

DATUM
14.–18. MAI 2027

DER NEUE ORT FÜR CAMPING UND MOBILES LEBEN

ORT
AUESEE, WESEL



NOMADIKA

WO FREIHEIT ZUHAUSE IST.



AUSSTELLER TEASER 2027



NOMADIKA

WARUM NOMADIKA

DIE BEDÜRFNISSE DER ZIELGRUPPE SIND INDIVIDUELL.

KLASSISCHE MESSEN ZEIGEN PRODUKTE – ABER SIE MACHEN CAMPING KAUM ERLEBBAR.

- So unterschiedlich Camping interpretiert wird – es verbindet gemeinsame Grundmotive: frei unterwegs sein, draußen leben, das eigene Zuhause dabeihaben und Erfahrungen mit Gleichgesinnten teilen.
- Diese Vielfalt schafft einen relevanten Markt: Jede Art zu campen braucht passende Fahrzeuge, Zubehör, Technik, Reisen und Services.
- Marken brauchen authentische Produkterlebnisse, die echte Nutzung erlebbar machen. Denn Campingprodukte müssen nicht nur gefallen. Sie müssen im eigenen Reisekontext funktionieren: beim Schlafen, Sitzen, Kochen, Verstauen, Fahren, Laden und Leben unterwegs.
- Pfingsten schafft Aufenthaltsdauer, der Auesee den Urlaubsmodus.
- Medien, Communities und Content-Formate verlängern die Wirkung über das Event hinaus.

NOMADIKA. DER ORT, AN DEM CAMPING ERLEBBAR WIRD.

ES GIBT MESSEN.
ES GIBT CAMPINGPLÄTZE.
ES GIBT VANLIFE.
ES GIBT COMMUNITIES.

CAMPING- & REISEMESSEN

Große Marktübersicht - aber oft
weit weg vom realen
Nutzungskontext.

CAMPINGPLÄTZE

Echter Aufenthalt - aber meist
ohne Programm, Marken und
gemeinsame Community-
Erlebnisse.

VANLIFE-FESTIVALS

Starke Szene - aber oft spitzer
Zielgruppenfokus und begrenzte
Marktbreite für viele Marken.

COMMUNITIES

Echte Themenkompetenz -
aber selten als gebündelte
Live-Plattform für Marken
und Besucher.





NOMADIKA

DIE SITUATION

WAS BISHER FEHLT.

CAMPING- &
REISEMESSEN

CAMPINGPLÄTZE

VANLIFE-
FESTIVALS

COMMUNITIES

**EIN FORMAT, DAS DIESE VIER WELTEN FÜR BESUCHER UND
MARKEN GLAUBWÜRDIG ZUSAMMENFÜHRT.**

CAMPING- &
REISEMESSEN

CAMPING-
PLÄTZE



VANLIFE-
FESTIVALS

COMMUNITIES

**NOMADIKA IST DER ORT
FÜR CAMPING UND MOBILES LEBEN.**



NOMADIKA

WAS IST NOMADIKA

EIN ORT. VIER SÄULEN. EINE COMMUNITY.

NOMADIKA verbindet Campland, Brandland, Sessions und Experience zu einem neuen Festival- und Erlebnisformat am Auesee.

- PRODUKTERLEBNIS IM NUTZUNGSKONTEXT.
- MENSCHEN IM URLAUBSMODUS.
- MARKEN IM NAHBAREN AUSTAUSCH.

So entsteht ein Ort, an dem Camping nicht nur präsentiert, sondern gemeinsam gelebt wird.

CAMPLAND

SESSIONS



BRANDLAND

EXPERIENCE



VIER SÄULEN. EIN EVENTAREAL. EIN ZIEL: CAMPING ERLEBBAR MACHEN.

FOKUSSIERT IM CAMPINGMARKT STARTEN. MIT DEN VIER SÄULEN ZUR ERLEBNISPLATTFORM FÜR MOBILES LEBEN WACHSEN.



CAMPLAND

NOMADIKA CAMPGROUND

- 1.350 Stellplätze mitten im Geschehen
- 35-50 m² · Wohnmobile, Vans, Gespann
- Stellplatz inkl. 2 Personen
- 5 Tage · 4 Nächte · echter Point-of-Use



BRANDLAND

NOMADIKA OUTDOOR EXPO

- Camping- & Caravaning-Branche
- Fahrzeuge, Zubehör, Technik
- Marken im echten Nutzungskontext
- Content- & Kontaktmomente



SESSIONS

NOMADIKA LIVE-FORMATE

- Talks & Tales
- Workshops, Kids-Zone
- Musik & Reisevorträge
- Begegnung & Aufenthaltsqualität



EXPERIENCE

NOMADIKA PRODUKTERLEBNIS

- Produkte testen & vergleichen
- Probefahrten & Deep Dives
- Zubehör- und Technik-Demos
- Kaufentscheidungen absichern



NOMADIKA

U S P

FESTIVALFORMAT TRIFFT RELEVANTE ZIELGRUPPE.

NOMADIKA SCHAFFT EIN UMFELD, IN DEM MARKEN TEIL DES ERLEBNISSES WERDEN.

EXPERIENCE

Produkte werden dort erlebbar, wo sie später genutzt werden: draußen, im Camp, am Wasser, in echten Nutzungssituationen.

NOMADIKA-PRINZIP

Fünf Tage, vier Nächte, ein zusammenhängendes Eventareal: Campground, Outdoor Expo, Live-Formate und echte Produkterlebnisse greifen direkt ineinander.

CONTENT-SET

Echte Situationen, echte Menschen, echte Bilder – NOMADIKA schafft Content-Momente aus dem Erlebnis heraus.

CAMPFIRE SALES

Gespräche enden nicht um 18:00 Uhr. Sie verlagern sich dorthin, wo Vertrauen wächst: ins Camp, an den See und ans Lagerfeuer.

PRODUKTE RUND UMS CAMPING MUSS MAN ERLEBEN. GENAU DAFÜR GIBT ES NOMADIKA.



NOMADIKA

MARKENRELEVANZ

WARUM ALS MARKE EINSTEIGEN. MEHR KONTAKTQUALITÄT. MEHR CONTENT. MEHR WIRKUNG.

VALUE PROPOSITION

NOMADIKA macht aus Produktinteresse echte Nutzungserlebnisse.

Marken treffen ihre Zielgruppen dort, wo Camping stattfindet: am See, im Camp, im Gespräch, beim Testen und Erleben.

So entsteht Sicherheit in der Kaufentscheidung - emotional und praktisch.

**PRODUKTE WERDEN NICHT NUR
GEZEIGT. SIE WERDEN ERLEBT.**

AUFENTHALTSDAUER

5 Tage und 4 Nächte statt wenige Stunden Messekontakt.

URLAUBSMODUS

Entspannte Besucher mit Zeit, Offenheit und echtem Interesse.

COMMUNITY

Aktive Camper, Markenfans und Neukunden statt anonymer Laufkundschaft.

EXPERIENCE

Produkte testen, ausprobieren und erleben. Der Kernnutzen von NOMADIKA.

REAL LIFE

Echter Nutzungskontext statt künstlicher Messesimulation.

CONTENT POTENTIAL

Authentische Bilder, Reels, Stories und PR-Momente.

ZWEI KERNSEGMENTE. EINE BÜHNE.

Beide Gruppen wollen Produkte nicht nur sehen – sie wollen Sicherheit in der Entscheidung, was wirklich zu ihnen passt.

DIE AKTIVEN

4,5 MIO.

- Fahrzeugbesitzer, Stamm-Camper, junge Familien
- 55 % sind erfahrene Camper 50+
- Aktuell größtes Wachstum (+20 %) bei den jungen Aktiven 25-45 Jahre
- **Hohe Kaufkraft, technikaffin, investitionsbereit**

WAS SIE WOLLEN

- Neue Produkte live erleben
- Community und bekannte Gesichter wieder sehen
- Wissensaustausch
- Ein Event, das sich nach "Heimkommen" anfühlt

WOMIT SIE KÄMPFEN

- Hallenmessen wirken oft anonym und schwer einzuordnen
- Kleine Treffen – wenig/keine Aussteller
- Kein Community-Gefühl in der Messehalle

DIE EINSTEIGER

14 MIO.

- Lifestyle-Reisende, Festivalbesucher, New Customers
- 40 % sind zwischen 25–45 Jahre
- ausgeprägter Lifestyle-Faktor (Freiheit & Individualität)
- **Festival-Zielgruppe, Social-Reichweite, Mieten vor Erstkauf.**

WAS SIE WOLLEN

- Einstieg ohne Fehler zu machen
- Gleichgesinnte treffen
- Equipment anfassen, nicht nur scrollen
- Ein Wochenende, das sich nach Urlaub UND Inspiration anfühlt

WOMIT SIE KÄMPFEN

- Viel Input und wenig Nutzungskontext bei Hallenmessen
- Festivals: oft zu nischig, zu szenespezifisch
- Internet: Meinungsflut, kein echtes Erlebnis



NOMADIKA

LOCATION & ECKDATEN

STRANDBAD AUESEE IN WESEL. DIE HEIMAT VON NOMADIKA.

- 145.000 m² direkt am Wasser.
- Fünf Tage, vier Nächte.
- Jährlich immer Pfingsten.
- Freier Eintritt für Tagesgäste.

LOCATION

STRANDBAD AUESEE

46487 Wesel · NRW

DATUM

14.-18. MAI 2027

Pfingsten, Fr-Di
(Freitag ab 17:00 Uhr, Dienstag bis 16:00 Uhr)

BESUCHER

50.000

Zielgröße 2027

HOTSPOT NEBENAN

12.000

Camper auf der Grav-Insel
(Deutschlands größter Campingplatz)



MITTEN IM RELEVANTEN CAMPING-UND OUTDOOR-MARKT.

	Einwohner	Campinginteressierte
HEIMSPIEL STADT WESEL	61.300	~8.600
TAGESGÄSTE 15 KM UMKREIS	190.000	~26.600
PRIMÄRES EINZUGSGEBIET KREIS WESEL	468.000	~65.500
MAXIMALES POTENZIAL RHEIN-RUHR METROPOLREGION	11,4 Mio.	~1,6 Mio.
PFINGSTEN = NL-FEIERTAG + NIEDERLÄNDISCHE GÄSTE		~2 Mio.



NOMADIKA liegt zwischen Niederrhein, Rhein-Ruhr und Benelux – mit starkem Tagesgast- und Campground-Potenzial.

DREI KANÄLE. EINE MARKE. GANZJÄHRIGE PRÄSENZ.

NOMADIKA ist nicht nur ein Event-Wochenende.

Die Marke wird ganzjährig über Medien, Creator und eigene Kanäle aufgebaut.

KLASSISCHE MEDIEN-POWER

KOOPERATIONEN

REGIONALER RADIO-ANKER (NRW)

Aktiviert das regionale Potenzial in Rhein-Ruhr durch geplante Radio-Präsenz.

SPECIAL INTEREST MEDIEN

Kooperationen mit Fachmagazinen für Camping, Caravaning, Outdoor-Lifestyle.

COMMUNITY

ALLIANZEN

INFLUENCER-HOMEBASE

Allianzen mit relevanten Stimmen der Camping-, Vanlife-, Reise- & Outdoor-Szene.

VERBÄNDE & IGS

Allianzen mit Fachverbänden und Interessengemeinschaften für Verankerung in Fachwelt und Communities.

OWNED CHANNELS

DIGITAL

WWW.NOMADIKA.DE

Zentrales Portal: Infos, Ticketverkauf, Aussteller-Insights

GANZJÄHRIGE COMMUNITY

Social Media (Instagram & Facebook) als Marken-Hub über die Saison hinaus.

FOKUSSIERT STARTEN. SYSTEMATISCH ERWEITERN.

14. – 18. MAI

2027



FOKUSSierter START

Camping, Caravaning, Vanlife, Zubehör, Campground, Outdoor Expo, Live-Formate und Experience ab Jahr eins.

2. – 6. JUNI

2028



VERDICHUNG

Mehr Aussteller, mehr Experience-Flächen, stärkere Medien- und Community-Formate.

18. – 22. MAI

2029



ERWEITERUNG

Outdoor Living, Bikepacking, Offgrid, Cooking und Mobile Adventure werden kontinuierlich ausgebaut.

ERST RELEVANZ IM CAMPINGMARKT SICHERN – DANN NOMADIKA ZUR PLATTFORM FÜR MOBILES LEBEN AUSBAUEN.

FREILUFT KANN COMMUNITY.

Hinter NOMADIKA steht die Freiluft GmbH – erfahrene Macher von erfolgreichen Outdoor-, Wassersport-, Festival- und Vanlife-Formaten mit Zehntausenden Besuchern jährlich. **Wir wissen, wie man Communities bewegt.**



SINCE 2003

SURF-FESTIVAL

35.000 Besucher

[SURFFESTIVAL.DE](https://surffestival.de)



SINCE 2014

MIDSUMMER BULLI FESTIVAL

62.000 Besucher

[MIDSUMMERFESTIVAL.DE](https://midsummerfestival.de)



SINCE 2018

BULLI SUMMER FESTIVAL

50.000 Besucher

[BULLISUMMERFESTIVAL.DE](https://bullisummerfestival.de)



SINCE 2018

FOIL FESTIVAL

15.000 Besucher

[FOILFESTIVAL.DE](https://foilfestival.de)

Übertragbare Stärken: Family Appeal, Show & Shine, kompakte Setups, nahbare Community-Mechaniken und Erfahrung am Auesee.



BEREIT FÜR NOMADIKA?

DANN WERDEN SIE FOUNDING-PARTNER 2027.

Erleben statt Vorbeigehen: NOMADIKA bietet Marken echte Produkterlebnisse, authentischen Content und direkte Nähe zur Camping-Community – am See, im Camp und im Nutzungskontext. Sprechen wir darüber, wie Ihre Marke 2027 Teil von NOMADIKA werden kann.

→ **AUSSTELLER KONZEPT ANFORDERN. BETEILIGUNG 2027 PRÜFEN.**