Festivalfire präsentiert:

Die Festivalumfrage.

# GOING OUT. SIDE 2019.

GOING OUT. SIDE

FESTIVAL FIRE

# GOING OUT.SIDE 2019.

Hohe Zielgruppen-Affinität und spannendes Werbeumfeld: 2019 kommen Marken definitiv nicht mehr an Festivals vorbei, wenn sie Millennials erreichen wollen.

Doch wie werden Markenaktivitäten wahrgenommen, welche Brands bleiben Festivalbesuchern in Erinnerung und prägen im Anschluss deren Alltag?

Mit der Pilotstudie „Going Out.side 2018" sammelte Festivalfire bereits im vergangen Jahr erste wichtige Informationen aus der Konsumentenperspektive.

2019 geht die „Going Out.side" in die zweite Runde: Wie hoch ist das durchschnittliche Festival-Budget? Welche Getränke konsumieren die Besucher? Wo haben sie auf Festivals Sex? Diesen und weiteren Fragen ging Festivalfire mit der Festivalumfrage nach.

Der umfangreiche Fragenkatalog erfasste neben der Markenwahrnehmung auf Veranstaltungen unter anderem auch das Konsumverhalten der Besucher im Festivalumfeld und liefert damit spannende Insights für Unternehmen, Veranstalter und dadurch auch für den Festivalmarkt allgemein.

# Allgemein.

# Die Teilnehmer.

Befragt wurden insgesamt **1358** Teilnehmer,
die den Online-Fragebogen ausgefüllt haben.

## Alter der Teilnehmer.

Ø **22** Jahre

## Geschlecht der Teilnehmer.

**51**% weiblich

**48**% männlich

**01**% divers

## Bildungsgrad der Teilnehmer.

**39**% Abitur

**24**% Berufserfahrung

**18**% Mittlere Reife

**14**% Studium

**04**% Hauptschulabschluss

**01**% Kein Bildungsgrad

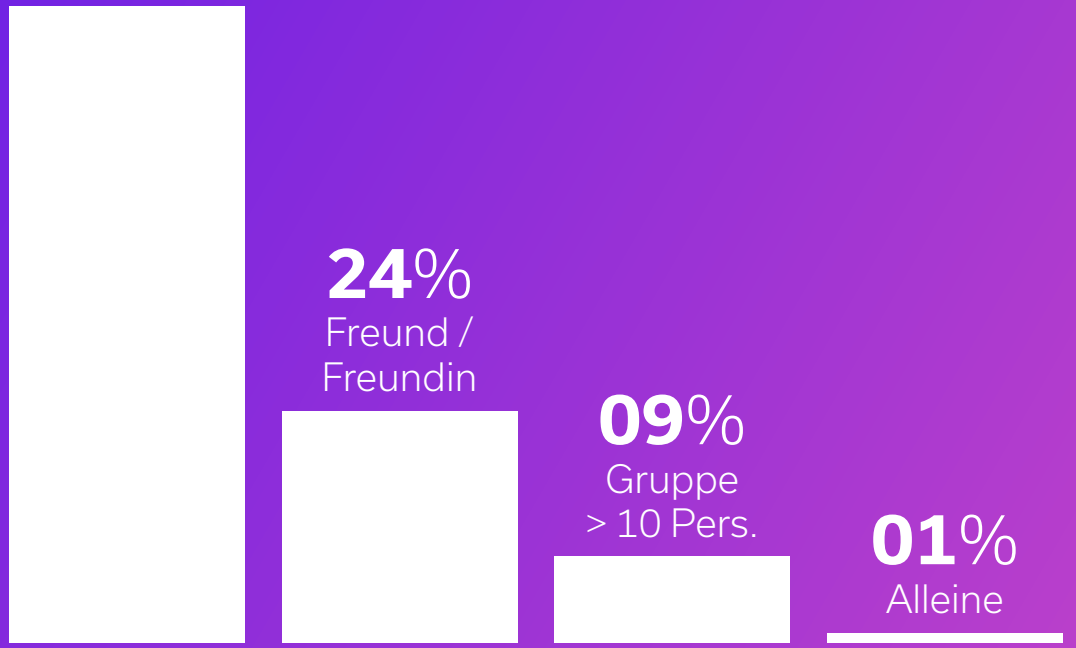
# Festival-besuche pro Jahr.

**Ø 4.3**
männlich

**Ø 3.5**
weiblich

**Ø 2.2**
divers

# Festival-Begleitung.



„**88**% der Festivalbesucher bevorzugen ein mehrtägiges Festival vor einem eintägigen Festival.“ (2018: 79%)

„Für **84**% der Festivalbesucher gehören Festivals zur Urlaubsplanung.“ (2018: 78%)

Allgemein.

# Sexualverhalten auf Festivals.

Quelle:
Dating App
„Popcorn".

Die beliebtesten Orte für ein Schäferstündchen:

- **67**% Campingplatz / Zelt
- **41**% Natur
- **40**% Auto / Parkplatz
- **25**% See / Wasser
- **12**% Tanzfläche
- **09**% Backstage
- **07**% Dixi

MEHRFACHANTWORTEN

„Jeder **Zweite** hatte schon mal Sex auf einem Festival."

## Allgemein: Monatliches Budget.

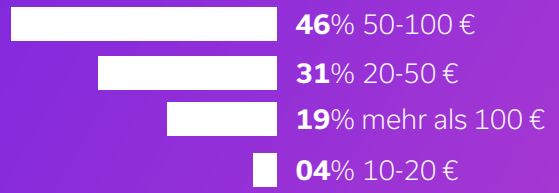
**554** €

**784** € **499** € **638** €

## Zeitraum des Ticketkaufs.

**72**% im Laufe der Zeit
**25**% direkt nach der Veröffentlichung des Events
**02**% ein paar Tage vorher
**01**% an der Tages- / Abendkasse

## Budget für die Festival-Anreise.



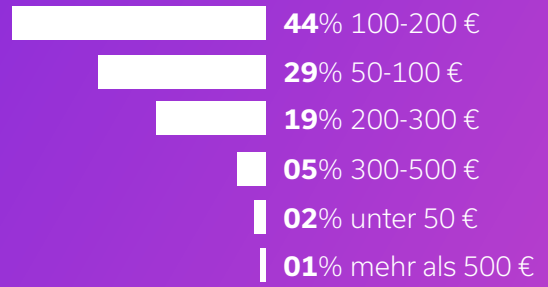

## Ausgaben für ein Festival-Ticket.

**186** €

**208** € **180** € **200** €

„**55%** empfinden bargeldloses Zahlen als wichtig."

## Festival-Budget vor Ort.



#GOS19.

# REISE & UNTERKUNFT

# Anreise zum Festival.

**80**% Auto

**59**% Zug

**37**% Flixbus

**31**% Flugzeug

MEHRFACHANTWORTEN

# Reisebereitschaft zu Festivals.

**29**% europaweit

**24**% weltweit

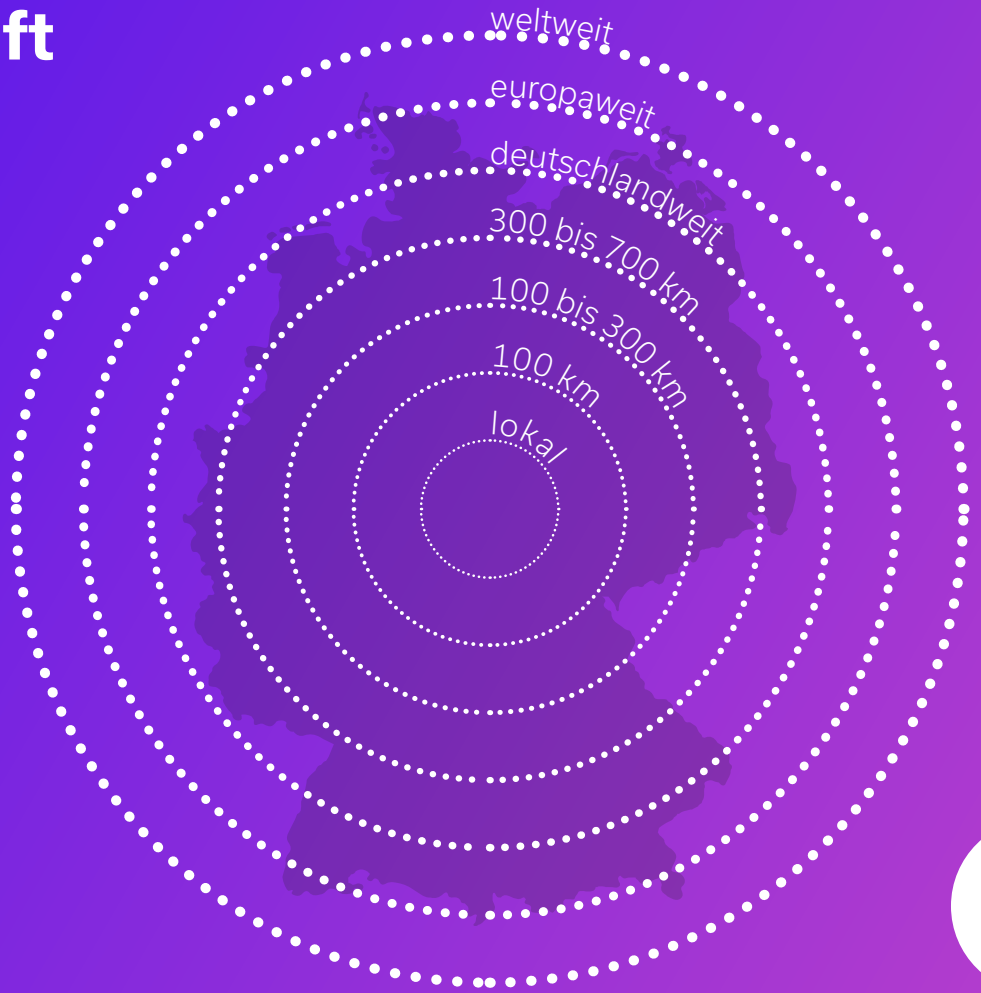
**21**% deutschlandweit

**13**% 100 bis 300 km

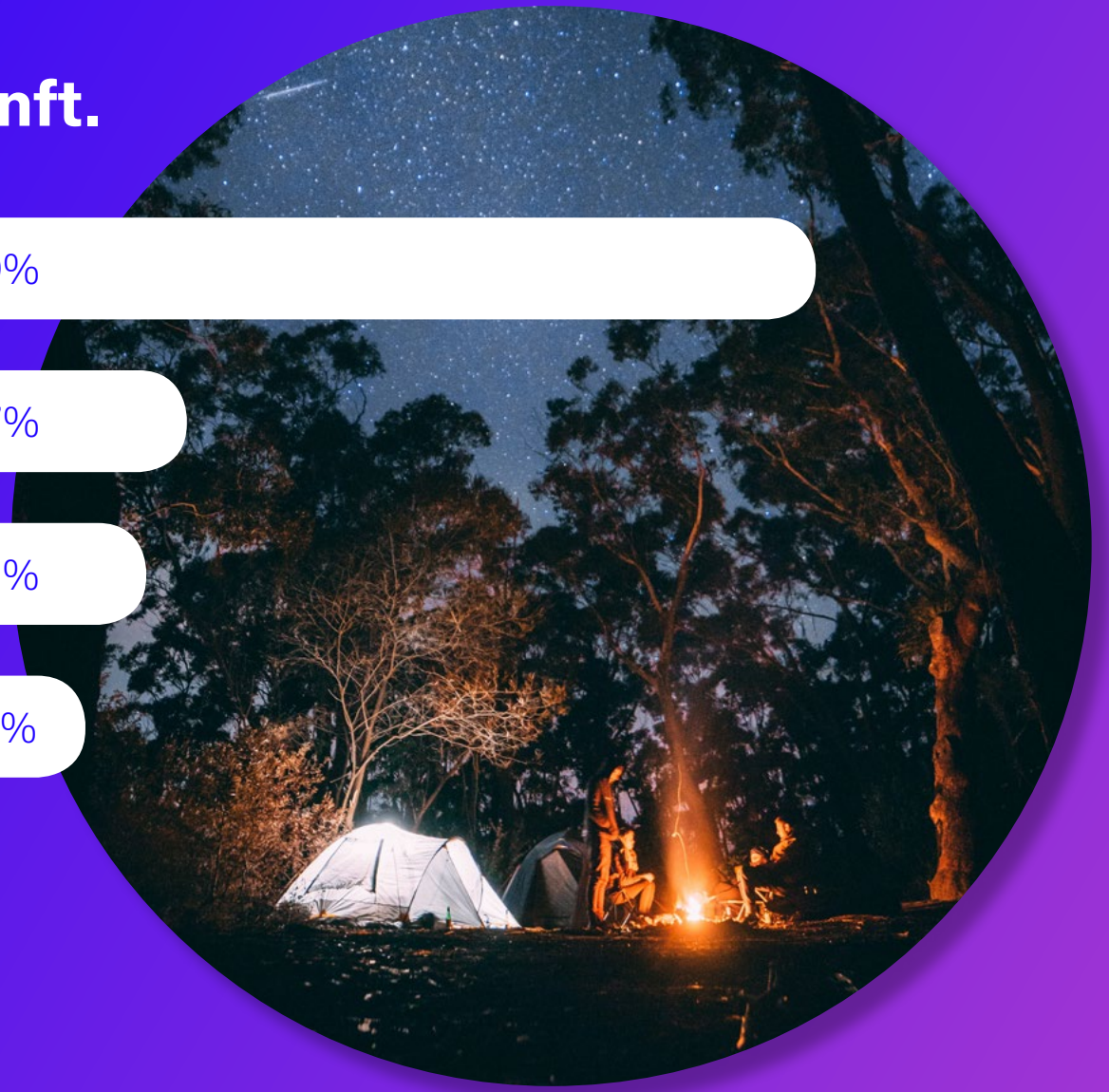
**06**% 300 bis 700 km

**06**% bis 100 km

**01**% nur lokal



# Festival-Unterkunft.



| | |
|---|---|
| Campingplatz | 89% |
| Hotel | 27% |
| Airbnb | 23% |
| Ferienwohnung | 17% |

MEHRFACHANTWORTEN

„**98**% der Festival-besucher buchen ihre Anreise zu einem Festival online."

#GOS19.

# Festival-Vorlieben.

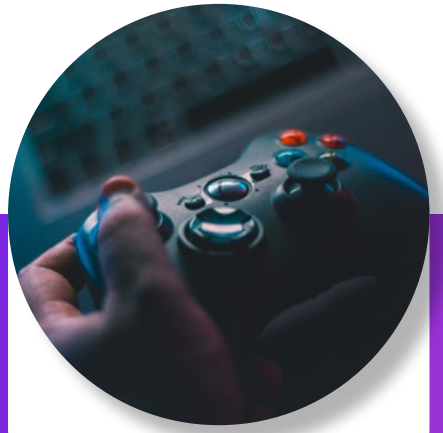
# Festival-Genre.

Es gibt ca. **50** verschiedene Festivalarten
in Deutschland, die beliebtesten sind:

**100**%
Musik

**32**%
Food

**08**%
Sport



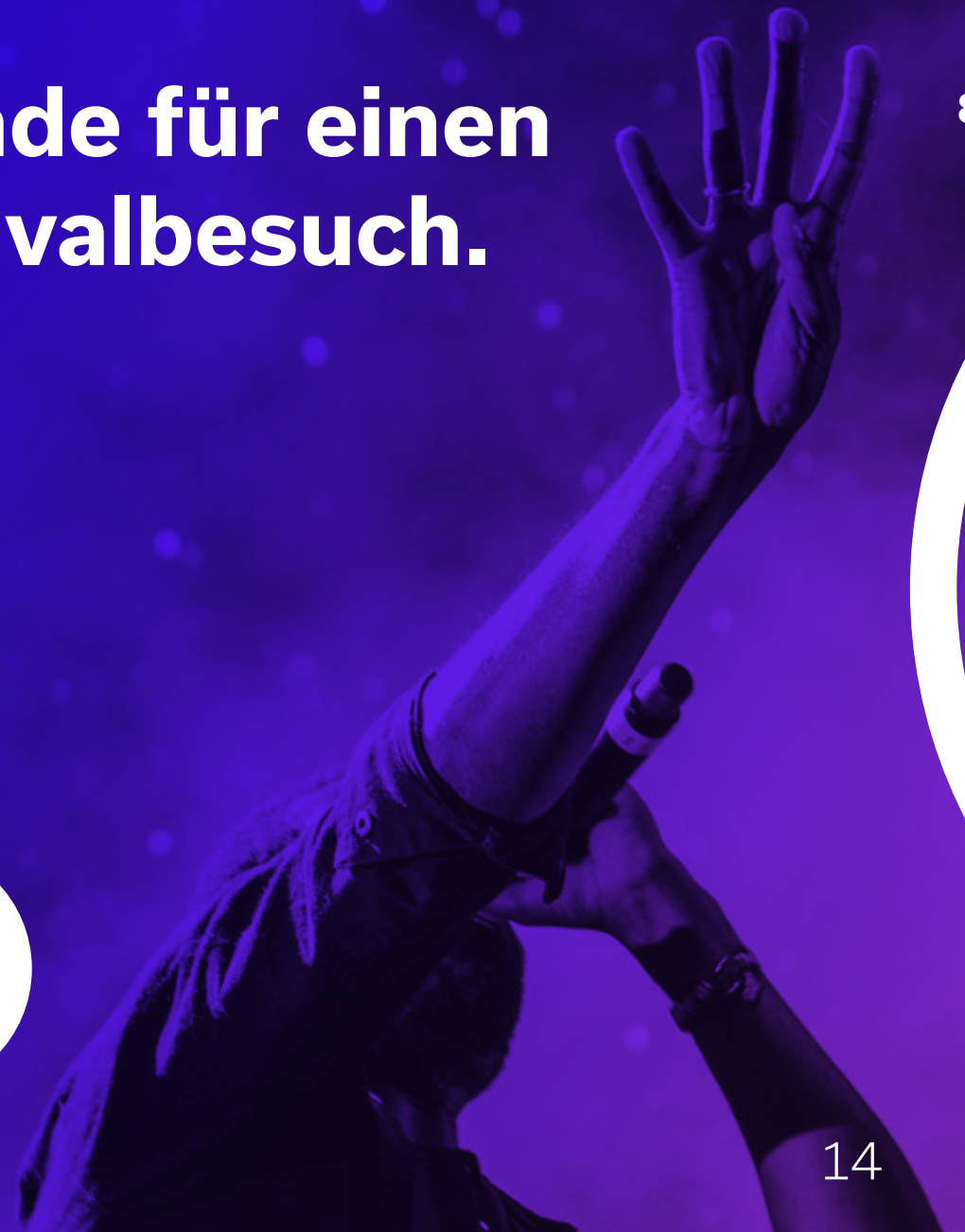
**05**%
Gaming

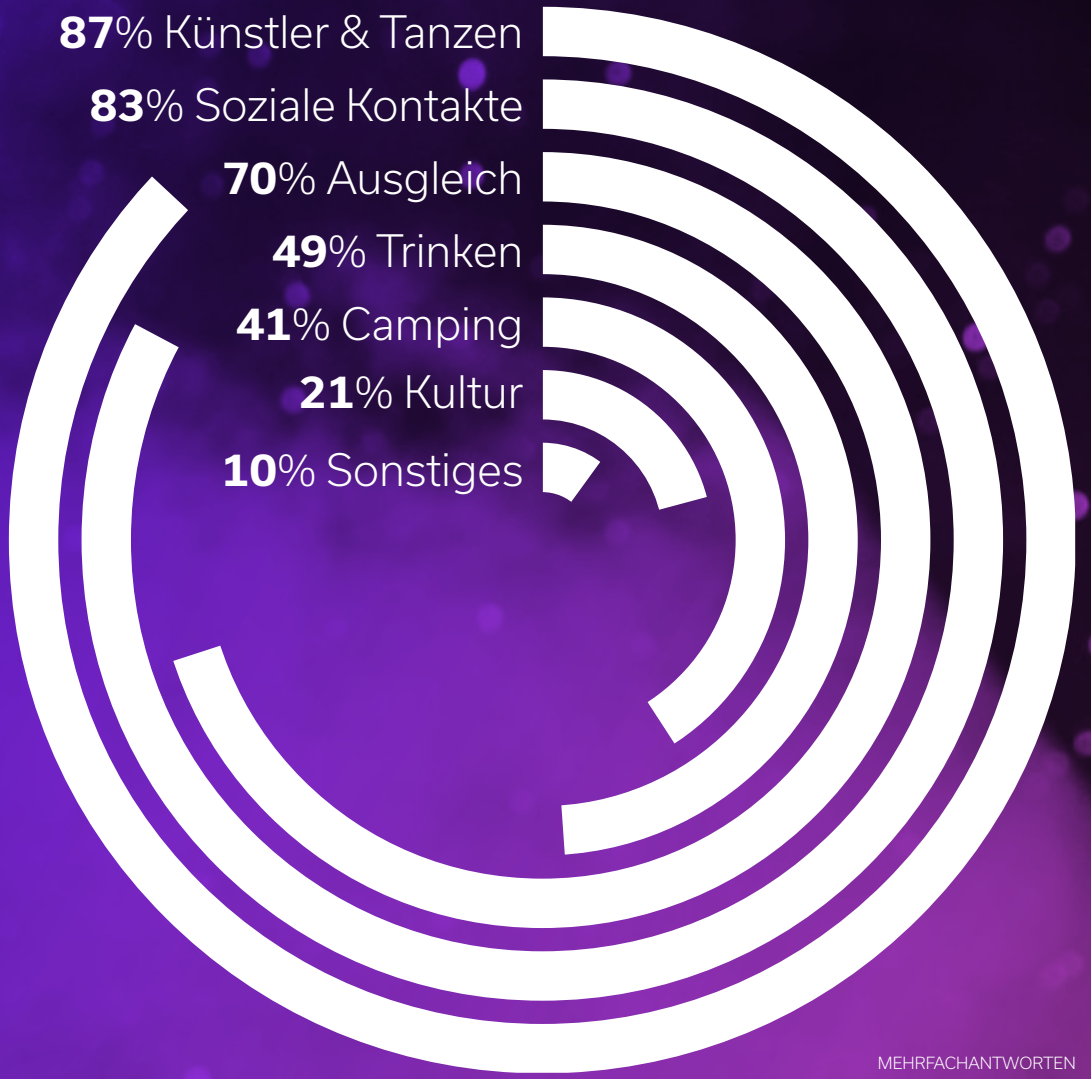
**02**%
Sonstiges

MEHRFACHANTWORTEN

Festival-Vorlieben.

# Gründe für einen Festivalbesuch.






MEHRFACHANTWORTEN

# Was fehlt auf Festivals?

„**89**% der Befragten sehen sich am liebsten Künstler auf dem Festival an."

–

„**63**% der Befragten sehen sich Live-Streams von Festivals an."

–

„Über **11** Mio. Menschen verfolgten das Konzert von DJ Marshmello im Online-Spiel Fortnite per Live-Video-Stream."

–

„**94**% empfinden Nachhaltigkeit auf einem Festival als wichtig.“

Festival-Vorlieben.

#GOS19.

# Konsumverhalten.

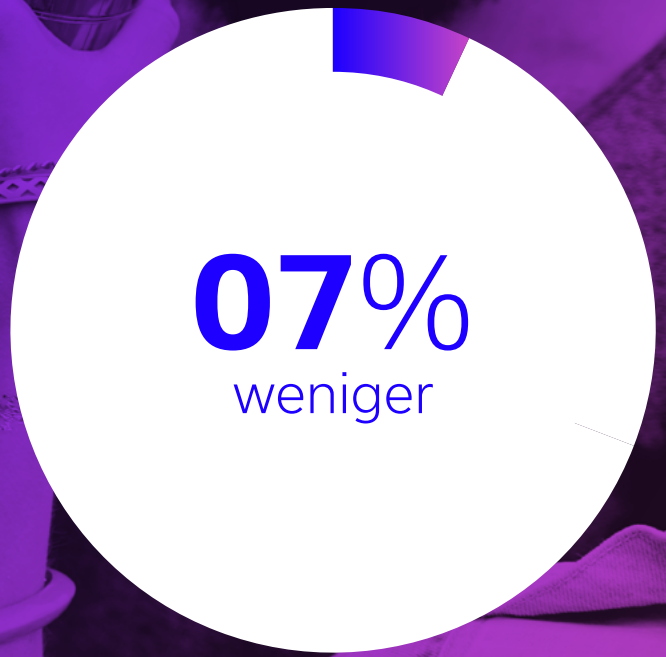
# Welche Getränke werden auf Festivals häufig konsumiert?

**57%**
Bier / Sekt / Wein

**27%**
Spirituosen

**16%**
Softgetränke

# Getränke-Konsum auf Festivals im Vergleich zum Alltag.



# Präferenz von alkoholischen Getränken.

## Während der Festival-Anreise.

- **52**% fertig gemixt
- **37**% zum Selbstmixen
- **11**% pur

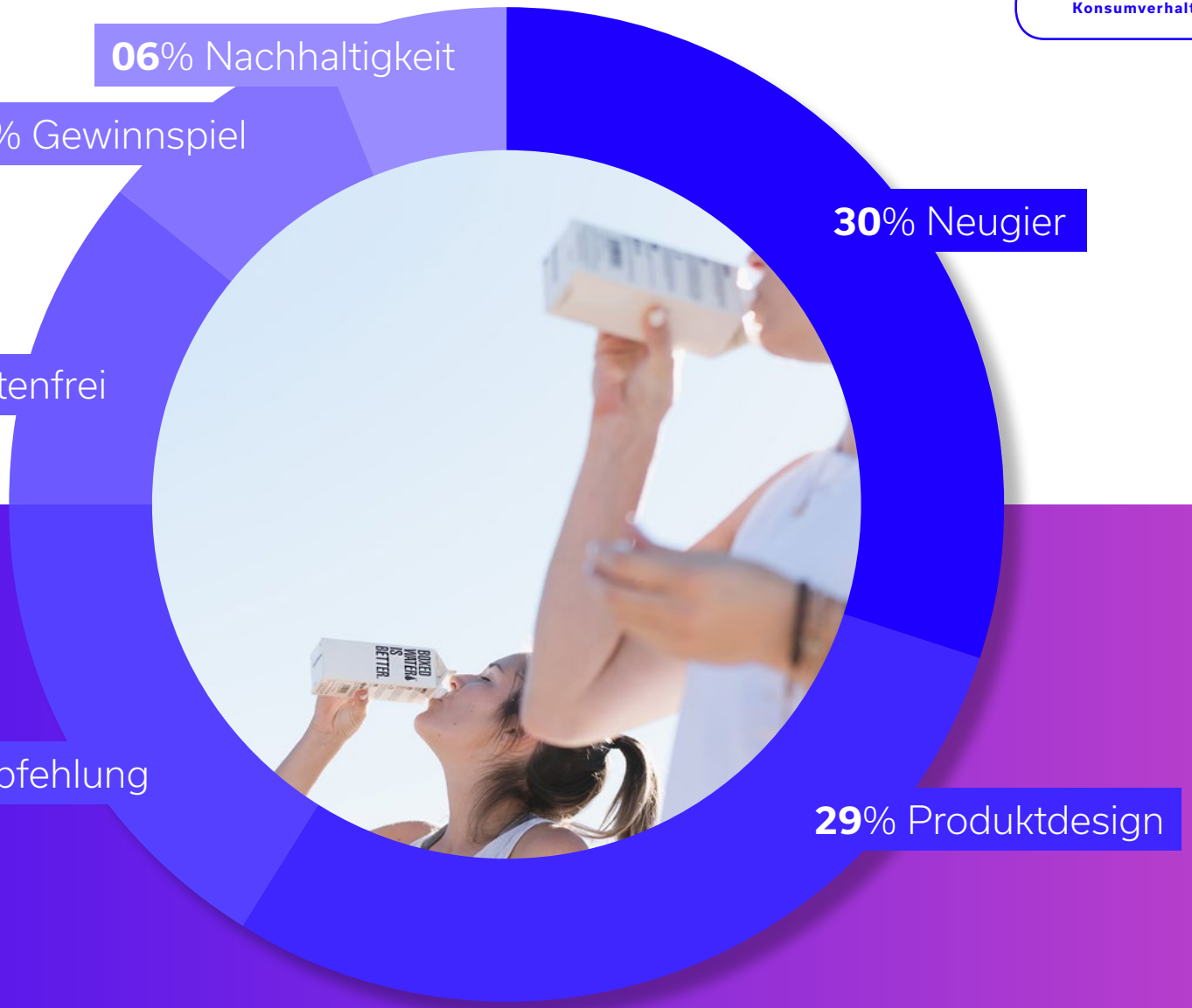
## Auf dem Festival.

- **48**% fertig gemixt
- **42**% zum Selbstmixen
- **10**% pur

# Welche Marken sind auf Festivals aufgefallen?

MEHRFACHANTWORTEN

# Gründe, eine neue Marke auf einem Festival zu testen.



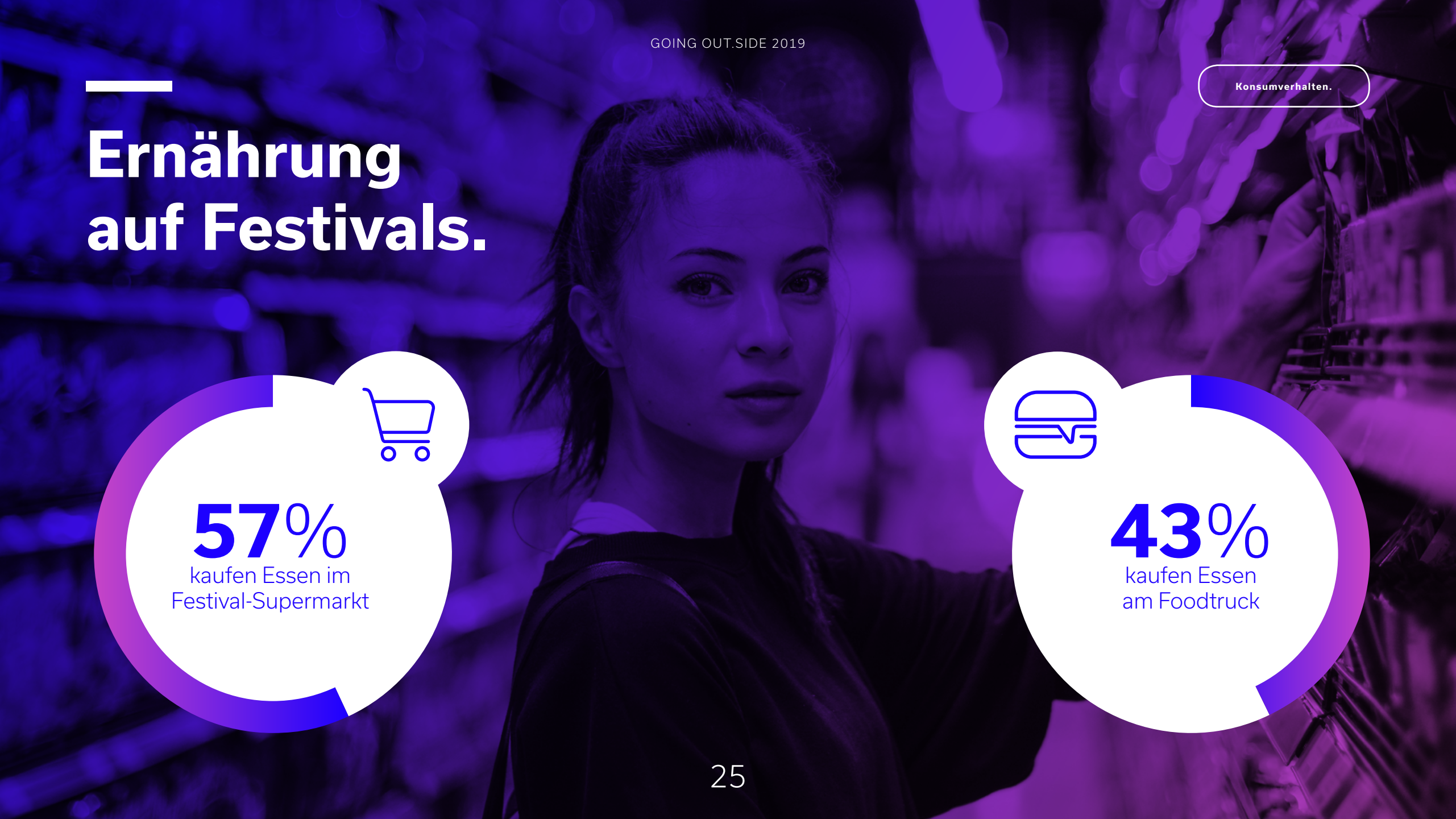
„79%

... der Festivalbesucher sind bereit, neue Getränke auf Festivals zu testen." (2018: 74%)

„80%

... der Befragten würden auf einem Festival probierte Marken im Handel kaufen." (2018: 77%)

# Ernährung auf Festivals.



**57%**
kaufen Essen im Festival-Supermarkt

**43%**
kaufen Essen am Foodtruck

Konsumverhalten.

„**51**% der Festivalbesucher würden einen Lieferdienst nutzen."

# Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick.

**Ø 3**
Festivalbesuche
pro Jahr.

**Ø 186 €**
Ausgaben für ein
Festival-Ticket.

„**94**% empfinden
Nachhaltigkeit auf einem
Festival als wichtig."

**Hygiene** ist das
wichtigste Bedürfnis
auf einem Festival.

„**80**% der Befragten würden
auf einem Festival probierte
Marken im Handel kaufen."

„**89**% wählen
den Camping-Platz
als Unterkunft."

# Ein starker Agenturverbund.

**Festivalfire**
Festivalvermarktung.
Musik. Sport. Food.

**Influencefire**
Influencervermarktung.
Musiker. Meinungsmacher.

**Pushfire**
Digital-Vermarktung.
Web. Social.

**Royal5**
Live-Kommunikation.
Events. Promotion.

# Kontakt.

**Mike Kucksdorf**
+49 (0) 170 2997959
mike.kucksdorf@
festivalfire.de