Bülach, 22.9.2025

BÜÜLI FÄSCHT 2025
Abschlussbericht

1. Summary

Das grosse Stadtfest «Büüli Fäscht 2025» hat vom 29.8.-31.8.2025 Bülach begeistert und eine neue Qualitätsmarke gesetzt.

Der Verein und das Organisationskomitee bekamen von der Stadt Bülach den Auftrag zu Professionalisierung und Neugestaltung des traditionellen Stadtfestes. Die Vision im städtischen Rahmenkonzept lautete:

«Die Stadt Bülach übernimmt als Schirmherrin das neue Büüli-Fäscht. Mit der Übernahme der Fest-Verantwortung von der IGBV soll mittels einem gut gestalteten Transformationsprozess ein «neues Büüli-Fäscht» entstehen. Das neue Stadtfest soll eine gute Balance zwischen dem bekannten und somit traditionellem Büüli-Fäscht sein und auch das «neue Bülach» zeigen. Das Fest bleibt ein Fest von und für Bülach mit einer überregionalen Ausstrahlung. Das Fest soll die «Marke Bülach» stärken und dafür sorgen, dass die Identifikation mit der Stadt Bülach weiterhin hoch ist.»

Nach rund zwei Jahren Planung, Vorbereitung und Umsetzung, sind wir überzeugt diese Vision in die Tat umgesetzt und die Aufträge/Erwartungen erfüllt zu haben. Die ersten Ressort-sitzungen und Absprachen starteten im Januar 2023, die erste OK Sitzung mit anschliessender Informationsveranstaltung fand am 6. Juli 2024 als Kickoff zum Büüli Fäscht 2025 statt.

Rund 80'000 Besucher: innen haben während drei Tagen ein Stadtfest vom Bahnhof bis zum Freibad erlebt, dass es so in dieser Form und Grösse noch nicht gegeben hat. Der grosse und offene Festperimeter hat das OK vor neue Herausforderungen gestellt, und kostenintensiv waren. Einerseits positiv wirkte die breit abgestützten Möglichkeit zur Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel, was auf der anderen Seite nicht die erwarteten Einnahmen an Parkgebühren einbrachte. Unterschätzt wurde das veränderte Konsumverhalten. Es wurde generell weniger konsumiert vor allem auch in der Unterhaltungs-Welt, die durch das OK betrieben wurde. Eine weitere Feststellung waren die Grosszahl Fremdgebinde die in der Unterhaltungs-Welt entsorgt werden musste (Coop, Lidl, Aldi, Tankstellen). Diese Entwicklung zeigt sich im Einnahmenminus. Unter Berücksichtigung, dass das Büüli Fäscht dreimal so gross war wie 2017, Budgetvorgaben im Rahmenkonzept sich auf Annahmen und Erfahrungen von vor 8 Jahren bezogen und in der heutigen Zeit mehr Auflagen im Bereich Sicherheit, Sauberkeit und Logistik zu erfüllen sind, resultiert ein Defizit von rund CHF 125'000 (per 22.9.2025), gegenüber einem Anfangs-Budget von rund CHF 950'000. Betrachtet auf die Stadt Bülach, macht dies pro Einwohner rund CHF 5.00, betrachtet auf die Anzahl Besucher rund CHF 1.50 pro Besucher und Besucherinnen aus. Mit einer Eintrittsgebühr zum Büüli Fäscht oder an Veranstaltungen wäre ein Beitrag zum finanziellen Erfolg möglich gewesen. Mit dem Leitsatz «ein symphatisches Fest für die Bevölkerung zu realisieren», wurde auf Eintrittsgebühren verzichtet.

Nach dieser ersten Auflage eines professionellen Stadtfestes, liegen konkrete Kennzahlen und Feedbacks mit konstruktiven Inhalten vor, die eine Grundlage schaffen, die ein Büüli Fäscht 2030 finanziell stabiler, kostengünstiger und erfolgreicher auftreten lassen können.

AUSGANGSLAGE

- Rahmenvereinbarung & Leistungsauftrag Stadt Bülach mit Auftrag zur Professionalisierung.
- Keine Unterlagen Büüli Fäscht 2017 vorhanden = konzeptionell neu aufstellen.
- Absicht «Fest der Welten» mit einem Festperimeter vom Bahnhof bis zum Freibad.
- Hohe Erwartungen an Sauberkeit, Nachhaltigkeit und Sicherheit.

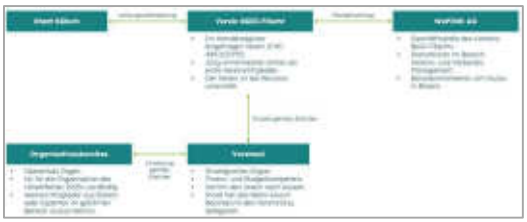
ERKENNTNIS

- Mit dem Büüli Fäscht 2025 eine neue, positive Marke für Bülach gesetzt.
- Positive Aussen-Wahrnehmung und Rückmeldungen von Besucher: innen und Anbieter.
- Gute Zusammenarbeit mit Projektgruppe der Stadt Bülach, aktives und gutes OK.
- Gesamtkonzept inkl. Road Map konnte eingehalten und umgesetzt werden.
- Organisation komplex mit unterschiedlicher Effizienz und Rollenverständnis.
- Grösse des Festperimeters muss aufgrund der Komplexität für Anbieter überprüft werden.
- Kasernenstrasse zeigt sich als suboptimal für Partyzone mit Bühne. Attraktionen- oder Aktivitätszone für Vereine und Gewerbe als Idee.
- Erwartungen und Auflagen lösten Mehrkosten in den Bereichen Sicherheit, Sauberkeit, Energie und Nachhaltigkeit aus.
- Für ein Fest in dieser Grösse und Angebot werden mehr finanzielle Mittel benötigt. Der städtische Beitrag, sowie der Dienstleistungs-Beitrag (interne Verrechnung) muss überprüft werden.

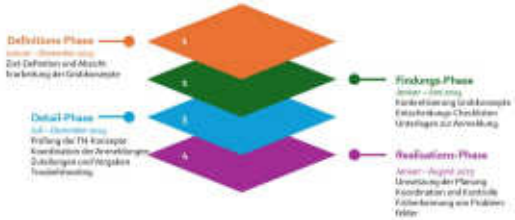
KONSEQUENZ 2030

- Schlanke Organisation mit direkter Linie. Vom OK hin zur Projektleitung. Klare Trennung Verein und Projektleitung.
- Ressorts Geschäftsstelle, Finanzen, MarKom und Partner direkt der Projektleitung unterstellt.
- Abläufe, Aufträge, Funktionen und Struktur der Ressorts in der Vorbereitungsphase detaillierter und klarer formulieren.
- Abstimmungen der Ressortkonzepte unter Berücksichtigung der Abhängigkeiten.
- Wichtigster Meilenstein in der Detailphase (3.Phase) ist das Anmeldewesen der Aussteller & Anbieter in Abstimmung mit der Sponsoren/Partner Gewinnung. Reihenfolge definieren und eine Kommunikation mit eindeutigen Rahmenbedingungen und Leistungen setzen.
- Das nächste Büüli Fäscht findet 2030 statt. 70 Jahre Büüli Fäscht, bietet Ansatz für Motto und Story Telling, sowie kann mit den kantonalen Subventionen gerechnet werden.
- Festgrösse und Fest-Perimeter überdenken, sowie auch das Angebot.
- Festplätze mit Konzerten und Dj's als kompakte Party- und Unterhaltungs Welt. Passende Örtlichkeit finden, Programm-Koordination, Öffnungszeiten ab 18:00 bis 04:00 Uhr mit Abendpass als Eintritt. Öffnungszeiten im Zentrum bis 01:00 Uhr, anschliessend Wechsel der Besucher in Partyzone.

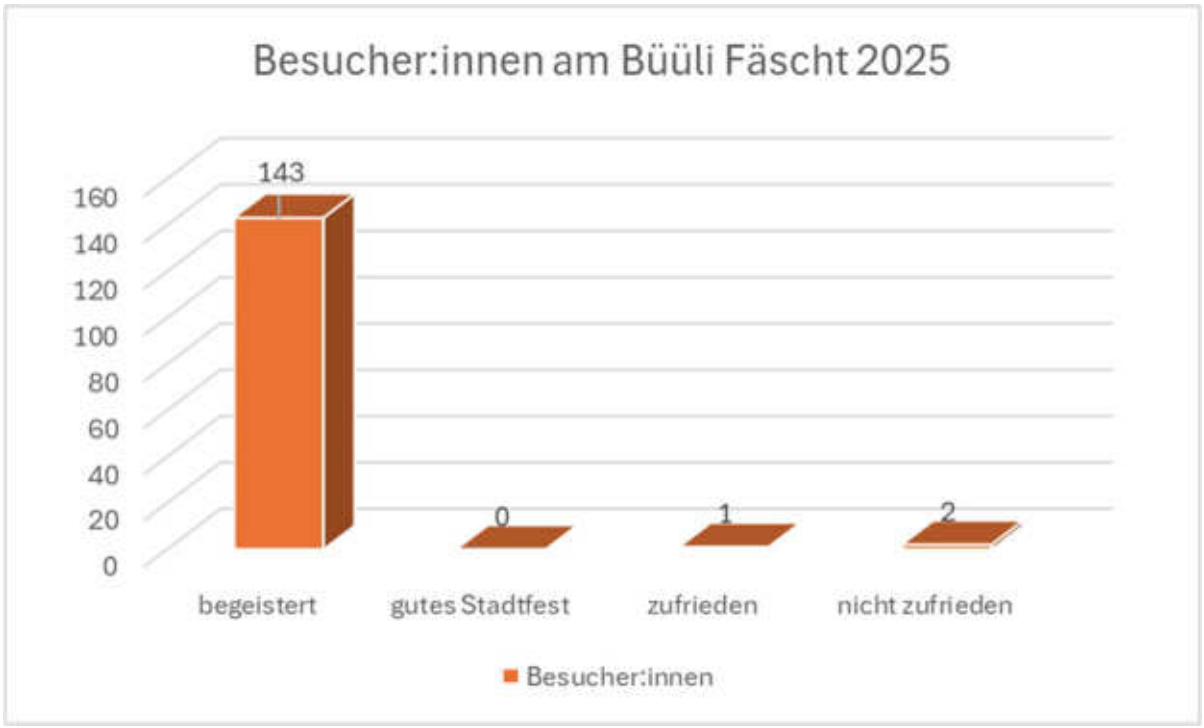
Struktur & Planungsphasen Büüli Fäscht 2025

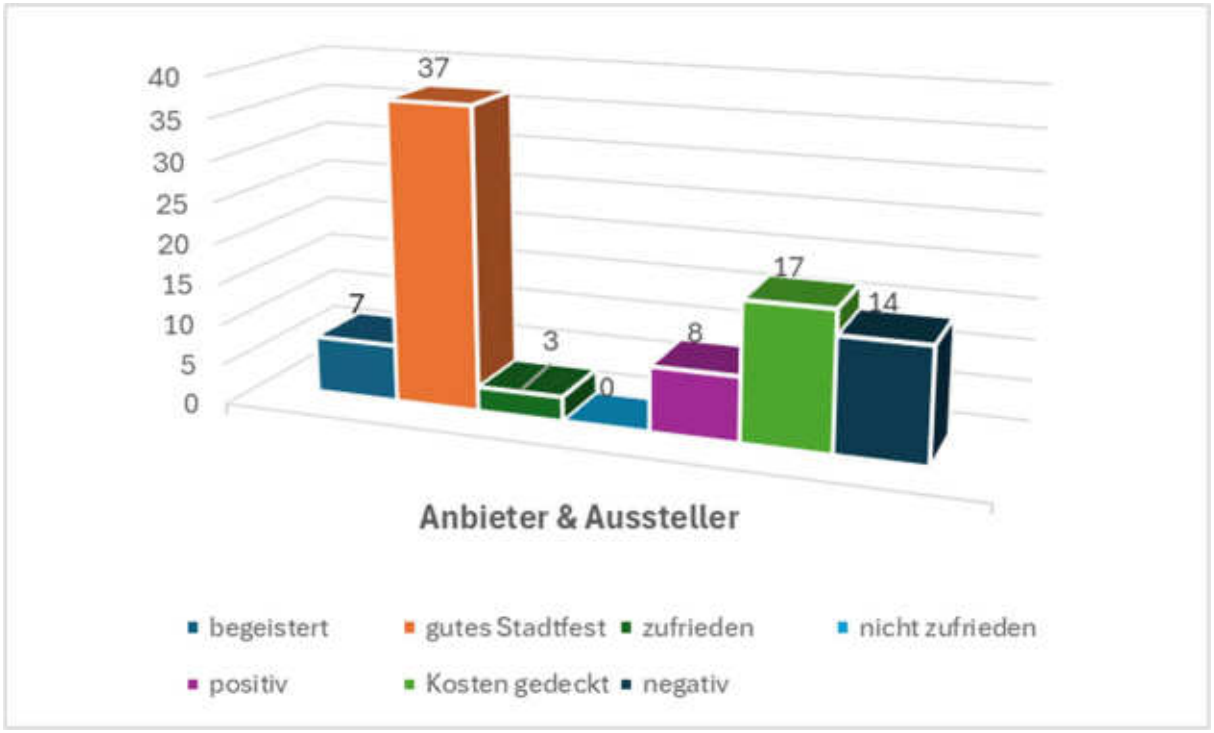






2. Umfrage & Rückmeldungen





Fazit:

«Begeisterung vs. Vielfalt & Einnahmen»

(Quelle: Eingang Feedbacks & mündliche, persönliche Umfrage
Mehrfachnennungen zusammengefasst)

3. Rückblick & Entwicklungsziele

3.1 Organisation

Die Gewaltentrennung von Verein & OK, zu Beginn des Projekts war wichtig und richtig. Eine klare, schriftliche Ausformulierung hat gefehlt und hat Potenzial. Das OK hat als Team sehr gute Arbeit geleistet. Ein Einsatz über das Normale hinaus, mit dem Resultat, dass die Erwartungen übertroffen wurden. Abhängigkeiten von Ressorts und/oder das Einhalten von Terminen, hat teilweise die Vorgehensweise verlangsamt, zu Unstimmigkeiten oder auch Handlungsstarre geführt. Durch eine offene, direkte und sachbezogene Kommunikation und Auseinandersetzung mit Themen, Erwartungen und Ideen, konnte die Planungsphase eingehalten und die Entwicklung mit konstruktiven, sowie lösungsorientierten Ansätzen vorangetrieben werden. Dies ist der Qualität des OK-Teams zu verdanken. Eine klarere und schlankere Organisationslinie bietet Möglichkeiten und sichert das Controlling.

Entwicklungsziele

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Verein BF	▪ Vereinsführung	⇨ Vereinsform & Grösse prüfen ⇨ Funktionen & Aufgaben	❖ Hirachien ❖ Schriftlichkeiten
Projektleitung BF	▪ Struktur&Organisation ▪ Zuständigkeiten ▪ Handlungskompetenz ▪ Kommunikation ▪ Anlaufstelle ▪ Koordination ▪ BF-Turnus	⇨ Projektleitung statt OK. ⇨ Kompaktheit schafft Effizienz & Kontrolle ⇨ Vision-Mission-Ziel ⇨ Schriftlichkeiten & Adressaten pro Thema & Ebene ⇨ Büüli Fäscht Turnus prüfen, 5 Jahre Rhythmus sichert Kantons-Beitrag ⇨ 2030 = 70 Jahre Büüli Fäscht ⇨ Projektleitung mit Hauptverantwortung über alle Ressorts ⇨ GST, Finanzen, Partner, Markom, Partner direkt der PL unterstellt und geführt	❖ 4 Personen Projektteam ❖ Projektsitzungen ❖ Funktionsbeschreibungen ❖ Adressaten-Planung ❖ Zuständigkeiten & Verantwortungen Matrix
Geschäftsstelle	▪ Aufgaben	⇨ Administrations & FIBU ⇨ Externe GST ohne direkten Projekt Kontakt ⇨ Verbindung und Kommunikation über Projektleitung	❖ Funktionsbeschreibung ❖ Angebotsvergleich

Organisation 2030

Als Erkenntnis könnte die Organisation für ein nächstes Stadtfest folgendermassen aussehen:

VEREIN BÜÜLI FÄSCHT					
BÜÜLI FÄSCHT PROJEKTLEITUNG Geschäftsstelle | Koordination | MARKOM | Finanzen | Partner					
SICHERHEIT	LOGISTK	PROGRAMM	FINANZEN	PARTNER	MARKOM
Fest	Perimeter	BF-Angebot	Planung	BF-Angebot	Auftritt
Verkehr	Entsorgung	Kultur	BF-Budget	Leistungen	Media Plan
Crowd	Hygiene	Sport	FP-Budget	Akquise	Trade
Personen	Energie	Familie	FIBU	Betreuung	Online
Sanität	Wasser	Unterhaltung	Controlling	Controlling	Adressaten

Büüli Fäscht Organisation: Projektleitung und 3 Projektmitglieder

Big Five Prioritäten



Road to BF 2030



3.2 Finanzen (Stand Sept 2025, noch nicht abschliessend)

Ein neues, grosses und professionelles Stadtfest bringt grosse Zahlen mit sich. Der durchwegs positiven Wahrnehmung steht einem Defizit von CHF 125'000.00 gegenüber. Die wichtige Erkenntnis liegt in der Differenz der Vorgaben und Annahmen aus dem Rahmenkonzept, die auf Erfahrungswerte der vorgängigen Stadtfesten gemacht wurden, und den effektiven Aufwänden des neu konzeptionierten und durchgeführten Büüli Fäscht 2025.

Budgetangaben Rahmenkonzept Stadt Bülach:

AUFWAND	
Total Festwirtschaft, Markthändler	-2'000.00
Total Logistik	-94'000.00
Total Offizielles	0.00
Total Gesamtkommunikation	-60'000.00
Total Unterhaltung	-70'000.00
Total Sponsoring	-2'000.00
Total Sicherheit, Verkehr, Bewilligungen	-50'000.00
Total Energie, öffentliche Beleuchtung, Pläne	-55'000.00
Total Finanzen	-8'000.00
Total Gesamt OK	-322'000.00
Total Allg. Geschäftsverkehr	-5'000.00
Total Ausschuss OK	-3'000.00
Total Aufwand	-671'000.00

ERTRAG	
Total Festwirtschaft, Markthändler	147'000.00
Total Logistik	0.00
Total Offizielles	0.00
Total Gesamtkommunikation	16'000.00
Total Unterhaltung, Schausteller	52'000.00
Total Sponsoring	94'000.00
Total Sicherheit/Verkehr	0.00
Total Energie/öffentliche Beleuchtung	12'000.00
Total Finanzen	400'000.00
Total Gesamt OK	2'000.00
Total OK - Finanzen	402'000.00
Total Ertrag	723'000.00

Die Grösse des Festperimeters, des Festangebots und das in keiner Fest-Welt Eintritt verlangt wurde, hat alle begeistert und einen hohen qualitativen Wert für Bülach und das Stadtfest erzielt. Dem gegenüber stehen jedoch fehlende Einnahmen für den Fest- oder Veranstaltungs-besuch. Als Beispiel: Tagespass, Konzerttickets oder BF-Abzeichen/Fest-Bändel Verkauf. Die Umsetzung solcher «Eintritts-Einnahmen» ist auf dem offenen und grossen Festperimeter allerdings fast nicht umsetzbar oder mit grossem Aufwand verbunden. Eine kompakte Unterhaltungs- oder Party-Welt kann ein Lösungsansatz sein.

Grösste Abweichungen zu den Vorgaben aus dem Rahmenkonzept

+	Mehreinnahmen Sponsoring	CHF 117'000.00
+	Mehreinnahmen Anbieter	CHF 54'000.00
-	Mehrkosten Sicherheit aufgrund Sicherheits-Auflagen	CHF 106'000.00
-	Fehlende Einnahmen Unterhaltungs-Welt	CHF 100'000.00
-	Mehrkosten Energie	CHF 72'000.00
-	Mehrkosten MarKom	CHF 52'000.00
-	Entsorgungskosten nicht im Budget Rahmenkonzept	CHF 47'000.00
-	Fehlende PP Einnahmen	CHF 40'000.00

Entwicklungsziele Finanzen

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Verein BF	▪ Vereinsführung	⇨ Struktur & Organisation überprüfen ⇨ Zuständigkeiten definieren	❖ Schriftlichkeiten
Projektleitung BF	▪ Entschädigungen ▪ GST-Koordination ▪ GST-Administration	⇨ 4er Gremium-Entschädigung	❖ Budget ❖ Funktionsbe-schreibungen

	▪ Budget ▪ Adressaten	⇨ Gleiche Entschädigungen auf weniger Personen verteilt mit mehr Verantwortung ⇨ Aufgaben mit Emotionen und «Kunden-Kontakt» übernimmt Projektleitung ⇨ Volunteer Entschädigungen ⇨ Abläufe optimieren ⇨ Budget auf Gesamt BF erstellen und auf die Festwelten und Bereiche runtergebrochen ⇨ Controlling durch die Projektleitung ⇨ Adressaten gerechte Kommunikation ⇨ Adresslisten der Stadt Bülach überprüfen	❖ Budget ❖ Controlling
Administration (GST)	▪ Aufgaben Definition	⇨ Finanz-Administration ⇨ FIBU/BUHA ⇨ Aufgaben ohne Emotionen (Admin) ⇨ Aufgaben mit Emotionen und «Kunden-Kontakt» übernimmt Projektleitung	❖ Aufgabenkatalog ❖ Bexio / Systeme
Anbieter	▪ Teilnahme Packages ▪ TN-Bedingungen ▪ Zuteilungen ▪ Festperimeter	⇨ Definition von Anbieter Package nach LM inkl. Abgaben ⇨ Keine Variablen ⇨ Anmeldung konkreter (online), keine Anmeldung möglich, wenn nicht alle Angaben gemacht ⇨ Zuteilungen der Anbieter und Stände in der Bauphase nicht verändern ⇨ 2-stöckige Bauten und Bauten mit Musik differenzierter platzieren (Anwohner Perimeter)	❖ TN-Package ❖ Festplatz Preise ❖ Anmeldeverfahren ❖ Perimeter Plan vs. Zuteilungen ❖ Angebot vs. Wohnquartier
Fest-Besucher	▪ Beitrag	⇨ Prüfung von Festabzeichen oder Bändeli (benötigt Volunteers) ⇨ Prüfung von Tagespass vs. Machbarkeit und kreativem Vorgehen ⇨ Prüfung von Merchandise Artikel ohne Lager	❖ Konzeptidee vs. Machbarkeit zeigt Messgrössen auf
Sicherheit	▪ Sicherheitskonzept ▪ Volunteers ▪ Kosten	⇨ Bewährtes SiKo kann wiederverwendet werden ⇨ Frühzeitig Volunteers anwerben, inkl. Anreize ⇨ Ohne grosszügiges Sponsoring OE Group (50') und GSD (200Std) wären Kosten noch höher, hier müssen Lösungen oder Finanzen gefunden werden	❖ SiKo ❖ Kommunikation
Logistik	▪ Logistikkonzept ▪ Entsorgung ▪ Festperimeter ▪ Hygiene	⇨ Weitere Partner mit Sach-leistungen integrieren ⇨ Doppelrolle Leitung Logistik & ZSO klären ⇨ Bewährtes Entsorgungskonzept mit Volunteers erweitern ⇨ Mehr Abfallkübel ⇨ Festperimeter klarer zu- und unterteilen ⇨ Umplatzierungen während Bauphasen vermeiden (bringt Folge-Probleme)	❖ Detaillierteres Logistikkonzept ❖ Festperimeter ❖ Angebote ❖ Zuteilungen ❖ Einsatzpläne

		⇨ ToiToi hat sich als Partner bewährt, anz. Toiletten prüfen resp. erweitern	
Technik	▪ Konzerttechnik ▪ Strom & Energie	⇨ Installationskosten Strom hat das Budget gesprengt (+45'), Vergleichsofferten einholen ⇨ Klar definierte Vorgaben aufgrund TN-Bestätigungen ⇨ Anz. Bühnen und Ausstattung prüfen ⇨ Zusätzliche Beleuchtung prüfen ⇨ Preis- und Kostenstruktur sind in der Budgetphase klar und bringen keine Veränderungen mehr	❖ Perimeter Plan ❖ Programm ❖ Offerten
Gastro	▪ Sortimentsangebot ▪ Preisstruktur ▪ Bestellwesen ▪ Mehrweg Geschirr	⇨ Sortiments- und Preisstruktur muss bei der Anmeldung definiert und transparent sein ⇨ Exklusiv Partner mit grösserem finanziellen Beitrag oder offen lassen ⇨ Getränke- und Mobiliar Bestellung müssen ab 1. Jan möglich sein ⇨ Cup & More System hat sich bewährt, aber mit grossem Aufwand für die Anbieter ⇨ Zahlungssystem anbieten (Miete) reduziert den Depotrückgabe Aufwand	❖ Gastro Konzept ❖ Gastro Partner ❖ Sortimentskatalog ❖ Bestellablauf online ❖ Offerten
Partner	▪ Partner-Konzept ▪ Leistungskatalog ▪ MARKOM & Trade Angebote ▪ Versteckte Welt	⇨ Das Partnerkonzept anpassen und auf Trademarketing fokussieren ⇨ Leistungskatalog neu definieren ⇨ Themen-Partnerschaften bevorzugen und Festplatz-Partner vermeiden da Konflikte mit Festplatzbetreiber	❖ Neues Partner-konzept mit Leistungskatlog
MARKOM	▪ MARKOM Koordination ▪ Marketing ▪ Social Media ▪ Webseite ▪ Print / Trade	⇨ MARKOM ist der Projektleitung (PL) unterstellt ⇨ MARKOM ist von Bülach/Region ⇨ PL erstellt Media- und Aktivitätsplan ⇨ PL erstellt Budget ⇨ Social Media Partner hat sich bewährt, prüfen ob auch Partner für Webseite ⇨ Auftritt Webseite attraktiver und einfacher ⇨ Print Marketing reduzieren, dafür zuverlässiger ⇨ Trademarketing im Vordergrund	❖ MARKOM Konzept ❖ Media- und Aktivitätsplan ❖ Go to Market Prozess als Road Map ❖ Vergleichsofferten
Unterhaltung	▪ Unterhaltungs Welt ▪ OK-Aktivität	⇨ Unterhaltungs Welt Freibad wird vergeben (nicht OK) ⇨ Programm Anpassungen und Möglichkeit als Vorgabe ⇨ Friday Night und Silent Disco erfolgreich, Tage & Zeiten prüfen	❖ Unterhaltungs-konzept vs. BF Perimeter
Kultur & Gewerbe	▪ Bezeichnung ▪ Angebot ▪ Perimeter	⇨ Bezeichnung der Altstadt-Welt überprüfen ⇨ Angebot auf Adressaten und Möglichkeiten ausrichten	❖ Neues Konzept ❖ Adresslisten Stadt Bülach

		⇨ Vorfinanzierung Kunstbeiträge ⇨ Perimeter und Anwohner Kommunikation beachten ⇨ Zuteilung der Anbieter vs. Anwohner und Belastung ⇨ Anbieterdichte & Mix	
Foodmeile & Kasernenstrasse	▪ Perimeter ▪ Zuteilungen Angebot ▪ Kommunikation	⇨ Keine 2-stöckige Bar an Bahnhofstrasse ⇨ Marktstrasse wie geplant (Mehreinnahmen / weniger Probleme), ohne Konkurrenz zu Vereinen ⇨ Bühne an Kasernenstrasse überprüfen (Verkehr & anwohner) ⇨ Kommunikation Zufahrten ⇨ Auf- Abbau	❖ Neue Zuteilungen auf bestehendem Perimeter ❖ Weniger Emissionen
Stadthalle Areal	▪ Perimeter und Angebot ▪ Stadthalle	⇨ Klare Trennung (Chilbi / BF) eventl. Übergabe von ganzem Areal ⇨ Stadthalle Vergabe mit Kosten	❖ Neues Detail-Konzept

3.3 Sicherheit

Ein sicheres Büüli Fäscht

Am Büüli-Fäscht2025 konnten sich die Besucher: innen zu jeder Zeit sicher fühlen, was durch die grosse Präsenz der Sicherheits-Patrouillen positiv wahrgenommen wurde. Die Rückmeldungen der Stadt Polizei und der Feuerwehr waren durchwegs positiv und die professionelle Zusammenarbeit wurde gelobt. Die Anbieter schätzten die Dienstleistungen der Sicherheits-zentrale. Damit wurde der Grundstein für ein langfristiges Sicherheitskonzept für Grossanlässe gelegt, dass sich bei künftigen Büüli-Fäscht-Anlässen oder Veranstaltungen der Stadt Bülach rasch und einfach wieder anwenden lässt. Zudem wurde durch das Projekt positive Werbung für die Stadt Bülach und das Büüli Fäscht gemacht - ein sicherer Gewinn für alle Beteiligten.

Zusätzliche Auflagen, sowie bestimmte Positionen mussten länger als geplant besetzt bleiben, und fehlende freiwillige Helfer (Volunteers) verursachten Mehrkosten im Ressourcenmanagement. Die GSD Security war für den Verkehrsdienst zuständig und musste dadurch eigenes Personal stellen was zusätzliche Personalkosten verursachte.

Ein sicheres Büüli Fäscht und ein reibungsloses Verkehrsmanagement, dass der Marke Bülach dient, hat aber auch seinen Preis. Zusätzliche Auflagen im Bereich Verkehr- und Sicherheits-management haben das Büüli Fäscht Budget gesprengt und tragen so zum Defizit bei. Dazu kommt, dass die Zusammenarbeit mit den ÖV-Betrieben sehr gut funktioniert hat und die Anreisenden dieses Angebot genutzt haben, dadurch aber PP Einnahmen in der Höhe von rund CHF 40'000.00 fehlen. Die Sicherheitskosten belaufen sich auf CHF 156'000.00 plus CHF 50'000 Sachleistungen, die von der Firma OE Security nicht verrechnet und als Sponsoring-Beitrag verbucht und verdankt wurden.



+ Die Besucher: Innen fühlten sich sicher und teilten die so mit.
+ Professionalität der OE Security AG.
+ Sehr gute Abstimmung und Zusammenarbeit mit Stadtpolizei und Feuerwehr.
+ Keine Grossereignisse oder Unfälle.
+ Grosszügiges Sponsoring von OE Security.
- Zu viele Anrufe auf der Sicherheitszentrale, die nichts mit Sicherheit zu tun hatten.
- Grosser Ressourceneinsatz ist Kostentreiber.
- Keine freiwilligen Helfer: innen bringen Mehrkosten.
- Positives Sicherheitsgefühl und reibungsloser Ablauf bringt Kostenexplosion.
- Kurzfristige Mehrauflagen

Entwicklungsziele Sicherheit

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Fest-Sicherheit	▪ Sicherheitskonzept	⇨ Bewährtes SiKo nutzen ⇨ Minimale Optimierungen	❖ SiKo 2030
Verkehrssicherheit	▪ Ressourcen	⇨ Frühzeitige Akquise von Volunteers reduziert Kosten	❖ Budget ❖ Anz. Volunteers
Crowd-Management	▪ Sicherheitskonzept	⇨ Bewährtes SiKo nutzen ⇨ Minimale Optimierungen	❖ SiKo 2030
Schutz	▪ Sicherheitskonzept	⇨ Bewährtes SiKo nutzen ⇨ Minimale Optimierungen	❖ SiKo 2030
Rettung	▪ Sicherheitskonzept	⇨ Bewährtes SiKo nutzen ⇨ Minimale Optimierungen	❖ SiKo 2030
Material	▪ Material Depot	⇨ Erfahrungswerte 2025 nutzen und Material Depot 2030 stellen	❖ SiKo ❖ Materialliste
Infrastruktur	▪ Sicherheitszentrale	⇨ Heilsarmee Standort hat sich bewährt	❖ Reservation Buchung
Partner	▪ Sicherheitspartner	⇨ OE Group & GSD Security wieder als Sicherheits Partner gewinnen ⇨ Prüfung für Sicherheits-Patronat aus Sponsoring Ressort	❖ Verhandlungen und Bestätigungen ❖ Partner/Sponsoring Konzept ❖ Budget
Kommunikation	▪ Kommunikationsplan ▪ Anwohner ▪ Öffentlichkeit ▪ Anbieter	⇨ Adressaten gerechte Kommunikation ⇨ Adresslisten der Stadt aktualisieren ⇨ Anwohner & Anbieter Kommunikation ab Jan 2030 mit 7 Kontakten & Berührungspunkte	❖ Kommunikations Konzept ❖ Kommunikationsplan ❖ Schriftlichkeiten

3.4 Logistik

Neben der Sicherheit stellt das Ressort Logistik mit der grossen Unterstützung der Zivilschutz Organisation einen zentralen und wichtigen Bereich für die Realisation eines Stadtfestes mit solch grossem Perimeter dar. Ein reibungsloser Auf- und Abbau mit der Sicherstellung von Strom, Wasser und Entsorgung, nehmen die Anbieter, wie auch die Anwohner und Besucher: innen als sehr positiv wahr. Ohne grosse Verzögerungen oder Problemsituationen konnten die Baumassnahmen und Versorgung gewährleitet werden. Aufträge waren zu jedem Zeitpunkt klar und die entsprechenden Abstimmungen vorhanden. Die Doppelrolle des Leiter Logistik und gleichzeitig im Zivilschutz war sehr sinnvoll für die Planung, zeigte aber in der Umsetzungsphase Limiten auf. Speziell am Freitag mit einer Dreifachbelastung (Abnahme Feuerpolizei, Schnittstelle Zivilschutz und Aufgaben OK). Grosse Freude hatte das Team der ZSO am genussreichen Dessert der von der Klauss-Genussmanufaktur AG den arbeitenden Zivilschutz-Mitarbeitenden gesponsert wurde. Ein weiteres grosses Dankeschön gilt der Firma Gossweiler Ingenieure AG, die das Sponsoring von CHF 6'000.00 auf CHF 12'000.00 erhöht und die sehr gute Zusammenarbeit mit dem Ressort Logistik gelobt haben.

+ Samstag und Sonntag Fest sehr ruhig. Keine offenen Logistikthemen.
+ Gute Zusammenarbeit mit Schausteller.
+ Top Unterstützung ZSO.
+ Top Unterstützung und mobile Arbeit des Entsorgungs-Team Obrist AG.
+ Top Zusammenarbeit mit Renovbau AG, sowie Toi Toi AG.
- EKZ klebt mit Teppichkleber den Ecostrom Flyer an die Schaustellerfahrzeuge.
- Freitag instabiler Strom auf der Chilbi.
- Unklar wer wann die WC aufschliesst.
- Nachtwächter am Donnerstag 28.8. erschwert Aufbauarbeiten
- Anwohner Informationen aufgrund unvollständiger Adresslisten

Gossweiler



KLAUS GENUSSMANUFAKTUR

Entwicklungsziele Logistik

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Fest-Perimeter	▪ Fest-Perimeter ▪ Sperrungen & Zufahrten	⇨ Stadthallen Areal mit Chilbi auf Kiesplatz und Marktstadt auf Allmendstrasse und ganzen Stadthallen PP ⇨ Marktstadt Vergabe durch PL, nicht extern = Mehreinnahmen und Kontrolle ⇨ Kasernenstrasse / Bahnhofstrasse Auftritt überdenken ⇨ Festplatz Sonnenhof hat sich bewährt, Aufwand reduzieren ⇨ Anbieter Zuteilungen vs. Anwohner überarbeiten ⇨ Mehr Zeit für Aufbau einplanen (Donnerstag) ⇨ Kommunikation Anwohner	❖ Neuer Perimeter Plan ❖ Aufbau zeiten ❖ Kommunikations Plan
Fest-Logistik	▪ Ressourcen ▪ Material	⇨ ZSO hat sich bewährt, wieder integrieren	❖ Ressourcen Planung ❖ Materialmanagement

		⇨ Zusätzliche Volunteers ⇨ Frühzeitiges Materialmanagement	
Festbauten	▪ Koordination	⇨ Klarere Vorgaben zu Anbieter-Bauten bei der Anmeldung ⇨ Kontrolle beim Aufbau & Massnahmen	❖ Vorgaben & Kriterien ❖ Aufbau Plan
Hygiene	▪ Toiletten	⇨ Toi Toi hat sich als Partner bewährt, Angebot erweitern	❖ Perimeter 2030 als Vorgabe ❖ Anzahl Toiletten
Strom & Energie	▪ Strom Stabilität	⇨ Prüfung, welcher Strom Partner welche Stabilität und DL bieten, kann ⇨ Durch Anmeldekriterien der Anbieter, frühzeitig den Bedarf kennen ⇨ Installationsplan ⇨ Vergleichsofferten einholen	❖ Anmeldewesen ❖ Vergleichsofferten ❖ Installation Plan ❖ Kontrolle
Wasser	▪ Bedarf & Machbarkeit	⇨ Durch Anmeldekriterien der Anbieter, frühzeitig den Bedarf kennen ⇨ Zentrale Wasserbezugs Stationen prüfen	❖ Anmeldewesen ❖ Installation Plan
Material	▪ Materialmanagement	⇨ Erfahrungswerte 2025 nutzen und Material Depot 2030 stellen	❖ Materialmanagement
Infrastruktur	▪ Infrastrukturmanagement	⇨ Erfahrungswerte 2025 nutzen und prüfen	❖ Infrastrukturmanagement
Partner	▪ Logistik Partner	⇨ ZSO, Renovbau, Festzelt Embrach, Greuter, ToiToi, Condecta, Gossweiler wieder integrieren ⇨ Prüfung für Logistik-Patronat aus Sponsoring Ressort	❖ Partner Konzept
Kommunikation	▪ Anwohner ▪ Öffentlichkeit ▪ Anbieter	⇨ Adressaten gerechte Kommunikation ⇨ Adresslisten der Stadt aktualisieren ⇨ Anwohner & Anbieter Kommunikation ab Jan 2030 mit 7 Kontakten & Berührungspunkte	❖ Kommunikations Konzept ❖ Kommunikationsplan ❖ Schriftlichkeiten

3.5 Entsorgung

«Ein sauberes Büüli Fäscht» war die Vorgabe und wurde so von den Besucher: innen wahrgenommen. Nach diesem gelungenen Anlass können wir festhalten, dass es zu keinen grossen Schwierigkeiten gekommen ist und die Obrist AG Mitarbeitenden von den Bülacherinnen und Bülachern herzlich willkommen geheissen wurden - so macht Sauberkeit Spass. Am Büüli-Fäscht2025 konnte eine saubere und ordentliche Entsorgungslösung erfolgreich umgesetzt werden. Die Trennung der Wertstoffe (Kehricht, PET, Alu, Glas, Karton) funktionierte reibungslos, und das Wertstoffmanagement vor Ort, offeriert durch die Firma Obrist AG, hat wesentlich zum Erfolg beigetragen. Dank der guten Zusammenarbeit mit der Stadt (Strassenreinigung) konnte die Sauberkeit auf dem Fest jederzeit gewährleistet werden. Bei grösseren Abfallansammlungen wurde sofort reagiert und ein Räumungsteam geschickt. So hatten die Festbesucher stets das Gefühl von Ordnung und Sauberkeit auf dem Gelände. Die Rückmeldungen aus der Bevölkerung waren durchwegs positiv. Besonders geschätzt wurde die Möglichkeit, Abfälle getrennt entsorgen zu können. Die Kommunikation zwischen dem Fest-OK

und der Obrist AG vor Ort verlief hervorragend, was den reibungslosen Ablauf zusätzlich unterstützte. Das Fazit fällt durchwegs positiv aus. Das Abfallkonzept hat wie geplant funktioniert und war ein wesentlicher Faktor dafür, dass die Besucher: innen ein nachhaltiges, sauberes und rundum gelungenes Büüli-Fäscht 2025 erleben konnten. Die Rückmeldungen aus der Bevölkerung waren sehr erfreulich und haben bestätigt, dass die Entsorgungslösung auf dem Festgelände sichtbar Wirkung gezeigt hat.

Kennzahlen:

Kehricht	: 10.4 Tonnen
PET	: 48 x 360L Säcke
ALU	: 15 x 110L Säcke
Glas	: 36 x 140L Container / 6 x 770L Container
Karton	: 11 x 770L Container

Es wurde der Grundstein für ein langfristiges Abfallkonzept gelegt, das sich bei zukünftigen Veranstaltungen der Stadt Bülach rasch und einfach wieder anwenden lässt. Zudem konnte durch das Projekt positive Werbung für die Stadt Bülach und das Büüli Fäscht gemacht werden - ein Gewinn für alle Beteiligten.

+ Trennung der Wertstoffe (Kehricht / PET / Alu / Glas / Karton)
+ Wertstoffmanagement vor Ort / Mobilie «Abfall-Patrouillen»
+ Sichtbare Kennzahlen: 712 Std / 16 Mitarbeitende / 39 Bringsboxen / 5 Fahrzeuge
+ Wahrnehmung und Rückmeldungen der Besucher: innen und Anbieter
+ Zusammenarbeit Stadt Bülach, Obrist AG und Büüli Fäscht OK
- Zu Beginn wussten die Standbetreiber nicht, wo sie ihren Müll entsorgen konnten.
- Am Recyclinghof stand kein Stromanschluss (C32-Stecker) zur Verfügung.
- Ein sauberes Büüli Fäscht hat seinen Preis (Kosten & Aufwand)

Entwicklungsziele Entsorgung

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Entsorgungs-Konzept	▪ Entsorgungs-Struktur und Abläufe	⇨ Konzept hat sich bewährt. Kleine Optimierungen möglich.	❖ Kennzahlen Entsorgung ❖ Termineinhaltung ❖ Zeitenmanagement
Fest-Perimeter	▪ Weitläufigkeit ▪ Standorte	⇨ Perimeter Überprüfung ⇨ Mehr Abfallkübel und Bringsboxen ⇨ Entsorgung für Anbieter klar und mehr Standorte	❖ Perimeter und Zuteilungsplan ❖ Anzahl Abfall-kübel
Ressourcen	▪ Abfall Heros	⇨ Volunteers als Abfall Heros Vereine frühzeitig integrieren mit CHF für Teameinsatz	❖ Ressourcen-Planung
Material & Infrastruktur	▪ Material & Infrastruktur	⇨ Im Vorfeld Anbieter mit Abfallsäcken ausrüsten ⇨ Strom bei Ladestation für Fhz	❖ Anmeldungen ❖ Bestätigungen ❖ Werkhof
Kommunikation	▪ Anbieter & Besucher: innen	⇨ Onlineinformation ⇨ Flyer & Plakate ⇨ Newsletter ⇨ Anwohner Info	❖ Schriftlichkeiten ❖ MarKom Aktivität

3.6 Technik & Energie

Die Festtechnik, wie auch die Stromversorgung für den neuen und grösseren Perimeter, war in vielen Bereichen Neuland und stellte das OK immer wieder vor Herausforderungen. Die Beobachtungsdimension zur Umsetzung war schlussendlich positiv. Die Stromversorgung konnte mit wenigen Anfangsschwierigkeiten sichergestellt werden. Unterschiedliche Erwartungen zur Bühnentechnik und späte Angaben durch die Festplatzbetreiber erschwerten die Planung und Budgetierung.

Aufgrund der neuen Gegebenheiten, der Grösse des Festperimeters, sowie lange Zeit fehlender Angaben im Bereich Stromversorgung und Planung durch die Strom-Partner, kam es in diesem Bereich zur Kostenexplosion und Mehrkosten von rund CHF 72'000.00 zum Rahmenbudget der Stadt Bülach. Die Zusammenarbeit mit den Partnern 25 Entertainment, Kessler Elektro, ABD-Elektro, Berger Elektro und EKZ Eltop waren konstruktiv und gut, was aber seinen Preis hatte. Eine Überprüfung des Festperimeters, der Installationszeiten sowie auch der Partner lässt sich allerdings nicht vermeiden.

Als Fazit über alle Elektro- und Technik Partner, war der geleistete Aufwand grösser als der effektiv verrechnete. Die Phasen der Planung, wie auch die Umsetzung muss neu konzeptioniert werden. Durch die grosse Unterstützung der Firma 25Entertainment GmbH inkl. Sponsoring, konnte aus Sicht Technik & Energie ein zuverlässiges Stadtfest gesichert werden.

+ Zusätzlicher Einsatz der Partner
+ Strom Stabilität
+ Bühnentechnik
- Fehlende Angaben für die Budgetierung
- Fehlende Angaben & Erfahrungswerte für die Planung
- Vorbereitete Struktur (Listen) nicht von allen verwendet worden
- Festplatzbetreiber mit eigenem Engagement führt zu Verwirrung
- Komplexität Festperimeter vs. Koordinationsaufwand

Entwicklungsziele Technik & Energie

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Fest-Technik	▪ Technik Angebot	⇨ Überprüfung des Bühnen Angebots ⇨ Festtechnik gestellt durch OK oder Festplatzbetreiber prüfen ⇨ Vergleichsofferten einholen ⇨ Planung Installationen ⇨ Kantonsstrassen im Festperimeter vermeiden ⇨ 300 Std Aufwand im Vorfeld reduzieren	❖ Technik Konzept ❖ Vergleichsofferten ❖ Konzert-Angebot ❖ Planung ❖ Festperimeter
Fest-Energie	▪ Energie Angebot ▪ Koordination	⇨ Überprüfung des Festperimeters und Machbarkeiten ⇨ Keine Anmeldung ohne Stromangaben ⇨ Vergleichsofferten einholen ⇨ Strom Partner/Sponsoring	❖ Energie Planung ❖ Anmeldewesen ❖ Offerten
Festplätze	▪ Festplätze & Angebot	⇨ Neues BF-Konzept in Bezug auf Festwelten & Plätze	❖ Festplatz Konzept ❖ Bühnen Konzept

		⇨ Partner Lindenhof und Angebot überprüfen ⇨ Zuständigkeit Bühnen & Technik Angebot ⇨ Festplatzbetreiber & Sponsoring prüfen ⇨ Vertrag Festplatz Chilbi erst abschliessen, wenn Strombedarf klar ist ⇨ Kurzfristige Änderungen der Zuteilungen vermeiden	❖ Partner/Sponsoring Angebot ❖ Schriftlichkeiten ❖ Verträge ❖ Kontrollliste
Anbieter	▪ Anmeldewesen	⇨ Keine Anmeldung ohne konkrete Laufmeter, Strombedarf und Einsatz Geräte ⇨ Online-Anmeldung und Online-Rechner prüfen ⇨ Kurzfristige Änderungen der Zuteilungen vermeiden	❖ Anmeldeformular ❖ Kriterien ❖ Online Tools ❖ Festperimeter & Zuteilungen
Material	▪ Materialmanagement	⇨ Erfahrungswerte 2025 nutzen und Material Depot 2030 stellen	❖ Materialmanagement
Kommunikation	▪ Anwohner ▪ Öffentlichkeit ▪ Anbieter	⇨ Adressaten gerechte Kommunikation ⇨ Adresslisten der Stadt aktualisieren ⇨ Anwohner & Anbieter Kommunikation ab Jan	❖ Kommunikations Konzept ❖ Kommunikationsplan ❖ Schriftlichkeiten





EKZ Naturstrom Zertifikat

Name: Büüläfest 2025
Menge: 25'000 Kilowattstunden
Bezugsdauer: 29.8. bis 31.8.2025

Produkt: EKZ Naturstrom star
Zertifizierte Qualität: naturemade star
Zertifikatsnummer: 2510875

naturemade star

Naturstrom im Einklang mit der Natur

EKZ bestätigt den Bezug von EKZ Naturstrom star in Form von Herkunftsnachweisen. Naturstrom star wird naturverträglich und nachhaltig produziert: in Schweizer Solar- und Wasserkraftanlagen, die höchste Umweltanforderungen erfüllen. Wer Naturstrom star nutzt, trägt zudem über einen Beitrag an einen Ökologie-Fonds aktiv zum Wohl von Flora und Fauna bei. Dieser fördert die Renaturalisierung und Revitalisierung von Flussläufen und damit die Artenvielfalt.

Das Büüläfest 2025 leistet einen wertvollen Beitrag zu einem verantwortungsvollen Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen und hilft mit, die Energieproduktion in eine nachhaltige Zukunft zu lenken.

Dieses personalisierte Zertifikat gilt als Nachweis für die garantierte Herkunft des erzeugten Stroms.

einfachnaturstrom.ch

EKZ

3.7 Gastro & Festmobiliar

Mit der Firma Schützengarten/WEMAG AG konnte das Büüli Fäscht einen zuverlässigen und lokalen Partner gewinnen, der bereits rund 80% der Anbieter kannte. Somit wurde ein reibungsloser Liefer- und Pikettservice sichergestellt. Aufgrund von Partnerschaften mit Unterlieferanten und Marken, wurde ein Pflichtsortiment erstellt, dass zuerst Unmut auslöste, aber akzeptiert wurde. Der Bedarf an Festmobiliar und Kühlwägen brachte die Gastro-Logistik an ihre Grenzen und wurde zur regelrechten Materialschlacht. Die Zusammenarbeit mit TopCC und attraktiven Büüli Fäscht Angeboten wurde zu wenig genutzt und das Umsatzziel, dass Rückvergütungen eingebracht hätte, nicht erreicht.

Geliefertes Fest-Mobiliar:

- 135 Kühlschränke
- 26 Kühlwagen
- 75 Klapp Bar Elemente
- 45 Klapp Buffet
- 22 Durchlaufkühler
- 35 Stehtische

Zufahrten für die Anlieferung und Platzierung der Kühlwägen kann/muss optimiert werden. Nachlieferungen haben gut funktioniert.

Das reduzierte Konsumverhalten der Besucher: innen und tiefere Verkäufe (Umsatz) der Anbieter, macht sich in rund 70% Rücksendung bemerkbar. Je nach Platzierung im Festperimeter konnten gute und weniger gute Umsätze der Anbieter realisiert werden. Dies hat Auswirkungen auf budgetierte Rückvergütungen durch die Lieferanten.

Die Mehrweggeschirr und Jeton Lösung mit Cup & More hat sich als gut herausgestellt, trotz grossem Aufwand für die Anbieter. Das Feedback ist grösstenteils positiv.

Mit die Firma Schützengarten-WEMAG AG hat das Büüli Fäscht einen Partner bekommen, der über ein grosszügiges Sponsoring hinaus mit zusätzlichen Ressourcen und Leistungen für die Zufriedenheit der Anbieter gesorgt hat.

+ Partnerschaft Schützengarten-WEMAG AG
+ Sortiments Angebot
+ Festmobiliar Angebot
+ Zuverlässigkeit im Lieferservice
- Konsumverhalten der Besucher: innen
- Rücksendung der Anbieter
- Zufahrtswege bei Lieferungen
- Grosser Materialbedarf
- Pflichtsortiment
- Fremdgebinde auf Festgelände
- Lieferungen und Rücknahmen bei Auf-/Abbau

Entwicklungsziele Gastro

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Fest-Gastro	▪ Gastro Konzept	⇨ Überprüfung des Gastro Angebots und Fokus auf einen Gastro Partner ⇨ Pflichtsortiment weglassen ⇨ Preisempfehlung überprüfen	❖ Gastro Konzept ❖ Partnerschaft ❖ Sortimentsliste ❖ Preisliste
Fest-Mobiliar	▪ Angebot	⇨ Angebotskatalog aufgrund der Erfahrungszahlen anpassen	❖ Angebotskatalog ❖ Mobiliar Partner
Logistik	▪ Festperimeter	⇨ Platzierungen der Kühlwagen und Depots überprüfen ⇨ Zufahrten sicherstellen	❖ Zuteilungen Festperimeter
Partner	▪ Partnerschaften	⇨ Überprüfung der Exklusivität vs. Einnahmen ⇨ Rahmenbedingungen vs. Freigabe prüfen	❖ Nachfrage und Machbarkeiten geben Mess-barkeit vor
Mehrweggeschirr	▪ Cup & More	⇨ Vorbereitung & Koordination effizienter gestalten ⇨ Zahlungssysteme prüfen	❖ Verträge und Ablaufkonzepte
Angebot	▪ Sortimentsangebot	⇨ Sortiment reduzieren und einfach halten ⇨ 50cl PET anbieten, erleichtert auch Handhabung mit Cup & More	❖ Gastro-Konzept ❖ Sortimentskatalog
Perimeter	▪ Gastro-Formate	⇨ Gastro-Formate der Anbieter besser koordinieren (Stand / Bar / Festwirtschaft) ⇨ Anbieter besser, näher betreuen	❖ Festperimeter ❖ Koordination Anmeldung
Anbieter	▪ Anbieter Koordination	⇨ Anbieter besser, näher betreuen ⇨ Wirte Patent in die Verantwortung der Anbieter und/oder im Anmelde Packages integrieren	❖ Festperimeter ❖ Koordination Anmeldung

3.8 MarKom

Ein Stadtfest dieser Grösse braucht eine Auftrittskompetenz und Sichtbarkeit, die überzeugt. Mit der Logogestaltung und einem Marketingplan, der alle Marketingbereiche abdeckt, wurde diese Erwartung durch die Firma Studio Silvio Seiler erfüllt. Die grosse Aktivität auf Social Media wurde durch die ChameleON GmbH sichergestellt.

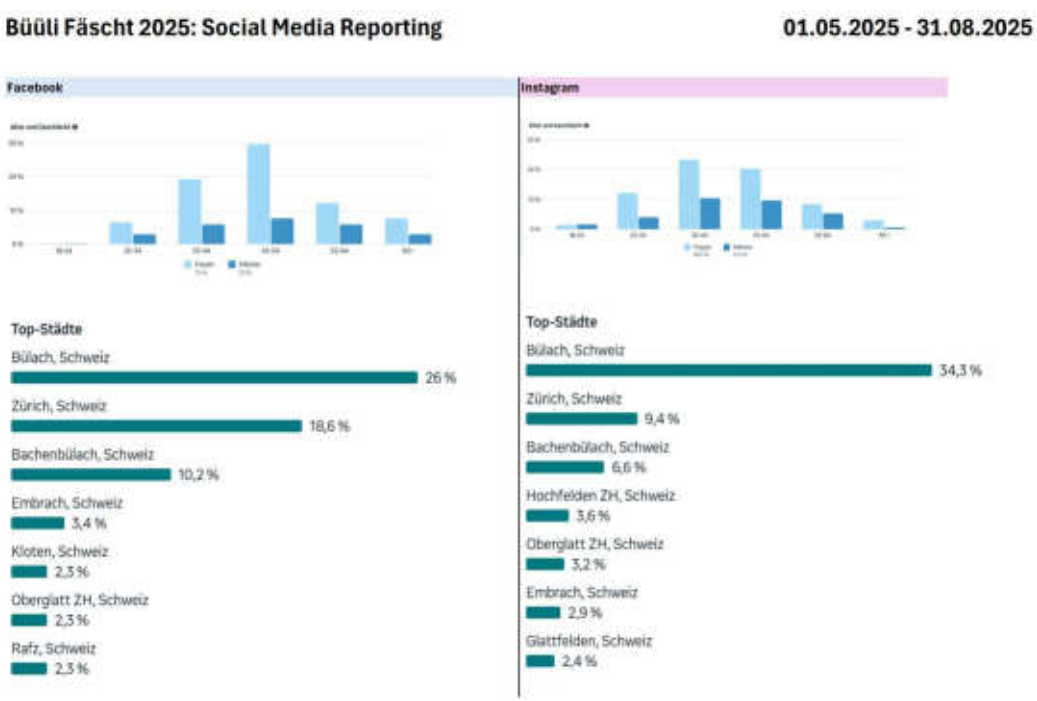
Im Verlauf der Planungsphasen stellt sich heraus, dass teils das Verständnis für die Region und die Nähe zu Bülach fehlte. Aufträge bei denen Termine nicht eingehalten wurden, sowie viele Anpassungen aufgrund von Veränderungen des Festperimeters generierten Mehraufwand. Eine Kostenreduktion konnte durch die Eigenbewirtschaftung der Webseite erzielt werden.

+ Auftrittskompetenz
+ Sichtbarkeit
+ Social Media
- Nähe zur Region
- Viele Variablen bringen mehr Aufwand
- Termintreue

Social Media Kennzahlen







Entwicklungsziele MarKom

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Auftrittskompetenz	▪ Büüli Fäscht	⇨ Logo Auftritt kann wieder verwendet werden ⇨ Story Telling 2030 (70 Jahre BF)	❖ MarKom Konzept 2030
Media Plan	▪ Media- & Aktivitätsplan	⇨ Aufgrund der Erfahrungs-werte anpassen und fokussieren ⇨ Timing der Aktivitäten überdenken	❖ Media- & Aktivitätsplan
Webseite	▪ Auftritt	⇨ Der Auftritt der Webseite muss einfacher und klarer werden	❖ Webseite Gestaltungen ❖ System ❖ Angebote
Social Media	▪ Aktivität	⇨ Hohe Aktivität und gute Zusammenarbeit mit ChameleOn benötigt keine Massnahmen	❖ Mediaplan
Printmedien	▪ Berechtigung	⇨ Die Berechtigung für Printmedien und Drucksachen überprüfen	❖ MarKom Konzept 2030

		⇨ Zuverlässigkeit gewährleiten	
Partner	▪ Regionalität	⇨ MarKom Partner aus der Region berücksichtigen	❖ MarKom Konzept 2030
Kommunikation	▪ Kommunikation	⇨ Kommunikationsplan mit richtigem Timing und Adressaten erstellen ⇨ Anwohner Kommunikation frühzeitig und mit 7 Kontakten	❖ Kommunikationsplanung

3.9 Partner

Das Ressort «Partner» wurde mit CHF 117'000 Mehreinnahmen und vielen Sachleistungen gegenüber den Vorgaben aus dem Rahmenkonzept, zur finanziellen Stütze des Büüli Fäscht 2025. Durch persönliches Netzwerk und Akquise konnte der grösste Teil an Partnern und Sponsoren bereits im Vorfeld für das grosse Stadtfest gewonnen werden. Im Nachhinein stellte sich heraus, dass diese frühe Akquirierung zu Herausforderungen mit Erwartungen und der Gestaltung von Festplätzen führte. Eine weitere Schwierigkeit zeigte sich im Bereich der Zuständigkeiten, unterschiedlicher Kommunikation und Verständnis zur Umsetzung der Partner-Leistungen. Aus der Komplexität der Partnerleistung und Ideen/Absichten zur Betreuung der Partner mit VIP-Status resultierte eine Ernüchterung in der Umsetzung. In der Einfachheit und Klarheit des Partner-Konzepts liegt das Potenzial für ein nächstes Stadtfest.

\+ Bereitschaft der Partner das BF 2025 zu unterstützen
\+ Mehreinnahmen gegenüber Vorgabe Rahmenkonzept
\- Komplexität der Partnerleistungen vs. Umsetzung
\- Kommunikation in der Partner Akquise
\- Klarheit Logointegration bei Drucksachen
\- Kontrolle der Umsetzung

Entwicklungsziele Partner & Sponsoring

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Partner Konzept	▪ Zu viele Partner Status ▪	⇨ Möglicherweise auf 5 reduzieren ⇨ Bei nächstem Partnerschaft Konzept INFRASTRUKTUR & LOGISTIK PARTNER sofort integrieren ⇨ Partnerstatus überprüfen ⇨ Zeitpunkt der Partner Zusagen in Media Plan MARKOM anpassen	❖ Partnerkonzept ❖ Partnerleistungen ❖ Media Plan
Partner Packages	▪ Logointegration auf Drucksachen	⇨ Drucksachen detaillierter definieren für die unterschiedlichen Partner	❖ Partnerkonzept ❖ Partnerleistungen ❖ Media & Aktivitätsplan
Partner Akquise	▪ Partnerleistung vs. Festperimeter	⇨ Bessere Kommunikation bzgl. Verantwortungen → klare Aufgabenverteilung ⇨ Packages müssen auf Festperimeter und Festangebot abgestimmt sein und Flexibilität zulassen	❖ Partnerkonzept ❖ Partnerleistungen ❖ Media & Aktivitätsplan ❖ Festperimeter

Partner Verträge	▪ Klarheit & Einfachheit	⇨ Partner-Packages einfacher, neutraler und verständlicher halten	❖ Partnerkonzept ❖ Partnerleistungen
Leistungen	▪ Partnerleistungen	⇨ Doppelspurigkeit vermeiden. (Beispiel: News-Beitrag über Partnerschaft und Werbung auf den Sozialen Medien) ⇨ Klarere Kommunikation welche Leistung bis wann angeboten wird, um Organisation zu erleichtern ⇨ Bessere Koordination «Partner» & «Marketing», um die verschiedenen Fälligkeitsdaten der Leistungen zu definieren	❖ Partnerkonzept ❖ Partnerleistungen ❖ Media & Aktivitätsplan
Material	▪ Give Aways Eröffnungsanlass	⇨ Geschenk (Trinkflasche Vetropack) Eröffnungsanlass ist gute Idee, weil es eine schöne Erinnerung ans «Büüli Fäscht» ist. ⇨ Aufwand und Qualität überprüfen	❖ Partner- und Eröffnungskonzept
MarKom	▪ Zuständigkeiten & Rollenverständnis ▪ Verantwortungsbereiche	⇨ Verantwortungsbereiche klären: was gehört zu «Marketing» und was gehört zu «Partner» Einladungen, Turm, Webseite ⇨ Einheitliche Darstellung durch MARKOM	❖ Partnerkonzept ❖ Partnerleistungen ❖ Media & Aktivitätsplan
Versteckte Welt	▪ VIP-Bereich ▪	▪ Einladung für exklusives Angebot für Partner bis zu Büüli-Partner = gute Idee, ▪ Angebot nicht angekommen ⇨ Kostenlose Lounge inklusive Apéro anbieten und extern vergeben	❖ Partner-VIP Konzept

3.10 Kultur & Gewerbe

Mit der «Kultur & Gewerbe» Welt wurde die Altstadt mit der Absicht ins Büüli Fäscht integriert, einen qualitativen hochwertigen Auftritt mit einem Mix aus Kultur-Vereine-Gewerbe zu realisieren. Kleinere und abwechslungsreiche Gastrobereiche im Zusammenspiel mit künstlerischen Darbietungen und musikalischer Untermalung. Diese Absicht konnte in die Tat umgesetzt werden und wurde von den Besucher: innen sehr geschätzt. Die grosse Herausforderung bestand in der Erfüllung aller Anbietererwartungen, der Sicherheits-Koordination im engen Perimeter und der möglichst geringen Belastung der Anwohner.

+ 20 integrierte Kultur- Schaffende / Vereine
+ Breites Programm zeigt die Vielfalt von Kultur-Gewerbe-Vereinen
+ Darbietungen und Bühnenauftritte wurden zeitlich und räumlich gleichmässig verteilt
+ Mit notwendiger technischer Einrichtung ausgekommen
- Wenig teilnehmendes Gewerbe
- Wenig freiwillige Helfer: innen
- Angebot & Perimeter herausfordernd

Entwicklungsziele Kultur & Gewerbe

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Anwohner & Anbieter	▪ Anwohner & Anbieter	⇨ Bewusstsein für engen Perimeter und Belastung der Anwohner & Liegenschaften Besitzer stärken ⇨ Kommunikation frühzeitig, Verständnis abholen, Adresslisten kontrollieren ⇨ Standorte-Zuteilungen der Anbieter überprüfen	❖ Altstadt-Perimeter Konzept ❖ Anmeldewesen
Musik-Angebot	▪ Dj's und Konzerte	⇨ Kasernenstrasse und untere Bahnhofstrasse eigenen sich nicht für Konzerte oder Dj Aktivitäten, Standorte neu definieren ⇨ Vielfalt hat gepasst und versuchen zu halten ⇨ Prüfung von «Konzert-Area» ⇨ Koordinations Aufwand ist gross und muss optimieret, konzentriert werden	❖ Festprogramm ❖ BF-Konzept ❖ BF-Perimeter
Kultur-Angebot	▪ Vielfalt	⇨ Bülach bietet viel an Kultur, die eventl. noch mehr integriert werden kann ⇨ Projekte die Kosten generieren, im Vorfeld die Finanzierung sichern (Sponsoring) ⇨ Koordinations Aufwand ist gross und muss optimieret, konzentriert werden	❖ Festprogramm ❖ Kulturprogramm
Programm	▪ Festprogramm	⇨ Fest-Programm-Koordinator für Musik, Kultur und Darbietung rekrutieren ⇨ Vielfalt sichern	❖ Konzept ❖ Funktions-beschreibungen ❖ Vereins & Angebotsliste
MarKom	▪ Aktivitätsplan	⇨ Angebot in Abstimmung mit Aktivitäts- und Media-Planung	❖ Aktivitätsplanung

3.11 Unterhaltung

Das neue Unterhaltungs-Konzept im Freibad war qualitativ ein Grosserfolg. Auf der Kosten und Einnahmenseite muss diese Fest-Welt leider als Enttäuschung bezeichnet werden.

Die positiven Rückmeldungen und die Aussenwahrnehmung haben die Erwartungen weit übertroffen. Die Atmosphäre, die Gestaltung und das Musikprogramm haben alle Generationen angezogen und begeistert. Pea Webers Friday Night und Silent Disco waren für Bülach eine Premiere, im Besonderen in der speziellen «Location» Freibad. Der Day Dance tagsüber bekam erst gegen Abend richtig Schwung, hätte im Nachhinein aus Sicht der Einnahmen, nicht um 22:30 von der Silent Disco abgelöst werden sollen. Die Anwohner haben die Reduktion der Emissionen geschätzt und die Besucher: innen waren von dem neuen Format begeistert. Über alle drei Tage wurde zu wenig konsumiert, was Einfluss auf die Deckung der Fixkosten hat. Ebenso war die Sicherstellung von Logistik- und Sicherheit eine Herausforderung.

+ Festplatz «Location» Freibad
+ Pea Webers Friday Night
+ Silent Disco
+ Image und Rückmeldungen
- Konsumverhalten
- Logistischer Aufwand
- Dimension
- Abstimmung Sponsor auf Platz

Entwicklungsziele Unterhaltung

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Festplatz	▪ Freibad	⇨ Überprüfung, ob der Festplatz Freibad geeignet ist	❖ Festperimeter vs. Angebot
Gastro-Angebot	▪ Konsumverhalten	⇨ Das Gastroangebot und die Grösse der Infrastruktur auf das Konsumverhalten anpassen	❖ Sortimentskatalog ❖ Infrastruktur
Programm	▪ Musik-Programm	⇨ Unterschiede zum restlichen Festprogramm definieren ⇨ Pea Weber & Silent Disco Erfolg analysieren	❖ Unterhaltungskonzept
Infrastruktur	▪ Infrastruktur Grösse	⇨ Überprüfungen der Infrastruktur Dimension in Abstimmung mit Unterhaltungsprogramm und Adressaten	❖ Unterhaltungskonzept

3.12 Anbieter & Aussteller

Während der Aufbauphase wie auch an den Festtagen, waren die OK-Mitglieder nahe an der Basis und haben in Gesprächen Rückmeldungen erhalten oder Inputs abgeholt. Der OK-Präsident hat an allen drei Festtagen die Standbetreiber 4–6-mal besucht, was positiv wahrgenommen wurde und je nach Problemstellung, Sofortlösungen geboten werden konnten. Über alles gesehen können die Rückmeldung mit einer 90% Zufriedenheitsquote benannt werden. Gelobt wurde die Attraktivität, die Sicherheit, die Sauberkeit sowie die Zuverlässigkeit im Bereich Logistik. Konstruktive Feedbacks oder Kritikpunkte gab es zur Strom-Stabilität, Platzierung von gleichen Branchen und der Komplexität in Bezug auf Jeton-System beim Mehrweggeschirr.

Aus Sicht des OK's muss der Anmeldeprozess und die daraus resultierten Zuteilungen optimiert und die Teilnahmekosten kompakt und transparent gehalten werden. Es gab zu viel Interpretationsspielraum und Nachverrechnungen wie z.B. Patent, Strom und Wasserverbrauch. Absicht sind Anbieter-Packages, die alle Kosten beinhalten und im Vorfeld verrechnet werden.

+ Präsenz der Sicherheits-Mitarbeitenden
+ Präsenz der Entsorgungs-Mitarbeitenden
+ MarKom, Sichtbarkeit und Auftrittskompetenz
+ Betreuung und Nähe des OK's zu den Anbietern
+ Vielfalt und Breite des Angebots für die Besucher: innen
- Strom Stabilität und teils späte Installation
- Fehlende Wasseranschlüsse (meistens nicht bestellt)
- Öffnungszeiten: längere Musikbewilligung/Sonntag bis 19:00 (Abendessen)
- Standzuteilungen-Branchen / Abstimmung Chilbi & Budenstadt mit BF-Perimeter
- Nachtwächter am Donnerstag erschwert Aufbau
- Kasernenstrasse & Bahnhofstrasse nicht geeignet für Party-Bühnen/Bars

Entwicklungsziele Anbieter & Aussteller

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Anbieter & Perimeter	▪ Anmeldewesen	⇨ Das Anmeldewesen strikter, konkreter und digital durchführen ⇨ Klare Packages ohne Variablen und inkl. allen Kosten ⇨ Festperimeter überdenken und Angebots-Koordination (grosser Perimeter und grosse Anzahl Anbieter, mindert Umsätze) ⇨ Stadthallen Areal mit Kiesplatz, Allmendstrasse und Stadthallen PP neu konzipieren ⇨ Kommunikation mit 7 Kontakten	❖ Anmeldeprozess ❖ Anbieter Packages ❖ Festperimeter ❖ Budget
Gastro-Angebot	▪ Sortimentskatalog	⇨ Pflichtsortiment vs. Rückvergütungen analysieren ⇨ Preisempfehlung überdenken ⇨ Einheiten & Gebinde prüfen	❖ Siehe Ressort Gastro

3.13 Anwohner & Liegenschaften Besitzer

Dem Ok war es von Anfang an wichtig, die Anwohner frühzeitig zu informieren und in Emission- sowie Zufahrts-Thematiken zu involvieren. Dies wurde ab März 2025 mit Informations- und Anwohnerveranstaltungen, mit Informationen auf der Webseite und in Social Media, sowie mit Anwohnerschreiben & Parkkarten, die mit persönlichem Einsatz in den Briefkästen deponiert wurde, umgesetzt. Trotz diesen mehrmaligen Kontakten und Berührungspunkten, wurde dieser Bereich unterschätzt und das Resultat war für alle Beteiligten nur teilweise zufriedenstellend.

+ Persönlicher Einsatz des Ok's bei der Problemlösung und Gemüter Beruhigung
+ Grösstenteils Verständnis
- Adressliste Liegenschaften Besitzer Stadt Bülach war nicht vorsortiert.
- Anwohnerliste für Parkkarten wurde die gleiche übernommen wie am Weihnachtsmarkt, diese zeigte Fehler auf. Anwohner, die am Weihnachtsmarkt eine Parkkarte bekommen, waren nicht auf der Liste = Nachbearbeitung.
- Dass Anwohner nicht an Informationsveranstaltungen kommen oder sich nicht auf der Webseite die Informieren, wurde unterschätzt.

Entwicklungsziele

Bereich	Inhalt	Massnahme	Messgrösse
Datenbank	▪ Adressaten	⇨ Adressatenliste muss aktuell sein ⇨ Persönliches Wissen zur Kontrolle nutzen	❖ Adressliste ❖ Abstimmung Stadt Bülach
Parkkarten	▪ Parkkarten	⇨ Frühzeitig Kontakte Pflege und mit Stadt Zuteilungen definieren	❖ Adressliste ❖ Abstimmung Stadt Bülach
Kommunikation	▪ Ganzheitlich	⇨ Frühzeitige und wiederholte Kommunikation über Zufahrten, Sperrungen und PP	❖ Kommunikationskonzept

Stellvertretend für viele Rückmeldungen, nachfolgende Kommentare:

Jungs, das hat gerockt! Danke herzlich für euren Einsatz und die Organisation! Es war streng, aber die Stimmung hat mich, und ich hoffe Euch auch, getragen! TOP! Hoffe ihr konntet es auch geniessen! Als Vorschlag könnte die Stadt Bülach wie in Kloten am Stadtfest die Cup and More Rechnungen übernehmen. Sauber und nachhaltig. (Sarah Hiltebrand)

- Cup and more 👌
- Sicherheit 👌
- Ihr selber 😍 👌
- Angebot und Unterhaltung 🔥 👌

Ein grosses Dankeschön für das lässige Fest und die tolle Organisation. An die vielen Freiwilligen, den Vereinen Ein Fest der Superlative. Alle fröhlich, zufrieden es zeigt Gemeinsam in Frieden Festen geht!! Danke. (Christine Rüedi. Bülach)

Liebes OK Büüli Fäscht
Ich bin eine Heimweh-Bülacherin, seit einigen Jahren im Aargau zuhause.
Meine Eltern wohnen noch immer in Bülach und unser Sohn spielt - trotz der langen Anfahrt - bei den Junioren des EVDN/EHC Bülach Eishockey.

Es ist immer wieder schön, nach Büli zu kommen, aber mit dem Büüli Fäscht 2025 habt Ihr Euch selber übertroffen.
Das war einfach der Hammer!

Wir haben...
... den leckersten Vegi Burger EVER gegessen
... mehr als eine Portion Churros verdrückt
... die Aussicht vom Riesenrad genossen
... uns auf den Achterbahnen heiser geschrien
... in der Badi unter freiem Himmel getanzt
... mit superleckeren Moktails auf das Leben angestossen
... uns im Allianz Kino gratis 'Raus aus dem Teich' angesehen
... uns vom Kirchturm abgeseilt
... uns quer durch alle Länder geschlemmt
... das Wochenende kostenlos in der Badi ausklingen lassen

Bis hin zum Wetter war einfach alles perfekt!
Wir danken Euch allen herzlich für Euer Engagement.
Es war ein superschönes Wochenende, wir sind rundum zufrieden und werden noch lange gerne daran zurückdenken.

Herzliche Grüsse,
Katja & Familie

Hallo zusammen, es ist schon wieder Geschichte eures Büüli Fäscht, ich möchte mich Persönlich bei euch allen inkl dem Vorstand des Büüli Fäscht bedanken!! Es war eine unglaublich intensive und seht tolle Zeit mit allen zusammen! Ich persönlich hatte mit Dir Adrian und dir Mischa am meisten direkten und sehr professionellen Kontakt!! Ihr alle wart zu jedem Zeitpunkt egal wann und wie immer sehr spontan und mehr als zuverlässig!!! Ich denke wir hören uns sowieso ganz bald wieder aber wie gesagt möchte ich euch recht herzlichen Dank zu kommen lassen!! Ganz

Grosses Kino echt!!! Danke für alles und bis gli, ihr alli händ das Super uf bei gstellt DANKE für ALLES!!! (Robert Zingg)

Guten Tag Herr Nussbaum

Das Spitex Team sendet einen Dankesgruss. Die Verkehrsführung war perfekt und dank der Festkarte gab es zeitlich keinen grossen Mehraufwand. Kurzum unsere Klienten hatten keine zusätzlichen Wartezeiten 😊

Lieber Mischa
Ich möchte mich noch im Namen der Musikschule an dieser Stelle bei dir herzlich bedanken, für das gelungene Büülifäscht.
Dass wir die Zeitslots auf der Altstadt-Bühne ausfüllen durften. Hat alles geklappt, wir hatten viel Publikum.
Hier folgen noch ein paar Impressionen,
LG und eine gute Zeit! Christoph

Liebes OK Bülifäst

Ein grosses Lob für dieses fantastische Fest.
Ich hätte nicht im Traum daran gedacht, dass das sonst nach mir eher langweilige Bülach es zustande bringt ein Fest dieser Art auf die Beine zu stellen. Sicher, sauber und abwechslungsreich. Wir haben es extrem genossen. Vielen lieben Dank für diese tollen, bunten drei Tage. Von A-Z perfekt…

Beste Grüsse
Fam. Schenkel

Guten Tag

Ich möchte mich herzlich bedanken für die tollen Tage am Bülifäscht.
Von der Professionalität und Vielseitigkeit der regionalen Bands war ich überrascht.
Die verschiedenen Themenwelten waren gut gewählt. Die Kinderwelt war aufregend und es hatte für Alle etwas dabei.
Wenn die Chilbi zu laut wurde, konnte man einfach an die nächste Attraktion weiterziehen.
Ich kann mir nur vorstellen, wie unfassbar aufwändig es ist, ein solches Fest auf die Beine zu stellen. Ich bin um Bülach aufgewachsen und staune, wie sich die Stadt in den letzten Jahren entwickelt hat. In vier Jahren bin ich bestimmt wieder dabei 😊

Vielen Dank nochmals. (Manuela Gehring)

Wir möchten Ihnen ein Kompliment machen, es ist alles sehr gut abgelaufen am Büülifäscht, das ja direkt vor unserer Haustüre stattfand. Wir sind Beide Urbülacher also Einheimische. Es war sehr gut zuunterst beim Brunnen eine Art Ein - und Ausgang zu machen für die vielen Leute. Auch die WCs waren an einem guten Ort. Vis à vis.

Mit den Vereinen konnte man gut sprechen, bei uns darf man nichts in die Dolen = Gullys leeren sonst geht es sofort in den Sechtbach und dann in die Glatt und dann in den Rhein. Mein Mann hatte auch alles abgeklebt damit nichts passiert.

Bitte das Nächstemal wieder so einteilen, das wäre toll.
DANKE SCHÖN

Freundliche & Herzliche Grüsse
Familie Gollich

Liebes Organisationskomitee des Büüli-Fäschts

Von Herzen möchte ich mich für das grossartige Büüli-Fäscht von vorletztem Wochenende bedanken!

Ob Sommergarten, Partywelt mit Chilbi und Disco oder unsere wunderschöne Altstadt mit liebevoll geschmückten Beizen und kulinarischen Highlights – die abwechslungsreiche Mischung aus Vereinen, Gastronomie und Musik hat das Fest zu einem einmaligen Erlebnis gemacht. Die fröhliche Stimmung unter den Besucherinnen und Besuchern und das herrliche Wetter rundeten das Wochenende perfekt ab und lassen mich noch lange mit Freude daran zurückdenken.

Ein grosses Dankeschön für Ihren engagierten Einsatz und all die schönen Momente, die Sie uns damit geschenkt haben!

Freundliche Grüsse
Cécile Widmer

Hoi lieber Jürg
Ich möchte dir auf diesem Weg als OK Präsi vom Büüli-Fäscht persönlich sagen: Es war rundum ein tolles Büüli-Fäscht! Und das sagen begeistert und lobend viele Leute um mich herum! Die Stimmung war genial, das Wetter traumhaft, und da waren die vielen fröhlichen, aufgestellten und zufriedenen Leute in allen Generationen, die vielen Begegnungen und Gespräche, Essen und Trinken, die super Idee mit den 8 Welten und das Programm mit den vielen Angeboten! Für jeden gabs etwas! Super auch die Abfallorganisation, genügend Toiletten, Ich könnte noch vieles aufzählen. Einfach mein grosses Kompliment und Dankeschön an euch Organisator:innen!
An dich, Jürg!
Viele von uns fragen sich jedoch: Wo blieb nach dem Fest diese positive Berichterstattung samt Dank in Zeitungen, Stadtblatt App....., Nichts und nirgends ein begeisterter Bericht.
Nirgends eine Plattform für Feedbacks aus dem Volk...Schade! Wo blieb das Hängen????

Und nun noch das einzige, woran "etliche" Besuchende und Anwohnende litten: Der laute, dröhnende Bass bei den "Musikstationen" Sonnenhof, Kasernenstrasse, auch beim Surberplatz. (Die zwar punkt 02.00 Uhr verstummten 👍) Ich liess mir mehrfach sagen: Das muss so sein!!!! Standard! Erlaubt! Das muss man aushalten können!!!!!
Darum: Was will ich da als alte Frau von gestern noch sagen??????
Ganz herzliche Grüsse dorthin, wo du gerade weilst! Rägi Hagger
(Auch Meinung von Jim)






Bülach 22. September 2025
OK Büüli Fäscht 2025
Jürg Hintermeister
OK-Präsident