

[Michael Riedler](#)

Seebühne belebt die Wirtschaft

Festspielsommer. Die heute startenden Bregenzer Festspiele haben ein Budget von 20 Millionen € und beschäftigen bis zu 1500 Mitarbeiter. Dazu hat die Seebühne enorme Umwegrentabilität.

Bregenz. "Wir haben die größte Seebühne der Welt und dieser Festspielort am Bodensee und am Pfänder ist etwas Einzigartiges", sagt Michael Diem, der kaufmännische Geschäftsführer der gemeinnützigen Festspiele GmbH, die im Eigentum der Bregenzer Festspiele Privatstiftung steht. Die Festspiele, die ab sofort Mozarts "Zauberflöte" zeigen, haben ein Niveau und ein Volumen erreicht, bei dem Ausfälle teuer kämen. Daher sind die großen Partien auch alle dreifach besetzt.

So hat das Jahresbudget bereits einen Umfang von 20 Millionen €. 5,7 Millionen kommen von Bund (40 Prozent), Land Vorarlberg und Stadt Bregenz. 1,3 Millionen € lassen Sponsoren springen. Hauptsponsoren sind die Casinos Austria, die Liechtensteiner LGT-Finanzgruppe sowie die Hypo Vorarlberg. Die Illwerke-VKW-Gruppe ist ein "Green-Energy-Partner" für die Festspiele. Mit dem Knowhow der Gruppe sollen die Festspiele zu einem sogenannten "Green Festival" entwickelt werden, bei dem die Aufführungen ressourcenschonend gestaltet werden.

Know-how-Gewinn

80 Personen sind als Stammpersonal bei den Festspielen tätig. In der Spielsaison sind es aber 1500 - eine Herausforderung für das Personalmanagement, aber auch eine Bereicherung. Diem: "Da gibt es Technikernomaden, die im Sommer zu uns ziehen, die immer wieder neues Knowhow einbringen."

Für die Region um Bregenz haben die Festspiele generell hohe Umwegrentabilität, wie eine Studie, die die Festspielverantwortlichen in Auftrag gaben, zeigt. Ergebnis: Allein schon in der Vorbereitung entstehen direkte und indirekte Umsatzeffekte in Höhe von 23,58 Millionen € und Wertschöpfungseffekte in Höhe von knapp 15 Millionen. Die festspielinduzierten touristischen Umsatzeffekte werden auf 134 bis 148 Millionen € taxiert und die touristische Wertschöpfung auf 78 bis 85 Millionen. Dazu kommen Werbungsausgaben und die Ausgaben des ausländischen Personals. Insgesamt kommt die Studie auf Umsatzeffekte von 160 bis 174,2 Millionen € und eine Wertschöpfung zwischen 94,6 und 102,9 Millionen €.

1200 Tourismusjobs

Dabei noch gar nicht eingerechnet sind die Effekte auf die Beschäftigung im Tourismus. Sie werden mit rund 1200 Ganzjahresjobs beziffert.