



festival playground **umfrage** **report 22**

eine initiative von

HÖME

intro

Nachdem wir im letzten Jahr die bisher **größte Umfrage der Festivalgeschichte** mit 37.000 Festival Fans umgesetzt haben, haben wir uns in diesem Jahr selbst unter die Lupe genommen.

So ehrlich wie nie, richtete sich die Umfrage zum Festival Playground 2022 an alle, die Festivals machen und wirft damit einen Blick hinter die Probleme, Strukturen und Ansätze, die wir zur Bewältigung von Herausforderungen unserer Branche verfolgen.

Wenn über 120 Festivals ihre Sorgen, Baustellen, Kniffe und Realitäten teilen, entsteht eine nie dagewesene Bedarfs- und Situationsanalyse der Festivalbranche. Durch die Umfrage sind Zahlen und Fakten entstanden die unserer Branche seit Jahren fehlen und nicht nur direkt auf unsere Festivals einzahlen, sondern auch der Politik und den Verbänden helfen neue Förderprogramme aufzusetzen.

Dieser Report bündelt die Ergebnisse der Umfragen und diente bereits als Grundlage für die Gestaltung des Festival Playground Programms 2022. Aber was war unser inhaltlicher Fokus?

Eine Krise folgt der nächsten, die Wirtschaft, sowie Festivals sind geschwächt. Junge Generationen, Umwelt und Personal fordern Veränderung. Wir haben uns gefragt: **Wie sieht ein zukunftsfähiges Festival und eine Branche aus**, die Krisen übersteht, den Anforderungen neuer Generationen gerecht wird und gleichzeitig Strukturen besitzt, die Mensch und Natur nicht ausbeuten? Auf so vielschichtige Fragen lässt sich keine einfache Antwort finde - aber der Playground, dieser Report soll ein Anfang sein, um in den Austausch zu treten und Lösungen zu finden.

Denn Gemeinsam ist alles möglich.



inhaltsverzeichnis

- 8** **wie sind festivalteams organisiert?**
organisation x teamstruktur
- 31** **wie erreichen festivals ihre ziele?**
kollektive identität x commitment
- 63** **was haben festivals aus den krisen gelernt?**
krise x personalmangel
- 73** **wie flexibel reagieren festivals auf probleme?**
resilienz x entscheidungsprozesse
- 82** **wie gewinnen festivals nachwuchs?**
communities x junge zielgruppen
- 104** **wie entwickeln festivals neue inhalte?**
festivalkonzepte x programm
- 113** **wie kooperieren festivals mit partner*innen?**
produktion x dienstleistende
- 123** **wie steht es um die zahlen der festivals?**
finanzierung x kostensteigerung



keyfacts

Umfragezeitraum

16.09. – 16.10.2022

Fragebögen

- a) an die festivalleitung**
- b) an alle veranstaltenden**

Umfrageteilnehmende

- a) 123 festivals**
- b) 511 veranstaltende**

Fragen

- a) 75**
- b) 50**

Durchschnittliche Dauer

- a) 49:31 minuten**
- b) 20:18 minuten**



forschungsdesign

Eines der Ziele der vorliegenden Untersuchung war es, ein datengestütztes Bild des Status Quo von Festivals in Bezug auf aktuelle Herausforderungen zu gewinnen. Inhaltlich lehnte sich die Fragebogenentwicklung dabei an die Prinzipien einer resilienten Wirtschaft des Zukunftsinstituts. Um die verschiedenen Perspektiven eines Festivals zu beleuchten, wurde die Umfrage in zwei Teile gegliedert. Dabei wurde zum einen von 123 Festivals die Festivalleitung und zum anderen 511 Festivalschaffende aus deren Teams befragt.

Die Fragen wurden zuerst im Rahmen eines Piloten mit 6 Festivals getestet, auf dessen Basis die Fragestellungen angepasst wurden. Die Befragungsdaten wurden mittels Online-Fragebogen über die Plattform "Typeform" erhoben.

Die Erhebung lief vom 16.09.2022–16.10.2022 und wurde im Rahmen der Kommunikation des Festival Playgrounds an Festivals und Veranstaltende herangetragen. Mit dem Ziel eine möglichst diverse Gruppe an Festivals abzubilden, wurden bewusst Festivals aus diversen Genres, Festivalgrößen und ehrenamtliche sowie kommerzielle Festivals befragt.

Einfache deskriptive Auswertungen konnten direkt dem Erhebungstool "Typeform" entnommen werden. Für komplexere Gruppenvergleiche und inferenzstatistische Analysen wurde die Open Source Software R (R Core Team, 2020) genutzt. Am Ende der Befragung bestand die Möglichkeit an einem Gewinnspiel teilzunehmen, welche von 95,2% der Teilnehmenden wahrgenommen wurde.



organisation teamstruktur





vorschau

- Die Umfragen richteten sich an das Orga- und Kernteam von Festivals, sowie die Festivalleitung. 32% der Befragten haben innerhalb des Festivals 3 oder mehr Rollen. Der Großteil (74%) der Befragten arbeiten nur für 1 Festival.
- Ein Großteil (47%) der Festivalschaffenden ist zwischen 26 und 35 Jahre alt. 56% der Befragten identifizieren sich als männlich, 43% identifizieren sich als weiblich. 87% der Befragten wählten die Selbstbezeichnung *Weiß*, 2% wählten die Selbstbezeichnung *X-Deutsch*. 7% der Befragten haben eine sichtbare oder unsichtbare Behinderung. 16% der Befragten geben an, eine psychische Erkrankung zu haben.
- Ein Großteil der teilnehmenden Festivals (71%) ist als Verein (gemeinnützig oder nicht gemeinnützig) organisiert.
- Der größte Teil der teilnehmenden Festivals kommen mit 37% aus dem Genre Rock / Alternative / Metal / Punk.
- Der Großteil (65%) der Befragten verdienen mit ihrer Arbeit für das Festival kein Geld. 13% erhalten eine kleine Aufwandsentschädigung. Für weitere 13% ist die Arbeit am Festival ein Vollzeitjob.
- 6.43 Jahre sind die Befragten im Schnitt schon Teil des Festivals. Es gibt mehr weiblichen Nachwuchs. Es gibt mehr Frauen, die zwischen 1-5 Jahre dabei sind als Frauen, die mehr als 5 Jahre dabei sind.
- 67% der Festivalleitung ist männlich, 33% sind weiblich. Von allen Personen, die angeben „auf jeden Fall“ sehr viel Verantwortung innerhalb des Festivals zu tragen, waren 63% männlich und 37% weiblich.
- Es gibt viele ungesunde Strukturen und negative Faktoren innerhalb von Festivalteams, die sich gegenseitig bedingen.



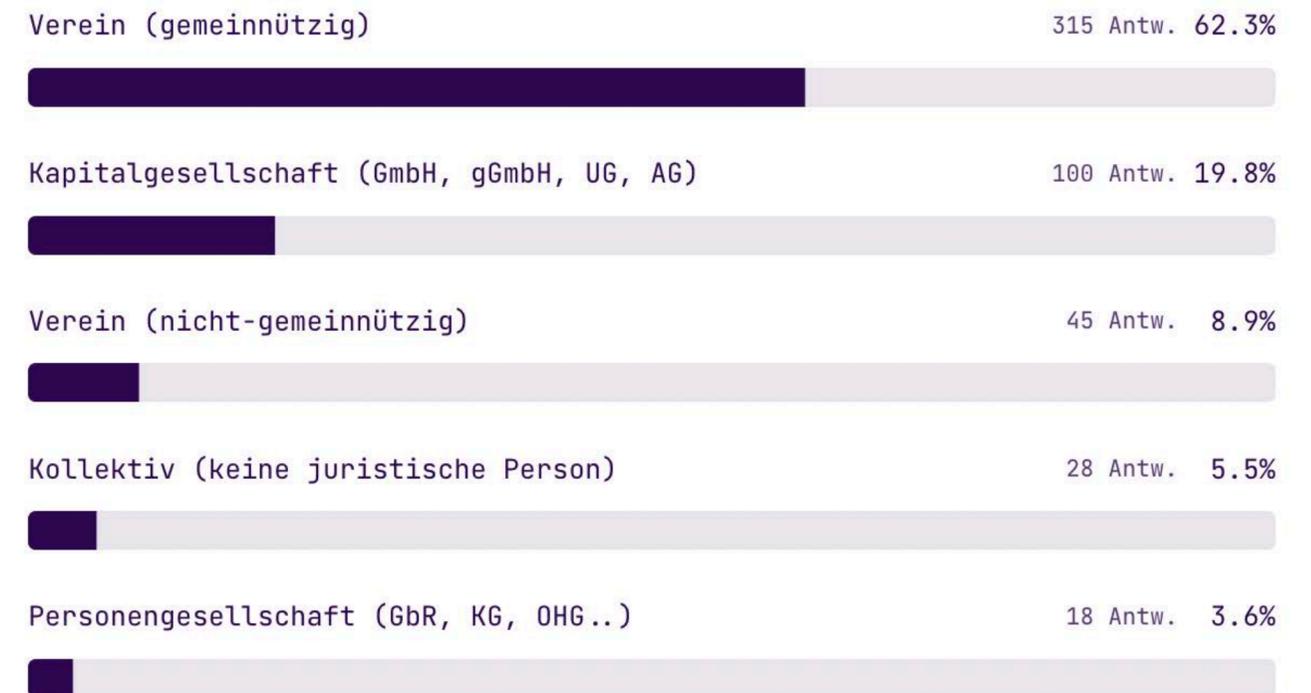
Wie bist du in der Organisation eines Festivals involviert?



Die Umfrage wurde im folgenden nur an Personen aus dem Orga- /Kernteam und dem erweiterten Team gestellt.



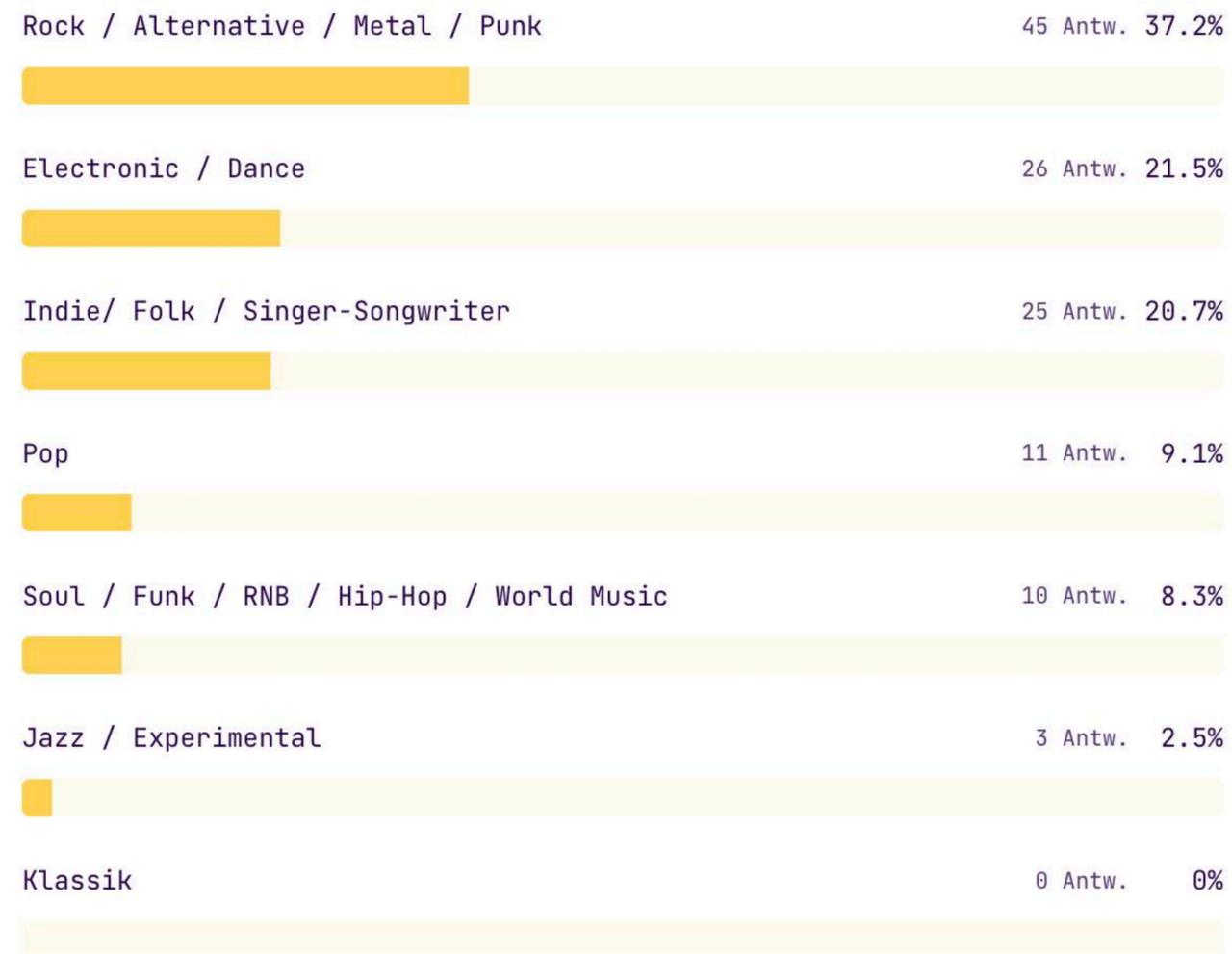
Wie ist das Festival organisiert, in das du den Großteil deiner Zeit investierst?





Welche Genre sind auf eurem Festival am stärksten vertreten?

Worauf liegt der Fokus?



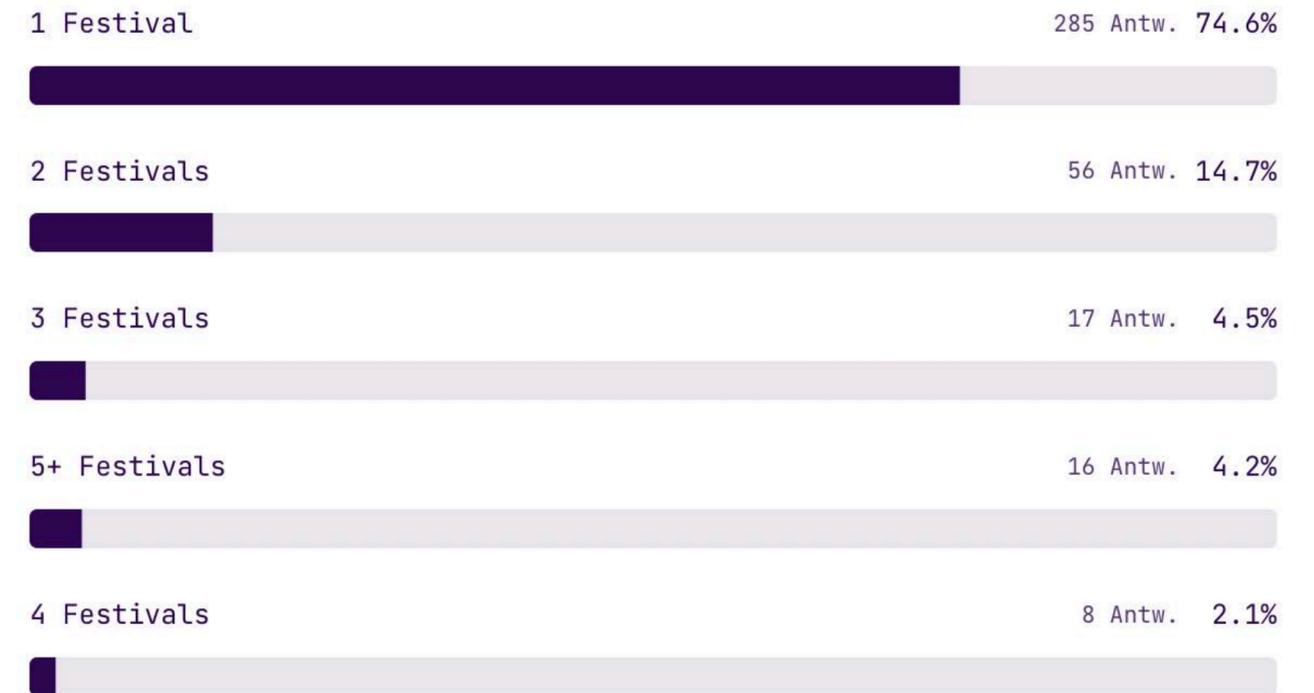


Verdienst du Geld mit deiner Arbeit für das Festival?



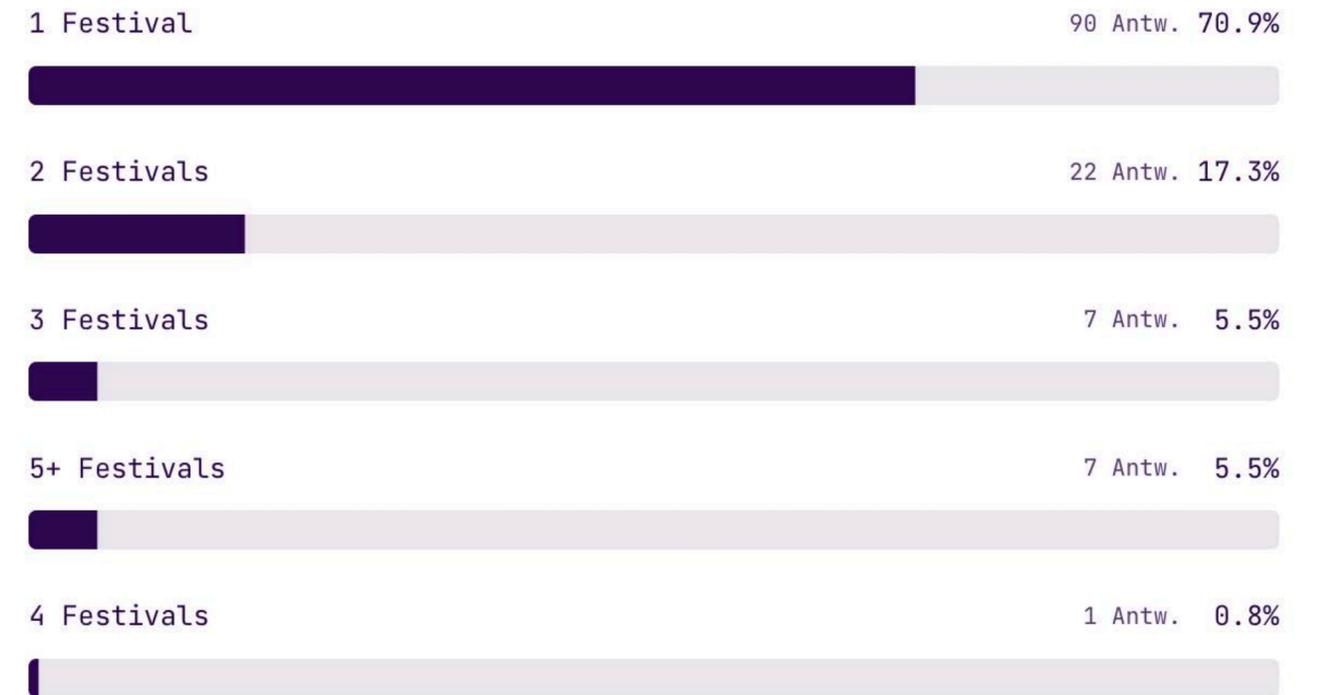


Für wie viele Festivals arbeitest du als Teil des Kern-/Orgateams?





Für wie viele Festivals arbeitest du im erweiterten Team?

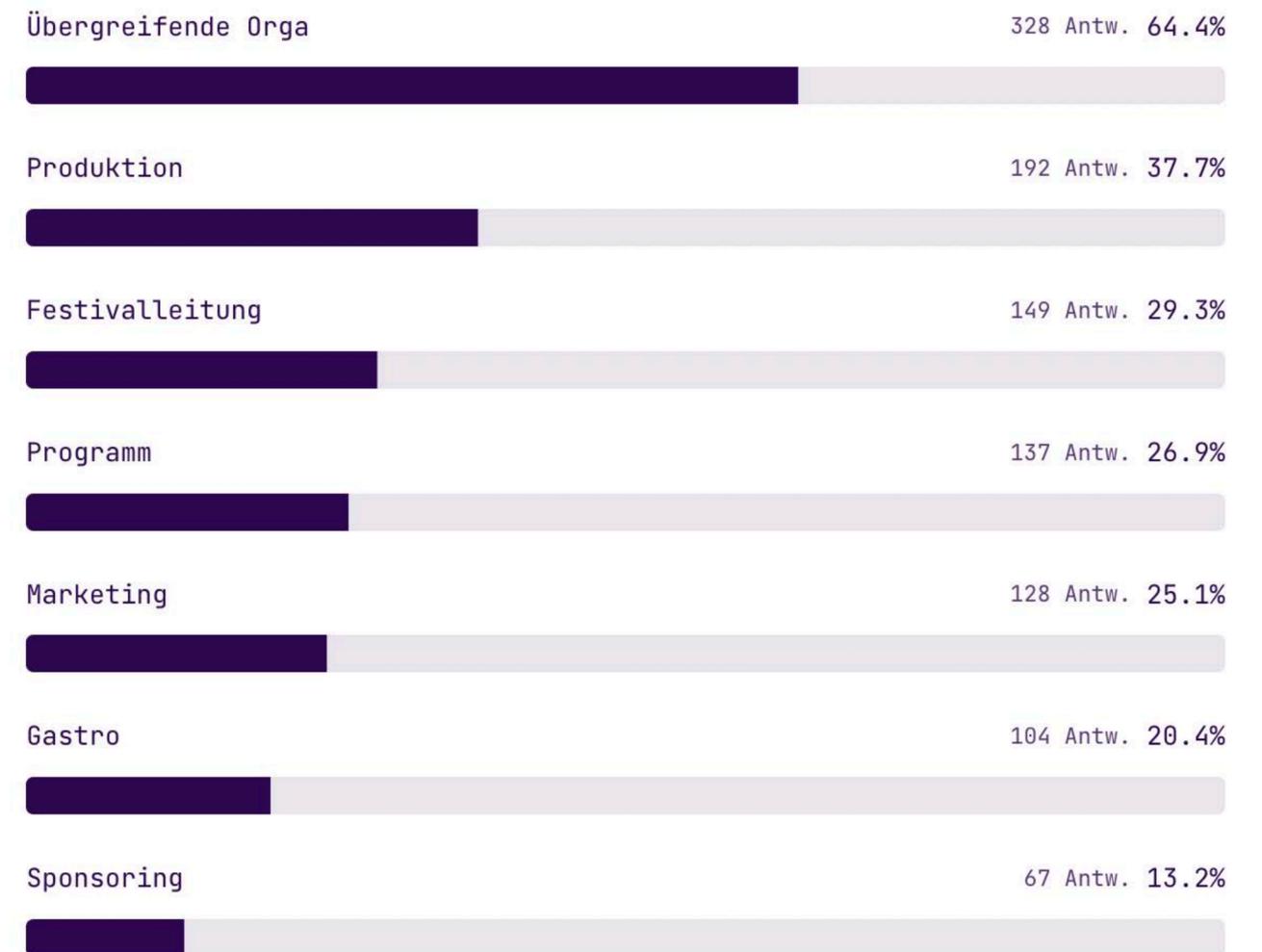




Welche Rolle nimmst du für das Festival ein bzw. in welchem Bereich arbeitest du?

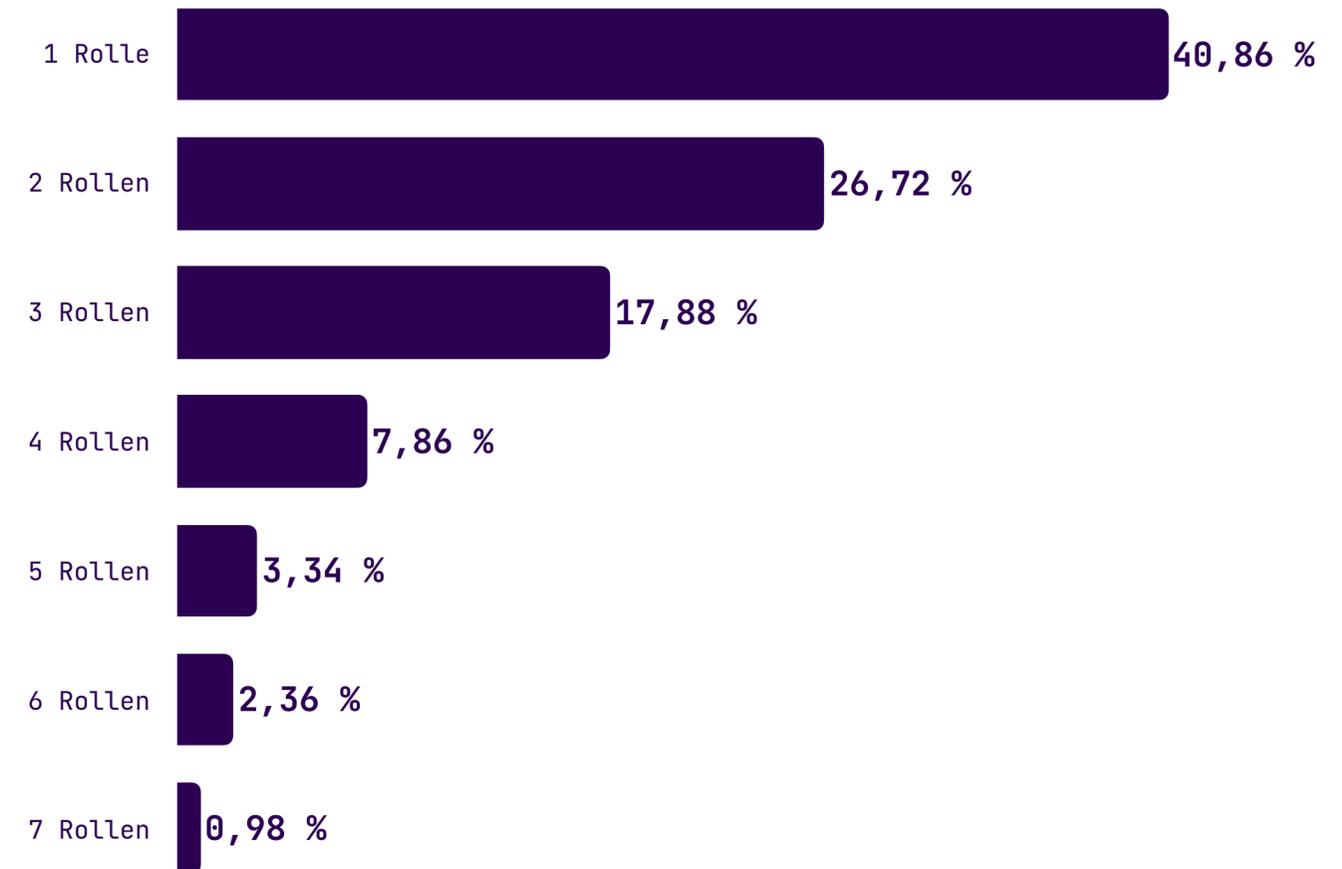
Mehrfachantworten möglich

Es waren mehrere Antwortmöglichkeiten wählbar.





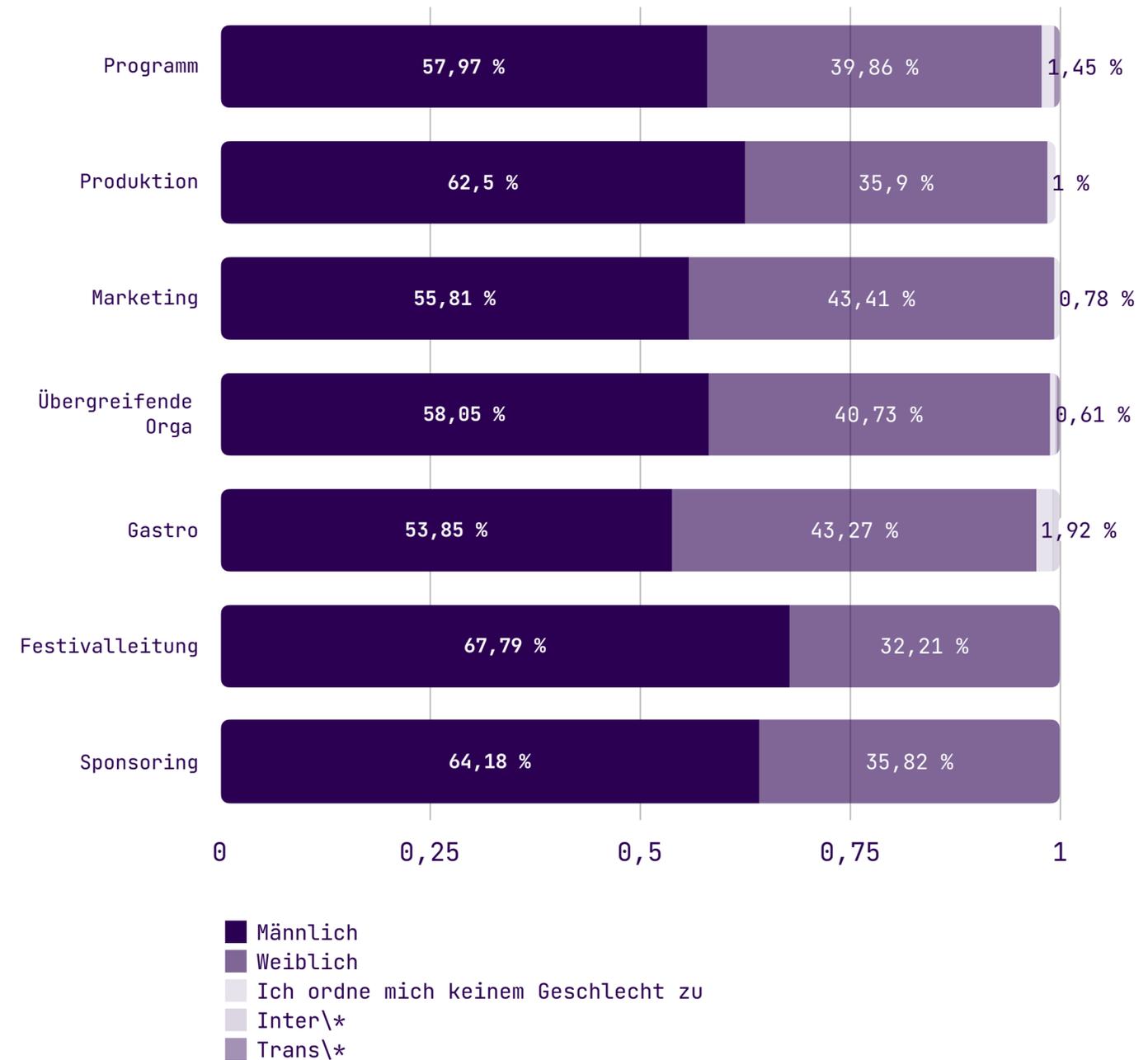
Wie viele Rollen haben Festival-schaffende?





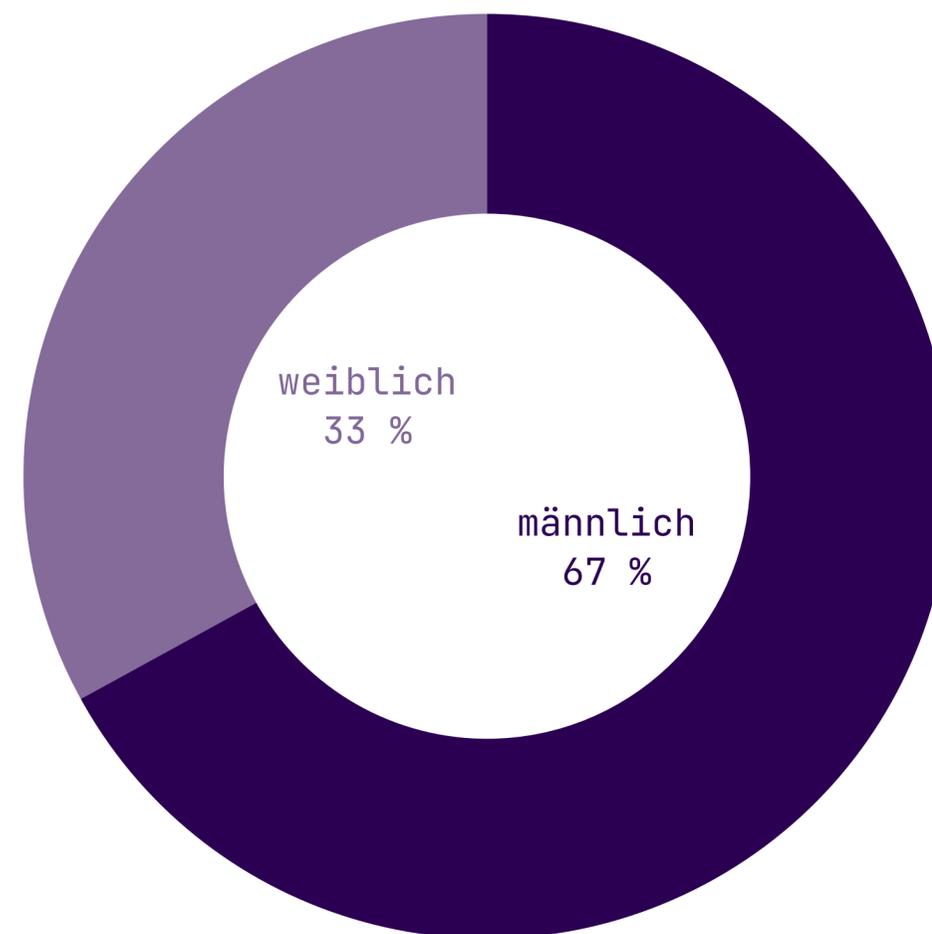
Aufteilung der Bereiche nach Gender

An der Umfrage nahmen nur 14 Personen teil, die sich nicht als männlich oder weiblich identifizierten. Statistische Betrachtungen waren daher für diese Gruppen nicht aussagekräftig.





Aufteilung der Festivalleitung.

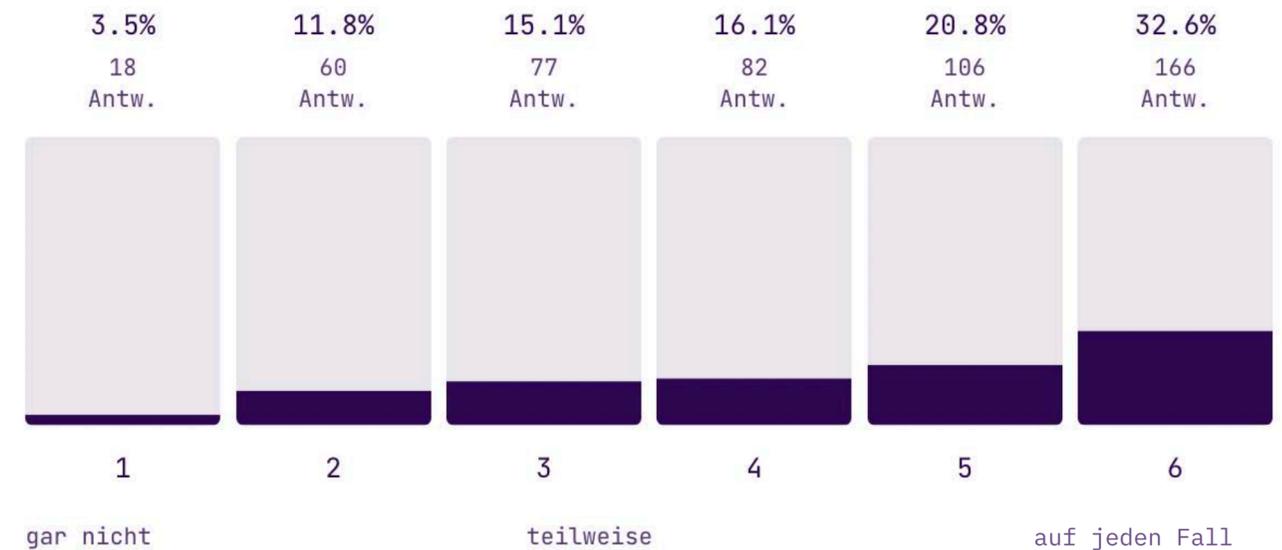


Es gab keine Personen, die sich als inter*, trans* oder nicht-binär identifizieren und in der Leitung vertreten sind.



Ich übernehme in meiner Position für das Festival viel Verantwortung.

4.4 Durchschnittliche
Bewertung

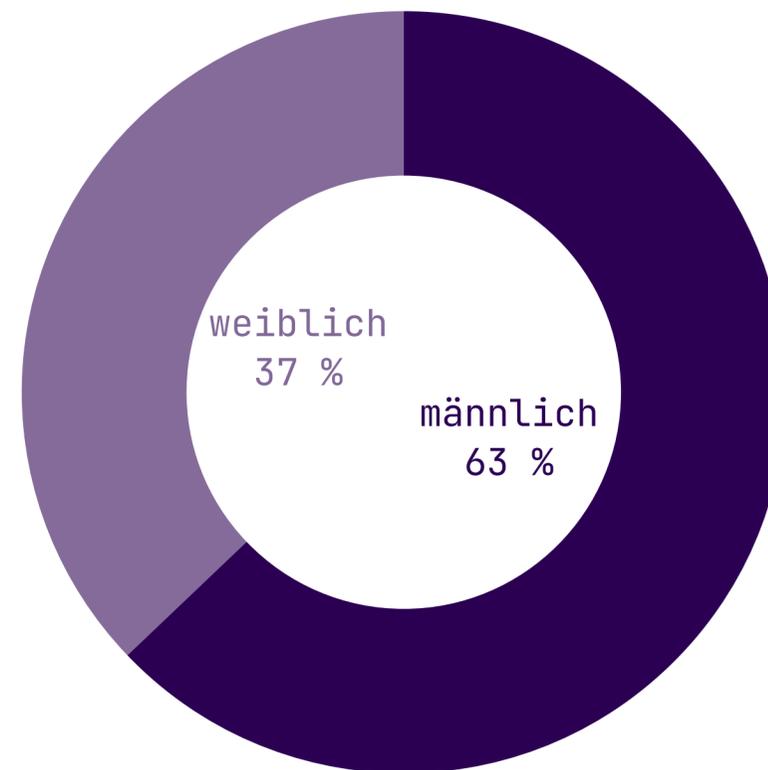




Ich übernehme in meiner Position für das Festival viel Verantwortung.

Es gab keine inter*, trans* oder nicht-binären Personen, die auf diese Frage mit 6 (auf jeden Fall) geantwortet haben.

Personen, die angeben „auf jeden Fall“
viel Verantwortung zu übernehmen





In Hinblick auf die Festival Saison 2022, wie oft traten die folgenden Dinge bei dir auf?

	nie	selten	manchmal	oft	immer
sehr schnelles arbeitstempo	2.4%	10.7%	29.8%	43.1%	14.1%
gefühl nicht genügend zeit zu haben	7.1%	20.6%	29.3%	31.1%	11.9%
emotional fordernde arbeit	13.4%	25.6%	33%	20.8%	7.2%
negative auswirkungen auf privatleben	27%	21.3%	30.8%	14.1%	6.8%
anerkennung & wertschätzung durch team	1.2%	14.2%	25.1%	36.5%	23%

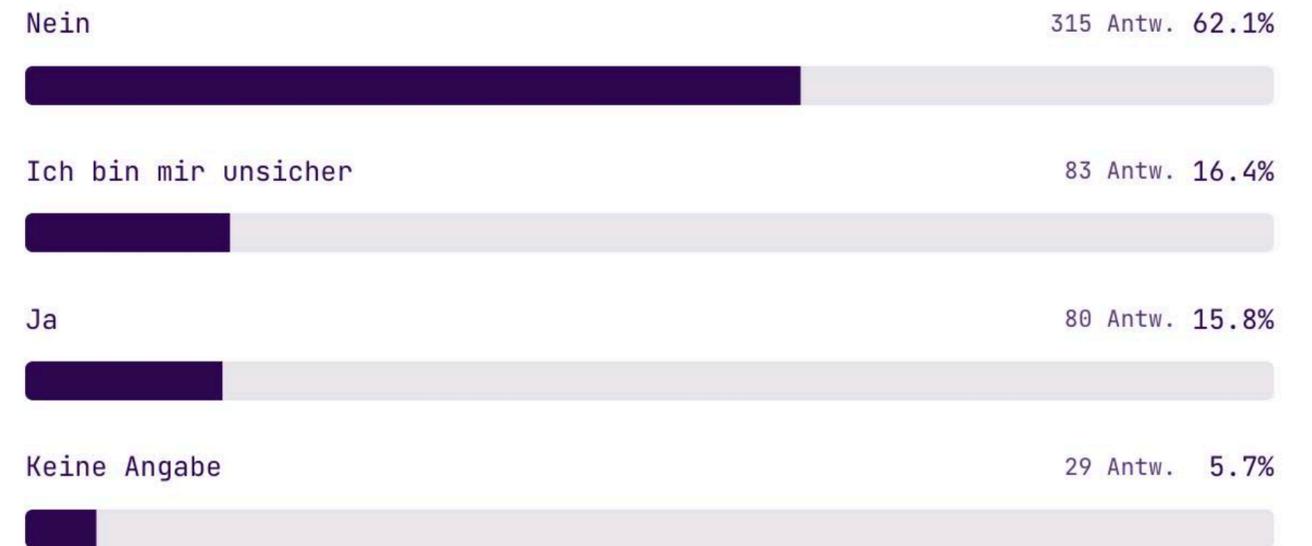


Wie oft hast du dich in der letzten Saison vielleicht auch von diesen Beschwerden beeinträchtigt gefühlt?

	nie	selten	manchmal	oft	immer
wenig interesse oder freude an tätigkeiten	27.7%	38.1%	26.9%	6.6%	0.8%
niedergeschlagenheit, schwermut, hoffnungslosigkeit	38.9%	26.7%	21.4%	11.2%	1.8%
nervosität, ängstlichkeit oder anspannung	25.4%	25.4%	29.4%	16.4%	3.4%
nicht in der lage sein, sorgen zu stoppen oder zu kontrollieren	43.9%	27.7%	15.6%	11.2%	1.6%



In der Musikbranche sind psychische Belastungen besonders verbreitet. Hast du eine psychische Erkrankung?





Welche ungesunden Strukturen beobachtest du bei deiner Arbeit auf Festivals und innerhalb unserer Branche?

Lass uns gerne an deinen Gedanken teilhaben, damit wir etwas verändern können.

[ALLE AUSSAGEN ZU UNGESUNDEN STRUKTUREN →](#)

Druck allen gerecht zu werden ist extrem hoch, Personen im Ehrenamt haben Probleme alles unter einen Hut zu bekommen.

zu wenig Personal, Probleme Helfer*innen einzuarbeiten/ zu finden / zu halten.

einzelne Personen übernehmen zu viel Verantwortung / Verantwortung ist / kann nicht gleich aufgeteilt werden.

Leute achten nicht mehr auf sich selbst, ernähren sich ungesund, zu wenig Schlaf.

Drogen- und Alkoholkonsum steigt extrem an (auch durch hohen Stress / um Leistungsfähigkeit zu gewähren).

Konflikte im Team / Anspannung im Team durch ungünstige Bedingungen.



Wie ist das Alter in den Orga-Teams verteilt?

	niemand	vereinzelt	viele
16 bis 17...	79.6%	18.3%	2.2%
18 bis 21...	40.2%	52.6%	7.2%
22 bis 25...	15.5%	52.4%	32%
26 bis 30...	6.5%	43.5%	50%
31 bis 35...	5.4%	40.2%	54.5%
36 bis 40...	16.8%	50.5%	32.7%
41 bis 50...	30.5%	47.6%	21.9%
51+ Jahre	41.3%	50%	8.7%



Wie alt bist du?

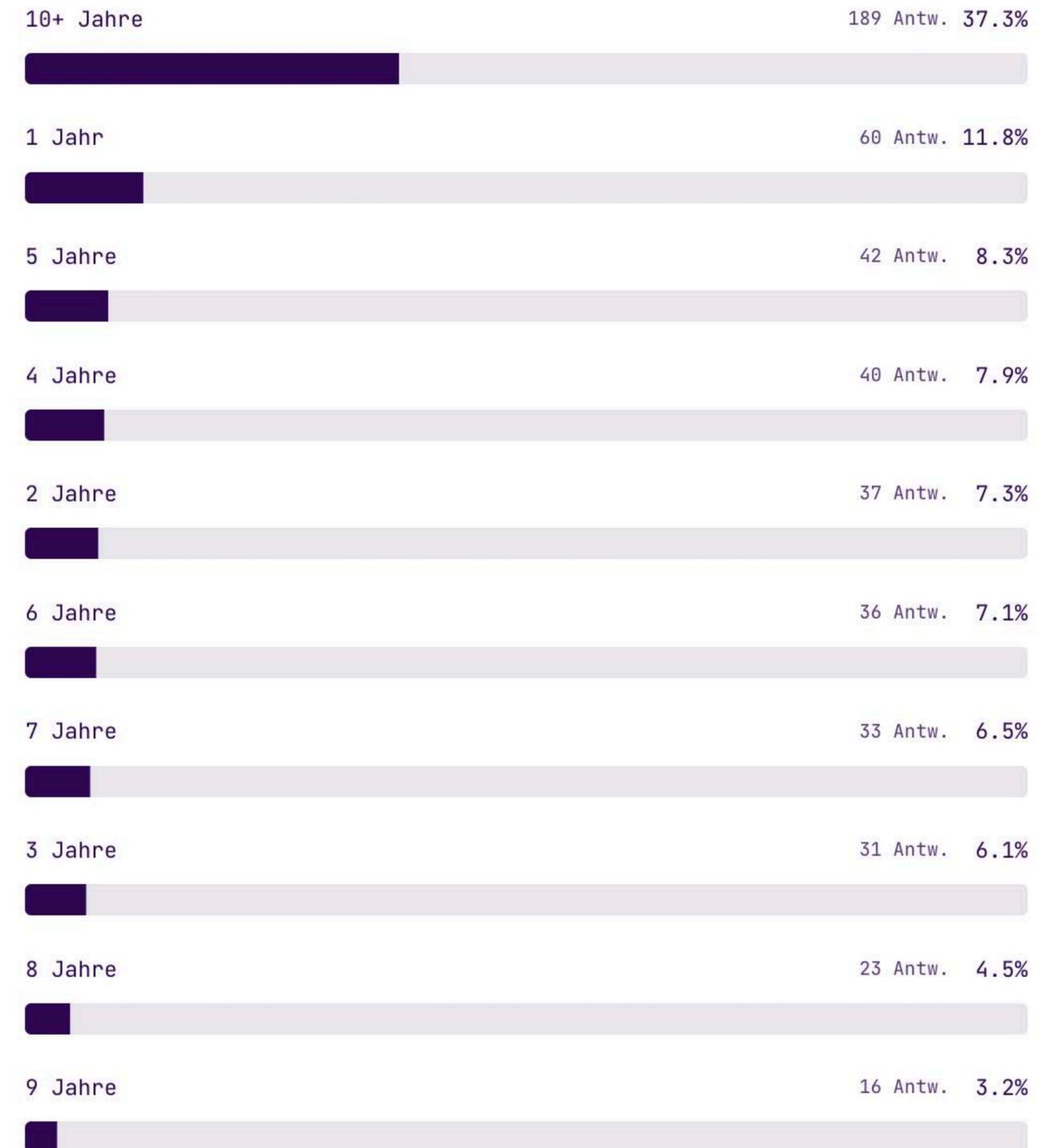




Wie lange bist du schon Teil des Festivals?

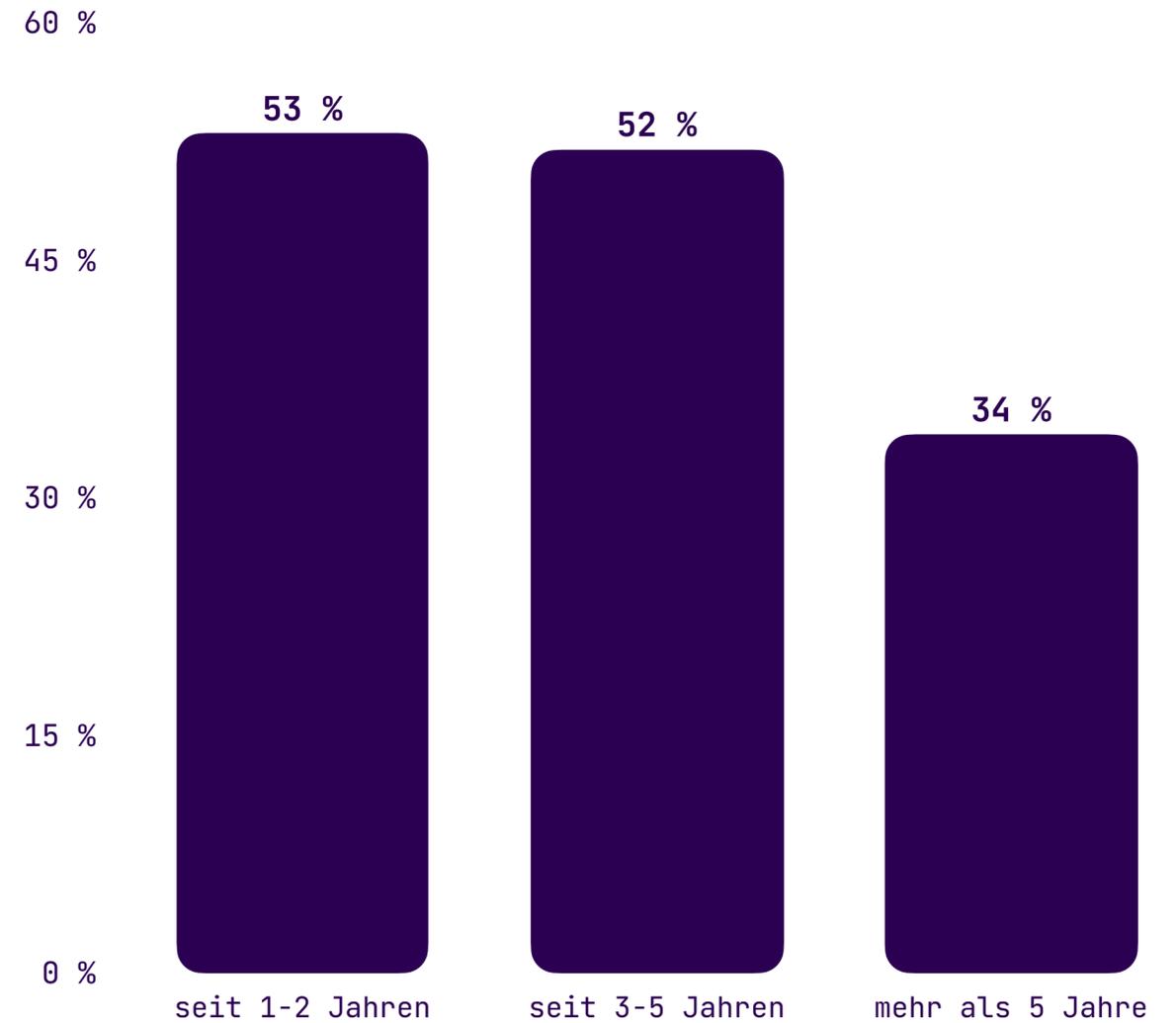
6.43 Jahre

Im Durchschnitt
Teil des Festivals





Zusammenhang von Länge der Teamzugehörigkeit und weiblichen Teammitgliedern



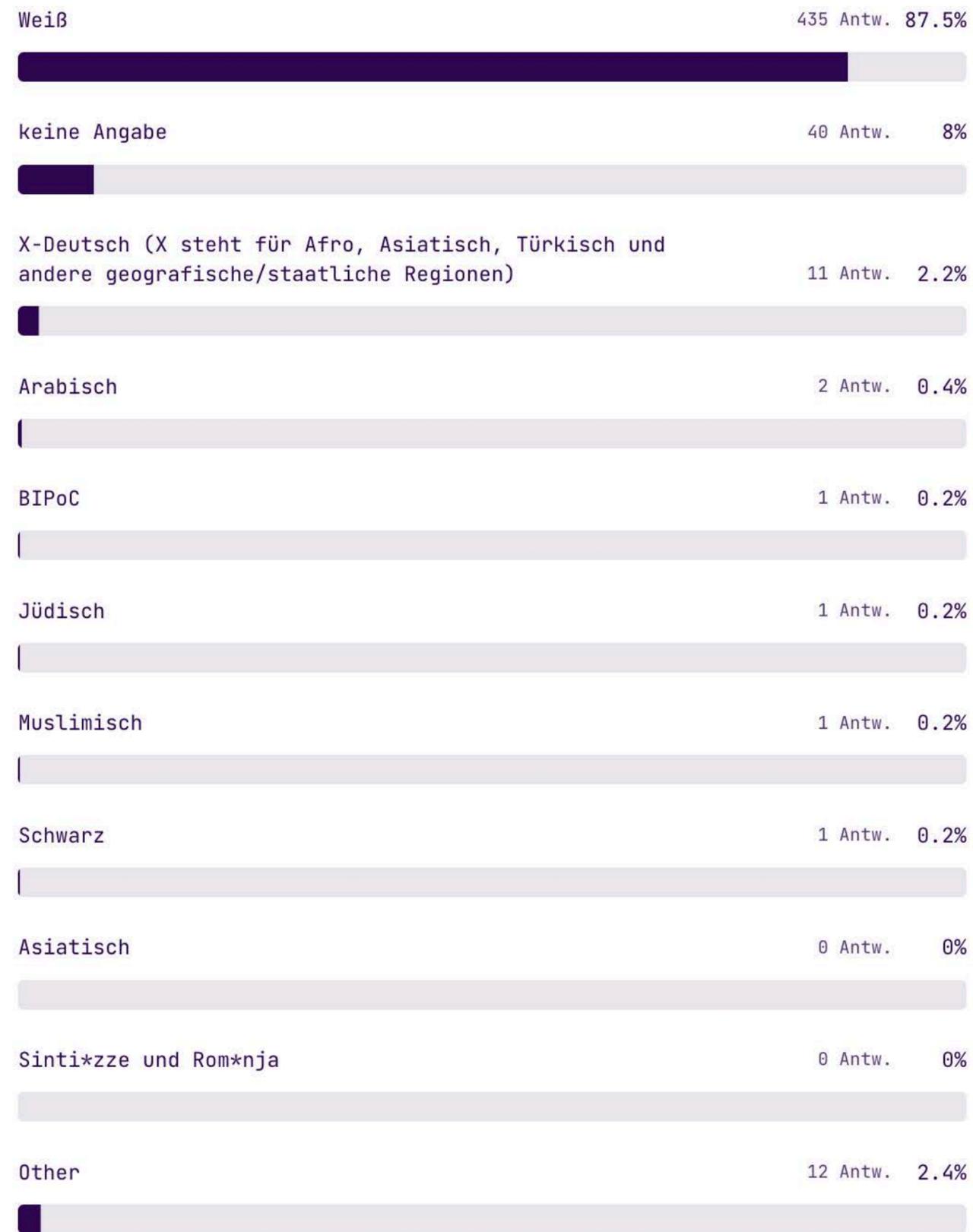


Welche der folgenden Bezeichnungen zur Beschreibung des Geschlechts trifft auf dich zu?



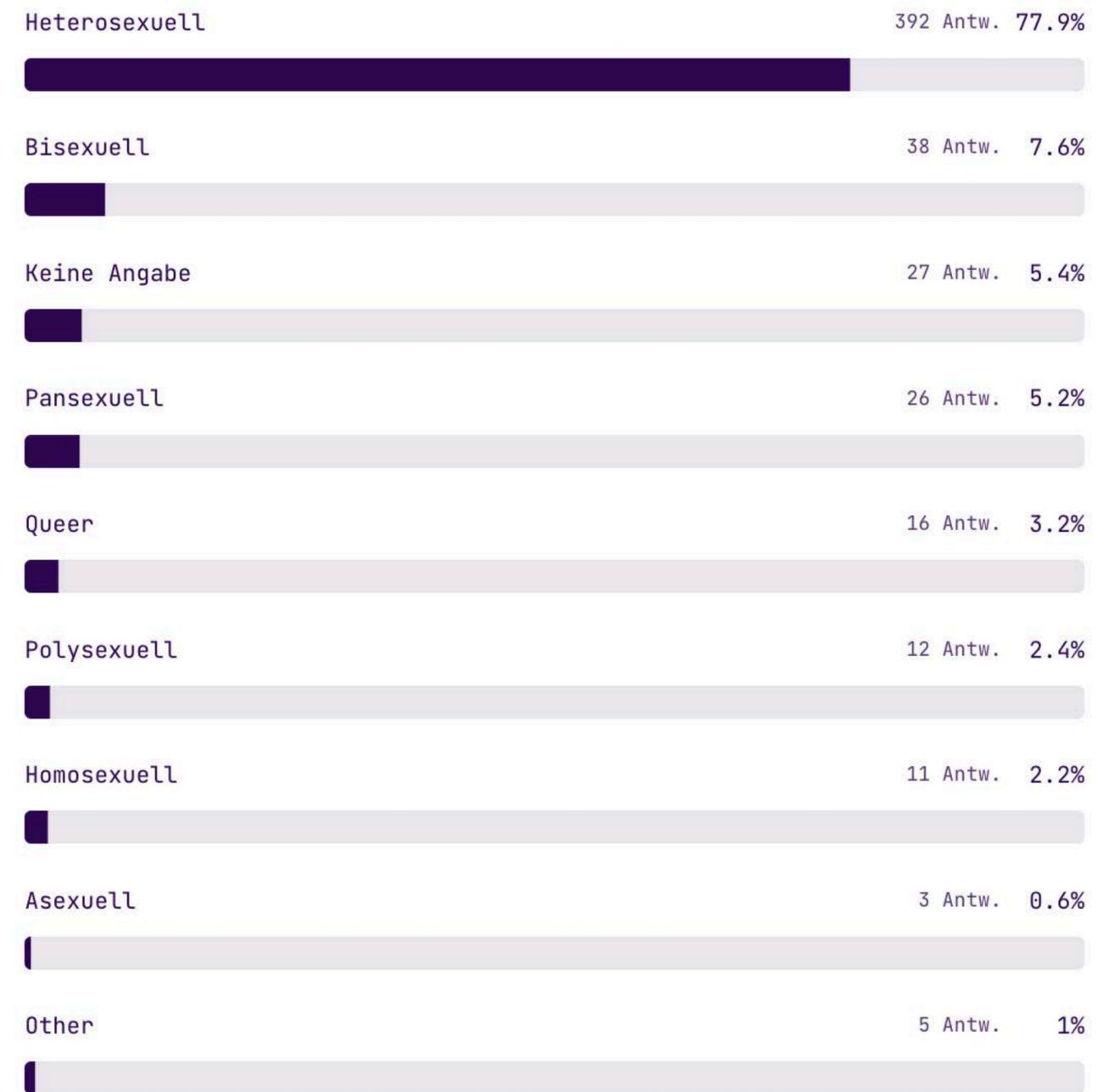


Welche der folgenden Selbstbezeichnungen trifft am ehesten auf dich zu?



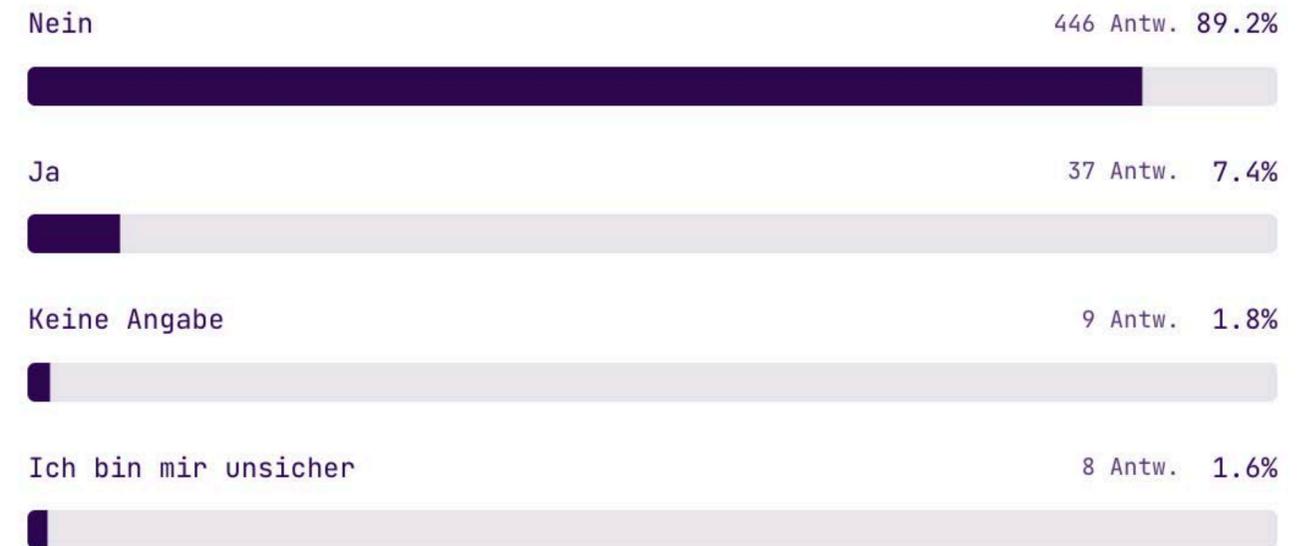


Welche der folgenden Bezeichnungen zur Beschreibungen der sexuellen Identität treffen auf dich zu?





Hast du eine sichtbare oder unsichtbare Behinderung?

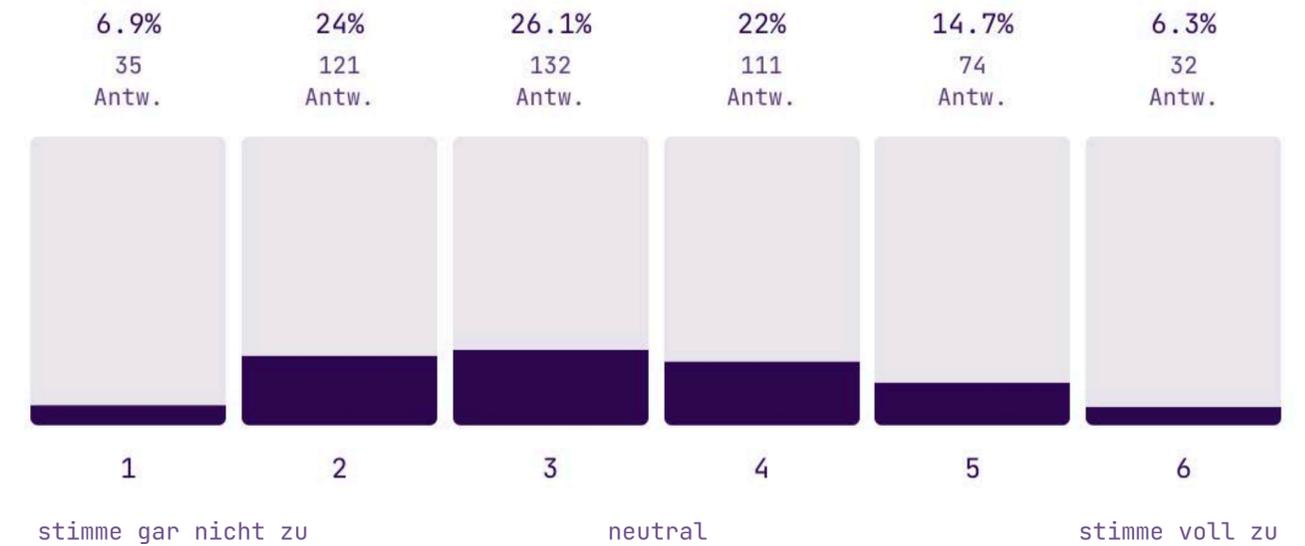




Die Festival-landschaft ist in ihren Teams sehr divers.

Was denkst du zu folgender These?

3.3 Durchschnittliche Bewertung



kollektive identität **commitment**





vorschau

- Ein Großteil der Befragten verliert übers Jahr nicht die Motivation am Festival zu arbeiten.
- Diejenigen aber, die häufiger die Motivation verlieren, erleben z.B. auch häufiger emotional fordernde Arbeit, oder negative Auswirkungen aufs Privatleben.
- Ein Großteil der Befragten denkt übers Jahr nicht / nur wenig darüber nach das Team zu verlassen. Wenn ich aber öfter drüber nachdenke, das Festival zu verlassen, habe ich wahrscheinlich auch häufiger z.B. das Gefühl nicht genügend Zeit zu haben oder Niedergeschlagenheit.
- 74% der Befragten wollen „so lange es geht“ Teil des Teams bleiben.
- 45% der befragten Festivals besitzen eine Vision. 55% arbeiten nicht mit einer Vision, aus der herausgeht, wo sie in 3 Jahren stehen wollen. Festivals ohne Vision wiesen schlechtere Wachstumszahlen (Verhältnis Besuchender 2019 vs. 2022) vor als Festivals mit Vision.
- 33% der Befragten gaben an, dass ihnen die Arbeit leichter gefallen wäre, wenn das Team eine Vision für die Zukunft gehabt hätte.
- 92% der Befragten gaben an, dass in ihrem Team gar nicht oder eher weniger Konkurrenzdenken gegenüber anderen Festivals herrscht.
- 65% der Befragten würden ihr Festival als innovativ einordnen.
- 46% der Befragten sehen Festivals nicht als Teil der weltweiten Klimakrise. 57% geben an, einiges in die Wege geleitet zu haben, um sich als Festival zu hinterfragen, wie sie nachhaltiger sein können. Gleichzeitig geben 47% an, im Team nicht genügend Kapazitäten für das Thema ökologische Nachhaltigkeit eingeteilt zu haben.
- 55% der Befragten glauben, dass Festivals Orte sind, die gesellschaftlich etwas verändern können und die Chance haben Menschen zu relevanten Themen aufzuklären. Die Hälfte der Befragten nutzt ihr Festival als Ort um Bildungsarbeit zu betreiben und eure Besuchenden zu relevanten Themen unserer Gesellschaft aufzuklären.



Was ist der Grund, warum du Teil des Festivals bist? Was motiviert dich jedes Jahr aufs Neue?

Frage wurde nur gestellt, wenn Festivalschaffende gelegentlich oder immer darüber nachgedacht haben, ob sie noch Teil des Teams bleiben möchte.

[ALLE AUSSAGE ZUR FESTIVALMOTIVATION → LINK](#)

Wir haben durch unsere Arbeit einen riesigen Einfluss auf sehr viele Menschen und können unsere Werte weitergeben.

Weil ich irgendwie bescheuert bin... eigentlich bereut man es nach jedem Jahr, freut sich dennoch auf das Nächste.

Einen Gegenpol zur braunen Suppe in unserer Region bieten.

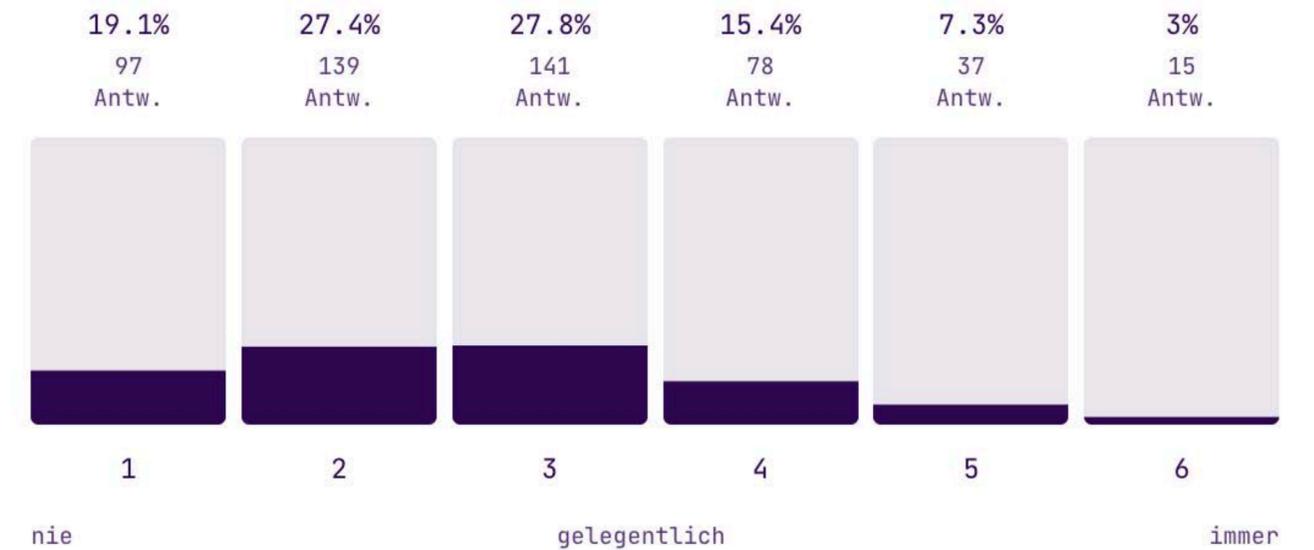
Einige Tausend lächelnde Gesichter vor den Bühnen und auf dem gesamten Gelände zu sehen und zu Wissen - ich bin ein Teil davon, die das organisiert haben.

Mehr aus mir herauskommen.



Verlierst du über das Jahr verteilt die Motivation am Festival zu arbeiten?

2.7 Durchschnittliche Bewertung

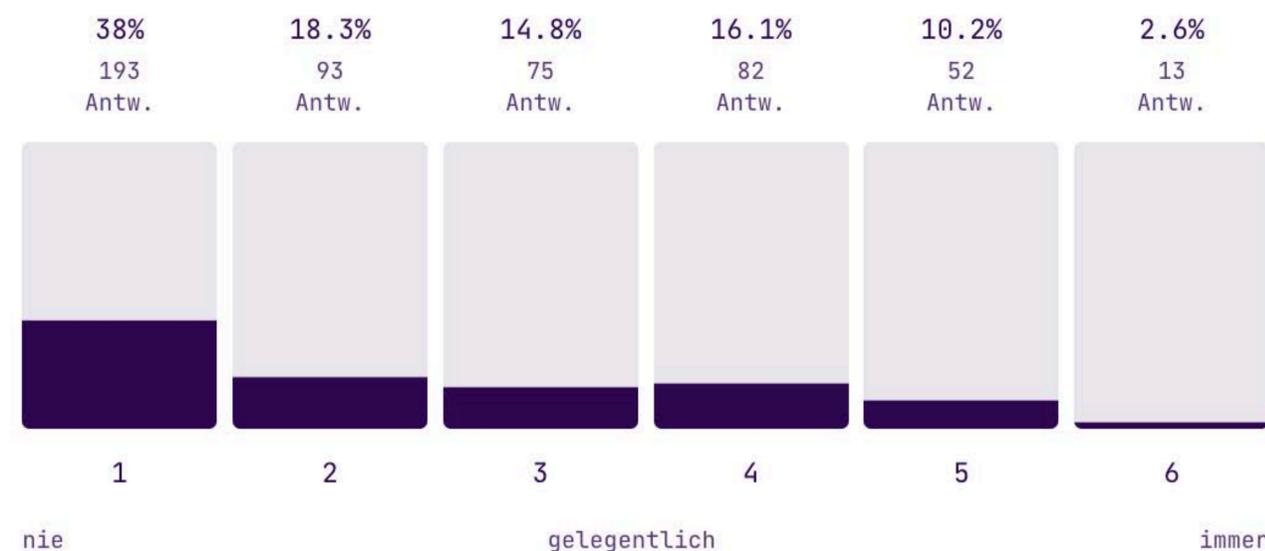




Hand aufs Herz: Wie oft hast du in dieser Saison darüber nachgedacht, ob du noch Teil des Teams bleiben möchtest?

2.5

Durchschnittliche
Bewertung





Was lässt dich daran zweifeln, Teil des Festival Teams sein zu wollen?

[ALLE AUSSAGEN ZUM FESTIVALZWEIFEL → LINK](#)

Emotionale Belastungen durch Awareness-Fälle, Zeitaufwand, Familienplanung.

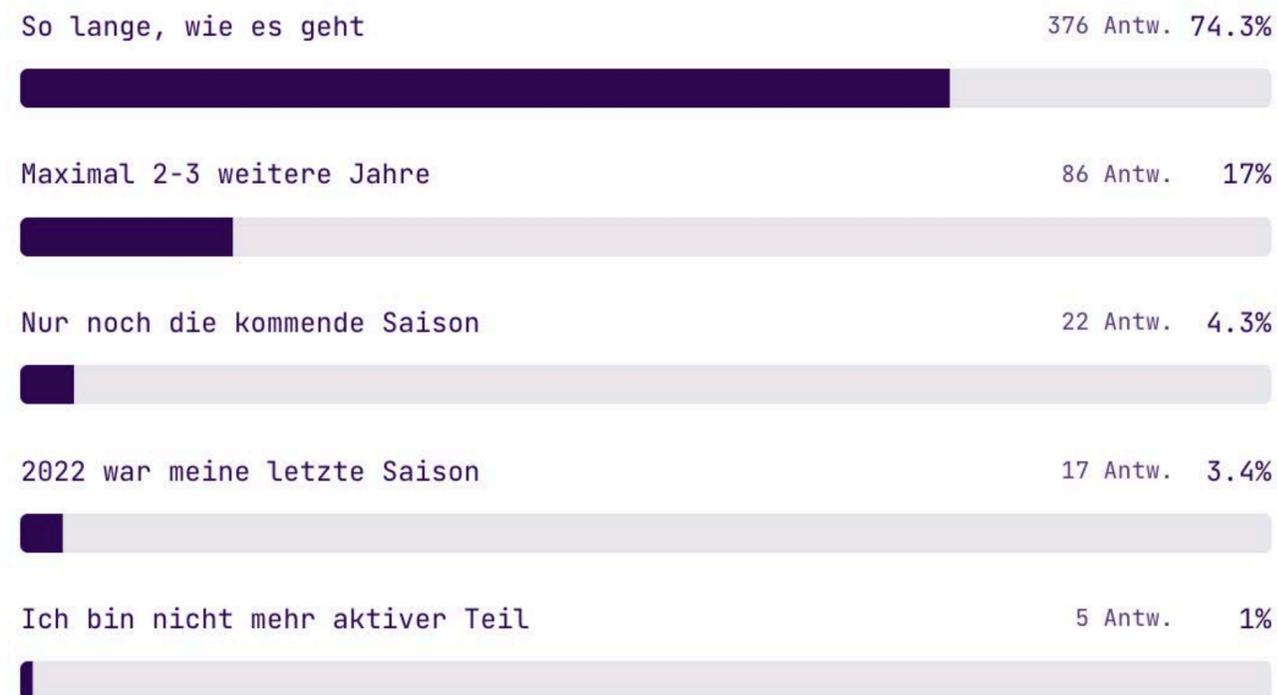
Die letzten beiden Jahre waren sehr hart und nachdem wir jedes Jahr dachten, es könnte nicht schlimmer und anstrengender werden, wurde es das doch. Letztendlich sind in diesem Jahr viele Dinge zusammen gekommen (nach wie vor schwierige Planbarkeit/ Unsicherheit und Budgetkürzungen dank Corona, immens hoher Arbeitsaufwand durch neue Projekte und in den Corona-Jahren verlernte Abläufe und Strukturen), sowie großer Druck von der Geschäftsführung, die mich und den Rest des Teams zusammen oft an unsere Grenzen gebracht haben und mich persönlich haben zweifeln lassen, ob ich mir diesen Stress weiterhin antun möchte.

Das Gefühl auf mich als Mensch wird nicht acht gegeben, sogar das Gegenteil: ich werde verpulvert.

Die Hohe Arbeitsbelastung und die fehlenden Entlastungsmechanismen innerhalb der eigenen Struktur.



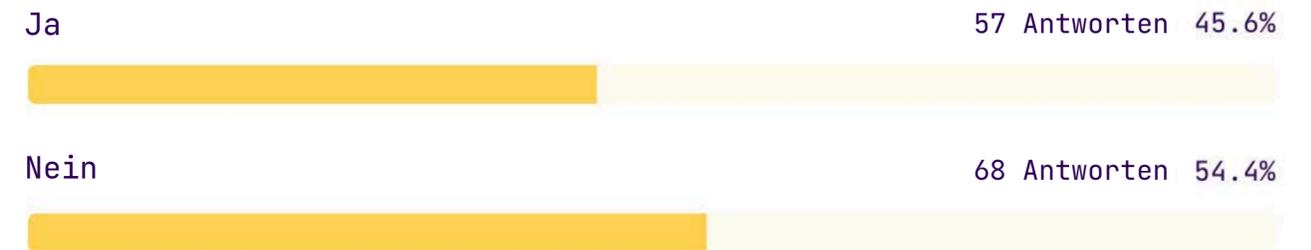
Wie lange willst du noch Teil des Teams bleiben?





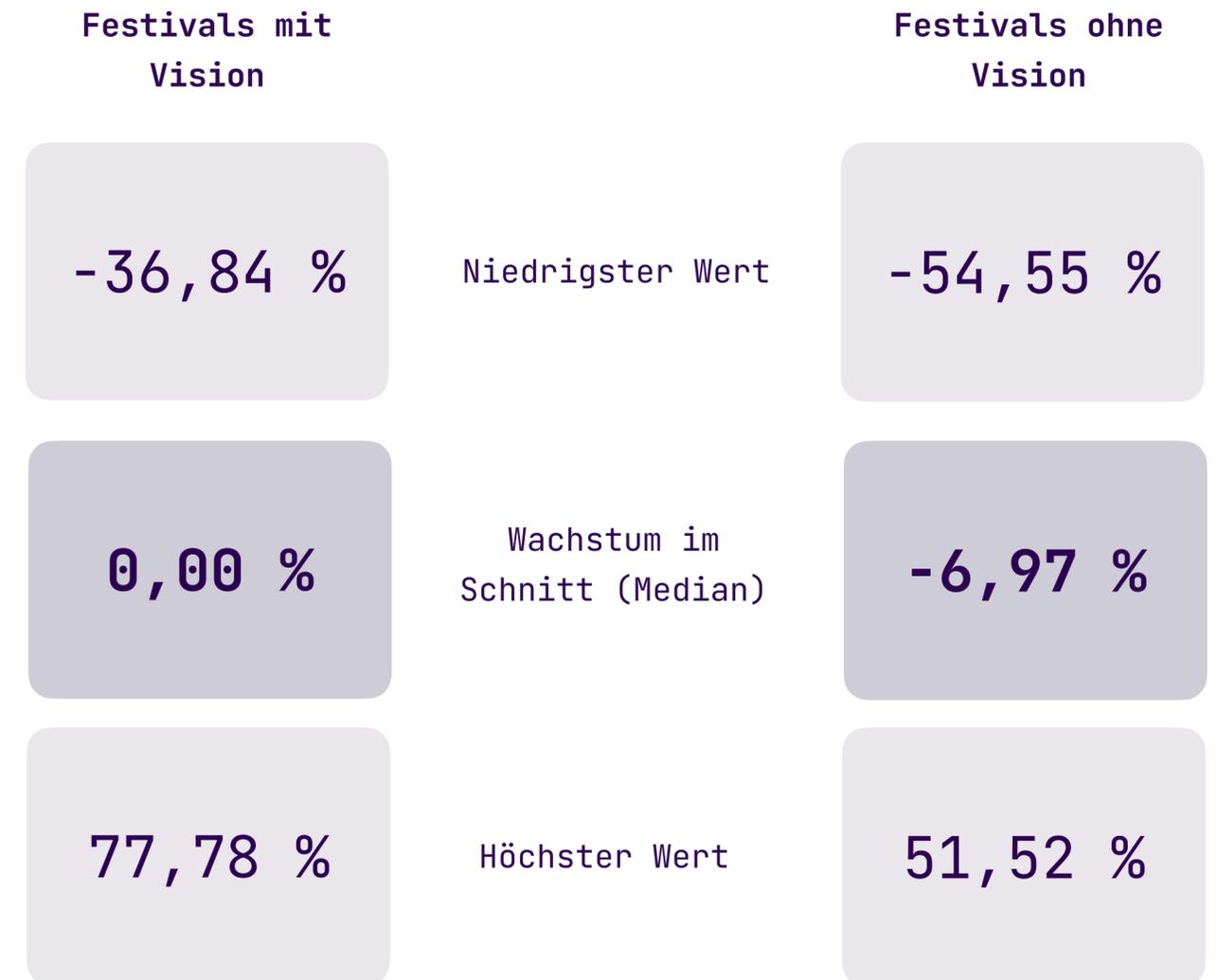
Besitzt ihr als Festival eine gemeinsame Vision, aus der hervorgeht, wo ihr in 3 oder mehr Jahren stehen wollt?

z.B. konkreter Mehrjahresplan, Veränderung der inhaltlichen Ausrichtung über die Jahre, Verkaufszahlen die erreicht werden sollen, etc.





Wachstum von Festivals mit und ohne Vision



Wachstum wurde anhand des Verhältnis der Besuchenden 2019 und 2022 berechnet.



Könnt ihr eure Vision mit uns teilen, um andere Veranstalter*innen zu inspirieren mehr in die Zukunft zu blicken?

Wenn wir drei Jahre oder mehr in die Zukunft springen, das Festivalgelände betreten, was wird uns dort begegnen im Vergleich zu heute?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die zuvor angegeben haben, dass sie eine Vision besitzen.

Wir legen den Fokus auf Stabilität. Es geht nicht darum ins Endlose zu wachsen, sondern das Festival qualitativ zu verbessern und wirtschaftlich stabil zu halten. Punkte die wir neben Förderung von Nachwuchskünstler*innen angreifen möchten sind alternative Anreisemöglichkeiten, nachhaltiges Ticketing (wie erhält man den Fans einen vertretbaren Ticketpreis?), Awarenesssteams und das Thema "Greener Festival"

Wir würden gerne das Festival mehr als Gesamterlebnis, nicht nur als reines Musikfestival gestalten. D.h. mit mehr Angeboten/Aktionen auch für Kids und Familien z.B. an einem speziellen Tag oder einem Familiencamp. Die Anzahl an "Mitmachaktionen" wie z.B. Bier-Yoga oder Flunky-Ball wollen wir ebenfalls erhöhen, da das einfach mega gut ankommt und das Publikum sich mehr mit eingebunden fühlt. Auch das Flair, das eh schon sehr gut ist, soll noch besser werden im Sinne von Sitzgelegenheiten, Deko, Licht und DIY-Möglichkeiten.

langsameres Verdoppeln der Gästezahl, Änderung des Trägers (von Verein zu Genossenschaft) und damit Änderung der internen Strukturen, mehr Angebote für Einzelgruppen (z.B. Kinder- und Hundebetreuung), Gästekommunikation mehr elektronisch (SM und Leitsysteme auf dem Platz), Ausbau der bestehenden Nachhaltigkeit.



Kennst du die Vision deines Festivals, aus der hervorgeht wo ihr in 3 oder mehr Jahren stehen wollt?

z.B. konkreter Mehrjahresplan, Veränderung der inhaltlichen Ausrichtung über die Jahre, Verkaufszahlen die erreicht werden sollen, etc.





Hast du das Gefühl deine Arbeit wäre dir leichter gefallen, wenn ihr im Team eine starke Vision der Zukunft gehabt hättet?

Etwas worauf ihr trotz gezwungener Pause (während der Corona-Krise) hinarbeiten hättet können und etwas das euch als Team motiviert nach vorne zu blicken.

Frage wurde nur gestellt, wenn Festivalschaffende zuvor angegeben haben, dass sie die Vision ihres Festivals nicht kennen.





Habt ihr Rituale, bestimmte Elemente, wiederkehrende Ereignisse in eurem Team?

Was passiert z.B. jedes Mal beim Aufbau, nach jeder Produktion oder wenn ihr ein Planungstreffen habt?

[ALLE ANTWORTEN ZU RITUALEN → LINK](#)

Hitze Preisdiskussionen

Wenn bei Mordor (Booking & Marketingcontainer) weißer Rauch aufsteigt, dann ist Aftershow Halli Galli sondergleichen

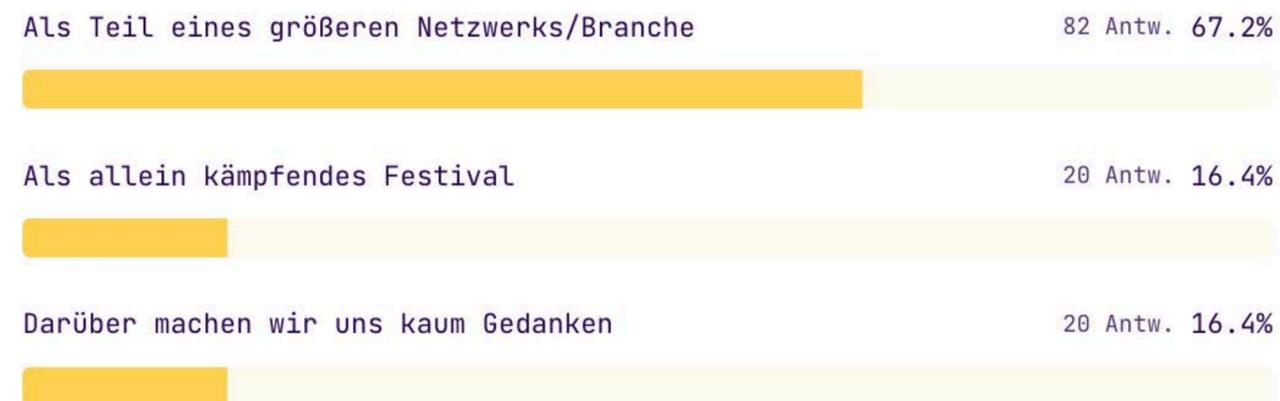
Die Infield Zäune werden im Dunkeln gesetzt

Ein Festival ohne morgen- und abendliche Check-Ins kann ich mir gar nicht mehr vorstellen.

Wir spielen immer Wursthautroulette beim Aufbau. Also man wirft oben genannte Haut in einen Ventilator. Irgendwann bleibt die hängen. Wer dort sitzt muss trinken. Das Spiel ist beendet, wenn jemand in den Ventilator bricht. Ist Gott sei dank noch nie passiert, weshalb eine Partie über Stunden dauert, bis wirklich alle die Schnauze voll haben.

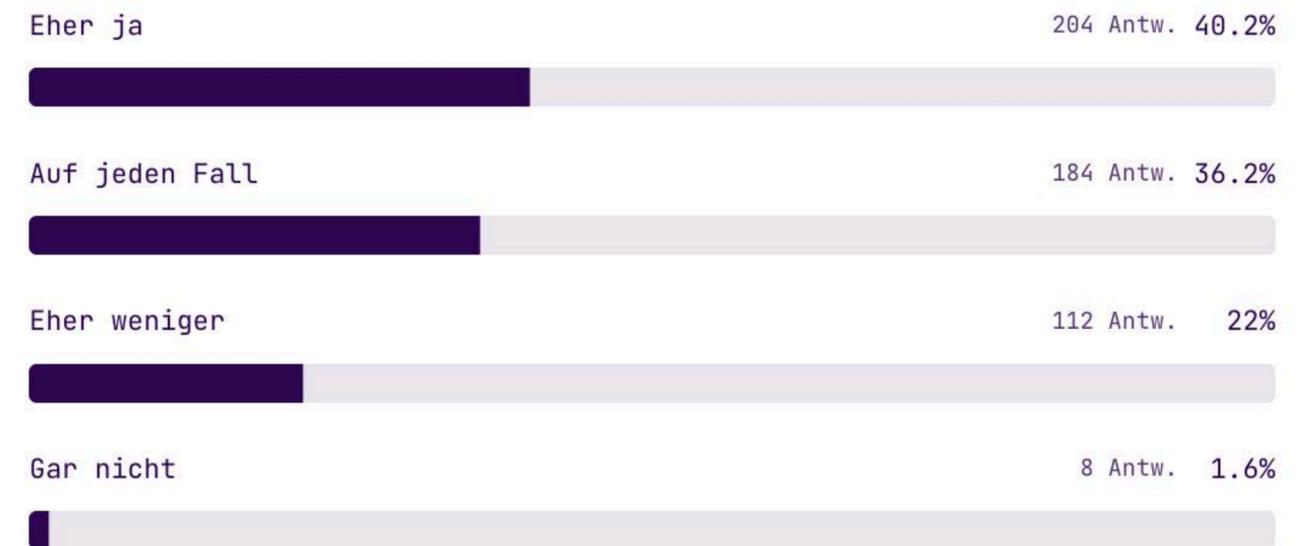


Wie versteht ihr euer Festival innerhalb der Festivallandschaft?





Fühlst du dich als ein Teil der Festivalbranche?





Hast du ein eigenes Netzwerk an Veranstaltenden außerhalb deines Teams?



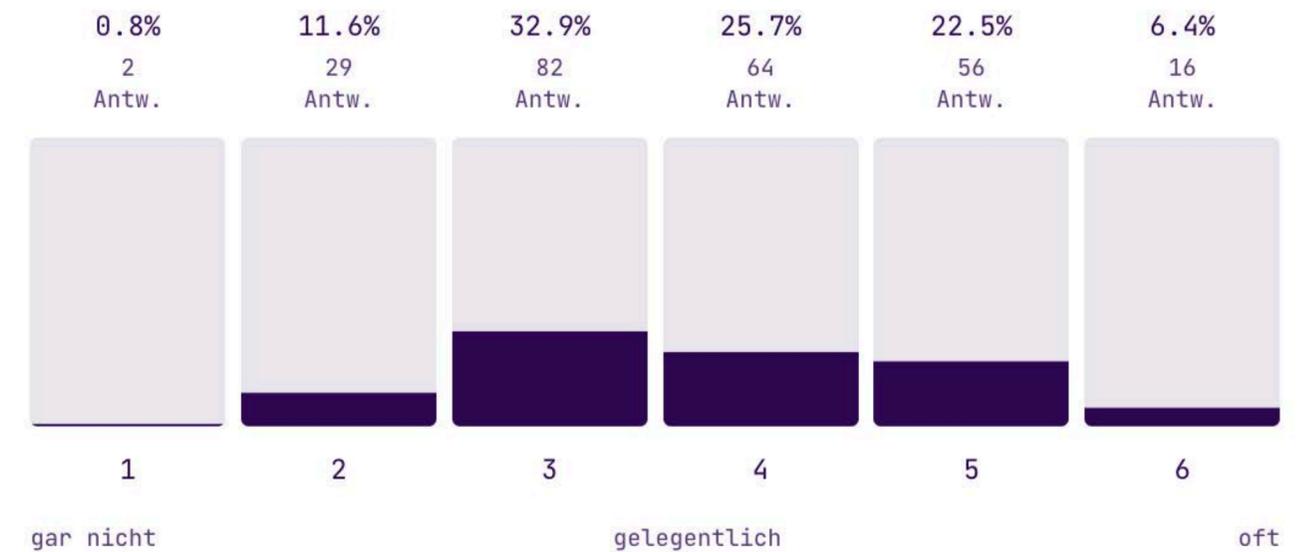


Wie häufig tauschst du dich mit anderen Veranstaltenden aus?

Frage wurde nur gestellt, wenn Festivalschaffende zuvor angegeben haben, dass sie ein Netzwerk an Veranstaltenden ausserhalb des eigenen Teams haben.

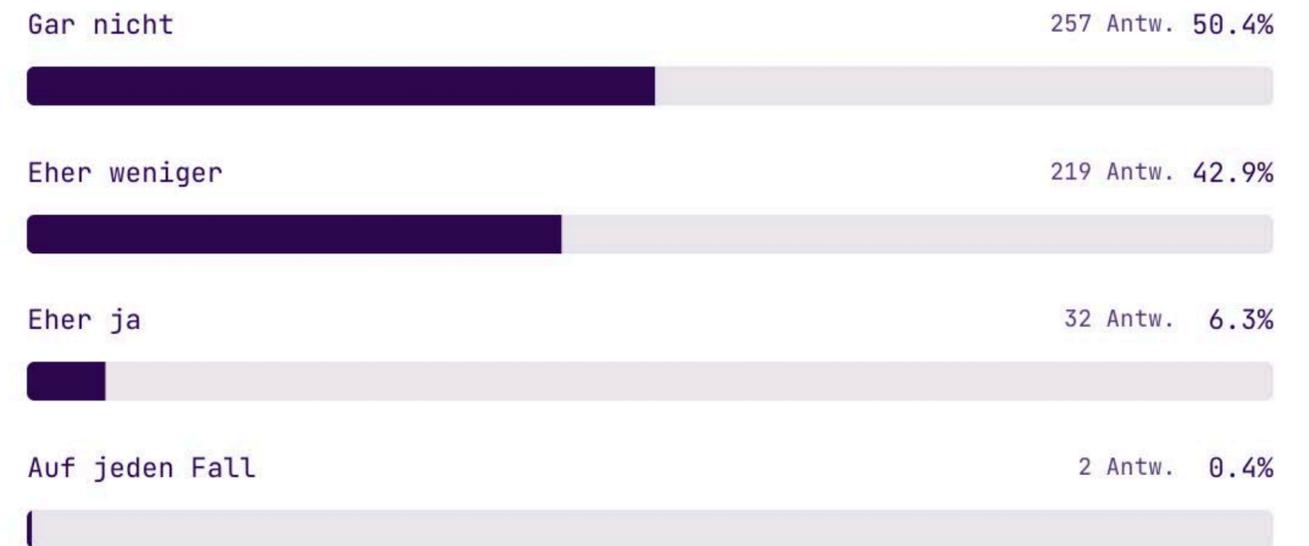
3.8

Durchschnittliche Bewertung



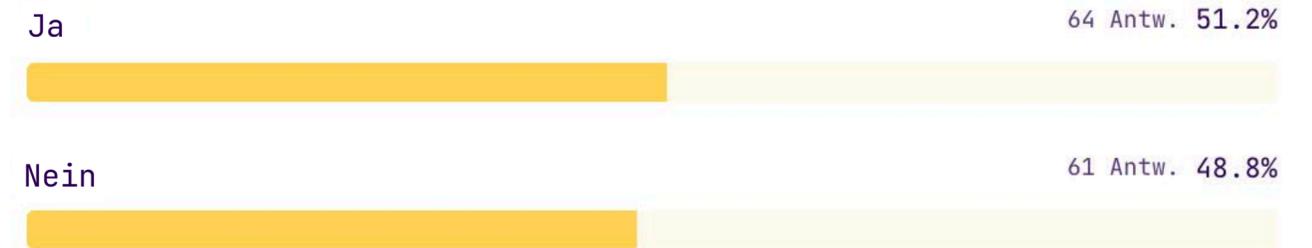


Hast du das Gefühl in deinem Team herrscht ein starkes Konkurrenzdenken gegenüber bestimmten anderen Festivals?





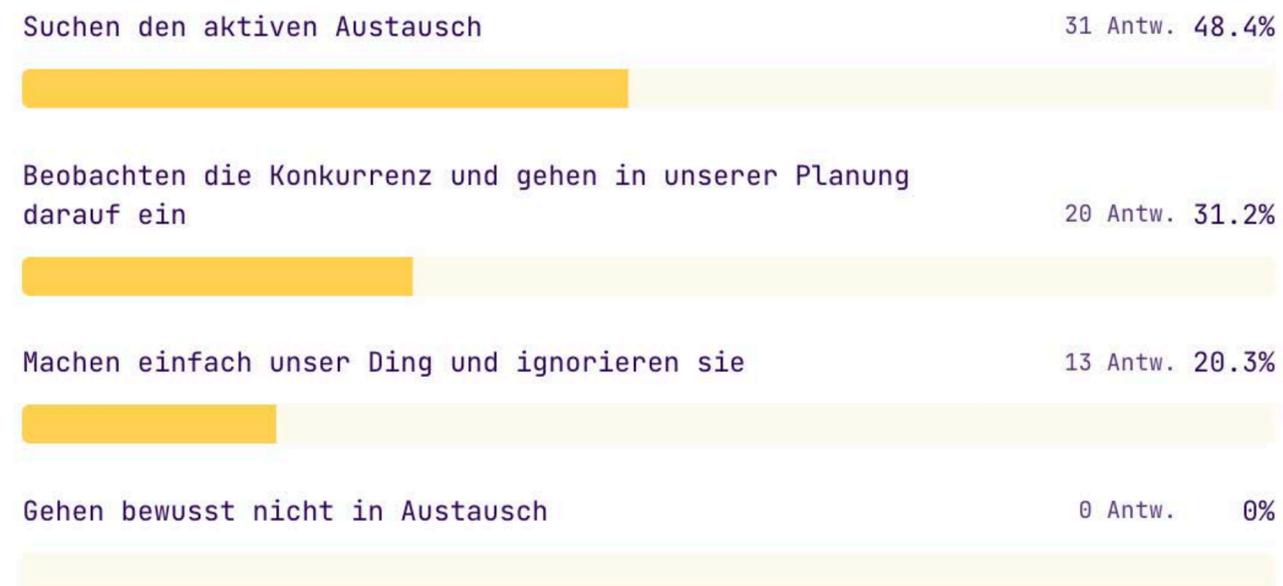
Gibt es Festivals die eine Konkurrenz für euch darstellen?





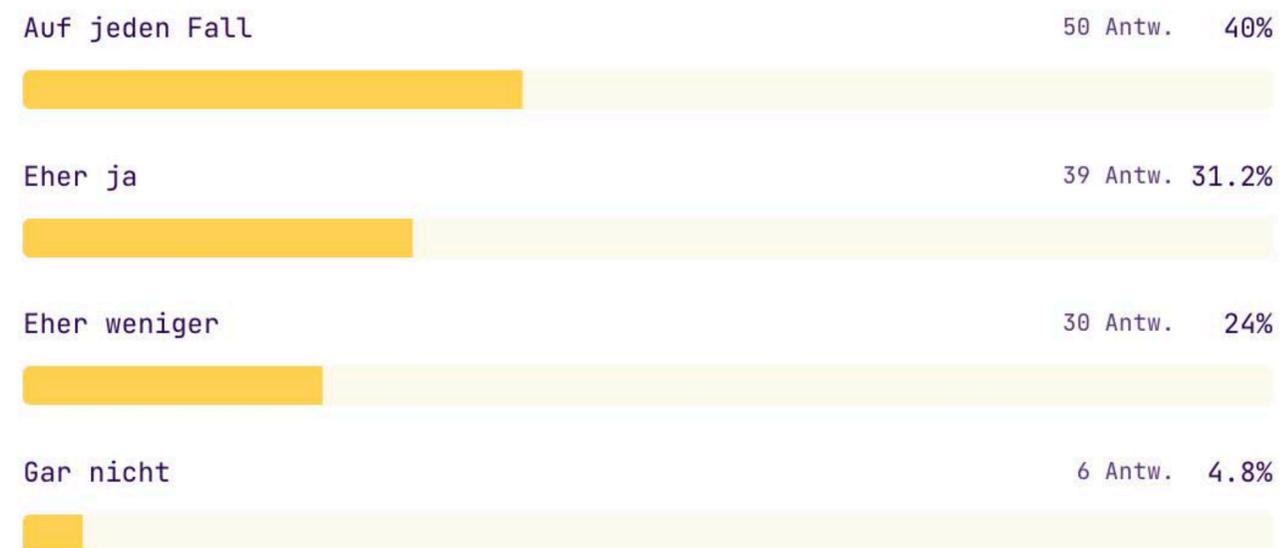
Wie geht ihr mit dieser Konkurrenz um?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, dass es Festivals gibt, die eine Konkurrenz für sie darstellen.





Arbeitet ihr aktiv mit anderen Festivals zusammen?





Könnt ihr uns einen Einblick geben was für Synergien und Vorteile aus der Zusammenarbeit entstanden sind?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, aktiv mit anderen Festivals zusammen zu arbeiten.

Gemeinsame Nutzung der Infrastruktur. Personal. Mehr Reichweite. Know How. Mit allem einhergehend: Synergien in der Kostenstruktur

Ohne die Synergien würde es unser Festival nicht geben.

Wir sehen uns als Testlabor für andere Festivals. Das heißt, wir probieren Dinge im Nachhaltigkeitsbereich aus und hoffen, dass andere Festivals dadurch inspiriert werden, es uns gleich zu tun. Dazu gehen wir auch in den Austausch mit anderen Festivals.

Hochoffizielle Heiratsanträge auf der Mainstage, Wechselseitiges Outsourcing von Teilprojekten (Bierwagen, Crewverpflegung, Elektroteam u. ä.)



Warum seid ihr bisher keine Zusammenarbeit mit anderen Festivals eingegangen?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, nicht mit anderen Festivals zusammen zu arbeiten.

[ALLE AUSSAGEN ZU FEHLENDER ZUSAMMENARBEIT → LINK](#)

Wir sind ne kleine Nummer und versuchen daher eher, terminlich der größeren Konkurrenz aus dem Weg zu gehen.

Keine Kapazitäten in der Crew

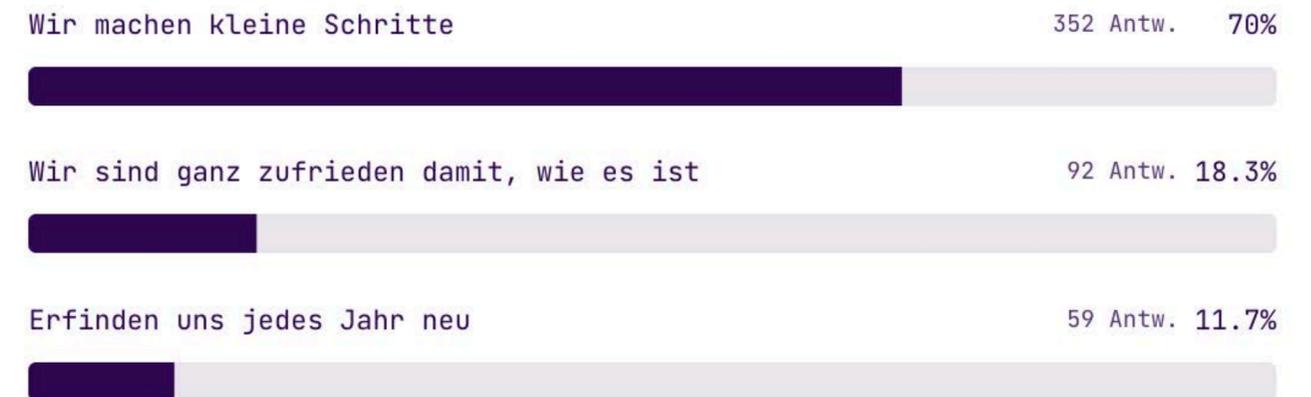
Wir hatten dafür noch keine Zeit bzw. ein geeignetes Festival gefunden. Wir würden aber gern!

Fehlende Kontakte

Weil wir bisher einfach zu jung und mit uns selber beschäftigt waren :) Uns gibt es erst seit 2020 und sind in diesem Jahr das erste Mal ohne wirkliche Corona-Auflagen gestartet - da mussten wir uns erstmal selber sortieren. Allerdings freuen wir uns riesig, dass wir mit höme einen Ort gefunden haben, durch den wir in Zukunft hoffentlich in Kontakt mit anderen Festivals treten können.

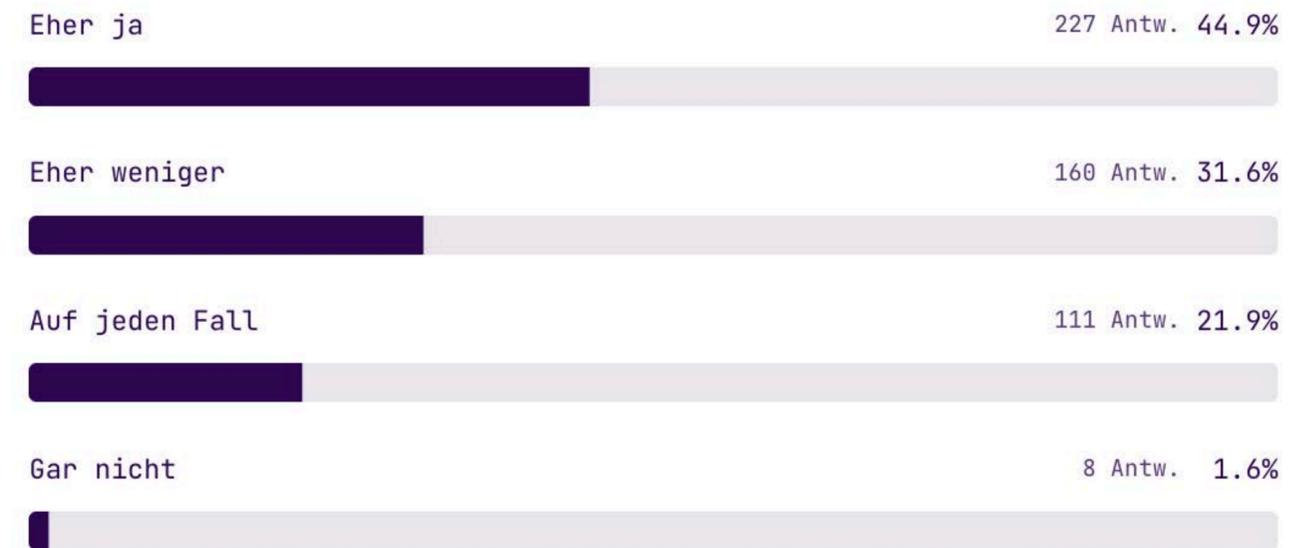


Hast du das Gefühl ihr erfindet euch als Festival jedes Jahr neu oder haltet ihr eher an Bestehen-dem fest?





Würdest du euer Festival als innovatives Festival einordnen?

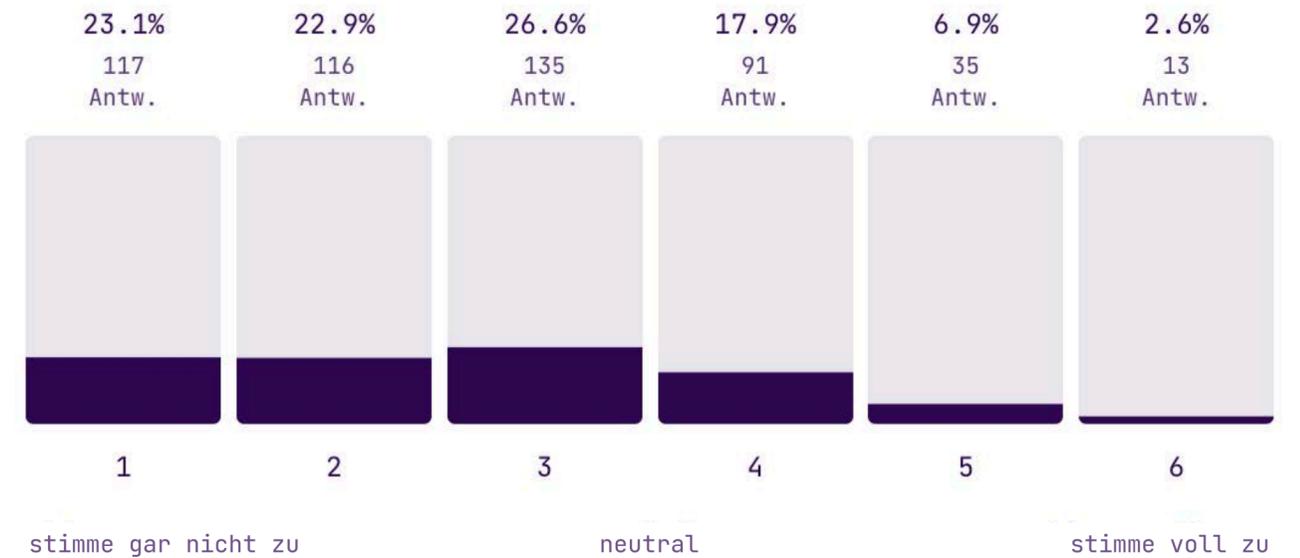




Festivals sind Teil des Problems der weltweiten Klimakrise.

Was denkst du zu folgender These?

2.7 Durchschnittliche Bewertung

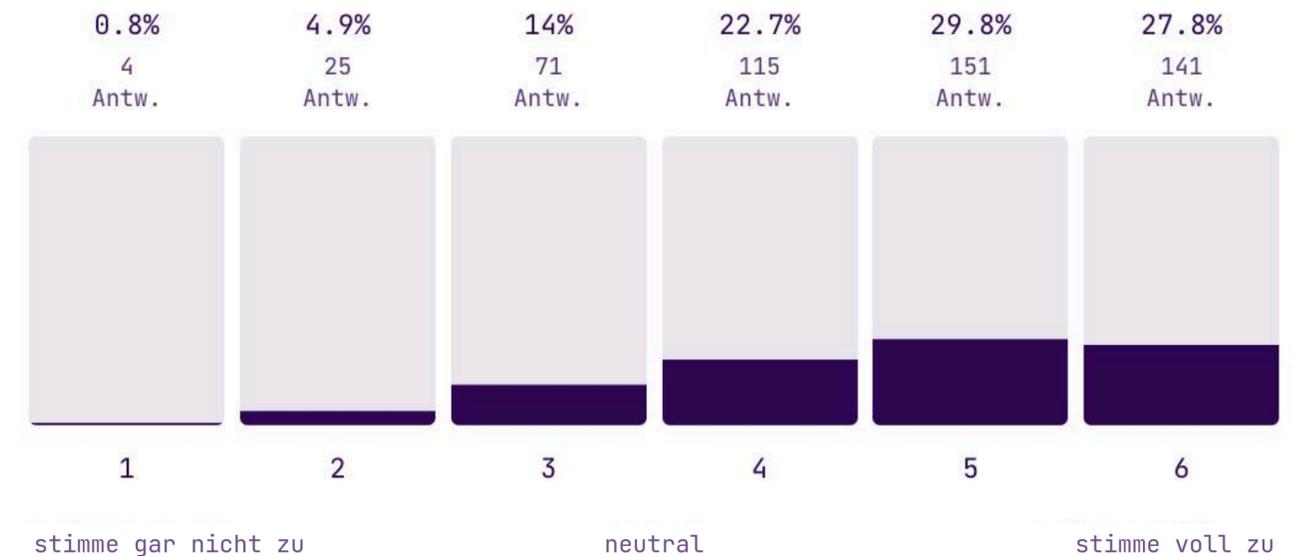




Wir haben einiges in die Wege geleitet, um uns als Festival zu hinterfragen, wie wir nachhaltiger sein können.

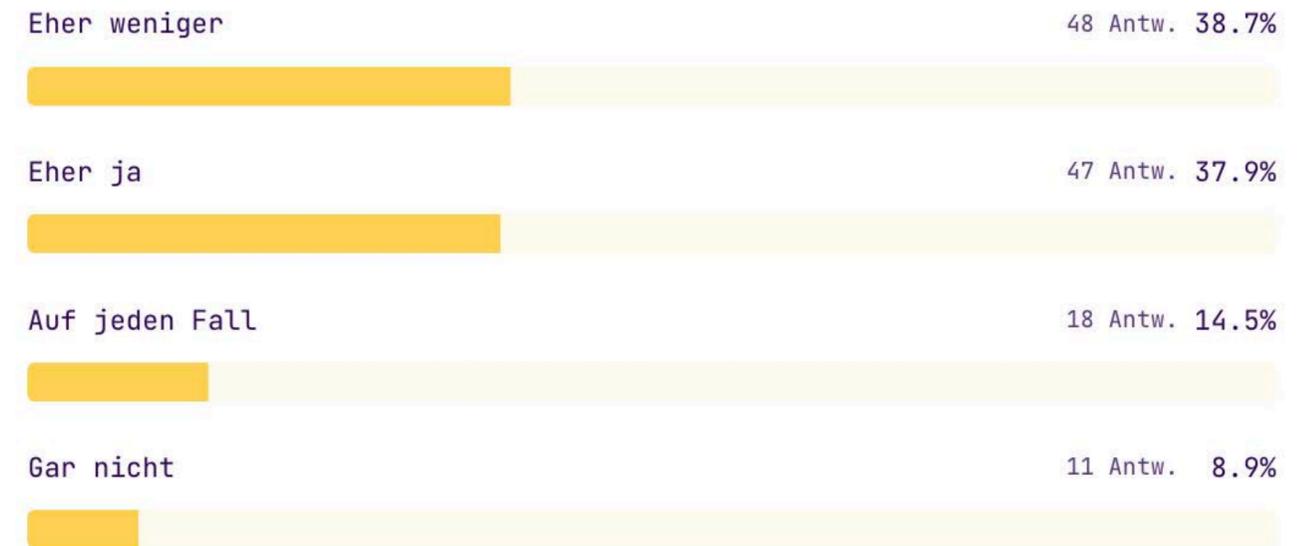
Was denkst du zu folgender These?

4.6 Durchschnittliche Bewertung





Sind in eurem Team ausreichend Kapazitäten für das Thema ökologische Nachhaltigkeit eingeteilt?

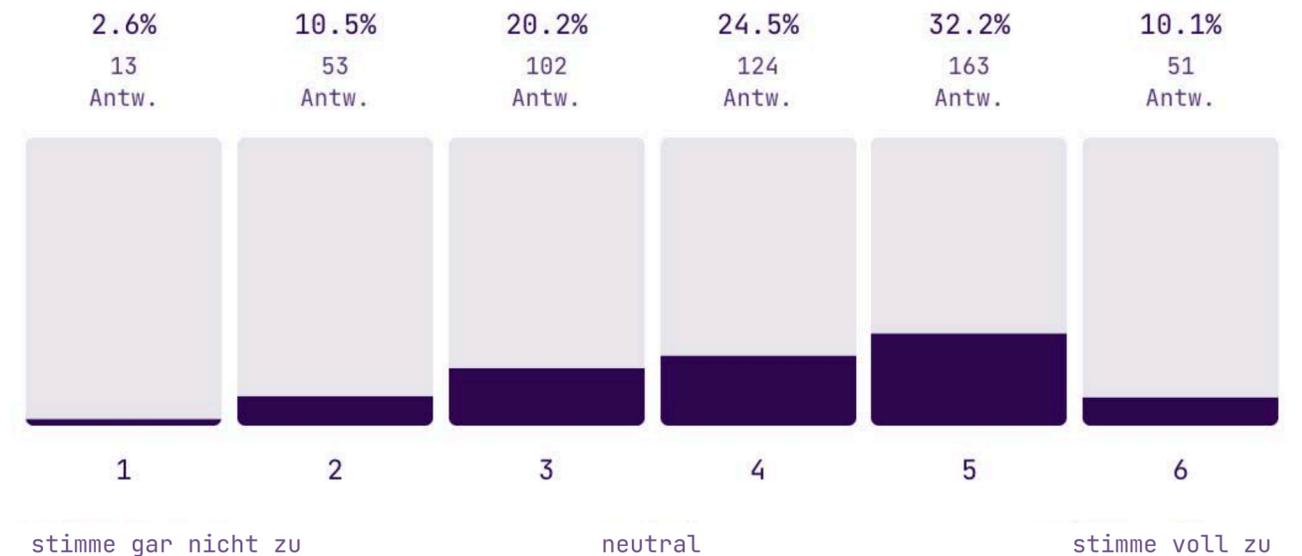




In meiner Arbeit setzte ich regelmäßig die Nachhaltigkeits- brille auf und hinterfrage ob meine Vorgehensweise möglichst nachhaltig ist.

Was denkst du zu folgender These?

4.0 Durchschnittliche
Bewertung



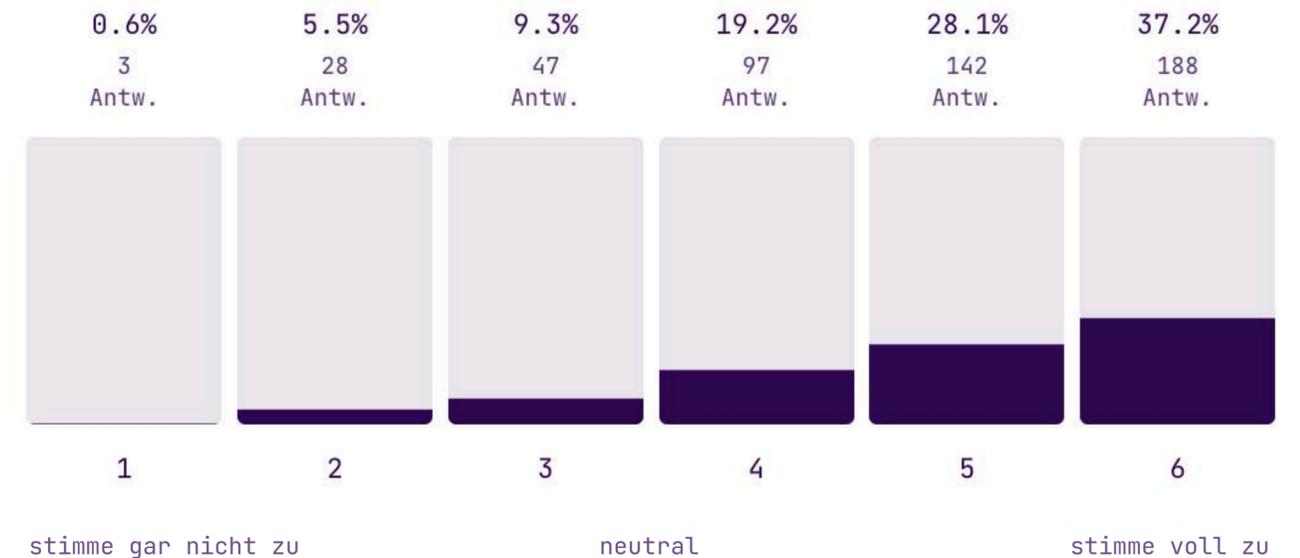


Festivals sind Orte, die gesellschaftlich etwas verändern können und die Chance haben Menschen zu relevanten Themen aufzuklären.

Was denkst du zu folgender These?

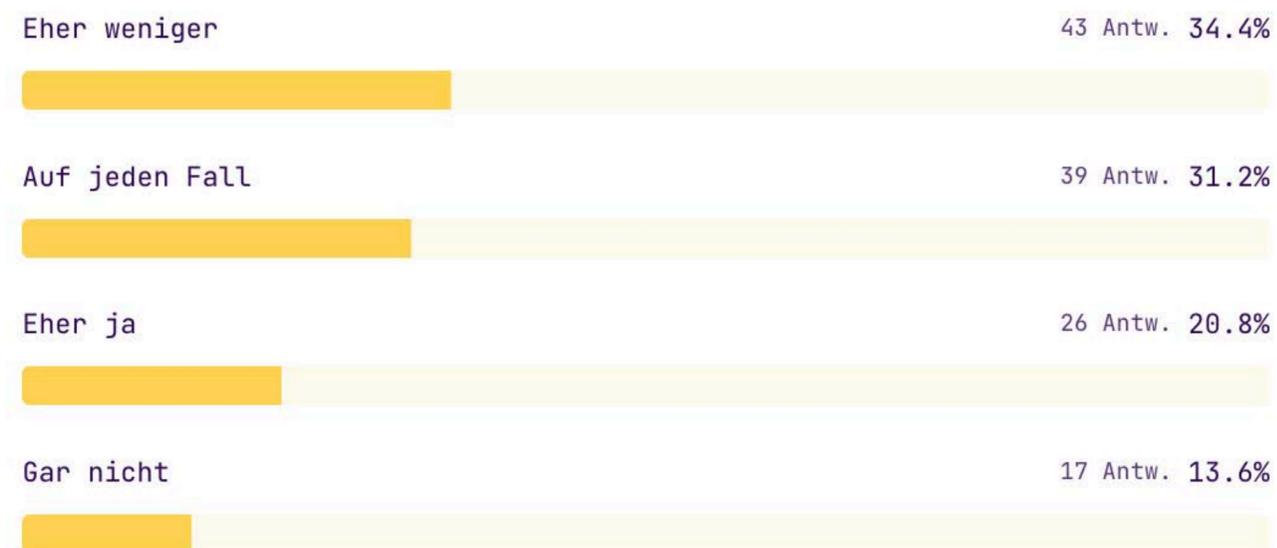
4.8

Durchschnittliche Bewertung





Nutzt ihr euer Festival als Ort um Bildungsarbeit zu betreiben und eure Besuchenden zu relevanten Themen unserer Gesellschaft aufzuklären?





Wie nutzt ihr euer Festival für Bildung und Aufklärung?

[ALLE AUSSAGEN ZU BILDUNG & AUFKLÄRUNG → LINK](#)

ein Thema bildet die programmatische Klammer und wirft spielerisch gesellschaftlich relevante Fragen auf; Lesungen, Talks, Spiele, Infostände und Workshops sowie künstlerische Positionen in Kunstwerken & Performances

- auf den Panel-Runden (Themenwahl auf der Wortbühne) und es wird auch bei Lesenden auf einen aktuellen Bezug geachtet
- Wir informieren über Mülltrennung und Nachhaltigkeit in unserem Begleitheft wie auch in der App und auf der Webseite - bezogen auf das Festival, was aber auch auf die eigene Heimat bezogen werden kann.
- Im Rahmen eines Projektkurses mit dem lokalen Gymnasium nehmen wir jedes Schuljahr zwischen 5 und 25 Schüler*innen an die Hand und zeigen ihnen, wie ehrenamtlich ein gemeinnützige Festival organisiert werden kann - und das auch nachhaltig.

Zusammenarbeit mit Bildungsträgern zu Energie, Ernährung, Verkehrswende; Farblabor zur Förderung der Kreativität der Kinder

krise personalmangel



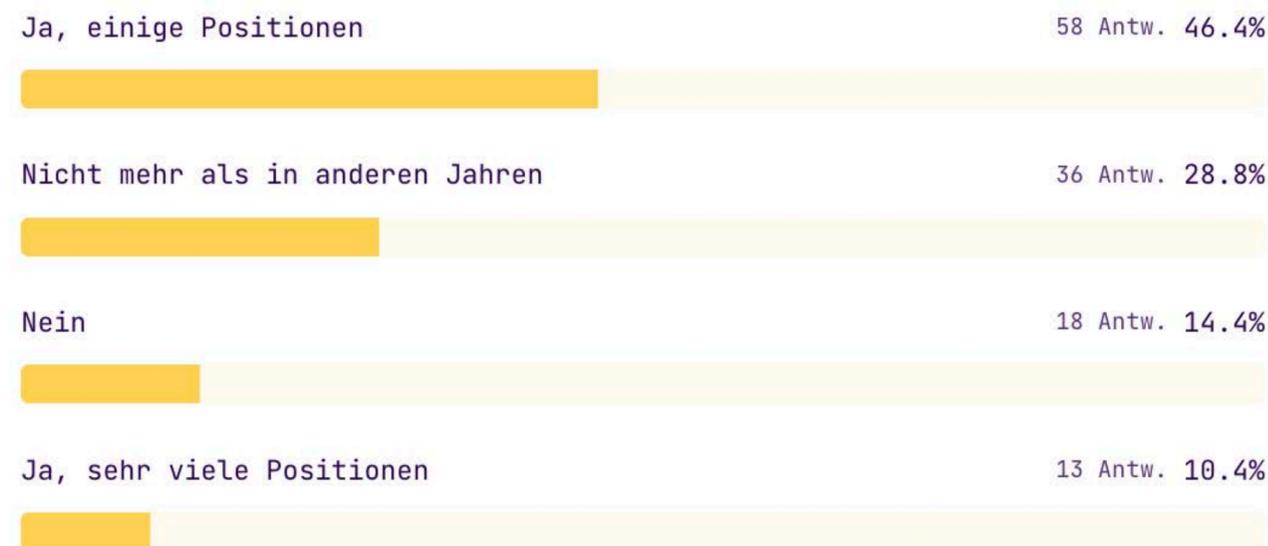


vorschau

- 56% der befragten Festivals geben an, dass in ihren Teams während der letzten zwei Jahre einige oder sehr viele Positionen weggebrochen sind.
- 51% hatten Probleme diese Positionen neu zu besetzen.
- Am schwierigsten war es in den Bereichen Marketing / PR, Produktion, Volunteers, Finanzen / Backoffice und Gastronomie Positionen neu zu besetzen.
- 50% der Befragten konnten beobachten, dass es durch z.B. weniger Personal und eine höhere Arbeitsbelastung zu mehr Chaos, Fehlern oder Ausfällen in der Produktion kam. Die Festivalleitung scheint diese Wahrnehmung nicht ganz zu teilen, hier gaben weniger Befragte als in den Teams an, dass es zu mehr Chaos, Fehlern oder Ausfällen kam.
- Nur 33% der Festivals geben an, Strategien erarbeitet zu haben, um Nachwuchs fürs Orga-Team zu gewinnen.



Sind während der letzten zwei Jahre in eurem Team Positionen weggebrochen die neu besetzt werden mussten oder müssen?

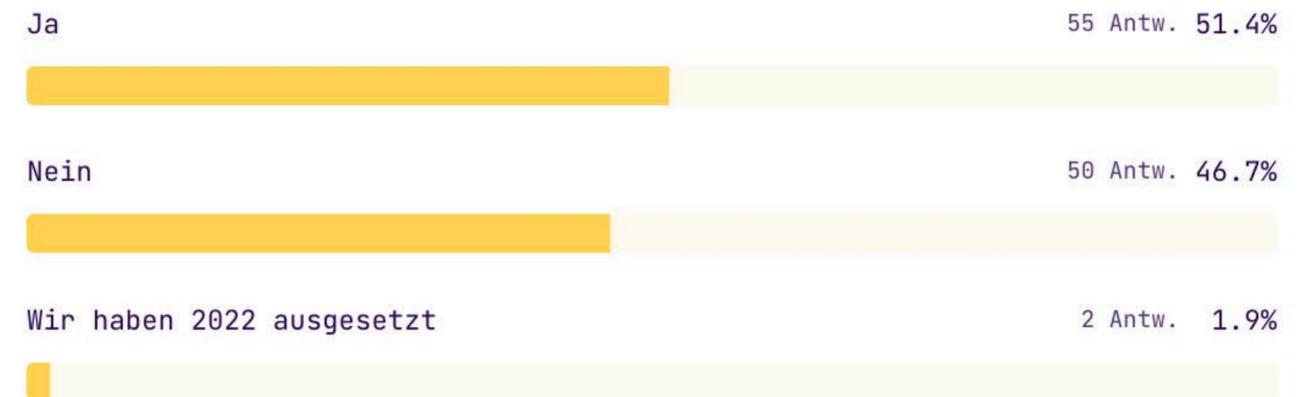




Hattet ihr dieses Jahr über längere Zeit hinweg Probleme, gewisse Positionen im Team zu besetzen?

Nicht in Bezug auf Dienstleistende

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die zuvor angegeben haben, dass Positionen im Team neu besetzt werden mussten.





In welchen Bereichen war es schwierig im Team gewisse Positionen zu besetzen?

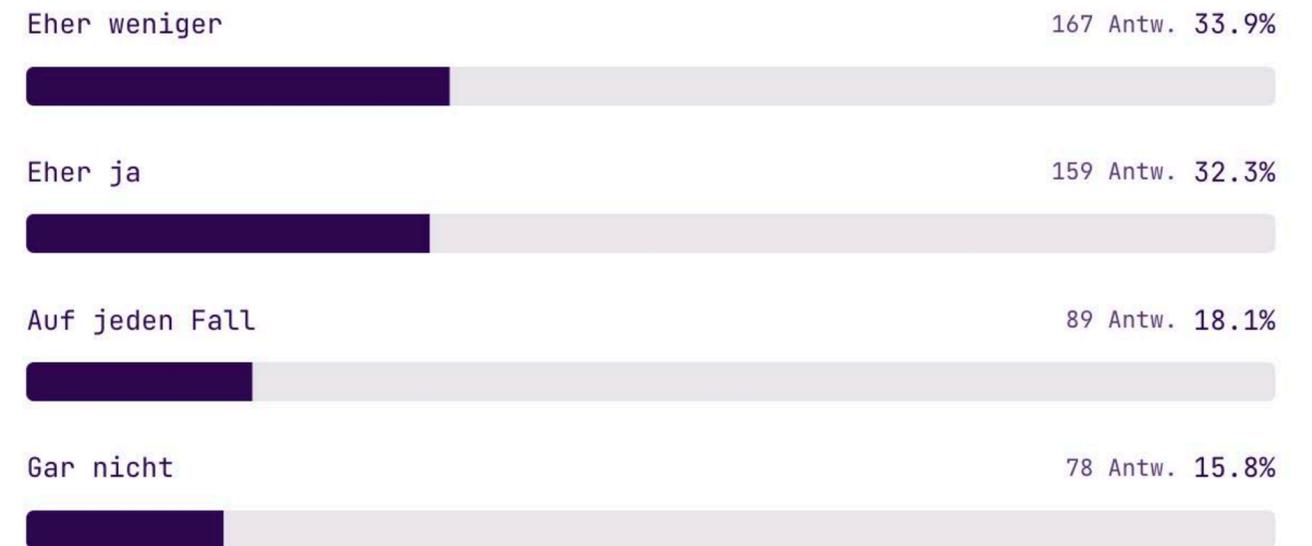
Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, Probleme mit der Besetzung von gewissen Positionen gehabt zu haben.





Konntest du feststellen, dass es durch z.B. weniger Personal und eine höhere Arbeitsbelastung zu mehr Chaos, Fehlern oder Ausfällen in der Produktion kam?

Dieses Jahr, im Vergleich zu der Zeit vor der Pandemie



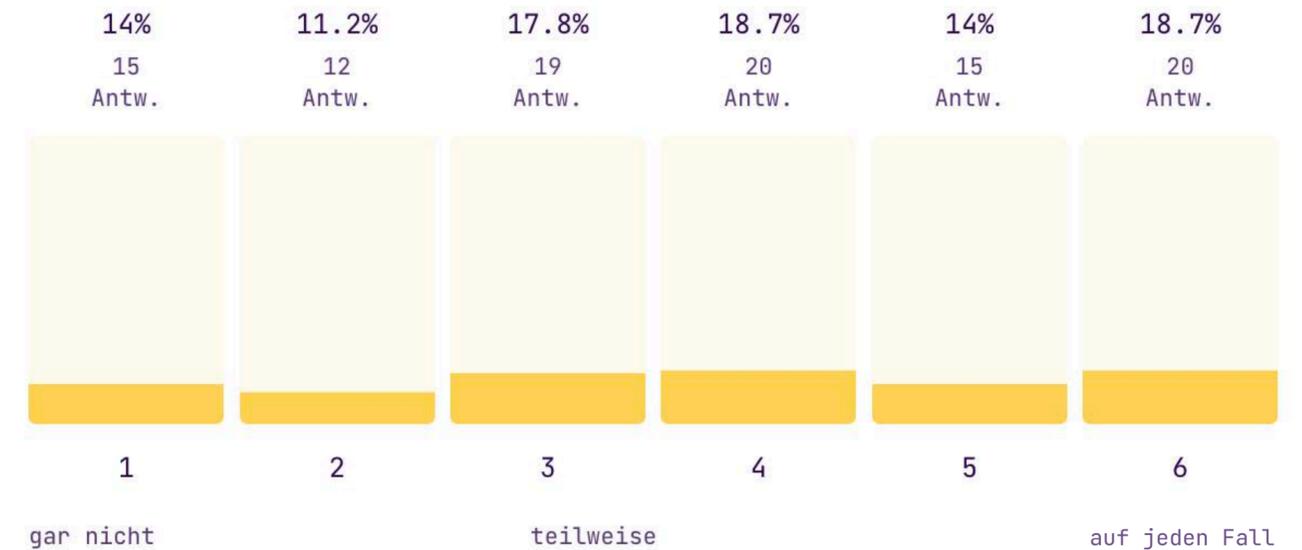


Konntet ihr beobachten, dass es durch personelle Probleme und eine höhere Arbeitsbelastung zu mehr Chaos, Fehlern, oder Ausfällen in der Produktion kam?

Dieses Jahr, im Vergleich zu der Zeit vor der Pandemie

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, Probleme mit der Besetzung von gewissen Positionen gehabt zu haben.

3.5 im Durchschnitt





Was sind eure Rückschlüsse aus dieser Saison für die Teambesetzung nächsten Jahres?

[ALLE AUSSAGEN ZU RÜCKSCHLÜSSEN DER TEAMBESETZUNG → LINK](#)

Gewisse Bereiche müssen wir organisatorisch ausgliedern (zB Parkplatzbewirtschaftung), andere langfristig personell stärken und effizienter planen. Kommunikation stärken.

- Schaffung von Rollenklarheit im Kernorgateam um Prozesse zu verschlanken.
- Darauf achten, dass Ehrenamt nicht überzustrapazieren und auf Freiberufler zurückgreifen

- neue Personen onboarden, bessere Wissensweitergabe (nachhaltiger)
- Dilemma zwischen Basisdemokratie und Effizienzsteigerung
- Diversität steigern

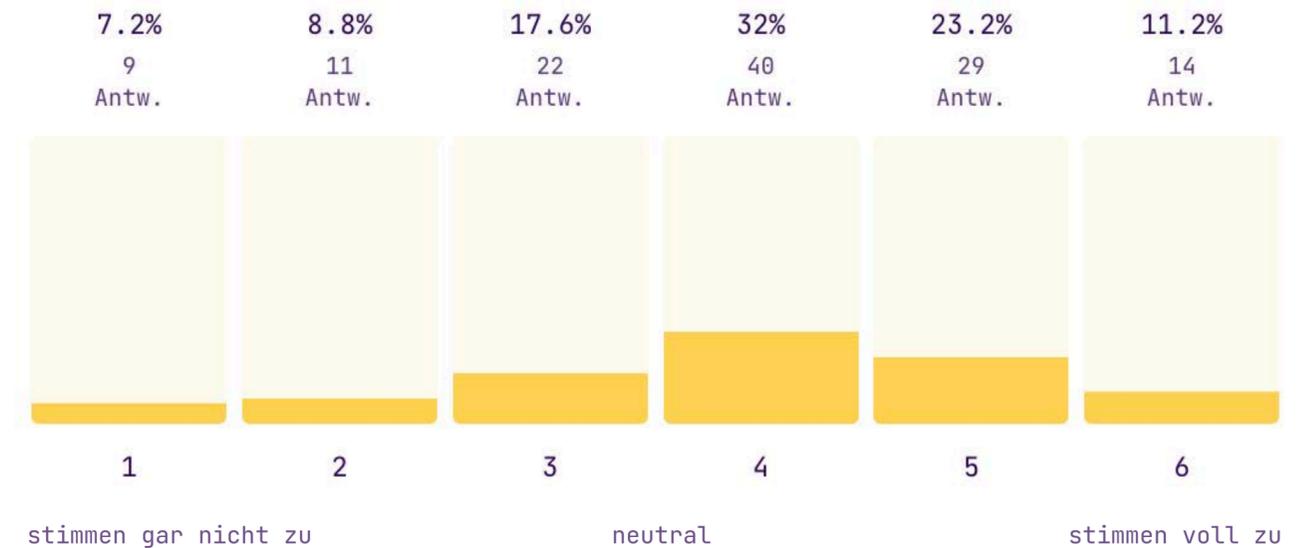
Wir können unsere Rückschlüsse gar nicht umsetzen, weil es überhaupt keine Alternativen gibt. Im wesentlichen machen wir jetzt viel mehr selbst (und sind überlastet).



Personalmangel wird in der kommenden Saison eine große Herausforderung für uns sein.

Was denkt ihr über folgende These?

3.9 Durchschnittliche Bewertung





Habt ihr langfristige Strategien erarbeitet um Nachwuchs für euer Orga-Team zu gewinnen?





Erzählt uns von euren Ideen, wie ihr neue Personen für das Orga-Team gewinnt. Geht ihr besondere Wege?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben langfristige Strategien für die Gewinnung von Nachwuchs fürs Team zu haben.

[ALLE AUSSAGEN ZUR REKRUTIERUNG → LINK](#)

Talent Scouting während des Festivals.

Schulkooperationen: Wir sind ein Unterrichtsfach!

Wir laden Helfende ein, ihre Kinder mitzubringen. Dafür haben wir einen extra Orga-Kindergarten.

Gratis-Karten an Absolvent*innen (z.B. Abitur).

Zusammenarbeit mit Jugendzentren und mit Kreisjugendringen.



resilienz

entscheidungsprozesse



vorschau

- 78% der Befragten geben an, dass es in ihren Teams vereinzelte Personen gibt, die den Großteil der relevanten Entscheidungen treffen.
- 87% der Befragten geben an, dass ihre Teamstrukturen es zulassen, dass sie selbst freie Entscheidungen für ihren Bereich treffen können.
- 13% geben an, dass sie regelmäßig das Gefühl haben, in ihren Teams etwas verändern zu wollen, dies aber nicht zugelassen wird. 26% haben dieses Gefühl punktuell, 5% sehr häufig oder immer.
- Bei Festivals, die als Kapitalgesellschaften organisiert sind, kommt es am häufigsten vor, dass Veränderungen nicht zugelassen werden / nicht möglich sind.



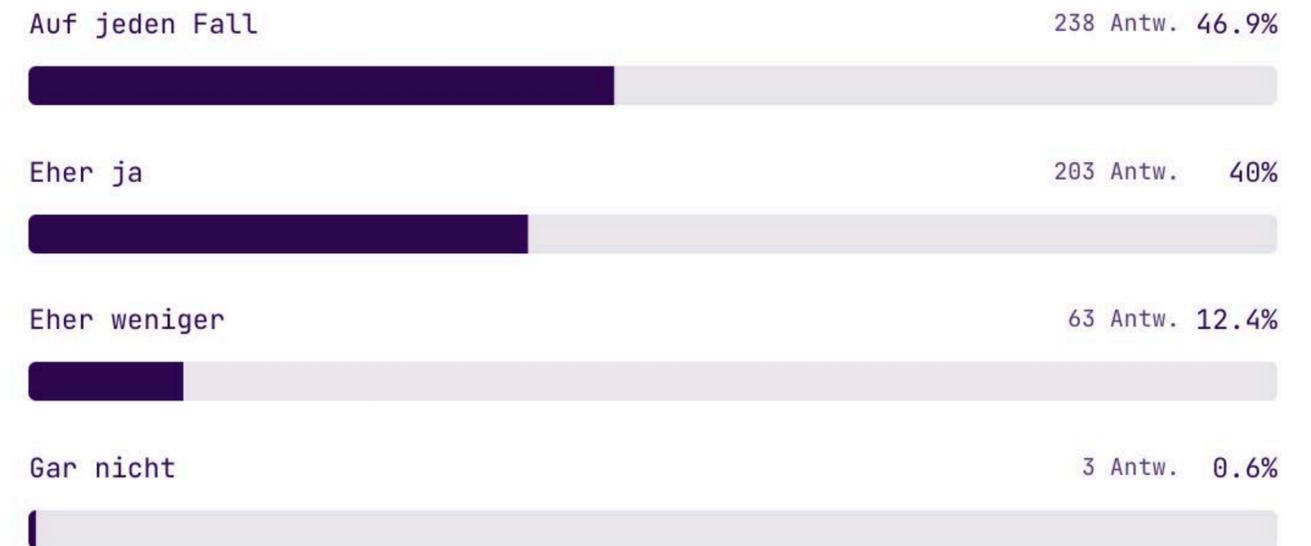
**Gibt es bei euch
vereinzelte
Personen, die
den Großteil der
relevanten
Entscheidungen
treffen, die das
Team
entsprechend
ausführt?**





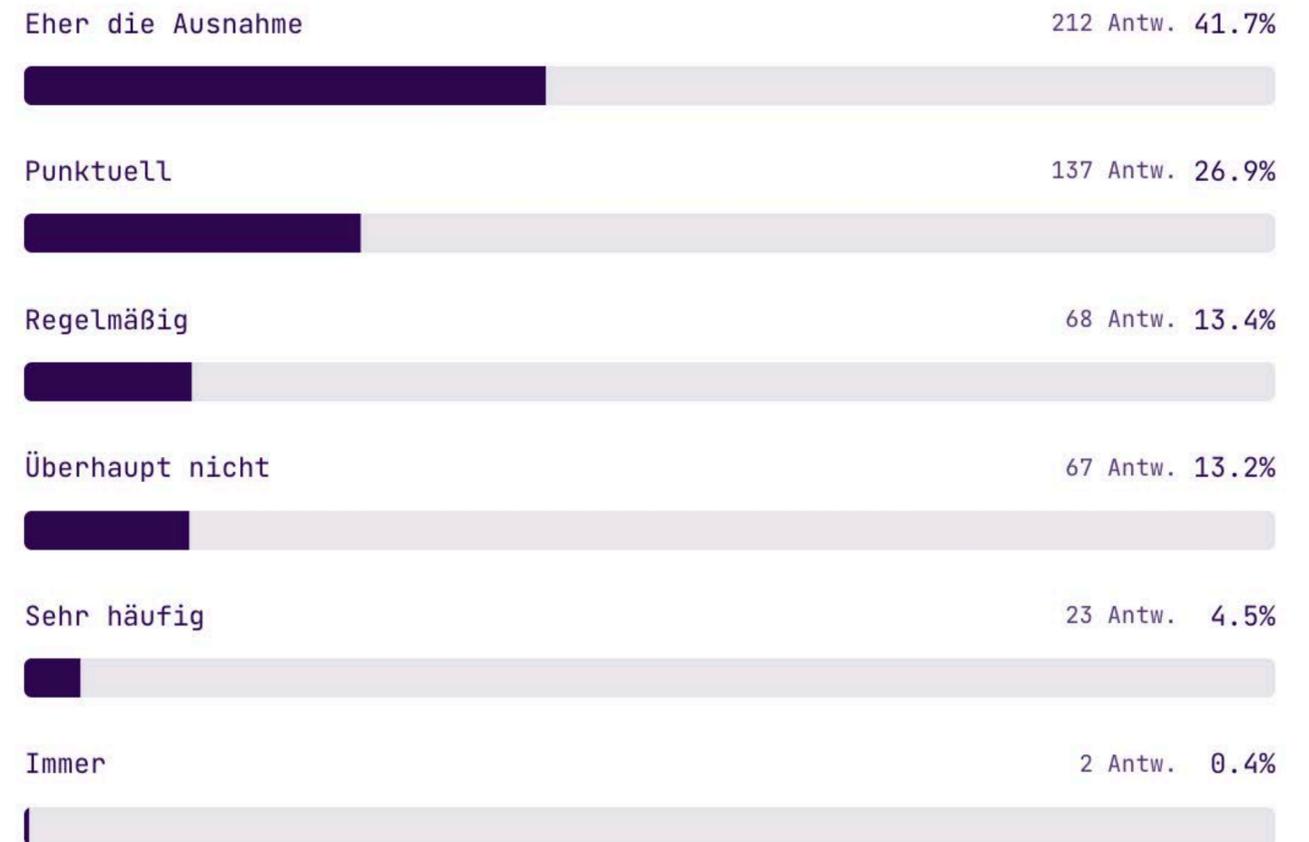
Lässt die Struktur eures Teams zu, dass du selbst freie Entscheidungen für deinen Bereich treffen kannst?

z.B. ohne Feedbackschleifen durchlaufen zu müssen, freies Arbeiten mit Budget, etc.





Wie oft hast du das Gefühl, dass du gerne Dinge verändern wollen würdest, aber es innerhalb des Teams nicht zugelassen wird/möglich ist?





Was würdest du sagen, woran scheitern die Dinge die du gerne verändern würdest?

Frage nur an Befragte, die das Gefühl haben, dass immer oder sehr häufig Dinge die sie verändern wollen innerhalb des Teams nicht zugelassen werden/möglich sind.

[ALLE AUSSAGEN ZUM SCHEITERN VON VERÄNDERUNGEN → LINK](#)

Chef verlangsamt Prozesse, gibt Dinge nicht aus der Hand

Unterschiedliche Meinungen, schwierige Teamfindung

Es nimmt keiner final in die Hand und treibt Ideen voran. Bzw. sind es oft zu viele Ideen oder zu große Aufgaben, sodass sie nicht zu schaffen sind, wenn man nicht genug Zeit hat.

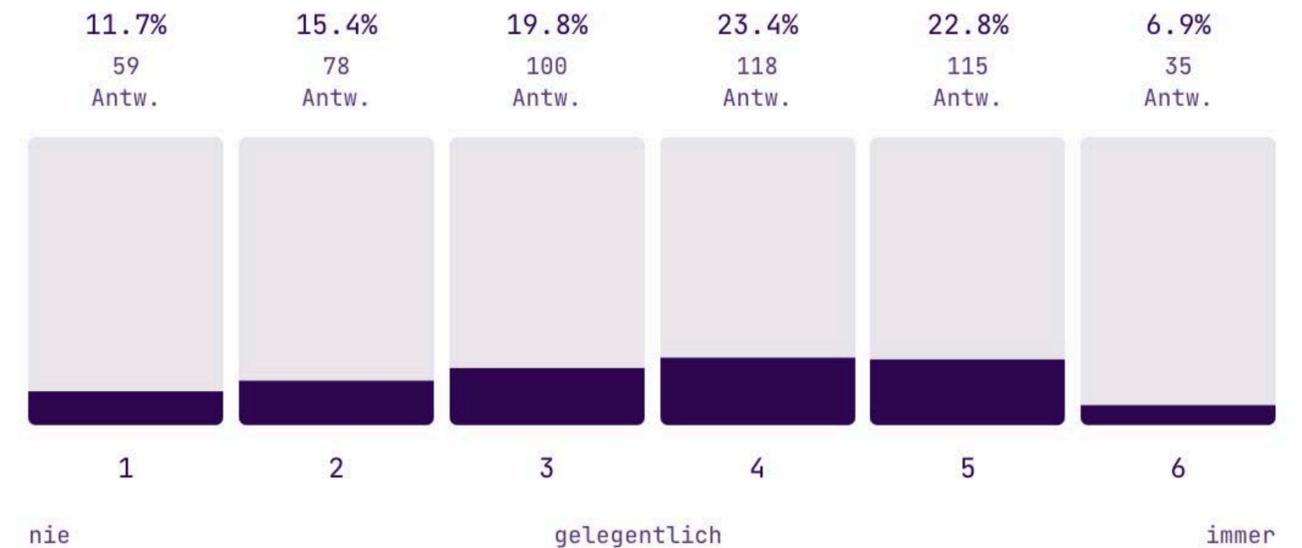
zu wenig Budget



Gibt es Phasen in deiner Arbeit in denen du Daten zu Hilfe ziehst, um etwas zu konzipieren oder Entscheidungen zu treffen?

z.B. Daten aus App, Ticketing, Umfragen, externe Quellen wie Spotify oder Statista

3.5 Durchschnittliche Bewertung





Welche Quellen/ Daten nutzt du und was gestaltest du damit?

Frage wurde nur angezeigt, wenn Befragte zuvor angegeben haben, dass sie gelegentlich oder immer Daten zu Hilfe ziehen.

[ALLE AUSSAGEN ZU QUELLEN & DATEN → LINK](#)

Besuchenden Umfrage und Helfenden Umfrage

Ich nutzte Daten aus den letzten Jahren um mich bei meiner Arbeit zu orientieren. Wie zum Beispiel bei Getränkeeinkauf oder auch bei der Höhe von Förderungen. Ich nehme aber auch externe Daten zu Hilfe, zum Beispiel die Erfahrungen andere Kulturschaffender wenn es um für uns neue Bereiche geht.

In erster Linie natürlich unseren Ticketshop bzw. die Verkäufe. Aber auch durch Umfragen auf zb unsern Social Media Kanälen und auch gehen wir gerne in Gespräche mit der Gemeinde und den Menschen aus der Region.

Booking-Prozess: Spotify monatliche Streams, Instagram Follower, Youtube Views, Chart Listen etc



Woran liegt es, dass du selten bis nie Daten für deine Arbeit zu Hilfe ziehst?

[ALLE AUSSAGEN ZU ARBEIT OHNE DATEN → LINK](#)

Leider fehlt bei uns die Kenntnis darüber, welche Tools es dafür gäbe und oft kommen solche Dinge, wie Evaluation zu kurz.

Es fehlt die Zeit für Recherche

In meinem Bereich nicht nötig

Ich weiß nicht, wie ich an die Daten kommen könnte

Frage wurde nur angezeigt, wenn Befragte zuvor angegeben haben, dass nie Daten zu Hilfe ziehen.



communities **junge zielgruppen**



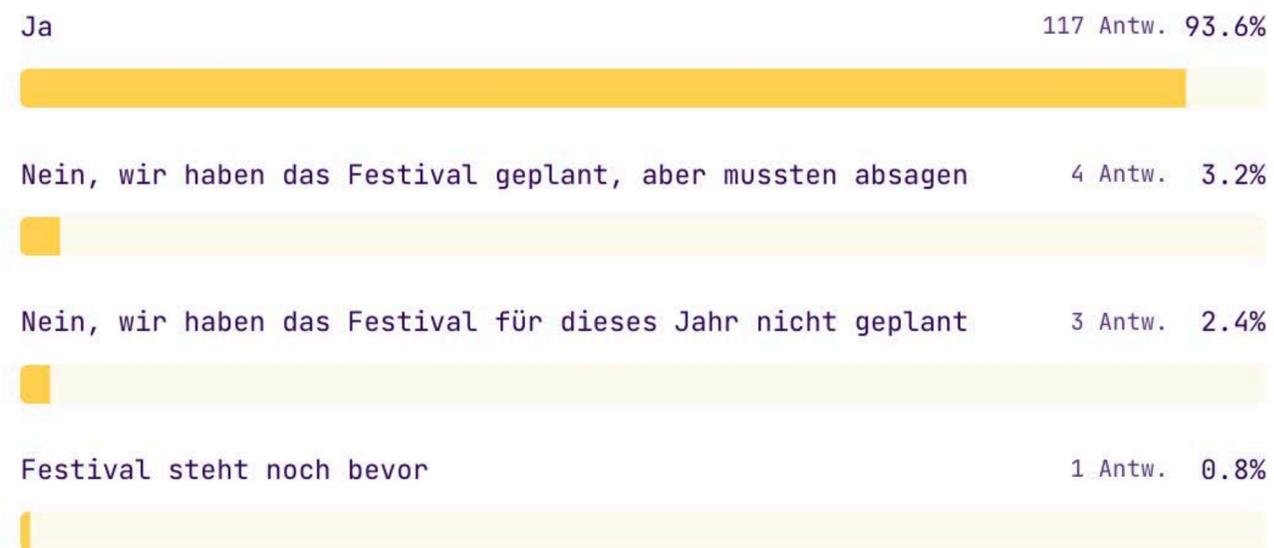


vorschau

- 73% der Befragten geben an, in den letzten zwei Jahren viele Maßnahmen getroffen zu haben, um Besuchenden trotz Krise an sich zu binden.
- 97% der Festivals geben an, dass ihr Festival einen hohen Anteil an wiederkehrenden Besuchenden hat. 85% sagen, dass Stammgäst*innen in dieser Saison einen positiven Einfluss auf ihre Verkäufe hatten.
- 76% der Festivals geben an, eine große und starke Community zu haben. Der Großteil der Festivals stimmt der These zu, dass Festivals die eine starke Community haben, in der kommenden Saison mehr Tickets verkaufen werden.
- 35% der Befragten geben an, die Bedürfnisse junger heranwachsender Generationen zu verstehen und daher auch für deren Bedürfnisse Festivals gestalten zu können.
- Der Großteil der Festivals gestaltet das Festival nicht komplett entlang der Bedürfnisse unserer Besuchenden.
- 17% geben an sich darauf vorbereitet zu fühlen auf die Bedürfnisse jüngerer Generationen einzugehen. 60% fühlen sich teilweise vorbereitet. 10% der Festivals sagen, dass junge Generationen nicht ihre Zielgruppe sind.
- 16% der Festivals geben an Strategien zu haben, um jungen Generationen zuzuhören. 50% haben teilweise Strategien. Festivals, die keine Strategien haben, um jungen Generationen zuzuhören, waren häufiger nicht ausverkauft als Festivals, als Festivals, die Strategien (teilweise) haben.

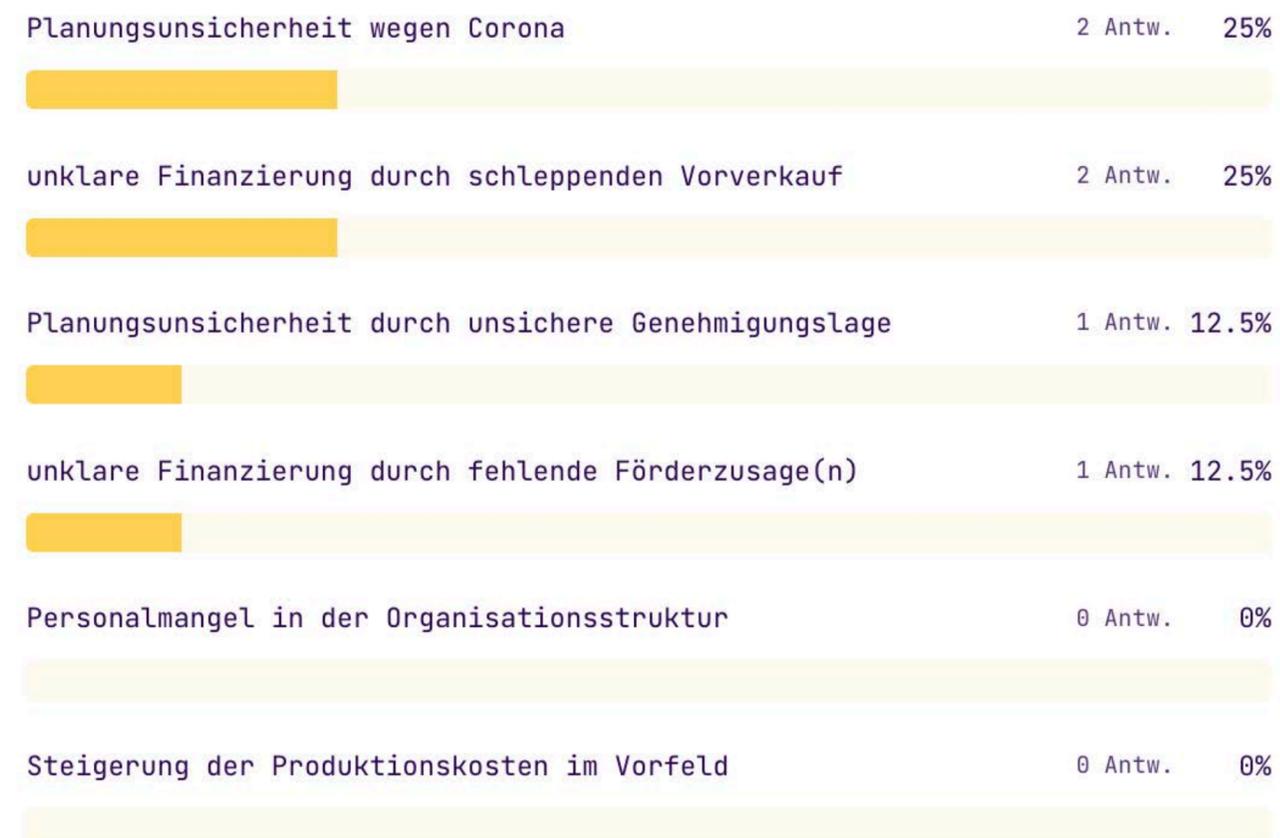


Ganz grundlegend: Habt ihr 2022 stattgefunden?





Warum hat euer Festival 2022 nicht stattgefunden?



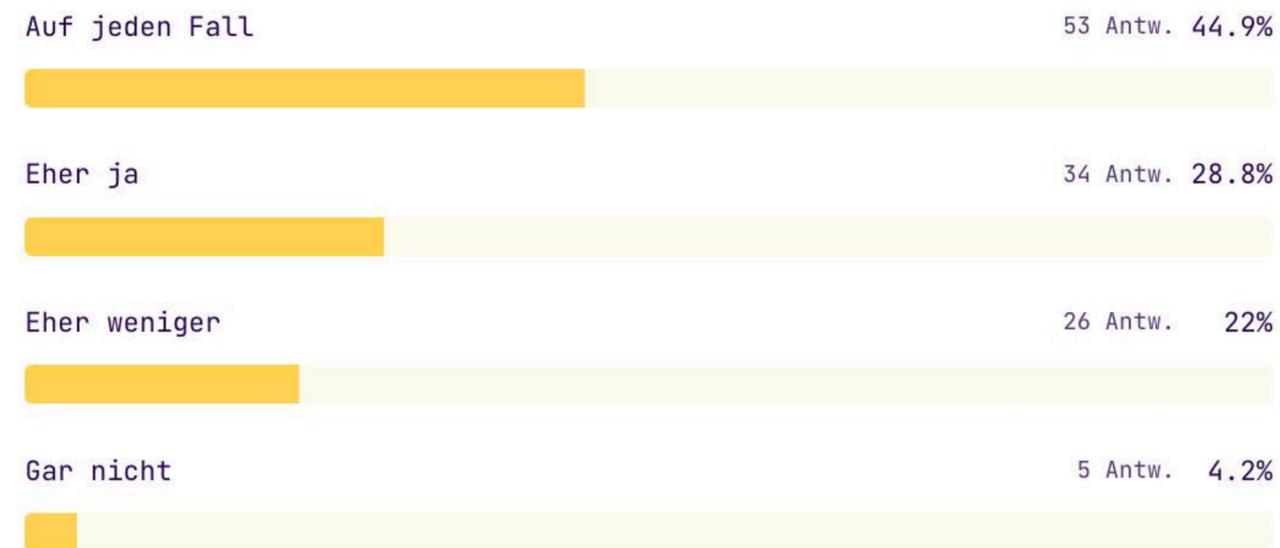
Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, 2022 nicht stattgefunden zu haben.



Habt ihr in den letzten zwei Jahren viele Maßnahmen getroffen, um eure Besuchenden trotz Krise an euch zu binden?

z.B. kleine Veranstaltungen & Projekte, starke ganzjährige mediale Präsenz

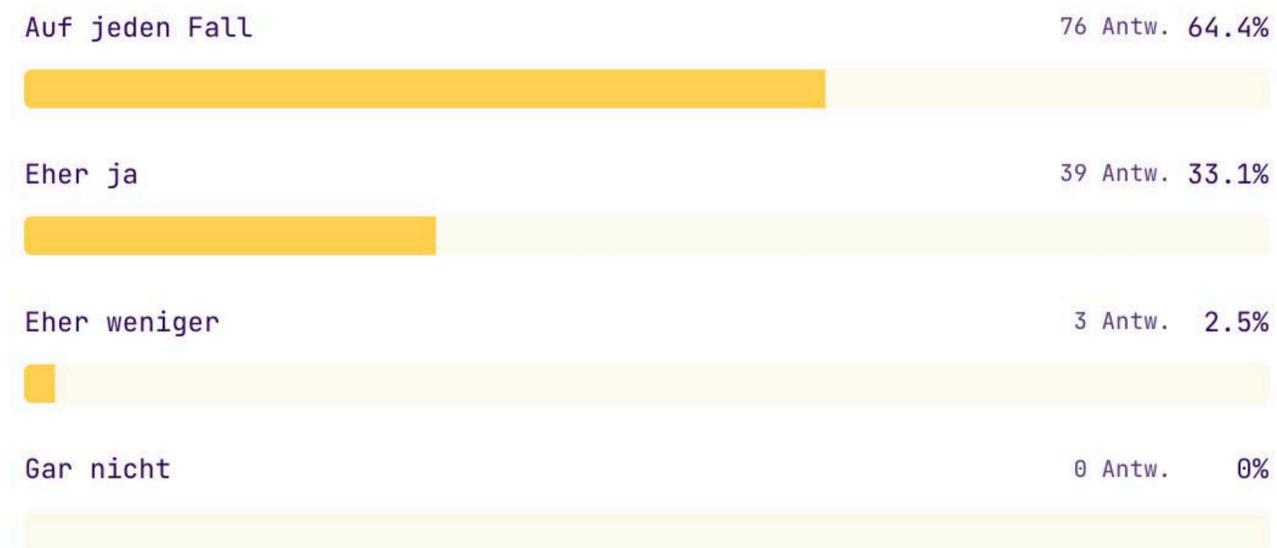
Frage wurde nur den Festivals gestellt, die 2022 stattgefunden haben.





Würdet ihr sagen, dass euer Festival einen hohen Anteil an wie-derkehrenden Besuchenden hat?

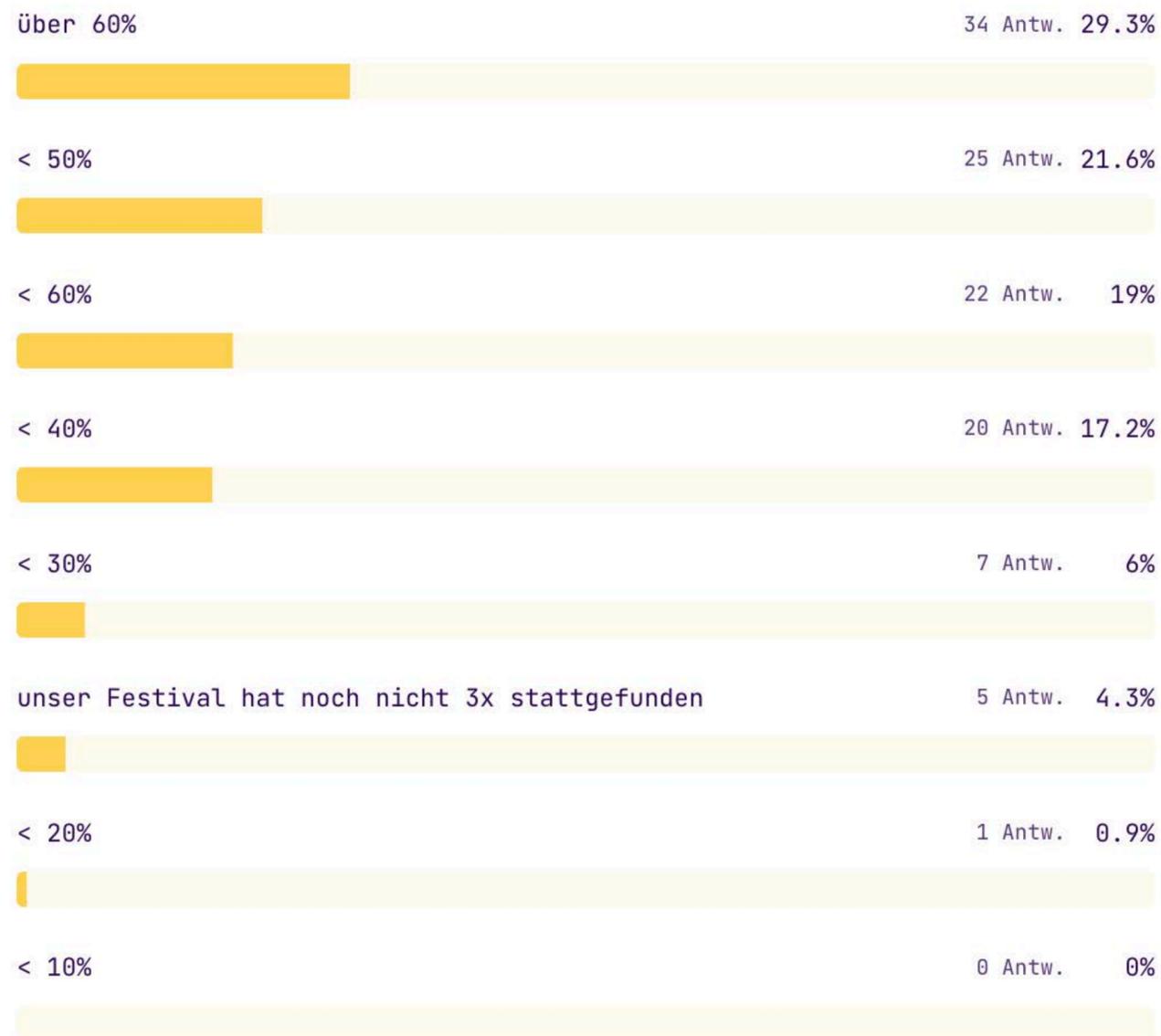
Frage wurde nur den Festivals gestellt, die 2022 stattgefunden haben.





Wie hoch ist euer Anteil an jährlich wiederkehrenden Besuchenden, die mindestens drei Mal zu eurem Festival gekommen sind?

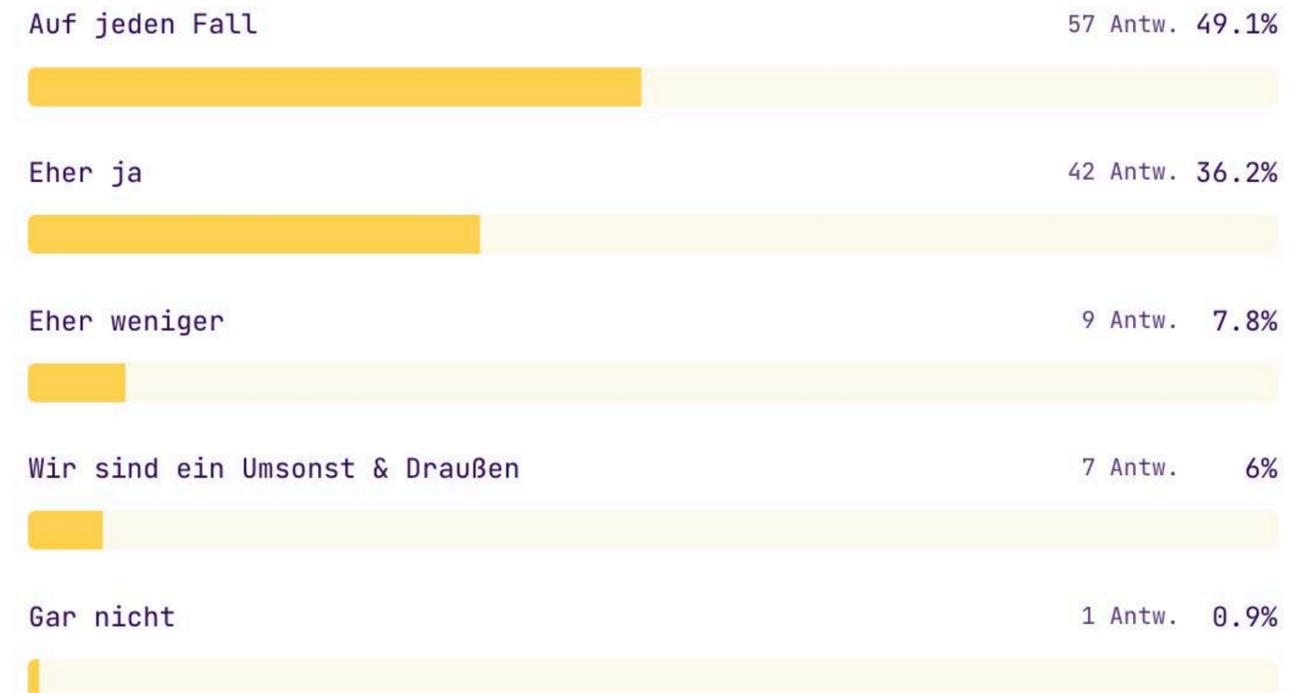
Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, einen hohen Anteil an wiederkehrenden Besuchenden zu haben.





Würdet ihr sagen, dass eure Stammgäst*innen in dieser Saison einen positiven Einfluss auf eure Verkäufe hatten?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die 2022 stattgefunden und angegeben haben, einen hohen Anteil an wiederkehrenden Besuchenden zu haben.

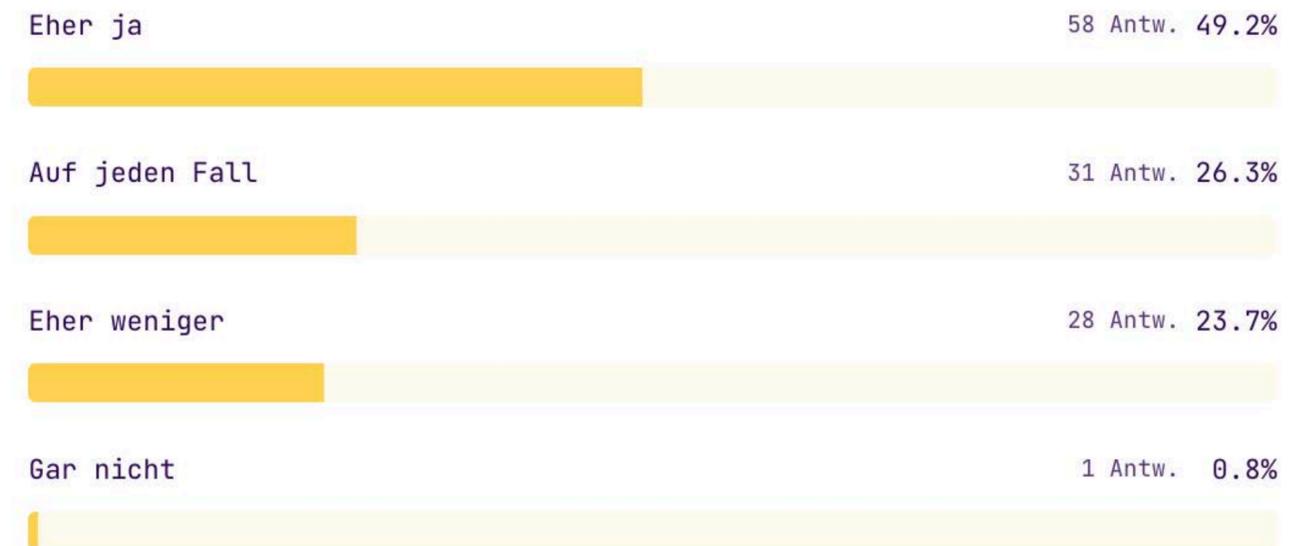




Habt ihr eine starke und große Community?

93

Erkennt man u.a. an starker Interaktion auf Social Media, gut laufendem Merchverkauf, Early Bird Tickets die schnell ausverkauft sind





Welche Arbeit leistet ihr, um eure Community zu stärken?

Unsere eigene Bar ist nur wenige Meter neben dem Ort an dem wir veranstalten, ab Mitte Juli geöffnet. Bis September können Besucher*innen hier leckere Getränke trinken, toll essen und einen grandiosen Blick genießen. In der Bar machen wir Werbung für unser Festival und sind selber oft hier anzutreffen und beantworten alle Fragen.

Über's Jahr veranstalten wir (oft in Kooperation mit anderen lokalen Kollektiven & Vereinen) kleinere eintrittsfreie Events. Außerdem unterstützen wir Veranstaltungen lokaler Vereine.

Sehr persönliche und regelmäßige Posts auf den Socials.

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, eine starke und große Community zu haben.

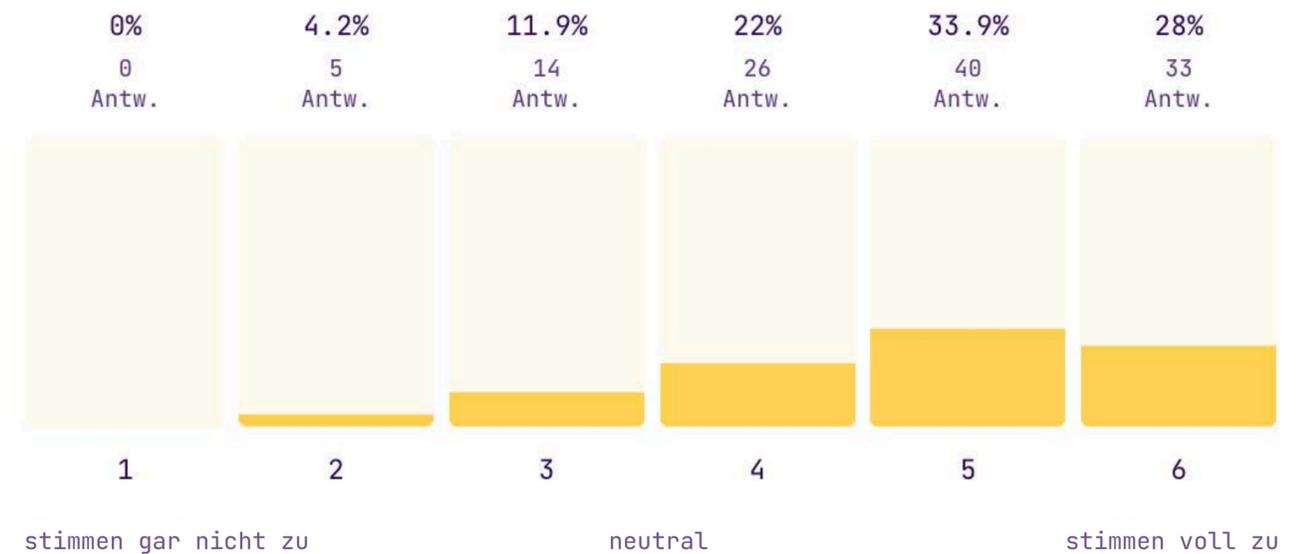


Festivals die eine starke Community haben, werden in der kommenden Saison mehr Tickets verkaufen.

Was denkt ihr über folgende These?

4.7

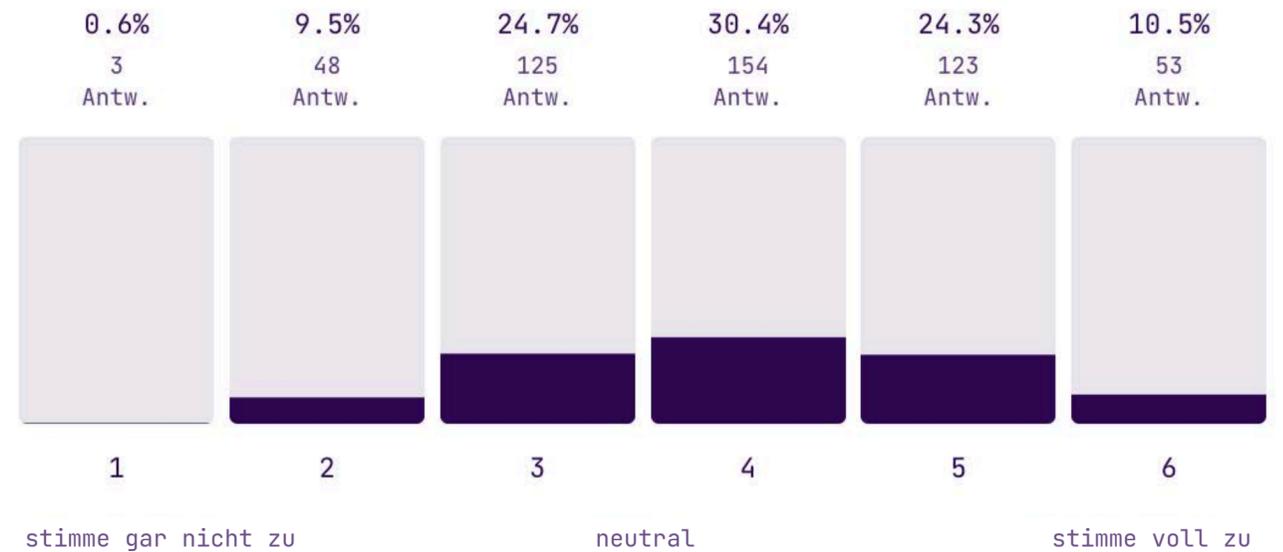
Durchschnittliche Bewertung





Ich verstehe junge heranwachsende Generationen und kann daher auch für ihre Bedürfnisse Festivals gestalten.

4.0 Durchschnittliche Bewertung





Was sind eure Wege um den Besucher*innen zuzuhören und Feedback einzuholen?

Wir machen eine Umfrage nach dem Festival

Wir haben eine Hotline, ein Kontaktformular und legen viel Wert darauf schnell auf unsere Kommentare und Nachrichten bei Facebook und Instagram zu antworten.

Kommunikation via Social Media

Briefkasten auf dem Festival

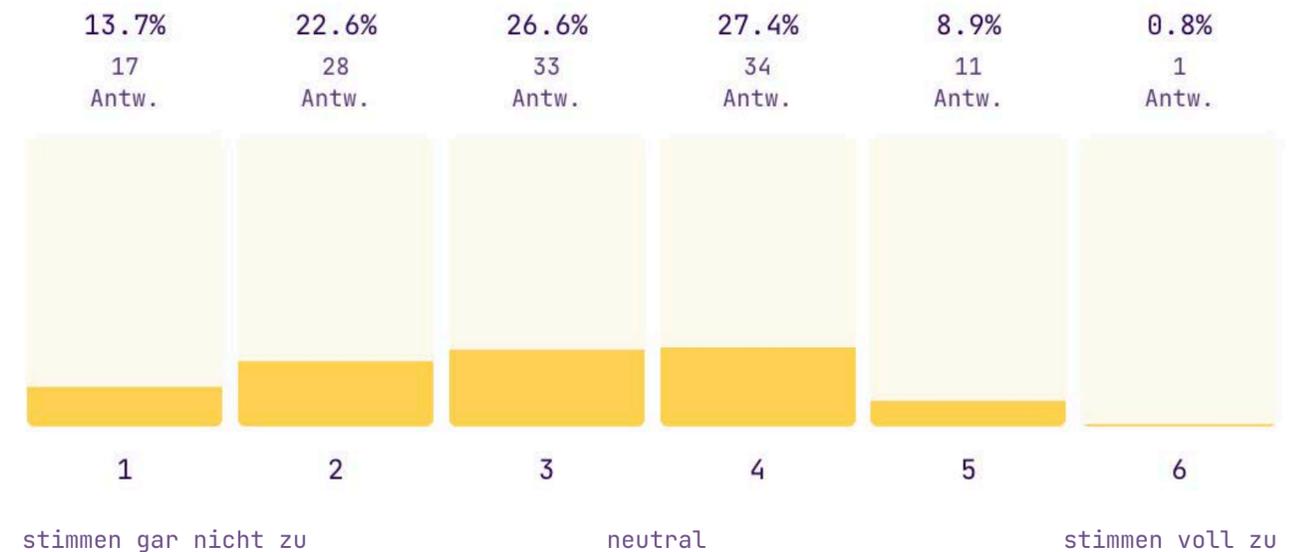


Wir gestalten unser Festival komplett entlang der Bedürfnisse unserer Besuchenden. Vorlieben unseres Teams sind dabei zweitrangig.

Was denkt ihr über folgende These?

3.0

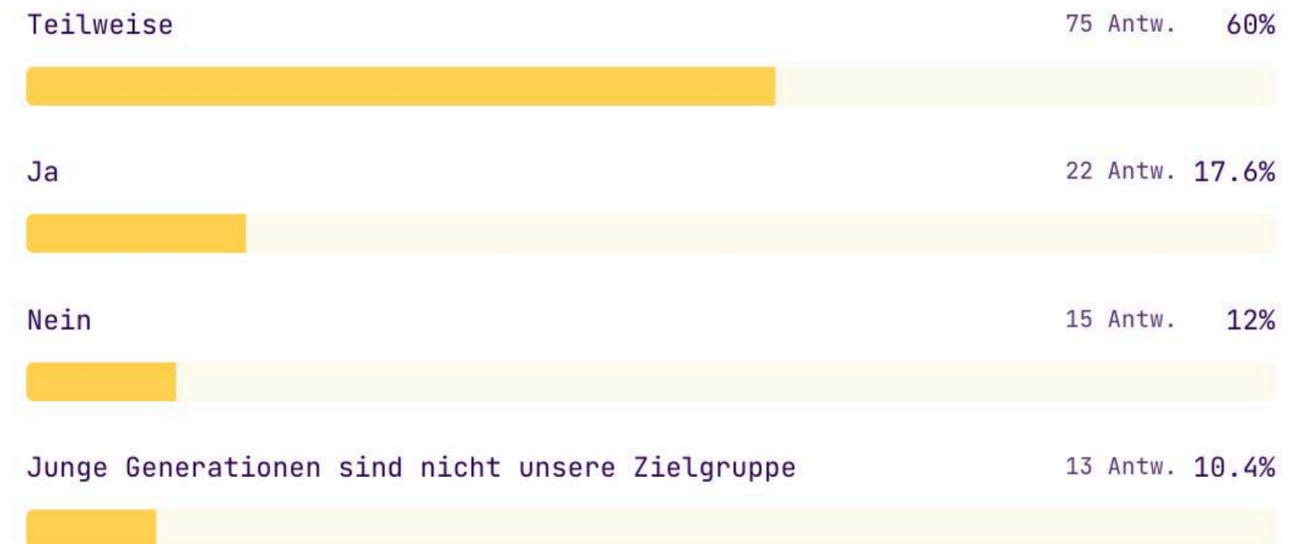
Durchschnittliche Bewertung





Fühlt ihr euch darauf vorbereitet, auf die Bedürfnisse jüngerer Generationen einzugehen?

Jüngere Generationen - jetzt im Alter
von 16 bis 20 Jahren

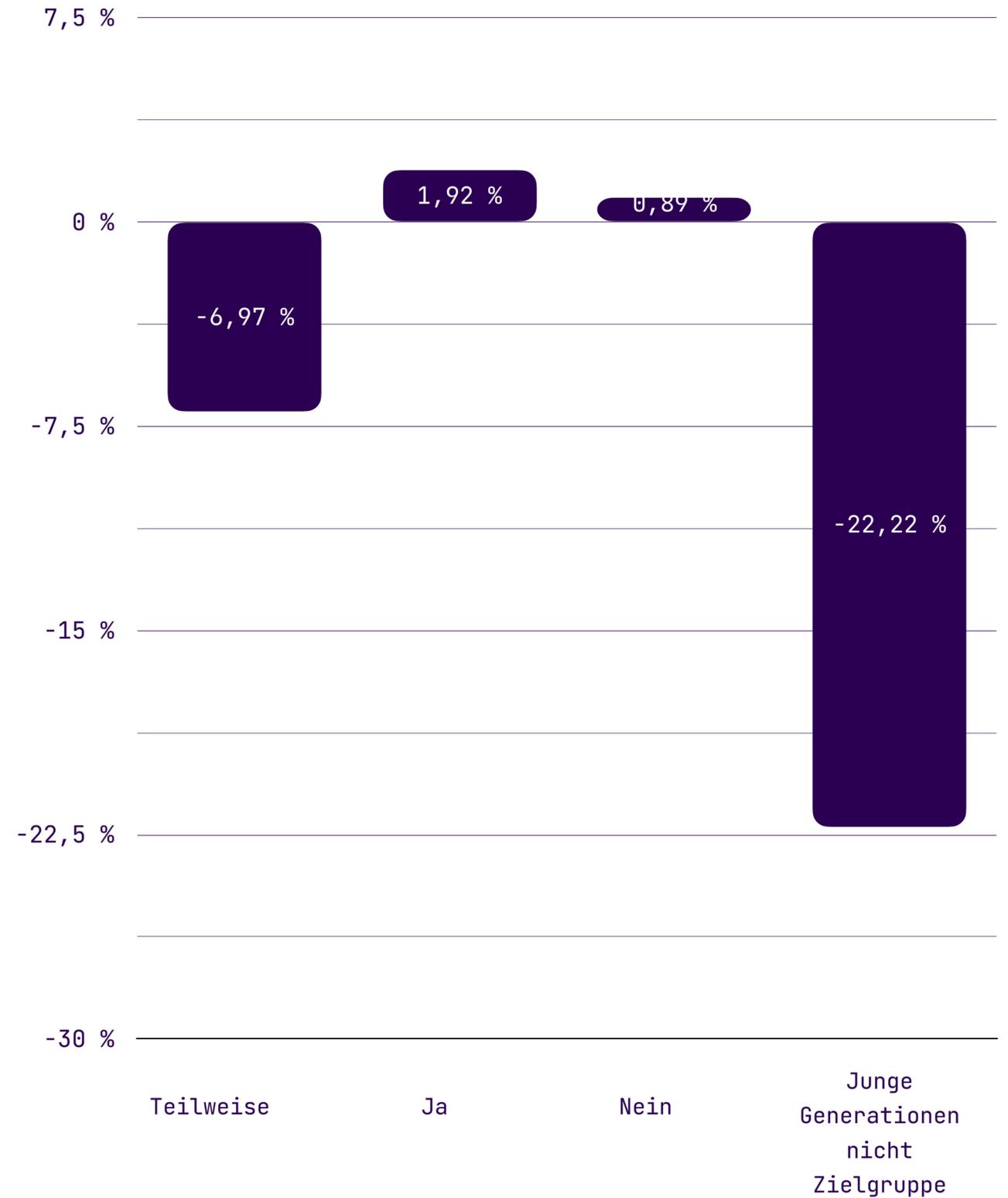




Auf Bedürfnisse jüngerer Generationen eingehen & Wachstum

Jüngere Generationen - jetzt im Alter von 16 bis 20 Jahren

Festivals, die sagen „Junge Generationen sind nicht ihre Zielgruppe“ haben deutlich schlechtere Wachstumswerte. (Wachstum berechnet anhand des Verhältnisses von Besuchenden 2019 und 2022).

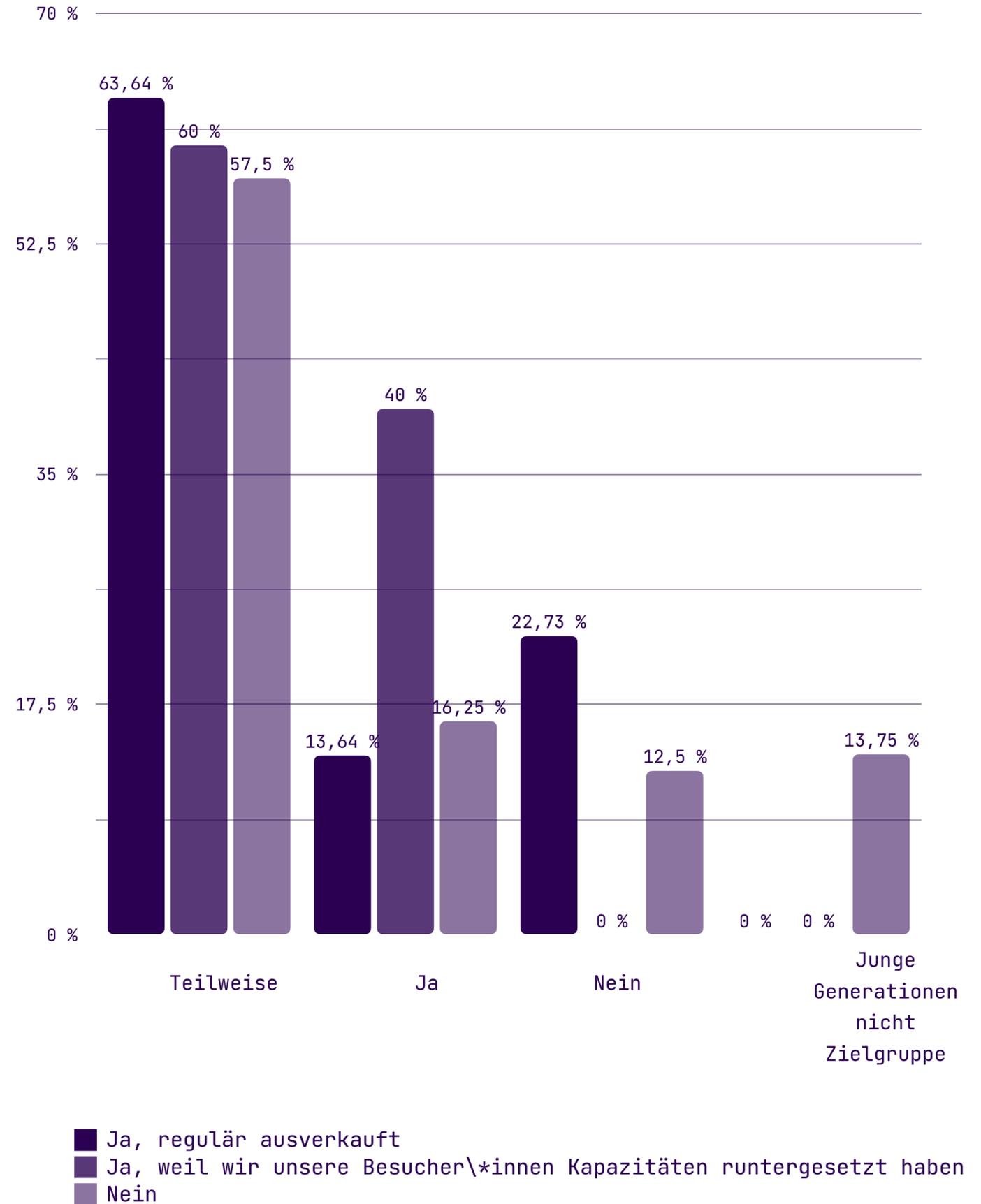




Auf Bedürfnisse jüngerer Generationen eingehen & Ausverkaufen

Jüngere Generationen - jetzt im Alter von 16 bis 20 Jahren

Von den Festivals, die sagen „Junge Generationen seien nicht ihre Zielgruppe“, war keines ausverkauft.





Welche Fragezeichen hast du im Kopf, wenn es um die jungen Generationen geht. Was würdest du gerne von ihnen erfahren?

Wird es in Zukunft noch relevant sein "echte" Erlebnisse zu schaffen oder reicht es der jungen Generation aus, Festival über Socials, Streams und Co. zu erleben?

Wie würdet ihr einen Raum gestalten wenn euch Niemand Grenzen setzt?

Welche Art der Verbundenheit zu einem Festival wäre dir wichtig, um langfristig daran mitarbeiten zu wollen? z.B. lokale Verbundenheit aufgrund von Herkunft; Fanverbundenheit; Vereinsarbeit;..

Was bewegt euch wirklich?



Was ist euer Plan für die Zukunft, sollten eurem Festival die Nachwuchsbesuchenden wegbrechen und ihr keine Tickets mehr verkaufen? Wie wollt ihr vorgehen?

Unsere Zielgruppe ist eine vergleichsweise ältere Gruppe und prägt das Festival maßgeblich. Würde die Zielgruppe wegfallen, müsste das komplette Festivalkonzept überarbeitet werden. Daher müssten wir tatsächlich überlegen, ob wir dann überhaupt stattfinden wollen.

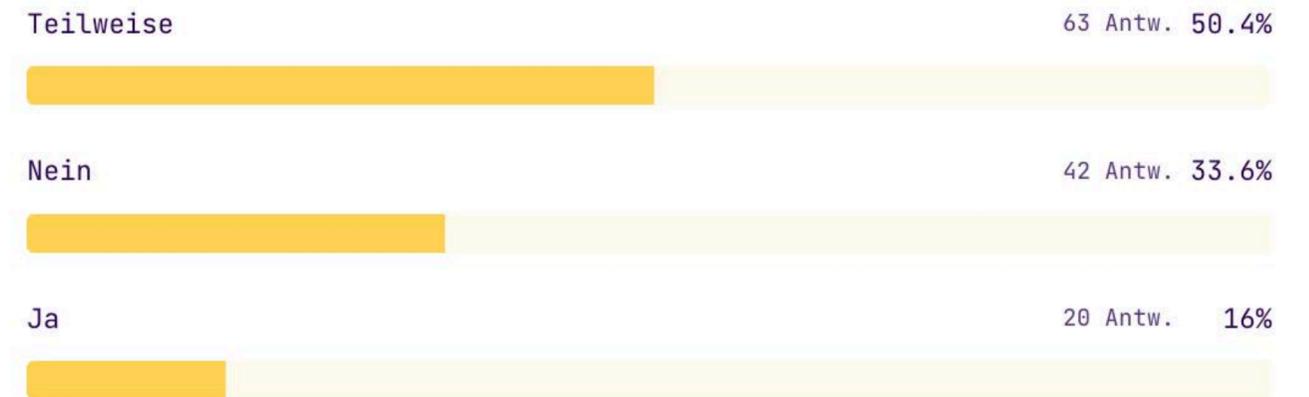
Unser Publikum ist seit Jahren eher ein älteres Publikum, aktuell Planen wir neben dem schon vorhandenen „Tag der offenen Tür“ an weitere Ideen, Firmen und Vereine aus der Stadt, mehr mit einzubeziehen und so mehr Familien an das Festival ranzuführen.

Wenn Festivals mit Musik im Mittelpunkt nicht mehr angesagt sind - sind wir raus -

Da wir ein kleines Festival sind, haben wir diese Angst vorerst noch nicht.

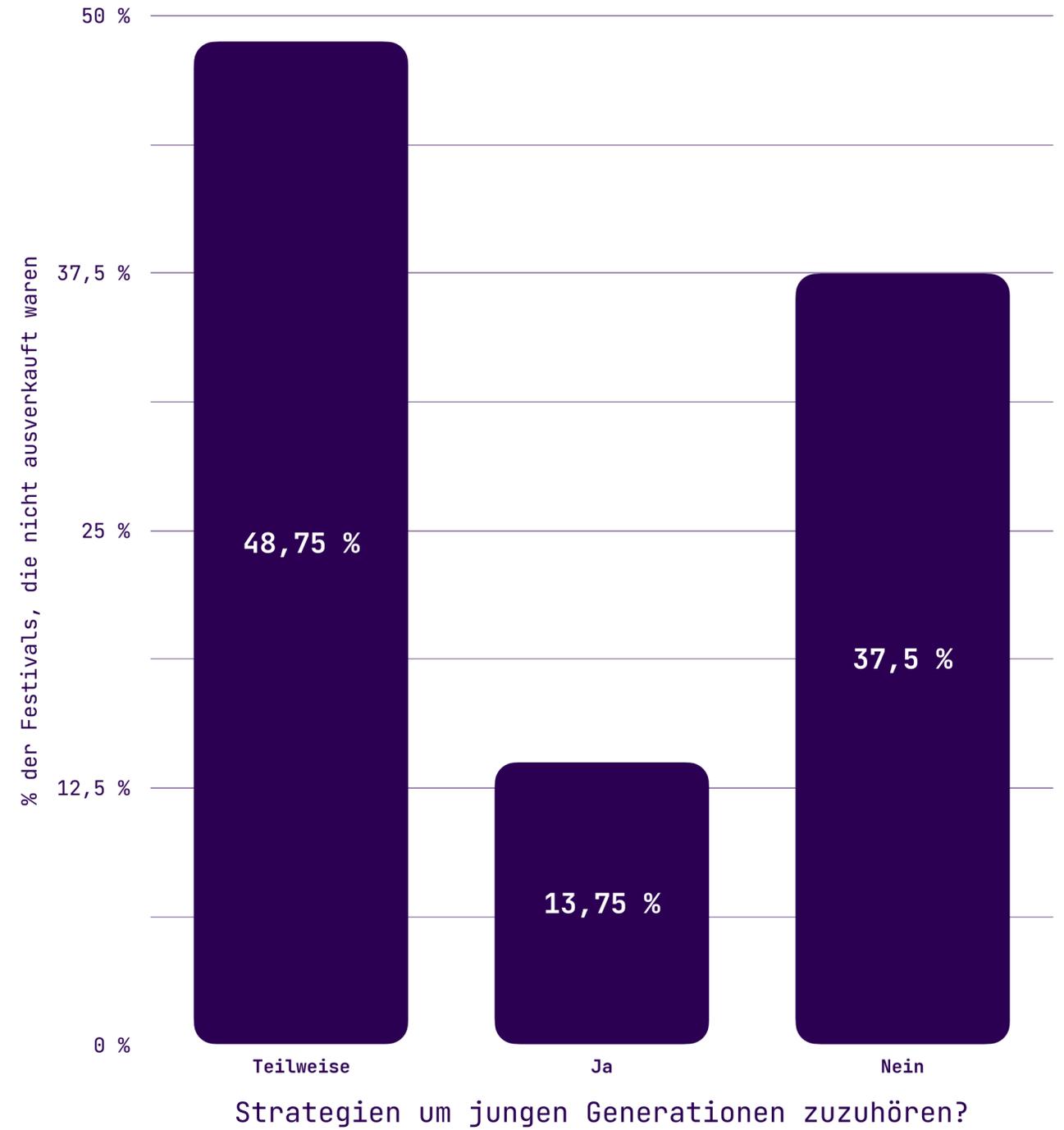


Habt ihr Strategien um den jungen Generationen zuzuhören und daraus Rückschlüsse zu ziehen?





Zusammenhang zwischen Strategien um den jungen Generationen zuzuhören und Ticketverkäufen





Was sind eure Strategien um jungen Generationen zuzuhören?

[ALLE AUSSAGEN ZU GENERATIONS- STRATEGIEN → LINK](#)

Social Media Interaktionen und Schulbesuche

Wir versuchen junge Menschen in unserem Team in führenden Positionen zu bringen, sprich ein regelmäßiger "Generationswechsel" im Planungsteam

Wir sind mit dem örtlichen Jugendzentrum und dem Jugendrat in engem Austausch über ihre Ideen und Anregungen.

Messen / Konferenzen (zB. TinCon)



Wie sorgt ihr dafür, dass junge Generationen auf euer Festival aufmerksam werden und es besuchen? Habt ihr Tipps für andere Festivals?

[ALLE AUSSAGEN ZU GENERATIONS- STRATEGIEN → LINK](#)

Social Media, Social Media, Social Media

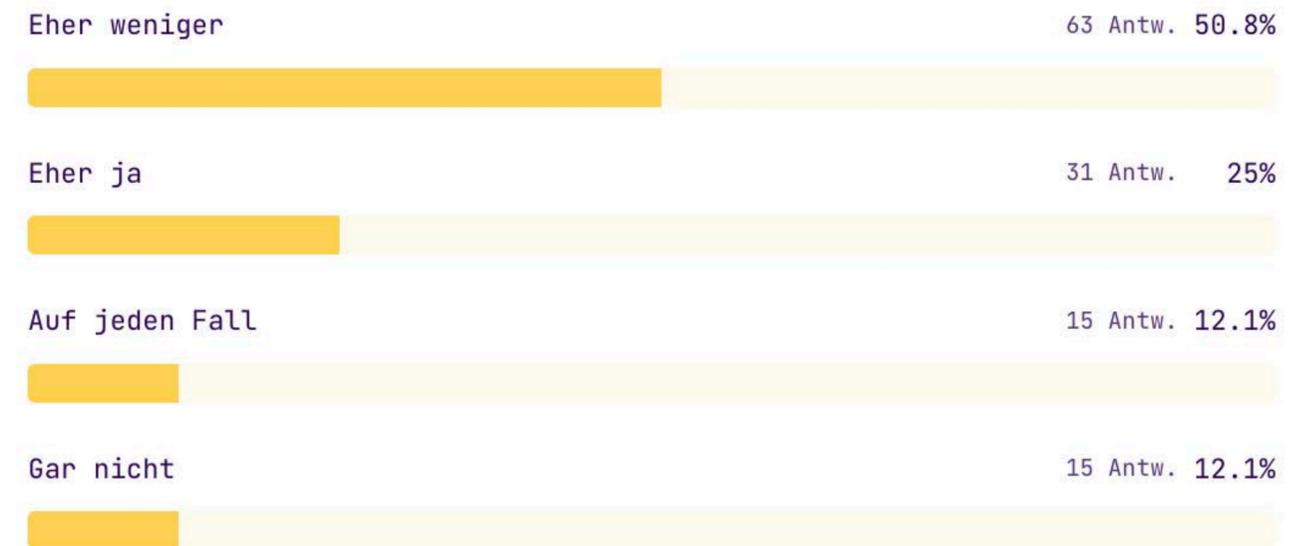
Themen Nachhaltigkeit, Energie, Workshops für Jugendliche

vergünstigte bzw. günstige Tickets

Das Booking ist sehr wichtig.



Plant ihr im kommenden Jahr bestimmte Artists explizit für eine junge Zielgruppe zu buchen?





festivalkonzepte programm





vorschau

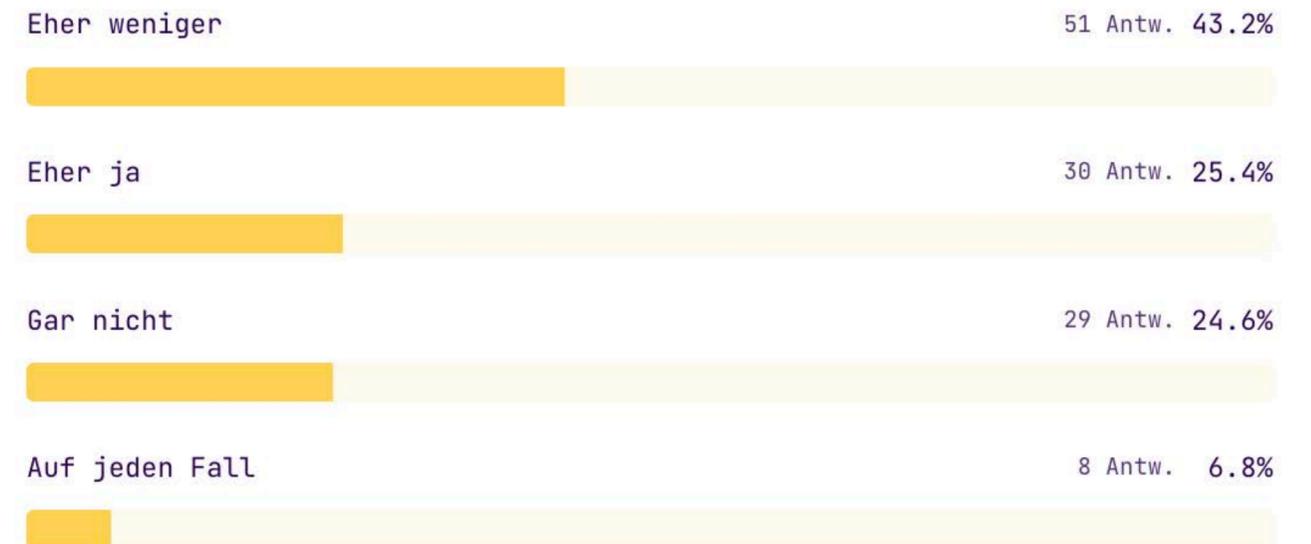
- 32% der befragten Festivals geben an, Headliner*innen getrieben zu sein. 61% konnten einen positiven Einfluss von Headliner*innen auf Ticketverkäufe beobachten.
- 90% der Festivals waren dieses Jahr zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrem Booking.
- Etwa 23% der Festivals glauben, dass Headliner*innen in der anstehenden Saison keine Ticketverkäufe mehr garantieren.
- 45% der befragten Festivals glauben, dass Musikprogramm alleine nicht mehr ausreicht und Festivalkonzepte mit Themen abseits der Musik, wie z.B. Sport, Ernährung, Theater oder Kunst erweitert werden müssen.



Seid ihr ein Headliner*innen getriebenes Festival?

111

Heißt: Ziehen bei euch, im Verhältnis zur Festivalgröße, die großen Namen im Line-up den Großteil eurer Besuchenden?

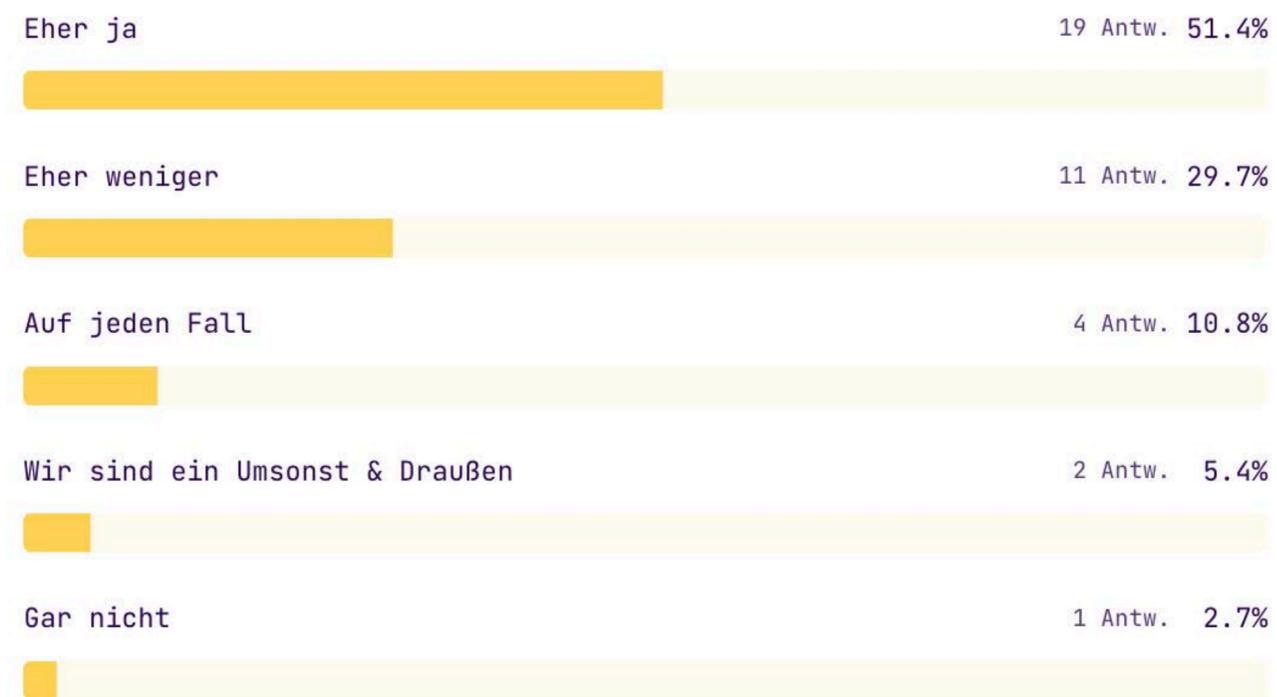




Konntet ihr dieses Jahr im Vorverkauf erkennen, dass Headliner*innen einen starken Einfluss auf eure Verkäufe hatten?

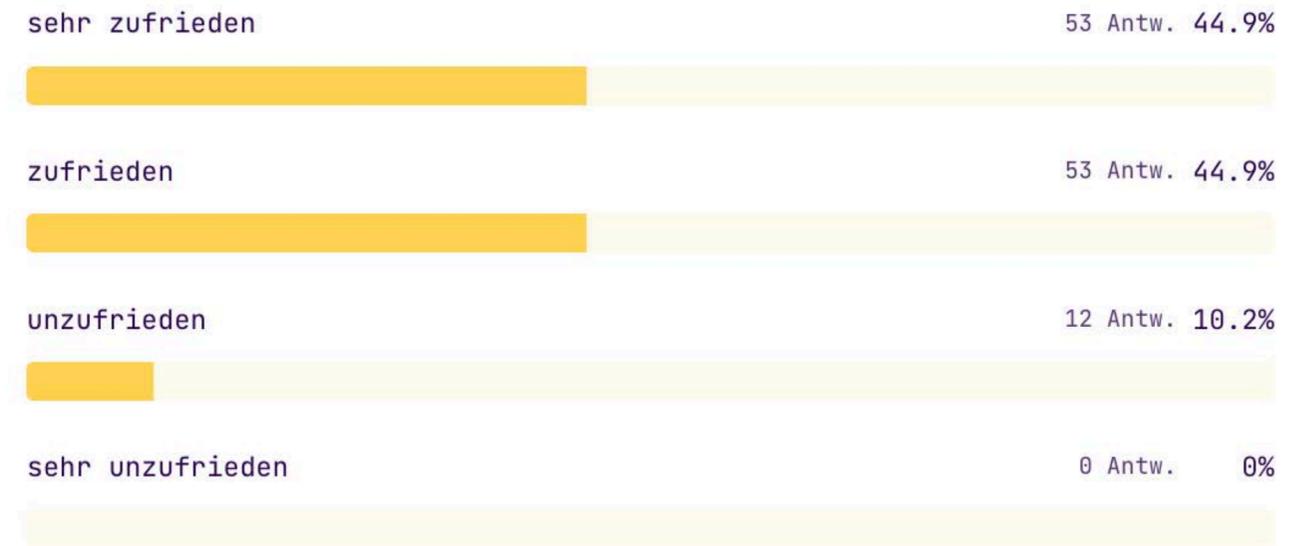
z.B. weil Ticketverkäufe nach Line-up Ankündigungen stark anstiegen

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, ein Headliner*innen getriebenes Festival zu sein.





Wie zufrieden wart ihr in diesem Jahr mit eurem Booking - im Vergleich zu den Jahren vor Corona?





Was waren in Bezug auf das Booking die größten Herausforderungen für euch in diesem Jahr?

Unser sehr internationales Lineup war durch die Auswirkungen der Pandemie etwas schwieriger zu buchen. Stichworte: Kostenentwicklung durch gestiegene Produktionskosten, schwierige langfristige Planungssicherheit.

Die vielen (teils spontanen) Ausfälle

Budgetanpassung an die schleppenden Ticketverkäufe. Der Großteil des Line-Ups wurde aus den Jahren 2020 und 2021 übernommen.

Mehr Konkurrenz durch andere Festivals, die näher an uns gerückt sind und Exklusivitäten aussprachen

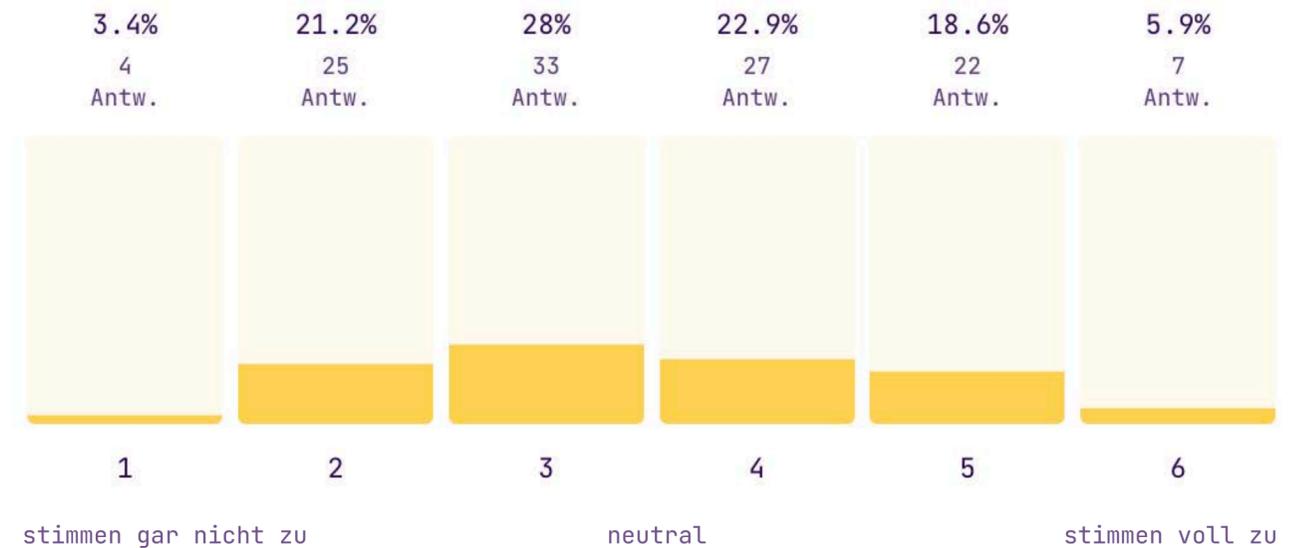


Headliner*innen garantieren in der anstehenden Saison keine Ticketverkäufe.

Was denkt ihr über folgende These?

3.5

Durchschnittliche Bewertung

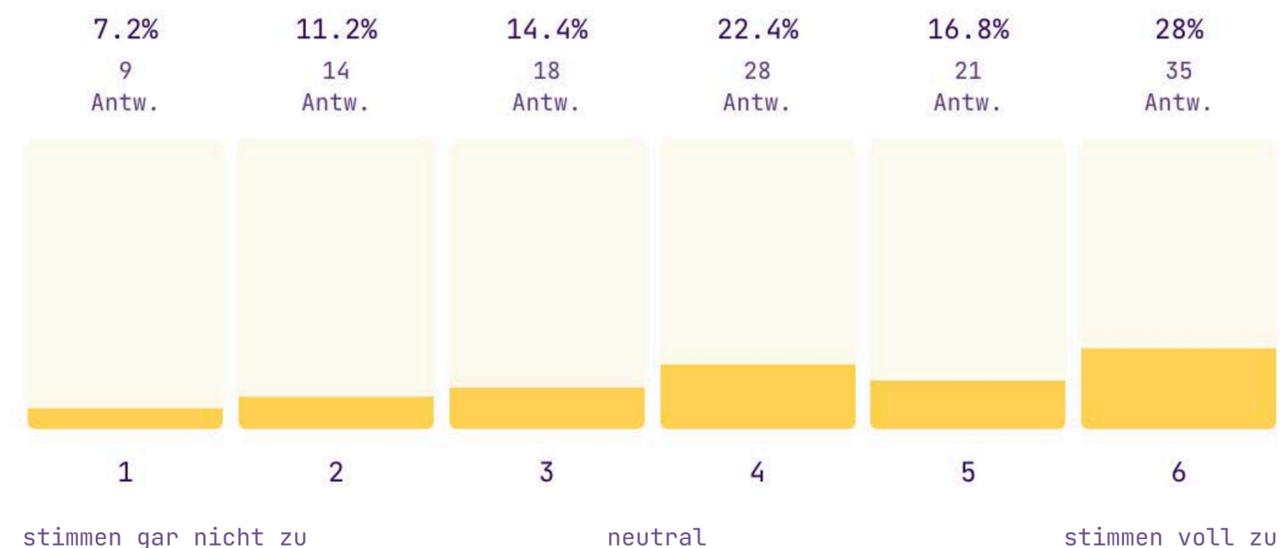




Musik alleine reicht nicht aus. Festivals müssen mit Themen abseits der Musik, wie z.B. Sport, Ernährung, Theater oder Kunst erweitert werden.

Was denkt ihr über folgende These?

4.1 Durchschnittliche Bewertung





Wie sieht das bei euch aus - mit welchen besondereren Themen erweitert ihr euer Konzept abseits der Musik?

Wir bieten Theater, gemeinsames Kochen und Essen an, wir zeigen über einzelne Stände an wie wir unser Leben nachhaltiger gestalten können. Auch einen Kinderspace gibt es. Hier können sich die Jüngsten, aber auch die Erwachsenen künstlerisch ausprobieren und ausleben.

Wir haben am Sonntag einen Familietag - freier Eintritt für alle von 11 bis 15 Uhr. Hier gibt es eine Hüpfburg und die SozialarbeiterInnen vom Jugend und Kulturzentrum betreuen ein Spielmobil für Kinder.

Lesungen, Yoga, Stadtführungen, Einbeziehung der historischen Altstadt in unsere Besucherführung/ Bühnenkonzeption



produktion dienstleistende



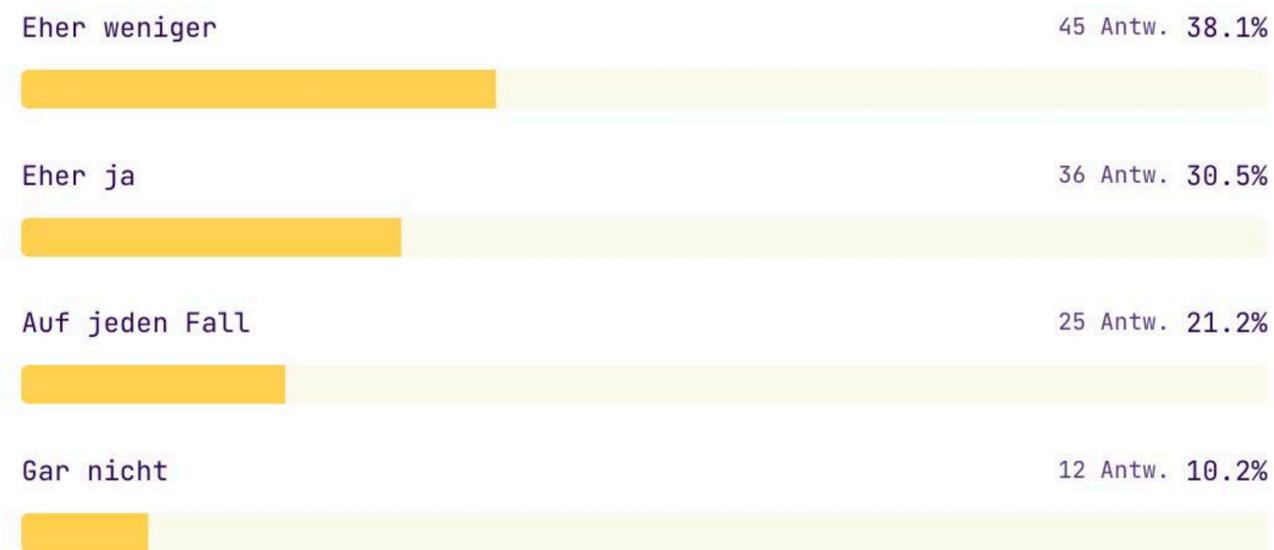


vorschau

- 51% der Festivals hatten dieses Jahr Schwierigkeiten verlässliche Dienstleistende und Partner*innen zu finden.
- Am häufigste hatten Festivals Schwierigkeiten Dienstleistende und Partner*innen in den Bereichen Sanitär, Food Stände, Technik, Abspernungen / Bauzäune und Security zu finden.
- 23% der Festivals geben an, dieses Jahr besondere behördliche Herausforderungen im Vergleich zu den Vorjahren gehabt zu haben. 57% wurden dabei kurzfristig von Auflagen überrascht, mit denen sie nicht gerechnet haben.



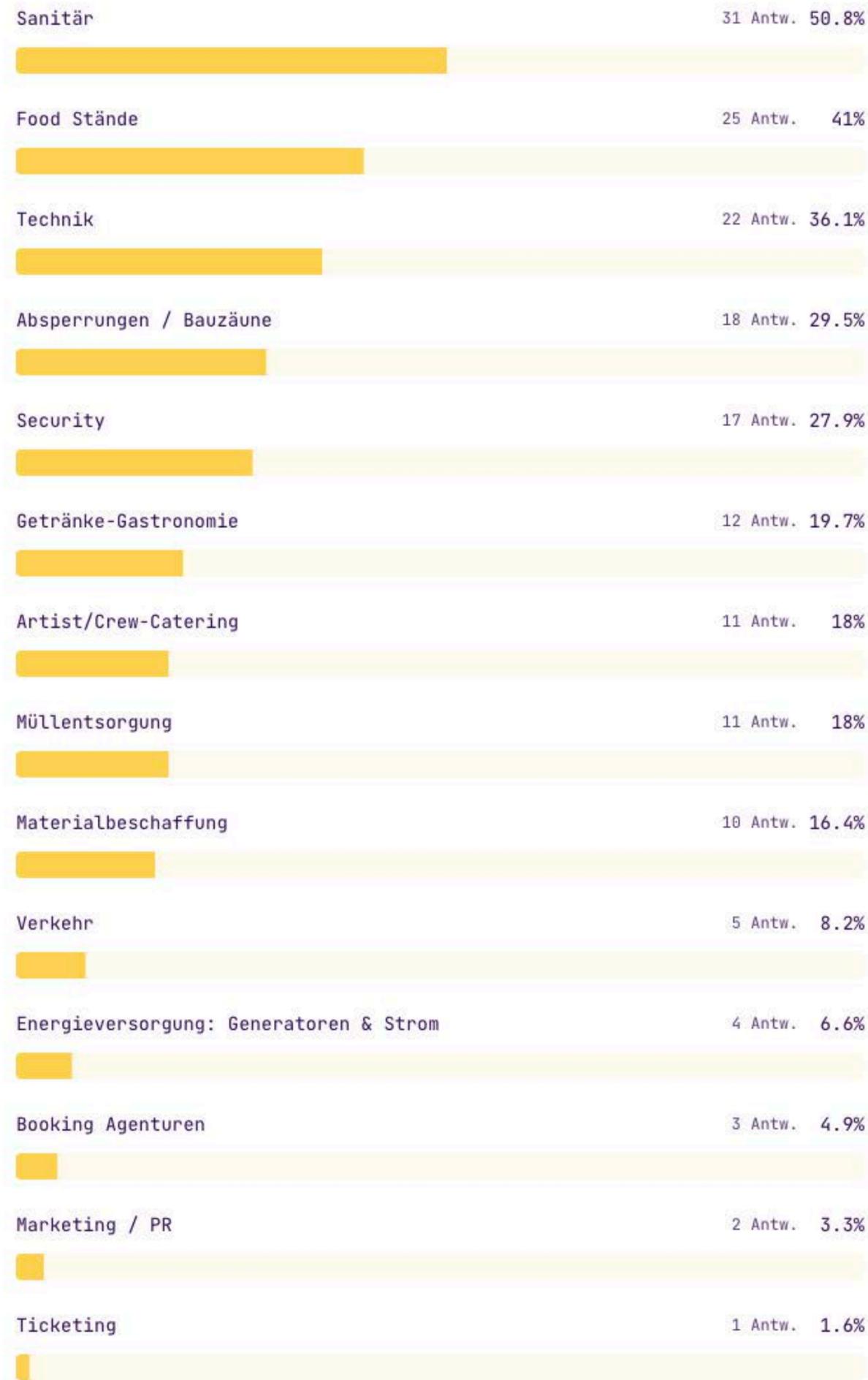
Hattet ihr dieses Jahr Schwierigkeiten verlässliche Dienstleistende und Partner*innen zu finden?





In welchen Bereichen war es besonders schwierig verlässliche Dienstleistende / Partner*innen zu finden?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, dieses Jahr Schwierigkeiten mit verlässlichen Dienstleistenden gehabt zu haben. *Es waren mehrere Antwortmöglichkeiten wählbar.





Was sind eure Rückschlüsse für den Umgang mit Dienst- leistenden/ Partner*innen aus den Erfahrungen diesen Jahres?

[ALLE AUSSAGEN ZUM UMGANG MIT DIENSTLEISTENDEN → LINK](#)

mehrere Angebote einholen

langfristige Kooperationen und Netzwerk sind hilfreich gegen Unzuverlässigkeiten/ Preiserhöhungen bzw. lohnt es sich mehr zu zahlen, wenn es dafür verlässlich ist, mehr selber machen

schriftliche Vereinbarungen festhalten

Status-Updates einholen

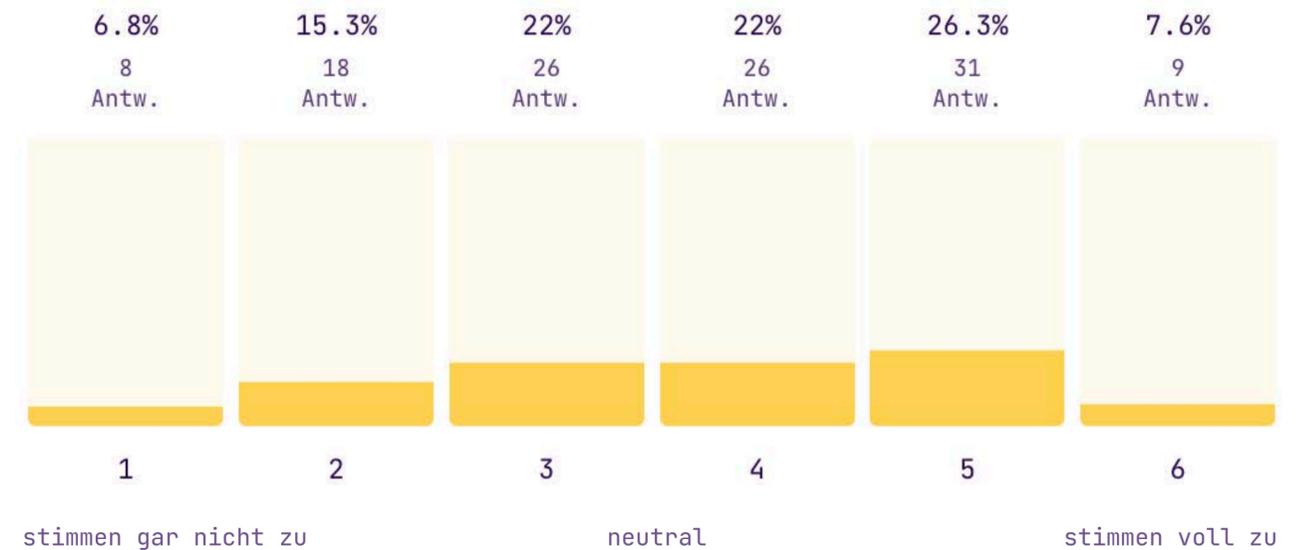
früher anfangen und Aufschläge schon jetzt einkalkulieren



Es wird im nächsten Jahr eine große Herausforderung (verlässliche) Dienstleistende und Partner*innen zu finden.

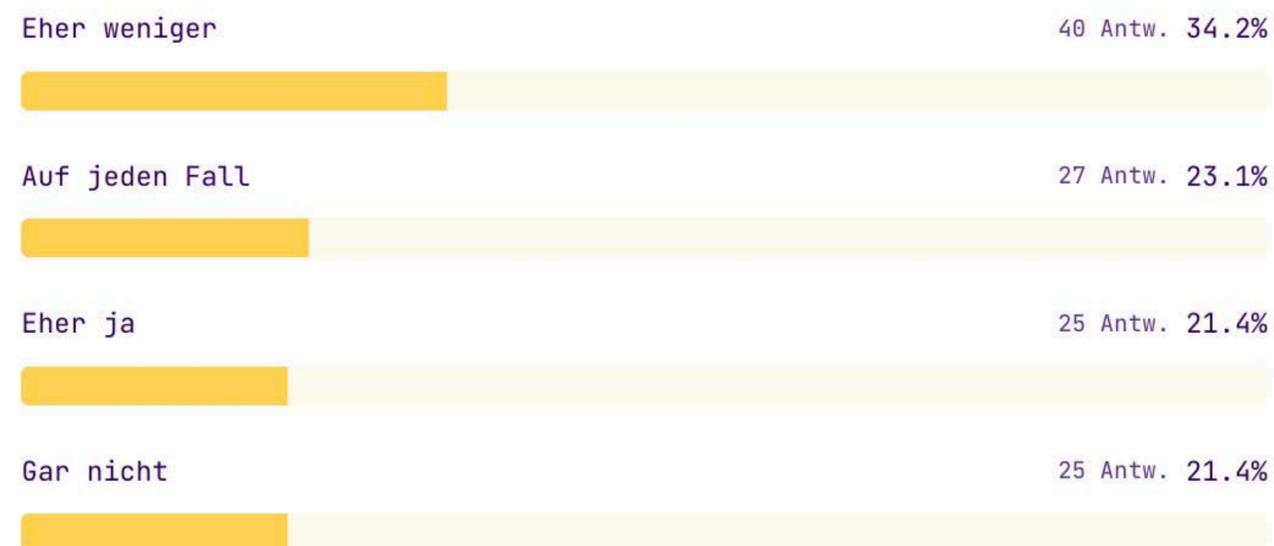
Was denkt ihr über folgende These?

3.7 Durchschnittliche Bewertung





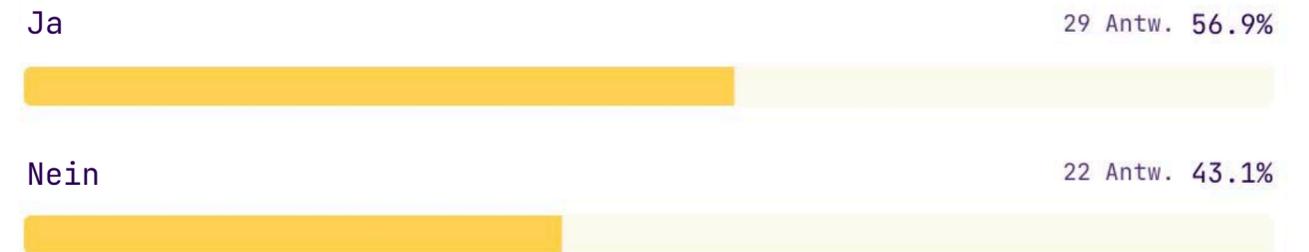
Hattet ihr dieses Jahr besondere behördliche Herausforderungen im Vergleich zu den Vorjahren?





Wurdet ihr von den Auflagen kurzfristig überrascht, mit denen ihr in dieser Form nicht gerechnet habt?

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, dieses Jahr besondere behördliche Herausforderungen gehabt zu haben.





Habt ihr während der letzten zwei Jahre über das ganze Jahr verteilt Kontakt mit den Behörden gehalten?





Gibt es etwas, dass ihr in der Zusammenarbeit mit den Behörden strukturell oder kommunikativ gerne anders gemacht hättet?

Was nehmt ihr für nächstes Jahr an Rückschlüssen daraus mit?

Offene Kommunikation über Auswirkungen von Auflagen und Entscheidungen auf das Festival, dessen Finanzen und Inhalte.

In der Corona Zeit ist definitiv der Kontakt verloren gegangen. Wir hatten sonst immer persönliche Treffen mit der Verwaltung der Stadt vor dem Festival. Bezüglich der Auflagen kamen Dinge hinzu (Ruhezeiten, Bauabnahmen, etc.) mit denen wir uns sehr schwer getan haben. Von daher ist nun verabredet, dass wir wieder gemeinsame Treffen 3 Monate vor dem Event anstoßen.

Frühzeitig Veränderungen mit den zuständigen Behörden abstimmen und Feedback einholen



finanzierung **kostensteigerung**



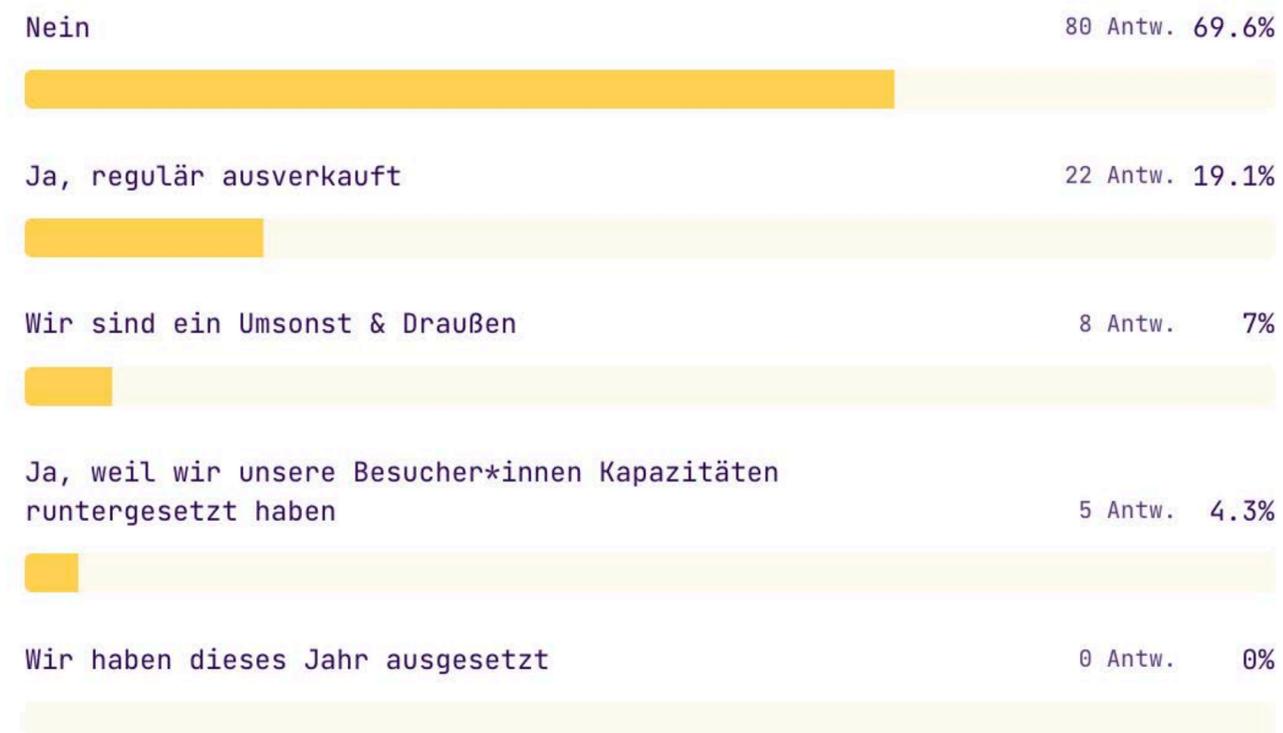


vorschau

- 70% der befragten Festivals waren in der Saison 2022 nicht ausverkauft.
- Das Wachstum der Festivals wurde anhand des Verhältnisses der Besuchenden 2019 und 2022 berechnet. Dabei ergab sich ein durchschnittliches Wachstum von -3,68%. Festivals der Genre Indie / Folk / Singer-Songwriter verzeichneten mit -20% dabei den größten Rückgang.
- 46% der Festivals, die ihren Vorverkauf bereits gestartet haben, geben an, dass dieser eher schleppend läuft. Generell haben 51% der Festivals Sorgen, was den Vorverkauf für die nächste Saison betrifft.
- 50% der Festivals werden ihre Ticketpreise in der nächsten Saison erhöhen oder haben dies bereits getan. 26% wissen noch nicht, ob sie dies tun werden. Im Schnitt wird der Ticketpreis um 19% erhöht.
- Im Schnitt sind die Kosten für die Festivalproduktion um 28% gestiegen. Die Positionen mit den höchsten Kostensteigerungen waren dabei Technik, Infrastruktur / Bauzaun und Personal. 88% gehen davon aus, dass sich Preise weiter erhöhen werden.
- 89% der Festivals haben in den letzten zwei Jahre öffentliche Fördergelder erhalten. 67% erhielten Förderung durch Neustart Kultur, 43% erhielten kommunale Förderung, 36% erhielten Landesförderung.
- 29% der Festivals geben an, 2023 auf Fördergelder angewiesen zu sein, um ihr Festival umzusetzen, weitere 20% waren auch vor Corona darauf angewiesen.
- 47% der Festivals denken, dass es in Zukunft kaum möglich sein wird, ohne Fördergelder Festivals zu veranstalten.
- Für 52% der Festivals spielen politische Arbeit oder Lobbying nicht wirklich eine Rolle. 43% der Festivals sind nicht Teil eines Verbandes.



Wart ihr in der Saison 2022 ausverkauft?





Wann startet ihr den Vorverkauf für die Saison 2023?

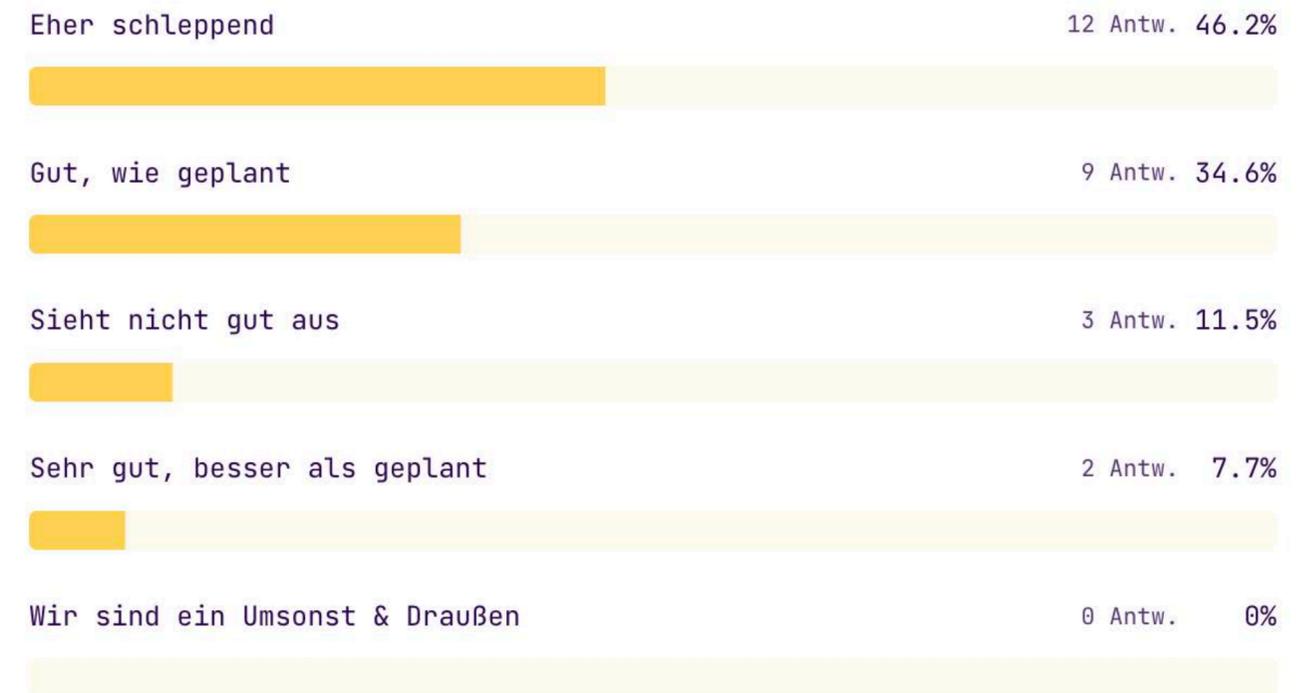




Wie läuft euer Vorverkauf bisher?

132

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, ihren VVK bereits zur Zeit der Umfrage gestartet zu haben. **Stand: 16.09.-16.10.2022**





Was erwartet ihr euch vom Vorverkauf für 2023?





Erhöht ihr die Ticketpreis für eure Festival 2023 oder habt es bereits getan?





Um wie viel Prozent habt ihr eure Ticketpreise im Durchschnitt angepasst oder werden sie anpassen?

5,00 %

Niedrigster Wert

19,00 %

Durchschnittliche Bewertung/€

50,00 %

Höchster Wert

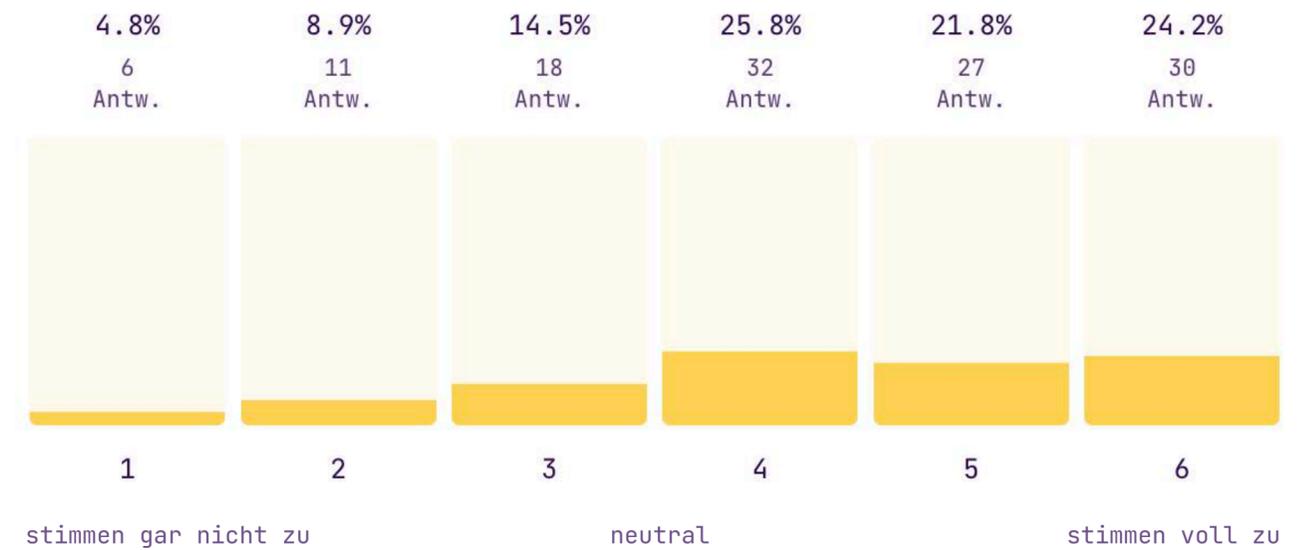
Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, ihre Ticketpreise zu erhöhen.



Der WK für das kommende Jahr wird sehr schleppend verlaufen.

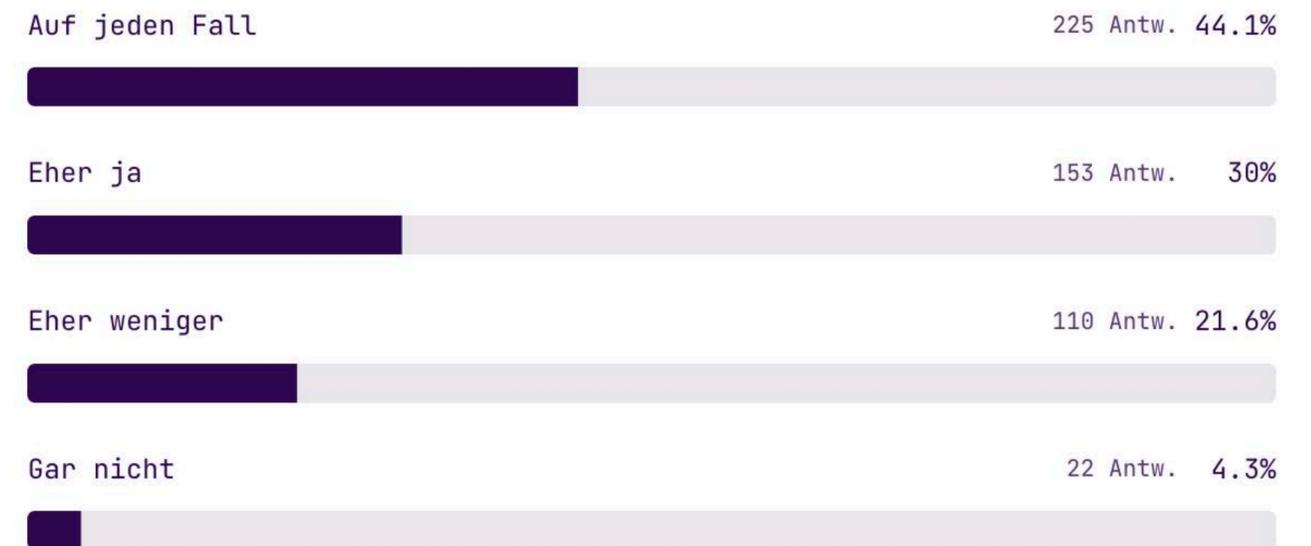
Was denkt ihr über folgende These?

4.2 Durchschnittliche Bewertung



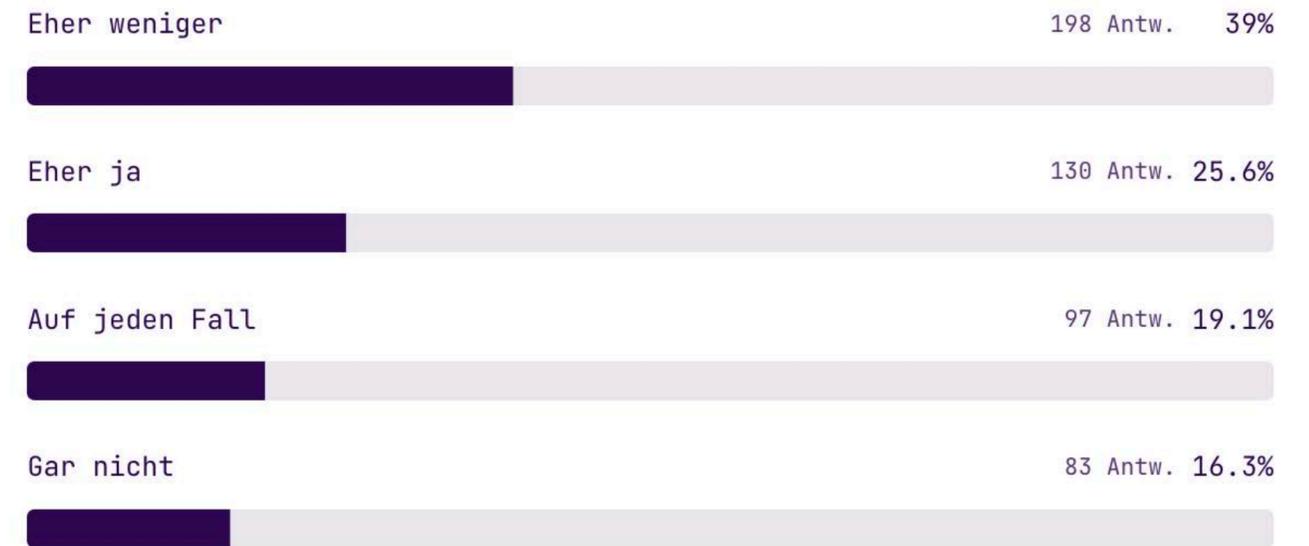


Musst du in deiner Arbeit stark auf Kosten und Budgets achten?





Haben coronabedingte Budgetgrenzen deine Arbeit im letzten Jahr eingeschränkt?





Was konnte aufgrund von mangelndem Budget nicht umgesetzt werden? Wo musstet ihr reduzieren?

Frage wurde nur angezeigt, wenn Befragte laut der Frage zuvor auf jeden fall oder eher durch Budgetgrenzen eingeschränkt waren

Leider entsteht oft der Druck, in Bereichen zu sparen, die auf den ersten, oberflächlichen Blick keine Tickets verkaufen, wie zB. Nachhaltigkeit, Inklusion, Awareness Bereiche. Wir versuchen das zu vermeiden, aber es sind viele Diskussionen damit verbunden.

Vor allem im Bereich des Brookings mussten wir starke Einsparungen vornehmen

Durch höhere Ausgaben bei Kontrollpersonal, teilweise Mehranforderungen an Räumlichkeiten (getrennte Backstages etc) oder hierdurch eingeschränkt Zeiten und erhöhtem Informationsaufwand (Infoposts) fehlte es an Budget im Produktions- und Marketingbereich.

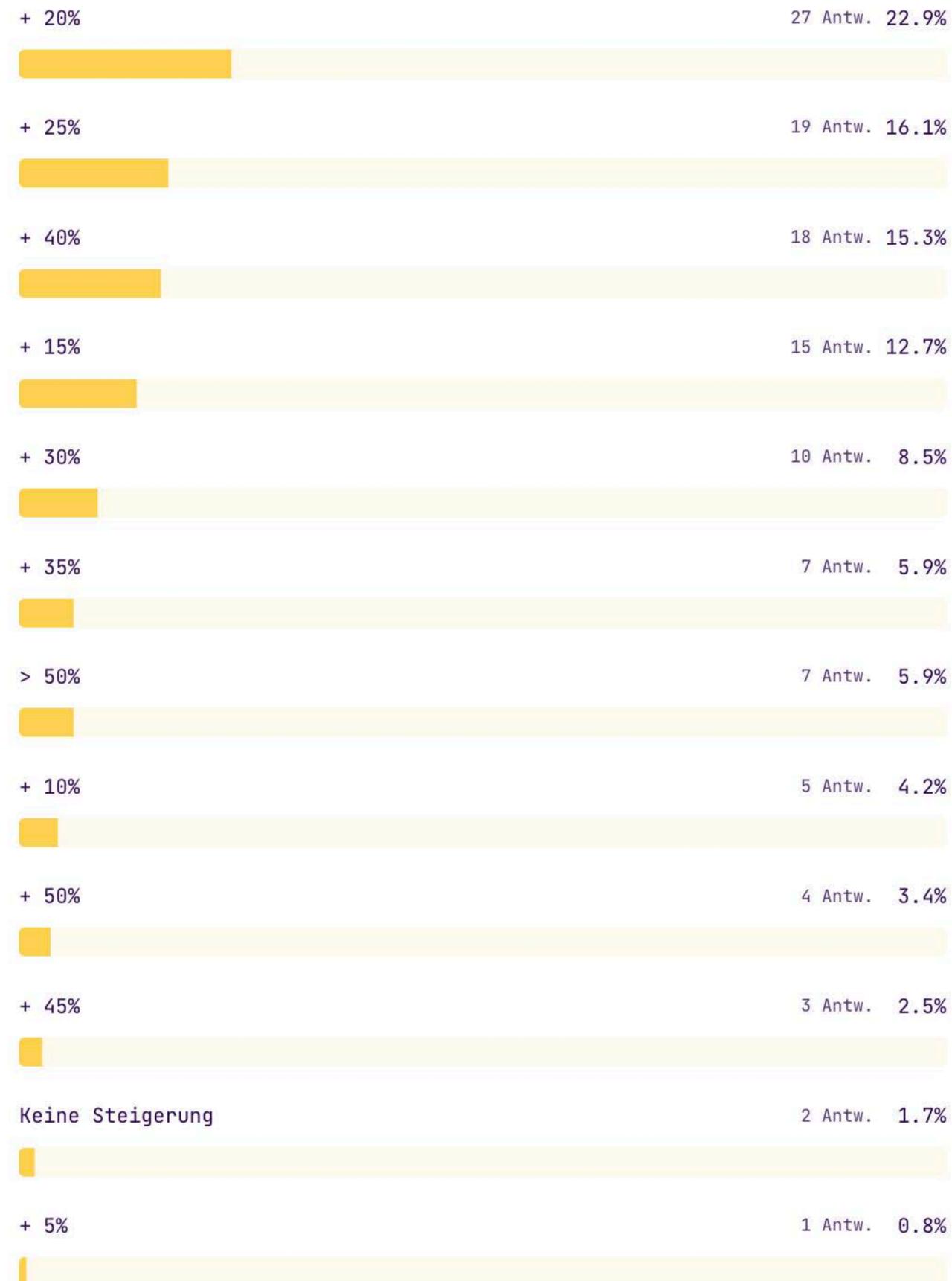


Sind eure Kosten der Festivalproduktion im Vergleich zu der Zeit vor Corona gestiegen?

exklusive Booking

28%

Durchschnittliche Kostensteigerung





Welche drei Positionen hatten die größte Kostensteigerung im Vergleich zu der Zeit vor Corona?

1.

technik

von 58% der Teilnehmenden erwähnt

2.

infrastruktur / bauzaun / müll

von 33% der Teilnehmenden erwähnt

3.

personal

von 28% der Teilnehmenden erwähnt

4.

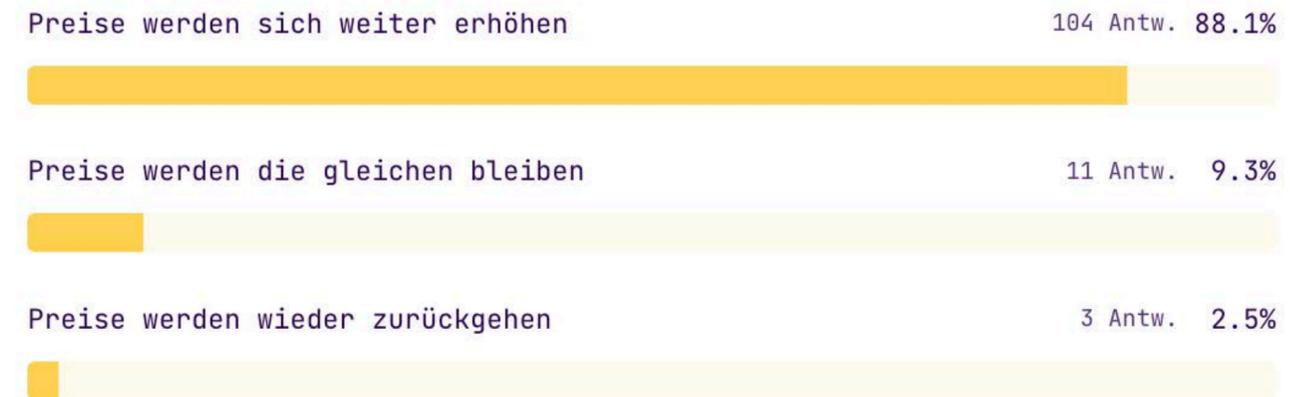
gastro

von 27% der Teilnehmenden erwähnt

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, Kostensteigerungen gehabt zu haben.



Wie sehen die Erwartungen bezüglich eurer Kosten im Jahr 2023 aus?

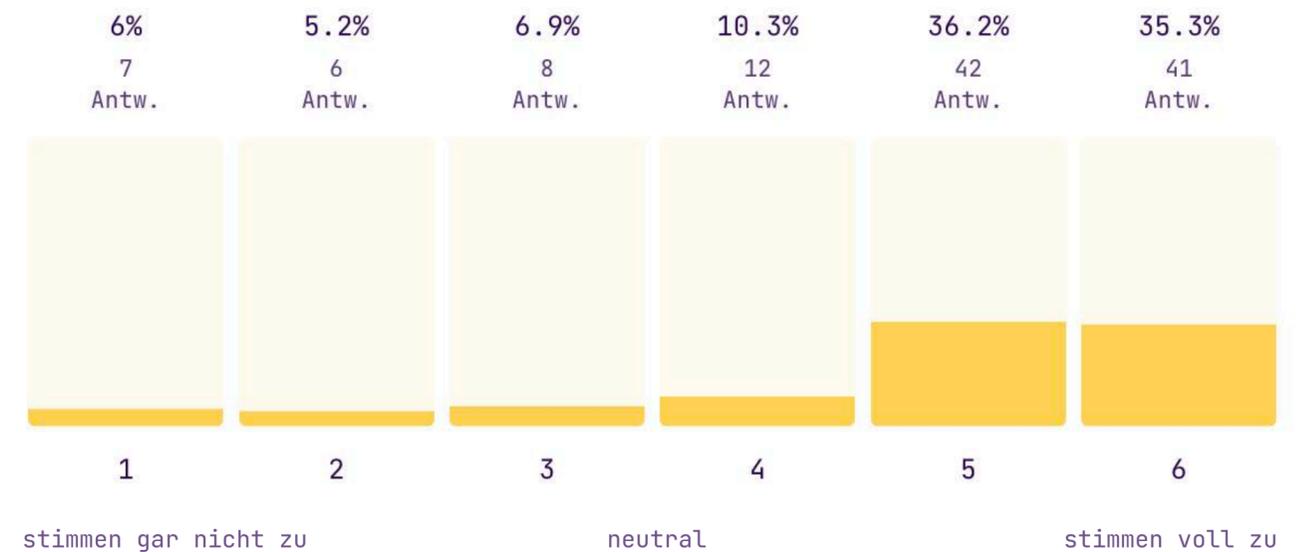




Die Kosten der Produktion bleiben auch in 2023 auf einem hohen Niveau und passen sich erstmal nicht an.

Was denkt ihr über folgende These?

4.7 Durchschnittliche Bewertung



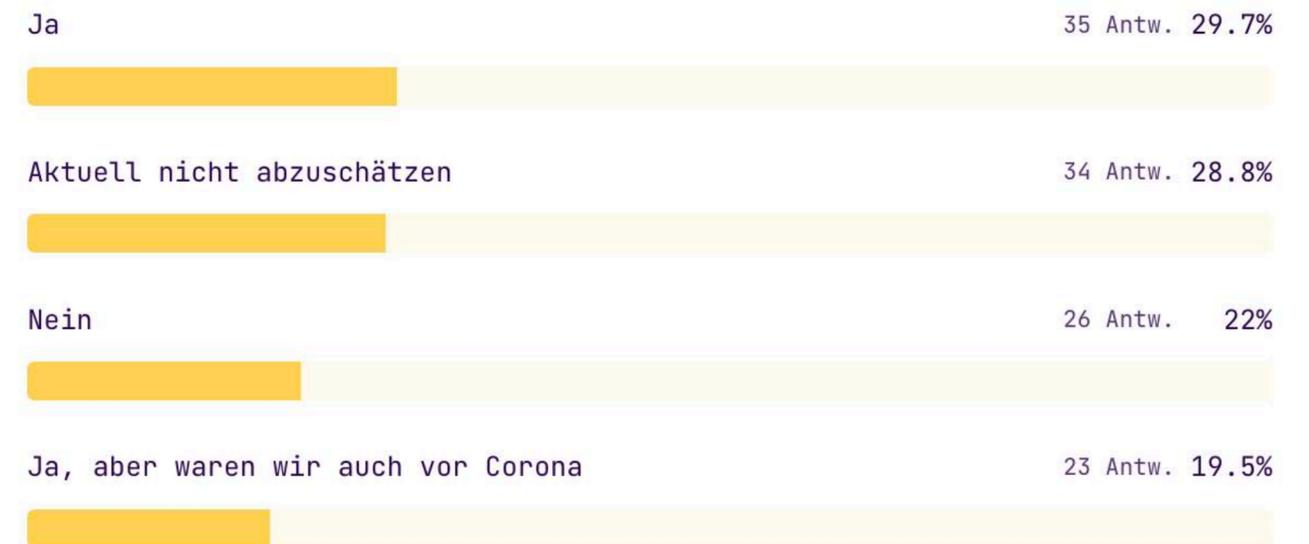


Welche öffentlichen Fördergelder habt ihr innerhalb der letzten zwei Jahre erhalten?





Seid ihr 2023 für die Umsetzung eures Festivals auf Fördergelder angewiesen?





Werdet ihr mehr personelle Kapazitäten/ Positionen für das Thema Förderung einplanen?

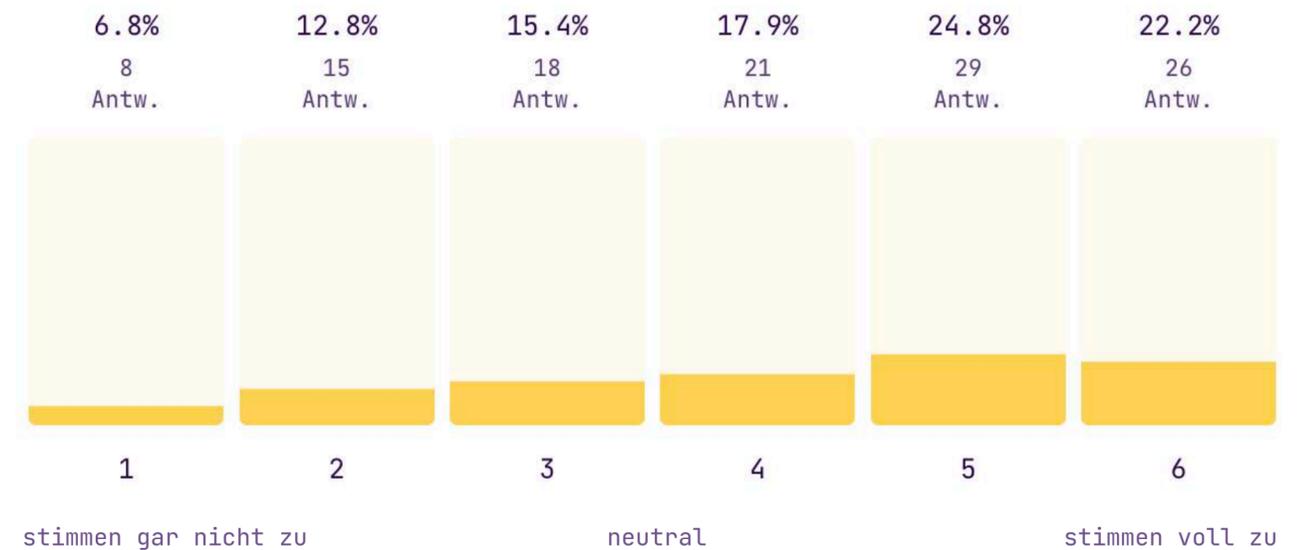




Ohne Fördergelder wird es in Zukunft kaum möglich sein, Festivals zu veranstalten.

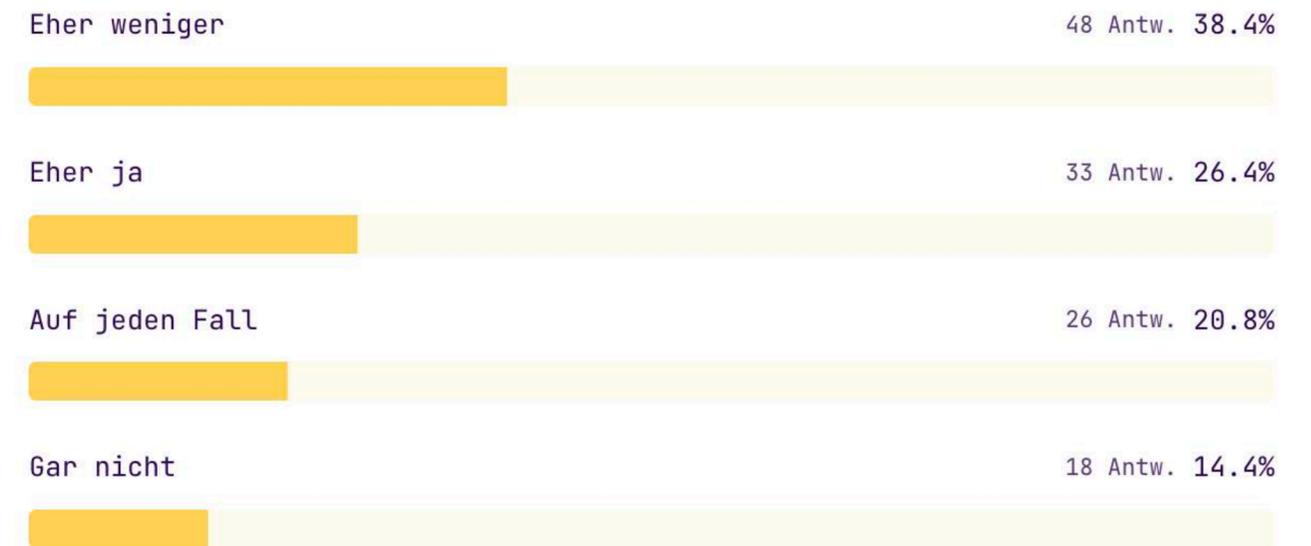
Was denkt ihr über folgende These?

4.1 Durchschnittliche Bewertung





Spielen politische Arbeit und/oder Lobbying für euch eine große Rolle?





Inwiefern seid ihr politisch und/oder lobbyistisch engagiert?

Gebt uns einen Einblick wie ihr euch regional oder auf höheren Ebenen engagiert.

Frage wurde nur den Festivals gestellt, die angegeben haben, dass politische und/oder lobbyistische Arbeit bei ihnen eine große Rolle spielt.

Regelmäßiger Austausch mit dem Kulturred, der Bezirksregierung, Ministerium und der Kulturpolitik

Das Festival präsentiert queere, FLINTA*, und BiPoc-Artists, zuletzt mit Fokus auf trans- und BiPoC-Artists und setzt sich daher für gut bezahlte Engagements für Acts aus dieser Szene und auch für eine Sichtbarkeit dieser Acts ein. Es gibt zudem inhaltlich passende Workshops, Förderprojekte um das Festival herum. Wir nutzen unsere Social Media-Kanäle auch aktiv für die genannte(n) Szene(n). Wir haben zudem Verkleidungen verboten, die cultural appropriation mit Native bzw. Indian Americans betreiben...

Kontakt zu Abgeordneten auf Landes- und Bundesebene.



Seid ihr Teil eines Verbandes?





hinter dem projekt

Höme ist eine Liebeserklärung an das Festivalleben, an Festivals und Festivalschaffende, sowie an die Festivalkultur als Ganzes. Wir glauben an Festivals als Ort für gesellschaftliche Veränderung und leben für die Ideen, die den Menschen hinter den Bühnen die Arbeit erleichtern. Davon angetrieben verstehen wir Höme als Schnittstelle für Wissensaustausch und gemeinsames Gestalten.

[HIER GIBTS MEHR ÜBER UNS ZU ERFAHREN](#)

HÖME
Für Festivals



danke



	<p>Gefördert von</p>		

kontakt

Fragen zu Daten & Projekt

Jannis Burkardt

→ jannis@hoemepage.com

Fragen zu Höme & Allgemein

Johannes Jacobi

→ johannes@hoemepage.com

→ hoemepage.com

→ festivalplayground.com

Höme – Für Festivals GmbH

Am Krögel 2, 10179 Berlin

Geschäftsführer: Jannis Burkardt, Johannes Jacobi, Jonas Seetge

Amtsgericht Berlin-Charlottenburg | Registernummer: HRB 216422 B

