

ANALYSENOTAT

Oplevelsesøkonomiens afledte effekter: koncerter og livemusik

▼ AF CHEFKONSULENT MALTHER MUNKØE

Når tusinder af danskere hvert år går til koncerter på spillesteder, festivaler, på værts-huse og så videre kommer det ofte ikke blot selve koncertarrangøren til gavn, men skaber også afledte effekter i andre brancher; eksempelvis når man spiser ude før kon- certen, en taxa hjem fra koncerten, og så fremdeles.

De rytmiske koncerter er derved et tydeligt eksempel på, hvordan oplevelsesøkonomien generelt skaber afledede positive effekter i form af mersalg for mange relaterede bran- cher, eksempelvis detailhandlen, restaurationsbranchen og bylivet i øvrigt.

Det er klart, at alle brancher handler indbyrdes og på den vis har forskellige afledte effekter gennem erhvervslivet og samfundsøkonomien – men der er måske en tendens til, at man glemmer eksempelvis livemusik og koncert/festivalbranchen i dette samlede økonomiske billede, fordi det er en del af kulturlivet, ofte drives delvist af frivillige kræfter, og derfor ikke altid betragtes i samme økonomiske perspektiv.

Samlet set kan det på baggrund af denne analyse konkluderes, at:

- 40 pct. af koncertgængerne køber noget før eller efter koncerten, de ellers ikke ville have købt, fx spise på restaurant eller betalt for transport hen til eller fra koncertstedet (jf. figur 1)
- I gennemsnit brugte koncertgængere 650 kr. i forbindelse med den seneste rytmiske koncert, de var til. Selve billet/entréprisen udgjorde blot 52 pct. af beløbet, og 22 pct. af det samlede forbrug faldt før eller efter koncerten
- 41 pct. af danskerne har været til en rytmisk koncert inden for de seneste 12 måneder
- Især de unge og personer i store byer går til rytmiske koncerter, men omvendt er det relativt udbredt i alle befolkningsgrupper

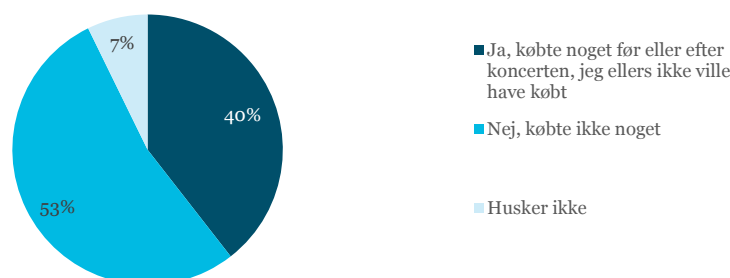
Forbrug i forbindelse med koncerter, livemusik optrædere mv. har en række afledte effekter i form af mersalg i andre brancher, fx detailhandlen og i restaurationsbranchen

Livekoncerterne har afledte effekter i andre brancher

40 pct. af koncertgængerne brugte penge på noget før eller efter den seneste koncert, de ellers ikke ville have købt.

Figur 1

Du bedes tænke på den seneste gang, du var til en rytmisk koncert. Brugte du penge på noget før, eller efter at du var til koncert, som du ellers ikke ville have købt? (fx hvis du spiste på restaurant inden koncerten, taxa hen til koncerten, betalt overnatning efter koncert)



40 pct. af koncertgængere brugte penge, de ellers ikke ville have brugt, før eller efter selve koncerten

Kilde: Norstat på vegne af Dansk Erhverv, november 2016, n=378. Kun respondenter der har været til en koncert med rytmisk musik inden for de seneste 12 måneder

De fleste koncertgængere har købt drikkevarer i forbindelse med en koncert. Halvdelen har også spist på restaurant før eller efter koncerten, ligesom en del har betalt for transport hen til koncerten. Det er altså tydeligt, at koncerter på linje med andre underholdnings- og oplevelsesøkonomiske tilbud skaber en afledt økonomisk aktivitet, som også kommer andre brancher til gode.

Tabel 1

Har du inden for de seneste 12 måneder gjort noget af følgende i forbindelse med, at du var til en rytmisk koncert?

	Ja	Nej	Husker ikke
Spist på restaurant før eller efter koncerten	52%	45%	3%
Taget taxi hen til koncerten eller hjem derfra	15%	83%	1%
Taget offentlig transport hen til koncerten eller hjem derfra	35%	64%	2%
Taget videre i byen efter koncerten	34%	64%	2%
Købt mad i forbindelse med koncerten	36%	62%	2%
Købt drikkevarer i forbindelse med koncerten	85%	14%	1%
Betalt for overnatning (fx lejet et hotelværelse, så du havde overnatning efter koncerten)	16%	83%	1%
Købt kunstneren/bandets musik (fx cd eller download)	15%	84%	1%

Kilde: Norstat på vegne af Dansk Erhverv, november 2016, n=378. Kun personer der har været til rytmisk koncert inden for de seneste 12 måneder

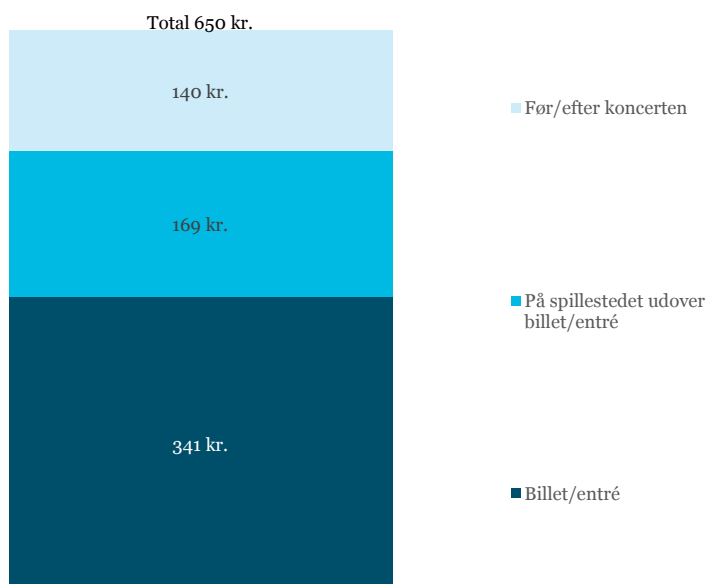
Billet/entrepris udgør halvdelen af forbruget per koncert

Koncertgængerne i Dansk Erhvervs undersøgelse er blevet bedt om at angive, hvor mange penge de brugte i forbindelse med den seneste koncert. Det er klart, at der vil være store forskelle afhængig af, hvilken koncert der er tale om, især i forhold til om det er de store koncerter i forbindelse med "festivalsæsonen" i sommerperioden eller mindre eller andre typer koncerter. Men tallene illustrerer alligevel tydeligt, at der er en betydelig afledt salgseffekt i erhvervslivet. Som gennemsnitsbetragtning tegnede selve koncertbilletten sig kun for 52 pct. af forbruget i forbindelse med den seneste koncert, og 22 pct. af det samlede beløb blev brugt før eller efter selve koncerten.

Selve billet/entreprisen udgør i gennemsnit kun halvdelen af beløbet, koncertgængere brugte i forbindelse med den seneste koncert, de var til

Figur 2

Gennemsnitligt forbrug for koncertgængere i forbindelse med seneste koncert



Kilde: Norstat på vegne af Dansk Erhverv, november 2016, n=378. Kun respondenter der har været til en koncert med rytmisk musik inden for de seneste 12 måneder

Anm.: Respondenter, der har svaret "husker ikke" er erklæret missing. n differentierer derfor inden for de forskellige svar kategorier, hvor n=311 for "Billet/entré", n=326 for "På spillestedet udover billet/entré" og n=318 for "Før/efter koncerten"

Forbrug på festivaler og koncerter

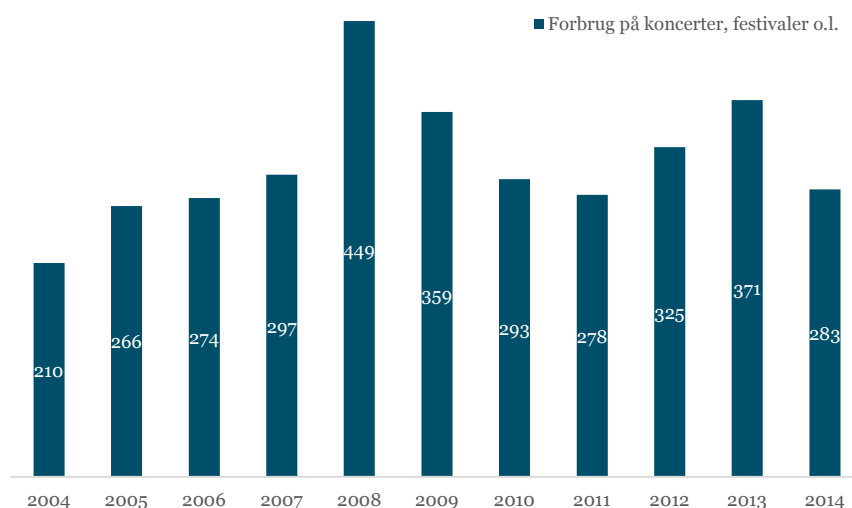
Danmarks Statistiks Forbrugerundersøgelse indsamler data for husstandenes gennemsnitlige forbrug på livemusik. Det er tal, der kan være svære at indsamle med stor præcision, fordi det kan være svært at indfange effekterne korrekt, når få husstande har et stort forbrug (fx få personer er på Roskilde festival eller andre festivaler, og bruger meget store beløb på oplevelsen), men disse data giver alligevel et godt overblik over forbruget på koncerter, festivaler og lignende.

Som det ses brugte en gennemsnitlig husstand knap 300 kr. årligt på at gå til koncerter, festivaler og lignende. En del husstande går ikke til koncerter, så det gennemsnitlige forbrug blandt dem, som gør, vil i sagens natur være højere. De betydelige variationer i beløbet fra år til år kan godt tænkes i højere grad at skyldes, at det er metodisk vanskeligt at opgøre helt præcist, snarere end faktisk variation.

En gennemsnitlig husstand bruger årligt ca. 300 kr. på koncerter og festivaler

Figur 3

Gennemsnitligt samlet forbrug i forbindelse med koncerter, festivaler mv. per husstand, 2004-2014, faste priser



Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik

En stor del af danskerne bruger livemusik-tilbud

Samlet set er det godt fire ud af ti voksne danskere, som inden for de seneste 12 måneder har været til en koncert med rytmisk musik (dvs. ikke fx klassisk musik, opera). Det er måske ikke overraskende især de yngre og folk i større byer, der går til rytmiske koncerter. På tværs af alle befolkningsgrupper og landet er det dog relativt udbredt at gå til rytmiske koncerter. Eksempelvis er det hver fjerde i aldersgruppen 60+ mod knap halvdelen blandt personer under 30 år. Det er godt halvdelen af beboerne i en af landets fire største byer, mod lidt over hver fjerde af personer bosat på landet eller i en landsby.

Tabel 2

Har du inden for de seneste 12 måneder været til en koncert med rytmisk musik (fx rock eller pop, populærmusik, men ikke fx klassisk musik)

	Ja, jeg har været til en eller flere rytmiske koncerter	Nej, jeg har ikke været til en rytmisk koncert inden for de seneste 12 måneder
Total	41%	59%
Mand	42%	58%
Kvinde	39%	61%
Landet eller landsby	29%	71%
Mindre by (maks. 10.000 indbyggere)	36%	64%
Mellemstor by (maks. 25.000 indbyggere)	45%	55%
Større by	41%	59%
Aalborg, Odense, Aarhus eller København	49%	51%
Under 30 år	46%	54%
30-39 år	51%	49%
40-49 år	50%	50%
50-59 år	44%	56%
60+ år	26%	74%

Kilde: Norstat på vegne af Dansk Erhverv, november 2016, n=1007

I alle befolkningsgrupper er det relativt populært at gå til rytmiske koncerter.

Det er dog mest udbredt blandt unge og byboer

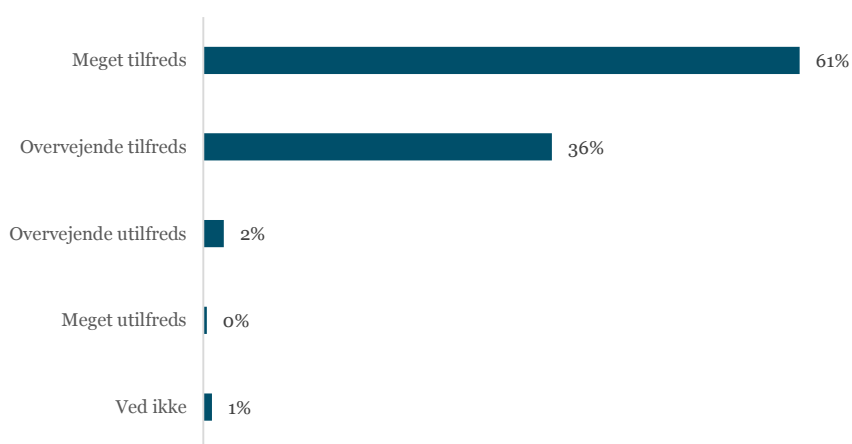
Stor tilfredshed med rytmiske koncerter

Folk er i meget høj grad tilfredse med deres oplevelser, når de har været til rytmisk koncert. Kun 2 pct. angiver, at de var utilfredse med oplevelsen den sidste gang, de var til koncert. På mange måder er rytmiske koncerter unikke, men i nogle tilfælde er der tale om underholdningstilbud på linje med og ikke mindst i konkurrence med andre, og de høje tilfredshedsrater vidner om, at livemusikken bestemt er værdsat.

Figur 4

Når du ser samlet på det, hvor tilfreds eller utilfreds var du så med oplevelsen, sidste gang du var til rytmisk koncert?

Meget høj tilfredshedsgrad med den seneste rytmiske koncert



Kilde: Norstat på vegne af Dansk Erhverv, november 2016, n=378. Kun respondenter der har været til en koncert med rytmisk musik inden for de seneste 12 måneder

Alt i alt er det tydeligt, at selvom livemusikken og festivalmiljøerne mv. i Danmark i forholdsvis høj grad drives af frivillige kræfter og ofte ses mere som en del af kulturhobby- og fritidslivet end erhvervslivet som sådan, så er realiteten, at koncerter og festivaler har en vigtig økonomisk betydning både som selvstændigt erhverv og i forhold til de afledte effekter, de har for andre brancher.

▼ OM DETTE NOTAT

"Oplevelsesøkonomiens afledte effekter – koncerter og live-musik" er Dansk Erhvervs analyse-notat nummer 7 i 2017. Redaktionen er afsluttet den 2. februar.

▼ OM DANSK ERHVERVS ANALYSENOTATER

Dansk Erhverv udarbejder løbende analyser, som samles i analysenotater. Ambitionen er at udgøre et kvalificeret og anvendeligt beslutningsgrundlag i forhold til væsentlige, aktuelle udfordringer på alle områder, som har betydning for dansk erhvervsliv og den samfundsøkonomiske udvikling. Det er tilladt at citere fra Dansk Erhvervs analysenotater med tydelig henvisning til Dansk Erhverv.

▼ KVALITETSSIKRING

Troværdigheden af tal og analyser fra Dansk Erhverv er afgørende. Dansk Erhverv gennemfører egne spørgeskemaundersøgelser i overensstemmelse med de internationalt anerkendte guidelines i ICC/ESOMAR, og alle analyser og beregninger gennemgår en kvalitetssikring.

▼ KONTAKT

Henvendelser angående analysen kan ske til chefkonsulent Malthe Munkøe på mmm@danskerhverv.dk eller tlf. 3374 6510.

Henvendelser angående koncertmarkedet, live musik og analysens konklusioner i øvrigt kan rettes til politisk konsulent Anne Fuglsang-Damgaard Sina afs@danskerhverv.dk eller tlf. 3374 6740

▼ NOTER