



Marketing für Innovationen

Bachelorstudium bei EC Europa Campus

Deutschland ist Land der Ideen und Innovationen: Doch Neuerungen müssen auch den Zugang zum Markt finden und am Markt etabliert werden. Dies gelingt nur mit innovativen Marketinglösungen, die die Kunden und Zielgruppen erreichen. Hierfür braucht es Fachkräfte, die produktbezogene Trends und Marken im Markt durchsetzen können. Die Wirtschaft braucht junge Menschen, die es verstehen, Trends zu ermitteln, Innovationen zu gestalten und trendgerechte Marken zu entwickeln. Diese bildet EC Europa Campus beim Studium in Karlsruhe und Mannheim gezielt aus.

Die Studenten, die mit dem Ziel des staatlichen Hochschulabschlusses des Bachelor of Arts studieren, erarbeiten mit Dozenten aus der Praxis marktorientierte Lösungen. Alle Studiengänge des EC Europa Campus sind akkreditiert und laufen nach den europäischen Bologna-Regelungen. Neben anderen Studiengängen vermittelt das Bachelorstudium „Marketing, Marken und Medien“ das Know-how, Innovationen zu erfolgreichen Marken zu machen. Marken müssen mit dem Ziel geführt werden, die Identität der Marke zu prägen und diese im Bewusstsein der Zielgruppen zu positionieren.



Dozent am Campus: Gerhard Meier-Röhn, SWR-Studioleiter



Talkrunde „Brand Communities“: v. l. n. r. Ralf Schepull, Axel Kahn, Prof. Dr. Volker Kreyher, Holger Wienpahl



Aktive Dozenten für Fernsehproduktionen bei EC Europa Campus: ARD-Moderator Holger Wienpahl und RNF-Moderator Wolfgang Grünwald



Die Marke Mini inszenieren

Partner beim Event:
Ralf Schepull, Brand Communication Manager bei MiniOrganisieren das Studium:
Lisa Rüttiger, Prof. Dr. Volker Kreyher und Sabine Lüpcke

Den Zugang zum Markt finden

Innovative Produkte können nur mit innovativen Marketinglösungen beim Kunden eingeführt werden. Die Studenten wenden hierfür moderne Kommunikationstechniken, wie Social Media, Community Marketing und Event-Marketing, an. Instrumente und Medien müssen in einer Markenkampagne crossmedial verknüpft werden und aufeinander verweisen.

Im Bachelorstudium „Kommunikations- und Medienmanagement“ planen die Studenten Kampagnen, die zur Herstellung öffentlicher Aufmerksamkeit, zum Aufbau von Marken und zur Präferenz auf dem Markt beitragen. Nur wenn die Zielgruppe durch die Kommunikation erreicht wird, lässt sich eine Innovation auf dem Markt durchsetzen.

In der modernen Mediengesellschaft sind inszenierte Ereignisse, emotionale Erlebnisse und professionelle Events wirkungsvolle Instrumente der Markenkommunikation. Die Bachelorstudiengänge „Sport-, Medien- und Eventmanagement“ und „Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement“ beschäftigen sich unter anderem mit der Inszenierung von Events. Hier analysieren die Studenten bestehende Angebote unter dem Gesichtspunkt der Erlebnis- und Eventorientierung und entwickeln geeignete Angebote für innovative Marken.



Fashion Business Show: Studenten inszenieren Marken durch Events.

Studenten organisieren Events: Automotion

Bei EC Europa Campus entwickeln die Studenten selbst Events für Marken, wie BMW, Mini und Breuninger. Bei der letzten Veranstaltung in Karlsruhe, „Automotion – Marken in Bewegung“, setzten die Studenten die Marke Breuninger mit einer Fashion-Show in Szene und präsentierten, wie sich Manager von heute kleiden – mal sportlich, mal klassisch, aber immer businesslike.

„Unsere Studiengänge sind praxisnah, interaktiv und interdisziplinär, damit sie den Forderungen des Marktes gerecht werden“, so Prof. Dr. Volker Kreyher, Akademischer Leiter des EC Europa Campus. „In Kürze werden wir einen weiteren marktorientierten Bachelor-Studiengang sowie das Masterstudium einführen“.

Bei dem Karlsruher Event moderierten Holger Wienpahl, ARD-Moderator, und Gerhard Meier-Röhn, SWR-Studioleiter, zwei Talkrunden zum Thema Innovation und Markenkommunikation.

„Heute dreht sich alles um Brands und Communities“, leitete Wienpahl die Talkrunde ein. Und Meier-Röhn ergänzte: „Ziel ist es, aus Kunden Fans zu machen.“

An den beiden Talkrunden nahmen Experten wie Ralf Schepull, Brand Manager bei Mini, Alexander Hildebrandt, Produktmarketingleiter bei BMW, Stephan Wunnerlich, Senior Manager Innovationen bei EnBW und Dr. Klaus Neb, Aufsichtsratsvorsitzender von Michelin, teil. Schepull von Mini hob hervor: „Living the Brand – Mini ist ein Lebensgefühl“. Und Hildebrandt von BMW ergänzte: „Durch gezielte Kommunikation müssen wir erreichen, dass dieses Lebensgefühl in den Köpfen präsent ist“.

Axel Kahn