

»Sie haben aus Autos Emotionen erzeugt«

EINBECK. Kein Museum, sondern eine Erlebnisausstellung, die sich immer wieder verändert, aus der Besucher positive Eindrücke weitertragen und die im Jahr rund 100.000 Gäste nach Einbeck zieht: Der Marketing Club Göttingen hat jetzt den PS.SPEICHER besucht. »Vom Erfolgs-Marketing des PS.SPEICHERs können wir viel lernen« hieß es in der Einladung des Präsidenten des Clubs, Gerhard Sauer (links), und des Vorstandsmitglieds Thomas Franke aus Einbeck (Mitte), und Geschäftsführer Lothar Meyer-Mertel (rechts) erläuterte den Weg der vergangenen Jahre. Einbeck, so Thomas Franke, habe viele »alte« Standort-Vorteile – seit 2014 sei der PS.SPEICHER dabei, eine Einrichtung, die so auch in Berlin stehen könnte. Die Entscheidung des Stifters Karl-Heinz Rehkopf für Einbeck, wo er zuhause sei, erläuterte Lothar Meyer-Mertel ebenso wie Strategie und kommunikative Ansätze: Karl-Heinz Rehkopf sei nicht nur ein erfolgreicher Geschäftsmann, sondern auch ein langjähriger Sammler: von deutschen Serienmotorrädern, Klein- und Kleinwagen, Nutz- und Elektrofahrzeugen und Traktoren. Über die Kulturstiftung habe er die Oldtimer der Allgemeinheit zugänglich gemacht, aber er wollte auch etwas für die Standortentwicklung in Einbeck tun. Die Erlebnisausstellung umfasse Inszenierungen von Fahrzeugen und Aktivstationen, sie zeige Zeitgeschichte statt Technikschaу. Die Zeitspanne reiche dabei von 1812 bis hin zu Zukunftsvisionen, komplettiert durch Sonderausstellungen. Darüber hinaus gebe es die Depots, die erst zum Teil für die Öffentlichkeit zugänglich seien. Mit der PS.Halle wurde die Möglichkeit zum »Tagen in der Ausstellung« geschaffen, aber auch für viele weitere Veranstaltungen, inzwischen 30 bis 40 pro Jahr mit bis zu 700 Teilnehmern. Gastronomie und Hotel runden das Konzept ab, zu dem Museumspädagogik, Lernwerkstatt, Trauzimmer, ein Rennsimulator, ein



Oldtimer- und Hochzeitsautoverleih und ein Shop gehören. Gerade die Kombination, so Meyer-Mertel, sei das Geheimnis des Erfolgs, auch für die Schaffung von Arbeitsplätzen: Jeweils etwa 40 seien es in der Kulturstiftung und im Bereich Hotel/Gastronomie; hinzu kommen PS.Piloten sowie Ehrenamtliche. Der PS.SPEICHER wolle Erlebnisse für die ganze Familie bieten, eine Ausstellung, die immer wieder anders sei. Jeder zweite Gast habe eine Anreise von 75 Kilometern und mehr, das habe sich im Lauf der Jahre ausgeweitet. Der Durchschnittsbesucher sei 54 Jahre alt, männlich, leitender Angestellter. Aber Begeisterung, versicherte er, wecke man bei allen Gästen. 77 Prozent sagten, es gefalle ihnen »sehr gut«, und in großen Bewertungsportalen gab es 4,5 beziehungsweise 4,7 von fünf Punkten. Ein kommunikatives »Grundrauschen« werde durch unterschiedliche Veranstaltungen ergänzt. »Ein Image eilt Ihnen voraus«, stellte Gerhard Sauer fest, »Sie haben einen Spirit und aus Autos Emotionen erzeugt.« Auch aus Göttingen sehe man diesen Wirtschaftsfaktor, und dass sich hier etwas verändert habe. Der Marketing Club Göttingen ist einer von zurzeit mehr als 60 regionalen Clubs mit mehr als 14.000 Mitgliedern im Netzwerk von führend, leitend oder lehrend im Marketing Tätigen.

Foto: Kondziella