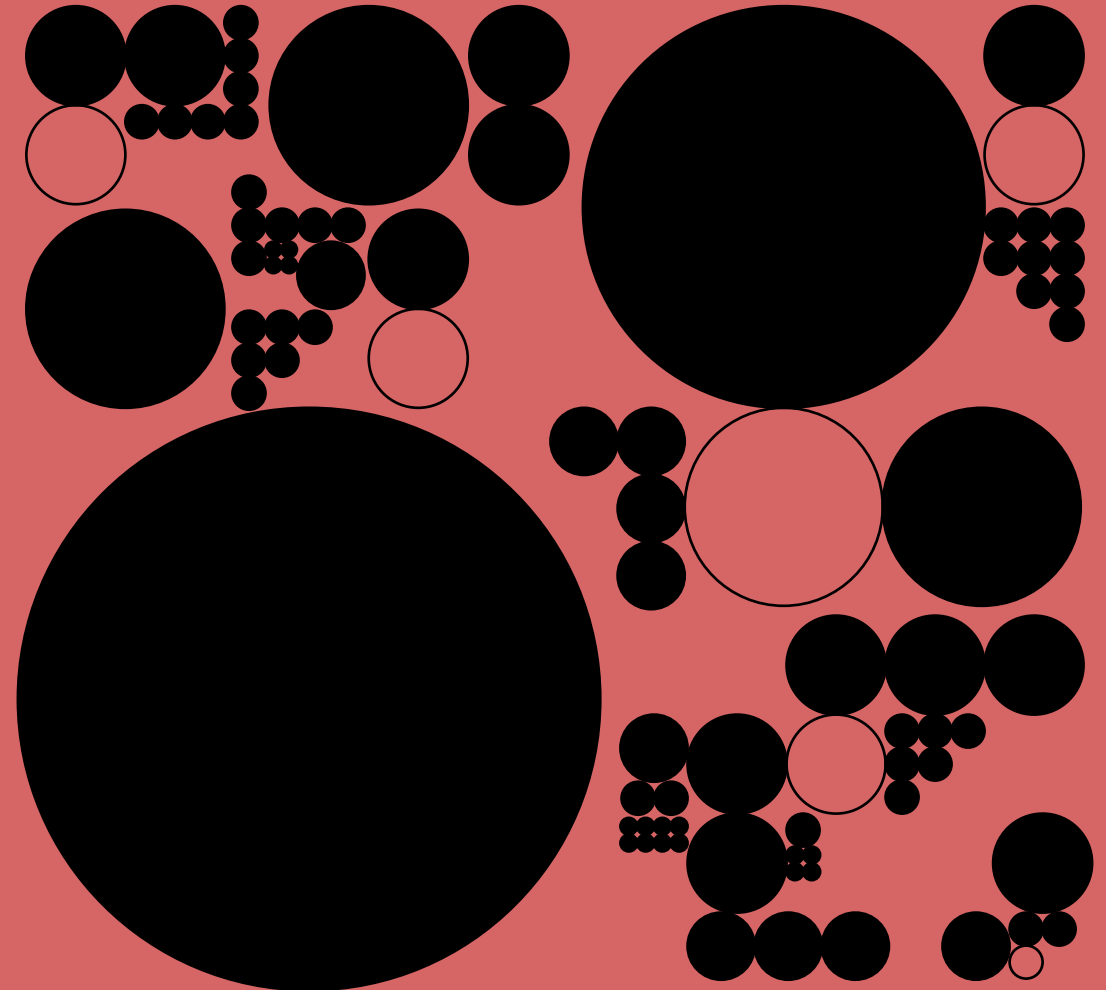


KulturMonitoring

Visitor research for cultural and leisure
institutions and their funders

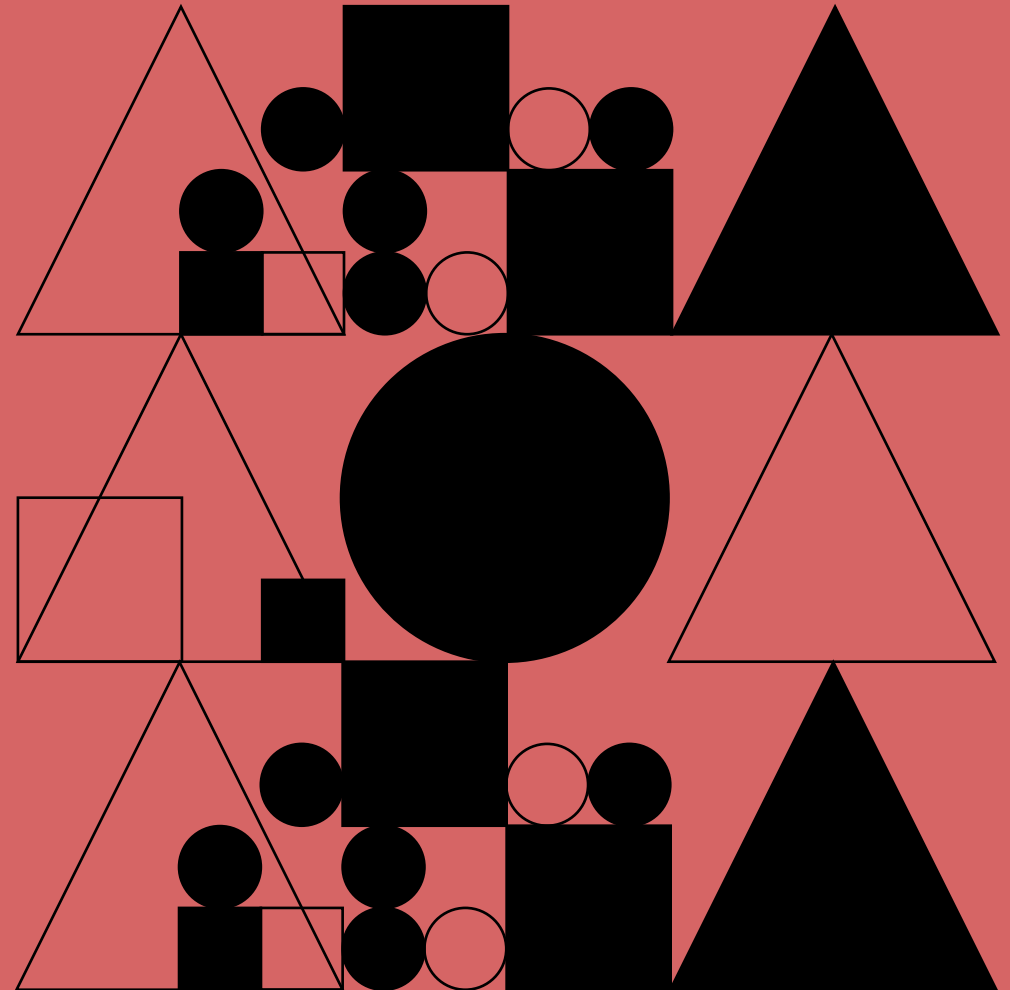
Prof. Dr. Vera Allmanritter

Copenhagen, April 29, 2024

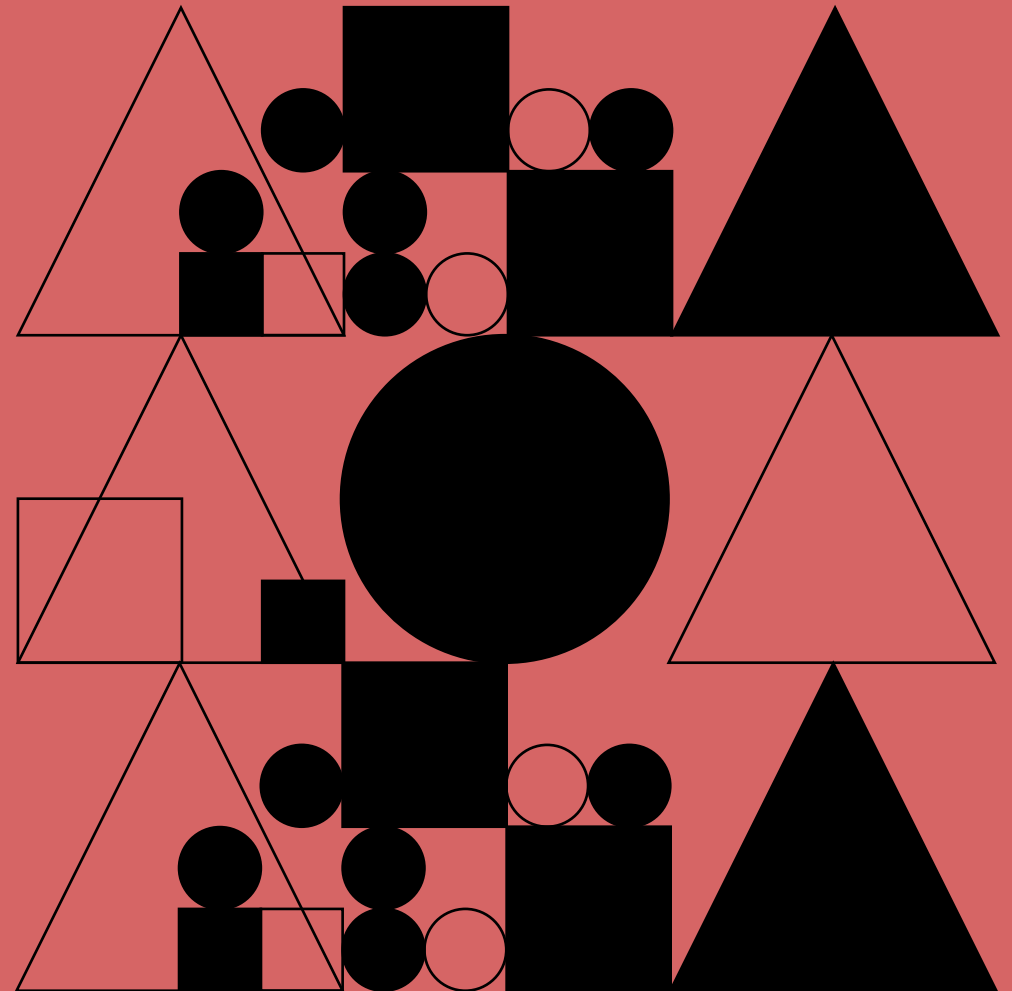


Agenda

1. KulMon® | Key Facts
2. KulMon® | Research Methodology & Segmentation
3. KulMon® | Technical Solutions & Dashboard



KulturMonitoring (KulMon®) | Key Facts



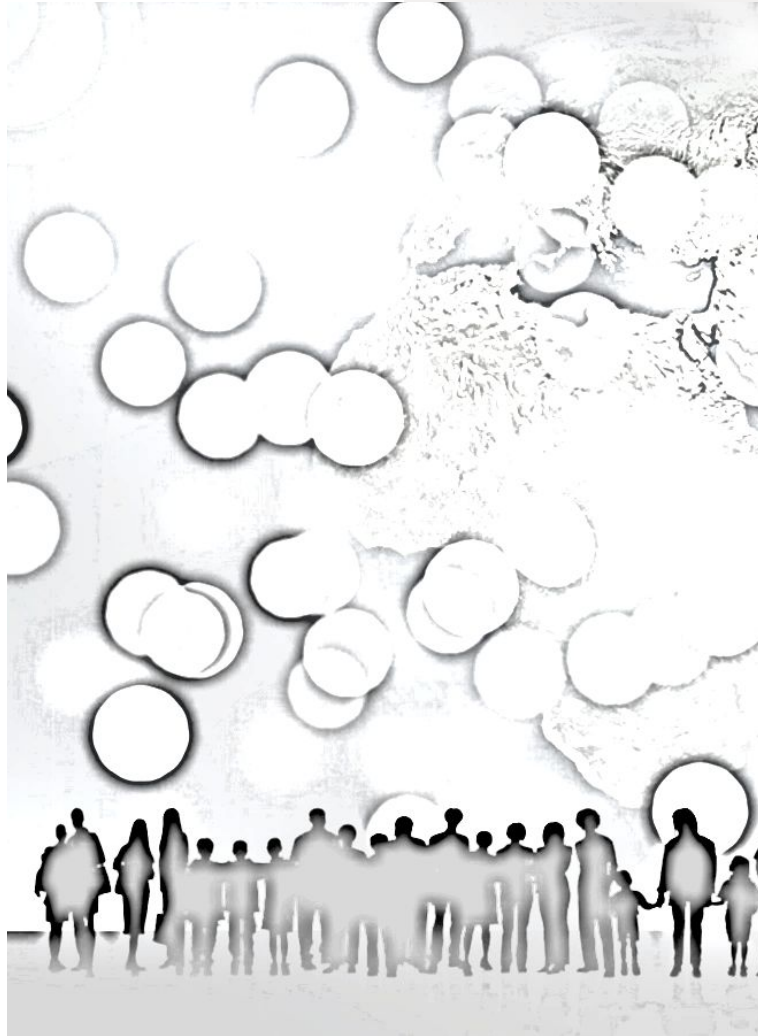
The Home of KulMon® | Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | Institute for Research on Cultural Participation

- Independent, publicly funded research institute in Berlin
- Founded in 2020 under the umbrella of the state-owned **Foundation for Cultural Education and Cultural Consulting** [Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung | SKWK]
- **Research on (non-)visitors and strategic audience development** of cultural institutions:
 - **Population surveys** on cultural activities and visits
 - Project management and quality control of the largest German-speaking **visitor research system - KulMon®**
 - Accompanying research and **evaluations of funding programs and pilot projects**, e.g. "Admission-Free Sunday at Museums"



Provides cultural institutions, organizations and cultural administration with comprehensive data-based knowledge on cultural participation, its general framework as well as its barriers and drivers.

Visitor research



WHO are the visitors of today and tomorrow?

WHY do they visit today and why will they visit tomorrow?

WHAT influences the visitor's decision making process?

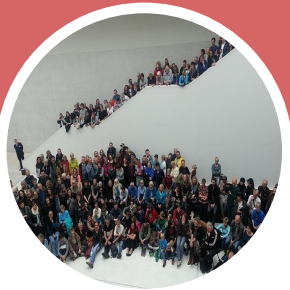
The background of the slide features a light gray map of Europe. Overlaid on the map are numerous white, circular speech bubble-like shapes of varying sizes. At the bottom of the slide, there is a horizontal line of dark gray silhouettes representing a diverse group of people, including adults and children, standing together.

Visitor research | key questions

- Who are the visitors? Which regions are they from?
- How do the visitors change over time?
- How did the visitors become aware of cultural institutions?
- What are their interests and motives for visiting?
- What are their expectations and needs?
- How do they act around their visit (visitor journey)?
- How to improve their visitor experience?
- What effect do the cultural offers have on them?
- How do they assess and evaluate the cultural institutions?
- In what do cultural institutions, cultural policy, tourism marketing need to invest in?

WHY visitor research with KulMon®?

Visitors



Increase attractiveness for visitors and make optimum use of visitor capacities



Making cultural and leisure institutions resilient in the long term

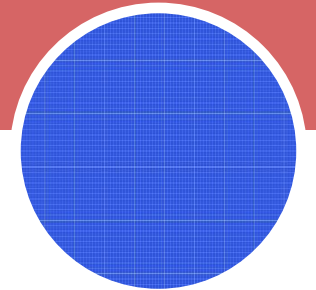


Achieving large and broad cultural participation and gain culturally interested tourists

Non-Visitors



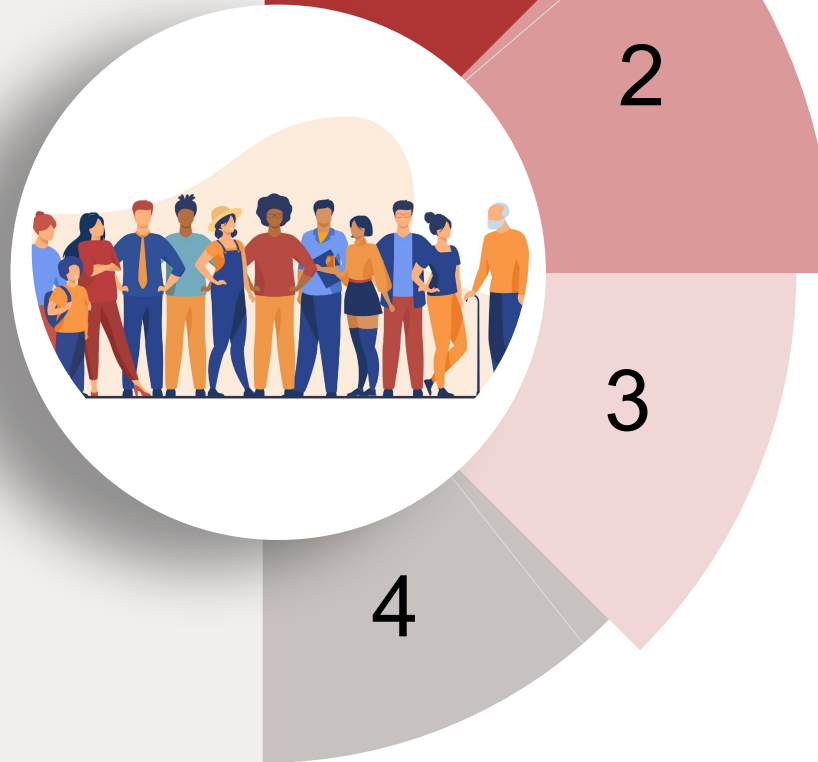
Underrepresented groups mirror the non-visitors



Audience studies are a blueprint for non-visitor studies

KulMon® | key objectives

Conducting quantitative visitor surveys



Professional visitor research

for cultural and leisure institutions across all sectors (e.g. museums, theaters, concerts)

Scientific Analysis

Provides deep insights into visitors & generates larger picture

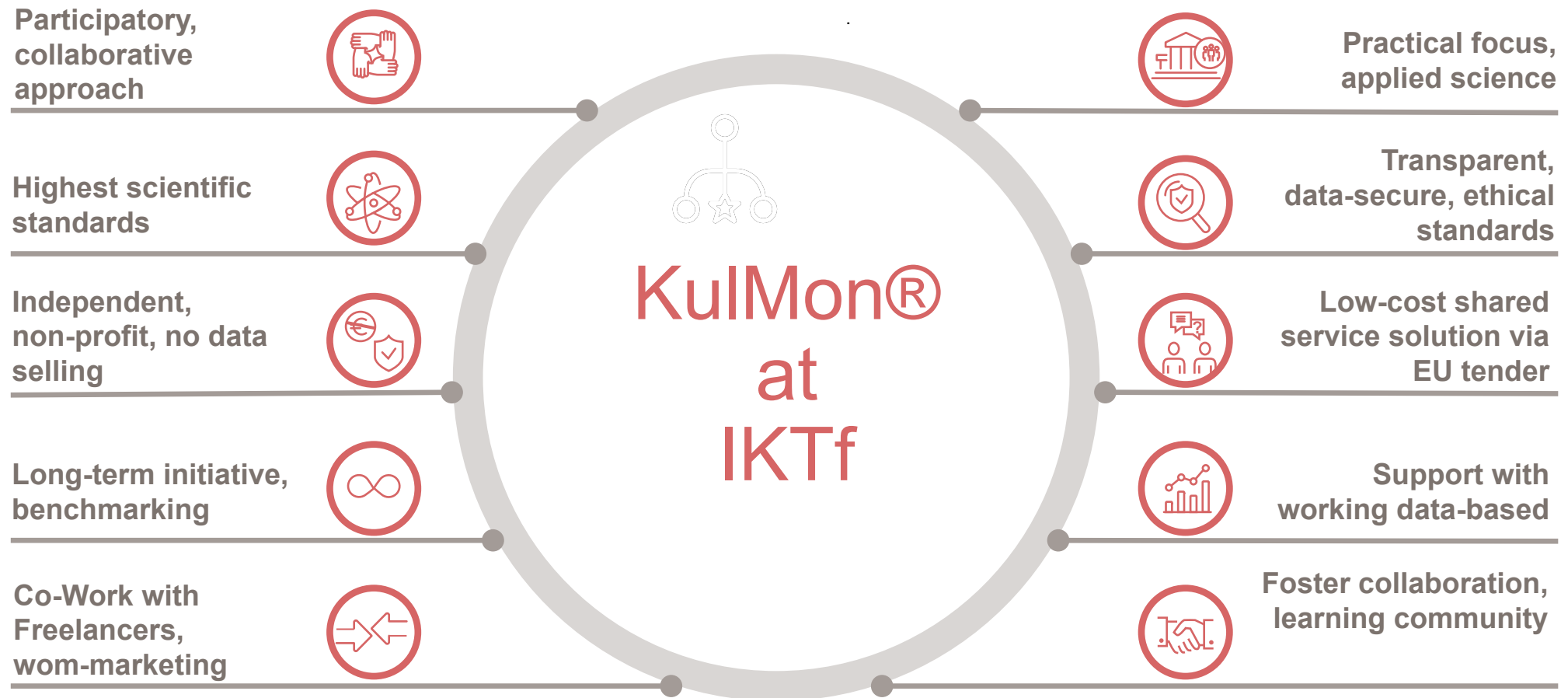
Ongoing data collection

on visitor structure for institutional use, cultural administration, government, politicians and tourism marketing purposes

Enabling data-driven

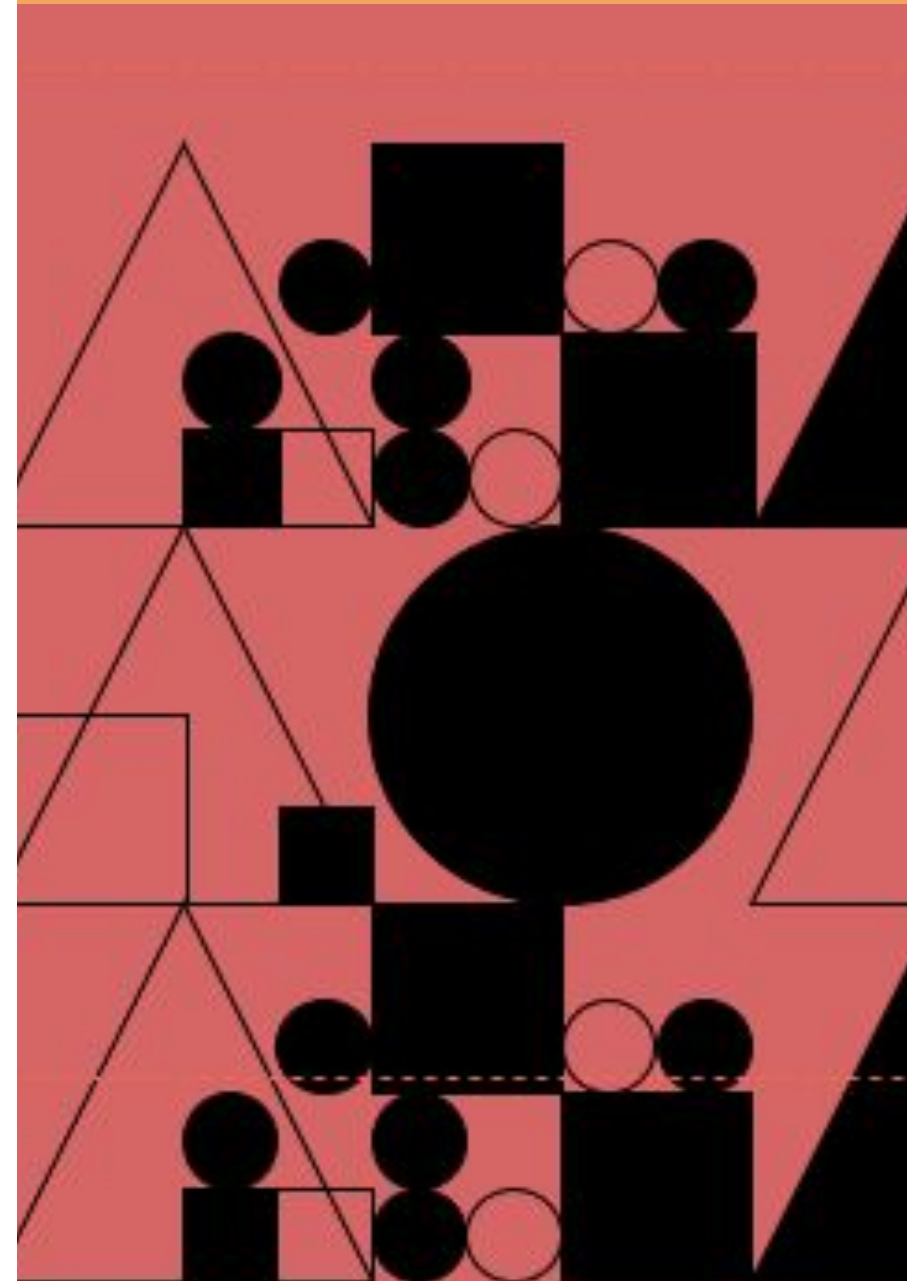
strategic decision making process for cultural institutions and their stakeholders

KulMon® | key design principles

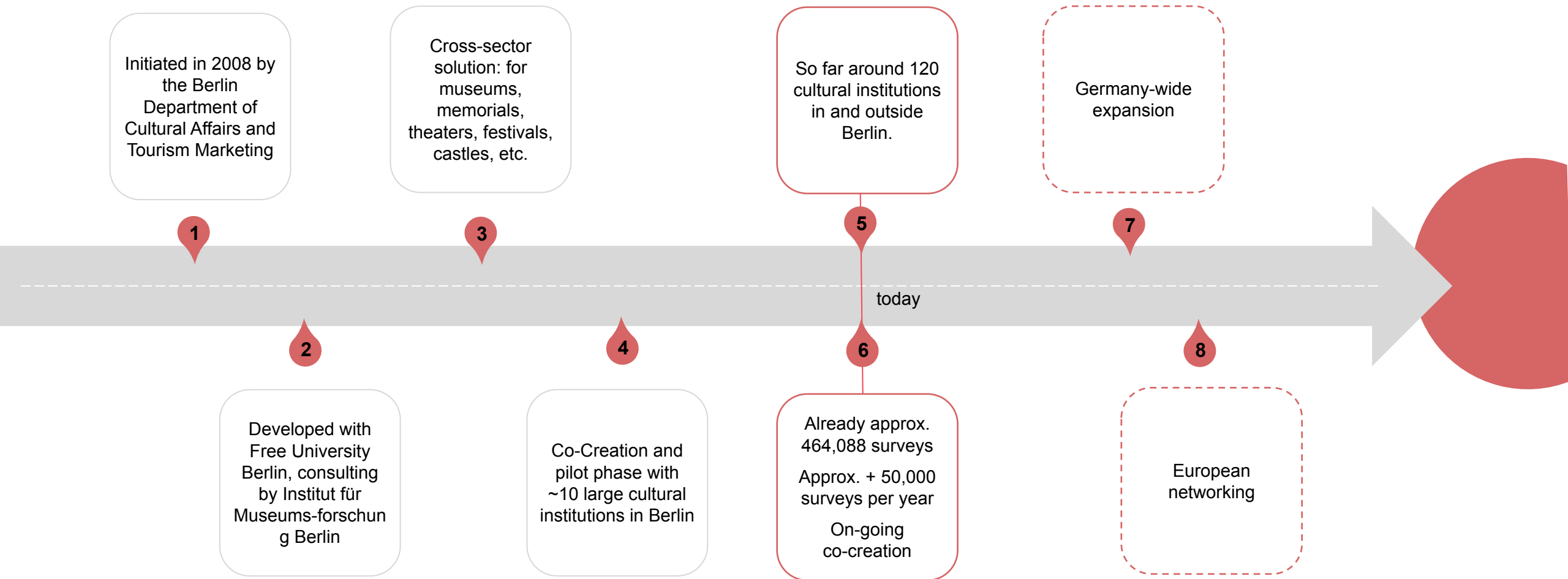


Zehn Grundprinzipien von KulMon®

- | | | | |
|----------|-------------------------------------|-----------|--|
| 1 | Participatory | 6 | Practical focus |
| 2 | High scientific quality | 7 | Transparency |
| 3 | Non-profit and data-secure | 8 | Professional realization |
| 4 | Long-term use | 9 | Support with data-based working |
| 5 | Comparability / Benchmarking | 10 | Collaboration |



The KulMon® journey started 15 years ago



KulMon® is expanding...

North Rhine-Westphalia:

9 cultural institutions in Cologne
8 cultural institutions in Düsseldorf
+ **15** cultural institutions launch in 2024

Baden Württemberg:

10-15 cultural institutions start in 2024/25

Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Western Pomerania, Bremen:

10-15 cultural institutions under discussion – start in 2024

Berlin:

Currently **54** participating institutions, including Humboldt-Forum, Deutsches Theater, the operas, Gedenkstätte Hohenschönhausen, Museumsdorf Düppel, Theater an der Parkaue, Ufa Fabrik

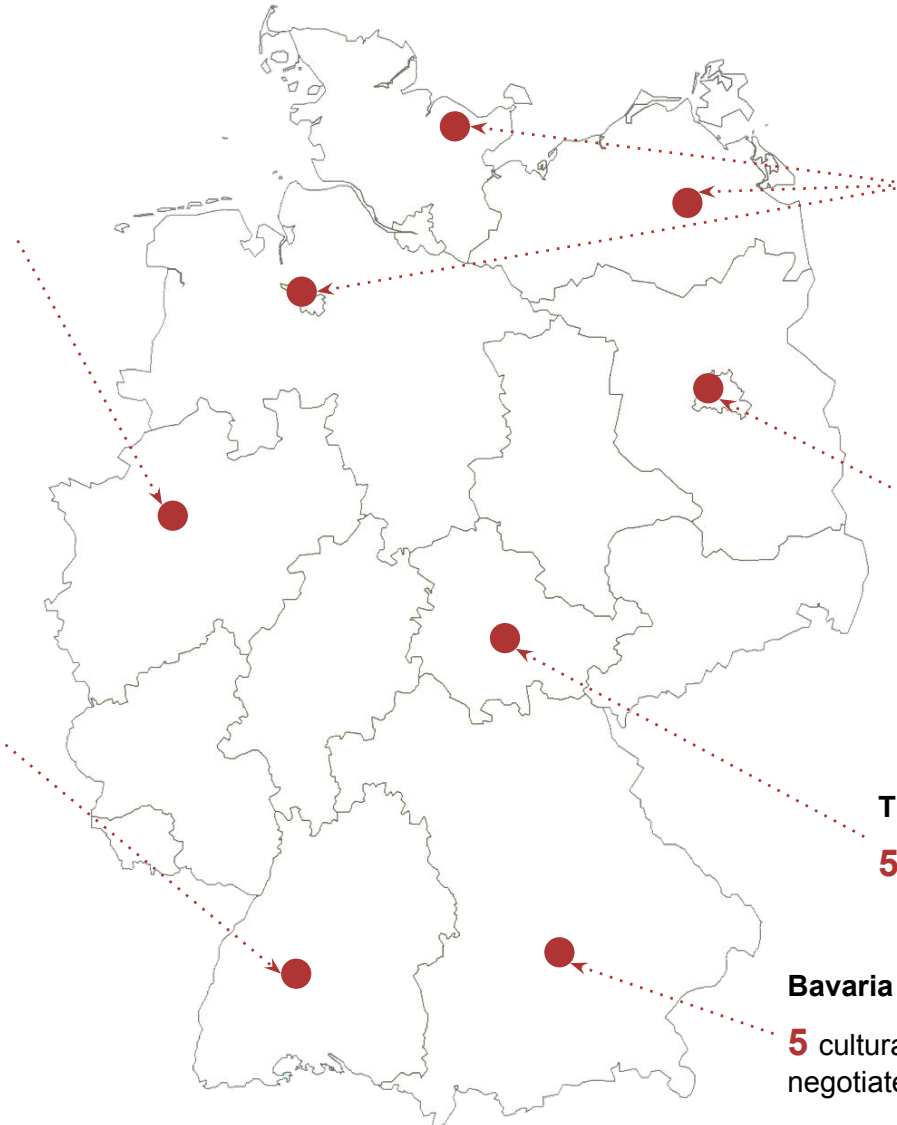
And **15** start in 2024 currently negotiated

Thuringia :

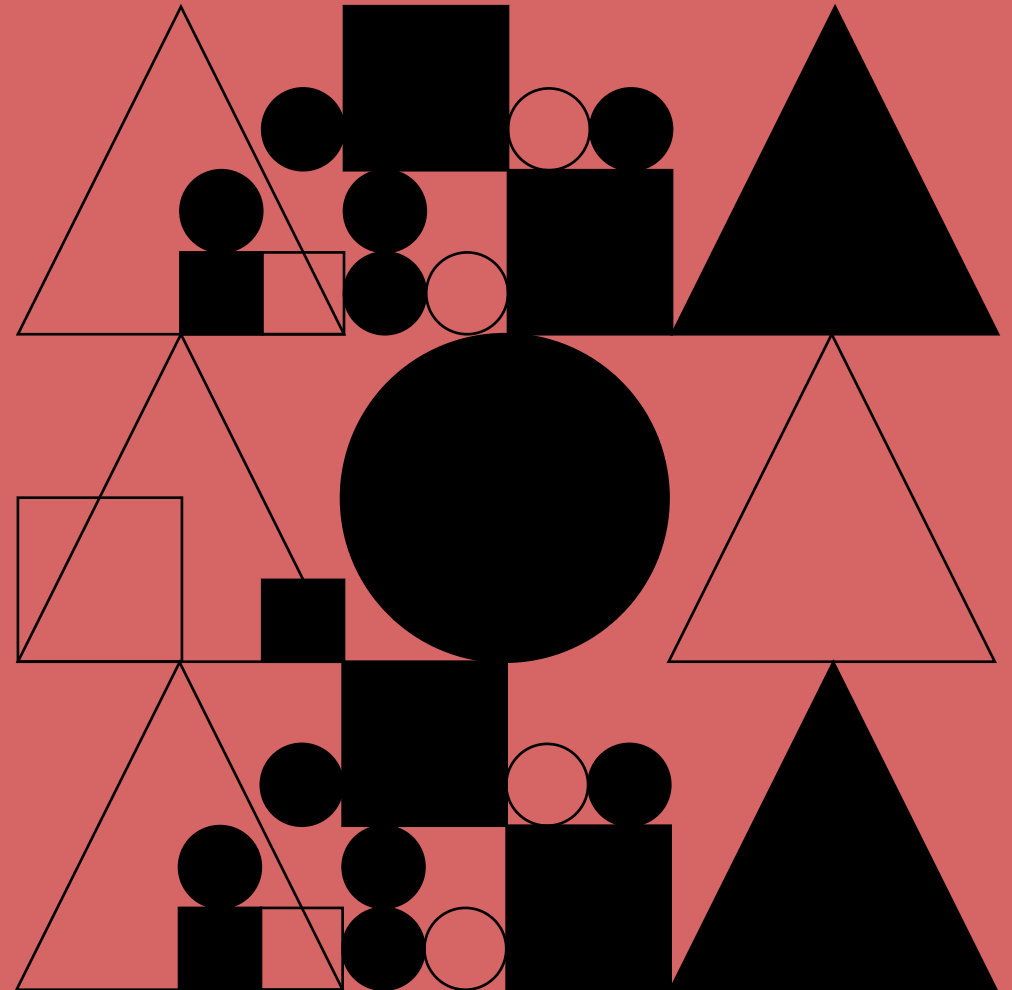
5 cultural institutions start in 2024

Bavaria :

5 cultural institutions start in 2025 currently negotiated



02 Research Methodology & Segmentation



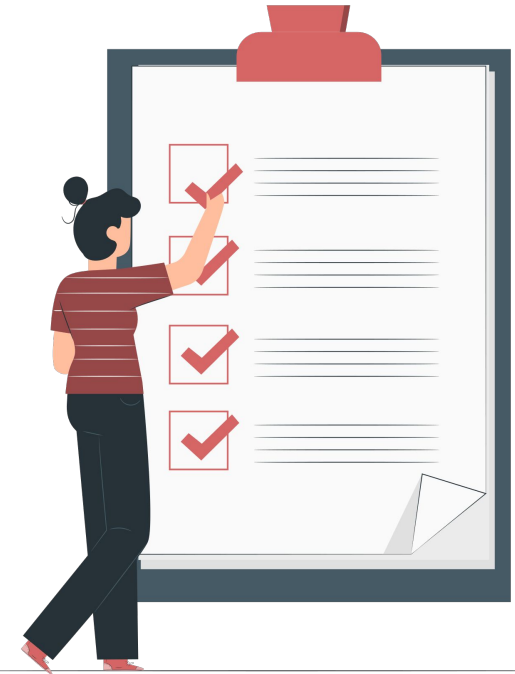
Research methodology at KulMon®

Survey Method

- **Standardized samples** set for each cultural institution
- **Face to face interviews** conducted by professional survey institute
- Professional **interviewer control**
- Professional **data cleansing**

Catalog of questions

- **224** questions in a standardized catalogue
- 24 mandatory **core questions**
- Optional **200 additional questions** for specific information needs of the institutions.
- **Point system** for calculating the maximum number of questions in the questionnaire
- The question catalog **grows continuously** according to the current needs of the institutions
- Ongoing data-based **questionnaire development**



Target groups | The KulMon® segmentation-tool

Segmentation options via KulMon®:

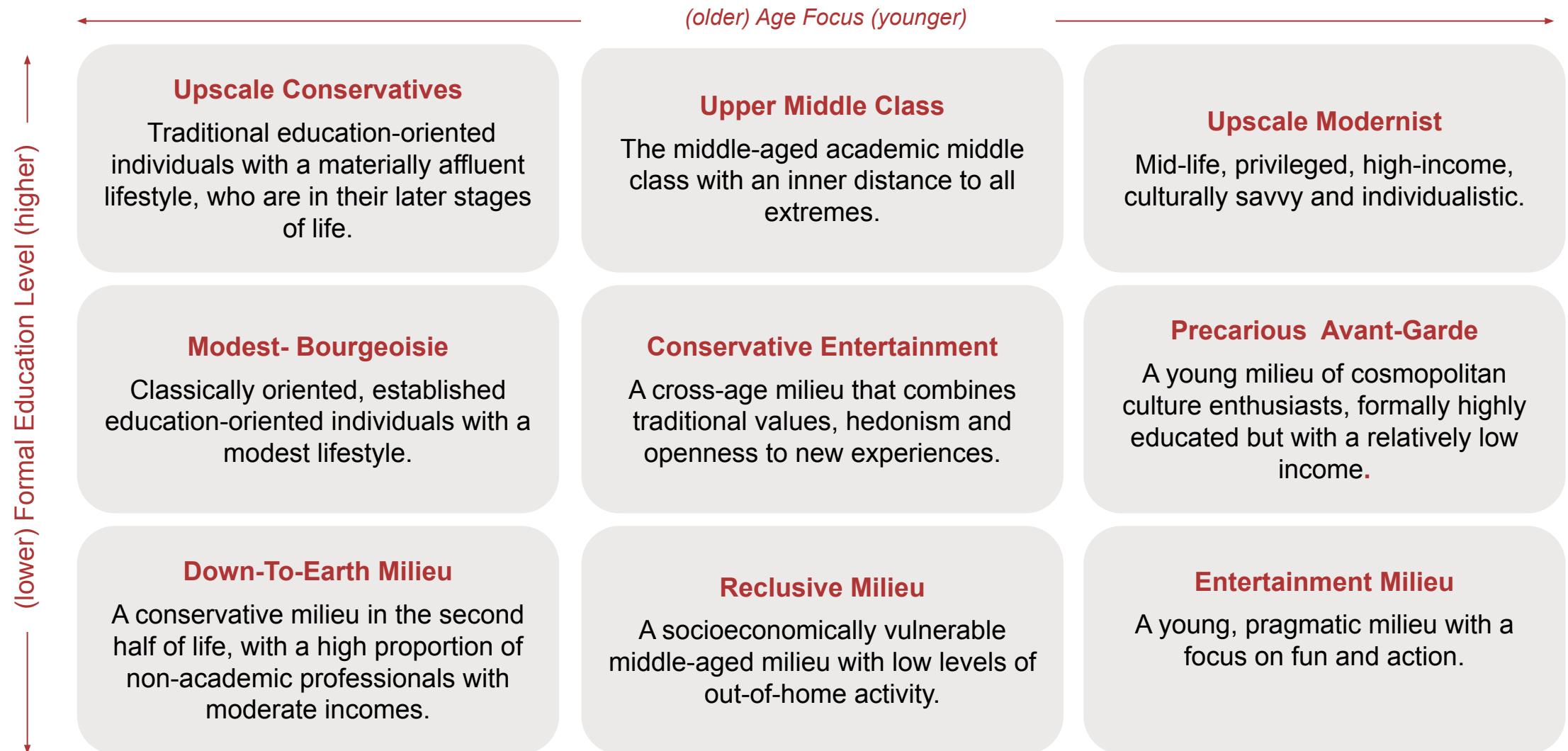
- Frequency of visits, socio-demographics, place of residence, motives for visits according to John Falk...
- ...AND professional target group segmentation-tool: 9 Cultural Milieus

Cultural Milieus Method:

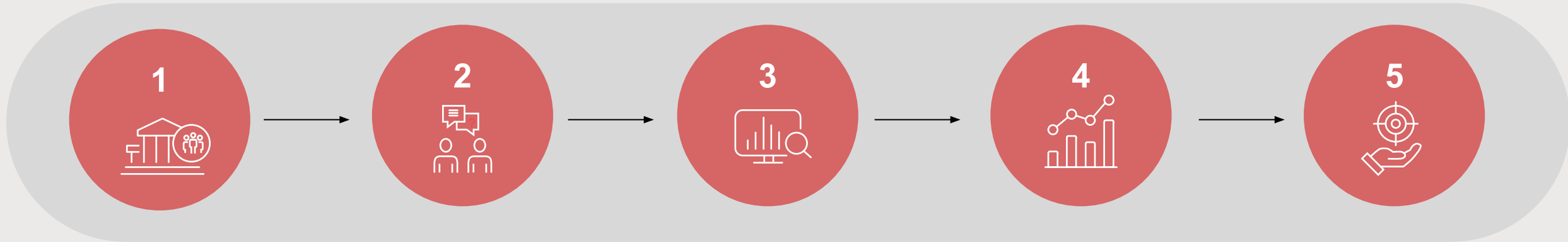
- Based on set of 12 (non-culture) related statements within the KulMon® core questions
- Milieu- creating formula ONLY incl. these 12 items
- Visualization of milieus in combination with age and formal education, add. milieu descriptions
- Comparison with milieu structure of the population via parallel population survey
- Applicable in ANY survey no matter it's focus
- Explains social behavior much better than socio-demographics

□ (older) Age Focus (younger) □			
□ (lower) Formal Education (higher) □	Upscale Conservatives (10 %)	Upper Middle Class (17 %)	Upscale Modernist (10 %)
	Modest- Bourgeoisie (9 %)	Conservative Entertainment Milieu (5 %)	Precarious Avant-Garde (13 %)
	Down-To-Earth Milieu (16 %)	Reclusive Milieu (8 %)	Entertainment Milieu (13 %)

The nine cultural milieus in a nutshell



KulMon® | the path of data



Potential source of data

- Cultural institutions
- Population survey
- Population data
- Ticketing data
- Web analytics

Data collection

- Definition of sample & questionnaire
- Data collection
- Data cleansing
- Final data quality check

Data visualization

- Data visualization own dashboard per cultural institution, cultural administration, tourism marketing
- Benchmarking / Comparison with all average values in the data set

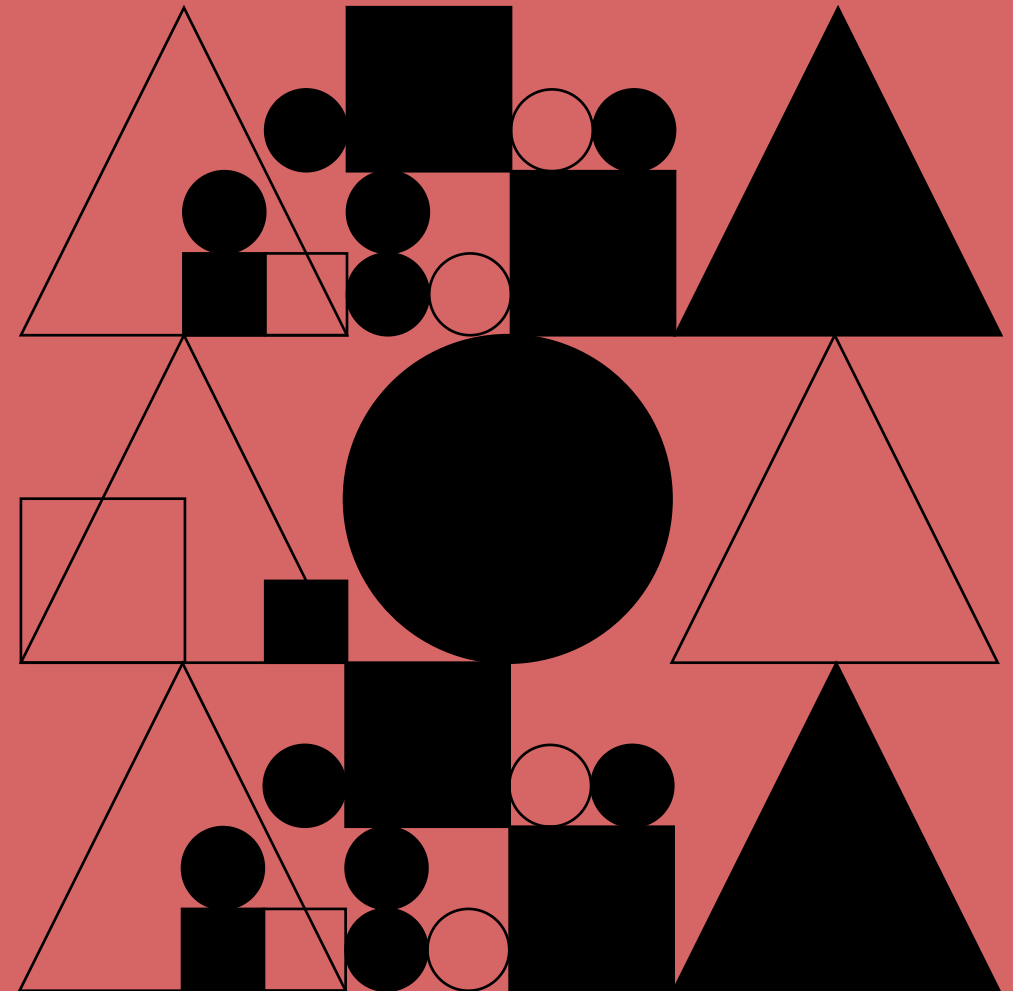
Data analysis

- In depth data analysis for specific questions e.g. Cultural Milieus
- Additional insights and implementation with help of experts

Data-led strategies for

- Program planning
- Business resilience
- Target group-specific marketing
- Short-, medium- and long-term planning
- Performance tracking / management & reporting for stakeholders

03 KulMon® | Technical Solutions & Dashboard



Three combined, simple technical KulMon®-solutions



Survey Software (licensed):

- Online survey software with app to collect data offline
- Comprehensive catalog of standardized questions
- Individual questionnaires programmed by survey institute based on cultural institution's selection from question catalog



Data Management (licensed):

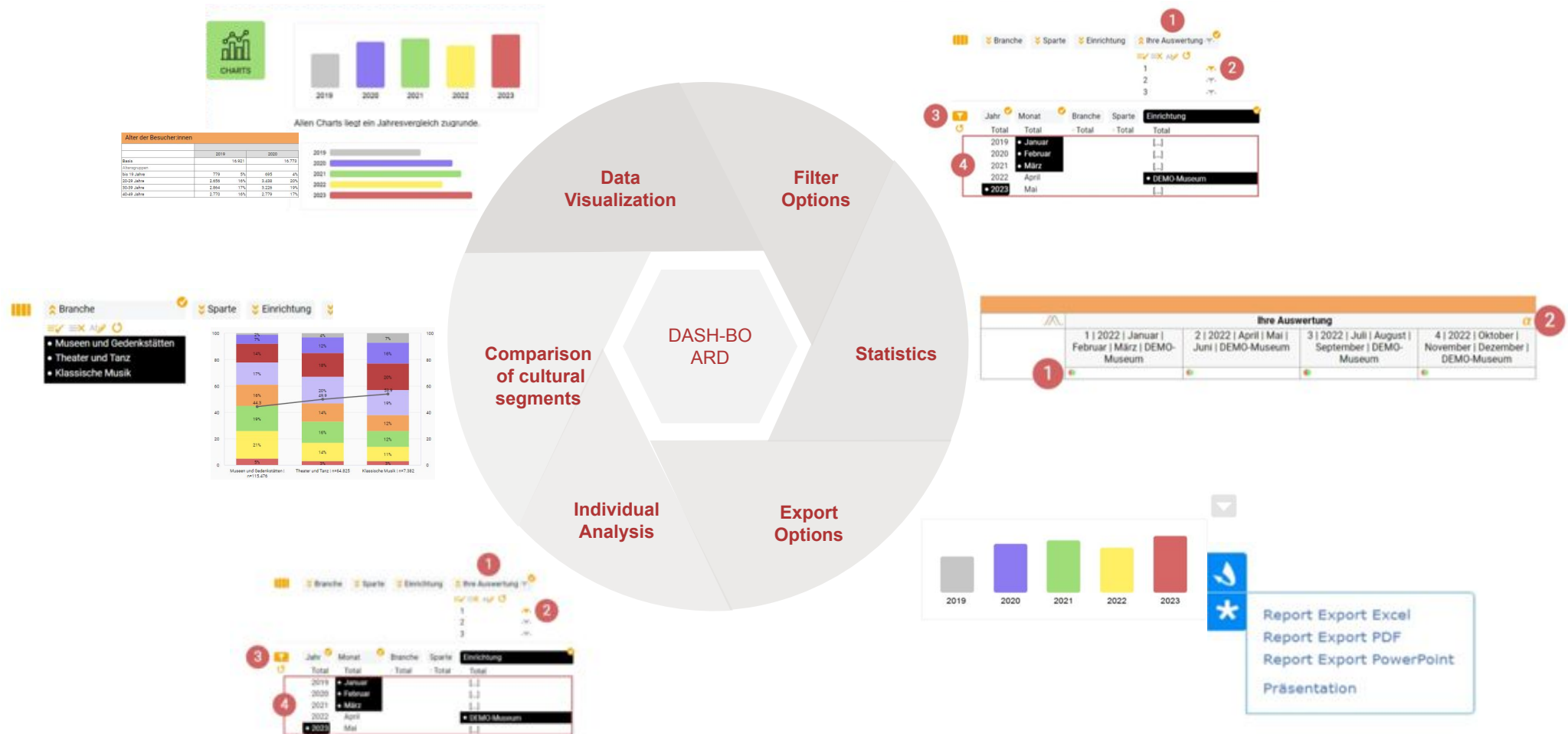
- One data-set
- One database
- Download as Excel, SPSS, pdf, ppt



Dashboard (licensed):

- Online dashboard per institution, cultural administration, etc.
- Personalized log-in
- Visualization charts & tables
- User-friendly presentation of results
- Presentation of total population (=N), averages, standard deviation, variance
- Filter options, cross-tabs
- Time line analysis & benchmarking
- Mutual result-sharing option for institutions
- Download as Excel, PDF, PPT

Dashboard | overview



Dashboard - Overview



Dashboard - Overview

Ihre individuellen Analysen

[1]

Branche

Sparte

Einrichtung

Ihre Auswertung

1

2

3

4

Jahr

Monat

Branche

Sparte

Einrichtung

Total

Total

Total

Total

Total

2019

2020

2021

2022

2023

Januar

Februar

März

April

Mai

[...]

[...]

[...]

DEMO-Museum

[...]

reportbook ermöglicht Ihnen individuelle Auswertungen mit Gruppen, die Sie selbst zusammenstellen können.
(1) Klappen Sie Ihre Auswertung auf.
(2) Klicken Sie auf das erste Filter-Symbol und stellen Sie sich so die erste Auswertungsgruppe zusammen. Das Filtersymbol ist nun orange.
(3) Es öffnet sich die Splitfilter-Leiste und Sie können, wie bei Reportfiltern, Ihre Auswertungsgruppe definieren.

(4) Stellen Sie sich bspw. für eine Betrachtung Ihrer Einrichtung, die nur die Monate Januar bis März 2023 beinhaltet, den Filter aus Jahr, Monaten und Einrichtung zusammen.

Aktivieren Sie auch hier den Splitfilter, in dem Sie zur Bestätigung auf einen der ausgewählten Filternamen Jahr, Monat oder Einrichtung klicken.

[2]

Branche

Sparte

Einrichtung

Ihre Auswertung

1

2

3

4

Jahr

Monat

Branche

Sparte

Einrichtung

Total

Total

Total

Total

Total

2019

2020

2021

2022

2023

Januar

Februar

März

April

Mai

[...]

[...]

[...]

DEMO-Museum

[...]

Nach der Splitfilter-Aktivierung schließt sich die Leiste, das Filter-Symbol ist grün und Ihre Auswertungsgruppe erhält als Label die ausgewählten Filter. Die Definition des Splits 1 ist damit abgeschlossen.
(1) Um Ihre Auswertung als PDF zu exportieren, klicken Sie auf das PDF-Symbol.
(2) Schließen Sie die Chartistdarstellung ab, indem Sie auf Ihre Auswertung klicken. Wie beim Branchen- und Spartenvergleich erscheint ein grüner Punkt in der Auswertungsleiste und in allen Charts bzw. Tabellen wird die ausgewählte Auswertungsgruppe dargestellt.

PDF-Export

Der Report wird als PDF aufbereitet.

Es kann einige Zeit dauern, bis der Report zum Download bereitgestellt wird. Wenn Sie nicht warten möchten, können Sie sich das PDF an eine E-Mail-Adresse senden lassen.

Als E-Mail versenden

Abbrechen

Auf dem unter "Ihre individuellen Analysen" befindet sich ein grüner Punkt, der auf die ausgewählte Auswertungsgruppe hinweist. Wenn Sie auf diesen Punkt klicken, werden die weiteren Schritte zur Definition der Auswertungsgruppe dargestellt.

[3]

Ihre Auswertung

1

2

3

4

5

6

1 | 2023 | Januar | Februar | März | Demo-Museum

2 | 2023 | April | Mai | Juni | Demo-Museum

3

reportbook unterstützt Sie bei Ihren individuellen Analysen mit weiteren Features.
(1) Sie können Informationen über die Definition Ihrer Gruppen aufrufen.
(2) Sie können alle Gruppen zugleich für eine Chartistdarstellung aufrufen.
(3) Sie können alle Gruppen zugleich abwählen.
(4) Sie können den Gruppen ein individuelles Label geben.
(5) Sie können die Gruppen speichern. Damit wird immer die letzte Version gespeichert, die Ihnen beim nächsten Login wieder zur Verfügung steht.
(6) Sie können alle Gruppen, inkl. Labels und Filterung, komplett wieder zurücksetzen. Möchten Sie in diesem Zustand mit dem nächsten reportbook-Login wieder starten, speichern Sie einmal wie unter (5) beschrieben.

Signifikanz

Ihre Auswertung

1

2

1 | 2022 | Januar | Februar | März | DEMO-Museum

2 | 2022 | April | Mai | Juni | DEMO-Museum

3 | 2022 | Juli | August | September | DEMO-Museum

4 | 2022 | Oktober | November | Dezember | DEMO-Museum

(1) reportbook berechnet Signifikanz mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%, wenn Sie sich individuelle Gruppen zusammenstellen. Es wird auf signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen geprüft.
(2) Beim Klick auf dieses Symbol erhalten Sie weitere Informationen zum Signifikanztest in reportbook.

Übrigens: sowohl im Excel-Export des Chart-Reports als auch des Tabellen-Reports werden signifikante Unterschiede, dann mit Buchstabenmarkierungen, mitausgegeben.

Export

1

2

Report Export Excel

Report Export PDF

Report Export PowerPoint

Präsentation

2019

2020

2021

2022

2023

Sie haben die Möglichkeit,
(1) einzelne Objekte zu exportieren
oder aber
(2) den gesamten Report zu exportieren

KulMon®-solutions for common visitor survey issues



Data collection:

- Low quality sample size (vs. IKTf standard)
- Convenience sample (vs. IKTf standard)
- Only specific groups answer (vs. exit surveys)
- No professional interviewers (vs. qualified interviewers)
- Low response rate (vs. personal interviews: 90%)
- High non-finishing rate (vs. 95 %)
- Dataset full of mistakes (vs. IKTf data cleansing)



Questionnaire:

- Questions don't meet institutions needs (vs. co-creation)
- Questions don't meet empirical standards (vs. IKTf standard)
- Low quality of implemented tools (vs. IKTf updates)
- Respondents don't understand questions (vs. extensive testing)
- Respondents feel discriminated by questions (vs. co-creation)
- Questionnaires too long (vs. point system)



Analysis:

- Dataset is not coherent (vs. standardized library, one dataset)
- Data is not actionable (vs. question-pick-help)
- No analysis ideas (vs. IKTf „How to...“)
- No techn. analysis-knowledge (vs. IKTf global analysis, data dashboard, expert help)
- No idea on how presenting data (vs. standard reports)
- No identification with data (vs. co-creation)
- No knowledge how to work data driven (vs. learning community, IKTf „How to..., expert help“)

KulMon® TEAM



Head of Institute IKTF

Prof. Dr. Vera Allmanritter
(sie/ihr)

v.allmanritter@iktf.berlin

+ 49 (0)30 3030444-3/32



Management KulMon Project

Sanuela Reitzig (sie/ihr)

s.reitzig@iktf.berlin

+ 49 (0)30 3030444-343



Sales & Service Manager

Anna Bause
(sie/ihr)

a.bause@iktf.berlin

+ 49 (0)30 3030444-40



Senior Research Manager

Dr. Thomas Renz (er/ihr)

t.renz@iktf.berlin

+ 49 (0)30 3030444-39

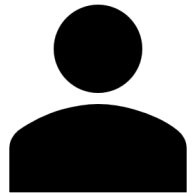


Research Manager

Dr. Adrian Scholz Alvaro
(er/ihr)

a.scholz-alvaro@iktf.berlin

+ 49 (0)30 3030444-342



Administration

N.N

EU-benchmarking data would be supercool for us – we would like to share our solution with other countries.

We lack resources to create teaching programs and would love to collaborate.

We want to improve the data dashboard and would love to collaborate.

THANK YOU!

