Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

04.12. 2025

91.2 Millionen Franken an Wertschöpfung durch ESC-Besuchende

Von PPS



Bild Rechte
©SRGSSR Barbara Müller

(Zürich)(PPS) **90'000 Event-Besuchende, 69 Millionen Social-Media-Reichweite und eine hohe Bekanntheit der SRG als Veranstalterin. Der Eurovision Song Contest 2025 in Basel setzte neue Massstäbe. Dies zeigt die Wirkungs-Studie der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich und Ticketcorner in Zusammenarbeit mit der SRG/SSR.**

91.2 Millionen Franken. So viel gaben die Besuchenden des diesjährigen Eurovision Song Contest gemäss hochgerechneten Selbstangaben insgesamt aus. Vom Hotelzimmer über Tickets und Verpflegung bis zur An- und Rückreise. Die Ausgaben der 90'000 Event-Besuchenden sind ein zentraler Beitrag an die wirtschaftliche Wertschöpfung des Anlasses. Das zeigt die Studie der HWZ und Ticketcorner in Zusammenarbeit mit der SRG/SSR, die die Ausgaben der Besucherinnen und Besucher am ESC vom 13. bis zum 17. Mai 2025 auf Basis einer Befragung sämtlicher Ticketkäufer erfasst. Daran teilgenommen haben 2'585 Personen.

Internationale Gäste investierten kräftig

54 Prozent der Tickets gingen an Schweizer Fans, 43 Prozent an europäische Gäste. Die durchschnittlichen Ausgaben sprechen eine deutliche Sprache: Schweizer Besucherinnen und Besucher investierten 697 Franken pro Eintritt, Europäer 1'332 Franken, Übersee-Gäste sogar 1'945 Franken. «Mit mindestens 57.6 Millionen Franken blieb der Grossteil der Wertschöpfung in der Schweiz. Das übertraf unsere Erwartungen deutlich», sagt Prof. Dr. Claude Meier, Leiter Center for Research & Methods an der HWZ und Studienleiter.

Der grösste Kostenblock entfiel mit 25.8 Millionen Franken auf Übernachtungen. Internationale Gäste blieben im Durchschnitt gut vier Nächte. An- und Rückreise schlugen mit 18.4 Millionen zu Buche, die Verpflegung mit 8.7 Millionen Franken, 4 Millionen wurden für Merchandise ausgegeben.

«Diese detaillierten Daten sind für die Marktkenntnis in der Schweiz Gold wert», sagt Oliver Niedermann, CEO von Ticketcorner. «Wir investieren bewusst in solche Analysen, weil sie Transparenz schaffen und helfen, Verhalten und Wertschöpfung besser zu verstehen. Das unterstützt Veranstalter und Venues dabei, gezielter zu planen und neue Potenziale nachhaltig zu erschliessen. Das stärkt letztlich den Eventstandort Schweiz.»

Begeisterung aus allen Kantonen

Schweizer ESC-Fans reisten aus allen 26 Kantonen an. Die regionale Verteilung zeigt: 40 Prozent reisten aus der Nordwestschweiz an, 20 Prozent aus Zürich, 18 Prozent aus dem Espace Mittelland. Die Zufriedenheitswerte sind durchweg beeindruckend: 95 Prozent waren mit den Auftritten ziemlich oder sehr zufrieden, 91 Prozent mit der Organisation, 89 Prozent würden wieder einen solchen Event besuchen.

75 Prozent der internationalen Gäste gaben an, dass der ESC die Wahrscheinlichkeit erhöht hat, die Schweiz erneut zu besuchen.

SRG bewies Weltklasse-Kompetenz

Die Studie macht deutlich, dass 80 Prozent der Befragten über die zentrale Rolle der SRG als Veranstalterin informiert waren. 95 Prozent erkannten ihre Verantwortung für die Liveübertragung und 92 Prozent nahmen ihre Aufgabe bei der Produktion der Show wahr. Auffällig ist zudem: Die Musikprojekte der SRF für verschiedene Altersgruppen erreichten eine Bekanntheit von je 12 bis 22 Prozent – ein Hinweis auf einen nachhaltigen Bildungseffekt, der über den eigentlichen Event hinausreicht.

Die Kombination aus Organisation und der medialen Strahlkraft hat Massstäbe gesetzt. 55 Prozent der Besucherinnen und Besucher posteten auf Social Media und erreichten damit potenziell 69 Millionen Follower weltweit. Das ist unbezahlbare Werbung für die Schweiz.

Die Studie wurde zwischen Juli und August 2025 durchgeführt und befragte ticketkaufende Besucherinnen und Besucher aller neun ESC-Shows sowie des Public Viewings.

Die Präsentationsunterlagen der Studie sind auf Anfrage erhältlich.

Über die Organisation:

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Mit rund 3´000 Studierenden und 800 Dozierenden aus der Praxis ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe, über 150 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, mehr als 100 Seminare, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings. Die HWZ ist institutionell akkreditiert durch den Schweizerischen Akkreditierungsrat. fh-hwz.ch

Ticketcorner
Ticketcorner bietet individuelle Ticketvertriebslösungen für Events in den Bereichen Entertainment, Kultur und Sport – inklusive einem umfassenden Angebot für Bergbahnen. Der Ticketverkauf erfolgt über die Website, die App, das Kundenservice-Center sowie Vorverkaufsstellen in der ganzen Schweiz. Ticketcorner betreibt eigene Medienplattformen wie das Online-Magazin «event.», digitale Kanäle und Social Media mit kuratierten Inhalten. Die Ticketcorner AG ist eine 100-%-Tochter der Ticketcorner Holding AG, welche zu je 50 % der CTS EVENTIM AG & Co. KGaA und der Ringier AG gehört. Die im MDAX notierte CTS EVENTIM AG & Co. KgaA ist in 25 Ländern im Bereich Ticketing aktiv. Ringier ist ein multinational

tätiges Schweizer Medienunternehmen mit Marken in Print, TV, Radio und digitalen Kanälen.
ticketcorner.ch

Pressekontakt:

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Lagerstrasse 5, Postfach, 8021 Zürich

Laura Oderbolz
E-Mail: laura.oderbolz @ fh-hwz.ch
Telefon: +41 43 322 91 35

Kategorie
Medien & Telekommunikation

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/912-millionen-franken-wertschoepfung-esc-besuchende*