

■ 24. Januar 2024 // St. Gallen

SPORT.TOURISMUS. FORUM

MARKE UND POSITIONIERUNG

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

APPS UND PLATTFORMEN

INNOVATIVE KOOPERATIONEN



©Stephan Bögli // Swiss-Ski

Veranstalter



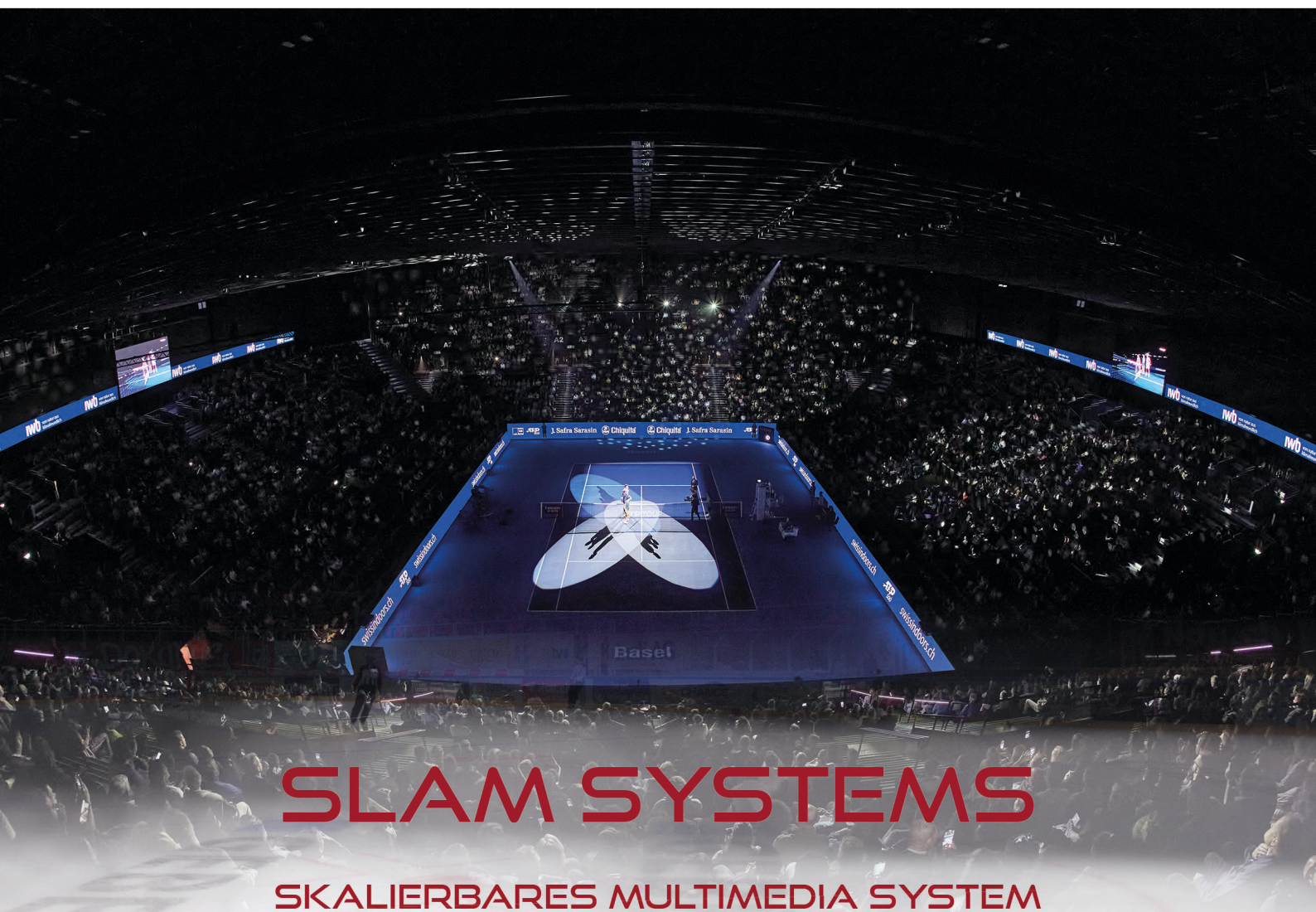
Premium Partner

sportsevision

Forum Partner



ENTERTAIN YOUR ARENA



SLAM SYSTEMS

SKALIERBARES MULTIMEDIA SYSTEM



IHR PARTNER FÜR LED HARD - UND SOFTWARE

rounds

BY

sportse**vision**

INFO@ROUNDS.CH

WWW.ROUNDS.CH

+41 71 511 20 20

SPORT.TOURISMUS.FORUM

Liebe Touristiker, Liebe Sport-Anbieter

Das KI-Zeitalter ist spätestens seit ChatGPT eingeläutet. Welche Auswirkungen dieses darauf hat, wie zukünftig Sport-Tourismus entwickelt, gefunden und gebucht wird, ist einer der diesjährigen Schwerpunkte unseres Programms. Der zweite Schwerpunkt ist „die Marke“. Sowohl als Partner, Sponsor oder Entwicklungshelfer als auch aus der Perspektive der Destinationen und Anbieter: Welche Rolle spielen Werte, Positionierung und Branding im Kampf um sportliche Gäste?

Wir wünschen viel Inspiration und freuen uns auf spannende Diskussionen!

Patrick Seitter

Leitung Vertrieb & Academy
ESB Marketing Netzwerk

SO FINDET TOURISMUS SPONSOREN



14.00 - 18.00 // 23. Januar 2024 – danach Get-together

So findet Tourismus Sponsoren

Audi und BMW waren die Pioniere im Sponsoring von alpinen Tourismusregionen. Wie systematisiert man die Partnerakquise professionell? Welche Konzepte und Leistungen sind für Partner aus der Wirtschaft interessant? Anhand zahlreicher Case-Studies und einer jahrelang erprobten Methodik werden in diesem Workshop die wichtigsten Grundlagen für die erfolgreiche Sponsoring-Vermarktung für Tourismusregionen mit Sportbezug vermittelt.

Zusätzlich zum Ein-Tagesticket CHF 140.-



PREMIUM PARTNER

Sport begeistert! Schnelligkeit, brillante Technik und Emotionen sind die Hauptparameter für eine erfolgreiche Sportveranstaltung. In diesem Umfeld kann eine Marke nur positiv auffallen, wenn sie dynamisch – als LED-Werbung – präsentiert wird.

Dafür wollen wir Ihr engagierter Partner sein. Mit unseren selber produzierten state-of-the-art LED-Perimetersystemen stellen wir bewegte und digitale Werbebotschaften dar. Marketing ist ein Teamsport. Deswegen stehen wir Ihnen als engagierte Partner vom ersten Meeting bis hin zur Realisierung Ihrer LED-Umsetzung zur Seite. Dabei können Sie auf ein engagiertes Expertenteam mit einer umfangreichen Erfahrung in den Bereichen Sportvermarktung, Entwicklung und Handel von LED-Systemen und Content-Erstellung zurückgreifen. Nach dem Motto „alles aus einer Hand“ sehen wir uns als Full-Service-Anbieter rund um LED-Screens oder LED-Banden. Wir beraten Verbände, Vereine und Veranstalter, wenn sie ein LED-Bandensystem kaufen oder mieten möchten. Denn wir wollen, dass Sie auf den ersten Blick gut aussehen!

sportsevision.com

sportsevision

FORUM PARTNER

Saint Elmo's Tourism ist eine Agentur für ganzheitliche Beratung und internationales Marketing im Tourismus. Tourismusexpertise, datenbasiertes Marketing, lokale Nähe und wirksame Kommunikation entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette sind unsere Kernkompetenzen.

Wir beraten, planen, gestalten, bewerben, kommunizieren Marken im Tourismus. Unter der Flagge von Saint Elmo's segeln wir als Tourismusmarketingsspezialisten im House of Tourism der Serviceplan Group. Mit unseren Kunden verbindet uns ein Miteinander auf Augenhöhe. Wir arbeiten fokussiert, visionär, verlässlich und verkaufsfördernd. Immer am Puls der Zeit. Die Kernkompetenzen unserer Tourismusmarketingagentur liegen in den Bereichen Strategy & Brand, Creative & Experience, Media & Campaign, Content & Data und Cooperation & Collaboration

saint-elmos.travel



INTERMAPS® ist ein Software- und Medienunternehmen, das sich auf sensorgetriebene Datenanalytik, die Entwicklung von Individualsoftware und nativen Apps fokussiert. Eine Spezialität ist unsere Leidenschaft für das Skifahren, verkörpert durch die Marke iSKI®, dazu im Allgemeinen unsere digitalen Kartensysteme und das Echtzeit-Datamanagement. Wir sind in 15 Ländern auf 3 Kontinenten aktiv; unsere Hauptmärkte liegen im Alpenraum, in Nordamerika und in Japan.

intermaps.com



AUSSTELLER & SUPPORTER

Kanton St.Gallen
Amt für Wirtschaft
und Arbeit



 st.gallen

MEDIEN- & LEISTUNGSPARTNER



Bund Österreichischer
Tourismus Manager



DIE
MEHR! OSTSCHWEIZ



eventmanager.de

HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG

hotel &
touristik
essenz

 KYOCERA

LEADER | digital
DAS OSTSCHWEIZER WIRTSCHAFTSPORTAL



Landesverband der
Tourismusorganisationen
Südtirol

na•news aktuell
Ein Unternehmen der dpa-Gruppe

SEILBAHNEN
INTERNATIONAL




TN-Deutschland
TourismusNews Deutschland



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

HOTEL WALHALLA
ST. GALLEN

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

Begrüssung

Patrick Seitter, Leitung Vertrieb & Academy, ESB Marketing Netzwerk

Freunde, Verwandte & Events statt Imagewerbung

Gemäss der Studie "How do leisure travel decisions come about?", folgen Gäste der Masse. Die touristische Imagewerbung zieht demnach nur wenig neue Besucher an. Stattdessen sind Sport-Events, Empfehlungen von Freunden und Verwandten entscheidend für die Wahl des Reiseziels. Und dennoch setzen Touristiker weiterhin auf Imagewerbung und greifen vermehrt auf Promi-Influencer zurück. Ist das noch zeitgemäss? Oder ist ein Umdenken erforderlich?

Prof. Dr. Pietro Beritelli, Titularprofessor, Studiengangsleiter, Universität St. Gallen

Graubünden Sport: Höhere Attraktivität – Neue Gäste?

Sport-Tourismus ist für den Kanton Graubünden existenziell. Aber Stillstand ist Rückschritt, welche Innovationen und Grossevents sind aktuell im Portfolio? Welche Massnahmen haben welche touristische Bedeutung?

E-Biken in der Region Plessur

Victor Zindel, Leiter Regionalmanagement / Kontaktstelle Wirtschaft, Stadt Chur

Bike-Traum-Kampagne von Graubünden Ferien

Mike Frei, Marketingleiter, Graubünden Ferien

Biathlon-WM aus der Tourismus-Perspektive

Marc Schlüssel, Head of Marketing, Lenzerheide Marketing & Support

Entwicklung eines Trailrunning Hotspots in Graubünden

Thomas Häusermann, Projektleiter, graubünden Trailrun

Bike it! Deutschland Tour trifft Hansestadt Bremen

Erstmals kam die neue Deutschland Tour 2023 zum Finale in die Freie Hansestadt Bremen. Dabei wurde die Bremer Überseestadt zur Kulisse eines spektakulären Sprint Royal der weltbesten Radsportler. Die Hansestadt ist die fahrradfreundlichste Grossstadt Deutschlands: Tagtäglich sind hier doppelt so viele Fahrräder wie Autos unterwegs. Wie konnte die überregionale Sportveranstaltung vom Standort Bremen profitieren – und umgekehrt? Welche „Aktivierungen“ wurden vor Ort umgesetzt? Welche Kraft und regionalwirtschaftlichen Effekte haben sportliche Grossevents für den Städtetourismus?

Matthias Pietsch, Managing Director / Geschäftsführer, Gesellschaft zur Förderung des Radsports

Oliver Rau, Managing Director / Geschäftsführer, WFB Wirtschaftsförderung Bremen

AI-Potenziale für Marken: Verstehen, Anwenden, Durchstarten!

Wie kann Künstliche Intelligenz (AI) Deine Markenarbeit bereichern? Mit einer grundlegenden Einführung in AI, um ein klares Verständnis der Funktionsweise und derer Bedeutung im heutigen Marketing zu vermitteln zeigt Florian Müller wie AI im Tourismus unterstützt. Anhand von einer Live-Demo im Bereich Text- und Bildgenerierung wird gezeigt, wie AI kreative Prozesse unterstützt und neue Möglichkeiten für zielgerichtete Marketingaktivitäten bietet.

Florian Müller, Co-Founder & CEO, Software Brauerei

Auf der Bühne



Stadt Chur



Moderation | **Harry John**, Head of Market Switzerland, Saint Elmo's Tourism**Besucherlenkung im Wanderparadies Stoos**

2017 eröffnete die neue Stoosbahn und zog dadurch viele neue Gäste an. Drei unterschiedliche Erlebniszonen mit Naturerlebnispwegen und ein neues Leitsystem, das auf die gesamte Region ausgerollt wurde, soll helfen, die Gäste auf dem Berg zu lenken und Besucherströme durch Erlebnisse zu entzerren. Wodurch wird die Marke im Naturraum sichtbar und erlebbar? Was konnte von den Einheimischen gelernt werden? Warum ist gezielte Partizipation in der touristischen Weiterentwicklung so wertvoll und wichtig?

Martin Langenegger, Geschäftsführer, Stoosbahnen**Renate Bauer**, Head of Experience Design, Saint Elmo's Tourism**Simona Barmettler**, Geschäftsführerin, Stoos-Muotatal Tourismus**Borkum: Identitätsstiftung durch KI beim Outdoor-Sport**

KI als personalisiertes Kommunikationsmittel im Freiraum? Das probiert Borkum gerade aus. Spezifische Landmarks sind mit Audio-Guides zugänglich und erzählen Geschichten über prägende Menschen aus Borkum. Wie helfen neue Technologien in der Angebotsgestaltung? Positioniert sich die Marke über die Geschichten?

Göran Sell, Geschäftsführer, Nordseeheilbad Borkum**Martin Schobert**, Managing Partner, St. Elmo's Tourismusmarketing**Creative Collaborations: Schwarzwald in einer Sneakerbox**

2023 erscheint das dritte Modell der Black Forest Kollektion. Durch die optimale Aufschachtelung der Marken ist die Kooperation ein Win-win für beide Unternehmen. Wie können Werte und Erlebnisse aus der Region in Textilien übertragen werden? Welche Erfolge konnten gemeinsam erzielt werden?

Arwed Behrendts, CCO, St. Elmo's Tourismusmarketing**Hansjörg Mair**, Geschäftsführer, Schwarzwald Tourismus**Forum by:**

Saint Elmo's Tourism ist eine Agentur für ganzheitliche Beratung und internationales Marketing im Tourismus. Tourismusexpertise, datenbasiertes Marketing, lokale Nähe und wirksame Kommunikation entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette sind unsere Kernkompetenzen. Wir beraten, planen, gestalten, bewerben, kommunizieren Marken im Tourismus. Unter der Flagge von Saint Elmo's segeln wir als Tourismusmarketingspezialisten im House of Tourism der Serviceplan Group. Mit unseren Kunden verbindet uns ein Miteinander auf Augenhöhe. Wir arbeiten fokussiert, visionär, verlässlich und verkaufsfördernd. Immer am Puls der Zeit. Die Kernkompetenzen unserer Tourismusmarketingagentur liegen in den Bereichen Strategy & Brand, Creative & Experience, Media & Campaign, Content & Data und Cooperation & Collaboration.

saint-elmos.travel**Auf der Bühne**

ERFOLGSFAKTOR MARKE

Moderation | **Patrick Seitter**, Leitung Vertrieb & Academy, ESB Marketing Netzwerk**Bikemarke Thömus baut Tourismus-Infrastruktur | Interview**

Die Kinderfahrradmarke woom sponsert einen Bikepark in Salzburg, Thömus baut mit dem Swiss Bike Park gleich einen eigenen. Die Zurich Versicherung präsentiert die «Vitaparcours». Welche Rolle spielen Marken bei der Entwicklung von Sport-Infrastruktur? Wie sehen Kooperationsmodelle mit klassischen Leistungsträgern im Tourismus aus? Private Public Partnership, Ownership oder Sponsoring?

Thomas Binggeli, Gründer, Thömus**IWC in Laax: So funktioniert Werbung im Ski-Resort**

Im Winter 2021/22 erreichte IWC im Skiresort Laax 1.2 Mio. Besucher durch unterschiedliche 2D- und 3D-Placements. Dies war die erste Kampagne mit nachhaltigen Materialien. Welche Ergebnisse konnte die Marke durch diese Kampagne erzielen? Welche Möglichkeiten bieten diese individuellen Werbeflächen für Marken? Welche Projekte stehen an?

Daniel Meyer, CEO, Alpdest**Snowstainability – Verein für nachhaltigeren Schneesport**

Schmelzende Gletscher, grüne Skirennen, Verkehrsstau in Skigebieten und tagelange Beschneigungen zieren die Frontseiten der Medien. Die Vision ist klar: Gemeinsam mit Tourismusdestinationen und Akteuren in Berggebieten einen Schneesport für kommende Generationen ermöglichen. Nachhaltigkeit und Schneesport – geht das überhaupt? Welche Rolle nimmt dabei Snowstainability ein? Und welcher Mehrwert entsteht durch die Partner BKW und Swiss-Ski als Gründungsmitglieder?

Michael Morgenthaler, Vizepräsident, Snowstainability & Leiter Live Experience & Campaigns, BKW**Auf der Bühne**

Moderation | Marcel Mutz, Organisation, ESB Marketing Netzwerk

Der gläserne Gast ist jetzt Realität

Ein vollautomatisiertes KFZ-Kennzeichenanalysesystem ermöglicht die effiziente Besucherlenkung & Parkraumbewirtschaftung. Kombiniert mit einem Online-Ticket-Shop erlaubt das System Besucherprognosen, Aufenthaltsdauer und Herkunft der Gäste systematisch zu erfassen. Welche Erkenntnisse konnten durch den Mobility Analyzer gewonnen werden? Wie profitieren die Destinationen? Wie funktioniert das System?

Bernhard Huber, CTO, Intermaps

Gamification mobilisiert alle Generationen

In zahlreichen Ländern werden Explor Games eingesetzt, um das Erkunden von Destinationen attraktiv zu machen. Wer geht auf Entdeckungstour? Sind es «nur» Kinder und Familien? Wie viel Sport und Interaktion steckt in den Games?

Rahel Echser, Business Developer International, Explor Games

Bringen und binden Apps Kunden? | Diskussion

Seit Jahren werden Apps bzw. AI- oder Gamification-Ansätze für Destinationen entwickelt und genutzt. Decken sich die grossen Investitionen mit den (gesteigerten) Umsätzen? Erkennt man positive Effekte in der Kundenbindung? Welche Massnahmen sind in der Planung?

Christian Vonach, CEO, Intermaps/iSKI

Eliane Bernasocchi-Volken, Marketing- und Verkaufsleiterin, Weisse Arena Gruppe

Rahel Echser, Business Developer International, Explor Games

Sven Maurmann, Geschäftsführer, placeit by kippdata



Forum by:

INTERMAPS® ist ein Software- und Medienunternehmen, das sich auf sensorgetriebene Datenanalytik, die Entwicklung von Individualsoftware und nativen Apps fokussiert. Eine Spezialität ist unsere Leidenschaft für das Skifahren, verkörpert durch die Marke iSKI®, dazu im Allgemeinen unsere digitalen Kartensysteme und das Echtzeit-Datamanagement. Wir sind in 15 Ländern auf 3 Kontinenten aktiv; unsere Hauptmärkte liegen im Alpenraum, in Nordamerika und in Japan.

intermaps.com

Auf der Bühne



WEISSE ARENA GRUPPE

placeit



TICKET

SPORTTOURISMUSFORUM.COM



Tages-Ticket 550 CHF zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren, Verpflegung



200 Teilnehmer
30 Experten auf der Bühne



24. Januar 2024
(Optional 23. Januar 2024)

■ 23. Januar 2024 // St. Gallen

SO FINDET TOURISMUS SPONSOREN

ANSPRECHPARTNER

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

Ansprechpartnerin
Lydia Schulz
schulz@esb-online.com

Bildrechte
© Gabriele Griessenböck
© Stephan Bögli // Swiss-Ski