

PUBLIKUMSUNDERSØGELSEN 2025



applaus

Epinion

DEOO
DANSKE ENSEMBLER,
ORKESTRE OG OPERAINSTITUTIONER

DANSK
— LIVE


DANSK-TEATER

INDHOLDSFORTEGNELSE

Om undersøgelsen 3

Fokus på fysisk indsamling i år 6

Gentagende deltagelse øger ekspertise 8

Hvem har svaret? 10

Metode 13

Partnere bag undersøgelsen.....14

TAK TIL

Stor tak til alle deltagende teatre, spillesteder, museer, ensembler, kulturhuse og andre deltagere for deres indsats i dataindsamling og kvalificering af undersøgelsen.

Ud over de deltagende kulturinstitutioner har aktører og tætte samarbejdspartnere fra det danske kulturliv ydet bidrag til udvikling og kvalificering af undersøgelsen eller rapporten.

- Dansk Live
- Dansk Teater
- DEOO – Danske Ensembler, Orkestre og Operainstitutioner
- Epinion

*I rapporten vises afrundede tal.
Enkelte grafer eller statistikker summeres derfor ikke altid til 100%.*

FORFATTER
Applaus

GRAFIKER
Degn Grafisk A/S

OM PUBLIKUMSUNDERSØGELSEN 2025

Publikumsundersøgelsen er en årlig tilbagevendende undersøgelse blandt danske kulturinstitutioners kernepublikum.

I denne rapport beskriver vi udviklingen, der har været blandt de deltagende kulturinstitutioner. Da undersøgelsen har produceret 52 forskellige datasæt (et til hver deltagende institution), afrapporterer vi her de overordnede nøgletal om undersøgelsen og ikke enkelte institutioners resultater.

22.982 respondenter har besvaret spørgeskemaet fordelt på **52** kulturinstitutioner. Respondenterne udgør kernepublikummet fra de deltagende institutioner.



Undersøgelsen er udarbejdet af **Applaus** i samarbejde med **DEOO, Dansk Live og Dansk Teater** og er gennemført af **Epinion**.

Dataindsamlingen foregik i perioden 24. marts - 21. april 2025.

En årlig tilbagevendende undersøgelse – nu endnu mere dynamisk

- Undersøgelsen henvender sig til billetsælgende professionelle scenekunst-institutioner, spillesteder, museer, såvel som klassiske ensembler og koncert-arrangører.
- Undersøgelsen er udviklet pba. et ønske om handlingsorienteret data ved-rørende publikummer blandt danske kulturinstitutioner. De deltagende kultur-institutioner har selv været ansvarlige for at indsamle besvarelser fra deres pub-likum via et digitalt spørgeskema.
- Nyt i dette år er, at online eller fysisk indsamlede besvarelser kan måles separat. Allerede i tidligere år var det muligt både at indsamle data gennem et online-spørgeskema (delt digitalt med nyhedsbrevsmodtagere, følgere på sociale medier, besøgende i institutionerne og tidligere billetkøbere). Sidste år blev institutionerne for første gang opfordret til at indsamle besvarelser fysisk blandt besøgende ude på institutionerne, dog uden at kunne skelne mellem de to metoder i dataanalysen.
- Ligeledes er det nyt i år, at institutioner selv har kunne udvælge hvilke spørgs-mål, der var i deres skema, ud fra et spørgsmålskatalog. Det har givet mulighed for i endnu højere grad at opnå specifik og brugbar viden for hver kulturinsti-tution.

Individuelle rapporter for hver deltagende kulturinstitution

Publikumsundersøgelsen 2025 har til formål at give de deltagende kulturinsti-tutioner et dybere indblik i, hvem deres publikum er. Derfor modtager hver del-tagende kulturinstitution en skræddersyet rapport, der folder resultaterne fra deres dataindsamling ud og kan være med til at give indblik i og forståelse for, hvem deres kernepublikum er.

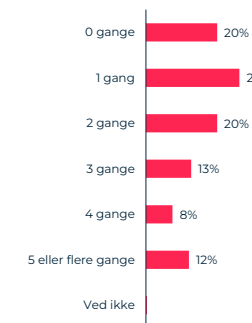
Overordnede resultater

Sådan er publikums besøgsvaner

Figurerne nedenfor viser, hvor ofte jeres publikum har besøgt KULTURINSTITUTION, og i hvilken grad de vil anbefale deres omgangskreds at besøge KULTURINSTITUTION.

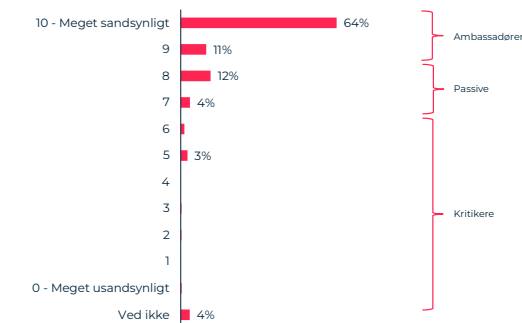
Hvor mange gange har du – inden for de seneste 12 måneder – besøgt KULTURINSTITUTION?

Antal besvarelser: 1000



Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale KULTURINSTITUTION til familie, venner eller kollegaer? (NPS)

Antal besvarelser: 1000



Epinion

Note: Eksempler fra en institutionsspecifik rapport.

FOKUS PÅ FYSISK INDSAMLING I ÅR

Publikumsundersøgelsen 2025 omfatter 52 kulturinstitutioner med i alt 22.982 respondenter. Det svarer til et gennemsnit på ca. 443 respondenter per institution, som er lavere end i 2024 (570). Dette fald skyldes, at Applaus i 2025 har haft øget fokus på datakvalitet, ved at skifte fokus fra online dataindsamling hen til fysisk indsamling blandt besøgende på institutionerne.

Fysisk indsamling producerer en væsentlig bedre datakvalitet, men er dog mere ressourcekrævende og giver markant færre besvarelser. Fysisk indsamling blev allerede omtalt som en mulighed i 2024, og blev anvendt af få institutioner som supplerende til onlineindsamlingen, men blev først meget eksPLICIT anbefalet af Applaus, og systematisk målt, i 2025.

I år indsamlede 34 ud af de 52 deltagende institutioner i alt 2.108 fysiske besvarelser fra deres besøgende. De fysiske besvarelser udgør dermed 9% af hele datasættet. Dette har trukket kræfter fra deres onlineindsamling og har dermed ført til et lavere gennemsnit af respondenter per institution, men det har givet disse institutioner mere præcise data.

Indsamling blandt besøgende = færre, men bedre data

Grunde til, at fysisk indsamling giver meget højere datakvalitet:

- **Bedre kendskab til institutionen:** Mange kulturinstitutioner har online følgere, der ikke har besøgt dem inden for de seneste 12 måneder, eller som slet ikke har besøgt dem – og dermed ikke kender institutionernes seneste tilbud. Ved fysisk indsamling spørger man de faktisk besøgende på dagen om deres oplevelse i institutionen.
- **Mindre bias:** Ved onlineundersøgelser via sociale medier og nyhedsbreve er der en bias i, at nogle demografiske grupper er mere tilbøjelige til at deltage i online undersøgelser end andre, fx kvinder fremfor mænd, ældre fremfor unge, såvel som højtuddannede fremfor personer med kort uddannelse. Ved fysisk indsamling kan man anvende en systematisk nøgle for at adspørge et repræsentativt udsnit af publikummet.
- **Mere balance mellem kritisk og positiv feedback:** Det vil sandsynligvis kun være publikummer, som i forvejen er glade for en kulturinstitution, som vælger at følge den på de sociale medier eller abonnere på et nyhedsbrev. Ved fysisk indsamling rammer man også de personer, som måske kun er taget med, fordi de er blevet inviteret af bekendte. Derved får man et mere nuanceret billede af det faktiske publikum.

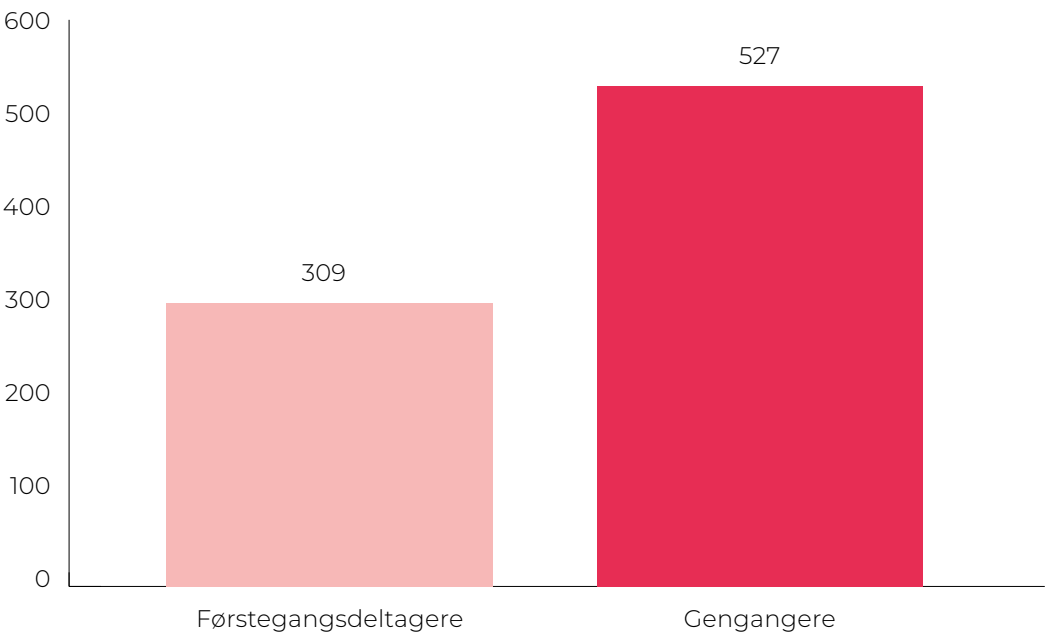
Sammenligning af kulturinstitutioner og antal besvarelser i 2022-2025

	2022	2023	2024	2025
Antal deltagende kulturinstitutioner	33	42	61	52
Antal online respondenter	9.981	16.816	34.771* *Indeholder et lille, ukendt antal fysiske besvarelser	20.874
Antal fysiske respondenter	Ikke en mulighed i 2022	Ikke en mulighed i 2023	Muligt men ikke målt for sig i 2024	2.108
Gennemsnitligt antal respondenter per deltagende kulturinstitution	302	400	570	443

GENTAGENDE DELTAGELSE ØGER EKSPERTISE

Kulturinstitutioner der har deltaget tidligere har 71 % flere besvarelser end nye deltagere

32 af de 52 kulturinstitutioner har deltaget i undersøgelsen i tidligere år. Hos disse kulturinstitutioner er gennemsnittet for antallet respondenter 71 % større end for kulturinstitutioner der deltager for første gang. Tidligere deltagere har et gennemsnitligt respondentantal på 527, hvor førstegangsdeltagere har et på 309.

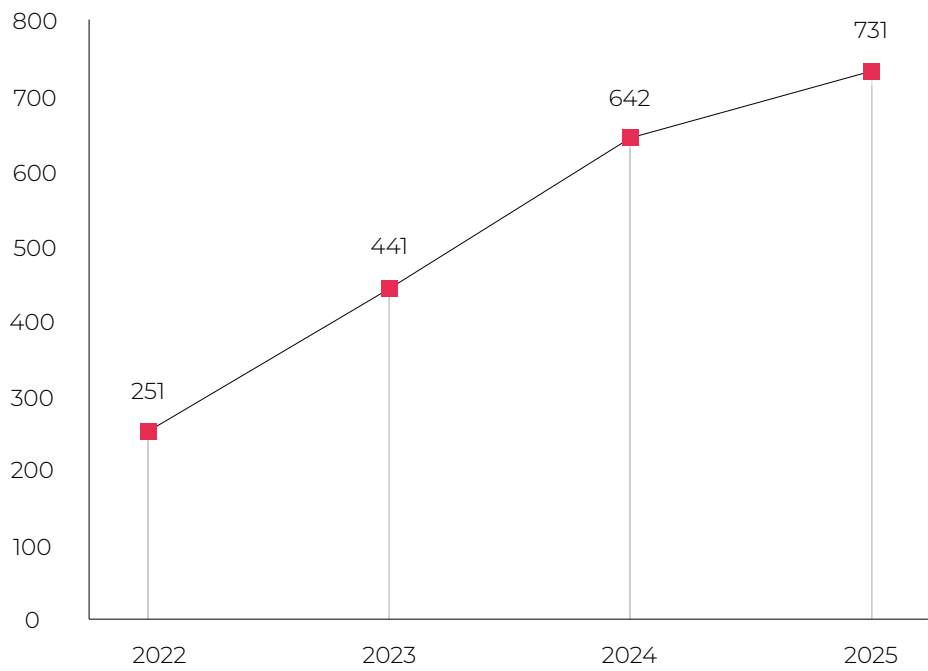


Ekspertise stiger i takt med erfaring

I dette år var det muligt at indsamle data fysisk fra besøgende i institutionen, dette var ikke en målbar mulighed i 2024 og slet ikke en mulighed i 2022-23. I år har 16 gengangere valgt at indsamle fysiske besvarelser fremfor udelukkende at indsamle online, og kan dermed ikke direkte sammenlignes med tidligere år. Kigger man udelukkende på dette års 15 gengangere, som indsamlede på samme måde som tidligere år, er det gennemsnitlige antal respondenter 731. Det er en stigning på 14% fra sidste års 642 respondenter.

GENTAGENDE DELTAGELSE ØGER EKSPERTISE

Gennemsnitlig antal respondenter blandt gengangere ved online indsamling



Som det kan ses, har der over de fire år været en stigning i antallet af respondenter blandt gengangere. Det stabilt stigende antal besvarelser blandt gengangere viser en voksende ekspertise i dataindsamling og en øget prioritering af publikumsdata blandt kulturinstitutioner, der deltager i publikumsundersøgelsen regelmæssigt. Dette hjælper institutionerne med bedre at forstå og derigennem engagere deres publikum. Ud af de 32 institutioner, som er gengangere i undersøgelse, har 27 deltaget i minimum et af Applaus' læringsforløb om god datapraksis.

HVEM HAR SVARET?

Flest ikke-hyppige brugere og kvinder over 56 år

På tværs af de 52 kulturinstitutioner viser datasættene nogle skæve fordelinger på blandt andet køn og alder. Da vi ikke kender kulturinstitutionernes "sande" publikum, populationen, ved vi ikke med sikkerhed, om dette er de reelle fordelinger, eller om det er udtryk for en skævhed i dataet. Da der i år har været en højere del fysiske indsamlinger, kan det antages, at fordelingerne er mere korrekte end tidligere.

Respondenterne i publikumsundersøgelsen 2025 viser en overvægt af kvinder, der udgør 70% af respondenterne, mens mænd udgør 29%, og 1,3% identificerer sig som nonbinær eller ønskede ikke at svare. Det er muligt, at denne overrepræsentation kan skyldes, at kvinder generelt er mere tilbøjelige til at deltage i frivillige undersøgelser.

Kønsfordeling:



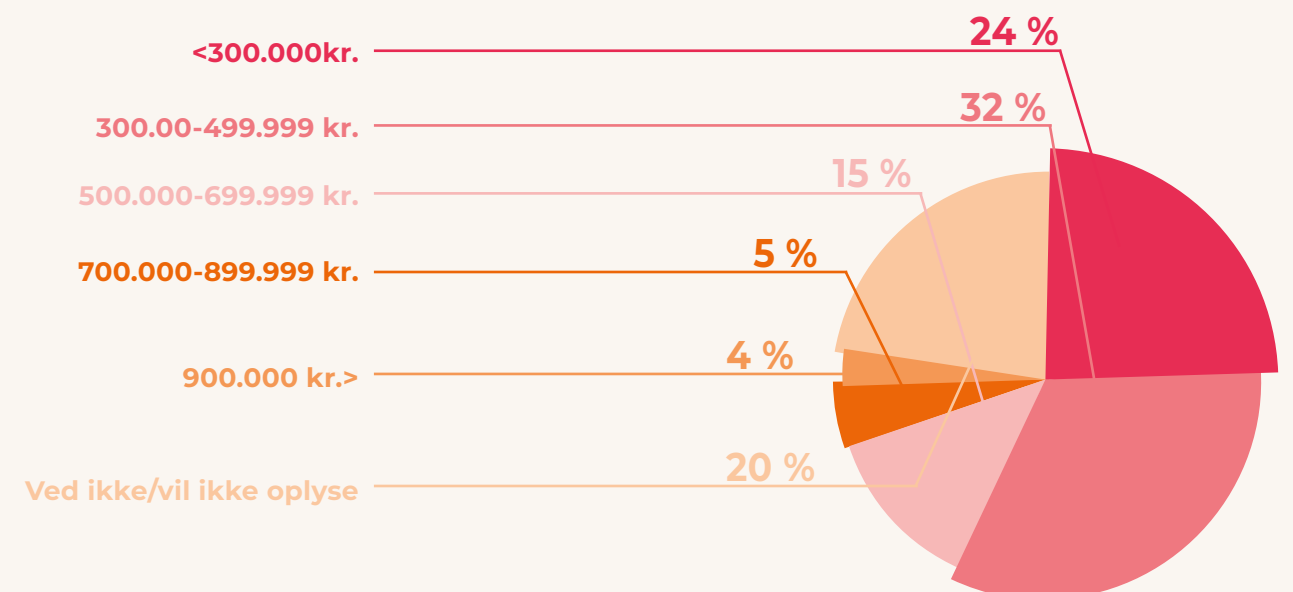
Aldersmæssigt er 62 % af respondenterne 56 år eller ældre, 30 % er mellem 35 og 55 år, og 9 % er under 35 år. Disse fordelinger kan skyldes flere faktorer, men det er generelt sværere at nå yngre aldersgrupper med spørgeskemaer.

Aldersfordeling:

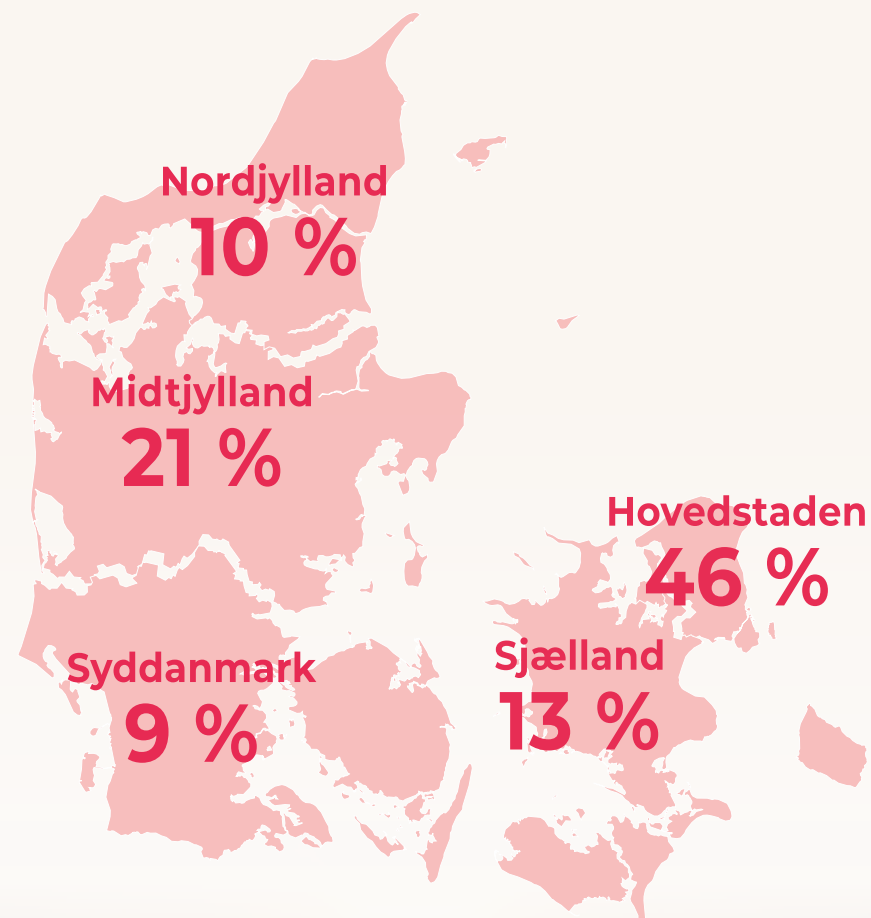


Indkomstfordelingen blandt respondenterne er varieret, med størstedelen (32 %) i intervallet 300.000-499.999 kr., efterfulgt af 24 % med en indkomst på under 300.000 kr., 15 % med en indkomst på 500.000-699.999 kr., og mindre andele i de højere indkomstgrupper, såvel 20 %, som ikke ved det eller ønskede ikke at svare.

Indkomst:



Geografisk fordeler respondenterne sig med 46 % fra Hovedstaden, 21 % fra Midtjylland, 13 % fra Sjælland, 10 % fra Nordjylland og 9 % fra Syddanmark. Disse fordelinger afspejler i vidt omfang også antallet af deltagende institutioner pr. region.



METODE

Undersøgelsen er udarbejdet af Applaus i samarbejde med DEOO, Dansk Live, Dansk Teater og Epinion. Undersøgelsen er gennemført af Epinion. Publikumsundersøgelsen er blevet tilbudt til alle medlemmer af Applaus, dog har det været muligt for alle relevante kulturinstitutioner at tilmelde sig. I alt har 52 danske kulturinstitutioner deltaget, fordelt på fem forskellige kategorier: Scenekunstinstitutioner, spillesteder, museer, kulturhuse, såvel som klassiske ensembler/koncertarrangører.

Besvarelsene blev indhentet gennem et webbaseret spørgeskema. Alle deltagende kulturinstitutioner modtog to unikke links til spørgeskemaet, et til indsamling gennem digitale kanaler og et til fysisk indsamling på institutionen. Da vi ikke kender sammensætningen af de deltagende kulturinstitutioners publikum i sin helhed (dvs. populationen), var det nødvendigt at nå ud til så mange reelle og potentielle publikumsmedlemmer som muligt.

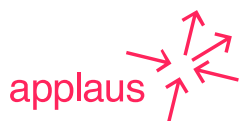
På grund af denne metode, og fordi vi ikke kender hele publikummets sammensætning, kunne respondenterne ikke udvælges efter kvoter. Indsamlingen på onlinefølgere er derfor ikke repræsentativ for alle publikumsmedlemmer med tilfældig deltagelse, men repræsenterer i stedet interesserede følgere af kulturinstitutionerne, som aktivt valgte at deltage. Disse betegnes som institutionernes **"kernepublikum"**. Den fysiske indsamling blandt besøgende i institutionen indsamledes derimod efter systematisk-matematiske kriterier, hvor muligt, og kan dermed forventes at være mere repræsentativt. Dog udgør dette kun 9% af vores datasæt.

Formålet var at udforske publikummets egne forståelser og holdninger. Spørgeskemaet fokuserede på publikums kulturaner og baggrundsoplysninger, og inkluderede både generelle og branchespecifikke spørgsmål. Som noget nyt i 2025, kunne de deltagende kulturinstitutioner frit vælge enkelte spørgsmål og svaroptioner fra vores spørgeskemakatalog, bortset fra få spørgsmål som skulle indgå i alle spørgeskemaer for at kvalitetssikre undersøgelsen. Alt bortset fra demografiske baggrundsspørgsmål og antal besøg, kunne til- og fravælges af institutionerne.

Dataindsamlingen er foregået i perioden den 24. marts - 21. april 2025. Spørgeskemaet er ikke blevet udsendt til aktører, som ikke har givet tilsagn om at modtage informationer fra de deltagende kulturinstitutioner. Der er i alt indhentet 22.982 svar, deraf er 39 % af respondenterne fra 21 teatre, 19 % fra 12 rytmiske spillesteder, 19 % fra 12 andre (kulturhus, kulturcentre, kulturscener eller biografer), 12 % fra 4 museer og 11 % fra 3 klassiske koncertarrangører/ensembler. Alle besvarelses i spørgeskemaet er anonymiseret. Epinion og Applaus har foretaget alle analyser.

De deltagende kulturinstitutioner modtager en individuel, fortrolig rapport om deres respondents resultater, såvel som en benchmarking mod data fra borgerne i institutionens landsdel eller region indsamlet under Applaus' årlige borgerundersøgelse.

PARTNERE BAG UNDERSØGELSEN



Applaus er et nationalt center for publikumsudvikling. Vi hjælper kulturinstitutioner med at kende deres publikum gennem data, viden og værktøjer.

Det gør vi, for at endnu flere borgere får mulighed for at møde kunsten og kulturen, og for at kulturinstitutionerne får kvalificeret viden og inspiration til at arbejde strategisk med publikumsudvikling.

Applaus er finansieret af Kulturministeriet.

Læs mere her: applaus.nu

Epinion

Epinion hjælper destinationer, attraktioner og kulturinstitutioner med datadrevet udvikling. I afdelingen for Turisme, Kultur og Oplevelser kombinerer Epinion en stærk analysefaglighed med et dybdegående kendskab til turisme- og kulturområdet. Epinion hjælper bl.a. nogle af Danmarks største attraktioner og museer såvel som små attraktioner og kulturinstitutioner. Fælles er, at de ønsker at arbejde databaseret, og Epinion hjælper dem med forstå deres kunder, gæster, besøgende og stakeholders.

Læs mere her: epinion.dk

DEOO

DANSKE ENSEMBLER,
ORKESTRE OG OPERAINSTITUTIONER

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 —LIVE

Dansk Live er interesseorganisation for koncertsteder og festivaler i Danmark. Foreningen samler livearrangører fra hele landet og fungerer som talerør, rådgiver og sparringspartner. Vi arrangerer seminarer, kurser og konferencer, der sikrer udvikling og inspiration for livearrangørerne og sikrer fordelagtige aftaler med relevante leverandører.

Læs mere her: dansklive.dk



DANSK·TEATER

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

Læs mere her: danskteater.org