

OLDTIMER.

MARKETING.FORUM

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN

VERANSTALTUNGEN

COMPLIANCE

SPONSOREN

Premiumpartner



Veranstalter





Classic Data

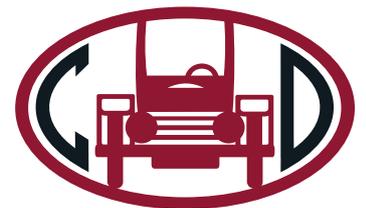
Alter erzählt
Geschichten,
Zeit hinterlässt
Spuren, Werte
wandeln
sich.



**Nicht nur der Zustand ist für uns von Wert.
Wir betrachten auch die Historie.**

Classic Data – die Sachverständigenorganisation
für die Bewertung klassischer Fahrzeuge

www.classic-data.de



Classic Data

seit 1984



OLDTIMER.MARKETING.FORUM VERANSTALTUNGEN. SPONSOREN. COMPLIANCE.

Liebe Oldtimerfreunde, Entscheider und Sponsoren,

die Oldtimerbranche in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist mit jährlich rund 2.400 Rallyes und diversen Veranstaltungen belebt. Darüber hinaus erreichen zahlreiche Handels-Plattformen, Ersatzteillbörsen, Ausstellungen und Messen die Oldtimer- und Youngtimer-Besitzer.

Die Zielgruppe gilt als finanzstark. Doch von Veranstaltern ist zu hören, dass die Sponsoren nicht mehr bereit seien, große Summen in klassisches Sponsoring zu investieren.

Welche Sponsoren engagieren sich und wie kann ihnen mehr Leistung geboten werden?
Wie werden Compliance-Konflikte gelöst?
Welche Bedürfnisse haben Oldtimer-Enthusiasten und -Besitzer?
Wie wird (digital) mit der Oldtimer-Zielgruppe kommuniziert?
Was macht eine Oldtimer-Veranstaltung aus?
Wie gelingt eine erfolgreiche Kooperation?

Auf diese Fragen gibt das erste OLDTIMER.MARKETING.FORUM Antworten und Ideen.

Schön, dass Sie dabei sind!

Hans-Willy Brockes
Geschäftsführer
ESB Marketing Netzwerk

Stephan Lehnen
Präsident
Deutscher Oldtimer Club

OLDTIMER & SPONSOREN

🕒 09.30

Moderation | **Dominic Lyncker**, Leiter Marketing, Kommunikation & Sport, AvD

Begrüßung

Stephan Lehen, Präsident, Deutscher Oldtimer Club

Carsten Möller, Geschäftsführer, OCC

Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Willkommen in der Motorworld Köln | Rheinland

Das Motorworld-Konzept ist auch in der Domstadt angekommen! Highlight ist u.a. die „Michael Schumacher Private Collection“. Wie sieht das Gesamtkonzept aus? Welche Bedeutung haben Veranstaltungen für die Motorworld Köln?

Dirk Strohmenger, Centermanager, Motorworld Köln | Rheinland

Classic Cars – Daten & Fakten 2018

Trends, Veranstaltungen, Preise – Was muss man über die aktuellen Old- und Youngtimer-Märkte wissen? Was sind Fakten und was sind Mythen? Welche Trends und Entwicklungen sind im Jahr 2019 zu erwarten?

Martin Stromberg, Geschäftsführer & Gesellschafter, Classic Data

Santander: Zukunftsbank und Oldtimer-Partner

Die Santander Consumer Bank ist der größte herstellernunabhängige Finanzierer von Mobilität und das nicht nur von PKW, Motorrad und Freizeitfahrzeugen, sondern auch von Classic Cars. Welchen Stellenwert haben Oldtimer für die Bank? Welche Relevanz hat das Sponsoring von Oldtimer-Events? Was sind die Entscheidungskriterien für ein Engagement?

Jascha Bräuer, Abteilungsdir. Handelskommunikation Mobilität, Santander Consumer Bank

Sponsoring am Beispiel Bodensee-Klassik und Hamburg-Berlin-Klassik

Die AUTO BILD KLASSIK veranstaltet zwei der namhaftesten deutschen Rallyes. Was sind die Erfolgsfaktoren der Veranstaltungen? Wie sieht die Sponsoren-Struktur aus und welche konkreten Leistungen erhalten Sponsoren? Wie werden neue Partner akquiriert?

Stefan Müller, GF, B&M Marketing & Vermarkter Bodensee-Klassik/Hamburg-Berlin-Klassik

🕒 11.15 Kaffeepause

Mit auf der Bühne



COMPLIANCE & SPONSORING

🕒 11.45

Moderation | **Dominic Lyncker**, Leiter Marketing, Kommunikation & Sport, AvD

OCC - Zielgruppenaktivierung durch eigene Event-Formate

Als Versicherungsspezialist für Liebhaberfahrzeuge ist das Unternehmen OCC seit 1985 in der Oldtimerszene verwurzelt. Neben der Weiterentwicklung von Versicherungskonzepten zeichnet sich OCC auch als Event-Organisator der OCC-Küstentrophy aus. Wie tickt der Oldtimer-Kunde? Warum sind Oldtimer-Events der ideale Marktplatz für Sponsoren?

Carsten Möller, Geschäftsführer, OCC

Compliance-Probleme für Veranstaltungen und Sponsoren

Die Verunsicherung ist groß: Rechtliche Vorgaben scheinen die Möglichkeiten der Zusammenarbeit von Sponsoren und Veranstaltern umfassend zu erschweren. Was sind die wichtigsten Fragestellungen? Wer bestimmt, was angemessene Kundeneinladungen oder Korruptionsverdacht ist? Welche Orientierungshilfen gibt es? Wie behindert der Datenschutz die Zusammenarbeit? Wie wirkt die Datenschutz-Grundverordnung und wie kann die Einladung und Veranstaltung eines Oldtimer-Events datenschutzkonform umgesetzt werden?

Dr. Florian Schneider, Rechtsanwalt, CMS

Patrick Müller-Sartori, Rechtsanwalt, CMS

K(r)ampf um Sponsoren | Diskussion

Wird es immer schwieriger Sponsoren für Veranstaltungen im Classic-Car-Bereich zu finden? Was sind Hemmnisse? Wie problematisch sind Compliance und andere rechtliche Themen?

Moderation | **Florian Kurz**, President, Motorsport Network Germany

Dr. Florian Schneider, Rechtsanwalt, CMS | **Patrick Müller-Sartori**, Rechtsanwalt, CMS

Jascha Bräuer, Abteilungsdir. Handelskommunikation Mobilität, Santander Consumer Bank

Stefan Müller, GF, B&M Marketing & Vermarkter Bodensee-Klassik/Hamburg-Berlin-Klassik

🕒 13.15 Mittagspause

Mit auf der Bühne



VERANSTALTUNGEN & TOURISMUS

🕒 14.15

Moderation | **Fritz Walter**, Geschäftsführer, Classique Car Diary

Sponsoring der Kitzbüheler Alpenralley – Status Quo & Perspektiven

Die Veranstaltung gilt als eine der größten und etabliertesten Oldtimer-Veranstaltungen Europas. Neben dem Hahnenkamm-Rennen zieht sie jährlich zahlreiche Teilnehmer und Besucher nach Kitzbühel. Wie hat sich das Event in den letzten 30 Jahren entwickelt? Wie konstant sind Partnerschaften und Sponsoren? Selbstläufer oder ständige Weiterentwicklung?

Markus Christ, Geschäftsführer, Kitzbühel Pro Motion / Kitzbüheler Alpenralley

Armin Schwarz: Dos & Don'ts eines Rallye-Veranstalters | Interview

Der ehemalige Rallye-Profi ist federführend für große Oldtimer-Events wie die OCC-Küstentrophy mitverantwortlich. Was kennzeichnet ein erfolgreiches Eventformat mit Oldtimern? Welche Themen sind im Bereich Sicherheit, Personaleinsatz, Streckenplanung, Einhaltung der öffentlichen Ordnung zu beachten? Wie sieht die Zukunft von Classic Cars Events aus?

Armin Schwarz, ehem. deutscher Rallye-Fahrer & Rallyeleiter, OCC-Küstentrophy

Arosa ClassicCar – Internationales Bergrennen als Tourismus-Wertschöpfungsquelle

Die Arosa ClassicCar feiert im Jahr 2019 bereits das 15. Jubiläum. Über 160 Fahrzeuge fahren während 4 Eventtagen durch das „little Monaco der Berge“. Logistische Meisterleistungen des Organisationskomitees und über 20.000 Besucher machen das Event zum Highlight in Arosa. Wie hat sich das Bergrennen entwickelt? Welche Rolle spielt Arosa Tourismus?

Markus Markwalder, OK Präsident, Arosa ClassicCar

Tourismus-Magnet Classic Cars & Bikes? | Diskussion

Wie attraktiv ist der Zielmarkt «Classic Cars & Bikes» für Tourismusdestinationen? Welche Möglichkeiten bestehen, um Oldtimer-Besitzer, aber auch Fans anzusprechen? Welche Konzepte und Regionen schaffen es, sich nachhaltig zu etablieren?

Markus Markwalder, OK Präsident, Arosa ClassicCar

Carsten Möller, Geschäftsführer, OCC

Armin Schwarz, ehem. deutscher Rallye-Fahrer & Rallyeleiter, OCC-Küstentrophy

Markus Christ, Geschäftsführer, Kitzbühel Pro Motion / Kitzbüheler Alpenralley

🕒 15.45 Kaffeepause

Mit auf der Bühne



armin
SCHWARZ



INNOVATIONEN & CHANCEN

🕒 16.15

Moderation | **Dominic Lyncker**, Leiter Marketing, Kommunikation, Sport, AvD

Chromtour – die familiäre Oldtimer-Rallye

Das Augenmerk der Chromtour liegt auf der Bildung eines «Netzwerks von Chromhelden». Die maximal 50 Teams messen sich parallel zum Rennen in sogenannten Wertungsprüfungen, wie Bogen- oder Armbrustschießen. Durch wiederkehrende Teilnehmer entstand über die Jahre eine aktive Community. Warum setzen die Veranstalter auf Netzwerkbildung statt direkten Profit? Welchen Mehrwert bietet die Veranstaltung für Sponsoren? Was können andere Veranstalter von der Chromtour lernen?

Mitja Bartsch, Inhaber, Chromhelden

Classic, Youngtimer & Community | Diskussion

Wie können Oldtimer-Besitzer digital und klassisch erreicht werden? Was zeichnet die (digitale) Community aus? Welche Bedeutung haben Youngtimer-Events? Wer sind die typischen Enthusiasten in diesem Segment? Welche Arten von Veranstaltungen haben welche Bedeutung? Wie wird erfolgreich mit der Community kommuniziert? Was sind die Perspektiven?

Moderation | **Hans-Willy Brockes**, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Tilman Schwarz, Gründer & Geschäftsführer, FUELISH

Wieland Kniffka, Veranstalter, Youngtimer Expo, Mediengruppe Thüringen Verlag

Mitja Bartsch, Geschäftsführer, Chromhelden

Stephan Lehnen, Präsident, Deutscher Oldtimer Club

Gerhard Slotta, Chefredakteur, Radio Oldtimer

🕒 17.30 Get-together

Mit auf der Bühne



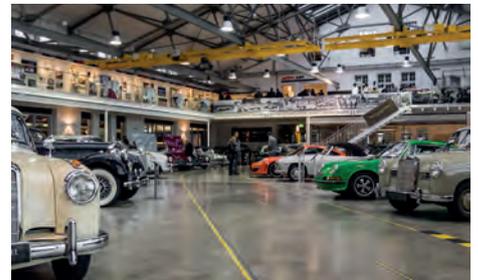
GET-TOGETHER

 17.30

Beim abschließenden Get-together kommen die Teilnehmer im entspannten Umfeld zusammen, um die Inhalte und Themen des Tages zu vertiefen. Tauschen Sie Visitenkarten, pflegen Sie bestehende Kontakte und lassen Sie uns den Abend gemeinsam ausklingen.

VERANSTALTUNGSORT

 Motorworld Köln | Rheinland



© Bilder: MOTORWORLD Group.

VERANSTALTER

1994 wurde die ESB als Europäische Sponsoring-Börse gegründet. 2014 umbenannt in ESB Marketing Netzwerk ist sie Marktführer für Know-how und Kontakte im professionellen Markt für Sport, Entertainment & Marketing. Sie bietet ihren Mitgliedern umfangreiches Know-how, branchen-relevante Kommunikationsmöglichkeiten, einen individuell abgestimmten Support sowie zahlreiche Kontaktmöglichkeiten. Dabei fördert die ESB gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business.

www.esb-online.com



Der Deutsche Oldtimer Club ist eine der größten markenunabhängigen Oldtimer-Gemeinschaften in Deutschland. Mit einem umfassenden Expertennetzwerk kümmert sich der Club um alle Angelegenheiten rund um klassische Fahrzeuge. Seit 2010 bietet der Deutsche Oldtimer Club seinen über 32.000 Mitgliedern Einkaufsvorteile, Informationen und Hilfestellung zum Oldtimer. Heute liegt der Schwerpunkt auf der individuellen Beratung der Mitglieder und auf der Empfehlung von relevanten Produkten und Dienstleistungen. Der Club ist offen für Oldtimerinteressierte, sowie für Fans von Youngtimern und jungen Klassikern. Des Weiteren engagiert sich der Deutsche Oldtimer Club im Bereich der Verkehrssicherheit und schafft mit eigenen Studien Transparenz im Oldtimermarkt.

www.deutscheroldtimerclub.de



PREMIUM PARTNER



AVD
Frankfurt, avd.de



Classic Data
Bochum, classic-data.de



Auto Bild Klassik
Hamburg, autobild.de/klassik

NETZWERK PARTNER



TICKET

OLDTIMERMARKETING.DE



Ticket 450 EUR zzgl. MwSt.
Kongress inkl. Verpflegung und Get-together



150 Teilnehmer
20 Experten auf der Bühne



10. Januar 2019
in der Motorworld Köln | Rheinland

ANSPRECHPARTNER

Brunneggstr. 9, Postfach 519
9001 St.Gallen, Schweiz
Tel. +41 71 223 78 82
www.esb-online.com

Nina Behling
E-Mail: behling@esb-online.com

VERANSTALTUNGSORT

Motorworld Köln | Rheinland
Butzweilerstraße 35-39
50829 Köln