

A woman in a crowd at a concert, illuminated by warm stage lights. She is making a heart shape with her hands raised above her head. She is wearing a black watch and a bracelet on her left wrist, and a ring on her right hand. The background shows other people in the crowd, some with their hands raised, and blue stage lights in the distance.

applaus



# APPLAUS' GREATEST HITS 2025

*Den vigtigste viden om publikum i året der gik*

# HVAD HANDLER DENNE RAPPORT OM?

**Hvem gik egentlig til hvad i 2025, og hvorfor?** Denne rapport samler årets vigtigste indsigter fra Applaus' analyser om borgere og publikummer i 2025 i ét let overblik.

Du får et klart billede af, hvor mange der bruger kulturoplevelser, hvad de mener kultur betyder lokalt og hvordan forbruget fordeler sig på tværs af oplevelser, alder og geografi.

Vi løfter også sløret for, hvad der får de potentielle publikummer til at rykke sig fra "måske" til "jeg kommer" og hvorfor pris ofte handler om oplevet værdi frem for beløb.

Undervejs møder du AI-analyser af borgernes egne ord og konkrete tal, der sætter størrelsesforhold og kontekst på tendenserne.

**Kort sagt:** Hvis du vil vide, hvad der kendetegner publikum i 2025 — hvem der kommer, hvad der trækker, og hvor afstanden opstår — så finder du svarene her, samlet og overskueligt.

**God læselyst!**

# FORORD

At forstå, hvordan mennesker møder kunsten, er en del af at forstå, hvordan kulturen lever. Når vi ser nærmere på borgernes kulturvaner, valg og fravalg, får vi et sjældent indblik i, hvad der betyder noget i deres hverdag – og hvordan vi som kulturinstitutioner kan skabe oplevelser, der rammer dybere og bredere.

At være nysgerrig på borgernes kulturforbrug handler ikke om at jagte tal for tallets skyld. Det handler om at få øje på mønstre, der viser, hvad der samler mennesker, og hvor afstanden opstår. Det er i de mønstre, vi finder mulighederne for at række længere ud – til dem, der allerede deltager, og til dem, der endnu står på kanten.

Applaus' analyser viser, at borgerne både tillægger kulturen stor betydning og samtidig ofte kender for lidt til de tilbud, der findes tæt på dem. Det kalder på handling: bedre formidling, stærkere fællesskaber og oplevelser, der føles relevante i en travl hverdag.

Som kulturinstitutioner kan vi lære meget af at se på vores virkelighed gennem publikums blik. Det gør det muligt at udvikle på et mere oplyst grundlag – hvor strategier, forestillinger og formater bygger på viden om, hvordan mennesker faktisk møder kunsten.

Denne rapport samler årets vigtigste indsigter om publikums adfærd og holdninger. Men vigtigst af alt peger den på, hvorfor det er værd at blive ved med at spørge: hvem kommer, hvad trækker – og hvad holder nogen tilbage?

Tak for et år fyldt med samarbejde, data og nysgerrighed.

**God læselyst – og på gensyn i 2026.**

Lene Struck-Madsen



Direktør, Applaus

# DEN VIGTIGSTE VIDEN FRA ÅRET, DER GIK

## KULTURBAROMETER BELYSER BORGERNES HOLDNINGER:

Et varieret kommunalt kulturudbud ses som meget vigtigt – dog oplever mange begrænset kendskab til lokale tilbud

Danskerne engagerer sig i kulturen – både i holdning og handling. Hele 93 % af befolkningen har inden for det seneste år besøgt mindst én type kulturinstitution, og 81 % mener, at det er vigtigt med et bredt udvalg af kulturtilbud i deres kommune. Det viser Applaus' *Kulturbarometer* fra oktober.

Samtidig betragter 75 % af borgerne et rigt kulturliv som en investering i lokalsamfundet, og 88 % oplever, at kulturinstitutioner som teatre, museer og biblioteker skaber liv og aktivitet i deres kommune. Den generelle holdning er, at kultur ikke kun er underholdning, men også har en værdi for lokalsamfundet.

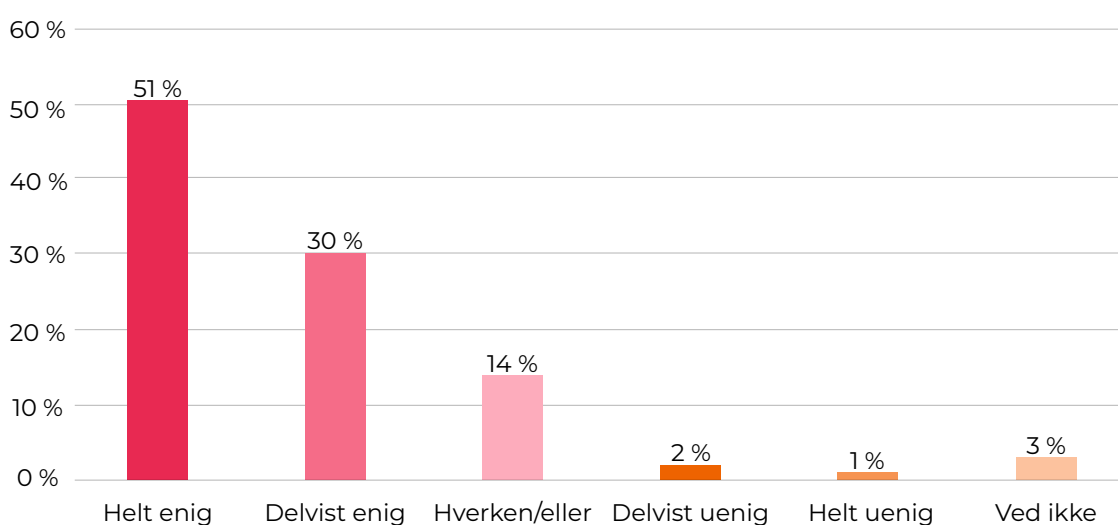
Alligevel viser målingen også, at 43 % kun kender få af de kulturtilbud, der findes i deres lokalområde. Det peger på et potentiale til at arbejde med bedre kommunikation og tilgængelighed, især over for de borgere, der sjældnere benytter kulturtilbuddene.



LINK

## Jeg synes, at det er vigtigt, at der er forskellige typer af kulturinstitutioner i min kommune.

Antal besvarelser: 1027



## BORGERUNDERSØGELSEN ZOOMER IND PÅ BORGERNES FORBRUG: Museer er især populære – scenekunst er i fremgang; rytmisk holder niveau; klassisk ligger lavere

Når vi dykker ned i hvilke kulturtilbud borgerne bruger, viser *Borgerundersøgelsen* "Fra by til land" at museer og udstillinger står stærkt på tværs af befolkningen. Det gælder både i andelen, der kommer afsted (71%) og i hvor ofte de gør det (29% går 3 gange på et år eller oftere).

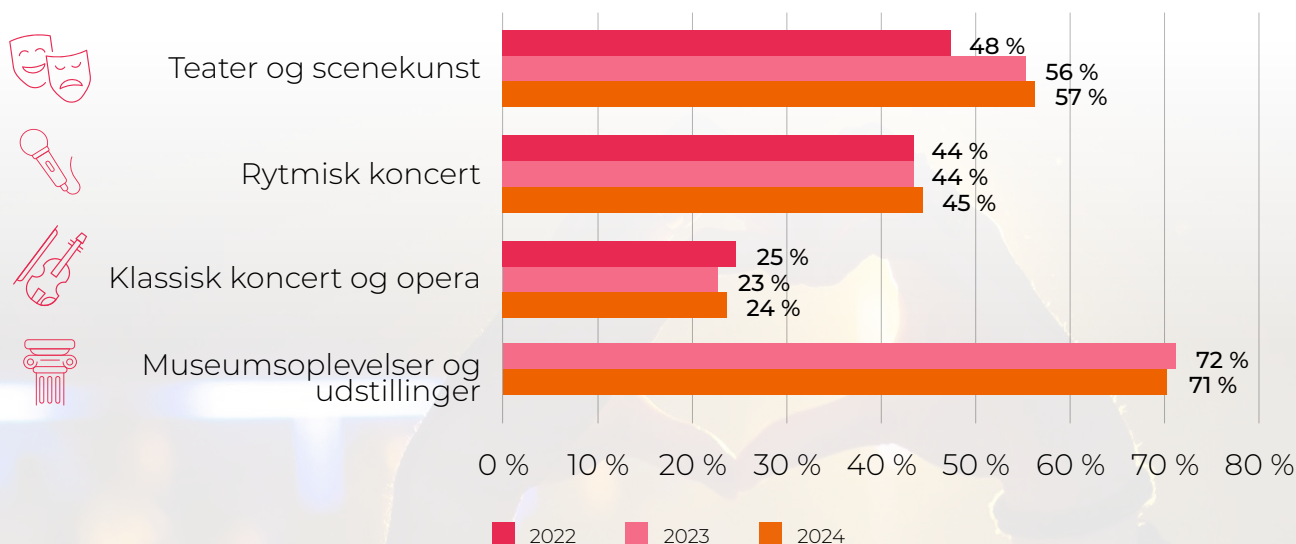
Museerne er samtidig den kategori, hvor mange storbyboere vælger at lægge besøget uden for storbyen. Over halvdelen af storbyboerne har besøgt et museum eller en udstilling udenfor storbyerne (54%). Dermed er museerne den eneste kulturtype, som trækker folk ud af byen i stor stil. Storbyboere oplever museumsbesøg udenfor byen i samme grad som ikke-storbyboere oplever scenekunst, koncerter eller museumsoplevelser i byen.

Sammenlignet med de to år før ses en positiv bevægelse for scenekunsten (57% borgere har oplevet det), mens rytmiske koncerter ligger omtrent stabilt (45%). Klassisk musik ligger også stabilt, men har lavere deltagelse end de øvrige kategorier (24%).



### Hvor mange borgere oplevede kultur i 2022-24?

Antal besvarelser: **2024:** 2416 | **2023:** 2400 | **2022:** 5600



Note: Spørgsmålet var "Hvor mange gange har du – inden for de seneste 12 måneder – oplevet eller besøgt en oplevelse inden for det følgende...". Figuren viser andelen af borgere, der angav at have oplevet den pågældende kulturtype mindst én gang i den målte tidsperiode. Museumsoplevelser og udstillinger blev ikke målt i 2022.

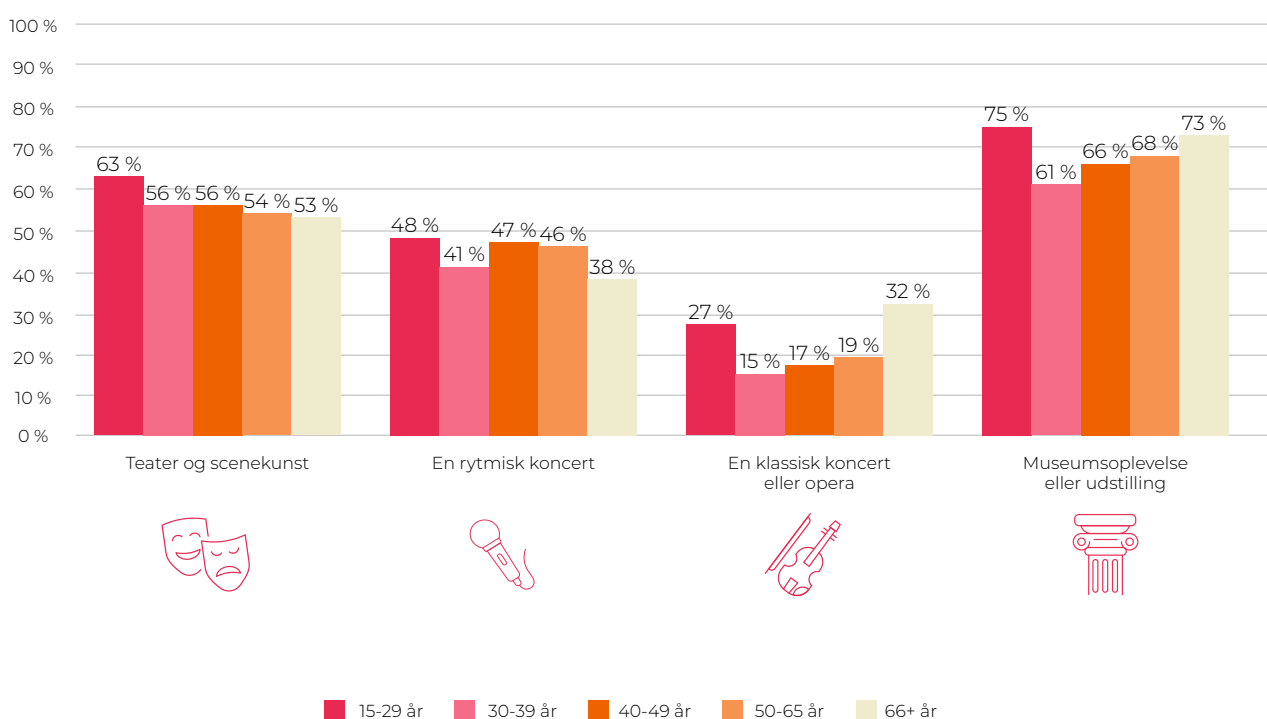
## Forbrug adskiller sig på tværs af alder

De yngste og de ældste markerer sig generelt med relativt hyppigere kulturbrug, men hvilke oplevelser man vælger, varierer med alderen. Unge under 30 år og ældre over 65 år angiver, at de i gennemsnit har oplevet kultur oftere end andre aldersgrupper inden for de seneste 12 måneder.

De unge i alderen 15-29 år har især oplevet museumsbesøg (75 %) samt teater og scenekunst (63 %, her bl.a. comedy) og rytmisk koncert (48%). Forbruget af rytmiske koncerter er markant lavere blandt de ældste borgere (38%), mens deres forbrug af klassiske koncerter derimod er højest blandt alle borgere (med 32%).

### Borgernes kulturoplevelser - fordelt på aldersgruppe

Antal besvarelser: 2416



Note: Figuren viser andelen af alle borgere, der angav at have oplevet den pågældende kulturtype mindst én gang i 2024. Svarmuligheden 'Ved ikke' er udeladt fra beregningerne.

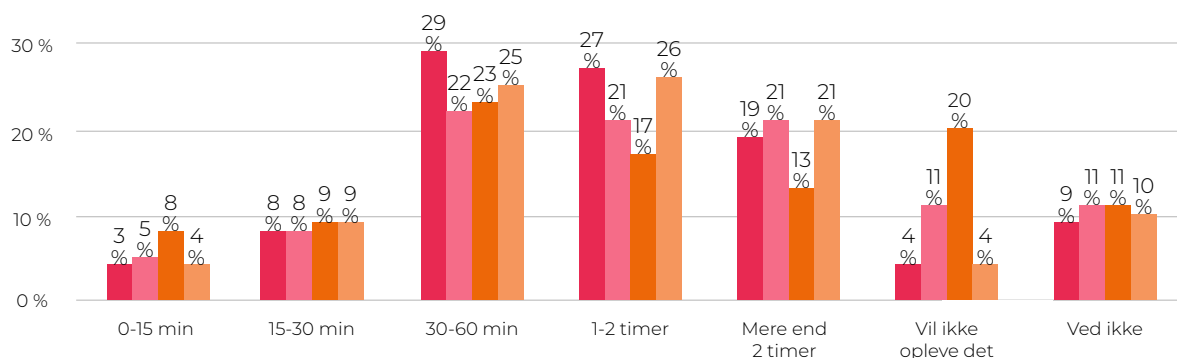
## Borgernes forbrug ligner hinanden på tværs af små og store kommuner, og mange vil rejse over en time for den rigtige oplevelse

Selv om storbyboere samlet set bruger en smule mere kultur, er forskellene mellem kommunetyper moderate. Billedet er, at forbruget i høj grad ligner hinanden, uanset om man bor i storbyen eller udenfor.

En stor del af borgerne er villige til at rejse langt for teater og scenekunst, rytmiske koncerter og museumsoplevelser. For klassisk musik er rejsevilligheden lavere. Der tegner sig således et billede, hvor særlige begivenheder og klart formidlet indhold kan gøre afstand mindre afgørende.

### Den maksimale afstand man er villig til at rejse for at opleve kultur i Danmark

Antal besvarelser: 2416



Teater og scenekunst



En rytmisk koncert



En klassisk koncert eller opera



Museumsoplevelse eller udstilling

Note: Figuren viser andelen af borgere, som har valgt de viste tidsintervaller for at angive den maksimale rejsetid, de er villige til at rejse for at besøge de adspurgte kulturtilbud i Danmark.

## MED EGNE ORD HAR FOKUS PÅ POTENTIELLE PUBLIKUMER: Stor efterspørgsel på fællesskab, læring og fordybelse

Borgerundersøgelsen viste også en vis andel af borgere, som ikke havde deltaget i oplevelser inden for scenekunst, rytmisk koncert, klassisk koncert eller museumsoplevelser indenfor de seneste 12 måneder. Blandt disse ikke-brugere fandtes dog en del borgere, som alligevel frivilligt angav meningsfulde motivationer med deres egne ord for at opleve kultur. Disse "motiverede ikke-brugere" kiggede vi nærmere på i vores rapportserie *Med egne ord*, hvor vi omtaler dem som det "potentielle publikum".

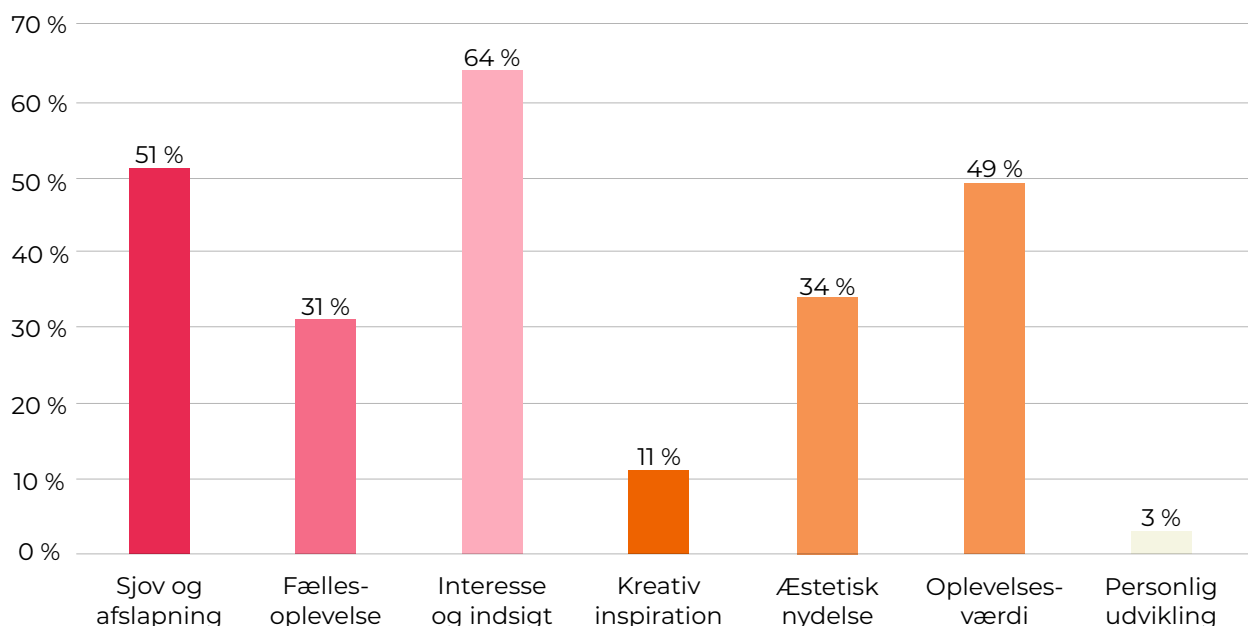
På tværs af kulturoplevelser beskriver de potentielle publikummer, at de søger enten den sociale og lette oplevelse (særligt ved rytmiske koncerter), den stærke historie og det visuelle særpræg (scenekunst), den lærerige og perspektivgivende oplevelse (museer) eller den

storslåede fordybelse, man ikke kan få derhjemme (klassisk). Korte udsagn som "En musikalsk oplevelse med musik jeg kan lide", "Det skal give mig en speciel oplevelse" og "Fordybe sig i klassisk musik" går igen.



### Motivationer blandt potentielle publikummer – Hvad ønsker du at få ud af scenekunst, rytmiske eller klassiske koncerter, såvel som museumsoplevelser?

Antal besvarelser: 878



Note: Denne figur viser borgernes motivationer for scenekunst, rytmisk eller klassisk koncert, såvel som museumsoplevelser samlet – i rapporterne "Med egne ord" fokuseres på hver type oplevelse for sig.

## Pris handler ofte om oplevet værdi – ikke kun beløb

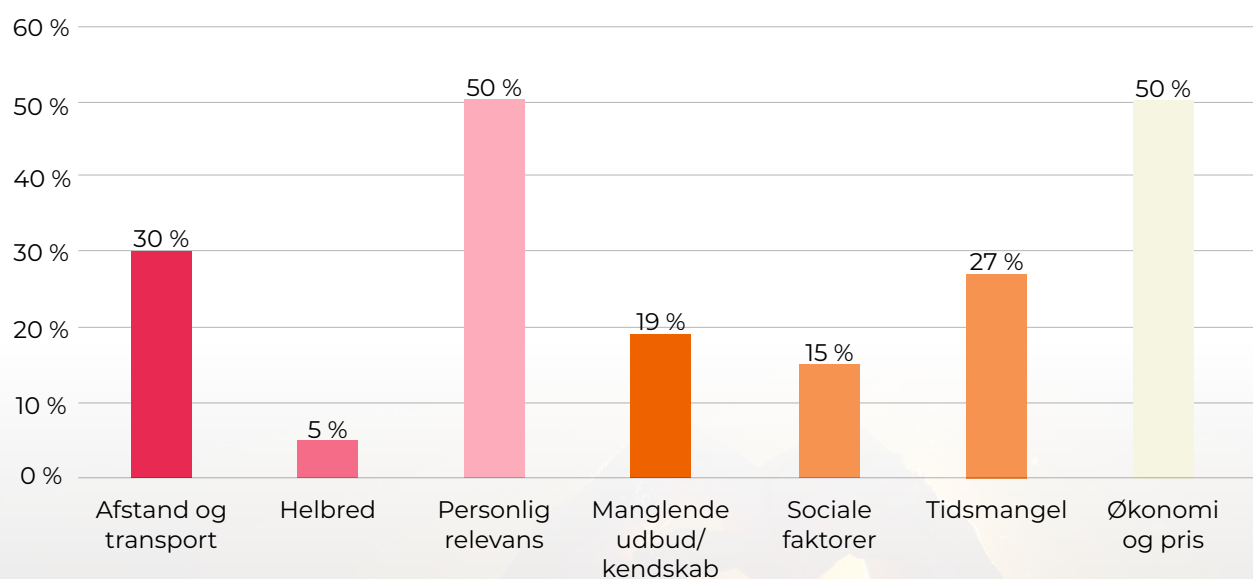
Når de potentielle publikummer nævner pris som barriere, er det ofte koblet til vurderingen af, om oplevelsen føles relevant og værd at prioritere. Formuleringer som "for dyrt" rummer dermed ofte en afvejning mellem udbytte og indsats (tid, afstand, interesse) snarere end en fast beløbsgrænse.

Mange efterlyser en tydelig fornemmelse af, om tilbuddet er "for mig". I klassisk musik fylder repertoirekendskab og forventningsusikkerhed mere end i de øvrige genrer, mens museumsgæster oftere peger på, at tema og vinkel skal opleves vedkommende.

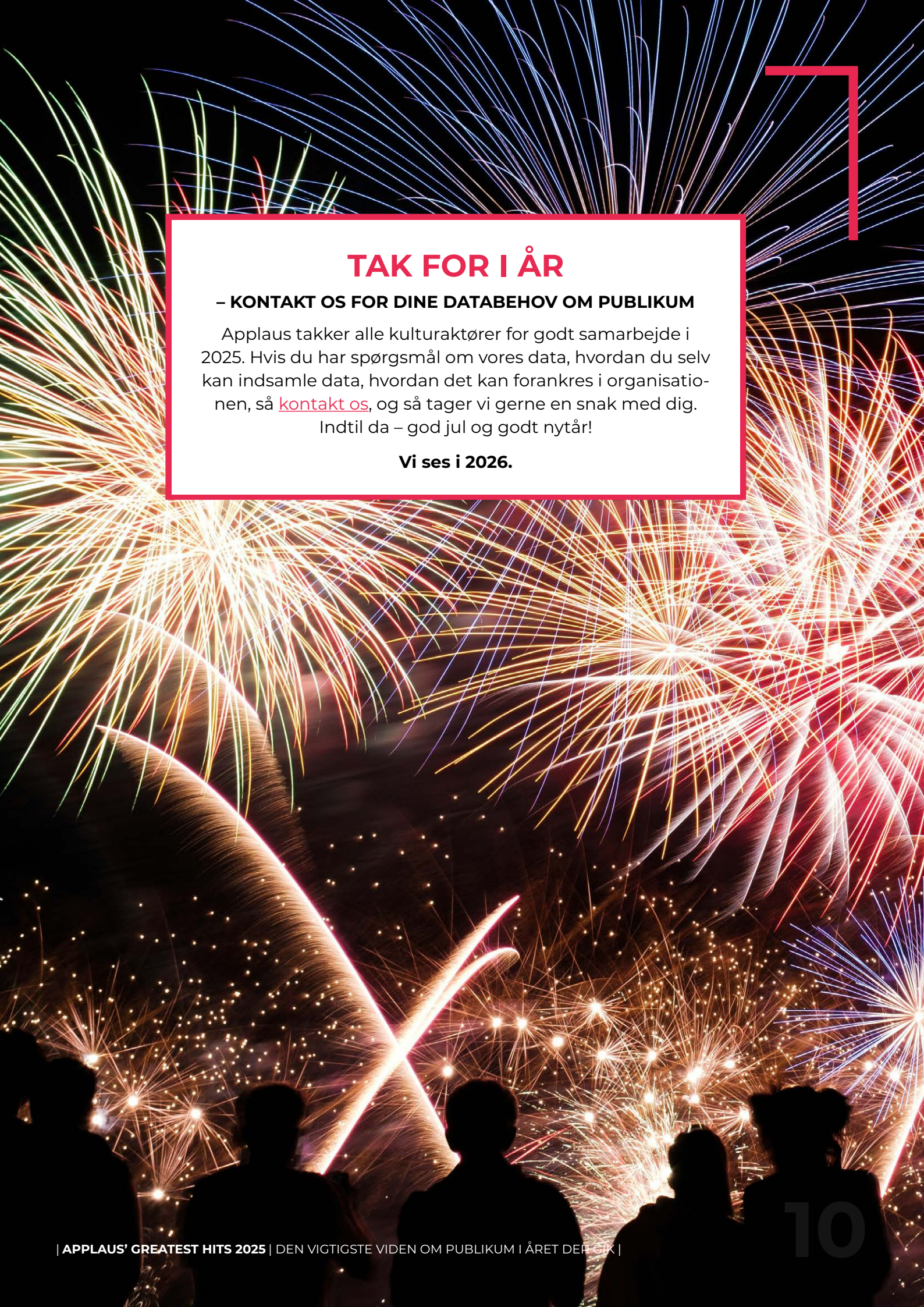
Rejsetid, starttidspunkter og hverdagens kalender nævnes tilbagevendende i de åbne svar. Valget om at tage afsted beskrives ofte som en samlet vægtning af tid, penge og forventet udbytte.

## Barrierer blandt potentielle publikummer – Hvad afholder dig fra at besøge scenekunst, rytmiske eller klassiske koncerter, såvel som museumsoplevelser?

Antal besvarelser: 878



Note: Denne figur viser borgernes barrierer for scenekunst, rytmisk eller klassisk koncert, såvel som museumsoplevelser samlet – i rapporterne "Med egne ord" fokuseres på hver type oplevelse for sig.



## TAK FOR I ÅR

### – KONTAKT OS FOR DINE DATABEHOV OM PUBLIKUM

Applaus takker alle kulturaktører for godt samarbejde i 2025. Hvis du har spørgsmål om vores data, hvordan du selv kan indsamle data, hvordan det kan forankres i organisationen, så [kontakt os](#), og så tager vi gerne en snak med dig.

Indtil da – god jul og godt nytår!

**Vi ses i 2026.**

# OM RAPPORTEN

Den forliggende rapport opsummerer de vigtigste indsigter fra Applaus' analyser i 2025.

Den drager på analyser i de følgende rapporter:

## → **Kulturbarometer 2025** (udkommet d. 22. oktober)



Kulturbarometeret er en række målinger, der belyser borgernes forbrug af, og holdning til kultur, i forhold til at opleve professionelle, publikumsrettede kulturaktiviteter.

Dataindsamlingen for denne måling blev gennemført i tidsrummet 29.08.2025 – 05.09.2025 af Epinion på vegne af Applaus. Der blev i alt indsamlet 1027 besvarelser. Dataindsamlingen blev foretaget efter nationalt repræsentative kvoter på parametrene køn, alder og region.

## → **Borgerundersøgelsen Fra by til land: Hvordan tilgår borgerne kulturoplevelser?** (udkommet d. 5. marts)

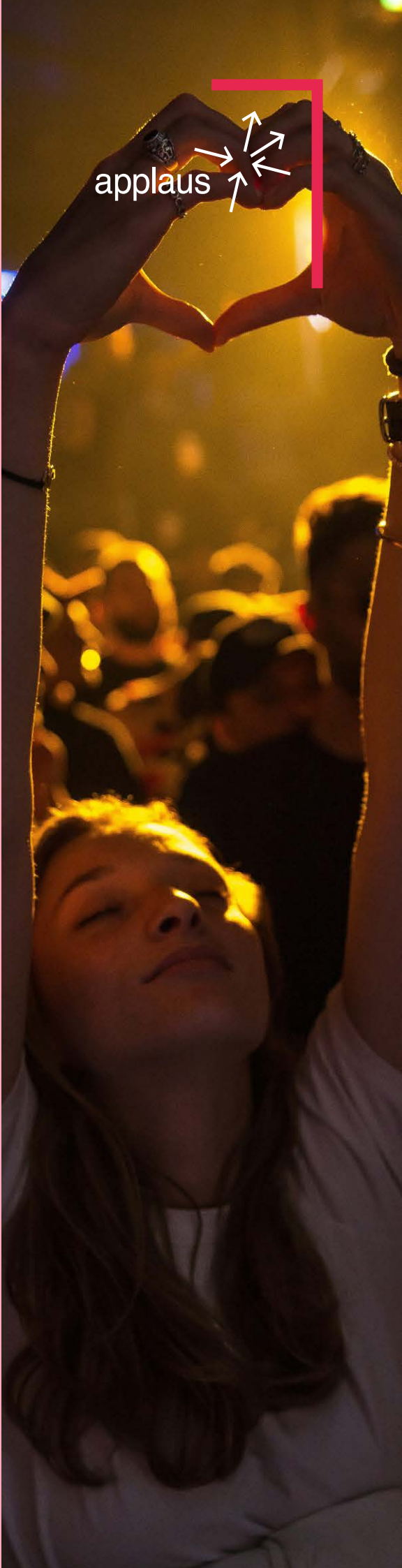


Den seneste udgave af Applaus' årlige "Borgerundersøgelse", som er en undersøgelse blandt en stikprøve af den danske befolkning, repræsentativ på alder, køn og region. Borgerundersøgelsen kortlægger borgernes kulturforbrug og holdninger til kultur, med særlig fokus på teater og scenekunst, rytmiske koncerter, klassiske koncerter samt museumsbesøg og udstillinger. Data blev indsamlet via et spørgeskema, som blev udsendt til et repræsentativt udvalg af 2.416 borgere i Danmark på 15 år eller derovre via et onlinepanel i perioden 20. december 2024 - 10. januar 2025.

## → **Rapportserien MED EGNE ORD: Potentielle publikummer for scenekunst, rytmisk og klassisk koncert, såvel som museumsoplevelser** (udkommet d. 3. september)



Fire analyser om potentielle publikummer til de ovenstående fire typer kulturoplevelser, udarbejdet pba. data fra borgerundersøgelsen. Som en del af borgerundersøgelsen, 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 kommentarer om hhv. deres motivationer og barrierer for at opleve teater og scenekunst, rytmisk koncert, klassisk koncert, såvel som museumsoplevelser og udstillinger. Kommentarerne blev efterfølgende analyseret af en trænet AI og inddelt i meningsfulde kategorier.



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.

Applaus er finansieret af Kulturministeriet



Du kan se alle vores undersøgelser og deres data på vores webside [applaus.nu](https://applaus.nu).

Grafik: Degn Grafisk

Billeder:

Forside: Alfonso Scarpa, unsplash.com

Side "Tak for i år": Arthur Chauvineau, unsplash.com

Dataet er blevet indsamlet af Epinion.

