

26.01.2022 - 08:10 Uhr

## Die Community entscheidet, wohin es im Sporturlaub geht



St. Gallen/Berlin (ots) -

**In der Zukunft entscheidet die digitale Community darüber, wohin die Reise für sportbegeisterte Gäste geht. Reisebüros oder Destinations-Webseiten werden im Sporttourismus Mittel zum Zweck.**

Sport- und Aktivurlaub liegen im Trend. Zur beliebtesten Art der Urlaubsgestaltung zählt der Aktivurlaub. Das ergab eine Umfrage von Tageskarte, die im Jahr 2020 erstellt wurde. Gerade durch die Pandemie stieg der Anteil der Reisenden bei Outdoor-Aktivitäten wie Wandern und Radfahren. Gäste, die im Alltag Sport treiben, setzen diesen im Urlaub mindestens genau so fort.

Dass Sport im Alltag einen immer grösseren Stellenwert einnimmt, bestätigt auch Jördis Hille, die Kommunikationsmanagerin von komoot. Die App ist ein Routenplaner und ein soziales Netzwerk, das outdoor-begeisterte Menschen miteinander verbindet. In der App finden, planen und teilen Menschen ihre sportlichen Abenteuer mit anderen Nutzern - Tendenz steil steigend. Komoot selbst verzeichnete allein im letzten Jahr ein Wachstum von acht Millionen registrierten Usern. Heute nutzen über 24 Millionen User weltweit die App. Allein in den Märkten Deutschland, Österreich und Schweiz haben 15 Millionen User einen Account bei komoot. "Unser Erfolgsgeheimnis ist die kontinuierliche Weiterentwicklung des Produkts auf Basis der Bedürfnisse unserer User", so Hille. Je mehr Menschen den Service nutzen, umso besser werde das Produkt.

Neben dem enormen Wachstum seien Plattformen wie komoot ein Beispiel dafür, wie sich das Informationsverhalten von sportlich begeisterten Gästen verändert hat. Die User geben und holen sich Inspiration sowie Reiseempfehlungen für spontane und geplante Aktivitäten direkt von der Community. "Sie sind zu einer Art Reisebüro und Informationszentrale geworden", bestätigt Hans-Willy Brockes, CEO von ESB Marketing Netzwerk und Veranstalter des Sport Tourismus Forums. Das liege auch daran, dass die User selbst Spezialisten in ihrer Sportart und dem jeweiligen Ort sind.

Destinationen sollten laut Brockes ebenfalls zu Spezialisten in den Sportarten werden. Skidestinationen zeigen es bereits vor. Dort sei vom Verleih bis zu den Kursen, Pisten, Skidepot und dem Transport alles auf den Wintersport ausgelegt. Bei anderen Sportarten gebe es noch Aufholbedarf. Etwa beim Radfahren. So zeugen Rennradstrecken von 20 Kilometer und weniger auf diversen Destinations-Webseiten von wenig Wissen über die Zielgruppe. "Empfohlen wird der Spezialist. Der Wettbewerb liegt nicht mehr bei den Reisebüros, sondern bei den Communitys und wer die besten Bewertungen bekommt."

Gravelbike und Adventure-Cycling wäre eine Nische, die noch einige Destinationen für sich entdecken könnten. Sie wären jedenfalls eine der Ersten. "Sportliche Gäste suchen zuerst nach der Sportart, erst dann wird entschieden, wo sie diese am besten ausüben können." Daher seien Destinationen gut beraten, sich Generalisten und Experten je Sportart ins Boot zu holen.

Auch die Plattform komoot legt Wert auf diesen Ansatz und hat europaweit ein 10-köpfiges Community-Management-Team im Einsatz. Dieses wird kontinuierlich ausgebaut, um neue Märkte zu erschließen.

"Wir haben echte Generalisten im Team, die in ihrer Sportart Netzwerke aufbauen, Kampagnen und Events initiieren und selbst als wichtiger Botschafter fungieren", erklärt Jödis Hille. Je ein Community Manager ist dabei für einen lokalen Markt zuständig und vertritt eine sportliche Aktivität. So werden Abenteurer von Experten aus den Disziplinen Adventure Cycling, Mountainbike und Wandern aktiviert.

Der dezentrale Ansatz des Community Managements zeigt auch auf, wie komoot unternehmerisch tickt. Anfang 2017 entschied der sechsköpfige Gründerkreis, das Unternehmen remote zu organisieren. Mittlerweile arbeiten fast 90 Mitarbeiter daran, immer mehr Menschen ihr individuelles Abenteuer zu ermöglichen.

Komoot und weitere 20 Topics aus dem Sporttourismus werden am 15. Februar 2022 beim "Sport.Tourismus.Forum" vorgestellt und es wird über Trends und neue Geschäftsmodelle diskutiert. Das Forum wird live in den Olma-Messen in St.Gallen stattfinden. Informationen unter: [www.sporttourismusforum.com](http://www.sporttourismusforum.com)

Pressekontakt:

ESB Marketing Netzwerk  
presse@esb-online.com  
[www.sporttourismusforum.com](http://www.sporttourismusforum.com)

#### Medieninhalte



*Durch Online-Plattformen wie etwa komoot verändert sich das Informationsverhalten von sportlich begeisterten Gästen. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100072381](http://www.presseportal.ch/de/nr/100072381) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Sport.Tourismus.Forum/Pim Rinkes"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100072381/100884392> abgerufen werden.