

# Grossanlässe und deren Einfluss auf die Destination

Die beiden Bildungsinstitute Tourismusfachschule Bern – Oberland (TFBO) und die Höhere Fachschule Tourismus HFT Luzern AG luden ihre Studierenden, Alumni sowie Touristikerinnen und Touristiker zum jährlichen Tourismustreff ein. Sie diskutierten über den Einfluss sportlicher Grossanlässe und Events auf Destinationen.



Barbara Haller Rupf, Direktorin TFBO; Martin Berthod, Sportchef St. Moritz; Stefan Seger, Geschäftsleiter Spiez Marketing AG; Iris Huggler, Geschäftsführerin Greenfield Festival AG; Christian Haueter, Geschäftsführer Weltcup Adelboden (v.l.).

Der jährliche Tourismustreff der beiden Tourismusfachschulen fand erstmals in Thun, in den Räumen der Hotelfachschule und auf Einladung der Tourismusfachschule Bern - Oberland (TFBO) statt. «Der Tourismustreff, wo sich Tourismus und Bildung zum Wissensaustausch und Networking begegnen», so Barbara Haller Rupf, TFBO-Direktorin. Rund 120 Studierende und Gäste sind der Einladung gefolgt.

Mit ausgewählten Referenten und in angeregten Gesprächen wurde der Einfluss sportlicher Grossanlässe und Events auf Destinationen analysiert und diskutiert. Bringen sportliche Grossanlässe eine Win-Win-Situation für den Tourismus und die Destination? Was wäre Adelboden ohne das Kuonisbergli im Berner Oberland, der Skizirkus ohne das Lauberhorn und der Champagnerort St. Moritz ohne die Pferderennen auf dem gefrorenen See? Millionen von Fernsehzuschauern bedeuten nicht zwingend volle Hotelbetten.

«Was braucht es, dass sportliche Grossanlässe zum Magnet für eine Destination werden und welche strategischen Überlegungen machen sich die Beteiligten?», stellte Barbara Haller Rupf als Einstiegsfrage.

### **Vier Einblicke und noch mehr Erkenntnisse**

Christian Haueter, Geschäftsführer Weltcup Adelboden, zeigte die Entwicklung der Rennen am Chuenisbergli eindrücklich auf. Der Skianlass hat sich über die Jahre zu einem Grossanlass mit Rahmenprogramm und einem beachtlichen Budget entwickelt. So auch der Vereinszweck: «Wir betreiben Tourismus- und Standortförderung für die Destination Adelboden-Lenk-Kandersteg, das Berner Oberland und den Kanton Bern.» Die Wertschöpfung ist nicht nur für die Tourismusdestinationen gross, sondern auch für das Gewerbe in der Region.

Die Dozentin für Eventmanagement sowie Geschäftsführerin der Greenfield Festival AG, Iris Huggler, zeigte mit viel Humor und Dynamik auf, worauf es bei der Planung und Durchführung von Festivals ankommt. Aber auch die möglichen Hürden wurden dargelegt. Während das Modern Talking-Konzert in Interlaken bei ihr als Praxisbeispiel für eine «Worst Experience» in die Geschichte eingeht, gibt es zahlreiche «Best Case» Beispiele wie das Greenfield Festival. «Für den Erfolg im Eventbereich braucht es Energie, Durchhaltevermögen, viel Planung und Organisation und dann kommt bei der erfolgreichen Durchführung das richtig gute Gefühl», beschrieb Huggler.

Die wohl schönste Bucht Europas hat sich mit «Beach Soccer» einen internationalen Namen gemacht. Stefan Seger, Geschäftsleiter Spiez Marketing AG, schilderte den Hergang dieses wiederkehrenden Anlasses und erklärte die multifunktionale Sand- und Pétanque-Anlage. Das Thema Beach Soccer mit weltweiter Ausstrahlung ist definitiv von Spiez belegt.

Für einen prickelnden Abschluss sorgte das Referat von Martin Berthod, Sportchef St. Moritz: Mit Glanz & Glamour, und ebenso viel Energie und Leidenschaft, werden unter seiner Leitung seit über 38 Jahren Grossanlässe in St. Moritz durchgeführt. «Total habe ich bereits über 8'000 Events umgesetzt», schilderte der gebürtige Berner Oberländer. Vom Pferderennen auf dem See mit den besonderen logistischen Herausforderungen an die Infrastruktur bis hin zu Ice Cricket mit einer weltweiten Fangemeinschaft sowie dem traditionellen und bekannten Engadin Ski Marathon schilderte er die Schnittstellen und Erfahrungen mit der Destination und vergass dabei nicht, den Mechanismus der Erfolgskontrolle zu erklären. (htr)

Publiziert am Donnerstag, 12. Dezember 2019