

# FESTIVALBERICHT 2022

## **Afro-Pfingsten Festival**

1. – 6. Juni 2022

erstellt von

**Verein Afro-Pfingsten**

Metzggasse 8 | CH-8400 Winterthur

+41 52 551 07 45 | afro-pfingsten.ch

### **Kontakt**

Angelina Schlegel | Fundraising

076 702 91 19 | [as@afro-pfingsten.ch](mailto:as@afro-pfingsten.ch)

# Inhaltsverzeichnis

1	AFRO-PFINGSTEN 2022 - ZUSAMMENFASSUNG.....	3
2	KONZERTE IM SALZHAUS .....	3
3	MÄRKTE IN DER ALTSTADT .....	4
4	WORKSHOPS UND PODIUMSDISKUSSION IM KGH LIEBESTRASSE.....	4
5	FAMILY DAY IM KGH LIEBESTRASSE .....	5
6	VIELFÄLTIGES RAHMENPROGRAMM MIT PARTNER*INNEN .....	5
7	ORGANISATION .....	5
8	WERBUNG / MEDIENARBEIT .....	6
9	BESUCHENDENZAHLEN .....	6
10	ERWIRTSCHAFTETE MITTEL / FINANZIELLES .....	7
11	ANHANG.....	8
A.	BILDERGALERIE .....	8
B.	AUSZUG PRESSESPIEGEL .....	10
C.	ABRECHNUNG.....	11

## 1 Afro-Pfingsten 2022 - Zusammenfassung

Vom 1. bis 6. Juni 2022 fanden die Afro-Pfingsten nach langer Pandemiepause wieder statt und die Stadt Winterthur verwandelte sich in eine interkulturelle Begegnungszone. Das vielseitige Programm mit Konzerten, Märkten, Workshops, Podiumsdiskussionen, Kunstaustellungen, einem Family Day und vielem mehr fand bei rund 90'000 Besucher\*innen Anklang.

Geplant war, die Afro-Pfingsten auf und um den dem Parkplatz Teuchelweiher zu veranstalten; Der Markt wäre auf dem Platz und die Konzerte und Workshops in der Reithalle geplant gewesen. Grund dafür waren die Unsicherheiten betreffend der im Juni geltenden Covid-Massnahmen. Im April mussten die Veranstalterinnen kurzfristig umdisponieren und die Konzerte wurden ins Salzhaus verlegt, die Workshops in das Gemeindehaus Liebestrasse und der Markt zurück in die Altstadt. Grund dafür war, dass die Stadt Winterthur die Mehrzweckanlage Teuchelweiher im April 2022 kurzfristig für die Unterbringung von Geflüchteten aus der Ukraine umnutzte.

Trotz des kurzfristigen Umzugs ziehen die Veranstalterinnen eine positive Bilanz: Zwei der vier Konzertabenden waren ausverkauft, der Markt konnte bei schönem Wetter durchgeführt werden und verzeichnete einen Besucheranstieg. Die Workshops waren gut besucht, besonders jene, die sich mit sozialpolitischen Themen auseinandersetzten und auch am FamilyDay am Sonntag nahmen deutlich mehr BesucherInnen teil als erwartet.

## 2 Konzerte im Salzhaus

An vier Abenden fanden im Salzhaus Winterthur (Kapazität 700 Personen) Konzerte statt:

Datum	Thema	Line-Up
Mittwoch 1. Juni	Opening Night	Nongoma feat. MBC Richard Bona
Donnerstag 2. Juni	Salsa- & Latin-Night	La Nefera Las Karamba Bazurto All Stars
Freitag 3. Juni	Reggae-Night	Samora Turbulence Nkulee Dube
Samstag 4. Juni	Afro-Night	Valérie Ékoumè Siti & The Band Sona Jobarteh

An allen Konzertabenden herrschte im Salzhaus tolle Stimmung. Der Vorverkauf erfolgte über See Tickets. Die Reggae- und Afro-Night waren bereits Tage im Voraus ausverkauft. Die Auslastung an den anderen Abenden hat noch Luft nach oben und es ist geplant, diesen in der kommenden Ausgabe einen anderen thematischen Schwerpunkt zu geben.

### **3 Märkte in der Altstadt**

An den Märkten in der Altstadt boten rund 220 Marktfahrer\*innen ihre Produkte an. Der «BasarSud» rund um den Neumarkt öffnete schon am Donnerstagmittag seine Tore. Der «Mercado» 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 Besucher\*innen kulinarisch neue Erfahrungen sammeln konnten. Beide Märkte dauerten bis Samstagabend. Auf dem «FairMarket» auf dem Kirchplatz wurden Freitag und Samstag fair produzierte Produkte präsentiert und Organisationen, die sich dem Ziel verpflichtet sehen, unseren Planeten zu einem besseren Ort zu machen, stellten sich vor.

Abgerundet wurden die Märkte durch ein buntes Rahmenprogramm. An vier Standorten zogen rund 20 Strassenkünstler\*innen das Marktpublikum mit Musik-, Tanz- und Showeinlagen in ihren Bann. Zum ersten Mal fand auf dem Kirchplatz eine kostenlose Fotografie- und Kunstausstellung mit Werken Schwarzer Künstler\*innen aus der Schweiz statt. Auf dem Neumarkt wurden die Besucher\*innen an der interaktiven Videoinstallation «Was steckt hinter einem Namen?» der Nonprofit-Organisation OneHumanity auf verspielte Art und Weise dazu eingeladen, über den eigenen Namen und Namensgebungstraditionen nachzudenken. Und im Erlebnismobil «Drei Minuten Blind» von CBM auf dem Fischmarkt konnten Kinder und Erwachsene erleben, wie es ist mit einem Grauen Star zu leben.

Der Markt erfreute sich gutem Wetter und war mit rund 90'000 Personen gut besucht. Trotz der Pandemie-Pause und einem neuen Team verlief der Auf- und Abbau des Marktes weitgehend reibungslos und die Stimmung am Markt war gut. Leider konnten nicht ganz alle Marktstand-Plätze belegt werden. Grund dafür ist hauptsächlich, dass auf dem Teuchelweiher weniger Marktstände geplant waren als in der Altstadt möglich sind und aufgrund des kurzfristigen Umzugs diese nicht mehr alle belegt werden konnten.

### **4 Workshops und Podiumsdiskussion im KGH Liebestrasse**

Egal ob Tänze, Instrumente, Handwerk oder ein Anti-Rassismus-Workshop – dieses Jahr hatte es für alle ein passendes Angebot. An rund 15 Workshops brachten unsere erfahrenen Kursleitenden den 206 Teilnehmer\*innen unterschiedliche Elemente der Afro-Kulturen näher.

Dieses Jahr haben sich die Organisatorinnen zum Ziel gesetzt im Rahmen der Workshops auch gesellschaftsrelevante Themen wie Rassismus und Flüchtlingsthematiken anzugehen. Dieses zusätzliche Angebot wurde von allen Seiten sehr gut angenommen.

In Zusammenarbeit mit dem Verein Diversum wurden kostenlose Workshops zum Thema Anti-Rassismus durchgeführt. Am Auseinandersetzung-Workshop konnten sich erwachsene Personen, die in ihrem Alltag keinen Rassismus erfahren, dem schwierigen Thema annähern und ihre eigenen Haltungen reflektieren. Am Empowerment-Workshop konnten sich Personen, die in ihrem Alltag

Rassismuserfahrungen machen, in einem geschützten Rahmen über ihre Erlebnisse austauschen und Strategien zum Umgang mit Rassismus entwickeln. Das neue Angebot wurde von den Besucher\*innen sehr positiv aufgenommen. Der Auseinandersetzung-Workshop war schon ein paar Tage im Voraus komplett ausgebucht.

Auch die Filmvorführung «Samos – The Faces Of Our Border» mit anschliessender Podiumsdiskussion zum Thema «Auf der Flucht» mit dem Filmemacher, Expert\*innen und Betroffenen war sehr gut besucht.

## **5 Family Day im KGH Liebestrasse**

Zum ersten Mal stand der Pfingstsonntag ganz im Zeichen eines «Family Days». Familien erwartete ein abwechslungsreiches und kostenloses Programm mit spannenden Darbietungen, Lesungen und Konzerten. Das neue Angebot wurde sehr positiv aufgenommen und es kamen mehr Besucher\*innen als erwartet. Über 1000 Personen von Gross bis Klein staunten über die waghalsige Akrobatik von AfroBatic Entertainment, lauschten gebannt den Geschichten von Ibrahima Ndiaye oder liessen sich von der Tanz-Animation von Cool Kidz mitreissen. Vor dem Gebäude sorgten ein kostenloser Sirup- und Snack-Tisch für Kinder sowie ein kleiner Snack-Stand mit Getränken und selbstgemachten Häppchen für das leibliche Wohl der Gäste.

## **6 Vielfältiges Rahmenprogramm mit Partner\*innen**

Wie in vergangenen Jahren beteiligten sich diverse Partner\*innen in Winterthur mit einem Rahmenprogramm. Das wiederum gut besuchte Filmfestival im Kino Kiwi Loge ist bereits eine Institution. In einer neuen Partnerschaft mit dem Coalmine konnte «Film & Food Afrika» realisiert werden. Vor dem Dokumentarfilm «Stand Up My Beauty» servierte das Coalmine-Team ein mehrgängiges Menu aus der afrikanischen Küche. Afterpartys und Clubkonzerte fanden dieses Jahr im Albani, der Kellerbar sGwölb und dem Move Club statt und es konnte eine positive Bilanz gezogen werden.

## **7 Organisation**

Seit Ende 2021 hat Ursina Sprenger die Geschäftsleitung übernommen. Trägerschaft des Festivals ist der Verein Afro-Pfingsten, der vom Förderverein Afro-Pfingsten unterstützt wird. Der Vorstand besteht aktuell aus fünf Personen. Neu besteht der Verein seit Oktober 2022 neben dem Vorstand aus rund 25 Expert\*innen, welche das OK bei Fragen unterstützen kann. Das OK besteht aus vier Angestellten sowie weiteren temporären und ehrenamtlichen Mitarbeitenden. Rund 130 Personen halfen mit, um das Afro-Pfingsten Festival 2022 zu realisieren. Leider mussten die Organisatorinnen einen leichten Rückgang der Helfer\*innen feststellen, was sicher auf die Covid-Zwangspause zurückzuführen ist.

## 8 Werbung / Medienarbeit

Weiterhin sind die Sozialen Medien für Afro-Pfingsten von hoher Bedeutung. Die Reichweite beträgt auf Facebook 400'000 (21'000 «Gefällt mir»-Angaben) und auf Instagram 40'000 Personen (2800 Follower). Zusätzlich wurden Twitter, YouTube, LinkedIn und TikTok bedient.

Ein weiteres wichtiges Mittel sind die Webseite und der Newsletter. 2022 hatte die Webseite afro-pfingsten.ch rund 107'000 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 im 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 81'000 gedruckte 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 Medienpartnern Top und Landbote war auch dieses Jahr erfolgreich. Nebst Radio Top berichteten das SRF Regionaljournal, RTS, Radio Stadtfilter und Tele Top. Im Anhang finden Sie einen Auszug des Medienspiegels.

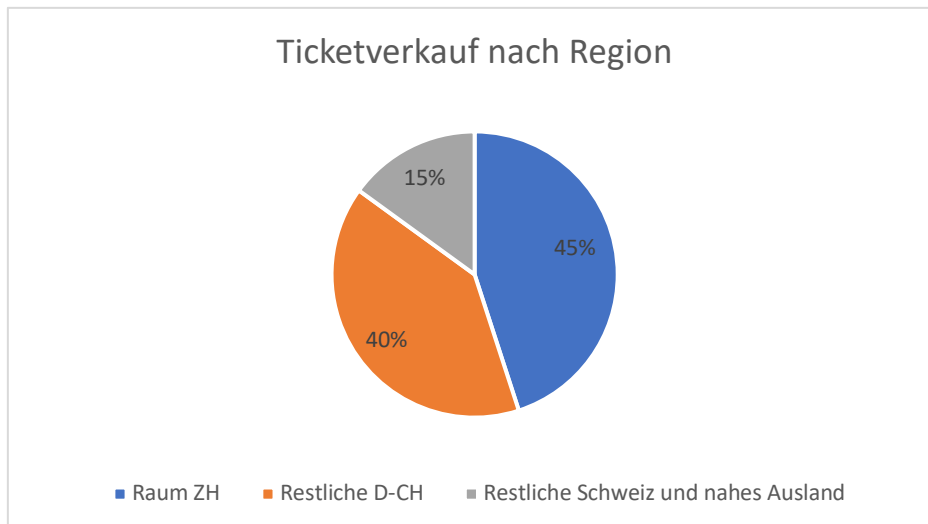
Der Ticketingpartner See-Tickets unterstützte das Marketing mit Präsenz in diversen Kommunikationskanälen sowie an Bahnhöfen, Poststellen und vielen Vorverkaufsstellen.

## 9 Besuchendenzahlen

Die Märkte sind das Herzstück von Afro-Pfingsten und waren wegen des guten Wetters von schätzungsweise 90'000 Besucher\*innen sehr gut besucht. Das vielfältige Programm in und um die Märkte herum konnte das Interesse des Publikums ebenfalls wecken. Besonders das neue Format «Family Day» war mit seinen über 1000 Besucher\*innen ein voller Erfolg mit Potenzial für zukünftige Jahre.

Das Salzhaus hat mit 700 Personen eine kleinere Kapazität als die Reithalle (1000). Die Reggae- und Afro-Night sowie die 4-Tagespässe waren bereits einige Tage im Voraus ausverkauft. Auch die Opening Night war gut besucht, ein Teil des Publikums bestand aber aus geladenen Gästen. Der Vorverkauf der Salsa- & Latin-Night verlief trotz zusätzlicher Promotionsmassnahmen mit 200 verkauften Tickets unter den Erwartungen und es ist eine Anpassung des Programm fürs Jahr 2023 geplant.

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



\*Zahlen gem. Vorverkauf Hauptkonzerte.

## 10 Erwirtschaftete Mittel / Finanzielles

Der Gesamtumsatz beläuft sich auf rund CHF 720'000. Die selbst erwirtschafteten Mittel liegen bei rund CHF 503'000 (70 %). 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 mit CHF -21'528 CHF einen kleineren Verlust als budgetiert. Dies stimmt die VeranstalterInnen positiv für die kommende Ausgabe der Afro-Pfingsten.

## 11 ANHANG

### A. Bildergalerie



Richard Bona an der Opening-Night im Salzhaus. Bild: Basil Tulinski



Reggae-Night mit Turbulence im Salzhaus. Bild: Olaf Veit





Drohnenaufnahme des Marktgeländes. Bild: Basil Tulinski



Strassenkunst auf dem Neumarkt Bild: Basil Tulinski



Zumba-Workshop mit Patrik Juvet Baka. Bild: Alexander Melliger

## B. Auszug Pressespiegel

06.06.22	Landbote	So schön waren die Afro-Pfingsten!	<a href="https://www.landbote.ch/so-schoen-waren-die-afro-pfingsten-844387190190">https://www.landbote.ch/so-schoen-waren-die-afro-pfingsten-844387190190</a>
02.06.22	Top Online	So entsteht der Markt der Afro-Pfingsten	<a href="https://www.toponline.ch/news/winterthur/detail/news/so-entsteht-der-markt-der-afro-pfingsten-00185374/">https://www.toponline.ch/news/winterthur/detail/news/so-entsteht-der-markt-der-afro-pfingsten-00185374/</a>
01.06.22	84XO	Wer noch Konzerttickets für die Afro-Pfingsten möchte, muss sich sputen	<a href="https://84xo.ch/kultur/wer-noch-konzerttickets-fur-die-afro-pfingsten-moechte-muss-sich-sputen">https://84xo.ch/kultur/wer-noch-konzerttickets-fur-die-afro-pfingsten-moechte-muss-sich-sputen</a>

**C. Abrechnung**

<b>A AUFWAND</b>	<b>Betrag effektiv</b>	<b>Budget 2022</b>
Aufwand Konzerte	102'742 CHF	118'258 CHF
Aufwand Infra./Org. Konzerte	76'103 CHF	84'800 CHF
Aufwand Gastro Konzerte	7'449 CHF	15'900 CHF
Aufwand Infra./Org. Markt	139'213 CHF	80'700 CHF
Aufwand Andere	7'408 CHF	8'000 CHF
<b>Total Direkter Aufwand</b>	<b>332'915 CHF</b>	<b>307'658 CHF</b>
Sonstiger Personalaufwand	679 CHF	35'000 CHF
Mandate	209'568 CHF	245'980 CHF
<b>Personalaufwand</b>	<b>210'247 CHF</b>	<b>280'980 CHF</b>
Betriebsaufwand	12'667 CHF	21'312 CHF
Verwaltungsaufwand	14'091 CHF	17'360 CHF
Werbeaufwand	147'337 CHF	115'214 CHF
Sonstiger betrieblicher Aufwand	12'265 CHF	13'865 CHF
Abschreibungen	10'000 CHF	13'000 CHF
Finanzerfolg	548 CHF	700 CHF
<b>Betriebs-/Verwaltungs-/Werbeauf.</b>	<b>196'908 CHF</b>	<b>181'451 CHF</b>
Ausserordentlicher Erfolg und Steuern	-10 CHF	0 CHF
<b>Total AUFWAND</b>	<b>740'059 CHF</b>	<b>770'089 CHF</b>
<b>B ERTRAG</b>		
Ertrag Konzerte & Workshops	104'105 CHF	106'768 CHF
Ertrag Gastro Konzerte	31'202 CHF	48'600 CHF
Ertrag Markt	271'721 CHF	289'910 CHF

Festivalbericht | Afro-Pfingsten Festival 2022

Ertrag Merch., Inserate, Diverses	63'220 CHF	42'000 CHF
Ertrag Sponsoring	32'516 CHF	40'000 CHF
<b>Betrieblicher Ertrag</b>	<b>502'764 CHF</b>	<b>527'278 CHF</b>
<b>C BEITRÄGE</b>		
3700 Beiträge öffentliche Hand / Subventionen andere	72'932 CHF	
3701 Stadt Winterthur (Konzerte)	50'000 CHF	50'000 CHF
3702 Stadt Winterthur (Erlass Kosten)	35'000 CHF	35'000 CHF
3703 Fachstelle Kt. Zürich	30'000 CHF	30'000 CHF
3704 Südkulturfonds		25'000 CHF
<b>Ertrag öffentliche Hand</b>	<b>187'932 CHF</b>	<b>140'000 CHF</b>
3800 Stiftungen	21'000 CHF	30'000 CHF
3810 Gönner	4'529 CHF	10'000 CHF
3850 Spenden / Förderverein	2'306 CHF	5'000 CHF
<b>Ertrag Stiftungen + Gönner</b>	<b>27'835 CHF</b>	<b>45'000 CHF</b>
<b>Total ERTRAG</b>	<b>718'531 CHF</b>	<b>712'278 CHF</b>
<b>Gewinn/ Verlust</b>	<b>-21'528 CHF</b>	<b>-57'811 CHF</b>