



BEFOLKNINGS-/PUBLIKUMSUNDERSØKELSE TEATER INNLANDET

18. MAI 2016 | NPU



Innhold

- ① Kort om undersøkelsen
- ② Del I: Resultater fra befolkningsundersøkelse i Hedmark og Oppland
- ③ Del II: Resultater fra kvalitativ undersøkelse – to online fokusgrupper
- ④ Del III: Kultursegmentering ved 1) MHM og 2) NPU



Kort om undersøkelsen

Tekniske kommentarer

Bakgrunn og mål	Kartlegge hvordan befolkningen i Hedmark og Oppland ser på Teater Innlandet, herunder interesse for kulturaktiviteter, samt bruk og opplevelse av Teater Innlandet.
Oppdragsgiver	Teater Innlandet
Målgruppe	Befolkningen i Hedmark og Oppland, 15 år og eldre
Del 1: Kvantitativ undersøkelse	Utvalg: Representativt tilfeldigheitsutvalg i Hedmark og Oppland (panel.no) Antall respondenter (n=): 1200 Metode: Webundersøkelse (CAWI) Vekting: Kjønn, alder og geografi (fylke) Datainnsamling: 3. mars - 6. april 2016 Feilmargin: $\pm 1,2$ – $\pm 2,8$ på hovedfrekvensnivå
Del 2: Kvalitativ undersøkelse	2 online fokusgrupper (totalt 16 intervjuobjekter) fordelt på 1 gruppe med «ikke-teaterbrukere» og 1 gruppe med «teater-brukere». Tidspunkt for gjennomføring: 27. april
Ansvarlig	Norsk publikumsutvikling v/ prosjektleder publikumsundersøkelser Gyrd Steen og direktør Ingrid E. Handeland, Opinion AS v/Nora Clausen, seniorrådgiver/partner og Kristine Kjeldsen, seniorrådgiver/kvalitativ fagsjef, samt Norstat Norge AS.

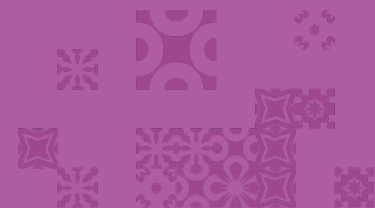




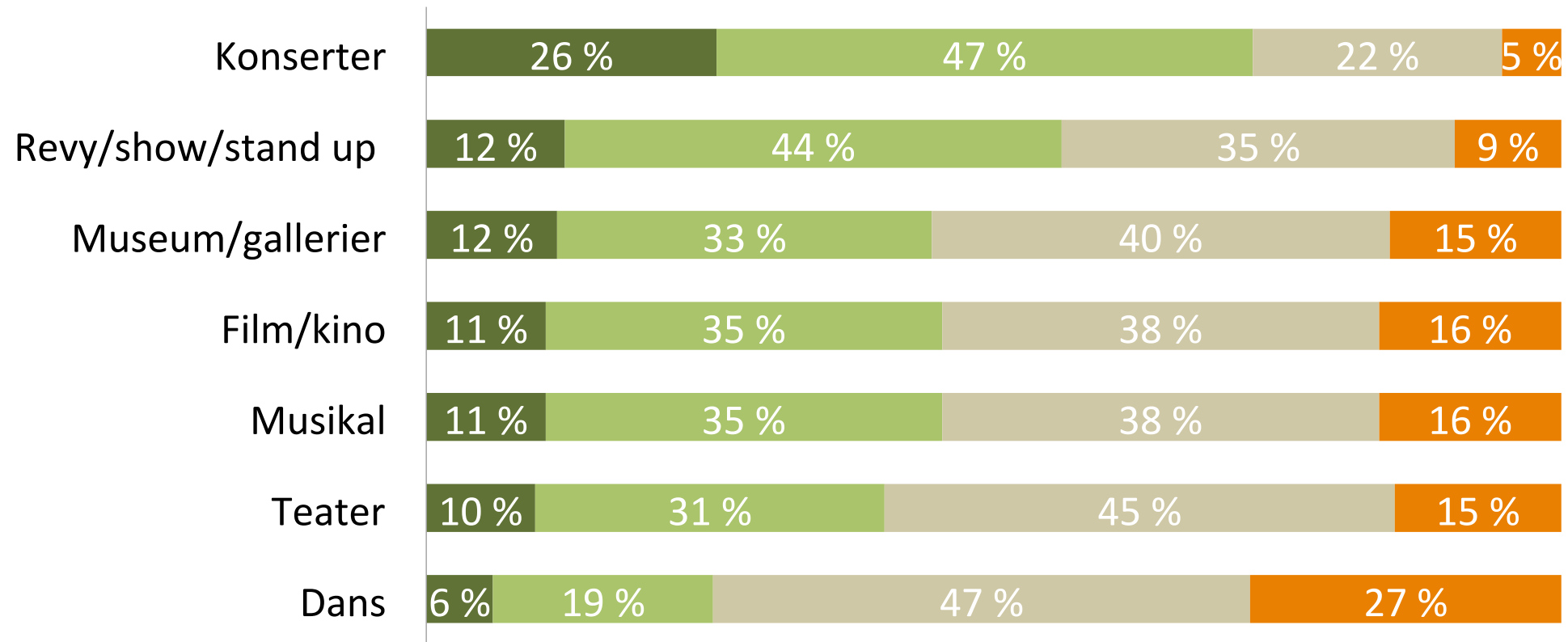
Del 1: Befolkningsundersøkelse



Kulturaktiviteter generelt: Interesse og bruk



4 av 10 er interessert i teater

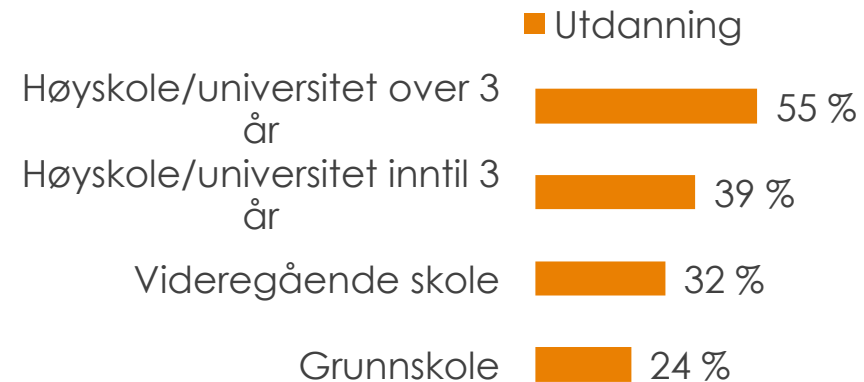
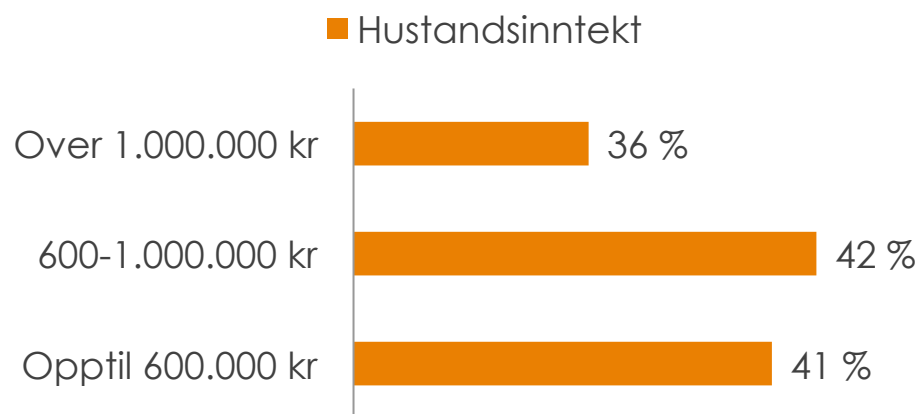
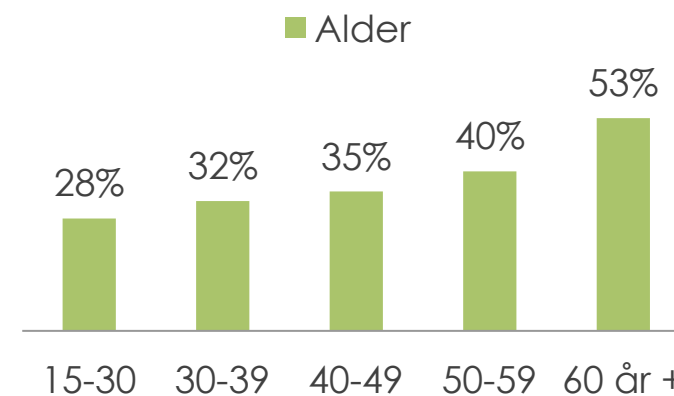
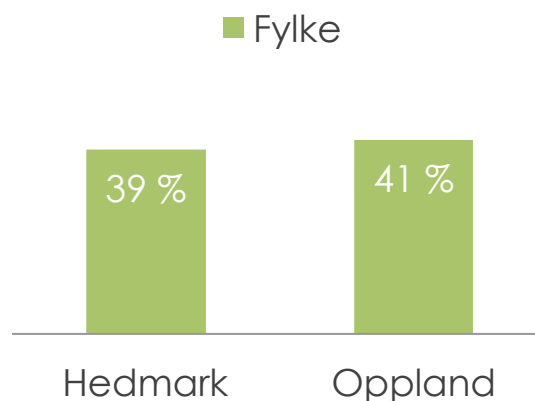
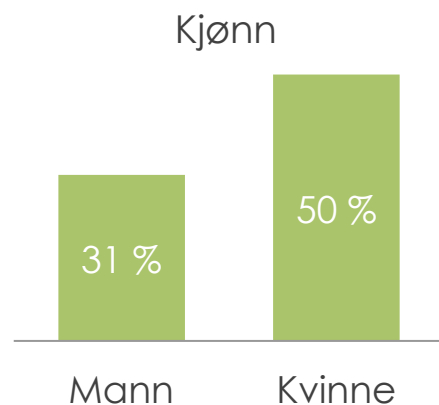


■ Svært interessert ■ Ganske interessert ■ Lite interessert ■ Ikke interessert i det hele tatt

n=1200



De teaterinteresserte («ganske»/«svært interessert» i teater)

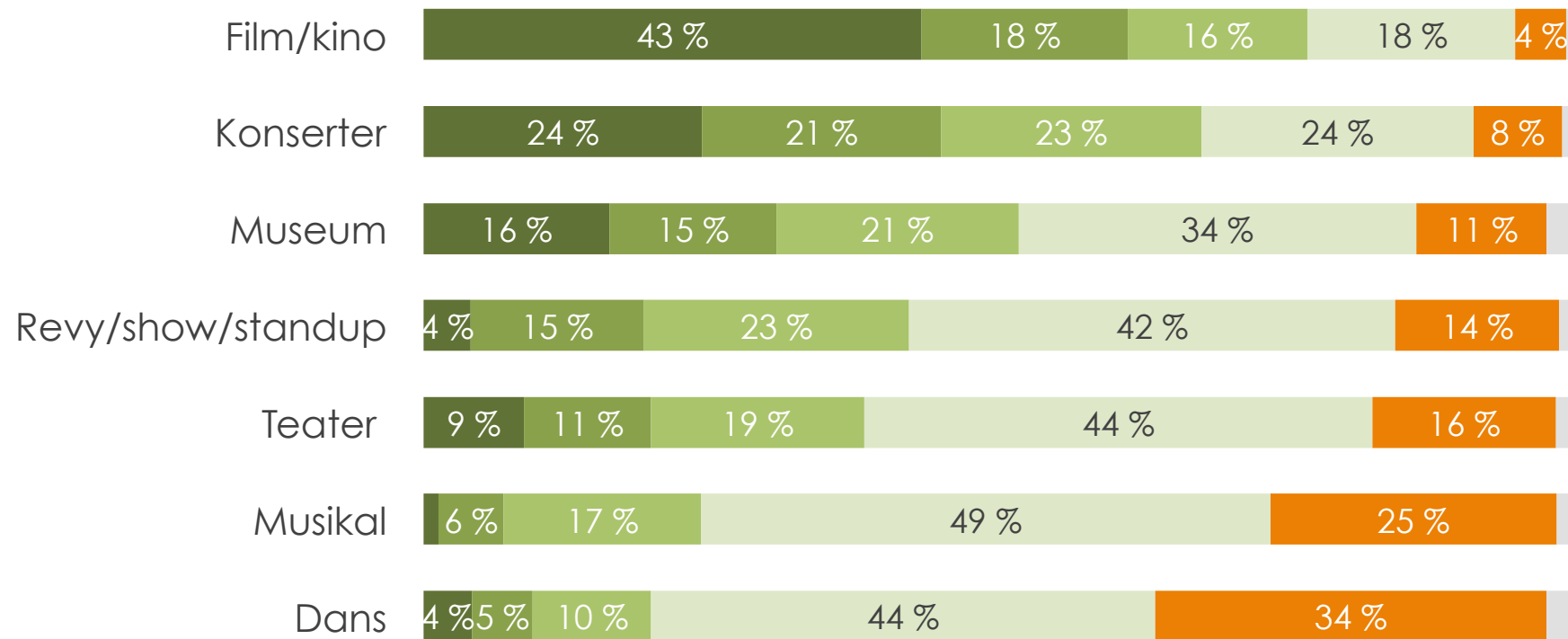


n=1200



Besøksfrekvens/bruk av de ulike kulturtilbudene

- Hvor mange ganger har du benyttet følgende kulturtilbud de siste 12 månedene?

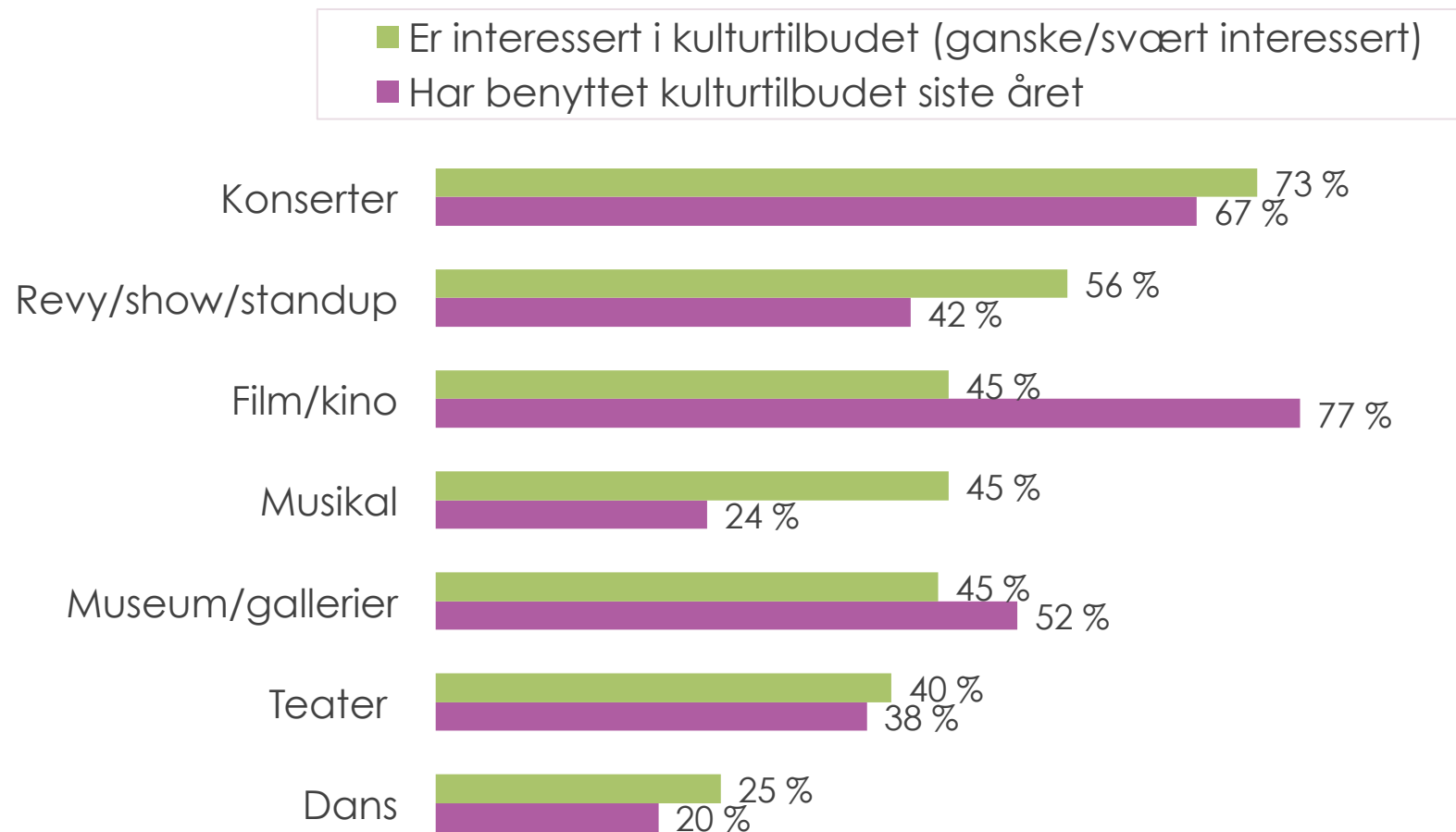


n=1200

■ 3 eller flere ganger ■ 2 ganger ■ 1 gang ■ Ikke siste 12 måneder, men før ■ Aldri benyttet



Interesse versus bruk av de ulike kulturtilbudene

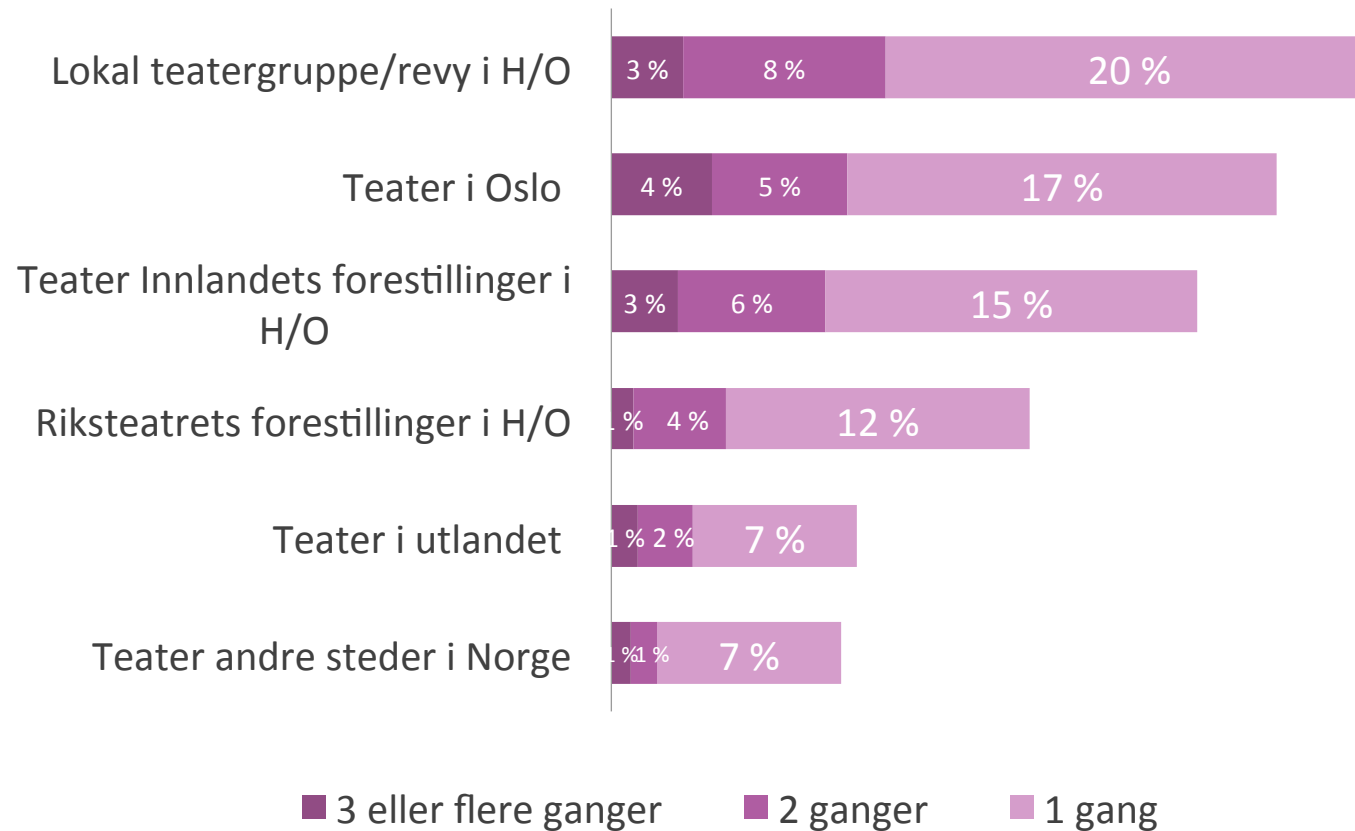


n=1200



Teaterbesøk siste året

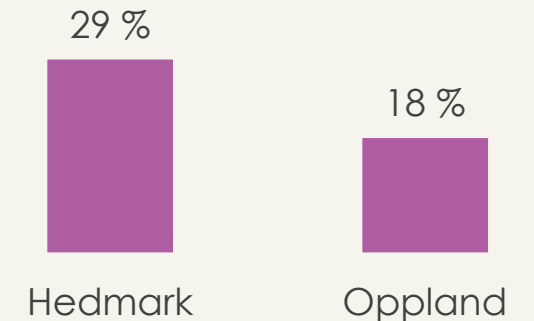
- Hvor mange ganger har du besøkt følgende teatre siste 12 måneder



n=1103

Totalt 24 % av innbyggerne i Hedmark og Oppland har besøkt Teater Innlandet minst en gang siste året.

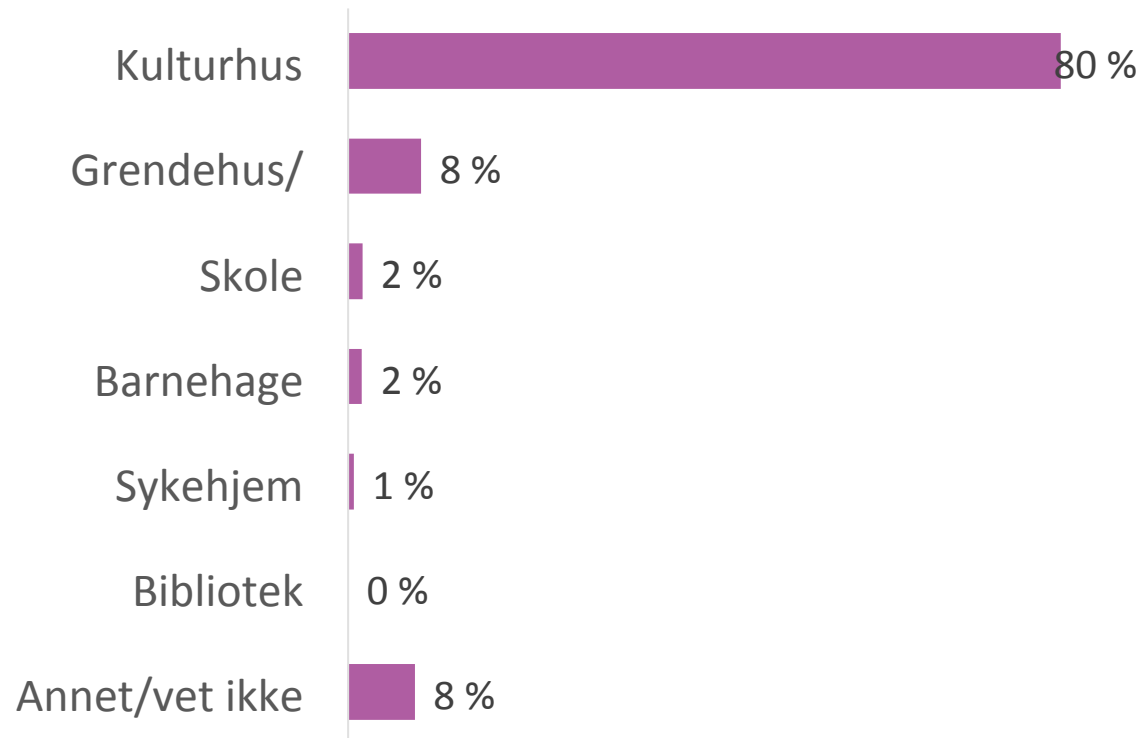
Andel som har besøkt TI siste året – fordelt på fylke:



I tillegg oppgir 24 % at de har besøkt Teater Innlandet tidligere år, mens 50 % aldri har vært på TIs forestillinger i Hedmark og Oppland.

Besøk på Teater Innlandets forestillinger

- Hvilket type spillested ble Teater Innlandets forestilling vist på?



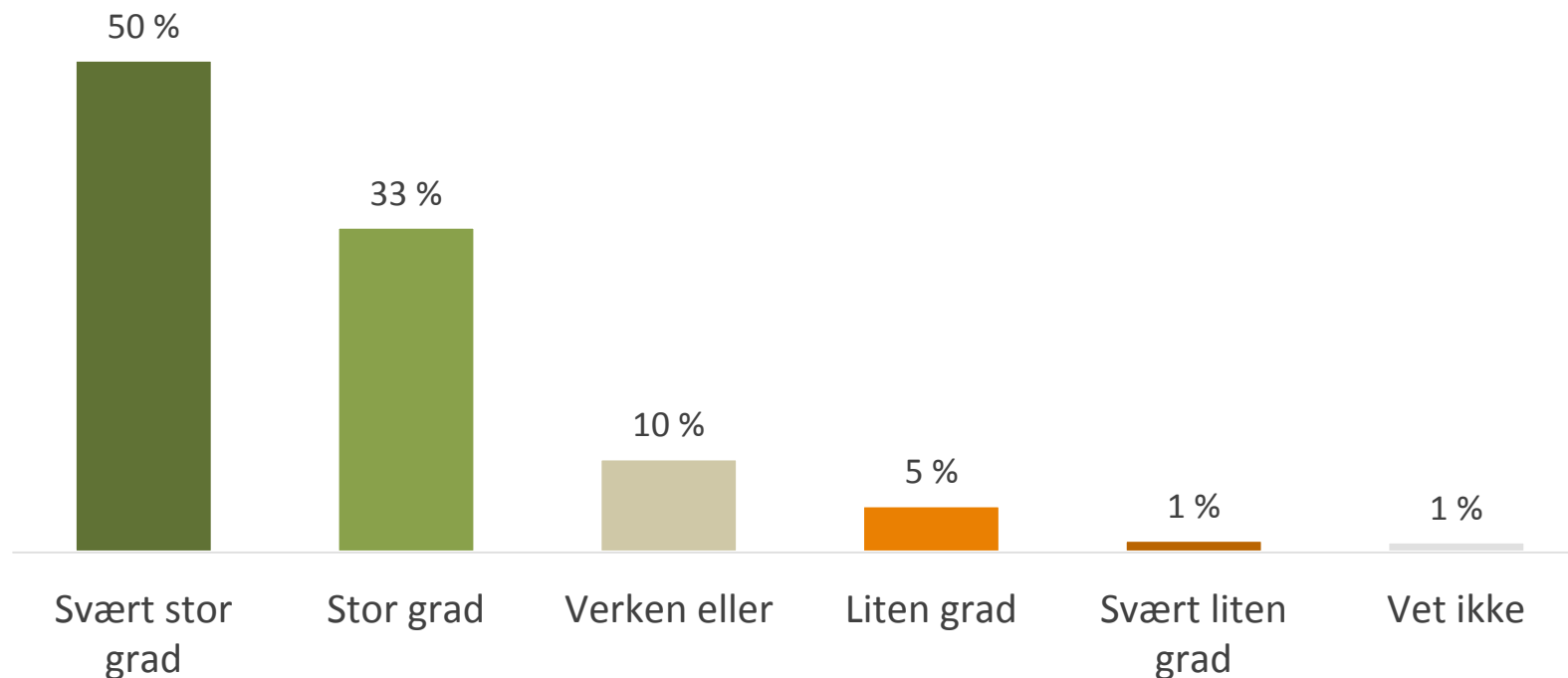
n=260 (har besøkt Teater Innlandet siste året)
n=209 (har vært på kulturhus)

Hvilket kulturhus?

Hamar - Hamar kulturhus, Teater Innlandet scene	44 %
Lillehammer - Maihaugsalen	9 %
Gjøvik - Gjøvik Kino & Scene	8 %
Gran - Hadeland kultursal	6 %
Elverum - Elverum kulturhus	4 %
Brumunddal - Teatersalen	4 %
Kongsvinger - Rådhus-Teatret	4 %
Fagernes - Kulturhuset Fagernes	3 %
Raufoss - Fyrverkeriet kulturhus	2 %
Otta - Otta kulturhus	2 %
Lillehammer - Kulturhuset Banken	2 %
Rena - Åmot kulturhus	1 %
Flisa - Rådhuskinoen	1 %
Tynset - Tynset kulturhus	1 %
Vet ikke/ikke aktuelt	1 %
Lom - Utgard Lom fleirbrukshus	1 %
Hov - Søndre Land Rådhus	1 %
Trysil - Kulturhuset Hagelund	1 %
Dokka - Sentrum kino	1 %
Annet	2 %

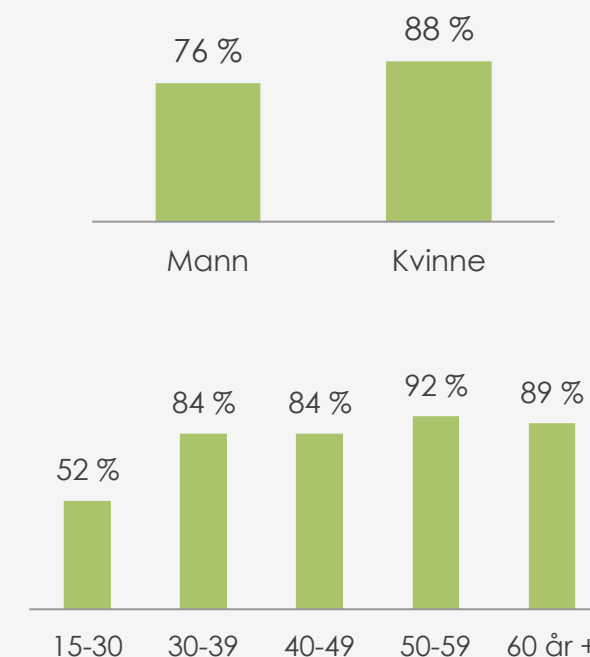
Over 8 av 10 mener forestillingen innfridde i stor grad

- Alt i alt, i hvilken grad innfridde teaterforestillingen dine forventinger?



n=260 (har besøkt Teater Innlandet siste året)

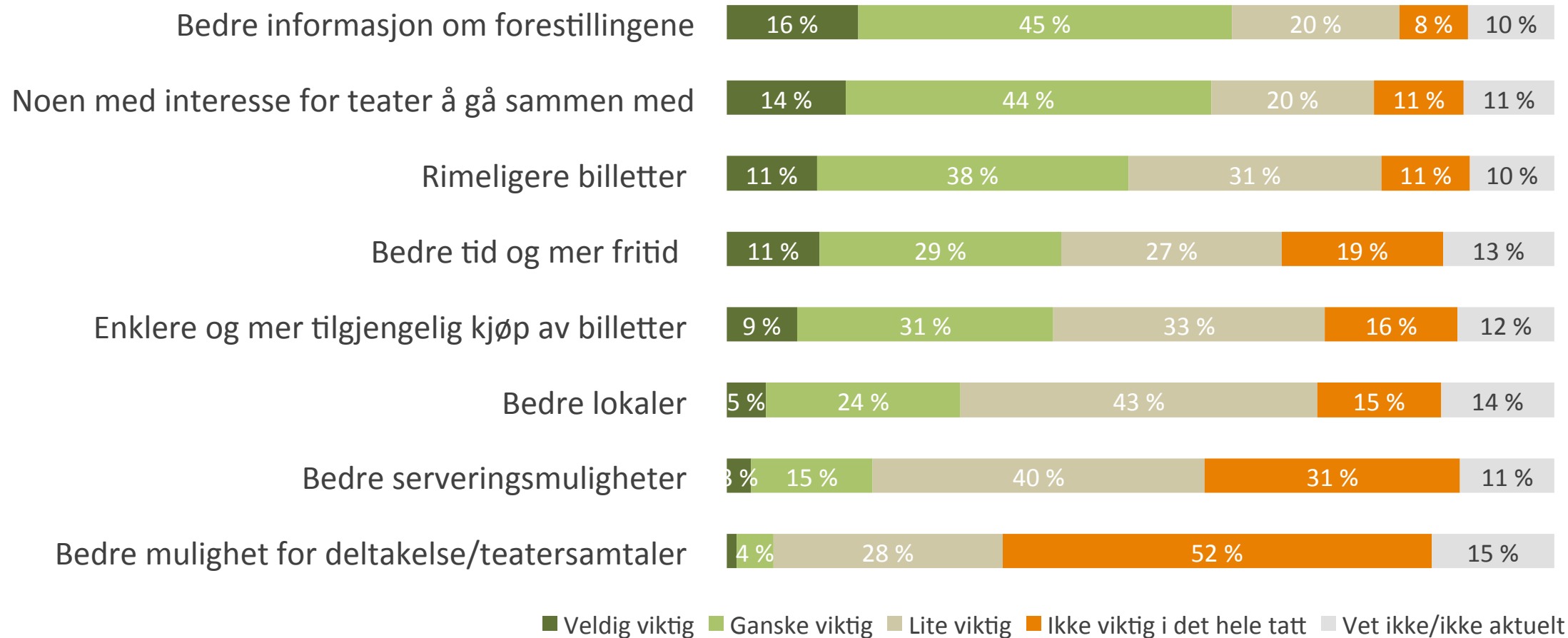
De som sier stor grad
- fordelt på kjønn og alder



Kulturaktiviteter generelt: Interesse og bruk



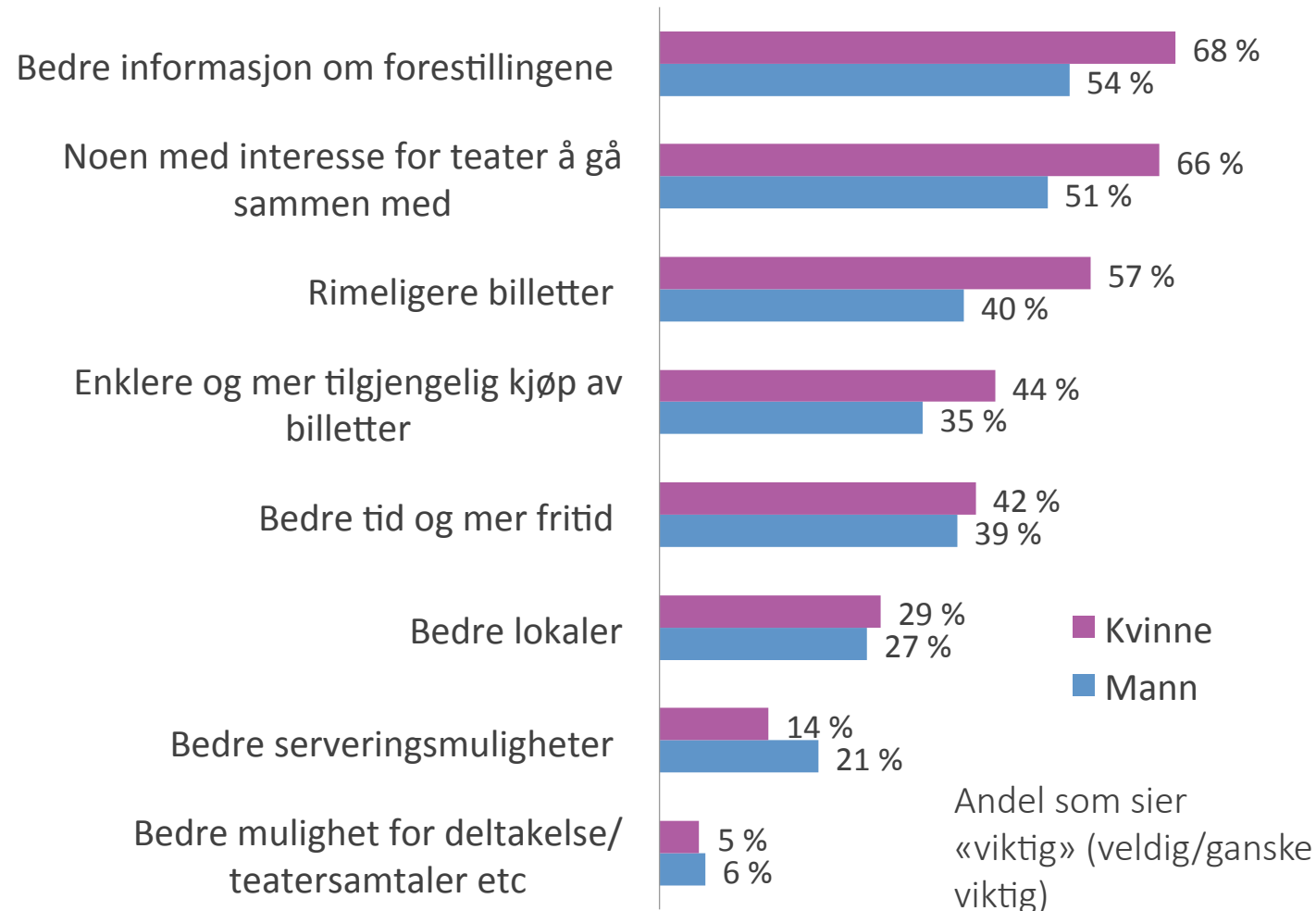
Hvor viktig er følgende forhold for at du går på teater/går oftere på teater?



n=1200



Hvor viktig er følgende forhold for at du går på teater/går oftere på teater? Fordelt på kjønn

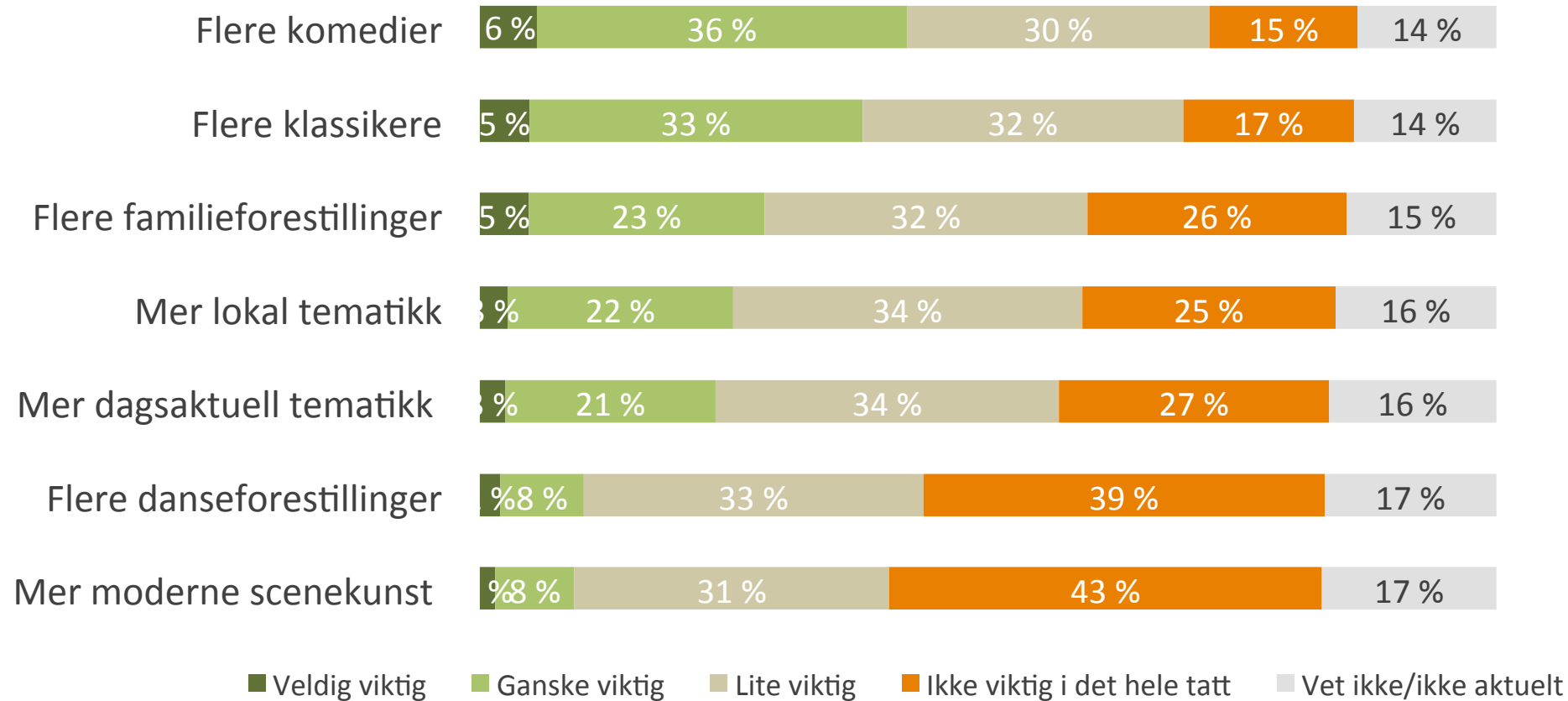


«Bedre informasjon» er den viktigste faktoren for både kvinner og menn, tett fulgt av «noen med interesse for teater å gå sammen med».

«Bedre serveringsmuligheter» er den eneste faktoren som flere menn enn kvinner sier er viktig (21% vs. 14%)

Hvor viktig er type forestilling for å gå (oftere) på teater?

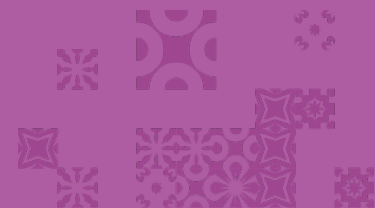
- Hvor viktig er følgende forhold for at du går på teater/går oftere på teater?



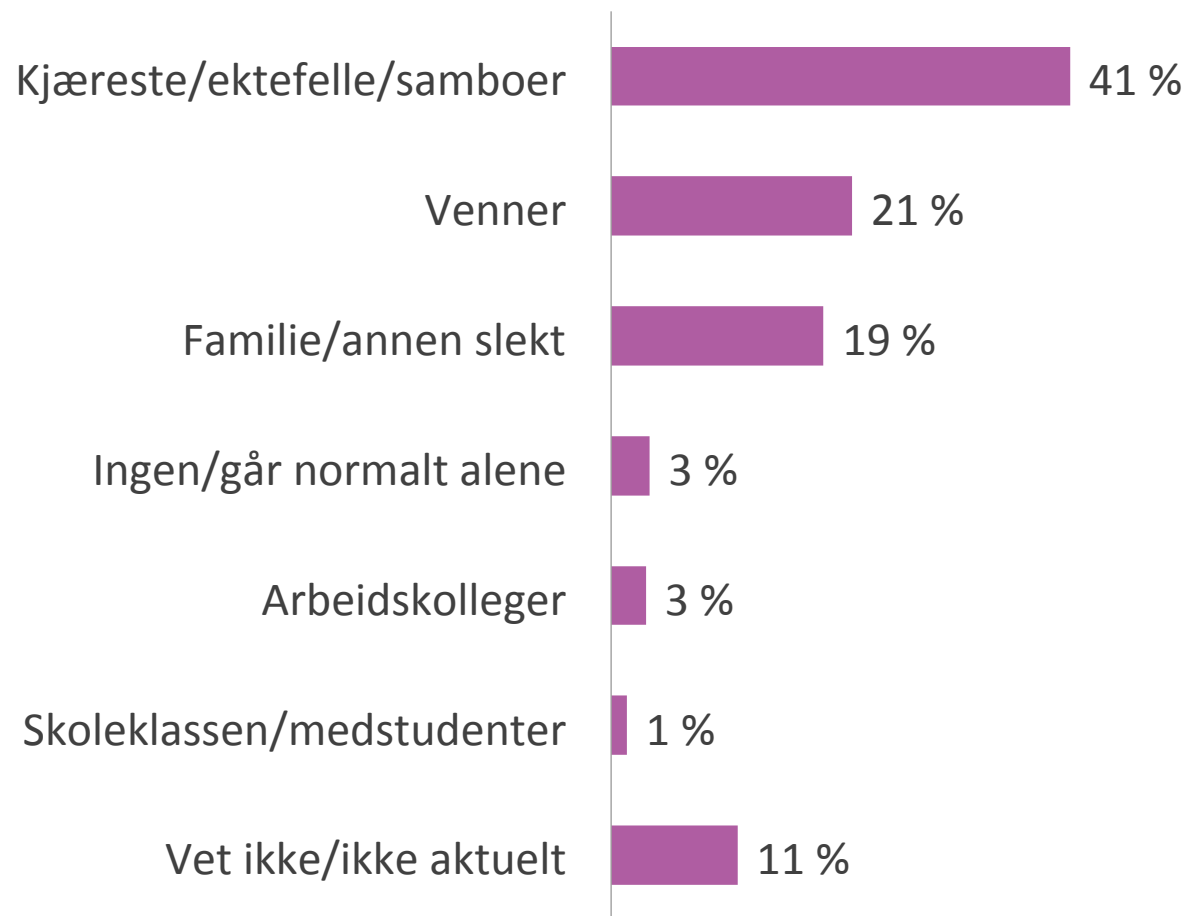
n=1200



**Hvem går man på teater
sammen med?**



Hvem går du oftest sammen med på teater?

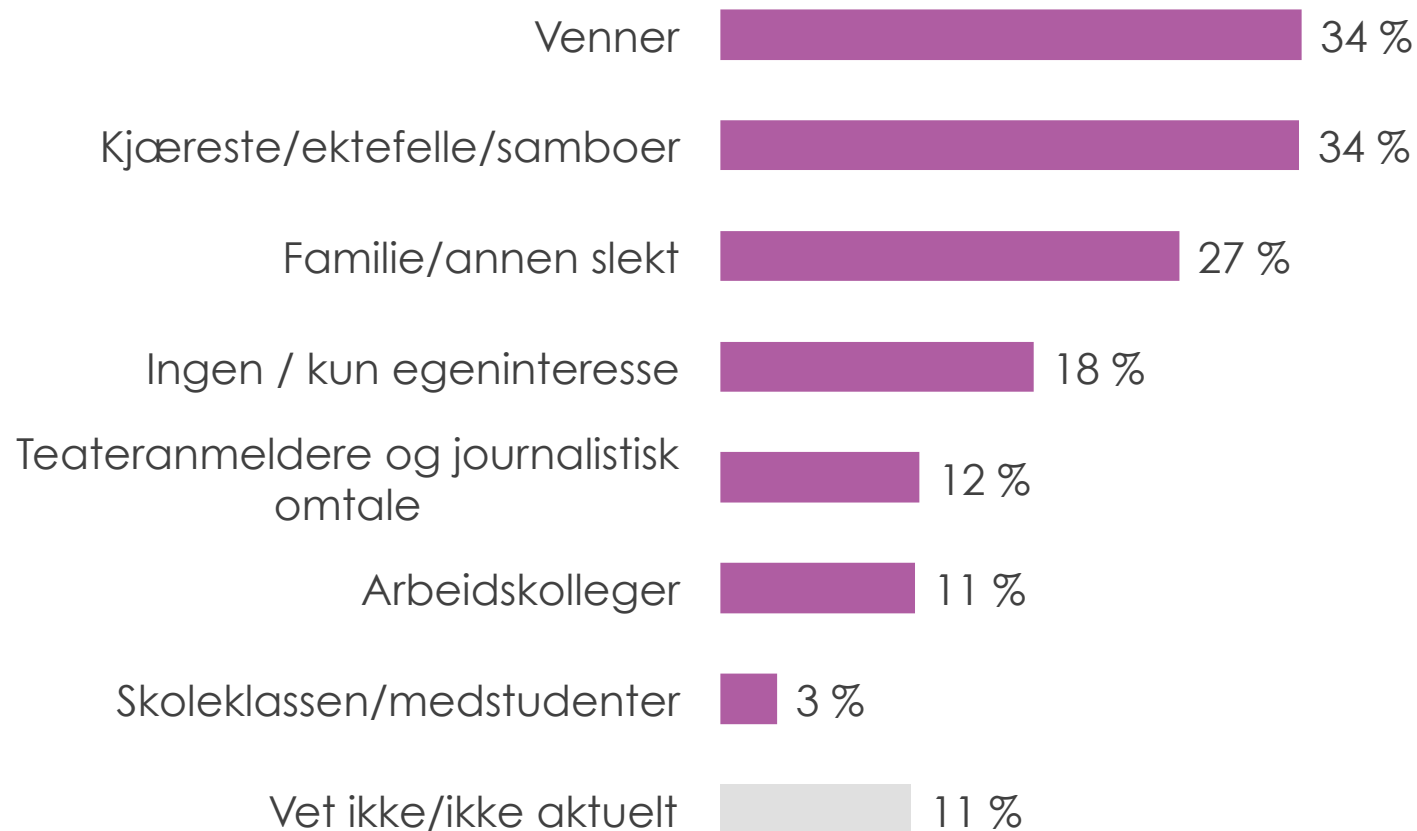


n=1103

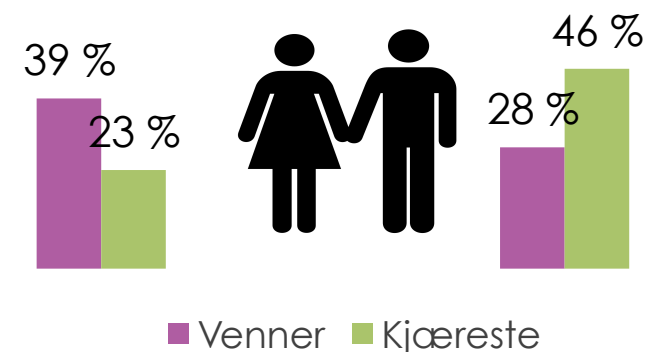
- Menn går oftest med kjæreste/ektefelle (54 %), dernest med familie/annen slekt(16 %)
- Kvinner går like ofte med venner (30 %) som med kjæreste/ektefelle (29 %), dernest følger familie/annen slekt (22 %).



Hvem påvirker/tar initiativ til at du går på teater?



- **Kvinner** svarer i størst grad at venner påvirker/tar initiativ (39 %)
- **Menn** svarer i størst grad at kjæreste e.l. påvirker/tar initiativ (46 %).

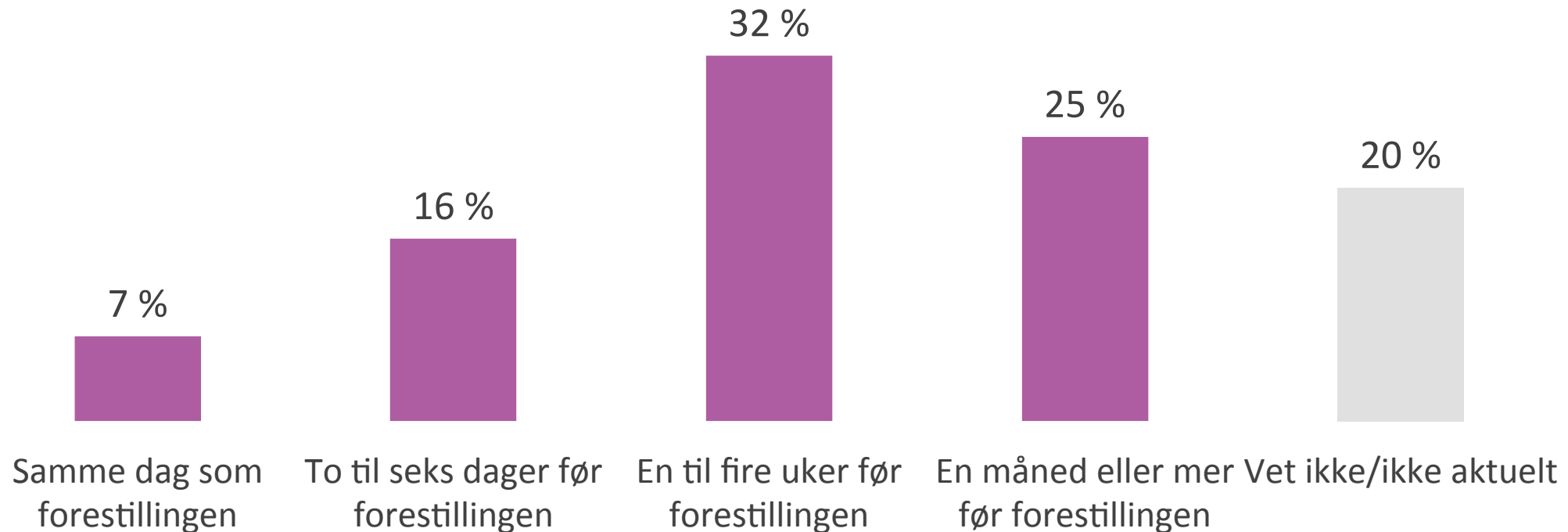


Billettkjøp: Kjøpemønster og pris



Flest kjøper billetten 1-4 uker før forestillingen, eller før

- Når kjøper du normalt en billett til en forestilling (eventuelt hva gjorde du sist)?

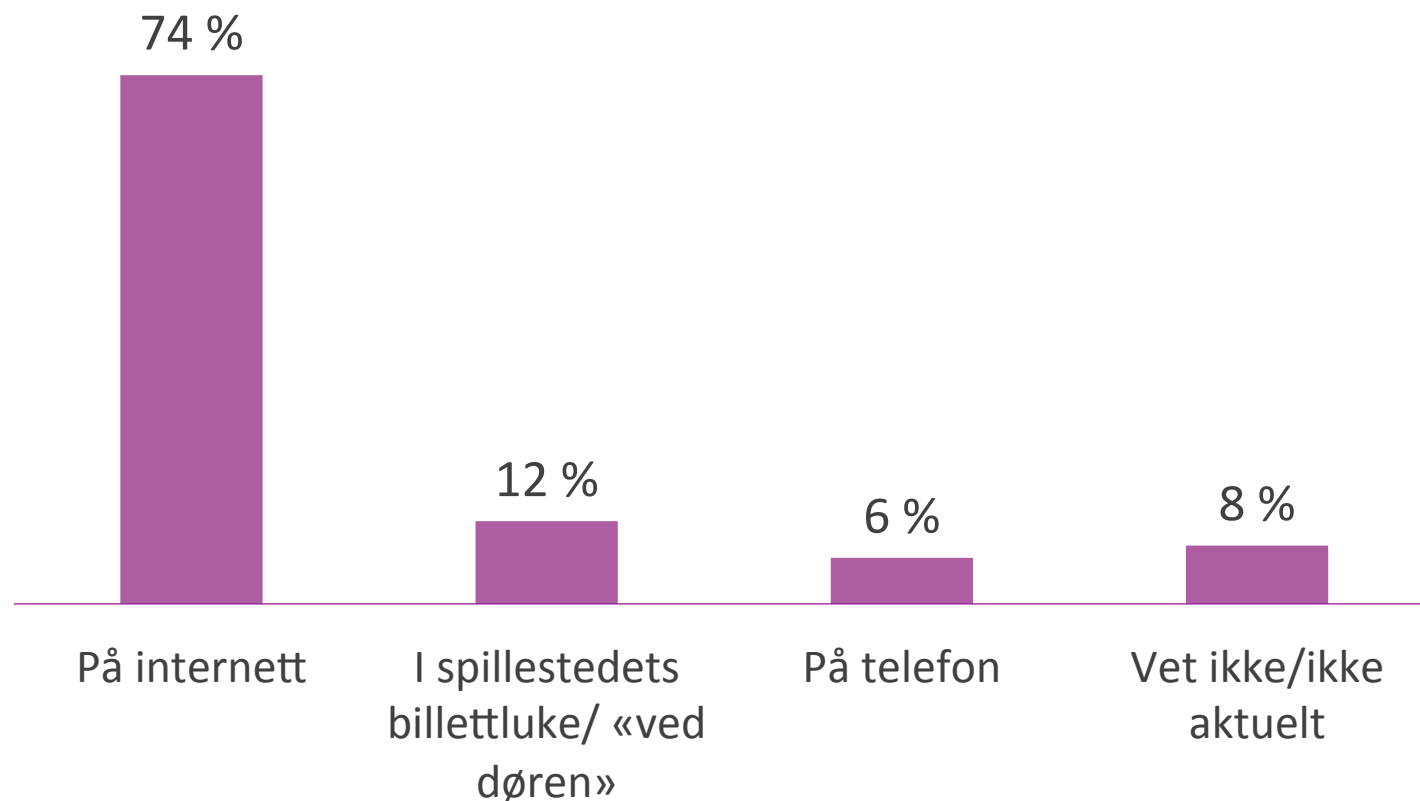


n=1103

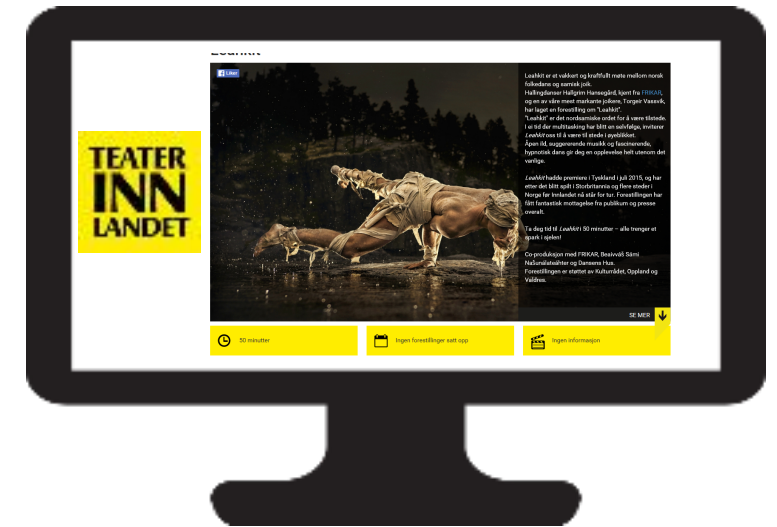


3 av 4 vil helst kjøpe billetten på nett

- Hvordan ønsker du helst å bestille/kjøpe en billett til en forestilling?

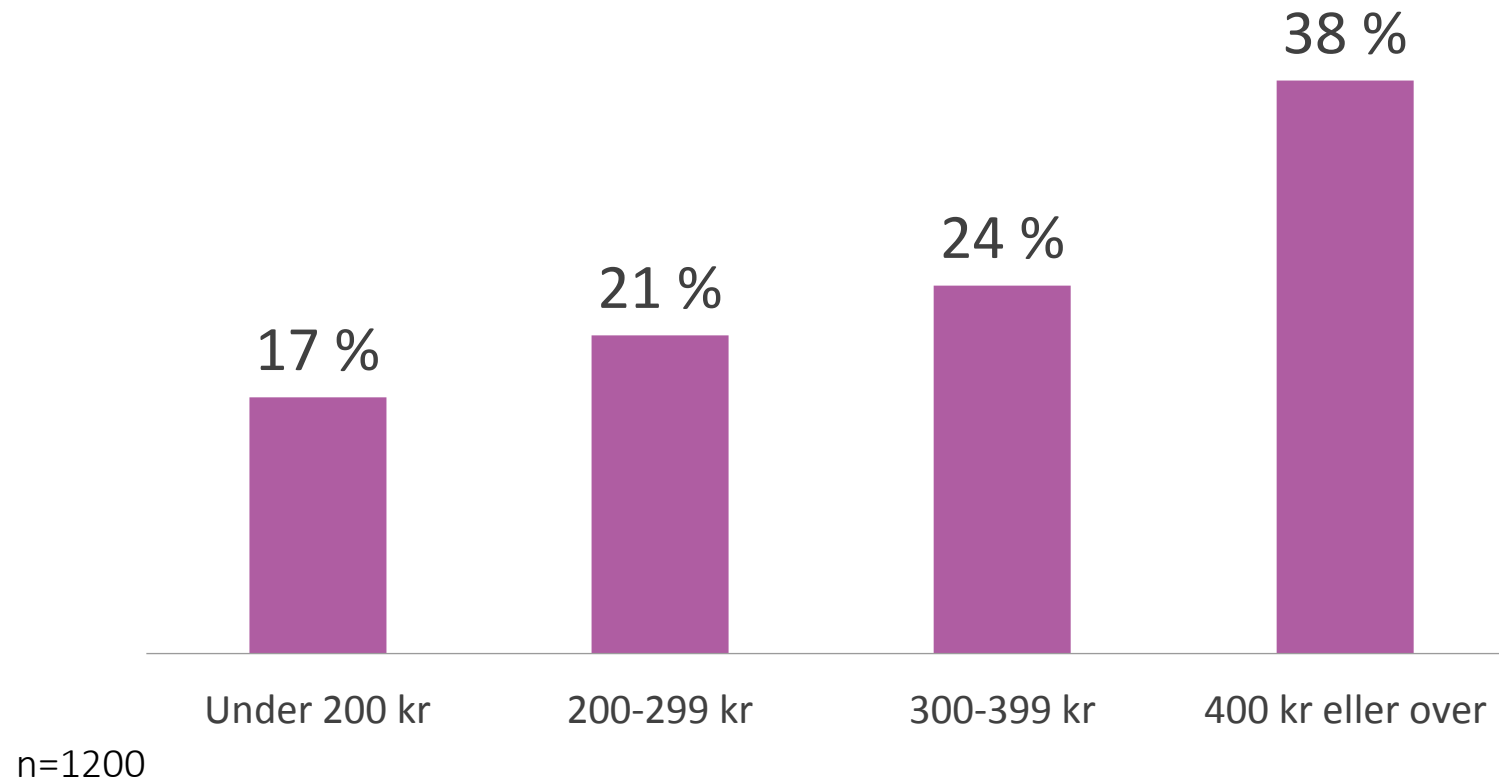


n=1103



Hva bør det koste?

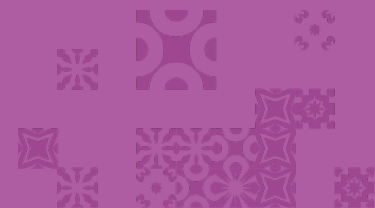
- Hva er du villig til å betale for en god teateropplevelse?



Gjennomsnitt: kr. 332,-
Median: kr. 300,-
Typetall: kr. 300,-

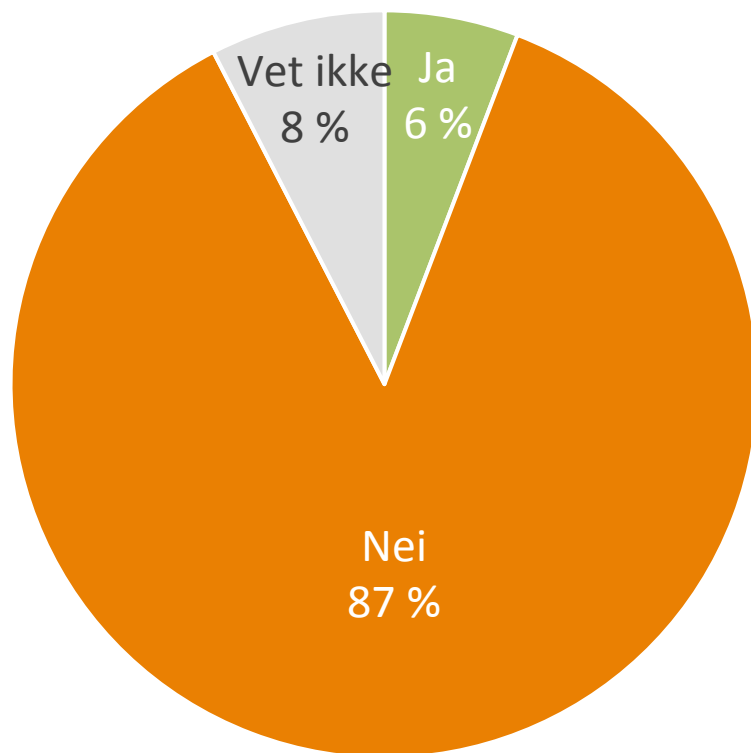


**Syn på Teater Innlandets visjon:
«Alle trenger et spark i sjelen»**

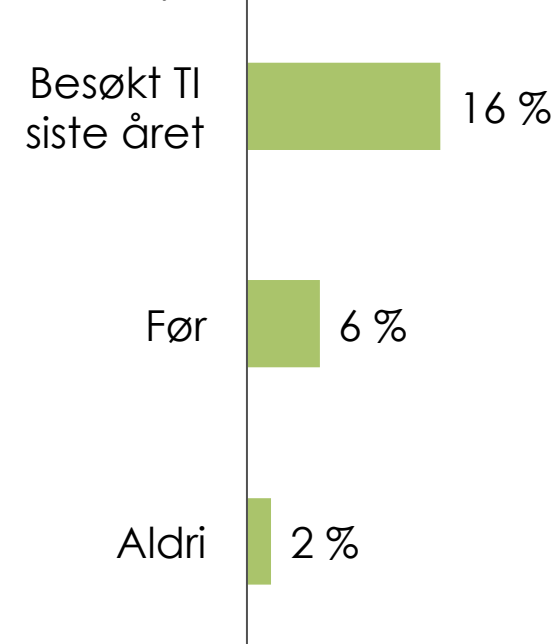


Kun 6 prosent kjenner til mottoet (hjulpen kjennskap)

- Visste du at «Alle trenger et spark i sjelen» er Teater Innlandets slagord/motto?

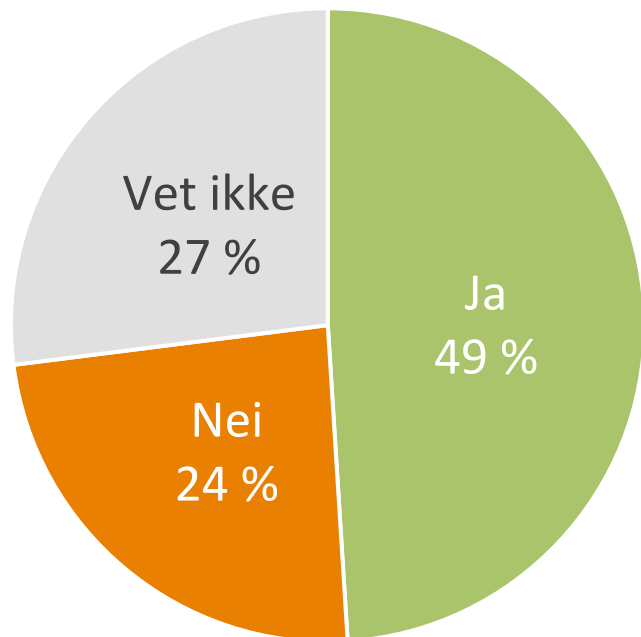


Litt bedre kjent blant de som har besøkt teatret

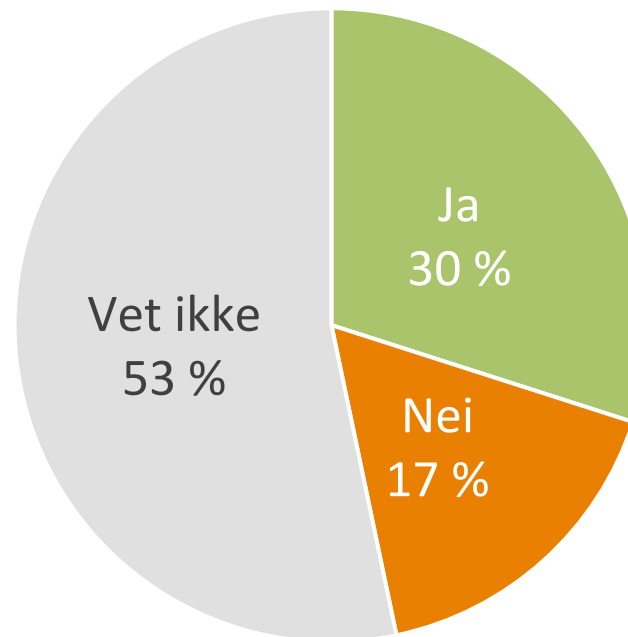


Annenhver liker slagordet

- Liker du dette slagordet?



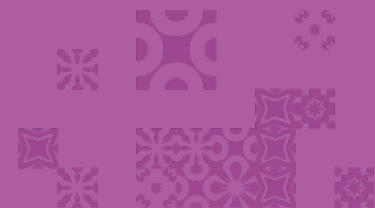
- Synes du at «Alle trenger et spark i sjelen» passer godt til Teater Innlandet?



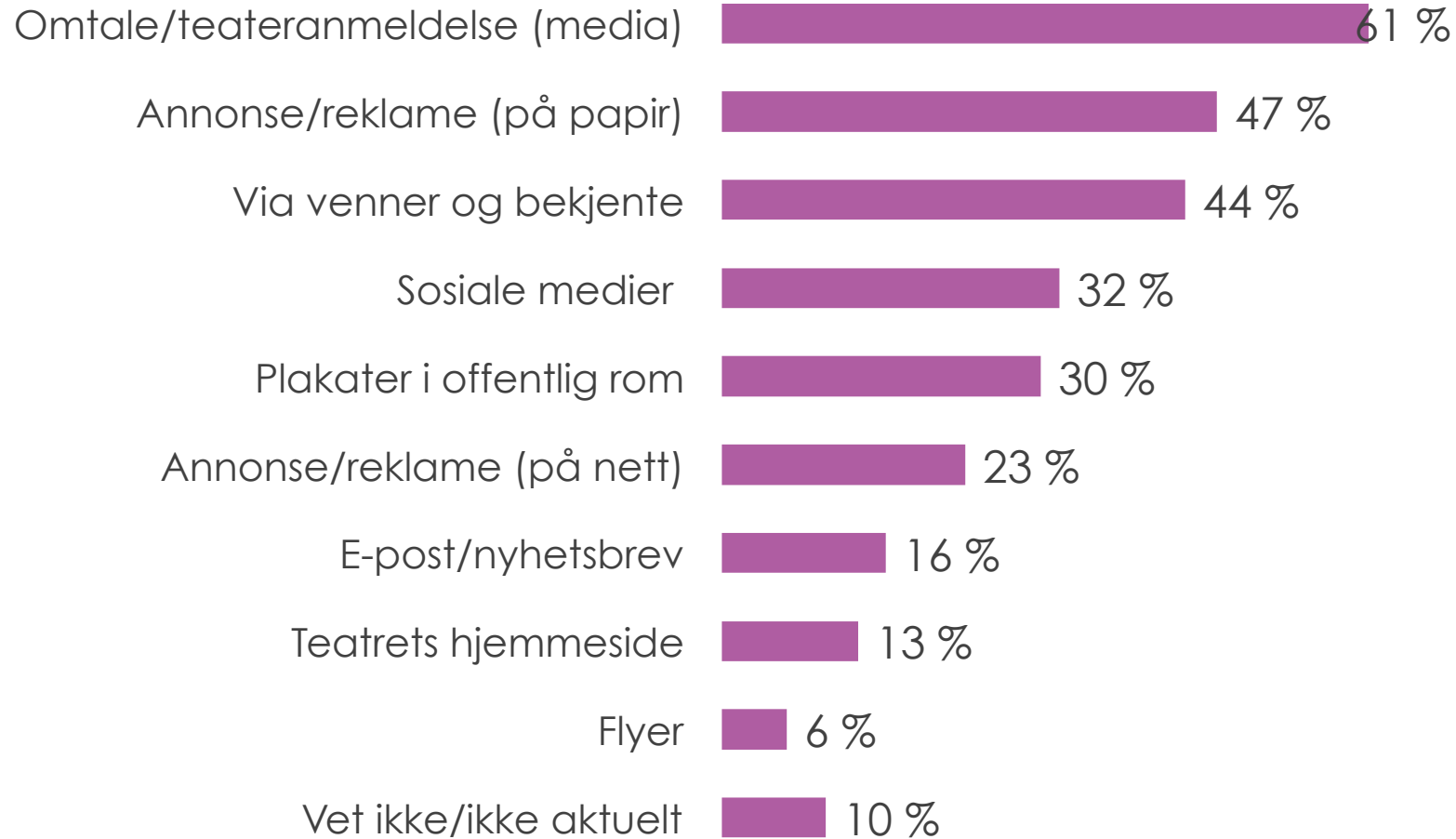
Blant de som **har besøkt Teater Innlandet siste året**, sier 57 % at de liker slagordet, mens 46 % synes at det passer godt



Informasjonskanaler



Hvor får du informasjon om teaterforestillinger?



n=1103

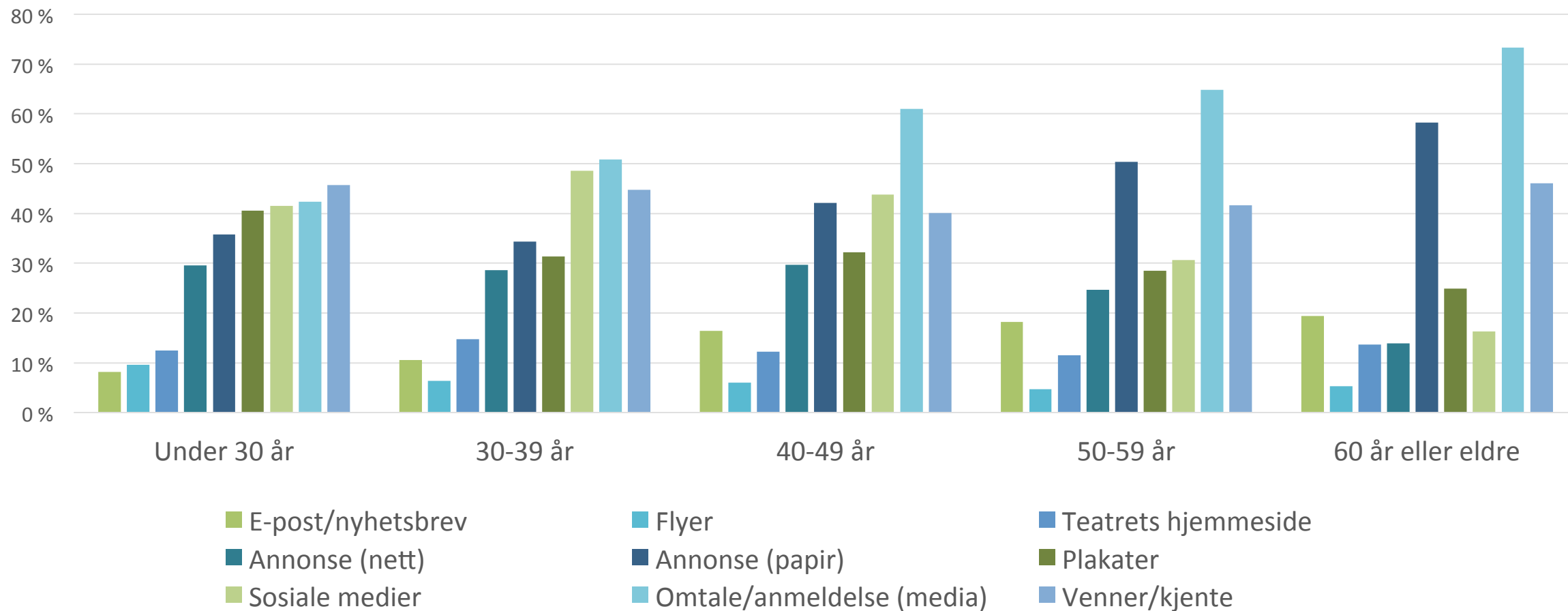
TEATER
INN
LANDET

FORESTILLINGER

Forestillinger



Informasjonskanaler for teaterforestillinger – fordelt på alder

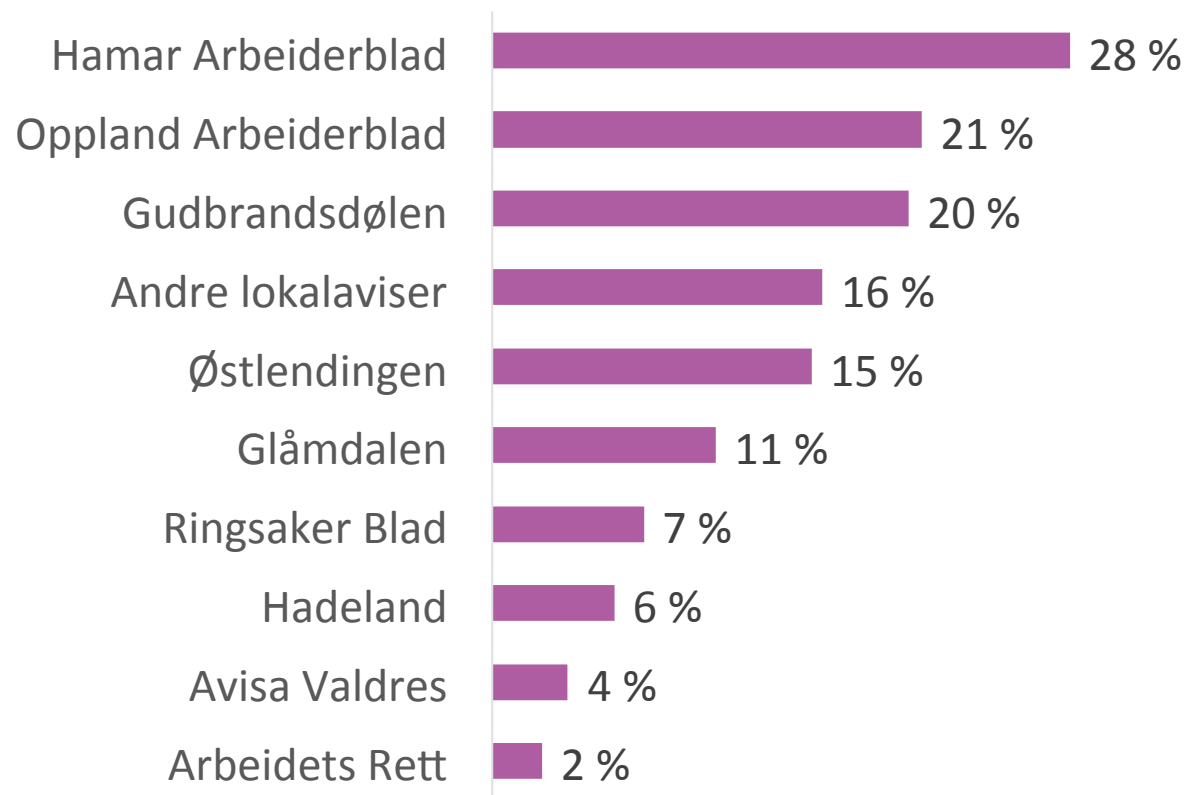


n=1103

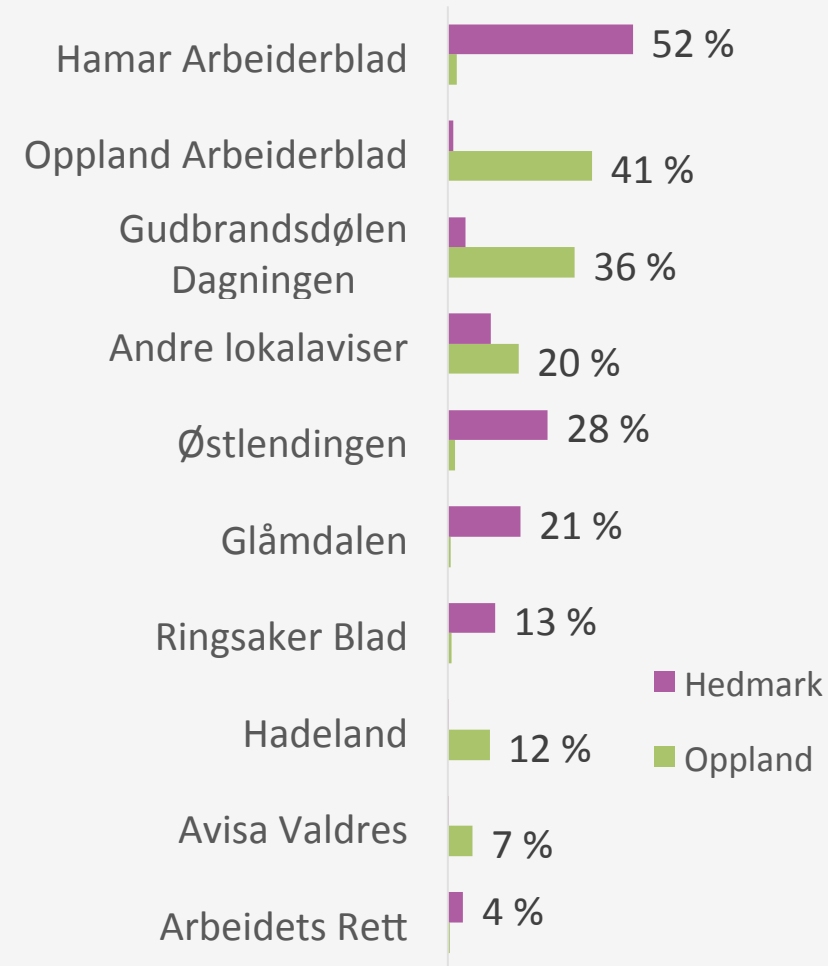


Hvilke aviser leser man?

- Hvilke av følgende aviser er viktige informasjonskanaler for deg?



n=1200

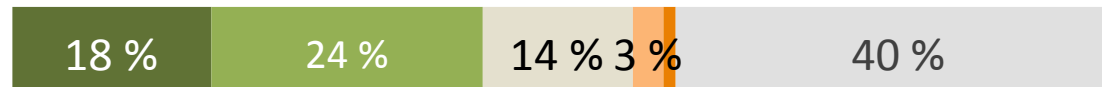


Oppfatninger om Teater Innlandet: Omdømme, kvalitet, repertoar, nærhet etc.

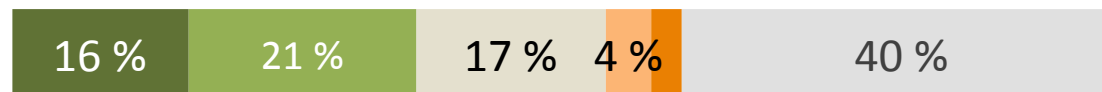


Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om Teater Innlandet?

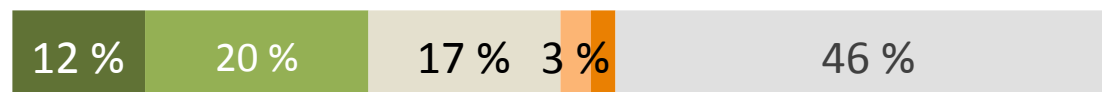
Teater Innlandet er en profesjonell institusjon



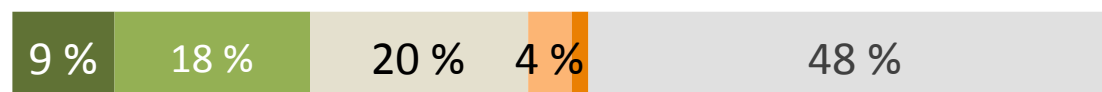
Teater Innlandet bidrar til å styrke og utvikle Innlandets identitet



Teater Innlandets forestillinger viser nærhet til folk i landsdelen



Teater Innlandet har et repertoar for enhver smak

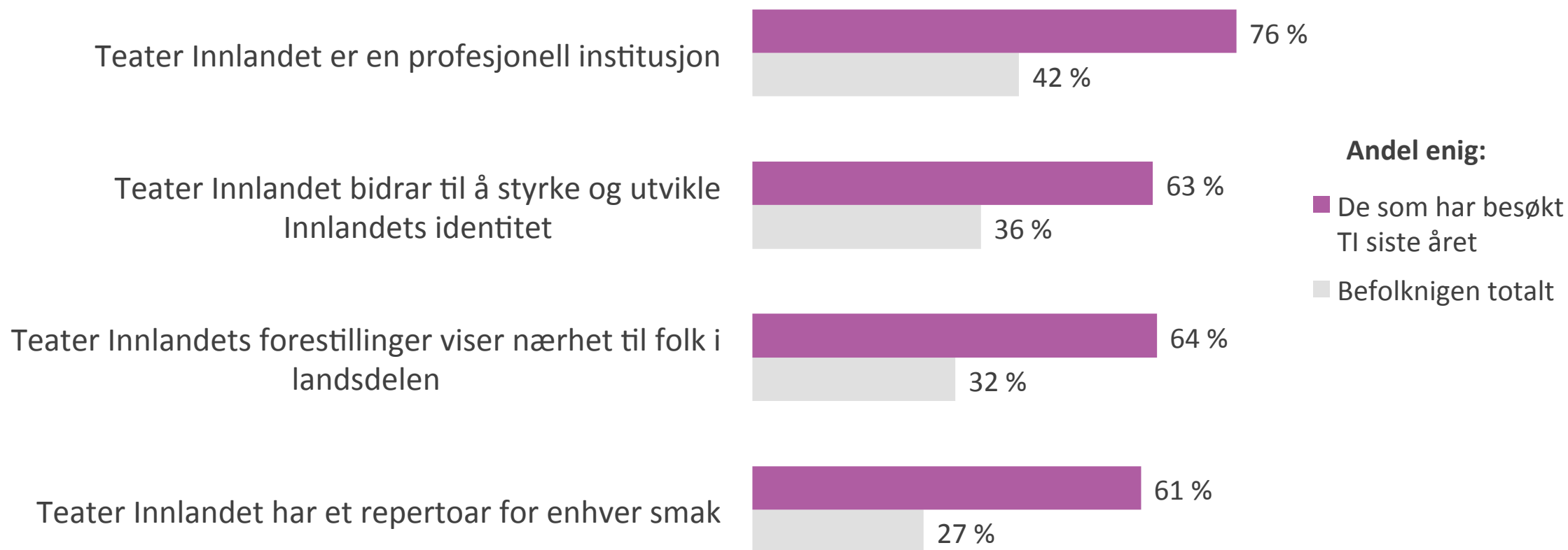


1 Helt enig 2 3 Verken eller 4 5 Helt uenig Vet ikke

n=1200



Flere er enig av de som har vært på Teater Innlandet siste året



n=1200



A photograph of a man and a woman lying down, possibly in a spa or theater setting. Both have their faces covered in a thick white mask. Two slices of cucumber are placed over each person's eyes. The man is on the left, and the woman is on the right. They are both wearing white towels or blankets. The background is dark.

Syn på Teater Innlandet

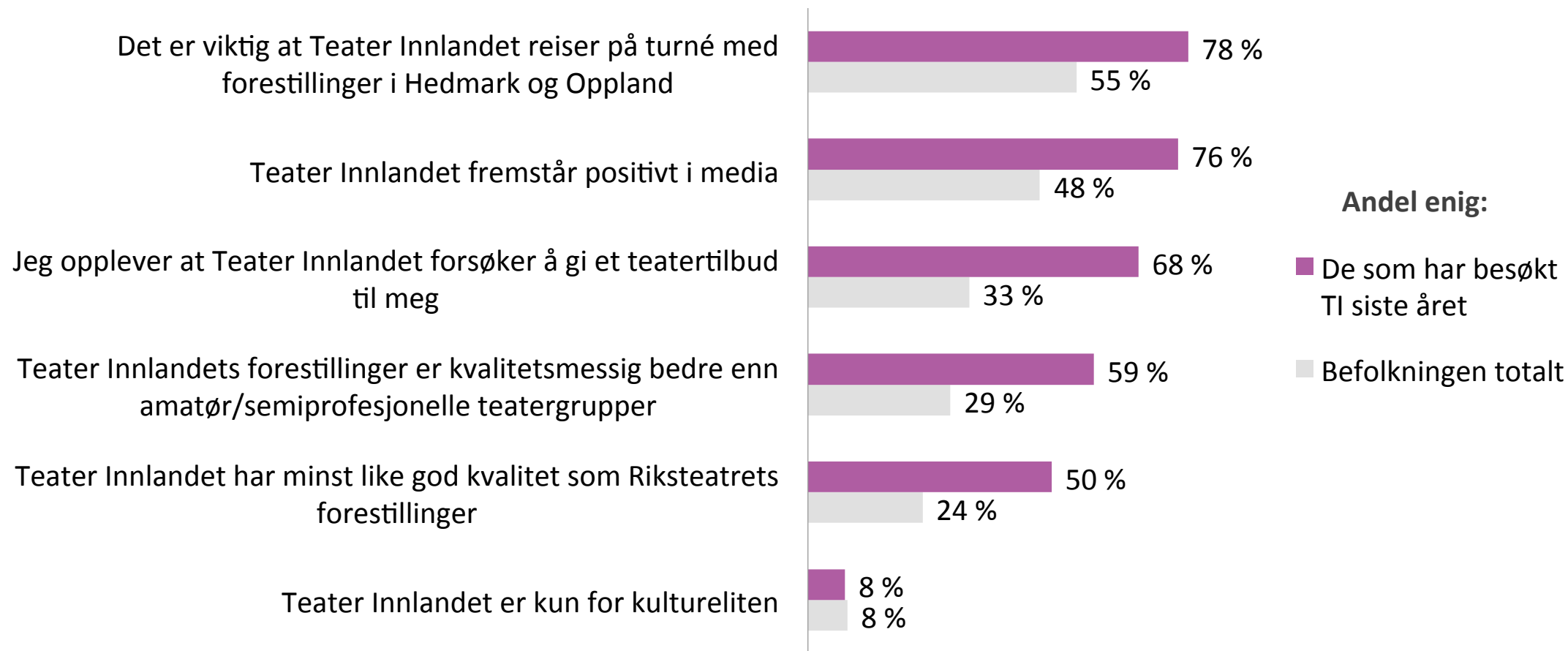
Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om Teater Innlandet?



n=1200



Flere er enig av de som har vært på Teater Innlandet siste året



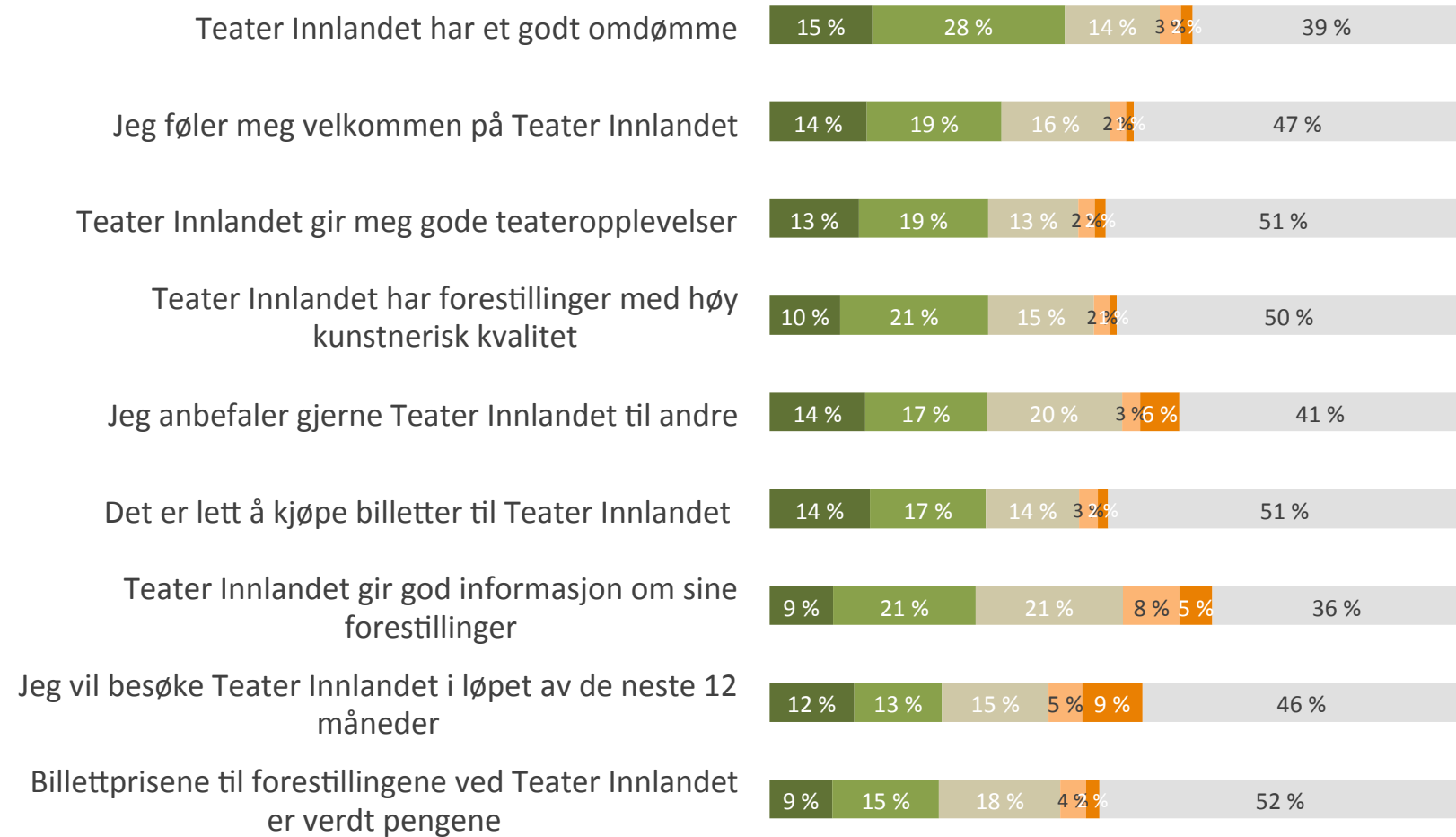
n=1200



An architectural rendering of a modern theater building. The main building has a dark, multi-story glass facade with a prominent horizontal band of windows. To the right, a red brick building features a sign for 'LA ROZA' and a smaller sign with 'FH'. The foreground shows a public square with people walking, a person on a bicycle, and several large, light-colored stone blocks. The sky is bright blue with scattered white clouds and a few birds flying.

Oppfatninger om Teater Innlandet: **TEATERINDEKS**

Benchmarkings spørsmål

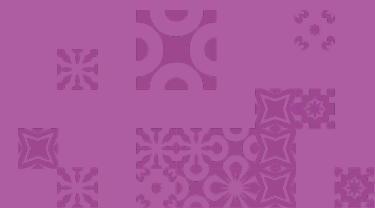


n=1200

■ 1 Helt enig
 ■ 2
 ■ 3 Verken eller
 ■ 4
 ■ 5 Helt uenig
 ■ Vet ikke

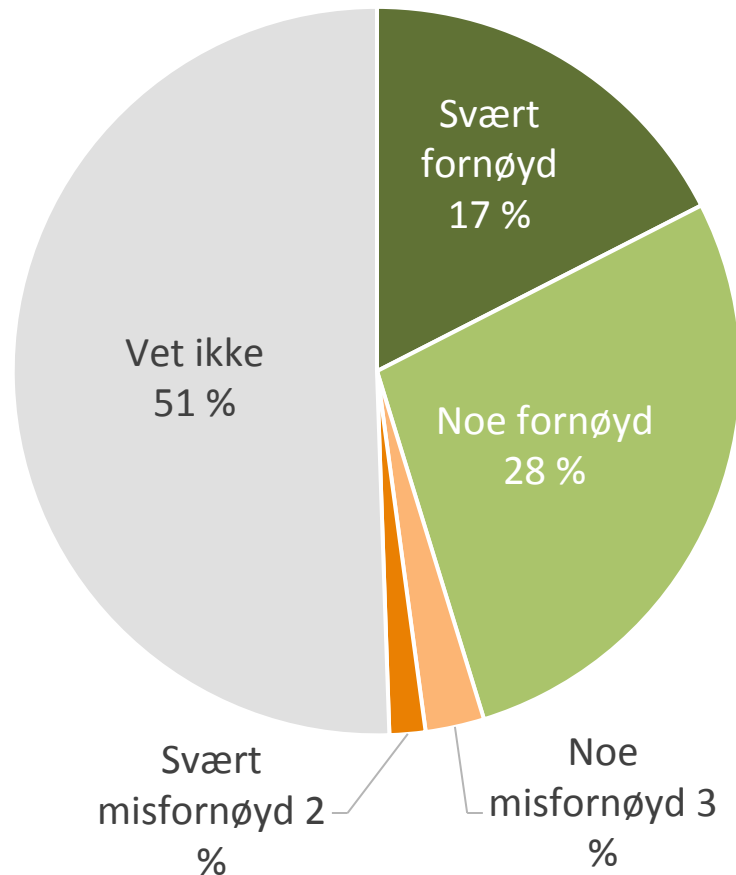
SCORE
70,9
70,3
70,0
68,7
63,2
70,4
58,3
56,9
63,6
TOTALT: 65,8

Totalinntrykk av Teater Innlandet



45 % er fornøyd med Teater Innlandet, 5 % er misfornøyd. Kvinner, hedmarkinger, de over 60 år, og brukerne er aller mest fornøyd

- Totalt sett, hvor fornøyd eller misfornøyd er du med Teater Innlandet?



n=1200

52 %



Hedmark

38 %



Oppland

91 %



Brukt i år

59 %



Før

23 %



Aldri

38 %



15-29

44 %



30-39

41 %



40-49

46 %



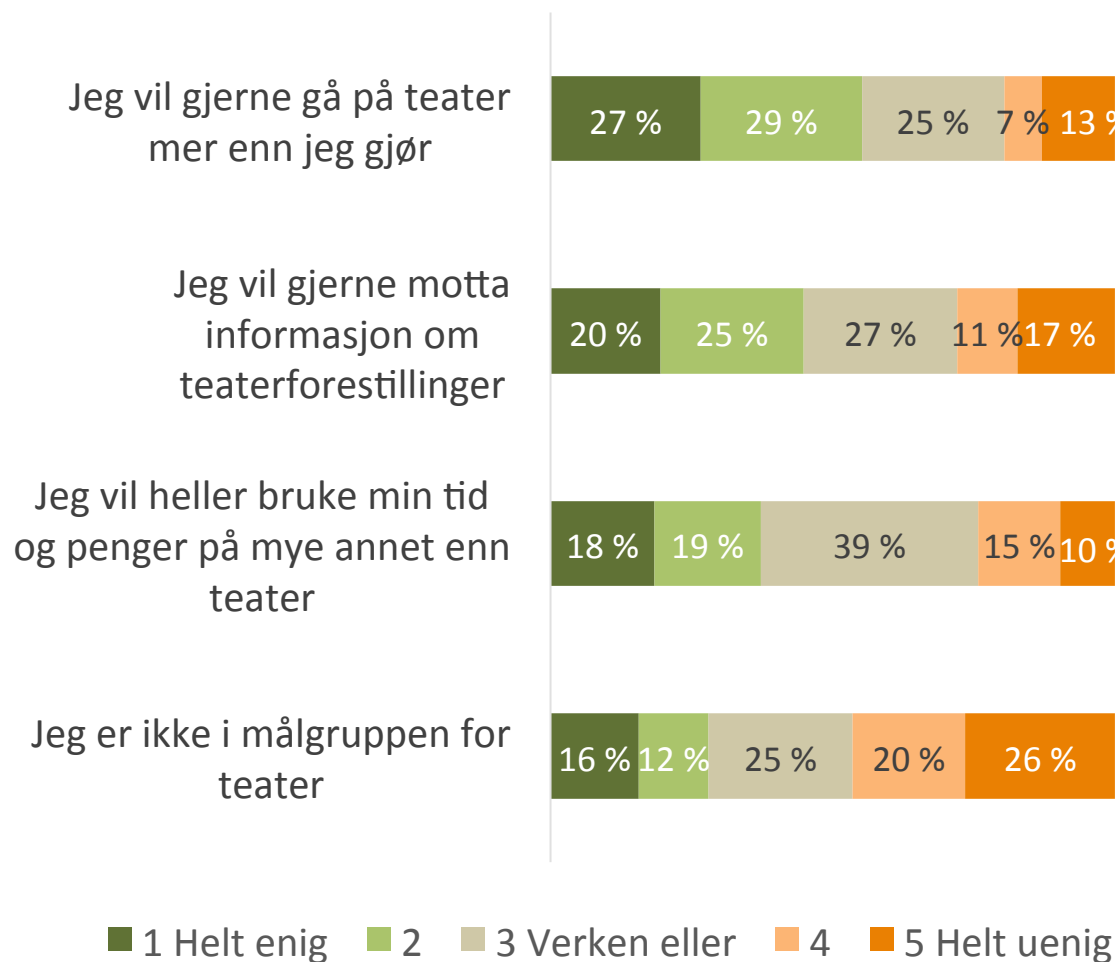
50-59

51 %

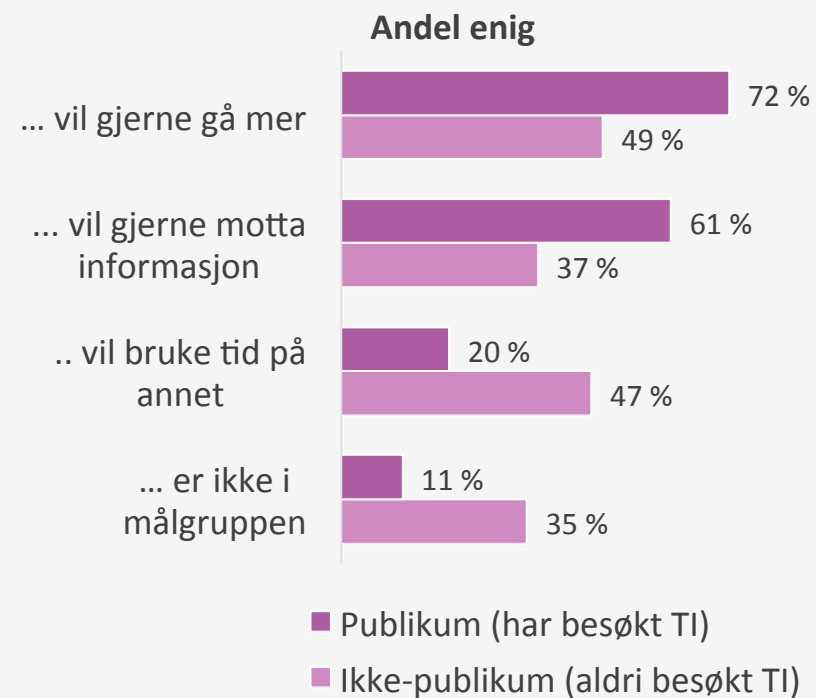


60 år +

Både publikum og andre ønsker å gå mer på teater



72 % av TIs publikum og 49 % av de som aldri har besøkt TI, vil gjerne gå på teater mer enn de gjør





Del 2: Kvalitativ undersøkelse



De spontane assosiasjonene til «teater» er svært positive

○ Det intime og "levende"

- Den intime settingen og nærhet til artistene gjør opplevelsen helt unik
- Teater er en fin måte å bli kjent med skuespill og deres forfattere på
- Nærheten til de som formidler blir helt spesiell på teater. Kan oppleves mer gripende enn en film f.eks.

○ Underholdende, ekstra stas og engasjerende

- En svært levende atmosfære trigger mange følelser
- En sterkere opplevelse å se skuespillere "live"; stemningen som oppstår er spesiell
- Teater er ikke noe man gjør så ofte – derfor litt ekstra "stas" og en slags belønning
- Man går på teater for å gjøre noe annerledes, man gleder seg i lengre tid og bygger opp stemningen og forventningene, og det blir en begivenhet, en slags feiring
- En fin måte å få oppleve historier på. Gøy å se hvordan forskjellige roller tolkes. En egen opplevelse og stemning i salen.
 - Ved å gå på teater med barn så er det fint å se spenningen og innlevelsen barna får av å se et teaterstykke versus det å se en film på kino. Et eget publikumsengasjement.

"Positivt. En mer intim kunstopplevelse"

"Nærheten til skuespillerne gjør at det blir en spesiell opplevelse. veldig fascinerende underholdning"

"Spennende og se levende mennesker spille andre på nært hold"

Hva kjennetegner en god teateropplevelse?

- **Har et budskap eller forteller en historie**
 - Et godt stykke er et stykke som forteller "noe"; genererer assosiasjoner, forteller en sterk eller god historie
- **Samfunnsvri og identifikasjon**
 - Spiller på aktuelle samfunnsproblemer, det som opptar oss akkurat nå
 - Som vi kan kjenne oss igjen i
 - Historiske spill om aktuelle samfunnstemaer
 - Når folk får eierforhold til teatret
- **Opplysende eller lærerikt**
 - Det tas ofte opp samfunnsaktuelle temaer som får en til å reflektere
 - Gir opplevelser av mange slag: F.eks. hva som kan være viktig i forholdet mellom mennesker

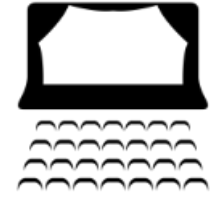
"Alle teaterstykker som har et samfunnsoppdrag. Klassikere eller nyskrevet. Men teater som ren underholdning er også greit.

"Ny norsk dramatik kan være spennende, f.eks. Jon Fosse. Går ikke så mye på danseforestillinger, selv om det sikkert er flott"

"Opplevelser. Både underholdende og lærerike"

"Et godt teaterstykke gjør noe med deg, får deg til å tenke videre. Det er også flott med gamle mesterstykker, men jeg liker også nytt"

Hva kjennetegner en god teateropplevelse (forts.)?



○ **Overraskende elementer**

- Stykket må ha en appell til deg, men hvis jeg går for å se et stykke som er ukjent, kan det gi overraskende god opplevelse.

○ **Humor**

- Gir et pusterom med god latter. Her er lokale innslag eller at man spiller på lokale hendelser eller kjente personligheter fengende.

○ **Klassiske oppsetninger**

- F.eks. Ibsen, men også lokale oppsetninger av mer historisk art

”Liker klassikerne bl.a. Hedda Gabler var en svært god oppsetting, ganske strippet for utstyr, men meget dyktige skuespillere. Har en tendens til å gå på det jeg kjenner til, event. leser kritikker. Komedier også”

”Ellers liker jeg å se det jeg ikke vet så mye om...”

Om øyeblikkene på teater:

” Det beste med teater er å oppleve skuespillertalentene, uavhengig av hvilke stykke som vises/tolkes. Levende mennesker i ulike rolle rett foran meg, og som reagerer på publikums respons.

” Det er magien at jeg blir helt oppslukt når jeg sitter i teateret, at omverden forsvinner og jeg bare konsentrerer meg på teateret der og da.

” En fin følelse, men også nesten på gråten-følelse, kommer an på stykket. Men alltid svært fornøyd og glad for at jeg gikk.



Barrierer mot teater



○ Tilgjengelighet

- At det er flere muligheter, flere oppsetninger/tider/steder

○ Spilleplan

- At tidene ikke passer, eller fremstår riktige for ens egen mulighet til å gå (tidsklemmen)

○ Synlighet/oppmerksomhet – kjennskap

- At man blir påminnet i hverdagen; ser reklamer/omtaler/plakater eller hører om teateret

○ Pris

- Teater er sett på som relativt dyrt, i alle fall kobles det til noe man ikke gjør så ofte; ikke en spontan handling, men noe man planlegger - en begivenhet
- Dette kan jo spesielt være en barriere for barnefamilier som har mange å kjøpe billetter til

”Det er avstand til teater og hva som blir satt opp i nærheten”

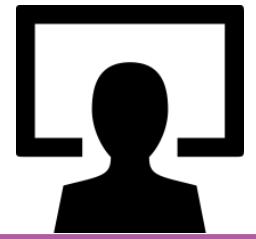
”Det er veldig mye som skjer rundt omkring. Folk må velge, dessuten koster alle ting penger”

”Info bør komme ut andre steder en bare på nett”

”For oss i de ”ytterste utkantene” blir det hele litt fjernt. Vi føler på mange måter ikke et ”eierskap” til teateret. Opplever vel også markedsføringen og informasjonsspredningen mangelfull”



Barrierer mot teater (forts.)



○ Ikke noen å gå med

- Teater er en sosial handling, man går ikke i teater alene og flere indikerer at de ikke har noen å gå med (eldre), vanskelig å finne noen som har tid

○ Summen av flere faktorer

- Andre aktiviteter og å «komme seg ut av sofaen» som gjør at man ikke går oftere i teater i denne målgruppen

○ Ellers ønskes et bredere omfang sjangere

- Da enkelte føler at en del av stykkene kan bli for seriøse eller for sære (NB: Få mener dette)

”Sofaen er ofte ei sovepute, men ved lokale oppsetninger kommer det mange, de kjenner de som opptre, deres familier”

”Det er nok en dørstokkmil der ja. Men det skyldes sikkert også at det finnes mange andre ulike fritidstilbud som kino, konserter osv.”

”Her i nærmiljøet spilles det kun over få dager. Hadde det blitt spilt flere dager ville en fått med seg omtalen og rukket å fått sett stykket”



Kjøp av billetter



○ Primært elektronisk

- De aller fleste kjøper billetter elektronisk
- En blanding av pc, laptop, nettbrett og mobilen
- PC og mobilen blir nevnt oftest

○ Billettluken som sekundært alternativ

- Noen få kjøper på telefonen
- Selv om dette blir minst brukt, så øker det sjansen for at man kan ta spontane besøk til teateret

“Jeg ønsker primært billettbestilling på nett (PC), men også løpende belegg og muligheter til å kjøpe billetter "i luka" før forestillingen. Det siste kan spesielt være aktuelt når man plutselig får for eksempel en Oslo-tur og kunne få med en forestilling i samme slengen”



Oppmerksomheten

○ Teateranmeldelser er viktig

- For å skape interesse, W.O.M-effekter (at folk snakker om det og sprer budskapet) eller økt oppmerksomhet
- Man blir påvirket av det som skrives, men det påvirker i enda større grad dersom noen man kjenner anbefaler teateret (mer personlige W.O.M.-effekter)



○ Facebook

- Leser eller blir invitert via Facebook
- Oppmerksomheten spres i stor grad på FB: Noen tipser om gode stykker, eller informerer om noe som kommer, eller informasjon fra teateraktørene selv blir snappet opp



” Vi får for lite informasjon om hva som settes opp



De umiddelbare assosiasjonene til Teater Innlandet er nesten utelukkende positive

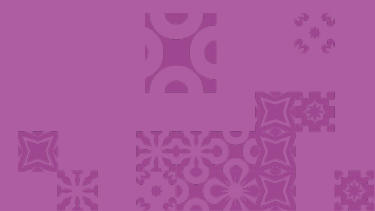
- Teater Innlandet får gjennomgående svært positive reaksjoner
- Det appellerer at det er en god balanse mellom:
 - det profesjonelle
 - det lokale
 - har variasjon og spenn i stykkene



” Veldig godt fornøyd med Teater Innlandet. Jeg synes de ha fått et løft etter de kom i nye produksjonslokaler. Mange gode skuespillere og bra variert program. Skulle ønske de kunne bruke flere lokale forfattere.
(Hilda)

” Synes det er flott at vi har et så flott teater her på Innlandet.
(Inger Mari)

” Ofte gode teaterstykker. Svært god skuespillere. «Lokalt» tilsnitt. Mange gode forstillinger som vises på lokalet i bygdene.
(Arne)



Teater Innlandet verdsettes

○ Profesjonell utførelse

- Indikasjoner på at det er positivt med en blanding av amatører og profesjonelle, men at det er viktig at det også er profesjonelle med
 - Profesjonelle = løfter teateret (spisser det)
 - Amatører = sjarmerende (og for "alle")
- Kombinasjonen gode skuespillerprestasjoner, profesjonelle (høy kvalitet), spennende scenekunst og lokale forestillinger er det som som appellerer mest til vår målgruppe

○ Lokalt

- Det verdsettes at Teater Innlandet inkluderer de litt mindre kjente skuespillerne, har lokal tilhørighet og har lokale scenekunstnere og har tilbud tilgjengelig ute i distriktet.
- Opplevs å være for "oss" i innlandet eller folk flest, og som gjør det på den måten "tilgjengelig"

○ Variasjon i stykker og fine oppsetninger

- Videre blir kreative skuespillere som våger å by på seg selv trukket frem som appellerende.
- Gir en god stemme i lokale kultur-debatter og bidrar til det lokale kulturmiljøet

"Etter at Teater Innlandet ble etablert har standarden hevet seg"

"Jeg er positiv til at teateret "kommer ut til folket" og at folket ikke skal behøve å komme ut dit teateret tilfeldigvis befinner seg. Det kan være både praktiske og økonomiske årsaker til at man sjelden kommer på teaterforestillinger for eksempel i Oslo"

"Positivt med en mix av proffe og amatører"

"De er Like Proffe og Flinke som de "proffe" og er positivt at det er lokale skuespillere"



God indikasjon på fremtidig besøk; og turnevirksomhet øker sjansen for at man besøker Teater Innlandet

○ Har du noen plan om å besøke dem fremover?

- Når det er et stykke som tiltaler meg så kommer jeg.
- Jeg har plan om å se neste forstilling som kommer hit.
- Så sant jeg får tid, har jeg planer om å besøke teatret igjen.
- Ja, besøker dem så ofte jeg kan. Trives i miljøet.
- Jeg følger med på programmet.

○ Turné

- Majoriteten mener det er både positivt og viktig at Teater Innlandet reiser rundt
- Det ønskes enda flere muligheter for å se teateret, og tilgjengeligheten blir sett på som en barriere for å besøke teateret

”Det er flott at de reiser rundt”

”Turnevirksomheten er vel bare positiv”

”Det er så fint de reiser rundt som supplement til de lokale teatergrupper”



Kompetanse innen kultur er ingen forutsetting

- Vi får ikke indikasjoner på at det er en barriere at man tror det kreves en spesiell skolering eller kompetanse (eller særinteresse for den saks skyld)
- Teater Innlandet blir ikke sett på som et eliteteater av flesteparten av våre informanter (selv om noen mener det er det i enkelt miljøer), men i større grad oppfattes det for "alle"
- Samtidig er det tydelig at flere av de med høyest interesse og hyppighet i teaterbesøk også indikerer en spesiell interesse for kultur
 - Flere "forbereder" seg gjerne på teater, med å lese om stykket eller tilsvarende bok
 - Noen hevder at det kreves samfunnsinteresse
 - Flere indikerer at de tror de fleste som går i teater er over gjennomsnittet kulturinteresserte - kanskje også en gruppe som legger litt mer status i det å gå i teateret
 - Andre igjen hevder det ikke krever noe som helst og at de fleste går
- Slik at vi kan anta at det er en sammenheng med interesse for kultur (dermed noe mer kunnskap), men ikke en barriere for andre for å gå i teater



Om kompetanse og interesse for kultur som forutsetning:

”Teaterstykker som er satt opp for voksne, ses oftest av de med god utdanning, og/eller de som leser mye bøker. Dette er hva jeg selv observerer”

”Har aldri tenkt på at en må være skolert for å se på teater. Men jeg er veldig kulturinteressert”

”Selvsagt er det slik at jo mer erfaring og kunnskaper en har, jo mer får en ut av teaterstykker, men også f.eks. av litteratur”

”Nei, synes at teateret appellerer til alle”

”Jeg har aldri tenkt på at det er et teater for eliten, men det kan vel være grupper det er vanskeligere å nå fram til.

”Tror at nærheten til teateret, sånn som på Hamar med det nye kulturhuset, har nok åpnet øynene på mange, i forhold til teater”



Reaksjoner på påstander:

○ «Teater Innlandet viser nærhet til folk på Innlandet»

- De fleste er enig i dette, dette ble også nevnt åpent (før stimulering)

”Det starter gjerne i døra hvor du møter kjente som tar billetter. Det er lokalt, men samtidig proft. Og jeg var imponert over skuespillerne og deres evne til å omstille seg underveis i stykket”

○ «Teater Innlandet har høyere kvalitet enn amatør/semi-profesjonelle teatergrupper»

- De fleste mener ja.

○ «Teater Innlandet har samme kvalitet som Riksteatrets forestillinger»

”Kanskje i enkelte forestillinger, men ikke alltid. Men de har alltid gode sceneløsninger og tekniske hjelpemidler”

”Nødvendigvis ikke på valg av stykker. Men det er en stab av proffe på alle bauer og kanter”



Reaksjoner på påstander:

○ «Teater Innlandet forsøker å gi et teatertilbud til meg»

- Enighet i gruppen om denne påstanden

"Ja, de er aktuelle i tiden, men må passe seg for å glemme det publikum vil ha"

"De prøver å ha litt for enhver smak"

○ «Teater Innlandet utvikler Innlandets identitet»

- Noe delte reaksjoner på denne: de fleste er enig, noen som er uenig

○ «Alle trenger et spark i sjelen»

- Flest positive reaksjoner, noen få negative; uansett genererer slagordet sterke reaksjoner!

"Et fint motto. Har sett det før. Det skal jo gi oss sjelelige opplevelser, og sette tanker i sving"

"Det er et godt slagord. Det er det teater gjør"

"Ja, jeg kjenner mottoet, men er ikke helt fornøyd. Vi trenger vel ikke bare spark i sjelen. Hva med litt balsam også da.... Det er ikke alle som setter pris på så røft slagord"



Barrierene til Teater Innlandet

- Enda mer spenn og bredde i forestillingene

"Teater Innlandet er: Lokalt. Intimt. Nærhet. Litt dårlig informasjonsflyt rundt forestillinger. Gode prestasjoner. Litt ensformig"

- Øke oppmerksomhet og synlighet

- I likhet med teater generelt må Teater Innlandet øke kommunikasjonen og spilletid for oppsetningene (flere indikerer at de får det med seg når det er over)

"Problemet er vel at vi i mange tilfeller på en måte ikke har fått teater Innlandet skikkelig "under huden". Som jeg nevnte tidligere er det ikke fremst i pannebrasken"



Oppsummerende sitat:

- ” *For meg tror jeg mye av nøkkelen til å få folk i teateret er god og vel tilrettelagt markedsføring. Folk i distriktet må på en måte "læres opp" til å gå i teateret. Og slik opplæring tror jeg primært oppnås gjennom klassisk teaterkunst knyttet til de "gamle mesterne".*
- ” *Blandingen av proffer og amatører synes jeg vil fungere godt. Det er svært mange meget dyktige amatører rundt omkring, som vil blomstre ekstra når de spiller sammen med proffene.*



Konklusjoner

- Gjennomgående positive assosiasjoner og holdninger til Teater Innlandet og indikasjoner på at teateret har et godt omdømme.
- Teater Innlandet treffer godt på de drivende elementene innen teater
 - En god kombinasjon av det lokale, amatører og profesjonelle, spiller gode historier med aktuelle og interessante oppsetninger, samt god utførelse og humor trekkes frem som positive drivere
 - Totalt gir teateret en god helhetsopplevelse med variasjon og spenn som appellerer og trigger til teaterlyst!
- Majoriteten av våre informanter oppfordrer Teater Innlandet til å fortsette det gode arbeidet, verdsetter teaterets identitet, gode bidrag i lokalmiljøet og oppfordrer teateret gjerne til å fortsette med å samarbeid med de lokale teatrene og sette opp lokale stykker.
- Men på den negative siden oppfattes teateret litt for lite tilgjengelig, og kommunikasjonen og oppmerksomheten kunne med fordel vært styrket.
- Vi anbefaler å synliggjøre teateret og øke bevissthet rundt teateret, som synes å være det viktigste grepet knyttet til barrierer.
- Slagordet kan virke som det bidrar godt til å vekke interesse og oppmerksomhet med sine polariserende reaksjoner (mest positive) og vil utvilsomt bli husket som bidrag til å gi Teater Innlandet en særegen identitet.





Del 3: Kultursegmentering



Segmentering I: Kultursegmentering - Morris Hargreaves McIntyre (MHM)



Enrichment

mature
traditional
heritage
nostalgia



Entertainment

consumers
populist
leisure
mainstream



Expression

receptive
confident
community
expressive



Perspective

settled
self-sufficient
focused
contented



Stimulation

active
experimental
discovery
contemporary



Affirmation

self-identity
aspirational
quality time
improvement



Release

busy
ambitious
prioritising
wistful



Essence

discerning
spontaneous
independent
sophisticated

Segmentene er basert på svarene på følgende spørsmål

1. I hvilken grad er du enig eller uenig i disse påstandene?

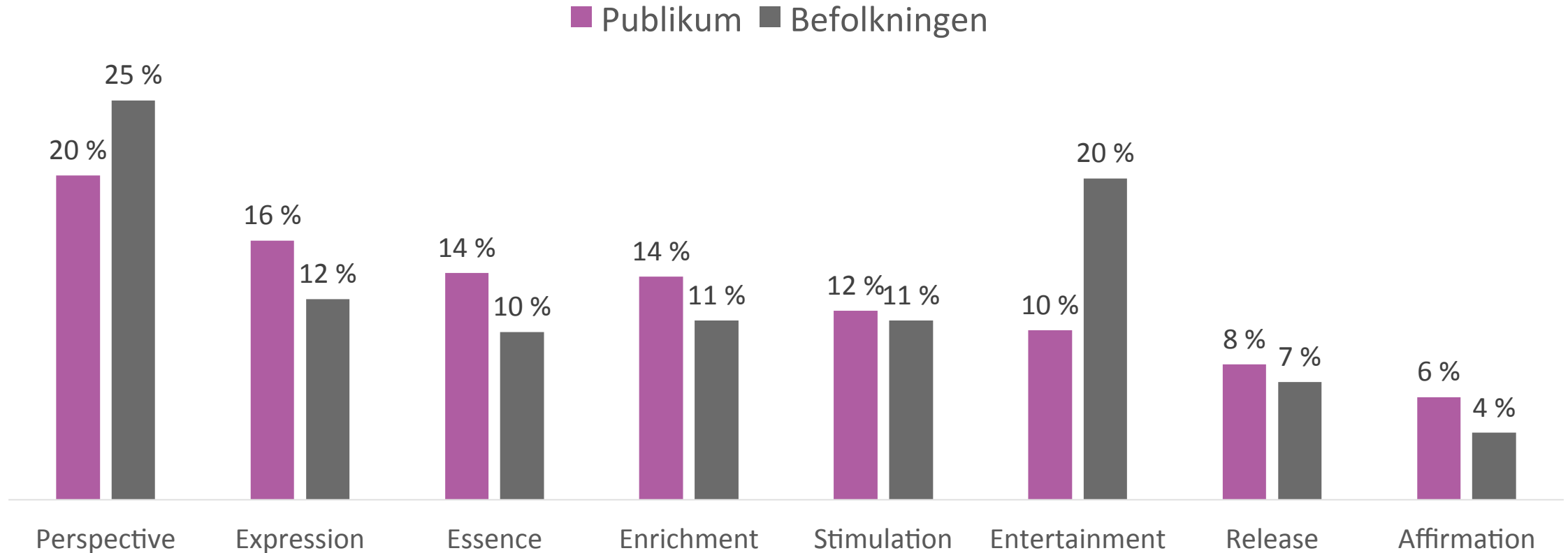
- Jeg betrakter meg selv som en åndelig person
- Jeg er som regel den første blant vennene mine som vet hva som skjer
- Jeg liker best å oppleve ting som er veletablert og populært
- Kunst og kultur er en vesentlig del av mitt liv
- Jeg foretrekker å gjøre det jeg selv vil, uansett hva andre måtte mene om det
- Jeg vil nyte livet og ikke bekymre meg for fremtiden
- Jeg liker å komme meg ut i naturen så ofte som jeg kan

2. Har du noen gang besøkt noen av følgende type steder/ arrangement?

- Festival for populærmusikk, f.eks. Øyafestivalen
- Moderne dans
- Et kunstgalleri

- For mer om MHM-segmentene, se: <http://mhminsight.com/articles/culture-segments-1179>

Teater Innlandets publikum vs. befolkningen, fordelt på MHM's kultursegmenter

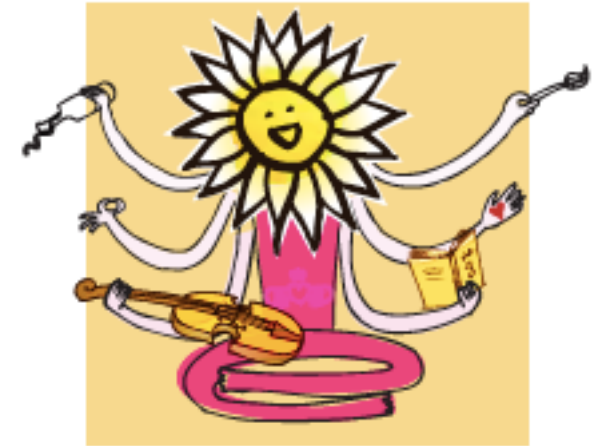


Typiske kjennetrek ved disse åtte segmentene i Hedmark og Oppland



Expression

- Flere kvinner enn menn (58 % mot 42 %)
- **Øker jevnt med alder, hvor 8 % er under 30 år og 40 % over 60 år**
- Helt likt fordelt mellom bosetning i fylkene Hedmark og Oppland
- 54 % har benyttet teater siste 12 måneder, 39 % i årene før, 6 % har aldri benyttet og 1 % vet ikke
- Synes litt mer enn andre at "Alle trenger et spark i sjelen" passer godt til Teater Innlandet (42 %)
- Anser flere klassikere (62 %), flere komedier (51 %) og mer dagsaktuell tematikk (36 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/gå oftere på teater. Og flere danseforestillinger som minst viktig av alt
- Anser omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (67 %), fulgt av annonsering i papir(avis) (60 %) og via venner og bekjente (46 %)



Essence

- Flere kvinner enn menn (58 % mot 42 %)
- Flest over 60 år (42 %), færrest under 40 år (21 %) og resten midt i mellom (37 %)
- **Flere bosatt i Oppland enn i Hedmark (55 % mot 45 %)**
- Øker jevnt og kraftig med utdanning, hvor hele 47 % har UH over 3 år
- 55 % har benyttet teater siste 12 måneder, 36 % i årene før, 8 % har aldri benyttet og 1 % vet ikke
- Anser flere klassikere (45 %), flere komedier (32 %) og mer dagsaktuell tematikk (32 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/gå oftere på teater. Og flere danseforestillinger som minst viktig av alt (men verdsetter også dans mer enn de fleste segmentene)
- Anser klart omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (75 %), fulgt av annonsering i papir(avis) (54 %) og via venner og bekjente (50 %)



Perspective

- Flere menn enn kvinner (56 % mot 44 %)
- I alle aldersgrupper, men flest i enkeltgruppen 60 år + (33 %)
- **Flere bosatt i Hedmark enn i Oppland (56 % mot 44 %)**
- 30 % har benyttet teater siste 12 måneder, 49 % i årene før, 18 % har aldri benyttet og 2 % vet ikke.
- Anser flere komedier (38 %), flere klassikere (31 %) og flere familieforestillinger (26 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/gå oftere på teater. Og mer moderne scenekunst og flere danseforestillinger som minst viktig av alt.
- Anser omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (58 %), fulgt av venner og bekjente (46 %) og via annonsering i papir(avis) (45 %)



Enrichment

- **Klart flere kvinner enn menn (64 % mot 36 %)**
- **Øker kraftig med alder! Hvor 4 % er under 30 år og hele 64 % over 60 år**
- Omtrent likt fordelt mellom bosetning i fylkene Oppland og Hedmark (52 % mot 48 %)
- Spesielt mange uten hjemmeboende barn (80%)
- 44 % har benyttet teater siste 12 måneder, 43 % i årene før, 11 % har aldri benyttet og 2 % vet ikke.
- Anser flere klassikere (50 %), flere komedier (34 %) og flere familieforestillinger (29 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/gå oftere på teater. Og mer moderne scenekunst som minst viktig av alt
- Anser omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (71 %), fulgt av annonsering i papir(avis) (53 %) og via venner og bekjente (46 %)



Stimulation

- Omtrent like mange kvinner som menn (52 % mot 48 %)
- I alle aldersgrupper, men flest i enkeltgruppen under 30 år (29 %)
- Helt likt fordelt mellom bosetning i fylkene Hedmark og Oppland
- 46 % har benyttet teater siste 12 måneder, 49 % i årene før, 6 % har aldri benyttet og 0 % vet ikke.
- Anser flere komedier (54 %), flere klassikere (49 %) og flere familieforestillinger (37 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/gå oftere på teater. Og mer moderne scenekunst som minst viktig av alt
- Anser omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (69 %), fulgt av og via venner og bekjente (49 %) og via annonsering i papir(avis) (47 %). Segmentet som i tillegg vektlegger sosiale medier størst betydning (45 %)



Release

- Omtrent like mange menn som kvinner (51 % mot 49 %)
- I alle aldersgrupper, men mest typisk blant de helt eldste og helt yngste, med hhv. 28 % 60 år + og 25 % under 30 år
- Omtrent likt fordelt mellom bosetning i fylkene Oppland og Hedmark (51 % mot 49 %)
- 43 % har benyttet teater siste 12 måneder, 42 % i årene før, 12 % har aldri benyttet og 3 % vet ikke.
- Anser flere komedier (40 %), flere klassikere (34 %) og flere familieforestillinger (32 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/ gå oftere på teater. Og mer moderne scenekunst og flere danseforestillinger som minst viktig av alt
- Anser omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (43 %), fulgt av annonsering i papir(avis) (41 %) og via venner og bekjente (38 %)



Affirmation

- Omtrent like mange kvinner som menn (51 % mot 49 %)
- I alle aldersgrupper, men ujevnt. Flest i enkeltgruppen under 30 år (31 %), dernest og 60 år (28 %), samt 40-49 år (25 %)
- **Klart flere bosatt i Hedmark enn i Oppland (61 % mot 39 %)**
- 56 % har benyttet teater siste 12 måneder, 33 % i årene før, 8 % har aldri benyttet og 2 % vet ikke.
- Ingen av segmentene vektlegger muligheten for deltakelse/teatersamtaler, ei heller Affirmation hvor 70 % mener at dette er lite viktig eller ikke viktig i det hele tatt. Dog er det i denne gruppen flest synes dette er viktig (19 %)
- Anser flere klassikere (45 %), mer lokal tematikk (37 %) og flere komedier (33 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/gå oftere på teater. Og flere danseforestillinger som minst viktig av alt
- Anser omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (57 %), fulgt av annonsering i papir(avis) (50 %) og via venner og bekjente (30 %)



Entertainment

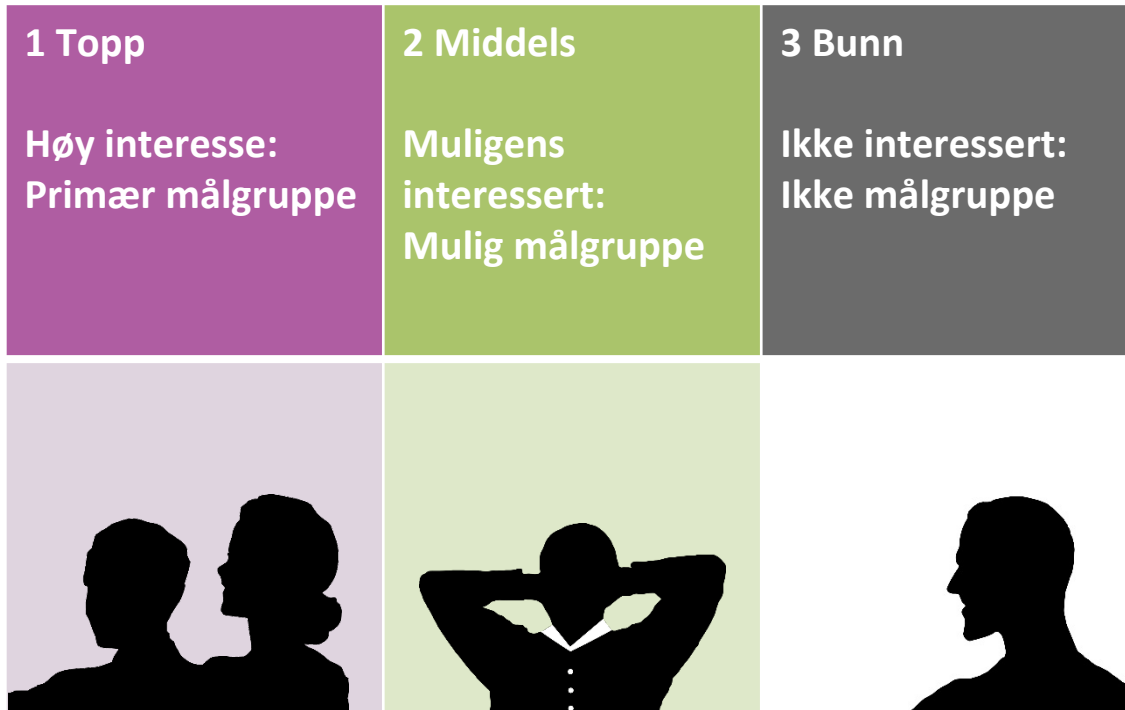
- **Klart flere menn enn kvinner (59 % mot 41 %)**
- Klart flest i enkeltgruppen under 30 år (32 %), ellers i alle aldersgrupper, men også mange blant de over 60 år (22 %)
- Helt likt fordelt mellom bosetning i fylkene Hedmark og Oppland
- Eneste segment hvor flertallet (56 %) "kun" har videregående eller grunnskole
- **17 % har benyttet teater siste 12 måneder, 46 % i årene før, 34 % har aldri benyttet og 3 % vet ikke.**
- Anser flere komedier (46 %), flere familieforestillinger (22 %) og mer dagsaktuell tematikk (17 %) som de tre viktigste forhold for å gå på teater/ gå oftere på teater. Og mer moderne scenekunst som minst viktig av alt.
- Anser omtale eller teateranmeldelse i media som viktigste kanal for informasjon om teaterforestillinger (51 %), fulgt av venner og bekjente (37 %) og annonsering i papir(avis) (34 %)



Segmentering II: Skreddersydd kultursegmentering Teater Innlandet



Segmentering II: Kultursegmentering – NPU/Teater Innlandet



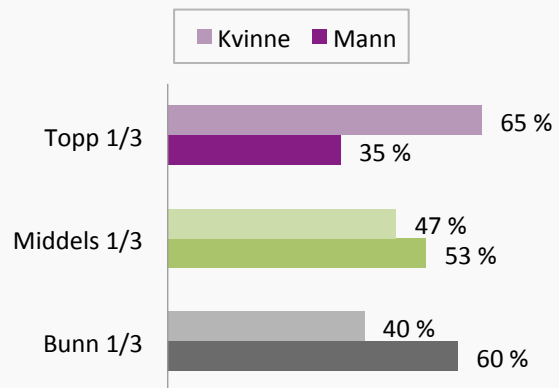
Segmentering basert på svarene på følgende spørsmål

- **Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?**
 - Jeg vil gjerne gå på teater mer enn jeg gjør
 - Jeg vil gjerne motta informasjon om teaterforestillinger
 - Jeg vil heller bruke min tid og penger på mye annet enn teater
 - Jeg er ikke i målgruppen for teater

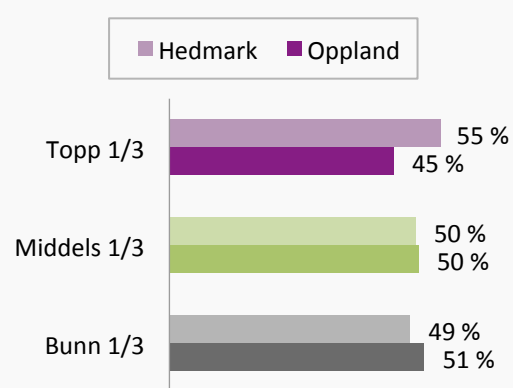
- Jeg vil besøke Teater Innlandet i løpet av de neste 12 måneder

Kjennetrek ved segmentene

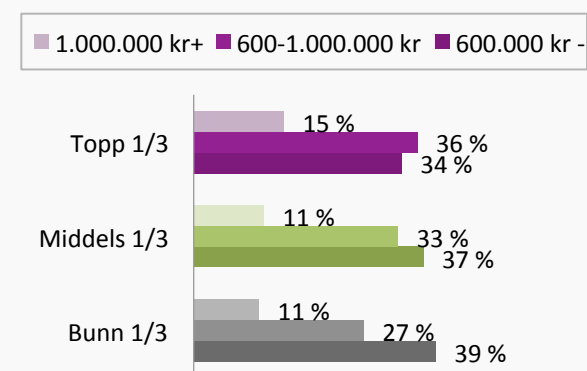
Kjønn



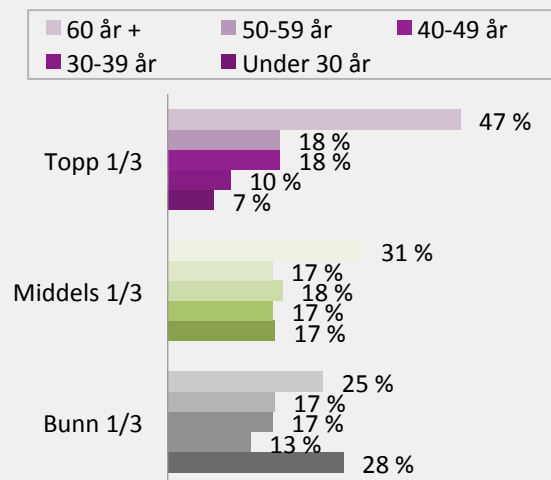
Fylke



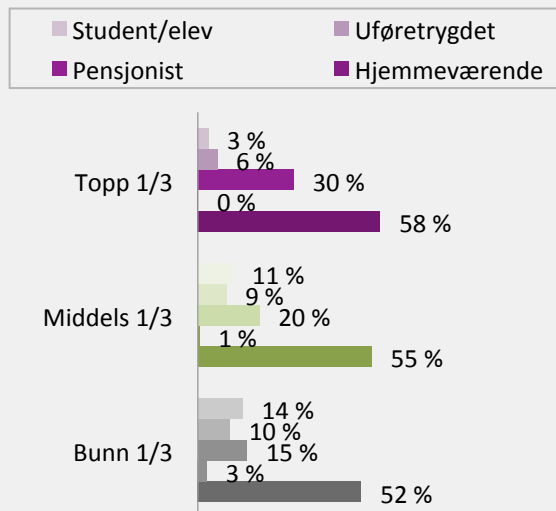
Inntekt



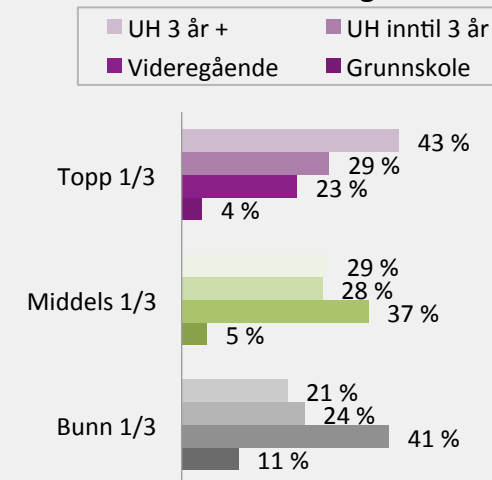
Alder



Yrkesstatus

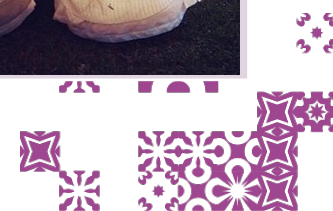


Utdanning



Primærmålgruppen med høy interesse: 5 delsegmenter

«Kvinnen»	«Pensjonisten»	«Akademikeren»	«Publikummeren»	«Barnløs»
<ul style="list-style-type: none">• 2 av 3 i målgruppen• Opptatt av bedre informasjon• Ønsker noen med teaterinteresse å gå sammen med• Litt opptatt av rimeligere billetter	<ul style="list-style-type: none">• 47 % i målgruppen, uansett kjønn (60 +)• Mener i stor grad at billettpriser ikke er viktig i det hele tatt og synes prisene til TI er verdt pengene	<ul style="list-style-type: none">• Har lang universitets-utdannelse.• Uansett kjønn.• Kjenner på tidsklemmen	<ul style="list-style-type: none">• 72 % i målgruppen har besøkt TI.• Storkonsument av teater generelt, ikke minst riksteateret.	<ul style="list-style-type: none">• Uten, eller har voksne, barn• Mer enn 2 av 3 i målgruppen
				



Primærmålgruppen: Generelle kjennetrek

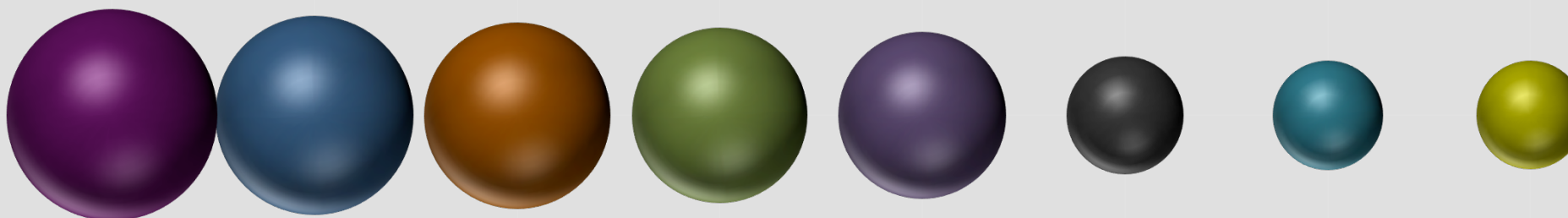
Generelle kjennetrek

- 55 prosent bor i Hedmark og 45 prosent bor i Oppland
- 66 prosent vil besøke Teater Innlandet neste 12 måneder, mot kun 10 prosent i segment 2, og 0 prosent i segment 3
- 26 % har aldri besøkt Teater Innlandet, mot 53 % i segment 2 og 73 % i segment 3
- Omtale/teateranmeldelse viktigste informasjonskanal (76 prosent), fulgt av annonser på papir (60 prosent), venner og kjente (51 prosent) og sosiale medier (39 prosent)
- 86 prosent av TI-brukerne benytter kulturhus, fulgt av ytterligere 7 prosent på grendehus. Hamar kulturhus alene dekker halvparten av markedet.
- 10 % mener rimeligere billetter er veldig viktig. Ytterligere 44 % mener det er ganske viktig. 38 % mener det er lite viktig, mens 8 % mener det ikke er viktig i det hele tatt.
- Hamar Arbeiderblad soleklar favoritt, dernest følger Gudbrandsdølen Dagingen og Oppland Arbeiderblad på delt 2. plass (ca. 80 prosent mener Teater Innlandet fremstår positivt i media)

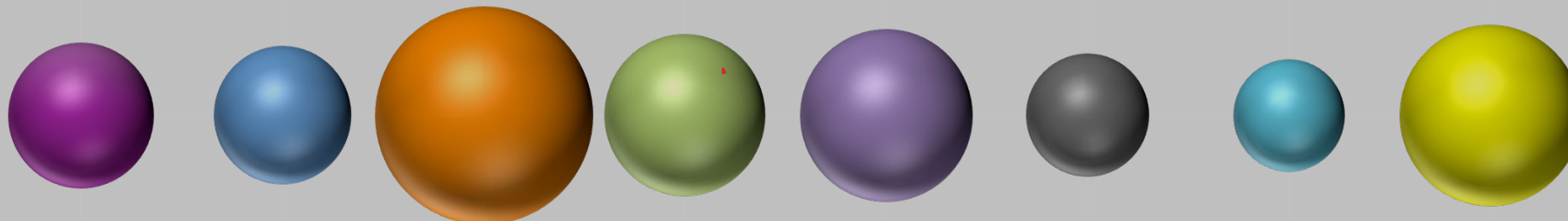


Segment	Expression	Essence	Perspective	Enrichment	Stimulation	Release	Affirmation	Entertainment
Antall Innlandet	26 902	24 340	20 496	17 934	16 653	7 686	7 686	6 405

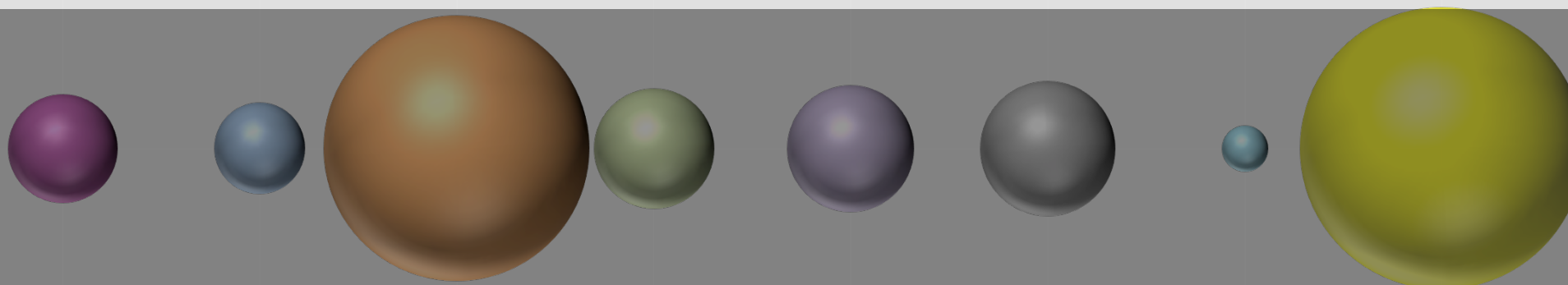
1 Topp
Høy
interesse



2 Middels
Muligens
interessert



3 Bunn
Ikke
interessert



npu

Norsk Publikumsutvikling

