

# Die perfekte Welle

Heiligenhafen, 6. Oktober 2017



**Wo ist der Fokus: Mediale Aufmerksamkeit oder buchende Gäste?**

- Je nach angestrebter Reichweite ist mediale Aufmerksamkeit RICHTIG teuer und oder nur bedingt glaubwürdig (ein Air Race ist hinsichtlich Gastgebern austauschbar oder passt einfach nicht von der Dimension).
- Zu einem einmaligen Großevent kurzfristig anreisende Gäste sind nicht unbedingt handelbar bzw. führen zu Negativ-Effekten bei Bestandsbuchungen.

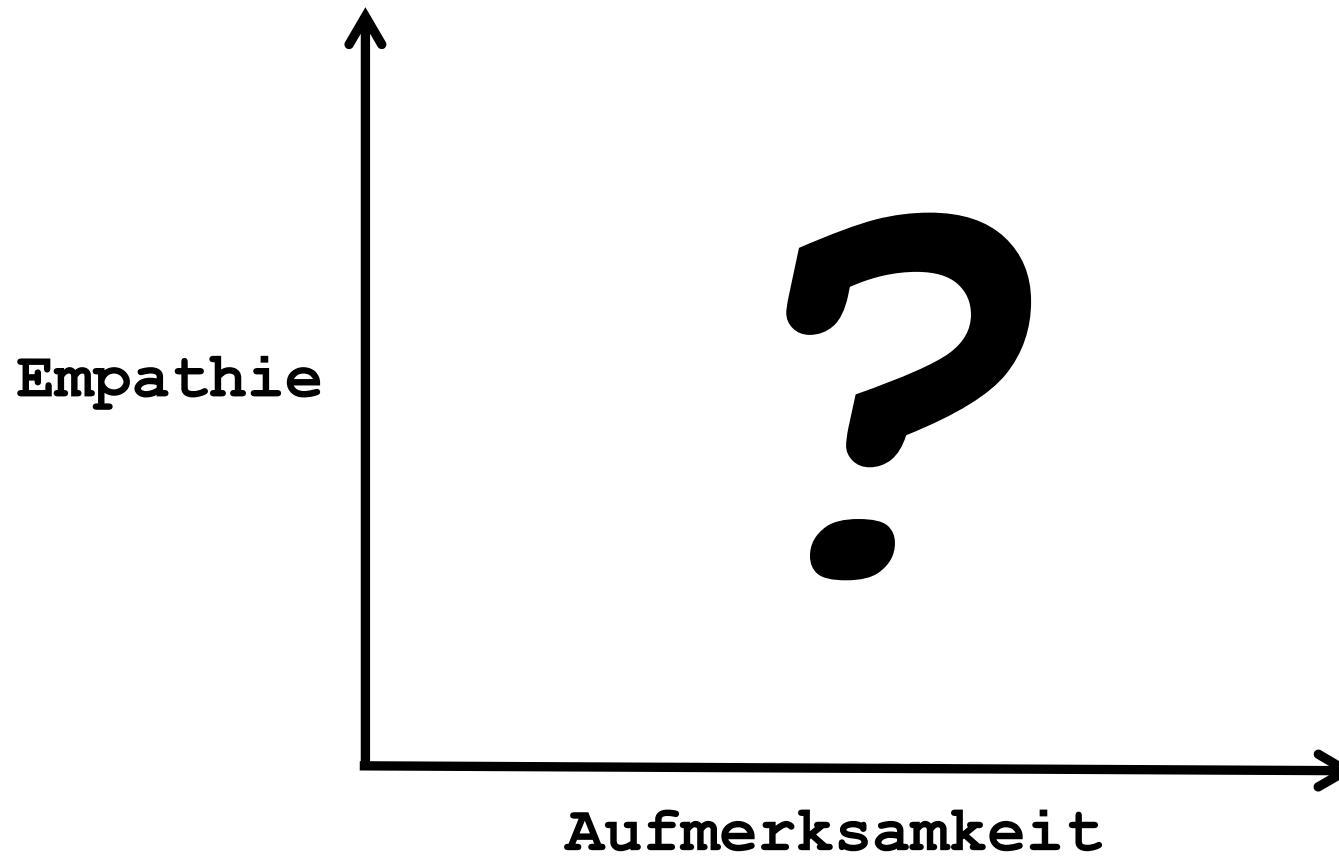
Am Einfachsten: Einen Besucher der wegen einer Attraktion zusätzlich kommt und der über die Attraktion kommuniziert



Was passt zu unserer Heimat? Strand- oder Wassersport.



Das eine geht ohne das Andere nicht



Aufmerksamkeit – mit Fussballstars und grossem Budget oder  
Aufmerksamkeitsstarken Nischen

Mirko Slomka beim KitesurfCup



Anne Valvatne fordert die Fähre heraus

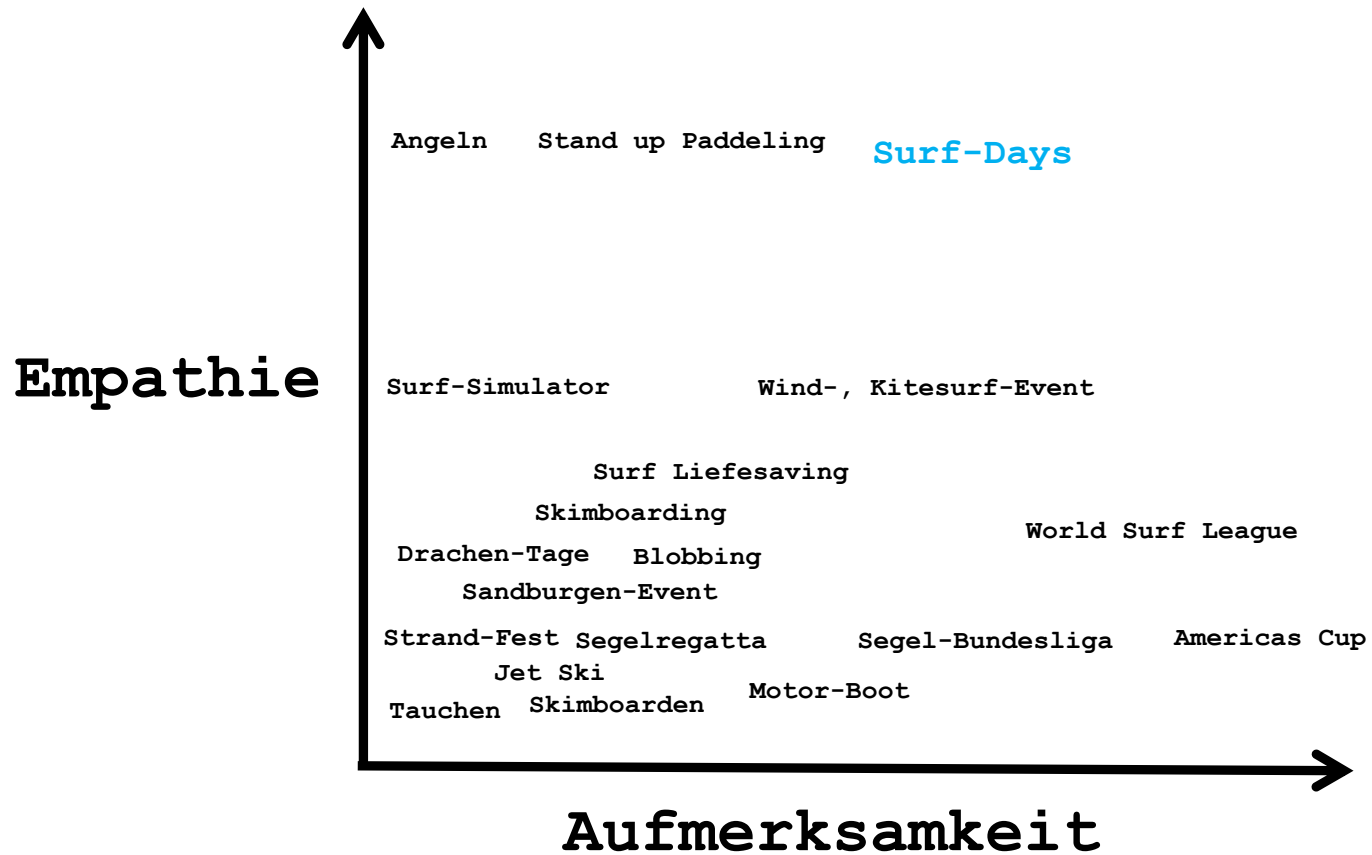


Empathie – Mitmachen ohne sich sprichwörtlich nass zu machen



## Das eine geht ohne das Andere nicht

Grobeinschätzung im Segment Wassersport





**Fluss-Wellen und Wavepools - stationäre Lösungen**



*Bratislava - Freizeitpark Donaustauwerk*  
<http://www.divokavoda.sk/activities/surfing/>



*Siam Park Tenerifa*  
[www.siampark.net](http://www.siampark.net)

## Bedingt mobile Konzepte – Deep Water vs. Flow Wellen



**München Jochen schweizer Arena**  
<https://www.jochen-schweizer-arena.de/surfen/>

- Ein ca. 80 cm dicker Wasserfluss ström mit natürlicher Strömungsgeschwindigkeit hinab
- Autentisches Surf Gefühl
- Ertrinkensängste durch Walze
- 600 Tonnen Wasser müssen gehandelt werden



**Wave House Mallorca**  
[www.flowrider.com](http://www.flowrider.com)

- Ein ca. 2-3 cm dünner Wasserfilm wird mit Hochdruck-Pumpen den Berg hinaufgeschossen
- Eigenes „Floboard“- Gefühl
- Relativ ubiquitär einsetzbar
- Hoher Energiebedarf (400-800 KW)

Erstens: Zielgruppe first = so einfach wie möglich - so schwierig wie nötig



**Köner**

**Anfänger**

Wer füllt Gastronomie und Hotellerie  
und was wird viral weitergegeben?

Zweitens: Nicht Alles was geht ist wirtschaftlich sinnvoll



Invest + Betriebskosten?

Drittens: Ein Thema ist ein Thema wenn es EIN Thema ist - kein Mittelaltermarkt parallel zum Kite-Event



Was bleibt für Kommunikation „übrig“

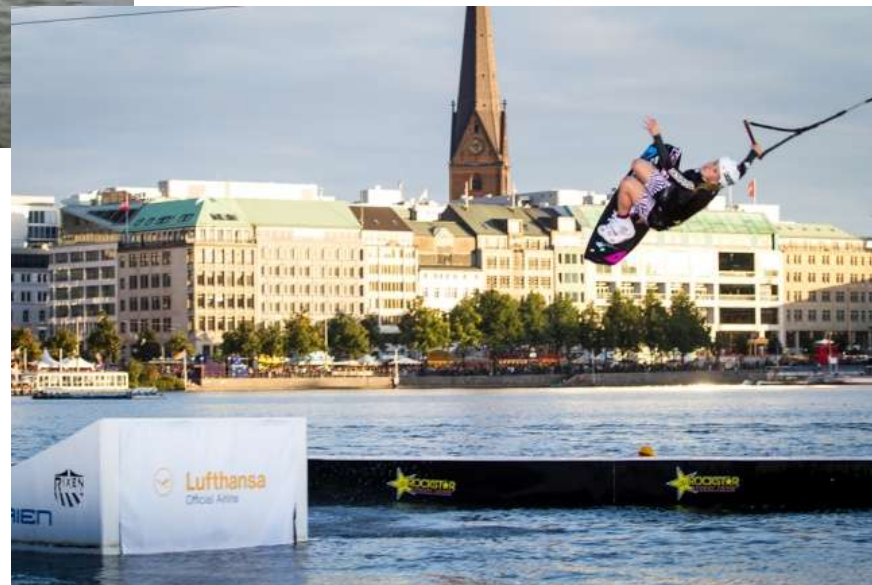
## Wo passt unsere mobile Surfwelle hin?

- Budget Komplettpaket 4 Betriebstage 27.500€
- 4 Stromanschlüsse 32 Ampere
- C-Rohr Anschluss Wasser, einmalige Befüllung 35 cbm
- Netto 10x15 Meter Platz mit Deckenlast 500 kg

Alternativen zur Surf-Days Welle? Kitesurf-Trophy



oder Wakeboarden als die dynamische Form eines Hafenfestes?





und noch mehr Alternativen wie Blobber, SUP oder Riesenrutsche



Danke für Ihre Aufmerksamkeit !

© Brand Guides  
Markenberatung GmbH & Co KG

Fon +49 40 54 80 23 0  
Fax +49 40 54 80 23 29  
Mail [info@brandguides.com](mailto:info@brandguides.com)

Steilshooper Strasse 112  
22305 Hamburg  
Germany

# Sommer, Sonne, Strand

