

# NOTAT

---

**Konklusioner fra analyse  
af befolkningens og FAST  
og BTSs publikums  
sammensætning og brug  
af lokale og ikke lokale  
teatre**

ICMM  
August 2005



## **NOTAT**

**Konklusioner baseret på Zaperas analyse  
af befolkningens og FAST/BTS  
publikummets sammensætning  
og brug af lokale og ikke lokale teatre**

**ICMM**

**August 2005**

## Indhold

<b>Introduktion og metodebeskrivelse.....</b>	<b>3</b>
<b>Konklusioner .....</b>	<b>5</b>
<b>I. Demografisk beskrivelse</b>	
1.1 Teaterpublikummets aldersprofil .....	7
1.2 Teaterpublikummets aldersprofil opdelt på lokalt og ikke-lokalt teater .....	7
1.3 Teaterpublikummets kønsfordeling .....	8
1.4 Teaterforbrug og geografi .....	9
<b>II Teatergængeradfærd</b>	
2.1 Hvor ofte går danskerne i teater? .....	10
2.2 Hvor ofte går danskerne i lokalt teater .....	10
2.3 Hvad betyder noget for valg af teaterforestilling .....	11
2.4 Hvilke typer oplevelser går teatergængerne efter? .....	12
2.5 Billetkøb: løssalg eller abonnement? .....	13
<b>III. Information og mediekkanaler</b>	
3.1 Hvor får teaterinteresserede information? .....	15
<b>IV Det lokale teaters betydning</b>	
4.1 Hvad betyder det lokale teater? .....	17
<b>Appendix</b>	
Samlet oversigt over grafer og tabeller	
Notatet - grafer .....	19
ZAPERAS samlede materiale - grafer .....	19
ZAPERAS samlede materiale - Tabeller - befolkning .....	19
ZAPERAS samlede materiale - tabeller - FAST/BTS publikummet .....	20

## Introduktion og metodebeskrivelse

### - Om undersøgelsen og dens mål

Den hermed præsenterede publikumsundersøgelse kan bruges både som en generel konstatering eller vurdering af profilen og adfærden som er typisk for publikum i de forskellige typer teatre, og som et værktøj for de mange som arbejder meget aktivt indenfor dette område. Undersøgelsen har blandt andet set på disse områder:

- Hvem går i teatrene?
- Hvor ofte går de?
- Hvad lægger de vægt på ved det lokale teater?
- Hvad har interesse ved de forskellige typer af forestillinger
- Hvilke valgkriterier er vigtige, når der planlægges en tur i teatret
- Hvilke oplevelser lægger publikum vægt på i teatret
- Hvor søges information, når man skal i teatret?

To målgrupper har deltaget i undersøgelsen:

- Et repræsentativt udsnit af befolkningen
- Publikum i teatre, der er medlemmer af FAST/BTS

Det giver blandt andet mulighed for at sammenligne holdningerne blandt publikum, der kender FAST/BTS teatrene med holdningerne hos den bredere del af befolkningen. Resultaterne af undersøgelsen præsenteres i det følgende indenfor fire områder:

- I. Demografisk beskrivelse
- II. Teatergængeradfærd
- III. Information og mediekkanaler
- IV. Det lokale teaters betydning

### Interviewperiode & Dataindsamlingsmetode:

Undersøgelsen blev gennemført i perioden 13. – 24. maj 2005 med udgangspunkt i Zaperas Danmarkspanel samt publikum fra teatre, der er medlemmer af FAST/BTS. Alle svarpersoner fik en e-mail invitation til at deltage i undersøgelsen. E-mailen indeholdt et link til spørgeskemaet, og dataindsamlingen foregik således udelukkende via Internettet.

### Målgruppe & Screening:

#### Publikum i teatre, der er medlemmer af FAST/BTS

Der blev rekrutteret respondenter hos FAST/BTS medlemmer via ”postkort” med en kort beskrivelse af undersøgelsen og felt til navn og e-mail. Teatrene delte postkortene ud i forbindelse med en eller flere forestillinger, og publikum noterede navn og e-mail på postkort, som blev samlet ind af teatrene og derefter sendt samlet til Zapera.

Der blev rekrutteret respondenter fra 16 teatre ud af ca. 35, og der blev i alt indsamlet 431 e-mailadresser fra publikummer, heraf 199 som deltog i undersøgelsen, hvilket giver en svarprocent på 46,2.

### **Danmarkspanelet:**

Undersøgelsen blev her gennemført blandt de 18-74 -årige der går i teater. Indledningsvis var der i spørgeskemaet et spørgsmål omkring brugen af teatre. Personer der overhovedet ikke går i teater indgår ikke i resultaterne.

Der blev i alt udsendt 2975 invitationer via e-mail til personer, der opfylder disse krav i Zaperas Danmarkspanel, og samlet blev der gennemført 1426 interviews, hvoraf 1007 er i målgruppen.

### **Vejning af data:**

Bruttobasen er udtrukket som et repræsentativt udsnit af befolkningen på kriterierne køn, alder og geografi, og der er ikke foretaget en vejning af den screenede målgruppe, da der ikke ligger en idealfordeling for denne.

### **Brug af data**

Alle data er tilgængelige i oversigtstabeller. I den efterfølgende grafiske præsentation af data er data fra Danmarkspanelet brugt som udgangspunkt for de generelle demografiske vurderinger, mens begge målgrupper er brugt i de øvrige områder - netop for at se på forskelle mellem 'almindelige' teaterinteresserede, og publikum i teatre, der er medlemmer af FAST/BTS.

Undersøgelsens resultater kan ses som en selvstændig analyse af det danske teaterpublikum - og specielt den del af publikum der besøger teatre, der er medlemmer af FAST/BTS. Men resultaterne kan også sammenholdes med de generelle udviklingslinjer i kulturlivet som kan ses i de nationale kulturundersøgelser som 'Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004 - med udviklingslinjer tilbage til 1964' (udgivet 2005). Den hermed præsenterede analyse er imidlertid udelukkende fokuseret på teaterområdet og giver derfor en række mere specifikke resultater.

## Konklusioner

Undersøgelsen viser en række tværsnitsprofiler i forhold til teaterpublikummet og teaterpublikumets sammensætning og adfærd. Der konkluderes på de forskellige områder i det følgende samtidig med at der vises grafer og resultater. Her gengives disse konklusioner i oversigtsform:

### Demografi

- **Aldersprofilen 1** - den aktive del af teaterpublikummet (dem der går i teatret tre eller flere gange om året) er aldersmæssigt relativt jævnt fordelt selvom generationen 50+ er lidt mere aktiv.
- **Aldersprofilen 2** - med en fordeling på lokale såvel som ikke lokale teatre - her er aldersprofilen også stort set ens, og det kan i øvrigt generelt konstateres at de unge er aktive teatergængere (Der er altså ikke - med hensyn til alder - nogen markant forskel på sammensætningen af publikum i de lokale og de ikke-lokale teatre).
- **Kønsfordelingen:** der er stort set ligestilling iblandt teaterpublikummet, selvom kvinderne er i overtal i den meget aktive gruppe teatergængere (5 - 8 gange om året)
- **Geografisk aktivitetsfordeling:** I Storkøbenhavn går man lidt oftere i et ikke-lokalt teater. På det øvrige sjælland og øerne er fordelingen 50/50, mens der i Jylland er en stor overvægt af teatergængere der besøger det lokale teater.

### Teatergængeradfærd

- **Teaterhyppighed:** ca. 35 % går aldrig i teatret, mens ca. 40 % besøger et teater 1 - 2 gange om året. 8 - 10 % går 3-4 gange om året og så er der en lille hardcore gruppe, der går oftere.
- **Hvad afgør valget:** det vigtigste kriterium er selve forestillingen efterfulgt af skuespillerne med hensyn til betydning i forbindelse med teatervalg.
- **Hvilke oplevelser er vigtige:** oplevelsen af 'live' optræden står øverst på listen efterfulgt af 'stemningen i teatret', og så 'det at man bliver underholdt' og 'at forestillingen er vedkommende'.
- **Billetkøbet:** I befolkningen som helhed foretrækkes løssalgssystemet - og derefter et klippekortsystem. FAST/BTS publikummet fordeler sig i tre grupper: én tredjedel foretrækker løssalg, én tredjedel foretrækker abonnement på en række forestillinger og endelig foretrækker en tredjedel et klippekortsystem.

### Information og mediekkanaler

- **Den vigtigste informationskilde:** anbefaling fra venner og familie
- **Dernæst:** anmeldelser og omtale i aviser, som især følges af FAST/BTS publikummet.
- **Teaterets brochure:** betyder meget for FAST/BTS publikummet.
- **Internettets betydning:** over 30 % bruger Internettet.
- **Plakater:** er vigtige - især for de unge.
- **Abonnementskataloget:** er vigtigt - især for FAST/BTS publikummet.
- **Den røde børneteaterbrochure:** er meget vigtig for børnefamilierne.

**Det lokale teaters betydning**

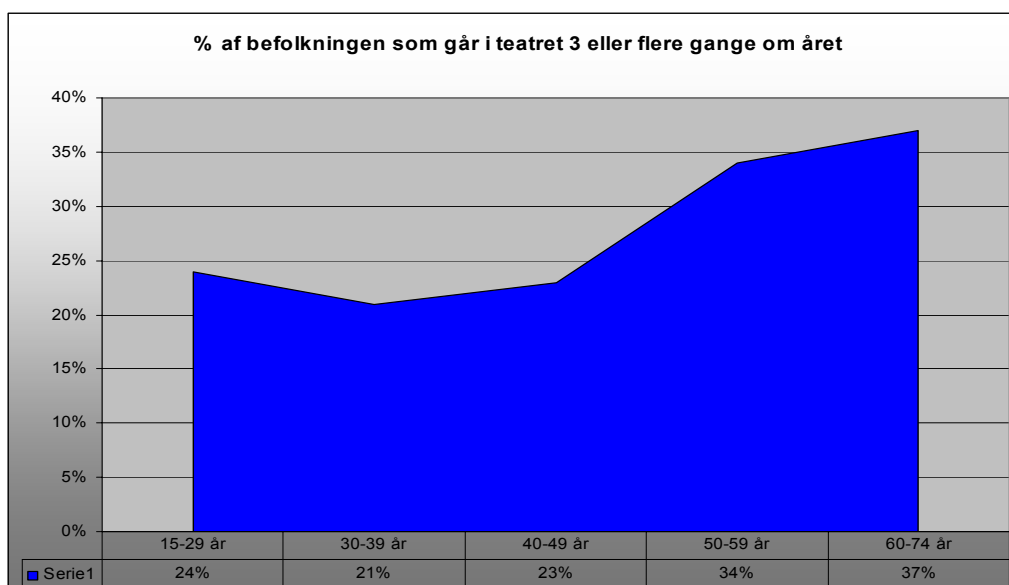
- **Det lokale teaters betydning:** De fleste (ca. 50 %) mener at det lokale teater er en vigtig del af lokalsamfundet
- **Transporttiden:** Og så betyder den korte transporttid meget.
- **Kendskab til teatret:** Især for de aktive teatergængere betyder det meget at de kender teatret - og det betyder samtidig at det er let at tage familie og venner med
- **Repertoiret:** betyder generelt meget - men i sammenhæng med det lokale teater kommer repertoiret relativt langt nede på prioriteringsrækken.

## I. Demografisk beskrivelse

En demografisk beskrivelse er et forsøg på - på grundlag af tallene - at tegne en tværgående profil af dem som går i teatret på nogle vigtige områder. Det kan gøres på mange måder, men vi har her valgt at se på:

- aldersprofilen for dem som går i teatret - ofte eller sjældnere (tre eller flere gange om året)
- aldersprofilen fordelt på teatergængerne i lokal og ikke-lokale teatre
- kønsfordelingen
- brugen af lokale og ikke lokale teatre fordelt efter geografi (Jylland, Øvrige Sjælland og øerne samt Storkøbenhavn)

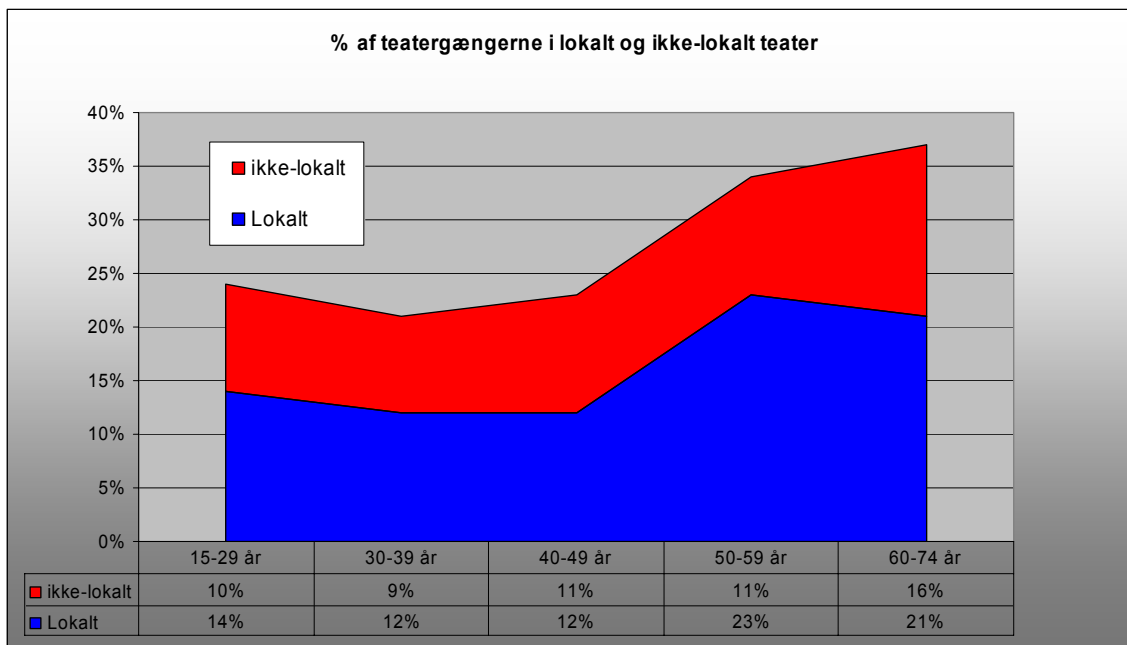
### 1.1 Aldersprofilen



Aldersprofilen viser, at af dem der rent faktisk går i teatret - tre eller flere gange om året - er det alle generationer der er aktive og går i teatret. Der er flere blandt seniorerne - 50+ generationen - men ellers er det en relativt jævn generationssammensætning - især hvis man sammenligner med andre kulturområder. De marginalt 'mindst flittige' er gruppen fra 30 - 49 - d.v.s. den generation som skal opbygge familieliv og passe børn.

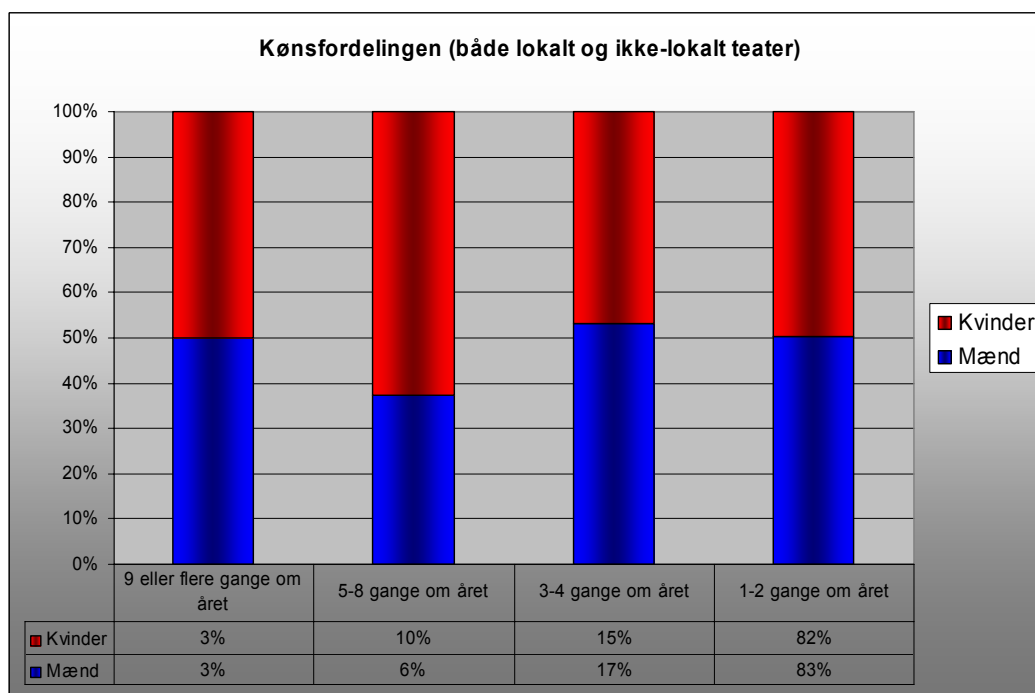
### 1.2 Aldersprofilen fordelt på lokalt og ikke-lokalt teater

Ved en opsplitning i brugen af det lokale og det ikke-lokale teaterforbrug, så er fordelingen i generationerne 20 - 50 meget tæt på 50/50, hvorimod seniorerne - 50+ - går noget mere i det ikke lokale teater. De har kort sagt tid og penge og er mobile.



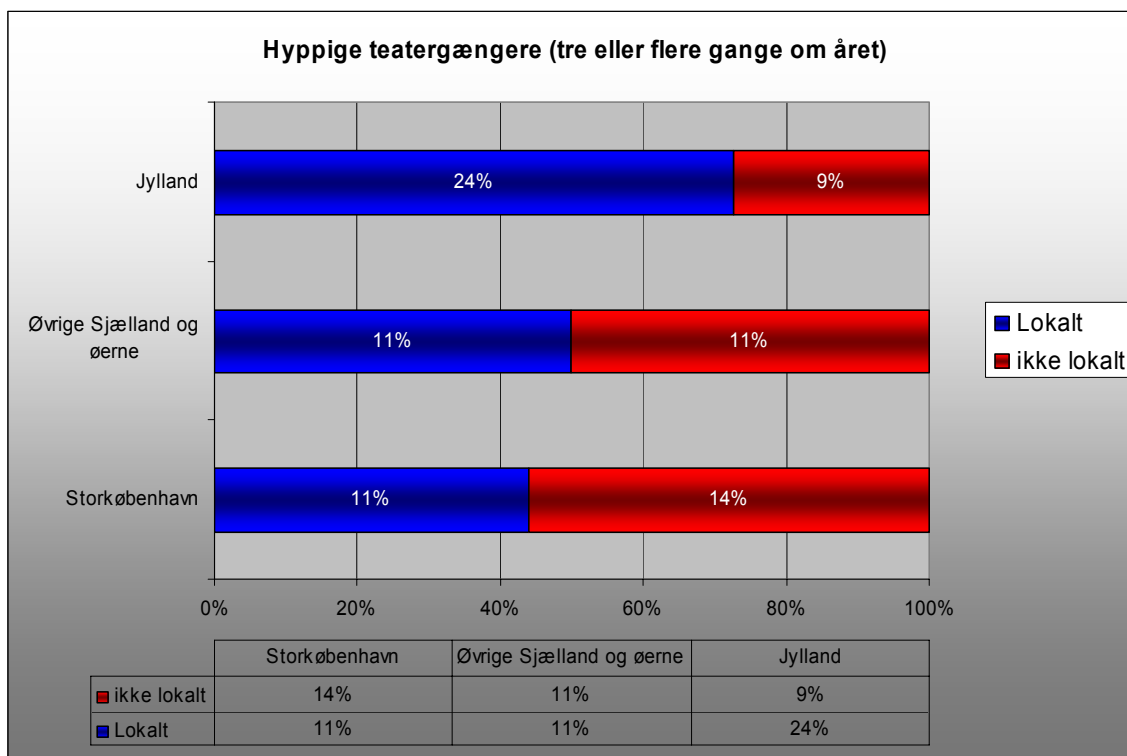
### 1.3. Kønsfordelingen

Den samlede kønsfordeling i teaterpublikummet viser en lidt større repræsentation af kvinder - ca. 57 %. Og at især kvinderne er begejstrede for teaterlivet ses især når man ser på forskellen på dem der går i teatret få gange om året - og så på dem der virkelig går i teatret ofte. I gruppen som går i teatret 1 - 4 gange om året er der reelt ligestilling. Og det er der også når vi ser på 'superbrugerne' - dem der går i teatret mere end 9 gange om året. Men i mellemgruppen som går i teatret én gang hver eller hver anden måned (5 - 9 gange om året) dominerer kvinderne med ca. 70 %.



### 1.4 Teaterforbrug og geografi

Undersøgelsen har også fokuseret på teatergængernes forskelle i den geografiske teatergængerprofil sådan som fordelingen er i henholdsvis Storkøbenhavn, det øvrige Sjælland og øerne, samt Jylland.



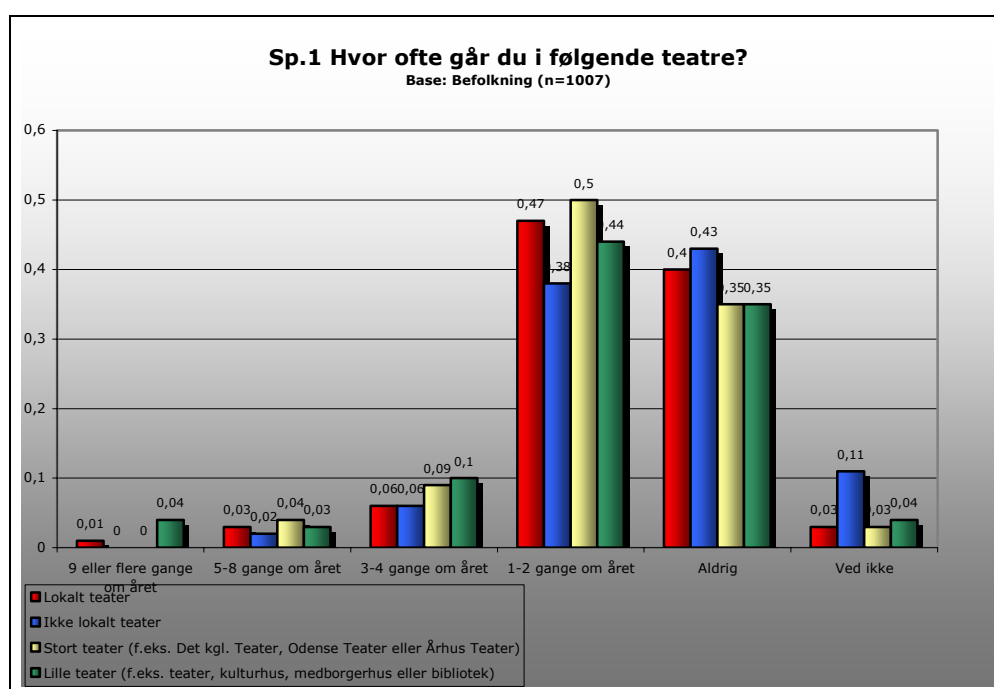
I København går de hyppige teatergængere (5 gange årligt eller flere) lige så gerne - og lidt oftere - til et ikke lokalt teater, mens det er en 50/50 fordeling på det øvrige Sjælland og øerne. Men i Jylland er brugen af det lokale teater dominerende, og der bruger man det lokale teater mere end dobbelt så mange gange som det ikke lokale teater.

## II. Teatergængeradfærd

Undersøgelsen har set på en række træk som siger noget om danskernes teateradfærd:

- Hvor ofte går danskerne i teateret?
- Hvor ofte går danskerne i det lokale teater?
- Hvad betyder noget for valg af teaterforestilling?
- Hvilke kulturaktiviteter dyrker teatergængerne i det hele taget?
- Foretrækker teatergængerne at købe billetter i løssalg eller abonnement (og eventuelt hvilken type abonnement)?

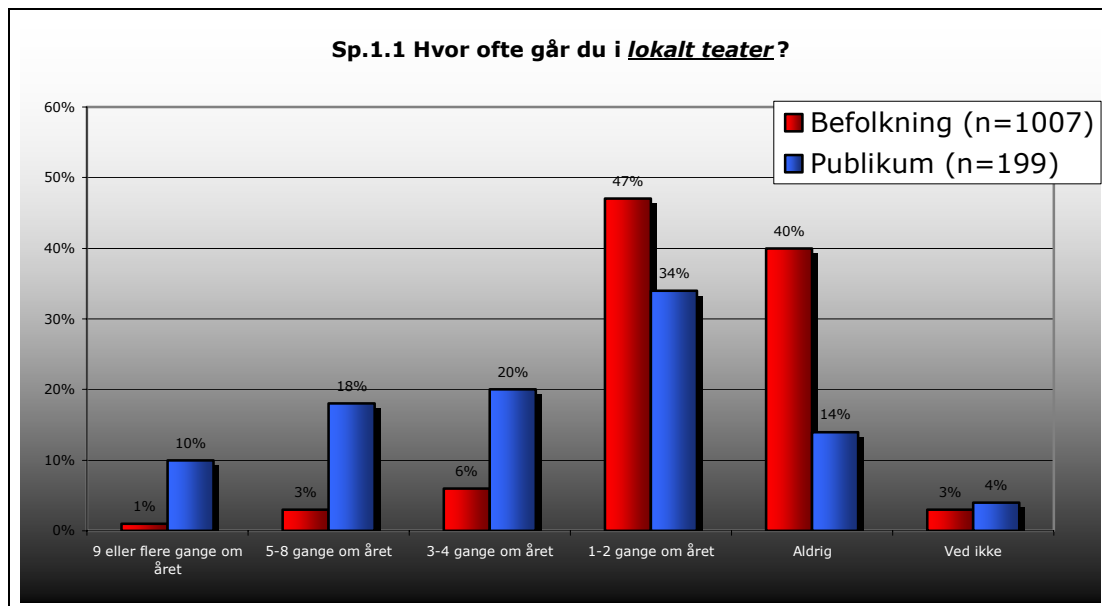
### 2.1 Hvor ofte går danskerne i teater



Gruppen af danskere, som går i teatret 1 - 2 gange er en anelse større end gruppen af danskere der aldrig går i teatret. Men ca. 40 % går i teatret 1 - 2 gange om året, 8 - 10 % går 3 - 4 gange om året, og så er der et hardcore publikum på 2 - 6 % der går oftere.

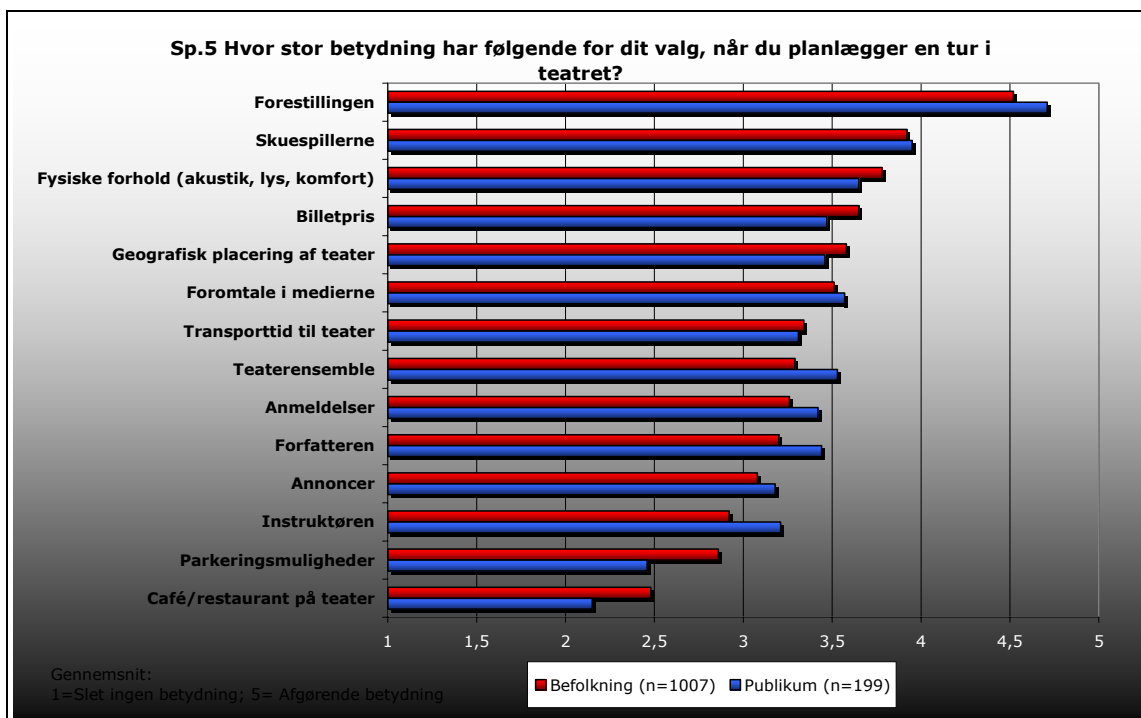
### 2.2 Hvor ofte går danskerne i lokalt teater

I de lokale teatre er grundmodellen den samme, men gruppen af hyppige teatergæster er betydeligt større end i det generelle billede, idet ca. 20 % går i det lokale teater 3 - 8 gange om året.



### 2.3 Hvad betyder noget for valget af teaterforestilling?

Det der først og fremmest betyder noget er selve forestillingen. Dernæst kommer de optrædende skuespillere efterfulgt af fysiske forhold og billetprisen. Det betyder derimod ikke så meget om der er gode parkeringsmuligheder eller cafe på selve teatret.

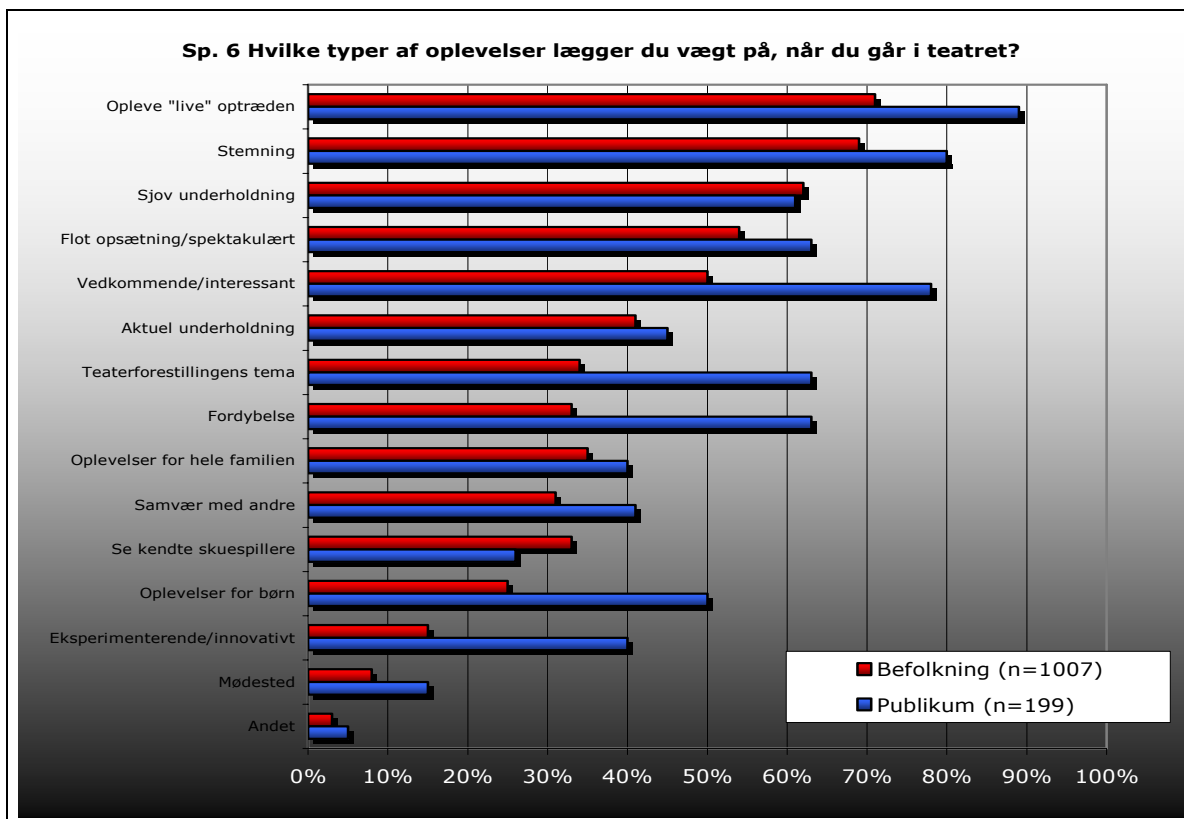


Teaterpublikummets prioriterede ønskeliste (her i skemaform med angivelse på en skala fra 1 - 5, med '1 = uden betydning' og '5 = meget vigtigt'), ser derfor således ud:

<b>Forestillingen</b>	4.55
<b>Skuespillerne</b>	3.93
<b>Fysiske forhold (akustik, lys, komfort)</b>	3.76
<b>Billetpris</b>	3.62
<b>Geografisk placering af teater</b>	3.56
<b>Foramtale i medierne</b>	3.52
<b>Teaterensemble</b>	3.33
<b>Transporttid til teater</b>	3.33
<b>Anmeldelser</b>	3.29
<b>Forfatteren</b>	3.24
<b>Annoncer</b>	3.09
<b>Instruktøren</b>	2.97
<b>Parkeringsmuligheder</b>	2.80
<b>Café/restaurant på teater</b>	2.42

Og herefter har undersøgelsen spurgt lidt tættere om hvad det rent faktisk er ved selve forestillingen der er attraktivt.

#### 2.4 Hvilke typer oplevelser går teatergængerne efter?



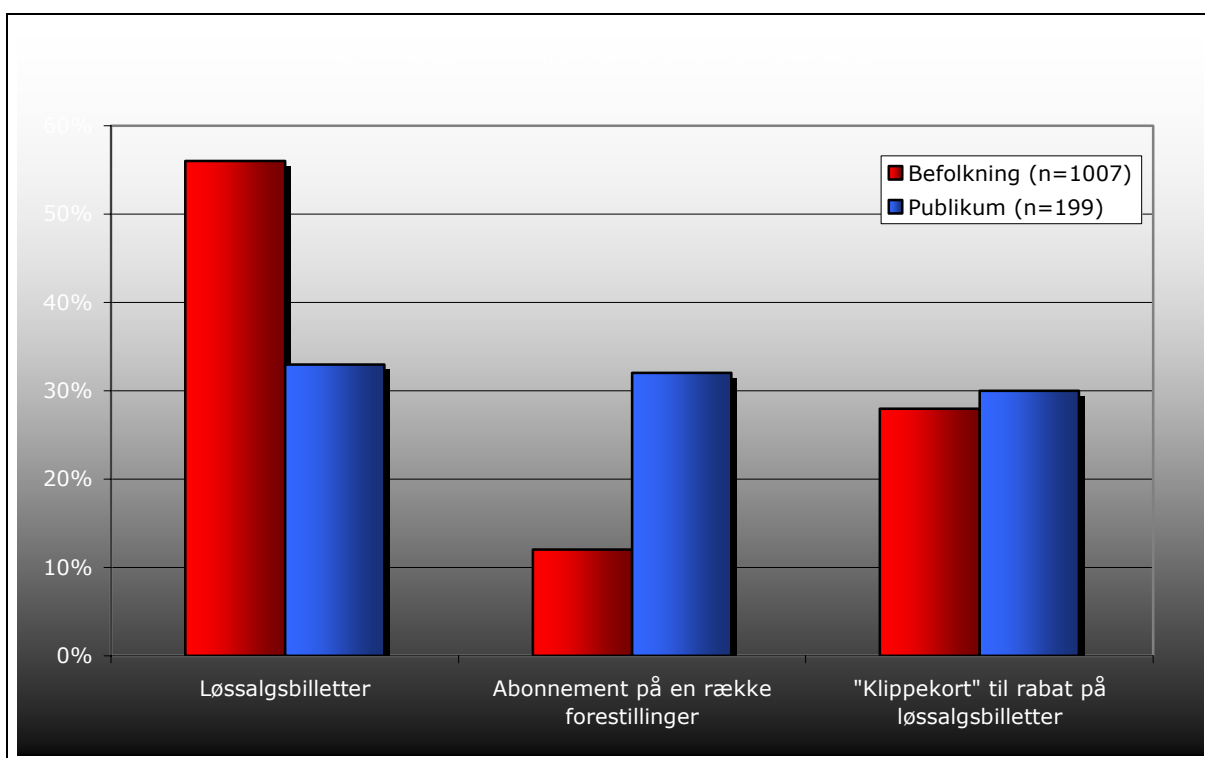
Forskellige vinkler er af afgørende betydning:

- Oplevelsen af at opleve 'live' optræden
- Selve stemningen i teatret
- Flot opsætning
- Det at man bliver underholdt
- At forestillingen er vedkommende og interessant

FAST/BTS publikummet ser desuden meget på forestillingens tema og om det giver anledning til at man kan fordybe sig i sådan et tema. Og så er det bemærkelsesværdigt, at dette publikum også vægter det eksperimenterende og det innovative teater højt. Og hvis man nærlæser aldersfordelingen viser tallene, næsten 30 % af generationen i tyverne netop vægter det eksperimenterende teater højt.

### 2.5 Løssalg eller abonnement

Hvordan vil teaterpublikummet købe deres billetter: som løssalg eller i abonnement? I befolkningen som helhed foretrækkes løssalgssystemet af over 50 % - og til nød vil man gerne gå med til en klippekortsordning. Men selve abonnementsystemet tiltrækker kun lidt over 10 % af befolkningen.



Hos FAST/BTS publikummet fordeler præferencerne sig lidt anderledes med tre næsten lige store grupper på hver ca. 30 %.

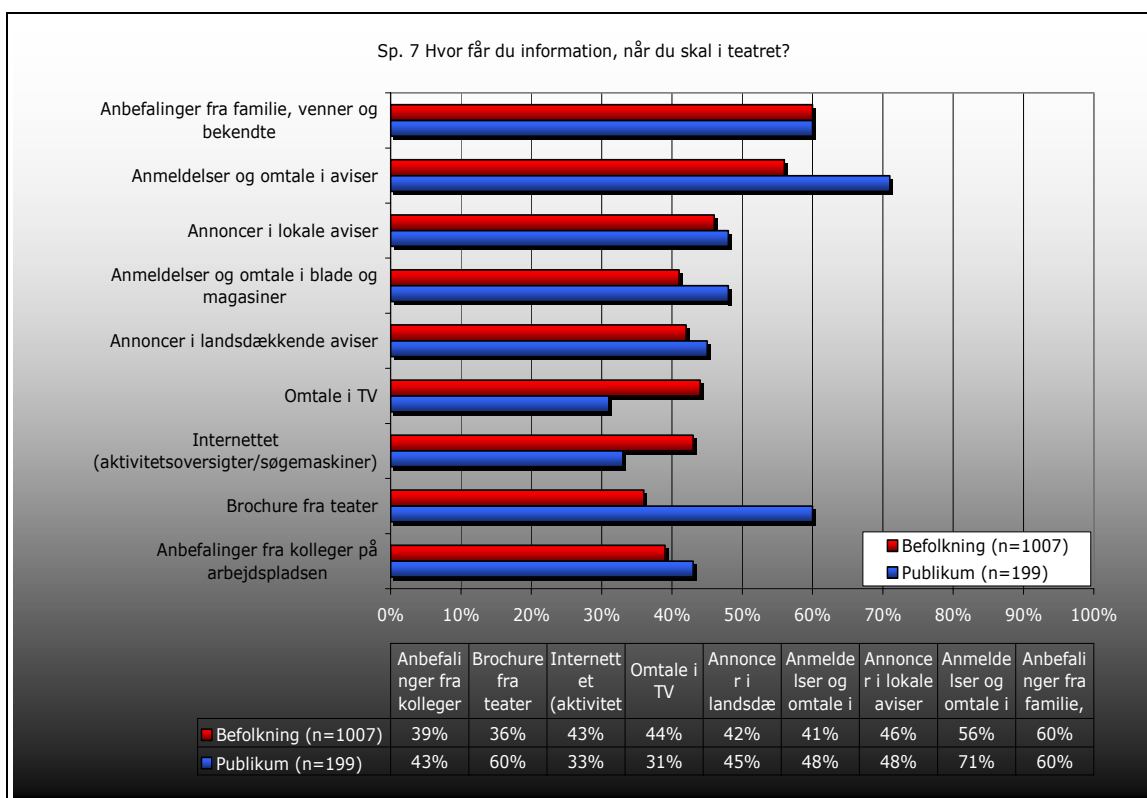
Der er altså stadig teatergængere der synes at en abonnementsserie på en række forestillinger er en god ide. Men næsten ligeså mange vil helst have en klippekortsordning eller simpelthen købe billetterne i løssalg.

### III Information og mediekanaler

Det er vigtigt for alle som er ansvarlige for teaterforestillinger at vide hvor teatergængerne får deres information om forestillingerne fra. Og derfor har undersøgelsen undersøgt en række forhold der viser dette.

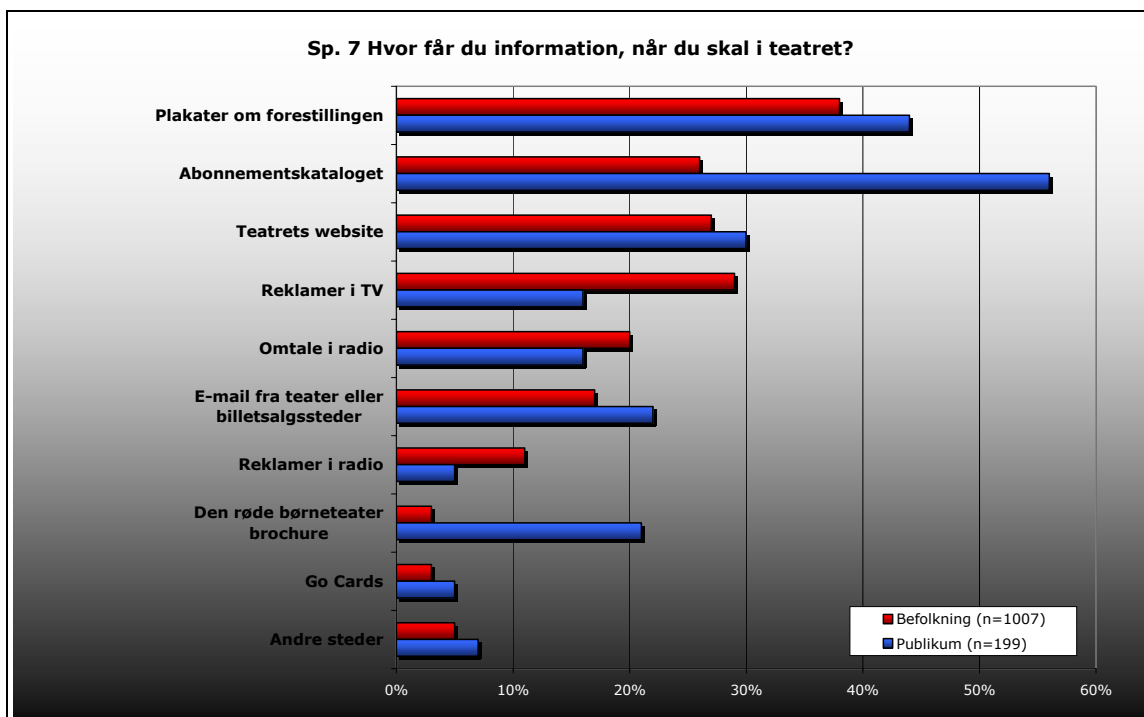
#### 3.1 Hvor får teaterinteresserede information om forestillingerne?

Anbefalinger fra familie og venner er det absolut stærkeste argument - for 60 % af dem der går i teatret. Dernæst betyder anmeldelser og omtale meget - og især for dem der er regelmæssige teatergængere. Dem som ikke bare er interesserede, men som reelt bruger teateret, bruger også teatrenes brochurer. Og så kan man bemærke at Internettet nu betyder lige så meget som omtale i TV og aviser.



Hvis vi ser på kommunikationskanalerne ud fra en PR synsvinkel så er topscorerne:

- **abonnementskataloget** - især vigtigt for FAST/BTS publikummet
- **teatrets webside** - som op til 30 % i næsten alle aldersgrupper synes er vigtig (hos de unge er tallet 34 %)
- **plakater** (ses især af de yngre)

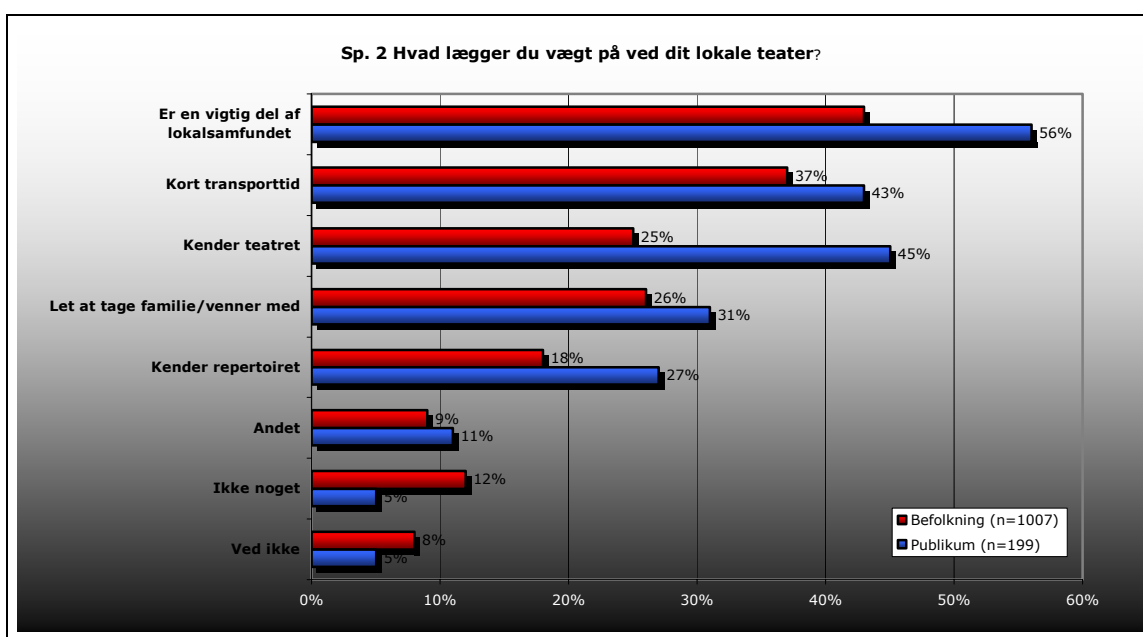


## IV. Det lokale teaters betydning

Som det fremgår af det ovenstående har netop forholdet mellem brugen af det lokale teater sammenholdt med brugen af ikke-lokale teatre stået i centrum for undersøgelsen på en række områder, og med de to benyttede målgrupper er det også muligt at få et billede af de lokale teaters betydning for den befolkningsgruppe som rent faktisk bruger teatrene, hvilket vises i det nedenstående.

### 4.1 Hvad betyder det lokale teater?

Vi har ovenfor set, at det lokale teater bliver brugt aktiv, men hvad er det ved det lokale teater der er vigtigt for teatergængerne?



Det som umiddelbart fremgår af tallene - og grafen - vedrørende lokalteatrenes betydning er følgende:

- **Vigtig del af lokalsamfundet** - en meget stor del af befolkningen (ca. 50 %) mener at det lokale teater er en vigtig del af lokalsamfundet.
- **Kort transporttid** - den korte transporttid betyder meget.
- **Man kender det lokale teater** - især for FAST/BTS publikummet betyder det meget at de kender teatret.
- **Det sociale aspekt** - det betyder samtidig at det er let at tage familie og venner med.
- **Repertoire betyder generelt meget, men...** - i sammenhæng med det lokale teater kommer repertoiret relativt langt nede på prioriteringsrækken.

# Appendix

Samlet oversigt over grafer og tabeller

**Notatet**

**Grafer**

% af befolkningen som går i teatret 3 eller flere gange om året .....	7
% af teatergængerne i lokalt og ikke-lokalt teater .....	8
Kønsfordelingen (både lokalt og ikke-lokalt teater) .....	8
Den geografiske fordeling.....	9
Hvor ofte går du i teatret.....	10
Hvor ofte går du i lokalt teater.....	11
Hvad har betydning for valget af forestilling?.....	11
Hvilke typer oplevelser går teatergængerne efter? .....	12
Løssalg eller abonnement?.....	13
Hvor får teatergængerne information fra? .....	15
Hvilken betydning har det lokale teater? .....	17

**ZAPERAS samlede materiale**

**Grafer**

Sp1. Hvor ofte går du i følgende teatre? .....	1
Sp. 1.1 Hvor ofte går du i lokalt teater? .....	2
Sp. 1.2 Hvor ofte går du i ikke-lokalt teater?.....	3
Sp. 1.3 hvor ofte går du i stort teater?.....	4
Sp. 1.4 hvor ofte går du i lille teater .....	5
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater?.....	6
Sp. 4 Hvor interesseret er du i følgende? .....	7
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende for dit valg? .....	8
Sp. 6 Hvilke oplevelser lægger du vægt på, når du går i teatret? .....	9
Sp. 7.1 Hvor får du information, når du skal i teatret? .....	10
Sp. 7.2 Hvor får du information, når du skal i teatret? .....	11
Sp. 8 Hvilken form for billettype vil du foretrække?.....	12

**Tabeller - befolkning**

**Hypighed af teaterbesøg**

Sp.1 Hvor ofte går du i følgende teatre? .....	1
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - alder og geografi .....	2
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - uddannelse .....	3
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - indkomst.....	4
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - husstand .....	5
Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - alder og geografi.....	6
Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - uddannelse .....	7
Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - indkomst .....	8
Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - husstand .....	9

### **Det lokale teater**

Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - alder og geografi .....	10
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - uddannelse .....	11
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - indkomst.....	12
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - husstand .....	13

### **Typer af forestillinger - man går til**

Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - alder og geografi .....	14
Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - uddannelse.....	15
Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - indkomst.....	16
Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - husstand.....	17

### **Typer af forestillinger - interesse**

Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - generelt.....	18
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - alder og geografi .....	19
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - uddannelse.....	20
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - indkomst.....	21
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - husstand.....	22

### **Planlægning af teatertur**

Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende?, - generelt .....	23
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - alder og geografi.....	24
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - uddannelse.....	25
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - indkomst.....	26
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - husstand .....	27

### **Oplevelsesdimensioner**

Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - alder og geografi.....	28
Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - uddannelse .....	29
Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - indkomst .....	30
Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - husstand .....	31

### **Information om teater og repertoire**

Sp. 7 Hvor får du information? - alder og geografi .....	32
Sp. 7 Hvor får du information? - uddannelse.....	33
Sp. 7 Hvor får du information? - indkomst.....	34
Sp. 7 Hvor får du information? - husstand.....	35

### **Løssalg/abonnement**

Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - alder og geografi .....	36
Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - uddannelse.....	37
Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - indkomst.....	38
Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - husstand.....	39

### **Tabeller - FAST/BTS publikummet**

#### **Hypighed af teaterbesøg**

Sp.1 Hvor ofte går du i følgende teatre? .....	1
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - alder og geografi .....	2
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - uddannelse .....	3
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - indkomst.....	4
Sp. 1.1 og 1.2 Hvor ofte går du i lokalt/ikke lokalt teater? - husstand .....	5
Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - alder og geografi.....	6
Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - uddannelse .....	7
Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - indkomst .....	8

Sp. 1.3 og 1.4 Hvor ofte går du i stort/lille teater? - husstand .....	9
<b>Det lokale teater</b>	
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - alder og geografi .....	10
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - uddannelse .....	11
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - indkomst.....	12
Sp. 2 Hvad lægger du vægt på ved dit lokale teater? - husstand .....	13
<b>Typer af forestillinger - man går til</b>	
Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - alder og geografi .....	14
Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - uddannelse.....	15
Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - indkomst.....	16
Sp.3 Hvilke af følgende går du til? - husstand.....	17
<b>Typer af forestillinger - interesse</b>	
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - generelt.....	18
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - alder og geografi .....	19
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - uddannelse.....	20
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - indkomst.....	21
Sp.4 Hvor interesseret er du i følgende? - husstand.....	22
<b>Planlægning af teatertur</b>	
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende?, - generelt .....	23
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - alder og geografi.....	24
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - uddannelse .....	25
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - indkomst .....	26
Sp. 5 Hvor stor betydning har følgende? - husstand .....	27
<b>Oplevelsesdimensioner</b>	
Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - alder og geografi.....	28
Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - uddannelse .....	29
Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - indkomst .....	30
Sp.6 Hvilke typer af oplevelser lægger du vægt på? - husstand .....	31
<b>Information om teater og repertoire</b>	
Sp. 7 Hvor får du information? - alder og geografi .....	32
Sp. 7 Hvor får du information? - uddannelse.....	33
Sp. 7 Hvor får du information? - indkomst.....	34
Sp. 7 Hvor får du information? - husstand.....	35
<b>Løssalg/abonnement</b>	
Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - alder og geografi .....	36
Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - uddannelse.....	37
Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - indkomst.....	38
Sp. 8 Hvilken billettype foretrækker du? - husstand.....	39



---

ICMM Ltd.  
43-45 Portman Square  
London W1H 6HN UK  
+44 20 7969 2777  
ras@icmm.net

**[www.icmm.net](http://www.icmm.net)**

ICMM Aps.  
Vandkunsten 3  
1467 København K  
+45 33 38 10 30  
ras@icmm.net

---