

## **Urlaubstrends 2020: Das „Was“ ist das neue Wohin**

**Yoga-, Rennrad- oder Fussballreise – Angebote und Nachfrage werden immer spezifischer. Das Sporterlebnis ist ausschlaggebend für den Urlaubsort.**

St. Gallen – Sportreisen werden immer ausgefallener. Golfen auf der Klippe, der Laufurlaub mit Marathonlegende Viktor Röthlin oder die „Tour de Suisse“ für alle - Sporturlaub liegt im Trend. Für welche Trends sich Touristiker fit machen sollten, das wurde vergangenen Freitag beim „Sport.Tourismus.Forum“ in St. Gallen diskutiert. Fakt ist: Noch bleiben viele Potentiale ungenützt.

### **Sport als strategischer Türöffner für Tourismus**

45 Prozent der Bevölkerung in Deutschland, Österreich und der Schweiz betreiben intensiv eine oder mehrere Sportarten. Studien belegen, dass die Sportausübung zunehmend zum zentralen Kriterium für die Wahl der Urlaubsdestination wird. Und auch die Jugend ist in Bewegung. „66 Prozent der Generation Z treibt ein Mal pro Woche bis täglich Sport“, sagt Andreas Knupfer von Nielsen Sports. Als Destination müsse man die Zielgruppe und ihre Sportart genau verstehen, um sie als Gäste nachhaltig zu gewinnen. Sport als nettes Nebengeräusch im Urlaub funktioniert auf Dauer nicht. Die Angebote müssen ausdifferenziert und in die Tiefe gedacht werden.

### **Sport real und virtuell**

„Heute stellt sich nicht mehr die Frage, wo man seinen Sport ausüben kann, sondern wie man ihn ausübt“, verdeutlicht Marketingexperte Stefan Schiel von Marketmind. Warum ist das neue Wohin. Sport ist ein Teil des Lifestyles, der in der Community geteilt wird. Gäste wollen individualisierbare Angebote. „Was Snapchat für Jugendliche ist, ist Strava für Radsportler.“ Laut Schiel fangen Tourismusregionen erst langsam an zu verstehen, wie sie solche Kooperationen und Spezialisierungen für sich nutzen können. Ein positives Beispiel dafür ist die Neuausrichtung der „Tour des Suisse“. Künftig werden Touristen real und virtuell auf die Originalstrecke der Tour geschickt.

### **Radsport neu gedacht – auf den Spuren der Profis**

Neuerdings erleben Gäste die „Tour de Suisse“ auf dem eigenen Radsattel. „Wir schicken Hobbysportler mit Begleitfahrzeugen und Guides auf die Originalstrecke. Man darf sich wie ein Profi fühlen – nur ohne Rennen“, erklärt Joko Vogel, Co Geschäftsführender der Tour de Suisse, das Konzept. Anders als bei vielen Radklassikern, wird hier die gesamte Strecke der Tour abgefahren. Das macht das Angebot bisher weltweit einzigartig. Das Profirennen wird so zum Erlebnis für jedermann. „Und wir sind schon fast ausverkauft“, sagt Vogel. Aber auch virtuell soll das Radrennen Touristen in die Schweiz locken. Zusammen mit dem Software-Anbieter Ruby wurden die Stecken der Rundfahrt digitalisiert. „Während man auf dem Rollentrainer sitzt, zieht das Schweizer Panorama an einem vorbei.“ Gäste können die Highlights der Strecken trainieren, sich direkt mit den Profis vergleichen und auf ihren Radurlaub in der Schweiz virtuell vorbereiten.

### **Kooperationen mit Bundesligisten bringen Touristen**

Wie man mit den richtigen Partnern im Boot Gäste lockt, davon sprachen Vertreter der Fussballclubs Borussia Mönchengladbach und Schalke 04. Die Bundesligisten haben bereits erfolgreiche Kooperationen im Tourismus initiiert. Mit der Fohlen Fussballschule setzt der Bundesligist auf Imagebildung und Nachwuchsförderung in der Schweiz.

„Primär geht es uns um Marken und Imagebildung, wir verdienen nicht viel damit“, so Wolfgang Heilmann, Bereichsleiter int. Projekte von Borussia Mönchengladbach. Die grosse Resonanz der FohlenCamps auf Sozialen Medien spricht für sich. Der Ball rollt auch in Osttirol. Dort haben die Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern und der FC Schalke 04 auf fünf Jahre einen Tourismuspartnervertrag abgeschlossen. Die Destination profitiert von den Sponsoren- und Partnernetzwerken des Clubs. Die Bandenwerbung öffnet der Ferienregion die Türen für Gäste aus Deutschland. „Schalke ist der Multiplikator für die Fans, um bei uns Urlaub zu machen“, sagt Roland Rauch, Geschäftsführer der Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern. Schalke 04 hat als fünft grösster Fussballverein der Welt knapp 150.000 Fans. Das Potential für die Region ist enorm. „Unsere Fans sind von der Region begeistert“, meinte auch Peter Schwabe, Director Sales von FC Schalke 04.

BU:

Beim „Sport.Tourismus.Forum“ in St. Gallen wurden sportliche Strategien für Destinationen vorgestellt.

**Rückfragehinweis:**

Peter Schappacher

ESB Marketing Netzwerk

Bruneggstr. 9, 9001 St.Gallen

<https://sporttourismusforum.com/>

[presse@esb-online.com](mailto:presse@esb-online.com)

Tel. +41 (0) 71223 78 82