



SALZBURGER FESTSPIELE

Motor für die Wirtschaft,
Exzellenz-Infusion für den Standort.

Wertschöpfungsanalyse
der Salzburger Festspiele

Inhaltsverzeichnis

Landeshauptmann Dr. Wilfried Haslauer	2/3
Festspielpräsidentin Dr. Helga Rabl-Stadler	4
WKS-Präsident KommR Konrad Steindl	5
Salzburger Festspiele: Motor für die Wirtschaft, Exzellenz-Infusion für den Standort	7
Einleitung	9
Der Wirtschaftsstandort Salzburg	10
Ergebnisse der Besucherbefragung zu den Festspielen 2015	17
Berechnung der Wertschöpfung, Arbeitsplätze und Einkommen	25
Zusammenfassung	29

Content

Forewords	2-5
Salzburg Festival: economic engine, excellence infusion for the location	31
Introduction	33
Salzburg the business location	35
Results of visitor survey on 2015 Festival	40
Calculation of value creation, jobs and income	48
Summary	53

SALZBURGER FESTSPIELE

**Motor für die Wirtschaft,
Exzellenz-Infusion für den Standort.**

**Wertschöpfungsanalyse
der Salzburger Festspiele**

STANDORT-REPORT DER WKS #1

„Die Salzburger Festspiele. Ein Standortfaktor erster Güte“

Das alte Vorurteil, wonach man in der Welt der Kultur und jener der Wirtschaft nicht immer dieselbe Sprache sprechen würde, hält sich da und dort noch hartnäckig. Wenig verwunderlich daher, dass die eine Welt nicht selten glaubt, sich gegenüber der jeweils anderen rechtfertigen zu müssen. Dabei fällt es doch nicht schwer, sich nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg als Resultat einer ganz bestimmten Unternehmenskultur vorzustellen. Umgekehrt ist der Kulturbetrieb heute als produktiv-schöpferischer Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft auch unter FachökonomInnen längst anerkannt.

Erfreulich, dass man das Diktum von der „Umwegrentabilität“ heute kaum mehr verwendet. Als ob sich der Kulturbetrieb erst „auf Umwegen“ seine Daseinsberechtigung verschaffen müsste! Dafür ist gerade in Bezug auf Salzburg immer öfter von dessen „Alleinstellungsmerkmalen“ die Rede, und davon, welchen bedeutenden, ja entscheidenden Anteil die Salzburger Festspiele daran haben.

Dass Salzburg über die schönste Altstadt, die schönsten Ortschaften, Berge und Seen, den besten Mix an erfolgreichen Unternehmen verfügt usw. – wer würde hier daran zweifeln? Aber, Hand aufs Herz: Behauptet man das nicht anderswo ganz ähnlich? Sobald aber die Salzburger Festspiele als Weltmarke ins Treffen geführt werden, wird das Feld der Wettbewerber klein. Sehr klein. Das Wort von den Salzburger Festspielen als bedeutendstem Kulturfestival der Welt wurde nicht etwa in Salzburg geprägt. Umso mehr erfüllt uns diese Zuschreibung mit Freude.

Weltniveau will immer wieder aufs Neue erarbeitet werden. Dazu ist, wie es der unvergessene Michael Fischer einmal als charmantes Understatement ausgedrückt hat, jene „Projektgruppe“ von sehr begabten und engagierten Menschen erforderlich, „die durch unterschiedliche Kunstformen eine Darstellung der Wirklichkeit versuchen, Visionen umsetzen wollen, um Tradition und Zukunft in einen konzeptionellen Ausgleich zu bringen“. Das alles bedarf als Voraussetzung eines höchstmöglichen Maßes an künstlerischer Qualität und auch eines entsprechenden Managements!

Dass dieses wunderbar orchestrierte Zusammenspiel alljährlich so vortrefflich gelingt, macht uns als Salzburger stolz und achtsam zugleich. Manchmal ist es daher auch wichtig, das, was man schon hinlänglich zu wissen glaubt, anhand aktueller Daten und Fakten zu überprüfen. Die moderne wirtschaftswissenschaftliche Analytik bietet Instrumente, die ökonomische Bedeutung der Salzburger Festspiele als Standortfaktor, als dynamisches Netzwerk und als Kompetenzfaktor für Stadt und Land Salzburg neu zu untersuchen und zu dokumentieren.

Die umfassende Analyse der Wirtschaftskammer Salzburg dazu, hier komprimiert als Standortreport, bietet viele neue, interessante Blickwinkel auf das komplexe „Festspiel-Ökosystem“ und lässt einmal mehr die enormen ökonomischen Wirkungen der Salzburger Festspiele auf die gesamte Region deutlich erkennen.

Die eigentliche Schöpfung von Werten durch die Salzburger Festspiele wird auch weiterhin im originär künstlerischen Bereich liegen. Die vorliegende



© Land Salzburg/Hélge Kirchberger

umfassende Studie ist jedoch sehr gut geeignet, unseren Blick für die Wertschöpfung im weiteren Sinne unserer Festspiele weiter zu schärfen.

Bei allen, die zur aufschlussreichen neuen Studie und zur Entstehung dieses kompakten Reportes über den Standort Salzburg am Schnittpunkt zwischen Kulturbetrieb und Wirtschaft beigetragen haben, bedanke ich mich sehr herzlich.

Wilfried Haslauer

Dr. Wilfried Haslauer
Landeshauptmann

Ich freue mich sehr, die von der Wirtschaftskammer Salzburg durchgeführte Studie über die wirtschaftliche Bedeutung der Salzburger Festspiele nunmehr auch in Broschürenform als Standortreport gemeinsam mit der WK Salzburg präsentieren zu können.

Die Diskussion über ihren wirtschaftlichen Nutzen begleitet die Festspiele schon von ihren Anfängen an. Max Reinhardt gelang es, die Salzburger zu ihrem Glück zu zwingen, indem er 1917, vor genau 100 Jahren also, in seiner „Denkschrift zur Errichtung eines Festspielhauses in Hellbrunn“ für den Fall der Festspielgründung positive künstlerische und ökonomische Auswirkungen versprach: „Die Errichtung eines Festspielhauses in der schönen und beliebten österreichischen Heimat wird für diese selbst und zwar nicht allein für die künftige Festspielstadt Salzburg, sondern für erheblich weitere Kreise der Erblande unseres erhabenen Kaiserhauses von außerordentlicher Bedeutung sein.“

Aus heutiger Sicht könnte man sagen: Die Salzburger Festspiele waren ein visionäres Start-up-Unternehmen, das nach den Schrecken des Ersten Weltkriegs gezeigt hat, was man mit Idealismus, Kreativität, Beharrlichkeit und Mut erreichen kann. Auch dank der Salzburger Festspiele zählt Salzburg heute zu den zwanzig wirtschaftsstärksten Regionen in Europa.

Bei der aktuellen Studie hat das Team der WK Salzburg noch tiefer geschürft als bei den bisherigen Untersuchungen. Erstmals wurde nicht nur die Umwegrentabilität errechnet – wobei diese mit rund 77 Millionen Euro an direkten und indirekten Steuern und Abgaben ebenfalls beachtlich ist und die Festspiele 2.800 Vollzeitarbeitsplätze in Salzburg



© Salzburg Festspiele/witdbild

und 3.400 in ganz Österreich schaffen. Auf Basis der Befragung wurde eine regionale und überregionale Wertschöpfungsrechnung durchgeführt, die ein genaueres Bild der wirtschaftlichen Auswirkungen ermöglicht.

Ich möchte daher Studienautor Mag. Helmut Eymannsberger für seine Arbeit ebenso danken wie WKS-Präsident KommR Konrad Steindl für die stetige finanzielle und ideelle Unterstützung der Salzburger Festspiele.

Helga Rabl-Stadler

Dr. Helga Rabl-Stadler
Präsidentin der Salzburger Festspiele

Salzburger Festspiele: Exzellenz, von der viele Nutzen ziehen

Es ist das Verdienst der Studie „Ökonomische Auswirkungen der Salzburger Festspiele“ von Mag. Helmut Eymannsberger und Klemens Kurtz M.A., den ökonomischen Betrachtungswinkel auf die Salzburger Festspiele enorm ausgeweitet zu haben. Über die bloße Umwegrentabilität hinausgehend, die im Zentrum früherer Studien stand, rückten die beiden Experten der Wirtschaftskammer Salzburg nunmehr die gesamte Wertschöpfungseffekte der Festspiele in den Fokus. Mehr noch: Sie sprachen auch die zahlreichen ökonomischen Netzwerk-Effekte an, die sich aus einer Institution wie den Salzburger Festspielen ergeben. Die Studie, die nun als erste Ausgabe der neuen Reihe der WKS-Standortreporte erscheint, zeichnet somit ein neues Bild der Salzburger Festspiele: Neben der unleugbar beeindruckenden Wertschöpfung erfüllen die Salzburger Festspiele als Zentrum eines organisch gewachsenen wirtschaftlichen Ökosystems viele Funktionen und erzeugen Wirkungen, die den Unternehmensstandort Salzburg tief prägen.

Diese Wirkungen sind für Salzburgs Wirtschaft natürlich hochwillkommen. Ich möchte nur zwei Beispiele anfügen: Salzburgs auf hohem Niveau befindliche Gastlichkeit konnte nur entstehen, weil die Festspiele über viele Jahrzehnte eine starke Nachfrage nach gehobener Hotellerie und Top-Gastronomie ausgelöst haben. Salzburgs hohe Dichte an Stern- und Haubenrestaurants ist ein Beleg dafür. Und das sorgt auch für entsprechende Bildungsnachfrage. Dass Salzburg Standort von Top-Tourismusschulen ist, kommt nicht von ungefähr, sondern ist auch Ergebnis des Kulturtourismus, den die Festspiele auslösen.



© WKS/Neumayr

Die weitreichende und richtige Entscheidung Salzburger Unternehmer vor bald hundert Jahren, sich wirkungsvoll für die Gründung der Festspiele einzusetzen, erweist sich somit als eine der wichtigsten wirtschaftspolitischen Weichenstellungen in der Geschichte Salzburgs: Damit wurde ein Motor in Gang gesetzt, der dem ganzen Land bis heute wirtschaftlichen Schwung verleiht. Unsere Studie hat dies – erstmals in erweiterter Form und mit neuer Methodik – eindrucksvoll nachgewiesen. Möge sie als Basis für eine vertiefte Auseinandersetzung mit Musik- und Kulturwirtschaft und mit neu zu fassenden Stärkeprofilen Salzburgs dienen.

KommR Konrad Steindl
Präsident der Wirtschaftskammer Salzburg



Die Siemens Fest>Spiel>Nächte sind nur ein Beispiel der besonderen Kooperation zwischen Festspielen und Wirtschaft.

SALZBURGER FESTSPIELE: MOTOR FÜR DIE WIRTSCHAFT, EXZELLENZ-INFUSION FÜR DEN STANDORT

Das Ergebnis in Kurzform: # 183 Mill. Euro Wertschöpfung

- Die Salzburger Festspiele schaffen alljährlich direkt und indirekt eine Wertschöpfung in Salzburg von 183 Mill. Euro und in Österreich von 215 Mill. Euro. Die Studie unterscheidet sich von früheren Analysen, die einen kumulierten Umsatzeffekt als Wirkung angaben. Eine Wertschöpfungsorientierung und das angewandte ökonometrische Modell ermöglichen nunmehr auch die Berechnung von Einkommenseffekten, Brancheneffekten und die vermehrte Berücksichtigung von Steuern und Sozialabgaben.
- Die Festspiele sichern damit in Salzburg eine Beschäftigung (inklusive der Jahresbeschäftigten und auf Vollzeitäquivalente umgerechnete Saisonkräfte der Festspiele) von 2.800 Vollzeitarbeitsplätzen (Österreich 3.400).
- Sie erbringen direkt und indirekt in ihrer Wirkung in anderen Branchen für die öffentliche Hand rund 77 Mill. Euro an Steuern und Abgaben.
- Die Salzburger Festspiele erzeugen darüber hinaus aber auch schwer messbare „intangible“ Effekte wie Image-Effekte, Bildungsnachfrage und Kompetenz-Cluster in Branchen und Unternehmen, was zusammen ein „Festspiele-Ökosystem“ ergibt, das durch die Berechnung der „tangiblen“ Effekte nur teilweise erfasst wird.

Festspielpräsidentin Dr. Helga Rabl-Stadler: „Wir sind über die Festspielzeit hinaus ein Wirtschaftsmotor, der dank exzellenter kultureller Leistungen nicht nur messbare Wertschöpfungs-, Fiskal- und Beschäftigungseffekte in großer Höhe erzeugt. Ebenso tragen die Festspiele seit bald hundert Jahren zur Bildung hochwertiger Kompetenz in der gesamten Wirtschaft Salzburgs bei. Wir reichern das Image des Standortes zu Gunsten aller Branchen wesentlich an und sind mit jeder Festspielsaison Ermöglicher zusätzlicher Wertschöpfung.“

*Der schönste „Pausenraum“
der Welt, die Salzburger Hofstallgasse.*



EINLEITUNG

In einem Standardwerk über die „Geschichte der österreichischen Bundesländer“ fasst R. Kannonier in wenigen Sätzen den Charakter der Salzburger Festspiele mit ihrem internationalen, kulturellen Anspruch und ihrer Funktion als Auslöser vielfältiger Wertschöpfungseffekte zusammen:

„... stellen die Salzburger Festspiele in zumindest zweierlei Hinsicht ein einzigartiges Konzentrat in der europäischen Festspiellandschaft dar. Zum einen waren und sind sie ein beispielhafter Schnittpunkt von Politik, Wirtschaft und Kultur. Zum anderen, ... ein nationales Aushängeschild, weltkultureller Prägung und ein wichtiger lokaler bzw. regionaler Wirtschaftsfaktor. An keinem anderen Festspielort fließen die Begriffe ‚Welt‘, ‚Nation‘ (Österreich) und ‚Region‘ bzw. ‚Stadt‘ scheinbar so selbstverständlich ineinander wie in Salzburg ...“¹

Rund 20 Jahre später trug der Leitartikel des Chefredakteurs der „Salzburger Nachrichten“ zu Beginn der Salzburger Festspiele 2016 den Titel: „Was wäre Salzburg ohne seine Festspiele?“.

Darin heißt es:

„Stadt und Land sind ohne das größte Kulturereignis Europas nicht denkbar ... ein Körper ohne Herz ... Die Salzburger Festspiele sind überall sichtbar und spürbar. Sie breiten sich über Stadt und Land aus ...“²

Wirtschaft und Salzburger Festspiele? Dieses Verhältnis wurde in der Vergangenheit oft auf die bloße „Umwegrentabilität“ für die öffentliche Hand reduziert. Doch lösen die Salzburger Festspiele als weltweit führendes Musik- und Theaterfestival weit mehr als nur fiskalische Effekte aus. Sie erfüllen als Zentrum eines organisch gewachsenen wirtschaftlichen Ökosystems viele Funktionen und erzeugen Wirkungen, die den Unternehmensstandort Salzburg insgesamt tief prägen und die selbst über Salzburg hinausgehen.

¹ R. Kannonier (1997, S. 736).

² M. Perterer (2016, S. 6). Dieser Leitartikel war gleichsam die Ouvertüre der umfangreichen (jährlich erscheinenden) Festspielbeilage dieses Mediums.

DER WIRTSCHAFTSSTANDORT SALZBURG

Salzburg sticht mit der unter den österreichischen Bundesländern traditionell niedrigsten bzw. zweitniedrigsten Arbeitslosenrate hervor. Dies unterstreicht die Attraktivität als Arbeits- und Wirtschaftsstandort. Die Kaufkraft je Einwohner ist mittlerweile die höchste Österreichs, das Bruttoregionalprodukt pro Einwohner mit 46.100 Euro nach der Bundeshauptstadt Wien ebenso. Die Exportleistungen der Salzburger Wirtschaft liegen über dem Durchschnitt.

Dass Salzburg auch am wenigsten Krankenstandtage je Arbeitnehmer zu verzeichnen hat, passt in das hervorragende Bild eines außergewöhnlichen Wirtschaftsstandortes, der mit einer hervorragenden Lebensqualität zusätzlich punktet: Fakt ist, dass die durchschnittliche Lebenserwartung in der Region Salzburg beträchtlich über 82 Jahre beträgt. Der „typische“ Salzburger zählt daher zu den langlebigsten Europäern. Selbst die Ärztedichte ist relativ hoch: Nur drei europäische Hauptstadtregionen liegen hier vor Salzburg, das auf 100.000 Einwohner 532 Ärzte aufweist.

Salzburgs Wirtschaft steht somit – strukturell gut verteilt – auf mehreren Säulen: von der Produktion (Gewerbe und Handwerk, Industrie, Bau) über den Handel und Dienstleistungen bis zum Tourismus.



© SLTG

Als Standort zahlreicher internationaler und nationaler Headquarters, als Handels-, Industrie- sowie als Dienstleistungszentrum sowie als kleiner, aber feiner Finanzplatz schätzen viele Unternehmen nicht nur die wunderbare Lebensqualität, sondern auch die Sicherheit und Qualität der Dienstleistungen in und um Salzburg.

In einer Analyse vom Frühjahr 2016 verglich die Wirtschaftskammer Salzburg die Region Salzburg (Bundesland) mit einer Auswahl der weiteren 172

*„Kultur umfasst den materiellen und immateriellen Wert einer Gesellschaft. Sie spiegelt die Summe des gesamtgesellschaftlichen Vermögens, Könnens und Verhaltens wieder.“
(I. Gottschalk, 2015, S. 11)*

europäischen Regionen. Dabei wurden im Wesentlichen die 32 besten (!) aller EU-Regionen als Vergleichsmaßstab herangezogen. Mitberücksichtigt wurden auch die anderen Bundesländer Österreichs, die – bis auf wenige Ausnahmen – ebenfalls zu der Gruppe der 33 an der Spitze platzierten Regionen zu zählen sind. Untersucht wurde eine Auswahl der von der europäischen Statistikbehörde Eurostat zur Verfügung gestellten, auf der regionalen Ebene verfügbaren Indikatoren (zumeist) für das Jahr 2014.

Das Ergebnis war kein überraschendes. Kurz zusammengefasst: Die Region Salzburg zählt – von Millionenstädten und Hauptstadtregionen abgesehen¹ – unter rund 270 untersuchten zu den wirtschaftskräftigsten Regionen Europas. Zum einen aufgrund des erwirtschafteten hohen Bruttoregionalprodukts, zum anderen durch das Stärkefeld eines berufsbildenden Schulwesens und des europaweiten Aushängeschildes der sogenannten dualen Ausbildung in Betrieb und Schule, einer überdurchschnittlich hohen Lebenserwartung in einer mit Ärzten bestversorgten Region und einer, trotz zahlreicher Hochschuleinrichtungen

und einer lebendigen Start-up-Szene noch ausbaufähigen Forschungsquote.

Wie sich in den letzten fünfzig oder hundert Jahren das Bundesland Salzburg und seine Wirtschaft (unter schwierigsten Bedingungen) weiterentwickelt haben, legten – Zufall oder eben nicht – im Rückblick auch die Salzburger Festspiele gleichsam synchron eine rasante Performance an den Tag. Es ist daher nicht vermessen, von einem Festspiel-Ökosystem in Salzburg und darüber hinaus zu sprechen. Blenden wir kurz zurück:

Salzburger Festspiele: Nicht nur ein wirtschaftlicher Motor mit Wirkung weit über Salzburg hinaus.

Erstmals wurden 2016 die Auswirkungen der Salzburger Festspiele einer umfassenden Analyse unterzogen, inwieweit das „Salzburg Festival“ Strahlkraft über die von vornherein auf der Hand liegenden Branchen wie Handel und Tourismus besitzt. Selbst der Wirtschaftsstandort Salzburg an sich wird, wie sich herausgestellt hat, von den Festspielen mitgeprägt, womit sie zu den wertvollsten Wertschöpfungstreibern des Landes zählen. Diesen umfassenden, neuen Ansatz wählte 2016 die Studie der Wirtschaftskammer Salzburg („Ökonomische Auswirkungen der

¹ Um zu vermeiden, dass Nicht-Vergleichbares miteinander in Beziehung gesetzt wird, werden keine pauschalierten Aussagen über alle Regionen hinweg getroffen.



© SLTG

Salzburger Festspiele“), welche die WKS-Stabstelle Wirtschafts- und Standortpolitik in Zusammenarbeit mit den Salzburger Festspielen erstellt hat.

In dieser Analyse wurden erstmals auch die sogenannten intangiblen Effekte untersucht, jene ökonomischen Effekte, die sich einer monetären Bewertung entziehen.

Nachstehende positive, nur als Beispiele angeführte intangible Wirkungen sind daher zwar schwer oder nicht messbar, aber für einen Wirtschaftsstandort höchst willkommen:

- Salzburgs Gastlichkeit auf hohem Niveau konnte nur entstehen, da die Festspiele über viele Jahrzehnte eine starke Nachfrage nach gehobener Hotellerie und Top-Gastronomie ausgelöst haben. Salzburgs hohe Dichte an Stern- und Haubenrestaurants ist ein Beleg dafür.

- Das sorgt auch für entsprechende Bildungsnachfrage: Dass Salzburg Standort von Top-Tourismusschulen ist, kommt nicht von ungefähr, sondern ist auch Ergebnis des Kulturtourismus, den die Festspiele auslösen. Ebenso ist wohl auch die Universität Mozarteum, eine international bekannte Musikhochschule, nur in Verbindung mit den Festspielen in dieser Form denkbar.
- Der **Kompetenz- und Netzwerkeffekt** am Standort Salzburg ist unübersehbar. In keiner Stadt dieser Größenordnung kann während der Festspielzeit praktisch gleichzeitig verteilt über die Stadt in den verschiedensten Spiel- und Aufführungsstätten künstlerisch, technisch und logistisch solch ein Programm bewältigt werden. Salzburg weist auch einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Catering-Unternehmen im Vergleich zu anderen Bundesländern auf, ebenso an Eventspezialisten.
- Selbst ein nennenswerter **Identitätseffekt** ist nicht von der Hand zu weisen: Aufgrund der Verankerung und der mittlerweile fast hundertjährigen Tradition sind die Salzburger Festspiele dank ihres Qualitätsanspruchs nicht nur zu einem Kulturschwergewicht, sondern geradezu zu einem über viele Jahre stabilen Faktor in Salzburg geworden. Die seit mittlerweile 15 Jahren veranstalteten Siemens-Festspielnächte und viele andere Aktivitäten in- und außerhalb der Festspielzeit in der Stadt wie auch im Land Salzburg lassen den Leitgedanken Hugo von Hofmannsthal's von „der Stadt als Bühne“ immer mehr zur Realität werden.

„Bilder von Städten sind gebündelte Wertungen und Vorurteile, welche nicht zwangsläufig mit Fakten übereinstimmen. Bilder entstehen in einem langsamen Prozess und verfestigen sich im Laufe der Zeit. Bilder lassen sich typologisch unterteilen in wirtschaftliche Bilder, kulturelle Bilder, geschichtliche Bilder und räumliche Bilder, welche sich gegenseitig beeinflussen. Kulturelle Bilder beziehen sich auf berühmte Bauwerke oder Personen, auf Image prägende Kulturbereiche, auf Bildungs- und Forschungseinrichtungen, kirchliche Funktionen, Feste und Festspiele und auf Mentalitäten und Prägungen der Bevölkerung.“
(B. Grabow u. a., 1995, 105ff)

- Dass sich die Musikwirtschaft in Salzburg im Vergleich zu anderen Bundesländern besser behauptet, ist mit unmittelbarer Wirkung von den Festspielen.
- Beispielhaft sind aber auch das Taxi-Gewerbe, die Fremdenführer, die Handwerksbetriebe im Einsatz für die Festspiele, die Medienwirtschaft und auch der Salzburg Airport Teil des einzigartigen „Festspiele-Ökosystems“.
- Der Beitrag zur **Markenbildung von Destinationen** durch regelmäßig wiederkehrende größere Veranstaltungen wird von Scherer u. a. besonders herausgestrichen.¹ Diese Konsequenz der Permanenz wurde bisher viel zu wenig beleuchtet, weil dies einen großen Unterschied etwa zu Einzelereignissen macht. Die seit vielen Jahrzehnten durchgeführten Salzburger Festspiele stehen dafür für langjährige aufzusummierende ökonomische Effekte.
- Nicht zuletzt von diesem Markeneffekt der weltweit bekannten Festspiele profitiert nicht nur die Tourismuswerbung, sondern auch der Tourismusstandort generell („Imageeffekt“) bis hin zum Kongress- und Messewesen.
- Regelmäßig stattfindende Großereignisse schaffen im Bereich des Kompetenz- und Imageeffekts eine besondere Nachhaltigkeit, weil sie praktisch jedes Jahr auf das „entsprechende Konto“ einzahlen. Damit könnten sich die Salzburger Festspiele als ein besonders wichtiger Nucleus von Kreativität mit weiteren Kernakteuren wie der Universität Mozarteum und zusätzlichen Partnern aus dem Hochschulbereich sowie aus der Musik- und Kulturwirtschaft zu einem „Music Network Salzburg“ weiterentwickeln. Gerade im Rahmen der verschiedenen Nachwuchsprogramme im künstlerischen Bereich, die insbesondere während des Sommers in Salzburg stattfinden, könnten Netzwerke mit cross-sektoraler Ausrichtung geschaffen werden (von der Medizin über Musik hin zu jungen Unternehmerinnen und Unternehmern, Naturwissenschaftlern und der Gamingsparte). Im Sinne R. Floridas könnte gerade diese Kreativität an diesem mit Musik so gewaltig „aufgeladenen“ Standort langfristig Kreativitäts-, Innovations- und Wissenschaftspotenziale heben. Gerade sogenannte wissensintensive Betriebe mit digitalem/

¹ R. Scherer u. a. (2001, S. 299).

technischem/künstlerischem/kreativem Schwerpunkt sollten von diesen Voraussetzungen, die den Standort Salzburg so authentisch machen, profitieren können. Für Salzburg spricht im Verständnis Floridas der weite Begriff der Kreativität, die sich nicht „nur“ auf Kunst und Kultur bezieht, sondern auch die Bereiche der Medizin, der Naturwissenschaften und die weit darüber hinaus tätigen Fachkräfte miteinbezieht.

Erfolgreiche Regionen müssen diesen Sprung in Richtung „Wissengesellschaft“ tun, indem lokale, regionale und darüber hinaus agierende Akteure in verschiedenste Aktivitäten eingebunden werden bzw. sich diese einbinden lassen.

Demnach würden Einrichtungen der Wirtschaftsförderung von Ämtern und Behörden, selbstverständlich Unternehmen, insbesondere Start-ups, Bildungseinrichtungen, Forschungsabteilungen von



© SF/Kolarik

wissenschaftlichen Einrichtungen aufgrund ihrer persönlichen Kontaktmöglichkeiten und persönlichen Begegnungen eine höhere Kommunikationsdichte erzeugen (können). Wissenstransfer wird dann zur Selbstverständlichkeit, wenn dieses Milieu-Kontakt-Netz (bewusst) genützt wird, wobei insbesondere die eingebundenen Personen über Autorität und besondere Kompetenz verfügen sollten.¹

Es versteht sich von selbst, dass eine solche Milieu-Entstehung nicht allein „von oben“ geplant bzw. diktiert werden kann. Genauso wie es eine innovationsorientierte Regionalentwicklung gebe, müsse man auch von einer Milieu-orientierten Regionalentwicklung sprechen. „Im Zentrum sollte das Bemühen stehen, aus der Region selbst heraus, mit Hilfe regionaler Initiatoren gegebene Vorteile zu verstärken [...]“² Solch ein kreatives Milieu lasse sich nicht auf dem Reißbrett erzeugen, aber man könne möglicherweise den Boden aufbereiten. Wichtig sei dabei, dass Vertrauen und Sympathie unter ein gemeinsames Dach gebracht werden, um eine neuartige Standortgemeinschaft zu bilden und so dem wachsenden Wettbewerb in einer globalisierten Welt mit Erfolg entgegenzutreten.³

Dieses Anreichern des Images Salzburgs im Bereich (Hoch-)Kultur, Musik im Speziellen, Tradition, historische Bauwerke (Letztere ergeben im Übrigen ein exzeptionelles Bild als „Welterbe Altstadt Salzburg“), kann auf verschiedenen Wegen passieren. Wenn diese gemeinsam verfolgt werden, ergeben sich für

1 M. Fromhold-Eisebith (1999, 169f).

2 M. Fromhold-Eisebith (1999, S. 173).

3 M. Fromhold-Eisebith (1999, 171ff).

Vgl. auch M. Benner (2012, S. 34).

den Standort Salzburg langfristig zukunftsweisende Chancen. Die neue Gründerinitiative „Startup Salzburg“ und vergleichbare Aktivitäten wie beispielsweise eine neue Open-Innovation-Initiative, eine verstärkte Netzwerkarbeit zwischen den Akteuren an den Hochschulen auch an den Schnittstellen Kunst und Kultur/MultiMedia-Art/Kommunikation/Gaming bieten vielversprechende neue Ansätze und können positive Beiträge zu einem nachhaltig „aufgeladenen“ Bild von Salzburg leisten.

Im Wirtschaftsprogramm 2020 des Bundeslandes Salzburg ist auch das Themenfeld „Musik“ in Verbindung mit der Kreativwirtschaft und den „Life Sciences“ festgehalten. Sogenannte „Wissens-Spillovers“ d. h. Übertragungseffekte, kommen insbesondere in wissensmäßig verwandten („nahen“) Branchen vor.

„Dies lässt den Schluss zu, dass sich strukturelle Initiativen zur Differenzierung der ökonomischen Basis [...] vorwiegend auf solche (neue) Aktivitäten konzentrieren sollten, die technologisch (bzw. kognitiv) mit bestehenden Aktivitäten ‚verwandt‘ sind [...]“⁴



© salzburg.info

Im Zusammenhang mit diesen standortpolitischen Aspekten zieht WKS-Präsident Steindl folgendes Resümee:

„Die weitreichende und richtige Entscheidung Salzburger Unternehmer vor bald hundert Jahren, sich wirkungsvoll für die Gründung der Festspiele einzusetzen, war eine der wichtigsten wirtschaftspolitischen Weichenstellungen in der Geschichte Salzburgs: Damit wurde ein wirtschaftlicher Motor in Gang gesetzt, der dem ganzen Land bis heute wirtschaftlichen Schwung verleiht.“

⁴ M. Firgo, P. Mayerhofer (2015, S. 61).

Die Bühne des „Großen Festspielhauses“ zählt zu den größten der Welt. Weitere Spielstätten sind zum Beispiel das „Haus für Mozart“ oder die „Felsenreitschule“, das „Mozarteum“ oder die „Jedermann-Bühne“ auf dem Domplatz.

ERGEBNISSE DER **BESUCHERBEFRAGUNG** ZU DEN FESTSPIELEN 2015

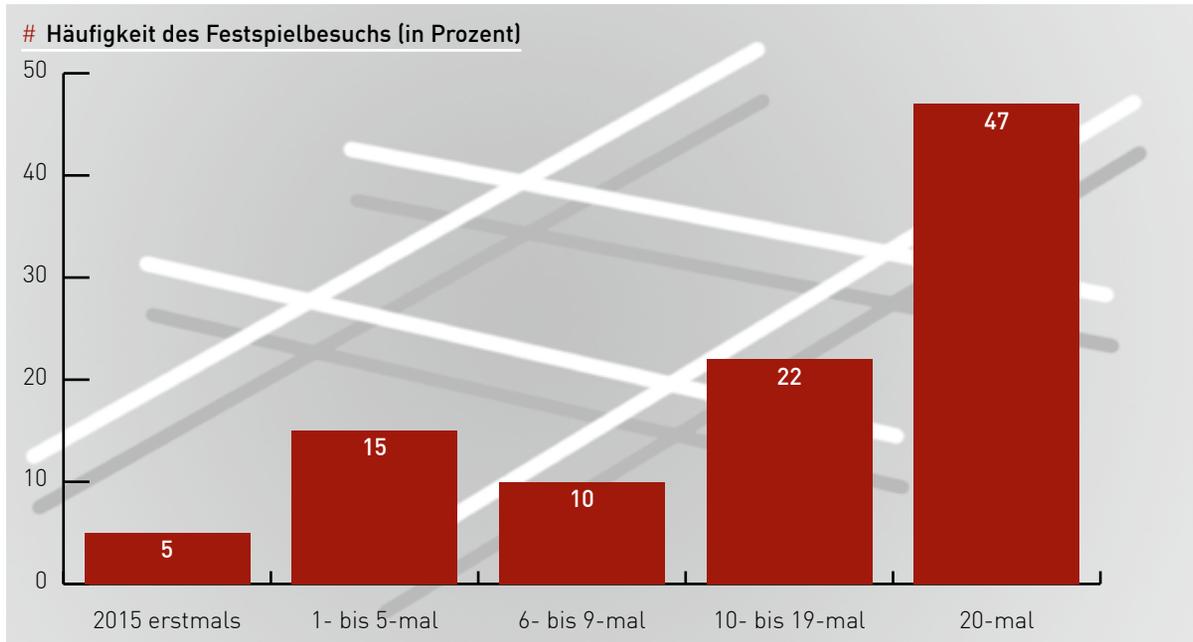
Eine Grundlage für die im Sommer 2016 publizierten Berechnungen bildete die Besucher-Befragung über ihren Aufenthalt zu den Festspielen 2015.

Die wichtigsten Ergebnisse: 319 Euro Tagesausgaben, hoher Stammgästeanteil, Hotels bevorzugt.

Die Studie der WKS beruht auf einer Befragung der Festspielbesucher von Jänner bis Mai 2016. 3.067 Besucher haben an der Befragung teilgenommen. Die Gästebefragung ergab im Vergleich zu früheren Studien eine stabile Top-Position der Festspiele.

Die Zusammenfassung:

- **Festspielbesucher bleiben länger.** Wie auch in früheren Studien zeigte sich, dass auswärtige Festspielgäste nicht nur treue Salzburgbesucher sind, sondern auch länger als andere Touristen bleiben. Ihre Aufenthaltsdauer etwa in der Stadt Salzburg liegt im Schnitt bei sechs Tagen. Der Gesamtdurchschnitt aller in der Stadt Salzburg nächtigenden Touristen liegt übers Jahr gerechnet bei 1,7 Tagen.
- Etwas mehr als die Hälfte der auswärtigen Festspielbesucher verbringen ihren Urlaub in Salzburg zu zweit. Im Durchschnitt besucht jeder Festspielgast fünf Vorstellungen.
- **Größte Besuchergruppe kommt aus Deutschland.** Etwas mehr als 41 Prozent der Festspielbesucher stammen aus Deutschland, 38 Prozent kommen aus Österreich.
- **Verlässlicher Umsatzbringer für Hotellerie:** 79 Prozent wohnen während ihres Aufenthalts bei einem gewerblichen Unterkunftgeber (Hotel, Pension). Der Anteil der Hotellerie überwiegt mit 71 Prozent (2011: 69,5 Prozent) bei weitem.
- **Hoher Stammgästeanteil:** Mittlerweile 80 Prozent der Festspielbesucher (Untersuchung 2011: 72,5 Prozent) sind Stammgäste. Sie haben die Festspiele mindestens sechs Mal besucht.
- **Festspiele als Motiv für Salzburg-Besuch:** 95 Prozent der befragten Festspielgäste statten Salzburg alleine wegen der Festspiele einen Besuch ab. (2011: 71 Prozent)



► **Stabile Tagesausgaben:** Im Schnitt gibt jeder Festspielbesucher 319 Euro (ohne Festspielkarten) pro Tag aus (2011: 317 Euro). Übernachtung und Verpflegung schlagen mit 191 Euro (59,9 Prozent) zu Buche. 64 Euro (20,1 Prozent) werden pro Tag für gehobene Konsumartikel (Bekleidung, Schmuck etc.) aufgewendet. Dazu kommen noch Ausgaben für Festspielkarten von rund 550 Euro pro Besucher.

Stammgäste weiter stark

Rund 80 Prozent der befragten Gäste geben an, die Salzburger Festspiele mindestens sechsmal besucht zu haben. Im Jahr 2011 betrug die Zahl der Stammgäste bei gleicher Befragungsmethode – jedoch noch ohne Onlinemöglichkeit – 72,5 Prozent. Tatsächlich

geben 68 Prozent der Gäste an, dass sie die Salzburger Festspiele jedes Jahr besuchen. Der Anteil der Stammgäste scheint stetig zu steigen.

Bei einer Detailauswertung stellt sich heraus, dass weit über die Hälfte der Besucher die Festspiele mindestens zehnmals besucht haben. Der beachtliche Anteil von 47 Prozent davon sogar mindestens 20-mal.¹ Daher kann man zu Recht von einer überaus

¹ Dieses Ergebnis ist sicherlich so zu interpretieren, dass die außergewöhnlich treuen Kunden der Festspiele überproportional häufig den Fragebogen ausgefüllt haben, weil die Bindungswirkung hier am größten ist. In diesem Licht sind die gesamten Ergebnisse zu verstehen. In der Befragung wird ferner nicht nach Sommer- oder Pfingstfestspielen unterschieden.

großen Kundentreue der Gäste zu den Festspielen sprechen.

Der Neukundenanteil im Zuge des Kartenvorverkaufs ist gut fassbar. Es handelt sich hier um die bewussten, frühzeitigen Kartenbesteller, die nach schon lange gefasstem Plan, im Sommer 2015 die Salzburger Festspiele besuchen wollten: Rund fünf Prozent der Befragten gaben an die Salzburger Festspiele 2015 eben das erste Mal besucht zu haben. Zum Vergleich: 2011 betrug dieser Wert für jene, die quasi selbst „Premiere“ bei den Festspielen feierten, 8,2 Prozent². Bei der Befragung 2016 haben somit insgesamt 20 Prozent angegeben, dass sie die Salzburger Festspiele bisher zwischen einem und fünf Mal besucht haben.

Urlaubsmotiv Festspiele

Die Festspiele sind ein starkes Motiv, der Stadt Salzburg einen Besuch abzustatten. Unter jenen Gästen, die während der Festspiele ihren Urlaub direkt in der Stadt Salzburg verbringen, geben 98 Prozent an, dass sie exklusiv wegen der Festspiele nach Salzburg kommen. Diese Zahl kann als Bestätigung dafür gesehen werden, dass die Festspiele ein überaus wichtiges Zugpferd für den Sommertourismus in der Stadt Salzburg sind. Dies wirkt sich am meisten in der 4-Sterne-Superior- und 5-Sterne-Hotellerie aus.³ Natürlich spielen bei einem Aufenthalt beispielsweise im Umland von Salzburg auch andere Aufenthaltsgründe eine Rolle.⁴

² B. Gaubinger (2011).

³ Erstere Kategorie ist in der Landeshauptstadt nicht vertreten, allerdings im Umland mehrfach.

⁴ Selbst die Festspiele führen auf ihrer Homepage die vielfältigen Möglichkeiten an, wie das Urlaubsprogramm abwechslungsreich gestaltet werden kann.

Die Wahl des Aufenthaltsortes während des Sommers wird daher von den Festspielgästen ganz bewusst getroffen. Da es sich überwiegend um Stammgäste handelt, kennen diese sowohl das Angebot in Salzburg und der näheren Umgebung als auch das entsprechende Angebot auf Quartiersebene.

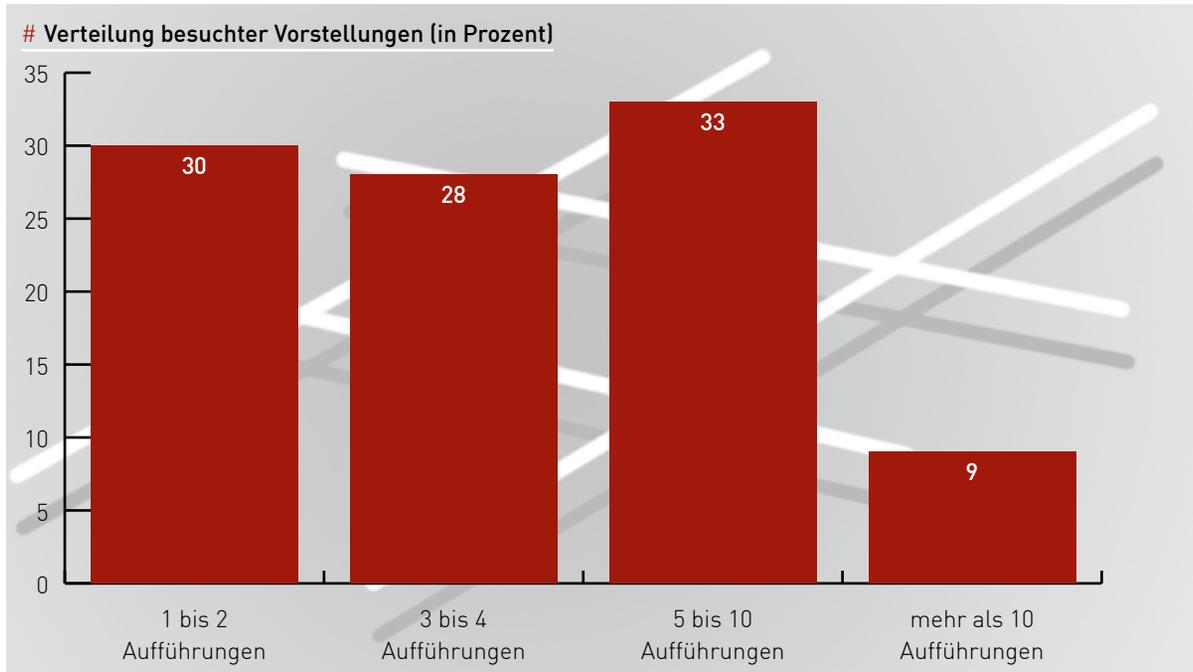
Festspielgäste bleiben besonders lange

Im Schnitt blieben die auswärtigen Festspielgäste im Jahr 2015 rund sieben bis acht Tage in Salzburg. Lediglich 25 Prozent der befragten Besucher geben an, zwischen ein bis drei Tage in Salzburg verbracht zu haben. Rund 44 Prozent der Gäste bleiben zwischen vier bis sieben Tage in der Region. Fast ein Drittel (30 Prozent) verbringt mehr als sieben Tage während des Festspielsommers in Salzburg. Darunter befinden sich zahlreiche Gäste, die erheblich länger in Salzburg und dem Umland nächtigen bzw. urlauben.

Im Detail zeigt sich, dass jene Festspielgäste, die direkt in der Stadt Salzburg wohnen, im Schnitt sechs Tage in der Landeshauptstadt verbringen. Jene, die sich aber außerhalb der Stadt Salzburg im Bundesland ein Zimmer suchten, bleiben mit durchschnittlich ca. zehn Tagen bereits deutlich länger, weil sie den Aufenthalt auch mit anderen Urlaubs- und Freizeitaktivitäten (Golf, Wandern etc.) verbinden.

Anzahl der Besuche stabil

Die Aufenthaltsdauer von sieben bis acht Tagen spiegelt sich auch in den besuchten Vorstellungen wider. Im Durchschnitt besucht jeder Festspielgast fünf Festspielaufführungen.



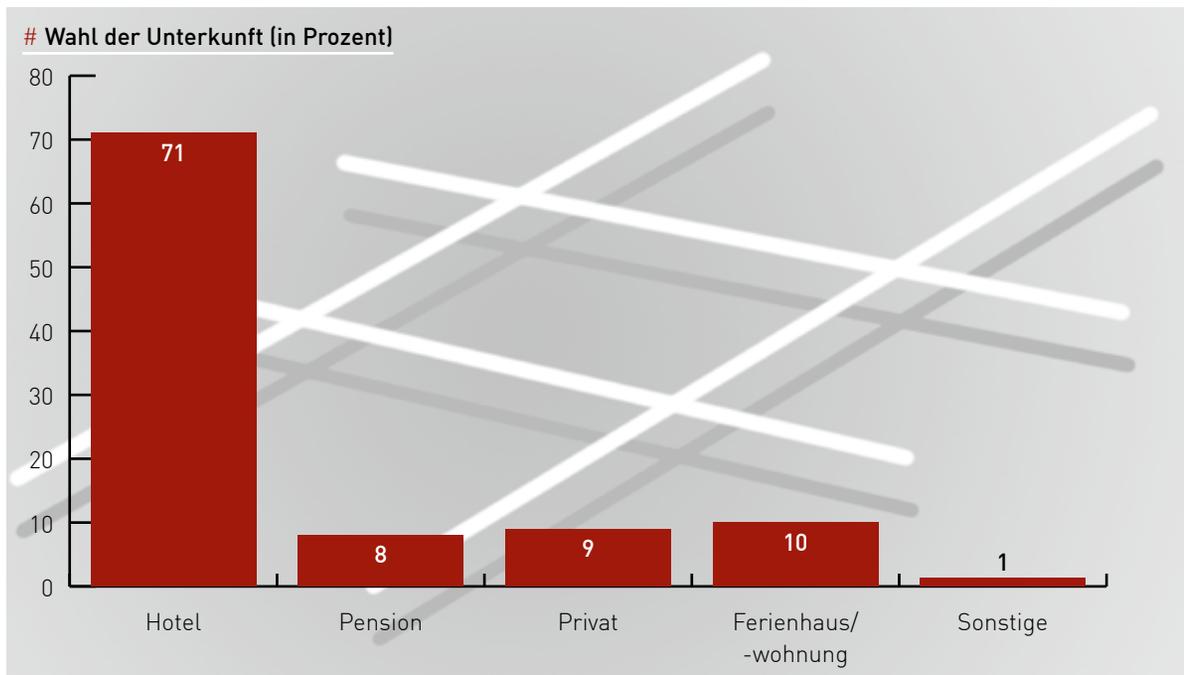
Im Detail besuchen rund 30 Prozent der Festspielgäste eine oder zwei Aufführungen. Weitere 28 Prozent sehen sich drei bis vier und rund 33 Prozent fünf bis zehn Vorstellungen an. Der Anteil jener, die einen „Marathon im Kunstgenuss“ bei den Salzburger Festspielen absolvieren und mehr als zehn Vorstellungen besuchen, liegt bei rund neun Prozent.

Ein Festspielgast kommt selten allein

Etwas mehr als die Hälfte (53 Prozent) der auswärtigen Festspielbesucher verbringen ihren Aufenthalt zu zweit. Jeweils 14 Prozent der Gäste kommen zu dritt oder alleine nach Salzburg. Ein beachtlicher Anteil von fast einem Fünftel aller Befragten kommt mit mehr als zwei Personen zusätzlich zu den Festspielern.

Die Festspielbesucher aus der Region Salzburg geben an, durchschnittlich für drei weitere Gäste aus dem Bundesland Salzburg und fünf Gäste von außerhalb des Bundeslandes Salzburg Karten gekauft und weitergegeben zu haben.

Jene Gäste, die ihren ständigen Wohnsitz nicht in der Region Salzburg haben, kaufen drei weitere Karten für Festspielbesucher aus dem Land Salzburg und vier Karten für weitere Gäste außerhalb des Bundeslandes. Die einheimischen Festspielbesucher kaufen daher im Schnitt um eine Karte mehr für Freunde und Gäste als die letztgenannten Kartenbesteller.



Wahl der Unterkunft

Rund 79 Prozent der Festspielgäste wohnen während ihres Aufenthalts bei einem gewerblichen Unterkunftgeber, d. h. in einem Hotel oder in geringerem Ausmaß einer Pension. Der Anteil der Hotellerie überwiegt hier mit 71 Prozent bei weitem. In einem Ferienhaus bzw. einer Ferienwohnung sind zehn Prozent der Gäste einquartiert und rund neun Prozent wohnen „privat“. ¹ Ein kleiner Anteil von gut ein Prozent wohnt während des Festspielaufenthalts in einer nicht kategorisierten Unterkunft, beispielsweise im eigenen Campingmobil. Die gleichen Anteile über

¹ Diese Bezeichnung wurde im Fragebogen allgemein gewählt, um einen Unterschied zwischen professionellem Vermieter und sonstigen Wohnmöglichkeiten (Freunde etc.) zu machen.

verschiedene Kategorien ergeben sich auch für die Stammkunden der Festspiele.

Bei der Wahl der Verpflegung in der Unterkunft geben 21 Prozent der auswärtigen Gäste an, dass sie keine Verpflegung gebucht haben. Bei 73 Prozent wurde das Frühstück mitgebucht, vier Prozent nächtigten mit Halbpension und zwei Prozent mit Vollpension.

Immerhin 35 Prozent der befragten Festspielbesucher geben an, von ihrem ständigen Wohnsitz aus zu den Aufführungen zu fahren. Hier handelt es sich nicht nur um Salzburger, sondern auch um Gäste aus dem benachbarten Oberösterreich (etwa bis zum Großraum Linz) oder Bayern, die teilweise auch mit



© salzburg.info

der Eisenbahn anreisen. Erfahrungswerte zeigen, dass diese Gäste, die aus einem Umkreis von 70 bis 100 km rund um Salzburg stammen, Salzburg auch außerhalb der Festspielzeit als Einkaufsdestination wählen und daher eine wichtige Kundenschicht für den ansässigen Handel und die Gastronomie sind.

Genächtigt wird zumeist in der Stadt Salzburg

65 Prozent der auswärtigen Festspielbesucher wohnen während ihres Festspielaufenthaltes in der UNESCO-Weltkulturerbe-Stadt Salzburg. Dies bedeutet wiederum eine Steigerung gegenüber 2011 mit damals 60 Prozent. Weitere 24 Prozent (2011: 21 Prozent) wohnen außerhalb der Stadt im Bundesland Salzburg. Damit wählen knapp 90 Prozent einen Urlaubsort in der Region. Lediglich zehn Prozent der befragten Besucher wohnen während der Festspielzeit außerhalb des Bundeslands Salzburg, beispielsweise in Oberösterreich oder Bayern.

Mobilität der Festspielgäste

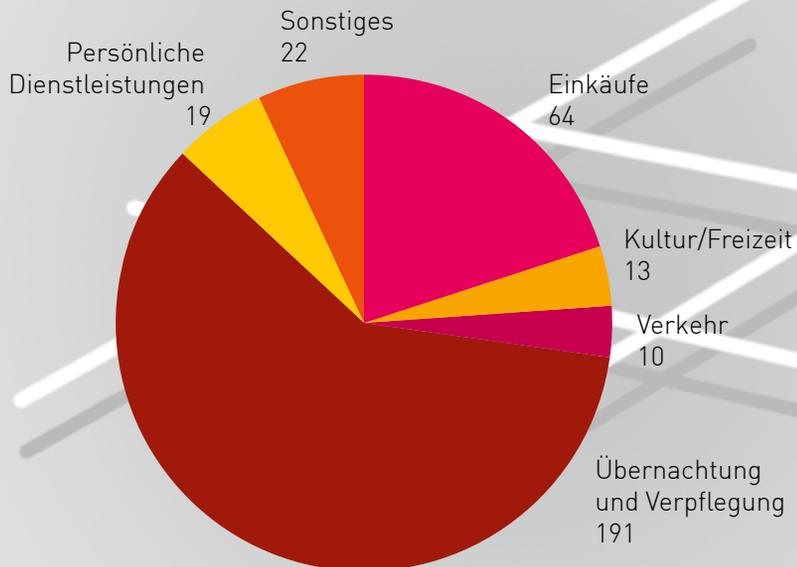
Bei der Wahl der Verkehrsmittel zur Anreise nach Salzburg im Rahmen des Festspielbesuchs entscheiden sich 67 Prozent der auswärtigen Gäste für einen Pkw¹ (2011: 68 Prozent). Bahn und Bus werden immerhin von rund 20 Prozent der Gäste in Anspruch genommen. Das Flugzeug verwenden mittlerweile weit über zehn Prozent der auswärtigen Festspielbesucher.

Die Gäste, die auch ihren ständigen Wohnsitz in der Region Salzburg haben, nutzen ebenfalls zu 67 Prozent einen Pkw zur Anreise zu den Aufführungen. Bahn und Bus werden von 17 Prozent genutzt. Auch Taxis erfreuen sich mit 13 Prozent großer Beliebtheit.²

Die durchschnittlichen Tagesausgaben der Festspielbesucher betragen 319 Euro ohne die Festspielkarten. Die Kosten für Übernachtung und Verpflegung schlagen mit durchschnittlich 191 Euro zu Buche. Wie die Auswertung zeigt, bleibt neben dem kulturellen Highlight auch noch Zeit zum Einkaufen: Beachtliche 64 Euro geben die Festspielgäste im Schnitt pro Tag für Bekleidung, Lederwaren, Schmuck, Souvenirs etc. aus. Die Ausgaben für Kultur und Freizeit (13 Euro) zeigen, dass neben den Festspielen auch noch Museumsbesuche, Golf und andere Freizeitangebot genutzt werden. Die Verkehrsmittel sind mit zehn Euro in den täglichen Ausgaben enthalten. Busse und Taxis sind bei den Festspielgästen beliebte Fortbewegungsmittel. Persönliche Dienstleistungen enthalten beispielsweise Friseurbesuche, Kosmetik, Massage,

¹ Oder Motorrad.

² Taxis sind natürlich auch bei auswärtigen Festspielgästen ein beliebtes Verkehrsmittel, um sich in der Stadt oder von den Umlandgemeinden aus schnell und individuell fortbewegen zu können.

Tagesausgaben der Festspielbesucher in Euro

Wellnessangebote etc. Dazu kommen noch Ausgaben für Festspielkarten in der Höhe von rund 550 Euro pro BesucherIn.

Weltweite Strahlkraft der Festspiele – Streuung der Gästeherkunftsländer

Der Rücklauf erfolgte mit leichten Abweichungen gegenüber der regionalen bzw. globalen Verteilung der Gäste an sich: Ein leichtes Übergewicht der Antworten liegt aus Österreich (52,7 Prozent) und Deutschland (37,18 Prozent) vor.

Die Festspielbesucher aus Österreich und aus Deutschland haben sich laut den Ergebnissen der Kartenreservierungen durch die Festspiele auf einem Niveau von etwas über bzw. unter 40 Prozent einge-

pendelt (Deutschland: 41,83 Prozent bzw. Österreich: 38,20 Prozent)³. Aus der Schweiz und aus Japan lagen in etwa gleich viele Bestelladressen vor (je 2,7 Prozent), aus den Vereinigten Staaten und Großbritannien 2,3 bzw. 2,2 Prozent, knapp darunter die Bestellungen aus Frankreich.

Service und Information der Salzburger Festspiele

Mit den Dienstleistungen der Salzburger Festspiele sind die Kunden sehr zufrieden. Organisation, Information und Personal schneiden insgesamt sehr gut ab.

Wenn sich die Festspielgäste über Neuerungen usw. informieren wollen, dann tun sie das überwiegend

³ C. Engel (2016).

über Festspielpublikationen (67 Prozent) und die Homepage der Salzburger Festspiele (51 Prozent). 42 Prozent informieren sich in den Publikationen des Vereins der Freunde der Salzburger Festspiele. Aus Tageszeitungen holen sich 25 Prozent der Gäste Informationen zu den Festspielen. Mit sieben Prozent liegen Radio und TV dahinter. Das Ergebnis verweist auf ein professionelles Kommunikationsmanagement im Sinne eines multimedialen Kundenbindungsprogramms der Festspiele.

Verwendung der Umfrageergebnisse zur Berechnung der ökonomischen Effekte

Zur Berechnung der Wertschöpfung der Salzburger Festspiele werden zunächst die direkten Nachfrageimpulse, die aus dem Festspielbetrieb und den Ausgaben der Besucher entstehen, berechnet. Insgesamt wird in der vorliegenden Untersuchung von rund 263.500 verkauften Karten ausgegangen¹. Von diesen verkauften Karten wird unter Berücksichtigung der ausgewerteten Daten aus der Umfrage ein Anteil von 20 Prozent den Kunden aus der Region Salzburg zugesprochen. Der Rest entfällt auf Kunden, die ihren ständigen Wohnsitz außerhalb der Region Salzburg haben.

Mithilfe der berechneten auswärtigen und einheimischen Besucherzahl wird im Folgenden auch der durch Ausgaben der Besucher der Festspiele bewirkte Umsatz hochgerechnet. In Summe ergibt sich aus den Umfrageergebnissen zu den Ausgaben der Besucher in Kombination mit der geschätzten Besucherzahl ein Umsatz von 129 Mill. Euro. Dieser verteilt sich wie folgt auf die abgefragten Ausgabenbereiche:

Übernachtung und Verpflegung (in Gastronomie und Handel):	77 Mill. Euro;
Einkäufe:	26 Mill. Euro;
Kultur und Freizeit:	5 Mill. Euro;
Persönliche Dienstleistungen:	7,5 Mill. Euro;
Verkehr:	4 Mill. Euro;
Sonstiges:	9 Mill. Euro.

Zur Feststellung der Wertschöpfungseffekte müssen diese Werte noch um die Umsatzsteuer bereinigt werden. Dabei ist in den verschiedenen Kategorien von einem Steuersatz von zehn Prozent bzw. 20 Prozent auszugehen.²

Zu berücksichtigen sind weiters die Ausgaben für Festspielkarten und damit die aus der Produktion der Salzburger Festspiele entstehenden Umsatzimpulse. Um hier eine optimale Datenqualität für das Modell zu erreichen, kann auf Werte zu den Ausgaben der Salzburger Festspiele zurückgegriffen werden. Die Ausgaben für Festspielkarten werden daher nicht allgemein dem Wirtschaftssektor „Kunst, Unterhaltung und Erholung“³ zugewiesen, sondern es kann eine viel genauere Aufteilung auf einzelne Sektoren erfolgen.

Insgesamt wurde von den Salzburger Festspielen 2015 und ihren Gästen ein um die Umsatzsteuer bereinigter Nachfrageimpuls in der Höhe von 141 Mill. Euro gesetzt.

Die daraus resultierende Wertschöpfung sowie Beschäftigungseffekte werden im nächsten Kapitel dargestellt.

¹ C. Engel [2016].

² Hier gelten noch die alten USt.-Sätze aus dem Jahr 2015.

³ Statistik Austria [2016].

BERECHNUNG DER WERTSCHÖPFUNG, ARBEITSPLÄTZE UND EINKOMMEN

Für die Berechnung der Wertschöpfungs- und Arbeitsplatzeffekte wird auf ein Modell der Gesellschaft für Angewandte Wirtschaftsforschung (GAW 2015) zurückgegriffen.¹ Die Datenbasis für das Modell bilden die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung sowie die von der Statistik Austria zur Verfügung gestellten Input-Output-Tabellen. Im Zentrum der Analyse von ökonomischen Effekten der Salzburger Festspiele stehen die von diesem Festival ausgelösten direkten und indirekten, aber auch induzierten Effekte im Bereich der Wertschöpfung. Die im Sommer in Salzburg stattfindenden Festspiele lösen inkl. der Pfingstfestspiele, wie nachstehend gezeigt wird, ein erhebliches zusätzliches Beschäftigungsvolumen und zusätzliches Einkommen in Salzburg und in Österreich aus.

Ergebnisse allgemein

Die seit bald 100 Jahren bestehenden Salzburger Festspiele schaffen nicht nur Jahr für Jahr besondere kulturelle, sondern auch berechenbare wirtschaftliche Werte (tangible Effekte).²

¹ Das makroökonomische Regionalmodell SAREMO bildet die regionalwirtschaftlichen Zusammenhänge ab.

² Gleichermaßen bedeutsam sind die bereits oben beschriebenen, sogenannten intangiblen Wirkungen: vielfältige Kompetenz- und Netzwerkeffekte, Imageeffekte etc.

Beachtliche Wertschöpfungs- und Einkommenseffekte durch das „Salzburg Festival“

- Die Festspielbesucher lösen einen zusätzlichen Umsatzimpuls von rund 129 Mill. Euro aus.
- Inklusive Festspielkartenumsätze und sich aus der Produktion von Aufführungen ergebender Umsätze und eines aliquoten Investitionsanteils bringen die Festspiele einen um die Mehrwertsteuer bereinigten **Umsatzimpuls von 141 Mill. Euro**.
- Ein einziges Festspieljahr – in diesem Fall 2015 – erzeugt mit induzierten Welleneffekten in den folgenden Jahren bis 2019 laut makroökonomischem Modell der GAW eine **zusätzliche Bruttowertschöpfung von insgesamt 183 Mill. Euro alleine in Salzburg**. Österreich bringt eine Festspielsaison insgesamt 215 Mill. Euro an Wertschöpfung.
- Allein im Bundesland Salzburg ermöglichen damit die Festspiele einen Einkommenseffekt von 104 Mill. Euro, in Österreich von 122 Mill. Euro.
- Sie schaffen damit bzw. sichern rund 2.800 Arbeitsplätze (inklusive Festspiele) in Salzburg, 3.400 in Österreich.



© salzburg.info

- Schließlich bringen die Salzburger Festspiele und die daraus resultierende Wertschöpfung auch einen 77 Mill. Euro starken Zufluss an Steuern und Abgaben für die öffentliche Hand und das Sozialsystem.

Die Ergebnisse

Der Nachfrageimpuls von rund 141 Mill. Euro wird der Modellberechnung zufolge im Jahr 2015 wirksam. Somit sind für dieses Jahr die Effekte auf die Bruttowertschöpfung mit rund 146 Mill. Euro und das zusätzlich verfügbare Einkommen mit geschätzten 83 Mill. Euro am größten.

Der durch den Betrieb der Festspiele entstehende Nachfrageimpuls bewirkt somit im Bundesland Salzburg eine zusätzliche Wertschöpfung, die in Summe rund 183 Mill. Euro beträgt. Das zusätzlich verfügbare

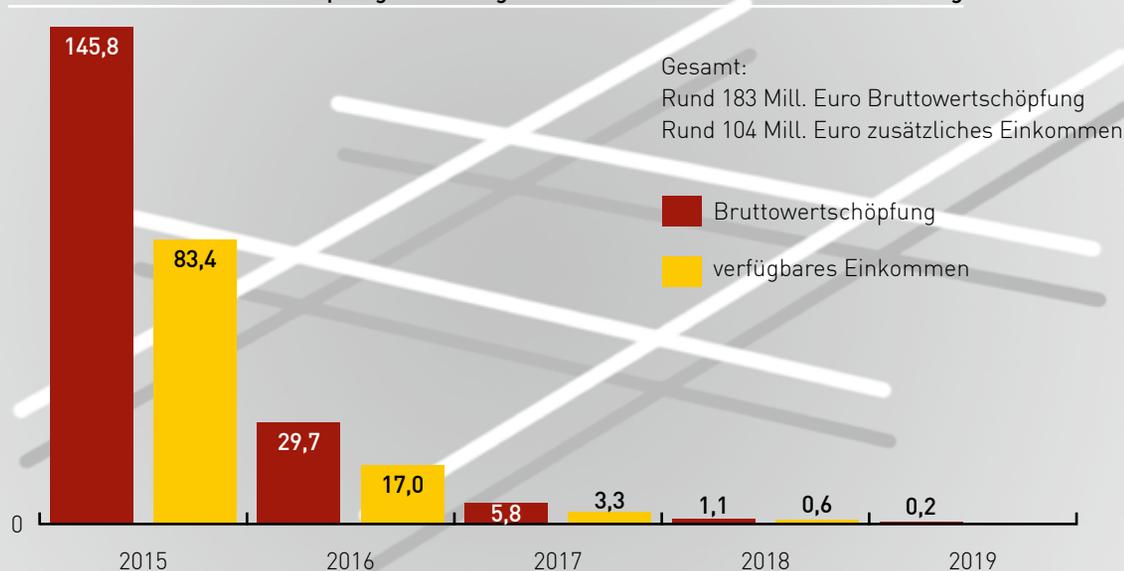
Einkommen, das den Salzburgern dadurch zukommt, wird mit 104 Mill. Euro geschätzt. Betrachtet man die Bruttowertschöpfung und das dadurch verfügbare Einkommen, zeigt sich, dass ein großer Teil davon durch die ausländischen Festspielgäste in das Bundesland Salzburg gebracht wird.

Die Auswirkungen auf die Beschäftigung im Bundesland Salzburg werden mit insgesamt 2.434 Arbeitsplätzen, gemessen in Jahresvollzeitäquivalenten, berechnet. Nicht ausgewiesen ist hier das Personal der Salzburger Festspiele. Die Festspiele selbst lösen ein Beschäftigungsvolumen von insgesamt 400 Vollzeitäquivalenten (Jahrespersonal, Saisonkräfte, Aushilfen) aus. Nicht berücksichtigt ist hier das nicht in Arbeitsstunden messbare Volumen der bei den Aufführungen im Sommer rund 3.500 Mitwirkenden (Chöre, Orchester etc.).

Unberücksichtigt bleibt dabei, dass natürlich auch über die Landesgrenzen hinaus positive Effekte z. B. aufgrund von Vorleistungen oder der Verwendung des zusätzlichen Einkommens der privaten Haushalte für die Wirtschaft entstehen. Für Österreich (Salzburg inkludiert) können diese mit einer zusätzlichen Bruttowertschöpfung von rund 215 Mill. Euro angesetzt werden.

Die Beschäftigung profitiert ebenfalls österreichweit, da insgesamt für rund 3.000 Beschäftigte der Arbeitsplatz durch den zusätzlichen Nachfrageimpuls des Festivals gesichert oder geschaffen wird. Damit leisten die Salzburger Festspiele einen wertvollen Beitrag zur Beschäftigung in ganz Österreich. Nicht ausgewiesen sind hier wieder die oben erwähnten 400

Zusätzliche Bruttowertschöpfung und verfügbares Einkommen in Mill. Euro in Salzburg



Vollzeitäquivalente (VZÄ), woraus sich insgesamt eine Beschäftigungswirkung von rund 3.400 VZÄ ergibt.

2015 mit rund 83 Mill. Euro und 2016 mit 17 Mill. Euro geschätzt wird.

Die Ergebnisse im Detail

Wie die Wertschöpfungsanalyse der Stabstelle der Wirtschafts- und Standortpolitik Salzburg ergab, teilt sich die zusätzliche Bruttowertschöpfung für das Land Salzburg durch die Festspiele 2015 insbesondere auf die Jahre 2015 bis 2019 auf, wobei sie ebenfalls im ersten Jahr am höchsten, das heißt bei rund 146 Mill. Euro, und im zweiten Jahr (2016) bei rund 30 Mill. Euro liegt. Mit rund 6 Mill. Euro im Jahr 2017 nimmt sie bis 2019 stetig ab. Gleich verhält es sich mit dem zusätzlich verfügbaren Einkommen, das

Die Auswirkungen des einmal gesetzten Nachfrageimpulses werden natürlich mit der Zeit geringer. Bei der Interpretation dieser Zahlen muss daher berücksichtigt werden, dass es sich bei den Salzburger Festspielen um ein jährlich stattfindendes Kulturfestival handelt. Die hier geschilderten Effekte kumulieren sich daher bis zu einem bestimmten Maß. In einem Jahr werden daher nicht die Auswirkungen von lediglich einem Festspieljahr schlagend, sondern auch von den Festivals der Jahre davor, die in dieser Analyse als Untersuchung des Festspielereignisses 2015 nicht berücksichtigt wurden. Denn wie die Ergebnisse zeigen, wirkt die im Rahmen der Festspiele jeweils entstandene

Nachfrage nachweislich mehrere Jahre nach. In der Analyse der Effekte der Salzburger Festspiele auf die Bruttowertschöpfung im Bundesland Salzburg werden die Auswirkungen auf die verschiedenen Wirtschaftssektoren ersichtlich: Besonders profitieren natürlich die Branchen Beherbergung und Gastronomie mit rund 50 Mill. Euro, aber auch der Handel mit rund 35 Mill. Euro. Gut sichtbar ist auch, wie sich die direkte Nachfrage beispielsweise in der Beherbergung und Gastronomie auch auf andere Sektoren (Handel, Sachgütererzeugung) verteilt bzw. auswirkt.

Die Detailergebnisse für die Beschäftigung in Jahresvollzeitäquivalenten geben ebenfalls einen interessanten Einblick. Erneut zeigt sich, dass die im Jahr 2015 wirksame Nachfrage auch in den Jahren danach noch für Wertschöpfung und damit für Beschäftigung sorgt. Die Auswirkungen im ersten Jahr mit 1.961 Jahresvollzeitäquivalenten stechen natürlich hervor. Aber auch die Ergebnisse der Jahre danach dürfen insbesondere

für 2016 (382¹) und 2017 (74) nicht vernachlässigt werden.

Betrachtet man die verschiedenen Sektoren, so fällt neben der Beherbergung und Gastronomie (683) sowie dem Handel (472) ein erheblicher Beschäftigungseffekt im Kunst- und Unterhaltungssektor (359) auf. Aber auch der Bau (259) oder die Sachgütererzeugung (200) profitieren von Aufträgen der Festspiele und dem dadurch verursachten verfügbaren Einkommen der Salzburger. (Zum Bereich „Kunst- und Unterhaltung“ etwa zählen Galerien genauso wie Museen und andere Kultureinrichtungen, die viele Festspielbesucher während der Festspielzeit direkt anziehen. Festspielgäste zählen von vorneherein zur Gruppe der Kulturtouristen, die während ihres Salzburg-Aufenthalts gerne auch andere kulturelle Angebote in Anspruch nehmen. Sogenannte Koppelungseffekte gibt es daher auch in diesem Bereich und nicht nur bei Modegeschäften, Damen- und Herrenkleidernachmachern, Friseuren und den oben bereits genannten weiteren Branchen.)



© salzburg.info

¹ Jahresvollzeitäquivalente

ZUSAMMENFASSUNG

In dieser kulturökonomischen Betrachtung ist festzuhalten, dass über die bedeutenden Auswirkungen der Festspiele auf die Wertschöpfung, die Beschäftigung und das Einkommen hinaus dieser kulturelle Leitbetrieb in der Weltebestadt Salzburg für die gesamte Region Salzburg und darüber hinaus eine maßgebliche Rolle – auch für deren Image – spielt:

Daneben können die Salzburger Festspiele selbst als Infrastruktureinrichtung, als jedenfalls nennenswerter Beitrag zum relevanten Standortfaktor „Infrastruktur“ durch die entstehende Wertschöpfung gesehen werden: Auf mehrere Jahre verteilt „erbringt“ ein „Salzburg Festival“ im Sommer insgesamt 183 Mill. Euro an Wertschöpfung, 104 Mill. Euro an Einkommen und ein Beschäftigungsäquivalent

von insgesamt 2.800 Vollzeitarbeitsplätzen allein im Bundesland Salzburg.

Jeder investierte Euro kommt demnach mehrfach zurück.

Die Salzburger Festspiele sind ein nachhaltiger Impulsgeber in vielerlei Hinsicht: Mit ihrer Kulturproduktion, die weltweit führend ist und viele Imageeffekte auslöst, mit ihrer wirtschaftlichen Netzwerkwirkung, die enorme Wertschöpfung auf hohem Niveau ermöglicht, und mit ihren Kompetenzeffekten, die für Know-how-Qualität in Unternehmen und Institutionen sorgt. Die Salzburger Festspiele sind eine alljährliche Exzellenz-Infusion für den Standort Salzburg.

„... Gaisbergstraße, (Groß-)Glocknerstraße, Festspielhaus ... Nein, Franz Rehr (Anm.: visionärer Landeshauptmann von Salzburg) hat das nicht alles selbst erbaut. Aber all das wäre ohne ihn nicht erbaut worden! [Dies] zeigt, dass selbst die besten Ideen ohne prägende Einzelpersönlichkeiten und ohne effektive Zweckbündnisse im Ansatz stecken bleiben müssen. Und es zeigt, dass es ohne Fantasie, Begeisterungsfähigkeit und Risikobereitschaft nicht geht ...“ (W. Haslauer, 11. Nov. 2016).

Duncan Macmillan "The Forbidden Zone", 2014



SALZBURG FESTIVAL: ECONOMIC ENGINE, EXCELLENCE INFUSION FOR THE LOCATION

The results in brief: # 183 million Euro value creation

- The Salzburg festival directly and indirectly creates value to the sum of 183 million Euro in Salzburg 215 million Euro in Austria. This study differs from prior studies which described a cumulative sales effect. Value creation orientation and the applied econometric model allow the calculation of income effects, sector effects and the increased consideration of taxes and social security contributions.
- The festival thereby secures employment in Salzburg (including year-round employees and full-time equivalent adjusted seasonal workers of the festival) of 2800 full time jobs (Austria 3400).
- Through their effect in other sectors, directly and indirectly they provide the public sector with approx. 77 million Euro of taxes and duties.
- Salzburg Festival furthermore produces difficult to measure intangible effects such as image enhancement, educational demand and competence clusters in sectors and companies, together creating a "Festival ecosystem", which is only partly recorded by calculating the tangible effects.

Festival President Dr. Helga Rabl-Stadler: "We are an economic driver beyond the Festival time, which, thanks to excellent cultural services, not only produces a great level of measurable value-creation, fiscal and employment effects. The Festival has also contributed to the development of high-quality competence in the entire Salzburg economy for close to a hundred years. We enrich the image of the site to the benefit of all sectors and are the facilitator of additional value creation with each and every Festival season."

Final Performance of the Opera Camp 2016 Don Giovanni



INTRODUCTION

In a standard work on the character of the "History of the Austrian provinces" R. Kannonier summarises the Salzburg Festival in a few sentences about its international, cultural demands and its function as the trigger of a multi-faceted value creation chain:

"... the Salzburg Festival represents a unique concentration in the European festival landscape from at least aspects. On the one hand, they were and remain an exemplary interface of politics, economy and culture. On the other, a national flagship of "world-cultural character" and an important local / regional economic factor. It would appear that at no other festival site do terms such as "world", "nation" (Austria) and "region" and "city" flow together more naturally than in Salzburg ..." ¹

Around 20 years later the lead article of the editor in chief of the "Salzburger Nachrichten" newspaper bore the following heading at the beginning of the Salzburg Festival 2016:

"What would Salzburg be without its Festival?"

The text continues:

"City and province without the greatest cultural event of Europe is unimaginable ... a body without a heart ... The Salzburg Festival is to be seen and felt everywhere. They spread across city and province ...". ²

Economy and the Salzburg Festival? This relationship was frequently reduced to mere indirect profitability for the public sector. However, the Salzburg Festival as a world-leading music and theatre festival triggers more than mere fiscal effects. As the centre of an organically grown economic ecosystem it fulfils many functions and produces effects that deeply shape the business site Salzburg overall and which extend beyond Salzburg.

¹ Kannonier (1997, p. 736).

² Perterer (2016, p. 6). This lead article was simultaneously the overture of the comprehensive (annual) Festival supplement of this medium.

Richard Strauss "Der Rosenkavalier", 2014



SALZBURG THE **BUSINESS LOCATION**

Salzburg stands out with the lowest / second lowest traditional unemployment rate of the Austrian provinces. This underscores the attractiveness as a location for work and business. The purchasing power per resident is currently the highest in Austria, the gross regional product per inhabitant at 46,100 Euro is the highest after the national capital Vienna. The export performances of the Salzburg economy are above average.

The fact that Salzburg has the fewest sick days per employee fits the outstanding image of an exceptional business location, which scores further points with its outstanding quality of life: it is a fact that the average life expectancy in the Salzburg region is considerably over 82 years. The typical Salzburg citizen therefore counts among the longest-lived Europeans. Even the physician density is relatively high: only three European capital regions are ahead of Salzburg, which can lay claim to 532 physicians per 100,000 inhabitants.

Salzburg's economy is thereby borne by – structurally well-distributed – several columns: manufacture (trades and crafts, industry, construction) across retail, services and tourism. As the site of numerous international and national headquarters, as a centre

of retail, industry and services as well as being a small but excellent finance location, many enterprises appreciate the security and quality of services in and around Salzburg as well as the wonderful quality of life.

In an analysis of spring 2016 the Salzburg Economic Chamber compared the region of Salzburg (province) with a selection of the other 172 European regions. Essentially, the 32 best (!) of all EU regions were taken as a benchmark for comparison. The other provinces of Austria were also included, which – aside from a few exceptions – also count among the group of 33 regions placed at the peak. A variety of indicators available at regional level (mostly) for 2014 provided by the European statistics office were researched.

The result held no surprises. In brief: The region of Salzburg counts – aside from cities of millions and capital city regions¹ – to the strongest economic regions of Europe of 270 that were examined. On the one hand due to the high gross regional product achieved, on the other hand due the strength of the vocation education of the Europe-wide poster-child of the so-called dual training on the job and in

¹ To prevent the non-comparable from being correlated, no generalised conclusions across all regions are made.

“Culture encompasses the material and immaterial value of a society. It reflects the sum of wealth, ability and behaviour of the society as a whole.”
(Gottschalk, 2015, S. 11)

vocational school, an above-average life-expectancy, a region very well served doctors, and despite a multitude of existing higher education institutions and a lively start-up scene a research quota with potential for further development.

How, over the last fifty or one hundred years, the province of Salzburg and its economy (under the hardest conditions) has developed – coincidence or not – in retrospect the Salzburg Festival apparently simultaneously delivered an equally tremendous performance. Therefore it is not presumptuous to refer to a Festival ecosystem in Salzburg and beyond. Let us briefly take a step back:

Salzburg Festival: Not merely an economic motor with effects far beyond Salzburg

In 2016 the effects of the Salzburg Festival first underwent a comprehensive analysis, as to the extent to which the “Salzburg Festival” has a halo effect on the obvious sectors such as retail and tourism. The business location Salzburg per se is, as has been demonstrated also shaped by the Festival, which counts among the most valuable value creators of the country. In 2016 this comprehensive new approach selected the Salzburg

Economic Chamber Salzburg study “Ökonomische Auswirkungen der Salzburger Festspiele” (Economic effects of the Salzburg Festival), which was created by the Salzburg Economic Chamber department of Regional Economic Policy in cooperation with the Salzburg Festival.

This analysis was the first to also examine so-called intangible effects, the economic effects that cannot be evaluated on a mere monetary basis.

The following positive examples of intangible effects are therefore difficult or impossible to measure, but are most welcome for a business location:

- Salzburg’s high level hospitality could only come into being because the Festival had over many decades triggered a strong demand for sophisticated hotels and top-quality gastronomy. Salzburg’s high concentration of Michelin-starred and award-winning restaurants is proof of this.
- This ensures corresponding demand for training: the fact that Salzburg is the site of top tourism schools is no accident – but the result of culture tourism, triggered by the Festival. The Mozarteum university, an internationally renowned music

academy is also only conceivable in connection with the Festival in this form.

- The **competence and network effect** at the Salzburg location cannot be ignored. In no other city of this scale can such a program be artistically, technically and logistically mastered during the Festival season, effectively evenly distributed across the city at the various venues and stages. Salzburg has an above-average number of catering enterprises and event specialists compared to the other provinces.
- A noteworthy **identity effect** is should also be considered: due to the anchoring effect and almost hundred year tradition, the Salzburg Festival's quality demand has not only led to its becoming a cultural heavyweight, but also a stable factor in Salzburg for many years. The Siemens Festival Nights that have been held for 15 years, as well as many other activities in and beyond the Festival season in the city and province of Salzburg bring Hugo von Hofmannsthal's central theme of "the city as a stage" ever nearer to reality.
- The fact that the music economy in Salzburg bears up better than in other provinces is due to the direct effect of the Festival.
- Examples also include the taxi business, tourist guides, trades working for the Festival, the media economy and Salzburg Airport as parts of the unique "Festival ecosystem".



© Salzburger Festspiele / Monika Rittershaus

Thomas Adès "The Exterminating Angel", 2016

- The contribution to **brand development** of destinations through regular recurring larger events is especially emphasised by Scherer i.a.¹ The consequence of permanence has previously been insufficiently illuminated, because it makes a great difference to individual events. The Salzburg Festival, which has been conducted for many decades, stands for long-standing, cumulating economic effects.
- Not only tourism advertising naturally also profits from this brand effect of the world-renowned Festival, but also the tourism location as a whole ("image effect") up to congresses and trade fairs.

¹ Scherer et al. (2001, p. 298).

“Images of cities are bundled assessments and prejudices, which need not necessarily match the facts. Images develop in a slow process and consolidate over time. Images can be typologically divided into economic images, cultural images, historical images and special images, which influence each other. Cultural images refer to famous structures or persons to image-shaping areas of culture, educational and research institutions, church functions, celebrations and festivals and to the mentalities and influences of the population.”
 (Grabow et al., 1995, 105ff)

Regularly occurring large-scale events create a special sustainability in the competence and image effect area, because they effectively contribute to the right account each year. Thereby the Salzburg Festival as an especially important nucleus of creativity with many further core actors including the Mozarteum University and additional partners in the higher education domain as well as from the music and culture economy, can develop into a “Music Network Salzburg”. In particular within the scope of the various programs for young talent in the artistic domain, which primarily occur during the summer in Salzburg, networks with a cross-sectoral orientation could be created (from medicine and music to young entrepreneurs, the sciences and the gaming sector). According to R. Florida, exactly this creativity at this site so powerfully “charged” with music could raise creativity, innovation and knowledge potentials for the long term. Especially knowledge-intensive companies with a digital / technical / artistic / creative focus should be able to profit from these conditions which make the Salzburg location so authentic. A Florida sees it, the second term of creativity, which not merely refers to art and culture, but also to medicine, the sciences and specialists active beyond these domains also speaks for Salzburg.

Successful regions have to take this leap towards the knowledge society, by incorporating actors who are active locally, regionally, and beyond in various activities / allowing these to incorporate themselves.

Accordingly, organisations for economic development of public offices and agencies, naturally companies, especially start-ups, educational organisations, research departments of scientific institutions due to their person contact opportunities and personal encounters (could) create a higher communication density. Knowledge transfer thereby becomes a matter of course, if this milieu contact network is (consciously) utilised, whereby the especially involved persons should have authority and special competence.¹

It is self-evident that such a milieu emergence cannot be purely planned or dictated “from above”. Exactly as there would be innovation-oriented regional development, one would have to speak of milieu-oriented regional development. “At the centre should be the effort to strengthen with the aid of regional initiators from the region itself [...]”² Such a creative milieu cannot be created on the drawing

1 Fromhold-Eisebith (1999, pp. 169–170).

2 Fromhold-Eisebith (1999, p. 173).



Yuja Wang, Lionel Bringuier and the Camerata Salzburg

board but it could be possible to prepare the ground. It is important that trust and sympathies are united, to form a new local community group and thereby successfully counter the growing competition of a globalised world.³

This enriching of the image of Salzburg in the domain of (high) culture, music especially, tradition, historic buildings (the latter provide an exceptional image as “Salzburg world heritage historic city centre”), can occur in various ways. If these are pursued together, long-term future-oriented opportunities arise for Salzburg. The new founder initiative “Startup Salzburg” and comparable activities such as the new Open Innovation – initiative, strengthened networking work between the actors at universities and also at the interfaces of art and culture/multimedia art/

³ Fromhold-Eisebith (1999, 171ff). c.f. Benner (2012, p. 34).

communication/gaming offer promising approaches and can make positive contributions to a sustainably “charged” image of Salzburg.

In the “Wirtschaftsprogramm” (economic program) 2020 of the province of Salzburg, the topic area of “Music” is listed in combination with the creative economy and “Life Sciences”. So-called knowledge-spillovers i.e. transfer effects, especially occur in knowledge-wise related (“close”) sectors.

“This permits the conclusion that structure-political initiatives for the differentiation of the economic basis [...] should primarily concentrate on such (new) activities that are technologically (or cognitively) related to existing activities, [...]”⁴

Together with these site-political aspects, Salzburg Economic Chamber President Steindl draws the following conclusion:

“The far-reaching and correct decision of Salzburg businessmen close to a hundred years ago, to actively support the founding of the Festival, was one of the most important economic policy courses set in the history of Salzburg: It set an economic motor in motion, which has given the entire country economic momentum to this day.”

⁴ Firgo and Mayerhofer (2015, p. 61).

RESULTS OF VISITOR SURVEY ON 2015 FESTIVAL

The basis for the calculations published in the summer of 2016 is formed by the visitor survey on their stays for the 2015 Festival.

The most important results: 319 Euro daily expenditure, higher proportion of regular visitors, hotels preferred.

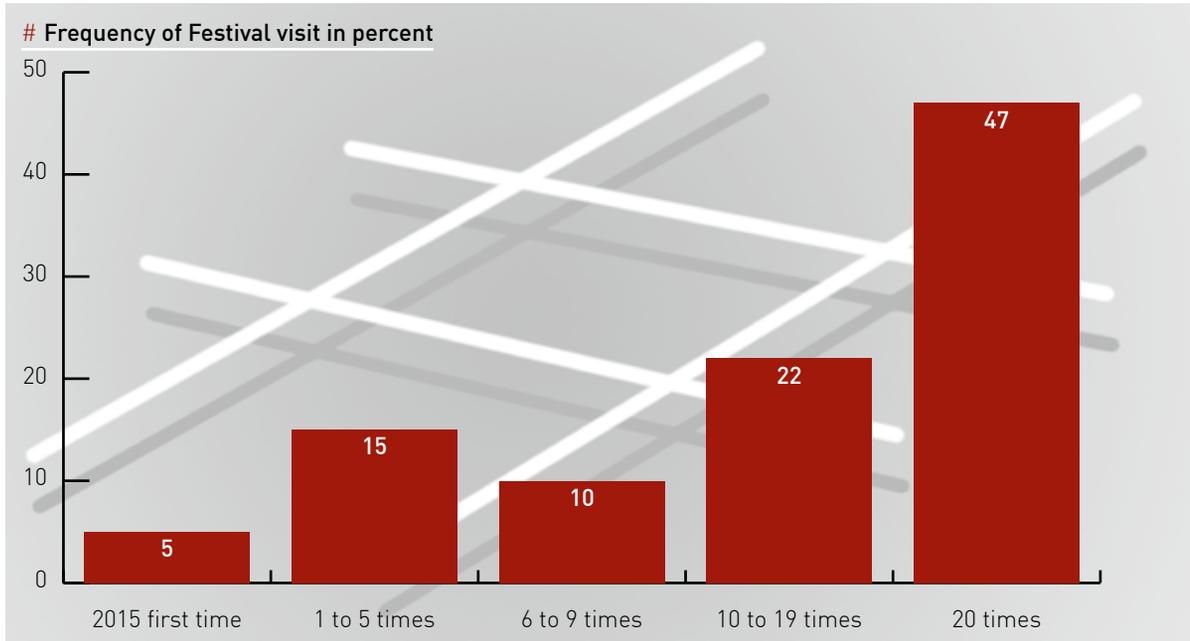
The Salzburg Economic Chamber study is based on the survey of Festival visitors from January to May 2016. 3067 visitors took part in the survey. The guest survey indicated a stable top position of the Festival when compared to earlier studies.

Summary:

- **Higher proportion of regular visitors:** Currently 80 percent of Festival visitors (2011 survey: 72.5 percent) are regular visitors. They have visited the Festival at least six times.
- **Festival as a motive for visiting Salzburg:** 95 percent of the surveyed Festival visitors visit

Salzburg purely because of the Festival. (2011: 71 percent)

- **Festival visitors stay longer.** As shown in earlier studies, external Festival guests are not merely loyal visitors of Salzburg, but also stay longer than other tourists. On average their stay in the city of Salzburg is 6 days. The overall average of all tourists spending nights in the city of Salzburg across the year is 1.7 days.
- A little more than half of the Festival visitors from abroad spend their holiday in Salzburg in pairs. On average each Festival guest visits five Festival performances.
- **The greatest visitor group comes from Germany.** A little over 41 percent of Festival visitors come from Germany, 38 percent come from Austria.
- **Reliable source of revenue for hotels:** 79 percent of Festival guests use a commercial accommodation provider during their stay (hotel, bed and breakfast). The hotel segment far outweighs B&B with 71 percent (2011: 69.5 percent).



► **Stable daily spending:** On average, each festival visitor spends 319 Euro (excluding Festival tickets) per day (2011: 317 Euro). The costs for board and lodging add up to 191 Euro (59.9 percent) on average. 64 Euro (20.1 percent) are spent per day on high-class consumer goods (clothing, jewellery, etc.). On top of this is the expenditure for the Festival tickets of around 550 Euro per visitor.

Regular guests still strong

Around 80 percent of the surveyed guests stated that they had visited the Salzburg Festival at least six times. In 2011 the number of regular visitors, using the same survey method – but without the online

option – amounted to 72.5 percent. In fact 68 percent of guests stated that they visited the Salzburg Festival every year. The proportion of regular visitors appears to be steadily rising.

A detailed evaluation showed that considerably more than half of the visitors had visited the Festival at least ten times. A notable 47 percent had even attended at least 20 times.¹ Therefore it is quite justified to speak

¹ The result could be interpreted to suggest that exceptionally loyal customers of the Festival completed the questionnaires disproportionately often, because the loyalty effect is greatest here. All of the results should be regarded in this light. The survey also does not differentiate between the Summer and Whitsun Festival.

of a particularly high level of customer loyalty of the Festival guests.

The new customer segment is easily determined during advance ticket booking. These are deliberate, early ticket orderers, who had long-standing plans to visit the summer 2015 Salzburg Festival: around five percent of those surveyed stated that the Salzburg Festival 2015 was their first attendance. For comparison: in 2011 this value for those celebrating their “premiere” so to speak at the Festival was 8.2 percent.¹ At the 2016 survey, a total of 20 percent specified that they have visited the Salzburg Festival between one and five times previously.

Festival holiday motive

The Festival is a strong motive for paying the city of Salzburg a visit. Among the guests who spend their holiday during the Festival directly in the city of Salzburg, 98 percent specified that they exclusively came to Salzburg due to the Festival. This number may be regarded as confirmation that the Festival is a truly important driving force for summer tourism in the city of Salzburg. The effect is greatest in the four star superior and 5 star hotels.² Naturally other reasons play a role for a stay, for example in the Salzburg environs³ The Summer residence is thereby selected quite consciously by the Festival guests. As they are mostly regular visitors, they know what Salzburg and its environs have to offer as well as the corresponding range of accommodation.

¹ Gaubinger (2011).

² The first category is not represented in the provincial capital, however, it is in the surrounding areas.

³ The Festival itself lists the many options for putting together a varied holiday program on its homepage.

Festival guests stay especially long

On average the external Festival guests spent seven to eight days in Salzburg in 2015. A mere 25 percent of those surveyed stated that they spent between one and three days in Salzburg. Around 44 percent of guests spend between four and seven days in the region. Almost a third (30 percent) spend over seven days during the Festival summer in Salzburg. These include numerous guests who stay/holiday considerably longer in Salzburg and the region.

In detail it can be seen that the Festival guests who directly stay in the City of Salzburg spend on average six days in the provincial capital. Those who seek accommodation outside the City of Salzburg in the province, remain significantly longer – on average ten days – because they combine their stay with other holiday and leisure activities (golf, hiking etc.).

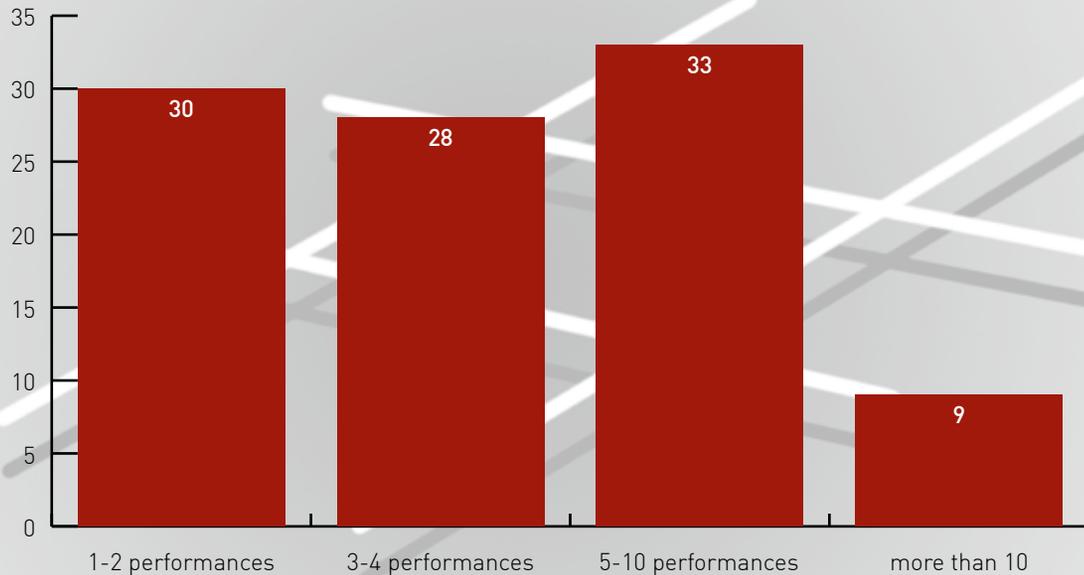
Number of visits stable

The stay length of seven to eight days is reflected by the visited performances. On average each Festival guest visits five Festival performances.

In detail, around 30 percent of Festival guests visit one or two performances. A further 28 percent view three to four and around 33 percent attended five to ten performances. The proportion of those who complete an “Art Enjoyment Marathon” at the Salzburg Festival and attend over ten performances lies at round 9 percent.

A Festival guest seldom comes alone

A little more than half (53 percent) of the Festival visitors from abroad spend their stay in pairs. 14 percent each of guest come as a party of three or alone to Salzburg. A significant proportion of almost

Distribution of visited performances in percent

one fifth of all surveyed attended the Festival with over two additional persons.

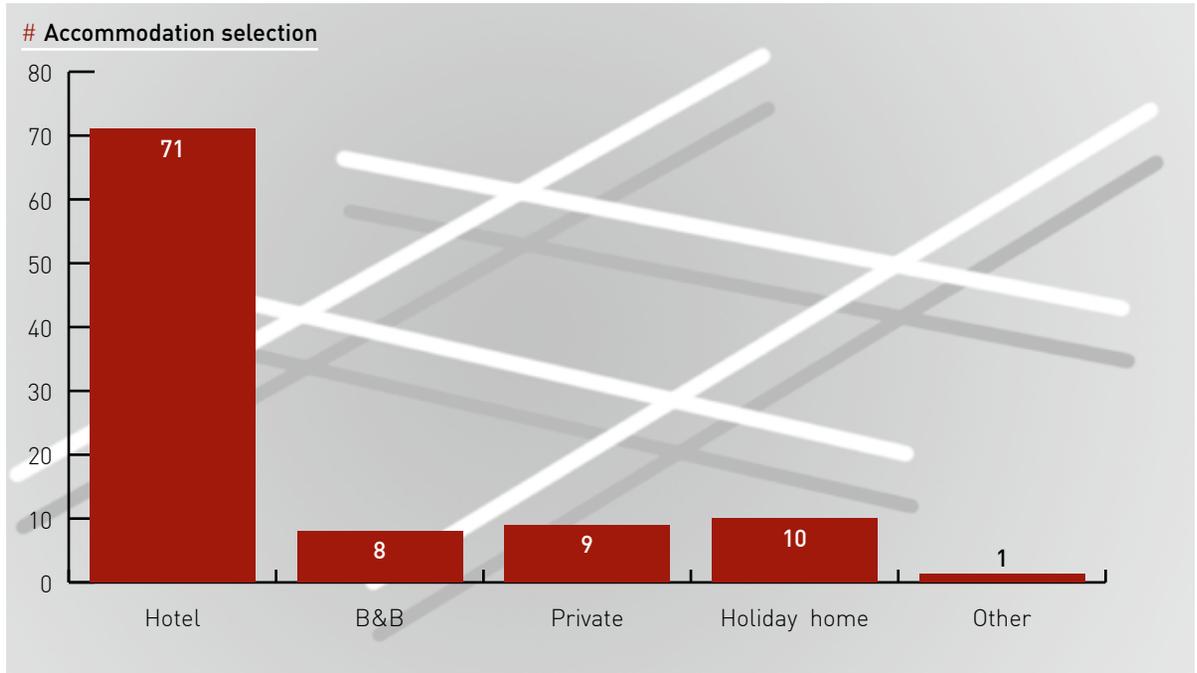
The Festival visitors from the Salzburg region state that they purchased tickets on average for three further guests from the province of Salzburg and five guests from outside the province of Salzburg and passed these on.

The visitors with a permanent residence outside the Salzburg region state that they purchased three further tickets on average for Festival visitors from the province of Salzburg and four for guests from outside the province of Salzburg. The local Festival

visitors therefore on average purchase one ticket more for friends and guests as the above-mentioned visitors with a permanent residence outside the Salzburg region.

Accommodation selection

Around 79 percent of Festival guests use a commercial accommodation provider during their stay, i.e. a hotel, or to a lesser extent, bed and breakfast. The hotel segment far overweighs B&B with 71 percent. Ten percent of guests are quartered in holiday homes / apartments and around nine use "private" accommodation. A small segment, approximately two percent uses uncategorized accommodation during



the Festival stay, for example their own mobile home. The same proportions across different categories result for regular customers of the Festival.

Regarding board at the lodging, 21 percent of external guests stated that they had not booked any board. 73 percent included breakfast with their bookings, four percent booked half board and two percent booked full board.

35 percent of surveyed Festival visitors stated that they drive from their full time residence to the performances. These are not only residents of Salzburg, but also guests from neighbouring Upper Austria (i.e. up to the Linz greater area) or Bavaria,

some of whom arrive by railway. Experience shows that these guests from within a 70 to 100 km radius of Salzburg also select Salzburg as a shopping destination outside the Festival season and therefore are an important customer base for local retailers and gastronomy.

Most pass the night in the city of Salzburg

65 percent of outside Festival visitors stayed in the UNESCO world heritage city of Salzburg during their Festival stay. This again represents an increase of 60 percent compared to 2011. A further 24 percent (2011: 21 percent) stayed outside the city, in the province of Salzburg. Thereby close to 90 percent select a holiday location in the region. A mere ten

percent of surveyed visitors reside outside the province of Salzburg during the Festival season, for example in Upper Austria or Bavaria.

Mobility of Festival guests

When it came to the choice of means of transport for travel to Salzburg for a Festival visit, 67 percent of outside guests opted for a car¹ (2011: 68 percent). Trains and buses are still used by around 20 percent of guests. Considerably over ten percent of external Festival guests use aeroplanes.

67 percent of the guests with a permanent residence in the Salzburg region also use a car for attending the performances. Train and bus were taken by 17 percent. Taxis are pleased with great popularity at 13 percent.²

The average daily expenditures of Festival visitors amount to 319 Euro without the Festival tickets. The costs for board and lodging add up to 191 Euro on average. As the evaluation shows, in addition to the cultural highlight there is still enough time for shopping: a noteworthy 64 Euro are spent on average by Festival guests per day on clothing, leather goods, jewellery, souvenirs etc. The expenditures for culture and leisure time (13 Euro) demonstrate that, aside from the Festival, museum visits, golf and other leisure options are utilised. The means of transport are included in the daily expenses at ten Euro. Buses and taxis are the most popular means of transport among Festival guests. Personal services include

¹ Or motorcycle.

² Taxis are naturally a popular means of transport for external Festival guests, to allow rapid individual movement within the city or from the surrounding communities.



© Salzburger Festspiele / Forster

Giuseppe Verdi "Il trovatore", 2014

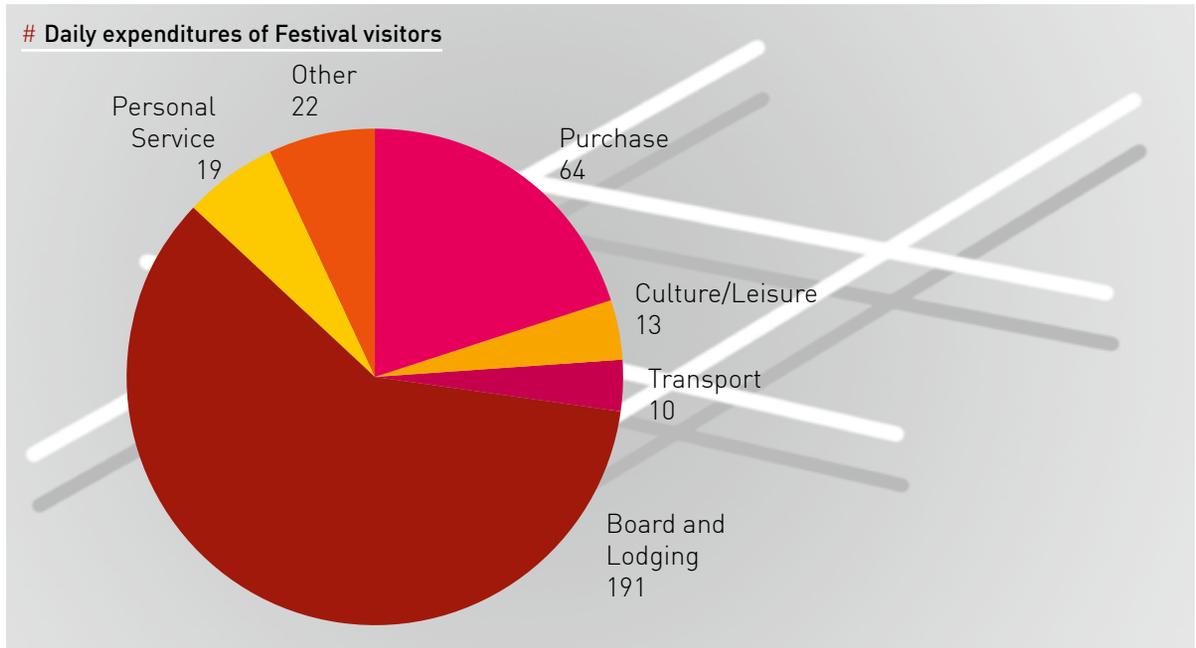
visits to the hairdresser, cosmetics, massages, spa activities etc. In addition to these are the expenditures for the Festival tickets of around 550 Euro per visitor.

Worldwide halo of the Festival – Distribution of guest countries or origin

The response rate deviated slightly from the regional / global distribution of guests themselves: a slight preponderance of responses from Austria (52.7 percent) and Germany (37.18 percent).

According to the ticket reservation figures, the Festival visitors from Austria and Germany have stabilized to a level of a little over / under 40 percent (Germany: 41.83 percent / Austria: 38.20 percent) over the course of the festivals.³ Approximately equal order addresses were in Switzerland and Japan

³ Engel (2016).



(2.7 percent each), 2.3 / 2.2 percent in the United States and Great Britain, orders from France were slightly below this level.

Service and Information of the Salzburg Festival

Customers are generally very satisfied with the services of the Salzburg Festival. Organisation, Information and Staff all do very well overall.

If Festival guests wish to inform themselves about innovations etc. they normally do this via the Festival publications (67 percent) and the homepage of the Salzburg Festival (51 percent). 42 percent inform themselves via the publications of the Friends of the Salzburg Festival. 25 percent of guests inform

themselves about the Festival via daily newspapers. Radio and TV are behind this at seven percent. The result indicates professional communication management with regard to the multimedia customer loyalty program of the Festival.

Use of survey results for calculation of economic effects

For the calculation of the value creation of the Salzburg Festival, the direct demand originating from Festival operation and the expenditures of the visitors are calculated. In total, the subject research is on the basis of 263,500 sold tickets.¹ Of these sold

¹ Engel (2016).

tickets, taking into account the evaluated data from the survey, a 20 percent share of customers from the Salzburg region were contacted. The remainder are customers with a full-time residence outside the Salzburg region.

The turnover from the expenditures of visitors of the Festival is projected on the basis of the calculated external and local visitor figures. In total a turnover of 129 million Euro results from the survey results on the expenditures of visitors in combination with the estimated number of visitors. This is distributed as follows across the surveyed areas of expenditure:

Board and lodging (in gastronomy and retail):	77 million Euro;
purchases:	26 million Euro;
culture and leisure time:	5 million Euro;
personal services:	7.5 million Euro;
transportation:	4 million Euro;
other:	9 million Euro.

To determine the value creation effects the VAT still needs to be deducted from these values. For this, a tax rate of 10 percent / 20 percent is assumed in the various categories.²

The expenditures for Festival tickets and thereby the turnover impulses resulting from the production of the Salzburg Festival should also be taken into account. To achieve optimal data quality for the model, the values of the expenditures of the Salzburg Festival can be utilised. The expenditures for Festival tickets are therefore not generally assigned to

² The old VAT rates of 2015 apply here.



© Salzburger Festspiele / Ruth Walz

Wolfgang Amadeus Mozart "Così fan tutte", 2016

the "Art, entertainment and recreation" economic sector³, but a more precise assignment to individual sectors is possible.

In total the Salzburg Festival 2015 and its guests generate a demand amounting to 141 million Euro (excluding VAT).

The resulting value creation as well as the employment effects are presented in the next chapter.

³ Statistik Austria (2016).

CALCULATION OF VALUE CREATION, JOBS AND INCOME

For the calculation of value creation and job effects a model from the Gesellschaft für Angewandte Wirtschaftsforschung (society for applied economic research) [GAW, 2015]¹ is used. The data basis for the model is formed by the national account as well as the input-output tables supplied by Statistik Austria. The effects triggered directly and indirectly by this festival, but also induced effects in the value creation area are central to the analysis of the economic effects of the Salzburg Festival. The Festival held place in summer in Salzburg, including the Whitsun Festival, as shown in the following, trigger a substantial additional employment volume and additional income in Salzburg and in Austria.

General results

The Salzburg Festival, which has existed for almost 100 years, creates special cultural, but also calculable economic values (tangible effects), year after year.²

¹ The SAREMO macroeconomic regional model illustrates the regional economic connections.

² Of equal importance are the previously described so-called intangible effects: multifaceted competence and network effects, image effects etc.

Significant value creation and income effects of the “Salzburg Festival”

- Festival visitors trigger an additional turnover impulse of approximately 129 million Euro.
- Including Festival ticket revenue and the revenue resulting from the production of performances and an aliquot investment part, the Festival provides a **turnover impulse of 141 million Euro** (excluding VAT).
- A single Festival year – in this case 2015 – with induced wave effects in the following years to 2019, generates **additional value creation to the sum of 183 million Euro in Salzburg** alone according to the GAW macroeconomic model. One Festival season brings Austria a total of 215 million Euro of value creation.
- Just in the province of Salzburg the Festival thereby permits an income effect of 104 million Euro, and 122 million Euro in Austria.
- They thereby create / secure approximately 2800 jobs (including the Festival) in Salzburg, 3400 in Austria.

Finally, the Salzburg Festival and its economic effects also bring a 77 million influx of taxes and duties for the public sector and the social system.

The results

The generated demand of approximately 141 million Euro becomes effective in 2015 and forms the basis for the model calculation. Thereby for this year the effects on gross value creation of around 146 million Euro and the estimated additional available income of 83 million Euro are greatest.

The demand generated by the Festival operation thereby causes additional value creation in the province of Salzburg, totalling around 183 million Euro. The additionally available income thereby reaching citizens of Salzburg is estimated at 104 million Euro. Looking at the gross value creation and the thereby available income, it can be seen that a large part thereof is brought to the province of Salzburg by foreign Festival guests.

The effects on employment in the province of Salzburg are calculated at a total of 2434 jobs, measured in year-round full time equivalents. The Salzburg Festival staff are not included here. The festival itself triggers an employment volume of a total of 400 full-time equivalents (year-round staff, seasonal staff, temporary staff). This does not take into account the measurable volume in working hours for the performances in summer of the approximately 3500 participants (choirs, orchestras, etc.).

The positive effects that naturally occur for the economy beyond the country borders e.g. due to

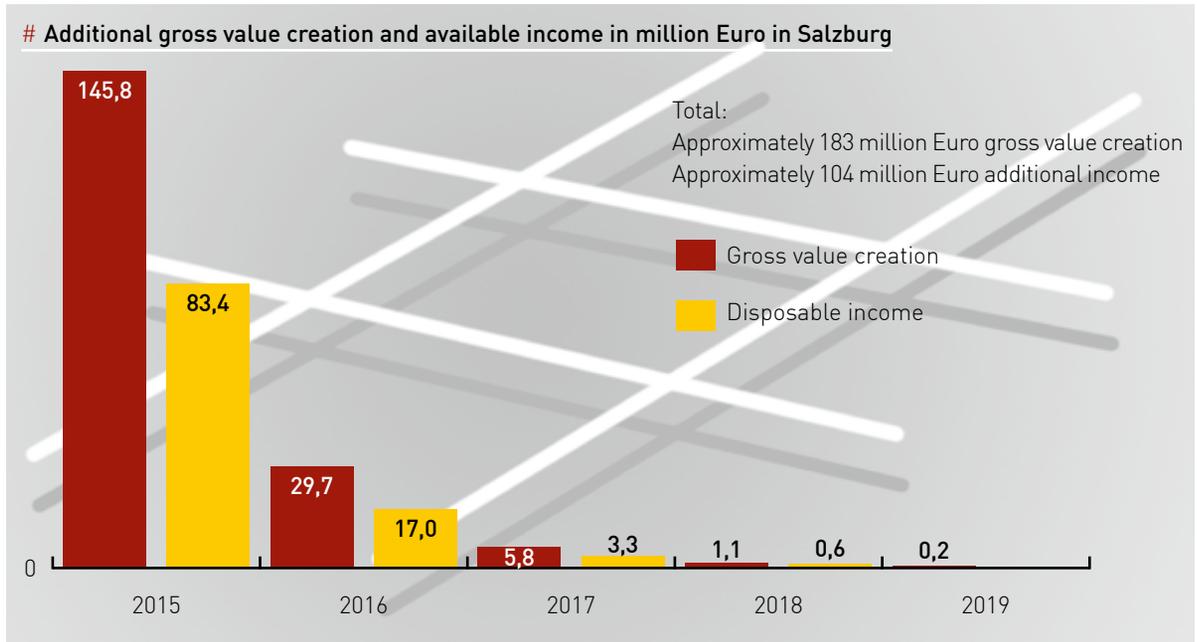


© Salzburger Festspiele / Marco Borrelli

Anne-Sophie Mutter, Riccardo Muti and the Vienna Philharmonic Orchestra

preliminary work or the use of additional income of private households. For Austria (Salzburg included) this could be estimated as additional value creation of approximately 215 million Euro.

Employment also benefits across Austria, as the jobs of approximately 3000 employees in total are secured or created by the additional demand from the Festival. Thereby the Salzburg Festival plays a valuable contribution to employment in Austria as a whole. The above-mentioned 400 full time equivalents are not shown here, which would result in an employment effect of approximately 3400 full time equivalents.



The results in detail

As the value creation analysis of the department of Regional Economic Policy demonstrated, the additional gross value creation for the province of Salzburg is distributed across the 2015 Festival and especially across years 2015 to 2019, whereby it is again highest in the first year, i.e. approximately 146 million Euro and in the second year (2016) at approximately 30 million Euro. This steadily reduces by six million in 2017 until 2019. The additionally available income behaves in the same manner, estimated at approximately 83 million Euro in 2015 and 17 million Euro in 2016.

The effects of a one-off demand impulse naturally reduce over time. When interpreting these numbers it is therefore important to bear in mind that the Salzburg Festival is an annually occurring cultural festival. The effects described here are cumulative to a certain extent. In one year, it is not only the effects of one festival year that are decisive, but of the festivals of preceding years, which are not taken into account in this analysis of the 2015 festival event. As the results show, the demand resulting in within the framework of the festival has verifiable effects for several years thereafter. In the analysis of the effects of the Salzburg Festival on the gross value creation in the province of Salzburg, the effect on the various economic is demonstrated: the accommodation and



© Salzburger Festspiele / Ruth Walz

Wolfgang Amadeus Mozart "Le nozze di Figaro", 2016

gastronomy sectors benefits especially, to the sum of approximately 50 million Euro, whilst retail benefits to the sum of approximately 35 million Euro. It can also be clearly seen how the direct demand for example is distributed across, and affects accommodation and gastronomy but also other sectors (retail, manufacture).

The detailed results for employment in year-round full time equivalents also provide an interesting insight. Again, it can be seen that the demand effective in 2015 also ensures value creation and thereby employment in the following years. The effects in the first year with 1961 full time equivalents naturally stand out. However, the results of the following years, especially 2016 (3821) and 2017 (74) should not be ignored.

1 Year-round full time equivalent

Observing the various sectors, in addition to accommodation and gastronomy (683) as well as retail (472) a considerable employment effect occurs in the arts and entertainment sector (359). Construction (259) and manufacturing (200) also profit from the orders for the Festival and the resultant income of citizens of Salzburg. (The "arts and entertainment" sector includes galleries as well as museums and other cultural institutions, which directly attract many Festival visitors during the Festival time. From the outset, festival guests belong to the group of culture tourists who like to take advantage of other cultural offerings during their stay in Salzburg. There are also so-called coupling effects in this domain, not only for fashion retailers, ladies' and gentlemen's tailors, hairdressers and the above-mentioned other sectors).



© Salzburger Festspiele / Hans Jörg Michel

Vincenzo Bellini "Norma", 2013



Hugo von Hofmannsthal "Jedermann", 2016

SUMMARY

In this culture-economic view it should be noted that beyond the significant effects of the Festival on value creation, employment and income, this cultural flagship enterprise plays a significant role in the world heritage site of Salzburg for the entire Salzburg region and beyond that – also for its image:

Aside from this, the Salzburg Festival itself may be regarded as an infrastructure facility, in any case a mention-worthy contribution to the relevant site factor of infrastructure through the resultant value creation: distributed across several years a “Salzburg Festival” in the Summer yields a total of 183 million Euro of value creation, 104 million Euro income and

an employment equivalent of in total 2800 full time jobs in the province of Salzburg.

Each invested Euro thereby yields multiple returns

The Salzburg Festival is a sustainable initiator from many points of view: with its culture production, with which it is a world leader, and which triggers many image effects, with its economic networking effect, allowing the tremendous value creation at a high level, and with its competence effects, which ensure know-how quality in companies and institutions. The Salzburg Festival provides an annual “excellence infusion” for Salzburg.

“... Gaisbergstraße¹, (Groß-)Glocknerstraße², Festspielhaus³... no, Franz Rehr (Note: visionary governor of Salzburg (1922–1938)) did not build this all himself. But all of this would never have been built without him! [This] shows that even the best ideas cannot leave the starting blocks without significant personalities and effective alliances. And it demonstrates that without fantasy, enthusiasm and risk-taking, nothing is possible ...” (W. Haslauer, November 11th 2016).

1 The Gaisbergstraße road leads up the scenic Gaisberg mountain (completed 1929).

2 The (Groß-)Glocknerstraße High Alpine Road is the highest surfaced mountain pass road in Austria (built 1930–1935).

3 The governor of Salzburg, Franz Rehr, initiated the first building called “Festspielhaus” in 1925. The Large Festival Hall (Grosses Festspielhaus) in Hofstallgasse was built from 1956 to 1960 planned by the architect, Clemens Holzmeister. It is one of the Salzburg Festival’s most impressive venues.

Literaturverzeichnis/References

Benner, M. (2012) Clusterpolitik: Wege zur Verknüpfung von Theorie und politischer Umsetzung, Berlin.

Engel, C. (19.07.2016) Zahlen, Daten und Fakten zu den Festspielen 2015 (E-Mail), Salzburg.

Firgo, M. and Mayerhofer, P. (2015) Wissensintensive Unternehmensdienste, Wissens-Spillovers und regionales Wachstum: Teilprojekt 1: Wissens-Spillover und regionale Entwicklung – welche strukturpolitische Ausrichtung optimiert das Wachstum?, Wien.

Fromhold-Eisebith, M. (1999) „Das ‚kreative Milieu‘ – nur theoretisches Konzept oder Instrument der Regionalentwicklung?“, Raumforschung und Raumordnung, vol. 57, 2–3, pp. 168–175.

Gaubinger, B. (2011) Die wirtschaftliche Bedeutung der Salzburger Festspiele: Studie 2011 des Zentrums für Zukunftsstudien der Fachhochschule Salzburg, Salzburg.

GAW (2015) Sa-Remo – Das Wertschöpfungsmodell für Salzburg.

Gottschalk, I. (2016) Kulturökonomik: Probleme, Fragestellungen und Antworten, Wiesbaden.

Grabow, B., Henkel, D. and Hollbach-Gröming, B. (1995) *Weiche Standortfaktoren*, Stuttgart, Berlin, Köln.

Kannonier, R. (1997) „Die Salzburger Festspiele“, in Dachs, H., Hanisch, E. and Kriechbaumer, R. (eds) *Geschichte der österreichischen Bundesländer seit 1945*, Wien, pp. 735–768.

Perterer, M. (23.07.2016) „Was wäre Salzburg ohne seine Festspiele?“, *Salzburger Nachrichten*, 23 July, p. 6.

Scherer, R., Riklin, F.-M. and Bieger, T. (2001) „Die langfristigen Effekte von Kulturevents: das Beispiel von LUCERNE FESTIVAL“, in Keller, P. and Bieger, T. (eds) *Tourism Growth and Global Competition: International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST): Kongressdokumentation des 51st Congress 2001*, pp. 277–304.

Statistik Austria (04.05.2016) *ÖNACE 2008: Erläuterungen (Ö-Version der NACE Rev. 2)* [Online]. Available at http://www.statistik.at/kdb/downloads/pdf/OENACE2008_DE_COE_20160504_144635.pdf (Accessed 28 June 2016).

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Wirtschaftskammer Salzburg,
Stabstelle Wirtschafts- und Standortpolitik,
Julius-Raab-Platz 1, 5027 Salzburg

Für den Inhalt verantwortlich:

Mag. Helmut Eymannsberger
heymannsberger@wks.at

Sachbearbeiter: Klemens Kurtz, M.A. (Econ.)

Produktion: Mag. Claudia Köck

Mitarbeit: Sandra Feldbacher, Andrea Pöckl

Fotos: Salzburger Festspiele: Luigi Caputo (Cover), Kolarik (8), Marco Borrelli (16, 32), Stephen Cummiskey (30), Monika Rittershaus (34), Forster (52); Tourismus Salzburg (57, 58)

Druck: offset 5020, Druckerei und Verlag Gesellschaft m. b. H., Bayernstraße 27, 5072 Siezenheim

Gendering:

Soweit in diesem Text personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise.

Haftungsausschluss:

Fehler können leider nie gänzlich ausgeschlossen werden. Wir übernehmen daher keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität des Inhalts; insbesondere übernehmen wir keinerlei Haftung für eventuelle unmittelbare oder mittelbare Schäden, die durch die direkte oder indirekte Nutzung der angebotenen Inhalte entstehen. Eine Haftung der Autoren aus dem Inhalt dieses Werkes ist gleichfalls ausgeschlossen.

Imprint

Media owner and publisher:

Salzburg Economic Chamber
department of Regional Economic Policy,
Julius-Raab-Platz 1, 5027 Salzburg

Content:

Mag. Helmut Eymannsberger

Administration: Klemens Kurtz, M.A.(Econ.)

Design: Mag. Claudia Köck

Assistance: Sandra Feldbacher, Andrea Pöckl

Fotos: Salzburger Festspiele: Luigi Caputo (Cover), Kolarik (8), Marco Borrelli (16, 32), Stephen Cummiskey (30), Monika Rittershaus (34), Forster (52); Tourismus Salzburg (57, 58)

Print: offset 5020, Druckerei und Verlag Gesellschaft m. b. H., Bayernstraße 27, 5072 Siezenheim

Gendering:

Any references in this text that refer to persons only in the masculine form refer equally to men and women.

Disclaimer:

Unfortunately, errors can never be entirely excluded. We accept no liability for the correctness, completeness and up-to-dateness of the content; especially we accept no liability for any direct or indirect damage due to direct or indirect use of the supplied content. Liability of the author for the content of this work is also not accepted.

Blick über die Jedermann-Bühne am Domplatz



