

Deutschland-Cup ab 2004

Historie:

Der Deutschland-Cup hat sich in den letzten 3 Jahren sehr gut in der Veranstaltungsszene etabliert. Es ist gelungen, eine hochinteressante Wettkampfserie aus einer Kombination von Sprint- und Classicwettkämpfen zu gestalten. Die Veranstalter wurden mit Equipment und Know-How des **Wildwasserförderclubs und der Agentur Sport-Marketing Oberstdorf** unterstützt. Dabei kam es vor allem darauf an, einen passenden Rahmen um das Gütesiegel „Deutschland-Cup“ bei jedem einzelnen Deutschlandcup-Wettkampf zu schaffen. Ein neues Zugpferd ist geschaffen worden, um den Wildwasserrennsport weiter nach vorne zu bringen und zu professionalisieren. Einigen Ausrichtern ist es dabei gelungen, unserem Sport in einem tollen Rahmen und auch für Außenstehende hochinteressant zu präsentieren.

„Mit dem Namen Deutschland-Cup kann ich bei Presse, Sponsoren und öffentlichen Stellen unglaublich viel bewirken. Beim Zuschauer kommt es letztlich nur darauf an, wie man den Sport präsentiert“ Zitat von Stephan Stiefenhöfer, Organisator KölnKanuSprint.

Aus sportlicher Sicht steht der Titel Deutschland-Cup-Sieger für konstante Hochleistung und lässt sich zudem wieder in den Medien und bei den Fans hervorragend verkaufen. Alles in allem also eine Idee, die Früchte trägt.

Das war aber noch nicht alles! Da ist noch mehr drin!!

Ziele:

Mit namhaften Veranstaltern , wie Jupp Plain (Irreler Wasserfälle), Stephan Stiefenhöfer (KölnKanuSprint), Uwe Klessinger (Ilz) und Günter Müller (Isar) sowie mit dem Aktivenprecher der Nationalmannschaft , Florian Wohlers, haben wir ein Konzept erarbeitet, das ab 2004 zum Einsatz gebracht wird.

Ziel ist es, den Wildwasserrennsport im allgemeinen und dabei den Deutschland-Cup im speziellen für die Öffentlichkeit so zu präsentieren, dass wir mehr Aufmerksamkeit auf uns ziehen und Interesse auch bei unbeteiligten Dritten erlangen.

Unser Sport muss bei Deutschland-Cup Veranstaltungen **dem Publikum** in seiner gesamten Spannung und Attraktivität präsentiert werden. In diesem Punkt unterscheiden sich Deutschland-Cup Wettkämpfe von Wettkämpfen, die als Zielgruppe nur die aktiven Sportler ansprechen. **Deutschland-Cup Wettkämpfe dürfen keine Insider-Veranstaltungen bleiben!** Es soll mittelfristig durch den Deutschland-Cup ein positives Image in der Öffentlichkeit um den Wildwasserrennsport aufgebaut werden, welches sich langfristig auch positiv auf den gesamten Wildwasserrennsport auswirken wird. Um hier Erfolg zu haben, bedarf es einer konsequenten Umsetzung des Konzeptes des Deutschland-Cup's. Die Kriterien für einen Deutschland-Cup können variabel sein und an den jeweiligen Veranstalter angepasst werden, jedoch muss dies sich in einen bestimmten Rahmen bewegen.

Die positiven Auswirkungen dieses Konzeptes kommen langfristig allen im Wildwasserrennsport Involvierten zugute. Aktive Athleten sind Motivierter, wenn sie in der Öffentlichkeit Beachtung finden. Die Motivation des Nachwuchses ist größer, wenn sie bei den „Großen“ spannende Wettkämpfe und Positionskämpfe im Deutschland-Cup beobachten können. Das Interesse wächst, sich in diesem Sport zu engagieren, wenn man merkt, dass hier was läuft. Die Startfelder bei allen Veranstaltungen werden langfristig steigen.

So bringen wir unseren Sport voran und machen ihn für die Zukunft konkurrenzfähig. Hierbei sind natürlich auch einige Regeln aus dem **Bereich des Sportmarketings zu beachten und dessen Instrumente einzusetzen.**

Ein **einheitliches Erscheinungsbild** nach außen spielt hier eine grundlegende Rolle. Die Deutschland-Cup-Veranstaltungen müssen nach einem einheitlichen Konzept aufgebaut sein. Dies muss konsequent und mit einem Corporate Image auf jeder Veranstaltung zu erkennen sein. Die wichtigen Kriterien einer attraktiven Veranstaltung sind hier:

- **Interesse wecken**
- **Spannung aufbauen**
- **Informationsfluss zum Zuschauer/Interessierten**
- **Einbeziehen des Zuschauers/Interessierten**
- **Wiedererkennungseffekt**

Bei einer **Eventserie wie dem Deutschland-Cup ist die einheitliche Gestaltung der einzelnen Veranstaltungen und damit der Wiedererkennungseffekt** von großer Bedeutung. Das Konzept muss auf jeder Veranstaltung zu erkennen sein. Dies wird im einzelnen durch folgende Kriterien erreicht:

- Bei und um den Wettkampf muss zu erkennen sein, dass es sich **um ein Deutschlandcup-Wettkampf handelt**. Hierzu sind die Deutschland-Cup-Banderolen, Info-Schilder, Plakat- und Flyervorgaben sowie das DC-Logo auf jeder mit dem Deutschland-Cup in Verbindung stehender Korrespondenz (Presseinfos, Einladungen usw.) zu verwenden.
- Bei Siegerehrungen und Interviews im Rahmen des Deutschland-Cups müssen die vom Wildwasserförderclub zur Verfügung gestellten **Präsentationswände** in den Hintergrund gestellt werden. (Hier können evt. auch eigene Sponsoren des Veranstalters berücksichtigt werden)
- In den Deutschland-Cup-Rennen müssen die zur Verfügung gestellten **Startnummern** verwendet werden.
- Den **Hauptsponsoren des Deutschland-Cups** müssen an attraktiven Stellen (Start-, Zielbereich, Schlüsselstellen) Möglichkeiten zur Präsentation zur Verfügung gestellt werden (Banderolen o.ä.).
- Im Hauptaktionsbereich müssen **Präsentationszelte und ein Verkaufsstand** des Wildwasserförderclubs platziert werden.

- Es muss für eine **spannende und ansprechende Renngestaltung** auf jeder Deutschland-Cup-Veranstaltung gesorgt werden (sofortiges Erkennen der Zeit/des Ergebnisses im Ziel, spannende Moderation und passende Musikuntermalung usw.)
- Es muss ein **attraktives Rahmenprogramm** (hauptsächlich für Zuschauer und Fans) um den Wettkampf auf jeder Deutschland-Cup-Veranstaltung angeboten werden (z.B. Kinderangebote wie Hüpfburg, Gewinnspiele/Verlosungen, Verköstigungen, Schnupperpaddeln, After-Race Party, Ausstellungen)

Im konkreten Fall einer Deutschland-Cup-Veranstaltung sind somit folgende Punkte zu beachten, wobei kein Veranstalter bei der Lösung dieser Punkte alleine gelassen wird (Auf die weitreichenden Vorteile für den Veranstalter und die Lösung dieser Punkte wird weiter unten eingegangen):

Eine Veranstaltung muss im Vorfeld durch **intensive Pressearbeit und Werbung** angekündigt und beworben werden. Das nahe Umfeld wird mit Info-Mails, Artikeln in Vereinszeitungen und persönliche Einladungen aller Freunde und Verwandte versorgt. Anwohner müssen mit Flyern und Postern auf die Veranstaltung aufmerksam gemacht werden. Das weitere Umfeld muss durch intensive Pressearbeit in allen regionalen und überregionalen Zeitungen, Radiosendern, TV-Sendern informiert werden. Dabei ist auch darauf zu achten, dass man termingerecht handelt, wenn z.B. bei Monatszeitschriften der Redaktionsschluss schon sehr weit vor der Veranstaltung liegt. Informationen werden auch über beteiligte Firmen und Sponsoren gestreut. Wichtige Persönlichkeiten aus Politik, Gesellschaft, Verbänden, Sport (sogenannte VIP's) sind persönlich einzuladen.

Die Highlights der Veranstaltung müssen in der Pressearbeit und der Werbung klar herausgestellt werden. Diese müssen so kommuniziert werden, dass Sie Interesse wecken. Hier ist es sinnvoller, weniger Highlights anzukündigen, diese aber konsequent und wiederholt. Überschriften wie: - Weltmeister am Start - , - Schnupperpaddeln für Anfänger – , – Mountainbike im Rahmenprogramm zu gewinnen – oder sogar – freier Eintritt - können bereits eine große Reaktion auslösen.

Der Zeitplan muss mit einer klaren Herausstellung des Highlights - der Wettkämpfe C1 Herren, K1 Damen, C2 Herren, K1 Herren (möglichst in dieser Reihenfolge) - fokussiert werden. Dies muss mit dem Rahmenprogramm abgestimmt werden und günstig für Zuschauer, Fans und Presse/Medien liegen.

Die Wettkämpfe müssen **transparent und spannend präsentiert** werden. Hierzu muss durch guten Informationsfluss wie z.B. die Moderation immer wieder auf die Hauptwettkämpfe hingewiesen werden. Die einzelnen Wettkämpfe müssen durch Hervorheben von Favoriten und Deutschland-Cup-Zwischenständen personalifiziert werden. Man sollte sich auf einige wenige Top-Sportler konzentrieren, damit durch zu große Informationsflut keine Verwirrung entsteht. Interviews vor und nach den Wettkämpfen mit den Top-Sportlern, Bundestrainern oder auch Sponsoren unterstützen den Spannungsaufbau und tragen sehr zur Attraktivität des Wettkampfes bei. Die gefahrenen Zeiten und Platzierungen müssen sofort durch Anzeigetafeln erkennbar sein. Ergebnislisten müssen ohne Zeitverzögerung verlesen und ausgehangen werden.

Das Rahmenprogramm muss zeitlich sinnvoll mit dem Wettkampfplan abgestimmt sein. Es darf keine Überschneidungen von Highlights im Rahmenprogramm und Hauptwettkämpfen geben (C1 Herren, K1 Damen, C2 Herren, K1 Herren). Die Zuschauer sollten einen Bezug zum Sport bekommen durch z.B. Schnupperpaddeln, Kanu-Ergometertest (Paddlelite!!), Wettauslosung durch Wetten auf die Gewinner im Hauptwettkampf usw.! Amateurwettkämpfe in Großcanadiern oder Raftingbooten für Firmenteams, Hobbyteams oder befreundete Vereine (Fussballverein, Kegelclub usw.) erhöhen extrem die Attraktivität der Veranstaltung beim lokalen Publikum. Die Zuschauer müssen verköstigt werden. Durch eine gute Versorgung mit Speisen und Getränken lässt sich die Aufenthaltszeit von Zuschauern/Interessierten am Veranstaltungsort stark erhöhen.

Für die **Pressevertreter**, die während der Veranstaltung anwesend sind, müssen Personen zur **Betreuung** im Vorfeld bestimmt werden, die sich um diese intensiv kümmern können und mit Informationen versorgen können. Termine für Gespräche/Interviews mit Top-Stars oder sonstigen wichtigen Personen sollten organisiert

werden. Diese Punkte sollten aber dringend mit Sport Marketing Oberstdorf abgesprochen werden.

Die Siegerehrung der Hauptwettkämpfe (Deutschland-Cup-Wettkämpfe) kann sofort nach der Zieleinfahrt im Zielbereich bzw. Hauptaktionsbereich stattfinden. Die Stars können somit dem Publikum und der Presse/Medien noch einmal persönlich präsentiert werden. Dies fördert ebenfalls die Personalisierung und es sind evt. gute Bilder für Öffentlichkeitsarbeit möglich (in der Siegeseuphorie evt. mit Sekt feiernd). Die aufwendige Siegerehrung für alle Rennen kann dann auch später/woanders durchgeführt werden.

Eine Party im Rahmen der Veranstaltung evt. als Afterrace-Party oder zwischen den Veranstaltungstagen erhöht vor allem bei Aktiven und Fans die Attraktivität des Events, sorgt für ein besseres Zusammengehörigkeitsgefühl und fördert die Kommunikation. Eine Party zieht zudem neues Publikum an. Eine zusätzliche Einnahmequelle durch Ausschank und Verköstigung wird geschaffen, höhere Sponsorgelder werden möglich. Besonders bei jungen Sportlern ist eine gute Party ein wichtiges Kriterium für eine gute Veranstaltung.

Ein tolles Konzept - wir unterstützen euch dabei!!

In fast allen Bereichen steht euch **Hilfe durch den Wildwasserförderclub und von Sport Marketing Oberstdorf** zur Verfügung. Ihr werdet vor allem bei organisatorischen Fragen und bei Marketingfragen unterstützt. Das nötige Equipment, das eingesetzt werden muss, wird **kostenlos zur Verfügung gestellt**.

Dazu gehört:

- Banderolen Deutschland-Cup
- Beschilderung Start/Ziel/Presse usw.
- Poster und Flyer zur lokalen Werbung
- Startnummern für die DC-Wettkämpfe
- Präsentationswand für Siegerehrung und Interviews

- 2 Präsentationszelte
- Werbebanner der Sponsoren des Deutschland-Cups
- Sprecherinformationen der Nationalmannschaft
- Faninfos der Top-Stars wie Autogrammkarten usw.

Des weiteren kann **nach Absprache** zur Verfügung gestellt werden:

- Zeitmessung
- Anzeigetafel
- Wettkampfsprecher
- Sonstiges nach Absprache

Viele Vorteile, die sich direkt und indirekt auf den ausrichtenden Verein auswirken:

Direkte Vorteile:

- durch die Ausrichtung eines Deutschland-Cups können **höhere Zuschüsse** bei öffentlichen Stellen/Verbänden beantragt werden
- durch die stärkere Werbung im Rahmen des Deutschland-Cups und die höhere Attraktivität können **bessere Einnahmen** durch Verköstigung/Verkauf erwirtschaftet werden
- **höhere Startgeldeinnahmen** durch größere Startfelder bzw. mehr Teilnehmer
- sehr **viel höherer Bekanntheitsgrad** des Vereins regional/überregional und in der Szene

Indirekte Vorteile:

- langfristig **positives Image**, denn das schöne Erlebnis einer attraktiven Veranstaltung bleibt in Erinnerung
- dadurch langfristig **mehr Zuschauer/Fans**
- ebenfalls dadurch langfristig **mehr Vereinsmitglieder** (bei denen ist was los!)

- und damit mehr Potential für **Nachwuchsarbeit** im Verein
- bessere Möglichkeiten für **Spendeneinnahmen und Sponsorensuche** für die Veranstaltung oder den Verein

Änderungen, die sich mit dem neuen Konzept ergeben:

Um die Attraktivität von jedem Deutschland-Cup-Rennen beim Sportler zu erhöhen, wird es ab **2004 nur noch ein Streichrennen** geben, die Teilnahme am Finale wird Pflicht. Ebenso wird es nur noch **8 Wertungsrennen** geben, die für den Gesamt-Deutschland-Cup zählen. Dadurch werden die einzelnen Wettkämpfe stark aufgewertet und es ist gewährleistet, dass die Top-Fahrer auch bei jedem Wettkampf anwesend sind.

Jeder interessierte Ausrichter muss sich **bis zum 31. Juli des Vorjahres schriftlich beim Wildwasserförderclub bewerben**. Hierbei müssen die Pläne zu jedem Kriterium der Rahmenrichtlinien eines Deutschland-Cup-Wettkampfes (siehe oben) beschrieben werden und gegebenenfalls mit dem Wildwasserförderclub abgestimmt werden.

Eine **Aufteilung auf das wildwassertreibende Bundesgebiet** soll angestrebt werden. Hierbei muss aber auch die **Qualität der Wettkämpfe** (siehe Kriterien für Deutschland-Cup-Wettkämpfe) berücksichtigt werden. Ebenso spielt hier auch die **Verteilung der wildwassertreibenden Vereine** auf das Bundesgebiet eine Rolle.

Jeder Deutschlandcup-Veranstalter muss einen Betrag von 200.- Euro (gilt nur für 2004, der Betrag kann sich in den Folgejahren ändern) in **einen Preisgeldtopf** einzahlen. Dieses Geld ist zweckgebunden und wird unter den Gesamtdeutschland-Cup-Platzierten (Platz 1 – 3) bei den Senioren nach dem Finale ausgeschüttet. **Die Attraktivität, die Spannung und die Vermarktbarkeit der gesamten Serie wird dadurch in sehr hohem Maße gesteigert**. Die Platzierten bei den Junioren erhalten attraktive Sachpreise. Der Betrag muss bis spätestens zu Beginn der Deutschland-Cup-Serie eingezahlt worden sein.

Jeder Teilnehmer eines Deutschland-Cup-Rennens wird in die Liste des Gesamtdeutschlandcups aufgenommen und bleibt in der Liste, egal, ob er nur ein Wertungsrennen gefahren ist oder alle. Auch ausländische Teilnehmer werden in die Liste aufgenommen.

Die Gesamtvermarktung des Deutschland-Cups wie die Sponsorenakquise der gesamten Serie und Information/Betreuung von überregionaler Presse + Medien wird von **Sport Marketing Oberstdorf übernommen**. Ebenso **unterstützt** euch Sport Marketing Oberstdorf bei der Vermarktung der einzelnen Veranstaltungen und bei Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und steht euch jederzeit für Fragen zur Verfügung. Auch ist Sport Marketing Oberstdorf zuständig für die Betreuung und Vermarktung von Top-Sportlern.