

Økonomisk kortlægning af koncerter i Aarhus



Tekst: Stefan Rasmussen

Udgiver: Arrangørgruppen Aarhus / Promus

Foto: Bertand

Ønsker du yderligere oplysninger om undersøgelsen kontakt:

info@promus.dk

0. Indledning

Effektanalyse af koncerter i Aarhus.

Det primære formål med nærværende undersøgelse er at afdække det *cash flow*, som sker i forbindelse med at gå til koncerter. Rapporten er således en analyse af de økonomiske *spin off*-effekter, som koncerter i Aarhus har for byens erhvervsdrivende. Medtaget i undersøgelsen er *ikke* forbrug til koncerten, ligesom billetkøbet ikke er medregnet. Undersøgelsen afdækker tillige demografiske forhold, publikumstilfredshed samt publikums vurderinger af koncerter betydning for tilhørsforhold til byen.

Et interviewkorps på 17 studerende, fordelt i grupper af 1-6 ved hver koncert, indsamlede i løbet af én uge data via personlige interviews med tilfældigt udvalgte koncertgæster. Interviewene blev afviklet uden for spillestedet samt i foyer og bar, fra dørene åbnedes og til og med aftenens hovednavn gik på.

Undersøgelsen pågik i Aarhus i uge 46, og medregner i alt 14 koncerter

De pågældende koncerter er:

Volbeat, De Eneste To, Midlake, Devil Driver, Stoffer og Maskinen, Bang Bang Brain, Annika Aakjær, The Rumour Said Fire, Duné, Bonaparte, Alphabeat, Melissa Auf Der Mauer, 4 Guys From The Future samt Imogen Heap.

Koncerterne er fordelt på de ordinære spillesteder Studenterhuset, Voxhall, Train, Musikhuset, Musikcaféen samt på arenaen NRG1. I analysen er altså ikke medtaget mindre koncerter på caféer, barer, beboerhuse og klubber.

Koncerterne repræsenterer en "ordinær koncertuge" i Aarhus. Genremæssigt er der en rimelig fordeling mellem rock, indie, pop og hård rock. Dog er jazz, folk og world ikke repræsenteret. Desuden falder Volbeat udenfor kategorien "ordinær koncert", og denne er således undersøgt selvstændigt i Effektanalyse af koncerter i Aarhus Vol. 2 (s. 10)

0.1 Resumé af resultater

Merforbrug i alt til koncerter i uge 46 skønnes at være 2.2 mio. kroner svarende til et gennemsnitsforbrug på 252 kroner per koncertgæst og et totalt publikumsantal på 8807 personer.

Ordinære koncerter

Det totale merforbrug blandt koncertgæster til ordinære koncerter i uge 46 skønnes at være 1.283.469 kroner svarende til et gennemsnitsforbrug på 267 kroner per koncertgæst.

- Gennemsnitsalderen er 28 år
- 52% af koncertgæsterne er i arbejde og 48% er under uddannelse
- Over 50% af koncertgæsterne er i 20'erne.
- 71% er bosat i Aarhus Kommune. Af disse gæster er 43% tilflyttere til byen inden for de seneste 10 år.
- 66.5% af koncertgæsterne går til koncert mindre end en gang om måneden
- 86% af koncertgæsterne vurderer byens musikudbud som tilfredsstillende eller meget tilfredsstillende
- 41% mener, at en koncert i høj grad er anledning til andet forbrug
- 57% mener, at byens musikliv i høj grad er en væsentlig faktor for Aarhus som brand.

Volbeat

Det totale merforbrug til Volbeatkoncerten onsdag den 17. november skønnes at være 932.000 kroner svarende til et gennemsnitsforbrug på 233 kroner per koncertgæst.

- Gennemsnitsalderen er 31 år
- Mænd udgør 59% af gæsterne og kvinder 41%
- 63% af koncertgæsterne er tilrejsende med bopæl uden for Aarhus Kommune
- 77% af koncertgæsterne er i arbejde og 23% er under uddannelse
- 85% går til koncert mindre end en gang om måneden
- 63% af koncertgæsterne vurderer byens musikudbud som tilfredsstillende eller meget tilfredsstillende
- 52% mener, at en koncert i høj grad er anledning til andet forbrug
- 50% mener, at byens musikliv i høj grad er en væsentlig faktor for Aarhus som brand.

Vol. 1: Effektanalyse af ordinære koncerter i Aarhus i uge 46

Til undersøgelsen af ordinære koncerter er interviewet 520 personer, hvilket svarer til godt 11% af det totale publikumsantal, som er på 4807.

1. Demografiske forhold

1.1 Køn og alder

Kønsfordelingen blandt publikum er så godt som ligeligt fordelt med 51% mænd og 49% kvinder, og som det fremgår af tabel 1, er der en klar overvægt af personer i 20'erne blandt koncertgæsterne. Mere end 50% af de adspurgte er i denne aldersgruppe. Gennemsnitsalderen er 27 for kvinder og 29 for mænd.

Tabel 1: Aldersfordeling.

	Procent
Manglende svar	1.5
15-20	15.4
21-25	31.5
26-30	21.7
31-35	9.4
36-40	11.3
41+	9.2
Total	100.0

1.2 Bopæl

Som det ses i tabel 2 er langt størstedelen af koncertgæsterne bosat i Aarhus Kommune. Af de i Aarhus bosatte gæster er hele 43% tilflyttere til byen inden for de seneste 10 år.

Tabel 2: Bopæl

	Procent
Aarhus Kommune	71
Østjylland	13
Øvrige Jylland	13
Øvrige Danmark	3
Total	100

1.3 Beskæftigelse

Om koncertgæsters beskæftigelse gælder en næsten ligelig fordeling mellem at være i arbejde og at være under uddannelse. Dette hænger tæt sammen med pkt. 1.1 og det store antal gæster blandt personer i 20'erne, hvor man typisk er under uddannelse.

Tabel 3: Beskæftigelse

	Procent
Arbejder	52
Studerende	48

2. Koncerthyppighed

2.1 Koncerthyppighed i alt

Som det fremgår af tabel 4, er det at tage til koncert i altoverskyggende grad *ikke* en månedlig hændelse. To tredjedele af alle adspurgte publikummer går til koncert mindre end en gang om måneden. Publikummer med den lave hyppighed fremhæver typisk pris, for ringe udbud, manglede tid, tidspunkt (sen aften), ugedagen, samt utilstrækkelig annoncering/reklame, som årsager til frekvensen.

Tabel 4: Koncerthyppighed

	Procent
> 1 gang om måneden	66.5
1-2 gang om måneden	24.5
2-3 gang om måneden	5.4
3-4 gang om måneden	1.7
<4 gang om måneden	1.9
Total	100

2.2 Koncerthyppighed fordelt på alder

Blandt de 2/3 af publikummerne, der går til koncert mindre end en gang om ugen fylder de yngste og ældste grupper mest. Af tabel 5 fremgår det, at hele 88% af de 36-40 årige og 2/3 af de yngste publikummer går til koncert mindre end en gang om måneden.

Tabel 5: Aldersfordeling og koncerthyppighed

	Procent / > 1 gang om måneden
15-20	75
21-25	55
26-30	64
31-35	65
36-40	88
41+	73

3. Tilfredshed og anledning til forbrug

3.1 Tilfredshed med koncertudbud

På trods af, at de fleste publikummer går til koncert mindre end en gang om måneden, udvises der stor tilfredshed med byens samlede musikudbud. Som det ses af tabel 6, er hele 86% er tilfredse eller meget tilfredse med musiklivet i Aarhus. Hos dem som ikke er tilfredse, nævnes typisk grunde vedrørende specifikke mangler indenfor genrer.

Tabel 6: Tilfredshed med koncertudbud

	Procent
Ikke tilfredsstillende	9
Tilfredsstillende	56
Meget tilfredsstillende	30
Ved ikke	5
Total	100

3.2 Koncerter som anledning til forbrug

For mange er det at gå til koncerter en anledning til at bruge penge andre steder i byen. Som tabel 7 viser, er en koncert for 41% af gæsterne i høj grad en anledning til at bruge penge i byen, eksempelvis ved restaurant- og cafebesøg, natklub og shopping. For kun 16% er en koncert i ingen grad en anledning til andet forbrug.

Tabel 7: Anledning til andet forbrug

	Procent
I ingen grad	16
I nogen grad	42
I høj grad	41
Ved ikke	1
Total	100

4. Koncerter og festivalers betydning for byens attraktionsværdi og brand

4.1 Musiklivets betydning for tilflytning

Musiklivet, forstået som både koncerter og festivaler, har en vis, men ikke overvældende betydning for, at man flytter til byen. Som det kan aflæses af tabel 8, mener 59% af alle tilflyttere, at musiklivet ingen betydning havde for deres tilflytning. Dog mener en god fjerdedel, at det havde nogen eller stor betydning for valget af by. Dette har sandsynligvis at gøre med Aarhus som studieby, og at studievalg og bopælsvalg hænger tæt sammen.

Tabel 8: Musiklivets betydning for tilflytning

	Procent
Ingen betydning	59
Lidt betydning	14
Nogen betydning	13
Stor betydning	14
Total	100

4.2 Koncerter og festivalers betydning for tilflytteres fortsatte bopæl i byen

Den relativt store procentsats blandt tilflyttere, der ikke vurderer musiklivet som havende betydning for tilflytning, opvejes i forhold til at blive boende i byen. Det ses i tabel 9, at næsten halvdelen af alle tilflyttere i byen vurderer, at musiklivet har nogen eller stor betydning for at de fortsat vil bo i Aarhus.

Tabel 9: Musiklivet som væsentlig faktor for at blive boende i byen

	Procent
Ingen betydning	37
Lidt betydning	19
Nogen betydning	28
Stor betydning	21
Total	100

4.3 Koncerter og festivaler og Aarhus som brand

Blandt langt størstedelen af de adspurgte, både dem med bopæl i og uden for Aarhus, er musik en vigtig faktor for byens brand. Som det ses i tabel 10, mener over halvdelen, at byens musikliv i høj grad er en væsentlig faktor for Aarhus som brand.

Tabel 10: Musiklivet som væsentlig faktor i forhold til Aarhus som brand.

	Procent
I ingen grad	8
I nogen grad	28
I høj grad	57
Ved ikke	7
Total	100

5. Cash flow

5.1. Forbrug i total

Det samlede gennemsnitsforbrug hos de 520 adspurgte publikummer beløber sig til 267 kr. Dette beløb er eksklusiv koncertbilletten og eventuelt forbrug til koncerten. De to første kategorier i tabel 11 dækker over beløb brugt på café,

spisested, bar, værtshus, klub og lignende før og efter koncerten. Kategorien "andet" betegner eksempelvis shopping i byen, museumsbesøg og lignende samt overnatning. Overnattende koncertgæster var der dog ingen af.

Tabel 11 – gennemsnitsforbrug i forbindelse med koncerter

	Gennemsnit i kroner
Forbrug før	105
Forbrug efter	121
Forbrug taxa	18
Forbrug andet	23
Forbrug samlet	267

Det samlede antal gæster til de 14 undersøgte koncerter er 4807 personer. Totalforbruget i forbindelse med koncerter i uge 46 i Aarhus er derfor anslået

1.283.469 kroner

5.2 Cash flow i beløbsintervaller

På trods af det relativt store totalforbrug, fremgår det af tabel 12, at en fjerdedel af koncertgæsterne slet intet forbrug har udover billet og eventuelt forbrug på stedet. De tager med andre ord direkte til koncerten og direkte hjem igen, uden stop ved restaurationer, butikker eller andet.

Tabel 12: Forbrug i beløbsintervaller

	Procent
0	26
1-100	13
101-200	19
201-400	21
400 +	21
Total	100

5.3 0-forbrugerne

Som det ses i tabel 13 er der flere 0-forbrugere i aldersgrupperne over 30 end i aldersgrupperne under.

Tabel 13: 0-forbrug fordelt på alder

Alder	0-forbrug i procent
15-20	21
21-25	24
26-30	24
31-35	31
36-40	36
41+	31

5.4 Alder og forbrug

Som det ses i foregående tabel, er det blandt de ældste grupper, at der forekommer flest 0-forbrugere. Dette opvejes delvist ved, at denne aldersgruppe på den anden side er blandt de største forbrugere, når de forbruger. Som det fremgår nedenfor i tabel 14, er aldersgruppen 36-40 suverænt de største forbrugere

Tabel 14: forbrug og alder

Alder	Samlet forbrug i gennemsnit
15-20	194
21-25	220
26-30	301
31-35	267
36-40	413
41+	290

5.5 Køn og forbrug

I forhold til kønnes forskellige forbrugsvaner viser det sig, at mænd bruger over 50% flere penge end kvinder. Men hvor mænds forbrug er størst efter koncerten, har kvinder næsten det samme forbrug før og efter, med en lille overvægt i forbruget før.

Tabel 15: Forbrug og køn

Forbrug	K	M
Forbrug før	88	123
Forbrug efter	85	158
Forbrug taxa	14	23
Forbrug andet	19	28
Forbrug samlet	206	332

5.6 Ugedag og forbrug

Koncertgæster er mere tilbøjelige til at forbruge i weekenden, end på hverdagsaftener. Forbruget fredag og lørdag er næsten 50% større end ved dagene søndag til torsdag.

Tabel 16: Cash flow i hverdag og weekend

	Gennemsnit i kroner
Søndag til torsdag	223
Fredag og lørdag	309

Vol. 2: Effektanalyse af Volbeatkoncerten

Til nærværende undersøgelse er interviewet 114 personer, hvilket svarer til godt 3% af det totale publikumsantal, som er på 4000 personer.

1. Demografiske forhold

1.1 Køn og alder

Kønsfordelingen blandt publikum ligger på en overvægt af mandlige gæster. Hvor mænd fylder 59%, udgør kvinderne 41%, og som det fremgår af tabel 1 er fordelingen i aldersgrupper nogenlunde lige. Gennemsnitsalderen er 31.

Tabel 1: Aldersfordeling.

	Procent
15-20	17
21-25	18
26-30	21
31-35	13
36-40	15
41+	16
Total	100.0

1.2 Bopæl

Som det ses af tabel 2, er en stor del af gæsterne tilrejsende. Hele 63% af gæsterne har bopæl uden for Aarhus Kommune. Af de i Aarhus bosatte er 21% tilflyttere indenfor de seneste 10 år.

Tabel 2: Bopæl

	Procent
Aarhus Kommune	37
Østjylland	39
Øvrige Jylland	20
Øvrige Danmark	4
Total	100

1.3 Beskæftigelse

Om koncertgæsters beskæftigelse gælder, at der er en markant større andel gæster i arbejde end under uddannelse.

Tabel 3: Beskæftigelse

	Procent
Arbejder	77
Studerende	23

2. Koncerthyppighed

Som det fremgår af tabel 4, er det at tage til koncert i altoverskyggende grad *ikke* en månedlig hændelse. Hele 85% af de adspurgte publikummer til Volbeat-koncerten går til koncert mindre end en gang om måneden. Til sammenligning er procentsatsen ved de ordinære koncerter 67% Publikummerne med den lave hyppighed fremhæver typisk for ringe udbud (for lidt hård rock/metal), tid, samt utilstrækkelig annoncering/reklame, som grunde til frekvensen.

Tabel 4: Koncerthyppighed

	Procent
> 1 gang om måneden	85
1-2 gang om måneden	11
2-3 gang om måneden	2
3-4 gang om måneden	2
Total	100

3. Tilfredshed og anledning til forbrug

3.1 Tilfredshed med koncertudbud

På trods af, at de fleste publikummer går til koncert mindre end en gang om måneden, udvises der generel tilfredshed med byens samlede musikudbud. Som det ses i tabel 5, er 63% tilfredse eller meget tilfredse med musiklivet i Aarhus. Hos dem som ikke er tilfredse, nævnes typisk grunde vedrørende specifikke mangler indenfor hård rock/metal. Til sammenligning er 86% af gæsterne ved de ordinære koncerter tilfredse eller meget tilfredse med musikuddet.

Tabel 5: Tilfredshed med koncertudbud

	Procent
Ikke tilfredsstillende	21
Tilfredsstillende	46
Meget tilfredsstillende	17
Ved ikke	16
Total	100

3.2 Koncerter som anledning til forbrug

For mange er det at gå til koncerter en anledning til at bruge penge andre steder i byen. Som tabel 6 viser, er en koncert for 52% af gæsterne i høj grad en anledning til at bruge penge i byen, eksempelvis på restaurant- og cafebesøg, natklub og shopping. For kun 10% er en koncert i ingen grad en anledning til andet forbrug.

Tabel 6: Anledning til andet forbrug

	Procent
I ingen grad	10
I nogen grad	38
I høj grad	52
Total	100

4. Koncerter og festivalers betydning for byens attraktionsværdi og brand

4.1 Musiklivets betydning for tilflytning

Musiklivet, forstået som både koncerter og festivaler, har en vis, men ikke overvældende betydning for, at man flytter til byen. Som det kan aflæses af tabel 7, mener 50% af alle tilflyttere, at musiklivet ingen betydning havde for deres tilflytning. Dog mener en tredjedel, at det havde nogen eller stor betydning for valget af by. Denne tendens er nogenlunde den samme hos gæsterne ved de ordinære koncerter.

Tabel 7: Musiklivets betydning for tilflytning

	Procent
Ingen betydning	50
Lidt betydning	17
Nogen betydning	21
Stor betydning	12
Total	100

4.2 Koncerter og festivalers betydning for tilflytteres fortsatte bopæl i byen

Den relativt høje procentsats blandt tilflyttere, der ikke vurderer musiklivet som havende betydning for tilflytning, opvejes i forhold til at blive boende i byen. Det ses i tabel 8, at næsten halvdelen af alle tilflyttere i byen vurderer, at musiklivet har nogen eller stor betydning for, at de fortsat vil bo i Aarhus. Dette er også nogenlunde tendensen hos gæsterne ved de ordinære koncerter.

Tabel 8: Musiklivet som væsentlig faktor for at blive boende i byen

	Procent
Ingen betydning	37
Lidt betydning	33
Nogen betydning	8
Stor betydning	22
Total	100

4.3 Koncerter og festivaler og Aarhus som brand

Blandt langt størstedelen af de adspurgte, både dem med bopæl i og uden for Aarhus, er musik en vigtig faktor for byens brand. Som det ses i tabel 9, mener halvdelen, at byens musikliv i høj grad er en væsentlig faktor for Aarhus som brand. Dette er også tendensen hos gæsterne ved de ordinære koncerter.

Tabel 9: Musiklivet som væsentlig faktor i forhold til Aarhus som brand.

	Procent
I ingen grad	8
I nogen grad	33
I høj grad	50
Ved ikke	9
Total	100

5. Cash flow

5.1. Forbrug i total

Det samlede gennemsnitsforbrug hos de 114 adspurgte publikummer beløber sig til 233 kr. Dette beløb er eksklusiv koncertbilletten og eventuelt forbrug til koncerten. De to første kategorier i tabel 10 dækker over beløb brugt på café, spisested, bar, værtshus, klub og lignende før og efter koncerten. Kategorien "andet" betegner eksempelvis shopping i byen, museumsbesøg og lignende samt overnatning. Overnattende koncertgæster var der dog ingen af. Der var i alt 4000 publikummer til koncerten.

Tabel 10 – gennemsnitsforbrug i forbindelse med koncerter

	Gennemsnit i kroner
Forbrug før	98
Forbrug efter	89
Forbrug taxa	26
Forbrug andet	20
Forbrug samlet	233

Totalforbruget i forbindelse med Volbeatkoncerten i uge 46 i Aarhus er derfor anslået

932.000 kroner

5.2 Cash flow i beløbsintervaller

På trods af det relativt store totalforbrug, fremgår det i tabel 11, at over en tredjedel af koncertgæsterne slet intet forbrug har udover billet og eventuelt

forbrug på stedet. De tager med andre ord direkte til koncerten og direkte hjem igen, uden stop ved restaurationer, butikker eller andet. Af grunde de nævner er ugedagen (onsdag) samt transporten til og fra bopæl og stedet samt NRGIs beliggenhed uden for centrum.

Tabel 11: Forbrug i beløbsintervaller

	Procent
0	39
1-100	14
101-200	14
201-400	13
400 +	20
Total	100

5.3 0-forbrugerne

Som det ses i tabel 12, er der flere 0-forbrugere i aldersgrupperne over 30 end i aldersgrupperne under, hvor personer over 40 har langt den største andel af 0-forbrugere.

Tabel 12: 0-forbrug fordelt på alder

Alder	0-forbrug i procent
15-20	26
21-25	20
26-30	40
31-35	43
36-40	41
41+	63

5.4 Alder og forbrug

Som det ses i foregående tabel, er det blandt de ældste grupper, at der forekommer flest 0-forbrugere. Som det fremgår nedenfor af tabel 13, er den ældste aldersgruppe også suverænt dem, der forbruger mindst med kun et gennemsnit på 77 kroner.

Tabel 13: forbrug og alder

Alder	Samlet forbrug i gennemsnit
15-20	227
21-25	279
26-30	290
31-35	210
36-40	293
41+	77

5.5 Køn og forbrug

I forhold til kønnenes forskellige forbrugsvaner viser det sig, at mænd bruger næsten dobbelt så mange penge som kvinder.

Tabel 14: Forbrug og køn

Forbrug	K	M
Forbrug før	41	139
Forbrug efter	71	101
Forbrug taxa	6	25
Forbrug andet	19	21
Forbrug samlet	157	286