



ÚTFLUTNINGSSKRIFSTOFA
ÍSLENSKRAR TÓNLISTAR

FERÐA
MÁLA
STOFA

ICELANDIC
TOURIST
BOARD



SEPTEMBER 2013

TÓNLISTARHÁTÍÐIR Á ÍSLANDI

GREINING OG YFIRLIT

HÖFUNDUR TÓMAS YOUNG

Í þessari skýrslu eru íslenskar tónlistarhátíðir kortlagðar í fyrsta sinn. Markmiðið með þessari könnun er að veita heildræna yfirsýn yfir þær tónlistarhátíðir sem fara fram árlega hér á landi.

Í skýrslunni eru meðal annars niðurstöður könnunar sem framkvæmd var meðal forsvarsmanna íslenskra tónlistarhátíða, þar sem þeir voru beðnir um að svara ýmsum spurningum sem tengjast rekstri hátíðanna sem þeir sem starfa fyrir og varpa ljósi á skoðanir þeirra um hugsanlegt samstarf milli tónlistarhátíða hér á landi. Niðurstöður sýna að stór meirihluta forsvarsmanna hátíðanna geta hugsað sér samstarfsvettvang fyrir íslenskar tónlistarhátíðir. Þá er átt við samstarf með því að sækja sameiginlega um styrki til að kynna hátíðirnar með öflugri hætti innanlands og alþjóðlega. Þá var mikill meirihluti á þeirri skoðun að geta hugsað sér umræðuvettvang þar sem forsvarsfólk íslenskra tónlistarhátíða gæti deilt reynslu sinni og lært af hvert af öðru.

Þá eru heimasíður íslensku tónlistarhátíðanna skoðaðar í þeim tilgangi að sjá hversu vel þær eru settar fram, hvort þær innihalda upplýsingar á ensku og séu vel uppfærðar o.s.frv. Niðurstöður voru þær að margar hátíðir eru vel með á nótunum í vefnærveru sinni á meðan aðrar voru illa uppfærðar og vantaði mikið af upplýsingum.

Ísland státar af mörgum góðum tónlistarhátíðum. Stærsta hátíðin, sem jafnframt er þekktust, er Iceland Airwaves-hátíðin sem laðar að sér mikinn fjölda erlendra og innlendra gesta. Hér á landi eru þó nokkrar hátíðir sem eru mjög frambærilegar og gætu orðið stærri í sniðum ef rétt er haldið á spilunum. Í lokaorðum skýrslunnar er fjallað um tillögur að betrumbótum, s.s. með samstarfi tónlistarhátíða og betrumbótum á vefmálum hátíðanna.

EFNISYFIRLIT

Ágrip	2
Inngangur	4
Hvað er tónlistarhátíð?	5
Hátíðir hér á landi	6
Samspil tónlistar og náttúru	8
ÚTÓN og samstarf við tónlistarhátíðir	8
Hagræn áhrif tónlistarhátíða	8
Greining á heimasíðum íslenskra tónlistarhátíða	11
Könnun um íslenskar tónlistarhátíðir	13
Niðurstöður	13
Styrkleikar	19
Staðsetning	19
Dagskrá	19
Sagan	19
Afleidd áhrif	20
Aðrir styrkleikar	20
Veikleikar	21
Löng ferðalög	21
Skortur á fjármagni	21
Tímasetning hátíðarinnar	22
Aðrir veikleikar	22
Tillögur og lokaorð	23
Fagmennska á netinu	23
Aukið samstarf	23
Að lokum	24
Heimildaskrá	25

INNGANGUR

Á Íslandi eru starfræktar margar góðar tónlistarhátíðir sem eiga kost á því að þróast og verða aðdráttarafl fyrir innlenda sem erlenda ferðamenn. Það er margreynt að tónlistarhátíðir um allan heim laða að fólk hvaðanæva af og hafa jákvæð efnahagsleg áhrif á hagkerfi viðkomandi staða eða svæða.

Aldrei fór ég suður á Ísafirði, Eistnaflug á Egilsstöðum, Þjóðlagahátíð á Siglufirði, Myrkir Músíkdagar, Jazzhátíð Reykjavíkur og Iceland Airwaves eru aðeins nokkrar af mörgum frambærilegum tónlistarhátíðum hér á landi. Margar hátíðirnar eiga það sameiginlegt að vera reknar meira og minna í sjálfbóðaliðastarfi eða með mjög fáu starfsfólki sem bitnar á kynningarþættinum í kringum þær og vöruþróunarvinnu.

Margar þeirra hátíða sem hér er fjallað um eiga möguleika á að þróast áfram og eflast. Líklegt er að hægt sé að finna hagkvæmar lausnir með auknu samstarfi og samnýtingu á fólki, þekkingu og reynslu. Kanna þarf hvaða hátíðir eru tilbúnar í frekari vöruþróun og hvernig best er hægt að aðstoða þær um leið og skoðað er hvaða reynsla og þekking er til hjá mismunandi aðilum.

Með þetta að leiðarljósi lagði ÚTÓN til við Ferðamálastofu að farið yrði í athugun, greiningarvinnu og tillagnagerð á þessu sviði. Niðurstaðan var samstarfssamningur sem var undirritaður í maí 2012. Markmið verkefnisins er að að kortleggja íslenskar tónlistarhátíðir og öðlast þannig betri yfirsýn yfir þær. Tilgangur verkefnisins er einnig sá að íslenskar tónlistarhátíðir hafi á einum stað aðgang að upplýsingum og greiningum sem gagnast geta þeim til samstarfs, frekari vöruþróunar og að markvissari markaðssetningu. Skýrsla þessi er niðurstaða samstarfsins en í henni eru greindar helstu upplýsingar sem einkenna tónlistarhátíðir á Íslandi, s.s. fyrirkomulag, vefsíður og stjórnun. Skýrslan er unnin af Tómasi Young, verkefnastjóra hjá ÚTÓN.

HYAÐ ER TÓNLISTARHÁTÍÐ?

Áður en haldið er lengra er rétt að skilgreina hvað er og hvað er ekki tónlistarhátíð. Fyrir einhverjum kann það að vera ljóst hvað felst í hugtakinu en skýrsluhöfundur þykir það ekki svo sjálfsagt. Það er ekki til nein ein skilgreining á hugtakinu en á netinu má finna margskonar og misgóðar skilgreiningar í alþjóðlegum orðabókum og hinum ýmsu vefsíðum. Í þessari skýrslu verður notast við eftirfarandi skilgreiningu til grundvallar umræðunni:

Tónlistarhátíð er viðburður sem fer fram á einum eða fleiri dögum á sama svæði þar sem fjöldi tónlistarmanna eða hljómsveita koma fram og aðaláhersla viðburðarins er á tónlist.

Þessi skilgreining nær yfir allar tónlistarhátíðir sem geta svo geta svo verið mismunandi í eðli sínu. Sem dæmi má nefna að á sumar tónlistarhátíðir þarf að kaupa aðgangsmiða í formi passa eða armbands sem veitir aðgang að öllum viðburðum hátíðarinnar. Aðrar hátíðir selja sérstaklega aðgangsmiða á hvern viðburð fyrir sig á meðan á aðrar tónlistarhátíðir getur aðgangurinn verið ókeypis. Mismunandi er hvort hátíðir fara fram utan- eða innandyrna. Undir þessa skilgreiningu falla ekki:

- Bæjarhátíðir s.s. Ljósanótt, Menningarnótt, Fiskidagurinn á Dalvík o.s.frv.
- Listahátíðir s.s. Listahátíð í Reykjavík, Lunga o.s.frv.
- Tónleikaraðir s.s. Sumartónleikar í Skálholtskirkju
- Einstakir tónleikar s.s. Páll Óskar á NASA

HÁTÍÐIR HÉR Á LANDI

Á Íslandi eru margar tónlistarhátíðir. Á heimasíðu ÚTÓN, www.icelandmusic.is, má finna lista yfir tónlistarhátíðir og aðra tónlistartengda viðburði ásamt upplýsingum á ensku um hátíðirnar, sögu þeirra, fjölda gesta, miðaverð, upplýsingar um tengiliði þeirra s.s. netföng og símanúmer o.s.frv.

Áður en vinna við þessa skýrslu hófst var þó nokkrum tónlistarhátíðum bætt á listann sem hafa annaðhvort hafið göngu sína síðan síðast var farið yfir listann eða þær hafa einfaldlega ekki verið á listanum þegar vefurinn fór í loftið. Áður en skýrslan kom út höfðu enn fleiri tónlistarhátíðir verið settar á laggirnar s.s. Sónar Reykjavík, Keflavík Music Festival og All Tomorrow's Parties en ekki er fjallað um þær í þessari skýrslu. Svona lítur listinn út í heild sinni:

AK Extreme	IS NORD	Rauðasandur Festival
Aldrei fór ég suður	Jazzhátíð Egilstaða	Reykholts hátíð
Besta útihátíðin	Jazzhátíð Garðabæjar	Reykjavík Music Mess
Þjartir dagar	Jazzhátíð Reykjavíkur	Síldarævintýrið
Bláa kirkjan	Kammertónleikar á	Sláturtíð
Blúshátíð í Reykjavík	Kirkjubæjarklaustri	Sumartónleikar í
Blúshátíðin Ólafsfirði	Listahátíð	Skálholtskirkju
Bræðslan	Listasumar á Akureyri	Sumartónleikr í
Eistnaflug	Ljósanótt	Akureyrarkirkju
Extreme Chill Festival	Lunga	Tectonics
Frum	Menningarnótt	Tónlistarhátíð unga fólksins
Gæran	Músíktílaunir	Við Djúpið
Harmonikkuhátíð	Myrkir Músíkdagar	Þjóðhátíð í Eyjum
Reykjavíkur	Neistaflug	Þjóðlagahátíðin
Iceland Airwaves	Pönk á Patró	Þjórsárver
Innipúkinn	Raflost	

Þegar litið er yfir listann má sjá að Ísland státar af mörgum tónlistarhátíðum af öllum stærðum og gerðum. Flestar tónlistarstefnur eiga sér tónlistarhátíð. Djass, blús, rokk, jaðartónlist, þjóðlagatónlist, þungarokk, klassík, popp, raftónlist, kammertónlist, tilraunatónlist o.s.frv.

Hér kemur aftur að spurningunni „Hvað er tónlistarhátíð?“. Listinn nær yfir tónlistarhátíðir og aðra viðburði en það er nokkuð ljóst að það eru ekki allir viðburðirnir sem eru listaðir upp á vefsíðu ÚTÓN tónlistarhátíðir. Áherslan getur til dæmis verið allt önnur þó svo að tónlist sé hluti af viðburðinum. Dæmi um þetta má nefna AK Extreme sem er snjóþetta- og tónlistarhátíð en þar er aðaláherslan á snjóþettaíðkun. Menningarnótt

leggur áherslu á menningu í heild sinni og er tónlist hluti af henni en langt í frá aðalatriðið. Sama má segja um aðrar bæjarhátíðir á borð við Ljósanótt og teljast viðburðirnir því harla til tónlistarhátíða. Bláa Kirkjan eða Sumartónleikar í Skálholtskirkju eru miklu frekar tónleikaraðir heldur tónlistarhátíðir samkvæmt skilgreiningunni. Eins og með margt annað getur reynst erfitt að skipa alla viðburði í bása. Sem dæmi er Bræðslan á Borgarfirði Eystri á gráu svæði að mati skýrsluhöfunds þar sem viðburðurinn sjálfur er eitt kvöld þar sem margar hljómsveitir koma fram á sama staðnum. Er Bræðslan tónlistarhátíð eða einfaldlega tónleikar þar sem fjöldi hljómsveita kemur fram? Í kringum Bræðsluna eru aðrir viðburðir (svokölluð „Off venue“-dagskrá eða utandagskrártónleikar) sem gestir geta sótt sem ekki hafa aðgang á Bræðsluna sjálfa. Hugsanlega fer þetta líka eftir því hvernig viðburðir skilgreina sig en af heimasíðu Bræðslunnar (braedslan.is) má sjá að hún skilgreinir sem tónlistarhátíð.

Með þetta í huga skal það tekið fram í þessari skýrslu verður aðeins fjallað um tónlistarhátíðir samkvæmt skilgreiningunni sem fjallað er um hér á undan og þær sem skilgreina sjálfa sig sem tónlistarhátíð (eins og Bræðslan gerir). Þeir viðburðir á Íslandi sem teljast tónlistarhátíðir eru 29 talsins og eru:

Aldrei fór ég suður	Iceland Airwaves	Rauðasandur Festival
Besta útihátíðin	Innipúkinn	Reykholtshátíð
Blúshátíð í Reykjavík	IS NORD	Reykjavík Music Mess
Blúshátíðin Ólafsfirði	Jazzhátíð Egilstaða	Sláturtíð
Bræðslan	Jazzhátíð Garðabæjar	Tectonics
Eistnaflug	Jazzhátíð Reykjavíkur	Tónlistarhátíð unga fólksins
Extreme Chill Festival	Kammertónleikar á	Við Djúpið
Frum	Kirkjubæjarklaustri	Þjóðhátíð í Eyjum
Gæran	Músíktílaunir	Þjóðlagahátíðin
Harmonikkuhátíð	Myrkir Músíkdagar	
Reykjavíkur	Pönk á Patró	

Þegar hátíðirnar eru skoðaðar með tilliti til markaðssetningar þá má sjá að næstum allar hátíðir eru með heimasíður þar sem finna má upplýsingar um dagsetningar, staðsetningu, hvaða hljómsveitir og tónlistarmenn spila o.s.frv. Hins vegar er hluti heimasíðnanna illa uppfærðar og sumar þeirra hafa jafnvel ekki verið uppfærðar frá árinu 2008.

Þegar heimasíður hátíðanna eru skoðaðar með tilliti til útflutnings má sjá að það eru ekki allar hátíðir með síðurnar sínar á ensku. Þær heimasíður sem eru bæði á íslensku og ensku eru 21 talsins.

SAMSPIL TÓNLISTAR OG NÁTTÚRU

Margar tónlistarhátíðir á Íslandi eiga það sameiginlegt að vera haldnar í stórbrotnu landslagi. Sem dæmi má nefna Aldrei fór ég suður hátíðina á Ísafirði, Þjóðlagahátíðina á Siglufirði, Eistnaflug á Neskaupstað og Bræðsluna á Borgarfirði Eystri. Þetta samspil tónlistar og náttúru getur verið markaðspáttur sem tónlistarhátíðir hér á landi geta nýtt sér enn fremur utan landsteinanna.

Tónlistartengd ferðapjónusta getur komið ákveðnum svæðum og bæjum á kortið, þ.e. aukið hróður staðarins með auknum ferðamannastraumi á tónlistarhátíð. Augljóst dæmi hér á landi er hátíðin Aldrei fór ég suður á Ísafirði en samkvæmt Jóni Þór Þorleifssyni, „rokkstjóra“ hátíðarinnar, sóttu aðeins nokkrir tugir utanbæjarmanna fyrstu hátíðina árið 2004. Síðan þá hefur hátíðin blómstrað og aukið ferðamannastrauminn hverja páska svo um munar. Öll gisting á Ísafirði og í flestum nærliggjandi bæjum er uppseld og Ísafjörður er orðinn vinsæll áfangastaður tónlistaráhugamanna um páskana. Sömu sögu er að segja um Bræðsluna á Borgarfirði Eystri og Eistnaflug á Neskaupsstað. Viðburðirnir laða fólk að hvaðanæva af landinu fyrir tilstilli tónlistarhátíðarinnar sem þar er haldin.

ÚTÓN OG SAMSTARF VIÐ TÓNLISTARHÁTÍÐIR

Útflutningsskrifstofa íslenskrar tónlistar (ÚTÓN) hefur í nokkur ár verið í farsælu samstarfi við tónlistarhátíðir hér á landi á borð við Aldrei fór ég suður, Iceland Airwaves, Reykjavík Jazzhátíð, Eistnaflug, Þjóðlagahátíðina á Siglufirði og Myrka músíkdaga. ÚTÓN hefur í samstarfi við Inspired by Iceland-verkefnið, Íslandsstofu, Ferðamálastofu (áður en erlenda markaðsstarfið var flutt til Íslandsstofu) og Höfuðborgarstofu boðið hingað til lands erlendum blaðamönnum og listrænum stjórnendum. Blaðamennirnir fjalla um hátíðina í þeim miðlum sem þeir skrifa fyrir og listrænir stjórnendur koma hingað til lands í þeim tilgangi að leita eftir einhvers konar samstarfi og/eða samlegð. Þetta samstarf hefur gefið góða raun og hefur mikilvæg umfjöllun komið úr því í ýmsum miðlum á borð við MTV Canada, Guardian, Times, BBC, Red Bulletin og ótal öðrum tímaritum og tónlistarbloggum víðs vegar um heim.

ÚTÓN velur að vera í samstarfi við hátíðir sem hafa sannað sig og hafa verið haldnar í að minnsta kosti fimm ár eða þar um bil. Ástæðan fyrir því er sú að margar hátíðir eru haldnar hér á landi aðeins í eitt eða tvö skipti og hugmyndin er að kynna hátíðir sem eru rótgrónar og vel stjórnað.

HAGRÆN ÁHRIF TÓNLISTARHÁTÍÐA

Tónlistarhátíðir eru sóttar of stórum hópi fólks sem heimsækir um leið ákveðið svæði, þarf í mörgum tilfellum að verða sér úti um gistingu og greiðir fyrir ýmis konar þjónustu. Hagræn áhrif tónlistarhátíða geta verið misjafnlega mikil en í mörgum tilfellum getur viðburðurinn orðið hornsteinn ferðaþjónustu á ákveðnum tímamarki og jafnvel komið stöðum og svæðum “á kortið”.

Árið 2005 var framkvæmd samnorræn könnun sem Höfuðborgarstofa tók þátt í en markmið könnunarinnar var að gera athugun á efnahagslegum áhrifum tónlistarviðburða á borgir í Norðurlöndum. Í könnuninni voru ýmsir tónlistarviðburðir heimsóttir svo sem U2 tónleikar í Kaupmannahöfn í Danmörku, Malmö Festival í Svíþjóð og á Íslandi var Iceland Airwaves-hátíðin tekin fyrir. Niðurstöður sýndu að Iceland Airwaves skilaði ágætis búbót í efnahagskerfi Reykjavíkur á því tímabili hátíðin stóð yfir. Í könnuninni var rætt við 540 gesti hátíðarinnar og voru helstu niðurstöður þær að erlendir gestir vörðu um 2,25 milljónum evra, sem voru um 185 milljónir króna á þeim tíma, á meðan á dvöl þeirra stóð í Reykjavík. Þá voru útgjöldin utan höfuðborgarinnar ótalin utan s.s. ferðakostnaður gestanna til Íslands (Angel og Hansen, 2006).

Árið 2010 kom upp sú hugmynd hjá ÚTÓN að endurtaka könnunina. Markmiðið var að uppfæra fyrrnefndar tölur með áherslu á veltu erlendra hátíðargesta á hátíðinni. Könnunin var framkvæmd í samstarfi við Höfuðborgarstofu. Rætt var við 250 erlenda gesti hátíðarinnar og voru helstu niðurstöður þær að erlendu gestirnir vörðu um 313 milljónum króna á meðan dvöl þeirra stóð. Sem fyrr var kostnaður utan höfuðborgarinnar ótalin (Tómas Young, 2010). Könnun var framkvæmd aftur árið 2011 en þá sóttu hátíðina um 2800 erlendir gestir og vörðu þeir um 480 milljónum króna á höfuðborgarsvæðinu í dvöl sinni á hátíðinni (Tómas Young, 2011).

Árið 2012 var ákveðið að endurtaka könnunina í fjórða sinn. Könnunin var framkvæmd í samstarfi við Íslandsstofu og markmiðin voru þau sömu; að kanna þróun á veltu erlendra gesta á hátíðinni og fá frekari innsýn í heimsóknir þeirra til landsins á meðan hátíðin stendur yfir. Helstu niðurstöður voru þær að velta erlendra gesta jókst um 66% á milli ára og var um 802 milljónir króna og kostnaður utan höfuðborgarinnar er ekki inn í þeirri tölu. Í könnuninni voru gestirnir spurðir hversu miklu þeir höfðu varið í ferðakostnað til Reykjavíkur frá heimaborg sinni. Ef sá kostnaður er meðtalin vörðu þeir eru um 1,1 milljarði króna. Veltuaukninguna má helst rekja til þess að erlendu gestunum fjölgaði mikið á milli ára, úr 2.794 gestum í 4.076 eða um 46%. Þá kom einnig í ljós að erlendir gestir voru í fyrsta sinn fleiri en Íslendingar á hátíðinni (Tómas Young, 2012).

	2005	2010	2011	2012
M.kr.	185	313	482,5	802

Tafla 1 Velta erlendra gesta í Reykjavík á Iceland Airwaves árin 2005- 2012

(ferðakostnaður til landsins ekki meðtalinn)

Hera Brá Gunnarsdóttir (2010) skrifaði meistararitgerð sína um Aldrei fór ég suður-tónlistarhátíðina á Ísafirði. Helstu niðurstöður rannsóknar Heru Brár voru þær að hátíðin hafði jákvæð samfélagsáhrif á samfélagið, jafnt félagslega sem og efnahagslega en viðmælendur lögðu mun meiri áherslu á samfélagslegu áhrifin. Á meðal niðurstaðna var að Ísafjarðarbær hafði ekkert gert til að meta hin efnahagslegu áhrif hátíðarinnar og þá er einnig ókeypis á hátíðina þannig að það liggur ekki fyrir hversu margir sækja hana. Einu haldbæru tölurnar sem hægt var að nýta til að reyna að meta efnahagslegu áhrifin voru sölutölur Vínbúðarinnar viku fyrir páska þegar hátíðin er haldin. Á myndinni má sjá að sala á lítrum af áfengi hefur aukist jafnt og þétt frá því að hátíðin var fyrst haldin 2004. Eins og segir í ritgerðinni „því má áætla að annað hvort hefur áfengisneysla Vestfirðinga stóraukist síðustu ár eða það sé stöðug aukning gesta á Aldrei fór ég Suður-hátíðina“.



Mynd 1 Sala áfengis í lítrum í Vínbúðinni á Ísafirði viku fyrir páska

Skýrsluhöfundur hefur stundað PR-vinnu fyrir Hróarskelduhátíðina frá árinu 2000. Þar á bæ er iðulega vitnað oft til rannsóknar sem var framkvæmd í Hróarskeldubænum á meðan á hátíðinni stóð í nokkurra kílómetra fjarlægð, en niðurstöðurnar bentu til að velta verslunareigenda í Hróarskeldubænum væri svo mikil yfir hátíðardagana að þeir gætu haft lokað allan ársins hring fyrir utan þá viku sem hún fer fram. Þar eru efnahagsleg áhrif hátíðarinnar ótvíræð enda risastór hátíð á alþjóðlegan mælikvarða. Hátíðina sækja ár hvert 75 þúsund gestir sem kaupa sér aðgang að hátíðinni, auk um 30-35 þúsund sjálfboðaliða, tónlistarmanna, fjölmiðlafólks, fagaðila o.s.frv., sem þýðir að rúmlega 100 þúsund gestir sækja hátíðina ár hvert.

Á hátíðinni er einnig fyrirkomulag sem íslenskar tónlistarhátíðir gætu tekið sér til fyrirmyndar en þar selja íþróttafélögin matinn á tjald- og tónleikasvæðinu. Fótboltafélagið selur pylsurnar, körfuboltinn pitsurnar, fimleikarnir samlokur og handboltinn mexíkóskan mat og þar fram eftir götunum. Salan þeirra á veitingum yfir hátíðina nægir félögunum til að greiða allan kostnað sem fylgir rekstri íþróttafélags s.s. laun þjálfara, æfingaaðstöðu, keppnisferðalög, búningakostnað o.s.frv.

GREINING Á HEIMASÍÐUM ÍSLENSKRA TÓNLISTARHÁTÍÐA

Á meðal áherslupunkta í þessari skýrslu er greining á heimasíðum íslenskra tónlistarhátíða og það ekki að ástæðulausu. Internetið er yfirleitt fyrsti viðkomustaður flestra sem ætla sér að kynna sér eitthvað s.s. vöru, ferðalög eða annað. Heimasíður eru gríðarlega mikilvæg tól í markaðssetningu og upplýsingagjöf - hlutverk sem var áður í höndum annarra hefðbundinna miðla.

Í greiningu á heimasíðum voru síður tónlistarhátíða skoðaðar og efnisatriði s.s. hvort heimasíður væru á ensku, hvort réttar og uppfærðar dagsetningar á komandi hátíð væru að finna, hvort það væri hægt að finna netfang til að hafa samband, hvort hægt væri að hlusta á tónlistarmennina sem spila á hátíðinni á heimasíðunni, hvort á þeim væri að finna nánari upplýsingar um hljómsveitirnar sem spila á hátíðinni, hvort dagskráin væri á heimasíðunni og svo loks hvort það væri að finna dagskrá hátíðarinnar.

Heimasíður hátíðanna fá stig eftir því hversu mörg atriði af framangreindum atriðum þær uppfylla. Þær heimasíður sem uppfylltu öll sjö atriðin sem skoðuð voru greiningunni voru heimasíður Eistnaflugs, Iceland Airwaves-hátíðarinnar og JEA djasshátíðin. Fast á hæla þessara heimasíðna voru heimasíður Extreme Chill, IS NORD, Reykjavík Music Mess, Reykjavík Midsummer Music, Músíktílaunir og Tónlistarhátíð unga fólksins en þær uppfylltu sex af ofangreindum atriðum.

	Heimasíða á ensku	Uppfærðar/ réttar dagsetningar	Netfang auðfinnlegt	Hægt að hlusta á tónlist	Upplýsingar um tónlistarm.	Hlekkir á samfélagsmiðla	Dagskrá	Stig
Eistnaflug	X	X	X	X	X	X	X	7
Iceland Airwaves	X	X	X	X	X	X	X	7
JEA Jazz Festival	X	X	X	X	X	X	X	7
Extreme Chill Festival	X	X	X	X	X	X		6
IS NORD	X	X	X		X	X	X	6
Músíktílaunir		X	X	X	X	X	X	6
Tónlistarhátíð unga fólksins	X	X	X		X	X	X	6
Reykjavík Mids. Music	X	X		X	X	X	X	6
Reykjavík Music Mess	X	X	X	X	X		X	6
Aldrei fór ég suður	X	X	X		X	X		5
Við Djúpið	X	X	X			X	X	5
Bræðslan		X	X		X	X		4
Blúshátíð í Reykjavík	X	X	X				X	4
Myrkir Músíkdagar	X	X	X				X	4
Rauðasandur Festival	X	X		X	X			4
Tectonics	X				X	X	X	4
Þjóðlagahátíðin	X	X	X				X	4
Gæran		X		X			X	3
Innipúkinn	X		X			X		3
Reykholts hátíð		X	X		X			3
Besta útihátíðin		X			X			2
Blúshátíðin Ólafsfirði		X					X	2
Pönk á Patro			X			X		2
Frum	X	X						2
Harmonikkuh. Reykjavíkur	X		X					2
Þjóðhátíð í Eyjum	X	X						2
Jazzhátíð Reykjavíkur	X							1
Sláturtíð	X							1

Tafla 1 Greining og einkunnagjöf fyrir heimasíður íslenskra tónlistarhátíða

Einkunnagjöfin byggir á skoðun á heimasíðunum í júní og júlí mánuði árið 2012. Hér skal tekið fram að þegar skoðunin er gerð getur verið stutt í sumar hátíðir á meðan það er langt í aðrar og því skiljanlegt í sumum tilfellum að til dæmis dagskráin skuli ekki liggja fyrir (en leitað var að dagskrám fyrri hátíða í þeim tilfellum).

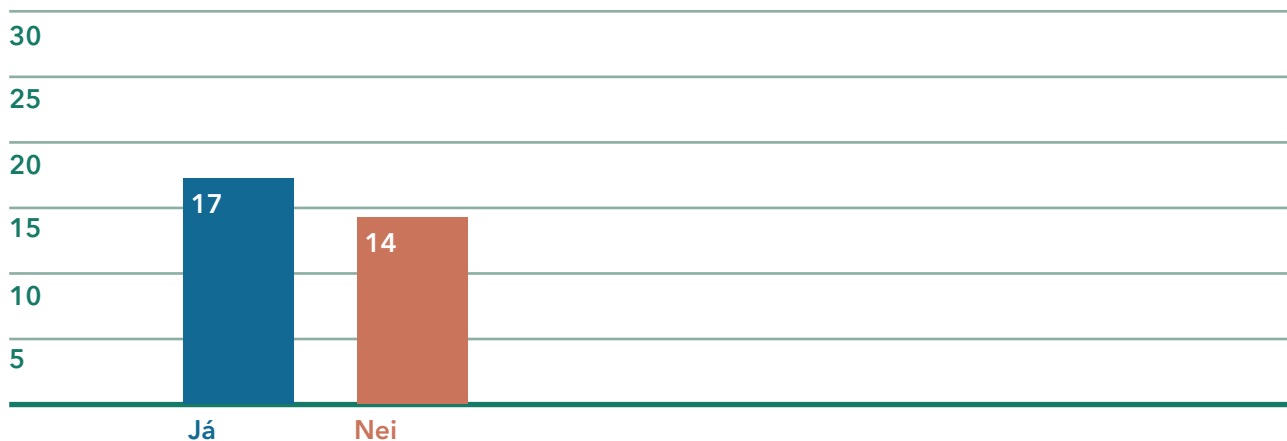
Þegar á heildina er litið mættu miklu fleiri hátíðir taka til í hendinni þegar kemur að viðhaldi á heimasíðum þeirra. Heimasíðurnar eru líklegast mikilvægasti miðillinn þegar kemur að upplýsingaleit fyrir utanaðkomandi og tilvonandi hátíðargest. Margar hátíðir standa sig vel en aðrar mættu taka sér þær sér til fyrirmyndar.

KÖNNUN UM ÍSLENSKAR TÓNLISTARHÁTÍÐIR

Í þessari kortlagningu á íslenskum tónlistarhátíðum var framkvæmdastjórum hátíðanna send könnun þar sem leitast var við að fá yfirsýn yfir markmið og skoðanir stjórnenda tónlistarhátíða á hinum ýmsum málefnum. Ákveðið var að notast við könnun sem send var framkvæmdastjórum í tölvupósti en sú aðferð þótti hentugri í kortlagningu sem þessari þar fjöldi tónlistarhátíða var töluverður. Könnunin var send til 32 tónlistarhátíða og bárust svör frá öllum hátíðum nema einni.

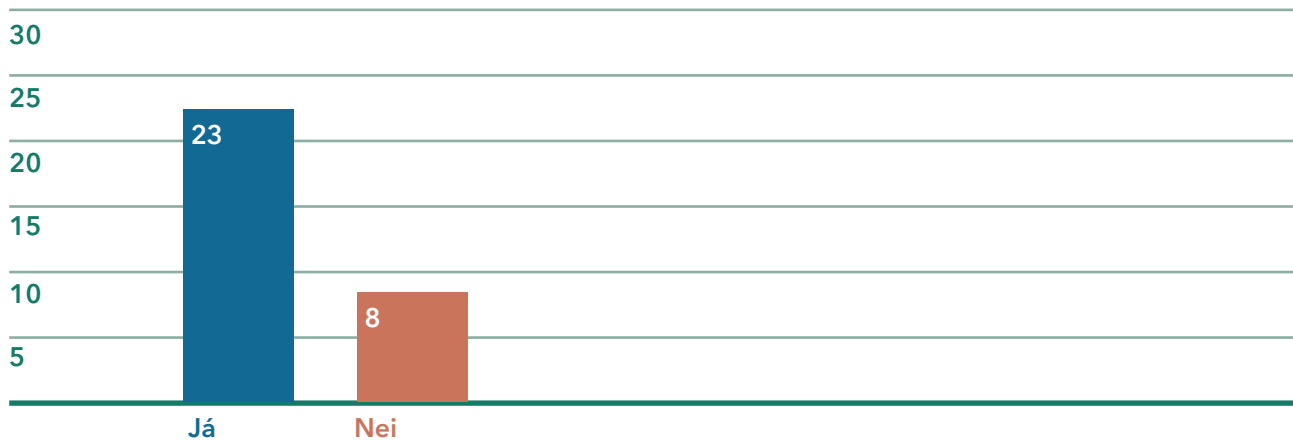
NIÐURSTÖÐUR

Þátttakendur í könnuninni voru spurðir að því hvort armbönd/passar væru seldir sem giltu á alla viðburði og daga hátíðarinnar. Niðurstöður voru þær að 17 hátíðir selja armbönd sem gilda á alla viðburði og daga hátíðarinnar og 14 hátíðir selja ekki slíkt armbönd og líklegt er að það sé vegna þess að ókeypis er á tónlistarhátíðina.



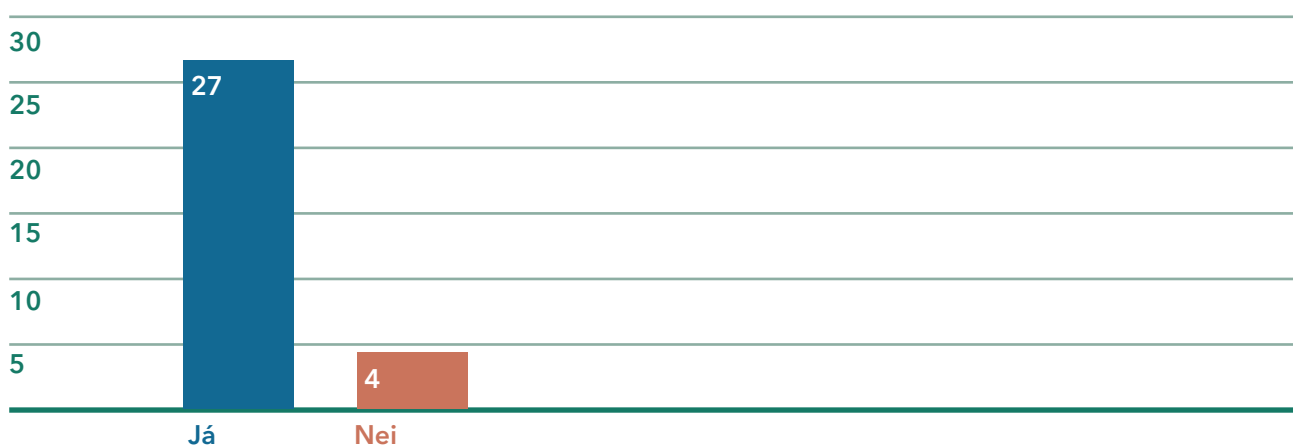
Mynd 2 Er hægt að kaupa armband/passa sem gildir á alla viðburði og daga hátíðarinnar

Þá var spurt hvort hægt væri að kaupa aðgang að stökum viðburðum á hátíðunum. Í ljós kom að 23 hátíðir buðu upp á þann möguleika að kaupa aðgang að stökum viðburðum og 8 hátíðir bjóða ekki upp á þann valmöguleika en það getur verið vegna þess að ókeypis sé inn á alla viðburði hátíðarinnar.



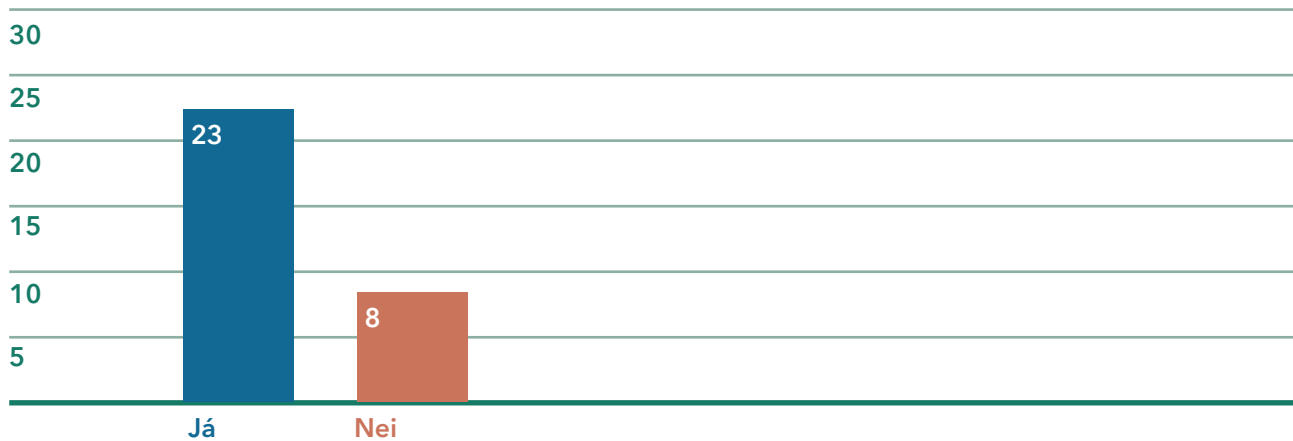
Mynd 3 Er hægt að kaupa aðgang að stökum viðburðum hátíðarinnar?

Kannað var hvort stjórnendur hátíðanna vissu hvort hluti hátíðargesta væri að koma erlendis frá og kom í ljós að svo var á 27 hátíðum af 31.



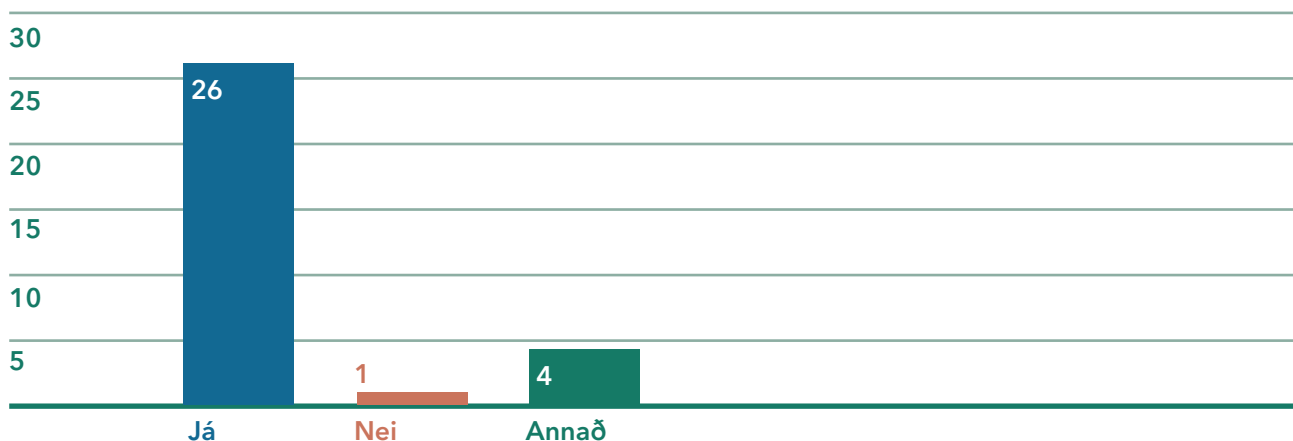
Mynd 4 Er hluti hátíðargesta erlendur?

Hluti af markmiðinu með könnuninni var að komast að því hvort stjórnendur tónlistarhátíða á Íslandi væru að markaðssetja hátíðina sína að einhverju leyti fyrir útlendinga. Niðurstöðurnar voru þær að 23 hátíðir sögðust markaðssetja hátíðina að einhverju leyti fyrir útlendinga en 8 hátíðir svöruðu spurningunni neitandi.



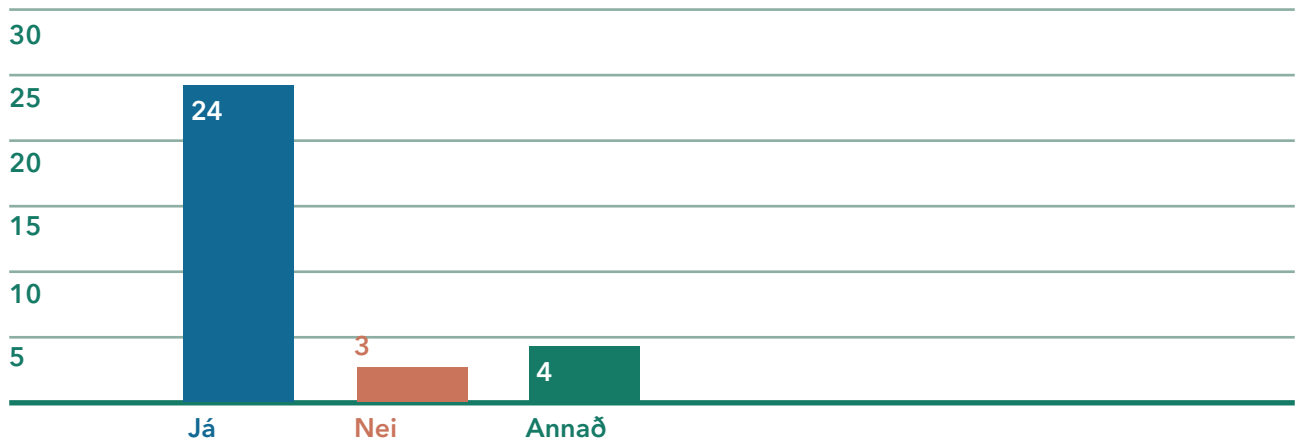
Mynd 5 Er hátíðin markaðssett að einhverju leyti fyrir útlendinga?

Aðstandendur tónlistarhátíðanna voru spurðir hvort þeir hefðu áhuga á samstarfi við aðrar hátíðir þar sem þeir gætu deilt þekkingu sinni og lært af öðrum. Niðurstöður sýna að mikill meirihluti er til í slíkt samstarf en 26 hátíðir svöruðu spurningunni játandi, ein hátíð neitaði (án skýringa) en þær sem völdu “Annað” svöruðu ýmist “Hugsanlega”, sögðust vera í samstarfi við aðrar hátíðir utan landsteinanna eða sögðust hafa takmarkaðan áhuga á því þar sem hátíðin “héldi lágum prófíl”.



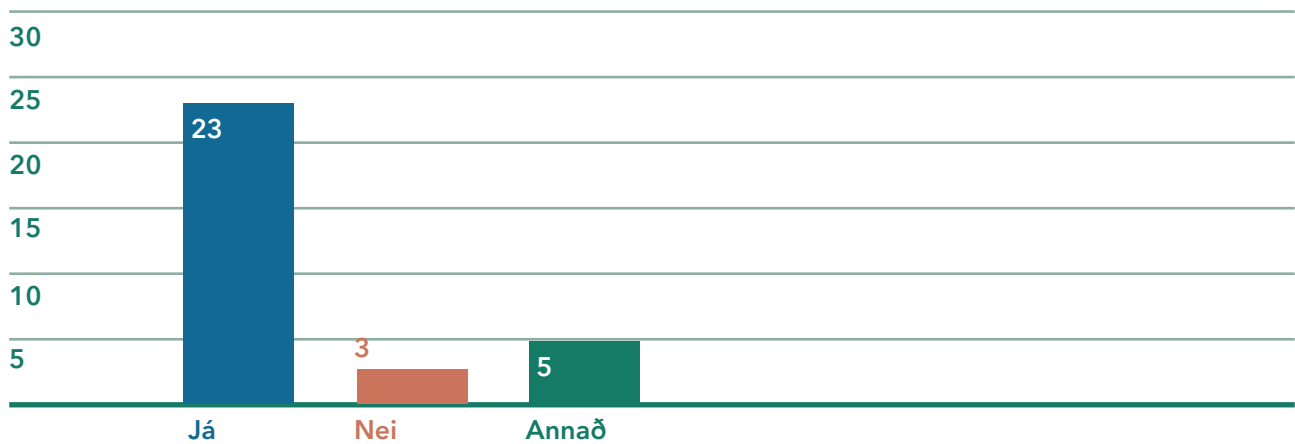
Mynd 6 Hafa aðstandendur hátíðarinnar áhuga á samstarfi við aðrar hátíðir?

Aðstandendur hátíðanna voru spurðir hvort þeir myndu íhuga samstarf við aðrar hátíðir um sameiginlegt kynningarátak innanlands og 24 hátíðir sögðust íhuga slíkt samstarf en þrjár neituðu því. Fjórar hátíðir völdu möguleikann “Annað” og ein hátíðin sagðist myndi íhuga það ef kynningarátakið samræmdist markmiðum og stefnum þeirrar hátíðar. Ein hátíð kvaðst vera mjög “lókál” og væri ekki að reyna að vera neitt annað og önnur kvað hátíðina vera aðallega miðuð fyrir börn og unglinga og því mögulega engin ástæða til að vera í sérstöku kynningarátaki innanlands.



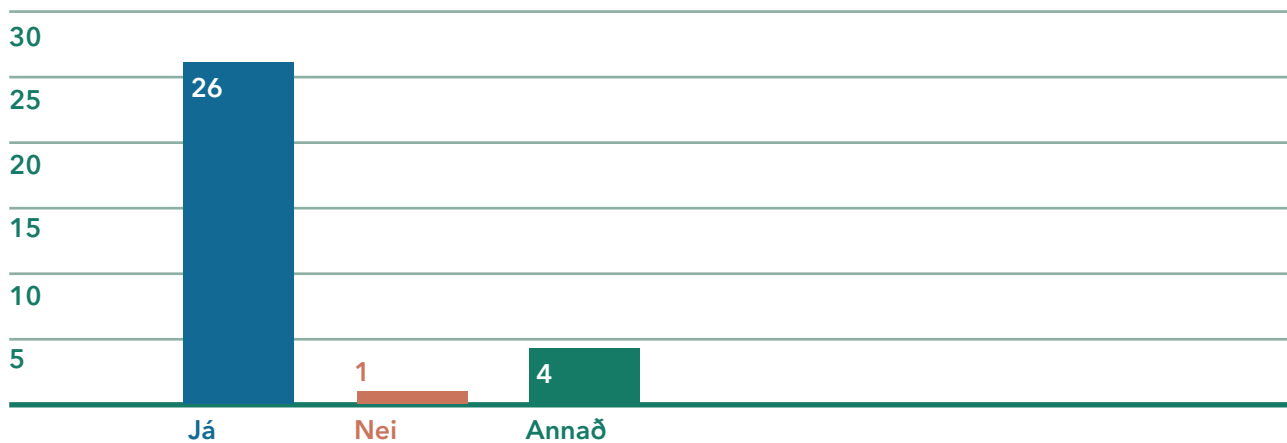
Mynd 7 Hefur hátíðin áhuga á samstarfi við aðrar hátíðir um sameiginlegt kynningarátak innanlands?

Sambærileg spurning var lögð fyrir hátíðarnar um kynningarátak erlendis. Niðurstöður voru þær að 23 hátíðir svöruðu játandi en þrjár neituðu. Fimm hátíðir völdu valmöguleikann “Annað” og voru útskýringar meðal annars að sennilega myndi hátíðin ekki vera til í slíkt samstarf þar sem það næði ekki utan um markmið hátíðarinnar, aðrir sögðu að það gæti komið til skoðunar og enn aðrir að það færi eftir fjárhagnum.



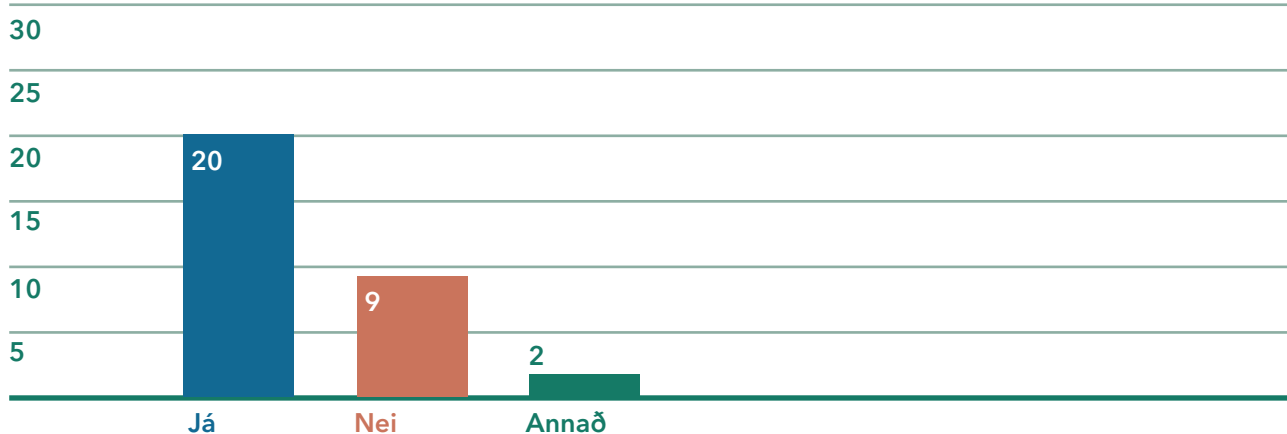
Mynd 8 Myndi hátíðin íhuga samstarf við aðrar hátíðir um sameiginlegt kynningarátak erlendis?

Hátíðarnar voru spurðar hvort aðstandendur hátíðanna myndu íhuga að sækja sameiginlega um styrki t.d. í “Ísland allt árið”-sjóð iðnaðarráðuneytisins, ef allar eða nokkrar hátíðir myndu taka sig saman. Niðurstöður sýna að 26 hátíðir myndu íhuga það en ein hátíð svaraði neitandi. Fjórar hátíðir völdu valmöguleikann “Annað” og voru útskýringar meðal annars að ein hátíðin myndi íhuga það ef markaðsáætlunin félli undir ímynd þeirrar hátíðar og önnur spurði hvernig landsbyggðin kæmi út úr slíku samstarfi.



Mynd 9 Myndi hátíðin íhuga að sækja sameiginlega um styrki?

Í kortlagningu sem þessari þykir mikilvægt að vita hvers konar stjórnunarfyrirkomulag er á hátíðinni. Erfitt getur reynst að ná utan um stjórnunarhætti en ein leið til að athuga umfang hátíðanna er að kanna hvort stjórnendur hátíðanna fái laun fyrir sína vinnu. Því hefur verið oft fleygt fram að flestir menningarviðburðir á borð við tónlistarhátíðir séu unnar í sjálfböðavinnu sem útskýrir lítið aðhald. Aðstandendur voru því spurðir hvort stjórnendur hátíðanna fengju laun fyrir sína vinnu og sýna niðurstöður að stjórnendur rúmlega helmingi þeirra, eða 20 hátíðir af 31, fá laun fyrir sína vinnu. Níu hátíðir sögðu stjórnendur gefa vinnu sína alfarið og tvær hátíðir völdu "Annað". Í þessari spurningu gátu aðstandendur látið athugasemdir fylgja hverju svari. Algeng útskýring með svörum þeirra sem fá laun voru að launin væru í engu samræmi við útlagða vinnu og að það færi eftir fjárhagslegri útkomu hátíðarinnar. Einnig var algeng útskýring á meðal þeirra sem gefa vinnu sína að vinnan væri að mestu leyti sjálfböðastarf og það færi eftir fjárhagslegri útkomu hátíðarinnar.



Mynd 10 Fá stjórnendur hátíðarinnar laun af einhverju tagi fyrir sín störf?

Aðstandendur voru einnig spurðir hvort starfsmenn hátíðanna fengju laun fyrir sína vinnu og voru niðurstöður þær að 20 hátíðir sögðust svo vera, 5 hátíðir svöruðu neitandi og 6 hátíðir merktu við valmöguleikann "Annað". Algeng útskýring með svörunum var að starfsmenn fengju kostnað greiddan s.s. matar- og eldsneytiskostnað. Þá var líka algengt svar að það færi eftir fjárhagslegri útkomu hátíðarinnar og stundum fá sumir starfsmenn laun á meðan aðrir eru sjálfboðaliðar.



Mynd 11 Fá starfsmenn hátíðarinnar laun fyrir sína vinnu?

STYRKLEIKAR

Í könnuninni voru forsvarsmenn hátíðanna spurðir um veikleika og styrkleika þeirrar hátíðar sem þeir stæðu fyrir. Þessi liður er einna mikilvægastur í könnuninni en í svörum sínum töldu forsvarsmenn upp ýmis atriði sem eiga það til að gleymast þegar kemur að tónleikahaldi. Hér á eftir verður stiklað á þeim atriðum sem flestir nefndu.

STAÐSETNING

Fjölmargar hátíðir nefna staðsetningu sem styrkleika. Björn Þór Björnsson, forsvarsmaður Rauðasands Festival, segir: „Við erum lítil hátíð á afar afskekktum en ótrúlega fallegum stað. Sviðið er í hlöðu á bóndabæ.“ Jónína Erna Arnardóttir, forsvarsmaður IsNord-hátíðarinnar, segir: „Hátíðin er með norræna áherslu og haldin í Borgarfirði þar sem eru miklar norrænar tengingar. Einnig eru alltaf einir útítónleikar í fögru umhverfi.“

STÆRÐ HÁTÍÐARINNAR

Nokkrar hátíðir nefna stærð hátíðarinnar sem kost, og þá í því samhengi hversu litlar þær eru. Algeng svör voru: „Hátíðin er lítil „lókal“-hátíð“, „Skemmtileg lítil hátíð“ og „Ekki of stór“.

DAGSKRÁ

Margar hátíðir töldu fyrst upp dagskrá sína og tónlistarval þegar þeir voru beðnir að tilgreina styrkleika hátíðarinnar sinnar. Algeng orð í lýsingum forsvarsmanna voru til dæmis „spennandi“, „einstök“, „áhugaverð“, „fjölbreytt“ og „sérstaða“. Svörin voru æði mismunandi og yfirleitt er góð tónlist nefnd sem styrkleiki hátíðarinnar. Jón Þór Þorleifsson, rokkstjóri Aldrei fór ég suður, nefnir fjölbreytnina í tónlistarvali sem styrk á hátíðinni en bendir jafnframt á að frítt sé sé fyrir gesti: „Styrkur hátíðarinnar er fjölbreytni á vali á tónlistarfólki og sú staðreynd að frítt er fyrir alla inn á hátíðina.“

SAGAN

Sumar hátíðir nefndu sérstaklega hefð og sögu hátíðarinnar sem styrkleika. Ása Hauksdóttir, forsvarsmaður Músíktílauna í Reykjavík, segir: „Áratuga löng sigursaga og glæst fortíð. Hún hefur verið allt frá upphafi stökkpallur fyrir ungar efnilegar hljómsveitir.“ Kamilla Ingibergsdóttir hjá Iceland Airwaves sagði m.a. í sínu svari: „Iceland Airwaves er sterkt vörumerki og hátíðin er orðin rótgróin. Hún hefur góðan orðstír á alþjóðavísu

og laðar að mikið af erlendum tónlistaráhugafólki og fagfólki utan háannatíma ferðapjónustunnar. Hún er orðin í dag ein helsta lyftistöngin fyrir íslenskt tónlistarlífi.”

AFLEIDD ÁHRIF

Sumir forsvarsmenn hátíðanna benda á þau jákvæðu áhrif sem hátíðarnar þeirra höfðu á þau svæði sem hátíðarnar eru haldnar. Stefán Friðrik Stefánsson, forsvarismaður Gærunnar á Sauðárkróki sagði: „Hátíðin er góð kynning fyrir bæinn,“ og Magni Ásgeirsson (Bræðslan) sagði: „Fjölskylduvænir tónleikar sem auka veg staðarins og þeirra sem þar búa.”

MENNTUN OG SKEMMTUN

Sumar hátíðir fela í sér ýmis konar námskeiðahald. Tónlistarhátíð unga fólksins útskýrir styrkleika sína í þessu samhengi: „Hátíðin býður upp á mikinn fjölda viðburða, námskeið, fyrirlestra, vinnustofu og tónleika. Samtals um 15 námskeið, þrjár vinnustofur, sex fyrirlestra og um 40 tónleika (árið 2012). Þátttakendur eru á mjög breiðum aldri, allt frá 8 ára til 35 á námskeiðum, og almennir hlustendur og flytjendur á öllum aldri. Hátíðin er tvíþætt: menntun og skemmtun.”

Mónika Arnardóttir hjá Þjóðlagahátíðinni á Siglufirði útskýrir styrkleika hátíðarinnar: „Þjóðlagahátíð er lítil að utan stór að innan. Hún er fjölskylduvæn, skemmtileg og fróðleg hátíð. Þjóðlagahátíð snýst algerlega um þá tónlistarviðburði og þau námskeið sem á henni eru. Gestir geta sótt námskeið meðfram tónleikadagskrá í tónlist, þjóðlegu handverki, rímnakveðskap o.fl. Á meðan geta börn og unglingar sótt námskeið í tónlist, gömlum leikjum, handverki og útivist á sérstökum barna- og unglinganámskeiðum. Allir kennarar/leiðbeinendur eru vel valdir og hafa mikla þekkingu í sinni grein. Einnig er rekin Þjóðlagaakademía í samstarfi við Háskóla Íslands.”

AÐRIR STYRKLEIKAR

Á meðal annarra styrkleika sem forsvarsmennirnir nefndu í svörum sínum var á meðal annars að margar hátíðarnar séu komnar með stóran hóp af fastagestum s.s. Eistnaflug og þá nefndu nokkrar hátíðir einnig að þær hefðu góð sambönd utan landsteinanna varðandi samstarf við aðrar hátíðir s.s Jazzhátíð Egilstaða.

LÖNG FERÐALÖG

Margir forsvarsmenn hátíða sem haldnar eru utan höfuðborgarinnar nefna iðulega löng ferðalög og þá er átt við hvorutveggja fyrir gesti hátíðarinnar og tónlistarmenn. Í sömu andrá er kostnaður við löng ferðalög mjög oft nefnt sem og flutningskostnaðar s.s. hljóðkerfa, hljóðfæra og annarra tækja sem þarf til að halda tónlistarhátíð. Þá nefna sumir að samgöngur séu erfiðar á svæðið þar sem hátíðin er haldin t.d. vegna slæmra vega eða þá að samgöngur séu erfiðar að vetri til. Forsvarsmaður Pönk á Patró, Jóhann Ágúst Jóhannsson, útskýrir: „Löng ferðalög sem eru bæði tímafrek og kostnaðarsöm krefjast þess að listamenn verji helginni á staðnum“. Magni Ásgeirsson, sem fer fyrir Bræðslunni á Borgarfirði Eystri, segir: „Kostnaður við allt eykst vegna staðsetningarinnar og þá sérstaklega flutningskostnaður“. Guðný Lára Thorarensen, forsvarsmaður Eistnaflugs á Neskaupsstað segir: “Hún [hátíðin] er of langt í burtu og kostnaðarsamt er fyrir gesti að ferðast á staðinn og fá gistirými í bænum innandyra.”

SKORTUR Á FJÁRMAGNI

Stór hluti hátíðanna nefna fjármagnsskort sem veikleika sinnar hátíðar. Pétur Grétarsson sem stýrir Jazzhátíð Reykjavíkur lýsir hvernig fjármagnið sem hátíðin hefur yfir að ráða sé ekki í samræmi við stærð hátíðarinnar:

Jazzhátíð hefur reynt með ágætum árangri að keyra tveggja vikna hátíð undanfarin þrjú ár. Það hefur verið gert í bjartsýniskasti í kjölfar góðs árangurs afmælishátíðarinnar 2009. Þessari stærð er erfitt að viðhalda með þeim fjármunum sem hún hefur til yfirráða.

Fjármagnsleysi er einnig nokkrum sinnum nefnt í því samhengi að erfitt sé að ráða framkvæmdastjóra í vinnu í lengri tíma til að skipuleggja hátíðina eða að það skorti rekstrarfé. Pétur Jónasson, sem er einn af framkvæmdastjórum Myrkra Músíkdaga, útskýrir: „Okkur skortir talsvert meira fjármagn til að standa straum af undirbúningi og framkvæmd, þ.e. framkvæmdastjóri þyrfti að vera í stærra starfshlutfalli allt árið.“ Nokkrar segja fjármagnsleysi koma í veg fyrir að þær geti auglýst sig jafn mikið og keypt faglega ráðgjöf varðandi markaðsmál og hátíðir sem séu stærri í sniðum og hafa úr meiru fjármagni að móða. Mónica Dís Árnadóttir, forsvarsmaður Þjóðlagahátíðar á Siglufirði, segir frá því hvernig skortur á fjármagni komi í veg fyrir að hátíðin geti gert jafn vel við tónlistarmenn og hún vilji:

Það er töluvert basl að ná inn nægilegu fjármagni í formi styrkja og er það misjafnt á milli ára hversu mikið næst inn. Það þýðir að við erum ekki að greiða listamönnum næginlega góð laun, eða a.m.k ekki eins góð og við vildum gera. Við stöndum fast á því að greiða listamönnum fyrir vinnu sína og vildum við gjarnan gera betur við þá.

TÍMASETNING HÁTÍÐARINNAR

Sumar hátíðir nefna tímasetningu hátíðarinnar sem veikleika. Stefán Friðrik Stefánsson, forsvarsmaður Gærunnar á Sauðárkróki, talar um vandræði sín með tímasetningu á hátíðinni: „Dagsetningin hefur heft komu fólks. En þessi dagsetning sem við höfum er eina dagsetningin sem völ er á vegna húsnæðismála og er hún í lok ágúst. Byrjað er að kólna og fólk á kannski ekki mikinn pening á milli handanna“. Guðrún Jóhanna Ólafsdóttir sem stendur fyrir Kammertónleikum á Kirkjubæjarklaustri segir tímasetningu vera veikleika hátíðarinnar sem og staðsetning hennar: „Tímasetningin, önnur helgin í ágúst, er veikleiki því öll gisting er upppöntuð af erlendum ferðamönnum og einnig einangrun staðarins (Kirkjubæjarklaustur)“. Jónína Erna Arnarsdóttir sem er forsvarsmaður IsNord tónlistarhátíðarinnar nefnir einnig tímasetningu hátíðarinnar: „Hún er haldin tiltölulega snemma, aðra helgina í júní, og það er eins og bæði Íslendingar og útlendingar séu ekki komnir í ferðagírinn.“

AÐRIR VEIKLEIKAR

Hér á undan hefur verið stiklað á helstu og algengustu veikleikunum sem hátíðarnar nefndu. Þó nokkrar hátíðir nefndu einnig stærð markaðarins eða fámenna markhópa sem veikleika hátíðanna. Innipúkinn, sem haldin er í Reykjavík um verslunnarmannahelgina, segir: „Innipúkinn er að sumu leiti “local” hátíð og sá hópur sem sótti hana fyrstu árin hefur elst og er hættur að sækja tónleika og skemmtanalíf af sama móð og áður. Nú er þörf á að stokka upp í skipulagi hátíðarinnar til að hún tapi ekki ferskleika sínum og ná til nýrri tónleikagesta. Markaðssetning erlendis gæti verið einn af möguleikunum í þá átt.“

Sumir forsvarsmenn nefndu samkeppnina og sögðu hana vera orðna meiri með tilkomu fleiri tónlistarhátíða. Einnig nefndu nokkrir að hátíðarnar þeirra hefðu litla stækkunarmöguleika og að aðstöðuleysi væri að há þeim.

TILLÖGUR OG LOKAORÐ

Ljóst er að hér á landi vantar ekki íslenskar tónlistarhátíðir. Það er þó mat skýrsluhöfundar að margt megi gera betur. Hátíðirnar hafa flestar burði til þess að gera enn betur og laða að fleiri gesti bæði innanlands og erlendis frá. Með því að laða að fleiri gesti geta hátíðarnar haft ennþá meiri áhrif á svæðin sem þær eru haldnar á. Eftirfarandi eru tillögur skýrsluhöfunds, raðað eftir mikilvægi.

FAGMENNSKA Á NETINU

Það kann að vera til of mikils ætlað af skýrsluhöfundi en það sem hrjáir margar hátíðir er skortur á fagmennsku. Það er ljóst að það getur verið dýrt og tímafrekt en það þarf að verja meiri tíma í utanumhald á heimasíðum hátíðanna. Sumar heimasíður sem skoðaðar voru höfðu ekki verið uppfærðar frá árinu 2008 (eða í fjögur ár). Viðvera á internetinu (e. *internet presence*) er gríðarlega mikilvæg þar sem rannsóknarvinna tilvonandi gesta hefst í flestum tilfellum á netinu. Sumar upplýsingar eru hreinlega illa skrifaðar og þá er helst átt við enskar útgáfur textans. Það ætti ekki að vera mikil fyrirhöfn og kostnaður að kaupa þjónustu þýðanda til að lesa yfir texta sem er svo endanlega settur á netið. Texti heimasíðna er yfirleitt ekki mikill og því ætti það ekki að vera ýkja dýrt fyrir stjórnendur tónlistarhátíða að fá faglegan yfirllestur á texta heimasíðna sinna.

Hvað varðar útflutning, eða það að vekja athygli erlendra gesta á íslenskum hátíðum, voru allt of fáar heimasíður tónlistarhátíða á báðum tungumálum, íslensku og ensku. Ensk útgáfa af texta eða heimasíðum er gríðarlega mikilvæg og það ekki bara fyrir fólk utan landsteinanna heldur býr einnig fólk á Íslandi sem les betur enskan texta. Það er því nokkuð auðveld leið til að ná til stóran hóps af fólki með því einu að bæti við enskri útgáfu af upplýsingunum. Margar heimasíður voru með litlum sem engum upplýsingum. Er það mat skýrsluhöfunds að hér eigi lögmálið „því meira því betra“ við.

Það má einnig mæla til þess að forsvarsmenn hátíðanna gefi fólki betri hugmynd um hvernig hátíð er að ræða t.d. með fleiri ljósmyndum, myndskreiðum og hljóðdæmum sem eru lýsandi fyrir hátíðina. Þegar utanaðkomandi aðili skoðar heimasíðuna er mikilvægt að hann geti séð hvers konar tónlist og umhverfi hátíðin er grundvölluð á.

AUKIÐ SAMSTARF

Samkvæmt niðurstöðum könnunarinnar sem ráðist var í fyrir þessa skýrslu má sjá að flestar tónlistarhátíðir hafa áhuga á einhvers konar samstarfi, hvort sem það er að sækja sameiginlega um styrki eða standa að sameiginlegu kynningarátaki innanlands og utan

Íslands. Það er ánægjulegt að sjá hversu jákvæð svörun var í niðurstöðum könnunarinnar því það er trú skýrsluhöfundar að tónlistarhátíðirnar geti lært mikið hver af annarri. Miklir samlegðarmöguleikar eru til staðar fyrir ýmis mikilvæg viðfangsefni og því er mælt til þess að tónlistarhátíðir skapa sér einhvers konar sameiginlegan vettvang, s.s. Samtök íslenskra tónlistarhátíða, sem gætu sinnt fyrrnefndum hlutverkum. Ef forsvarsfólk þeirra hátíða sem myndu taka þátt myndu hittast t.d. fjórum sinnum á ári þar sem þeir geta deilt reynslu sinni og lært af hvert af öðru mun heildarþekking allra tónlistarhátíða batna svo um munar. Þar skapast vettvangur til að læra hvernig aðrar hátíðir leysa vandamál sem upp koma, aðferðir og úrlausnir.

Í svörum tónlistarhátíðarstjórnenda er rætt um tímaskort og fjármagnsleysi til að skipuleggja hátíðir betur. Það er mat skýrsluhöfunds að þarna sé vísað beint til þess að tækifæri séu til staðar til aukins samstarfs sem gæti auðveldað tónlistarhátíðum vinnu sína.

Sameiginlegur kraftur íslenskra tónlistarhátíða gæti einnig verið vettvangur, eins og fyrr segir, til að standa saman og sækja sameiginlega um styrki til þess að kynna hátíðarnar innanlands sem og utan. Til eru sjóðir á borð við Ísland allt árið og vaxtarsamningar iðnaðarráðuneytis, Átak til atvinnusköpunar hjá Nýsköpunarmiðstöð og ýmis konar Evrópusjóðir sem veita styrki til samvinnuverkefna á borð við markaðsátaka fyrir ákveðin svæði eða lönd.

Samtöl innan „Samtaka íslenskra tónlistarhátíða“ geta einnig hjálpað við upplýsingaflæði og komið í veg fyrir stórklúður eins og að hátíðir séu haldnar sömu helgarnar eða þvíumlíkt. Margt þarf að ganga upp til að halda vel heppnaða tónlistarhátíð og líta þarf í mörg horn. Ákveða þarf tímasetningar sem henta í margs konar skilningi, staðsetning skiptir máli, einhvern veginn þarf að fjármagna viðburðinn, það þarf að standa í kynningu og sinna almennum rekstri fyrirtækis í tilfelli margra hátíða, bóka hljómsveitir og tónlistarmenn og svo framvegis og þetta eru aðeins nokkrir liðir af annars mjög flóknu ferli. Með skipulagi má stórauka upplýsingaflæði íslenskra tónlistarhátíða út á við og innanlands en það myndi efla ímynd Íslands sem áfangastað í tónlistartengdri ferðaþjónustu og efla ímynd svæða innanlands ef hátíðirnar vinna saman.

Mikil gróska er og vitundarvakning hjá Íslendingum um möguleika tónlistarhátíða, ekki síst þegar litið er til velgengni hátíða á borð við Iceland Airwaves. Í þessari skýrslu er fjallað um margar tónlistarhátíðir en þær hafa verið flestar haldnar í nokkur ár. Á árinu 2012 litu nokkrar nýjar tónlistarhátíðir dagsins ljós svo sem Reykjavík Live sem fór fram á fjórum skemmtistöðum í miðbæ Reykjavíkur dagana 16.-20. maí, Keflavík Music Festival var haldin á fimm skemmtistöðum í miðbæ Keflavíkur dagana 7.-9. júní og Reykjavík Midsummer Music var haldin í fyrsta sinn í Hörpunni dagana 17.-19. júní. Árið 2013

voru tvær erlendar tónlistarhátíðir haldnar hér á landi í fyrsta sinn. Í febrúar var Sónar Reykjavík haldin í Hörpu í Reykjavík en sú hátíð er spænsk er haldin víðs vegar um heiminn. Í lok júní var breska hátíðin All Tomorrow's Parties haldin á Ásbrú í Keflavík.

AÐ LOKUM

Það er von skýrsluhöfundar að þessi skýrsla veiti yfirsýn yfir þær íslensku tónlistarhátíðir sem haldnar eru hér á landi. Það hefur ekki verið, svo vitað sé til, verið gerð slík kortlagning áður. Jafnframt standa vonir til þess að þessi skýrsla verði notuð í framtíðinni sem einskonar grunnur að frekari kortlagningu og jafnvel samstarfi íslenskra tónlistarhátíða.

HEIMILDASKRÁ

Angel, S. Og Hansen, P. (2006). *In search of the experience economy*. Osló: Nordic innovation center.

Hera Brá Gunnarsdóttir. (2010). *Aldrei fór ég suður - Hverju skilar hátíðin samfélaginu?* Reykjavík: Háskóli Íslands.

Tómas Young. (2010). *Könnun á meðal erlendra gesta á Iceland Airwaves 2010*.
Skoðað 10. ágúst 2012 á
<http://www.uton.is/frodleikur/airwaveskonnun2010>

Tómas Young. (2011). *Könnun á meðal erlendra gesta á Iceland Airwaves 2011*.
Skoðað 2. júlí 2012 á
<http://www.uton.is/frodleikur/airwaveskonnun2011>

Tómas Young. (2012). *Könnun á meðal erlendra gesta á Iceland Airwaves 2012*.
Skoðað 4. desember 2012 á
<http://www.uton.is/frodleikur/airwaveskonnun2012>