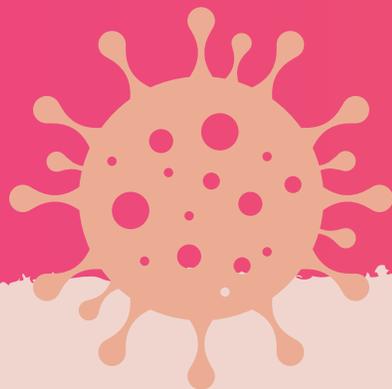


STAY IN.SIDE 2020



Über uns

Stay In.Side 2020

Die Coronakrise hat dieses Jahr vieles verändert. Der grassierenden Pandemie fielen fast alle Festivals zum Opfer. Mangels stattfindender Events haben wir unsere Studie an die aktuelle Situation angepasst. 2020 wird „Going Out.Side“ darum zu „Stay In.Side“.

Gut 5.000 Teilnehmer aus der jungen Zielgruppe haben mitgemacht und unsere brandneuen relevanten Fragen so ehrlich wie emotional beantwortet. Im Mittelpunkt steht neben Konsumverhalten und Markenwahrnehmung natürlich die hoffentlich einmalige COVID-19-Thematik. Auf jeden Fall bietet die Studie dieses Jahr erneut einen interessanten Einblick in die Köpfe der Festivalfans und Partytiere. Auch wenn es zu Hause am schönsten ist: Den Festivalsommer haben alle gleichermaßen vermisst.

Inhalt

Allgemein

Covid-19

Konsumverhalten

Allgemein

Die Teilnehmer

Jung, dynamisch, aufgeschlossen: Für unsere große Umfrage haben wir wieder viele vitale Millennials und allerhand Aktivisten der GenZ interviewt. Um einen möglichst umfassenden Einblick in das Freizeitverhalten der jungen Zielgruppe zu erhaschen, gab es nur eine Einschränkung: Mindestens einmal sollte jeder Teilnehmer schon in der Vergangenheit ein Festival besucht haben. Denn darum ging es schließlich.

Ø Alter der Teilnehmer

24
Jahre



Geschlecht der Teilnehmer

40%
weiblich

59%
männlich

01%
divers

Bildungsgrad der Teilnehmer

28% Abitur

32% Berufsausbildung

15% Mittlere Reife

20% Studium

03% Hauptschule

01% Kein Bildungsgrad



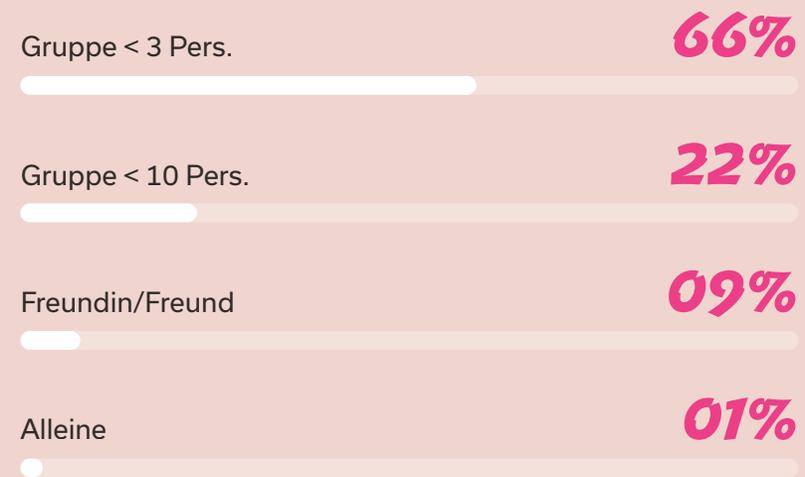
Ø Festivalbesuche pro Jahr

3.2

Festivals



Festival-Begleitung



Reisebereitschaft zu Festivals

10%

Weltweit

28%

Europaweit

33%

Deutschlandweit

16%

Bis zu 300 km

09%

Bis zu 150 km

01%

Bis zu 50 km

Die beliebtesten Festival-Genre



99%

Musik



21%

Food



12%

Sport



08%

Gaming



07%

Sonstige

89%
der Festivalbesucher
**bevorzugen ein mehrtägiges
Festival** vor einem eintägigen
Festival.



86%
der Festivalbesucher **verbinden**
einen **Festivalbesuch mit der
Urlaubsplanung.**



**Frei verfügbares Netto-
Einkommen pro Monat**

05%
unter 100 EUR

15%
zw. 100 und 200 EUR

27%
zw. 200 und 400 EUR

53%
mehr als 400 EUR

**Ausgaben für ein
Live-Festival-Ticket**

07%
0-50 EUR

22%
50-100 EUR

46%
100-200 EUR

25%
200 EUR und mehr

**Ausgaben für ein
Online-Festival-Ticket**

79%
0-50 EUR

12%
50-100 EUR

05%
100-200 EUR

02%
200 EUR und mehr



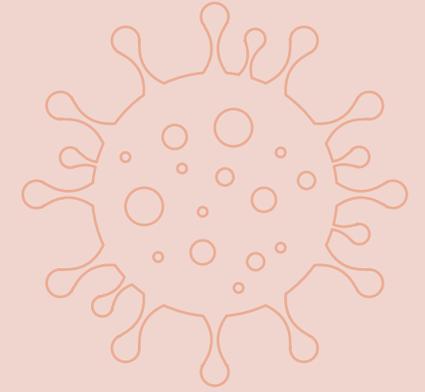
Covid-19

Die Auswirkungen auf den Festivalsommer

Ein kleiner Virus kam - und veränderte alles. Leidtragende sind die komplette Eventbranche und ihre Gäste. Gefeierte werden darf nur noch virtuell oder gedanklich. Festivals, Konzerte, Clubs und volle Tanzflächen? Auf unbestimmte Zeit verschoben! Aber wie viel Spaß machen eigentlich Livestreams? Welche Alternativen gibt es überhaupt? Was sagen die Betroffenen selbst dazu? Hier die Antworten.



Einfluss von Covid-19 auf zukünftige Event-Planung



54%

würden trotz Einschränkungen an kleineren Open-Air-Events teilnehmen

04%

wollen aus Angst erstmal kein Festival besuchen

34%

würden auch trotz Covid-19 ein Festival besuchen

26%

würden ein Festival besuchen wenn es einen Impfstoff gibt

27%

werden nach Corona mehr Festivals besuchen

„Ein Sommer ohne Festivals ist für mich ...

... wie ein
alkoholfreies
Radler.“

... ein Sommer ohne **wunde
Füße** und **Bass im Bauch**.
Ohne neue Menschen und so
viel schöne Eindrücke.“

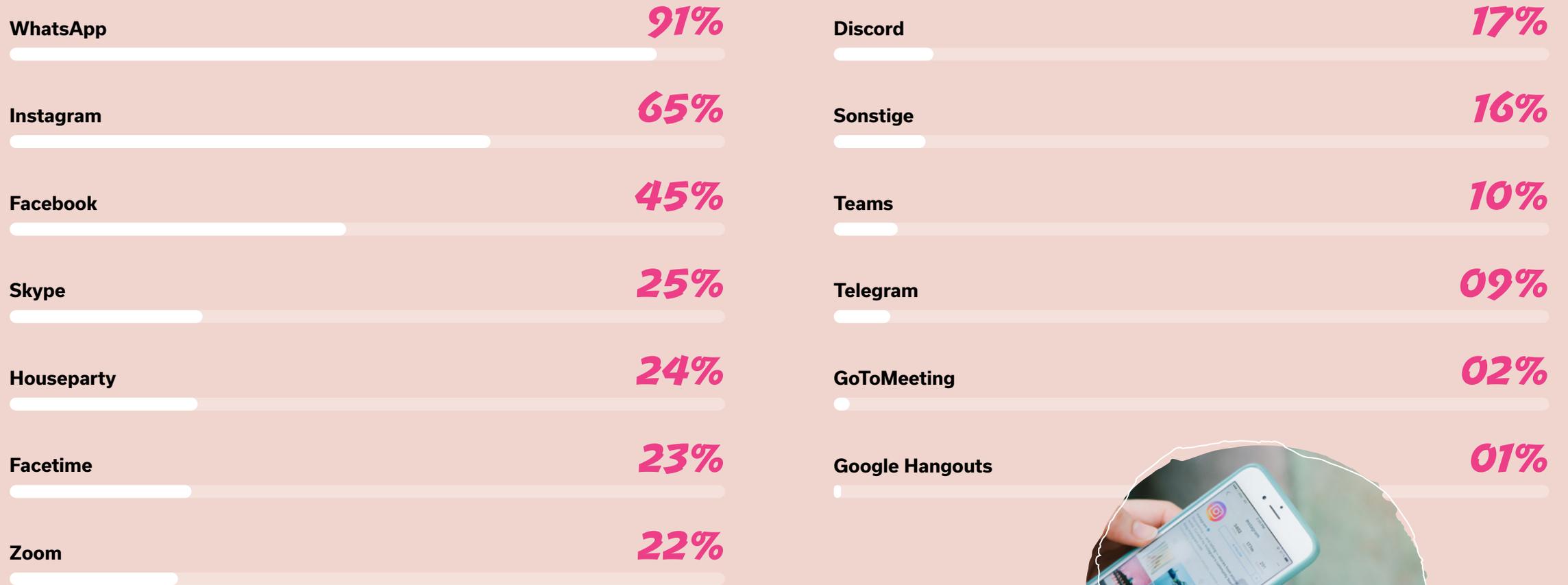
... genauso schlimm
wie **Liebeskummer**.“

... wie ein **Puzzle**,
bei dem das
wichtigste Teil
fehlt.“

...möglich,
aber **sinnlos**.“



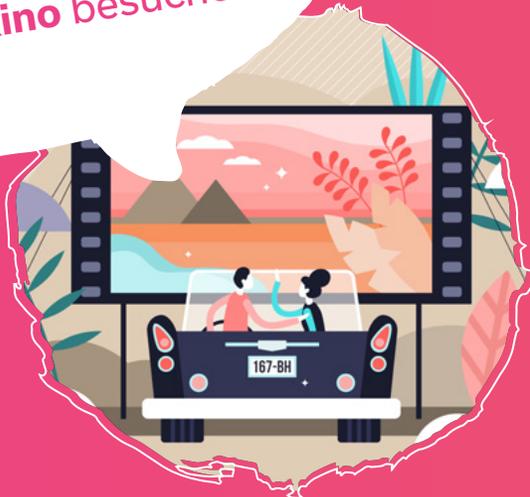
Genutzte Plattformen während Covid-19, um mit Freunden zu kommunizieren



Live-Events während Corona

70%

würden ein Live-Event
im **Autokino** besuchen.



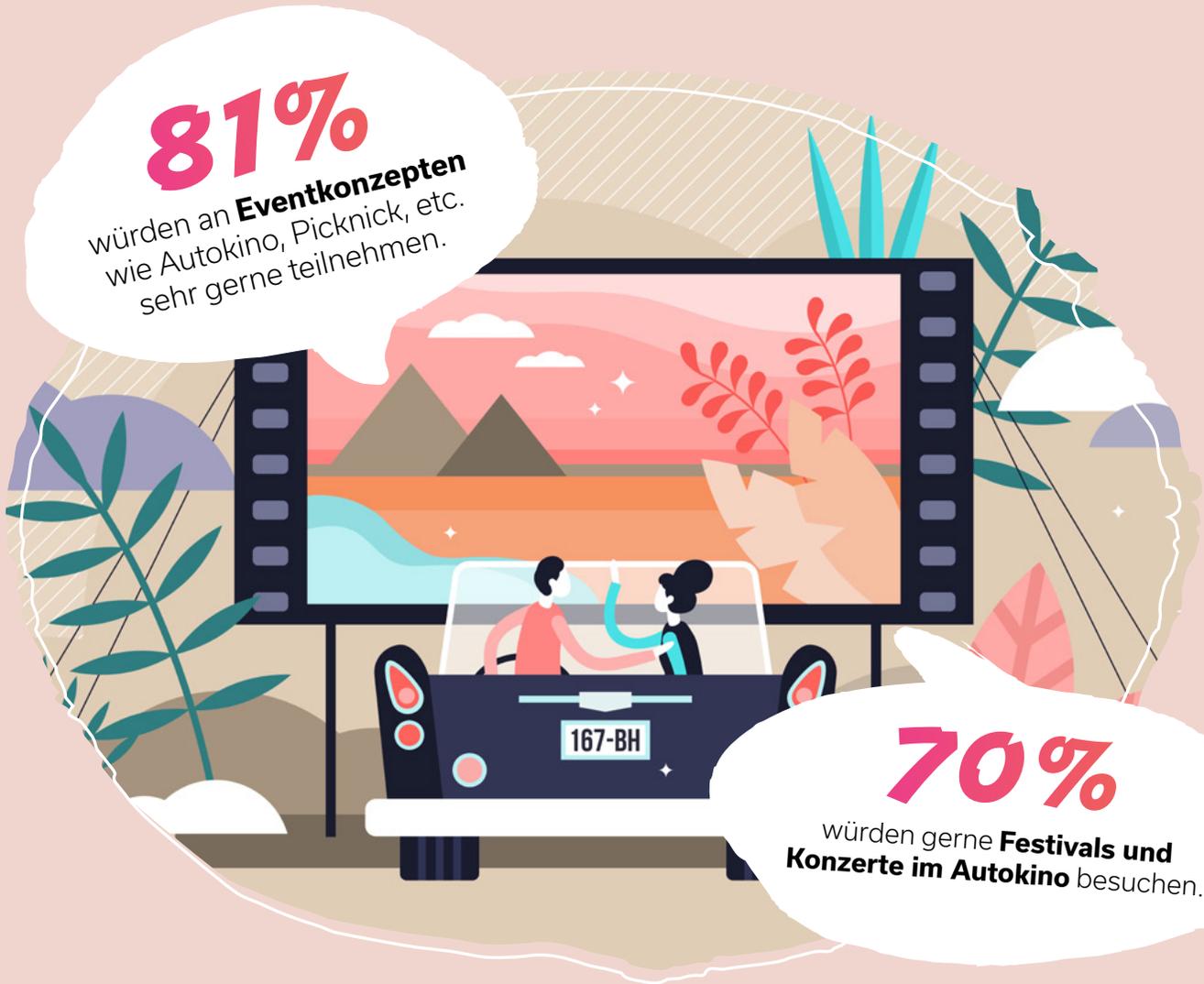
19%

haben während Corona
an **illegalen Live-Events**
teilgenommen.



81%

würden gerne **trotz
Corona** an Live-Events
teilnehmen.



Verpflegung bei Events, die mit dem Auto besucht werden



nehmen Verpflegung mit **75%**



kaufen Verpflegung vor Ort **20%**



nehmen keine Verpflegung mit **04%**

Rund um Online-Festivals



04%

würden an einem Online-Festival teilnehmen

04%

würden sich Urlaub für ein Online-Festival nehmen

54%

haben Produkte einer Marke gekauft / konsumiert, die man während eines Online-Festivals sehen konnte

04%

würden für ein Online-Festival Geld ausgeben

27%

würden sich für ein Online-Festival aufstylen

27%

würden für ein Online-Festival Lebensmittel nach Hause bestellen

34%

würden sich mit Freunden treffen, um an einem Online-Festival teilzunehmen

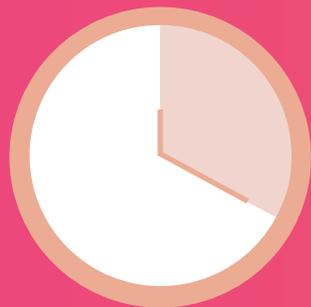


Zeitverbringung auf Online-Festivals



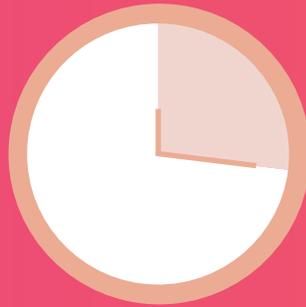
12%

5-8 Stunden



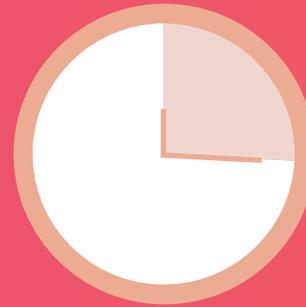
33%

2-5 Stunden



27%

1-2 Stunden



26%

< 1 Stunde



40%

der Online-Festivalbesucher würden auf **Dating-Tools** zugreifen.



45%

posten und teilen ihre Online-Festivallerlebnisse auf **Social Media**.



20%

der Online-Festivalbesucher würden sich ein **Party-Outfit** oder **Accessoires** nach Hause bestellen.



Features und Tools, die bei Live-Stream Formaten fehlen



Interaktion und Kommunikation
mit Band / Künstler



Interaktion mit anderen
Teilnehmern



Das echte Feeling



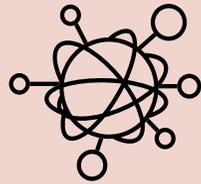
Selbstständige Einstellungen
und Schwenken der Kamera

Häufig genutzte digitale Plattformen für Online-Festivals & Musik/DJ-Live Streamings



49%

YouTube



19%

Sonstige



11%

Twitch



10%

Facebook



08%

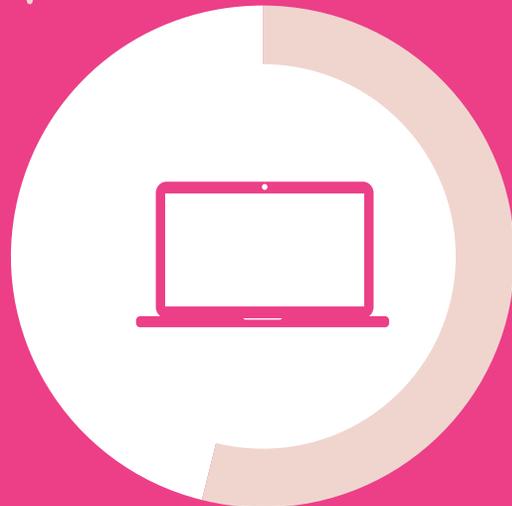
Instagram



01%

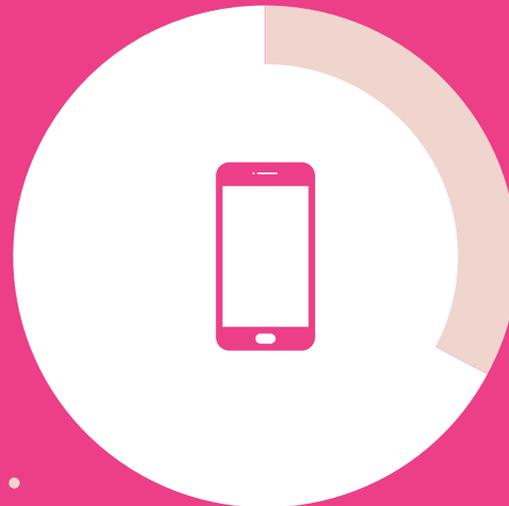
Mixcloud Live

Endgeräteverwendung für den Konsum von Online-Festivals & Musik/DJ-Live Streamings



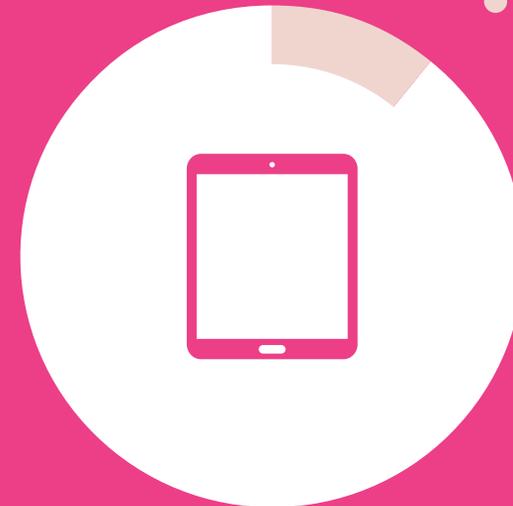
54%

Laptop / PC



33%

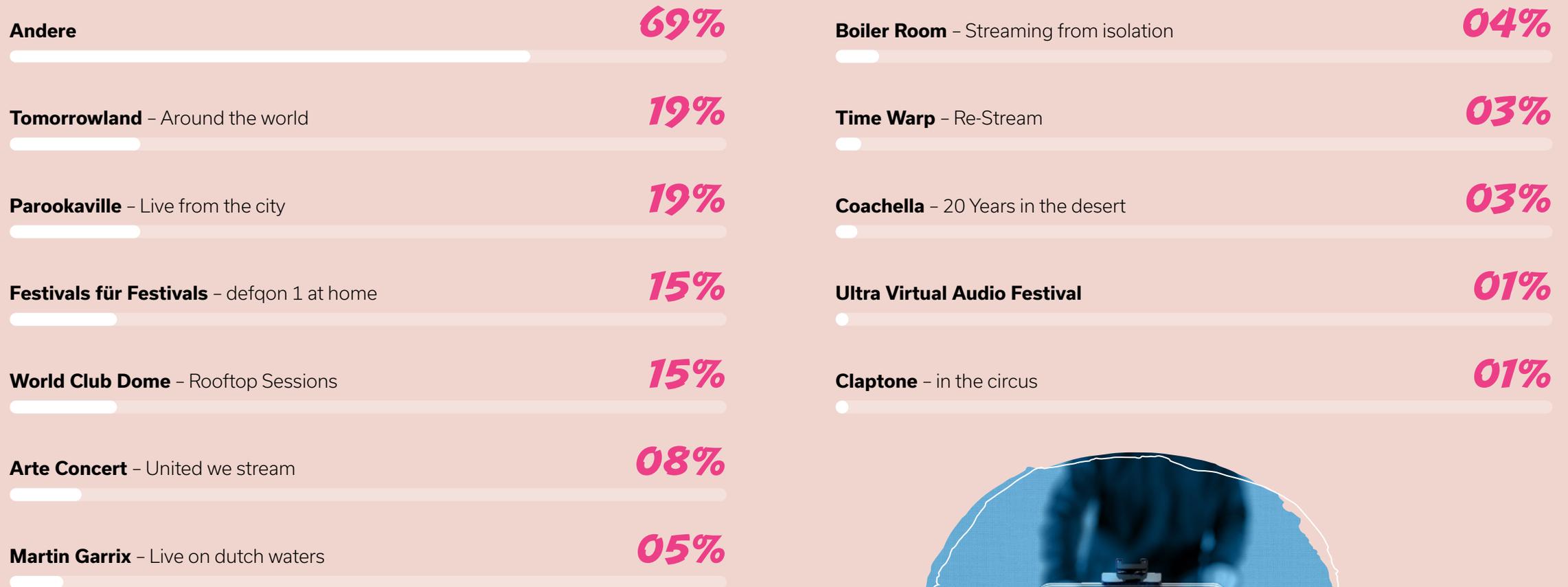
Phone



11%

Tablet

Besuchte Live-Streaming-Events während Covid-19



Live-Events nach Corona

71%

verzichten auf eine **Rückerstattung
des Festivaltickets**, wenn die
Gültigkeit für 2021 erhalten
bleibt.



70%

brauchen **keine Online-Festivals**
mehr, sobald Live-Festivals
wieder stattfinden.



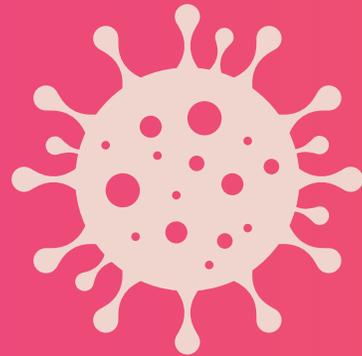
23%

würden sowohl an **Live-** als
auch an **Online-Events**
teilnehmen.

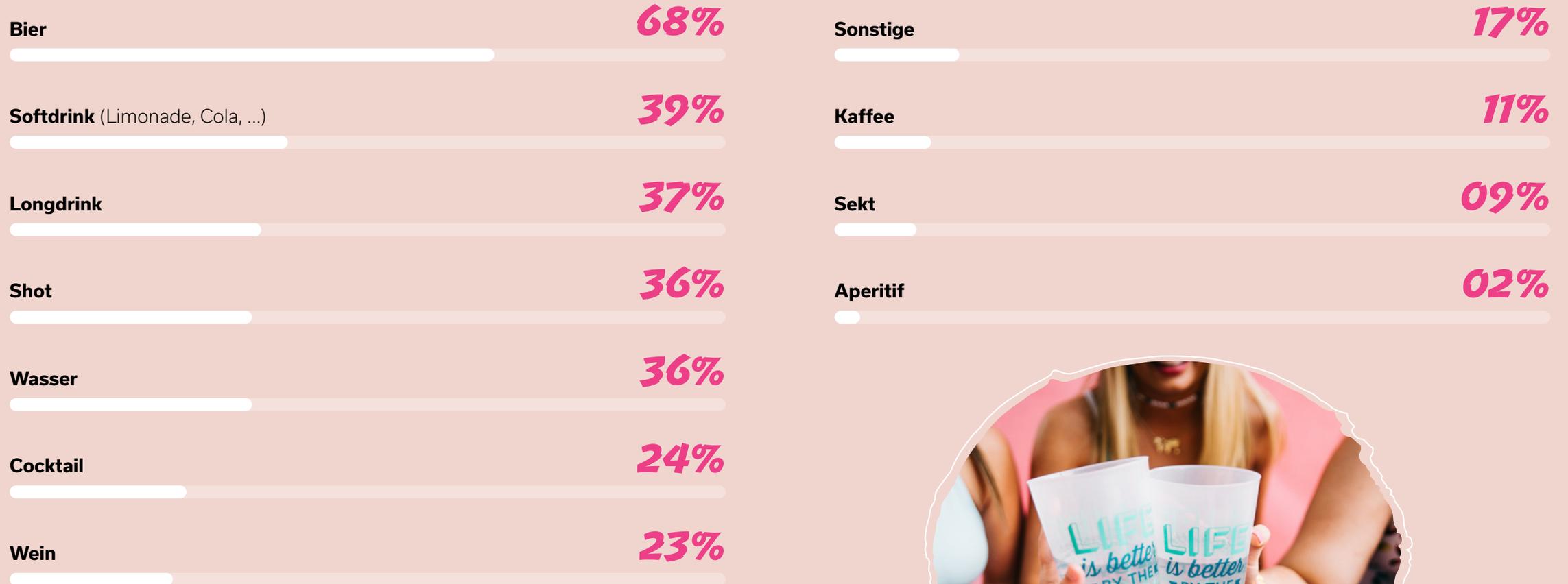
Konsumverhalten

Markenwahrnehmung in Zeiten von Corona

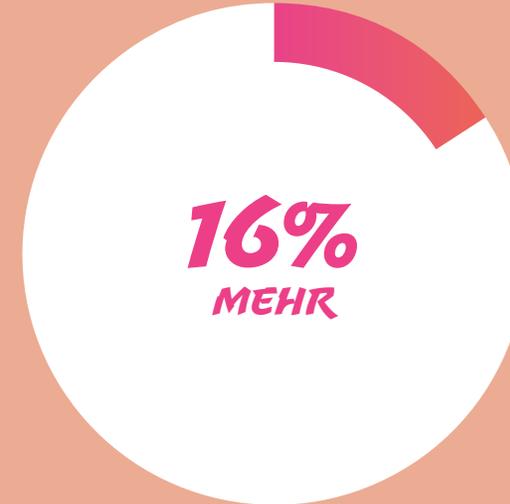
Streaming statt Stadionbesuch, Online statt Open Air, Couch statt Crowdsurfing - dieser Festivalsommer war anders. Dennoch gab es viele Versuche, das geliebte Festivalfeeling in die Wohnzimmer zu beamen. Diverse Festivals fanden 2020 online oder als Hybrid-Event statt. Wie wurde zu Hause gefeiert? Was wurde konsumiert? Welche Marken wurden wahrgenommen? Welche Veränderungen gab es noch?



Getränke die am liebsten während eines Online-Festival oder DJ/Musik-Live-Stream konsumiert wurden



Getränkekonsum während Online-Festivals / Live-Streamings



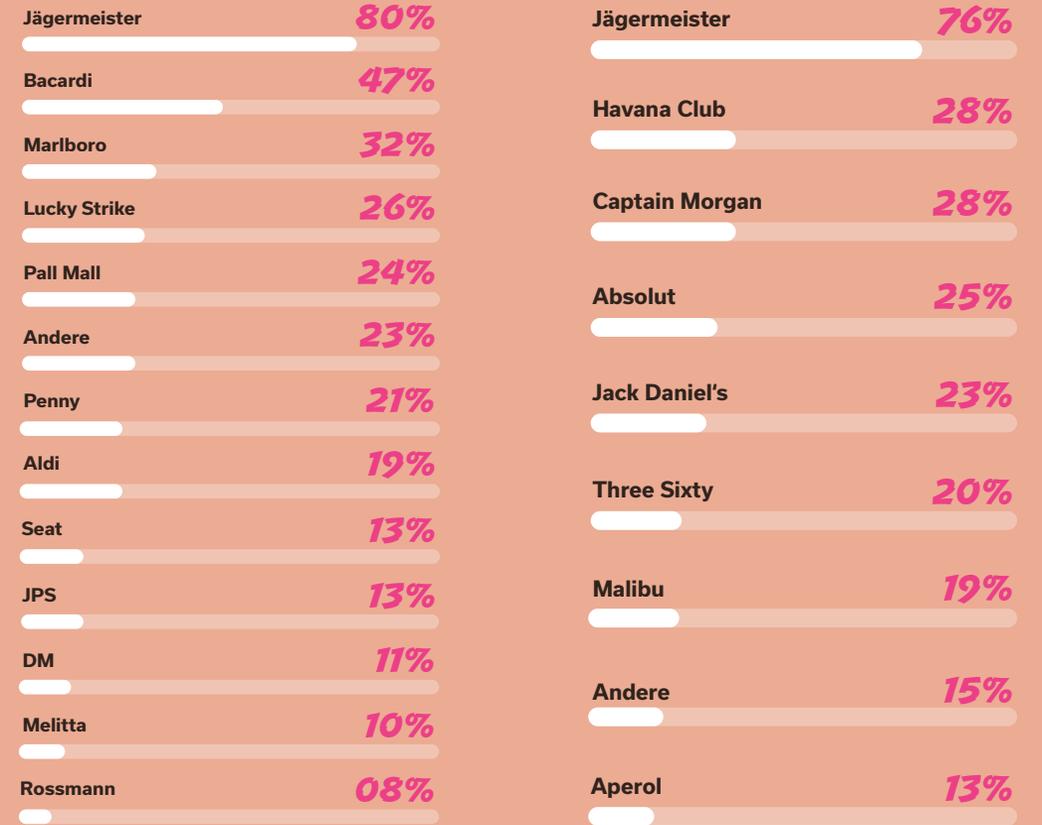
Marken, die auf Online-Festivals & Live-Streams 2020 aufgefallen sind



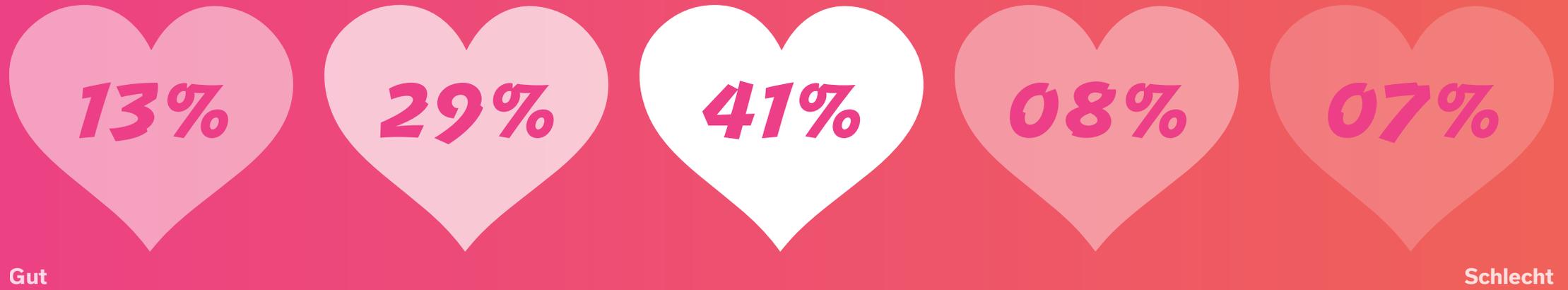
Marken, die auf Live Festivals aufgefallen sind

2019 (Going Out.Side Studie)

2018 (Going Out.Side Studie)



Platzierung von Marken auf Festivals



Aktivierungswünsche bei digitalen Festivals





**Vielen Dank an alle, die teilgenommen haben.
Ohne Euch wäre diese Studie genauso ausgefallen wie
die diesjährigen Festivals. Wir hoffen, dass 2021 wieder
gemeinsam getanzt werden darf - am besten überall!
Bis dahin bleibt gesund!**

Euer Festivalfire Team.





ERROR
contemporary ideas



FESTIVAL
FIRE

Kontakt

Mike Kucksdorf
mike.kucksdorf@festivalfire.de

Festivalfire - der Festivalvermarkter
240 Festivals im Netzwerk mit über
4.2 Mio. Direktkontakten
www.festivalfire.de



**STAY
SAFE**



**FESTIVAL
FIRE**