

Pukkelpop voor het eerst sinds 1985 zo snel uitverkocht. Wat is er aan de hand met onze festivals?

De combitickets voor Pukkelpop zijn in 48 uur uitverkocht. Het festival kent zo zijn beste start sinds de oprichting in 1985. Hetzelfde geluid bij Rock Werchter en Graspop: als je niet al klaarzit wanneer de onlineverkoop start, dreig je zonder ticket te eindigen. Wat is er veranderd tegenover vroeger? *“Er zijn drie dingen die opvallen.”*

Esther De Leebeeck 05-03-24, 08:00, HLN

De gekte rond de ticketverkoop voor Tomorrowland is het nog nét niet — daar waren de tickets in minder dan een halfuur de deur uit — maar toch, Pukkelpop komt in de buurt. In amper een uur tijd was 30 procent van de combitickets de deur uit, en in net geen 48 uur waren ze allemaal uitverkocht. Ongezien. *“In 2014 waren de combitickets na elf dagen uitverkocht, maar normaal is dat — zoals vorig jaar — tegen een maand voor de start van het festival pas”,* laat Frederik Luyten van de organisatie weten. *“Zo snel als dit jaar hebben we het nog nooit meegemaakt. We zijn zelf ook in snelheid gepakt.”*

Bovendien zijn ook de vrijdagtickets al voor ruim 70 procent verkocht. En dan te weten dat nog maar 44 van de in totaal 160 namen zijn bekendgemaakt

Het prijskaartje was nochtans niet min: 279 euro, nog eens 14 euro duurder dan vorig jaar. Bovendien zijn ook de vrijdagtickets al voor ruim 70 procent

verkocht. En dan te weten dat nog maar 44 van de in totaal 160 namen zijn bekendgemaakt.

Fred Again als lokker

“Fred Again heeft véél volk gelokt. Die is enorm populair — bij jong én oud — en kwam met stip naar voren uit onze wishlist-bevraging. Festivalgangers kunnen daarmee hun top drie van artiesten doorgeven die ze willen zien op het podium. En het was meteen duidelijk dat we hem moesten hebben”, zegt Luyten. Pukkelpop afficheert de Britse dj op de mainstage, het hoofdpodium, en da’s slim. Want wie er bij was op Rock Werchter vorig jaar, herinnert zich wellicht nog de taferelen aan The Barn. Fred Again bleek zo populair dat duizenden festivalgangers de tent niet meer binnen konden, en de dj dus niet aan het werk konden zien.



Frederik Luyten van de organisatie van Pukkelpop laat weten dat ze zelf wat in snelheid gepakt zijn door de snelle uitverkoop. © Mine Dalemans

Maar niet alleen bij Pukkelpop, ook bij de heilige graal der festivals Rock Werchter en metalfestival Graspop gaat de ticketverkoop ongezien hard. De Werchter-tickets voor zaterdag waren al na een week uitverkocht – met dank

aan kanonnen als Dua Lipa en Avril Lavigne –, de combitickets voor 85 procent en ook de zondagtickets zijn intussen de deur uit.

Bij Graspop waren de tickets voor donderdag en zaterdag in twee dagen uitverkocht – ook dat gebeurde nooit eerder – en ook meer dan 90 procent van de combitickets zijn intussen weg. *“Normaal is dat pas het geval een tweetal weken voor het festival in juni begint”*, aldus Graspop-woordvoerder Peter Van Geel.

De juiste namen

Wie het neusje van de zalm op één plek wil zien, zal daarvoor betalen. Vier dagen Rock Werchter kosten voor het eerst 309 euro en ook Graspop heeft z'n prijzen opgetrokken tot 309 euro. Maar dat deert de mensen duidelijk niet. Van Geel moet niet lang zoeken naar een reden. *“Tool (een metalband, red.) staat voor het eerst op onze affiche en dat heeft een pak volk gelokt. We zien ook wat meer festivalgangers uit het buitenland. Het heeft allemaal te maken met de namen die je kan aankondigen.”*



Metalband Tool staat dit jaar voor het eerst op de affiche van Graspop Metal Meeting, de dat heeft een pak volk gelokt. © TRAVIS SHINN PHOTOGRAPHY

Klopt, zeggen ook ontwikkelingspsycholoog **Wim Beyers (UGent)** en Joeri Van den Bergh, auteur van boeken over marketing, trends en jongeren. *“Pukkelpop is heel goed om snel mee te zijn met de namen die generatie Z (geboren tussen 1995 en 2011, red.) op TikTok ziet”,* zegt Van den Bergh. *“Denk aan Raye of Stormzy. Fomo (fear of missing out, angst om iets te missen, red.) is zo nog meer een ding geworden. Anderzijds kijken jongeren pragmatisch naar zo’n festivalticket en vergelijken ze de prijs van een concert in een zaal met het aantal artiesten die ze op één plek te zien krijgen. Stel dat je Dua Lipa of Fred Again apart wil zien, dan kost dat ook al gauw 100 euro.”*

Dat verdiende geld geven studenten het liefst aan vrije tijd en daar valt één specifiek doel op: naar een festival gaan

Meer studentenjobs

Volgens professor Beyers speelt er nog meer. *“Er vallen mij drie dingen op”,* zegt hij. *“Allereerst is het aantal jongeren dat tijdens het schooljaar werkt enorm toegenomen, waardoor ze een festivalticket — ook al is het duurder — kunnen betalen.”* Dat blijkt ook uit officiële cijfers van het interuniversitair Jeugdonderzoeksplatform: vorig jaar had 36 procent van de jongeren tussen 14 en 25 jaar een job tijdens het schooljaar. Een verdubbeling ten opzichte van ruim vijftien jaar geleden. Ruim 17 procent doet dat zelfs minstens vijftien uur per week. *“Dat verdiende geld geven ze het liefst aan vrije tijd en daar valt één specifiek doel op: naar een festival gaan”,* aldus de experts.

Uit cijfers van Pukkelpop blijkt dat het festival vorig jaar een recordaantal gebruikers had op zijn ruilsysteem dat woekerprijzen tegengaat

“Vervolgens is er de impact van de veilige ruilsystemen om woekerprijzen tegen te gaan. Die geraken steeds meer ingeburgerd. Pukkelpop heeft daarvoor zijn eigen onafhankelijk en eerlijk systeem en dat verlaagt het risico

dat het geld weggesmeten zou zijn als je toch niet kan gaan. Je krijgt het ticket toch doorverkocht”, gaat Beyers verder. Uit cijfers van Pukkelpop blijkt inderdaad dat het festival vorig jaar een recordaantal gebruikers had op zijn ruilsysteem. “Tot slot was de spanning rond de ticketverkoop nog nooit zo gehypet als nu. Ticketbedrijven zetten heel sterk in op advertenties, dat viel me erg op. Daar zitten communicatie-experts achter die exact weten op welk moment ze de verkoop moeten lanceren en hoelang jongeren spanning volhouden. Aan het einde van de week geven ze sowieso al meer geld uit.”

Vorig jaar waren tickets voor Pukkelpop overigens al op 15 februari te koop, nu pas op 2 maart. *“En dan gaat de bal aan het rollen: koop nu, want straks is het te laat. En zo heeft het Tomorrowland-effect zich doorgezet bij de andere festivals”,* besluit Beyers.