31.01.2024

Essen Motor Show wirbt mit Herz und trendigen Farben

Außergewöhnliches Key Visual sorgt für viel Aufmerksamkeit in der Branche

Außergewöhnliches Key Visual sorgt für viel Aufmerksamkeit in der Branche

Pastelltöne und Felgen in Herzform: Der Ferrari F430 von Pascal Klein greift aktuelle Tuning-Trends auf und widerlegt damit so manch gängiges Klischee über die Szene. Vielleicht war er deshalb eines der meist beachteten Fahrzeuge auf der vergangenen Essen Motor Show. Noch ungewöhnlicher als seine Optik ist die Geschichte hinter dem italienischen Sportwagen: Der Saarländer Klein erwarb das Fahrzeug nach einem Totalschaden in Kartons mit Einzelteilen. Knapp 10.000 Fans verfolgten im Anschluss auf YouTube, wie er dem F430 ein neues Leben schenkte. Das Ergebnis gefiel den Macher*innen der Essen Motor Show so gut, dass sie erstmals ein Auto aus der Tuning-Community zum Motiv für ihre neue Werbe-Kampagne machten.

„Es ist eine klare Botschaft an die Fans: Auf anderen Events kannst du dich vielleicht auch präsentieren, aber wir feiern dich und stellen dein Auto in den Mittelpunkt. Die Essen Motor Show steht für Mut, Emotionen und Vielfalt. Alle drei Werte verkörpert das neue Key Visual perfekt“, erklärt Ralf Sawatzki, Projektleiter der Essen Motor Show. Natürlich sind Herzfelgen und zarte Farbtöne nicht jedermanns Sache, aber „man muss es nicht allen recht machen“, findet auch Alexander Wege, Geschäftsführer von crossover communication. Die Kölner Werbeagentur meisterte die Herausforderung, aus einer mehrfarbigen Vorlage in Pastell ein aufmerksamkeitsstarkes Motiv zu kreieren.

Das Publikum wird jünger und weiblicher

Eines hat die neue Kampagne bereits bewirkt: Sie fällt auf und ist Gesprächsthema. „Die Resonanz ist durchweg positiv. Unsere Aussteller schätzen es, dass wir neue Wege gehen und auch mal was Außergewöhnliches machen“, stellt Sawatzki fest. Ungewöhnlich erscheinen auf den ersten Blick auch die Ergebnisse der jüngsten Besucher*innenbefragung: Das durchschnittlicher Alter der Befragten sank von 39 auf 35 Jahre, gleichzeitig stieg der Anteil der Frauen auf 22 Prozent. Damit räumt die Essen Motor Show gleich mit zwei Vorurteilen auf: erstens, dass sich junge Menschen nicht mehr für Autos begeistern und zweitens, dass Tuning nur Männer interessiert.

Die vergangene Messe zeigte, dass die Faszination für das Auto ungebrochen ist und nicht im Widerspruch zu einem gesteigerten Klimabewusstsein stehen muss. Denn einmal mehr hatte ein erheblicher Anteil der gezeigten Fahrzeuge einen nachhaltigen Antrieb. Tuning geht also auch mit E-Autos – vielleicht beurteilen deshalb 82 Prozent der Aussteller die derzeitige wirtschaftliche Situation ihrer Branche als günstig. Möglicherweise ist diese Einschätzung aber auch dem positiven Eindruck einer erfolgreich verlaufenen Messe geschuldet: 96 Prozent der Aussteller empfehlen eine Teilnahme an der Essen Motor Show weiter. Braucht man bei so viel guter Mund-zu-Mund-Werbung überhaupt noch eine Kampagne? Unbedingt – und erst recht, wenn sie optisch so ansprechend ist wie der Ferrari von Pascal Klein.

Weitere Informationen: www.essen-motorshow.de

10.12.2023

Essen Motor Show sorgt für volle Hallen und glückliche Gesichter

Rund 500 Aussteller begeistern mit sportlichen Fahrzeugen und Zubehör

Rund 500 Aussteller begeistern mit sportlichen Fahrzeugen und Zubehör

Die Essen Motor Show hat erfolgreich ihr Ziel erreicht. Das Festival für sportliche Fahrzeuge zog vom 2. bis 10. Dezember (Preview Day: 1. Dezember) über 200.000 Besucher*innen in die Messe Essen. Rund 500 Aussteller präsentierten dem begeisterten Publikum ihre Produkte und Messeneuheiten in den Bereichen Performance & Racing, Tuning & Lifestyle, Motorsport und Classic Cars. Zu den Höhepunkten zählten neben mehreren Premieren auch die Besuche bekannter Sportler*innen und Szene-Prominenter. Augenfällig in diesem Jahr: Nachhaltig angetriebene Fahrzeuge haben ihren festen Platz im Line-up erobert.

„Ob mit oder ohne E-Motor: Die Faszination für das Auto ist ungebrochen. Das hat die diesjährige Essen Motor Show eindrucksvoll gezeigt. Mit unserem technologieoffenen Kurs fahren wir genau richtig. Ich freue mich, dass die Aussteller und das Publikum das so eindrucksvoll honorieren“, erklärt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen. „Wir sind begeistert zu sehen, dass die Besucherzahlen sich auf dem hohen Vorjahresniveau bewegen und dass nach Aussage von Ausstellern zudem reges Kaufinteresse besteht“, ergänzt Harald Schmidtke, Geschäftsführer im Verband der Automobil Tuner, der Partner der Essen Motor Show ist.

TUNE IT! SAFE! präsentiert neues Kampagnenfahrzeug: VW ID.Buzz

Für den ersten Hingucker auf dem Auto-Festival sorgte die Initiative TUNE IT! SAFE, die am Preview Day ihr neues Kampagnenfahrzeug enthüllte: einen getunten VW ID.Buzz in Polizeifarben und mit Blaulicht. Die Tuningfirma Irmscher spendierte dem Elektro-Van mit 150 kw Maximalleistung unter anderem neue Fahrwerksfedern und Räder sowie ein schickes Aerodynamik-Paket. Mit dem frisch frisierten Bulli wirbt die Initiative im kommenden Jahr auf Messen und weiteren Events für sicheres und seriöses Tuning. Weitere nachhaltig angetriebene Fahrzeuge gab es beispielsweise bei den Ausstellern Hankook, H&R, Lackas Rhein Ruhr, Next eShare.one und in der tuningXperience zu erleben.

Ein Ausrufezeichen setzte außerdem die KW automotive Gruppe, die an ihrem Stand gemeinsam mit Tuner und Szene-Star JP Kraemer den Lamborghini SC63 präsentierte. Der 680 PS starke Rennwagen tritt 2024 zum traditionsreichen 24-Stunden-Rennen von Le Mans an und gehörte zu den meist fotografierten Fahrzeugen auf der Essen Motor Show. Weitere beliebte Fotomotive waren beispielsweise die Boliden aus dem Special zu 75 Jahren NASCAR in Halle 3 sowie der Daihatsu Hijet „Kevin“ und der preisgekrönte Mercurius GTC aus der tuningXperience. Für Aufmerksamkeit sorgten außerdem die Besuche von Tuner Sidney Hoffmann, der ehemaligen BVB-Spieler Kevin Großkreutz und Patrick Owomoyela sowie zahlreicher weiterer Influencer*innen und Szene-Promis.

Aussteller zeigen sich zufrieden und wollen wiederkommen

Auch in der Motorsport-Branche konnte die Essen Motor Show punkten. Dr. Karl-Friedrich Ziegahn, Präsident im Deutschen Sportfahrer Kreis, hält fest: „Für den DSK ist die Essen Motor Show ein Pflichttermin. Hier treffen wir unsere Mitglieder, Freunde und Partner und es findet ein konstruktiver Austausch statt. Gleichzeitig können wir unsere Angebote für Mitglieder, zum Beispiel die vom DSK organisierten Trackdays, präsentieren. Die Messe bildet seit einigen Jahren den passenden Rahmen, um unsere erfolgreichsten Sportlerinnen und Sportler zu ehren. Bereits zum zweiten Mal hat auf unserem Stand eine Podiumsdiskussion des DSK Women's Club mit hochkarätigen Teilnehmerinnen stattgefunden."

Das Fazit der übrigen Aussteller fällt ebenfalls positiv aus: 96 Prozent waren laut Befragung mit dem zahlenmäßigen Aufkommen der Besucher*innen auf der Essen Motor Show zufrieden. 95 Prozent gaben außerdem an, dass sie ihre wichtigsten Zielgruppen alle oder zum Teil erreichen konnten. Dementsprechend waren 93 Prozent zufrieden mit ihrer Messebeteiligung und 94 Prozent wissen bereits jetzt, dass sie auch künftig in Essen ausstellen wollen. Die Gelegenheit ergibt sich vom 30. November bis 8. Dezember 2024 (Preview Day: 29. November).

Die Beratungsgesellschaft BBE Automotive präsentierte anlässlich der Essen Motor Show gemeinsam mit Partnern wie dem Verband der Automobil Tuner die Ergebnisse einer aktuellen Studie zum Tuningmarkt. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Szene von Modellen der deutschen Hersteller BMW, Audi, VW und Mercedes-Benz geprägt wird. Neben der Produktion eigener Performancelinien der Fahrzeughersteller zeigt die Studie einen Tuningmarkt mit einem Volumen von über zwei Milliarden Euro alleine in Deutschland. Der höchste Anteil entfällt dabei auf Räder/Reifen und Fahrwerkskomponenten.