

Mercedes-Benz & Friends Berlin Tempelhof

Post by "Stuempfig" of Mar 17th 2011, 5:03 pm

... verzichtet aber unter derartigen Vorzeichen auf die Teilnahme bzw. Organisation ...
Hier noch die aufklärenden Zeilen von Maria Lehmann,
welche die erste Sitzung eindrucksvoll widerspiegelt:

Eintrag ins Guinness Buch der Rekorde - oder doch lieber nicht?

Da war der Anlauf größer als der Sprung

Während der RETRO CLASSICS (12. März 2011) wurden die Vertreter der anerkannten Mercedes-Benz Clubs zu einer Besprechung der Organisation des „Größten Mercedes-Benz-Treffens in Berlin-Tempelhof“ im Jahr des Automobilsommers 2011 eingeladen.

Der kleine für 18 Leute ausgelegte Raum im Mövenpick Airport Hotel war schon vor Beginn der Sitzung mit ca. 30 MB-Clubs Vertretern deutlich überfüllt. Anwesend waren außerdem die Clubbetreuung von Mercedes und die betreuende Werbe/Eventagentur, die eine Powerpoint Präsentation zu Beginn zeigte, um Anregungen der anwesenden Clubs mitzunehmen.

Das Conceptpaper umfasste die Bespielung des einen Hangars in Tempelhof, sowie die Konzeptionierung der Festplatzatmosphäre des Geländes. Dort sei eine Familienausflugsituation geplant mit Hüpfburg. Die Festzeltgarnituren laden bei regulativer Preispolitik der Cateringseinheiten für die erwarteten Besucher zum Verweilen ein. Die Teilnehmer sind Selbstzahler. Auf der Showbühne erwartet die Besucher und Teilnehmer ein abwechslungsreiches Programm aus Vorträgen, Musik- und Showeinlagen, die sich im 1-2 Stundentakt wiederholen. Es wird damit gerechnet, dass sich genügend Publikum schubweise die attraktiven Darbietungen anschauen wird. Die großangelegte Teilnehmerparty wird – noch geheim gehaltene – Showgrößen anbieten. Aufgrund der städtischen Auflagen des Berliner

Senats enden diese Partys pünktlich um 22:30 aufgrund der Lärmvorschriften.

Es sind exzessive Hotelkontingentierungen in den verschiedenen Kategorien vorgenommen worden. Ein Shuttle zu den Hotels wird als Anregung mit nachhause genommen. Ein Programm wie Stadtbesichtigung für die Teilnehmer, deren Fahrzeuge in Tempelhof während der zwei Tage stehen, wird auf Wunsch noch erarbeitet, war aber nicht vorgesehen. Die Wetterbedingungen werden auch noch mit nachhause genommen, denn es ist bislang weder für Regen- noch für besonders heißes Wetter etwas vorgesehen.

Die Anreise der Teilnehmer wird in einem noch zu erarbeitenden Zeitfenster pro Club oder Baureihe erarbeitet, so dass keine allzulangen Wartezeiten bei der Einbringung der Fahrzeuge erwartet wird. Diese Fahrzeug-Einbringung erfolgt von ganztägig Freitag bis Samstag Vormittag. Es wird derzeit auf der Fläche des Hangars von 2117 Fahrzeugen – dies ist anhand der Durchschnittsgröße eines Fahrzeugs errechnet worden – ausgegangen. Es wird eine lockere Parkplatzsituation geschaffen. Der Versuch des Eintrags in das Guinness Buch der Rekorde wird derzeit nicht weiter verfolgt, da durch Budgetgrenzen (jeder weitere Hangar muss gemietet werden) die Fahrzeugobergrenze limitiert sei. Die Ausschreibung erfolgt über das Internet, das neue Webspecial wird demnächst online gehen. Die Organisation, Werbung, Mittlerrolle obliegt den Clubvorständen.

Die Clubs haben die Möglichkeit eine eigene Präsentation in dem zweiten Hangar zu gestalten. Dieser Hangar soll in seiner Originalität bespielt werden. Anmeldungen für den Quadratmeterbedarf werden abgefragt, jeder darf so viel er will und kann.

Alle anderen Flächen von Tempelhof stehen nicht zur Verfügung, denn sie sind öffentlicher Park/Gelände und dürfen nicht befahren werden.

Soviel zur Powerpointpräsentation der Agentur.

Die anschließende Diskussion der geschätzten MB-Club-Kollegen ging von „sofort Agentur auszahlen und die Geschichte abblasen“, über „um andere Mercedesse anzugucken fahre ich doch nicht 800 km nach Berlin“ bis zu „wird denn für die Teilnehmer, die sehr zum Teil weite Anreisen haben, weder eine Art Lounge noch irgendein Programm angeboten?“.

Es wurde sogar die derzeitige Mercedes Werbekampagne zitiert: „Entweder das Beste oder gar nichts“ und kommt zu dem Schluss: dann gar nichts.

Von vielen Seiten kam das Argument, dass die Clubs sich ganz ungern als „Promo“ für diese Daimler Veranstaltung vor den sprichwörtlichen Karren spannen lassen wollen, vor allem ohne jedes Konzept, was man dort vor Ort denn zwei/drei Tage tun soll. Die Shuttle- Problematik wurde angesprochen, denn die eigenen Fahrzeuge sind ja auf der „Parkplatzsituation“.

Kritisiert wurde auch die Geheimhaltungspolitik, die bei den meisten Clubs von der anfänglicher Euphorie zum jetzt bekundeten Desinteresse an der Veranstaltung geführt hat.

Dass nun auch der so interessante Versuch des Eintrags ins Guinness Buch der Rekorde am

fehlenden Budget für die Veranstaltung runter definiert wird auf 2117 Autos, führte definitiv zur Abwertung in der A- und B-Note.

Und dennoch, wie es dann immer ist: nach dem Motto „wir spielen Messe, wieviel Licht-Spots kann ich für meine Fahrzeuge bekommen“, hatten beinahe alle Clubs bereits ein Konzept dabei und haben ganz eifrig ihre Quadratmeterwünsche angemeldet und Konzepte vorgelegt. Besonders gut haben mir zwei Konzepte gefallen: Der Club mit den meisten Autos auf kleinstem Platz: Darstellung der gesamten MB-Geschichte in Spielzeugautos (40 qm) und am anderen Ende des Spektrums die MBIG mit einem Platzbedarf von 4000 qm um alle LKW, Busse und Großfahrzeuge zu präsentieren. Hut ab!

Der vdh hatte in der erwähnten Anfangseuphorie vorgehabt in Tempelhof ein „Infotreffen reloaded“ zu machen, Bierhänger, Musik, Camping. Das ist definitiv in diesem Konzept nicht möglich.

Meine Einschätzung: Ich hatte mich sehr auf dieses Mercedes-Gigantotreffen im Sommer in Berlin gefreut, nach der Sitzung muss ich leider sagen, dass das Konzept kein Konzept ist. Für eine Umdisponierung fehlt die Zeit und wohl auch das Geld. Wer dennoch Lust hat teilzunehmen, beachte bitte das kommende Webspecial auf der Classic Center Seite.

Maria Lehmann
