



smart urban stage: Wie die Automobilmarke aktuelle Entwicklungen im urbanen Raum thematisiert



Händlerpräsentation für den Chevrolet „Spark“ (Foto: eventcompetence)

Händlerpräsentation für den Chevrolet „Spark“ mit eventcompetence + compagne

„Entzückend Baby!“

Ende Februar 2010 konnten Chevrolet-Händler in Köln an vier aufeinander folgenden Tagen eine exklusive Präsentation des „Spark“ erleben. Für die Abendveranstaltungen mit dem Slogan „Entzückend Baby!“ zeichnete eventcompetence + compagne aus Nierstein verantwortlich.

Als Nachfolger des „Matiz“ präsentierte Chevrolet Anfang 2010 das neue Modell „Spark“. Der Kleinwagen soll mit einem frischen Design vor allem jüngere Autofahrer ansprechen, wobei Frauen und Männer gleichermaßen adressiert sind. Mit einem Preis von 8.990 Euro für die rudimentär ausgestattete Basisversion bietet der US-amerikanische Hersteller, der wie Opel zum GM-Konzern gehört, viel Stadtauto für vergleichsweise wenig Geld.

Von den Vorzügen des neuen Kleinwagens konnten sich im Februar 2010 jeweils rund 120 bis 150 Dealer im Rahmen der Händlerpräsentation im rechtsrheinisch gelegenen Kölner Vorort Porz persönlich überzeugen. Vormittags stand zunächst ein Theorieblock auf dem Programm, in dem die Teilnehmer unter anderem die Vorteile des „Spark“ im direkten Vergleich zu konkurrierenden Fahrzeugmodellen herausarbeiten konnten. Es folgte ein Praxispart im Parkhaus 3 des nahe gelegenen Flughafens Köln/Bonn, das mit einem trickreich angelegten Parcours vielerlei Möglichkeiten bot, um die Vorzüge des neuen Fahrzeugmodells unter realistischen Bedingungen zu erforschen.

Nach einem erlebnisreichen Tag versammelten sich die Teilnehmer abends ab 19 Uhr im Kölner KulturGut Eltzhof zum entspannten

Get-together. Gegen 20 Uhr öffneten sich die Türen zum angrenzenden Theatersaal für das Abendprogramm, der im Look der 70er Jahre dekoriert war. Ein an den festlich gedeckten Tischen für Gesprächsstoff sorgendes Deko-Element waren mit Flüssigkeit gefüllte Plexiglaszylinder, in deren Innenleben Rubiks Zauberwürfel, Kojak-Lolliès und Matchbox-Autos zu erkennen waren. TV-Serien von „Kojak“ über „Die Straßen von San Francisco“ bis hin zu „Drei Engel für Charlie“ waren optisch omnipräsent. Auch das helle Grün, das als eine der maßgeblichen Farben in den initialen PR-Maßnahmen für den neuen „Spark“ genutzt wurde, zog sich als Leitfarbe durch den Abend und war nicht nur in zahlreichen Dekobestandteilen vertreten, sondern auch als Außenhüllenfarbe diverser Fatboy-Sitzsäcke gewählt worden.

Markus Leithe, seit dem 1. Oktober 2009 Geschäftsführer von Chevrolet Deutschland, eröffnete den Abend offiziell mit einer kurzen Ansprache und gab das rustikal bestückte Büffet frei. Die musikalische Untermalung lieferten die „Orange Sugar Cubes“, die den Fokus ebenfalls auf Musiktitel der 70er-Jahre legten. Nach dem flammenden, mit reichlich Applaus bedachten Finale der „Project PQ-Performance“ entzündete sich rechts der Bühne ein Chevrolet-Logo, aus dem effektiv Funken stoben – der Höhepunkt des Abends, welcher hernach gemächlich ausklang.

Für Konzeption, Planung und Umsetzung der vier Abendveranstaltungen inklusive der Regie zeichnete sich eventcompetence + com-

pagnie unter Leitung von Sven Markus Eichenlaub verantwortlich. Eichenlaub ist seit mehr als zwei Dekaden in der Event-Branche tätig und kann auf umfassende Erfahrungen mit Auftraggebern unterschiedlicher Couleur verweisen. Opel gehört nach seinen Worten bereits seit vielen Jahren zu den Kunden von eventcompetence + compagne. Aus bestehenden Kontakten ergab sich eine Verbindung zu GM respektive Chevrolet.

„Das gesamte Set für die Veranstaltung sowie den Slogan ‚Entzückend Baby!‘ haben wir aus der Live-Kommunikation entwickelt“, sagt Sven Markus Eichenlaub. Laut Aussage des Geschäftsführers entsprach die Umsetzung vollständig dem ursprünglichen eingereichten Konzept. „Wir haben mit Chevrolet nicht gepitcht, sondern mit einem Ideen-Scribble sämtliche Wettbewerber ausgestochen“, berichtet Eichenlaub und stellt zur Beschreibung seiner Grundidee die Adjektive „groovy, funky, modern“ in den Raum. Die gedankliche Brücke zu den 70er-Jahren konnte laut Eichenlaub durch den Umstand geschlagen werden, dass in den beliebten Krimi-Serien jener Zeit die Protagonisten nicht selten in Chevys unterwegs sind – der Charme des bekannten Kojak-Ausspruchs „Entzückend Baby!“ ist darüber hinaus unbestreitbar.

eventcompetence + compagne hatte für den mehrtägigen Event eine Vorlaufzeit von drei Monaten zur Verfügung. Für die Veranstaltungstechnik zeichnete sich Rent Event Tec unter der Regie von Sven Eichenlaub verantwortlich.

----- INFO: www.eventcompetence.de