



Medienmitteilung

Lucerne Festival: jährlich 24 Millionen Franken für Volkswirtschaft und Tourismus-Destination Luzern

Luzern, 20. November 2017 – Lucerne Festival ist nicht nur für die Liebhaber der klassischen Musik attraktiv, sondern auch für die Wirtschaft und öffentliche Hand von Stadt und Kanton Luzern. Auf jährlich rund 22.6 Millionen Franken beläuft sich der volkswirtschaftliche Mehrwert, den Lucerne Festival in der Region schafft. Dies zeigt eine neue Studie der Universität St. Gallen. Auf weitere 1.1 Millionen Franken beläuft sich der Werbewert der Festival-Berichterstattung in ausländischen Medien, welcher der Tourismus-Destination Luzern zugutekommt.

«Mit unseren drei Festivals im Frühling, Sommer und Herbst zeigen wir jedes Jahr aufs Neue unsere Verbundenheit zur klassischen Musik und zu ihren Liebhabern aus der ganzen Welt. Aber wir sind auch der Bevölkerung und Politik von Luzern verbunden. Denn ohne ihre Unterstützung wäre unser Engagement gar nicht möglich», sagte Hubert Achermann, Präsident der Stiftung Lucerne Festival an einer Medienorientierung, an der die Studie über die regionalwirtschaftlichen Effekte von Lucerne Festival vorgestellt wurde.

Aus diesem Grund, so Achermann sei es Lucerne Festival ein Bedürfnis «in regelmässigen Abständen Rechenschaft darüber abzulegen, was der volkswirtschaftliche Nutzen von Lucerne Festival für unsere Region ist.»

Dritte Studie nach 2001 und 2009

Die jetzt vorgestellte Studie über die Aktivitäten von Lucerne Festival im Jahr 2015 ist die dritte nach 2001 und 2009, als jeweils der volkswirtschaftliche Nutzen von Lucerne Festival in den Vorjahren, 2000 und 2008, untersucht worden war.

Der Studie des Instituts für Systemisches Management und Public Governance der Universität St. Gallen zufolge, profitieren Stadt und Kanton Luzern jährlich mit rund 22.6 Millionen Franken von Lucerne Festival. Davon entfallen 21.4 Millionen auf Konsumausgaben, welche in die Luzerner Wirtschaft fliessen, und 1.2 Millionen sind Steuerabgaben an die öffentliche Hand.

Auf weitere rund 1.1 Millionen Franken lässt sich der Werbewert der Berichterstattung in grossen ausländischen Medien beziffern, der dem Tourismus-Standort Luzern zugutekommt.

Im Jahr 2016 berichteten führende Medien in den USA, Deutschland, England, Österreich und Italien wie die New York Times, The Guardian, Die Welt, die Frankfurter Allgemeine Zeitung, das Fernsehen ORF oder La Stampa insgesamt 33 Mal über eines der drei von Lucerne Festival durchgeführte Festivals.

Alles in allem war Lucerne Festival im vergangenen Jahr 541-mal Gegenstand von Berichten in ausländischen Medien. Mehr als 700 Berichte wurden in Schweizer Print-, Online- und elektronischen Medien publiziert.



Festival-Besucher und Sponsoren als Hauptfaktoren

Den grössten Nutzen zieht die Luzerner Volkswirtschaft aus den über 100'000 Besuchern, die alljährlich an eines der drei Festivals kommen, insbesondere das weltberühmte Sommer-Festival. Gemäss der Studie der Universität St. Gallen belaufen sich ihre Konsumausgaben auf rund 11 Millionen Franken. Weitere knapp 8 Millionen Franken fliessen von den Sponsoren von Lucerne Festival in die lokale Volkswirtschaft.

Zuzüglich der von der Festival-Organisation direkt investierten 1.3 Millionen und den lokal getätigten Aufwendungen von 2 Millionen Franken für die Betreuung der engagierten Künstler, beläuft sich somit der direkte Mehrwert (ohne Medien-Werbeeffekt) für die gesamte Luzerner Volkswirtschaft auf jährlich gegen 23 Millionen Franken.

«Dank unserer grosszügigen Sponsoren und Gönner sowie unseren treuen Besucherinnen und Besuchern sind wir zwar in der Lage, über 94% unseres jährlichen Einnahmenbudgets von 24.2 Millionen (2015) aus eigener Kraft zu finanzieren. Aber wir profitieren auch von Subventionen der öffentlichen Hand im Umfang von 1.4 Millionen Franken», sagt Michael Haefliger, Intendant und CEO der Stiftung Lucerne Festival. «Deshalb ist es für uns wichtig, aufzeigen zu können, dass sich diese Investition in uns für die Luzerner Wirtschaft und für Stadt und Kanton Luzern lohnt.»

Weitere positive Entwicklung prognostiziert

Den höchsten volkswirtschaftlichen Nutzen verzeichnete Lucerne Festival im Jahr 2008, als das Sommer-Festival 40 statt wie heute 33 Tage dauerte und dementsprechend mehr Besucher anzog, die ihrerseits mehr Geld ausgaben. «Aber im Vergleich zum Jahr 2000, als wir unsere erste Studie durchführten, hat der Wert von Lucerne Festival für die hiesige Wirtschaft insgesamt um 4 Millionen Franken zugenommen», erklärt Roland Scherer, einer der beiden Studienverfasser.

Scherer ist zuversichtlich, dass sich diese Entwicklung in den kommenden Jahren weiter fortsetzen wird. «Solange sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht massiv verschlechtern und auch die finanzielle Unterstützung durch Stadt und Kanton fortgeführt wird, dürfte der Wert von Lucerne Festival für die Luzerner Volkswirtschaft weiter steigen.»

Regierungsrat Reto Wyss: «ein kultureller Leuchtturm»

Für Regierungsrat Reto Wyss, Vorsteher des Bildungs- und Kulturdepartements des Kantons Luzern, ist Lucerne Festival ein «kultureller Leuchtturm». Wyss betonte an der Medienkonferenz, dass die Kulturförderung des Kantons auch die vielfältige freie Szene und die Laienkultur einschliesse.

«Gemeinsam mit der Stadt Luzern werden wir auch unseren Beitrag dazu leisten, dass Lucerne Festival auch in Zukunft seine Strahlkraft behalten kann», sagte Wyss. «Dies verspreche ich Ihnen trotz der angespannten finanziellen Lage und obschon gewisse andere Kantone den interkantonalen Kulturlastenausgleich derzeit infrage stellen.»



So wurde die Studie durchgeführt

Die Studie «Die regionalwirtschaftlichen Effekte von Lucerne Festival 2015» wurden vom Institut für Systemisches Management und Public Governance der Universität St. Gallen nach der gleichen Methode durchgeführt wie die beiden vorangegangenen Wertschöpfungsstudien der Jahre 2001 und 2009, welche auf den Lucerne Festival-Veranstaltungen des jeweiligen Vorjahres beruhen (2000 und 2008).

Das heisst, die beiden Studienverfasser Roland Scherer und Simone Strauf werteten die Finanzbuchhaltung 2015 von Lucerne Festival aus und machten eine Modellrechnung, wie viele Ausgaben die Festivalbesucher in jenem Jahr tätigten. Anschliessend wurde im Sommer 2016 eine Befragung von über 100 Lucerne Festival-Besuchern durchgeführt, um die Annahmen der Modellrechnung zu validieren.

Die Resultate der Studie 2015 wurden danach jenen der Studien 2001 und 2009 gegenübergestellt, um die Entwicklung der regionalwirtschaftlichen Bedeutung von Lucerne Festival aufzuzeigen.

Für weitere Fragen

Sacha Wigdorovits

Contract Media

O +41 44 209 60 00

M +41 79 404 17 05

E sacha.wigdorovits@contractmedia.ch

Pressebüro Lucerne Festival

O +41 41 226 44 43

E presse@lucernefestival.ch