

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
I. Untersuchungskonzeption	1
1. Gesamtkonzept der empirischen Marktstudie	2
2. Stichproben und Stichprobenauswahl	6
3. Durchführung der Untersuchung	9
3.1. Feldarbeit	9
3.2. Datenerfassung und Datenverdichtung bzw. -auswertung	10
4. Schwankungsbreiten von Stichprobenergebnissen	11
II. Ergebnisse der empirischen Marktstudie	13
A. Auswirkungen der Alpinen Ski-Weltmeisterschaften aus der Sicht der Gäste	13
1. Das Fragenprogramm	14
2. Struktur der Stichprobe	16
3. Untersuchungsergebnisse	18
3.1. Anreiseverkehrsmittel und Aufenthaltsdauer	18
3.2. Beweggründe für den Aufenthalt und Stammgast-/Neugast- anteile	19
3.3. Entscheidende Informationsmedien	20
3.4. Vergleichsstandard für die Skiregion Schladming/Haus	21
3.5. Für die Wahl des Urlaubsortes entscheidende Merkmale der Region	22
3.6. Erlebte Dynamik der Imageveränderung der Region	24
3.7. Einkaufsaktivität und Urlaubsbudget	26
3.8. Aktuelle Struktur der Urlaubsabsichten	28
3.9. Sonderanalyse der potentiellen Gäste für die Wintersaison 1982/83	29
3.9.1. Vergleich hinsichtlich der sozio-demographischen Gästemerkmale	30
3.9.2. Vergleich hinsichtlich des Verhaltensrahmens im Winterurlaub	31
3.9.3. Vergleich hinsichtlich der Beweggründe für den Auf- enthalt und für die Wahl des Urlaubsortes entscheidende Merkmale der Region	33
3.9.4. Erlebte positive Imageveränderungen durch die poten- tiellen Wintergäste 1982/83	34
3.10. Sonderanalyse: Gästetypologie für Schladming und Haus/Ennstal	35
3.10.1. Vergleich hinsichtlich der sozio-demographischen Gästemerkmale	36
3.10.2. Vergleich hinsichtlich des Verhaltensrahmens im Winterurlaub	37
3.10.3. Vergleich hinsichtlich der Beweggründe für den Auf- enthalt und für die Wahl des Urlaubsortes entscheidende Merkmale der Region	38
3.10.4. Erlebte positive Imageveränderungen durch die Schlad- ming-/Haus-Gäste	39

B	Auswirkungen der Alpinen Ski-Weltmeisterschaften aus der Sicht der Fremdenverkehrsbetriebe	40
1.	Das Fragenprogramm	41
2.	Struktur der Stichprobe	44
2.1.	Befragungsaktion vor der Ski-WM 82	44
2.2.	Befragung nach der Ski-WM 82	45
3.	Untersuchungsergebnisse	47
3.1	Erste Zwischenbilanz nach der Ski-WM 82	47
3.2.	Investitionstätigkeit und Amortisationserwartungen	49
3.3.	Kurzfristige Beschäftigungseffekte	51
3.4.	Durch die Ski-WM 82 bedingte Absagen an Gäste bzw. Stamm- Gäste (Verdrängungseffekte)	52
3.5.	Vergleichsstandard für die Skiregion Schladming/Haus	54
3.6.	Globalbeurteilung der getätigten Investitionen	55
3.7.	Bewertung der öffentlichen Investitionen	56
3.8.	Ski-WM 82 als Impuls für die Gastronomie und Hotellerie	57
3.9.	Umsatzveränderungen durch die Ski-WM 82	60
3.10.	Anstieg der Pensionspreise	61
3.11.	Entwicklungsperspektiven	62
3.12.	Realisierte und geplante Gästestruktur	63
C	Auswirkungen der Alpinen Ski-Weltmeisterschaften aus der Sicht der übrigen Wirtschaftstreibenden	66
1.	Das Fragenprogramm	67
2.	Struktur der Stichprobe	69
3.	Untersuchungsergebnisse	70
3.1.	Erste Zwischenbilanz nach der Ski-WM 82	70
3.2.	Investitionstätigkeit und Amortisationserwartungen	72
3.3.	Kurzfristige Beschäftigungseffekte der WM	74
3.4.	Kundenstruktur und Umsatzverteilung	75
3.5.	Vergleichsstandard	77
3.6.	Bewertung der öffentlichen Investitionen	78
3.7.	Erlebte Dynamik der Imageveränderung	80
3.8.	Umsatzveränderungen durch die Ski-WM 82	82
D	Expertenbeurteilung der globalen Auswirkungen der Alpinen Ski-Welt- meisterschaften durch das Exekutivkomitee	84
1.	Erste Zwischenbilanz nach der Ski-WM 82	85
2.	Die Ski-WM 82 als Impuls für die Wirtschaft der Region	87
E	Sekundäranalyse amtlicher Fremdenverkehrsstatistiken	88
1.	Ankünfte und Übernachtungen im Jänner und Februar (WM-Zeltraum) im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahresmonaten	90
2.	Ankünfte, Übernachtungen und Herkunftsländer der Gäste bis zum WM-Winterhalbjahr 1981/82	94
3.	Marktanteilsstruktur in den einzelnen Betriebskategorien bis zum Winterhalbjahr 1981/82	103
4.	Kapazitätsveränderung und Bettenauslastung auf der Basis der Winterhalbjahre 1979/80, 1980/81 und 1981/82	110

F	Direkte wirtschaftliche Effekte des Ereignisses "WM"	112
	1. Das Organisationskomitee als Wirtschaftsunternehmen	113
	2. Zusatzeffekte des Ereignisses WM für den Fremdenverkehr	116
	2.1. Besucherausgaben	116
	2.2. Werbeeffekte	118
G	Die Entwicklung der WM-Region nach den Ski-Weltmeisterschaften 1982	119
III.	Schlußfolgerungen für das Fremdenverkehrsmarketing	128
IV.	Literatur	131
V.	Anhang	134