



30.11.–08.12.2024
Previewday: 29.11.

Essen, 31. Januar 2024

Festival für sportliche Fahrzeuge

Essen Motor Show wirbt mit Herz und trendigen Farben

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 durchschnittliche 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.



MESSE ESSEN GmbH

Messeplatz 1
45131 Essen | Germany

Presse-Kontakt | Press Contact
Tom Kraayvanger
Fon + 49.(0)201. 72 44-243
tom.kraayvanger@messe-essen.de

Presse-Fotoservice |
Press Photo Service
Ayben Dürümoglu
Fon + 49.(0)201. 72 44-780
ayben.dueruemoglu@messe-essen.de

www.messe-essen.de
www.essen-motorshow.de

Veröffentlichung kostenfrei –
Beleg erbeten
Publication free of charge –
Copy requested



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