

Ein Kulturanlass fördert die lokale Wirtschaft

Die Bad RagARTz, die Schweizerische Triennale der Skulptur, entwickelte sich in kurzer Zeit zu einer der grössten Freiluftausstellungen der Welt. Das Gastgewerbe und die Geschäfte in der Region Sarganserland profitierten davon. Was führte zu diesem Erfolg? *Franz Kronthaler*

Abstract Um die touristische Entwicklung von Regionen zu stärken, wird oft gefordert, Leuchtturmprojekte anzustossen. Solche Projekte sollen eine grosse Strahlkraft entfalten, den Tourismus fördern und Wertschöpfung generieren. In Bad Ragaz ist das mit der Bad RagARTz, der Schweizerischen Triennale der Skulptur, gelungen. Eine Analyse der Fachhochschule Graubünden schätzt, dass dieser Event 2018 rund 8,2 Millionen Franken zusätzliche Wertschöpfung in der Region ermöglichte. Direkt profitierten dabei vor allem das Gastgewerbe und die lokalen Geschäfte. Dank Vorleistungen und zusätzlichem Einkommen in der Region wurde auch die Nachfrage in weiteren Branchen stimuliert. Zudem profitierte das soziokulturelle und politische Image der Region im In- und Ausland.

Kulturelle Grossveranstaltungen bringt man nicht unbedingt mit ländlichen Gegenden in Verbindung. Doch es gibt sie auch dort. Zum Beispiel im St. Galler Dorf Bad Ragaz in der Region Sarganserland. In der Gemeinde mit rund 6000 Einwohnern findet nämlich seit dem Jahr 2000 alle drei Jahre der Event Bad RagARTz, die Schweizerische Triennale der Skulptur, statt. 2021 wird sie bereits zum achten Mal durchgeführt. Von Mai bis Ende Oktober werden 72 internationale Künstler insgesamt 450 Werke präsentieren. Die Besucher können die Ausstellung kostenlos besuchen, und rund 400 000 bis 500 000 Personen werden diese Gelegenheit auch nutzen. Doch welche Faktoren haben diesen Erfolg ermöglicht?

Ein günstiges Umfeld

Im Zentrum steht wie so oft der unternehmerische Geist Einzelner. Entstanden ist die Bad RagARTz im Jahr 2000. Die Familie Hohmeister wollte für das neue Jahrtausend etwas Bleibendes schaffen, «etwas, was nicht wie ein Feuerwerk verpufft», wie sie sagt. Dazu kam ein gewisser revolutionärer Geist, welcher Kultur als wichtiges bildnerisches, soziales Element betrachtet: Kunst als Gegenpol zur gesellschaftlichen Oberflächlichkeit und zur ökonomisierten Welt; Kunst als beegendendes Element, welches städtebauliche, kulturelle und politische Zusammenhänge diskutieren und gestalten kann.

Eine Idee und der unternehmerische Geist reichen aber in der Regel nicht aus, es braucht auch den «Bodensatz». Ohne das nötige Umfeld und die notwendigen Kenntnisse kann ein Projekt nicht verwirklicht werden. Das Umfeld muss über die notwendigen Ressourcen verfügen und darf die Idee nicht im Keim ersticken. Bad Ragaz ist ein solches Umfeld: Der Ort hat eine lange Tradition als Kurort, besitzt die entsprechenden Parkanlagen, welche genutzt werden können, und verfügt über eine

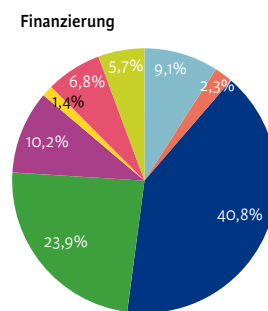
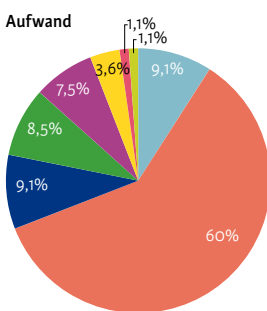
gewisse Welt- und Kulturoffenheit. Beispielsweise beherbergt das Grand Resort Bad Ragaz als führende touristische Institution in der Gemeinde Gäste aus der ganzen Welt.

Die Initiantenfamilie Hohmeister hatte keine Kenntnisse darüber, wie eine Kunstausstellung zu organisieren und zu finanzieren ist. Doch aufgrund der jahrelangen Tätigkeit im medizinischen Zentrum von Bad Ragaz, welches auch die Gäste des Grand Resort betreut, waren die Familienmitglieder sehr gut vernetzt und verfügten über Kontakte zu Künstlern und zu Personen, welche als Türöffner dienen. Diese Kontakte wurden genutzt, um in nur wenigen Monaten die erste Skulpturenausstellung zu organisieren.

Grenzen ausgelotet

Seither ist vieles passiert. Im Jahr 2000 waren 42 Künstler mit insgesamt 120 Werken beteiligt. Bis zum Jahr 2015 steigerte sich die Zahl der Ausstellenden und Kunstwerke. Damals

Kosten- und Finanzierungsschätzung für die 8. Bad RagARTz 2021



- Produktions-, inkl. Materialkosten
- Transporte, inkl. Auf-/ Abbau und Koordination
- Versicherung
- Künstlerische Leitung, Medienarbeit, Administration
- Grafik und Druck Künstlerbuch, Plakate, Prospekte etc.
- Beiträge und Spesen für junge Künstler
- Eröffnungstag (Infrastruktur und Verpflegung)
- Kinderworkshop und Jugendarbeit

- Verkauf von Merchandising-Artikeln
- Verkauf von Katalogen, Kunstbücher etc.
- Verkauf von Kunstwerken
- Unterstützung durch kunst- und kulturaffine Stiftungen und Organisationen
- Sponsoren und Gönner
- Unterstützung durch regionales Gewerbe
- Staatliche Unterstützung, Kanton, Gemeinden etc.
- Eigenleistung Familie Hohmeister

Aufwand und Finanzierung beziffern sich total auf 2 207 000 Franken (Stand Februar 2020).

BADRAGARTZ / DIE VOLKSWIRTSCHAFT

waren es rund 90 Künstler, die 450 Kunstwerke beisteuerten. Laut den Veranstaltern wurde damit die vorhandene Kapazität ausgeschöpft. Wie sich zeigte, waren 450 Kunstwerke eine sinnvolle Zahl für die Grösse von Bad Ragaz, und sie wurde seither beibehalten. Die Anzahl Künstler wurde allerdings 2018 reduziert und liegt heute bei rund 70.

Zentral für die Weiterentwicklung der Bad RagARTz waren die frühe Professionalisierung und die damit verbundene Überführung der Veranstaltung in eine Stiftung. Diese hat den Zweck, die regionale Kultur zu fördern und alle drei Jahre die Bad RagARTz durchzuführen. Die Stiftung wurde im Jahr 2004, nach der zweiten Durchführung der Kunstausstellung, gegründet und stellte diese auf ein breiteres Fundament: Ein Stiftungsrat wurde gewählt und damit die Organisation des Events auf mehrere Schultern verteilt.

Zudem wurde der Durchführungsterminus von drei Jahren festgeschrieben. Berücksichtigt wurde dabei auch, dass eine jährliche Durchführung einen gewissen Gewöhnungseffekt mit sich bringt und die Veranstaltung damit «gewöhnlich» wird. Ausserdem benötigen die Organisation und die Finanzierung einen Vorlauf, da diese sehr aufwendig sind. Damit die Veranstaltung nicht mehr nur am finanziellen Engagement der Gründungsfamilie hing, wurde auch die Finanzierungsfrage geregelt. Alles zusammen war notwendig, um die Veranstaltung längerfristig durchzuführen und zu professionalisieren.

Regionaler Rückhalt

Die Kosten für die Durchführung einer Bad RagARTz belaufen sich auf geschätzte 2,2 bis 2,5 Millionen Franken (siehe *Abbildung*). Wohl gemerkt: Der Eintritt zur Triennale ist für die Besucher kostenlos. Wie also wird die Bad RagARTz finanziert?

Die staatliche Unterstützung macht dabei nur einen sehr kleinen Teil des gesamten Budgets aus. Der grösste Teil der Einnahmen kommt aus den Verkäufen der Kunstwerke im Auftrag der Künstler, der Unterstützung durch kunst- und kulturaffine Organisationen sowie durch Beiträge von Sponsoren und Gönnern. Zudem zeigt sich, dass der grösste Teil des Budgets aus überregionalen Quellen stammt und somit der Region zufließt. Auch das regionale Gewerbe und die Gemeinde unterstützen die Veranstaltung. Dies ist ein erstes Indiz dafür, dass auch die Region von der Veranstaltung profitiert.

Lohnt sich der Event für die Region also auch wirtschaftlich? Die Fachhochschule Graubünden hat die Wertschöpfung, welche



Festival mit Strahlkraft:
Ein Helikopter fliegt einen
Leuchtturm zu Promotions-
zwecken auf den Guschakopf,
den Aussichtspunkt über Bad
Ragaz SG.

von der Veranstaltung ausgeht, mit einem sogenannten regionalwirtschaftlichen Multiplikatormodell geschätzt. Dabei unterscheiden wir zwischen direkter, indirekter und induzierter Wertschöpfung. Die direkte Wertschöpfung bezeichnet den Teil, den die Organisatoren und Unternehmen durch den Konsum der Besucher direkt erwirtschaften. Die indirekte Wertschöpfung ergibt sich aus dem Bezug von benötigten Vorleistungen, zum Beispiel werden die Kunstgegenstände nach Bad Ragaz transportiert und dort aufgestellt, oder Restaurants beziehen Waren in der Region. Die induzierte Wertschöpfung schliesslich ist der Teil, der aus den zusätzlichen Einkommen der Beschäftigten resultiert, etwa wenn diese Produkte des täglichen Bedarfs einkaufen.

Wertschöpfung ist nicht alles

Unsere Analyse zeigt, dass bei der letzten Durchführung der Triennale im Jahr 2018 in Bad Ragaz und der Region Sarganserland eine zusätzliche Wertschöpfung von rund 8,2 Millionen Franken entstand. Bei der Berechnung sind wir von einem Multiplikator ausgegangen, wie er für Schweizer Bergkantone typisch ist. Zudem wurde nur der Wertschöpfungsteil berücksichtigt, der aufgrund der in die Region zufließenden Finanzmittel entstand. Gelder, die auch ohne die Bad RagARTz in der Region vorhanden sind und entsprechend auch so zu Wertschöpfung in der Region führen, wurden bei der Berechnung nicht berücksichtigt. Der weitaus grösste Teil der zusätzlich generierten Wertschöpfung, rund 7 Millionen Franken, kann dabei auf die Besucherausgaben zurückgeführt werden, wobei davon wiederum 4,1 Millionen Franken direkte Wertschöpfung durch die Ausgaben der Besucher sind. Ein Beispiel dafür sind die rund 5000 zusätzlichen Übernachtungen in Bad Ragaz. Hochrechnungen zeigen zudem, dass die circa 400000 bis 500000 Besuchenden im Rahmen ihres Ausfluges Geld für Essen und Trinken sowie im örtlichen Detailhandel ausgeben. Damit profitieren insbesondere Hotellerie, Gastronomie und lokale

Geschäfte stark vom Kulturanlass. Über die indirekte und induzierte Wertschöpfung profitieren aber auch viele nachgelagerte Wirtschaftsbereiche.

In der ökonomischen Literatur werden bei solchen Leuchtturmprojekten neben der generierten Wertschöpfung auch weitere wichtige regionalwirtschaftliche Effekte diskutiert. Mit Blick auf die Bad RagARTz sind dies etwa touristische, soziokulturelle, politische und bildende Effekte. Diese Wirkungen zu messen, ist methodisch schwierig und nur aufwendig umzusetzen.

Vor und während der Bad RagARTz wird unter anderem aufgrund der Internationalität der Künstler weltweit über die Kunstausstellung berichtet. 2018 gab es weltweit mehr als 1000 Berichte in den Printmedien sowie auf Radio- und Fernsehkanälen. So informierten etwa das Schweizer Fernsehen und der deutsch-französische Kultursender Arte über die Veranstaltung. Neben der regionalen und der nationalen Presse, wie z. B. dem «Sarganserländer» und der NZZ, gab es auch Berichte auf «Spiegel online» und im «New York Times»-Reisemagazin. Obwohl der Grossteil der Berichterstattung regional und national ist, wird neben dem schweizerischen also auch ein internationales Publikum erreicht und für die Tourismusregion Bad Ragaz Werbung gemacht. So ist insgesamt davon auszugehen, dass die Tourismusdestination Bad Ragaz durch die Bad RagARTz ihre Bekanntheit steigert und als touristisches Ziel attraktiver wird.

Aufgrund der Berichterstattung ist auch davon auszugehen, dass das soziokulturelle und politische Image von Bad Ragaz profitiert. Denn es gewinnt sowohl national als auch international an Bekanntheit. Aber auch die Bevölkerung kommt nicht zu kurz: Während der sechsmonatigen Durchführung der Bad RagARTz steht ihr nämlich ein erweitertes Freizeit- und Erlebnisangebot zur Verfügung. Dadurch wird Bad Ragaz als Wohn- und Freizeitort attraktiver.

Darüber hinaus kann von bildenden Effekten bei der regionalen Bevölkerung ausgegangen werden. Denn zum einen ist der

Kulturanlass so konzipiert, dass die Kunstwerke zum Denken und Diskutieren über gesellschaftliche Zusammenhänge anregen. Zum anderen wird in zahlreichen Führungen und (Kinder-)Workshops über Kunstwerke und deren Aussagen berichtet, und es werden eigene Kunstwerke erstellt.

Leuchtturmprojekt mit Erfolg

Das Beispiel Bad RagARTz zeigt, dass Leuchtturmprojekte bedeutende regionalwirtschaftliche Effekte sowie Tourismus, Wertschöpfung und weitere Angebotseffekte initiieren können. Das ist nicht selbstverständlich. Es gibt auch Leuchtturmprojekte, die, anstatt Ressourcen zu erzeugen, vorhandene Ressourcen, etwa in Form von staatlichen Subventionen, binden. Nicht aber die Bad RagARTz: Mit dem vorhandenen Know-how sowie einem passenden Umfeld gelang es, ein Projekt anzustossen, das durch eine frühe Professionalisierung und eine breite Abstützung dauerhaft erfolgreich werden konnte.

Herausfordernd ist bei Kulturveranstaltungen immer die Finanzierung. Die Bad RagARTz verzichtet auf Einnahmen aus Besuchereintritten und ist daher auf die Unterstützung von Stiftungen und Gönnern angewiesen. Damit zeigt sich ein gesellschaftliches Dilemma: Kunst und Kultur können oft nicht selbsttragend sein und leben zumindest teilweise von unterstützenden Beiträgen. Doch diese zahlen sich über wichtige wirtschaftliche und gesellschaftliche Effekte teilweise wieder aus, wie unsere Analyse zeigt.



Franz Kronthaler

Professor für Statistik und Volkswirtschaftslehre, Zentrum für wirtschaftspolitische Forschung, Fachhochschule Graubünden (FHGR), Chur