

Steigen Sie ein. Bitte.

Die Hessen-Wahl ist vorbei, wenn auch mit einem wenig glücklichem Ergebnis. Es paßte sicherlich gut, dass der Karneval oder Fasching allen Beteiligten viele Möglichkeiten zur kurzfristigen Ablenkung geboten hat. Vielleicht hilft das.

Aber kommen wir zu den Aktivitäten der Akademie und wie Sie uns bei uns einsteigen können.

Da ist der BULLSEYE CREATIVE CONTEST. Diese nationale Initiative der Konferenz der Akademien startete im Januar. Über 500 Studierende aus 12 Akademien sind als Juroren eingeladen und viele haben mit ihren Bewertungen die ersten TOP 10 in den Bereichen Plakat, Consumer-Anzeigen und Business-to-Business-Anzeigen erarbeitet (nebenstehend zu sehen oder im Detail unter www.bullseye-award.de zu betrachten). Die bewerteten Motive wurden zum Start ausnahmsweise von Dozenten ausgesucht.

Steigen Sie jetzt ein. Versuchen Sie mit Ihren Arbeiten in die TOP 10 des Februars zu kommen. Mit der Einsendung von Anzeigen, Plakaten, TV- und/oder Radiospots stellen Sie sich nicht nur dem kreativen Wettbewerb, sondern unterstützen auch den Nachwuchs bei der Weiterbildung. Alle Details dieses außergewöhnlichen Kreativ-Wettbewerbs finden Sie unter www.bullseye-award.de.

Der 105. Lehrgang der Akademie für Marketing-Kommunikation startet am 7. April 2008. Alle Details zu dieser berufsbegleitenden Weiterbildung mit staatlichem Abschluss finden Sie unter www.akademie-frankfurt.de und fordern Sie Informationen an (069-704095).

Steigen Sie ein! Indem Sie junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für diesen Weg der Weiterbildung begeistern, indem Sie diesen Studienweg empfehlen.

Am 3. März 2008 startet der erste Lehrgang der Akademie für Online-Marketing.

Ziel der Ausbildung ist es, Mitarbeitern, die im Marketing, in der Kommunikation oder im Vertrieb tätig sind, das Rüstzeug für eine professionelle Einbeziehung aller Online-Marketing-Aspekte zu vermitteln. Die Weiterbildung soll die Absolventen dazu befähigen, die Planung, Koordination und Organisation der Online-Aktivitäten eines Unternehmens zu übernehmen bzw. dabei professionell mit zu arbeiten oder Unternehmen dabei zu beraten. Entsprechend werden in der Ausbildung Themen wie z. B. Entwicklung Online-Strategie, Steuerung Webaufttritt-Aufbau, Content-Management, CRM, e-commerce, Suchmaschinen-Strategien, Mobile-Marketing, Online-Kommunikation inkl. Planung von Online-Werbekampagnen, etc. behandelt. Die Weiterbildung zum geprüften Online-Marketingwirt dauert 13 Monate.

Steigen Sie ein! Informationen zu dieser Weiterbildung finden Sie unter www.akademie-frankfurt.de.

BULLSEYE CREATIVE CONTEST		
TOP 10 Januar 2008		
Plakat	Anzeigen B-to-C	Anzeigen B-to-B
1 	1 	1 
2 	2 	2 
3 	3 	3 
4 	4 	4 
5 	5 	5 
6 	6 	6 
7 	7 	7 
8 	8 	8 
9 	9 	9 
10 	10 	10 

Ansonsten: Alles geht seinen Gang. Die Studierenden aus M14 der Akademie für Media haben direkt nach dem Karneval ihre abschliessende mündliche Prüfung; Lehrgang 101 ist mit den Staatsklausuren auf dem Weg zum erfolgreichen Abschluss und Lehrgang 102 ist dabei sich zur Staatsprüfung anzumelden.

Ich würde mich freuen, von Ihnen zu hören. Mit Fragen, Anregungen oder einfach so. Ich bin immer unter 069-704095 oder 06039-922610 oder einfach per e-mail mit der Adresse mike@akademie-frankfurt.de zu erreichen.

Ihr
Mike Barowski
Komm. Leiter der Akademie



Ausruhen können Sie sich später!

Wenn Sie im Marketing oder in der Werbung weiterkommen wollen, sollten Sie abends öfter weggehen.

Vergrößern Sie Ihre Karrierechancen in der Marketing-, Werbe- und Onlinebranche durch ein berufsbegleitendes Abendstudium mit Abschluss zum/zur staatlich geprüften Kommunikationswirt/in oder zum/zur geprüften Online-Marketingwirt/in.



**Akademie für
Marketing-Kommunikation**

Wer in der Werbung und im Marketing nicht alle Instrumente beherrscht und richtig einsetzt, kann nicht gewinnen.

Seit inzwischen über 40 Jahren ist die **Akademie für Marketing-Kommunikation** die Institution im Rhein-Main-Gebiet für die berufsbegleitende Weiterbildung im Bereich Marketing und Kommunikation.

Die Weiterbildung an der Akademie deckt das gesamte Spektrum von den betriebs- und volkswirtschaftlichen Grundlagen über alle Marketingmix-Faktoren, wie z. B. Werbung, Verkaufsförderung, Sponsoring, PR, bis hin zu Marktforschung, Media und Werbemittelgestaltung ab. Neben praxisnahen Vorlesungen ergänzen Praxisarbeiten im Team die Weiterbildung.

- vier Semester (2 Jahre)
- Dozenten aus der Marketing-/Werbepaxis
- staatlicher Abschluss zur Kommunikationswirtin/
zum Kommunikationswirt
- nächste Starts: - Anfang April
- Anfang November



**Akademie für
Online-Marketing**

Mit dem Start der Akademie für Online-Marketing bietet die Akademie für Marketing-Kommunikation e. V. eine spezialisierte berufsbegleitende Weiterbildung an, die der rasant gewachsenen Bedeutung der Online-Kommunikation und des Online-Marketings entspricht. Keine Firma kann es sich heute noch leisten, den Bereich Online in ihrem Marketingmix stiefmütterlich zu behandeln.

Ziel der Ausbildung ist es, Mitarbeitern, die im Marketing, in der Werbung oder im Vertrieb tätig sind, das Rüstzeug für eine professionelle Einbeziehung aller Online-Marketing-Aspekte zu vermitteln. Die Weiterbildung soll die Absolventen dazu befähigen, die Planung, Koordination und Organisation der Online-Aktivitäten eines Unternehmens zu übernehmen bzw. dabei professionell mit zu arbeiten oder Unternehmen dabei zu beraten.

- zwei Semester (13 Monate)
- Dozenten aus Marketing-/Onlinepraxis
- Abschluss zum Online-Marketingwirt/
zur Online-Marketingwirtin
- nächster Start: - Anfang März

www.akademie-frankfurt.de

Akademie für Marketing-Kommunikation e.V.
Westerbachstraße 164
65936 Frankfurt
Telefon: 069 704095



**AKADEMIE FÜR
MARKETING-
KOMMUNIKATION E.V.**

ABSOLVENTEN BERICHTEN.

Christian Gaffal. Erst Hotelbranche, dann MindShare und Akademie, heute Account Director!

Christian Gaffal, Jahrgang 1975, studierte an der Akademie für Marketing Kommunikation von 2002 bis 2004 mit dem erfolgreichen Abschluss zum staatlich geprüften Kommunikationswirt. **Hier in seinen eigenen Worten ein Resümee:**



„Nach einer turbulenten Schulzeit mit allen Höhen und Tiefen hatte ich eigentlich keine Lust auf Studium. Vom Lernen hatte ich wirklich genug. Zudem hieß es damals aus meinem Elternhaus, ich solle

erstmal eine Ausbildung machen, da hat man „etwas in der Tasche“.

Aber was? Was bei orientierungsgehemmten Studierwilligen die BWL, ist bei den Azubis das Hotelfach. Also 2,5 Jahre Ausbildung zum Hotelfachmann hier in einem Frankfurter 4-Sterne Hotel.

Danach – logisch – ab ins Ausland, wenn auch nur Schweiz. Dort als Reception-Tournant im Tag und Nachtdienst für alle Belange der Gäste verantwortlich, kehrte ich nach einem knappen Jahr zurück nach Frankfurt und arbeitete als Income Auditor im Kempinski Hotel.

Das konnte es aber doch noch nicht gewesen sein! Deshalb wagte ich den Sprung in die Werbung zur Frankfurter Mediaagentur MindShare, die zu den Größten in diesem Bereich der Werbung gehört. Mit Rezeption und Gästen hatte dies nichts, aber auch gar nichts zu tun, aber eine Art Dienstleistung war es schon. Angefangen hat dort alles mit Media Controlling, einem neuen Unit der sich mit qualitativen Analysen und Statistiken rund um den Medieneinkauf beschäftigt. Es war schwer ein Verständnis für den Medienmarkt aufzubauen, ohne irgendwelche betriebswirtschaftlichen und medialen Kenntnisse. **Also jetzt doch studieren?** Ja, genau, und zwar berufsbegleitend, nach der Arbeit noch

viermal die Woche bis 20:30 Uhr zur Akademie für Marketing-Kommunikation für zwei Jahre. Wer das Arbeitsleben der Agenturen kennt, weiß, dass es schon so hart genug ist, und jetzt auch noch Extra, abends Akademie und am Wochenende lernen? Ich sage, es hat sich gelohnt. Zum einen war es mein Erststudium, zum anderen hat es mir die Türen in die Welt der Werbung geöffnet. Ohne die dort erworbenen Kenntnisse hätte ich es mit Sicherheit nicht geschafft in der Mediabranche. Anders als noch auf der Schulbank entwickelte man dort auch einen gewissen Ehrgeiz, ganz freiwillig und ohne Drohungen der Eltern. Während des Studiums wechselte ich noch intern die Fronten, durfte mich als TV-Einkäufer für einen großen Spielzeughersteller aus dem Rhein-Main-Gebiet austoben um danach Verantwortung in der Mediaplanung zu übernehmen.

Nach gut sechs Jahren bei MindShare, suchte ich Abwechslung und kehrte der Agentur den Rücken um als Projektkoordinator bei der DAP GmbH weitere, tolle Erfahrungen zu sammeln. Die Sichtweise der Entwickler und Programmierer auf Media und das Kennenlernen der Arbeitsweise anderer Agenturen brachten mich ein ganzes Stück weiter.

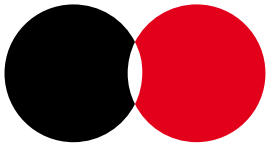
Heute, fast ein Jahr später, bin ich zurück bei MindShare, bin verantwortlich für den einen oder anderen Planungskunden und unterstütze unseren Geschäftsführer (COO) Christof Baron im operativen Tagesgeschäft.

Ich übertreibe keineswegs, wenn ich behaupte, dass die Akademie und MindShare mir geholfen haben, nach einer durchwachsenen Schulzeit im Berufsleben richtig Fuß zu fassen und nach oben schauen zu dürfen. Allerdings gilt wie überall – ohne Fleiß kein Preis! Oder frei nach Konfuzius: **Sobald man in einer Sache Meister geworden ist, sollte man in einer neuen Schüler werden.“**

**Herzlichen Dank an Christian Gaffal.
Who is next???**

**Werden Sie förderndes Mitglied der AKADEMIE
FÜR MARKETING-KOMMUNIKATION e.V.**

Die Akademie wird durch einen gemeinnützigen Verein getragen. **Wenn Sie ganz spontan reagieren wollen, finden Sie im Internet unter dieser Adresse ein Anmeldeformular:** http://www.akademie-frankfurt.de/Marketing-Kommunikation_ev/mitglieder/beitritts-erklaerung.pdf. Für Fragen und Anregungen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung - 069 704095 oder per E-Mail an Mike Barowski, den Leiter der Akademie: mike@akademie-frankfurt.de.



ABSOLVENTEN BERICHTEN.

Bert Ohnemüller. Lehrgang 37. Nach Empfehlung des Chefs zur Akademie für Marketing-Kom- munikation und dann erfolgreich Karriere gemacht.

Bert Ohnemüller machte 1985 seinen Abschluß an der Akademie für Marketing-Kommunikation. Er ist einer der Absolventen, der dann später auch als Dozent im Fach Verkaufsförderung brillierte. **Hier in seinen eigenen Worten ein Resümee:**



„1982 fragte ich meinen damaligen Chef, Friedhelm Schürmeyer, den Leiter der Verkaufsförderungsabteilung der MAGGI GmbH, wo ich mein fehlendes Marketingwissen erwerben kann, empfahl er mir ganz spontan die Akademie. Als ich dann am 18. April 1983 meinen ersten „Akademie Abend“ erlebte, fühlte ich mich nochmals zurückversetzt in die gute alte Schulzeit, nur waren die Stühle und Tische in der Wahrnehmung kleiner, oder wir größer.“

Die zwei Jahre Akademie Ausbildung haben meinen persönlichen und beruflichen Werdegang ganz erheblich und sehr positiv beeinflusst. Zum einen gewöhnten wir uns an das „Halbtags“ arbeiten, nämlich 12 Stunden aktiv zu sein und zum anderen war die Menge an Wissen und vor allem die Praxisrelevanz gigantisch. Last but not least ergaben sich Freunde und Freundschaften fürs Leben.

Die Akademie war für viele von uns ein echtes Sprungbrett in die berufliche Karriere, wobei es wichtig ist zu erwähnen, dass es - wie immer im Leben - darauf ankommt, was man selbst daraus macht.

Am **18. April 2008** werden wir, die Lehrgänge L37 und L38 unser erstes Lehrgangstreffen (zum 25-jährigen Akademie-Einstieg) zelebrieren. Gerne werden wir versuchen diesen Abend und die gesammelten Erfahrungen und Erlebnisberichte der Einzelschicksale für die Nachwelt entsprechend aufzubereiten (wird sicherlich ein interessanter Beitrag für den Akademie Newsletter im Mai!)

Zum Abschluss mein persönlicher Rat an den ambitionierten Nachwuchs: Einfach machen, durchziehen, alles mitnehmen, Gas geben und Spaß haben. Das schafft

Ihr auch! Die Welt und ganz besonders die Marketingwelt braucht einfach immer wieder und immer mehr besonders gute und engagierte Menschen, die Spaß an dem haben, was sie tun. Viel Erfolg.

Euer Bert Ohnemüller“

Hier der Werdegang von Bert Ohnemüller im Überblick:

1978 – 1988 Ausbildung im Handel (Horten GmbH); Karriere in der Industrie (Maggi GmbH, Richardson WICKpharma, Procter & Gamble)

1983 – 1985 berufsbegleitendes Studium an der Akademie für Marketing-Kommunikation mit dem Abschluss zum staatlich geprüften Kommunikationswirt.

1988 – 2002 Gründung und Aufbau der Full-Service-Verkaufsförderungsagentur BMO (30 Mitarbeiter, 800 Kundenprojekte, 150.000 Aktionstage)

2003 bis heute: Neuorientierung mit Fokus auf Konzeption, Kreation und Abwicklung anspruchsvoller Marketing- und Vertriebsaufgaben aus Industrie, Handel und Dienstleistung; parallel persönlicher Berater von Führungskräften der ersten und zweiten Managementebene; Referent und Autor vieler Fachbeiträge.



Eine bemerkenswerte Feststellung:

„Allein das Herumzuckeln mit
putzigen Kleinwagen aus
Italien und Frankreich soll uns vor
dem drohenden Untergang retten.
Ich bitte Sie, Herr Barroso,
das ist doch nicht Ihr Ernst.“

Wendelin Wiedeking,
Vorstandsvorsitzender
der PORSCHE AG

(gefunden in der WIRTSCHAFTSWOCHE Nr.6, 2.2.2008)