

DIE REFERENTEN



Florian Beisert

Klassischer Agentureinstieg, seit 1988 bei der Markenfilm GmbH & Co. KG in verschiedenen Funktionen und mit einigen Auslandsaufenthalten. Heute leitet er als Managing Partner das Tagesgeschäft von Markenfilm.



Dr. Jörg Goll

Der Diplom-Volkswirt verfügt über langjährige Marken- und Marketing-Erfahrungen durch seine Tätigkeiten bei diversen Markenartikelunternehmen. Seit 1999 ist er Inhaber der JGM Consult in Bad Homburg und leitet außerdem den Beraterkreis des EFFIE im GWA.



Andreas Mengele

Der studierte Betriebswirt stieg 1988 bei Grey/Gramm in Düsseldorf ein. Von dort wechselte zu Springer & Jacoby und anschließend zu Jung von Matt. Seit Mitte 1999 ist er Geschäftsführender Gesellschafter und Leiter der Strategischen Planung bei der Werbeagentur Heimat in Berlin.



Marc Sasserath

Studium der Wirtschafts- und Gesellschaftswissenschaften und Organisationspsychologie in Deutschland, Großbritannien und Frankreich, u.a. als Absolvent der HEC und Insead. Berufsstart bei Saatchi & Saatchi. Dann Strategiechef der BBDO Group Germany und McCann Deutschland. Ab 2001 bei Publicis Sasserath und CSO Publicis Deutschland. Januar 2008 Gründung der Agentur Musiol Munzinger Sasserath.



Roland Bös

ist gelernter Werbekaufmann und Diplom-Kommunikationswirt. Nach seinem Einstieg als Assistent der Geschäftsführung leitet er von 2001 bis 2004 als Head of New Business die Business-Development-Programs der Agenturgruppe. Seit 2005 ist er Deputy Managing Director der Scholz & Friends Dialog Group.



Karen Heumann

Seit 2004 im Vorstand von Jung von Matt, zuvor bei Agenturen wie BBDO, KNSK und Leagas Delaney. Strategische Planerin und HORIZONT-Frau des Jahres 2004, außerdem Vorstandsvorsitzende der APGD.



Dr. Jutta Menninger

Leitet das Valuation & Strategy Team in München und ist bei PricewaterhouseCoopers AG deutschlandweit zuständig für die Dienstleistung „Management und Bewertung von immateriellen Werten“. Außerdem ist sie Lehrbeauftragte an der Universität Erlangen-Nürnberg und Mitglied in den Arbeitskreisen zur finanziellen Markenwertmessung des DIN/ISO, des IDW und der GEM.



Frank-Michael Schmidt

CEO der Scholz & Friends Group und der Comarco Holding. Bis 2003: Chief Strategic Officer der JWT-Gruppe in Deutschland. Studium der Publizistik, Philosophie und Politikwissenschaft.



Andreas Bornhäußer

Seit 1982 Trainer, Berater und Coach für kreatives Präsentieren und motivierendes Verkaufen. Außerdem Gastdozent an der BAW in München, der Zollverein Business School in Essen sowie Autor zweier Bücher und zahlreicher Fachbeiträge.



Udo Klein-Böling

1990 Trainee-Einstieg bei BBDO Campaign. 1999 Gründung der Managementberatung BBDO Consulting, seit 2005 CEO von BBDO Consulting Worldwide. Spezifische Kompetenzfelder z.B. Brand Strategy und Portfolio Management, integrierte Kommunikationskonzepte etc.



Uwe Munzinger

Führender Experte zum Thema Kommunikation von und für Marken. Geschäftsführender Gesellschafter der Holding Supermarque GmbH. Davor Geschäftsführer und Gesellschafter von ICON Brand Navigation (heute: ICON Added Value). Seit Januar 2008 Geschäftsführer von Musiol Munzinger Sasserath.



Dr. Uwe S. Schuricht

Tätigkeiten u. a. bei der Bertelsmann AG und als Generalbevollmächtigter für Personalentwicklung und Unternehmenskommunikation im Axel Springer Verlag. 2003 Gründung der CHANGE GROUP, seit 2004 außerdem Dozent für „Leadership“ an der Hamburg Media School.



Bärbel Boy

Studium der politischen Wissenschaft, neuere deutsche Literaturwissenschaft danach Aufbau-studium im Bereich Marketing. Diverse Tätigkeiten im Vertrieb und Agenturen. Seit 2001 Gründerin und Inhaberin von boy|planning+advertising.



Frieder Kornbichler

Der gelernte Jurist wechselte 1998 von Publicis zu BBDO. Zuvor hatte er für Ogilvy & Mather, Young & Rubicam und Saatchi & Saatchi gearbeitet. Seit dem 01.08.2008 ist Kornbichler Geschäftsführer von Interone Worldwide.



Kai Müller

Berufliche Stationen bei der Deutschen Bank und bei Gruner + Jahr, dann Wechsel zur Agentur Kolle Rebbe. Dort Implementierung des Controlling, heutige Funktion „Chief Financial Officer“. Der Diplom-Kaufmann kennt sowohl die Anforderungen von Kunden- als auch von Agenturseite bestens.



Dr. Michael Trautmann

Großer Erfahrungsschatz zum Thema „Marke“ durch Positionen u.a. bei Springer & Jacoby, zuletzt als Head of Global Marketing verantwortlich für die weltweite Markenführung der Marke AUDI. Seit 2004 Inhaber und Geschäftsführer der kempertrautmann gmbh.



Stephanie Ferschke

Die studierte Diplom-Kauffrau ist seit 2006 Geschäftsführerin von cherry on the cake, die Agentur für Branded Entertainment im WPP network. Zuvor war sie u. a. bei Hubert Burda Media, Cross Consult und Western Star tätig.



Ingo Krauss

Startet seine Karriere 1968 bei Young & Rubicam, wo er zuletzt CEO & Chairman war. 1997 wechselte er zu Saatchi & Saatchi als Non-Executive Chairman und seit 2003 ist er freier Berater.



Hubertus von Lobenstein

1985 begann er als Kontakter bei GWE & Partner seine Karriere. Anschließend wechselte er zu Springer & Jacoby. Es folgten Stationen bei Saatchi & Saatchi und BBDO. Seit 2005 ist Hubertus von Lobenstein CEO bei TBWA\Germany und Gesellschafter der TBWA\Group Deutschland.



Maria Unland

Über 20 Jahre bei Ogilvy Healthworld in Düsseldorf, davon 10 Jahre als Geschäftsführerin. Seit 2000 parallel Coach und Trainer für alle deutschsprachigen Ogilvy- und weitere WPP-Agenturen. Außerdem Ausbildung als Kommunikationsberaterin nach Schulz von Thun.



Andreas Gahlert

Geschäftsführer der NEUE DIGITALE GmbH, die er im Jahr 1996 gründete, zuständig für die Bereiche Beratung, Client Service Direction und New Business. Sehr große Bandbreite an Fachwissen: von Usability über Design, Konzept und Technologie bis zu betriebs- oder finanzwirtschaftlichen Themen.



Peter John Mahrenholz

Studierter Rechtswissenschaftler mit Jobstationen bei Pentagon Network Marketing, BMP DDB und im Vorstand von Jung von Matt. Seit April 2004 CEO der Agentur Drahtfcb Deutschland mit Sitz in Hamburg.



Larissa Pohl

Seit dem 1. Oktober 2007 Head of Brand Consulting bei OgilvyBrains. Zuvor war Larissa Pohl als Vorstand der APGD (Account Planning Group Deutschland) tätig. Frau Pohl ist gelernte Diplom-Psychologin. Im Laufe ihrer Karriere hat sie sich auf strategische Markenberatung spezialisiert.



Best Practice by Professionals

Ihre Qualifikationschancen in der Kommunikationsbranche!

Programm 2008/2009

INFORMATIONEN & ANMELDUNG:

The Conference Group GmbH
Sabrina Pommeresch – Tel. 069 7595 3033
horizont@conferencegroup.de
www.conferencegroup.de
www.horizont.net/seminare
www.gwa.de/businessacademy

Powered by:



Deutschlands erstes
Programm-Magazin.

Veranstalter:



ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Best Practice by Professionals – Warum Weiterbildung sich lohnt!

Das wichtigste Kapital von Unternehmen und Agenturen sind die Menschen, die mit uns arbeiten. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die durch ihre Arbeit die Werte schaffen, die für unsere Kunden entscheiden und damit unmittelbar zum Erfolg einer Agentur, eines Unternehmens beitragen.



Wer diese Bedeutung seiner Mitarbeiter erkennt, sie fördert und gezielt in ihre Fähigkeiten und Talente investiert, erhält einen ganz entscheidenden Return – den Wettbewerbsvorteil in einem immer kompetitiveren Markt. Denn nur mit qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern lassen sich die Anforderungen moderner Kommunikation und Werbung in einer sich ständig verändernden Welt erfolgreich meistern.

Professionelle Aus- und Weiterbildung sind daher aus Sicht des GWA ganz entscheidende Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Branche und ihre zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Eine lohnende Investition in Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich durch zusätzliche Qualifizierung und neuer Motivation ganz entscheidend auf dem Agenturkonto auszahlt.

Die GWA Business Academy – managed by HORIZONT – ist ein ganz bedeutendes Leistungsangebot unseres Verbandes. Ihr Erfolgsgeheimnis fußt auf der Unterstützung der Agenturen und ihrer Besten der Besten. Das Wissen und Know-how unserer Leistungsträger von heute sorgt für den Erfolg unserer talentierten Nachwuchskräfte von morgen. Schon jetzt gilt ein Dank unseren Referenten, ihre Liste liest sich wie das Who is Who der deutschen Werbewelt, die Ihre wertvolle Zeit und Ihre Fähigkeiten für Sie, Agenturen und Ihre talentierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einsetzen.

Nutzen Sie das Angebot der GWA Business Academy – es lohnt sich!

Ihr Till Wagner

Vorstand HR, Aus- und Weiterbildung Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.

Teilnehmerstimmen

Auf dem Punkt!

Sympathisch, gut vorbereitet, erfahren, super.

Guter Mix aus Theorie und praktischen Übungen.

Viele konkrete Anregungen und Lösungsangebote.

Sehr schlüssig – ein Lerninhalt greift in den anderen.

Alles Profis, die wissen, worüber sie reden.

Super Gliederung, klare Erläuterungen, keine Frage blieb unbeantwortet, Klasse!

EINZEL- & PAKETBUCHUNG

Einzelbuchung

Jedes Seminar ist einzeln buchbar. Wir empfehlen Ihnen eine frühzeitige Anmeldung, um Ihnen in Ihrem Wunschseminar einen Platz zu sichern.

Tagesseminar	590,- €* GWA-Preis	690,- €* Normalpreis
Zweitagesseminar	950,- €* GWA-Preis	1.050,- €* Normalpreis

Paketbuchung

Preisvorteil gewünscht? Als Agentur oder Unternehmen können Sie ein mehrtägiges Seminarpaket erwerben und sich dadurch einen erheblichen Preisvorteil – im Vergleich zur Einzelbuchung – sichern.

Die im Paket gekauften Seminartage können Sie individuell nach Ihren Wünschen an Ihre Mitarbeiter vergeben und in Kombination von Tages- und Zweitagesseminaren verbrauchen. Selbstverständlich informieren wir Sie in regelmäßigen Abständen über den Buchungsstatus Ihres Paketes.

3-Tage-Paket	1.500,- €* GWA-Preis	1.700,- €* Normalpreis
5-Tage-Paket	2.450,- €* GWA-Preis	2.750,- €* Normalpreis
10-Tage-Paket	4.700,- €* GWA-Preis	5.200,- €* Normalpreis

Details zur Paketbuchung

- Das Paket ist an die Agentur/das Unternehmen gebunden.
- Es ist durch den Arbeitgeber (Agentur/Unternehmen) oder individuell buchbar.
- Zeitraum der Seminarbesuche max. 1 Jahr ab Kaufdatum.

Beispiel: 5-Tage-Paket als GWA-Agentur
Die GWA-Agentur XYZ GmbH erwirbt ein 5-Tage-Paket zum Preis von 2.450,- €. Sie hat nun die Möglichkeit z. B. fünf verschiedene Personen zu einem Tagesseminar anzumelden.

Rechenbeispiel			
	5 x 590,- €	=	2.950,- €
	5-Tage-Paketpreis	=	2.450,- €
	⇒ Ersparnis	=	500,- €

Ebenso könnte die GWA-Agentur im Rahmen ihres 5-Tage-Paketes drei Personen zu einem Tagesseminar und eine Person zu einem Zweitagesseminar anmelden.

Rechenbeispiel			
	3 x 590,- € + 1 x 950,- €	=	2.720,- €
	5-Tage-Paketpreis	=	2.450,- €
	⇒ Ersparnis	=	270,- €

* alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

THEMENANGEBOTE 2008/2009

	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	8	8	8	8	8	8	8	8	8
	9	9	9	9	9	9	9	9	9
	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	11	11	11	11	11	11	11	11	11
	12	12	12	12	12	12	12	12	12
	13	13	13	13	13	13	13	13	13
	14	14	14	14	14	14	14	14	14
	15	15	15	15	15	15	15	15	15
	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	17	17	17	17	17	17	17	17	17
	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	20	20	20	20	20	20	20	20	20
	21	21	21	21	21	21	21	21	21
	22	22	22	22	22	22	22	22	22
	23	23	23	23	23	23	23	23	23
	24	24	24	24	24	24	24	24	24
	25	25	25	25	25	25	25	25	25
	26	26	26	26	26	26	26	26	26
	27	27	27	27	27	27	27	27	27
	28	28	28	28	28	28	28	28	28
	29	29	29	29	29	29	29	29	29
	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	31	31	31	31	31	31	31	31	31

	Spezial	Business
S1	B2B Branding – Einsatz strategischer Planung zur Entwicklung und Führung von B2B Marken Bärbel Boy, Larissa Pohl, 12.-13.03.09, Hamburg	Auf dem Weg zum Profi-Berater Maria Unland, 07.-08.11.08, Berlin
S2	Controlling in Agenturen – Transparenz im Erlös- und Kostenmanagement Kai Müller, 30.10.08, Hamburg	Mit Effizienz bei Kunden und Wettbewerbern begeistern und gewinnen Dr. Jörg Goll, Andreas Mengede, 19.03.2009, Berlin
S3	New Business als ganzheitliche Management-Herausforderung Frank-Michael Schmidt, Roland Bös, 18.06.09, Hamburg	Branded Entertainment in der digitalen Zukunft Stephanie Feischke, 27.05.09, Düsseldorf
S4	Markenführung in den digitalen Medien Andreas Gahlert, 07.05.09, Frankfurt	Meine Marke, Deine Marke Freder Kornbichler, 14.05.09, Berlin
S5	Erfolgreiche Werbekampagnen – vom Briefing bis zur Produktion Dr. Michael Trautmann, Florian Beiser, 23.04.09, Hamburg	Das Jagdscheinrepertorium – Wie man New-Business-Chancen verbessern kann Ingo Kraus, Hubertus von Lobenstein, 28.05.09, Düsseldorf