

WAT DOEN JULLIE MET MIJN GELD?

door LOTD

24%
PROGRAMMA

Er zijn gratis festivals die het vooral moeten hebben van horeca-inkomsten, subsidies en sponsoring. Maar als je een festival bezoekt waar je een ticket voor moet kopen, wat gebeurt er dan met je geld? De verdeling zal voor elk festival anders zijn, maar om een klein beetje inzicht te geven in waar de grootste kostenposten uit bestaan, hebben we even kort door de bocht op een rijtje gezet hoe het geld wordt besteed dat jij uitgeeft aan een Left of the Dial-ticket.

Was het niet handiger geweest om hier uit te leggen waarom je soms bij andere festivals zo achterlijk veel moet betalen aan servicekosten?



Het is niet helemaal eerlijk om Left of the Dial te vergelijken met een willekeurig ander festival. Het grootste verschil is dat het wordt georganiseerd door de programmeringsstichting van poppodium Rotown. Die stichting ontvangt jaarlijks een gemeentelijke subsidie om zoveel mogelijk concerten te organiseren en op die manier worden alle kosten voor het vaste personeel en de huur van het kantoor en dergelijke al afgedekt. Dat scheelt natuurlijk behoorlijk. De inkomsten van de festivalkaartverkoop kunnen dus helemaal aan Left of the Dial worden uitgegeven in deze globale verdeling:

PROGRAMMA (24%)

Ongeveer 24% van de inkomsten wordt aan het programma besteed. Een deel gaat direct naar de bands en de dj's, een ander deel komt via de muziekrechtenorganisaties (Buma) bij de artiesten terecht. Sommige acts worden vergoed door een boekingskantoor dat ook moet worden betaald. De bands die op Left of the Dial spelen, krijgen geen enorm hoge gages, meestal is het niet meer dan een kostendekkend bedrag.

HOSPITALITY (18%)

Juist omdat artiesten geen hoge gages krijgen, probeert Left of the Dial hen op andere manieren zo goed mogelijk te verzorgen. Het percentage van jouw ticket dat aan de kostenpost hospitality wordt besteed, is dus ook voor de artiesten. Sowieso krijgt iedereen goed te eten en te drinken en voor bands die van verder weg

43%
PRODUCTIE

18%
HOSPITALITY

7%
PROMOTIE

8%
EXTRA

Een ticket voor Left of the Dial kost (afhankelijk van wanneer je 'm koopt) zo'n €50. Daar dragen we 9% btw van af. De servicekosten zitten al in het totaalbedrag dat jij als bezoeker afrekent, maar wij betalen wel voor het gebruik van ons ticket- en betalingssysteem. Er blijft ongeveer €44 over die we besteden aan de organisatie van het festival.

komen, wordt een hotelkamer geregeld. Zo hebben zij verder weinig kosten en kunnen ze voor een lage gage toch langskomen, zonder zwaar de min in te gaan. Voor het festival is dat gunstig, want bedrijven sponsoren liever in producten dan in geld; een deel van de backstage catering is bijvoorbeeld een donatie. Hotelkamers in Rotterdam worden steeds duurder, maar doordat Left of the Dial in één keer honderden mensen onderbrengt, is het iets voordeliger en zo blijft er toch een beetje meer geld over voor andere dingen, zoals de productie.

PRODUCTIE (43%)

Het grootste gedeelte van het geld dat je aan een ticket uitgeeft, wordt besteed aan de productie van het festival. Zaalhuur, stagemanagers, technici, apparatuur, beveiliging, stroom bij de ticketbalie, de runner die artiesten naar Bands on a Boat brengt... Elke lamp die je ziet, heeft geld gekost en is door een productiemedewerker geregeld. Tijdens Left of the Dial wordt er door de bezoekers gelukkig goed gedronken, waardoor er niet voor elke zaal de volledige huurprijs hoeft te worden betaald. Ook geven sommige bedrijven korting op de spullen die we inhuren. Maar nog steeds is het op poten zetten van de productie de grootste kostenpost van het festival.

PROMOTIE (7%)

Je zou heel simpel kunnen stellen: hoe sneller het festival uitverkoopt, hoe minder je aan promotie hoeft uit te geven. Dat is gedeeltelijk waar. Waarom zou je posters ophangen, of social mediacampagnes laten lopen als je geen kaartjes meer hebt te verkopen? Als je nu al weet dat jouw festival een eenmalig evenement wordt, klopt dat. Als je van plan bent om nog veel meer edities te organiseren, is het wijs om het geld dat je gereserveerd hebt voor promotie te gebruiken om je naamsbekendheid te vergroten. Left of the Dial verkocht tot nu toe steeds redelijk snel uit, dus je zou kunnen stellen dat een paar procent van jouw ticketgeld wordt gebruikt om voor de promotie van het jaar erop. Ook wordt een deel van het promotiebudget gebruikt om alle optredende artiesten onder de aandacht van het publiek te brengen. Op Left of the Dial staan voornamelijk bands die nog niet wereldberoemd zijn, dus we proberen hun namen zoveel mogelijk terug te laten komen in postercampagnes en social mediacampagnes, zodat ze hopelijk nog voor het festival al wat extra fans krijgen.

EXTRA (8%)

Mocht de kaartverkoop echt belabberd gaan, dan moet het promotiebudget worden opgeschroefd en dat zou ten koste kunnen gaan van deze kostenpost. Tot nu toe is dat gelukkig nog niet nodig geweest en dus kunnen we altijd het gereserveerde extra-budget besteden aan dingen die het festival net even wat leuker maken. De matrozenpetjes waar je zowel de artiesten als de bezoekers mee rond ziet lopen bijvoorbeeld, of meer filmsessies met bands. Dit jaar hebben we binnen deze post ook geld gereserveerd voor groene stroom, zodat we onze skydancers duurzaam kunnen laten waperen. 🌱