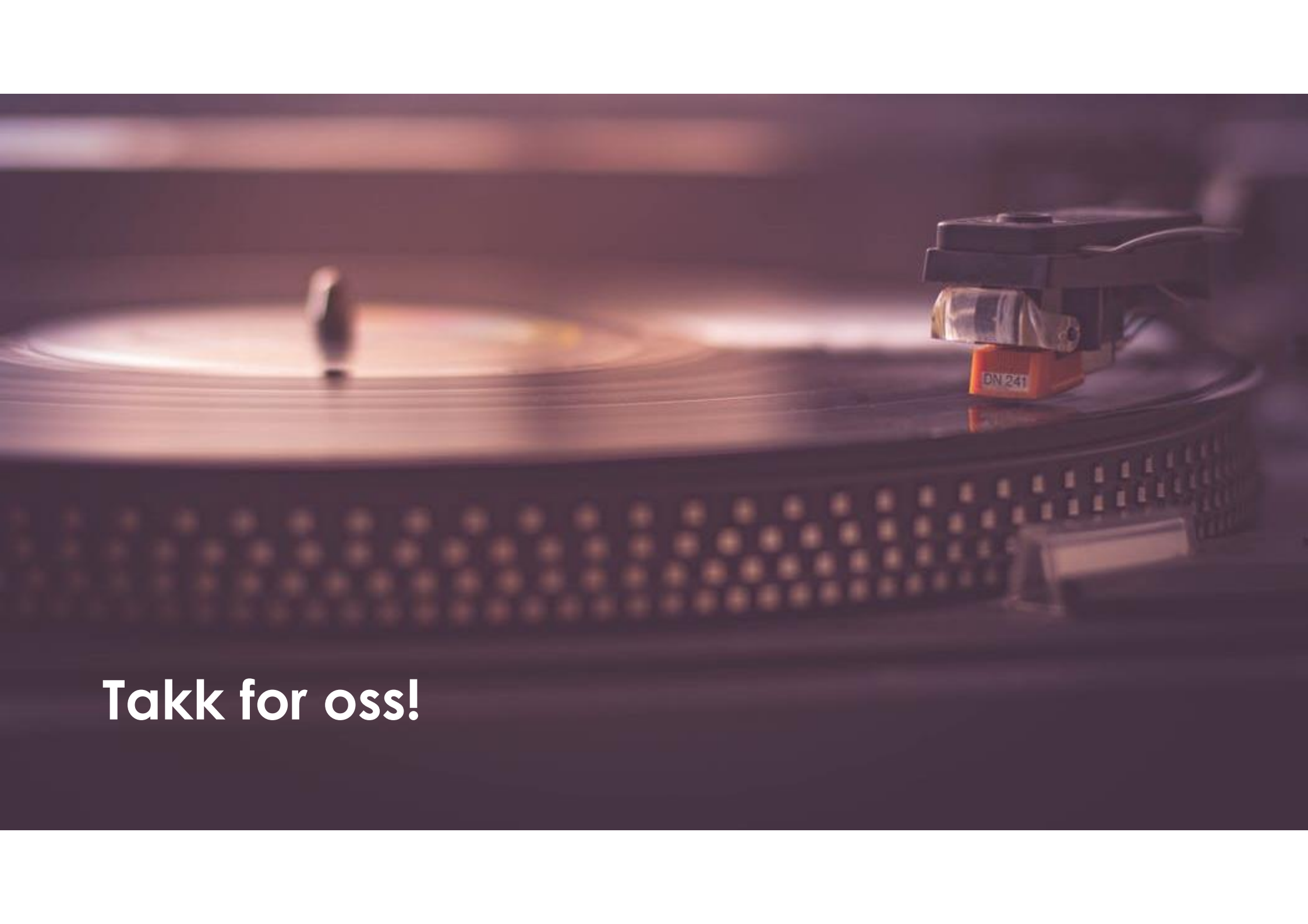


Yngre og
eldre **kvinner**
– ofte høy
utdanning

20 %
innvandrers-
bakgrunn

Særlig stor
teaterinteresse

Stemmer
mest på
venstre-
siden



Takk for oss!