

Spurwechsel gelungen: 1. Deutsche Konferenz für Automobilmarketing ausverkauft – Experten zeigten Megatrends „Digitalisierung und Mobilität“

- Erfolgreiche 1. Deutsche Konferenz für Automobilmarketing „Spurwechsel 2019“ im KölnSKY
- Expertensymposium und Get-together zum Thema: „Warum Automobilmarketing live und digital neue Wege gehen muss“ - Ideen und Entwicklungen für zukünftige Marketingprozesse
- Zweite Deutsche Konferenz für Automobilmarketing in 2020 wieder in Köln geplant

Düsseldorf, Mai 2019 – Die 1. Deutsche Konferenz für Automobilmarketing „Spurwechsel 2019“ war ein voller Erfolg und mit 70 Teilnehmern ausverkauft. Die Veranstalter Michael Hosang, Studieninstitut für Kommunikation, und BlachReport-Chefredakteur Peter Blach waren hochzufrieden mit der Teilnehmerresonanz „einer sehr gelungenen Veranstaltung mit einem spannenden Themen-Mix“. Hochkarätige Referenten gaben kurzweilig und spannend die Megatrends für Digitalisierung in der Mobilitätsbranche wieder. Produzenten, Handel, Lieferanten, Verbände und Kommunikationsexperten der Autobranche standen im Fokus dieses neuen Veranstaltungsformats am 13. Mai 2019 im KölnSKY hoch über den Dächern der Domstadt. Der anvisierte Diskurs zwischen Insidern und Beteiligten wurde angeregt umgesetzt.

Michael Hosang fasste die Resonanz zusammen: „Die 1. Deutsche Konferenz für Automobilmarketing hat sich eng an dem vorgegebenen Motto „Spurwechsel“ orientiert, dabei kurzweilig und spannend die Megatrends Digitalisierung und Mobilität aufgegriffen und mit anschaulichen Best Practice Beispielen aus dem In- und Ausland untermauert. Die Speaker und die Teilnehmer waren mit dieser ausverkauften Pilot-Veranstaltung sehr zufrieden – genauso wie wir als Mitveranstalter.“

Wer war dabei? **Michael Nicht, Consultant für Planung und Ausführung internationaler Großveranstaltungen** präsentierte sein 5-Punkte-Programm, das bereits erfolgreich für namhafte Automobilhersteller umgesetzt wurde. **Colja M. Dams von der Vok Dams Gruppe** sprach über Agiles Event-Management, **Ingo Wirth von BMW** über Agiles Event-Management mit Fokus auf das Projekt „BMW Vision iNext World Flight“. Von **Prof. Dr. Stefan Reindl, Direktor beim Institut für Automobilwirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt**, kam ein Beitrag über „Experiment Zukunft – Zukunftsfelder der Automobilindustrie“, von **Oliver Spitzer, Managing Partner bei september Strategie & Forschung**, ein Vortrag über Emotionsforschung und sogenannte Emotional Key Performance Indicators, und **Strategie-Consultant Dagobert Hartmann** setzte sich mit der Frage „Automobilindustrie – quo vadis?“ auseinander und beleuchtete die gewaltigen Umbrüche dieser Branche in China.

Oliver Dering, Creative Director Architektur der Agentur Mutabor referierte über Identity Architecture + Identity Experience. **Olaf Meidt, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Events**

und Sponsoring bei Volvo Car Germany, stellte unter dem Titel „Individualität statt Masse – Alternativen zu Automobil-Messen“ die Erfahrungen von Volvo in diesem Bereich vor. Die optimale Vorbereitung für erfolgreiche Events im Autohaus erklärte **Christian Schönknecht von Doo. Robin Hofmann, Co-Founder und Creative Director bei HearDis!**, stellte das „Audio Branding Manifest vor“. Untertitel: „Markenidentität im Zeitalter der Digitalisierung: zehn zukunftsweisende Thesen“.

Der Veranstaltungsort KölnSKY stieß bei allen Referenten und Teilnehmern auf ungeteilte Begeisterung. KölnSKY gehört wie die Wolkenburg sowie La Redoute und Redüttchen in Bonn zu „Von Borries & Partner Premiumgastronomie“.

Die 2. Deutsche Konferenz für Automobilmarketing ist für 2020 wieder in Köln geplant, Informationen dazu demnächst auf www.automobilSYMPOSIUM.de.

Fotonachweis: Studieninstitut für Kommunikation

Studieninstitut für Kommunikation GmbH

Petra Zimmermann
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Reisholzer Werftstraße 35
40589 Düsseldorf
Fon: +49 (0) 211/77 92 37-0
Mobil: +49 (0) 151 730 332 60
Mail: pzimmermann@studieninstitut.de
www.studieninstitut.de
xing.to/Studieninstitut
xing.to/Studieninstitut-Community
www.facebook.de/Studieninstitut
www.twitter.de/KommInstitut
www.instagram.com/studieninstitut/

Die Studieninstitut für Kommunikation GmbH,

Das Studieninstitut für Kommunikation blickt auf eine 20-jährige Erfahrung in der Qualifizierung und Förderung von Fach- und Führungskräften zurück. Gegründet 1998 in Düsseldorf, ist es spezialisiert auf praxisorientierte Weiterbildungen mit den Schwerpunkten Kommunikation, Online-Marketing, PR, Werbung, Event- und Messemanagement, Management und Wirtschaft.

In Kooperation mit renommierten Hochschulen werden berufsbegleitende Studiengänge und Universitätskurse zu Fachthemen gestaltet. Für Unternehmen bietet das Studieninstitut hochwertige In-house-Trainings und -Coachings an. Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft vermitteln direkt anwendbares Wissen. Das Bildungsangebot ist modular aufgebaut und wird fortlaufend auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes überprüft. Das Unternehmen ist zur Qualitätssicherung nach DIN ISO 29990:2010 zertifiziert. Ausgewählte Fortbildungen sind IHK geprüft sowie als Fernunterricht staatlich zugelassen (ZfU).

Das Studieninstitut arbeitet aktiv in Fachverbänden und unterstützt zahlreiche Branchenveranstaltungen. Gemeinsam mit Partnern lobt das Unternehmen den Wettbewerb zum besten Nachwuchs-Moderator (NAWUMO) aus und war von 2006 bis 2018 Initiator des INA Internationaler Nachwuchs Event Award. Jetzt: Mitinitiator des BrandEx - International Festival of Brand Experience (ab 2019 in Dortmund). Neben dem Hauptsitz in Düsseldorf gibt es Standorte in München, Hamburg und Berlin.