

## Nach dem Melken golfen

**W**as sie demnächst machen will, gibt es so noch nicht, sagt die Unternehmensgründerin Marion Wigand (41). Das ist gewiss eine gute Grundlage für eine Geschäftsidee – zumal ein Testlauf gezeigt hat, dass Nachfrage besteht und das Konzept auf positive Resonanz stößt.

Vom Februar kommenden Jahres an will Marion Wigand professionell betreute „Erlebnissrallys“ für Singles anbieten. „Das ist keine Partnervermittlung oder Verkopplungsveranstaltung“, sagt sie zur Klarstellung. In intensiven Befragungen habe sie aber herausgefunden, dass der Wunsch nach so einer Freizeitgestaltung riesengroß ist. „Einen Tag lang ungewöhnliche Sachen machen, an die man sich lange erinnert und dabei auch noch nette Menschen kennen lernen – das macht einfach Spaß.“

Getestet hat sie ihre Idee im vergangenen Sommer am Rursee in der Eifel. Aus 16 Teilnehmern wurden zu Beginn des gemeinsamen Tages vier Teams gebildet, die in später auch wechselnden Besetzungen in den verschie-



Auf positive Resonanz stieß die erste „Erlebnissrally“.

densten Kategorien ganz unterschiedliche Dinge erlebten oder Aufgaben lösten: So gehörte es dazu, auf einem Bauernhof unter Anleitung des Landwirts eine Kuh zu melken und es gab eine Führung durch die Schützengräben des Zweiten Weltkriegs im Hürtgenwald. Der Tag soll eine Mischung werden aus Bewegung und Sport, Wellness, Landwirtschaft und Kultur. Ein Schnupperkurs im Golfclub ist dabei eben so denkbar wie eine Einführung in Yoga, eine Ruderboot-Tour über den See oder eine Kletterstunde in einem Hochseilgarten – Dinge also, die nicht unbedingt für jeden Teilnehmer zur Routine gehören und damit ganz neue Eindrücke ermöglichen. Dass abends ein ungewöhnliches Menü dazu gehört, ist selbstverständlich.

Auch die Teilnehmer bei dem Pilotprojekt waren begeistert, berichtet Wigand. Diese positive Resonanz hat sie ermutigt, die „Rallys“ zu einem Geschäft auszubauen. Von 2005 an soll es sie mit jeweils 32 Teilnehmern zweimal im Monat geben – jeweils eine am Rursee und eine zweite im Siebengebirge. Damit die Teilnahme nicht zu teuer wird, will sie Sponsoren aus der Wirtschaft gewinnen und hat dafür auch schon Ideen: „Es wäre doch denkbar, dass zum Beispiel T-Mobile die Gelegenheit zum Direktmarketing nutzt, die Teilnehmer über GPS-Handys informiert und sie einen Nachmittag lang ausprobieren lässt“, hat Marion Wigand überlegt.



[www.erlebnissrally.de](http://www.erlebnissrally.de)