

VORTRAGSREIHE: CREATING VALUE IN A PROSUMER WORLD

Digitale Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten haben die Konsumenten selbst und ihre Beziehungen zu Anbietern von Produkten und Dienstleistungen verändert. Von „passiven“ Nachfragern haben sie sich zu aktiven Mitgestaltern entwickelt. Diese „Prosumers“ haben die Macht, etablierte Märkte zu verändern – beispielsweise durch Rezensionen, direktes Feedback an Unternehmen oder sogar durch das Erstellen eigener Produkte und Dienstleistungen.

DIGITALISIERUNG UND GESCHÄFTSMODELLINNOVATION: WAS MAN AUS DEM BEISPIEL BROCKHAUS LERNEN KANN.



In der **neuen Vortragsreihe** teilen Experten aus verschiedenen Branchen ihre Erfahrungen mit den „Prosumers“ – sowohl aus der Perspektive etablierter Unternehmen als auch aus der Perspektive digitaler Plattformen und Startups.

WO JOSEPHS – Die Service-Manufaktur
Karl-Grillenberger-Straße / Ecke Hintere Ledergasse 44, 90402 Nürnberg

WANN Dienstag, 17. Mai 2016, 18:00 bis 20:00 Uhr –
anschließend Austausch mit Asia-/Sushi Snacks

ANMELDUNG und Ticketkauf unter www.xing-events.com/ZPDNDTI
Eintrittspreis: 18 Euro

Anmeldung
und Tickets:



Dienstag, 17. Mai 2016, 18:00 Uhr im JOSEPHS, NÜRNBERG
Bernd Kreissig – Managing Consultant – MediaSupervision

DIGITALISIERUNG UND GESCHÄFTS- MODELLINNOVATION: WAS MAN AUS DEM BEISPIEL BROCKHAUS LERNEN KANN.



Bernd Kreissig arbeitet seit über 20 Jahren in der Verlags-, Bildungs- und Medienbranche. In verschiedenen Positionen als Entwickler, Systemadministrator, Produktmanager und Geschäftsführer gewonnene Erfahrungen und Perspektiven bilden die Grundlage seiner heutigen Tätigkeit als Berater und Dienstleister für Innovationen und IT in der Medienbranche.

Im Verlag „Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG“ war er von 1996 – 2008 für den Bereich der Neuen Medien verantwortlich.

In seinem Vortrag gibt Kreissig Einblick in seine Innensicht auf die letzten Jahre des Mannheimer Brockhausverlags. Der Schließung ging über 1 Jahrzehnt intensives und kommerziell erfolgreiches elektronisches Publizieren voraus. Wenn aber nicht „verschlafene“ oder gescheiterte Innovationen ursächlich waren: Wie ist es dazu gekommen, dass Brockhaus seine Rolle nicht in die digitale Welt übertragen konnte? Was lässt sich daraus lernen, und auf welche Signale sollten Unternehmen in vergleichbaren Situationen achten? Die Analyse von Bernd Kreissig lädt zum Nachdenken, Nachfragen und weiteren Dialog ein.

Marketers will find it increasingly hard to sell those goods and services which people can produce themselves. Therefore, marketers need to research which goods and services people are most likely to start producing themselves.

Philip Kotler (1986) The Prosumer Movement: a New Challenge For Marketers

www.josephs-service-manufaktur.de
www.gfk-verein.org
Kontakt: Julian Boha
julian.boha@fau.de
☎ 0911 5302 96399

Anmeldung
und Tickets:

