Kultur- og fritidsbarometeret 2026

En undersøgelse af københavnernes forhold til KFF's kultur- og fritidstilbud

KØBENHAVNS KOMMUNE

Forord

Et blik på tværs: fra tennisbaner til træværksteder

Undersøgelsen rummer en bred vifte af KFF's tilbud

Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningens område spænder bredt, og som samlet organisation har forvaltningen både ansvar for borgerservice, vielser, tilskudsforvaltning, museer, biblioteker og meget mere. Ambitionen med Kultur- og Fritidsbarometeret er at skabe et samlet blik på tværs af de af forvaltningens kultur- og fritidstilbud, der har fysiske indgange og faciliteter. I den sammenhæng vil det sige biblioteker, kulturhuse, museer, idrætsfaciliteter, svømmehaller, udendørs svømme- og badeområder, kirkegårde og bemandede legepladser. Selv med denne afgrænsning er der tale om otte meget forskellige fagområder, både hvad angår strategi, budget og historik.

Ved at samle områderne i en brugerundersøgelse får KFF mulighed for at se tilbuddene i sammenhæng med hinanden, og f.eks. få blik for hvilke tilbud der især deler brugere, samt hvor der er udfordringer, der går på tværs af enkelte områder. Samtidig er det dog vigtigt at være opmærksom på områdernes særegenhed, når der kigges på tværs. Tal for f.eks. tilfredshed og kendskab kan sammenlignes for at give en indikation af tilbuddene i forhold til hinanden, men hvorvidt et tilbud lykkes godt eller ej, bør vurderes i forhold til strategien for det enkelte område.

KFF's analyse af brugernes perspektiv

Undersøgelsen er gennemført af Biblioteks- og Kulturudvikling i KFF. Afdelingen arbejder blandt andet med analyser, særligt på kulturhus- og biblioteksområdet, men også på tværs af andre fagområder i forvaltningen. I udarbejdelsen af både spørgeramme og konkrete anbefalinger, er repræsentanter fra de forskellige fagområder blevet inddraget og har kvalificeret med kontekst og fagspecifikke perspektiver. Alligevel vil de enkelte fagområder have viden og erfaringer, som Kultur- og Fritidsbarometeret ikke rummer. Undersøgelsen skal derfor ses som et udtryk for københavnernes perspektiv, udfoldet af analysemedarbejdere i KFF, snarere end den er et udtryk for fagområdernes strategiske perspektiver eller prioriteter.

Anbefalinger er oplæg til diskussion og udvikling, ikke handlingsanvisninger

For hvert fagområde peger undersøgelsen på anbefalinger, der tager udgangspunkt i københavnernes perspektiver. Anbefalingerne bør altid ses i relation til den virkelighed, de enkelte fagområder befinder sig i. På nogle områder kan der f.eks. peges på potentialer for at øge københavnernes kendskab til tilbuddet - og på tværs af områderne. Anbefalingerne er således oplæg til diskussion og ikke handlingsanvisninger og direkte implementerbare indsatser. Undersøgelsen har dermed særligt værdi som greb for udviklingen af KFF's kultur- og fritidstilbud, f.eks. når faglige udviklingsplaner skal definere indsatsområder og succeskriterier, og når der koordineres indsatser på tværs af fagområderne.

Indhold

Introduktion 5

04 Hovedindsigter
06 Baggrund og formål
07 Om at arbejde med udgangspunkt i brugerne
08 Metode
09 Centrale parametre for københavnernes forhold til KFF's tilbud

Del 1: Generelle kulturvaner og tværgående indsigter 10

11 Introduktion
12 Udvikling i kultur- og fritidsvaner
13 Inspirationskilder til kulturtilbud
14 Udvikling i segmenter
15 Kendskab
16 Brugsmønstre
17 Brugerne
18 Formål med brug
19 Tilfredshed
20 Barrierer

Del 2: Nedslag De 8 fagområder 21

23 Introduktion
24 Hovedindsigter for de enkelte fagområder
25 Museer
36 Biblioteker
46 Kulturhuse
57 Idrætsfaciliteter
68 Udendørssvømme- og badeområder
78 Svømmehaller
88 Bemandede legepladser
98 Kirkegårde

Læsevejledning

Del 1 ser på tværs af kultur- og fritidsområder ved at belyse københavnernes kultur- og fritidsvaner bredt set. Her belyses hvordan københavnerne fordeler sig i kultur- og fritidssegmenter, og deres kendskab, brugsmønstre, tilfredshed og brugsbarrierer på tværs af Københavns Kommunes otte fagområder udfoldes.

Del 2 zoomer ind på de otte fagområder i hvert sit nedslag og er afgrænset til Københavns Kommunes kultur- og fritidstilbud. Hvert nedslag er opbygget med samme struktur, der gennemgår

- Kendetegn ved fagområdet
- Opsamling af hovedindsigter
- Kendskab til tilbuddet
- Brugsmønstre
- Karakterisering af brugerne
- Formål med brug
- Tilfredshed med tilbuddet
- Barrierer for brug
- Anbefalinger

De otte nedslag kan læses uafhængigt af hinanden. Man behøver altså ikke at læse rapporten fra ende til anden, men kan dykke ned i netop de områder, der har ens interesse.

Hovedindsigter

1

96 % bruger KFF's tilbud

På tværs af de otte tilbud har KFF fat i stort set alle københavnere. 96 % bruger mindst ét tilbud, og gennemsnitligt bruges 3-4 forskellige tilbud. Særligt børnefamilierne bruger mange af KFF's tilbud - nemlig i gennemsnit helt op til 5 forskellige områder. Og når man først bruger ét tilbud, er sandsynligheden stor for, at man bruger flere. KFF møder altså de samme borgere i mange forskellige situationer. Undersøgelsen viser også, at københavnerne generelt er meget aktive i deres fritid, og at der derfor fortsat er potentiale for, at flere kan få glæde af KFF's tilbud. F.eks. svarer 69 % af københavnerne, at de er fysisk aktive mindst én gang om måneden, mens 39 % bruger KFFs idrætsfaciliteter mindst en gang om året. Selvom tallene ikke kan sammenlignes 1-1, indikerer det, at der er stor interesse blandt københavnerne, for de typer af tilbud, KFF stiller til rådighed.

2

Det sociale fylder på tværs

Det er i høj grad det sociale, der fylder, når københavnerne besøger kulturhuse, museer, biblioteker og de øvrige tilbud. Det viser sig også ved at brugerne ofte angiver flere formål med deres besøg, end det formodede kerneformål, f.eks. at hoppe i vandet, når de besøger de udendørs- svømme og badeområder. Her kommer over halvdelen nemlig også for at mødes med andre. Det peger på, at det sociale aspekt af et tilbud står helt centralt for brugerne. Når de enkelte fagområder skal udvikles, er det derfor afgørende at se bredere på tilbuddets funktion for borgerne.

3

Brugerne er glade for KFF – og det basale er vigtigst

Brugerne er gennemgående glade for KFF's tilbud, og tilfredsheden er steget siden 2023 på tværs af alle områder. Samtidig er der generelt sammenhæng mellem det, brugerne vurderer som vigtigst, og det, de er mest tilfredse med. På tværs af områderne er de vigtigste forhold for brugerne, at der er rent og pænt, at faciliteterne er velholdte, og at det er trygt at opholde sig der. Først derefter kommer de tilbudsspecifikke forhold som inspirerende bogsamlinger på bibliotekerne eller spændende arrangementer i kulturhusene.

4

Det er ikke tilbuddet i sig selv, der holder folk væk

Det er sjældent oplevelsen af tilbuddet, der gør, at nogle holder sig væk. Den største barriere er derimod manglende kendskab, men også mangel på følgeskab, kapacitet, afstand til tilbuddene og private alternativer spiller ind. Prisen fylder samtidig på de fire områder, hvor der betales - svømmehaller, museer, idrætsfaciliteter og biblioteker (i form af gebyrer). Indkomst har dog ingen sammenhæng med brugen af tilbuddene, hvilket peger på, at det snarere handler om oplevet værdi for pengene end om at man ikke har råd.

5

Potentiale for øget synlighed

Både kendskabet til og brugen af KFF's tilbud er steget siden 2023. Alligevel er manglende kendskab fortsat den største tværgående barriere for, at flere kan få glæde af kulturhuse, idrætsfaciliteter og de mange andre tilbud, KFF byder på. Der er særligt potentiale for at synliggøre tilbuddene yderligere for internationale borgere og nytilflyttede fra andre dele af landet. Disse grupper kender tilbuddene dårligere end resten af byen, men bruger dem lige så meget, når de først finder frem til dem. Spørgsmålet er derfor, om KFF kan gøre mere for at byde de nye københavnere velkommen. En sådan ambition skal dog holdes op imod en virkelighed, hvor der er hård konkurrence om opmærksomheden. I en storby er fuldt kendskab ikke et realistisk mål, men ikke desto mindre er der klart et potentiale for, at flere kender kommunens kultur- og fritidstilbud. Her handler det ikke blot om kendskab til huse og adresser, men også om at tydeliggøre, hvordan man bruger tilbuddene, og hvad man kan få ud af dem.

Introduktion

Introduktion
Baggrund og formål

Baggrund

Kultur- og fritidsbarometeret er en tilbagevendende undersøgelse af voksne københavneres forhold til Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningens (KFF) tilbud. Undersøgelsen inkluderer KFF's museer, biblioteker, kulturhuse, idrætsfaciliteter, svømmehaller (og fra 2026) udendørs svømme- og badeområder samt bemandede legepladser og kirkegårde. Undersøgelsen blev gennemført første gang i 2023 og havde titlen 'Segmenterings-undersøgelsen' (klik for link), der belyste københavnernes generelle kulturvaner og inddelte brugerne i seks segmenter baseret på deres kultur- og fritids-vaner.

Kultur- og Fritidsbarometeret er udarbejdet af Biblioteks- og Kulturudvikling i KFF i samarbejde med Epinion.

For at skabe et fælles fagligt vidensgrundslag for udvikling af tilbuddene

Undersøgelsen skal give forvaltningen og det politiske niveau et fælles vidensgrundlag om, hvem der kender og bruger kommunens kultur- og fritidstilbud, hvad de bruger dem til, hvor tilfredse de er med dem og hvad der holder ikke-brugerne væk. Konkret belyser under-søgelsen centrale spørgsmål som:

- Hvad er kendskabet til tilbuddet?
- Hvem er brugerne og med hvilket formål kommer de?
- Hvad er vigtigst for brugerne, når de bruger vores tilbud?
- Hvor tilfredse er de med tilbuddene?
- Hvad holder ikke-brugerne væk?

Formålet er både at give hvert fagområde et grundlag for at følge egen udvikling og at gøre det muligt at se KFF's tilbud som en samlet portefølje, så strategiske indsatser på tværs kan prioriteres bedre.

For at undersøge udviklingen i københavnernes kultur- og fritidsvaner

KFF's otte fagområder indgår i et større kultur- og fritidsliv. Københavnerne læser, dyrker motion, går på museum, ser film og mødes med hinanden, og her er de kommunale tilbud ét blandt flere steder, hvor dette kan foregå – og hvor konkurrencen om opmærksomheden i en storby som København uden tvivl er stor. Segmenterings-undersøgelsen 2023 viste blandt andet, at københavnerne har et meget aktivt kultur- og fritidsliv – f.eks. tog 51 % til en kulturoplevelse mindst én gang om måneden, og 59 % havde en hobby, de dyrkede på månedlig basis.

Udover at belyse brugen af KFF's egne tilbud ser undersøgelsen derfor også på udviklingen i københavnernes generelle kultur- og fritids-vaner for at forstå, hvor aktive københavnerne er i dag, og hvad der har ændret sig i deres brugsmønstre og inspirationskilder til kultur-tilbud siden 2023.

Introduktion
Om at arbejde med udgangspunkt i brugerne

Med Kultur- og Fritidsbarometeret undersøges KFF's borgervendte tilbud fra københavnernes perspektiv. Her sættes der ord på, hvad det vil sige at arbejde med udgangspunkt i brugerne.

KFF skal være relevant for københavnerne

Som offentligt drevne kulturinstitutioner er grundfinansieringen af KFF's tilbud forholdsvis stabil. Og selvom nogle områder er underlagt indtægtskrav, er KFF's institutioner generelt ikke så sårbare over for udsving i brugernes opmærksomhed og interesse. Det betyder dog ikke, at brugernes oplevelser og vurderinger er uden betydning – tværtimod. For de kommunale kulturtilbuds legitimitet er i høj grad bygget op omkring deres relevans for borgerne, og selvom en faldende interesse fra københavnerne ikke kan aflæses direkte i regnskaberne, vil den være et udtryk for, at KFF ikke lever op til sin del af "kontrakten". Derfor er det afgørende, at KFF interesserer sig for brugerne. Ved at sætte sig i brugernes sted, forstå deres behov og invitere dem med ind i udviklingen, kan man arbejde for, at tilbuddene forbliver relevante og nærværende.

Brugerne har (ikke) altid ret

Gennem undersøgelser som Kultur- og Fritidsbarometeret kan KFF holde fingeren på pulsen – kender københavnerne vores tilbud? Hvem er brugerne? Er de glade for det, de oplever? Og hvad holder ikke-brugerne tilbage? Med disse indsigter kan man løbende justere indsatser og undgå, at det er de mest højtråbende, der får indflydelse på, hvordan tilbuddene udvikles.

Brugernes perspektiv skal dog altid ses i forhold til den strategiske og politiske retning, der er valgt. Med valg følger fravalg, og det vil der som regel være nogle brugere, der er uenige i. F.eks. har bibliotekerne gennemgået store forandringer i løbet af de sidste 30 år – groft sagt er bibliotekerne gået fra at være arkiver for bøger, musik, film og mange andre medier til en strategisk prioritering som rum for litterær inspiration og børns møde med bøgerne. Det er ikke alle, der synes, det er en positiv udvikling, hvilket de gerne giver til kende, når de bliver spurgt.

Netop derfor er det vigtigt, at man altid læser brugernes vurderinger og udsagn i lyset af den retning, der er valgt.

Succeskriterier skal defineres strategisk

På baggrund af brugernes perspektiver er der i undersøgelsen peget på anbefalinger og potentialer. Der er så vidt muligt taget højde for fagområdernes baggrund, men det er op til politiske beslutningstagere at kontekstualisere den viden, Kultur- og Fritidsbarometeret tilvejebringer. Kun sådan kan det afgøres, hvad de mest hensigtsmæssige næste udviklingsskridt vil være.

Hvorvidt en kendskabsgrad er stor, et tilfredshedsmål højt eller en brugerandel tilfredsstillende, er derfor i høj grad defineret af det enkelte områdes historik og strategi. Kultur- og Fritidsbarometeret kan således bruges som udgangspunkt for målsætninger og danne grundlag for prioriteringer, men ikke i sig selv fungere som målestok for, om man lykkes eller ej. Det enkelte områdes succeskriterier bør defineres af strategien og de politiske prioriteringer på området.

Introduktion
Metode

Dataindsamling

Rapportens resultater hviler på en omfattende spørgeskemaundersøgelse med københavnske borgere fra 15 år og op (herefter beskrevet som voksne københavnere). Spørgeskemaet blev sendt ud til 30.000 tilfældigt udtrukne borgere via Digital Post og 1.000 via en panelundersøgelse. I alt 2.940 borgere har gennemført hele spørgeskemaet. Det giver en samlet svarprocent på 9,5, hvilket er på niveau med lignende undersøgelser i Københavns Kommune. Besvarelserne er indsamlet af Epinion gennem 3,5 uger i maj 2026, hvor der blev udsendt tre påmindelser undervejs.

Spørgsmål om formål, tilfredshed og prioritering er kun stillet til brugere af det pågældende tilbud, og spørgsmål om barrierer kun til ikke-brugere, defineret ved, at de ikke har brugt tilbuddet inden for det seneste år. Antallet af respondenter varierer derfor både mellem fagområderne og mellem de enkelte datavisualiseringer

Vægtning af data og repræsentativitet

Der er inden dataindsamlingen bevidst udtrukket flere respondenter fra målgrupper, som typisk er underrepræsenterede i denne specifikke type spørgeskemaundersøgelser, for at stikprøven ligner befolkningen bedre. Den efterfølgende frafaldsanalyse viser, at stikprøven generelt er repræsentativ.

Desuden er der efter dataindsamlingen korrigeret for mindre skævheder i stikprøven ved at vægte på f.eks. køn, alder og bydel. Det vil sige, at visse gruppers svar tæller lidt mere eller lidt mindre i stikprøven, afhængigt af hvor godt gruppen er repræsenteret i undersøgelsen sammenlignet med befolkningen. Vægtningen sikrer, at resultaterne samlet set er repræsentative for københavnere fra 15 år og op. Vægtene varierer fra 0,54 til 3,20. Københavns Kommune har samarbejdet med Epinion om dataindsamling og efterfølgende vægtning af respondenter.

Generaliserbarhed og statistisk usikkerhed

Analysens resultater kan generaliseres til den voksne befolkning i Københavns Kommune inden for en statistisk usikkerhed på højst ±1,9 procentpoint. For de enkelte fagområder ligger den mellem ±2,2 og ±4,4 procentpoint. Når resultaterne opdeles yderligere, f.eks. på aldersgrupper, bydele eller undergrupper af ikke-brugere, bliver grupperne mindre og usikkerheden tilsvarende større. Det betyder i praksis, at forskelle på under to til tre procentpoint sjældent kan tolkes som reelle, og at små undergrupper skal læses som indikationer frem for som sikre resultater.

Metodeforbehold

Spørgeskemadata er særligt velegnede til at måle udbredelse, f.eks. hvor mange københavnere der kender eller bruger et tilbud, og hvordan det fordeler sig på målgrupper. Til gengæld kan et spørgeskema ikke forklare, hvorfor folk svarer, som de gør. Dertil kommer, at svarene er selvrapporterede. Respondenter svarer ud fra deres egen oplevelse og hukommelse, som ikke altid matcher virkeligheden. Spørgsmålene er samtidig formuleret på forhånd, hvilket sætter rammen for, hvilke resultater man kan frembringe. Nogle steder fanger rammen ikke alt, og som eksempel varierer andelen der svarer "Andet" til spørgsmål om barrierer mellem 12 % og 40 %. Her har det været væsentligt at se på fritekstbesvarelser for at få indblik i de forhold, spørgeskemaet ikke har fanget, og for at forstå københavnernes oplevelser. Fritekstbesvarelserne kan dog ikke anses som repræsentative for befolkningens og kan bedst bruges til at nuancere et svar frem for at vise en procent.

Introduktion
Centrale parametre for københavnernes forhold til KFF's tilbud

Kultur- og fritidsbarometeret undersøger KFF's fagområder ud fra seks parametre – kendskab, brugsmønstre, brugere, formål, tilfredshed og barrierer for brug. Her beskrives parametrene.

Kendskab: et mål for synlighed og forankring

Kultur- og Fritidsbarometeret undersøger københavnernes generelle kendskab til de otte fagområder gennem spørgsmålet "I hvilken grad føler du, at du kender til [fagområdet] i Københavns Kommune?", samt deres kendskab til specifikke kulturhuse, idrætsfaciliteter, museer og kirkegårde ("Hvilke af følgende [specifikke institutioner] kender du?"). Formålet med at undersøge københavnernes kendskab til KFF's tilbud er at få indblik i, hvor synlige de enkelte fagområder er som samlet tilbud. Kendskab kan måles på mange måder, og det er i sidste ende op til den enkelte københavner at vurdere, hvad der skal til for at man "kender" et tilbud. Derfor skal kendskabsmålet i højere grad ses som en indikation på tilbuddenes overordnede forankring hos københavnerne end som et eksakt mål for, hvor mange der ved, hvordan tilbuddet fungerer og, hvor f.eks. kulturhusene ligger.

Brugsmønstre: et indblik i relationen

Undersøgelsen belyser mønstre i københavnernes brug af KFF's tilbud gennem spørgsmålet "Hvornår har du sidst besøgt et af Københavns Kommunes [tilbud]?". Spørgsmålet bruges til at afdække, hvor stor en andel af københavnerne der bruger tilbuddene, og hvor ofte de kommer.

Brugere: hvem når KFF især?

Undersøgelsen definerer en bruger som en person, der har brugt tilbuddet mindst én gang inden for de sidste 12 måneder. Det er ikke en forudsætning for at være bruger, at man kender til det samlede tilbud. F.eks. kan man have besøgt enkelte institutioner uden af den grund at opleve, at man har kendskab til det samlede tilbud. Brugerne beskrives ud fra demografiske karakteristika og generelle kulturvaner.

Formål: hvad kommer brugerne for?

Gennem spørgsmålet "Hvad er det typiske formål, når du besøger [tilbuddet]?" belyser kultur- og fritidsbarometeret, hvad københavnerne bruger KFF's tilbud til. Det er muligt at angive mere end én svarmulighed. Spørgsmålet er stillet til personer, der har brugt tilbuddet inden for det sidste år.

Tilfredshed: hvad synes brugerne om tilbuddet, og hvad er vigtigst for dem?

Københavnernes generelle tilfredshed med KFF's tilbud undersøges gennem spørgsmålet "Hvor tilfreds er du samlet set med Københavns Kommunes [fagområde]?" på en skala fra 0 til 10. Derudover undersøges tilfredsheden med specifikke forhold gennem en række positivt formulerede udsagn, som brugerne vurderer deres enighed i, samt hvor vigtigt forholdet er for dem. Det kan f.eks. være følgende udsagn om kulturhusene: "Jeg kan opleve spændende kunst- og kulturarrangementer (f.eks. koncerter, udstillinger, festivaler mm.)". Spørgsmålene er stillet til personer, der har brugt tilbuddet inden for de sidste 12 måneder.

Barrierer: hvad holder ikke-brugerne tilbage

De personer, der ikke har brugt et tilbud inden for de sidste 12 måneder, men som minimum har et mindre kendskab til tilbuddet, stilles spørgsmålet "Hvad er årsagen til, at du ikke i højere grad benytter [tilbuddet]?". Dette spørgsmål hjælper til at belyse, hvilke faktorer der holder ikke-brugerne tilbage fra at besøge KFF's tilbud. For personer, der slet ikke har kendskab til tilbuddet, antages dette at være den primære barriere.

Del 1: Generelle kulturvaner og tværgående perspektiver

Introduktion

Del 1 kan opdeles i yderligere to hoveddele.

Først ser rapporten på københavnernes generelle kultur- og fritidsvaner for at besvare, hvor aktive de er, hvad de bruger deres fritid på, hvordan det har udviklet sig siden 2023, og hvor de henter inspiration til kulturoplevelser fra. Det er den ramme, som brugen af de kommunale kultur- og fritidstilbud skal forstås i: københavnerne læser, dyrker motion, går på museum og tager til koncerter, og KFF's tilbud er ét blandt flere steder, det kan foregå. Afsnittet giver et billede af københavnerne samlet set og samtidig af, hvor stort et potentiale forvaltningen har at arbejde med i forhold til at nå flere brugere.

Derefter ser del 1 på KFF's otte fagområder under ét. Områderne har hver deres historie, organisering og brugergruppe, men det til fælles, at de skal skabe værdi for byens borgere. Forvaltningen har dermed en stor og sammensat portefølje, hvor der skal træffes beslutninger om drift, kapacitet og udvikling både områdevis og på tværs. Del 1 samler også op på interessante mønstre og tendenser, der går på tværs af fagområderne hvad angår både kendskab, brug, hvem brugere og ikke-brugere er, samt formål med besøg, tilfredshed og overordnede barrierer. Afsnittet samler altså de tværgående pointer og trækker på analyserne af de otte fagområder, som er udfoldet i rapportens anden del. Læseren kan derfor både starte her og få overblikket eller gå direkte til det fagområde, der har interesse, og vende tilbage til den tværgående del bagefter.

Tværgående indsigter
Udvikling i københavnernes kultur- og fritidsvaner

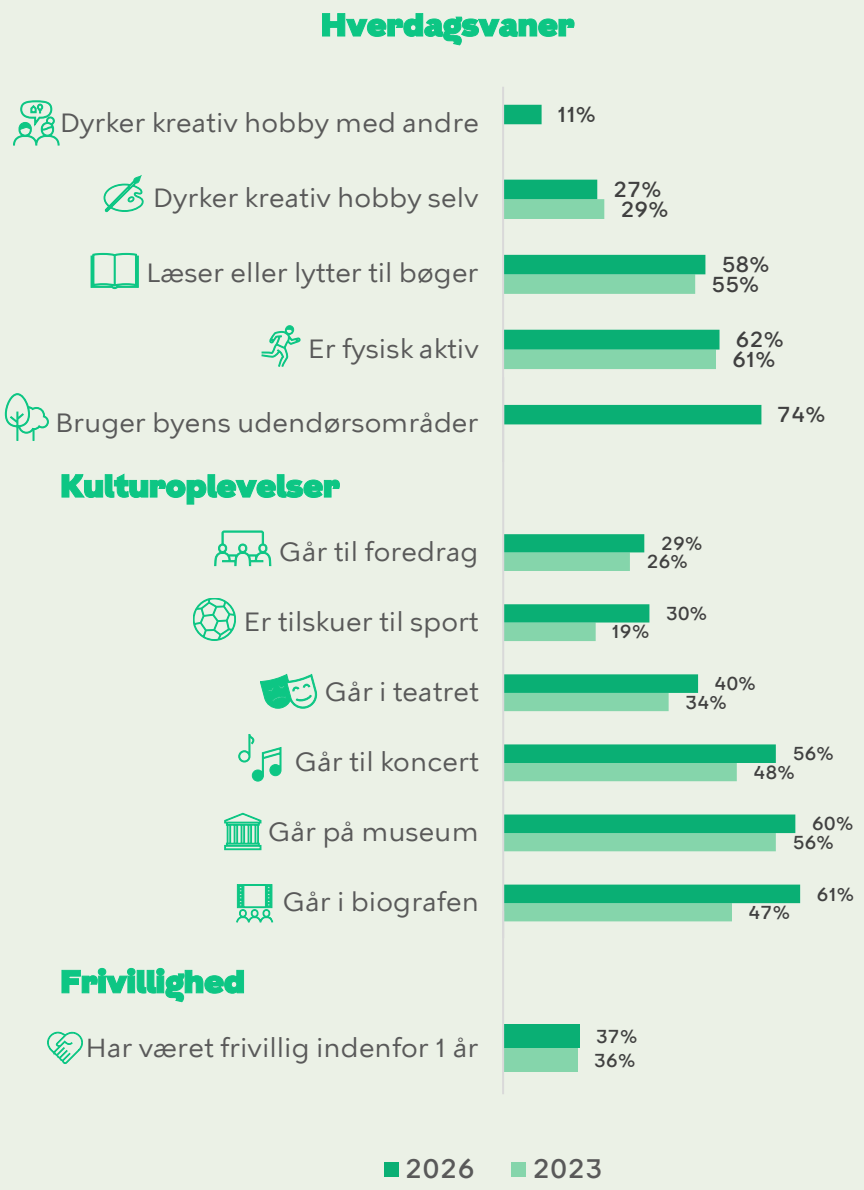
Københavnerne har fortsat et aktivt kultur- og fritidsliv

Kultur- og fritidslivet i København er rigt og mangfoldigt. Tre ud af fire bruger byens udendørsområder mindst ugentligt, syv ud af ti er fysisk aktive, og seks ud af ti læser eller lytter til bøger hver uge. Ser man på kulturoplevelser, går 81 % på museum mindst én gang om året, 61 % går i biografen, og 56 % går til koncert mindst halvårligt.

Som det ses af figuren til højre, er der siden 2023 ikke nævneværdige ændringer i, hvor mange der dyrker kreative hobbyer, læser og lytter til bøger, går til foredrag og koncerter eller melder sig som frivillige. Det skal dog bemærkes, at der på grund af ændringer i spørgsmålsformuleringer er usikkerheder forbundet med at sammenligne 2023 og 2026.

Øget brug af KFF's tilbud skyldes ikke en generel stigning i aktivitet

Når undersøgelsen peger på, at københavnernes kultur- og fritidsaktivitet i 2026 er på niveau med 2023, er det værd at sætte i relation til ændringer i brugen af KFF's tilbud. I de følgende afsnit udfoldes det, at KFF's tilbud har set en stigning i både kendskab og brug siden 2023. Den øgede brug skyldes altså ikke bare at københavnerne er blevet mere aktive, men at de i højere grad nu også bruger kommunens tilbud.



Statistisk usikkerhed i figurer på denne side er højest ±1,3 %-point i 2023 og +/- 1,6 %-point i 2026. Alle sammenligninger mellem 2023 og 2026 er statistisk signifikante ved et 95 % konfidensinterval. Tallene for hverdagsvaner og kulturoplevelser kan ikke sammenlignes 1:1, da 2026-tal angiver, hvor stor en andel, der gør aktiviteten ugentligt (hverdagsvaner) eller halvårligt (kulturoplevelser), og 2023-tal angiver andel, der har angivet det som en af deres mest brugte fritidsaktiviteter.
Antal respondenter: År 2026: 2.940, År 2023: 5.623

Tværgående indsigter
Inspirationskilder til valg af kulturtilbud

Kommunens egen platform BrugByen bliver brugt af hver tiende

BrugByen.kk.dk, som er KFF's online kulturguide til byen, bruges af 10 % af københavnerne, når de skal finde inspiration til kulturoplevelser. Kendskabet er dog højere end brugen, hvilket peger på, at der er et stykke vej fra kendskab til faktisk brug. Omtrent hver femte kender til muligheden for at bruge BookByen.kk.dk til at booke selskabslokaler, og ca. hver fjerde kender til muligheden for at booke idrætsfaciliteter.

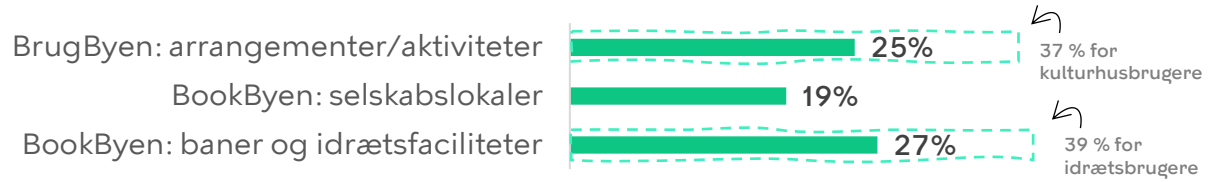
Et generelt mønster er samtidig, at brugerne af KFF's kultur- og fritidstilbud har højere kendskab til både BrugByen og BookByen end den øvrige befolkning. Det ses særligt tydeligt hos idrætsbrugerne, hvor 39 % kender til BookByen, og hos kulturhusbrugerne, hvor hele 37 % kender BrugByen.kk.dk.

Det indikerer, at de to platforme fungerer som væsentlige indgange til KFF's tilbud.

Sociale medier har overhalet anbefalinger fra vennerne som inspirationskilde

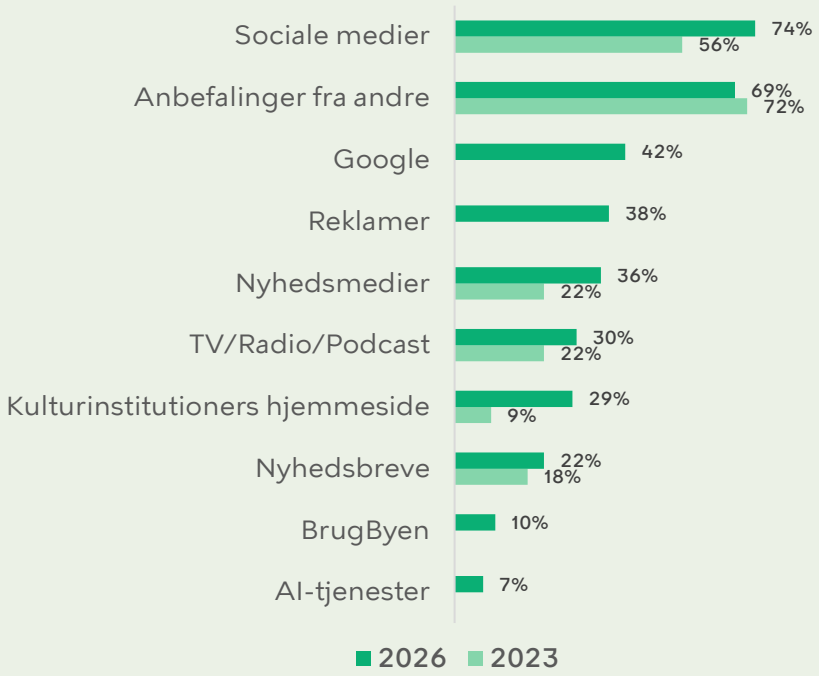
Siden 2023 er sociale medier gået fra at være den næststørste inspirationskilde til den største (fra 56 % til 74 %). Den har dermed overhalet venners anbefalinger, som til sammenligning kun er steget 3 procentpoint. I 2026 er der også mange, der bruger Google-søgninger, reklamer og nyhedsmedier til at søge inspiration. Det er samtidig værd at bemærke, at andelen, der orienterer sig mod kulturinstitutioners hjemmesider, er steget markant siden 2023 – fra 9 % til 29 %.

Kendskab til BrugByen og BookByen: Andel der kender til platformene



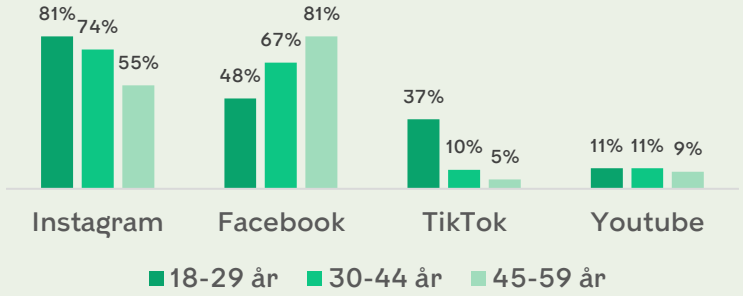
Sådan har inspirationskilderne udviklet sig siden 2023

Her er sociale medier og anbefalinger fra venner, familie og kollegaer de to største inspirationskilde i både 2023 og 2026.



Sociale medier er den største inspirationskilde i 2026

Københavnerne bruger særligt Facebook og Instagram til at finde inspiration, men for dem i alderen 18-29 år, bruger 37 % også TikTok..



Statistisk usikkerhed i figurer på denne side er højest ±1,3 %-point i 2023 og +/- 1,6 %-point i 2026. Alle sammenligninger mellem 2023 og 2026 er statistisk signifikante ved et 95 % konfidensinterval.
Antal respondenter: År 2026: 2.940, År 2023: 5.623

Tværgående indsigter
Udvikling i segmenter

I Segmenteringsundersøgelsen fra 2023 blev københavnerne inddelt i seks segmenter baseret på deres kultur- og fritidsvaner. Fordelingen og størrelsen af segmenterne har ikke ændret sig nævneværdigt siden 2023, hvilket peger på, at segmenterne er stabile over tid.

Om segmenteringen

Segmenterne er analytisk konstrueret via en klyngeanalyse, hvor følgende kulturvaner er indgået: motion og fysisk aktivitet, læsning, frivillighed, publikumsoplevelser og skabende aktiviteter. En person placeres i det segment, som vedkommende har mest tilfælles med ud fra sine kultur- og fritidsvaner. Det vil sige, at nogle personer kan have meget til fælles med personer i et andet segment, men gennemsnitligt placerer sig tættest på kernen af det segment, de tilhører.

I figuren til højre er de seks segmenter placeret ud fra hhv. frekvensen for deltagelse i kultur- og fritidsaktiviteter samt engagementsniveau, hvor højt engagement kan ske gennem frivillighed eller hobby-aktiviteter.

De seks segmenter

Den engagerede kulturelsker er superbruger af de kulturelle tilbud i byen og udviser stort engagement ved samtidig at være frivillig. 27 % af københavnerne er en del af dette segment.

Den aktive fritidsentusiast er meget fysisk aktiv, men har også et højt kulturforbrug. 20 % af københavnerne er en del af dette segment.

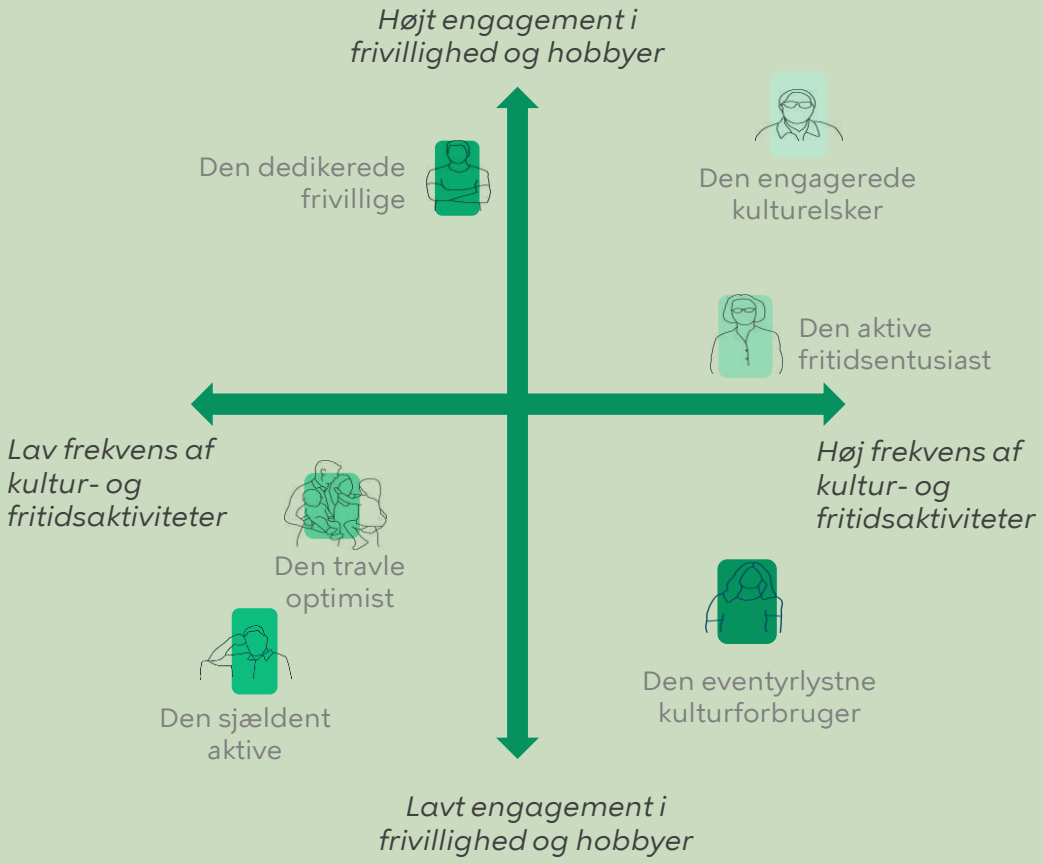
Den sjældent aktive har ikke det store kendskab til eller brug af kulturtilbud, og lysten til kultur- og fritidslivet er begrænset. 19 % af københavnerne er en del af dette segment.

Den eventyrlystne kulturforbruger elsker oplevelser og kommer især til publikumsrettede arrangementer og begivenheder. 15 % af københavnerne er en del af dette segment.

Den dedikerede frivillige engagerer sig i samfundet ved at være frivillig eller gå til lokale aktiviteter, men er mindre optaget af kulturoplevelser. 13 % af københavnerne er en del af dette segment.

Den travle optimist har en hverdag fyldt med studie, arbejde og familie og bruger mindre tid på kultur- og fritidslivet, end vedkommende gerne ville. 7 % af københavnerne er en del af dette segment.

Segmenternes kendetegn



Segmenterne er udviklet af Moos-Bjerre Consultants for KFF. Læs mere om deres kendetegn og metoden bag i Segmenteringsundersøgelsen 2023 (klik her)

Tværgående indsigter
Kendskab

Kendskabet er steget siden 2023, men der er potentiale for, at flere kan opdage KFF's tilbud

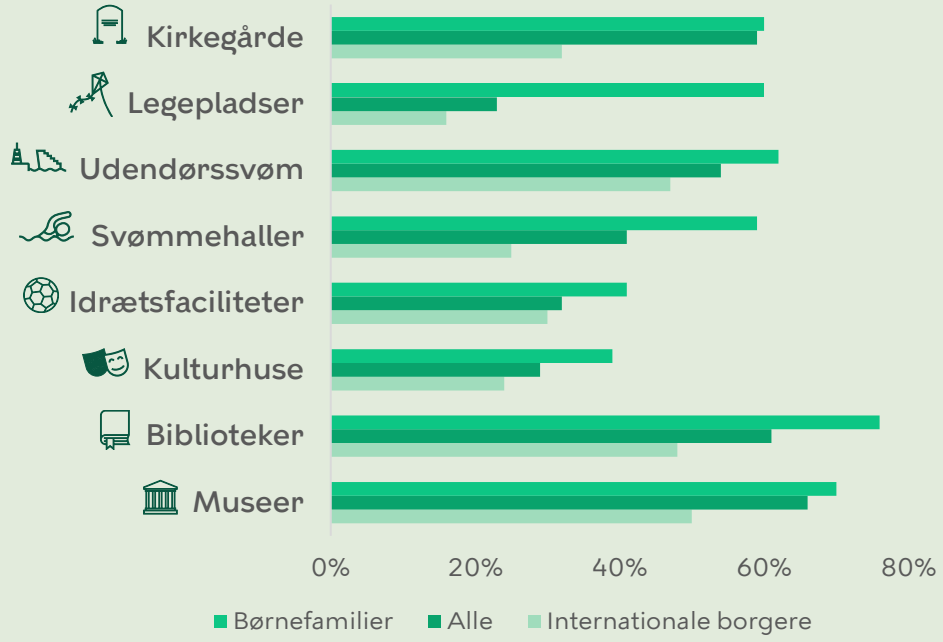
På de områder, hvor der kan sammenlignes med 2023, er kendskabet steget. Det gælder særligt biblioteker og kulturhuse. Ser man på tværs af de otte fagområder, er der væsentlig forskel på københavnernes kendskab. F.eks. er det to ud af tre, der kender museerne, mens det er omkring hver tredje, der kender til idrætsfaciliteterne. Sammenligner man kendskabet til KFF's tilbud med københavnernes generelle kultur- og fritidsvaner, indikerer det dog, at der på flere områder er potentiale for, at flere lærer tilbuddene at kende. F.eks. står kendskabsgrad til svømmehaller og idrætsfaciliteter ikke helt på mål med, hvor mange københavnere, der dyrker sport og motion, ligesom der er en stor gruppe af kunst- og kulturinteresserede københavnere, der ikke kender til kulturhusene og museerne. Et evt. mål om at øge det generelle kendskab skal dog følge strategien tæt. F.eks. kan det i nogle tilfælde være mere relevant, at københavnerne kender deres lokale kulturhus, end at de har kendskab til det samlede kulturhustilbud på tværs af byen.

KFF når børnefamilierne, men nytilflyttere og internationale kender i mindre grad til tilbuddet

Kigger man på specifikke målgruppers kendskab, er der særligt to pointer, der springer i øjnene. For det første har de københavnske børnefamilier generelt godt kendskab til forvaltningens tilbud. Det peger på, at KFF lykkes med at nå ud til denne gruppe, som på flere fagområder har været en strategisk prioritering i en årrække. For det andet tegner der sig et klart mønster af, at byens internationale borgere samt nytilflyttere fra andre dele af landet mangler kendskab til KFF's tilbud. Det peger på en generel udfordring med at byde nye københavnere velkommen.

> *I feel like the city has been trying to be more inclusive to foreigners recently which is great. However, there is still some cultural barriers e.g with implicit knowledge. It can feel challenging to access these institutions when they don't feel like they're made for you or access feels like a secret only Danes know.*
> **25-årig kvinde fra Nørrebro**

Så mange københavnere føler at de i nogen eller høj grad kender til KFFs...



Figuren viser andel i pct., der har svaret "i høj grad" eller "i nogen grad" på spørgsmålet *"I hvilken grad føler du, at du kender til [tilbuddet] i Københavns Kommune?"* For museer og kirkegårde er der angivet et gennemsnit af kendskabet til de specifikke institutioner inden for området. Internationale borgere er personer født i udlandet, der er flyttet til DK fra udlandet inden for de sidste fem år. Børnefamilier er personer med børn under 16 år. Den statistiske usikkerhed er højest 1,8 ±-point for alle københavnere, ±4,2 %-point for børnefamilier og ±5,5%-point for internationale borg-ere.

Antal respondenter: Alle københavnere 2.940, Internationale borgere 316, Børnefamilier 522

Tværgående indsigter
Brugsmønstre

Flere bruger KFF's tilbud end i 2023 – også selvom de ikke oplever at kende det samlede tilbud

Siden 2023 er andelen af københavnere, der bruger KFF's tilbud, steget der, hvor der kan sammenlignes. Det gælder særligt kulturhuse og biblioteker. Samtidig ses det, at der generelt er flere, der bruger tilbuddene, end der har kendskab til dem overordnet set. Det gælder kulturhuse, biblioteker, idrætsfaciliteter og kirkegårde. Med andre ord er der mange, der er brugere af f.eks. det lokale kulturhus uden at have kendskab til de andre kulturhuse i byen.

Nogle tilbud er en del af den daglige rytme, andre den lejlighedsvise oplevelse

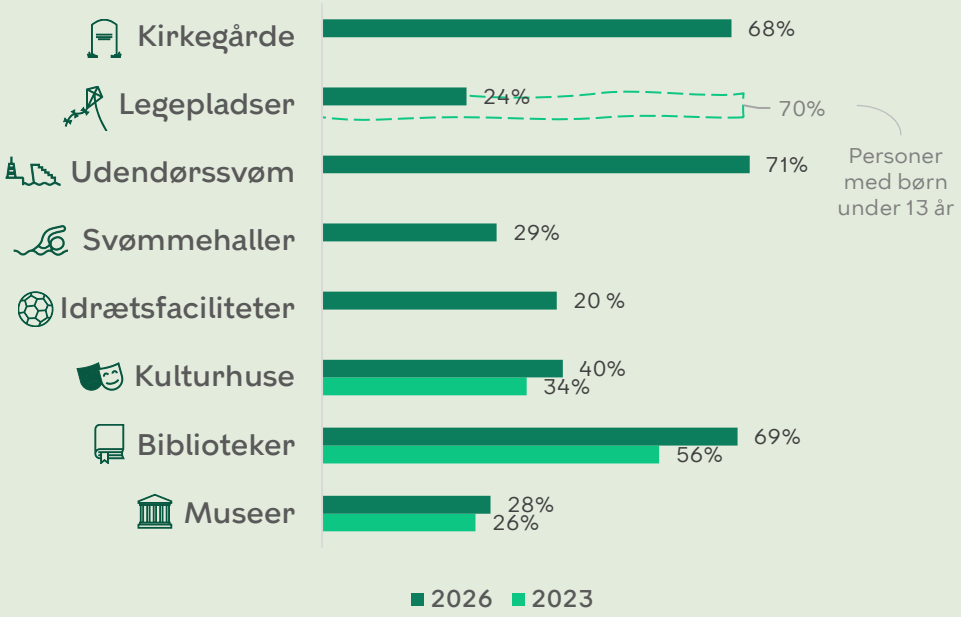
Ser man på, hvor ofte brugerne kommer, tegner der sig et mønster på tværs af områderne. Biblioteker, bemandede legepladser, kirkegårde og idrætsfaciliteter ser alle ud til at være områder, der kendetegnes af mere hyppig brug – for dem, der kommer, er tilbuddet typisk en del af hverdagen. Det samme gælder de udendørs svømme- og badeområder – i hvert fald om sommeren. Anderledes ser det ud i svømme-hallerne, kulturhusene og især på museerne. Her er besøget mere lejlighedspræget, hvilket peger på, at et besøg typisk er forbundet med en oplevelse – f.eks. en koncert i Kulturhuset Islands Brygge, den nye udstilling i Nikolaj Kunsthal eller en svømmetur og afslapning i Øbro-Hallens kurbad. Dette bør præge, hvordan de enkelte tilbud arbejder med relationen til deres brugere, for det gør en væsentlig forskel, om brugerne kommer én gang om året, eller om de kommer hver uge og kender huset ud og ind.

Generelt bruger københavnerne de tilbud, der ligger lokalt - men specialiserede tilbud trækker folk på tværs af byen

For de fleste fagområder i undersøgelsen ses det, at københavnerne har en tendens til i højere grad at kende og bruge tilbud i lokalområdet. Det betyder også, at mange huse i lokalområder deler brugere – også på tværs af f.eks. kulturhuse og biblioteker. Der er dog undtagelser fra mønsteret, når det kommer til de mere specialiserede og nicheprægede tilbud. F.eks. er der et klart overlap i brugere mellem de kulturhuse, der særligt arbejder med vækstlag og undergrundskultur, også selvom de ligger langt fra hinanden – og omvendt har disse huse sjældent særlig mange fælles brugere med breddekulturhuse i deres lokalområde. Et lignende mønster ses på idrætsområdet, hvor f.eks. skøjtehaller har mange fælles brugere, selvom de ligger i hver deres ende af byen. Det er oplagt at bruge disse indsigter til at få øje på både potentielle samarbejder i lokalområder og nicher på tværs af byen.

Jeg bruger tit Bavnehøj Friluftsbad om sommeren. Det er gratis og ligger tæt på hvor jeg bor - min yngste elsker det.
52-årig kvinde fra Valby

Så mange københavnere har mindst én gang inden for de sidste 12 måneder besøgt KFFs...



Note: Figuren viser andel i pct. der har angivet at de har besøgt eller brugt tilbuddet indenfor det seneste år. I 2023 er der for idrætsfaciliteter og svømmehaller udelukkende spurgt personer der svarer, at de normalt dyrker sport eller motion, mens man i 2026 har spurgt alle respondenter, hvorfor tallene ikke er umiddelbart sammenlignelig. Derfor er tal for 2023 udeladt i figuren. Forskelle mellem 2023 og 2026 er statistisk signifikante ved et 95 % konfidensniveau for kulturhuse og biblioteker, men ikke for museer.

Antal respondenter: År 2026: 2.940, År 2023: 5.623

Tværgående indsigter
Brugerne

96 % af københavnerne har brugt mindst ét af KFF's otte fagområder indenfor det seneste år

Når næsten alle københavnere er brugere, adskiller brugerne sig derfor ikke fra befolkningen generelt. Til gengæld er der stor forskel på, hvor bredt man bruger tilbuddene. I gennemsnit bruger københavnerne 3-4 af de otte tilbud, men det er særligt københavnerne med børn under 13 år og segmentet de engagerede kulturelskere, der bruger 4-5 tilbud. Modsat bruger segmentet de sjældent aktive 2-3 tilbud i gennemsnit.

Kernebrugerne bruger 6-8 tilbud i gennemsnit

Der er også en særligt bred og aktiv gruppe blandt brugerne, der karakteriseres i undersøgelsen som kernebrugere. De udgør 18 % af københavnerne i undersøgelsen og bruger 6-8 tilbud i gennemsnit. I figuren til højre er deres demografiske profil illustreret, hvor det fremgår, at de oftere er kvinder med børn og lange videregående uddannelser. De tilhører særligt segmentet den engagerede kulturelsker.

Ikke-brugerne er de sjældent aktive

4 % af københavnerne bruger ingen af KFF's tilbud. I figuren til højre, kan det aflæses, at de oftere er ældre mænd med kortere uddannelser og hører til segmentet den sjældent aktive. Ikke-brugerne er også mindre aktive, når det gælder læsning, fysisk aktivitet, kreative hobbyer og rekreativ brug af byen. Formentlig er de en svær målgruppe at nå, da de ikke bruger kultur- og fritidsaktiviteter generelt i hverdagen.

I figuren kan man dykke ned i, hvordan kernebrugere og ikke-brugere af KFF's tilbud adskiller sig fra københavnerne i almindelighed. De lysegrønne tal viser andelen blandt kernebrugerne (bruger i gennemsnit 6-8 tilbud) på udvalgte demografiske forhold, og de mørkegrønne tal viser andelen blandt ikke-brugere. De grå tal viser andelen blandt alle københavnere i undersøgelsen. Er der for eksempel flere kvinder blandt kernebrugerne end i byen som helhed, kan man se det ved at sammenligne de to tal.

KERNEBRUGERE	ALLE KØBENHAVNERE I UNDERSØGELSEN	IIKKE-BRUGERE	ALLE KØBENHAVNERE I UNDERSØGELSEN
58% kvinder	51% kvinder	67% mænd	49% mænd
40% med børn under 13 år	16% med børn under 13 år	19% 25-39 år	40% 25-39 år
48% med lang videregående uddannelse	38% med lang videregående uddannelse	22% med lang videregående uddannelse	38% med lang videregående uddannelse
65% i arbejde	58% i arbejde	25% pensionister	11% pensionister
35% den engagerede kulturelsker*	27% den engagerede kulturelsker*	51% den sjældent aktive*	19% den sjældent aktive*

*Se side 14 uddybning af kultursegmenter.

Note: Brugere er defineret som personer, der har besøgt mindst ét tilbud inden for det seneste år. Ikke-brugere er defineret ved ikke at have besøgt nogle af de otte tilbud indenfor det seneste år.
Antal respondenter: Alle 2.940, Kernebrugere 518, Ikke-brugere 116

Tværgående indsigter
Formål med brug

På tværs af de otte tilbud kan man finde interessante mønstre i københavnernes formål med brug af tilbuddene.

Mange brugere kommer med andre formål end tilbuddets kernefunktion.

Børnefamilier bruger 6 ud af 8 fagområder markant mere end andre.

Socialt samvær går igen på alle 8 fagområder og varierer med 13-56%.

Andelen, der kun angiver ét formål spænder fra 20 % til 49 % på tværs af tilbud.

Selvorganiseret brug fylder meget for voksne københavnere ved motionstilbud.

Kernefunktionen af et tilbud er ikke nødvendigvis det, københavnerne kommer for. Andelen af brugere, der ikke har andre formål med deres besøg end kernefunktionen, spænder fra 11 % på museerne til 78 % på kirkegårdene. Kirkegårdene er det tydeligste eksempel: fire ud af fem kommer ikke for at besøge gravsteder, men for at gå tur i det grønne. Det primære enkeltstående formål med at besøge kulturhusene er at bruge caféen, som er hyppigere end koncerter. En fjerdedel af biblioteksbrugerne kommer for at studere, mødes eller bruge printeren. Og 28 % af brugerne ved de udendørs badeområder kommer slet ikke i vandet. Det betyder, at fagområder, der udelukkende har fokus på deres tilbudsspecifikke funktion, vil overse vigtige aspekter af brugernes besøg.

Brugsmønstre har betydning for, hvordan københavnerne bruger tilbuddene. Børnefamilier med børn fra 0-12 år bruger seks ud af otte fagområder markant mere end den øvrige befolkning, herunder særligt legepladserne, svømmehallerne og bibliotekerne. Samtidig bruger de i højere grad tilbuddene på barnets præmisser, hvor de voksnes egen brug træder i baggrunden. Et eksempel ses på idrætsområdet, hvor andelen, der kommer for selvorganiseret træning er 35 % blandt forældre til mindre børn mod 55 % blandt øvrige brugere. Samtidig stiger tilskuerrollen fra 12 % til 33 %. I den anden ende af skalaen bruger de over 75-årige kun halvt så mange områder som børnefamilierne og bruger stort set ikke de bevægelsesrelaterede tilbud. Museerne er den eneste undtagelse, hvor de ældre er overrepræsenterede.

Det sociale er et gennemgående formål med besøg. At mødes med andre er det formål, der går igen på alle otte områder, og det fylder mellem 13 og 56 %. På de udendørs badeområder er det sociale det næstmest udbredte formål, og på de bemandede legepladser angiver hver tiende bruger, at socialt samvær er deres eneste formål. Til sammen peger det på, at KFF's tilbud, arealer og bygninger i praksis udgør en social infrastruktur i byen og ikke bare er en samling af fagtilbud. Opholdsmuligheder, caféer og fællesarealer er værdsat af brugerne på tværs af alle tilbuddene.

Hvor målrettede brugerne er, varierer betydeligt. Andelen af brugere, der kun angiver ét formål, spænder fra 20 % ved de udendørs badeområder til 49 % på idrætsfaciliteterne. Skellet følger især, om besøget er et specifikt ærinde eller et mere socialt ophold. Idræt, legepladser og svømmehaller opsøges typisk for at gøre én bestemt ting, hvorefter man tager hjem igen. Ved badeområderne, museerne og kulturhusene er besøget længere og rummer flere elementer som bad, afslapning, samvær og en tur i caféen i samme ombæring. Det viser, at nogle tilbud skal kunne rumme flere formål samtidigt, mens andre skal levere én ting rigtig godt.

Den selvorganiserede brug fylder meget for voksne københavnere på idrætsområdet og i svømmehallerne. Selvom dem, der kommer gennem en forening, generelt er mere hyppige brugere, kommer størstedelen af brugerne for at dyrke motion eller svømme baner på egen hånd. Det peger på, at det også er en vigtig gruppe, man ikke må undervurdere, når man udvikler sine tilbud.

Tværgående indsigter
Tilfredshed

Københavnerne er glade for KFF's kultur- og fritidstilbud

Siden 2023 er tilfredsheden steget på tværs af alle områder, der kan sammenlignes – særligt svømmehaller, idrætsfaciliteter og kulturhuse. Og på de tre nye områder (kirkegårde, legepladser og udendørs svømme- og badeområder) er tilfredsheden høj. Ser man nærmere på specifikke forhold som f.eks. udvalget af bøger på bibliotekerne, arrangementer i kulturhusene eller udstillinger på museerne, tegner det samme mønster sig – generelt er københavnerne godt tilfredse med det, KFF har at tilbyde.

Det er de grundlæggende rammer, der binder tilfredsheden sammen

På tværs af syv af de otte områder er det de samme forhold, der går igen som både vigtigst og mest tilfredsstillende: tryghed, renhold og velholdte faciliteter. Herefter kommer typisk tilbuddets kernefunktion, f.eks. materialesamlingen på bibliotekerne eller arrangementerne i kulturhusene. Det er dog tydeligt, at rammerne er afgørende for, at brugerne får en god oplevelse. Museerne og kunsthallen skiller sig til gengæld ud: her er det ikke rammerne, men selve indholdet, så som aktuelle udstillinger og overkommelige billetpriser, der vejer tungest for brugerne. Museerne og kunsthallen besøges altså især for selve kulturoplevelsen, mens besøg i f.eks. kulturhuse oftere handler om socialt samvær i en kulturel kontekst.

Fagspecifikke forbedringspotentialer

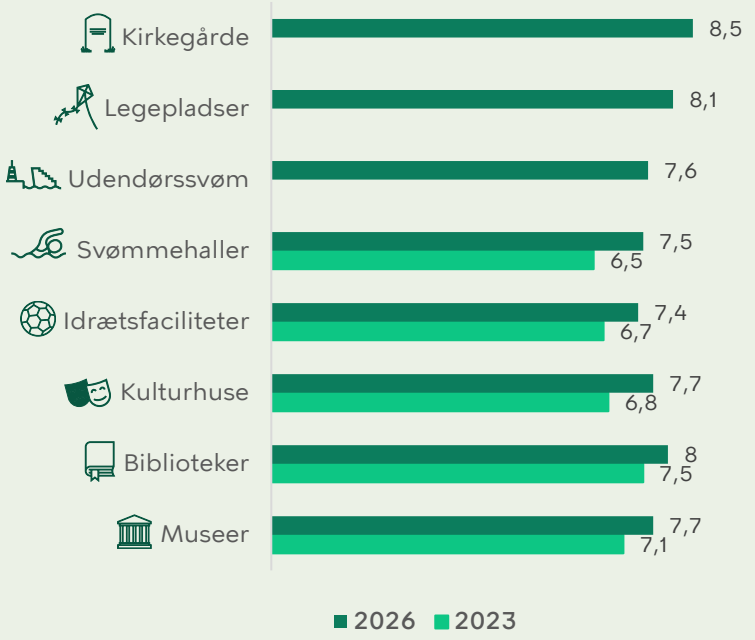
Selvom der generelt er høj tilfredshed, er der også forbedringspotentialer på alle fagområder. Der er dog ikke tydelige mønstre på tværs, så her skal man gå mere fagspecifikt til værks. Det gælder f.eks. værtskabet på kulturhuse og idrætsfaciliteter, saunaer og omklædningsfaciliteter i de udendørs svømme- og badeområder, muligheden for at gå på hold i svømmehallerne samt arrangementer på bibliotekerne. Det er dog værd at bemærke, at de forhold, hvor tilfredsheden er lavest, generelt også er dem, der er mindst vigtige for brugerne.

Velkendt kritik til stede, men fylder ikke på tværs af københavnerne

Fritekstkommentarerne indeholder flere konkrete kritikpunkter om f.eks. overfyldte svømmehaller eller larmende børn på bibliotekerne. Mange af disse kritikpunkter er generelt kendte fra den offentlige debat og peger på forhold, der frustrerer nogle brugere. Men selvom det er væsentligt at være nysgerrig på kritikken, viser undersøgelsen også, at disse velkendte punkter ikke har nævneværdig indflydelse på københavnernes vurdering af KFFs tilbud. Tværtimod viser det gennemsnitlige billede, at københavnerne er glade for det de kan opleve på KFFs biblioteker, svømmehaller, legepladser og øvrige områder, der belyses af Kultur- og Fritidsbarometeret.

Jeg synes generelt at KK gør det ret godt, hvad angår kulturtilbud. Som alene-far i NV, har jeg været særlig glad for Sokkelundlille, Teater Batida, Biblioteket på Rentemestervej, Dansekapellet (før det blev forpagtet ud) og de bemandede legepladser. Mange fede oplevelser for mig og min datter. Jeg er glad for, at Bispebjerg Kirkegård bliver mere "vild med vilje", og tænker biodiversitet - mere af det.
42-årig mand fra Bispebjerg

Tilfredshed fordelt på fagområder



Note: Figuren viser gns. tilfredshedsscore på en skala fra 0-10 på spørgsmålet *"Hvor tilfreds er du samlet set med Københavns Kommunes [tilbud]?"* Forskelle mellem 2023 og 2026 er statistisk signifikante ved et 95 % konfidensniveau. Den statistiske usikkerhed er i 2026 højst ± 0,11 %-point og i 2023 højst ± 0,13 %-point

Antal respondenter: 906-3.156 afhængig af fagområde og årstal.

Tværgående indsigter
Barrierer

På tværs af de otte tilbud er en stor barriere, at flere angiver, at tilbuddene "ikke er noget for dem". Det er formentlig også den sværeste barriere at overkomme, fordi det kræver, at man kan ændre folks selvforståelse eller generelle interesse for et område. Nedenstående fire barrierer belyser de udfordringer, som KFF som samlet tilbud har bedre mulighed for at handle på.

Kendskab

Kendskab til tilbuddene varierer på tværs af fagområder afhængigt af, hvor specialiseret og åbent et tilbud er. Kulturhuse har programmer, man skal kende til for at bruge dem. Idrætsfaciliteterne har bookingsystemer, man skal forstå. Omvendt er kirkegårde og badeområder åbne rum, alle kan træde ind i uden vejledning. Kendskab som barriere er dermed særligt relevant ved de tilbud, hvor indholdet skifter, og hvor der er en dør, man skal igennem.

Pris

Prisen opleves som en barriere på de fire områder, hvor der betales for adgang: svømmehaller (20 %), museer (17 %), biblioteker (14 % i form af gebyrfrygt) og idrætsfaciliteter (8 %). Bemærkelsesværdigt nok er bibliotekernes gebyrfrygt på niveau med de betalingsbelagte tilbud, selvom biblioteksbrug generelt er gratis. Samtidig har indkomst ikke nogen sammenhæng med brugen af KFF-tilbud. På ingen af de otte områder adskiller høj- og lavindkomstgrupperne sig nævneværdigt. Det peger på, at det handler om oplevet værdi for pengene snarere end betalingsevne.

Følgeskab

At mangle nogen at følges med er en barriere, der går igen på syv ud af otte områder, fra 4 % på de bemandede legepladser til 19 % i kulturhusene. Den er højest netop på de steder, hvor besøget i sig selv er socialt, særligt for kulturhuse, idrætsfaciliteter og museer, hvor mellem 39 % og 41 % af brugerne kommer for at være sammen med andre. Det er samtidig en barriere af social karakter og kan derfor i sagens natur være sværere at handle på.

Kapacitet

Oplevelsen af, at der ikke er ledige tider, eller at faciliteterne er overfyldte, er en tværgående barriere for særligt svømmehaller, udendørs svømme- og badeområder og idrætsfaciliteter. For svømmehallerne og udesvøm angiver 18-19 %, at der er for mange mennesker og for lidt plads. Det er særligt dem, der har besøgt et tilbud inden for de seneste tre år, der angiver det som en barriere. Som eksempel angiver 26 % af dem, der var i en svømmehal for 1-3 år siden, trængslen som barriere mod 12 % af dem, der aldrig har været i en svømmehal.

Kilder, bilag og fotoakkrediteringer

Politikker og handleplaner

- Kultur- og fritidspolitikken (2023-2026) *Københavns Kommune (2023)*. Klik her for at tilgå den.
- Biblioteksplanen (2019-2023). *Københavns Kommune (2019)*. Klik her for at tilgå den.
- Handleplan for Fremtidens Svømmetilbud. *Københavns Kommune (2024)*. Klik her for at tilgå den.
- Idrætsplan for Københavns Kommune (2023-2026). *Københavns Kommune (2023)*. Klik her for at tilgå den.
- KUBI-planen: Kulturhus- og biblioteksplan for Københavns Kommune (2025-2028). *Københavns Kommune (2024)*. Klik her for at tilgå den.

Analyser og rapporter

- Funkionsguide for biblioteker og kulturhuse. *Københavns Kommune (2026)*. *Forventet publicering december 2026*.
- Nøgletalsrapport 2025: Københavns biblioteker og kulturhuse. *Københavns Kommune (2026)*. Klik her for at tilgå den.
- Kulturhusenes virke og betydning. *Københavns Kommune (2024)*. Klik her for at tilgå den.
- Segmenteringsundersøgelsen 2023 – en undersøgelse af københavnernes kultur- og fritidsvaner. *Moos-Bjerre (2023)*. Klik her for at tilgå den.
- Danmark i Bevægelse 2025 – Københavns Kommune i Bevægelse – voksnes bevægelsesvaner 2025 *SDU 2026*. Klik her for at tilgå den

Øvrige kilder

- Årsrapport – Kunst og Historie 2024. *Københavns Kommune (2025)*. Klik her for at tilgå den

Bilag

- Bilag 1: Spørgeskema for kultur- og fritidsbarometer
- Bilag 2: Tabelrapporter

Fotoakkrediteringer

Asbjørn Ravn	Side 21, 36
AstridKBH	Side 23
Caroline Bittencourt	Side 35
Daniel Liversage	Side 2, 38, 47, 59, 67
Kim Matthäi Letland	Side 46, 47, 48, 56
Rico Hald	Side 10
Jens Raadal	Side 56
Julie Marstrand	Side 87
Ulf Svane	Side 11
Ulrich Jakobsson	Side 5, 22, 25, 26, 27, 37, 45, 57, 58, 68, 69, 70, 77, 79, 80, 89, 90, 97, 100
Ursula Bach	Side 98, 99, 100, 107

Kultur- og fritidsbarometeret 2026

En undersøgelse af københavnernes forhold til KFF's kultur- og fritidstilbud

Udarbejdet af Biblioteks- og kulturudvikling i samarbejde med Epinion

Kultur- fritids- og borgerserviceforvaltningen

Københavns Kommune

September 2026