



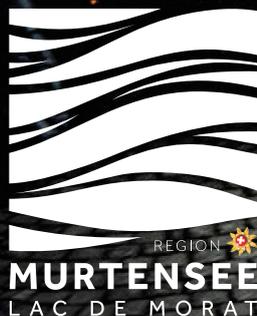
LICHT-FESTIVAL

FESTIVAL DES LUMIÈRES

15.-26. JAN 2020 18-22H MURTEN - MORAT

Schlussrapport

Deutsche Version



IB-murten
Elektrizität Trinkwasser Fernwärme



Schröder
Experts in lightability™

Nau.ch
News für die Schweiz.

Haldimann AG Murten
www.haldimannag.ch





DAS FESTIVAL 2021

Für das Licht-Festival 2021 hat sich das Organisationskomitee zum Ziel gesetzt, den 2020 eingeschlagenen Weg weiter zu gehen. So soll das Konzept beim Hauptplatz so weiter gezogen werden. Für das Kirchenspektakel soll das überraschende Element weiterentwickelt und die Gäste im 2021 wiederum zum Staunen gebracht werden. Der Esprit und das Herzblut, welche die ersten fünf Ausgaben belebt haben, sollen erhalten bleiben. Das Komitee strebt an, Murten als «Schweizer Hauptstadt des Lichts» zu etablieren.

Strategie 2021

Im Anschluss an ein ausführliches Debriefing hat das Organisationskomitee entschieden, für 2021 folgende Prioritäten zu beachten:

- Es muss der gleiche Esprit und das gleiche Herzblut beibehalten werden
- Globale Licht-Festival Atmosphäre soll in der Rathausgasse gesteigert werden
- Der See soll eine Aufwertung erhalten und sich als vierter Eckpfeiler des Festivals etablieren
- Schwerpunkt liegt auf der Festigung des existierenden Konzepts und der Professionalisierung der Struktur.
- Stärkung der Wiedererkennung der Region als «Schweizer Hauptstadt des Lichts»
- Erste touristische Projekte rund ums Licht sollen realisiert werden
- Den eingeschlagenen Weg bzgl. Finanzierung weiter gehen und optimieren
- Neugestaltung der VIP-Angebote - Ablauf anpassen

Quantitative Ziele

- 50'000 Besucher
- CHF 1'2 Mio. - Budget

Qualitative Ziele

- Weniger Showartepages integrieren
- Reichhaltiges, ausgewogenes Programm gestalten, guter Mix zwischen Interaktivität, natürlichem Licht, Live-Performances
- Eine touristische Dynamik im Winter rund ums Thema Licht kreieren
- Wetterunabhängigkeit erreichen (Schlechtwettervarianten bei den Arteplagen)
- Qualitätssteigerung der Firmenanlässe
- Murten und die Region als «Schweizer Hauptstadt des Lichts» stärken

Struktur

Verwaltung und Verantwortung

- Murten Tourismus (Non-Profit Verein)

Programm

- Freunde des Murten Licht-Festivals (Non-Profit Verein)

Organisationskomitee

- Marianne Siegenthaler (Präsidentin)
- Francis Moret
- Stephane Moret
- Lara Risch
- Ivan Mariano

Projektleiter

- Simon Neuhaus

Operativer Leiter

- Luca Schild

Eckdaten Festival 2021

Datum

13. - 24. Januar 2021, jeden Abend von 18 bis 22 Uhr

Ort

Altstadt von Murten und Umgebung

Zielgruppe

- Fokus auf regionale und nationale Bevölkerung
- Kulturinteressierte, Familien, aktive Personen, Firmen

BILANZ IN ZAHLEN

Mehr als **90'000 BESUCHER** während 12 Festivaltagen.

24 ARTEPLAGES in der Altstadt und entlang des Seeufers, sowie **185 SCHEINWERFER** an verschiedenen Orten im Städtchen.

Rund **250 FREIWILLIGE HELFER** sowie die aktive Unterstützung der Anwohner, der Stadt Murten und der Hauptpartner der Region.

Gegen **8'800 SEE-LATERNEN** auf dem See.

Eine ZUNAHME VON **134% DER HOTELÜBERNACHTUNGEN** im Vergleich zu 2015 (vor der 1. Ausgabe des Murten Licht-Festivals).

Über **140 PARTNER UND SPONSOREN**.

Die **FESTIVAL-APP** wurde von **15'500 Besuchern** benutzt!

Ein **MEDIENWERT** von schätzungsweise mehr als **1'016'500** Franken, mit mehr als **32 PRESSEARTIKELN** und **10 TV-BEITRÄGEN**.

Über **1'500 VIP-GÄSTE** wurden im Rahmen des Festivals verköstigt.

In dieser Ausgabe wurden **285'000 PERSONEN** via **FACEBOOK ERREICHT**, knapp **8'000 FANS** auf der Seite des Licht-Festivals und über **4'900 AUFRUFE** des Festival-Videos gezählt.

WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNG VON über 4.5 MIO FRANKEN, gestützt auf die Studie zur wirtschaftlichen Auswirkung von Events. Nicht zu vergessen ist der indirekte Einfluss des Festivals auf die ganze Region in Bezug auf Promotion und Image.

PROGRAMM

Durch die Neuausrichtung in der Programmation konnten die Besucher am Licht-Festival wiederum überrascht werden. Die Projektionen auf dem Berntorplatz, die Lasershow in der Hauptgasse und das Kirchenspektakel sind sehr gut angekommen und haben für eine etwas andere Atmosphäre als in den Vorjahren gesorgt.

Ein abwechslungsreiches Programm

Das Licht-Festival 2020 bestand aus 24 Arteplices. Ein abwechslungsreicher Mix zwischen Live-Animationen, Installationen und Projektionen sorgten für ein abwechslungsreiches und unterhaltsames Programm.

Als Hauptattraktionen galten die Projektion der Licht-Spezialisten «Spectaculaires» auf dem Berntorplatz und «Le Big Bang» in der Hauptgasse. Zudem wurden die Besucherinnen und Besucher mit der Arteplice «Reverse» in der Deutschen Kirche auf eine magische Reise aus Tanz, Musik und Operngesang mitgenommen.

Spectaculaires - allumeurs d'images

Zum fünften Mal konnte auf das fachmännische Wissen von Spectaculaires gezählt werden. Sie haben die Hauptprojektion auf dem Berntorplatz verwirklicht. Das Schulhaus, die Villa Sonnegg sowie der obere Teil des Kanonenmättelis wurden als Schauplätze des live aufgeführten Spektakels integriert. Zudem waren Spectaculaires wieder an Ort und Stelle wenn es darum ging, die Türme der Ringmauer sowie das ganze Städtli ins richtige Projektorenlicht zu rücken. Spectaculaires ist bekannt für ihre ausgezeichneten künstlerischen und technischen Licht-Projektionen und Lichtspiele. Es konnte über die Jahre eine hervorragende Zusammenarbeit aufgebaut werden und eine weitere Zusammenarbeit wird angestrebt.



Der Event 2020

PROGRAMM

Reverse

Der diesjährige Live-Event in der Deutschen Kirche wurde vom Ensemble Corona Events, dem Freiburger Organisten Vincent Perrenoud und den beiden Opernsängerinnen Julia Deit-Ferrand und Hélène Walter aufgeführt.

Knapp 8'000 Gäste konnten begrüsst und mit Licht, Poesie und Musik unterhalten werden. Vor allem das Zusammenspiel zwischen der Livemusik und des Operngesangs, kombiniert mit den Tanzeinlagen, erfreute die vielen Gäste in der Kirche. 43% der Eintritte in die Deutschen Kirche wurden über das Vorverkaufstool reserviert.

Auch in Zukunft soll jeweils eine separate Live-Show mit zusätzlichem Eintritt um die CHF 10.00 durchgeführt werden.

Hauptgasse - Big Bang

Die Hauptgasse, in der letztes Jahr Schmetterlinge herumschwebten, gab es in dieser Ausgabe nichts anderes als den Urknall zu bestaunen. Laserprojektionen, die im Rhythmus zur Musik über die Mauern der angrenzenden Häuser tanzten, haben viele Gesichter ins Staunen versetzt. Mit dieser Arteplage ist es gelungen, die ganze Hauptgasse in ein Spektakel zu verwandeln.

Museum Murten

Zusätzlich zur Projektion auf die Fassade des Museums wurden sieben weitere Installationen im Innern des Museums pr esentiert. Die Besucherinnen und Besucher konnten sich so ein wenig aufwärmen und die kleinen aber feinen Projekte unabhängig vom Wetter entdecken. Knapp 9'900 Gäste liessen es sich nicht nehmen, diese zu entdecken.

Murten See-Laternen

Von den guten Wetterbedingungen profitierten nicht nur die Besucher im Stedtli, sondern auch die zahlreichen Festivalbegeisterten, die sich zum See begaben, um ihre Wunschlaterne auf das Wasser zu legen. Viele genossen die ruhige Stimmung am Ufer und es wurden über 8'500 Laternen dem See überlassen. Wie viele Wünsche in Erfüllung gingen, bleibt ein schönes Geheimnis.

Zweisprachigkeitsprojekt

Vier verschiedene Schulklassen aus der Region haben sich dieses Jahr am Zweisprachigkeitsprojekt beteiligt. Davon waren zwei Klassen franz osischsprachig und zwei Deutschsprachig. In verschiedenen Workshops vor dem Festival haben die Schülerinnen und Schüler gemeinsam unterschiedlichste Hilfsmittel erstellt, die dann während den Vorf uhungen mit den Hellraumprojektoren zum Einsatz kamen. Claudia Reh, die bereits vor drei Jahren als Künstlerin am Licht-Festival war, hatte die künstlerische Leitung über das Projekt.



PROMOTION



Die Promotion konzentrierte sich vor allem auf die sozialen Medien sowie die klassischen Massenmedien. Das vorgesehene und bescheidene Budget von CHF 15'000 wurde zum grössten Teil für Drucksachen aufgewendet.

Flyer und Plakate

6'000 Postkarten und über 280 Plakate wurden gedruckt und ab November 2019 an Partner verteilt und aufgehängt.

Das Programm

45'000 Exemplare der Festivalbroschüre wurden gratis an die Besucherinnen und Besucher verteilt. Die Broschüre ist ein Faltflyer, der den Festivalplan, die wichtigsten Informationen und die Festival-Angebote enthält. Ein QR-Code verweist auf die Festival-App, die ebenfalls kostenlos heruntergeladen werden kann.

Internetseiten

Die Webseite www.murtenlichtfestival.ch wurde zwischen Dezember 2019 und Januar 2020 etwa 87'000 Mal besucht, was eine Steigerung um 24% zum Vorjahr bedeutet.

Soziale Netzwerke

Die Kampagne wurde hauptsächlich via Facebook und Instagram verbreitet. Über Facebook konnte in diesem Jahr eine Gesamtreichweite von über 285'000 Personen erreicht werden. Auch in diesem Jahr wurde mit Carim Jost ein Instameet durchgeführt. Mehrere Fotografen sorgten dafür, dass das Festival auch auf Instagram in aller Munde blieb.

Presse

Neben vier Pressemitteilungen, die an 100 verschiedene Medien geschickt wurden, sind die Medienschaffenden auch zu der Eröffnungsfeier am 15. Januar 2020 eingeladen worden. Das effiziente Presseteam setzte sich zusammen aus Susi Schildknecht, die für die deutschsprachigen Medien zuständig war, Claudia Gfeller, die unsere Pressemitteilungen aufpeppte, sowie aus Murten Tourismus, das für die nötigen Vorbereitungen und Publikationen verantwortlich war.

Werbekanal Murten Tourismus

Da das Festival unter der Leitung von Murten Tourismus durchgeführt wurde, war es naheliegend, dass die bestehenden Kommunikationswege und -mittel genutzt wurden:

- Das Schaufenster von Murten wurde ab Mitte Dezember als Werbeplattform genutzt.
- Die Newsletter: ein Newsletter von Fribourg Region, vier Newsletter von Murten Tourismus, sowie sechs Festival-Newsletter wurden total verschickt. Gesamthaft wurden 4'822 Personen über das Newslettertool erreicht!

Weihnachtsmarkt Murten

Mit Schokolade, dem Festivalpass und den Laternen im Angebot konnten viele Gäste am Stand auf das bevorstehende Festival eingestimmt und informiert werden. Das Wichtigste an diesem Anlass ist der Austausch mit der Bevölkerung, die direkt involviert ist.

Partner

Durch die verschiedenen Medienpartner konnte ein noch grösseres Publikum erreicht werden. Zusätzlich haben auch die Partner in ihrem Namen Werbung für das Festival publiziert. So konnten potentielle Gäste auf unterschiedlichen Kanälen erreicht werden.

TICKETS, ANGEBOTE UND PRODUKTE

Wiederum wurden im Rahmen des Licht-Festivals Sonderangebote kreiert, die für die Dauer des Festivals angeboten wurden. Diese Angebote wurden in Newslettern, auf der Homepage sowie im Postkartenformat beworben und sind nicht nur bei den Sponsoren, sondern auch bei Individualgästen sehr beliebt.

TICKETING

Ticketverkauf

Wie bereits im letzten Jahr wurde beim Eingang ein moderater Eintritt von CHF 5.- verlangt. Die Besucherinnen und Besucher hatten die Möglichkeit, entweder ihr Ticket online im Voraus zu bestellen oder direkt vor Ort zu kaufen. 11% haben vom Online-Angebot profitiert und ihre Tickets bereits im Voraus besorgt. Bei der Kirche profitierten über 43% vom Vorverkauf.

Festival-Pass

Über 3000 Personen haben vom Festival-Pass profitiert. Kurzfristig mussten noch während dem Festival Festival-Pässe nachbestellt werden. Der Festival-Pass, der für CHF 15.00 verkauft wurde, stiess vor allem bei der Murtnen Bevölkerung auf reges Interesse. Dank der Zusammenarbeit mit dem lokalen Gewerbe konnten 319 Pässe durch die Partner verkauft werden.

Merchandising

Das Herzstück des Merchandising waren wiederum die See-Laternen. So wurden in diesem Jahr während des Festivals über 5'000 Stück verkauft. Diverse weitere kleine Leuchtartikel rundeten das Angebot vor Ort ab.

PARTNERANGEBOTE

TPF Angebot

Das diesjährige TPF Angebot bestand aus einem Eintrittsticket inklusive See-Laterne zum Preis von CHF 7.- anstatt CH 10.-, was einer Ermässigung von 30% entspricht. Insgesamt haben 670 Personen dieses Angebot in Anspruch genommen.

LNМ Angebot

Die Schifffahrtsgesellschaft der LNM gestaltete ein «Boot und Licht»-Angebot. An sechs Tagen reiste die Schifffahrtsgesellschaft von Neuenburg an und beförderte so insgesamt 886 Personen ans Licht-Festival.

FESTIVAL-ANGEBOTE

VIP-Abend

Dieses Angebot ermöglichte es jedem Besucher während des Licht-Festivals einen exklusiven Abend mit Willkommensgetränk, einem Eintritt ins Kirchenspektakel und einem Apéro Riche zu geniessen. Insgesamt haben 1'100 Personen dieses Angebot genutzt.

VIP-Abend mit Schiff

Das exklusivste Angebot wurde von 473 Personen gebucht. Es handelt sich um das identische Angebot wie der normale VIP-Abend, doch anstelle eines Apéro Riches wird den Gästen ein köstliches 3-Gang Menü auf dem See serviert. Nicht weniger als 29 Firmen haben dieses Angebot gebucht! Die Bieler-Schifffahrts-Gesellschaft ist an acht Abenden ausgefahren.

Führung «Hinter den Kulissen»

Geführte Rundgänge mit einem Blick hinter die Kulissen wurden jeden Abend, meistens auf Vorreservation, durchgeführt. Diese Gäste wurden von fünf freiwilligen Stadtbegleitern durch das Festival gelotst. So kamen rund elf Rundgänge mit 109 Personen während den 12 Nächten zustande.

Traumnacht am Licht-Festival

Das Pauschalangebot, das eine Übernachtung im 3* Hotel und einen VIP-Abend auf dem Schiff beinhaltet, wurde von 79 Personen gebucht. Dies entspricht einer Steigerung von ungefähr 63% gegenüber dem Jahr 2016.



Das Kirchenspektakel hat am Licht-Festival 2020 viele Besucherinnen und Besucher in seinen Bann gezogen und hat regelmässig stehende Ovationen erhalten.

GÄSTEUMFRAGEN



Eine vollständige Analyse der Veranstaltung wurde durchgeführt und liegt auf Anfrage vor. Die wichtigsten Beobachtungen sind im Folgenden zusammengefasst.

Allgemein

Mit insgesamt über 90'000 Gästen (zwischen 3'200 - 15'500 Besucherinnen und Besucher pro Abend) wurden die Ziele des Festivals bezüglich Besucherzahlen deutlich übertroffen. Dabei konnten folgende Verhaltensweisen festgestellt werden:

- Aufgrund des sehr guten Wetters war ab dem ersten Festivaltag ein starker Besucheranstieg erkennbar. Es ist daher klar ersichtlich, dass das Wetter eine wesentlichere Rolle spielt als der Wochentag.
- Bei schönem Wetter am Wochenende reisen die Gäste jeweils sehr früh (gegen 16:00 Uhr) an.
- Ein sehr hoher Anteil an französischsprachigen Besucherinnen und Besucher konnte festgestellt werden (mehr als die Hälfte).
- Die Besucherinnen und Besucher erwiesen sich als geduldig und diszipliniert. Es wurden sehr wenig Belästigungen oder Beschädigungen gemeldet.
- Die Feedbacks der Gäste waren ausschliesslich positiv.

Besucherprofil (749 Antworten der Umfrage):

- 62% der Personen, die die Umfrage ausgefüllt haben, sind Frauen
- Das durchschnittliche Alter der Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben, liegt zwischen 50 und 64 Jahren
- 98% sind Schweizer, hauptsächlich aus den Kantonen Freiburg (34%), Bern (29%), Waadt (9%) und Neuenburg (5%)

- 58% sind mit dem Auto angereist, 8% zu Fuss oder mit dem Velo und 35% mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Fast 55% der Befragten haben das Festival bereits im Vorjahr einmal besucht und 70% würden für eine nächste Ausgabe wieder anreisen
- 87% der befragten Personen waren im Allgemeinen zufrieden oder sehr zufrieden mit dem Festival

Tickets:

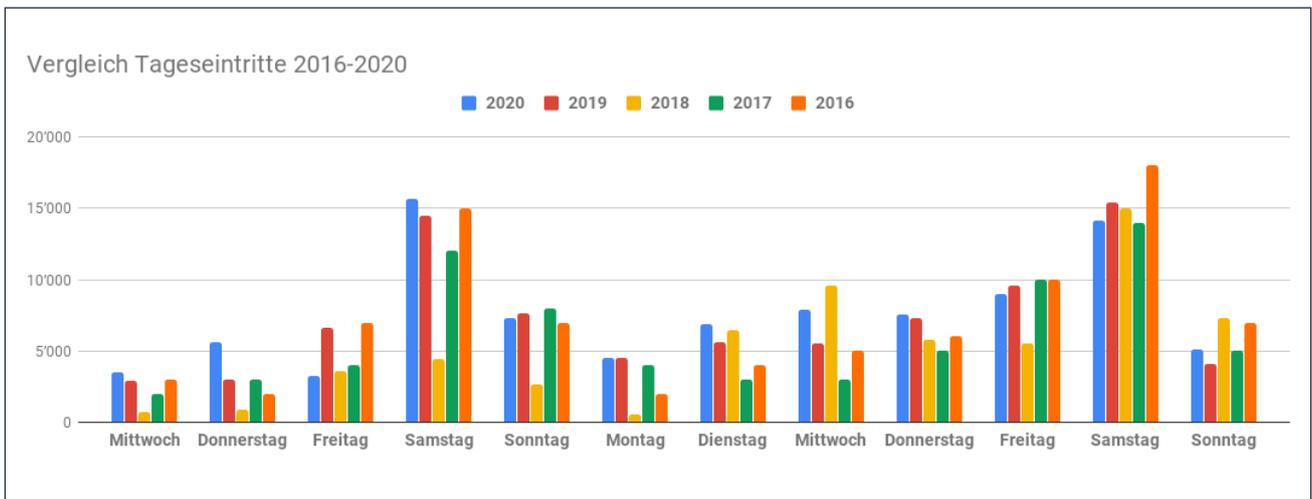
- 90% empfanden den Eintrittspreis von CHF 5.00 als angemessen
- 52% der Befragten haben den Eingang beim Schloss benutzt
- 87% der Befragten gaben an, dass sie 0-5 Minuten an den Kassen warten mussten

Aspekte, die besonders gefallen haben:

- Die Arteplage «Place du Village» auf dem Berntorplatz und die Arteplage «Big Bang» in der Hauptgasse
- Das Ambiente mit dem abwechslungsreichen Programm und die Magie des Ortes

Punkte, die missfallen haben:

- Mehr Verpflegungsmöglichkeiten im Stedtli, da Restaurants sehr voll
- Arteplagen mit lauter Musik
- Teils fast «zu viele» Besucher



PARTNERUMFRAGEN

Diverse Umfragen wurden bei den verschiedenen Anspruchsgruppen durchgeführt, um die Zufriedenheit der Jeweiligen zu eruieren. Die Tendenzen dieser Umfragen werden ebenfalls für zukünftige Ausgaben in Betracht gezogen sowie beim Erhalt und Ausbau der Partnerschaften berücksichtigt.

Hotels, Restaurants und Geschäfte

Die Partnerschaft mit den Restaurants hat grossen Anklang gefunden. 38 Restaurants haben eine Partnerschaft abgeschlossen und so von der Win-Win Situation profitieren können.

An stark frequentierten Abenden wurde festgestellt, dass die Kapazität der zur Verfügung stehenden Restaurants an ihre Grenze stösst.

Die Zusammenarbeit mit den lokalen Betrieben war sehr zufriedenstellend.

Aspekte, die besonders gefallen haben und Verbesserungsvorschläge ähneln denen der Besucher.

Helferinnen und Helfer

Insgesamt schienen die über 250 freiwilligen Helferinnen und Helfer mit dem Festival sehr zufrieden zu sein. Die allgemeine Betreuung, die Planung, die Kommunikation und die Verpflegung der Freiwilligen wurde als gut bis sehr gut bewertet. Verbesserungsvorschläge für die nächste Ausgabe wurden in einem kompletten Debriefing aufgenommen. Von den 92 befragten Helferinnen und Helfern sind über 93% bereit, sich für eine nächste Ausgabe wieder zu engagieren.

Zufriedenheit der Künstler

Im Allgemeinen waren auch die Künstler mit dem Festival sehr zufrieden und die meisten gaben an, dass sie bereit wären, bei einer nächsten Ausgabe wieder dabei zu sein.

Sponsoren

Unter den über 140 Partnern konnten 42 Festivalpartner begrüsst werden. Das Partnerschaftsangebot hat sehr guten Anklang gefunden und es sind diverse individuelle und langfristige Partnerschaften entstanden.

Die Künstler haben über 90 eigene Sponsoren für ihre Arteplagen gefunden. Unter anderem dank diesen konnte das Festival 2020 so attraktiv und abwechslungsreich gestaltet werden!

Wir setzen auf die Entwicklung von langfristigen Partnerschaften.

Wir hoffen, das Festival etablieren zu können.

WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

Die Analyse der wirtschaftlichen Auswirkungen, welche gemäss Modell des Freiburger Tourismusobservatoriums durchgeführt wurde, deutet darauf hin, dass das Festival einen Wert von über CHF 4.5 Mio. für die gesamte Region hatte. Nicht zu vergessen der promotionelle Effekt in Bezug auf das Image und die langfristigen Auswirkungen.

Die Rechenmethoden zur Erreichung dieser Zahlen werden in einer detaillierten Analyse aufgeführt. Der direkte Einfluss der Veranstaltung fasst sich wie folgt zusammen :

Geschätzte Ausgaben gemäss Umfrage	Gesamtausgaben	Ausgaben pro Person
Ausgaben der Besucher	CHF 2'724'846.-	CHF 45.41 /Pers.
Ausgaben der Besucher für Unterkünfte	CHF 167'000.-	CHF 83.50 /Pers.
Ausgaben der Helfer	CHF 9'450.-	CHF 47.25 /Pers.
Direkte Ausgaben der Organisation für lokale Partner (gemäss Schätzungen)	CHF 250'000.-	
Zwischentotal	CHF 3'151'296.-	
Faktor für den direkten wirtschaftlichen Einfluss	x 1.45	
TOTAL WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN	CHF 4'569'379.-	

Die Zahlen zeigen in verschiedenen Bereichen eine deutliche Umsatzerhöhung im Monat Januar. Ausserdem verzeichneten die Hotels in Murten im Januar einen Anstieg der Übernachtungen von über 108% im Vergleich zum Jahr 2015.

Zum Vergleich: Der wirtschaftliche Einfluss des Festivals entspricht etwa 50% des erzeugten Einflusses einer Bergbahn in den Freiburger Voralpen während einer ganzen Saison.



Poetisch, emotional, musikalisch, interaktiv, ruhig oder mitreissend, das Programm 2020 konnte mit seinen abwechslungsreichen Arteplages die Besucherinnen und Besucher verzaubern.



MEDIALE AUSWIRKUNGEN



Der mediale Einfluss des Licht-Festivals 2020 konnte an den Wert der letzten Jahre anknüpfen, und zwar in Bezug. Nicht nur in Bezug auf die Quantität, sondern auch auf die Qualität. Die Publikationen in den klassischen sowie den sozialen Medien zum Festival und zur Region waren sehr positiv. Wir schätzen den Medienwert auf CHF 1'016'500.-.

Das Ziel dieser Analyse war, den medialen Einfluss zu messen, den das Festival generiert hat. Die markantesten Zahlen werden unten aufgeführt:

Soziale Medien

- Knapp 8'000 Personen sind Fans der Facebook-Seite des Licht-Festivals
- Über 7'900 «Gefällt mir», Kommentare und «geteilt» wurden auf der Facebook-Seite gemessen (7'900 im 2020)
- Über 225'000 Personen wurden über Facebook erreicht

Klassische Medien und Newsletter

- Mehr als 32 Berichte in den Print-Medien
- 10 Berichte von mehr als einer Stunde Zeit im Fernsehen
- Zahlreiche Radioreportagen
- Über 35 Berichte in Online-Zeitungen

Medienwert

Es wurde berechnet, wie hoch der Preis für ähnliche Beiträge in den Medien ausgefallen wäre. Da redaktionelle Beiträge stärker gewichtet werden als klassische Inserate wurde dieser Betrag mit einem Aufmerksamkeitsfaktor von 2.5 multipliziert. So konnte ein Medienwert von

CHF 1'016'500.-

erzielt werden.

Es ist zu betonen, dass die Berichterstattungen sehr positiv ausfielen und enorm zum Erfolg des Festivals beigetragen haben.

MURTEN
27.01.2020

Lichtfestival knackt den Besucherrekord

JEAN-MICHEL WIRTZ



Auch die fünfte Ausgabe des Lichtfestivals lockte mit vielen Farbenspielen zahlreiche Personen nach Murten.

Mit über 90 000 Besucherinnen und Besuchern übertraf das fünfte Lichtfestival in Murten das Ergebnis des vorigen Jahres. Die Veranstalter verzeichneten in den zwölf Festivaltagen nur einen Zwischenfall: Bei einer Feuershow verletzte sich ein Junge.

Die Lichter waren für dieses Jahr noch nicht erfroren, doch schon gestern Nachmittag konnte Murten Tourismus einen neuen Rekord vermelden: Knapp über 90 000 Personen besuchten das zwölftägige Lichtfestival, das gestern Abend zu Ende ging. Damit übertrafen die Veranstalter das Ergebnis des Vorjahres. 2019 hatten 88 000 von Murten besucht.

Auch bei der fünften Ausgabe des Lichtfestivals in Murten waren es 16 000 Personen, die am Samstagabend an der Veranstaltung teilnahmen. «An den Samstags- und Sonntagsabenden gab es jeweils eine Pressekonferenz. Wie im Vorjahr wurden die Ergebnisse der Veranstaltung übergeben worden



Toute l'économie de la région profite du Festival des lumières

Le Festival des lumières a enregistré une nouvelle affluente record. Plus de 90 000 personnes sont venues à Murten ces deux dernières semaines.

MURTER. Le festival des lumières a enregistré une nouvelle affluente record. Plus de 90 000 personnes sont venues à Murten ces deux dernières semaines.

Le festival des lumières a enregistré une nouvelle affluente record. Plus de 90 000 personnes sont venues à Murten ces deux dernières semaines.

«L'idée, c'est de ne pas se limiter à la région, mais de prolonger la saison d'octobre à mai».

Le festival des lumières a enregistré une nouvelle affluente record. Plus de 90 000 personnes sont venues à Murten ces deux dernières semaines.



Deutsche Kirche diente als Inspirationsquelle

Die Deutsche Kirche in Murten diente als Inspirationsquelle für die Lichtinstallationen des Festivals.



VISIONEN 2030

Das Ziel, das Festival nach fünf Jahren finanziell und organisatorisch zu stabilisieren, konnte rückblickend erreicht werden. Durch die breite Unterstützung aus dem öffentlichen und dem privaten Sektor und der Einnahmen aus den Eintritten, steht das Festival auf einem stabilen Fundament. Die Corona-Krise hat aber aufgeführt, wie wenig es braucht, um aus dem Gleichgewicht zu geraten. Aus diesem Grunde sollen in Zukunft Reserven gebildet werden.

Strategische Visionen

Das Festival

- Professionalisierung aller Verantwortungsstellen
- Bildung einer Reserve für schlechtere Jahre
- Aufrechterhaltung und Intensivierung von Partnerschaften aller Art
- Bessere finanzielle Unterstützung der Künstler
- Kreation einer sauberen künstlerischen Identität und Zusammenarbeit mit anderen Festivals
- Optimierung der Bereiche Logistik, Sicherheit und des Besucher- und Fahrzeugstroms
- Sich profilieren in «Smart Energy» mit einem intelligenten Energiemanagement
- Realisation unterschiedlicher Projekte ausserhalb Murten um als Licht-Spezialist auftreten zu können

Eine neue touristische Winteridentität

- Die Partner sollen angeregt werden, neue touristische Produkte zum Thema Licht zu kreieren
- Die Licht-Installationen an Schiffen oder Sehenswürdigkeiten befürworten
- Licht-Animationen während der ganzen Wintersaison unterstützen

Region «Schweizer Hauptstadt des Lichts»

- Anerkennung gewinnen als innovative Region im Bereich der Energie und des Lichts
- Das Städtli soll das ganze Jahr erstrahlen

Ziele des Festivals

Quantitative und finanzielle Ziele

- 50'000 Besucher pro Jahr

Qualitative Ziele

- Ein positives und dynamisches Image der Region vermitteln
- Das Thema Licht über die ganze Region tragen (Bevölkerung, Firmen, Gemeinden, Kanton) und das Herzblut der vorherigen Ausgaben aufrechterhalten
- Den Besuchern einen professionellen und qualitativ hochwertigen Empfang bieten

Visionen 2030...

- Die Region Murten ist national, sogar international als DIE Schweizer Hauptstadt des Lichts bekannt.
- Das Festival zieht Künstler aus der ganzen Welt an, bietet aber weiterhin den regionalen Künstlern eine Plattform.
- Der Winter ist zu einer touristischen Saison in der Region geworden.
- Leuchtende Infrastrukturen sind entwickelt worden und ein Licht-Museum ist in Zusammenarbeit mit Partnern entstanden.
- Die Seminarräumlichkeiten der Region sowie die touristische Infrastruktur haben, in Bezug auf Licht-Dekorationen, den «Murten Touch» übernommen.

Das Projekt umfasst eine viel breitere Idee als nur eine attraktive Veranstaltung zu sein. Wir möchten einen langfristigen Nutzen für die ganze Region generieren.

DANKE

Ohne die Hilfe zahlreicher freiwilligen Helfer wäre dieses wunderbare Abenteuer nicht möglich gewesen... Danke!!

Künstlerinnen und Künstler

Markus Appenzeller, Stephan Athanas, Emmanuèle Barraud de Lagerie, Erik Barry, Caroline Bernard, Martin Bula, Roberto Corona, Julia Deit-Ferrand, Simon de Diesbach, Sonya Friedrich, Alexis Gabirot, Benoît Gisler, Chris Kaltenrieder, Marco Kappert, Jan Knieza, Sébastien Kottelat, Philipp Krause, Simon Miranda, Pascal Mollard, Francis Moret, Janes Mür, Lea Niedermann, Robert Nortik, Jérôme Nyffeler, Michael Omlin, Nicolas Paozzzi, Vincent Perrenoud, Jean-François Petrucci, Carlos Puertas, Benoît Quero, Claudia Reh, Fred Renno, Laurent Rime, Andrea Ruegg, Dan Schärer, Adrian Scherzinger, Mario Sgarrella, Eric Szermann, Léo Thiérmard, Camille Turlet, Linda Voll, Helene Walter, Bernard Zürcher, Ann Lee Zwirner, Peter Zwirner

Partner

IB-Murten, Haldimann AG Murten, Nau.ch, Radio Bern1, Schröder, Tpf, Celsius Groupe E, ECAB / KGV, Freiburger Nachrichten, Joggi, La Liberté, Ryser Groupe SA, Wieland, Meer AG, Hotel Murtenhof & Krone, Stiftung Applico, Avesco AG, Berger Events, BSG, Drei Seen Schifffahrtsgesellschaft AG, Druckerei Graf, Garage Touring Murten AG, Hotel Murten, Flühmann AG, Hotel Schiff am See, Confiserie Monnier, Druckerei Murtenleu, LNM, Plan B, Protection Group, RVS / ARL, Roland Murten AG, Samariter Verein Salvenach, SLG – Schweizer Licht Gesellschaft, Toba Schriften, Thol Concept, Museum Murten / Musée de Morat, FREDEC, Atelier Kaltenrieder, Swisscom World Shop Murten, Rusto, Altstadt Buchhandlung, AMAG Murten, Ann Lee und Peter Zwirner, Arvis Solution AG, Arztpraxis Regina Winkelmann und Irene Dingeldein, Association St-Camille, Atelier 41, Auto Center Leon AG, Banque Cantonale de Fribourg, Bauweise Holzbau AG, Bühlmannrecycling, Bürgergemeinde der Stadt Murten, Chatzehus Murten, CO de Domdidier, Gemeinde Courgevax, creative cables, Cru de l'Hôpital, CSS Versicherung, CultureFood, Die Mobiliar / La Mobilière, Dr. Franz Käppeli Stiftung, elektroNet, Eventservice Roland Röthlisberger, Felsenau, Freiburg macht glücklich / Fribourg le bonheur en plus, Garage Champ Olivier, Gastro Fribourg-Sektion See, Gastrogruppe Murten, Gemeinde Greng, Gemeinde Merlach - Commune de Meyriez, GM Bau, Groupe E Connect, Gugger AG, Gugger Kies & Immobilien AG, Gutknecht Holzbau AG, Hepro.ch, Heprolino, Immoschwab AG, Josef Müller Stiftung Muri, La Source sonore et lumineuse, lichttechnik ludäscher ag, Loterie Romande, MALEREI WENGER, Marianne & Piet, Marlies und Roland Plaen, Martani Graphics, Migros Neuchâtel-Fribourg Pour-cent culturel, Perron 13, Pro Museo Murten, Reformierte Kirchgemeinde Murten, Regionalverband See, Restaurant Chesery, Roth Gerüste AG, SBK Laser, Schmuck zieht an - Silvana Gennari, ShowTech, Sionic, SO Kultur - Lotteriefonds Kanton Solothurn, Staat Freiburg / Etat de Fribourg, Stadt Murten - Ville de Morat, Stadt Solothurn, Stagelight, TeleBilingue, Valiant Bank AG, Vera & Ueli Johnner, Vully Les Vignerons, Vully Tourisme, WANNER Geologie und Umweltfragen, we-ef, Westiform, Ypsomed Selfcare Solutions, Zimmerei Murten, Zürcher Hochschule der Künste

Programmteam

Ivan Mariano, Simon Neuhaus, Kari Ott, Hannes Wittwer

Staff

Andreas Aebersold, Céline Aebischer, Dora Aellen, Bastien Armstutz, Urs Balmer, Markus Bart, Felix Berger, Matthias Bösel, Daniel Buchs, Shannon Bugnon, Zayane Cherbuin, Denis Decrausaz, Corina Dolder, Janine Hasler, Urs Höchner, Mélanie Junod, Christine Kaltenrieder, Monika Kohli, Muriel Lerch, Mauro Leuenberger, Roman Loeffel, Silvia Moret, Daniel Neuenschwander, Anja Nydegger, Bernhard Odermatt, Kari Ott, Samuel Raemy, Kurt Rentsch, Adrian Rosser, Luca Schild, Sébastien Simonet, Fränzi Stauffer, Katja Stauffer, Miriam Tarchini, Francis Tinguely, Catherine Van Gelderen, Hannes Wittwer, Ann Lee Zwirner

Organisationskomitee

Marianne Siegenthaler, Francis Moret, Lara Risch, Stephane Moret, Simon Neuhaus, Ivan Mariano

Vorstand des Vereins «Freunde des Murten Licht-Festivals»

Andreas Aebersold, Ivan Mariano, Francis Moret, Simon Neuhaus

Verkehr

Daniela Arm, Kevin Arm, Käthy Arm, Alexander Bart, Peter Burri, Markus Fabel, Alex Formanowski, Peter Gilgen, Säm Hänni, Esther Herren, Hans Kobel, Sylvia Mascetra-Gutknecht, Urs Ryser, Jean-Pierre Sahli, Urs Schlüchter, Jürg Schlüchter, Jürg Stäger, Jürg Tobler, Patricia Vögeli, Marc Weber, Joël Wettler

Helferinnen und Helfer

Heidi Aegerter, Carola Androwski, Nathalie Annen, Hanna Aregger, Silvia Arlettaz, Franziska Arm, Marie-Thérèse Bächler-Schneider, Janinne Baldegger, Regula Balmer, Sandra Balsiger, Cindy Baumann, Marcel Baumann, Adrian Baumann, Sandra Belharz, Reinhard Bellmann, Eva Berclaz, Christine Berger, Marc Berli, Coline Berlincourt, Gilles Bey, Antoine Biland, Colomba Blanc, Andreas Blum, Claire Boin, Benjamin Bouhafs-Keller, Geoffrey Bouschbacher, Heidi Bouschbacher, Rosemarie Brander, Valérie Broccard, Carlos Brosi, Patrizia Brosi, Beatrix Brühlhart, Susanne Bücheler, Marc Bucher, Dominik Buchs, Andreas Bula, Karin Bula, Thomas Bula, Pauline Bulliard, Dani Burla, Sabine Burla, Inge Cadonau, Fahrettin Calislar, Nadine Calislar-Bangerter, Claudia Candrian, Claudia Caprez, Andrea Carbonnet, Laurence Carulo-Borel, Susanne Castelli-Schwill, Anne Cherbuin-Keckeis, Claire-Lise Chervet, Roland Chervet, Isabelle Corsi, Peter Cueni, Jacqueline Demierre, Sylvie Do Rêgo, Simon Dreyer, Cédric Dupasquier, Olivier Dürig, Roger Ekmann, Peter Etter, Ana Eugster, Tony Faguier, Karin Fasnacht, Reto Fasnacht, Ueli Fiechter, Pierre Flüeler, Kai Fontana, Michel François, Iris Freiburghaus, Sandra Furrer, Hugo Gaberell, Susanna Gaberell, Susanne Gerber, Silvia Gfeller, Kurt M. Gloor, Beatrice Godat, Rudolf Graf, Laetitia Grandgirard, Alain Grandjean, Adrian Gross, Ursula Haenni, Carine Hänni, Annemarie Hayoz, Rudolf Herren, Ursula Herren, Andrin Hirter, Marco Hofmann, Pascal Hofstetter, Judith Hübscher, Renate Hügli, Rolf Hügli, Eugen Hurschler, Florence Hyde, Jacques-Alex Ischi, Karin Ischi, Nathalie Jabornigg, Sylvie Javet, Luisa Jianu, Christian Jufer, Sibylle Kamber, Guido Kaufmann, Eva Kramer-Balmer, Silvio Krause, Gabi Küng-Schultis, Alexandra Kuster Maloku, Claudia Lanz, Jean-Charles Lauper, Marie-Louise Lauper, Paul Lehmann, Karin Leu, Ulrike Leuer, Lisbeth Liechi, Margrit Linder, Erika Loeffel, Fabian Lüthi, Gisèle Maccaferri, Rolf Maccaferri, Biljana Maeder, Barjush Maloku, Erich Mangold, Michelle Marti, Marco Martins, Nathalie Menning, Trudy Merz, Annegret Merz-Heutschi, Dominique Metthez, Mélanie Meyer, Eliane Meyer, Armin Meyer, Mitarbeiter/innen von die Mobiliar / la Mobilière, Doris Möckli, Valérie Moret, Barbara Müller, Jörg Mumenthey, Ursula Mumenthey, Anne Neuenschwander, Dori Neuhaus, Felix Neuhaus, Sabrina Neuhaus, Christoph Neuhaus, Christophe Nydegger, Nathalie Nydegger, Odette Obi, Marika Odermatt-Coduti, Sylvie Pantillon, Dominique Pette, Richard Pfaffen, Susanne Pfaffen, Christine Pfund, Stéphanie Piers, Tina Pittroff, Hendrik Pölsing, Antonio Ponetto Charrier, Armin Portmann, Elodie Prelaz, Josef Raemy, Anja Raemy, George Riesen, Leonard Riesen, Christian Risch, Carmen Risch, Leonhard Risch, Mirjam Rist, Marie-Christine Robatel, Seraina Rohner Stulz, Silvia Romann, Steffen Rose, Mona Rottaris, Iris Ruch, Ruderclub, Elisabeth Ruegsegger, Jean-Daniel Ruegsegger, Marc Ruegsegger, Dominique Ryser, Tobias Ryser, Vincent Saam, Marit Schaedeli, Beat Schaller, Therese Schlüchter, Marlies Schneeberger, Hans Schneeberger, Rolf Schneider, Ruth Schneider, Corinne Schöni, Svenia Schrauder, Walter Schürch, Elga Seeger, Rita Sergolin, Herbert Seybold, Marine Siat, Patrizia Sieber Zürcher, Annick Sipp, Lena Sorrenti, Therese Speich, Suzanne Spetzler, Hans Spielmann, Dieter Stauffacher, Benno Stauffer, Urs Stooss, Bärbel Strobel, Esther Stuber, Peter Suter, Susanne Suter, Yvonne Suter, Lucien Tamborini, Christine Tanner, Caroline Tellenbach, Heinz Thalmann, Dominic Thomas, Camille Tissot, Pierre-André Tissot, Priska Trachsel, Nina Tschannen, Beatrix Vogl, Giannina Von Andrian, Andreas von Känel, Ginette von Känel, Germann Vonlanthen, Sonja Waeber, Nadine Wälti, Ruth Wasserfallen, Otto Wenig, Barbara Wicker, Lucia Wieland, Beat Winterberger, Doris Wirth, Anton Wohlhauser, Renata Wolf, Michel Wuillere, Stéphanie Wyss, Hildegard Zahno, Andrea Zappa, Jean-Marc Zaugg, Barbara Zehnder, Jacqueline Zollinger, Bernard Zürcher, Catherine Zürcher, Marlène Zürcher, Jacqueline Zurkinden