

PUBLIKUMS- UNDERSØGELSE 2022

SAMLEDE RESULTATER

EN UNDERSØGELSE AF DET DANSKE KERNEPUBLIKUM
PÅ TVÆRS AF TEATER, RYTMISK OG KLASSISK MUSIK


DATAINDSAMLING JUNI 2022



RAMBOLL


DANSK · TEATER

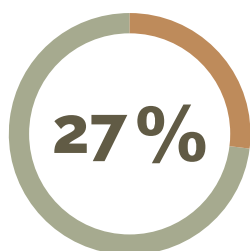
DEOO
DANSKE ENSEMBLER,
ORKESTRE OG OPERAINSTITUTIONER

applaus 

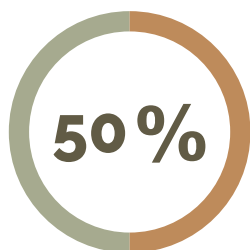
HOVEDRESULTATER

9.981 RESPONDENTER FRA **33** KULTURINSTITUTIONER

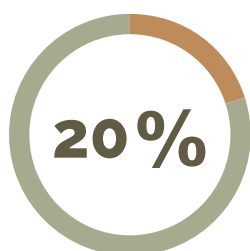
(67,3 % FRA TEATRE, 30,6 % FRA RYTMISK MUSIK, 2,1 % FRA KLASSISK MUSIK)



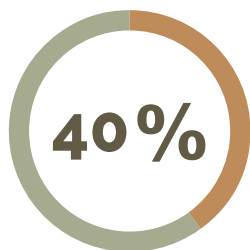
27 % af publikummet har ikke været til koncert eller i teater de seneste seks måneder (teater 31 %, rytmisk 19 %, klassisk 40 %).



50 % af publikummet går aldrig alene til koncert/i teater (teater 51 %, rytmisk 50 %, klassisk 11 %).



Teaterbranchen har den største andel (20 %) af "big spenders", som har brugt eller vil bruge flere end 6.000 kr. på billetter de seneste og kommende seks måneder (rytmisk 15 %, klassisk: 17 %).



40 % bliver primært opmærksomme på kulturoplevelser igennem sociale medier (teater 36 %, rytmisk 48 %, klassisk 32 %), mens **27 % bliver det igennem kulturinstitutioners hjemmesider.**

FORFATTER
Charlotte Bliddal, Christopher Corcoran,
Lene Struck-Madsen

GRAFIKER
Degn Grafisk A/S

KORREKTUR
Høgdal Korrektur

TAK TIL

Stor tak til alle deltagende teatre, spillesteder, ensembler og festivaler.

En række repræsentanter fra dansk musik- og kulturliv har ydet bidrag til udvikling og kvalificering af undersøgelsen eller rapporten.

a1kommunikation

Claus Lynge, Opera Hedeland

Dansk Live

Degn Grafisk A/S

Esben Marcher, Dansk Live

Høgdal Korrektur

Jacob Mads Kristensen,
Odense Symfoniorkester

Kenneth Gall, Teater Hund

Kristoffer Møller Hansen,
Sjællands Teater

Maria Grongstad, Gimle

Sidse Gry Jeppesen, Alice

Signe Demant Hansen,
CPH Stage

INDHOLDSFORTEGNELSE

| | |
|---------------------|----|
| Introduktion | 5 |
| Besøgsvaner | 8 |
| Økonomi | 10 |
| Kommunikation | 12 |
| Baggrund | 13 |



OM UNDERSØGELSEN

De danske kulturinstitutioner ønsker mere viden om deres publikum.

Hvem er de? Og hvordan finder de informationer om de kulturtilbud, de benytter sig af?

Særligt de seneste års nedlukning og konsekvenserne af samme har vist, at det er nødvendigt at få større indsigt i publikums vaner og forbrug. Covid-19 ændrede på mange måder spillereglerne, og intet er længere, som det plejer. Mange kulturinstitutioner er derfor i gang med at gentænke relationen til publikum.

Denne publikumsundersøgelse er udarbejdet med det formål at give svar på nogle af de spørgsmål, som kulturinstitutionerne har omkring deres publikum og give dem en indsigt, som kan være med til at kvalificere deres arbejde med publikumsudvikling.

Publikumsundersøgelsen er blevet udbudt til teaterinstitutioner, såvel institutioner fra det rytmiske og klassiske musikliv, og formålet har været at skabe en undersøgelse, der kan give sammenlignelige svar på tværs af brancher for derved at blive klogere på det kulturforbrugende publikum og skabe et fælles sprog og en fælles indsigt i publikumssammensætningerne.

KORT OM VORES METODE

Undersøgelsen er udarbejdet af Applaus i samarbejde med DEOO og Dansk Teater og er gennemført af Rambøll Management Consulting. Undersøgelsen blev tilbudt teaterinstitutioner, såvel institutioner fra det rytmiske som klassiske musikliv. Den er udsendt som en online-spørgeskemaundersøgelse i perioden 8.–23. juni 2022 via de deltagende kulturinstitutioners nyhedsbreve og sociale medier. På den måde adspørger spørgeskemaet de deltagende institutioners "kernepublikum" – dem, der aktivt følger og interesserer sig for disse institutioner.

Alle besvarelser er anonyme. I rapporten vises et udvalg af de mest relevante resultater.

Du kan læse mere om vores metoder i appendikset bagerst i rapporten.

DATASÆTTET

I alt har 33 danske kulturinstitutioner (18 teatre, 13 fra rytmisk musik, 2 fra klassisk musik) deltaget i undersøgelsen.

Deltagende institutioner fordelt ved organisationstype

| Organisationstype | Teater | Rytmisk musik | Klassisk musik |
|--------------------------------|-----------|---------------|----------------|
| § 5-teatre | 3* | - | - |
| Egnsteater | 5 | - | - |
| Festival | 2 | - | 1 |
| Honorarstøttet | - | 1 | - |
| Kulturhus | - | 2 | - |
| Københavnske Teater-samarbejde | 1 | - | - |
| Landsdelsscene | 2 | - | - |
| Projektbaseret | - | - | 1 |
| Regionalt spillested | - | 10** | - |
| Små storbyteatre | 5 | - | - |
| Total | 18 | 13 | 2 |

* To af disse institutioner er såvel § 5-teatre som landsdelsscener, men indgår her kun som § 5-teatre.

** En af disse institutioner er såvel rytmisk spillested som teater, men indgår her kun som rytmisk spillested.



Deltagende institutioners fordeling i landet

| Landsdel | Antal | Procent |
|-------------------------------|-----------|----------------|
| Landsdel Bornholm | 1 | 3,0 % |
| Landsdel Byen København | 7 | 21,2 % |
| Landsdel Fyn | 4 | 12,1 % |
| Landsdel Københavns omegn | 2 | 6,1 % |
| Landsdel Nordjylland | 3 | 9,1 % |
| Landsdel Nordsjælland | 2 | 6,1 % |
| Landsdel Syddjylland | 2 | 6,1 % |
| Landsdel Vest- og Sydsjælland | 1 | 3,0 % |
| Landsdel Vestjylland | 2 | 6,1 % |
| Landsdel Østjylland | 9 | 27,3 % |
| Total | 33 | 100,0 % |

Der er i alt blevet indsamlet gennemførte svar fra 9.981 respondenter, deraf 67,3 % fra teatre, 30,6 % fra rytmiske og 2,1 % fra klassiske musikinstitutioner.

Pga. den klassiske musikbranches forholdsmæssigt lave antal deltagende institutioner og respondenter skal resultaterne fra denne branche læses med et forbehold.

Bemærk, at publikummets gennemsnitsalder er 58,72 år, (spændvidde: 16-95), og at publikummet under 30 udgør 4,4 % af det samlede antal besvarelser. Den største andel af det samlede publikum bor i Østjylland. Dette gælder for teater- (28,7 %) og den rytmiske musikbranche (28,2 %), men ikke for den klassiske musikbranche, hvor den største andel bor i byen København (44,1 %).

LÆSEVEJLEDNING

De angivne procenter for de enkelte kategorier kan i visse tilfælde give mere end 100 procent eller 9.981 besvarelser. Det skyldes at det ved nogle spørgsmål har været muligt at angive flere svar, at kategorien "ved ikke" ikke er inkluderet i tabellerne, og at procenterne er afrundet til hele tal.

En deltagende institution repræsenterer både et teater og et rytmisk spillested, hvorfor deres publikum har svaret på spørgsmål til begge områder. Pga. dette regnes deres publikum i nogle sammenlignende analyser både som teater- og som rytmisk publikum, hvorfor der i nogle tilfælde vises flere end 9.981 besvarelser.

RESULTATER

BESØGSVANER

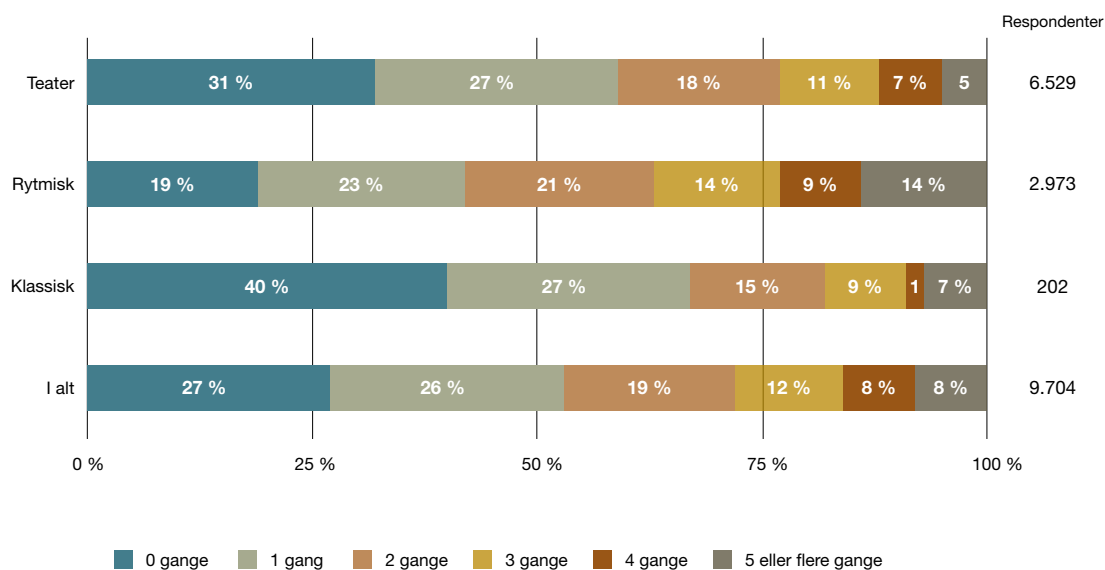
Når man sammenligner antal besøgsgange de seneste 6 måneder på tværs af brancherne, så svarer **27 % af de adspurgte, at de ikke har været til koncert eller i teatret de seneste seks måneder.**

Udspecificeret brancherne imellem er det:

- 40 % af publikummet for klassisk musik
- 31 % af teaterpublikummet og
- 19 % af det rytmiske publikum

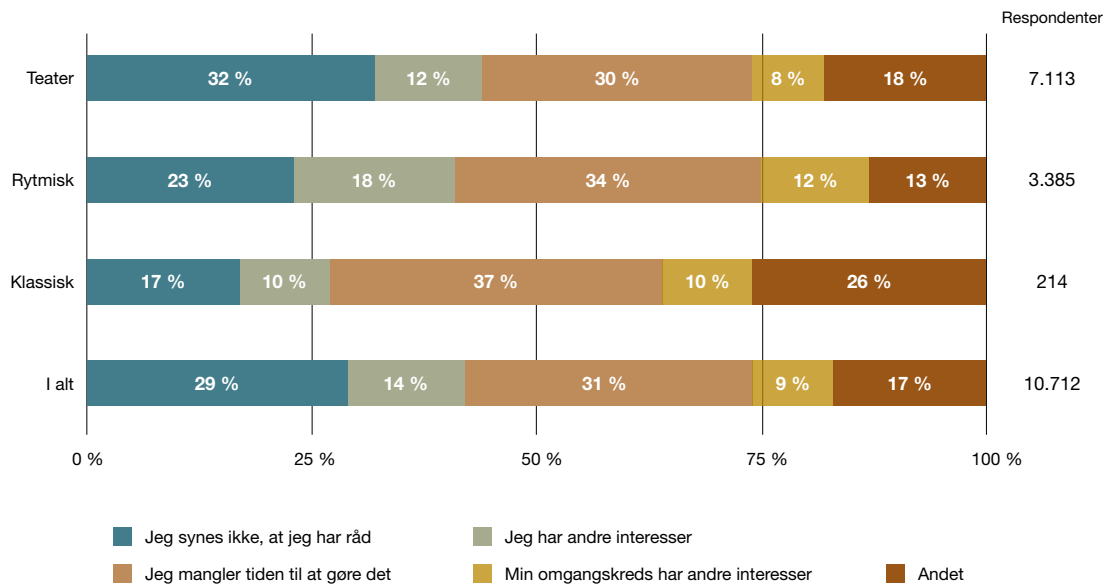
der ikke har været til koncert eller i teatret de seneste 6 måneder.

Hvor mange gange har du besøgt "kulturinstitutionen" i de seneste 6 måneder?



De adspurgte angiver tid og penge som hovedårsagen til ikke at gå til flere kulturoplevelser.

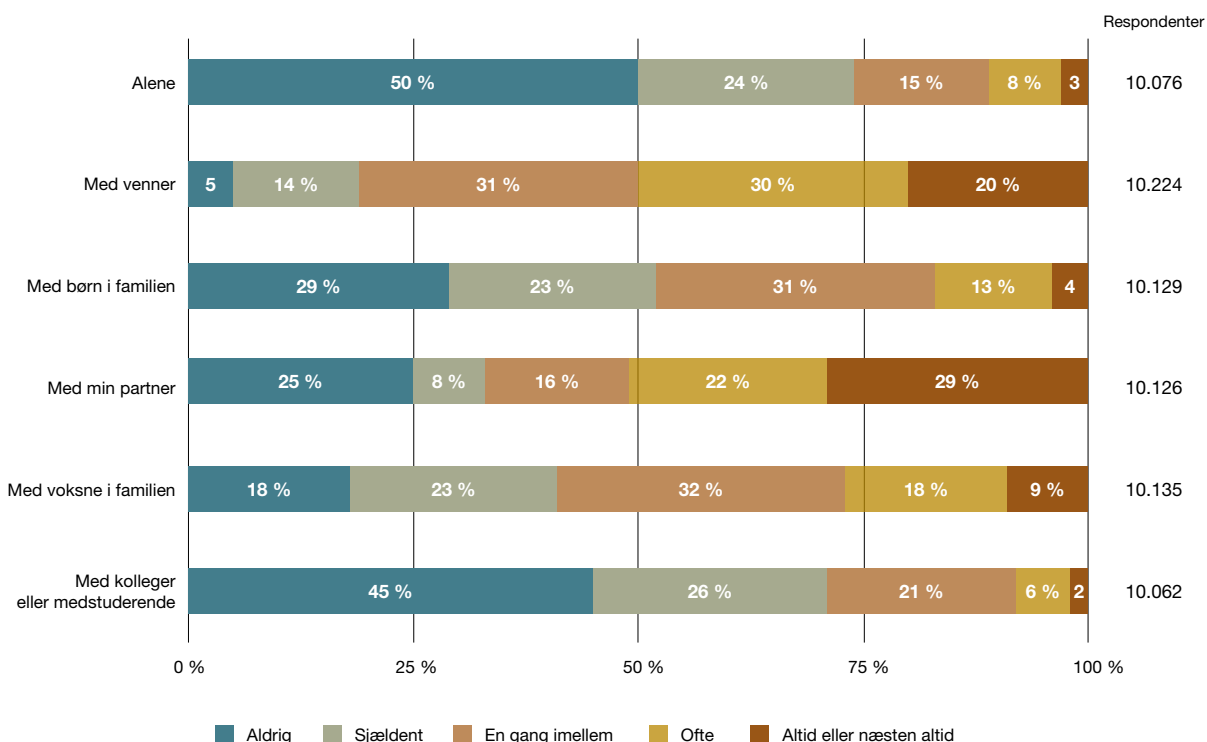
Hvad afholder dig fra at gå mere til kulturoplevelser?



50 % af det samlede publikum går aldrig alene til koncert eller i teatret. Her findes der forskelle mellem brancherne. Til spørgsmålet "Hvem går du typisk sammen med til kulturoplevelser?" svarer 51% af teater- og 50 % af det rytmiske musikpublikum, men kun 11 % af det klassiske musikpublikum, at de aldrig går alene til koncert eller i teatret.

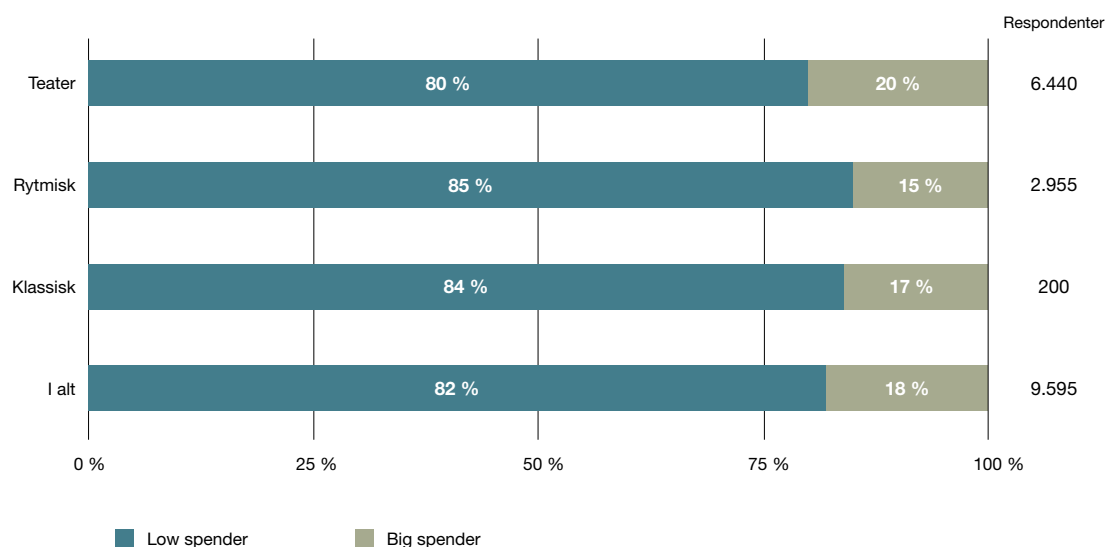
81 % af det samlede publikum angiver at de en gang imellem eller oftere går sammen med venner, med kun mindre forskelle mellem brancherne. Til spørgsmålet "Hvem går du typisk sammen med til kulturoplevelser?" svarer 81 % af teaterpublikummet, 83 % af det rytmiske og 76 % af det klassiske publikum at de en gang imellem eller oftere går sammen med venner.

Hvem går du typisk sammen med til kulturoplevelser? – Alle respondenter



De adspurgte teatre har den største andel (20 %) af "big spenders", som har brugt eller vil bruge flere end 6.000 kr. på billetter i de seneste og kommende seks måneder. Det er især en kontrast til rytmisk musik, hvor kun 15 % af de adspurgte er i kategorien "big spenders".

Low spenders og big spenders* – på tværs af brancher

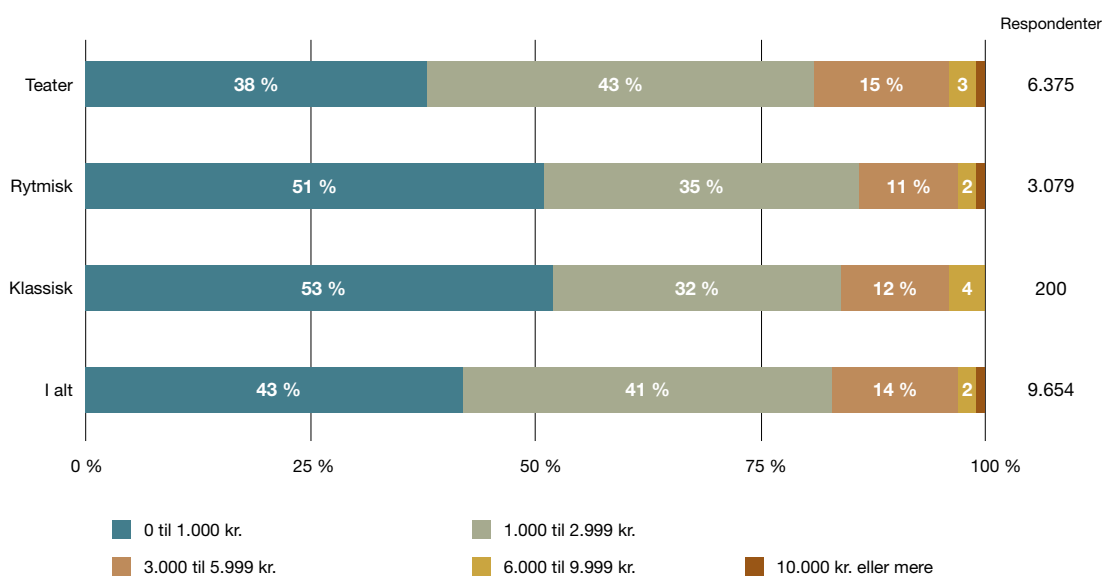


*Kategoriene low og big spenders kategoriseres ud fra spørgsmålene om publikums seneste og kommende seks måneders pengeforbrug på kulturoplevelser. Forbruget for de seneste seks måneder er lagt sammen med det intenderede forbrug for de næste seks måneder. På baggrund af dette er low spenders defineret som respondenter, der har brugt og/eller intenderer at bruge mindre end 6.000 kr. Big spenders er defineret som respondenter, der har brugt og/eller intenderer at bruge 6.000 kr. eller mere.



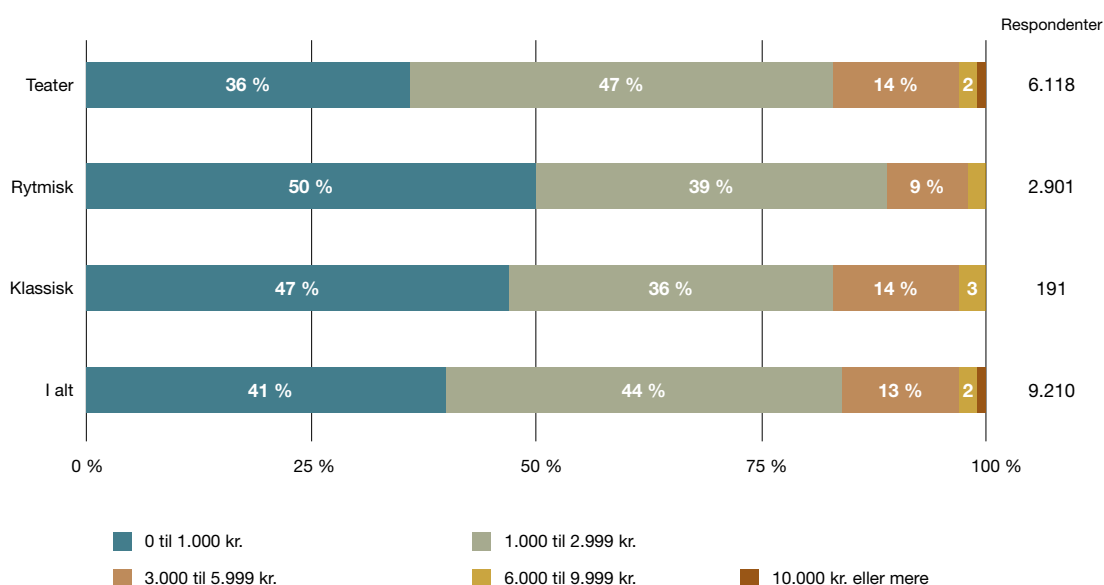
Adspurgt til deres forbrug i de *seneste* seks måneder svarer 62 % af teaterpublikummet, at de har brugt mere end 1.000 kr. på teaterbilletter, mens kun 49 % af det rytmiske og 47 % af det klassiske musikpublikum har brugt mere end 1.000 kr. på koncertbilletter.

Hvor mange penge skønner du, at du har brugt på billetter til teateroplevelser/rytmiske koncerter/klassiske koncerter* inden for de **seneste** seks måneder?



Adspurgt til deres forbrug i de *kommende* seks måneder svarer 64 % af teaterpublikummet, at de vil bruge mere end 1.000 kr. på teaterbilletter, mens kun 50 % af det rytmiske og 53 % af det klassiske musikpublikum har tænkt sig at bruge mere end 1.000 kr. på koncertbilletter.

Hvor mange penge skønner du, at du vil bruge på billetter til teateroplevelser/rytmiske koncerter/klassiske koncerter* inden for de **kommende** seks måneder?



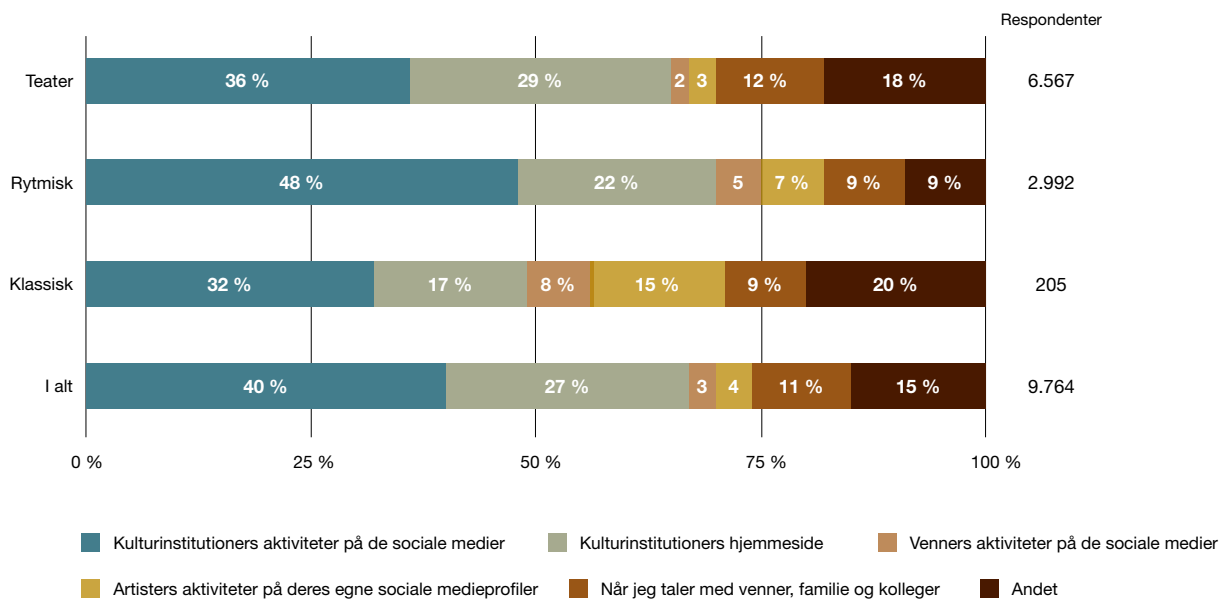
*Respondenterne blev vist en option passende til institutionen, som havde udsendt spørgeskemaet.

KOMMUNIKATION

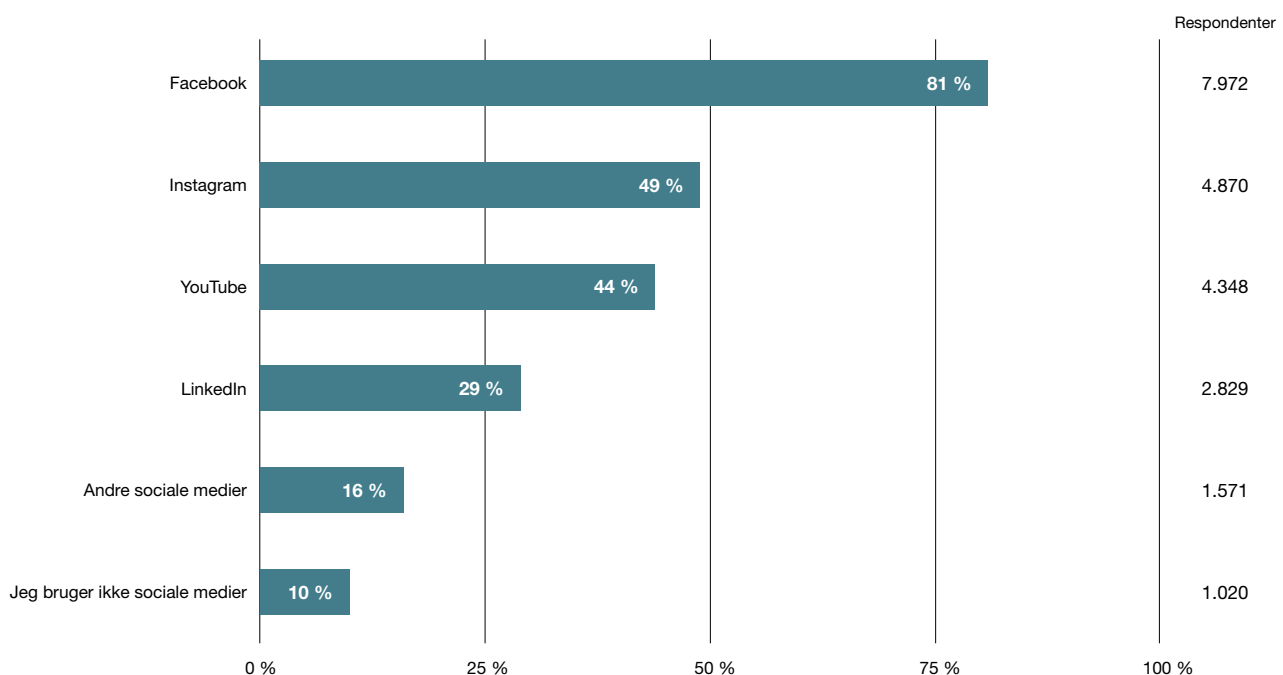
Publikummet bliver primært opmærksomme på kulturoplevelser igennem sociale medier (40 %) – og det gælder mest for det rytmiske publikum (48 %), og mindst for det klassiske (32 %).

22 % af det rytmiske publikum og 29 % af teaterpublikummet bliver desuden opmærksomme på kulturoplevelser via hjemmesider, for det klassiske musikpublikum er det 17 %. Her spiller artisters sociale mediaprofiler til gengæld en større rolle for flere (15 %) end i de to andre brancher (teater 3 %, rytmisk 7 %).

Hvordan bliver du primært opmærksom på kulturoplevelser?



Hvilke sociale medier bruger du mindst en gang om måneden?



BAGGRUND

Det næste afsnit giver et overblik over en række karakteristika for det adspurgte publikum. Som nævnt tidligere udgør publikummet for klassisk musik 2,1 % af det samlede datasæt.

Mht. kønsfordelingen rapporterer 70,3 % deres køn som kvinde (teater 75,7 %, rytmisk musik 59,2 % og klassisk musik 56,7 %).

Mht. alder udgør respondenter under 30 år kun 4,4 % af alle respondenterne, mens 52,4 % af respondenterne var over 60 år.

Mht. landsdel bor den største del af publikummet i Østjylland (28,2 %), som skyldes at de fleste teater- (28,7%) og rytmiske musikpublikumsmedlemmer (28,2 %) bor der. Den største andel af det klassiske musikpublikum bor i byen København (44,1 %).

| | TEATER | RYTMISK MUSIK | KLASSISK MUSIK | I ALT |
|-------------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| <i>Respondenter</i> | 67,3 % (6.649 besvarelser) | 30,6 % (3.022 besvarelser) | 2,1 % (210 besvarelser) | 100 % (9.881 besvarelser) |
| Køn | | | | |
| Kvinde | 75,7 % | 59,2 % | 56,7 % | 70,3 % |
| Mand | 24,0 % | 40,5 % | 42,3 % | 29,5 % |
| Andet | 0,3 % | 0,3 % | 1,0 % | 0,3 % |
| Alderskategorier | | | | |
| Under 30 år | 4,7 % | 3,7 % | 4,3 % | 4,4 % |
| 30-49 år | 16,2 % | 25,3 % | 23,7 % | 19,1 % |
| 50-59 år | 20,3 % | 32,3 % | 24,7 % | 24,1 % |
| 60 år eller derover | 58,8 % | 38,8 % | 47,3 % | 52,4 % |
| Landsdel | | | | |
| Byen København | 19,2 % | 2,2 % | 44,1 % | 14,4 % |
| Københavns omegn | 5,8 % | 1,9 % | 9,5 % | 4,6 % |
| Nordsjælland | 7,4 % | 18,0 % | 14,5 % | 10,8 % |
| Bornholm | 0,1 % | 2,8 % | 0,6 % | 0,9 % |
| Østsjælland | 2,4 % | 6,1 % | 4,5 % | 3,5 % |
| Vest- og Sydsjælland | 4,1 % | 12,7 % | 5,6 % | 6,7 % |
| Fyn | 15,0 % | 15,0 % | 2,2 % | 14,7 % |
| Syddjylland | 4,9 % | 2,9 % | 3,9 % | 4,2 % |
| Østjylland | 28,7 % | 28,2 % | 10,6 % | 28,2 % |
| Vestjylland | 4,6 % | 7,0 % | 1,7 % | 5,2 % |
| Nordjylland | 7,5 % | 2,4 % | 1,7 % | 5,8 % |
| Udland | 0,5 % | 0,9 % | 1,1 % | 0,7 % |

| | TEATER | RYTMISK MUSIK | KLASSISK MUSIK | I ALT |
|--|--------|---------------|----------------|--------|
| Familietypen | | | | |
| Partner uden hjemmeboende børn | 48,9 % | 42,8 % | 42,4 % | 46,9 % |
| Partner med hjemmeboende børn | 14,7 % | 22,5 % | 15,7 % | 17,1 % |
| Enlig uden hjemmeboende børn | 28,4 % | 23,8 % | 30,5 % | 27,0 % |
| Enlig med hjemmeboende børn | 3,5 % | 6,5 % | 6,7 % | 4,5 % |
| Andet | 4,5 % | 4,4 % | 4,8 % | 4,5 % |
| Kræver dine hjemmeboende børn pasning, hvis du skal af sted til en koncert eller en teaterforestilling de næste tre måneder?* | | | | |
| Ja | 37,9 % | 33,2 % | 54,3 % | 36,3 % |
| Nej | 62,1 % | 66,8 % | 45,7 % | 63,7 % |
| Højest gennemførte uddannelse | | | | |
| Grundskole (fx Folkeskole) | 2,4 % | 3,9 % | 2,9 % | 2,8 % |
| Gymnasial (STX, HHX, HF eller HTX) | 4,9 % | 6,8 % | 1,9 % | 5,4 % |
| Erhvervsfaglig udd. (fx. murer, tømrer, elektriker, social- og sundhedsassistent) | 10,4 % | 18,3 % | 1,9 % | 12,6 % |
| Kort videregående uddannelse (under 3 år) | 11,3 % | 14,7 % | 7,2 % | 12,2 % |
| Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år) | 43,0 % | 37,6 % | 22,7 % | 40,9 % |
| Lang videregående uddannelse (5 år eller mere) | 28,1 % | 18,8 % | 63,3 % | 26,0 % |
| Årsindkomst før skat i 2021 | | | | |
| Under 299.000 kr. | 28,7 % | 25,4 % | 32,9 % | 27,7 % |
| 300.000 – 499.999 kr. | 45,6 % | 46,6 % | 43,9 % | 45,8 % |
| 500.000 – 699.999 kr. | 17,0 % | 19,5 % | 15,6 % | 17,7 % |
| 700.000 – 899.999 kr. | 5,0 % | 5,0 % | 5,8 % | 5,0 % |
| 900.000 kr. eller derover | 3,8 % | 3,5 % | 1,7 % | 3,7 % |

*Kun deltagere med hjemmeboende børn har besvaret spørgsmålet om børnepasning.

APPENDIKS: METODE I DETALJE

Undersøgelsen er udarbejdet af Applaus i samarbejde med DEOO og Dansk Teater og er gennemført af Rambøll Management Consulting. I alt har 33 danske kulturinstitutioner deltaget, fordelt på tre forskellige kategorier: teater, rytmisk og klassisk musik.

Rambøll Management Consulting har foretaget alle analyser. Alle besvarelser i spørgeskemaet er anonymiseret. Analyserne baserer sig på simple frekvens- og krydstabeller/diagrammer. Procenttal i rapporten er afrundet til hele tal, hvilket medfører, at tallene i rapporten ikke altid summerer til 100 procent. Hertil er ved ikke-svar ikke medtaget i afrapporteringen.

SPØRGESKEMA OG DATAINDSAMLING

Publikumsundersøgelsen er blevet tilbudt alle medlemmer af DEOO, Dansk Teater og Dansk Live. Relevante kulturinstitutioner (teatre, spillesteder eller musikensembler) som ikke er medlem af de tre organisationer er også blevet tilbudt at deltage i undersøgelsen. Data blev indhentet gennem et web-baseret spørgeskema udsendt via SurveyXact. Alle deltagende kulturinstitutioner modtog et unikt link til spørgeskemaet, som de efterfølgende har delt med deres publikum via nyhedskanaler, som fx nyhedsbreve, sociale medier og hjemmesider. På den måde adspørger spørgeskemaet de deltagende institutioners "kernepublikum"—dem, der aktiv følger og interesserer sig for disse institutioner. Spørgeskemaet er derfor ikke blevet udsendt til aktører, som ikke har givet tilsagn om at modtage informationer fra de deltagende kulturinstitutioner.

Spørgsmålene tager udgangspunkt i de deltagende institutioners publikums egne forståelser og holdninger. Spørgeskemaet havde til formål at udforske publikummets kulturvaner og baggrundsoplysninger. Det indeholder en række faste spørgsmål, som er blevet stillet til alle institutioners publikum på tværs af brancher (teater, rytmisk, klassisk musik). Desuden er der enkelte spørgsmål og formuleringer, som er branchespecifikke.

Dataindsamlingen er foregået i perioden fra den 8. juni til og med den 23. juni 2022. Der er i alt indhentet 9.981 svar, deraf 67,3 % fra teatre, 30,6 % fra rytmiske og 2,1 % fra klassiske musikinstitutioner. Desuden var der 1.176 delvist gennemførte besvarelser, som ikke indgår i det samlede datagrundlag.

Pga. det klassiske musiklivs forholdsmæssigt lave antal deltagende institutioner og respondenter er det vigtigt ikke at overfortolke dets resultaterne, da der er en større usikkerhed for deres branche end for teater og rytmisk musik. Bemærk også, at publikummets gennemsnitsalder er 58,72 år (spændvidde: 16-95), og at publikummet under 30 år kun udgør 4,4 % af respondenter. Bemærk også, at Østjylland er højere repræsenteret end andre områder mht. teater (28,7 %) og rytmisk musik (28,2 %).

Én deltagende institution repræsenterer både et teater og et rytmisk spillested, hvorfor deres publikum har svaret på spørgsmål til begge områder; pga. dette regnes deres publikum i nogle sammenlignende analyser både som teater- og som rytmisk publikum, hvorfor der i nogle tilfælde vises flere end 9.981 besvarelser.

YDERLIGERE VARIABLE

Ud over spørgeskemavariablerne inkluderer rapporten en opdeling af publikummet i low og big spenders.

Low og big spender er kodet på baggrund af spørgsmålene om publikums seneste og kommende seks måneders forbrug på kulturoplevelser. På baggrund af dette er low spenders defineret som respondenter, der har brugt og/eller intenderer at bruge mindre end 6.000 kr. de seneste/kommende seks måneder. Big spenders er defineret som respondenter, der har brugt og/eller intenderer at bruge 6.000 kr. eller mere de seneste/kommende seks måneder.

PARTNERE BAG UNDERSØGELSEN



APPLAUS

Applaus er en selvejende institution, der arbejder med det formål at fremme arbejdet med publikumsudvikling i det danske kulturliv. Det gør vi gennem undersøgelser, undervisning og ved at dele viden om publikumsudvikling. Vi udbyder desuden kurser og læringsforløb for medarbejdere og ledere i det danske kulturliv, hvor man kan arbejde målrettet med sine projekter.

Læs mere her: applaus.nu

RAMBØLL

RAMBØLL MANAGEMENT CONSULTING

Rambøll Management Consulting arbejder med evaluering og analyse, som skaber et bedre grundlag for beslutninger i forretningsudvikling på et organisatorisk niveau og hos den enkelte projektdeltager samt lederskab og kompetenceudvikling på et individuelt niveau.

Læs mere her: dk.ramboll.com/management-consulting

DEOO

DANSKE ENSEMBLER,
ORKESTRE OG OPERAINSTITUTIONER

DEOO

DEOO - Danske Ensembler, Orkestre og Operainstitutioner er interesse- og brancheorganisationen for den levende musiks ensembler, orkestre og operakompagnier i Danmark.

Læs mere her: deoo.dk



DANSK TEATER

DANSK TEATER

Dansk Teater er branche- og arbejdsgiverorganisation for professionelt producerende teatre og scenekunstkompagnier i hele Danmark. Dansk Teaters medlemskare spænder over projektteatre, egnsteatre, små storbyteatre, landsdelsscenerne, teatrene i Det Københavnske Teatersamarbejde, Den Jyske Opera og Det Kongelige Teater.

Læs mere her: danskteater.org