

# 94

# «DIE SCHWEIZ SOLLKOCHEN»»

Die 2009 IIHF Eishockey-Weltmeisterschaft vom 24. April bis 10. Mai in Bern und Kloten kann auf einen erfahrenen Sportmanager zählen. Der ehemalige Chef Leistungssport bei Swiss Ski und Chef der alpinen Ski-WM 2003 in St. Moritz, Gian Gilli, hat sich ganz dem Eishockey verschrieben.

## Von Skepsis und Leidenschaft

### Gian Gilli, worauf kommt es bei der WM besonders an?

Einerseits auf ein effizientes Management und andererseits auf das Entfachen einer Eishockeybegeisterung. Die Emotionen in der Eishockey-Schweiz sollen kochen – für internationales Eishockey und selbstverständlich für unsere Nationalmannschaft.

### Das ist ein hochgestecktes Ziel.

Die Aufgabe ist nicht ganz einfach, das stimmt. Wir wissen, wie die Schweizer sind. Im Voraus sind sie eher skeptisch. Aber kaum läuft der Event, lassen sie sich schnell begeistern, und diese Begeisterung ist dann sehr ehrlich und herzlich. Das sind beste Voraussetzungen. Diese Erfahrungen habe ich schon gemacht.

### Sie spielen auf Ihre Erfahrung als Chef der Ski-WM 2003 in St. Moritz an. In welchen Bereichen profitieren Sie davon, schon einmal einen Grossanlass organisiert zu haben?

Es gibt viele Gemeinsamkeiten, etwa in der Gesamtstruktur, bei den Prioritäten, Strategien und in der Kommunikation. Zudem macht man einmal begangene Fehler kein zweites Mal.

### Zum Beispiel?

Strukturen zu bestimmen, die für die Umsetzung von Grossveranstaltungen nicht geeignet sind. Oder Mitarbeitende einzustellen, welche die Affinität zum Sport nicht besitzen und keine Erfahrung im Bereich der Organisation von Grossevents vorweisen können.

### Wie man Frauen zu Eishockeyfans macht

#### Gian Gilli, wie wichtig sind die Fans für die WM?

Fans und ihre Betreuung sind zentral! Neben Fussball sind Eishockey und Ski in der Schweiz die zwei beliebtesten Sportarten. Unser Ziel ist, dass aus Clubfans durch die WM auch Nati-Fans werden.

### Was ist mit all den Leuten, denen Eishockey nichts sagt?

Natürlich sind auch das potenzielle Kunden. Nehmen wir das Gros der Frauen als Beispiel: Wir haben eine Diplomarbeit schreiben lassen zum Thema, wie man Frauen an einen Sportevent bringt. Dabei konnten wir vier wichtige Punkte eruieren:

Die Spielregeln müssen bekannt sein.

Die Sicherheit im und um das Stadion muss gewährleistet sein, es darf keine Gefahr durch Ausschreitungen bestehen.

Es muss einen gewissen Qualitätsstandard geben bei der Infrastruktur, z. B. bei den sanitären Anlagen.

Das Rahmenprogramm muss Frauen jeglichen Alters ansprechen. Frau will etwas erleben.

Gerade auf Rahmenprogramme legen wir grossen Wert. Damit wollen wir ein nachhaltiges Erlebnis schaffen und die Eishockeybegeisterung über die WM hinaustragen. Der Sport, das WM-Turnier steht immer im Zentrum unserer Bemühungen. Der Star ist immer der Spieler. Aber die Besucherinnen und Besucher wollen heute mehr Erlebniswert. Dem gilt es gerecht zu werden.

### Zum Beispiel?

Es gibt auch neue Sachen, die im Namen der 2009 IIHF Weltmeisterschaft lanciert werden, zum Beispiel die «Chneblete». Wissen Sie, was das ist?

### Da tun mir die Schienbeine weh. Und ich sehe gefrorene Seen, auf denen Väter mit ihren Kindern Hockey spielen.

Das Bild ist gut. Wir bieten Hockey in seiner einfachsten Form: mit Schlittschuhen, Handschuhen, Stock und Puck auf gefrorenen Seen – unbeschwert und echt. Die Leute sollen Eishockey spielen und Eishockey geniessen, wie anno dazumal. Solche Rahmenprojekte, lanciert über die WM-Organisation, geben dieser tollen Sportart auch in der Breite neue Impulse.

### Den Schwung der EURO 08 mitnehmen

#### Und wie holen Sie die Zuschauerinnen und Zuschauer an die Spiele?

Über Emotionen. Wir wollen, dass die Fans in eine Erlebniswelt eintauchen.

Der Sportler, die Sportlerin ist der Held, das Spiel ist der Höhepunkt. Daneben bieten wir viel Unterhaltung und Grund zur Lebensfreude. Dem Publikum soll mit Hilfe von technischen Hilfsmitteln eine tolle Show geboten werden, ohne jedoch die Qualität des Sports zu mindern.

Nach der Euro 08 und Olympia 2008 in Peking starten wir unsere Kommunikationsoffensive. Die Sportbegeisterung der Euro 08 wollen wir nützen und die Zuschauerinnen und Zuschauer für die Eishockey-Weltmeisterschaft gewinnen.

**Gian Gilli ist Generalsekretär der 2009 IIHF Eishockey-Weltmeisterschaft in der Schweiz. Der 49-jährige Bündner legt besonderen Wert auf das Entfachen einer Eishockeybegeisterung im Land. Die WM soll für die Schweizerinnen und Schweizer zu dem werden, was sie für ihn bereits ist: Passion, Leidenschaft, Hühnerhaut.**

Von Caroline Doka

### Schub? Stiehlt die Euro 08 der Eishockey-WM nicht eher die Show?

Im Gegenteil! Ich sehe die Euro 08 mehr als Chance denn als Gefahr. Die Party ist nach der Euro 08 nicht fertig, sie geht weiter. Ich bin überzeugt, dass die Euro 08 begeistern wird. Dieser Enthusiasmus wird auch auf die 2009 IIHF Weltmeisterschaft überspringen.

### Werden Sie «Public Viewing» organisieren, analog den Fussballübertragungen?

Bevor wir Leinwände einplanen, müssen wir die Stadien füllen. Das ist unsere Aufgabe.

Während der Eishockey-Weltmeisterschaft finden 56 Spiele in Bern und Kloten statt, das sind 41 Spiele mehr, als während der Euro 08 in der Schweiz ausgetragen werden.

### Das Feuer ist übergesprungen

#### Was ist Ihre persönliche Erinnerung an Eishockey?

Ich habe als Kind oft Eishockey gespielt. Das gehörte im Engadin, wo ich aufgewachsen bin, einfach dazu. Wir haben viel geknebelt: vor der Schule, in der Pause, auf Parkplätzen, und das Eisfeld in Zuoz lag direkt neben der Schule.

### Spielen Ihre Kinder auch Eishockey?

Ich habe drei Töchter. Sie wurden durch meinen Job für die Ski-WM 2003 in St. Moritz zu grossen Skifans und sind heute aktive Skirennfahrerinnen. Seit ich als Generalsekretär für die 2009 IIHF Weltmeisterschaften tätig bin, werden sie immer mehr auch zu Eishockeyfans.

Meine Begeisterung für diese einmalige Sportart ist zu ihnen übergesprungen. Und genau so soll es sein: Sportevents leben von Emotionen, und man kann diese Emotionen benützen, um Begeisterung zu wecken. Die Voraussetzung ist Passion, ist Leidenschaft, Hühnerhaut. Ehrliche Leidenschaft strahlt aus und überträgt sich.

### Die Schweiz holt ...

#### Wie lautet Ihre Prognose fürs Ranking an der WM?

Russland, Schweden ... Kanada ... Soll ich mutig sein?

### Gerne, ja.

Also, meine Wunschrangliste sieht so aus: Schweden, Kanada, Schweiz, Finnland, Russland, Slowakei. Ich wünsche mir, dass die Schweiz aufs Podest kommt. Auch wenn mir jetzt viele sagen, dass ich keine Ahnung habe ...

Es gibt genug Beispiele dafür, dass Mannschaften vor heimischem Publikum über sich hinausgewachsen sind. Und ich glaube fest daran, dass auch unsere Eishockey-Nati dazu fähig ist. Wir als Organisation werden alles geben, um die Rahmenbedingungen für einen Exploit unserer Eidgenossen zu schaffen. Das ist auch unsere Motivation.

### Was bringt die Eishockey-WM der Schweiz?

Die Eishockey-Weltmeisterschaft soll dem ganzen Eishockeysport in der Schweiz neue Impulse geben. Man muss sich immer wieder vor Augen führen, dass in diesen zwei Wochen die besten Mannschaften der Welt hier spielen werden. Die WM ist eine riesige Chance für den Eishockeysport in unserem Land. Eine Chance, sich sportlich im World-Ranking zu verbessern. Eine Chance, uns als schönes, freundliches, modernes und starkes Eishockeyland auch international zu positionieren. Weiter wollen wir über diesen Event unsere Lebensart, unsere Kulturen und Brauchtümer der Welt zeigen, kurz gesagt, wir empfangen alle Gäste als offene und herzliche Gastgeber in unserem Land. Willkommen im Eishockeyland Schweiz!

*Caroline Doka ist Mitinhaberin der Agentur DOKA/SCHNEIDER, Projekte in Sport und Kultur in Basel sowie freischaffende Journalistin BR.*

