Die Teilnehmer im Kölner KulturGut Eltzhof beim entspannten Get-together

Stimmungsvoll dekoriert: Der Theatersaal kurz vor dem Einlass der Gäste

Händlerpräsentation Chevrolet „Spark"

Ende Februar 2010 konnten Chevrolet-Händler in Köln an vier aufeinander folgenden Tagen eine exklusive Präsentation des neuen Fahrzeugmodells „Spark" erleben. Für die stimmungsvollen Abendveranstaltungen zeichnete eventcompetence + compagnie verantwortlich.

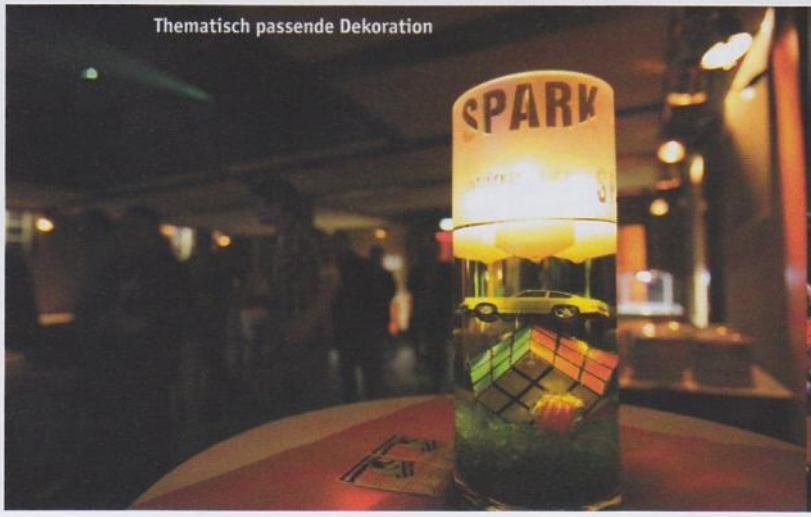
Anfang 2010 präsentierte Chevrolet das neue Fahrzeugmodell „Spark". Der Kleinstwagen soll mit einem frischen Design vor allem jüngere Autofahrer ansprechen, wobei Frauen und Männer gleichermaßen adressiert werden: Mit einem Preis von 8.990 Euro für die rudimentär ausgestattete Basisversion bietet der US-amerikanische Hersteller, der zum GM-Konzern gehört, viel Stadtauto für vergleichsweise wenig Geld.

Back to the 70ies

Von den Vorzügen des neuen Autos konnten sich im Februar 2010 interessierte Chevrolet-Dealer im Rahmen einer Händlerpräsentation persönlich überzeugen. An vier aufeinander folgenden Tagen konnten im rechtsrheinisch gelegenen Kölner Vorort Porz jeweils 120 bis 150 Gäste begrüßt werden. Eingeteilt in Gruppen galt es einen Theorieblock zu absolvieren, in dem die Teilnehmer u. a. die Vorteile des „Spark" im direkten Vergleich zu konkurrierenden Fahrzeugmodellen herausarbeiten konnten. Ebenfalls zum Programm gehörte ein Praxispart im Parkhaus 3 des nahe gelegenen Flughafens Köln/Bonn, das mit einem trickreich angelegten Parcours vielerlei Möglichkeiten bot, um die besonderen Vorzüge des neuen Fahrzeugmodells unter realistischen Bedingungen zu erforschen.

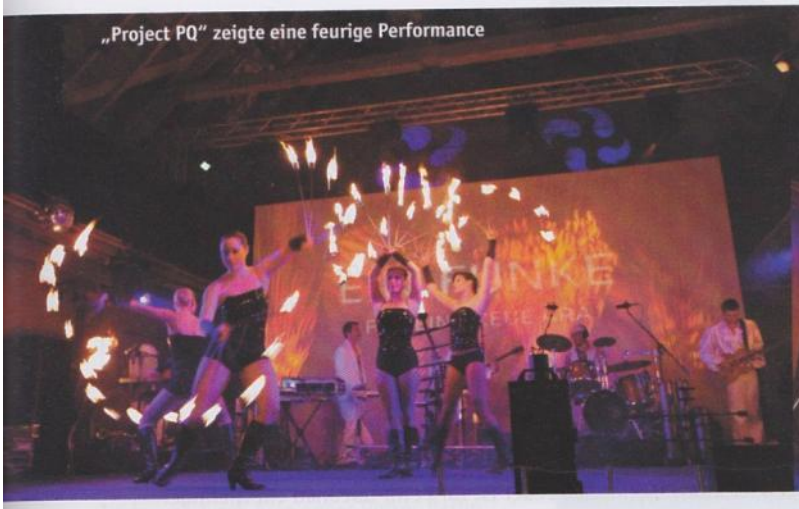
Gegen 19 Uhr versammelten sich die Gruppen im Kölner KulturGut Eltzhof zunächst zu einem entspannten Get-together. Für Stimmung sorgten unplugged aufspielende Musiker sowie eine freundlich-warme Illumination; im Raum war ein besonderes, als „Design-Spark" betiteltes Fahrzeug ausgestellt, das sich als Fotomotiv hoher Beliebtheit erfreute.

Gegen 20 Uhr öffneten sich die Türen zum angrenzenden Theatersaal, der mit einer geschmackvollen Dekoration zu gefallen



Thematisch passende Dekoration

Überraschung auf rheinische Art: Funkenmariechen auf der Bühne



„Project PQ" zeigte eine feurige Performance

Bei der Abendveranstaltung zur „Spark"-Händlerpräsentation sprühten die Funk

wusste: Ausgehend von der Bühne säumten bunte, an der umlaufenden Empore befestigte Banner den Raum, und farbige Moving Lights sowie animierte Gobos trugen zur Atmosphäre ebenso bei wie eine abwechslungsreich bespielte Projektionsfläche hinter der Bühne. Für die Veranstaltungstechnik inklusive des ausnehmend guten Tons zeichnete als Dienstleister die „Rent Event Tec GmbH" verantwortlich.

An den festlich gedeckten Tischen sorgte ein Deko-Element für Gesprächsstoff: mit Flüssigkeit gefüllte Glasvasen, an deren oberen Enden der Fahrzeugname nebst Claim „Entzückend Baby!" zu lesen war. Das Innenleben der transparenten Zylinder bestand aus Rubiks Zauberwürfel, Kojak-Lollies und Matchbox-Autos – die 70er-Jahre zogen sich als Thema durch die gesamte Dekoration. TV-Serien von „Kojak" über „Die Straßen von San Francisco" bis hin zu „Drei Engel für Charlie" waren optisch omnipräsent. Auch das helle Grün, eine der maßgeblichen Farben in den initialen PR-Maßnahmen für den neuen „Spark", zog sich als Leitfarbe durch den Abend und war nicht nur in zahlreichen Dekobestandteilen vertreten, sondern auch als Außenhüllenfarbe diverser Fatboy-Sitzsäcke gewählt worden. Mit der Event-Dekoration war „MGV Michael Glindemann Veranstaltungen" betraut worden.

Give this Man a Ride

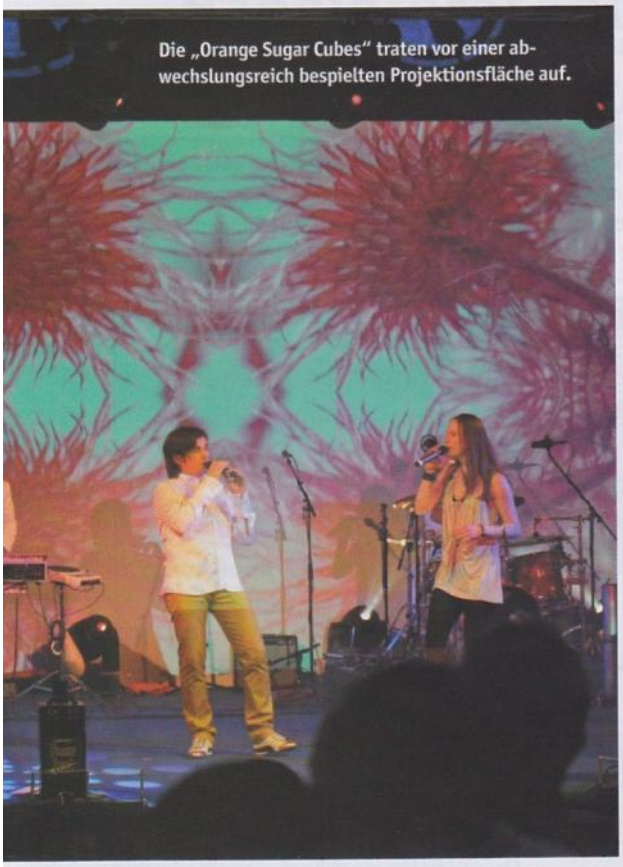
Markus Leithe, seit dem 1. Oktober 2009 Geschäftsführer von Chevrolet Deutschland, eröffnete den Abend offiziell mit einer kurzen Ansprache und gab das rustikal bestückte Buffet frei. Die musikalische Untermalung kam von der Partyband „Orange Sugar Cubes", die den musikalischen Reigen mit dem fast 40 Jahre alten Doors-Titel „Riders on the Storm" eröffnete. Das ging der von Berufswegen gerne cruisenden Zuhörerschaft gut ins Ohr, und auch darüber hinaus war ein gefühlter Fokus auf Musiktiteln der 70er-Jahre auszumachen.

Gegen 21:30 Uhr marschierten überraschend Funkenmariechen auf die Bühne. Die Anspielung auf den Produktnamen „Spark" (= Funke) war offensichtlich, zumal die Veranstaltung – wenn auch außerhalb der fünften Jahreszeit – in Köln stattfand. Vier der Funkenmariechen entledigten sich zur allgemeinen Überraschung nach diversen Beinschwüngen und der üblichen Reihenaufstellung ihrer karnevalistischen Outfits und entpuppten sich als Feuertänzerinnen, die das Publikum mit einer zehnminütigen Choreografie in ihren Bann zogen. Nach dem flammenden, mit reichlich Applaus bedachten Finale der „Project PQ"-Performance (siehe Kasten) entzündete sich rechts der Bühne ein Chevrolet-Logo, aus dem effektvoll Funken stoben – der Höhepunkt des Abends, der hernach gemächlich ausklang.

Who loves ya, baby?

Für Konzeption, Planung und Umsetzung der vier gelungenen Abendveranstaltungen zeichnete eventcompetence + compagnie verantwortlich; die Event-Spezialisten aus Nierstein hatten im Vorfeld auch die zugehörige Presseveranstaltung für 88 Journalisten betreut. Geschäftsführer Sven Markus Eichenlaub ist seit mehr als 20 Jahren in der Event-Branche tätig und kann auf umfassende Erfahrungen mit ganz unterschiedlichen Auftraggebern verweisen. Opel gehört nach seinen Worten bereits seit vielen Jahren zu den Kunden von eventcompetence + compagnie, und aus bestehenden Kontakten ergab sich eine Verbindung zu GM respektive Chevrolet.

Sven Markus Eichenlaub, Geschäftsführer von eventcompetence + compagnie



Die „Orange Sugar Cubes" traten vor einer abwechslungsreich bespielten Projektionsfläche auf.

„Das gesamte Set für die Veranstaltung sowie den Slogan „Entzückend Baby!" haben wir aus der Live-Kommunikation entwickelt", sagt Sven Markus Eichenlaub, und laut Aussage des Geschäftsführers entsprach die finale Umsetzung fast vollständig dem ursprünglich 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

Project PQ

Seit 2002 ist Project PQ aktiv; Initiatorin und Mastermind des Projektes ist Petra Quednau („PQ"). Die gelernte Pferdetrainerin wechselte schon früh aus ihrem ursprünglichen Beruf ins Tanzfach und kam im Rahmen ihrer Auftritte eher durch Zufall mit dem Thema Feuer in Berührung. Seither kann sich die Künstlerin der besonderen Faszination einer Kombination aus Feuer und Tanz nicht mehr entziehen – sogar in einer Feuerwerksfirma sammelte sie zwischenzeitlich Know-how zu diesem Sujet.
Mittlerweile hat sich Project PQ zu einem viel gefragten Act entwickelt und wird international für Events aller Art gebucht. Die in vielen Jahren gesammelten Erfahrungen zeigen sich u. a. darin, dass die Shows in ihren Abläufen perfekt strukturiert sind und wenn immer möglich ohne störende Ablöschaktionen auskommen; Details wie selber entwickelte Metallständer für das zündende Zubehör sprechen für sich.

Safety first

Sicherheit im Umgang mit dem Feuer ist für Petra Quednau ein wichtiger Aspekt: „Sobald wir Pyrotechnik im Einsatz haben, unterstützt uns Thomas Fischer von der Firma Fischer Pyrotechnik als erfahrener Feuerwerker. Alle Effekte werden hinsichtlich Timing und Ausführung exakt auf die Anforderungen des jeweiligen Events abgestimmt." Voraussetzung für eine effektvolle Show ist eine Deckenhöhe von mindestens vier Meter; bei choreografierten Aufführungen mit drei Tänzerinnen sollte die Bühne eine Mindestfläche von 6 × 6 Meter aufweisen. Als Alternative zu feurigen Aufführungen hat Project PQ auch eine preisgekrönte Schwarzlicht-Show („Animatix Lux") im Programm.
Petra Quednau betont, dass die tänzerische Qualität beim Project PQ einen wesentlichen Unterschied zu üblichen Jonglagedarbietungen mit Feuer ausmacht: „Wir arbeiten vorrangig mit Frauen, die auf eine lange tänzerische Erfahrung zurückblicken können – im Schnitt mehr als acht Jahre!" Geeignete Akteure zu finden, ist dabei nach ihren Worten nicht immer ganz einfach, denn der Umgang mit dem feurigen Element ist durchaus nicht jeder Tänzerin genehm: „Es stinkt, es ölt, und es rußt", fasst Petra Quednau in plakativen Worten zusammen. Auf reine Feuerartisten greift Petra Quednau nur sporadisch zurück, da diese ihrer Meinung nach lediglich in seltenen Fällen über jene hohe Bewegungsqualität verfügen, die bei Project PQ gefordert ist.

Feuer-Performance zu Live-Musik

Anlässlich der Präsentation des Chevrolet „Spark" in Köln wurde Project PQ passend zum von eventcompetence + compagnie entwickelten Veranstaltungskonzept an drei aufeinander folgenden Abenden aktiv. „Wir hatten zwei Probentage, um die zehnminütige, thematisch passende Choreografie aus der Feder von Isabella Clara Arndt zu erlernen", berichtet Petra Quednau. „So etwas ist nur mit erfahrenen Tänzern möglich, die eine schnelle Auffassungsgabe besitzen." Eine Besonderheit war, dass die Musik zur Untermalung der Performance nicht aus der Konserve, sondern von der am Abend live aufspielenden Band kam. „Gemäß der Idee von eventcompetence + compagnie haben die Orange Sugar Cubes extra für die Spark-Show ein ganz tolles Medley aus TV-Serienmusiken der 70er-Jahre zusammengestellt", freute sich Petra Quednau.
Bei Aufführungen von Project PQ sind auf der Bühne vorrangig Frauen zu sehen, die sich als geübte Tänzerinnen attraktiv in Szene zu setzen verstehen – in Köln setzten sich die Kostüme der vier Protagonistinnen aus glitzernden Tops, eng anliegenden Shorts und Netzstrümpfen nebst schwarzen Stiefeln zusammen, was vom überwiegend männlichen Publikum durchaus registriert wurde. „Unsere Kostüme passen zu einer Gala, aber trotzdem setzen wir darauf, dass wir Frauen sind ...", beantwortete Petra Quednau eine auf diesen Aspekt abzielende Frage mit einem feinen Schmunzeln.
Die Show selber wusste in Köln mit einem gekonnt konstruierten Spannungsbogen zu gefallen und kam auch beim Publikum bestens an. Dass die Funken schlagende Choreografie perfekt zum Namen des neuen Fahrzeugs passte, muss sicher nicht besonders betont werden – um sprachlich im Bild zu bleiben: Die Aufführung zündete, der Funke sprang über ...

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.

Dem Vernehmen nach hatte eventcompetence + compagnie für den mehrtägigen Event eine Vorlaufzeit von drei Monaten zur Verfügung, und Sven Markus Eichenlaub stellt im Gespräch die sehr gute Zusammenarbeit mit Chevrolet Deutschland heraus: „Wenn wir keinen Spaß an einem Event haben, machen wir ihn auch nicht!", konstatiert der Geschäftsführer. Unterstützt wurde Eichenlaub u. a. durch Freelancer Volker Berlin, der für die Chevrolet-Händlerpräsentation als Projektleiter tätig wurde. Dass ein „Spark" im Gegensatz zu sonst üblichen Gepflogenheiten abends nicht mit auf dem Podium stand, hatte nach seinen Worten nicht nur etwas mit dem begrenzten Flächenangebot zu tun: „Die Gäste werden den gesamten Tag über mit dem Auto konfrontiert – es muss dann nicht zwangsläufig abends auch noch auf der Bühne stehen ..."

Get funky!

„Ich bin grundsätzlich nie zufrieden", ließ Sven Markus Eichenlaub am Ende des durchweg erfolgreich verlaufenen ersten Abends verlauten. „Heute ist das allerdings anders: Bei einer Back-to-back-Veranstaltung erreicht man normalerweise ja erst bei der zweiten oder dritten Veranstaltung den richtigen Groove, aber hier hat wirklich alles gesessen wie ein Maßanzug!" Zu einer derart positiven Einschätzung passte auch der Umstand, dass nach der Veranstaltung zahlreiche Anfragen zum Soundtrack des Abends eingingen und die eingesetzten Deko-Elemente sowie der Slogan „Entzückend Baby!" mittlerweile die Verkaufsräume von Chevrolet-Händlern in ganz Deutschland zieren. „Mehr geht nicht ...", freute sich Sven Markus Eichenlaub unmittelbar nach der Veranstaltung.

Insgesamt zeigte sich die Händlerpräsentation des neuen Chevrolet-Fahrzeugs als rundum gelungener Event, und wenn der Begriff „smart" in der Automobilbranche nicht bereits anderweitig besetzt wäre, könnte man durchaus in Versuchung geraten, ihn für die Beschreibung der klar auf die Zielgruppe fokussierten „Spark"-Abendveranstaltungen in Köln heranzuziehen ...

Text & Fotos: Jörg Küster