

M

S

**WIR MACHEN FESTIVALS.
WIR STELLEN FRAGEN.**

**DIE MS DOCKVILLE-
UMFRAGE ZUR FESTIVAL-
SAISON 2024**

D

V



M

25,3+

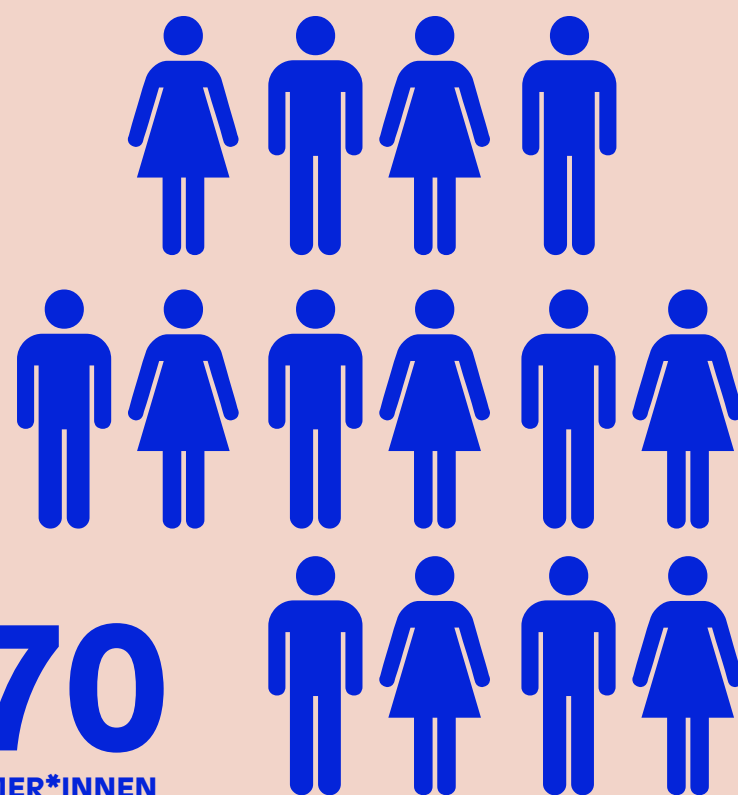
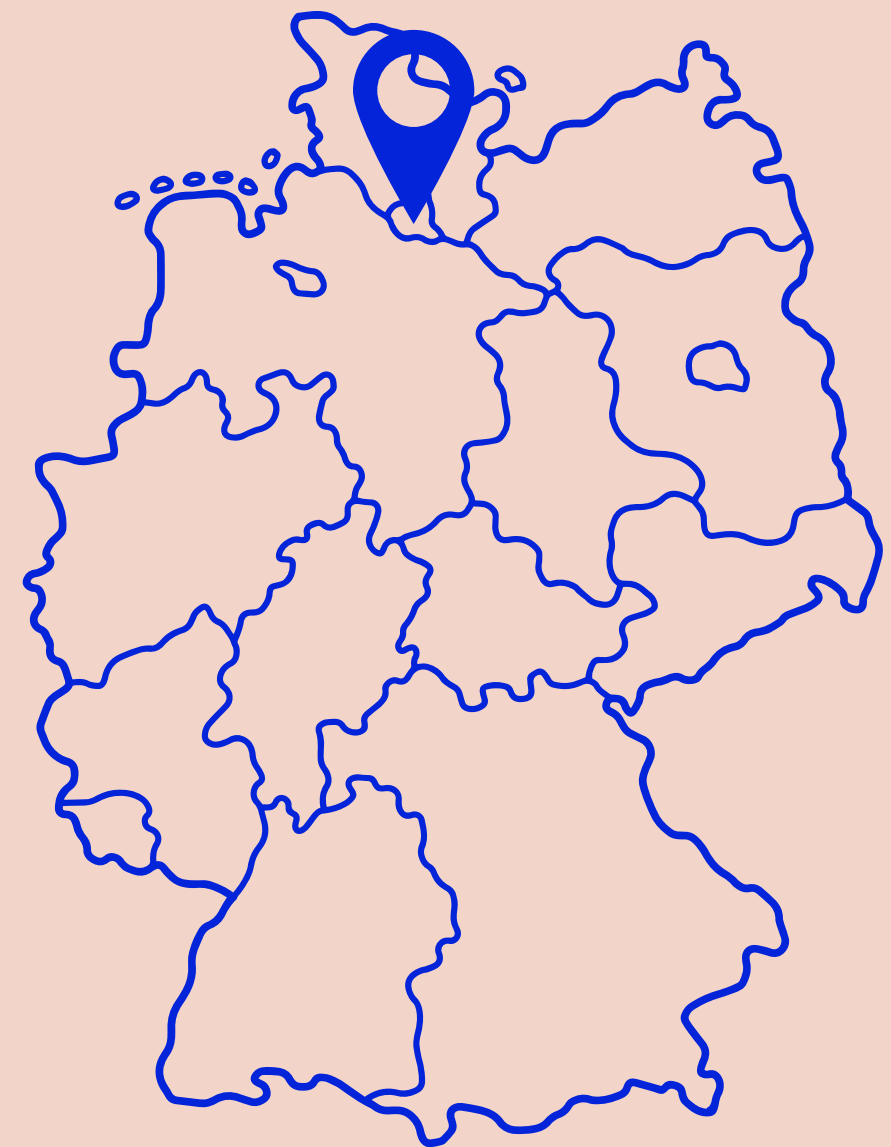
S

DIE ECKDATEN

Umfrage mit 270 Teilnehmer*innen aus HH,
im Durchschnitt 25,3 Jahre alt

An Szene-Orten, in Clubs und an den
Universitäten in Hamburg

Zeitraum: 19.-30.6. 2024



270
TEILNEHMER*INNEN

D

V

M

S

DER HINTERGRUND

Wie und warum Festivals besucht werden, hat sich (spätestens) seit der Pandemie stark verändert. Wir wollen wir unsere Zielgruppe, ihre Vorlieben und Gewohnheiten bestmöglich kennen, um auf solche Trends zu reagieren. Daher haben wir sie gefragt – und haben so vieles erfahren, was nicht nur für uns relevant ist.

D

V

M

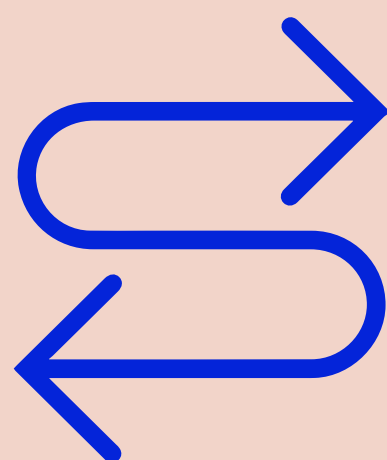
S

DIE GROSSEN TAKE-AWAYS



Festival-Besucher*innen haben weniger „Freizeit-Budget“ zur Verfügung und sind daher preissensitiver

Kultur-Angebote konkurrieren ebenso mit Reisen und Zeit mit Freund*innen, nicht nur mit anderen Festivals o.ä.



Gewohnheiten ändern sich:
Camping verliert an Wert, aber
Tagesangebote werden wichtiger

D

V

M

S

Festival- bzw. Kulturbesucher*innen sind preissensitiver geworden:

der potenziellen Besucher*innen sagen,
42% dass sie bei niedrigeren Preisen
eher kommen können.

18% aller Befragten benötigen das Geld,
das sie früher für Festivals ausgegeben haben,
nun für normale Lebenshaltungs-Kosten.



D

V

M

S

Kultur-Veranstaltungen konkurrieren nicht nur miteinander. Menschen geben ihr Geld statt für Festival-Tickets für:

167 X Essen, Trinken & Snacks

151 X Reisen & Urlaub

128 X Ausflüge mit Freund*innen

95 X Konzerte & Events

D

V

M

S

Vorbei sind die Zeiten, in denen Menschen einen Sommer voller Festivals verbracht haben:

82% der Befragten besuchen **maximal ein Festival 2024.**

Bei der Frage, **warum** sie ein Festival ausgewählt haben, ist die **Begleitung am wichtigsten:**

69x 
meine Freund*innen
gehen dort hin

57x 
internationale Acts

44x 
günstigere Tickets

D

V

M

S

Menschen wollen einen oder zwei Tage aufs Festival:

71% sagen, dass sie am ehesten ein **1- oder 2-Tages-Ticket** kaufen würden.

Dies deckt sich mit unseren Verkäufen: Während wir **vor der Pandemie zu 75% 3-Tage-Tickets** und zu **25% 1-Tages-Tickets** verkauft haben,

ist das **Verhältnis
mittlerweile
ausgewogen.**

D

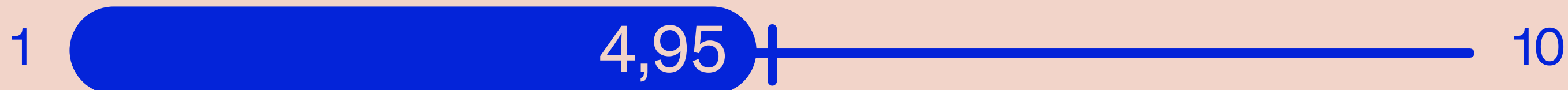
V

M

S

Es gibt andere Vorlieben und Gewohnheiten:
Camping wird als nicht mehr elementar gesehen

Wie wichtig ist Camping für dich?



Freitag



Samstag



Sonntag



D

Wie wichtig ist dir X für
dein Festival-Erleben?
Skala 1-10

V

M

S

UNSERE REAKTION

Was machen wir daraus? **Wir reagieren** und konzentrieren das MS DOCKVILLE 2025 auf **zwei Tage:**

**FREITAG UND SAMSTAG,
15.–16. AUGUST 2025**



So können wir Tickets für nur 99€ anbieten.



Der VVK ist sehr gut (vor Corona-Niveau) angelaufen – eine Bestätigung, dass wir Geschmack und Wünsche unserer Zielgruppe treffen.

D

V