

Holzhacken ist deshalb so beliebt, weil man bei dieser Tätigkeit den Erfolg sofort sieht.

(Albert Einstein)

Albert Einstein hat viele kluge Sachen gesagt, das o.g. Zitat finde ich generell zur Arbeit im Marketing und auch speziell zur Arbeit für die Akademie sehr gut passend. Man wirbelt, man macht und nur Dank größter Unermüdlichkeit oder großem Beharrungsvermögen geht es irgendwie vorwärts und irgendwann sieht man den Erfolg.

Natürlich bin ich weit davon entfernt mich jetzt dem Holzhacken hinzugeben - auch wenn dies meiner Fitness durchaus zugute käme - Marketing macht doch mehr Spaß!

Was wollen wir in 2010 rund um die Akademie erreichen? Wo stehen wir? Wie können Sie uns unterstützen? Auf einen kurzen Nenner gebracht: **Wir brauchen mehr Action & Satisfaction!**

Der Anfang ist gemacht: Seit Januar haben wir in der Akademie im Rahmen einer Kooperation einen Kurs der COMICACADEMY. Der einjährige Kurs soll aus zeichnerisch begabten und begeisterten Comicfans hoffentlich den einen oder anderen erfolgreichen Comiczeichner generieren. Für Interessierte hier die Internet-Adresse:
<http://www.comicacademy.com>

Am **29. Januar** wollen wir ENDLICH mit der einjährigen berufsbegleitenden Weiterbildung zum Online-Marketing-wirt beginnen. Die Vorlesungen werden Freitags 17:30 bis 20:30 Uhr und 3x im Monat Samstags von 9:30 bis 17:00 Uhr stattfinden - also ideal für Berufstätige. Die Mindest-Teilnehmerzahl ist 12....es gibt viele Interessenten; jeder sagt, dass diese Weiterbildung ein notwendiges Angebot ist, aber uns fehlen noch ANMELDUNGEN. Können Sie uns helfen? Eine Übersicht zu diesem Studium ist beigelegt.

Am **19. April 2010 startet Lehrgang L109** der Akademie für Marketing-Kommunikation. Anmeldungen werden ab sofort angenommen. Bitte unterstützen Sie uns aktiv bei der Gewinnung von Teilnehmern.

Kooperationen und Vermietung unserer Räume: Mit der COMICACADEMY haben wir den ersten kontinuierlichen Mitnutzer unserer Räume gefunden. Die gut ausgestatteten Räume (Beamer und Internetanschluss in allen Räumen, Platz für ca. 30 Teilnehmer pro Raum bzw. auch 100 Teilnehmer, Pausenraum, etc.) stehen tagsüber für Workshops und Meetings etc. zur Verfügung. Es wäre schön, wenn Sie uns helfen, über eine bessere Auslastung unsere Mietkosten etwas besser zu verteilen. Ideal sind feste Arrangements, aber jeder Workshop, jedes Seminar hilft (finanziell und natürlich hinsichtlich unserer Bekanntheit).

Last but not least: Ihnen allen ein gutes 2010 mit viel Erfolg und trotzdem viel Spaß.

Speziell den Studierenden des Lehrgang L105, die sich jetzt auf die sieben Staatsklausuren vorbereiten, drücke ich alle Daumen für die erfolgreiche staatliche Prüfung.

Und auch für 2010 gilt: Schreiben Sie mir, wenn Sie Ideen und Anregungen haben - einfach an:
mike@akademie-frankfurt.de

Ihr Mike Barowski
Leiter der Akademie



Im Bild: Der erste Frankfurter Kurs der COMICACADEMY.

(Bildnachweis: RheinMain EXTRA TIPP / Einbock)

Absolventen berichten:

David Ressler, erst für Coca-Cola Fußballprogramme organisiert, dann die Akademie besucht (L97), jetzt bei IMG (Schweiz) AG.

„Im April 2003 habe ich als Praktikant bei der Kommunikationsberatung Schmidt und Kaiser angefangen und beim Coca-Cola Fußball Account mitgearbeitet. Neben diverser vor-Ort-Aktivierungen bei den Partnernvereinen der 1. und 2. Fußballbundesliga habe ich auch beim Fanclub Nationalmannschaft, powered by Coca-Cola, mitgewerkelt, sowie die Coca-Cola Jugendprogramme beim FIFA Konfederation Cup 2005 und der FIFA Weltmeisterschaft 2006 betreut.

Da ich nach meinem Praktikum sicher war, dass der Bereich Marketing, besonders die alternative Kommunikation, also der gesamte below-the-line-Bereich, meine Zukunft bestimmen wird, habe ich mich dann auch nach Rücksprache mit meinem Arbeitgeber für die **Akademie für Marketing-Kommunikation** entschieden.

Nach meinem Abschluss zum staatlich geprüften Kommunikationswirt an der AMK und nach der Fussball WM, durfte ich sogar den Kunden Mercedes-Benz betreuen. Jetzt war Fußball out: zunächst eine Roadshow in deutschen, österreichischen und schweizer Skigebieten, dann eine 3-monatige Roadshow durch Frankreich, alles für die R-Klasse von Mercedes-Benz. Das Model sollte am Markt strategisch neu positioniert werden.

Da ich aber in den Bereich Sport zurück wollte, um mir das Thema Strategie für einen späteren Lebensabschnitt aufzuheben, betreute ich die CRM Golfserie MercedesTrophy und das weltweite ATP Engagement. Wer zu der Zeit mit mir auf Facebook befreundet war, konnte sich Bilder der ganzen Welt in meinem Profil anschauen

Irgendwann klingelte dann mein Handy und der Managing Director von IMG (Schweiz) AG in Zürich machte mir ein „unmoralisches“ Angebot :-).

Hier einige Eckdaten zum Unternehmen IMG (Schweiz) AG: IMG wurde in den USA während der frühen sechziger Jahre von Mark H. McCormack, der weltweit als der Begründer der Sportmarketingindustrie gilt, als erste global agierende Sportagentur gegründet. Mittlerweile beschäftigt IMG ca. 2.300 Angestellte in 30 Ländern und ist mit einem Marktanteil von 30% der weltweit grösste Sportvermarkter.

IMG ist heute in die Bereiche Sports, Entertainment und Media unterteilt. **IMG Sports** umfasst die Beratung und Vermarktung von Events, sowie die Betreuung von Athleten.

IMG Sports zeichnet sich international für die erfolgreiche Vermarktung von den weltweit grössten Premium-Marken aus. Hierzu zählen Events wie Wimbledon oder die Australian Open. Zu den Athleten, die IMG Sports betreut, gehören mit Roger Federer oder Tiger Woods und auch Maria Sharapova die Sportlergrößen der Gegenwart.



In den Bereich **IMG Entertainment** fällt die Betreuung von Models und eigener Formate, wie die IMG Fashion Week in New York sowie das Internetportal www.fashionweekdaily.com. Aber auch Veranstaltungen wie die Verleihung des Nobelpreises werden von IMG umgesetzt.

IMG Media ist weltweit der führende Dienstleister im Bereich der traditionellen Medien und der Neuen Medien. IMG Media eröffnet dem Konsumenten den Zugang zu Inhalten im Internet und Mobilfunk. Darüber hinaus produziert IMG Media jährlich über 9.000 Stunden an TV-Bildern und vertriebt die Rechte daran international.

In der Schweiz betreue ich als Projektleiter, neben diverser namhafter Unternehmen, DAS ZELT (www.daszelt.ch), die einzige mobile Theater- und Musikplattform, welche die ganze Schweiz bereist, die Tour de Suisse (www.tds.ch) als Sektorenleiter für die Bereiche Streckenwerbung und Siegerehrungen, sowie den weltweit grössten Indoor Reitsportanlass die ROLEX FEI World Cup Finals 2010 (www.worldcupgeneva.com) in Genf.

Ich Sorge für die reibungslose Umsetzung der erworbenen Sponsoringrechte und betreue den Hospitality Bereich. Doch im Vordergrund steht die Akquise: im Verkauf spreche ich in der Regel mit CEOs, ich berate diese strategisch und versuche immer ihr Unternehmen bzw. ihre Marken so emotional wie nur irgend möglich in Szene zu setzen.

Dazu sollte man sein Handwerk verstehen und einen grossen Teil davon konnte ich mir an der Akademie für Marketing-Kommunikation aneignen.“

Danke David und Gruss in die Schweiz!

Berufsbegleitende Qualifizierung:

Akademie für Online-Marketing

Alle - ob auf Seiten der werbungtreibenden Unternehmen oder auf Seiten der Online- Dienstleister - sind sich einig: **Erfolgreiches Online-Marketing braucht besser aus- und weitergebildete Mitarbeiter. Zitat:** „Schrecklich, wieviel Ressourcen an Zeit und Geld heute noch durch gepflegtes Halbwissen im Bereich Online-Marketing verbrannt werden!“

Start am 29. Januar 2010!

Mit 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 ernsthaft leisten, den Bereich Online in ihrem Marketing-Mix stiefmütterlich zu behandeln.

Ziel der Weiterbildung 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 teilzunehmen oder Unternehmen dabei zu beraten. Entsprechend werden in der Weiterbildung Themen wie z. B. Entwicklung Online-Strategie, Steuerung Webauftritt-Aufbau, Content-Management, CRM, e-commerce, Suchmaschinen-Strategien, Mobile-Marketing, Online-Kommunikation inkl. Planung von Online-Werbekampagnen, etc. behandelt.

Durch Dozenten, die in ihren Bereichen profilierte Fachleute sind, ist ein hoher Bezug zur Praxis sowie die notwendige Aktualität der Weiterbildung gewährleistet. Da sich die Weiterbildung auf das Online-Marketing und -Management konzentriert, werden weder Programmierkenntnisse vermittelt noch erwartet.

Berufsbegleitend und komprimiert:

Unterrichtszeiten: Freitags von 17.00 - 20:30 Uhr
3 x im Monat: Samstags von 9:30 - 17.00 Uhr
Dauer der Qualifizierung: gesamt 12 Monate
Vorlesungszeit 11 Monate/ Prüfungszeit 1 Monat

Abschlussprüfung zum/r Online-Marketingwirt/in
Mindest-Teilnehmerzahl: 12

Alle Informationen und das Anmeldeformular gibt es unter:
www.akademie-frankfurt.de/online-marketing
oder Informationen per Telefon: 069-704095

Überblick Lehrplan, u.a.:

- Betriebswirtschaftliche Grundlagen
- Marketing-Grundlagen
- Online-Marketing im Marketing-Mix (Grundlagen)
- Medienkunde/Media-Mix (Grundlagen)
- Recht (Grundlagen wie z.B. UWG/Markenrecht)
- Recht Telekommunikation/Internet
- Marketing-Forschung (Grundlagen)
- Werbe-/Kommunikations-Psychologie
- Soft Skills im Berufsalltag, u.a.:
 - Präsentationstechniken
 - Umgang mit Kunden, Kollegen & Vorgesetzten
 - Verhandlungstechniken
 - Interkulturelle Kommunikation
- Basics: Informations- Kommunikationstechnologien (IT)
- Internet (Aufbau + Entwicklung, Status Quo/Aussichten)
 - Domains/Hosting/Provider (Registrierung/Handling)
- Suchmaschinen-Systematik/-Marketing
- Targeting
- E-Mail-Marketing
- Interaktivität/"WEB 2.0": Blogs, Foren, Spiele, etc.
- Mobile Technologie (SMS/WAP/GPRS/UMTS, etc.)
- Sicherheit/Sicherheitssysteme/Risk-Management
- Integriertes Data-Management (Internet/Intranet/Extranet)
- Basics: Bildbearbeitung/Grafikformate/Typografie
- Kreativitätstechniken
- Kommunikationspolitik & -Strategien (Grundlagen)
- Online-Kommunikations-Strategie & -Konzeption
- Konzeption: Auftritt im World Wide Web
 - Vorgabenstrukturierung/Aufbau Pflichtenheft
 - Qualitäts- und Projektmanagement/
- Content-Management-Systeme
- Business-to-Consumer (B-to-C)
- Business-to-Business (B-to-B)
- Business-to-Employee (B-to-E)/Intranet
- E-Human-Recruiting
- E-CRM (Electronic-Customer-Relationship-Management)
- Userbindung/Trafficbuilding:
 - Foren/Chats/Auktionen/Spiele, Blogs etc.
- Online-Media (Konzeption/Planung/Realisation/ Erfolgskontrolle) / AdServer
- Communities/Marktplätze/Portale, etc.
- Online-Relations (Public Relations/Investor Relations)
 - Webredaktion
- Wissens-/Informations-Management
- Online-Business-Modelle
- e-Commerce (Strategie + Konzeption)
 - Aufbau Shopsystem (inkl. Vernetzung)
 - Excurs: Warenwirtschaftssysteme
- e-Procurement/Direct Purchasing
- Zahlungssysteme
- Content-Providing (Content-Verwertung/-Zweitverwertung)