



pirkanmaan -voimaa
festivaalit verkostoista

2011 KÄVIJÄKYSELYTUTKIMUS 2011 LOPPURAPORTTI





SISÄLLYSLUETTELO

ESIPUHE

1.	TIIVISTELMÄ.....	4
2.	KYSELYTUTKIMUKSEN TAUSTATIEDOT.....	6
2.1	Tausta ja toteuttajat.....	7
2.2	Tavoitteet ja konsepti.....	7
2.3	Kohderyhmä ja menetelmät.....	8
2.4	Festivaalien vastausosuudet.....	9
3.	KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSIA.....	10
3.1	Yleistä.....	11
3.2	Kävijäprofiili.....	13
3.3	Festivaalien tuottamat taloudelliset ja muut hyödyt.....	15
3.4	Festivaalien arviointi.....	19
3.5	Festivaalien tiedotuskanavat.....	20
3.6	Festivaalien vetovoima.....	22

Mieleen muistui tädin kertomus hillarekkestä: "Mie menin vasun kanssa hillasuole ja löysin valtavan mättään täynnä kypsiä marjoja. Ajattelin kerätä itse kaiken enkä hiiskua muille mitään! Kutsuin kuitenkin kaverit jakamaan mättään antia ja kaikki saivat vasut kukkuralleen herkuja. Itse sain myös hyvän mielen!" Tällä tavalla hyvä verkosto toimii – hyvistä ideoista riittää jaettavaksi.

- Tomi Tolvanen, International Tampere Guitar Festival

ESIPUHE

Kulttuurifestivaalit houkuttelevat Pirkanmaalle matkailijoita ympäri Suomea ja myös ulkomailta. Festivaalikävijät ovat uskollisia – he tulevat suosikkifestarilleen yhä uudelleen vuodesta toiseen. Samaan aikaan festivaalit keräävät vuosittain myös uutta yleisöä. Festivaalit elävät ja kehittävät toimintaansa vaikuttaen koko maakuntaan.

Kädessäsi on Pirkanmaan festivaalien vuoden 2011 kävijäkyselytutkimuksen uunituoreet tulokset, jotka ovat pitkälti jatkoa vuoden 2010 kyselytutkimuksen tuloksille. Vuosittain festivaalimme keräävät yli 500 000 käyntiä. Tässä tutkimuksessa on mitattu kävijöiden tyytyväisyyttä, tiedonsaantia ja rahankäyttöä. Kyselyyn vastasi lähes 7000 henkilöä vuodessa! Kyselytutkimuksen tulokset auttavat festivaaleja suuntaamaan toimintaansa, mutta antavat arvokasta tietoa myös maakunnan yrityksille sekä kunnille ja kaupungeille.

Pirkanmaan festivaalit – Pirfest ry on 36 kulttuurifestivaalin verkosto, joka festivaalielämysten keskittymänä hakee vertaistaan sekä kotimaassa että ulkomailla. Pirfest koordinoi jäsenfestivaaliensa välistä yhteistyötä ja yhteismarkkinointia ja tekee edunvalvontatyötä. Verkoston toiminnan kehittyessä jäsenmäärä on kasvanut.

Backlight-valokuvatapahtuma, Blockfest, Circus Ruska Festival, Kukkaisviikot, Lost In Music, Maailmantango, Mukamas – Kansainvälinen Nukketeatterifestivaali, Musiikkia! Ruovesi -kamarimusiikkifestivaali, Monsters of Pop, Mäntän kuvataideviikot, Mäntän Musiikkijuhlat, Nuorten teatterifestivaali MURROS, Oriveden Suvi, Pentinkulman päivät, Pirkanmaan Triennaali, Pispalan Sottiisi, Pispalan Sottiisin Tanssimania, Sastamala Gregoriana – Vanhan Musiikin Päivät, Sata-Häme Soi, Sauna Open Air Metal Festival, Taidesuunnistus, Tammerfest, Tammerkosken sillalla, Tampereen elokuvajuhlat, Tampereen flamencoviikko, Tampereen kansainvälinen salsafestivaali, Tampere Guitar Festival, Tampere Kuplii, Tampereen Musiikkijuhlat (Tampere Biennale, Tampere Jazz Happening, Tampereen Sävel), Tanssivirtaa Tampereella -nykytanssifestivaali, Tampereen Teatterikesä, Tapsan Tahdit Nokialla, Työväen Musiikkitapahtuma, Vanhan kirjallisuuden päivät

Sinun festivaalisi! Pirkanmaalla.

Tampereella 24.4.2012

Susanna Markkola

Pirkanmaan festivaalit – voimaa verkostoista -hanke

Pirkanmaan festivaalit – Pirfest ry

1. TIIVISTELMÄ

Kävijäkyselytutkimuksen toteutus ja tavoite

Pirkanmaan festivaalit – voimaa verkostoista -hankkeessa tehtiin kävijäkyselytutkimukset vuosina 2010 ja 2011. Molemmat tutkimukset toteutti Innolink Research Oy. Tässä raportissa tarkastellaan pääsääntöisesti vuoden 2011 tuloksia, jotka koskevat 23 pirkanmaalaista kulttuurifestivaalia.

Tutkimusten kohderyhmän muodostivat Pirkanmaan festivaalien kävijät ja potentiaaliset kävijät. Seurantatutkimuksessa saatiin **6859** vastausta. **84 prosenttia** kyselyyn vastanneista osallistui Pirkanmaan festivaaleille vuonna 2011.

Seurantatutkimuksen tavoitteena oli kerätä tietoa lyhyen aikavälin muutoksista ja muutosten suunnasta. Useat festivaaleista kehittivät toimintaansa vuoden 2010 tulosten perusteella. Seurantatutkimuksessa tarkasteltiin myös tehtyjen muutosten onnistumista.

Kävijäprofiili

Festivaalikävijät edustivat tasaisesti eri ikäryhmiä ja vuoden 2010 tulosten perusteella myös ammatillisia tai yhteiskunnallisia asemia. Naisten osuus kyselyyn vastanneista oli 62 prosenttia (vuonna 2010 64%). Tämä vastaa melko hyvin festivaalikävijöiden sukupuolijakaumaa, vaikka naiset ovatkin miehiä aktiivisempia kyselyihin vastaamisessa.

Pirkanmaan festivaalien kävijöiden **suurimman ikäryhmän muodostivat edellisvuoden tapaan 30 - 39-vuotiaat (24%)**. Festivaalikävijöitä tuli edelleen kaikkialta Suomesta; suurin osa Pirkanmaalta (62%) ja Uudeltamaalta (14%).

Rahankäyttö

Festivaalikävijät käyttivät tapahtuman yhteydessä **keskimäärin 142 euroa**, josta suurin osa kului ostoksiin tapahtumapaikkakunnalla. **Pirkanmaan ulkopuolelta tulevat kävijät kuluttivat lähes kolminkertaisen määrän (220 €) euroja pirkanmaalaisiin (79 €) verrattuna.**

Tutkimuksen mukaan vuonna 2011 festivaalit toivat maakunnan ulkopuolelta Pirkanmaalle **20,9 miljoonaa euroa** (vuonna 2010 vähintään 22,2 milj. euroa). Kävijätutkimukseen osallistuneet Pirkanmaan festivaalit tuottivat vuonna 2011 Pirkanmaalle yhteensä noin **35,5 miljoonaa euroa.**

Markkinointiviestintä

Pirkanmaan festivaalien tärkeimmät tiedotuskanavat olivat festivaalien www-sivut, joiden kautta tavoitettiin sekä pirkanmaalaiset että muualta tulevat. Muita tärkeitä kanavia olivat sanoma- ja aikakauslehdet sekä esitteet.

Vastaajat toivoivat tiedonvälitystä tehostettavan samoissa kanavissa, joista tietoa todellisuudessa saatiin. Lisäksi vastaajien toivomuksissa esiin nousi sosiaalisen median kasvava merkitys.

Festivaalien vetovoima

Pirkanmaan festivaalien kävijöiden päätökseen osallistua festivaalille vaikuttivat eniten **aikaisemmat kokemukset (53%) ja festivaalin aihepiirin kiinnostavuus (35%)**. Mainonnan vaikutus (13%) osallistumispäätökseen miellettiin pienemmäksi kuin esimerkiksi ystävän ehdotuksen vaikutus (21%).

Pirkanmaan ulkopuolelta tulleista festivaalivieraista **85 prosenttia tuli paikkakunnalle festivaalin itsensä vuoksi**. Festivaaleilla on siis huomattava merkitys Pirkanmaan matkailun vetovimatekijänä. **99 prosenttia kävijöistä aikoi tai ehkä aikoi osallistua uudelleen arvioimalleen festivaalille.**

Festivaalien arviointi

Pirkanmaan festivaalien kävijät olivat erittäin tyytyväisiä festivaaleihin kokonaisuutena. Kiihosta saivat erityisesti festivaalien tunnelma ja asiakaspalvelu. Hinta-laatusuhde koettiin vielä edellisvuottakin paremmaksi.

2. KYSELYTUTKIMUKSEN TAUSTATIEDOT



2.1 Tausta ja toteuttajat

Pirkanmaan festivaalit – voimaa verkostoista -hankkeessa toteutettiin kävijätutkimukset vuosina 2010 ja 2011. Tässä raportissa tarkastellaan pääasiassa vuoden 2011 tuloksia. Molemmat tutkimukset toteutti Innolink Research Oy. Vuonna 2011 tutkimuksessa mukana oli 23 pirkanmaalaista kulttuurifestivaalia.

2.2 Tavoitteet ja konsepti

Tutkimuksen tavoitteena oli vuoden 2011 osalta erityisesti:

- tiedonkeruu lyhyen aikavälin muutoksista ja muutosten suunnasta
- festivaalien toiminnan suuntaaminen, edelleen kehittäminen ja laadun parantaminen
- Pirkanmaan imagon vahvistaminen korkeatasoista ja monipuolista kulttuuria tarjoavana maakuntana
- lisätiedon tuottaminen festivaalien lisäksi alueen yrityksille (mm. matkailu-, kuljetus- ja hotelliyrityksille) sekä kunnille, kaupungeille ja koko maakunnalle

Konsepti





2.3 Kohderyhmä ja menetelmät

Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat festivaalien kävijät ja potentiaaliset kävijät.

Vuonna 2011 vastauksia saatiin yhteensä **6859** kappaletta (2010: 7019 vastausta).

Kävijöiden vastauksista on:

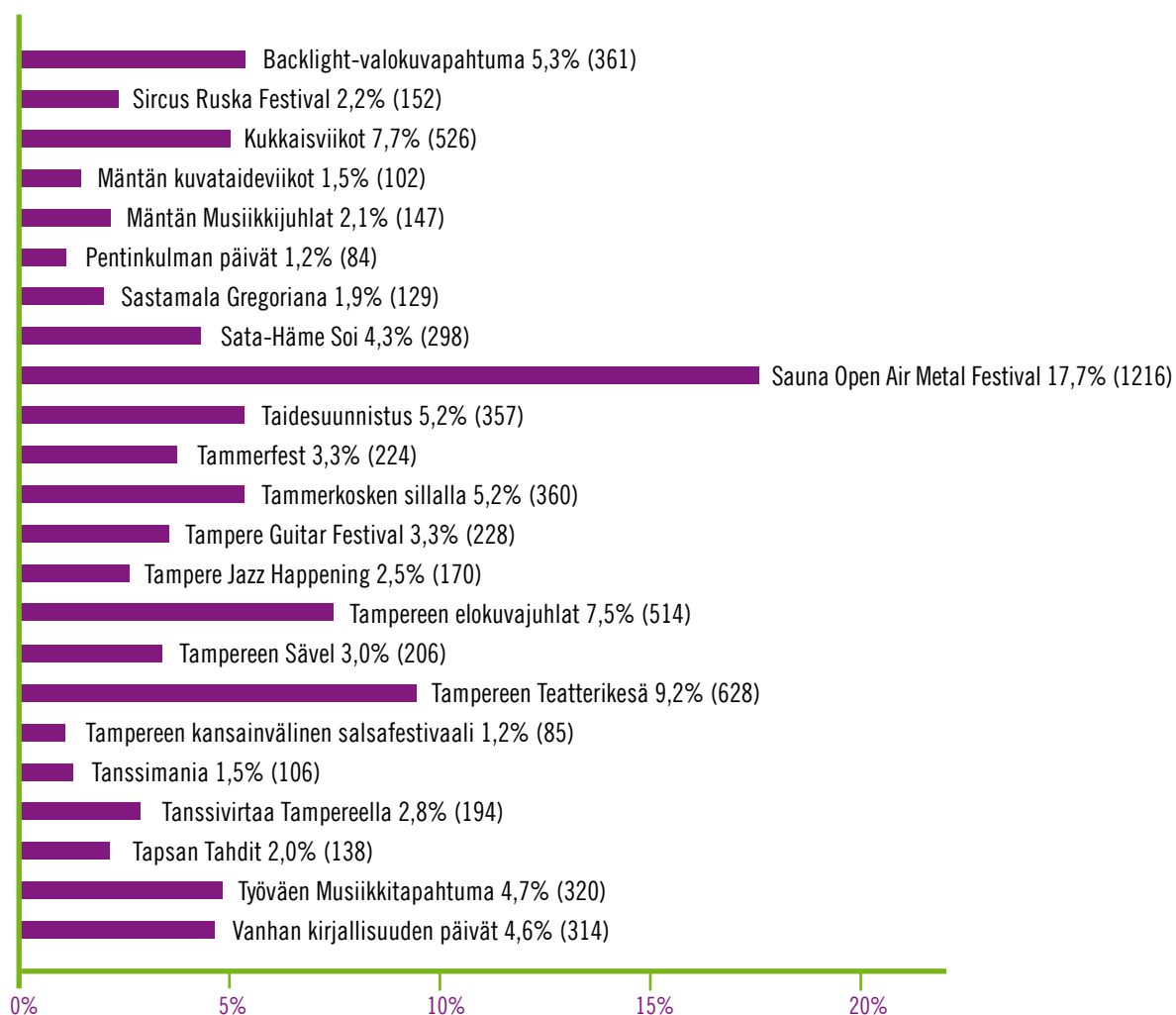
2011	2010	
3027	2845	paperilomakevastauksia
1260	2408	nettipaneelivastauksia*
2272	1616	sähköisiä vastauksia kotisivujen kautta
300	150	henkilökohtaisia haastatteluita

Vuonna 2011 **kaikista vastaajista 84 prosenttia (5779) osallistui Pirkanmaan festivaaleille**. Vuonna 2010 festivaalivieraita vastaajista oli 71 prosenttia (4935).

* Nettipanelistit olivat Innolinkin rekrytoima joukko kulttuurimyönteisiä kuluttajia Suomessa. Heille osoitetussa kyselyssä huomioitiin, etteivät he välttämättä osallistuneet tapahtumaan, jota arvioivat. Vastaajat, jotka eivät osallistuneet tapahtumaan, antoivat vertailutietoa esimerkiksi tapahtumien mainonnan näkyvyydestä, vetovoimaisuudesta ja mielikuvista. Panelistit edustavat tutkimuksessa potentiaalisia festivaalikävijöitä.

2.4 Festivaalien vastausosuudet

Luvut kertovat, montako vastausta kunkin festivaalin osalta tutkimuksessa saatiin. Vastaajissa on mukana panelisteja, jotka eivät osallistuneet arvioimalleen festivaalille. Luvut eivät siis kerro, kuinka moni vastaaja osallistui kyseiselle festivaalille.



3. KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSIA

3.1 Yleistä

Pirkanmaan festivaalit ovat vetovoimaisia tapahtumia: festivaaleille tullaan kaikkialta Suomesta ja ulkomailta asti. Pirkanmaan festivaalitarjonta on erittäin monipuolinen. Jokainen kulttuurista kiinnostunut voi löytää alueelta itseään kiinnostavan festivaalin, ja tämä näkyy Pirkanmaan festivaalien monimuotoisessa kävijäprofiilissa.

Festivaalit profiloituvat pieniin, selkeästi rajattujen teemojen parissa toimiviin tapahtumiin, keskikokoisiin, hieman laajemman yleisön tapahtumiin sekä suuriin tapahtumiin, joista löytyy jokaiselle jotakin.

Kultakin festivaalityypiltä löytyy selvästi omat vahvuutensa ja haasteensa. Pienimmillä vapaaehtoisvoimin toteutettavilla tapahtumilla on tiivis osallistujajoukko, joille festivaali on tärkeä vuotuinen tapahtuma. Mitä suurempi tapahtuma on, sitä moninaisempi on kävijäjoukko, ja sitä haasteellisempaa on miellyttää kaikkia vieraita. Pirkanmaan festivaalit ovat kuitenkin onnistuneet tässäkin hyvin, mikä näkyy kävijöiden antamissa erinomaisissa arvioissa.

Kyselytutkimuksessa koottu aineisto on erittäin monipuolinen ja laaja. Aineiston pohjalta on mahdollista nostaa esiin lukuisia tekijöitä festivaalien verkoston ja koko maakunnan kehittämiseksi.

Tässä raportissa esitetään seuraavat tulokset:

- festivaalien **kävijäprofiili** kokonaisuutena
- festivaalien tuottamat **tulot alueelle** eli kävijöiden keskimääräinen rahankäyttö ja festivaalien tuoma matkailutulo
- **kävijöiden tyytyväisyys** festivaalien eri osa-alueisiin ja festivaalien palveluihin
- festivaalien **näkyvyys** eli mistä tieto tapahtumista saatiin ja mistä sitä toivottiin saatavan
- **vetovoimaisuus ja päätös osallistua** eli mistä tapahtumiin tultiin ja miksi
- **kävijöiden aktiivisuus** eli monettako kertaa osallistuttiin festivaalille, moneenko festivaalin tilaisuuteen osallistuttiin ja aiottiinko festivaalille osallistua jatkossa

Valtaosa kysymyksistä säilytettiin samoina kuin vuoden 2010 kävijäkyselyssä. Tavoitteena oli kerätä seurantatietokantaa vuosien välisistä muutoksista ja festivaalien kehityssuunnasta.



Raportissa esitettyjen tulosten lisäksi kyselytutkimuksissa on tähän mennessä saatu vastauksia muun muassa seuraaviin kysymyksiin:

- **kävijäprofiili** tapahtumakohtaisesti ja tapahtumatyypeittäin
- **vetovoimaisuus** eli miksi yksittäisiin tapahtumiin tultiin ja monettako kertaa
- **näkyvyys ja tunnettuus** eli mistä tieto yksittäisistä tapahtumista saatiin ja oliko mainontaa havaittu
- **uusien kävijöiden tavoittaminen** eli mikä oli houkuttellut erityisesti ensikertalaiset tapahtumiin
- **festivaalien tuottamat tulot alueelle** eli kävijöiden keskimääräinen rahankäyttö festivaaleittain ja yksittäisten festivaalien tuoma matkailutulo
- **tapahtumien järjestämisen hyvät käytännöt** eli festivaalien menestys suhteessa toisiinsa ja mikä tapahtuma houkutteli eniten (uusia) kävijöitä
- **yhteiset kohderyhmät** eli millä festivaaleilla oli yhteisiä kävijöitä
- **kävijöiden tyytyväisyys** yksittäisiin festivaaleihin ja niiden palveluihin, mistä festivaalin tapahtumista pidettiin eniten ja miten kävijät toivoivat festivaaleja kehitettävän

3.2 Kävijäprofiili

Pirkanmaan festivaalien kävijöistä suurimman ikäryhmän muodostivat edellisvuoden tapaan **30 - 39-vuotiaat**. Suurin osa kävijöistä tuli festivaalille puolisonsa kanssa.

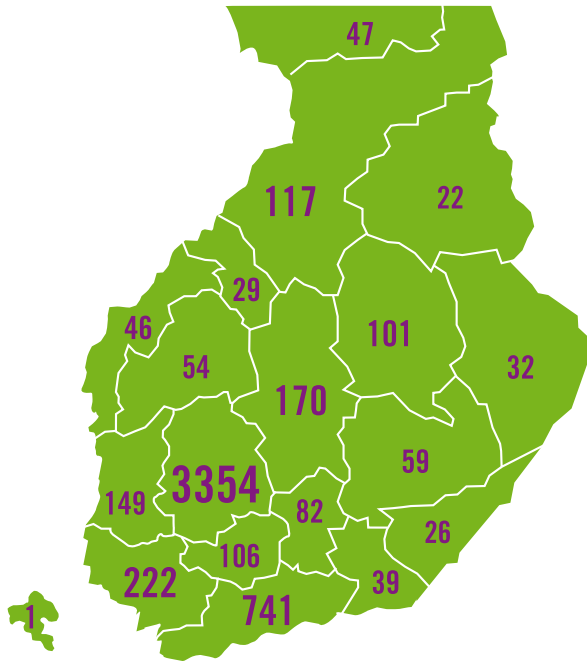
Ikä	2011	2010
alle 20 vuotta	6,8% (388)	6,3% (309)
20 - 29 vuotta	19,5% (1106)	18,9% (923)
30 - 39 vuotta	23,9% (1355)	23,6% (1153)
40 - 49 vuotta	18,0% (1020)	18,3% (890)
50 - 59 vuotta	16,5% (933)	16,6% (809)
60 vuotta tai enemmän	15,2% (864)	16,3% (792)
Yhteensä	100% (5666)	100% (4876)

Mukana festivaalilla	2011
puolisoni	66,8% (2108)
vanhempani	7,2% (227)
sisarukseni	7,7% (243)
lapseni	20,0% (630)
joku muu	19,7% (623)
Yhteensä	121,4% (3831)

Tuloksissa naisten osuus korostuu todellista jakaumaa voimakkaammin, sillä naiset vastaavat kyselyihin yleensä miehiä aktiivisemmin.

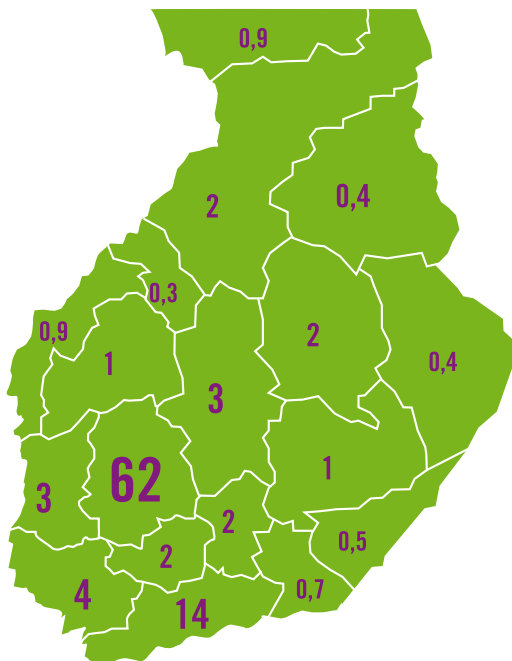
	2011	2010
nainen	62,3% (3456)	64,2% (3021)
mies	37,7% (2089)	35,8% (1681)
Yhteensä	100% (5545)	100% (4702)

Festivaalikävijöitä tuli kaikista maakunnista.



Kartassa on esitetty kyselyihin vastanneiden festivaalikävijöiden lukumäärät vastaajan kotikunnan mukaan.

Noin 5 prosenttia vastaajista ei ilmoittanut kotikuntaansa tai heidän kotikuntansa oli ulkomailla.



Reilusti yli puolet tutkimukseen osallistuneista kävijöistä tulee Pirkanmaalta (vuonna 2010: 63 %).

Kartassa on esitetty kyselyihin vastanneiden festivaalikävijöiden osuudet prosentteina vastaajan kotikunnan mukaan.

3.3 Festivaalien tuottamat taloudelliset ja muut hyödyt

Festivaalivieraiden rahankäyttö

Vuonna 2011 festivaalivieraat arvioivat käyttäneensä **142 euroa festivaalivierailun aikana**. Vastaajia pyydettiin antamaan tarkka arvio rahankäytöstään. Vuoden 2010 kävijäkyselyissä vastaajat arvioivat kulutustaan rahankäyttöluokittain. Vastaustapaa muutettiin tulosten luotettavuuden lisäämiseksi. Tämän vuoksi vuosien 2010 ja 2011 tulokset eivät ole täysin verrannollisia keskenään.

	VUOSI 2011 € / HENKIÖ	VUOSI 2010 € / HENKIÖ*
Yhteensä	142	150
festivaaliliput	54	30
majoittuminen	21	25
muut ostokset	67	85

Festivaalilippujen osuus kokonaiskulutuksesta oli noin 38 prosenttia. Muiden ostosten osuus oli noin 47 prosenttia. Muutosta on havaittavissa festivaalilippujen osalta, joihin vastaajat arvioivat kuluttavansa enemmän vuoteen 2010 verrattuna (20%). Suurin osa kulutuksesta suuntautui kuitenkin edelleen muihin ostoksiin paikkakunnalla.

	VUOSI 2011 € / HENKIÖ	VUOSI 2010 € / HENKIÖ*
pirkanmaalaiset	79	110
muut	220	240

Vuonna **2011 Pirkanmaan ulkopuolelta tulleet festivaalikävijät kuluttivat keskimäärin 220 euroa** festivaalivierailunsa aikana.

Pirkanmaan ulkopuolelta tulleet kävijät kuluttivat huomattavasti pirkanmaalaisia enemmän majoitukseen mutta tämän lisäksi myös muihin ostoksiin paikkakunnalla.

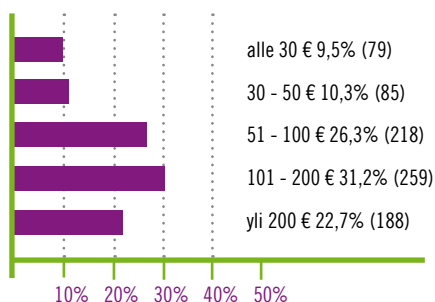
* Vuonna 2010 festivaalivieraiden rahankäyttöä kysyttiin luokittain. Saaduista vastauksista laskettiin kolme arviota kävijöiden todellisesta rahankäytöstä (varovainen arvio, luotettava arvio ja maksimi). Tässä taulukossa esitetään luotettavat arviot.



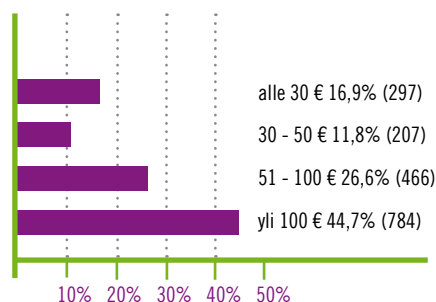
Pirkanmaan ulkopuolelta tulleiden festivaalivieraiden rahankäyttö

Majoittuminen

(hotellit, hostellit, leirintäalueet, vuokramökkit)



Muut ostokset



Pirkanmaan ulkopuolelta tulleista festivaalikävijöistä 54 prosenttia kulutti majoitukseen yli 100 euroa ja 71 prosenttia kulutti muihin ostoksiin yli 50 euroa.

Festivaalien tuottamat tulot

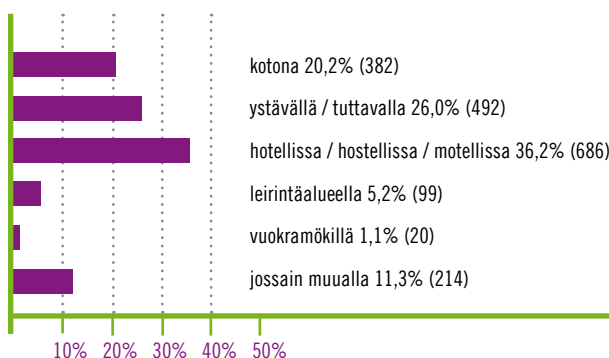
Kävijätutkimukseen osallistuneiden festivaalien kokonaiskävijämääräksi vuonna 2011 on arvioitu 250 000.

Kävijöistä **38 prosenttia** tuli Pirkanmaan ulkopuolelta. Vuonna 2011 festivaalien arvioitiin tuoneen Pirkanmaan ulkopuolelta maakuntaan yhteensä noin **20,9 miljoonaa euroa** (vuonna 2010: vähintään 22,2 miljoonaa euroa).

Kävijätutkimukseen osallistuneet Pirkanmaan festivaalit tuottivat vuonna 2011 Pirkanmaalle yhteensä noin **35,5 miljoonaa euroa**.

Festivaalien hyödyt muille toimijoille

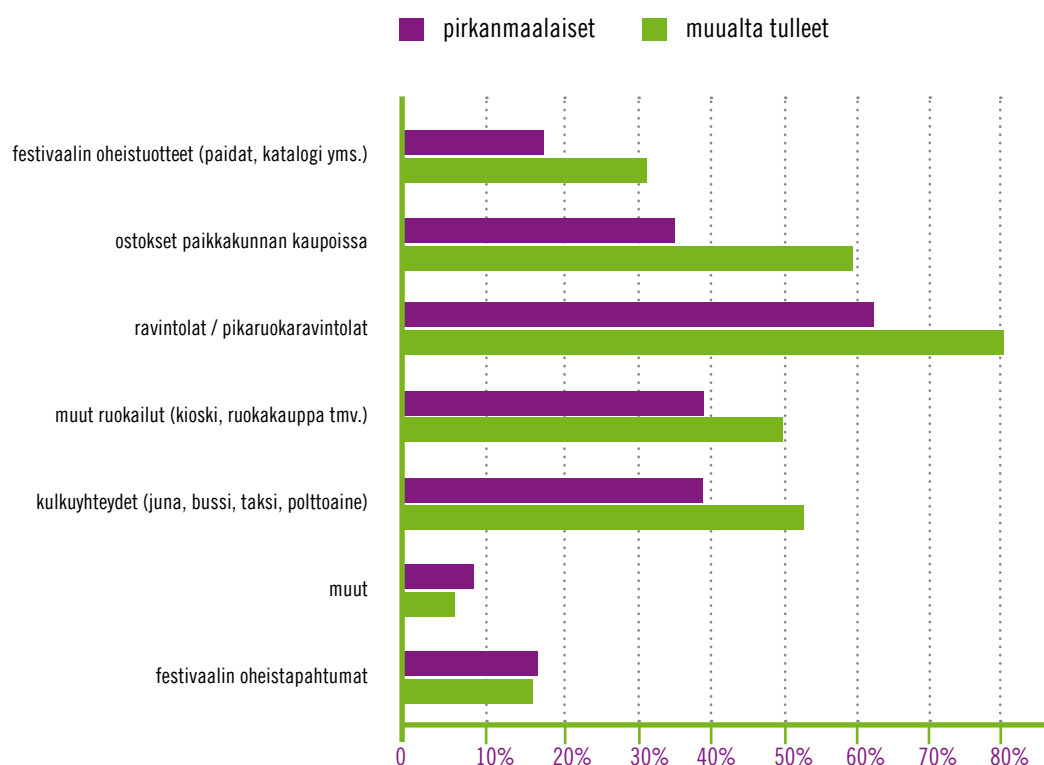
Pirkanmaan ulkopuolelta tulleiden festivaalivieraiden majoittuminen



Pirkanmaan ulkopuolelta tulleista festivaalivieraista 43 prosenttia majoittui hotellissa, hostellissa, vuokramökkillä tai leirintäalueella.

Pirkanmaan festivaalit houkuttelivat lisää asiakkaita myös muille Pirkanmaan elinkeinoelämän toimijoille. Pirkanmaan ulkopuolelta tulleista kävijöistä **81 prosenttia kävi alueen ravintoloissa ja muita ruokailupalveluita käytti 49 prosenttia. 59 prosenttia teki ostoksia paikkakunnan kaupoissa.**

Festivaalikävijöiden muut ostokset paikkakunnalla



Festivaalivierailunsa yhteydessä Pirkanmaan ulkopuolelta tulleet vastaajat paitsi tekivät ostoksia, tapasivat myös ystäviään tai perhettään (53%), kävivät Pirkanmaan nähtävyyksissä (28%) ja osallistuivat muihin tapahtumiin (9%).



3.4 Festivaalien arviointi

Pirkanmaan festivaalien kävijät antoivat keskimäärin erittäin hyviä arvosanoja Pirkanmaan festivaaleille ja positiivinen kehitys edellisvuodesta näkyy tuloksissa.

Vuoden 2011 arvioista käy ilmi, että kävijät olivat erittäin tyytyväisiä festivaalivierailuunsa. Hyvä mieli syntyi erityisesti festivaalin laadukkaasta ohjelmatarjonnasta sekä myönteisistä ja innostavista kokemuksista.

Festivaalikävijöiden antamat arviot tapahtumien eri osa-alueista asteikolla: 5 = erittäin tyytyväinen ... 1 = erittäin tyytymätön

	KESKIARVO N=10728	2010 N=4949	2011 N=5779	MUUTOS
hinta-laatusuhde	3,8	3,7	3,9	0,2
asiakaspalvelu	4,0	4,0	4,1	0,1
visuaalinen ilme	3,9	3,9	4,0	0,1
tiedon saatavuus	4,0	4,1	4,0	-0,1
miten hyvä mieli sinulle jäi festivaaleista	4,3		4,3	
Keskiarvo	4,03	3,94	4,05	0,11

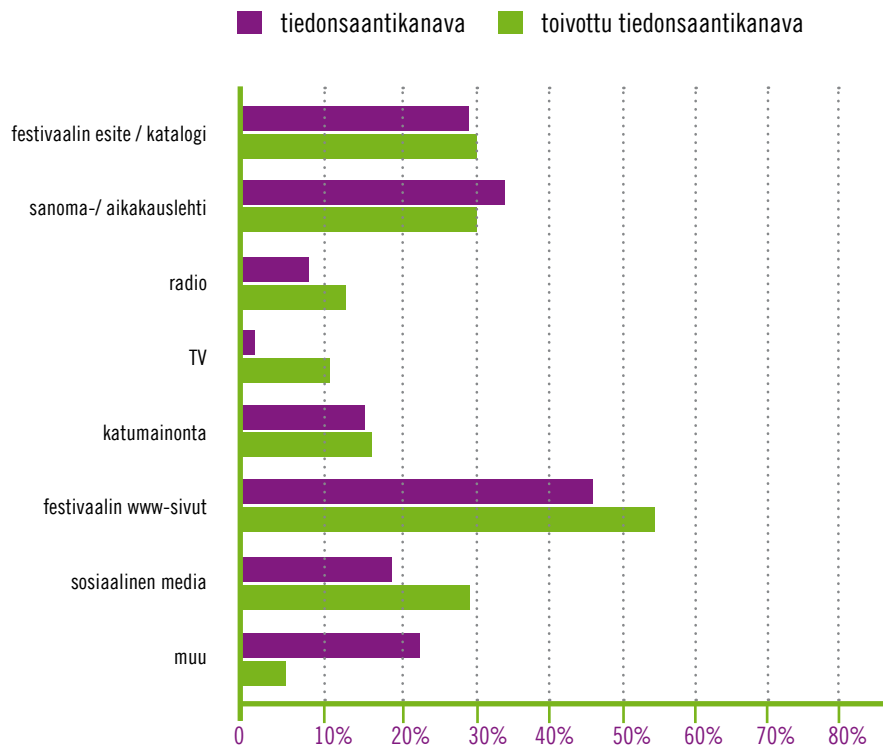
3.5 Festivaalien tiedotuskanavat

Tietoa tapahtumista saatiin parhaiten festivaalien www-sivujen, sanoma- ja aikakauslehtien sekä festivaalien esitteiden kautta. Vuoden 2010 tulosten perusteella huomattiin, että tieto kulki tehokkaasti myös sosiaalisten verkostojen välityksellä. Pirkanmaalaiset tavoitettiin parhaiten www-sivujen ja sanoma- ja aikakauslehtien avulla; muualta tulevien kohdalla www-sivujen merkitys korostui entisestään.

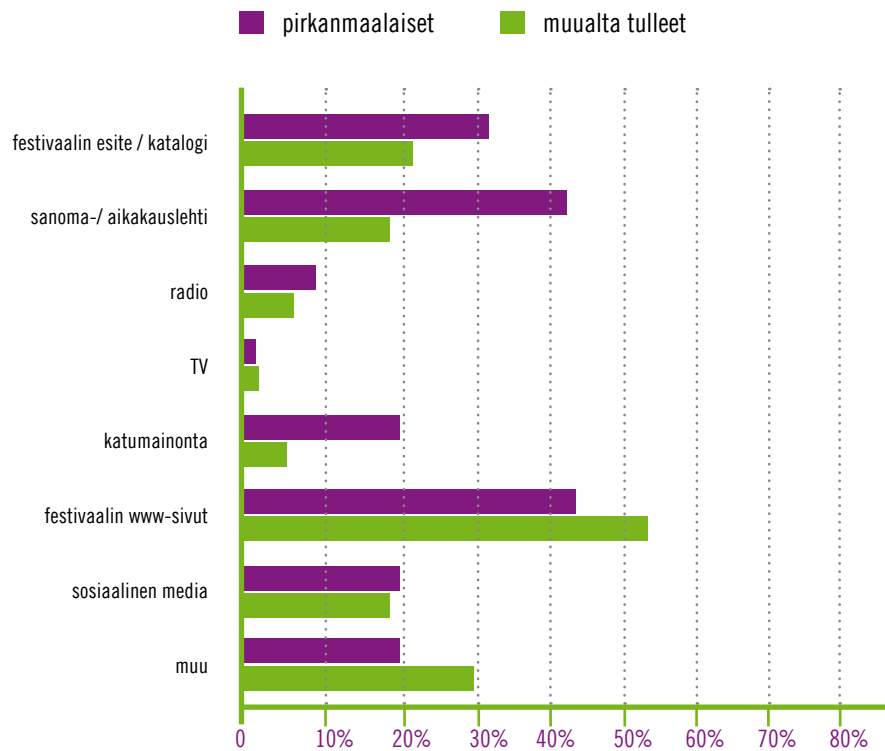
Vastaajat toivoivat festivaalien tiedonvälitystä tehostettavan juuri niissä kanavissa, mistä tieto tosiasiasa saatiinkin. Lisäksi esiin nousi sosiaalisen median merkitys.

Vastaajat, jotka eivät osallistuneet festivaalille, tavoitettiin ylivoimaisesti parhaiten sanoma- ja aikakauslehtien avulla. Potentiaaliset kävijät saivat tietoa myös katumainonnan ja festivaalin esitteiden välityksellä.

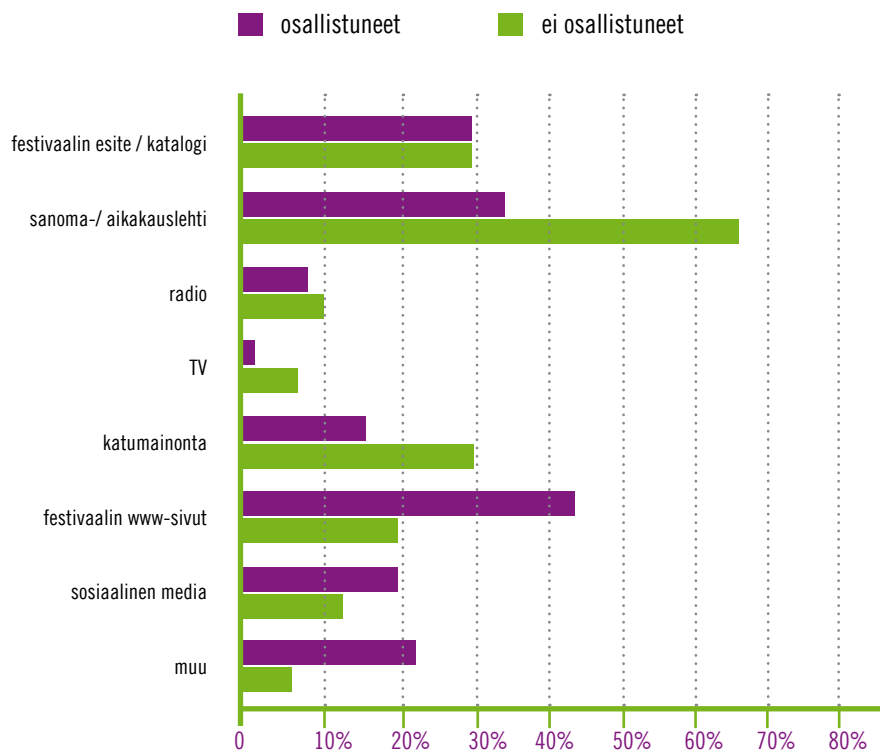
Vastaajien tiedonsaantikanavat ja toivotut tiedonsaantikanavat



Tiedonsaantikanava pirkanmaalaiset vs. muualta tulleet



Tiedonsaantikanava osallistuneet vs. ei osallistuneet

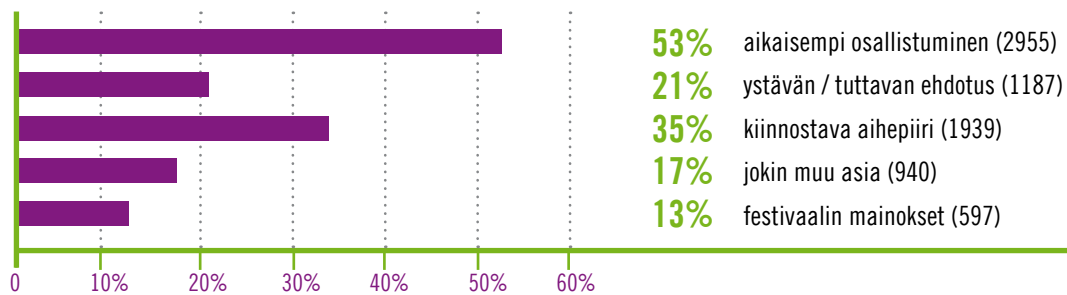




3.6 Festivaalien vetovoima

Vuonna 2011 kävijät kokivat jälleen aikaisemman osallistumisen festivaalille tärkeimmäksi innoittajaksi tämänkertaiselle osallistumiselle. Mainonta on tulosten tulkinnassa ongelmallinen, sillä vastaajat eivät välttämättä tunnista sen vaikutusta päätöksiinsä.

Festivaalivierailun innoittajat





Festivaalin vuoksi paikkakunnalle tulleet

Merkittävää on huomata, että Pirkanmaan ulkopuolelta tulevista kävijöistä **85% prosenttia tuli paikkakunnalle juuri festivaalin vuoksi.**

85% muualta tulleet

19% pirkanmaalaiset

Pirkanmaan festivaalien kävijät osallistuivat arviomalleen festivaalille keskimäärin kolmatta kertaa. Noin 30 prosenttia kävijöistä oli osallistunut samalle festivaalille vähintään neljä kertaa aiemmin. Ensi kertalaisten osuus oli 28 prosenttia.

Festivaalivieraat kävivät keskimäärin 3,8 tilaisuudessa (esitys, konsertti, näyttely tms.) festivaalivierailunsa aikana.

Pirkanmaan festivaaleilla on uskollisia kävijöitä. Jopa **99 prosenttia** festivaalikävijöistä ilmoitti aikovansa tai ehkä aikovansa osallistua uudelleen arviomalleen festivaalille. Potentiaalisista kävijöistä **74 prosenttia** kertoi aikovansa tai mahdollisesti aikovansa osallistua Pirkanmaan festivaaleille jatkossa.



Kuva: Sauna Open Air Metal Festival 2011


pirfest ry

Puh. +358 40 777 5229
pirfest@pirfest.fi
www.pirfest.fi


pirkanmaan -voimaa
festivaalit verkostoista

REGION *All Bright!*
TAMPERE
FINLAND


European unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013