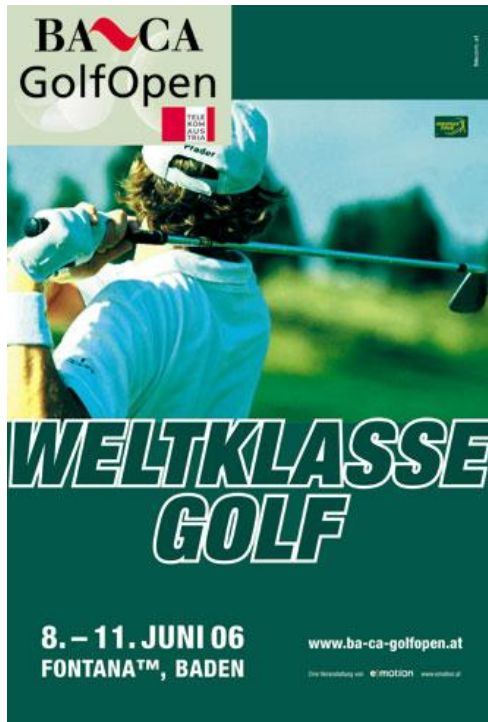




FH KREMS
UNIVERSITY OF APPLIED
SCIENCES / AUSTRIA



GOLFSPORTEVENTS IN NIEDERÖSTERREICH

**Eine Analyse der wirtschaftlichen
und touristischen Effekte der Turniere
BA-CA Golf Open 2006 und
Siemens Ladies Golf Open 2006.**

(Prof.) Univ.-Doz. Dr. Mag. Roland Bässler

**Studienprojekt im Auftrag
der Niederösterreich Werbung GmbH
& Golfland Niederösterreich**

Krems 2008

Auftraggeberin: Niederösterreich Werbung GmbH
& Golfland Niederösterreich

Projektleitung: (Prof.) Univ.-Doz. Dr. Mag. Roland Bässler
IMC Fachhochschule Krems - University of
Applied Science/Austria

Unter Mitarbeit von: Mag.^a Heidi Suppan

INHALT

Vorwort	7
Zusammenfassung	8
Summary	14
1 Ausgangssituation.....	19
2 Zielsetzung	20
3 Bedeutsamkeit	21
4 Stellenwert und Bedeutung des Golfsports in (Nieder-)Österreich	22
5 Effekte von Sportgrossveranstaltungen	30
6 Untersuchungsdesign	33
6.1 Charakteristische Merkmale der beiden Golfturniere	34
6.2 Marke Golfland Niederösterreich	36
6.3 Veranstaltungsorte.....	38
6.3.1 Golfclub Fontana	38
6.3.2 Golfclub Föhrenwald.....	39
6.4 Regionale Abgrenzungen	40
6.5 Erhebungsparameter und weitere definitorische Abgrenzungen	42
6.6 Grundgesamtheiten - Stichproben - Auswahlpläne	47
6.7 Methoden der Datenerhebung - die Messinstrumente.....	49
6.8 Zeitraum und Organisation der Datenerhebungen.....	50
6.9 Die Auswertungsstrategien	51
6.10 Gütekriterien der Untersuchungen.....	52
7 Wirtschaftliche und touristische Effekte des Turniers BA-CA Golf Open 2006	53
7.1 Analyse der ZuschauerInnenbefragung.....	53
7.1.1 Die Sozialstruktur der ZuschauerInnen.....	53
7.1.2 Golfsport-Interesse	55
7.1.3 Reiseverhalten.....	56
7.1.4 Touristische Ausgaben und Umsatzanalyse	59

7.1.4.1	<i>Die durchschnittlichen Gesamtausgaben von ZuschauerInnen aus dem Inland mit einer Anreise von „bis zu 40 km“</i>	60
7.1.4.2	<i>Die Durchschnittlichen Gesamtausgaben von ZuschauerInnen aus dem Inland mit einer Anreise von „über 40 km“</i>	61
7.1.4.3	<i>Die durchschnittlichen Gesamtausgaben von ZuschauerInnen mit einer Anreise aus dem Ausland</i>	61
7.1.4.4	<i>Die direkten Gesamtausgaben der ZuschauerInnen und die daraus bewirkten regional gebundenen Umsätze</i>	61
7.1.5	Bewertung turnierspezifischer Angebote und Packages.....	63
7.1.6	Bewertung der Qualität und des Preis-Leistungsverhältnisses der Tourismusbetriebe	63
7.1.7	Bekanntheit von Golf-Regionen in Niederösterreich	64
7.1.8	Image der Turniers	64
7.1.9	Imagewirkung des Turniers für das Land Niederösterreich	65
7.1.10	Marketinginstrumente und Informationsquellen	66
7.1.11	Bewertung der Organisationsqualität	66
7.1.12	Image der Golfsports	67
7.2	Analyse der Spielerbefragung	69
7.2.1	Team-Struktur.....	69
7.2.2	Reiseverhalten.....	69
7.2.3	Touristische Ausgaben und Umsatzanalyse	72
7.2.3.1	<i>Die durchschnittlichen Gesamtausgaben von Teams mit einer Anreise von außerhalb der Region oder aus dem Ausland</i>	73
7.2.4	Turnierbudget der Teams	74
7.2.5	Image des Turniers.....	74
7.2.6	Bewertung der Qualität und des Preis-Leistungsverhältnisses der Tourismusbetriebe	75
7.2.7	Bewertung der Organisationsqualität.....	75
7.2.8	Bekanntheit von Golfplätzen in Österreich.....	76
7.2.9	Eindruck von Niederösterreich als Golfland	76
7.3	Analyse der Befragung der Partnerbetriebe von Golfland Niederösterreich	77
7.3.1	Touristischen Effekte aus Perspektive der Partnerbetriebe der Kategorie Golfplätze	77
7.3.1.1	<i>Betriebskennwerte</i>	77
7.3.1.2	<i>Turnierbedingte Platzauslastung und Verdrängungseffekte während der Austragung des PGA Turniers</i>	78
7.3.1.3	<i>Angebot von turnierspezifischen Angeboten und Packages</i>	78
7.3.1.4	<i>Nachhaltige Umsatzsteigerung</i>	79
7.3.1.5	<i>Meinungen zur Austragung des PGA Turniers</i>	79

7.3.1.6	<i>Imagewirkung des PGA Turniers für den Golfsport und das Land Niederösterreich aus Sicht der GolfplatzbetreiberInnen ..</i>	79
7.3.1.7	<i>Werbewirksamkeit des PGA Turniers für GolfplatzbetreiberInnen und das Land Niederösterreich</i>	80
7.3.1.8	<i>Bedeutung des Turniersieges von Markus Brier für den touristischen Golfsport aus Sicht der GolfplatzbetreiberInnen.....</i>	80
7.3.1.9	<i>Eindruck vom PGA Turnier aus Sicht der GolfplatzbetreiberInnen.</i>	80
7.3.2	Touristischen Effekte aus Perspektive der Partnerbetriebe der Kategorie Hotels	81
7.3.2.1	<i>Betriebskennwerte.....</i>	81
7.3.2.2	<i>Turnierbedingte Bettenauslastung und Verdrängungseffekte während der Austragung des PGA Turniers.....</i>	82
7.3.2.3	<i>Angebot von turnierspezifischen Angeboten und Packages</i>	82
7.3.2.4	<i>Subjektive Einschätzung des Umsatzes am Veranstaltungswochenende</i>	83
7.3.2.5	<i>Nachhaltige Umsatzsteigerung</i>	83
7.3.2.6	<i>Meinungen zur Austragung des PGA Turniers.....</i>	83
7.3.2.7	<i>Imagewirkung des PGA Turniers für den Golfsport und das Land Niederösterreich aus Sicht der HotelbetreiberInnen.....</i>	84
7.3.2.8	<i>Werbewirksamkeit des PGA Turniers für den Golfsport und das Land Niederösterreich aus Sicht der HotelbetreiberInnen</i>	84
7.3.2.9	<i>Bedeutung des Turniersieges von Markus Brier für den touristischen Golfsport aus Sicht der HotelbetreiberInnen</i>	84
7.3.2.10	<i>Eindruck vom PGA Turnier aus Sicht der HotelbetreiberInnen</i>	85
8	Wirtschaftliche und touristische Effekte des Turniers <i>Siemens Ladies Golf Open 2006</i>.....	86
8.1	Analyse der ZuschauerInnenbefragung.....	86
8.1.1	Die Sozialstruktur der ZuschauerInnen.....	86
8.1.2	Das Golfsport-Interesse	88
8.1.3	Das Reiseverhalten	89
8.1.4	Touristische Ausgaben und Umsatzanalysen.....	92
8.1.3.1	<i>Die durchschnittlichen Gesamtausgaben von ZuschauerInnen aus dem Inland mit einer Anreise von „bis zu 64 km“</i>	93
8.1.3.2	<i>Die Durchschnittlichen Gesamtausgaben von ZuschauerInnen aus dem Inland mit einer Anreise von „über 64 km“</i>	94
8.1.3.3	<i>Durchschnittlichen Gesamtausgaben von ZuschauerInnen mit einer Anreise aus dem Ausland.....</i>	94
8.1.3.4	<i>Direkte Gesamtausgaben der ZuschauerInnen und die daraus bewirkten regional gebundenen Umsätze</i>	95
8.1.5	Bewertung turnierspezifischer Angebote und Packages.....	96
8.1.6	Bewertung der Qualität und das Preis-Leistungsverhältnisses der Tourismusbetriebe	96
8.1.7	Bekanntheit von Golfregionen in Niederösterreich.....	97

8.1.8	Image des Turniers.....	97
8.1.9	Die Imagewirkung des Turniers für das Land Niederösterreich	98
8.1.10	Genutzte Informationsquellen.....	98
8.1.11	Bewertung der Organisationsqualität.....	99
8.1.12	Image des Golfports	99
8.2	Analyse der Spielerinnenbefragung.....	101
8.2.1	Die Team-Struktur	101
8.2.2	Das Reiseverhalten	101
8.2.3	Touristische Ausgaben und Umsatzanalysen.....	103
8.2.3.1	<i>Die durchschnittlichen Gesamtausgaben von Teams mit einer Anreise von außerhalb der Region oder aus dem Ausland.....</i>	<i>104</i>
8.2.4	Turnierbudget der Teams	105
8.2.5	Bekanntheit von Golfplätzen in Österreich.....	105
8.2.6	Eindruck von Niederösterreich als Golfland.....	105
8.2.7	Image des Turniers.....	106
8.2.8	Bewertung der Qualität und des Preis-Leistungsverhältnisses der Tourismusbetriebe.....	106
8.2.9	Bewertung der Organisationsqualität.....	107
9	Herausforderungen und Massnahmen.....	108
9.1	Herausforderungen.....	108
9.2	Maßnahmen	108
	Literatur	110
	Abbildungsverzeichnis	111
	Tabellenverzeichnis	116
	Anhang	117
	<i>BA-CA Golf Open 2006: ZuschauerInnenanalyse - Berechnungsverfahren und Tabellen.....</i>	<i>118</i>
	<i>BA-CA Golf Open 2006: Spieleranalyse - Berechnungsverfahren und Tabellen.....</i>	<i>121</i>
	<i>Siemens Ladies Golf Open 2006: ZuschauerInnenanalyse - Berechnungsverfahren und Tabellen.....</i>	<i>123</i>
	<i>Siemens Ladies Golf Open 2006: Spielerinnenanalyse - Berechnungsverfahren und Tabellen.....</i>	<i>126</i>
	Messinstrumente	139
	Impressionen.....	154