

Til
FestivalDanmark

Dokumenttype
Rapport

Dato
Marts, 2011

DANMARKS SMUKKESTE FESTIVAL DEN KULTURELLE OG ØKONOMISKE BETYDNING



DANMARKS SMUKKESTE FESTIVAL
DEN KULTURELLE OG ØKONOMISKE BETYDNING

INDHOLD

1.	Sammenfatning	1
2.	Danmarks Smukkeste Festival	3
3.	De kulturelle og sociale effekter	5
3.1	Danskerne om Danmarks Smukkeste Festival	5
3.2	Frivilligt arbejde på Danmarks Smukkeste Festival	7
4.	De lokaløkonomiske effekter	8
4.1	Musikfestivalens omsætning	8
4.2	Musikfestivalens forbrug	8
4.3	Deltagernes forbrug	9
4.4	Samlede lokaløkonomiske effekter	10
4.5	Brandværdien	11
4.5.1	Medieomtale	11
5.	Perspektivering	13

1. SAMMENFATNING

Denne delrapport omhandlende Danmarks Smukkeste Festival er en del af en større undersøgelse af den kulturelle og økonomiske betydning af de danske musikfestivaler. Undersøgelsen er baseret på oplysninger fra om ti musikfestivaler¹, der er medlem af Festival Danmark.

I forbindelse med undersøgelsen er der gennemført en landsdækkende, elektronisk spørgeskemaundersøgelse, hvor et repræsentativt udsnit af danskerne har svaret på spørgsmål vedrørende deres kendskab til og opfattelse af de danske musikfestivaler samt musikfestivalernes hjembyer. Ligesom oplysninger fra interviews med eksperter på området samt resultater fra en måling af musikfestivalernes medieomtale også indgår i datagrundlaget for analysen.

De ti festivaler har mange fællestræk, for så vidt angår arrangementernes opbygning og indhold. Ikke desto mindre er der forskelle i forhold til festivalernes omsætning, besøgstal og ansatte: Forhold, der er vigtige, i en vurdering af festivalerne lokaløkonomiske betydning. Figur 1.1 viser, hvordan musikfestivalerne i undersøgelsen kan grupperes efter størrelse.

Figur 1.1: De ti festivaler²

Store musikfestivaler	Mellemstore musikfestivaler	Små musikfestivaler
<ul style="list-style-type: none"> • Danmarks Smukkeste Festival • Roskilde Festival 	<ul style="list-style-type: none"> • Jelling Musikfestival • Nibe Festival • Skive Festival • Vig Festival 	<ul style="list-style-type: none"> • Bork Havn Musikfestival • Nordals Musikfestival • Samsø Festival • Vilde Vulkaner Festival

I det følgende vil resultaterne fra undersøgelsen, der specifikt angår Danmarks Smukkeste Festival, blive præsenteret. Afhængigt af fokus og emne vil resultaterne enten blive sat i forhold til Roskilde Festival, der som Danmarks Smukkeste Festival også karakteriseres som en stor musikfestival, eller det samlede resultat for de ti musikfestivaler.

Efter en kort præsentation af Danmarks Smukkeste Festival i afsnit 2 indeholder afsnit 3 en belysning af de kulturelle og sociale effekter. Afsnit 4 indeholder en beskrivelse af de lokaløkonomiske effekter, mens delrapporten afsluttes med en perspektivering.

Boks 1.1 resumerer delrapportens væsentligste resultater. Resultaterne kan med fordel sammenholdes med resultaterne i undersøgelsens hovedrapport, der dækker alle ti musikfestivaler.

¹ Musikfestival vil blive anvendt som betegnelse i stedet for festival, da netop denne betegnelse passer bedst på de medvirkende festivaler, der alle har et hovedfokus på musikken.

² Kategoriseringen bekræftes af tre eksperter, som er interviewet i forbindelse med nærværende undersøgelse.

Boks 1.1: Konklusioner vedrørende Danmarks Smukkeste Festival

- Danmarks Smukkeste Festival har stor kulturel og social betydning – særligt i lokalområdet og for de mange danskere, der eksempelvis som frivillige er tilknyttet musikfestivalen.
- Næsten alle voksne danskere har hørt om Danmarks Smukkeste Festival.
- Gæsterne på Danmarks Smukkeste Festival kommer primært på grund af samværet med vennerne og hyggen.
- Danmarks Smukkeste Festival genererer økonomiske effekter i lokalområdet for ca. 80,7 mio. kr.
- Mindst 40 arbejdspladser i lokalområdet kan tilskrives Danmarks Smukkeste Festivals beliggenhed.
- Brandværdien af Danmarks Smukkeste Festival målt på medieomtalen i de skrevne medier beløber sig til ca. 6,54 mio. kr., hvoraf ca. 5,32 mio. kr. samtidig er en markedsføring af Skanderborg Kommune.

2. DANMARKS SMUKKESTE FESTIVAL

Den første udgave af Danmarks Smukkeste Festival, tidligere Skanderborg Festival, fandt sted i 1980. Det startede som en lille musikfestival, men er i dag Danmarks næststørste musikfestival med 45.000 – 48.000 deltagere inklusive betalende gæster, frivillige medarbejdere, kunstnere mv.

Det er i dag Skanderborg Festivalklub, der er uafhængig af kommercielle og politiske interesser, som står bag Danmarks Smukkeste Festival. Skanderborg Festivalklub har 15 fastansatte og har hvert år omkring 10.000 frivillige medarbejdere, der er med til at sørge for afviklingen af årets festival. Danmarks Smukkeste Festival har desuden en lang række samarbejdspartnere, både diverse foreninger, virksomheder samt sponsorer, som alle er en central del af festivalens afvikling.

Ud fra mottoet "Musik & Bøgetræer" er festivalens primære formål ikke at skabe profit, men at skabe en fest og "anti-dagligdag" for publikum i smukke omgivelser. Desuden at støtte sociale og kulturelle formål i Skanderborg og omegn.

Danmarks Smukkeste Festival tiltrækker hovedsageligt populære kunstnere inden for de genrer, de er kendt for at repræsentere, frem for smal og uopdaget kunst. Målgruppen er således bred, hvilket en gennemsnitsalder på ca. 35 år vidner om.

Tabel 2.1 indeholder en kort beskrivelse af de store, nationalt favnende musikfestivaler, hvor Danmarks Smukkeste Festival hører under sammen med Roskilde Festival.

Tabel 2.1: Danmarks Smukkeste Festival – De store, nationalt favnende musikfestivaler

Karakteristika	
Musik	Flere store internationalt kendte musiknavne samt store nationale musiknavne
Målgrupper	20-40 år
Samlet besøgstal (inkl. gæster, frivillige, kunstnere mv.)	48.000–110.000 besøgende
Omsætning	87 mio. kr. (ekskl. moms) og derover
Fastansatte	15-25 fastansatte
Frivillige	10.000-25.000 frivillige

Kilde: Tilsendt materiale fra de enkelte musikfestivaler og deres respektive hjemmesider

Note: 2009 tal

Deltagerne på Danmarks Smukkeste Festival kommer stort set fra hele landet. Størstedelen kommer dog fra landsdelen³ Østjylland, hvori Skanderborg er beliggende, mens der også kommer en stor del fra Københavns by, jf. Tabel 2.2 og Figur 2.1. Den første kolonne i tabellen viser, hvor de danske gæster på Danmarks Smukkeste Festival kommer fra, mens den anden kolonne illustrerer, hvor de danske musikfestivaldeltagere generelt er bosat. Kortet viser hvor stor en andel af de besøgende, der kommer fra de forskellige kommuner i Danmark.

³ Landsdele refererer til den opdeling på landsdele, som Danmarks Statistik anvender.

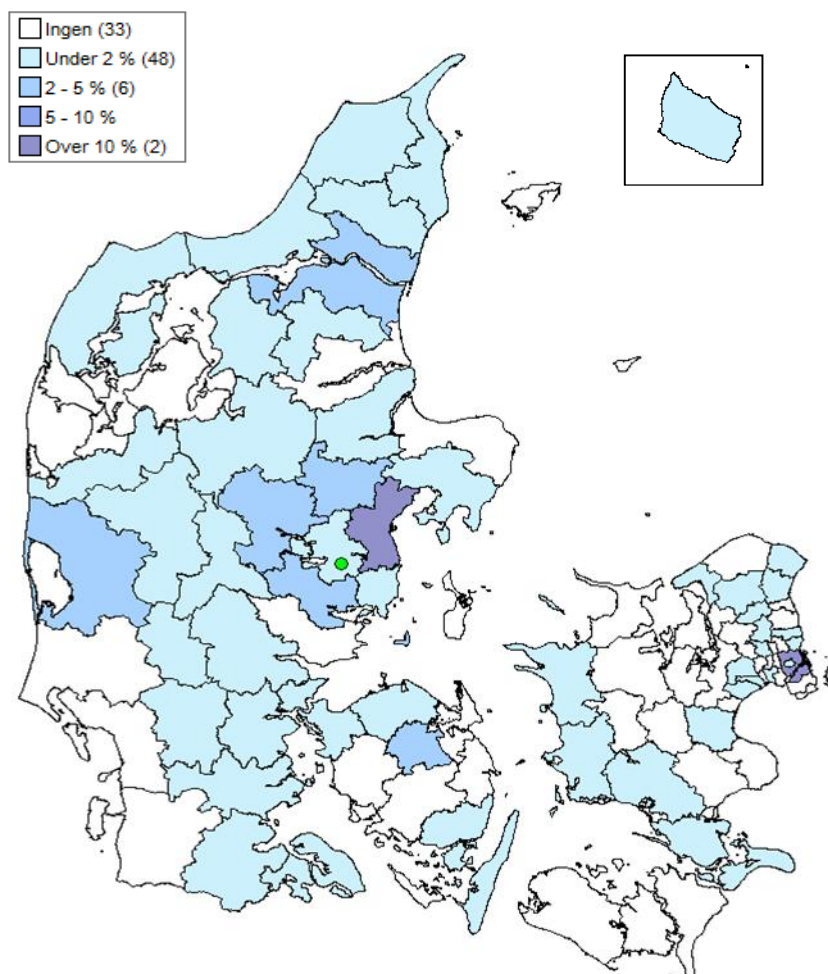
Tabel 2.2: Bosætningsmønstret for besøgende på Danmarks Smukkeste Festival

Landsdel	Danmarks Smukkeste Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
Københavns by	18,1	23,5
Københavns omegn	5,8	10,3
Østsjælland	1,8	4,1
Nordsjælland	4,4	3,9
Bornholm	0,4	0,5
Vest- og Sydsjælland	2,7	6,9
Fyn	6,6	5,5
Sydjylland	7,5	7,9
Vestjylland	4,4	5,1
Østjylland	35,0	19,5
Nordjylland	9,7	9,2
Ukendt	3,5	3,5
Total	100,0	100,0

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Note: Resultaterne i tabellen bygger på oplysninger om de medvirkende deltagere i den gennemførte panelundersøgelse. Selvom panelisterne er repræsentativt udvalgt i forhold til demografien på landsplan, så skal resultaterne alene ses som en indikation af, hvor de besøgende på de enkelte musikfestivaler kommer fra. Særligt for de mindre musikfestivaler, hvor relativt få panelister har besøgt den pågældende musikfestival, bør resultaterne fortolkes med et vist forbehold.

Figur 2.1: Besøgende til Danmarks Smukkeste Festival, fordeling på bopælskommuner



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

3. DE KULTURELLE OG SOCIALE EFFEKTER

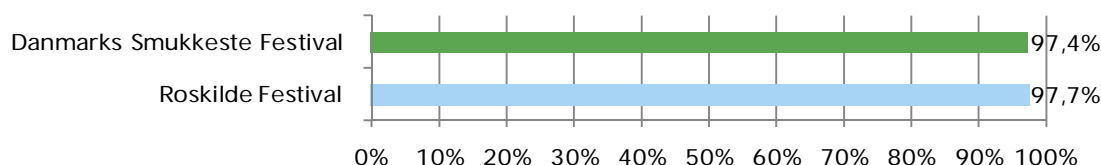
Musikfestivalerne har stor betydning for dansk kultur- og musikliv, og de spiller hver især en central rolle for det lokalområde og de borgere, som de er knyttet til. Danmarks Smukkeste Festival har udviklet sig til at være en national kulturinstitution og et socialt samlingspunkt, som mange danskere besøger hvert år, enten som betalende gæst eller som frivillig medarbejder.

I de følgende afsnit gennemgås undersøgelsens resultater angående Danmarks Smukkeste Festivals kulturelle og sociale effekter. I afsnit 3.1 gennemgås resultater vedrørende danskerne om Danmarks Smukkeste Festival, mens det frivillige arbejde på musikfestivalen berøres i afsnit 3.2.

3.1 Danskerne om Danmarks Smukkeste Festival

Det der blandt andet kendetegner de to store musikfestivaler er, at kendskabsgraden til dem er stor målt på, at næsten alle danskere har hørt om Danmarks Smukkeste Festival og Roskilde Festival. Der er ca. 97,4 pct. af danskerne, der har hørt om Danmarks Smukkeste Festival, jf. Figur 3.1.

Figur 3.1: Kendskabsgrad til musikfestivalerne (andel af danskerne, der har hørt om musikfestivalerne)

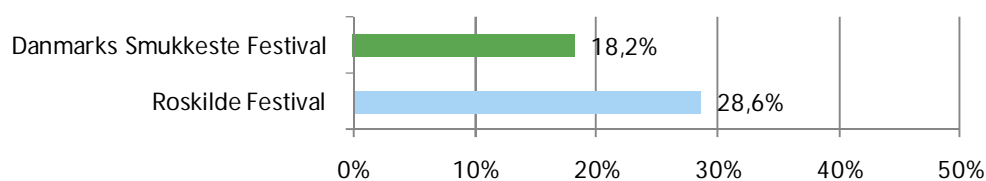


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Note: I spørgeskemaundersøgelsen blev der skrevet Danmarks Smukkeste Festival (Skanderborg Festival)

Ca. 60 pct. af de voksne danskere har været på en musikfestival i Danmark. Af de voksne danskere har én ud af fem på et eller andet tidspunkt besøgt Danmarks Smukkeste Festival, jf. Figur 3.2.

Figur 3.2: Andel af danskerne, der har været på musikfestival, der har besøgt én af musikfestivalerne



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Note: I spørgeskemaundersøgelsen blev der skrevet Danmarks Smukkeste Festival (Skanderborg Festival)

Størstedelen af gæsterne på Danmarks Smukkeste Festival kommer på grund af hyggen, mens næsten lige så mange svarer, at årsagen er samværet med vennerne og/eller festivalens udvalg af musik, jf. Tabel 3.1.

Tabel 3.1: Årsager til at tage på Danmarks Smukkeste Festival

Top 12 – Årsager til at tage på Danmarks Smukkeste Festival	Danmarks Smukkeste Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
Det er hyggeligt	66,4	47,5
Samværet med vennerne	56,0	51,8
Festivalens udvalg af musik	50,0	51,3
Festen/sjov og ballade	47,8	41,2
Festivalens beliggenhed (eksempelvis afstand til bopælen)	27,6	28,5
For at arbejde/være frivillig	17,9	16,3
Det er en tradition	17,2	15,4
Festivalens størrelse (antallet af gæster)	17,2	22,1
Samværet med familien	9,0	10,3
Andet	5,2	9,4
Det er en ferieform jeg er glad for	4,5	6,5
Ved ikke	1,5	1,9

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Note: respondenterne havde mulighed for at give mere end ét svar

Under kategorien 'Andet' for Danmarks Smukkeste Festival, blev der blandt andet skrevet, at årsagen var 'naturen', at 'de havde fået en fribillet' eller, at de som musiker/artist selv skulle optræde på Danmarks Smukkeste Festival.

At Danmarks Smukkeste Festival er en hyggelig musikfestival underbygges af, at ca. 66,2 pct. af de voksne danskere, der har hørt om Danmarks Smukkeste Festival, svarer, at de netop synes, at hygge beskriver festivalen godt, jf. Tabel 3.2.

Tabel 3.2: Hvilke værdier/udsagn tillægger du Danmarks Smukkeste Festival?

Top 8 – Værdier/udsagn om Danmarks Smukkeste Festival	Danmarks Smukkeste Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
Hyggelig	66,2	39,3
Flot/smuk	56,0	20,7
Folkelig	51,8	36,4
Festlig	50,7	35,9
Familievenlig/Børnevenlig	29,0	22,8
En festival for unge	17,1	30,2
Jeg forbinder ikke festivalen med noget	7,4	16,4
Andet	2,5	6,0

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Note: respondenterne havde mulighed for at give mere end ét svar

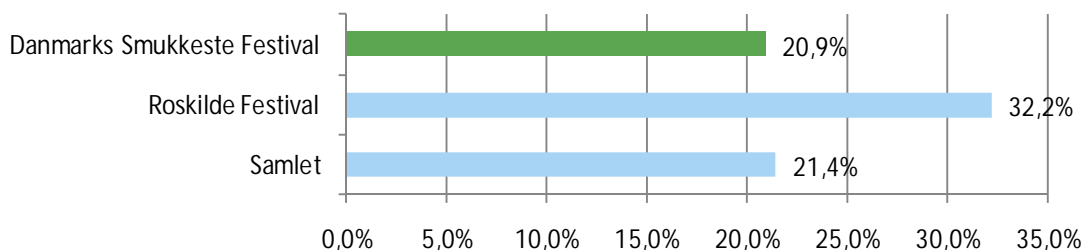
Under kategorien 'Andet' ligger udsagn som 'Musik i naturen', 'Smuk', 'Voksenvenlig', men også eksempelvis 'hårdt pres på byen' og 'arbejde'.

3.2 Frivilligt arbejde på Danmarks Smukkeste Festival

Der er et gennemsnitligt antal deltagere på ca. 33.320 pr. dag⁴ på Danmarks Smukkeste Festival, hvoraf ca. 10.000-11.000 er frivillige. Det svarer til, at ca. 32 pct. på musikfestivalen er frivillige. Roskilde Festival har i gennemsnit ca. 34 pct. frivillige af det samlede deltagerantal.

Ca. en femtedel af de deltagere, der har været på Danmarks Smukkeste Festival, svarer i spørgeskemaundersøgelsen, at de har arbejdet frivilligt på musikfestivalen. Denne fordeling mellem frivillige medarbejdere på den ene side og betalende gæster, kunstnere/musikere mv. på den anden side, svarer rimelig godt til den gennemsnitlige fordeling for alle ti musikfestival samlet, jf. Figur 3.3.

Figur 3.3: Andel af deltagerne, der har arbejdet frivilligt på Danmarks Smukkeste Festival



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Den primære motivation for at arbejde frivilligt på én af de ti festivaler er, at det er sjovt og hyggeligt, mens der også er en stor del, der svarer, at deres motivation er at spare billetten. Det samme billede tegner sig for de deltagere, der har arbejdet frivilligt på Danmarks Smukkeste Festival.

Størstedelen af de respondenter, der har arbejdet frivilligt på én af de ti musikfestivaler har arbejdet frivilligt på en musikfestival én gang, mens der også er en stor del, der har arbejdet frivilligt 2-4 gange. For Danmarks Smukkeste Festival er der dog flest, der har været frivillig medarbejder 5-10 gange.

⁴ Ekskl. den kategori af deltagere som Danmarks Smukkeste Festival benævner gæster. Det gennemsnitlige antal deltagere er beregnet ud fra at festivalen varer fem dage dvs. inkl. warm-up dagen

4. DE LOKALØKONOMISKE EFFEKTER

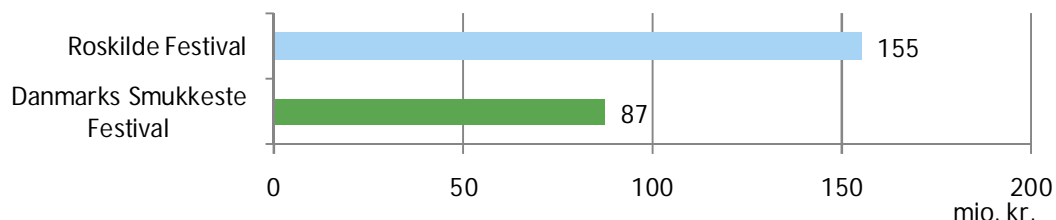
De større musikfestivaler har direkte og indirekte indflydelse på økonomien i lokalområdet gennem omsætning og jobskabelse, mens de små, lokale musikfestivaler i højere grad kan siges at skabe værdi på et lokalkulturelt, musikalsk og socialt plan.

I de følgende afsnit præsenteres resultaterne for Danmarks Smukkeste Festivals lokaløkonomiske effekter. I afsnit 4.1 illustreres Danmarks Smukkeste Festivals omsætning sammenlignet med Roskilde Festivalens omsætning. I afsnit 4.2 præsenteres resultater vedrørende musikfestivalens forbrug, mens deltagerens forbrug belyses i afsnit 4.3. De samlede lokaløkonomiske effekter som følge af Danmarks Smukkeste Festival er opgjort i afsnit 4.4, mens afsnit 4.5 giver et kvalificeret bud på brandværdien af Danmarks Smukkeste Festival, herunder medieomtalen.

4.1 Musikfestivalens omsætning

Danmarks Smukkeste Festival havde i 2009 i omsætning på ca. 87 mio. kr. (eksklusive moms), hvilket er en del mindre sammenlignet med Roskilde Festival, jf. Figur 4.1, men væsentligt større end de otte andre musikfestivaler i undersøgelsen, jf. Hovedrapporten.

Figur 4.1: Musikfestivalernes omsætning (mio. kr.), 2009



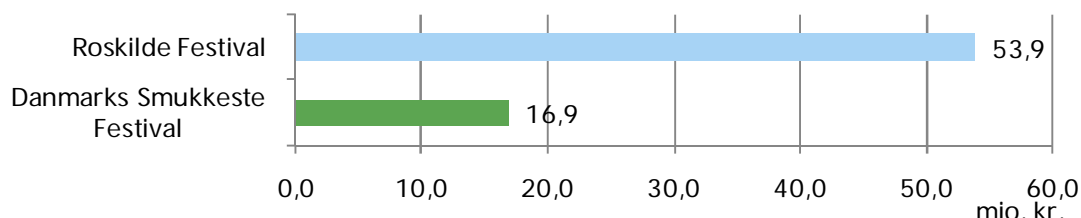
Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne

Note: Roskilde Festival har desuden angivet, at der er en omsætning på ca. 106 mio. kr. i festivalboderne

4.2 Musikfestivalens forbrug

En relativ stor del af de små og de mellemstore musikfestivalers forbrug lægges i lokalområdet – i modsætning til de store musikfestivaler, hvor forbruget i lokalområdet er relativt begrænset. På baggrund af oplysninger fra musikfestivalerne beregnes, at Danmarks Smukkeste Festival brugte ca. 16,9 mio. kr. i lokalområdet i 2009, jf. Figur 4.2. Det er særligt indkøb til videresalg, hotel til optrædende samt pladsudgifter og udgifter til reklame mv., som musikfestivalerne afholder i lokalområdet.

Figur 4.2: Musikfestivalernes forbrug i lokalområdet (mio. kr.), 2009



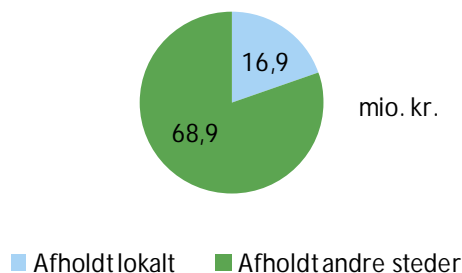
Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

Note: Kun Bork Havn Musikfestival, Danmarks Smukkeste Festival, Nibe Festival, Nordals Musikfestival og Roskilde Festival har oplyst, hvor meget af deres forbrug, der tilfalder erhvervslivet i lokalområdet. Baseret på disse oplysninger er de øvrige festivalers forbrug i lokalområdet estimeret som et gennemsnit af andelen for Nibe Festival, Nordals Musikfestival og Bork Havn Musikfestival.

Set i forhold til deres deltagerantal er musikfestivalernes udgifter, som bliver afholdt lokalt, relativt ens på tværs af deres størrelse. Således afholder musikfestivalerne udgifter i lokalområdet i omegnen af 100-200 kr. pr. deltager. For Danmarks Smukkeste Festival er dette tal beregnet til 101 kr., mens det for Roskilde Festival er beregnet til 183 kr.

I 2009 havde Danmarks Smukkeste Festival udgifter for ca. 85,8 mio. kr., hvoraf altså ca. 16,9 mio. kr. blev afholdt i lokalområdet. Det svarer til, at ca. 19,7 pct. blev afholdt i lokalområdet, mens resten af udgifterne blev afholdt andre steder (ca. 80,3 pct.), jf. Figur 4.3.

Figur 4.3: Danmarks Smukkeste Festival forbrug lokalt og andre steder (mio. kr.), 2009

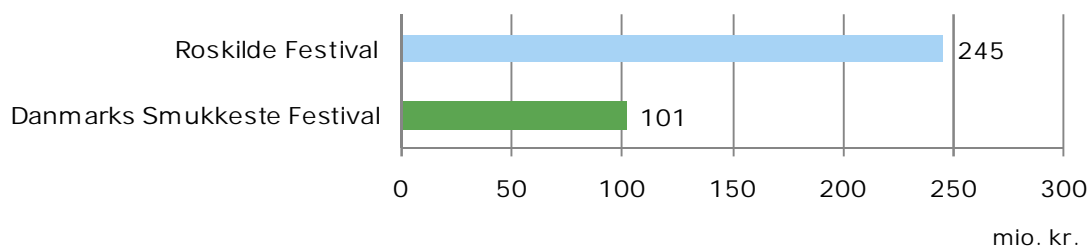


Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

4.3 Deltagernes forbrug

Den gennemsnitlige deltager på Danmarks Smukkeste Festival har et dagsforbrug på ca. 610 kr. Det vurderes, at der er et relativt højere dagsforbrug på Danmarks Smukkeste Festival sammenlignet med de andre festivaler (ca. 555 kr. pr. dag.) set i lyset af, at deltagerne på netop denne musikfestival har en relativ høj gennemsnitsalder og dermed et formodentligt større økonomisk rådighedsbeløb. På Danmarks Smukkeste Festival falder ca. 83 pct. af forbruget på og omkring festivalpladsen (inkl. forbrug udover omsætning i boder drevet af det lokale forenings- og erhvervsliv). Figur 4.4 viser, hvor meget deltageres samlede forbrug set over hele musikfestivalen beløber sig til. For Danmarks Smukkeste Festival anslås det, at deltageres samlede forbrug foruden billetten beløber sig til ca. 101 mio. kr.

Figur 4.4: Deltageres samlede forbrug (ekskl. billet) i forbindelse med musikfestivalens afholdelse (mio. kr.), 2009



Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

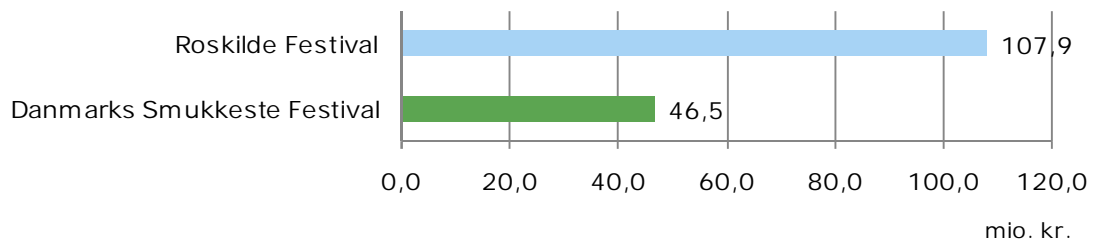
Note1: Det samlede forbrug er beregnet ud fra antagelsen om, at en gennemsnitlig deltager på Danmarks Smukkeste Festival bruger 610 kr. pr. dag, mens det for de andre festivaler er beregnet ud fra, at en gennemsnitlig deltager bruger 555 kr. pr. dag.

Note2: For Roskilde Festival er antallet af dage for musikfestivalens varighed sat til seks dage og ikke fire dage grundet, at der allerede flere dage før selve musikfestivalen er ankommet en stor del af de besøgende.

Det er festivalgæsternes forbrug i de lokale boder på og omkring festivalpladsen samt i lokale butikker, der genererer de lokaløkonomiske effekter som følge af musikfestivalfestivalerne. Mindst 70 % af deltageres forbrug i forbindelse med de ti musikfestivaler forventes at tilfalde foreninger og erhvervsdrivende i lokalområdet

Figur 4.5 viser omsætningen i lokale boder på og omkring festivalpladsen i forbindelse med musikfestivalernes afholdelse. Omsætningen i lokale boder på og omkring Danmarks Smukkeste Festival beregnes til ca. 46,5 mio. kr., jf. Figur 4.5.

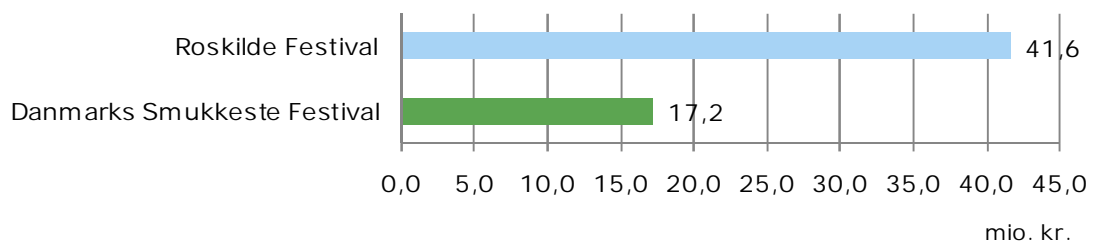
Figur 4.5: Omsætning i lokale boder på og omkring festivalpladsen (mio. kr.), 2009



Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

I forlængelse heraf viser Figur 4.6 omsætningen i lokalområdet (uden for festivalpladsen) i forbindelse med afholdelsen af Danmarks Smukkeste Festival.

Figur 4.6: Omsætning i lokalområdet som følge af musikfestivalen (mio. kr.), 2009



Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

Note1: Andelen af deltagernes forbrug, der lægges i lokalområdet uden for festivalpladsen er sat til 17 % for Roskilde Festival og Danmarks Smukkeste Festival. For de øvrige festivaler antages andelen af være 31 %
 Note2: For Roskilde Festival er antallet af dage for musikfestivalens varighed sat til seks dage og ikke fire dage grundet, at der allerede flere dage før selve musikfestivalen er ankommet en stor del af de besøgende

Der er generelt en tendens til, at de deltagende på de store musikfestivaler lægger en større andel af deres forbrug på og omkring festivalpladsen modsat de mellemstore og mindre musikfestivaler, hvor en relativt større andel lægges i lokalområdet. Dette kan skyldes, at jo større musikfestival, desto større er udbuddet på festivalpladsen.

4.4 Samlede lokaløkonomiske effekter

Tabel 4.1 viser en samlet opgørelse over de forventede lokaløkonomiske og beskæftigelsesmæssige effekter i lokalområdet som følge af afholdelsen af Danmarks Smukkeste Festival.

Tabel 4.1: Samlede lokaløkonomiske effekter (mio. kr./antal arbejdspladser), 2009

Danmarks Smukkeste Festival	
Festivalens udgifter lokalt	16,9 mio. kr.
Forbrug i boder	46,5 mio. kr.
Forbrug i lokalområdet	17,2 mio. kr.
Økonomiske effekter i alt	80,7 mio. kr.
Beskæftigelse	40 arbejdspladser

Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne, Danmarks Statistik og Rambølls beregninger

Det skal bemærkes, at omsætningen i boder, der tilfalder interessenter i lokalområdet, ikke er medtaget, da det i de fleste tilfælde ikke har været muligt at adskille omsætningen i musikfestivalernes egne boder fra den øvrige omsætning på og omkring festivalpladsen. Således er de beskæftigelsesmæssige effekter af musikfestivalernes tilstedeværelse potentielt større.

Hovedparten af arbejdspladserne er i detailhandlen, mens en mindre del er indenfor hotel- og restaurationsbranchen samt erhvervsservice (jurister, kommunikation, revision).

4.5 Brandværdien

Ca. 75,5 pct. af de voksne danskere, der har hørt om Danmarks Smukkeste Festival, mener i høj eller nogen grad, at musikfestivalen bidrager positivt til deres opfattelse af Skanderborg. Dette er en god indikation på musikfestivalens brandmæssige værdi for Skanderborg og lokalområdet. Generelt gælder det, at ca. 55,4 pct. af de voksne danskere mener, at de danske musikfestivaler i høj grad eller i nogen grad bidrager positivt til den by, de ligger i, jf. Tabel 4.2.

Tabel 4.2: I hvilken grad mener du, at Danmarks Smukkeste Festival bidrager positivt til din opfattelse af Skanderborg?

Grad	Danmarks Smukkeste Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
I høj grad	32,0	19,3
I nogen grad	43,5	36,1
I lav grad	8,2	14,5
Slet ikke	8,2	14,5
Ved ikke	8,1	15,7
Total	100,0	100,0

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Note: I spørgeskemaundersøgelsen blev der skrevet Danmarks Smukkeste Festival (Skanderborg Festival)

En anden indikation af brandværdien af Danmarks Smukkeste Festival for Skanderborg er de svar, der gives, hvis man spørger folk om, hvad de først tænker på, når de hører bynavnet. Størstedelen har svaret, at det første de tænker på er kultur og musik, jf. Tabel 4.3. Det formodes, at Danmarks Smukkeste Festival beliggenhed i byen har en vis betydning for, at mange relaterer kultur og musik med Skanderborg.

Tabel 4.3: Det første du tænker, når du hører bynavnet Skanderborg?

Værdi/udsagn	Skanderborg Procent (%)	De ti Musikfestivalbyer/-øer (%)
Ferie	2,3	10,5
Kultur og musik	59,8	20,6
Natur	13,3	12,2
Et godt sted at bo	7,9	5,3
Et godt sted at arbejde	0,5	2,5
Andet	4,7	8,9
Forbinder ikke byen med noget	11,4	39,9
Total	100,0	100,0

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Note: De ti musikfestivalbyer/-øer er følgende: Skanderborg, Roskilde, Jelling, Nibe, Skive, Vig, Bork, Nordborg, Samsø og Vordingborg

Kategorien 'Andet' for Skanderborg dækker blandt andet over udsagnene 'Festival', sangen "Gid du var i Skanderborg" af Dorthe Kollo og udsagnet 'by ved motorvej'.

4.5.1 Medieomtale

Et andet udtryk for den brandværdi, som tilfalder lokalområdet som følge af musikfestivalens beliggenhed, er medieomtalen. Nedenfor ses en oversigt over den medieomtale, de to store musikfestivaler har fået i løbet af de sidste 12 måneder (måling foretaget ultimo august 2010 på Infomedia), jf. Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Antal artikler om musikfestivalerne (12 mdr.)

Musikfestival	Antal artikler
Roskilde Festival	10.101
Danmarks Smukkeste Festival	1.443

Kilde: Infomedia

Det observeres, at nyhedsstrømmen i de skrevne medier er væsentlig større for Roskilde Festival end for Danmarks Smukkeste Festival. Det skal dog bemærkes, at antallet af artikler om Danmarks Smukkeste Festival set over 12 måneder er relativt højt i forhold til antallet af artikler om Nibe Festival (514 artikler), Skive Festival (463 artikler) og Jelling Musikfestival (390 artikler).

Markedsføringsværdien af medieomtalen er betydelig. Tabel 4.5 viser et estimat på, hvad artiklerne ville koste, såfremt de var led i en kampagne i de skrevne medier, og dermed hvilken markedsføringsværdi, de har for såvel musikfestivalen som lokalområdet, hvor festivalen afholdes. Markedsføringsværdien af medieomtalen om Danmarks Smukkeste Festival vurderes at være mellem 6-7 mio. kr.

Tabel 4.5: Værdi af musikfestivalernes medieomtale i skrevne medier inden for 12 mdr. (mio. kr.)

Festival	Festival (by)	Festival (kommune)
Roskilde Festival	45,78	45,78
Danmarks Smukkeste Festival	6,54	5,32

Kilde: Infomedia og Rambølls beregninger

Note1: Da der ikke indgår et geografisk betegnelse indlejret i navnet Danmarks Smukkeste Festival, er der i nogle tilfælde alene tale om en markedsføringsværdi for festivalen, trods at mange associerer Danmarks Smukkeste Festival med musikfestivalens tidligere navn Skanderborg Festival

Note2: Den gennemsnitlige artikelpris er udregnet på baggrund af en medieanalyse af fire landsdækkende kampagner. Der er således en vis usikkerhed forbundet med dette estimat, og dermed også med den estimerede værdi af medieomtalen.

Samlet set forventes medieomtalen i forbindelse med de ti musikfestivaler at have en markedsføringsværdi på ca. 63 mio. kr., hvoraf Roskilde Festival står for langt hovedparten. Det skal bemærkes at indslag om musikfestivalerne i radio og tv ikke indgår i opgørelsen, hvorfor den samlede medieomtale og værdien af denne forventeligt er langt større.

For at kunne give en indikation på musikfestivalernes brandeffekt for den kommune festivalen ligger, er der blevet foretaget en krydssøgning i Infomedias artikeldatabase, hvor kombinationen af kommunenavnet og festivalens navn bliver målt. Det ses, at 'Skanderborg' indgår i størstedelen af de artikler, der er skrevet om Danmarks Smukkeste Festival, svarende til ca. 81 pct. af artiklerne (1.174 artikler ud af 1.443).

Værdien af artikler i de skrevne medier, hvor kommunenavnet også fremgår, beløber sig til samlet ca. 56 mio. kr. for de ti musikfestivaler, heraf vurderes markedsføringsværdien af Skanderborg Kommune som følge af Danmarks Smukkeste Festival at være ca. 5,32 mio. kr.

5. PERSPEKTIVERING

Analyserne af de kulturelle og økonomiske effekter af de danske musikfestivaler har afsløret en række potentialer og opmærksomhedspunkter i forhold til musikfestivalernes virke. Således har musikfestivalerne betydelige styrker og muligheder set i forhold til andre kulturelle og musikalske tilbud, hvilket er afgørende i forhold til musikfestivalernes fortsatte udvikling. Omvendt kan der også peges på en række punkter, der med fordel kunne tillægges et større fokus.

Mange af musikfestivalernes styrker og svagheder, muligheder og trusler er de samme på tværs af musikfestivaler. Der kan dog også peges på en række fokusområder, der er særligt relevante for henholdsvis de lokale, regionale og nationale musikfestivaler. Nedenfor diskuteres potentialerne og de mulige udfordringer for en stor, national musikfestival. Det skal understreges, at der er tale om generelle observationer på baggrund af undersøgelsens resultater. Konklusionerne skal således ses i lyset af de enkelte festivalarrangørers visioner for musikfestivalerne.

De store musikfestivaler har den væsentlige styrke, at der står en velfunderet organisation bag arrangementet med flere fastansatte, der - udover musikfestivalen - også er engageret i flere andre aktiviteter over hele året. Dette forbedrer musikfestivalernes muligheder for at samarbejde med diverse interessenter, herunder kommuner, foreninger og erhvervsliv, om andre kulturelle og musikalske tiltag udover musikfestivalen. Dermed udnyttes arrangørernes kompetencer og erfaringer indenfor ledelse og afvikling af større begivenheder i højere grad til gavn for musikfestivalerne såvel som deres samarbejdspartnere.

Musikfestivalernes størrelse og status - målt på budget, kendskabsgrad og antal deltagere - er i sig selv en styrke, da det giver bedre muligheder for at tiltrække mange populære kunstnere fra ind- og udland til begivenheden. De store verdensstjerner medfører stor interesse om musikfestivalerne på nationalt niveau, og til dels også ud over landets grænser, særligt i ugerne før, under og efter musikfestivalens afvikling samt i forbindelse med offentliggørelse af musikfestivalernes hovednavne. En afledt effekt heraf er, at den megen opmærksomhed er med til at give festivalbyerne (og -kommunerne) et kulturelt og musikalsk brand.

Musikfestivalerne spiller desuden en rolle i forhold til identitetsskabelsen for de mange musikfestivaldeltagere, der således kommer igen år for år. Ligesom musikfestivalerne er kilde til lokal stolthed og en deraf følgende opbakning.

De erfaringer og kompetencer, som musikfestivalorganisationerne har oparbejdet indenfor ledelse og afvikling af store begivenheder, skaber nogle muligheder i forhold til potentielle nye forretningsområder. Der synes i den forbindelse at være mulige synergieffekter ved at indgå strategiske, tværsektorielle samarbejder mellem erhvervsliv, foreninger og offentlige institutioner, udover de allerede eksisterende. Eksempelvis på områder indenfor oplevelsesøkonomien defineret bredt. I forlængelse heraf er hovedopgaven for musikfestivalerne at fortsætte deres udvikling og den kontinuerlige stræben efter fornyelse under hensyntagen til musikfestivalernes grundlæggende værdier, og dermed manifestere deres position som Danmarks største musikfestivaler.

De store musikfestivaler har i de sidste år oplevet et fald i antallet af udenlandske gæster. Dette skyldes til dels, at hovednavnene i højere grad end tidligere er danske. Den primære årsag hertil er, at det er blevet dyrere at tiltrække de absolutte verdensstjerner, som udenlandske turister er villige til at rejse for at opleve. En central udfordring for musikfestivalerne ligger således i at skabe de økonomiske rammer, der gør det muligt at sammensætte et program, der sælger billetter i både ind- og udland i en tid, hvor prisen på musikalske verdensstjerner er opadgående.