FESTIVALSTUDIE

Musikfestivals in Deutschland

Vielfalt, Strukturen und Herausforderungen

INITIATIVE MUSIK

BUNDES STIFTUNG LIVEKULTUR

miz deutsches musikinformations zentrum
DEUTSCHER MUSIKRAT

DANKSAGUNG

Wir danken allen, die zum Gelingen dieser Studie beigetragen haben.

Unser Dank gilt dem engagierten Team der Nachfassaktion sowie den Bundes- und Landesverbänden, die durch ihre Mitwirkung maßgeblich zur Qualität der Erhebung beigetragen haben. Ebenso danken wir allen Teilnehmenden der Roundtables für den gewinnbringenden Austausch sowie den Personen und Institutionen, die an der Entwicklung des Fragebogens mitgewirkt haben, und den zahlreichen Expert:innen, deren Perspektive insbesondere für den qualitativen Teil der Studie von unverzichtbarer Bedeutung war.

Ein besonderer Dank gilt dem Institut für Demoskopie Allensbach für die wissenschaftliche Begleitung und Umsetzung des Projekts. Wir danken außerdem dem Forschungszentrum C:POP der Universität Paderborn und dem Büro für Kulturstatistik Köln für ihre wertvolle konzeptionelle Vorarbeit in der Anfangsphase der Studie.

Unser ausdrücklicher Dank gilt schließlich den zahlreichen Festivals, die an der Befragung teilgenommen haben. Ihr Mitwirken ermöglichte diese erste umfassende Bestandsaufnahme der Musikfestivallandschaft in Deutschland.

FESTIVALSTUDIE

Musikfestivals in Deutschland

Vielfalt, Strukturen und Herausforderungen

Berlin, Alteglofsheim, Bonn – September 2025

HERAUSGEBENDE

Die Festivalstudie ist ein Kooperationsprojekt der Initiative Musik
mit der Bundesstiftung LiveKultur und dem Deutschen Musikinformationszentrum.

INITIATIVE MUSIK

BUNDES STIFTUNG LIVEKULTUR

miz deutsches musikinformations zentrum
DEUTSCHER MUSIKRAT

METHODISCHE KONZEPTION UND BERICHT

IfD Allensbach
Institut für Demoskopie Allensbach

REDAKTION

Michael Sommer, Mathias Lorch (IfD Allensbach)
Lisa Andersohn, Karsten Schölermann, Stephan Schulmeistrat, Timo Varelmann, Nelly Welskop

DIESE STUDIE WURDE GEFÖRDERT VON:

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien

Inhalt

Grußwort des Staatsministers für Kultur und Medien 5

Vorwort 7

Methodik 9

Zusammenfassung 10

Ergebnisse

1 Was ist ein Musikfestival? 15

2 Musikfestivals in Deutschland – ein Überblick 19

3 Besuche und Auslastung 39

4 Ticketpreise 51

5 Wirtschaftliche Aspekte: Einnahmen, Ausgaben und finanzielle Herausforderungen 59

6 Künstler:innen: Gagen, Programmplanung und Nachwuchsarbeit 71

7 Die Menschen hinter der Bühne 85

8 Sicherer Raum für alle: Maßnahmen gegen Diskriminierung 101

9 Nachhaltigkeit: zwischen Bewusstsein und Umsetzung 109

10 Kooperationspartner:innen: Umgang mit Sponsor:innen, regionale Eingebundenheit und Verhältnis zu kommunalen Behörden 117

11 Ausblick 123

Reflexion: Musikfestivals im Wandel – Räume für Gegenwart und Zukunft 125

Anhang

A. Zusammensetzung der Grundgesamtheit und Stichprobe 127

B. Fragebogen 131

Grußwort des Staatsministers

Dr. Wolfram Weimer zur Veröffentlichung der „Festivalstudie“

Musikfestivals sind ein unverzichtbarer Bestandteil der Kulturlandschaft Deutschlands. Als Orte künstlerischen Ausdrucks und gesellschaftlicher Teilhabe sind sie zugleich ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Für den musikalischen Nachwuchs eröffnen sie die Gelegenheit prägender erster Bühnenmomente, sie schaffen Raum für experimentelle Formate, ermöglichen Begegnungen und Austausch. Vor allem aber sind Musikfestivals einzigartige Erlebnisse musikalischen Genusses – das macht sie zu einer faszinierenden und wichtigen kulturellen Praxis mit gesellschaftlicher Strahlkraft.

Viele Festivals entstehen aus ehrenamtlichem Engagement, unterstützen gemeinnützige Zwecke und bieten Bildungsprogramme an. Es ist beeindruckend zu sehen, mit wie viel Leidenschaft und Einsatz sie geplant und umgesetzt werden. Sie bereichern das kulturelle Angebot und schaffen ein gesellschaftliches Miteinander an Orten und in Regionen, in denen diese Gelegenheiten oft begrenzt sind. Festivals ziehen Publikum an, beleben ganze Orte und wirken so auch als wirtschaftliche Impulsgeber im ländlichen Raum.

Das belegen auch die Ergebnisse der vorliegenden Festivalstudie, die erstmals einen Überblick über die Profile der Festivals gibt und ihre Stärken und Bedarfe hervorhebt. Die Studie zeigt das vielfältige Festivalangebot: Von großen, professionell organisierten Events bis hin zu kleineren, ehrenamtlich getragenen Formaten. Gerade in ihrer Vielfalt liegt das Potenzial einer lebendigen und zukunftsfähigen Tradition.

Ich freue mich, dass die Studie mit Bundesmitteln ermöglicht werden konnte, und danke allen beteiligten Partnern für ihre fachkundige Arbeit. Sie liefert ein wertvolles wissenschaftliches Fundament, um die lebendige Festivallandschaft gezielt und nachhaltig zu stärken.

Dr. Wolfram Weimer
Staatsminister für Kultur und Medien

Vorwort

Musikfestivals prägen die Kulturlandschaft in Deutschland in entscheidender Weise. Sie bieten nicht nur Raum für unterschiedlichste künstlerische Ausdrucksformen, sondern wirken auch als Impulsgeber für Innovation und neue Konzertformate. Als Orte der Begegnung ermöglichen sie kulturellen Austausch, schaffen Netzwerke zwischen Akteur:innen aus Kultur und Gesellschaft und eröffnen insbesondere Nachwuchskünstler:innen Möglichkeiten, die im klassischen Konzertbetrieb häufig fehlen.

Festivals sind darüber hinaus bedeutende soziale Erfahrungsräume – Orte kollektiver Erlebnisse, gesellschaftlicher Aushandlung und kultureller Teilhabe. Auch wirtschaftlich sind sie von hoher Relevanz: Als Impulsgeber für die regionale Entwicklung und als touristische Anziehungspunkte entfalten sie mit ihren Verflechtungen in die Musikwirtschaft vielfältige Synergieeffekte über den Kulturbereich hinaus.

Die Festivallandschaft in Deutschland ist in ihrer Struktur und Ausprägung außerordentlich vielfältig: Sie reicht von kleineren, ehrenamtlich organisierten Formaten bis hin zu internationalen Großereignissen, umfasst sämtliche Musikgenres und spricht unterschiedlichste Zielgruppen an. Für diese Studie konnten erstmals rund 1.800 regelmäßig stattfindende Musikfestivals in ganz Deutschland erfasst werden – ein deutliches Zeichen für die kulturelle Vitalität und Relevanz dieses Sektors.

Trotz ihrer Bedeutung wurde die Festivallandschaft in Deutschland bislang nur punktuell erforscht. Einige wichtige Studien und Umfragen – wie etwa der Festival Playground Umfrage-Report 2022 von Höme, die Publikation „Musikfestivals und Musikfestspiele in Deutschland“ der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder (2017) oder die Untersuchung „Musik an allen Orten“ des Netzwerks Musikland Niedersachsen (2012) – liefern wertvolle Einblicke in Teilbereiche. Doch eine umfassende und systematische wissenschaftliche Erhebung, die sowohl strukturelle als auch ökonomische, künstlerische und gesellschaftliche Aspekte gleichermaßen und genreübergreifend berücksichtigt, fehlte bislang. Insbesondere hinsichtlich der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, der Förderstrukturen, der sozialen und ökologischen Herausforderungen sowie der künstlerisch-programmatischen Entwicklung liegen bislang nur fragmentierte Erkenntnisse vor. Auch die Frage, wie Festivals auf gesellschaftliche Transformationsprozesse – etwa im Bereich Nachhaltigkeit oder Diversität – reagieren, wurde bislang nicht systematisch untersucht.

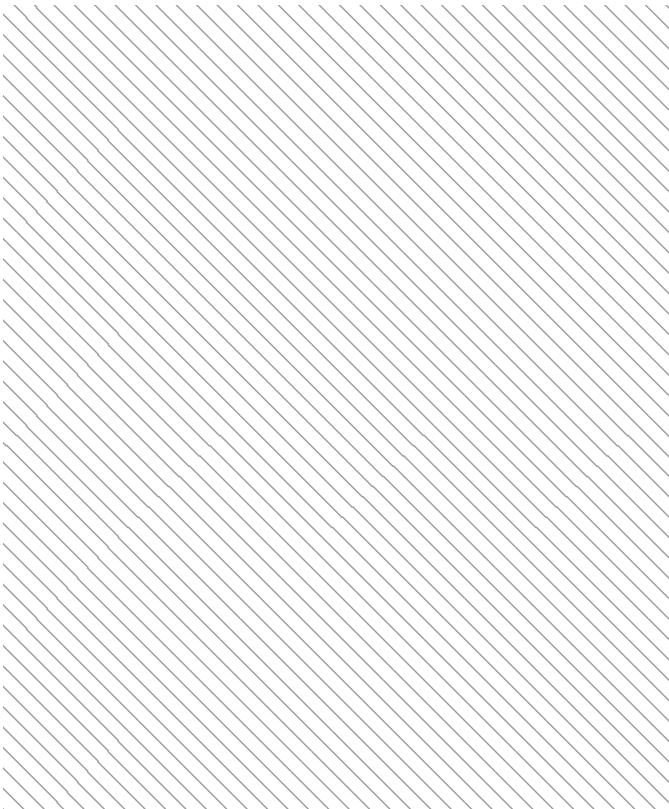
Vor diesem Hintergrund haben sich die Initiative Musik, die Bundesstiftung LiveKultur und das Deutsche Musikinformationszentrum als Projektpartner:innen zusammengeschlossen, um diese Forschungslücke zu schließen. Gemeinsam mit dem Institut für Demoskopie Allensbach, das mit der Durchführung dieser Studie beauftragt wurde, konnte erstmals eine umfangreiche empirische Grundlage geschaffen werden. Ziel der vorliegenden Festivalstudie ist es, ein facettenreiches Bild der Festivallandschaft zu zeichnen und deren soziale, kulturelle, wirtschaftliche und ökologische Dimensionen systematisch zu analysieren. Im Zentrum der Untersuchung steht eine bundesweite Befragung von Festivalveranstaltenden, deren Ergebnisse eine fundierte Bestandsaufnahme des Sektors ermöglichen. Damit liegt eine belastbare Datenbasis vor, die sowohl Akteur:innen der Festivalbranche als auch politischen Entscheidungsträger:innen Orientierung bietet.

Diese Studie liefert nicht nur zentrale Erkenntnisse zum Status quo, sondern auch zur Zukunftsfähigkeit von Musikfestivals in Deutschland. Sie schafft eine Grundlage für die Entwicklung zielgerichteter Fördermaßnahmen, nachhaltiger Strukturen und kulturpolitischer Strategien – und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung und Sichtbarkeit eines dynamischen und wandlungsfähigen Kulturbereichs.

INITIATIVE MUSIK

BUNDES STIFTUNG LIVEKULTUR

deutsches musikinformations zentrum
DEUTSCHER MUSIKRAT



Methodik

Für die vorliegende Studie wurde ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt. In einem ersten Untersuchungsschritt fanden im August und September 2023 drei Round-Tables mit Vertreter:innen von Musikfestivals verschiedener Genres und Ausrichtungen sowie Expert:innen der Branche statt. Parallel dazu wurden insgesamt 15 qualitative leitfadengestützte Tiefeninterviews mit Veranstaltenden und Expert:innen der Festivalbranche geführt.[1] Die Erkenntnisse aus dieser Vorphase sind in die Entwicklung des Fragebogens für eine anschließende groß angelegte quantitative Online-Umfrage eingeflossen und können die Ergebnisse der Umfrage kontextualisieren. Die Entscheidung für eine Online-Erhebung resultierte aus der Tatsache, dass auf Basis einer Vollerhebung alle zuvor im Rahmen der Grundgesamtheit recherchierten Festivals gleichermaßen in die Umfrage miteinbezogen werden konnten. Über E-Mail-Adressen, die die Projektpartner:innen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Vorgaben zusammengetragen hatten, war eine lückenlose Erreichbarkeit der Zielgruppe gewährleistet. Der Fragebogen (siehe Anhang) wurde von den Projektpartner:innen (der Initiative Musik, der Bundesstiftung LiveKultur und dem Deutschen Musikinformationszentrum) in enger Abstimmung und Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Partner des Projekts, dem Institut für Demoskopie Allensbach, erarbeitet. Aufgebaut wurde dabei auf einer ersten Fassung des Fragebogens, die in Zusammenarbeit mit dem Forschungszentrum C:POP der Universität Paderborn und dem Büro für Kulturstatistik Köln erstellt worden war. Zur Sicherstellung der Verständlichkeit und Eindeutigkeit der Fragen wurde der Fragebogen in Pre-Tests mit einer Reihe von Festivalveranstaltenden eingehend geprüft, bevor die finale Version für die Online-Programmierung freigegeben wurde.

Für die vorliegende Untersuchung wurden im Rahmen einer detaillierten Recherche der Projektpartner:innen unter Einbindung weiterer Branchenvertreter:innen und Expert:innen Musikfestivals in Deutschland identifiziert, die den für diese Studie erarbeiteten Kriterien (vgl. Ergebnisse Kapitel 1) entsprechen. All diese 1.764 per Vorauswahl identifizierten Musikfestivals wurden erstmals am 5. November 2024 per E-Mail durch das Deutsche Musikinformationszentrum kontaktiert und eingeladen, sich an der Studie zu beteiligen. Methodisch liegt somit eine Vollerhebung vor. Bis zum Ende der Feldphase am 6. Januar 2025 wurden 638 vollständig ausgefüllte Fragebögen eingereicht, was einer Rücklaufquote von 36,2 Prozent entspricht.

Die erzielte Rücklaufquote ist im Kontext wissenschaftlicher Erhebungen in der Kultur- und Veranstaltungsbranche als gut einzustufen. Hinzu kommt, dass sich die Stichprobe – also die Festivals, die an der Befragung teilgenommen haben – in ihren wesentlichen Merkmalen kaum von der zuvor ermittelten Grundgesamtheit unterscheidet. Eine Gewichtung der Ergebnisse war daher nicht erforderlich.[2] Die Daten dieser Vollerhebung sind als repräsentativ für die Festivalbranche insgesamt zu werten.

Mögliche Einflussfaktoren auf die Beteiligung waren die zeitlichen und personellen Ressourcen der Festivalveranstaltenden sowie der Umfang des Fragebogens mit rund 80 Fragen. Um dennoch eine möglichst hohe Teilnahmequote zu erreichen, wurden verschiedene Maßnahmen ergriffen, darunter der Versand mehrerer Erinnerungen, eine gezielte Öffentlichkeitskampagne sowie eine großzügige Feldlaufzeit von zwei Monaten. Schließlich wurde vom 26. November bis zum 10. Dezember 2024 eine intensive telefonische Nachfassaktion durchgeführt, in der alle Festivals, die sich zu dem Zeitpunkt noch nicht an der Befragung beteiligt hatten, nach randomisierten Verfahren kontaktiert wurden. Diese Maßnahmen trugen dazu bei, eine belastbare Datengrundlage für eine aussagekräftige Analyse der Festivalbranche in Deutschland zu schaffen.

Die erhobenen Daten wurden auf Vollständigkeit und inhaltliche Konsistenz hin geprüft. Unvollständige oder offensichtlich fehlerhafte Antworten wurden gemäß vordefinierten Ausschlusskriterien aus der Analyse ausgeschlossen. Der bereinigte Datensatz dient als Grundlage für die statistische Auswertung und Interpretation im Rahmen der vorliegenden Untersuchung.

[1] Neben 13 Interviews mit Festivalveranstaltenden wurden zwei Expert:innen der Veranstaltungsbranche interviewt. Auszüge der insgesamt 15 Interviews sind in diesen Bericht eingeflossen.

[2] Vgl. Tabellen im Anhang zur Zusammensetzung der Grundgesamtheit und Stichprobe.

Zusammenfassung

Die Festivalstudie stellt die erste umfassende und systematische Bestandsaufnahme der Musikfestivallandschaft in Deutschland dar. Durchgeführt wurde sie vom Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Musik, der Bundesstiftung LiveKultur und des Deutschen Musikinformationszentrums. Grundlage der Untersuchung ist eine bundesweite Vollerhebung unter 1.764 Festivalveranstaltenden, von denen 638 an einer Online-Befragung im Winter 2024/25 teilnahmen. Damit liefert die Studie eine valide und repräsentative Datenbasis, die erstmals eine fundierte Einordnung von Umfang, Struktur und Vielfalt der Musikfestivals in Deutschland ermöglicht. Der genreübergreifende Ansatz erlaubt zudem strukturierte Vergleiche zwischen unterschiedlichen Festivalformaten und Musikgenres.

Vielfalt und Struktur von Musikfestivals

Die Studie zeigt die große Heterogenität der deutschen Festivallandschaft deutlich. Die Mehrheit der Festivals ist der Popularmusik einschließlich Jazz zuzuordnen (71 Prozent), rund ein Viertel (24 Prozent) der Festivals hat einen Klassikschwerpunkt. Im Schnitt vereint jedes Festival 4,9 verschiedene Genres aus insgesamt 26 Optionen, was die stilistische Offenheit und Programmvielfalt unterstreicht. 42 Prozent der Veranstaltenden gaben an, dass neben der Musik auch noch andere Kunstsparten, wie z. B. Literatur, Tanz, Theater oder Performancekunst, Teil ihres Programms sind. Darüber hinaus wird das musikalische Programm bei 81 Prozent der Festivals durch kulturelle oder soziale Rahmenangebote, wie beispielsweise Workshops, Kinderprogramme oder Kulturvermittlungsangebote, ergänzt.

Durchschnittlich werden pro Festival etwa 30 Konzerte oder Acts geboten, darunter zwölf mit Nachwuchskünstler:innen oder -ensembles. Hochgerechnet auf die Grundgesamtheit bieten Festivals in Deutschland somit jährlich rund 51.000 Konzerten bzw. Acts eine Bühne. Während Klassikfestivals mit durchschnittlich 13 Tagen längere Veranstaltungszeiträume aufweisen, sind Popularmusikfestivals meist kompakter und dauern im Durchschnitt etwa drei Tage. Mehr als die Hälfte der Veranstaltenden legt dabei großen Wert darauf, lokale Künstler:innen in das Programm/Line-Up einzubinden.

Standort und Publikum

Obwohl die meisten Festivals in städtischen Regionen stattfinden, ist nur ein geringer Anteil von 17 Prozent in deutschen Metropolen wie Berlin, München oder Köln angesiedelt. 60 Prozent der Festivals finden in Gemeinden mit weniger als 100.000 Einwohner:innen statt.

Das Publikum variiert stark je nach Musikgenre: Klassikfestivals sprechen überwiegend Personen über 60 Jahre an, Elektronische Musik zieht vor allem junge Menschen unter 30 Jahre an. Popfestivals adressieren ebenfalls überwiegend jüngere Zielgruppen, während Jazz und Neue Musik ein gemischtes, tendenziell aber älteres Publikum über 45 Jahre haben. Die Besucher:innen stammen in der Regel aus der Region; nur große Festivals (über 15.000 Besuche) verzeichnen nennenswerte internationale Anteile. Die durchschnittliche Auslastung aller Festivals liegt bei 76 Prozent. Große Festivals erzielen höhere Auslastungen von durchschnittlich 84 Prozent, während kleinste Formate (bis 899 Besuche) im Schnitt eine Publikumsauslastung von 69 Prozent aufweisen. Trotz dieser insgesamt positiven Bilanz berichten viele Veranstaltende von Herausforderungen bei der Publikumsbindung, einer erschwerten Planbarkeit aufgrund unvorhersehbarer Ticketverkäufe oder veränderten Freizeitgewohnheiten der Zielgruppen.

Wirtschaftliche Situation und Finanzierung

Die wirtschaftliche Lage vieler Festivals ist angespannt: Die durchschnittlichen Einnahmen belaufen sich auf rund 313.000 Euro, die Ausgaben auf etwa 296.000 Euro. Dennoch erzielen nur 15 Prozent der Festivals tatsächlich Gewinne, wobei kommerziell orientierte Veranstaltungen überrepräsentiert sind. Rund 30 Prozent schlossen ihre letzte Ausgabe mit einem Verlust ab. Hochgerechnet auf die gesamte Festivallandschaft in Deutschland ergeben sich geschätzte Einnahmen von etwa 551 Millionen Euro und Ausgaben von rund 522 Millionen Euro.

Der größte Kostenfaktor sind die Künstler:innenhonorare mit durchschnittlich 38 Prozent der Ausgaben. Klassikfestivals verwenden sogar 48 Prozent ihrer Ausgaben auf Honorare (Popularmusikfestivals: 34 Prozent, darin enthalten Jazzfestivals mit 41 Prozent).

Auf der Einnahmenseite dominieren bei Popularmusikfestivals Ticketverkäufe (39 Prozent), gefolgt von Gastronomieerlösen (21 Prozent) und öffentlichen Zuschüssen (20 Prozent). Klassikfestivals finanzieren sich hingegen primär durch öffentliche Zuschüsse (40 Prozent), Ticketverkäufe (30 Prozent) sowie weitere Förderungen, z. B. durch Mäzene und Stiftungen (15 Prozent). Bei Jazzfestivals spielen öffentliche Förderung (39 Prozent) und Ticketverkäufe (29 Prozent) eine vergleichbare Rolle in der Einnahmenstruktur. Insgesamt machen öffentliche Zuschüsse durchschnittlich 26 Prozent der Einnahmen aus. Überraschend ist jedoch, dass 18 Prozent aller Festivalveranstaltenden keine öffentlichen Fördermittel beantragen. Insbesondere auf Bundesmittel wird häufig verzichtet: 52 Prozent stellen keine Anträge auf Bundes-, 46 Prozent keine auf Landesmittel und 38 Prozent keine auf kommunale Mittel. Die Erfolgsquote bei Förderanträgen ist jedoch hoch: Von den 82 Prozent der antragstellenden Festivals erhalten 84 Prozent mindestens eine Bewilligung. Kommunale Förderungen werden besonders häufig genehmigt (85 Prozent), gefolgt von Landesmitteln (79 Prozent). Bundesmittel hingegen weisen eine niedrigere Bewilligungsquote von 46 Prozent auf, was die geringe Antragstellung teilweise erklären kann.

Die Gagenverteilung bei Festivalauftritten weist eine deutliche Spannweite auf und betont die stark hierarchisierte Struktur der Honorierung im Festivalbereich. Am unteren Ende des Spektrums stehen Newcomer:innen, die durchschnittlich 522 Euro pro Auftritt erhalten (Klassik: 879 Euro, Popularmusik: 393 Euro). Etablierte Musiker:innen verdienen mit durchschnittlich 2.308 Euro (Klassik: 2.220 Euro, Popularmusik: 2.169 Euro) bereits deutlich mehr. An der Spitze stehen Hauptacts und Headliner, die mit durchschnittlich 7.323 Euro (Klassik: 4.676 Euro, Popularmusik: 7.852 Euro) ein Vielfaches der Gagen von Nachwuchskünstler:innen erhalten.

Förderungsbedarf

Im Klassikbereich wird vor allem die Förderung von Programminhalten und Künstler:innenhonoraren als besonders wichtig eingestuft (88 Prozent), gefolgt von der Unterstützung der Nachwuchsarbeit (41 Prozent). In der Popularmusik steht ebenfalls die Förderung der Künstler:innenhonorare im Vordergrund (79 Prozent), ergänzt durch Infrastrukturförderungen (50 Prozent), Nachhaltigkeitsmaßnahmen (44 Prozent) und Nachwuchsförderung (43 Prozent).

Organisation und Personalstruktur

Die Mehrheit der Festivals (77 Prozent) verfolgt keine wirtschaftlichen Gewinnziele, im Klassikbereich sind sogar 89 Prozent sogenannte Non-Profit-Festivals. Kommerzielle Ausrichtungen finden sich vor allem in der Popularmusik (23 Prozent), insbesondere in der Elektronischen Musik (43 Prozent). In Bezug auf die Rechtsform sind 56 Prozent der Festivals als Verein oder Stiftung organisiert, 20 Prozent als Kapitalgesellschaft. Dabei korreliert die Rechtsform stark mit der Zielsetzung: Kommerzielle Festivals sind meist als Kapitalgesellschaften (52 Prozent), Non-Profit-Festivals hingegen überwiegend als gemeinnützige (49 Prozent) oder eingetragene (18 Prozent) Vereine strukturiert. Der Organisationsgrad in Berufs- oder Interessenverbänden ist insgesamt gering: Nur 33 Prozent der Festivalveranstaltenden sind Mitglied in Berufs- oder Interessenverbänden.

Die meisten Festivals werden von kleinen Teams mit einem geringen Anteil an fest angestellten Mitarbeitenden organisiert. Die Leitungspositionen sind dabei männlich dominiert. Festivalveranstaltende zeichnen sich durch eine enge Verbundenheit zur Branche, langjährige Erfahrung und ein hohes Qualifikationsniveau aus. Für die meisten Veranstaltenden steht nicht der wirtschaftliche Gewinn, sondern die kulturelle und soziale Wirkung im Mittelpunkt: 84 Prozent wollen einen Beitrag zur Kultur- und Musiklandschaft leisten, 75 Prozent unvergessliche Erlebnisse schaffen und 72 Prozent Menschen zusammenbringen. Finanzielle Motive, also die Möglichkeit, mit Kunst Geld zu verdienen, spielen hingegen nur für 10 Prozent eine Rolle. Angesichts der geringen Zahl an Festanstellungen leisten bei 79 Prozent der Festivals freiwillig Engagierte einen wichtigen Beitrag zur Organisation und/oder Durchführung der Festivals; das Ehrenamt stellt damit ein wesentliches Fundament des Festivalbetriebs dar.

Gesellschaftliche Verantwortung und Diversität

Bei der Programmgestaltung achten viele Veranstaltende zunehmend auf gesellschaftliche Werte: 74 Prozent berücksichtigen z. B. die soziale und politische Haltung der Künstler:innen. Diversität (in Bezug auf Geschlecht, Herkunft, sexuelle Orientierung usw.) spielt besonders in der Popularmusik (59 Prozent) und bei Festivals, die neben Musik auch andere Kunstformen präsentieren, eine große Rolle (60 Prozent), während sie in der Klassik deutlich weniger Beachtung findet: 79 Prozent der Klassikveranstaltenden geben an, dass Diversität einen weniger großen, kaum einen oder gar keinen Stellenwert bei der Auswahl der Künstler:innen hat.

Diversitätsbewusste Festivals fördern vor allem geschlechtergerechte Besetzungen (86 Prozent), achten auf diskriminierungsfreie Inhalte (69 Prozent) und präsentieren gezielt LGBTQIA+ Künstler:innen (49 Prozent). Im Gegensatz zur Popularmusik liegt der Fokus der Klassikfestivals, bei denen Diversität einen (sehr) großen Stellenwert hat, eher auf der Repräsentation von Musiker:innen aus verschiedenen Weltregionen.

Neben sozialen Fragen rückt auch die ökologische Verantwortung in den Fokus: Bereits 85 Prozent der Festivals setzen konkrete Maßnahmen zur Förderung ökologischer Nachhaltigkeit um, insbesondere in den Bereichen Material/Abfall (70 Prozent) und Catering/Gastronomie (63 Prozent). 56 Prozent verfolgen außerdem ein übergeordnetes Nachhaltigkeitskonzept.

Ein weiterer zentraler Aspekt ökologischer Nachhaltigkeit betrifft die An- und Abreise der Besucher:innen sowie die Anbindung eines Festivals an den öffentlichen Verkehr; diese wird von knapp zwei Dritteln der Festivalveranstaltenden als sehr gut (41 Prozent) oder gut (24 Prozent) eingeschätzt. Dabei zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede je nach geografischer Lage. Während Festivals in Metropolen und Großstädten meist sehr gut angebunden sind, geben 55 Prozent der Veranstaltenden für Festivals in Kleinstädten und sogar 70 Prozent der Festivals in Landgemeinden an, dass sie weniger gut bzw. gar nicht gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind.

Vernetzung und kommunale Zusammenarbeit

Festivalveranstaltende haben ein ausgesprochen gutes Verhältnis zu lokalen Institutionen: 49 Prozent berichten von einem sehr guten, weitere 40 Prozent von einem guten Kontakt zur kommunalen Verwaltung; auch das Verhältnis zu Polizei und Feuerwehr wird mehrheitlich positiv eingeschätzt. Ebenso bewerten 81 Prozent der Festivalveranstaltenden das Verhältnis zu lokalen Politiker:innen als gut oder sehr gut. Nahezu alle Festivals sind in ihrer Region verwurzelt: 80 Prozent kooperieren mit regionalen Dienstleistungsunternehmen, rund zwei Drittel mit gemeinnützigen Organisationen oder Kultureinrichtungen. Besonders im ländlichen Raum zeigt sich eine enge lokale Einbindung (Kooperationen mit regionalen Dienstleistungsunternehmen, Einbindung der Menschen vor Ort), während städtische Festivals stärker mit Kultureinrichtungen oder karitativen Organisationen vernetzt sind.

Dynamik und Zukunftsaussichten

Trotz steigender Kosten und unsicherer Finanzierung zeigt sich eine bemerkenswerte Dynamik bei Festivalgründungen – insbesondere im Bereich Elektronische Musik und populärer Genres. Knapp 18 Prozent aller Festivals wurden (trotz der pandemiebedingten Herausforderungen) seit 2020 neu gegründet. Diese positive Entwicklung steht im Kontrast zur allgemein skeptischen Zukunftseinschätzung: Knapp zwei Drittel der Veranstaltenden erwarten einen Rückgang der Festivalanzahl in den kommenden Jahren, nur 6 Prozent prognostizieren Wachstum. 22 Prozent äußern Unsicherheiten bezüglich der Zukunft ihrer Veranstaltung. Dabei zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Genres: Klassikfestivals sind mit 82 Prozent deutlich zuversichtlicher, ihre Veranstaltung in den kommenden Jahren fortführen zu können, als Popularmusikfestivals (62 Prozent). 4 Prozent der Klassik- und 10 Prozent der Popularmusikveranstalter:innen befürchten das Aus ihres Festivals.

1

Was ist ein Musikfestival?

Musikfestivals sind aus der deutschen Kulturlandschaft nicht wegzudenken – und doch bleibt der Versuch, sie präzise zu definieren, eine komplexe Aufgabe. Ihre Vielfalt an Formaten, Inhalten und Organisationsformen erschwert eine eindeutige Abgrenzung, weshalb klare Kriterien notwendig sind, um sie von anderen Veranstaltungsformen zu unterscheiden und für eine wissenschaftliche Untersuchung zu klassifizieren.

Die Frage, was ein Musikfestival eigentlich ausmacht und worin seine besonderen Charakteristika liegen, ist nicht eindeutig zu beantworten. Es gibt keine verbindliche Definition des Begriffs „Musikfestival". Festivals entziehen sich damit einer rein objektiven Kategorisierung und müssen stattdessen über empirische Merkmale wie Form, Funktion, Kontext und Rezeption beschrieben und voneinander abgegrenzt werden.

Leitlinien, welche Musikfestivals in die Studie einbezogen werden sollen, wurden im Zuge der Vorbereitungen durch die drei Projektpartner:innen formuliert und mit Expert:innen der Branche diskutiert und geschärft. Zur Grundgesamtheit der Musikfestivals in Deutschland und damit zur Teilnahme an der Festivalstudie wurden demnach ausschließlich Festivals gezählt, die folgende Kriterien erfüllen:

- Regelmäßig wiederkehrende Veranstaltung, bei der Musikaufführungen

  a) als Teil eines kuratierten Gesamtprogramms,
  b) unter einem eindeutigen Namen produziert und
  c) von einem physisch anwesenden Publikum rezipiert werden.

- Das Gesamtprogramm aus unterschiedlichen Programmpunkten hat einen deutlichen Musikschwerpunkt und findet an einem oder mehreren Tagen statt.

- Charakteristisch für Musikfestivals ist, dass sie als aus dem Alltag herausgehoben wahrgenommen und dementsprechend konzipiert werden.

Darüber hinaus wurden folgende Abgrenzungskriterien für die Grundgesamtheit dieser Studie definiert. Diese umfasst

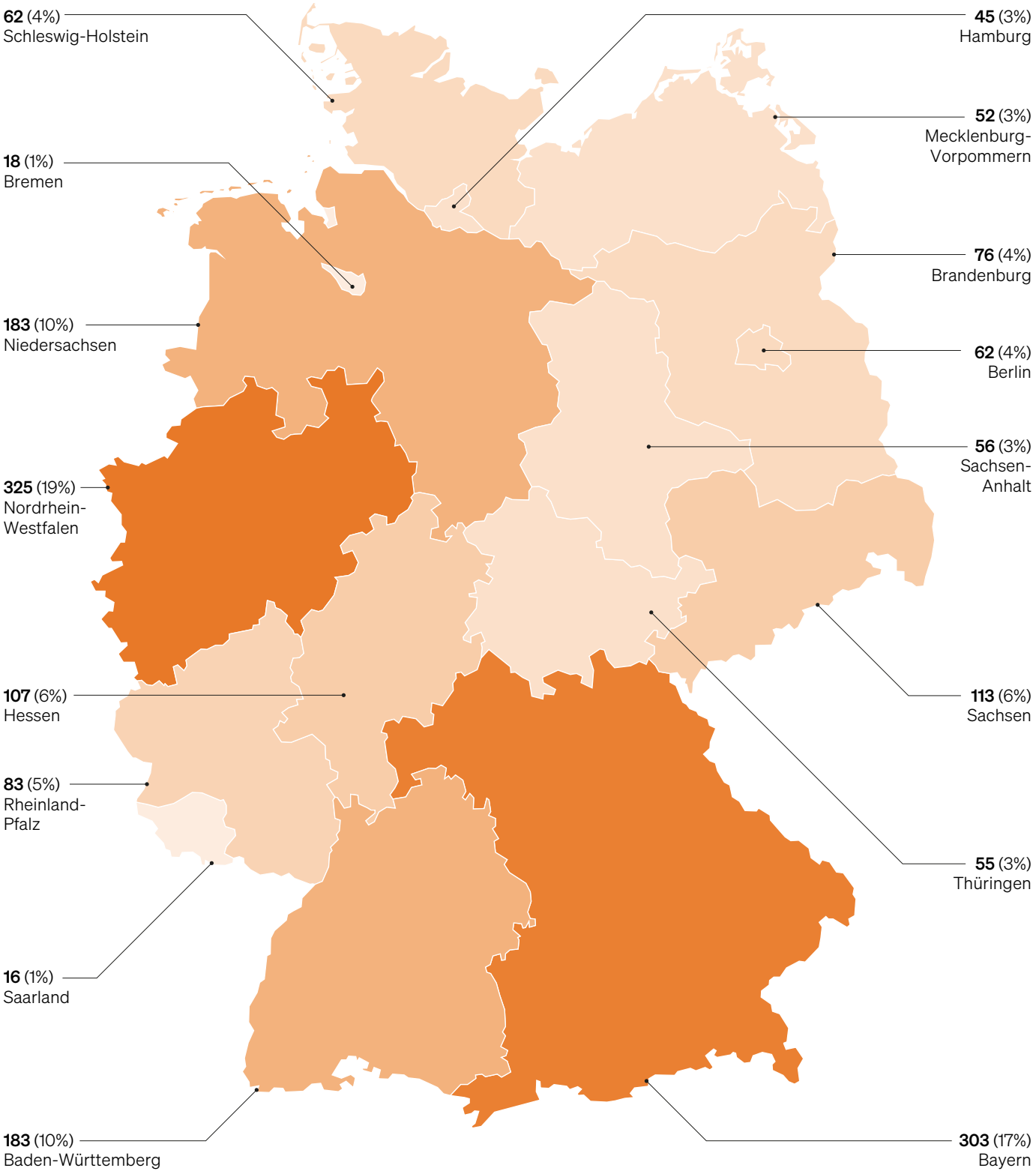
- nur Musikfestivals professionellen Charakters (unter maßgeblicher Einbeziehung professioneller Musiker:innen),
- nur Musikfestivals, die mindestens schon einmal stattgefunden haben,
- nur diejenigen mehrtägigen oder mehrteiligen Musikfestivals, deren Programm innerhalb von maximal drei Monaten aufgeführt wird (zeitliche Kohärenz, Ausschluss von Konzertreihen),
- keine Musikfestivals, die sich an einen exklusiven Teilnehmer:innenkreis richten (z. B. im Rahmen von Firmenfeiern, Jubiläen etc.),
- keine Musikveranstaltungen, deren Programm vorrangig leistungsvergleichenden Wertungen oder der Aus- und Fortbildung dient (z. B. Sommerakademien, Bandcontests oder Meisterkurse).

Die Grundgesamtheit

Abbildung 1

1.764 Musikfestivals in Deutschland

25 Festivals (1%) fanden in mehreren Bundesländern statt



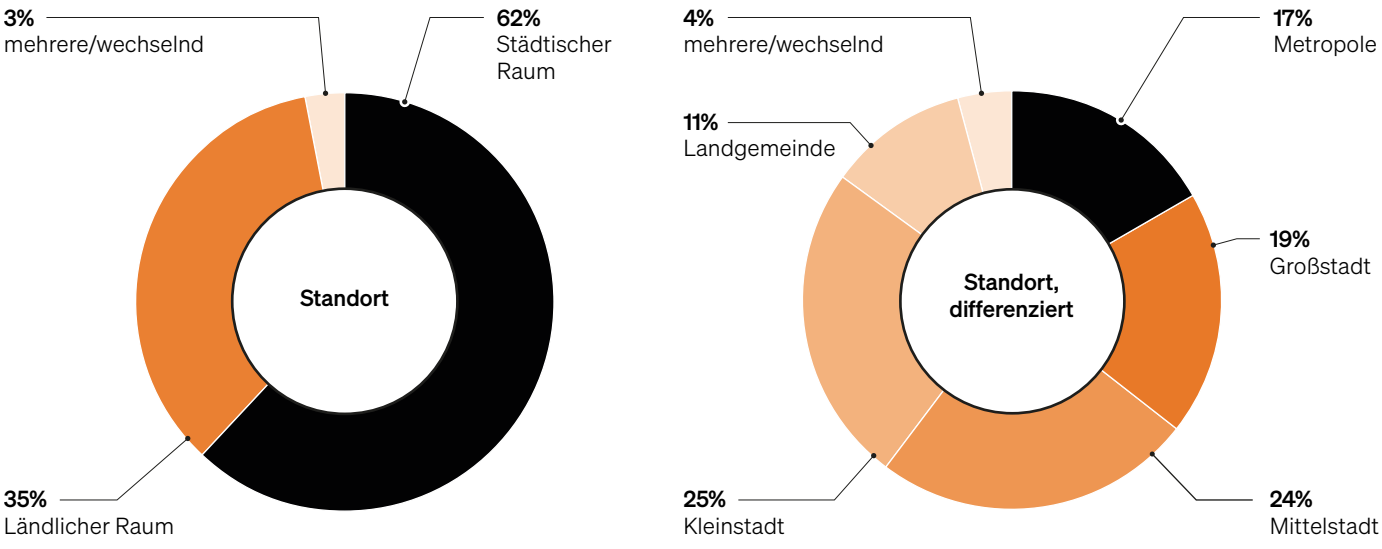
Zur Identifizierung der Grundgesamtheit prüften die Projektpartner:innen rund 2.300 Veranstaltungen auf die Erfüllung der festgelegten Kriterien. Musikfestivals, die bereits in den Datenbanken des Deutschen Musikinformationszentrums verzeichnet waren oder Förderzusagen der Initiative Musik erhalten hatten, galten im Vorfeld als hinreichend verifiziert. Für alle anderen Veranstaltungen nutzte das Team vor allem die Eigendarstellungen im Internet sowie – in Einzelfällen – externe Expertisen. Hauptquelle bildeten die offiziellen Festivalwebseiten, ergänzt durch Social-Media-Auftritte. Zur Überprüfung der Beteiligung professioneller Musiker:innen wurden teilweise auch externe Informationen zu einzelnen (Haupt-)Acts herangezogen.

Auf diese Weise wurden über 500 Veranstaltungen aus der Grundgesamtheit ausgeschlossen, darunter häufig Konzertreihen, reine Amateurmusikfestivals, Festivals ohne klaren Musikschwerpunkt, Stadtfeste oder nicht mehr existierende Formate. Sämtliche Musikfestivals, die im Jahr 2024 letztmalig stattfanden, flossen hingegen in die Grundgesamtheit ein.

Insgesamt identifiziert die Studie 1.764 Musikfestivals in Deutschland auf Grundlage der für diese Untersuchung entwickelten Kriterien. Eine Analyse der Veranstaltungsorte ermöglichte die Ermittlung der Verteilung auf die Bundesländer. Zudem wurde jedes Festival – sofern eindeutig möglich – einem Stadt- oder Gemeindetyp sowie dem städtischen oder ländlichen Raum zugeordnet. Für diese Zuordnung kamen Referenztabellen des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung zum Einsatz.[3]

Räumliche Verteilung

Abbildung 2



Basis: Grundgesamt (1.764 Musikfestivals)

[3] Die Definitionen der Stadt- und Gemeindetypen und des städtischen/ländlichen Raums finden sich ebenso im Anhang „Zusammensetzung der Grundgesamtheit und Stichprobe“ wie die Ergebnisse der Analysen.

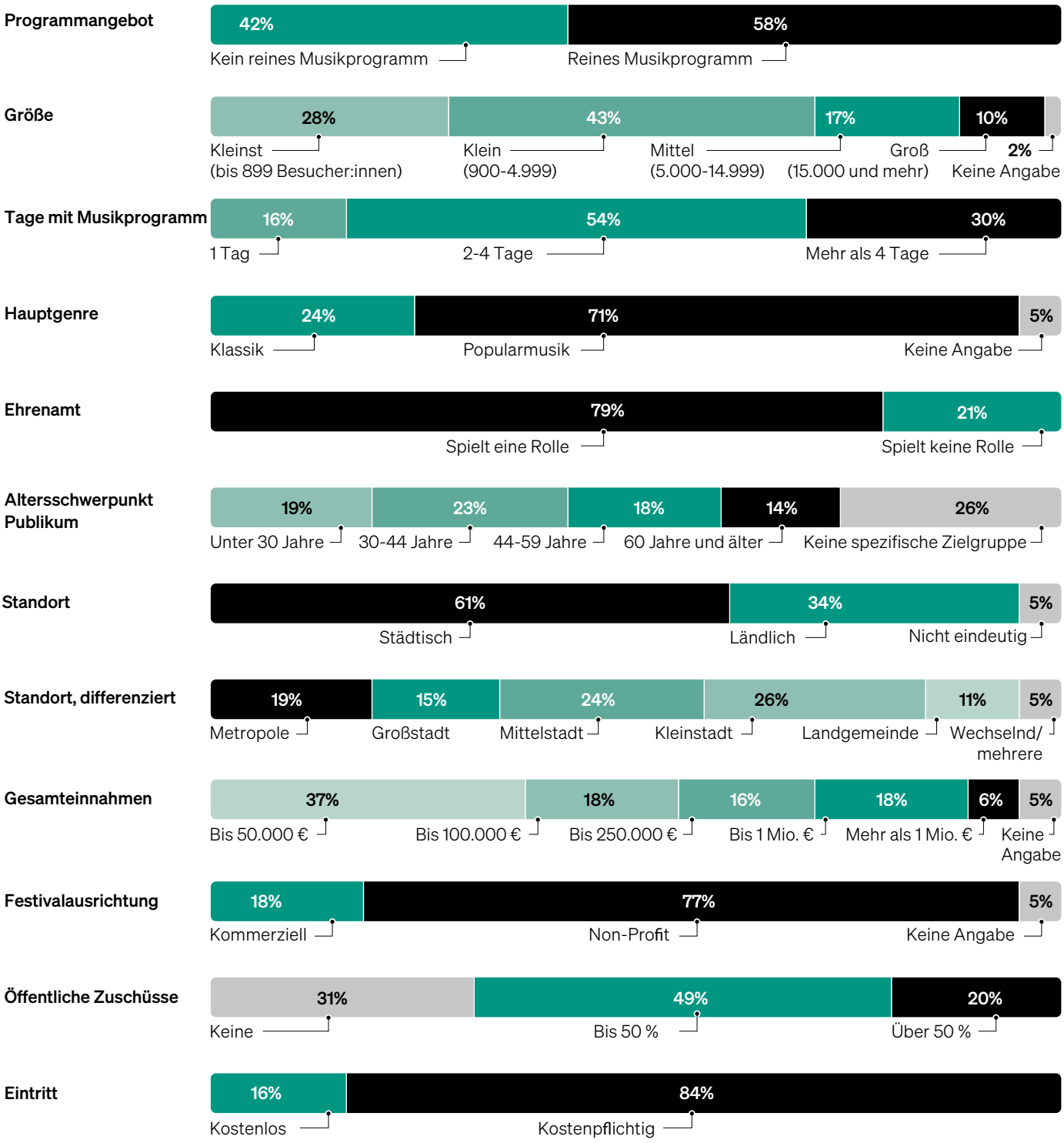
2

Musikfestivals in Deutschland – ein Überblick

Die Festivallandschaft in Deutschland ist durch große Vielfalt geprägt, die sich in inhaltlichen Ausrichtungen, organisatorischen Strukturen sowie räumlichen und historischen Merkmalen zeigt. Diese Diversität bietet zahlreiche Ansatzpunkte zur Systematisierung, erfordert aber eine klare Struktur, um vergleichbare Analysegruppen zu bilden. Zentrale Differenzierungsmerkmale von Musikfestivals in Deutschland veranschaulichen die Breite und Besonderheiten der Festivallandschaft.

Kategorisierung der Festivals: eine Übersicht

Abbildung 3



Basis: Stichprobe (638 Musikfestivals)

Die Heterogenität der deutschen Festivallandschaft zeigt sich bereits an der Vielzahl von Kategorisierungsmöglichkeiten. Die folgenden Abbildungen bieten dahingehend eine erste Übersicht und zeigen, welche Festivalgruppen im Folgenden gegenübergestellt und differenziert betrachtet werden.

Musikgenres

Ein deutlicher Fokus liegt dabei auf den Genres und der Frage, welche Musik- und Stilrichtungen auf Festivals gespielt werden – und wie sich Festivals unterschiedlicher Genres voneinander unterscheiden. Zur systematischen Untersuchung wurden die Musikgenres in thematische Cluster eingeordnet. Die grundlegende Differenzierung erfolgt in zwei Hauptkategorien: „Klassische Musik“ und „Popularmusik“.[4] Innerhalb der klassischen Musik werden darüber hinaus die Subgenres „Alte Musik“ und „Neue Musik“ als eigenständige Analysegruppen betrachtet.

Die Popularmusik wird in folgende Subgenres bzw. Genrecluster unterteilt:

- Jazz/Improvisierte Musik
- Elektronische Musik
- Indie-Cluster (umfasst die Genres Indie, Singer-Songwriter, Blues, Country, Folk)
- Rock-Cluster (umfasst die Genres Rockmusik, Punk, Metal)
- Pop-Cluster (umfasst die Genres Pop, Hip-Hop, Global Music, Funk/R’n’B, Soul, Reggae)

„Genres haben weniger Relevanz als vor dem Streaming-Zeitalter, weil sich das Musikkonsumverhalten stark verändert hat. Mein Eindruck ist, dass Genres vor allem für junge Menschen nicht mehr so wichtig sind. Das ist fluider geworden. […] Im Großen und Ganzen wurde die starre Szene-Zugehörigkeit damit aufgebrochen.“

Stephan Thanscheidt, CEO FKP Scorpio

[4] Die in dieser Studie vorgenommene Einteilung in die beiden Hauptkategorien „Klassische Musik“ und „Popularmusik“ sowie deren Subgenres beruht auf methodischen Erwägungen.

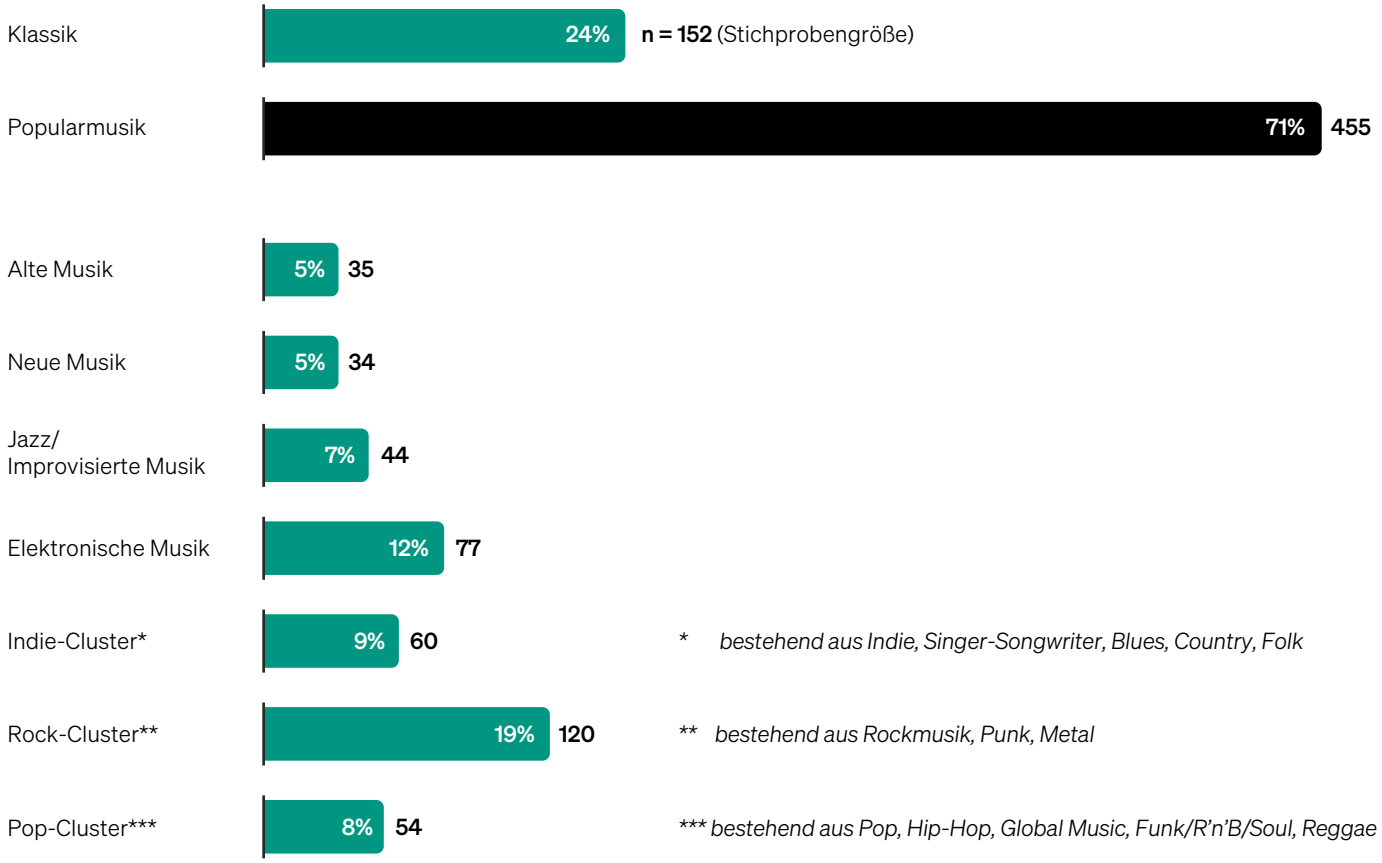
Die Studie verfolgt in erster Linie das Ziel, die Festivallandschaft genreübergreifend zu beschreiben. Zugleich war es den Projektpartner:innen wichtig, die einzelnen Genres sichtbar zu machen und sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten von Festivals mit verschiedenen Genreschwerpunkten empirisch zu erfassen. Da eine differenzierte Darstellung aller Genres aus Kapazitätsgründen nicht möglich war, wurde primär eine Unterteilung in zwei Hauptkategorien vorgenommen, deren Fallzahlen überdies groß genug sind, um belastbare Aussagen auch im Detail treffen zu können und so eine empirische Vergleichbarkeit durchgängig sicherzustellen. Den Projektpartner:innen ist bewusst, dass die damit entstandene Dichotomie Klassik-Popularmusik umstritten ist und ästhetische Selbstverständnisse nur unzureichend abbildet. Sie wurde dennoch angewendet, um Spuren und Strukturen sichtbar zu machen, die sich im Laufe der Jahrzehnte in Förderlogiken, Organisationsformen und Publikumserwartungen ausgebildet haben. Zugleich stellt sie eine konsistente und handhabbare Systematik dar, die an bestehende musiksoziologische Forschungen anschließt.

Subgenres bzw. Subgenre-Cluster werden in den Ergebnissen dort ausgewiesen, wo deutliche und empirisch gesicherte Abweichungen zu den Durchschnittswerten der beiden Hauptkategorien festgestellt wurden. Darüber hinaus haben die hier erfassten Daten das Potenzial für weitere Tiefenauswertungen der Subkategorien.

Das Musikprogramm der untersuchten Musikfestivals weist häufig eine stilistische Vielfalt auf. Im Schnitt waren bei der letzten Ausgabe 4,9 Musikgenres (aus einer Auswahl aus 26) vertreten, nur 16 Prozent der Festivals richten ihr Programm auf ein einziges Genre aus. Einige Genres sind dabei auf einer Vielzahl von Festivals vertreten: Beispielsweise spielen 42 Prozent aller Musikfestivals (auch) Elektronische Musik – während lediglich 12 Prozent der Festivalveranstaltenden explizit einen Fokus auf diese Musikrichtung legen. Insgesamt ordnet sich die Mehrheit der Festivals schwerpunktmäßig den Genres der Popularmusik (71 Prozent) zu, rund ein Viertel (24 Prozent) hat einen Fokus auf klassische Musikgenres. Obwohl Klassikfestivals zahlenmäßig in der Minderheit sind, prägen sie den Festivalkalender durch ihre Dauer: Mit durchschnittlich 13 Tagen Musikprogramm laufen sie deutlich länger als Festivals der Popularmusik, die im Durchschnitt etwa drei Tage dauern.

Musikalische Hauptgenres: Genre-Schwerpunkte der Festivals

Abbildung 4



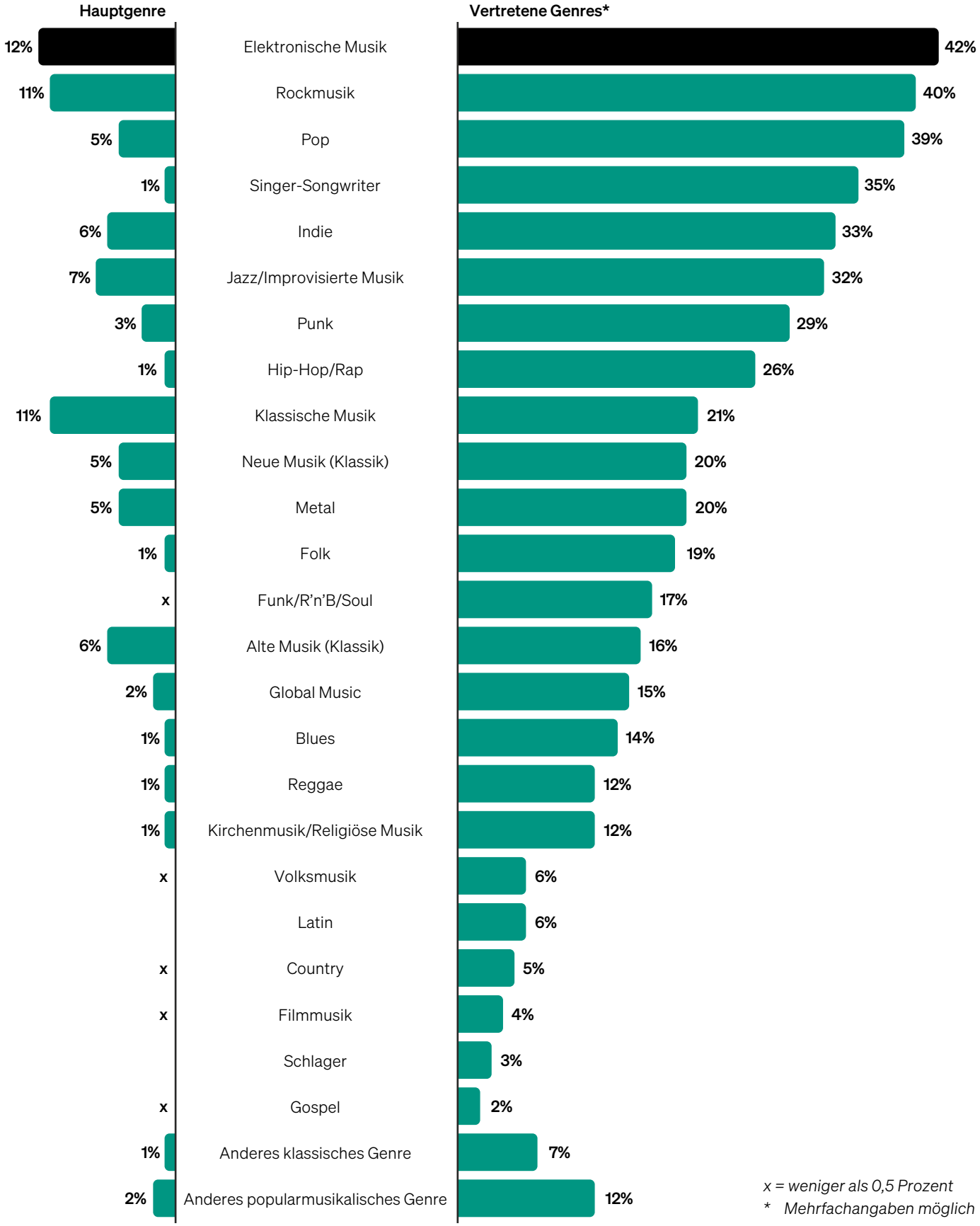
Jenseits der stilistischen Schwerpunkte sind die Grenzen zwischen Klassik, Popularmusik und ihren jeweiligen Subgenres zugleich häufig durchlässig. So integrieren über die Hälfte der Klassikfestivals (53 Prozent) auch Elemente der Popularmusik in ihr Programm – besonders häufig Jazz und improvisierte Musik (43 Prozent), gefolgt von Elektronischer Musik (20 Prozent) sowie Global Music und Filmmusik (je 11 Prozent). Festivals der Neuen Musik (Klassik) weisen sogar öfter Verknüpfungen mit popularmusikalischen Genres auf (56 Prozent) als mit anderen Klassik-Genres (15 Prozent). Umgekehrt binden nur 8 Prozent der Popularmusikfestivals klassische Musikgenres ein – am ehesten geschieht das bei Jazzfestivals (18 Prozent) und Festivals des Pop-Clusters (17 Prozent). Ohnehin sind Popfestivals besonders genreoffen: Im Schnitt kombinieren sie 6,8 Genres, nur 2 Prozent setzen auf ein einziges. Insgesamt finden sich die meisten genreübergreifenden Programmverbindungen innerhalb der Popularmusik.

Bei den Festivals für klassische Musik wurden zusätzlich die prägenden Gattungen erfasst. 39 Prozent setzen ihren Schwerpunkt auf Kammermusik, 10 Prozent auf Vokalmusik, 8 Prozent auf Musiktheater und 7 Prozent auf Orchestermusik. Ein Drittel der Klassikfestivals weist keinen eindeutigen Gattungsschwerpunkt auf.

Vielfalt der Musikstile: Genres auf Musikfestivals

Abbildung 5

Frage: „Welche musikalischen Genres waren bei der letzten Ausgabe Ihres Musikfestivals vertreten?“



x = weniger als 0,5 Prozent

* *Mehrfachangaben möglich*

Gattungsschwerpunkte der Klassikfestivals

Abbildung 6

Frage an Festivals mit dem Hauptgenre in einem der klassischen Genres (Hauptkategorie Klassische Musik): „Liegt bei Ihrem Musikfestival ein Schwerpunkt auf einer der folgenden Gattungen?“

	Klassische Musik insgesamt	Größe des Festivals				Subgenre	
		Kleinst	Klein	Mittel	Groß	Alte Musik	Neue Musik
Kammermusik	39%	60%	41%	22%	27%	23%	47%
Vokalmusik	10%	8%	12%	7%	14%	20%	3%
Musiktheater	8%	-	8%	19%	9%	14%	6%
Orchestermusik	7%	-	3%	19%	14%	9%	3%
Orgelmusik	3%	-	7%	-	-	-	-
Kein Gattungsschwerpunkt	33%	32%	29%	33%	36%	34%	41%

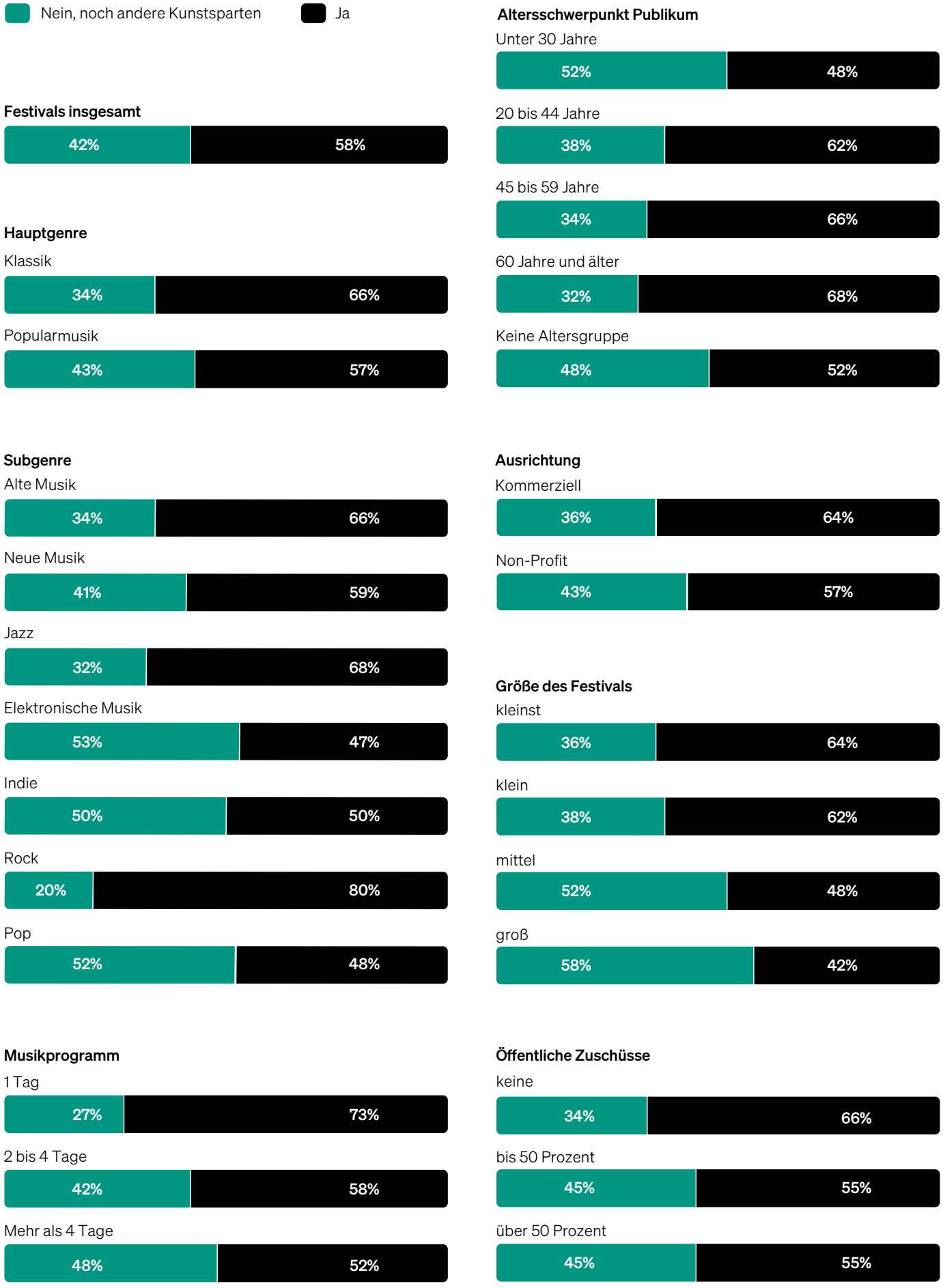
Programmvielfalt

58 Prozent der befragten Musikfestivals geben an, dass ihr Festival aus einem reinen Musikprogramm besteht. Bei Festivals, die darüber hinaus auch andere Kunstsparten wie Theater/Schauspiel, Film/Kino oder Literatur/Poetry Slam in ihr Programm integrieren, macht das Musikprogramm einen Anteil von 75 Prozent am Gesamtprogramm aus. Wird kein reines Musikprogramm angeboten, werden häufig gleich mehrere andere Kunstsparten in das künstlerische Programm integriert. Dabei zeigen sich unterschiedliche Gewichtungen in den Genres Popularmusik und Klassik. Integrieren Popularmusikfestivals andere Kunstsparten, sind dies in etwa der Hälfte der Fälle Literatur/Lesungen/Poetry Slam (50 Prozent) oder Performancekunst (48 Prozent). Bei Klassikfestivals sind dies in etwa der Hälfte der Fälle Tanz (52 Prozent) und Theater/Schauspiel (48 Prozent).

Reine Musikfestivals vs. interdisziplinäre Formate

Abbildung 7

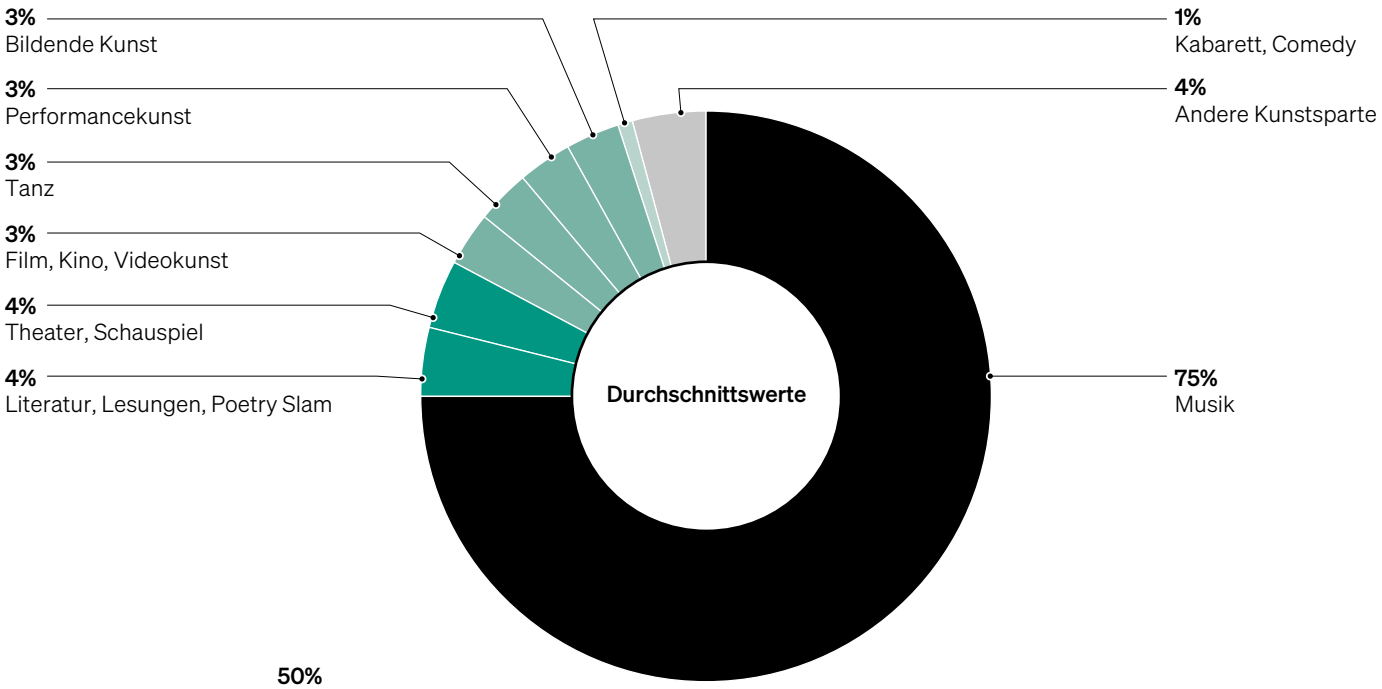
Frage: „Besteht das künstlerische Programm Ihres Festivals aus einem reinen Musikprogramm?“

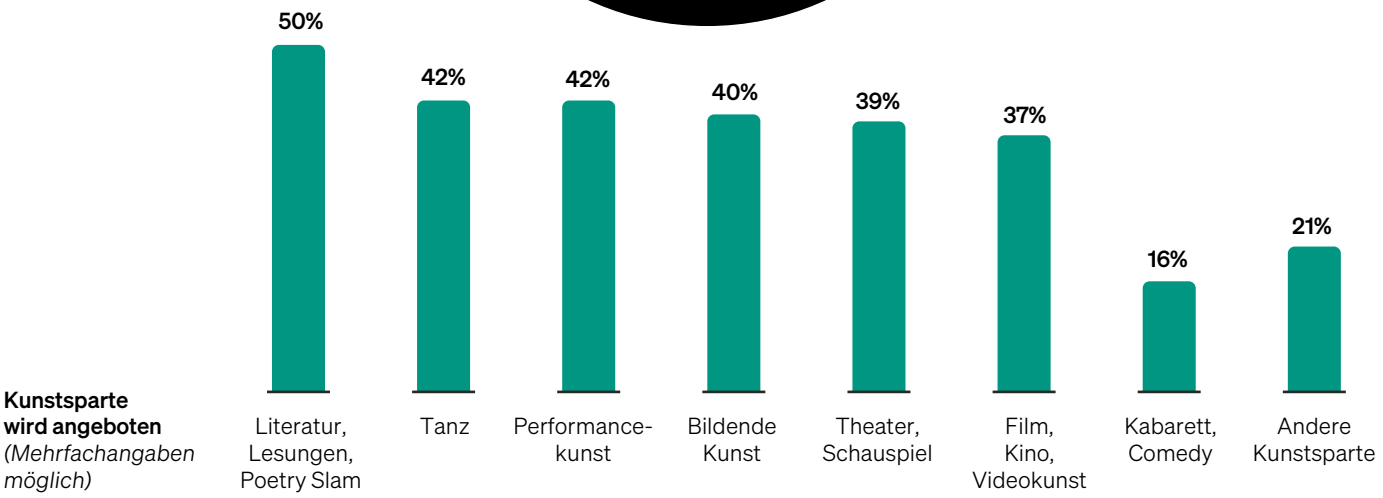


Anteil von Musik und weiteren Kunstformen am Gesamtprogramm

Abbildung 8

Frage an Festivals, die angegeben haben, neben Musik noch andere Kunstsparten zu präsentieren: „Wie hoch ist der Anteil des Musikprogramms sowie etwaiger anderer Kunstsparten am gesamten Programm?“





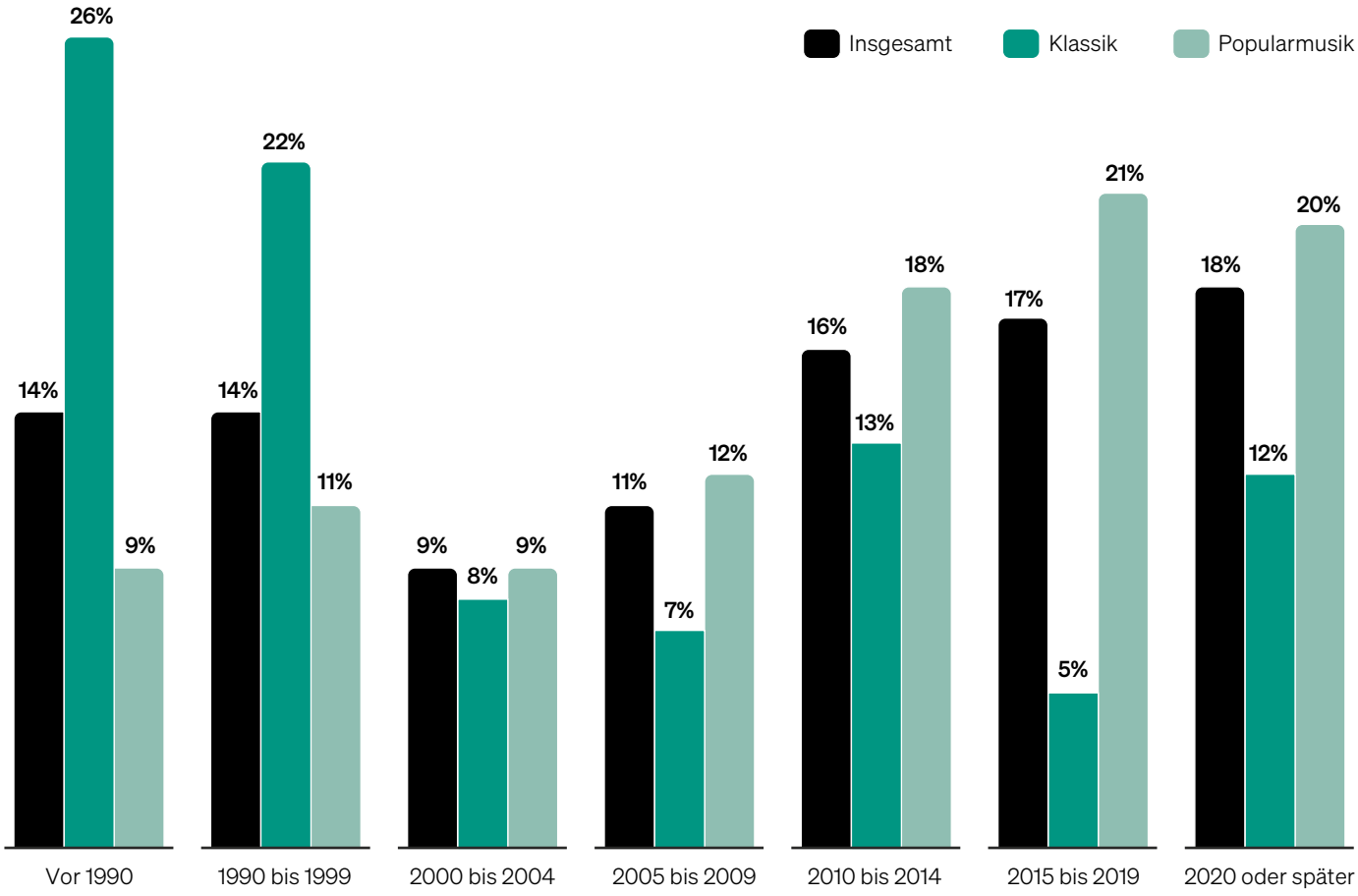
Historie und Neugründungen

Musikfestivals in Deutschland haben eine lange Tradition: Rund ein Drittel (37 Prozent) existiert seit 20 Jahren oder länger. Gleichzeitig erlebt die Festivallandschaft in den letzten Jahren einen bemerkenswerten Zuwachs. Gab es rund ein Viertel der Festivals bereits vor der Jahrtausendwende, so ist seit (und trotz) der Covid-19-Pandemie ein deutlicher Anstieg an Neugründungen zu verzeichnen: Knapp 18 Prozent aller Festivals feierten 2020 oder später Premiere. Besonders häufig unter den Neugründungen vertreten sind dabei Festivals mit einem Elektro-Schwerpunkt (36 Prozent), die vor allem ein sehr junges Publikum ansprechen. Generell richten sich viele Neugründungen an ein Publikum unter 30 Jahre (27 Prozent) bzw. zwischen 30 und 44 Jahre (21 Prozent). Klassikfestivals, die eher ein älteres Publikum erreichen, zählen häufig zu den traditionsreichsten Formaten: Knapp die Hälfte (48 Prozent) aller Klassikfestivals fand zum ersten Mal vor dem Jahr 2000 statt und kann auf eine langjährige Geschichte mit vielen Festivaljahrgängen zurückblicken. Auch im Popularmusikbereich gibt es traditionsreiche Formate, die seit 25 Jahren und länger stattfinden (20 Prozent).

Zwischen Tradition und Aufbruch: Gründungsjahre der Festivals

Abbildungen 9 und 10

Frage: „In welchem Jahr fand Ihr Musikfestival zum ersten Mal statt?“



	Festivals insgesamt	Größe des Festivals				Subgenre			Altersschwerpunkt Publikum unter 30 Jahre
		kleinst	klein	mittel	groß	Alte Musik	Elektronische Musik	Rock	
2020 oder später	18%	29%	16%	13%	6%	14%	36%	13%	27%
2015 bis 2019	17%	26%	16%	14%	3%	3%	26%	20%	29%
2010 bis 2014	16%	15%	17%	17%	11%	11%	22%	18%	13%
2005 bis 2009	11%	8%	11%	14%	9%	9%	9%	15%	13%
2000 bis 2004	9%	4%	12%	10%	11%	6%	4%	7%	8%
1990 bis 1999	14%	9%	15%	12%	29%	31%	3%	14%	5%
Vor 1990	14%	8%	13%	17%	25%	17%	-	12%	4%

- = keine einzige Nennung
Auf 100 fehlende Prozent = keine Angabe

Zukunftserwartungen

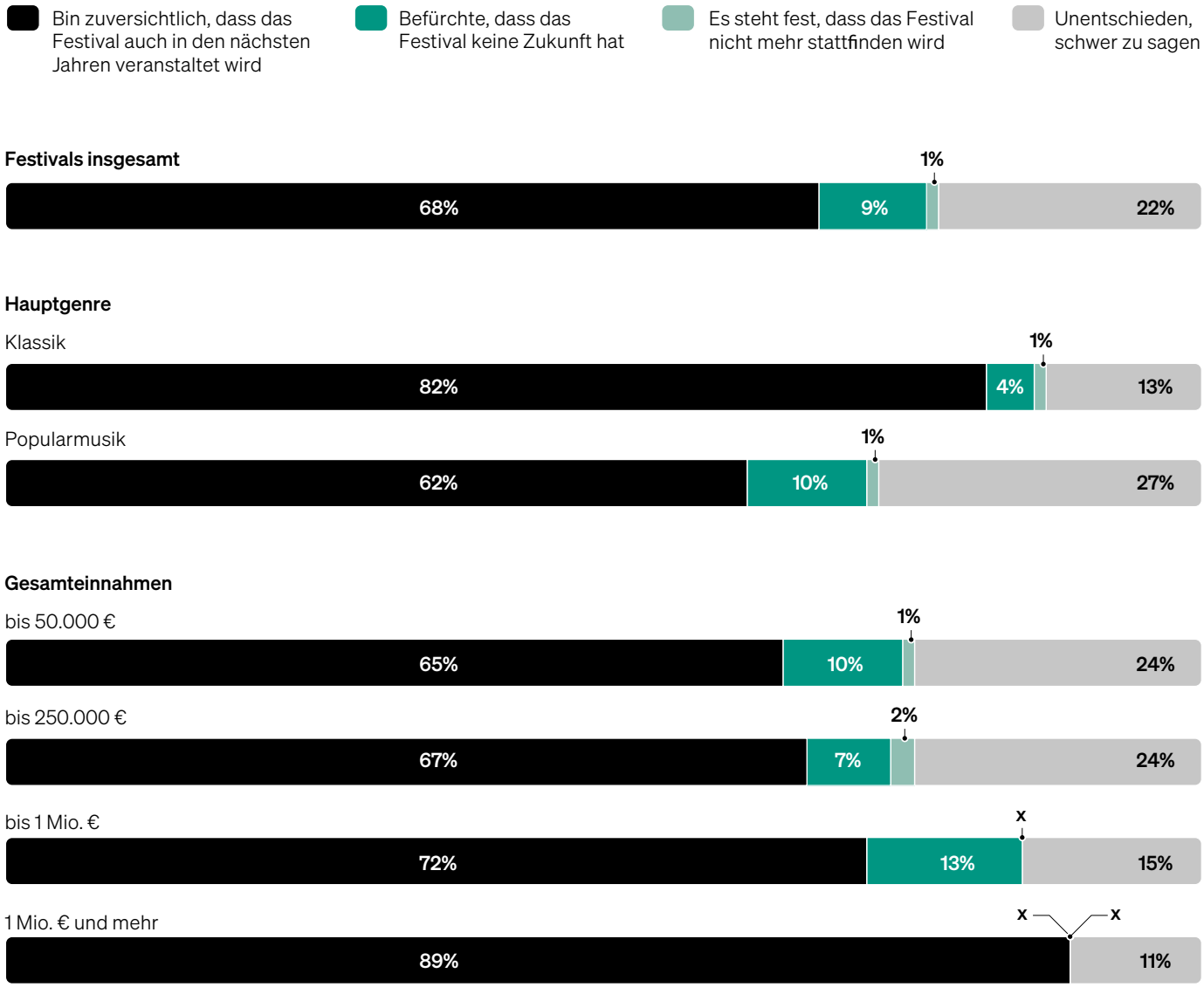
Nur wenige Festivalveranstaltende blicken hinsichtlich der Festivalvielfalt und -anzahl optimistisch in die Zukunft. Knapp zwei Drittel (66 Prozent) sind der Ansicht, dass die Anzahl der Musikfestivals in Deutschland in den kommenden Jahren sinken wird. Lediglich 6 Prozent erwarten einen Zuwachs, 19 Prozent rechnen mit einer weitgehend stabilen Situation, während sich gleichzeitig 9 Prozent der Veranstaltenden um die Zukunft ihres eigenen Festivals sorgen; bei einem Prozent steht das Aus bereits fest. Weitere 22 Prozent sind unsicher, was die Zukunft ihrer Veranstaltung betrifft. Auffällig ist der Unterschied zwischen den Hauptgenres: Veranstaltende im Klassikbereich zeigen sich dabei deutlich zuversichtlicher als Veranstaltende von Festivals der Popularmusik. Während in der Klassik 82 Prozent zuversichtlich sind, dass ihr Festival auch in den nächsten Jahren veranstaltet wird, sind es in der Popularmusik 62 Prozent. 10 Prozent befürchten hingegen, dass ihr Festival keine Zukunft hat (Klassik: 4 Prozent).

Auch die wirtschaftliche Situation wirkt sich auf den Zukunftsoptimismus aus: Veranstaltende von Musikfestivals mit Gesamteinnahmen über einer Million Euro zeigen sich mit 89 Prozent deutlich zuversichtlicher, dass ihre Veranstaltung weiterhin stattfinden wird. Weitere 11 Prozent dieser Gruppe äußern sich unentschieden. Im Vergleich dazu glauben nur 65 Prozent der Veranstaltenden mit Gesamteinnahmen bis 50.000 Euro, dass ihr Festival zukunftsfähig ist. 10 Prozent befürchten hingegen das Aus, weitere 24 Prozent sind unentschieden.

Trotz Herausforderungen: optimistischer Blick in die eigene Zukunft

Abbildung 11

Frage: „Wenn Sie einmal an die Zukunft denken: Sind Sie zuversichtlich, dass Sie Ihr Festival auch in den nächsten Jahren veranstalten können, oder befürchten Sie, dass Ihr Festival keine Zukunft hat?“



x = weniger als 0,5 Prozent

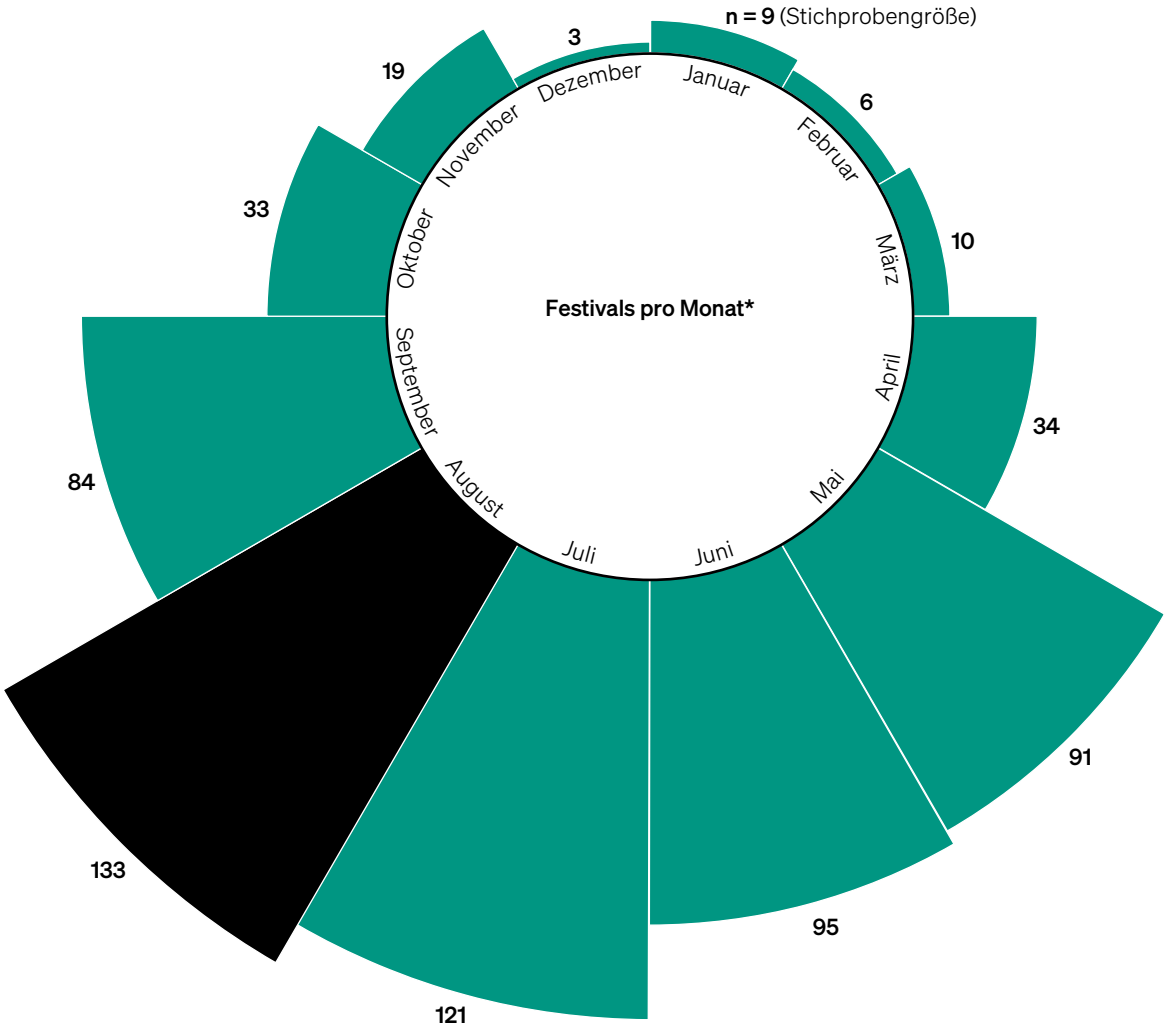
Festivalsaison, Veranstaltungsformate und Standorte

Die Mehrheit der Musikfestivals (88 Prozent) folgt einem jährlichen Turnus. Die Festivalsaison beginnt meist im Frühjahr und erreicht ihren Höhepunkt im Sommer: Über die Hälfte (55 Prozent) aller Musikfestivals findet in den Monaten Juni, Juli und August statt.

Dass Festivals über mehrere Tage oder sogar Wochen stattfinden, ist in der klassischen Musik weit verbreitet: Bei 40 Prozent der Klassikfestivals erstreckt sich das Musikprogramm über zehn oder mehr Tage. Zudem werden viele Klassikfestivals an mehreren Spielorten, d. h. an mehreren Standorten, ausgetragen, was auch die hohe Anzahl an Bühnen erklärt, auf denen Konzerte stattfinden. Bei Festivals mit einem Schwerpunkt auf Popularmusik dominiert hingegen das Konzept des kurzen und kompakten Festivals, das an einem einzigen Spielort stattfindet (82 Prozent) und sein musikalisches Programm auf einer oder mehreren Bühnen präsentiert. Bei einem Drittel der Popularmusikfestivals und der Hälfte aller Rockfestivals findet das Musikprogramm sogar ausschließlich auf einer Bühne statt.

Saisonale Verteilung: Wann Festivals stattfinden

Abbildung 12



** Die Einteilung der Festivals erfolgte auf Grundlage des Startzeitpunkts ihrer letzten Ausgabe.*

Veranstaltungsfrequenz: Wie oft Festivals stattfinden

Abbildung 13

Frage: „In welchem Turnus findet Ihr Musikfestival statt bzw. welcher Turnus ist geplant?“

	Festivals insgesamt	Hauptgenre		Subgenre		
		Klassik	Popularmusik	Alte Musik	Neue Musik	Rock
Jährlich	88%	78%	91%	66%	50%	98%
Alle zwei Jahre	10%	20%	7%	31%	44%	2%
Alle drei Jahre	1%	1%	x	3%	-	-
Alle vier Jahre	x	-	x	-	-	-
Ein anderer Rhythmus	1%	1%	2%	-	6%	-

x = weniger als 0,5 Prozent

Veranstaltungsdauer: von eintägig bis mehrwöchig

Abbildung 14

Frage: „An wie vielen Tagen fand bei der letzten Ausgabe Ihres Festivals Musikprogramm statt?“

	Festivals insgesamt	Hauptgenre	
		Klassik	Popularmusik
1 Tag	16%	-	21%
2 bis 4 Tage	54%	22%	67%
5 bis 9 Tage	16%	38%	7%
Mehr als 10 Tage	14%	40%	5%
Durchschnitt	**6 Tage**	**13 Tage**	**3 Tage**

Klassikfestivals: meist an mehreren Spielorten

Abbildung 15

Frage: „Wie viele verschiedene Spielorte hat Ihr Musikfestival in etwa?“

	1 Spielort	2 bis 5 Spielorte	6 bis 10 Spielorte	Mehr als 10	**Anzahl der Spielorte im Durchschnitt**
Festivals insgesamt	**65%**	**17%**	**8%**	**10%**	**4**
Standort					
Metropole	**53%**	**18%**	**15%**	**14%**	**5**
Großstadt	**64%**	**17%**	**12%**	**7%**	**4**
Mittelstadt	**62%**	**23%**	**4%**	**11%**	**3**
Kleinstadt	**84%**	**12%**	**4%**	**x**	**1**
Landgemeinde	**82%**	**17%**	**1%**	**x**	**1**
Dauer (Tage mit Musikprogramm)					
1 Tag	**89%**	**5%**	**1%**	**5%**	**4**
2 bis 4 Tage	**83%**	**12%**	**3%**	**2%**	**2**
mehr als 4 Tage	**22%**	**31%**	**21%**	**26%**	**10**
Hauptgenre					
Klassik	**18%**	**39%**	**23%**	**20%**	**9**
Popularmusik	**82%**	**10%**	**3%**	**5%**	**3**
Subgenre					
Alte Musik	**9%**	**40%**	**31%**	**20%**	**8**
Neue Musik	**12%**	**44%**	**32%**	**12%**	**5**
Jazz	**41%**	**32%**	**11%**	**16%**	**5**
Elektronische Musik	**87%**	**9%**	**3%**	**1%**	**1**
Indie	**82%**	**13%**	**2%**	**3%**	**2**
Rock	**97%**	**2%**	**–**	**1%**	**1**
Pop	**76%**	**9%**	**6%**	**9%**	**5**

x = weniger als 0,5 Prozent

Rockfestivals häufig mit einer Bühne

Abbildung 16

Frage: „Auf wie vielen Bühnen findet Ihr Musikprogramm statt?“

	1 Bühne	2 Bühnen	3 Bühnen	4 Bühnen	5 bis 9 Bühnen	10 und mehr	**Anzahl der Bühnen im Durchschnitt**
Festivals insgesamt	30%	24%	12%	10%	13%	11%	5
Standort							
Metropole	18%	19%	14%	9%	22%	18%	7
Großstadt	38%	18%	12%	10%	10%	11%	4
Mittelstadt	34%	25%	11%	12%	7%	11%	4
Kleinstadt	32%	31%	12%	11%	13%	1%	3
Landgemeinde	31%	30%	13%	10%	13%	3%	3
Dauer (Tage mit Musikprogramm)							
1 Tag	47%	32%	6%	6%	3%	6%	5
2 bis 4 Tage	31%	28%	17%	10%	12%	2%	3
mehr als 4 Tage	20%	11%	6%	12%	20%	31%	9
Hauptgenre							
Klassik	26%	8%	7%	14%	20%	25%	8
Popularmusik	33%	29%	14%	8%	11%	5%	4
Subgenre							
Elektronische Musik	13%	21%	22%	20%	19%	5%	4
Rock	51%	35%	10%	2%	2%	x	2

x = weniger als 0,5 Prozent

Mit Blick auf die Standorte lässt sich feststellen, dass Festivals in ganz Deutschland vertreten sind und unterschiedliche Raumtypen abdecken: Rund 40 Prozent der Festivalveranstaltenden ordnen die Region, in der ihr Festival stattfindet, als dörflich bzw. ländlich ein. Die übrigen 60 Prozent verorten sich gleichmäßig in großstädtischen, städtischen und kleinstädtischen Gebieten.[5]

Festivalstandorte: von ländlich bis großstädtisch

Abbildung 17

Frage: „Wie würden Sie am ehesten die Region beschreiben, in der Ihr Festival stattfindet?“ (Mehrfachangaben möglich)

	Festivals insgesamt	**Hauptgenre**	
		Klassik	Popularmusik
Ländlich bzw. dörflich	**40%**	**32%**	**43%**
Städtisch	**23%**	**34%**	**18%**
Kleinstädtisch	**23%**	**31%**	**22%**
Großstädtisch	**22%**	**26%**	**20%**
Unentschieden	**1%**	**1%**	**1%**
	109%	*124%*	*104%*

Die Veranstaltungsorte sind in der Gesamtschau äußerst abwechslungsreich. Häufig genutzte Standorte sind Kirchen und Klöster (23 Prozent), Theater, Opernhäuser, Philharmonien oder Konzertsäle (21 Prozent) sowie öffentliche Plätze (19 Prozent). Klassikfestivals werden meist in Innenräumen wie Kirchen, Theatern, Philharmonien oder Konzertsälen abgehalten, während Festivals der Popularmusik vermehrt im Freien stattfinden – etwa auf freien Feldern, in Parks oder auf öffentlichen Plätzen. Genretypische Locations sind z. B. Musikclubs für Jazz-Veranstaltungen oder (ehemalige) Industriegelände für die Elektro-Szene. Veranstaltungen der Alten Musik finden häufig auch in historischen Gebäuden wie Burgen oder Schlössern statt.

[5] Die räumliche Zuordnung erfolgte hier nach Selbsteinschätzung der Festivalbetreiber:innen. Die Ergebnisse der kriterienbasierten Zuordnung von Stichprobe und Grundgesamtheit durch die Autor:innen der Studie finden sich im Anhang.

Spielorte: von der Kirche bis zum Industriegelände

Abbildung 18

Frage: „An welcher Location bzw. welchen Locations findet Ihr Musikfestival statt?“ (Mehrfachangaben möglich)	Festivals insgesamt	Hauptgenre	
		Klassik	Popularmusik
In einer Kirche, einem Kloster	23%	66%	7%
In einem Theater, einer Oper, einer Philharmonie, einem Konzertsaal	21%	57%	9%
Öffentlicher Platz	19%	20%	19%
In einem Musikclub	15%	15%	15%
Auf freiem Feld	15%	4%	20%
In einem Park	15%	14%	15%
In einer Stadt-, Mehrzweckhalle	13%	27%	8%
Auf einem (ehemaligen) Industriegelände	11%	13%	11%
In einer Burg, einem Schloss	11%	30%	4%
In einem Wald, Naturschutzgebiet	8%	3%	10%
An einem See	8%	5%	9%
Auf einem landwirtschaftlichen Gelände (Bauernhof, Weingut)	3%	5%	3%
In einem Museum, Galerie	3%	6%	1%
In einer Arena, einem Stadion	3%	3%	3%
In Schulen, Universitäten	2%	4%	2%
Auf einem Flugplatz	2%	1%	2%
Am Meer	1%	1%	1%
In einem Freizeitpark	1%	-	1%
Andere Location	15%	9%	17%

„Es gibt ein paar Genreunterschiede,
die sich praktisch manifestieren.
Genres sind immer eng mit Räumen verbunden.
Ist das eine Musik, die ich am besten höre,
wenn ich bequem sitze und die ganze Zeit
sitzen bleibe? Oder ist es eine Musik,
die ich am besten höre, wenn ich stehe und
mich bewegen kann? Ist es eine Musik,
die erfordert, dass ich von Anfang an dabei
bin und möglichst fokussiert zuhöre?
Oder ist es eine Musik, die es erlaubt,
zwischendurch was zu trinken und rein-
und rauszugehen? Oder die besonders wirkt,
wenn man dabei tanzen kann?
Das wirkt sich aus auf die Wahl
der Spielstätten und die Formate.“

Veranstalter:in eines Klassikfestivals

Wirtschaftliche Ausrichtung und Organisationsformen

Gruppiert man Festivals nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten, fällt auf, dass ein Großteil (77 Prozent) der Veranstaltungen keinen wirtschaftlichen Gewinn anstrebt. Im Klassikbereich sind sogar 89 Prozent sogenannte Non-Profit-Festivals. In der Popularmusik und insbesondere im Bereich Elektronische Musik liegt der Anteil kommerziell ausgerichteter Festivals über dem Durchschnitt (23 bzw. 43 Prozent).

Mehrheitlich Non-Profit-Festivals – Ehrenamt und öffentliche Förderung von Bedeutung

Abbildung 19

Frage: „Ist Ihr Festival ein kommerziell ausgerichtetes Festival, oder handelt es sich um ein Non-Profit-Festival?“

	Kommerzielles Festival	Non-Profit-Festival	Keine Angabe
Festivals insgesamt	18%	77%	5%
Hauptgenre			
Klassik	6%	89%	5%
Popularmusik	23%	72%	5%
Subgenre			
Jazz	5%	84%	11%
Elektronische Musik	43%	49%	8%
Indie	15%	82%	3%
Ehrenamt spielt –			
eine Rolle	13%	83%	4%
keine Rolle	39%	52%	9%
Öffentliche Zuschüsse			
Keine	37%	56%	7%
bis 50 Prozent	11%	83%	6%
über 50 Prozent	7%	92%	1%

Ein Blick auf die Rechtsform von Festivals zeigt, dass 56 Prozent als Verein oder Stiftung organisiert sind und weitere 20 Prozent in Form einer Kapitalgesellschaft (darunter 6 Prozent als gGmbH) betrieben werden. Die Rechtsform hängt dabei von der inhaltlichen Ausrichtung des Festivals ab: Während kommerziell ausgerichtete Festivals zu 52 Prozent als Kapitalgesellschaften geführt werden, sind Non-Profit-Festivals zu rund zwei Dritteln als gemeinnützige (49 Prozent) oder eingetragene (18 Prozent) Vereine strukturiert. Für kommerzielle Festivals spielen Ehrenamt und Fördergelder durch öffentliche Zuschüsse außerdem eine deutlich geringere Rolle als für Non-Profit-Festivals (siehe Kapitel 5 und 7).

Rechtsformen: Vereinsstruktur vs. Kapitalgesellschaft

Abbildung 20

Frage: „Welche Rechtsform hat Ihr Musikfestival?“

Der Organisationsgrad in Berufs- oder Interessenverbänden ist vergleichsweise gering. Lediglich 33 Prozent der Musikfestivals sind in entsprechenden Organisationen vertreten, während die Mehrheit (61 Prozent) keiner formalen Vereinigung angehört. 17 Prozent sind Mitglied bei der LiveMusikKommission (LiveKomm), 5 Prozent im Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft (BDKV); 14 Prozent der Festivals sind in anderen Verbänden (wie z. B. dem Deutschen Bühnenverein) vertreten. Auffällig ist, dass vor allem größere Festivals in Berufs- oder Interessenverbänden vertreten sind. Während bei den kleinsten Formaten (bis 899 Besuche) weniger als ein Viertel Mitglied in einem Verband ist, steigt der Anteil bei den mittleren (5.000 bis 14.999 Besuche) und großen Festivals (15.000 und mehr Besuche) mit 49 Prozent bzw. 52 Prozent auf rund die Hälfte.

In der Regel organisiert die Mehrheit der Festivalveranstaltenden (70 Prozent) lediglich ein Festival. Dies gilt besonders im Non-Profit-Bereich und für kleinere Veranstaltende. Im kommerziellen Bereich ist der Anteil hingegen geringer (57 Prozent). Rund 20 Prozent der kommerziell ausgerichteten Veranstaltenden betreuen zwei Festivals, während 19 Prozent sogar zwischen drei und neun Festivals organisieren. In diesem Zusammenhang kann auch die Einschätzung von 27 Prozent der Festivalveranstaltenden eingeordnet werden, die eine große Gefahr bzw. Herausforderung darin sehen, dass große Festivalveranstaltende die Branche in Zukunft dominieren könnten (vgl. Abbildung 78).

Berufs- oder Interessenverbände: geringe Organisationsbindung

Abbildung 21

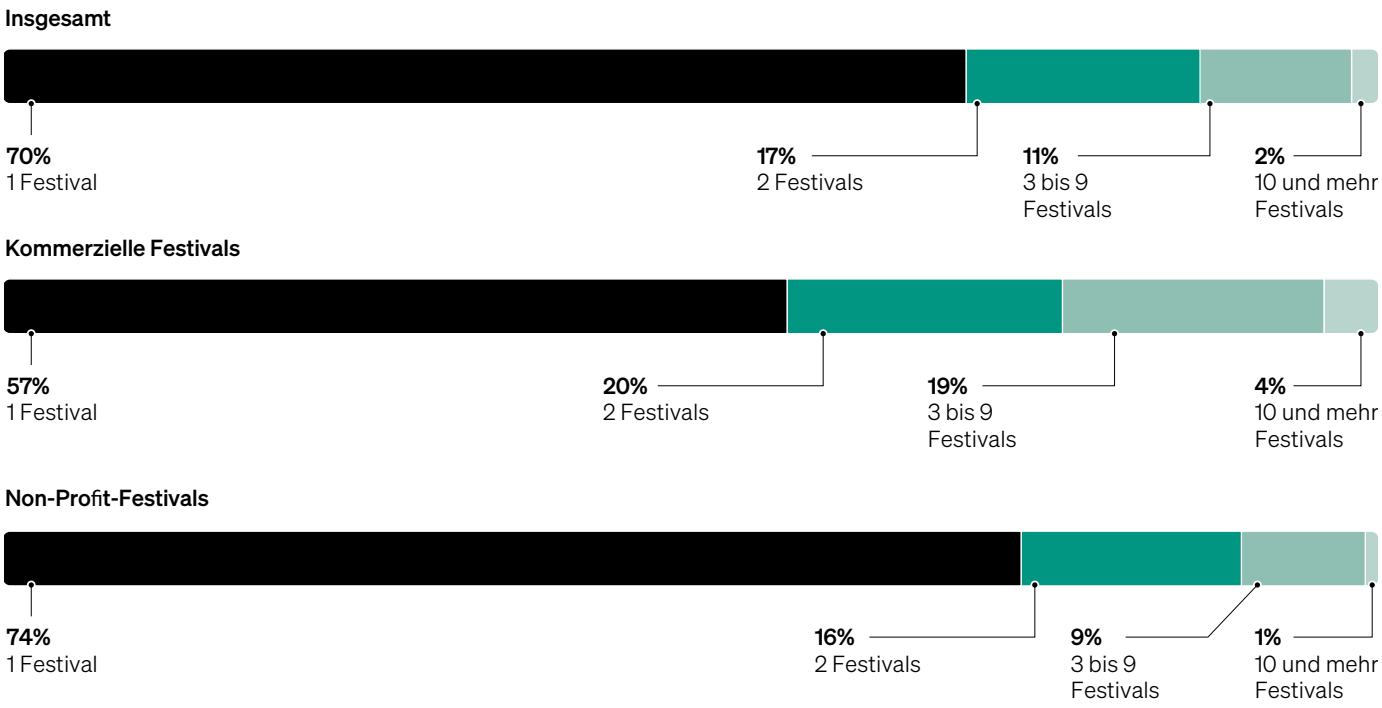
Frage: „Sind Sie mit Ihrem Festival Mitglied in einem oder mehreren Berufs- oder Interessenverbänden?“

	Festivals insgesamt	Hauptgenre	
		Klassik	Popularmusik
Ja	33%	24%	37%
und zwar (Mehrfachangaben möglich) -			
LiveKomm/Festivalkombinat	17%	1%	24%
In einem anderen Verband	14%	17%	12%
BDKV (Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft)	5%	7%	4%
Nein	61%	69%	57%
Keine Angabe	6%	7%	6%

Ein Träger - mehrere Festivals?

Abbildung 22

Frage: „Wie viele Festivals veranstalten Sie bzw. Ihre Organisation?“



3

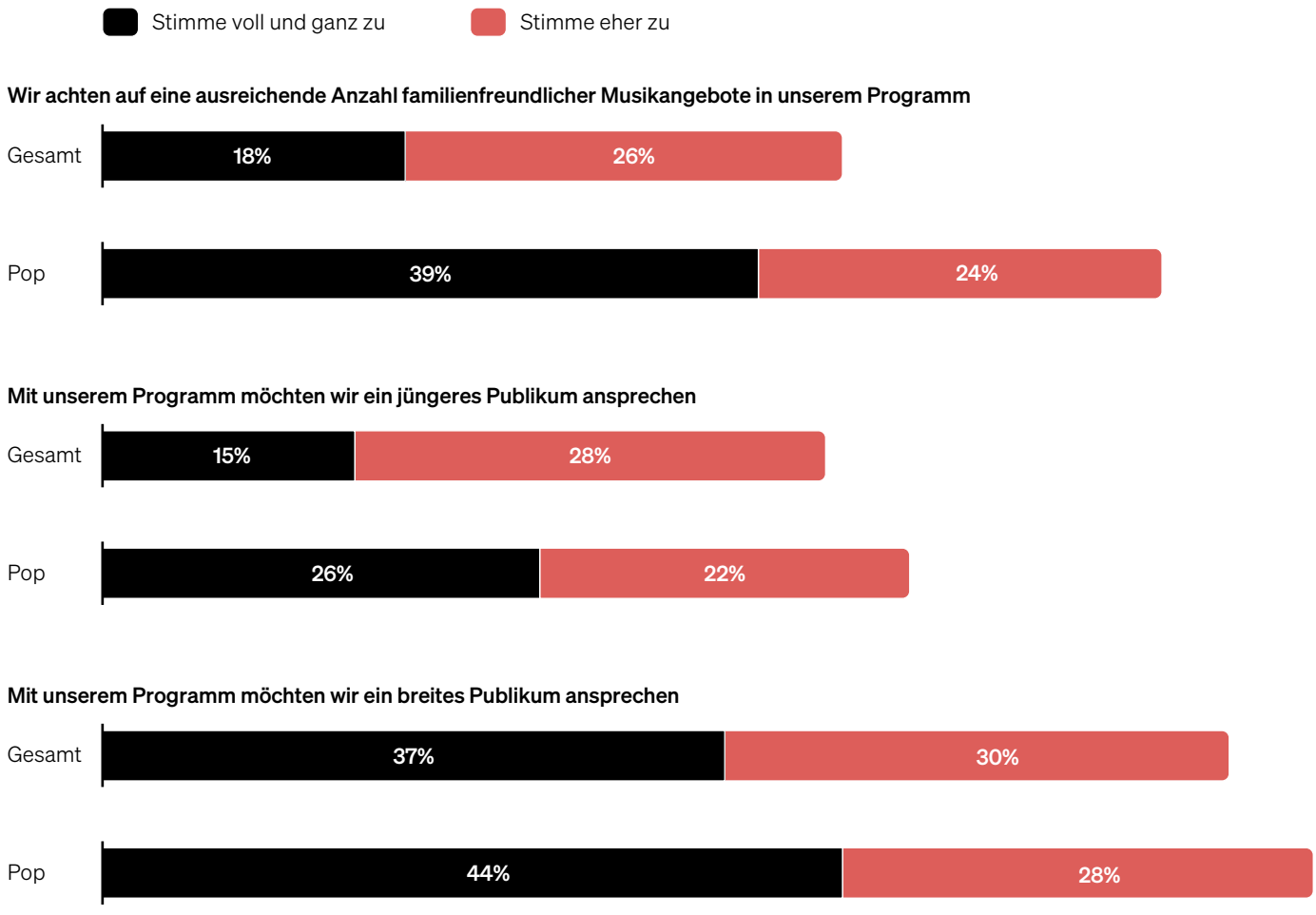
Besuche und Auslastung

Das Publikum bildet eine zentrale Bezugsgröße für die strategische Ausrichtung von Musikfestivals. Seine Zusammensetzung, Erwartungen und das veränderte Teilhabeverhalten spiegeln gesellschaftliche Transformationsprozesse wider und beeinflussen Programmgestaltung wie auch Planung. Die Volatilität bei Auslastung und Publikumsbindung verdeutlicht, dass Festivals heute zwischen kulturellem Auftrag, gesellschaftlicher Relevanz und ökonomischem Druck vermitteln müssen. Damit wird das Publikum zugleich zum Gradmesser des Erfolgs und zur Herausforderung für Musikfestivals.

Rund zwei Drittel der Festivalveranstaltenden kreieren ihr Programm mit der Absicht, ein möglichst breites Publikum anzusprechen. 43 Prozent legen ihren Fokus insbesondere auf ein junges Publikum, während 44 Prozent gezielt familienfreundliche Musikangebote in ihr Programm aufnehmen – ein Anliegen, das besonders bei Festivals aus dem Genrecluster Pop stark ausgeprägt ist (63 Prozent).

Zielgruppenansprache im Fokus: familienfreundliche Popfestivals

Abbildung 23



Entsprechend zieht diese Festival-Art überdurchschnittlich viele junge Besucher:innen an: Nach dem Altersschwerpunkt ihres Publikums befragt, geben 59 Prozent der Veranstaltenden von Popfestivals an, vor allem Menschen unter 30 Jahren (30 Prozent) bzw. zwischen 30 und 44 Jahren (29 Prozent) zu erreichen. Weitere 28 Prozent sprechen keine spezifische Altersgruppe an.

Bei anderen popularmusikalischen Genres zeigen sich folgende Schwerpunkte:

- Elektronische Musik erreicht das mit Abstand jüngste Publikum und wird zu 61 Prozent vor allem von Menschen unter 30 Jahren besucht.
- Jazzfestivals ziehen in mehr als der Hälfte der Fälle vor allem Besucher:innen zwischen 45 und 59 Jahren an.
- Rockfestivals sprechen mit 48 Prozent insbesondere die Altersgruppe zwischen 30 und 44 Jahren an.
- Indiefestivals sprechen Menschen bis zu einem Alter von 59 Jahren gleichermaßen an.

Festivalpublikum: Altersschwerpunkte

Abbildung 24

Frage: „Welche Altersgruppe besucht Ihr Musikfestival hauptsächlich?“

Besucher:innen im Alter von –

	unter 30 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter	Ganz verschieden, es gibt keine spezifische Altersgruppe
Festivals insgesamt	19%	23%	18%	14%	26%
Hauptgenre					
Klassik	2%	4%	25%	50%	19%
Popularmusik	25%	31%	15%	2%	27%
Subgenre					
Alte Musik	-	-	29%	60%	11%
Neue Musik	6%	15%	35%	18%	26%
Jazz	5%	9%	54%	18%	14%
Elektronische Musik	61%	27%	4%	-	8%
Indie	22%	26%	22%	-	30%
Rock	13%	48%	10%	-	29%
Pop	30%	29%	13%	-	28%
Ausrichtung					
Kommerziell	30%	39%	11%	6%	14%
Non-Profit	16%	21%	19%	15%	29%

Klassikfestivals werden nach Einschätzung der Veranstaltenden schwerpunktmäßig von einem älteren Publikum besucht – die Hälfte gibt an, dass ihre Besucher:innen vorwiegend über 60 Jahre alt sind. Dabei zeigen sich jedoch Unterschiede zwischen den Bereichen Alte Musik und Neue Musik: Während 60 Prozent der Festivals für Alte Musik hauptsächlich ein Publikum über 60 Jahre anziehen und weitere 29 Prozent überwiegend die Altersgruppe zwischen 45 und 59 Jahren erreichen, sprechen Festivals für Neue Musik auch jüngere Altersgruppen an oder haben keinen klar definierten Fokus.

Das Publikum kommt – unabhängig von Genre und Alter – zum Großteil aus einem regionalen Einzugsgebiet: 89 Prozent der Festivalveranstaltenden geben an, dass der Anteil des regionalen Publikums groß oder sehr groß ist. Der Anteil ausländischen Publikums steigt dabei mit der Größe des Festivals, nimmt aber nur in den seltensten Fällen einen großen Anteil ein: 12 Prozent der großen Festivals mit mehr als 15.000 Besuchen geben an, dass ein großer oder sehr großer Anteil ihres Publikums aus dem Ausland kommt.

Woher die Besuchenden kommen: Regionales Publikum überwiegt

Abbildung 25

Frage: „Wenn Sie einmal an das Einzugsgebiet Ihres Publikums denken: Was schätzen Sie, wie groß ist der Anteil des regionalen, des bundesweiten und des internationalen Publikums?“

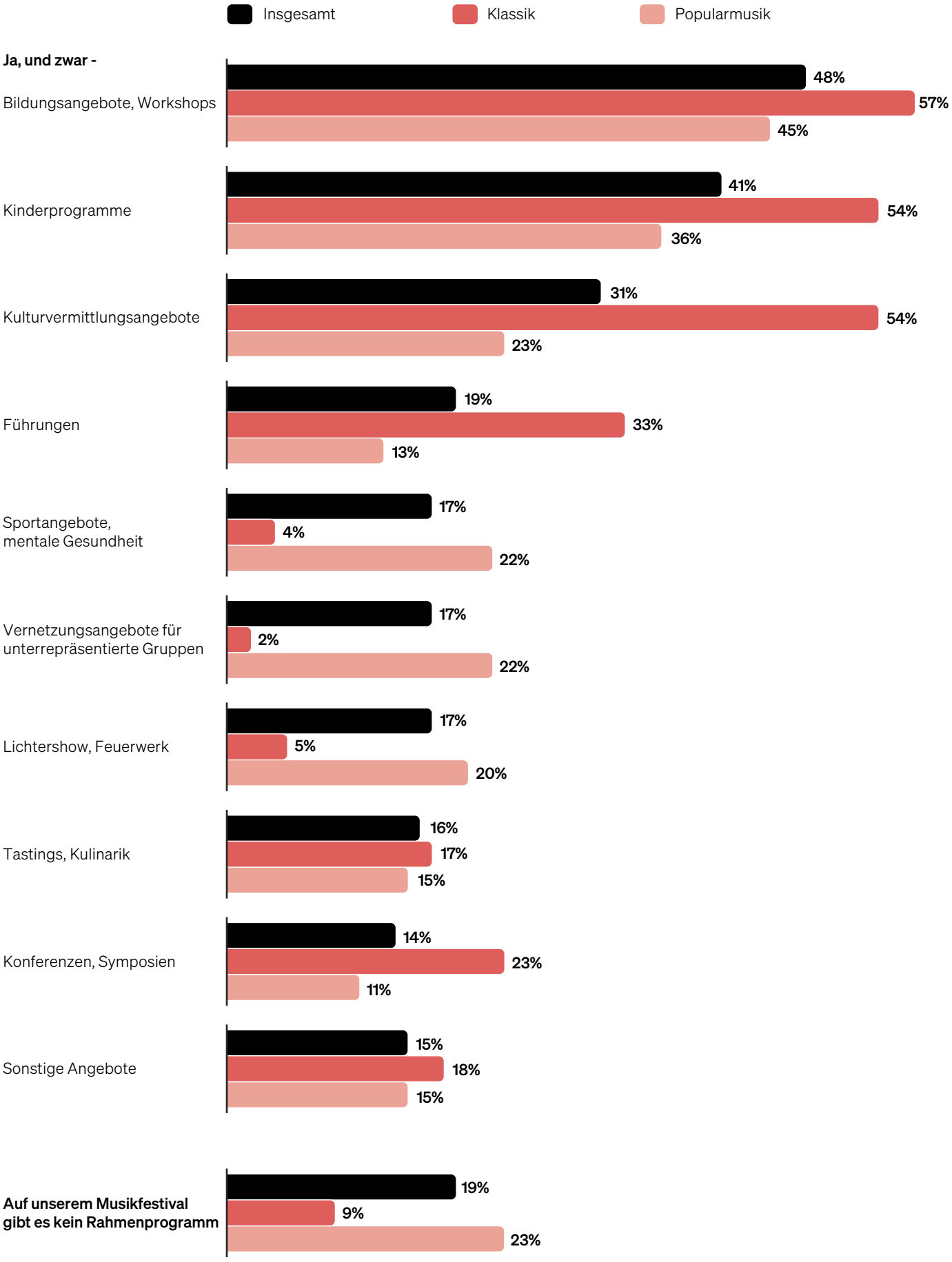
	Sehr großer Anteil	Großer Anteil	Weniger großer Anteil	Kaum ein bzw. gar kein Anteil
Regional				
Insgesamt	57%	32%	10%	1%
Klassik	67%	28%	4%	1%
Popularmusik	53%	34%	12%	1%
Bundesweit				
Insgesamt	7%	22%	53%	18%
Klassik	2%	20%	57%	21%
Popularmusik	9%	23%	52%	16%
International: grenznahes Ausland				
Insgesamt	1%	7%	46%	46%
Klassik	1%	8%	46%	45%
Popularmusik	1%	6%	47%	46%
International: sonstiges Ausland				
Insgesamt	1%	1%	23%	75%
Klassik	1%	1%	34%	64%
Popularmusik	x	1%	20%	79%

x = weniger als 0,5 Prozent

Mehr als Musik: Rahmenprogramme auf Festivals

Abbildung 26

Frage: „Gibt es auf Ihrem Musikfestival auch ein Rahmenprogramm mit kulturellen und sozialen Angeboten?“ (Mehrfachangaben möglich)



Das Festivalerlebnis wird für die Besuchenden in 81 Prozent der Fälle durch ein Rahmenprogramm komplettiert. Selbst kleinste Festivals mit Besuchszahlen unter 900 oder eintägige Festivals bieten ihren Besucher:innen teilweise Kulturvermittlungsangebote, Bildungsformate wie Workshops oder auch Kinderprogramm an; nur ein Viertel dieser kleinen Festivals bietet gar kein Rahmenprogramm.

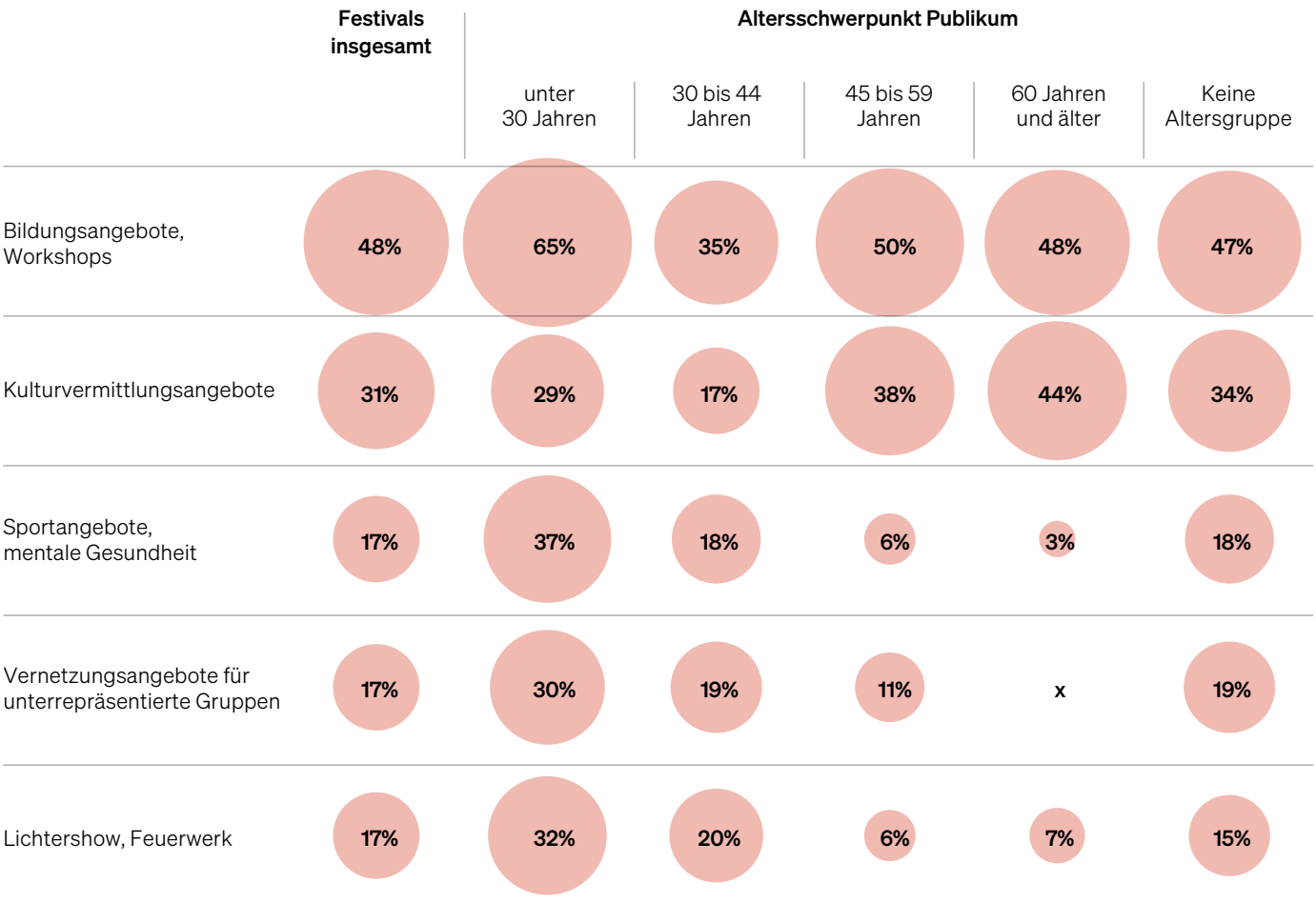
Auffällig sind die Unterschiede zwischen Klassikfestivals und Veranstaltungen der Popularmusik: Während erstere häufiger Konferenzen und Symposien (23 Prozent), Führungen (33 Prozent) sowie Kulturvermittlungs- (54 Prozent) und Bildungsangebote (57 Prozent) in ihr Programm integrieren, setzen popularmusikalische Festivals verstärkt auf ein breiteres Spektrum an Zusatzangeboten. Dazu gehören unter anderem auch Sportprogramme und Angebote für mentale Gesundheit (22 Prozent), Lichtershows und Feuerwerk (20 Prozent) sowie Vernetzungsangebote für unterrepräsentierte Gruppen (22 Prozent). 23 Prozent der popularmusikalischen Festivals bieten allerdings auch gar kein Rahmenprogramm an.

Bei der Gestaltung des Rahmenprogramms zeigt sich deutlich die Ausrichtung auf die jeweilige Zielgruppe: Festivals mit einem jungen Publikum unter 30 Jahren setzen häufiger auf Bildungsangebote und Workshops (65 Prozent), Sportangebote und Angebote für mentale Gesundheit (37 Prozent), Lichtershows und Feuerwerk (32 Prozent) sowie Vernetzungsangebote für unterrepräsentierte Gruppen (30 Prozent). Dahingegen bieten Festivals, die besonders von Personen ab 60 Jahren besucht werden, häufiger Führungen (41 Prozent) und Kulturvermittlungsangebote (44 Prozent) an.

Rahmenprogramm: Zusatzformate für junges und älteres Publikum

Abbildung 27

Frage: „Gibt es auf Ihrem Musikfestival auch ein Rahmenprogramm mit kulturellen und sozialen Angeboten?“



x = weniger als 0,5 Prozent

„Das ist immer eine Gratwanderung:
Ein Ziel ist immer, dass wir möglichst
viele Menschen ansprechen möchten.
Ein anderes Ziel ist, das eigene Konzept
nicht zu verwaschen. Über die Jahre ist
unser Programm diverser geworden.
Zuletzt sind zum Beispiel auch Panels
und Diskussionen Teil des Programms
geworden, auch Live-Podcasts.
Das heißt natürlich nicht, dass
die Musik in den Hintergrund gerät.“

Lara Speitmann, Leiterin Wasted in Jarmen

Die gezielte Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen spiegelt sich nicht nur im Programm, sondern auch in der Publikumsresonanz wider. Die Besuchszahlen und die Auslastung zeigen auf, wie erfolgreich die Veranstaltenden darin sind, die jeweiligen Zielgruppen zu erreichen und zu binden. Hier zeigt sich, dass 13 Prozent der Festivalveranstaltenden der Meinung sind, dass nur ein ausverkauftes Festival eine erfolgreiche Veranstaltung ist (vgl. Abbildung 45). Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass Festivals in Deutschland unabhängig von ihrer Größe und dem Musikgenre meist gut bis sehr gut besucht sind: Die durchschnittliche Auslastung liegt bei 76 Prozent. Mit 51 Prozent hat mehr als die Hälfte aller Festivals bei ihrer letzten Ausgabe eine Auslastung von 80 Prozent oder mehr erreicht, 12 Prozent davon waren sogar ausverkauft. Große Festivals mit 15.000 und mehr Besuchen sind mit einer durchschnittlichen Auslastung von 84 Prozent dabei stärker ausgelastet als kleine (77 Prozent, 900 bis 14.999 Besuche) und kleinste (69 Prozent, bis 899 Besuche) Festivals.

“Ich glaube, dass im offiziellen Musikleben die Angst
umgeht, wenn man die Haarfarbe des Publikums betrachtet.
Alle haben gemerkt, dass etwas passieren muss.”

Michael Dreyer, ehem. Künstlerischer Leiter Morgenland Festival Osnabrück

Die meisten Festivals (43 Prozent) verzeichnen zwischen 900 und 4.999 Besuche, weitere 28 Prozent sind Kleinstfestivals mit unter 900 Besuchen. Dass die durchschnittliche Besuchszahl mit 9.244 deutlich höher ausfällt, ist auf eine geringe Anzahl an großen Musikfestivals zurückzuführen: 10 Prozent verzeichnen 15.000 Besuche und mehr, nur ein Prozent 100.000 und mehr. Auf Basis der jeweils letzten Ausgaben verzeichneten die Festivals in Summe insgesamt rund 5,8 Millionen Besuche. Hochgerechnet auf die Grundgesamtheit von 1.764 angeschriebenen Festivals entspricht dies einer Gesamtbesuchszahl von über 16 Millionen.

Publikumsresonanz: Besuchszahlen und Auslastung

Abbildung 28

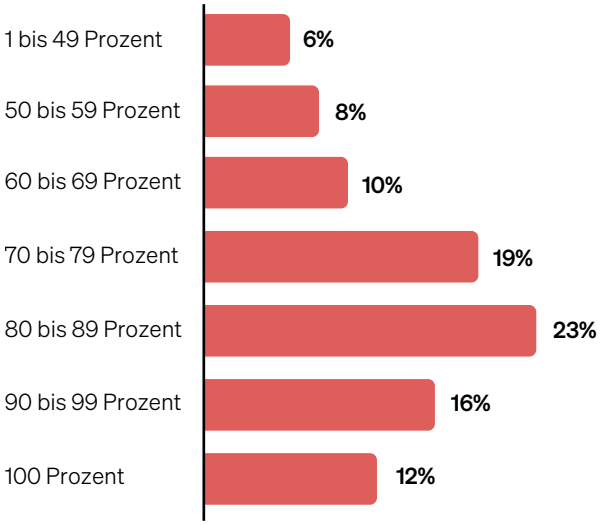
Frage: „Wie viele Besuche hatte die letzte Ausgabe Ihres Musikfestivals insgesamt?“

	Festivals insgesamt	Genre			
		Klassik	Alte Musik	Neue Musik	Popularmusik
Bis 899	28%	25%	14%	50%	30%
900 bis 4.999	43%	40%	40%	29%	44%
5.000 bis 14.999	17%	18%	31%	12%	17%
15.000 und mehr	10%	15%	11%	6%	8%

Durchschnittliche Besuchszahl:	Insgesamt **9.244 Besuche** [6]	Klassik **8.506 Besuche**	Popularmusik **8.133 Besuche**

Frage: „Wie hoch war die Publikumsauslastung der letzten Ausgabe Ihres Musikfestivals?“

Die Auslastung betrug –



Durchschnittliche Auslastung:

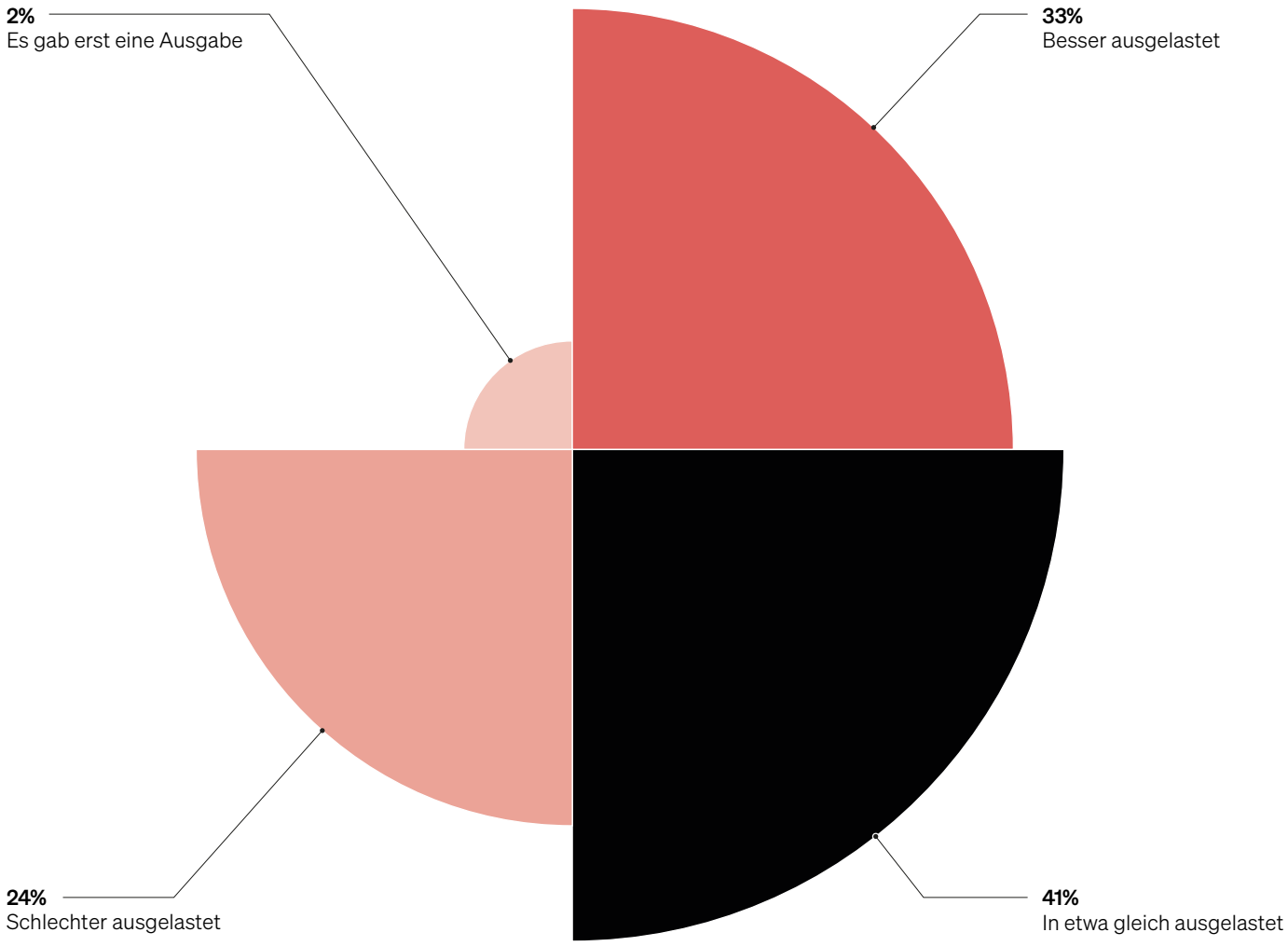
[6] Dieser Durchschnitt berechnet sich einschließlich größerer Festivals, welche sich keiner der Genrekategorien eindeutig zuordnen lassen.

Inwiefern sich die Besuchszahlen und die Auslastungsquoten in den nächsten Jahren entwickeln werden, lässt sich im Moment nur schwer prognostizieren: Auf der einen Seite waren knapp drei Viertel der Festivals bei ihrer letzten Ausgabe besser oder in etwa gleich ausgelastet wie bei der vorherigen. Auf der anderen Seite war aber auch rund ein Viertel der Festivals schlechter ausgelastet. Von ihnen geben 44 Prozent (sogar 64% bei den großen Festivals) an, dass ihre Veranstaltung auch aufgrund des veränderten Freizeitverhaltens ihrer Zielgruppe schlechter ausgelastet war. Rund ein Drittel der Veranstaltenden, deren Festival vor dem Aus steht, sieht in mangelndem Besuchsinteresse einen maßgeblichen Grund für das drohende Ende ihrer Veranstaltung.

Auslastungstrends: stabile bis steigende Werte bei den meisten Festivals

Abbildung 29

Frage: „War Ihre letzte Festivalausgabe besser ausgelastet als frühere Ausgaben dieses Festivals, oder schlechter ausgelastet, oder war es in etwa gleich ausgelastet?“



Gründe für eine schlechtere Auslastung

Abbildung 30

Frage an Festivalbetreiber:innen, die angeben, dass die letzte Festivalausgabe schlechter ausgelastet war als frühere Ausgaben: „Was sind aus Ihrer Sicht die Gründe dafür, dass die letzte Ausgabe Ihres Festivals schlechter ausgelastet war als üblich?“ (Mehrfachangaben möglich)

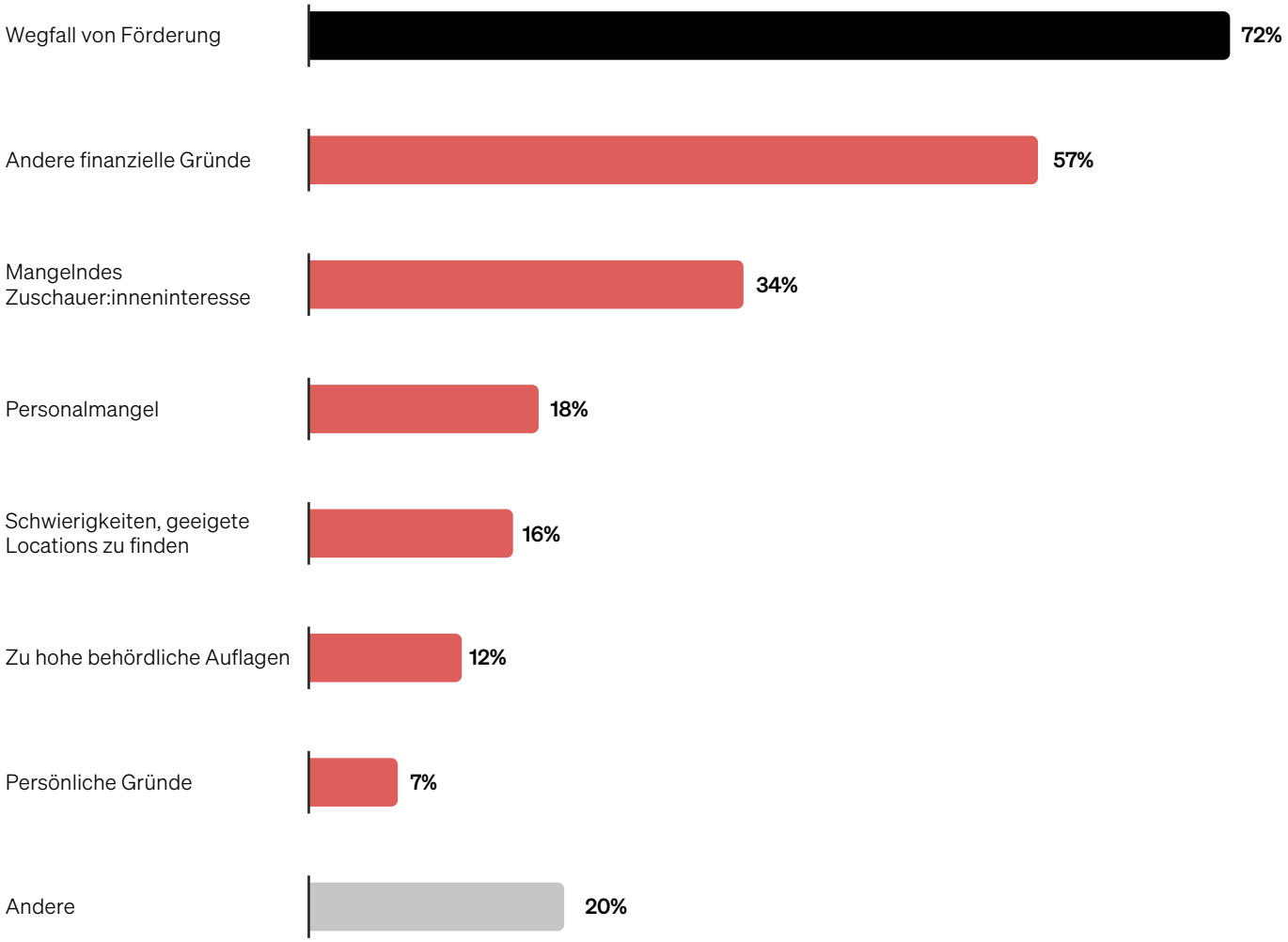
	Festivals mit schlechterer Auslastung insgesamt	**Größe**				**Öffentliche Zuschüsse**			**Festival ist –**	
		Kleinst	Klein	Mittel	Groß	Keine	bis 50 Prozent	über 50 Prozent	Kostenlos	Kostenpflichtig
Auswirkungen der allgemeinen Teuerung	70%	64%	71%	68%	91%	75%	71%	53%	50%	74%
Nachwirkungen der Covid-19-Pandemie	49%	40%	59%	40%	46%	53%	48%	42%	39%	51%
Konkurrenz mit anderen Veranstaltungen, Ereignissen	45%	49%	41%	40%	64%	35%	54%	37%	35%	47%
Verändertes Freizeitverhalten der Zielgruppe	44%	40%	46%	36%	64%	29%	54%	47%	23%	49%
Wetter	37%	36%	31%	52%	27%	42%	34%	32%	58%	32%
Weniger attraktives Line-up, weniger attraktives Programm	20%	19%	18%	24%	27%	16%	20%	26%	19%	20%
Kleineres Line-up, kleineres Musikprogramm	5%	6%	2%	4%	18%	6%	3%	11%	8%	4%
Grundlegend überarbeitetes Konzept, Neuausrichtung in der Programmstruktur	4%	2%	7%	x	x	4%	3%	11%	4%	4%
Sonstige Gründe	16%	19%	16%	8%	18%	13%	15%	26%	4%	18%

x = weniger als 0,5 Prozent

Festival vor dem Aus: Hauptgründe für das Ende von Veranstaltungen

Abbildung 31

Frage: „Sie haben angegeben, dass Ihr Festival nicht mehr stattfinden wird oder Sie befürchten, dass es keine Zukunft mehr hat. Was sind hierfür die Gründe?“ (Mehrfachangaben möglich)



Festivals, die eine schlechtere Auslastung als im Vorjahr verzeichnen, führen dies insbesondere auf die Folgen der allgemeinen Teuerung zurück (70 Prozent). Besonders ausgeprägt ist diese Einschätzung bei großen Festivals und bei Festivals ohne öffentliche Zuschüsse.

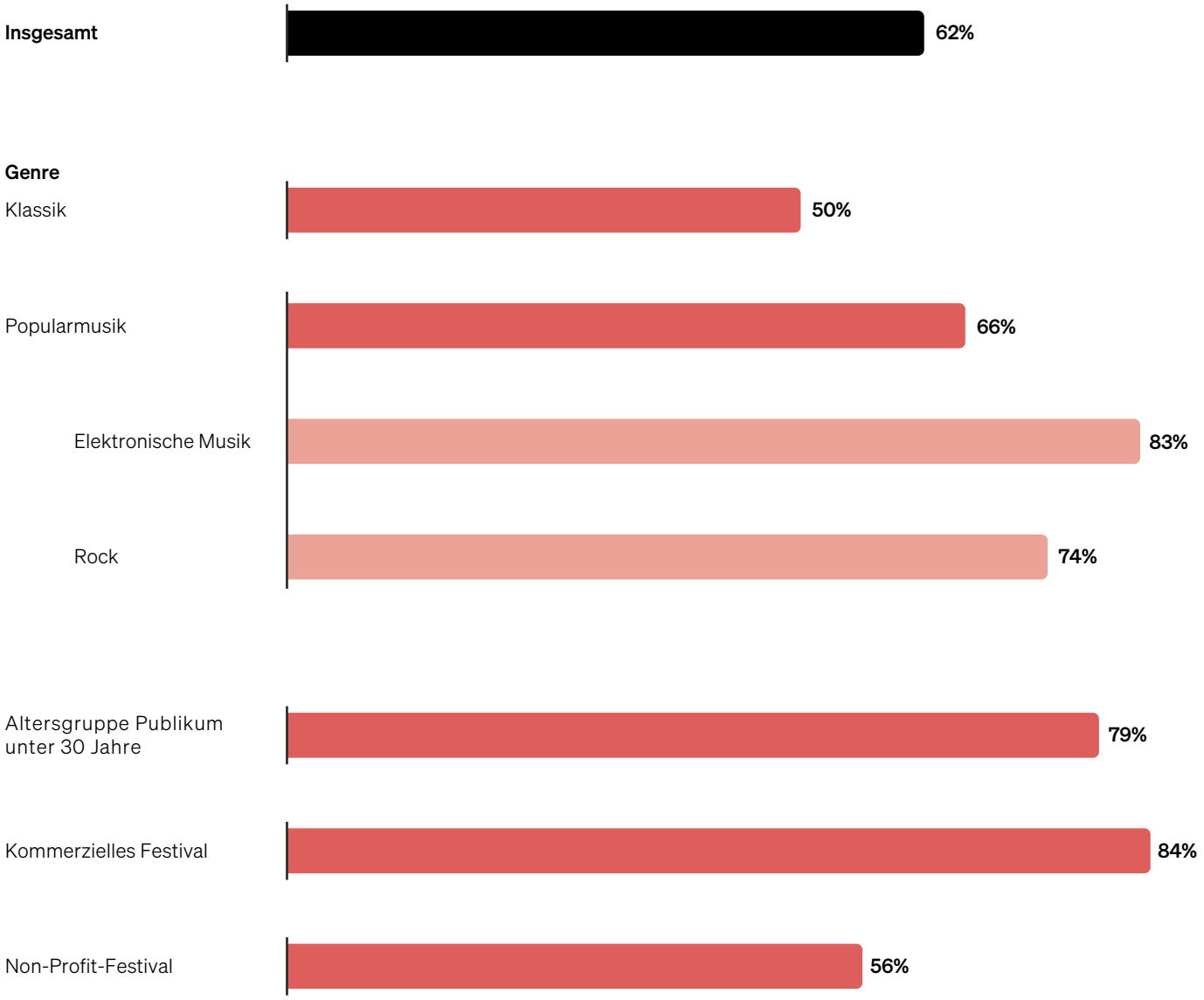
Der Wegfall von Fördergeldern und weitere finanzielle Aspekte sind mit 72 Prozent bzw. 57 Prozent auch die meistgenannten Gründe der Veranstaltenden, die keine Zukunft für ihr Festival sehen.

Als zusätzlicher Faktor wird die zeitliche Überschneidung mit parallel stattfindenden Veranstaltungsformaten genannt. Insbesondere große Festivals sehen sich in einem Konkurrenzverhältnis zu anderen Veranstaltungen und Großereignissen und leiten daraus sinkende Besuchszahlen ab. Für das Jahr 2024 ist an dieser Stelle die Fußball-Europameisterschaft als exemplarisches Großereignis zu nennen, das in den Sommermonaten Juni und Juli, d. h. in der Hochphase der Festivalsaison, in Deutschland stattfand und von einigen Befragten als „sonstiger Grund“ (offene Nennung) angegeben wurde, um eine schlechtere Auslastung zu erklären.

Erwartungshaltungen des Publikums im Wandel

Abbildung 32

Frage: „Wieweit haben Sie den Eindruck, dass die Erwartungen des Publikums an ein Festival heute alles in allem anders sind als noch vor 5 bis 10 Jahren?“



Die fehlende Bindung des Publikums sowie die Gewinnung neuer Besucher:innen betrachten 55 Prozent aller Festivalveranstaltenden als große Herausforderung für die Durchführung ihrer Veranstaltung in der Zukunft (vgl. Abbildung 78). Hinzu kommt, dass eine klare Mehrheit (62 Prozent) der Meinung ist, dass die Erwartungen des Publikums heute deutlich höher liegen als noch vor fünf bis zehn Jahren. Während im Klassikbereich die Hälfte aller Organisator:innen diese Meinung vertritt, sind es in der Popularmusik (66 Prozent) und insbesondere in der Elektro- und Rockszene (83 Prozent bzw. 74 Prozent) deutlich mehr. Diese Einschätzung sowie die fehlende Bindung des Publikums erklären, warum 40 Prozent der Veranstaltenden die unvorhersehbare Entwicklung der Ticketverkäufe als eine der größten Herausforderungen für die Zukunft betrachten (vgl. Abbildung 78).

4

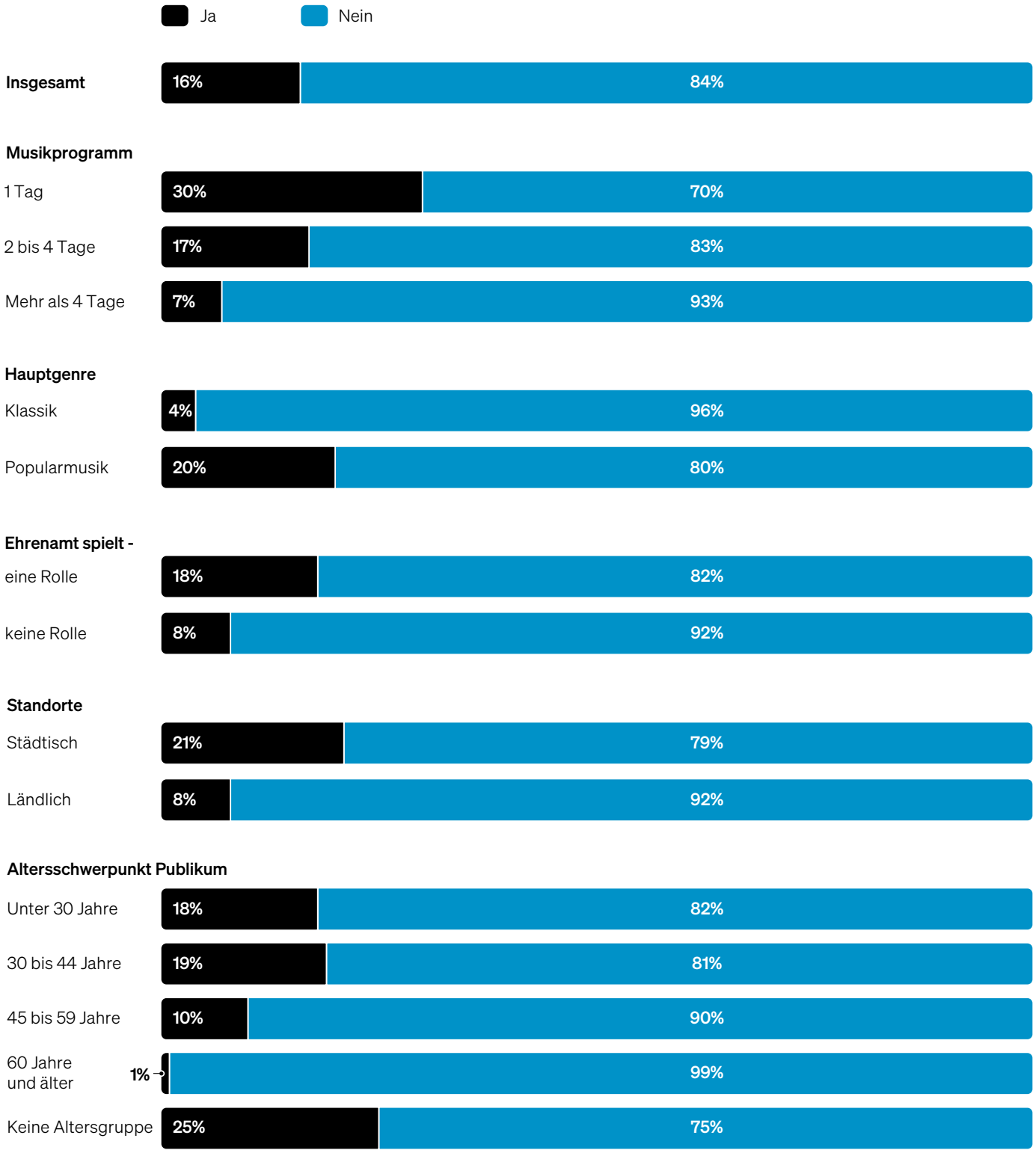
Ticketpreise

In den meisten Fällen zahlen Besucher:innen für das auf Festivals angebotene Programm einen Eintrittspreis. Nur 16 Prozent der Festivals in Deutschland sind kostenlos: Diese sind dann häufig von kurzer Dauer, finden überwiegend in städtischen Räumen statt und sprechen tendenziell ein jüngeres Publikum an. Besonders im Bereich Klassik sind kostenfreie Festivals eher unüblich (4 Prozent).

Kostenlose Festivals: eher kurz und im Städtischen

Abbildung 33

Frage: „Ist Ihr Musikfestival für alle Besucher:innen kostenlos?“



Für den Besuch eines Festivals können mitunter hohe Kosten entstehen. Die Auswertung der Umfrageergebnisse zu Ticketpreisen[7] zeigt anhand der beiden Hauptgenrekategorien deutliche strukturelle Unterschiede: In der Klassik ist es üblich, Tickets für einzelne Konzertveranstaltungen innerhalb eines Festivals zu verkaufen – 95 Prozent dieser Festivals machten Angaben zu den Preisen solcher Einzeltickets. Im Bereich der populären Musik hingegen ist dies eher unüblich.

Dagegen konnten viele Veranstaltende popularmusikalischer Festivals Angaben zu Tages- und Gesamttickets machen (72 bzw. 80 Prozent), während diese Ticketarten bei Klassikfestivals nur selten vorkommen (16 bzw. 23 Prozent). Dieses Antwortverhalten spiegelt die räumlich-zeitlichen Unterschiede zwischen beiden Kategorien wider: Klassikfestivals erstrecken sich häufig über einen deutlich längeren Zeitraum, und die einzelnen Veranstaltungen finden nur selten parallel statt. Popularmusikalische Festivals hingegen sind in der Regel kompakte Musikerlebnisse von meist nicht mehr als drei Tagen Dauer, bei denen mehrere Programmpunkte oft parallel oder in direkter Abfolge stattfinden. Der Übergang von einem Programmpunkt zum nächsten ist dabei meist fließend.

Aufgrund dieser strukturellen Unterschiede, die sich auch in der Preisgestaltung niederschlagen, lassen sich die Genres nur eingeschränkt vergleichen. Aussagen zu den höchsten und niedrigsten Ticketpreisen sind daher nur für die jeweils gängigen Tickettypen der einzelnen Genrekategorien valide.

Bei 79 Prozent der Klassikfestivals sind Einzeltickets bereits für unter 20 Euro erhältlich; im Durchschnitt kosten die günstigsten Tickets nur 14 Euro. Die teuersten Tickets können Spitzenwerte von über 300 Euro erreichen, liegen jedoch bei der Mehrheit (76 Prozent) unter 60 Euro. Daraus ergibt sich ein Durchschnittspreis von 49 Euro für das jeweils teuerste Einzelticket eines Klassikfestivals.

Für Einzeltickets von Festivals der Neuen Musik fallen tendenziell geringere Kosten an. Im Bereich der Alten Musik hingegen werden für die teuersten Einzeltickets teilweise deutlich höhere Preise veranschlagt: 6 Prozent der Festivals bieten sie für 180 Euro oder mehr an; der Durchschnittspreis liegt hier bei 61 Euro.

Im Bereich der populären Musik spielt das Gesamtticket eine zentrale Rolle. Dessen Preise variieren erheblich: 12 Prozent der günstigsten Gesamttickets kosten weniger als 20 Euro, 61 Prozent liegen zwischen 20 und 79 Euro. Bei 17 Prozent beträgt der niedrigste Preis über 100 Euro, und 4 Prozent sogar mehr als 200 Euro. Auch bei den teuersten Gesamttickets zeigt sich eine große Spannbreite: 37 Prozent liegen unter 60 Euro, bei 31 Prozent übersteigt der Höchstpreis 100 Euro. Es übersteigen jedoch nur 6 Prozent 200 Euro, die Spitzen liegen bei über 500 Euro. Der Durchschnittspreis für das teuerste Gesamtticket eines popularmusikalischen Festivals beträgt 92 Euro.

Innerhalb der Popularmusikgenres zeigen sich teils deutliche Preisunterschiede. Bei Indie- und Rockfestivals liegen die Ticketpreise niedriger als bei anderen popularmusikalischen Formaten: Das günstigste Gesamtticket kostet hier im Schnitt 53 bzw. 58 Euro, das teuerste 79 bzw. 73 Euro. Deutlich höher sind die Preise im Genrecluster Pop (68 Euro für das günstigste, 110 Euro für das teuerste Gesamtticket) und im Jazz (121 bzw. 149 Euro). Diese beiden Subgenres zeichnen sich im Vergleich zu anderen Popularmusikfestivals zudem durch eine längere Veranstaltungsdauer aus (Pop: durchschnittlich vier Tage, Jazz: sechs Tage) und sind im Falle des Pop-Clusters überdurchschnittlich groß (im Schnitt rund 35.000 Besuche). Wie zu erwarten, steigen die Preise für Gesamttickets grundsätzlich mit der Größe und Dauer eines Festivals.

Auch bei Tagestickets überschreiten die Preise popularmusikalischer Festivals nur selten die Marke von 100 Euro. 90 Prozent der günstigsten Tagestickets liegen unter 60 Euro, der Durchschnittspreis beträgt 31 Euro. Bei den teuersten Tagestickets befinden sich 84 Prozent im Preisbereich zwischen 20 und 79 Euro, der Durchschnittspreis liegt bei 47 Euro.

„Zusammen mit der Organisation KUKUK versuchen wir, diese finanzielle Barriere abzubauen. Wer sich das Konzert nicht leisten kann, kann sich für 1 Euro eine Karte an der Abendkasse holen. Das ist ein symbolischer Preis. Faktisch heißt das, dass es keine finanzielle Barriere gibt."

Michael Dreyer, ehem. Künstlerischer Leiter Morgenland Festival Osnabrück

[7] Erhoben wurden die (jeweils günstigsten und teuersten) Ticketpreise für die drei Tickettypen „Einzelticket", „Tagesticket" und „Gesamtticket". Einzeltickets gelten für den Eintritt zu einer spezifischen Veranstaltung innerhalb des Festivals, oft für einen bestimmten Programmpunkt oder eine einzelne Vorstellung. Tagestickets gewähren den Zugang zu allen Veranstaltungen des Festivals an einem bestimmten Tag. Gesamttickets decken den gesamten Zeitraum des Festivals ab und ermöglichen den Zugang zu allen Veranstaltungen.

„Spätestens seit der Corona-Pandemie sind die Gewinnmargen im Festivalmarkt deutlich kleiner geworden. Gleichzeitig ist das wirtschaftliche Risiko gestiegen. Unsere Ticketpreise sind am Limit. Wir laufen Gefahr, dass wir Menschen über den Preis für das Festivalwochenende ausschließen."

Stephan Thanscheidt, CEO FKP Scorpio

Wie viel ein Ticket kostet

Abbildung 34

Frage an kostenpflichtige Festivals: „Welchen Preis hatten die günstigsten und teuersten Tickets bei der letzten Ausgabe Ihres Musikfestivals? Bitte geben Sie die reinen Ticketpreise an, d. h. ohne Extras oder Pakete. (Gemeint sind reguläre Tickets)"

	Klassik		Popularmusik			
	Günstigstes Einzelticket	Teuerstes Einzelticket	Günstigstes Tagesticket	Teuerstes Tagesticket	Günstigstes Gesamtticket	Teuerstes Gesamtticket
< 20 Euro	79%	11%	28%	7%	12%	3%
20-39 Euro	20%	47%	43%	38%	23%	15%
40-59 Euro	1%	18%	19%	30%	22%	19%
60-79 Euro	-	9%	8%	16%	16%	17%
80-99 Euro	-	6%	1%	5%	10%	15%
100-119 Euro	-	3%	x	2%	5%	8%
120-139 Euro	-	3%	-	2%	3%	6%
140-159 Euro	-	1%	x	-	3%	6%
160-179 Euro	-	-	-	x	2%	3%
180-199 Euro	-	1%	-	-	x	2%
> 200 Euro	-	1%	-	-	4%	6%
Durchschnittspreis	**13,69 €**	**49,20 €**	**31,22 €**	**46,98 €**	**66,15 €**	**91,71 €**
Festivals mit Preisangaben in den Ticketkategorien	**95%**	**94%**	**71%**	**72%**	**80%**	**79%**

x = weniger als 0,5 Prozent

Unabhängig vom jeweiligen Preisniveau haben sich die Ticketpreise in den letzten fünf Jahren bei mehr als der Hälfte aller Festivals (57 Prozent) erhöht – im Durchschnitt um 29 Prozent. Rund ein Drittel der Veranstaltenden berichtet von weitgehend stabilen Preisen.

Zwischen Klassik- und Popularmusikfestivals zeigen sich dabei deutliche Unterschiede: Lediglich 37 Prozent der Klassikfestivals haben die Preise angehoben, in der Popularmusik liegt dieser Anteil bei 66 Prozent. 24 Prozent der Popularmusikfestivals verzeichnen stabile Preise; in der Klassik ist dieser Anteil mit 56 Prozent deutlich höher. Durchschnittlich stiegen die Ticketpreise in der Klassik um 13 Prozent, in der Popularmusik hingegen um 33 Prozent.

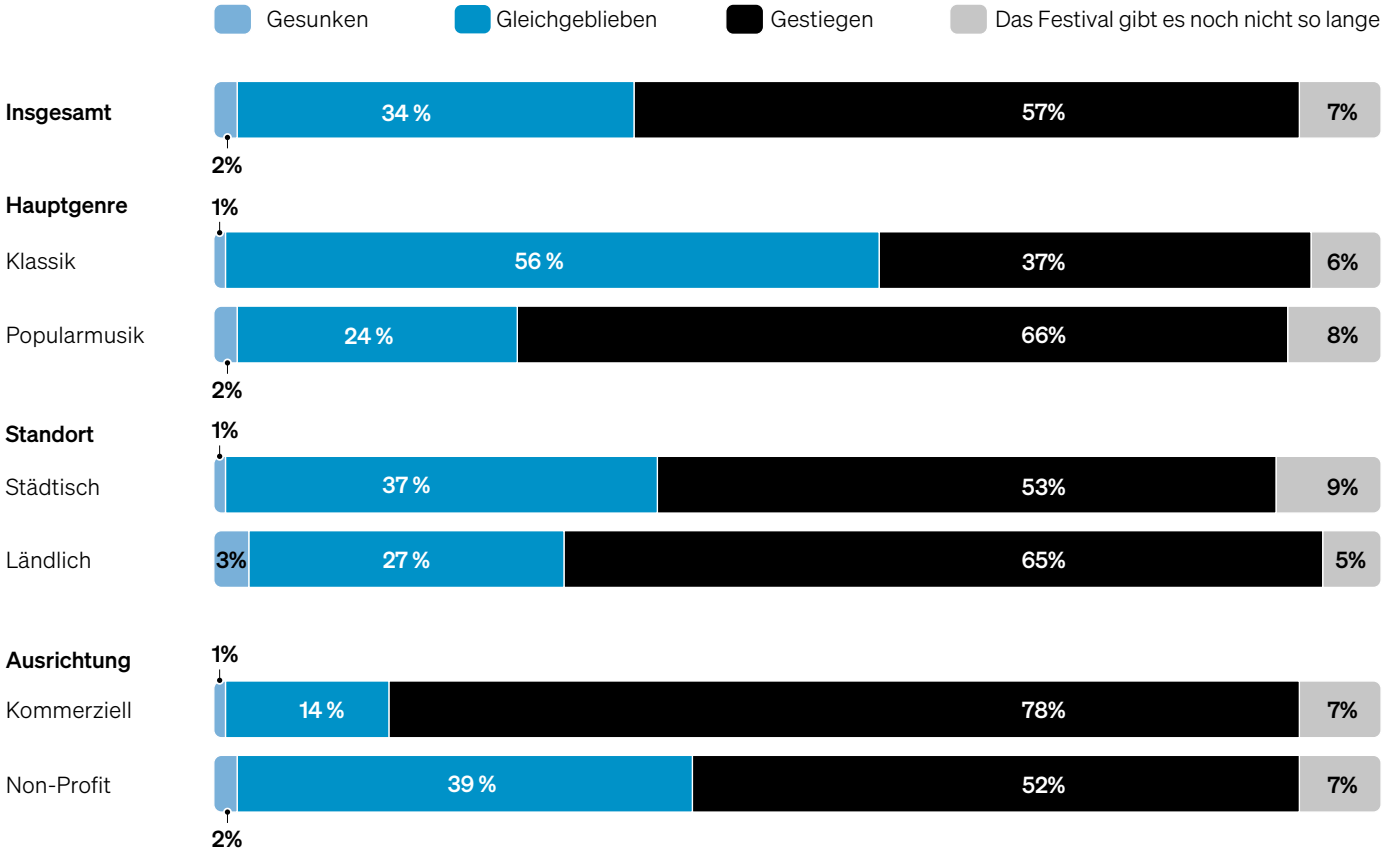
Zudem zeigt sich, dass Besucher:innen von Non-Profit-Festivals (52 Prozent) seltener von Preissteigerungen betroffen sind als das Publikum kommerziell ausgerichteter Festivals (78 Prozent). Ein ähnlicher Unterschied zeigt sich zwischen Festivals im urbanen Raum (53 Prozent) und solchen in ländlichen Regionen (65 Prozent), wo Ticketpreise in den letzten Jahren häufiger angehoben wurden.

Doch nicht alle Festivalbesucher:innen zahlen den regulären Eintrittspreis: Bei 72 Prozent der verkauften Tickets handelt es sich um regulär bepreiste Eintrittskarten. Etwa 10 Prozent der Tickets werden als Freitickets vergeben, etwa an Sponsor:innen und Fördernde, weitere 18 Prozent werden zu ermäßigten Konditionen angeboten. Insgesamt stellen 72 Prozent der kostenpflichtigen Festivals ermäßigte Eintrittskarten für bestimmte Personengruppen bereit. Besonders häufig profitieren Kinder und Jugendliche (74 Prozent) sowie Schüler:innen und Studierende (65 Prozent) von ermäßigten Preisen. Im Bereich der klassischen Musik sind solche Preisnachlässe besonders verbreitet: Hier gewähren 96 Prozent der Festivals Ermäßigungen für Kinder und Jugendliche, während 98 Prozent reduzierte Preise für Schüler:innen und Studierende anbieten. Eine größere Gruppe, die im popularmusikalischen Bereich von Ermäßigungen profitiert, sind Anwohner:innen aus der unmittelbaren Region des Veranstaltungsorts: Da sie durch ihren Wohnort auch mit Einschränkungen konfrontiert sein könnten oder möglicherweise auch, um die Anwohner:innen an dem Festivalgeschehen teilhaben zu lassen, erhalten sie in 43 Prozent der Fälle vergünstigte Tickets.

Ticketpreise: Festivalbesuche werden teurer

Abbildung 35

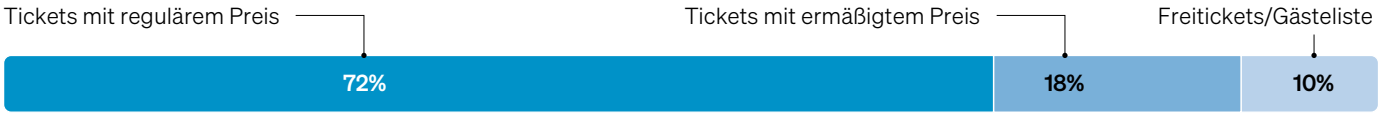
Frage an kostenpflichtige Festivals: „Wenn Sie einmal an die Entwicklung der Ticketpreise in den letzten 5 Jahren denken: Sind die Preise für Tickets für Ihr Festival gestiegen oder gesunken, oder sind dieTicketpreise in den letzten Jahren in etwa gleichgeblieben?“



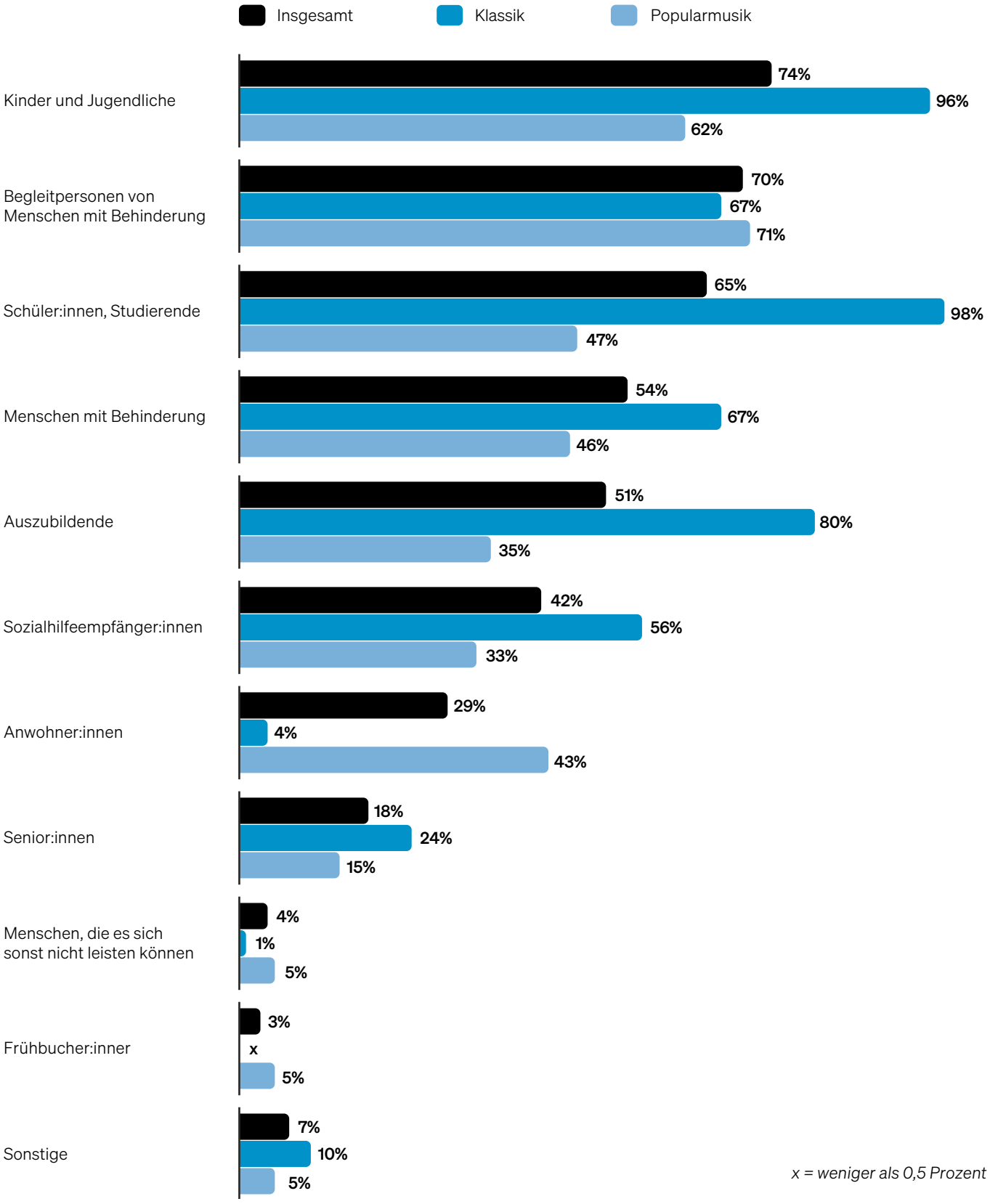
Welche Personengruppen von Ermäßigungen profitieren

Abbildung 36

Fragen an kostenpflichtige Festivals: „Welchen Anteil haben die folgende Ticketkategorien bei Ihrem Festival?“



„Für welche Personengruppen bieten Sie ermäßigte Tickets an?“ (Mehrfachangaben möglich)



x = weniger als 0,5 Prozent

Lärm- und Schallschutzmaßnahmen: vor allem in der Popularmusik

Abbildung 37

Frage: „Treffen Sie konkrete Maßnahmen, um Lärm- oder Schallschutz bei Ihrem Festival zu gewährleisten?“ (offenes Textfeld)

	Festivals Insgesamt	Klassik	Popularmusik
Ja, und zwar –			
Lärmmessungen durchführen, Lärmpegelmessungen	21%	2%	28%
Ausrichtung der Lautsprecher, der Soundsysteme („Weg vom Ort“)	14%	1%	19%
Begrenzung der Spielzeit, Geräuschreduzierung je nach Uhrzeit (auch: nur noch Indoor zu später Stunde)	10%	3%	12%
Gesetzliche, behördliche Vorgaben einhalten	5%	1%	6%
Tontechnik, technische Lösungen	4%	x	5%
Schallschutzwände, Materialien zur Dämmung	3%	x	4%
Anwohner:innen informieren	2%	1%	3%
Kostenlosen Gehörschutz verteilen	2%	1%	2%
Andere Angaben	5%	2%	6%
Weiß nicht, keine Angabe	1%	1%	x
Nein, treffen keine konkreten Maßnahmen	56%	91%	44%

x = weniger als 0,5 Prozent

Neben Preisgestaltung und Ermäßigungen spielen für viele Festivals auch organisatorische Aspekte eine wichtige Rolle, die das Umfeld betreffen – allen voran der Umgang mit Lärm- und Schallschutz: 44 Prozent der Festivals setzen Lärm- oder Schallschutzmaßnahmen um. Dazu gehören u. a. Lärmpegelmessungen (21 Prozent), das Ausrichten von Lautsprechern und Soundsystemen „weg vom Ort“ (14 Prozent) sowie die Reduzierung von Geräuschen zu bestimmten Uhrzeiten (10 Prozent). Zudem gab es bei rund der Hälfte aller Festivals (51 Prozent) eine Curfew bzw. Sperrstunde, bei der die Musik ab einer bestimmten Uhrzeit eingestellt wird, um die Lärmbelastung für die Umgebung zu minimieren. Sperrstunden sind allerdings nur in der Popularmusik (68 Prozent) verbreitet, in der Klassik gibt es diese nur in den seltensten Fällen (5 Prozent). Dies mag vor allem daran liegen, dass klassische Konzerte zumeist in geschlossenen Räumen stattfinden, früher enden und daher seltener eine Sperrstunde notwendig ist, während viele Festivals der Popularmusik ein Abend- und Nachtprogramm haben und draußen stattfinden. Bei knapp der Hälfte der Popularmusikfestivals (47 Prozent) war die Sperrstunde um 24:00 Uhr oder später.

Sperrstunden: überwiegend in der Popularmusik ein Thema

Abbildung 38

Frage: „Gab es bei der letzten Ausgabe Ihres Festivals eine Curfew bzw. Sperrstunde?“

	Insgesamt	Klassik	Popularmusik
Ja	**51%**	**5%**	**68%**
und zwar –			
vor 23:00 Uhr	**8%**	**2%**	**10%**
um 23:00 Uhr	**8%**	**1%**	**11%**
00:00 bzw. 24:00 Uhr	**10%**	**x**	**13%**
um 01:00 Uhr	**8%**	**1%**	**11%**
um 2:00 Uhr	**8%**	**x**	**11%**
nach 02:00 Uhr	**9%**	**1%**	**12%**
Nein, es gab keine Sperrstunde	**49%**	**95%**	**32%**

x = weniger als 0,5 Prozent

5

Wirtschaftliche Aspekte: Einnahmen, Ausgaben und finanzielle Herausforderungen

Festivals sind nicht nur kulturelle Ereignisse, sondern auch wirtschaftliche Unternehmungen, die sowohl Einnahmen als auch Ausgaben generieren. Die finanziellen Rahmenbedingungen sind ein zentraler Bestandteil der Festivalorganisation, da sie maßgeblich über den Erfolg oder die Nachhaltigkeit einer Veranstaltung entscheiden.

Ein Festival generiert im Durchschnitt pro Durchführung Einnahmen in Höhe von rund 313.000 Euro, denen durchschnittliche Ausgaben von etwa 296.000 Euro gegenüberstehen.[8] Legt man die 1.764 angeschriebenen Festivals als Grundgesamtheit zugrunde, ergibt sich daraus ein geschätztes Gesamtvolumen von rund 551 Millionen Euro an Einnahmen und etwa 522 Millionen Euro an Ausgaben für die deutsche Festivallandschaft.

Die wichtigste Einnahmequelle von Festivals ist der Ticketverkauf, der mit 36 Prozent den größten Anteil ausmacht (betrachtet man nur die kostenpflichtigen Festivals, liegt der Anteil bei 43 Prozent). Mit Abstand folgen öffentliche Zuschüsse/Förderungen (26 Prozent) sowie Erlöse aus dem Verkauf von Speisen und Getränken (16 Prozent).

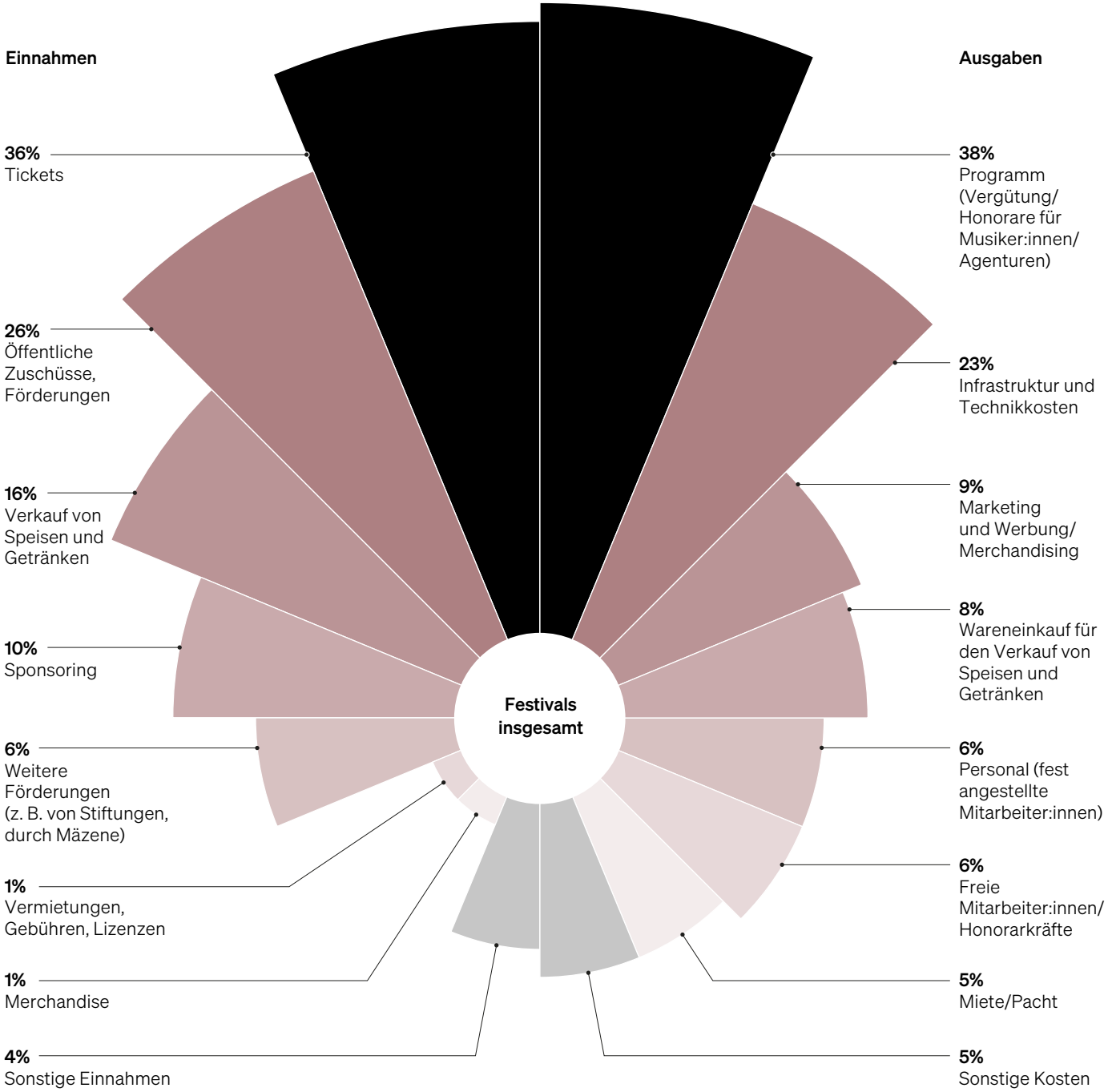
Auffällig sind dabei die unterschiedlichen Verhältnisse in den sieben Genreclustern: Veranstaltende von Klassikfestivals generieren ihre Einnahmen insgesamt vor allem über öffentliche Zuschüsse/Förderungen (40 Prozent), den Ticketverkauf (30 Prozent) und weitere Förderungen (z. B. von Stiftungen oder durch Mäzenen: 15 Prozent). Im Bereich der Neuen Musik finanzieren sich Festivals sogar zu 83 Prozent aus öffentlichen und weiteren Förderungen. Festivals der Popularmusik erzielen den Großteil ihrer Einnahmen hingegen vor allem durch den Ticketverkauf (39 Prozent), den Verkauf von Speisen und Getränken (21 Prozent, zum Vergleich Klassik: 1 Prozent) sowie durch öffentliche Zuschüsse/Förderungen (20 Prozent), wobei sich die Einnahmenstruktur zwischen den einzelnen popularmusikalischen Subgenres z. T. deutlich unterscheidet: Bei Jazzfestivals spielen öffentliche Förderung (39 Prozent) und Ticketverkäufe (29 Prozent) eine vergleichbare Rolle wie im Bereich Klassik, Sponsoring macht mit 15 Prozent den drittgrößten Anteil ihrer Einnahmen aus. Elektrofestivals erzielen dagegen ihre Einnahmen vor allem aus dem Ticketverkauf (54 Prozent) und dem Verkauf von Speisen und Getränken (24 Prozent). Festivals des Genreclusters Rock generieren sogar 31 Prozent der Einnahmen aus dem gastronomischen Angebot sowie 37 Prozent aus dem Ticketverkauf. Merchandise als Einnahmequelle stellt nur bei Rockfestivals einen wahrnehmbaren Anteil dar (4 Prozent der Einnahmen gegenüber 1 Prozent und weniger in allen anderen Genreclustern).

[8] Die Ausgaben wurden durch die Differenz aus Einnahmen und Gewinn/Verlust/ausgeglichenem Haushalt ermittelt. Zu beachten ist, dass 95 Prozent der Festivals Aussagen zur Höhe ihrer Einnahmen getroffen haben, aber nur bei 85 Prozent die Höhe der Ausgaben bestimmt werden konnte. Die Differenz ist auf fehlende Angaben zu Gewinn oder Verlust zurückzuführen.

Einnahmen und Ausgaben der Festival: Wie sie sich im Durchschnitt verteilen

Abbildung 39 a

Frage: „Geben Sie bitte in Prozent für jede Kategorie an, wie sich die Einnahmen und die Ausgaben Ihres Musikfestivals bei der letzten Ausgabe ungefähr verteilt haben.“



Auf der Ausgabenseite stellen die Honorare der auftretenden Künstler:innen mit 38 Prozent den größten Kostenfaktor dar. Hinzu kommen erhebliche Investitionen in Infrastruktur und Technik – etwa für Strom, Bühnen oder Sanitäranlagen –, die 23 Prozent der Ausgaben ausmachen. Auch hier unterscheiden sich Klassikfestivals von Festivals der Popularmusik: Bei Klassikfestivals entfällt nahezu die Hälfte der Gesamtausgaben (48 Prozent) auf die Honorare der auftretenden Künstler:innen, es folgen mit weitem Abstand die Aufwände für Marketing und Werbung/Merchandise (11 Prozent), für Infrastruktur und Technik (11 Prozent) sowie für das Personal (festangestellte Mitarbeiter:innen: 11 Prozent). Auch in der Popularmusik stellt die Vergütung der auftretenden Künstler:innen den größten Kostenfaktor dar (34 Prozent, darin enthalten Jazzfestivals mit 41 Prozent). Hinzu kommen Ausgaben für Infrastruktur- und Technikkosten (27 Prozent) sowie der Wareneinkauf für den Verkauf von Speisen und Getränken (10 Prozent).

	Klassik	Popularmusik
Einnahmen		
Tickets	30%	39%
Verkauf von Getränken und Speisen	1%	21%
Öffentliche Zuschüsse/Förderungen	40%	20%
Weitere Förderungen (bspw. von Stiftungen, durch Mäzene)	15%	3%
Sponsoring	9%	10%
Vermietungen/Gebühren/Lizenzen	1%	1%
Merchandise	x	2%
Sonstige Einnahmen	4%	4%
Ausgaben		
Programm (Vergütung/Honorare für Musiker:innen/Agenturen)	48%	34%
Infrastruktur- und Technikkosten (bspw. Strom, Bühnen, Sanitäranlagen)	11%	27%
Miete/Pacht, Flächennutzungsgebühren	5%	5%
Wareneinkauf für den Verkauf von Speisen und Getränken	1%	10%
Personal (festangestellte Mitarbeiter:innen)	11%	5%
Freie Mitarbeiter:innen/Honorarkräfte	7%	6%
Marketing und Werbung, Merchandising	11%	8%
Sonstige Kosten	6%	5%

x = weniger als 0,5 Prozent

„Wir sind eine GmbH und haben Gewinnerzielungsabsichten, wir möchten also mit einem entsprechenden betriebswirtschaftlichen Ergebnis aus dieser Veranstaltung rausgehen. Um ehrlich zu sein, ist das allerdings zum aktuellen Zeitpunkt mehr denn je eine der Hauptherausforderungen für Veranstalter:innen."

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

Nach Abzug der Ausgaben von den Einnahmen wird deutlich: Nur eine Minderheit der Festivals erwirtschaftet tatsächlich Gewinne, lediglich 15 Prozent ziehen eine positive Bilanz, wobei der Anteil bei popularmusikalischen (20 Prozent) und kommerziell ausgerichteten Festivals (32 Prozent) deutlich höher als bei Klassikfestivals (3 Prozent) und Non-Profit-Festivals (11 Prozent) ist, die mehrheitlich weder mit Gewinn noch Verlust, sondern mit einem ausgeglichenen Haushalt abschließen. Der durchschnittliche Gewinn liegt bei rund 20.000 Euro, variiert allerdings stark: In 28 Prozent der Fälle liegt der Gewinn bei maximal 5.000 Euro, während 40 Prozent der Festivals einen Gewinn von 5.000 bis 20.000 Euro erzielen. 14 Prozent erwirtschaften einen Gewinn zwischen 20.000 und 50.000 Euro, weitere 11 Prozent über 50.000 Euro.

Gleichzeitig verzeichnen jedoch 30 Prozent der Festivals bei ihrer letzten Ausgabe Verluste, was die wirtschaftlichen Herausforderungen in der Branche unterstreicht. Das durchschnittliche Defizit liegt dabei bei rund 36.000 Euro. Bei einem Drittel der Festivals mit Verlusten betragen diese maximal 5.000 Euro, während in 30 Prozent der Fälle bis zu 20.000 Euro für einen ausgeglichenen Haushalt fehlen. 15 Prozent verzeichneten sogar Verluste in Höhe von über 50.000 Euro.

„Bei uns ist eine Riesenausgabe der Punkt Sanitär: Duschen, Toiletten, Wasseranschlüsse und sowas. Genauso auch Bauzäune, Zelte, Zeltmulden, Tarps, Stromgeneratoren, Lampen, Maschinen – dieser ganze unsexy Bereich, an den keiner im ersten Moment denkt, wenn es um Festivals geht, der aber das Fundament für alles stellt."

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

„Ohne öffentliche Förderungen würden wir unser Festival nicht stemmen können, allerdings ist der Anteil am Gesamtbudget kleiner, als man denken würde. Viele Gelder sind zweckgebunden, beispielsweise in der Nachwuchsförderung auf der U25-Bühne.“

Petra Irmscher, Mitveranstalterin U&D Würzburg

Gewinn, Verlust oder schwarze Null: Nur die wenigsten Festivals machen Gewinn

Abbildung 40

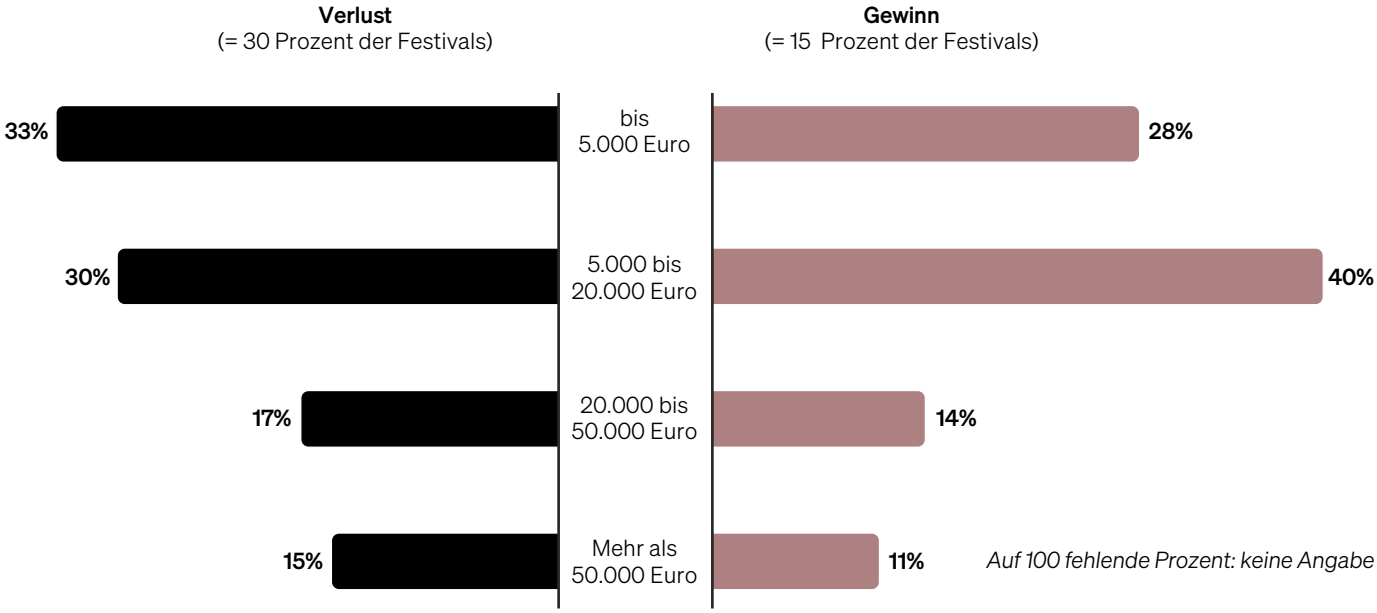
Frage: „Hat Ihr Musikfestival mit der letzten Ausgabe einen Gewinn oder Verlust gemacht?“

	Festivals insgesamt	Musikprogramm			Hauptgenres		Festival		Öffentliche Zuschüsse		
		1 Tag	2 bis 4 Tage	Mehr als 4 Tage	Klassik	Popular-musik	Kom-merziell	Non-Profit	Keine	bis zu 50 %	über 50 %
Das Musikfestival hat Gewinn gemacht	15%	25%	18%	4%	3%	20%	32%	11%	27%	12%	5%
Das Musikfestival hat Verlust gemacht	30%	19%	34%	27%	24%	32%	36%	28%	31%	33%	20%
Das Musikfestival hat weder Gewinn noch Verlust gemacht, schließt mit ausgeglichenem Haushalt ab	45%	45%	39%	58%	62%	40%	23%	52%	30%	46%	67%
Ich kann oder möchte dazu keine Angaben machen	10%	11%	9%	11%	11%	8%	9%	9%	12%	9%	8%

Höhe der Gewinne oder Verluste

Abbildung 41

Frage: „Welcher Gewinn/Verlust ergibt sich für Ihr Musikfestival, wenn Sie von Ihren Einnahmen alle Kosten abziehen (Material, Ware, Personal sowie Vergütungen/ Vorabentnahmen von Inhaber:innen)? Können Sie bitte den Gewinn/Verlust schätzen und in eine der folgenden Kategorien einordnen?“



Öffentliche Förderung

Im Durchschnitt machen öffentliche Zuschüsse 26 Prozent der Einnahmen von Festivals aus (vgl. Abbildung 39). Umso überraschender ist es, dass einige Veranstaltende gar keine Förderanträge stellen (18 Prozent). Mit 52 Prozent verzichtet mehr als die Hälfte auf eine Antragstellung für Bundesmittel, 46 Prozent haben keinen Antrag auf Landesmittel gestellt und 38 Prozent keine kommunalen Mittel beantragt.

Dabei ist die Quote an erfolgreichen Anträgen – also bewilligten Förderungen – hoch: Von 82 Prozent der Festivals, die mindestens einen Antrag gestellt haben, erhielten 84 Prozent mindestens eine Bewilligung. Insbesondere bei der Förderung durch kommunale Mittel sind die Erfolgschancen gut: Hier erhielten 85 Prozent der Antragstellenden letztlich eine Förderung. Auch Anträge auf Landesmittel wurden häufiger bewilligt als abgelehnt (79 Prozent der Antragstellenden erhielten Förderung). Die Erfolgsaussichten für Bundesmittel sind jedoch deutlich geringer: Mehr als die Hälfte aller Anträge (54 Prozent) wurde abgelehnt. Damit lässt sich möglicherweise auch die hohe Anzahl an Festivals erklären, die für die Vergabe von Bundesmitteln gar keinen Antrag stellen (vgl. Abbildung 42 a).

„Wir profitieren davon, aber dieses Gewese um klassische Musik und um die Frage von Kunst, von U oder E, hat historisch damit zu tun, dass man Förderansprüche unterlegen will. Das ist nicht fair.“

Steven Walter, Intendant Beethovenfest Bonn

„Wir sind auch ein bisschen stolz, dass wir ohne Förderung klarkommen. Gleichzeitig ist es schon komisch, dass man als kleines Festival abwägen muss, ob es die Mühe wert ist, ob man die Kapazitäten hat – immer in der Hoffnung, dass es wirklich klappt. Das ist ja nicht gesagt."

Lara Speitmann, Leiterin Wasted in Jarmen

Die Bedeutung öffentlicher Mittel unterscheidet sich je nach Musikgenre: Bei Klassikfestivals gaben 91 Prozent der Veranstaltenden an, mindestens einen Förderantrag gestellt zu haben – von diesen erhielten nahezu alle (98 Prozent) mindestens eine Zusage. Auch im Bereich des Jazz und der improvisierten Musik ist die Zahl der Antragstellenden vergleichsweise hoch (89 Prozent mit einer Erfolgsquote von 92 Prozent). Insgesamt werden in der Popularmusik Förderanträge nicht ganz so häufig gestellt: 78 Prozent der Veranstaltenden haben mindestens einen Antrag gestellt, von denen wiederum 78 Prozent positiv beschieden wurden.

Veranstaltende von Rockfestivals sind deutlich zurückhaltender: Nur 67 Prozent haben überhaupt einen Antrag eingereicht, von denen wiederum nur 65 Prozent eine Förderung erhielten. Die höchste Erfolgsquote in der Akquise von Fördermitteln weist die Neue Musik auf: Jedes Festival, das mindestens einen Antrag gestellt hat, erhielt auch mindestens eine Förderung. Dieser Wert spiegelt sich auch darin wider, dass Festivalveranstaltende im Bereich Neue Musik nicht nur am häufigsten (94 Prozent), sondern auch auf den meisten Förderebenen (Bund, Land, Kommune, Sonstige wie z. B. EU) Anträge stellen: Im Schnitt sind es 2,6 Ebenen. Dagegen wird in den Bereichen Rock und Elektronische Musik auf deutlich weniger Ebenen Förderung beantragt (1,5) und werden diesen Festivals überdurchschnittlich häufig gar keine Anträge bewilligt. Daraus lässt sich ableiten, dass eine häufige bzw. mehrfache Antragstellung die Wahrscheinlichkeit, eine Förderung zu erhalten, deutlich erhöht.

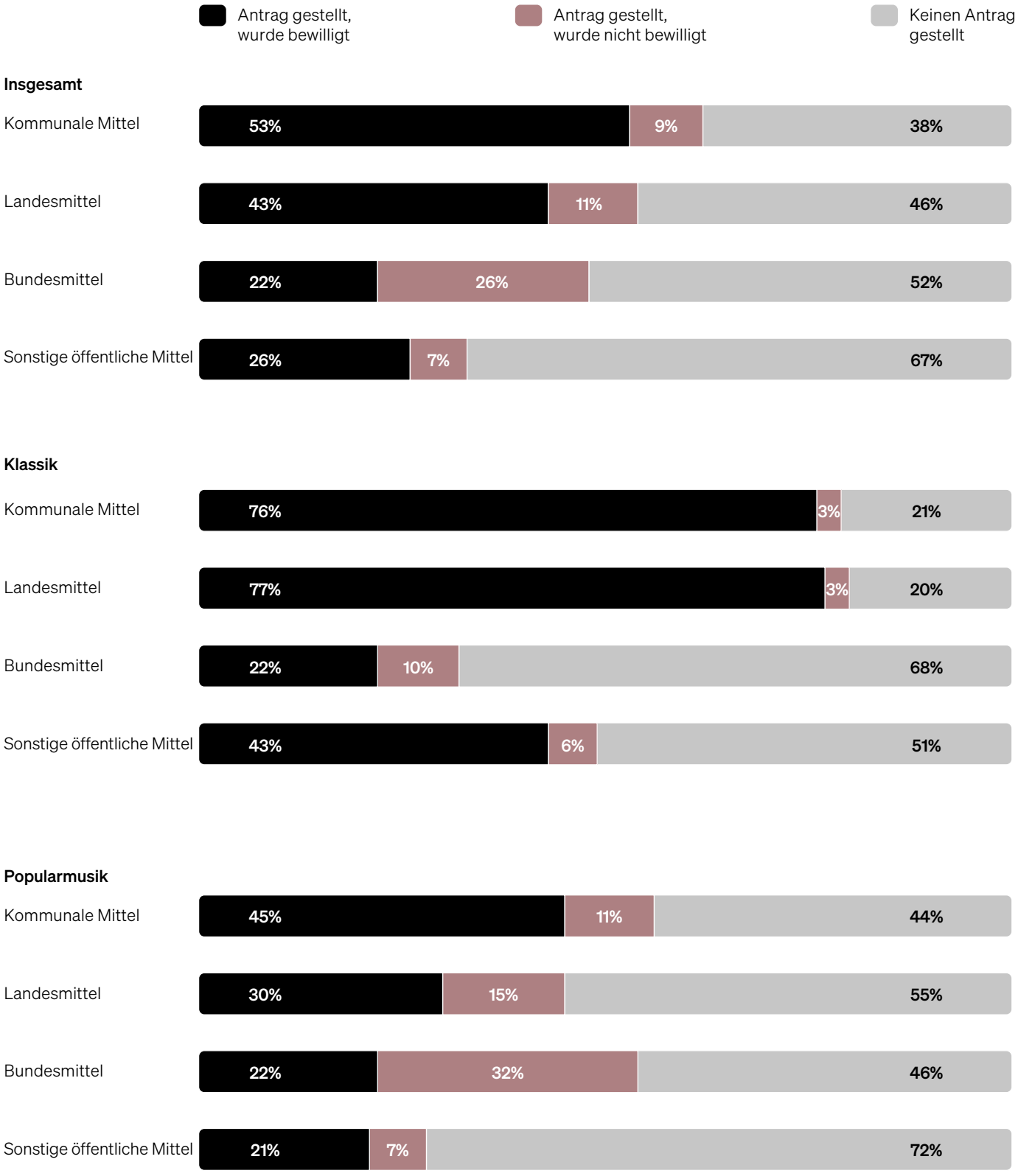
„Die Finanzierungen bedingen sich gegenseitig: Eine Stiftung oder ein Ministerium erwartet, dass sich auch die Stadt langfristig beteiligt. Die Stadt wiederum erwartet, dass wir andere Mittelgeber gewinnen. Da hat wahrscheinlich jedes Festival seine eigene Historie. Ich habe unzählige Stunden mit Anträgen verbracht, und ich kenne und verstehe auch die Perspektive der Stiftungen. Es gibt immer mehr Anträge und gleichzeitig immer weniger Geld zu verteilen."

Michael Dreyer, ehem. Künstlerischer Leiter Morgenland Festival Osnabrück

Förderanträge: Oft bewilligt, doch viele verzichten auf Anträge

Abbildung 42 a

Frage: „Haben Sie für die letzte Ausgabe Ihres Musikfestivals einen oder mehrere Förderanträge auf öffentliche Mittel gestellt?“



	Mindestens einen Antrag gestellt (Anteil der Festivals in %)	… auf wie vielen Förderebenen (Bund, Land, Kommune, Sonstige): durchschnittliche Anzahl	… davon: mind. ein Antrag bewilligt	… davon: alle Anträge bewilligt	… davon: kein Antrag bewilligt
Insgesamt	82%	2,0	84%	59%	16%
Hauptgenre					
Klassik	91%	2,4	98%	83%	2%
Popularmusik	78%	1,8	78%	49%	22%
Subgenre					
Alte Musik	91%	2,5	97%	84%	3%
Neue Musik	94%	2,6	100%	81%	-
Jazz	89%	2,5	92%	64%	8%
Elektronische Musik	79%	1,5	59%	44%	41%
Rock	67%	1,5	65%	33%	35%
Indie	85%	2,0	90%	53%	10%
Pop	80%	2,1	88%	53%	12%

Mit Blick auf die Zukunft sehen Veranstaltende der Klassik- und Popularmusik unterschiedliche Förderungsbedarfe. Im Klassikbereich stehen die Förderung von Programminhalten sowie die Honorare für Künstler:innen mit großem Abstand an erster Stelle (88 Prozent), gefolgt von der Förderung der Nachwuchsarbeit (41 Prozent). In der Popularmusik wird ebenfalls die Förderung von Künstler:innenhonoraren als besonders wichtig erachtet (79 Prozent), gefolgt von Infrastrukturförderungen (50 Prozent), Nachhaltigkeitsmaßnahmen (44 Prozent) und der Unterstützung der Nachwuchsarbeit (43 Prozent). Es zeigen sich insbesondere Unterschiede in den Bereichen Diversität und Inklusion: Während in der Klassik entsprechende Fördermaßnahmen eine untergeordnete Rolle spielen und selten angegeben werden, werden sie in der Popularmusik als deutlich wichtiger eingestuft.

„Wer öffentlich gefördert wird, hat eine Verantwortung. Es wäre demokratisch zweifelhaft, nur für eine wohlhabende, gebildete Gruppe zu produzieren. Wir möchten uns dem Naturgesetz der Ausdifferenzierung entgegenstellen. Wir haben den Anspruch, unterschiedliche Menschen zu erreichen."

Steven Walter, Intendant Beethovenfest Bonn

Welche Bedarfe die Festivalveranstaltenden für sich als besonders relevant formulieren, hängt auch mit ihrer Größe und der Art des Veranstaltungsorts zusammen. Während die Förderung der technischen Grundausstattung beispielsweise eher von den kleinsten und kleinen Festivals (jeweils 27 Prozent) als besonders wichtig erachtet wird und der Bedarf mit zunehmender Größe sinkt (große Festivals: 17 Prozent), verhält es sich bei den Themen Barrierefreiheit, An- und Abreise der Besuchenden, Diversität und Weiter- und Fortbildungen diametral. So geben nur 13 Prozent der kleinsten Festivals an, Förderbedarfe für Weiter- und Fortbildungen zu haben, während es unter den großen Festivals immerhin 23 Prozent sind. Beim Thema Barrierefreiheit ist der Abstand zwischen den Kleinst-Festivals (22 Prozent) und den großen Festivals (49 Prozent) am stärksten ausgeprägt. Einen Förderbedarf von Diversitätsmaßnahmen nennen 21 Prozent der Kleinstfestivals gegenüber 28 Prozent der großen Festivals. Für die An- und Abreise der Besuchenden wünschen sich 26 Prozent der Organisator:innen kleinster Festivals eine Unterstützung durch besseren öffentlichen Nah- und Fernverkehr, während dieser Bedarf für 35 Prozent der großen Festivals gilt. Insbesondere bei Festivals, die in Landgemeinden stattfinden, wird diesbezüglich eine Notwendigkeit festgestellt (39 Prozent). Die Veranstaltenden dieser Festivals formulieren zudem mit 61 Prozent überdurchschnittlich häufig den Wunsch nach einer Förderung ihrer Infrastruktur.

„Eine Sache erschwert die Finanzierung immer wieder: Du fängst Jahr für Jahr fast wieder bei null an. Fördermittelgeber sind vorsichtig und fördern oft nur die nächste Ausgabe, im besten Fall vielleicht für drei Jahre."

Michael Dreyer, ehem. Künstlerischer Leiter Morgenland Festival Osnabrück

„Nachhaltigkeit - dort wäre Unterstützung wichtig, um große Sprünge zu machen. Das heißt, finanzielle Hilfe wäre super, aber auch Wissen und Informationen."

Lara Speitmann, Leiterin Wasted in Jarmen

Klassik und Popularmusik sehen unterschiedlichen Förderbedarf

Abbildung 43

Frage: „Was denken Sie: In welchen Bereichen wäre eine Förderung für Ihr Musikfestival besonders wichtig?“ (Mehrfachangaben möglich)

	Festivals Insgesamt	Klassik	Popularmusik	Jazz
Förderung für Programmmittel, Honorare für Künstler:innen	81%	88%	79%	93%
Infrastrukturförderung	43%	24%	50%	32%
Förderung von Nachwuchsarbeit	43%	41%	43%	50%
Förderung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen	39%	22%	44%	25%
Förderung der An- und Abreise von Besucher:innen mit öffentlichen Verkehrsmitteln	30%	26%	31%	25%
Förderung von Maßnahmen zur Stärkung der Demokratie	26%	13%	30%	11%
Förderung für Maßnahmen zur Barrierefreiheit	25%	10%	30%	11%
Förderung zur Anschaffung von Aufführungstechnik	25%	18%	27%	23%
Förderung für Awareness-Arbeit	24%	4%	31%	14%
Förderung von Diversität	23%	8%	28%	18%
Förderung von Weiter- und Fortbildungen	13%	11%	14%	14%
Förderung von betrieblichen Ausbildungen	4%	3%	4%	7%
Sonstiges	8%	7%	8%	7%

Künstler:innen: Gagen, Programmplanung und Nachwuchsarbeit

Ein zentrales Kriterium für die Qualität eines Festivals ist es, die passenden Künstler:innen zu gewinnen. 23 Prozent der Veranstaltenden sehen in der Sicherstellung eines attraktiven Programms eine große Zukunftsherausforderung (Klassik: 15 Prozent, Popularmusik: 26 Prozent). In diesem Kontext werden die steigenden Honorare der Künstler:innen von 54 Prozent aller Festivalveranstaltenden (Klassik: 47 Prozent, Popularmusik: 56 Prozent) als noch größere Herausforderung benannt. Der Blick in die Gegenwart zeigt: Bei der Auswahl der Künstler:innen achten 74 Prozent der Festivals auf deren soziale und politische Haltung. Zwei Drittel der Veranstaltenden verfolgen das Ziel, mit ihrem Programm ein breites Publikum anzusprechen.

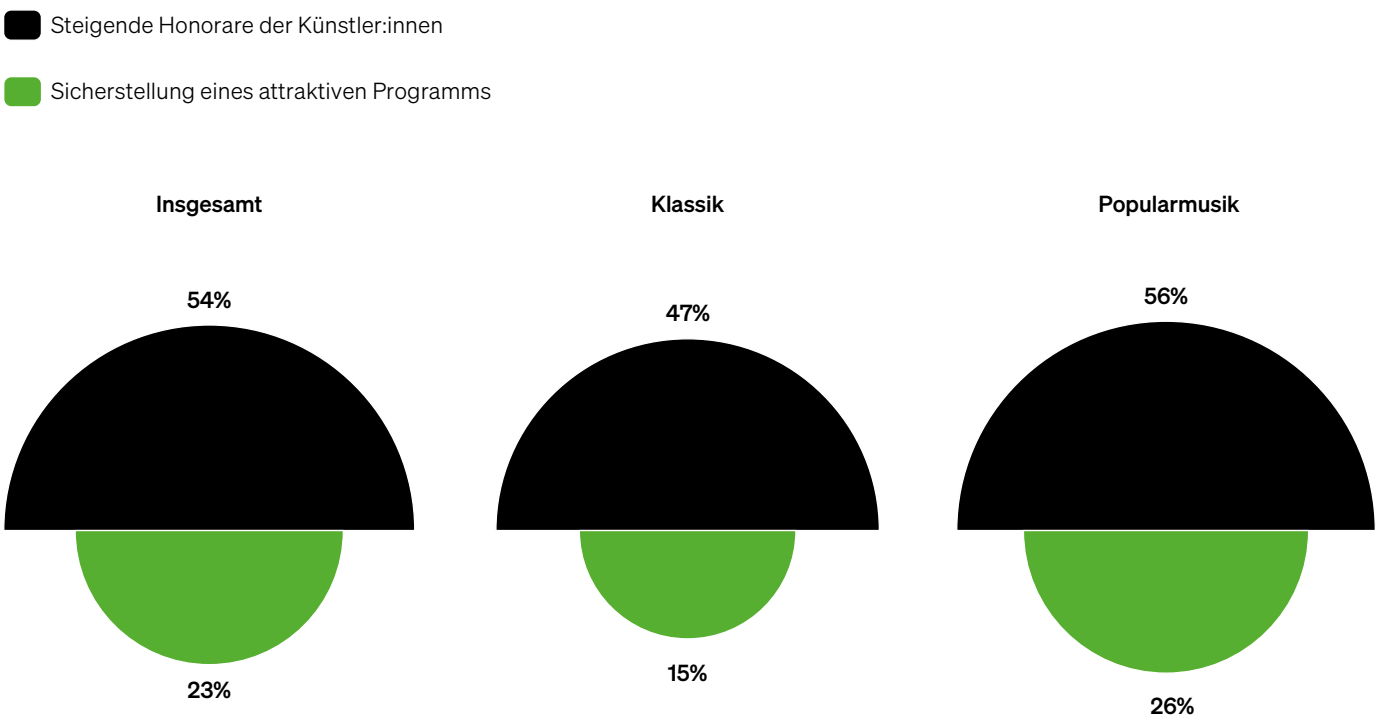
„Das ist die größte Kunst
bei einem Festival:
den Menschen zu geben,
was sie auch wollen.
Auch wenn sie vielleicht
noch gar nicht wissen,
dass sie das wollen."

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

Steigende Honorare und Programmgestaltung als Herausforderung

Abbildung 44

Frage: „Was sind für Sie – mit Blick auf die Zukunft – die größten Herausforderungen bei der Durchführung Ihres Musikfestivals?“ (Mehrfachangaben möglich)

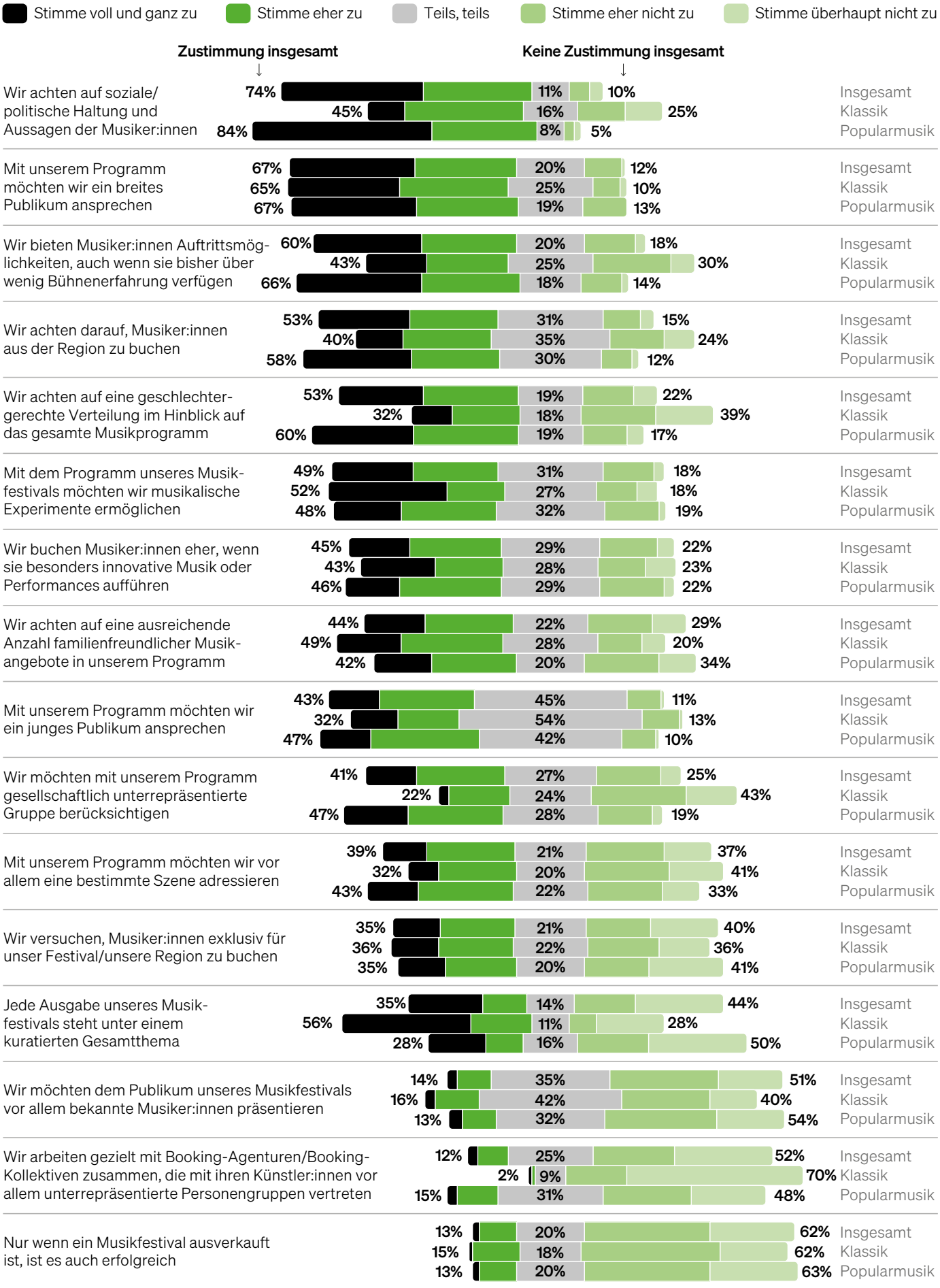


Die Gewichtung programmatischer Zielsetzungen unterscheidet sich teils deutlich zwischen den verschiedenen Festivalgenres. Einen insgesamt hohen Zustimmungswert findet die Aussage, mit dem Programm ein breites Publikum ansprechen zu wollen (durchschnittlich 67 Prozent). Mit dem Programm vor allem eine bestimmte Szene zu adressieren, erfährt dagegen nur von Festivalveranstaltenden mit dem musikalischen Schwerpunkt Alte Musik (60 Prozent) und Elektronische Musik (62 Prozent) eine vergleichbar hohe Zustimmung. Festivalveranstaltende des Genreclusters Pop richten sich besonders selten an eine bestimmte Szene (26 Prozent). Jazz- und Neue-Musik-Festivals verstehen sich überdurchschnittlich oft als Orte musikalischer Innovation – sie setzen bei der Programmplanung gezielt auf experimentelle Konzepte. Besonders ausgeprägt ist dies im Bereich der Neuen Musik: Alle Veranstaltenden verfolgen dieses Ziel ganz oder überwiegend. Demgegenüber greifen insbesondere Rockfestivals seltener auf experimentelle Formate zurück (28 Prozent). Auch nur ein kleiner Anteil der Rockfestivals (13 Prozent) stellt zudem jede Ausgabe unter ein Gesamtthema – auch hier finden sich in der Klassik insgesamt (56 Prozent) sowie bei Jazzfestivals (52 Prozent) die höchsten Zustimmungswerte. Die Förderung von Nachwuchs ist insbesondere für Rock- und Elektrofestivals ein zentrales Anliegen: Rund drei Viertel dieser Festivals ermöglichen Musiker:innen mit wenig Bühnenerfahrung Auftritte. In der Klassik (43 Prozent) und hier insbesondere in der Alten Musik (31 Prozent) liegt dieser Anteil hingegen deutlich niedriger. Unterschiede zeigen sich auch beim Stellenwert sozialer Themen: Rund 70 Prozent der Festivals in den Clustern Elektro, Indie und Pop sowie etwas mehr als die Hälfte der Jazz- und Neue-Musik-Festivals achten auf eine geschlechtergerechte Programmarbeit. Insgesamt spielt dieses Thema in der Klassik allerdings nur bei einem Drittel und speziell in der Alten Musik bei nur einem Viertel eine Rolle. Ebenso wird die politische Haltung von Künstler:innen bei der Programmplanung von Klassikfestivals (45 Prozent) seltener berücksichtigt als in der Popularmusik (84 Prozent).

Zielsetzung bei der Programmarbeit

Abbildung 45

Frage: „Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen zur Programmarbeit und -planung von Musikfestivals. Bitte geben Sie jeweils an, inwiefern Sie diesen Aussagen zustimmen.“



Auf 100% fehlende Prozent: keine Angabe

Ein weiteres Ergebnis der Befragung ist, dass 53 Prozent aller Festivalveranstaltenden einen hohen Wert auf die Beteiligung regionaler Musiker:innen legen. Dies spiegelt sich auch in der Praxis wider: Lediglich 4 Prozent der Festivals verzichten vollständig auf regionale Musiker:innen, während bei 17 Prozent der Festivals diese sogar 70 Prozent oder mehr des Programms ausmachen.

„Uns ist es wichtig, dass lokale Künstler:innen unterstützt werden. Grundsätzlich legen wir da Wert darauf, dass wir auch nicht nur die großen Acts aus westdeutschen Bundesländern buchen. Uns ist wichtig, Strukturen in Mecklenburg-Vorpommern zu fördern."

Lara Speitmann, Leiterin Wasted in Jarmen

Im Durchschnitt stammen 35 Prozent der Musiker:innen aus der Region, 36 Prozent sind es bei Popularmusikfestivals und 30 Prozent im Bereich der Klassik – wobei hier Festivals des Subgenres Neue Musik mit durchschnittlich 43 Prozent deutlich höhere Anteile melden. Internationale Künstler:innen stellen dagegen einen durchschnittlichen Anteil von 24 Prozent, wobei ihr Anteil bei Klassikfestivals insgesamt etwas höher liegt als bei Popularmusikfestivals. Am stärksten setzen Jazz- und Alte-Musik-Festivals auf internationale Künstler:innen (38 bzw. 32 Prozent).

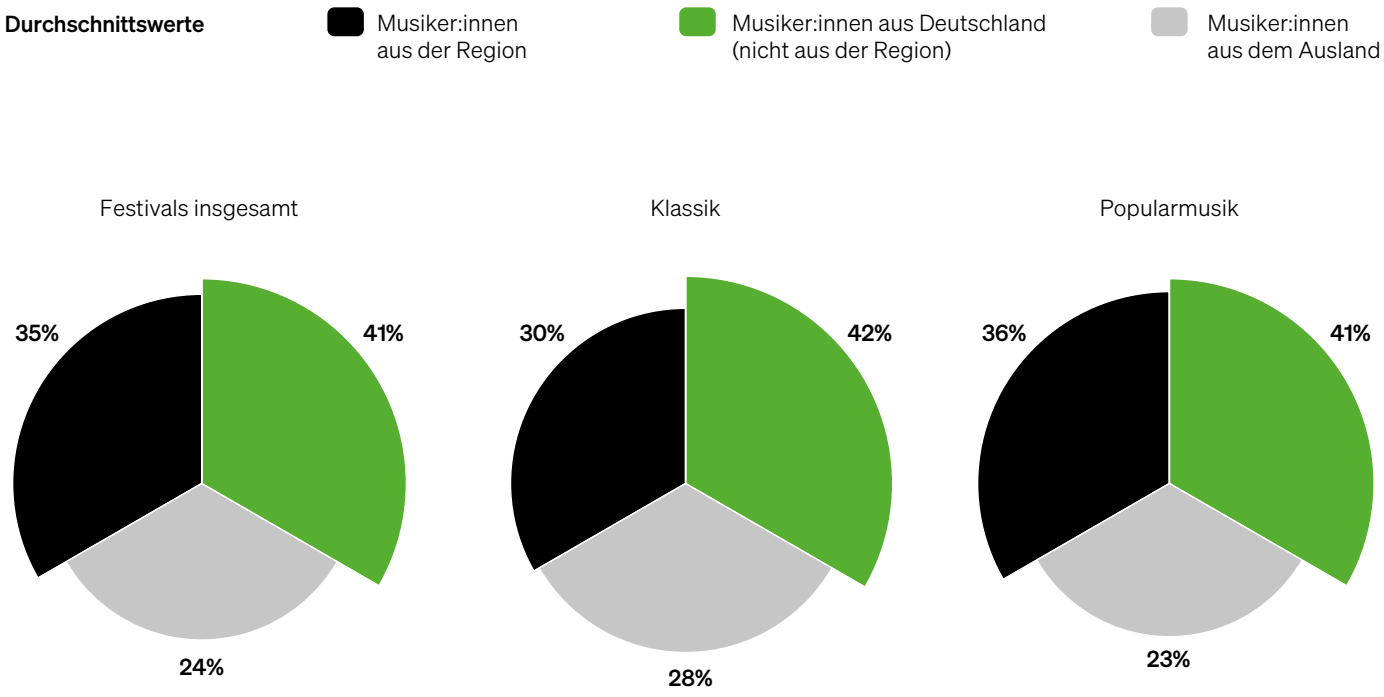
„Aufgrund der Kostenexplosion von live aufgeführter Musik wird das Angebot immer stärker national geprägt. Egal in welcher Zielgruppe, egal in welchem Genre. Die Künstler:innen sind in den letzten Jahren immer mehr 'domestic' geworden."

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

Die Menschen auf der Bühne: Woher die Musiker:innen kommen

Abbildung 46

Frage: „Welchen Anteil machen Musiker:innen aus der Region, aus Deutschland und aus dem Ausland bei Ihrem Festival jeweils aus? Wenn Sie es nicht genau wissen, schätzen Sie bitte.“

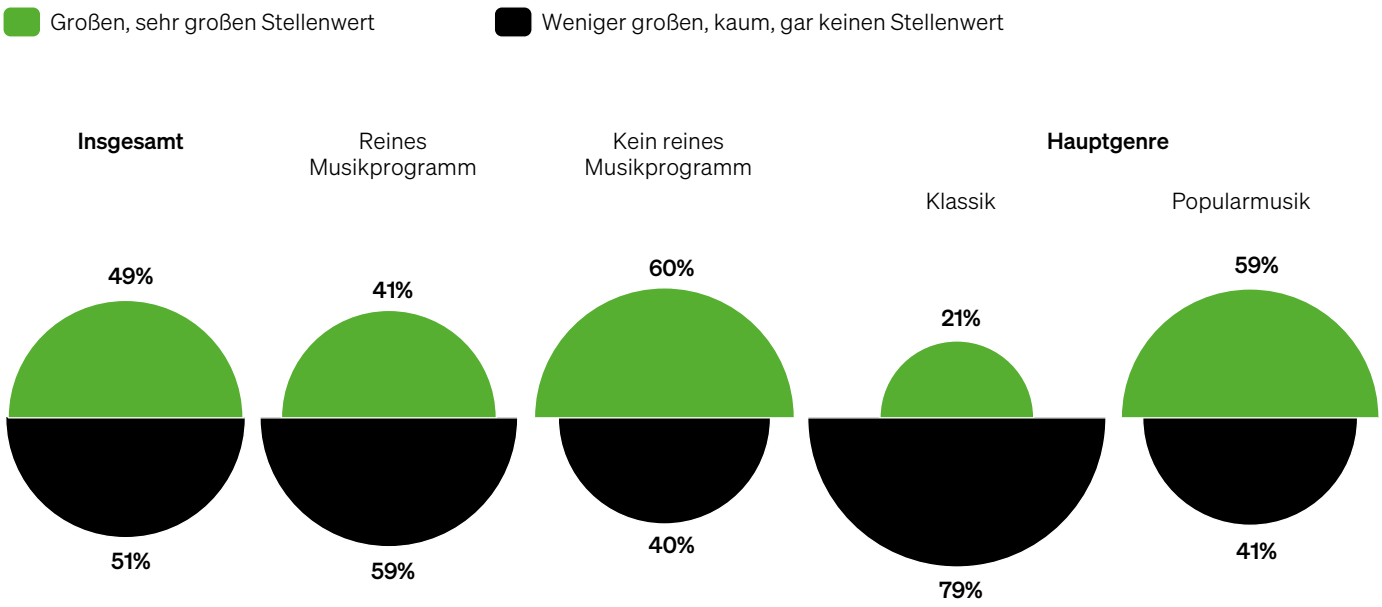


Die bewusste Auseinandersetzung mit dem Thema Vielfalt – etwa in Bezug auf Geschlecht, sexuelle Orientierung oder andere Diversitätsmerkmale wie die Hautfarbe der Künstler:innen – spielt bei der Programmplanung vieler Festivals eine wichtige Rolle. Dabei lassen sich allerdings je nach Genre deutliche Unterschiede erkennen: Knapp die Hälfte der Festivalveranstaltenden gibt an, dass Diversität eine große oder sehr große Rolle bei der Programmgestaltung spielt. Besonders ausgeprägt ist dieses Bewusstsein bei Festivals, die neben Musik auch andere Kunstformen präsentieren, sowie in der Popularmusik (60 bzw. 59 Prozent). Im Bereich der Klassik hingegen bleibt die Relevanz von Diversität in der Programmplanung deutlich geringer: 79 Prozent der Veranstaltenden geben an, dass diese einen weniger großen, kaum einen oder gar keinen Stellenwert bei der Auswahl der Künstler:innen hat. Entsprechend geben im Klassikbereich 8 Prozent an, dass eine Förderung von Diversität für ihr Musikfestival besonders wichtig ist (vgl. Abbildungen 43 und 49). Dieser Wunsch ist in der Popularmusik (28 Prozent) und insbesondere unter Pop- (43 Prozent) und Elektrofestivals (31 Prozent) deutlich stärker verbreitet.

Die Menschen auf der Bühne: der Stellenwert von Diversität

Abbildung 47

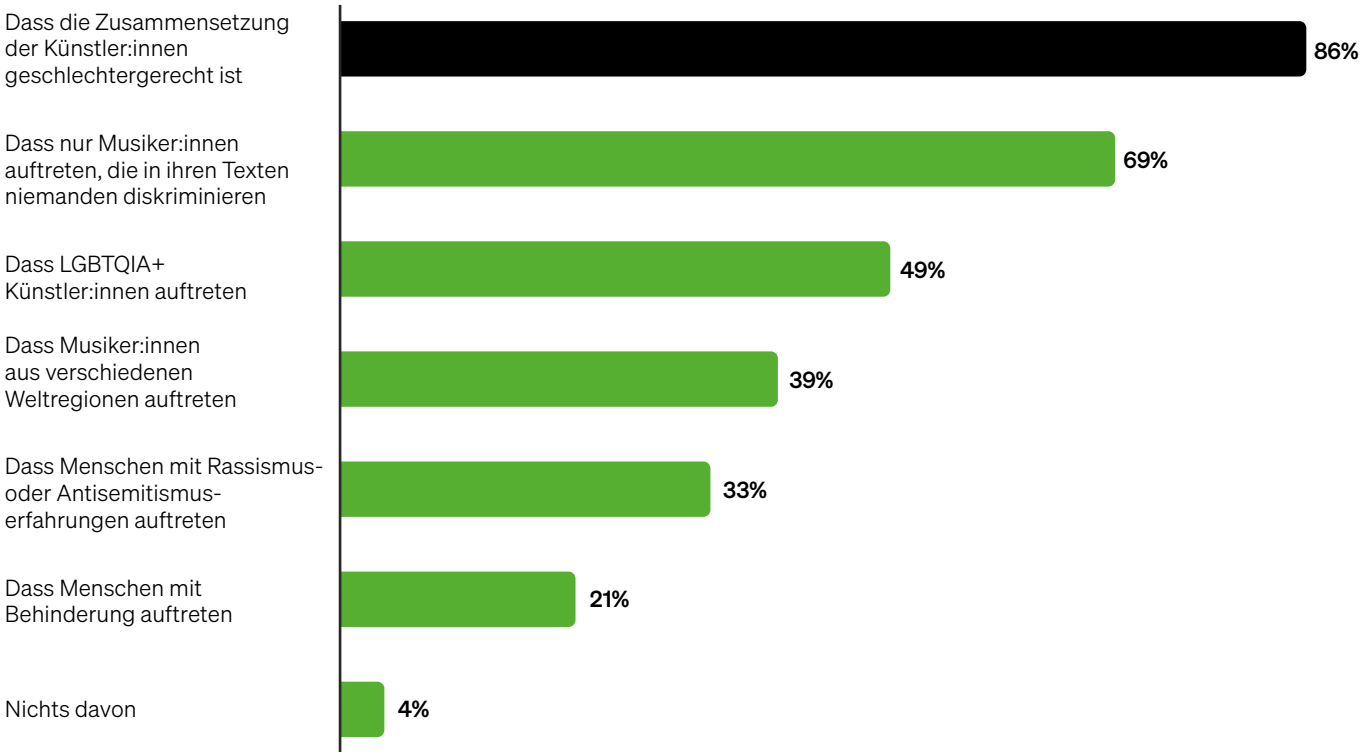
Frage: „Welchen Stellenwert hat Diversität der Künstler:innen in Bezug auf Geschlecht, sexuelle Orientierung, Herkunft usw. bei Ihnen in der Programmplanung?“



Programmplanung: Wie Diversität zustande kommt

Abbildung 48

Frage an Festivalveranstaltende, für die Diversität bei der Programmplanung (sehr) großen Stellenwert hat: „Was ist Ihnen in diesem Zusammenhang besonders wichtig?“ (Mehrfachangaben möglich)



„Es gibt in unserem Bereich meiner Meinung nach zu wenig weiblichen Nachwuchs, deshalb ist das ein Dauerthema für uns. Das Publikum beschäftigt sich damit auch – zu Recht und zum Glück. Ich freue mich, dass in unserem inneren Produktionsteam auch viele junge Frauen arbeiten und sich einbringen. Das ist eine neue Generation mit eigenen Vorstellungen und Ideen. Es ist super, wenn sie uns alten Herren deutlich auch mal sagen, wie man es anders und besser machen könnte."

Holger Hübner, Veranstalter Wacken Open Air

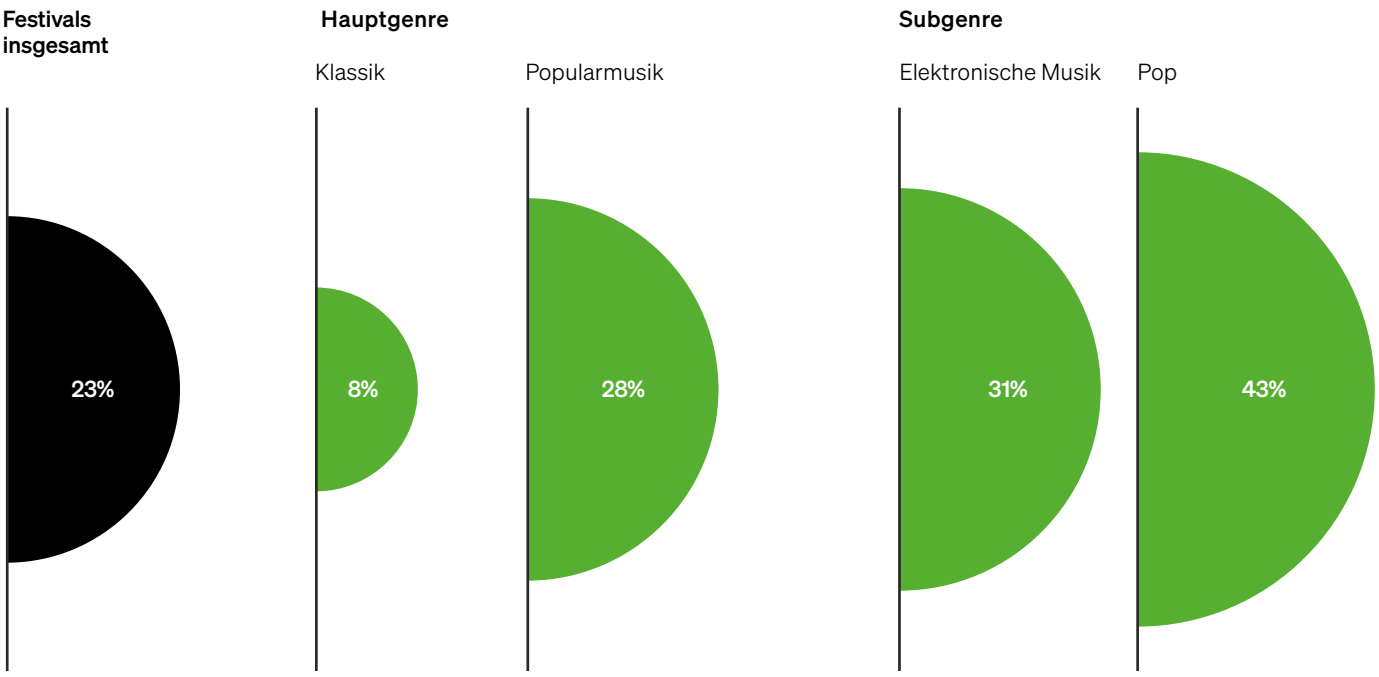
Festivalveranstaltende, die Diversität in ihrer Programmplanung als zentralen Faktor betrachten, legen dabei besonderes Augenmerk auf eine geschlechtergerechte Besetzung der Künstler:innen (86 Prozent). Zudem achten 69 Prozent darauf, dass Musiker:innen niemanden diskriminieren, etwa durch Songtexte. Knapp die Hälfte (49 Prozent) setzt sich gezielt dafür ein, Künstler:innen aus der LGBTQIA+ Community zu präsentieren. Während diese Ansätze in der Popularmusik weiter verbreitet sind als in der Klassik, zeigt sich dort ein anderes Diversitätsmerkmal als besonders bedeutsam: 59 Prozent der Klassikfestivals, bei denen Diversität einen (sehr) großen Stellenwert hat, legen Wert auf die Repräsentation von Musiker:innen aus verschiedenen Weltregionen. Bei Festivals der Popularmusik sind es 36 Prozent.

Förderbedarf: diverse Programmgestaltung

Abbildung 49

Frage: „Was denken Sie: In welchen Bereichen wäre eine Förderung für Ihr Musikfestival besonders wichtig?"

Antwortoption: Förderung von Diversität



Ungeachtet der konkreten Zielsetzungen bei der Programmplanung zeigt sich, dass Menschen aus marginalisierten Gruppen auf Festivalbühnen durchaus präsent sind. So geben 49 Prozent der Festivalveranstaltenden an, dass bei ihrer letzten Ausgabe Musiker:innen aus der LGBTQIA+ Community aufgetreten sind. Der Anteil ist in der Popularmusik mit 53 Prozent höher als in der Klassik (34 Prozent), wobei insbesondere Festivals elektronischer Musik (69 Prozent) und Popfestivals (63 Prozent) hier führend sind.[9]

Außerdem haben 42 Prozent der Veranstaltenden nach eigenen Angaben Künstler:innen, welche durch Rassismus oder Antisemitismus diskriminiert werden, eine Bühne geboten. Auch hier zeigt sich ein Unterschied zwischen den Genres: Während der Anteil in der Klassik bei 28 Prozent liegt, sind es in der Popularmusik 46 Prozent. Im Genrecluster Pop ist dieser Anteil mit 72 Prozent besonders hoch.

„Wir haben beim Rückblick auf vergangene Ausgaben gemerkt, dass extrem wenig weibliche Charaktere vertreten waren. Deshalb legen wir mittlerweile Wert darauf, mehr Bands mit weiblicher Beteiligung oder sogar rein weibliche Bands in unserem Programm zu haben. Das ist bei vielen großen, etablierten Festivals meines Erachtens bis heute kaum der Fall. In den ersten drei Reihen des Line-Ups stehen hinter fast allen Acts männliche Musiker. Manchmal denke ich, dass es gerade bei uns im ländlichen Mecklenburg-Vorpommern noch wichtiger ist."

Lara Speitmann, Leiterin Wasted in Jarmen

[9] Auf eine Abfrage der genauen Anteile von Musiker:innen aus marginalisierten Gruppen (einschließlich Frauen bzw. FLINTA) auf deutschen Festivalbühnen wurde in dieser Erhebung aus zwei Gründen verzichtet. Erstens wäre die wissenschaftliche Aussagekraft solcher Angaben fraglich gewesen, da sie lediglich auf groben Schätzungen beruhen würden – insbesondere bei großen Ensembles wie etwa einem Chor oder Orchester ließen sich fundierte Einschätzungen kaum treffen. Diese Annahme wird auch dadurch gestützt, dass viele Veranstaltende selbst bei allgemeinen Fragen zur Beteiligung von Künstler:innen aus unterrepräsentierten Gruppen keine Aussagen treffen konnten. Zweitens würde eine Einschätzung durch die Veranstaltenden auf Grundlage einer reinen Fremdzuschreibung bestimmter Diversitätsmerkmale basieren. Diese Problematik ließe sich nur durch eine repräsentative Befragung der auftretenden Musiker:innen selbst lösen, welche im Rahmen des vorliegenden Projekts nicht realisierbar war.

Die Menschen auf der Bühne: marginalisierte Gruppen

Abbildung 50

Frage: „Soweit Sie das sagen können: Sind bei der letzten Ausgabe Ihres Festivals Künstler:innen aus folgenden Personengruppen aufgetreten?“

Der Umfang der musikalischen Programmarbeit der Festivalveranstaltenden spiegelt sich in den durchschnittlich 30 Konzerten, die pro Festivalausgabe veranstaltet werden. Hochgerechnet auf die Grundgesamtheit bieten Festivals in Deutschland somit jährlich rund 51.000 Konzerten bzw. Acts eine Bühne. Darüber hinaus geben 60 Prozent an, dass sie bei ihrem Festival unerfahrenen Musiker:innen die Möglichkeit bieten, aufzutreten (vgl. Abbildung 45). Tatsächlich finden Nachwuchskünstler:innen bei den meisten Festivals eine Bühne: Nur 9 Prozent der Festivals verzichten vollständig auf Auftritte von Nachwuchstalenten. Außerdem wünschen sich 43 Prozent der Veranstaltenden eine Förderung von Nachwuchsarbeit für ihr Festival. Für besonders wichtig halten dies große Festivals mit mehr als 15.000 Besuchen (54 Prozent) sowie Festivals aus den Bereichen Pop (57 Prozent) und Jazz/Improvisierte Musik (50 Prozent).

[10] Während sich Merkmale wie non-binär, inter, trans oder agender auf die Geschlechtsidentität der Menschen beziehen, umfasst der Sammelbegriff LGBTQIA+ auch sexuelle Orientierung und soll die gesamte Community queerer Menschen in ihrer Vielfalt abdecken. Um hier keine Community oder Diversitätskategorie auszuschließen, wurden beide Gruppen abgefragt, obwohl beide Trans- und Inter-Personen einschließen.

Die Menschen auf der Bühne: Anzahl der Programmpunkte und der Nachwuchskünstler:innen

Abbildung 51

Frage: „Wie viele Konzerte / Acts fanden insgesamt bei der letzten Ausgabe Ihres Musikfestivals in etwa statt?“ „Und wie viele Konzerte / Acts waren von Nachwuchsbands, -ensembles, -orchestern, -solist:innen, -DJs oder -chören?“

	Insgesamt		Klassik		Popularmusik	
	Konzerte insgesamt	Konzerte Nachwuchs	Konzerte insgesamt	Konzerte Nachwuchs	Konzerte insgesamt	Konzerte Nachwuchs
100 und mehr Konzerte	6%	2%	4%	1%	7%	2%
50 bis 99	11%	2%	10%	1%	10%	3%
30 bis 49	13%	5%	11%	3%	13%	6%
20 bis 29	12%	6%	9%	2%	14%	7%
10 bis 19	32%	19%	30%	12%	33%	21%
5 bis 9	21%	20%	27%	16%	20%	21%
2 bis 4	4%	27%	9%	30%	3%	26%
1 Konzert	1%	10%	1%	18%	x	8%
Gab es nicht, keine	-	9%	-	19%	-	6%
Anzahl Konzerte im Durchschnitt	30	12	26	7	31	14

x = weniger als 0,5 Prozent

„Musikfestivals sind auch Schaufenster, in denen man einerseits neue Talente präsentiert und andererseits Talente sucht. Sie sind Orte, die Karrieren beschleunigen können, weil eine Sichtbarkeit für Musiker:innen hergestellt wird.“

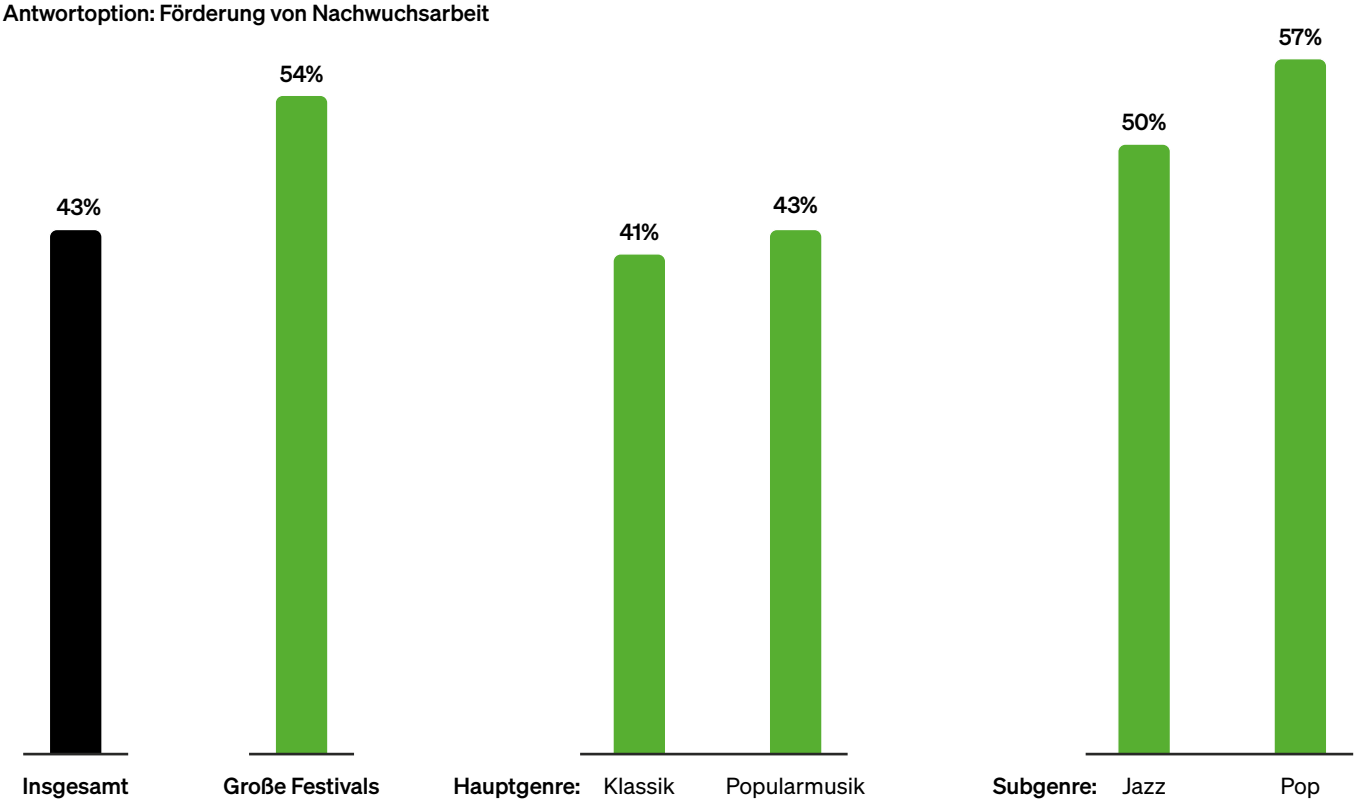
Steven Walter, Intendant Beethovenfest Bonn

Förderbedarf: Nachwuchsarbeit auf der Bühne

Abbildung 52

Frage: „Was denken Sie: In welchen Bereichen wäre eine Förderung für Ihr Musikfestival besonders wichtig?“

Antwortoption: Förderung von Nachwuchsarbeit



Die Bedeutung des Nachwuchses für die Programmplanung und ein attraktives Line-Up zeigt sich jedoch nicht in der Höhe der Gagen: Während Newcomer:innen pro Person im Schnitt 522 Euro (Klassik: 879 Euro, Popularmusik: 393 Euro) für einen Festivalauftritt erhalten, verdienen etablierte Musiker:innen mit 2.308 Euro (Klassik: 2.220 Euro, Popularmusik: 2.169 Euro) bereits deutlich mehr.[11] Hauptacts und Headliner werden mit einer Gage von durchschnittlich 7.323 Euro (Klassik: 4.676 Euro, Popularmusik: 7.852 Euro) sogar um ein Vielfaches höher entlohnt. Eine Orientierung an den Honorarempfehlungen von Branchenverbänden findet dabei nur bei rund einem Viertel (26 Prozent) der Festivals in einem ausgeprägten Maße statt, die Hälfte orientiert sich wenig bzw. gar nicht an solchen Empfehlungen. Zudem geben 24 Prozent der Befragten an, dass ihr Verband keine Gagenempfehlung gebe.

„Ein wichtiges und naheliegendes Thema sind Mindestgagen. Da gibt es einschlägige Empfehlungen, die man eigentlich nicht unterschreiten sollte. Aber was ich auch sehr spannend finde, sind Höchstgagen. Das ist tatsächlich etwas, worüber wenige sprechen.“

Veranstalter:in eines Klassikfestivals

[11] Die Durchschnittswerte für Klassik und Popularmusik liegen teils unterhalb des Gesamtdurchschnitts, da Festivals ohne Genreschwerpunkt, die sich weder der Klassik noch der Popularmusik zuordnen lassen, überdurchschnittlich hohe Gagen ausweisen.

Gagen: Wie Nachwuchs, etablierte Künstler:innen und Hauptacts entlohnt werden

Abbildung 53

Frage: „Wie hoch sind die Gagen pro Kopf, die Sie Ihren Künstler:innen durchschnittlich bezahlen? Wenn Sie es nicht genau wissen, schätzen Sie bitte. (Bei dieser Frage geht es nicht um große Ensembles oder Orchester, sondern nur um Solist:innen oder Bands.)“

	Newcomer:innen, Nachwuchs	Etablierte Acts, Bands, Solo-Künstler:innen	Headliner, Hauptact, Star-Solisten
Unter 100 Euro	13%	3%	3%
100 bis 249 Euro	25%	9%	4%
250 bis 499 Euro	19%	15%	7%
500 bis 999 Euro	16%	20%	11%
1.000 bis 4.999 Euro	10%	29%	33%
5.000 bis 9.999 Euro	1%	5%	10%
10.000 bis 49.999 Euro	x	3%	9%
50.000 Euro und mehr	x	1%	3%
Durchschnitt (Euro)	522 €	2.308 €	7.323 €

„Wir bezahlen alle Künstler:innen gleich – egal ob Headliner aus London oder Lokalband. Auf vielen anderen Musikfestivals werden lokale oder junge Bands mit ein paar Getränkebons abgespeist. So etwas gibt es bei uns nicht.“

Petra Irmscher, Mitveranstalterin U&D Würzburg

„Ich finde es persönlich schade, wenn die Headliner siebenstellige Gagen bekommen und andere da umsonst stehen. Ich finde das nicht so richtig fair. Ich glaube, dass es tatsächlich bei relativ vielen Festivals so ist, dass dann am Ende der Hauptkostenpunkt die Gagenzahlungen sind und dem alles andere untergeordnet wird."

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

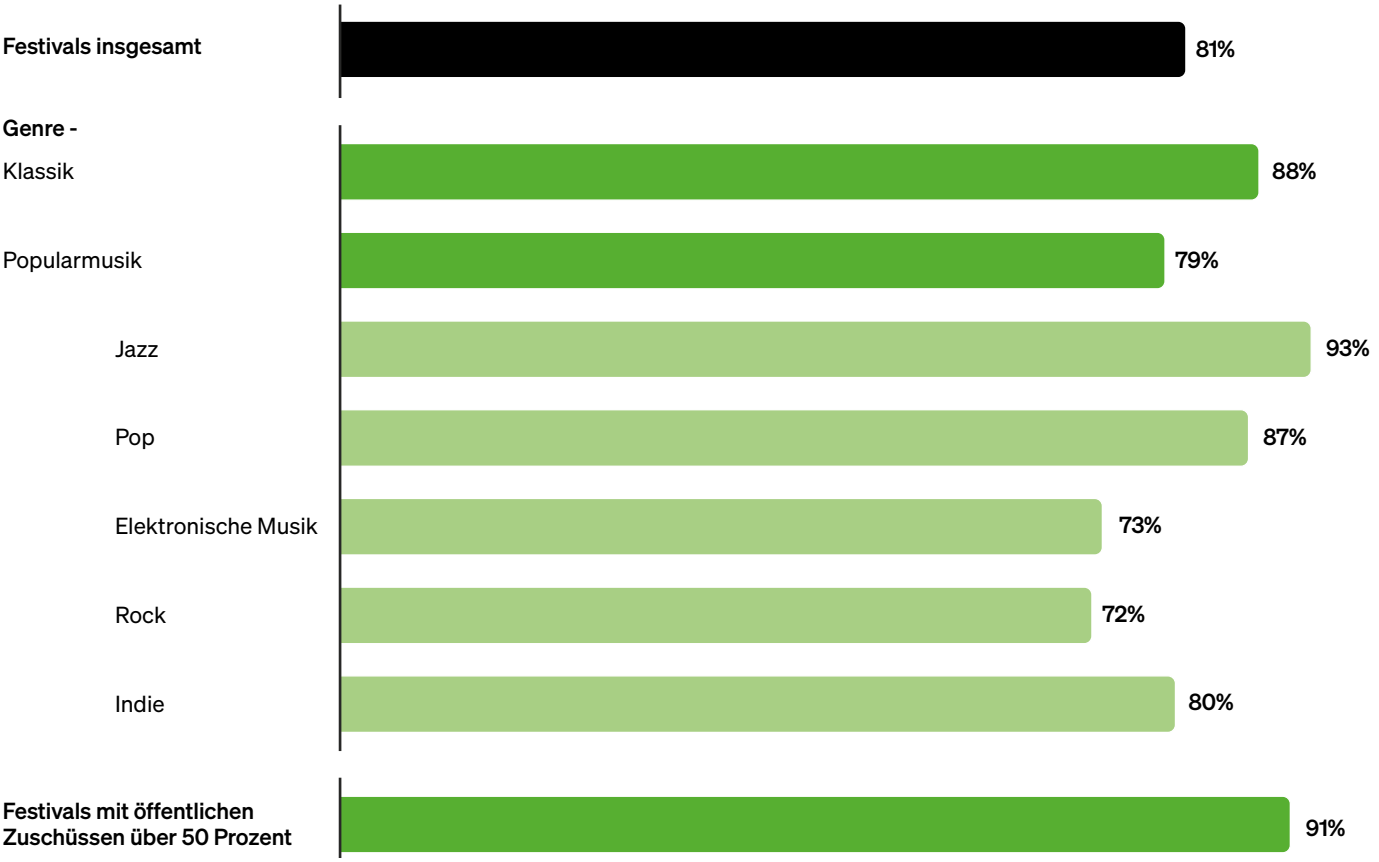
Dass insbesondere für Newcomer:innen Nachholbedarf bei den Gagen besteht und sich die Branche dieser Problematik bewusst ist, zeigt sich in der klaren Mehrheit von 81 Prozent der Festivalveranstaltenden, die sich eine Förderung der Künstler:innenhonorare für ihr Festival wünschen. Besonders ausgeprägt ist dieser Wunsch im Klassikbereich (88 Prozent), bei Jazz- (93 Prozent) und Popfestivals (87 Prozent) sowie unter den Festivals, bei denen öffentliche Zuschüsse mehr als 50 Prozent der Einnahmen ausmachen (91 Prozent).

Förderbedarf: Künstler:innenhonorare

Abbildung 54

Frage: „Was denken Sie: In welchen Bereichen wäre eine Förderung für Ihr Musikfestival besonders wichtig?"

Antwortoption: Förderung für Programmmittel, Honorare für Künstler:innen



7

Die Menschen hinter der Bühne

Hinter jedem Festival stehen engagierte Menschen, die mit viel Einsatz, Kreativität und Leidenschaft dafür sorgen, dass die Veranstaltung gelingt. Von der ersten Planung bis zur Umsetzung erfordert die Organisation eines Festivals enorme personelle Ressourcen – sei es durch hauptberufliche Mitarbeitende, Ehrenamtliche oder kleine Führungsteams, die oft mehrere Aufgaben gleichzeitig übernehmen. Doch was treibt Festivalveranstaltende an?

Die Organisation von Festivals erfordert einen erheblichen personellen Einsatz, was auch durch die Tatsache unterstrichen wird, dass ein Drittel der Veranstaltenden die Rekrutierung von ausreichendem Personal als eine der größten Herausforderungen für die Zukunft sieht (vgl. Abbildung 78). Über alle Funktionen und Beschäftigungsverhältnisse hinweg, einschließlich des Ehrenamts, liegt die Gesamtteamstärke bei durchschnittlich 19,3 Personen ganzjährig sowie 55,5 Personen saisonal. 15 Prozent melden gar keine ganzjährigen Kräfte – für 43 Prozent der Festivals sind eine bis neun Personen ganzjährig tätig. Auf saisonales Personal verzichten 13 Prozent der Festivals. Betrachtet werden hier nur Personen, die direkt für den Festivalbetrieb arbeiten und nicht über Dritte bezahlt werden bzw. angestellt sind.

Was die Beschäftigungsverhältnisse betrifft, so sind Festanstellungen bei den meisten Festivals eher unüblich. Nur wenige Personen, die an der Durchführung von Festivals beteiligt sind, sind dort hauptberuflich angestellt: Etwa drei Viertel der Festivalveranstaltenden gaben an, dass bei ihrem Festival keine Festangestellten (weder in Vollzeit noch in Teilzeit) beschäftigt sind. Bei kommerziell ausgerichteten Festivals sind ganzjährige Beschäftigungsverhältnisse jedoch häufiger anzutreffen: Bei 51 Prozent dieser Festivals gibt es fest angestellte Personen, während 34 Prozent der kommerziell ausgerichteten Festivals Teilzeit-Festangestellte beschäftigen. Auch Klassikfestivals beschäftigen häufiger Personal in Festanstellung: 40 Prozent geben ganzjährige Beschäftigungen an, 43 Prozent beschäftigen (auch) Teilzeitkräfte. In der Popularmusik trifft dies nur auf 22 Prozent (Vollzeit) bzw. 20 Prozent (Teilzeit) zu. Saisonale Festanstellungen sind dabei unüblich: Nur 13 Prozent der Festivals beschäftigen saisonale Festangestellte in Vollzeit, während 14 Prozent saisonale Teilzeitkräfte anstellen.

Geringfügige Beschäftigungen sind ebenfalls eher unüblich: 18 Prozent der Festivals haben geringfügig Beschäftigte ganzjährig und 22 Prozent saisonal angestellt. Die Anzahl der geringfügigen Beschäftigungen ist aber zugleich deutlich höher als die der Festanstellungen, insbesondere wenn diese saisonal sind. Vor allem größere und kommerzielle Festivals verstärken ihr Personal mit Minijobber:innen. Hohe Werte werden saisonal für Festivals im Bereich der Elektronischen Musik gemessen: Hier haben 39 Prozent der Festivals saisonal geringfügig Beschäftigte im Team, 29 Prozent sogar zehn und mehr.

Wenig ganzjährige Festangestellte

Abbildung 55

Frage: „Bitte geben Sie die Anzahl der Personen an, die ganzjährig für die letzte Ausgabe Ihres Musikfestivals in den genannten Beschäftigungsverhältnissen mitgearbeitet haben."

		Hauptgenre		Größe				Ausrichtung	
	Insgesamt	Klassik	Popular-musik	Kleinst	Klein	Mittel	Groß	Kom-merziell	Non-Profit
Festangestellte in Vollzeit									
10 und mehr Personen	3%	6%	2%	1%	x	4%	15%	5%	2%
4 bis 9 Personen	6%	9%	5%	1%	4%	14%	20%	15%	4%
1 bis 3 Personen	18%	25%	15%	8%	13%	33%	45%	31%	15%
Gab es nicht	73%	60%	78%	90%	83%	49%	20%	49%	79%
Durchschnittliche Anzahl	1,01	1,84	0,73	0,20	0,38	1,81	4,66	2,03	0,69
Festangestellte in Teilzeit									
10 und mehr Personen	1%	1%	x	x	x	x	5%	2%	x
4 bis 9 Personen	5%	12%	3%	1%	4%	9%	17%	4%	5%
1 bis 3 Personen	20%	30%	17%	6%	19%	31%	46%	28%	19%
Gab es nicht	74%	57%	80%	93%	77%	60%	32%	66%	76%
Durchschnittliche Anzahl	0,79	1,76	0,48	0,14	0,46	0,97	3,73	0,98	0,56
Geringfügig Beschäftigte									
10 und mehr Personen	4%	3%	4%	2%	4%	6%	8%	11%	2%
4 bis 9 Personen	3%	-	4%	1%	3%	4%	6%	8%	1%
1 bis 3 Personen	11%	14%	10%	4%	10%	16%	18%	19%	9%
Gab es nicht	82%	83%	82%	93%	83%	74%	68%	62%	87%
Durchschnittliche Anzahl	1,64	0,84	1,92	0,53	1,18	3,92	2,52	3,58	1,03

x = weniger als 0,5 Prozent

„Ich glaube, was alle Festivals verbindet, ist, dass sie in der Regel eine relativ flexible Struktur haben. Kommt das Festival aus einer Institution, wird es völlig von Mitarbeiter:innen der Institution realisiert. Es gibt Festivals, die so klein sind, dass sie kaum eine durchgehende Personalstruktur haben […]. Und in der Regel wird es so sein, dass es einen kleinen, sehr kleinen Stamm an durchgängig beschäftigten Mitarbeiter:innen gibt, die dann aber in der Hochphase der Festivalvorbereitung aufgestockt werden."

Veranstalter:in eines Klassikfestivals

Wenig festangestellte Saisonkräfte

Abbildung 56

Frage: „Bitte geben Sie die Anzahl der Personen an, die saisonal für die letzte Ausgabe Ihres Musikfestivals in den genannten Beschäftigungsverhältnissen mitgearbeitet haben.“

		Hauptgenre		Größe				Ausrichtung	
	Insgesamt	Klassik	Popular-musik	Kleinst	Klein	Mittel	Groß	Kom-merziell	Non-Profit
Festangestellte in Vollzeit									
10 und mehr Personen	2%	3%	2%	x	x	4%	14%	5%	1%
4 bis 9 Personen	5%	4%	4%	2%	4%	8%	9%	11%	3%
1 bis 3 Personen	6%	7%	6%	4%	4%	9%	14%	9%	5%
Gab es nicht	87%	86%	88%	94%	92%	79%	63%	75%	91%
Durchschnittliche Anzahl	1,28	1,58	1,21	0,14	0,34	2,15	7,22	3,06	0,58
Festangestellte in Teilzeit									
10 und mehr Personen	1%	-	1%	1%	-	3%	1%	3%	x
4 bis 9 Personen	3%	4%	3%	3%	2%	4%	8%	8%	3%
1 bis 3 Personen	10%	12%	9%	6%	8%	8%	26%	9%	9%
Gab es nicht	86%	84%	87%	90%	90%	85%	65%	80%	88%
Durchschnittliche Anzahl	0,63	0,39	0,73	0,31	0,27	1,02	2,44	2,06	0,32
Geringfügig Beschäftigte									
10 und mehr Personen	13%	9%	13%	2%	11%	24%	29%	38%	7%
4 bis 9 Personen	2%	4%	2%	-	3%	4%	5%	3%	2%
1 bis 3 Personen	7%	9%	6%	4%	5%	10%	15%	10%	6%
Gab es nicht	78%	78%	79%	94%	81%	62%	51%	49%	85%
Durchschnittliche Anzahl	6,26	2,76	7,14	0,29	4,32	13,56	19,66	22,11	2,57

x = weniger als 0,5 Prozent

„Hier wird alles neben-beruflich umgesetzt. Das gilt für alle. Wir haben im Rest des Jahres auch andere Jobs und stemmen nebenbei dieses Festival.“

Lara Speitmann, Leiterin Wasted in Jarmen

Ausbildungen in der Festivalbranche

Abbildung 57

Frage: „Bieten Sie im Rahmen Ihres Musikfestivals Ausbildungsplätze an?“

		Ausrichtung		Hauptgenre	
	Insgesamt	Kommerziell	Non-Profit	Klassik	Popularmusik
Ja, wir bieten Ausbildungen an	10%	25%	6%	8%	10%
und zwar (Mehrfachangaben möglich) -					
Veranstaltungskaufleute	8%	25%	4%	5%	9%
Fachkräfte für Veranstaltungstechnik	2%	3%	2%	1%	2%
Kauffachkräfte für Marketingkommunikation	1%	5%	x	-	1%
Bürokaufleute	1%	3%	x	1%	1%
Andere	1%	x	1%	2%	1%
Nein, wir bieten keine Ausbildungsplätze an	90%	75%	94%	92%	90%

x = weniger als 0,5 Prozent

Angesichts der geringen Zahl an Festanstellungen im Festivalbetrieb ist es wenig überraschend, dass 90 Prozent der Festivals auch keine Ausbildungsplätze anbieten. Eine Ausnahme bilden hier erneut kommerzielle Festivals, bei denen ein Viertel der Festivalveranstaltenden Ausbildungsplätze, vor allem für Veranstaltungskaufleute, bereitstellt. Eine Förderung von betrieblichen Ausbildungen halten aber auch sie für nicht wichtig (3 Prozent, gesamt: 4 Prozent, vgl. Abbildung 43).

Praktika oder ein Freiwilliges Soziales Jahr (FSJ) werden ganzjährig von 10 Prozent der Musikfestivals angeboten, saisonal von 12 Prozent. Ist dies der Fall, beläuft sich die Zahl meist auf eine bis drei Personen.

„Wenn wir nicht mit Ehrenamtlichen arbeiten würden, müsste unser Festival fünfmal so viel kosten. Ich glaube, bei uns machen es Leute, weil sie richtig Bock haben, Teil des Festivals zu sein. Es ist einfach eine große Familie und ein großer, großer Zusammenhalt - und die Leute identifizieren sich richtig krass damit."

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

Der Blick auf die Personalstrukturen verdeutlicht die große Bedeutung des Ehrenamts: Bei 79 Prozent der Festivals leisten Freiwillige einen wesentlichen Beitrag zur Organisation und/oder Durchführung. Besonders in der Popularmusik (insbesondere der Rockszene mit 92 Prozent) sowie bei Non-Profit-Festivals (85 Prozent) und Kleinstveranstaltungen mit weniger als 900 Besuchen (91 Prozent) sind Ehrenamtliche unverzichtbar. Zudem zeigt sich: Je kleiner die Gemeinde, in der ein Festival stattfindet, desto größer die Bedeutung des Ehrenamts. Bei 97 Prozent der Festivals in Landgemeinden spielen freiwillig Engagierte eine wichtige Rolle bei Organisation und/oder Planung.

Rund die Hälfte aller Festivals setzt Ehrenamtliche ganzjährig ein, bei 63 Prozent sind sie saisonal aktiv. Während ganzjährig meist kleinere Teams von einer bis 19 Personen mitarbeiten, kommen während der Festivalzeit oft größere Gruppen mit 20 oder mehr Ehrenamtlichen zum Einsatz.

Im Schnitt engagieren sich rund 15 Ehrenamtliche ganzjährig und 40 saisonal für ein Musikfestival. Rund 20 (ganzjährig) bzw. 52 (saisonal) sind es bei Popularmusikfestivals, drei bzw. acht im Klassikbereich. Im ländlichen Raum bzw. in kleineren Gemeinden liegen die Werte deutlich über dem Durchschnitt (vgl. Abbildung 59).

„Das sind Menschen vor Ort, die Zeit für Kultur haben, die ein Herz für Kultur haben, die gut vernetzt sind, die auch mal Brötchen besorgen oder einen Sponsor akquirieren. Die dafür sorgen, dass man Plakate klebt, auch wenn sie nicht unser gesamtes Marketing machen, aber die uns sagen, was vielleicht sinnvoll sein kann. Und die kümmern sich auch mit um den Empfang von Künstlerinnen und Künstlern. Das Ehrenamt spielt eine sehr, sehr große Rolle."

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

„Ohne Ehrenamt,
ohne Volunteers,
ohne leidenschaftliche
Menschen geht nichts.“

Tim Isfort, Leiter Moers Festival

„Initiativen unter dem Motto "Ehrenamt stärken!" finde ich generell gut. Gleichzeitig ist es im Kulturbereich so, dass wir einen unglaublichen Hang zur Selbstausbeutung erleben. Man muss aufpassen, dass man das nicht kultiviert. Die Haltung sollte grundsätzlich sein, dass gute Arbeit angemessen bezahlt wird.“

Michael Dreyer, ehem. Künstlerischer Leiter Morgenland Festival Osnabrück

Sonstiges, nicht weiter spezifiziertes Personal melden zudem 8 Prozent der Festivals ganzjährig und 37 Prozent saisonal. Es ist davon auszugehen, dass diese Zahl zahlreiche Freiberufler:innen einschließt.

Festivalveranstaltende agieren zumeist in kleinen Führungsteams mit durchschnittlich 6,6 Personen und bis zu 2,6 Personen pro Aufgabenbereich (vgl. Abbildung 60). In sämtlichen abgefragten Leitungsfunktionen sind Männer signifikant häufiger vertreten als Frauen oder nicht-binäre Personen. Am stärksten ausgeprägt ist dieser Unterschied auf der Ebene der Gesellschafter:innen bzw. des Vorstands: Von den 2,6 Personen, die diese Funktion im Schnitt pro Festival besetzen, sind lediglich 30 Prozent Frauen. Ähnlich verhält es sich im Bereich der künstlerischen Leitung (Intendanz/Booking), wo durchschnittlich 1,75 Personen tätig sind und der Frauenanteil bei 34 Prozent liegt. Auch in der Geschäftsführung und allgemeinen Leitung arbeiten deutlich mehr Männer als Frauen (36 Prozent). Einzig im Bereich der kaufmännischen bzw. Verwaltungsleitung, der mit durchschnittlich einer Person pro Festival die geringste Personalstärke aufweist, fällt das Geschlechterverhältnis etwas ausgewogener aus, wobei auch hier Männer (56 Prozent) leicht überrepräsentiert sind im Vergleich zu Frauen (43 Prozent).

„Wir erhalten öffentliche Mittel und sind eine große Institution, weshalb es nicht geboten ist, nach allzu viel ehrenamtlichem Engagement zu fragen“

Steven Walter, Intendant Beethovenfest Bonn

Die Bedeutung des Ehrenamtes

Abbildung 58

Frage: „Spielt ehrenamtliches Engagement bei Ihrem Festival eine wesentliche Rolle?“

x = weniger als 0,5 Prozent

Die Menschen hinter der Bühne: Ehrenamt besonders in der Popularmusik

Abbildung 59

Frage: „Bitte geben Sie die Anzahl der Personen an, die ganzjährig für die letzte Ausgabe Ihres Musikfestivals in den genannten Beschäftigungsverhältnissen mitgearbeitet haben."

		Hauptgenre		Größe				Standort		Ausrichtung	
Ehrenamtliche/ Freiwillige ganzjährig	Insgesamt	Klassik	Popular-musik	Kleinst	Klein	Mittel	Groß	Städtisch	Ländlich	Kom-merziell	Non-Profit
40 und mehr Personen	7%	-	10%	3%	8%	13%	5%	5%	10%	4%	7%
20 bis 39 Personen	10%	3%	13%	11%	13%	6%	6%	9%	14%	4%	12%
10 bis 19 Personen	15%	6%	19%	22%	18%	5%	3%	12%	22%	8%	18%
4 bis 9 Personen	13%	19%	12%	19%	16%	5%	2%	13%	12%	5%	15%
1 bis 3 Personen	9%	13%	8%	11%	9%	9%	3%	11%	7%	6%	11%
Gab es nicht	46%	59%	38%	34%	36%	62%	81%	50%	35%	73%	37%
Durchschnitt-liche Anzahl	14,83	2,66	19,81	9,51	16,41	20,91	15,38	10,72	23,59	12,54	15,17

Frage: „Bitte geben Sie die Anzahl der Personen an, die saisonal für die letzte Ausgabe Ihres Musikfestivals in den genannten Beschäftigungsverhältnissen mitgearbeitet haben."

		Hauptgenre		Größe				Standort		Ausrichtung	
Ehrenamtliche/ Freiwillige saisonal	Insgesamt	Klassik	Popular-musik	Kleinst	Klein	Mittel	Groß	Städtisch	Ländlich	Kom-merziell	Non-Profit
40 und mehr Personen	27%	3%	35%	18%	34%	28%	21%	22%	37%	26%	28%
20 bis 39 Personen	13%	10%	15%	17%	13%	7%	14%	13%	15%	5%	16%
10 bis 19 Personen	11%	11%	10%	18%	9%	5%	5%	10%	11%	3%	13%
4 bis 9 Personen	7%	14%	5%	12%	7%	5%	1%	8%	4%	7%	7%
1 bis 3 Personen	5%	9%	4%	8%	3%	4%	5%	6%	4%	4%	5%
Gab es nicht	37%	53%	31%	27%	34%	51%	54%	41%	29%	55%	31%
Durchschnitt-liche Anzahl	40,03	8,09	52,32	20,10	45,79	51,41	58,08	29,90	62,26	42,32	40,67

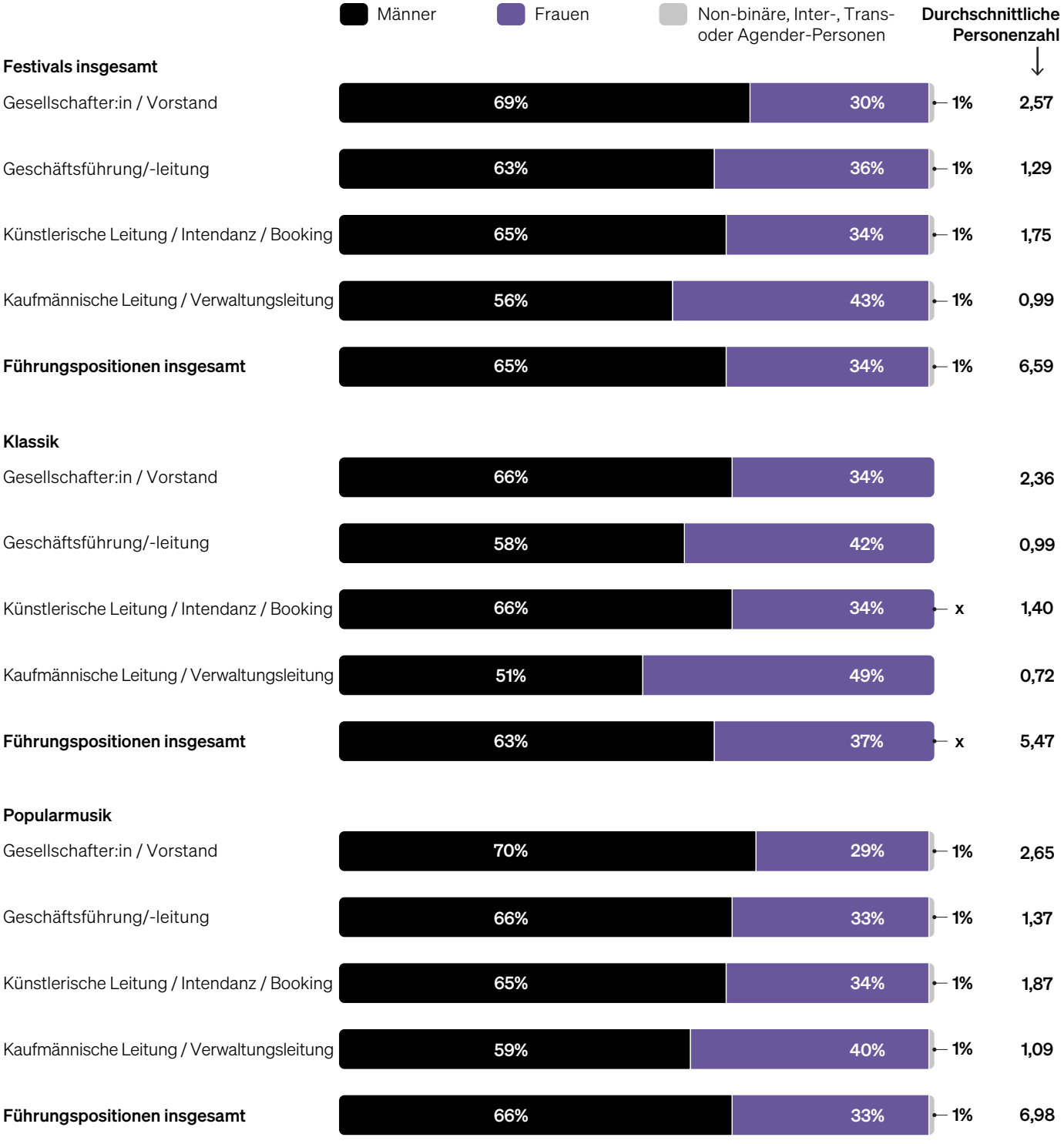
Insgesamt liegt der Frauenanteil in den Führungspositionen der Festivals bei durchschnittlich 34 Prozent; im Bereich Klassik fällt der Anteil mit 37 Prozent etwas höher aus als in der Popularmusik (33 Prozent). Der durchschnittliche Anteil von Personen, die sich nicht dem binären Geschlechtersystem zuordnen, liegt in allen Führungspositionen bei einem Prozent.

Unabhängig vom Geschlechterverhältnis bleiben in vielen Fällen zentrale Positionen unbesetzt, was darauf hindeutet, dass zahlreiche Aufgaben in Personalunion bewältigt werden.

Geschlechterverhältnisse in den Führungsteams

Abbildung 60

Frage: „Wie viele Personen arbeiten in den genannten Führungspositionen bei Ihrem Musikfestival? Wie viele sind davon Männer, Frauen und wie viele ordnen sich keinem der beiden Geschlechter männlich oder weiblich zu? (Jede Person bitte nur einmal zählen, auch wenn sie mehrere Positionen innehat!)“



x = weniger als 0,5 Prozent

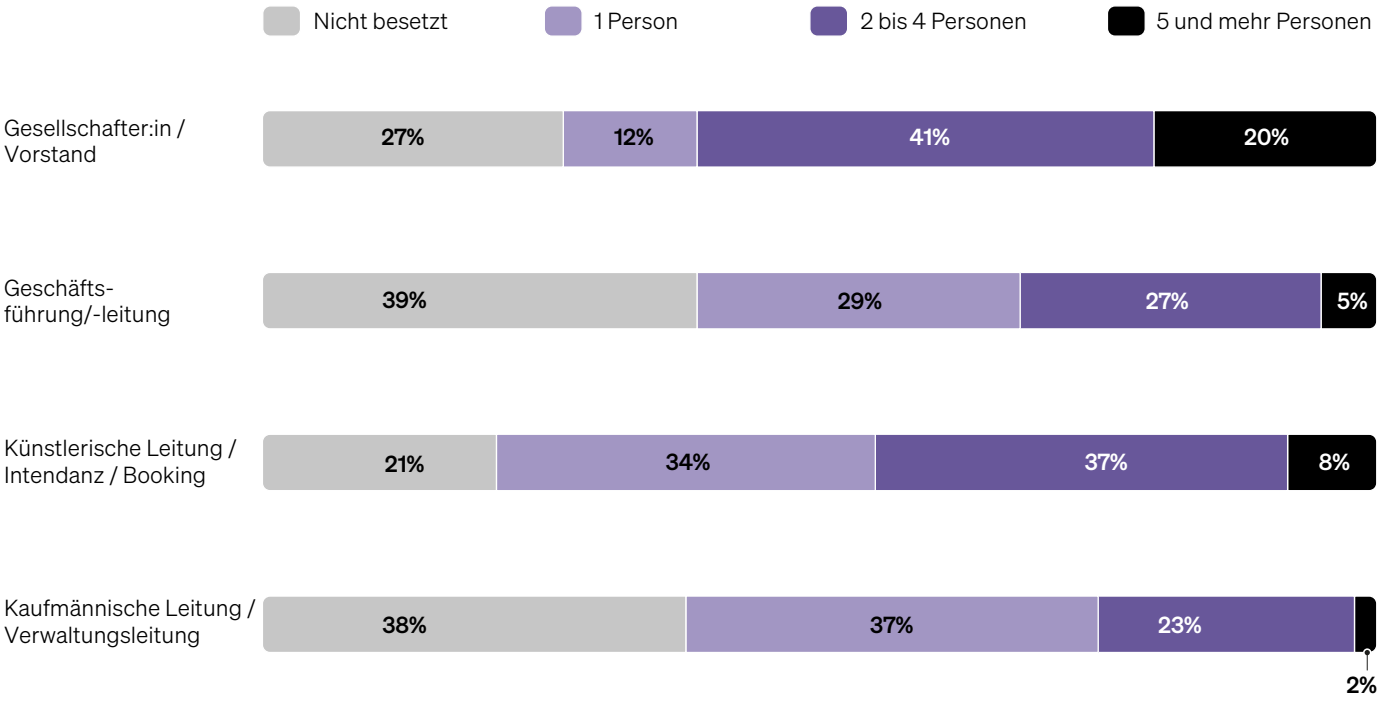
„Wir sind komplett unterbesetzt mit zwei Leuten.“

Veranstalter:in eines Popularmusikfestivals

Häufig kleine Führungsteams

Abbildung 61

Frage: „Wie viele Personen arbeiten in den genannten Führungspositionen bei Ihrem Musikfestival?“



„Das Festival wird von einem Trägerverein veranstaltet. Ich habe zwei Kolleginnen, die fest angestellt sind: eine Produktionsleiterin und eine Kollegin für Finanzen und Controlling. Während des Festivals haben wir etwa ein Dutzend Mitarbeiter:innen, die für zwei, drei Monate dazustoßen, vor allem für Künstler:innenbetreuung, Kommunikation, Logistik.“

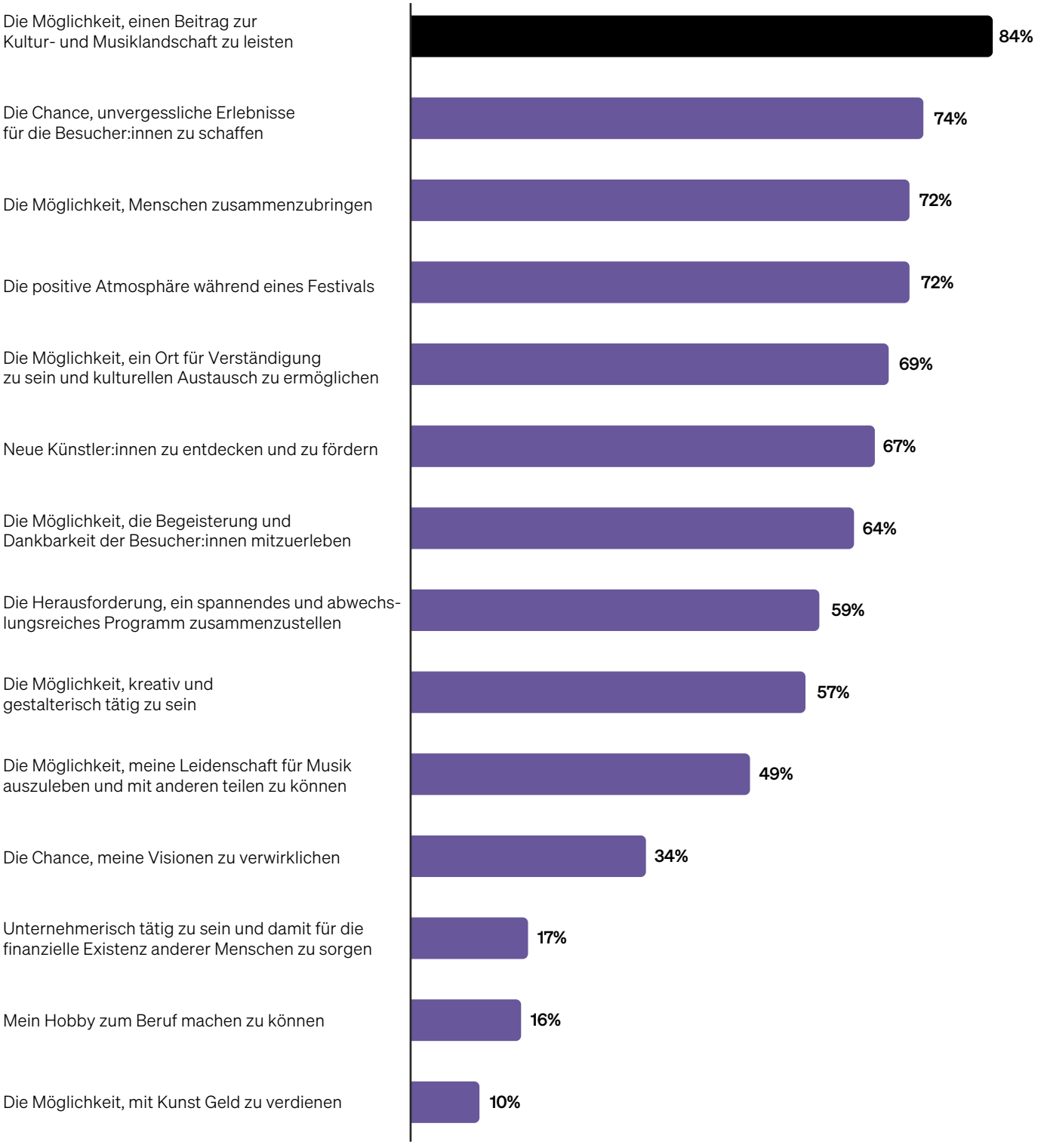
Michael Dreyer, ehem. Künstlerischer Leiter Morgenland Festival Osnabrück

Dies stellt die Veranstaltenden vor große Herausforderungen, unterstreicht aber auch die Leidenschaft und das Engagement, mit denen Festivals realisiert werden. Denn trotz begrenzter personeller Ressourcen steht für die meisten nicht der wirtschaftliche Aspekt, sondern die kulturelle und soziale Bedeutung im Vordergrund. Betrachtet man die Motive der Festivalveranstaltenden, wird ihre starke intrinsische Motivation deutlich: 84 Prozent geben an, dass sie insbesondere der Wunsch antreibt, einen Beitrag zur Kultur- und Musiklandschaft zu leisten. Drei Viertel der Veranstaltenden reizt die Möglichkeit, unvergessliche Erlebnisse für die Besucher:innen zu schaffen, während 72 Prozent mit ihrem Engagement Menschen zusammenbringen möchten. Finanzielle Gründe – also die Möglichkeit, mit Kunst Geld zu verdienen – spielen hingegen nur für 10 Prozent der Festivalveranstaltenden eine Rolle.

Die Motivation der Festivalbetreibenden

Abbildung 62

Frage: „Was reizt Sie an Ihrer Tätigkeit besonders?“ (Mehrfachangaben möglich)

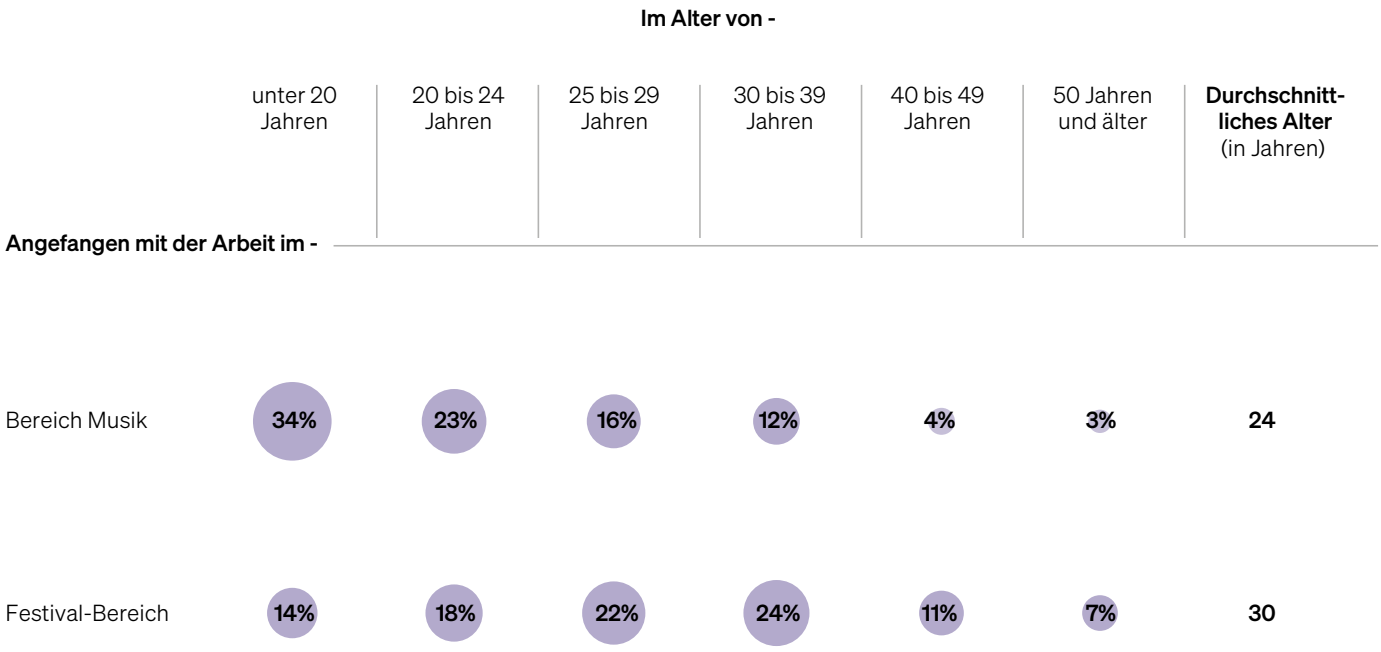


Diese Verbundenheit zur Musik- und Festivalbranche zeigt sich auch in ihrer Langjährigkeit und der Tatsache, dass viele Veranstaltende bereits in jungen Jahren in die Branche eingetreten sind. 57 Prozent der Veranstaltenden haben ihre Karriere im Musikbereich bereits mit unter 25 Jahren begonnen, im Durchschnitt mit 24 Jahren. Im Festivalbereich sind es 54 Prozent, die vor dem 30. Lebensjahr tätig wurden (Durchschnitt: 30 Jahre). Der Altersdurchschnitt aller befragten Personen lag bei 46 Jahren; ein Hinweis darauf, dass viele bereits über Jahre oder Jahrzehnte hinweg in der Branche aktiv sind. Ein genauerer Blick auf die demografische Struktur der Teilnehmenden dieser Studie unterstreicht dieses Bild: 38 Prozent der Befragten gehören der Altersgruppe der 30- bis 44-Jährigen an, weitere 30 Prozent sind zwischen 45 und 59 Jahre alt. Zudem sind 17 Prozent 60 Jahre oder älter, während 10 Prozent zwischen 16 und 29 Jahre alt sind. 5 Prozent machten keine Angaben zu ihrem Alter. Damit zeigt sich eine Altersverteilung, die eine große Bandbreite an Erfahrung abbildet und von den mittleren und älteren Jahrgängen geprägt ist. Auch das Bildungsniveau spiegelt das professionelle Profil vieler Akteur:innen wider: 65 Prozent der Befragten haben ein abgeschlossenes Studium, weitere 21 Prozent die Fachhochschulreife bzw. das Abitur. Zusammengenommen ergibt sich somit das Bild von hochqualifizierten und über lange Zeit engagierten Veranstaltenden, die auf eine breite Wissensbasis und langjährige praktische Erfahrung zurückgreifen können. Es zeigt außerdem, dass das Thema Generationenwechsel in den kommenden Jahren zunehmend relevant für bestehende Festivals werden dürfte.

Festivalveranstaltende: früher Einstieg in das Berufsleben

Abbildung 63

Frage: „In welchem Alter haben Sie angefangen, im Bereich Musik zu arbeiten?“ „Und in welchem Alter haben Sie angefangen, im Festivalbereich zu arbeiten?“

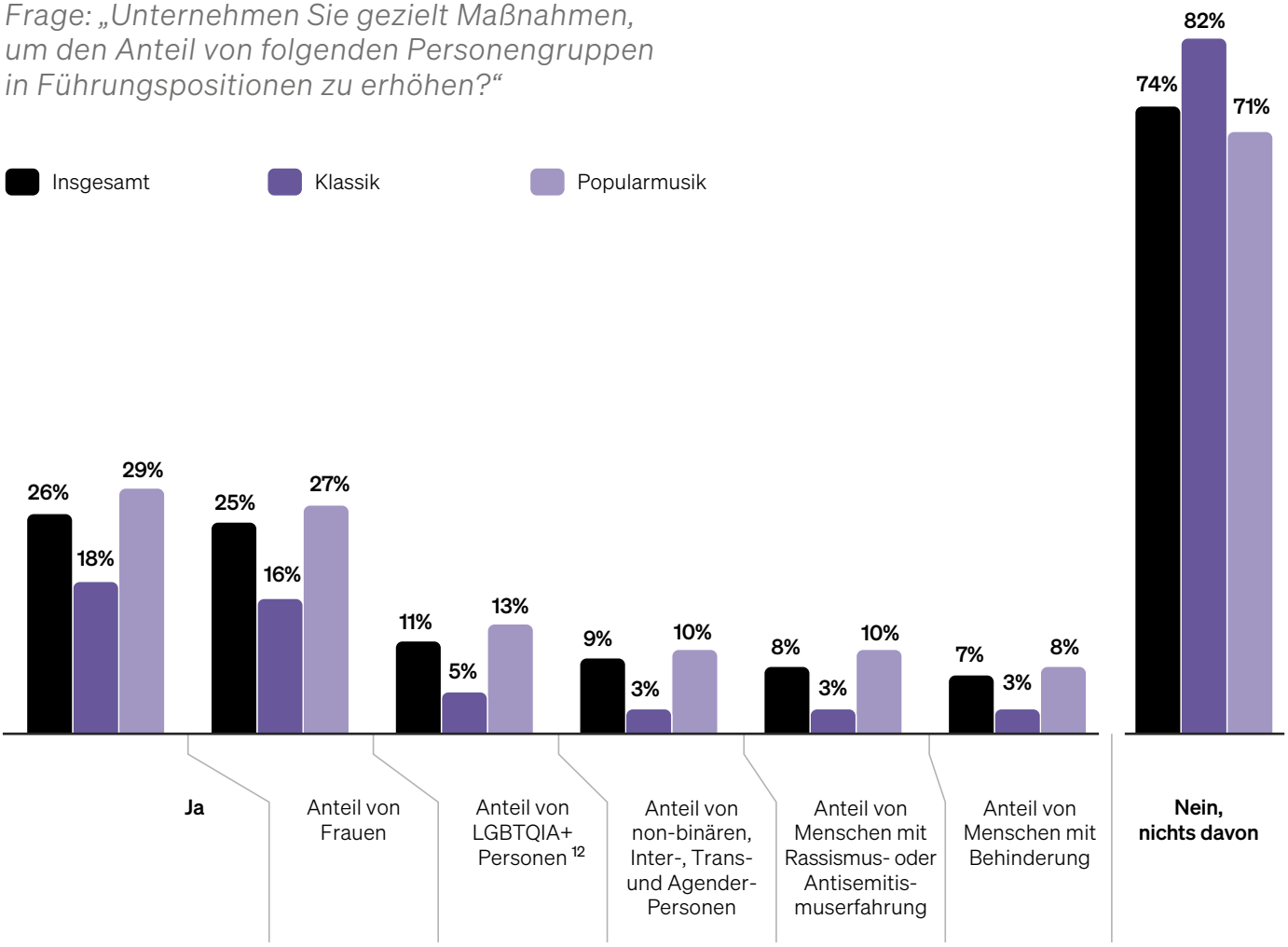


Die Themen Diversität und Inklusion gewinnen zunehmend an Bedeutung – insbesondere mit Blick auf die Geschlechterverteilung und die Repräsentation marginalisierter Gruppen in Führungspositionen. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass viele Festivals ein wachsendes Bewusstsein für strukturelle Ungleichheiten entwickeln und bereits aktiv Maßnahmen ergreifen, um Vielfalt zu fördern. Ein Viertel der Festivalveranstaltenden unternimmt gezielte Schritte, um den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu erhöhen – in der Popularmusik (27 Prozent) stärker als in der Klassik (16 Prozent). Besonders die Elektroszene zeigt sich mit 40 Prozent engagiert, auch über die Geschlechterfrage hinaus. So geben 21 Prozent der Veranstaltenden von Elektrofestivals an, den Anteil von LGBTQIA+ Personen in Führungspositionen erhöhen zu wollen (insgesamt: 11 Prozent, Popularmusik: 13 Prozent). Zudem setzen sich 10 Prozent der Elektrofestivals aktiv für mehr Inklusion von Menschen mit Behinderung in Führungspositionen ein (insgesamt: 7 Prozent, Popularmusik: 8 Prozent).

Affirmative Action in Führungspositionen

Abbildung 64

Frage: „Unternehmen Sie gezielt Maßnahmen, um den Anteil von folgenden Personengruppen in Führungspositionen zu erhöhen?“



	Ja	Anteil von Frauen	Anteil von LGBTQIA+ Personen [12]	Anteil von non-binären, Inter-, Trans- und Agender-Personen	Anteil von Menschen mit Rassismus- oder Antisemitismuserfahrung	Anteil von Menschen mit Behinderung	Nein, nichts davon
Insgesamt	26%	25%	11%	9%	8%	7%	74%
Klassik	18%	16%	5%	3%	3%	3%	82%
Popular-musik	29%	27%	13%	10%	10%	8%	71%
Alte Musik	6%	6%	x	x	x	3%	94%
Elektro-nische Musik	44%	40%	21%	18%	17%	10%	56%

x = weniger als 0,5 Prozent

[12] Während sich Merkmale wie non-binär, inter, trans oder agender auf die Geschlechtsidentität der Menschen beziehen, welche sich damit identifizieren, umfasst der Sammelbegriff LGBTQIA+ auch sexuelle Orientierung und soll die gesamte Community queerer Menschen in ihrer Vielfalt abdecken. Um hier keine Community oder Diversitätskategorie auszuschließen, wurden beide Gruppen abgefragt, obwohl beide Trans- und Inter-Personen beinhalten.

Affirmative Action: Maßnahmen

Abbildung 65

Frage an Veranstaltende, die gezielte Maßnahmen ergreifen, um den Anteil bestimmter Personengruppen in Führungspositionen zu erhöhen: „Was unternehmen Sie genau?“ (Offene Frage, Mehrfachangaben möglich)

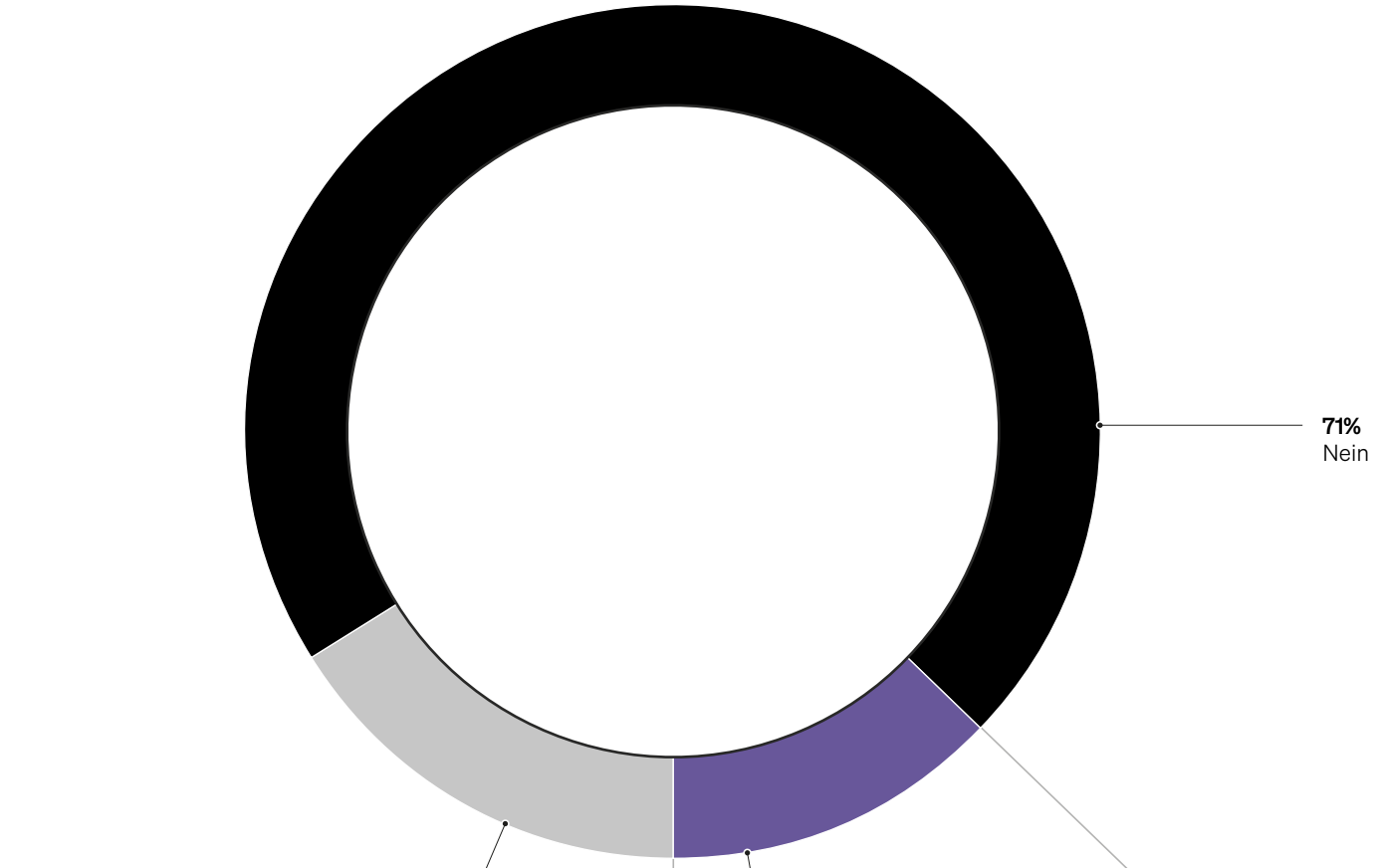
x = weniger als 0,5 Prozent

Das Bestreben, Vielfalt aktiv zu fördern – häufig unter dem Begriff Affirmative Action zusammengefasst – zeigt sich unter anderem durch bevorzugte Einstellungen (35 Prozent) oder gezielte Rekrutierungsmaßnahmen (13 Prozent). Während spezielle Fördermaßnahmen (Empowerment) in 8 Prozent der Fälle zur Anwendung kommen, wird eine Quotenregelung nur selten (4 Prozent) angewandt. Diese Bemühungen führen unter anderem dazu, dass 13 Prozent der Festivals Menschen mit Behinderung beschäftigen, rund ein Drittel davon sogar in leitenden Positionen.

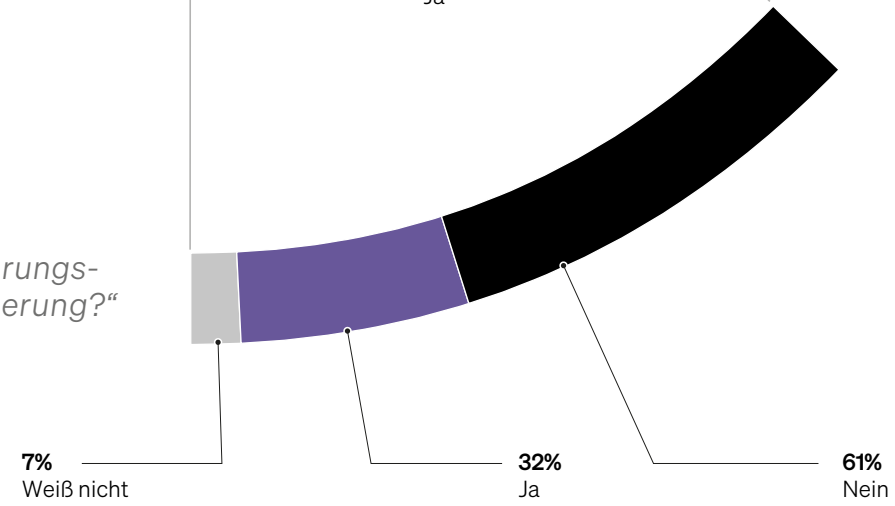
Menschen mit Behinderung hinter der Bühne

Abbildung 66

Frage: „Beschäftigen Sie auch Mitarbeiter:innen mit Behinderung (ganzjährig oder saisonal)?“



Frage: „Arbeiten bei Ihnen in Führungspositionen Menschen mit Behinderung?“



Sicherer Raum für alle: Maßnahmen gegen Diskriminierung

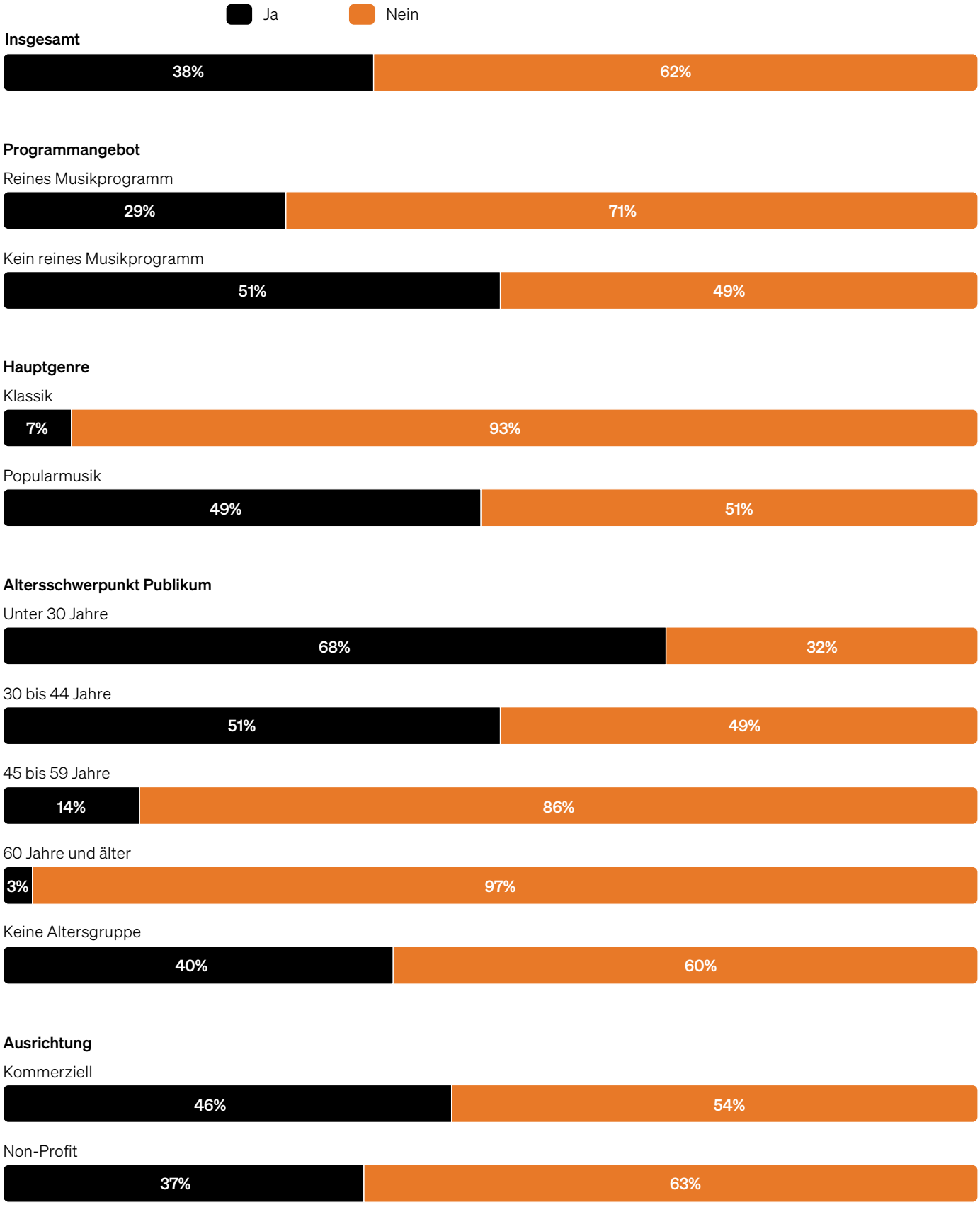
Festivals sind Orte der Begegnung und des kulturellen Austauschs, bei denen unterschiedliche Menschen zusammenkommen, um Musik und Kunst zu erleben. Festivalveranstaltende stehen dabei vor der Aufgabe, einen sicheren und respektvollen Rahmen für alle Besuchende zu schaffen. So sehen 16 Prozent die Umsetzung umfassender Sicherheitsmaßnahmen als große zukünftige Herausforderung bei der Durchführung ihres Festivals. In diesem Zusammenhang gewinnt auch das Thema Diskriminierung zunehmend an Bedeutung. Um Diskriminierung zu vermeiden und auf mögliche Vorfälle schnell und angemessen zu reagieren, können im Vorfeld präventive Maßnahmen wie Awareness-Konzepte und Verhaltenskodizes erarbeitet werden. Darüber hinaus können während des Festivals Awareness-Teams oder spezielle Anlaufstellen für betroffene Besucher:innen zum Einsatz kommen, um ein respektvolles und diskriminierungsfreies Umfeld zu gewährleisten bzw. bei Vorfällen adäquat zu reagieren.

Trotz wachsender Sensibilisierung für das Thema weisen viele Festivals bislang keine festen Strukturen zur Prävention und Bearbeitung von Diskriminierungserfahrungen auf: 62 Prozent der Festivals hatten bei der letzten Ausgabe keine Anlaufstelle für Besucher:innen oder Mitarbeiter:innen, die während des Festivals Diskriminierungserfahrungen (z. B. Rassismus, Antisemitismus, Sexismus) gemacht haben. Lediglich bei Festivals, die nicht aus einem reinen Musikprogramm bestehen (51 Prozent), bei Festivals der Popularmusik (49 Prozent) und bei Festivals, die vor allem ein jüngeres Publikum ansprechen (Altersschwerpunkt unter 30 Jahre: 68 Prozent, 30- bis 44-Jährige: 51 Prozent), sind entsprechende Anlaufstellen deutlich verbreiteter.

Anlaufstellen für Betroffene von Diskriminierung: Auf Klassikfestivals meist nicht vorhanden

Abbildung 67

Frage: „Hatten Sie bei der letzten Ausgabe Ihres Festivals eine Anlaufstelle für Besucher:innen oder Mitarbeiter:innen, die während des Festivals Erfahrungen mit Rassismus, Antisemitismus oder weiteren Diskriminierungsformen gemacht haben?“



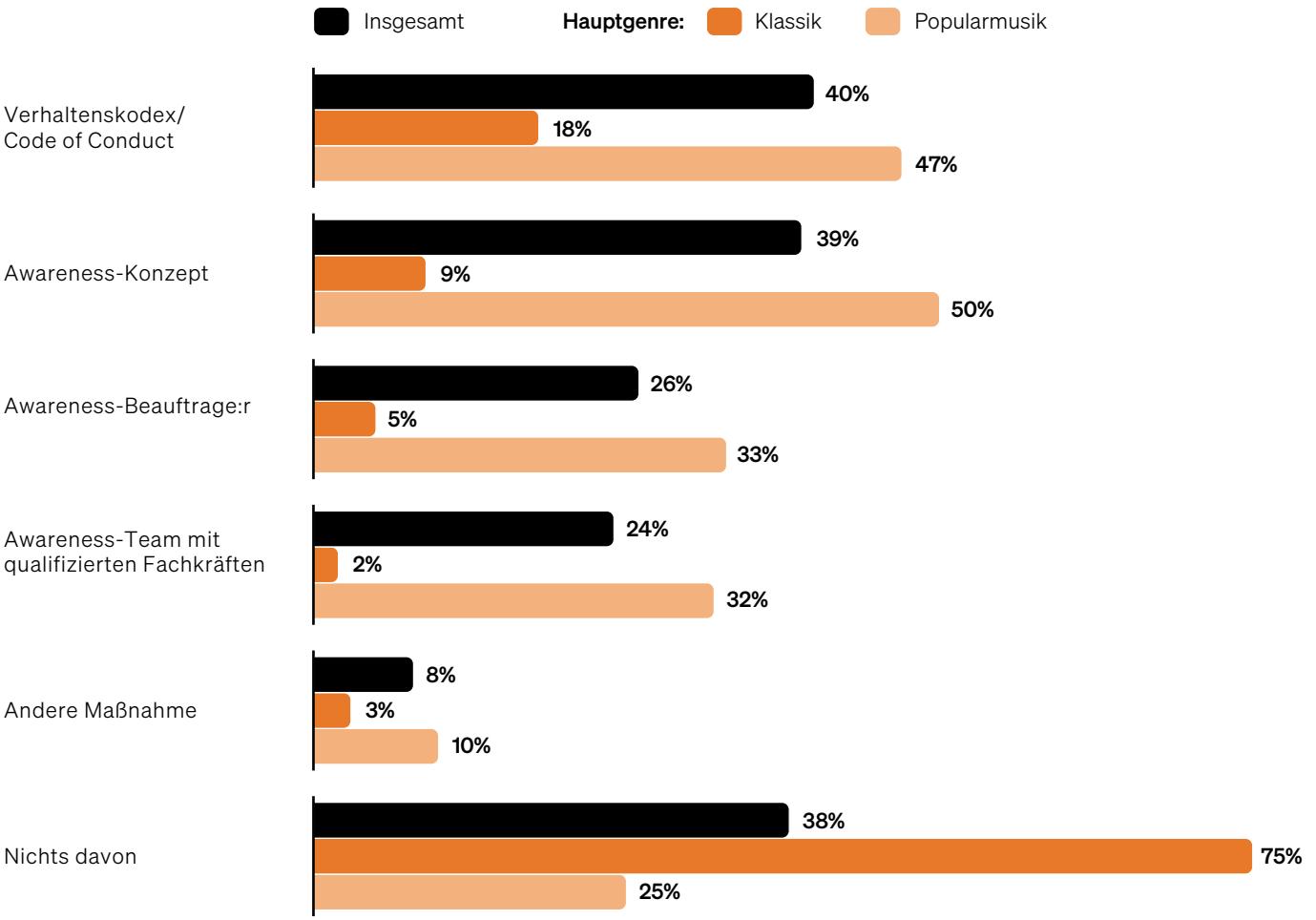
Auch weitere Schutzmaßnahmen für Besucher:innen wie Verhaltenskodizes (40 Prozent), Awareness-Konzepte (39 Prozent), Awareness-Beauftragte (26 Prozent) oder Awareness-Teams mit qualifizierten Fachkräften (24 Prozent) sind nicht durchgängig vorhanden. Vorreiter in diesem Bereich sind erneut Festivals mit einem breiteren Kulturangebot, popularmusikalische Festivals – insbesondere aus den Bereichen Elektronische Musik und Pop – sowie Festivals mit einem jüngeren Publikum. So haben 52 Prozent der Festivals mit der Zielgruppe der unter 30-Jährigen ein Awareness-Team mit qualifizierten Fachkräften und sogar 73 Prozent ein Awareness-Konzept. Eine Mehrheit der Festivals ohne ein solches Awareness-Konzept sieht zumeist keinen Bedarf dafür (59 Prozent). Zudem geben 12 Prozent der Festivalveranstaltenden an, nicht zu wissen, wie ein solches Konzept aussehen soll.

Andere Festivalveranstaltende erkennen zwar die Notwendigkeit eines solchen Konzepts, sehen sich jedoch mit begrenzten Ressourcen konfrontiert – seien es Zeitmangel (25 Prozent) oder fehlende finanzielle Mittel (21 Prozent). Folglich empfinden 24 Prozent auch eine Förderung von Awareness-Arbeit für ihr Festival als besonders wichtig (vgl. Abbildung 43). Stark ausgeprägt ist dieser Wunsch unter Festivals, die ein überwiegend junges Publikum unter 30 Jahren ansprechen (43 Prozent) sowie bei Pop- (44 Prozent) und Elektrofestivals (36 Prozent), also den Festivals, bei denen bereits überdurchschnittlich Awareness-Maßnahmen getroffen werden.

Schutzmaßnahmen für Festivalbesuchende

Abbildung 68

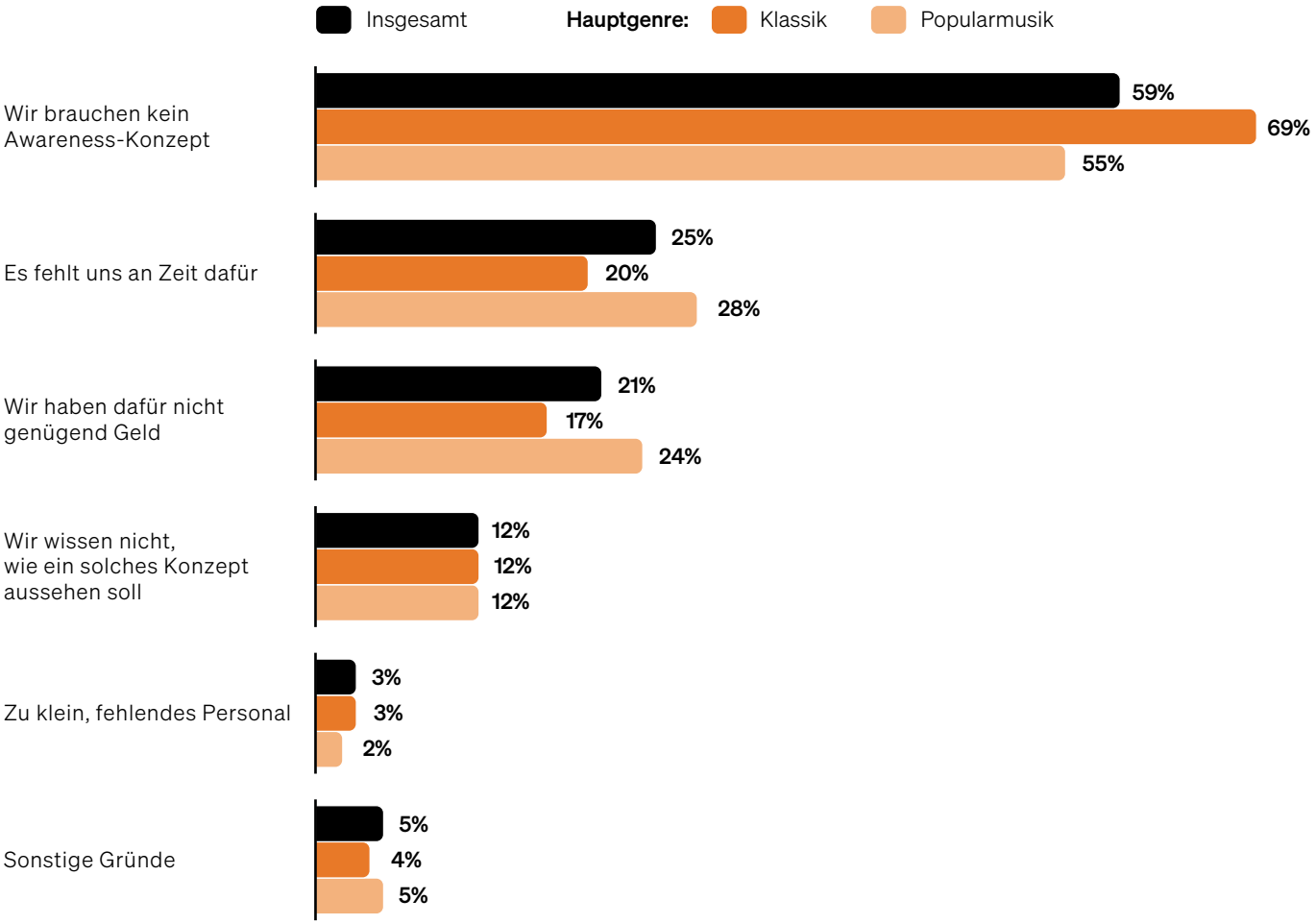
Frage: „Welche der folgenden Maßnahmen zum Schutz der Besucher:innen haben Sie bei Ihrem Musikfestival?“ (Mehrfachangaben möglich)



Awareness-Arbeit: Gründe für fehlende Konzepte

Abbildung 69

Frage an Festivalveranstaltende ohne Awareness-Konzept: „Es kann verschiedene Gründe geben, wieso es kein Awareness-Konzept bei Musikfestivals gibt. Wie ist das bei Ihnen?“ (Mehrfachantworten möglich)



„Es gibt gesetzliche Vorgaben, zum Beispiel das Einhalten von Brandschutzverordnungen oder ein Sicherheitskonzept. Genauso könntest du natürlich auch Vorgaben zu Sicherheitskonzepten machen, welche nicht nur auf die körperliche Unversehrtheit, sondern auch auf die psychische Unversehrtheit abzielen. Und wenn diese verpflichtend wären, sollte es auch Möglichkeiten der Subvention dafür geben.“

Awareness-Expert:in für die Veranstaltungsbranche

Neben der Awareness-Arbeit und dem Schutz der Besucher:innen rückt auch das Thema Inklusion zunehmend in den Fokus – insbesondere mit Blick auf Menschen mit Behinderung. Nur 6 Prozent der Festivalveranstaltenden geben an, keine der abgefragten Maßnahmen oder Angebote für Menschen mit Behinderung anzubieten (Klassik: 13 Prozent, Popularmusik: 5 Prozent). Außerdem halten 25 Prozent eine Förderung von Maßnahmen zur Barrierefreiheit für ihr Festival für besonders wichtig (Klassik: 10 Prozent, Popularmusik: 30 Prozent, vgl. Abbildung 43). Zu den weit verbreiteten Inklusionsmaßnahmen gehören barrierefreie Sanitäranlagen (72 Prozent, Klassik: 45 Prozent, Popularmusik: 81 Prozent), kostenfreie Eintritte für Begleitpersonen (67 Prozent, Klassik: 61 Prozent, Popularmusik: 69 Prozent) sowie barrierefreie Wegführungen auf den Festivalgeländen (55 Prozent, Klassik: 51 Prozent, Popularmusik: 56 Prozent). Klassikfestivals bieten häufiger (43 Prozent) erhöhte Podeste oder spezielle Rollstuhlplätze an (Popularmusik: 30 Prozent).

„Wir haben 32 Spielstätten. Da haben wir es oft nicht in der Hand – einfach baulich, architektonisch. Aber ich muss auch sagen, dass das nicht in besonderem Maße auf dem Schirm war. Nächstes Jahr haben wir ein größeres inklusives Projekt, bei dem wir uns zu den Themen Inklusivität und Barrierefreiheit beraten lassen. Das ist ein Thema, das ich allgemein nicht als besonders etabliert sehe, jedenfalls im klassischen Festivalbereich."

Veranstalter:in eines Klassikfestivals

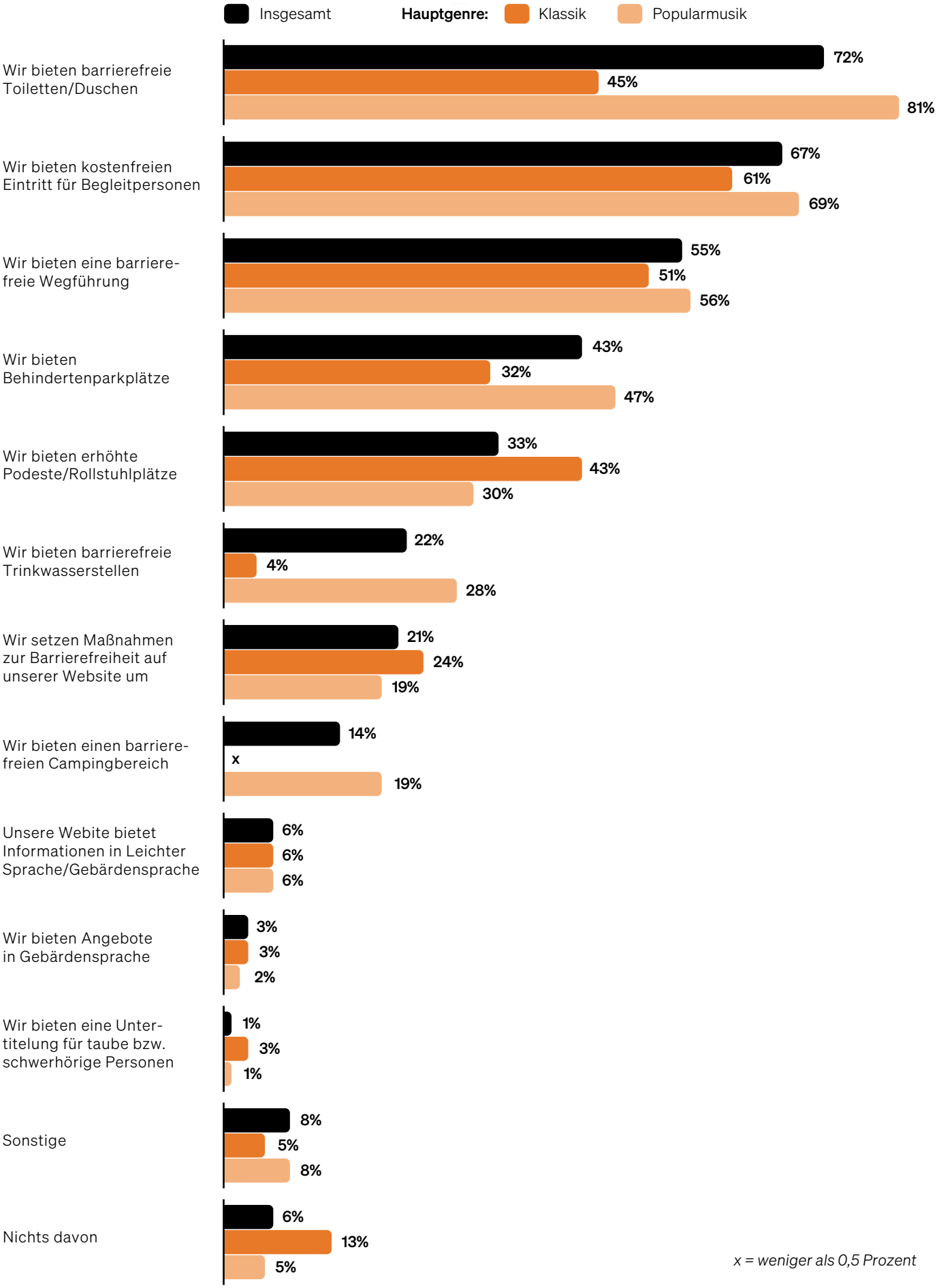
„Grundsätzlich haben wir den Anspruch, unser Festival für alle zu gestalten. Das Hauptgelände ist barrierefrei, allerdings grenzt unser Gelände an einen Badesee, wo sich ebenfalls eine kleine Bühne befindet. Der Untergrund ist sandig, es ist sehr hügelig. Wenn Gäste mit einer Gehbehinderung zu uns kommen, ist das ein Problem. Gäste mit Behinderung können grundsätzlich immer kostenfrei eine Begleitperson mitbringen, aber das stößt natürlich an seine Grenzen. Es ist bitter, aber es ist eine Budget-frage: Wir haben nicht die Mittel, unser Gelände komplett barrierefrei zu gestalten – insbesondere in der kurzen Zeit. Das wäre auch nicht nachhaltig. Wir müssen unsere Bauten am Ende wieder zurückbauen."

Lara Speitmann, Leiterin Wasted in Jarmen

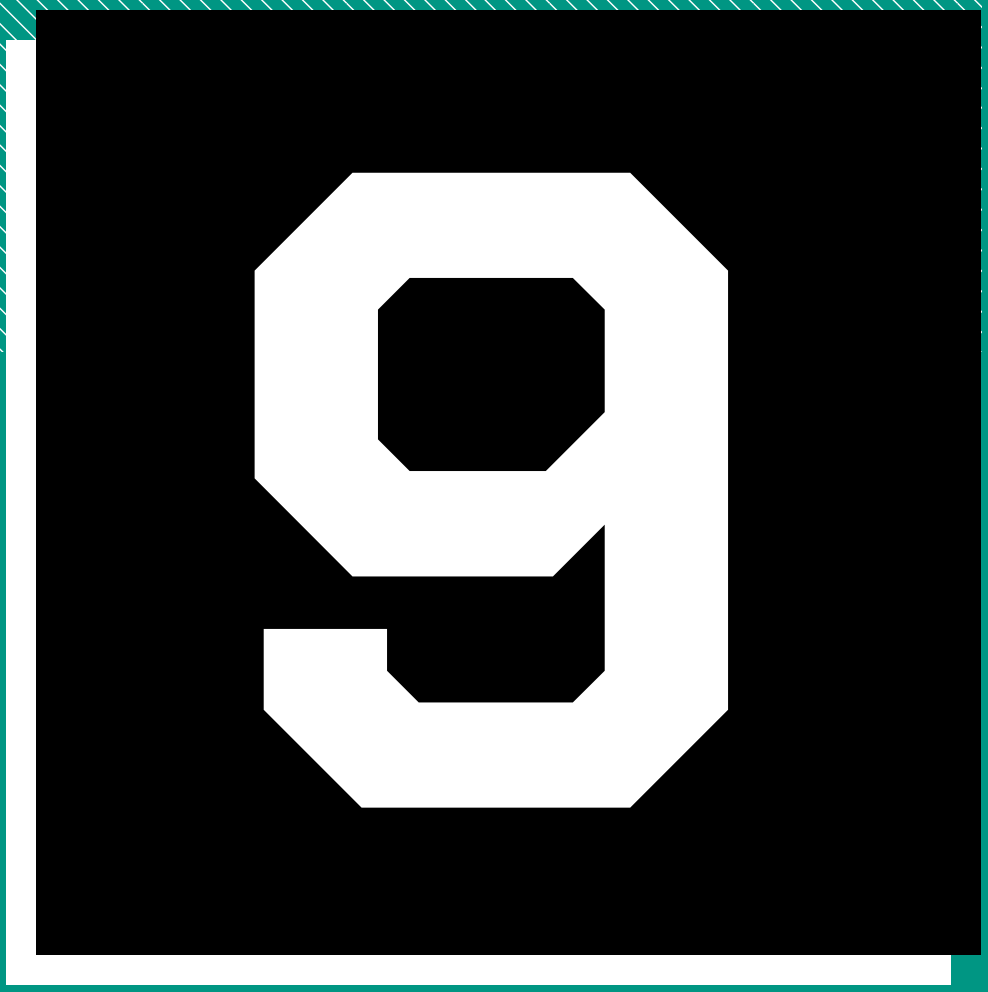
Inklusive Maßnahmen für den Abbau von Barrieren

Abbildung 70

Frage: „Bitte geben Sie an, welche Maßnahmen und Angebote Sie im Rahmen Ihres Musikfestivals für Menschen mit Behinderungen betreiben.“ (Mehrfachangaben möglich)



x = weniger als 0,5 Prozent



Nachhaltigkeit: zwischen Bewusstsein und Umsetzung

Festivals sind nicht nur kulturelle Begegnungsorte, sondern oft auch temporäre Großveranstaltungen mit erheblichem Ressourcenverbrauch. 19 Prozent der Festivalveranstaltenden sehen in der Minimierung der ökologischen Belastungen eine zentrale zukünftige Herausforderung für ihr Festival. Weitere 14 Prozent gehen davon aus, dass der Transport der Besucher:innen in Zukunft eine große Rolle spielen wird. 6 Prozent glauben zudem, dass auf sie ein höherer Aufwand bei der Müll- und Abfallentsorgung zukommen wird. Themen wie Müllvermeidung, Energieeffizienz, nachhaltige Mobilität und umweltfreundliche Infrastruktur stehen also im Fokus. Während einige Festivals bereits umfassende Konzepte zur Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks entwickelt haben, stehen andere noch vor großen Herausforderungen bei der Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen.

Mehr als die Hälfte der Festivals in Deutschland (56 Prozent) verfolgt bereits ein Konzept oder eine Strategie für ökologische Nachhaltigkeit. Der Anteil steigt mit der Größe (sowohl bezogen auf die Einnahmen als auch auf die Anzahl der Besuche) des Festivals: 78 Prozent der Festivals mit Einnahmen von über einer Million Euro geben an, ein solches Konzept zu haben. Bei Festivals mit mehr als 5.000 und bei solchen mit mehr als 15.000 Besuchen sind es immerhin 65 Prozent. In der Popularmusik (62 Prozent) sind Nachhaltigkeitskonzepte zudem deutlich verbreiteter als in der Klassik (38 Prozent).

Die häufigsten Gründe für das Fehlen eines Nachhaltigkeitskonzepts sind erneut Zeit- und Ressourcenmangel: 48 Prozent der Veranstaltenden geben an, keine Kapazitäten für die Entwicklung eines solchen Konzepts zu haben, 45 Prozent fehlt es an finanziellen Mitteln, 32 Prozent sehen keinen Bedarf und 17 Prozent wissen nicht, wie ein solches Konzept aussehen soll. Ein Bewusstsein für die Notwendigkeit eines solchen Konzepts ist also durchaus vorhanden, auch wenn es nicht überall in die Praxis umgesetzt wird bzw. werden kann. Folglich halten 39 Prozent für ihr Festival eine Förderung für Nachhaltigkeitsmaßnahmen für besonders wichtig (vgl. Abbildung 43). Besonders ausgeprägt ist dieser Wunsch bei großen Festivals mit mehr als 15.000 Besuchen (62 Prozent) bzw. mit hohen Einnahmen (bis 1 Million Euro: 56 Prozent, mehr als 1 Million Euro: 61 Prozent).

Neben einem Konzept für ökologische Nachhaltigkeit gibt es noch weitere Maßnahmen, die Festivalveranstaltende ergreifen können. So haben 23 Prozent der Festivalveranstaltenden oder ihrer Mitarbeiter:innen bereits eine Fortbildung zu ökologischer Nachhaltigkeit absolviert. Bei Festivals mit Einnahmen über einer Million Euro ist es sogar jede:r Zweite, bei Festivals mit mehr als 15.000 Besuchen immerhin 40 Prozent. Zudem steigt mit der Festivalgröße auch die Wahrscheinlichkeit, dass ein:e Nachhaltigkeitsbeauftragte:r benannt oder eine Klimabilanz erstellt wird.

Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit

Abbildung 71

Frage: „Sie sind nun beim letzten Teil angelangt, in dem es um ökologische Nachhaltigkeit geht. Welche der folgenden Punkte treffen auf Ihr Musikfestival zu?“

	Festivals insgesamt	Größe				Hauptgenre		Ausrichtung	
		Kleinst	Klein	Mittel	Groß	Klassik	Popular-musik	Kom-merziell	Non-Profit
Wir verfolgen ein Konzept/ eine Strategie für ökologische Nachhaltigkeit	56%	57%	50%	65%	65%	38%	62%	71%	53%
Ich oder Mitglieder meines Teams haben Fortbildungen zu Fragen der ökologischen Nachhaltigkeit besucht	23%	19%	21%	27%	40%	19%	24%	25%	23%
Wir haben eine:n Nachhaltigkeits-beauftragte:n für unser Festival	14%	8%	13%	18%	31%	8%	15%	17%	13%
Wir erstellen eine Klimabilanz für unser Festival	7%	4%	6%	9%	20%	7%	8%	8%	9%

Wir wollten bis 2030 klimaneutral sein – da hat die Pandemie auch nicht geholfen. Autos sind die CO2-Killer, da haben wir noch zu viele von. Auch das Bewusstsein der Fans ist hier noch zu autolastig. Wir hoffen auf ein besseres ÖPNV-Angebot. Hier stoßen wir teilweise an unsere Grenzen. Wir möchten in Wacken einen Wind- und Solarpark errichten, aber die Genehmigungsprozesse dauern Jahre. Bis zur Genehmigung vergehen fünf, sechs Jahre – und dann musst du ja alles noch bauen.

Holger Hübner, Veranstalter Wacken Open Air

„Unser eigenes Monitoring und alle Studien zeigen, dass der größte Aspekt die Anreise des Publikums ist. Das können wir nicht direkt beeinflussen. Wir haben umfangreiche ÖPNV-Kooperationen und andere symbolische Aktionen wie Fahrradkonzerte. Uns ist die Nachhaltigkeitskommunikation ebenfalls wichtig.“

Steven Walter, Intendant Beethovenfest Bonn

Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit: Gründe für fehlende Konzepte

Abbildung 72

Frage an Festivalveranstaltende ohne Nachhaltigkeitskonzept: „Es kann verschiedene Gründe geben, wieso es kein Konzept für ökologische Nachhaltigkeit bei Musikfestivals gibt. Wie ist das bei Ihnen?“

	Insgesamt	Hauptgenre	
		Klassik	Popularmusik
Es fehlt uns an Zeit dafür	48%	38%	53%
Wir haben dafür nicht genügend Geld	45%	37%	50%
Wir brauchen kein Konzept für ökologische Nachhaltigkeit	32%	46%	26%
Wir wissen nicht, wie ein solches Konzept aussehen soll	17%	11%	20%
Zu klein, fehlendes Personal	4%	4%	4%
Sonstige Gründe	12%	10%	13%

Konkrete Maßnahmen zur Förderung der ökologischen Nachhaltigkeit setzen bereits 85 Prozent der Festivals um. Besonders häufige Maßnahmen betreffen dabei die Themenfelder Materialien/Abfall (70 Prozent) sowie Catering/Gastronomie (63 Prozent), in denen bereits eine absolute Mehrheit der Festivals konkrete Schritte unternimmt. Darauf folgen Maßnahmen im Bereich der Mobilität der Besucher:innen (42 Prozent) und beim Energieverbrauch (39 Prozent). Auffällig ist, dass kommerziell ausgerichtete Festivals solche Maßnahmen häufiger umsetzen als Non-Profit-Festivals. Ein weiterer Unterschied wird zwischen Festivals der Klassik und der Popularmusik deutlich: Klassikfestivals legen einen stärkeren Fokus auf die Bereiche Materialien/Abfall (55 Prozent), Mobilität der Musiker:innen/Crew (43 Prozent) und Catering/Gastronomie (40 Prozent). Bei Festivals der Popularmusik steht zwar ebenfalls das Thema Materialien/Abfall (75 Prozent) an erster Stelle, der Bereich Catering/Gastronomie wird mit 70 Prozent aber als fast ebenso wichtig bewertet und anstelle der Mobilität von Crew und Musiker:innen nimmt die Mobilität der Besucher:innen (44 Prozent) den dritten Platz ein.

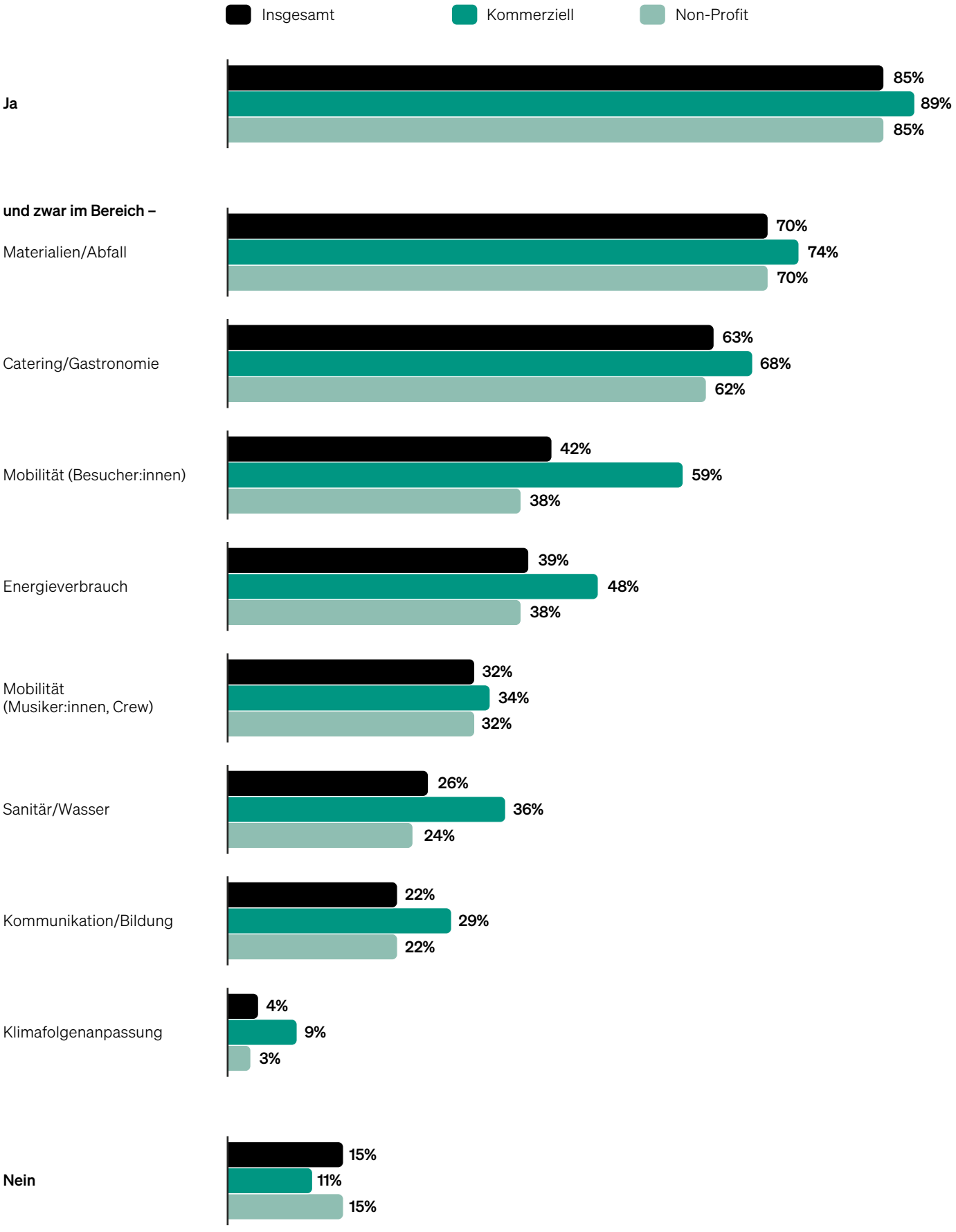
„Wir haben ein Klimaschutzgesetz in Deutschland. Wir haben einen EU Green Deal. Das betrifft auch die Veranstaltungsbranche und trotzdem wissen wir nicht, was das eigentlich heißt. […] Ich finde, das ist ein Übersetzungsproblem. Das finde ich sehr schade, weil ich mir diese Klarheit und diese Orientierung und diese Struktur auch wünsche und weil ich glaube, dass sich dann mehr tun würde."

Nachhaltigkeitsberater:in für die Veranstaltungsbranche

Maßnahmen für mehr ökologische Nachhaltigkeit

Abbildung 73

Frage: „Unternehmen Sie Maßnahmen für mehr ökologische Nachhaltigkeit in einem oder mehreren der folgenden Bereiche?“ (Mehrfachangaben möglich)

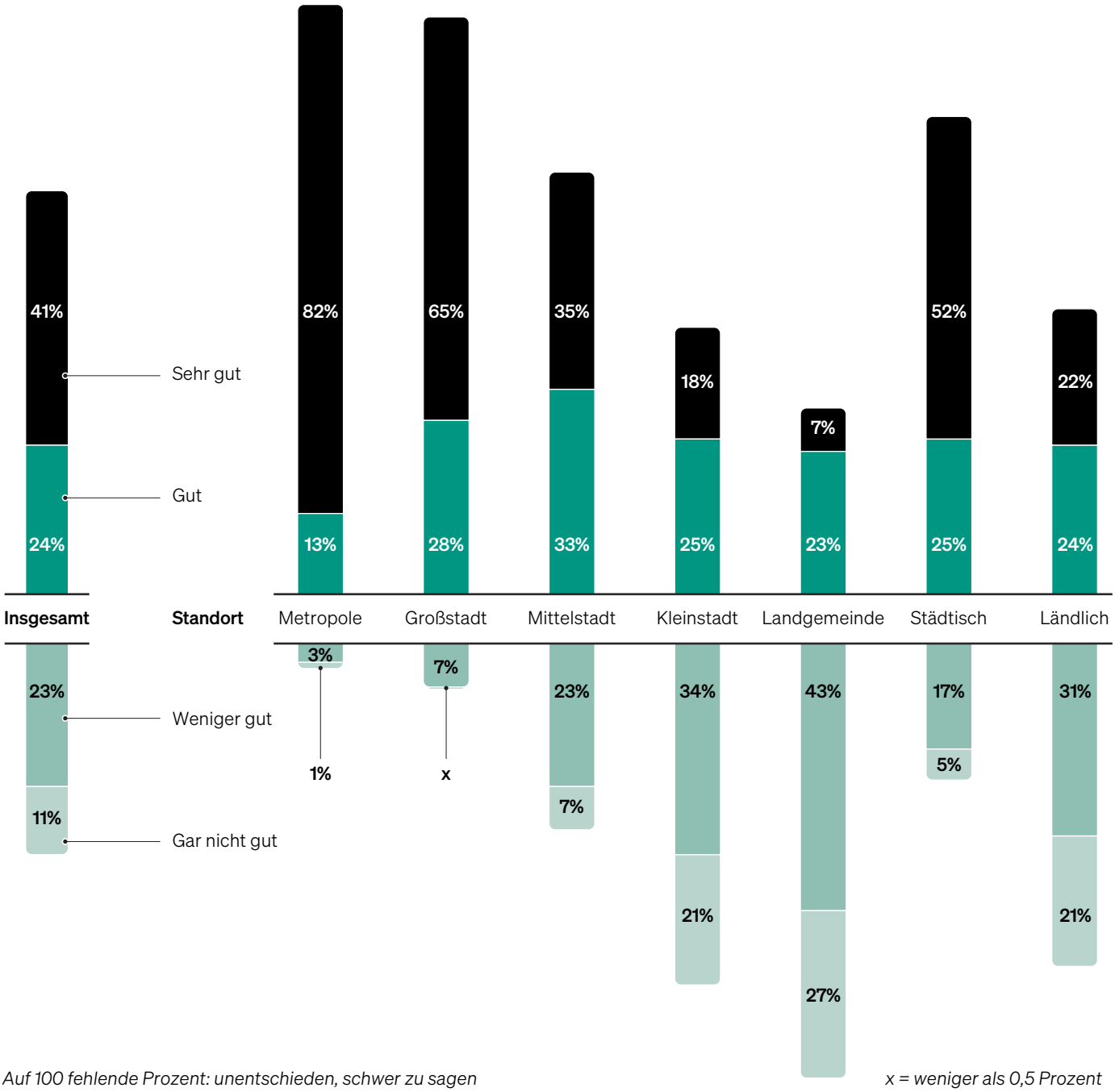


Die Implementierung nachhaltiger Maßnahmen zeigt, dass viele Festivals bereits in verschiedenen Bereichen wie Abfallmanagement, Catering und Mobilität aktiv werden, um ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Besonders im Bereich der Mobilität stellt sich aus Nachhaltigkeitsaspekten die Frage, wie gut Festivals in Deutschland mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind. Denn eine gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr ist nicht nur entscheidend für die Reduzierung des CO2-Ausstoßes, sondern trägt auch dazu bei, das Festival für breitere Besuchendengruppen zugänglich zu machen. Die Erreichbarkeit von Festivals über den öffentlichen Nah- und Fernverkehr wird insgesamt als positiv eingeschätzt: 41 Prozent der Veranstaltenden geben an, dass ihr Festival sehr gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar ist, weitere 24 Prozent attestieren sich eine gute Anbindung. Allerdings zeigen sich deutliche Unterschiede je nach geografischer Lage des Festivals. In städtischen Regionen – etwa in Metropolen und Großstädten – stellen öffentliche Verkehrsanbindungen in der Regel kein Problem dar. Im ländlichen Raum jedoch, insbesondere in Klein-

Mit dem ÖPNV zum Festival: Probleme im ländlichen Raum

Abbildung 74

Frage: „Wie gut ist Ihr Festival mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen?“



Auf 100 fehlende Prozent: unentschieden, schwer zu sagen

x = weniger als 0,5 Prozent

städten und Landgemeinden, ist die Erreichbarkeit häufig eingeschränkt: 55 Prozent der Festivals in Kleinstädten und sogar 70 Prozent der Festivals in Landgemeinden geben an, dass sie weniger gut bzw. gar nicht gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind. Wenig überraschend ist, dass der Wunsch nach einer Förderung der An- und Abreise von Besucher:innen mit öffentlichen Verkehrsmitteln in Landgemeinden (39 Prozent) und Kleinstädten (35 Prozent) stärker ausgeprägt ist als in Mittel- (30 Prozent), Großstädten (28 Prozent) oder Metropolen (18 Prozent).

„Ansonsten sind Müll und Wasser große Themenkomplexe. Mobilität, insbesondere der An- und Abreiseverkehr des Publikums hat ein großes Gewicht. Wir haben eine CO2-Bilanzierung gemacht. Obwohl unser Festival sehr gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen ist, hatten Emissionen im Zusammenhang mit der Mobilität von Gästen einen sehr großen Anteil an unseren Gesamtemissionen. Dann möchte ich gar nicht wissen, wie das erst für die Festivals aussieht, die wirklich nur mit dem Auto zu erreichen sind."

Petra Irmscher, Mitveranstalterin U&D Würzburg

„Für mich sind die drei Hauptbereiche ökologischer Nachhaltigkeit die Energieversorgung, das Entsorgungsmanagement und die An- und Abreise. Letzteres betrifft den Produktionsverkehr, aber vor allem unsere Gäste. Wir freuen uns über jeden Gast, der mit der Bahn oder anderen nachhaltigen Verkehrsmitteln anreist."

Benjamin Hetzer, Director Festival Management FKP Scorpio

10

Kooperationspartner:innen: Umgang mit Sponsor:innen, regionale Eingebundenheit und Verhältnis zu kommunalen Behörden

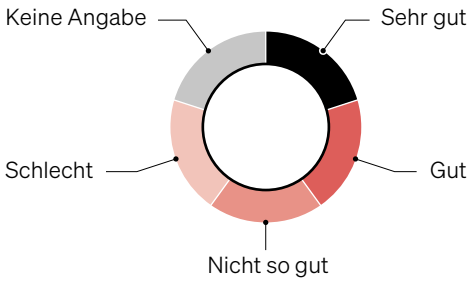
Der Umgang mit Sponsor:innen, die regionale Verankerung sowie das Verhältnis zu kommunalen Behörden sind Faktoren, die den Erfolg und die Durchführung von Festivals beeinflussen. Sponsor:innen tragen nicht nur zur finanziellen Absicherung der Festivals bei, sondern können auch eine Rolle bei der Bekanntmachung und Vermarktung der Veranstaltung spielen. Gleichzeitig sind Festivals oft eng mit ihrer jeweiligen Region verbunden – sei es durch Kooperationen mit lokalen Unternehmen, Kultureinrichtungen oder gemeinnützigen Organisationen. Zudem ist die Zusammenarbeit mit kommunalen Behörden unverzichtbar, um die organisatorischen und logistischen Anforderungen zu erfüllen und die rechtlichen Rahmenbedingungen für Festivals zu sichern, sei es bei Genehmigungen, Sicherheitskonzepten oder der Infrastruktur, die oft in enger Zusammenarbeit mit lokalen Behörden geplant und umgesetzt werden müssen. 27 Prozent der Festivalveranstaltenden sehen in der Erfüllung behördlicher Auflagen und Anforderungen eine zentrale Herausforderung bei der künftigen Durchführung ihres Festivals.

Bei der Bewältigung dieser Herausforderung können die Festivalveranstaltenden von den durchweg positiv beschriebenen Beziehungen zu den verschiedenen Institutionen vor Ort profitieren. Fast die Hälfte (49 Prozent) berichtet von einem sehr guten und weitere 40 Prozent von einem guten Verhältnis zu den Ansprechpartner:innen der kommunalen Verwaltung, etwa dem Ordnungsamt oder dem Bauamt. Auch das Verhältnis zu Polizei und Feuerwehr wird von 43 Prozent als sehr gut und von 34 Prozent als gut bewertet. Ein relativ hoher Anteil der Veranstaltenden (21 Prozent) macht hier keine Angaben. Die positive Bilanz wird durch das Verhältnis zu lokalen Politiker:innen abgerundet: 41 Prozent bewerten dieses als sehr gut, 40 Prozent als gut.

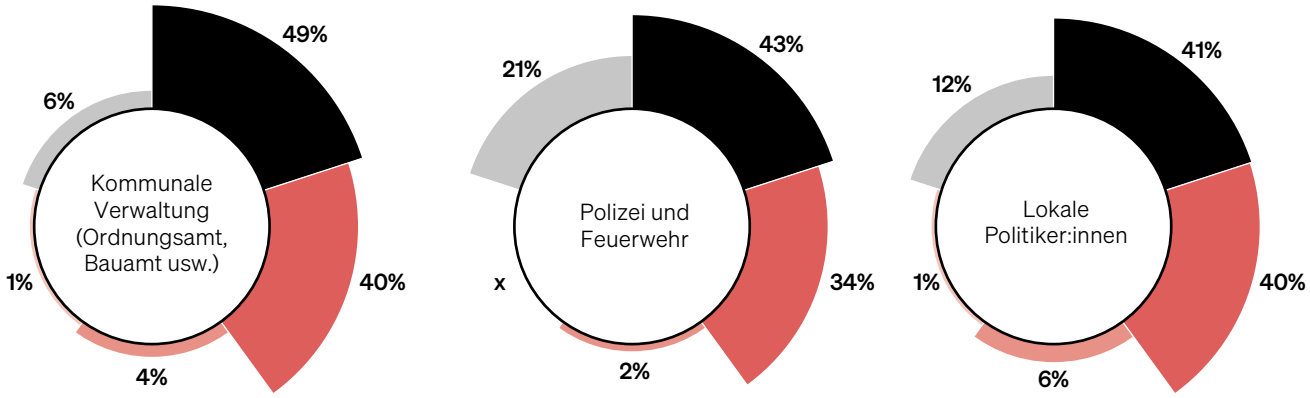
Meist (sehr) gutes Verhältnis zwischen Festivals und Kommunen

Abbildung 75

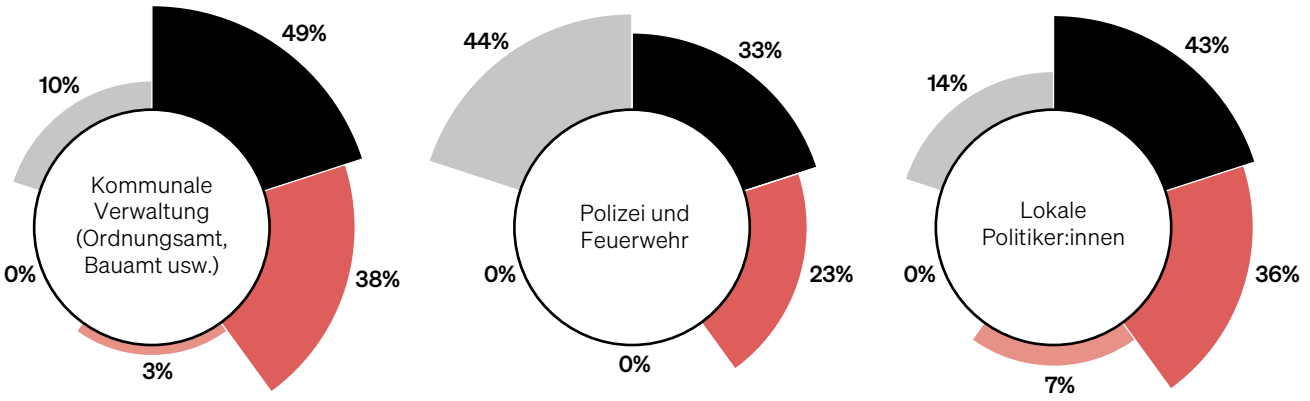
Frage: „Wie würden Sie alles in allem Ihr Verhältnis zu den folgenden Institutionen der Stadt/ Kommune beschreiben, in der Ihr Festival hauptsächlich stattfindet bzw. mit der Sie am meisten in Kontakt stehen?“



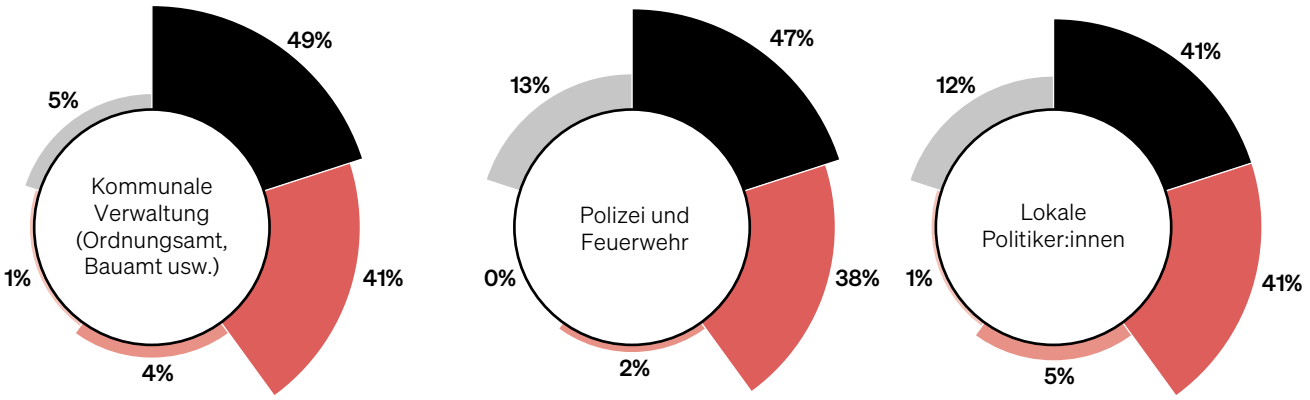
Insgesamt



Klassik



Popularmusik



x = weniger als 0,5 Prozent

„Die Stadt bekennt sich zum Moers Festival. Die Gesamtsituation ist aber im Umbruch.“

Tim Isfort, Leiter Moers Festival

Fast alle Festivals sind auf irgendeine Weise mit der Region verbunden, in der sie stattfinden. So geben 80 Prozent der Veranstaltenden an, mit regionalen Dienstleistungsunternehmen zusammenzuarbeiten. Rund zwei Drittel kooperieren zudem mit gemeinnützigen bzw. karitativen Einrichtungen (66 Prozent) oder mit anderen Kultureinrichtungen (65 Prozent). Dass 59 Prozent der Festivalveranstaltenden Menschen aus der Gemeinde in die Organisation einbeziehen, unterstreicht nicht nur das gute Verhältnis zu Kommunen und Lokalpolitiker:innen, sondern auch die zentrale Bedeutung des Ehrenamts für viele Veranstaltungen, die bei Festivals im ländlichen Raum deutlich stärker ist als im urbanen Raum. Generell zeigen sich große Unterschiede in der Vernetzung zwischen städtischen und ländlichen Festivals: Während urbane Festivals verstärkt mit anderen Kulturakteur:innen (66 Prozent) und Bildungseinrichtungen (40 Prozent) zusammenarbeiten, setzen Festivals im ländlichen Raum stärker auf Kooperationen mit regionalen Dienstleistungsunternehmen (86 Prozent), gemeinnützigen bzw. karitativen Organisationen (72 Prozent) sowie die direkte Einbindung der Menschen vor Ort (74 Prozent). Zudem haben sie weit häufiger als städtische Festivals ein kulturelles Alleinstellungsmerkmal in der Region.

„Wir haben zum Glück mittlerweile ein so gutes Standing, dass die Stadt nicht möchte, dass wir aufgrund finanzieller Engpässe aufgeben müssen und haben tatsächlich nochmal eine Erhöhung der institutionellen Förderung bekommen. Der Bezirk steuert auch Mittel bei, also Landesmittel.“

Petra Irmscher, Mitveranstalterin U&D Würzburg

Regionale Verbundenheit auf dem Land stärker ausgeprägt

Abbildung 76

Frage: „Inwiefern ist Ihr Festival mit der Region verbunden?“

	Festivals insgesamt	Standort		Ausrichtung	
		Städtisch	Ländlich	Kommerziell	Non-Profit
Wir arbeiten mit regionalen Dienstleistungsunternehmen zusammen	80%	78%	86%	91%	78%
Wir kooperieren mit gemeinnützigen oder karitativen Organisationen aus der Region	66%	62%	72%	65%	67%
Wir arbeiten mit anderen Kulturakteur:innen aus der Region zusammen	65%	66%	61%	50%	69%
Wir binden Menschen aus der Gemeinde in die Organisation unseres Festivals ein	59%	50%	74%	59%	58%
Wir arbeiten mit Aushilfskräften aus der Region	41%	40%	41%	63%	35%
Wir arbeiten mit Bildungseinrichtungen aus der Region	40%	40%	36%	27%	45%
Wir sind eines von wenigen Kulturangeboten in der Region	38%	28%	58%	48%	36%
Wir bieten Menschen aus der Gemeinde einen vergünstigten Eintritt	24%	16%	41%	39%	21%
Nichts davon	3%	4%	1%	3%	2%

„Ganz wichtig ist mir die Vernetzung mit der Stadtgesellschaft. Üblicherweise verorten sich viele Klassikfestivals immer noch in einem höheren Bildungssegment. Kulturpolitisch wächst das Interesse, sich in alle möglichen Richtungen zu öffnen. Wir adressieren zum Beispiel unsere Universität und Hochschulen, aber auch migrantische Communities.“

Steven Walter, Intendant Beethovenfest Bonn

Auch die Beziehungen zu Sponsor:innen spielen eine wichtige Rolle, da deren Zuschüsse im Schnitt 10 Prozent der Einnahmen ausmachen (vgl. Abbildung 39). Berücksichtigt man, dass 22 Prozent der Festivals keine Sponsor:innen haben, fällt der tatsächliche Anteil der Einnahmen bei Festivals mit Sponsoring noch etwas höher aus. Bei der Auswahl ihrer Sponsor:innen legen 20 Prozent der Veranstaltenden großen Wert darauf, dass die Partner:innen bestimmte Kriterien erfüllen, die für das Festival von Bedeutung sind.

Um Sponsor:innen an sich zu binden, bieten einige Festivals ihren Fördernden exklusive Benefits an, z. B. die Möglichkeit, mit Ständen oder Produktplatzierungen auf dem Festivalgelände präsent zu sein (49 Prozent). 37 Prozent stellen ihren Sponsor:innen zudem ein bestimmtes Kontingent an VIP-Tickets zur Verfügung. Darüber hinaus kooperieren 36 Prozent der Festivals mit ihren Sponsor:innen bei der Erstellung von Fotos, Videos oder Social-Media-Beiträgen.

Sponsoring auf Festivals: Auswahl und Umgang mit Partner:innen

Abbildung 77

Frage: „Inwiefern ist Ihr Festival mit der Region verbunden?“

	Insgesamt	Ausrichtung	
		Kommerziell	Non-Profit
Wir bieten unseren Sponsoren die Möglichkeit, mit Ständen oder Produktplatzierungen auf dem Festivalgelände präsent zu sein	49%	68%	45%
Wir bieten unseren Sponsoren ein bestimmtes Kontingent an VIP-Tickets	37%	45%	34%
Wir kooperieren mit Sponsoren bei der Erstellung von Fotos, Videos oder Social-Media-Beiträgen	36%	50%	33%
Wir bieten Sponsoren die Möglichkeit, als Exklusivpartner aus einer bestimmten Branche präsent zu sein	36%	52%	31%
Wir bieten für Sponsoren spezielle Events an, z. B. Empfänge oder Führungen	22%	24%	21%
Wir haben einen Katalog bestimmter Kriterien, nach denen wir unsere Sponsoren auswählen	20%	32%	17%
Anderes	2%	1%	3%
Nichts davon	7%	3%	9%
Wir haben keine Sponsoren	22%	15%	23%

11

Ausblick

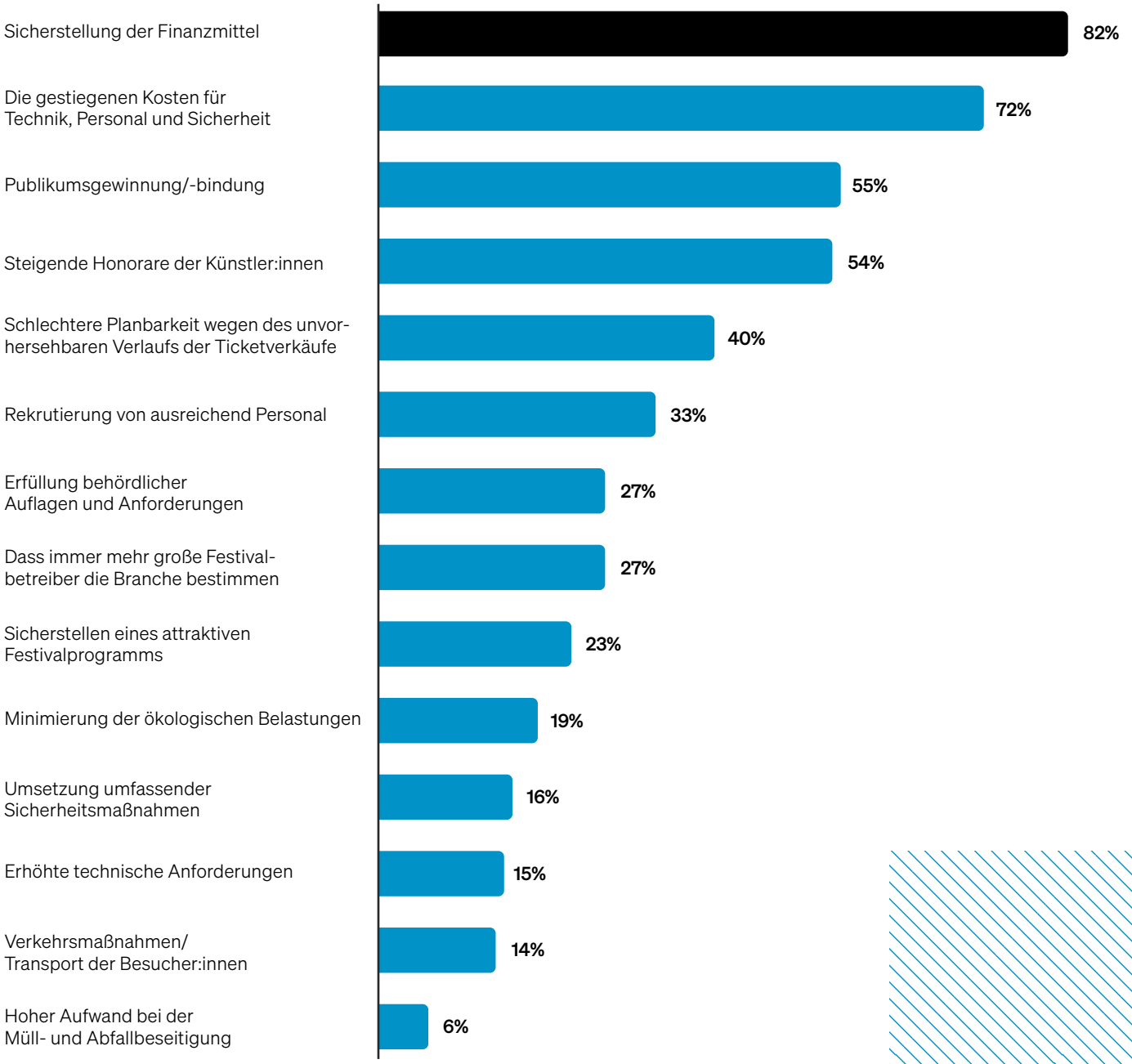
Die Herausforderungen für die Festivallandschaft in Deutschland sind bereits mehrfach im Bericht thematisiert worden. Die Sicherung der Finanzierung steht dabei besonders im Fokus: 82 Prozent der Veranstaltenden betrachten die Finanzierung als eine der größten Herausforderungen. Zudem sehen 72 Prozent die gestiegenen Kosten für Technik, Personal und Sicherheit als bedeutendes Problem, während mehr als die Hälfte (54 Prozent) die steigenden Honorare für Künstler:innen als zentrale Herausforderung einstuft.

Ein weiteres zentrales Thema ist das Publikum. 55 Prozent der Festivalveranstaltenden betrachten die Publikumsgewinnung und -bindung als eine zentrale Aufgabe für die Zukunft. 40 Prozent sehen zudem eine erschwerte Planbarkeit aufgrund unvorhersehbarer Ticketverkäufe. Andere Herausforderungen, wie beispielsweise Nachhaltigkeit oder behördliche Auflagen, werden zwar wahrgenommen, jedoch nicht von der Mehrheit als vorrangig eingestuft.

Zukunftsherausforderungen: Finanzierung im Fokus

Abbildung 78

Frage: „Was sind für Sie – mit Blick auf die Zukunft – die größten Herausforderungen bei der Durchführung Ihres Musikfestivals?“ (Mehrfachangaben möglich)



Reflexion: Musikfestivals im Wandel – Räume für Gegenwart und Zukunft

Die angeführten Herausforderungen spiegeln sich in einer sich wandelnden Festivallandschaft wider, die nicht nur mit wirtschaftlichen Unsicherheiten, sondern auch mit gesellschaftlichen Veränderungen konfrontiert ist. Musikfestivals sind mehr als temporäre Ereignisse. Sie sind lebendige Ausdrucksformen kultureller Praxis, soziale Erfahrungsräume, wirtschaftliche Impulsgeber und nicht zuletzt Orte kollektiver Sinnstiftung. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen in ihrer Breite und Tiefe vor allem eines: Die Festivallandschaft in Deutschland ist so vielfältig wie vielschichtig – sie lebt von Unterschieden, aber auch von einem gemeinsamen Fundament aus Engagement, Kreativität und gesellschaftlicher Verantwortung.

Was in dieser Studie sichtbar wird, ist kein einheitliches Bild – sondern eine dynamische Struktur, die sich je nach Perspektive neu zusammensetzt: Große Festivals mit hunderttausenden Besuchen stehen neben kleinen, ehrenamtlich organisierten Formaten. Alteingesessene Veranstaltungen treffen auf neu gegründete Formate und Experimentierräume. Manche Festivals sind kulturell tief in ihrer Region verwurzelt, andere agieren (auch) global – manche konzentrieren ihr künstlerisches Programm bewusst auf ein musikalisches Genre, andere setzen durch ein genre- und spartenübergreifendes Programm auf stilistische Vielfalt. Diese Heterogenität ist kein Nachteil, sondern vielmehr ein Stärkezeichen eines offenen Kulturraums, in dem unterschiedliche Ansprüche, Zielgruppen und Formate Platz finden.

Gleichzeitig bleibt diese Vielfalt nicht ohne Spannungen. Festivals stehen heute an der Schnittstelle gesellschaftlicher Umbrüche: Demografischer Wandel, Nachhaltigkeit, Diversität, wirtschaftliche Unsicherheit und verändertes Publikumsverhalten fordern neue Antworten. Der Wunsch nach kultureller Teilhabe trifft auf realwirtschaftliche Zwänge. Der Spagat zwischen künstlerischer Eigenlogik und politischer Erwartungshaltung wird spürbar größer. Besonders deutlich wird dabei: Kulturelle Praxis ist immer auch Aushandlung – von Ressourcen, Aufmerksamkeit und Verantwortung. Die Ergebnisse der Festivalstudie verweisen nicht nur auf strukturelle Herausforderungen, sondern auch auf Resilienzen: Trotz Unsicherheiten blicken viele Festivals optimistisch in die Zukunft. Trotz begrenzter Mittel setzen viele Veranstaltende auf Qualität, Vielfalt und Innovation. Trotz komplexer Bedingungen entstehen neue Formate, neue Szenen, neue Allianzen.

Was diese Studie nicht leisten kann – und nicht leisten will – ist eine einfache Bewertung oder eine abschließende Typologie. Vielmehr versteht sie sich als Anstoß zur Reflexion, als Grundlage für eine differenzierte kulturpolitische Debatte – und als Einladung an die Szene selbst, voneinander zu lernen, Allianzen zu stärken und neue Wege zu erproben.

Denn so unterschiedlich Musikfestivals auch sind: Sie teilen eine gemeinsame Rolle – als aktive Gestaltende gesellschaftlicher Wirklichkeit. Sie bringen Menschen zusammen, schaffen Resonanzräume für künstlerische Positionen und bieten Perspektiven für gesellschaftliche Themen, die anderswo zu kurz kommen. Diese Rolle zu erhalten, weiterzudenken und strukturell zu stärken, ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe.

Die Festivalstudie bietet dafür eine belastbare Grundlage. Die Gestaltung der Zukunft bleibt Aufgabe aller.

Anhang

A. Zusammensetzung der Grundgesamtheit und Stichprobe

Regionale Verteilung

Zuordnung der Veranstaltungsorte der Festivals auf die Bundesländer	Umfrage 2024/25 (n = 638)	Grundgesamtheit 2024 (N = 1.764)
Baden-Württemberg	**11,0%**	**10,4%**
Bayern	**19,7%**	**17,2%**
Berlin	**4,2%**	**3,5%**
Brandenburg	**4,2%**	**4,3%**
Bremen	**1,7%**	**1,0%**
Hamburg	**1,3%**	**2,6%**
Hessen	**6,3%**	**6,1%**
Mecklenburg-Vorpommern	**3,4%**	**2,9%**
Niedersachsen	**11,0%**	**10,4%**
Nordrhein-Westfalen	**16,5%**	**18,4%**
Rheinland-Pfalz	**4,2%**	**4,7%**
Saarland	**0,8%**	**0,9%**
Sachsen	**5,0%**	**6,4%**
Sachsen-Anhalt	**3,0%**	**3,2%**
Schleswig-Holstein	**3,1%**	**3,5%**
Thüringen	**2,8%**	**3,1%**
mehrere/wechselnd	**1,7%**	**1,4%**
Gesamt	**100,0%**	**100,0%**

Städtischer/Ländlicher Raum*

Zuordnung der Veranstaltungsorte der Festivals auf den Städtischen/ Ländlichen Raum*	Umfrage 2024/25 (n = 638)	Grundgesamtheit 2024 (N = 1.764)
Ländlicher Raum	**33,5%**	**35,1%**
Städtischer Raum	**61,0%**	**61,6%**
mehrere/wechselnd	**5,5%**	**3,2%**
Gesamt	**100,0%**	**100,0%**

* Gemäß Kriterien des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/deutschland/kreise/staedtischer-laendlicher-raum/kreistypen.html):

Städtischer Raum:

- Kreisfreie Großstädte: Kreisfreie Städte mit mind. 100.000 Einwohner:innen
- Städtische Kreise: Kreise mit einem Bevölkerungsanteil in Groß- und Mittelstädten von mindestens 50 Prozent und einer Einwohner:innendichte von mindestens 150 E./km², sowie Kreise mit einer Einwohner:innendichte ohne Groß- und Mittelstädte von mind. 150 E./km²

Ländlicher Raum:

- Ländliche Kreise mit Verdichtungsansätzen: Kreise mit einem Bevölkerungsanteil in Groß- und Mittelstädten von mindestens 50 Prozent, aber einer Einwohner:innendichte unter 150 E./km², sowie Kreise mit einem Bevölkerungsanteil in Groß- und Mittelstädten unter 50 Prozent mit einer Einwohner:innendichte ohne Groß- und Mittelstädte von mind. 100 E./km²
- Dünn besiedelte ländliche Kreise: Kreise mit einem Bevölkerungsanteil in Groß- und Mittelstädten unter 50 Prozent und Einwohner:innendichte ohne Groß- und Mittelstädte unter 100 E./km²

Stadt- und Gemeindetyp*

Zuordnung der Veranstaltungsorte der Festivals nach Stadt- und Gemeinteypen*	Umfrage 2024/25 (n = 638)	Grundgesamtheit 2024 (N = 1.764)
Großstadt	**34,0%**	**36,1%**
darunter: Metropole**	**18,8%**	**16,9%**
Mittelstadt	**23,5%**	**24,5%**
Kleinstadt	**25,5%**	**24,7%**
Landgemeinde	**11,0%**	**10,8%**
mehrere/wechselnd	**6,0%**	**3,8%**
Gesamt	**100,0%**	**100,0%**

* Gemäß Kriterien des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/deutschland/gemeinden/StadtGemeindetyp/StadtGemeindetyp.html)

Kriterien sind die Größe der Gemeinde (Bevölkerungszahl) und ihre zentralörtliche Funktion. Hat eine Gemeinde innerhalb eines Gemeindeverbandes oder die Einheitsgemeinde selbst mindestens 5.000 Einwohner:innen oder mindestens grundzentrale Funktion, dann wird diese als „Stadt“ bezeichnet. Trifft eine dieser Bedingungen auf den Gemeindeverband bzw. die Einheitsgemeinde nicht zu, dann handelt es sich um eine Landgemeinde.

Die Gruppe der Städte wird des Weiteren wie folgt unterschieden:

- Großstadt: Gemeinde eines Gemeindeverbandes oder Einheitsgemeinde mit mindestens 100.000 Einwohner:innen; diese Städte haben meist oberzentrale Funktion, mindestens jedoch mittelzentrale.
- Mittelstadt: Gemeinde eines Gemeindeverbandes oder Einheitsgemeinde mit 20.000 bis unter 100.000 Einwohner:innen oder oberzentraler Funktion mit mindestens 9.000 Einwohner:innen. Überwiegend haben diese Städte aber eine mittelzentrale Funktion.
- Kleinstadt: Gemeinde eines Gemeindeverbandes oder Einheitsgemeinde mit 5.000 bis unter 20.000 Einwohner:innen oder mindestens grundzentraler mit mittelzentraler Teilfunktion.

** Metropole nach RegioStaR Gem5 – Zusammengefasster Regionalstatistischer Gemeindetyp. Dies sind (Stand 2024) Berlin, Bremen, Dortmund, Dresden, Duisburg, Düsseldorf, Dresden, Essen, Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, Mannheim, München, Nürnberg, Stuttgart.

Verteilung der Genreschwerpunkte

Genreschwerpunkt	Eigene Zuweisung		Fremdzuschreibung				
	Stichprobe (n)	Stichprobe (%)	Stichprobe (n)	Stichprobe (%)	Grundgesamtheit (N)	Grundgesamtheit (%)	Ausschöpfung
Klassik	**152**	**23,8%**	**171**	**26,8%**	**384**	**21,8%**	**44,5%**
davon: Alte Musik	**35**	**5,5%**	**33**	**5,2%**	**66**	**3,7%**	**50,0%**
davon: Neue Musik	**34**	**5,3%**	**46**	**7,2%**	**85**	**4,8%**	**54,1%**
Popularmusik	**455**	**71,3%**	**460**	**72,1%**	**1.359**	**77,0%**	**33,8%**
davon: Jazz	**44**	**6,9%**	**59**	**9,2%**	**162**	**9,2%**	**36,4%**
Kein Genreschwerpunkt	**31**	**4,9%**	**7**	**1,1%**	**21**	**1,2%**	**33,3%**
Gesamt	**638**	**100%**	**638**	**100%**	**1.764**	**100%**	**36,2%**

B. Fragebogen

Der vollständige Fragebogen (PDF) kann über den folgenden Link heruntergeladen und eingesehen werden:
www.miz.org/festivalstudie_fragebogen

Die Fragen und Antwortoptionen wurden in einem interaktiven Format online präsentiert.
Über einen personalisierten Zugangslink erhielten die angeschriebenen Festivalveranstaltenden Zugriff.

Die Erhebung umfasste 82 Fragen, die sich thematisch in folgende Abschnitte gliederten:
Frage 1 bis 8: Einstieg
Frage 9 bis 32: Strukturelles / Rahmendaten
Frage 33 bis 39: Ökonomie von Musikfestivals
Frage 40 bis 49: Beschäftigung
Frage 50 bis 53: Förderung / Sponsoring
Frage 54 bis 58: Ticketing
Frage 59 bis 68: Musikfestivals als Orte kultureller und musikalischer Produktion
Frage 69 bis 77: Musikfestivals als soziale Orte
Frage 78 bis 82: Musikfestivals und ökologische Nachhaltigkeit

Abschließend konnten die Befragten optional Angaben zu ihrer Person machen
(Alter, Geschlecht und Bildungsabschluss).

Impressum

HERAUSGEBENDE

Die Festivalstudie ist eine gemeinsame Veröffentlichung von:

Initiative Musik gGmbH
Friedrichstraße 122, 10117 Berlin
Geschäftsführerin: Katja Lucker, verantw. §55 Abs. 2 RStV
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Prof. Dieter Gorny

Web: www.initiative-musik.de
Mail: mail@initiative-musik.de

Bundesstiftung LiveKultur
c/o VPBy e.V., Am Schloßhof 1, 93087 Alteglofsheim
1. Vorsitzender: Karsten Schölermann, verantw. §55 Abs. 2 RStV

Web: www.bundesstiftung-livekultur.org
Mail: post@bundesstiftung-livekultur.org

Deutscher Musikrat gGmbH / Deutsches Musikinformationszentrum (miz)
Weberstr. 59, 53113 Bonn
Geschäftsführer Deutscher Musikrat gGmbH: Stefan Piendl, verantw. §55 Abs. 2 RStV
Leiter Deutsches Musikinformationszentrum: Stephan Schulmeistrat

Web: www.miz.org
Mail: info@miz.org

REDAKTION

Michael Sommer, Matthias Lorch (IfD Allensbach)
Lisa Andersohn (Initiative Musik)
Karsten Schölermann (Bundesstiftung LiveKultur)
Stephan Schulmeistrat, Timo Varelmann (Deutsches Musikinformationszentrum)
Nelly Welskop

Redaktionsschluss: August 2025

PROJEKTKOORDINATION

Nelly Welskop

GESTALTUNG UND INFOGRAFIK

Anton Delchmann (taramparam.com)

LEKTORAT

Christin Güldemund

DRUCK

Spreedruck GmbH, Berlin
Gedruckt auf 100% Recyclingpapier, zertifiziert mit Blauen Engel

BILDNACHWEIS TITEL

Ana Grave/ Unsplash, eldhose kuriyan/ Unsplash, Maxime Bhm/ Unsplash, Andrey Strizhkov/ Unsplash, bearbeitet

FORSCHUNGSDATEN

Sie haben Interesse an den Forschungsdaten dieser Studie? Kontaktieren Sie uns gerne.

© 2025 Initiative Musik gGmbH, Bundesstiftung LiveKultur, Deutscher Musikrat gGmbH / Deutsches Musikinformationszentrum

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Vervielfältigung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der Herausgebenden unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Musikfestivals sind ein zentraler Bestandteil des kulturellen Lebens in Deutschland. Rund 1.800 Festivals finden regelmäßig statt – von Klassik über Jazz und Pop bis zu Elektronischer Musik.
Die Festivalstudie liefert erstmals eine umfassende und repräsentative Bestandsaufnahme der deutschen Musikfestivallandschaft. Sie zeigt, wo Festivals stattfinden, wie sie organisiert und finanziert werden, wer sie trägt – und vor welchen Herausforderungen sie stehen. Im Fokus stehen dabei ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Rahmenbedingungen ebenso wie Programmvielfalt, künstlerische Arbeit und ehrenamtliches Engagement. Die Ergebnisse machen deutlich: Festivals leisten einen wichtigen Beitrag zur kulturellen Vielfalt, zur Nachwuchsförderung und zum gesellschaftlichen Zusammenhalt – trotz oft schwieriger wirtschaftlicher Bedingungen.