



MINI-RAPPORT:

RYTMISKE KONCERTERS POTENTIELLE PUBLIKUM – MED EGNE ORD

FORORD

Rytmiske koncerter er for mange forbundet med glæde, fællesskab og mindeværdige musikalske oplevelser – men der er stadig mange borgere, som ikke har koncerter som en naturlig del af deres kulturvaner. Med denne minirapport ønsker vi at sætte fokus på netop de danskere, der ikke har været til koncert for nylig, men som alligevel udtrykker en motivation og nysgerrighed for at opleve rytmisk livemusik.

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 spillestederne og deres potentielle publikummer, så rytmisk livemusik kan opleves som endnu mere nærværende, relevant og tilgængelig.

Vi håber, at rapporten kan inspirere arrangører, spillesteder og beslutningstagere til at tænke i nye veje for at invitere flere med ind i koncertoplevelsen. For når flere borgere får mulighed for at dele musikken live, styrkes både fællesskabet og vores kulturelle fundament.

Hvis du er nysgerrig, kig også i vores minirapporter om de potentielle publikummer for scenekunst, klassiske 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 rytmiske 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 rytmiske 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 rytmiske 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 en 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 i [metodeappendikset](#).

Definition: det "Potentielle publikum"

Blandt de adspurgte borgere var der en del, som ikke havde deltaget i oplevelser inden for rytmiske 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 rytmiske koncerter. Disse borgere havde altså en stor nok tilknytning til rytmiske 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 rytmiske 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 rytmiske koncerter, kan kulturinstitutioner begynde at overveje, hvordan deres behov kan opfyldes – så at disse interesserede potentielle publikummer måske kan omdannes til faktiske publikummer.

03

RYTMISKE KONCERTERS "POTENTIELLE GÆSTER"

KORT SAGT:

- Det potentielle publikum til rytmiske koncerter ser det som en primært sjov, afslappende og musikalsk æstetisk aktivitet, hvor man kan skabe en mindeværdig oplevelse sammen med andre.
"En musikalsk oplevelse med musik jeg kan lide og gerne hører"
"God musik samvær med venner"
- Dog ser hver fjerde koncerterne som for dyre til, at de vil opsøge dem og hver sjette synes ikke at de er relevante nok for dem selv. Her skal man huske, at de taler om økonomi og pris ud fra deres værdsættelse af rytmisk livemusik, hvilket altså i højere grad betyder en manglende opfattelse af værdi for pengene og dermed ligeledes manglende interesse.
"Prisen for billetter"
"Det plejer at være dyrere end hvad jeg vil give for en koncert"
- Hvis koncertarrangørerne kan understrege det sjove, afslappende og musikalske eller det æstetiske aspekt af rytmiske koncerter – samtidigt med, at de kan vise, at det er pengene værd – kan disse potentielle publikummer måske overbevises om at oplevelsen ikke er for dyr trods alt.

Hvem er rytmiske koncerter "Potentielle publikum"?

55% af borgerne har ikke oplevet en rytmisk koncert i det seneste år. 29% af disse ikke-brugere har dog alligevel angivet et meningsfuldt svar når spurgt "Hvad ønsker du at få ud af (...) rytmiske koncerter? Venligst (...) notér op til fem forskellige motivationer." *Dermed tolker vi det som, at næsten en tredjedel ikke-koncertgængere kan være et potentielt publikum for rytmiske koncerter.*

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

- Det består af lige dele mænd og kvinder.
- Tre fjerdedele af dem er i alderen 35+ år.
- En tredjedel af dem tjener mindre end 250.000 kr. om året, men hver fjerde tjener 350.000-500.000 kr. om året.
- En fjerdedel af dem bor i København eller omegn, mens hhv. hver ottende bor i Sydjylland og i Østjylland, og hhv. hver niende niende i Nordjylland og Vestjylland.

MOTIVATIONER

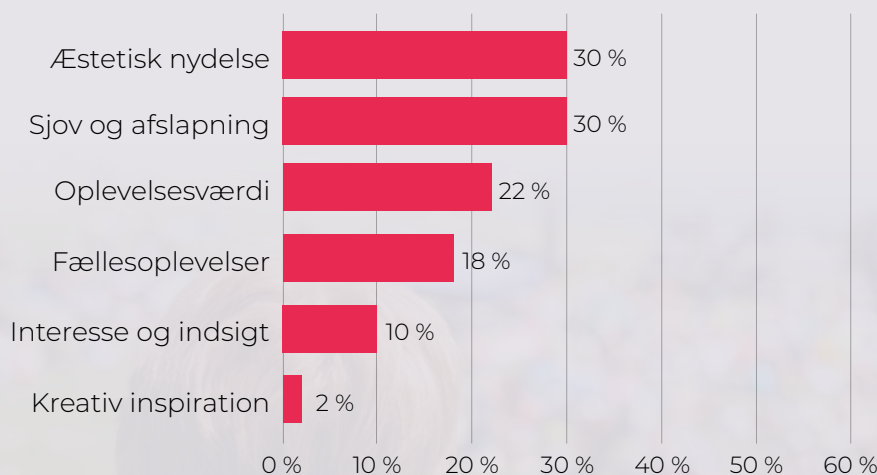
Cirka hver tredje blandt det potentielle publikum ønsker sig "sjov og afslapning", som er vores samlede betegnelse for at opleve følelser som glæde, begejstring eller rørende øjeblikke, at blive underholdt på en engagerende, sjov eller spændende måde eller at koble fra dagligdagens rutiner og finde ro eller fornyet energi.

Ligeledes ønsker hver tredje sig "æstetisk nydelse", som dækker over glæden ved smukke musikalske, visuelle eller sanselige indtryk, der taler til den æstetiske sans såvel som opdagelse af nye musikalske indtryk. Hver femte ønsker sig desuden "oplevelsesværdi", dvs. en mindeværdig oplevelse. Næsten hver femte er motiveret af en "fællesoplevelse", dvs. at dele kulturoplevelser med andre (fx familie eller venner) og styrke relationer gennem fælles aktiviteter såvel som at være en del af et større fællesskab, som deler interesser eller værdier.

Interessant er det, at det besøgende koncertpublikum ligeledes er primært motiveret af de samme motivations-kategorier, som en separat analyse viser. Det potentielle publikums ønsker lader dermed til at være realistiske og mulige at indfri.

RYTMISKE KONCERTERS "POTENTIELLE GÆSTER"

Motivationer – Hvad ønsker du at få ud af rytmiske koncerter?



Note: Antal respondenter: 383. Viser andelen kun blandt ikke-brugerne for rytmiske 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 rytmiske 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.

"

Hører gerne de store navne, både i DK og udland.

"

Livemusik er altid en stor oplevelse – opleve dygtige musikere.

"

Kendt kunstner, som jeg godt kan lide, i Royal Arena.

"

God gammeldags, swingende jazzmusik.

"

Atmosfæren, hyggen, kunstnere, oplevelsen.

"

Det skal være sjovt og noget, jeg interesserer mig for.

"

Underholdning.

"

Du kan opdage en helt ny genre, som du elsker.

"

Det er sjovt at være til koncert.

"

Hvis der er fx dans eller noget baggrundsunderholdning.

"

Ikke langt fra bopæl – noget musik, jeg kan lide – let adgang til parkering eller offentlig transport – ikke for dyrt.

"

Det er hyggeligt, at man kan se det som familie.

"

Underholdende.

"

God musik, man kan danse til.

"

Se et band, jeg holder af, som jeg aldrig har set tidligere.

"

God stemning.

"

Glæde ved musik.

"

En fælles oplevelse med familie eller venner.

"

Fællesskab.

06

BARRIERER

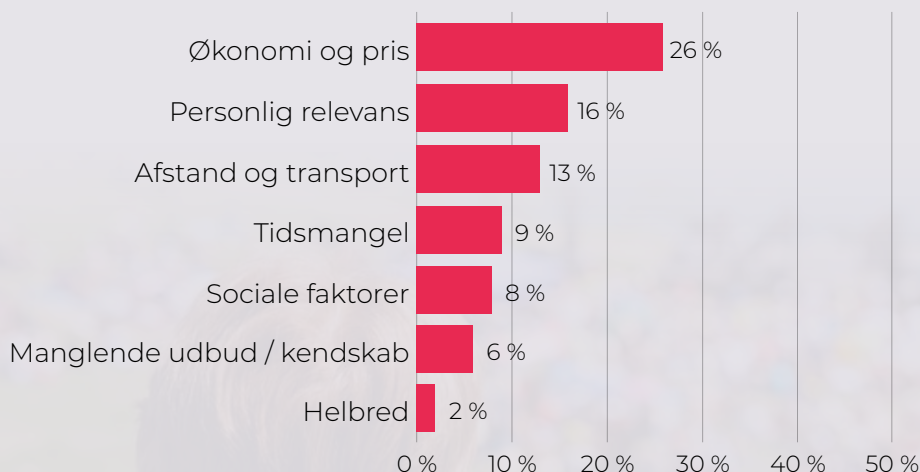
Hver fjerde blandt det potentielle publikum synes dog, at deres økonomi afholder dem fra at opsøge rytmiske koncerter, dvs. at oplevelsen vurderes som for dyr, eller at økonomiske prioriteringer gør det vanskeligt at deltage. Samtidigt savner hver sjette "personlig relevans", som dækker over manglende interesse for live-kultur generelt eller specifikke oplevelser, der ikke matcher personlige præferencer, såvel som at tilbuddet ikke opfattes som relevant eller meningsfuldt nok.

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 personlig prioritering af penge. Det gælder muligvis også kategorien "tidsmangel", omtalt af hver ellefte, som dækker såvel konkret tidsmangel pga. en travl hverdag eller et forkert tidspunkt på dagen.

Hver syvende synes desuden, at koncerterne foregår for langt væk fra hvor de bor, med lang rejsetid, besværlig transport eller udfordringer med at komme til og fra oplevelsen. Her ses der forskelle på tværs af kommunetyper¹: Borgere der bor i oplands- og landkommuner, angiver signifikant oftere afstand som en barriere (hhv. 21%) i forhold til borgere i hovedstads- og storbykommuner (hhv. 7%).

RYTMISKE KONCERTERS "POTENTIELLE GÆSTER"

Barrierer – Hvad afholder dig fra at besøge rytmiske koncerter?



Note: Antal respondenter: 383. Viser andelen kun blandt ikke-brugerne for rytmiske 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 rytmiske 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.

¹Vi 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>

"

DK er for lille for de største kunstnere.

"

Musik, der ikke falder i smag.

"

Desværre finder de fleste rytmiske koncerter sted langt fra min bopæl.

"

Kender ikke artisten.

"

Økonomi.

"

Mangler en at gøre det sammen med.

"

Svært ved at stå op længe.

"

Ikke mange af de kunstnere, jeg lytter til, kommer til Danmark, og hvis de gør, kommer de til København.

"

For mange mennesker, larm, affald og for højt stimulationsniveau.

"

Jeg synes, jeg i min tid har haft de oplevelser inden for koncerter, som jeg har behov for.

"

Penge.

"

Ingen interessante udbud.

"

Afstand.

"

Tit for moderne for mig.

"

Social angst og kan ikke tåle mange mennesker.

"

Det plejer at være dyrere, end hvad jeg vil give for en koncert.

"

Pris.

08

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 rytmisk 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
Sjov og afslapning	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>
Interesse og indsigt	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>
Oplevelsesværdi	Ønsket om at få mindeværdige oplevelser	<i>Gode oplevelser, man kan tænke tilbage på og mindes.</i>
Fællesoplevelse	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>
Æstetisk nydelse	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>
Kreativ inspiration	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>
Personlig udvikling	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
Økonomi og pris	Oplevelsen vurderes som for dyr, eller økonomiske prioriteringer gør det vanskeligt at deltage.	<i>Priserne er for høje i forhold til min indtægt.</i>
Personlige relevans	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.</i> <i>Manglende relevans for min målgruppe.</i>
Afstand og transport	Lang rejsetid, besværlig transport eller udfordringer med at komme til og fra oplevelsen.	<i>Afstanden og ringe trafikforbindelser især om aftenen.</i>
Tidsmangel	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.</i> <i>Københavns museer har kun åbent i arbejdstiden i hverdagene.</i>
Manglende udbud / kendskab	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>
Sociale faktorer	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>
Helbred	Fysiske eller helbredsmæssige begrænsninger, der gør det svært at deltage, herunder tilgængelighedsproblemer.	<i>Ville gerne, men rygsmerter er en stor hindring.</i> <i>Adgangsforhold for kørestole.</i>

Applaus er finansieret af Kulturministeriet



Billeder:

Forside, s. 3, 4, 5, 7 - Stock photo, istockphoto.com

S. 6, 8, bagside - Kasper Hjorth & Büro Jantzen

Undersøgelsen er udarbejdet af Applaus
i samarbejde med Epinion

Grafik: Degn Grafisk

Du kan se hele undersøgelsens data
på vores webside applaus.nu

