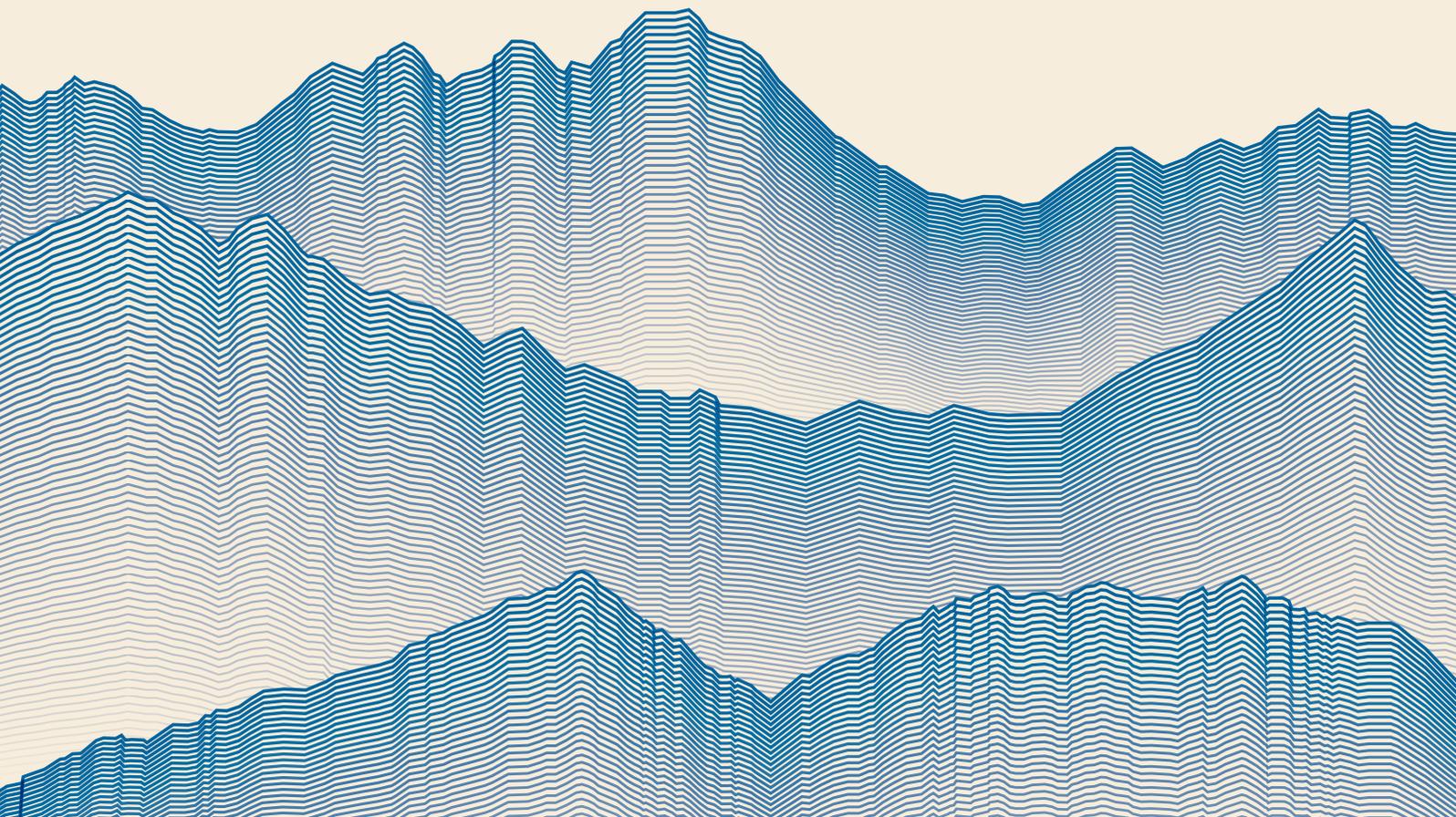


GSTAAD
MENUHIN
FESTIVAL
& ACADEMY



WIEN

17. JULI – 6. SEPTEMBER 2020

FUNDRAISING

INHALT

Kultursponsoring in Gstaad / Cultural sponsoring in Gstaad	5
Wien – Welthauptstadt der Musik?	7
Starke Argumente für ein Engagement / Powerful Arguments for an Involvement	9
Visionen & Leitsätze / Vision & Guiding Principles	11
Geschichte	12
Sponsorenvisibilität	14
Internet & Social Media	18
Gstaad Academy 2020	20
Gstaad Digital Festival	23
Leistungen / Benefits – PR-Medien / PR Media	27
Leistungen / Benefits – Visibility	29
Leistungen / Benefits – Hospitality	31
Emotionen & Erlebnisse / Emotions and Experiences	33
Budget 2019/2020	34
Organisationsstruktur	35
Erfolgskontrolle / Performance Review	37
Plan Menuhin-Festival-Zelt Gstaad	38

Impressum:

Produktion: KULTUR ENGAGEMENT, Saanen

kultur-engagement.ch

© Gstaad Menuhin Festival & Academy

Fotograf Gstaad Menuhin Festival & Academy: Raphaël Faux

© Künstlerbilder: Rights reserved

Grafik + Druck: Müller Marketing & Druck AG, Gstaad

Stand: Januar 2020



«Artist in Residence 2020» Andreas Ottensammer, 29. Juli 2020 | 30. Juli 2020 | 31. Juli 2020 | 2. August 2020



Mauritiuskirche Saanen – Geburtsstätte des Gstaad Menuhin Festival & Academy.

KULTURSPONSORING IN GSTAAD CULTURAL SPONSORING IN GSTAAD

KLASSIK UND ELEGANZ IN DEN ALPEN

Kultursponsoring ist das Bindeglied zwischen Wirtschaft und Kultur. Kultursponsoring ist seit Jahren weltweit im Aufwind. Firmen, welche Kulturanlässe als Plattform für ihre Unternehmenskommunikation auswählen, können diese im Marketing- und Kommunikationsmix geschickt und gezielt einsetzen. Mit Hospitality-Angeboten können sie unvergessliche Erlebnisse schaffen.

Gstaad Menuhin Festival & Academy hat im Hinblick auf das 60. Jubiläum im Jahr 2016 den Grossanlass als Plattform für potenzielle Sponsoren, Stiftungen und Förderer durch eine neutrale, erfahrene Firma beurteilen lassen. Das Resultat zeigt, dass Gstaad Menuhin Festival & Academy im internationalen Benchmark der Kulturplattformen eine Top-Position einnimmt. Alle vorhandenen Fakten belegen ein erstklassiges Kosten-Werte-Verhältnis für jede Stufe von Partnerschaft und für alle denkbaren Kommunikationsstrategien.

Gstaad Menuhin Festival & Academy und der weltweit bekannte Name Gstaad bilden zusammen oder einzeln hervorragende Marken. Das Festival und das Saanenland bieten «Klassik und Eleganz in den Alpen». Der Anlass hat Tradition und ist eingebettet in beste Rahmenbedingungen.

Kreativität und Flexibilität sind für uns die Maximen und Fixpunkte in der Angebotsgestaltung, der Umsetzung und der Gästebetreuung. Wir freuen uns auf Sie als Partner von Gstaad Menuhin Festival & Academy!

Herzlichst



Hans-Ueli Tschanz
Member of the Board of Directors
Fundraising & Development



Marlène Tschanz
Fundraising & Events

CLASSICAL MUSIC AND ELEGANCE IN THE ALPS

Cultural sponsoring is the connecting link between business and culture. All over the world, cultural sponsoring is in the ascendant. By choosing cultural events as platforms for business communication, companies can effectively employ such events as part of their marketing and communications strategy.

The Gstaad Menuhin Festival & Academy has been examined by a neutral and experienced company with a “Value Check” and the outcome shows an excellent standing in the national and international benchmarking. It takes a leading position as a cultural topevent and as a platform for all kind of hospitality activities in the fields of customer care and incentive programs.

The Menuhin Festival and the world famous name Gstaad are excellent trademarks. The Menuhin Festival means “Classical Music and Elegance in the Alps”. The Festival has an established tradition of offering exceptional hospitality services and programmes of events.

Creativity and flexibility are the watchwords in designing the services we offer, in implementing them, in taking care of guests and then monitoring the success of our work. We look forward to welcoming you as a partner of the Gstaad Menuhin Festival & Academy.

With kind regards



Jaap van Zweden, 15. August 2020



Daniel Hope, 25. Juli 2020

WIEN – WELTHAUPTSTADT DER MUSIK?

Wenn die ganze Welt im Jahr 2020 den 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven feiert, steht auch die Stadt seines Wirkens im Fokus. Der Ort, an dem er ausgebildet, inspiriert und animiert wurde durch Vorbilder und durch Konzerteindrücke, wo er gefördert wurde durch Mäzene und im Jahre 1827 verstarb, Wien.

Die seit dem Barock bestehende und nachweisbare Verbindung von Wien zur hochstehenden Musikkultur bezog sich jedoch vorerst weitgehend auf die höfische, adelige Gesellschaft und erst ab dem Biedermeier auch auf den bürgerlichen Musikkonsum. Heute verdankt die Stadt ihren Ruf einem weltweit einzigartigen Musikangebot in allen Genres und Gattungen. Der Kulturtourismus floriert in Wien wie nirgendwo sonst. Die Stadt gilt vielen Grossstädten weltweit als Vorbild, wie Musikgeschichte und Gegenwart wirksam miteinander verbunden und vermarktet werden können.

Dass die Stadt Wien im Verlaufe der Epochen zur Welthauptstadt der Musik aufstieg, als die sie heute nicht nur in Hochglanzmagazinen der Tourismusindustrie gepriesen wird, sondern auch durch ihr einzigartig reiches, vielfältiges und hochkarätiges Musikangebot täglich unter Beweis stellt, haben wir der Musik- und Kulturpflege der Habsburger im 17. und 18. Jahrhundert zu verdanken.

Die zentrale Figur in der stilbildenden Entwicklung der sogenannten «Wiener Klassik» im 18. Jahrhundert war jedoch Joseph Haydn, der von 1732 bis 1809 lebte, vom Spätbarock bis zur Frühromantik. Er beeinflusste Wiens Musikleben nachhaltig, obwohl er beinahe 30 Jahre ausserhalb Wiens, am Hofe Esterházy in Eisenstadt, lebte und wirkte. Haydn würde man heute wohl als genialen «Netzwerker» bezeichnen: Er öffnete die Türen zu Wiens einflussreichen Mäzenen für den jungen Beethoven, förderte ihn sogar mit eigenen finanziellen Mitteln und durch Konzertauftritte, stützte Mozarts Entwicklung vom Genie zum anerkannten Komponisten und trug als bekanntester Wiener Komponist Ende des 18. Jahrhunderts den Ruf der Musikstadt erstmals nach Paris und London. In Wien erlebte Mozart in den Jahren 1781 bis 1791 die glücklichsten und ergiebigsten Jahre. Beethoven stellte in den Jahren 1792 bis 1802 im Theater an der Wien und in privaten Akademien seine Meisterwerke vor und Schubert schuf in der Epoche nach dem Wiener Kongress 1815, im sogenannten «Biedermeier», Werke von beeindruckender Schönheit. Das aufkommende Wiener Bürgertum des Biedermeiers vergnügte sich zunehmend bei öffentlichen Tanzveranstaltungen, die jenseits des Metternichschen Polizeistaates Gelegenheit boten, Gefühlen und Emotionen freien Lauf zu lassen. Es waren die goldenen Jahre

der Strauss-Dynastie, welche durch Walzerkompositionen musikalischen Stoff für beste Unterhaltung lieferte.

Das heute oft abgegriffene Klischee des goldenen k. u. k. Images (königlich-kaiserlich) und seiner zum Kitsch verkommenen Walzerindustrie, inklusive Sissi-Idylle, wird Wien als Musikwelthauptstadt nicht gerecht. Es ist das goldene Zeitalter der Wiener Klassik mit Haydn, Mozart, Beethoven und Schubert, dem Biedermeier und seinen Initiativen und Gründungen des damaligen Bürgertums von noch heute führenden Institutionen wie dem Wiener Musikverein und den Philharmonikern, sowie den Titanen im späten 19. Jahrhundert wie Bruckner, Brahms und Mahler. Diesen ist zu verdanken, dass Wien bis heute als Musikmetropole gilt.

In über 60 Konzerten in der Zeit vom 17. Juli bis zum 6. September 2020 laden wir Sie ein, diesen musikalischen Pfaden Wiens durch die Jahrhunderte zu folgen.

Wir heissen Sie zur 64. Ausgabe von Gstaad Menuhin Festival & Academy herzlich willkommen!

Christoph Müller, Artistic Director





Jonas Kaufmann, 14. August 2020

STARKE ARGUMENTE FÜR IHR ENGAGEMENT POWERFUL ARGUMENTS FOR YOUR INVOLVEMENT

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Yehudi Menuhin, Geiger und Humanist des 20. Jahrhunderts, als Festival-Gründer (1957) 2. Langjährige Tradition: 64. Gstaad Menuhin Festival & Academy im Jahr 2020 3. Programmqualität – Junge Talente und Weltstars in Gstaad 4. 60 Konzerte in den Kirchen des Saanenlandes und des Pays-d'Enhaut sowie im Konzertzelt Gstaad 5. Gstaad Festival Orchestra – Konzerte in Gstaad und in grossen Städten Europas 6. Gstaad als Top-Destination 7. Komplette touristische Infrastruktur und hohe Qualität in Hotellerie und Gastronomie 8. Grosse Medienwirksamkeit durch Zusammenarbeit mit auserwählten Medien mittels Medienpartnerschaften «Le Temps / L'Hebdo» und «NZZ am Sonntag» 9. Internationale Präsenz über die digitale Plattform «Gstaad Digital Festival» 10. Kundenbindung und Networking im Rahmen eines Hospitality-Anlasses 11. Steigerung des Bekanntheitsgrades durch Präsenz in Gstaad während 6 bis 7 Festivalwochen bei insgesamt 26 700 Besuchern 12. Hohe Kontaktqualität mittels Querkommunikation zu renommierten Sponsoring-Partnern und deren Gästen 13. Interessante Persönlichkeiten im direkten Umfeld des Festivals: «Club des Mécènes» 14. Professionelle Betreuung bei der Umsetzung der anvisierten Ziele 15. Gstaad Menuhin Festival & Academy steht für Emotionen und unvergessliche Erlebnisse mit «Klassik und Eleganz in den Alpen» | <ol style="list-style-type: none"> 1. Festival founded in 1957 by Yehudi Menuhin, violinist and humanist of the 20th century 2. Longstanding tradition: 64th Gstaad Menuhin Festival & Academy in 2020 3. Programme quality – international stars in Gstaad 4. 60 concerts in the churches of the Saanenland and the Pays-d'Enhaut and in the festival tent in Gstaad 5. Gstaad Festival Orchestra – concerts in Gstaad and in major European cities 6. Gstaad aura 7. Comprehensive tourism infrastructure and first-class hotels and restaurants 8. Excellent media coverage resulting from the close collaboration with selected media partners such as 'Le Temps / L'Hebdo' and 'NZZ am Sonntag' 9. «Gstaad Digital Festival» online and live streamings 10. Hospitality events as a means of retaining customer loyalty 11. Presence in Gstaad serves to increase the degree of brand awareness 12. Excellent contacts through communication with renowned sponsoring partners and their invited guests 13. Opportunity to meet interesting people with a close interest in the Festival: "Club des Mécènes" 14. Professional assistance to achieve your goals 15. The Gstaad Menuhin Festival & Academy stands for magical music moments and unforgettable experiences "Classics at Music and Elegance in the Alps" |
|---|--|



Mauritiuskirche Saanen mit ca. 800 Plätzen.

VISIONEN & LEITSÄTZE VISION & GUIDING PRINCIPLES

SPONSORING-VISION

Gstaad Menuhin Festival & Academy will mit «Starken Argumenten für ein Engagement» überzeugen und die Einnahmen aus dem Fundraising auf 4 Mio. Franken jährlich einpendeln.

Die vermehrten Erträge aus dem Bereich «Fundraising» sollen explizit zur Stärkung der Programmqualität, der Talentförderung und zur laufenden Verbesserung der Festival-Infrastruktur eingesetzt werden.

Das Festival sucht Sponsoring-Partner mit einem hohen Mass an Identifikation mit dem Grossanlass und der Region Gstaad.

Das Festival will die steigende Umwegrentabilität der Sponsorenaktivitäten (Events) nutzen, um die Wertschöpfung für Gewerbe und Touristik in der Region laufend zu verbessern.

LEITSÄTZE

Gstaad Menuhin Festival & Academy stellt eine attraktive Kommunikations-Plattform für national und international tätige Unternehmen dar.

Das Festivalprogramm soll mit Qualität und Profil Unterstützungsbeiträge seitens Kulturstiftungen und Förderer erwirken.

Das Festival unterhält einen engen, partnerschaftlichen Kontakt zu seinen Freunden, Gönnern und treuen Besuchern.

Das Festival erreicht ein Höchstmass an Synergien mit den Aktivitäten der einzelnen Sponsoren.

Gstaad Menuhin Festival & Academy kennt die Struktur und Herkunft seiner Besucher.

SPONSORING VISION

With its "Powerful Arguments for an Involvement", Gstaad Menuhin Festival & Academy seeks to persuade potential sponsors to help ensure a steady level of income of 4 million francs per annum.

Increased revenue from sponsors will be used explicitly to enhance the quality of the programme and to fund the ongoing improvement of the festival's infrastructure.

The Festival is looking for sponsoring partners with a strong sense of identity with the event and the region.

The Festival intends to use the indirect profitability of sponsor activities (events) to improve added value for local businesses and the tourist industry.

GUIDING PRINCIPLES

Gstaad Menuhin Festival & Academy provides an attractive communication platform for national and international corporations.

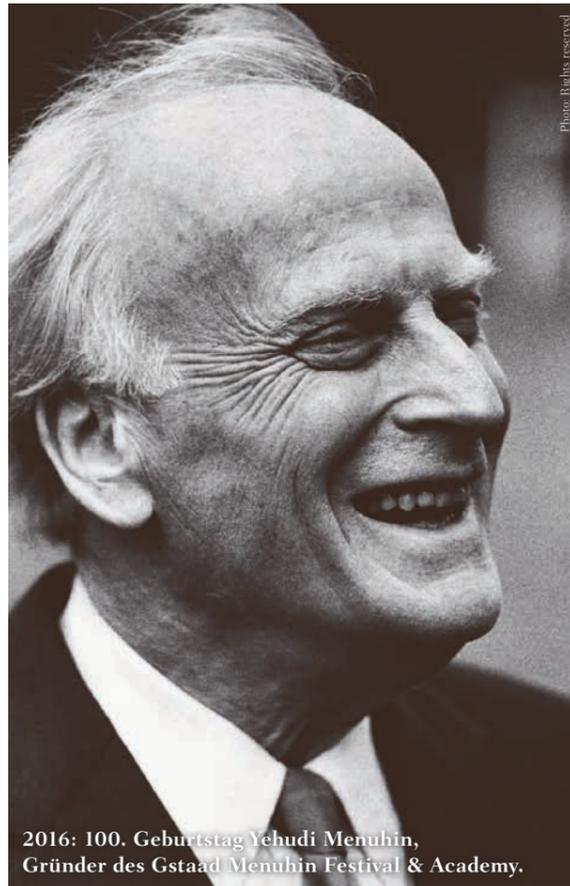
The Festival programme, offering quality and the corresponding profile, should attract contributions from cultural foundations and patrons.

The Festival maintains a close contact to its 'Friends', donors, and faithful audiences.

The Festival achieves a high level of synergy with the activities of individual sponsors.

Gstaad Menuhin Festival & Academy is familiar with the demographic characteristics of its audiences.

GESCHICHTE



2016: 100. Geburtstag Yehudi Menuhin, Gründer des Gstaad Menuhin Festival & Academy.

- 1957**
 - Gründung durch Yehudi Menuhin
 - Zürcher Kammerorchester als Festivalorchester unter Edmond de Stoutz
- 1966** 10-Jahr-Jubiläum mit «Hommage an Yehudi Menuhin»
- 1976** 20-Jahr-Jubiläum: Teilnahme aller Schüler der Menuhin School London / Uraufführung der Menuhin gewidmeten «Polyptique» von Frank Martin
- 1989** Zusammenschluss von Menuhin Festival und Alpengala in Musiksommer Gstaad Saanenland AG
- 1999** Tod von Lord Menuhin (12. März 1999)
- 2002** Übernahme der künstlerischen Leitung des «Gstaad Menuhin Festival & Academy» durch Christoph N. F. Müller
- 2006** 50. Gstaad Menuhin Festival & Academy – Grosses Jubiläumsprogramm
- 2007** Thema «Aufbruch»
- 2008**
 - Thema «Joie de vivre»
 - Gründung der «Gstaad Vocal Academy Cecilia Bartoli»
- 2009**
 - Thema «Vollkommenheit»
 - Gründung des «Gstaad Festival Orchestra»
- 2010** Thema «Zwischen Himmel und Erde»
- 2011**
 - Thema «Fire and Sun»
 - Gründung der «Gstaad Piano Academy» mit Andrés Schiff
- 2012**
 - Thema «Air»
- 2013**
 - Thema «Wasser»
 - Gründung der «String Academy»
 - Gründung der «Baroque Academy»
- 2014**
 - Thema «Music in Motion»
 - Gründung der «Conducting Academy»
 - neuer Besucherrekord: 22'000 Gäste
- 2015**
 - Thema «Ironie & Musique»
 - 2. Conducting Academy
- 2016**
 - Thema «Musique & Famille»
 - 100 Jahre Yehudi Menuhin
 - 60 Jahre Gstaad Menuhin Festival & Academy
 - Präsentation Mr. Jaap van Zweden als Chefdirigent Gstaad Festival Orchestra und Gstaad Conducting Academy ab 2017
- 2017**
 - Thema «Pomp in Music»
 - Gründung des «Gstaad Digital Festival»
 - Maestro Jaap van Zweden, neuer Principal Conductor des Gstaad Festival Orchestra
- 2018**
 - Thema «Les Alpes»
- 2019**
 - Thema «Paris»
 - 20. Todestag Lord Menuhin.
 - Maestro Manfred Honeck, erstmals Professor der Gstaad Conducting Academy und Dirigent des Gstaad Festival Orchestra
 - Produktion einer Ausstellung «80 Jahre Bela Bartok in Saanen» in Zusammenarbeit mit der Paul Sacher Stiftung Basel



Gstaad Festival Orchestra

SPONSORENVISIBILITÄT BEI MARKETING- UND KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN

Gstaad Menuhin Festival & Academy konzentriert sich beim Einsatz der Marketing- und Kommunikationsmassnahmen auf das Kernzielgebiet Schweiz, in dem sich die Stammkundschaft des Festivals befindet. Die Zielgruppen werden durch einen bewährten Marketing-Mix bearbeitet. Als erfolgreiche und fest eingeplante Bestandteile enthält dieser folgende Marketing- und Kommunikationsmassnahmen:



1

Direct Mailings gehören zu den stärksten Verkaufstools. Dazu gehört das **Festivalflyer-Mailing** 1 an nationale und internationale Stammkunden, das jeweils im Dezember durchgeführt wird. Die Totalauflage beträgt 144'000 Stück, wovon auch ein grosser Teil als Prospektbeilagen in Fachmagazinen sowie für schweizweite Distribution verwendet wird. Das detaillierte **Festivalprogramm** 2 folgt im März, wiederum als Stammkundenmailing mit einer Totalauflage von 12'000 Stück, wovon auch ein Teil für die Aktion «Festival im Dorf», eine lokale Distribution verwendet wird.



2

Verkaufsfördernde Printprodukte: Ende Mai erscheint das **Magazin «Gstaad Menuhin Festival»** 3, jeweils als Heftbeilage in der «NZZ am Sonntag» und in «Le Temps». Die Auflage der Magazine, jeweils in Deutsch und Französisch, beträgt total 172'500 Stück. Auch Flyer, die auf spezifische Konzerte hinweisen, z.B. der **Zeltkonzert-Flyer** 4 mit einer Auflage von 39'700 Stück und schweizweiter Distribution, gehören dazu. Während des Festivals werden detaillierte Abendprogramme für die Konzerte produziert, welche den Konzertbesuchern kostenlos abgegeben werden.



3



4



5

Die **Abendprogramme** 5 werden zudem an alle Hotels im Saanenland verteilt. Im «Festival Express» – ein Shuttle Bus Service, der mit einer Linie ab Bern und einer Linie ab Lausanne zu den Zeltkonzerten nach Gstaad fährt – werden die Abendprogramme zusätzlich an alle Konzertbesucher abgegeben. Die Totalauflage beträgt 17'200 Stück.

Mit über 120 festivaleigenen **Inseraten** 6, 1734 **Pressartikeln** 7 über das Festival oder mit Nennung des Festivals in Schweizer **Tageszeitungen** und **Fachmagazinen**, 1104 Presseartikeln und Nennungen auf **Online-News-Portalen** sowie 125 Nennungen in Sendungen von **Radio & TV** hat Gstaad Menuhin Festival eine kontinuierliche Pressepräsenz in der Schweizer Medienlandschaft.



6



7





8



9



10

Maximale lokale Visibilität verschafft die Aktion «Festival im Dorf». Dazu gehören **Fahnen 8** auf Hauptverkehrsstrecken sowie diverse **Werbetafeln 9** und **Kundenstopper** im Saanenland und den umliegenden Dörfern. Auch lokale Distributionen mit dem aktuellen **Programm** in Hotels und Geschäften sowie das Branding einer **MOB Lokomotive 10** verinnerlichen der Bevölkerung das Visual des Festivals.

Zuhörer / Visitors	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Kirchen / Churches	12 990	13 108	12 447	13 140	12 610	11 211
Zelt / Festival tent	7 836	10 226	8 799	10 316	8 704	9 584
Gstaad Academy (inkl. Discovery)	ca. 5 000	3 374	2 778	2 454	1 479	1 331
Total	25 800	26 708	24 024	25 910	22 793	22 126



11

Plakate 11, die schweizweit in Städten ausgehängt werden und eine visuelle Präsenz garantieren, führen zu nachweislichem Kaufimpuls bei der Zielgruppe. Dazu gehören 240 APG Plakatstellen sowie 155 **Plakatstellen** von kleinerem Format. Ergänzend zu den nationalen Plakataushängen läuft in **verschiedenen Bus-, Zug- und Tramnetzen** in Schwei-

zer Städten sowie an den grossen **Schweizer Bahnhöfen** ein **Image-Spot** mit den Highlights des Festivals. Dieser Spot wird zudem im Rahmen von **CineOpera** (Opern- und Ballett-Liveübertragungen in Kinos der grösseren Schweizer Städte) **12** jeweils in den Kinopausen gezeigt.



12

INTERNET & SOCIAL MEDIA

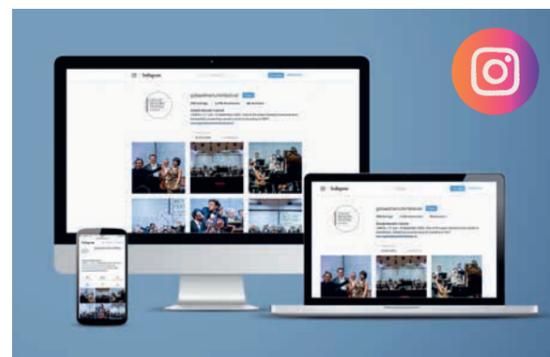


13

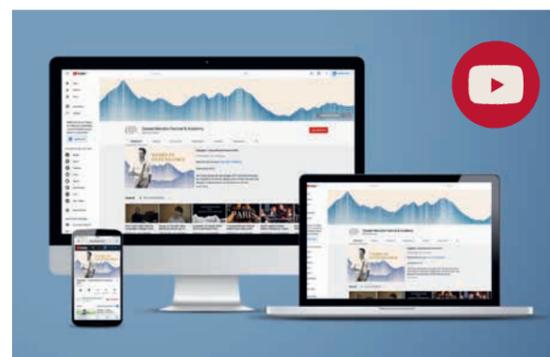


16

Digitale Werbemassnahmen: Social Media Kampagnen, die über die **Facebook Accounts** **13** «Gstaad Menuhin Festival» mit 15'972 Follower und «Gstaad Academy» mit 5353 Follower, den **Instagram Account** **14** «Gstaad Menuhin Festival» mit 2202 Follower sowie den **Youtube** **15** Channel des Festivals mit 125 Clips und 2100 Follower laufen, bilden effiziente Kommunikationskanäle und die Möglichkeit einer sehr gezielten One-to-One-Werbung. Zudem werden auf 48 **klassikaffinen Webplattformen** Konzertkalender bewirtschaftet sowie Werbebanner geschaltet.

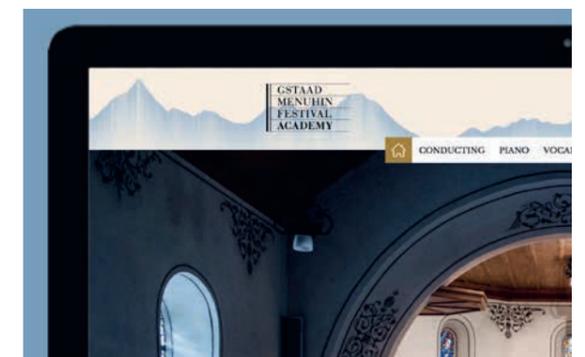


14



15

gstaadmenuhinfestival.ch **16**, die festivaleigene Website dient als stets aktuelles und informationsreiches Tool für die Kunden und ist mit 107'565 Besuchern und 347'079 Seitenaufrufen die traffic-stärkste Website des Festivals. Die Peak-Besuchszahl liegt dabei in den Monaten Juli und August. Gstaad Academy hat als Sub-Brand eine eigene Website, die **gstaadacademy.ch** **17** und informiert über alle Aktivitäten rund um die fünf Academies sowie die Angebote für Amateurmusiker. Diese Seite zählt 38'632 Besuche und 110'525 Seitenaufrufe. Auch Gstaad Festival Orchestra hat als Subbrand des Festivals eine eigene Website, **gstaadfestivalorchestra.ch** **18** und zählt 14'636 Besuche und 37'255 Seitenaufrufe.



17

Erweiterte ausländische Zielmärkte wie Deutschland, Frankreich, UK und Benelux werden ergänzend durch gezielte Kommunikationsmassnahmen bearbeitet. **Pressekonferenzen** zur Programm lancierung und **kontinuierliche Pressearbeit** während des Jahres garantieren ein wachsendes Interesse und die Erhöhung des Bekanntheitsgrades in den genannten Zielmärkten.



18

GSTAAD ACADEMY 2020

Die Gstaad Academy richtet sich mit einer umfangreichen Auswahl von Meisterkursen an junge Talente.

At the Gstaad Academy we offer the complete range of master courses addressed to young professionals.

GSTAAD CONDUCTING ACADEMY – 7. AUSGABE

Die Conducting Academy bietet jungen und vielversprechenden Dirigenten die in Europa einmalige Gelegenheit, drei Wochen lang mit einem professionellen Orchester, dem Gstaad Festival Orchestra, und weltweit anerkannten Dirigenten zusammenzuarbeiten. Der Musikdirektor der New York Philharmonic Jaap van Zweden wird im Sommer 2020 erneut die Leitung der Gstaad Conducting Academy und des Gstaad Festival Orchestras übernehmen. Das Alternieren zwischen Honeck und Van Zweden stellt eine Bereicherung für die Gstaad Conducting Academy sowie auch für die Musiker des Gstaad Festival Orchestras dar, zumal die beiden Dirigenten auch Proben und Konzerte des festivaaleigenen Sinfonieorchesters leiten und diese mit der Unterrichtstätigkeit verbinden.



The Conducting Academy offers young and promising conductors a unique opportunity in Europe of working for three weeks with a professional orchestra, the Gstaad Festival Orchestra, under the tutelage of world-famous expert conductors. Musical Director of the New York Philharmonic, Jaap van Zweden will be in charge of the Gstaad Conducting Academy and the Gstaad Festival Orchestra again in 2020. The alternation between Honeck and van Zweden is a real asset for the Gstaad Conducting Academy and for the musicians of the Gstaad Festival Orchestra, since the two directors conduct the in-house symphony orchestra both during rehearsals and concerts and take full advantage of its presence to enrich their tuition.

GSTAAD VOCAL ACADEMY – 12. AUSGABE

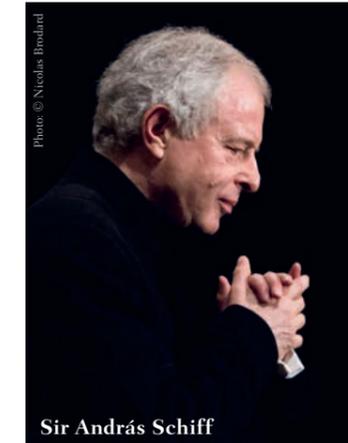
Die Vocal Academy wird geleitet von Silvana Bazzoni Bartoli, Opernsängerin und herausragende Pädagogin, sowie Cecilia Bartolis Mutter und deren einzige Gesangslehrerin. Mit einer detaillierten, auf alten italienischen Schulen aufgebauten Technik vermittelt sie Fähigkeiten, welche es ermöglichen, in jeder Lage die gewünschten Farben und Dynamiken zu erzeugen. Seit der Gründung der Vocal Academy 2009 unterrichtet Silvana Bazzoni Bartoli; Cecilia Bartoli war dabei mehrmals als Gast anwesend.



At the Vocal Academy, Silvana Bazzoni Bartoli, opera singer and eminent pedagogue – as well as Cecilia Bartoli's mother and sole vocal coach – teaches a thoroughgoing technique based on traditional Italian schools. Silvana Bazzoni Bartoli has taught at the Vocal Academy since its founding in 2009. Cecilia Bartoli has been a guest at the courses. In 2015 the Vocal Academy was held in combination with the Conducting Academy and selected voice students had the extraordinary opportunity to perform with the Gstaad Festival Orchestra in a final concert.

GSTAAD PIANO ACADEMY – 8. AUSGABE

Sir Andrés Schiff und Robert Holl gestalten in der 8. Ausgabe der Gstaad Piano Academy einen Schubert-Interpretationskurs der Extra-Klasse. Die teilnehmenden Pianisten und Liederduos werden täglich bis zu fünf Stunden öffentlich von den beiden Professoren unterrichtet. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf dem Werk von Franz Schubert. Der Meisterkurs ist öffentlich.



For the 8th edition of the Gstaad Piano Academy, Sir Andrés Schiff and Robert Holl are offering a high-flying class dedicated to the interpretation of Schubert. The pianists and Lieder duets who will take part will be offered up to five hours of tuition daily by the two masters. The focus is on Schubert's work. The classes are open to the public.

GSTAAD STRING ACADEMY – 8. AUSGABE

In der String Academy teilen herausragende Pädagogen wie Rainer Schmidt (Violine), Ettore Causa (Viola) und Ivan Monighetti (Cello) ihr Wissen und ihre langjährige Erfahrung im Einzelunterricht. Ziel des Kurses ist es, die Studenten technisch und musikalisch zu perfektionieren, und ihnen wertvolle Auftritts Praxis zu ermöglichen.



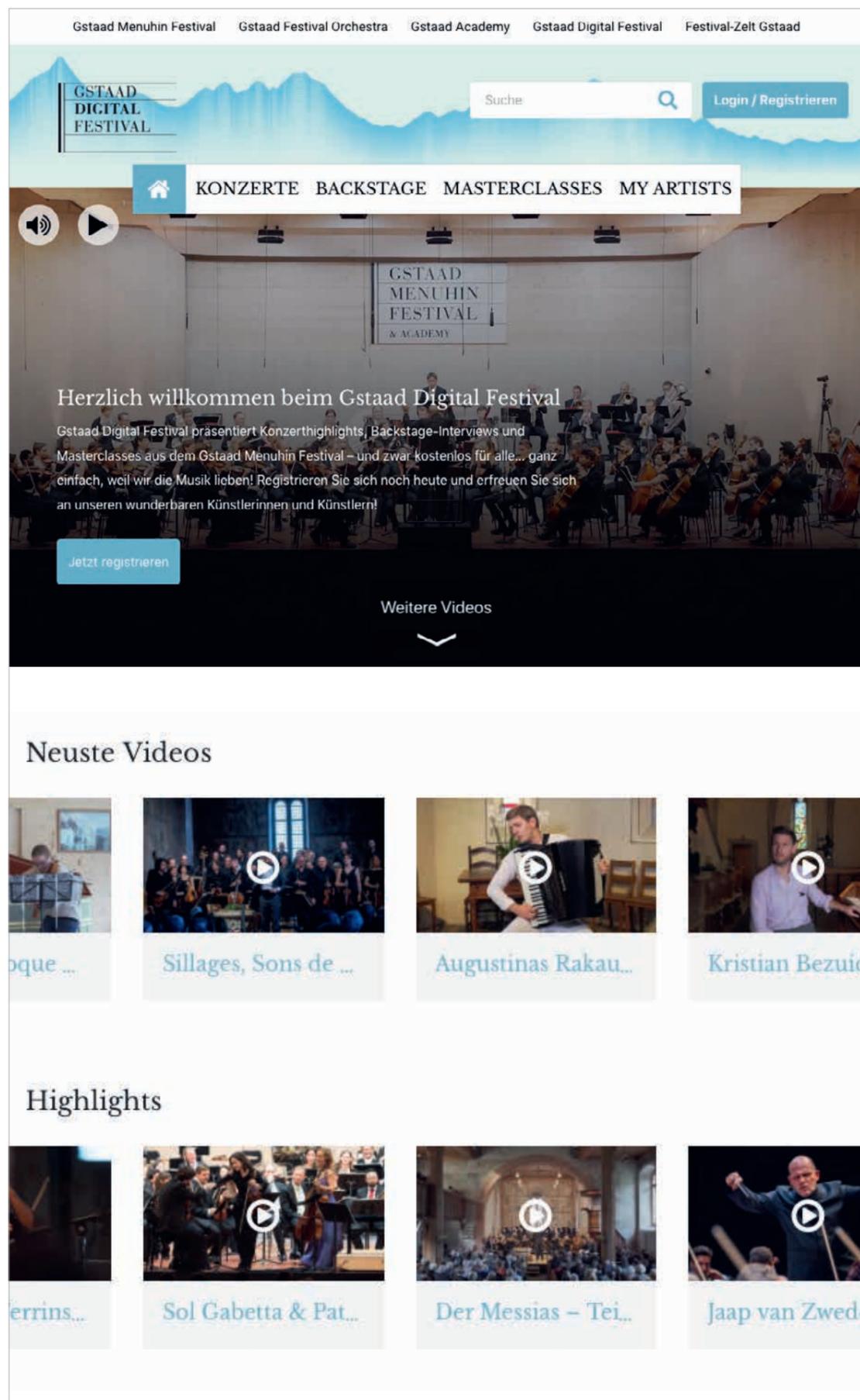
At the String Academy, excellent teachers like Rainer Schmidt (violin), Ettore Causa (viola) or Ivan Monighetti (cello) share their knowledge and longstanding experience in one-to-one lessons. Of particular value for the students is furthermore the opportunity to perform alongside their professors in a final chamber music concert. The goal of the course is to assist the students on their way to technical and musical perfection and to provide them with opportunities to perform.

GSTAAD BAROQUE ACADEMY – 8. AUSGABE

Der Dozent für Alte Musik, Blockflötist und Dirigent Maurice Steger hat sich in den letzten Jahren intensiv für die spielende Jugend eingesetzt – in Workshops, in Kursen als Gastprofessor an Universitäten, Meisterkursen oder im gemeinsamen Training für Konzerte. In der Baroque Academy erarbeitet Maurice Steger mit den Studenten und einem Team aus Professoren vornehmlich Solowerke für Blockflöte, barocke Sonaten und Concerti als auch barocke Kammermusik.



Maurice Steger, professor for early music, flauto dolce (recorder) and conducting, has championed young musicians intensively in recent years – in workshops, in university courses as a guest professor, in master classes as well as in collaborative training and preparation for concerts. At the Baroque Academy, Maurice Steger and a team of professors work primarily on solo works for flauto dolce, Baroque sonatas, Baroque concertos and chamber music.



Gstaad Digital Festival

GSTAAD DIGITAL FESTIVAL

Zur Steigerung der Bekanntheit des Festivals und der Einbindung von jüngerem Publikum, der Generation Digital Natives, in die Kommunikation von Gstaad Menuhin Festival & Academy, wurde eine interaktive Videoplattform erstellt.

Inhalte

- Live-Streams von Konzerten & Masterclasses
- 46 Konzertvideos
- 26 Masterclasses
- 84 Backstage-Clips & Künstlerinterviews

Zugriff

- www.gstaaddigitalfestival.ch steht kostenfrei zur Verfügung

PR/Marketing

- Facebook-Kampagnen
- Google-Kampagnen
- Medien international
- YouTube-Kampagnen
- Regelmässiger Versand von Newsletters
- Ankündigung mittels Flyer als Beilage zu grossen Tageszeitungen

Sponsoren/Digitale Partner

- Gstaad Digital, eine attraktive Werbeplattform für «Pre-rolls-Videos», bietet über das ganze Jahr eine hohe internationale Visibilität mit Storytelling.

To raise awareness of the Festival and to promote the loyalty of younger audiences of the digital native generation in the communication activities of the Gstaad Menuhin Festival & Academy, an exciting and interactive video platform has been created.

Content

- Live streaming of concerts & masterclasses
- 46 concert videos
- 26 masterclasses
- 84 backstage clips & artist interviews

Access

- www.gstaaddigitalfestival.ch is available free of charge

PR/Marketing

- Facebook campaigns
- International media
- Google campaigns
- YouTube campaigns
- Regular dispatch of newsletters
- Announcement by means of flyers in major dailies

Sponsors/Digital partners

- The video platform offers attractive advertising space, notably for “pre-roll videos”, and creates a high level of international visibility with storytelling throughout the year.



Patricia Kopatchinskaja, 29. Juli | 28. August 2020



Daniel Lozakovich, 22. August 2020

MENUHIN HERITAGE ARTISTS 2020



«Artist in Residence 2020» Andreas Ottensammer, 29. Juli 2020 | 30. Juli 2020 | 31. Juli 2020 | 2. August 2020



Chiaroscuro Quartett, 23. Juli 2020



Yuja Wang, 27. Juli 2020



Jean Rondeau, 4. September 2020



LEISTUNGEN BENEFITS

PR-MEDIEN / PR MEDIA

	Principal Sponsor Principal sponsor	Festivalsponsoren Festival sponsors	CO-Sponsoren Co-sponsors
Physische und inhaltliche Präsenz an allen Medienkonferenzen vor, während und nach dem Festival / Presence, both physical and in terms of content, at all media conferences before, during and after the festival	■	■	
Physische und inhaltliche Präsenz bei der gesamten Medienarbeit im Zusammenhang mit dem entsprechenden Konzert / Presence, both physical and in terms of content, in all media work in connection with the relevant concert	■		
Logo-Auftritt an Medienkonferenzen und in Interviewräumen / Logo displayed at media conferences and in interview rooms	■	■	
PR-Text in Spezialbeilagen / PR text in special supplements	■	■	
Medienpartnerschaften und Spezialbeilagen (Erwähnung) / Media partnerships and special supplements (mention)	■	■	■



IMPRESSIONEN FESTIVAL-ZELT GSTAAD



Konzert im Festival-Zelt.

LEISTUNGEN BENEFITS

VISIBILITY

	Principal Sponsor Principal sponsor	Festivalsponsoren Festival sponsors	CO-Sponsoren Co-sponsors
Logo in direkter Verbindung mit Festival-Logo / Logo in direct proximity to the festival logo	■		
Vermerk «Patronat» bei Konzerten nach Wahl / Patronage signage at selected concerts	■		
Branchenexklusivität / Branch exclusivity	■	■	
Exklusive «Club-Lounge» in der Festivalhalle (alle Konzerte) / Exclusive "club lounge" in the festival hall (all concerts)	■	■	
Visibilität/Produktstand in der Festivalhalle / Visibility/product stand in the festival hall	■	■	■
Gäste-Lounge in der Festivalhalle am Hospitality-Abend / Guest lounge in the hall at the Hospitality Evening			■
Logoauftritt an der Aussenfassade der Festivalhalle / Logo displayed on the outer façade of the festival hall	■	■	
Logo auf Frontseite Festivalprogramm und Wochenprogramme / Logo on the cover of the festival programme and weekly programmes	■	■	
Logoauftritt auf allen Festivalprints / Logo displayed on all festival printed matter	■	■	
Logoauftritt auf allen Inseraten, Tafeln, Plakaten / Logo displayed on all advertisements, billboards and posters	■	■	
Logoauftritt auf allen Eintrittskarten / Logo displayed on all admission tickets	■	■	
Logoauftritt in allfälligen Spezialbeilagen (Medienpartner) / Logo displayed in all special supplements (media partners)	■	■	
Logoauftritt in nationaler APG-Plakat-Kampagne / Logo displayed in the national APG poster campaign	■	■	
Logoauftritt im Innenteil Festivalprogramm und Wochenprogramme / Logo on the inside of the festival programme and weekly programmes	■	■	■
Logo oder Erwähnung im Innenteil aller Prints / Logo or mention on the inside of all printed matter	■	■	■
PR-Text in Festivalprogramm und Wochenprogrammen / PR text in the festival programme and weekly programmes	■	■	
www.menuhifestivalgstaad.ch: Logo mit Link / www.menuhifestivalgstaad.ch: Logo with link	■	■	■



Jean Rondeau, 4. September 2020



Elsa Dreisig, 4. August 2020



Die Zauberflöte, 29. August 2020

LEISTUNGEN BENEFITS

HOSPITALITY

	Principal Sponsor Principal sponsor	Festivalsponsoren Festival sponsors	CO-Sponsoren Co-sponsors
Gratistickets 1. Kategorie für Gästeeinladungen (1 Ticket pro CHF 1000.-) / Free category 1 tickets for invited guests (1 ticket per CHF 1,000.00)	■	■	■
20%-Rabatt auf max. 100 Kaufkarten / 20% discount on a maximum of 100 purchased tickets	■	■	■
Vorkaufsrecht für Tickets (vor Beginn Vorverkauf) / Option on tickets (before the advance sale)	■	■	■
Reservierte Gäste-Lounge im Festivalzelt / Reserved guest lounge in the festival tent	■	■	■
Dirigent und /oder Solisten am Dinner oder Apéro mit Gästen (nach Abklärung) / Conductor and /or soloists dining or aperitifs with guests (by arrangement)	■	■	
Backstage Besuch oder Besuch der Probe als Exklusiv-Event / Back stage visit or attendance at rehearsal as an exclusive event	■	■	
Exklusivbesuch von Proben / Exclusive attendance at rehearsals	■		
Hospitality-Plattform während Gastauftritten des Gstaad Festival Orchestras in Europa / Hospitality platform during guest performances of the Gstaad Festival Orchestra in Europe	■	■	
Reservierter Parkplatz beim Festivalzelt oder bei den Kirchen / Reserved parking space near the festival tent or churches	■	■	
Konzerteinführungen durch den Artistic Director (nach Absprache) / Concert introductions by the artistic director (by arrangement)	■	■	■
Spezialpreise in Hotels des Saanenlandes für firmeneigene Mitarbeiter und Betreuer / Special prices in hotels in the Saanenland region for your company's staff/guides	■	■	■
Unterstützung bei Planung und Durchführung von Kundenevents / Assistance with the planning and realisation of customer's events	■	■	■
Mithilfe des Festivalbüros bei Hotelreservierungen / Assistance from the festival office with hotel reservations	■	■	■





EMOTIONEN & ERLEBNISSE EMOTIONS AND EXPERIENCES

WIR HELFEN MIT, IHR EVENT ERFOLGREICH VORZUBEREITEN UND UMZUSETZEN

Einige Ideen für erfolgreiche Hospitality- Programme:

- Künstler als Seminar-Referent
- Auftragskomposition mit Uraufführung
- Abgabe eines kreativen Geschenkes an Ihre Gäste
- Mitschnitt eines Konzertes für CD-Geschenk an Gäste
- Gourmet & Klassik mit Künstler
- Golf & Klassik
- Déjeuner sur l'herbe
- Kutschenfahrt im Naturschutzgebiet Lauenensee
- Brunch in einer Alphütte
- Helirundflug mit anschließendem Lunch
- Heliflug auf den Glacier 3000 mit anschließendem Lunch im Le Refuge
- etc.

Geben Sie uns Ihre Wünsche bekannt! Wir planen und realisieren zusammen mit Ihnen einen massgeschneiderten Anlass für Ihre Gäste und Freunde.

WE HELP YOU TO PLAN AND IMPLEMENT A SUCCESSFUL EVENT

Some ideas for successful hospitality programmes:

- Artists as speakers at seminars
- A commissioned work with premiere
- Presentation of a creative gift to your guests
- CD recorded live in concert as a gift to your guests
- Gourmet food & classical music with artists
- Golf & classical music
- Picnic lunch
- Carriage ride to the Lake Lauenen nature reserve
- Brunch in an alpine hut
- Helicopter sightseeing flight followed by lunch
- Helicopter flight to Glacier 3000 followed by lunch at Le Refuge
- etc.

Let us know your requirements and we will put together and organise a bespoke event for your guests.



BUDGET 2019/2020

AUFWAND

ARTISTIC	2 650 000.–
BAU	592 000.–
MARKETING / VERKAUF	929 000.–
ADMINISTRATION / SPONSORING	845 000.–
ÜBRIGE VERWALTUNG	146 000.–
SACHLEISTUNGEN/MARKETINGBEILAGEN	360 000.–
NEUTRALER AUFWAND	134 000.–
TOTAL	5 656 000.–

ERTRAG

KARTENVERKAUF	1 450 000.–
SPONSORING / DONATIONEN	3 435 000.–
BEITRÄGE ÖFFENTLICHE HAND	401 000.–
SACHLEISTUNGEN/MARKETINGBEILAGEN	360 000.–
ÜBRIGE ERTRÄGE	10 000.–
TOTAL	5 656 000.–

Stand Januar 2020

ORGANISATIONSTRUKTUR

Festivalgründer	Lord Menuhin (1916–1999)
Ehren-Präsident	Leonz Blunsi, Gstaad
Verwaltungsrat	Präsident Aldo Kropf, Gstaad
	Vizepräsident Heiner Lutz, Schönried
	Mitglieder Hanspeter Borle, Lauenen
	Jürg Bucher, Wichtrach
	Fredy Collioud, Gstaad
	Benz Hauswirth, Gstaad
	Rudolf Maag, Binningen
	Hans Ulrich Märki, Zürich
	Jeremy Menuhin, Chailly (offizieller Vertreter der Familie Menuhin im Festival)
	Philipp Reber, Gstaad
	Hans-Ueli Tschanz, Saanen
	Caroline Schwenter, Schönried
Artistic Director	Christoph Müller, Basel
Executive Director	Lukas Wittermann, Gsteig
Fundraising/Events & Development	Hans-Ueli und Marlène Tschanz, Saanen
	GSTAAD MENUHIN FESTIVAL & ACADEMY
	Telefon +41 33 744 74 56
	hut@gstaadmenuhinfestival.ch / +41 79 310 21 75
	mt@gstaadmenuhinfestival.ch / +41 79 667 13 81

IMPRESSIONEN GSTAAD MENUHIN FESTIVAL 2019



ERFOLGSKONTROLLE PERFORMANCE REVIEW

IHR ERFOLG IST UNS WICHTIG – UND BRINGT AUCH UNS WEITER

Nach erfolgreichem Anlass werden wir mit Ihnen zusammen in einem Debriefing folgende Punkte analysieren:

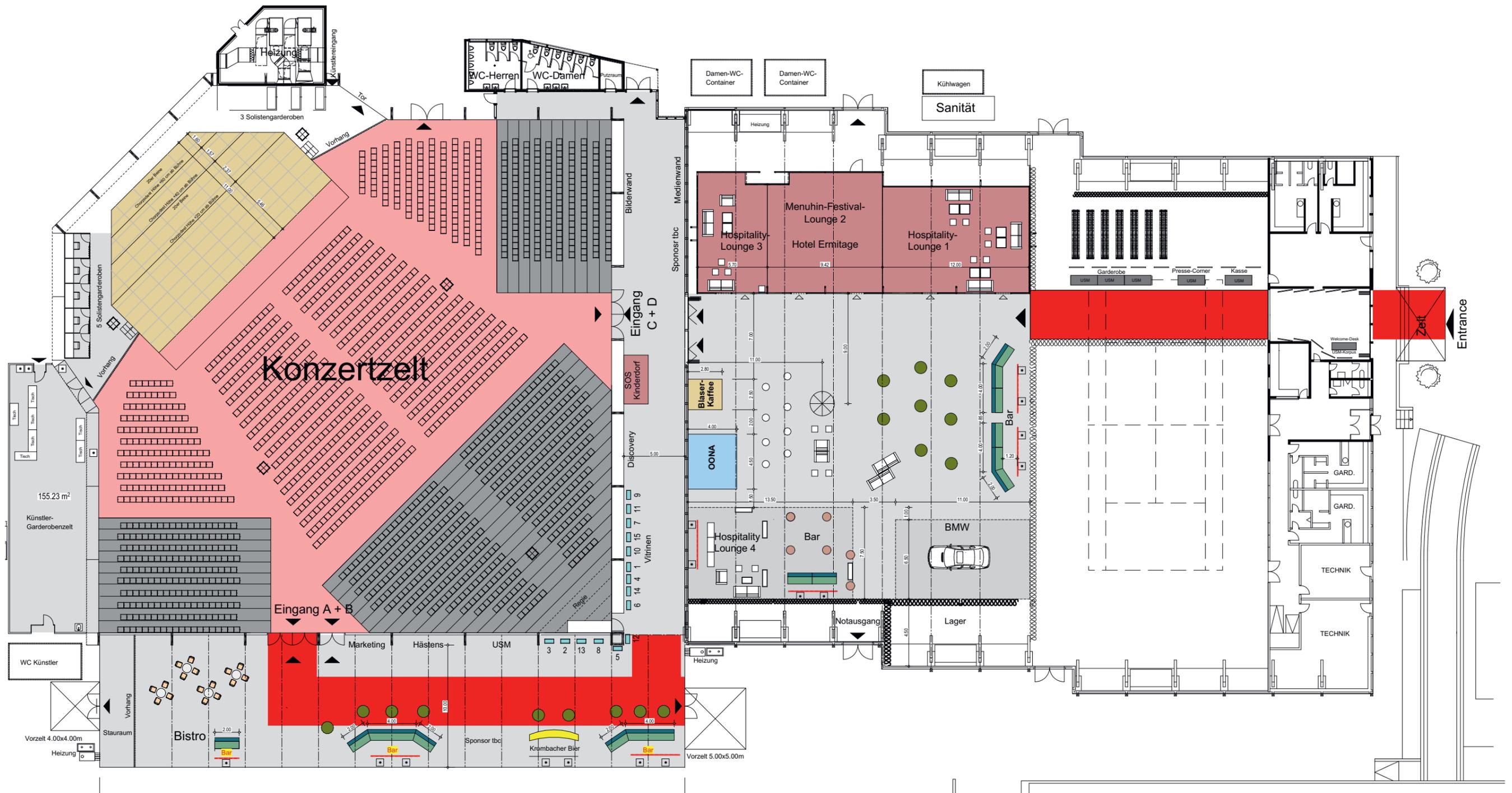
1. Qualität und Erfolg des Anlasses allgemein
2. Qualität Hospitality in Gstaad
3. Erreichung der gesteckten Ziele
4. Ist das Sponsoring-Engagement im gesamten Marketing- und Kommunikationsmix eingebaut (seitens Festival und Sponsoring-Partner)?
5. Medien-Berichterstattungen / Off- und Online
6. Daten über Auslastung von Kirchen und Festivalzelt
7. Mit welchen Instrumenten wurde das Engagement vernetzt und welche Aktivitäten hat das Festival übernommen?
 - a) PR
 - b) Werbung
 - c) Direkt-Marketing
 - d) Mitarbeiterkommunikation
 - e) Direkt Mailings / Anzeigen / Plakate / TV / Internet / Radio
8. Zusammenarbeit mit Festivalmanagement
 - a) Allgemeine Administration / Festivalbüro
 - b) Ticketing
 - c) Umsetzung Visibilität
 - d) Betreuung vor Ort und Umsetzung konkreter Wünsche
9. Empfehlungen zu Optimierungen

YOUR SUCCESS IS IMPORTANT TO US – AND TAKES US ONE STEP FURTHER

When your event has ended, we shall discuss the following points with you at a debriefing session:

1. Quality and success of the event in general
2. Quality of hospitality in Gstaad
3. Did you achieve your objectives?
4. Was your sponsorship fully embedded in the overall marketing and communications mix (on the part of both the Festival and sponsors)?
5. Media coverage / off- and online
6. Data in respect of audience sizes in churches and tent
7. With which network instruments was the sponsorship linked and which services did the Festival provide?
 - a) PR
 - b) Advertising
 - c) Direct marketing
 - d) Staff communication
 - e) Direct mailings / advertisements / posters / TV / internet / radio
8. Collaboration with the Festival management
 - a) General administration / Festival office
 - b) Ticketing
 - c) Measures to increase visibility
 - d) Support on site and implementation of concrete requests
9. Recommendations for improvement

PLAN MENUHIN-FESTIVAL-ZELT GSTAAD



Kontakt

Gstaad Menuhin Festival & Academy AG

Hans-Ueli Tschanz, hut@gstaadmenuhinfestival.ch / +41 79 310 21 75

Marlène Tschanz, mt@gstaadmenuhinfestival.ch / +41 79 667 13 81

www.gstaadmenuhinfestival.ch