

PR MIT PS

Der Rennsport-Mythos macht die eigene Schule zum Stadtgespräch



Ein klassisch roter Ferrari – der Hingucker auch für Ihre Fahrschule?

430 PS, 300 km/h und der Klang eines unerreichten Sportmotors. Drei Tage Ferrari reichten völlig aus, um einer Fahrschule aus Niedersachsen zu Ruhm zu verhelfen. Für drei Tage hatte sich der Inhaber Richard Becker einen Ferrari für seine Schule ausgeliehen.

»Jugendliche kamen mit ihren Handys an, um den Sound des Motors aufzunehmen. Dreimal so viele Anmeldungen wie sonst hatten wir in diesem Monat.« Fahrschulinhaber Richard

Becker kann die Begeisterung kaum verbergen, auch wenn sein Event schon einige Zeit zurückliegt. Für drei Tage hatte er sich im Mai 2007 einen Ferrari ausgeliehen. Statt einer Anzeige zum 25-jährigen Firmenjubiläum in der Cuxhavener Lokalpresse gönnte sich der Unternehmer ein besonders medienwirksames Geburtstagsgeschenk: Mit Doppelpedal und 430 PS feierte er das Bestehen seiner Fahrschule. Mit dem Ferrari sicherte er sich die Aufmerksamkeit der lokalen Medien. »Noch heute reden die Leute

davon«, beteuert der Unternehmer. Eine gelungene PR-Aktion.

Der Rennwagen wertet das Image auf

Das Prinzip ist simpel: Man nehme eine ordentliche Portion Rennsport-Mythos, ein bisschen Luxus pur und die Begeisterung der Menschen dafür. Bis aus Bad Tölz reisten Schaulustige an, um den Ferrari zu bewundern. »Da gehen Träume in Erfüllung«, schwärmt Becker beim Telefoninterview. Zudem spricht sich das Engagement herum: Mehr als dreimal so viele Anmeldungen konnte seine Fahrschule im »Ferrari-Monat« verzeichnen. Großer Haken: »Das Auto kostet 2,50 Euro pro Kilometer«. Damit bleibt finanziell nicht viel von den zahlreichen Anmeldungen hängen.

Bleibender Eindruck bei den jungen Menschen

Doch das Image der Fahrschule profitiert langfristig, noch Monate später sprechen die Cuxhavener den Ausbilder auf seinen roten Rennboliden an. Gleich in diesem Jahr will er die Aktion wiederholen. Auf Dauer kommt das Fahrzeug zur Schulung für ihn allerdings nicht in Frage: »Ab 160

km/h versteht man sein eigenes Wort nicht mehr.« Das Auto fährt sich rau. Ein Rennwagen eben. Nach der Auffassung von Becker versteht es sich von selbst, dass der Wagen mit Fahrnovizen am Steuer nicht ausgefahren wird. Allein die Beschleunigung mache ausreichend Eindruck auf die jungen Menschen. Auch bei verhältnismäßig geringen Geschwindigkeiten beeindruckt der Wagen: In wenigen Sekunden beschleunigt er von null auf hundert. Durchschnittlich motorisierte Autos benötigen hierfür meist zwischen 12 und 15 Sekunden.

Der Wow-Effekt kann aber auch ausbleiben

Gute Erfahrungen machte auch Heiko Rech, Inhaber der Fahrschule Wittmer in Saarbrücken. Für eine Woche hatte sich der Fahrlehrer im Jahr 2005 einen Porsche 911 geliehen. Allerdings schulte er damit auch regulär. »Den Preis für die Fahrstunde haben wir von 25 auf 50 Euro erhöht, trotzdem waren wir in dieser Woche komplett ausgebucht«. Rund 1000 Euro hat ihn der fahrschultaugliche Sportwagen gekostet. Viel hängen geblieben sei dabei finanziell nicht. Einen großartigen

Werbeeffekt, wie ihn der Ferrari bei der Fahrschule Becker hatte, konnte er nicht erkennen. Trotzdem wirbt er heute noch mit seiner »Porsche-Woche« auf der Homepage seines Unternehmens. Bei Google erntet er unter den Suchbegriffen »Porsche« in Kombination mit »Fahrschule« einen Eintrag auf der ersten Seite. Umsonst war das Engagement also sicher nicht.

TIPP

Bei Just-drive-it.com kann sich der Geeignete einen Ferrari für die Fahrschule leihen. Laut Informationen auf der Homepage sogar ohne die sonst übliche enorm hohe Kautions.

www.just-drive-it.com

