

AFRO- PFINGSTEN FESTIVAL

FESTIVALBERICHT 2023

24. BIS 30. MAI 2023

ALTSTADT | SALZHAUS | LIEBESTRASSE | WINTERTHUR

erstellt von
VEREIN AFRO-PFINGSTEN
METZGGASSE 8 | 8400 WINTERTHUR
+41 52 551 07 45 | AFRO-PFINGSTEN.CH
BUERO@AFRO-PFINGSTEN.CH



Inhalt

1. Afro-Pfingsten 2023 - Zusammenfassung	3
2. Hauptkonzerte mit Ticketverkauf Konzerte	3
3. Märkte in der Altstadt	4
4. Kulturprogramm am Markt	5
5. Workshops in der Liebestrasse	5
6. Gesellschaftliche Themen im Fokus	6
7. Family Day in der Liebestrasse	6
8. Vielfältiges Rahmenprogramm	7
9. Organisation	7
10. Werbung/Medienarbeit	7
11. Besuchendenzahl und Ticketverkauf	8
12. Erwirtschaftete Mittel/Finanzielles	8
13. Abrechnung	9

1. Afro-Pfingsten 2023 Zusammenfassung

Das diesjährige Afro-Pfingsten Festival fand vom 24. - 30. Mai 2023 statt und präsentierte sich im neuen Look, mit vielseitigem Programm. Die Stadt Winterthur verwandelte sich während einer Woche wieder in eine interkulturelle Begegnungszone und zog Besuchende aus der ganzen Schweiz und dem nahen Ausland an.

Neben dem legendären Markt und den Hauptkonzertabenden im Salzhaus wurden wieder zahlreiche Workshops, Podiumsdiskussionen, Kunstausstellungen, ein Theaterstück, Konzerte auf der Marktbühne, im Moods, in der Liebestrasse und der Stadtkirche angeboten. Weiter haben auch Lesungen, zahlreiche Filme, der Stadtrundgang, Strassenkunst, Afterparties und die zweite Ausgabe des Family Days bei insgesamt gut 85'000 Besuchenden Anklang gefunden.

Das 2022 begonnene Transformationsprojekt zeigte sich sowohl in der Umsetzung am Festival als auch im neuen Logo und Artwork, das im Rahmen des Rebranding erarbeitet wurde. Das angepasste Marktkonzept wurde von Marktfahrenden wie auch Besuchenden gut angenommen und konnte dank schönem Wetter erfolgreich durchgeführt werden. Die Konzerte wie auch das Rahmenprogramm waren gut besucht, besonders jene, die sich mit sozialpolitischen Themen auseinandersetzen. Auch der Family Day knüpfte an den Erfolg des Vorjahres an.

2. Hauptkonzerte mit Ticketverkauf Konzerte

An vier Abenden fanden im Salzhaus Winterthur (Kapazität 700 Personen) Konzerte statt. Aufgrund einer Terminüberschneidung fand ein Konzert im Moods statt.

Donnerstag | Afrobeat & Highlife

Siseblabonga
Alogte Oho And his Sounds of Joy
Seun Kuti

Freitag | Reggae-Night

MSOKE
AKABU Queens
Kiddus I

Freitag | Moods Zürich

Amy Yerewolo

Samstag | Urban-Night

Seley
Nativ
Ryan de la Cruz

Sonntag | Afro-Night

Elida Almeida
Djely Tapa
Bongeziwe Mabandla

An allen Konzertabenden war die Stimmung ausgelassen. Der Vorverkauf erfolgte über See Tickets. Die Reggae-Night am Freitag und die Afterparty am Samstagabend waren ausverkauft. Die Afro-Night am Sonntag war ebenfalls gut besucht und auch die neue Urban-Night wurde trotz zwei kurzfristigen Änderungen im Line-up, aufgrund von Einreiseschwierigkeiten und privaten Herausforderungen der Künstler*innen, von einem jüngeren Publikum gut angenommen. Einzig der Donnerstagabend blieb weit unter den Erwartungen, dies wohl, weil der Headliner des Abends bis am Tag vor dem Konzert keine Ausreisegenehmigung hatte und nicht sicher war, ob er überhaupt auftreten würde. Besonders freute uns die Aufmerksamkeit von Radio SRF2, welches die Afro-Night abzeichnete und die Konzerte im Sommer abspielte.

Die neuen Booking-Guidelines, die im Rahmen des Transformationsprojektes erarbeitet wurden, konnten grösstenteils bereits in diesem Jahr umgesetzt werden. Einerseits bestand das Ziel ein jüngeres, diverses Zielpublikum zu erreichen, wofür die Urban Beats Night ins Leben gerufen wurde. Dies gelang mit den Local Heros NATIV und Seley und wurde von Ryan de la Cruz abgerundet.

Um die Sichtbarkeit von Schwarzen Künstler*innen, die in der Schweiz leben, zu stärken, entstand damit ein neuer Fokuspunkt. So meinte NATIV beispielsweise, dass er sich nie hätte vorstellen können, einmal an den Afro-Pfingsten, einem Festival, dass seine Kindheit und Jugend geprägt hatte, auftreten zu dürfen. Mit Msoke hatten wir einen Musiker auf der Bühne, der nicht nur eine wichtige Botschaft an das Publikum richtet, sondern ebenfalls mutig zur Vielfalt in der Reggae-Szene beiträgt.

Auch in den Booking-Guidelines festgelegt ist, dass wir weiterhin Bands aus dem Afrikanischen Kontinent und den Americas einladen. 2023 war diesbezüglich Alogte Oho and his Sounds of Joy ein Highlight und riss Publikum wie Sound-Techniker*innen gleichermassen mit. Elida Almeida verzauberte mit ihrer Stimme die Besuchenden an der Afro-Night und Djely Tapa brachte das Salzhaus

zum Beben, bevor Bongeziwe Mabandla mit seiner mystischen Performance alle in seinen Bann zog.

Wie so oft standen wir vor zahlreichen Herausforderungen während dem Booking- und Advancingprozess: Dope Saint Jude aus Südafrika musste, nach dem Line-up Release aus persönlichen Gründen, ihre Tour absagen. Als Ersatz konnten wir die malische Rapperin Amy Yerewolo verpflichten, leider kam es dabei zu einer Terminüberschneidung und so fand ihr Konzert im Moods statt.

Ein weiteres Booking-Highlight wären die Fokn Bois aus Ghana gewesen, die sogar an der Pannediskussion mitgemacht hätten. Sie sahen sich mit Einreiseformalitäten konfrontiert und so sprang Ryan de la Cruz, ein Rapper mit kongolesischen Wurzeln, in letzter Minute in London in den Bus, reiste nach Winterthur und legte eine mitreissende Performance hin.

Auch das Konzert vom Headliner der Ausgabe, Seun Kuti & Egypt 80, trieb so manche Schweissperle auf die Stirn, konnte schlussendlich aber stattfinden, jedoch mit viel tieferen Besuchendenzahlen als erwartet.

3. Märkte in der Altstadt

Im Zuge des Transformationsprojekts wurde das Marktkonzept angepasst und die Pläne neu gestaltet, um die Sicherheitsvorschriften gut umsetzen zu können. Die Neukonzeptionierung beinhaltete auch neue Namen für die Märkte, die sich vor allem an der Charakterisierung der Marktorte orientierten. Zudem wurde der Markt am Kirchplatz bereits am Donnerstag eröffnet und belebte somit das Zentrum der Altstadt mit einem breiten Angebot und einer der neuen Gastrozonen, die zum Sitzen und Verweilen einluden. Ebenfalls neu war, dass sich die NPO/NGO-Stände nicht mehr auf einem sepa-

Einblick Konzert 2023



raten Markt, sondern inmitten aller anderen Stände befanden. Nach wie vor profitieren diese Stände aber von Sonderkonditionen.

An den Märkten in der Altstadt boten auf rund 280 Standplätzen 220 verschiedene Marktfahrende ihre Produkte an. Der «Square-Market» am Neumarkt sowie der «Central-Market» am Kirchplatz öffneten schon am Donnerstagmittag die Tore. Der «Ally-Market» rund um die Steinberggasse konnte ab Freitagnachmittag besucht werden. Verkauft wurde selbstgemachter Schmuck, Designermode im Afrostyle und anderes in Afrika produziertes Kunsthandwerk. Das grosse Streetfood-Angebot stellte sicher, dass die Besuchenden kulinarisch neue Erfahrungen sammeln konnten. Die Märkte dauerten bis Samstagabend. Zahlreiche NGO/NPO-Stände profitierten wieder von Sonderkonditionen und boten fair produzierte Produkte oder nutzten den Auftritt, um auf sozialpolitische Themen aufmerksam und das Engagement sichtbar zu machen.

4. Kulturprogramm am Markt

Abgerundet wurden die Märkte durch ein vielseitiges Rahmenprogramm. An vier Standorten zogen Strassenkünstler*innen das Marktpublikum mit Musik-, Tanz- und Showeinlagen in ihren Bann.

Die beliebte Marktbühne wurde wieder ins Programm genommen, nachdem sie aufgrund der COVID-Planung 2022 ausgefallen war. Aus sicherheitstechnischen Gründen wurde die Bühne vom Fischmarkt auf den Kirchplatz verlegt. Am Freitag und Samstag war sie ein Magnet mit vielen musikalischen Leckerbissen wie Sheila La T.Q., Nicky B. Fly, Betty Tuesday, Jas Crw und Rapture Boy. Die Marktbühne dient ausserdem als Plattform für die vielen Nachwuchskünstler*innen, die die Schweizer Diaspora hervorbringt.

Marktfahrer 2023



In den Kunsthäuschen am Markt stellten die beiden Künstler*innen Isatou Jallow und «The Juice» ihre Werke aus, die sie auch zum Verkauf anboten.

Am Samstag und Sonntag zogen zudem Gruppen von ca. 80 Personen im Rahmen des Stadtrundgangs zum Thema Rassismus und Kolonialismus in Winterthur, der vom Verein Kehrseite angeboten wurde, durch die Winterthurer Altstadt.

5. Workshops in der Liebestrasse

Egal ob Tänze, Instrumente, Handwerk oder gesellschaftspolitische Workshops – dieses Jahr hatte es für alle ein passendes Angebot. In den 30 Workshops brachten unsere erfahrenen Kursleitenden den Teilnehmenden unterschiedliche Elemente der Afro-Kulturen näher.

Natürlich fanden die seit Jahren beliebten Tanz- und Musikkurse wieder Anklang und wurden rege besucht. Beliebt waren ausserdem die neuen Formate «Walk-In Workshop» mit Lawson Textile und «Vielfalt von Afro- und Curly-Hair» mit Hirut Liyew, die vom Verein African Voices organisiert wurden. Auch das «Interactive Reading», durchgeführt vom Verein Afro-Swiss Families, war ein voller Erfolg und die Äthiopische Kaffeezeremonie am

Samstagnachmittag fand erneut grossen Anklang. Auch zwei Workshops im Bereich Anti-Rassismus wurden wieder angeboten von Maimona Mejri «Zürri schnorre» und Salwan al-Zobeidy geleitet.

6. Gesellschaftliche Themen im Fokus

Dieses Jahr hatte sich das Organisationskomitee zum Ziel gesetzt, im Rahmenprogramm gesellschaftsrelevante Themen wie Rassismus und Intersektionalität weiter auszubauen und verschiedene Angebote, meist in Zusammenarbeit mit weiteren Organisationen, zu erarbeiten. Beispielsweise mit den beiden Workshops im Bereich Anti-Rassismus; «Auseinandersetzung» und «Empowerment» oder der Ausstellung «Wir und die anderen - vom Vorurteil zum Rassismus», die die Stadt Winterthur zur Verfügung gestellt hatte. Auch die Lesung mit A. Beldener, aus dem Buch «Der Sommer in dem ich Schwarz wurde», die zusammen mit dem Nord-

Süd Haus und der Lesereihe der Liebestrasse organisiert und am Nationalen Vorlesetag stattfand, war bis auf den letzten Platz besucht. Die Stadtrundgänge des Vereins Kehrseite glichen fast einer kleinen Demo, die durch die Altstadt rollte, auf dem Weg durch die Geschichte Winterthurs im Zusammenhang mit dem Kolonialismus.

Zudem wurde in Zusammenarbeit mit einem Theaterkollektiv im Theater am Gleis das Stück «Wer hat Angst vorm weissen Mann» dreimal aufgeführt. Die Podiumsdiskussion «Growing intersecitionality» war sehr gut besucht und wurde vom lokalen Radiosender Radio Stadtfilter aufgenommen.

7. Family Day in der Liebestrasse

Zum zweiten Mal stand der Pfingstsonntag ganz im Zeichen eines «Family Days». Familien erwartete ein abwechslungsreiches und kostenloses Programm mit spannenden Darbietungen, Lesungen und Konzerten. Das ausgebaute Angebot wurde sehr positiv aufgenommen und es kamen mehr Besuchende als erwartet. Über 1000 Personen von Gross bis Klein verweilten am Vormittag im Kids-Village und bastelten, was das Zeug hält, besuchten die zahlreichen Kinder- und Familien-Workshops oder liessen sich von den Musikdarbietungen von Sheila La T.Q oder der Tanz-Animation von Cool Kidz mitreissen. Am Mittag gab es Zmittag – gekocht von unserem Afro-Pfingsten Team, das auch Helfende und Künstler*innen verpflegt. Dabei kamen Produkte von Brewbee zum Einsatz.



Einblick Family Day

8. Vielfältiges Rahmenprogramm

Ein neuer Programmpunkt war das Format «Afro-Classics», das im wunderschönen Festsaal der Liebestrasse stattfand. Unter dem Titel «Black Classical Composers» interpretierten Musiker*innen des Musikkollegiums Winterthur ausschliesslich Stücke von Schwarzen Komponist*innen.

Am Donnerstagabend zogen Sadio Cissokho und Hannah Chaja mit ihrem Kora & Cello Konzert in der Stadtkirche beinahe 200 Personen in ihren Bann. Ebenfalls in der Stadtkirche trat eine Gruppe auf und umrandete den Pfingstgottesdienst am Montag mit Musik.

Der Verein African Voices organisierte in der Stadtbibliothek eine Foto-Ausstellung, die mit einer Vernissage am Donnerstag eröffnet wurde. Zudem wurde eine Literatur-Ausstellung mit Fokus auf nigerianische Schriftsteller*innen gezeigt und am Freitag fand ein Panel-Talk zu Afro-Feminismus und Afro-Futurismus mit Yvonne Apiyo Brändle-Amolo statt.

Am Donnerstagabend durften wir mitten im Markt auf dem Kirchplatz den Apéro der House of Winterthur GV anbieten, der von verschiedenen Marktfahrenden zusammengestellt wurde. Danach konnten die Teilnehmenden das Konzert in der Stadtkirche oder im Salzhaus geniessen.

9. Organisation

Trägerschaft des Festivals ist der nicht gewinnorientierte Verein Afro-Pfingsten. Seit Oktober 2022 wird der fünfköpfige Vereins-Vorstand von rund 20 Expert*innen unterstützt, welche dem Büro-Team und OK für Fragen und Austausch zur Verfügung stehen. Die Geschäftsstelle besteht aus sechs Angestellten, in teils sehr kleinen Teilzeit-Pensen, sowie weiteren temporären Mitarbeitenden rund um

das Festival und vielen ehrenamtlichen Helfenden. Rund 280 Personen haben mitgeholfen, das Afro-Pfingsten Festival 2023 erfolgreich durchzuführen. Das war eine dringend nötige Zunahme von fast 100% im Vergleich zum Vorjahr. Der Verein Afro-Pfingsten wird zudem vom Förderverein Afro-Pfingsten unterstützt.

10. Werbung/Medienarbeit

Weiterhin sind die Sozialen Medien für Afro-Pfingsten von hoher Bedeutung. Die Reichweite beträgt auf Facebook 430'000 (21'000 «Gefällt mir»-Angaben) und auf Instagram 67'900 Personen (3800 Follower, Tendenz steigend). Zusätzlich wurden Twitter, YouTube, LinkedIn und TikTok bedient.

Ein weiteres wichtiges Mittel sind die Webseite und der Newsletter. 2023 hatte die Webseite afro-pfingsten.ch rund 250'000 unique visitors. Mit mittlerweile 8700 Abonnent*innen gewährt der Newsletter eine gezielte und flexible Kommunikation.

Im Printbereich stand wiederum die Festivalzeitung im Fokus, die als Sonderbeilage dem Landboten beigelegt wurde (48 Seiten). Durch die Download-Möglichkeit auf unserer Website liegt die Reichweite des Hefts markant über dem Einzugsgebiet der Winterthurer Regionalzeitung (rund 85'000 gedruckte Exemplare, rund 12'500 digitale Exemplare) und erreicht Festivalaffine in der gesamten Deutschschweiz sowie im Welschland, Süddeutschland und Österreich.

Seit 2018 setzen die Afro-Pfingsten im Plakatbereich auf Grossplakate, welche mit Fokus auf ZH, SH, TG, Bern und Luzern verteilt werden. Die Kleinplakatierung ist weiterhin ein Standbein, aber die digitalen Möglichkeiten der grossen Werbepartner wie APG werden laufend wichtiger.

Die Zusammenarbeit mit den Medienpartnern Top und Landbote war auch dieses Jahr erfolgreich. Nebst Radio Top berichteten SRF, Nau und Radio 3Fach. Im Online-Bereich berichteten unter anderem die Winterthurer Zeitung, Polizei.news, ZüriToday und Frachtwerk. Im Print erschien Afro-Pfingsten bei der NZZ am Sonntag, dem Landboten, der Winterthurer Zeitung und P.S. Im Anhang finden Sie einen Auszug des Medienspiegels.

Der Ticketingpartner See-Tickets unterstützt das Marketing mit Präsenz in diversen Kommunikationskanälen sowie an Bahnhöfen, Poststellen und vielen Vorverkaufsstellen.

11. Besuchendenzahlen und Ticketverkauf

Die Märkte sind das Herzstück von Afro-Pfingsten. Die waren dank des guten Wetters von schätzungsweise 85'000 Besuchenden sehr gut besucht. Das vielfältige Programm in und um die Märkte herum konnte das Interesse des Publikums ebenfalls wecken. Das Format «Family Day» war wieder ein voller Erfolg mit Potenzial für zukünftige Jahre.

Das Salzhaus hat mit 700 Personen für Konzerte eine kleinere Kapazität als die Reithalle (1000). Im Verkauf stehen je 600 Abendpässe, 80 Festivalpässe und ein Kontingent für die Gästeliste (Sponsoren, Helfende etc.).

Die Reggae-Night war bereits im Voraus ausverkauft. Der Afro-Sunday und die Afterparty waren am Abend ebenfalls ausverkauft und die Urban Beats mit gut 80 % Auslastung gut besucht. Einzig der Donnerstagabend blieb weit unter den Erwartungen. Dies hatte wahrscheinlich massgeblich an den Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Headliner des Abends zu tun.

Die Ticketpreise wurden so angesetzt, dass sich ein möglichst breites Publikum Zutritt zu den Konzerten leisten kann, denn ein diverses Publikum kann nur entstehen, wenn dies gewährleistet ist. Kinder bis 13 Jahren konnten die Konzerte in Begleitung einer erwachsenen Begleitperson kostenlos besuchen, wurden aber ab 6 Jahren bei der Kapazität mitgezählt. Ebenfalls bieten wir Sonderkonditionen für Menschen mit tiefen Einkommen, Schüler*innen und Studierenden, Menschen mit Legis, Rentner*innen und IV-Bezüger*innen. Begleitpersonen von Menschen mit Behinderungen durften die Konzerte ebenfalls kostenlos besuchen.

Die Konzert-Tickets wurden im Vorfeld über See Tickets verkauft.

12. Erwirtschaftete Mittel/Finanzielles

Der Gesamtumsatz belief sich auf rund CHF 736'000 (exklusive Gegengeschäfte). Die selbst erwirtschafteten Mittel lagen bei rund CHF 534'000 (73 %).

Die Stadt Winterthur hat mit dem Gebührenerlass (CHF 35'000) und dem Kulturbeitrag (CHF 50'000) zusammen mit der Fachstelle des Kantons Zürich (CHF 30'000) insgesamt 17 % der Ausgaben gedeckt.

Das Festival schrieb einen Verlust von rund CHF -14'500 CHF, der durch den Förderverein und Reserven aus dem Vorjahr gedeckt werden konnte.

Die Einnahmen durch die Standplätze am Markt entsprachen den Erwartungen, aber die Einnahmen durch den Ticketverkauf und die sich im Aufbau befindende eigene Gastronomie am Markt blieben unter den Erwartungen.

13. Abrechnung

	Rechnung 2023 provisorisch in CHF	Rechnung 2022 in CHF
AUFWAND		
Aufwand Konzerte	160'305	177'037
Aufwand übriges Programm	60'726	12'000
Aufwand Markt	144'384	145'101
Aufwand Kommunikation	117'634	157'143
Personalaufwand Geschäftsstelle	201'583	196'340
Betriebsaufwand und übriger Aufwand	51'557	14'836
Total AUFWAND	736'189	702'457
ERTRAG		
Ertrag Konzerte	120'893	132'948
Ertrag übriges Programm	26'272	1'964
Ertrag Markt	325'986	255'882
Ertrag Kommunikation	61'021	64'320
Betrieblicher Ertrag	534'173	455'114
Stadt Winterthur (Leistungsvereinbarung)	50'000	50'000
Stadt Winterthur (Erlass Kosten)	34'698	35'000
Fachstelle Kanton Zürich	30'000	30'000
Südkulturfonds (Artlink)	7'000	-
übrige Subventionen	3'000	72'932
Beiträge öffentliche Hand	124'698	187'932
Sponsoring	42'788	32'170
Stiftungen und Gönner	20'022	29'146
Ertrag Mittelbeschaffung	62'810	61'316
Total ERTRAG	721'681	704'362
GEWINN / VERLUST	-14'508	1'905