

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
qualified

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption
für den Verein St.Galler Veranstaltungen

St.Galler Fest reloaded

Der Verein «St.Galler Veranstaltungen» ist für die Organisation und Durchführung des jährlichen St.Galler Festes verantwortlich. Der Verein hat die Projektgruppe beauftragt, das Fest und die Zufriedenheit der Stakeholder mit dem jetzigen Konzept zu analysieren und einen Massnahmenplan für die Neuausrichtung zusammenzustellen.

Verein St.Galler Veranstaltungen OK St.Galler Fest

Das St.Galler Fest findet jährlich am ersten Wochenende nach den Sommerferien statt und gehört mit rund 120'000 Besucherinnen und Besuchern sowie durchschnittlich 170 Standbetreibern zu den grössten Stadtfesten der Region. Das Fest bietet seinem Publikum ein vielfältiges Programm für Jung und Alt, dazu gehören unter anderem Live-Musik, Tanzshows, kulinarische Verpflegungsmöglichkeiten und Kinderangebote. Einnahmen zur Kostendeckung werden hauptsächlich durch Standgebühren und Sponsoring generiert.

Methodik

Den Kern der Arbeit bildete eine Onlineumfrage unter Besucherinnen und Besuchern sowie persönliche Interviews mit anderen Anspruchsgruppen. Um die wesentlichen Ergebnisse zu visualisieren, wurde pro Anspruchsgruppe ein Netzdiagramm mit individuellen Bewertungskriterien erstellt. Zusätzlich wurde zielgruppenübergreifend eine SWOT-Analyse erarbeitet, die das Gesamtbild des St.Galler Festes fest-

hält. Schliesslich wurde aufgrund der Ergebnisse der Onlinebefragung und der Interviews ein Massnahmenkatalog für das St.Galler Fest entwickelt.

Ergebnisse

Insgesamt haben 661 Personen an der Onlineumfrage teilgenommen. Ausserdem wurden 19 qualitative Interviews mit den definierten Anspruchsgruppen durchgeführt, um die aktuelle Wahrnehmung sowie das Optimierungspotenzial für das St.Galler Fest zu untersuchen. Zusätzlich hat die Projektgruppe weitere externe Faktoren berücksichtigt, die Einfluss auf den zukünftigen Erfolg des Festes nehmen könnten. Basierend auf den Erfahrungen und Erkenntnissen aus der Ist-Situation hat die Projektgruppe vier Massnahmen ausgearbeitet, die möglichst auf die definierte Soll-Situation ausgerichtet sind und zu deren Erreichung beitragen sollen. Dieser Massnahmenkatalog wird in der untenstehenden Grafik zusammenfassend abgebildet.

www.fhsg.ch/praxisprojekte

Bildung von Sektoren	<ul style="list-style-type: none">• Unterteilung des Festgeländes in Sektoren• Jeder Sektor erhält einen Sponsor
Öffentlicher Auftritt	<ul style="list-style-type: none">• Aktives Branding der Marke «St.Galler Fest»• Effektive Nutzung der neuen Medien
Anpassung Angebot	<ul style="list-style-type: none">• Senkung der Standpreise zugunsten der Angebotsvielfalt• Erhöhung der temporären Infrastrukturen und Rahmenangebote
Anpassung exogener Faktoren	<ul style="list-style-type: none">• Verlängerung der Öffnungszeiten• Gesuch nach höherer finanzieller Unterstützung von der Stadt

Massnahmenplan St.Galler Fest.

Quelle: eigene Darstellung.

PRAXISPROJEKT 3 Managementkonzeption 2018

Projektteam (v. l. n. r.)

Belinda Köppel, Widnau
Benjamin Weber, Mels
Flavia Meile, Andwil, Projektleiterin
Micha Luginbühl, Grabs
Tom Hartmann, St.Gallen
Lia Vasilian, Rorschach

Kundschaft

Verein St.Galler Veranstaltungen
OK St.Galler Fest, St.Gallen
Milo Stössel, Präsident
www.stgallerfest.ch



Unsere Erwartungen an die Überprüfung des St.Galler Fest-Konzepts waren sehr gross, da wir uns nicht nur Antworten, sondern auch einen Impuls in Richtung Zukunft des Fests erhofften. Dies gelang den Studierenden in hervorragender Weise, weshalb wir ihnen einen grossen Dank aussprechen möchten.

Coach

FHS St.Gallen
Daniel Ehrat, Executive MBA



Dank einer breit angelegten quantitativen und qualitativen Befragung der relevanten Stakeholder konnten verlässliche Informationen bezüglich Akzeptanz und Bedürfnisse gewonnen werden. Daraus abgeleitet wurden kreative Vorschläge, die das St.Galler Fest der Zukunft noch attraktiver machen werden.