04. März 2021 // Online

# SPORT.TOURISMUS. FORUM

TOURISMUS.TECH

GAMIFICATION

TRENDS

EVENTS

© UCI MTB WM Leogang / Moritz Ablinger

Veranstalter

ESB MARKETING NETZWERK

Premium Partner

placeit

## PREMIUM PARTNER

Seit 1998 ist kippdata informationstechnologie führend in der innovativen Nutzung von Web-Technologien. In den vergangenen zwanzig Jahren hat kippdata seinen Kunden massgeschneiderte E-Commerce-, Portal- und Geoinformationslösungen bereitgestellt. Mit dem Produkt placeit geht kippdata wieder neue Wege und stellt ein modernes innovatives Produkt für die integrierte Planung, Information und Durchführung von grossen Sportveranstaltungen vor, mit dem die Digitalisierung in diesem Bereich ohne technische Vorkenntnisse gelingt.
placeit.de

placeit

## MEDIEN- & NETZWERKPARTNER

Bund Österreichischer Tourismus Manager

hotel& touristik essenz

LEADER digital
DAS OSTSCHWEIZER WIRTSCHAFTSPORTAL

WIRTSCHAFTS|zeit
Hier informiert sich die Wirtschaft!

HOTELLERIE GASTRONOMIE ZEITUNG

Landesverband der Tourismusorganisationen Südtirols

persönlich

VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER
ASSOCIATION SUISSE DES MANAGERS EN TOURISME
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEI MANAGERS DEL TURISMO
ASSOCIAZIUN SVIZRA DALS MANAGERS DAL TURISSEM

## 2 KONGRESSE – 1 TICKET

## SPORT.TOURISMUS.FORUM
## STRATEGIE. DIGITAL. TRENDS.

Liebe Touristiker, Sport- und Marketingentscheider,

Bewegung boomt. Sporttourismus ist ein schnell wachsender Sektor der globalen Reisebranche. Corona dient als Verstärker und beschleunigt die Veränderungen und Entwicklung im Sporttourismus in der DACH-Region rasant. Das SPORT.TOURISMUS.FORUM dient als wichtige Plattform zwischen Sportentscheidern und Touristikern. Aktuelle Best-Cases & Trends werden aufgezeigt sowie kurz- und langfristige Perspektiven für die Sporttourismus Branche geboten.

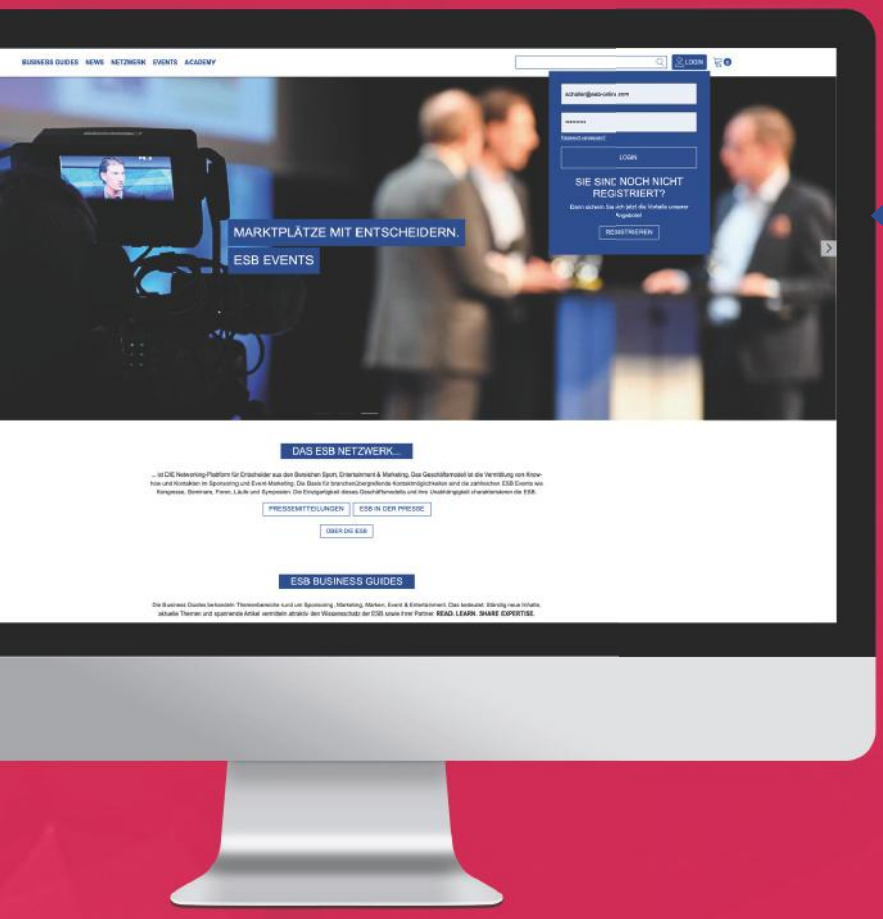
Am 4. März 2021 findet das SPORT.TOURISMUS.FORUM zum vierten Mal statt und vernetzt über 150 Besucher. 2021 zum ersten Mal in rein digitaler Form. Das SPORT.TOURISMUS.FORUM erwartet Vertreter von Tourismus-Destinationen, Sportvereinen und -verbänden, Hotels, Spezialreiseanbieter, Online-Plattformern, Sportveranstalten und -stätten aus dem deutschsprachigen Raum. Seien Sie dabei und sichern Sie sich Ihr Wissensupdate.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme.

Patrick Seitter

**Patrick Seitter,**
Leitung Kongresse & Academy,
ESB Marketing Netzwerk

# LOGIN in die ESB-Welt




Passwort vergessen?

LOGIN

## SIE SIND NOCH NICHT REGISTRIERT?

Dann sichern Sie sich jetzt die Vorteile unserer Angebote!

REGISTRIEREN

- Online-Kongress-Zugang inkl. On-Demand für gebuchte ESB-Kongresse*
- Individualisierung der ESB-Newsletter-Inhalte
- Kontakte und Details aller ESB-Partner
- Freischaltung für Artikel der ESB-Business-Guides
- Zugang zum News-Archiv
- Buchung weiterer Kongresse und ESB-Leistungen*

* Diese ESB-Leistungen sind kostenpflichtig und stehen den ESB-Partnern im Rahmen der Mitgliedschaft kostenlos zur Verfügung.
Weitere Informationen zum ESB Marketing Netzwerk: Felix Berger, +41 71 223 78 82, berger@esb-online.com

## SPORTTOURISMUS 2021

**09.00**

**Begrüssung**
**Hans-Willy Brockes,** Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

**Status Quo – Aktives Sportverhalten im Veränderungsprozess**
Corona wirkt auch bei der aktiven Sportausübung als Verstärker, weil die Sehnsucht steigt. Welche Sportarten können davon am meisten profitieren? Welche Sportarten werden von welchen Zielgruppen am häufigsten ausgeübt? Wer sind die aktiven Sportler? Welche Randsportarten bieten Nischen-Potential als Destinationen?
**Florian Laszlo**, Geschäftsführer, OBSERVER

**Schweizer entdecken die Schweiz als Urlaubsziel | Diskussion**
Graubünden als Urlaubshotspot für die Schweizer. Dieser Trend hat sich während Corona verstärkt und viele Bündner Orte konnten historische Höchstwerte aufweisen. Zu den Verlierern des Corona Sommers 2020 zählen Städte, die in der Vergangenheit überwiegend auf ausländische Touristen setzten wie Luzern oder Interlaken. Wie werden Schweizer Urlaubsdestinationen für Schweizer interessant? Kurzfristiger Trend oder nachhaltige Entwicklung? Wie hilft die Positionierung bei Sportarten und Sportveranstaltung bei der Positionierung als Tourismusdestination?
**Martin Vincenz,** CEO, Graubünden Ferien
**Marcel Perren,** Tourismusdirektor, Luzern Tourismus

**Auf der Bühne**

»OBSERVER«

Graubünden Ferien

LUZERN
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

## NETWORKING

**14.00**

Nehmen Sie für einen offenen Austausch mit anderen Online-Teilnehmern am Networking teil. Via Wonder können Sie sich in 3er bis 5er-Gruppen austauschen und neue Kontakte knüpfen. Zudem vernetzen wir Sie zielgenau mit passenden Kunden.

Den Zugang zum Networking finden Sie auf der Kongress-Website unter dem Menüpunkt Online-Kongress.

# TOURISMUS.TECH

**09.45**

Moderation | **Hans-Willy Brockes,** Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

**Aktiv-Urlaub digital – Zwischen Wunsch und Wirklichkeit | Interview**
Die Erwartungshaltung von sportlich aktiven Urlaubern bzgl. relevanter Informationen wird nach dem Digitalisierungsschub der Corona-Zeit deutlich steigen. Mountain-Biker wollen und sollten die Destination anders wahrnehmen als Läufer, Wanderer oder Golfspieler. Es wird diskutiert, wie die Tourismusströme gemessen werden können und die Besucherlenkung so erfolgt, dass „störende" Begegnungen minimiert und die aktiven Sportler digital begleitet werden. Gleichzeitig ergeben sich so Möglichkeiten zur gezielten Destinationsentwicklung. Das Beispiel Arosa zeigt die Möglichkeiten anhand einzelner Einsätze dieser Technik in 2020 auf.
**Sven Maurmann,** Geschäftsführer, placeit
**Patrick Kiener,** Eventmanager, Arosa Tourismus

**Rad- & Wander-Community mit 16 Mio. Mitgliedern**
Über 16 Millionen Nutzer haben sich mittlerweile bei Komoot registriert. Die App bietet Routen und Navigation für Radfahrer, E-Biker und Wanderer. Wie können Tourismusdestinationen dieses Potential nutzen? Welche Sprache spricht die Rad-Community und welcher Content ist relevant?
**Iris Wermescher,** Business Development Director Travel, komoot
**Jonas Deichmann,** Extremsportler, Jonas Deichmann Adventures

**iRewind, Laax & Sunrise – Digitale Aktivierung mit 5G**
Profi-Sportler oder Hobby Rider - Laax ermöglicht als Service für seine Rider personalisierte Videos des individuellen Halfpipe Runs auszuliefern - dies unmittelbar nach Beendigung der Fahrt. Die vollautomatische Videotechnologie von iRewind und das 5G Netz von Sunrise machen es möglich. Wie lässt sich das digitale Gästeerlebnis steigern? Welche Möglichkeiten bietet 5G für Tourismusdestinationen wie Laax? Was ist mit der gemeinsamen Technologie möglich?
**Andreas Herren,** Co-Owner und Head of Product, iRewind
**Anna Leutar,** Senior Marketing Manager, Sunrise Communications

placeit

Seit 1998 ist kippdata informationstechnologie führend in der innovativen Nutzung von Web-Technologien. In den vergangenen zwanzig Jahren hat kippdata seinen Kunden massgeschneiderte E-Commerce-, Portal- und Geoinformationslösungen bereitgestellt. Mit dem Produkt placeit geht kippdata wieder neue Wege und stellt ein modernes innovatives Produkt für die integrierte Planung, Information und Durchführung von grossen Sportveranstaltungen vor, mit dem die Digitalisierung in diesem Bereich ohne technische Vorkenntnisse gelingt.
placeit.de

**Auf der Bühne**

Arosa komoot iRewind Sunrise

# INFLUENCER & TESTIMONIALS

**11.30**

Moderation | **Patrick Seitter,** Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

**Sport-Influencer als Chance für den Sporttourismus**
Schweiz Tourismus setzt auf vier Influencer, welche die Schweiz auf TikTok präsentieren. Chris Harmat ist einer davon und zeigt die sportliche Seite der Schweiz. Zudem ist Schweiz Tourismus durch einen regelmässigen "Influencer Summit" im steten Kontakt mit Influencern. Welche Bedeutung haben Influencer in der Marketingstrategie von Schweiz Tourismus? Welche Kriterien sind entscheidend für die Auswahl? Welche Inhalte und Kanäle funktionieren im Tourismusbereich?
**Dominic Stöcklin,** Leiter Social Media, Schweiz Tourismus

**Ski-Profi als Tourismusbotschafter**
Der Ski-Rennfahrer Ramon Zenhäusern ist Werbebotschafter für die Moosalpregion. Wie sieht die Aktivierung der Partnerschaft aus? Wie werden aus über 50'000 Social Media Followern des Skistars Feriengäste? Ist Social Media alles oder wirkt auch die klassische Logopräsenz am Sportler im 2021 noch? Welche Aktivitäten wurden bereits umgesetzt? Was ist in Zukunft angedacht? Ein Bericht aus der Praxis.
**Fabrizio Gull,** Stv. Geschäftsführer, Moosalp Tourismus

**Profi-Sportler vs. Influencer: Wer hilft dem Sporttourismus mehr? | Diskussion**
Carlo Janka oder Nino Schurter sind nicht nur Profi-Sportler, sondern zugleich Werbebotschafter für Tourismusdestinationen. Welche Meinungsmacher bringen Gäste in die Tourismusdestinationen? Welche Botschafter sprechen welche Zielgruppen an? Welche Chancen und Risiken bestehen bei beiden Gruppen?
**Daniel Brückner,** VP Strategic Business Development, Divimove
**Lorenz Luginbühl,** Geschäftsführer, GFC Sports Management

**Auf der Bühne**

# GAMIFICATION

**13.00**

Moderation | **Moritz Bannwart,** Projektleitung DSHS, ESB Marketing Netzwerk

**Tourismusverband PillerseeTal & Das Geheimnis des Steinbergkönigs**
Mit dem interaktiven Familien-Abenteuerspiel in den Kitzbüheler Alpen lassen sich spielerisch Out- und Indoor-Rätsel lösen. Über den Gamification-Ansatz gelingt dem PillerseeTal die Verknüpfung zwischen Natur und virtueller Welt. Welche Ziele werden mit dem Rätselspiel verfolgt? Welche Erfahrungen konnten gemacht werden? Welche Bedeutung hat das Rätselspiel bei der Kundengewinnung und -bindungsstrategie? Wie wird die Region als Sportdestination positioniert? Wie plant man die weitere Digitalisierung des PillerseeTal? Welche Bedeutung hat Gamification in der Tourismusstrategie?
**Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz,** Geschäftsführerin, kids&fun consulting
**Armin Kuen,** Geschäftsführung, Tourismusverband PillerseeTal - Kitzbüheler Alpen

**Rouvy - from virtual cycling worlds to tourism destinations**
Virutal cycling through more than more than 300 augmented routes or race tracks. With Rouvy, sports enthusiasts can compete against each other on different routes. Does virtual cycling also bring physical tourists? How can tourism destination be part of Rouvy? What are Rouvy's plans for bike tourism?
**Jakub Wurzel**, Head of Global Sales, Rouvy

**Bike App als Aktivierungstool für die Tourismusdestination Lenzerheide**
Clan Battles und Challenges – neben den üblichen Standard-Funktionen wie GPS Tracking setzt die Bike Kingdom App stark auf den Gamification- und Gratification-Ansatz. Die Community wird durch Höhenmeterchallenges aktiviert. Belohnungen warten auf Wiederkehrer. Was macht die App für Nutzer und Tourismusdestination attraktiv? Wie schafft die App einen Mehrwert für eine ganze Destination? Welche Integrationsmöglichkeiten für Partner bestehen?
**Kristian Paasila,** CEO/Co-Founder, Inside Labs

**Auf der Bühne**

KIDS & FUN CONSULTING
MARKETING & INNOVATION

Kitzbüheler Alpen
Fieberbrunn - Hochfilzen - St. Jakob in Haus
St. Ulrich am Pillersee - Waidring

ROUVY

inside labs

# Life is Live

- Effizientes Kontakt-Tracing
- Zonenbasierte Zuschauerlenkung
- Monitoring des Eventgeländes
- Steuerung des Besucherabflusses

**Starke Argumente für ein erleichtertes Genehmigungsverfahren.**

placeit

kartenbasiert

**planen**

**organisieren**

**kommunizieren**

Wir beraten Sie gerne:

**www.placeit.de | info@placeit.de | +49 228 98549-0**

# SPORTEVENTS & TOURISMUS

**14.30**

Moderation | **Patrick Seitter,** Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

**Grossevents – Risiko-Invest oder sichere Sache für mehr Gäste? | Diskussion**
Sportliche Grossevents ziehen tausende Zuschauer live vor Ort und rücken Tourismusdestinationen medial in den Fokus. Lenzerheide hat sich die Biathlon-WM 2025 gesichert und St. Gallen bemüht sich um das Eidgenössische Schwingfest. Wer sind die Treiber hinter den Bewerbungen? Verändert sich durch Corona die Erwartungshaltung an Grossevents? Es wird beleuchten, wie die Zusammenarbeit von Destinationen, Leistungsträgern und Organisationskomitees aussieht und welche Perspektiven die aktuell unsichere Zeit für Grossevents mit Tourismuswirkung bietet.
**Gian Gilli,** CEO Eishockey WM 2020, IIHF Ice Hockey Worldchampionship Switzerland
**Silvio Baselgia,** Geschäftsführer Competition/Performance, Biathlon Arena Lenzerheide
**Thomas Kirchhofer,** Tourismusdirektor, St. Gallen-Bodensee Tourismus

**Oberstdorf – Sportevents als Tourismusmotor**
Oberstdorf zählt mit 2.7 Mio. Übernachtungen zu den bedeutendsten Tourismusorten im Alpenraum. 2021 ist Oberstdorf zum dritten Mal nach 1987 und 2005 Austragungsort einer FIS Nordischen Ski Weltmeisterschaft. Jährlich pilgern rund 25'000 Fans zum Auftakt der Vierschanzentournee nach Oberstdorf. Wie nutzen Oberstdorf und das Allgäu sportliche (Gross-)Events zur Aktivierung der Tourismusregion? Wie profitiert die Region langfristig von den Sportveranstaltungen? Wie gelingt die Positionierung als Ganzjahresdestination?
**Frank Jost,** Tourismusdirektor, Tourismus Oberstdorf

**Lech Zürs – Sporteventstrategie im Nobelskiort**
Über 1'000 Teilnehmer nehmen jährlich beim Volksskirennen «Der Weiße Ring» in Lech Zürs teil. Mit «Der Weiße Ring – die Trailchallenge» wurde ein Winterevent erfolgreich in den Sommer transportiert. 2021 kehrte nach 26 Jahren zudem der Ski-Weltcup nach Lech Zürs zurück. Welche Strategie steckt hinter den unterschiedlichen Sportevents von Lech Zürs? Welche Ziele werden mit den Events verfolgt?
**Hermann Fercher,** Tourismusdirektor, Lech Zürs Tourismus

**Saalfelden Leogang – Bike-WM als Boost für den Tourismus im SalzburgerLand**
Im Oktober 2020 wurde Saalfelden Leogang neuerlich zum internationalen Mountainbike-Mekka. Gleich drei Weltmeisterschaften wurden im THE EPIC BIKEPARK LEOGANG ausgetragen. Durch den Zusammenschluss mit Saalbach Hinterglemm und Fieberbrunn ist die Region seit 2020 die grösste Bike-Region Österreichs. Wie gelingt der Transfer vom Bike-Event zur Tourismusdestination für Biker? Wie differenziert man sich zu anderen Destinationen, die auf den Bike-Trend setzen?
**Leo Bauernberger**, MBA, Geschäftsführer, SalzburgerLand Tourismus
**Marco Pointner,** CEO, Saalfelden Leogang Touristik

**Auf der Bühne**

# TRENDRADAR

**16.30**

Moderation | **Hans-Willy Brockes,** Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

**Aktiver Sport-Tourismus – Zukünftige Erwartungen an Tourismusdestinationen**
Outdooraktivitäten, das Gesundheitsmotiv im Sport & Tourismus sowie die Resonanz von Gruppenurlauben (Camps) sind wichtige Trends, die an Bedeutung weiter steigen. Der Vortrag gibt Ausblicke auf die Potentiale des Sport-Tourismus und die Erwartungen der Aktivurlauber und zeigt die Ergebnisse aus einer Expertenbefragung u.a. mit dem Tourismusverband Pitztal, der C4F-Group oder St. Gallen-Bodensee Tourismus.
**Jean-Marc Westphal,** Netzwerk Deutschland, ESB Marketing Netzwerk

**Faszination Weitwandern als Chance für den Tourismus**
250'000 Menschen beschreiten jährlichen den Jakobsweg. Auch ohne spirituelle Motive werden Weitwanderwege wie die 106 km lange Alpenüberquerung von Oberstdorf nach Meran immer beliebter. Wer sind die Weitwanderer? Wie können Tourismusdestinationen davon profitieren?
**Ulrich Andres,** Geschäftsführer, TAO Beratungs- und Management

**Gravel Rallye Black Forest – Radsportfestival für Offroadfans**
Über Schotterpisten, Trailabschnitte, Feld- und Waldwege - einmal mit dem Rad quer durch den Hochschwarzwald. Was ist Gravel Biking? Was zeichnet die Gravel Rallye Black Forest aus? Wer ist die Zielgruppe? Was macht das Event für Tourismusdestinationen attraktiv? Wie wichtig ist die Positionierung als Sportdestination für den Tourismus?
**Björn Fünfgeld,** Geschäftsführer, HIRSCH-SPRUNG
**Thorsten Rudolph,** Geschäftsführer, Hochschwarzwald Tourismus

**Crans-Montana – Der neue Tempel für Actionsport**
Das Chalet Alaïa soll das neue Mekka für Skateboarder, Snowboarder, Freeskier, BMX-Fahrer und Trampolinspringer werden. Jede Sportart verfügt über einen eigenen Bereich, insgesamt erstrecken sich die Anlagen im Walliser Bergort auf einer Fläche von 5.000 Quadratmetern. Welche Ziele verfolgt Crans-Montana mit dem Chalet Alaïa? Beginn eines Imagewechsels für die ganze Region? Wie passt dies in die Tourismusstrategie?
**Bruno Huggler,** Direktor, Crans-Montana Tourism & Congress

**Sportcamps als Tourismusmagnet | Diskussion**
Wie wird ein Standort zu einer Sportcamp-Destination? Wie kann man ergänzende Potentiale abschöpfen? Welche Sportarten sind relevant? Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit den Sportverbänden sowie mit den Hotels? Welche Effekte haben Kids Camps?
**Mario Sager,** CEO, MS Sport
**Markus Meier,** General Manager, Kuoni Sports - Ochsner Sport Travel

**Auf der Bühne**

WEITWANDERN

GRAVEL RALLYE SERIES

Hochschwarzwald

CRANS MONTANA Absolutely

MS Sports Sportevents, Sportcamps www.mssports.ch

KUONI | Sports

OCHSNER SPORT TRAVEL

# TICKET

**SPORTTOURISMUSFORUM.COM**

Online-Ticket 159 CHF zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren

150 Teilnehmer
20 Experten auf der Bühne

04. März 2021
Digital Kongress

© Kuoni Sports / Marvin Meyer

## ANSPRECHPARTNER

**ESB Marketing Netzwerk**
Brunneggstr. 9, Postfach 519
9000 St.Gallen, Schweiz
Tel. +41 71 223 78 82
esb-online.com

**Ansprechpartner**
Patrick Achberger
achberger@esb-online.com

**Bildrechte**
© Gabrielle Griessenböck