

## Faszination Gleitschirm

Freies Fliegen fasziniert die meisten Menschen. Das gilt besonders für das Gleitschirmfliegen, den ästhetischsten aller Flugsportarten. Die Möglichkeit, mit scheinbar spielerischer Leichtigkeit frei über den Berggipfeln zu fliegen und bis zu den Wolken hinauf zusteigen, begeistert auch diejenigen, die selbst noch nie geflogen sind. Kaum ein Anblick regt mehr zum Träumen an, als ein bunter Gleitschirm, der sich nach wenigen mühelosen Schritten des Piloten in die Luft erhebt und vor einer schönen Bergkulisse entlang schwebt. Infolgedessen wird den Piloten bei der Ausübung ihres Sportes eine sehr große Aufmerksamkeit und Beachtung geschenkt. Passanten schauen gespannt bei den Startvorbereitungen zu, sehen den aufsteigenden Gleitschirmen lange nach und beobachten aufmerksam die Landungen.

Das Gleitschirmfliegen ist noch eine sehr junge Sportart, die erst seit 1987 als Flugsportart in Deutschland zugelassen wurde. Gleichzeitig ist das Gleitschirmfliegen jedoch ein aufstrebender Wettkampfsport, bei dem Hochleistungssportler unglaubliche Leistungen vollbringen. Gerade in der letzten Zeit haben die Medien das Wettbewerbsfliegen für sich entdeckt. Durch optisch eindrucksvolle Berichte wird das allgemeine Interesse am Gleitschirmfliegen in der Öffentlichkeit noch erhöht.

## Der Gleitschirm als ideale Werbefläche

Aufgrund der geschilderten Faszination für das Gleitschirmfliegen, der sich die wenigsten Menschen entziehen können, lässt sich der Gleitschirm als besonders effektive Werbefläche nutzen. Auf dem Segel können großflächig **Werbeschriftzüge und Logos** aufgebracht werden. Dies bietet viele Vorteile: Die Kosten sind vergleichsweise niedrig und die technische Umsetzung ist einfach. Ein Schriftzug in einem Gleitschirm ist eine außergewöhnliche und daher einprägsame Möglichkeit, um eine Werbebotschaft oder einen Markennamen zu etablieren.

Im Gegensatz zu medialer Werbung trifft Werbung in einem Gleitschirm den Empfänger immer in einer positiven Grundstimmung an: Bei gutem Wetter, in der Freizeit oder im Urlaub, häufig mit Freunden oder Familie. Gleitschirmfliegen ist ein Freizeitsport, somit sind auch die Betrachter fast ausschließlich in Ihrer Freizeit unterwegs. Sie haben die Zeit und die Muße, die Flieger zu beobachten. Studien haben ergeben, dass Passanten einen Gleitschirm zwischen zwei und fünfzehn Minuten ansehen. Diese lange Betrachtungszeit prägt die Werbebotschaft sehr nachhaltig beim Empfänger ein. Die Erinnerung an den schönen Anblick des Gleitschirms ist gepaart mit der Werbebotschaft. Dadurch erreicht die Werbung eine zusätzliche **Nachhaltigkeit**.

Geflogen wird in den Freizeitgebieten der Mittelgebirge und vorrangig in den Urlaubsregionen der Voralpen und Alpen. Startgebiete sind Berghänge, meist in der Nähe von Seilbahn- oder Liftbergstationen. Landwiesen sind in den Tälern, meist in der Nähe von Ausflugslokalen oder Bergbahnen. Ausgangspunkt der Beobachtung der Gleitschirmflieger ist also fast immer ein **obligatorischer Anlaufpunkt** im Urlaub, wie eine Bergbahn oder ein Gasthaus in der Nähe.

Die Urlaubsgebiete haben sehr unterschiedliche Charaktere und sprechen, wegen der landschaftlichen Ausprägung und des Niveaus der Hotellerie und Gastronomie, unterschiedliche **Kundengruppen** an. Sowohl in den Mittelgebirgen, als auch in den Alpen und Hochalpen unterscheiden sich die Regionen und die einzelnen Urlaubsortschaften teils erheblich im Preisniveau. Folglich lassen sich die Regionen sehr leicht klassifizieren und die Zielgruppen für die ausgewählte Region bestimmen.

Eine Werbebotschaft mit dem Gleitschirm kann so regions- oder ortsgebunden auf eine Konsumentengruppe mit einem definierten Jahreseinkommen ausgerichtet werden. Die Werbebotschaft kann saisonal angepasst werden (Sommer / Winter), so dass die **Streuverluste relativ gering** sind.

Folgende Tabelle zeigt exemplarisch die Besucherzahl für die Bergbahn Schmitenhöhe in Zell am See (Pinzgau). Die Schmitenhöhe ist aufgrund ihrer guten Flugbedingungen ein extrem stark frequentierter Flugberg.

	Besucher	pro Stunde
Sommer	216.690	190
Winter	8.816.849	9.840
Durchschnittliche Besucherzahl	9.033.539	4.435

### **Welche Personengruppe fliegt aktiv Gleitschirm, bzw. ist konkret an dem Sport interessiert?**

In Deutschland gab es im Jahr 2003 insgesamt 25.963 aktive Piloten, 87,6 % davon sind männlich. Das Durchschnittsalter liegt bei 36 Jahren. 23 % der Piloten sind zwischen 13 und 29 Jahren, knapp die Hälfte der Flieger sind zwischen 30 und 39 Jahre alt, 19,5 % sind über 40, und nur 8,7 % über 50. Das bedeutet, der typische Gleitschirmpilot ist **männlich, mittleren Alters (zwischen 30 und 40) und besser oder gut verdienend**. Letzteres wird angenommen, weil Ausrüstung und Ausbildung, sowie Ausübung des Gleitschirmsports und Instandhaltung der Ausrüstung vergleichsweise teuer sind.

Die relativ geringe Zahl aktiver Flieger spiegelt nicht das **hohe Interesse der Öffentlichkeit** für das Gleitschirmfliegen wider. Umfragen haben ergeben, dass 15,7 Prozent der deutschen Bevölkerung selber gerne den Sport ausprobieren würden. Besonders junge Leute zeigen sich sehr interessiert: 31,1 % aller befragten Jugendlichen im Alter von 16 bis 29 Jahren würden gerne selbst Gleitschirm fliegen.

Viele Personen, die selbst nicht fliegen möchten, - meist aus Gründen der Sicherheit, oder weil sie angeben, nicht schwindelfrei zu sein - sind von dem ‚Mut‘ der Piloten und der Ästhetik des Sports fasziniert.

Eine äußerst interessante Statistik, die Sportarten aufweist, die von den Personen regelmässig ausgeübt werden, die sich selbst für das Fliegen interessieren, zeigt eindeutige

#### **Trends.**

- Mountainbike 72,8 %
- Inline Skates 60,2 %
- Snowboard 55%
- Ski 48 %
- Fitness 45,6 %

Zusammenfassend lässt sich daraus schließen, dass diejenigen, die sich für den Flugsport besonders interessieren, überwiegend jung, männlich und sportlich aktiv sind, letzteres vor allem im Bereich Bergsport.

Demzufolge lässt sich eine Werbebotschaft an ein klar definiertes Publikum richten und ist für bestimmte Branchen besonders gut geeignet, z.B. für den Bereich Sport- und Funktionsbekleidung, Schuhe, Fitnessstudios, Sportzeitschriften, Sportlernahrung und isotonische Getränke, uvm.

## Potentielle Werbekunden

Unternehmen oder Kunden, die den Gleitschirm als Werbefläche nutzen wollen, sollten durch ähnliche Eigenschaften gekennzeichnet sein, die nachstehend dem Gleitschirmfliegen zugeordnet werden oder damit in Zusammenhang stehen.

- auf Sicherheit bedacht, nicht risikofreudig
- trendorientiert
- im Einklang mit der Natur
- umweltfreundlich
- sportlich, aber nicht kämpferisch
- fair
- nicht aggressiv
- kommunikativ

Hieraus ergeben sich die folgenden **Produktgruppen**:

Produktgruppe	Produktspezifikation	Marken
<b>Getränke</b>	Energydrinks	Red Bull
	Lightbiere	
	Weizenbier Light	Erdinger
	Softdrinks wenig Alkohol	
	Isotonische Getränke	
	Koffeinhaltige Getränke	Coca Cola
	Bier	Veltins, Becks, Erdinger, Löwenbräu, Henninger, Stiegl,
	Limonaden / Säfte/ Schorlen	Punica
<b>Lebensmittel</b>	Convenience	Knorr, Maggi,
	leichte Molkereiprodukte	Müller
	Energyriegel	
<b>Autos</b>	Sportkombis	Volvo, Audi, VW, Ford, Opel, Chrysler, Toyota, Mitsubishi, Nissan, BMW, Rover, Mini
	Vans	VW, Ford, Opel, Chrysler, Toyota, Nissan
	Wohnmobile	VW, Peugeot, Fiat, Hymer, Westfalia, Knaus Tiag Group, Carthago
<b>Bekleidung</b>	Funktionsbekleidung	Goretex, Schöffel, Jack Wolfskin, Mehler Outdoor, Big Pack, Mammut, Arc`Teryx, astri, VauDe, JeanTex, Columbia, Royal Robbins, Fjäll Raven, Ortovox,
	Trendbekleidung	S.Oliver
	Sportbekleidung	Adidas, Puma,
<b>Schuhe</b>	Funktionsschuhe, Bergschuhe	Hanwag, Meindl, Lowa, Scarpa, Kamik, Jack Wolfskin, Fjäll Raven, Teva,
<b>Strümpfe</b>	Funktionssocken	Falke, Wigwam
<b>Uhren</b>	Funktionsuhren, Fliegeruhren Uhren mit barometrischer Höhenmessung	Breitling, Fortis; Glashütte, Tag Heuer

<b>Kommunikationsunternehmen</b>	Hardware und Netzbetreiber	Telekom, Ericson, Nokia, Siemens,
<b>Dienstleister</b>	Post-Paketversand	DHL, Post, UPS, Overnight Courier, German Parcel
<b>Fluggesellschaften</b>	Billigflieger	Germanwings, Ryanair
<b>Versicherungen</b>		alle Gesellschaften
<b>Zeitarbeitsunternehmen</b>		Addecco, Manus, timecraft,
<b>Sportstudiotketten</b>		InJoy,
<b>Pharmahersteller / -handel</b>	Mineralprodukte OTC Nahrungsergänzung	Doc Morris

## Zahlen und Fakten

### Fläche

Die große Fläche des Gleitschirms kann ideal durch Werbeflächen genutzt werden. Ein normaler Gleitschirm hat eine Fläche (abhängig vom Pilotengewicht) von ca. 26 bis 32 qm. Ein Tandemgleitschirm ist sogar 32 bis 37 qm groß.

### Lebensdauer eines Gleitschirms

Die Lebensdauer eines Gleitschirmes beträgt bei sehr häufigem Gebrauch im Durchschnitt mit 3-4 Jahren angegeben.

### Technische Umsetzung

Der Gleitschirmhersteller Swing bietet die Möglichkeit, Werbeschriftzüge und Logos auf dem Segel des Gleitschirms aufzubringen. Swing hat bereits mehr als 250 Schirme mit einem Werbeschriftzug gestaltet und kann Ihnen daher bei der genauen Umsetzung Ihrer Vorstellungen behilflich sein.

Der Gleitschirm kann vom Sponsor oder vom Pilot individuell am Computer gestaltet werden. Für die farbliche Gestaltung des Segels und der Beschriftung stehen große Spielräume offen. Genaue Informationen zur technischen Umsetzung finden Sie unter [http://www.swing.de/index.php?main=service&sub=sponsor\\_werbung&lang=de](http://www.swing.de/index.php?main=service&sub=sponsor_werbung&lang=de)

### Kosten

Der Preis für die Anbringung des Werbeschriftzugs bei der Firma Swing hängt von der Komplexität des Logos, der Anzahl von Details und der betroffenen Zellen des Gleitschirms ab. Einfache, weniger aufwendige Logos kosten den Kunden zwischen 400 bis 800€. Sehr komplexe Werbeschriftzüge können bis zu 1000€ oder eventuell mehr betragen. Dieser Preis muss zuzüglich der Kosten für einen Gleitschirm gerechnet werden. Diese betragen je nach Schirm ungefähr 3000 Euro.

### Lieferzeit

Die Produktionszeit beträgt in der Regel 3 bis 4 Wochen.