



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

SPORT & TOURISMUS

**DIE WIRTSCHAFTLICHE UND
GESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES
SPORTTOURISMUS IN ALPINEN
REGIONEN**

Eine Diskussion am Beispiel von Sportgroßveranstaltungen
im alpinen Skisport

Vortrag beim ITB Hochschulforum 2007
Berlin, am 8. März 2007

ROLAND BÄSSLER



1



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Themen des Vortrages

- Megabereich Sport – Megabereich Tourismus
→ Sporttourismus**
- Sportgroßveranstaltungen**
- Wirtschaftliche und gesellschaftliche Effekte
von Skisport-Großveranstaltungen**
- Kritische Betrachtung der touristischen Kraft von
Sportevents**
- Resümee und Herausforderungen für die Zukunft**



2

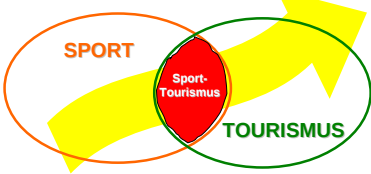


FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

1. Megamärkte





3



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Megabereich **SPORT**



- Sportaffinität und Sportengagement
- Sportaktivitätsumfang
- Sportartenpräferenzen
- Sportgroßveranstaltungen/Sport-Events



4



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

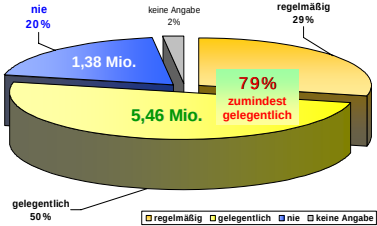
Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Häufigkeit sportlicher Betätigung

Frage: „Geben Sie bitte zur nachfolgenden Tätigkeit an, ob Sie diese regelmäßig, gelegentlich oder nie in Ihrer Freizeit ausüben“

Sport betreiben



Projektionsbasis 2005:
6.915.600 EW

Quelle: FESSEL-GIK, LIFESTYLE 2005,
Österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren; N=4.000



5

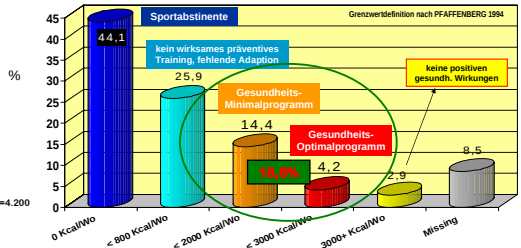


FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

(Sport-)Aktivitätskategorien nach dem Energieverbrauch



Grenzwertdefinition nach PFAFFENBERG 1994

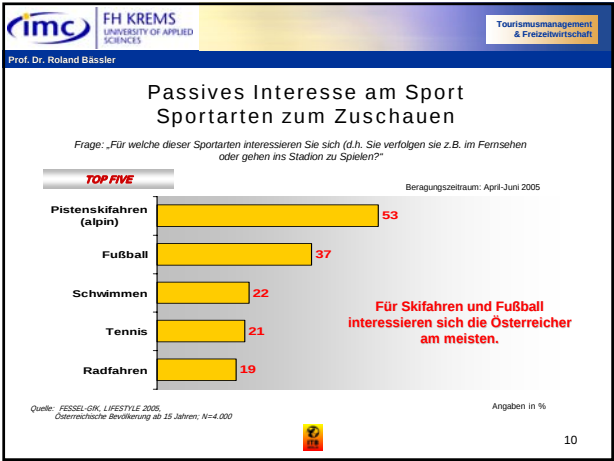
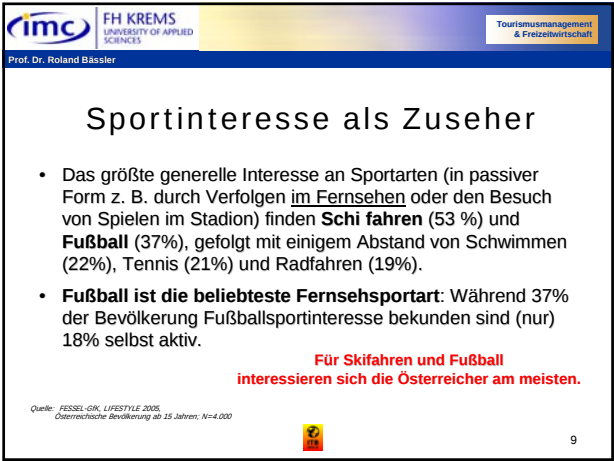
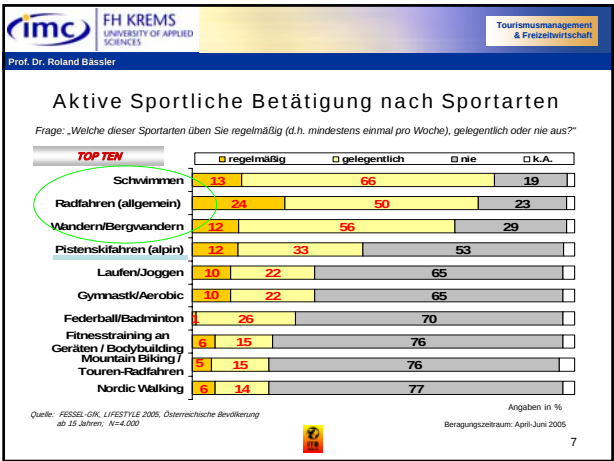
N=4.200

Datenbasis: Fessel-GIK LIFESTYLE 1998, n=4.200
Bevölkerung in Österreich ab 15 Jahren

Quelle: Bässler, R. (2004), Sport
und Gesundheit, Wien, S. 12.



6



Prof. Dr. Roland Bässler

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft

Die wirtschaftliche Effekte des Sports in Österreich 1997

	direkte & indirekte Wertschöpfung	Beschäftigungseffekte
Kernsektor „Sport“ Vereine, Sportartikel, Öffentlicher Bereich mit Umsätzen für Sachausgaben und Personalkosten, Sportstätten & SOVA, Sportartikelhandel (Handelsspanne), Medien, Seilbahnen (Transportleistungen im Kernbereich u. im Sporttourismus), Investitionen	2,28 Mrd. €	43.300 Beschäftigte
Sporttourismus	2,25 Mrd. €	51.400 Beschäftigte
Konsumeffekte der Beschäftigten des Sektors Sport	0,71 Mrd. €	
Summe	5,24 Mrd. € 2,87% des BIP	96.700 Beschäftigte 2,5% aller Berufstätigen

Quelle: Dachs u.a. 2000 (NW)

11



imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Die Erschließung der Landschaft durch die Eisenbahn



1854 Semmeringbahn
1884 Arlbergbahn

13

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Soziale Aspekte in der Entwicklung des alpenländischen Fremdenverkehrs

- **Charakteristische Merkmale in der Entwicklung des österreichischen Fremdenverkehrs**
 - Rasantes Tempo touristischer Erschließung in der Nachkriegszeit
 - Der Tourismus entwickelte eine Art Eigendynamik
 - Die touristische Infrastruktur gründet sich auf den damaligen existenziellen Zwänge der bäuerlichen Bevölkerung
- **Die bäuerliche Bevölkerung und die neue Welt**

14

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Die bäuerliche Bevölkerung und die neue Welt

Die neue Welt

Die Tourismuslawine wirkte sich auf die bäuerlich orientierte Bevölkerung in den Alpentälern wie ein Zeitsprung aus – Kultur und Tradition wurden verkauft, verkitscht, über Bord geworfen. Die Einheimischen haben sich selbst den Boden unter den Füßen weggezogen.

Die Konsequenzen für das radikale Umschwenken auf das große Geschäft mit den Fremden für die bäuerliche Bevölkerung war der Verlust der gewohnten Umgebung, des tradierten Wertesystems und der angestammten Lebensgrundlage. Dinge, die fest im Gedankengut der Menschen verankert waren und nicht von heute auf morgen austauschbar sind. Der Tourismus muss der konservativen Landbevölkerung wie ein Zeitsprung vorgekommen sein, und auch wenn sie die Zeitmaschine dabei selbst angekurbelt haben – sie sind ungewollt in einer ganz anderen Welt aufgewacht.

Quelle: Schönberger 1994, 47ff.

15

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Urlaubsreisen der Österreicher/innen 2005



- **Reiseteilnahme: 67,8%**
 - dh. fast 68% der ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren haben 2005 zumindest eine Urlaubsreise (mit mindestens einer Übernachtung) im In- oder Ausland durchgeführt
 - das sind **4,61 Mio. ÖsterreicherInnen**

Quelle: Statistik Austria – Urlaubsreisen 2005

Methode: Vertikale Befragungen bei rund 3.000 repräsentativ ausgewählten im Inland wohnhaften Personen über 15 Jahren (Nettoschicht) verteilt über Gesamt-Österreich. Telefonbefragungen (CATI). Urlaubsreisen mit mindestens einer Übernachtung (getrennt nach Kururlauben mit 1 bis 3 Übernachtungen und Haupturlaubsreisen ab vier Übernachtungen). Panel-Untersuchung (jede Person wird vier Mal zur Reisebereitschaft im abgelaufenen Quartal befragt).

16

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich 2004

- ♦ **Direkte Wertschöpfungseffekte des Tourismus** (einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen) : **15,258 Mrd. €**
- ♦ **Anteil an der Gesamtwertschöpfung (BIP): 6,4%** (Prognose 2006: 6,5%)
- ♦ **Direkte Wertschöpfungseffekte des Tourismus** (ohne Dienst- und Geschäftsreisen) : **14,225 Mrd. €**
- ♦ **Anteil an der Gesamtwertschöpfung (BIP): 6,0%** (Prognose 2006: 6,0%)
- ♦ **Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte des Tourismus** (ohne Dienst- und Geschäftsreisen) : **20,88 Mrd. €**
- ♦ **Anteil an der Gesamtwertschöpfung (BIP): 8,8%** (Prognose 2006: 8,8%)

Quellen: Statistik Austria (STAT) und Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO)

17

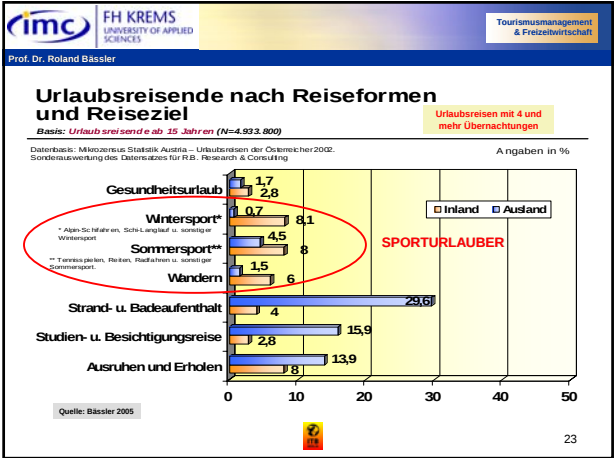
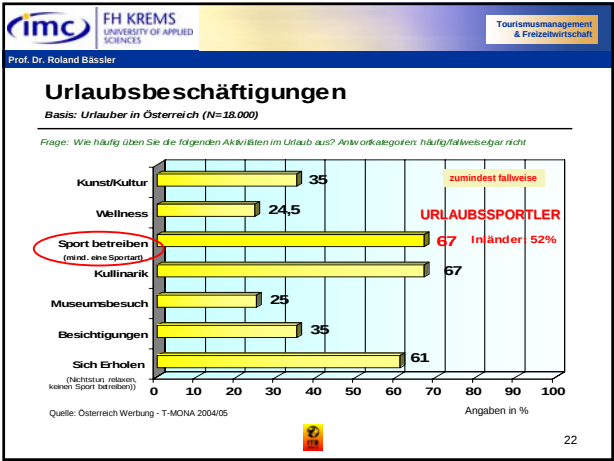
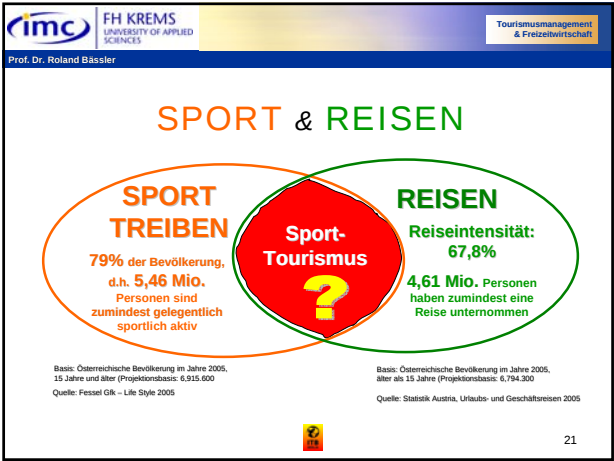
imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbeschäftigung 2004

- ♦ **Erwerbstätige in den charakteristischen Tourismusindustrien: 267.518**
- ♦ **Erwerbstätige (Vollzeitaquivalente – VZÄ)**
- ♦ **Das sind 7,7% der Erwerbstätigen der Gesamtwirtschaft**
- ♦ **Unter Berücksichtigung direkter und indirekter Tourismus-Beschäftigungseffekte: 456.450 VZÄ**
- ♦ **Das sind 13,2% aller Erwerbstätigen (VZÄ)**
- ♦ **Effekte des nicht-touristischen Freizeitkonsums (am Wohnort): Etwa 300.000 VZÄ**
- ♦ **Das sind etwa 8,5% aller Erwerbstätigen (VZÄ)**
- ♦ **Direkte und indirekte Beschäftigungseffekte der inlandswirksamen Aufwendungen für den nicht-touristischen Freizeitkonsum am Wohnort und den touristischen Konsum: Etwa 750.000 VZÄ**
- ♦ **Jeder 5. Arbeitsplatz wird durch den Tourismus generiert!**

Quellen: Statistik Austria (STAT) und Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO)

18





FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler



SPORT-TOURISMUS



Sport-Tourismus Markt(-anteile) unter (Urlaubs-) Reisenden:

- Aktivurlauber (Sport im Urlaub)** (mindestens eine Sportart, zumindest fallweise):
 - 67% der Österreich-Urlauber (gesamt)
 - 52% der österreichischen Österreich-Urlauber
- Sporturlauber:** 8-12% der Urlauber
- Sport-Trainingsreisen(de):** 1-2% der Urlauber
- Sport-Wettkampf-Reisen(de):** < 1% der Urlauber
- Sport-Zuschauer (Event-Reisende):** 2% der Urlauber
- Sport-Geschäftsreisen(de):** < 1%

Quelle:
Österreich Werbung,
T-MONA 2004/05

Quelle: eigene
Berechnungen



25

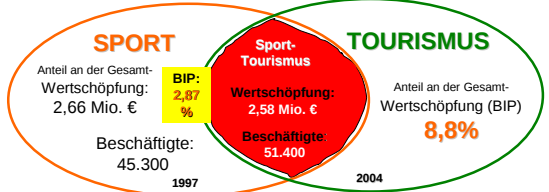


FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

WIRTSCHAFTSFAKTOR SPORT-TOURISMUS



Quelle: Dachs u.a. 2000 (IW)
Basis: Wirtschaftsmarkt Österreich im Jahre 1997.

Quellen: Statistik Austria (ST-AT) und
Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO)
Basis: Wirtschaftsmarkt Österreich im Jahre 2004.



26

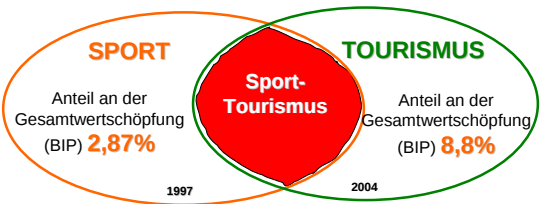


FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

WIRTSCHAFTSFAKTOREN



Quelle: Dachs u.a. 2000 (IW)
Basis: Wirtschaftsmarkt Österreich im Jahre 1997.

Quellen: Statistik Austria (ST-AT) und
Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO)
Basis: Wirtschaftsmarkt Österreich im Jahre 2004.



27



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports und des Sporttourismus

Ökonomische Effekte des „Sports“ (1997)		
Kategorie	Sport (Kernbereich)	Sporttourismus
Direkte und indirekte Produktionseffekte	3,874 Mio. €	4,193 Mio. €
Direkte, indirekte Wertschöpfung und Wertschöpfung aus Konsumeffekten (Wertschöpfungseffekte)	2,660 Mio. €	2,580 Mio. €
„Sport“-Anteil am BIP	2,87%	
Direkte und indirekte Beschäftigung (Beschäftigungseffekte)	45.300 Beschäftigte	51.400 Beschäftigte

Quelle: Dachs u.a. 2000 (IW), S.192f.



28



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

2. Sportgroßveranstaltungen und Events im Sport





29



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Events im Sport

... immer
„größer,
besser,
teurer“





30



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Events im Sport

... und ihr Bezug zum Tourismus



31



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Vielfältigkeit der Events

Typologie nach der Größe der Events

- Mega-Events („Hallmark-Events“)
- Medium-Events
- Mini-Events



32



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Umfeldbereiche und Effekte von Sportgroßveranstaltungen

SGVA

Ort & Region
Destination & Land

ÖKONOMIE

Steuereffekte
Effekte am Werbe- und Medienmarkt
Imageeffekte
Kompetenzeffekte
Physiologische Überlastungseffekte
Verdrängungseffekte

Tourismuseffekte

Budgeteffekte

INDIVIDUUM & GESELLSCHAFT

Polarisierung der Bevölkerung
Beitrag zur Völkerverständigung
Soziale Benachteiligung
Identitätsfunktion
Partnerschaften u. Netzwerke
Gesteigertes Selbstwertempfinden u. soziale Anerkennung
Integrationsfunktion
Erhöhte Kriminalität
Verstärkung des Sportinteresses

ÖKOLOGIE

Effekte aus Versorgung und Entsorgung
Verkehrseffekte
Effekte aus Baumaßnahmen und naturräumlichen Veränderungen

INFRASTRUKTUR

Effekt der Erhöhung der Lebensqualität der Bevölkerung

POLITIK

Imageeffekte für einzelne Politiker & Parteien

Quelle: Eigene Grafik

33



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

3. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Effekte von Skisport-Großveranstaltungen

34



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler



35



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Prof. Dr. Roland Bässler

Zahlen – Daten -Fakten

- Lage: Österreichische Alpen, am Fuße des Arlbergpasses, auf 1.284 bis 1.304m über NN
- Etwa 2.500 Einwohner, vor 100 Jahren weniger als 500 EW
- Wiege des Alpinen Skilaufs (St.Christoph/St.Anton)
- 1884 Fertigstellung der Arlbergbahn (mit Arlbergtunnel)
- Fremdenverkehr: Beginn 1895, starke Zunahme ab 1955, Quantensprung in den 60er-Jahren
- Wandel von bäuerlicher Gesellschaft zur Dienstleistungsgesellschaft (Fremdenverkehrswirtschaft) i.B. in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts.
- 60% der Einwohner im Tourismus beschäftigt, indirekt sind fast alle EW mit dem Tourismus verbunden. Der Tourismus dominiert die nahezu monostrukturierte Wirtschaft am gesamten Arlberggebiet.

36

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

FIS ALPINE SKI WM 2001 St. Anton Arlberg

28. Jänner bis 10. Februar 2001

- 10 Bewerbe
- 25 Läufe (Training und Rennen)
- 1.450 Starts
- 320 Aktive
- 700 Offizielle (Trainer, Betreuer, Ärzte, Serviceleute)
- 350.000 Besucher

37

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

FIS ALPINE SKI WM 2001 St. Anton Arlberg

Eröffnung

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

FIS ALPINE SKI WM 2001 St. Anton Arlberg

Zielstadion

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

FIS ALPINE SKI WM 2001 St. Anton Arlberg

Menschenmassen

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

FIS ALPINE SKI WM 2001 St. Anton Arlberg

KOSTEN

Investitionen in der Vorbereitungsphase: Rund 320 Mio. €

- **Infrastrukturmaßnahmen: 60 Millionen Euro** u.a. für Bau des Wellness- und Kommunikationszentrums **ARLBERG-well.com**, ein zentrales Zielstadion, die Erweiterung von Liftanlagen und Pisten sowie Verbesserungen im Skigebiet inklusive neuer Bergbahnen und Beschneiungsanlagen.
- **150 Millionen Euro** für die Verlegung des Bahnhofs und der Bahnlinie aus dem Ortskern heraus.
- Rund **110 Millionen Euro** privates Engagement der Unternehmer für umfangreiche Serviceverbesserungen, Modernisierungen und Renovierungen der Hotels und Häuser

Investitionen in der Durchführungsphase: 60 Mio. €

Quelle: Informationsbüro St. Anton

41

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

FIS ALPINE SKI WM 2001 St. Anton Arlberg

Ökonomische Effekte (1)

- Verlegung des Bahnhofs und der Bahntrasse
- Infrastrukturbauten (WM-Halle u. Medienzentrum → Wellness- und Kongresszentrum, Zielhaus/Zielstadion)
- Neue Bergbahnen, Komfortverbesserungen, Erweiterung der Beschneiungsanlagen, zusätzliche Pisten
- Investitionen durch Erweiterung, Renovierung und Qualitäts-/Komfortverbesserung des Hotel- und Gastronomieangebotes

- Einnahmeausfälle bei den Bergbahnen: 2,6 Mio. €
- Umsatzeinbussen bei Beherbergungsbetrieben (Verdrängung der Stammgäste und Rückgänge bei Nebenkonsumationen)
- Umsatzeinbussen bei Skihütten
- Umsatzeinbussen bei Schischulen
- Umsatzeinbussen in Sportgeschäften

Quelle: Schlussbericht Koordinationsstelle St. Anton

42

Prof. Dr. Roland Bässler

Ökonomische Effekte (2)

- **Beschäftigungseffekte** von neuen Arbeitsplätzen
- **Umsätze** durch Bauarbeiter und Technikerpersonal
- „**Baustellentourismus**“
- Umsätze durch WM-Besucher →
- Umsätze durch Wettkampftross
- Umsätze durch Berichterstatter
- Umsätze durch das OK, Volontäre und sonstige Helfer
- Erhöhung der Ortstaxe um 38%

Quelle: Schlussbericht Koordinationsstelle St.Anton

43

Prof. Dr. Roland Bässler

Ökonomische Effekte (3)

- **Imageeffekte** durch weltweit gigantische Medienresonanz → Werbe-Etat von 60 Millionen Euro
- **Nachhaltige Steigerung der Gästezahlen** (+11,6% ÜN) →
- **Networking**: Wirtschaftskontakte und politische Kontakte
- **Kompetenzbestätigung**
- **Ausbau internationaler Partnerschaften und Netzwerke**

Quelle: Schlussbericht Koordinationsstelle St.Anton

44

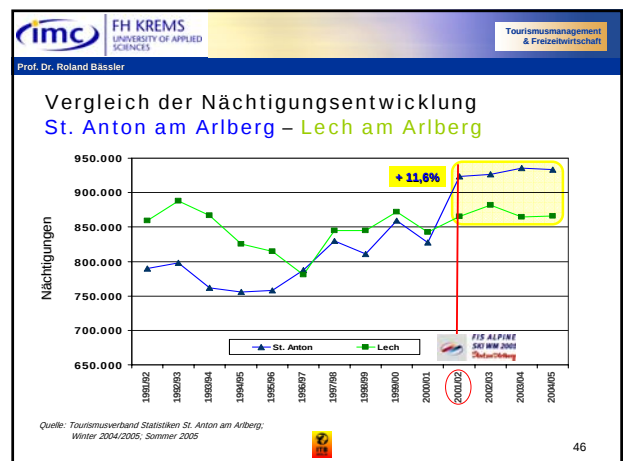
Prof. Dr. Roland Bässler

Ökonomische Effekte (3)

- **Imageeffekte** durch weltweit gigantische Medienresonanz → Werbe-Etat von 60 Millionen Euro
- **Nachhaltige Steigerung der Gästezahlen** (+11,6% ÜN) →
- **Networking**: Wirtschaftskontakte und politische Kontakte
- **Kompetenzbestätigung**
- **Ausbau internationaler Partnerschaften und Netzwerke**

Quelle: Schlussbericht Koordinationsstelle St.Anton

45



Prof. Dr. Roland Bässler

Soziale Effekte

- **Entscheidende Verbesserung der Lebens- und Urlaubsqualität** durch
 - Verlegung der Eisenbahntrasse und des Bahnhofs
 - Errichtung einer Parklandschaft mit See, Ruhezonen und Kinderspielplatz
 - Errichtung eines großzügigen Freizeit- und Wellnessbereichs
- **Identitätsfunktion**
- **Steigerung des Selbstwertgefühls**
- Beitrag zur Völkerverständigung
- Sozialräumliche Beeinträchtigungen (durch Baustellenbehinderungen etc.) in der 3-jährigen Vorbereitungsphase
- Sozialräumliche Beeinträchtigungen durch Menschenansammlungen und Pistenperren während der Durchführungsphase
- Erhöhung der Ortstaxe um 38%
- Polarisierung der Bevölkerung und der Unternehmer

Quelle: Informationsbüro St.Anton

47

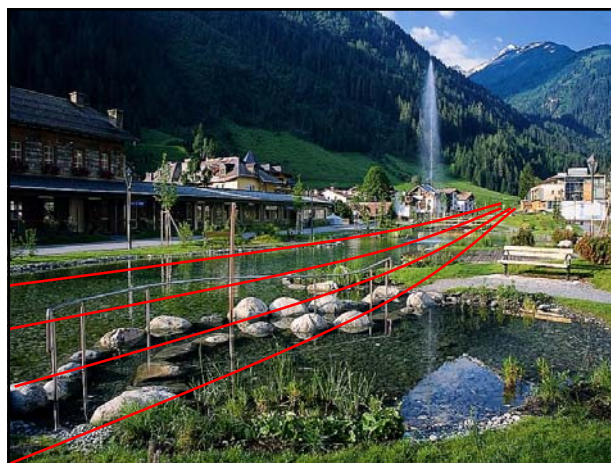
Prof. Dr. Roland Bässler

Ökologische Effekte

- **Entscheidende Verbesserung der Lebens- und Urlaubsqualität** im Ort
- **Ausbau und Verbesserung der Verkehrsanbindung**, Verlagerung auf öffentliche Verkehrsmittel (Bahn, Bus)
- **Verkehrsberuhigung im Ortsbereich** (i.B. im Ortskern)
- Ausbau der Parkflächen und Einrichtung eines Bus-Shuttle-Dienstes
- Weiterer Ausbau der Sicherheitsvorkehrungen (Wildbach-u. Lawinenverbauung) und des Katastrophendienstes
- Nachhaltige Energieversorgung
- Beeinträchtigungen (Lärm-, Staub, Baustellenbehinderungen etc.) in der 3-jährigen Vorbereitungsphase
- Beeinträchtigungen (Lärm, Abfall) während der Durchführung
- Hohes Müllaufkommen (158 t)
- Hoher Energieverbrauch (4 Mio. KWh)

Quelle: Informationsbüro St.Anton

48





Prof. Dr. Roland Bässler

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

Gemeinde Semmering

Zahlen – Daten -Fakten

- Lage: Semmering (Ort) ist ein Luftkur- und Fremdenverkehrsort an der südlichen Grenze Niederösterreichs zur Steiermark (Österreich) auf 950m Seehöhe
- 610 Einwohner
- Haupterwerbsquelle früher: Eisenbahn, heute: fast ausschließlich im Tourismus
- 1854 Eröffnung der Semmeringbahn: erste normalspurige Gebirgsbahn Europas
- Fremdenverkehr: Beginn mit Fertigstellung der Bahnlinie; Hochblüte vor dem 1. Weltkrieg; Bedeutung auch als Wintersportort
- Stellenwert heute: Wintertourismus und Kurtourismus, Weltcup-Skirennen
- Keine massiven sozio-kulturellen Veränderungen durch den Tourismus!

56

Prof. Dr. Roland Bässler

Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft

28. Dezember 2002
D A M E N
 RIESENTORLAUF
 9.45 + 12.45 Uhr

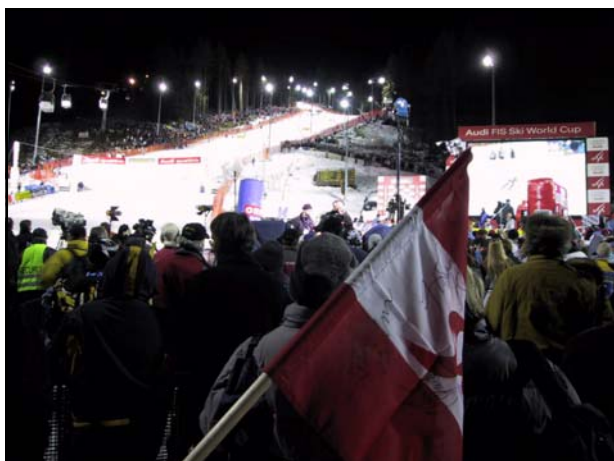
SKI-WELTCUP SEMMERING

29. Dezember 2002
D A M E N
 NACHTSLAUF
 16.00 + 19.00 Uhr

Gemeinde Semmering

57





Prof. Dr. Roland Bässler

Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft

Ökonomische Effekte (1)

- Umsätze durch Weltcup-Besucher
 - € 53,-/Tag Gäste ohne N
 - € 119,-/Tag Gäste mit N
 - Ortsgebundene Gesamtausgaben: € 1,05 Mio.
- Umsätze durch Wettkampftross
- Umsätze durch Berichterstatter
- Umsätze durch das OK, Volontäre und sonstige Helfer
- Verbesserung der Urlaubsqualität

- Einnahmehausfälle bei den Lifтанlagen

→ Großteil der Wertschöpfung (90%) ergeht an die Organisatoren
→ Umwegrentabilität ist „gewichtig“!

Quelle: Bässler 2004

62

Prof. Dr. Roland Bässler

Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft

Ökonomische Effekte (2)

- Imageeffekte durch internationale Berichterstattung und Mundpropaganda
→ Imagewandel der Destination
- Kompetenzbestätigung örtlich und regional (SPORT.LAND.NIEDERÖSTERREICH)
- Networking: Wirtschaftskontakte und politische Kontakte
- Ausbau internationaler Partnerschaften und Netzwerke

Quelle: Bässler 2004

63

Prof. Dr. Roland Bässler

Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft

Soziale Effekte

- Identitätsfunktion in der Region
- Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls in der Region
- Beitrag zur Völkerverständigung
- Entwicklung neuer Partnerschaften und Netzwerke
- Verstärkung des Interesses am Ski-Sport
- Gesteigertes Selbstwertempfinden
- „Sozialer Treffpunkt“ (Networking)

- Sozialräumliche Beeinträchtigungen
 - der Bewohner (geringfügig!) durch Besucheransammlungen
 - der Ski-Gäste durch Pistenperren

Quelle: Bässler 2004

64

Prof. Dr. Roland Bässler

Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft

Ökologische Effekte

- Errichtung von Groß-Parkflächen (S6-Schnellstrasse) und Einrichtung eines Bus-Shuttle-Dienstes

- Lärmentwicklung
- Müllaufkommen

Quelle: Bässler 2004

65

Prof. Dr. Roland Bässler

Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft

Weltcup-Parkplatz

S6 Semmering - Schnellstraße

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

4. Kritische Betrachtung der touristischen Kraft von Sportevents

67

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Studienauswahl 2001-2007

68

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Kritische Anmerkungen zur Einschätzung der touristischen Bedeutung von Sportevents

- Gäste als undifferenziertes Wertschöpfungspotenzial: Touristen-Besucher-Einheimische - nicht alles ist „Tourismus“
- Die „magische“ Gäste-/Besucherzahl
- „Temporäre Arbeitsplätze“ sind keine Vollzeit-Arbeitsplätze
- „Wie gewonnen – so zerronnen“: Sportevents bringen dem Tourismus oftmals weniger als vermutet, Umfeld und Verdrängungseffekte - nicht alle profitieren gleichermaßen, es gibt touristische Gewinner und Verlierer
- Die Effekte von Ort A sind nicht gleich in Ort B

69

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

5. Resümee und Herausforderungen für die Zukunft

70

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

SPORT-TOURISMUS

- Die Schnittmenge SPORTTOURISMUS besitzt einen hohen Grad an gesellschaftlicher Relevanz und hohes ökonomisches Potential
- Technologische Forschung und Entwicklungen machen den SPORTTOURISMUS zu einem Wachstumsmarkt
- Ökologisches Bewusstsein und Wertschätzung der Lebensqualität der Akteure im Tourismus

71

imc FH KREMS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft Prof. Dr. Roland Bässler

Zur Zukunft der Sportevents

- Kosten-Nutzen-Analysen zur Beurteilung künftiger Sportgroßveranstaltungen
- Effiziente Zielerreichung und eine maximale Aktivierung der Potenziale von Events setzen ein strategisches Event-Tourismusmanagement voraus.
- Umdenken und Trendumkehr: Die „Stille“- als Event!

72



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

**Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft**

Prof. Dr. Roland Bäessler

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !



Univ.-Prof. Dr. Mag. Roland Bäessler
* Department Tourism Management and Leisure Industry
- University of Applied Sciences
IMC Fachhochschule Krems
A-3500 Krems, Plaristengasse 1
Tel. ++43 676 4933651
Fax ++43 2732 802-4
e-mail: roland.baessler@fh-krems.ac.at





73



FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES

**Tourismusmanagement
& Freizeitwirtschaft**

Prof. Dr. Roland Bäessler

Quellen

Bäessler, R.: **WACHAUmarathon 2001**. Eine Analyse der wirtschaftlichen und touristischen Ausstrahlungseffekte. (Studie im Auftrag der Niederösterreichischen Landesregierung). IMC Fachhochschule Krems. Krems 2002.

Bäessler, R.: **WACHAUmarathon 2002**. Eine vertiefende Analyse touristischer Effekte. (Studie im Auftrag der Niederösterreichischen Landesregierung). IMC Fachhochschule Krems. Krems 2003.

Bäessler, R.: **Ski-Weltcup Semmering 2002**. Eine Analyse der ökonomischen und touristischen Effekte. (Studie im Auftrag der Tourismusregion Süd alpin). IMC Fachhochschule Krems. Krems 2004.

Bäessler, R.: **24. Internationale OMV Rallye Waldviertel**. Eine Analyse der ökonomischen und touristischen Effekte. (Studie im Auftrag der Niederösterreich-Werbung GmbH). IMC Fachhochschule Krems. Krems 2005.

Bäessler, R.: **The Economical and Social Importance of Sport Tourism in Alpine Regions**. Eingeladener Vortrag beim „Europäischen Forum Alpbach – Technologiegespräche 2006“ am 25. August 2006 in Alpbach (Tirol).

Bäessler, R.: **Golfevents in Niederösterreich**. BA-CA Golf Open 2006 - PGA European Tour und Siemens Ladies Golf Open 2006. Eine Analyse der touristischen Effekte der Golfevents und eine Imageanalyse der Marke Golfland Niederösterreich. (Studie im Auftrag der Niederösterreich-Werbung GmbH). IMC Fachhochschule Krems (voraussichtliche Fertigstellung im Frühjahr 2007).



74