

PRESSEMITTEILUNG

Positive Bilanz nach EuroShop 2017 und Expo & Event Forum

- Volle Zuschauerränge auf dem Forum: Sprecher begeisterten zu Themen rund um Markenkommunikation, Digitalisierung, Events und Weiterbildung
- Highlight-Vortrag zum Abschluss: Intelligentes Storytelling im Zuge einer ausgefeilten Markenstrategie

Düsseldorf, im März 2017- Fünf Tage umspannte das Programm, das die Initiatoren des Expo & Event Forums auf die Beine gestellt hatten: in zahlreichen Diskussionsrunden und Vorträgen informierten die Redner über aktuelle Trends aus der Live-Kommunikation. Volle Zuschauerränge und interessante Fragen der Zuhörer signalisierten den Organisatoren, darunter das Studieninstitut für Kommunikation, dass die Konzeption und Inhalte der Veranstaltung ein breites Publikum erreichten.

Michael Hosang, Geschäftsführer des Studieninstituts, dazu: „Auf dem Forum haben wir erfolgreich zeigen können, wie umfassend die Eventindustrie bereits digitale Tools nutzt, um auf diesem Wege auch Markenstrategien zu unterstützen. Wichtig ist dabei zu erkennen, dass wir erst am Anfang der Digitalisierung stehen und jetzt diversifizieren sollten: Wo brauchen wir zu welchem Zeitpunkt wie viel Digitalisierung und welches Ziel verfolgen wir damit? Das setzt Kommunikation voraus. Und damit haben wir schon die Brücke zwischen digital und analog geschlagen. Unsere Aufgabe ist es, die jetzt anstehenden Veränderungen, das neue Prozessdenken, inhaltlich mit den richtigen Weiterbildungen zu begleiten.“

Paolo Anania, CEO der Granpasso Digital Strategy GmbH, gehörte zu den Sprechern, die das Studieninstitut als einer der beteiligten Partner des Expo & Event Forums aufgestellt hatte. Der Markenstrategie überzeugte das Plenum und führte unter anderem aus, wie gerade im Zuge der Digitalisierung nicht mehr allein der sogenannte USP (Unique Selling Point) bei den Nutzern überzeugt, sondern vielmehr der Social Selling Point (SSP), der auf emotionaler Ebene die Kunden anspricht: „Damit bekommt die Markenpersönlichkeit in der digitalen Markenführung eine ganz neue Dimension. Marken sind umgeben von Freunden, Fans, Kritikern und Wettbewerber-Marken. In diesem Umfeld müssen Marken lernen, weniger rational aufzutreten, sondern verstärkt emotionale Attribute zu verkörpern. Um das zu erreichen, sollten sie sich authentisch in den relevanten Themenfeldern ihrer Zielgruppen platzieren. Dafür benötigen Marken etwas, auf das alles einzahlt, was sie an Content produzieren: Einen Purpose als distinktiven Markenkern. Dieser ermöglicht es einer Marke, sich durch gutes Storytelling weg von einem USP hin zu einem SSP zu bewegen.“

Granpasso Digital Strategy ist Full Service Partner für digitale Strategien und berät mittelständische Unternehmen und globale Konzerne.

Weitere Vorträge konzentrierten sich etwa auf das Thema „Agiles Projektmanagement – Erfahrungen einer Top-Agentur auf neue Herausforderungen im Event- und Live-Marketing.“

(Sprecher: Christopher Werth, Director Strategy and Concept, VOK DAMS Group),

„Personal 4.0: Best Case für erfolgreiches Personalmanagement. Akademie, Weiterbildung,

Coaching. Einblick in die Strategie einer Agentur für Markenkommunikation.“ (Sprecher: Andreas Weber, Geschäftsführer Expopartner GmbH), und

„Perspektiven und Karrieren: Skills im Messe- und Eventmanagement aus Unternehmenssicht.“

(Sprecher: Henrik Bollmann, Projektleiter der Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH).

Über das Expo & Event Forum

In ihren Branchen führende Unternehmen und Agenturen kommen in diesem Forum zu Wort.

Geschäftsführer und Entscheider berichten in Vorträgen zu Themen rund um Wachstum, Digitalisierung und Kommunikation. Zahlreiche Best Practices liefern den Zuhörern informative Erkenntnisse und vor allem Anreize für weitere Diskussionen. Initiatoren des Forums sind der Leitverband der Live-Kommunikation, der FAMAB Kommunikationsverband e.V., IFES, das Fachmedium m + a report und die Studieninstitut für Kommunikation GmbH.

Mehr Informationen www.studieninstitut.de/veranstaltungen

BU 1: Paolo Anania, CEO Granpasso Digital Strategy GmbH, Sprecher auf dem Expo & Event Forum, EuroShop 2017

BU 2: Abschluss des Forums bildete die Diskussionsrunde zum Thema EuroShop 2020, Teilnehmer waren (vlnr): Mark A. Cano, Verlagsleiter m + a Medien, Michael Hosang, Geschäftsführer Studieninstitut für Kommunikation GmbH, Elke Möbius, Director EuroShop and EuroCIS, Messe Düsseldorf GmbH, Jan Kalbfleisch, Geschäftsführer FAMAB Kommunikationsverband e.V.; Moderation: Barbara Harbecke

Bildquelle: Studieninstitut für Kommunikation GmbH

Weitere Pressebilder gibt es gerne auf Anfrage bei der Pressestelle des Studieninstituts.

Studieninstitut für Kommunikation GmbH

Tanja Barleben

Pressesprecherin

Reisholzer Werftstraße 35

40589 Düsseldorf

Fon: +49 (0) 211/77 92 37-0

Fax: +49 (0) 211/77 92 37-27



Mail: tbarleben@studieninstitut.de

www.studieninstitut.de

[xing.to/Studieninstitut](https://www.xing.com/Community/Studieninstitut) und [xing.to/Studieninstitut-Community](https://www.xing.com/Community/Studieninstitut-Community)

www.ina-award.de

www.facebook.com/INA.Award

www.twitter.com/KommInstitut

www.facebook.com/INA.Award

Die Studieninstitut für Kommunikation GmbH,

gegründet 1998 in Düsseldorf, ist spezialisiert auf praxisorientierte Ausbildungen und Weiterbildungen mit den Schwerpunkten Kommunikation, Online-Marketing, PR, Werbung, Eventmanagement, Management und Wirtschaft. In Kooperation mit renommierten Hochschulen werden berufsbegleitende Studiengänge zu Fachthemen gestaltet. Für Unternehmen bietet das Studieninstitut hochwertige Inhouse-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 EN ISO 9001:2008 und AZAV zertifiziert. Ausgewählte Fortbildungen sind IHK geprüft sowie als Fernunterricht staatlich zugelassen (ZfU). Der Bildungsanbieter engagiert sich nachhaltig und ist als „Sustainable Company“ durch den FAMAB Kommunikationsverband e.V. zertifiziert.

Das Studieninstitut arbeitet aktiv in Fachverbänden und unterstützt zahlreiche Branchenveranstaltungen. Gemeinsam mit Partnern lobt das Unternehmen den Wettbewerb zum besten Nachwuchs-Moderator aus und ist seit 2006 Initiator des INA Internationaler Nachwuchs Event Award. Neben dem Hauptsitz in Düsseldorf gibt es Standorte in München, Hamburg und Berlin.