

Pressemitteilung vom 26.06.2015

Studierende und Marketingprofis bei der Konferenz Medien, Marketing & More 2015 unter dem Motto: „Das geht nur in Berlin: Food, Fashion, Fun“

Am Freitag, 12. Juni 2015, fand an der DEKRA Hochschule für Medien die erste Marketingkonferenz „Medien, Marketing & More“ in Zusammenarbeit mit dem Marketing Club Berlin statt. Sie wurde ins Leben gerufen, um alljährlich neue Entwicklungen und Phänomene in den Bereichen Medien und Marketing in Berlin aufzuzeigen. Das diesjährige Auftaktthema lautete: „Das geht nur in Berlin: Food, Fashion, Fun“. Der Schwerpunkt lag auf neuartigen Geschäftsmodellen in den drei Lifestyle-Bereichen. Dafür wurden namhafte Referenten eingeladen, um ihre Startup-Konzepte und Unternehmensphilosophien den mehr als 60 Teilnehmern vorzustellen, darunter zahlreiche Berliner Marketingprofis und Mitglieder der Hochschule.

Nach der Begrüßung durch Prof. Dr. Udo Bomnüter (DEKRA Hochschule für Medien) und Thorsten Doil (Marketing Club) sorgten die Keynote-Sprecher Prof. Dr. Marc Drüner (trommsdorff+drüner) und Henning Ravn von Berlin Partner für anregende Impulse zu Aspekten wie „Big Data“, oder zu Ansätzen für innovative Geschäftsmodelle und den vielfältigen Perspektiven des Standorts Berlin als Marke. In den anschließenden Vorträgen referierten zum Thema Food Nikolaus Driessen (Markthalle Neun), Johannes Hüsing (Spluffin) und Georg Tarne (Soulbottles). Nach einer Erfrischungspause, in der backfrische Spluffins verkostet wurden, folgten für die Gebiete Fashion und Fun Vorträge der Bloggerin Leni Garibov („For The Story“) sowie von Thorsten Doil (WhaGoO), Felix Ferber (Mandarify) und Sebastian Prante (Paint Supply). Trotz einer breit gefächerten Palette unterschiedlicher Konzepte und Produkte vermittelten die Referenten anschaulich, wie man mit scheinbar einfachen Ideen, Leidenschaft und viel Liebe zum Detail eine unternehmerische Vision erfolgreich verwirklichen und (nicht nur) in Berlin Akzente setzen kann. Die Größe und Vielfältigkeit der Stadt wurde von ihnen nicht als Risiko, sondern vielmehr als Chance für die Eroberung von Nischen verstanden.

Dies wurde auch in der anschließenden Diskussionsrunde deutlich, in der Moderatorin Dr. Tong-Jin Smith (Gecko Media) zusammen mit dem Publikum, vertiefende Fragen stellte und Standpunkte mit den Referenten erörterte. Schwerpunkte der Diskussion waren u. a. die Rolle von Social Media für die Entwicklung erfolgreicher Geschäftskonzepte und der Aspekt der Nachhaltigkeit.

Nach dem offiziellen Ende der Konferenz um 20 Uhr rundete ein geselliges Get-together bei Currywurst und Bier (bzw. Mineralwasser) den Abend ab. Für das leibliche Wohl sorgten dabei Berliner Pilsener und Curry Fritze. Als weitere Sponsoren unterstützten trommsdorff+drüner und Schönwiese Kommunikation die Konferenz.

Impressionen vom Verlauf der Veranstaltung und detaillierte Informationen zu den Referenten und Sponsoren finden Sie auf: www.MMMBerlin.de (#MMMBerlin2015). Außerdem finden Sie dort Begleitmaterialien (Fotos, Texte, Videoclips) zur Veranstaltung.

Kontakt

DEKRA Hochschule Berlin/
Agentur Freitagnachmittag
Frau Friederike Wenthe
Ehrenbergstr. 11-14
10245 Berlin

T: (030) 290080 214
F: (030) 290080 201

friederike.wenthe@dekra.com
www.dekra-hochschule-berlin.de

presse@mmmBerlin.de

Marketing Club Berlin
Frau Christiane Herzer
Dernburgstraße 57
14057 Berlin

T: (030) 275945 00
F: (030) 275945 13

herzer@marketingclubberlin.de
www.marketingclubberlin.de