



Identifikation af kultursegmenter

Vidensbehov

Det Kongelige Teater lå inde med en masse viden om sine aktive brugere. Men som statsejet virksomhed under Kulturministeriet er teatrets mission at nå bredt ud til *alle* danskere og herunder også de danskere, der ikke hyppigt eller aldrig gør brug af Det Kongelige Teaters tilbud. Det Kongelige Teater kontaktede derfor YouGov med et ønske om at identificere mulighederne for at brede teatrets fire kunstarter (skuespil, ballet, opera og koncert) ud til hele Danmark.

Løsningsmodel

YouGovs løsning var at gennemføre en grundig segmentering af danskerne. Formålet var at ende ud med tydelige og praktisk anvendelige kultursegmenter. YouGov udarbejdede et omfattende segmenteringsspørgeskema, der kom rundt i alle afkroge af danskernes kulturbrug, og som samtidig afdækkede en lang række andre forhold om danskerne, som kunne være med til at give liv til de identificerede segmenter. Der blev gennemført 3.000 interview med danskere over 18 år via [YouGov Omnibus](#).

Udbytte

Det Kongelige Teater har nu fået nogle simple, letforståelige, genkendelige og praktisk anvendelige kultursegmenter, som kan benyttes på tværs af organisationen og giver et fælles brugerforståelse. Segmenteringen har givet teatret indblik i, hvad der skaber appel i hvert segment (og hvad der ikke gør!), og teatret har fået viden om, med hvilke kanaler og virkemidler segmenternes opmærksomhed kan aktiveres og omsættes til brug af teatrets tilbud. For at nuancere og optimere teatrets eksisterende viden om sine aktive brugere applicerede Det Kongelige Teater efterfølgende segmentnøglen på sin kundedatabase.

Next Step

Det Kongelige Teater anvender aktivt kultursegmenterne i forhold til forskellige målinger, evalueringer og i planlægningen af nye og anderledes tilbud, som kan skabe aktivitet i alle kultursegmenterne. Teatret arbejder desuden aktivt med segmenterne i YouGovs interaktive rapporteringsværktøj, [YouGov Crunch](#), og følger desuden segmenterne via [YouGov BrandIndex](#).



Resultatet

Ved hjælp af bl.a. factor- og klyngeanalyse identificerede YouGov en række kultursegmenter, som indbefattede alle danskere. YouGov malede segmenterne på en simpel måde i en segmenthåndbog, som gjorde det nemt for Det Kongelige Teater at forstå segmenterne hver for sig og i forhold til deres indbyrdes forskelle. YouGov udarbejdede desuden en segmentnøgle, dvs. en statistisk model, som Det Kongelige Teater fremadrettet kan benytte til at genskabe segmenterne og koble dem på nye undersøgelser.

