



Lucerne Festival setzt auf die eigenen Stärken

Luzern, 7. Mai 2019. Das international renommierte Lucerne Festival will in Zukunft weiterhin auf die eigenen Stärken setzen und sein Profil schärfen: Deshalb fokussiert es sich ab 2020 auf die Weiterentwicklung des Sommer-Festivals. Im Mittelpunkt stehen neben dem Konzertprogramm mit Weltklasseorchestern und -künstlern die eigenen Projekte: das Lucerne Festival Orchestra, die Lucerne Festival Academy, die Lucerne Festival Alumni und Aktivitäten speziell für Stadt und Region Luzern. Als neues Format kommt im Herbst und Frühjahr je ein Wochenende hinzu, das jeweils unter anderem mit eigenen Projekten gestaltet werden soll. Im Zuge dieser Strategie werden das Oster- und das Piano-Festival nicht weitergeführt.

Stiftungsrat und Geschäftsleitung von Lucerne Festival haben die ab dem kommenden Jahr geltende neue Festivalstruktur im Rahmen ihrer periodischen Strategieüberprüfung beschlossen.

Diese ist, wie Stiftungsratspräsident Hubert Achermann und Festivalintendant Michael Haefliger am Dienstag gegenüber Medienvertreterinnen und -vertretern ausführten, darauf ausgerichtet, «die fünf zentralen Erfolgsfaktoren von Lucerne Festival noch stärker zum Tragen zu bringen».

Diese Erfolgsfaktoren sind

- das **Sommer-Festival** als eines der international führenden Orchester-Festivals, in dessen Rahmen jeweils die berühmtesten Sinfonieorchester der Welt im KKL Luzern gastieren;
- das von Chefdirigent Riccardo Chailly geleitete **Lucerne Festival Orchestra**, das von Claudio Abbado und Michael Haefliger 2003 ins Leben gerufen wurde, und als eines der besten Sinfonieorchester der Welt gilt. Mit seinen internationalen Tourneen wirbt es im Ausland auch als Botschafter für die Tourismus- und Kulturdestination Luzern;
- die 2004 von Pierre Boulez und Michael Haefliger gegründete **Lucerne Festival Academy**, heute unter der künstlerischen Leitung von Wolfgang Rihm, als innovative Talentschmiede für Musiker, Dirigenten und Komponisten im Bereich der zeitgenössischen Musik;
- die **Lucerne Festival Alumni**, ein weltweit einzigartiges Netzwerk ehemaliger Akademie-Teilnehmer, dessen Bedeutung durch die wachsende Konzerttätigkeit in Luzern und im Ausland stetig zunimmt. Die Alumni repräsentieren das Festival in Europa, den USA und Asien und stärken so ebenfalls den Ruf der Stadt Luzern als internationale Metropole klassischer Musik;
- Aktivitäten und innovative Konzertformate, die speziell darauf ausgerichtet sind, die **Verbundenheit des Festivals mit seiner Heimatstadt und -region Luzern** zu vertiefen. Dazu gehören beispielsweise die Konzertübertragung auf dem Inseli, das Festival «In den Strassen», der Erlebnistag oder das Format «40min».

Frühling und Herbst: Wochenenden als neue kreative Rahmen-Formate

Als «strategisch von geringerer Bedeutung» für die weitere Stärkung der Marke Lucerne Festival haben Stiftungsrat und Geschäftsleitung demgegenüber das Oster-Festival und das Piano-Festival bewertet. Deshalb finden diese beiden kleinen Festivals in diesem Jahr zum letzten Mal statt.

Ab 2020 neu ins Leben gerufen werden zwei Wochenenden. Diese sollen dem Publikum jeweils im Frühjahr und Herbst hochkarätige, abwechslungsreiche Konzerte unter anderem mit Eigenproduktionen bieten. «Damit entwickeln wir den Kern unserer Marke mit eigenen Projekten des Lucerne Festival Orchestra, der Akademie, den Alumni und Young konsequent weiter» sagt Intendant Michael Haefliger.

Das Sommer-Festival weiter zu stärken, sei wichtig, da dieses die Basis des nationalen und internationalen Erfolgs von Lucerne Festival sei und diesem seine unverwechselbare Identität gebe. «Wir mussten uns entscheiden, worauf wir uns in Zukunft fokussieren wollen, auch vor dem Hintergrund, dass wir zu 95 Prozent eigenfinanziert sind», erklärt Haefliger, «und wir sind zum Schluss gekommen, dass die geplanten Wochenenden mit den vielfältigen Eigenproduktionen für unsere Weiterentwicklung wichtiger sind als das Oster- und das Piano-Festival».

Gemäss Stiftungspräsident Achermann haben die Hauptsponsoren «zustimmend auf die geplanten Neuerungen reagiert». Sie unterstützten diese und würdten insbesondere in der Weiterentwicklung der Auslandprojekte ein grosses Potenzial sehen. Auch zwei Studien, welche das Marktforschungsinstitut GfK in den Jahren 2016 und 2017 bei der Stiftung Freunde von Lucerne Festival und bei weiteren Befragten durchgeführt habe, hätten eine klare Vorliebe für das Sommer-Festival ergeben. Achermann: «Dies hat mit zum Entscheid beigetragen, das Sommer-Festival durch den Ausbau dazu passender Aktivitäten weiter zu stärken».

Dasselbe gelte für die ebenfalls 2017 von der Hochschule St. Gallen durchgeführte jüngste Wirtschaftlichkeitsstudie über Lucerne Festival. «Auch diese Untersuchung», so Stiftungsratspräsident Achermann, «hat klar gezeigt, dass das Sommer-Festival für uns und für den Wirtschaftsstandort Luzern die höchste Wertschöpfung erzielt».

Stiftungsrat und Geschäftsleitung sind deshalb überzeugt, dass die neue strategische Ausrichtung Lucerne Festival zu noch grösserer Anerkennung verhelfen und es noch erfolgreicher machen wird. «Wir haben das getan, was jede gute Firmenführung tut, egal ob im Kultur-, Dienstleistungs- oder Industriebereich: Wir haben unsere Aktivitäten analysiert und beschlossen, uns auf unsere Kernbereiche zu fokussieren, um diese in Zukunft weiter zu stärken» sagen Hubert Achermann und Michael Haefliger.

Kontakt Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Nina Steinhart, Leitung | n.steinhart@lucernefestival.ch | t +41 (0)41 226 44 43