

## Highlights

Die Zeit nach den Sommerferien bis zu den Herbstferien war für die Studierenden der Akademie für Marketing-Kommunikation und der Akademie für Media voller Highlights.

Die Studierenden des Kurses M13 der Akademie für Media durchlebten die anspruchsvolle Prüfung zum Mediaberater/zur Mediaberaterin - angefangen bei der Abschluss-Hausarbeit über die Präsentation einer Planungsaufgabe, dem Schreiben der letzten Klausuren und der Prüfungsklausur bis hin zur mündlichen Prüfung. Beendet war die Prüfung am 21. Oktober und, wie auch die fröhlichen Gesichter auf dem nebenstehenden Bild zeigen, haben es alle geschafft. Herzlichen Glückwunsch den Absolventen!

Mitte September erhielten die Studierenden der Lehrgänge L98 und L99 die Themen für Ihre Abschluss-Hausarbeit und starteten damit in die staatliche Prüfung zum/r KommunikationswirtIn. Für die Fertigstellung der Hausarbeit haben die Studierenden bis Anfang Dezember Zeit - wir wünschen allen die notwendige Durchsicht, genügend Inspiration und bei aller Anspannung etwas Spaß beim Schreiben.

Am 11. Oktober hielt **Magnus Hoppert** von der **METRO GROUP** vor allen Lehrgängen einen hochinteressanten Vortrag zum Thema Category Management. Dieser Vortrag gab unseren Studierenden einen hautnahen Einblick in die Arbeit und das Denken des Handels.

Und schließlich faszinierte am 17. Oktober **Ralf Langwost** mit seinem Vortrag über den **Creative Effectiveness Report 2006**.

Gerade die beiden genannten Vorträge zeigen, wie wichtig es ist, über die regulären Vorleseungen hinaus immer wieder den Blick über den Tellerrand zu wagen und sich mit ganz speziellen Themen aus dem großen Feld des Marketings zu befassen.

Wir machen damit weiter. Und selbstverständlich sind Gäste zu diesen Vorträgen stets willkommen - wir laden per Newsletter immer rechtzeitig dazu ein.

Ihr **Mike Barowski**  
komm. Leiter der Akademie



im Bild: Die erfolgreichen Absolventen des Kurses M13 der Akademie für Media nach der mündlichen Prüfung zusammen mit den Prüfern Dirk Engel, Reiner Krischke und Mike Barowski. Herzlichen Glückwunsch!

## Neu: Kurs M14 der Akademie für Media startet am 15. Januar 2007 - jetzt anmelden.

Nachdem die Akademie für Marketing-Kommunikation seit 2005 sowohl im April als auch im November startet, wurde jetzt zur besseren Trennung der verschiedenen Studienangebote der Starttermin für die Akademie für Media auf Januar und damit **für Kurs M14 auf den 15. Januar 2007** verschoben.

Das berufsbegleitende Studium zum/r geprüften MediaplanerIn/-beraterIn dauert wie bisher 11-12 Monate (abhängig von Ferienzeiten).

Die Akademie für Media ist - nach unserem Wissen - die **einzige Institution in Deutschland**, die einen berufsbegleitenden medienübergreifenden Weiterbildungsgang im Bereich **Mediaplanung und -einkauf** anbietet.

Das Studien-Angebot wendet sich an Mitarbeiter in Werbe- und Mediaagenturen sowie Mitarbeiter im Marketing von werbungstreibenden Unternehmen und Mitarbeiter im Vermarktungsbereich der Medien.

Die Weiterbildung beinhaltet u. a. die Vermittlung von Grundlagen in den Bereichen Marketing und Werbung, Kommunikationslehre und Werbewirkungsforschung, die eingehende Auseinandersetzung mit allen für die Marketing-Kommunikation relevanten

Medien und deren Stärken und Schwächen, mit Media- und Marktforschung und den gängigen Planungsmethoden und -instrumenten.

## **Im Überblick -**

### **Studium an der Akademie für Media:**

- drei Trimester (1 Jahr)
- Vorlesungen in modernen, hellen Räumen
- intensive Stoffbearbeitung durch kleine Lehrgangsgroße
- Dozenten aus Marketing-/Werbe-/Mediapraxis
- Abschluss zum Mediaberater/zur Mediaberaterin

Interessenten sollten sich im Internet informieren ([www.akademie-frankfurt.de](http://www.akademie-frankfurt.de)) oder telefonisch (**0 69-70 40 95**) bzw. per e-mail ([verwaltung@akademie-frankfurt.de](mailto:verwaltung@akademie-frankfurt.de)) die Unterlagen anfordern. Selbstverständlich stehen wir für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung.

## **Lehrgang 101 und der Hochschul-Wettbewerb**

### **„Quo Vadis Kultur Rhein-Main?“**

In der Ende November startenden Praxisarbeit Marketing wird Lehrgang 101 sich mit dem ersten Schritt des Wettbewerbs auseinandersetzen.

Die Zielsetzung des vom Frankfurter Kultur Komitee e.V. ausgedescribte Wettbewerbs wird so zusammengefasst: „Kultur und Kulturpolitik im Rhein-Main-Gebiet braucht die Visionen der jungen Generation; braucht Diskussions- und Aktivitätsimpulse, die frei sind von den etablierten Vorstellungen. Durch die Einladung verschiedener Hoch-/Fachschulen und deren Studenten zu diesem Wettbewerb sollen bewusst unterschiedliche Sichtweisen zum Tragen kommen. Jeder Wettbewerbsbeitrag muss von der Analyse des Status Quo bis hin zu einer Vision mit umsetzbarem Ansatz reichen. Ziel sind ganzheitliche visionäre Konzepte, die dann in einen Forderungs- und Aktivitätenkatalog münden sollen.“

Neben der Akademie - vertreten durch Lehrgang 101 - nehmen folgende Institutionen an dem Wettbewerb teil:

- Hochschule für Gestaltung Offenbach
- Hochschule für Musik und Darstellende Kunst
- Städelschule
- Hochschule Darmstadt
- Fachhochschule Mainz
- Goethe-Universität Frankfurt

Für Anregungen und Hilfestellungen sind die Studierenden des Lehrgangs 101 sicherlich dankbar.



## **Ralf Langwost präsentierte am 17. Oktober 2006 den Creative Effectiveness Report 2006**

Die offizielle Premiere des Reports fand anlässlich des Cannes Advertising Festivals am 23. Juni 2006 statt. Daran präsentiert der Initiator und Verfasser Ralf Langwost Auszüge.

Die Fragestellung lautete vereinfacht: Haben erfolgreiche Kampagnen eine Struktur, einen „Erfolgscodex“, den man bei der Entwicklung von Kampagnen nutzen kann?



Um zu identifizieren, welche Ideen gleichzeitig effektiv und kreativ sind und welche Gesetzmäßigkeiten es evtl. gibt, hat IdeaManagement, das Beratungsunternehmen von Ralf Langwost, die „Double-Champions“ von 1996 bis 2005 untersucht,

die sowohl einen nationalen Effie, wie einen internationalen Cannes Löwen oder ADC Award gewonnen haben. Hierzu wurden die Gewinner aus 16 europäischen Ländern wie Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden, Schweiz, Spanien, Ungarn, Großbritannien und der Tschechischen Republik untersucht. Unter höchst möglichen Ansprüchen konnten sich dadurch 138 aus 1417 für Ihre Effizienz ausgezeichneten Ideen qualifizieren. Diese werden erstmalig im neuen Creative Effectiveness Report 2006 vorgestellt und ausführlich analysiert. **Mehr Infos dazu: [www.ideamanagement.com](http://www.ideamanagement.com).**

**Danke an Ralf Langwost und seine Crew (zu der übrigens auch eine Absolventin der Akademie gehört) für den inspirierenden Vortrag.**