

Kultur, Sport und Bildung

Gemäss der Studie «Freizeitgestaltung in der Schweiz» des Bundesamts für Statistik aus dem Jahr 2005 gibt es eine Bevölkerungsgruppe, die viele Freizeitaktivitäten intensiv betreibt. Dazu gehören hauptsächlich Personen, die in einem wohlhabenden Haushalt leben, eine höhere Ausbildung absolviert haben, sowie Personen unter 40 Jahren. Das Freizügigkeitsabkommen mit der EU hat dazu geführt, dass im konjunkturellen Aufschwung überdurchschnittlich viele Ausländer in die Schweiz eingewandert sind, auf welche die Kriterien für intensive Freizeitaktivitäten zutreffen. Es überrascht deshalb nicht, dass die Unternehmen aus den Branchen Kultur, Sport und Bildung deutlich optimistischer in die Zukunft schauen als in den vergangenen Jahren.

Weiterbildung liegt im Trend

Sehr zufrieden mit 2007 und auch zuversichtlich für 2008 zeigen sich die im Erwachsenenbildungsbereich tätigen Unternehmen. Nach der Schweizerischen Arbeitskräfteerhebung absolvierten 2006 77% der Wohnbevölkerung mindestens eine Form der Weiterbildung. Daran dürfte sich 2007 kaum viel geändert haben. Während ein Teil der Leute individuelle Anstrengungen zur Verbesserung der Karrierechancen betreibt oder Frauen sich für den Wiedereinstieg in den Beruf nach einer Kinderpause qualifizieren wollen, fördern auch immer mehr Unternehmen aktiv die Weiterbildung. Da das Angebot an Spezialisten wegen der guten Konjunktur zunehmend knapp wird, bilden Unternehmen ihre Fachleute vermehrt selber aus. Dazu bauen sie in der Regel keine eigene Infrastruktur auf, sondern greifen auf bestehende Bildungsanbieter zurück.

Fitnessbranche trimmt sich

73% der Bevölkerung unternehmen mindestens einmal pro Woche einen Spaziergang, 62% treiben wöchentlich Sport. Trotzdem steigt die Zahl der übergewichtigen Leute kontinuierlich an. Im Jahr 2002 erachteten sich 38,7% als übergewichtig, während es zehn Jahre zuvor erst 31,4% waren. Diese Entwicklung ist eine Herausforderung für die Fitness-Branche. Allerdings ist hier ein Strukturwandel im Gange. Das dürfte der Grund dafür sein, dass sich die befragten Unternehmen sehr vorsichtig geben und kaum nennenswerte Umsatz- und Ertragszuwächse erwarten. Waren in dieser Branche früher viele kleine Anbieter aktiv, so stossen nun grosse Unternehmen in den Markt vor. Es herrscht ein eigentlicher Verdrängungswettbewerb. Gewinnen dürften ihn Unternehmen mit zentralen Standorten, kundenfreundlichen Angeboten und konkurrenzfähigen Preisen. Kleine Unternehmen werden dabei eher auf der Strecke bleiben.

Kulturbetriebe hoffen auf 2008

Die Kulturbetriebe gaben sich bei unserer Umfrage zurückhaltend in ihrer Einschätzung des Geschäftsjahrs 2007, sehen jedoch etwas optimistischer ins 2008. Offenbar wirkt die Erfahrung nach, dass die Konsumenten bei einem Konjunkturaufschwung ihre Ausgaben für Kultur-«Produkte» erst mit Verzögerung erhöhen. So erhofft man sich, davon in diesem Jahr profitieren zu können. Weiterhin hoch bleibt jedoch der Spardruck, da die öffentlichen Körperschaften ihre Subventionen tendenziell zurückfahren und auf einen höheren Kostendeckungsgrad drängen. Zudem werden die klassischen Kulturbetriebe (Theater, Opernhäuser, Konzerthallen) durch Gross-Events mit internationalen Stars konkurrenziert. Innovativen Anbietern gelingt es aber auch hier, mit interessanten Programmen ein treues Publikum an sich zu binden. ■

