

## Analyse zur Entwicklung der Eidgenössischen Schwing- und Älplerfeste (ESAF) 2001 bis 2013

„Schwingen und Swissness – dass Eidgenössische Schwingfeste auch in Zukunft nicht lätz liegen“  
(A. Schwingruber)

Medienorientierung 22.08.2014  
Prof. Dr. Jürg Stettler



Luzern, 22.08.2014

# Ablauf

1. Ausgangslage, Ziele und Vorgehen
2. Dokumentenanalyse und qualitative Befragung
3. Quantitative Online-Befragung
4. Ableitungen und Handlungsempfehlungen
5. Offene Fragen zur Studie



# 1. Ausgangslage, Ziele und Vorgehen

# Ausgangslage, Ziele & Vorgehen der Studie

---

## **Ausgangslage:**

„Schwingen und Swissness – dass Eidgenössische Schwingfeste auch in Zukunft nicht lätz liegen“ (A. Schwingruber).

## **Die Hauptziele wurden wie folgt definiert:**

1. Aufzeigen der Entwicklung der ESAF 2001 bis 2013 anhand von ausgewählten Kennzahlen.
2. Beurteilung der Entwicklung der ESAF und Evaluation der Gründe
3. Ableitung von Schlussfolgerungen und Empfehlungen

## **Vorgehen:**

1. Dokumentenanalyse und qualitative Befragung
2. Quantitative Online-Befragung
3. Experten-Workshop

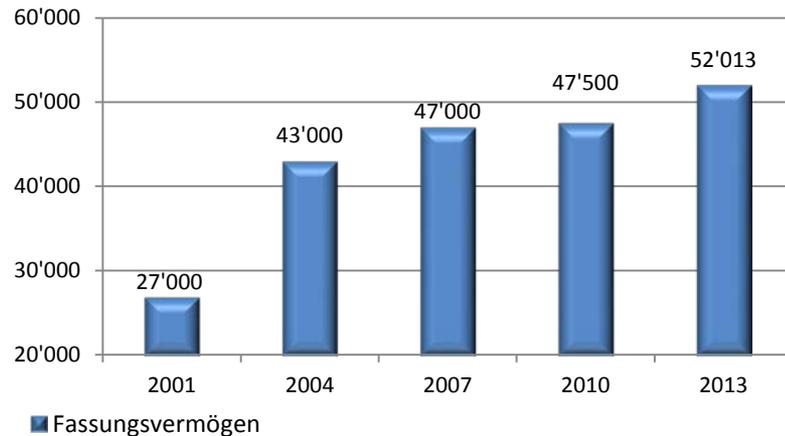


## 2. Dokumentenanalyse und qualitative Befragung

### Hauptkenntnisse aus den Interviews mit Experten der OKs von 2001-2013

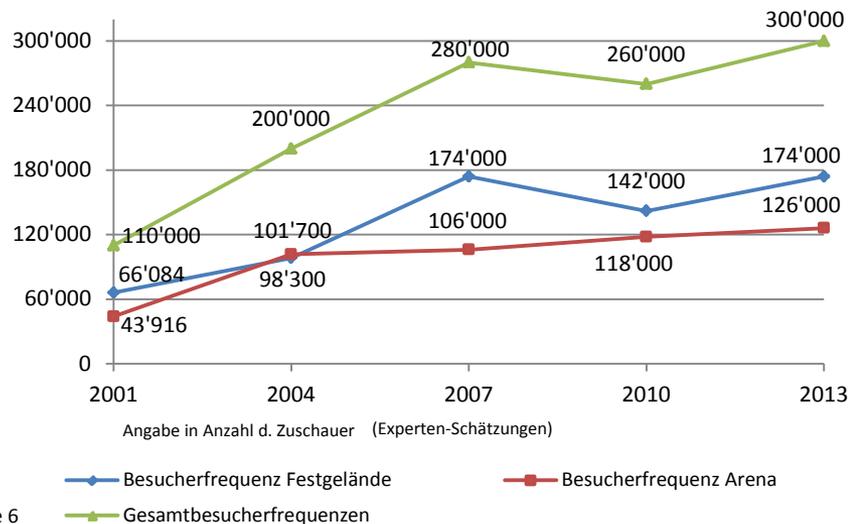
# Entwicklung der Grösse der Arena und der Besucherzahlen

## Fassungsvermögen Arena



Mit 52'013 Plätzen für Besucher hat die Arenagrösse im Jahr 2013 das Limit erreicht.

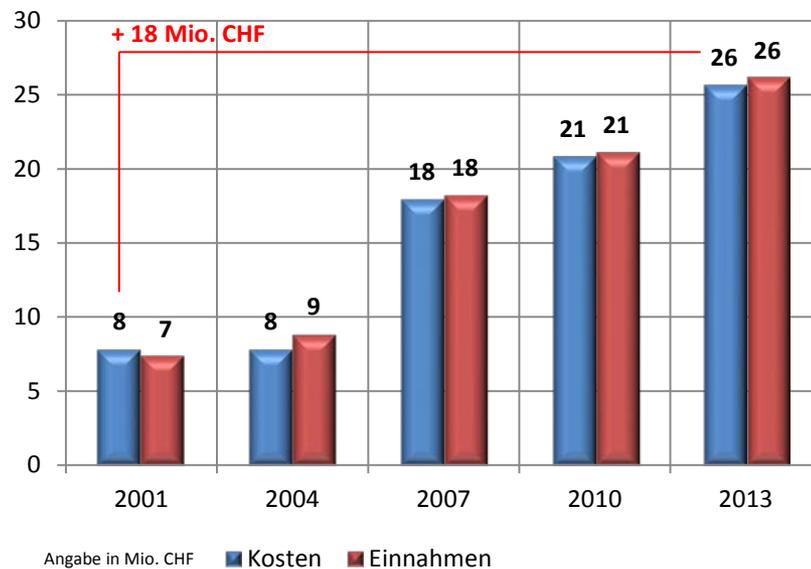
## Entwicklung der Besucherzahlen



Die Anzahl Besucher war 2007 und 2013 am höchsten sowohl insgesamt (280'000 bzw. 300'000) wie auch in Bezug auf Besucher des Festgeländes ohne Arena-Ticket (je 174'000).

# Verteilung der Kosten und Einnahmen

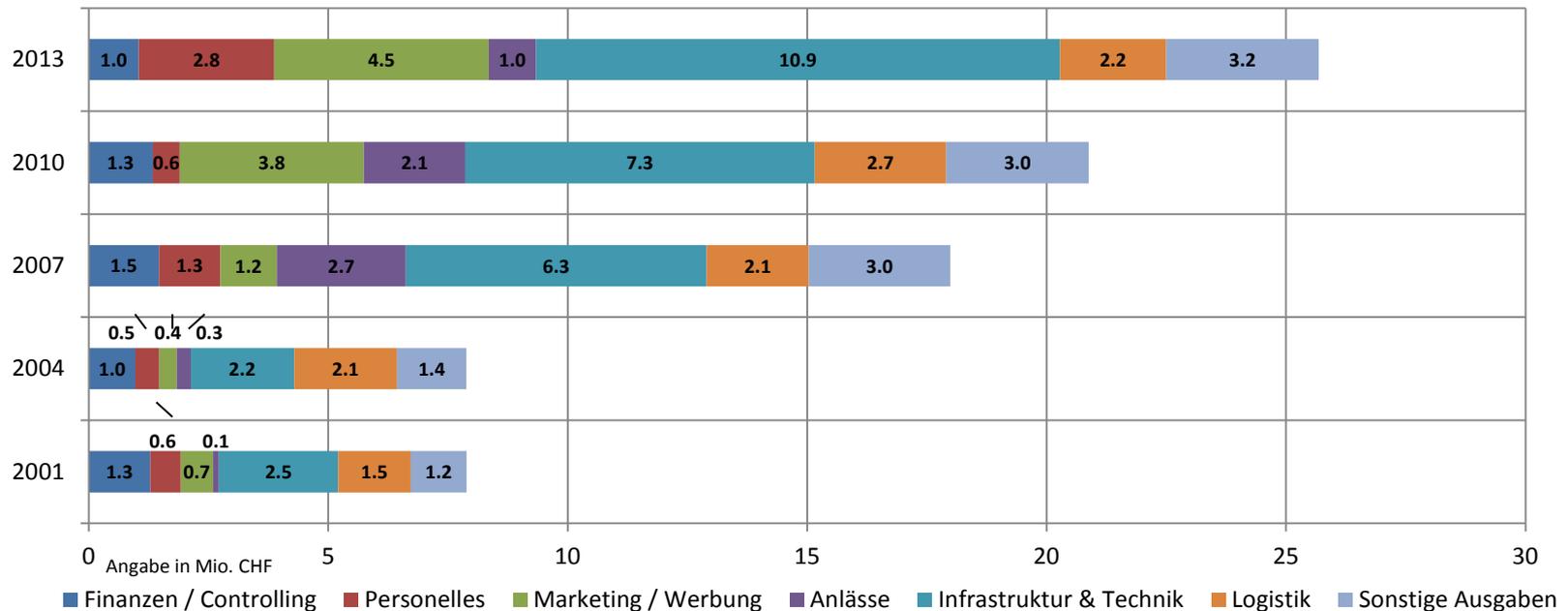
## Entwicklung der Kosten/Einnahmen (Total)



Zwischen 2001 und 2013 sind die Kosten und Einnahmen für die Durchführung eines ESAF um rund 18. Mio. CHF gestiegen.

# Zusammensetzung der Kosten

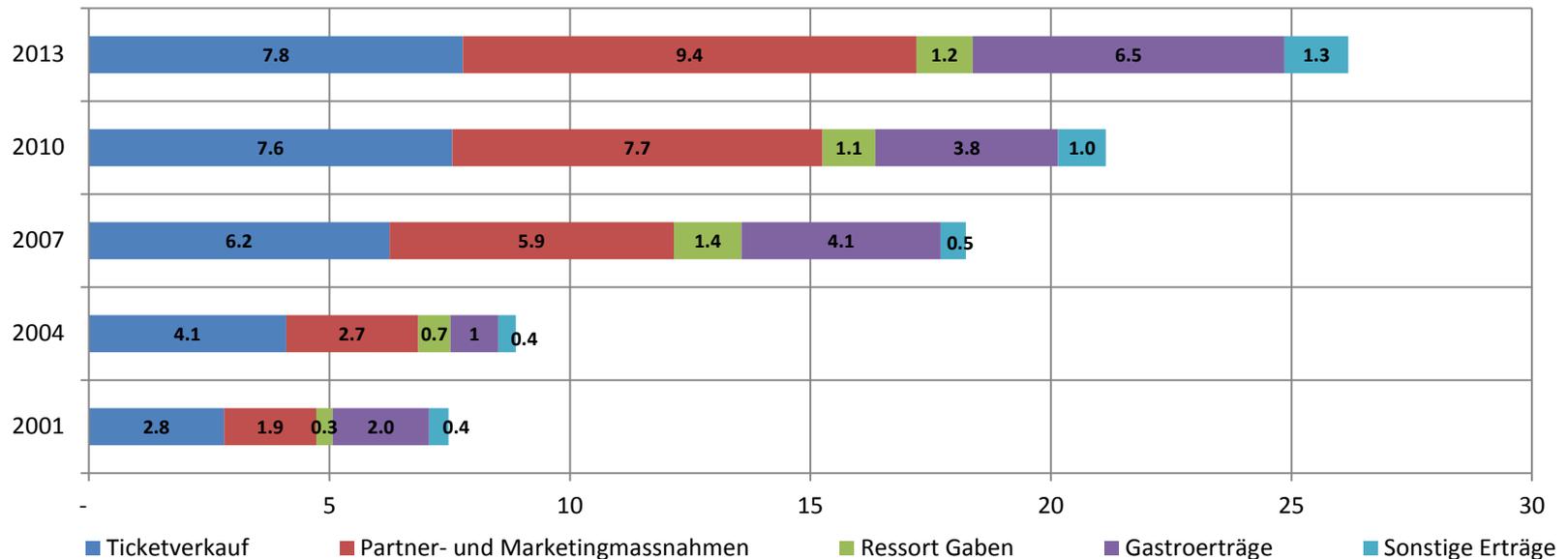
## Zusammensetzung der Kosten



Die Kosten für Infrastruktur und Technik sind von 2010 auf 2013 um mehr als 3.5 Mio. CHF gestiegen und waren beim ESAF 2013 fünf mal so hoch verglichen mit 2001 und 2004.

# Zusammensetzung der Einnahmen

## Zusammensetzung der Einnahmen

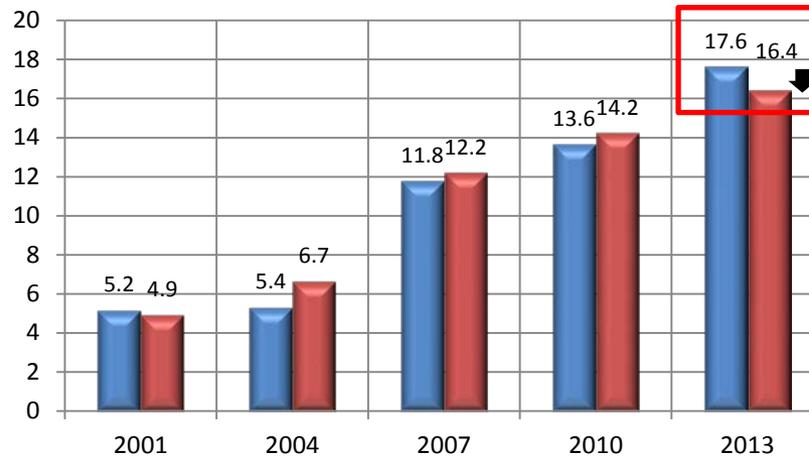


Die Einnahmen durch Partner-und Marketingmassnahmen sind von 2001 bis 2013 um 7.5 Mio. CHF gestiegen.

Angabe in Mio. CHF

# Kosten/Einnahmen für Arena und Festgelände

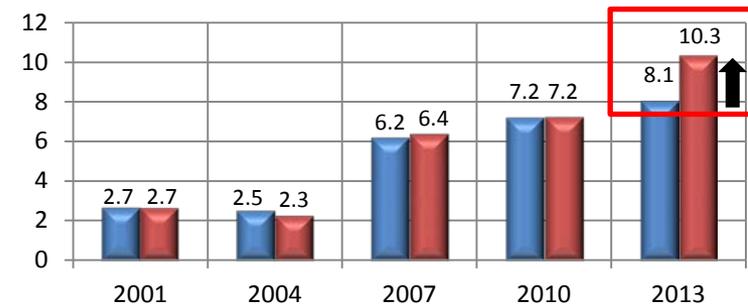
## Arena (Einnahmen/Kosten)



Angabe in Mio. CHF

■ Kosten ■ Einnahmen

## Festgelände (Einnahmen/Kosten)



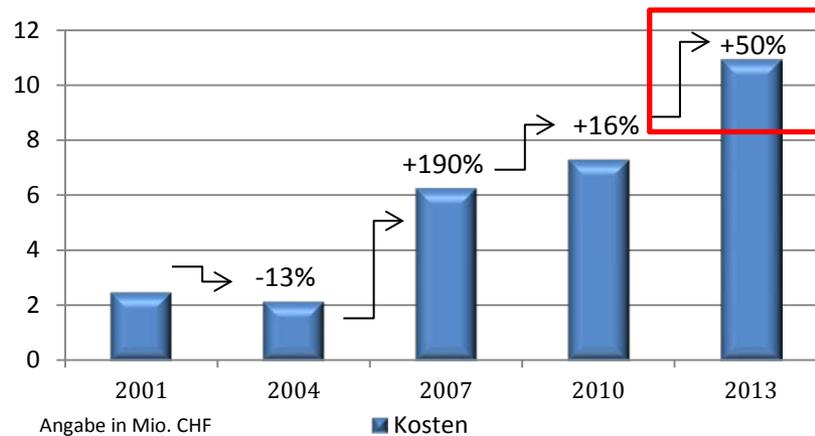
Angabe in Mio. CHF

■ Kosten ■ Einnahmen

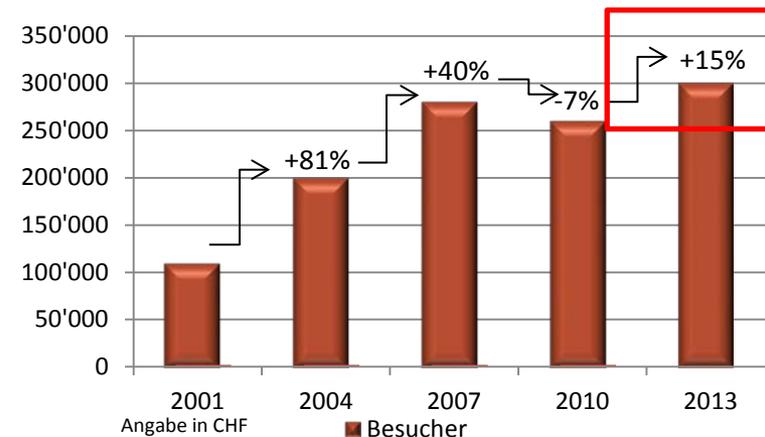
Beim ESAF 2013 in Burgdorf waren die Kosten für die Arena höher als die Einnahmen. Im Vergleich dazu waren im Bereich des Festgeländes die Einnahmen um 2.2 Mio. CHF höher als die angefallenen Kosten.

# Entwicklung Kosten Infrastruktur/Grösse

## Entwicklung der Kosten für die Infrastruktur



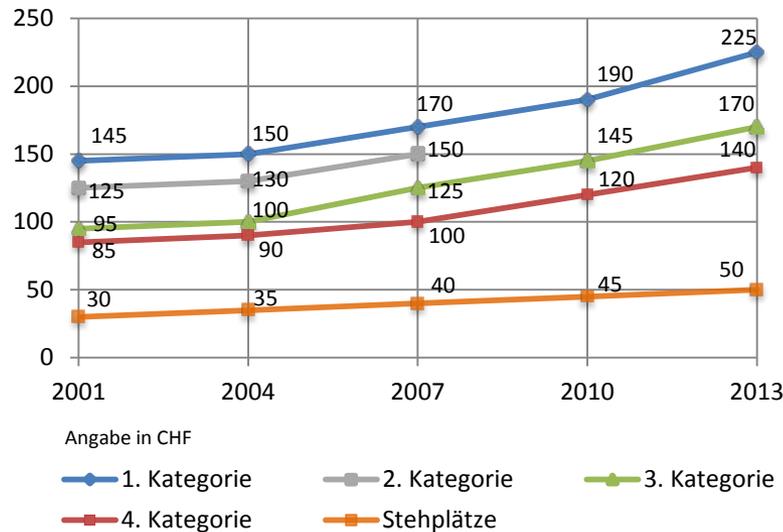
## Entwicklung der Besucherzahlen



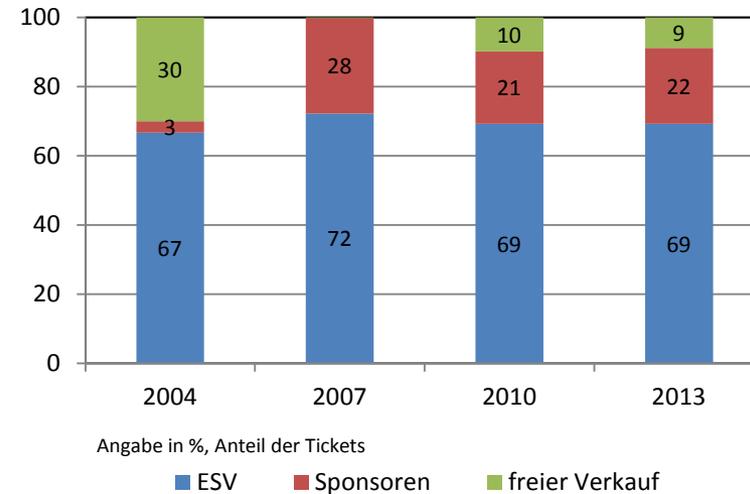
2013 sind die Kosten für die Infrastruktur um mehr als 50% gestiegen. Im Vergleich dazu stiegen die Besucherzahlen um 15%.

# Preisentwicklung und Ticketverteilung

## Preisentwicklung



## Ticketverteilung



Bei der Preisentwicklung zeigt sich ein linearer Zuwachs seit 2001 in allen Kategorien, wobei der prozentuale Anteil an Tickets für Sponsoren insbesondere zwischen 2004 und 2007 stark zugenommen hat.

# Hauptkenntnisse – Qualitative Befragung

---

- Stark ansteigende Gesamtbesucherfrequenz
- Anstieg des prozentualen Anteils an Festbesuchern
- Stark ansteigende Kosten insbesondere im Bereich der Infrastruktur und des Personals
- Steigerung der Einnahmen durch Partner-und Marketingmassnahmen
- Ansteigendes Preisniveau der Tickets sowie hoher prozentualer Anteil an Tickets für Sponsoren und Partner.



## 3. Quantitative Online-Befragung

### Haupterkenntnisse der Online-Befragung

# Stichprobe

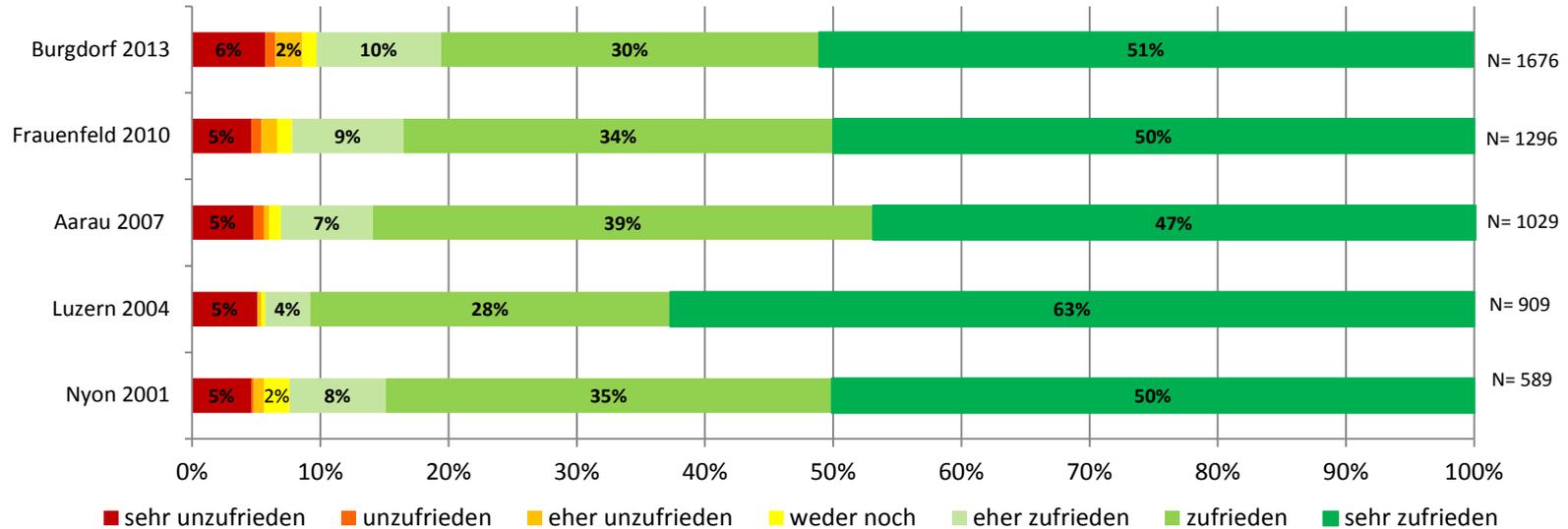
---

- Die **Stichprobengrösse** beträgt insgesamt 1766.
- 95% der Angaben zur Zufriedenheit beziehen sich auf das **ESAF 2013 in Burgdorf**.
- Zwischen 70% und 80% der Befragten waren **Zuschauer mit Ticket**, rund 4% waren Zuschauer ohne Ticket.
- Grösstenteils waren die Befragten **Mehrfachbesucher** eines ESAF, die einen starken Bezug zu den Sportarten der ESAF haben.

Ein Vergleich und das Aufzeigen der Entwicklung der ESAF von 2001-2013 aus der Sicht der verschiedenen Anspruchsgruppen ist daher nur bedingt möglich.

# Zufriedenheit - Allgemein

## Vergleich der allgemeinen Zufriedenheit zwischen allen Schwingfesten

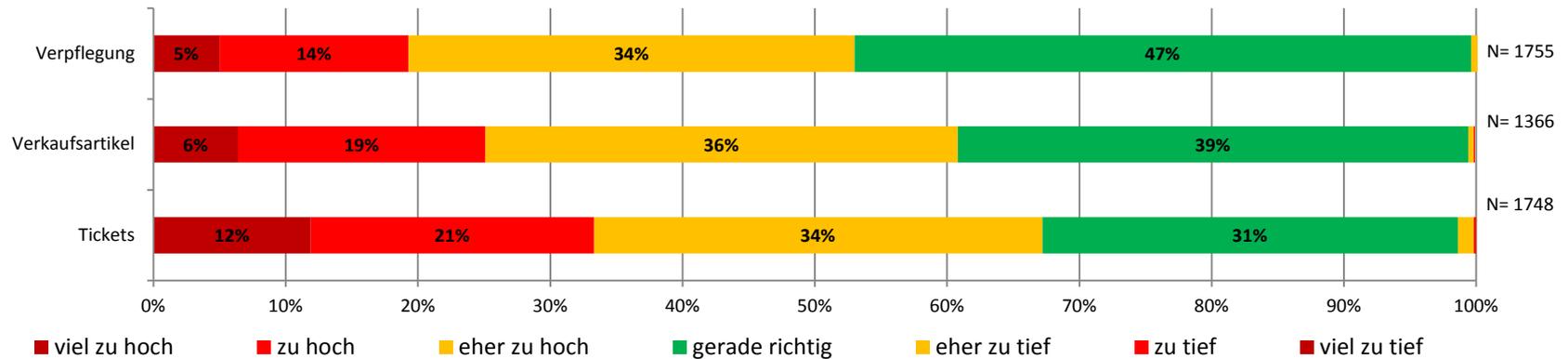


N = 1766

Anmerkung: Alle nicht mit Prozentangaben gekennzeichneten Flächen liegen unter 2%

Bei allen Schwingfesten zeichnet sich eine sehr hohe Zufriedenheit ab (mehr als 90% eher zufrieden bis sehr zufrieden)

## Preisniveau



N = 1766

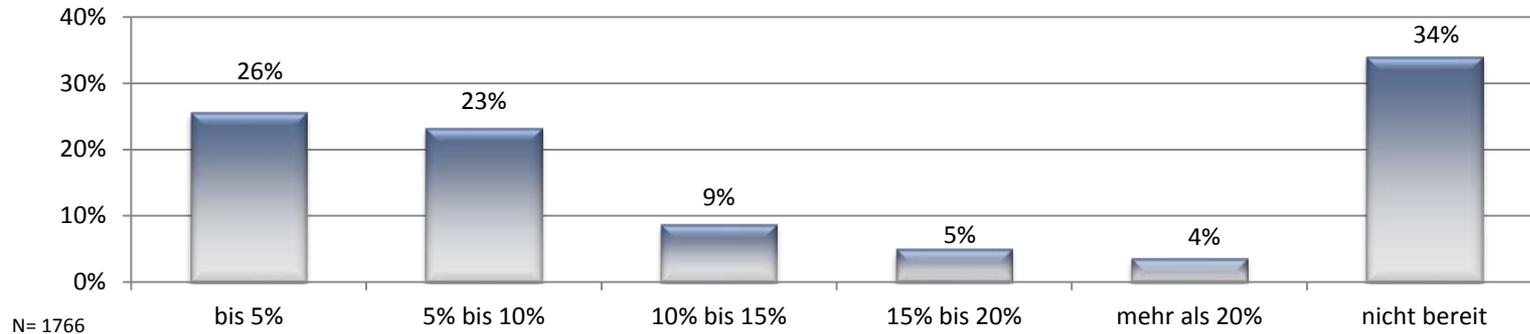
Anmerkung: Alle nicht mit Prozentangaben gekennzeichneten Flächen liegen unter 2%

Für rund zwei Drittel der Befragten sind die Ticketpreise zu teuer (12% viel zu hoch, 21% zu hoch, 35% eher zu hoch).

Anmerkung: Über das Preisniveau der Verkaufsartikel konnten 400 Personen keine Aussage treffen.

# Preiserhöhung im Bereich Tickets

## Bereitschaft zur Preiserhöhung

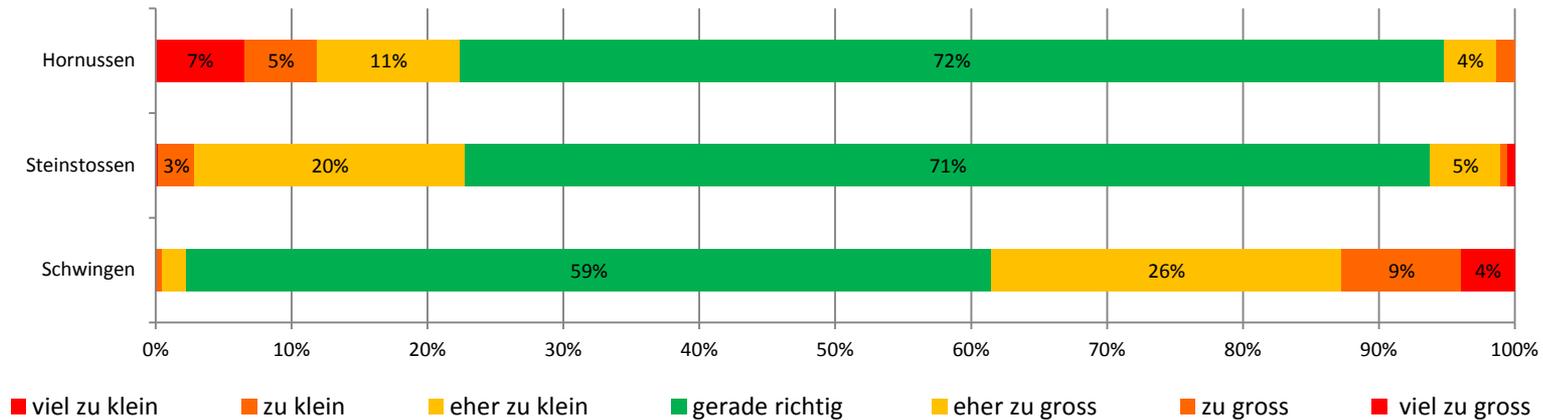


2/3 aller Befragten empfinden die Preise als zu hoch, dennoch wären ebenfalls 2/3 aller Befragten bereit, eine Preiserhöhung der Tickets in Kauf zu nehmen.

Anmerkung zur Fragestellung: Es muss eine Begründung für die Erhöhung vorliegen.

# Grösse - Sportangebote

## Beurteilung der Grösse der Unterhaltungsangebote



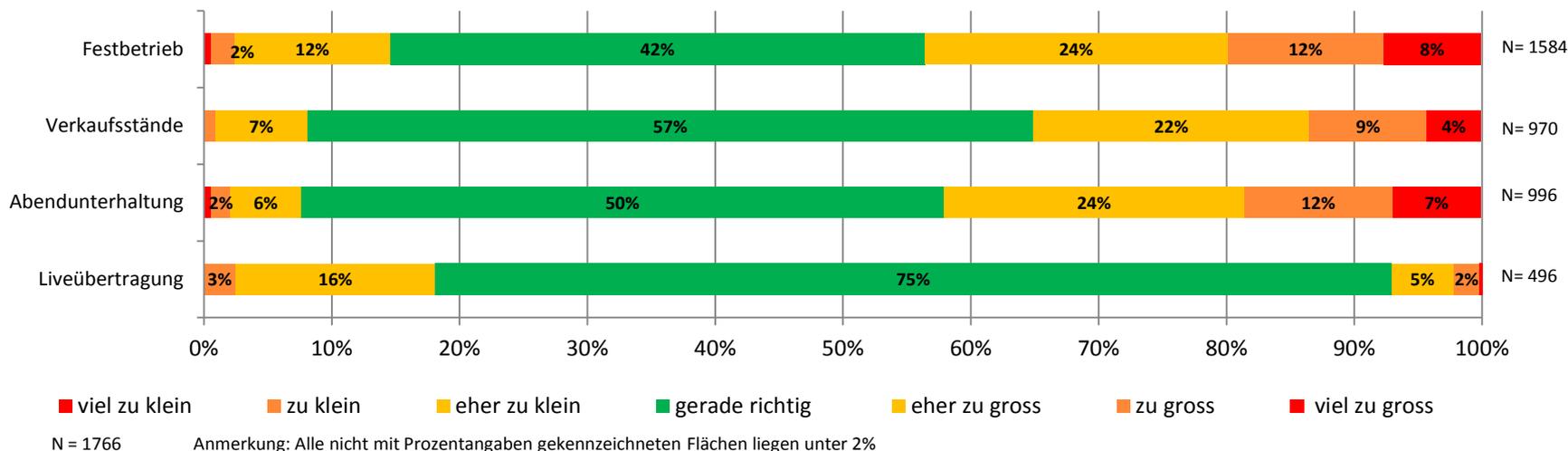
N = 1766

Anmerkung: Alle nicht mit Prozentangaben gekennzeichneten Flächen liegen unter 2%

Für rund 40% der Befragten ist die Arena für das Schwingen zu gross (26% eher zu gross , 9% zu gross , 4% viel zu gross ).

# Grösse - Unterhaltungsangebote

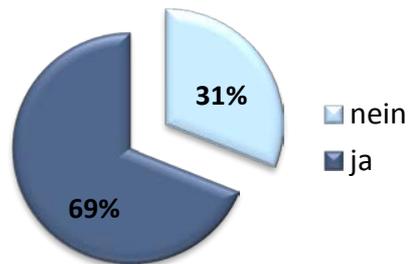
## Beurteilung der Grösse der Unterhaltungsangebote



Die Angebote Festbetrieb und Abendunterhaltung finden mehr als 40% aller Befragten eher zu gross bis viel zu gross.

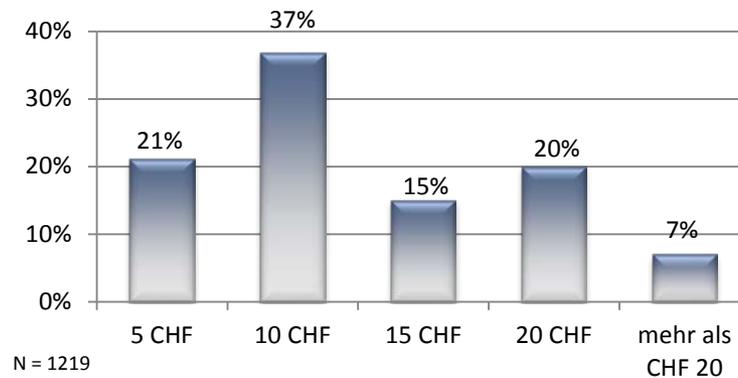
# Ticket für das Festgelände

## Befürwortung Ticketverkauf



N = 1766

## Kosten für ein Ticket für das Festgelände



N = 1219

69% der Befragten würden den Verkauf eines Tickets für das Festgelände befürworten. Aus der Verteilung würde sich ein «Durchschnittspreis» von ca. 13 CHF ergeben.

# Hauptkenntnisse – Quantitative Befragung

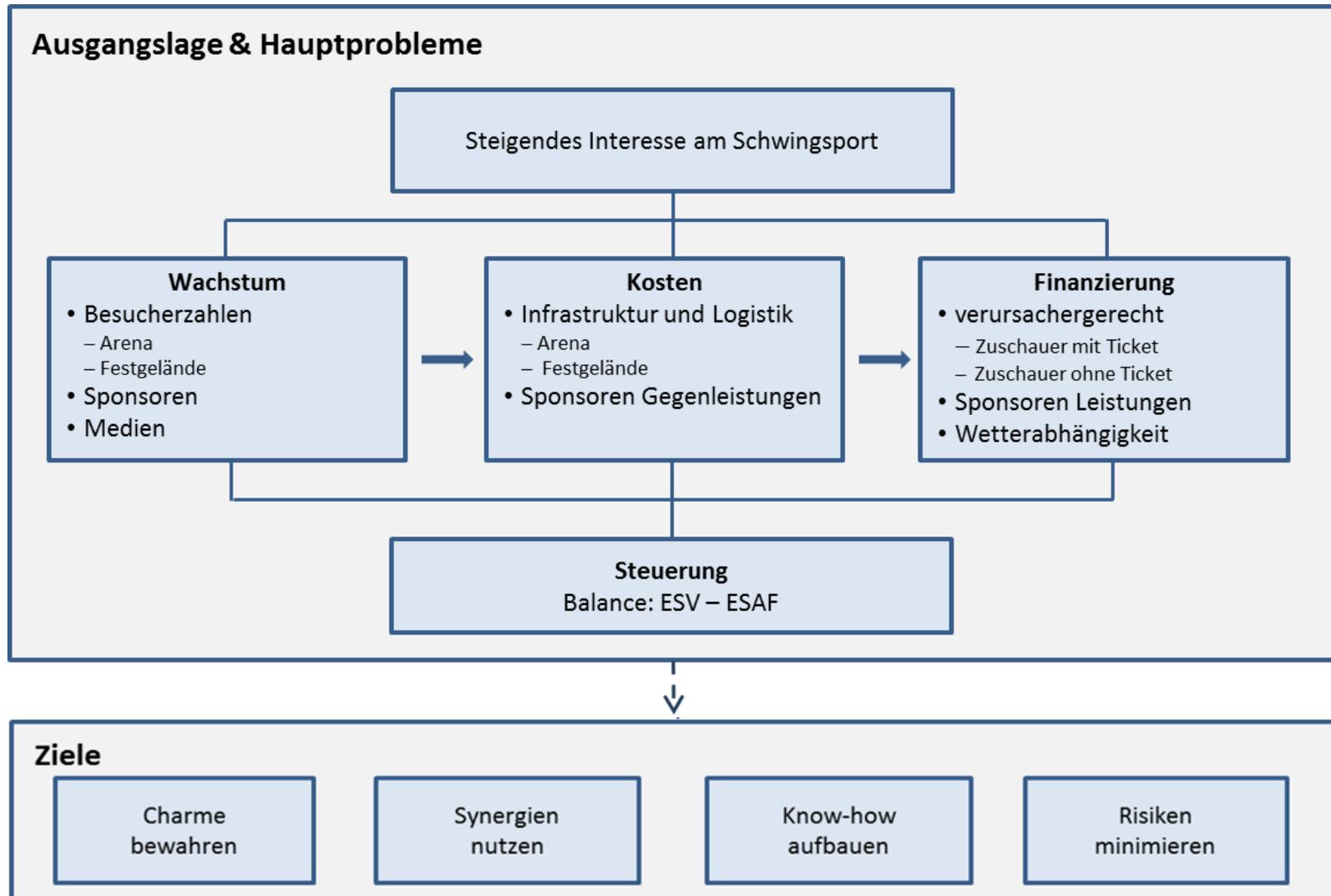
---

- Sehr hohe allgemeine Zufriedenheit bei allen Schwingfesten.
- Zufriedenheit in Bezug auf die Grösse der Arena ist geringer als die Gesamtzufriedenheit.
- Für rund ein Drittel der Befragten sind die Ticketpreise eher zu hoch.
- Eine Einführung eines Tickets für das Festgelände soll geprüft werden.
- Allgemein sind die Befragten mit der Ticketvergabe (Anteil Sponsoren) unzufrieden.
- Die Entwicklung der Grösse der ESAF wird als sehr kritisch erachtet und die Befragten empfinden das Eidgenössische mehrheitlich als zu gross.
- Der ursprüngliche Charme der Veranstaltung geht immer mehr verloren.



## 4. Ableitungen und Handlungsempfehlungen

# Ausgangslage & Hauptprobleme und Ziele



# Ausgangslage & Hauptprobleme

---

## **Steigendes Interesse am Schwingsport:**

Das stark ansteigende Zuschauerinteresse am Schwingsport seit 2004 löste ebenfalls ein steigendes Interesse der Medien und Sponsoren aus.

## **Wachstum:**

Steigendes Interesse der Zuschauer, Medien sowie Sponsoren verursacht ein Wachstum der Besucherzahlen bei den ESAF und damit verbunden ein Wachstum

- der Arenagrösse (limitierender Faktor)
- des Festgeländes
  - Mehr Unterhaltungsangebote (z.B.: Live-Übertragung)
  - Grösseres gastronomisches Angebot
  - Produktpräsentation von Sponsoren

# Ausgangslage & Hauptprobleme

---

## **Kosten**

Der Grössenwachstum der Arena und des Festgeländes verursacht Kosten insbesondere im Bereich der Infrastruktur und Logistik aufgrund von

- Mobilen Stadien
- Fläche für
  - Anreise, Aufenthalt und Abreise der gestiegenen Besucherzahlen
  - Verpflegungsstände, Leinwände, Präsentationsflächen der Sponsoren etc. für Besucher mit und ohne Ticket

## **Finanzierung**

Die Einnahmen zur Kostendeckung konnten insbesondere gesteigert werden durch

- Sponsoring
- Ticketing (Arenaticket)
- Gastronomische Erträge
- Verpachtung von Standflächen auf dem Festgelände

# Ausgangslage & Hauptprobleme

---

## Steuerung

Zur Steuerung der Entwicklung liegt für die Bewerber und das spätere OK zwar ein Pflichtenheft vor, dies beinhaltet jedoch kaum bzw. zu wenig

- präzise Angaben und Anforderungen
- Unterstützungsleistungen
- Sicherheiten

# Ziele

---

## Charme bewahren

Ziel ist es, den ursprünglichen Charme zu bewahren und die verschiedenen Bedürfnisse der Zuschauer (Sport, Feiern, Aus-tausch & «Fachsimpeln») zu stillen.

## Synergien nutzen

Ziel ist es, die Synergien zwischen den einzelnen ESAF sowie zwischen dem ESV und dem zuständigen OK optimal zu nutzen.



# Ziele

---

## Know-how aufbauen

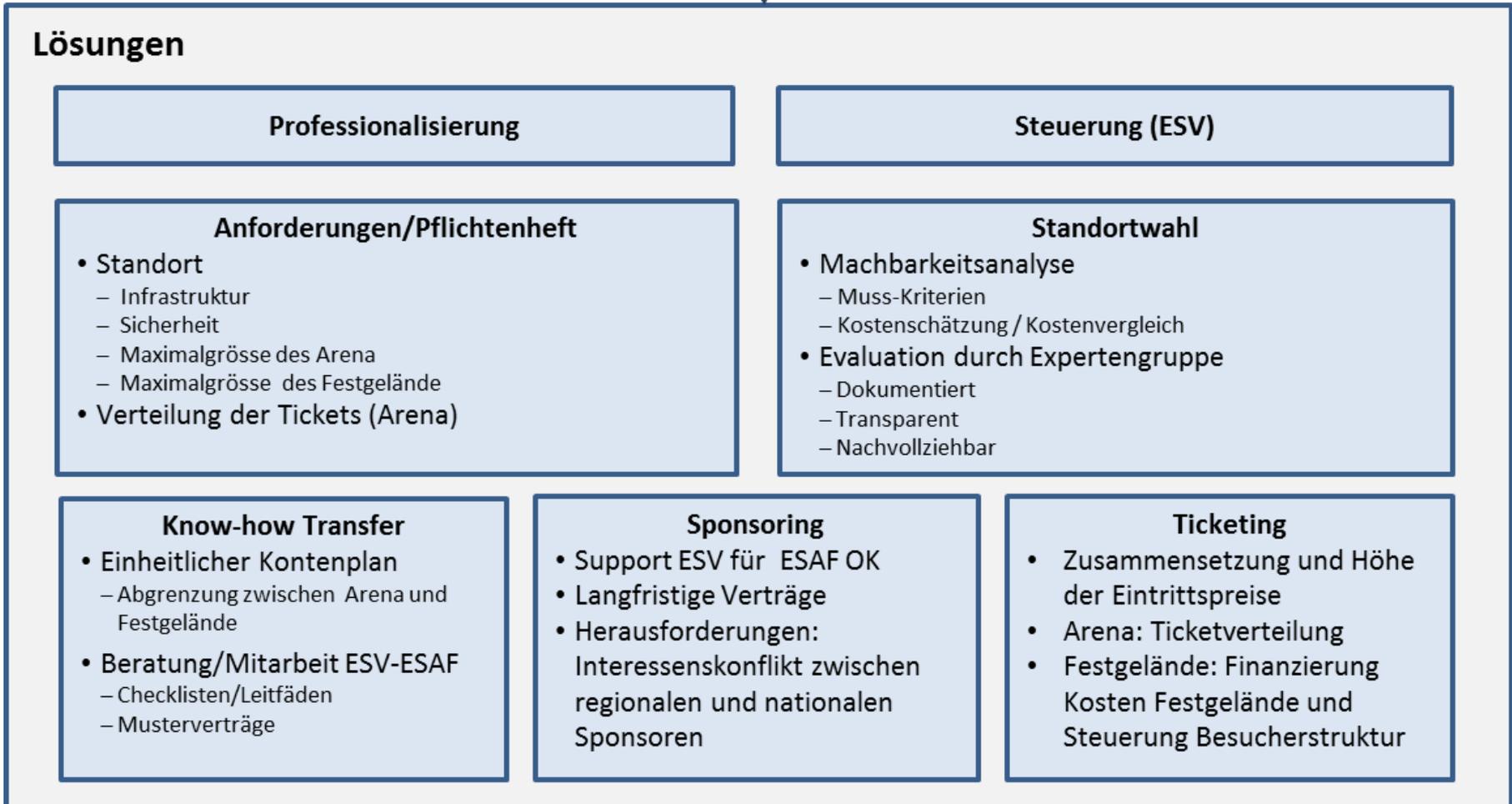
Ziel ist es, das Know-how sowohl kontinuierlich seitens des ESV aufzubauen als auch entsprechend an die zuständigen Personen des OK weiter zu geben.

## Risiken minimieren

Ziel ist es, die beeinflussbaren Risiken zu minimieren sowie durch Zusage von Sicherheiten weitere Risikofaktoren auszugleichen.



# Lösungen



# Lösungen

---

Die Professionalisierung und Steuerung stehen übergeordnet auf der Ebene der Lösungen und beziehen sich auf alle vorgeschlagenen Massnahmen zur Erreichung der Ziele.

## **Professionalisierung:**

Gestiegene Anforderungen durch grössere Komplexität und erhöhten Finanzbedarf erfordern Fach- und Expertenwissen. Dies kann gelöst werden durch

- die Auslagerung von Aufgaben
- Massnahmen zum Aufbau von Know-how und Nutzen von Synergien

## **Steuerung**

Bei der Zusammenarbeit des ESV mit dem zuständigen OK muss eine gute Balance gefunden werden zwischen

- klaren Vorgaben & Freiräumen
- Unterstützungsleistungen

# Lösungen

---

Eine Professionalisierung und Steuerung der Entwicklung der ESAF kann durch die im Folgenden beschriebenen Massnahmen erreicht werden.

## **Anforderungen/Pflichtenheft:**

Das bestehende Pflichtenheft soll mit klaren Vorgaben zu folgenden Kriterien erweitert werden:

- Standort
- Infrastruktur
- Sicherheit
- Maximalgrösse der Arena
- Maximalgrösse des Festgeländes
- Verteilung der Tickets (Arena)

# Lösungen

---

## Standortwahl

Die Auswahl des Standortes ist eine grosse Herausforderung für den ESV. Mithilfe einer Machbarkeitsanalyse basierend auf den Vorgaben aus dem Pflichtenheft soll dies erleichtert werden.

Die Evaluation und Beurteilung erfolgt anschliessend durch Experten der Fachgebiete, die den Entscheidungsprozess

- dokumentieren
- nachvollziehbar bewerten
- transparent darstellen

# Lösungen

---

## **Know-how-Transfer:**

Durch eine enge Zusammenarbeit kann Know-how weitergegeben und Synergien genutzt werden:

- Guidelines, Checklisten und Musterverträge
- Einheitlicher Kontenplan
  - schafft Transparenz
  - dient dem OK als Grundlage für die Finanz-und Kostenplanung

# Lösungen

---

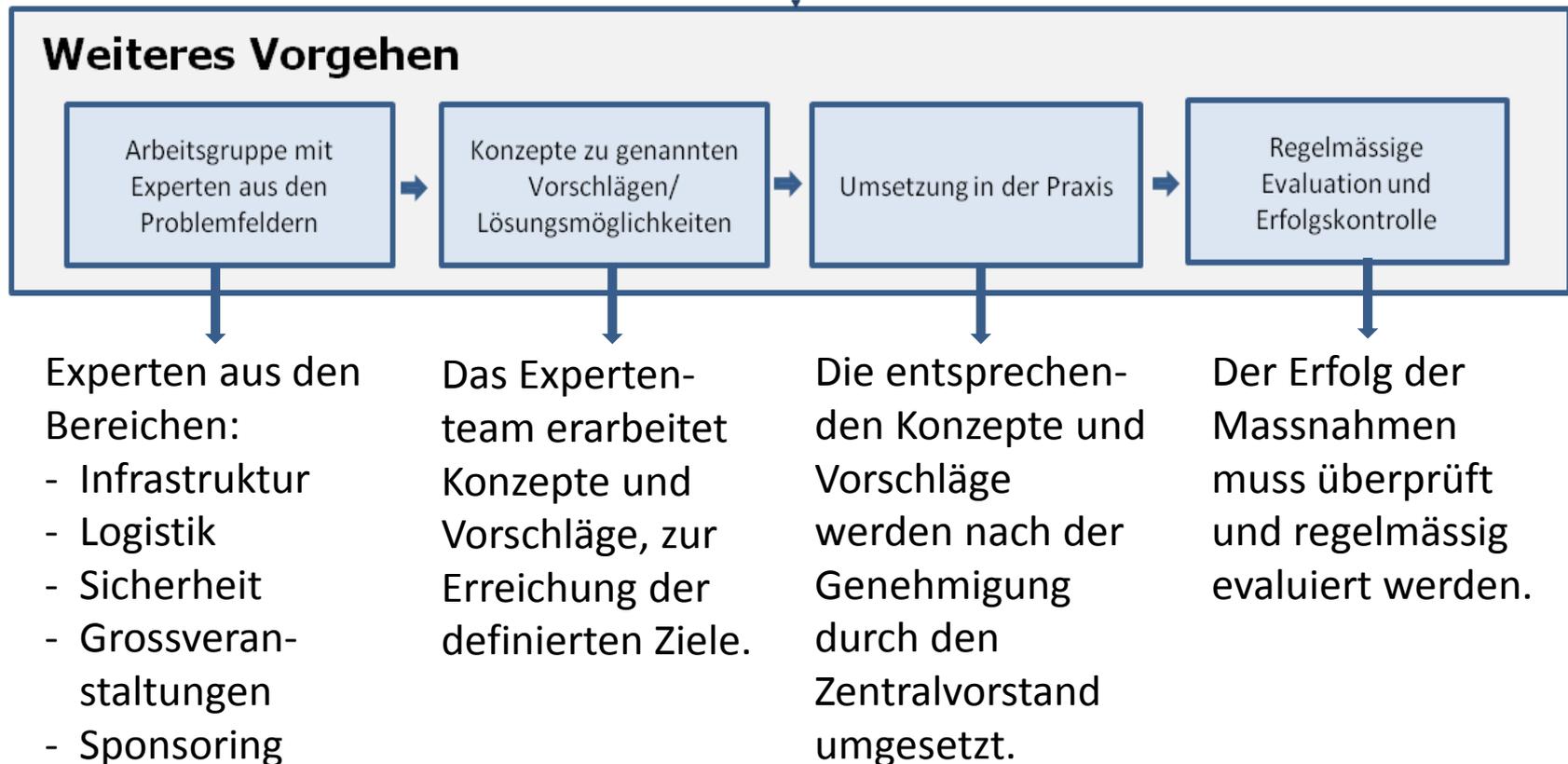
## **Sponsoring:**

- Support ESV für ESAF OK
- Überprüfen ob Synergien in Form von langfristigen Sponsoring Engagements (z.B. 3 Perioden) für den ESV als auch für die ESAF in Frage kommen.
- Herausforderungen:  
Interessenskonflikt zwischen regionalen und nationalen Sponsoren

## **Ticketing**

- Zusammensetzung und Höhe der Eintrittspreise
- Arena: Ticketverteilung (siehe Anforderungen Pflichtenheft)
- Festgelände: Finanzierung Kosten Festgelände und Steuerung der Besucherstruktur

# Weiteres Vorgehen





## 5. Erste Schlussfolgerungen des ESV

# Erste Schlussfolgerungen des ESV

## Strategische Schlussfolgerungen:

- Der ZV ESV wird anlässlich seiner Strategietagung von anfangs Oktober 2014 die Ergebnisse der Studie auswerten.
- Klar ist, dass:
  - Eine Arbeitsgruppe beantragt wird, die die Bereiche:
    - Standortwahl
    - Anforderungen / Pflichtenheft
    - Sponsoring
    - Ticketinganalysieren soll

**Ein Zurück ins Reduit gibt es nicht!**



# Erste Schlussfolgerungen des ESV

## Zusammensetzung Arbeitsgruppe:

Der ESV steuert seine Zukunft selber:

- Es werden keine Berater in der strategischen Arbeitsgruppe sein
- Alle Ansprechgruppen des ESV sollen in der strategischen Arbeitsgruppe vertreten sein:
  - Aktivschwinger
  - Funktionäre
  - Ehrenmitglieder ESV

**Die strategische Arbeitsgruppe besteht nur aus ESV-Mitgliedern!**



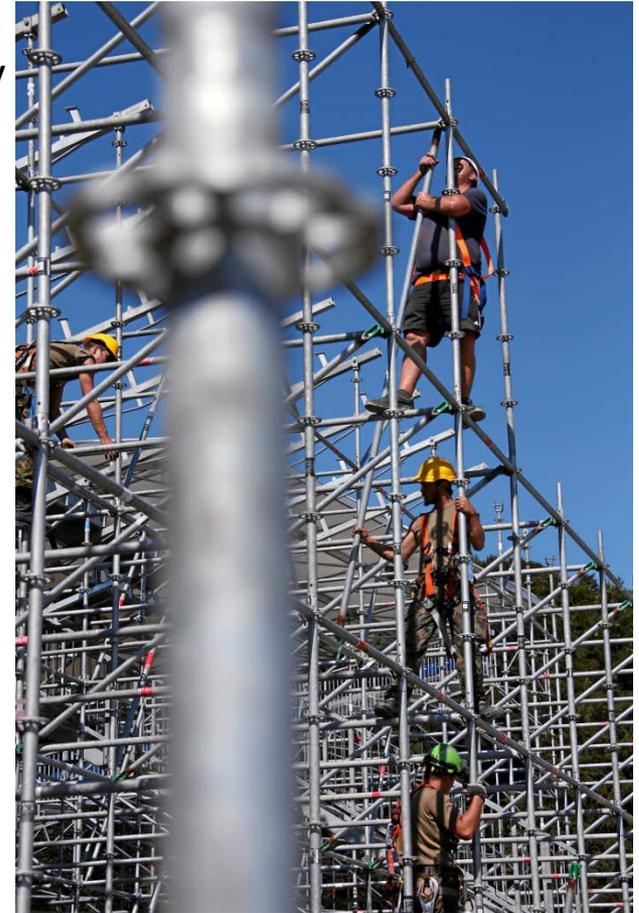
# Erste Schlussfolgerungen des ESV

## Mögliche operative Umsetzungen:

Leitfaden als Ergänzung zum Pflichtenheft ESAF-ESV

- Vorgehen Machbarkeitsanalyse
- Definieren Vergabekriterien
- Erstellung Kontoplan, Vorschlag Organigramm
- Ausarbeitung Musterverträge

**Die Mitarbeit externer Berater ist zwingend!**



# Erste Schlussfolgerungen des ESV

---

**Aber:**

*Die Autonomie und die regionalen Eigenheiten der zukünftigen Organisationskomitees der ESAF's dürfen nicht eingeschränkt werden!*

**Der strategische Prozess der Vergabe der ESAF's nach den definierten Vergabekriterien ist eine der Kernaufgaben des ESV – die operative Umsetzung danach ist Aufgabe des jeweiligen ESAF-OK's!**





## 6. Offene Fragen zur Studie und dem weiteren Vorgehen

# Informationen zur Studie

---

## Auftraggeber

Eidgenössischer Schwingerverband (ESV)  
Postfach 1895  
3401 Burgdorf

## Auftragnehmer

Hochschule Luzern – Wirtschaft,  
ITW Institut für Tourismuswirtschaft  
Rösslimatt 48  
6002 Luzern  
Website: [www.hslu.ch/itw](http://www.hslu.ch/itw)

## Projekt

Analyse zur Entwicklung der Eidgenössischen Schwing- und Älplerfeste (ESAF) 2001 bis 2013

## AutorInnen:

Jürg Stettler, Prof. Dr. rer. pol.  
Anna Wallebohr, Dipl. Sportwissenschaftlerin  
Christine Herzer, lic. oec. publ.  
Christin Hausmann, MSc Business Administration

Link zur Studie: [www.esv.ch/verband/dokumente](http://www.esv.ch/verband/dokumente)



Kooperationspartner: Event-Analytics

Event Analytics ist ein Verbund zwischen Rütter Soceco, einem privaten Forschungsunternehmen, und dem Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern im Bereich der Analyse und Beratung von Events. Weitere Informationen auf: [www.event-analytics.ch](http://www.event-analytics.ch)