

# Kulturpuls 2025

## Innsiktsrapport fra Virke Analyse

Publisert 4. februar 2025

Ansvarlig i Virke:

Susanne Solberg Almedal, Seniorrådgiver Analyse  
[susanne.almedal@virke.no](mailto:susanne.almedal@virke.no)

Ellen Stafne Western, Seniorrådgiver Analyse  
[ellen.western@virke.no](mailto:ellen.western@virke.no)

**VIRKE**



# Om Kulturpuls



- Opinion har på oppdrag for Hovedorganisasjonen Virke gjennomført en landsrepresentativ befolkningsundersøkelse om nordmenns kulturbruk.
- Undersøkelsen kartlegger blant annet kulturbruk i 2024 og forventninger til bruk av kulturtilbud i 2025, herunder hva som er drivere og barrierer for kulturbruk.
- Undersøkelsen ser på utvikling og trender i kulturkonsumet over tid og utgjør et kunnskapsgrunnlag for virksomheter som tilbyr kulturoplevelser.
- Undersøkelsen er gjennomført første uken i januar 2025 i et landsrepresentativt utvalg på totalt 1008 innbyggere over 18 år.
- Selve datainnsamlingen er gjennomført elektronisk i befolkningspanel. Dataene er vektet på kjønn, alder, geografi og utdanning i henhold til den faktiske befolkningssammensetningen.
- Feilmarginer ved 1000 respondenter (n=1000) ligger innenfor  $\pm 1,4$  og  $\pm 3,1$  prosentpoeng.

# Hovedfunn - Virkes Kulturpuls 2025

## Kino er på kulturtoppen

- Kulturtilbudet de aller fleste av oss har et aktivt forhold til er kinoen. Syv av ti besøkte en kino minst en gang i fjor.
- Kino er også det kulturtilbudet flest nordmenn ønsker å besøke oftere; hele 63 prosent svarer at de kunne tenke seg å gå på kino oftere enn de gjør i dag.

## Stabilt kulturforbruk i 2024

- I Kulturpuls svarer 61 prosent at de har benyttet kulturtilbud like ofte i 2024 som i 2023. 19 prosent svarer at de har benyttet seg av kulturtilbud noe sjeldnere i 2024, mens 13 prosent svarer at de har benyttet seg oftere av kulturtilbud.

## Gode utsikter for kultursektoren i 2025

- Etter en periode med høy inflasjon og økte renter, forventes det at husholdningenes kjøpekraft vil øke, drevet av god lønnsvekst, lavere prisvekst og forventede rentekutt. Denne utviklingen antas å stimulere husholdningenes forbruk og løfte norsk økonomi.
- I Kulturpuls svarer en tredjedel at de forventer å benytte seg mer av kulturtilbud i 2025 sammenlignet med fjoråret, mens bare 13 prosent svarer at de vil benytte seg av kulturtilbud sjeldnere.

# Husholdningenes kjøpekraft

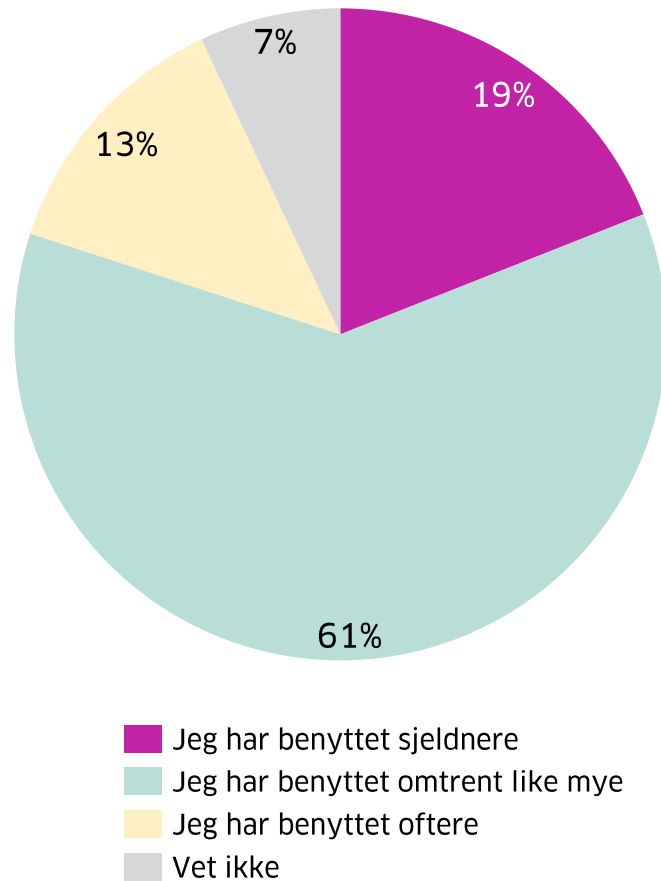
# 2024 var et godt år for norske husholdninger med økt kjøpekraft



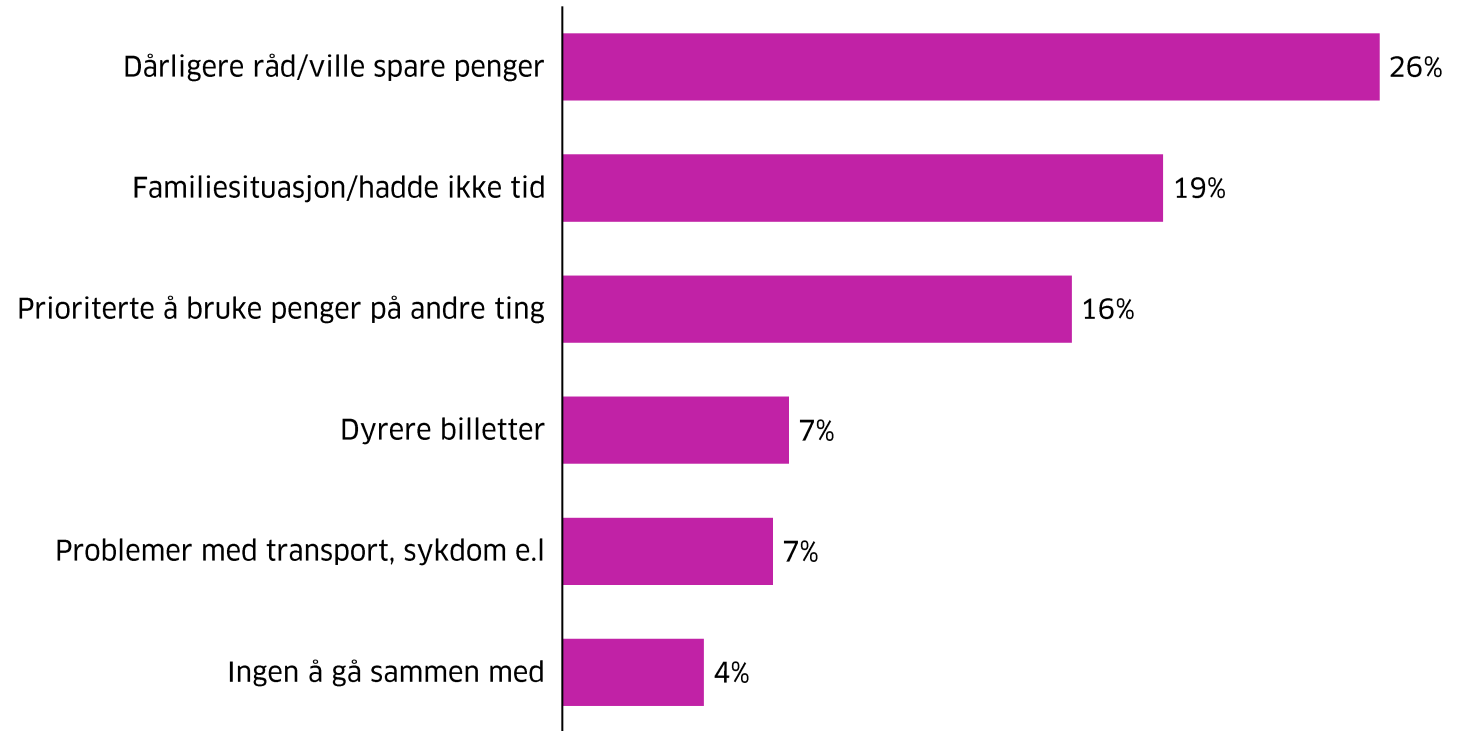
- Når vi skal se nærmere på nordmenns kulturbruk i 2024 og utsikter for kulturforbruk i 2025, er det viktig å forstå hvordan økonomiske drivkrefter som renter og inflasjon påvirker kjøpekraften til norske husholdninger.
- De siste årene har norsk økonomi gjennomgått betydelige svingninger, spesielt med hensyn til husholdningenes kjøpekraft.
- Husholdningenes konsum, som tilsvarer rundt halvparten av BNP Fastlands-Norge, begynte å ta seg opp i 2024 etter å ha utviklet seg svakt gjennom 2023.
- Den svake konsumutviklingen vi har hatt de seneste årene må ses i sammenheng med økte leviekostnader, høyere renter og den høye omsetningen av varige goder som møbler, hvitevarer og biler under koronapandemien.
- Etter en periode med høy inflasjon, høyere renter og fall i realinntektene, har husholdningene nå fått bedre kjøpekraft.
- I 2024 fikk norske husholdninger en klar reallønnsvekst, etter at reallønnen har vært nær uendret fra 2015 til og med 2023.

# De fleste har benyttet kulturtilbud like ofte i 2024 som i 2023

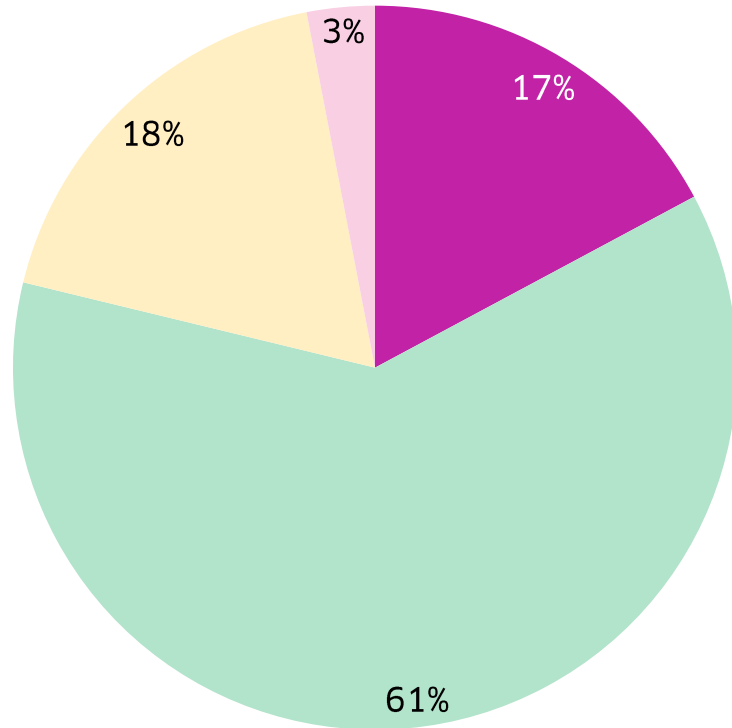
Har du benyttet deg av kulturtilbud oftere eller sjeldnere i 2024 sammenlignet med 2023?



Hva er hovedårsaken til at du har benyttet kulturtilbud sjeldnere?



# Det store flertallet tror kjøpekraften vil stå på stedet hvil i 2025



■ Dårligere      ■ Bedre  
■ Omtrent den samme      ■ Ønsker ikke å svare/Vet ikke

Q: Hvordan tror du din eller din husholdnings økonomiske situasjon vil være i 2025 sammenlignet med 2024? Base: Alle (N=1008). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

- I Kulturpuls har vi spurt forbrukerne om de tror de vil få bedre eller dårligere økonomi i 2025 sammenlignet med 2024.
- I undersøkelsen er det like mange som tror de får bedre økonomi i 2025 sammenlignet med 2024 enn de som tror det motsatte.
- Dog tror det store flertallet, 61 prosent, at de får omtrent samme økonomi i år som i fjor.
- Menn er mer optimistiske enn kvinner på vegne av egen økonomi, det samme er de yngre sammenlignet med de eldre.

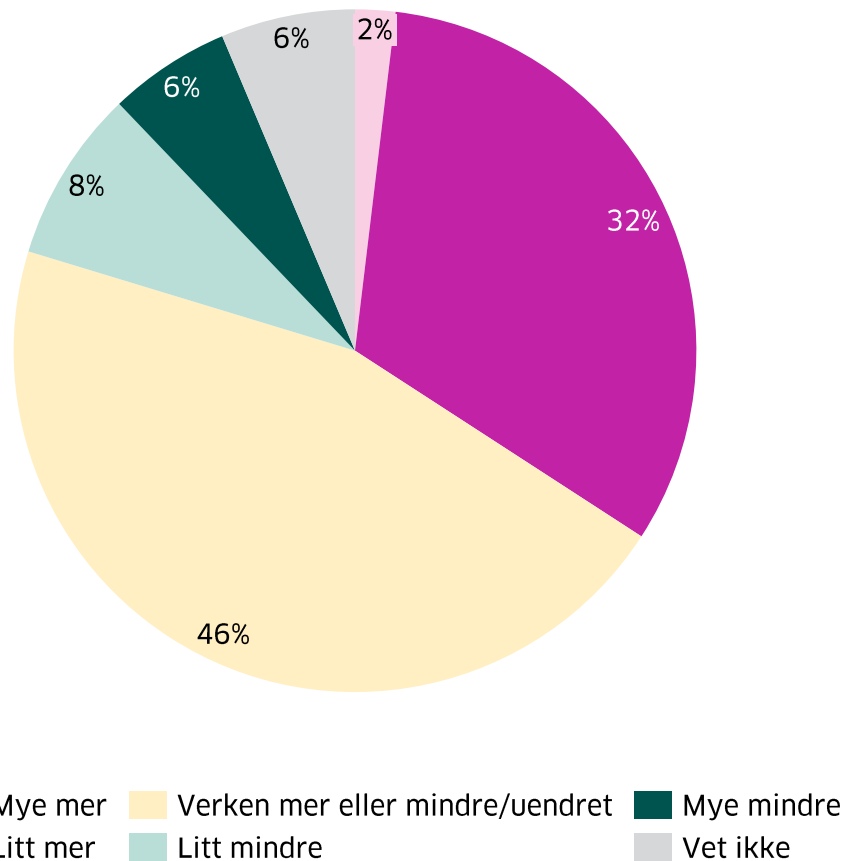
# 2025 ser ut til å bli et år med økt kjøpekraft for norske husholdninger



- Selv om forbrukerne tror egen økonomi vil være ganske så lik i 2025 som i 2024, så tror det økonomiske fagmiljøet på lysere tider.
- Ifølge Statistisk sentralbyrå (SSB) forventes det at husholdningenes kjøpekraft vil øke i 2025.
- SSB anslår at årslønnsveksten vil være 4,3 prosent i 2025. Samtidig forventes det at inflasjonen vil avta, noe som vil bidra til økt reallønn og dermed bedre kjøpekraft for husholdningene.
- I tillegg forventes det at Norges Bank vil sette renten ned i 2025. Dette vil lette rentebelastningen for mange husholdninger og ytterligere styrke deres økonomiske situasjon.
- Samlet sett peker prognosene til de økonomiske fagmiljøene mot en positiv utvikling i husholdningenes kjøpekraft i 2025, drevet av lønnsvekst, lavere inflasjon og forventede rentekutt.



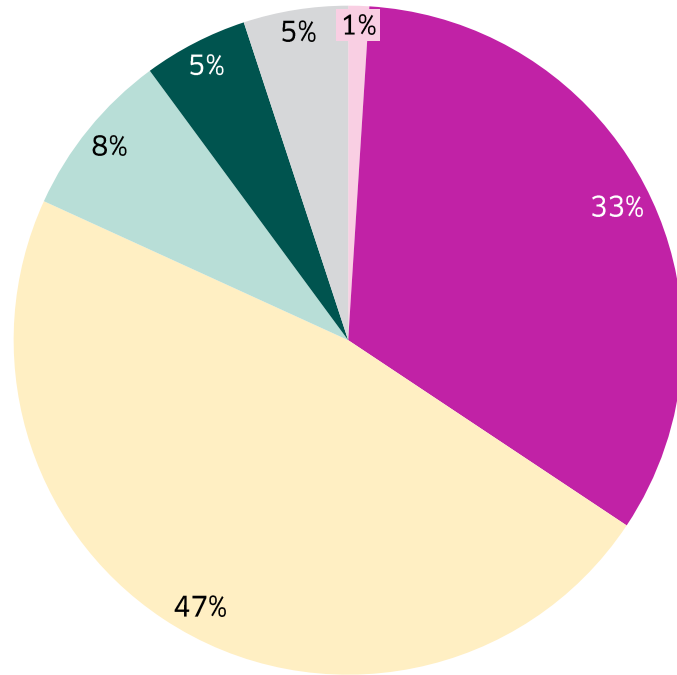
# Nordmenn vil bruke mer penger på kulturopplevelser i 2025



- Til tross for at mange nordmenn ikke tror egen økonomi blir bedre i år, vil mange likevel bruke mer penger på kulturopplevelser.
- En tredjedel svarer at de forventer å bruke mer penger på kulturtilbud i 2025 sammenlignet med 2024. Det er spesielt de unge i aldersgruppen under 30 år som svarer at de skal øke pengebruken.
- 14 prosent tror de vil bruke mindre penger på kulturopplevelser i 2025 sammenlignet med i fjor.
- Nær halvparten svarer at de vil holde pengebruken uendret sammenlignet med fjoråret.

Q: Forventer du å bruke mer eller mindre penger på kulturopplevelser i 2025 sammenlignet med 2024? Base: Alle (N=1008). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Nordmenn vil gå mer på kulturopplevelser i 2025



Mye mer    Verken mer eller mindre/uendret    Mye mindre  
Litt mer    Litt mindre    Vet ikke

Q: Forventer du totalt sett å benytte deg mer eller mindre av kulturtilbud i 2025 sammenlignet med 2024? Base: Alle (N=1008). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

- Til tross for at mange nordmenn ikke tror egen økonomi blir bedre i år, forventer mange likevel å benytte kulturtilbud oftere i 2025 enn de gjorde i 2024.
- En tredjedel sier at de forventer å benytte kulturtilbud oftere i 2025, mens 13 prosent tror de vil benytte seg mindre av kulturtilbud i år sammenlignet med i fjor.
- Nær halvparten svarer at de vil holde kulturdeltakelsen stabil.
- De som benytter kulturtilbud hyppig vil i større grad øke kulturdeltakelsen sin sammenlignet med de som deltar sjeldnere.

# Hvilke kulturtilbud forventer man å bruke mer av i 2025?

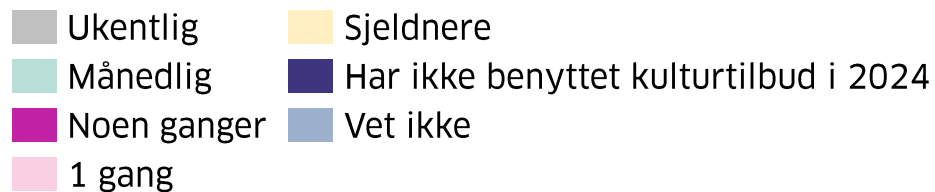
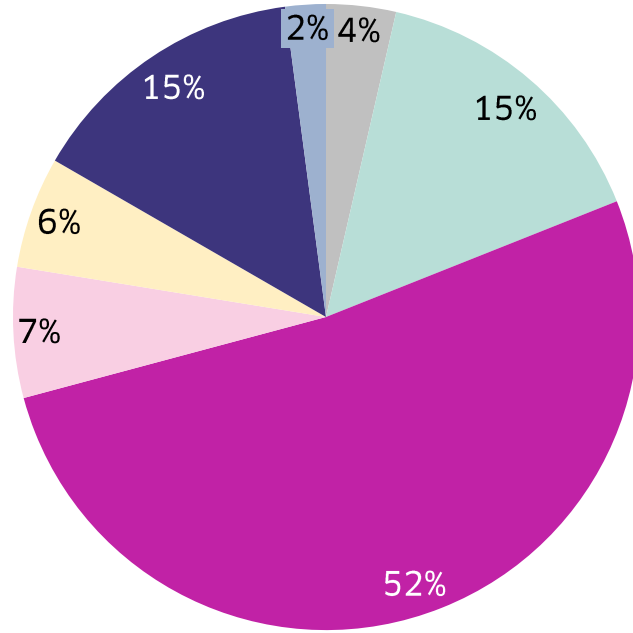


- Topp 3 kulturtilbud man forventer å benytte oftere i 2025 er kino (20 prosent), konserter (17 prosent) og museum (14 prosent).
- Det er spesielt de under 30 år som forventer å gå mer på kino i 2025 sammenlignet med 2024.
- Basert på aldersgrupper, er det flest under 50 år som ønsker å gå mer på konsert dette året.



# Kulturbruk og kulturinteresse

# Hvor ofte bruker nordmenn kulturtilbud?



- De fleste, 52 prosent, benytter seg av kulturtilbud noen ganger i året, mens 15 prosent av Norges befolkning deltar på kulturopplevelser månedlig.
- 4 prosent svarer at de benytter seg av kulturtilbud ukentlig.
- 15 prosent svarer at de ikke har benyttet seg av kulturtilbud i 2024.

Q: Hvor ofte har du benyttet deg av kulturtilbud i løpet av 2024? Vi tenker her alle former for kultur, men ikke idrettsarrangementer. Base alle (N= 1008), Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Kino var på kulturtoppen i 2024



**Kino (71 %)**

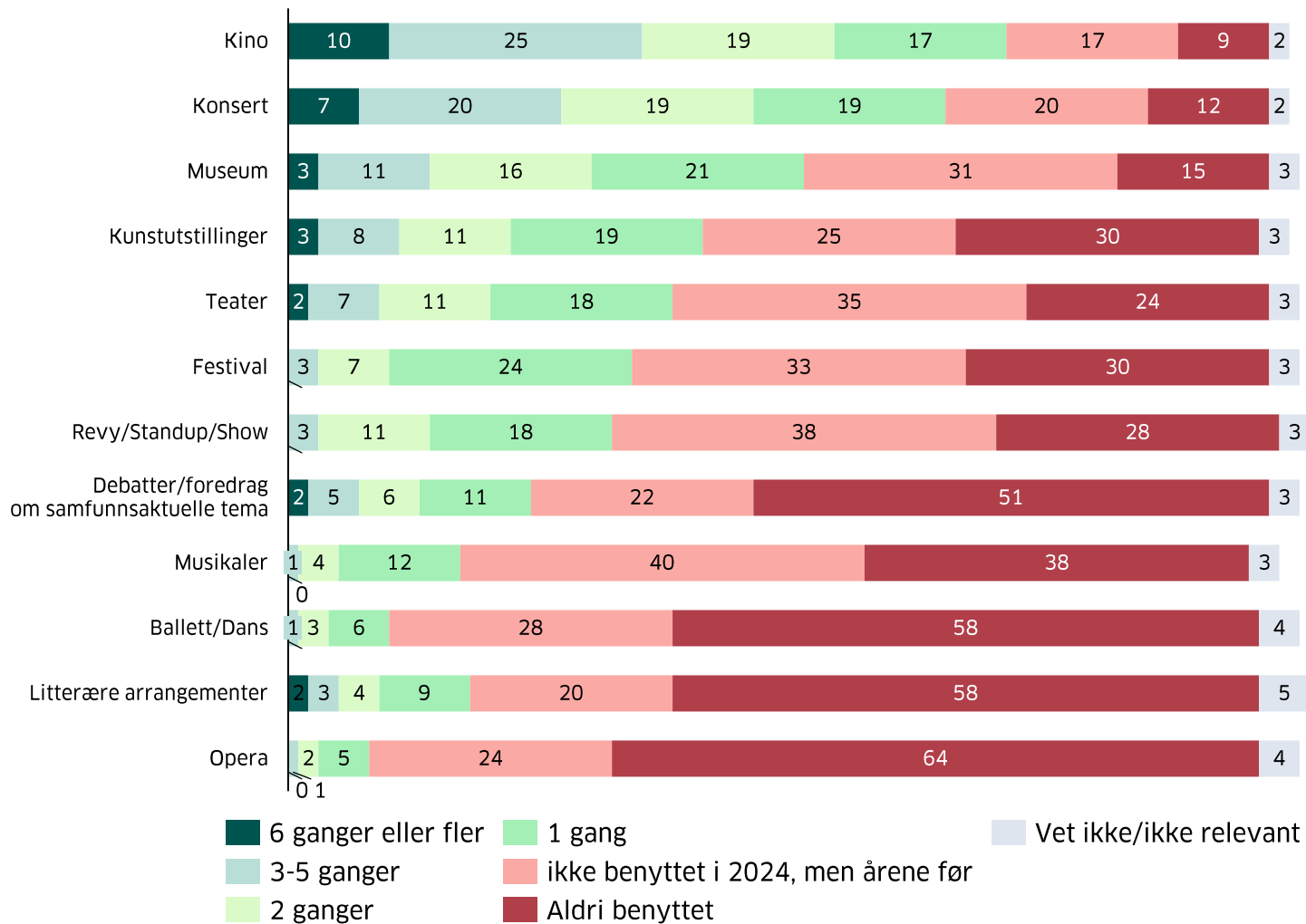


**Konsert (65 %)**



**Museum (50 %)**

# 7 av 10 besøkte en kino i 2024



- Kulturtilbudet de aller fleste av oss har et aktivt forhold til er kinoen; Syv av ti besøkte en kino minst en gang i fjor.
- Konsert og museum følger etter, med en årlig oppslutning på 65 og 50 prosent
- Etter det følger kunstutstillinger og teater med en årlig oppslutning på 41 og 38 prosent.
- 35 prosent besøkte en festival i 2024
- Ballett/dans, litterære arrangementer og opera er kulturtilbud folk oppsøker mindre hyppig. 10 prosent har vært på ballett/dans i løpet av 2024, mens 8 prosent har vært på opera.

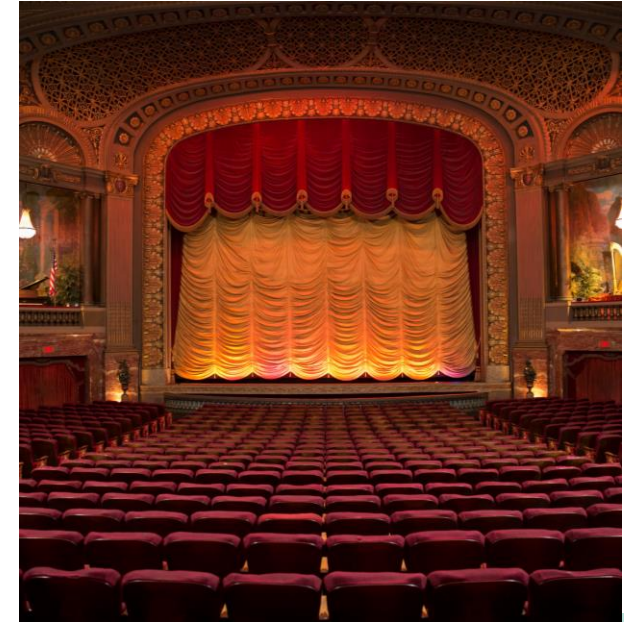
# Mange ønsker å gå oftere på kulturopplevelser



**Kino (63%)**



**Konsert (57%)**



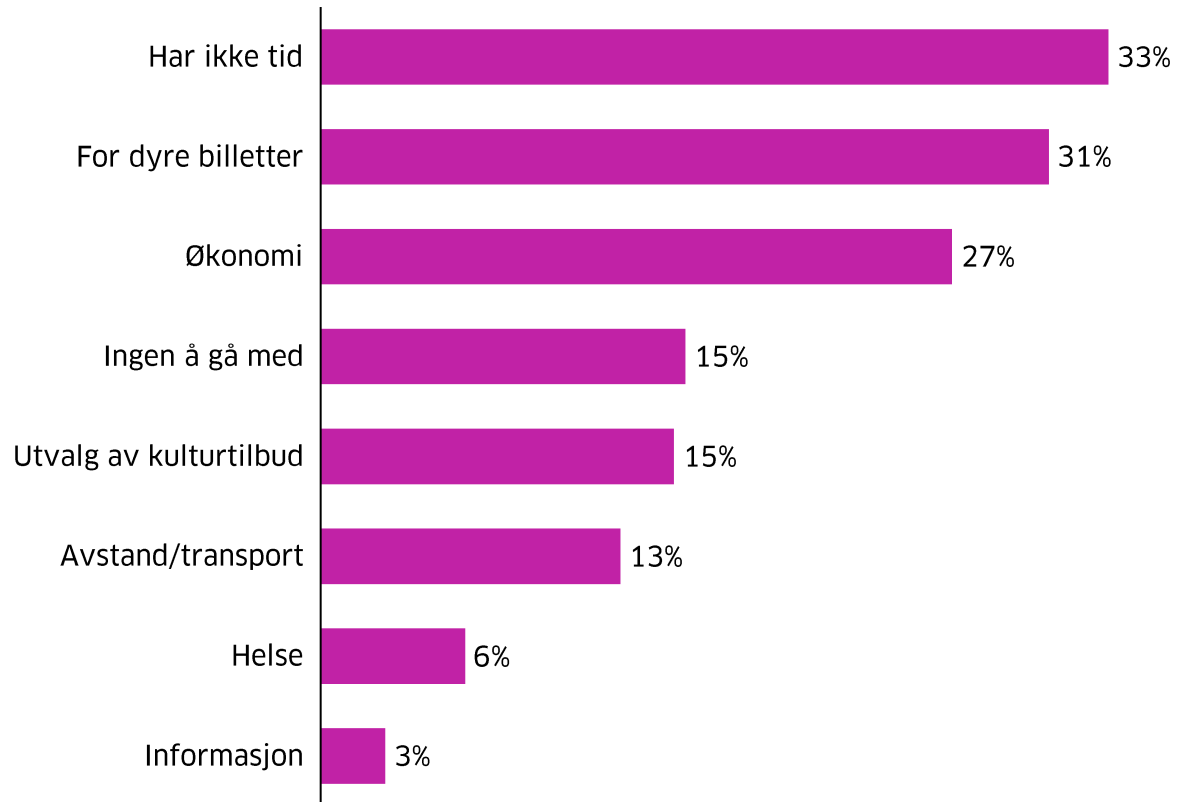
**Revy/Standup/Show  
og teater (36%)**

Q: Hvilke, om noen, av disse kulturopplevelsene kunne du tenkt deg å benytte oftere enn du gjør i dag? Base: Alle (N=1008). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.



# Tid er den viktigste barrieren for økt kinobruk

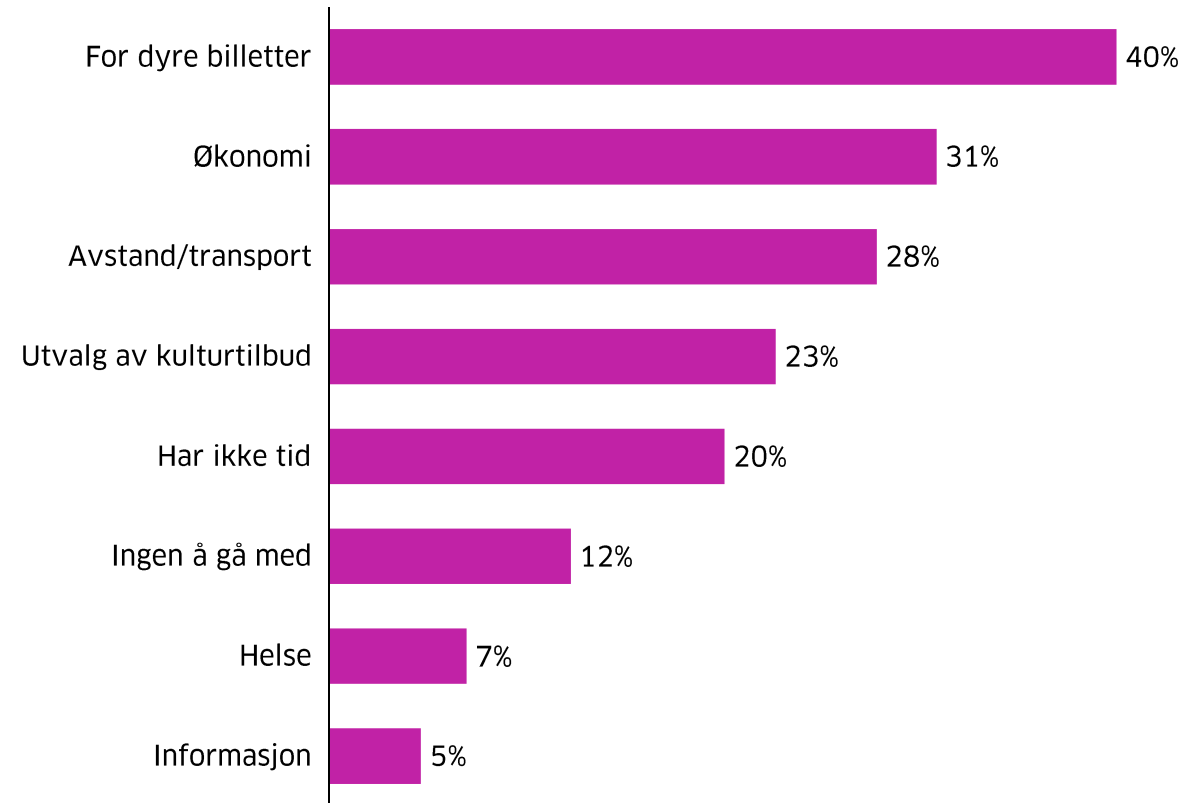
- Kulturpuls kartlegger nordmenns kulturvaner. I undersøkelsen tegnes det også et mer spesifikt bilde av hvilke kulturtilbud nordmenn ønsker å benytte seg mer av enn de får til i dag.
- 63 prosent svarer at de gjerne skulle benyttet seg av kino oftere enn de gjør i dag.
- I Kulturpuls er den viktigste barrieren for økt kinobruk mangel på tid. En av tre oppgir dette som en hindring for å gå på kino så ofte som en skulle ønske. Dette gjelder i større grad menn enn kvinner og de yngre aldersgruppene.
- Nær en tredjedel peker på billettpris som en viktig hindring for økt kinobruk.
- Økonomi er også en barriere, og det er flere kvinner enn menn som oppgir dette. De yngre aldersgruppene skiller seg også ut her.
- 15 prosent svarer at det å ikke ha noen å gå sammen med er et hinder for økt deltakelse.



Q: Du har svart at du ønsker å benytte Kino oftere enn du gjør i dag. Hva hindrer deg i å gå på kino så ofte som du skulle ønske? Base: (N=635). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Billettpris er den viktigste barrieren for økt konsertdeltakelse

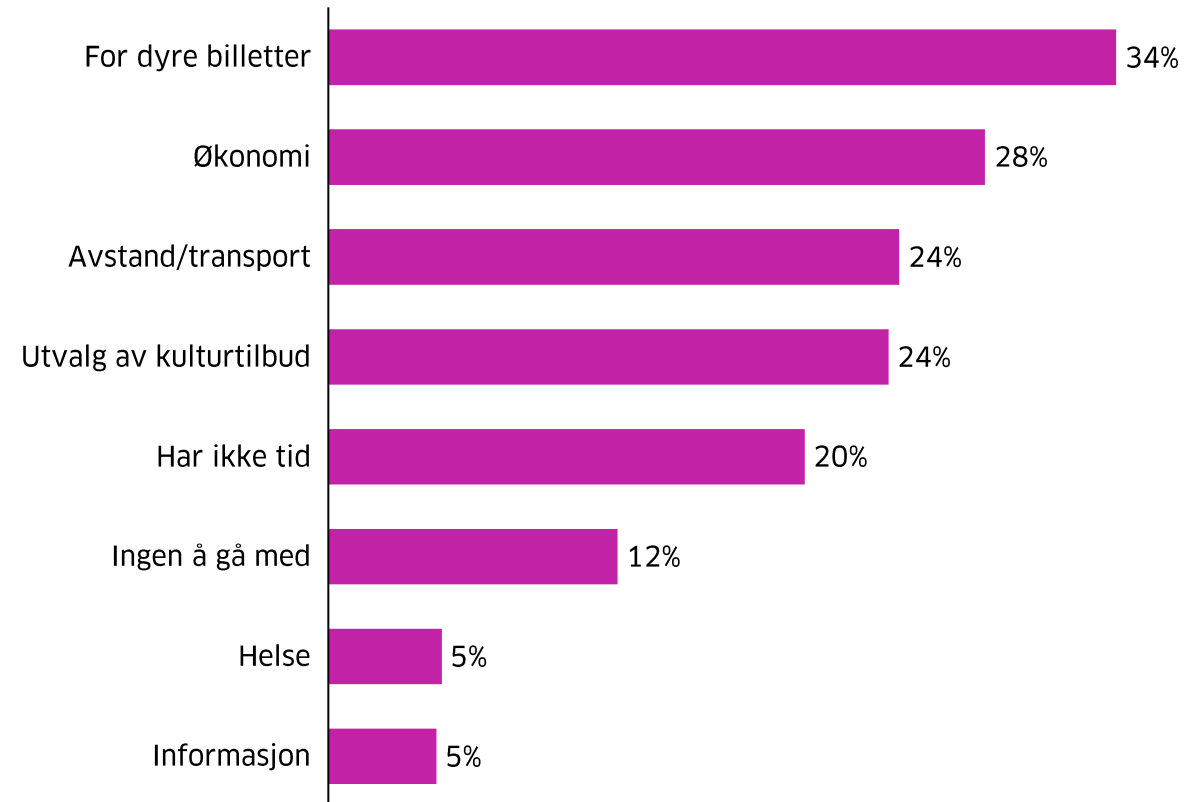
- I Kulturpuls er den viktigste barrieren for økt konsertdeltakelse billettprisen. Fire av ti oppgir dette som en hindring for å gå på konsert så ofte som en skulle ønske. Dette gjelder i større grad kvinner enn menn.
- Nær en tredjedel peker på økonomi som en viktig hindring for økt konsertdeltakelse. Dette gjelder også i større grad kvinner enn menn.
- Avstand og transport og utvalg av kulturtilbud er også viktige barrierer, og dette gjelder i større grad for befolkningen i Nord-Norge enn ellers i landet.
- 20 prosent oppgir tid som en barriere for økt konsertdeltakelse. Dette gjelder i større grad menn enn kvinner og de yngre aldersgruppene.



Q: Du har svart at du ønsker å gå på konsert oftere enn du gjør i dag. Hva hindrer deg i å gå på konsert så ofte som du skulle ønske? Base: (N=579). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Billettpris er den viktigste barrieren mot økt teaterdeltakelse

- I Kulturpuls er den viktigste barrieren for økt teaterdeltakelse billettprisen. En av tre oppgir dette som en hindring for å gå på teater så ofte som en skulle ønske.
- Tre av ti peker på økonomi som en viktig hindring for økt konsertdeltakelse. Dette gjelder i større grad kvinner enn menn.
- Avstand og transport og utvalg av kulturtilbud er også viktige barrierer, og dette gjelder i større grad for befolkningen i Nord-Norge og Vestlandet enn ellers i landet.
- 20 prosent oppgir tid som en barriere for økt teaterdeltakelse. Dette gjelder i større grad de yngre aldersgruppene.

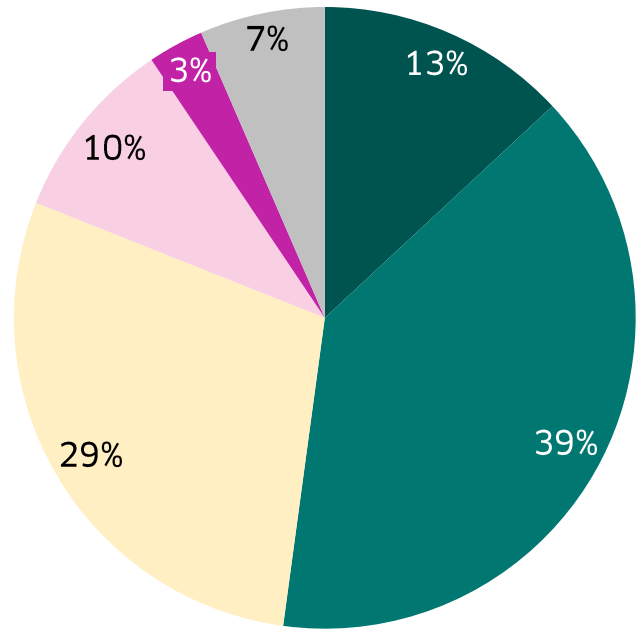


Q: Du har svart at du ønsker å gå på teater oftere enn du gjør i dag. Hva hindrer deg i å gå på teater så ofte som du skulle ønske? Base: (N=363). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Tilfredshet med kulturtilbud



# Halvparten er fornøyd med kulturtilbudet i nærområdet

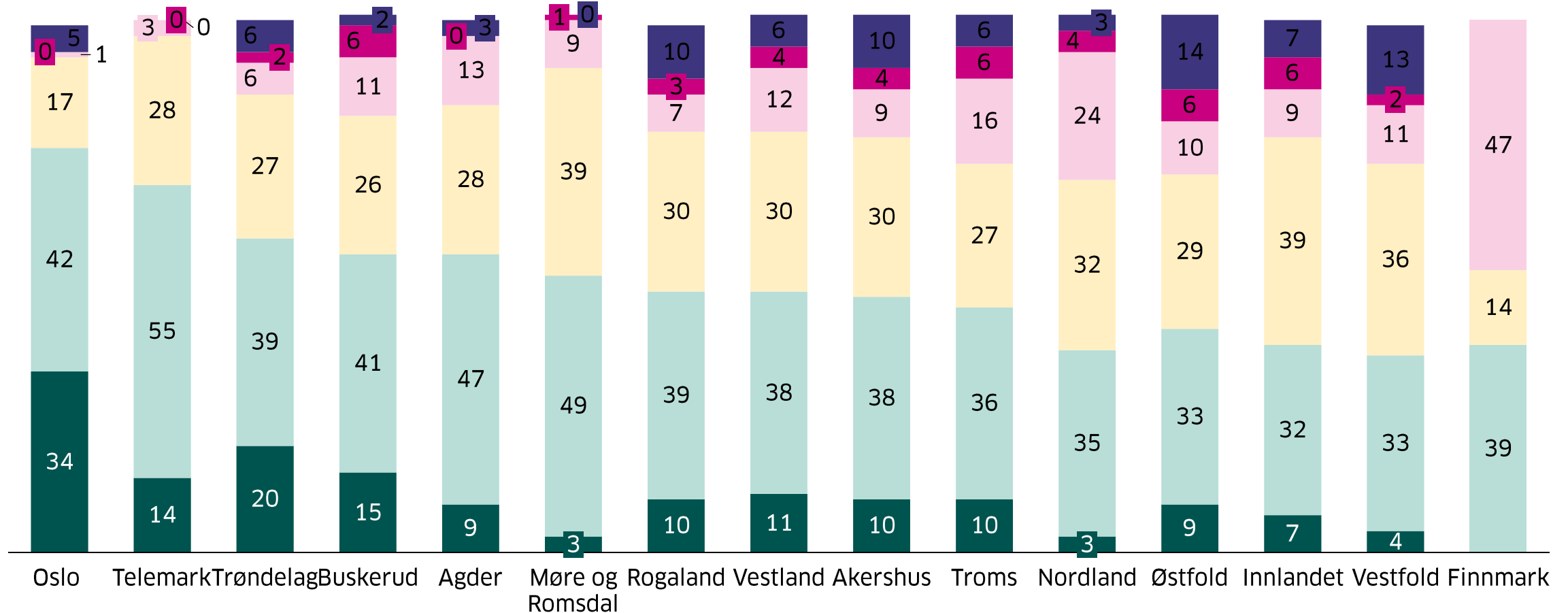


■ Svært fornøyd   ■ Verken eller   ■ Svært lite fornøyd  
■ Ganske fornøyd   ■ Lite fornøyd   ■ Vet ikke

- I Kulturpuls har vi kartlagt hvor tilfreds folk er med kulturtilbudet i nærområdet.
- Drøyt halvparten av de spurte oppgir at de er ganske eller svært fornøyd med kulturtilbudet i nærområdet sitt, mens 13 prosent svarer at de er lite eller svært lite fornøyd med dette.
- Dette er stabilt sett i forhold til forrige Kulturpuls-måling.

Q: Hvor fornøyd er du med kulturtilbudet i ditt nærområde? Base: Alle (N=1008).  
Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Mest fornøyd i Oslo, minst fornøyd i Finnmark



# Mange savner et større konserttilbud

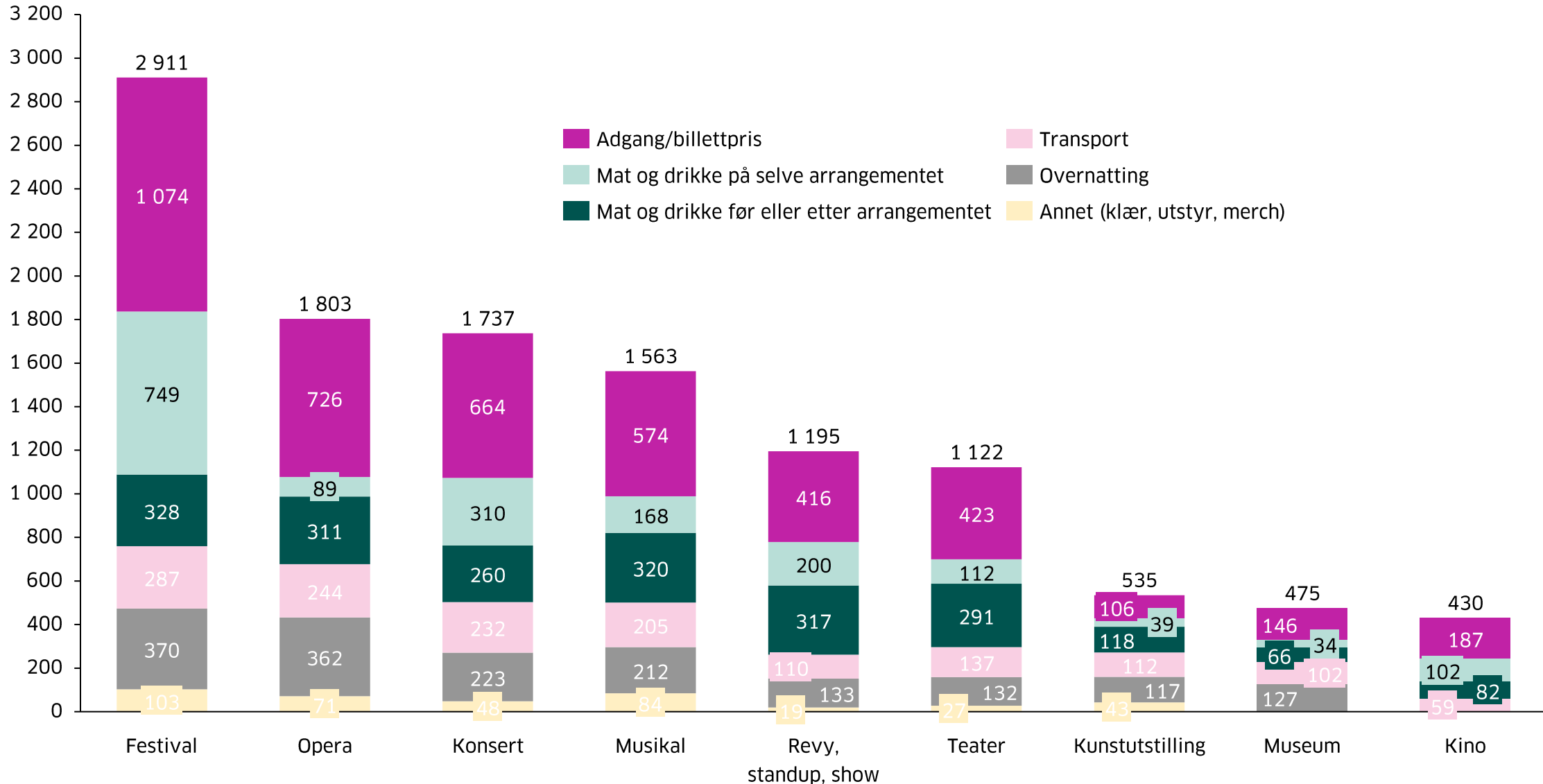


- Oslo utpeker seg med at hele 76 prosent er fornøyd med kulturbildet, og bare 1 prosent er misfornøyd. Topp tre kulturtilbud som savnes mest er kino (10 prosent), debatter/foredrag (8 prosent) og konserter (7 prosent).
- I Rogaland er 49 prosent fornøyd med tilbudet i nærområdet, mens 11 prosent er misfornøyd. Det er flest som savner flere konserter (20 prosent), revy/standup og show (18 prosent) og ballett/dans (13 prosent).
- I Møre og Romsdal ønsker de seg flere konserter (31 prosent), musikaler (23 prosent) og revy/standup og show (19 prosent). Det er 52 prosent som er fornøyd med kulturtilbudet, og 10 prosent som er misfornøyd.
- I Nordland er 38 prosent fornøyd med tilbudet av kultur, og 28 prosent misfornøyd. Det er flest som savner konserter (37 prosent), revy/standup og show (24 prosent) og festival (19 prosent).
- I Østfold er 42 prosent fornøyd med kulturtilbudet, mens 16 prosent er misfornøyd. De ønsker mer musikaler (23 prosent), konserter (19 prosent) og debatter/foredrag (19 prosent).
- I Akershus ønsker de seg flere konserter (25 prosent), kino (21 prosent) og teater (10 prosent). Det er 47 prosent som er fornøyd med kulturtilbudet og 13 prosent som er misfornøyd.
- I Buskerud er 56 prosent er fornøyd med kulturtilbudet, og 17 er misfornøyd. De savner mest konsert (15 prosent), kunstutstillinger (14 prosent) og debatter/foredrag (13 prosent).
- I Innlandet er 39 prosent fornøyd med tilbudet, og 14 prosent er misfornøyd. De savner mest konserter (33 prosent), revy/standup og show (28 prosent) og teater (15 prosent).
- I Vestfold savner de også mest konserter (21 prosent), etterfulgt av revy, standup og show (19 prosent) og kunstutstillinger (15 prosent). 37 prosent er fornøyd med tilbudet, 14 prosent er misfornøyd.
- Sammenlignet med de andre fylkene er de nest mest fornøyd med kulturtilbudet i Telemark. Hele 69 prosent er fornøyd, og kun 3 er misfornøyd. De savner mest konsert (34 prosent), revy/standup og show (28 prosent) og musikaler (17 prosent).
- I Agder er 57 prosent fornøyd med tilbudet, 13 prosent er misfornøyd. De ønsker seg flere konserter (27 prosent), revy/standup og show (23 prosent) og festival (18 prosent).
- I Vestland savner de mest konserter (25 prosent), revy/standup og show (19 %), festival (15 prosent). 49 prosent er fornøyd. 15 er misfornøyd med kulturtilbudet.
- I Trøndelag er et annet fylke hvor det er en høy andel som er fornøyd med kulturtilbudet. Hele 58 prosent er fornøyd, mens kun 9 prosent er misfornøyd. De savner mest konserter (16 prosent), festival (14 prosent) og teater (12 prosent).
- I Troms ønsker de seg flere musikaler (26 prosent), konserter (25 prosent) og revy/standup og show (17 prosent). 46 prosent er fornøyd, mens 22 prosent er misfornøyd med kulturtilbudet.
- Lengst nord i landet, i Finnmark, finner vi den største andelen som er misfornøyd med kulturtilbudet. 47 prosent er misfornøyd, mens kun 39 % er fornøyd. De savner mest konserter (47 prosent), kunstutstillinger (39 prosent) og kino (37 prosent).

# Pengebruk på kulturopplevelser

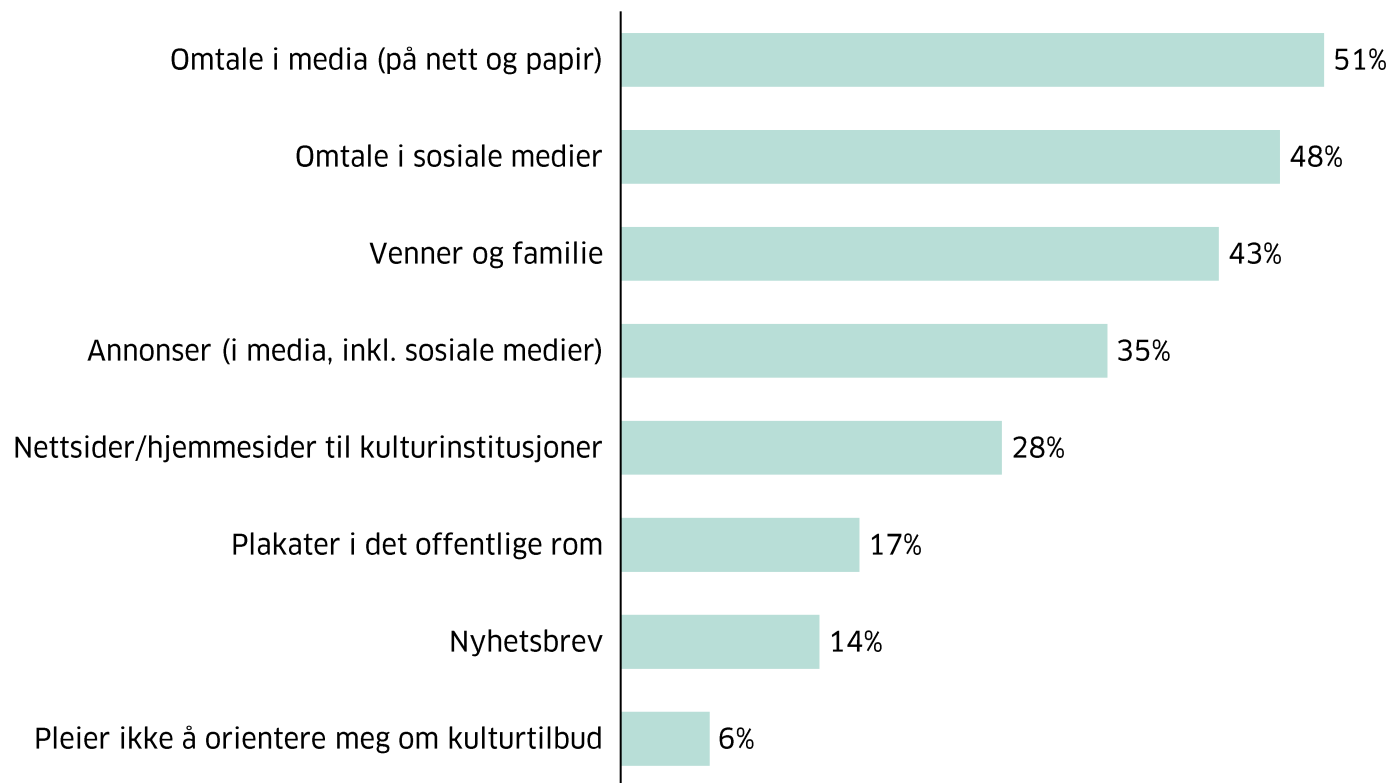


# Kulturlivet skaper store ringvirkninger



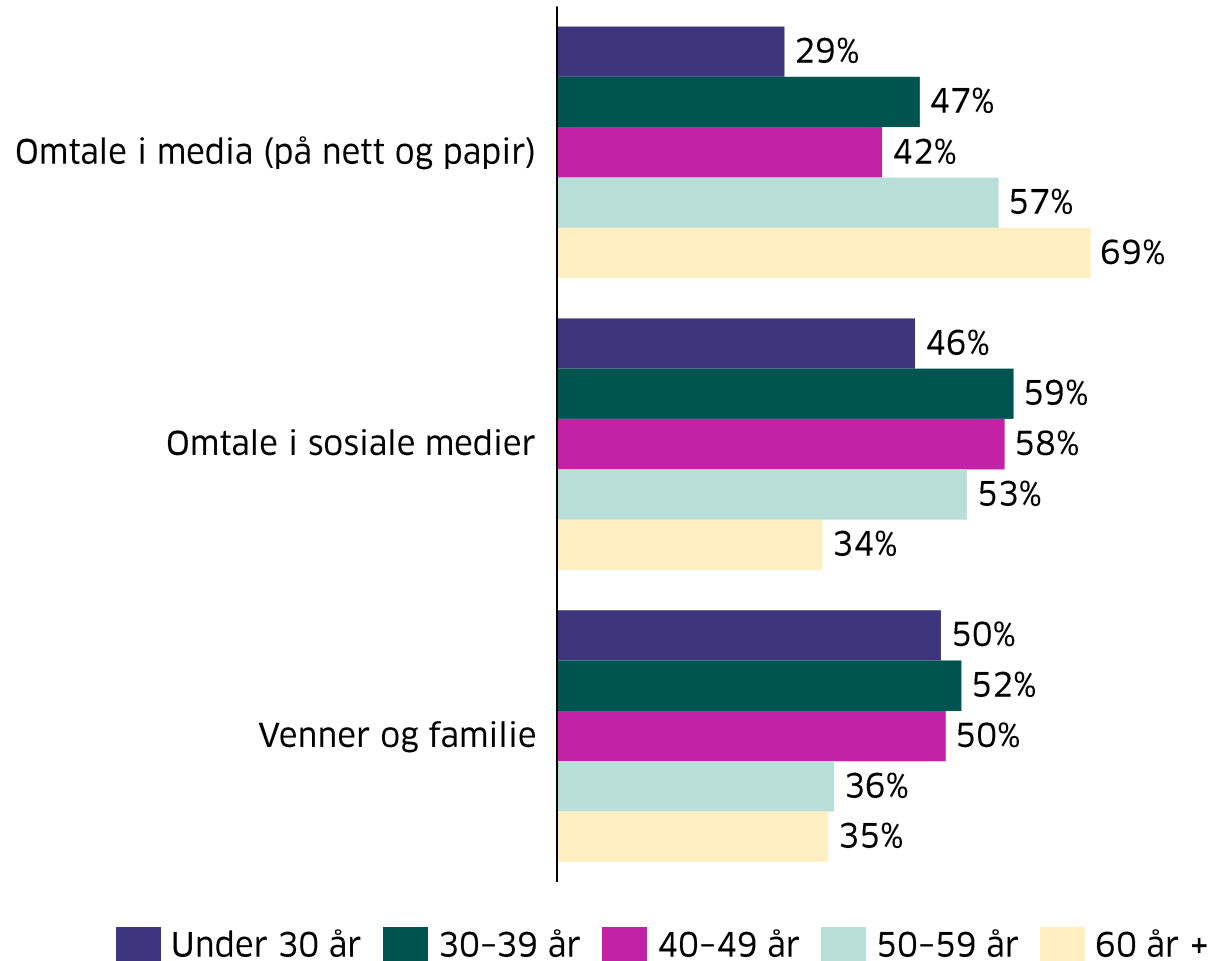
Hvor mye brukte du sist du var ute på følgende kulturarrangement? Gjennomsnitt.

# Omtale i media er viktigste informasjonskilde



- Omtale i media er viktigste informasjonskilde, tett fulgt av omtale i sosiale medier og venner/familie.
- Nyhetsbrev og plakater i det offentlige rom er steder hvor det i mindre grad hentes informasjon om kulturtilbud.

# Informasjonskilde varierer mellom aldersgrupper

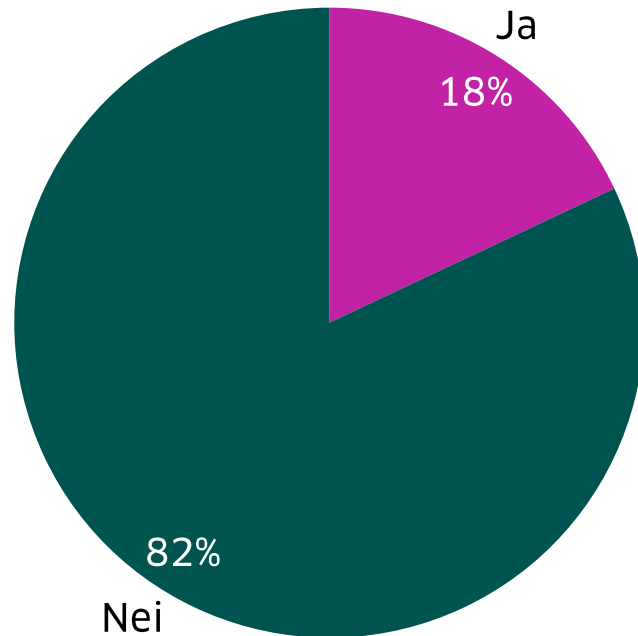


- Jo eldre du er, jo mer bruker du tradisjonelle medier, mens sosiale medier er mindre viktige for de over 60 år sammenlignet med andre aldersgrupper.
- Yngre aldersgrupper får i større grad informasjon om kulturtilbud via venner og familie og omtale i sosiale medier enn de over 60 år.

# Kulturopplevelser som julegaver

A close-up photograph of a Christmas tree branch with a shiny red ornament hanging from it. The background is softly blurred, showing warm bokeh lights and a white gift box wrapped in gold paper.

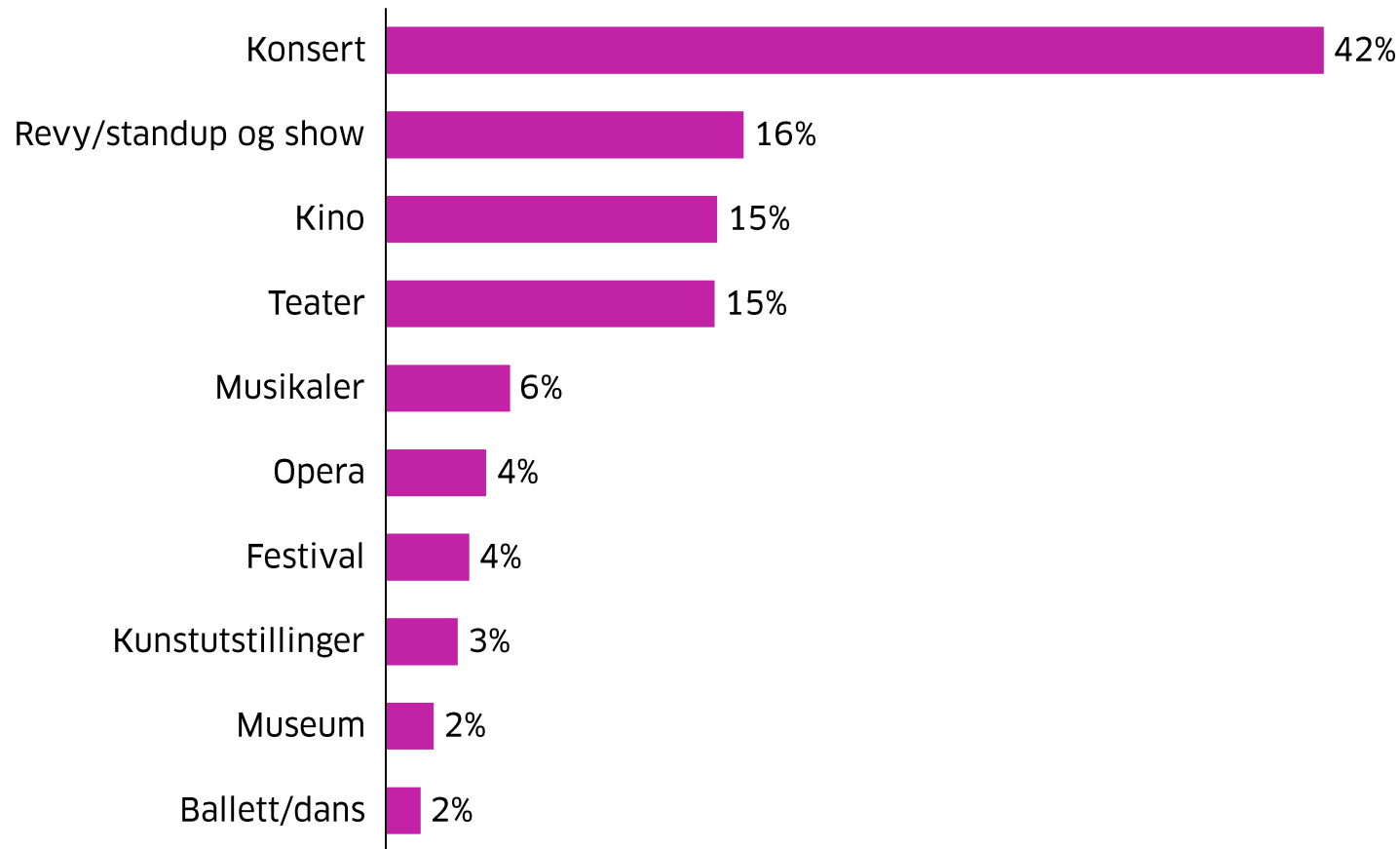
# En av fem ga bort en kulturopplevelse i julegave i 2024



- Det var flere kvinner enn menn som ga bort en kulturopplevelse i julegave.
- Det er de som benytter seg av kulturtilbud månedlig og oftere som oftest gir bort kulturopplevelser til jul.
- Å gi en kulturopplevelse i julegave er mest utbredt blant folk som bor i Oslo. Blant de som bor i Oslo svarer 27 prosent at de har gitt en kulturopplevelse i julegave i 2024.

Q: Ga du i 2024 en kulturopplevelse i julegave? Alle (N=1008). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Konsertbilletter var den mest populære kulturelle julegaven



- 42 prosent av de som kjøpte kulturopplevelser i julegave kjøpte konsertbilletter.
- Etter konsertbilletter var revy/standup og show mest populært, etterfulgt av kino og teater.
- I snitt brukte man totalt 1 816 kroner på kulturopplevelser som julegaver i 2024.
- Selv om det var færre menn enn kvinner som kjøpte kulturopplevelser i julegave, brukte menn i snitt mer enn kvinner på kulturopplevelsene som lå under juletreet.

Q: Hvis ja, hvilken type kulturopplevelse var dette? N=186, ). Kilde: Virkes Kulturpuls 2025, Opinion for Virke.

# Kontakt Virke om Kulturpuls

**Susanne Solberg Almedal**

Seniorrådgiver, Analyse

[susanne.almedal@virke.no](mailto:susanne.almedal@virke.no)

934 60 845



**Ellen Stafne Western**

Seniorrådgiver, Analyse

[ellen.western@virke.no](mailto:ellen.western@virke.no)

993 71 458

