

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Inhalt

Start 2021	6
Nationalpark Hohe Tauern – Befragung Kaiser Dorfertal 2021	6
Destinationsentwicklung Lipik & Vukovar 2021	6
Start 2020	7
Die Bedeutung von Airbnb für den Tiroler Tourismus	7
Influencer Marketing als Teil des Tiroler Tourismus-Marketing-Mix	7
Soziale Netzwerkanalyse der Tiroler Tourismusverbände	7
TTR Tirol Tourism Research 2.0 – Phase 4	8
Destination Commitment	8
Sozio-ökonomische Nachhaltigkeit von Familienunternehmen	9
Start 2019	9
Nordische Ski WM Seefeld 2019	9
Tourismus & Landwirtschaft in Tirol	9
Start 2018	10
Destination Performance	10
Lebensqualitätsindex Tirol	10
Tourismusbewusstsein in Tirol	10
Der Faktor Mitarbeiter/Innen in touristischen Familienunternehmen – eine Status Quo Erhebung des Arbeitgeberimages am Beispiel der Tiroler Hotellerie und Gastronomie	11
Social media in tourism destinations	11
Touristische Inwertsetzung von Fussball-Sommertrainingslagern in Tirol	11
Start 2017	11
Nutzung des Skitourenpotentials in Tirol	11
Geschäftsmodell Wintersport	11
Tourismus-Satellitenkonto für Tirol TSA	11
Tirol Tourism Research TTR	11
Machbarkeitsstudie – Olympia Innsbruck 2026	11
Alternative Finanzierungsformen im Alpentourismus	11
Start 2016	12
Destination research lab	12

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Start 2015	12
Der alpine Sommersporttourist	12
Kooperationsprojekt alpS ImpulsE	12
Online Learning Formats in Tourism and Hospitality Higher Education	12
TTRA Europe Conference	12
Start 2014	13
Urlaub in den Bergen 2	13
Destinationsentwicklung Lipik	13
Der Einfluss der unternehmerischen Orientierung auf den Erfolg touristischer Familienunternehmen	13
TSA - Tourism Satellite Account Vorarlberg 2011	14
A Consumer Experience Approach to Destination Management and Marketing	14
EBKOM - Employer Branding als kommunikative Schnittstelle	14
Start 2013	15
Kongress-Botschafter für Tirol	15
Mitarbeiter- und Unternehmerzufriedenheitsstudie Zillertal Arena	15
Benchmarking the Alps	15
Ski WM Schladming 2013	16
Führungsnetzwerke in Destinationen	16
Screening deutschsprachiger touristischer Fachmedien	16
Klimtour V Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Vorarlberg Phase 2	17
Nationalpark Hohe Tauern 2013	17
Analyse des Besuchererlebnis ausgewählter Gruppen des Final 4 – das Finalwochenende der velux ehf final4	18
Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte des Kongresstourismus in Tirol	18
Visitor Management in Protected Areas	18
Der Einfluss der unternehmerischen Orientierung auf den Erfolg touristischer Familienunternehmen	19
Start 2012	19
Innovationsfähigkeit und Wachstumspotenziale von touristischen KMUs	19
Klimawandel und Tourismus in Graubünden	20
Produktentwicklung in touristischen Netzwerken	20
Leadership und Führungskompetenzen im Tiroler Tourismus	20
Klimtour 5 Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Vorarlberg Phase 1	20

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Start 2011	21
Regionale Input-Output-Tabelle für Tirol	21
Die tourismus- und freizeitwirtschaftliche Bedeutung des Haflingerpferdes in Tirol	21
DGT-Konferenz 2011	21
Gesundheitstourismus in alpinen Tourismusdestinationen	22
Familienunternehmen in der Tiroler Hotellerie	22
Eu project: Service design as an approach to foster competitiveness and sustainability of European Tourism	22
Customer Journey Mapping – Pilotstudie zur Anwendung mobiler Ethnographie als innovative Methode der Eventevaluation am Beispiel der Youth Olympic Games 2012	22
YOGINN-Erfahrungen und Zufriedenheiten	23
Bedarfserhebung für eine Intensivierung des ÖV Angebotes für Berufspendler zu touristischen Betrieben auf der Sonnenterasse Fiss, Ladis und Serfaus	23
Politische Gestaltung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft – Teil I	23
Rahmenbedingungen im Bereich des Grundverkehrs und der Raumordnung	23
Start 2010	24
Bedeutung des Tourismus für Österreich – Forum Alpbach	24
Start 2009	24
Nationalpark Erhebung Hohe Tauern 2009	24
Destination Research - Erfolgsfaktorenanalyse	24
TSA – Tourismus Satellitenkonto Tirol 2007	25
Studentenwettbewerb Eventidee Mieming	25
Nachhaltigkeit von Tourismus in Bergregionen	25
Ökonomisches Wirkungsszenario einer Ortskernentwicklung Sölden	25
Start 2008	26
Alpine Gastgeber	26
Einführung von Langzeittickets für die Hallenbäder der IKB AG – Machbarkeitsstudie & Konzepterstellung	26
Wirtschaftliche Wirkungen und Besucherzufriedenheit mit der UEFA EURO 08	26
Service Design im alpinen Tourismus	26
Leadership-Kompetenzen in touristischen Krisensituationen	27
Die Problematik von Zweitwohnsitzen im Kontext des alpinen Ferientourismus – am Beispiel von Kitzbühel	27

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Start 2007	27
Destination research	27
Gästekbefragung Innsbruck	27
TTR Tirol Tourism Research	28
TSA Tourism Satellite Account Vorarlberg	28
Start 2006	28
Naturnahe Angebotsentwicklung im Tiroler Sommertourismus	28
Tiroler Weg 2008-2012	29
Naturnahe Angebotsentwicklung im Tiroler Sommertourismus	29
Besucherzählung, Motiv- und Wertschöpfungserhebung im NP Hohe Tauern – Osttirol	29
Fafga 2007 – Neupositionierungskonzept im Auftrag der Congress und Messe Innsbruck GmbH	29
Start 2005	29
Zukunftsthemen des alpinen Tourismus – Potentiale und Chancen für Tirol	29
Tourismus Manager Austria 06	30
Regplus-Projekt „Kooperationen in der mittelständischen Hotellerie“	30
Benchmarking Studie „Tirol im Wettbewerb der Alpenländer“	30
TSA Tourism Satellite Account Tirol	31
Sekundärstudie Verkehrsanbindung Tirols für Flug – Reisemärkte	31
Potentialanalyse Schüler- und Lehrlingsheim Innsbruck	31
Start 2004	31
Zufriedenheitsstudie & Veranstaltungsanalyse FIS Alpine Ski WM 2005, Bormio/Italien	31
Tourismus Manager Austria 05	32
Regionalentwicklungskonzept Pakrac – Inszenierung Erlebnisberg „Omanovac“	32
Machbarkeitsstudie Direkt-Zuganbindung Innsbruck – Flughafen München	32
Strategische Ausrichtung Sommerangebot Bergbahnen Schlick 2000	32
Start 2003	32
Fhplus-Forschungsprojekt Mitarbeiterzufriedenheit im Tourismus	32
Quellmarktstudie „Urlaub in den Bergen“ 2003, Herkunftsland Deutschland	33
„Italia Parchi“ – erfolgreich durchgeführtes Marketingprojekt von Studierenden mit der Fluglinie Air Alps	33

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Start 2002	33
Zufriedenheitsstudie & Veranstaltungsanalyse FIS Alpine Ski WM 2003, St. Moritz/CH	33
Regionalentwicklungskonzept Pakrac – Potentialanalyse für eine touristische Entwicklung	34
Quellmarktstudie „Jugend und Berge“ 2002, Herkunftsland Deutschland (2200 persönliche Interviews, Zielgruppe 15-30 Jahre)	34
Image- und Zufriedenheitsstudie „Jugend und Berge“ 2002, Echtzeitstudie Sölden (600 persönliche Interviews, Zielgruppe 15-30 Jahre)	34
Start 2000/2001	34
Zufriedenheitsstudie & Veranstaltungsanalyse FIS Alpine Ski WM 2001, St. Anton am Arlberg	34

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Start 2021

Nationalpark Hohe Tauern – Befragung Kaiser Dorfertal 2021

Ziel des Projektes ist eine Situationsanalyse bezüglich (potentieller) Konflikte zwischen Wanderern und Mountainbikern im Kaiser Dorfertal. Das Dorfertal liegt im Gebiet des Nationalparks Hohe Tauern und ist ein beliebtes Ausflugsziel für Wanderer. Aufgrund seiner Lage im Nationalpark und seiner topographischen Begebenheiten, insbesondere durch die enge Dabaklamm im Eingangsbereich, ist es für den Radverkehr inkl. Mountainbikes nicht öffentlich zugänglich. Trotzdem wird das Tal immer wieder von Mountainbikern genutzt, welche sich die schmale und nicht für Biker ausgerichtete Infrastruktur mit Wanderern teilen müssen. Im Zuge einer Besucher:innenbefragung innerhalb der Zielgruppe der Wanderer soll geklärt werden, wie/ob Mountainbiker im Tal wahrgenommen werden und ob es zwischen beiden Aktivitätsgruppen Konflikte gibt.

Destinationsentwicklung Lipik & Vukovar 2021

Lipik als Kurstadt und Vukovar als Kulturstadt in Kroatien waren während der Blüte der Donaumonarchie bedeutende touristische Destinationen, welche durch die Umwälzungen des 20. Jahrhunderts sowie des Balkankrieges in den 90er Jahren zunehmend an Strahlkraft und touristischem Angebot verloren. Die Auswirkungen des Balkankrieges sind somit noch in Gesellschaft, Wirtschaft und besonders in der touristischen Infrastruktur zu erkennen. Dies hat zur Folge, dass es ein gewisses touristisches Potential in diesen Destinationen gibt, welches sich jedoch nur langsam entwickelt. Durch das 2014 bereits durchgeführte Projekte in Zusammenarbeit mit dem Land Tirol und dem MCI konnte schon eine erste Statusanalyse der Destination Lipik durchgeführt werden. Touristisches Know-How, ausgearbeitete Zukunftspotentiale sowie Ansätze zur strategischen Destinationsentwicklung müssen somit in Lipik evaluiert und in Vukovar gänzlich neu erarbeitet werden. Ziel dieses Projekt ist zum einen die Evaluierung und Weiterentwicklung des 2014 durchgeführten Projektes in der Destination Lipik sowie anschließend die Erarbeitung einer Statusanalyse und die Formulierung von Zukunftspotentialen für beide Destinationen. Die Einbeziehung der lokalen Kernleistungsträger sowie Stakeholder stellt ein maßgebliches Projektziel dar.

Start 2020

Die Bedeutung von Airbnb für den Tiroler Tourismus

Folgend den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen durch die sharing economy, leiten Entwicklungen wie Airbnb auch im Tourismus einen grundlegenden Umbruch ein. Weltweit haben bereits 300 Millionen Menschen in einer Airbnb Unterkunft genächtigt. In Österreich liegen die Zahlen bei 770.000 Ankünften im Jahr 2017 sowie 2 Millionen Gästen seit dem Jahr 2010. Die bisherige Forschung konzentriert sich auf den urbanen Raum, für Feriendestinationen wie Tirol gibt es derzeit kaum Datenmaterial.

Daher verfolgt das Projekt das Ziel, die Bedeutung von Airbnb in Tirol erstmals im Detail zu erfassen und folgende zentrale Fragestellungen zu beantworten:

- Welche Bedeutung hat Airbnb im Vergleich zum klassischen Beherbergungssektor?
- Stellen Airbnb-Vermietungen ein zusätzliches Angebot dar oder lediglich eine zusätzliche Vermarktungsplattform für bestehende Unternehmungen?

Auf Basis der 34 Tiroler Tourismusverbände soll das Airbnb-Angebot mit Hilfe von Web-Scraping-Techniken erhoben sowie die Ergebnisse mit qualitativen Interviews in den Destinationen validiert werden.

Influencer Marketing als Teil des Tiroler Tourismus-Marketing-Mix

Die Digitalisierung bringt grundlegende Veränderungen in der Kommunikation zwischen Unternehmen und Gästen mit sich. Der Aufbau von Influencer Relations ist eine neue Ausprägung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Das Projekt verfolgt das Ziel, den aktuellen Status Quo zum Influencer Marketing in der Tiroler Hotellerie zu erfassen sowie moderne Blogger- bzw. Influencer Relations klassischen PR-Maßnahmen gegenüberstellen. Somit soll eine Wichtigkeits-Einschätzung und Erwartungshaltung innerhalb des marketing-Mix in der Hotellerie abgebildet werden.

Soziale Netzwerkanalyse der Tiroler Tourismusverbände

Digitalisierung ist ein Buzzword unserer Zeit. Das vorliegende Projekt beschäftigt sich mit einem Teilbereich der Digitalisierung, welcher für den Tourismus und gerade für das Marketing von Destinationen eine immer wichtigere Rolle spielt: sozialen Medien. Ziel des Projektes ist es einerseits, eine Evaluierung der Social Media Aktivitäten der

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS



34 Tiroler Tourismusverbände vorzunehmen und andererseits, erstmals eine soziale Netzwerkanalyse für ausgewählte Pilotdestinationen durchzuführen. Dabei wird auf bestehende Forschungsergebnisse aufgebaut, erstmals ein landesweites Monitoring-System für Social Media Aktivitäten der Verbände erstellt und eine innovative Methode angewandt, um neue Erkenntnisse über das Verhältnis zwischen User, Verbänden und weiteren Stakeholdern in sozialen Netzwerken, die gespielten Themen sowie die Wirkung von Medienarten zu erlangen. Die Ergebnisse dieser Studie sollen den Tourismusverbänden Kennzahlen und Informationen über ihr Online-Marketing liefern. Gleichzeitig bietet die angewandte Methodik mit einer Kombination von sozialer Netzwerkanalyse und Inhaltsanalyse eine Möglichkeit, die bereits vorhandenen Daten der Tourismusverbände wissenschaftlich zu analysieren. So wird einerseits ein Beitrag zur Tourismusforschung im Bereich Social Media geliefert und andererseits den Verbänden eine Analyse ihrer Social Media Auftritte geliefert, die über übliche Kennzahlen und Social Media Analytics hinausgeht. Diese Studie leistet daher sowohl einen Beitrag für die zukünftigen Entscheidungen im Online-Marketing der Tourismusverbände und ergänzt die wissenschaftliche Forschung im Bereich Tourismus um eine weitere Methode.

TTR Tirol Tourism Research 2.0 – Phase 4

Der TTR Tirol Tourism Research ist die Wissensplattform für den Tiroler Tourismus. Als Kooperationsprojekt zwischen dem MCI Tourismus und der Tirol Werbung bietet die Plattform über unterschiedlichste Kanäle Informationen zu Zahlen, Daten, Fakten und Studien rund um den Tiroler Tourismus. Neben der Website, welche im Jahr 2009 online ging, bietet die Plattform inzwischen Informationen auch über einen monatlichen Newsletter, Facebook, Instagram und LinkedIn an.

Destination Commitment

Ziel des Projektes ist es, die Bindung von Mitarbeiter/innen im Tourismus an ihre Destination zu erheben. Das Projekt beschäftigt sich vordergründig mit folgenden zentralen Fragestellungen:

Wie beurteilen Mitarbeiter/innen der familiengeführten Tiroler Hotellerie die eigene Bindung an ihren Arbeitsort, also die touristische Destination, und was kann daraus für eine sozial-ökonomisch nachhaltige Destinations- und letztlich Unternehmensentwicklung abgeleitet werden.

Sozio-ökonomische Nachhaltigkeit von Familienunternehmen

Ziel des Forschungsprojektes ist die Befragung von potenziellen Kunden der „early Generation Y“, die als zahlungskräftige Klientel gelten, bzw. deren Bedürfnisse und Werte in Bezug auf Familienunternehmen, die zur nachhaltigen Produkt- und Angebotsentwicklung bei touristischen Familienunternehmen führt. Diese Befragung soll

nachvollziehbar aufzeigen

- welche Werte das Segment „early Generation Y“ in Reiseentscheidungen beeinflussen,
- welche touristischen Angebote das Segment „early Generation Y“ schätzt, und schließlich
- welche Chancen und Risiken touristische Familienunternehmen bei der zahlungskräftigen „early Generation Y“ in Zukunft haben.

Start 2019

Nordische Ski WM Seefeld 2019

Befragung zur wirtschaftlichen Wirkung, Besucherzufriedenheit und Image bei der FIS Nordische Ski WM Seefeld 2019 sowie der ökonomischen Wirkung für die Olympiaregion Seefeld in Zusammenarbeit mit der Leopold-Franzens Universität Innsbruck (Institut für Sportwissenschaft) und der Olympiaregion Seefeld.

Tourismus & Landwirtschaft in Tirol

Die Zielsetzung des Projektes „Tourismus und Landwirtschaft in Tirol - Zusammenarbeit und Konfliktpotential in der Raumnutzung“ ist es, den Status Quo der Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus hinsichtlich der Raumnutzung zu erheben, mögliche Konfliktpotentiale zu eruieren und entsprechende strategische Implikationen und Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Konkret sollen folgende Forschungsfragen behandelt werden.

1. Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Landwirtschaft die Raumnutzung betreffend?
2. Welche Auswirkungen haben die aktuellen Entwicklungen in Tourismus und Landwirtschaft in Tirol auf die Interessensgruppen?
3. Vor welchen Herausforderungen in Bezug auf das Aufeinandertreffen von Wirtschafts- und Erholungsraum stehen die Interessensgruppen?
4. Worin und durch welche konkreten Angebote besteht Konfliktpotential zwischen Tourismus und Landwirtschaft in der Raumnutzung?
5. Welche Erwartungen und Anforderungen bestehen gegenseitig zwischen Tourismus und Landwirtschaft bzgl. der Raumnutzung?

Start 2018

Destination Performance

Zentrale Aufgabe des Forschungsprojektes ist die Performance Messung und Analyse von touristischen Destinationen in Tirol. Dabei werden Nachfrage und Wertschöpfungsparameter von Destinationen ausgewertet und in einem Performance-Vergleich abgebildet.

Lebensqualitätsindex Tirol

Zentrale Fragestellung: Wie beeinflusst der Tourismus die Lebensqualität in Tirol? Entwicklung eines Messindex
Zielsetzung: Entwicklung von Indikatoren zur Messung der Lebensqualität in Tirol, welcher aufzeigt, ob und wie die Lebensqualität in Tirol von unterschiedlichen Gruppen der Bevölkerung in ausgewählten Tourismusdestinationen wahrgenommen wird und ob und wie die Lebensqualität vom Tourismus und seinen unterschiedlichen Ausprägungsformen und Entwicklungen beeinflusst wird.

Tourismusbewusstsein in Tirol

Das Projekt „Tourismusbewusstsein in Tirol untergliedert sich in zwei Teilprojekte:

Teilprojekt eins, „Die Tourismusgesinnung der Tirolerinnen und Tiroler“ untersucht die Einstellung der Tiroler Bevölkerung zum Tourismus, d.h. wahrgenommenen positiven und negativen Auswirkungen des Tourismus auf Arbeitsmarkt, Landwirtschaft, Umwelt und Natur, Preisniveau, etc. Als Grundlage dafür dient die von Lehar & Hausberger erstellte Studie „Die Tourismusgesinnung der Tiroler“ von 1997, indem insbesondere die Fragen aus der durchgeführten Untersuchung aufgegriffen und erneut abgefragt werden.

Teilprojekt zwei „Die Tourismusgesinnung und Karriereaussichten im Tourismus der Tiroler Schülerinnen und Schüler“, ist eine Erhebung der Tourismusgesinnung unter Tiroler Schülerinnen und Schülern. Es soll untersucht werden, wie sie den Tourismus in Tirol wahrnehmen und welche Einstellung sie zu ihm haben. Im Fokus der Befragung steht neben der allgemeinen Einstellung zum Tourismus insbesondere auch das Interesse von Schülerinnen und Schülern an touristischen Berufen. Es wird untersucht, wie die Tourismusbranche als potentieller Arbeitgeber wahrgenommen wird, und ob Wünsche und Erwartungen der Schülerinnen und Schüler an ihren zukünftigen Beruf von der Tourismusbranche erfüllt werden können.

Der Faktor Mitarbeiter/Innen in touristischen Familienunternehmen –

eine Status Quo Erhebung des Arbeitgeberimages am Beispiel der Tiroler Hotellerie und Gastronomie

Ziel des Projektes ist es, die Branchenidentität der Hotellerie und Gastronomie bezogen auf die Arbeitgeber/

innen (Unternehmerfamilien) sowie auf die Mitarbeiter/innen im Tourismus zu erheben und diese auch zu ihrer Zufriedenheit bzw. zu Verbesserungsmaßnahmen zu befragen. Die Ergebnisse werden helfen, konkrete Handlungsempfehlungen für touristische Familienunternehmen vorzuschlagen.

Social media in tourism destinations

The cooperation between MCI Management Center Innsbruck in Austria and the University of Economics in Prague aims at carrying out a comparative research project analyzing a very current topic in tourism. Social Media has become one of the main channels for communication for tourism organizations. Though literature shows that destination management organizations are so far not accordingly prepared for managing social media. Based on an existing literature as well as studies already being carried out, this cooperation aims at comparing Social media activities of Austrian and Czech tourism organizations. Lateral objective is to develop the destination management & marketing class in English so that the MCI tourism students can visit VŠE Prague as exchange students.

Touristische Inwertsetzung von Fussball-Sommertrainingslagern in Tirol

Die gegenseitigen Wechselbeziehungen von Tourismus und Sport erfahren in den letzten Dekaden sowohl von akademischer als auch von wirtschaftlicher Seite stetig wachsende Aufmerksamkeit (Weed & Jackson, 2008). Das eigenständige Segment des Sporttourismus ist heutzutage ein essentieller Teil der Tourismus- und Freizeitwirtschaft und auch in Österreich sowie insbesondere in Tirol von hoher ökonomischer und sozialer Relevanz (Felderer et al., 2006; Helmenstein, Kleissner, & Moser, 2006; Arbesser, Grohall, Helmenstein, & Kleissner, 2010). Mit der intensiven akademischen Auseinandersetzung hat sich auch die Definition des Konstrukts Sporttourismus weiterentwickelt (Hinch & Higham, 2001). Setzten frühere Definitionen den selbst aktiv sporttreibenden Urlauber in den Mittelpunkt ihrer Betrachtung, zeigen aktuelle Ansätze die Vielfältigkeit von Sporttourismus auf (Gibson, Attle, & Yiannakis, 1998; Gammon & Robinson, 2003; Weed & Bull, 2009). Standeven & Knop (1999, S.12) zeigen in ihrer grundlegenden Definition auf, dass Sporttourismus alle Formen der aktiven oder passiven Teilnahme an sportlichen Aktivitäten in entweder organisierter oder individueller Form aus sowohl nichtkommerziellen als auch kommerziellen Gründen beinhaltet, die mit einem Ortswechsel vom üblichen Wohn- und Arbeitsort verbunden sind. Roth (2011) zeigt die Relevanz dieser Definition für die Praxis auf, indem er fünf verschiedene Nachfrage-typen für den Sporttourismus ableitet. Vor dem Hintergrund der Tatsache, dass in der Sommervorbereitung der Saison 2017/2018 insgesamt allein 21 Vereine der 1. und 2. Deutschen Fußballbundesliga ihre Trainingslager in Österreich abgehalten haben (davon acht Vereine in Tirol; vgl. Tabelle 2 in Abschnitt 5.), soll im Rahmen dieses beantragten Projektes den Nachfragetypen 3. bis 5. entsprechende Aufmerksamkeit gewidmet werden, um Aussagen über die touristische Bedeutung bzw. das touristische Potential solcher professioneller Trainingslager für die gastgebenden Destinationen ableiten zu können. Die übergeordnete Forschungsfrage lautet daher: Inwieweit

können professionelle Sommer-Fußballtrainingslager zur touristischen Inwertsetzung von alpinen Destinationen beitragen? Die Beantwortung der Frage soll gastgebenden Destinationen Hilfestellungen geben, Möglichkeiten der Inwertsetzung von professionellen Sommer-Fußballtrainingslagern für den Tourismus zu erkennen und umzusetzen bzw. den generellen touristischen Nutzen abzuschätzen.

Start 2017

Nutzung des Skitourenpotentials in Tirol

Während die etablierten Wintersportaktivitäten wie das alpine Skifahren oder das Snowboarden seit einigen Jahren vermehrt mit Nachwuchsproblemen zu kämpfen haben, erfreut sich das Skitourengehen stetig wachsender Beliebtheit. Der Wunsch, etwas für die eigene Gesundheit zu tun sowie die Suche nach Ruhe und Erholung wurden in einer Studie der Deutschen Sporthochschule Köln als Hauptmotive für die Ausübung von Wintersport im Allgemeinen identifiziert.

Die Ergebnisse einer vom Management Center Innsbruck durchgeführten alpenweiten Delphi-Befragung von Experten aus Wissenschaft und Praxis betonen ebenso, dass das Bedürfnis nach Naturerlebnissen, nach einer Vielfalt an Sportaktivitäten und nach einem gesunden Lebensstil in den kommenden Jahren sogar noch an Bedeutung gewinnen wird. Zudem wird die Wichtigkeit der Ausdifferenzierung von Wintersportaktivitäten neben dem alpinen Skifahren an Bedeutung gewinnen. Insbesondere dem Skitourengehen wird hierbei weiteres Wachstumspotential zugeschrieben, da es sowohl dem Bedürfnis nach Gesundheit als auch nach Natur gerecht wird. Verschiedenste Studien beschäftigen sich zwar mit dem Thema Wintersport bzw. dem Wintersportler im Allgemeinen, aber eine spezifische Analyse des Konsum- und Reiseverhaltens sowie eine Charakterisierung des Skitourengeherers findet zumeist nicht statt.

Gemäß dem Auftrag des Landtages vom 4.11.2016 soll ein Konzept zur „verbesserten Nutzung des Skitourenpotentials im freien Skiraum in Tirol“ erstellt werden. Ziel der Studie ist die Sichtbarmachung und Analyse von Reise- und Konsummustern der speziellen Nachfragergruppe der Skitourengeherer. Die Studienergebnisse können die Grundlage für zielgruppenspezifische Maßnahmen zur Stärkung der Bergkompetenz Tirols bilden und als Basis für die Entwicklung bedarfsgerechter Maßnahmen und Produkte für die Zielgruppe der Skitourengeherer dienen.

Geschäftsmodell Wintersport

Die strategische Weiterentwicklung des alpinen Wintersporttourismus stellt eine wesentliche Grundlage für die zukünftige ökonomische Wettbewerbsfähigkeit, das soziokulturelle Wohlbefinden von Einheimischen und Touristen sowie letztlich für die gesamte inländische Wertschöpfung in Österreich dar. Ziel des Projektes ist eine umfassende

de Analyse des Geschäftsmodells Wintersport unter besonderer Berücksichtigung der gegenwärtigen Verteilungsproblematik in Tirol, aktuellen Trends im Nachfrageverhalten, gesellschaftlicher Rahmenbedingungen sowie der Migrationsentwicklung im Wintersport.

Tourismus-Satellitenkonto für Tirol TSA

Obwohl Tourismus in vielen Ländern einer der wichtigsten Wirtschaftszweige ist, wird sein Anteil in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung nicht unmittelbar dargestellt. Die Branche Tourismus muss in speziellen Verfahren aus den verschiedenen Wirtschaftszweigen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung VGR herausgerechnet werden. Für diese Verfahren haben OECD, UNWTO und EUSTAT spezielle Empfehlungen ausgearbeitet. Für die Endprodukte hat sich die Bezeichnung TSA Tourism Satellite Account (touristisches Satellitenkonto) eingebürgert. In Österreich werden auf nationaler Ebene seit 1999 in regelmäßigen Abständen nationale TSA durch Statistik Austria in Kooperation mit dem österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung WIFO erstellt. Die Mitarbeit von Statistik Austria (Dr. Peter Laimer) zeigt, dass auch die offizielle Wirtschaftsstatistik die Erstellung von TSA als Bestandteil der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung VGR ansieht. Auf regionaler Ebene wurden bisher TSA für die Bundesländer Wien, Niederösterreich und Oberösterreich erstellt und gleichfalls periodisch aktualisiert.

Für Tirol existiert eine von Paul Tschurtschenthaler gemeinsam mit G. Lehar erstellte touristische Wertschöpfungsrechnung aus 1991; - weiters liegt ein von G. Lehar erstelltes Pilotprojekt TSA Tirol aus dem Jahr 2003 vor. G. Lehar hat auch für Vorarlberg ein regionales Tourismus-Satellitenkonto mit dem Bezugsjahr 2005 ausgearbeitet. TSA haben zunächst einen hohen Informationswert, indem sie einerseits die Verteilung der Umsätze / Bruttowertschöpfung auf die verschiedenen Dienstleistungsbranchen andererseits die Beteiligung der verschiedenen Nachfragerschichten (- einheimische und ausländische Urlauber, - einheimische und ausländische Tagesausflügler, - Dienst- und Geschäftsreisende an den / der Umsätzen / Bruttowertschöpfung) transparent machen.

Damit stellen TSA über ihren Informationsbeitrag hinaus eine Entscheidungsgrundlage für tourismuspolitische Maßnahmen wie bspw. die Förderung touristischer Investitionen / Innovationen / Großinvests und die Beurteilung der Verteilungsgerechtigkeit touristischer Abgaben und Beiträge dar.

Tirol Tourism Research TTR

Die Wissensplattform TTR Tirol Tourism Research – ein Kooperationsprojekt des MCI Tourismus und der Tirol Werbung - bietet eine Fülle von relevanten strategischen, statistischen, marktnahen aber auch aktuellen und histo-

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS



rischen Informationen und Daten. Nach dem erfolgreichen Start der Online-Plattform im Jahr 2009 und einem umfassenden Relaunch im Jahr 2012, war es kürzlich wieder so weit: Der TTR erhielt seinen zweiten großen Relaunch und startete vor kurzem erfolgreich mit dem TTR 3.0.

Der TTR erscheint dabei in einem neuen, vereinfachten und reduzierten Design mit neuen Gestaltungselementen und Inhalten. Zudem ist ab sofort keine Registrierung mehr notwendig – die Plattform ist nun für alle Interessierten frei zugänglich. Weiters wird sie als laufendes Projekt verstanden – so werden im neuen Jahr zusätzliche Features integriert, wie etwa eine neue interaktive Statistik.

Machbarkeitsstudie – Olympia Innsbruck 2026

Eine Machbarkeitsstudie soll die Entscheidungsgrundlage für eine mögliche Bewerbung Tirols für die Olympischen Winterspiele 2026 liefern. Eine sechsköpfige Jury hat einstimmig die Bietergemeinschaft Pro Projekt AS+P mit den regionalen Projektpartnern Management Center Innsbruck (MCI) und der Firma Solid - Event, Management und Consulting GmbH auf den ersten Platz gereiht. Die Bewerbergruppe verfüge über Experten mit langjähriger Erfahrung in der Bewerbung und Planung von Sportgroßveranstaltungen - insbesondere auch bei Olympiabewerbungen wie etwa Leipzig 2012, München 2018, Almaty 2022 und Hamburg 2024.

Alternative Finanzierungsformen im Alpentourismus

Mit dem Alternativfinanzierungsgesetz (AltFG) wurde mit 1. September 2015 in Österreich der Grundstein für die breitere Etablierung alternativer Finanzierungsformen wie beispielsweise dem Crowdfunding geschaffen. Im Rahmen dieses Projektes wird untersucht, ob sich auch für die alpine Tourismus- und Freizeitwirtschaft neue Möglichkeiten für die Finanzierung von Projekten ergeben.

Start 2016

Destination research lab

Um die Wettbewerbsfähigkeit alpiner Destinationen zu gewährleisten, verfolgt das Destination Research Lab als übergeordnetes Ziel den systematischen Wissens- und Kompetenzaufbau zur internationalen Destinationsforschung – unter besonderer Berücksichtigung zentraler Herausforderungen im alpinen Ferientourismus.

Start 2015

Der alpine Sommersporttourist

Ziel des Projektes ist die sportartbezogene Charakterisierung und Segmentierung alpiner Sommersporttouristen am Beispiel Tirols. Darüber hinaus werden Erwartungen und Bedürfnisse an Naturraum und Sportraum untersucht. Durch diese detaillierte und sportartspezifische Abbildung der Nachfrageseite anhand einer quantitativen Datenerhebung in ausgewählten Regionen Tirols, soll es der Angebotsseite erleichtert werden, die für sie relevanten Zielgruppen zu identifizieren und anzusprechen, um den Sommertourismus entscheidend zu stärken.

Kooperationsprojekt alpS ImpulsE

Hierbei handelt es sich um das Teilprojekt „ImpulsE“ Tourismus im Wandel – Analyse der Effekte und Entwicklung strategischer Maßnahmen zur nachhaltigen Anpassung. Projektziel ist die bessere Gestaltung der Firmenkundengespräche einer Tiroler Bank mittels computergestützter sowie systematisierter Erfassung der Impulsgespräche über ein Tablet o.ä. Das MCI Tourismus entwickelt einen Gesprächsleitfaden für Firmenkundenberater als Basis für die Einführung von Wissensmanagement bei Firmenkundengesprächen.

Online Learning Formats in Tourism and Hospitality Higher Education

Das Projekt hat zum Ziel eine online LV im Bereich Entrepreneurship & Tourismus zu erstellen. Dafür werden zwischen den Projektpartnern (The Hong Kong Polytechnic University und Sun Yat Sen University) Workshops abgehalten. Ein weiteres Ziel ist es, kulturelle Unterschiede im online learning und teaching herauszufinden.

TTRA Europe Conference

Am MCI Tourismus wird die Tagung der Travel and Tourism Research Association (European Chapter) abgehalten. Ziel ist es ca. 40-60 Paperpräsentationen und -diskussionen zum Thema „Service Experiences and Innovation in Tourism“ abzuhalten bzw. zu bündeln.

Start 2014

Urlaub in den Bergen 2

2003 wurde die erste umfangreiche Studie im Quellmarkt Deutschland unter dem Thema „Urlaub in den Bergen“ durchgeführt. Diese wurde mit großer Resonanz aufgenommen. Mehr als 10 Jahre später folgt nun eine weitere touristische Marktforschungsstudie.

Ziele und Nutzen des Projekts:

- Sichtbarmachung vorhandener Assoziationen, Einstellungen und Wünsche des Quellmarktes Deutschland in Bezug auf Sommer- und Winterurlaub in den Bergen
- Klärung von Verhaltensweisen bestehender und potenzieller Konsumenten
- Beleuchtung von Veränderungen der Urlaubsmotive und des Reiseverhaltens durch einen Vergleich der Studi von 2003 mit der von 2014
- Kommunikation der Resultate an die Praxis um eine mögliche Verbesserung der Urlaubsqualität sowie des Urlaubsangebotes im alpinen Raum zu unterstützen

Destinationsentwicklung Lipik

Touristische Weiterentwicklung der Stadt Lipik (Kroatien) und der Region durch das Aufzeigen möglicher Potentiale und Handlungsempfehlungen. Das Projekt ist eine Kooperationsprojekt des MCI Tourismus mit dem Land Tirol.

Der Einfluss der unternehmerischen Orientierung auf den Erfolg touristischer Familienunternehmen

In Familienunternehmen spielen neben wirtschaftlichen Aspekten familiäre Interessen eine wesentliche Rolle für unternehmerische Entscheidungen. Da Familienunternehmen in unserer Gesellschaft die Mehrzahl aller Unternehmen darstellen, ist es angebracht, das Wissen über die Dimensionen unternehmerischen Handelns in Familienunternehmen und deren Einfluss auf den Erfolg zu erforschen.

Grundsätzlich kann von diesem Projekt ein besseres Verständnis über das Unternehmertum in Familienunternehmen erwartet werden: Durch das Projekt wird man besser verstehen können, was den Erfolg oder Misserfolg in Familienunternehmen ausmacht.

TSA - Tourism Satellite Account Vorarlberg 2011

Aktualisierung des TSA Vorarlberg (Touristisches Satellitenkonto Vorarlberg 2011). Hierbei ist es möglich, im Unterschied zum Tiroler TSA, statistisch nicht dokumentierten Nachfrageaggregate wie „Grenzüberschreitende Tagesausflügler und Tagesausflugsnachfrage der einheimischen Bevölkerung“ durch umfangreiche Direkterhebungen quantitativ abzusichern.

A Consumer Experience Approach to Destination Management and Marketing

The study will investigate visitors' experience at the Nordkette Mountain. The research will include analysis of the visitors' characteristics, their travel behavior, their satisfaction and future intention to visit, as well as their experiences before, during, and after their visit. The study will apply Kalus and Maklan's (2012) theoretical model of assessing service experience addressing the four domains of: product experience, the visit's outcome focus, con-

sumers' moments of truth, and consumers' peace of mind. Data will be collected through personal interviews with visitors, as well as an online survey, pending approval from Nordkette's management. Operational and management implications will be drawn.

Source: Philipp „Phil“ Klaus, & Maklan, S. (2012). EXQ: A multiple-item scale for assessing service experience. Journal of Service Management, 23(1), 5-33.

EBKOM - Employer Branding als kommunikative Schnittstelle

Das Projekt zielt auf die Vertiefung des theoretischen und empirischen Verständnisses von Employer Branding. Ausgehend von der Kritik an der dominierend funktionalistischen und behavioristischen Ausrichtung der Forschung zu Employer Branding, legen wir ein interpretatives, relationales theoretisches Grundmodell zugrunde, das durch empirische Studien verbreitert, angereichert und verfeinert wird. Dabei orientieren wir uns an einem umfassenden Prozess des Employer Branding und untersuchen sowohl die Entstehung und Implementierung von Arbeitgebermarken in Unternehmen, die Beurteilungskriterien für die Attraktivität von besonders wichtigen Zielgruppen am externen Arbeitsmarkt als auch die Rezeption und Wirkung von Arbeitgebermarken auf diese Arbeitskräfte. Dabei sollen insbesondere auch die spezifischen Ansprüche von Klein- und Mittelunternehmen mit einbezogen werden. Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten können einen wesentlichen Beitrag zu theoretischen und empirischen Weiterentwicklung des Wissen über Employer Branding leisten. Dieses Wissen kann auch die Grundlage für die strategische Ausrichtung des Employer Branding als Kommunikationsforum zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer bilden. Darüber hinaus haben die Ergebnisse aber auch Implikationen für das Personalmanagement von Unternehmen generell, weil die inhaltliche Ausgestaltung von erfolgreichen Arbeitgebermarken mit den tatsächlichen Praktiken der Personalarbeit in Unternehmen jedenfalls weitgehend übereinstimmen muss.

Start 2013

Kongress-Botschafter für Tirol

Projektziele sind die Sammlung aktueller Meinungen und Einsichten in die Entwicklung der Kongresse internationaler Verbände und die Ausformulierung eines Strategiepapiers für ein Botschafter-Programm Tirol.

Basierend auf den ersten Informationen aus Einzelgesprächen und Round Table werden Geschäfts- und Umsetzungsmodelle für ein potenzielles Kongress Botschafter-Programm untersucht und ein Strategiepapier für ein finales Botschafter-Programm vorgelegt und präsentiert.

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS



Mitarbeiter- und Unternehmerzufriedenheitsstudie Zillertal Arena

Im Rahmen der MAX-Mitarbeiterstudie führt das MCI Tourismus im Auftrag des TVB Zillertal Arena begleitend Unipark-basierte Umfragen zur Zufriedenheit von Mitarbeitern und Unternehmern in Gerlos durch.

Benchmarking the Alps

„Benchmarking the Alps“ ist ein angewandtes Forschungsprojekt, welches das Ziel verfolgt, eine systematisierte Alpenstatistik für den Tourismus zu erstellen und diese für alle Stakeholder online, interaktiv und kostenlos zur Verfügung zu stellen. Bisher ist die Darstellung des Tourismus im Alpenraum sowie der interne Vergleich der Performance zwischen den einzelnen Alpenregionen aufgrund der nationalen Datenlage, der ungenauen Abgrenzung des Alpenraumes sowie der unterschiedlichen Art der Datenerhebung nicht möglich. Unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Tourismusindustrie, welche durch eine Kombination aus quantitativer und qualitativer Erhebung (mixed methods approach) abgefragt werden, wird somit erstmals eine Alpenweite Statistik für den Tourismus aufgebaut. Diese dient als Grundlage für strategische Entscheidungen, liefert interessante Benchmarking-Vergleiche zwischen den Regionen und ermöglicht es Tirol, in einem für den gesamten alpinen Tourismus wichtigen strategischen Bereich die Vorreiterrolle zu übernehmen.

Ski WM Schladming 2013

Die Studie „Wirtschaftliche Wirkungen, Besucherzufriedenheit und Imageanalyse der FIS ALPINE SKI WM Schladming 2013“ hat vorrangig das Ziel die wirtschaftliche Wirkung durch den Konsum der Besucher, die Zufriedenheit der Besucher mit der FIS Alpine SKI WM 2013 sowie das Image des Veranstaltungsortes zu erheben.

Führungsnetzwerke in Destinationen

Ziel des Projektes ist die Analyse der Verbindungen, des Zusammenspiels und der Netzwerke zwischen den Leadern einer Destination sowie das Aufzeigen von Ansätzen und Instrumenten zur besseren Abstimmung und Zusammenarbeit der Leader, um eine destinationsübergreifende Leadership, die für eine innovative und vor allem wettbewerbsfähige Entwicklung erforderlich ist, zu erreichen. Das Projekt beschäftigt sich daher mit der Analyse der Beziehungen und Netzwerke zwischen diesen Personen und versucht, folgende Fragestellungen zu beantworten:

- Welche Beziehungen bestehen zwischen den ermittelten Führungspersonen (Leadern)? (formell und informell)
- Welche Funktionen erfüllen die Netzwerke?
- Wie trägt das Netzwerk zur Leadership der Destination bei?
- Wie kann das Beziehungsgeflecht zwischen Leadern im Sinne der strategischen Destinationsentwicklung bei dauerhaft wettbewerbsfähiger Gesamtleistung optimiert werden?

Screening deutschsprachiger touristischer Fachmedien

Versuche, die Qualität von touristischen Fachmedien im wissenschaftlichen Bereich (academic journals) zu messen, haben in den letzten Jahren stark zugenommen. Neben Ratings von Fachjournalen aufgrund von Qualitätskriterien hat die Forschung zunehmend auch die Themenführerschaft anhand von Institutionen bzw. Professoren erhoben. Neben wissenschaftlichen touristischen Fachmedien, existieren selbstverständlich auch eine Vielzahl an populärwissenschaftlichen touristischen Fachmedien, die Inhalte für die Tourismuswirtschaft aufbereiten. Auch hier stellt sich die Frage nach den vorrangig diskutierten Themen und dem Fokus der Beiträge. Ziel des vorliegenden Projektes ist es daher, die populärwissenschaftlichen touristischen Fachmedien auf ihre thematische Ausrichtung hin (mit vorab definierten Kriterien) zu untersuchen.

Das MCI Tourismus wird dieses Projekt wissenschaftlich begleiten und dabei den Status Quo der Themen und Trends in deutschsprachigen touristischen Fachmedien statistisch mit einem Screening dieser Medien erfassen. Dies wird mithilfe einer qualitativen Analyse der Beiträge erreicht.

Klimtour V Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Vorarlberg Phase 2

Bisher waren regionale oder gar lokale Aussagen aufgrund der zu groben räumlichen Auflösung der Klimamodelle für den Alpenraum nur in unzureichendem Maße möglich. Aktuellste Klimaszenarien für Österreich mit einer Auflösung von 1 km² ermöglichen detailliertere Analysen als es bisher möglich war.

In diesem Projekt wird eine Analyse der möglichen klimatischen Veränderungen in Vorarlberg durchgeführt. Neben Temperatur- und Niederschlagsänderungen werden eine Reihe von weiteren für Wirtschaftsbranchen relevante Indikatoren untersucht, um die Folgen für den Lebens- und Wirtschaftsraum Vorarlberg abschätzen zu können.

Ziel dieses Projektes ist eine Analyse der potenziellen Temperatur- und Niederschlagsänderungen in Vorarlberg. Mit Hilfe geeigneter Indikatoren lassen sich besonders stark betroffene Wirtschaftsbereiche und Regionen identifizieren und bieten die Basis für weitergehende, räumliche und inhaltlich auf die Branche zugeschnittene Fragestellungen.

Nationalpark Hohe Tauern 2013

Aktualisierung der Besucherbefragungen und Wertschöpfungserhebung von 2003, 2006, 2007 mit folgenden Befragungsgegenständen:

- Bedeutung des NPHT für die Urlaubsortwahl
- zentrale Urlaubsmotive
- Erfassung der Ausgaben nach Ausgabenkategorien
- Urlaubsdauer, Unterkunftsart/-kategorie mit besonderer Berücksichtigung der NP-Partnerbetriebe und Ferienwohnungen, Verpflegungsarrangement

FORSCHUNGSPROJEKTE

MCI TOURISMUS

- Ermittlung der Informationsmedien und –Kanäle, die zur Urlaubsort-Wahl im Bereich der NPHT-Region Kärnten und Osttirol geführt haben
- Bewertung des Preis-/Leistungsverhältnisses durch die NP-Besucher
- Bedeutung der NP-Partnerbetriebe für die Logiswahl und NP- Aktivitäten
- Verwendung und Bedeutung der Kärnten und Osttirol-Card
- Schätzung der auf den Nationalpark-Betrieb und der auf die Nationalpark-Investitionen zurückzuführenden Bruttowertschöpfung
- Angaben zur indirekten und induzierten Bruttowertschöpfung“

Analyse des Besuchererlebnis ausgewählter Gruppen des Final 4 – das Finalwochenende der velux ehf final4

Das Ziel des vorliegenden Projektes ist die Erfassung des Besuchererlebnisses von drei ausgewählten Gruppen (wie z.B. zahlende Besucher, Volunteers, VIPs, Funktionäre, Sportler) mit Hilfe von mobiler Ethnographie. Aus den erhobenen Daten sollen Erfolgsfaktoren bzw. Kritikpunkte abgeleitet werden, welche es dem Veranstalter ermöglichen das Besuchererlebnis künftiger Veranstaltungen iterativ optimieren zu können.

Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte des Kongresstourismus in Tirol

Für die Ermittlung der direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte des Tiroler Kongresswesens müssen zunächst die direkten und indirekten Umsätze stichprobenmäßig erhoben werden. Die Gesamtumsätze werden so auf Branchen verteilt, dass sie unmittelbar in eine wirtschaftsstatistische Klassifikationsebene überführt werden können (ÖNACE Zweisteller). Mithilfe sog. Brutto-Wertschöpfungsquoten lassen sich die direkten und indirekten Wertschöpfungswirkungen der Tiroler Kongresswirtschaft ermitteln.

Die Studie beschränkt sich auf die vier Tiroler Kongresszentren

- CMI Kongress und Messe Innsbruck
- Congress Centrum Alpbach
- Europahaus Mayrhofen
- K3 Kitzkongress

Eventlocations und Hotels mit Kongressfazilitäten werden mangels valider Daten aus der Betrachtung ausgeklammert.

Visitor Management in Protected Areas

Diverse Partnerschaftsmodelle beschränken sich in deutschen Großschutzgebieten großteils noch auf Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. Insbesondere die offizielle Kooperation mit kommerziellen Natursportanbietern

wird vielerorts vernachlässigt. Im deutschen aber auch internationalen Kontext werden vor diesem Zusammenhang aktuell folgende Fragestellungen zu Sport und Erholung in Großschutzgebieten diskutiert:

- Welchen ökonomischen Wert haben Sport und Erholung in Großschutzgebieten?
- Wie lässt sich dieser Wert gegen den naturschutzfachlichen Wert gegenrechnen?
- Wie lässt sich die gegenseitige Akzeptanz von Tourismus und Naturschutz steigern?
- Durch welche Partnerschaftsmodelle können auch kommerzielle Natursportanbieter an Großschutzgebiete und ihre Leitbilder gebunden werden? Welche Partnerschaftsmodelle finden in anderen Ländern (insbesondere im benachbarten europäischen Ausland) Anwendung?"

Der Einfluss der unternehmerischen Orientierung auf den Erfolg touristischer Familienunternehmen

In Familienunternehmen spielen neben wirtschaftlichen Aspekten familiäre Interessen eine wesentliche Rolle für unternehmerische Entscheidungen. Da Familienunternehmen in unserer Gesellschaft die Mehrzahl aller Unternehmen darstellen, ist es angebracht, das Wissen über die Dimensionen unternehmerischen Handelns in Familienunternehmen und deren Einfluss auf den Erfolg zu erforschen. Grundsätzlich kann von diesem Projekt ein besseres Verständnis über das Unternehmertum in Familienunternehmen erwartet werden: Durch das Projekt wird man besser verstehen können, was den Erfolg oder Misserfolg in Familienunternehmen ausmacht.

Start 2012

Innovationsfähigkeit und Wachstumspotenziale von touristischen KMUs

Das Projekt beschäftigt sich mit Unternehmensentwicklungsverläufen von KMUs in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft und erfasst dabei folgende Themen:

- Innovationsprozesse und Produktentwicklungsprozesse im Tourismus -Innovationsbarrieren in Tourismusdestinationen
- Steuerungsmechanismen und die Rolle von Unternehmertum in Tourismusdestinationen
- Wachstumsbarrieren und die Bedeutung der Lebensqualität im Tourismus
- Die Mechanismen der innovativen Organisation am Beispiel des Tourismusunternehmens

Klimawandel und Tourismus in Graubünden

Ziel des Projektes ist es, die Auswirkungen des Klimawandels auf Skigebiete in Graubünden zu untersuchen. Hier-

bei werden Daten aktuellster regionaler Klimamodelle (CH2011) als Eingangsdaten für ein Schneemodell (SkiSim2) verwendet. Dieses Modell simuliert tägliche Schneehöhe mit und ohne Beschneigung für alle Höhenlagen der untersuchten Skigebiete. Somit können die Veränderung der durchschnittlichen Saisonlänge, sowie der Beschneigungsaufwand analysiert werden. An die Auftraggeber werden ein Endbericht mit Karten und Abbildungen, sowie die Simulationsergebnisse (in Form von Tabellen), übergeben.

Produktentwicklung in touristischen Netzwerken

Ziel der Delphi-Studie war es, ein konvergentes Meinungsbild durch Einschätzung und Bewertung von Branchenexperten zum Einfluss der Besonderheiten und Ausprägungen touristischer Netzwerke auf die Produktentwicklung zu erlangen.

Leadership und Führungskompetenzen im Tiroler Tourismus

In diesem Projekt wird untersucht, wie die heimischen Unternehmer ihre Leadership & Führungskompetenzen in den touristischen Familienbetrieben (Klein- und Mittelbetriebe) leben und wie diese Thematik zu sensibilisieren ist. Die Ergebnisse werden am Ende ausgewertet sowie veröffentlicht.

Das Ziel soll sein, Handlungsempfehlungen in Form eines Ratgebers für die heimischen Führungskräfte zu entwickeln. Weiters werden die Ergebnisse dieses Projekts in die Lehre des MCI Tourismus transferiert, um Wissen über die Leadership-Kompetenzen im Tiroler Tourismus zu vermitteln.

Klimtour 5 Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Vorarlberg Phase 1

Ziel dieses Projektes ist eine Analyse der durch den Klimawandel hervorgerufenen potenziellen Risiken und Chancen für den Vorarlberger Tourismus. Es sollen die Auswirkungen aktueller Klima- und sozioökonomischer Szenarien auf den Winter- & Sommertourismus in Vorarlberg und den Destinationen aufgezeigt werden.

Start 2011

Regionale Input-Output-Tabelle für Tirol

I-O-Tabellen sind eine der wichtigsten Analyseinstrumente zur Erfassung von volks- und regionalwirtschaftlichen Auswirkungen und Vernetzungen, so auch beispielsweise zur Erfassung des indirekten Beitrags des Tourismus zum Bruttoinlandsprodukt. Leider erscheinen IOT im Allgemeinen nur auf nationaler Ebene und mit einer größeren zeitlichen Verzögerung. Für Österreich ist derzeit (Oktober 2012) erst die IOT 2008 verfügbar. Auf regionaler Ebene existiert ein multiregionales (alle Bundesländer) Tabellenwerk, das allerdings der öffentlichen Forschung nicht zugänglich

gemacht wird. Mit dem vorliegenden Projekt soll diese offenkundige Lücke in der regionalen Wirtschaftsforschung Tirols geschlossen werden. Eine erste Pilottabelle für das Jahr 2007 wurde bereits im Juni 2012 abgeschlossen. Gegenwärtig erfolgt eine Neubearbeitung für das Jahr 2008, in deren Zuge auch methodische Verbesserungen intendiert werden.

Die tourismus- und freizeitwirtschaftliche Bedeutung des Haflingerpferdes in Tirol

Die Untersuchung im Auftrag der Tiroler Landesregierung baut auf zwei Referenzstudien der jüngeren Vergangenheit Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Pferdes in Österreich und Tourismus- und Freizeitfaktor Pferd. Im Kern beider Untersuchungen stehen die aus den verschiedensten „Pferdeaktivitäten“ resultierende direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfung (= Produktionswert minus Vorleistungen). Die Untersuchung fokussiert auf den direkten volkswirtschaftlichen Nutzen des Haflingerpferdes in Tirol, Vorarlberg und Salzburg, wird sich aber auch mit der internationalen Ausstrahlung dieser Pferderasse beschäftigen.

DGT-Konferenz 2011

Mit Innsbruck als Veranstaltungsort kehrt die DGT an den Ort zurück, an dem 2003 bereits das 7. Kolloquium der DGT abgehalten wurde. In diesem Jahr wird das Querschnittsthema „Tourismus 2020+ interdisziplinär“ im Mittelpunkt stehen. Das Kolloquium findet am 1. – 3. Dezember 2011 statt.

Gesundheitstourismus in alpinen Tourismusdestinationen

Der Gesundheitstourismus im alpinen Raum, mit all seinen Untergruppen (i.S.v.: Medizin- und Wellness-tourismus), konnte sich im Laufe der Jahre zu einer eigenständigen Tourismusform entwickeln, welche auch aller Voraussicht nach weiter an Bedeutung zunehmen wird. Aufgrund des starken Zuwachses im Wellnessbereich sind hier bereits eine Vielzahl von Einrichtungen, primär auf Beherbergungsebene, geschaffen worden. Bei Betrachtung auf Destinationsebene konnten jedoch nur vereinzelt Ansätze in diesem Segment identifiziert werden.

Ziel ist es, Handlungsempfehlungen für Destinationen bzw. u.U. für einzelbetriebliche Einrichtungen zur Positionierung im gesundheitstouristischen Bereich abzuleiten.

Familienunternehmen in der Tiroler Hotellerie

Die Tiroler Tourismuswirtschaft ist geprägt von klein- und mittelständischen Familienunternehmen, wobei eine Vielzahl davon gerade bzw. kurz vor dem Generationenwechsel steht. Für die meisten Familienunternehmen stellt die Betriebsnachfolge eine große Herausforderung dar. Aktuelle Schätzungen zu Folge sind Familienunternehmen in der zweiten Generation nur mehr zu 50% erfolgreich.

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS



Ziel des Projektes ist, aufbauend auf empirischen Erhebungen, einen Leitfaden für Familienbetriebe in der Hotellerie zu entwickeln, um die Unternehmerfamilien auf die für sie relevante Thematik vorzubereiten bzw. zu sensibilisieren.

Eu project: Service design as an approach to foster competitiveness and sustainability of European Tourism

The project aims to implement service design on tourism and to develop tourism-specific service design research methods, such as mobile ethnography. Service design is a customer-centered approach to assess and improve the holistic quality of service chains by integrating customers into the product development process. The project includes 7 service design pilot projects in European tourism destinations as well as multiple outcomes, such as a conference, a book, academic articles and a website aiming at tourism SMEs and DMOs.

Customer Journey Mapping – Pilotstudie zur Anwendung mobiler Ethnographie als innovative Methode der Eventevaluation am Beispiel der Youth Olympic Games 2012

Das vorliegende Projekt zielt darauf ab die Customer Journey eines touristischen Produktes mittels des innovativen Ansatzes der mobilen Ethnographie zu erheben. Das MCI Tourismus hat in dem vom TWF geförderten Forschungsprojekt „Service Design im alpinen Tourismus“ einen Prototypen für eine Smartphone-Applikation zur mobilen Ethnographie entwickelt (www.myservicefellow.com). In dem darauf aufbauenden von der EU im Rahmen des CIP Programmes (Competitiveness and Innovation Framework Programme) geförderten Projektes „Service Design in Tourism“ wird diese weiterentwickelt und ab Sommer 2011 für das vorliegende Projekt zur Verfügung stehen (www.servicedesigntourism.com)

Das Projekt „Customer Journey Mapping“ soll nun die erste eigenständige Anwendung dieses innovativen Forschungsansatzes darstellen und die Ergebnisse durch eine anschließende quantitative Studie unter allen Teilnehmern auf Validität und Reliabilität überprüfen.

YOGINN-Erfahrungen und Zufriedenheiten

Ziel des Projekts ist erstens die Erfassung der Evaluation der Youth Olympic Games durch die Athleten mithilfe einer quantitativen Analyse. Zweitens werden Erfahrungen und Erlebnisse sowie Meinungen der Teilnehmer und der involvierten Stakeholder (Organisatoren, Begleitpersonen) in Fokusgruppendifkussionen erfasst.

Die Befragungsmodalitäten stützen sich dabei auf den vom IOC in Singapore 2010 eingesetzten Instrumenten. Fragebogen und Leitfaden werden für die Winterspiele optimiert.

Bedarfserhebung für eine Intensivierung des ÖV Angebotes für Berufspendler zu touristischen Betrieben auf

der Sonnenterrasse Fiss, Ladis und Serfaus

Die Untersuchung im Rahmen des Interregprojekts ACCESS befasste sich mit den Möglichkeiten der Verlagerung des touristischen Berufspendlerverkehrs zu/von den Gemeinden des sog. Sonnenplateaus vom Individualverkehr zum öffentlichen Verkehrsangebot (Busverkehr) und allenfalls zu anderen Gemeinschaftsverkehren geprüft werden.

Politische Gestaltung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft – Teil I

Rahmenbedingungen im Bereich des Grundverkehrs und der Raumordnung

Dem vorliegenden Forschungsprojekt lag die Hypothese zugrunde, dass der Einfluss der indirekten Tourismuspolitik auf die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus mindestens gleich bedeutend ist als jener der direkten Tourismuspolitik. Empirisch untersucht wurden diese Thesen anhand der Grundverkehrs- und Raumordnungsgesetzgebung in Tirol, Graubünden und Südtirol als eine der relevantesten Materien im Bereich der indirekten Tourismuspolitik. In touristischer Hinsicht lassen sich die Grundphilosophien dieser Rechtsmaterien in den einzelnen Ländern wie folgt charakterisieren. (1) Tirol: Sicherung der Wohn- und Existenzmöglichkeiten der Bevölkerung auch in abgelegenen Regionen und dementsprechend restriktive Zweit- und Ferienwohnungspolitik und eine restriktive Politik gegenüber Beherbergungs-Großprojekten. (2) Südtirol: Erschwerung des Zuzugs der italienischen Bevölkerung, die Erhaltung des historischen Ortsbildes und der gastgewerblichen Strukturen. (3) Kanton Graubünden. Restriktive Politik gegenüber Ausländern, jedoch sehr liberal im Bereich des Zweit- und Ferienwohnungsbaus von (größtenteils nicht ortsansässigen) Inländern. Die Auswirkungen dieser unterschiedlichen Politiken lassen sich anhand verschiedener wirtschaftsstatistischer Indikatoren aufzeigen.

Start 2010

Bedeutung des Tourismus für Österreich – Forum Alpbach

Erstellung eines Argumentariums, welches die Bedeutung des Tourismus in Österreich anhand wirtschaftlicher Daten und Fakten hervorhebt. Im Rahmen des Argumentariums gilt es zentrale Fragen betreffend der Leistungsfähigkeit, Stellung sowie des Nutzens der Tourismuswirtschaft für Österreich zu beantworten.

Start 2009

Nationalpark Erhebung Hohe Tauern 2009

Bei der diesjährigen Untersuchung steht zum einen die Wahrnehmung und zum anderen die Zufriedenheit der Besucher mit der Nationalpark-Infrastruktur im Vordergrund: d.h. Themenwege, Lehrpfade, Infostellen, etc.

Destination Research - Erfolgsfaktorenanalyse

Kritische Erfolgsfaktoren von Tiroler Destinationen werden mithilfe wissenschaftlich anerkannter Methoden identifiziert und miteinander verglichen um letztendlich eine Aussage über allgemein gültige Erfolgsfaktoren für alpine Destinationen treffen zu können.

TSA – Tourismus Satellitenkonto Tirol 2007

Das Projekt stellt eine verbesserte Neuauflage des Projekts TSA Tirol 2003 dar. Insbesondere kann die Wertschöpfung aus dem grenzüberschreitenden Ausflugsverkehr durch einschlägige Forschungsprojekte in Deutschland und Südtirol besser und genauer dokumentiert werden. Ferner soll die Vergleichbarkeit mit den vorhandenen regionalen TSA aus Oberösterreich, Niederösterreich und Wien auf allen Ebenen gewährleistet werden.

Studentenwettbewerb Eventidee Mieming

Im Zuge der Lehrveranstaltung Eventmanagement bei Dr. Wolfram Auer nehmen alle Bachelor-Studenten des 3. Semesters an einem Wettbewerb für einen touristischen Event am Mieminger Plateau teil. Im Zuge der ersten Lehrveranstaltungen erhalten die Studenten den nötigen inhaltlichen Input und haben dann die Möglichkeit, bei einer Exkursion in die Ferienregion Mieminger Plateau die Tourismusdestination kennenzulernen. Darauf aufbauend erarbeiten die Studenten ein Eventkonzept für die Ferienregion. Die besten drei Projekte werden von einer Fachjury ausgewählt und erhalten attraktive Preise.

Nachhaltigkeit von Tourismus in Bergregionen

Das Forschungsprojekt beschäftigt sich mit der Messbarkeit von Nachhaltigem Tourismus in Bergregionen und ist in drei Phasen gegliedert. In der ersten Phase wird die touristische Entwicklung von Bergregionen weltweit analysiert, in einer zweiten Phase best practices für Nachhaltigen Tourismus in Bergregionen definiert und in der letzten Phase mögliche Ansätze für die Operationalisierung von Nachhaltigem Tourismus – speziell in Bergregionen – überprüft. Ziel ist es, Tourismusdestinationen in Bergregionen eine Möglichkeit zur Messbarkeit Ihrer Nachhaltigen Entwicklung zu schaffen.

Ökonomisches Wirkungsszenario einer Ortskernentwicklung Sölden

Das Dorfzentrum Sölden ist durch den innerörtlichen Transitverkehr und den Verkehr der Fraktionen Hochsölden/ Obergurgl bzw. über das Timmelsjoch ziemlich belastet. Zudem hat sich eine wenig vielfältige Einzelhandelszone herausgebildet. In der Studie wurden Szenarien einer positiven Ortskernentwicklung bei Verwirklichung des geplanten Umfahrungstunnels aufgezeigt. Die Szenarien wurden einerseits aus der Entwicklung ähnlich gelagerter Fälle (Gemeinde Saalbach-Hinterglemm, Gemeinde Seefeld) mittels einer UnternehmerInnenbefragung abgeleitet, andererseits unter der Prämisse einer erhöhten Konsumgüter-Nachfrage der einheimischen Bevölkerung.

Start 2008

Alpine Gastgeber

Im Zuge der Lehrveranstaltung „Marketing II“ erarbeiten Studierende des Bachelor-Studienganges (3. Semester) „Unternehmensführung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“ Kernthemen zur Profilierung für Alpine Gastgeber Betriebe. Ziel dieses Praxisprojektes ist es, den Verein Alpine Gastgeber in der zweiten Projektphase „Innovation und Produktentwicklung“ zu unterstützen und den Studierenden die theoretischen Inhalte über eine praxisorientierte Herangehensweise zu verdeutlichen.

Einführung von Langzeittickets für die Hallenbäder der IKB AG – Machbarkeitsstudie & Konzepterstellung

Für die IKB wurde eine Befragung (n=600) anhand von direkten persönlichen Interviews durchgeführt, um die Akzeptanz von Dauertickets und das Kundenpotential zu erheben. Das Thema Elastizität wurde Gegenstand einer weiteren Befragung in den Hallenbädern, das Kundenpotenzial stand hingegen bei der Befragung im Straßenraum im Vordergrund.

Wirtschaftliche Wirkungen und Besucherzufriedenheit mit der UEFA EURO 08

Das Projekt „Wirtschaftliche Wirkungen und Besucherzufriedenheit mit der UEFA EURO 2008TM“ ist ein Kooperationsprojekt des MCI Tourismus und der Johannes Gutenberg Universität Mainz. Im Rahmen der Sportgroßveranstaltung wurde dabei der Konsum der EURO 08 Besucher und die damit induzierte Wertschöpfung, sowie die Besucherzufriedenheit und das nationale und regionale Image der Veranstaltungsorte in Österreich untersucht. (Dabei wurden Stärken und Schwächen des Events erforscht und insbesondere jene Dienstleistungen mit besonderem Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit der Zuschauer identifiziert.

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Service Design im alpinen Tourismus

Ziel ist eine Schnittstellenanalyse unterschiedlicher Systeme und die Erarbeitung neuer Service Designs für den alpinen Tourismus. Die Durchführung von Kundenkontaktpunktanalysen (Mensch-Gast und Maschine-Gast) ermöglichen die Erarbeitung von Verbesserungspotentialen für die Dienstleistungsbranche.

Leadership-Kompetenzen in touristischen Krisensituationen

Das Projekt umfasst eine Studie unter den MCI Tourismus Internship-Partnern. Untersucht wurden dabei die Leadership-Kompetenzen als Schnittstelle von Fach- und Methoden-, sozial-kommunikativen, personalen und Aktivitäts- und Handlungskompetenzen für Krisensituationen im Tourismus. Diese wurden identifiziert und deren Gewichtung in der Wahrnehmung möglicher Beteiligter untersucht.

Die Problematik von Zweitwohnsitzen im Kontext des alpinen Ferientourismus – am Beispiel von Kitzbühel

Analyse der Problematik von Zweitwohnsitzen und Implikationen für die Ferienhotellerie. Mit Hilfe einer empirischen Erhebung (FB oder ausgewählte Expertengespräche) wird der sozio-ökonomische Einfluss von Zweitwohnsitzen erhoben.

Start 2007

Destination research

„Destination Research“ ist ein angewandtes Forschungsprojekt zur Analyse der wirtschaftlichen und organisatorischen Entwicklung aller Tiroler Tourismusdestinationen. Grundlage des Projektes stellt das Teilprojekt „Destination Performance“ dar, welches eine detaillierte Betrachtung der Performance auf Basis von Jahresumsätzen von primär am Tourismus beteiligten Leistungsträgern in den einzelnen Destinationen liefert.

Gästabefragung Innsbruck

Ziel ist die Erhebung der Wertschöpfung und des Angebots des Innsbrucker Städtetourismus.

- Ermittlung der Anteile relevanter Besucherschichten im Innsbrucker Städtetourismus – Nächtigungstouristen, grenzüberschreitende Tagesausflügler und Urlaubsortausflügler aus den umliegenden Urlaubsdestinationen
- Ermittlung der Wertschöpfung der einzelnen Segmente
- Bewertung des städtetouristischen Angebots von Innsbruck im Vergleich zu ähnlichen städtetouristischen Destinationen
- Ermittlung der maßgeblichen Imagekomponenten von Innsbruck aus Sicht der Besucher

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

TTR Tirol Tourism Research

Tirol Tourism Research (TTR) ist ein Kooperationsprojekt des MCI Tourismus und der Tirol Werbung zur effizienteren Nutzung von tourismusrelevantem Wissen für die Tiroler Tourismuswirtschaft.

Ziel des Gemeinschaftsprojektes sind die Vernetzung und verstärkte Kooperation von Tourismus-Forschungseinrichtungen in Tirol, eine abestimmte Forschungsarbeit sowie die Schaffung eines kundenorientierten und interaktiven Wissensplattform für Tiroler Touristiker (www.ttr.tirol.at)

TSA Tourism Satellite Account Vorarlberg

Als Folgeprojekt zum Tiroler TSA wurde zu Jahresbeginn 2007 mit der Erstellung eines touristischen Wertschöpfungskontos für Vorarlberg begonnen. Hierbei war es möglich, im Unterschied zum Tiroler TSA, statistisch nicht dokumentierten Nachfrageaggregate wie „Grenzüberschreitende Tagesausflügler und Tagesausflugsnachfrage der einheimischen Bevölkerung“ durch umfangreiche Direkterhebungen quantitativ abzusichern. Derzeit sind die Sommererhebungen für Vorarlberg im Feld.

Start 2006

Naturnahe Angebotsentwicklung im Tiroler Sommertourismus

Ziel des Projektes ist die Untersuchung, wieweit die Nachfragebasis für naturtouristische Angebote durch Produktmodifikationen, verstärkte Kooperation und Zusatzdienstleistungen auf breitere Urlaubersegmente des alpinen Tourismus wie Familien, Jugendliche, aktive Senioren, etc. ausgeweitet werden kann.

Tourismus Manager Austria 07

Der Tourismus Manager Austria 07 ist die dritte Ausgabe eines Gemeinschaftsprojektes des MCI Tourismus, dem Verlag Ablinger.Garber und der Österreich Werbung. Das Sammelwerk der österreichischen Tourismuswirtschaft enthält neben Zahlen und Fakten interessante Fachartikel über aktuelle Themen der Tourismuswelt, Rankings und Kontaktdaten. Der Mix aus Nachschlagewerk und Fachbuch macht den Tourismus Manager Austria zu einem interessanten Wegbegleiter der heimischen Touristiker durch das Tourismusjahr.

Tiroler Weg 2008-2012

Der Tiroler Weg 2008-2012 ist ein Gemeinschaftsprojekt des MCI Tourismus, der Wirtschaftskammer Tirol, des Amtes der Tiroler Landesregierung und der Tirol Werbung und beinhaltet die 5-Jahres-Strategie für den Tiroler Tourismus.

Naturnahe Angebotsentwicklung im Tiroler Sommertourismus

Ziel des Projektes ist die Untersuchung, wieweit die Nachfragebasis für naturtouristische Angebote durch Produktmodifikationen, verstärkte Kooperation und Zusatzdienstleistungen auf breitere Urlaubersegmente des alpinen Tourismus wie Familien, Jugendliche, aktive Senioren, etc. ausgeweitet werden kann.

Besucherzählung, Motiv- und Wertschöpfungserhebung im NP Hohe Tauern – Osttirol

Die vorliegende Studie stellt eine Evaluierung und Aktualisierung der Untersuchungsergebnisse aus dem Jahre 2003 bezüglich Zahl der Nationalpark-Besucher, Motive des Nationalpark-Besuchs, soziodemographische Daten und die auf die Existenz des Nationalparks beruhende Bruttowertschöpfung dar.

Fafga 2007 – Neupositionierungskonzept im Auftrag der Congress und Messe Innsbruck GmbH

Das Projekt „Fafga 2007“ ist ein Studentenprojekt unter wissenschaftlicher Leitung in Kooperation mit der Congress und Messe Innsbruck GmbH.

Ziel des Projekts sind

- Neupositionierung der Fafga 2007
- Entwicklung eines strategischen Konzeptentwurfs für die Fafga 2007

Start 2005

Zukunftsthemen des alpinen Tourismus – Potentiale und Chancen für Tirol

Die Delphi-Studie „Zukunftsthemen des alpinen Tourismus - Potentiale und Chancen für Tirol“ ist ein Kooperationsprojekt der Wirtschaftskammer Tirol, der Tirol Werbung und des MCI Tourismus.

Ziel des Gemeinschaftsprojektes sind

- Ableitung wesentlicher Zukunftstrends und zukünftiger Entwicklungen für Urlaub in den Bergen
- Erarbeitung wesentlicher Handlungsfelder für den Tourismus in Tirol (Sommer und Winter)

Tourismus Manager Austria 06

Der Tourismus Manager Austria 07 ist die zweite Ausgabe eines Gemeinschaftsprojektes des MCI Tourismus, dem Verlag Ablinger.Garber und der Österreich Werbung. Das Sammelwerk der österreichischen Tourismuswirtschaft enthält neben Zahlen und Fakten interessante Fachartikel über aktuelle Themen der Tourismuswelt, Rankings und Kontaktdaten. Der Mix aus Nachschlagewerk und Fachbuch macht den Tourismus Manager Austria zu einem interessanten Wegbegleiter der heimischen Touristiker durch das Tourismusjahr.

Regplus-Projekt „Kooperationen in der mittelständischen Hotellerie“

Im vorliegenden Projekt wurde versucht, im Gegensatz zu den in der Hotellerie sehr präsenten Marketingkooperationen die Möglichkeit von Leistungskooperationen - in der Küche, beim Erstellen eines Animationsprogrammes, etc. - in der mittelständischen Hotellerie auszuloten und zu vertiefen. Als Ziel derartiger Leistungskooperationen wird das Freispielen unternehmerischer Ressourcen durch eine stärkere Spezialisierung auf die individuellen Talente angestrebt. Ausgehend von einem Kärntner Pilotprojekt konnten zwei Hotelgruppen im Bezirk Landeck und ein Outdoor-Unternehmen im Bezirk Imst mittels Expertengespräche und Workshops zu einer weiteren Vertiefung der Zusammenarbeit geführt werden.

Benchmarking Studie „Tirol im Wettbewerb der Alpenländer“

Im Gegensatz zu einer früheren, einschlägigen Untersuchung der BAK Basel AG wurde in der vorliegenden Untersuchung der Kreis der alpinen Mitbewerber Tirols mittels Kriterien - wie mindestens 50% Alpenanteil, Anteil internationaler Reisemärkte über 25% - im Interesse der Vergleichbarkeit enger gezogen. Die Untersuchung ergab, dass Tirol im Durchschnitt der verwendeten Leistungsindikatoren als die erfolgreichste alpine Tourismusregion bezeichnet werden kann. Maßgeblich hierfür ist die gut ausgebaute Wintersaison, die auf eine Reihe von Indikatoren wie Produktivität, Auslastung, etc. ausstrahlt.

TSA Tourism Satellite Account Tirol

Nachdem erst in den letzten Jahren, basierend auf den Empfehlungen der UNWTO und OECD, zunehmend nationale Tourismus-Satelliten-Konten entwickelt wurden (Österreich erstmals 1999, Schweiz 1998), ist auch der Bedarf an regionalen touristischen Wertschöpfungskonten spürbar gewachsen. Durch die Verpflichtung der Regionen, als Entscheidungsgrundlage für die europäische Regionalförderung periodische regionale Wertschöpfungsrechnungen (RGR) zu erstellen, ist auch die Ableitung regional-touristischer Satelliten-Konten etwas einfacher geworden. Die Studie verknüpft die Ergebnisse der Tagesausgabenerfassung im Rahmen des Tourismus Monitor Austria (T-Mona) für Tirol mit der Regionalwirtschaftlichen Gesamtrechnung für Tirol auf Basis des Jahres 2003. Primär statistisch nicht erfasste Aggregate, wie der Tagesausflugsverkehr, mussten vorläufig geschätzt werden.

Sekundärstudie Verkehrsanbindung Tirols für Flug – Reisemärkte

Im Zusammenhang mit den schon seit 2001 laufenden Bestrebungen zur verbesserten Verkehrsanbindung zum Flughafen München, wurde in der vorliegenden Expertise versucht, durch das Zusammenfügen verschiedenster sekundär-statistischer Quellen einen Überblick über die absolute Größenordnung der „Flug-Reisemärkte“ nach Tirol und deren Verteilung über die verschiedenen Aussteige-Flughäfen zu gewinnen.

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Potentialanalyse Schüler- und Lehrlingsheim Innsbruck

Im Zuge des Studentenprojektes wurde die Möglichkeit der Vermietung des Schüler- und Lehrlingsheims während des Sommers unter marktorientierten sowie finanziellen Gesichtspunkten untersucht. Die Analyse sollte die Heimleitung bei der Entscheidung über die zukünftige Nutzung unterstützen.

Start 2004

Zufriedenheitsstudie & Veranstaltungsanalyse FIS Alpine Ski WM 2005, Bormio/Italien

Die Zufriedenheits- und Veranstaltungsanalyse Alpine Ski-WM Bormio 2005 war der dritte Teil der Langzeitstudie zu den Ski-Weltmeisterschaften nach St. Anton im Jahr 2001 und St. Moritz 2003. Pro Veranstaltung wurden rund 800 qualitative Interviews mit Gästen vor Ort durchgeführt und miteinander verglichen.

Tourismus Manager Austria 05

Der Tourismus Manager Austria 2005 stellt die erste Auflage des Kooperationsprojektes zwischen dem MCI Tourismus, dem Verlag Ablinger.Garber und der Österreich Werbung dar. Als erste kompakte Darstellung des österreichischen Tourismus als Buchform mit all seinen wesentlichen Leistungsträgern und Akteuren soll allen Unternehmern, Führungskräften, Mitarbeitern und Partnern der österreichischen Tourismuswirtschaft ein jährlich aktualisiertes und attraktives Nachschlagewerk bieten.

Regionalentwicklungskonzept Pakrac – Inszenierung Erlebnisberg „Omanovac“

Das Regionalentwicklungsprojekt Pakrac umfasste die Erstellung einer Situationsanalyse zur touristischen Region Pakrac in Kroatien. In weiterer Folge wurde ein Konzeptentwurf zur Inszenierung des Erlebnisberges „Omanovac“ erstellt.

Machbarkeitsstudie Direkt-Zuganbindung Innsbruck – Flughafen München

Basierend auf eine bereits im Jahre 2002 angefertigte Akzeptanzanalyse zum Projekt einer Direkt-Zugverbindung Innsbruck – München – durchgeführt vom Institut für Verkehr und Tourismus (IVT) – konzentrierte sich die im Auftrag der Tirol Werbung durchgeführte Machbarkeitsanalyse auf angebotsseitige Fragen wie die Gestaltung eines attraktiven und dem Flugverkehr möglichst angepassten Fahrplanes und die grobe Abschätzung der Kosten und Erträge eines entsprechenden Linienbetriebs.

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

Strategische Ausrichtung Sommerangebot Bergbahnen Schlick 2000

Ziel des Studentenprojekts war es, ein Positionierungskonzept für das Sommerangebot der Bergbahnen Schlick 2000 zu erarbeiten.

Start 2003

Fhplus-Forschungsprojekt Mitarbeiterzufriedenheit im Tourismus

Die Messung und das Management der Mitarbeiterzufriedenheit ist eine wesentliche Managementaufgabe und Gegenstand dieses Kooperationsprojektes. In diesem Projekt wurde ein Methodenpaket zur Messung und zum Management der Mitarbeiterzufriedenheit entwickelt und ein Benchmarking-System aufgebaut.

Quellmarktstudie „Urlaub in den Bergen“ 2003, Herkunftsland Deutschland

Nachdem bereits im Vorjahr die Studie „Jugend & Berge“ die Zielgruppe der 15-30 Jährigen zum Thema Urlaub in den Bergen befragte, wurden im Zuge des zweiten Teils der Quellmarktstudie Deutschland „Urlaub in den Bergen“ 2003/2004 1600 persönliche Interviews der Zielgruppe ab 30 Jahre durchgeführt. Wieder mit dem Ziel, der Sichtbarmachung vorhandener Assoziationen, Einstellungen und Wünsche des Quellmarktes Deutschland.

„Italia Parchi“ – erfolgreich durchgeführtes Marketingprojekt von Studierenden mit der Fluglinie Air Alps

Gemeinsam mit der Fluglinie Air Alps nahmen Studenten des Management Center Innsbrucks, Studiengang „Unternehmensführung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“, an einer Ausschreibung des italienischen Umweltministeriums teil. Ziel der Ausschreibung war es, im und rund ums Flugzeug eine Plattform für die Präsentation der Italienischen Nationalparks zu schaffen.

Start 2002

Zufriedenheitsstudie & Veranstaltungsanalyse FIS Alpine Ski WM 2003, St. Moritz/CH

Das Ziel der Studie lag in der Messung der Zufriedenheit der Besucher mit der Großveranstaltung FIS ALPINE SKI WM in St. Moritz, Schweiz, im Jänner 2003. Die Studie stellte den zweiten Teil der Langzeitstudie dar, welche 2001 mit der Befragung in St. Anton gestartet war. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem Institut für Unternehmensführung der Universität Innsbruck durchgeführt und vom WM-Organisationskomitee unterstützt.

Die FIS ALPINE SKI WM in St. Moritz war geprägt von einer ausgezeichneten WM-Organisation und hohen Zufrie-

denheitswerten. Analyisierte Schwächen bezogen sich auf das Preis-Leistungsverhältnis und das fehlende Apres-Ski bzw. Abendprogramm.

Touristisches Entwicklungsprojekt „Batlava – Water and Nature“, Kosovo

Das Projekt „Batlava“ umfasste die Entwicklung touristischer Leitlinien sowie einer Machbarkeitsstudie für die Region Podujevo/Kosovo in Kooperation mit dem Land Tirol. Gemeinsam mit vier Tourismus-Studenten wurde ein touristisches Entwicklungskonzept für die Naherholungsregion Batlava erstellt.

Regionalentwicklungskonzept Pakrac – Potentialanalyse für eine touristische Entwicklung

Ziel dieser Potentialanalyse ist es, das touristische Potential der Region Pakrac/Kroatien festzustellen und die Voraussetzungen für neue tourismusnahe Projekte zu prüfen. Anhand von drei selbst entwickelten Szenarien sollen die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

Quellmarktstudie „Jugend und Berge“ 2002, Herkunftsland Deutschland (2200 persönliche Interviews, Zielgruppe 15-30 Jahre)

Beim ersten Teil dieser Studie wurden rund 2200 semiquantitative Interviews nach exakt festgelegten Quoten (Alter: 15 - 30 Jahre; Bundesländer) verteilt über das gesamte Bundesgebiet durchgeführt. Die grundlegende Zielsetzung dieser touristischen Marktforschungsstudie war die Sichtbarmachung vorhandener Assoziationen, Einstellungen und Wünsche des Quellmarktes Deutschland. Daraus ergibt sich die Möglichkeit, Verhaltensweisen bestehender und potenzieller Konsumenten zu erklären und in Folge an die Praxis weiterzugeben.

Image- und Zufriedenheitsstudie „Jugend und Berge“ 2002, Echtzeitstudie Sölden (600 persönliche Interviews, Zielgruppe 15-30 Jahre)

Dieses Projekt wurde im Rahmen der nachfolgenden Projekte „Jugend und Berge“ und „Urlaub in den Bergen“ als Vorstudie direkt vor Ort (Urlauber/Wintersportler in Sölden) durchgeführt. Hierzu wurden Urlauber aller Nationen zu vorhandenen Assoziationen, Motiven, Einstellungen und Wünschen zum Urlaub in den Bergen befragt.

Start 2000/2001

Zufriedenheitsstudie & Veranstaltungsanalyse FIS Alpine Ski WM 2001, St. Anton am Arlberg

Der FH-Studiengang „Unternehmensführung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“ hat über die FIS Alpine Ski-WM in St. Anton am Arlberg eine repräsentative Studie in Form einer kundenzentrierten Veranstalteranalyse

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS



durchgeführt. Rund 800 persönlich geführte Interviews geben das „Echtzeit-Gefühl“ der WM-Besucher wieder. Dabei wurden zahlreiche Zufriedenheitsfaktoren mit der WM sowie die zentralen Imagefaktoren des WM-Ortes erhoben. Mit der Zufriedenheits- und Veranstalteranalyse der FIS Alpine Ski-WM in St. Anton startete der erste Teil einer Langzeitstudie mit St. Moritz 2003 und Bormio 2005.

FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS



FORSCHUNGSPROJEKTE MCI TOURISMUS

