goodboards: Authentische Werbung durch Qualität, Nähe und Nachhaltigkeit

In einer Zeit, in der Werbung häufig über prominente Gesichter, große Budgets und aufwändige Inszenierungen funktioniert, geht das Unternehmen **goodboards** bewusst einen anderen Weg. Anstatt auf teure Stars und Hochglanzkampagnen zu setzen, überzeugt die deutsche Boardsportmarke mit Qualität, persönlichem Kontakt und ehrlicher Überzeugung.

Während viele große Hersteller ihre Boards günstig in Asien produzieren lassen und die Einsparungen aus niedrigen Löhnen oder minderwertigen Materialien in aufwendige Werbemaßnahmen stecken, setzt goodboards konsequent auf europäische Produktion, hochwertige Materialien und faire Arbeitsbedingungen. Das Resultat: langlebige, nachhaltige Produkte, bei denen der Fokus auf Performance und Handwerk liegt – nicht auf Marketingversprechen.

Die wichtigste Werbemaßnahme von goodboards ist die persönliche Erfahrung. Jedes Jahr organisiert das Unternehmen eine groß angelegte Test-Tour – mit rund 70 Terminen im Sommer an Wassersportanlagen (Cables) sowie über 40 Events im Winter in den Bergen. Hier stehen nicht Marketingprofis, sondern der Gründer selbst sowie engagierte Teamfahrer vor Ort, um die Boards zu erklären, Tipps zu geben und gemeinsam mit Interessierten aufs Wasser oder den Schnee zu gehen. Die Beratung erfolgt mit Leidenschaft, technischer Expertise und Respekt – unabhängig vom Können der Teilnehmer.

Anstelle bezahlten internationalen Sportlern setzt goodboards auf lokale Teamfahrer, die aus Überzeugung für die Marke einstehen. Sie studieren oder arbeiten hauptberuflich und teilen ihre Leidenschaft für den Boardsport authentisch mit der Community – ohne Werbegagen, dafür mit echtem Enthusiasmus.

Zufriedene Kunden sind die beste Werbung – das zeigt sich im kontinuierlichen Wachstum der Marke, das bewusst langsamer, dafür langfristig und glaubwürdig erfolgt. Der direkte Draht zu den Kunden zeigt sich auch in einem besonderen Service: Reparaturen von beschädigten Boards werden in der eigenen Werkstatt durchgeführt – selbst dann, wenn der Schaden durch Eigenverschulden entstanden ist.

„Wir wissen, dass unsere Herangehensweise nicht jedem gefällt und vielleicht nicht als ‚cool' gilt", sagt das Team von goodboards. „Aber für alle, die Wert auf Qualität, Fairness und ehrliche Beratung legen, sind wir genau das: einfach GOOD."