

MINI-RAPPORT:

# KLASSISKE KONCERTERS POTENTIELLE PUBLIKUM – MED EGNE ORD

# FORORD

Klassiske koncerter kan skabe store, fordybende og æstetiske oplevelser, som berører publikum på en måde, der ikke kan opleves andre steder. Alligevel er der mange borgere, som ikke har klassiske koncerter som en fast del af deres kulturvaner. Med denne minirapport ønsker vi at sætte fokus på netop de danskere, som ikke har været til koncert for nylig, men som alligevel udtrykker en motivation og nysgerrighed for at opleve klassisk musik live.

Ved at lytte til borgernes egne ord får vi en værdifuld indsigt i både de barrierer, der holder dem tilbage, og de ønsker, der kan åbne døren til nye publikumsgrupper. Dette giver os et solidt grundlag for at udvikle og styrke relationen mellem koncertinstitutionerne og deres potentielle publikummer, så klassiske koncerter kan opleves som endnu mere nærværende, relevante og tilgængelige.

Vi håber, at rapporten kan inspirere koncertsale, ensembler, orkestre og beslutningstagere til at tænke i nye veje for at invitere flere ind i musikkens univers. For når flere borgere får mulighed for at opleve klassisk musik live, styrkes både fællesskabet og vores kulturelle fundament.

Hvis du er nysgerrig, kig også i vores minirapporter om de potentielle publikummer for scenekunst, rytmiske koncerter og museumsoplevelser.

God læselyst.

Lene Struck-Madsen



Direktør, Applaus

## Om Applaus

Applaus er en selvejende institution finansieret af Kulturministeriet. Applaus arbejder med at hjælpe det danske kulturliv med at nå ud til et større og mere mangfoldigt publikum.

Det gør vi gennem undersøgelser, undervisning og ved at dele viden om publikumsudvikling på tværs af kultursektoren. Vi gør det for, at endnu flere borgere får mulighed for at møde kunsten og kulturen.

Vi baserer vores virke på solid viden fra forskning og undersøgelser fra hele verden og bruger den viden som grundsten i udarbejdelsen af vores egne undersøgelser.

## Om undersøgelsen

### En analyse af det potentielle publikum: motiverede ikke-brugere af klassiske koncerter

Denne minirapport er et tillæg til Applaus' større borgerundersøgelse i 2025 [Fra by til land – hvordan tilgår borgerne kulturoplevelser?](#) (udkommet den 5. marts 2025). Hovedrapporten havde fokus på hvordan borgerne i Danmark møder kulturoplevelser. Den foreliggende minirapports fokus er i stedet på en mindre andel af borgerne: dem, der ikke har oplevet klassiske koncerter i det seneste år, men alligevel har udtrykt en motivation for at opleve det – hvilket vi derfor vil argumentere for udgør potentielle publikummer til klassiske koncerter. I rapporten dykkes der ned i, hvilke motivationer og barrierer disse potentielle publikummer oplever.

Applaus' borgerundersøgelse er udkommet årligt i 2023-2025 og har til formål at undersøge de danske borgeres forbrug af kultur. På den måde leverer undersøgelsen data og indsigter, som kan udgøre et redskab til at videreudvikle relevant og aktuel kultur for alle borgere i alle dele af Danmark. Undersøgelsen i 2025 er gennemført af Epinion på vegne af Applaus. Dataet blev indsamlet fra et udsnit af 2.416 borgere i alderen 15+ år, repræsentativ for alle danske borgere på alder, køn og region. Du kan læse mere i [metodeappendikset](#).

Rapporten er skrevet af Applaus. Den blev offentliggjort den 1. september 2025.

# HVAD HAR VI GJORT?



## Borgerne i deres egne ord: motivationer og barrierer

Som del af Applaus' borgerundersøgelse, blev et repræsentativt udsnit af borgerne bedt om at angive motivationer og barrierer for at opleve kultur. Borgerne havde mulighed for at skrive op til fem kommentarer om hhv. deres motivationer og barrierer for at deltage i de følgende typer kulturoplevelser: scenekunst, rytmiske koncert, klassiske koncert eller museumsbesøg. Borgerne brugte deres egne ord og tilknyttede hver kommentar til én af de adspurgte typer kulturoplevelser, hvis typen var relevant for dem. I alt blev der indsamlet over 7.000 meningsfulde kommentarer om motivationer og over 6.500 om barrierer.

På grund af deres store antal blev kommentarerne efterfølgende analyseret af en trænet AI og inddelt i meningsfulde kategorier. Hver kommentar kunne indgå i flere kategorier. Nogle af disse kategorier, som vores AI fremhævede, repræsenterede meget lignende emner, og derfor har vi slået dem sammen, hvor det gav mening. Du kan læse mere om det i [metodeappendikset](#).

## Definition: det "Potentielle publikum"

Blandt de adspurgte borgere var der en del, som ikke havde deltaget i oplevelser inden for klassiske koncerter indenfor de seneste 12 måneder – de såkaldte ikke-brugere. Blandt ikke-brugerne fandtes dog en del borgere, som alligevel frivilligt angav meningsfulde motivationer for at gå til klassiske koncerter. Disse borgere havde altså en stor nok tilknytning til klassiske koncerter til, at de frivilligt udtrykte, hvad de ønsker at få ud af det, *selvom de ikke havde oplevet det på det seneste*.

Vi vurderer derfor, at denne gruppe ikke-brugere, har potentiale til at blive fremtidige brugere, da de har en vis interesse for klassiske koncerter – dels da de har brugt tid på at skrive en motivation, og dels da de er i stand til at sætte ord på hvad de ønsker. På baggrund af det, vil vi derfor omtale dem det "potentielle publikum" i de følgende afsnit.

Ved at forstå det potentielle publikums motivationer og barrierer for klassiske koncerter, kan kulturinstitutioner begynde at overveje, hvordan deres behov kan opfyldes – så at disse interesserede potentielle publikummer måske kan omdannes til faktiske publikummer.

# MOTIVATIONER OG BARRIERER FOR KLASSISKE KONCERTERS "POTENTIELLE PUBLIKUM"

## KORT SAGT:

- ▶▶ **Det potentielle klassiske koncertpublikum er ude efter en storslået oplevelse, som gerne må være sjov og afslappende. Desuden sætter lige så mange potentielle publikummer pris på en musikalsk og æstetisk stærk oplevelse som blandt det besøgende publikum.**  
*"Fordybe sig i klassisk musik og få en oplevelse man ikke kan få gennem streamingtjenester"*  
*"En anderledes og ekstraordinær oplevelse"*
- ▶▶ **Dog ser nogle af dem klassiske koncerter som for dyre og ikke relevante nok til, at de ville opsøge dem.** *"Det er dyrt og det er svært at finde noget musik jeg kan lide"* *"Det er ikke spændende nok"*
- ▶▶ **Hvis koncertarrangører kan spille ind i opfattelsen af klassiske koncerter som storslåede, musikalsk smukke og alligevel sjove og afslappede oplevelser, og samtidig kan overbevise om den økonomiske værdi af deres tilbud, kan det muligvis trække nogle af disse ikke-aktive publikummer i koncertsalen.**

## Hvem er klassiske koncerter "Potentielle publikum"?

76% af borgerne har ikke oplevet en klassisk koncert i det seneste år. Dog har 21% af disse ikke-brugere alligevel angivet et meningsfuldt svar når spurgt "Hvad ønsker du at få ud af (...) klassiske koncerter? Venligst (...) notér op til fem forskellige motivationer." Dermed fortolker vi det, som at hver femte blandt ikke-publikummet er det potentielle publikum, som muligvis alligevel kan fristes til at købe en billet.

Dette "potentielle publikum" for klassiske koncerter har følgende karakteristika:

- Det består af lige dele mænd og kvinder.
- 7 ud af 10 af dem er i alderen 35+ år.
- En tredjedel af dem tjener mindre end 250.000 kr. om året, mens en fjerdedel tjener 350.000-500.000 kr. om året.
- Hver fjerde af dem bor i København eller omegn, mens hver ottende bor i Sydjylland, hhv. hver niende i Nord- og Østjylland og hhv. hver tiende i Vestjylland såvel som Vest- og Sydsjælland.

# MOTIVATIONER

En tredjedel af det potentielle klassiske musikpublikum ønsker at opleve en mindeværdige begivenhed ("oplevelsesværdi"), som de kan tænke tilbage på. Deruover ønsker hver fjerde "sjov og afslapning" til en koncert. Det er vores samlede betegnelse for at opleve følelser som glæde, begejstring eller rørende øjeblikke, at blive underholdt på en engagerende, sjov eller spændende måde eller at koble fra dagligdagens rutiner og finde ro eller fornyet energi.

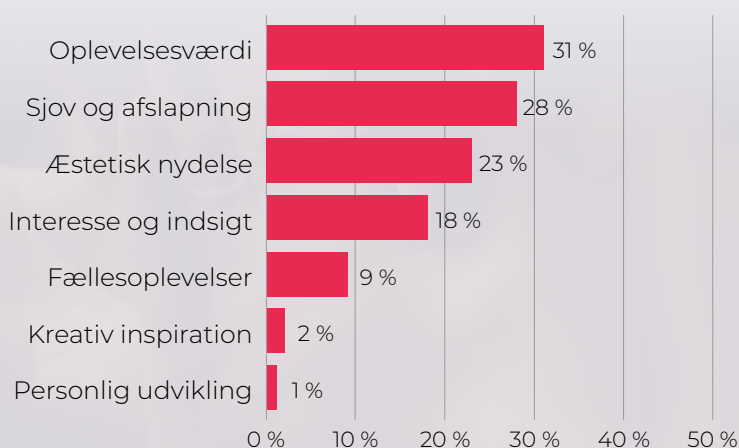
Næsten hver fjerde ønsker sig "æstetisk nydelse", som dækker over at opleve glæde ved musik, enten gennem lytning, deltagelse eller opdagelse af nye musikalske indtryk, såvel som glæden ved smukke, visuelle eller sanselige indtryk, der taler til den æstetiske sans.

Hver femtes kommentarer kan desuden kategoriseres under "interesse og indsigt", som vi bruger til at sammenfatte kommentarer om at fordybe sig i personlige interesser eller hobbyer gennem kulturoplevelser, at tilegne sig ny viden, forståelse eller dybere indsigt i et emne, såvel som at opnå en større forståelse for historiske begivenheder, traditioner eller kulturelle sammenhænge.

I andre analyser ser vi, at det besøgende koncertpublikum har lignende motivationer, dog er ønsket om fokus på den musikalsk-æstetiske oplevelse vigtigere blandt det potentielle publikum.

## KLASSISKE KONCERTERS POTENTIELLE PUBLIKUMMER

### Motivationer – Hvad ønsker du at få ud af klassiske koncerter?



Note: Antal respondenter: 383. Viser andelene kun blandt ikke-brugerne for klassiske koncerter, som alligevel angav meningsfulde motivationer for at opleve dem. Spørgsmålet blev stillet alle borgere i panelet, som havde tidligere angivet, at de ikke havde oplevet de klassiske koncerter i de seneste 12 måneder. Det konkrete spørgsmål var: "Hvad ønsker du at få ud af en kulturoplevelse, hvis du skulle besøge et kulturtilbud? Med kulturtilbud menes teater og scenekunstoplevelser, rytmiske koncerter, klassiske koncerter/opera og museumsoplevelser eller udstillinger. Venligst brug 1-2 minutter på at notere i hver sin boks nedenfor op til fem forskellige motivationer for en kulturoplevelse og brug drop-down menuen til at angive typen af kulturtilbud, som det er relevant for". Svarene er derefter blevet kategoriseret af en AI.

”

1: Udvide min horisont.  
2: Opleve klassiske musikstykker, der har forandret verden.

”

Genkendelsens glæde.

”

Opleve det live.

”

Sjov, musik og oplevelse.

”

Oplevelsen af at mærke efter egne følelser.

”

Tankerne kan flyve.

”

Klassisk ro og nydelse – skal være alene eller med partner.

”

Nogen man kan se med andre.

”

Det skal være noget, man kender.

”

For almen dannelse.

”

Andet input end dagligdagen.

”

Bredere kulturel forståelse.

”

Fordybe sig i klassisk musik og få en oplevelse, man ikke kan få gennem streamingtjenester.

”

Fodrer sjælen. Giver indtryk og stimuli.

”

Det skal være spændende at se.

”

Strauss-koncert med et kendt symfoniorkester.

”

En anderledes og ekstraordinær oplevelse.

”

Det er slet ikke mig, men blev jeg inviteret, ville jeg nok tage med bare for oplevelsen.

”

Være sammen med venner.

”

Det er en helt unik oplevelse af følelser.

”

Interesseret i kunstneren.

”

Hengivelse til nydelse.

”

En fælles oplevelse og musik, der går dybt ind i kroppen og sidder og summer efter.

”

Uddybning af mine kulturelle færdigheder.

”

Har gjort det før i tiden og kan godt lide den massive bølge af lydindtryk, som en koncert kan give.

”

Det skal være noget klassisk musik, jeg kender – ikke moderne.

# BARRIERER

En fjerdedel af det potentielle publikum synes dog, at deres økonomi forhindrer dem i at opleve en klassisk koncert, dvs. at det vurderes som for dyrt, eller at økonomiske prioriteringer gør det vanskeligt at deltage. Hver femte synes desuden, at koncerterne mangler "personlig relevans" for dem, som samler kommentarer om manglende interesse for oplevelser, der ikke matcher personlige præferencer, såvel som at tilbuddet ikke opfattes som relevant eller meningsfuldt.

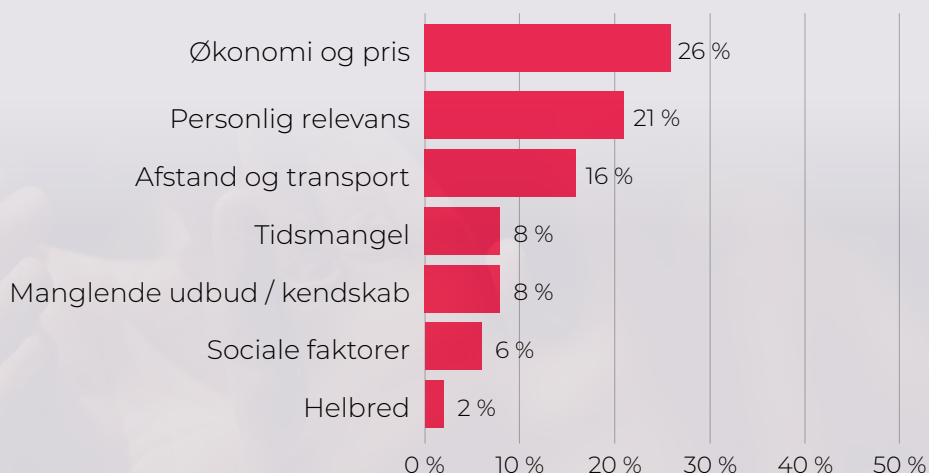
Begge disse faktorer kan ses som et udtryk for en manglende værdsættelse af tilbuddet, i lyset af pengene man skulle bruge på det – og er dermed et spørgsmål om opfattelsen af tilbuddets relevans og den dermed tilknyttede personlige prioritering af penge og muligvis også tid.

Samtidigt synes hver sjette, at "afstand og transport" hen til en klassisk koncert er et problem. Denne kategori beskriver kommentarer om lang rejsetid, besværlig transport eller udfordringer med at komme til og fra koncertstedet. Her viser en bopælsanalyse, at det er påvirket af hvilken type kommune man bor i: Publikummer der bor i provinsby-, oplands- eller landkommuner, angiver signifikant oftere afstand som en barriere (hhv. 15%, 25%, 41%) i forhold til borgere i hovedstads- og storbykommuner (hhv. 5% og 3%).

Desuden angiver færre borgere i landkommuner, at de savner udbud eller mangler kendskab til det (1%) end i provinsby-, storby- eller hovedstadskommuner (hhv. 13%, 10%, 10%).

## KLASSISKE KONCERTERS POTENTIELLE PUBLIKUMMER

### Barrierer – Hvad afholder dig fra at besøge klassiske koncerter?



Note: Antal respondenter: 383. Viser andelene kun blandt ikke-brugerne for klassiske koncerter, som alligevel angav meningsfulde motivationer for at opleve dem. Spørgsmålet blev stillet alle borgere i panelet, som havde angivet tidligere, at de ikke havde oplevet klassiske koncerter i de seneste 12 måneder. Det konkrete spørgsmål var: "Hvad afholder dig fra at besøge teater og scenekunstopplevelser, rytmiske koncerter, klassiske koncerter/opera og museumsoplevelser eller udstillinger? Venligst brug 1-2 minutter på at notere op til fem forskellige barrierer for kulturoplevelser i hver sin boks nedenfor og brug drop-down menuen til at angive typen af kulturtilbud, som det er relevant for". Svarene er derefter blevet kategoriseret af en AI.

Vi bruger Danmarks Statistiks definition af kommunetyper. Her en kort opsummering: Hovedstadskommuner ligger i og omkring København. Storbykommuner er i Aarhus, Odense og Aalborg. Provinsbykommuner har en by med mindst 30.000 indbygger. Oplandskommuner har ikke selv store byer i deres kommune, men ligger i nærheden af mange arbejdspladser (fx i store byer). Landkommuner har hellere ikke store byer men ligger til gengæld længere væk fra steder med mange arbejdspladser end oplandskommuner. Se Danmarks Statistiks website for en præcis definition af alle kommunetyperne: <https://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/homenklaturer/kommunegrupper>

Prioritering mellem andre aktiviteter.

Jeg gider ikke gå ALENE.

Jeg skal med offentlig transport, og togdriften i Danmark er rædselsfuld.

Billetprisen.

For langt dertil.

Afstand og samlet pris for billet og rejse.

Ikke min store interesse, men er lidt nysgerrig.

Ofte lang rejsetid.

Afstand – det er ikke ret tit, at jeg kan køre mere end en time for en oplevelse.

Tiden – for meget arbejde.

Økonomi. Er ikke opmærksom på begivenheder.

Kørsel.

Finde tid.

Det er dyrt, og så kender jeg ikke så mange, der vil med.

Prisen er alt for høj.

Kedeligt.

Prisen på indgang.

Det er lettere tilgængeligt for folk, der allerede interesserer sig for kultur, mens andre måske kan opfatte flere kulturtilbud som "højtravende".

Det er dyrt, og det er svært at finde noget musik, jeg kan lide.

Helbred.

Viden.



# METODEAPPENDIKS

Denne minirapport er et tillæg til Applaus' større borgerundersøgelse i 2025 med hovedrapporten [Fra by til land – hvordan tilgår borgerne kulturoplevelser?](#) (udkommet den 5. marts 2025). Applaus' borgerundersøgelse er udkommet årligt i 2023-2025 og har til formål at undersøge de danske borgeres forbrug af kultur. På den måde leverer undersøgelsen data og indsigter, som kan udgøre et redskab til at videreudvikle relevant og aktuel kultur for alle borgere i alle dele af Danmark.

Som en del af borgerundersøgelsen i 2025, blev et repræsentativt udsnit af borgerne bedt om frivilligt at angive motivationer og barrierer for at opleve kultur. Borgerne havde mulighed for at skrive op til fem kommentar om hhv. deres motivationer og barrierer for at opleve kulturtyperne: teater og scenekunst, rytmisk koncert, klassisk koncert, såvel som museumsoplevelser og udstillinger. Borgerne brugte altså deres egne ord og tilknyttede hver kommentar til én af de adspurgte kulturtyper, hvis typen var relevant for dem. I alt blev der indsamlet 7.987 meningsfulde kommentarer om motivationer og 7.414 om barrierer.

På grund af det store antal blev kommentarerne efterfølgende analyseret af en trænet AI og inddelt i meningsfulde kategorier. Hver kommentar kunne indgå i flere kategorier. Nogle af disse kategorier, som vores AI fremhævede, repræsenterede meget lignende emner, og derfor har vi senere slået dem sammen, hvor det gav mening.

Blandt de adspurgte borgere var der en del, som ikke havde deltaget i oplevelser inden for kulturtyperne teater og scenekunst, rytmisk koncert, klassisk koncert eller museumsoplevelser og udstillinger indenfor de seneste 12 måneder – de såkaldte ikke-brugere for hver kulturtype. Blandt ikke-brugerne for en kulturtype fandtes dog en del borgere, som alligevel frivilligt angav meningsfulde motivationer for den relevante kulturtype. Disse borgere havde altså en stor nok tilknytning til kulturtypen til, at de frivilligt udtrykte, hvad de ønsker at få ud af den, selvom de ikke havde oplevet den i det seneste år.

Vi vurderede derfor, at denne gruppe af ikke-brugere, har potentiale til at blive fremtidige brugere, da de har en vis interesse for den relevante kulturtype – dels da de har brugt tid på at skrive en motivation, og dels da de er i stand til at sætte ord på hvad de ønsker. I den foreliggende minirapport viser vi fordelingen af motivations- og barrierekategorierne for de motiverede ikke-brugere for klassisk koncert og omtaler dem som et "potentielt publikum".

Dataet blev indsamlet af Epinion på vegne af Applaus fra et udsnit af 2.416 borgere i alderen 15+ år, repræsentativ for alle danske borgere på alder, køn og region. Det blev indsamlet via et spørgeskema, som blev udsendt til et onlinepanel i perioden 20. december 2024 - 10. januar 2025. Alle resultater i rapporten er vægtet efter køn, alder og region. Du kan læse mere i hovedrapporten [Fra by til land – hvordan tilgår borgerne kulturoplevelser?](#)

Analyserne i denne minirapport er foretaget af Applaus pba. data indsamlet og kategoriseret med hjælp AI af Epinion. Rapporten er skrevet af Applaus.



# KATEGORISERING AF BORGERNES KOMMENTARER

Nedenunder viser vi kategorierne, som vores trænede AI har dannet ud fra borgernes egne kommentarer og definitioner. Da nogle af disse AI-genererede kategorier repræsenterede meget lignende emner, har vi slået dem sammen, hvor det gav mening.

## MOTIVATIONER

KATEGORI	DEFINITION	EKSEMPLER FRA KOMMENTARENE
<b>Sjov og afslapning</b>	En sammenslutning af Als kategorier <i>glæde og emotionel værdi</i> (at opleve følelser som glæde, begejstring eller rørende øjeblikke, der giver følelsesmæssig værdi), <i>underholdningsværdi</i> (ønske om at blive underholdt på en engagerende, sjov eller spændende måde) og <i>afslapning og afbræk fra hverdagen</i> (at koble fra dagligdagens rutiner og finde ro eller fornyet energi).	<i>Godt humør, der er med til at gøre mig glad og give mere energi. (...) Have noget at glæde sig til.</i>  <i>Blive underholdt.</i>  <i>Muligheden for at glemme hverdagens problemer.</i>
<b>Interesse og indsigt</b>	En sammenslutning af Als kategorier <i>interesse dyrkelse</i> (at fordybe sig i personlige interesser eller hobbyer gennem kulturoplevelser), <i>læring, viden og indsigt</i> (at tilegne sig ny viden, forståelse eller dybere indsigt i et emne) og <i>historisk og kulturel indsigt</i> (at opnå en større forståelse for historiske begivenheder, traditioner eller kulturelle sammenhænge).	<i>At lære noget interessant om verden omkring mig.</i>  <i>Teaterstykke om noget der interesserer i forvejen.</i>  <i>Jeg kan godt lide at se noget historisk og give mig en forståelse af udviklingen.</i>
<b>Oplevelsesværdi</b>	Ønsket om at få mindeværdige oplevelser	<i>Gode oplevelser, man kan tænke tilbage på og mindes.</i>
<b>Fællesoplevelse</b>	En sammenslutning af Als kategorier <i>socialt samvær</i> (ønsket om at dele kulturoplevelser med andre (fx familie eller venner) og styrke relationer gennem fælles aktiviteter) og <i>fællesskab</i> (oplevelsen af at være en del af et større fællesskab, der deler interesser eller værdier).	<i>Koncerter med mange mennesker giver en følelse af, at man er fælles er sammen om noget.</i>  <i>Følelse af at være en del af noget større (fællesskab).</i>
<b>Æstetisk nydelse</b>	En sammenslutning af Als kategorier <i>æstetisk nydelse</i> (glæden ved smukke, visuelle eller sanselige indtryk, der taler til æstetisk sans) og <i>musikalsk nydelse</i> (at opleve glæde ved musik, enten gennem lytning, deltagelse eller opdagelse af nye musikalske indtryk).	<i>Se noget smukt.</i>  <i>Lysten til at lytte til andet end hvad jeg kan få på plade.</i>
<b>Kreativ inspiration</b>	At blive inspireret til egen kreativitet eller nye måder at tænke og udtrykke sig på.	<i>Jeg holder meget af forskellige former for teater og scenekunst, fordi jeg tit oplever at blive positiv påvirket og inspireret til nye ideer i mit liv eller måder at tænke anderledes på.</i>
<b>Personlig udvikling</b>	Motivation for at udvikle sig selv, udfordre egne perspektiver eller styrke personlige kompetencer.	<i>Blive udfordret på mine holdninger.</i>

# KATEGORISERING AF BORGERNES KOMMENTARER

Ligesom med motivationerne er følgende syv barrierer kategorier dannet ud fra borgernes egne kommentar og definitioner.

## BARRIERER

EMNE	DEFINITION	EKSEMPLER FRA KOMMENTARENE
<b>Økonomi og pris</b>	Oplevelsen vurderes som for dyr, eller økonomiske prioriteringer gør det vanskeligt at deltage.	<i>Priserne er for høje i forhold til min indtægt.</i>
<b>Personlige relevans</b>	En sammenslutning af Als kategorier <i>personlige præferencer og uinteressant</i> (manglende interesse for live-kultur generelt eller specifikke oplevelser, der ikke matcher personlige præferencer) og <i>indholdets relevans</i> (tilbuddet opfattes ikke som relevant eller meningsfuldt).	<i>Interessen er der simpelthen bare ikke. Manglende relevans for min målgruppe.</i>
<b>Afstand og transport</b>	Lang rejsetid, besværlig transport eller udfordringer med at komme til og fra oplevelsen.	<i>Afstanden og ringe trafikforbindelser især om aftenen.</i>
<b>Tidsmangel</b>	En sammenslutning af Als kategorier <i>tidsmangel</i> (en travl hverdag med arbejde, familie eller andre forpligtelser efterlader ikke tid til kulturoplevelser) og <i>tidspunktet</i> på dagen eller året (oplevelsen af, at arrangementernes tidspunkt ikke passer ind i ens daglige rutiner eller sæsonbestemte aktiviteter).	<i>Jeg har en stor familie og mange fritidsinteresser, så det kniber med tiden. Københavns museer har kun åbent i arbejdstiden i hverdagene.</i>
<b>Manglende udbud / kendskab</b>	Manglende viden om relevante tilbud eller oplevelser, eller et begrænset kulturelt udbud i nærområdet.	<i>Mangel på viden omkring hvilke tilbud der er tæt på mig.</i>
<b>Sociale faktorer</b>	Udfordringer relateret til manglende selskab, usikkerhed i sociale situationer eller oplevelsen af, at live-kultur ikke passer ind i ens sociale netværk.	<i>Jeg har ingen at følges med.</i>
<b>Helbred</b>	Fysiske eller helbredsmæssige begrænsninger, der gør det svært at deltage, herunder tilgængelighedsproblemer.	<i>Ville gerne, men rygsmerter er en stor hindring. Adgangsforhold for kørestole.</i>



applaus

Applaus er finansieret af Kulturministeriet



Billeder:

Forside, s. 5, 6, 7 - Concerto Copenhagen & Mathias Løvgreen

S. 3, 4 - Stock photo, istockphoto.com

S. 8 - Unsplash, Alana Harris

S. 8, bagside - Unsplash, Alev Takil

Undersøgelsen er udarbejdet af Applaus  
i samarbejde med Epinion

Grafik: Degn Grafisk

Du kan se hele undersøgelsens data  
på vores webside [applaus.nu](https://applaus.nu)



applaus



Epinion

