

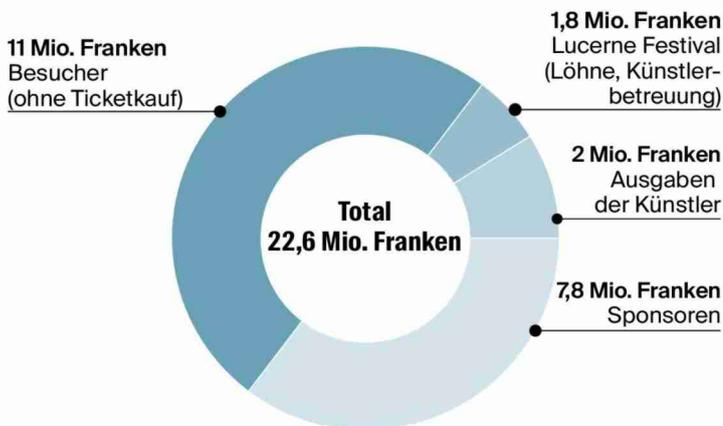


# Festival lässt Kassen klingeln

**Mehrwert** Das Lucerne Festival sorgt in der Region für einen Kaufkraftzuwachs von 22,6 Millionen Franken. Der wirtschaftliche Nutzen könnte sogar noch weiter erhöht werden – mit noch mehr ausländischen Besuchern.

Hugo Bischof

## Regionaler volkswirtschaftlicher Mehrwert dank Lucerne Festival, 2015



Quelle: Universität St. Gallen  
Grafik: mlu

hugo.bischof@luzernerzeitung.ch

Auf jährlich rund 22,6 Millionen Franken beläuft sich der volkswirtschaftliche Mehrwert, den das Lucerne Festival in der Region Luzern schafft. Dies zeigt eine neue Studie der Universität St. Gallen. Sie wurde gestern an einer Medienkonferenz im Kultur- und Kongresszentrum Luzern vorgestellt.

Den grössten Nutzen zieht die Luzerner Volkswirtschaft demnach aus den über 100 000 Besuchern, die alljährlich an eines der drei Lucerne Festivals kommen (Sommer, Ostern, Piano). Allein der Anteil Konsumausgaben der Besucher in der Region Luzern während des Lucerne Festival beträgt gemäss Studie jährlich rund 11 Millionen Franken (siehe Grafik rechts).

### Hotels, Restaurants, Detailhandel profitieren

Dabei handelt es sich um Gelder, die etwa in Hotelübernachtungen, Restaurantbesuche und Ähnliches investiert werden. Aber auch der Detailhandel profitiert, zum Beispiel wenn Besucher in einem Lebensmittelgeschäft oder Kleiderladen Einkäufe tätigen. Nicht in diesen 11 Millionen Franken enthalten sind die Ticketkäufe für eines der Festivalkonzerte. Sie fliessen in die Jahresrechnung des Festivals.

Eine wichtige Rolle spielen auch die Sponsoren. Sie tragen gemäss Studie jährlich rund 7,8 Millionen Franken zum regionalen volkswirtschaftlichen Mehrwert bei. Dabei handelt es sich beispielsweise um die Finanzierung von Sponsorenanlässen für

ihre Gäste, für die sie ebenfalls Einkäufe in der regionalen Wirtschaft tätigen. Ein Beispiel sind Dinner-Veranstaltungen in lokalen Hotels. Nicht in diesen 7,8 Millionen Franken enthalten sind die Sponsoring-Beiträge für das Lucerne Festival selber.

Die direkten Aufwendungen des Lucerne Festival in die regionale Volkswirtschaft (u. a. Löhne für das Personal sowie Aufwendungen für die Betreuung der Künstler) betragen 1,8 Millionen Franken. Auch die am Festival auftretenden Künstler tragen zum regionalen Kaufkraftzufluss bei. Ihr Beitrag wird mit 2 Millionen Franken beziffert. Das sind Gelder, welche die Festivalmusiker während ihres Aufenthalts in Luzern ausgeben.

Auf weitere 1,1 Millionen Franken beläuft sich der Werbe-



wert der Festival-Berichterstattung in ausländischen Medien. Dieser Wert hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Im Jahr 2016 erschienen im Ausland und in der Schweiz 1265 Medienberichte über das Lucerne Festival (auch in den USA), davon 728 in Printmedien, 415 Online-sowie 122 Radio/TV-Berichte.

Die aktuelle Wertschöpfungsstudie bezieht sich auf Zahlen aus dem Jahr 2015. Zur Berechnung der Konsumausgaben werteten die Studienverfasser die Finanzbuchhaltung 2015 des Festivals aus und machten eine Modellrechnung, wie viele Ausgaben die Besucher 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», sagte Studienverfasser Roland Scherer von der Uni-

versität St. Gallen gestern.

### 4 Millionen Franken höher als im Jahr 2000

Der volkswirtschaftliche Nutzen des Lucerne Festival war bereits für 2000 und 2008 untersucht worden – ebenfalls von der Universität St. Gallen. 2000 lag der Wert mit 18 Millionen Franken tiefer. 2008, als die Festivalzeit eine Woche länger dauerte, war er mit rund 25 Millionen Franken höher. Würde das Lucerne Festival sein Programm erweitern, wie dies mit der Salle Modulable geplant war, könnte der wirtschaftliche Nutzen weiter erhöht werden, heisst es in der Studie. Wachstumspotenzial gebe es bei den ausländischen Besuchern. Deren Anteil hat seit 2000 bereits deutlich zugenommen.

«Das Lucerne Festival hat eine enorme wirtschaftliche Bedeutung und ist nicht nur für dessen Besucher ein Gewinn, son-

dern für die ganze Bevölkerung», sagt Stiftungspräsident Hubert Achermann. 2015 budgetierte das Festival 24,2 Millionen Franken Einnahmen. 94 Prozent davon konnte es aus eigener Kraft finanzieren. Den 1,4 Millionen Franken an öffentlichen Subventionen steht eine Steuerabgabe von 1,2 Millionen Franken an Stadt und Kanton gegenüber. «Ein Teil dieser Steuergelder fliesst in den Fuka-Fonds, mit dem auch die freie Kulturszene gefördert wird», sagt Festival-Intendant Michael Haefliger, «das ist für uns sehr wichtig.»

«Das Lucerne Festival ist ein kultureller Leuchtturm, zu dem wir Sorge tragen müssen», sagt Regierungsrat Reto Wyss (CVP). Das sei gerade heute wichtig, wo «gewisse andere Kantone den interkantonalen Kulturlastenausgleich in Frage stellen».