

Volkswirtschaftliche Bedeutung des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“ für die Region Lenzerheide

23. Oktober 2007

- Auftraggeber
 - Verein Weltcup Lenzerheide
- Auftragnehmer
 - ITW Institut für Tourismuswirtschaft
Hochschule Luzern – Wirtschaft
 - Rütter+Partner, Rüschiikon
Sozioökonomische Forschung und Beratung
- Autoren/innen
 - Rebekka Mehr, lic.rer.publ. HSG
 - Heinz Rütter, Dr. oec.publ.
 - Claudia Erni, M.A. HSG
 - Antoine de Bary



- Kurze Einführung und Hintergründe zur Untersuchung
- Resultate des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“
 - Ergebnisse der Besucherbefragung
 - Ökonomische Gesamtergebnisse
 - Umsätze
 - Wertschöpfung
 - Beschäftigung
 - Soziale Resultate und Image
- Vergleich von Kennzahlen mit Lauberhorn und St. Moritz
- Event-Scorecard des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ und Schlussfolgerungen

Kontext der Studie

- Event-Scorecard ist eine standardisierte Methode zur Erhebung, Auswertung und Analyse der ökonomischen, ökologischen und sozialen Bedeutung von Veranstaltungen
- Methodik entwickelt und erprobt an acht Sportgrossveranstaltungen¹ im Rahmen von zwei KTI-Projekten mit Unterstützung von BASPO und Swiss Olympic Association
- Methodik angewendet im Rahmen von weiteren Events und Infrastrukturprojekten im Sport- und Kulturbereich
- Ergebnisse in Form einer standardisierten **Event-Scorecard**, die einen Vergleich mit anderen Studien ermöglicht sowie in Form von Grafiken und Tabellen
- Informationen: www.event-scorecard.ch

1: 8 Fallstudien (Skirennen St. Moritz 2000; Engadiner Skimarathon 2001; CSIO St. Gallen 2001; Volley Masters Montreux 2001; Athletissima Lausanne 2001; Ruder WM 2001; Lauberhornrennen 2002; Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest Luzern 2004)

Zeitliche und räumliche Abgrenzung



¹: Brienz/Brinzauls, Chur, Churwalden, Lantsch/Lenz, Malix, Obervaz (Lain, Lenzerheide, Muldain, Valbella, Zorten), Parpan, Tiefencastel

Der Fokus der Analyse liegt auf der regional-wirtschaftlichen Bedeutung des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“

- Als Region wird die Ferienregion Lenzerheide abgegrenzt¹
- Der Weltcup Final fand vom 14. bis 18. März 2007 auf der Lenzerheide statt
- Das Finale wurde in fünf Disziplinen ausgetragen
- Berücksichtigt werden Ausgaben auf dem Veranstaltungsgelände und Ausgaben in der Region, die auf den Final zurückzuführen sind

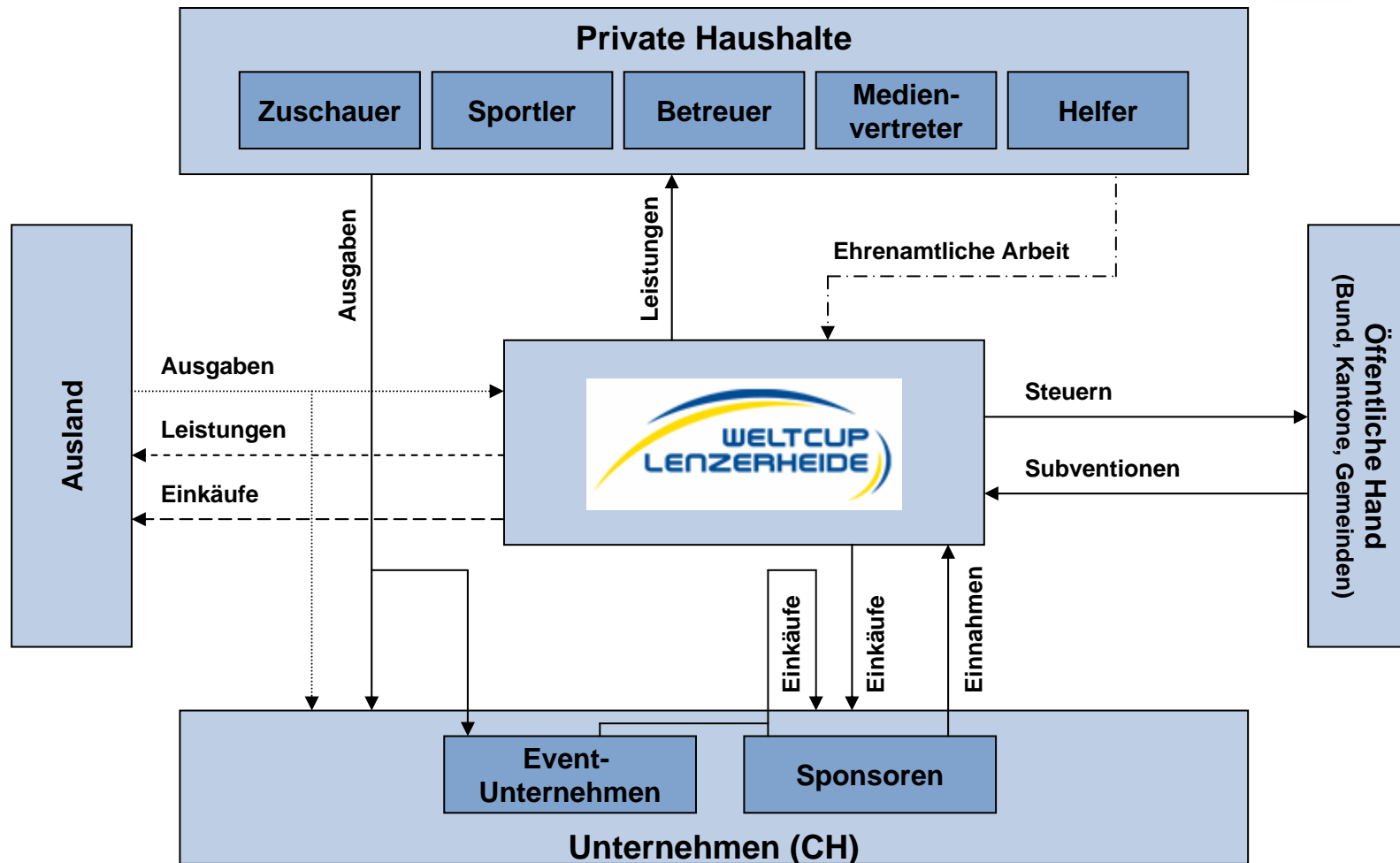
Abgrenzung zu anderen Reisemotiven: Event-Faktor

- Damit nur die Ausgaben, die tatsächlich mit dem „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ zusammenhängen, berücksichtigt werden, ist eine Abgrenzung notwendig.
- Mit dem so genannten Event-Faktor werden deshalb die Ausgaben der Besucher ausserhalb des Veranstaltungsgeländes gewichtet.
- Der Event-Faktor entspricht der Wichtigkeit der Veranstaltung für den Besuch der Region Lenzerheide.
- Der Event-Faktor liegt zwischen 0% (d.h. der Event war überhaupt nicht entscheidend für den Besuch der Region) und 100% (d.h. der Event war absolut entscheidend). Beispiel: Ist der „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ zu 50% ausschlaggebend für den Aufenthalt in der Region, werden die Ausgaben ausserhalb der Veranstaltung nur zu 50% eingerechnet.

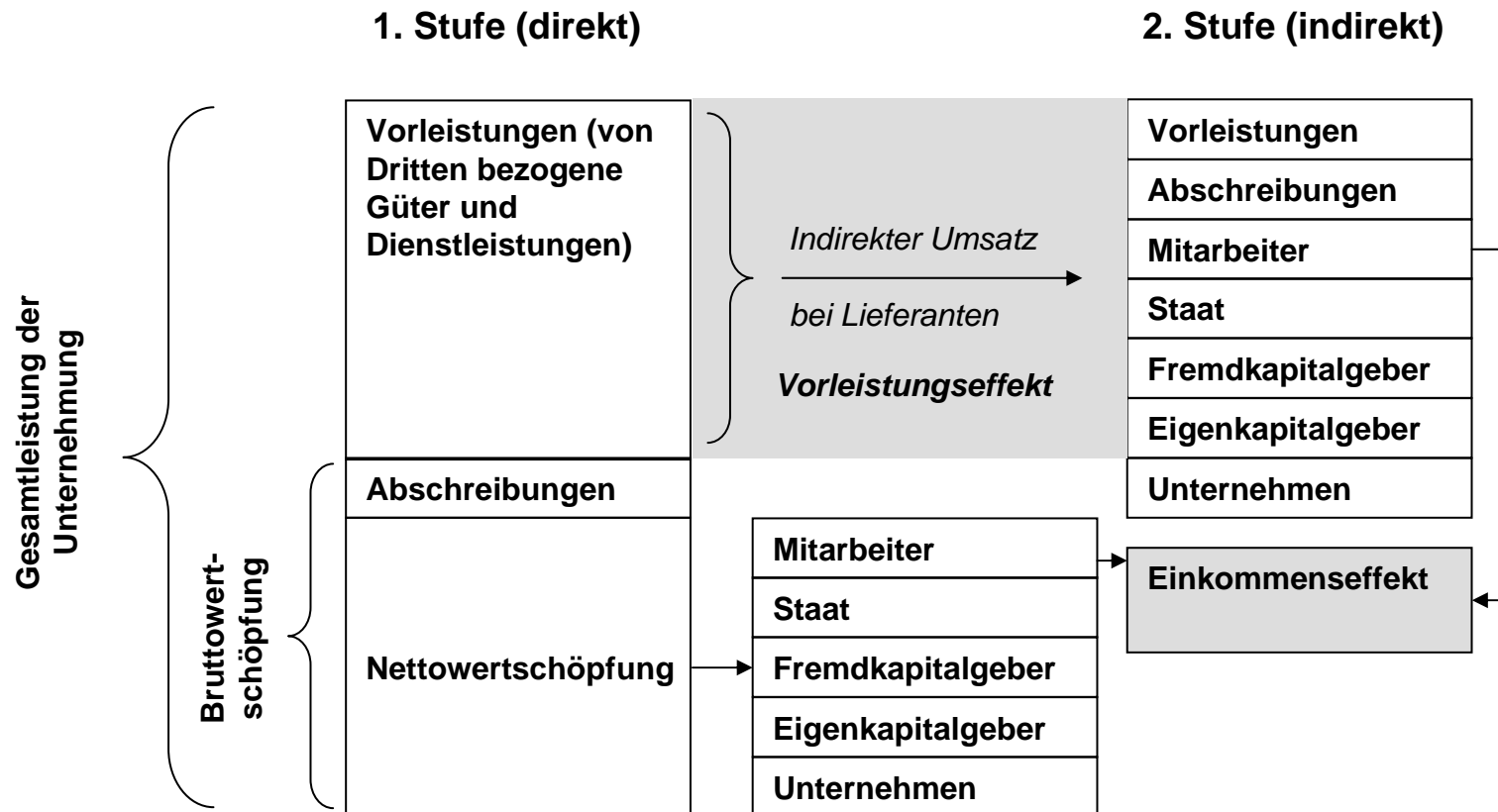
Ökonomische und soziale Wirkungen der Veranstaltung

- Ökonomische Aspekte:
 - Erfasst werden die direkten ökonomischen Wirkungen an und ausserhalb der Veranstaltung sowie
 - die indirekten Wirkungen über die Vorleistungen, die Investitionen und den Einkommenseffekt
- Soziale Aspekte und Image:
 - Der Veranstalter und die Zuschauer werden zu sozialen Aspekten sowie zum Image der Veranstaltung und zur Zufriedenheit mit dem Event befragt.
 - Die sozialen Aspekte sind eine wichtige Grösse für die Entwicklung und den (ökonomischen) Erfolg der Veranstaltung.
 - Die sozialen Aspekte werden mit gegensätzlichen Begriffspaaren basierend auf einer fünfstufigen Likert-Skala erfasst.

Methodik – „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“



Zweistufige Wertschöpfung



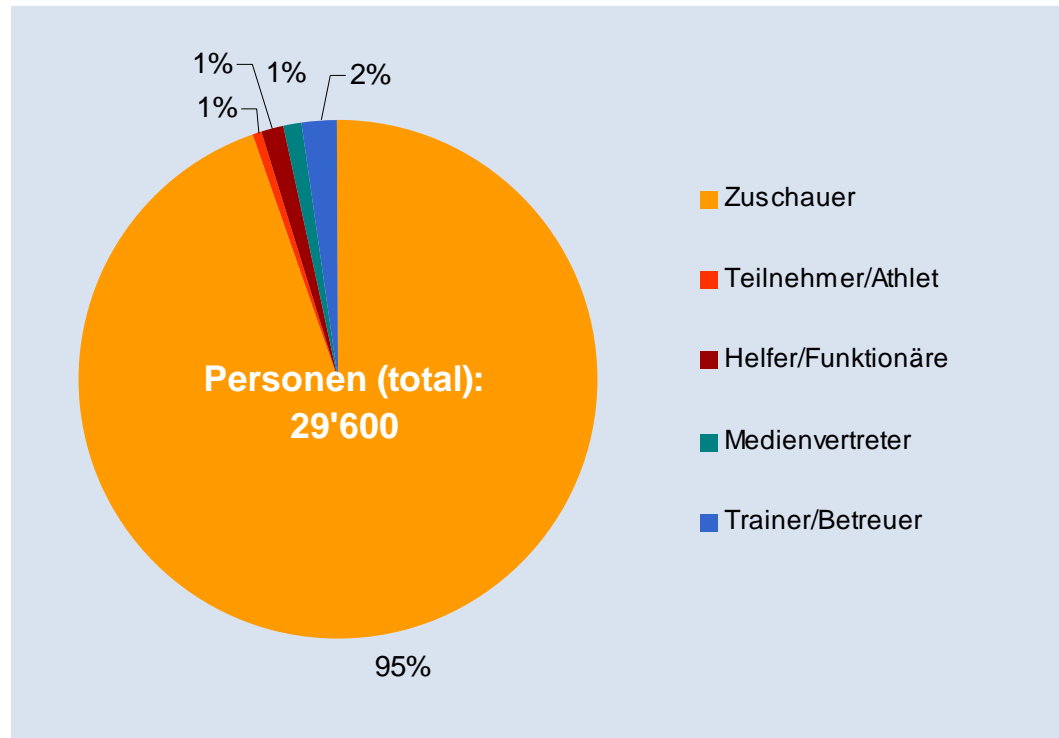
Die Datenerhebung erfolgte mittels einer Besucherbefragung, einer Befragung der Event-Unternehmen auf dem Gelände sowie den Angaben des Veranstalters (ökonomische Kennzahlen, soziale Aspekte, Frequenzangaben).

- Besucherbefragung
 - 1'300 Kontakte mit Ski Weltcup Besuchern (Strichliste)
 - 1'200 der Kontaktierten nahmen einen Fragebogen mit
 - 285 Fragebogen konnten ausgewertet werden (Rücklaufquote von 24%)
- Unternehmensbefragung
 - 7 Kontakte mit Sponsoren sowie Event- und Gewerbeunternehmen auf dem Gelände (Catering, Bergbahnen etc.)

Die auswertbaren Besucher-Fragebogen ergaben zusammen mit den Rückmeldungen der Sponsoren und Gewerbeunternehmen sowie den Angaben des Veranstalters eine gute Datengrundlage für die Berechnungen.

- Kurze Einführung und Hintergründe zur Untersuchung
- **Resultate des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“**
 - **Ergebnisse der Besucherbefragung**
 - **Ökonomische Gesamtergebnisse**
 - Umsätze
 - Wertschöpfung
 - Beschäftigung
 - **Soziale Resultate und Image**
- Vergleich von Kennzahlen mit Lauberhorn und St. Moritz
- Event-Scorecard des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ und Schlussfolgerungen

Anwesende Personen nach Akteursgruppen



28'000 Zuschauer am Weltcup-Final

- 95% der anwesenden Gäste sind Zuschauer, die ein oder mehrere Tage den Anlass besucht haben
- Die zweitgrösste Personen-
gruppe sind die Trainer/
Betreuer mit 650 Personen
(2%)
- Rund 400 Helfer, 350
Medienvertreter und 150
Athleten waren anwesend
(insg. 3%)

Herkunft und Übernachtungsverhalten der Akteure

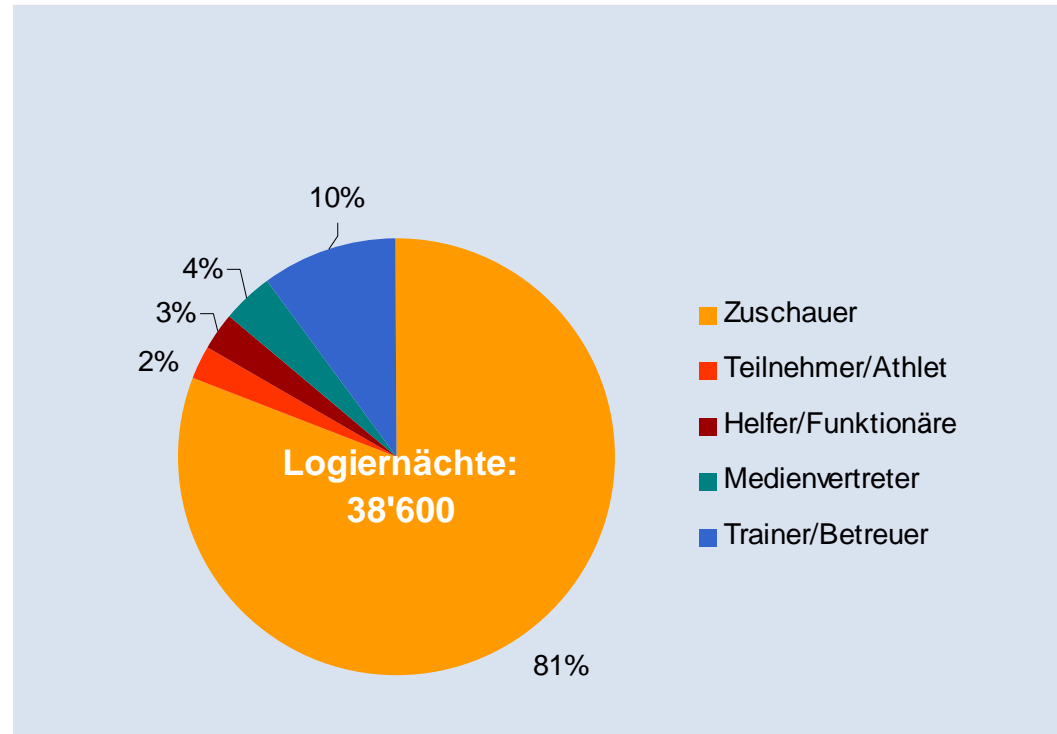
	absolut	in %
Einheimische	5'700	19%
Tagesgäste	9'400	32%
<i>Tagesgäste Inland</i>	<i>8'500</i>	<i>29%</i>
<i>Tagesgäste Ausland</i>	<i>900</i>	<i>3%</i>
Übernachtungsgäste	14'400	49%
Hotelgäste	5'900	20%
<i>Hotelgäste Inland</i>	<i>3'600</i>	<i>12%</i>
<i>Hotelgäste Ausland</i>	<i>2'300</i>	<i>8%</i>
übrige Übernachtungsgäste	8'500	29%
<i>übrige Übernachtungsgäste Inland</i>	<i>6'300</i>	<i>21%</i>
<i>übrige Übernachtungsgäste Ausland</i>	<i>2'200</i>	<i>8%</i>
Total	29'600	100%
<i>davon ausländische Gäste</i>	<i>5'400</i>	<i>18%</i>

Aufgrund von Rundungsdifferenzen entsprechen die Summentotale nicht immer den Gesamttotalen.

81% der Akteure kommen von ausserhalb der Region

- 81% (23'800) der 29'600 Akteure sind nicht einheimisch
- 32% sind Tagesgäste und 49% Übernachtungsgäste
- Davon übernachten 20% in einem Hotel und die restlichen 29% an einem anderen Ort (Ferienwohnung etc.)
- Die 20% (5'900) übernachtenden Hotelgäste setzen sich zusammen aus 12% inländischen Gästen und 8% ausländischen Gästen
- Insgesamt sind 19% der Gäste ausländische Gäste

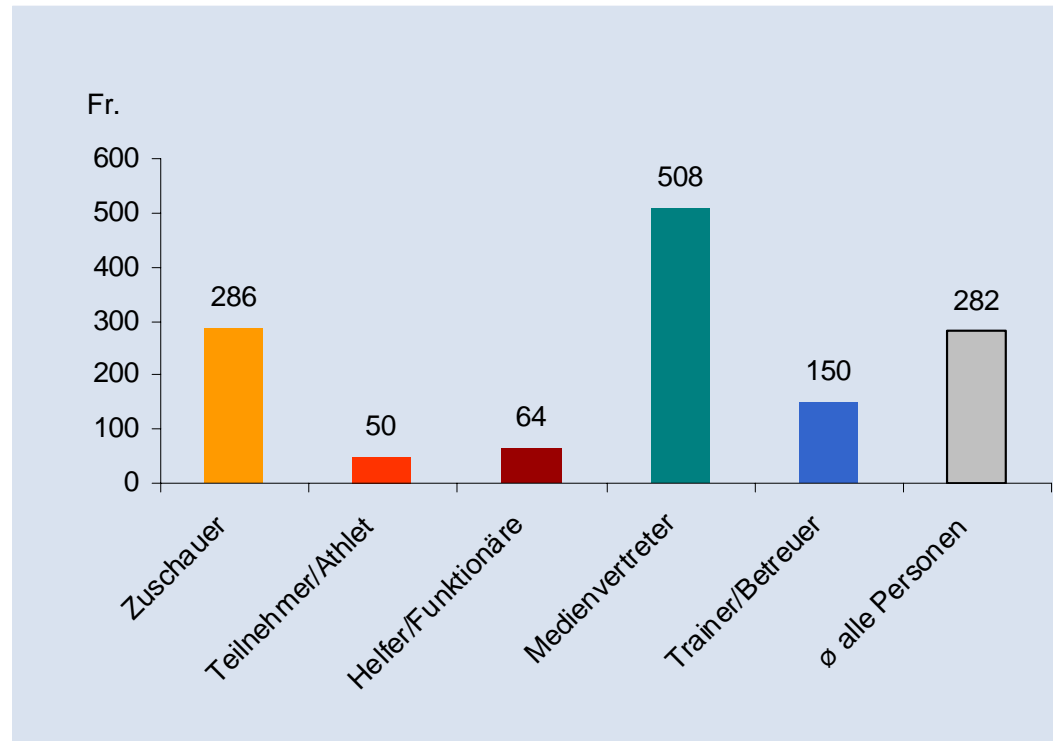
Ausgelöste Logiernächte nach Akteursgruppen



Fast 40'000 Logiernächte werden generiert

- Durch den Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 werden in der Region Lenzerheide 38'600 Logiernächte ausgelöst
- Die Zuschauer generieren 31'200 Logiernächte, die restlichen Akteure 7'400
- Auf die Hotellerie entfallen rund 14'300 Logiernächte, auf die Parahotellerie rund 24'300

Durchschnittliche Ausgaben nach Akteursgruppen (gesamter Aufenthalt)

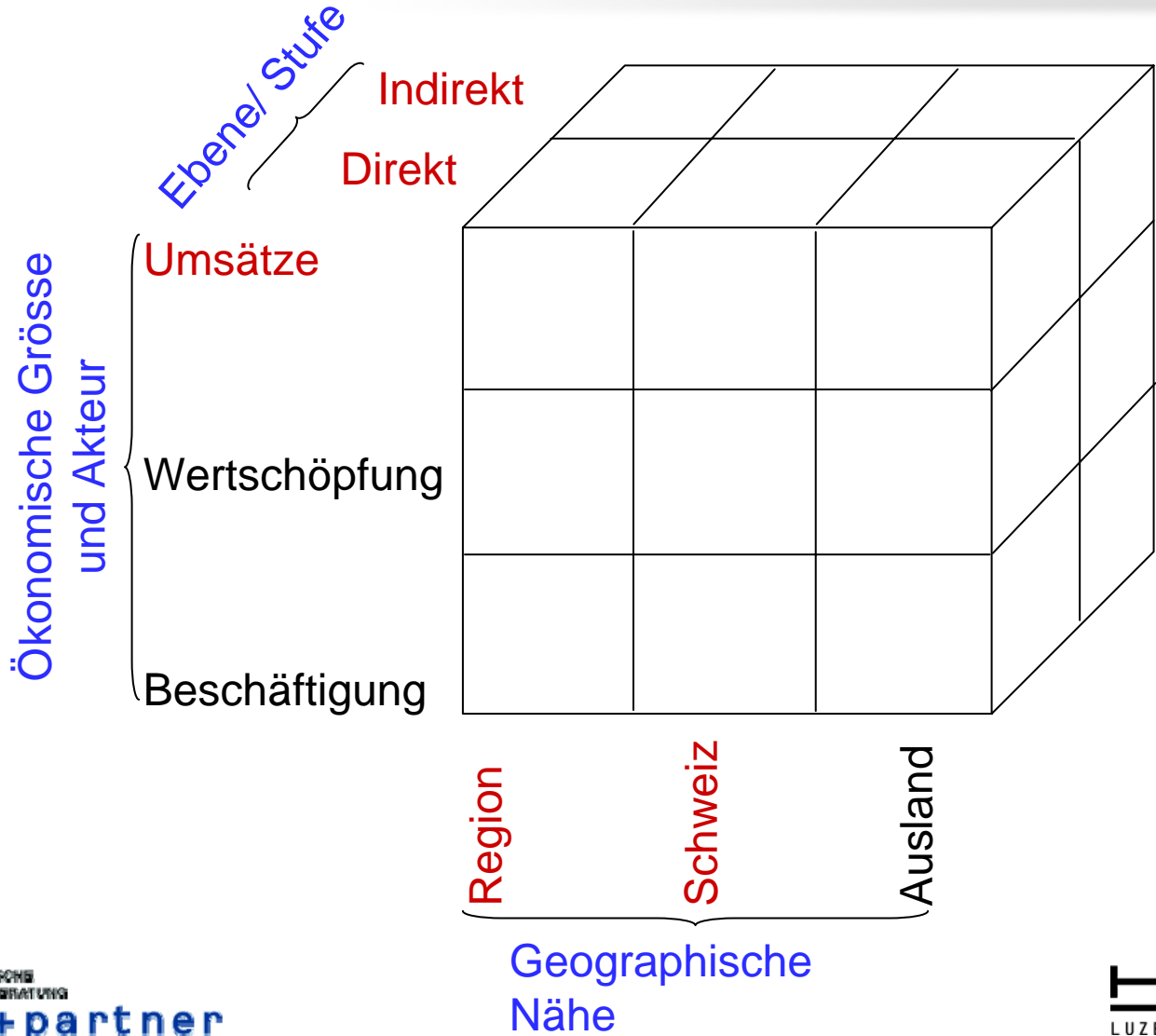


Durchschnittliche Ausgaben der Gäste betragen rund 280 Fr.

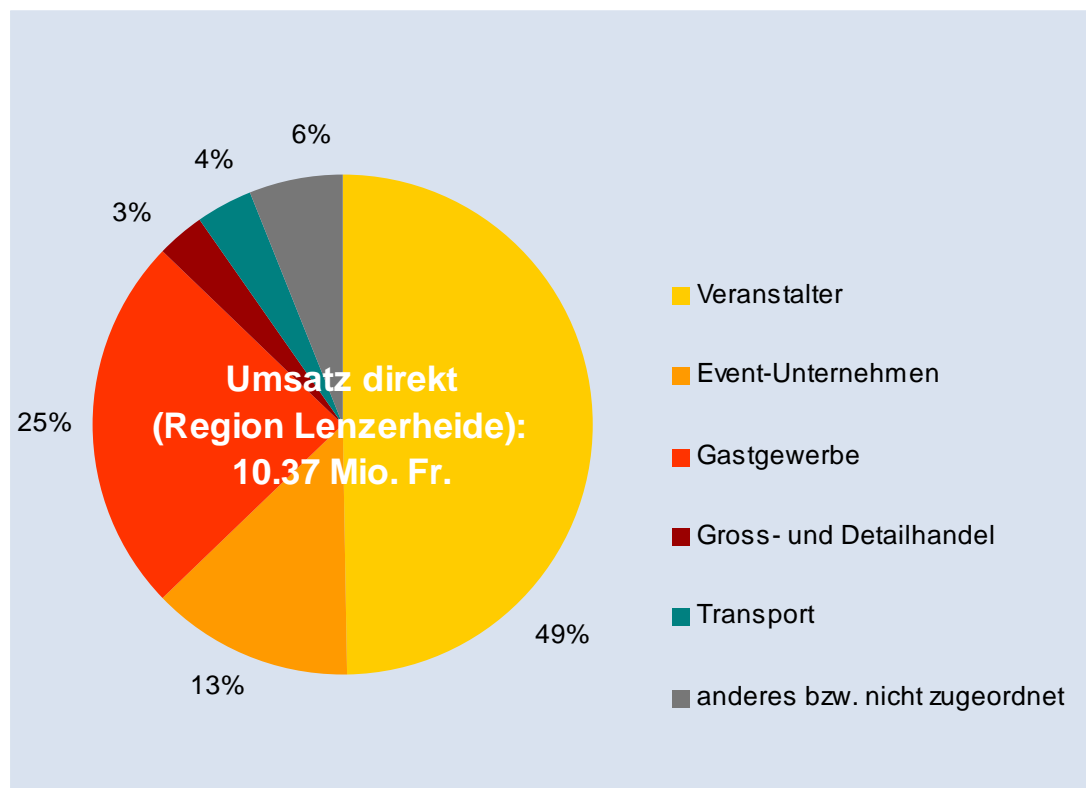
- Die durchschnittlichen Ausgaben eines Gastes während des gesamten Aufenthalts belaufen sich auf 282 Fr.
- Die Medienvertreter geben mit 508 Fr. am meisten aus
- Im Durchschnitt betragen die Ausgaben eines Zuschauers 286 Fr. pro Aufenthalt
- Die Ausgaben der Athleten sowie Trainer sind gering, da nur diejenigen Ausgaben aufgeführt sind, die nicht durch den Veranstalter bezahlt werden

- Kurze Einführung und Hintergründe zur Untersuchung
- **Resultate des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“**
 - Ergebnisse der Besucherbefragung
 - **Ökonomische Gesamtergebnisse**
 - Umsätze
 - Wertschöpfung
 - Beschäftigung
 - Soziale Resultate und Image
- Vergleich von Kennzahlen mit Lauberhorn und St. Moritz
- Event-Scorecard des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ und Schlussfolgerungen

Ökonomische Aspekte Übersicht über Dimensionen



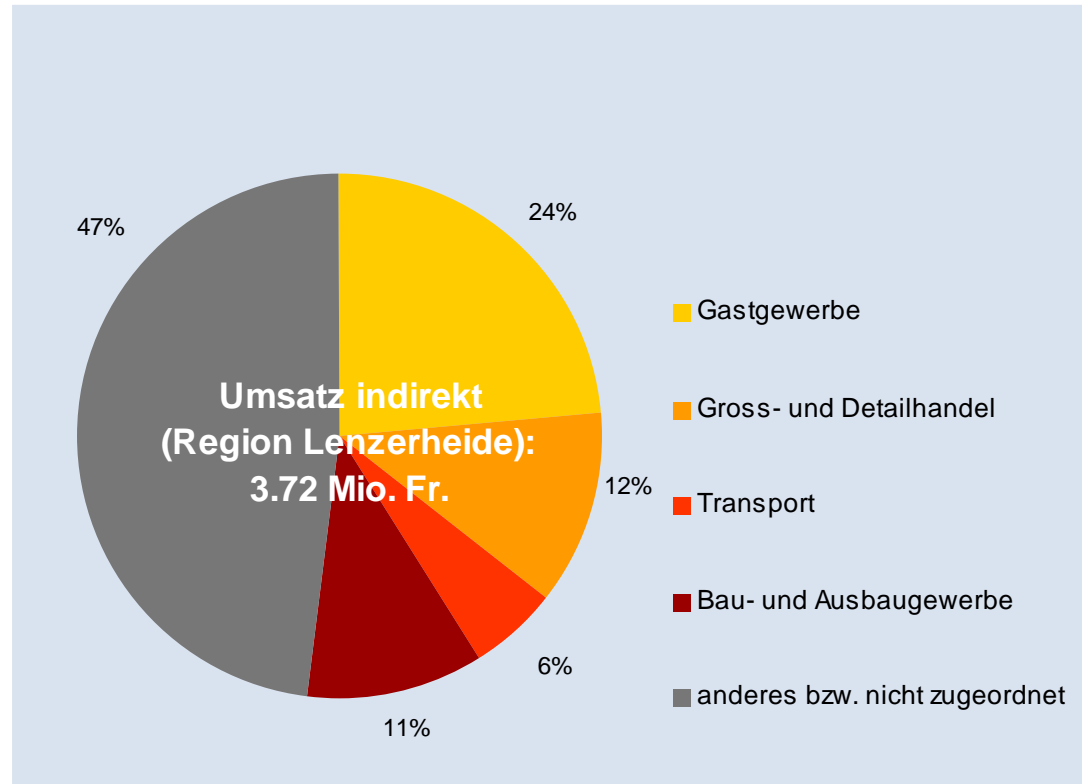
Direkt ausgelöster Umsatz in der Region



Der Veranstalter generiert rund die Hälfte des direkten Umsatzes

- Direkte ökonomische Wirkungen lösen in der Region Lenzerheide Umsätze in der Höhe von insgesamt 10.37 Mio. Fr. aus
- An der Veranstaltung selber werden rund 6.49 Mio. Fr. (63%) erzielt, ausserhalb der Veranstaltung durch die Akteure 3.88 Mio. Fr. (37%)
- Bei den Umsätzen an der Veranstaltung sind die Aufwände des Veranstalters, der Catering-Unternehmen, der Bergbahnen sowie des Tourismusbüros einberechnet

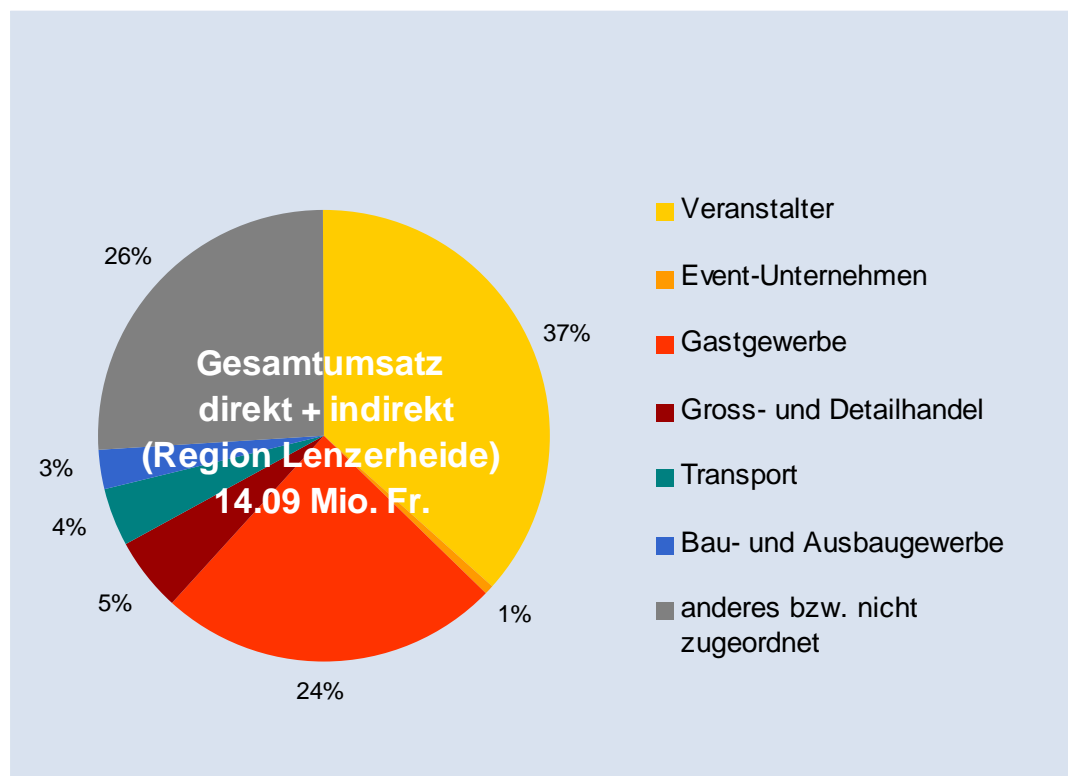
Indirekt ausgelöster Umsatz in der Region



Indirekter Umsatz von 3.72 Mio. Fr. in der Region Lenzerheide

- Indirekter Umsatz (Vorleistungs-, Investitions- und Einkommenseffekt) von insgesamt 3.72 Mio. Fr.
- Auf das Gastgewerbe entfällt 24% des totalen indirekten Umsatzes (880'000 Fr.)

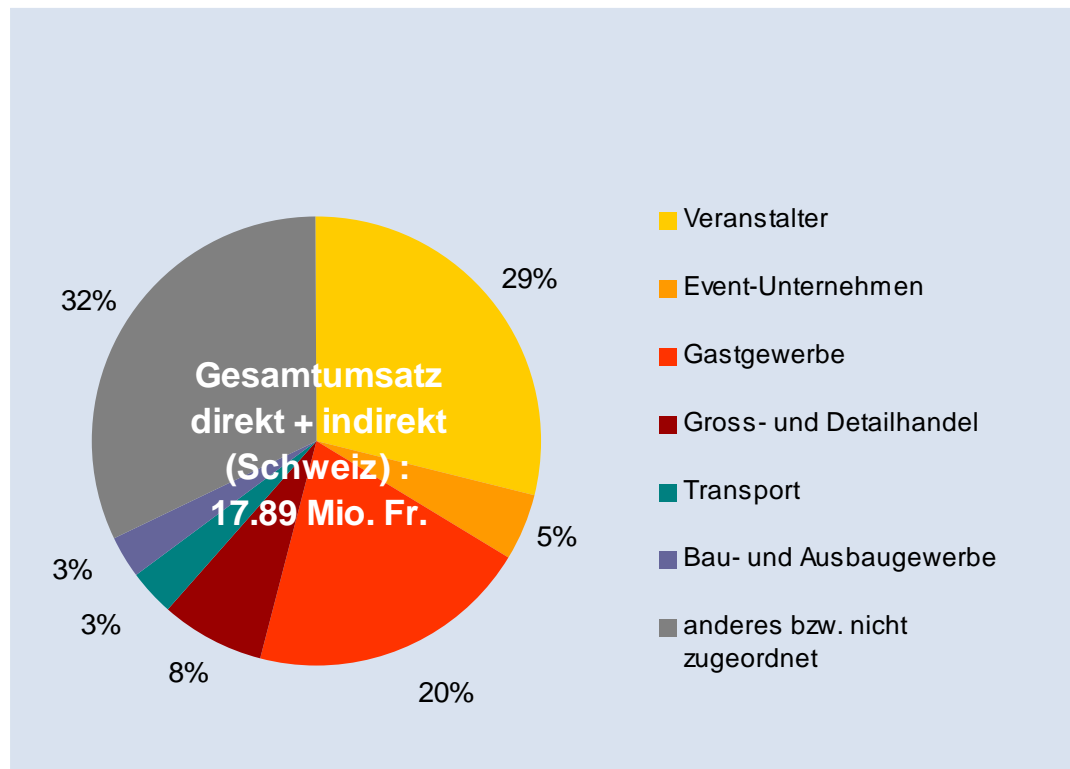
Gesamtumsatz (direkt und indirekt) in der Region



3.43 Mio. Fr. Umsatz im regionalen Gastgewerbe

- Totaler Umsatz in Region Lenzerheide von 14.09 Mio. Fr.
- Rund ein Drittel des Umsatzes werden durch Veranstalter (vor, während und nach dem Final) und von den Event-Unternehmen generiert
- Das Gastgewerbe (Unterkunft + Verpflegung ausserhalb der Veranstaltung) trägt 24% (3.43 Mio. Fr.) zum Gesamtumsatz bei

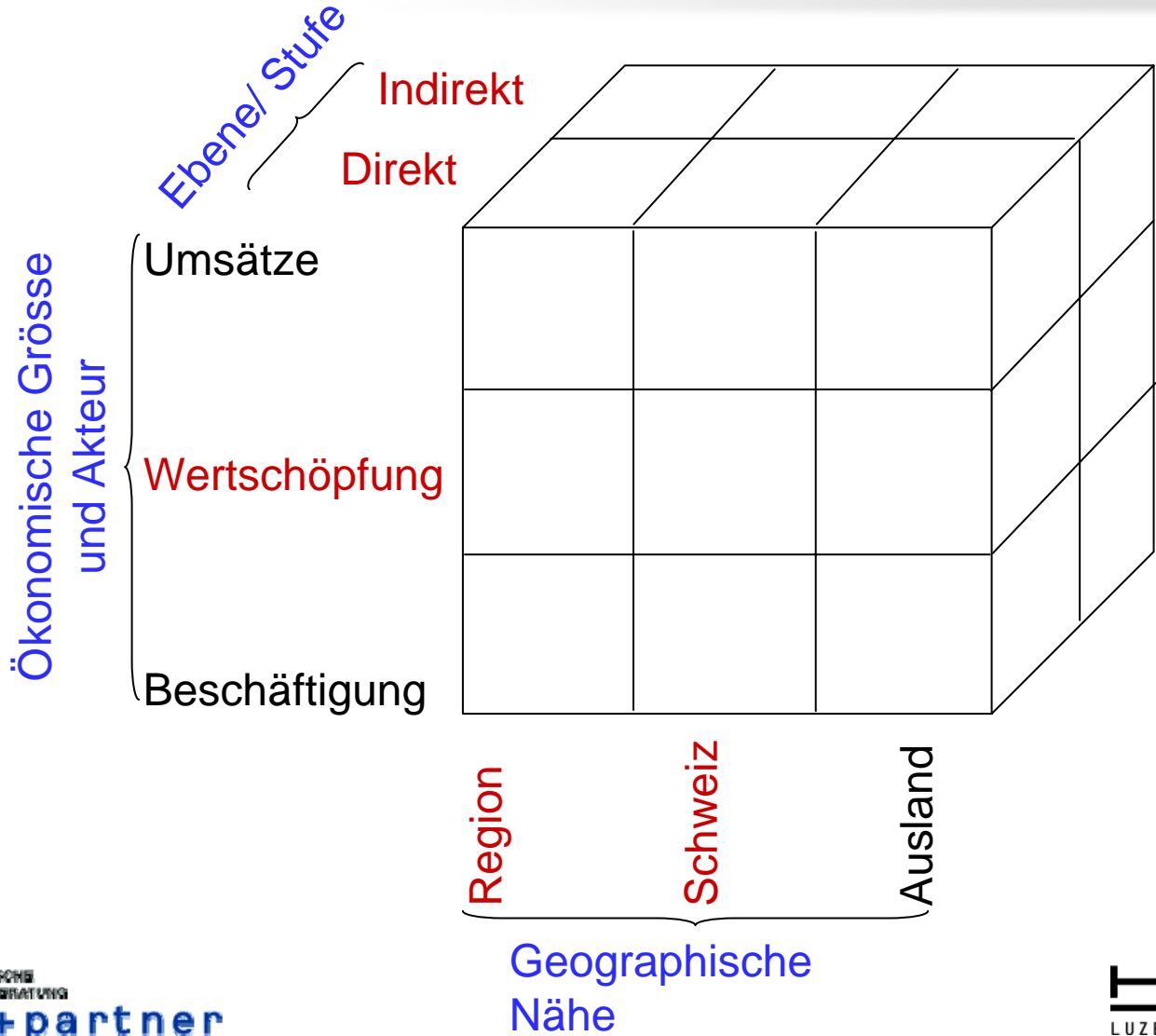
Gesamtumsatz (direkt und indirekt) in der Schweiz



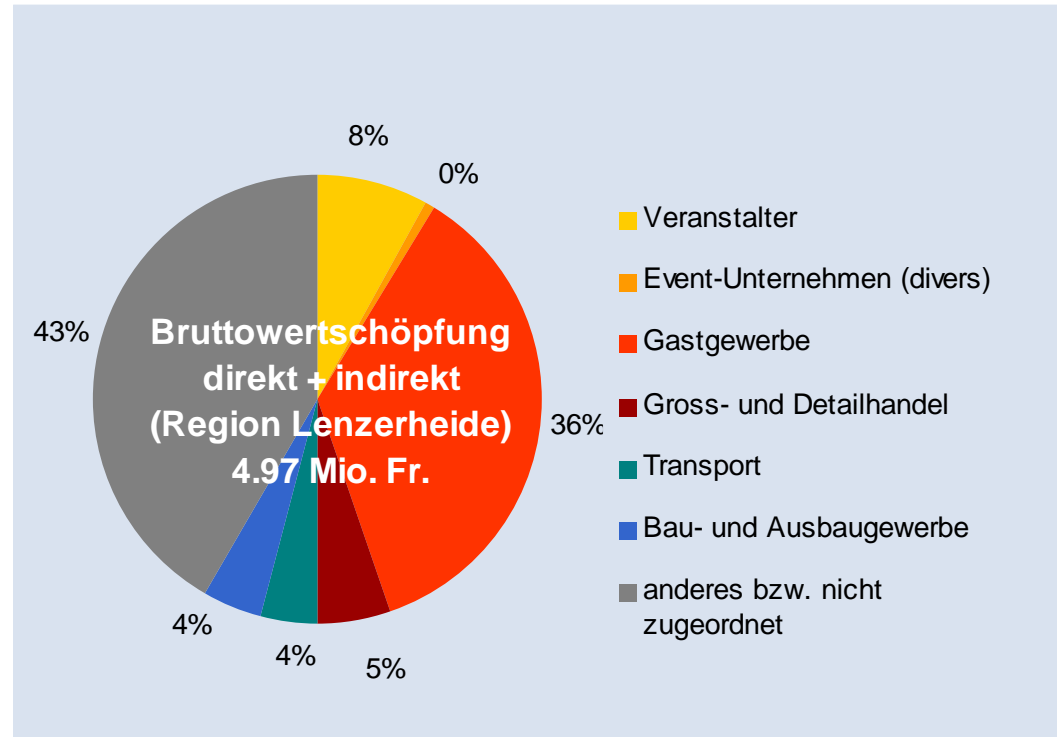
17.89 Mio. direkter und indirekter Umsatz in der Schweiz

- Zu den 14.09 Mio. Fr. Umsatz in der Region Lenzerheide kommen noch 3.8 Mio. Fr. in der übrigen Schweiz hinzu, was zu einem Gesamtumsatz in der Schweiz von 17.89 Mio. Fr. führt
- Der Gesamtumsatz besteht aus 11.16 Mio. Fr. direktem Umsatz (62%) und 6.73 Mio. Fr. (38%) indirektem Umsatz (über Vorleistungen und Einkommen)

Ökonomische Aspekte Übersicht über Dimensionen



Bruttowertschöpfung (direkt und indirekt) in der Region

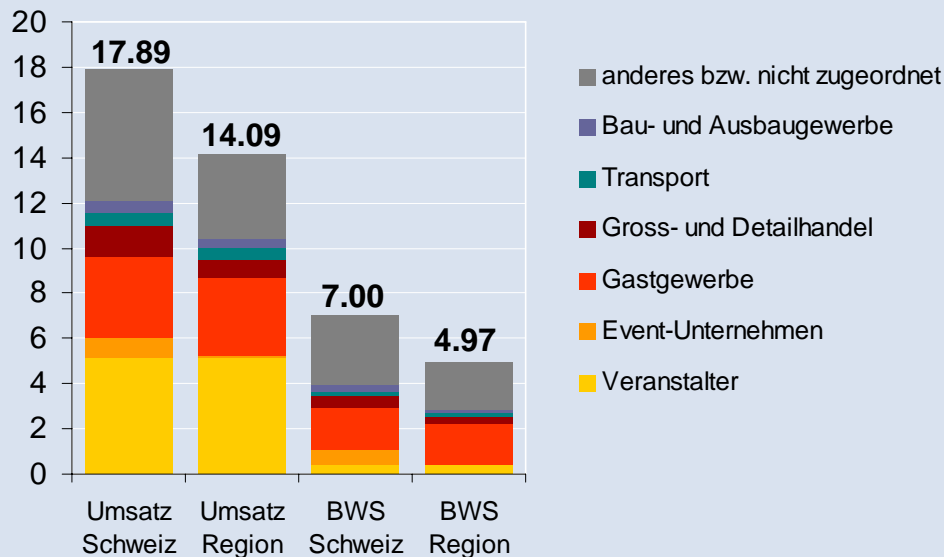


4.97 Mio. Fr. Brutto- wertschöpfung bleibt in der Region

- Aus 14.09 Mio. Fr. regionalem Umsatz resultiert eine Bruttowertschöpfung von 4.97 Mio. Fr.
- Gastgewerbe sowie Gross- und Detailhandel generieren neben dem Veranstalter den grössten Anteil an Bruttowertschöpfung

Gesamtumsatz und Bruttowertschöpfung Region und Schweiz

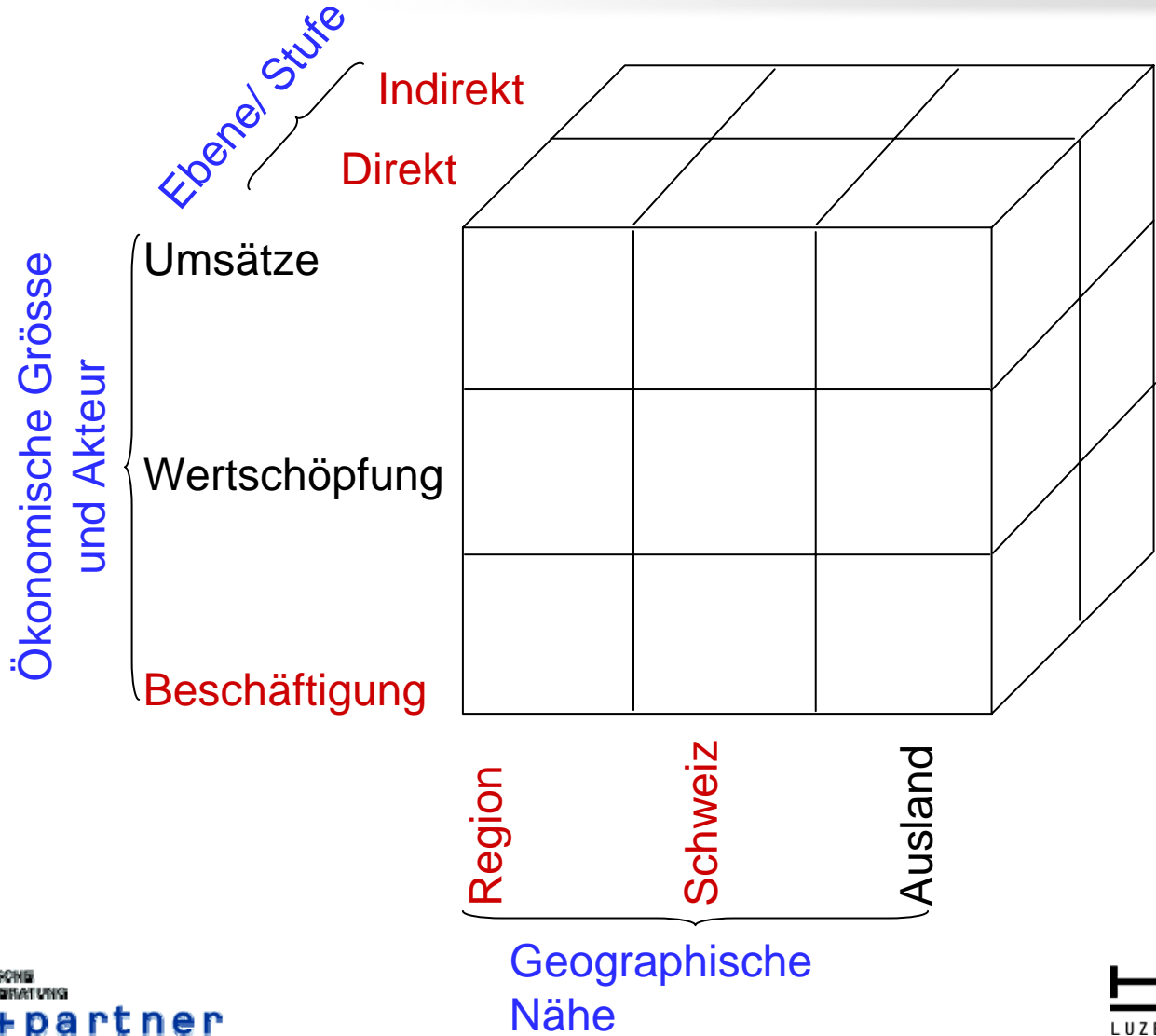
in Mio. Fr.



7.0 Mio. Fr. Bruttowertschöpfung in der Schweiz

- Aus 17.89 Mio. Fr. Umsatz in der Schweiz werden 7.0 Mio. Fr. Bruttowertschöpfung generiert
- Der Veranstalter ermöglicht eine vielfache Wertschöpfung in anderen Branchen sowohl in der Region als auch in der gesamten Schweiz

Ökonomische Aspekte Übersicht über Dimensionen



Totales Beschäftigungsvolumen in VZÄ in der Region und in der Schweiz

	Beschäftigung in der Schweiz in VZÄ	Beschäftigung in der Region in VZÄ
Total	70	50
Veranstalter	1	1
Event-Unternehmen	5	0
Gastgewerbe	30	28
Gross- und Detailhandel	5	3
Transport	3	3
Bau- und Ausbaugewerbe	3	3
anderes bzw. nicht zugeordnet	22	12

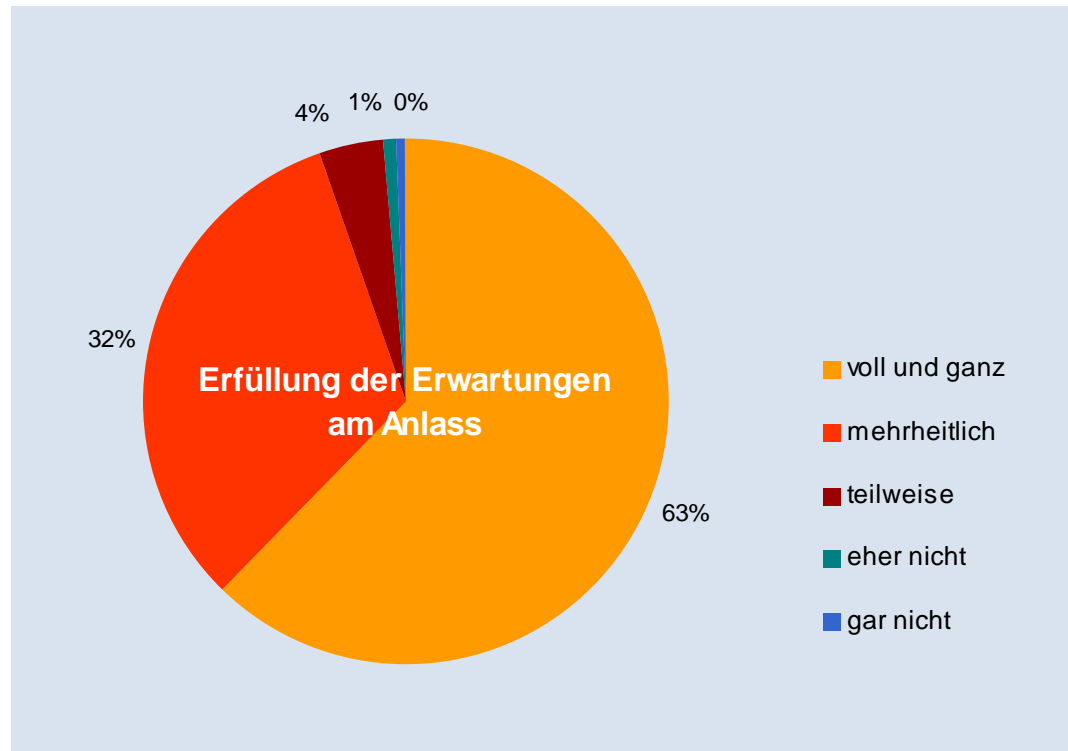
* Ausgelöstes Beschäftigungsvolumen umgerechnet in hypothetische Vollzeit-Jahresstellen (VZÄ = Vollzeitäquivalente; 1 VZÄ = 220 Tage = 1800 Stunden pro Jahr). Dies sind nicht alles neu geschaffene Stellen, sondern primär mehr Arbeitsvolumen für das vorhandene Personal.

50 Vollzeitäquivalente* (VZÄ) in der Region geschaffen

- Rund zwei Drittel des totalen Beschäftigungseffektes (50 von 70 VZÄ) fallen in der Region an
- Das Gastgewerbe sowie diverse Branchen der Region profitieren am meisten vom Beschäftigungseffekt
- Alle ehrenamtlich geleistete Arbeit sowie der Einsatz des Militärs ist in den Beschäftigungsangaben nicht einberechnet

- Kurze Einführung und Hintergründe zur Untersuchung
- **Resultate des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“**
 - Ergebnisse der Besucherbefragung
 - Ökonomische Gesamtergebnisse
 - Umsätze
 - Wertschöpfung
 - Beschäftigung
 - **Soziale Resultate und Image**
- Vergleich von Kennzahlen mit Lauberhorn und St. Moritz
- Event-Scorecard des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ und Schlussfolgerungen

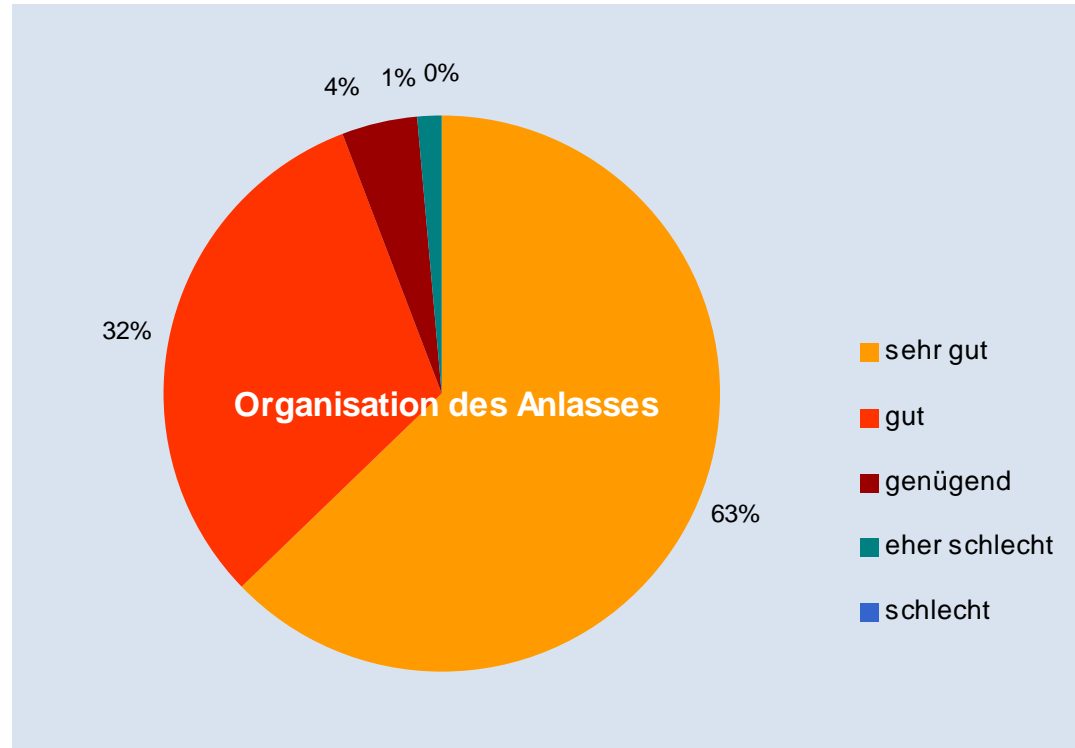
Erfüllung der Erwartungen bei den Besuchern



Sehr hohe Zufriedenheit

- Bei 63% der befragten Besucher sind die Erwartungen an den Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 „voll und ganz“ erfüllt worden
- 32% sind mehrheitlich zufrieden und nur bei 5% wurden die Erwartungen teilweise oder eher nicht erfüllt

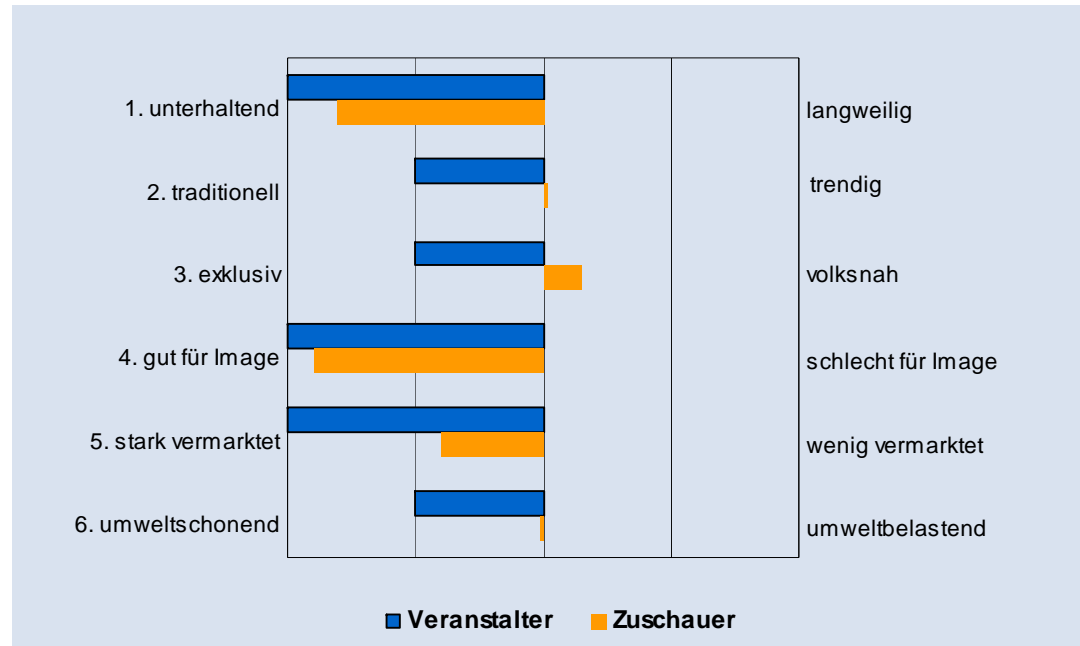
Organisation des Anlasses



Sehr gute Organisation aus der Sicht der Besucher

- 63% der befragten Besucher sind mit der Organisation des Audi FIS Ski Weltcup Finals 2007 „voll und ganz“ zufrieden
- 32% der Besucher finden die Organisation gut
- Nur 5% erachten die Organisation als „genügend“ oder „schlecht“; niemand empfindet sie als „sehr schlecht“

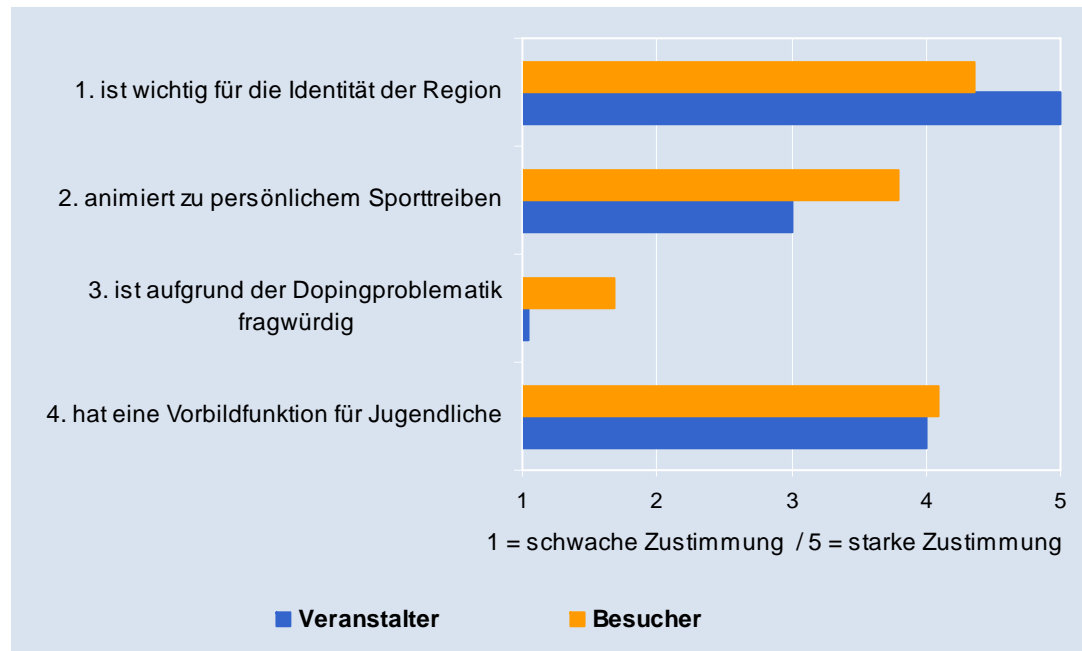
Image des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“



Überwiegend positives Image des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“

- Die Besucher finden den Ski Weltcup Final stark unterhaltend, eher stark vermarktet und sehr gut fürs Image
- Indifferent sind die Zuschauer bei den beiden Imagepaaren traditionell-trendig und exklusiv-volksnah, sowie beim Einfluss auf die Umwelt
- Die Sicht des Veranstalters ist sehr ähnlich beim Aspekt „gut für Image“ und beim Unterhaltungswert, bei den anderen Items bestehen recht grosse Unterschiede

Soziale Aspekte des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“



Der „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“ ist wichtig für die Identität der Region

- Der Weltcup Final ist wichtig für die Identität der Region und animiert zum persönlichen Sporttreiben
- Besucher und Veranstalter sind sich einig, dass der Weltcup Final eine Vorbildfunktion für Jugendliche wahrnimmt
- Die Dopingproblematik hat sowohl für die Besucher als auch für den Veranstalter eine sehr geringe Bedeutung

- Kurze Einführung und Hintergründe zur Untersuchung
- Resultate des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“
 - Ergebnisse der Besucherbefragung
 - Ökonomische Gesamtergebnisse
 - Umsätze
 - Wertschöpfung
 - Beschäftigung
 - Soziale Resultate und Image
- Vergleich von Kennzahlen mit Lauberhorn und St. Moritz
- Event-Scorecard des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ und Schlussfolgerungen

Vergleich von Kennzahlen mit Lauberhorn und St. Moritz

	Weltcup- Final Lenzerheide	Weltcup Lauberhorn	Weltcup St. Moritz
Datum der Durchführung	März 2007	Januar 2002	Dezember 2000
Anzahl Renntage	5	2	2
Anzahl Personen an der Veranstaltung	29'600	21'700	3'600
Ausgelöste Logiernächte	38'600	30'400	5'100
Totale durchschnittliche Ausgaben in der Region pro Person (in Fr.)	282	239	232
totaler regionaler Umsatz direkt und indirekt (in Mio. Fr.)	14.09	8.81*	1.65*
totale regionale Bruttowertschöpfung direkt und indirekt (in Mio. Fr.)	4.97	3.49*	0.61*

* bei den indirekten Effekten wurden die Effekte über die Lohneinkommen sowie gewisse Vorleistungseffekte nicht einberechnet im Vergleich zum Weltcup-Final Lenzerheide.

- Kurze Einführung und Hintergründe zur Untersuchung
- Resultate des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“
 - Ergebnisse der Besucherbefragung
 - Ökonomische Gesamtergebnisse
 - Umsätze
 - Wertschöpfung
 - Beschäftigung
 - Soziale Resultate und Image
- Vergleich von Kennzahlen mit Lauberhorn und St. Moritz
- Event-Scorecard des „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007“ und Schlussfolgerungen

Event-Scorecard – **Ökonomie** Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide

Nr.	Indikator	Kennzahl
1	Personenfrequenzen	29'600
2	Ausgelöste Logiernächte in der Region	38'600
3	Totale durchschnittliche Ausgaben in der Region pro Person	282 Fr.
4	Direkt ausgelöste Umsätze in der Region	10.37 Mio. Fr.
5	Total ausgelöste Umsätze (direkt + indirekt) in der Region	14.09 Mio. Fr.
6	Total ausgelöste Bruttowertschöpfung (direkt + indirekt) in der Region	4.97 Mio. Fr.
7	Beitrag zur regionalen Beschäftigung (ohne ehrenamtl. Arbeit)	50 VZÄ
8	Total ausgelöster Umsatz in der Schweiz	17.89 Mio. Fr.
9	Total ausgelöste Bruttowertschöpfung in der Schweiz	7.0 Mio. Fr.

Zu 2-6, 8/9: Die Angaben der Besucher, welche bei diesen Indikatoren einfließen, sind eventgewichtet, d.h. die Ausgaben, die ausserhalb des Veranstaltungsgeländes getätigt werden und die Logiernächte gehen nur proportional zur Wichtigkeit des Anlasses für den Besuch der Region in die Berechnung ein.

Zu 7: Modellrechnung: ausgelöstes Beschäftigungsvolumen umgerechnet in hypothetische Vollzeit-Jahresstellen (VZÄ = Vollzeitäquivalente; 1 VZÄ = 220 Tage = 1'800 Stunden pro Jahr). Die errechneten Beschäftigungseffekte führen nur partiell zu zusätzlichen Arbeitsplätzen.

Event-Scorecard – Schlussfolgerungen Ökonomie (I)

- Der „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“ zieht 29'600 Akteure an, davon sind 19% aus der Region, 62% aus der restlichen Schweiz und 19% aus dem Ausland.
- Rund 38'600 zusätzliche Logiernächte tragen zu einer höheren Auslastung in der Hotellerie und Parahotellerie bei und führen (inkl. Verpflegung) zu einem Umsatz von 3.43 Mio. Fr. im Gastgewerbe der Region Lenzerheide.
- Der „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“ bringt der Region Lenzerheide einen zusätzlichen Gesamtumsatz in der Höhe von 14.09 Mio. Fr.
- Mit einem Gesamtumsatz von insgesamt 17.89 Mio. Fr. leistet der „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“ einen Beitrag zur schweizerischen Wirtschaft.
- Der „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“ generiert eine bedeutende Bruttowertschöpfung von 4.97 Mio. Fr. in der Region

Event-Scorecard – Schlussfolgerungen Ökonomie (II)

- Von den direkten und indirekten wirtschaftlichen Wirkungen (14.09 Mio. Fr. Umsatz) profitieren zahlreiche Branchen in der gesamten Region (u.a. Gastgewerbe, Gross- und Detailhandel, Transport und Baugewerbe).
- Der „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“ schafft ein Beschäftigungsvolumen von 70 Vollzeitäquivalenten (VZÄ), davon 50 VZÄ in der Region Lenzerheide.*
- Insbesondere das Gastgewerbe profitiert in der Region Lenzerheide vom höheren Beschäftigungsvolumen. 56% der VZÄ (28 VZÄ von 50 VZÄ) fallen in dieser Branche an.
- Nicht berücksichtigt wurden Verdrängungseffekte. Das bedeutet, dass ein Teil der wirtschaftlichen Wirkungen in der Region (Übernachtungs- ausgaben, Verpflegung etc.) während den Veranstaltungstagen auch generiert worden wäre, wenn der Audi FIS Ski Weltcup Final nicht stattgefunden hätte.

* 1 VZÄ = 220 Tage = 1'800 Stunden pro Jahr. Dies sind nicht alles neu geschaffene Stellen, sondern teilweise mehr Arbeitsvolumen für das vorhandene Personal.

Event-Scorecard – **Soziales** Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide

Nr.	Indikator	Kennzahl
10	Beurteilung des sozialen Nutzens durch Zuschauer	3.48
	Veranstalter	3.25
11	Erfüllung der Erwartungen der Zuschauer	4.52
12	Zufriedenheit mit der Organisation der Veranstaltung	4.48

Zu 10: Dieser Wert wurde statistisch aus verschiedenen Fragen zu sozialen Nutzenaspekten berechnet. Je grösser der Wert umso besser, der Maximalwert liegt bei 5.

Zu 11/12: Die Skala geht von "1 = Erwartungen gar nicht erfüllt" bis "5 = Erwartungen voll und ganz erfüllt"

Event-Scorecard

Schlussfolgerungen Soziales

- Die anwesenden Zuschauer assoziieren einen positiven sozialen Nutzen mit dem „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“. Dabei bewerten die Zuschauer die Animation zu persönlichem Sporttreiben höher als die Veranstalter, die Veranstalter geben der Wichtigkeit für die Identität der Region mehr Gewicht.
- Die Erwartungen an den Ski Weltcup Final sind bei 63% der Besucher voll und ganz erfüllt worden, insgesamt 95% der Besucher äussern sich positiv.
- Die Besucher beurteilen die Organisation zu 95% mit sehr gut oder gut und haben ein positives Bild vom „Audi FIS Ski Weltcup Final 2007 Lenzerheide“.
- Die hohe Zufriedenheit und das positive Image bewirken ein positives Bild der Region und können für zukünftige Besuche der Ferienregion Lenzerheide ausschlaggebend sein.

Event-Scorecard – **Kontakt**

ITW Institut für Tourismuswirtschaft

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Rebekka Mehr

Rösslimatte 48

CH-6002 Luzern

Tel. + 41 (0)41 228 41 48 rebekka.mehr@hslu.ch

Rütter + Partner

Dr. Heinz Rütter

Weingartenstrasse 5

CH-8803 Rüschlikon

Tel. +41 (0)44 724 27 70 info@ruetter.ch

www.event-scorecard.ch