Zusammenfassung der

Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung der Walensee-Bühne 2024

Darstellung der Hauptergebnisse der oben erwähnten Studie
Betrachtungszeitraum der Studie: Spielsaison 2024, HEIDI – DAS NEUE MUSICAL

Institut für Tourismus und Mobilität – ITM
Hochschule Luzern – Wirtschaft
Rösslimatte 48
6002 Luzern

31. März 2025 / 2. Auflage

HSLU

AACSB ACCREDITED

Impressum

Auftraggeber
TSW Musical AG
Alte Spinnerei 21
8877 Murg

Auftragnehmer
Institut für Tourismus und Mobilität – ITM
Hochschule Luzern – Wirtschaft
Rösslimatte 48
6002 Luzern

Autor:innen
- Dr. Anna Wallebohr (ITM)
- Dr. Hannes Wallimann (ITM)
- MSc. Jana Z'Rotz (IBR)
- Prof. Dr. Jürg Stettler (ITM)

In Zusammenarbeit mit dem **Institut für Betriebs- und Regionalökonomie – IBR**

Informationen zum Auftragnehmer und zu den Autoren

Anna Wallebohr, Dr. phil.

Anna Wallebohr ist seit 2013 am ITM der Hochschule Luzern – Wirtschaft als Projektleiterin und Dozentin tätig. Sie erlangte ihr Diplom in Sportwissenschaften an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und schloss dort 2019 ihre Promotion zum Dr. phil. ab. Zu ihren Hauptaufgaben am ITM zählt neben der Lehre die Bearbeitung von Forschungs- und Beratungsprojekten in den Themenfeldern Sporttourismus, Events und Gesundheitstourismus.

Hannes Wallimann, Dr. oec.

Hannes Wallimann arbeitet seit 2018 am ITM der Hochschule Luzern – Wirtschaft und ist Dozent und Projektleiter. Davor war er bei der Wettbewerbskommission tätig. Hannes Wallimann unterrichtet Volkswirtschaftslehre an der Hochschule Luzern und arbeitet in verschiedenen Forschungsprojekten. Er doktorierte an der Universität Freiburg im Departement für Volkswirtschaftslehre.

Jana Z'Rotz, MSc.

Jana Z'Rotz ist seit 2018 am IBR, Institut für Betriebs- und Regionalökonomie der Hochschule Luzern – Wirtschaft als Projektleiterin und Dozentin tätig. Sie verfügt über einen Masterabschluss in Applied Economic Analysis mit Spezialisierung in Regionalentwicklung der Universität Bern. Ihre Fachkenntnisse umfassen unter anderem Themen der Stadt- und Regionalentwicklung, darüber hinaus hat sie Erfahrungen in der Durchführung von Wertschöpfungsstudien.

Jürg Stettler, Prof. Dr. rer. pol.

Jürg Stettler leitet seit über 25 Jahren das Institut für Tourismus und Mobilität und ist Vize-Direktor der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Davor war er am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern als Assistent und Oberassistent tätig, wo er auch seine Promotion zum Dr. rer. pol. erfolgreich abschloss. Die Kernkompetenzen von Jürg Stettler liegen in den Themenbereichen Destinationsmanagement, Nachhaltigkeit sowie Sportgrossveranstaltungen.

Inhaltsverzeichnis

1. Methodik (Begriffe und Datenquellen) S. 5
2. Ergebnisse der Online-Befragungen (Zuschauende / Lohn- und Honorarempfänger) S. 7
3. Volkswirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltung auf der Walensee-Bühne 2024 S. 11
4. Weitere Kennzahlen und Analysen des Veranstalters S. 13
5. Zusammenfassung S. 15

1. Methodik – Datengrundlagen

Im Fokus der Studie stand die **Berechnung der gesamthaften volkswirtschaftlichen Bedeutung der Veranstaltung auf der Walensee-Bühne, inklusive der dadurch entstandenen touristischen Effekte.** Der **Betrachtungszeitraum** umfasst ausschliesslich die **Spielsaison 2024**, HEIDI – DAS NEUE MUSICAL.

Die Berechnungen basieren auf der **Projektabrechnung der Veranstaltung 2024**, welche durch die HMR Treuhand AG in Altendorf erstellt wurde, und der zusätzlich berechneten **touristischen Wertschöpfung**.

Zur Berechnung der touristischen Wertschöpfung wurde im Anschluss an die Veranstaltung im August 2024 eine **anonymisierte Online-Befragung** bei den Zuschauenden und bei den **Lohn- und Honorarempfängern** durchgeführt.

Online-Befragung der Zuschauer

- Anzahl Einladungen: 11'046 Personen
- Rücklaufquote: 23.6% (2'562)
- Stichprobe: Repräsentativ für die Gesamtzielgruppe

Online-Befragung der Lohn- und Honorarempfänger

- Anzahl Einladungen: 186 Personen
- Rücklaufquote: 27% (49 Personen)
- Stichprobe: Repräsentativ für die Gesamtzielgruppe

1. Methodik - Abgrenzung

Im vorliegenden Bericht wurde die umfassende volkswirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltung auf der Walensee-Bühne für die Region Sarganserland-Walensee berechnet. Zu dieser Region gehören folgende Ortschaften und Gemeinden (vgl. Abbildung 1):

Walenstadt, Unterterzen, Oberterzen, Murg, Bad Ragaz, Flums, Mels, Pfäfers, Sargans, Vilters-Wangs, Quinten, Amden, Weesen, Mollis, Filzbach, Obstalden, Mühlehorn.

Die Wirkungen, die in der Gemeinde Walenstadt entstehen, sind in den regionalen Wirkungen inkludiert, werden aber auch separat ausgewiesen.

Die vorliegenden Resultate wurden auf Plausibilität überprüft. Die Zahlen sind gerundet ausgewiesen.

Abbildung 1: Übersicht Region Sarganserland-Walensee

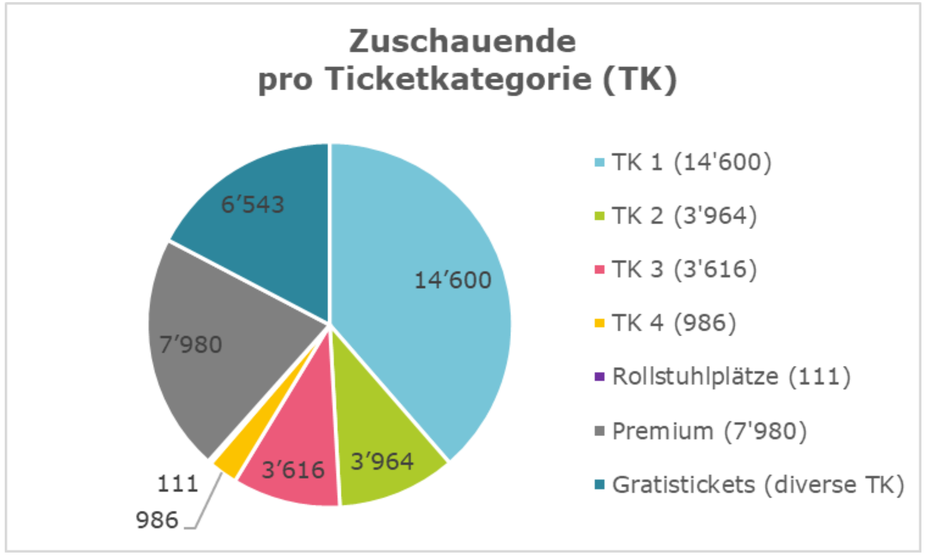
Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Wahlkreis_Sarganserland

2. Ergebnisse der Online-Befragungen - Struktur

Zuschauende (Ticketkategorie)

Insgesamt haben **37'800 Personen** HEIDI – DAS NEUE MUSICAL besucht, davon **2'710 Kinder, davon 1'389 Kinder gratis (Wert +90'000 CHF)** im Rahmen des Familienangebots.

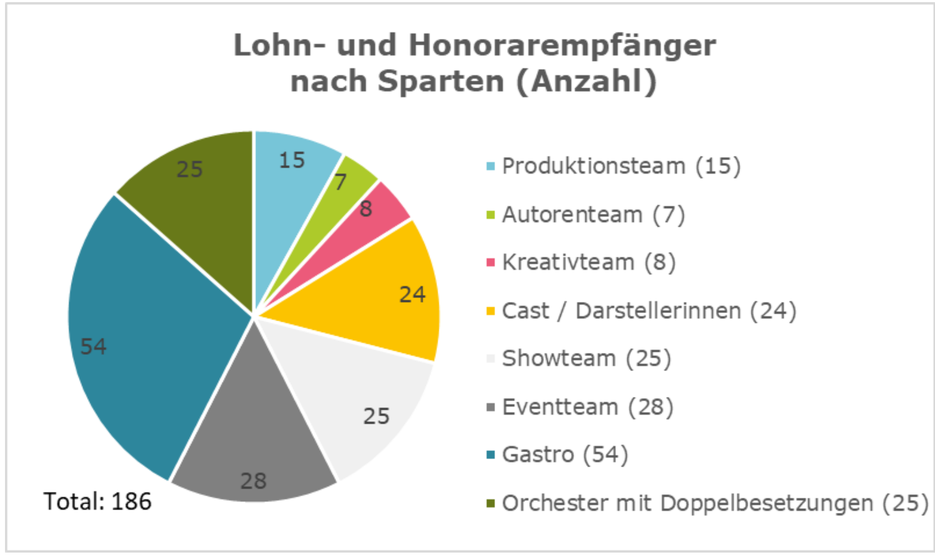
Abbildung 2: Zuschauende pro Ticketkategorie (Anzahl)



Lohn- und Honorarempfänger (Anzahl & Kategorie)

Insgesamt waren **186 Lohn- und Honorarempfänger** bei der Walensee-Bühne **direkt unter Vertrag**. Hinzu kommen Mitarbeitende von Zulieferunternehmen. Team vor Ort, pro Spielabend, ca. **112 Personen.**

Abbildung 3: Lohn- und Honorarempfänger (Anzahl)



Quelle: Angaben des Veranstalters

2. Ergebnisse der Online-Befragungen - Ausgaben

Abbildung 4: Ausgaben der Zuschauenden und Lohn- und Honorarempfänger nach Bereichen (in Mio. CHF)

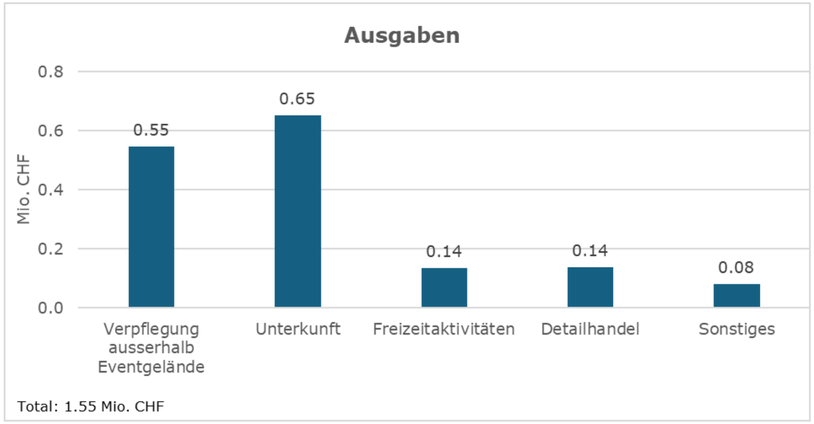
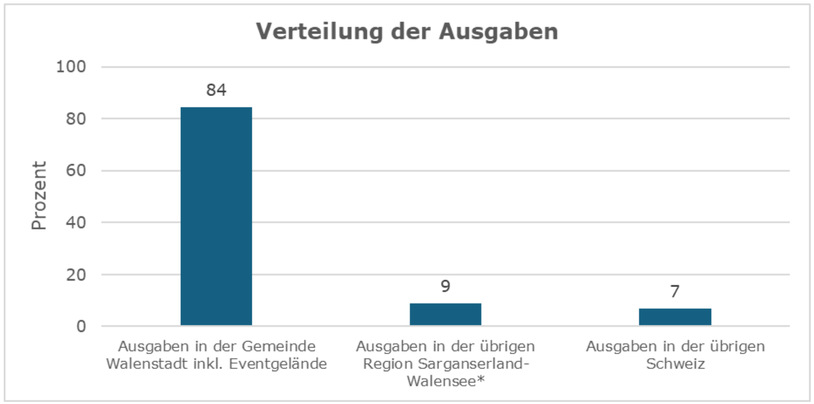


Abbildung 5: Verteilung der Ausgaben (in %) nach Region



Quelle: Online Befragung Zuschauende & Lohn- und Honorarempfänger

- Neben den Ausgaben für Tickets und Verpflegung auf dem Eventgelände tätigten Zuschauende und Lohn- und Honorarempfänger zusätzliche Ausgaben in der Höhe von **1.55 Mio. CHF**.
- Ein Grossteil der Ausgaben wurde im Bereich **Unterkunft (650'000 CHF)** und im Bereich **Verpflegung ausserhalb des Eventgeländes (550'000 CHF)** getätigt.
- Die durchschnittlichen Ausgaben für einen Übernachtungsgast liegen bei **312 CHF.**[1]
- Die durchschnittlichen Ausgaben für einen Tagesgast liegen bei **157 CHF.**[1]
- **84%** der Ausgaben wurden in der **Gemeinde Walenstadt** getätigt.[1]

[1] inkl. Tickets und Verpflegung auf dem Eventgelände

2. Ergebnisse der Online-Befragungen - Übernachtungen

Abbildung 6: Anteil Tages- und Übernachtungsgäste

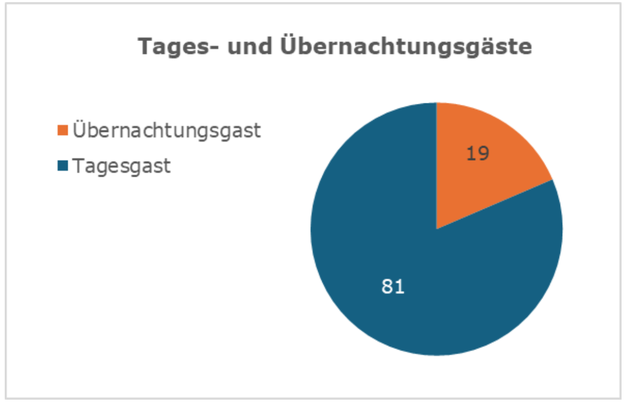
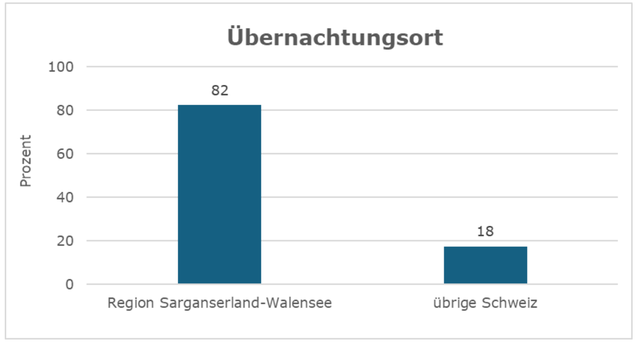


Abbildung 7: Verteilung Logiernächte Zuschauende nach Übernachtungsort



Quelle: Online-Befragung Zuschauende & Lohn- und Honorarempfänger

- Knapp **19%** der Zuschauenden waren **Übernachtungsgäste.**
- Die **durchschnittliche Übernachtungsdauer** betrug:
  - bei den Zuschauenden **1.6 Nächte**
  - bei den Lohn- und Honorarempfängern **39 Nächte**
- Durch HEIDI – DAS NEUE MUSICAL wurden **insgesamt 14'791 Logiernächte** ausgelöst.
  - **Zuschauende** generierten **11'895 Logiernächte**
  - **Lohn- und Honorarempfänger** generierten **2'896 Logiernächte**[1]
- **82% (9'754) der Logiernächte** durch Zuschauende wurden in der **Region Sarganserland-Walensee** ausgelöst.[2]

[1] Die Logiernächte der Lohn- und Honorarempfänger sind während der gesamten Saison (inkl. Probe- und Spielzeit) angefallen.

[2] Die Überprüfung der Plausibilität (Verhältnis Angaben Übernachtungen aus der Zuschauerbefragung zu vorhandenen Bettenkapazitäten) weist für die Gemeinde Walenstadt eine mögliche Verzerrung der Resultate auf. Aufgrund dessen werden die Resultate nur auf Ebene der Region ausgewiesen. Wir empfehlen, die Zahlen 2026 erneut bei den Zuschauenden zu erheben und zu validieren.

2. Ergebnisse der Besucherbefragung – Herkunft und Freizeitaktivitäten

Abbildung 8: Auszug Herkunft der Zuschauenden nach Region

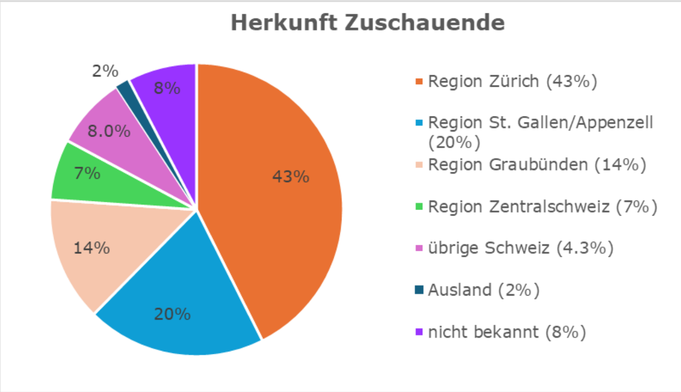
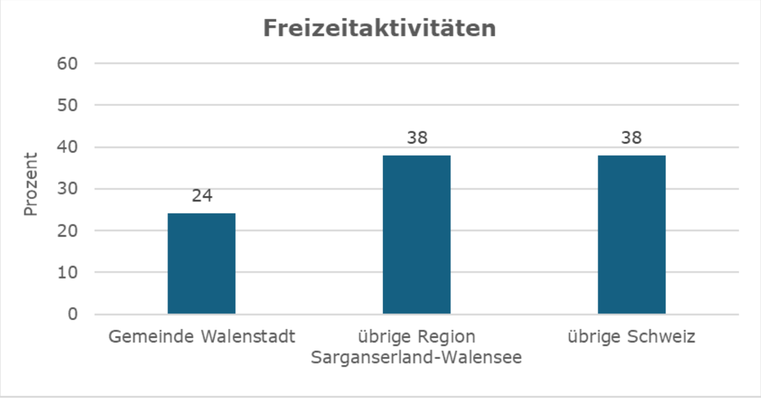


Abbildung 9: Freizeitaktivitäten nach Region



Quelle: Online-Befragung Zuschauende & Lohn- und Honorarempfänger

- **Fast die Hälfte** der Zuschauenden (43%) kommt aus der **Region Zürich**, 20% aus der Region St. Gallen/Appenzell, 14% aus der Region Graubünden und 7% aus der Zentralschweiz.
- Im Rahmen des Musical-Besuchs haben rund **3'400 Personen** eine weitere **Kultur- oder Freizeitaktivität** unternommen.
- Diese Aktivitäten fanden in **24%** der Fälle **in der Gemeinde Walenstadt,** in **38%** der Fälle **in der übrigen Region Sarganserland-Walensee** und in **38%** der Fälle in der übrigen Schweiz statt.
- Zu den beliebtesten Aktivitäten zählten Baden, Wandern, Schifffahrten sowie der Besuch des Heidi-Dorfs oder der 9. Schweizerischen Triennale der Skulptur Bad Ragartz 2024.

3. Volkswirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltung auf der Walensee-Bühne

Tabelle 1: Veranstaltung 2024 – Umsatz (gerundete Zahlen)

	Umsatz
Gemeinde Walenstadt	**1.6 Mio. CHF**
+ übrige Region Sarganserland-Walensee	+6.0 Mio. CHF
Region Sarganserland-Walensee	**7.6 Mio. CHF**
+ übrige Schweiz und Ausland	+4.9 Mio. CHF
Gesamt	**12.5 Mio. CHF**

- Die Veranstaltung 2024 löste in der **Gemeinde Walenstadt einen zusätzlichen Umsatz** von **1.6 Mio. CHF** aus.
- **Zusätzlich** kommen aus der **übrigen Region Sarganserland-Walensee** weitere **Umsätze** in der Höhe von **6.0 Mio. CHF** dazu.
- Somit ergibt sich ein **regionaler Gesamtumsatz von 7.6 Mio. CHF.**
- Weitere Umsätze in der Höhe von **4.9 Mio. CHF** wurden in der übrigen Schweiz und im Ausland ausgelöst.
- Gesamt löste die Veranstaltung 2024 damit einen **Umsatz von 12.5 Mio. CHF** aus.

Quelle: Online-Befragung Zuschauende & Lohn- und Honorarempfänger

3. Volkswirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltung auf der Walensee-Bühne

Tabelle 2: Veranstaltung 2024 – Wertschöpfung (gerundete Zahlen)

	Wertschöpfung
Gemeinde Walenstadt	**0.9 Mio. CHF**
+ übrige Region Sarganserland-Walensee	+2.3 Mio. CHF
Region Sarganserland-Walensee	**3.2 Mio. CHF**
+ übrige Schweiz und Ausland	+1.9 Mio. CHF
Gesamt	**5.1 Mio. CHF**

Tabelle 3: Veranstaltung 2024 – Vollzeitstellen (gerundete Zahlen)

	Jahres-vollzeitstellen
Gemeinde Walenstadt	**10**
+ übrige Region Sarganserland-Walensee	+16
Region Sarganserland-Walensee	**26**
+ übrige Schweiz und Ausland	+11
Gesamt	**37**

Quelle: Online-Befragung Zuschauende & Lohn- und Honorarempfänger

- **Die Veranstaltung 2024** löste in der **Gemeinde Walenstadt zusätzlich** eine **Wertschöpfung von 900'000 CHF** aus.
- **Zusätzlich** kommt aus der **übrigen Region Sarganserland-Walensee** eine **Wertschöpfung** von **2.3 Mio. CHF dazu.**
- Somit ergibt sich eine **regionale Gesamtwertschöpfung von 3.2 Mio. CHF.**
- Eine weitere **Wertschöpfung** in Höhe von **1.9 Mio. CHF** wurde in der übrigen Schweiz und im Ausland ausgelöst.
- Total resultierte aus dem Gesamtumsatz eine **Wertschöpfung von 5.1 Mio. CHF**.
- Für diese Wirkungen wurde ein Arbeitsvolumen von rund **37 Jahresvollzeitstellen** benötigt, davon **26 in der Region Sarganserland-Walensee** und **10 in der Gemeinde Walenstadt**.

4. Weitere Kennzahlen und Analysen – Medienspiegel

Anzahl Berichterstattungen zu HEIDI – DAS NEUE MUSICAL

Tabelle 4: Anzahl Artikel in den Medien

Medienkanal	Anzahl
Print	88
Radio	8
TV	11
Online	74
Berichterstattung Gesamt	181

Quelle: Ferris Bühler Communications GmbH

Medien- und Werbegegenwert = 810'000 CHF

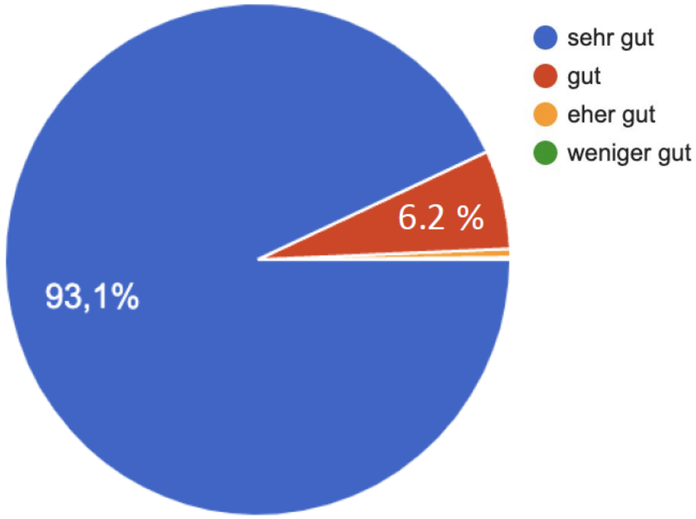
Quelle: Berechnungen Ferris Bühler Communications GmbH

Wirkung der Berichterstattung

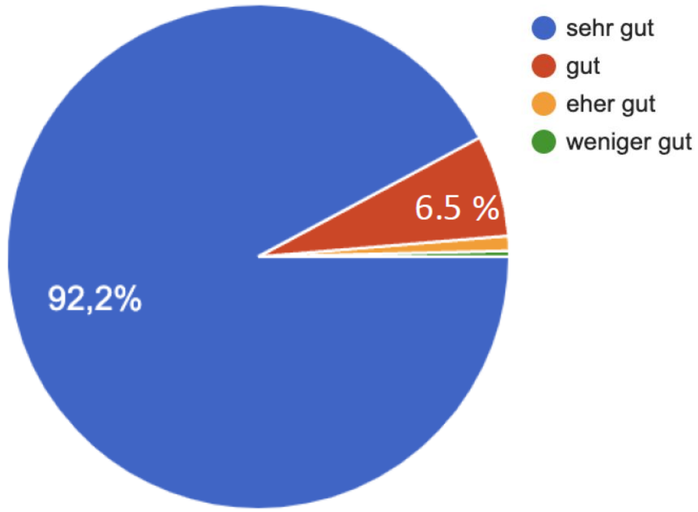
- Steigerung der **Bekanntheit** der Veranstaltung, des Austragungsorts und der Region
- Förderung der **kulturellen Identität** der Region nach innen
- Stärkung des **Images** der Veranstaltung, des Austragungsorts und der Region nach aussen

4. Weitere Kennzahlen und Analysen des Veranstalters – Gästebefragung

Die Gästebefragung wurde nach der Veranstaltung mittels der Umfrageverwaltungssoftware «Google Formulare» elektronisch durchgeführt. Insgesamt haben **2'650** Personen an dieser Umfrage teilgenommen (repräsentativ für die Gesamtzielgruppe). **67,7%** der befragten Personen waren **über 51 Jahre** alt, **17,2%** waren im Alter von **41-50 Jahren** und die restlichen **15,1%** waren jünger als **41 Jahre**.



99,3% der Befragten bewerteten das Gesamterlebnis mit **gut bis sehr gut**.



98,7% der Befragten bewerteten die Aufführung mit **gut bis sehr gut**.

Quelle: Gästebefragung Veranstalter - TSW Musical AG

Zusammenfassung

Im Fokus der Studie stand die **Berechnung der gesamthaften volkswirtschaftlichen Bedeutung der Veranstaltung 2024 auf der Walensee-Bühne, inklusive der dadurch entstandenen touristischen Effekte.**

- Insgesamt haben **37'800 Personen HEIDI – DAS NEUE MUSICAL** und somit **Walenstadt als Ziel-Destination** besucht, davon **2'710 Kinder**, davon **1'389 Kinder gratis (Wert +90'000 CHF)** im Rahmen des Familienangebotes.
- Die durchschnittlichen **Ausgaben für einen Übernachtungsgast** lagen bei **312 CHF,** inkl. Tickets und Verpflegung auf dem Eventgelände.
- Durch die Veranstaltung im Jahr 2024 entstanden insgesamt **14'791 Logiernächte** für den Tourismus, davon 82% in der Region.
- **186 Lohn- und Honorarempfänger** waren 2024 bei der Walensee-Bühne direkt unter Vertrag. Hinzu kommen Mitarbeitende von Zulieferunternehmen.
- Die Veranstaltung insgesamt löste in der Gemeinde Walenstadt einen **zusätzlichen Umsatz** von **1.6 Mio. CHF** aus. Daraus resultierte eine **zusätzliche Wertschöpfung in der Gemeinde von 900'000 CHF**. Diese Wertschöpfung entspricht **10 Jahresvollzeitstellen**.
- Durch weitere Umsätze in der übrigen Region Sarganserland-Walensee wurden regional **7.6 Mio. CHF Umsatz ausgelöst,** woraus eine **Wertschöpfung von 3.2 Mio. CHF** resultierte. Für diese Wirkung wurde ein Arbeitsvolumen von rund **37 Jahresvollzeitstellen** benötigt.
- Weitere Umsätze wurden in der übrigen Schweiz und im Ausland ausgelöst. Gesamthaft löste die Veranstaltung 2024 einen **Umsatz von 12.5 Mio. CHF** aus. Total resultierte daraus eine **Wertschöpfung von 5.1 Mio. CHF**.
- Durch **181 Medienartikel** in den Bereichen Print, Radio/TV/Online wurde ein **Medien- und Werbegegenwert von 810'000 CHF** erreicht.
- Gemäss Gäste-Online-Befragung bewerteten **99.3% der Gäste** das Gesamterlebnis Walensee-Bühne mit **gut bis sehr gut.**

Institut für Tourismus und Mobilität – ITM
Hochschule Luzern – Wirtschaft
Rösslimatte 48
6002 Luzern