

## „Die Werbechancen bei der Eishockey-WM stehen sehr gut für uns!“



Peter Schramm, LHStv Hannes Gschwentner, Dr. Siegfried Ledolter (Vizepräsident OK WM 2005 und Österr. Eishockeyverband) von li. nach re. Fotos: Land Tirol/Martin Weiler

### Deutscher Sportmarketing-Guru dokumentiert touristische Erfolgsmöglichkeit WM

**Kanada – USA und Schweden – Finnland** sind bereits ausverkauft, bei manch anderem Spiel gibts nur mehr Restkarten (Hotline 0900-2005 00 oder [www.icehockey2005.com](http://www.icehockey2005.com) ) und Kanada wird mit Superstar **Wayne Gretzky** antreten: 43 Tage vor Beginn der Eishockey-WM in Innsbruck und Wien stehen die Zeichen eindeutig auf Erfolg!

„Die Werbechancen für unser Land Tirol stehen bei dieser Eishockey-WM sehr gut. Wir müssen jetzt die Erkenntnisse aus der neuen Studie dem Innsbrucker Stadtmarketing und dem Tourismusbereich weitergeben“, meinte LHStv. **Hannes Gschwentner** nach der Präsentation einer Studie über die Besucher und ihre Wünsche rund um die Eishockey-WM in Innsbruck. „Von 161.000 möglichen Tickets für die Spiele in Innsbruck sind bereits mit Stand Ende Februar 05 67.000 verkauft. Ich bin Prof. Dr. **Alfons Madeja** vom Studiengang Betriebswirtschaft, Kultur-, Freizeit- und Sport-Management an der deutschen Fachhochschule Heilbronn sehr dankbar für seine Studien“, erklärte der Sportreferent in der Landesregierung.

Dabei wurden 1073 Gäste aus dem In- und Ausland anlässlich des Deutschland-Cups 2004 in Hamburg und Hannover befragt. Besonders erfreuliche Aspekte aus tourismuspolitischer Sicht für Tirol: Potentielle Besucher der Eishockey-WM haben angegeben, durchschnittlich sechs Tage im Land bleiben zu wollen. Rund 57 Prozent der möglichen Besucher gaben an, mit Freunden anzureisen. „Und 85 Prozent der Befragten beurteilten den Bereich Essen/Trinken/Feiern als sehr wichtig und wichtig“, betonte Prof. Alfons Madeja, der gerade auch an Studien zur Fußball-WM 2006 in Deutschland im Auftrag der deutschen Bundesregierung arbeitet. Ein Aspekt dabei ist das „public viewing“ in einem virtuellen Stadion, besonders bei ausverkauften Spielen. In Innsbruck ist jetzt ein WM-Dorf bei der Olympiaworld geplant...

Was die WM für den Nachfolge-Tourismus bringt? „Meist kommt der WM-Besucher wieder – und dann mit Frau und Kindern“, sieht hier Prof. Madeja große Chancen für Tirols Tourismus in der Zukunft. Kulturangebote spielen dabei eine Animationsrolle. „Man nimmt sie beim Sportereignis wahr, erlebt sie aber nicht. Die Kulturangebote sind aber später dann der Anziehungs-Magnet für den Wiederholungs-Besucher.“

Dass diese Eishockey-WM durchaus in der Lage ist, neue Publikumsschichten für Tirol zu mobilisieren, zeigt eine Erfahrung von Peter Schramm, dem lokalen WM-Organisationschef: „Die Botschaft Lettlands hat uns allein 2000 Fans schon offiziell angemeldet, die kommen werden!“