

# IM WETTLAUF UM DIE POLE-POSITION

— *Welt Tourismus Spiele 2004*: Mehr als 550 Top-Touristiker aus aller Welt trafen sich im Juni in der Olympiaregion Seefeld, um bei sportlichen Wettkämpfen und geselligen Small-talks neue Geschäftskontakte anzubahnen. Der perfekt organisierte Event sollte Tirols Image als führendes Sport- und Erholungsland der Alpen weiter festigen. Von Rainer Hammerle





**Farbenfrohe Eröffnung:** Josef Burger (Austrian), Josef Margreiter (Tirol Werbung), Arthur Oberascher (Österreich Werbung) und Markus Tschoner (Olympiaregion Seefeld) (v.l.)



Fotos: promedia

Tirol ist so wunderbar grün und unheimlich angenehm“, schwärmt Peter Daniel bei der Eröffnung der fünften Welt Tourismus Spiele in Seefeld. Stolz trägt Daniel die Flagge von Saudi-Arabien vor sich her, die im bunten Fahngewirr der 35 teilnehmenden Nationen in ihrem Grün mit arabischem Schriftzug heraussticht. Er leitet die siebenköpfige Delegation aus dem Wüstenstaat, alles hochrangige Tourismusvertreter ihres Heimatlandes. Sie sind zum ersten Mal in Tirol, auch wenn einzelne schon früher Österreich kurz besucht haben. Es sind die Farben, das Wetter, Temperaturen und Gerüche, die bei Daniel, dem saudi-arabischen Vertreter der Lufthansa, für Begeisterung sorgen. „Nach dem Schulschluss beginnt in Saudi-Arabien die Hitzezeit. Alle verlassen dann fluchtartig das Land. Wir suchen für diese Periode nach Destinationen, wo sich unsere Leute wohl fühlen.“ Die passenden Orte haben sie schon gefunden – neben Wien könnten sich die Reiseveranstalter Salzburg und Innsbruck sehr gut als künftige Urlaubsdestinationen vorstellen. Dass dies keine leeren Versprechungen bleiben, dafür garantieren Tourismusmanager wie K. N. Balakrishnan. „Wir repräsentieren gemeinsam 80 Prozent des saudi-arabischen Reisemarktes. Unser Reisebüro, Kanoo Travel, ist das größte im Mittleren Osten“, erklärt er. „Wir schätzen die Schönheit der Natur hier in Tirol. Das Grün bietet einen wohltuenden Kontrast zur Umgebung unserer Heimat. Die Menschen in Österreich sind sehr freundlich und kommunikativ, wir fühlen uns rundherum willkommen.“

**Sport & Geschäft im Doppel.** Österreich erlebbar zu machen, das positive Image Österreichs direkt vor Ort zu vermitteln, war Hauptziel der Welt Tourismus Spiele, die heuer von der Österreich Werbung in Kooperation mit der Tirol Werbung und der Region

Seefeld veranstaltet wurden. „Mit den Welt Tourismus Spielen haben wir eine Plattform gefunden, die Qualität und Vielfalt des österreichischen Angebotes für 550 internationale Top-Entscheidungssträger hautnah erlebbar macht“, skizziert Arthur Oberascher, Geschäftsführer der Österreich Werbung, die Grundidee. In Kooperation mit den Austrian Airlines wurden Entscheidungssträger wie Daniel oder Balakrishnan nach Tirol geflogen. Auch andere Top-Manager haben für drei Tage den Weg von Australien, Amerika, China, Indien, Japan oder Brasilien nach Seefeld gefunden. Noch vor den geschäftlichen Kontakten stehen die Sportbewerbe im Mittelpunkt, auf die sich so mancher ehrgeizige Touristiker monatelang vorbereitet hat. Hier messen sich die Athleten beim Golfturnier auf dem Seefelder 18-Loch-Platz, beim Beach-Volleyball, Mountainbiken, Laufen und Tennis, während die Alpin-Skibewerbe am Stubai Gletscher abgehalten werden. Sportliches Highlight ist die „Swarovski Kristallwelten Team Trophy“, die Sieger erhalten die speziell angefertigte

*„Die Menschen in Österreich sind sehr freundlich und kommunikativ, wir fühlen uns rundherum willkommen.“* K. N. Balakrishnan, Tourismusmanager

Kristalltrophäe im Wert von 10.000 Euro. „Niemand kann die Faszination von Sport in Österreich besser schildern als derjenige, der sie erlebt“, schwärmt Oberascher, der dann selbst mit seinem Team um die Trophy mitkämpft. Oberascher tritt beim Teamtriathlon im Schwimmen an, Tirol-Werber Josef Margreiter übernimmt das Laufen, und Peter Marko, Tourismusdirektor von Sölden, darf sein Bestes beim Biken geben.

**Spitzensport als Imageträger.** Während des SAISON-Lokalausgleichs wird Zwischenstopp beim Beach-Volleyball →



**Einzug der Nationen:** 550 Teilnehmer aus aller Welt versammelten sich in Seefeld zu den Welt Tourismus Spielen 2004

→ gemacht. Heidi Neururer und Niki Hosp feuern die Teams aus aller Welt an. Die beiden Wintersportlerinnen sind Sinnbild und gleichzeitig Projektionsfläche für die große Masse an Aktiven im Breitensport. Spitzensport war und ist ein Imageträger für den österreichischen Tourismus. So manche nationale Ikone wie Franz Klammer lebt noch heute davon, für die Heimat im In- und Ausland zu werben. Hermann Maier hat weltweit eine wahre Hysterie ausgelöst und damit auch den Blick der Welt kurzzeitig auf Österreich fokussiert. Neben den Wintersportlern steigern zahlreiche andere Sportler die Bekanntheit Österreichs, seien es Werner Schlager im Tischtennis, die Brüder Andreas und Roman Hagara im Segeln oder Formel 1-Piloten von Niki Lauda über Gerhard Berger bis Christian Klien. Oberascher möchte daher mit den Welt Tourismus Spielen die Dominanz des Sports bei der Urlaubsentscheidung vermitteln: „Das Thema Sport ist aus dem Österreich-Tourismus nicht wegzudenken. Er ist – um ein Bild zu gebrauchen – ebenso wie Kultur eine ‚Grundfrequenz‘ im Konzert des österreichischen Tourismus.“ 35 Prozent aller Nächtigungen von Österreich-Urlaubern gehen auf das Konto von Sporttouristen, im Winter nennen 70 Prozent die Ausübung einer Sportart als Hauptmotiv für die Urlaubsentscheidung. Laut einer Umfrage des Industriewissenschaftlichen Institutes ist Österreich damit eindeutig Marktführer bei den Sporturlauben mit circa 41 Prozent vor den USA und Spanien. Insgesamt machen die Sporturlaube aber nur sieben Prozent des gesamteuropäischen Auslandsreisemarkts aus.

**Wertschöpfung.** Wie die gerade stattfindende Fußball-Europameisterschaft in Portugal beweist und die Olympischen Spiele in Athen bereits anklängen lassen, verschmelzen Sport und Tourismus zusehends. Gemeinsame Vermarktungskoooperationen sollen Synergien erzeugen und den Nutzen steigern. Für die kommende Fußball-Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz 2008 werden bereits die Konzepte erstellt. Und Tirol konnte sich in der Vergangenheit



**Top-touristiker aus Thailand** - Sanchai Phetaratana (l.) und Nopparat Chanpen (r.) - trafen sich zum Businessgespräch mit Stefan Isser, dem Marketingleiter der Swarovski Kristallwelten

besonders im Bereich der regelmäßig wiederkehrenden Sportveranstaltungen positionieren. Mega-Events wie das Kitzbühler Hahnenkammrennen schaffen nachhaltige Wertschöpfung für den Tourismus. Die 50.000 Hotelbetten der Region Kitzbühel und der 22 Umlandgemeinden sind regelmäßig ausgebucht. Die 100.000 Zuschauer generieren einen Umsatz von geschätzten 30 Millionen Euro bei einem Veranstaltungsbudget von circa 3,3 Millionen Euro. Die Tirol Werbung setzt daher in Zusammenarbeit mit den Regionen in Zukunft verstärkt auf den Weg des Sportsponsorings. „Durch den Auftritt der Marke Tirol bei Events erreichen wir einerseits eine sportliche Assoziation mit unserem Land und verankern gleichzeitig Tirol in den Köpfen potenzieller Gäste als begehrtes Sport- und Urlaubsland“, erklärt Josef Margreiter dann auch folgerichtig bei der Pressekonferenz in Seefeld vor rund 70 Medienvertretern aus aller Welt. Einer der Schwerpunkte ist dabei der Radsport. Margreiter: „So ist es uns beispielsweise gemeinsam mit dem TVB St. Anton am Arlberg gelungen, eines der größten und spannendsten Radrennen der Welt, die Deutschland Tour, ins Land zu holen.“ Nach aktuellen Studien fahren derzeit 45 Millionen Deutsche Rad, zehn Millionen gelten als intensive Radfahrer. Daher war es für die Tirol Werbung nahe liegend, ihre Strategie in diesem Bereich auszudehnen.

**WTS als Chance für Tirol.** „Bei den Welt Tourismus Spielen treffen Vertreter von Reisebüros, internationale Reiseveranstalter, touristische Fach- sowie zahlreiche Radio- und TV-Journalisten mit österreichischen Tourismusexperten zusammen. Damit können wir unser Angebot direkt vor internationalem Publikum präsentieren“, betonte Margreiter bereits im Vorfeld die Bedeutung der WT-Spiele für Tirol. Nopparat Chanpen, der Operations-Manager von M.D. Tours aus Bangkok in Thailand, lächelt nur bei der Frage nach seinem Kenntnisstand von Österreich. Denn er kam das erste Mal bereits vor 25 Jahren zu uns – und kehrt seitdem mindestens einmal jährlich wieder. Seit Jahren besteht eine intensive Partnerschaft mit den Swarovski Kristallwelten, die als Co-Sponsoren bei den WTS auftraten. Stefan Isser, Marketing-Leiter der Kristallwelten, zeigte sich daher auch schon bei der perfekt organisierten Eröffnungszeremonie zufrieden über die Anwesenheit zahlreicher Top-Entscheider der internationalen Reiseindustrie: „Nopparat Chanpen oder auch Sanchai Phetaratana, Managing Director von Far-East Air Trans Service & Tours, zählen in Thailand zu den wichtigsten Entscheidungsträgern. Die Anwesenheit solcher Spitzenmanager macht diese Kontaktbörse so wertvoll für Tirol.“



**Gewinner:** LH Van Staa (l.), Benni Raich und Josef Margreiter überreichten Srecko Trglec (v.r.) einen Gutschein für den Weltcup-Auftakt in Sölden



**Tolle Stimmung:** Manuel Ortega sorgte schon am Eröffnungsabend für gute Stimmung. Die WTS waren eine gut besuchte Kontaktbörse



**Sport, Spaß & Geschäft:** Ausgelassenes Feiern stand beim exklusiven Rahmenprogramm natürlich auch am Programm

### Wo blieben Tirols Tourismusmanager?

Direkt vor dem Kongresszentrum in Seefeld errichteten die WTS-Organisatoren ein Zelt Dorf – das Hauptzelt diente dabei als Lounge und Kommunikationstreffpunkt. Der SAISON-Lokalausweis zeigte auch an diesem Ort, wie gut Sport und Geschäft im Doppelfunktionieren: Beach-Volleyball und cooler Sound erzeugten südliche und relaxte Urlaubsstimmung mitten im Ort. Das bunte Sprachgewirr reduzierte sich zu meist auf verschiedene Akzente des Englischen, sobald die zahlreichen Nationen am

Buffet aufeinander trafen. Marktführer im Reisebürobereich, Top-Sport- oder Reisejournalisten sowie Spitzensportler nützten eifrig die Gelegenheit, sich kennen zu lernen, Kontakte aufzubauen oder zu pflegen und zukünftige Geschäftsbereiche zu erschließen. Einziger Wermutstropfen war die schwache Beteiligung von Tiroler Touristikern. Aus den Reihen der Geschäftsführer der Tourismusverbände nahm nicht einmal ein Dutzend an den Welt Tourismus Spielen teil. Wenige Ausnahmeerscheinungen wie Gastgeber Markus Tschoner aus Seefeld, Hein-

rich Wagner aus St. Anton, Peter Marko aus Sölden oder Josef Schirgi aus Fiss scheinen die Bedeutung dieser Kontaktbörse erkannt zu haben. Bleibt nur die Hoffnung, dass sich in zwei Jahren mehr Tiroler Vertreter die Chance auf ein Treffen mit der Crème de la Crème der internationalen Touristiker nicht entgehen lassen. Insbesondere, da die nächsten Spiele wieder in Tirol stattfinden könnten, denn Josef Margreiter ließ gegenüber der internationalen Presse aufhorchen. St. Anton am Arlberg wäre an der Austragung der nächsten WT-Spiele interessiert. —

# TOP OF TYROL

Sommer auf 3.165 m

[www.stubaier-gletscher.com](http://www.stubaier-gletscher.com)

- Das hochalpine Ausflugsziel am Stubaier Gletscher
- Beeindruckende Aussichten „fast“ bis Venedig ...
- Tägliche Gletscher-Informationsstunde
- Jochdohle  
Höchstgelegenes Bergrestaurant Österreichs, 3.150 m
- Gletschertrekking  
Leichte Gletscherwanderung mit Bergführer und gesichertem Abstieg in eine Gletscherspalte
- Gruppenpakages auf Anfrage erhältlich

**PANORAMATICKET „TOP OF TYROL“ für Erwachsene um € 19,90**

