

**POLSKA KONCER
TOWA**

**Po co nam
koncerty?**

20

25

SPIIS TREŚCI

Wstęp

2

Czego m.in. możecie się dowiedzieć

5

Zmiana częstotliwości chodzenia na koncerty

7

Źródła informacji

12

Zwyczaje koncertowe

19

Merch

29

Co robimy na koncertach?

35

Preferencje koncertowe

40

Czynniki mające znaczenie przy podejmowaniu decyzji

45

Ile moglibyśmy zapłacić za koncert?

57

Zagraniczni vs polscy wykonawcy

60

Motywacje

62

Znaczenie koncertów

72

Metodologia i struktura próby

79



WSTĘP



JAKO **FUNDACJA DLA KONTRASTU** JESTEŚMY CZYNNYMI UCZESTNIKAMI RYNKU MUZYCZNEGO W POLSCE.

PROWADZIMY NIEZALEŻNE WYDAWNICTWO, ORGANIZUJEMY KONCERTY I OPISUJEMY NOWE ZJAWISKA NA RYNKU, SAMI JESTEŚMY TEŻ MUZYKAMI I SŁUCHACZAMI. WIDZIMY CORAZ WIĘCEJ INICJATYW WSPIERAJĄCYCH MUZYCZNĄ SCENĘ W POLSCE: CORAZ TO NOWE KONFERENCJE, PANELE I SZKOLENIA, OD ROZBUDOWANYCH EDUKACYJNYCH HUBÓW, PRZEZ DZIAŁANIA MAŁYCH AGENCJI, PO ONLINE'OWE KURSY CZY EBOOKI. POWSTAJĄ APLIKACJE WSPIERAJĄCE MUZYKÓW W SAMOORGANIZACJI I SHOWCASE'Y POZWALAJĄCE IM POKAZAĆ SIĘ PRZED SZERSZĄ PUBLICZNOŚCIĄ.

ALE W TYCH DZIAŁANIACH I DYSKUSJACH **RZADKO SĄ OBECNI SŁUCHACZE,** BĘDĄCY PRZECIEŻ ZARÓWNO ICH FUNDAMENTEM, JAK FINALNYM ODBIORCĄ. **POPRAZ NINIEJSZE BADANIE CHCEMY ODDAĆ IM GŁOS.**

RAPORT POKAZUJE **DOŚWIADCZENIA, ZWYCZAJE, MOTYWACJE I PRAKTYKI** OSÓB CHODZĄCYCH NA KONCERTY W POLSCE. JEST TO PIERWSZE TAK KOMPLEKSOWE BADANIE SKUPIONE NA OBCOWANIU Z MUZYKĄ NA ŻYWO.

ZAŁEŻY NAM, ŻEBY BRANŻA MUZYCZNA MOGŁA DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ O SWOICH ODBIORCACH, EWALUOWAĆ DZIAŁANIA I **W LEPSZY SPOSÓB ODPOWIEDZIEĆ NA POTRZEBY SŁUCHACZY.**

Zadanie dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu własnego Instytutu Przemysłów Kreatywnych: Rozwój Sektorów Kreatywnych.

x Raport przygotowali:



Norbert Sosik

Socjolog ze specjalizacją antropologia współczesności, absolwent ISNS UW, zawodowo prowadzi badania społeczne i marketingowe, za co dwukrotnie otrzymał nagrodę Innovation Ad. Autor publikacji naukowych z zakresu ewaluacji w edukacji i socjologii muzyki, współtwórca projektów DLA KONTRASTU oraz Polska z Offu. Lider i koordynator merytoryczny platformy Polska Koncertowa.



Paweł Klica

Absolwent the Royal Central School of Speech and Drama w Londynie, specjalizuje się w administracji i zarządzaniu produkcją teatralną, działał w Teatrze Alatyr, w domu produkcyjnym Iwana Wyrupajewa i Karoliny Gruszki WEDA Produkcje, był dyrektorem Teatru Dzieci Zagłębia im. Jana Dormana. W Fundacji DLA KONTRASTU pełni nadzór finansowy nad projektami.



Adam Karol Drozdowski

Prezes Zarządu Fundacji DLA KONTRASTU, absolwent Wiedzy o Teatrze AT, pracownik kultury, publicysta, wydawca, producent wydarzeń, warsztatowiec – a zwłaszcza animator, obserwator i praktyk kultury offowej. Kurator programowy inicjatywy Polska z Offu i pomysłodawca platformy Polska Koncertowa.

Specjalne podziękowania dla **Janki Szwykowskiej i Moniki Weis**, bez których nie byłoby raportu w obecnym kształcie.

Projekt graficzny: Marta Adamkowska



CZEGO M.IN. MOŻECIE SIĘ DOWIEDZIEĆ

POLSKA KONCERTOWA

2025

POZYTYWNE PRAKTYKI

Koncerty są ważnym elementem życia osób zaangażowanych w słuchanie muzyki.

Częstotliwość chodzenia na koncerty rośnie wraz z praktyką – każde dobre doświadczenie koncertowe wzmacnia u słuchaczy pozytywny nawyk i chęć uczestnictwa w kolejnych.

Osoby mające wyrobione w młodym wieku przyzwyczajenie do chodzenia na koncerty są wierni tej aktywności do późnych lat życia.

LICZY SIĘ EDUKACJA POPRZEZ PRZYKŁAD – WARTO NAMAWIAĆ ZNAJOMYCH DO WSPÓLNYCH WYJŚĆ NA KONCERTY, ŻEBY OSWOIĆ ICH Z TĄ FORMĄ UCZESTNICTWA W KULTURZE

UREALNIENIE WYOBRAŻEŃ

Motywacje uczestników koncertów są różne, ale często bardzo przyziemne – doświadczenie koncertu służy rozrywce i relaksowi, poprawie samopoczucia, budowaniu poczucia wspólnoty, ale i własnej wyjątkowości.

Dostęp do kultury, a więc też do informacji o wydarzeniach kulturalnych, nie jest równy: im mniejsza miejscowość, tym wyższe wykluczenie z uczestnictwa w kulturze (poprzez brak oferty na miejscu, wykluczenie komunikacyjne, ograniczenia medialnego fokusu).

WARTO BUDOWAĆ OFERTĘ KONCERTOWĄ Z MYŚLĄ O PRAWDZIWYM, A NIE WYOBRAŻONYM SŁUCHACZU, SKUPIAJĄC SIĘ NA PROFESJONALNYM WYKONANIU USŁUGI KONCERTOWEJ I ZAPEWNIENIU JEJ DOSTĘPNOŚCI (RÓWNIEŻ GEOGRAFICZNEJ)

PRZEŁAMYWANIE STEREOTYPÓW

W branży koncertowej pokutuje wiele stereotypów, od ogólnych wyobrażeń dotyczących wyższej jakości koncertów artystów zagranicznych nad polskimi, po przekonanie o słabości ofert programowych publicznych domów kultury.

Wraz z rozwojem mediów społecznościowych branża koncertowa straciła instytucję gatekeeperów – zamiast dziennikarzom czy influencerom częściej ufa się prywatnym rekomendacjom i profilom samych wykonawców; za tą egalitarnością poszła jednak i atomizacja informacji.

Podstawowe bariery, jakie zniechęcają do decyzji o udziału w koncertach, to zbyt wysoka cena biletów, skomplikowana logistyka dojazdu na wydarzenia, dyskomfort związany z zachowaniami tłumu pod sceną – a więc inwestycja czasowa, finansowa i energetyczna w większe eventy.

BRANŻY POTRZEBNA JEST UMIEJĘTNOŚĆ FORMUŁOWANIA WIARYGODNEGO KOMUNIKATU POZYTYWNEGO, PRZEDSTAWIAJĄCEGO JAKOŚCI I WARTOŚCI POLSKIEJ MUZYKI, MNIEJSZYCH LOKALNYCH WYDARZEŃ, NIEOCZYWISTYCH PRZESTRZENI KONCERTOWYCH



ZMIANA CZĘSTOTLIWOŚCI CHODZENIA NA KONCERTY

X Brak negatywnych trendów, wymiana publiczności następuje naturalnie

Większość osób chodzi na koncerty z podobną częstotliwością co na przestrzeni ostatnich lat, aczkolwiek różnica netto między osobami chodzącymi częściej a rzadziej wynosi 16 punktów procentowych na korzyść tych pierwszych.

Dużo częściej
chodzę na
koncerty

13%

25%

Częściej chodzę
na koncerty

40%

Tak samo często
chodzę na koncerty

Dużo rzadziej
chodzę
na koncerty

3%

19%

Rzadziej chodzę
na koncerty

38%

22%



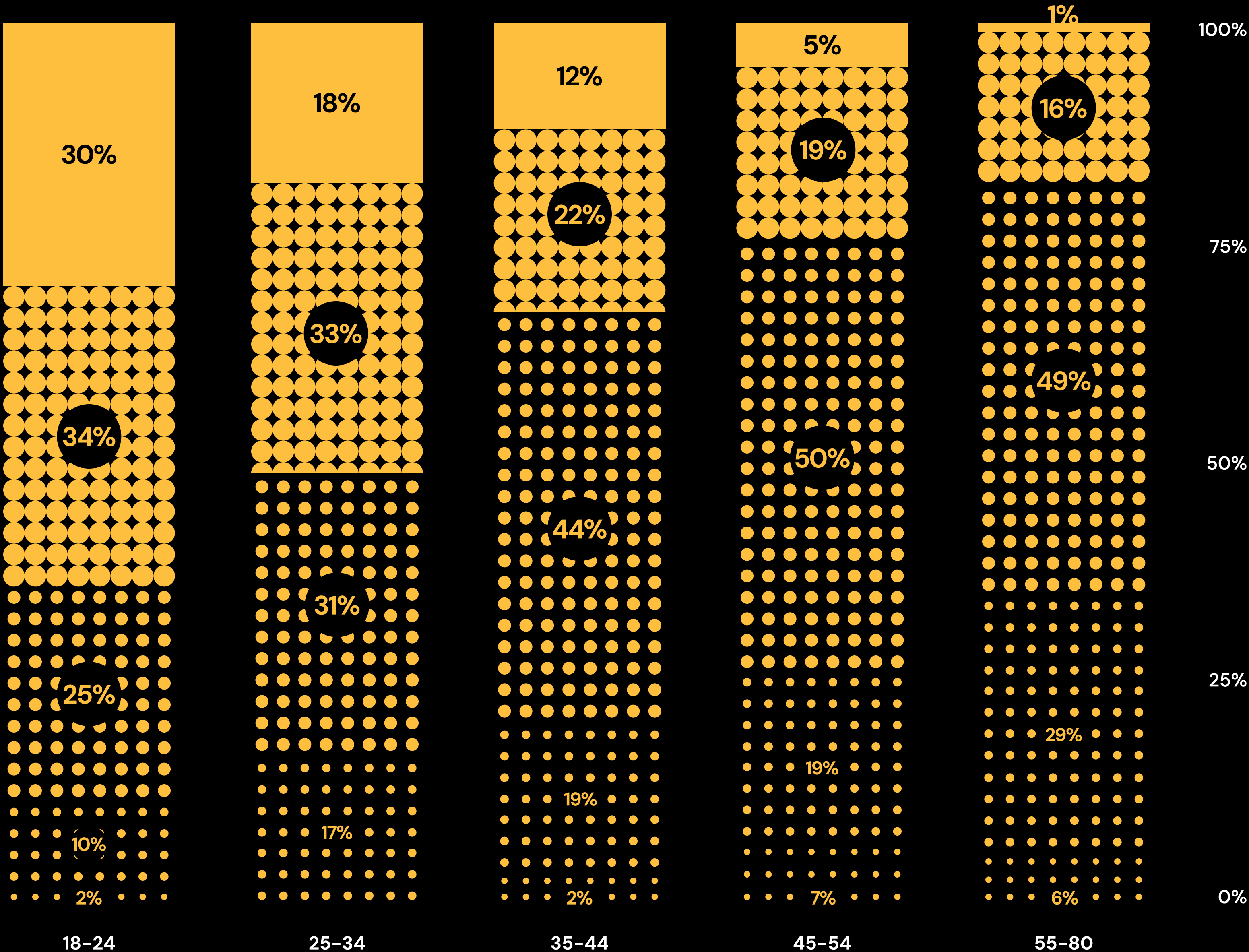
Jak w przeciągu ostatnich 3 lat zmieniła się częstotliwość Twojego uczestnictwa w koncertach?



Największa pozytywna zmiana częstotliwości chodzenia na koncerty zachodzi wśród najmłodszych grup wiekowych, z kolei odwrotną tendencję widzimy wśród najstarszych grup wiekowych. Dodatkowo, patrząc na odpowiedzi „Tak samo często” możemy zauważyć stabilizację przyzwyczajień dotyczących uczestniczenia w koncertach od około 35 roku życia. Core aktywnych słuchaczy ze średniej półki wiekowej pozostaje więc niezmienny, naturalna wymiana następuje zaś między słuchaczami starszymi a młodymi.



Jak w przeciągu ostatnich 3 lat zmieniła się częstotliwość Twojego uczestnictwa w koncertach?



- Dużo częściej chodzę na koncerty
- Częściej chodzę na koncerty
- Tak samo często chodzę na koncerty
- Radziej chodzę na koncerty
- Dużo radziej chodzę na koncerty

Dlaczego częściej chodzimy na koncerty?



Dlaczego zaczęłaś chodzić częściej na koncerty, festiwale muzyczne? Jaki jest główny powód? Na podstawie odpowiedzi osób w wieku od 16 do 34 lat.

Polepszenie sytuacji materialnej: rozpoczęcie pracy na studiach lub po studiach sprawia, że zaczynamy dysponować większymi środkami, które możemy przeznaczyć na rozrywki ("Zarabiam pieniądze, dzięki którym mogę sobie na to pozwolić" K20; "fajne festiwale i więcej pieniędzy mam aktualnie żeby sobie jeździć" M25; "Więcej zarabiam, więc mogę częściej uczestniczyć w koncertach" M29).

Kontekst społeczny: koncerty są postrzegane jako dobry sposób na spędzanie czasu z innymi, a także na poznanie nowych osób o podobnych zainteresowaniach. Chęć „uspołecznienia się” także jest czynnikiem, który wpływa na to, że częściej chodzimy na koncerty ("Żeby poznać nowych ludzi i nowe doznania" M25; "Kryzys wieku, chęć zabawy, poznawanie nowych ludzi" M29; "Uwielbiam muzykę, lubię spędzać czas w przeróżny sposób z przyjaciółmi, próbować nowych rzeczy, np. poznawać nowych wykonawców na festiwalach" K20).

Więcej wydarzeń i ich dostępność: istotny wpływ ma też zauważana przez odpowiadających poprawa oferty koncertowej, szczególnie wśród zagranicznych wykonawców. Jeśli chodzi o przekonanie o dostępności wydarzeń, większy wpływ na nie mają prywatne okoliczności u słuchaczy (przeprowadzka do większego miasta czy posiadanie samochodu) niż zabiegi ze strony organizatorów ("Więcej zagranicznych gwiazd zaczęło przyjeżdżać do Polski, zobaczyłam, jak dobrze się bawię na takich wydarzeniach" K24; "Coraz więcej gwiazd sprowadzanych na teren Polski" M26. "Ponieważ zamieszkałam w Gdańsku i odbywa się tu więcej tego typu wydarzeń niż w moim rodzinnym mieście" K25; "Znalazłam osoby z podobnym gustem muzycznym oraz mam samochód" K23).

Wpływ znajomych/partnerów: pozytywny wpływ na częstotliwość chodzenia na koncerty mają też znajomi i bliskie nam osoby. To one mogą być katalizatorem dla tego typu zmiany zachowań ("Spodobały mi się takie wydarzenia, widziałam ich dużo w mediach, dodatkowo moi znajomi zaczęli częściej chodzić na takie wydarzenia" K19; "Moja partnerka kocha muzykę" M29; "Głównie przez znajomych" M20; "Zaczęłam chodzić ze znajomymi" K24).

Więcej wolnego czasu: zmiana sytuacji życiowej związana np. ze skończeniem szkoły w przypadku najmłodszej grupy wiekowej wpływa pozytywnie na częstotliwość chodzenia na koncerty ("Skończyłam studia, mam więcej czasu" K24; "Po ukończeniu szkoły mam więcej czasu wolnego, to częściej chodzę" K21). W tym kontekście ciekawa była jedna odpowiedź związana z poczuciem tego, że to właśnie w młodym wieku jest czas na takie rozrywki, więc trzeba to wykorzystać ("Zaczęłam zbliżać się do 30 i stwierdziłam że jak nie teraz, to kiedy – stąd też zwiększenie częstotliwości uczęszczania na koncerty" K29).

Odkrycie, czym jest chodzenie na koncerty: wydaje się, że atmosfera koncertowa wciąga tak, że wystarczy jedno dobre doświadczenie koncertowe i wspomnienia z nim związane, by sprawić, że ktoś zacznie chodzić na koncerty częściej. By stać się koncertowym wyjadaczem, trzeba po prostu chociaż raz spróbować ("Poszłam na hiphop festiwal, który odbywał się w mojej małej miejscowości i od tego momentu zaczęłam chodzić na koncerty coraz częściej, aż stwierdziłam że jest to forma rozrywki, którą najbardziej lubię i moje hobby" K22; "Ponieważ po jednym lepszym koncercie spodobało mi się i zacząłem chodzić na nie coraz częściej" M22; "Ponieważ po 1 koncercie zobaczyłem, jak fajne jest to wydarzenie" M23).

Dlaczego rzadziej chodzimy na koncerty?

Mniej wolnego czasu: tak jak więcej czasu wolnego wśród najmłodszych słuchaczy wpływa pozytywnie na częstotliwość chodzenia na koncerty, tak brak wolnego ma na nią wpływ negatywny. Powody są różne, ale najczęściej wynika to z większej ilości pracy, tudzież z koniecznej inwestycji czasowej, z jaką wiąże się podróż na koncert do innego miasta ("Nie mam czasu i koncerty są w miejscu zbyt odległym od mojego miasta" M48; "Większa ilość pracy, mniej elastyczności w zarządzaniu czasem" K37; "Brak czasu spowodowany nadmiarem pracy zarówno zawodowej, jak i prywatnie w domu – remont" K38).

Zmiana sytuacji życiowej / rodzinnej: istotnym czynnikiem jest również zmiana sytuacji życiowej i rodzinnej, najczęściej związana z posiadaniem potomstwa. Pośrednio powodem i tutaj jest brak wolnego czasu, natomiast postanowiliśmy wyróżnić ten punkt osobno ze względu na większe ścisłe powiązanie z konkretnym etapem życia, jakim jest rodzicielstwo ("Mam małe dziecko" K38; "Skupienie się na dzieciach" M38; "Sytuacja rodzinna i finansowa uległa zmianie" K38; "Mało czasu, zajęcia rodziną, dzieckiem" M36).

Zdrowie: zwłaszcza osoby starsze (ale nie tylko), zwracają uwagę na to, że gorszy stan zdrowia czy ograniczenia mobilności sprawiają, że nie są w stanie uczęszczać na koncerty ("Wiek i możliwości ruchowe" M61; "Zdrowie nie pozwala" K71; "Choruję, mam problem z biodrami." K66).

Brak osób, z którymi można chodzić na koncerty: ze względu na to, że koncerty są często postrzegane jako aktywność społeczna, dla niektórych barierą jest uczęszczanie na nie w pojedynkę. To poczucie zależności od innych potrafi negatywnie wpływać na częstotliwość chodzenia na koncerty ("Brak przyjaciół, z którymi poszłabym" K63; "Nie mam z kim" K37; "Po prostu znajome mnie wyciągają rzadziej" K36). Jakkolwiek taka interpretacja nie wynika jednoznacznie z odpowiedzi, ale mamy przekonanie, że i tu po części powodem może być zdrowie, a w każdym razie psychiczny dobrostan słuchaczy – w momentach jego braku podejmowanie samodzielnych, by nie rzec: samotnych aktywności bywa zdecydowanie trudniejsze.

Tip: Korzystajmy z roli, jaką odgrywają bezpośrednie rekomendacje i namawiajmy znajomych do wspólnych wyjść na koncerty! W ten sposób nie tylko wspieramy nasze relacje, ale i przyczyniamy się do budowania pozytywnych nawyków uczestniczenia w kulturze.



Dlaczego rzadziej chodzisz na koncerty, festiwale muzyczne? Jaki jest główny powód? Na podstawie odpowiedzi osób powyżej 35 roku życia.

Wzrost cen: najczęściej wymienianym powodem jest wzrost cen biletów oraz wzrost kosztów życia. Wydatki na koncert, jako koszt dodatkowy, dla przyjemności, schodzą na dalszy plan – część odpowiadających nie chcąc kompletnie rezygnować z tej formy rozrywki ogranicza ją lub skupia się tylko na darmowych koncertach. Ludzie zwracają też uwagę nie tylko na wzrost samych cen biletów, ale też kosztów przejazdu i noclegu. ("Inflacja i trzymanie się budżetu" M53; "Wysokie ceny biletów i ogólny wzrost cen i kosztów życia sprawia, że muszę ograniczać tego typu wydatki" M57; "Brak pieniędzy, chodzę na koncerty darmowe" K68; "Ceny biletów zaczynają być za wysokie" M37; "Jestem coraz starszy, ceny koncertów są teraz kosmiczne" M38).

Niesatysfakcjonująca oferta koncertowa: niewielka część osób zwracała uwagę na to, że ich rzadsze chodzenie na koncerty wiąże się z tym, że nie są usatysfakcjonowane dostępną ofertą koncertową w ich okolicy, a także przekonane są o braku nowych ciekawych zespołów koncertowych ("Rzadziej wydawany nowy materiał zespołów polskich, które wspieram. Mniej zagranicznych gwiazd i zespołów niszowych występuje w Polsce. Ceny biletów poszły w górę" M36; "Brak nowych gwiazd na scenach muzycznych" M36; "Mniej wolnego czasu, mniejsza dostępność artystów, którzy mnie interesują i droższe bilety" M38).



ŹRÓDŁA INFORMACJI

Media społecznościowe i znajomi to nasze główne źródła informacji o koncertach

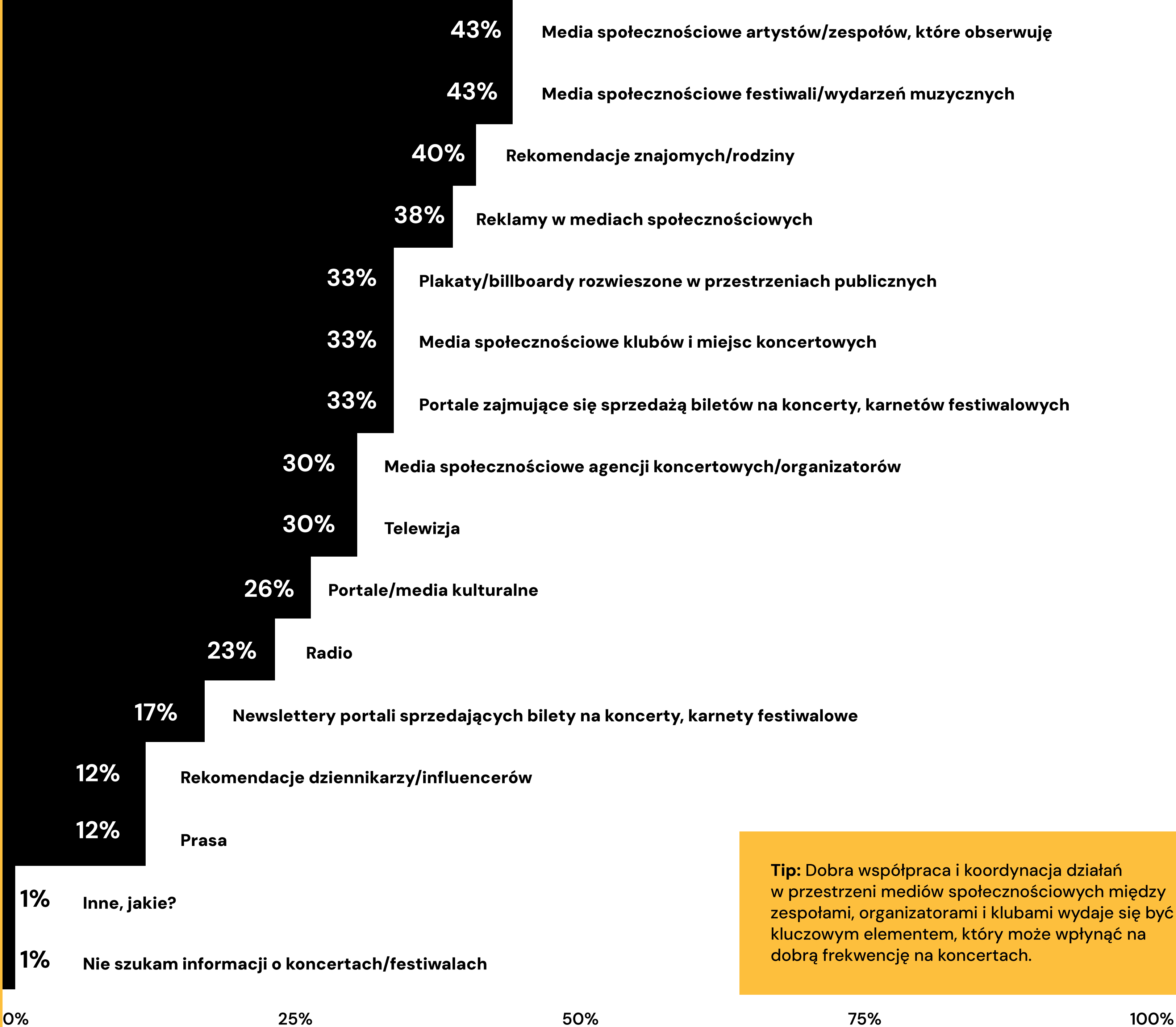
Media społecznościowe, zarówno profile artystów i zespołów, jak festiwal, organizatorów czy klubów, są jednym z kluczowych źródeł informacji o ofercie koncertowej. Podobnie działają rekomendacje znajomych.

Co ciekawe, odpowiadający wciąż w znaczącym wymiarze zwracają uwagę na plakaty rozwieszone w przestrzeni publicznej.

Dużo mniejszą rolę w dostępie do informacji odgrywają tradycyjne media (poza telewizją), a także rekomendacje dziennikarzy czy influencerów.



Skąd najczęściej czerpiesz informacje o koncertach, festiwalach muzycznych? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi.



Tip: Dobra współpraca i koordynacja działań w przestrzeni mediów społecznościowych między zespołami, organizatorami i klubami wydaje się być kluczowym elementem, który może wpłynąć na dobrą frekwencję na koncertach.

✂ Najważniejszym źródłem wiedzy są media społecznościowe zespołów i artystów

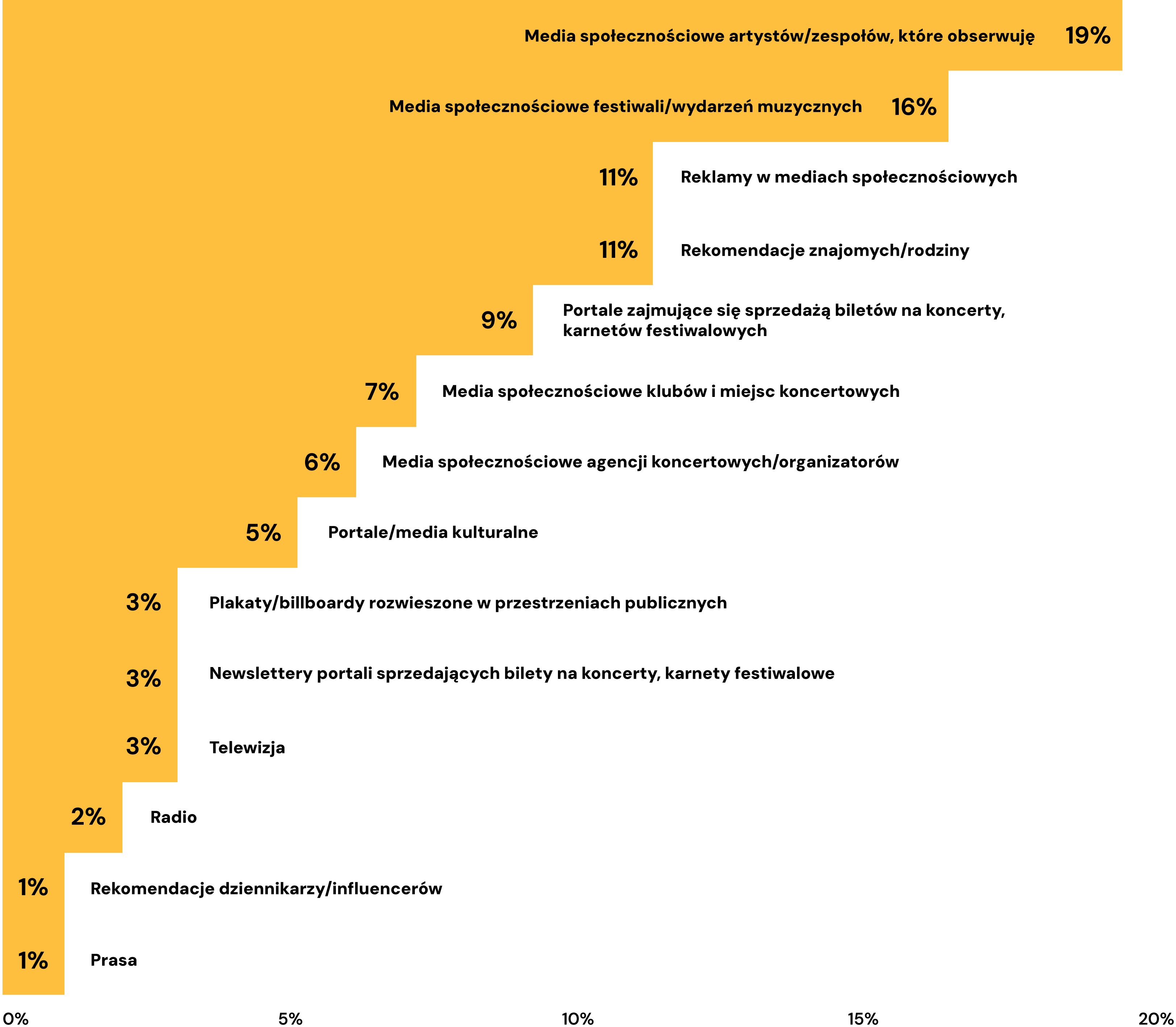
Kiedy poprosiliśmy uczestników badania o wybranie jednego, głównego źródła informacji, blisko jedna **piąta** wskazała **media społecznościowe artystów i zespołów**, a 16% media społecznościowe festiwali i wydarzeń muzycznych.

Prowadzić to może do następującego wniosku: **artyści, którym zależy na budowaniu publiczności koncertowej, muszą inwestować w powiększanie grona swojej online'owej społeczności**. Wydaje się, że bez zaangażowanej wirtualnej społeczności na własnych kanałach, artyści trudniej przyciągnąć żywą publiczność na koncert – i nie zmieni tego ani dobra reklama, ani zainteresowanie dziennikarzy.

Podobną wartość skupienie się na budowaniu społeczności może mieć dla organizatorów wydarzeń oraz klubów muzycznych. Branża koncertowa to ta, w której słowo "społecznościowy" zachowało swoje znaczenie nawet w odniesieniu do social mediów.



A co jest Twoim głównym źródłem informacji o koncertach?

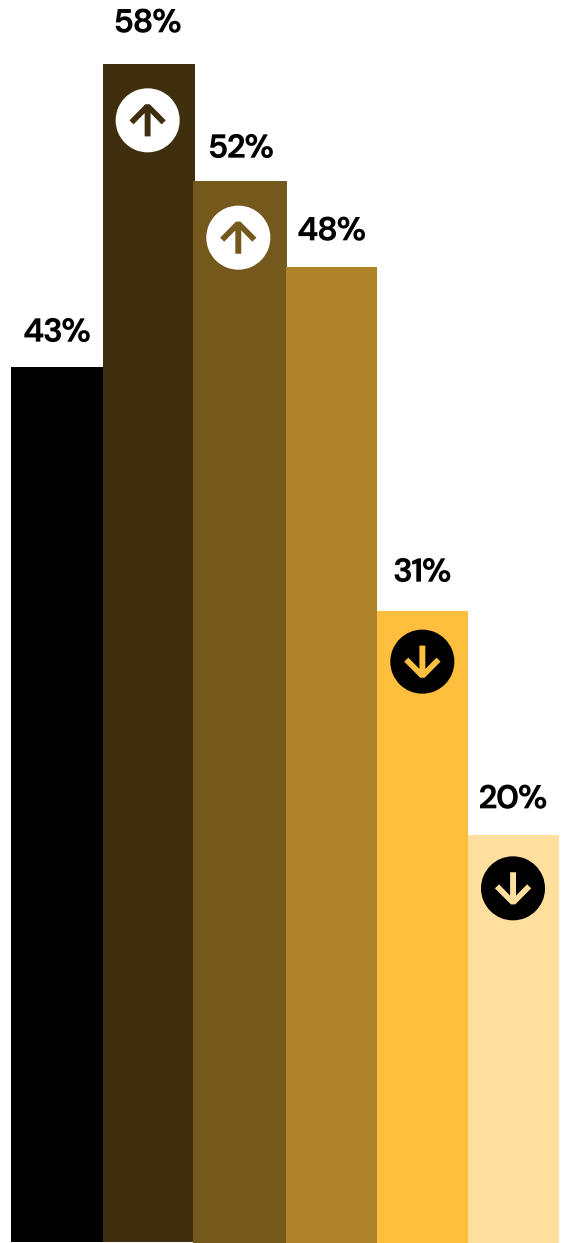




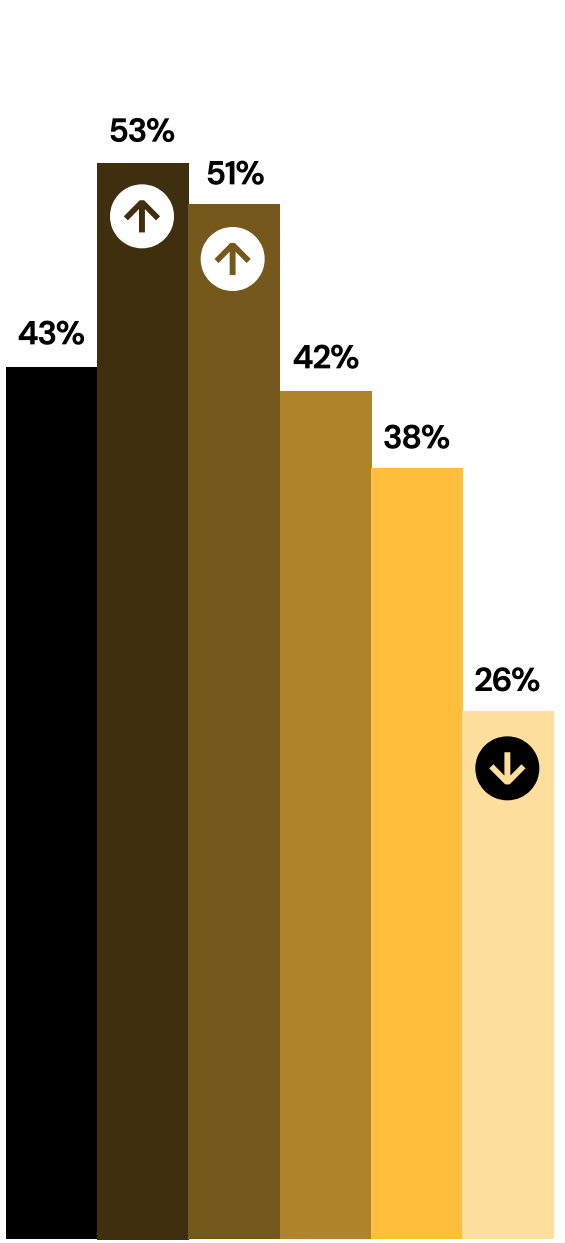
Im młodszy widz, tym częściej media społecznościowe są źródłem informacji o koncertach. Co więcej, **dla ponad połowy spośród najmłodszych uczestników koncertów, również reklamy w mediach społecznościowych są ważnym źródłem informacji.** Media społecznościowe zespołów tracą na znaczeniu wśród osób w wieku 45 lat i więcej (może to oznaczać mniejszą skłonność do obserwowania tego typu kont), rośnie za to informacyjna rola tradycyjnej telewizji. Ciekawe jest, że rekomendacje znajomych czy rodziny są bardzo częstym źródłem informacji zarówno dla najmłodszej, jak i najstarszej grupy wiekowej, mniejsze znaczenie mają zaś w formacyjnym wieku 25–34 lat. Dziennikarze i influencerzy nie wyróżniają się z kolei jako źródło informacji w żadnej grupie wiekowej.



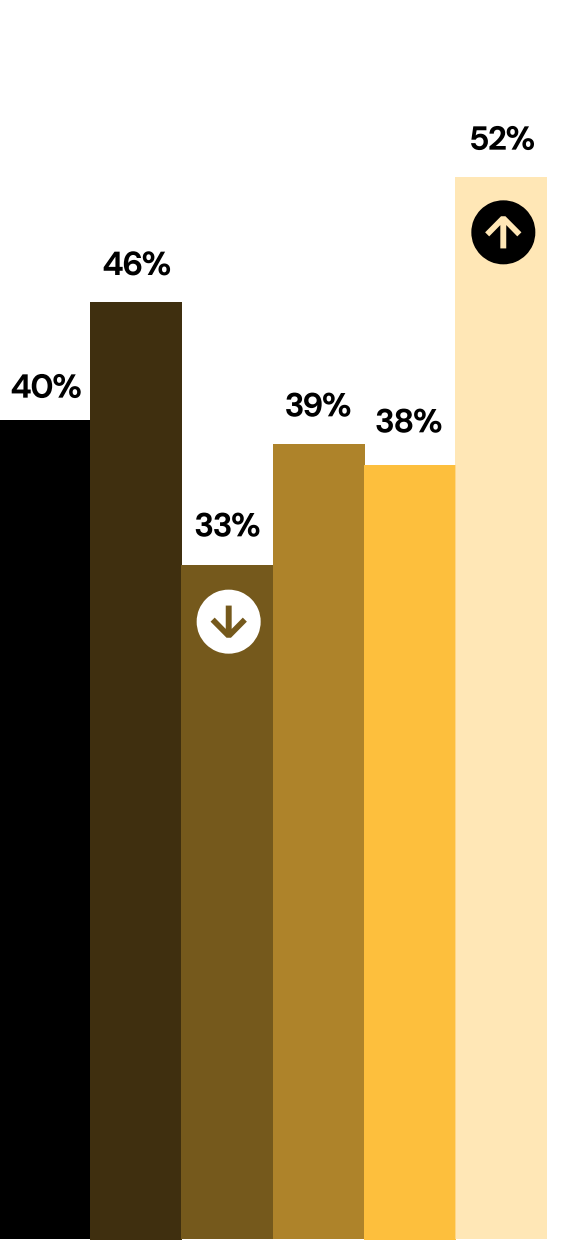
Skąd najczęściej czerpiesz informacje o koncertach, festiwalach muzycznych? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi



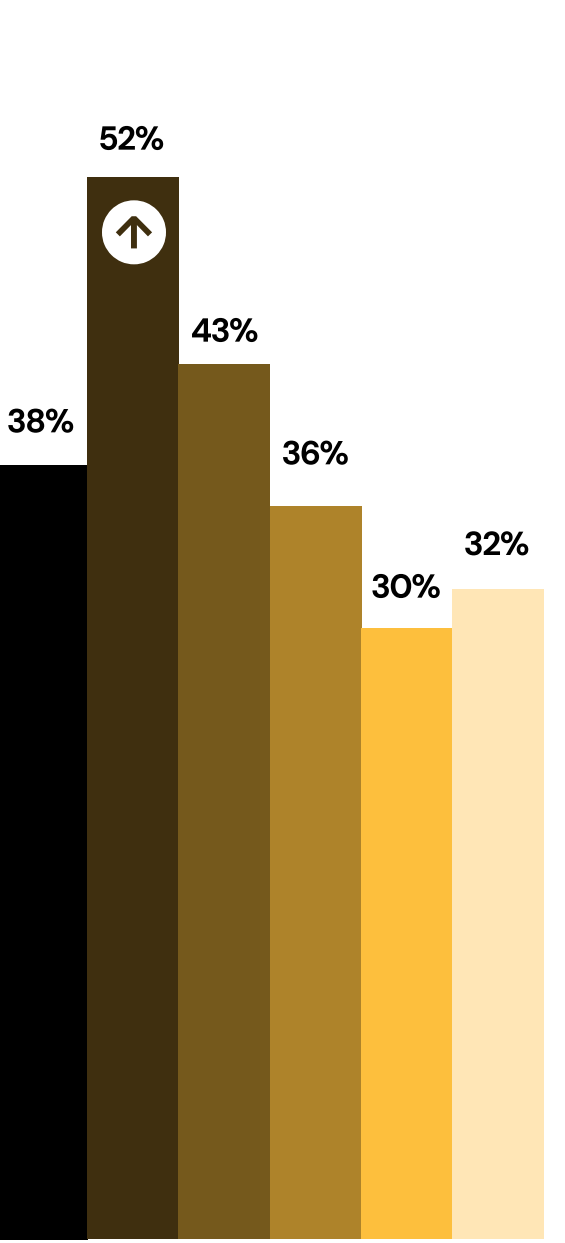
Media społecznościowe artystów / zespołów, które obserwuje



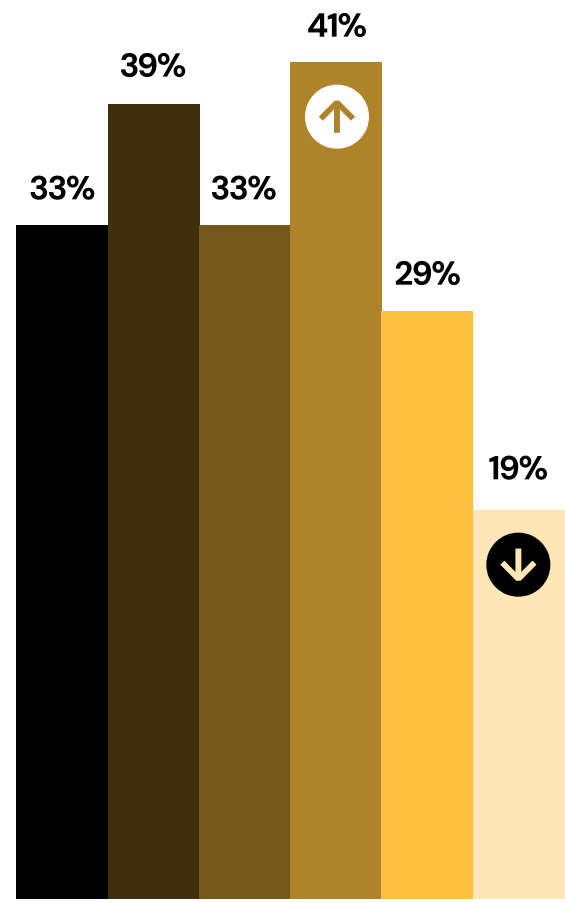
Media społecznościowe festiwalu / wydarzeń muzycznych



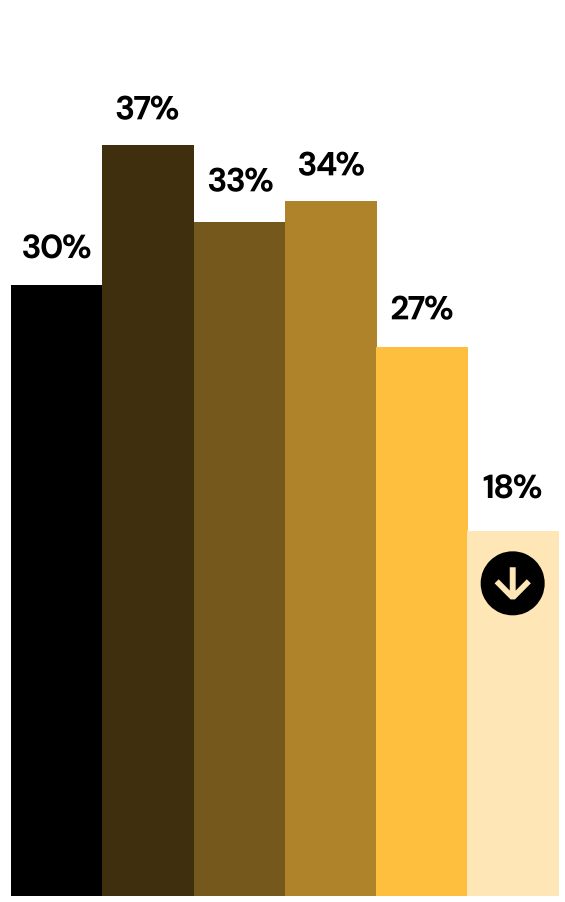
Rekomendacje znajomych / rodziny



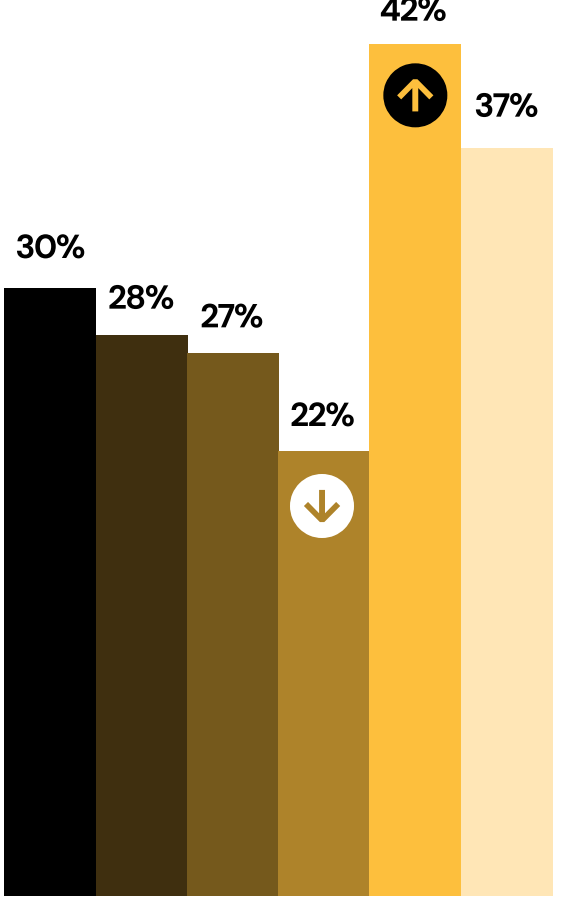
Reklamy w mediach społecznościowych



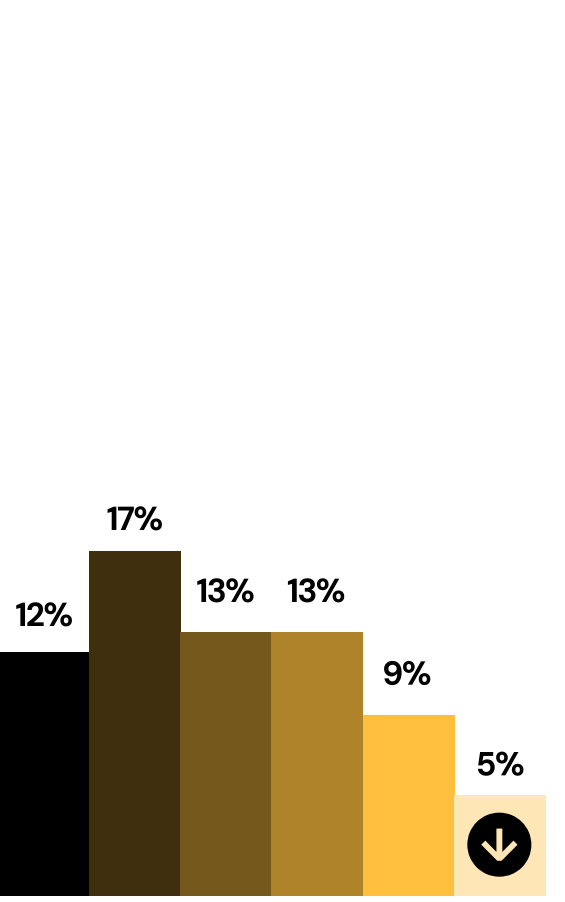
Media społecznościowe klubów i miejsc koncertowych



Media społecznościowe agencji koncertowych / organizatorów



Telewizja



Rekomendacje dziennikarzy / influencerów

Wszyscy

18-24 lata

25-34 lata

35-44 lata

45-54 lata

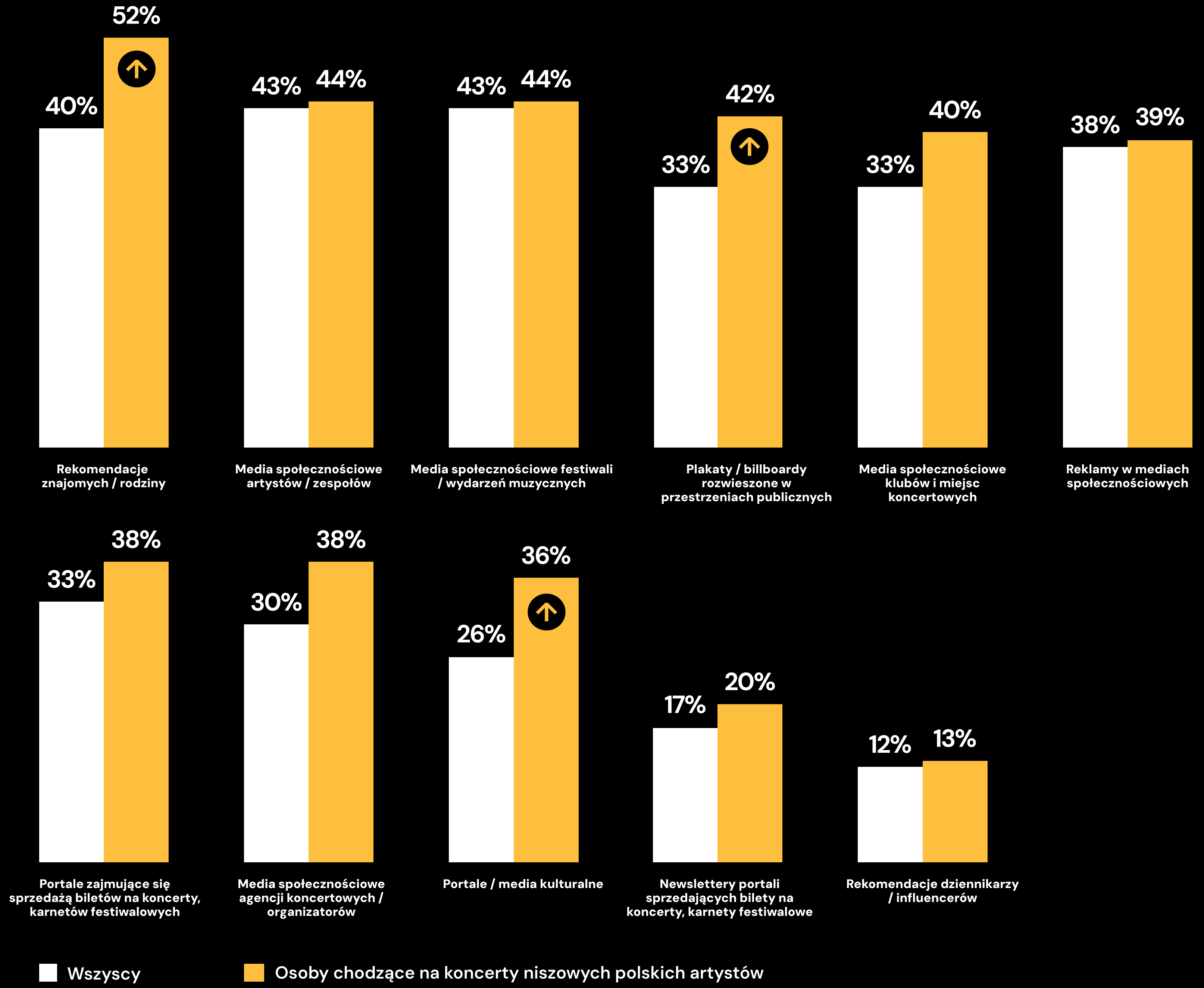
55-80 lat



Skupiając uwagę tylko na osobach chodzących na koncerty niszowych polskich artystów (na użytek badania definiowanych jako koncerty w małych przestrzeniach, z publicznością mniejszą niż lub w okolicach 100 osób), możemy zauważyć trzy ciekawe i statystycznie istotne różnice: **zdecydowanie większy niż u ogółu badanych wpływ osobistych rekomendacji**, a także zauważalnie większe znaczenie **plakatów / billboardów** rozmieszczonych w miejscach publicznych oraz **portali i mediów kulturalnych** jako źródeł informacji. Słuchacze offowej muzyki muszą zdawać sobie sprawę, że o dostęp do wiedzy na temat niszowych wykonawców jest trudno, więc warto zwracać baczniejszą uwagę na różne kanały informacji. W dalszym ciągu jednak to media społecznościowe są najpowszechniejszym źródłem wiedzy i dla tej grupy słuchaczy.



Skąd najczęściej czerpiesz informacje o koncertach, festiwalach muzycznych? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi





Jedna piąta osób nie jest zadowolona z oferty koncertowej w swojej najbliższej okolicy

Choć przewaga głosów jest raczej pozytywna, jednak tylko 23% odpowiadających jest zdecydowanie zadowolonych z oferty koncertowej dostępnej w swojej okolicy.



Jestem zadowolony(-a) z oferty koncertowej dostępnej w mojej najbliższej okolicy

60%

23%

Zdecydowanie
się zgadzam

37%

Raczej się zgadzam

20%

Ani się zgadzam,
ani się nie zgadzam

21%

Raczej się
nie zgadzam

16%

4%

Dużo radziej
chodzę
na koncerty

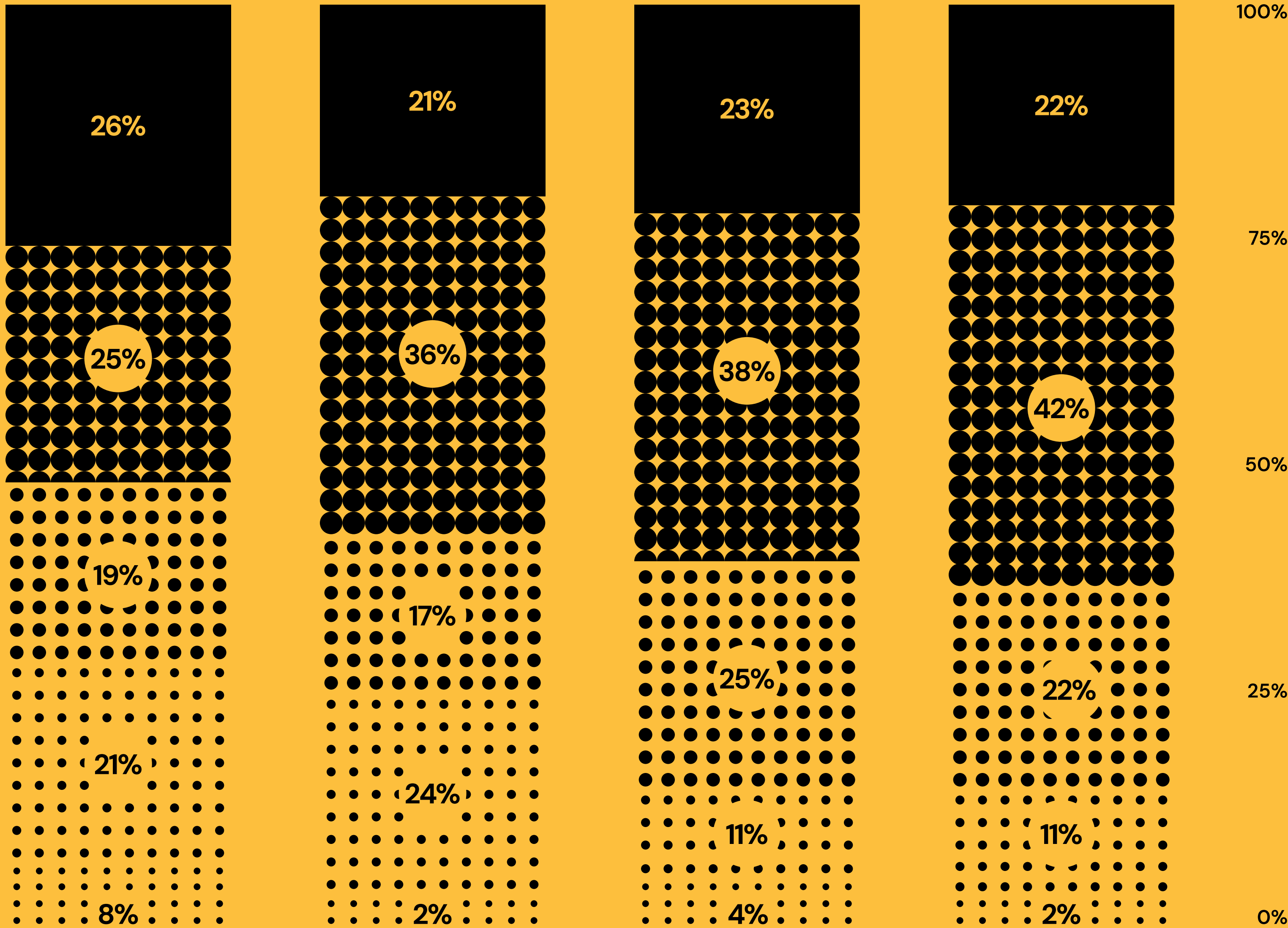
Tip: Organizując koncerty warto pamiętać o słuchaczach z mniejszych miejscowości. Ostatecznie w artystycznym CV nie chodzi o to, czy grało się w największych metropoliach, tylko czy grało się dla pełnych sal. A kiedy instytucje publiczne nie zapewniają dostatecznego dostępu do kultury małym ośrodkom, mogą to zrobić sami artyści, realizując trasy nie po głównych szlakach – z pożytkiem tak dla siebie i frekwencji na swoich koncertach, jak dla rzeszy nowych słuchaczy, potraktowanych na równi z wielkomięjskimi fanami.



Największe widoczne różnice w zadowoleniu z oferty koncertowej pojawiają się w kontekście wielkości miejscowości zamieszkania. Nie jest zaskoczeniem, że oferta kulturalna pozostaje scentralizowana, co nie zmienia faktu, że wymaga to poprawy: na wsiach i w miastach do 50 tys. mieszkańców ofertę zdecydowanie należy poszerzyć i dostosować w większym stopniu do potrzeb mieszkańców.



Jestem zadowolony(-a) z oferty koncertowej dostępnej w mojej najbliższej okolicy



Wieś lub miejscowość do 10 tys. mieszkańców

Miejscowość od 10 000 do 49 999 mieszkańców

Miejscowość od 50 000 do 199 999 mieszkańców

Miejscowość powyżej 200 000 mieszkańców

- Zdecydowanie się zgadzam
- Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam
- Zdecydowanie się nie zgadzam
- Raczej się zgadzam
- Raczej się nie zgadzam



ZWYCZAJE KONCERTOWE

POLSKA KONCERTOWA

2025

X Mniej niż jedna piąta osób chodzących na koncerty była na więcej niż sześciu w przeciągu ostatniego roku

Średnia liczba koncertów: 3,97
Mediana liczby koncertów: 3,00

16,8%
1 koncert

45,5%
2-3 koncerty

20,8%
4-5 koncertów

16,8%
6 i więcej

Wśród osób, które uczestniczyły w przeciągu ostatnich 12 miesięcy w koncercie, blisko 50% osób było na dwóch lub trzech takich wydarzeniach. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że zadając to pytanie prosiliśmy odpowiadających o potraktowanie festiwalu muzycznego jako jednego wydarzenia koncertowego, co należy uwzględnić interpretując wyniki. Chcieliśmy w ten sposób uniknąć sztucznie zawyżonych wyników (w ciągu jednego festiwalu można przecież uczestniczyć w kilkunastu czy nawet kilkudziesięciu koncertach).



Na ilu koncertach i / lub festiwalach muzycznych byłeś / byłaś w przeciągu ostatnich 12 miesięcy? Prosimy o oszacowanie liczby wydarzeń, na których byłeś / byłaś. W ramach tego ćwiczenia potraktuj festiwal muzyczny jako jedno wydarzenie koncertowe.



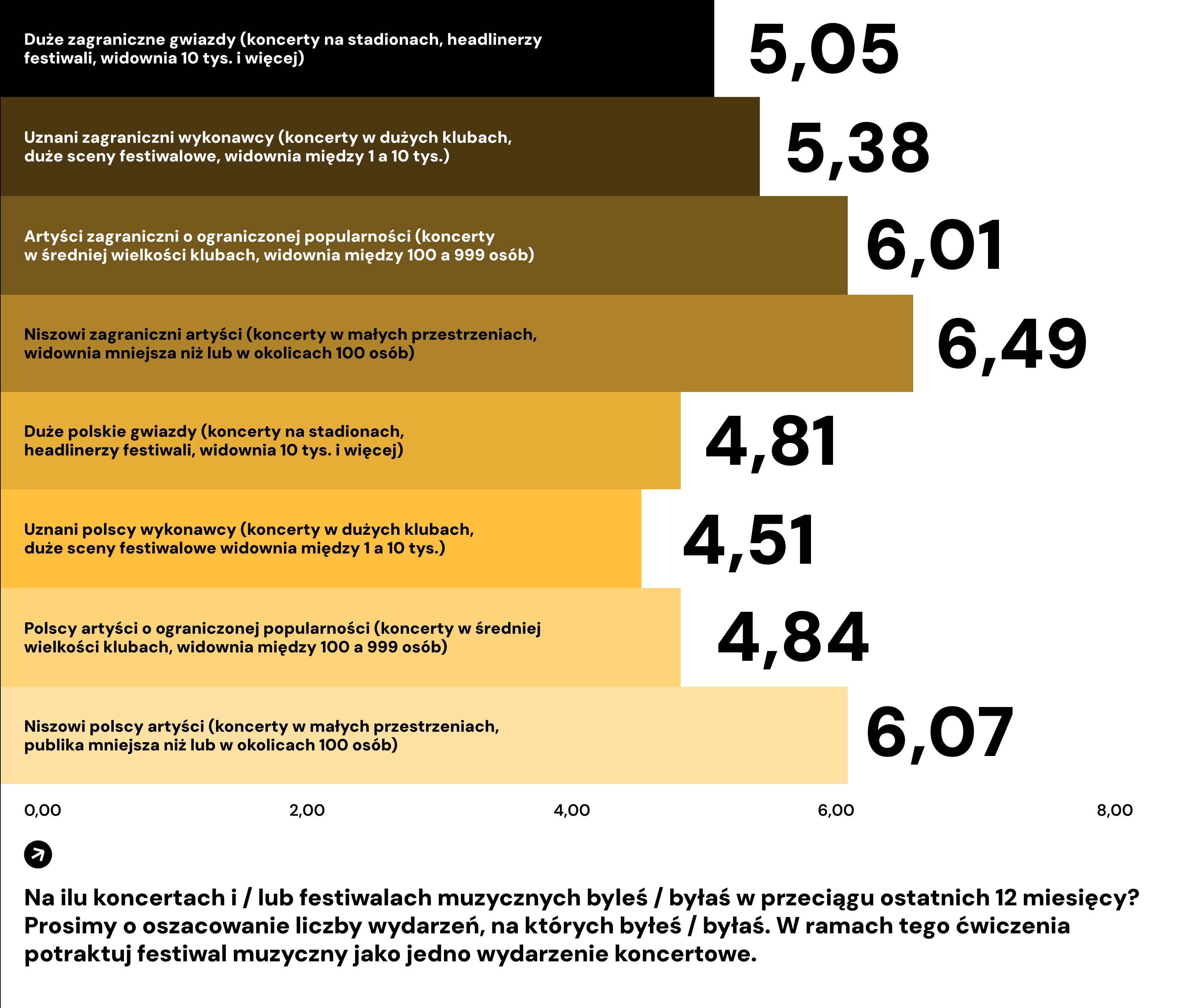
Średnia liczba wydarzeń koncertowych w ciągu ostatniego roku wzrasta wśród osób uczęszczających na koncerty mniej znanych artystów, które odbywają się w mniejszych przestrzeniach: zarówno w przypadku polskich, jak i zagranicznych wykonawców nieznacznie przekracza ona sześć wydarzeń koncertowych.

Jeżeli więc regularnie chodzimy na koncerty, częściej będziemy też wybierać artystów mniej znanych i odwrotnie: słuchając wykonawców niszowych jesteśmy przyzwyczajeni do częstszego uczestniczenia w koncertach. Wydaje się więc, że promowanie przyszłych wydarzeń koncertowych w czasie odbywających się koncertów może mieć wysokie przełożenie na frekwencję, trafiając do odpowiednich odbiorców.

Notatka badawcza: pytanie o koncerty było pytaniem wielokrotnego wyboru, stąd średnie na tym wykresie są wyższe niż w przypadku ogółu badanych.

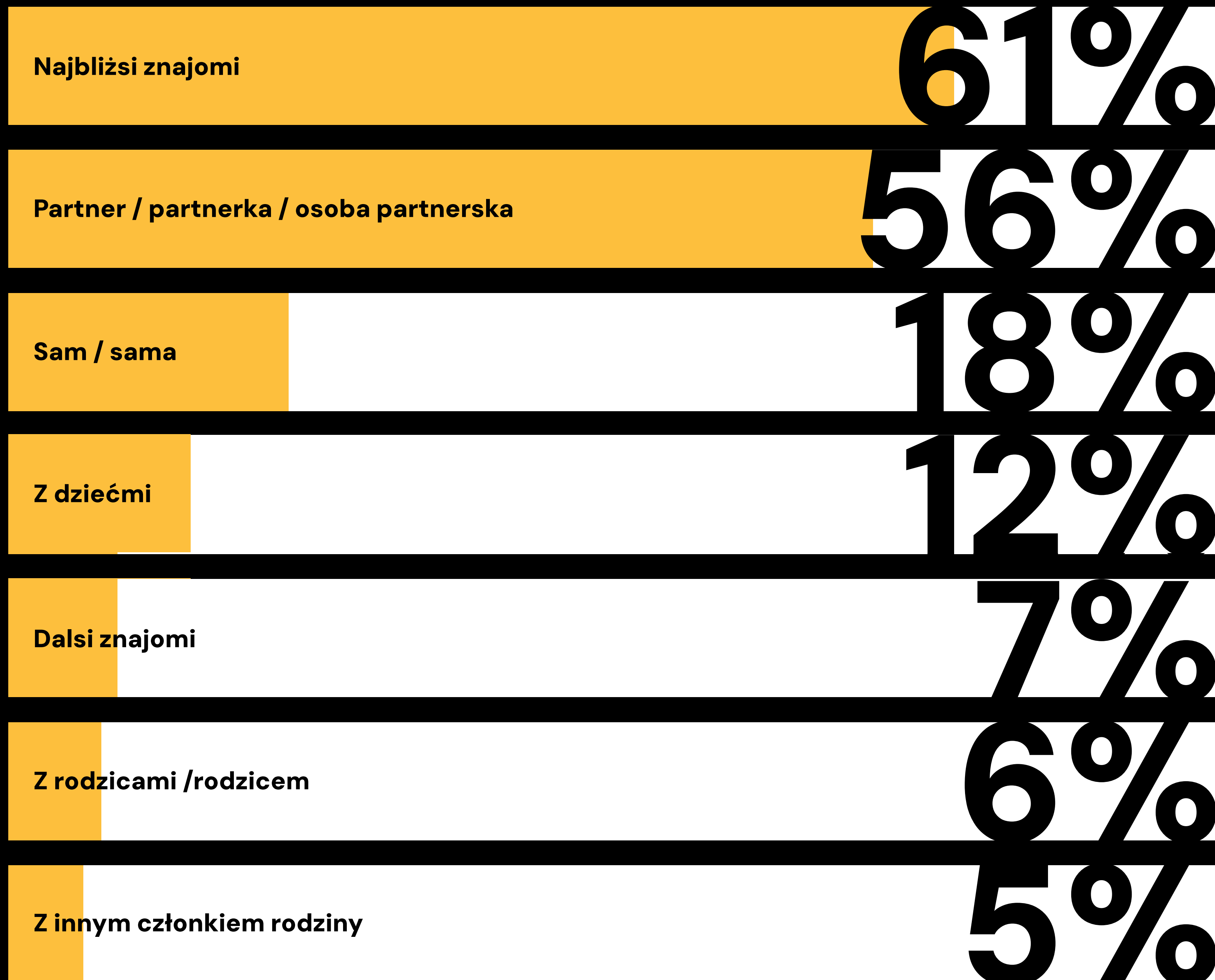
POLSKA KONCERTOWA

2025



X **Koncerty to
aktywność
społeczna, lubimy
spędzać na nich
czas z najbliższymi**

POLSKA KONCERTOWA



Z kim zazwyczaj chodzisz na koncerty?

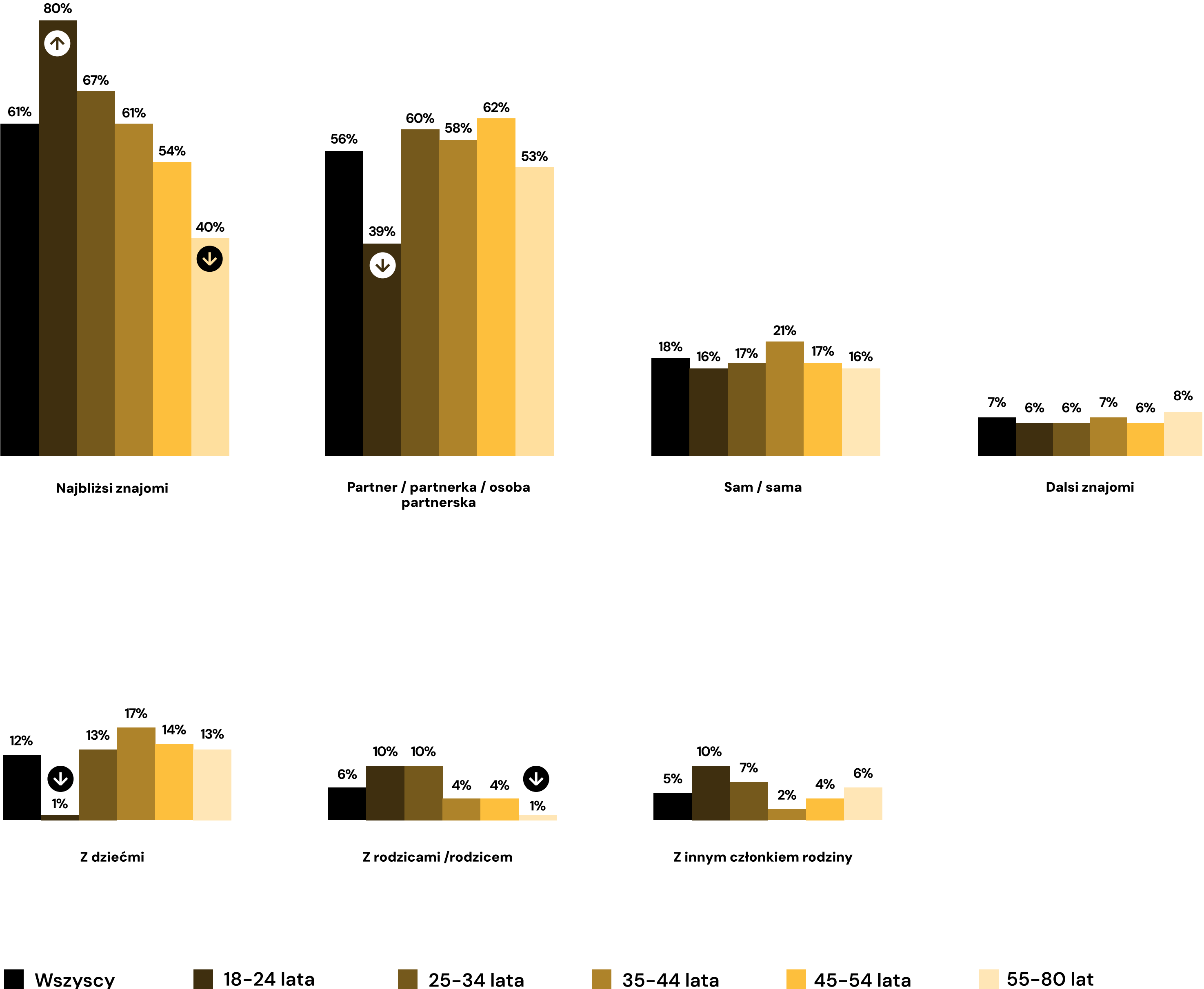
2025



Dla najmłodszych koncerty to najczęściej wydarzenia służące spędzaniu czasu z najbliższymi znajomymi, gdy w późniejszym wieku dużo częściej wychodzimy na koncerty z osobami partnerskimi.

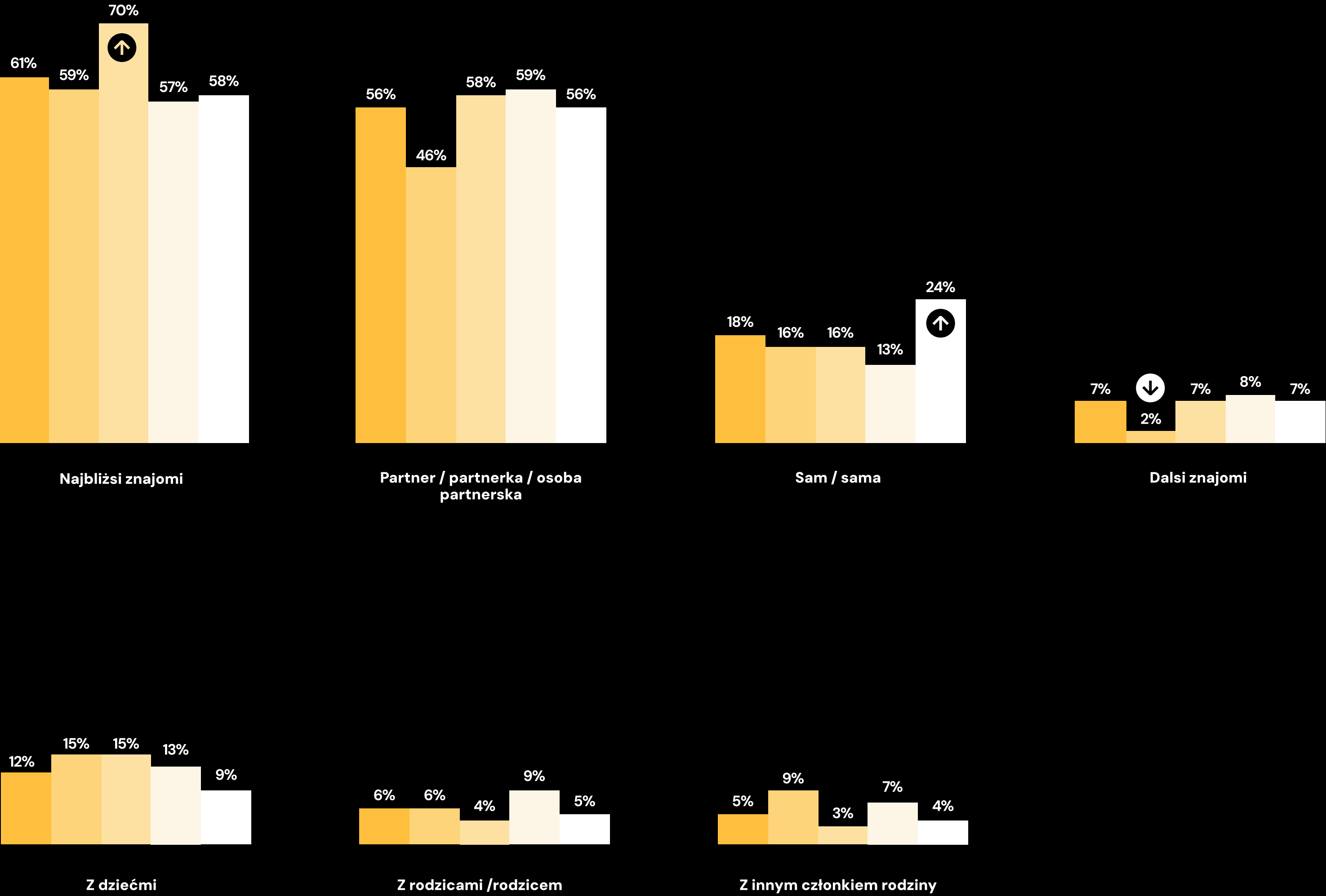


Z kim zazwyczaj chodzisz na koncerty?





Osoby z miast powyżej 200 tys. częściej niż mieszkańcy mniejszych miejscowości chodzą na koncerty samemu. Można założyć, że wpływ na to, poza różnicami w stylu życia i relacji, ma dostępność oferty koncertowej nie wymagająca nadzwyczajnej logistyki.

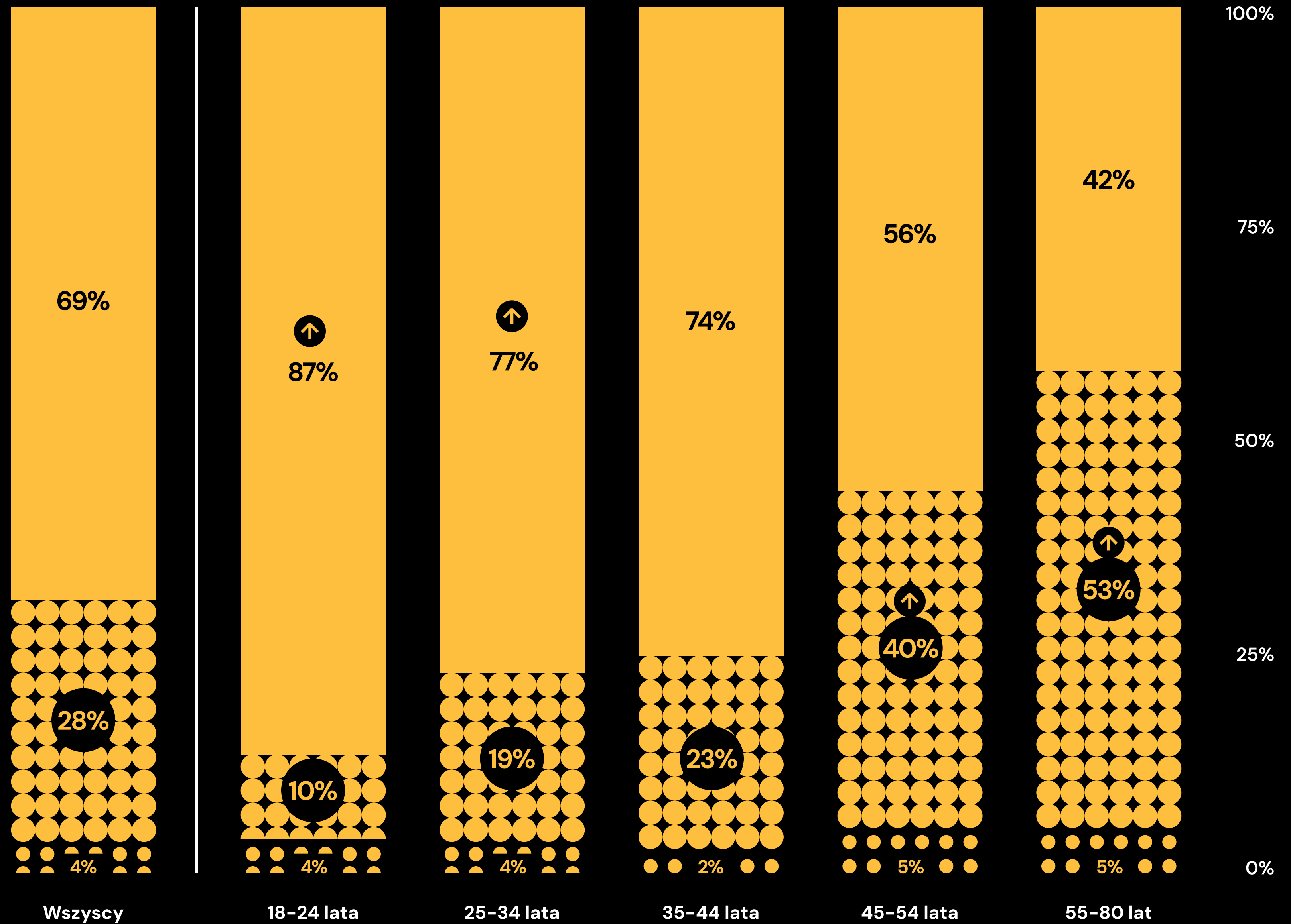


Z kim zazwyczaj chodzisz na koncerty?

- Wszyscy
- Wieś lub miejscowość do 10 tys. mieszkańców
- Miejscowość od 10 000 do 49 999 mieszkańców
- Miejscowość od 50 000 do 199 999 mieszkańców
- Miejscowość powyżej 200 000 mieszkańców

Osoby między 18. a 34. rokiem życia częściej niż ogół uczestników koncertów wybierają festiwale

POLSKA KONCERTOWA



Czy w przeciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczyłeś(-aś) w festiwalu muzycznym?

Tak Nie Nie pamiętam

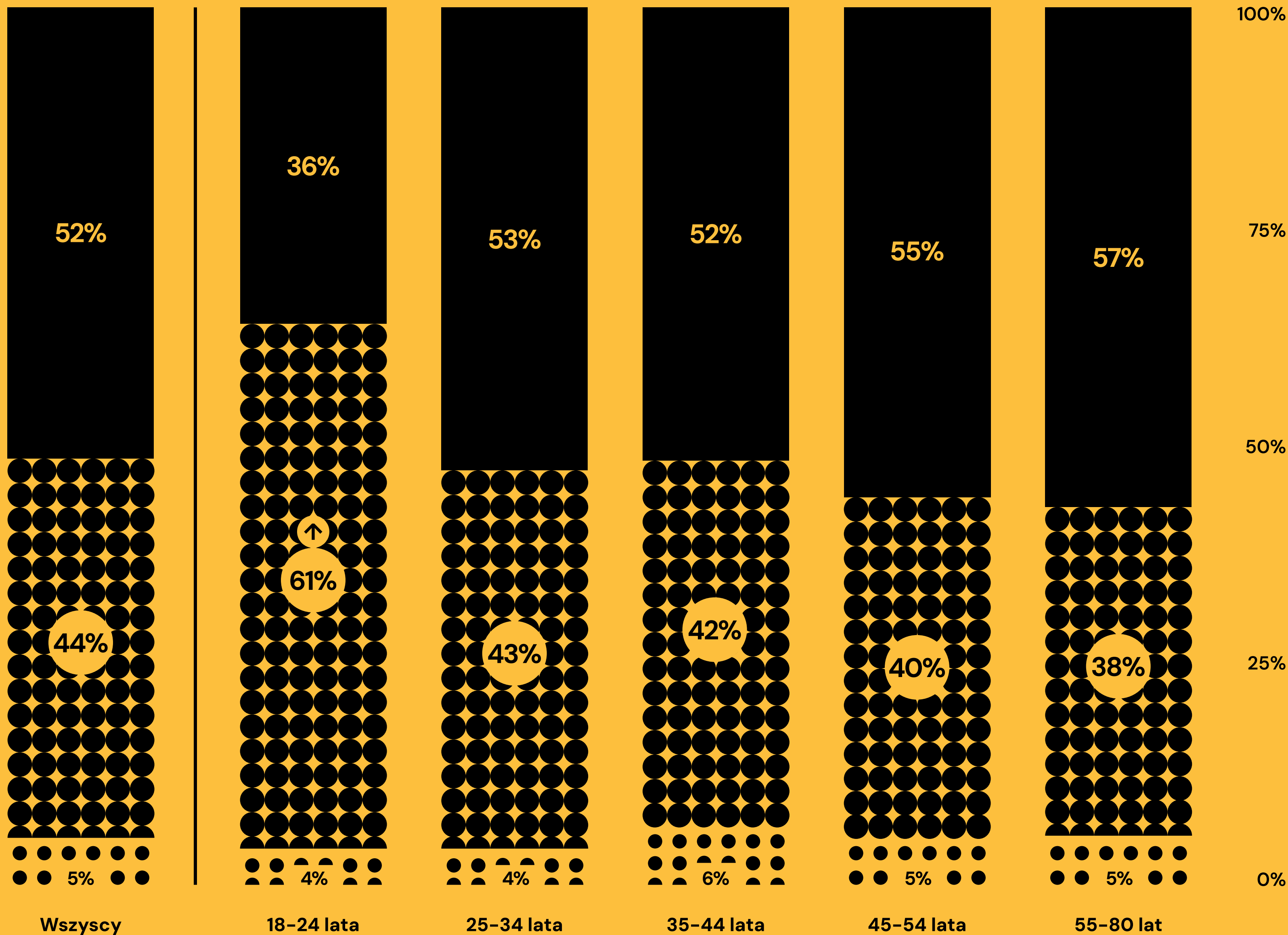
2025

Tylko połowa uczestników koncertów była na koncercie w domu kultury

Wśród osób między 18. a 24. rokiem życia wielkość ta spada aż do 1/3. Jednoznacznie wydaje się więc, że potencjał koncertowy publicznych ośrodków kultury nie jest w pełni wykorzystany. Na ten stan rzeczy wpływa wiele czynników, począwszy od sięgającego poprzedniego ustroju stereotypu domu kultury jako miejsca przaśnego lub kierującego ofertę wyłącznie do dzieci, przez złe zarządzanie ze strony samorządowych organizatorów i dyrektorów nie realizujących misji publicznej, po trudności z budowaniem cyfrowych społeczności i docieralnością promocji. Tymczasem to wyjątki – dziś domy kultury w wielkiej mierze posiadają doskonale wyposażone sale widowiskowe i realizują nieraz bardzo ciekawe i ambitne programy, również w ramach repertuarów koncertowych.



A czy w przeciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczyłeś(-aś) w koncercie organizowanym przez dom kultury?



■ Tak

● Nie

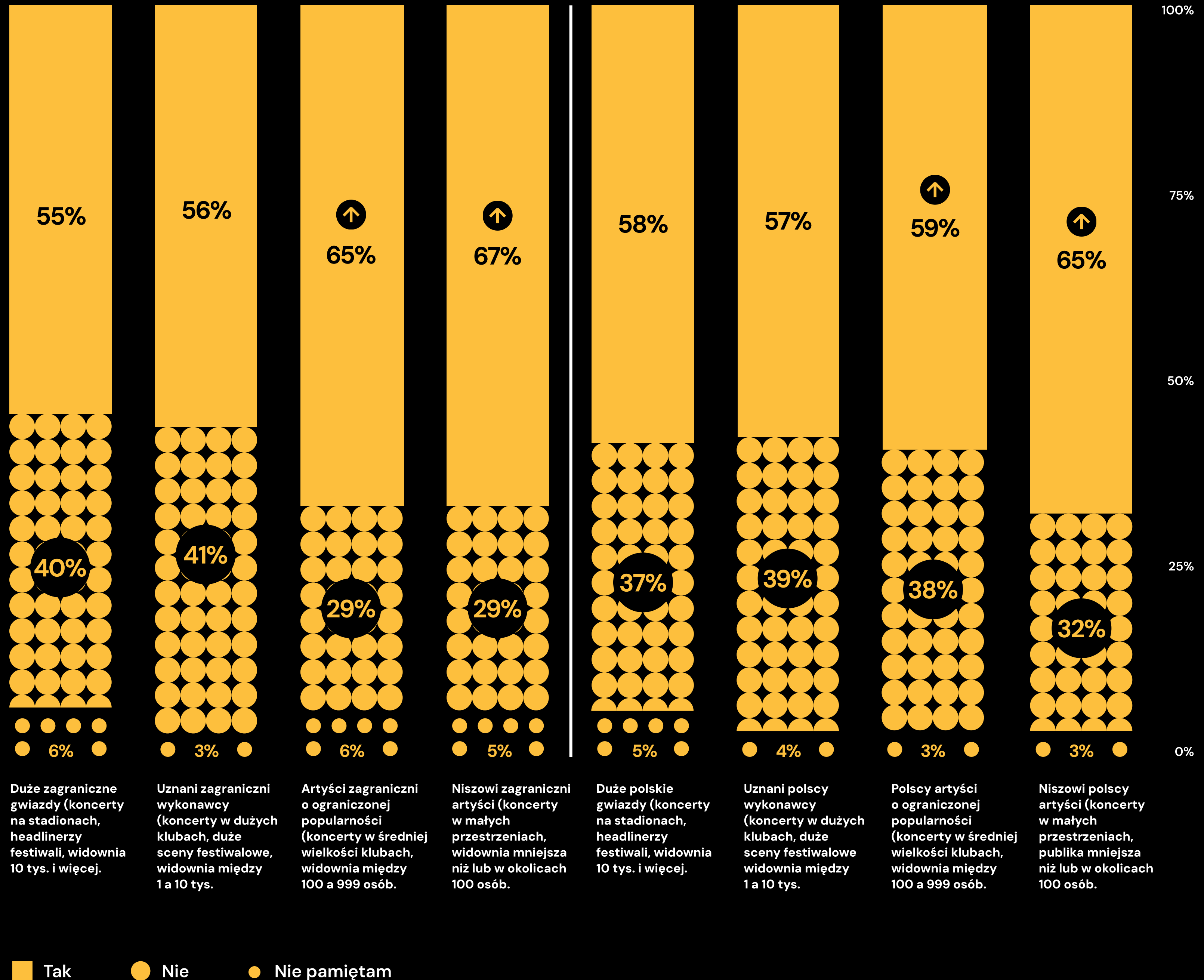
● Nie pamiętam

X Co więcej, częściej na koncertach w domach kultury bywają osoby chodzące na koncerty bardziej niszowych artystów, co może wskazywać potencjalną synergię, którą trzeba rozwijać.

POLSKA KONCERTOWA



A czy w przeciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczyłeś(-aś) w koncercie organizowanym przez dom kultury?

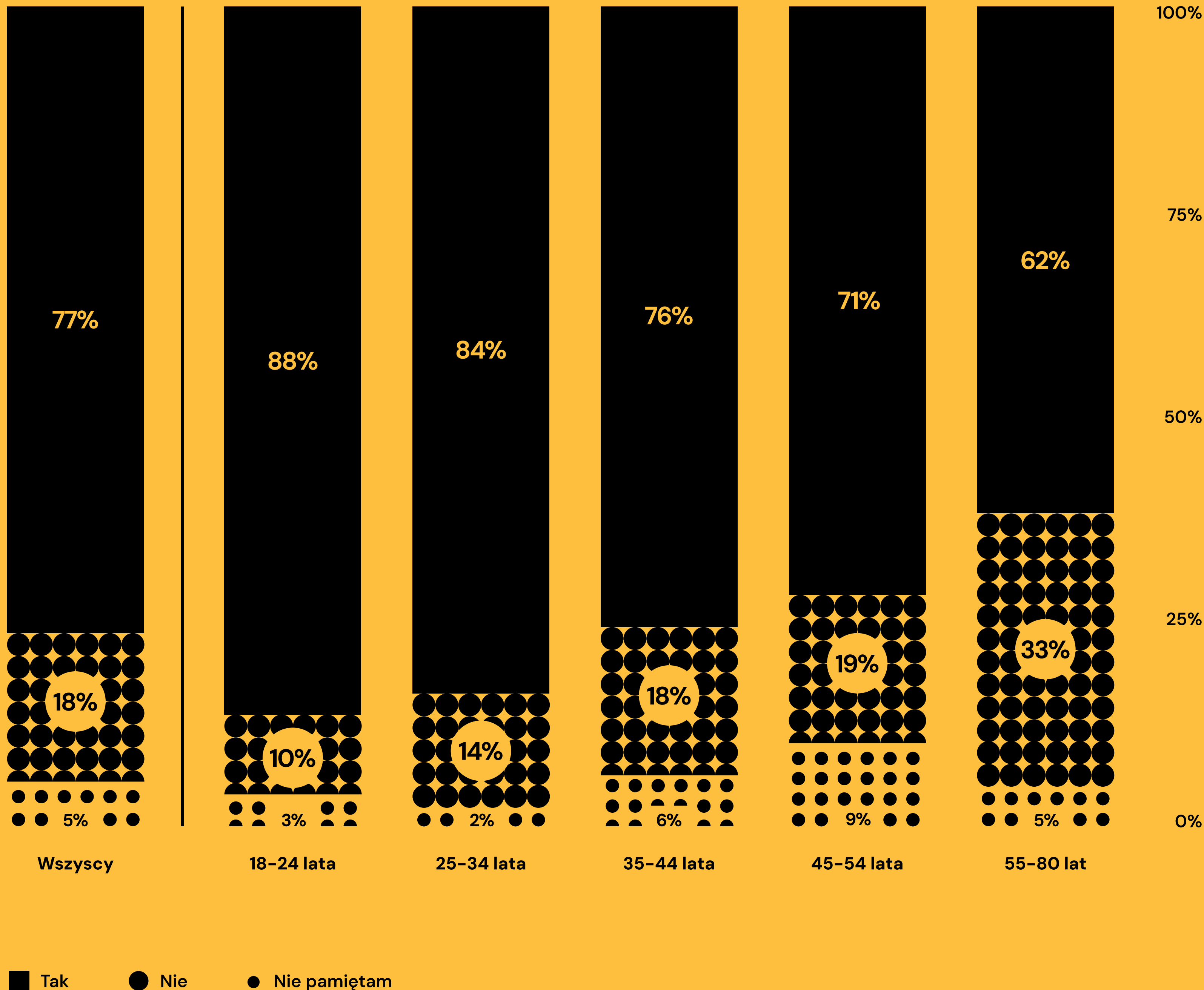


2025

Ponad trzy czwarte uczestników koncertu oglądało też nagranie z koncertu. Jest to szczególnie popularne wśród najmłodszych grup.



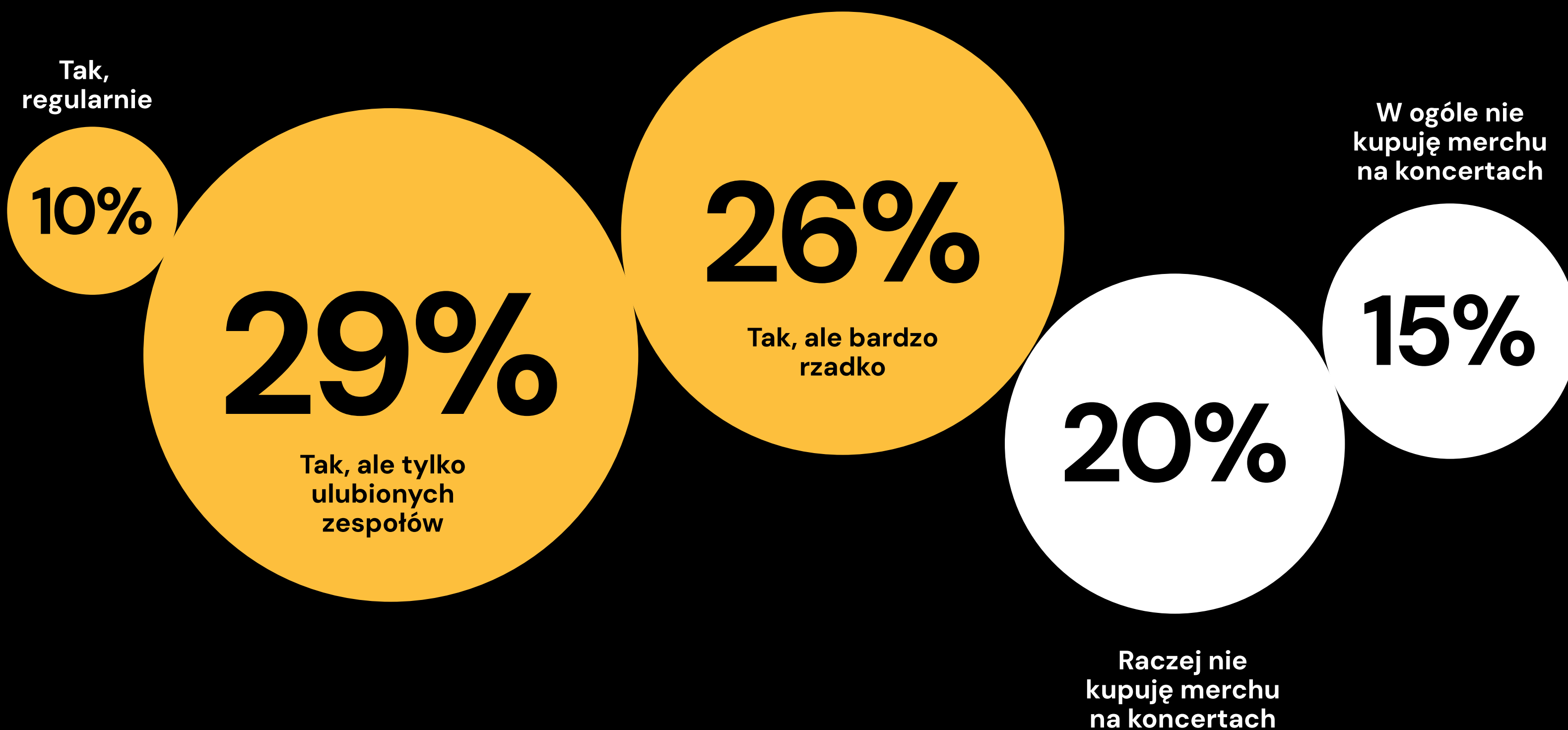
Czy w przeciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło Ci się obejrzeć nagranie z koncertu (w ramach streamingu, w formie nagrania video, w kinie, itp.)





MERCH

X **Chociaż aż 65%
odpowiadających
deklaruje kupowanie
merchu na koncertach,
tylko 10% robi to
regularnie**



**Czy zdarza Ci się kupować merch
(płyty, koszulki, gadżety) na koncertach?**

65%

35%

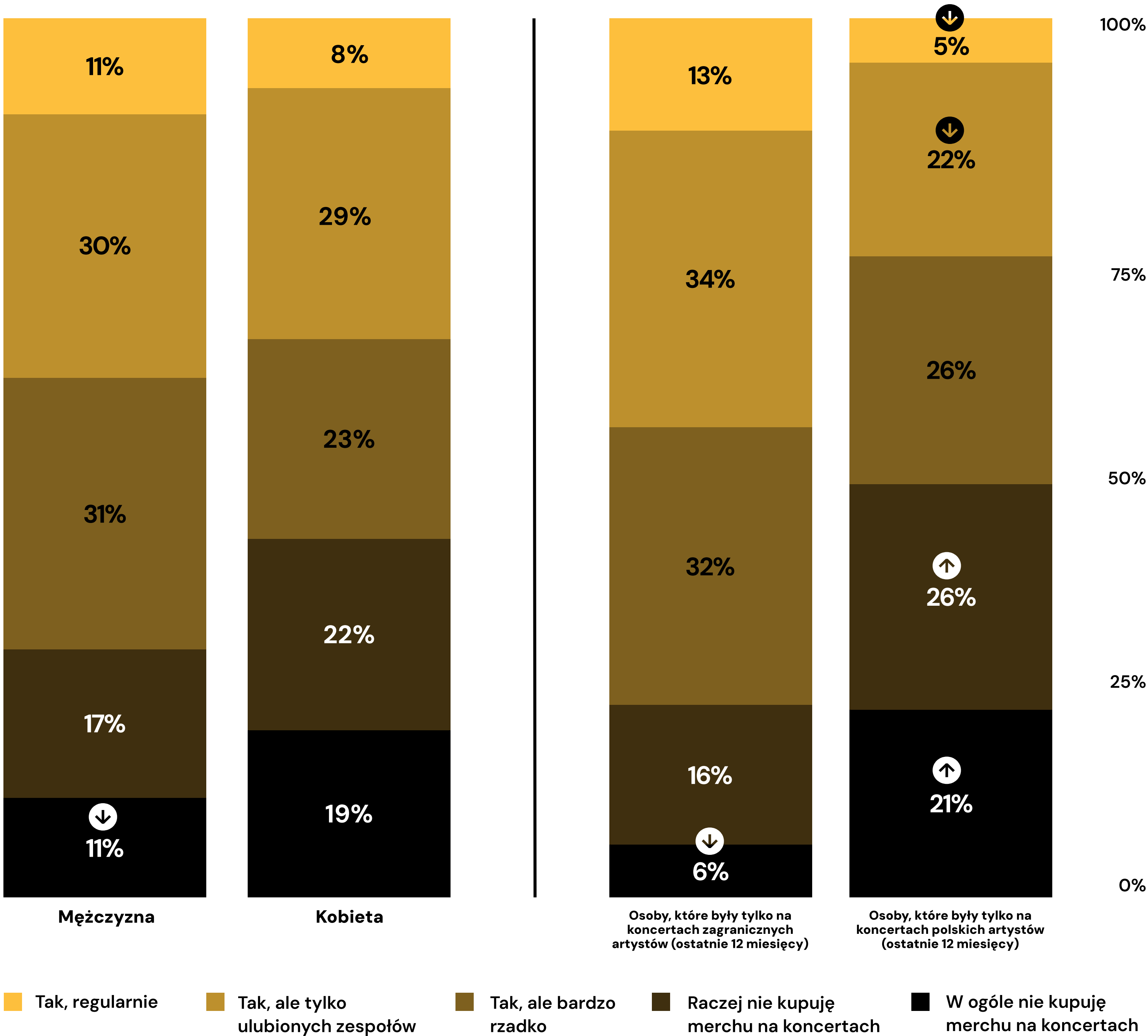


Jeżeli chodzi o częstotliwość kupowania merchu, widzimy w danych dwie znaczące różnice. Po pierwsze, to mężczyźni są osobami, które częściej robią zakupy na koncertach. Po drugie, rzadziej merch na koncertach kupują osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy były tylko na koncertach polskich wykonawców. Może to oznaczać słabszą ofertę merchu lub mniejsze zaangażowanie emocjonalne wobec polskich artystów – są to jednak tylko hipotezy, które wymagałyby dalszych, pogłębionych badań.

Tip: Zakup merchu to znaczące wsparcie zwłaszcza dla mniejszych, lokalnych artystów. Jeśli zdarza Ci się kupować merch na koncertach, nie czekaj, aż mali wykonawcy staną się dużymi – pomóż im w osiągnięciu tego celu!



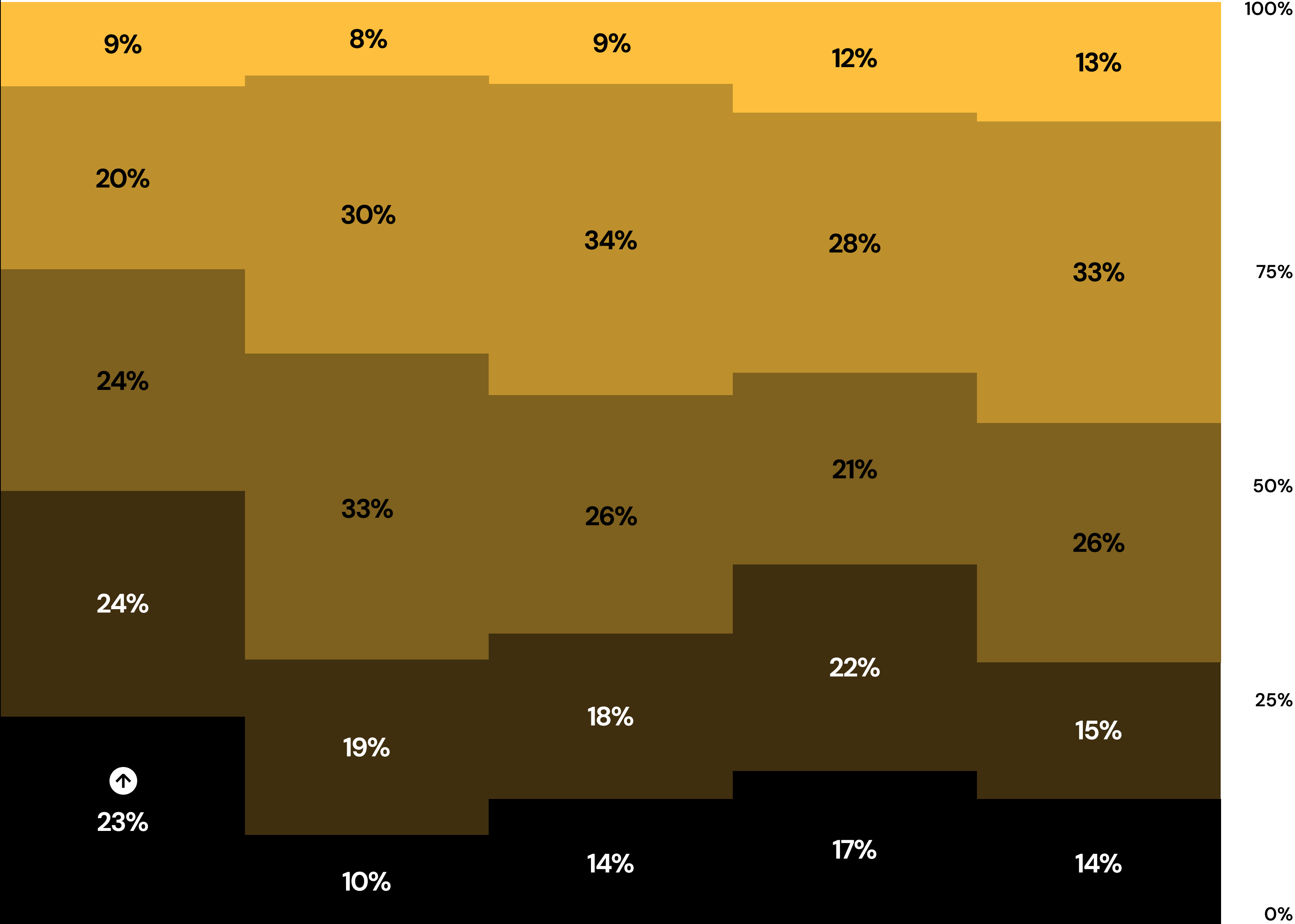
Czy zdarza Ci się kupować merch (płyty, koszulki, gadżety) na koncertach?





Co interesujące, nie widzimy prawie w ogóle różnic w stosunku między kwotami zarobków netto a częstotliwością kupowania merchu na koncertach (za wyjątkiem osób zarabiających mniej niż 3000 zł na rękę, co biorąc pod uwagę wielkość minimalnej płacy w Polsce, może dotyczyć młodych osób pracujących dorywczo). Wydaje się, więc, że częstotliwość robienia zakupów podczas koncertów związana jest głównie z zaangażowaniem emocjonalnym wobec wykonawców, czy po prostu z rodzajem przyzwyczajenia.

POLSKA KONCERTOWA



Czy zdarza Ci się kupować merch (płyty, koszulki, gadżety) na koncertach?

- Tak, regularnie
- Tak, ale tylko ulubionych zespołów
- Tak, ale bardzo rzadko
- Raczej nie kupuję merchu na koncertach
- W ogóle nie kupuję merchu na koncertach

2025

3 T-shirty, płyty CD oraz drobne gadżety to najbardziej popularny merch

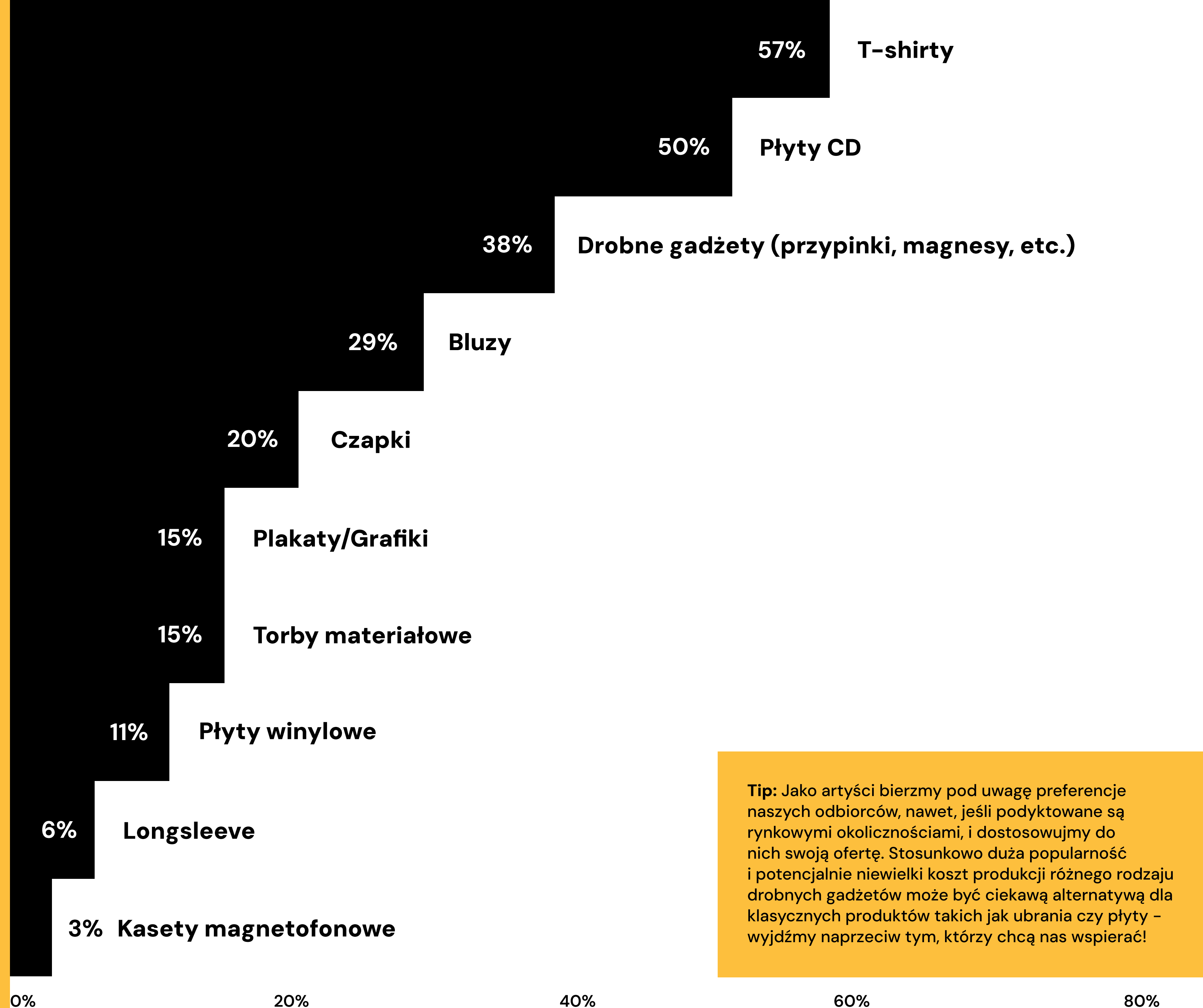
Co ciekawe, to właśnie T-shirty, a nie nośniki muzyczne, są najbardziej popularnym zakupem na koncercie.

Pomimo rosnącej popularności płyt winylowych, na koncertach wciąż to płyty CD wyprzedzają jakikolwiek inny nośnik muzyczny.

Uwagę zwraca też wyraźna popularność drobnych gadżetów. Wydaje się, że może być to niskokosztowa opcja dla osób, które chcą mieć pamiątkę z koncertu, a nie chcą wydawać na nią zbyt dużo pieniędzy.



Jaki rodzaj merchu kupujesz najczęściej na koncertach? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi.



Tip: Jako artyści bierzmy pod uwagę preferencje naszych odbiorców, nawet, jeśli podyktowane są rynkowymi okolicznościami, i dostosowujemy do nich swoją ofertę. Stosunkowo duża popularność i potencjalnie niewielki koszt produkcji różnego rodzaju drobnych gadżetów może być ciekawą alternatywą dla klasycznych produktów takich jak ubrania czy płyty – wyjdźmy naprzeciw tym, którzy chcą nas wspierać!



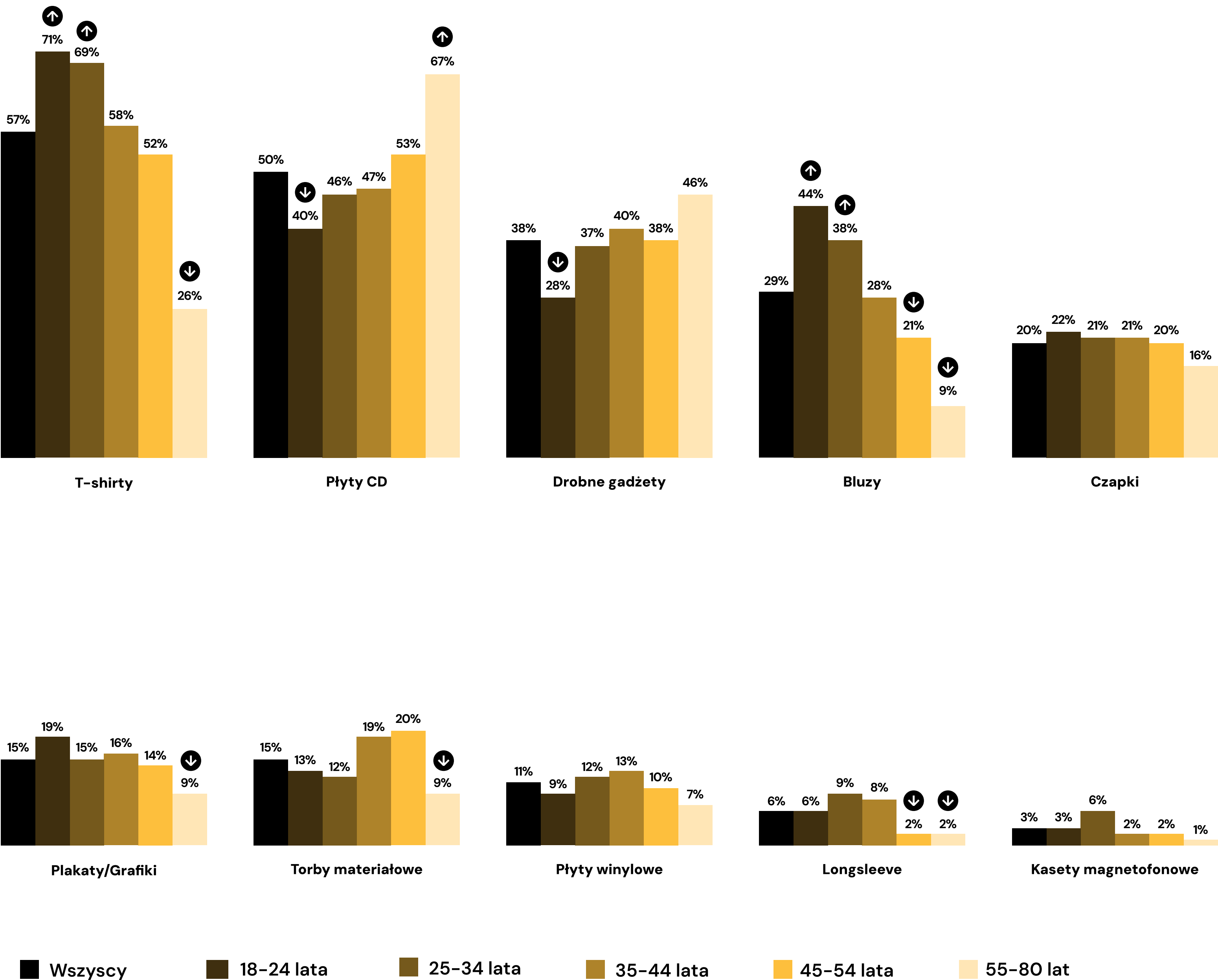
Osoby w wieku od 18 do 34 lat dużo częściej decydują się na zakup ubrań (T-shirtów, bluz) na koncertach.

Osoby najmłodsze (18–24 lata) rzadziej kupują drobne gadżety i płyty CD – nie znaczy to jednak, że częściej kupują inne nośniki.

Osoby mające więcej niż 55 lat dużo rzadziej kupują ubrania na koncertach, za to dużo częściej kupują płyty CD.



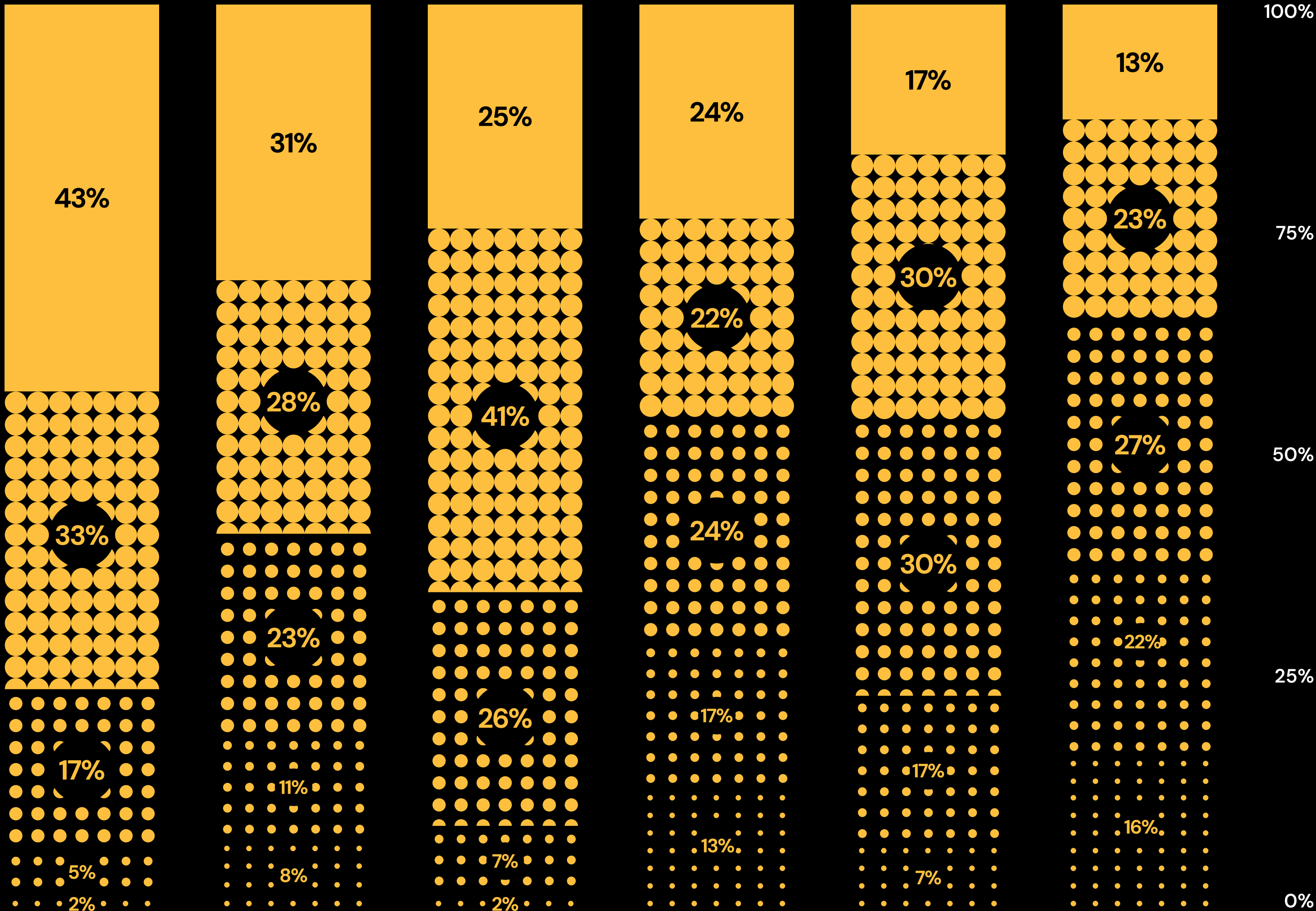
Jaki rodzaj merchu kupujesz najczęściej na koncertach? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi.



CO ROBIMY NA KONCERTACH?

X **Koncert potrafi
wprawić nas
w ruch, ale rzadko
zostajemy na
afterparty**

POLSKA KONCERTOWA



Jak często zdarza ci się: [osobne pytanie wraz ze skalą dla każdego ze stwierdzeń]

■ Zawsze lub prawie zawsze **●** Często **●** Czasami **●** Rzadko **●** Nigdy lub prawie nigdy

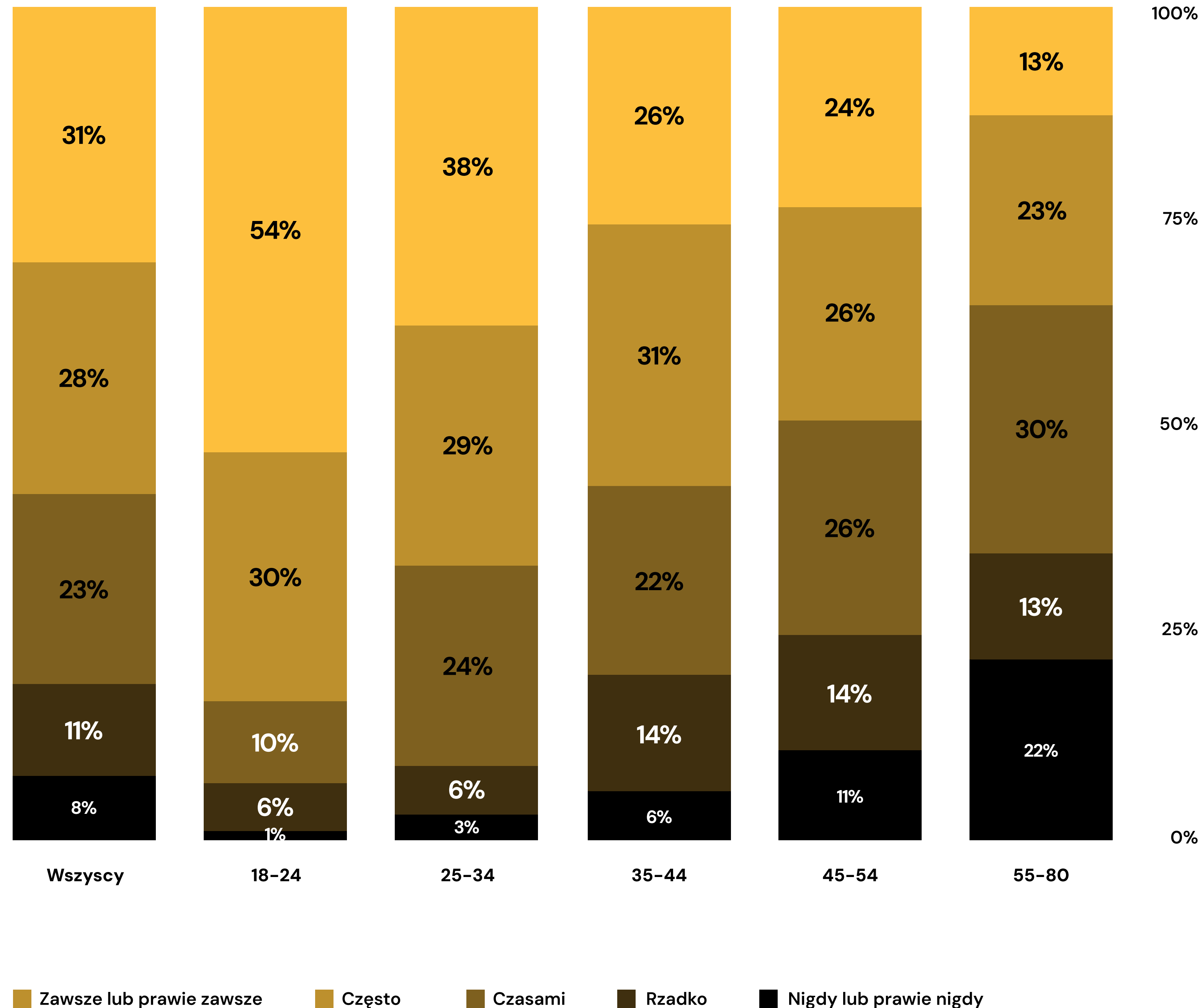


Dla osób młodych uwiecznienie koncertu na zdjęciach i filmach oraz publikacja wspomnień jest elementem koncertowego doświadczenia

Ponad połowa osób w wieku od 18 do 24 lat zawsze lub prawie zawsze nagrywa fragmenty utworów i/lub robi zdjęcia na koncercie. Robi też tak 38% osób w wieku od 25 do 34 lat. Z drugiej strony, tylko co czwarta osoba w wieku od 35 do 54 lat zawsze lub prawie zawsze uwiecznia koncert.



Jak często zdarza Ci się nagrywać
fragmenty utworów i/lub robić na
koncercie zdjęcia



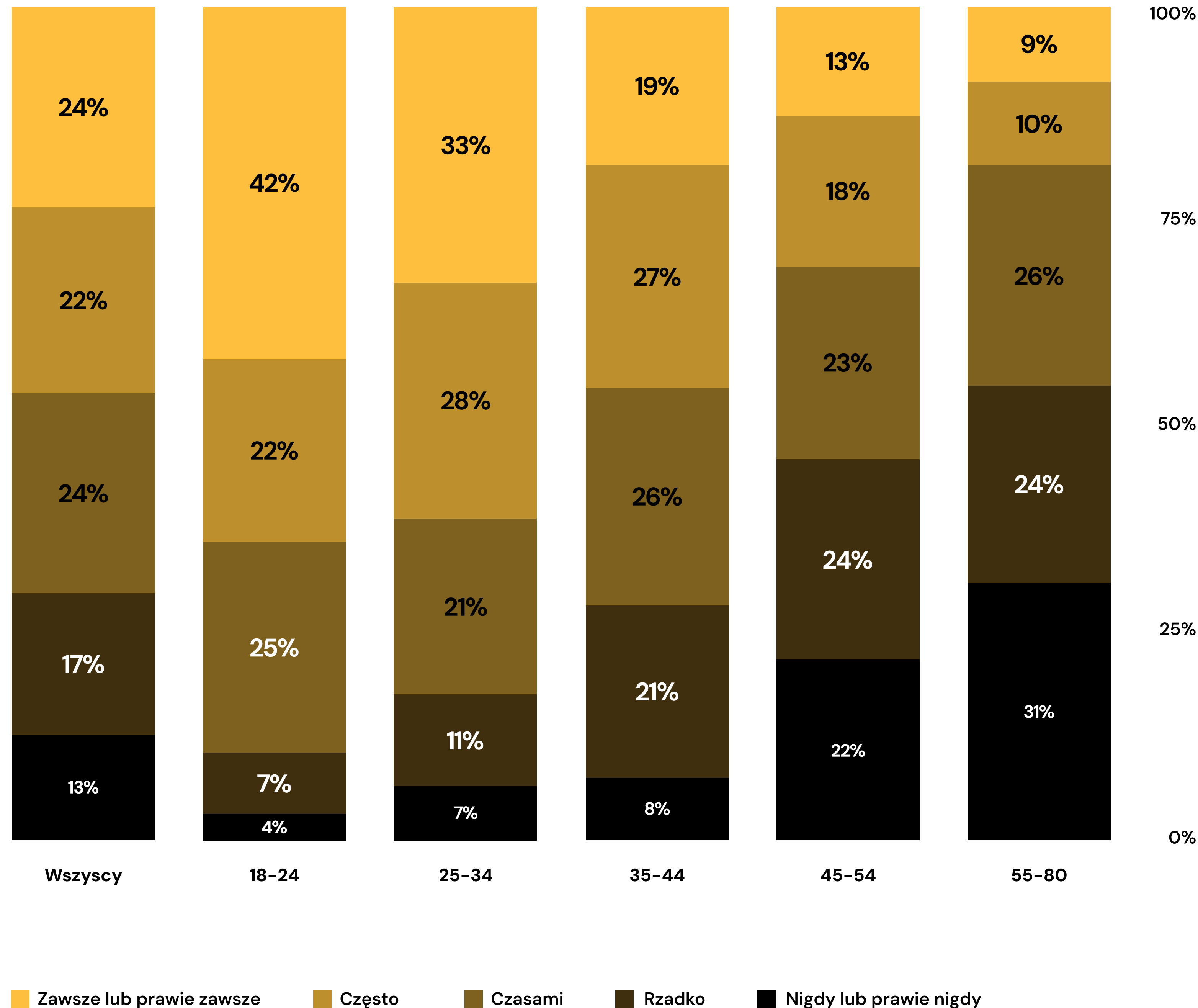


Pojawiające się w przestrzeni publicznej debaty na temat obecności telefonów na koncertach mogą mieć swoje źródła w różnicach pokoleniowych. W danych wyraźnie widzimy różnicę częstotliwości poszczególnych zachowań między osobami powyżej i poniżej 35. roku życia. Niezależnie więc od własnych preferencji, do obecności telefonów na koncertach musimy się po prostu przyzwyczaić: wraz z naturalnym odmładzaniem się publiczności będą one nie tylko coraz bardziej powszechne, ale wręcz naturalne jako element koncertowego doświadczenia.

Tip: Zauważalnie rzadziej publikujemy materiały z koncertów, niż je nagrywamy – robi tak tylko 41% najmłodszej grupy i co trzecia osoba w wieku od 25 do 34 lat. A skoro już rejestrujemy wspomnienie z udanego koncertu, nie trzymajmy go tylko dla siebie – nawet krótka relacja z oznaczeniem kanałów zespołu może zadziałać jak marketing szeptany i rekomendacja dla znajomych!



Jak często zdarza Ci się publikować relację/zdjęcia z koncertu na własnych kanałach społecznościowych

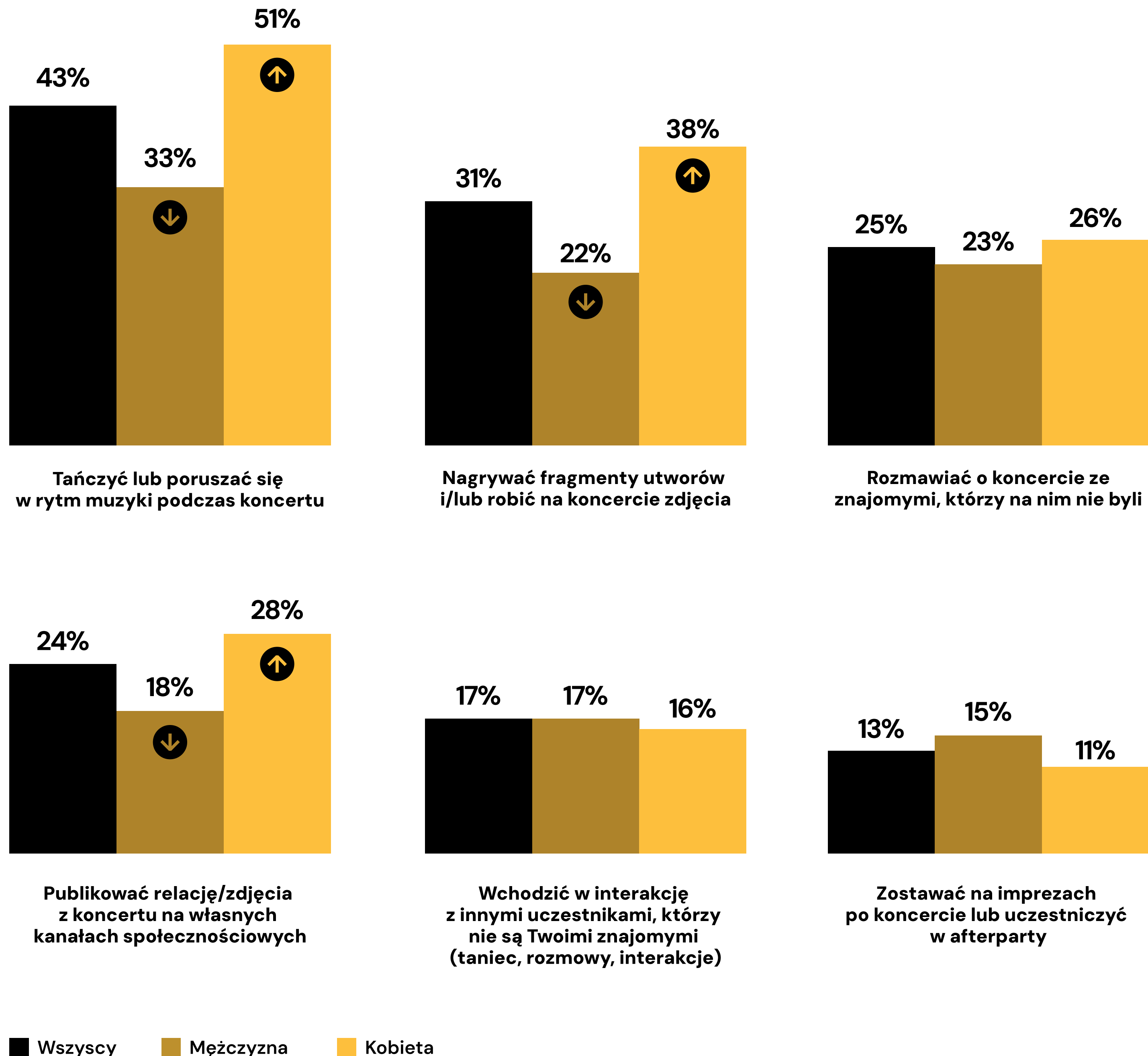




Ciekawe są też różnice zachowań koncertowych w kontekście płci. W ramach poniższego wykresu skupiliśmy się na porównaniu częstotliwości odpowiedzi "Zawsze lub prawie zawsze". Największa różnica widoczna jest w odpowiedzi na pytanie "Jak często zdarza ci się tańczyć lub poruszać się w rytm muzyki podczas koncertu" (blisko 18 p.p. różnicy między mężczyznami i kobietami), co pokazuje, jak inną ekspresję mamy pod sceną. Kobiety też dużo częściej nagrywają i / lub robią zdjęcia. Widzimy też różnicę w kwestii publikacji wrażeń z koncertów na własnych kanałach społecznościowych, jednak w porównaniu z wcześniejszymi, jest ona nieznaczna (około 10 p.p.). Co ciekawe, między kobietami a mężczyznami nie ma różnicy w częstotliwości wchodzenia w interakcje społeczne z innymi uczestnikami koncertu.



Porównanie wyników odpowiedzi "Zawsze lub prawie zawsze"





PREFERENCJE KONCERTOWE



Znaczenie widowiskowości koncertów lub skupienie na muzycznym warsztacie to kwestia indywidualnych preferencji – nie ma wyraźnego trendu

Co więcej, waga przykładana do jakości muzyki wykonywanej na żywo i aspektów performatywno-wizualnych rozkłada się w podobny sposób.



Koncert to zarówno doświadczenie słuchania muzyki na żywo (aranżacje utworów, jakość wykonania, zgranie muzyków itp.) jak i doświadczenie performatywno-wizualne (widowiskowość, kontakt z publicznością, efekty wizualne, scenografia, choreografia itp.). W jakim stopniu są one dla Ciebie ważne?

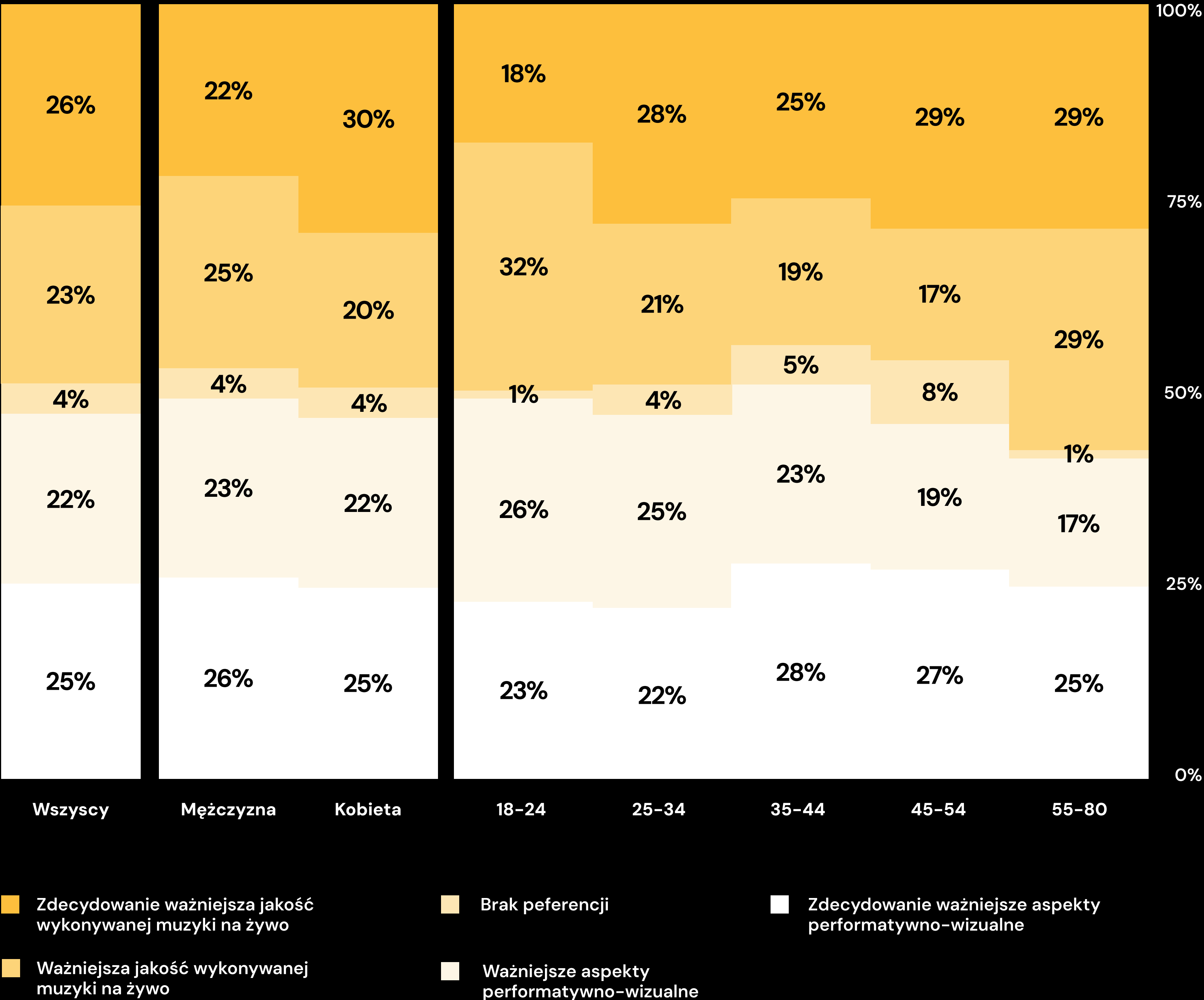


Wyniki odpowiedzi na to pytanie są dla nas w jakiś sposób zaskakujące. W trakcie przygotowywania badania zastanawialiśmy się, które elementy koncertu będą dla poszczególnych grup odbiorców istotniejsze – spodziewaliśmy się, że na koniec będziemy mogli dać wskazówkę młodym zespołom, nad czym warto pracować w pierwszej kolejności. Okazuje się jednak, że nie ma w tym przypadku łatwych rozwiązań i w tych kwestiach preferencje słuchaczy są ściśle indywidualne. Cóż więc zrobić, pracując nad koncertami trzeba w równym stopniu brać pod uwagę oba aspekty!

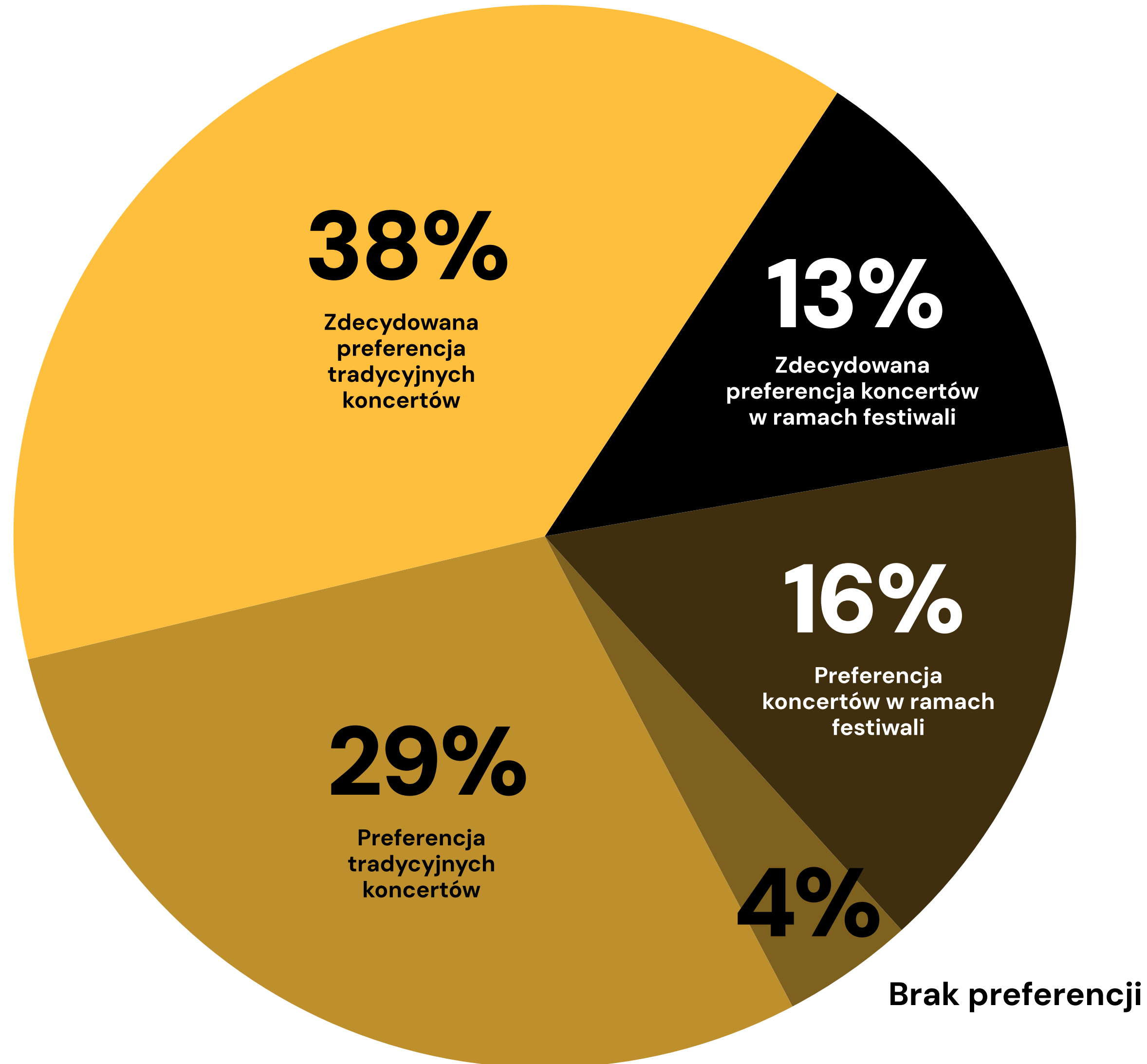
- Nie widać żadnych istotnych różnic w zależności od płci i wieku uczestników koncertów.
- Niewielkie wahania zauważalne w podziale na grupy wiekowe nie są istotne statystycznie.



Koncert to zarówno doświadczenie słuchania muzyki na żywo (aranżacje utworów, jakość wykonania, zgranie muzyków itp.) jak i doświadczenie performatywno-wizualne (widowiskowość, kontakt z publicznością, efekty wizualne, scenografia, choreografia itp.).
W jakim stopniu są one dla Ciebie ważne?



Wyraźna preferencja tradycyjnych form koncertów wobec koncertów będących częścią festiwalu



Myśląc o koncertach w ramach festiwalu muzycznych (dużych imprez odbywających się na określonej przestrzeni, trwających zazwyczaj więcej niż jeden dzień, z dużą ilością wykonawców i scen) jak i tradycyjnych wydarzeniach koncertowych (wydarzeń trwających najczęściej do kilku godzin, w ramach których występuje jeden lub kilku wykonawców na jednej scenie), czy masz jakieś preferencje co do Twojej ulubionej formy kontaktu z muzyką na żywo?

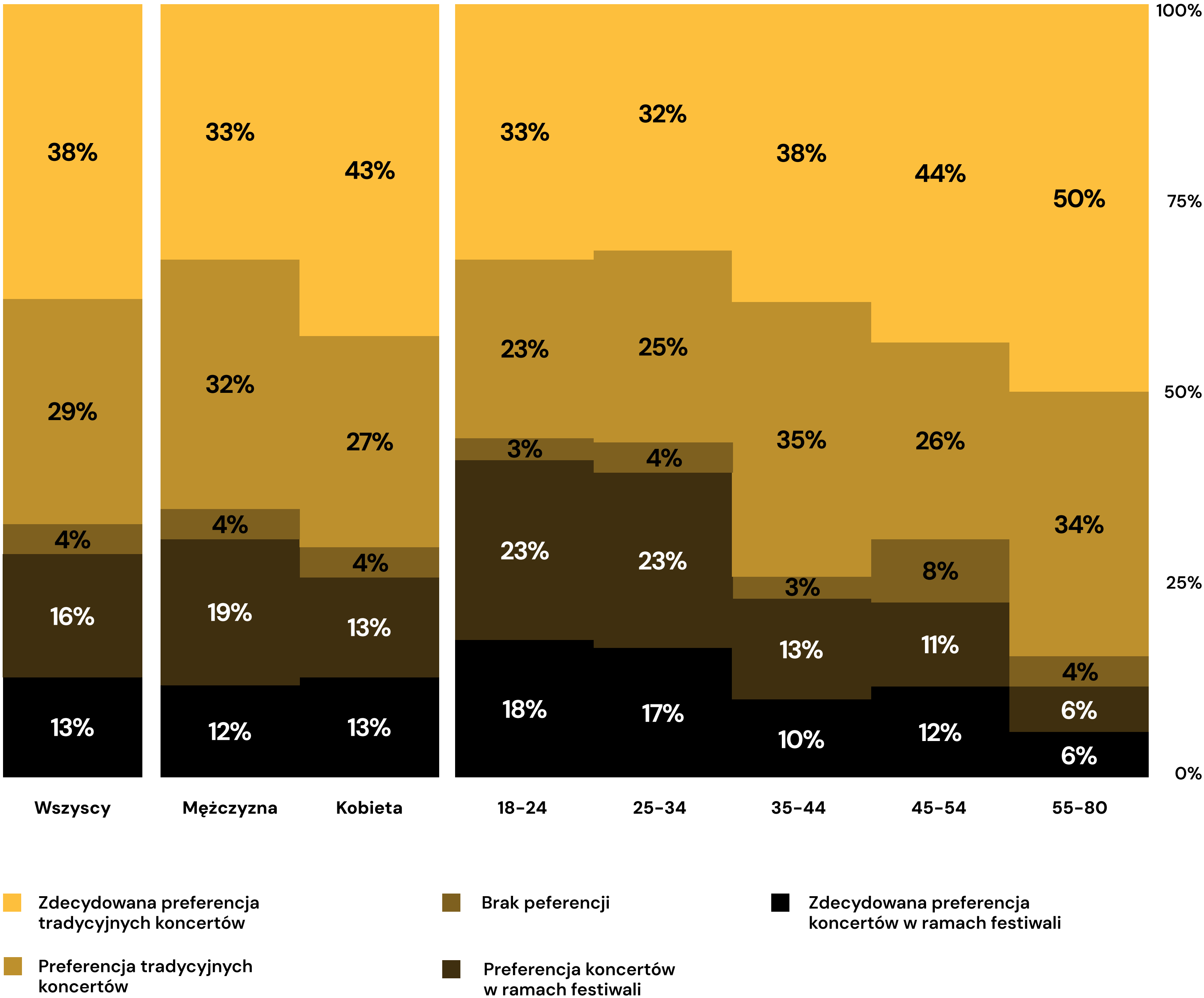


Wyniki pokazują, że mimo coraz większej liczby festiwali w Polsce, odbiorcy wciąż wyżej cenią sobie koncerty w tradycyjnej formie. Festiwale mają swoich zwolenników zwłaszcza wśród młodszych grup wiekowych. Możliwe, że wynika to z większej mobilności wśród tej grupy i mniejszych zobowiązań rodzinnych, natomiast dokładniejsza odpowiedź na to pytanie wymaga dalszych badań.

- Widzimy większą preferencję koncertów oglądanych w ramach festiwali wśród osób między 18. a 34. rokiem życia.
- Różnica widoczna jest też w najstarszej grupie wiekowej, dla której festiwale są najrzadszym wyborem.

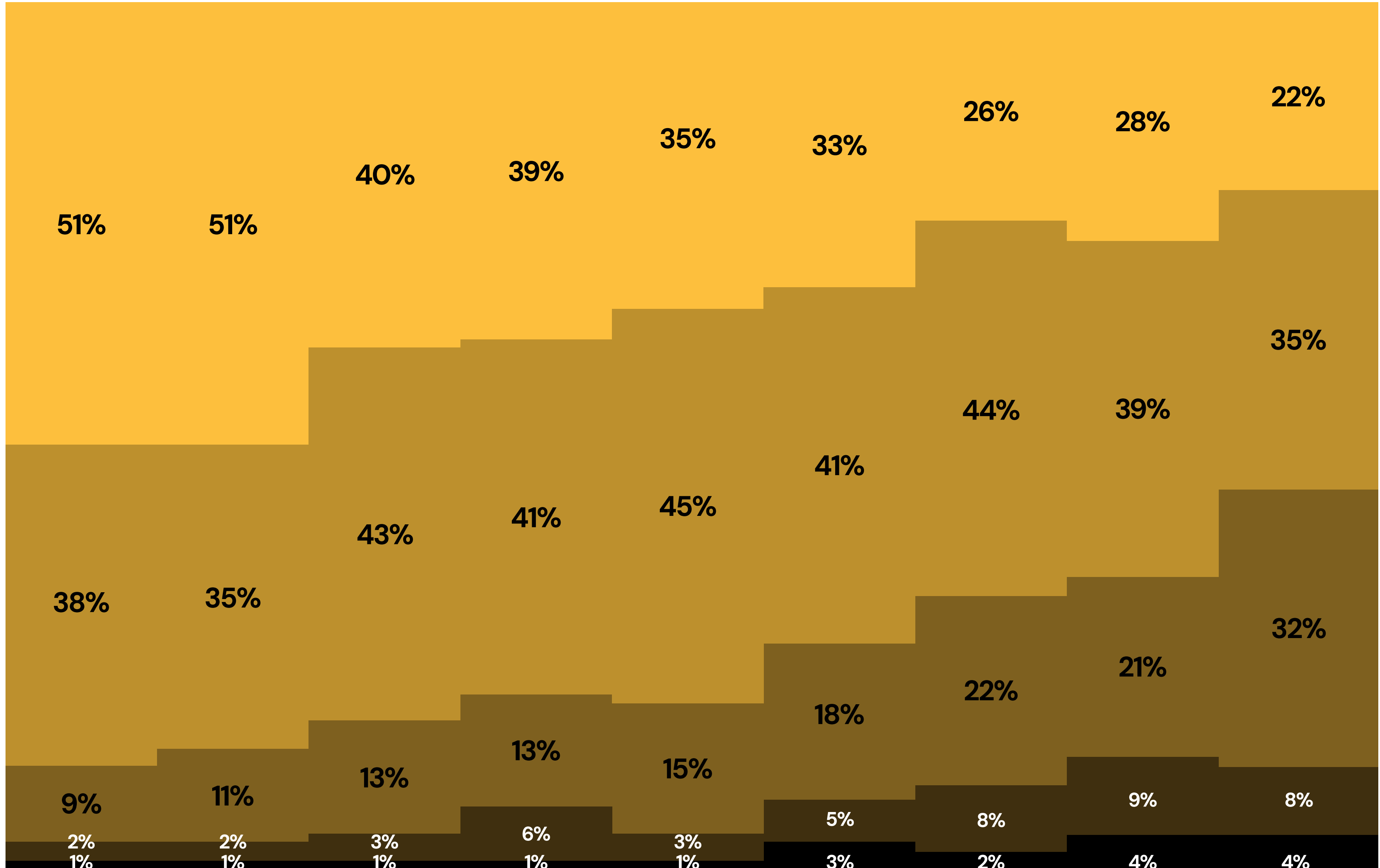


Myśląc o koncertach w ramach festiwali muzycznych (dużych imprez odbywających się na określonej przestrzeni, trwających zazwyczaj więcej niż jeden dzień, z dużą ilością wykonawców i scen) jak i tradycyjnych wydarzeniach koncertowych (wydarzeń trwających najczęściej do kilku godzin, w ramach których występuje jeden lub kilku wykonawców na jednej scenie), czy masz jakieś preferencje co do Twojej ulubionej formy kontaktu z muzyką na żywo?



CZYNNIKI MAJĄCE ZNACZENIE PRZY PODEJMOWANIU DECYZJI

✂ Więź z wykonawcą i znajomość jego muzyki najważniejszymi czynnikami przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert



➔ **Poniżej wynotowaliśmy kilka elementów, które mogą być ważne przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert. Zaznacz, w jakim stopniu dla Ciebie ważne są poszczególne z nich:**

Wcześniejsza znajomość muzyki wykonawcy Bycie fanem danego wykonawcy Cena biletu Odległość od miejsca zamieszkania Pozytywne opinie o jakości koncertów danego wykonawcy Na koncert wybierają się też osoby, które znam Opinia o miejscu, w którym odbywa się koncert Popularność zespołu/artysty W ramach wydarzenia odbywa się więcej niż jeden koncert

■ Zdecydowanie ważne ■ Raczej ważne ■ Ani ważne, ani nieważne ■ Raczej nieważne ■ Zdecydowanie nieważne

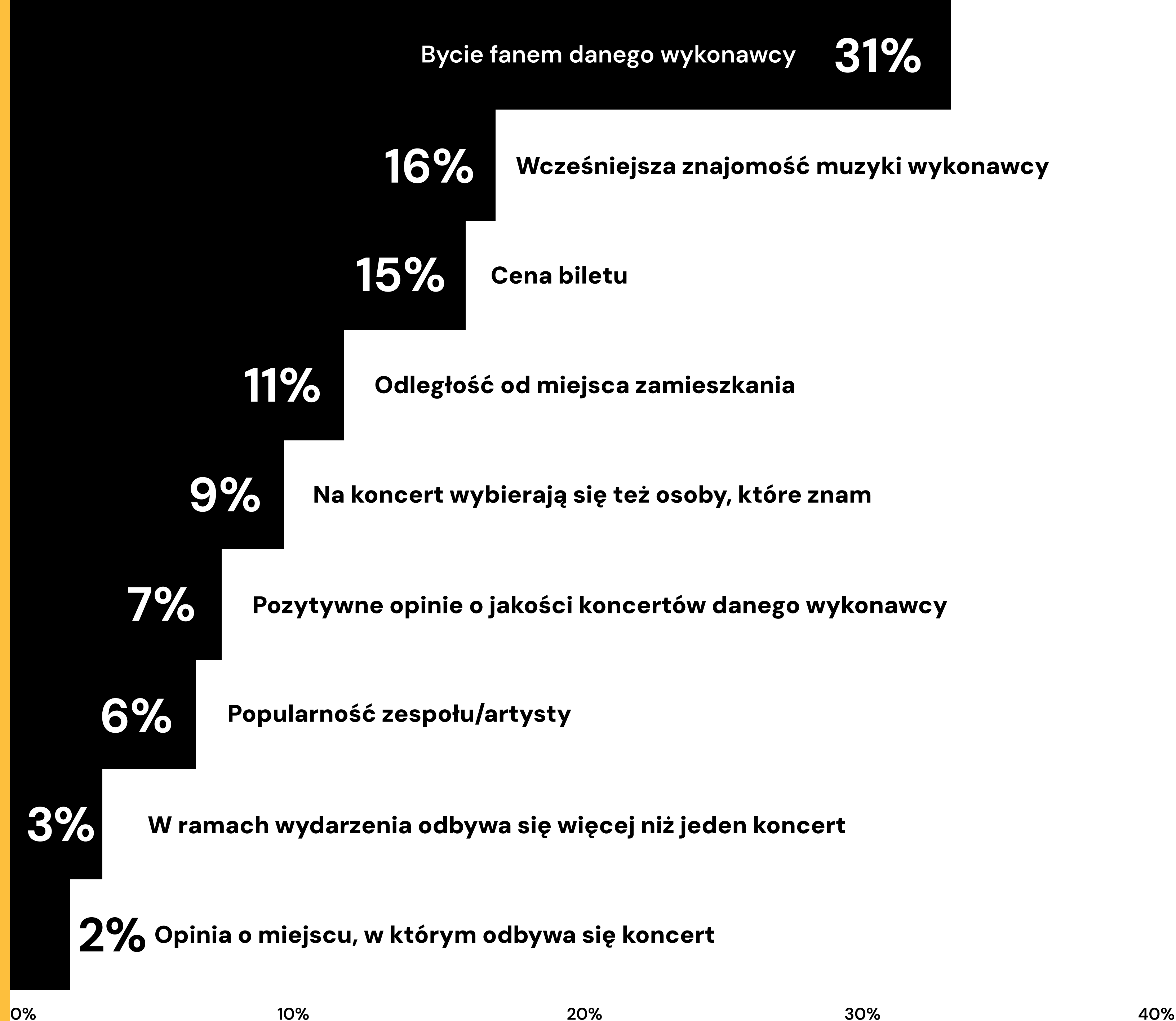
✕ Bycie fanem danego wykonawcy ma największe znaczenie

Kiedy w pytaniu poprosiliśmy o wybór tylko jednego, najważniejszego czynnika, blisko jedna trzecia osób zaznaczyła "bycie fanem danego wykonawcy" – pokazuje to znaczenie więzi emocjonalnej między artystami i fanami.

Istotnymi aspektami są też wcześniejsza znajomość muzyki wykonawcy i cena biletu – jednak przewaga fanowskiej perspektywy w punktach procentowych jest nad nimi dwukrotna. Po raz kolejny widzimy, jak istotne, szczególnie dla młodych zespołów, jest budowanie więzi ze swoją społecznością.



A który z wymienionych elementów jest dla Ciebie najważniejszy?



X Cena traci znaczenie wraz z wielkością zarobków

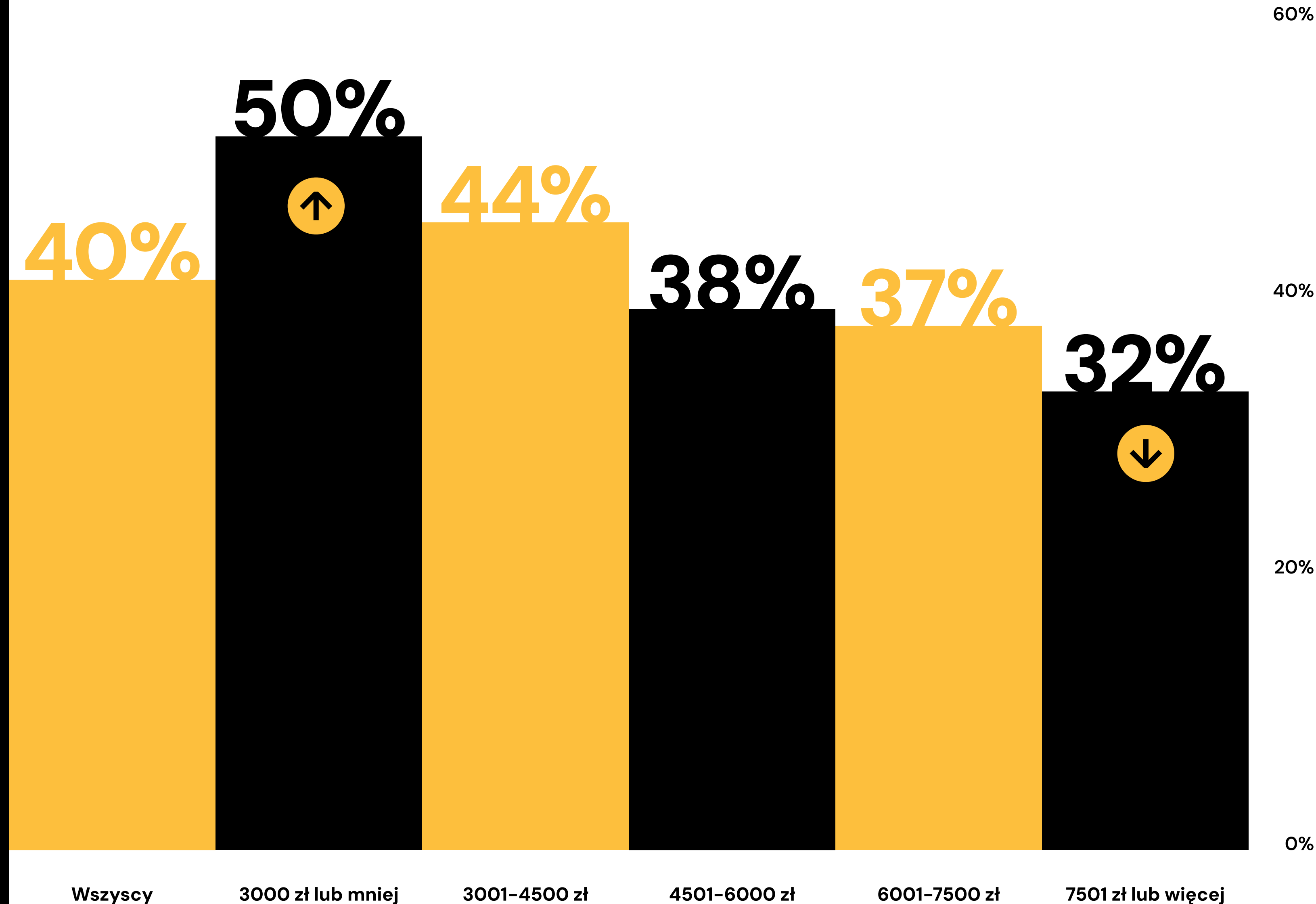
Dla połowy osób zarabiających najmniej cena biletu jest zdecydowanie ważną kategorią przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert.

Cena traci na znaczeniu wraz ze wzrostem zarobków, ale wciąż jest zdecydowanie ważna nawet dla jednej trzeciej osób zarabiających ponad 7500 zł na rękę.

POLSKA KONCERTOWA



Poniżej wynotowaliśmy kilka elementów, które mogą być ważne przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert. Zaznacz, w jakim stopniu dla Ciebie ważne są poszczególne z nich:



Cena biletu – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

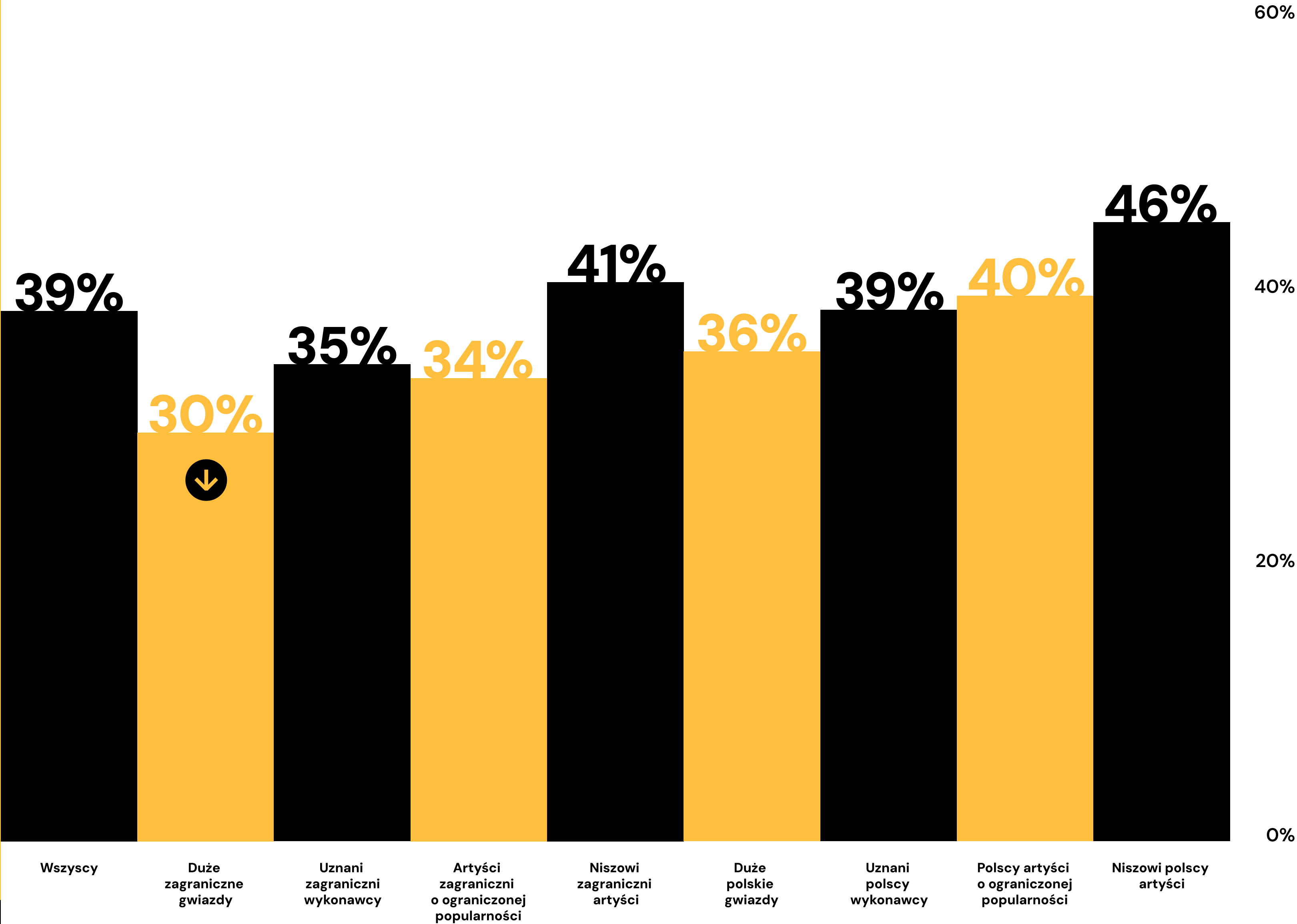
X Jesteśmy też w stanie przebyć większe odległości dla największych artystów

Odległość od miejsca zamieszkania ma większe znaczenie dla osób, którzy byli na koncertach mniejszych wykonawców.

W związku z tym mali i niszowi wykonawcy powinni skupiać swoje wysiłki promocyjne zwłaszcza na osobach mieszkających w bliskiej odległości od miejsca koncertu.



Poniżej wynotowaliśmy kilka elementów, które mogą być ważne przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert. Zaznacz, w jakim stopniu dla Ciebie ważne są poszczególne z nich:



Odległość od miejsca zamieszkania – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

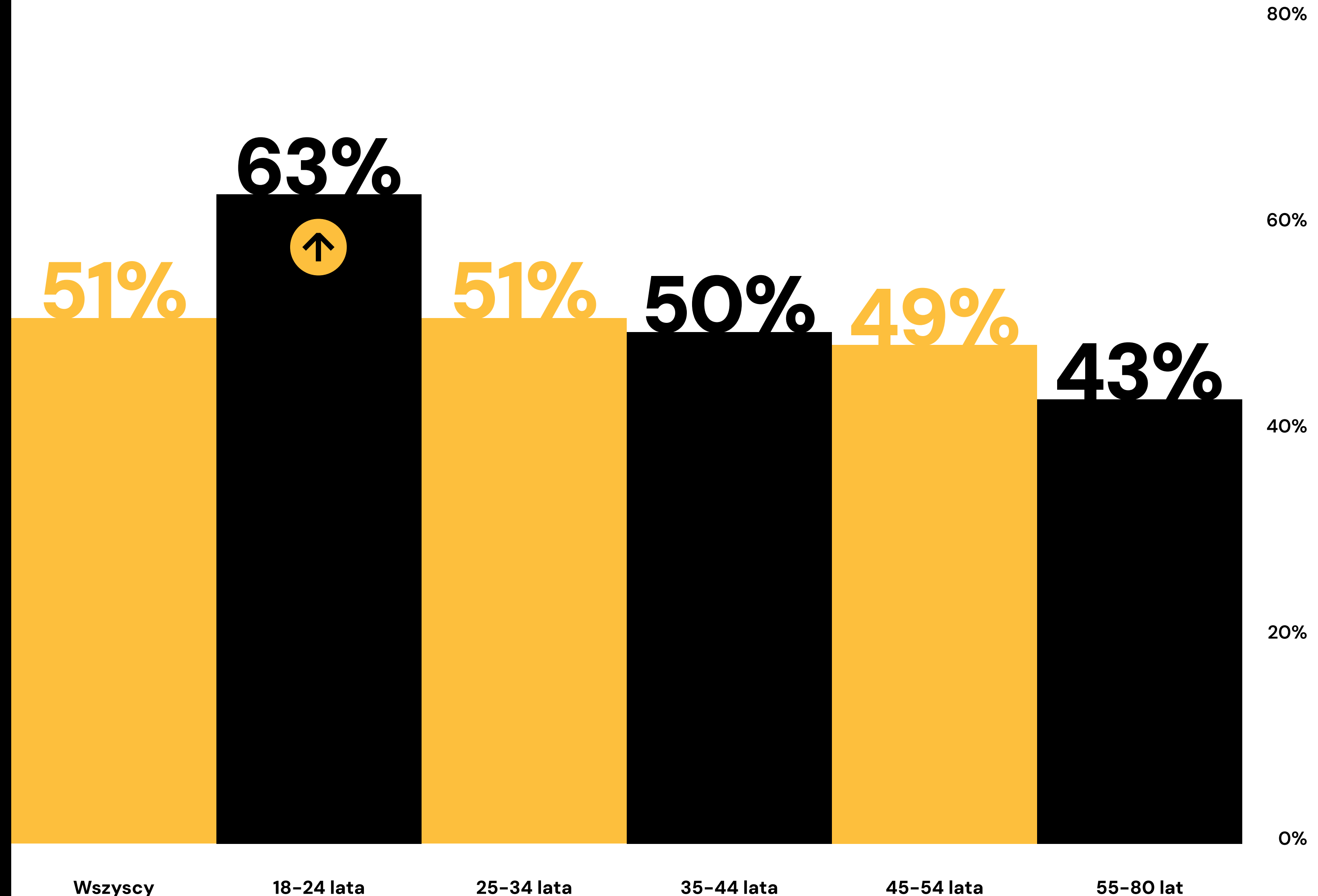
✕ Dla osób do 24. roku życia znajomość wykonawcy i bycie fanem są zdecydowanie bardziej istotne niż dla starszych grup

Dla osób w wieku od 18 do 24 lat wcześniejsza znajomość wykonawcy jest o 12 p.p. zdecydowanie ważniejsza niż dla ogółu osób chodzących na koncerty.

Dla tej grupy wcześniej zbudowana rozpoznawalność muzyki daje wykonawcy rodzaj wiarygodności ważniejszej od innych metod przekonywania jej do pójścia na koncert.



Poniżej wynotowaliśmy kilka elementów, które mogą być ważne przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert. Zaznacz, w jakim stopniu dla Ciebie ważne są poszczególne z nich:



Wcześniejsza znajomość muzyki wykonawcy – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

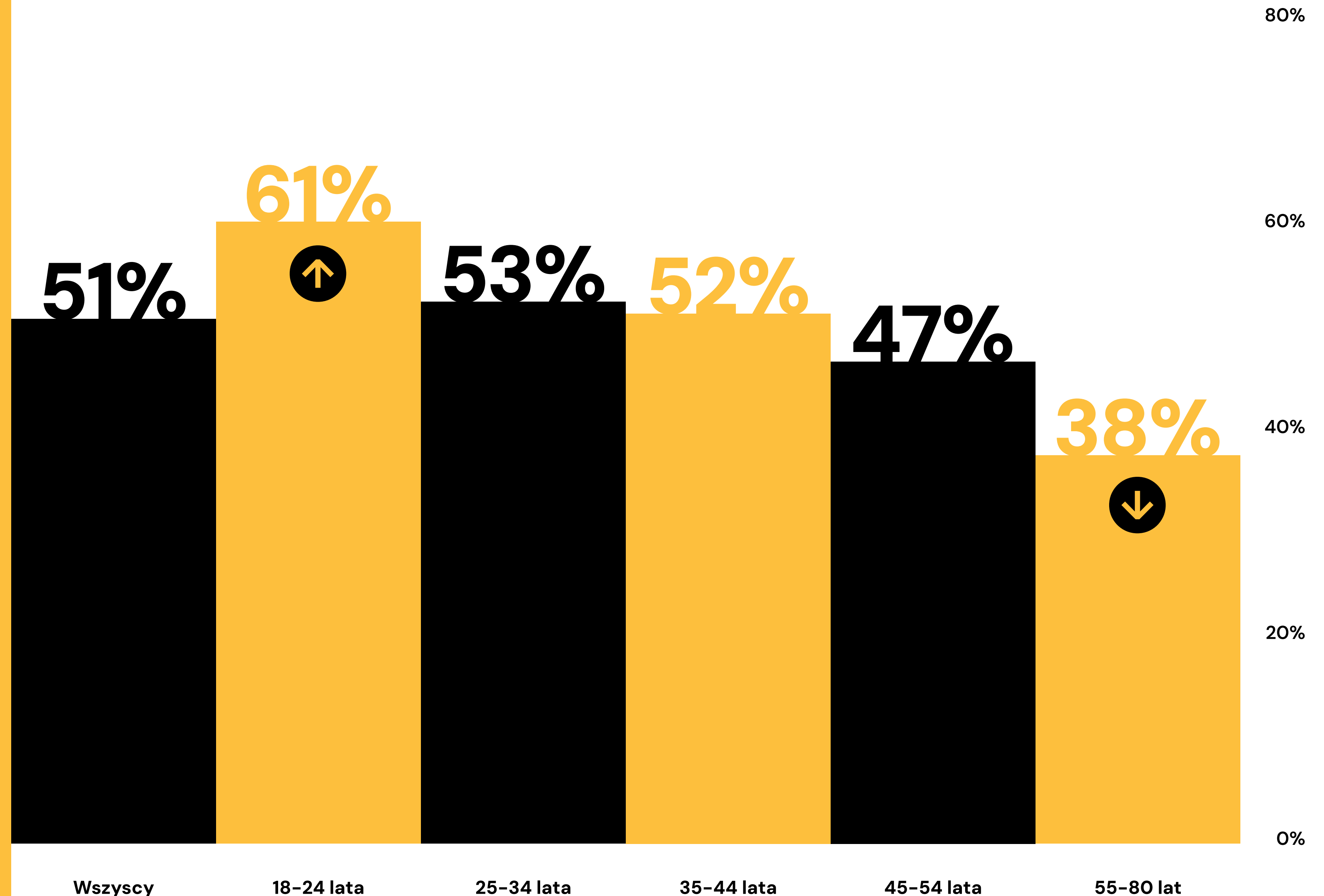
✂ Dla osób do 24. roku życia znajomość wykonawcy i bycie fanem są zdecydowanie bardziej istotne niż dla starszych grup

Podobne różnice widzimy w kwestii bycia fanem danego wykonawcy: wciąż wciąż emocjonalna z artystą jest najbardziej istotna dla najmłodszej grupy wiekowej.

Z kolei dla osób powyżej 55. roku życia byciem fanem wykonawcy nie jest już tak istotnym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert – być może sama aktywność uczestniczenia w koncercie staje się wiodącą wartością.



Poniżej wynotowaliśmy kilka elementów, które mogą być ważne przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert. Zaznacz, w jakim stopniu dla Ciebie ważne są poszczególne z nich:



Bycie fanem danego wykonawcy – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

✂ Dla najmłodszej grupy wiekowej znajomi są istotnym punktem odniesienia przy decyzji o pójściu na koncert

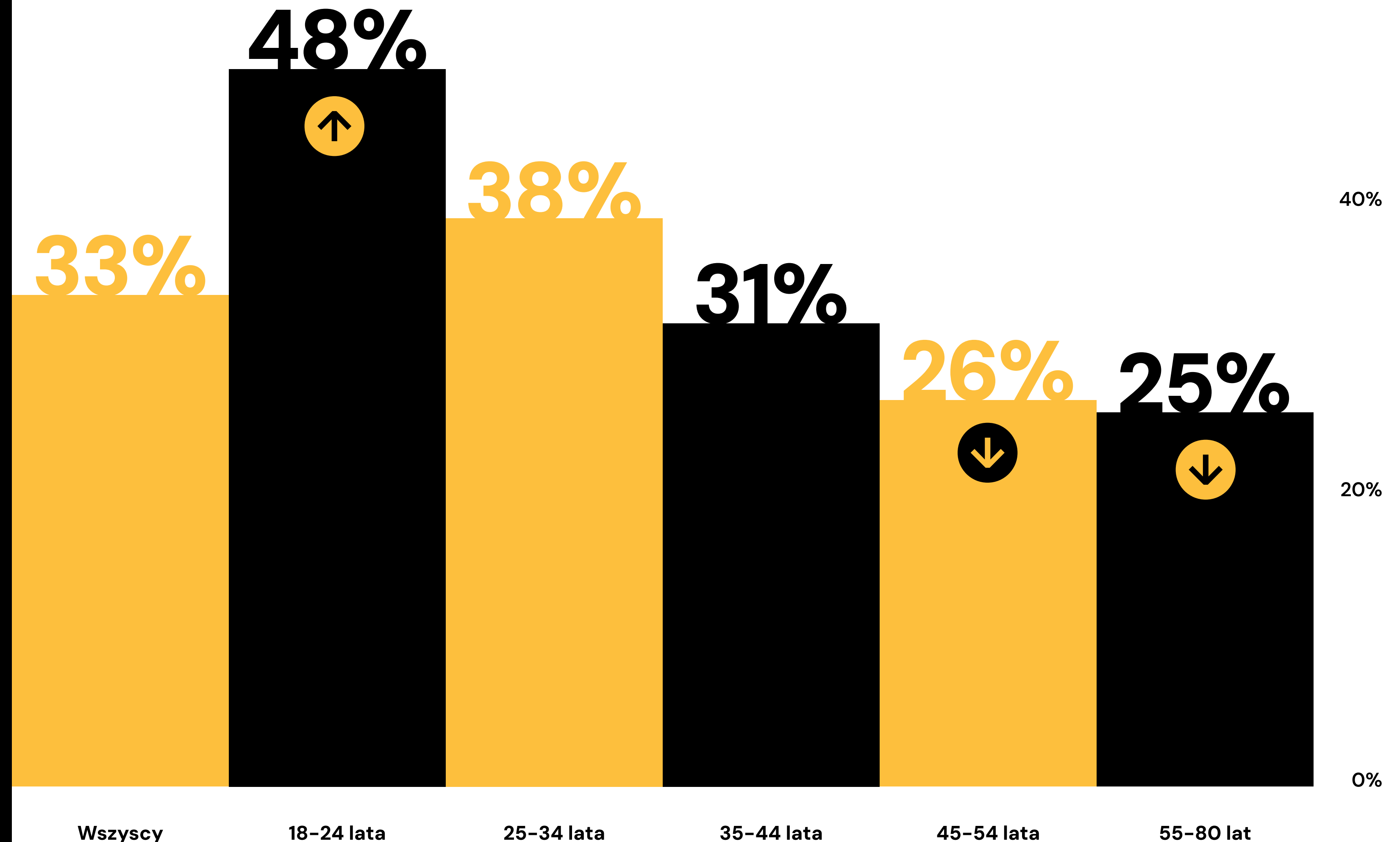
Dla osób w wieku od 18 do 24 lat to, czy na koncert wybierają się ich znajomi, jest o 15 p.p. bardziej istotnym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert.

Z kolei dla osób powyżej 45. roku życia waga tego czynnika zmniejsza się o około 7–8 p.p. wobec średniej.

Pokazuje to, że dla najmłodszej grupy wiekowej koncert jest w dużej mierze aktywnością społeczną, odbywaną w większym gronie.



Poniżej wynotowaliśmy kilka elementów, które mogą być ważne przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert. Zaznacz, w jakim stopniu dla Ciebie ważne są poszczególne z nich:



Na koncert wybierają się też osoby, które znam – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

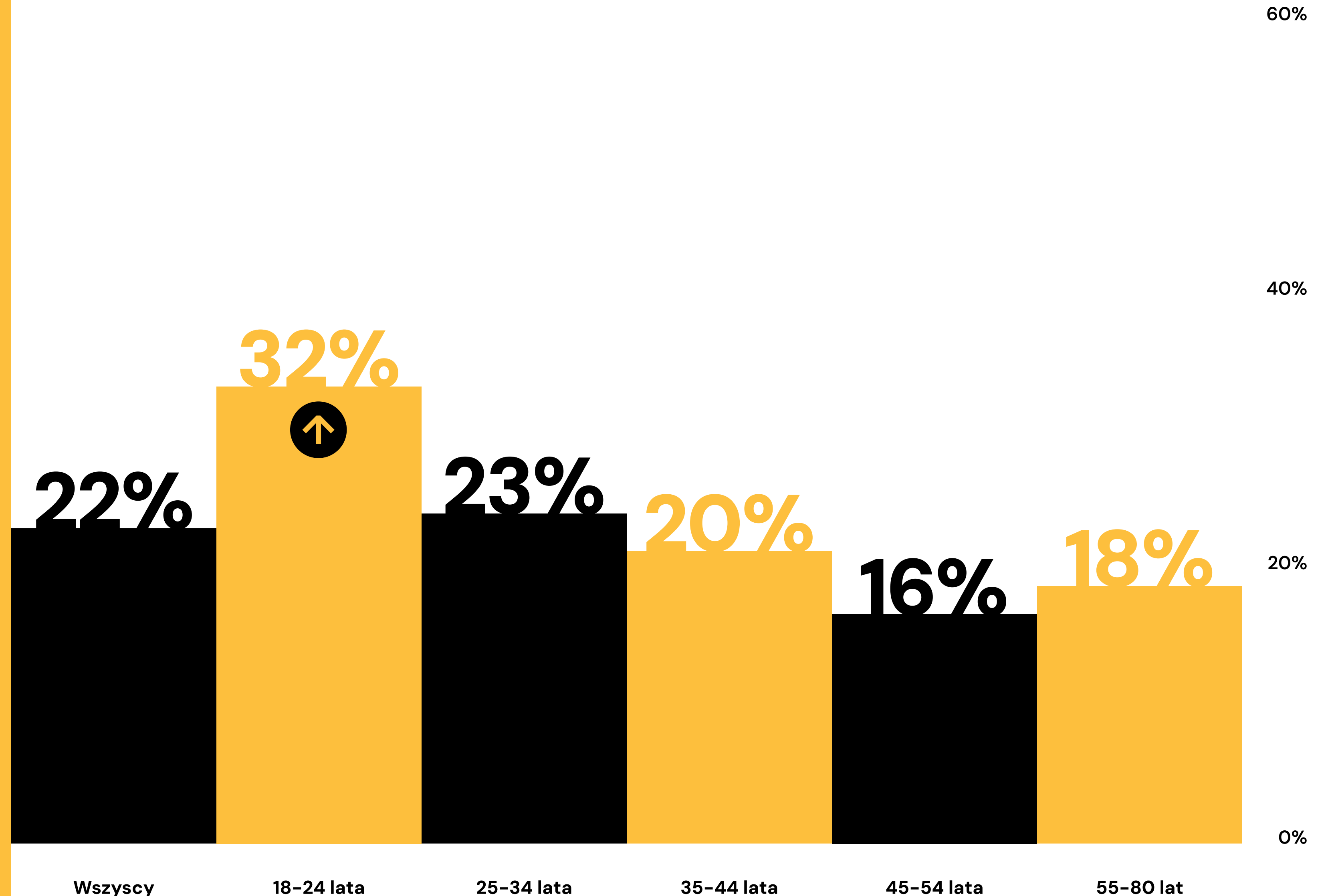


Czynnikiem skłaniającym do decyzji, który również jest bardziej istotny w najmłodszej grupie wiekowej, jest to, czy w ramach wydarzenia odbywa się więcej niż jeden koncert. Jest to również spójne z wyższą preferencją koncertów w ramach festiwalu widoczną u tej grupy.

Można się spodziewać, że stoją za tym kwestie ekonomiczne – możliwość zobaczenia większej liczby artystów w ramach jednego karnetu, społeczne – festiwal to zwykle kilkudniowy czas "święta" ze znajomymi, oraz zdrowotne – bo łatwiej odbiera się takie wydarzenia w tym wieku.



Poniżej wynotowaliśmy kilka elementów, które mogą być ważne przy podejmowaniu decyzji o pójściu na koncert. Zaznacz, w jakim stopniu dla Ciebie ważne są poszczególne z nich:



W ramach wydarzenia odbywa się więcej niż jeden koncert – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

Zapytaliśmy też uczestników badania o to, co najbardziej zniechęca ich do pójścia na koncert. Oto cztery najczęściej pojawiające się powody →

Warto zwrócić uwagę, że koncerty mniejszych zespołów mogą być odpowiedzią na te bariery. Ich ceny są często niższe, lokalizacje bliższe miejsc zamieszkania, publiczności bardziej kameralne. Stanowią one mogą wartościową alternatywę dla dużych, masowych koncertów.



Co najbardziej zniechęca Cię do pójścia na koncert? Jakiej jest największa bariera?

Cena

Jest to najczęściej wskazywana bariera. Badani zwracają uwagę na wysokie ceny biletów, ale też na koszty towarzyszące, takie jak dojazd, nocleg, jedzenie / napoje na miejscu:

- "Cena biletu + koszty dojazdu, ewentualnego noclegu, czyli KASA" – K46
- "Największą barierą jest zbyt wysoka cena biletu nieadekwatna do sytuacji" – M47
- "Zbyt wysoka cena. Ciężko zapłacić np 700 zł za jeden koncert" – M21

Czas

Jest to typowa bariera dla osób z ustalonym rytmem życia (praca, rodzina, inne obowiązki). Często zwraca się uwagę na brak czasu wolnego, kolidujący termin, późną porę koncertu, zwłaszcza w dni robocze:

- "Późna godzina i dzień powszedni. Trudno się następnego dnia wybrać do pracy..." – M62
- "Największa bariera to brak czasu przez pracę i nadmiar obowiązków" – K36
- "Ograniczony czas przez obowiązki domowe" – M30

Logistyka

Jest to druga najczęściej występująca bariera. Ma charakter czysto praktyczny i dotyczy wysiłku oraz czasu potrzebnego na dotarcie na wydarzenie i powrót:

- "Duża odległość od miejsca zamieszkania" – K66
- "Powrotna podróż do domu" – M24
- "Głównie lokalizacja" – M54

Tłum

Bariera związana z dyskomfortem związanym z przebywaniem w tłoku i ścisku, ale także obawa przed nieodpowiednim zachowaniem innych uczestników (wpływ spożycia alkoholu, agresja, brak poczucia bezpieczeństwa):

- "Niekontrolowany tłum, brak poczucia bezpieczeństwa, mała przestrzeń" – K26
- "Tłok ludzi, jest mi po prostu duszno. Czuje się strasznie niekomfortowo przy dużych ilościach ludzi..." – M19
- "Ludzie pod wpływem alkoholu..." – M29

Ponad połowa osób chodzących na koncerty nie pójdzie na koncert artysty, którego muzyki nie zna

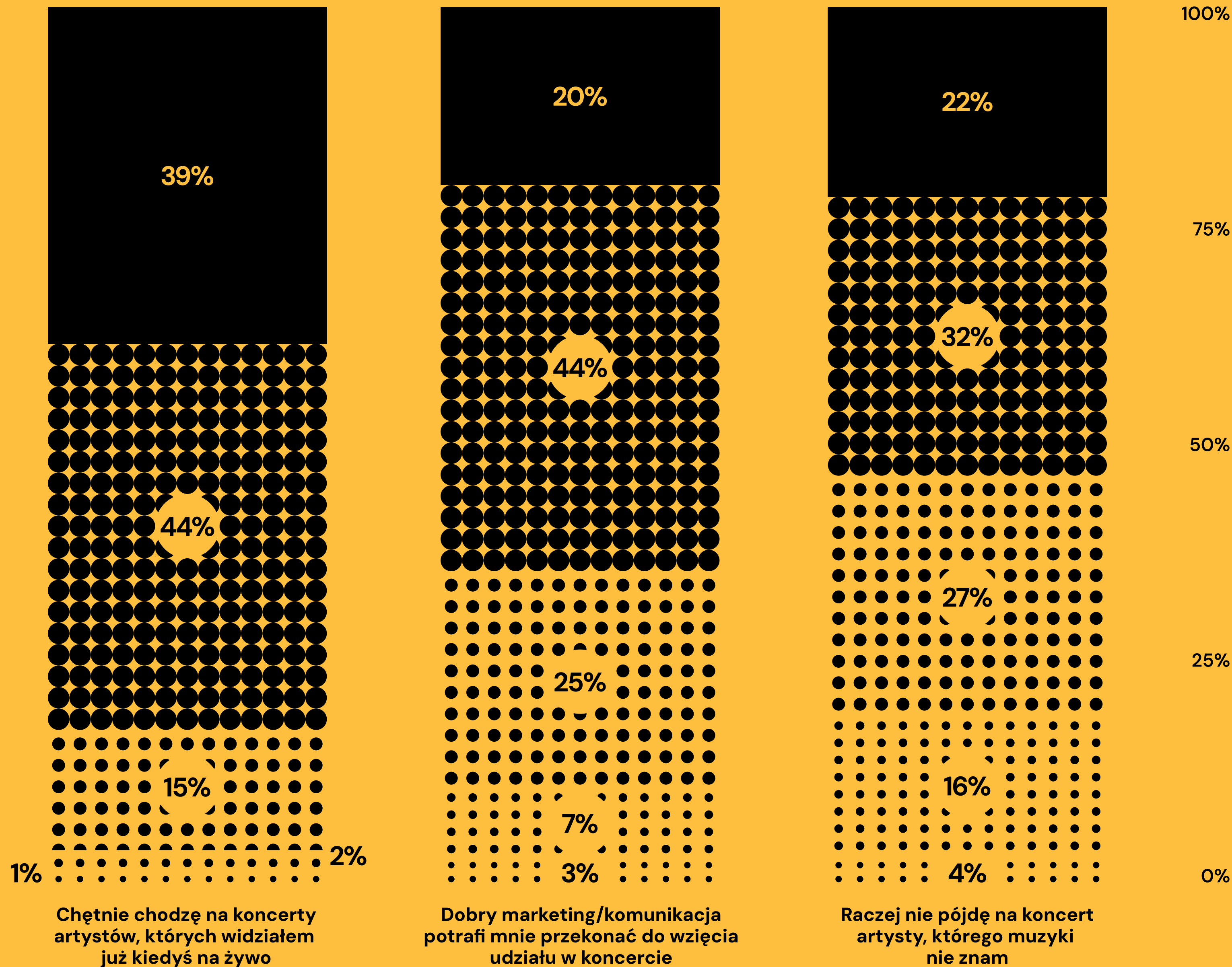
O kwestię wcześniejszej znajomości muzyki danego wykonawcy przed pójściem na jego koncert zapytaliśmy jeszcze w inny sposób: w postaci stwierdzenia "Raczej nie pójdę na koncert artysty, którego muzyki nie znam". Jedynie co piąta osoba nie zgodziła się z tym stwierdzeniem, co jeszcze dobitniej pokazuje, jak duże znaczenie ma dziś budowanie rozpoznawalności.

Czynnikami mogącym wpłynąć na decyzję o pójściu na koncert może być też jednak dobry marketing – ponad 60% osób zgodziło się, że pomysłowa promocja to czynnik, który potrafi wpłynąć na ich decyzję.

Koncert ma też w sobie duży potencjał powtarzalności. Ponad 80% uczestników chętnie chodzi na koncerty tych artystów, których widziało już kiedyś na żywo. Wydaje się więc, że – oprócz powrotu do punktu pierwszego i lubienia tego, co się już zna – dobrze zagrany koncert może sprawić, że duża część widowni będzie wracać na kolejne.



Poniżej znajdziesz kilka stwierdzeń odnośnie koncertów i uczestnictwa w nich. Zaznacz, na ile zgadzasz się z każdym z tych stwierdzeń. [osobne pytanie wraz ze skalą dla każdego ze stwierdzeń]



- Zdecydowanie się zgadzam
- Raczej się zgadzam

- Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam
- Raczej się nie zgadzam

- Zdecydowanie się nie zgadzam

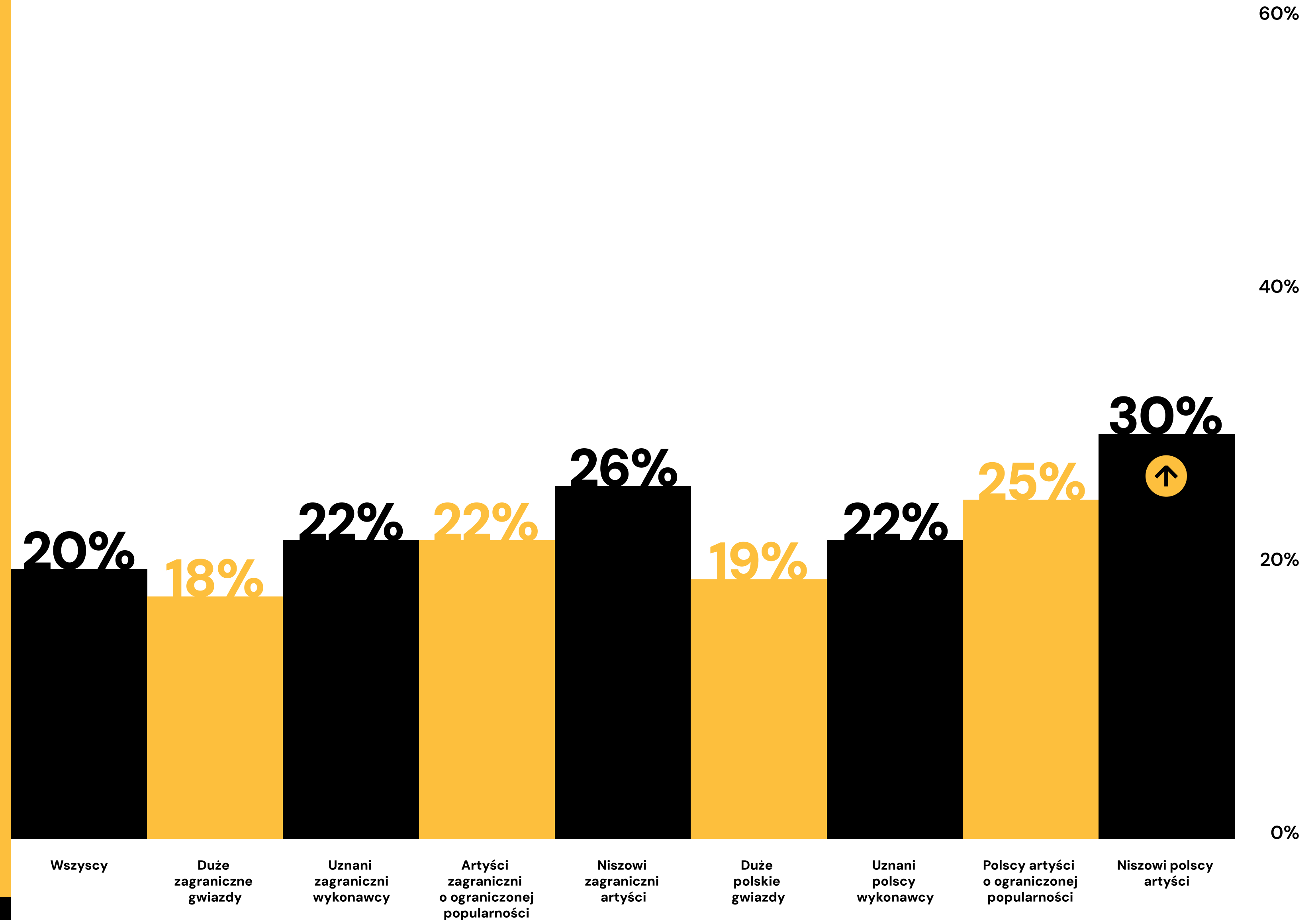


Sprawdzając, co może spowodować, że możliwość pójścia na koncert artysty, którego muzyki się nie zna, nie będzie z punktu odrzucana, porównaliśmy łącznie odpowiedzi "Zdecydowanie się nie zgadzam" i "Raczej się nie zgadzam" przy poszczególnych czynnikach. W tym porównaniu nie zauważyliśmy jednak statystycznie istotnych różnic na poziomie zmiennych demograficznych.

Jedynym czynnikiem różnicującym, jaki znaleźliśmy, był ten: osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy były na koncercie niszowego polskiego artysty (koncerty w małych przestrzeniach, publika mniejsza niż lub w okolicach 100 osób) znacznie rzadziej były niechętne odkrywaniu nowej muzyki na koncertach. Pokazuje to z jednej strony, jak ekspozycja na wydarzenia spoza głównego nurtu buduje większą otwartość na koncertowe eksploracje, a z drugiej – daje cenną wskazówkę co do sposobu targetowania treści promocyjnych (w przypadku płatnej reklamy w mediach społecznościowych).



Poniżej znajdziesz kilka stwierdzeń odnośnie koncertów i uczestnictwa w nich. Zaznacz, na ile zgadzasz się z każdym z tych stwierdzeń. [osobne pytanie wraz ze skalą dla każdego ze stwierdzeń]



Raczej nie pójde na koncert artysty, którego muzyki nie znam – suma odpowiedzi "Zdecydowanie się nie zgadzam" i "Raczej się nie zgadzam"



ILE MOGLIBYŚMY ZAPŁACIĆ ZA KONCERT?

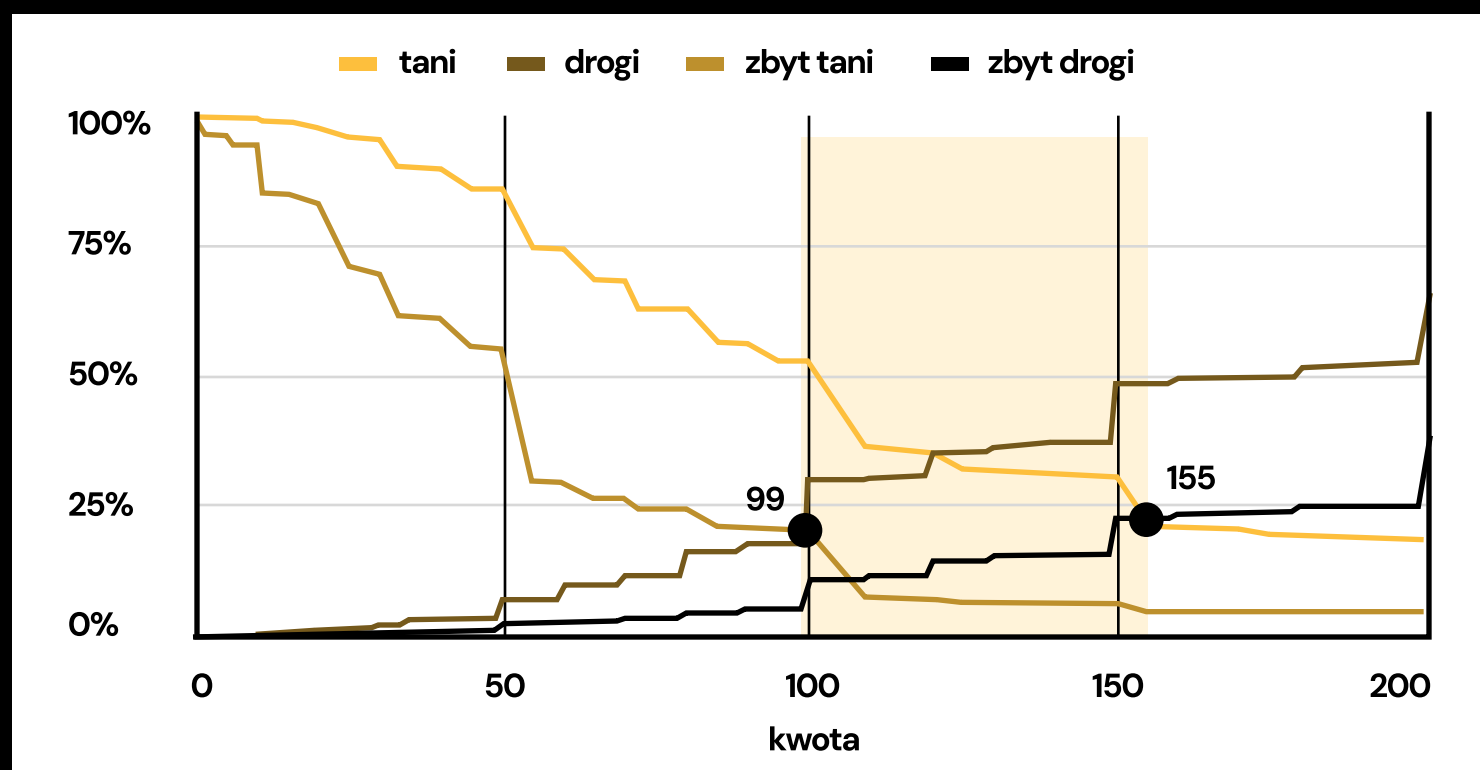
Aby to zbadać posłużyliśmy się skalą PSM (ang. Price Sensitivity Meter) autorstwa holenderskiego ekonomisty Petera van Westendorpa, której głównym celem jest określenie przez odbiorców stopnia akceptacji ceny produktu / usługi w odniesieniu do jego przewidywanej jakości. Wynikiem testu jest wyznaczenie czterech przedziałów ceny: zbyt taniej, taniej, drogiej i zbyt drogiej, na podstawie których określamy akceptowalny przedział cenowy.

Do naszego badania przygotowaliśmy trochę zmodyfikowaną wersję testu, tak żeby bardziej pasował on do sytuacji koncertu:

- Przy jakiej cenie uznałbyś produkt za zbyt tani, aby mógł być dobrej jakości?
- ➔ **Przy jakiej cenie uznasz bilet za zbyt tani, aby koncert był dobrej jakości?**
- Przy jakiej cenie uznałbyś produkt za tani, ale odpowiedniej jakości?
- ➔ **Przy jakiej cenie uznasz bilet za tani, ale pozwalający zaufać, że koncert będzie odpowiedniej jakości?**
- Przy jakiej cenie uznałbyś produkt za drogi, ale wart ewentualnego zakupu?
- ➔ **Przy jakiej cenie uznasz bilet za drogi, ale wart ewentualnego zakupu?**
- Przy jakiej cenie uznałbyś produkt za zbyt drogi i niewart zakupu?
- ➔ **Przy jakiej cenie uznasz bilet za zbyt drogi i niewart zakupu?**

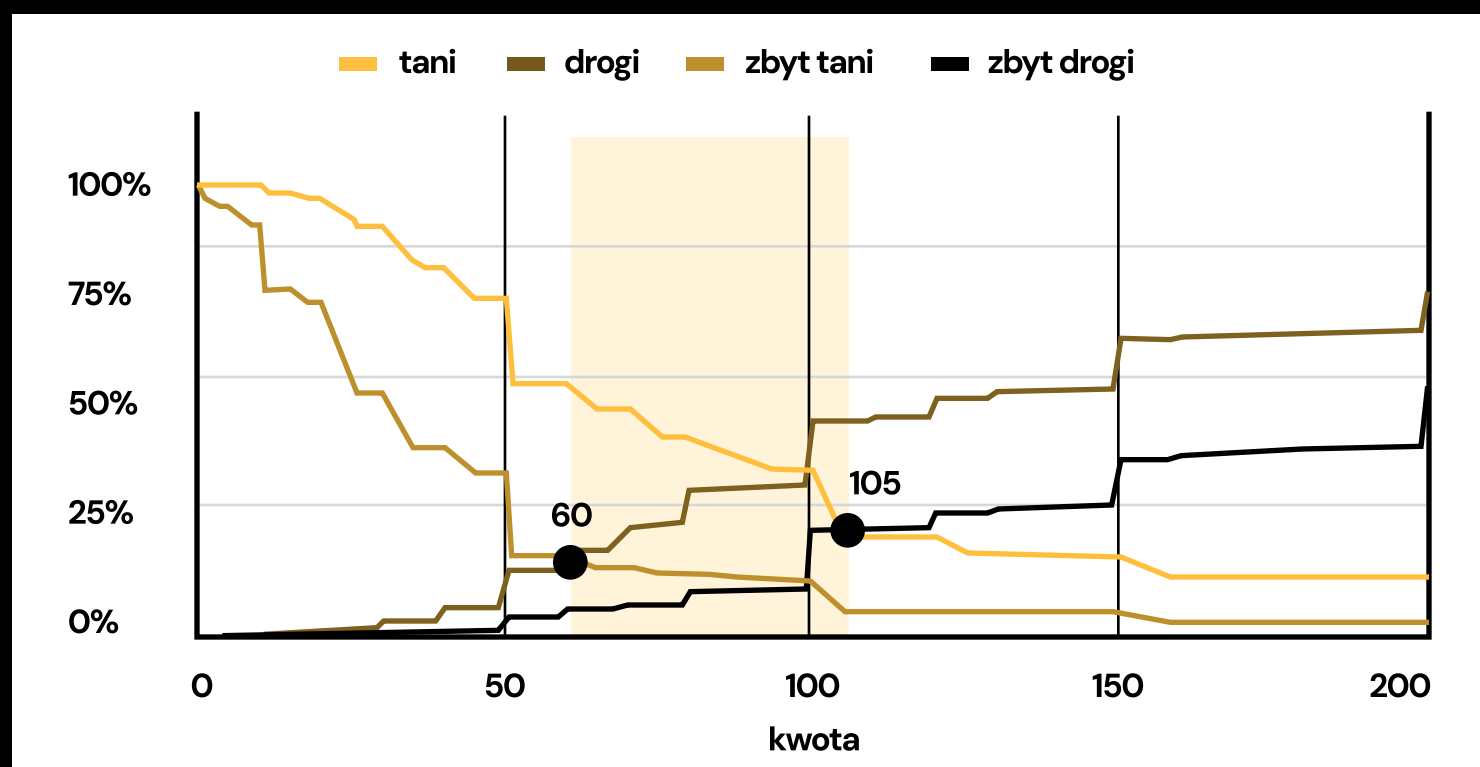
Analizując wyniki, należy wziąć jednak pod uwagę, że opisane przez nas sytuacje koncertowe miały charakter ogólny, a prezentowane wyniki odnoszą się do ogólnej próby: osób, które były na dowolnym koncercie w przeciągu ostatnich 12 miesięcy. Nie uwzględniają więc one różnic demograficznych i nie różnicują potencjalnego emocjonalnego zaangażowania, nie sposób więc ocenić indywidualnych czynników, które mogły wpłynąć na odpowiedzi poszczególnych osób.

Nie powinniśmy traktować tych wyników jako jednoznacznych wskazówek co do potencjalnych cen biletów na koncerty konkretnych artystów; raczej jako analizę porównawczą elastyczności cenowych różnego rodzaju sytuacji koncertowych.



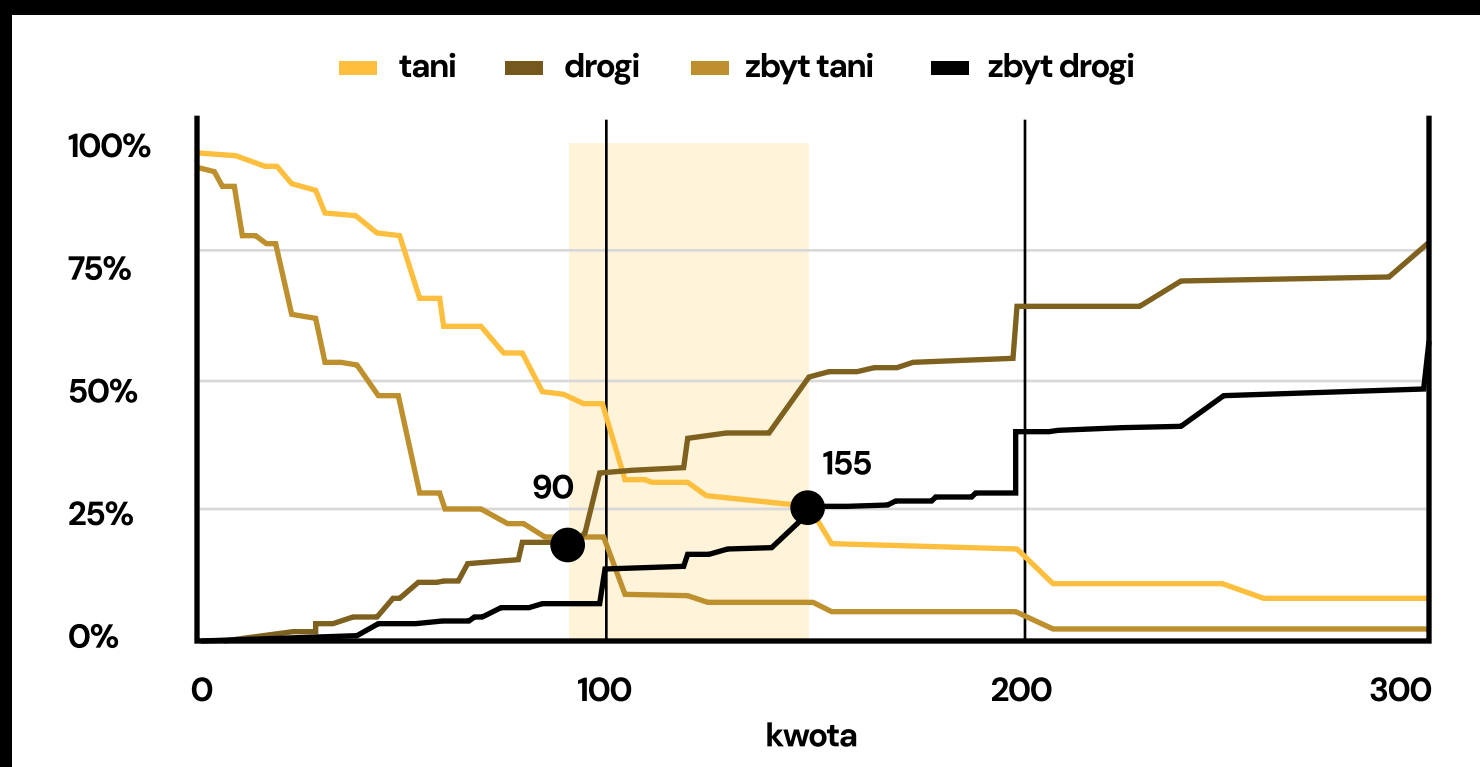
Popularny polski wykonawca

Popularny polski wykonawca, grany w radiach i polecany przez platformy streamingowe, gra w Twoim mieście w ramach trasy koncertowej promującej nowy album. Koncert odbywa się w dużej hali sportowej i jest szeroko promowany, m.in. poprzez zapowiedzi udziału ciekawych gości.



Offowy polski wykonawca

W lokalnym niewielkim klubie odbywa się koncert offowego polskiego wykonawcy, którego muzyki nie znasz dobrze, ale kojarzysz jego nazwisko. Klub w swoich mediach społecznościowych zachwala jego koncert jako wyjątkowe doświadczenie.



Niszowy zagraniczny wykonawca

Niszowy zagraniczny wykonawca gra kilka koncertów w Polsce, w tym jeden w klubie niedaleko od Twojego miejsca zamieszkania. Znasz jego muzykę ze streamingów, albo kiedyś przypadkiem trafiłeś / trafiłaś na fragment jego koncertu na letnim festiwalu muzycznym, ale nie znasz jego nowego materiału.

Porównując przedziały cenowe dla trzech rodzajów koncertów, widzimy ciekawą zależność między polskimi a zagranicznymi wykonawcami – deklarujemy, że jesteśmy w stanie zapłacić praktycznie podobne kwoty za bilety na koncert popularnego polskiego wykonawcy, co niszowego wykonawcy zagranicznego.

Z kolei górna deklarowana granica koncertu polskiego offowego wykonawcy kończy się w podobnym miejscu, co zaczyna przedział cenowy dla niszowego zagranicznego wykonawcy.

Te progi cenowe pokazują różnicę w wyobrażonym postrzeganiu jakości poszczególnych rodzajów koncertów (skala PSM mierzy przede wszystkim relację pomiędzy ceną a jakością). Owo wyobrażenie to główny wniosek płynący z tego pytania – tak ogólne opisy wydarzeń nie mogą oczywiście dać pełnego wglądu w elastyczność cenową odbiorców konkretnych koncertów.

ZAGRANICZNI VS POLSCY WYKONAWCY

3 Więcej osób uważa, że to zagraniczni wykonawcy dają lepsze koncerty niż polscy*

*Jest to oczywiście pytanie prowokacyjne, żerujące na stereotypach, utrwalonych przekonaniach i indywidualnych doświadczeniach, a więc świadomie "clickbaitowe". Wiemy, że nie ma jednego worka z "polską muzyką" i drugiego z "całą resztą". Ale jest to też pytanie, na które trudno odpowiedzieć jednoznacznie, na co poniekąd wskazuje dość symetryczny rozkład odpowiedzi przeczących, zgadzających się i niezdecydowanych. Tym niemniej jeżeli spojrzymy na wyniki, to jednak więcej osób "Zdecydowanie się zgadza" niż "Zdecydowanie się nie zgadza", a różnica na korzyść wszystkich zgadzających się wynosi około 8 p.p. Wygląda więc na to, że stereotypowe czy nie, ale istnieje większe przekonanie o tym, że to zagraniczni wykonawcy lepiej wypadają podczas koncertów. Czy to może mieć wpływ na frekwencję na koncertach polskich artystów? Może, ale nie musi, choć ten wynik jest spójny z wyższymi poziomami tożsamościowych motywacji u słuchaczy zagranicznych wykonawców. Potraktujmy więc to pytanie z przymrużeniem oka, ale i dużą dozą refleksji – warto się zastanowić, co za takimi wynikami stoi.



Poniżej znajdziesz kilka stwierdzeń odnośnie koncertów i uczestnictwa w nich. Zaznacz, na ile zgadzasz się z każdym z tych stwierdzeń. [osobne pytanie wraz ze skalą dla każdego ze stwierdzeń]

28%

Zdecydowanie się nie zgadzam

10%

18%

Raczej się nie zgadzam

36%

Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam

36%

21%

Raczej się zgadzam

15%

Zdecydowanie się zgadzam

Na ile zgadzasz się ze stwierdzeniem:
"Zagraniczni wykonawcy dają lepsze koncerty niż polscy wykonawcy"



MOTYWACJE

O motywacje koncertowe zapytaliśmy wprost.

Oto najbardziej typowe z nich →



Pomyśl przez chwilę o tym, dlaczego chodzisz na koncerty i co Cię do tego motywuje. Opisz w kilku słowach swoje powody i motywacje.

Unikalność doświadczenia: doświadczenie muzyki na żywo jest po prostu wyjątkowe i niemożliwe do odtworzenia w warunkach domowych. Chodzi nie tylko o samo wykonanie i spektakl dźwiękowo-wizualny, ale także o fizyczne aspekty dźwięku płynącego ze sceny ("Muzyka na żywo brzmi inaczej niż w 4 ścianach" K46; "Uwielbiam atmosferę koncertową i możliwość posłuchania muzyki 'całym sobą' – głośność, basy, odbiór nie tylko dźwiękowy, ale też drgania wywołane przez fale dźwiękowe" K38; "Słuchanie muzyki na żywo jest o wiele większym przeżyciem, niż odtwarzanie nagrań studyjnych" M48).

Odskokcznia: ważnym czynnikiem jest chęć przeżycia emocjonalnych stanów związanych z obecnością na koncercie. Koncerty stanowią swoistą odskocznnię od rzeczywistości, która pozwala nam się zrelaksować, odstresować i naładować pozytywnymi emocjami ("Świetny wypoczynek. Ładuję pozytywne emocje" M45; "Jest to relaksujące, dające radość przeżycie. Pozwala oderwać się na chwilę od szarej rzeczywistości" K43; "Lubię oderwać się od pracy i obowiązków i na chwilę zapomnieć o wszystkim i się dobrze bawić" M30).

Poczucie wspólnoty: koncert to też doświadczenie, które równocześnie pozwala w wartościowy sposób spędzić wspólnie czas z bliskimi nam osobami, jak i sprawia, że możemy poczuć się częścią większej społeczności ("Chęć miłego spędzenia czasu ze znajomymi, rodziną, odstresowanie się" M64; "Kocham muzykę i tę atmosferę, gdy śpiewamy wspólnie pod sceną" K38; "Sprawia mi przyjemność i mam wrażenie przynależności do pewnej społeczności" K25).

Bliskość artysty: w koncertach ważna jest też sama fizyczna bliskość z artystą. Idąc na koncert, chcemy naprawdę zobaczyć “na żywo” ludzi, których muzykę cenimy (“Chęć usłyszenia i zobaczenia artysty na żywo” K22; “Lubię muzykę na żywo, mam kilku ulubionych artystów i cieszę się, kiedy mogę ich zobaczyć na żywo, to, że są również prawdziwymi ludźmi jak ja” K24; “Chcę zobaczyć na żywo ulubionych artystów” M23).

Poczucie wolności: dla części osób koncert jest miejscem dla nieskrępowanej ekspresji. Muzyka na żywo sprawia, że czujemy się bardziej sobą i tak samo też odbieramy ludzi wokół nas (“Będąc na koncertach czuję się wolna i bardziej pewna siebie” M45; “Uwielbiam chodzić na koncerty, ponieważ każdy jest na nich sobą” K43; “Lubię poczuć atmosferę oraz zaangażowanie artysty i jego szczerość, emocje” M30).

Poszukiwanie i odkrywanie nowości: koncerty pozwalają nam na przeżywanie nowych doświadczeń i poznawanie nowych ludzi. Dla części osób motywacją koncertową jest właśnie poszukiwanie nowości (“Motywuje mnie chęć eksplorowania świata i kultury innych ludzi” M33; “Poznawanie nowych ludzi” M30; “Chęć przeżycia czegoś nowego” M27).

Budowanie wspomnień: koncerty to też narzędzie do tworzenia wspaniałych wspomnień i przeżyć, które później możemy przywoływać z tęsknotą (“Pieniądze wrócą, a przeżycia już nie.” K29; “Aby przeżyć niezapomniane chwile z ulubioną gwiazdą, zespołem” M66; “Nostalgia za odeszłym czasem i młodością” M53; “Gromadzę wspomnienia” K34).



Jestem tam najszcześniejszą wersją siebie

– kobieta, lat 25, w odpowiedzi
na pytanie, dlaczego chodzi na
koncerty



Koncert = Emocje.

Na koncerty
chodzimy przede
wszystkim szukając
wyjątkowych
doświadczeń
i chcąc oderwać się
od codzienności.

Wiodące motywacje uczestników koncertów to te płynące z wewnątrz: udział w wydarzeniu ma przede wszystkim wpływać na podbudowanie własnego samopoczucia. Patrząc pod tym kątem, koncert pełni w pewnym wymiarze funkcję użytkową.

O ile ważny jest kontakt z artystą na scenie w bliskiej odległości, o tyle zdecydowanie mniej istotną motywacją okazuje się być chęć wsparcia artysty czy pogłębienia więzi z nim.

Podobnie jest w kwestii unikalności. Motywuje nas możliwość usłyszenia utworów w nowych, wyjątkowych dla danego wydarzenia aranżacjach, ale kupienie wyjątkowego merchu – już niekoniecznie.

Aspekty społeczne koncertu, takie jak interakcja z innymi uczestnikami i możliwość spotkania osób lubiących podobną muzykę są zdecydowanie ważną motywacją jedynie dla mniej niż jednej trzeciej osób chodzących na koncerty.

Rodzaje motywacji

Emocjonalne

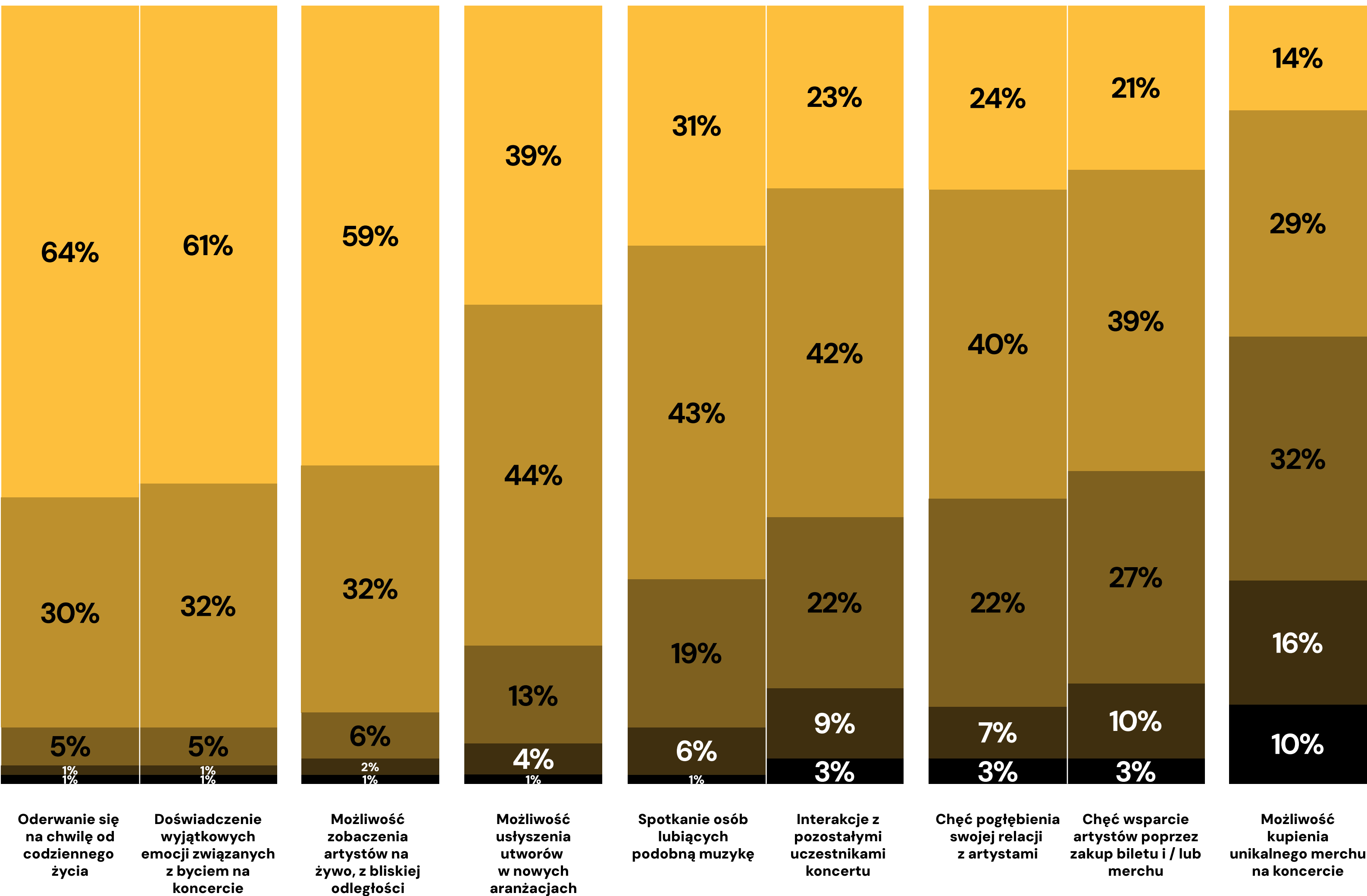
Fanowskie

Unikalność

Społeczne

Fanowskie

Unikalność



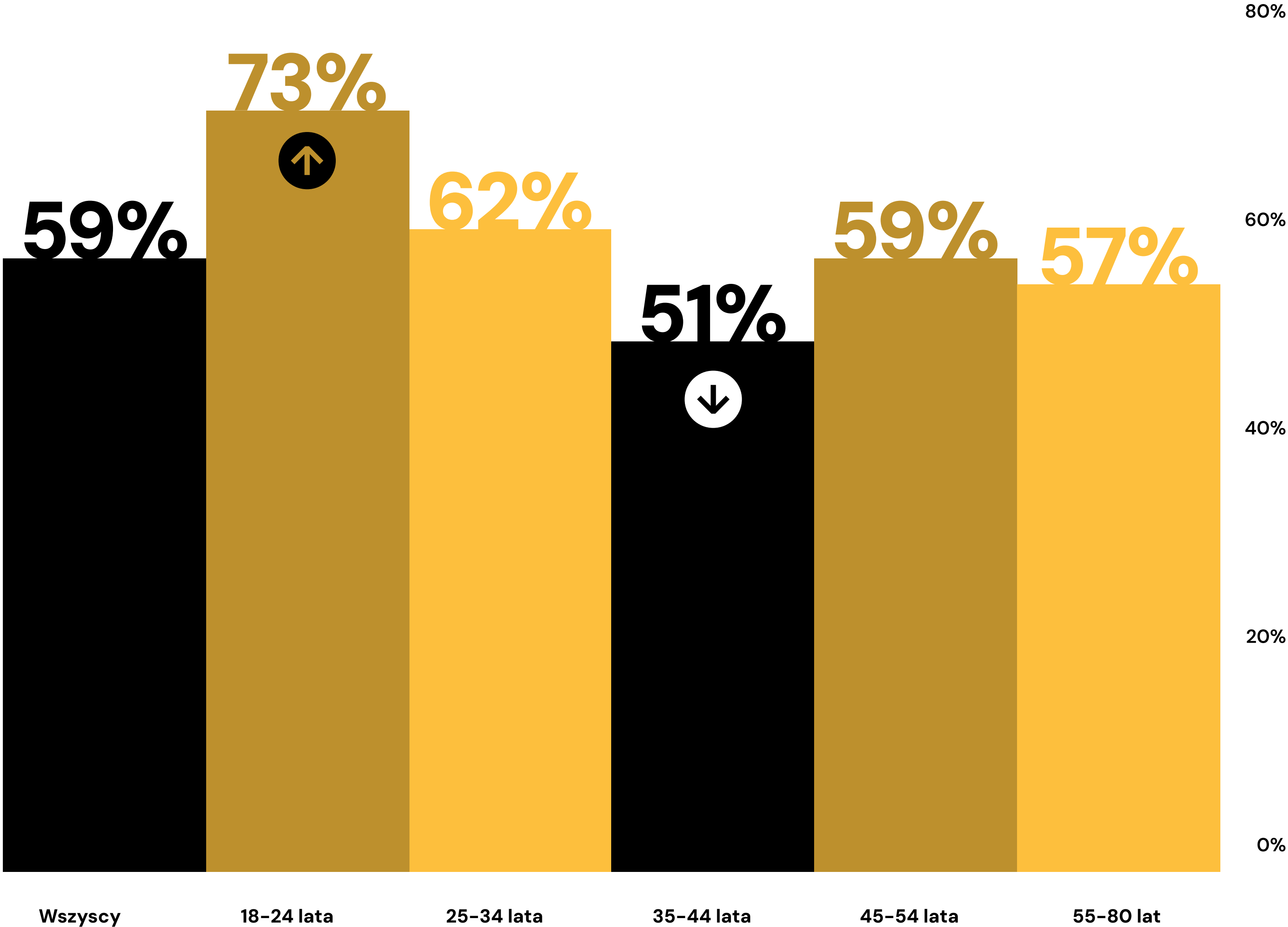
Zdecydowanie ważne Raczej ważne Ani ważne, ani nieważne Raczej nieważne Zdecydowanie nieważne



Na koncerty chodzimy z bardzo różnych powodów. Poniżej wypisaliśmy przykładowe motywacje. Zaznacz, w jakim stopniu są one dla Ciebie ważne:



Możliwość zobaczenia artystów na żywo, z bliskiej odległości, ma największe znaczenie dla najmłodszej grupy wiekowej. Jest to spójne z tym, jak ważne jest dla tej grupy bycie fanem danego wykonawcy. Najmniej istotne jest to dla osób między 35. a 44. rokiem życia; można założyć, że skoro jest to etap, na którym zmieniają się priorytety w życiu codziennym, zmienia się wówczas i podejście do obecności na koncertach, napędzane w mniejszym stopniu entuzjazmem czy względami ideowymi, co potrzebą relaksu i rozrywki.



Na koncerty chodzimy z bardzo różnych powodów. Poniżej wypisaliśmy przykładowe motywacje. Zaznacz, w jakim stopniu są one dla Ciebie ważne.

Możliwość zobaczenia artystów na żywo, z bliskiej odległości – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

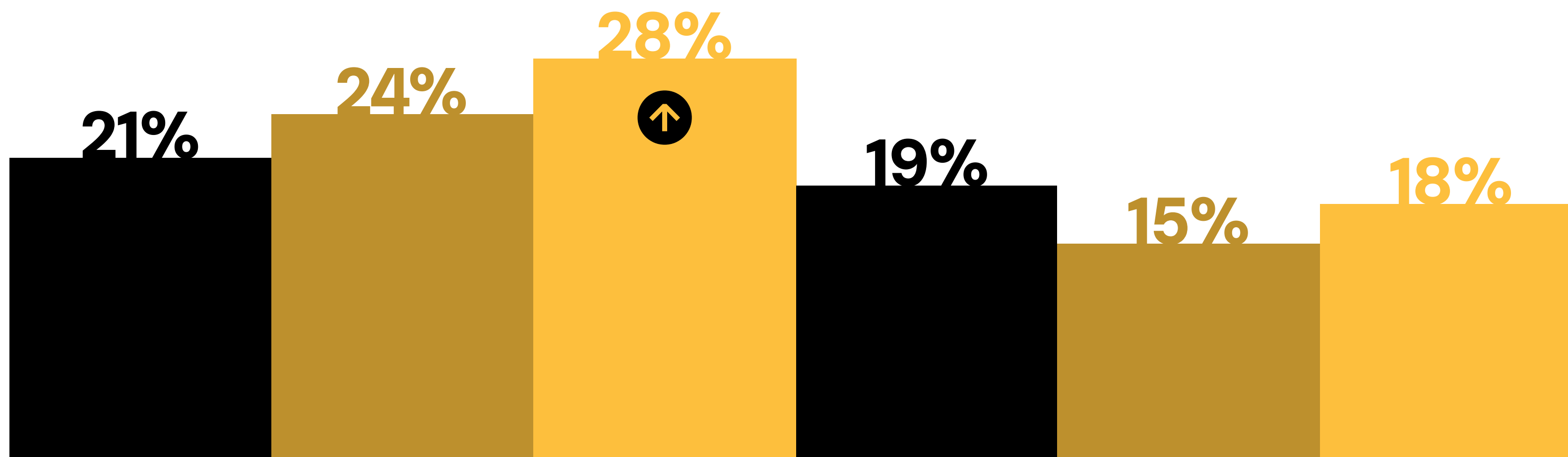
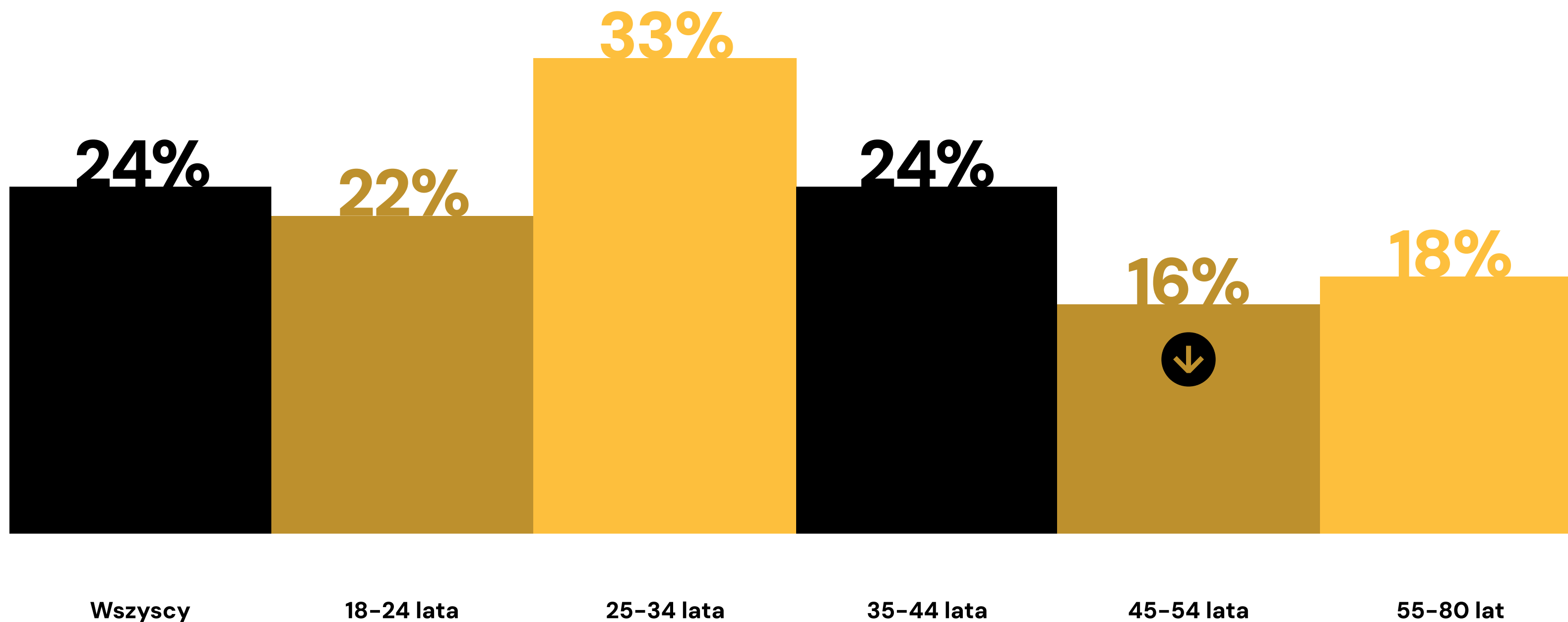


Co ciekawe, chęć pogłębienia relacji oraz wsparcie artystów poprzez zakup biletu i / lub merchu, zauważalnie ważniejsze niż dla ogółu osób chodzących na koncerty jest dla osób w wieku od 25 do 34 lat. Z jednej strony możemy odczytywać to w kontekście większego tożsamościowego znaczenia relacji z artystami dla tej grupy wiekowej, z drugiej strony może stać za tym rosnące wraz ze świadomością obywatelską większe zrozumienie rynku, a więc wiedza, że to koncerty są obecnie głównym źródłem zarobku dla muzyków (choćby w porównaniu z dochodami ze streamingów czy sprzedaży płyt).



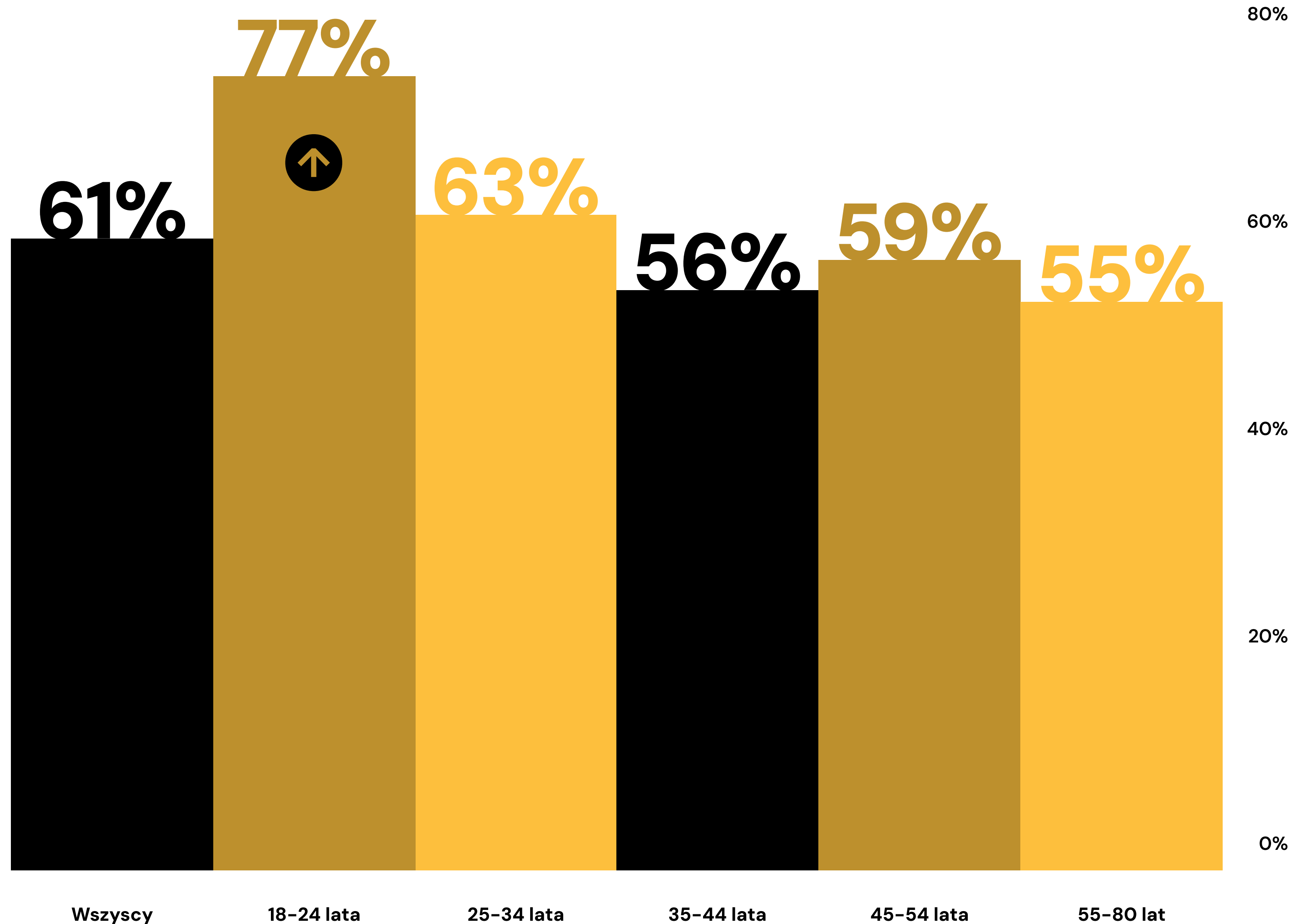
Na koncerty chodzimy z bardzo różnych powodów. Poniżej wypisaliśmy przykładowe motywacje. Zaznacz, w jakim stopniu są one dla Ciebie ważne.

Chęć pogłębienia swojej relacji z artystami – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"



Chęć wsparcie artystów poprzez zakup biletu i / lub merchu – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

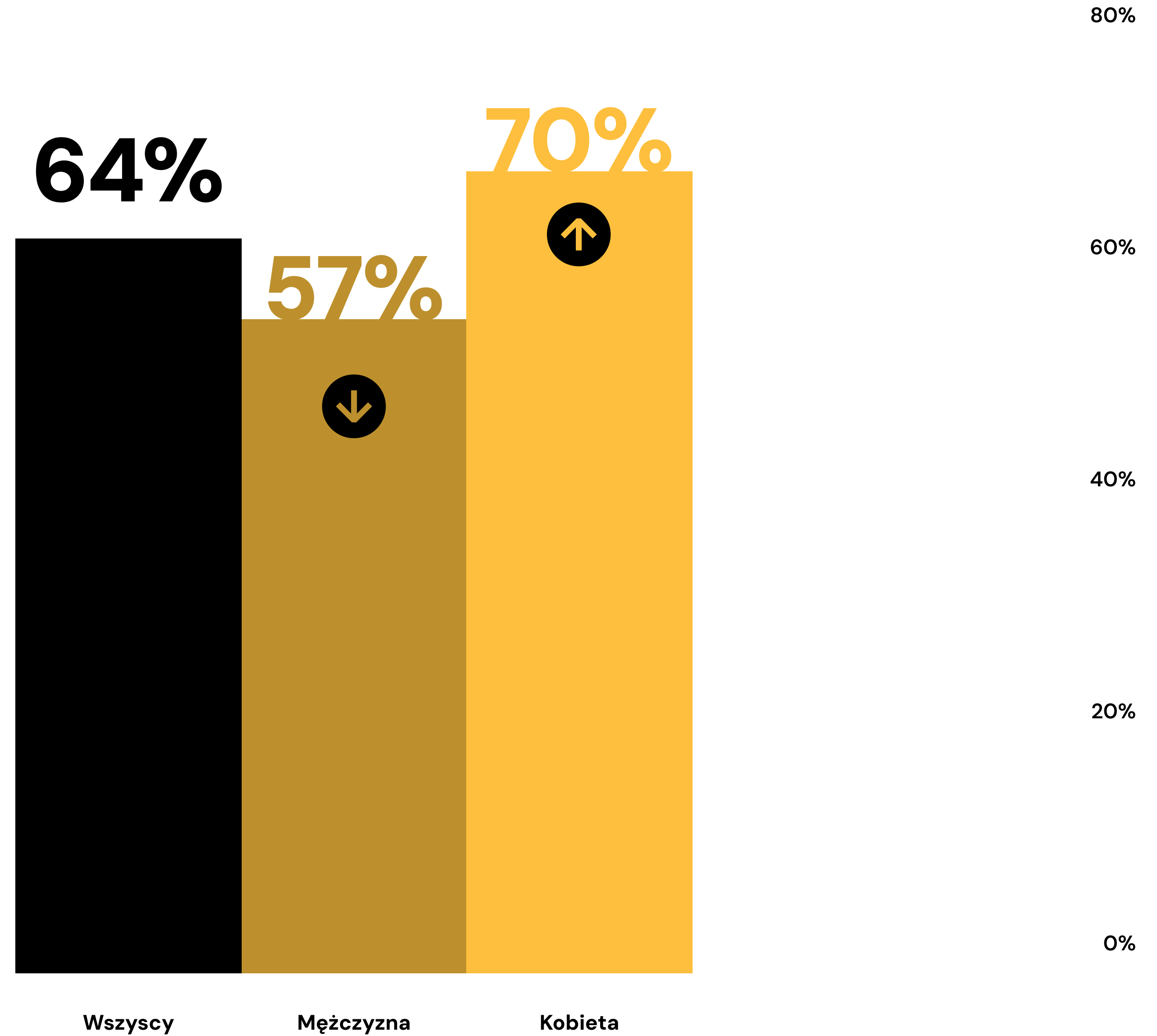
Dla osób w wieku od 18 do 24 lat zdecydowanie ważną motywacją jest możliwość doświadczenia wyjątkowych emocji związanych z byciem na koncercie. Zastanawiając się nad przyczyną tej różnicy, oczywiście moglibyśmy zbyć ją lekceważącym stwierdzeniem, że “w tym wieku wszystko się bardziej przeżywa”, ale też byliśmy w tym wieku, a koncerty przeżywamy nadal mocno. Bliżej nam do tego, by postawić tu hipotezę postpandemicznego głodu doświadczeń – wiek nastoletni przypadł u osób z tej grupy na okres pandemicznych lockdownów, możliwe więc, że poszukiwanie wyjątkowych emocji na koncercie jest próbą “nadrobienia” tego czasu. Potwierdzenie tej hipotezy wymagałoby jednak dalszych, pogłębionych badań.



Na koncerty chodzimy z bardzo różnych powodów. Poniżej wypisaliśmy przykładowe motywacje. Zaznacz, w jakim stopniu są one dla Ciebie ważne.

Doświadczenie wyjątkowych emocji związanych z byciem na koncercie
– odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

Równocześnie motywacja związana z "oderwaniem się na chwilę od codziennego życia" jest wskazywana jako zdecydowanie ważna zauważalnie częściej przez kobiety niż mężczyzn. Tu też można szukać interpretacji dotyczących poziomów presji w codziennym życiu, a na ich potwierdzenie znaleźć wiele innych badań. Dobrze, że są koncerty.



Na koncerty chodzimy z bardzo różnych powodów. Poniżej wypisaliśmy przykładowe motywacje. Zaznacz, w jakim stopniu są one dla Ciebie ważne.

Oderwanie się na chwilę od codziennego życia – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"

Zarówno interakcje z pozostałymi uczestnikami koncertu, jak i spotkanie osób lubiących podobną muzykę są zdecydowanie częstszymi motywacjami wśród osób chodzących na koncerty zagranicznych wykonawców. Szczególnie interesujący jest tutaj wysoki wynik wśród osób chodzących na niszowych zagranicznych artystów – motywacja tożsamościowa wyraźnie się tu wybija.

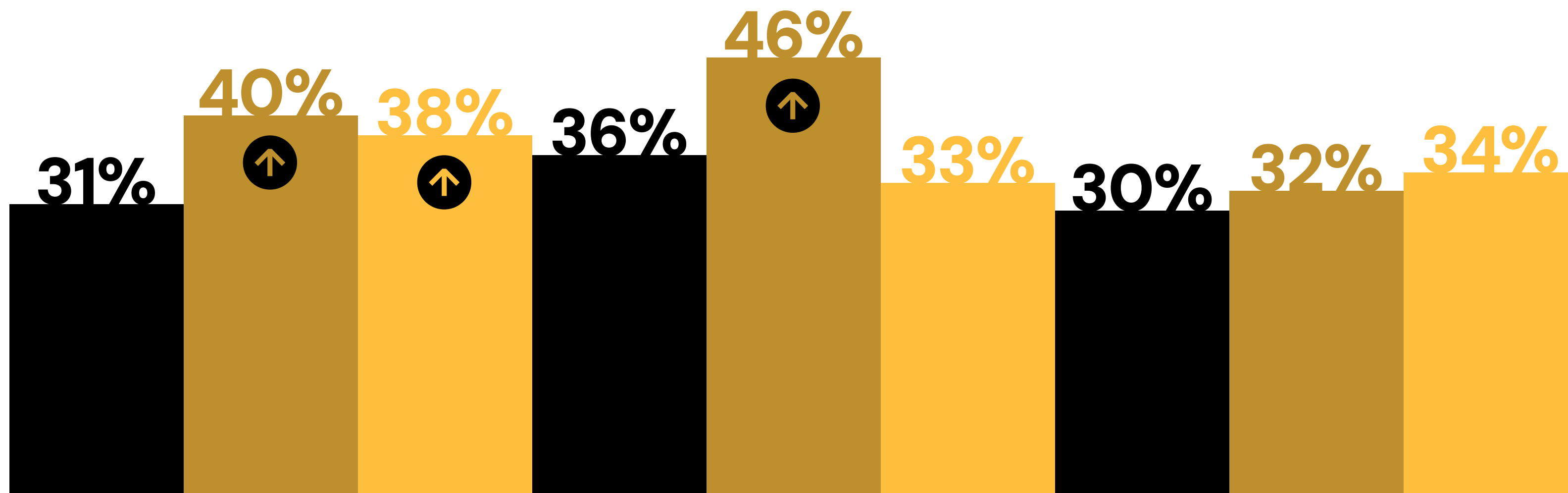
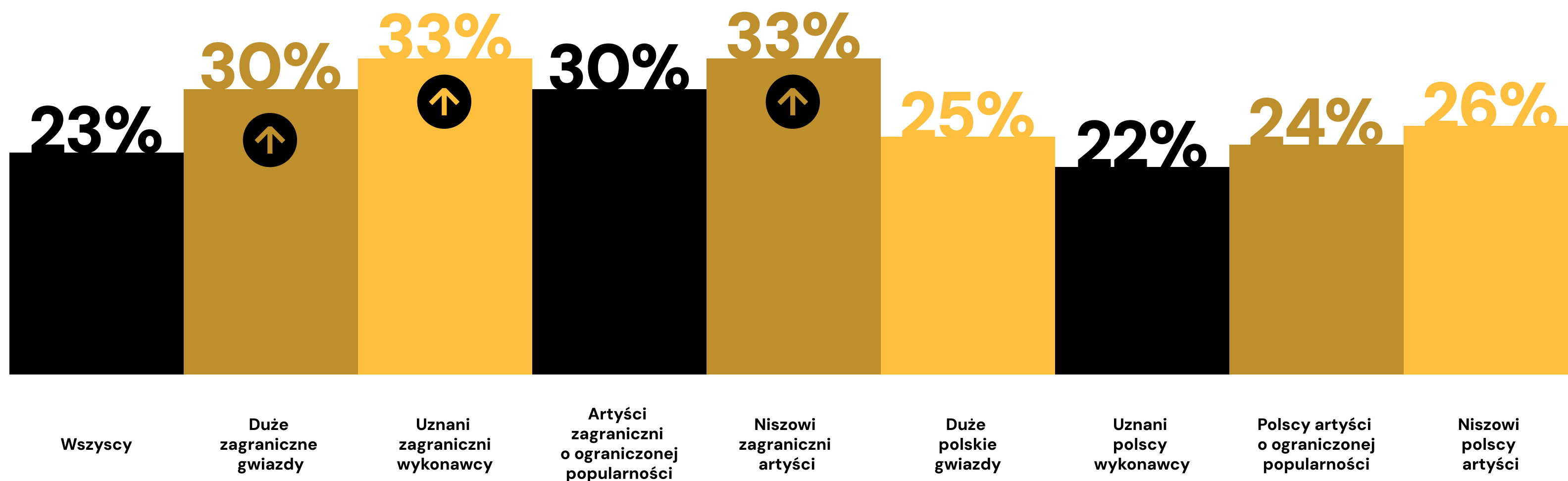
Jeżeli zestawimy te dane z niewyróżniającymi się ponad wyniki ogólne odpowiedziami osób chodzących na koncerty polskich wykonawców, powstaje interesujące pytanie o różnicę w ważności społecznych motywacji pomiędzy uczestnikami zagranicznych a polskich koncertów.

Jeśli stopień tożsamościowego zaangażowania wobec artystów polskich i zagranicznych jest tak różny, pozostaje pytanie o powody tego stanu rzeczy. Jakakolwiek byłaby na nie odpowiedź, ewidentne zdaje się, że potencjał koncertów polskich wykonawców jako wydarzenia społecznego nie jest w pełni wykorzystany.



Na koncerty chodzimy z bardzo różnych powodów. Poniżej wypisaliśmy przykładowe motywacje. Zaznacz, w jakim stopniu są one dla Ciebie ważne.

Interakcje z pozostałymi uczestnikami koncertu – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"



Spotkanie osób lubiących podobną muzykę – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"



Możliwość usłyszenia utworów w nowych aranżacjach jest zdecydowanie ważna częściej dla osób chodzących na koncerty dużych, stadionowych wykonawców. Najwyraźniej więc wszystkie "specjalne trasy koncertowe", w których znani artyści wykonują swoje numery np. z orkiestrą symfoniczną, czy koncerty unplugged, odpowiadają na potrzeby odbiorców.

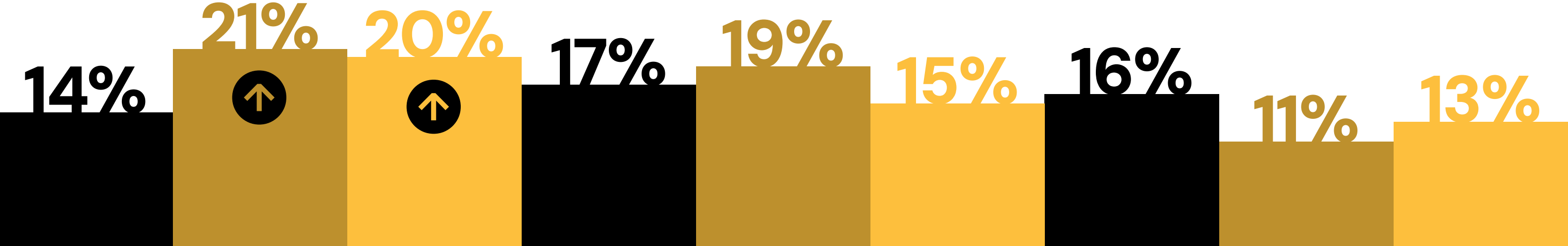
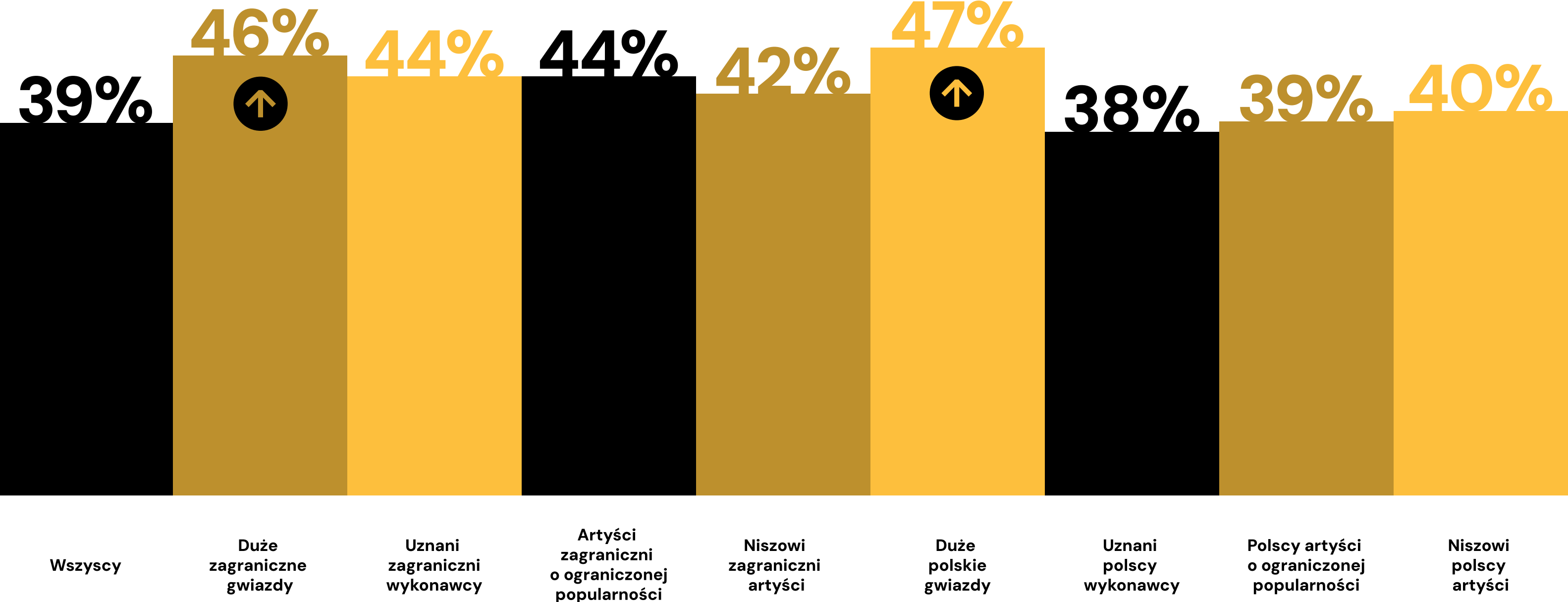
Chęć kupienia unikalnego merchu również jest częstszą motywacją w przypadku większych zagranicznych artystów, co może być spowodowane większą kolekcjonerską wartością takich specjalnych, koncertowych wersji ich produktów. Tym niemniej może to być wskazówka dla twórców, którzy mają stałą bazę publiczności, by zadbać o odpowiednie zaopatrzenie na trasy koncertowe.

Tip: Będąc koncertującym artystą i patrząc na koncerty z wewnątrz branży zawsze ma się zaburzoną perspektywę, choćby samemu oglądało się dużo występów znajomych. Warto pamiętać, że motywacje skłaniające ludzi do pójścia na koncert mogą być bardzo przyziemne czy wręcz utylitarne – i że to jest w porządku. Oczywiście, są różne zespoły i różne publiczności, ale ostatecznie chodzi o to, żeby dowieźć tę specyficzną usługę, która ma zapewnić słuchaczom dobrze spędzony czas.



Na koncerty chodzimy z bardzo różnych powodów. Poniżej wypisaliśmy przykładowe motywacje. Zaznacz, w jakim stopniu są one dla Ciebie ważne.

Możliwość usłyszenia utworów w nowych aranżacjach – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"



Możliwość kupienia unikalnego merchu na koncercie – odpowiedzi "Zdecydowanie ważne"



ZNACZENIE KONCERTÓW

X Uczestnictwo w koncercie jest doświadczeniem unikalnym, nieporównywalnym z żadną inną formą kontaktu z kulturą

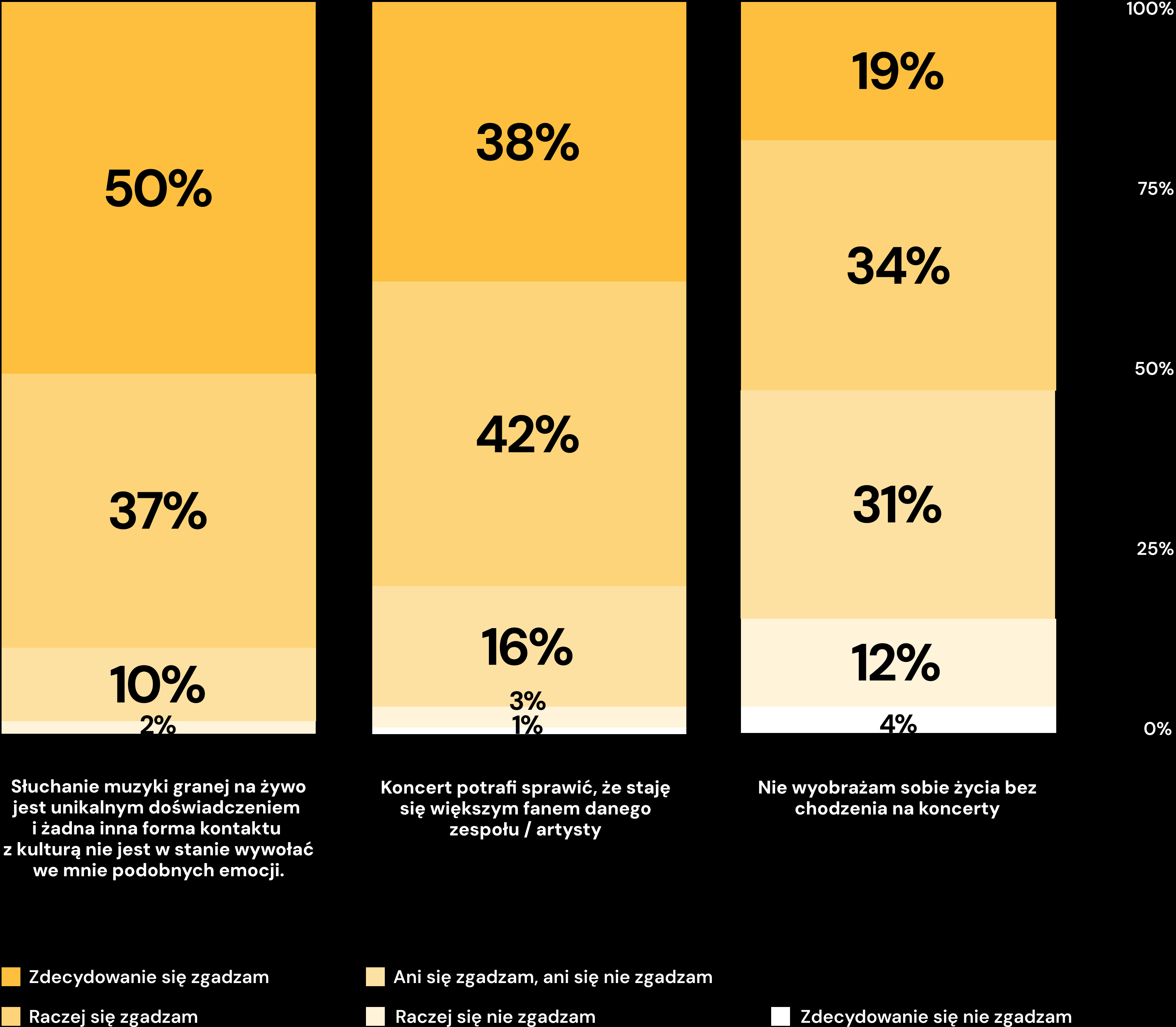
Połowa osób chodzących na koncerty zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że słuchanie muzyki granej na żywo jest unikalnym doświadczeniem i żadna inna forma kontaktu z kulturą nie jest w stanie wywołać w nich podobnych emocji.

Z kolei blisko 40% zdecydowanie zgadza się z tym, że koncert potrafi pozytywnie wpłynąć na zwiększenie zaangażowania w twórczość danego artysty. Pokazuje to, jaką rolę w długofalowym budowaniu więzi artysty z odbiorcą może pełnić dobrze zagrany koncert.

Spośród osób będących na koncercie w przeciągu ostatnich 12 miesięcy około połowa zgadza się ze stwierdzeniem, że nie wyobraża sobie życia bez koncertów, z czego blisko jedna piąta zgadza się zdecydowanie. To świetna wiadomość – aż połowa uczestników koncertów należy do tej najbardziej zaangażowanej grupy, dla której kontakt z muzyką na żywo to bardzo ważny element życia.



Poniżej znajdziesz kilka stwierdzeń odnośnie koncertów i uczestnictwa w nich. Zaznacz, na ile zgadzasz się z każdym z tych stwierdzeń. [osobne pytanie wraz ze skalą dla każdego ze stwierdzeń]

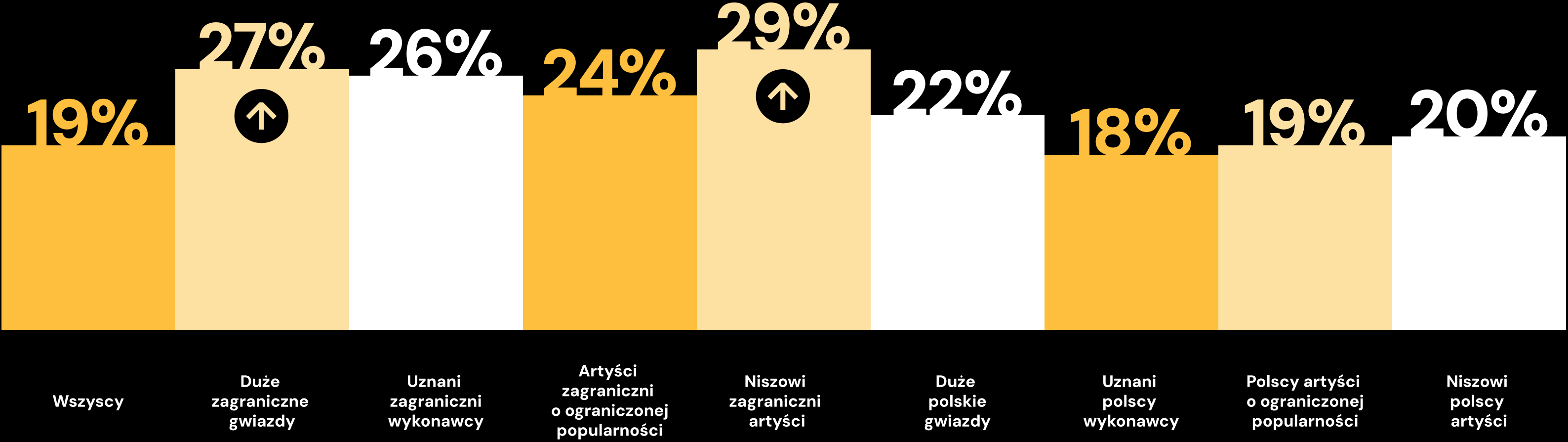




Sprawdzając, jakie czynniki mogą wpływać na większe znaczenie koncertów w życiu słuchaczy nie zauważyliśmy statystycznie istotnych różnic na poziomie różnego rodzaju zmiennych demograficznych. Czynnikiem różnicującym jest natomiast rodzaj samego koncertu.

Ze stwierdzeniem "Nie wyobrażam sobie życia bez chodzenia na koncerty" częściej w sposób zdecydowany zgadzają się osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy były na koncercie artystów zagranicznych – zarówno tych dużych, jak i tych niszowych – niż wykonawców polskich. Trudno jednoznacznie wskazać tu przyczynę, choć można założyć, że wpływ na ten stan rzeczy może mieć poczucie wyjątkowości wydarzenia zagranicznego artysty, którego ma się znacznie rzadziej szansę zobaczyć na żywo.

Tematem na inne badanie pozostaje, jak chętnie korzystamy ze zdecydowanie częstszych okazji do zobaczenia na żywo artystów polskich.



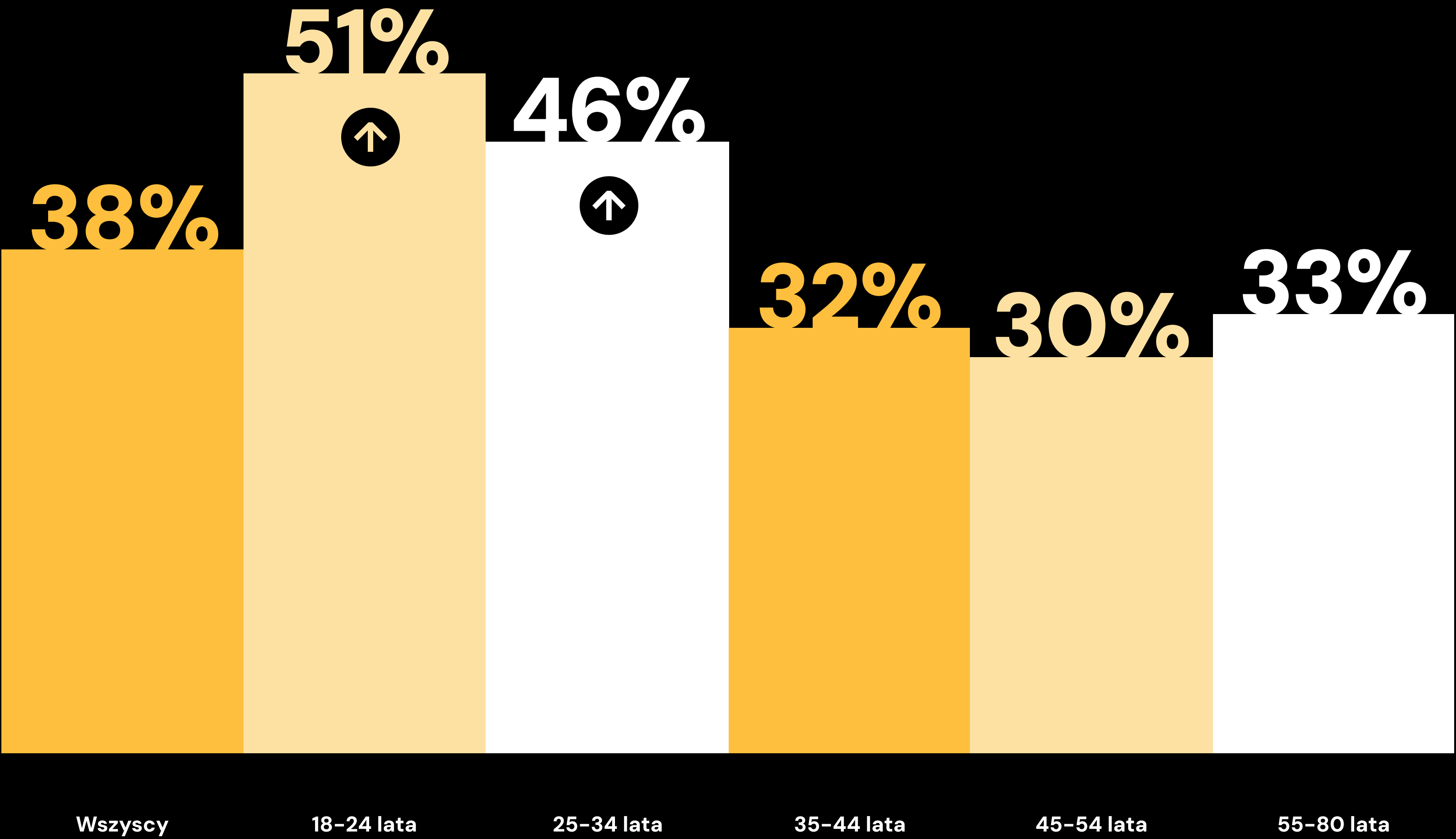
Poniżej znajdziesz kilka stwierdzeń odnośnie koncertów i uczestnictwa w nich. Zaznacz, na ile zgadzasz się z każdym z tych stwierdzeń. [osobne pytanie wraz ze skalą dla każdego ze stwierdzeń]

Nie wyobrażam sobie życia bez chodzenia na koncerty – odpowiedzi "Zdecydowanie się zgadzam"



Za to rola koncertów w procesie budowania więzi między fanami i artystami okazuje się zauważalnie większa wśród słuchaczy w wieku od 18 do 34 lat. Ponad połowa osób z najmłodszej grupy zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że "Koncert potrafi sprawić, że staję się większym fanem danego zespołu / artysty". Pokazuje to, jak istotne jest odpowiednie przygotowania i wykonanie koncertu, szczególnie dla tych zespołów i artystów, którym zależy na młodszej grupie odbiorców – czyli w znacznej mierze dla wykonawców dopiero wchodzących na scenę. Odpowiednio zaaranżowany koncertowy spektakl będzie miał silny i długotrwały wpływ na zwiększenie grona stałych fanów (którzy, pamiętajmy, przy odpowiednio wcześniej wyrobionym nawyku koncertowym pozostają wierni tej aktywności do późnego wieku).

POLSKA KONCERTOWA



Poniżej znajdziesz kilka stwierdzeń odnośnie koncertów i uczestnictwa w nich. Zaznacz, na ile zgadzasz się z każdym z tych stwierdzeń. [osobne pytanie wraz ze skalą dla każdego ze stwierdzeń]

Koncert potrafi sprawić, że staję się większym fanem danego zespołu/artysty – odpowiedzi "Zdecydowanie się zgadzam"

2025

**X Poprosiliśmy
też uczestników
badania, by opisali
swoje najlepsze
doświadczenia
koncertowe.**

**Oto, czego
najczęściej
dotyczyły →**



**Jakie było Twoje najlepsze
doświadczenie koncertowe?**

Emocje związane z samym koncertem: najlepsze doświadczenia często wynikają z samej jakości koncertu i silnych wrażeń sensorycznych. Samo słuchanie muzyki na żywo, wykonanej i nagłośnionej w profesjonalny sposób jest w stanie wywołać w odbiorcach silne reakcje emocjonalne (“Zobaczenie i usłyszenie swoich ulubionych artystów na żywo jest spełnieniem marzeń, tak samo jak usłyszenie ulubionych piosenek na żywo” K22; “Koncert, na którym miałem gęsią skórę. Tak pięknie grali” M29; “Najlepsze było, gdy usłyszałam ulubioną piosenkę na żywo – czułam euforię, wzruszenie i jedność z tłumem, jakby czas się zatrzymał” K34).

Energia wspólnoty: czasami najsilniejsze doświadczenia wiążą się ze wspólnotowym doświadczeniem i wymianą energii pomiędzy jednostkami. Wspólne śpiewanie i poczucie jedności z tłumem potrafi sprawić, że dany koncert staje się niezapomnianym przeżyciem (“Moment, w który wszyscy zaczęli śpiewać z wokalistą graną piosenkę – to zjednoczenie ludzi było niesamowite” M34; “Moim najlepszym doświadczeniem koncertowym był moment, gdy cała publiczność śpiewała razem z artystą – poczułam wtedy ogromną jedność i wzruszenie” K39; “Energia kilku tysięcy ludzi zgromadzona w jednym miejscu i wspólny śpiew piosenek ukochanego zespołu / idola” K64).

Bliskość z artystą: na przeciwnym biegunie niż wspólnotowość mamy doświadczenia, które wyłamują się z masowości i oferują poczucie bliskości z ulubionym artystą. Spersonalizowane interakcje podczas koncertu czy możliwość spotkania wykonawcy po jego zakończeniu sprawiają, że dane doświadczenie koncertowe staje się wyjątkowe (“Kameralny koncert ulubionego wykonawcy i możliwość bezpośredniego spotkania zaraz po koncercie” M43; “Zdecydowanie było to zabicie sobie przysłowiowej piątki z artystą i zamienienie paru słów po koncercie” M31; “Wokalista zespołu akurat mi podał rękę przy scenie podczas koncertu i przybił pionę” M31).

Osobiste znaczenie: najlepsze doświadczenia koncertowe to też te, które odwołują się do przeszłości uczestników koncertów, ich życiowych historii czy przełomowych momentów. W tym wypadku to właśnie połączenie muzyki z prywatnymi wspomnieniami odpowiada za siłę doświadczenia (“Poznałam na koncercie swojego obecnego męża i razem wtedy wróciliśmy już jako para. Super przeżycie, od razu nas połączyła muzyka” K25; “Koncert w Jarocinie. To wspomnienia młodości i buntu co do systemu politycznego” M53; “Poszłam na koncert artysty, którego muzyka pomagała mi w ciężkich chwilach i mogłam usłyszeć te same utwory na żywo” K24).

Co wspominamy najlepiej z koncertów?



Jakie było Twoje najlepsze
doświadczenie koncertowe?



Moje najlepsze doświadczenie koncertowe to moment, gdy pierwszy raz zobaczyłem na żywo swojego ulubionego artystę. Była niesamowita atmosfera – tłum śpiewający jednym głosem, światła, energia, która dosłownie unosiła się w powietrzu. Czułem ogromną radość, wzruszenie i poczucie bycia częścią czegoś większego. To przeżycie było wyjątkowe, bo muzyka, której słuchałem latami w domu, nagle stała się czymś realnym i wspólnym, a ten moment zostanie ze mną na zawsze.

– mężczyzna, lat 55

Byłam na koncercie z pożegnalnej trasy koncertowej Sum 41. Sam fakt, że była to ostatnia możliwość zobaczenia zespołu na żywo był dla mnie bardzo emocjonujący. Chłopaki grali ostatecznie przez ponad 3 godziny! Był to najlepszy koncert, na jakim kiedykolwiek byłam. Świetnie grali i śpiewali, a do tego mieli niesamowity kontakt z publicznością. Stałam w takim miejscu, że widziałam wszystkich członków zespołu i najprawdopodobniej oni widzieli mnie :)

– kobieta, lat 28

Koncert Depeche Mode sprzed dwóch lat w Warszawie, słucham ich od zawsze, a nie udało mi się nigdy dostać na ich koncert nawet w pobliskiej Pradze. Dlatego zakup biletów na 50. urodziny dla nas jako rodziców przez nasze dzieci to był strzał w dziesiątkę, a sam koncert wyjątkowy, wrażenia artystyczne, wspomnienia – coś pięknego. No i nie do podrobienia: Gahan, jedyny w swoim rodzaju

– kobieta, lat 51

Mój ulubiony zespół, z którym zdążyłam złapać kontakt, w dniu 18. urodzin złożył mi życzenia podczas koncertu ze sceny. Dostałam dedykację piosenki. Czułam ogromną radość, wdzięczność i dumę z samej siebie, że: 1. dożyłam, 2. od dziecka słucham tego zespołu i teraz razem z nimi wchodzę w dorosłość

– kobieta, lat 20



Co wspominamy najlepiej z koncertów?



Jakie było Twoje najlepsze
doświadczenie koncertowe?



Moje najlepsze doświadczenie koncertowe to zdecydowanie występ Charli XCX na Orange Warsaw Festival 2025. Wchodząc na teren festiwalu czułem już tę energię, ale to, co wydarzyło się na koncercie, przeszło moje najśmielsze oczekiwania. Czułem się, jakbym był częścią jednego, wielkiego, pulsującego organizmu. Tłum był niesamowity – śpiewaliśmy razem każdy tekst, tańczyliśmy i skakaliśmy, a atmosfera była tak naładowana pozytywnymi emocjami, że dosłownie czułem ciarki na plecach. Charli była w fantastycznej formie, a jej energia na scenie była zaraźliwa. Prawdziwie czuło się, że to początek ery 'brat summer'. Moment, który zapadł mi w pamięć, to kiedy Charli opowiedziała o rozmowie z Chappell Roan, która zagrała dzień wcześniej. Powiedziała, że Chappell ostrzegła ją, że Polska publiczność jest 'niesamowicie naładowana' i Charli z uśmiechem potwierdziła, że to prawda. Czułem w tym momencie ogromną dumę i jeszcze silniejsze połączenie z artystką. Cały koncert był dla mnie prawdziwym *katharsis*, chwilą pełnej, bezgranicznej radości i ucieczką od rzeczywistości. To było coś, czego nie da się opisać słowami – trzeba to przeżyć

– mężczyzna, lat 25

Najlepsze doświadczenie koncertowe?
Na koncercie stojąc na płycie przy samej
scenie dostałam czapkę artysty

– kobieta, lat 30

Najlepsze doświadczenie koncertowe?
Gdy gitarzysta zszedł ze sceny i zaczął grać
wśród widowni, blisko mnie

– kobieta, lat 38

Najlepszym doświadczeniem koncertowym
moim jest bycie na koncercie, w którym
bierze udział mój syn

– mężczyzna, lat 70





METODOLOGIA I STRUKTURA PRÓBY



Badanie przeprowadzone zostało w sierpniu 2025 roku przy pomocy metodologii CAWI (ang. Computer-Assisted Web Interview) na internetowym panelu badawczym.

W badaniu uczestniczyło **800 dorosłych osób, które w przeciągu ostatnich 12 miesięcy były chociaż na jednym koncercie w Polsce**. Próba jest reprezentatywna dla płci, 10-letnich przedziałów wiekowych i wielkości miejscowości zamieszkania użytkowników Internetu w Polsce.

Badanie dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu własnego Instytutu Przemysłów Kreatywnych: Rozwój Sektorów Kreatywnych.

DLA KONTRASTU. Fundacja na rzecz kultury niezależnej, zgodnie z umową nr DPW.402.33.2025.1874.25.A2, realizuje w okresie od 01.03.2025 r. do 31.10.2025 r. zadanie pn. „Polska Koncertowa 2025” – badanie uczestników koncertów.

Instytut
Przemysłów
Kreatywnych

Rozwój —
Sektorów
Kreatywnych



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego



Struktura próby

PŁEĆ	
Mężczyzna	47,4%
Kobieta	52,3%
Identyfikuję się w inny sposób	0,4%

WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI	
Wieś lub miejscowość do 10 tys. mieszkańców	14,3%
Miejscowość od 10 000 do 49 999 mieszkańców	23,4%
Miejscowość od 50 000 do 199 999 mieszkańców	28,3%
Miejscowość powyżej 200 000 mieszkańców	34,1%

WIEK				
18-24 lat	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55-80 lata
13,0%	28,0%	27,3%	16,1%	15,6%

WYKSZTAŁCENIE					
Podstawowe	Gimnazjalne	Zasadnicze Zawodowe	Średnie	Wyższe	Ścieżka akademicka
1,0%	1,4%	7,1%	41,1%	48,1%	1,3%

ŚREDNIE MIESIĘCZNE ZAROBKI NETTO							
Brak dochodu	Poniżej 1500 zł	1501 -3000 zł	3001 -4500 zł	4501 -6000 zł	6001 -7500 zł	7501 -9000 zł	Powyżej 9000 zł
3,3%	3,3%	9,9%	22,3%	29,4%	15,1%	8,8%	8,1%



Struktura próby

POLSKA KONCERTOWA

2025

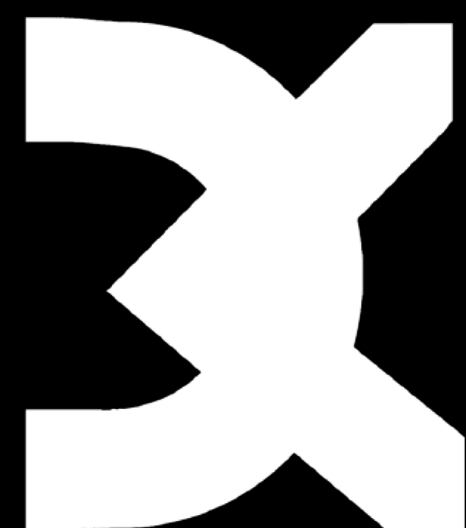
RODZAJ KONCERTU	
Duże zagraniczne gwiazdy (koncerty na stadionach, headlinerzy festiwali, widownia 10 tys. i więcej)	36,1%
Uznani zagraniczni wykonawcy (koncerty w dużych klubach, duże sceny festiwalowe, widownia między 1 a 10 tys.)	24,0%
Artyści zagraniczni o ograniczonej popularności (koncerty w średniej wielkości klubach, widownia między 100 a 999 osób)	17,5%
Niszowi zagraniczni artyści (koncerty w małych przestrzeniach, widownia mniejsza niż lub w okolicach 100 osób)	13,1%
Duże polskie gwiazdy (koncerty na stadionach, headlinerzy festiwali, widownia 10 tys. i więcej)	38,3%
Uznani polscy wykonawcy (koncerty w dużych klubach, duże sceny festiwalowe widownia między 1 a 10 tys.)	37,3%
Polscy artyści o ograniczonej popularności (koncerty w średniej wielkości klubach, widownia między 100 a 999 osób)	34,4%
Niszowi polscy artyści (koncerty w małych przestrzeniach, publika mniejsza niż lub w okolicach 100 osób)	18,6%

WOJEWÓDZTWO			
dolnośląskie	8,8%	podkarpackie	5,8%
kujawsko-pomorskie	5,6%	podlaskie	2,5%
lubelskie	5,1%	pomorskie	5,8%
lubuskie	2,5%	śląskie	13,8%
łódzkie	6,1%	świętokrzyskie	2,3%
małopolskie	7,1%	warmińsko-mazurskie	3,6%
mazowieckie	17,1%	wielkopolskie	9,8%
opolskie	1,1%	zachodniopomorskie	3,1%



POLSKA KONCERTOWA

2025



**DLA KONTRASTU.
FUNDACJA NA RZECZ
KULTURY NIEZALEŻNEJ**



**/dlakontrastu
/polskazoffu**



**@dlakontrastu
@polskazoffu**

**polskakoncertowa.pl
dlakontrastu.pl
fundacja@dlakontrastu.pl**