

„Step into your sphere“ – Audi auf dem OMR Festival 2023

- **Unter dem Titel „Step into your sphere“ erleben Besucher_innen des Standes von Audi auf der OMR 2023 hautnah, wie die Vier Ringe das Fahrerlebnis der Zukunft gestalten.**
- **Audi schafft auf dem Messestand nach dem Vorbild der Concept-Cars der Marke die „Personal Sphere“, einen individuellen Raum zum Fühlen und Erleben, mit dem Ansatz, den Menschen und seine Erlebnisse in den Mittelpunkt zu stellen.**
- **Linda Kurz: „Das OMR Festival ist für Audi der perfekte Ort, um sein progressives und menschenzentriertes Mindset zu präsentieren.“**

Hamburg, 9. Mai 2023 – Wenn am 9. und 10. Mai 2023 das OMR Festival („Online Marketing Rockstars“) in Hamburg stattfindet, trifft sich die Onlinemarketing- und Tech-Szene wieder zu Europas größtem Event für digitales Marketing und Technologie. Wie in den letzten Jahren ist Audi auch 2023 wieder Hauptsponsor des Events und präsentiert sich auf einem großen Stand mit vielen interaktiven Elementen. Dort erleben die Besucher_innen dieses Jahr hautnah, wie Audi das Fahrerlebnis der Zukunft gestaltet. Der Ansatz, den die Premiummarke vor Ort und in einer dazugehörigen Kampagne unter dem Titel „Step into your sphere“ vorstellt, steht für ein neues Mindset in der Automobilentwicklung.

Der Stand von Audi auf der OMR 2023 lädt Besucher_innen am 9. und 10. Mai mit progressiver Architektur und einem Premium-Ambiente zum Verweilen ein. Zugleich bietet er mit seinen interaktiven digitalen Elementen die Möglichkeit, spielerisch die Marke und ihre Technologie kennenzulernen und das Fahrerlebnis der Zukunft zu entdecken – Begeisterungsfaktor inklusive.

Auf den Konferenzbühnen sind die Vier Ringe mit zwei Keynotes vertreten: Giorgio Delucchi, Leiter Digital Experience and Business, AUDI AG, und Stephan Fahr-Becker, Exterieur Design, AUDI AG, sprechen auf der Conference Stage unter dem Titel „Design & Digital: How Audi is driving transformation“. Stephan Fahr-Becker, gibt zudem unter dem Titel „Insight into Audi Design: Aesthetic Intelligence“ auf der Red Stage Einblicke in die Arbeit der Audi-Designer. Beide Keynotes können im [Livestream](#) verfolgt werden und stehen auch im Nachgang im Audi MediaCenter zur Verfügung.

In vier Audi Panel-Talks zu den strategischen Markenfeldern Digital, Performance, Design und Nachhaltigkeit wird die Marke vollumfänglich erlebbar.

Dabei bieten neben den Audi Rednern Patrick Lins (Konzeptentwicklung UI/UX), Tim Miksche (Leiter Audi Denkwerkstatt), Stephan Fahr-Becker (Exterieur Design) und Dr. Michael Müller (Leiter Global Brand Strategy, Customer Insights) die Panelisten Aya Jaff (Gründerin und Autorin, Forbes 30 under 30 Keynote Speaker), Dr. Cornelius Ringe (WESOUND), Michala Rudorfer (Investorin und Gründerin), Annika von Mutius (Empion), Jennifer Baum-Minkus (gitti Conscious Beauty), Dirk Pape (LinkedIn Marketing Solutions), Kerstin Weng (Vogue Germany) und Ayke Bogen (Condé Nast) spannende Einblicke.

„Unser Ziel ist es, Kund_innen immer wieder mit Erlebnissen zu überraschen. Daher haben wir uns dazu entschieden, unser Erlebnis auf dem Messestand erstmalig ohne Ausstellungsfahrzeug zu gestalten und den Menschen, sein Empfinden und seine Experience – ganz unabhängig von Antriebsformen oder Modellen – in den Mittelpunkt zu stellen“, sagt Linda Kurz, Leiterin Marketing Deutschland, AUDI AG.

Pate dafür stehen die Sphere Concept-Cars wie der aktuelle [Audi activesphere concept](#). Jederzeit bereit für ein Abenteuer in der Natur oder im Großstadtdschungel, entpuppt er sich innen wie außen als Verwandlungskünstler. Sein innovatives Bedienkonzept verbindet die physische und virtuelle Welt („Mixed Reality“), indem es Informationen, Inhalte und Interaktionsmöglichkeiten auf die Oberflächen und in die Räume im Fahrzeug projiziert. Durch den menschenzentrierten Ansatz bricht Audi bei der Entwicklung seiner Concept-Cars mit bisherigen Konventionen des Auto-Designs.

Audi stellt Menschen in den Mittelpunkt

Früher wurden Autos zunächst aus technologischer Sicht gedacht. Diese gab die Richtung vor und bestimmte die Optik, die Features, den Innenraum und sogar die Sitzposition der Reisenden mit. Audi kehrt diese Kausalität nun um. Im Audi der Zukunft stehen die Menschen als Individuen im Mittelpunkt. Um sie herum entwickeln die Vier Ringe das Auto als „Personal Sphere“ – einen Raum zum Fühlen und Erleben, der konsequent von innen nach außen gedacht wird, getreu Audis Stand-Motto auf dem OMR Festival „Step into your sphere“. Dieses zukünftige Innenraumerlebnis der Personal Sphere macht Audi auf dem Messestand erlebbar.

Ansprechendes Design, hochwertige Materialien und digitale Elemente fügen sich im Audi der Zukunft zu einem nahtlosen und personalisierbaren Nutzererlebnis zusammen. Durch die Entwicklung aus der Perspektive des Nutzers bietet es eine smarte, intuitive und persönliche Erfahrung. Mit seinem Erlebnisraum auf dem OMR Festival will Audi den Blick darauf richten, dass bei der Interaktion mit digitaler Technik sowohl die Sinne und Emotionen als auch die Sicherheit der Daten eine entscheidende Rolle spielen.

Unter dem Motto „Design von innen nach außen gedacht“ wird der Fahrzeuginnenraum folgerichtig zur Schnittstelle zwischen Mensch und Audi. Die Technologie drängt sich nicht in den Vordergrund, sondern steht bedarfs- und situationsgerecht zur Verfügung, um den Reisenden den größtmöglichen Nutzen zu bieten. Entscheidend ist dabei Co-Creation. Diesen Ansatz hat Audi erstmals beim Konzeptfahrzeug [Audi urbansphere concept](#) eingesetzt. Bei seiner Entwicklung hat das Unternehmen gezielt die Wünsche und Ideen chinesischer Kund_innen eingesammelt und das Fahrzeug mit ihnen gemeinsam designt.

Holistisches Ökosystem verlängert die persönliche Sphäre über das Auto hinaus

Durch Digitalisierung und Vernetzung entstehen völlig neue Interaktionsmöglichkeiten im und rund um das Auto. Die Zahl der Kundenkontaktpunkte nimmt exponentiell zu. An diesen Touchpoints setzt Audi mit seinem holistischen Ökosystem an und bietet seinen Nutzer_innen jederzeit und überall eine integrierte User Experience. Der Schlüssel zur digitalen vernetzten Audi Welt ist die myAudi App.

Viele Aspekte dieses Ökosystems sind bereits erlebbar. Beispielsweise bietet Audi mit „Functions on Demand“ die Möglichkeit, die Fahrzeugkonfiguration auch noch nach dem Fahrzeugkauf an die eigenen Bedürfnisse anzupassen. Hinzu kommt ein digitalisierter Verkaufsprozess mit virtuellen Serviceangeboten wie der Audi Live Beratung und einem System zur Online-Reservierung von Neu- und Gebrauchtwagen. Zukünftig wird Audi sein digitales Ökosystem um weitere Elemente ergänzen.

Vertrauen als Voraussetzung für besondere Erlebnisse und neue Services

Die Generierung und intelligente Analyse von Daten können heute dazu dienen, individuelle Services und Einstellungen anzubieten. Voraussetzung für diese besonderen digitalen Erlebnisse – sowohl auf dem Messestand als auch in heutigen und zukünftigen Fahrzeugen – ist daher Vertrauen: Wenn die Nutzer_innen bereit sind, ihre Daten zu teilen, können sie den größtmöglichen Mehrwert aller personalisierten Services genießen. Vertrauen in die Sicherheit personenbezogener Daten wird damit zu einem entscheidenden Enabler („Möglichmacher“). Aus diesem Grund setzt Audi auf ein Datenschutzkonzept, das bestmögliche Transparenz und größte Sicherheit bietet. So können die persönlichen Präferenzen verschiedener Personen beim Umgang mit Daten abgebildet werden. Auch dieses Vertrauensprinzip können Besucher_innen am Audi Stand auf dem OMR Festival erleben.

Giorgio Delucchi sagt: „Audi kümmert sich um Sicherheit – sowohl bei Fahrzeugen als auch in der digitalen Welt. Denn: Kundenvertrauen hat für uns höchste Priorität. Wir erheben und verwenden Daten niemals ohne ausdrückliche Einwilligung und nur unter Einhaltung strenger gesetzlicher Regeln.“

OMR x Audi: langjährige Partnerschaft

Das erste OMR Festival fand 2011 statt, seitdem ist das Event Jahr für Jahr gewachsen, 2022 nahmen mehr als 70.000 Besucher_innen teil. Es steht heute für die Kombination aus Keynotes, Masterclasses und Side-Events mit über 800 Speakern auf sechs Bühnen, einem Messebereich mit über 1.000 Ausstellern sowie einer einzigartigen Atmosphäre. Dazu gehören auch Auftritte namhafter Musiker_innen und Bands sowie Partys.

Audi ist bereits seit Beginn als Partner dabei und tritt nun zum dritten Mal in Folge als Hauptsponsor des Events auf. Linda Kurz sagt: „Das OMR Festival verbindet neueste Entwicklungen aus Technik und digitalem Marketing mit einer innovativen und lebendigen Community. Für Audi ist es der perfekte Ort, um unser progressives und menschenzentriertes Mindset zu präsentieren.“

Kommunikation Unternehmen

Sebastian Fischer

Pressesprecher Lifestyle und Marketing

Telefon: +49 841 89-40560

E-Mail: sebastian1.fischer@audi.de

www.audi-mediacycenter.com



Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Ducati, Lamborghini und Bentley produzieren an 21 Standorten in 13 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2022 hat der Audi Konzern 1,61 Millionen Automobile der Marke Audi, 15.174 Luxusfahrzeuge der Marke Bentley, 9.233 Sportwagen der Marke Lamborghini und 61.562 Motorräder der Marke Ducati an Kund_innen ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte der Audi Konzern bei einem Umsatz von € 53,1 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von € 5,5 Mrd. Weltweit arbeiten mehr als 89.000 Menschen für den Audi Konzern, davon rund 58.000 in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie neuen Modellen, innovativen Mobilitätsangeboten und wegweisenden Services setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, individueller Premiummobilität konsequent fort.
