

Die volkswirtschaftliche und touristische Bedeutung des Engadin Skimarathons

Fact-Sheet

Auftraggeber

Verein Engadin Skimarathon

Ansprechpartner: Menduri Kasper, Geschäftsführer

Projekt-Team

Oliver Hoff, Rütter Soceco – Gesamtverantwortung

Corina Rieser, Rütter Soceco – Operative Projektleitung

Tonio Schwehr, Rütter Soceco

Autoren

Corina Rieser, Oliver Hoff

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
1. Methodische Anmerkungen	5
1.1 Datengrundlagen	5
1.2 Definitionen volkswirtschaftlicher Begriffe	5
1.3 Berechnungsmodell	7
1.4 Räumliche Abgrenzung	8
1.5 Inhaltliche und zeitliche Abgrenzung	8
1.6 Abgrenzung zu anderen Reisemotiven (Even-Faktor)	8
2. Ergebnisse	9
2.1 Touristische Frequenzen	9
2.2 Anreise	11
2.3 Besucherausgaben	12
2.4 Umsatz	13
2.5 Bruttowertschöpfung	15
2.6 Beschäftigung	16
2.7 Übersicht: Umsatz, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung nach Region	17
3. Fazit	18
4. Anhang – Zusatzfragen	19
Abbildungsverzeichnis	26

Einleitung

Der Engadin Skimarathon ist die grösste Langlaufveranstaltungen der Schweiz und seit vielen Jahrzehnten eine feste Grösse im Eventkalender des Schweizer Breiten- und Spitzensports. Mittlerweile reisen jährlich rund 13'000 Teilnehmende und nochmals gut halb so viele Besucher, Begleitpersonen und freiwillige Helfende ins Engadin, um an dieser einzigartigen Sportveranstaltung teilzunehmen.

Aufgrund seiner Dimension stellt der Engadin Skimarathon sowohl für die Region als auch für den örtlichen Tourismus eine besondere Situation dar. Ein touristischer Impuls dieser Grössenordnung löst eine Reihe von volkswirtschaftlichen und touristischen Effekten in der Region aus, deren Ausmasse sich nur durch eine fundierte empirische Untersuchung in Erfahrung bringen lassen. Vor diesem Hintergrund ist Event analytics, ein Verbund zwischen Rütter Soceco und dem Institut für Tourismuswirtschaft ITW der Hochschule Luzern, vom Verein Engadin Skimarathon beauftragt worden, eine volkswirtschaftliche Wirkungsstudie durchzuführen.

Insbesondere sollten folgende Fragen geklärt werden:

- In welchem Masse profitieren die regionalen touristischen Leistungsträger sowie die regionale Volkswirtschaft insgesamt von der Durchführung des Events?
- Welche touristischen und volkswirtschaftlichen Effekte werden durch das Event in der Region Engadin und in der übrigen Schweiz ausgelöst?

Im Jahr 2001 wurde bereits eine ähnliche Studie als Fallstudie im Rahmen der Entwicklung der Event-Scorecard durchgeführt – eine Methodik zur standardisierten Berechnung von touristischen und volkswirtschaftlichen Wirkungen von Events. Seit der damaligen Studie wurde die verwendete Methodik auf Basis von Erfahrungen und neuen Erkenntnissen kontinuierlich weiterentwickelt. Aus diesem Grund sind die Ergebnisse aktueller Studien zwar grundsätzlich mit jenen von 2001 vergleichbar, die Ergebnisse müssen jedoch immer vor dem Hintergrund methodischer Anpassungen interpretiert werden.

Das Ziel der vorliegenden Studie besteht in der Aktualisierung der Ergebnisse vor dem Hintergrund der Weiterentwicklung des Events und der Methodik in den vergangenen 16 Jahren. Die Studie fokussiert sich dabei ausschliesslich auf die Analyse der volkswirtschaftlichen und touristischen Wirkungen des Engadin Skimarathons 2017 sowie auf Fragen zur Zufriedenheit der Teilnehmenden und Sponsoren mit dem Event.

1. Methodische Anmerkungen

1.1 Datengrundlagen

Die Studie basiert zum einen auf Daten des Veranstalters und zum anderen auf empirischen Erhebungen bei den verschiedenen Anspruchsgruppen des Sportanlasses. Daten von öffentlichen Stellen (Gemeinden, Polizei, Zivilschutz, etc.), Sponsoren und weiteren Event-Unternehmen (hauptsächlich Vereine) sind mittels telefonischer Interviews oder schriftlicher Befragungen erhoben worden.

Die Teilnehmenden der Hauptläufe (Marathon/Halbmarathon) am Sonntag 12. März 2017 wurden zwei Tage nach dem Event anhand einer Online-Befragung zu ihrem Reise- und Ausgabeverhalten im Zusammenhang mit ihrer Teilnahme am Engadin Skimarathon 2017 sowie zu ihrer Zufriedenheit mit dem Event befragt. Dank dem elektronischen Anmeldesystem standen bei rund 13'200 angemeldeten Personen 12'025 Email-Adressen für die Befragung zur Verfügung. Ausserdem war von allen Teilnehmenden die bevorzugte Korrespondenzsprache bekannt. In der Folge wurde der Fragebogen in der Vollversion und in deutscher Sprache an 9'568 Personen versandt. 2'267 erhielten eine gekürzte Version des Fragebogens in englischer Sprache. Die Rücklaufquoten waren äusserst erfreulich. Von den deutschsprachigen Fragebogen wurden 4'538 komplett ausgefüllt, was einer Rücklaufquote von 47% entspricht. Bei der Befragung in Englisch wurde eine Rücklaufquote von 34% erzielt, was 774 komplett ausgefüllten Fragebogen entsprach. Durch die annähernde Vollerhebung und den aussergewöhnlich hohen Befragungsrücklauf ist die Stichprobe statistisch repräsentativ.

1.2 Definitionen volkswirtschaftlicher Begriffe

Umsatz/Bruttoproduktion

Im vorliegenden Bericht werden mit dem Begriff Umsatz die Erlöse von Firmen, Organisationen oder Branchen bezeichnet. Volkswirtschaftlich betrachtet, entspricht der Umsatz näherungsweise der Bruttoproduktion eines Unternehmens oder einer Branche und errechnet sich aus der Summe von Bruttowertschöpfung und Vorleistungen (vgl. Abbildung 1).

Bruttowertschöpfung

Die Bruttowertschöpfung entspricht dem von einem Unternehmen oder einer Organisation in einer bestimmten Zeitperiode geschaffenen Wertzuwachs (Gesamtwert der produzierten Dienstleistungen und/oder Waren, abzüglich der von Dritten bezogenen Vorleistungen) (vgl. Abbildung 1). Die Bruttowertschöpfung entspricht grundsätzlich dem Beitrag zum Bruttoinlandprodukt (BIP). Sie ist somit eine geeignete Grösse, um den Beitrag eines Sportevents im volkswirtschaftlichen Sinne zu messen und zu vergleichen.

Vorleistungen

Als Vorleistungen werden jene Güter und Dienstleistungen bezeichnet, die extern eingekauft werden, um das eigene Produkt bzw. die eigene Dienstleistung zu produzieren (vgl. Abbildung 1). Für einen Eventveranstalter ist beispielsweise der Einkauf von Computern und Büromaterial für das Organisationskomitee eine Vorleistung.

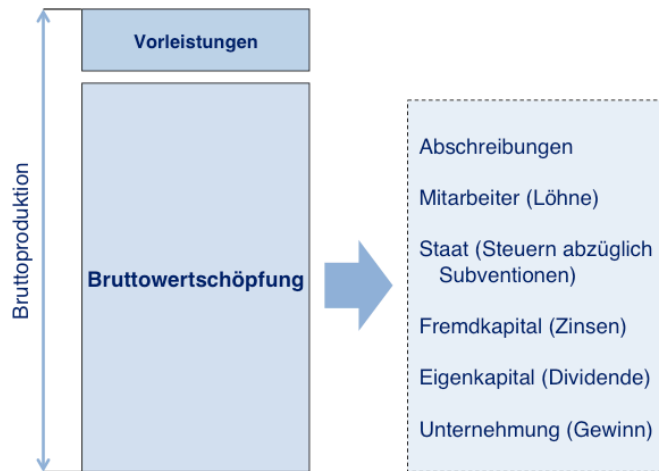
Beschäftigung

Zur Erzeugung der wirtschaftlichen Leistungen im Zusammenhang mit dem Engadin Skimarathon, wird ein bestimmtes Arbeitsvolumen benötigt. Dieses Volumen wird in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) angegeben. Ein VZÄ bezeichnet eine rechnerische Grösse, die der Arbeitsleistung einer Person mit einem 100%-Pensum entspricht. Dies bedeutet nicht, dass tatsächlich so viele neue Stellen geschaffen werden. Ein Teil der Effekte fällt sowohl als Kapazitätsauslastung an, als auch als Mehrarbeit in bestehenden Arbeitsverhältnissen.

Akteure

Für die Berechnung der volkswirtschaftlichen Grössen werden verschiedene Akteursgruppen berücksichtigt: erstens der Eventveranstalter selbst (Verein Engadin Skimarathon), zweitens die Event-Teilnehmer und -Besucher und drittens weitere involvierte Akteure wie Sponsoren, lokale Skivereine und öffentliche Stellen (Gemeinden, Polizei, Zivilschutz, etc.). Bei Besuchern unterscheiden wir zwischen Einheimischen (in der Austragungsregion Engadin wohnhaft) und auswärtigen Besuchern (Tages- und Übernachtungsgäste).

Abbildung 1: Schematische Darstellung Bruttoproduktion und Bruttowertschöpfung

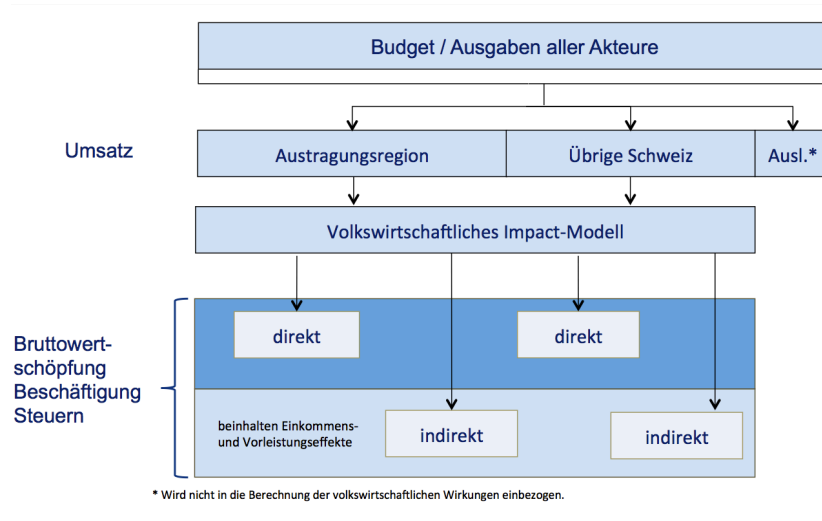


Quelle: Event analytics – eigene Darstellung

1.3 Berechnungsmodell

Die Berechnung der volkswirtschaftlichen Wirkungen erfolgt auf der Basis eines für das Engadin regionalisierten Impact-Modells, das auf der Input-Output-Tabelle der Schweiz beruht. Mit diesem Modell werden die Vorleistungs-, Investitions- und Einkommenseffekte (über Konsumausgaben) entlang der gesamten Wertschöpfungskette ermittelt.

Abbildung 2: Schematische Darstellung des Berechnungsmodells



Direkte Wirkungen

Wirkungen, die auf der ersten Stufe der Wertschöpfungskette entstehen, z.B. durch Anstellung von Personal für den Betrieb der Stände und Festwirtschaften auf dem Veranstaltungsgelände.

Indirekte Wirkungen

Summe der Wirkungen aus Vorleistungseffekt und induziertem Einkommenseffekt.

Vorleistungseffekt

Wird dadurch ausgelöst, dass ein Unternehmen oder eine Organisation für die Leistungserstellung Güter und Dienstleistungen von Dritten bezieht (z.B. Miete von Festzelten inkl. Auf- und Abbau der Infrastruktur). Dieser Effekt ist Teil der indirekten Effekte.

Einkommenseffekt

Entsteht durch Konsumausgaben, die durch Einkommen der Beschäftigten ausgelöst werden. Dieser Effekt ist Teil der indirekten Effekte.

Steuern/Abgaben

Steuern und andere Abgaben an die öffentliche Hand (Staat, Kanton, Gemeinde), ausgelöst durch die ökonomischen Aktivitäten des Engadin Skimarathons und der Unternehmen im Event-Umfeld.

1.4 Räumliche Abgrenzung

Die durch den Engadin Skimarathon generierte direkte und indirekte Bruttowertschöpfung sowie Beschäftigungswirkung wird gesondert für zwei Wirtschaftsräume quantifiziert: 1. das Engadin als Austragungsregion und 2. die übrige Schweiz (ohne die Austragungsregion).

Die durch die direkten und indirekten Effekte ausgelösten Steuerwirkungen werden dagegen aggregiert auf gesamtschweizerischer Ebene berechnet.

1.5 Inhaltliche und zeitliche Abgrenzung

Die vorliegende Studie fokussiert ausschliesslich auf die volkswirtschaftlichen und touristischen Effekte, die durch den Engadin Skimarathon ausgelöst werden. Diese beinhalten die personellen und budgetären Wirkungen für die Vor-, Durchführungs- und Nachbereitungsphase der gesamten Veranstaltung (Marathon Week inkl. Hauptläufe am Sonntag 12. März 2017), die auf Seiten des Eventveranstalters sowie den Sponsoren und öffentlichen Stellen anfallen.

Die touristischen Wirkungen der Teilnehmenden, Begleitpersonen und Besucher wurden dagegen mittels den Ergebnissen einer Befragung berechnet, die ausschliesslich bei den Teilnehmenden des Marathons und Halbmarathons am 12. März 2017 durchgeführt wurde. Aktivitäten und daraus resultierende Wirkungen während Marathon Week wurden indirekt, über den Veranstalter und das Verhalten der Marathon- und Halbmarathon-Teilnehmenden vom 12. März 2017 erfasst.

Es ist zu beachten, dass ausschliesslich Begleitpersonen von Startern und Starterinnen des Engadin Skimarathons in die Analyse eingezogen worden sind. Auswärtige Zuschauer die ausschliesslich wegen dem Event ins Engadin reisten, jedoch keinen Bezug zu startenden Personen hatten, waren erfahrungsgemäss kaum vorhanden. Aus diesem Grund spielte diese Gruppe in der volkswirtschaftlichen Betrachtung eine vernachlässigbare Rolle.

1.6 Abgrenzung zu anderen Reisemotiven (Event-Faktor)

Damit nur der Teil der ökonomischen und touristischen Effekte der anwesenden Personen dem Engadin Skimarathon zugerechnet wird, der tatsächlich auf diesen Sportanlass zurückzuführen ist, muss eine Abgrenzung vorgenommen werden.

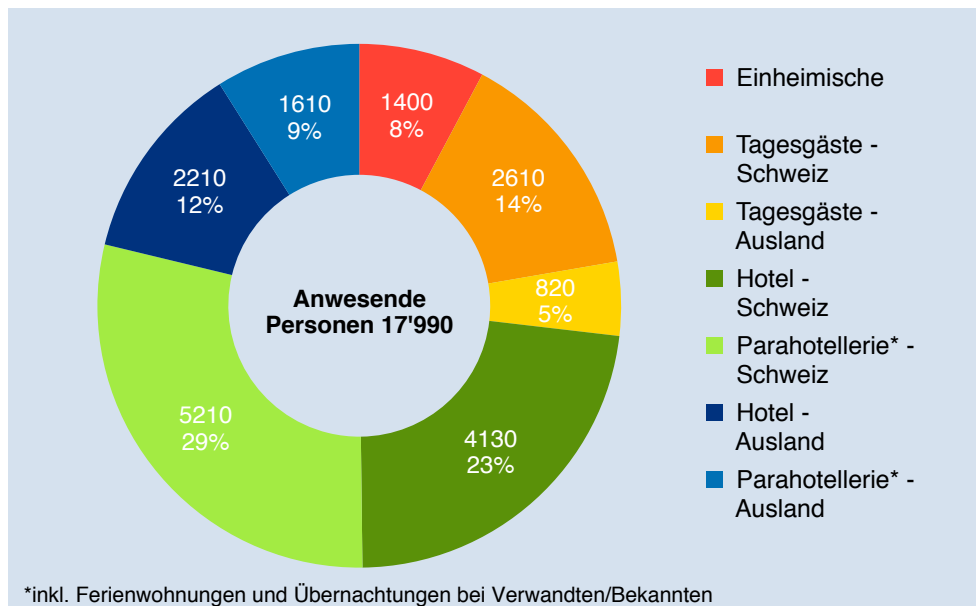
Die durch die Teilnehmenden und deren Begleitpersonen unmittelbar *an der Veranstaltung getätigten Ausgaben* wurden zu 100% dem Engadin Skimarathon zugerechnet. Bei *Ausgaben ausserhalb des Veranstaltungsgeländes* verhielt es sich anders. Ausgaben von Einheimischen wurden in der Studie nicht berücksichtigt. Bei allen anderen Personengruppen war massgebend, wie wichtig der Skimarathon für die Reise ins Engadin war (Reisemotiv).

Ob der Engadin Skimarathon das ausschlaggebende Reisemotiv war, weshalb die Teilnehmenden und ihre Begleitpersonen ins Engadin reisten, wurde empirisch ermittelt. Alle Ausgaben der Zuschauer ausserhalb des Veranstaltungsgeländes wurden mit einem daraus abgeleiteten Event-Faktor gewichtet und nur dieser Teil als Wirkungen des Engadin Skimarathons erfasst.

2. Ergebnisse

2.1 Touristische Frequenzen

Abbildung 3: Anwesende Personen* nach touristischen Kategorien



Quelle: Event analytics

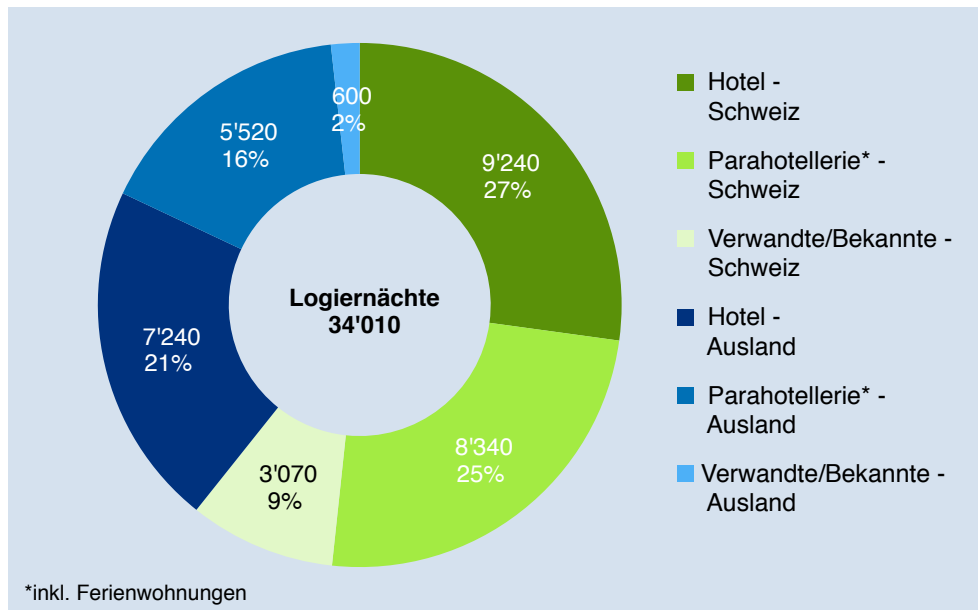
*Unter anwesende Personen werden Teilnehmende sowie deren Begleitpersonen verstanden (Angaben zu den Begleitpersonen stammen aus der Befragung). Nicht enthalten sind freiwillige Helfende und sonstige, an der Veranstaltung arbeitende Personen.

Am Engadin Skimarathon 2017 waren insgesamt rund 18'000 Personen als Teilnehmende oder als Begleitpersonen der Athleten anwesend. Der Anteil der Personen, die im Engadin heimisch sind, lag bei rund 8%. Der weitaus grösste Teil der anwesenden Personen reiste aus anderen Teilen der Schweiz an (66%). Insgesamt 26% kamen aus dem Ausland.

Schweizer Tagesgäste machten 14% der gesamten Zuschauer- und Teilnehmerfrequenzen aus. Gut die Hälfte der Anwesenden waren Übernachtungsgäste aus der Schweiz, wobei etwas mehr Gäste in der Parahotellerie übernachteten (29%) als im Hotel (23%). Der Anteil der anwesenden Personen, die als Tagesgäste aus dem Ausland anreisten, war mit 5% relativ gering. Ausländische Gäste übernachteten häufiger im Hotel (12%) als in der Parahotellerie (9%).

Nicht aufgeführt in dieser Grafik sind die freiwilligen Helfer, Offiziellen und am Event beschäftigten Personen, die durch ihre Reisen ebenfalls wirtschaftliche Wirkungen in der Region ausgelöst haben. Diese wurden separat berechnet und flossen ebenfalls in die volkswirtschaftlichen Wirkungen ein.

Abbildung 4: Ausgelöste Logiernächte durch anwesende Personen und Sponsoren*



Quelle: Event analytics

**In den Logiernächten sind sowohl die Anzahl Logiernächte der anwesenden Personen (Abbildung 3) als auch die Anzahl Logiernächte des Personals der anwesenden Sponsoren sowie deren Gäste (ohne Teilnehmende) enthalten.*

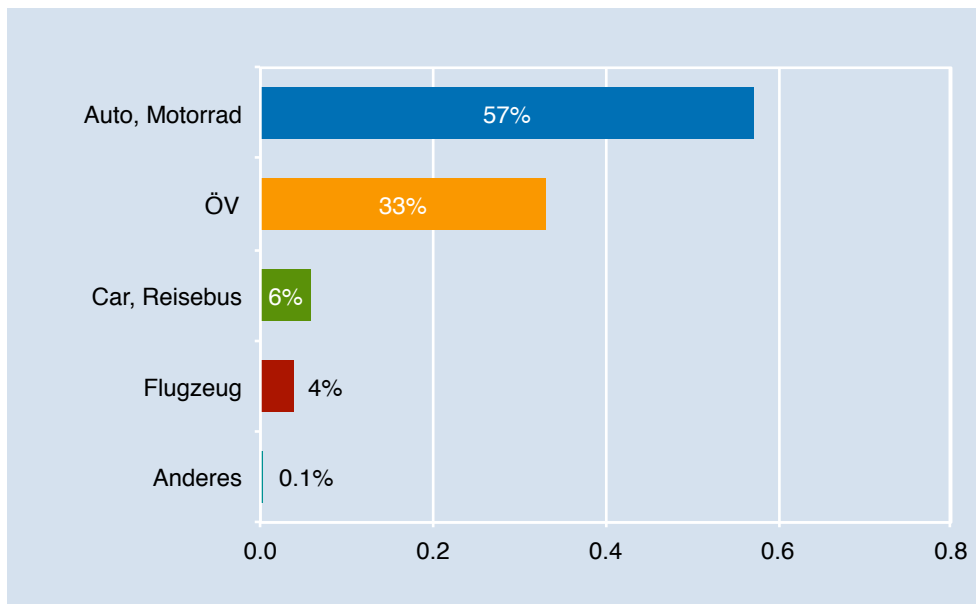
Insgesamt wurden durch alle Besuchergruppen über 34'000 Übernachtungen für den Tourismus generiert. 93% der Logiernächte fielen im Engadin an und die restlichen 7% im übrigen Kanton Graubünden. Zu beachten ist, dass ein Teil der Übernachtungen vor und nach den Hauptläufen (Marathon/Halbmarathon) am 12. März 2017 stattgefunden hat. Knapp 16'500 oder 48% der Übernachtungen entfallen auf die Hotellerie. Die übrigen Logiernächte verteilen sich auf Parahotellerie (13'860, 41%) und Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten (3'670, 11%).

Der durchschnittliche Hotel-Gast übernachtete 2.6 Nächte im Zusammenhang mit seiner Reise zum Engadin Skimarathon. Insgesamt verzeichneten die neun grössten Gemeinden im Engadin (Zernez, Samnaun, Scuol, Celerina, Pontresina, Samedan, St. Moritz, Sils, Silvaplana) im März 2017 230'806 Logiernächte in der Hotellerie. Der Engadin Skimarathon ist im März 2017 somit für knapp ein Siebtel (14%) der Logiernächte im Engadin verantwortlich und war damit eine massgebliche Stütze für den regionalen Tourismus am Ende der Wintersaison.

Aufgrund der grossen Bettenkapazität im gesamten Engadin und der relativ tiefen durchschnittlichen Auslastung am Ende der Winter-Hochsaison wurde ein möglicher Verdrängungseffekt (crowding out) durch den Engadin Skimarathon nicht untersucht.

2.2 Anreise

Abbildung 5: Genutztes Verkehrsmittel für die Anreise zum Engadin Skimarathon

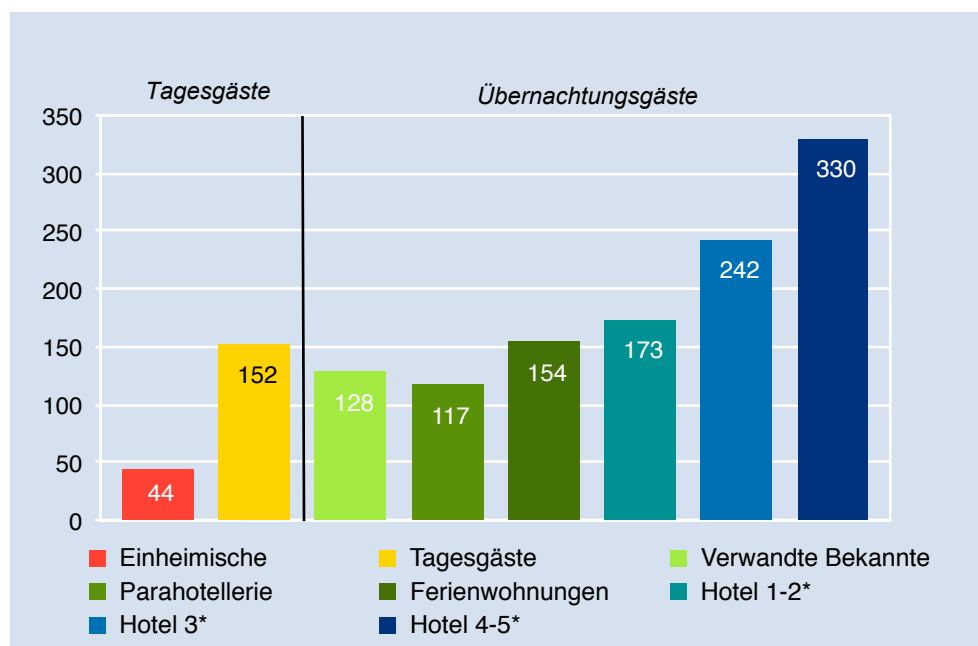


Quelle: Event analytics

Mehr als die Hälfte der anwesenden Personen reisten mit dem Auto zum Engadin Skimarathon (57%). Am zweithäufigsten wurde für die Anreise der öffentliche Verkehr genutzt (33%), gefolgt von Reisebussen/Cars (6%). 4% der anwesenden Personen reiste zudem vom Ausland mit dem Flugzeug in die Schweiz, um am Engadin Skimarathon teilnehmen zu können.

2.3 Besucherausgaben

Abbildung 6: Ausgaben pro Tag und pro anwesender Person nach touristischen Besucherkategorien

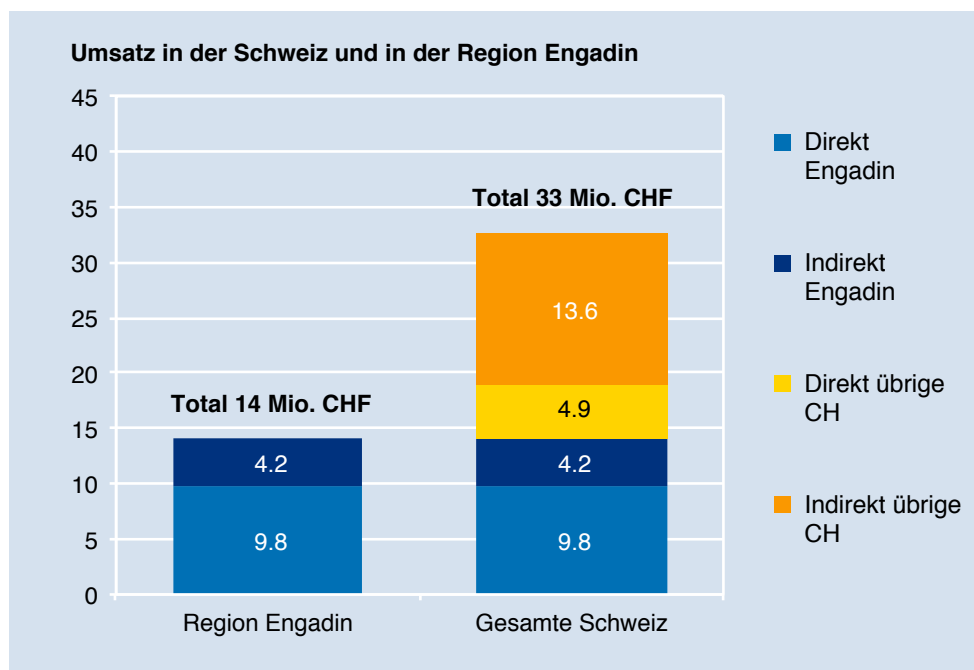


Quelle: Event analytics

Die zusammen rund 18'000 anwesenden Personen, die während des Events als Teilnehmende oder deren Begleitpersonen in die Region kamen, generierten zum einen Logiernächte und zum anderen verschiedene touristische Ausgaben. Dazu zählten u.a. Ausgaben für Übernachtung und Verpflegung sowie Ausgaben im Detailhandel. Das Konsumverhalten der auswärtigen und der einheimischen Besucher trug substantiell zur regionalen Wertschöpfung bei. Hierbei gilt zu beachten, dass bei Einheimischen nur die Ausgaben auf dem Veranstaltungsgelände gezählt wurden. Bei den übrigen Besucherkategorien wurden alle Ausgaben im Zusammenhang mit ihrer Reise an den Engadin Skimarathon einbezogen und mit dem Event-Faktor gewichtet. Auswärtige Tagesbesucher und Teilnehmende gaben am Marathon-Tag rund 152 CHF aus, einheimische Tagesgäste rund 44 CHF. Besucher und Teilnehmende, die bei Verwandten und Bekannten oder in der Parahotellerie übernachteten, gaben im Schnitt pro Aufenthaltstag 128 CHF bzw. 117 CHF aus. Die höchsten Ausgaben mit Werten zwischen 154 CHF und 330 CHF pro Anwesenheitstag tätigten jene auswärtigen Besucher, die in einem Hotel übernachteten.

2.4 Umsatz

Abbildung 7: Insgesamt durch den Engadin Skimarathon ausgelöster Umsatz (direkt und indirekt) in der Schweiz und der Veranstaltungsregion Engadin



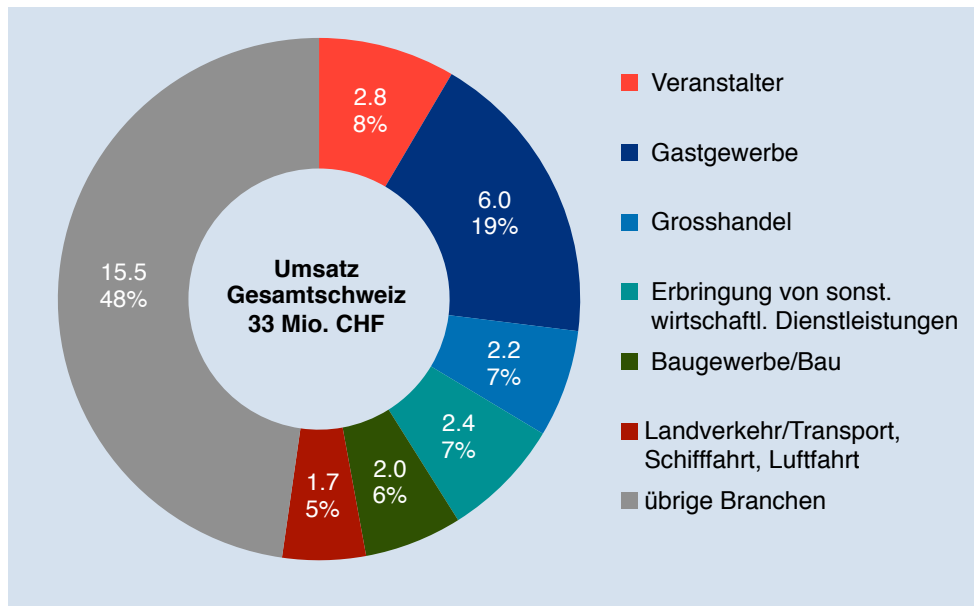
Quelle: Event analytics

**Ausgangspunkt der Berechnung der direkten Wertschöpfungswirkung sind alle Einnahmen einer Organisation während eines Geschäftsjahres, z.B. Einnahmen aus Anmeldegebühren, Sponsorenbeiträgen oder dem Verkauf von Waren. Subtrahiert man von den Einnahmen die Transferzahlungen, Subventionen, Spenden und Finanzeinkommen der Organisation, ergibt sich die Bruttoproduktion. In diesem Bericht wird zur besseren Verständlichkeit die Bruttoproduktion als Umsatz bezeichnet, da diese beiden Werte – bis auf technische Details – vergleichbar sind.*

Die durch alle Akteure im Rahmen des Engadin Skimarathons 2017 ausgelösten Umsätze in der Schweiz beliefen sich auf insgesamt knapp 33 Mio. CHF. Davon entfielen rund 14 Mio. CHF (43%) auf die Region Engadin. Im Zusammenhang mit dem Engadin Skimarathon wurden neben dem Veranstalter folgende Akteure identifiziert, die einen relevanten wirtschaftlichen Beitrag im Umfeld des Events leisteten: Sponsoren, Gemeinden, Polizei, Zivilschutz, öffentlicher Verkehr, lokale Ski-clubs und weitere Event-Unternehmen. Sie alle wurden in den Berechnungen der volkswirtschaftlichen Kenngrößen berücksichtigt.

Gut drei Viertel der indirekt ausgelösten Wirkungen (13.6 Mio. CHF) fiel ausserhalb des Engadins im Kanton Graubünden und der übrigen Schweiz an. Dies lag daran, dass aufgrund des begrenzten regionalen Angebots viele Verflechtungen der Branchen existierten. Viele Unternehmen bezogen Leistungen ausserhalb des Engadins in den übrigen Teilen der Schweiz und lösten daher dort Wirkungen aus.

Abbildung 8: Insgesamt durch den Engadin Skimarathon 2017 ausgelöster Umsatz in der Schweiz nach Branchen

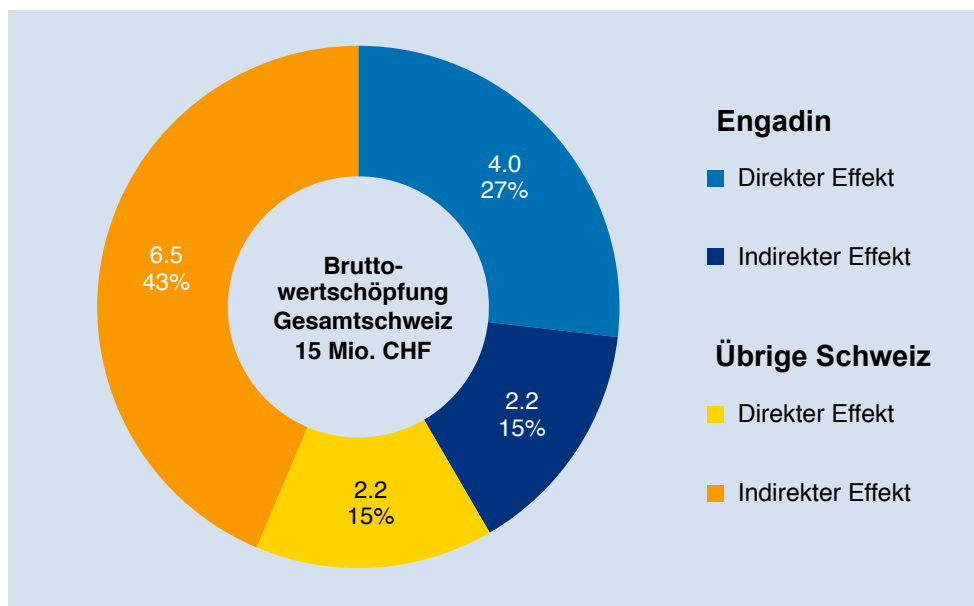


Quelle: Event analytics

Wird der insgesamt erzielte Umsatz in der Schweiz nach Branchen unterteilt, zeigt sich folgendes: Neben dem Gastgewerbe, das insbesondere durch die Übernachtungen der vielen Teilnehmenden und Begleitpersonen starke Nachfrage zu spüren bekam, profitierten auch viele andere Branchen vom Engadin Skimarathon. Grösster einzelner Nutzniesser der Veranstaltung war mit 19% das Gastgewerbe. Je 7% des Umsatzes entfielen auf die Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen und auf den Grosshandel. 6% der Umsätze wurden im Baugewerbe und 5% in der Transportbranche erzielt. Der weitaus grösste Teil der Umsätze (48%) wurde jedoch über die Vorleistungsbeziehungen zwischen den Branchen in zahlreichen weiteren Wirtschaftszweigen der gesamten Schweizer Volkswirtschaft erwirtschaftet. Der Veranstalter ging mit seinen direkt erzielten Umsätzen in diese Grafik ein. Sie machen rund 8% der Gesamtumsätze aus.

2.5 Bruttowertschöpfung

Abbildung 9: Durch den Engadin Skimarathon insgesamt ausgelöste Bruttowertschöpfung im Engadin und in der übrigen Schweiz



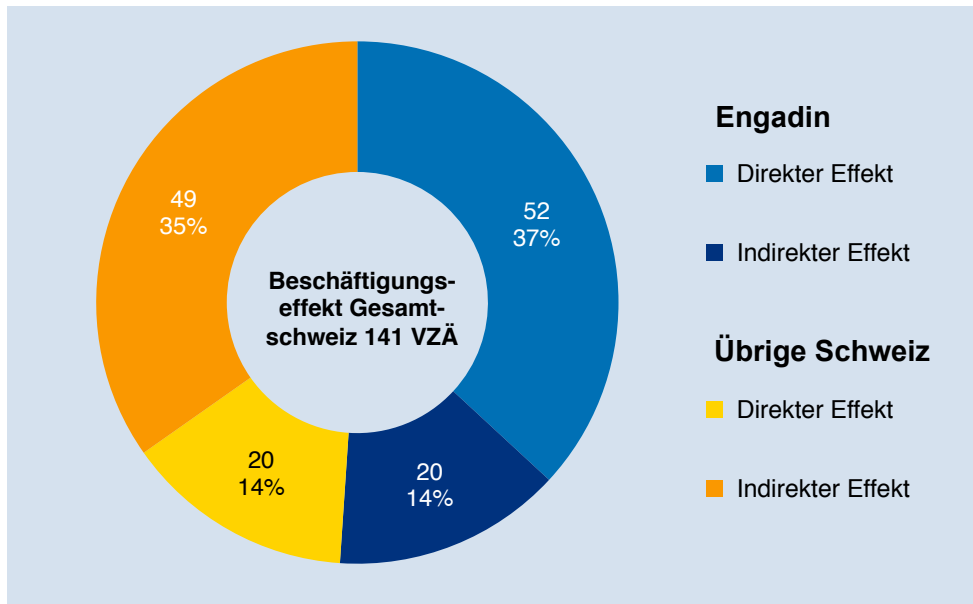
Quelle: Event analytics

Der Anteil des Umsatzes, der ins BIP einfließt, entspricht der Bruttowertschöpfung. Aus einer volkswirtschaftlichen Perspektive bildet die Wertschöpfung (direkt und indirekt) die bestmögliche Grösse, um die wirtschaftliche Dimension einer Veranstaltung für die Schweiz aufzuzeigen. Insgesamt wurde durch den Engadin Skimarathon 2017 eine Bruttowertschöpfung von rund 15 Mio. CHF in der gesamten Schweiz generiert. Davon fallen etwa 6.2 Mio. CHF (42%) im Engadin an. Rund 4 Mio. CHF (27%) der Wertschöpfung fällt dabei auf direkter und 2.2 Mio. CHF (15%) auf der indirekten Ebene an.

Aus diesen wirtschaftlichen Effekten ergibt sich für Bund, Kanton und Gemeinden ein anfallendes Steuervolumen von insgesamt rund 1.8 Mio. CHF. Dies beinhaltet Einkommens-, Mehrwert- und andere Nettogütersteuern.

2.6 Beschäftigung

Abbildung 10: Die durch den Engadin Skimarathon insgesamt ausgelöste Beschäftigungswirkung im Engadin und in der übrigen Schweiz



Quelle: Event analytics

Um die beschriebenen wirtschaftlichen Wirkungen zu realisieren, wurde ein Arbeitsvolumen von schweizweit 141 Vollzeitäquivalenten (VZÄ) benötigt. Der Anteil der Arbeitsleistung im Rahmen des Engadin Skimarathons, der dabei auf das Engadin entfällt, betrug 72 VZÄ (51%).

Ein VZÄ entspricht der Arbeitsleistung eines Arbeitnehmenden mit einem 100% Pensum.

2.7 Übersicht: Umsatz, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung nach Region

Am Engadin Skimarathon lösten einerseits der Veranstalter im Rahmen seines Gesamtbudgets und andererseits die auf dem Veranstaltungsgelände präsenten Event-Unternehmen (in diesem Fall die Sponsoren, Skiclubs und ein Hotel) durch ihre Verkäufe (Verpflegung, Getränke, Souvenirs, etc.) direkte Umsätze und damit Wertschöpfung sowie Beschäftigung aus. Einen grossen Beitrag zu den volkswirtschaftlichen Wirkungen leisteten ebenfalls die anwesenden Personen durch ihre Ausgaben an der Veranstaltung, im Engadin und in der übrigen Schweiz.

Die nachstehende Tabelle zeigt die volkswirtschaftlichen Wirkungen insgesamt pro Region und auf direkter und indirekter Ebene.

Tabelle 1: Ergebnisse im Überblick

	Umsatz in Tsd. CHF			Bruttowertschöpfung in Tsd. CHF			Beschäftigung in VZÄ ²		
	Engadin	üCH ¹	Total	Engadin	üCH ¹	CH	Engadin	üCH ¹	CH
Direkte Wirkung	9'800	4'900	14'700	4'000	2'200	6'200	52	20	72
Indirekte Wirkung	4'200	13'600	17'800	2'200	6'500	8'700	20	49	69
Gesamt Wirkung dir. + indir.	14'000	18'500	32'500	6'200	8'700	14'900	72	69	141
Steuern	Steuereinnahmen CH								
Gesamt	1'800								

¹ üCH = Übrige Teile der Schweiz (ohne Engadin)

² Ausgelöstes Arbeitsvolumen

Quelle: Event analytics

3. Fazit

Der Engadin Skimarathon ist eine besondere Veranstaltung. Durch die breite Teilnehmerschaft von Profisportlern und Breitensportlern entsteht ein Event, das in seinen volkswirtschaftlichen Auswirkungen vor allem durch die Wirkungen der Teilnehmenden und ihren Begleitpersonen beeinflusst wird. Hinzu kommt, dass das Event durch die besondere Lage im Herzen des Engadins geografisch relativ weit abgelegen von grösseren Zuschauerpotenzialen in den Städten liegt. Dieser Umstand unterscheidet das Event beispielsweise von vergleichbaren (Sommer-)Veranstaltungen wie den City-Marathons.

Die aufgeführten Wirkungen zeigen jedoch, dass der Engadin Skimarathon trotz dieser Voraussetzungen im März 2017 einen deutlichen touristischen Impuls in der Region Engadin ausgelöst hat und für die regionale Wirtschaft von Bedeutung ist. Die Veranstaltung sorgt zudem dafür, jährlich eine beachtliche Menge Menschen in die Region zu bringen in einer Zeit, in der viele Wintersportregionen um Auslastung kämpfen.

Diese Studie beschäftigt sich ausschliesslich mit den unmittelbaren volkswirtschaftlichen Effekten der Veranstaltung. Darüber hinaus gibt es aber noch weitere Effekte der Veranstaltung, die hier nicht analysiert wurden. Einerseits sind hier Auswirkungen auf das Image und die Standortförderung (Steigerung der touristischen Attraktivität der Region) zu nennen. Hinzu kommen gesellschaftliche Wirkungen wie z.B. die Förderung des Breiten- bzw. Nachwuchs- und Jugendsports, der langfristige Beitrag zur Gesundheit sowie die Erlebnis- und Unterhaltungswirkung für die angereisten auswärtigen Teilnehmenden und Begleitpersonen wie auch für das einheimische Publikum.

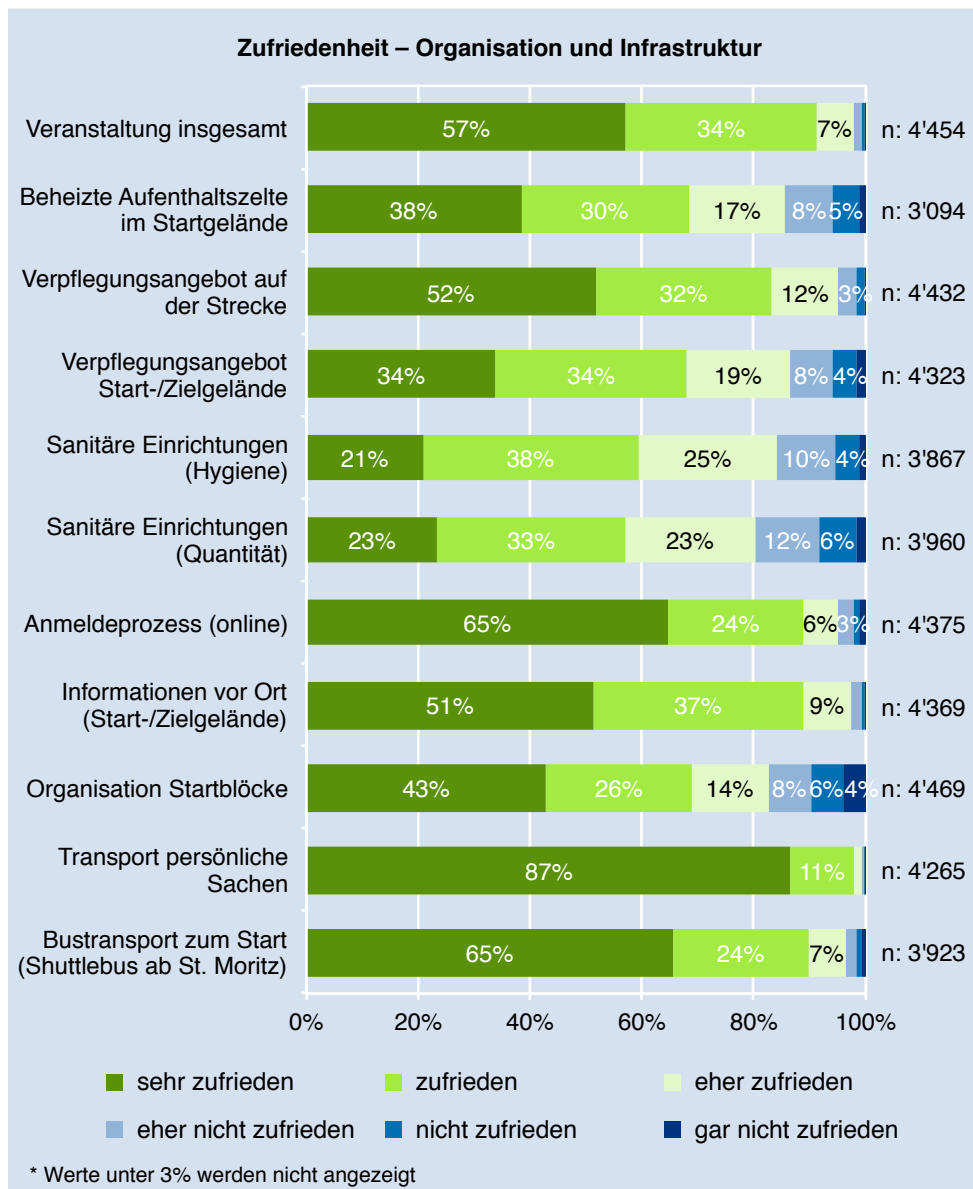
4. Anhang – Zusatzfragen

Zusatzfragen

Den Teilnehmenden des Engadin Skimarathons 2017 wurden im Rahmen der Befragung nicht nur Fragen zum touristischen Verhalten und den getätigten Ausgaben gestellt, sondern zusätzlich in einem letzten Block Fragen zu ihrer Zufriedenheit mit dem Event und zur Sponsorenwahrnehmung. Diese Fragen erhielten alle deutschsprachigen Befragungsteilnehmenden. Es konnten 4'525 Fragebogen in die Auswertung einbezogen werden.

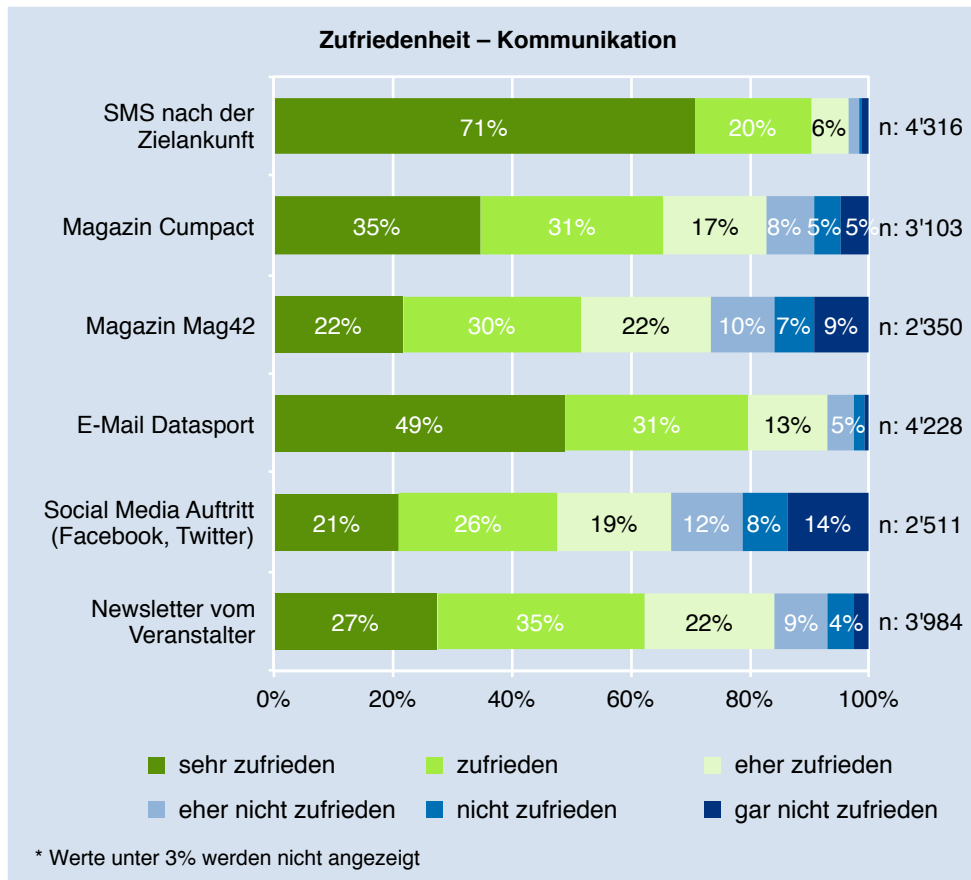
In diesem Kapitel werden nachfolgend die Ergebnisse graphisch dargestellt. Die Abbildungsüberschrift enthält jeweils den Wortlaut der gestellten Frage.

Abbildung 11: Wie bewerten Sie die folgenden Aspekte der Organisation und Infrastruktur der Veranstaltung?



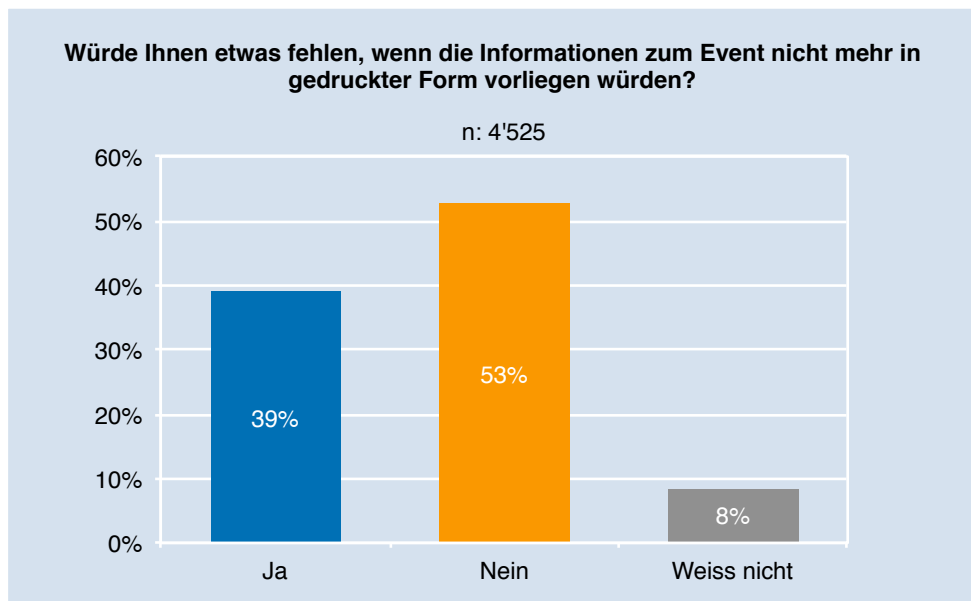
Quelle: Event analytics

Abbildung 12: Wie bewerten Sie die folgenden Kommunikationsmassnahmen des Veranstalters?



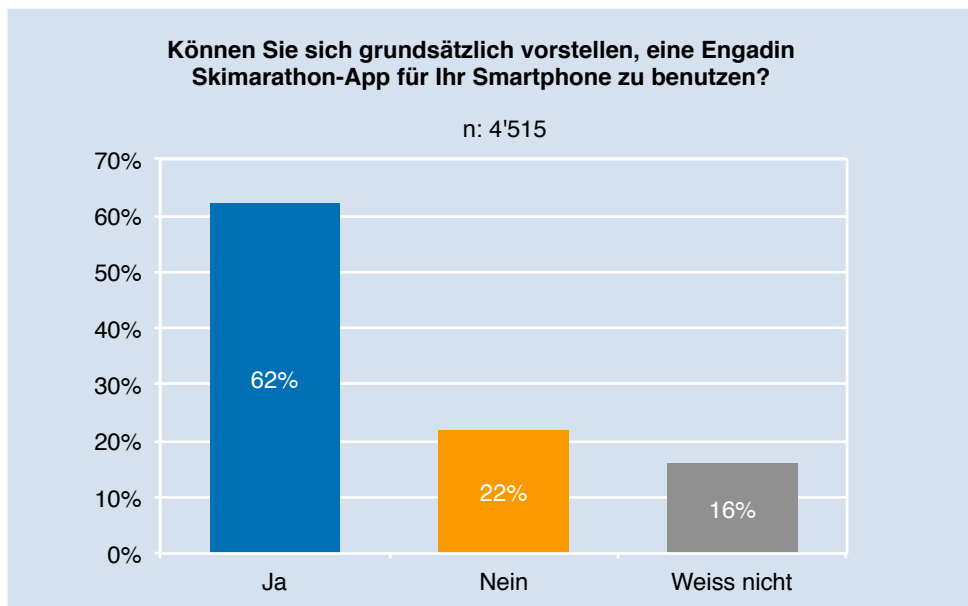
Quelle: Event analytics

Abbildung 13: Würde Ihnen etwas fehlen, wenn die Informationen zum Event nicht mehr in gedruckter Form vorliegen würden (z.B. das Magazin Cumpact), sondern nur noch in elektronischer Form (Email, pdf, etc.)?



Quelle: Event analytics

Abbildung 14: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, eine Engadin Skimarathon-App für Ihr Smartphone zu benutzen?

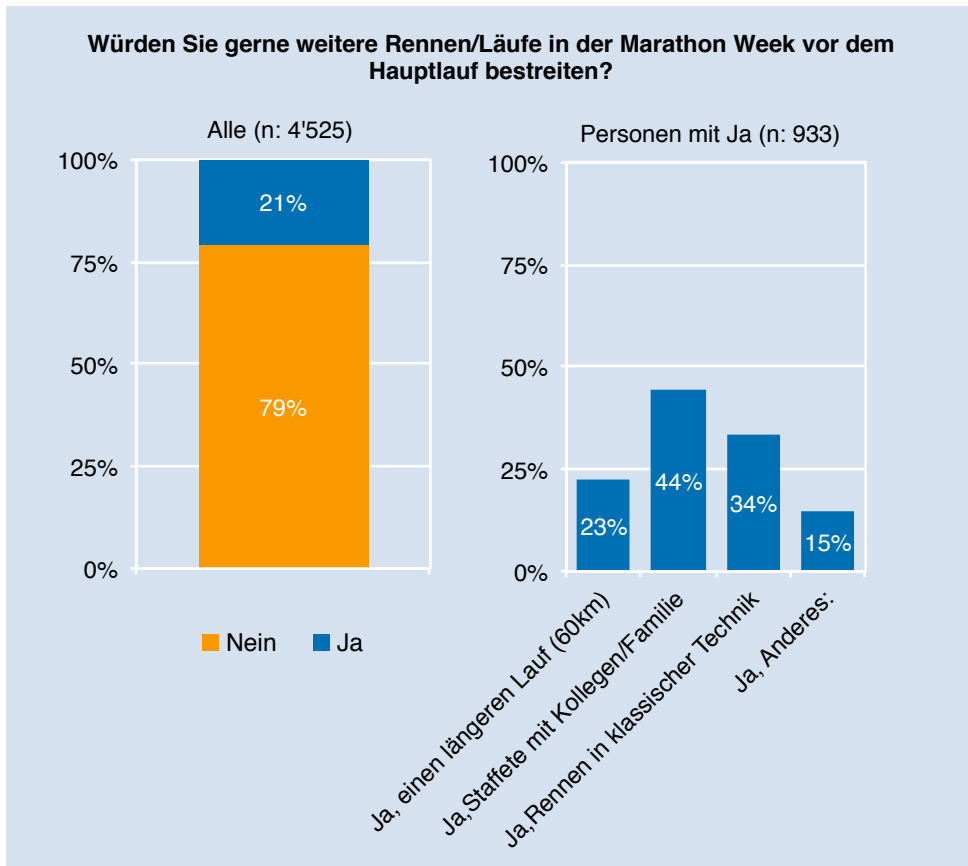


Quelle: Event analytics

Falls Ja, welche Funktionen müsste diese App neben Informationen zum Event zusätzlich bieten, damit Sie diese nutzen? Folgende Punkte wurden häufig genannt:

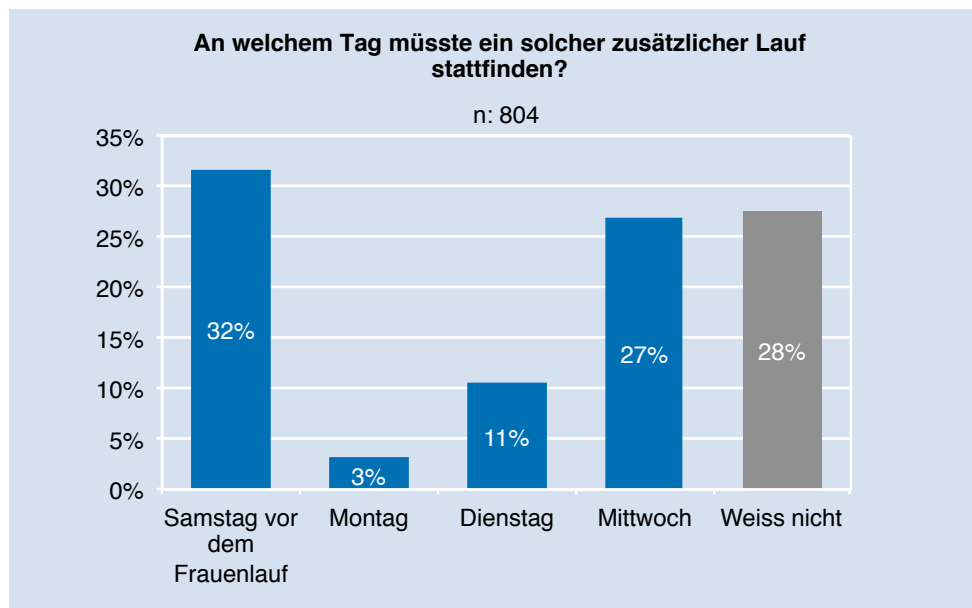
- Alle relevanten Informationen zur Veranstaltung inklusive der Möglichkeit, sich über die App für den Marathon anzumelden
- Informationen zum Zustand der Loipen, zu Schneeverhältnissen und Witterung
- Start-/Ranglisten, persönliche Informationen zum Rennverlauf und den Zeiten
- Persönliche Startzeiten und Angaben zum Start-Ort
- Live-Ticker bzw. Live-Tracker, die auch den Begleitpersonen ermöglichen, das Rennen einer bestimmten Person zu verfolgen
- Streckenplan
- Fahrplan
- Nutzung der App sollte auch offline möglich sein
- Tipps für Training-/Vorbereitung
- alternativ: verbesserte Mobile-Version der bestehenden Homepage

Abbildung 15: Würden Sie gerne weitere Rennen/Läufe in der Marathon Week vor dem Hauptlauf bestreiten?



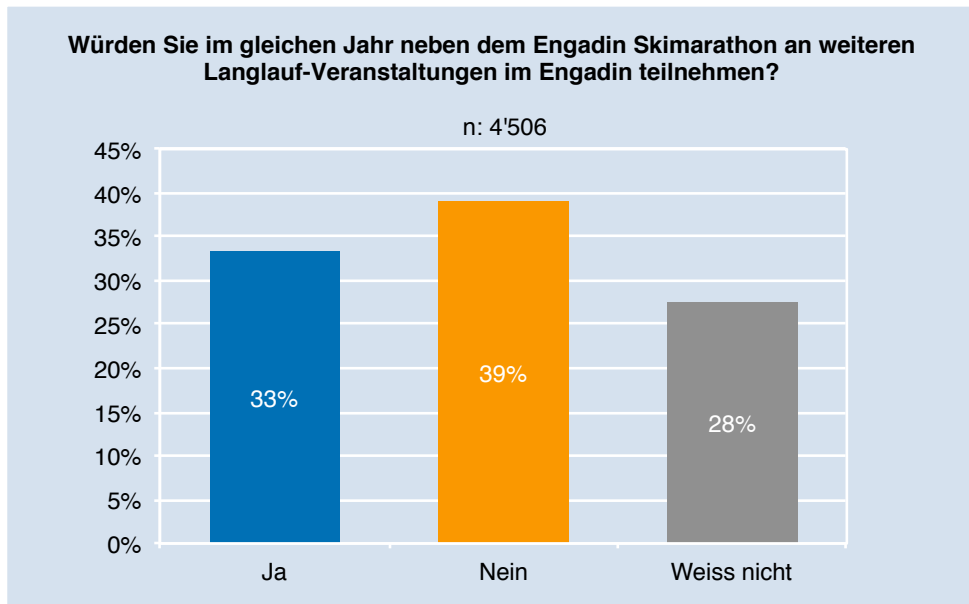
Quelle: Event analytics

Abbildung 16: Personen, die gerne weitere Rennen bestreiten würden: An welchem Tag müsste ein solcher zusätzlicher Lauf stattfinden?



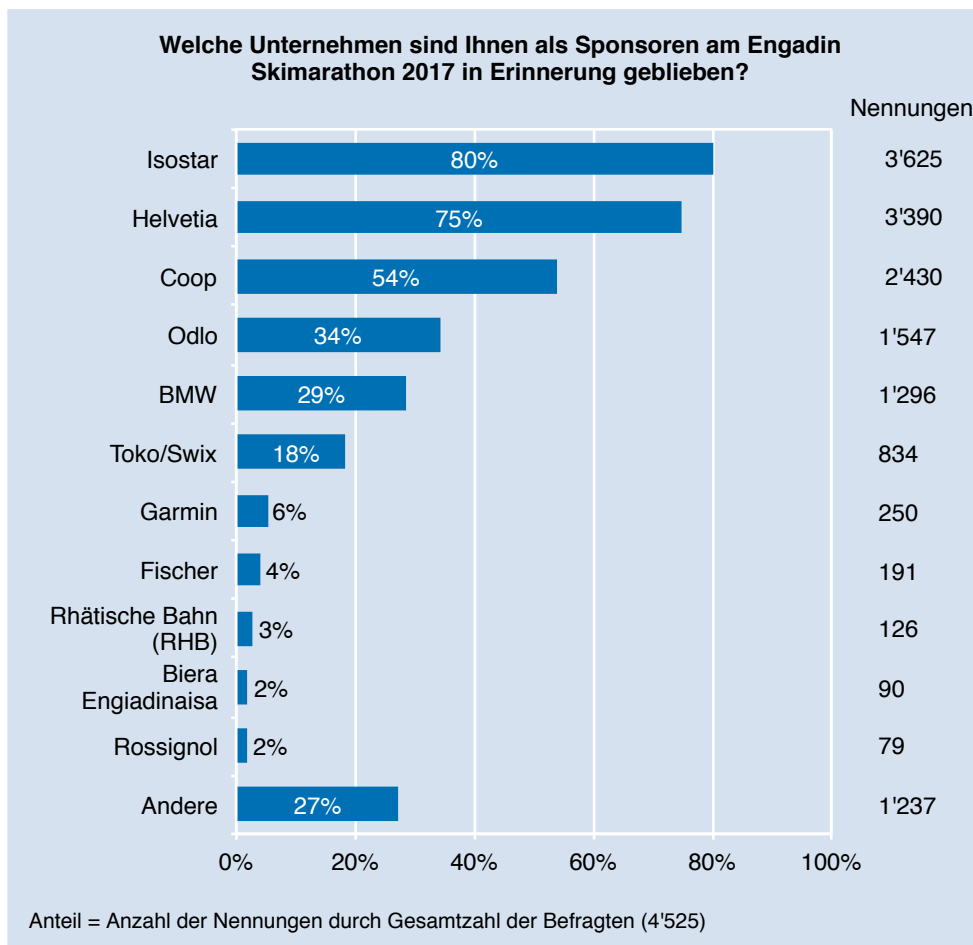
Quelle: Event analytics

Abbildung 17: Würden Sie im gleichen Jahr neben dem Engadin Skimarathon an weiteren Langlauf-Veranstaltungen im Engadin teilnehmen?



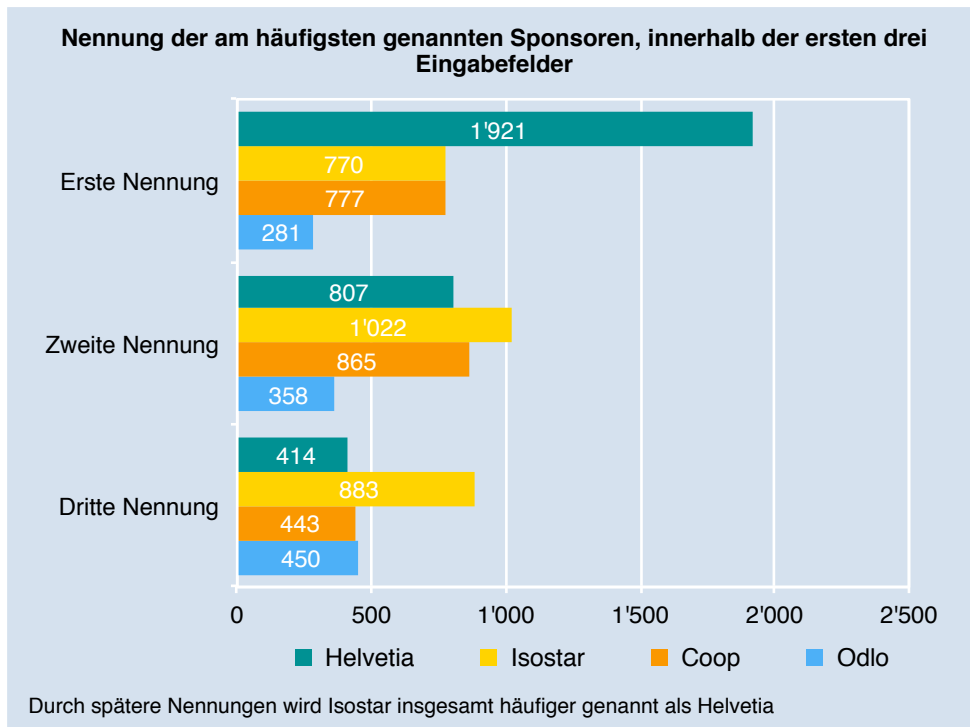
Quelle: Event analytics

Abbildung 18: Welche Unternehmen sind Ihnen als Sponsoren am Engadin Skimarathon 2017 in Erinnerung geblieben? Nennen Sie bitte die Namen der Sponsoren, an die Sie sich spontan erinnern können (Maximal zehn Nennungen möglich).



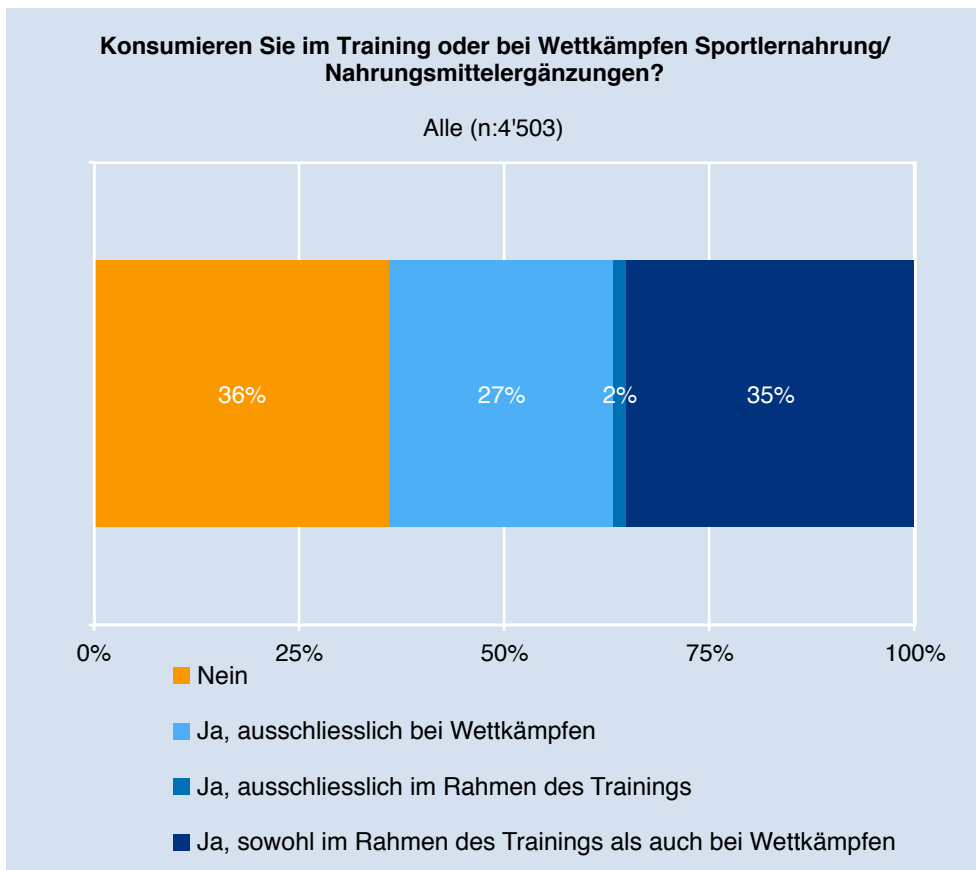
Quelle: Event analytics

Abbildung 19: Nennungshäufigkeit der populärsten Sponsoren innerhalb der ersten drei Eingabefelder



Quelle: Event analytics

Abbildung 20: Konsumieren Sie im Training oder bei Wettkämpfen Sportlernahrung/Nahrungsmittelergänzungen?



Quelle: Event analytics

Abbildung 21: Falls Sportlernahrung/Nahrungsmittelergänzungen konsumiert werden: Welche Art von Produkten konsumieren Sie?

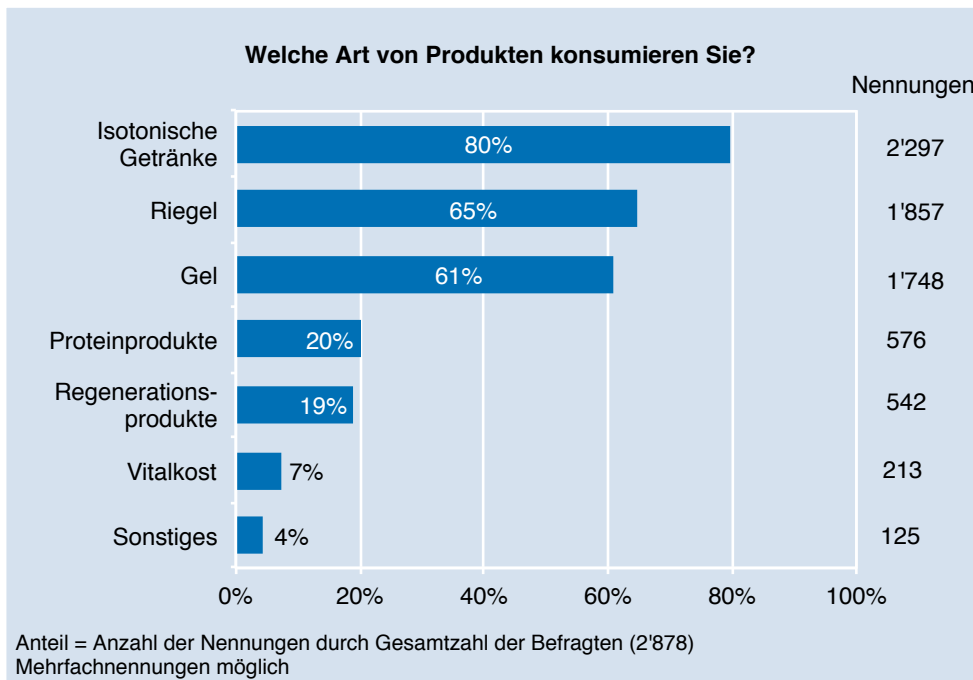
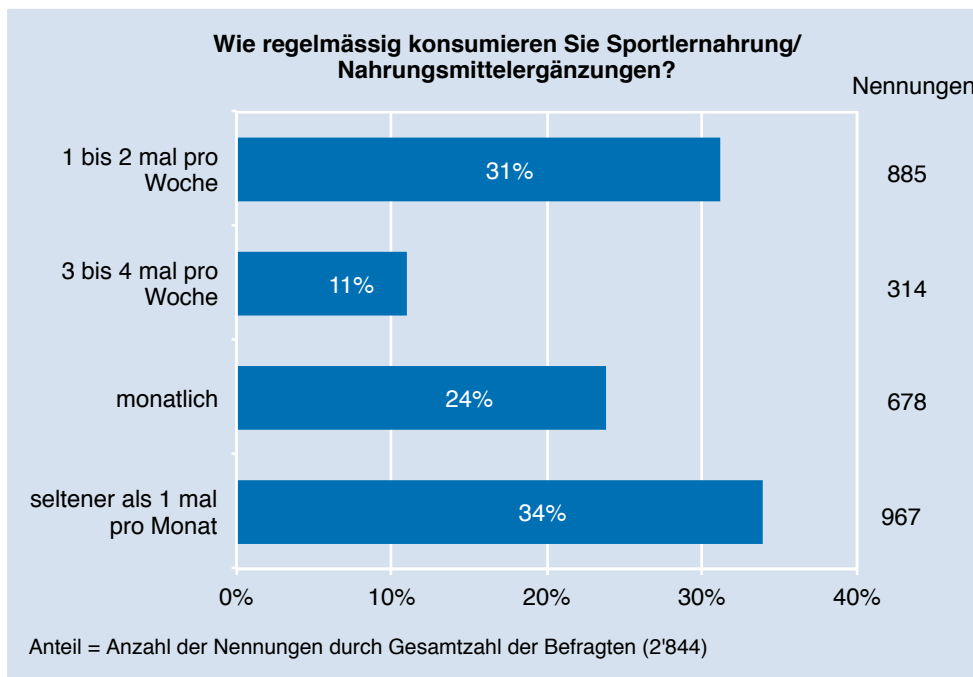


Abbildung 22: Wie regelmässig konsumieren Sie Sportlernahrung/Nahrungsmittelergänzungen?



Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1:** Schematische Darstellung Bruttoproduktion und Bruttowertschöpfung
- Abbildung 2:** Schematische Darstellung des Berechnungsmodells
- Abbildung 3:** Anwesende Personen* nach touristischen Kategorien
- Abbildung 4:** Ausgelöste Logiernächte durch anwesende Personen und Sponsoren*
- Abbildung 5:** Genutztes Verkehrsmittel für die Anreise zum Engadin Skimarathon
- Abbildung 6:** Ausgaben pro Tag und pro anwesender Person nach touristischen Besucherkategorien
- Abbildung 7:** Insgesamt durch den Engadin Skimarathon ausgelöster Umsatz (direkt und indirekt) in der Schweiz und der Veranstaltungsregion Engadin
- Abbildung 8:** Insgesamt durch den Engadin Skimarathon 2017 ausgelöster Umsatz in der Schweiz nach Branchen
- Abbildung 9:** Durch den Engadin Skimarathon insgesamt ausgelöste Bruttowertschöpfung im Engadin und in der übrigen Schweiz
- Abbildung 10:** Die durch den Engadin Skimarathon insgesamt ausgelöste Beschäftigungswirkung im Engadin und in der übrigen Schweiz
- Abbildung 11:** Wie bewerten Sie die folgenden Aspekte der Organisation und Infrastruktur der Veranstaltung?
- Abbildung 12:** Wie bewerten Sie die folgenden Kommunikationsmassnahmen des Veranstalters?
- Abbildung 13:** Würde Ihnen etwas fehlen, wenn die Informationen zum Event nicht mehr in gedruckter Form vorliegen würden (z.B. das Magazin Cumpact), sondern nur noch in elektronischer Form (Email, pdf, etc.)?
- Abbildung 14:** Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, eine Engadin Skimarathon-App für Ihr Smartphone zu benutzen?
- Abbildung 15:** Würden Sie gerne weitere Rennen/Läufe in der Marathon Week vor dem Hauptlauf bestreiten?
- Abbildung 16:** Personen, die gerne weitere Rennen bestreiten würden: An welchem Tag müsste ein solcher zusätzlicher Lauf stattfinden?
- Abbildung 17:** Würden Sie im gleichen Jahr neben dem Engadin Skimarathon an weiteren Langlauf-Veranstaltungen im Engadin teilnehmen?
- Abbildung 18:** Welche Unternehmen sind Ihnen als Sponsoren am Engadin Skimarathon 2017 in Erinnerung geblieben? Nennen Sie bitte die Namen der Sponsoren, an die Sie sich spontan erinnern können (Maximal zehn Nennungen möglich).
- Abbildung 19:** Nennungshäufigkeit der populärsten Sponsoren innerhalb der ersten drei Eingabefelder
- Abbildung 20:** Konsumieren Sie im Training oder bei Wettkämpfen Sportlernahrung/Nahrungsmittelergänzungen?
- Abbildung 21:** Falls Sportlernahrung/Nahrungsmittelergänzungen konsumiert werden: Welche Art von Produkten konsumieren Sie?
- Abbildung 22:** Wie regelmässig konsumieren Sie Sportlernahrung/Nahrungsmittelergänzungen?