

Auswertung LichtFestival Rigi created by LiLu

Carolin Geyer & Jana Z'Rotz

Stand: 6. März 2026



Zusammenfassung

Die nachfolgenden Ergebnisse fassen zentrale Erkenntnisse der Besucherbefragung zum LichtFestival zusammen und geben einen Überblick über Besucherstruktur, Nutzung sowie zentrale Stärken und Verbesserungspotenziale des Anlasses. Insgesamt haben rund 200 Personen an der Befragung teilgenommen, weshalb die Resultate als erste Einschätzungen der Besucher:innen zu verstehen sind.

Die Ergebnisse zeigen, dass das LichtFestival vor allem ein **regionales Publikum** anspricht: Rund zwei Drittel der Besucher:innen stammen aus der Zentralschweiz, während etwa ein Drittel aus anderen Regionen der Schweiz anreist. Die Altersstruktur konzentriert sich vor allem auf Personen zwischen 41 und 60 Jahren.

Das Festival stellt für viele Gäste einen **zentralen Anlass** dar: Für über die Hälfte ist es der Hauptgrund für den Aufenthalt, für weitere rund ein Drittel einer von mehreren Gründen. Gleichzeitig generiert der Anlass zusätzliche **touristische Wertschöpfung**, da ein grosser Teil der Besucher:innen in der Region übernachtet und Gastronomie- sowie Freizeitangebote nutzt.

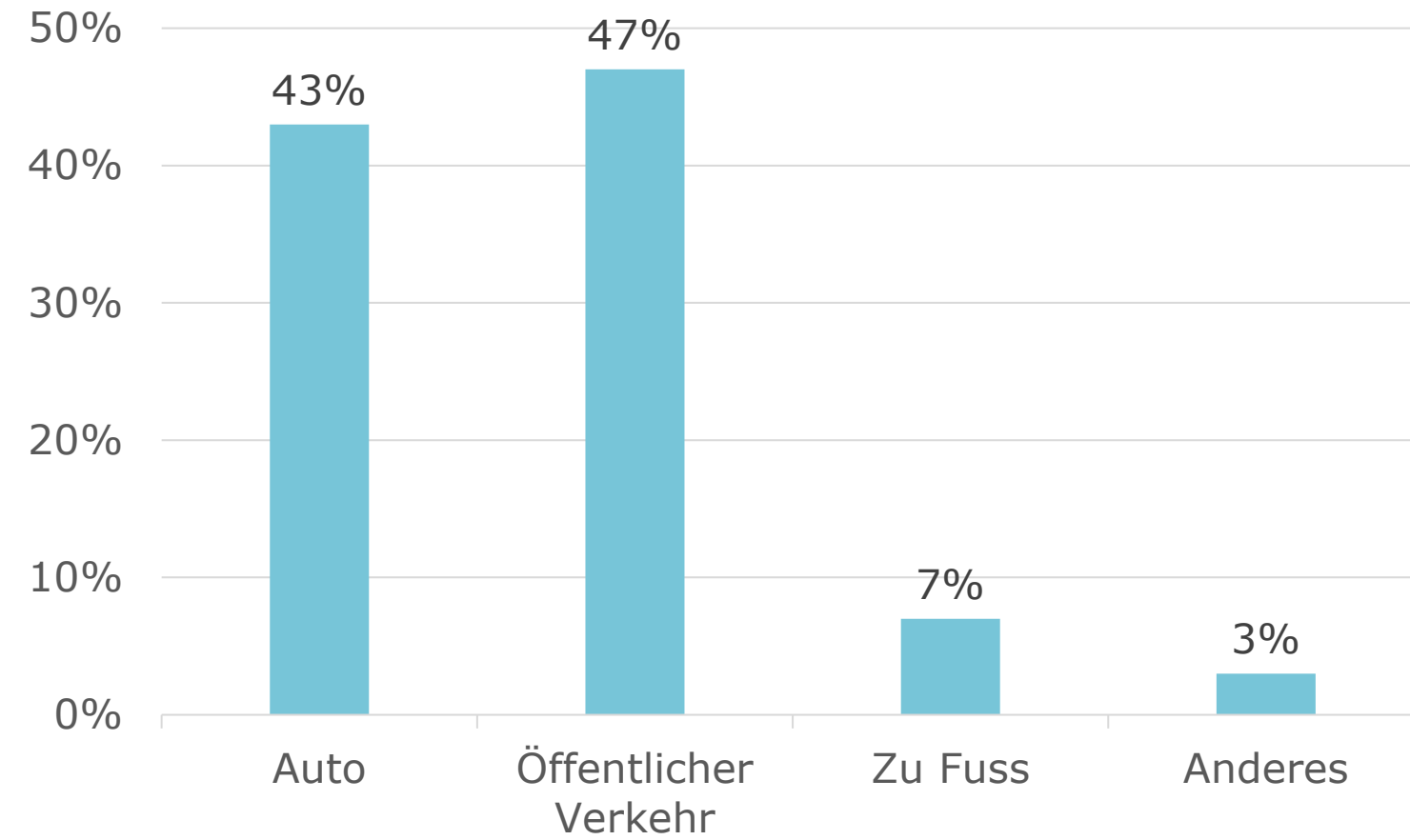
Die **Zufriedenheit** mit dem Festival ist insgesamt hoch. Besonders positiv bewertet werden die Atmosphäre, die Lichtinstallationen sowie Sauberkeit und Freundlichkeit des Personals. Auch das gastronomische Angebot wird überwiegend positiv beurteilt.

Verbesserungspotenzial sehen die Besucher:innen vor allem bei der Verkehrsanbindung am Abend. Häufig genannt werden spätere oder zusätzliche Bahnverbindungen sowie eine bessere Abstimmung zwischen Festivaldauer, Gastronomie und Rückreise. Weitere Anregungen betreffen eine moderate Erweiterung der Lichtinstallationen, zusätzliche Informationen zu den Installationen sowie vereinzelt mehr gastronomische Angebote entlang der Strecke.

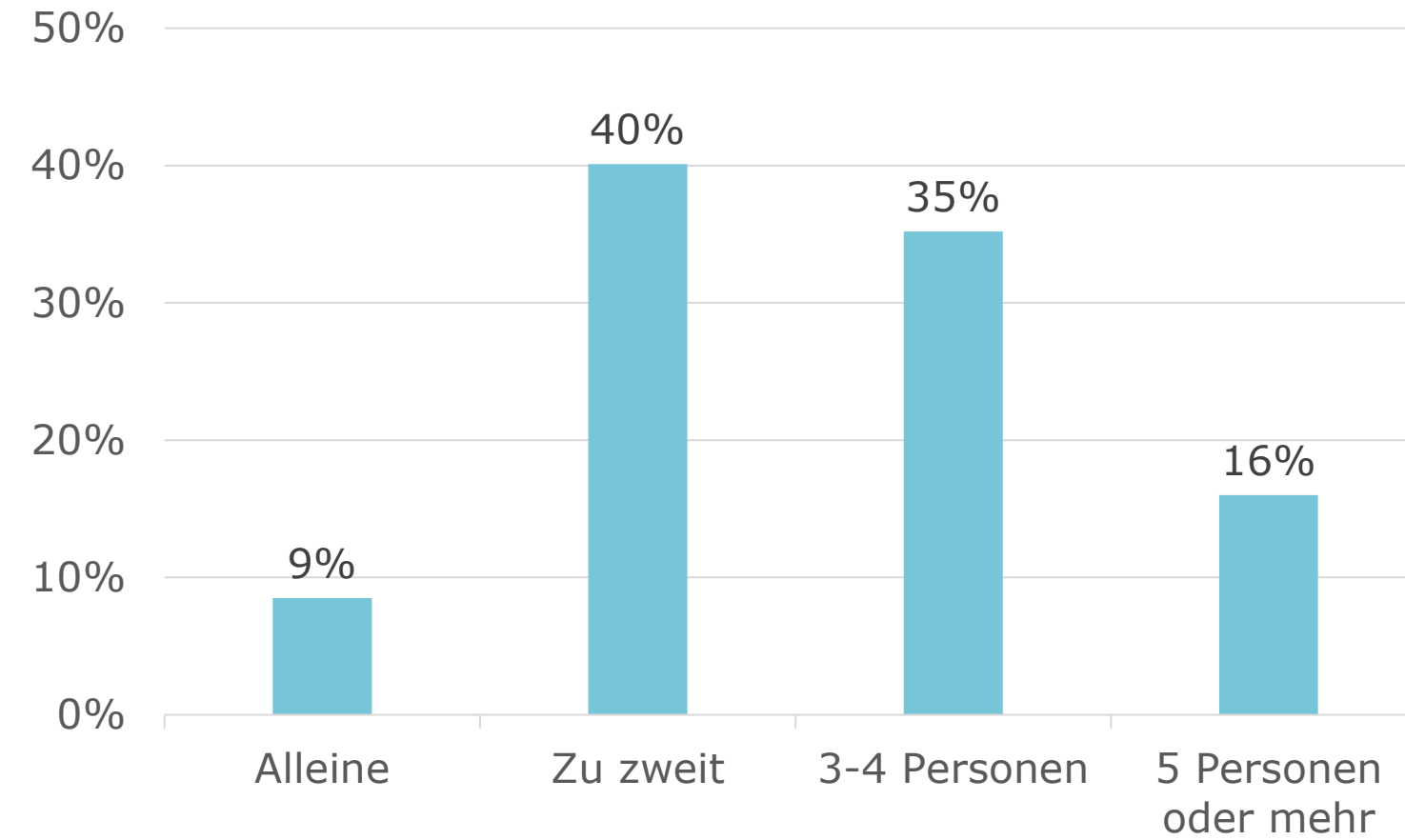
Insgesamt zeigt sich, dass das LichtFestival als **attraktiver Anlass** wahrgenommen wird, der zur touristischen Wertschöpfung beiträgt. Gleichzeitig bestehen Optimierungsmöglichkeiten insbesondere bei Fahrplan, Organisation und punktueller Weiterentwicklung des Angebots.

Anreise

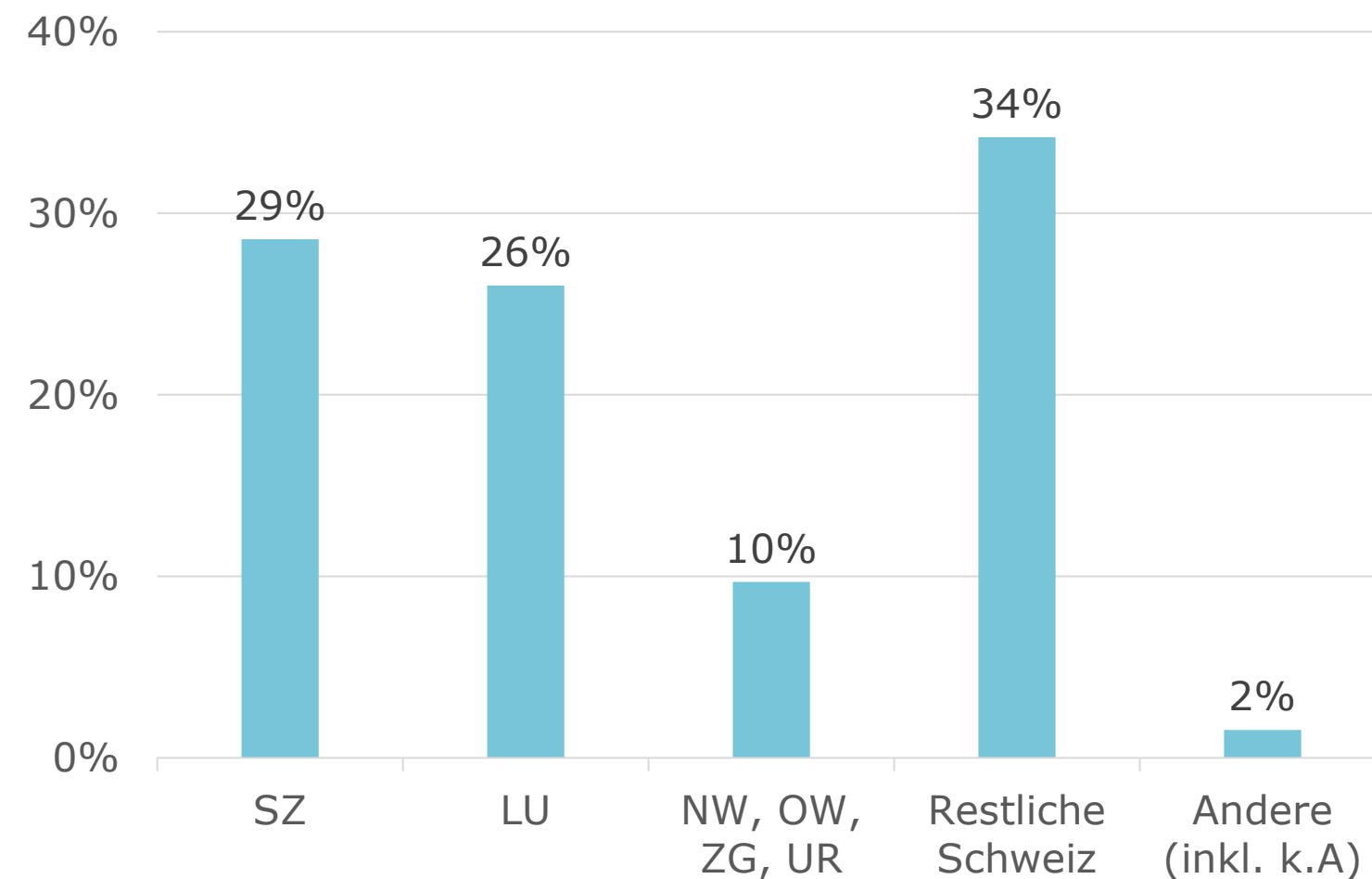
Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie zum LichtFestival Rigi angereist? (n=211)



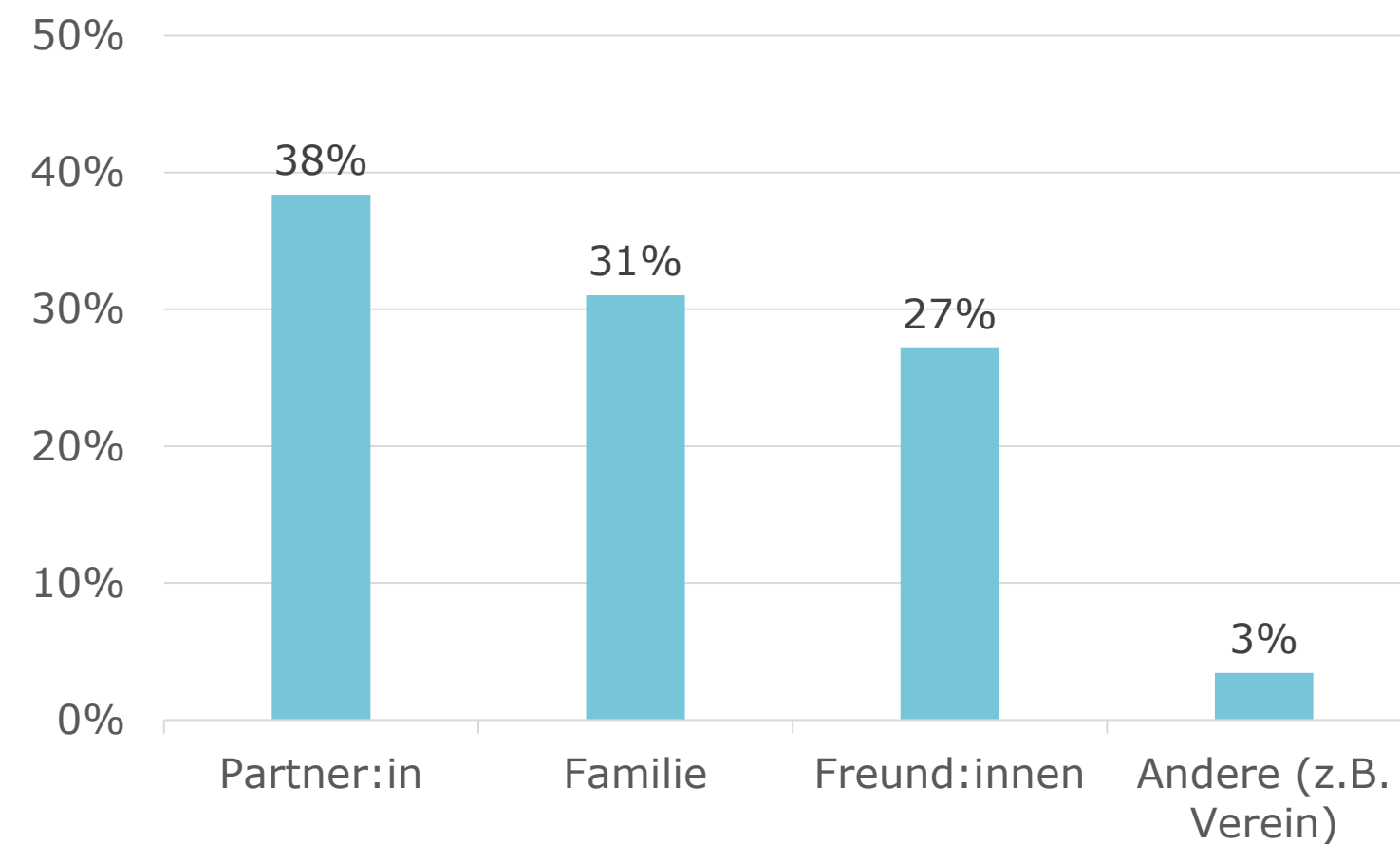
Mit wie vielen Personen sind Sie angereist? (n=212)



Wo leben Sie derzeit? (n=196)



Mit wem besuchten Sie das LichtFestival Rigi? (n=232, Mehrfachantwort möglich)



Verkehrsmittel Anreise

- 43% mit Auto
- 47% mit öffentlich Verkehrsmittel

Region

- 29% Kanton Schwyz
- 26% Kanton Luzern
- 98% aus der Schweiz

Anzahl Personen / Gruppe

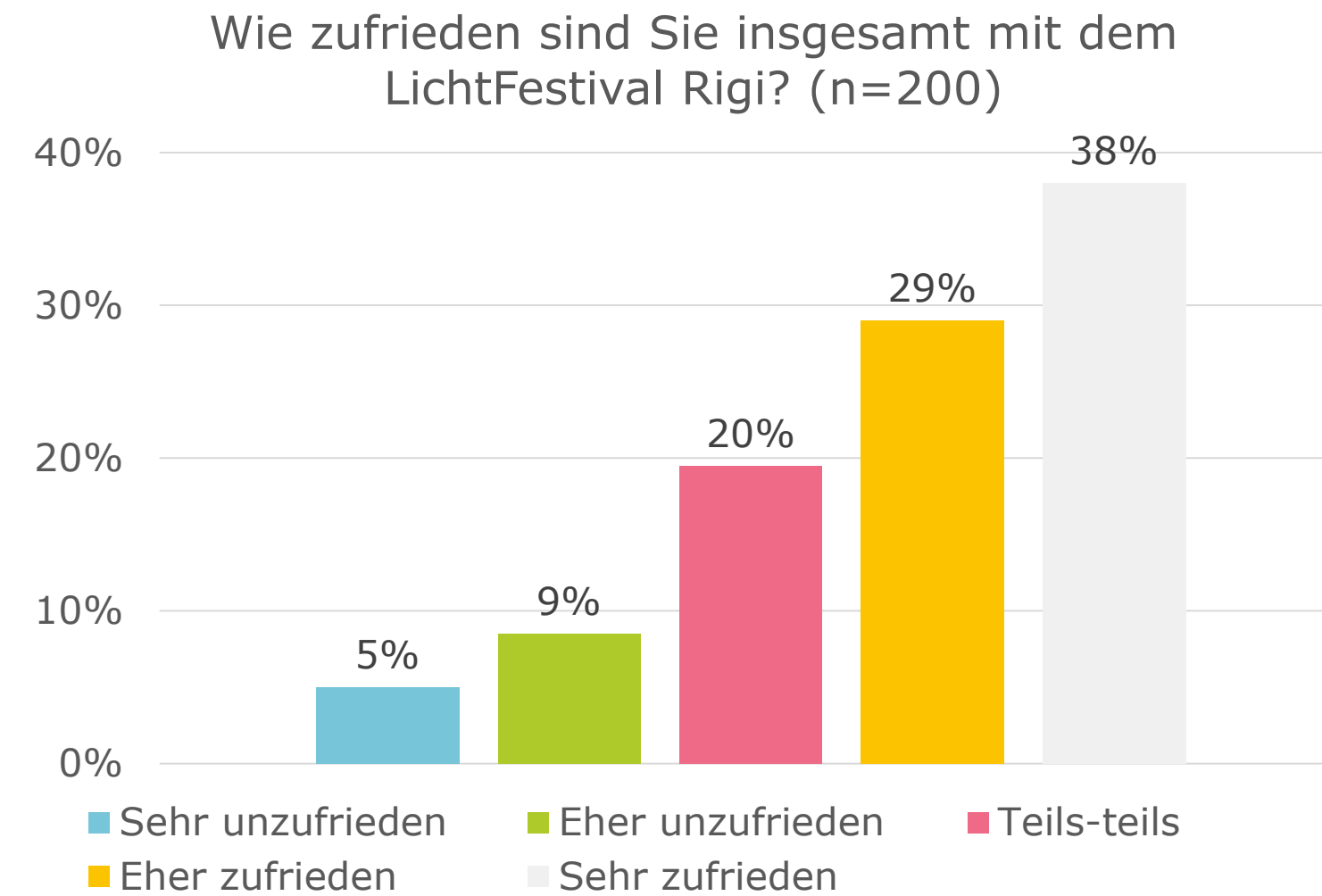
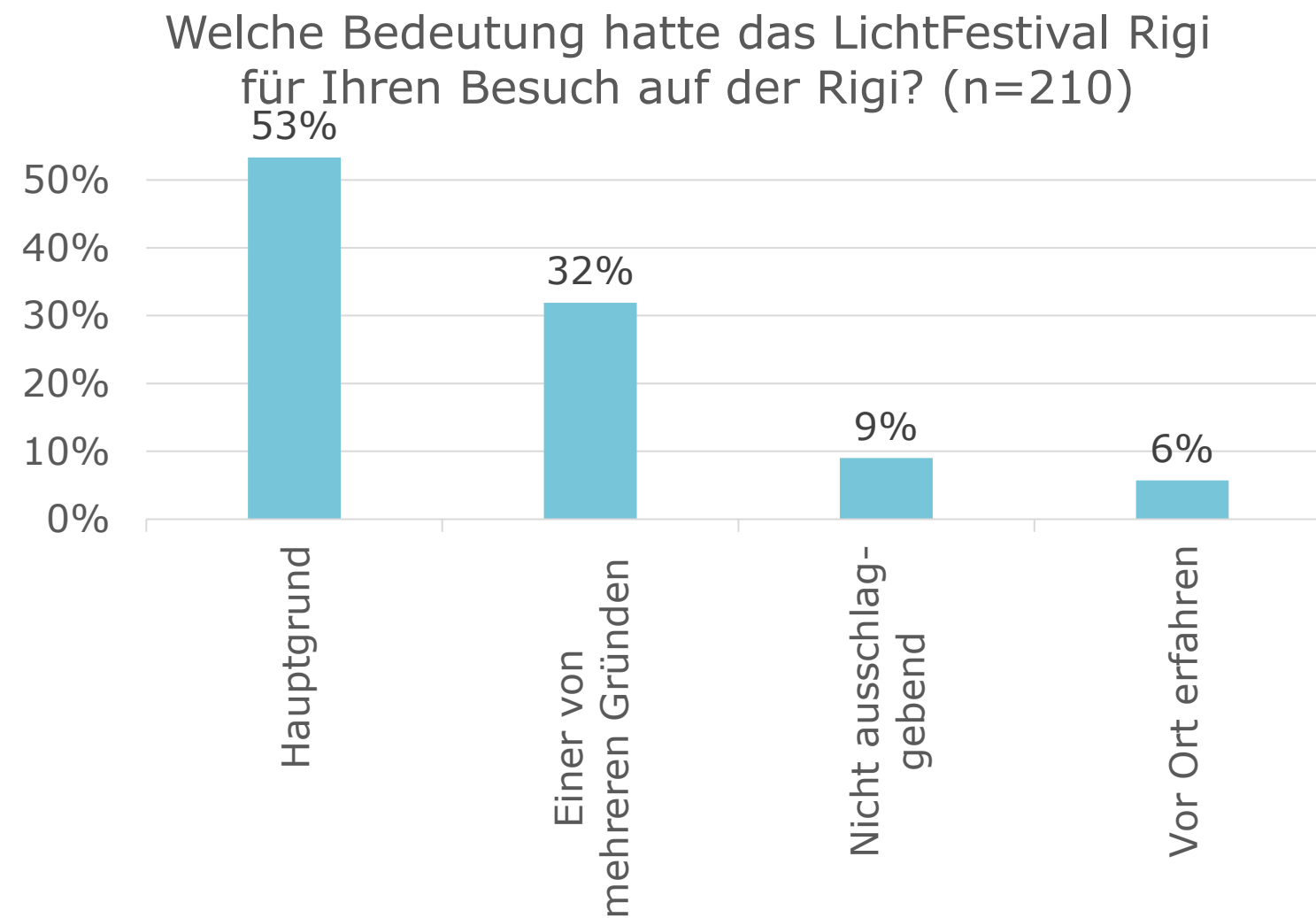
- 40% zu zweit
- 50% in Gruppen

- 38% mit Partner:in
- 31% mit Familie
- 27% mit Freund:innen

Fazit: Die Besucher:innen reisten nahezu gleich häufig mit dem Auto (43%) wie mit öffentlichen Verkehrsmitteln (47%) an und stammen überwiegend aus der näheren Region (Kt. SZ 29%/LU 26%), fast ausschliesslich aus der Schweiz (98%).

Der Anlass wird vor allem in Begleitung besucht, häufig zu zweit oder in Gruppen, insbesondere mit Partner:innen, Familie oder Freund:innen.

Zum Aufenthalt



Bedeutung für den Aufenthalt

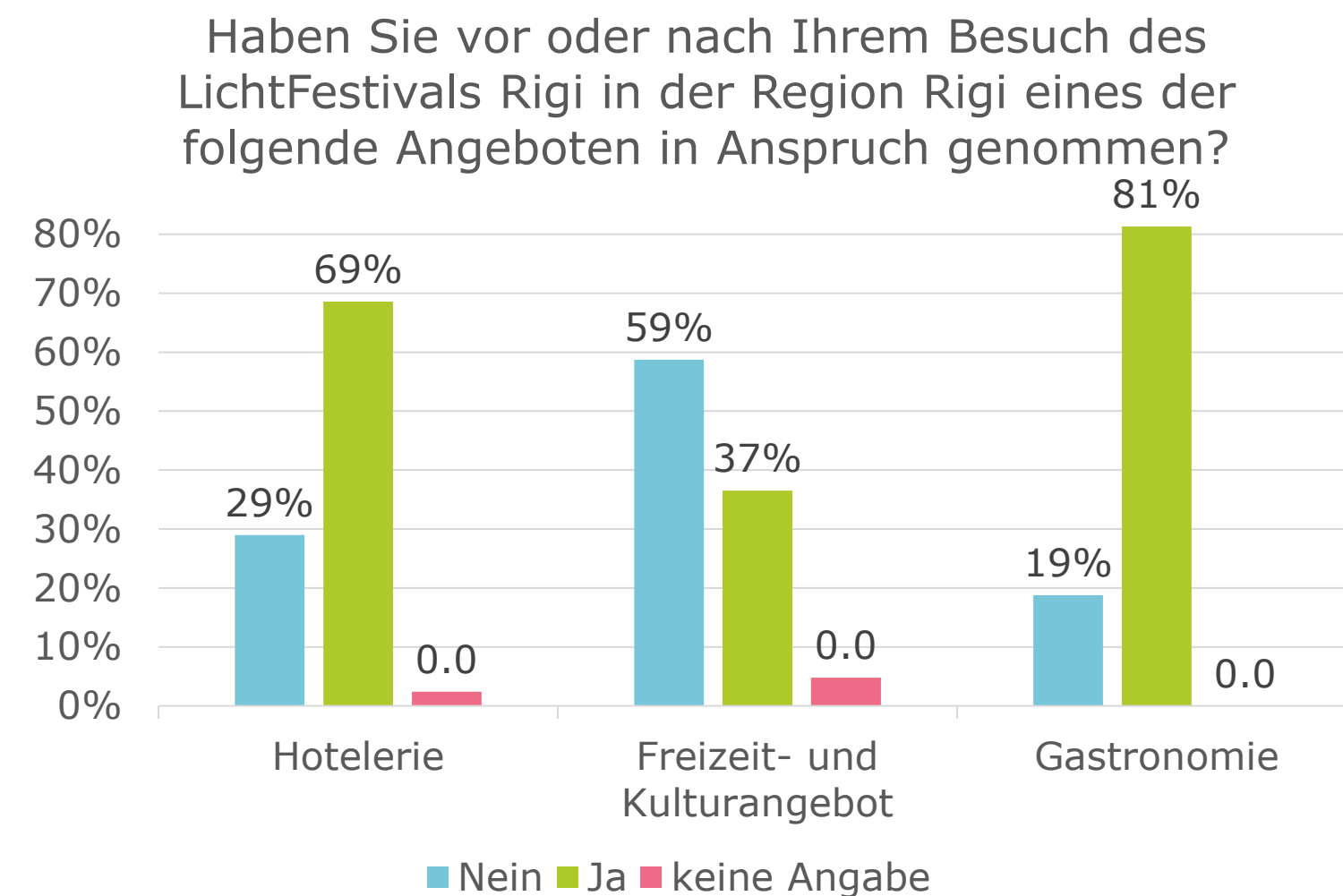
- 53% Hauptgrund
- 32% einer von mehreren Gründen

Weitere Dienstleistungen

- 69% der Befragten hat in der Region übernachtet
- 37% weitere Freizeit- und Kulturangebote
- 81% Gastronomie

Zufriedenheit insgesamt mit dem LichtFestival

- Mittelwert 3.9 = eher zufrieden
- 70% eher bis sehr zufrieden

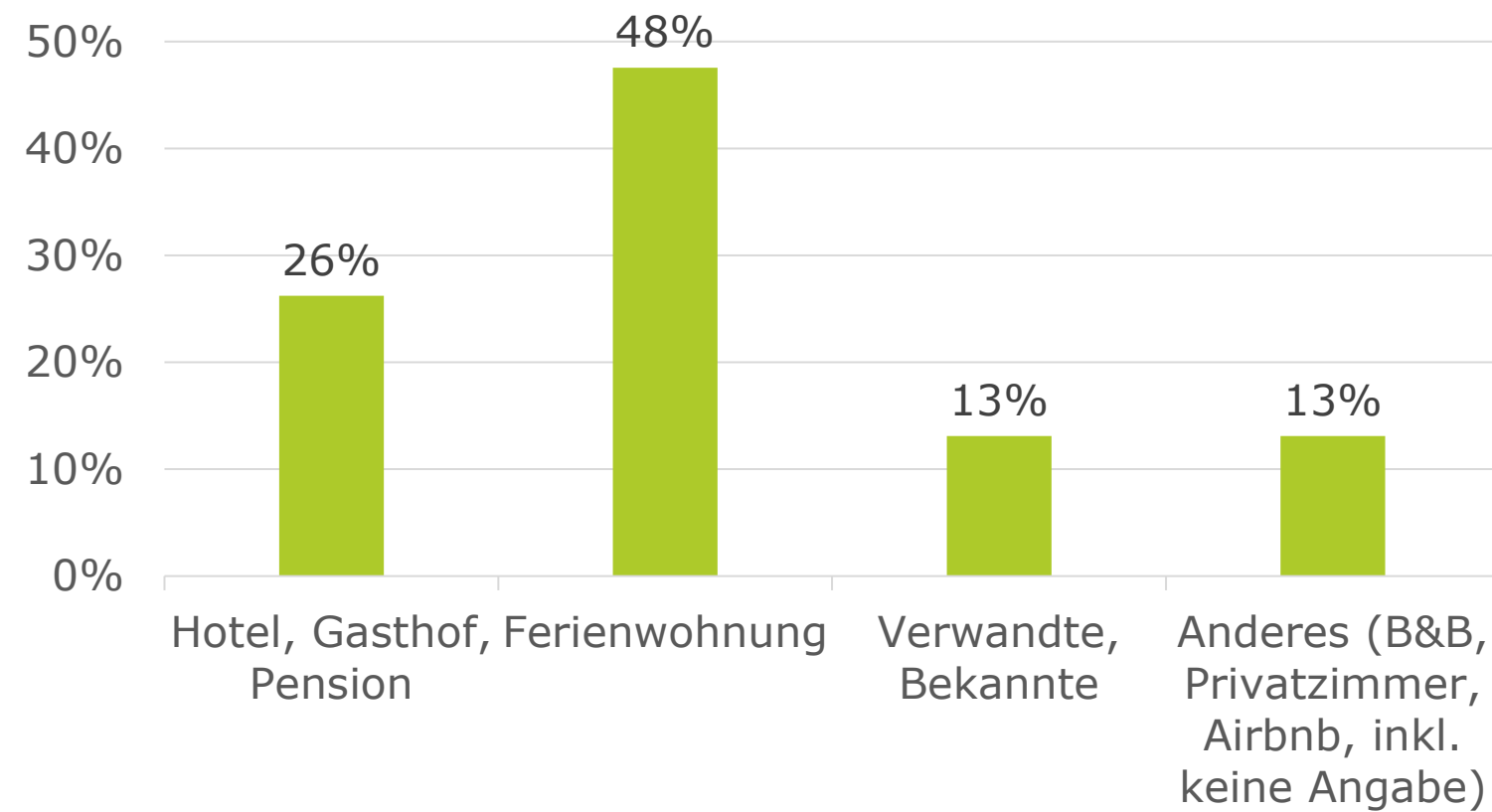


Fazit: Das LichtFestival stellt für viele Besucher:innen einen **zentralen Anlass** dar. Für 53% ist es der Hauptgrund für den Aufenthalt und für weitere 32% einer von mehreren Gründen.

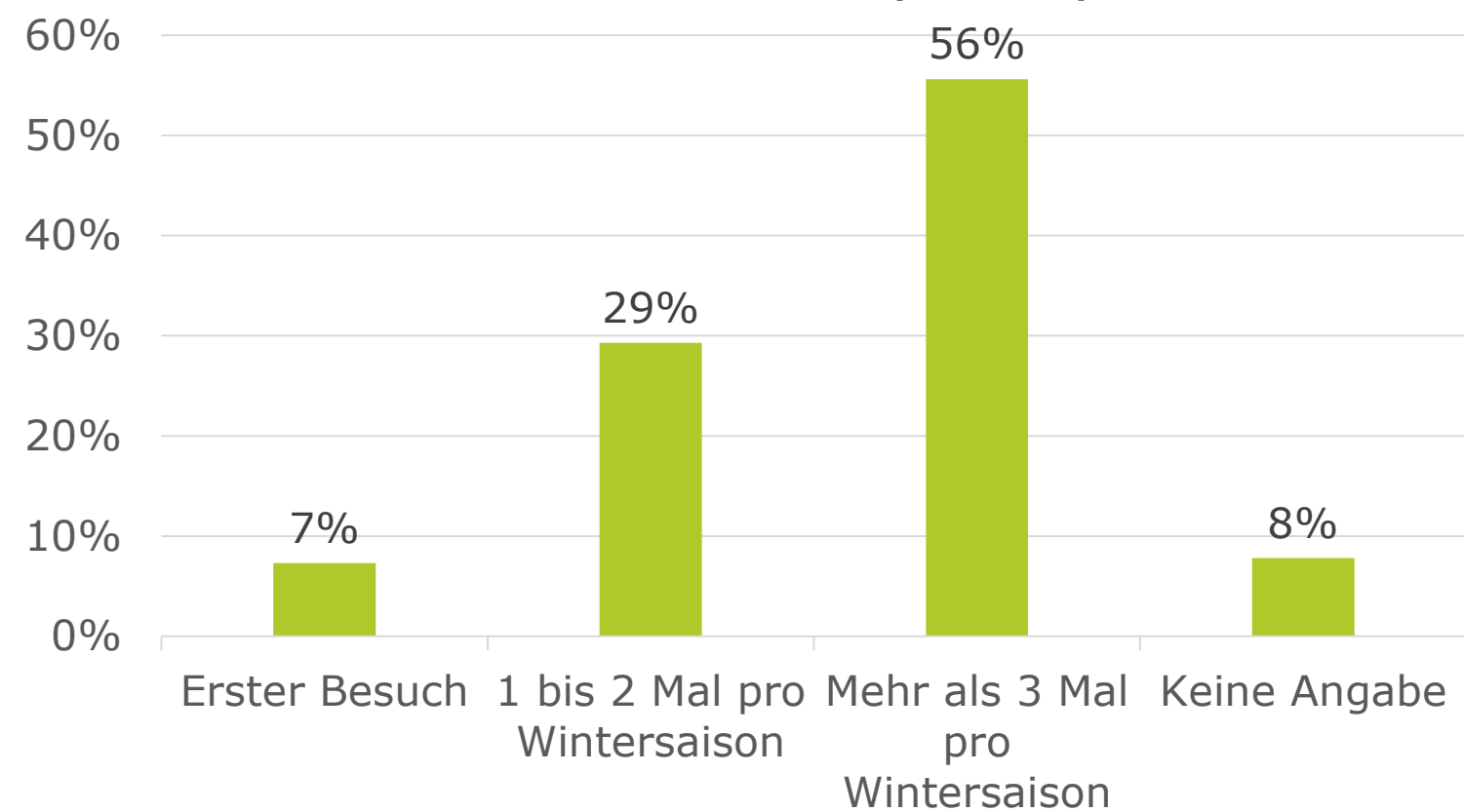
Gleichzeitig zeigt sich eine deutliche **touristische und regionale Wertschöpfung**, da ein grosser Teil der Befragten in der Region übernachtet und zusätzliche Angebote wie Gastronomie (81%) sowie Freizeit- und Kulturangebote (37%) nutzt; insgesamt wird das Festival mit einem Mittelwert von 3.9 überwiegend positiv bewertet, wobei rund 70% eher bis sehr zufrieden sind.

Hotellerie

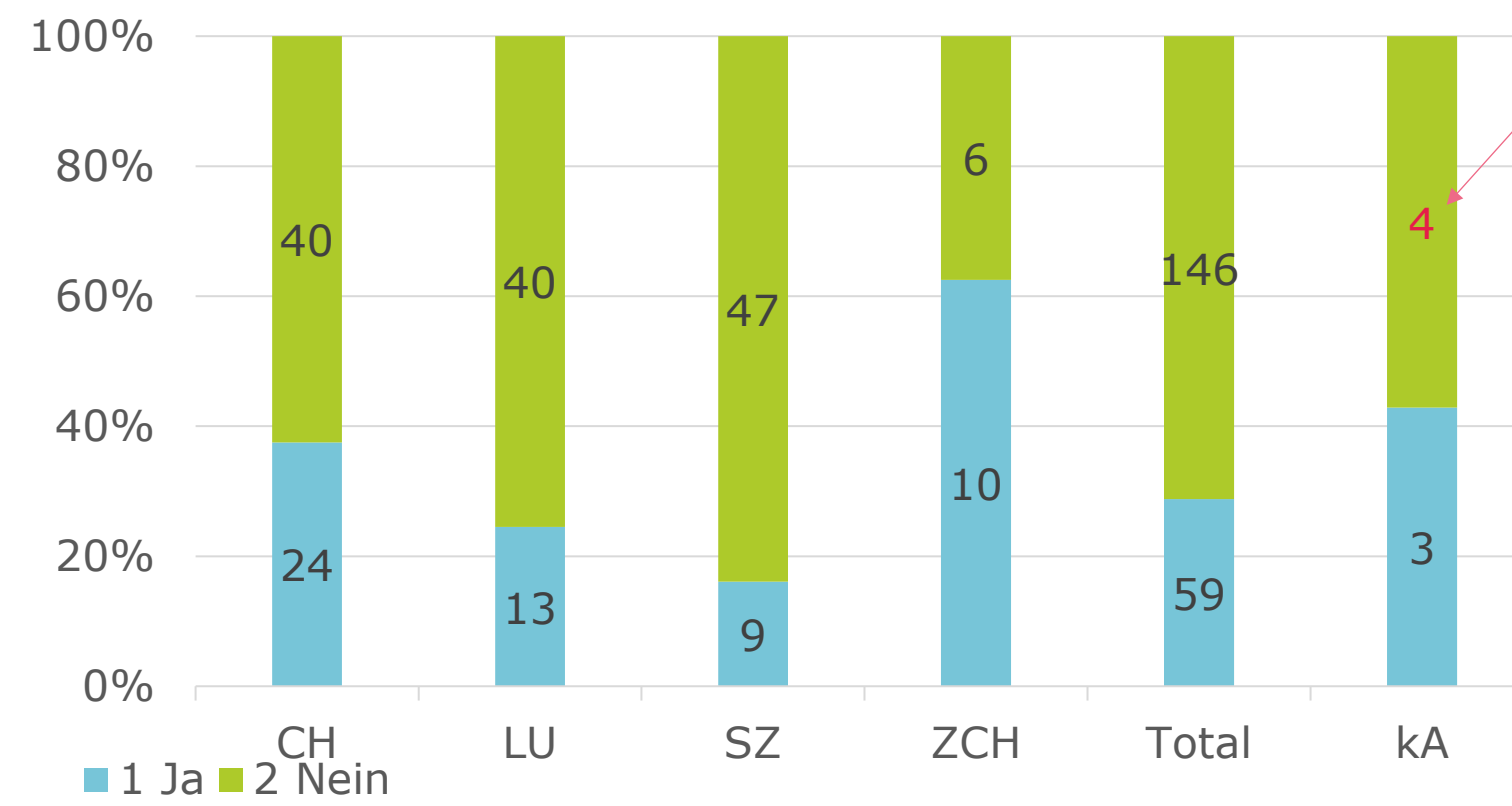
In welcher Art von Unterkunft haben Sie übernachtet? (n=61)



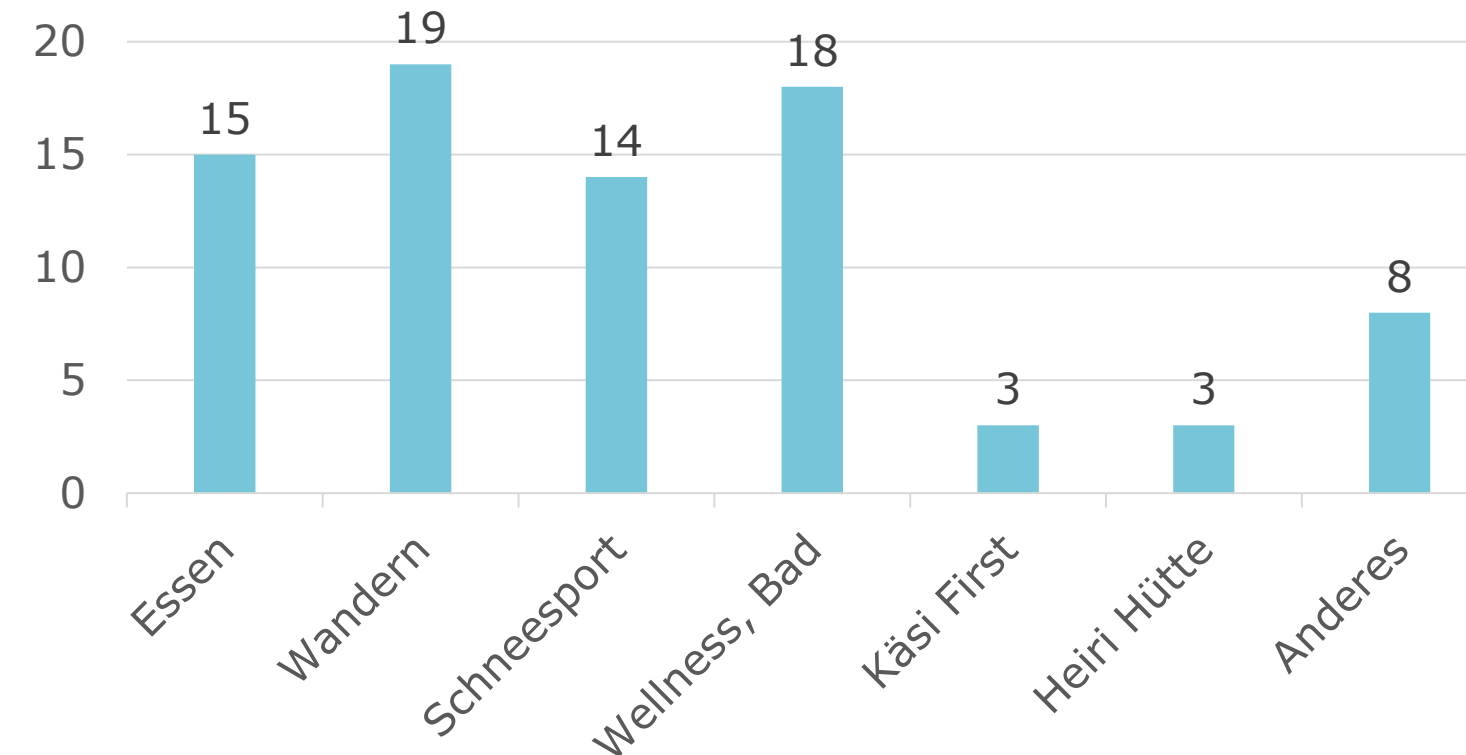
Wie häufig besuchen Sie die Rigi in der Wintersaison zu Freizeit- oder Familienzwecken? (n=205)



Haben Sie vor oder nach Ihrem Besuch des LichtFestivals Rigi in der Region Rigi übernachtet?



Welche weitere Kultur- oder Freizeitaktivitäten haben Sie im Rahmen Ihres Aufenthalts auf der Rigi unternommen? (Offene Frage, Mehrfachnennungen, n=80)



Art der Unterkunft

- 48% Ferienwohnung
- 26% Hotel, Gasthof, Pension

Im Median 2 Nächte

Übernachtungen nach Region

(Hinweis: Die Zahlen in den Balken zeigen die absoluten Werte, die Höhe der Balken entspricht den Prozentanteilen pro Region.)

- Zentralschweiz (NW, OW, ZG, UR)
- Restliche Schweiz

Regelmässige Besuche in der Wintersaison

- 56% mehr als 3 mal
- 29% 1-2 mal

Beliebte Kultur- und Freizeitaktivitäten

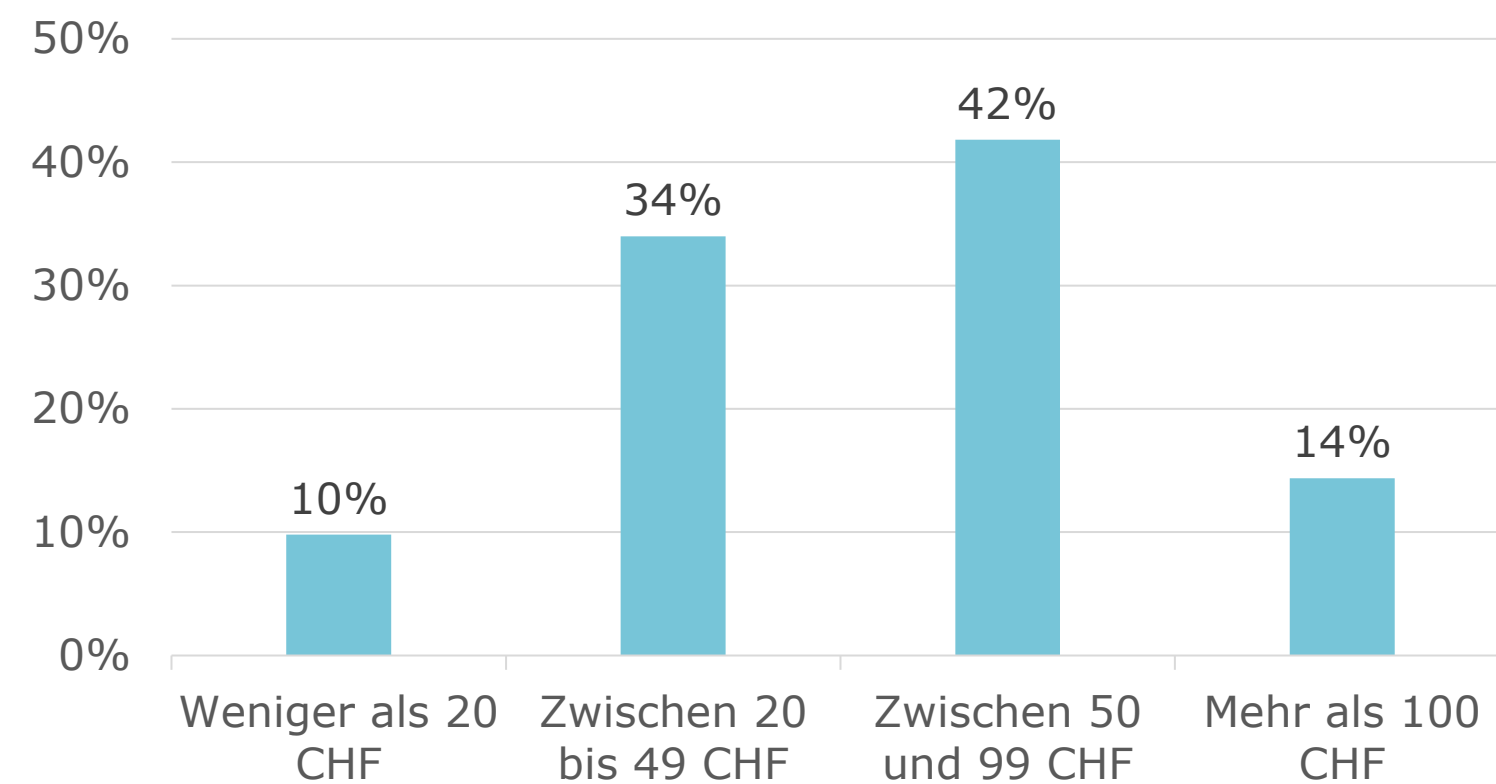
- Essen
- Wandern, Schneesport
- Wellness, Bad

Fazit: Die **Übernachtungen** erfolgen überwiegend in Ferienwohnungen (48%) sowie in Hotels oder Pensionen (26%), wobei der typische Aufenthalt im Median zwei Nächte dauert.

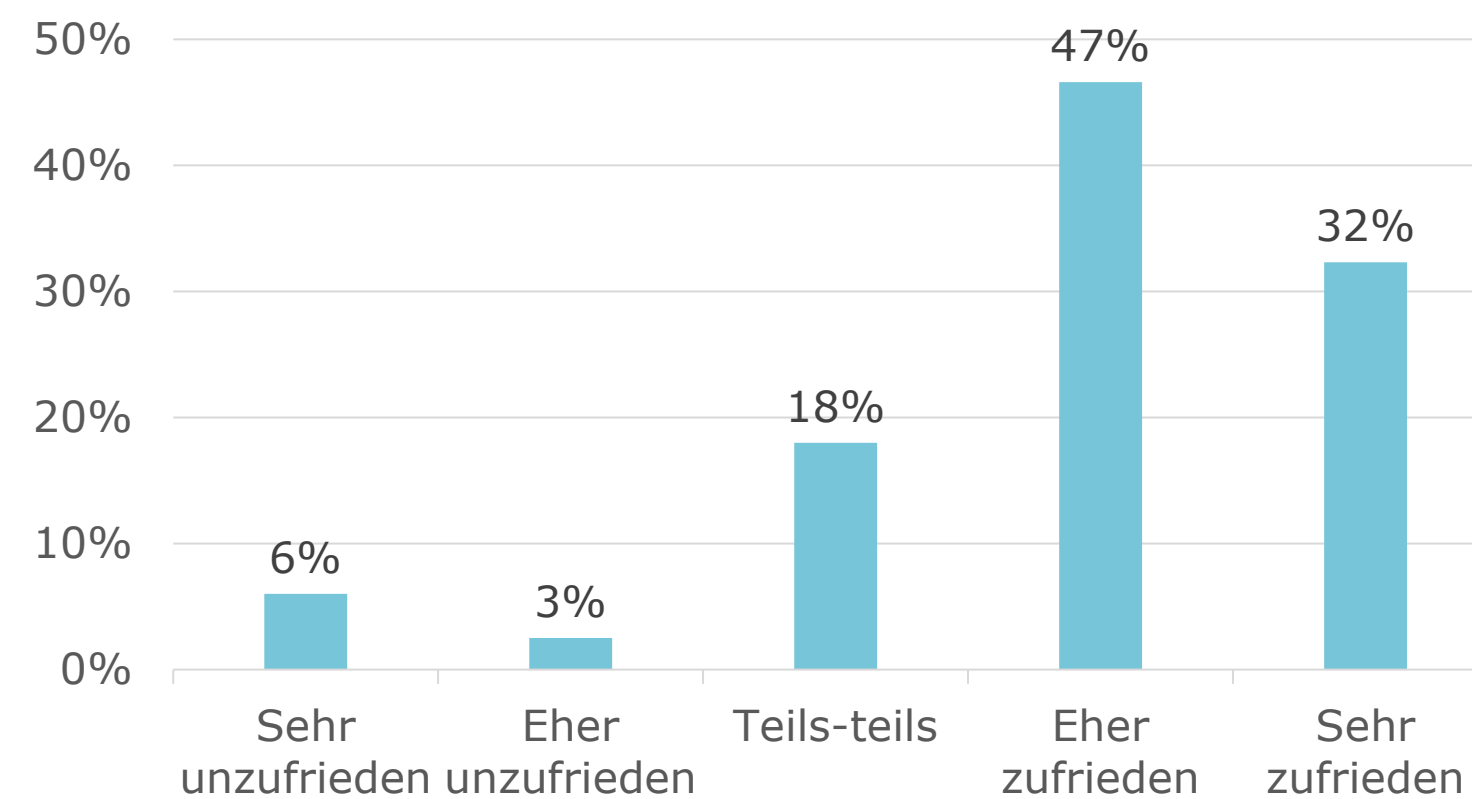
Viele Gäste besuchen die Region regelmässig in der **Wintersaison** und nutzen neben dem LichtFestival weitere Freizeitangebote wie Gastronomie, Wandern, Schneesport sowie Wellness- und Badeangebote, was auf eine Einbettung des Festivals in ein breiteres touristisches Angebot hinweist.

Gastronomie

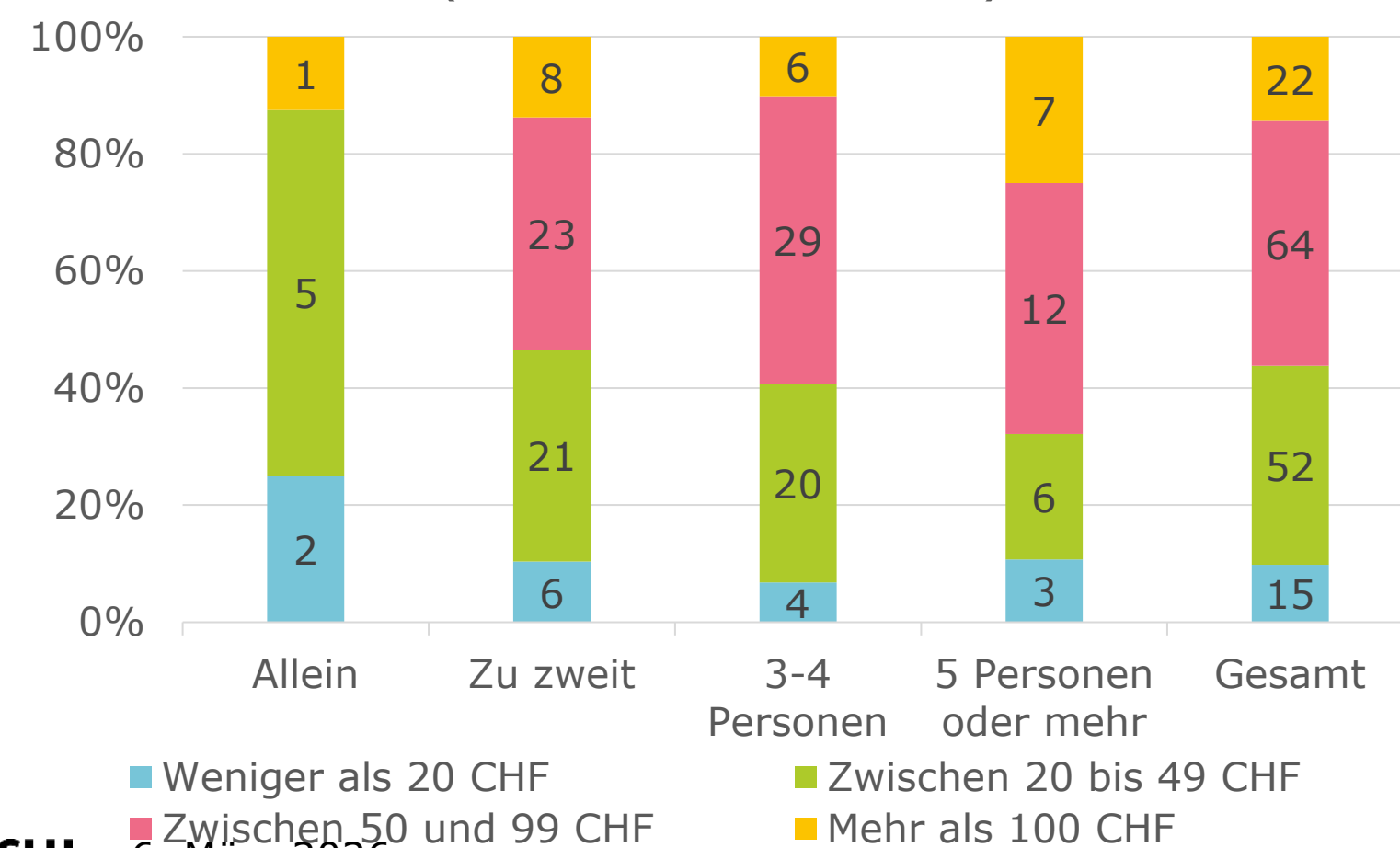
Wie viel haben Sie ungefähr für Gastronomie während des Festivals ausgegeben? (n=153)



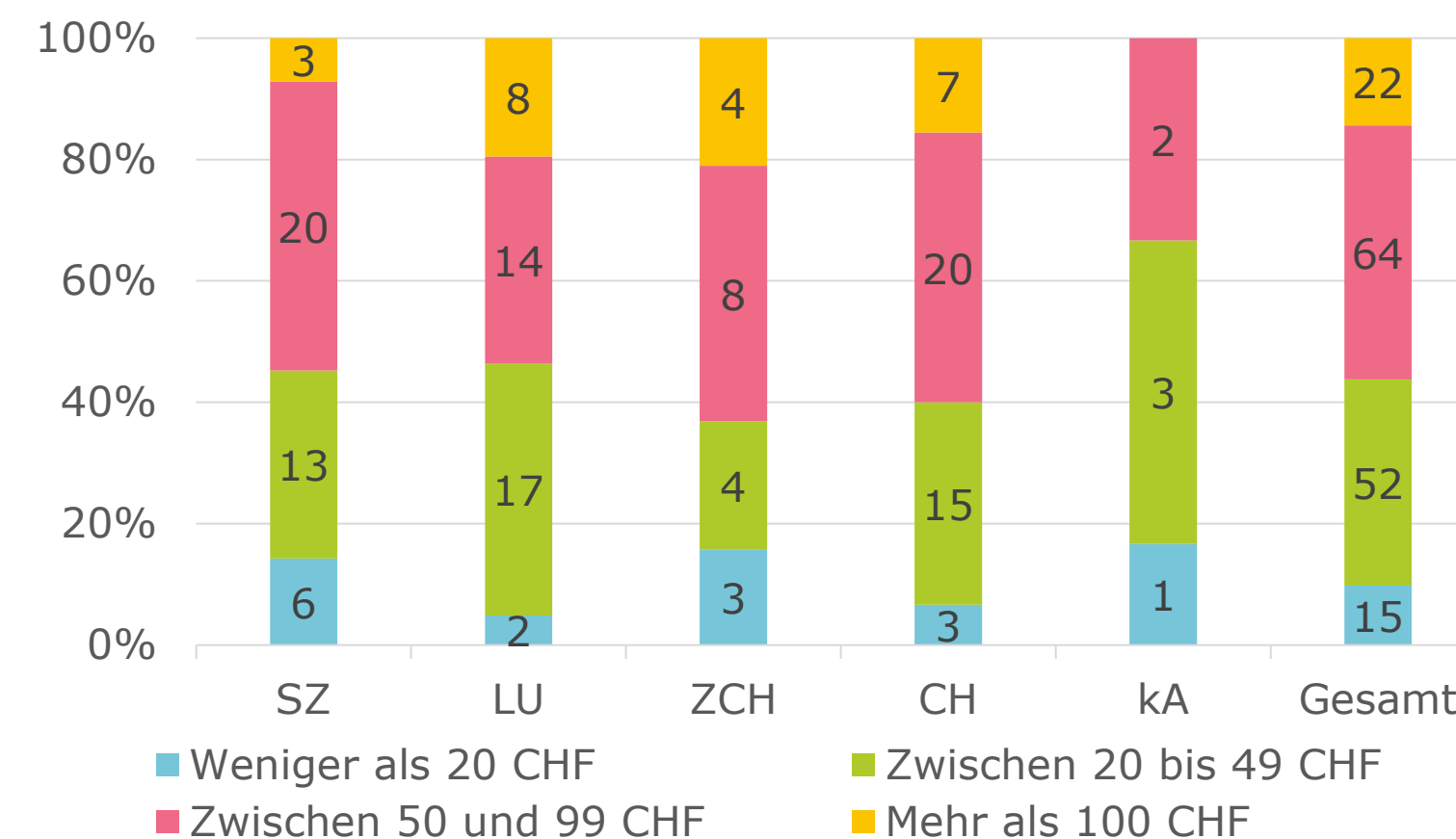
Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot während Ihres Besuchs? (n=161)



Wie viel haben Sie ungefähr für Gastronomie während des Festivals ausgegeben? (Nach Anzahl Personen)



Wie viel haben Sie ungefähr für Gastronomie während des Festivals ausgegeben? (Nach Regionen)



Ausgaben für Gastronomie

- 42% zwischen 50 bis 99 CHF
- 34% zwischen 20 bis 49%

Durchschnittliche Ausgaben

- Alleine: 40 CHF
- Zu zweit: 68 CHF
- 3-4 Personen: 74 CHF
- 5 Personen oder mehr: 73 CHF

(Umrechnung von den Kategorien 20CHF, 49 CHF, 99 CHF 150 CHF)

Zwischen den Regionen gibt es nicht besondere Unterschiede in den Ausgaben

Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot

- 46% eher zufrieden
- 32% sehr zufrieden
- Durchschnitt: 4.1 = eher zufrieden

Fazit: Die **Ausgaben** für Gastronomie liegen bei einem grossen Teil der Besucher:innen

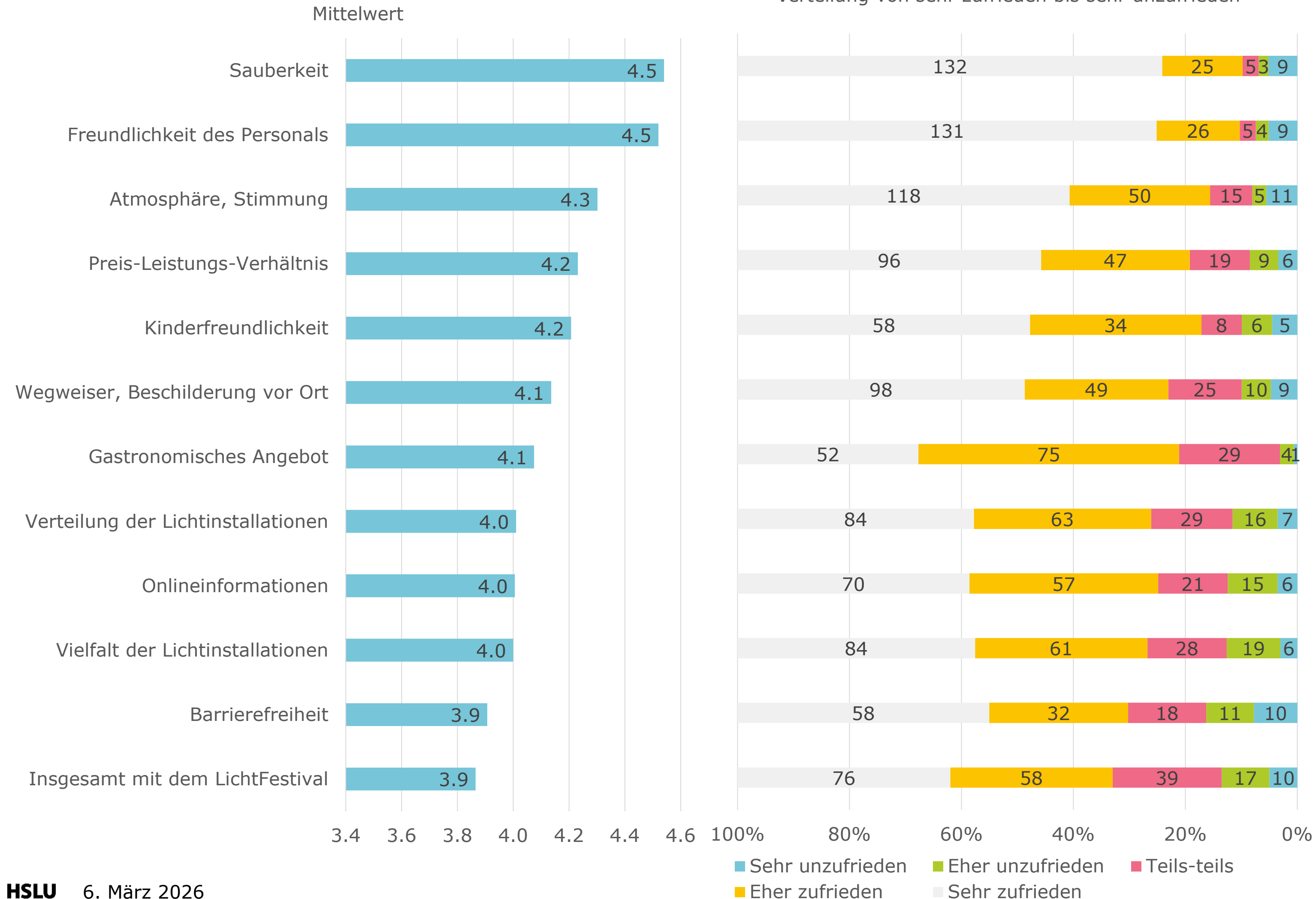
zwischen 50 und 99 CHF, wobei die durchschnittlichen Ausgaben je nach Gruppengrösse moderat variieren und zwischen rund 40 CHF (alleine) und etwa 70 CHF (Gruppen) liegen.

Insgesamt wird das gastronomische Angebot **positiv bewertet** (Mittelwert 4.1), wobei sich kaum Unterschiede zwischen den Herkunftsregionen zeigen.

Zufriedenheit

Zufriedenheit mit folgenden Aspekten (n=111-200)

Verteilung von sehr zufrieden bis sehr unzufrieden



Hohe Zufriedenheit

- Sauberkeit
- Freundlichkeit des Personals

Eher Zufrieden

- Insgesamt mit dem LichtFestival
- Barrierefreiheit

Weitere Punkte

- Fahrplan, Abreise, mehr Bahnen (ca. 22 Nennungen)

Fazit: Die Rückmeldungen zeigen eine **hohe Zufriedenheit** insbesondere mit der Sauberkeit sowie der Freundlichkeit des Personals.

Insgesamt wird das LichtFestival sowie die Barrierefreiheit „nur“ eher positiv bewertet und könnte verbessert werden.

Optimierungspotenzial zeigt sich vor allem beim Fahrplan und bei der Abreise, insbesondere im Hinblick auf zusätzliche Bahnverbindungen.

Was sollte beim nächsten LichtFestival Rigi beibehalten werden?

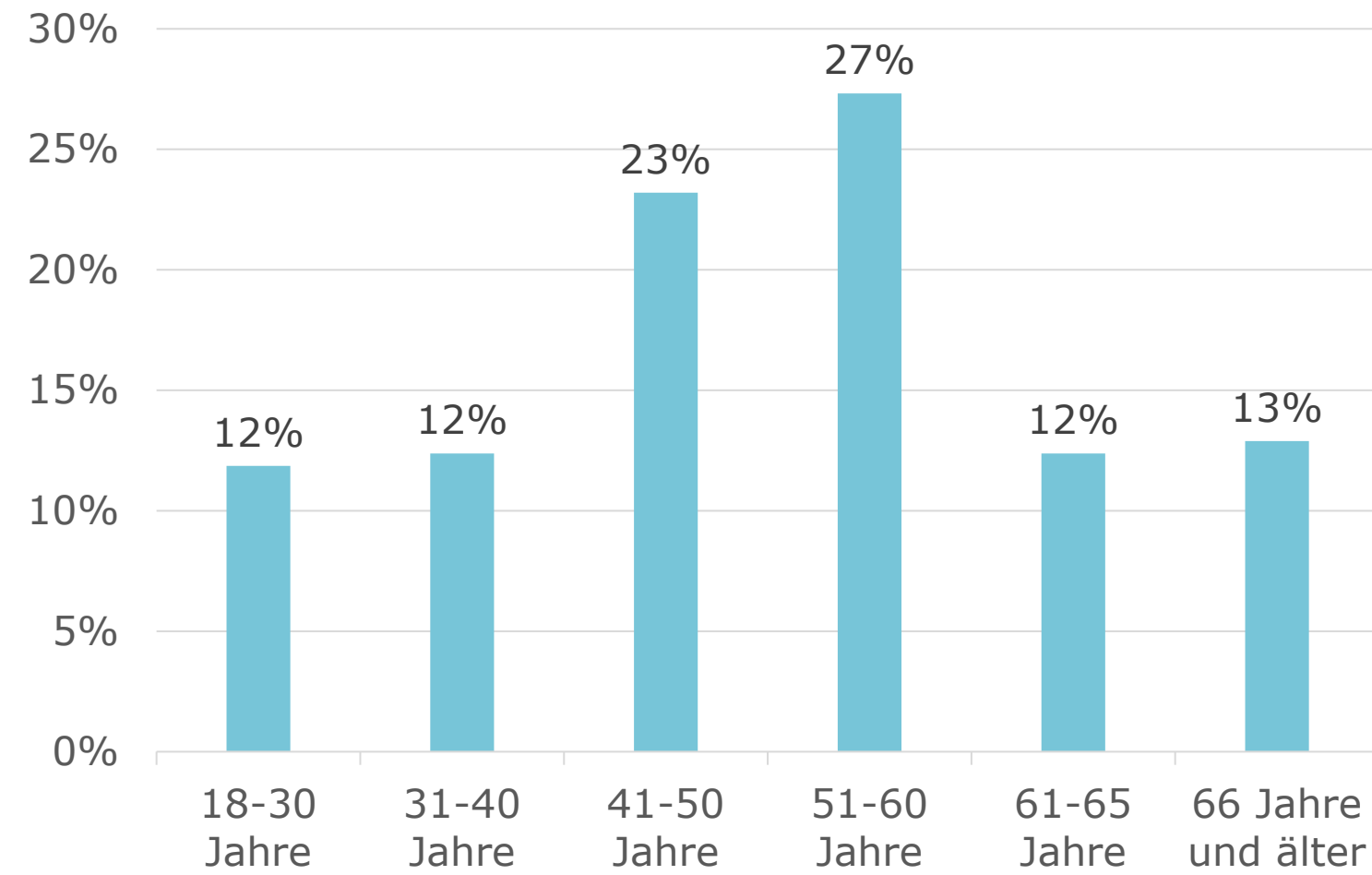
Kategorie	Zentrale Rückmeldungen
Lichtinstallationen	<p>Viele positive Rückmeldungen zu den Installationen insgesamt, insbesondere zur Beleuchtung der Kapellen, Kirchen, Käserei, Felsen und Bäume sowie zur Atmosphäre entlang des Weges.</p> <p>Gelobt wurden die Vielfalt der Installationen, der farbig beleuchtete Weg, die Kombination mit Musik sowie grössere Installationen wie Kirchen oder Felswände.</p> <p>Teilweise wurden mehr Installationen, mehr Licht oder zusätzliche Animationen gewünscht.</p> <p>Einzelne Rückmeldungen betonen, dass Installationen länger als „Show“ wirken könnten oder dass mehr Orte einbezogen werden könnten.</p>
Gastronomie	<p>Positiv hervorgehoben wurden insbesondere Angebote wie die Bärenstube, Fondueangebote, Glühwein sowie kulinarische Angebote entlang des Weges.</p> <p>Die Kombination von Lichtfestival und Gastronomie wurde mehrfach als gelungen beschrieben.</p> <p>Gleichzeitig gab es Hinweise, dass gastronomische Angebote teilweise stärker eingebunden oder länger geöffnet sein könnten.</p>
Fahrplan / Verkehr	<p>Mehrere Rückmeldungen betreffen die An- und Abreise mit der Bahn. Gewünscht wurden häufigere Bahnverbindungen, insbesondere am Abend (z.B. zwischen 21–22 Uhr), zusätzliche Extrafahrten sowie bessere Rückfahrmöglichkeiten nach Goldau, Vitznau oder Weggis.</p> <p>Einzelne Kommentare erwähnen Unsicherheit über Fahrpläne oder fehlende Verbindungen unter der Woche.</p> <p>+ Aktionspreis Rigibahnen</p>
Öffnungszeiten	<p>Der gewählte Zeitraum im Februar wird positiv bewertet.</p> <p>Einige Rückmeldungen beziehen sich auf längere Öffnungszeiten von Restaurants (z.B. Bärenstube), spätere Startzeiten bzw. längere Dauer am Abend sowie generell mehr Zeit, um Installationen und Angebote zu besuchen.</p>
Weitere Aspekte	<p>Positiv erwähnt wurden Atmosphäre, Schnee und Winterstimmung, die Wegführung, sowie die Kombination von Wanderung, Landschaft und Licht. Weitere Hinweise betreffen Kinderfreundlichkeit, Preisgestaltung (z.B. vergünstigte Tickets oder Gratiseintritte für Kinder), bessere Information zu Standorten der Installationen, Beschilderung sowie die Einbindung von Besucher:innen oder zusätzlichen Veranstaltungen (z.B. Musik).</p> <p>Insgesamt überwiegen sehr positive Rückmeldungen.</p>

Was sollte beim nächsten LichtFestival Rigi verbessert werden?

Kategorie	Zentrale Rückmeldungen
Lichtinstallationen	<p>Häufiger Wunsch nach mehr Lichtinstallationen entlang des Weges, insbesondere zwischen Kaltbad, First und weiteren Stationen.</p> <p>Mehr Vielfalt, Dynamik und interaktive Elemente wurden angeregt (z.B. bewegte Projektionen, Musik, Animationen, Lichtskulpturen).</p> <p>Teilweise wurde eine stärkere Einbindung der Landschaft (Felsen, Berge, Natur) sowie mehr Beleuchtung entlang der Wege gewünscht.</p> <p>Auch Informationen zu Künstler:innen und zur Bedeutung der Installationen sowie eine bessere Beschilderung wurden mehrfach genannt.</p> <p>Einzelne Rückmeldungen betreffen die Qualität einzelner Installationen oder den Wunsch nach mehr Kreativität und stärkerem Konzeptbezug.</p> <p>Zusätzlich wurden Verbesserungen bei der Wegführung und Wegpflege genannt, etwa bessere Beleuchtung oder Wintertauglichkeit der Wege.</p> <p>Einige Rückmeldungen schlagen zudem eine Weiterentwicklung des Konzepts vor, etwa einen Rundweg statt Hin- und Rückweg.</p> <p>Gewünscht wurden mehr gastronomische Angebote entlang des Weges (z.B. zusätzliche Stände, Getränkeangebote, Foodstände) sowie eine bessere Information über geöffnete Restaurants.</p>
Gastronomie	<p>Teilweise wurde erwähnt, dass Restaurants klein oder schnell ausgebucht sind.</p> <p>Mehr Zeit für Gastronomie nach dem Festival sowie eine bessere Abstimmung zwischen Lichtinstallationen und Restaurantbesuchen wurde ebenfalls genannt.</p>
Fahrplan / Verkehr	<p>Sehr viele Rückmeldungen betreffen den Fahrplan der Rigibahnen. Häufig genannt wurden spätere Rückfahrten am Abend, zusätzliche Verbindungen zwischen 20.00 und 23.00 Uhr sowie bessere Anbindungen nach Arth-Goldau, Vitznau und Weggis.</p> <p>Besonders unter der Woche wurde ein unzureichendes Angebot kritisiert. Gewünscht wurden zusätzliche Extrazüge, regelmässigeren Verbindungen und eine bessere Abstimmung zwischen Festivaldauer und Bahnfahrplan.</p>
Öffnungszeiten / Dauer	<p>Mehrere Rückmeldungen wünschen längere Betriebszeiten des Festivals bzw. der Lichtinstallationen (z.B. bis 21.30 oder 22.00 Uhr).</p> <p>Auch ein späterer Beginn der Abschaltung der Lichter sowie längere Öffnungszeiten einzelner Angebote wie Wellness oder Gastronomie wurden genannt.</p>
Weitere Aspekte	<p>Weitere Hinweise betreffen vor allem organisatorische und kommunikative Punkte. Dazu gehören eine bessere Information vor Ort, wie z.B. Hinweise zu geöffneten Restaurants, Standorten der Installationen oder Wegführungen.</p> <p>Auch Marketing und Kommunikation im Vorfeld wurden erwähnt, etwa eine stärkere Bekanntmachung des Festivals.</p> <p>Einzelne Hinweise betreffen auch Preisgestaltung, Kinderangebote oder zusätzliche Aktivitäten (z.B. Musik, Veranstaltungen oder Wellnessangebote), die den Aufenthalt erweitern könnten.</p> <p>Insgesamt zeigen die Rückmeldungen, dass neben Lichtinstallationen vor allem Organisation, Information und das Gesamterlebnis entlang des Weges weiterentwickelt werden könnten.</p>

Soziodemografische Angaben

Wie alt sind Sie? (n=194)



Alter

- 23% zwischen 41-50 Jahre
- 27% zwischen 51-60 Jahre

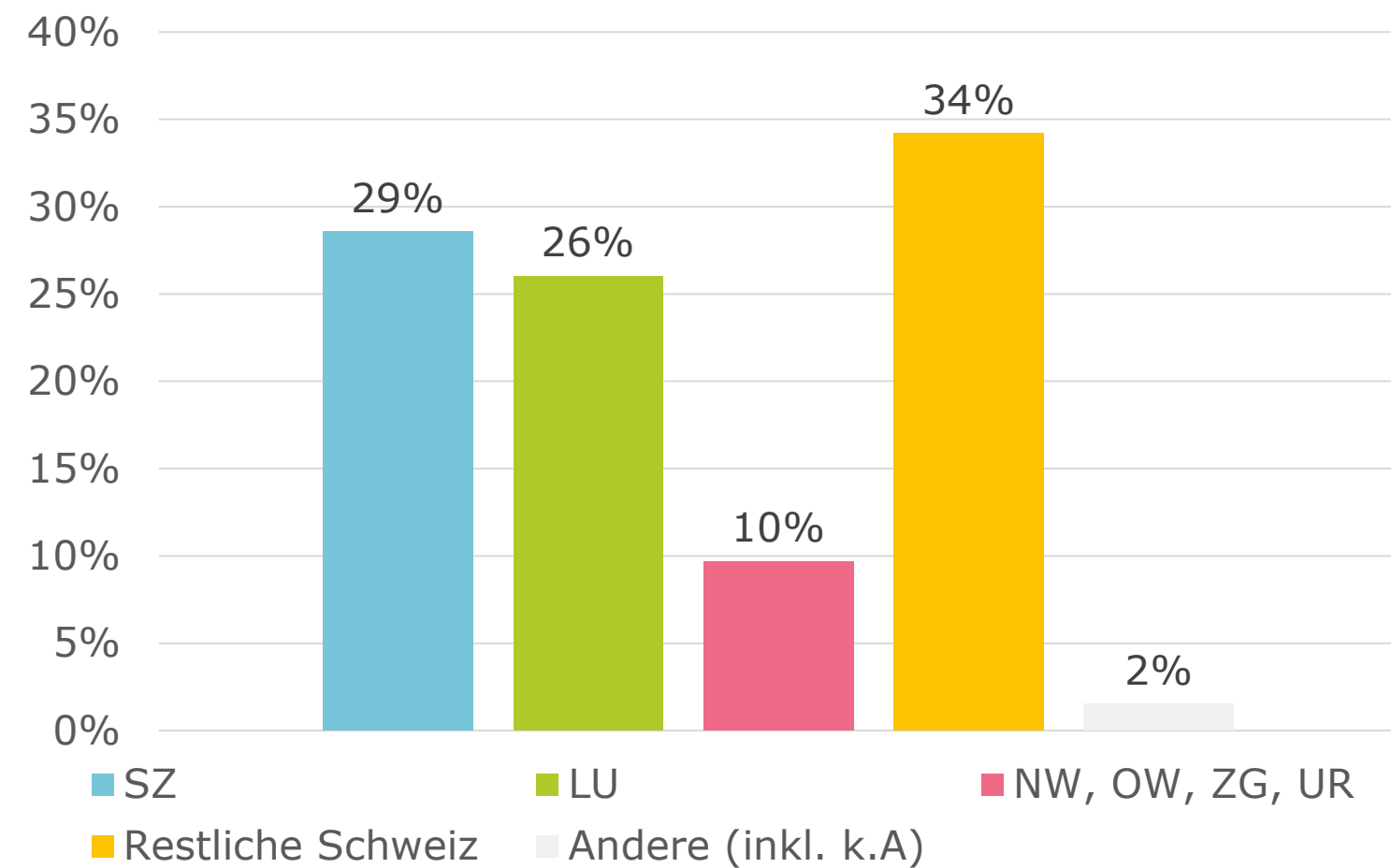
Geschlecht

- 36% männlich
- 60% weiblich
- 4% keine Angabe, divers

Wohnort

- 64% Zentralschweiz
- 34% restliche Schweiz

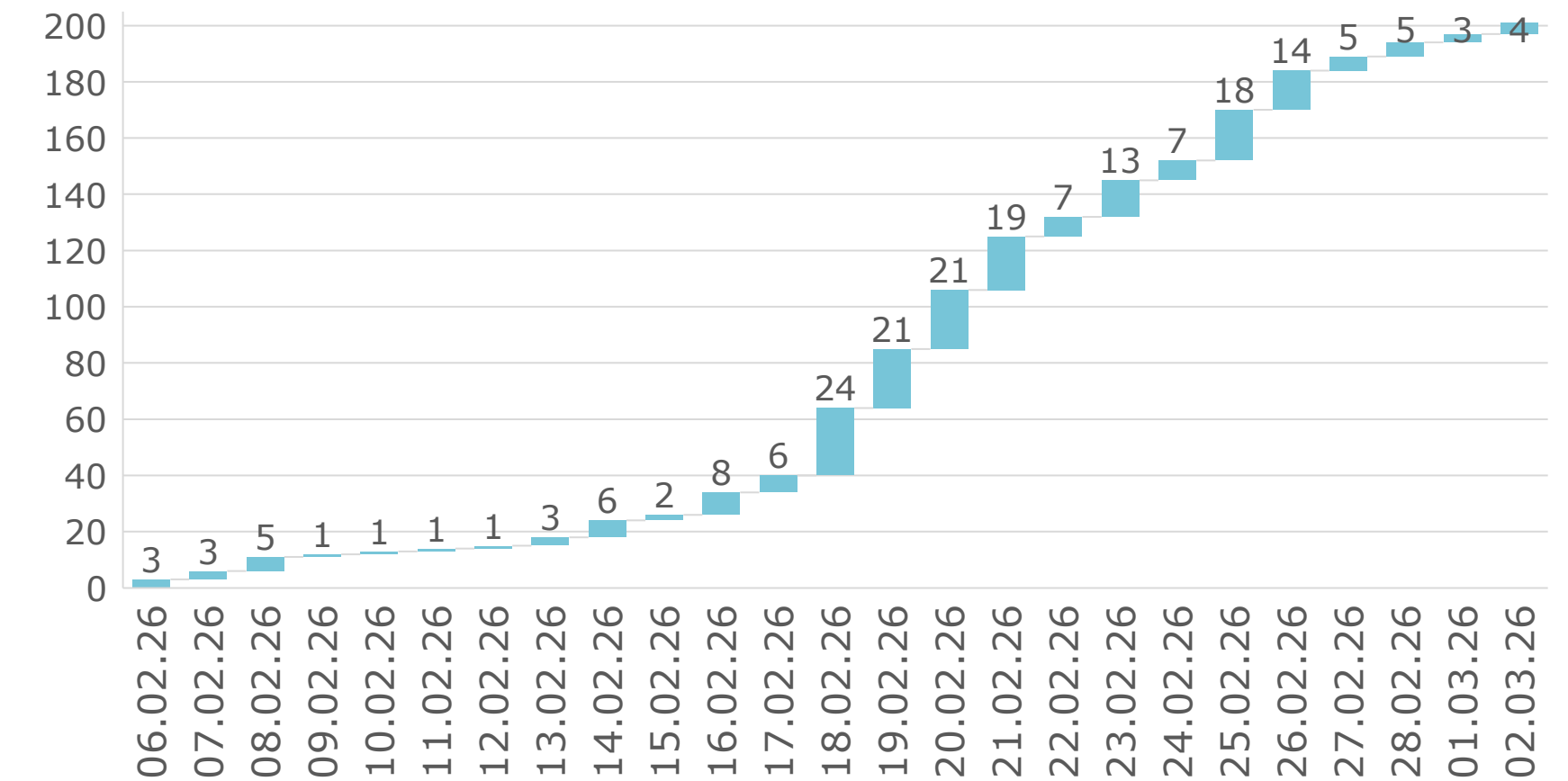
Wo leben Sie derzeit?



Fazit: Die Besucher:innen sind überwiegend zwischen 41 und 60 Jahre alt und mehrheitlich weiblich (60 %) bzw. mehr Frauen haben den Fragebogen ausgefüllt. Zudem stammt der Grossteil aus der Zentralschweiz (64 %), was darauf hinweist, dass das Angebot vor allem ein regionales Publikum mittleren Alters anspricht.

->siehe auch erste Auswertungen zum Besuch

Rücklauf



Informationen zum Rücklauf

- Es haben 201 Personen, die Befragung vollständig beendet.
- Pro Tag haben rund 8 Personen an der Befragung teilgenommen.
- Ab dem 18. Februar haben deutlich mehr Personen an der Befragung teilgenommen als in den Tagen davor.