

Kulturtourismus – vom elitären Steckenpferd zum veritablen Geschäft im Wettbewerb der Destinationen?

Das LUCERNE FESTIVAL liefert mit einer detaillierten Analyse Rechenschaft über seine regionalwirtschaftlichen Effekte

Von Thomas Bieger und Roland Scherer

Städtereisen, der Besuch von Museen und Sehenswürdigkeiten oder die Teilnahme an Musikfestivals sind wichtige Reiseformen, die von vielen Menschen zunehmend nachgefragt werden. Kulturelle Motive sind dabei für immer breitere Kundenkreise, aber auch für einzelne Destinationen von grosser Bedeutung. Kultureinrichtungen erleben dadurch einen deutlichen Bedeutungswandel. Handelte es sich hier in der Vergangenheit oft nur um ein Steckenpferd einer kleinen Elite, so sind Kulturangebote und Kultureinrichtungen heute ein wichtiger Faktor im globalen Wettbewerb der Destinationen.

Zwischen 42 und 68% - je nach Altersgruppe - der Reisen fallen gemäss Daten des Reisemarktes Schweiz des Institutes für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen auf diese Tourismusform. Dabei ist der Kulturtourismus wirtschaftlich besonders attraktiv: Diese Reisenden tätigen überdurchschnittlich hohe Ausgaben ihrem Reiseziel. Dank der überdurchschnittlich langen Aufenthaltsdauern und relativ geringer Auswirkungen der kulturbezogenen Aktivitäten auf die natürliche Umwelt, ist Kulturtourismus häufig eine besonders nachhaltige Form des Tourismus.

Auch in der Schweiz hat der Kulturtourismus für Destinationen eine wichtige strategische Funktion, wie Anlässe wie das Montreux Jazz Festival oder Einrichtungen wie die Foundation Beyerle zeigen. Aus den Kultureinrichtungen und –angeboten resultiert eine Vielzahl unterschiedlicher Effekte auf die Entwicklung der Destination: Dies sind zum einen die mit dem Anlass oder der Einrichtung in Zusammenhang stehenden Zahlungsflüsse. So treten die Kultureinrichtungen als eigenständige Unternehmen auf, die Mitarbeiter beschäftigen, Einnahmen durch Eintrittsgelder erwirtschaften und vielfältige Ausgaben für Baumassnahmen, Werbung und andere Dienstleistungen tätigen. In der Regel wird ein Grossteil der Ausgaben am jeweiligen Standort der Kultureinrichtung getätigt. Ein Grossteil der Einnahmen kommt durch die Besucher, meist von ausserhalb. Die Kultureinrichtungen können damit einen positiven Beitrag zur Erhöhung der regionalen Wertschöpfung generieren.

In den vergangenen Jahren hat sich der Fokus bei der Betrachtung der wirtschaftlichen Effekte deutlich erweitert. Standen in der Vergangenheit lediglich Fragen nach den direkt mess- und nachvollziehbaren Effekten z.B. nach Besucherzahlen, Übernachtungen oder den monetären Einkommenseffekten im Vordergrund, so verlagert sich das Interesse in den letzten Jahren immer mehr hin zu den sog. intangiblen Effekten. Unter diesem Begriff werden Infrastruktureffekte, Image- und Kompetenzgewinne und Netzwerkeffekte zusammengefasst. Diese sind vor allem für die langfristigen Wirkungen von Kultureinrichtungen und –anlässen verantwortlich.

Am Beispiel des LUCERNE FESTIVALS, einem der führenden Musikfestivals in Europa, können die grossen positiven Effekte von Kulturanlässen geradezu mustergültig dargestellt werden. Im vergangenen Jahr liessen Stiftungsrat und Geschäftsleitung die wirtschaftlichen Effekte des Festivals durch das Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen wissenschaftlich evaluieren. Die Studie zeigt zum Teil überraschende Resultate: Allein durch das Festival im Sommer 2000 wurden in der Agglomeration Luzern Einkommenseffekte von 18 Mio CHF ausgelöst. Werden hierzu noch die Festivals OSTERN und PIANO gerechnet, ergeben sich zusätzliche regionale Einnahmen von mind. 22 Mio CHF. Die indirekten Effekte, also z.B. die Vorleistungskäufe der Gastronomie, miteinbezogen, so ergibt sich ein jährlicher Betrag von über 30 Mio CHF an regionaler Wertschöpfung für Luzern. Verantwortlich für diese äusserst positiven monetären Effekte sind in erster Linie die Ausgaben der Konzertbesucher, die diese im Umfeld ihres Besuches tätigen: Der obligatorische Restaurantbesuch, das ‚Cüpli‘ in der Konzertpause oder der Einkauf in Luzern. Im Durchschnitt gibt hier jeder Konzertbesucher 150

CHF aus – zusätzlich zu den Kosten für die Eintrittskarte versteht sich. Eine weitere wichtige Quelle sind die Sponsoren, die traditionell bei LUCERNE FESTIVAL eine wichtige Rolle spielen. Neben dem eigentlichen Sponsorbetrag und den Ausgaben für die Konzertkarten, geben die Sponsoren in etwa den gleichen Betrag für das Beiprogramm aus, zu dem ausgewählte Gäste eingeladen werden: Ein Apéro vor und während des Konzertes, ein Galadinner danach und zum Abschluss einen Schlummertrunk. Hinzu kommen können Übernachtungen der Gäste, eine Bootsfahrt, Bus-Service oder ein Ausflug auf den Pilatus. Bei der Betrachtung der monetären Effekte dürfen natürlich nicht die Zahlungsströme vergessen werden, die durch den Konzertanlass selbst entstehen, d.h. durch die Ausgaben der Stiftung LUCERNE FESTIVAL und durch die Ausgaben der Künstler, die diese während ihres Aufenthalts in Luzern tätigen.

Ebenfalls sehr positiv fällt die Bewertung der intangiblen Effekte aus, die weit über die rein monetären Effekte hinausgehen. So leistet LUCERNE FESTIVAL mit der Berichterstattung über seine Veranstaltungen einen wichtigen Beitrag zum Image und zum überregionalen und internationalen Bekanntheitsgrad von Luzern. Um eine vergleichbare Wirkung durch Anzeigen zu erreichen, hätte man im Jahr 2000 deutlich über 1,3 Millionen CHF ausgeben müssen. Auch unter dem Aspekt der Struktur-, Netzwerk- und Kompetenzeffekte hat LUCERNE FESTIVAL für Luzern eine wichtige Funktion. Hier zeigen sich vor allem deutliche positive Einflüsse auf den Tagungs- und Kongressort Luzern und auf den gesamten Kulturstandort Luzern. Diese Effekte resultieren vor allem aus den Qualitätsanforderungen, die Luzerner Unternehmen und Dienstleister im Zusammenhang mit LUCERNE FESTIVAL erbringen (müssen), aus den Kooperationserfahrungen dieser Unternehmen untereinander und auch aus dem Wissen, dass sich Tagungs- und Kongresskunden im Zusammenhang mit ihren Kooperationen mit LUCERNE FESTIVAL erworben haben. Der wichtigste dieser intangiblen Effekte von LUCERNE FESTIVAL für Luzern fällt im wahrsten Sinne eigentlich jedem ins Auge, wird aber oftmals übersehen: Ohne die Existenz von LUCERNE FESTIVAL würde es das Kultur- und Kongresszentrum Luzern (KKL) sicherlich nicht in der heutigen Form geben in dem es schwieriger gewesen sein dürfte, privatwirtschaftliche Sponsoren für den Bau zu gewinnen. LUCERNE FESTIVAL ist nicht nur für den Bau des Kultur- und Kongresszentrums indirekt mitverantwortlich, sondern spielt auch für den heutigen Betrieb als Hauptmieter eine wichtige Rolle.

Die Höhe der wirtschaftlichen Effekte von LUCERNE FESTIVAL ist auch im internationalen Vergleich beachtlich. Vor allem wenn diese in Bezug zu den direkten öffentlichen Subventionen gesetzt werden. Hier nimmt Luzern eine klare Spitzenposition ein: Aus 1 CHF öffentlicher Subvention resultieren regionale Einkommenseffekte von rd. 215 CHF (im Vergleich: Bregenz 1: 7, Salzburg 1: 40). Die öffentliche Subventionierung dieses Anlasses ‚lohnt‘ hier im wahrsten Sinne des Wortes. Etwas anders ist die Situation, wenn man die wirtschaftlichen Effekte bezogen auf die Anzahl der ausgegebenen Karten betrachtet. Hier liegt ganz eindeutig Salzburg an der Spitze: Bezogen auf einen Konzertbesuch entstehen hier wirtschaftliche Effekte in Höhe von rd. 477 CHF. Dieser Wert liegt in Luzern deutlich niedriger bei 219 CHF und damit sogar noch hinter den Bregenzer Festspielen (265 CHF). Dies zeigt, dass hier noch zahlreiche Potenziale liegen, die bereits hohen direkten wirtschaftlichen Effekte noch weiter zu steigern.

Die bislang noch ungenutzten Potentiale können einerseits zu einer Erhöhung der regionalen Wertschöpfung beitragen, andererseits können sie auch langfristig weitere Impulse für die internationale Positionierung des Kultur- und Kongressstandortes Luzern bewirken. Die ungenutzten Potenziale liegen vor allem bei den Netzwerk- und Kompetenzeffekten: Durch eine intensivere Zusammenarbeit zwischen LUCERNE FESTIVAL, zwischen den Hotels und der Gastronomie lassen sich z.B. zielgruppenorientierte ‚Pakete‘ mit unterschiedlichen Dienstleistungsangeboten (vom Hotel über das Kongresszentrum zum kulturellen Begleitprogramm) entwickeln und erfolgreich am Markt platzieren. Ziel der Bestrebungen muss es sein, die Aufenthaltsdauer der Konzertbesucher und damit natürlich auch deren Ausgaben zu erhöhen.

Die verschiedenen Effekte von LUCERNE FESTIVAL zeigen deutlich, welche grosse Bedeutung Kulturanlässe und -einrichtungen für eine Destination haben können. Neben der im Vergleich zu

anderen Tourismusformen überdurchschnittlichen Wertschöpfung sind es vor allem die indirekten Wirkungen auf andere tourismusrelevanten Bereiche. Besonders augenfällig zeigt sich dies an den Qualitätsanforderungen, die aus dem Kulturtourismus resultieren. Die hier von den Gästen geforderten Qualitätsstandards nutzen direkt der Profilierung der gesamten touristischen Destination.

Prof. Dr. Thomas Bieger, Ordinarius für Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen, Direktor des Instituts für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus IDT-HSG

Roland Scherer, Dipl.-Verw.-Wiss, Leiter des Kompetenzzentrums Regionalwirtschaft am Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus IDT-HSG