

Going Out.Side 2022



Über uns

Going Out.Side 2022

Hohe Zielgruppen-Affinität und spannendes Werbeumfeld: 2022 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 damaligen Studie im Corona-Spezial „Stay In.Side 2020“ sammelte Festivalfire wichtige Informationen aus der Konsumentenperspektive während einer Pandemie mit Online-Events und eingeschränktem Alltag.

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.



Inhalt

Allgemein

Konsum

Marken

Vergleich

Allgemein

Die Teilnehmer

Jung, dynamisch, aufgeschlossen: Für unsere große Umfrage haben wir **15.000 Teilnehmer** erreicht, 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

27
Jahre



Geschlecht der Teilnehmer

35%
weiblich

64%
männlich

01%
divers

Bildungsgrad der Teilnehmer

24% Abitur

26% Berufsausbildung

13% Mittlere Reife

33% Studium

04% Hauptschule

00% Kein Bildungsgrad



Ø Festivalbesuche pro Jahr

4.6

Festivals

85%

bevorzugen
mehrtägige
Festivals



Festival-Begleitung

Gruppe < 3 Pers. **66%**

Gruppe < 10 Pers. **10%**

Freundin/Freund **22%**

Alleine **02%**

79%
gehen unabhängig von
Festivals in der Freizeit auch
in **Clubs** feiern



73%
finden **Nachhaltigkeit** auf
Festivals sehr wichtig

41%
fanden die **Festival-Pause**
einfach zu lang

So wichtig ist die Größe der Festivals

46% nicht relevant/immer unterschiedlich

36% 20.000-85.000 Tagesbesucher

15% 5.000-20.000 Tagesbesucher

02% < 5.000 Tagesbesucher

Reisebereitschaft zu Festivals



32%
Weltweit



39%
Europaweit



14%
Deutschlandweit



08%
Bis zu 300 km



06%
Bis zu 150 km



01%
Bis zu 50 km



81%
Auto



39%
Zug



24%
Bus



13%
FlixBus



12%
Camper



05%
Flugzeug

Die beliebtesten Festival-Genres



99%

Musik



15%

Food



12%

Sport



05%

Gaming



05%

Sonstige

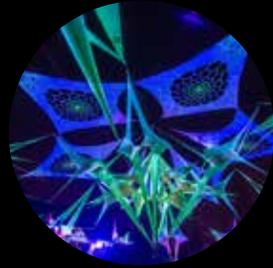
Die beliebtesten Musikfestival-Genres



81%
Techno



61%
EDM



39%
Trance / Psytrance



38%
Hip-Hop



19%
Rock



08%
Indie



06%
Metal

92%

verspüren **nach der Pandemie**
einen stärkeren Drang auf
Festivals zu gehen als vorher



70%

binden Festivals in ihre
Urlaubsplanung ein



Frei verfügbares Netto-
Einkommen pro Monat

08%

0-500 EUR

15%

500-1.000 EUR

58%

1.000-3.000 EUR

19%

3.000 EUR und mehr

Ausgaben für ein
Live-Festival-Ticket

03%

0-50 EUR

19%

50-100 EUR

38%

100-200 EUR

40%

200 EUR und mehr

Ausgaben für die
Anreise zum Festival

01%

0-20 EUR

18%

20-50 EUR

38%

50-100 EUR

43%

100 EUR und mehr



Übernachtung bei einem Festival



71%
Campingplatz



52%
Hotel



33%
Airbnb



24%
Ferienwohnung

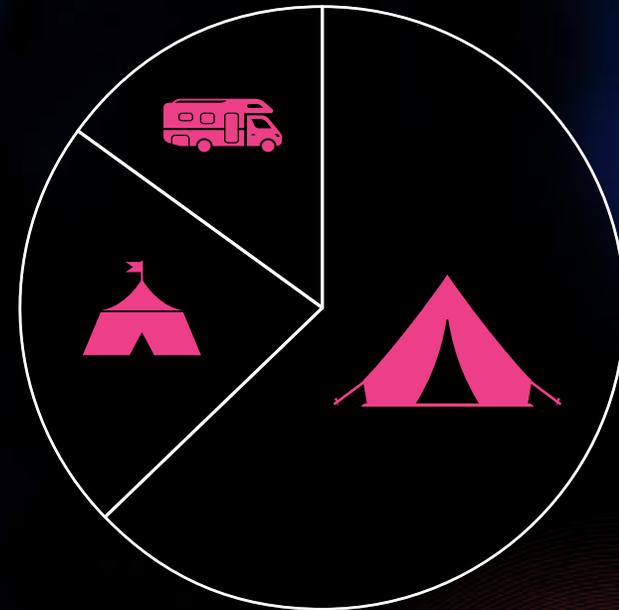


20%
Zu Hause

Übernachtung auf dem Campingplatz

15%

Wohnmobil/Caravan



22%

Glamping/Luxus-Camping

63%

Klassisches Zelt

Gründe für einen Festivalbesuch



82%

Tanzen/Live-Erlebnis



75%

Acts



75%

Freunde



58%

Abstand vom Alltag



58%

Trinken



28%

Camping



13%

Kunst

Konsum

Konsumverhalten

Sex, Drugs and Alcohol. Hier geht es um eine wichtige Sache: Konsum. Was wurde von den Festivalbesuchern 2022 am meisten konsumiert? Koks oder Cola? Wir haben das Konsumverhalten der Besucher ganz genau unter die Lupe genommen.



So viel Geld geben die Besucher im Durchschnitt aus





48%

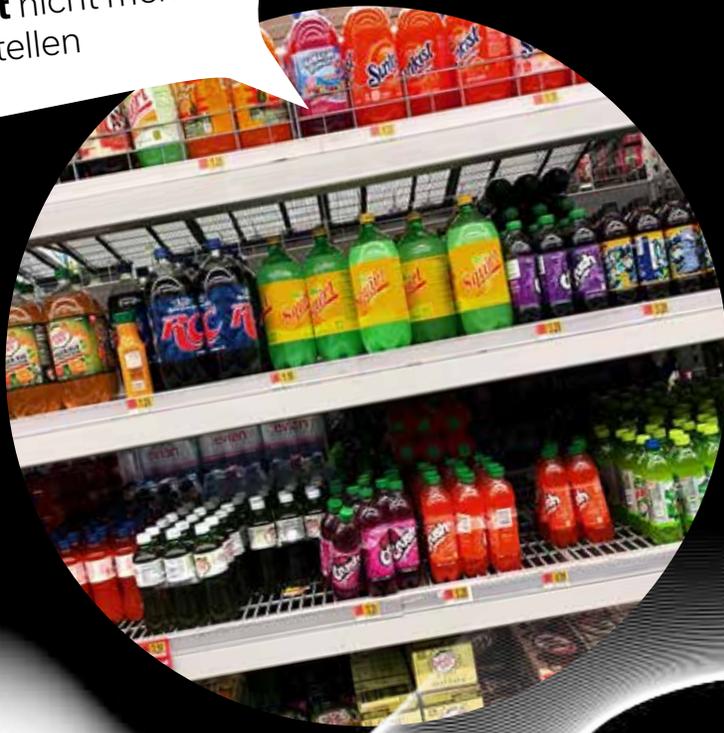
wären an einem
Lieferservice auf
Festivals interessiert

Für diese Güter würden sie den Lieferservice nutzen

| | |
|------------|-------------------|
| 92% | Essen & Trinken |
| 49% | Hygieneartikel |
| 37% | Stromversorgung |
| 30% | Camping-Equipment |
| 21% | Festival-Outfit |
| 18% | Kosmetikartikel |

82%

können sich ein Festival ohne **Supermarkt** nicht mehr vorstellen



66%

zahlen seit der Pandemie häufiger **bargeldlos**



59%

kaufen ihr **Festival-Outfit** vor dem Festival



46%
essen **morgens** auf dem
Campingplatz und **abends** an
den Festivalständen



89%
würden auf Festivals **neue**
Gerichte ausprobieren

20%
kochen vor Ort
überwiegend **selbst**

So essen die Festivalbesucher



Fleisch **64%**



Vegetarisch **21%**



Vegan **04%**



Other **11%**

Diese Getränke werden am liebsten getrunken



48%

bevorzugen ihre Getränke **fertig gemischt**

Der Konsum von
illegalen Drogen liegt bei

26%



Illegale Drogen vs. Alkohol



06%

konsumieren ausschließlich Drogen



63%

konsumieren ausschließlich Alkohol



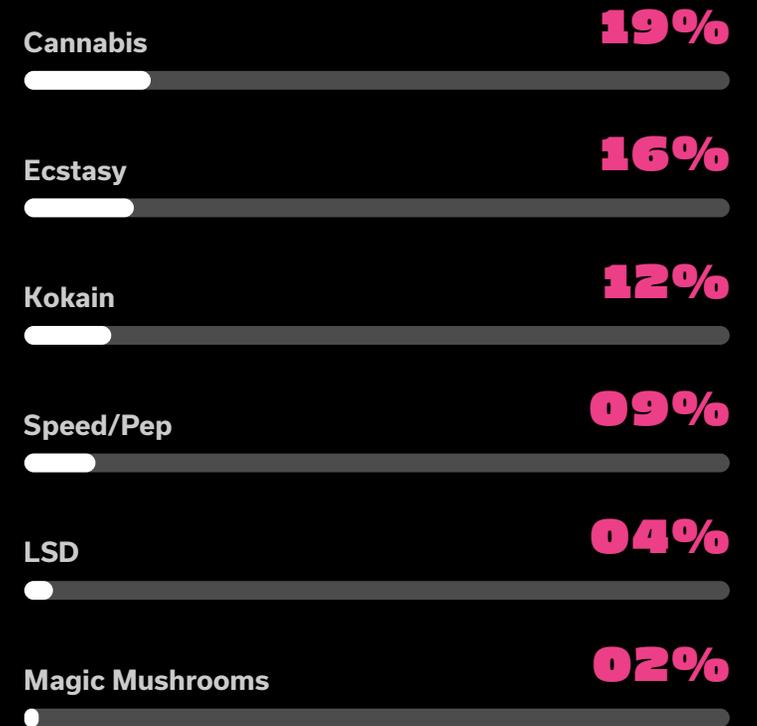
20%

konsumieren beides zusammen

11%

konsumieren nichts von beidem

Die beliebtesten Drogen



Sexverhalten auf Festivals

50%

haben selten Sex

25%

haben One-Night-Stands

15%

haben regelmäßigen Sex

10%

haben keinen Sex



Beliebte Orte für Sex auf Festivals

46% Zelt/Campingplatz

23% Natur

09% Backstage

07% Dixi Klo

07% Pool

04% Mitten auf dem Festival



Marken

Markenaktivierungen

Stadionbesuch, Open Air, Crowdsurfing – dieser Festivalsommer war fast wie früher. Eins haben wir endlich zurück: das geliebte Festivalfeeling! Diverse Festivals fanden 2022 endlich wieder live und in Farbe statt. Wie wurde dieses Jahr gefeiert? Was wurde konsumiert? Welche Marken wurden wahrgenommen? Welche Veränderungen gab es noch?



Das wünschen sich die Besucher



62%

der Teilnehmer probieren auf Festivals gerne **neue Getränke** aus



49%

hätten gerne mehr **Chill-Out Areas**



84%

wünschen sich mehr **Sanitäreanlagen** auf Festivals

Die beliebtesten Festivalgetränke sind

„Ist auf **jedem Festival** vertreten!“

„**Jägermeister**, weil manche Menschen, die noch so ruhig & anständig sind, beim Festival **wild wie ein Hirsch** werden.“

„**Red Bull** hält mich immer **wach!**“

Jägermeister

Bacardi

„Guter Markenauftritt & sehr **starke Präsenz!**“

„Immer **genießbar** – egal ob morgens, mittags oder abends!“

Red Bull



„**Bacardi-Cocktails** sind ein absolutes Festival-Muss.“

Beliebte Aktivierungen, um neue Getränke zu testen

- 55%** Rabatte/Angebote vor Ort
- 54%** Direkte Promotion
- 44%** Gewinnspiel
- 41%** Gamification (Challenge & Gewinn)
- 30%** Rabattvorteile & Angebote nach dem Festival
- 22%** Werbebanner



80%

würden das Getränk später auch im **Handel** kaufen

Marken, die auf Festivals 2022 am meisten aufgefallen sind

78%



Red Bull

67%



Jägermeister

37%



Bacardi

33%



Beck's

29%



Fritz-Kola

23%



Wodka Gorbatschow

21%



Marlboro

20%



Warsteiner

18%



Penny

18%



28 BLACK

17%



Krombacher

17%



Camel

15%



Lucky Strike

15%

BILLY BOY

Billy Boy

Die beliebtestens Festivalbars



51% Red Bull Bar



32% Jägermeister Gigant



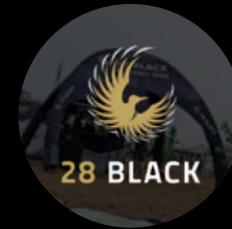
17% Casa Bacardi



17% Wodka Gorbatschow Icebreaker



14% Fritz-Kola Container



10% 28 BLACK Bar



04% Gerolsteiner Bar



03% Fritz-Kola Kolaxie



02% Asbach Uraltersheim

So empfinden die Besucher die Fritz-Kola Bars

22% erfrischend

19% lecker

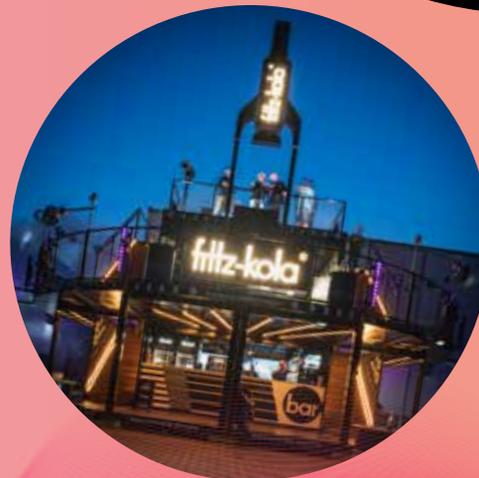
13% durstlöschend

08% sympathische Crew

08% unabhängig

07% leckere alkoholfreie Getränke

06% guter Treffpunkt



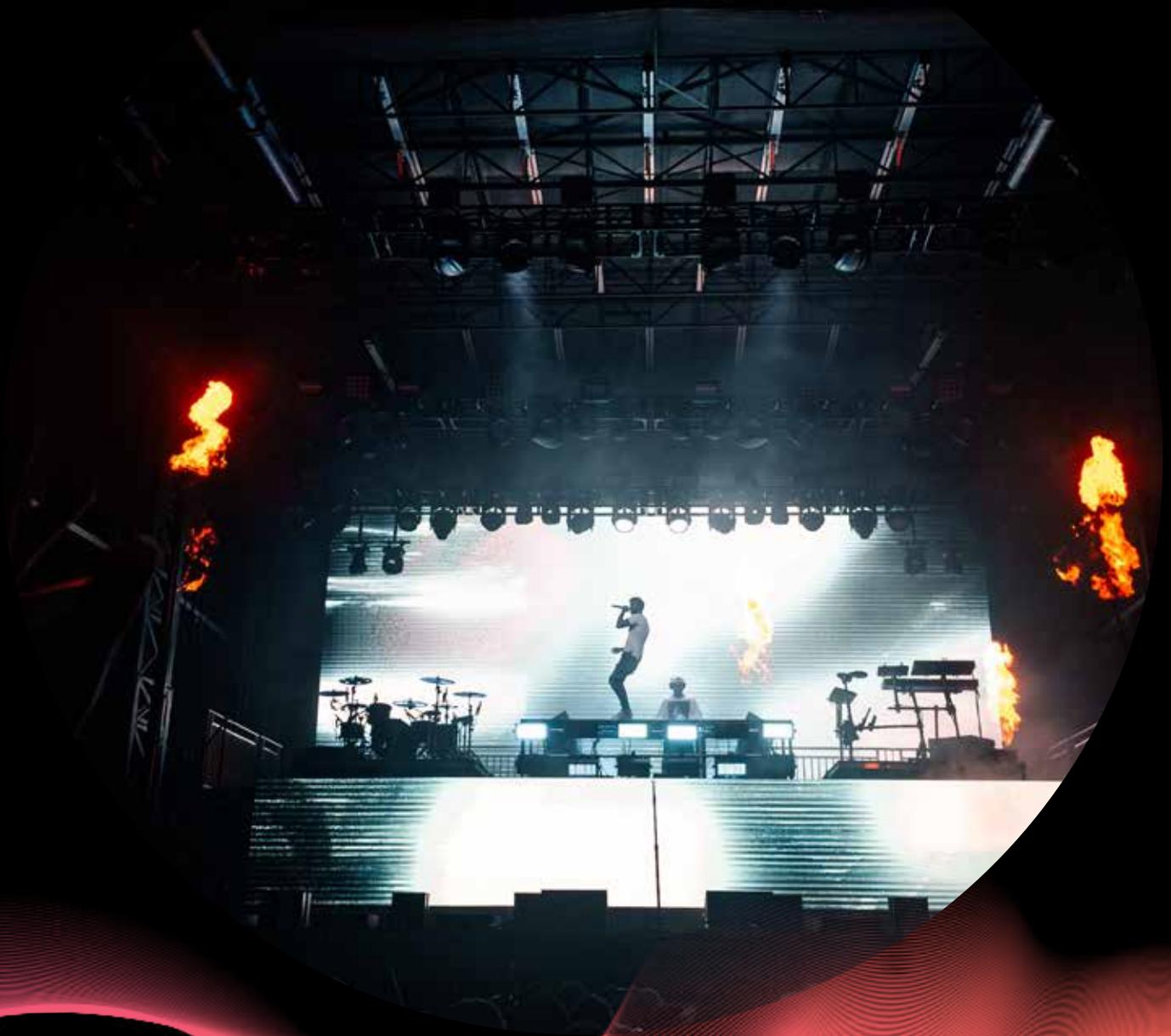
Bewertung der Fritz-Kola Bars



Studien

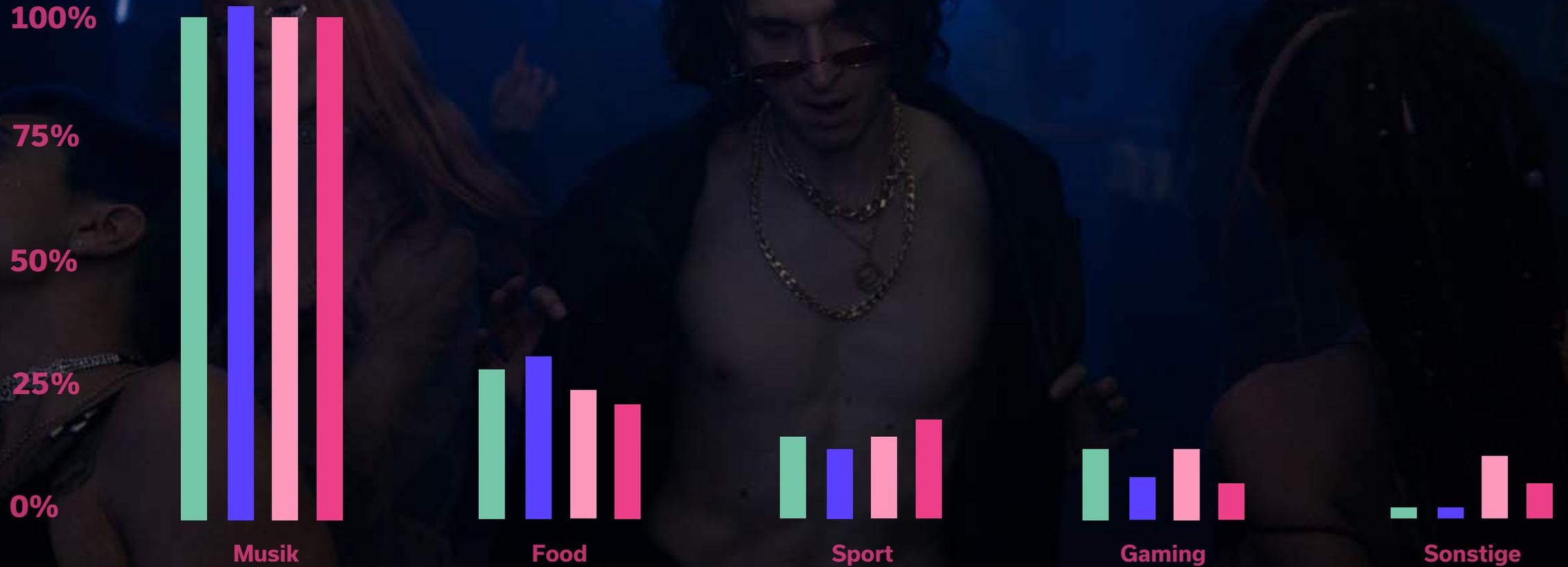
Vergleich

Wie hat sich das Festivalverhalten von 2018-2022 verändert? Geben die Besucher mehr Geld für Festivaltickets und Anreise aus? Ist das Festivalverhalten nach der Pandemie anders als vorher? Wir haben auf den folgenden Slides einige Vergleiche aus den letzten Jahren extrahiert, um die Entwicklung besonders gut darstellen zu können.



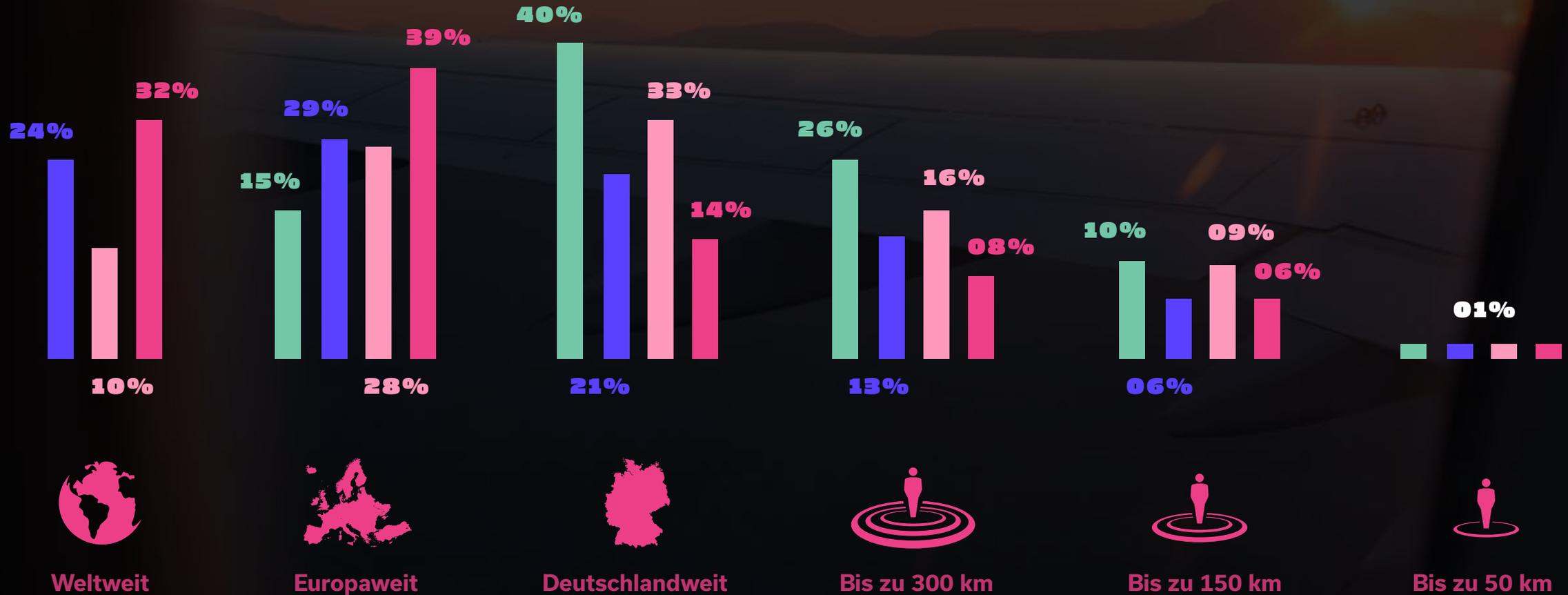
Festival-Genres

2018 2019 2020 2022



Reisebereitschaft

2018 2019 2020 2022



Markenwahrnehmung

2018



Jägermeister
Havana Club
Captain Morgan

2019



Jägermeister
Bacardi
Marlboro

2020



Jägermeister
Pioneer
Nike

2022



Jägermeister
Red Bull
Bacardi

Gewinner der Getränke

68%

2018

68%

2019

57%

2020

73%

2022



Bier

& Biermischgetränke



**FESTIVAL
FIRE**

ERROR
contemporary ideas & culture



Kontakt



Mike Kucksdorf - Founder Festivalfire & ERROR
mike.kucksdorf@festivalfire.de



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

**FESTIVAL
FIRE**





FESTIVAL
FIRE

DANKE
für eure Teilnahme!