werbewoche 36/37 | 22.10.2009

werbewoche 36/37 | 22.10.2009

Höllischer Spass mit Flitzern und Fliegern

Helldriver hat etwas gegen langweilige Firmenanlässe. Mit ferngesteuerten Flitzern und Fliegern zieht die Spielshow am klassischen Paket aus Alleinunterhalter, Speis und Trank vorbei. Flotte Käfer, Helikopter und Flugzeuge wecken das Kind in jedem Mitarbeiter – und taugen perfekt auch für Promotionen.

Er heisst Angelini, fährt aber gern zur Hölle. Vor einem Jahr gründete Manuel Angelini die Spielshow Helldriver. Was nach einer wilden Harleygang klingt, ist ein Spielfeld für kindliche Emotionen – genauer: für ferngesteuerte Autos. Angelini und sein Geschäftspartner, der Komiker Toni Caradonna, veranstalten Autorennen mit ferngesteuerten VW-Käfern. Auf einer 200 Quadratmeter grossen Fläche steuert ein Team von sechs Personen gemeinsam einen Rennwagen. Jeder darf zwei Minuten ans «Lenkrad», dann ertönt ein Signal, und die Fernsteuerung muss weitergegeben werden. Die Zeit, die jedes Team braucht, um ins Ziel zu gelangen, wird gemessen, die schnellsten Teams bekommen einen Preis. Aber nicht nur Tempo zählt: Für vorbildliches Verhalten im Rennbahnverkehr gibts Bonusrunden, mit denen schlechte Fahrleistungen kompensiert werden können. Wer rücksichtslos fährt, muss mit Punktabzug rechnen. Die Ereignisse auf der Rennstrecke und die Siegerehrung werden von Komiker Caradonna unterhaltsam moderiert.

Die gemeinsame Verantwortung für das Abschneiden im Rennen fördert die Zusammenarbeit der Teammitglieder, jeder schaut auf jeden. Deshalb eignet sich die Spielshow hervorragend für Kunden- und Mitarbeiteranlässe. «Es sind immer acht Autos parallel auf der Rennbahn, also sind 48 Leute beschäftigt», sagt Manuel Angelini. «Die anderen schauen zu oder üben auf Parcours, wie man die Wagen manövriert.» Damit denen, die gerade nicht fahren, auch ganz bestimmt nicht langweilig wird, gibt es zudem das Helldriver-Quiz: Im Hintergrund laufen Filmmelodien aus den Achtzigern – von «A-Team» über «Ein Colt für alle Fälle» bis «Dallas». Wer die Songs errät, gewinnt eine Bonusrunde.

Teamwork in der Boxengasse

«Events werden zwar immer neu inszeniert, dennoch ähneln sie einander sehr», sagt Angelini. «Vor allem werden die Gäste nicht aktiviert, sondern konsumieren nur. Dieses Schema wollte ich aufbrechen.» Das ist Angelini offenbar gelungen: Bei einem dreitägigen Event für die Mobiliar gab es vom CEO bis zur Sachbearbeiterin nur noch ein Thema: die kleinen Flitzer. «Wir haben auch Geschicklichkeitsspiele gemacht», erzählt Angelini. «Die Leute mussten einen Parcours fahren oder zu zweit die Fernsteuerung bedienen, einer gab Gas, der andere lenkte. Solche Spiele sind enorm witzig und fördern das Teambuilding. Sie wecken Emotionen und verbessern die Kommunikation.» Schwierigkeiten miteinander, Ärger bei der Arbeit und Hierarchien waren für einmal wie weggewischt.

Bei einem Anlass für rund 50 Mitarbeiter der Bank Wegelin sei es ebenso lustig und kollegial zugegangen, freut sich Angelini. Klar. An welchem Firmen-Event darf man sonst so ungeniert noch einmal Kind sein und einfach Spass haben?

Die Rennen mit ferngesteuerten Autos machen Männern und Frauen gleichermassen Spass. «Wir haben uns für VW-Käfer entschieden, damit sich auch Frauen von den knuffigen Wagen angesprochen fühlen», sagt Angelini. «Frauen haben enorme Freude an der Spielshow, vor allem in gemischten Teams. Sie reagieren zwar anders und rufen mehr ‹hui› und ‹Hilfe›, aber sie finden die Rennen genauso witzig wie die Männer. Auch die Moderation bietet gute Möglichkeiten, Frauen abzuholen und einzubinden.» Mit dem vorhandenen Equipment können die Helldriver Anlässe für etwa 250 Personen ausrichten. Plant ein Unternehmen einen Event für eine grössere Anzahl Mitarbeiter, können Angelini und Caradonna ihr Angebot aber entsprechend erweitern, zum Beispiel durch eine weitere Rennbahn, durch Flugshows oder zusätzliche Parcours, auf denen Geschicklichkeit trainiert werden kann.

Der Chef als Chauffeur

Für jeden Anlass erarbeiten Angelini und Caradonna ein umfassendes Konzept. «Wir stellen nicht nur das Equipment für die Spielshow zur Verfügung, sondern besprechen mit unserem Auftraggeber, was ihm bei dem Event wichtig ist und welches Ziel er damit erreichen will», sagt Angelini. «Das nehmen wir dann in der Moderation auf. Bei Mitarbeiteranlässen überlegen wir uns zudem witzige Preise für die Siegerehrung, zum Beispiel, dass der Chef den Sieger eine Woche lang morgens von zu Hause abholt.» Wenn das Unternehmen es wünscht, schickt Angelini die Autos auch noch in die Maske: Dann bekommen sie einen Kleber der Firma auf den Lack oder werden gleich komplett umgespritzt.

Ein verrücktes Team

Der gelernte Sekundarlehrer und Event Manager Angelini und der studierte Physiker, Entertainer, Artist, Komiker und Stuntcomedian Caradonna lernten sich bei einem Anlass kennen, für den Angelini Caradonna gebucht hatte. Um sein Publikum zu amüsieren, lässt Caradonna sich zum Beispiel von einem Helikopter eine brennende Zigarette aus dem Mund schiessen. Caradonna experimentierte bereits mit ferngesteuerten Fluggeräten und besass mehrere ferngesteuerte Helikopter, Flugzeuge sowie unbemannte Luftfahrzeuge, so genannte Drohnen. Die beiden Männer kamen auf die Idee, eine Spielshow zu kreieren, bei der die Gäste mitmachen dürfen. Sie kauften 14 ferngesteuerte Käfer und entwickelten ein Paket aus Moderation, Übungen zur Bedienung der Fernsteuerung, Fahrtrainings, Spielshow, Quiz und Siegerehrung. Dann bauten sie die mobile, 200 Quadratmeter grosse Rennbahn aus einem speziellen Teppich und Rohrstücken für die Bande. «Ich habe einige Zeit experimentiert, bis ich den optimalen Boden für die Rennwagen gefunden habe», sagt Angelini. «Die Rennbahn ist mobil, sie kann nicht nur draussen ausgelegt werden, sondern auch in einer Halle oder einem Parkhaus. Unsere Spielshow ist also auch wintertauglich.» Trotzdem haben die Helldriver sich noch eine Outdoor-Variante für Schneefreaks einfallen lassen: ein Rennen mit Schneeraupen. Diese Version ist besonders für Anlässe in Skiorten attraktiv. Sie erfordert wegen der unebenen Piste noch mehr Geschicklichkeit als das Käferrennen. Insgesamt haben Angelini und Caradonna rund 40 000 Franken in die Autos, den Bau der Rennstrecke, das Zeitmesssystem und die Musikanlage investiert.

Spiel, Spass und Emotionen

«Für die Spielshow haben wir schon einige Anfragen bekommen, zum Beispiel von Coca-Cola oder Heineken», sagt Angelini. «Aber abschliessend geplant ist im Moment noch nichts.» Verständlicherweise sind Unternehmen im Moment vorsichtig mit Ausgaben, insbesondere wenn es um vermeintliche Extras wie Kunden- und Mitarbeiteranlässe geht. Sie sollten aber nicht aus den Augen verlieren, wie zentral gerade in Krisenzeiten die Bindung von Kunden und Mitarbeitern ist. Ein Anlass, der Frauen wie Männern, Geschäftsführern wie Praktikanten in guter Erinnerung bleibt, könnte genau das richtige Motivationsinstrument sein – zumal die Investitionen für eine komplette Spielshow mit 8000 bis 10 000 Franken überschaubar sind. Ein klassischer Firmenanlass mit Band, Moderator und Comedian übersteigt dieses Budget schnell. «Mitarbeiter sind die beste Werbung für ein Unternehmen», betont Angelini. «Überlegen Sie mal, wie viele Personen in Ihrem Umfeld positiv über ihren Arbeitsplatz reden. Die Antwort ist ernüchternd. Da müssen Unternehmen unbedingt etwas tun.»

Neuerdings bieten die Helldriver ihre Spielshow auch zur Auflockerung von Seminaren und Kongressen an: «Seminare sind extrem kopflastig, nach spätestens zwei Stunden ist niemand mehr aufnahmefähig, das belegt die Hirnforschung», sagt Angelini. «So sind Schulungen natürlich wenig effizient.» Deshalb schlagen die Helldriver vor, Seminarteilnehmer in den Pausen vom Unterrichtsstoff abzulenken, sie etwas völlig anderes machen zu lassen. Ein kleiner Parcours, im Team gefahren, bringt Spass und lädt die Energiespeicher binnen Minuten wieder auf: «Beim Fahren des Parcours wird Adrenalin ausgeschüttet», sagt Angelini. «Das aktiviert und macht den Kopf wieder frei für die nächste Lerneinheit.» Angenehmer Nebeneffekt: Durch die kleine Unterbrechung lernen die Seminarteilnehmer einander kennen, was die Arbeitsatmosphäre im Seminar verbessert.

Marketing mit Spieltrieb

Mit den Spielshows zu Teppich, Schnee und Luft sind die Helldriver aber noch nicht am Ende ihrer Ideen: Ferngesteuerte Autos eignen sich auch perfekt für Guerilla-Promotionen. Für diesen Zweck hat Angelini drei Trucks angeschafft. Einen hat er als Lautsprecherwagen für Durchsagen umgebaut, die anderen wurden so umgerüstet, dass Produkte oder Produktspender auf ihnen montiert werden können. Unternehmen können Konsumenten ihre Produkte so förmlich zu Füssen legen. «Man kann jedes Konsumgut auf Räder stellen und so mehr Neugier wecken, als mit einem Plakat», erklärt Angelini. «Unsere Trucks können mit Chipstüten oder einer neuen Schocki bestückt durch den HB oder die Fussgängerzone fahren. Der Lautsprecherwagen liefert die dazugehörigen Slogans, Informationen oder Sounds – zum Beispiel das appetitanregende Cracken von Chips.» Auch ein Livekommentar zur Reaktion der Passanten ist möglich. Wenn Sie auf der Strasse also einmal von einem Truck angesprochen werden sollten, stecken wahrscheinlich die Helldriver dahinter.

Geldregen für Züri

Auch werbende Angriffe aus der Luft bieten Angelini und Caradonna an: Wie wäre es zum Beispiel mit einem Banner, von einem der Helldriver-Flieger durch den Himmel gezogen – auch perfekt für einen Heiratsantrag? Mit der Enthüllung eines neuen Automodells durch eine Drohne? Oder mit dem Abwurf von Flyern und Give-aways aus der Luft? Am 1. Advent beispielsweise wird es auf Zürich Geld regnen. Wo genau und warum die Scheine leise rieseln, verraten die Helldriver aber noch nicht.

Fehlt jetzt eigentlich nur noch eine Variante mit Booten, damit Spiel und Promo auch auf der perfekten Welle möglich sind. Doch erst einmal wollen Angelini und Caradonna die Möglichkeiten ihrer vorhandenen Fahrzeuge ausreizen. Ideen, wie man Käfer, Trucks und Flieger noch einsetzen könnte, haben sie genug.

Anne-Friederike Wilhelm

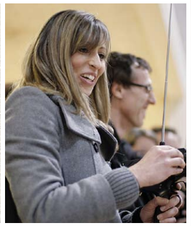
Auf dem Teppich bleiben: Bei der Spielshow darf man sich ins Zeug und in die Kurve legen.

Appetit anregen: Die Helldriver bringen jedes Produkt in volle Fahrt.

Abheben: Mit einem oder vier Propellern.

BOXENSTOP ANGELINI

Manuel Angelini (36) ist ein Tausendsassa: Er ist ausgebildeter Sekundarlehrer und hat drei Jahre als Lehrer gearbeitet, bevor er sein Geld als Event Manager für verschiedene Kommunikationsagenturen verdiente. Er setzte Mitarbeiter-Events mit 20 bis 2000 Gästen um und realisierte diverse Musicals und Tourneen. Heute unterrichtet Angelini einen Tag pro Woche an der Gewerbeschule und ist Geschäftsführer der Event-Agentur «Angelini, Agentur für Emotion». 2008 ergänzte er sein Portfolio mit den Spielereien für das Kind in uns allen: mit der Spielshow Helldriver. Ausserdem spielt Angelini seit 20 Jahren Schlagzeug, zuletzt im Musical «Ewigi Liebi».
www.helldriver.ch
www.agentur-angelini.ch



BOXENSTOP CARADONNA

Toni Caradonna (37) hat in Bern und Manchester Physik studiert, anschliessend besuchte er die Zirkusschule in London. Seit 1996 arbeitet Caradonna als Entertainer, Artist, Komiker und Stuntcomedian. Er hat auf drei Kontinenten in über zehn Ländern mehr als 500 Shows gezeigt, die mehrfach mit Preisen ausgezeichnet wurden. Im vergangenen Jahr entwickelte Caradonna gemeinsam mit Manuel Angelini die Spielshow Helldriver, bei der er als Moderator auftritt.