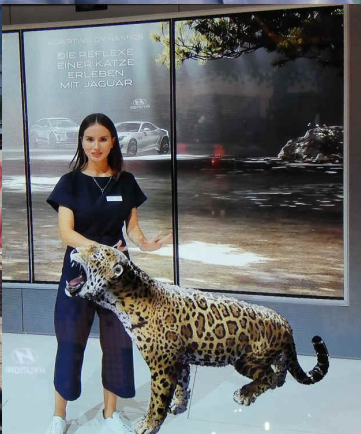
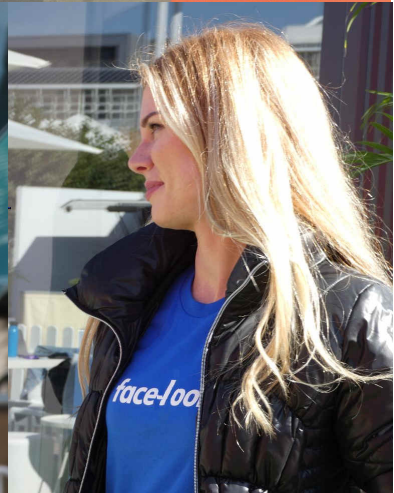
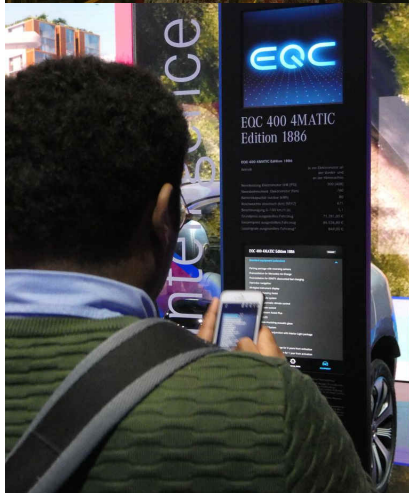


© MR/UIPRE/Lehmann/Faust 30.09.2019. Ohne Protestanten zählte der Verband der Automobilindustrie VDA trotz des Fernbleibens der wichtigsten amerikanischen, europäischen und japanischen Marken **560.000 Besucher** (2017 810.000 Besucher). Die IAA-Messe spiegelt ein **deutsch-europäisches volkswirtschaftliches und mediales Fiasko** im internationalen Wettbewerb wider und verkommt zu einer Lokalmesse. Angebote neuer Antriebs-, Medien-, Kommunikationsformen gleich Null. Stand- und mediale Lösungen sowie Presseservice und Softskills erster Adressen häufig sparsam peinlich bis phantasie- und lieblos. **Mangelhaft:** markt- und marketingstrategische Pläne und Visionen zur Zukunft von Mobilität im Kontext u.a. zu Großclustern „Elektronik“.



Wozu diese Projektionswand

IAA

12. – 22. September 2019
Frankfurt am Main

Redundante Konditionierung

Beispiel medialer Langeweile

