

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

BILANZVERMERK

Der WSTC21 setzt auf Nachhaltigkeit und Innovation als Möglichkeit, den Markt für Sporttourismus zu stärken

- **Narcís Ferrer, Direktor der Katalanischen Tourismusagentur, präsentiert 10 Schlussfolgerungen als Fazit des Weltkongresses für Sporttourismus**
- **Der Kongress schließt mit Erfolg: mehr als 600 angemeldete Teilnehmer aus 21 Ländern vor Ort und online**

Freitag, 26. November 2021. Heute Mittag endete der erste Weltkongress für Sporttourismus, der am 25. und 26. November im Olympischen Kongresszentrum in Lloret de Mar tagte. Die Schlussfolgerungen wurden von **Narcís Ferrer**, Direktor der katalanischen Tourismusagentur, vorgetragen. An der Abschlusszeremonie, in der die wichtigsten Ideen der zweitägigen Debatte über Tourismus und Sport zusammengefasst wurden, nahmen auch **Anna Caula i Paretas**, Generalsekretärin für Sport der Generalitat de Catalunya, **Ion Vilcu**, Leiter des Ressorts Mitgliederorganisationen der Welttourismusorganisation, und **Jaume Dulsat i Rodríguez**, Bürgermeister von Lloret de Mar, teil.

Narcís Ferrer präsentierte als Fazit des Kongresses 10 Schlussfolgerungen, die folgende Punkte enthalten:

1. Bedeutung des Sporttourismus für die Wiederbelebung des weltweiten Tourismus nach der Pandemie

Der Sporttourismus hat seine Anpassungsfähigkeit an die neue Normalität unter Beweis gestellt. Darüber hinaus hat der Kongress auf die Bedeutung der Räume für Outdoor-Aktivitäten sowie auf das Bedürfnis der Menschen, sich um ihre physische und psychische Gesundheit zu kümmern, hingewiesen.

2. Bedeutung der Stärkung von Synergien im Bereich des Tourismus und des Sports

Es wurde festgestellt, dass das Engagement der Institutionen und ein gutes Management für eine erfolgreiche Umsetzung unerlässlich sind. Dazu gehören Regierungen, (öffentliche und private) Unternehmen und Institutionen verschiedener Ebenen.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

3. Bedeutung der Integration und Vielfalt als Werte in diesen beiden Bereichen

Vielfalt und Integration als Motor der Entwicklung. Die Werte, für die der Sport steht, werden auch in der Praxis des Tourismus für alle sichtbar. Das Ziel der allgemeinen Zugänglichkeit sorgt nicht nur für mehr Gerechtigkeit, sondern erhöht auch unsere Wettbewerbsfähigkeit.

4. Rolle der lokalen Bevölkerung

Einer der Schlüssel zum Erfolg des Sporttourismus in der Zukunft ist die Notwendigkeit, Touristen und die lokale Bevölkerung näher zu bringen. Die Reiseziele bestehen aus ihren Einwohnern; daher ist alles, was für den Sporttourismus getan wird, letztendlich ein Gewinn für die Zukunft des Landes und seiner Einwohner.

5. Sporttourismus mit mehr Bewusstsein

Während des Kongresses wurde über den Beitrag des Sporttourismus zu mehr Bewusstsein und einem größeren persönlichen Engagement der Touristen nachgedacht. Es ist eine enorme Herausforderung, einen Wandel in der Reisekultur hin zu einem bewussten und nachhaltigen Tourismus zu bewirken.

6. Entwicklung der sporttouristischen Nachfrage

In einigen Sitzungen des Kongresses wurde die Bedeutung des Amateursporttourismus hervorgehoben. Neuerdings werden touristische Angebote, die auf die Bedürfnisse der Sporttouristen zugeschnitten sind, verstärkt nachgefragt. Es wurden neue Zielgruppen identifiziert, wie z. B. Alleinreisende, Familienreisen, Mehrgenerationenreisen und Reisende auf der Suche nach außergewöhnlichen Erlebnissen.

7. Innovation

Auf dem Weltkongress wurde Innovation als wichtigster Wettbewerbsfaktor für unsere Reiseziele und Sporterfahrungen genannt. Es wurden Vorschläge im Bereich der Technologie, die die Erlebnisse der Athleten und ihrer Begleiter bereichern und die künstliche Intelligenz fördern, unterbreitet und neue Unternehmen, die den Wandel vorantreiben, wie z. B. Innovationszentren, vorgestellt.

8. Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit als Herausforderung war das beherrschende Thema des gesamten Kongresses. Die Integration von Großveranstaltungen in die Strategien zur nachhaltigen Entwicklung von Reisezielen, die touristischen Konsumgewohnheiten, die Neugestaltung unserer Regionen bei der Förderung eines bewussteren Sporttourismus und die Möglichkeiten, die der Sport bei der Eindämmung des Klimawandels bietet, wurden erörtert.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

9. Trends in der Vermarktung des Sporttourismus

Das Marketing im Sporttourismus ist wegen der Vielfalt der Vertriebskanäle und der verschiedenen Unternehmenstypen sowie der Orientierung auf den Endkunden oder den Mittler ein komplexes und vielfältiges Modell. Die Rolle der Technologie und der Digitalisierung wird den Wandel der Marketing- und Vertriebsstrategien in den kommenden Jahren prägen.

10. Forschung

Die Forschung im Bereich des Sporttourismus ist sehr umfangreich. Auf dem Kongress wurden elf Forschungsprojekte von Universitäten aus so unterschiedlichen Ländern wie Japan, USA, Irland, Portugal, Spanien, Kroatien, Brasilien und Polynesien vorgestellt. Das Interesse galt insbesondere der Nachhaltigkeit von Sportveranstaltungen, der Technologie und neuen Governance-Systemen.

Die Veranstaltung, die von der Katalanischen Tourismusagentur des katalanischen Ministeriums für Unternehmen und Arbeit und der Welttourismusorganisation (UNWTO) in Zusammenarbeit mit dem Tourismuspatronat der Costa Brava und dem Fremdenverkehrsamt der Stadtverwaltung von Lloret de Mar organisiert wurde, verzeichnete eine beachtliche Teilnehmerzahl. 600 Personen nahmen am Kongress teil, davon 400 persönlich und 200 online. Die insgesamt 61 ausländischen Teilnehmer kamen aus 21 Ländern, unter anderem aus den Vereinigten Staaten, Kanada, Argentinien, Finnland und der Schweiz.

BILDDATEIEN HERUNTERLADEN

ANSPRECHPARTNER FÜR DIE PRESSE

Laura Molina
laura.molina@weareboth.com
605 719 275

Jordi Trilla
jordi.trilla@weareboth.com
671 612 807