

# DIE FESTIVALUMFRAGE

1



# GOING OUT.SIDE 2018

Hohe Zielgruppen-Affinität & spannendes Werbeumfeld: 2018 kommen Marken definitiv nicht mehr an Festivals vorbei, wenn sie Millennials erreichen wollen. Doch wie werden deren Aktivitäten wahrgenommen?

Mit der Pilotstudie „GOING OUT.SIDE“ sammelte Festivalfire wichtige Informationen aus der Konsumentenperspektive.

*Welche Markenaktivitäten nehmen Festivalbesucher wahr? Und welche prägen im Anschluss deren Alltag?* Diesen und weiteren Fragen ging die Umfrage „GOING OUT.SIDE“ Anfang 2018 nach.

Der 27-teilige 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 damit auch für den Festivalmarkt allgemein.



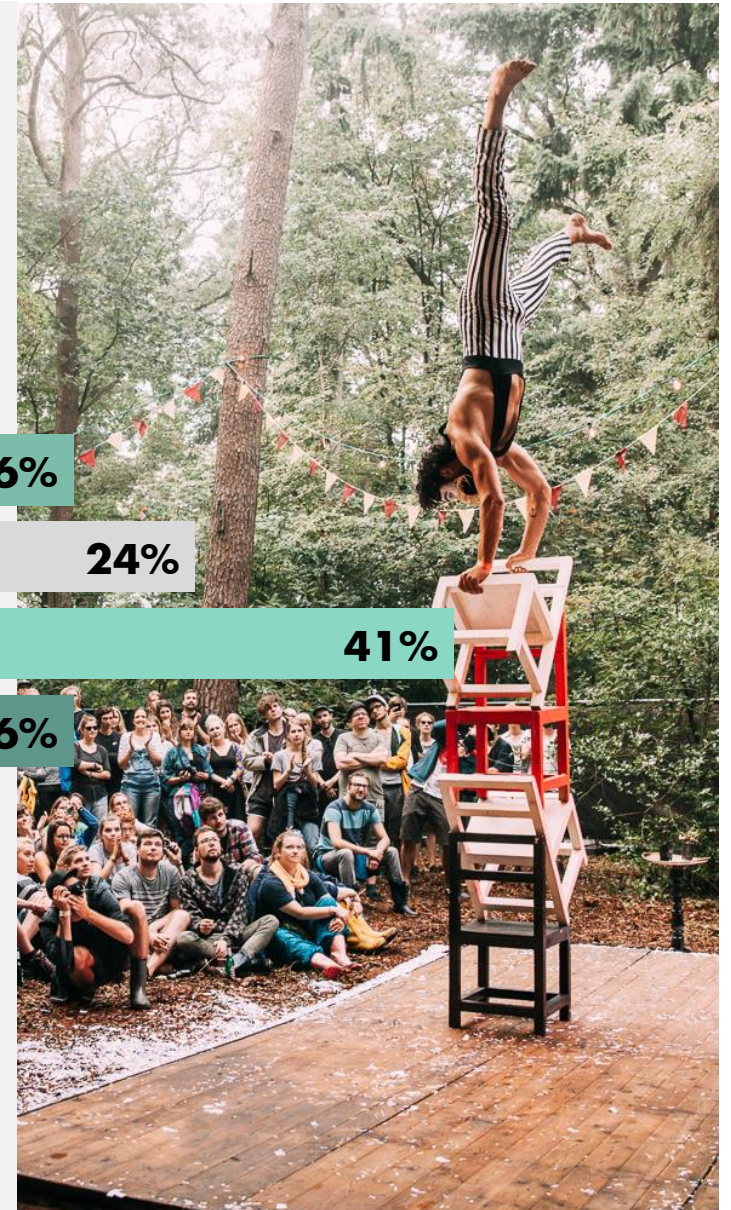
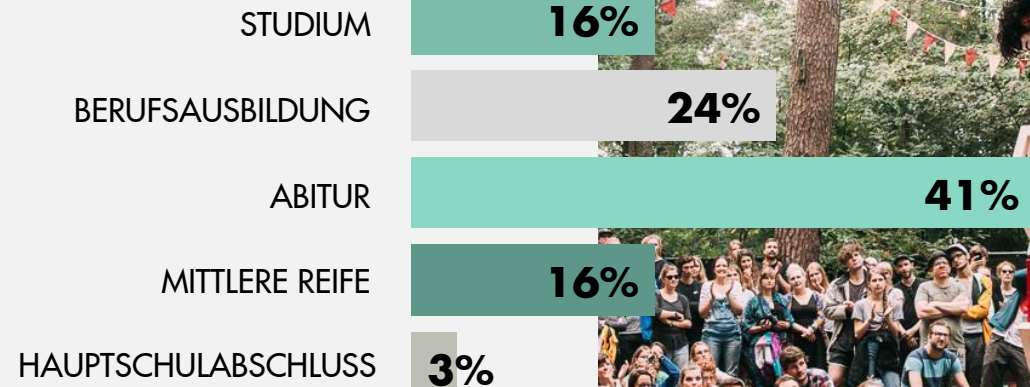


## DIE TEILNEHMER

BEFRAGT WURDEN INSGESAMT  
2.054 TEILNEHMER, DIE DEN  
ONLINE-FRAGEBOGEN  
VALIDE AUSGEFÜLLT HABEN.

## ALTER

Ø 23.5 JAHRE

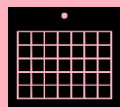


## MAXIMALE AUSGABE FÜR EIN FESTIVALTICKET

# Ø 190 €

MÄNNER  
Ø 203 €

FRAUEN  
Ø 177 €



## ZEITRAUM DES TICKETKAUFS

**65%**

IM LAUFE  
DER ZEIT

**30%**

DIREKT  
NACH DER  
VERÖFFENT-  
LICHUNG  
DES EVENTS

**3%**

EIN PAAR  
TAGE  
VORHER

**1%**

AN DER  
TAGES-/  
ABEND-  
KASSE





# FESTIVALBESUCHE PRO JAHR

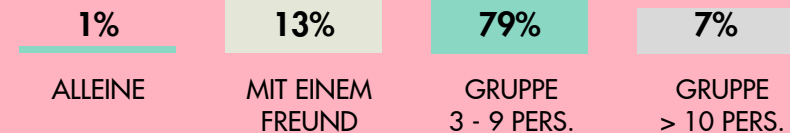
# Ø 3,2

MÄNNER  
Ø 3,5

FRAUEN  
Ø 2,7



FESTIVAL  
FIRE



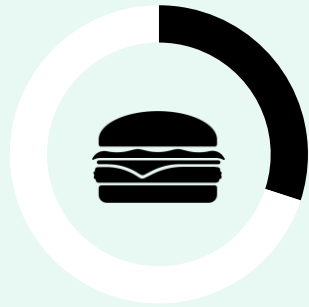
## FESTIVAL-BEGLEITUNG

# FESTIVAL- VORLIEBEN

ES GIBT CA. 50 VERSCHIEDENE  
FESTIVALARTEN IN DEUTSCHLAND,  
DIE BELIEBTESTEN SIND:



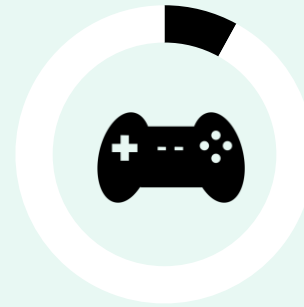
99 %  
MUSIK



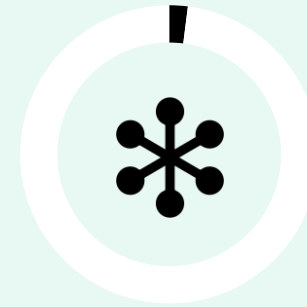
29 %  
FOOD



12 %  
(EXTREM-)  
SPORT



8 %  
GAMING



2 %  
ANDERE

MEHRFACHNENNUNG MÖGLICH

# GRÜNDE FÜR FESTIVALWAHL

44%

KÜNSTLER &  
MUSIK

29%

LOCATION

15%

FREUNDE

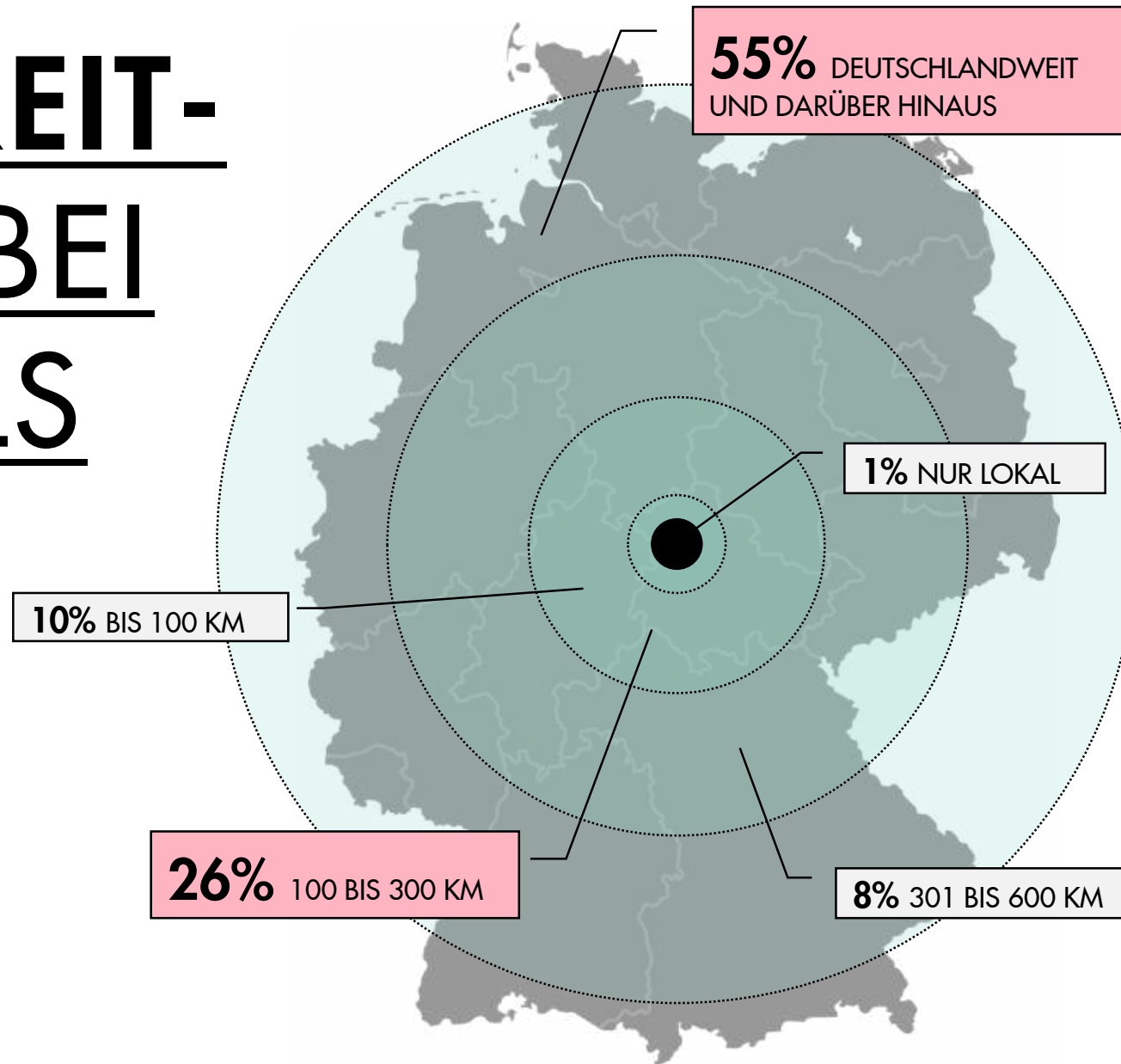
12%

WEITERES

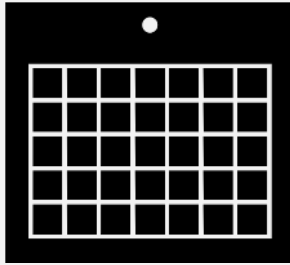


# REISEBEREIT- SCHAFT BEI FESTIVALS

FESTIVAL  
FIRE







# FESTIVAL-PRÄFERENZEN

**79%** MEHRTÄGIGE FESTIVALS

**21%** TAGESFESTIVALS



FÜR **78 %** IST EIN  
FESTIVAL-BESUCH  
WIE **URLAUB**

# EINSCHÄTZUNG VON FESTIVALS ALS KOMMUNIKATIONSPLATTFORM FÜR MARKEN

NEGATIV

9%

47%

POSITIV



# WELCHEN MARKEN SIND BEI DEN LETZTEN FESTIVALBESUCHEN IN ERINNERUNG GEBLIEBEN?

(TOP-NENNUNGEN)





# WELCHER SERVICE IST AUF EINEM FESTIVAL BESONDERS WICHTIG?

51% DUSCHEN

21% SMARTPHONE AUFLADEN

18% WLAN

# WAS FEHLT AUF FESTIVALS?

WEITERE NENNUNGEN

„KÜRZERE  
WARTE-  
SCHLANGEN“

„DER  
UMWELT-  
GEDANKE“

1. TOILETTEN 🚽
2. WLAN 📶
3. DUSCHE 💧
4. STROM 🔌

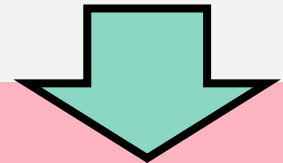
5. HYGIENE 🗑️
6. BETTEN 🛏️
7. MEHR PLATZ 👤👤👤
8. NETZ 📶

# GETRÄNKEKONSUM





BEREITSCHAFT,  
NEUE GETRÄNKE  
AUF FESTIVALS  
ZU TESTEN



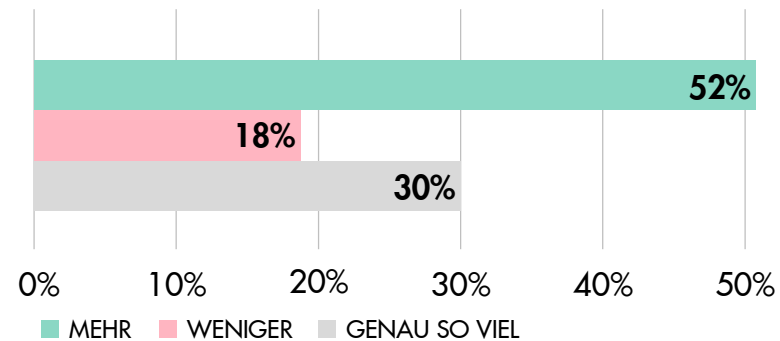
BEREITSCHAFT, DIESE  
GETRÄNKE NACH  
DEM FESTIVAL IM  
HANDEL ZU KAUFEN



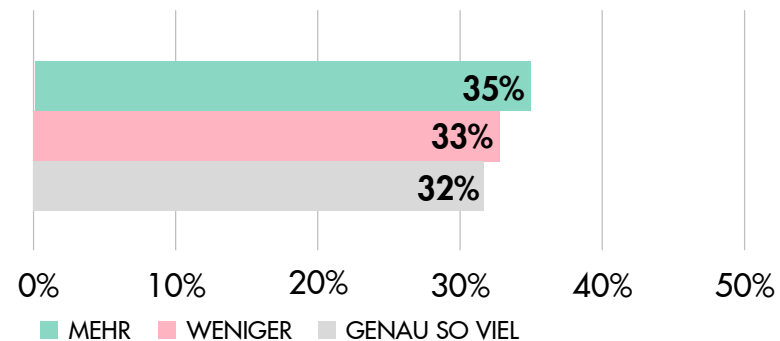
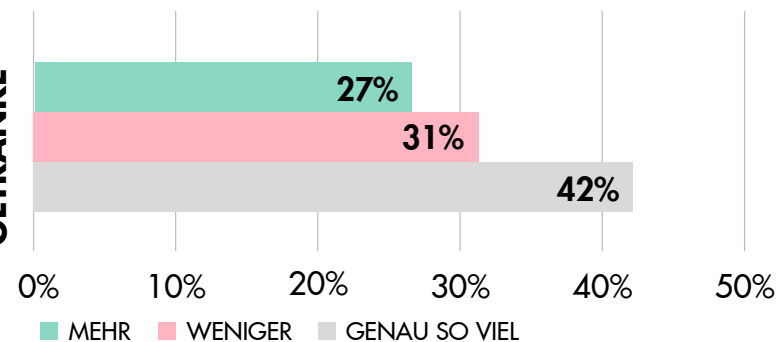
# GETRÄNKE- KATEGORIEN AUF FESTIVALS



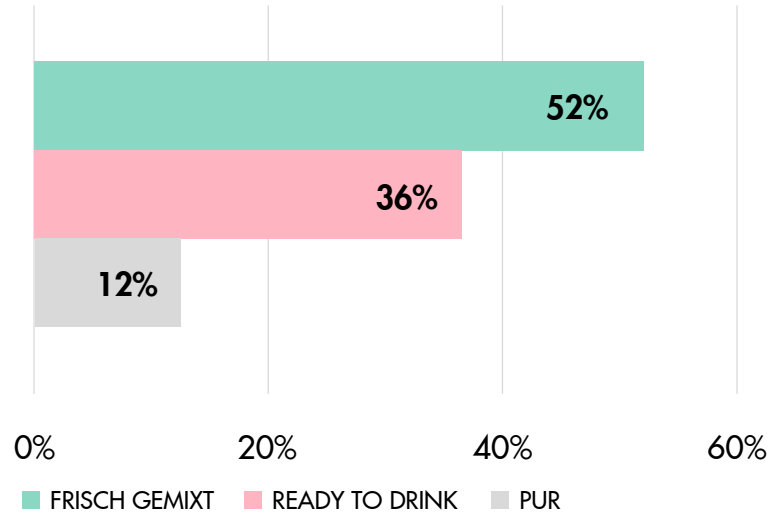
BIER / WEIN / SEKT



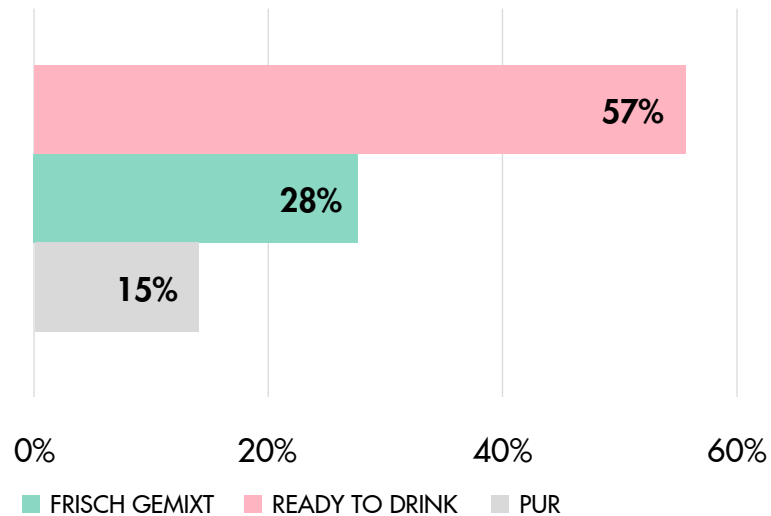
SPIRITUOSEN

SOFT-  
GETRÄNKE

AUF DEM WEG  
ZUM FESTIVAL



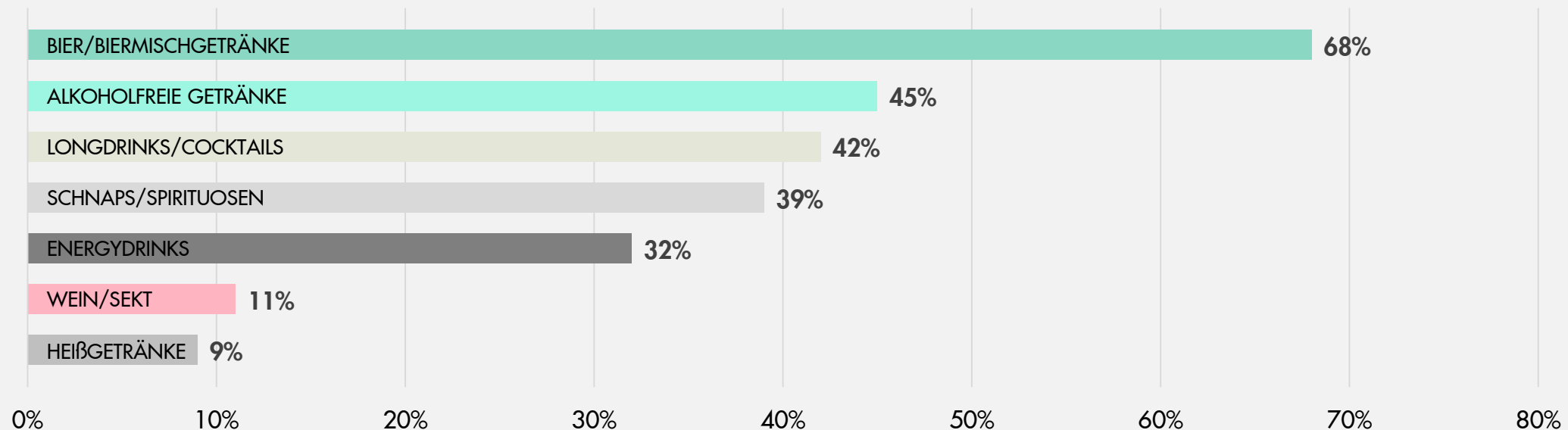
AUF DEM FESTIVAL



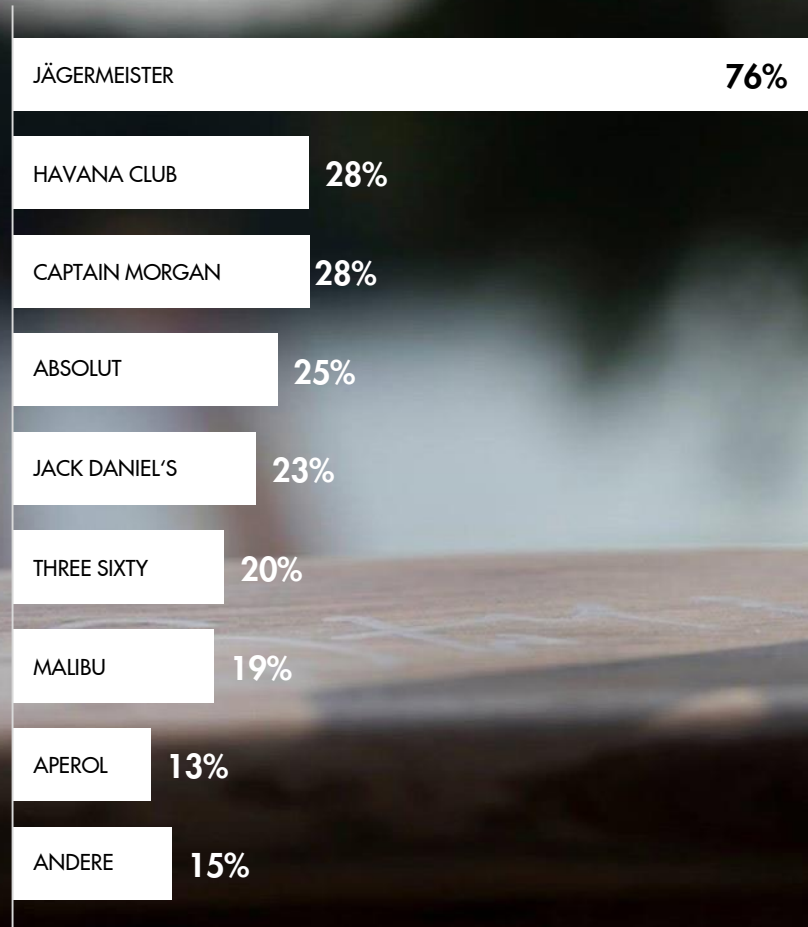
# PRÄFERENZ VON ALKOHOLISCHEN GETRÄNKEN



# BEVORZUGTE GETRÄNKE AUF FESTIVALS



# WELCHE MARKEN SIND AUF FESTIVALS AUFGEFALLEN?



# WELCHE AKTIVIERUNGEN VON SPIRITUOSEN-MARKEN SIND AUF FESTIVALS GEWÜNSCHT?

42%

WORKSHOPS  
ZU DRINKS



38%

DO IT  
YOURSELF-  
AKTIONEN



30%

VIP-PLATZ-  
VERGABE



4%

EIGENE  
LOUNGE MIT  
DJ



3%

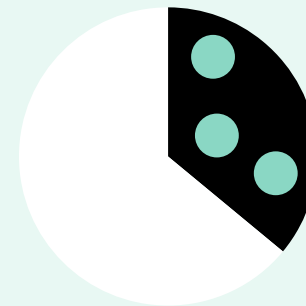
ANDERE



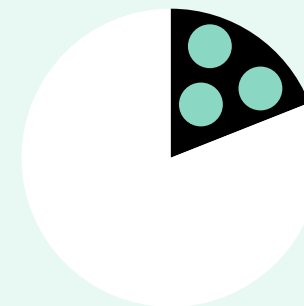




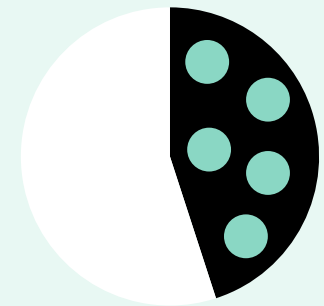
# ERNÄHRUNG AUF FESTIVALS



|  
**36 %**  
KAUFEN  
ESSEN VOR  
ORT



|  
**19 %**  
KOCHEN  
SELBER



|  
**45 %**  
BEIDES

## DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

Ø 3,2  
FESTIVALBESUCHE  
PRO JAHR

78 %

VERBINDEN EINEN  
FESTIVALBESUCH  
MIT URLAUB



52 %

REISEN DEUTSCHLANDWEIT  
ZU FESTIVALS AN



81 %

DER FESTIVALBESUCHER  
KAUFEN DORT  
PROBIERTE MARKEN  
NACH EINEM  
FESTIVALBESUCH



HYGIENE UND NETZ  
SIND DIE **WICHTIGSTEN**  
**FESTIVALBEDÜRFNISSE**  
DER BESUCHER

# UNSER NETZWERK

## KONTAKT

MIKE KUCKSDORF

0170 2997959

MIKE.KUCKSDORF@FESTIVALFIRE.DE

**FESTIVAL  
FIRE**

FESTIVAL-VERMARKTUNG  
MUSIC / SPORT / FOOD

**INFLUENCE  
FIRE**

INFLUENCER-VERMARKTUNG  
MUSIKER / MEINUNGSMACHER

**PUSH  
FIRE**

DIGITAL-VERMARKTUNG  
WEB / SOCIAL

**ROYAL<sup>5</sup>**

LIVE-KOMMUNIKATION  
EVENTS / PROMOTIONS