

Aus dem Wohnzimmer nach Alpe d'Huez – Erfindet sich der Sporttourismus in der Corona-Krise neu?

Valentin Herbold, 24.05.2020

Sporttourismus hat sich in den letzten zwei Dekaden von einem Nischenphänomen hin zu einem breiten, in der Gesellschaft verankerten, Freizeitverhalten entwickelt. Längst haben sich Menschen an die Omnipräsenz von Sport im Alltag gewöhnt: Die regelmäßige Jogging-Runde gehört ebenso dazu wie der Besuch von Stadien oder Sportstätten – doch in Zeiten der Corona-Krise legen Sportveranstaltungen und damit verbundenen Reisen oder das Trainieren in der Gruppe eine noch nie dagewesene Vollbremsung hin.

Transformation im Sporttourismus: Wird sich die Art wie wir Sport konsumieren durch die Corona-Krise verändern?

Der Sporttourismus gilt als die Verbindung von zwei der bedeutendsten Freizeitphänomene unsere Gesellschaft – der „Volkssport Reisen“ sowie die „Sportnation Deutschland“ (Freyer 2002). Derzeit hat die Corona-Krise den Tourismus und damit verbunden den passiven Sportkonsum (bspw. Stadionbesuch) scheinbar fest im Griff. Doch trotz Ausgangsbeschränkungen, geschlossener Grenzen und Reisewarnungen erlebt der aktive Sportkonsum neuerdings einen regelrechten Boom. Nachdem viele Großereignisse im bevorstehenden Sommer abgesagt werden mussten, man denke nur an Olympia oder die Fußball-Europameisterschaft, entdecken nun immer mehr Menschen die Bewegung und den Ausdauersport für sich. Aktivitätsdaten von Garmin, einem Hersteller für Navigationsgeräte und Fitness-Uhren, belegen, dass Länder mit weniger drastischen Einschränkungen wie Deutschland, Großbritannien und Schweden ein Comeback des klassischen Joggings als Massenphänomen erleben (Quelle: [NZZamSonntag](#)). So hat die Lauf-Aktivität von Garmin-Nutzern in Deutschland beispielsweise um ganze 75 Prozent im Vergleich zu den Daten vor dem Shutdown zugelegt (Quelle: [Runnersworld](#)). Selbst in Ländern mit scharfen Ausgangsbeschränkungen halten sich die Menschen fit. So wird in Italien, Frankreich und Spanien verstärkt auf der „Rolle“, also auf Indoor-Heimtrainern für das Rad, trainiert. Dieses Potenzial haben sich Anbieter von virtuellem Ausdauersport zu Nutzen gemacht. Plattformen wie „Zwift“ oder „Rouvy“ boomen, denn dort können Nutzerinnen und Nutzer von Zuhause per Laufband oder Smarttrainer in virtuelle Welten eintauchen und zusammen mit tausenden anderer Sportlerinnen und Sportler zeitgleich trainieren.

„Physischer E-Sport“ – Ein Produktpotenzial für sporttouristische Destinationen?

Der professionelle Radsport beispielweise nutzt mittlerweile Möglichkeiten des „physischen E-Sport“. So fahren bei der „Zwift Tour for all“ viele Profi-Teams fünf Tage lang ein Etappenrennen gegeneinander. Auf Rouvy wurde die Tour de Suisse in Form von erweiterter Realität („Augmented Reality“) ausgetragen (Quelle: [DC Rainmaker](#)). Das Filmmaterial stammt von der Originalstrecke und wird als 2D-Video dargestellt. Die Teilnehmer werden mit ihrem 3D-Avatar auf diese Strecke unter Berücksichtigung der Leistungsparameter projiziert (Quelle: [Tour Magazin](#)). Jan Frodeno, 3-maliger Gewinner des berühmten Triathlons auf Hawaii, absolvierte einen ganzen Triathlon im eigenen Heim

und wurde per Livestream von tausenden Fans angefeuert (Quelle: [Zeit Online](#)). Der Amateursport entdeckt ebenfalls die neue Technologie für sich: Das bekannte Jedermann-Rennen „Eschborn-Frankfurt“, welches normalerweise jährlich am 1. Mai ausgetragen wird, hat kürzlich ebenfalls eine virtuelle Austragung angekündigt. Anstatt auf den Straßen zwischen Eschborn und Frankfurt schwitzen Radsportlerinnen und Radsportler auf ihren Heimtrainern, sehen jedoch Originalaufnahmen der Strecke und ihre Mitstreiterinnen und Mitstreiter (Quelle: [Tour Magazin](#)).

Diese Entwicklung wirft nun grundsätzliche Frage zu angepassten Angeboten von Destinationen auf. Durch die stetige Verbesserung digitaler Technologien könnte es in der Zukunft möglich sein, per virtueller oder erweiterter Realität, an jedem Ort der Erde vom eigenen Wohnzimmer aus zu laufen oder zu fahren. Städte oder Regionen die jetzt schnell reagieren und attraktive Angebote für ihre Gäste entwickeln, könnten auch langfristig profitieren. Einerseits von einem Imagegewinn, andererseits durch die Schaffung innovativer Erlebnisse.

Stellen somit Online-Dienste eine potenzielle Alternative für Destinationen dar, welche an der Grenze ihrer Tragfähigkeiten stehen und deren Einwohner gegen ein Zuviel an Touristen (Erschbamer et al. 2018) protestieren?

Per Laufband die leeren Gassen von Venedig oder Dubrovnik entdecken, ohne dabei von Menschenmassen erdrückt zu werden? Nach dem Feierabend spontan für zwei Stunden die berühmten Serpentina nach Alpe d'Huez auf den Spuren großer Tour-de-France Sieger erklimmen? Diese Art des Reisens und gleichzeitigen Sporttreibens klingt in der derzeitigen Situation als echte Option, dennoch ist es mehr als fraglich ob sie sich nach Ende der weltweiten Kontakt- und Ausgangsbeschränkungen durchsetzt. Sport ist nicht nur die Stimulierung des eigenen Körpers, sondern lebt von sozialer Interaktion und der Auseinandersetzung mit der Natur. Daher wird der virtuelle (Ausdauer-) Sport den klassischen nicht verdrängen, er kann ihn allerdings ergänzen. Damit offenbaren sich vielfältige neue Denkansätze für Destinationen, welche ihre Besucherströme auch nach der Krise verstärkt steuern müssen.

Weiterführende Literatur:

Erschbamer, G., Innerhofer, E, Pechlaner, H. (2018): Overtourism: How much tourism is too much? Eurac Research: Bolzano, Italy.

Freyer, W. (2002): Sport-Tourismus. Einige Anmerkungen aus Sicht der Wissenschaft(en). In: Dreyer, A. (Hrsg): Tourismus und Sport. Wirtschaftliche, soziologische und gesundheitliche Aspekte des Sport-Tourismus. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Valentin Herbold ist Mitarbeiter am Lehrstuhl Tourismus / Zentrum für Entrepreneurship an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Er untersucht das Phänomen des aktiven Sporttourismus und dessen Auswirkungen auf die Destinationsentwicklung. Dabei legt er seinen Schwerpunkt auf Wechselwirkungen zwischen der lokalen Bevölkerung und den Touristen.