

Wertschöpfungsanalyse Scalaria Air Challenge – Bedeutung der Scalaria Air Challenge im Bereich Wertschöpfung und Nachhaltigkeit für den Wolfgangsee, das Salzkammergut, das Land Oberösterreich und das Land Salzburg

Die Scalaria Air Challenge ist ein 2-tägiges Großevent, das seit 2005 jährlich am Wolfgangsee stattfindet. Die Air Challenge bietet ein umfangreiches Programm – von der Wasserskishow über eine fliegerisch inszenierte Freiluftperformance bis zum Open Air Konzert.

Die Scalaria Air Challenge findet an 3 Orten statt, nämlich dem sog. „Kernbereich“ in der Eventlocation (Hotel) Scalaria, der einerseits für geladene Gäste (VIP's) und andererseits für zahlende Übernachtungsgäste (Paket-Pauschalen) reserviert ist, weiters dem sog „Public-Bereich“ an der der Scalaria anschließenden, öffentlichen Seepromenade und den diversen „Zuschauerzonen“ rund um den Wolfgangsee.

Ziel der Studie ist eine regionalwirtschaftliche Analyse der Großveranstaltung „Scalaria Air Challenge“ am Wolfgangsee für 2011. Ein Großevent zieht Touristen und Einheimische an, die Ausgaben in der Region tätigen. Diese spielen für eine Fremdenverkehrsregion eine wichtige Rolle. Sowohl Tagesgäste, als auch Übernachtungsgäste tragen mit ihren Ausgaben zur regionalen Wertschöpfung bei. Die zusätzlichen Umsätze haben einen wesentlichen Einfluss auf die regionale Wertschöpfung.

Die regionalwirtschaftliche Analyse umfasst folgende Bereiche:

1. **Wertschöpfungseffekte** durch die Scalaria Air Challenge durch die Ausgaben der Gäste und das Organisationsbudget (2. Kapitel der Langfassung).
2. **Befragung der Übernachtungsbetriebe** im Salzkammergut zu den Auswirkungen der Scalaria Air Challenge auf den Tourismus (3. Kapitel der Langfassung).
3. **Werbewertanalyse** der (unentgeltlichen) Berichterstattung über die Scalaria Air Challenge – Berechnung der hypothetischen Kosten dieser Einschaltungen und Beiträge (4. Kapitel der Langfassung).

1. Zusammenfassung der Online-BEFRAGUNGSERGEBNISSE

Um eine umfassende Darstellung der Auswirkungen zu zeigen, die von der Scalaria Air Challenge 2011 ausgehen, wurde eine Online-Befragung von 188 Tourismusbetrieben (Übernachtungsbetriebe) durchgeführt. Von den 188 ausgesendeten Fragebögen konnten 69 ausgewertet werden. Damit liegt die Rücklaufquote bei 37 %.

Kurz zusammengefasst zeigen sich folgende Einschätzungen der regionalen (Übernachtungs-) Betriebe:

- 94 % bestätigen, dass die Region Wolfgangsee von der Air Challenge profitiert; 81 % meinen, dass das gesamte Salzkammergut von der Veranstaltung profitiert.
- 80 % der Befragten sind der Meinung, dass durch die Veranstaltung zusätzliche Gäste in die Region kommen.
- 86 % meinen, dass die Air Challenge ein wichtiger Werbeträger für Region Wolfgangsee ist; immerhin 71 % sehen in der Air Challenge auch einen wichtigen Werbeträger für das gesamte Salzkammergut.
- 46 % der Befragten bestätigen, dass auch ihr eigener Betrieb von Air Challenge profitiert.
- Immerhin 33 % bestätigen einen Umsatzanstieg infolge der Air Challenge.

2. Zusammenfassung der Berechnungen für den WERBEWERT der Veranstaltung

In der Werbewertanalyse wird untersucht, wie hoch der Wert der unentgeltlichen Beiträge über die Air Challenge 2011 in nationalen Medien vor, während und nach der Veranstaltung ist. Dieser Wert entspricht dem Wert einer bezahlten Werbung in den jeweiligen Medien. Zur Berechnung wurden Werbetarife und Inseratentarife herangezogen. Insgesamt haben die unentgeltlichen Beiträge in ORF und Printmedien einen Werbewert von 560.000 bis 670.000 Euro (4. Kapitel). Den errechneten monetären Betrag haben sich öffentliche und private Institutionen für Werbung für die Region „erspart“.

3. Zusammenfassung der Ergebnisse zur WERTSCHÖPFUNGSANALYSE

Die Gästeausgaben und das Organisationsbudget fließen im Rahmen der Scalaria Air Challenge überwiegend in die regionale Wirtschaft des Salzkammergutes. Durch die Veranstaltungen entstehen direkte wertschöpfungswirksame Ausgaben von 1,9 bis 2,3 Mio. Euro im Jahr 2011 (vgl. Tabelle 1). Diese Ausgaben schaffen (zusätzliche) Einnahmen in der Region, die daraus wieder Ausgaben bestreiten. Dadurch entsteht ein Ketteneffekt, dessen Ergebnis die Schaffung von Einkommen ist, welches ein Vielfaches der ursprünglichen Ausgaben ausmacht. Diese Wertschöpfungs- oder Multiplikatoreffekte können mit insgesamt 2,6 bis 3,2 Mio. Euro beziffert werden. Dadurch werden zwischen 20 und 25 Arbeitsplätze geschaffen oder gesichert.

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht wurden 2011 rund 486.000 Euro für die Organisation der Air Challenge eingesetzt. Aufgrund der Veranstaltung sind zusätzliche Gäste an den Wolfgangsee gekommen. Die Gäste tätigen Ausgaben, die aus volkswirtschaftlicher Sicht zu Einnahmen der Wirtschaftstreibenden führen, die ihrerseits wieder Ausgaben davon bestreiten können (Wertschöpfungseffekte). Zudem kommen noch die Wertschöpfungseffekte, die durch die Organisation der Veranstaltung selbst ausgelöst werden. Auch diese Ausgaben fließen in die Wirtschaft und erzeugen Einkommen, die wieder verausgabt werden.

Stellt man eine Relation zwischen den Ausgaben der Besucher und dem Organisationsbudget aus betriebswirtschaftlicher Sicht her, ergibt sich eine Relation von 1 : 3 bis 1 : 4, d.h., dass jeder eingesetzte Euro für die Organisation der Air Challenge 2011 3 bis 4 mal so hohe Ausgaben der Gäste nach sich gezogen hat - wenn die Gästeausgaben, wie angenommen, getätigt wurden (vgl. Tabelle 2).

Das Organisationsbudget ergibt im Verhältnis zu den gesamten generierten Wertschöpfungseffekten (durch Gästeausgaben und Organisationsbudget) ein Ratio von 1 : 5 bis 1 : 7, d.h., dass die gesamtwirtschaftlichen Effekte, die durch die Air Challenge für die Volkswirtschaft erzielt wurden, 5 bis 7 mal höher sind, als das eingesetzte Budget für die

Organisation der Veranstaltung (wenn die Gästerausgaben und die Organisationsausgaben, wie angenommen, getätigt werden, vgl. Tabelle 2).

Tabelle 1: Wertschöpfungseffekte induziert durch die Air Challenge gesamt

Gesamte Wertschöpfungseffekte durch die Air Challenge		
Wertschöpfungseffekte	Minimum Variante (80% Bettenauslastung davon 60% Eventbesucher)	Maximum Variante (90% Bettenauslastung davon 70% Eventbesucher)
Gesamte wertschöpfungswirksame Ausgaben (Gästerausgaben und Organisationsbudget)	1,92	2,34
Daraus resultieren	Mio. EUR	
Wertschöpfungseffekte dargestellt am / an		
... regionalen BIP für Oberösterreich	2,59	3,16
... regionalen Volkseinkommen in Oberösterreich	1,81	2,21
... der regionalen Beschäftigung in Oberösterreich (Personen)	20	25

Quelle: Eigene Berechnungen

Tabelle 2: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen unter der Annahme, dass die volkswirtschaftlichen Effekte (direkte Gästerausgaben und daraus induzierte Wertschöpfungseffekte) durch die Air Challenge 2011 entstehen

Betriebswirtschaftlicher Input im Verhältnis zum volkswirtschaftlichen Output für 2011

Die Organisation der Air Challenge bringt für die Gesamtwirtschaft Effekte in x-facher Höhe	Minimum	Maximum
Gästerausgaben in Relation zum Organisationsbudget	2,9	3,8
Wertschöpfungseffekte in Relation zum Organisationsbudget	5,3	6,5

Anmerkung: Gästerausgaben für 2011 in Höhe von 1,43 bis 1,85 Mio. Euro., Wertschöpfungseffekte durch die Gästerausgaben und das Organisationsbudget in Höhe von 2,59 und 3,16 Mio. Euro. Die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen sind unter der Annahme zu verstehen, dass die volkswirtschaftlichen Effekte durch die Veranstaltung erzielt werden. Quelle: Eigene Berechnungen. Quelle: Eigene Berechnungen