## Erbe der Olympischen Spiele

Esther Wilhelm über die Sponsoring-Strategie, Eisschnelllauf und warum der

Olympische Gedanke bis heute wirkt.

Erfolgreiche Kooperationen zwischen Sport und Tourismus stehen auch beim "Sport. Tourismus. Forum" dem Gipfeltreffen für Sporttourismus am 17.1. in St. Gallen/Schweiz - im Fokus. Wie gut dieses Zusammenspiel bereits klappt, beweist der Innsbruck Tourismus. Esther Wilhelm, die Marketingleiterin vom Innsbruck Tourismus, im Interview.

Innsbruck war zwei Mal Austragungsort Olympischer Winterspiele. Inwiefern profitieren Sie touristisch heute noch davon?

Esther Wilhelm: Natürlich profitieren wir immer noch sehr stark davon. Gerade in Übersee ist Innsbruck aufder Olympischen Spiele immer noch bekannt. Die Bekanntheit ist das eine. Durch die Teilnahmen ist Innsbruck heute im Besitz zahlreicher Sportstätten. Im Gegensatz zu manchen anderen Olympischen Austragungsorten wurden die Stätten in Innsbruck gepflegt und ständig weiterentwickelt. Sogar die Sprungschanze wurde komplett erneuert. Das bringt immer wieder Events nach Innsbruck. Das ist das Erbe der Olympischen Spiele, von dem wir heute noch direkt profitieren. Aber wir kommunizieren die olympische Vergangenheit nicht aktiv.

Inwiefern nützt Innsbruck die bestehende Infrastruktur für die Entwicklung von Mannschaftssportarten?

Esther Wilhelm: Bei der Entwicklung der Sponsoring-Strategie haben wir uns schon die Frage gestellt, welche touristische Kommunikationskraft etwa ein Eiskunstlauf-Wettbewerb für Innsbruck und dessen Mar-



Esther Wilhelm wird beim Sport.Tourismus.Forum am 17. Jänner in St.Gallen am Podium sprechen.

kenauftritt hat. Eiskunstlauf oder Eisschnelllauf verbindet man nicht unbedingt sofort mit der Sportstadt Innsbruck. Aber durch die Sportstätten sieht das anders aus. Sportevents, die den Olympischen Gedanken in sich tragen und die olympische Sportinfrastruktur beleben und nutzen, sind für uns wichtig und werden vom Tourismusverband unterstützt

Die Marke Innsbruck ist demnach was?

Esther Wilhelm: Im Zentrum der Marke steht alpin urbanes Leben. Das Kompetenzfeld Sport ist stark in der Marke verankert. Deshalb haben Outdoor-Events in unserer Sportsponsoring Strategie erste Priorität. Durch das olympische Erbe der Sportstätten, haben aber auch nicht alpine Sportarten ihre Berechtigung und passen somit auch zu Innsbruck.

Wo liegt der Fokus Ihrer Sport-Sponsoring Strategie? Esther Wilhelm: Wir haben lange überlegt, ob wir auch Vereine oder Klubs sponsern sollen, die den Markennamen nach außen tragen. Wir haben viele Anfragen. Die Antwort lautet aber



nein. Der Sport soll bei uns in Innsbruck stattfinden, damit Bilder von Innsbruck in die Wohnzimmer potenzieller Gäste übertragen und Nächtigungen in der Region Innsbruck generiert werden. Eine touristische Marke funktioniert dort am besten, wo sie zu Hause ist.

Gehen Sie aktiv an Eventveranstalter heran?

Esther Wilhelm: Für Eventveranstalter – von denen auch einige in Innsbruck sitzen – ist Innsbruck der ideale Austragungsort für ihre Veranstaltung. Eigentlich kommen die Veranstalter großteils mit ihren Ideen auf uns zu. Mehrtägige Events und wiederholende Events haben für uns einen höheren Stellenwert.

Wo gibt es Nachholbedarf? Im Sommer oder Winter? Esther Wilhelm: Das ist bei uns ausgewogen. Aber mehr Platz für Veranstaltungen haben wir noch im Winter, gerade im Bereich Ski sind wir offen für innovative Eventkonzepte. Hier gibt es noch Potenzial.

**Inwiefern profitieren Sport** und Tourismus von einander? Esther Wilhelm: Für uns ginge es ohne Sport nicht. Ich würde nicht sagen dass jeder TVB sich mit Sport positionieren muss. Das hängt von der Region und dem Angebot ab. Aber ich denke, dass es für Innsbruck sehr gut passt. Menschen wollen sich bewegen. Aber man muss wirklich gute und durchdachte Angebote entwickeln. Und im Falle von Innsbruck auch mit der Komponente "Stadt" knüpfen.

Welche Pläne stehen für die nahe Zukunft an?

Esther Wilhelm: Im Januar findet mit den Winter World Masters Games, das größte Winter-Multisportevent der Welt bei uns statt. Und mit Crankworx findet 2020 bereits zum vierten Mal das weltweit größte Mountainbike-Festival in Innsbruck statt. Gabriele Grießenböck