



Engelbert Gabriel war im Juli Gastgeber der Marketing-Community Freiburg/Südbaden

„Müssen uns steigern“

Engelbert Gabriel, Marketing- und Vertriebschef im Europa-Park, über TV-Shows, Hotels und die kleine Metropole Rust

Herr Gabriel, erinnern Sie sich noch an den ersten Fernsehwerbespot des Europa-Parks?

► **Engelbert Gabriel:** Nur an den ersten, den ich gemacht habe. Wir haben in einer Piratenfahrt gedreht, bei der unglaublich viel um einen herum passiert. Weil wir zu viel Pulver in die Kanonen gefüllt haben, mussten wir die Fahrt für den Rest des Tages sperren. Und heute...?

► **Gabriel:** ...läuft das natürlich professioneller. Luftaufnahmen machen wir mit Drohnen, wir setzen Hochgeschwindigkeitskameras ein und haben rund 200 TV-Produktionen im Jahr. Eigene Werbespots, Clips für Magazine oder Wissenschaftssendungen. Vieles produzieren wir mit Mack Media übrigens selbst.

War damals schon klar, dass der Park Gastgeber von TV-Shows und -Galas werden würde?

► **Gabriel:** Tatsächlich ja. Wir haben damals mit dem El Andaluz das erste Hotel eröffnet. Und dann ging es mit den TV-Produktionen los, weil die Drehteams hier übernachten konnten. Vorher hätte man die TV-Stars und -Sternchen noch in ein anderes Hotel fahren müssen. Das funktioniert nicht. Der Europa-Park verdankt seinen Namen einem See in Breisach, wo der Park fast gegründet worden wäre. Den Ort hat man gewechselt, die europäische Idee mitgenommen. Heute kann man es sich gar nicht mehr ohne Rust vorstellen, oder?

► **Gabriel:** Wir haben anlässlich des 40. Park-Geburtstags kürzlich alte Bilder angeschaut. Man erkennt Rust nicht wieder. Keine befestigten Straßen, teilweise zerfallene Häuser. Heute ist das eine kleine Metropole mit 920 000 Übernachtungen. 500 000 in

unserem Resort und der Rest in einem Ort mit 4000 Einwohnern. Wie international ist der Park im Marketing?

► **Gabriel:** Das Marketing ist international aufgestellt. Mit unserer neuen Attraktion Arthur sind wir natürlich in Frankreich gut angekommen. Man kann sagen, etwa 40 Prozent unseres Werbe-Etats fließen ins Ausland.

Wie sieht ihr Werbe-Mix aus?

► **Gabriel:** In diesem Jahr haben wir uns vor allem aufs Fernsehen und auf Plakatwerbung konzentriert. Wir machen auch viel Promotion und sind online sehr präsent, etwa mit dem Junior-Club. Der Europa-Park ist längst ein Ausflugsziel für mehrere Tage.

► **Gabriel:** Die Amerikaner sind da deutlich weiter. Da fahren Familien zwei Wochen nach Disney World. Das wird's in Europa so schnell nicht geben. Bei Disney in Paris ist der durchschnittliche Aufenthalt 2,4 Nächte. Bei uns sogar nur 1,4. Unser Ziel sind 1,7. Wenn wir in drei Jahren den Wasserpark eröffnen, müssen wir die Aufenthaltsdauer weiter steigern. Das wird aber nicht so

weit gehen, dass die Gäste eine Woche bei uns bleiben. Außerdem brauchen wir dann mehr Hotels, weil unsere Auslastung jetzt schon bei 95 Prozent liegt. *pop*

 **macs**
marketing community
freiburg/südbaden

Die Zukunft!

Was wird jetzt aus uns? Sind wir alle Oldschool, weil wir noch von Flyern und Broschüren reden oder ist Gestern das neue Übermorgen? Der Zukunftsforscher Andreas Steinle wird es wissen und somit auch erklären.

Wo WWIB, Freiburg
Wann Mo., 10. August,
18.30 Uhr

Mehr Informationen unter
www.macs-online.de