

---

RAPPORT NR. 1906 | Jorunn H. Rødal og Tonje Hungnes

---

# BRUKEREVALUERING AV MØREMUSIKARORDNINGA 2.0





---

<b>TITTEL</b>	Brukerevaluering av Møremusikarordninga 2.0.
<b>FORFATTERE</b>	Jorunn H. Rødal og Tonje Hungnes
<b>PROSJEKTLEDER</b>	Tonje Hungnes
<b>RAPPORT NR.</b>	1906
<b>SIDER</b>	28
<b>PROSJEKTNUMMER</b>	2754
<b>PROSJEKTITTEL</b>	Møremusikar_ramme
<b>OPPDRAGSGIVER</b>	Møre og Romsdal Fylkeskommune
<b>ANSVARLIG UTGIVER</b>	Møreforskning Molde AS
<b>UTGIVELSESTED</b>	Molde
<b>UTGIVELSEÅR</b>	2019
<b>ISSN</b>	0806-0789
<b>ISBN (ELEKTRONISK)</b>	978-82-7830-313-9
<b>DISTRIBUSJON</b>	Høgskolen I Molde, Biblioteket, pb 2110, 6402 Molde tlf 71 21 41 61 epost: biblioteket@himolde.no www.moreforsk.no

---

---

© FORFATTER/MØREFORSKING MOLDE

Forskriftene i åndsverksloven gjelder for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne

lese det på skjermen eller fremstille eksemplarer til privat bruk. Uten spesielle avtaler med forfatter/Møreforskning Molde er all annen eksemplarframstilling og tilgjengelighetsgjøring bare tillatt så lenge det har hjemmel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettshavere til åndsverk.

---

---

## FORORD

---

Møremusikarordninga er Møre og Romsdal Fylkeskommune sin distriktsmusikerordning. Denne rapporten evaluerer brukertilfredshet blant brukere av Møremusikarordninga fra de siste seks årene, ved bruk av spørreskjemaundersøkelser. Formålet er å se på erfaringer, forbedringspotensialer, behov, ønsker og kjennskap blant brukere som har erfaring med Møremusikarordninga, men også på hvorvidt tilfredshet blant brukerne er endret det siste året, og om det er forskjell på gamle og nye brukere av tilbudet.

Vi vil rette en stor takk til alle brukere av ordningen som tok seg tid til å besvare undersøkelsen.

Oppdragsgiver er Kulturavdelinga i Møre og Romsdal fylkeskommune. Møreforskning Molde har tidligere gjennomført en målgruppeundersøkelse og en brukerundersøkelse for oppdragsgiver i det samme prosjektet.

I Møreforskning Molde har Tonje Hungnes vært prosjektleder og kvalitetssikrer, mens Jorunn H. Rødal har hatt hovedansvaret for utarbeidelse av rapporten.

Tonje Hungnes  
Prosjektleder  
Molde, april 2019

---

## INNHOLD

---

Forord.....	4
Innhold .....	5
Sammendrag .....	6
1 Bakgrunn og formål.....	8
1.1 Om Møremusikarordninga.....	8
1.2 Om evalueringen .....	9
2 Metode.....	11
3 Resultater av spørreskjemaundersøkelser.....	12
3.1 Utvalgenes profil .....	13
3.2 Markedsføring og søknadsprosessen.....	16
3.3 Tilfredshet med Møremusikartjenesten .....	20
3.4 Om subsidiering og ordningen .....	22
3.5 Arrangørkompetanse .....	23
4 Kort oppsummering .....	25
5 Referanser .....	27

---

## SAMMENDRAG

---

Møremusikarane er Møre og Romsdal fylkeskommune sin distriktsmusikerordning, som formidler profesjonelle og kvalitetsgodkjente musikere og gjennomfører egne prosjekt. Ordninga ble startet i 1990 som et supplement og stimuleringsiltak til fylkets musikk og kulturliv. Møremusikarane er organisatorisk plassert i Kulturformidlingsseksjonen under Kulturavdelingen i Møre og Romsdal fylkeskommune.

Prosjektet Møremusikarordninga 2.0 (MMO 2.0.) er tilknyttet Møremusikarordninga, og løper i perioden 1.9.2017 - høst 2019. Formålet med prosjektet er todelt, og handler om å i) *drifte* Møremusikarordninga vidare og ii) *utvikle* den. Møreforskning Molde fikk mot slutten av 2017 oppdraget fra Kulturavdelinga i Møre og Romsdal fylkeskommune med å undersøke brukertilfredshet på ulike tidspunkt i MMO 2.0 prosjektet, med formål om å kunne si noe om prosjektiltakenes mulige effekt. I denne rapporten presenterer vi resultater av brukerundersøkelser besvart av brukere av Møremusikarordninga. Vi har tidligere gjennomført både en brukerundersøkelse og målgruppeundersøkelse som en del av oppdraget.

Det ser overordnet ut til å være greit samsvar mellom de som ønsker å følge, og de som følger Facebooksidene til Møremusikarane, og Facebook ser ikke ut til å være den foretrukne informasjonskanalen for utvalget i spørreundersøkelsen.

Vi finner at en stor andel av brukerne er tilfreds med nettsidene, men at graden av tilfredshet er betraktelig lavere blant de nye søkerne, altså de som søkte i 2018/2019 for første gang, enn for utvalget for øvrig. Det var også en høyere andel av de nye søkerne som ønsket seg mer informasjon om Møremusikaranes ulike aktiviteter, enn de gamle søkerne, og de ønsker denne informasjonen fra ordningens hjemmesider i større grad enn gjennom andre kanaler (som e-post, Facebook eller Youtube).

En liten håndfull av undersøkelsens respondenter nevner en eller flere ganger at de ønsker flere søknadsfrister og en enklere søknadsprosess. Et par respondenter nevner spesifikt at dagens søknadsrutiner med kvartalsvise opptak begrenser særlig frivillige organisasjoner og små aktører sine muligheter til å søke. Det er her verdt å huske på at flertallet likevel ser ut til å være tilfreds med søknadsprosessen, slik at det må være opp til ordninga selv å vurdere om fordelene ved faste frister er større enn de eventuelle ulempene (i form av at dette kan ekskludere enkelte grupper, som f.eks. frivilligheten og kanskje de mindre aktørene).

Det er relativt mange i årets undersøkelse som oppgir at de ønsker å øke sin arrangørkompetanse. I denne gruppen finner vi en relativt høy andel av respondenter fra frivillig musikkliv, noe som muligens kan relateres til graden av profesjonalitet, tid og ressurser i denne typen organisasjoner.

Det ser også ut til at brukerne er mer tilfreds enn det som er vist ved tidligere spørreundersøkelse når det kommer til ordningens prisnivå. Videre ser det ut til at det har vært en markant økning i andelen av respondentene som oppgir at de linker til MMO på sosiale medier, sannsynligvis som en konsekvens av at dette nå er et krav i henhold til kontraktene.

Ellers oppgir et lite utvalg at de ønsker en utvidelse av tilbudet, til for eksempel skuespillere, dans, teater, dirigenter, instruktører, flere mulige frilansere og orkestermusikere. Avslutningsvis er det viktig å påpeke at brukerne i stor grad er tilfreds når det kommer til det kunstneriske nivået og selve leveransen av tjenesten.

---

## 1 BAKGRUNN OG FORMÅL

---

I kapittel 1 gir vi en kort beskrivelse av Møremusikarordninga og prosjektet Møremusikarordninga 2.0. (MMO 2.0.), i tillegg til et beskrivelse av evalueringsoppdraget.

### 1.1 OM MØREMUSIKARORDNINGA

Møremusikarane er Møre og Romsdal fylkeskommune sin distriktsmusikerordning, som både leier ut profesjonelle og kvalitetsgodkjente musikere og gjennomfører egne prosjekt. Ordninga ble startet i 1990 som et supplement og stimuleringstiltak til fylkets musikk- og kulturliv. Møremusikarane er organisatorisk plassert i Kulturformidlingsseksjonen under Kulturavdelingen i Møre og Romsdal fylkeskommune.

Ordningen består i dag av ni fast ansatte musikere fordelt på tre grupper i Molde, Ålesund og Sunndal. I Ålesund og Sunndal er musikerne 100 % ansatt i fylkeskommunen, men vertskommunen har forpliktet seg til å kjøpe tjenester for halve stillingen. I Molde er musikerne ansatt 50 % i fylkeskommunen uten avtale med kommunen. I tillegg kan fylkeskommunen på frilansbasis engasjere andre profesjonelle musikere til oppdrag for kulturlivet i fylket. Det er per 2019 rundt 90 frilansere og fire administrativt ansatte/ledere knyttet til ordningen.

Ordningen tilbyr musikktenester innenfor instruksjon og kursvirksomhet, akkompagning, assistansespill i amatørensemble, arrangering og komponering, solistoppdrag, konsert- og turnevirksomhet, kulturelle innslag ved f.eks. kurs, konferanser og møter, og deltakelse og faglig assistanse i samarbeidsprosjekter.

*Lite kjend vellyd?* (Ouff, Båtevik & Rørstad, 2007) er en rapport utviklet av Møreforskning på oppdrag for Kulturavdelinga i Møre og Romsdal fylkeskommune. I denne rapporten ble Møremusikarordninga evaluert med bakgrunn i hvordan ordningen fungerte iht. daværende mål og musikere og kunders tilfredshet. Her kom det frem at musikerne ønsket bedre intern kommunikasjon og informasjon. I rapporten konkluderes det videre med at næringslivet i liten grad kjente til ordningen, at MMO var for dårlig markedsført og for lite kjent i fylket.

Prosjektet MMO 2.0. er tilknyttet Møremusikarordninga, og som dels adresserer utfordringene og funnene fra rapporten over. MMO 2.0. løper i perioden 1.9.2017 - høst 2019. Formålet med prosjektet er todelt, og handler om å i) *drifte* Møremusikarordninga videre og ii) *utvikle* den. I denne rapporten vil vi referere til «prosjektet» når vi prater om MMO 2.0.

De overordnede målene for Møremusikarordninga ble nedsatt i 2012, og inngår også som mål i prosjektplanen for MMO 2.0. Der heter det at Møremusikarane skal:

- *Bidra til kvalitetsheving av kulturlivet i fylket gjennom arbeid med egne produksjonar, samarbeid med profesjonelle kulturaktørar, det frivillige kulturlivet og næringslivet*
- *Bidra med spisskompetanse i utøvande og pedagogisk verksemd*
- *Bidra til publikumsutvikling og nye formidlingsformer*
- *Vere ein attraktiv arbeidsgivar for profesjonelle musikarar gjennom faste stillingar og frilansverksemd»*



## 1.2 OM EVALUERINGEN

Prosjektlederen for MMO 2.0 kontaktet 23.11.2017 Møreforskning med ønske om en evaluering av prosjektet MMO 2.0. Evalueringsoppdraget ble fordelt på to arbeidspakker (AP), inndelt etter brukerundersøkelser og målgruppeundersøkelser, som hver for seg hadde som formål å gi svar på:

### **AP 1: Innsikt i erfaringer, forbedringspotensialet, behov, ønsker og kjennskap blant brukere som har erfaring med ordninga**

Del 1: Brukererfaringer

### **Del 2: Endringer i brukererfaringer etter gjennomførte tiltak i prosjektperioden**

AP 2: Innsikt i behov, ønsker og kjennskap fra potensielle målgrupper som næringsliv og unge voksne (studenter)

AP 1 som omhandler brukererfaringer var videre todelt, hvor det i del 1 ble det gjennomført en spørreundersøkelse til brukere av ordninga. Arbeidspakke 2 er også gjennomført.

I AP 1 del 2 er målet å få innsikt i hvordan brukeropplevelsene er endret siden 2018. Bakgrunnen for dette er at det gjennom prosjektet er implementert en del tiltak, som kan innvirke på hvilke erfaringer brukerne gjør seg om ordningen. I denne rapporten presenterer vi resultater som gjelder del 2 av AP 1, men resultatene vil også bygge på noe av datamaterialet fra del 1, med bakgrunn i at vi ser på eventuelle endringer.

Det er satt en del mål og gjennomført tiltak gjennom prosjektet MMO 2.0. De eksterne tiltakene som er gjennomført omhandler hovedsakelig endringer i infrastruktur, effektivisering og digitalisering, samt markedsføring og merkevarebygging:

For å styrke infrastruktur, effektivisering og digitalisering er det innført fire årlige søknadsfrister på møremusikartjenester, fra tidligere kontinuerlige søknadsmuligheter, senest 6 uker før et arrangement. Det har også vært fokus på markedsføringsarbeid i ordninga, og tiltakene som er gjort når det gjelder nettsidene ([www.moremusikarane.no](http://www.moremusikarane.no)) er:

- Ny struktur og tekst
- Nye foto tatt og levert
- Ny grafisk profil som skal brukes på alt nytt markedsføringsmateriale inkl. nettsida er ferdigutviklet

Tiltakene som er gjort på ordningens Facebookside er

- 12.09.18 ble første betalte innlegg gjennomført. Dette inneholdt informasjon om kommende søknadsfrist, og har blitt gjentatt med kort infovideo med musiker ved påfølgende søknadsfrister.

I tillegg er det opprettet en kanal på Youtube, hvor det foreløpig er lagt ut én video (LARM).

Det er også satt krav i brukerkontraktene (mellom MMO og kundene) om at markedsføring av arrangementer med støtte fra Møremusikarordninga enten skal linke til ordningas Facebookside, eller ha Møremusikarordninga som emneknagg.

I tillegg til de eksterne tiltakene, har MMO i prosjektperioden gjort to egenproduserte prosjekter, ved navn «LARM» og «I Lys av Mørke».

---

## 2 METODE

---

Evalueringen bygger på spørreskjemaundersøkelser besvart av et utvalg respondenter som har kjøpt tjenester av Møremusikarane de siste seks årene (AP1 del 1). I AP1, del 2 ble undersøkelsen i tillegg sendt til nye brukere av MMO (nye brukere i perioden april/mai 2018 – mars 2019). Populasjonen er alle brukere av Møremusikartjenesten fra 2013 og frem til i dag. Undersøkelsen er godkjent av Personvernombudet for forskning, NSD.

Møremusikarane har utviklet alle spørsmål for undersøkelsen og fremskaffet adresselister, og Møreforskning har bistått med kvalitetssikring av skjemaene. Spørreskjemaene ble sendt via spørreundersøkelsestjenesten Questback. Spørreskjemaundersøkelsen var den samme i del 1 og del 2, men del 2 inneholdt i tillegg noen nye spørsmål om arrangørkompetanse (hvilken kompetanse brukerne av tjenesten har på å styre og planlegge driften av egne prosjekter, og hva de eventuelt trenger mer kompetanse på).

Spørreskjemaundersøkelsene er besvart anonymt, og vi har derfor ikke anledning til å se om det er det samme respondentene som har besvart forrige rundes undersøkelse og denne spørreundersøkelsen. Vi vil derfor se på overordnede forskjeller mellom de to undersøkelsene.

I den første spørreskjemaundersøkelsen (mai 2018) fikk 234 brukere tilsendt undersøkelsen, hvorav 23 mailadresser ikke var gyldige. 87 brukere besvarte undersøkelsen, noe som tilsvarer en svarprosent på 41.

I den andre spørreskjemaundersøkelsen (april 2019) mottok vi en kontaktliste med 79 nye brukere av ordningen i 2018 og 2019. Listene ble deretter rensket for duplikate e-postadresser og sendt til populasjonen, bestående av 267 brukere. Dette innebar at det i realiteten var 33 nye brukere siden den første spørreundersøkelsen ble sendt ut. Av de 267 e-postmottakerne, ble 33 avvist på bakgrunn av at e-postadressene ikke var gyldige. Det ble sendt ut to påminnelser om å besvare undersøkelsen med bakgrunn i lave svarprosent og 79 personer svarte til slutt på undersøkelsen. Svarprosent ligger dermed på 33. I tillegg hadde 13 personer påbegynt undersøkelsen, men ikke gjort den ferdig. Vi fikk tilbakemelding fra fire respondenter som hadde avbrutt utfylling av undersøkelsen med begrunnelse i omfang og tidsbruk, og fire respondenter oppgav at de ikke lenger var tilknyttet organisasjonen som hadde brukt Møremusikartjenesten. Dette kan gjelde flere av de som ikke har svart.

---

### 3 RESULTATER AV SPØRRESKJEMAUNDERSØKELSER

---

I det følgende kapittelet presenteres først og fremst resultater fra spørreskjemaundersøkelsen gjennomført i april 2019 og dels fra mai 2018. Vi presenterer svarene fra begge års undersøkelser ved siden av hverandre gjennom deler av kapittelet, for å synliggjøre eventuelle forskjeller mellom de to respondentgruppene. I tabellene og figurene i dette kapittelet vil overskriftene «2018» og «2019» vise til hvilket år spørreundersøkelsen er gjennomført.

Ut fra de tiltakene som er gjennomført i prosjektet (beskrevet i kapittel 1.2), reiser det seg en hypotese om at i hvert fall noen av disse kan ha innvirket positivt på tilfredshet blant brukerne. Vi har imidlertid ikke mulighet til å relatere årsak til virkning i denne analysen, dvs. å knytte noen av tiltakene fra prosjektet til eventuelle endringer i tilfredshet blant brukerne. Fokus i analysene vil derfor være å se på eventuelle endringer uten å kommentere utdypende om årsaken til disse. Et viktig poeng er også at utvalget fra 2018 til 2019 ikke nødvendigvis er det samme, slik at tolkning av resultatene må gjøres med dette i mente.

Enkelte spørsmål brukt i 2019-dataene vil brukes til å se på hvorvidt svarene fra respondentene som søkte møremusikartjenester første gang i 2018 og 2019, skiller seg ut fra resten av utvalget. De som søkte ordningen for første gang i 2018 og 2019 refereres til som «nye søkere», mens de som søkte første gang i årene før 2018 refereres til som «gamle søkere».

For øvrig vil diskusjonen rundt dataene i de tilfeller hvor det ikke er utpregede forskjeller mellom svarene fra de to undersøkelsene, bygge på 2019-undersøkelsen. Vi har valgt å se bort fra å vurdere statistisk signifikans i svarene mellom de to spørreskjemaundersøkelsene, siden det er snakk om ulike utvalg, der vi ikke vet hvilken som er mest representativ i forhold til populasjonen (alle som har brukt tjenesten).

Kapittel 3 er strukturert som følger: I kapittel 3.1 beskrives utvalgenes profil for å danne et bilde av hva som kjennetegner respondentene. I kapittel 3.2 presenteres svar på spørsmålene som omhandler markedsføring og sosiale medier. Kapittel 3.3 beskriver respondentenes opplevelse av det kunstneriske nivået på tjenesten, mens det i kapittel 3.4 gis en kort presentasjon av spørsmål om subsidiering av ordningen. Kapittel 3.5 avrunder med å se på resultater av spørsmålene som omhandler arrangørkompetanse, som kun er besvart i 2019-undersøkelsen.

### 3.1 UTVALGENES PROFIL

Tabell 1 viser fordeling av hva slags type tjenester respondentens organisasjon tilhører. Flertallet representerer frivillig musikkliv (selv om en mindre andel i denne gruppen har besvart 2019-undersøkelsen), før konsertarrangør og «annet» (for eksempel frittstående kulturaktører, helseforetak, frivillig organisasjon, privat næringsliv, revy, offentlig etat eller kulturskole).

**Tabell 1: Hvilken type av Møremusikartjenester representerer du/din organisasjon? Prosent.**

	<b>2018 (N=87)</b>	<b>2019 (N=79)</b>
Frivillig musikkliv	43 %	35 %
Kulturinstitusjon m/offentlig støtte	15 %	15 %
Festival/spel	9 %	11 %
Konsertarrangør	13 %	18 %
Privat næringsliv	2 %	3 %
Annet	17 %	18 %

Tabell 2 viser at en større andel av respondentene fra 2019-undersøkelsen søkte møremusikartjenester før 2013, enn 2018-respondentene. En lavere andel av 2019-respondentene enn 2018-respondentene søkte i 2014 – 2017, mens 23 % av utvalget søkte Møremusikartjenester for første gang i 2018 eller 2019.

**Tabell 2: Når søkte din organisasjon Møremusikartjenester første gang? Prosent**

<b>Årstall</b>	<b>2018 (N=87)</b>	<b>2019 (N=77)</b>
Før 2013	39 %	50 %
2014	15 %	8 %
2015	13 %	4 %
2016	10 %	5 %
2017	15 %	10 %
2018	8 %	14 %
2019	-	9 %

Med bakgrunn i en større andel «eldre søkere», er det naturlig med en forskyving i andelen respondenter som oppgir å ha søkt og mottatt møremusikartjenester, fra 1-2 ganger til 3-5 ganger (fra 2018- til 2019-undersøkelsen), som vist i tabell 3. Naturlig nok er det også korrelasjon mellom hvilket år organisasjonen søkte første gang og antall ganger de har søkt. Merk at kolonnene som

heter «Søkt» og «Innvilget» må leses hver for seg. Som et eksempel betyr dette at det er én prosent av de som har søkt som ikke har fått innvilget søknad noen ganger.

**Tabell 3: Antall ganger respondentene har søkt og mottatt Møremusikartjenester. Prosent**

Antall ganger	2018		2019	
	Søkt (N=87)	Innvilget (N=87)	Søkt (N=78)	Innvilget (N=77)
Ingen	-	1 %	-	1 %
1 - 2 ganger	45 %	52 %	40 %	40 %
3 - 5 ganger	33 %	26 %	37 %	38 %
6 ganger eller mer	22 %	21 %	23 %	21 %

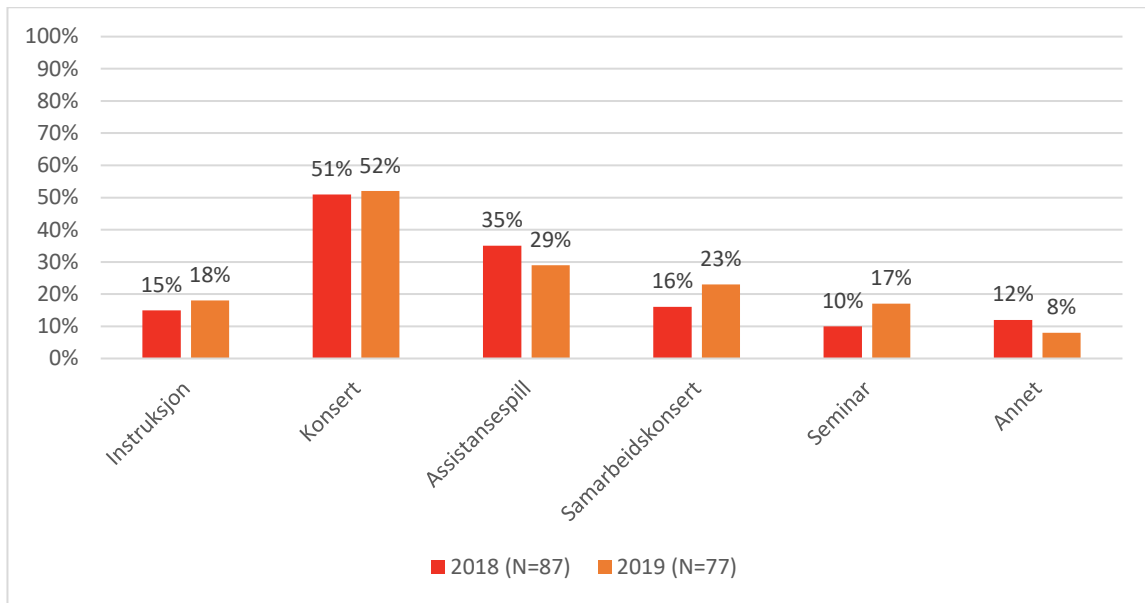
Tabell 4 viser i hvilket område/hvilken region respondenten i 2019-undersøkelsen har oppgitt at Møremusikartjenesten ble gjennomført. I de tilfeller hvor respondenten har svart ulike byer eller områder, er disse oppdatert til hvilken region dette området tilhører.

**Tabell 4: I hvilke(n) region(er) ble Møremusikartjenesten(e) gjennomført? Prosent (N=78)**

Region/område	2019
Møre og Romsdal	9 %
Nordmøre	29 %
Romsdal	24 %
Sunnmøre	32 %
Nordmøre og Sunnmøre	1 %
Nordmøre og Romsdal	1 %
Sunnmøre og Romsdal	1 %
Nordmøre, Sunnmøre og Romsdal	3 %

Når det gjelder hva slags type tjenester respondentene søkte om, oppgir flertallet konserttjenester og assistansespill (Figur 1). Under «annet» nevnes musikalske/kulturelle innslag på konserter eller konferanser.

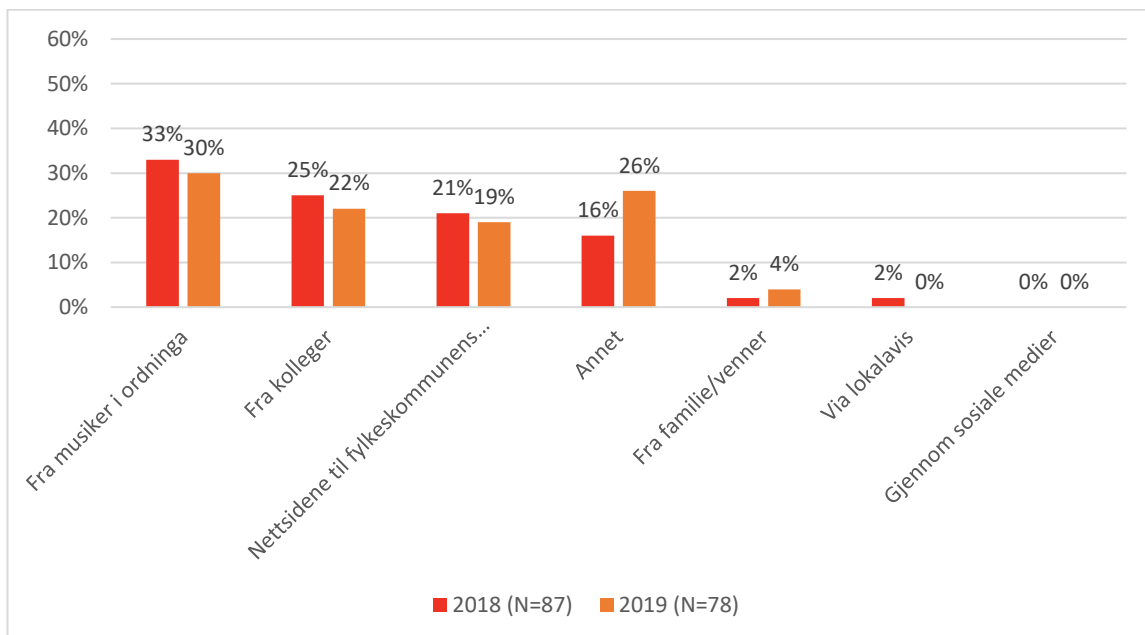
**Figur 1: Hvilke type(r) tjeneste(r) søker dere vanligvis om? Prosent\***



\* Flere svar mulig

Flertallet av respondentene hørte om Møremusikarordninga fra «musiker i ordninga», via kollegaer eller via nettsidene til fylkeskommunens og/eller Møremusikarordningas egen nettside. En stor andel oppga også «annet». Denne kategorien inneholdt svar som: Korpsrelatert (Korpsnett, NMF, korps), via tips, gjennom fylkeskulturavdelinga (kontakt med ansatte, og generelt), eller at de «alltid» har visst om ordninga. De som søkte for første gang i 2018 eller 2019 har omtrent samme profil som resten av utvalget på dette spørsmålet.

**Figur 2 Hvor hørte du om Møremusikarordninga for første gang?**



Publikum: 71 % av utvalget i 2019 svarer at de har 50 eller flere publikummere på arrangementene de har fått Møremusikarane til å gjennomføre. 18 % svarer at de har 20 – 49 publikummere, 7 % svarer 1 – 19, og 4 % svarer «ingen publikummere». Av de som svarer ingen publikummere, er Møremusikartjenesten innleid i hovedsak til instruksjon eller seminar.

82 % av utvalget i 2019-undersøkelsen hadde bestemt seg for hvilke(n) musiker(e)/personer/grupper de ville søke om før de søkte tjenesten, mens 16 % svarte både/og på dette spørsmålet (N=78). De som hadde bestemt seg på forhånd om dette, ble spurt om hvorfor/ på hvilket grunnlag denne avgjørelsen var tatt. Som tabell 5 viser, oppgir flertallet at de kjente musikeren fra før, eller at dette ble gjort på bakgrunn av type instrument eller besetning.

**Tabell 5: På hvilket grunnlag hadde du bestemt deg for musiker? Prosent (N=66)**

	<b>2019</b>
Anbefalt av andre	21 %
Kjente musiker fra før	64 %
Type instrument/besetning	64 %
Musikksjanger	25 %
Annet	5 %

## **3.2 MARKEDSFØRING OG SØKNADSPROSESSEN**

I det følgende delkapittelet presenteres resultater av spørsmål som omhandler hvordan respondentene oppfatter nettsidene og sosial medier, samt ønsker til forbedring i disse kanalene.

### **3.2.1 NETTSIDENE/HJEMMESIDENE**

37 % oppga at de ønsket at det var mer informasjon på nettsidene i 2018 (N=87), mot 45 % i 2019 (N=71). Når vi skiller mellom nye og eldre søkere, finner vi at andelen nye søkere som oppga at de ønsket mer informasjon på hjemmesidene var 51 % (N=17), mens det blant de eldre søkerne var 41 % som oppga det samme (N=54).

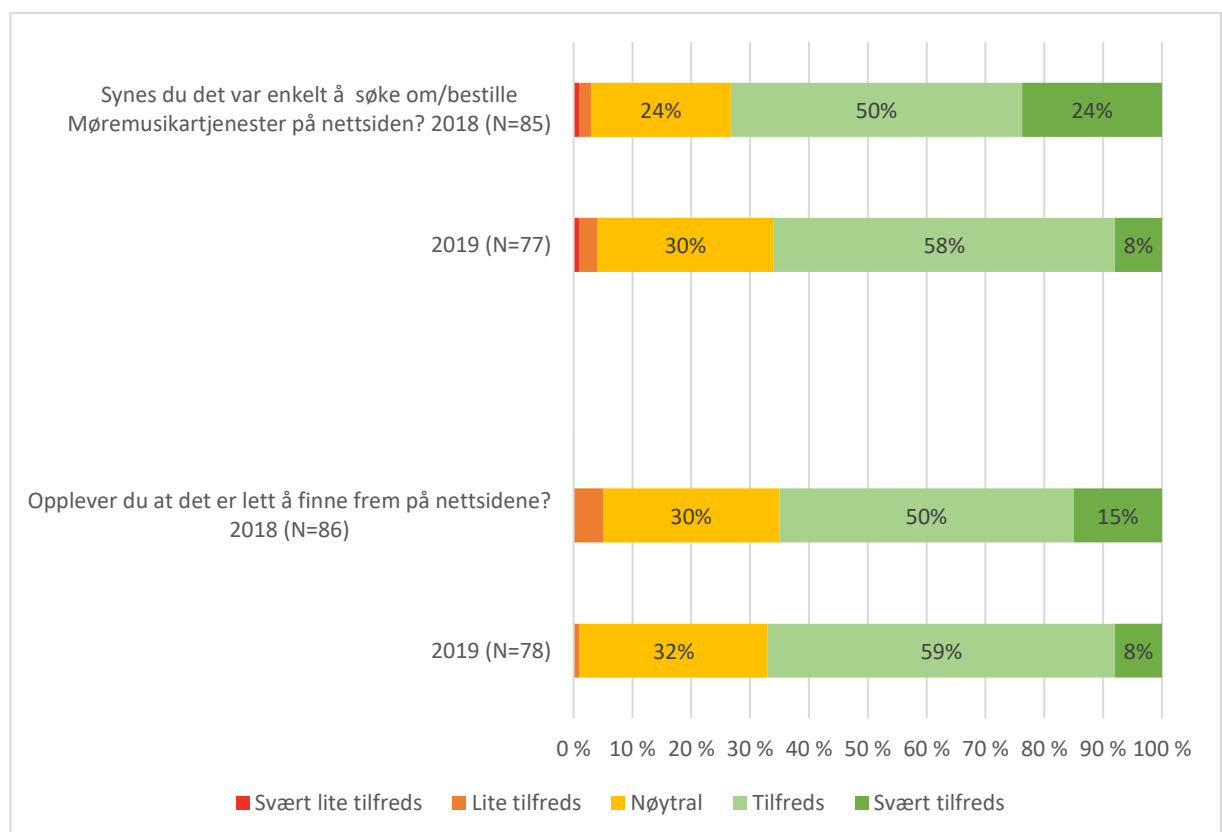
12 av respondentene hadde besvart hva de savnet av informasjon på hjemmesidene. Det som ble nevnt i denne sammenheng var: Konsertforslag, at sidene er lagt opp slik at de prater til de som allerede kjenner konseptet, informasjon om priser, informasjon om søknadsfrister og endringer ifm. ordninga, informasjon om finansiering eller offentlig støtte, mer informasjon om musikerne, tilgjengelighet, oversikt over frilansere, og at søknadsprosessen (beregning av anvendt tid til rigging, nedrigg og øving osv. kan være vanskelig å forutse) kan bli enklere.



Som figur 3 viser var en relativt stor andel av respondentene tilfreds/svært tilfreds med nettsidene når det gjelder bestilling og det å finne fram. Andelen som var tilfreds/svært tilfreds med hvordan det er å finne frem på nettsidene blant de nye søkerne (2018/2019) var imidlertid lavere enn for utvalget for øvrig (For de som søkte MMO første gang i 2018/2019: 50 % Tilfreds eller svært tilfreds (N=18), mens for resten av utvalget i 2019-undersøkelsen er denne andelen 73 % (N=60).)

På spørsmålet som omhandler hvor lett det er å finne frem på nettsidene er forskjellene i svarene mellom nye og gamle brukere av ordningen mindre (hhv. 61 % (N=18) av nye brukere og 68 % (N=59) av gamle brukere er tilfreds/svært tilfreds.)

**Figur 3: Tilfredshet med nettsidene. Prosent.**



I 2018- og 2019-undersøkelsene ønsket hhv. 52 % (N=87) og 65 % (N=75) mer informasjon om Møremusikaranes ulike aktiviteter. Andelen som oppga at de ønsket at denne informasjonen fantes på nettsiden til Møremusikarane var 11 prosentpoeng høyere blant 2019-respondentene enn 2018-respondentene (der denne andelen var 73 %). Se tabell 6.

Dersom vi videre ser på forskjellen mellom nye (de som søkte første gang i 2018/2019) og gamle søkere i 2019-undersøkelsen, ser vi at 88 % av de som søkte første gang i 2018/2019 (N=17) ønsket mer informasjon om Møremusikaranes ulike aktiviteter, mot 59 prosent (N=58) av de gamle søkerne.

**Tabell 6: Hvor ønsker du å finne informasjon om Møremusikaranes ulike aktiviteter? Prosent (N= 50)**

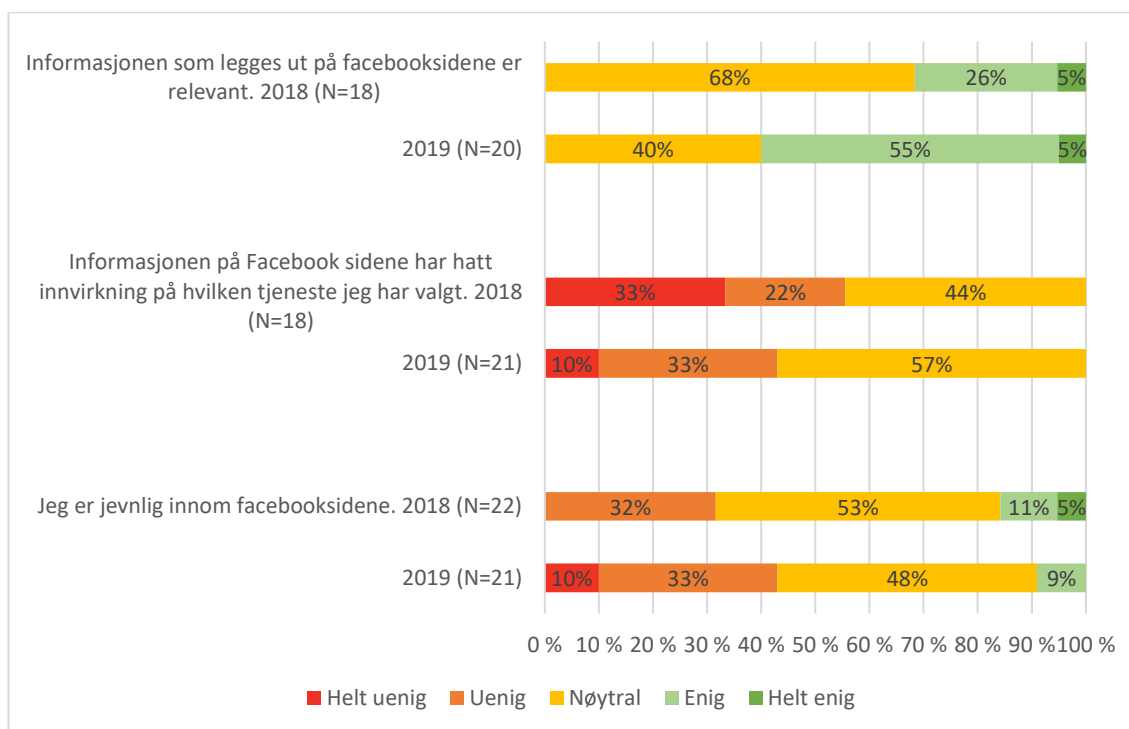
<b>informasjonssted</b>	<b>Andel</b>
Facebooksiden	26 %
Youtubekanal	4 %
Nettsiden til Møremusikarane	84 %
Epost	52 %
Annet	0 %

### **3.2.2 FACEBOOK OG YOUTUBE**

Kontaktperson for Møremusikarordninga oppgir at ordninga har mer enn doblet antall følgere på Facebook siden prosjektets oppstart i 2017. Også i spørreundersøkelsen viser svarandelene mellom de to årene en liten forskjell: I 2018-undersøkelsen oppga 22 % (N=85) av respondentene at de fulgte Møremusikarane på Facebook, mens denne andelen var 28 % (N=76) i 2019. Det ser ikke ut til å være noen sammenheng med hvorvidt respondenten følger Møremusikarordninga på Facebook, og hvilket år de søkte første gang.

Figur 4 viser graden av enighet blant respondentene rundt den informasjonen som legges ut på Facebook. Spørsmålene er besvart av de av respondentene som oppga at de følger Møremusikarane på Facebook. I 2019-undersøken oppga 60 % av utvalget at informasjonen som legges ut på Facebook er relevant, mot 31 % av 2018-respondentene. Det ser ut til at innholdet på Facebook i liten grad virker inn på hvilken tjeneste respondentens organisasjon har valgt, og det er en svært liten andel som er jevnlig innom Facebooksidene. På bakgrunn av et lite utvalg for dette spørsmålet, kan vi ikke skille på nye og gamle søkere.

**Figur 4: Grad av enighet i påstander om Møremusikaranes Facebookside. Prosent.**



På spørsmål om hva som ville gjort Facebooksidene mer relevant svarte 9 av respondentene. Flere ønsker informasjon om hva Møremusikarane er involvert i f.eks. gjennom videoeksempler/reportasjer/suksesshistorier eller generell informasjon. Et par respondenter nevner også prisnivå og informasjon om musikere.

I 2018-undersøkelsen oppga 25 % (N=87) av respondentene at det ville vært interessant å følge en Youtube-kanal for Møremusikarane, mens 20 % oppga det samme i 2019 (N=76).

56 % oppga i 2018-undersøkelsen at de brukte Møremusikarnavnet i markedsføringa av sine egne arrangement i sosiale medier i 2018 (N=87), mens 63 % oppga at de gjorde dette i 2019-undersøkelsen (N=76). Alle unntatt to av de som søkte Møremusikartjenesten for første gang i 2019 oppgir at de brukte navnet i markedsføringa. De som svarte ja på spørsmålet over ble spurt om de linker/setter emneknagg til Møremusikarane i sine poster om arrangementet. I 2018-undersøkelsen var denne andelen 21 % (N=47), mens andelen som oppga at de gjorde dette i 2019 var 38 % (N=47).

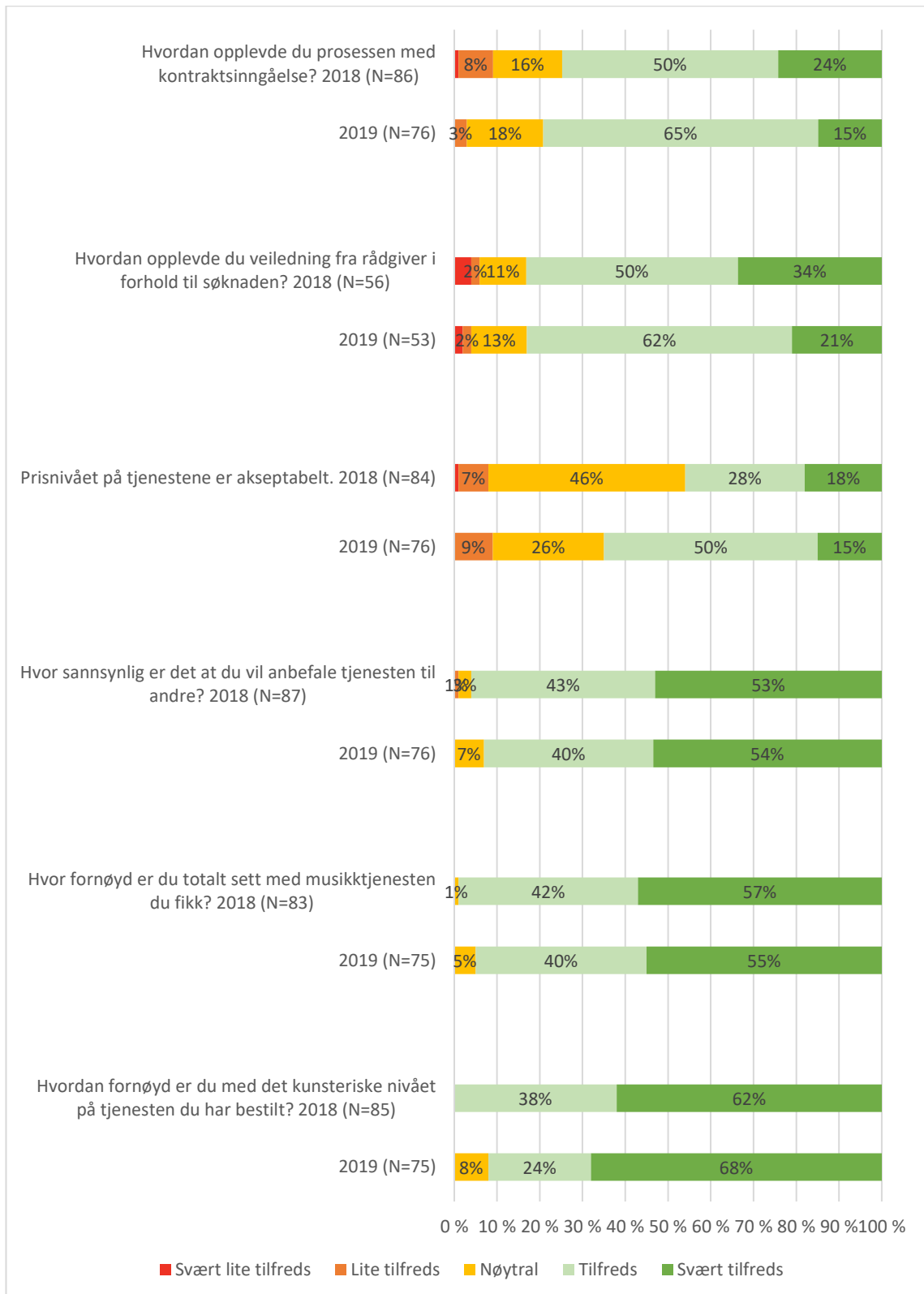
De som ikke bruker Møremusikarnavnet i markedsføringsøyemed ble spurt om grunnen til at de ikke gjorde dette. I 2019 oppga 72 % at de ikke har tenkt på dette, mens 7 % ikke synes det er nødvendig. 21 % oppga «annet» som grunn (N=28). Under «annet» nevnes at det var et internt arrangement, at de ikke husker om det ble gjort eller ikke, og at de heller ville bruke fylkeskommunens logo til denne typen markedsføring.

### 3.3 TILFREDSHET MED MØREMUSIKARTJENESTEN

I figur 5 vises svarene på en del påstander som omhandler den generelle tilfredsheten med tjenesten, prisnivå og veiledning. Den generelle tilfredsheten med leveransen og innholdet i tjenesten er svært bra i begge undersøkelsene. Andelen av respondentene som er tilfreds eller svært tilfreds med prisnivået på tjenesten er imidlertid 19 prosentpoeng høyere i 2019-undersøkelsen enn i 2018-undersøkelsen.

I 2018-undersøkelsen oppga 65 % (N=87) at de hadde vært i kontakt med rådgiver i søknadsfasen, mot 70 % (N=76) i 2019. Videre ønsket hhv. 29 % i 2018 (N=84) og 34 % i 2019 (N=74) mer veiledning i søkefasen. Det respondentene oppga at de ønsket veiledning om i 2019 var søknadsprosedyre, behandlingstid for søknader, generell hjelp til å finne fram (nevnt av tre respondenter), detaljnivå og fremgangsmåte som kreves i søknadsprosessen (enklere søknad, nevnt av tre), mer informasjon om økonomi og støtte, og hvordan ordningen fungerer.

**Figur 5: Grad av tilfredshet med Møremusikartjenesten, veiledning og kontraktsprosessen. Prosent.**



Respondentene fikk anledning til å komme med åpne svar på spørsmålene «Er det andre tjenester som Møremusikarordninga kunne tilbuds eller noe du ønsker mer av?» og «Har du ellers noen innspill eller tanker du vil dele som kan bidra til utvikling av Møremusikarordninga?»

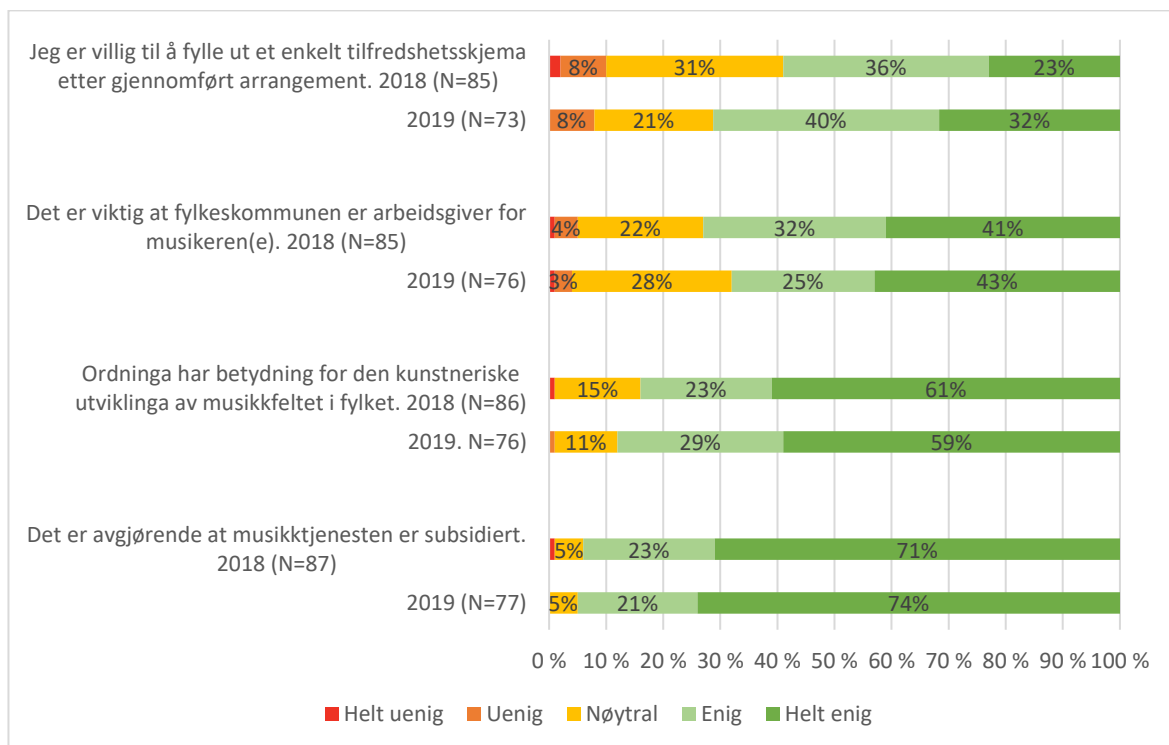
Av svar på spørsmålet om tilbud av andre tjenester, finner vi blant annet ønske om tilbud av flere scenekunstnere, som skuespillere, dans, teater, dirigenter, instruktører, flere mulige frilansere og orkestermusikere (nevnt av tre respondenter), flere arrangement knyttet til videregående skoler, ønske om dirigenttjenester, seminar og workshop.

På spørsmålet om andre tanker som kan bidra til å utvikle tjenesten, svarte 22 personer. Seks respondenter nevnte at de ønsker at søknadsprosessen enklere og mer fleksibel, eventuelt med mulighet for avtale direkte med kunstner, og større fleksibilitet med tanke på tid ved kontraktsinngåelse (fem nevnte dette). Av andre svar kom utvidelse av ordningen i retning av flere type kunstnere, enklere søknadsskjema, flere «stuntoppdrag», f.eks. på ferger og ellers i fylket, bedre oversikt/presentasjon over frilansere (to har svart dette), og flere frilansere (Med forslag om at Møremusikarordninga bør omorganiseres til prosjektstøtte som frilansere kan søke på) og mer reklame for ordninga (eksempelvis gjennom NMF og korforbundet).

### 3.4 OM SUBSIDIERING OG ORGANISERING AV ORDNINGEN

Figur 6 viser respondentenes svar på graden av enighet med 4 påstander om ordningen. Vi ser ikke de store forskjellene i svarene mellom de to respondentgruppene. Også 2019-utvalget er enig/helt enig i viktigheten av subsidiering av ordningen, og at den har betydning for den kunstneriske utviklinga i fylket.

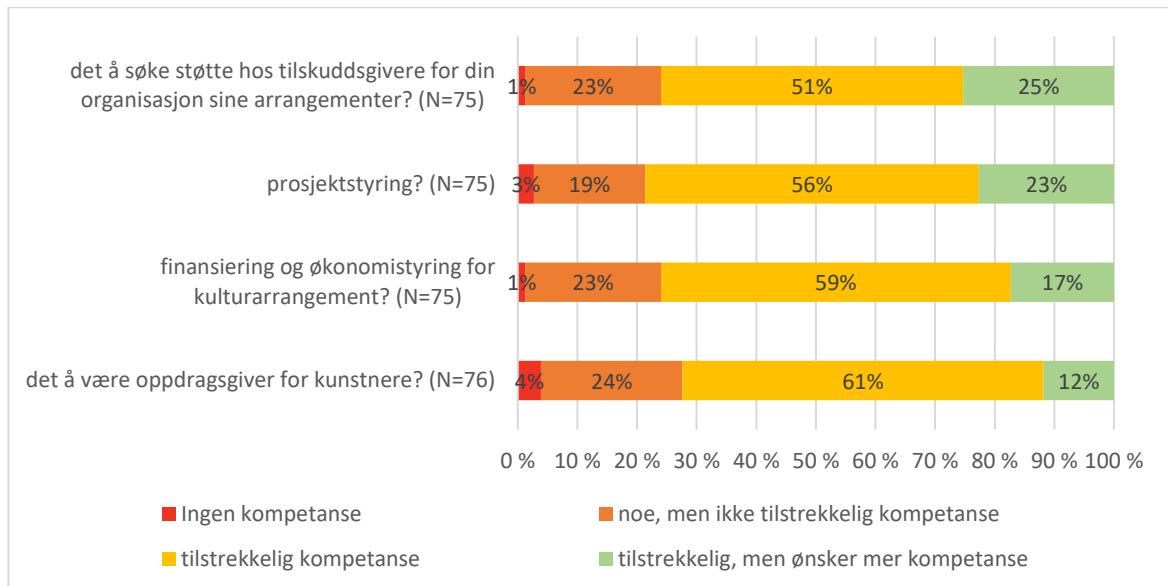
**Figur 6: Grad av enighet med ulike påstander om Møremusikarordninga. Prosent**



### 3.5 ARRANGØRKOMPETANSE

Respondentene i undersøkelsen fra 2019 ble bedt om å svare på en del spørsmål som omhandler deres arrangørkompetanse og eventuelle behov/ønske for kursing knyttet til dette temaet.

Figur 7: Hvilken grad av arrangørkompetanse vil du si at du/din organisasjon har når det gjelder..



Vi har sett nærmere på respondentene som har svart enten at de har «noe, men ikke tilstrekkelig kompetanse» eller «tilstrekkelig, men ønsker mer kompetanse» for hvert av spørsmålene presentert i figur 7. En litt større andel av respondentene som ønsker mer kompetanse og ikke har tilstrekkelig kompetanse når det gjelder det å være oppdragsgiver for kunstnere, enn for utvalget for øvrig, har søkt Møremusikarordninga kun 1 – 2 ganger (52 % i denne gruppen, mot 40 % i utvalget). Med unntak av dette ser vi ingen tydelige trekk ved disse respondentene i dataene.

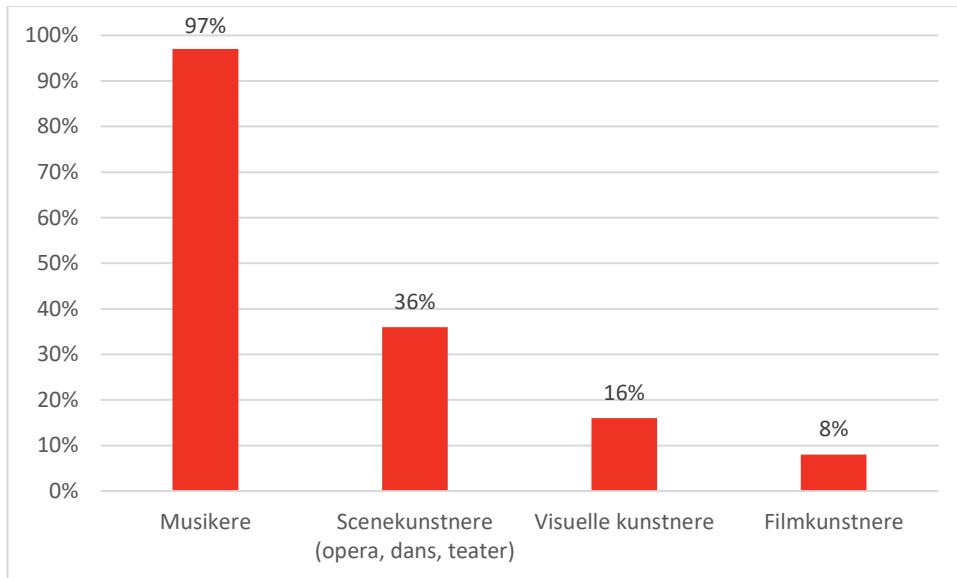
66 % av respondentene kunne tenke seg å delta på kurs for å øke sin arrangørkompetanse, mens 58 % kunne tenke seg å vite mer om publikumsutvikling (N=77). Det er ingen utpregede forskjeller mellom de som søkte MMO for første gang i 2018/2019 og de som har søkt første gang i årene før 2018. Det er imidlertid en større andel blant de som ønsker å delta på kurs for å øke sin arrangørkompetanse som kommer fra frivillig musikkliv (44% av de som ønsker å delta på kurs er fra frivillig musikkliv (N=50), mot bare 20 % av de som ikke ønsker å delta på slike kurs (N=25)).

Av de som har svart at de kunne tenke seg å delta på kurs for å øke sin arrangørkompetanse, er det også en forholdsvis stor andel som oppgir at de enten har «noe, men ikke tilstrekkelig kompetanse» eller «tilstrekkelig, men ønsker mer kompetanse» om hhv. prosjektstyring, finansiering og økonomistyring for kulturarrangement og det å være oppdragsgiver for kunstnere (og en forholdsvis stor andel av de som har svart «nei» på dette spørsmålet oppgir at de har tilstrekkelig kompetanse for de samme kompetansefeltene).

87 % av utvalget (N=77) oppgir at de har booket andre kunstnere enn Møremusikarane. Nesten alle (97 %) av disse oppgir at de har booket andre musikere, mens hhv. 36 %, 16 % og 8 % har

booket scenekunstnere, visuelle kunstnere og filmkunstnere (N=67). Det er ingen spesielle kjennetegn med tanke på type arrangør eller hva slags tjeneste Møremusikarane har utført for respondenten, og hva slags type andre kunstnere respondentene har leid inn.

**Figur 8: Hva slags andre kunstnere har du/dere booket de siste fem årene? (N=67)**





---

## 4 KORT OPPSUMMERING

---

I dette kapitlet gir vi en kort oppsummering av resultatene. En påminnelse som bakgrunn for resultatene, er at det er sannsynlig at flere av respondentene i 2018- og 2019-undersøkelsen har samme referansepunkt for svarene i begge undersøkelsene (dersom de har svart på begge undersøkelser), siden det «bare» er 79 som hadde brukt tilbudet i 2018 og 2019 (frem til tidspunkt for spørreundersøkelsen). Slik det ser ut av kontaktlistene, er det 33 som i realiteten er nye brukere av tilbudet siden sist undersøkelse, mens 46 har brukt tilbudet tidligere, men også i 2018/2019. Av disse 79 vet vi ikke hvor mange som faktisk har svart på undersøkelsen.

For mange av spørsmålene som er besvart, ser det ikke ut til å være de store forskjellene mellom verken de to undersøkelsene eller hvorvidt det er snakk om nye eller gamle søkere. De funnene vi ser det som hensiktsmessig å kommentere nærmere, presenteres i det følgende.

Det første vi vil trekke frem fra spørreundersøkelsene omhandler nettsidene og informasjonstilgang. En stor andel av respondentene var tilfreds/svært tilfreds med nettsidene når det gjelder bestilling og det å finne fram på sidene. Likevel var andelen som var tilfreds/svært tilfreds med hvordan det er å finne frem på nettsidene blant de nye søkerne (søkte i 2018/2019 for første gang) lavere enn for utvalget for øvrig. Det var også en høyere andel av de nye søkerne som ønsket seg mer informasjon om Møremusikaranes ulike aktiviteter, enn de gamle søkerne. Flertallet etterlyser denne informasjonen på nettsiden til Møremusikarane. En kommentar til dette er at nye brukere gjerne har mindre oversikt og erfaring enn eldre brukere, slik at det er naturlig (og positivt) at de søker mer informasjon. Relativt få kommenterte hvilken informasjon de ønsket mer av på nettsidene, men det vises til kapittel 3.2.1 for en oversikt.

En relativt liten andel av utvalget som ønsker mer informasjon om ordningen, oppgir at de ønsker denne informasjonen på Facebook (26 %). Undersøkelsen viser videre at 28 % av respondentene følger MMO sine Facebooksider, og det ser overordnet ut til å være greit samsvar mellom de som ønsker å følge, og de som følger Facebooksidene. Imidlertid ser det ut til at en større andel av 2019-respondentene som bruker Facebook synes at informasjonen som legges ut er relevant, enn andelen som synes det samme i 2018-undersøkelsen.

En liten håndfull av undersøkelsens respondenter nevner en eller flere ganger at de ønsker flere søknadsfrister og en enklere søknadsprosess. Et par respondenter nevner spesifikt at dagens søknadsrutiner med kvartalsvise opptak begrenser særlig frivillige organisasjoner og små aktører sine muligheter til å søke. Det er her verdt å huske på at flertallet likevel ser ut til å være tilfreds med søknadsprosessen, slik at det må være opp til ordninga selv å vurdere om fordelene ved faste frister er større enn de eventuelle ulempene (i form av at dette kan ekskludere enkelte grupper, som f.eks. frivilligheten og kanskje de mindre aktørene).

Det er relativt mange i årets undersøkelse som oppgir at de ønsker å øke sin arrangørkompetanse. I denne gruppen finner vi en ganske høy andel av respondenter fra frivillig musikkliv, noe som muligens kan relateres til graden av profesjonalitet, tid og ressurser i denne typen organisasjoner.

Når det kommer til prisnivå, ser det ut til at en større andel av respondentene fra 2019-undersøkelsen enn 2018-undersøkelsen er tilfreds/svært tilfreds med dette. Det er imidlertid ca. like liten andel i de to undersøkelsene som oppgir at de er lite eller svært lite tilfreds med prisnivået.

Når det gjelder det å bruke Møremusikarnavnet i markedsføringa av sine egne arrangement i sosiale medier, oppga 2/3 av 2019-utvalget at de gjorde dette. Det at en betraktelig større andel (og antall) av respondentene fra 2019-undersøkelsen også oppgir at de setter emneknagg til MMO på sosiale medier, kan mest sannsynlig relateres til at disse tilhører gruppen av brukere som har brukt tilbudet etter at dette ble satt som krav i kontraktene.

Ellers oppgir et lite utvalg at de ønsker en utvidelse av tilbudet, til også å inkludere andre typer kunstnere, som skuespillere, dans, teater, dirigenter, instruktører, flere mulige frilansere og orkestermusikere. Dette kan relateres til figur 8, som viser at nær en tredjedel av utvalget som har brukt andre kunstneriske tjenester de siste fem årene (25 % av det totale utvalget), har benyttet seg av andre scenekunstnere.

Avslutningsvis er det viktig å påpeke at graden av tilfredshet når det kommer til det kunstneriske nivået og selve leveransen av tjenesten, er like god i 2019-undersøkelsen som det var i 2018-undersøkelsen.

---

## 5 REFERANSER

---

Ouff, S. M., Båtevik, F. O. & Rørstad, C. (2007) *Lite kjend vellyd? Evaluering av Møremusikarordninga* Møreforsking Volda: Arbeidsrapport nr. 207



**MØREFORSKING**

MOLDE

**MØREFORSKING MOLDE AS**

Britvegen 4

NO-6410 Molde

**TEL** +47 71 21 40 00

[mfm@himolde.no](mailto:mfm@himolde.no)

[www.moreforsk.no](http://www.moreforsk.no)

NO 984 369 344



**MØREFORSKING**



**Høgskolen i Molde**  
Vitenskapelig høgskole i logistikk

---