

Virtuelle Klettertouren und neue Wintersportideen

Beim Sport.Tourismus.Forum, das gestern zum Auftakt der Ferienmesse Grenzenlos stattfand, wurden die neuesten Trends aus der Tourismuswirtschaft vorgestellt. Der traditionelle Urlaub hat ausgedient. Gäste suchen bleibende Erinnerungen, die sie sharen und liken können.

St.Gallen - In den Alpendestinationen gehört der Sport traditionell zu den touristischen Eckpfeilern. Aber Innovationen sind gefragt. Beim Sport.Tourismus.Forum in St.Gallen wurden nun einige Ideen präsentiert, die dem Tourismus auch in sportlicher Hinsicht zu neuen Aufschwung verhelfen sollen. 30 Experten gaben tiefe Einblicke. Ein Trend zeichnete sich dabei deutlich ab: Wetterunabhängige Outdoor-Erlebnisse sollen dabei helfen, Gäste auch in Zukunft in die Destinationen zu locken.

Eben dort setzt Hologate an. Das Unternehmen ist Weltmarktführer für Virtual-Reality-Spiele, die in der Gruppe gespielt werden. In verschiedenen Spiele-Genres werden virtuelle Welten zur Realität. Das sei laut Robert-Maximilian Fankhänel, COO von Hologate, ein Trend, den Tourismusregionen für sich nutzen könnten. Ein Beispiel dafür sei der Flugsimulator ICAROS. Gäste steigen in luftige Höhen auf und gleiten über die Alpen. „Orte, die in den Spielen vorkommen, schaffen die Sehnsucht, diese auch in Realität aufzusuchen“, so Robert-Maximilian Fankhänel. Virtuelle Klettertouren seien durch die neue Technologie bereits möglich. „Virtual Reality entwickelt sich stetig weiter und wird ab 2020 massentauglich“, so Fankhänel.

Wie Gäste durch digitale Devices in reale Urlaubsregionen gelockt werden, darüber sprach Birgit Hajek von Netural. Das Linzer Unternehmen organisiert sogenannte Instawalks. Auf den besonderen Spaziergängen treffen sich Fotofans, die sich sonst nur virtuell kennen. Instagrammer als Botschafter für die eigene Region zu gewinnen liegt auf der Hand, da 80 Prozent aller Nutzer Unternehmen auf Instagram folgen. Hajek rät jedoch dazu, nicht nur auf die Reichweite zu setzen. „Regionen profitieren auch von Influencern, die weniger Follower haben. Die Person muss zu ihrer Destination passen. Ab 1000 Follower kann man bereits beste Ergebnisse erzielen“, so Hajek.

Mit Schlittschuhen ins Skigebiet

Geht es nach Martin Schobert von Alpine Ice, werden bald erste Gäste ihre Schlittschuhe in alpinen Lagen anziehen. Die Idee geht weit über den gewöhnlichen Eislaufplatz am Berg hinaus. Das Pilotprojekt „Alpine Ice“ schickt Touristen auf drei Meter breiten Eislaufwegen durchs Skigebiet. Selbst bei 20 Grad plus kann die Kür vollzogen werden. Das sei aber nicht das Ziel, meint Schobert. Vielmehr soll die bestehende Infrastruktur durch dieses Winterangebot erweitert werden. 2020 wird die Kür erstmals im Salzburg bei den Gasteiner Bergbahnen umgesetzt. „Mit 800.000 Euro ist man dabei“, so Schobert. Laut seiner

Rechnung amortisiert sich die Investition innerhalb von drei Jahren. Alpine Ice ist ein fix fertiges Erlebnisprodukt, das im Grunde in wenigen Tagen umgesetzt werden kann.

Radtourismus boomt

Neben neuesten Wintersportideen und virtuellen Ausflügen, stand der klassische Sport im Rampenlicht des Forums. «Gäste suchen ein Erlebnis, bei dem sie ausbrechen und sich in Szene setzen können», sagte Samuel Zuberbühler von Schweiz Tourismus. Trotz Digitalisierung und virtueller Trends stehen Klassiker wie das Wandern immer noch hoch im Kurs. Biken und E-Biken boomen sogar. «Das Fahrrad gilt heute als Lifestyle-Objekt», so Zuberbühler. Weltweit steige die Anzahl an Fahrrad- und Rennradfahrern in urbanen Gebieten. Auch in der Schweiz zeichnet sich dieser Trend deutlich ab. 340.000 Fahrräder wurden 2018 in der Schweiz verkauft.

Ob sich der Gast real oder virtuell für eine Urlaubsregion entscheidet - Veranstaltungen wie jene in St.Gallen schaffen jedenfalls eine aussergewöhnliche Plattform der Begegnung.

Kontakt: ESB Marketing Netzwerk Peter Schappacher Brunneggstr.9 CH-9001 St.Gallen	Tel.: +41 (0) 41 71 223 78 82 E-Mail: schappacher@esb-online.com Web: www.esb-online.com
---	---