

# Konsum auf Festivals: Zahlen & Trends 2025

vs. 2024

## AUSGABEN STEIGEN

Ein Konsumanstieg in den wichtigsten Kategorien, wobei die Bar weiterhin der Haupttreiber bleibt.

**29,92 €** +6%



Durchschnittsausgaben pro Besucher und Tag

Merch +0,1 Pkt.

Sonstiges -0,5 Pkt.

Getränke +0,7 Pkt.

Essen -0,3 Pkt.

Umsatzverteilung

**9**

von 10 Festivalbesuchern kaufen Getränke +1,6 Pkt.

**7**

von 10 Festivalbesuchern kaufen Essen +2 Pkt.

**1**

von 10 Festivalbesuchern kaufen Merch stabil

Kaufquote

## DIE BAR WIRD VIELFÄLTIGER

Während Bier die Nummer eins bleibt, wird das Angebot an der Bar vielfältiger, mit mehr Cocktails, Spirituosen und alkoholfreien Optionen.

**7** von 10 Festivalbesuchern konsumieren Bier -0,3 Pkt.

**4** von 10 Festivalbesuchern konsumieren Softdrinks +2,5 Pkt.

**2** von 10 Festivalbesuchern konsumieren Wasser +4,6 Pkt.

**2** von 10 Festivalbesuchern konsumieren Cocktails & Spirituosen +3 Pkt.

**<2** von 10 Festivalbesuchern konsumieren Wein & Bubbles -0,3 Pkt.

Kaufquote



Durchschnittsausgaben pro Käufer über die Festivaldauer



Umsatzverteilung Bar

## FOKUS AUF BIER

Stabile Mengen, steigender Umsatz: Wachstum entsteht vor allem durch Premiumisierung und attraktivere Vermarktung.

**8,10 €**

Durchschnittspreis Bier +3,4%

**7,40 €**

Durchschnittspreis Standardbier +2,7%

**8,89 €**

Durchschnittspreis Premiumbier +3,9%

Durchschnittlicher Bierpreis (0,5 L)

**0,74 L**

stabil

0,4 L

Standardbier -1,9%

0,34 L

Premiumbier +1,4%

Biermenge pro Besucher pro Tag

Standardbier -1,4 Pkt.

48,60%

51,40%

Premiumbier +1,4 Pkt.

Umsatzverteilung Bier

## ESSEN

Die Ausgaben für Gastronomie steigen leicht, während Merchandising weiterhin eine Nische mit hohem durchschnittlichem Warenkorb bleibt.

**25,94 €**

ausgegeben

+2,7%

**2,3**

Bestellungen

stabil

Durchschnitt pro Käufer über die gesamte Festivaldauer

**31,55 €**

ausgegeben

+1,7%

**1,2**

Bestellungen

stabil

Durchschnitt pro Käufer über die gesamte Festivaldauer

## GRÖÙE & REGION

Urbane Räume und große Festivals bieten ein Premium-Angebot mit höherer Wertschöpfung, während ländliche und kleinere Formate auf Barrierefreiheit und Erschwinglichkeit setzen.

