

Til
FestivalDanmark

Dokumenttype
Rapport

Dato
Marts, 2011

NIBE FESTIVAL DEN KULTURELLE OG ØKONOMISKE BETYDNING



NIBE FESTIVAL
DEN KULTURELLE OG ØKONOMISKE BETYDNING

INDHOLD

1.	Sammenfatning	1
2.	Nibe Festival	3
3.	De kulturelle og sociale effekter	5
3.1	Danskerne om Nibe Festival	5
3.2	Frivilligt arbejde på Nibe 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	11
4.5	Brandværdien	11
4.5.1	Medieomtale	12
5.	Perspektivering	14

1. SAMMENFATNING

Denne delrapport omhandlende Nibe Festival er en del af en større undersøgelse af den kulturelle og økonomiske betydning af de danske musikfestivaler. Undersøgelsen er baseret på oplysninger fra og 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 Nibe Festival, blive præsenteret. Afhængigt af fokus og emne vil resultaterne enten blive sat i forhold til Jelling Musikfestival, Skive Festival og Vig Festival, der som Nibe Festival også karakteriseres som en mellemstor musikfestival, eller det samlede resultat for de ti musikfestivaler.

Efter en kort præsentation af Nibe 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 Nibe Festival

- Nibe Festival har stor kulturel og social betydning – særligt i lokalområdet og for de danskere, der eksempelvis som frivillige er tilknyttet musikfestivalen.
- Mere end hver tredje voksne dansker har hørt om Nibe Festival.
- Gæsterne på Nibe Festival kommer hovedsageligt på grund af Nibe Festivals beliggenhed og for hyggen.
- Nibe Festival genererer økonomiske effekter i lokalområdet for ca. 28,6 mio. kr.
- Mindst 12 arbejdspladser i lokalområdet kan tilskrives Nibe Festivals beliggenhed.
- Brandværdien af Nibe Festival målt på medieomtale beløber sig til ca. mio. 2,33 kr., hvoraf ca. 760.000 kr. samtidig er en markedsføring af Aalborg Kommune.

2. NIBE FESTIVAL

Den første udgave af Nibe Festival, der også benævnes "Den lille fede", fandt sted tilbage i 1985. Det startede som en lille musikfestival, men er i dag blandt Danmarks største musikfestivaler med mellem 25.000-30.000 deltagere inklusive gæster, frivillige, kunstnere mv.

Det er Nibe Festival Af 1992 (Forening), som er en ikke kommerciel organisation primært bestående af frivillige, der står bag Nibe Festival. Nibe Festival har hvert år over 3.500 frivillige medarbejdere, der er med til at sørge for afviklingen af årets musikfestival. Nibe Festival har desuden en lang række samarbejdspartnere, heriblandt diverse foreninger, virksomheder og Aalborg Kommune.

Centralt for Nibe Festival står værdierne nærvær og intimitet. Musikken er i fokus, men der er en klar forståelse for, at menneskene og miljøet på musikfestivalen er helt centrale faktorer for en god og velfungerende Nibe Festival. Arrangørerne har et mål om at gøre Nibe Festival bedre år for år, og skabe den ultimative totaloplevelse for gæsterne.

Musikken på Nibe Festival består af tidens populære musiknavne samt fremtidens musiknavne, som både er danske og internationale musiknavne indenfor diverse genrer og niveauer. Musikfestivalens målgruppe er folkelig bred.

I Tabel 2.1 præsenteres en kort beskrivelse af de musikfestivaler, som benævnes mellemstore, regionalt favnende musikfestivaler, hvor Nibe Festival hører under sammen med Jelling Musikfestival, Skive Festival og Vig Festival.

Tabel 2.1: Nibe Festival – De mellemstore, regionalt favnende musikfestivaler

Karakteristika	
Musik	Primært populære danske musiknavne plus enkelte store internationale musiknavne
Målgrupper	Familier og/eller unge
Samlet besøgstal (inkl. gæster, frivillige, kunstnere mv.)	17.000 – 30.000 besøgende
Omsætning	20 – 30 mio. kr.
Fastansatte	0 – 3 fastansatte, dog hovedsageligt baseret på frivilligt arbejde
Frivillige	2.000 – 4.000 frivillige

Kilde: Tilsendt materiale fra de enkelte musikfestivaler og deres respektive hjemmesider
Note: 2009 tal

Deltagerne på Nibe Festival kommer primært fra landsdelen³ Nordjylland, hvori Nibe er beliggende, jf. Tabel 2.2 og Figur 2.1. Den første kolonne i tabellen viser, hvor de danske gæster på Nibe 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.

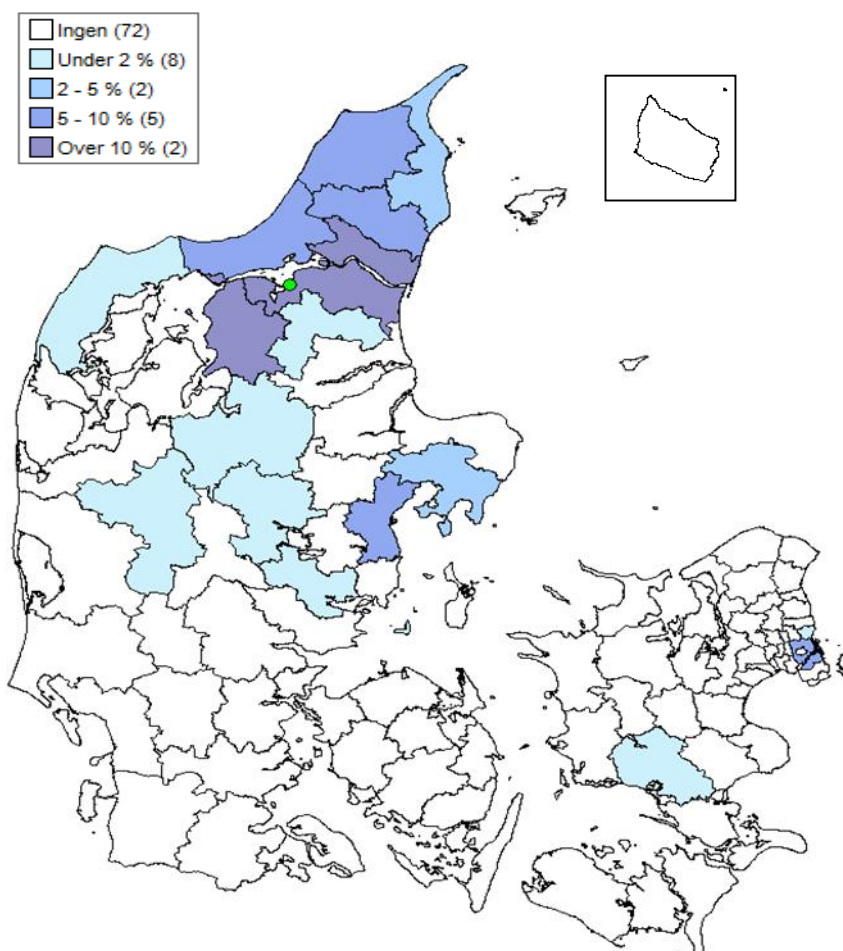
Tabel 2.2: Bosætningsmønstret for besøgende på Nibe Festival

Landsdel	Nibe Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
Københavns by	7,4	23,5
Københavns omegn	1,9	10,3
Østsjælland	0,0	4,1
Nordsjælland	0,0	3,9
Bornholm	0,0	0,5
Vest- og Sydsjælland	1,9	6,9
Fyn	0,0	5,5
Sydjylland	0,0	7,9
Vestjylland	3,7	5,1
Østjylland	13,0	19,5
Nordjylland	68,5	9,2
Ukendt	3,7	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. Eksempelvis har Nibe Festival deltagere fra Mariager Kommune, som ikke fremgår af Tabel 2.2 og Figur 2.1.

Figur 2.1: Besøgende til Nibe Festival, fordeling på bopælskommuner



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

3. DE KULTURELLE OG SOCIALE EFFEKTER

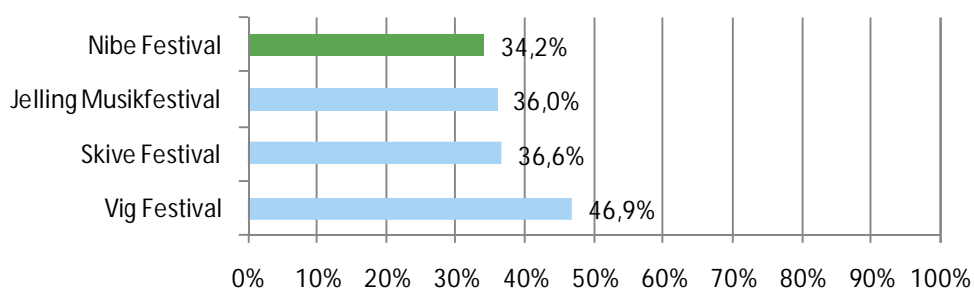
Musikfestivalerne har stor betydning for dansk kultur- og musikliv, og de spiller hver især en central rolle for det lokalområde og de borgere, som de er knyttet til. Nibe Festival har – ligesom de andre musikfestivaler – udviklet sig til at være en lokal kulturinstitution og et socialt samlingspunkt,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

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

3.1 Danskerne om Nibe Festival

Mere end hver tredje voksne dansker har hørt om Nibe Festival. Der kan tilnærmelsesvis peges på, at der er en tendens til, at billedet er det samme for de andre mellemstore, regionalt favnede musikfestivaler, dog med undtagelse af Vig Festival, jf. Figur 3.1.

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

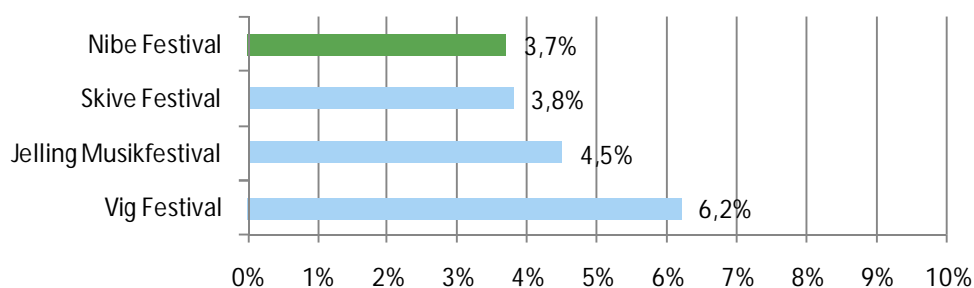


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

At Vig Festivals kendskabsgrad er højere hos respondenterne kan skyldes, at der synes at være geografisk større spredning i bosætningsmønstret for Vigs festivaldeltagere end deltagerne til Nibe Festival, Jelling Musikfestival og Skive Festival vurderet på baggrund af respondenternes bosætningsmønster. Det kan desuden skyldes, at Vig Festival er beliggende i et område, der har mange turister udover dem, der besøger Vig Festival. Den tilsyneladende højere kendskabsgrad synes også at påvirke resultaterne for, hvor stor en del af respondenterne, der har besøgt de fire musikfestivaler, jf. Figur 3.2.

Ca. 60 pct. af de voksne danskere har været på en musikfestival i Danmark. Af de voksne danskere har ca. 3,7 pct. på et eller andet tidspunkt besøgt Nibe Festival, jf. Figur 3.2.

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



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

Den primære årsag til at tidligere festivaldeltagere på Nibe Festival har besøgt musikfestivalen er beliggenheden, dvs. eksempelvis afstanden til deltagerens bopæl. Dette stemmer overens med,

at forholdsvis stor del af gæsterne på Nibe Festival er bosiddende i landsdelen Nordjylland. Generelt er hovedårsagen til at deltage i en musikfestival samværet med vennerne, jf. Tabel 3.1. Dette er med til at understrege musikfestivalernes væsentlige sociale aspekt.

Tabel 3.1: Årsager til at tage på Nibe Festival

Top 12 – Årsager til at tage på Nibe Festival	Nibe Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
Festivalens beliggenhed (eksempelvis afstand til bopæ- len)*	59,3	28,5
Det er hyggeligt	48,1	47,5
Samværet med vennerne	44,4	51,8
Festen/sjov og ballade	40,7	41,2
Festivalens udvalg af musik	40,7	51,3
Festivalens størrelse (antallet af gæster)	25,9	22,1
Andet	14,8	9,4
For at arbejde/være frivillig	11,1	16,3
Det er en tradition	11,1	15,4
Samværet med familien	7,4	10,3
Det er en ferieform jeg er glad for	3,7	6,5
Ved ikke	0,0	1,9

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

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

* I den gennemførte spørgeskemaundersøgelse stod der "Festivalens beliggende (eksempelvis afstand til bopæl)", hvilket med stor sandsynlighed har påvirket forståelsen af svarmuligheden, selvom "Beliggenhed" kan relatere til flere ting, eksempelvis en smuk beliggenhed.

Under kategorien 'Andet' for Nibe Festival, blev der blandt andet skrevet, at årsagen var, at de enten selv er artist/musiker, der skulle spille på Nibe Festival eller, at det var i forbindelse med personens arbejde.

Der observeres, at der er en relativt stor del af respondenterne, der ikke forbinder Nibe Festival med noget. Det hænger sandsynligvis sammen med, at størstedelen af gæsterne på Nibe Festival er bosiddende lokalt/regionalt i landsdelen Nordjylland, og at Nibe Festival derfor ikke er særligt kendt udenfor regionen, jf. Figur 3.2.

Der er desuden en stor del, der synes at Nibe Festival er folkelig og hyggelig, hvilket støtter op om musikfestivalens værdier omhandlende nærvær og intimitet.

Tabel 3.2: Hvilke værdier/udsagn tillægger du Nibe Festival?

Top 8 – Værdier/udsagn om Nibe Festival	Nibe Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
Jeg forbinder ikke festivalen med noget	36,1	16,4
Folkelig	35,7	36,4
Hyggelig	29,4	39,3
En festival for unge	24,6	30,2
Festlig	24,6	35,9
Familievenlig/Børnevenlig	14,7	22,8
Flot/smuk	9,9	20,7
Andet	1,2	6,0

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

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

Under kategorien 'Andet' for Nibe Festival ligger udsagn som 'dansk musik' og 'skov'.

3.2 Frivilligt arbejde på Nibe Festival

Der er et gennemsnitligt antal deltagere på ca. 11.381 pr. dag på Nibe Festival, hvoraf ca. 3.500 er frivillige. Dette svarer til, at ca. 31 pct. af deltagerne på musikfestivalen er frivillige. For Vig Festival er andelen af frivillige ca. 16 pct., for Skive Festival ca. 14 pct. og for Jelling Musikfestival til ca. 12 pct. Andelen af frivillige varierer således relativt meget på tværs af de mellemstore musikfestivaler. Den relativt store mængde frivillige på Nibe Festival kan skyldes, at musikfestivalen afholdes i en skov, hvilket er et ressourcekrævende setup.

Den primære motivation for at arbejde frivilligt på en af de ti festivaler er, at det er sjovt og hyggeligt, men en gratis billet er også en væsentlig motivation. Det samme billede kendetegner også motivationen for de personer, der har arbejdet frivilligt på Nibe 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 på musikfestival. Også her stemmer det generelle billede rimelig godt overens med, hvor mange gange de frivillige har arbejdet frivilligt på Nibe Festival.

4. DE LOKALØKONOMISKE EFFEKTER

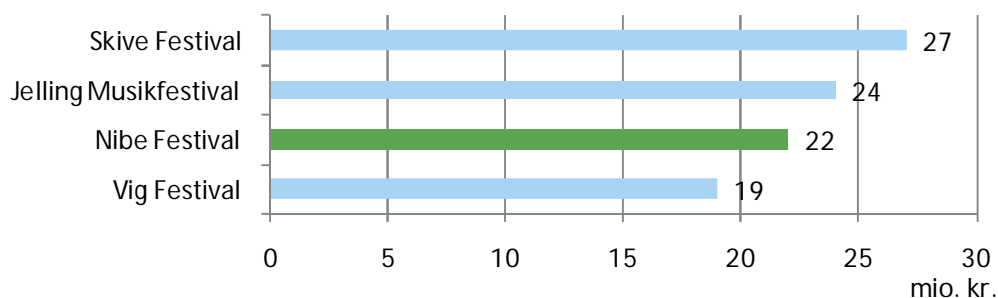
De større musikfestivaler har direkte og indirekte indflydelse på økonomien i lokalområdet gennem omsætning og jobskabelse, mens de små, lokale musikfestivaler i højere grad kan siges at skabe værdi på et lokalkulturelt, musikalsk og socialt plan. Der kan identificeres økonomiske effekter i lokalområdet som følge af de mellemstore musikfestivalers tilstedeværelse, om end på et lavere niveau end de store musikfestivaler.

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

4.1 Musikfestivalens omsætning

Nibe Festival havde i 2009 en omsætning på ca. 22 mio. kr., jf. Figur 4.1. Målt på omsætning er Nibe Festival således tredje største af de fire mellemstore, regionale musikfestivaler i undersøgelsen.

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



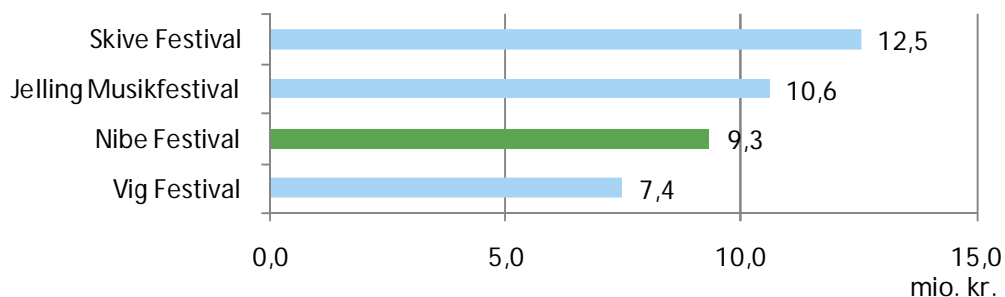
Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne

Note: Nibe Festival oplyser, at festivalens omsætning er ca. 19 mio. kr., mens det resterende beløb er placeret i Nibe Festival Fonden.

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 relativt set er begrænset. På baggrund af oplysninger fra musikfestivalerne beregnes, at Nibe Festival brugte ca. 9,3 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



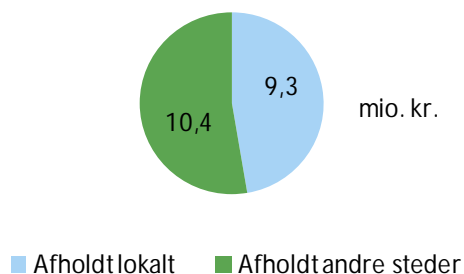
Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

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 Nibe Festival er dette tal beregnet til ca. 205 kr.

I 2009 havde Nibe Festival udgifter for ca. 19,7 mio. kr., hvoraf altså ca. 9,3 mio. kr. blev afholdt i lokalområdet. Det svarer til, at ca. 47,2 pct. af udgifterne blev afholdt i lokalområdet, mens resten af udgifterne blev afholdt andre steder (ca. 52,8 pct.), jf. Figur 4.3.

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

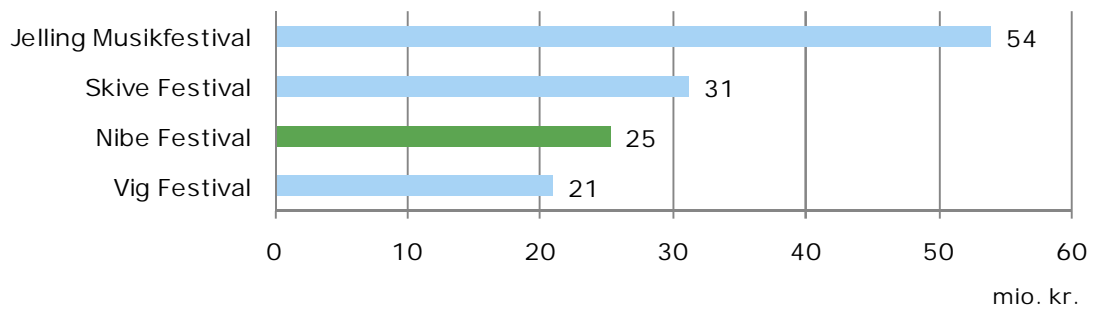


Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

4.3 Deltagernes forbrug

Figur 4.4 viser, hvor meget deltagerens samlede forbrug set over hele musikfestivalen beløber sig til. For Nibe Festival anslås det, at deltagerens samlede forbrug foruden billetten beløber sig til ca. 25 mio. kr. over de fire dage musikfestivalen varer.

Figur 4.4: Festivaldeltagernes forbrug på pladsen og lokalt (kr.), 2009



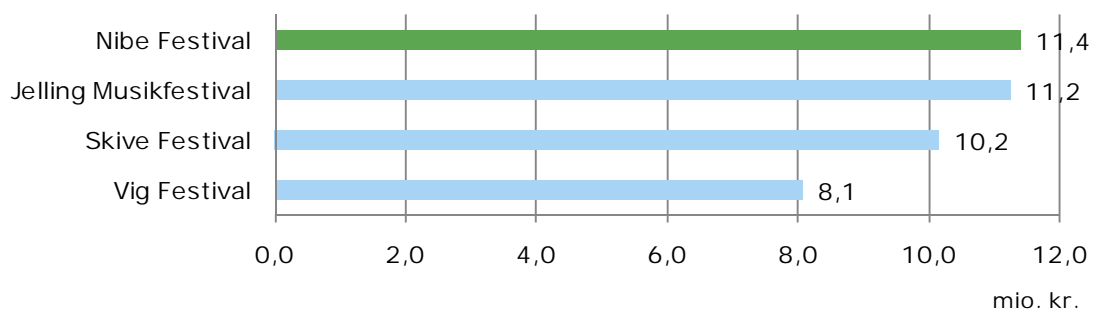
Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

Note: Det samlede forbrug er beregnet ud fra antagelsen om, at en gennemsnitlig deltager bruger 555 kr. pr. dag, som festivalen varer. Det skal bemærkes, at der er forskel på musikfestivalernes varighed.

Det er festivalgæsternes forbrug i de lokale boder på og omkring festivalpladsen samt i lokale butikker, der genererer de lokaløkonomiske effekter som følge af musikfestivalerne. Mindst 70 % af deltagerne 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 Nibe Festival beregnes til ca. 11,4 mio. kr.

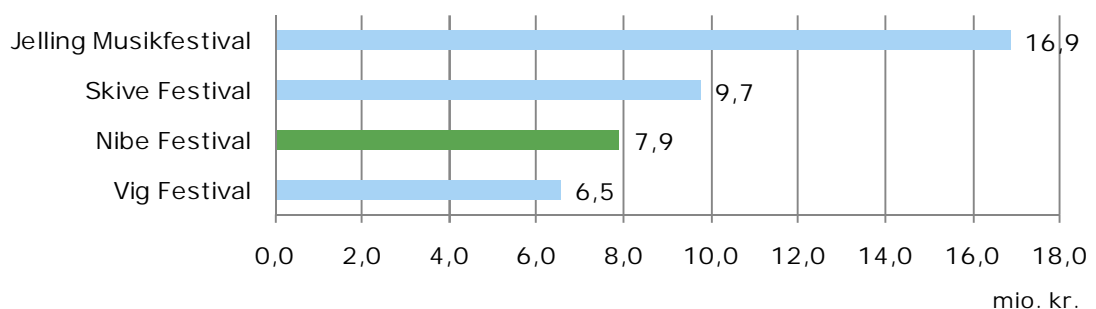
Figur 4.5: Omsætning i lokale boder på og omkring festivalpladsen (mio. kr.), 2009



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 Nibe Festival.

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



Kilde: Oplysninger fra musikfestivalerne og Rambølls beregninger

Note: Andelen af deltagerne 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 at være 31 %

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 musikfesti-

valer, 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 Nibe Festival.

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

Nibe Festival	
Festivalens udgifter lokalt	9,3 mio. kr.
Forbrug i boder	11,4 mio. kr.
Forbrug i lokalområdet	7,9 mio. kr.
Økonomiske effekter i alt	28,6 mio. kr.
Beskæftigelse	12 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. 40,1 pct. af de voksne danskere, der har hørt om Nibe Festival, mener i høj eller i nogen grad, at musikfestivalen bidrager positivt til deres opfattelse af Nibe. Dette er en god indikation på musikfestivalens brandmæssige værdi for Nibe 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 Nibe Festival bidrager positivt til din opfattelse af Nibe?

Grad	Nibe Festival (%)	De ti musikfestivaler (%)
I høj grad	10,7	19,3
I nogen grad	29,4	36,1
I lav grad	17,9	14,5
Slet ikke	17,9	14,5
Ved ikke	24,2	15,7
Total	100,0	100,0

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse

En anden indikation af brandværdien af Nibe Festival for Nibe er de svar, der gives, hvis man spørger folk om, hvad de først tænker på, når de hører bynavnet. Ca. 10,2 pct. har svaret, at det første de tænker på er kultur og musik, mens ca. 11,0 pct. svarer natur, jf. Tabel 4.3. Under svarkategorien 'Andet' svarede størstedelen, at de forbinder Nibe med 'festival'. Det antages derfor, at Nibe Festival har en væsentlig betydning for, at hver tiende voksne dansker relaterer kultur og musik til bynavnet Nibe.

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

Værdi/udsagn	Nibe (%)	De ti Musikfestivalbyer/-øer (%)
Ferie	3,7	10,5
Kultur og musik	10,2	20,6
Natur	11,0	12,2
Et godt sted at bo	5,2	5,3
Et godt sted at arbejde	0,3	2,5
Andet	3,9	8,9
Forbinder ikke byen med noget	65,8	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

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 omtale, de fire mellemstore musikfestivaler har fået i løbet af de sidste 12 måneder (måling foretaget ultimo august 2010), jf. Tabel 4.4. Der blev i alt fundet 514 artikler i Infomedias artikeldatabase ved en søgning på Nibe Festival over 12 måneder, hvilket er flere end både Jelling Musikfestival, Skive Festival og Vig Festival.

Tabel 4.4 Antal artikler om musikfestivalerne (12 mdr.)

Musikfestival	Antal artikler
Nibe Festival	514
Skive Festival	463
Jelling Musikfestival	390
Vig Festival	375

Kilde: Infomedia

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 Nibe Festival vurderes, at ca. 2,33 mio. kr.

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

Festival	Festival (by)	Festival (kommune)
Nibe Festival	2,33	0,76
Skive Festival	2,10	2,10
Jelling Musikfestival	1,77	0,74
Vig Festival	1,70	0,45

Kilde: Infomedia og Rambølls beregninger

Note: 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 estimate 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. Kommunenavnet Aalborg nævnes i ca. 33 pct. af artikler omhandlende Nibe Festival (168 ud af 514).

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 Aalborg Kommune som følge af Nibe Festival at være ca. 760.000 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 mellemstor, regional 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 regionale musikfestivalers styrke ligger særligt i, at de over mange år – og med stor succes – har oparbejdet erfaringer og kompetencer indenfor ledelse og afvikling af en velfunderet kulturel begivenhed med deltagelse af flere tusinde mennesker. De regionale musikfestivaler nyder godt af lokal opbakning samt regional interesse, særligt i ugerne før, under og efter musikfestivalens afvikling. Opmærksomheden skyldes til dels, at de regionale musikfestivaler formår at tiltrække kendte danske kunstnere og enkelte udenlandske verdensstjerner. Dermed dækker de en efterspørgsel efter unikke kultur- og musikoplevelser i områder af landet, hvor disse begivenheder ikke er hverdag.

De regionale musikfestivaler har udviklet sig til at være væsentlige kulturinstitutioner, der – primært grundet de lokale og regionale mediers bevågenhed – har været medvirkende til at skabe et større kendskab til byerne og områderne, hvor musikfestivalerne afholdes. Et kendskab som sandsynligvis ikke havde været der i samme grad uden musikfestivalernes tilstedeværelse. Den synliggørelse og kulturelle brandværdi, som musikfestivalerne tilfører nærområderne, kan være årsagen til, at det har været relativt lettere for de regionale musikfestivaler at engagere kommunerne og andre lokale og regionale interessenter i et samarbejde om begivenheden sammenlignet med de mindre, lokale musikfestivaler.

Selv om de regionale musikfestivaler "kun" er mellemstore omsætter de ikke desto mindre for betydelige summer hvert år. Ud fra et organisationsteoretisk og ledelsesmæssigt synspunkt synes der derfor at være en ubalance mellem de regionale musikfestivalers størrelse og den bagvedliggende organisation. I modsætning til de store nationale musikfestivaler drives de regionale musikfestivalers organisation ikke på professionelle vilkår med fastansatte medarbejdere, udover de mange frivillige. Dette giver nogle naturlige begrænsninger for de regionale musikfestivaler i forhold til, hvor meget – udover selve afviklingen af musikfestivalen – den frivillige ledelse har ressourcer til at engagere sig i.

For de regionale musikfestivaler vurderes der således at være væsentlige muligheder forbundet med en udvikling af de bagvedliggende organisation frem mod en mere professionel drevet organisation med fastansatte. Det vil på den ene side give flere ressourcer til at udvikle og forbedre selve musikfestivalen, og på den anden side give mulighed for at udnytte de kompetencer og den erfaring musikfestivalarrangørerne har oparbejdet til andre initiativer og arrangementer i efterårs- og vintermånederne samt ressourcer til at øge samarbejdet med diverse interessenter. I den forbindelse bør musikfestivalerne fremhæve og synliggøre de positive synergieffekter af sådanne strategiske tiltag over for de potentielle samarbejdspartnere.

Skal der omvendt peges på en række af de udfordringer og trusler, som de lokale musikfestivaler står over for, er det relevant at fremhæve festivalbranchen, der er i konstant bevægelse. Det kræver således mange ressourcer af arrangørerne at sikre, at musikfestivalen er attraktiv for forskellige interessenter, både som et kulturelt tilbud såvel som en investering. I konstant bevægelse er også kunstnernes honorarer, der for de fleste musikfestivaler udgør den største udgiftspost. Musikken er musikfestivalernes kerneprodukt, men udgifterne til dette er ikke noget, som musikfestivalerne har fuld kontrol over. Det er derfor en stor opgave for musikfestivalerne at sammen-

sætte et attraktivt musikudbud inden for de økonomiske rammer, således, at musikfestivalerne fortsat opfattes unikke, og ikke blot et blandt mange kultur- og oplevelsestilbud.