



**TMC**

# **Tourism Management Club**

Raiffeisenforum Bruneck, 15 April 2013

Professor Dr Oswin Maurer



FREIE UNIVERSITÄT BOZEN

LIBERA UNIVERSITÀ DI BOLZANO

FREE UNIVERSITY OF BOZEN · BOLZANO

# Was bringen Veranstaltungen (events)?

- Was bringen sie wirklich?
  - sind Events für die Region von Vorteil/Nachteil?
    - wenn ja, welche sind diese Vorteile/Nachteile?
  - ökonomische Betrachtung
    - sind Events Teil der regionalen Wirtschaftspolitik?
    - kurzfristig & langfristige Effekte?
    - unterschiedliche Ziele und unterschiedliche Effekte?
- Ausblick

# Südtirol im "Event - Dschungel"?

Wie viele Veranstaltungen hat Südtirol je Jahr/Woche/Tag?

<b>Monat</b>	<b>Anzahl 2012</b>	<b>Anzahl 2013</b>
Januar	644	630
Februar	807	711
März	862	789
April	745	927
Mai	845	848
Juni	1321	918
Juli	1961	1145
August	2133	993
September	1767	660
Oktober	1377	618
November	462	161
Dezember	901	197
<b>Insgesamt</b>	<b>13825</b>	<b>8597</b>
	(265)	(165)

# Events in Südtirol

- 14. April 2013
  - 30 (ohne Film, Kino, Wein, Essen, etc.)
    - 8 Museen & Ausstellungen
    - 6 Brauchtum & Kultur
    - 5 Berge und Wandern
    - 4 Musik
    - 3 Gesundheit
    - 3 Sport
    - 1 Theater

# Was sind Events?

- Events - eine komplexe und unsichere Angelegenheit
  - Aufführungen
  - Konferenzen
  - Sportveranstaltungen
  - Symposien
  - Ausstellungen
  - Kulturveranstaltungen
  - Workshops
  - Messen
  - Vorführungen
  - Kongresse
  - Foren
  - etc. etc

# Was sind Events?

- unterschiedliche Definitionen
  - Ereignis, das
    - geplant ist,
    - eine begrenzte Dauer hat und
    - dem einen spezieller Anlass zugrunde liegt
      - ein besonderer Moment, der mit Zeremonien und Ritualen verbunden ist, um spezielle Bedürfnisse zu befriedigen (Siegerehrung, Auftritt, Eröffnung, etc.)
      - eine Gelegenheit , um freizeitliche, kulturelle oder soziale Erfahrungen ausserhalb der üblichen Möglichkeiten bzw. jenseits des Alltäglichen zu machen

# Was sind Events?

- Herkunft
  - „evenire“ (passieren, geschehen, eintreffen)
  - „eventus“ (Erfolg, Ergebnis, Ende)
- Charakteristiken
  - geplant
  - zeitlich begrenzt
  - spezieller Anlass

# Was sind Events?

- Grundvoraussetzungen:
  - Frequenz, Unterschiedlichkeit, Unterscheidbarkeit
  - Authentizität und Einzigartigkeit
    - insbesondere wenn sie auf bodenständigen/ einheimischen /autochthonen Werten aufgebaut sind
    - machen jedoch alleine noch keinen Event
    - Einzigartigkeit bezogen auf Zuschauer, Teilnehmer, Atmosphäre, Umfeld, etc
      - je einzigartiger ein Event, desto vergänglicher ist er
      - jede neue Auflage muss sich von der vorhergehenden unterscheiden



# Was bringen Veranstaltungen (Events)?

- Events sind für die Region von:
  - Vorteil
    - wenn die Wertschöpfung in der Region bleibt
    - wenn außer dem Event selbst noch positive Nebeneffekte erzielt werden
    - wenn sich eine nachhaltige Veranstaltung aufbauen lässt
  - Nachteil
    - wenn die Region nur Veranstaltungsort ist (Wertschöpfung geht woanders hin)
    - wenn kein Rückhalt in der Bevölkerung vorhanden ist
    - wenn Ressourcen und deren alternative Nutzung dauerhaft beeinträchtigt sind (insbesondere natürliche Ressourcen)

# Was bringen Veranstaltungen (Events)?

- Events wird eine besondere wirtschaftliche Bedeutung (Rentabilität/ Umwegrentabilität) zugeschrieben
  - + : Teil der regionalen Wirtschaftspolitik (kurz-/langfristige Effekte)
  - : wirtschaftliche Effekte oft nicht angemessen erhoben und analysiert
    - : Substitutions- und Verdrängungseffekte nicht berücksichtigt
- Evidenz in der Forschung vielfach ohne positive wirtschaftliche Effekte
  - „...dass professionelle Sportmannschaften in einer Stadt/Region nicht einkommenserhöhend für die Stadt/Region wirken...“
  - „...öffentliche Förderungen von Grossevents fragwürdig sind und trotzdem ....“
- Kernfrage
  - entstehen durch Events konkrete Wirkungen, und wenn ja, welche?

# Was bringen Veranstaltungen (Events)?

- Wirkungen
  - Wohlfahrtswirkungen
    - Einkommen und Beschäftigung
    - Tourismusförderung
    - Stützung des industriellen Sektors und Stärkung des Dienstleistungssektors
  - Imagewirkungen
    - industrielles Selbstbewusstsein
    - Standortpolitik
  - Sozio-kulturelle Wirkungen
    - Regions-/Stadtentwicklung, Freizeitwert
    - Integration, internationale Verständigung
    - Lokalstolz, Emotionen

Quelle: Kurscheidt, 2013

# Verbesserung der Wirkungen von Events

- Abwägung von Wohlfahrts- vs. Imagewirkung
- klare strategische Entscheidung ist erforderlich
  - Events als singuläre Aktivitäten
  - Events als (weitere) Plattform bzw. Gelegenheit zur Entwicklung bzw. Weiterentwicklung von regionalen Tourismus- und Standortstrategien
    - Event als Hebel, jedoch in Abstimmung mit
      - Tourismusstrategie
      - Standortstrategie (z.B. Strategie BLS, wie im letzten TMC präsentiert)

# Suedtirol

- Standortstrategie und Standortmarketing
  - “Green Region”
    - alpine Technologien
    - erneuerbare Technologien und Energieeffizienz
    - Mobilität
    - Nachhaltigkeit
  - SMG
    - Natur
    - Individualität
    - Gesundheit
    - Authentizität
    - Einfachheit
    - Südtirol als begehrtester Lebensraum in Europa

# Südtirol - Strategien und Events

- wie passen die derzeitigen Events zur Standortstrategie und zum Standortmarketing?
- soll Südtirol Events als Hebel für Standortstrategie und Standortmarketing nutzen?
- welche Eventstrategie kann/soll entwickelt werden, um die Hebelwirkung von Events für Standortstrategie und Standortmarketing zu nutzen
  - Ziel = Nutzung der Hebelwirkung von Events
    - für strategische Massnahmen
    - für imageorientierte Standortpolitik

# Südtirol - Strategien und Events

- Zukunft
  - Event nicht als Selbstzweck bzw. singuläre Veranstaltung
    - jedoch mit Zweck
      - individuell: Emotionalisierung, Kundenbindung, etc.
      - sozio-ökonomisch: als Beitrag zu Entwicklungsstrategie einer Region
  - Event als individualisiertes und individuell erlebbares Ereignis
    - alles ist Event, was ist noch Event?
    - multi-erlebbare Plattformen

# Südtirol - Strategien und Events

- Zukunft
  - Event als Einladung teilzuhaben und mit zu entwickeln
    - Event als Chance zur Entfaltung von Innovation und Kreativität (konsumieren und beitragen)
  - Spuren hinterlassen, Wurzeln finden
    - starke Geschichten, die was hinterlassen ("emotional impact")
    - Event als Geschichte + Ort des Erlebens



# Südtirol - Strategien und Events

- Zukunft
  - Event nicht als Gebrauchswert - "war auch da", "hab's selbst erlebt", etc.
    - sondern als Dienstleistung, die Werte, Richtung und Perspektiven für das eigene Handeln und Denken bereitstellt und die eine Bedeutung über den Alltag hinaus haben
- Nachhaltigkeit
  - nicht nur als Lippenbekenntnis, als Erfüllung von technischen & rechtlichen Auflagen
    - als integraler Bestandteil auf allen Ebenen

# Südtirol - Strategien und Events

- Zukunft
  - Eventstrategieentwicklung (Region)
    - klare Definition der Zielrichtung (nachhaltig, Genuss, Mobilität, Authentizität, Natur,....)
    - klare Abgrenzung von "strategischen" und "nicht-strategischen" Events
    - öffentliche Förderung ausschliesslich für strategischen Events von hoher Priorität und mit Wirkung für die Standortstrategie

# Herzlichen Dank

[omaurer@unibz.it](mailto:omaurer@unibz.it)



FREIE UNIVERSITÄT BOZEN

LIBERA UNIVERSITÀ DI BOLZANO

FREE UNIVERSITY OF BOZEN · BOLZANO