



DI Analyse

Henrik Langaard Lystbæk, chefkonsulent
Johannes Kræn Blume Sivertsen, stud.polit.

AUGUST 2024

Kunst og kultur bidrager til attraktive arbejdspladser

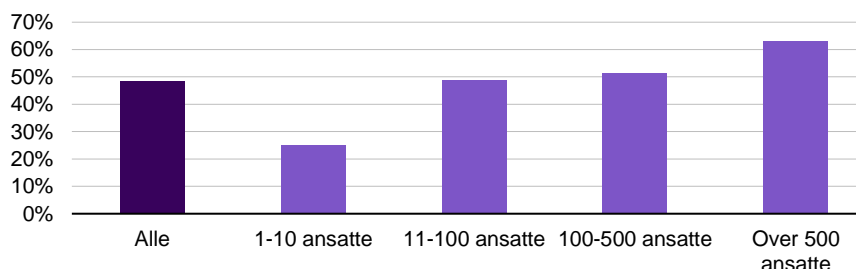
Syv ud af ti privatansatte danskere mener, at tilbud inden for kunst og kultur ville gøre deres arbejdsplads mere attraktiv. Alligevel har under halvdelen af danskerne benyttet kulturtilbud gennem deres arbejdsplads. Derfor kan der være potentiale for virksomheder for at øge både tilfredsheden og tiltrækningskraften.

Knap halvdelen har benyttet sig af kunst- og kulturtilbud gennem deres arbejdsplads

I DI's undersøgelse om kunst- og kulturtilbud siger 48 pct. af de privatansatte danskere, at de har benyttet et eller flere tilbud inden for kunst og kultur gennem deres arbejdsplads. Blandt personer, der er ansat i en privat virksomhed med 1-10 ansatte, har kun 25 pct. benyttet sig af kunst- og kulturtilbud gennem deres

Ansatte i de store virksomheder benytter sig i højere grad af kulturtilbud gennem deres arbejdsplads

Andel der har benyttet sig af kunst- og kulturtilbud gennem deres arbejdsplads



Anm.: Personer der har svaret at de har benyttet sig af mindst ét af 5 kulturtilbud på arbejdspladsen. Kun medarbejdere ansat på private arbejdspladser. (n=752).

Kilde: Befolkningsundersøgelse af Epinion for DI

De mest benyttede tilbud inden for kunst og kultur sætter mindre krav til medarbejderens aktive valg om benyttelse

arbejdsplads, mens det er 63 pct. for virksomheder med over 500 ansatte. Der kan blandt andet være forskel på råderum og ressourcer i større organisationer til at arbejde med kunst og kultur i organisationens samlede virke.

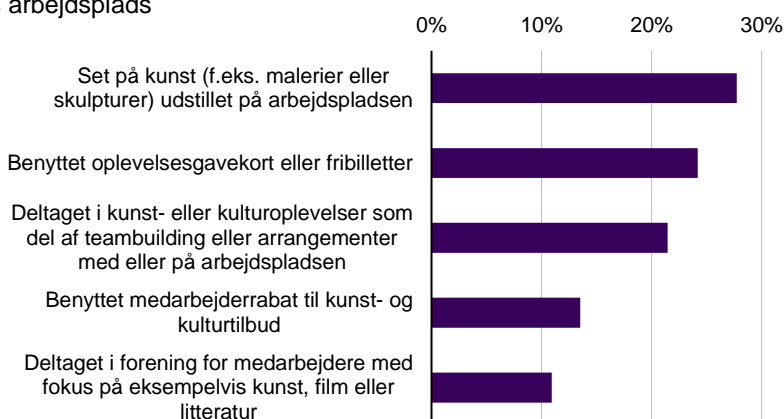
Desto mindre krav der er til medarbejderens aktive valg om benyttelse af de forskellige kunst- og kulturtilbud på arbejdspladsen, desto større lader anvendelsen sig til at være. Det mest brugte kulturtilbud fra arbejdspladsen er at se på kunst, der er udstillet på arbejdspladsen. Det har 28 pct. af de privatansatte danskere gjort. Omvendt har kun 14 pct. benyttet sig af medarbejderrabat til tilbud inden for kunst og kultur, og 11 pct. har deltaget i foreninger med fokus på kunst og kultur.

Private virksomheder tænker kunst- og kulturoplevelser ind i faglige og sociale arrangementer

Forskellen mellem andelen, der har benyttet oplevelsesgavekort eller fribilletter og de, der har benyttet medarbejderrabat, kan blandt andet skyldes, at oplevelsesgavekort eksempelvis i tilbydes som del af firmajulegaver eller lignende. Det er desuden tydeligt, at de private virksomheder i vid udstrækning tænker kunst- og kulturoplevelser ind i faglige og sociale arrangementer.

Kunst udstillet på arbejdet er det mest benyttet kunst- og kulturtilbud

Andel der har benyttet sig af følgende kunst- og kulturtilbud gennem deres arbejdsplads



Anm.: Kun medarbejdere ansat på private arbejdspladser. (n=752)
Kilde: Befolkningsundersøgelse af Epinion for DI

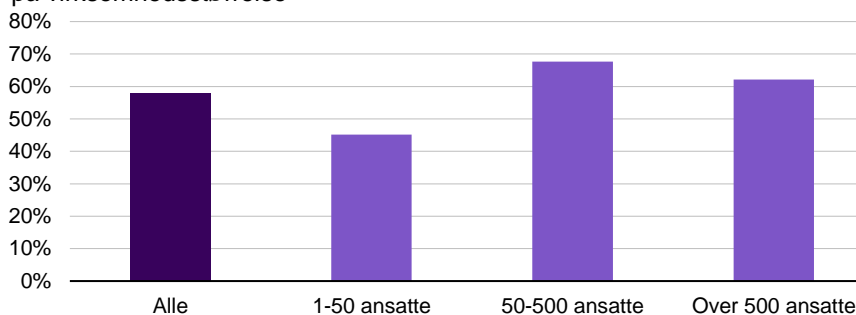
Tilfredsheden med tilbud inden for kunst og kultur er høj - især i de store virksomheder

Blandt dem, som har benyttet sig af tilbud inden for kunst og kultur gennem deres arbejdsplads, er tilfredsheden med tilbuddene høj.

58 pct. har haft en positiv eller meget positiv oplevelse, mens kun 1 pct. har haft en negativ eller meget negativ oplevelse. Tilfredsheden varierer dog mellem mindre og større virksomheder. I virksomheder med mindre end 50 medarbejdere har 45 pct. haft en positiv oplevelse, imens det gælder 68 pct. af medarbejderne, som arbejder i større virksomheder med mellem 50 og 500 ansatte. Det antyder en sammenhæng mellem de ressourcer der er til rådighed i en virksomhed, til arbejdet med kunst og kultur, og opfattelsen af disse oplevelser.

Mere end halvdelen af de privatansatte danskere, som har benyttet sig af kunst- og kulturtilbud, er positivt stemte

Andel af medarbejdere der har benyttet mindst ét kunst og kulturtilbud på arbejdspladsen, som har haft en positiv oplevelse - fordelt på virksomhedsstørrelse



Anm.: Personer, der har svaret at tilbuddene har påvirket deres opfattelse af deres arbejdsplads positivt eller meget positivt. Kun personer, som er ansatte på private arbejdspladser og har svaret "Ja" til at have prøvet mindst ét af kunst- og kulturtilbuddene, er inkluderet. (n=363)

Kilde: Befolkningsundersøgelse af Epinion for DI

Knap 6 ud af 10 medarbejdere får tilbud om kunst og kultur men under halvdelen benytter sig af det

Tilbud om kunst og kultur på over halvdelen af arbejdspladserne

På trods af den høje tilfredshed, er det ikke alle, der benytter muligheden for kunst- og kulturtilbud på arbejdspladsen. Imens 48 pct. af de privatansatte før har benyttet sig af kunst- og kulturtilbud gennem deres arbejdsplads, er det 59 pct., der har fået et eller flere tilbud herom. Hos de store virksomheder med over 500 medarbejdere, har 79 pct. fået kunst- og kulturtilbud gennem arbejdspladsen, men kun 51 pct. har benyttet sig af kunst- og kulturtilbuddene. For de mindste private virksomheder med 1-10 ansatte, har kun 28 pct. fået det tilbudt, men hele 25 pct. har benyttet sig af et eller flere tilbud. Fordelingen af forskellige tilbud er ca. ens i store og små virksomheder.

De to tilbud færrest medarbejdere får tilbudt, er deltagelse i kultur- og kunstforeninger og medarbejderrabat til kunst- og

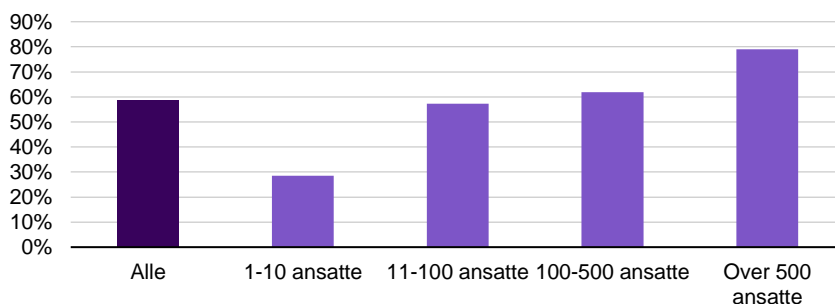
kulturoplevelser. Hhv. 26 og 29 pct. har fået disse tilbud og kun 11 og 14 pct. har benyttet sig af dem. Det betyder, at de to tilbud også har den største forskel mellem andel som får dem tilbudt, og andel som har benyttet sig af det, på 15 procentpoint.

Volumen og ressourcer kan påvirke, at tilbud inden for kunst og kultur er mere udbredt hos store virksomheder

Forskellen mellem de store og små virksomheder kan blandt andet være påvirket af, at de store virksomheder i højere grad kan have ressourcer til at stille tilbud til rådighed. Det vil også være naturligt, at eksempelvis deltagelse i medarbejderforeninger med fokus på kunst- og kultur er mere udbredt på større arbejdspladser, hvor en vis volumen er nødvendig. Endelig kan større arbejdspladser have flere ressourcer til eksempelvis at låne eller indkøbe en variation af kunstværker, såvel som der kan være fordele for større virksomheder i at forhandle aftaler om eksempelvis medarbejderrabatter.

6 ud af 10 danskere har fået tilbud inden for kunst og kultur gennem arbejdspladsen

Andel af de privatansatte som har fået et eller flere tilbud inden for kunst og kultur gennem deres arbejdsplads



Anm.: Personer der har svaret at de har benyttet sig af tilbud inden for kunst og kultur, eller har svaret "Nej, muligheden har været der, men jeg har ikke benyttet den". Kun medarbejdere ansat på private arbejdspladser. (n=752)

Kilde: Befolkningsundersøgelse af Epinion for DI

Knap hver fjerde har benyttet sig af fribilletter og gavekort til oplevelser gennem arbejdspladsen

En anden udbredt måde at stille kunst- og kulturtilbud til rådighed for medarbejderne er, at virksomheden giver adgang til fribilletter eller gavekort til forskellige oplevelser. 24 pct. af de privatansatte angiver, at de har fået stillet denne type af kunst- og kulturtilbud, der foregår uden for arbejdspladsen, til rådighed.

3 ud af 4 af de yngre medarbejdere mener at frivillige kulturtilbud gør deres arbejdsplads mere attraktiv

For arbejdspladserne kan der derfor være potentiale i at arbejde med adgangen denne type af tilbud som employer branding, særligt for tiltrækning af yngre medarbejdere som generelt vurderer betydningen for arbejdspladsens attraktivitet højere på en række tilbud. 74 pct. af de 18-35 årige mener således, at mindst ét af

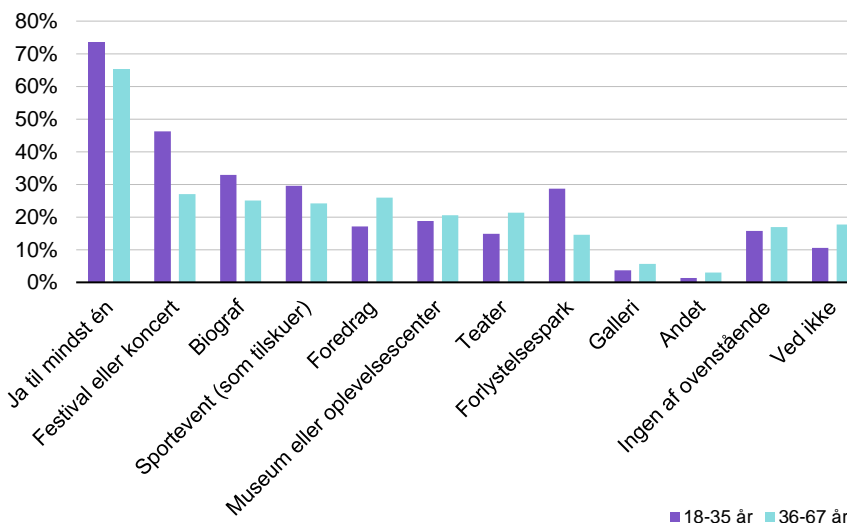
Danskerne efterspørger festivaler og koncerter gennem arbejdspladsen mest

tilbuddene ville gøre deres arbejdsplads mere attraktiv, hvis det blev gjort mere tilgængeligt for dem. For de 36-67 årige er det 65 pct.

For begge aldersgrupper gælder det, at festivaler og koncerter er det mest efterspurgt, men det nævnes oftere af de unge. De unge er ligeledes mere interesserede i adgang til forlystelsesparker, biografteater og sportsevents, mens det for de 36-67 årige i højere grad gælder foredrag, museer og teatre. For arbejdspladser kan der dermed være potentiale i at differentiere sine tilbud om eksempelvis medarbejderrabatter, oplevelsesgavekort eller fribilletter, afhængig af medarbejdersammensætningen.

Unge mener i højere grad at fribilletter o.l. til festivaler og koncerter kunne gøre deres arbejdsplads mere attraktiv

Andel som mener at følgende kulturtilbud kunne gøre deres arbejdsplads mere attraktiv



Anm.: (n=752)

Kilde: Befolkningsundersøgelse af opinion for DI

Hver tredje virksomhed med over 500 medarbejdere giver sponsorater og bidrag til kunst og kultur

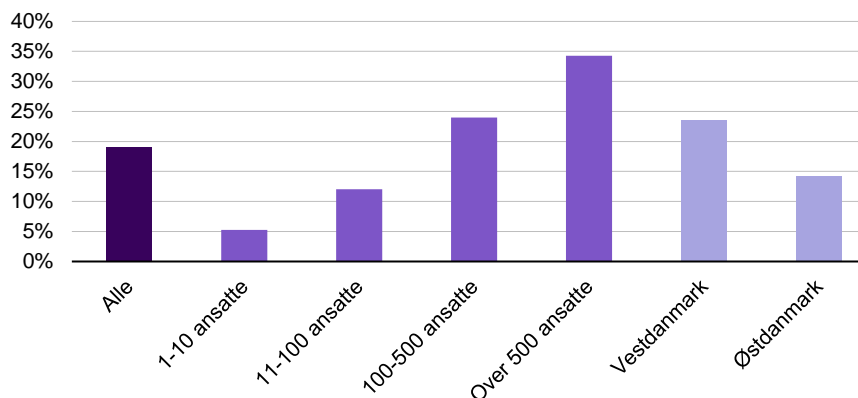
Arbejdet med kunst og kultur bidrager til en attraktiv arbejdsplads

Mange virksomheder giver sponsorater og bidrag til kunst og kultur. På landsplan siger 19 pct. af danskerne, at deres arbejdsplads giver sponsorater eller bidrag til kunst og kultur, mens 51 pct. siger at deres arbejdsplads ikke gør. Altså ved 30 pct. af danskerne ikke, om deres arbejdsplads giver sponsorater og bidrag til kunst og kultur.

Der er forskelle både i forhold til virksomhedsstørrelse og på tværs af landet. Blandt ansatte i små virksomheder svarer 5 pct., at deres arbejdsplads bidrager og giver sponsorater til kunst og kultur, mens det i store virksomheder med over 500 medarbejdere gælder 34 pct. I Vestdanmark mener 24 pct., at deres arbejdsplads giver sponsorater til kunst og kultur, mens andelen i Østdanmark kun er 14 pct. I undersøgelsen er bidrag til idræts- og sportsforeninger ikke inkluderet.

Store virksomheder, og virksomheder i Jylland, sponsorerer og bidrager i højere grad til kunst og kultur

Giver din arbejdsplads sponsorater eller bidrag til kunst og kultur?



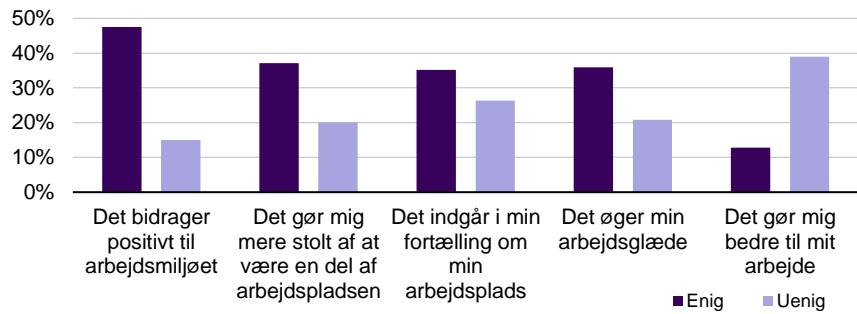
Anm.: Kun ansatte på private arbejdspladser. Ikke inklusiv bidrag til idræts- og sportsforeninger: (n=752)
Kilde: Befolkningsundersøgelse af Epinion for DI

Næsten halvdelen af danskerne mener, at arbejdspladser sponsorater og bidrag til kunst og kultur bidrager til et positivt arbejdsmiljø

At arbejdspladser giver sponsorater og bidrag eller i øvrigt anvender kunst- og kulturtilbud påvirker arbejdsglæden og arbejdsmiljøet i en positiv retning. 47 pct. af de privatansatte danskere mener, at støtten eller anvendelse af kunst og kultur bidrager til et positivt arbejdsmiljø, mens 36 pct. mener, at det øger deres arbejdsglæde. De er til gengæld mindre enige i, at det skulle gøre dem bedre til deres arbejde. Kun 13 pct. erklærer sig enige, mens 39 pct. er uenige.

Knap halvdelen af mener at deres arbejdsplads' støtte til kunst og kultur bidrager til et positivt arbejdsmiljø

Andel af de privatansatte danskere der er enige i følgende om deres arbejdsplads' støtte og anvendelse af kunst og kultur



Anm.: Kun ansatte på private arbejdspladser. Personer der har svaret "enig" eller "meget enig". (n=752)
 Kilde: Befolkningsundersøgelse af Epinion for DI

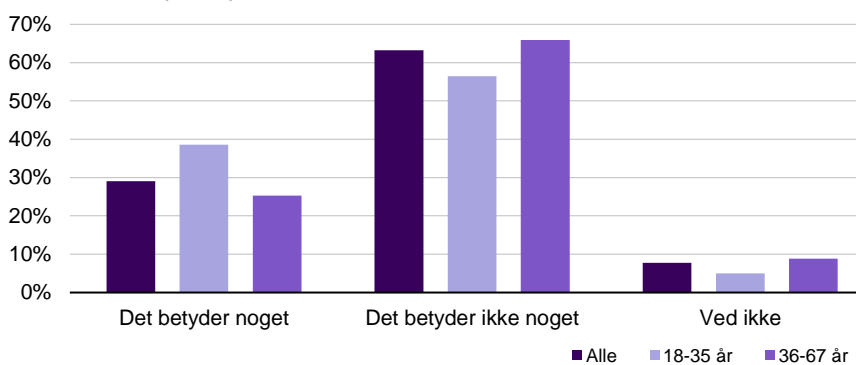
For knap fire ud af ti er virksomhedens involvering i kunst- og kultur med til at øge stoltheden af at være en del af arbejdspladsen, og det indgår i medarbejdernes fortælling om arbejdspladsen. Med 30 pct. der angiver at de ikke ved om deres arbejdsplads sponsorerer eller bidrager til kunst og kultur, kan der således være et potentiale for at virksomheder bliver bedre til at kommunikere eventuelle indsatser af denne type til de ansatte, henset til den positive indvirkning det kan have på hvordan ansatte opfatter deres arbejdsplads.

Mere end hver fjerde mener, at en virksomheds forhold til kunst og kultur betyder noget, når de overvejer jobskifte

En virksomheds forhold til kunst og kultur kan i nogen grad påvirke deres tiltrækningskraft på nye medarbejdere. 29 pct. af de ansatte siger, at en virksomheds forhold til kunst og kultur betyder noget for dem, når de overvejer et jobskifte. Det betyder især noget for de yngre aldersgrupper. 39 pct. i gruppen mellem 18-35 år mener, at forholdet til kunst og kultur betyder noget, mens det kun gælder 25 pct. af de 36-67-årige.

Unge mener i højere grad at en virksomheds forhold til kunst kultur betyder noget når der overvejes jobskifte

Hvor stor en faktor er en virksomheds forhold til kunst og kultur for dig, når du overvejer et jobskifte?



Anm.: "Det betyder noget" er sammenlagt af personer der har svaret at det er "afgørende", "betyder meget" og "betyder lidt". (n=752)

Kilde: Befolkningsundersøgelse af opinion for DI

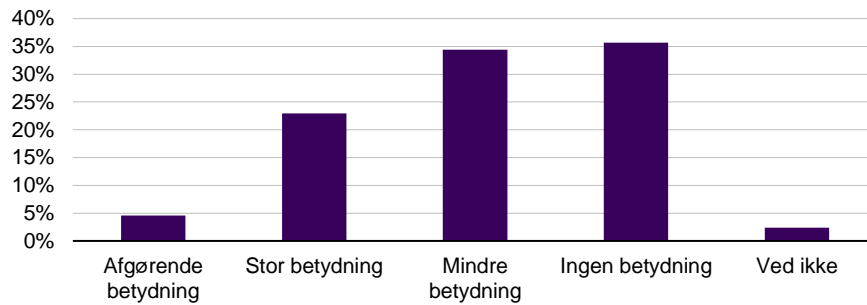
62 pct. mener, at et attraktivt kulturliv i lokalområdet påvirkede deres beslutning om at flytte

Ligesom virksomhedernes arbejde med kunst og kultur kan have betydning for nogle danskeres valg af arbejdsplads, kan et stærkt kulturliv i et lokalområde være med til at tiltrække nye tilflyttere. Af de danskere, der har eller har overvejet at flytte til en anden del af landet for at finde arbejde, mener 5 pct., at et attraktivt kulturliv i det nye lokalområde havde en afgørende betydning for deres flyttebeslutning, mens 23 pct. mener at det havde stor betydning. Omvendt mener 36 pct. ikke at det havde betydning.

Tallene viser at kunst- og kulturtilbud for de færreste spiller en afgørende rolle i en flyttebeslutning, men at det alligevel for en betydelig andel tilskrives en betydning. Det indgår dermed som en af flere faktorer, som dog ikke belyses her. Det kan eksempelvis være tilgængelighed, indkøbsmuligheder eller attraktive muligheder for pasning eller skoler i lokalområdet.

62 pct. mener, at et attraktivt kulturliv i lokalområdet påvirkede deres beslutning om at flytte eller overveje at flytte

I hvilken grad havde et attraktivt kulturliv i det lokalområdet, som du flyttede i overvejede at flytte til, betydning for din beslutning om at ville flytte?



Anm.: Kun personer der er ansat på private arbejdspladser. Kun personer der har flyttet eller overvejet at flytte grundet arbejde. (n=268)

Kilde: Befolkningsundersøgelse af opinion for DI

Virksomheders bidrag til det lokale kunst- og kulturliv er dermed også med til at understøtte et bredere attraktivt lokalområde, og dermed muligheden for at tiltrække arbejdskraft. Dette afspejles muligvis også i en del af forskellen i virksomhedernes engagement i henholdsvis Vest- og Østdanmark på dette spørgsmål.