

Institut für Öffentliche Dienstleistungen
und Tourismus



Universität St.Gallen

Kompetenzzentren:
Tourismus und Verkehr
Regionalwirtschaft
Öffentliches Management

Varnbüelstrasse 19
CH-9000 St.Gallen
Fon +41(71)224-2525
Fax +41(71)224-2536
<http://www.idt.unisg.ch>

Die wirtschaftliche Bedeutung des Annual Meeting des World Economic Forum

Schlussfolgerungen

Prof. Dr. Thomas Bieger

Dipl. Verw. Roland Scherer

Lic. oec. Lukas Bischof

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage und Fragestellung	1
2	Das Analysekonzept.....	2
3	Die tangiblen Effekte des Annual Meeting 2001	3
4	Die intangiblen Effekte des World Economic Forums	5
5	Zusammenfassung.....	7

1 Ausgangslage und Fragestellung

Das Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus IDT-HSG wurde von Davos-Tourismus unter finanzieller Beteiligung des Kantons Graubünden, der Landschaft Davos, des seco und des World Economic Forum beauftragt, eine Studie zu den wirtschaftlichen Effekten des World Economic Forum in Davos durchzuführen. Eine derartige Analyse der wirtschaftlichen Bedeutung des World Economic Forum sollte alle direkten und indirekten wirtschaftlichen Effekte, die aus diesem Event resultieren, identifizieren und soweit möglich quantifizieren und monetarisieren. Dabei muss auf die unterschiedlichen räumlichen ‚Betroffenheiten‘ eingegangen werden, d.h. es dürfen nicht nur die Effekte auf Davos betrachtet werden, sondern auch die Effekte auf andere Regionen in Graubünden und in der Schweiz. Im Mittelpunkt der ursprünglichen Analyse standen die Effekte, die aus dem Annual Meeting 2001 resultierten. Durch die Durchführung des Annual Meeting 2002 in New York bot sich die Möglichkeit, genauere Aussagen über die verschiedenen wirtschaftlichen Effekte des Events zu formulieren, da erstmals auch die ‚Mindereinnahmen‘, die durch die Verlegung entstanden sind, beobachtet werden konnten. Die Analyse der wirtschaftlichen Effekte des World Economic Forum folgt drei Fragen:

1. **Welches sind die direkten wirtschaftlichen Effekte des World Economic Forum?**

Hier interessieren vorrangig die Einnahmen und Ausgaben, die in direktem Zusammenhang mit der Durchführung des Events stehen. Dazu gehören zum einen die Aufträge, die der Veranstalter direkt an Dritte vergibt, z.B. Werbematerial, Personalkosten etc. Zum anderen gehören dazu auch alle wirtschaftlichen Effekte durch die Ausgaben der Besucher, durch Subventionen von aussen und andere Finanzzuflüsse, z.B. Ausgaben für Veranstaltungen von Sponsoren.

2. **Welches sind die indirekten wirtschaftlichen Effekte, die aus dem Event resultieren?**

Bei den indirekten Effekten muss zwischen sogenannten tangiblen und intangiblen Effekten unterschieden werden. Tangible Effekte sind messbare indirekte wirtschaftliche Effekte. Diese werden in der Regel als Spillover-Effekte bezeichnet. Diese können positiv sein, z.B. im Zusammenhang mit den Vorleistungskäufen von Unternehmen in einer Region. Sie können jedoch auch negativ sein, z.B. in Form von nicht getätigten Einnahmen bei den Bergbahnen in Davos und Klosters aufgrund der Strassen- und Bahnsperren. Bei den intangiblen Effekten handelt es sich um eher weiche, oft nicht quantifizierbare Effekte. In der Regel wird zwischen Imageeffekten (positiv oder negativ), Infrastruktur-, Struktur-, Kompetenz- sowie Netzwerkeffekten unterschieden.

3. **Wer profitiert vom Event und wer wird dadurch beeinträchtigt?**

Für die gesellschaftliche Diskussion über die Bedeutung des World Economic Forum ist es auch von Interesse, wer von dem Event profitiert und wer dadurch beeinträchtigt wird. Unterschieden wird dabei einerseits zwischen verschiedenen Sektoren und Branchen und andererseits zwischen verschiedenen Räumen.

2 Das Analysekonzept

Die vorliegende Analyse versucht, die verschiedenen Zahlungsströme, die aus dem Ereignis resultieren, systematisch zu erfassen. Die Umsätze konnten mit einer Inzidenzanalyse und einer Hochrechnung der Multiplikatoreffekte quantifiziert werden. Es handelt sich hier um sogenannte **tangible Effekte**. Schwieriger ist dagegen die quantitative Erfassung der Güter- und Nutzeninzidenzen. Diese sogenannten **intangiblen Effekte** können meist nur qualitativ dargestellt werden. Wo eine quantitative Erfassung dieser Effekte möglich ist, wurde diese vorgenommen. In der folgenden Abbildung sind die verschiedenen Effekte, die analysiert wurden, zusammengefasst.

	Effekte	Beispiele
intangible Effekte	Netzwerkeffekte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmenskooperation • Destinationsmarketing
	Kompetenzeffekte	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität der Dienstleistungen • Dienstleistungscluster
	Struktureffekte	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastruktureinrichtungen • Infrastrukturangebote
	Image-Effekte	<ul style="list-style-type: none"> • Presseberichterstattung • Werbewerte der Presseberichte
tangible Effekte	Touristische Gesamtumsätze	<ul style="list-style-type: none"> • Regionalmultiplikator
	Direkte wirtschaftliche Effekte durch Besucher	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgaben Teilnehmer • Ausgaben (Firmen)-Partner • Ausgaben Presse • Ausgaben Sicherheitskräfte • Ausgaben Mitarbeiter
	Direkte wirtschaftliche Effekte durch World Economic Forum	<ul style="list-style-type: none"> • Einnahmen und Ausgaben • Subventionen und Steuern

Abbildung 1 Wirtschaftliche Effekte von Grossveranstaltungen (nach Bieger/Frey 1998)

3 Die tangiblen Effekte des Annual Meeting 2001

Auf der Basis der Inzidenzanalyse und unter Einbeziehung von Multiplikatoreffekten hat das Annual Meeting 2001 des World Economic Forum in Davos total die in der folgenden Abbildung dargestellten wirtschaftlichen Umsätze generiert. Diese Umsätze wurden aufgrund einer nachfrage-seitigen Analyse ermittelt (d.h. über die Ermittlung der Nachfrage des World Economic Forums selbst sowie einer Modellrechnung der Ausgaben der verschiedenen Teilnehmergruppen) und durch eine angebotsseitige Analyse (d.h. über eine empirische Erfassung der Einnahmen der Unternehmen) überprüft.

	Davos	Graubünden	Schweiz
Primäre Zahlungsinzidenz	7.2 Mio. CHF	7.9 Mio. CHF	12.9 Mio. CHF
Sekundäre Zahlungsinzidenz	8.5 Mio. CHF	8.8 Mio. CHF	13.4 Mio. CHF
Total direkte Umsätze	15.7 Mio. CHF	16.7 Mio. CHF	26.3 Mio. CHF
Indirekte Umsätze	7 Mio. CHF	7.5 Mio. CHF	15.5 Mio. CHF
Gesamtumsätze	22.7 Mio. CHF	24.2 Mio. CHF	41.8 Mio. CHF

Abbildung 2 Zusammenfassung der wirtschaftlichen Effekte

Die wirtschaftlichen Effekte, die aus dem Annual Meeting resultieren, bewirken in den untersuchten Räumen unterschiedliche Effekte. Differenziert wurde hier zwischen den Effekten, die direkt auf Davos wirken, sowie auf den Rest des Kantons Graubünden und den Rest der Schweiz. Die Resultate lassen für die untersuchten Perimeter folgende Schlussfolgerungen zu:

Davos hatte im Jahr 2001 positive wirtschaftliche Effekte im Umfang von ca. **16 Millionen CHF** zusätzlichem Umsatz, die direkt aus dem Annual Meeting resultieren. Werden die Multiplikatoreffekte eingerechnet, liegen die gesamten induzierten Zusatzumsätze in einer Grössenordnung zwischen **22 – 23 Millionen CHF**. Am stärksten profitieren in Davos die Hotellerie und Gastronomie von dem Anlass. Hier wurden im Jahr 2001 durch das Annual Meeting zusätzliche Umsätze in einer Grössenordnung von **10 – 11 Millionen CHF** getätigt. Weitere Branchen, die stark von dem Anlass profitieren, sind der Detailhandel (rund 2 Millionen CHF), das Bau- und Ausbaugewerbe (rund 1 Million CHF) sowie Transportdienstleistungen (ca. 750'000 CHF).

Die starke Bedeutung des Annual Meetings für den Hotelsektor hat sich gerade auch im Winter 2002 gezeigt, in dem das Annual Meeting nicht in Davos stattfand. Es konnte zwar ein Teil der fehlenden Hotellogiernächte substituiert werden, doch bleibt – trotz der massiven einmaligen finanziellen Marketingunterstützung durch die Landschaft Davos und den Kanton Graubünden - in den Monaten Januar und Februar 2002 ein Rückgang der Logiernächte um **9%** im Vergleich zum Vorjahr. Allein für den Hotel- und Gastronomiesektor ergaben sich Umsatzeinbussen von mindestens 7 Millionen CHF. Dies hängt insbesondere mit dem Wegfall der für die Hotels lukrativen „Outside Events“ des Annual Meeting zusammen. So mussten allein im Bereich Food & Beverage Umsatzeinbussen von mindestens **3 Millionen CHF** verzeichnet werden.

Betrachtet man die Verteilung der in der Vergangenheit durch das Annual Meeting entstandenen Umsätze auf die verschiedenen Betriebe, so zeigt sich eine eindeutige Konzentration der Umsätze auf einige Betriebe. Etwa 15 – 20 Davoser Betriebe, überwiegend aus dem gehobenen Hotelbereich, sowie einzelne Bau- und Transportbetriebe, profitieren in erheblichem Umfang vom World Economic Forum. Teilweise können diese Unternehmen im Zusammenhang mit dem Annual Meeting zwischen 15-20% ihres Jahresumsatzes generieren. Es ist davon auszugehen, dass diese

Unternehmen ohne das Annual Meeting in erhebliche bis existenzbedrohende wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten würden. Dies könnte den Cluster Tourismus Davos empfindlich treffen, da es sich bei der betroffenen Klasse von qualitativ hochstehenden Hotels um sehr dynamische Unternehmen handelt, die immer wieder neue Gäste nach Davos bringen und für den Kongressstandort Davos unerlässlich sind. Die durch das Annual Meeting induzierten Umsätze erlangen damit strategische Bedeutung, da sie dazu beitragen, dynamische Unternehmen am Ort langfristig zu erhalten. Die Umsätze haben damit, auch wenn sie direkt keine grossen Beschäftigungseffekte besitzen, eine erhebliche strategische Bedeutung für den Arbeitsmarkt in Davos: Ohne die durch das Annual Meeting generierten Umsätze und ohne eine entsprechende Substitution dieser Umsatzausfälle sind bis zu 400 Arbeitsplätze im Bereich der Davoser Hotellerie langfristig in ihrem Bestand gefährdet. Auf den ersten Blick scheinen die im Zusammenhang mit dem Annual Meeting getätigten Umsätze angesichts von etwa 200 Millionen CHF an touristischen Umsätzen in Davos alleine im Aufenthaltstourismus¹ relativ gering. Hier ist zu berücksichtigen, dass diese Umsätze, die etwa 8% des gesamten jährlichen touristischen Umsatzes in Davos entsprechen, innerhalb von nur fünf Tagen (dh. 1,5% des Jahres) sehr konzentriert anfallen.

Den zusätzlichen Umsätzen, die in Davos aufgrund des Annual Meeting getätigt werden, stehen natürlich auch Kosten resp. Minderumsätze gegenüber, die ebenfalls aus der Durchführung dieses Anlasses resultieren. Dabei handelt es sich zum einen um Aufwendungen, die die Landschaft Davos anteilmässig an den gesamten Kosten für Sicherheitsvorkehrungen aufwenden muss. Ein Teil dieser Aufwendungen, z.B. für die Verpflegung oder die Übernachtung der Sicherheitskräfte, ist unter dem Gesichtspunkt der regionalen Inzidenz neutral, d.h. Zahler und Empfänger der Finanzmittel liegen innerhalb des gleichen räumlichen Perimeters. Derartige Zahlungsströme wurden deshalb bei der Berechnung der zusätzlichen Umsätze nicht berücksichtigt. Andere Kosten, z.B. für Versicherungen oder für Sachaufwände ausserhalb von Davos, müssen jedoch berücksichtigt werden. Ebenfalls berücksichtigt werden müssen Minderumsätze, die aufgrund der Sicherheitsvorkehrungen während des Annual Meetings 2001 bei einzelnen Davoser Unternehmen (z.B. bei Bergbahnen oder einzelnen Detailhändlern) entstanden sind. Aufgrund der vorliegenden Informationen des Arbenz-Berichts, den Ergebnissen der Unternehmensbefragung sowie verschiedener Experteninterviews gehen wir von direkten und indirekten Kosten, die von Davos getragen werden müssen, in einer Höhe von **2 – 2.5 Millionen CHF** aus. Diesen stehen, wie bereits aufgezeigt, zwischen **22-23 Millionen CHF** zusätzliche durch das Annual Meeting induzierte Gesamtumsätze in Davos gegenüber.

Für den **Kanton Graubünden** stellt sich die regionalwirtschaftliche Bilanz des World Economic Forum etwas anders dar. Zusätzlich zu den in Davos induzierten Umsätzen fallen in den restlichen Gebieten des Kantons nur geringfügig weitere Umsätze in einer Grössenordnung von **1-2 Millionen CHF** an. Insgesamt kann für ganz Graubünden mit zusätzlichen Umsätzen in Höhe von rund **24-25 Millionen CHF** (Effekte für Davos inklusive) gerechnet werden, die direkt und indirekt durch das World Economic Forum entstehen. Aufgrund der wichtigen Rolle, die Davos für den gesamten Tourismussektor in Graubünden spielt, sind diese direkten wirtschaftlichen Effekte des Annual Meeting auch für den gesamten Kanton Graubünden von grosser Bedeutung. Gleichzeitig zeigte sich, dass durch den Event keine wesentlichen Verdrängungseffekte in Kauf genommen werden müssen, etwa in Form von Minderumsätzen in anderen Destinationen aufgrund der massiven Sicherheitsmassnahmen. Betrachtet man die Gesamtbilanz für den Kanton Graubünden, so stellt sich die weniger vorteilhaft dar als für Davos. Hierfür sind insbesondere die im letzten Jahr massiv gestiegenen Kosten für Sicherheitsvorkehrungen verantwortlich. Ein grosser Teil dieser Finanzmittel wird zwar wiederum innerhalb des Kantons ausgegeben (z.B. für Personalkosten, Sachaufwendungen etc.). Gleichwohl findet ein erheblicher Transfer von Zahlungsmitteln in

¹ Bezogen auf eine überschlagsmässige Hochrechnung auf der Basis von 1 Mio. Logiernächten à Fr. 200.- Durchschnittsausgaben.

andere Schweizer Kantone statt, beispielsweise in Form der Entschädigungen für ausserkantonale Polizeikorps.

Für die gesamte **Schweiz** liegen die Umsätze, die durch das Annual Meeting direkt und indirekt generiert werden, in einer Grössenordnung von rund **42 Millionen CHF**. Ausserhalb von Davos betreffen diese Umsätze vor allem die Verkehrs-, speziell die Luftverkehrsbranche. Grössere Umsätze gibt es auch im Bereich der unternehmensbezogenen Dienstleistungen sowie bei den Vorleistungskäufen der Hotellerie und Gastronomie. Ebenfalls grössere Umsätze werden bei privaten Haushalten getätigt, wobei es sich hier vor allem um Personalkosten für temporär während des Annual Meeting in Davos beschäftigter Personen handelt. Räumlich gesehen fallen die Umsätze ausserhalb von Davos vor allem im Kanton Zürich (insbesondere für Luftverkehr) sowie im Kanton Genf (Sitz des World Economic Forum) an. Diesen zusätzlichen Umsätzen, die insgesamt in der Schweiz getätigt werden, stehen Kosten von rund **11 Millionen CHF** gegenüber, die vor allem von der öffentlichen Hand getragen wurden. Hierzu gehören die Kosten für die Sicherheitsmassnahmen, für die im Jahr 2001 die u.a. in Zürich durch gewalttätige Demonstrationen entstandenen Schäden sowie die Umsatzeinbussen bei einzelnen Betrieben in Davos und in anderen Bündner Gemeinden, die direkt oder indirekt aus Sicherheitsmassnahmen resultierten.

4 Die intangiblen Effekte des World Economic Forums

Neben den tangiblen Wirkungen, d.h. den zusätzlichen direkten und indirekten Umsätzen, die durch das World Economic Forum für die unterschiedlichen Räume in der Schweiz generiert wurden, spielen die intangiblen Effekte, die ebenfalls aus diesem Anlass resultieren, eine wichtige Rolle für die Gesamtbeurteilung dieses Anlasses. Untersucht wurden vor allem die Image-, die Struktur- und die Kompetenzeffekte auf die touristische Destination Davos.

Das World Economic Forum hat auf das **Image** von Davos einen wesentlichen Einfluss. Dieser ist, wie die folgende Abbildung zeigt, mehrheitlich positiver Natur. Die Imageanalyse hat gezeigt, dass die überwiegende Zahl von Antwortenden aus den wichtigen Absatzmärkten Schweiz und Deutschland das World Economic Forum überwiegend als positiv für Davos beurteilen. Gleichzeitig steht aber etwa $\frac{1}{4}$ der Antwortenden dem Einfluss des World Economic Forum auf das Image von Davos kritisch gegenüber. Interessanterweise zeigt sich ein fast identisches Antwortverhalten bei der Befragung der Davoser Unternehmen. Auch hier sieht die deutlich überwiegende Mehrheit erhebliche positive Imageeffekte für Davos, aber etwa $\frac{1}{4}$ der Unternehmen ist eher kritisch eingestellt. Insgesamt kann festgehalten werden, dass die negativen Bilder des World Economic Forum 2001 jedoch vor allem international einen wenig nachhaltigen Eindruck hinterlassen haben dürften. Dies zeigt auch die Auswertung des internationalen Presseechos. Insgesamt ist jedoch der Wert der Medienerwähnungen relativ geringer als erwartet. Das Werbeäquivalent der ausgewerteten nationalen und internationalen Zeitungen wurde konservativ (Faktor 1) gerechnet auf 1.95 Millionen CHF geschätzt. Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass das World Economic Forum vor allem in der relevanten Zielgruppe der Kongressreisenden und der Stammgäste eine wesentliche Komponente des Images von Davos ist. Vor allem für den Kongresstourismus, der für die Auslastung der Nebensaison und im Hinblick auf die Wertschöpfung wesentlich ist, hat das World Economic Forum eine grosse Bedeutung. Von diesen positiven Imageeffekten profitiert nicht nur Davos allein, sondern aufgrund der wichtigen Funktion von Davos auch der gesamte Bündner Tourismus. Um die positiven Imageeffekte, die unzweifelhaft aus dem Anlass resultieren, entsprechend auch für die konkrete Positionierung von Davos in den entsprechenden Märkten zu nutzen, ist jedoch eine starke Integration des Anlasses in die Marketingstrategie von Davos Tourismus notwendig. Hier bestehen noch deutliche Defizite in der Ausnutzung der unzweifelhaft vorhandenen Potenziale.

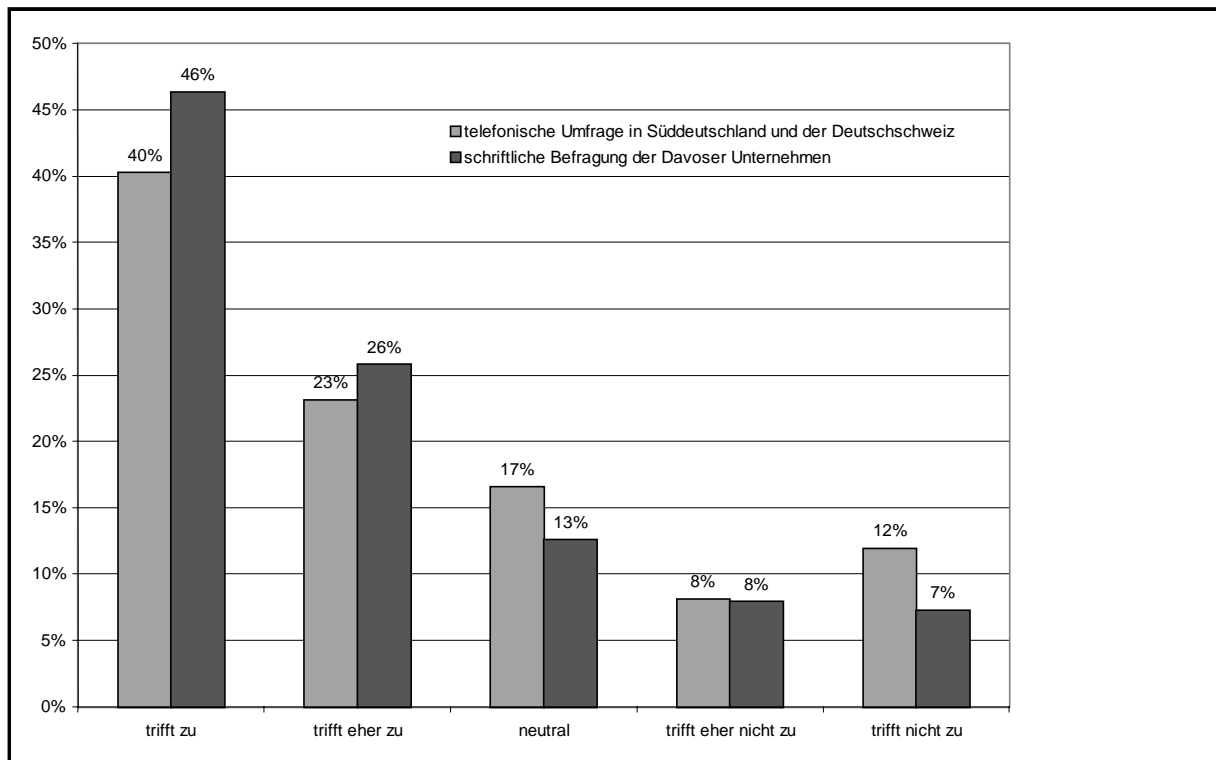


Abbildung 72% der Befragten glauben, dass das WEF Annual Meeting Davos einen hohen oder eher hohen positiven Imageeffekt gebracht hat²

Die **Struktureffekte** sind vielfältiger Art. Im Mittelpunkt steht sicherlich das Kongresszentrum Davos, für das das Annual Meeting eine der wichtigsten Veranstaltungen im Jahr ist. Mit dieser Kongressinfrastruktur und der derzeit diskutierten Erweiterung verfügt Davos über eine attraktive Infrastruktureinrichtung, die für den gesamten Tourismusstandort Davos von grosser Bedeutung ist. Das Kongresszentrum wird von zahlreichen weiteren, auch international anerkannten Veranstaltungen genutzt. Das World Economic Forum ist die grösste Kongressveranstaltung in Davos und ist nach allgemeiner Einschätzung ein entscheidender Leadevent, mit dem sich Davos auf dem internationalen Kongressmarkt profilieren kann.

Weitere Struktureffekte, die in direktem Zusammenhang mit dem World Economic Forum stehen, können insbesondere im Bereich der Hotellerie festgestellt werden. In diesem Bereich sind in den vergangenen 3-4 Jahren umfangreiche Finanzmittel in einer Grössenordnung von mind. 50 Millionen CHF in die Qualitätsverbesserung investiert worden. Weitere erhebliche Investitionen sind in den kommenden Jahren geplant oder werden derzeit bereits durchgeführt. Ohne das World Economic Forum wären nach Auskünften von verschiedenen Experten in Davos diese Investitionen nicht oder nicht in diesem Umfang durchgeführt worden. Ähnlich sieht es in Bezug auf das Engagement von international tätigen Hotelketten in Davos aus: Ohne die Existenz des World Economic Forum hätten sich diese Konzerne sicherlich nicht für ein teilweise mit erheblichen

² Die Daten basieren auf zwei empirischen Erhebungen: Einerseits eine telefonische Haushaltsbefragung in wichtigen touristischen Zielmärkten von Davos (insgesamt 710 Interviews in der Deutschschweiz und in Süddeutschland, durchgeführt durch die Firma *demoscope*) und andererseits auf einer schriftlichen Befragung aller Davoser Unternehmen (Rücklaufquote: 23%). Die Umfragen wurden im Januar 2002 (Telefonumfrage) und im März 2002 (Unternehmensbefragung) durchgeführt..

finanziellen Mitteln verbundenes Engagement in Davos entschieden. Das World Economic Forum wirkt damit als ein entscheidender Motor für ein qualitativ höchststehendes Hotelangebot in Davos und leistet damit indirekt einen erheblichen Beitrag auch für andere Branchen (insbesondere für das Baugewerbe aufgrund der umfangreichen Investitionen) sowie für den Arbeitsmarkt (insbesondere in der Bereitstellung von attraktiven Arbeitsplätzen in der gehobenen Hotellerie und Gastronomie).

Netzwerk- und **Kompetenzeffekte** resultieren insbesondere aus dem Wissen, das einzelne Betriebe in Davos im Zusammenhang mit der Durchführung des Annual Meeting erwerben konnten. Dabei stehen insbesondere Fragen der Qualität im Vordergrund: Durch die Veranstaltung und vor allem auch durch die zahlreichen Outside-Events sind die Leistungsanbieter in Davos gezwungen, hier einen entsprechenden Qualitätsstandard anzubieten. Dieser hoher Qualitätsstandard besteht natürlich nicht nur während des Annual Meeting, sondern das gesamte Jahr über. Die Qualitätsanforderungen des Annual Meeting leisten damit einen Beitrag zur Qualitätsteigerung für den gesamten Tourismusstandort Davos. Bei den Betrieben, die deutliche Kompetenzgewinne durch das Annual Meeting, aufweisen, handelt es sich in erster Linie um solche, die in vielfältiger Funktion an der gesamten Abwicklung des Anlasses beteiligt sind. Und hier sind es vor allem Hotelbetriebe, die sowohl Zimmer bereitstellen als auch verschiedenartige Anlässe (Apéros, Dinner etc.) durchführen. Vergleicht man die Netzwerk- und Kompetenzeffekte, die aus diesem Event resultieren, mit anderen Events, so zeigen sich aber auch eine Reihe von deutlichen Defiziten: Während es bei anderen Events gelungen ist, aufgrund der Netzwerkeffekte weitere Veranstaltungen und Institutionen in den Ort zu holen, scheint dies in Davos nicht oder nur begrenzt der Fall zu sein. In Davos führen nur etwa 4-5 Unternehmen, die auch am World Economic Forum teilnehmen, eigene Veranstaltungen auch ausserhalb des Annual Meeting durch. Hier bestehen sicherlich noch erhebliche Potenziale, die intangiblen Effekte deutlich stärker als bislang für die Weiterentwicklung und für die Profilierung des Kongressstandortes Davos zu nutzen. Eine stärkere Kooperation zwischen dem World Economic Forum und Davos könnte hier zur besseren Nutzung dieser Potenziale einen wichtigen Beitrag leisten.

5 Zusammenfassung

Das World Economic Forum ist für Davos wirtschaftlich von beachtlicher umsatzmässiger und grosser strategischer Bedeutung: Kosten von 2 - 2.5 Millionen CHF, welche durch Davos getragen werden müssen, stehen durch das Annual Meeting induzierte Gesamtumsätze von 22-23 Millionen CHF gegenüber.

Das Annual Meeting verschafft Davos regelmässig eine gewisse weltweite Bekanntheit. Die Imageeffekte durch das World Economic Forum ermöglichen zudem eine Positionierung von Davos im Bereich des Kongresstourismus. Dank des Kongresstourismus kann Davos die für einen Hochpreisstandort in den Alpen notwendigen Preisniveaus über die ganze Wintersaison ohne Januarloch halten. Trotz negativer Bilder des World Economic Forum 2001 ist die Beurteilung der Bedeutung des World Economic Forums für das Image von Davos in den Hauptzielmärkten Schweiz/Süddeutschland und bei den Unternehmern in Davos mehrheitlich grundsätzlich positiv.

Die wirtschaftlichen Effekte des Annual Meetings sind nicht auf Davos konzentriert: Rund 50% der durch das WEF ausgelösten Totalumsätze von 42 Millionen CHF fallen ausserhalb von Davos im übrigen Graubünden und vor allem in der übrigen Schweiz an. Ausserhalb von Davos betreffen diese Umsätze vor allem die Verkehrs-, speziell die Luftverkehrsbranche. Grössere Umsätze werden ebenfalls im Bereich der unternehmensbezogenen Dienstleistungen sowie bei den Vorleistungskäufen der Hotellerie und Gastronomie getätigt. Diesen zusätzlichen Umsätzen, die insgesamt in der Schweiz getätigt werden, stehen Kosten von rund 11 Millionen CHF gegenüber, die vor allem von der öffentlichen Hand getragen wurden. Hierzu gehören die Kosten für die

Sicherheitsmassnahmen, die im Jahr 2001 vor allem in Zürich entstandenen Schäden durch gewalttätige Demonstrationen sowie die aufgrund der Sicherheitsmassnahmen entstandenen Umsatzeinbussen bei einzelnen Betrieben in Davos und in anderen Bündner Gemeinden.

Beträchtlich sind auch die Struktureffekte des World Economic Forum für Davos: Ohne dessen Präsenz wären die erheblichen Investitionen in die Kongress- und Hotelinfrastruktur kaum getätigt worden. Weitere umfangreiche Investitionen sind in den kommenden Jahren geplant. Das World Economic Forum wirkt damit als entscheidender Motor für ein qualitativ höchststehendes Hotelangebot in Davos und leistet indirekt einen erheblichen Beitrag auch für andere Branchen (insbesondere für das Baugewerbe aufgrund der umfangreichen Investitionen) sowie für den Arbeitsmarkt.

Ein Defizit ist beim Nutzen der positiven Imageeffekte durch das Annual Meeting für die aktive Positionierung von Davos in den entsprechenden Märkten festzustellen. Eine stärkere Integration des Anlasses in die Marketingstrategie von Davos Tourismus wäre angezeigt. Beispielsweise könnte das World Economic Forum noch konsequenter als „Testimonial“ und Treiber für die Verbesserung der Position von Davos im Kongressmarkt genutzt werden.