BEWERBUNG

ANDREAS J. BARTNECK

Kapfsteig 10 | CH-8032 Zürich

+41763792358

bewerbung@bartneck.info

linkedin.com/in/andreas-bartneck

*29. Januar 1977

BEWERBUNGSSCHREIBEN

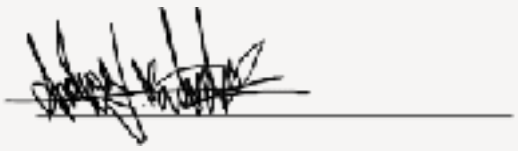
Mit diesem Schreiben bewerbe ich mich gezielt auf die von Ihnen ausgeschriebene Stelle.

Besonderes Interesse erweckte bei mir der in der Beschreibung der Aufgaben, denn hier sehe ich mich durch meine Qualifikationen besonders geeignet und könnte meine Stärken voll entfalten. Ich befasse mich insbesondere gerne mit Herausforderungen die eine agile Lösungsfindung in Technologie, Prozessen, Strategien oder in Teams bedürfen.

Im Bereich Teamführung und Leadership habe ich verschiedene Weiterbildungen besucht wobei ich das Maestro Programm der WPP besonders hervorheben möchte bei dem der Fokus auf Empathie, Motivation und Trusted Advisory lag. Ausserdem befasse ich mich laufend mit den neusten Entwicklungen der aktuellen Medien und der Mediennutzung international und spezifisch auf die Schweiz ausgerichtet. Für mich ist Kommunikation immer verbunden mit der effizienten Nutzung von Technologie und die Art und Weise wie Inhalte von Nutzern konsumiert werden. Dies schlägt in meinen Augen die Brücke um eine stabile, flexible, effiziente und effektive Lösung im Bereich Marketing zu schaffen.

Automatisiertes Marketing und Funnel-orientierte Kommunikation, effektive Technologie, passende Inhalte, Nutzer Tracking und starkes Re-Marketing sind Komponenten, die ich in den Strategien für unsere Kunden integriert habe und dadurch direkt an der messbaren und KPI gerichteten Verbesserung des ROI arbeitete.

Ich freue mich auf Ihre Nachricht.



Andreas J. Bartneck

Mit dem beiliegenden Lebenslauf möchte ich meine Eignung für diese Position unterstreichen.

- Stärken und Qualifikationen geprüft durch Gallup Strength Finder
- Persönliche Aktivitäten und Engagements
- Berufliche Erfahrung in chronologischer Abfolge
- Schulische Ausbildung
- Aus- und Weiterbildungen
- Tools und Systeme
- Zeugnisse und Diplome, Gutachten und Urkunden in chronologische Abfolge
- Fallbeispiele aus der Presse

Andreas J. Bartneck | Kapfsteig 10 | 8032 Zürich | bewerbung@bartneck.info | +41763792358

Nach Oben

STÄRKEN UND QUALIFIKATIONEN

5 Stärken, die mich im Besonderen für die Position auszeichnen:

- **Strategisches Denken und Handeln** – Ich finde mich in hochkomplexen Situationen und Strukturen schnell zurecht und erkenne Wege, die effektiv und effizient sind und gleichzeitig von den Beteiligten als nachvollziehbar und unterstützenswert erkannt werden.

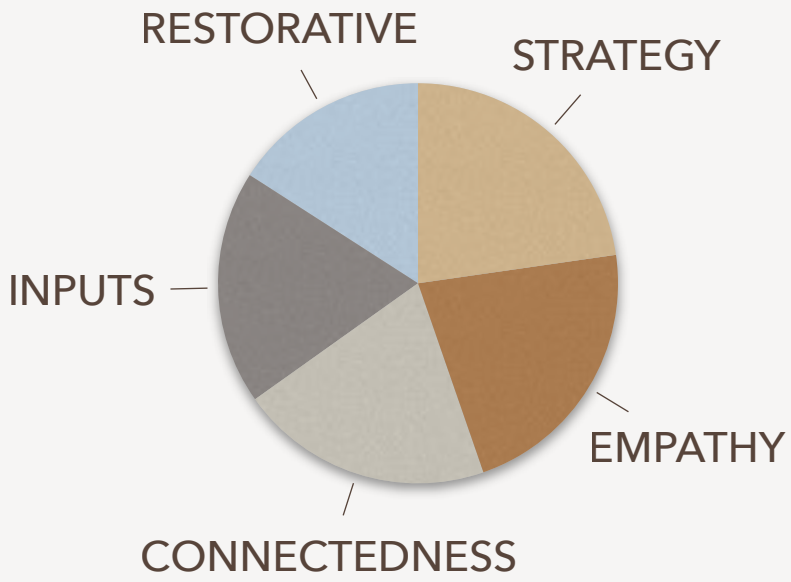
- **Empathie** – Ich vollziehe intuitiv nach, wie sich andere in bestimmten Situationen fühlen und sehe mit ihren Augen Herausforderungen, denen sie sich stellen müssen. Dies nutze ich, um möglichst einen intrinsisch motivierten Konsens herbeizuführen ohne dabei die Effizienz eines Projekts zu gefährden.

- **Loyalität und Verbundenheit** zu Personen, Projekten und Aufgaben – Ich sehe die Verantwortung, die sowohl ich als auch andere bei der Arbeit im Team spielen und bringe jedem Wertschätzung und Unterstützung entgegen, so dass jeder gerne bereit ist grossen Einsatz zu leisten.

- **Inputs** – Eine meiner Stärken ist es einen Fundus an Informationen zu haben und diesen in entsprechenden Situationen zu aktivieren. Dadurch kann ich neue Gedankengänge initiieren oder andere in ihren Überlegungen mit Informationen bereichern.

- **Stärkend** – Ich liebe Herausforderungen und Problemstellungen und analysiere sie sorgfältig mit dem Ziel neue angemessenere Lösungen zu finden. Insbesondere dann, wenn sie Personen oder Firmen zur Erleichterung der Arbeit oder ihren Aufgaben dienen. Besonders die Fähigkeit stärkend und motivierend Prozesse der Transition zu unterstützen, half mir stets Projekte in erfolgreiche Bahnen zu lenken.

„Ich finde mich in Projektleitungen sowie in Führungsaufgaben genauso zu recht, wie in der Ausarbeitung von Konzepten, Ideen und innovativen Lösungen auf detaillierter Ebene.“



Andreas J. Bartneck | Kapfsteig 10 | 8032 Zürich | bewerbung@bartneck.info | +41763792358

Nach Oben

PERSÖNLICHE AKTIVITÄTEN UND ENGAGEMENTS

Ich habe ein grosses Spektrum an Interessengebieten und einen natürlichen Wissensdurst für Dinge die Werte schaffen oder bewahren wollen und für Entwicklung, Veränderung und Menschen in und ausserhalb von Systemen.

Im beruflichen, also im Marketing, liegt mein persönlich stärkstes Interesse bei Systemen und Produkten, die den Markt verändern wie Elon Musk mit Tesla und seinem Weltraum Program, der Apple Watch oder auch bei Technologien, die den Finanzsektor verändern werden und generell eben bei der neuen Art und Weise Produkte auf den Markt zu bringen und sie in realem Umfeld ständig weiter zu entwickeln.

Auch die neuen Wege der Zusammenarbeit in Teams, wie Scrum oder flexible und agile Projektführung, die sich am Gemeinschaftsgedanken orientieren empfinde ich als nutzbringende und vor allem nachhaltige Art und Weise der Arbeit an gemeinsamen Produkten und Projekten.

Mein Engagement bringe ich dort sicherlich am stärksten ein wo Personen, Teams und Firmen sich redundanten Aufgaben entledigen oder durch effektivere und effizientere Systeme ersetzen und persönlich oder geschäftlich wachsen und entfalten können.

Persönlich sehe ich den Umweltschutz, den Schutz der Natur und der Tiere und damit auch die Verbesserung der Lebensqualität der Menschen als grosse intrinsische Motivation Einsatz zu bringen. Insbesondere das Bewusstsein und Gewahrsein für Dinge und Prozesse die Jetzt ablaufen halte ich für enorm wichtig, denn viele Menschen in unserer Gesellschaft leben ein sehr zielstrebiges und optimiertes Leben und übersehen dabei, dass die Ressourcen dieses Leben zu führen in Ihnen selbst liegt und dass diese Ressourcen nicht durch das Aussen sondern durch sie selbst aufgeladen werden können. Auch aus diesem Grund habe ich in den letzten zweieinhalb Jahren ein Yoga Angebot für die GroupM und deren Agenturen als Yoga Lehrer auf Non Profit Basis geleitet und mich vom Yoga Lehrer bis zum Somatischen Bewegungs-Therapeuten weitergebildet. Ich wollte verstehen wie der Geist, Emotion und Körper mit einander verflochten sind.

Mir ist die aktive Mitarbeit zur Verbesserung einer Unternehmenskommunikation und Projekten zur Gestaltung einer modernen Unternehmenskultur sehr wichtig.

Ich bin Unterstützer von Organisationen wie Greenpeace, Aids Hilfe Schweiz, Tiermeldezentrale Schweiz und Projekten von Amnesty International.

Mein persönlich stärkster Fokus im Bereich der individuellen Entwicklung lag in der Ausbildung zum international anerkannten Yoga Lehrer mit 450 Ausbildungsstunden und zum Somatischen Bewegungstherapeuten (noch in Ausbildung).

BERUFLICHE ERFAHRUNGEN

BESCHÄFTIGT VON 01.01.2016 BIS 28.02.2018
GESCHÄFTSLEITUNGSMITGLIED
MediaCom, Zürich

Berufung in die Geschäftsleitung mit dem Aufgabengebiet der internen Kommunikation, Marketing und Entwicklung der Unternehmens Vision und Mission. Besonderer Fokus im Verbund mit der Aufgabe als Director Media Beyond Advertising zur Implementierung des Content Claims der Agentur Positionierung „The Content + Connections Agency“. (Adaption und Implementierung der internationalen Agentur Positionierung)

Bereichsleitungen für Digitale Planung, Content Creation, Data & Analytics und Digital Implementation.

BESCHÄFTIGT VON 01.01.2016 BIS 28.02.2018
DIRECTOR MEDIA BEYOND ADVERTISING
MediaCom, Zürich

Media Beyond Advertising bezeichnet Geschäftsfelder, die das Agentur Kerngeschäft um potenzielle neue Einnahmequellen ergänzen und den Agentur-Kunden neue, innovative und nachhaltige Kommunikationsmöglichkeiten mit potentiellen Kunden und Zielgruppen ermöglichen. In dieser Aufgabe entwickelte ich die marktgerechte Einführung der Content getriebenen Kommunikations- Angebote für unsere Kunden und der Agentur. Mit besonderem Fokus auf Influencer Marketing (Emmi), Content Curation Programme für Juwelier KURZ sowie die Lancierung des neuen Audi e-tron. Zwei besondere Cases in dieser Zeit, die nationale und internationale Beachtung finden:

- Entwicklung des MediaCom Schweiz hauseigenen Planungs- und Reporting-Systems „Syncplanner“
    - Projektleitung, Projektdesign, Systemdesign, Funktionsdesign, Budget und Milestone Management sowie Markteinführung
- Entwicklung der MediaCom Schweiz eigenen „Media Quality Initiative“ bekannt als MQI
  als wissenschaftlich basierte Echtzeitanalyse von Werbeplatzierungen im Sektor: AdFraud, Brandsafety, und Visibility und deren interdisziplinären Optimierungsmöglichkeiten.

BERUFLICHE ERFAHRUNGEN

BESCHÄFTIGT VON 01.10.2010 BIS 31.07.2017

DIRECTOR INTERACTION & DIGITAL INNOVATION

MediaCom, Zürich

In dieser Funktion brachte ich sämtliche Stärken ein um das gesamte digitale Geschäft von Planung, Prozessen, Infrastrukturen, Schulungen, Budget Entwicklung und interdisziplinärer Zusammenarbeit in der Agentur und Holding (GroupM) zu implementieren und aufzubauen.

- Mehrjährige Führung von Kunden wie AMAG (VW Konzern Schweiz), Coca-Cola, Media Markt, Credit Suisse, und viele weitere
- Digitale Landscape und Innovationstrainings mit ca. 500 Trainingstunden für interne Kollegen und Workshops für Kunden
- Integration der neuen Medien wie Social Media, programmatische Werbung
- Aufbau eines Data & Analytics Teams (datenbasierte Werbung) – mit besonderen Cases für AMAG, Allianz und CSS Versicherungen
- Reorganisation der Abteilung MediaCom Interaction Schweiz
- 700% Umsatz Steigerung
- Aufbau der werbetechnologischen Infrastruktur (Adserving und Tracking)
- Personal Wachstum um 500% und die Personalführung

Alle Details entnehmen sie bitte dem Zeugnis der MEDIACOM.

BESCHÄFTIGT VON 01.01.2007 BIS 30.09.2010

DIGITAL DIRECTOR & SENIOR DIGITAL MANAGER

OMD Schweiz, Zürich

Aufbau und stellvertretende Leitung des digitalen Planungsteams der OMD Schweiz im Bereich digitale Mediaplanung, Umsatzentwicklung, nationale und internationale Kundenführung (u.A. Peugeot-Citroën(CH/Paris), easyjet (CH/London), Henkel(CH/DE). Aufbau und Implementierung der technologischen Infrastruktur, Mitwirkung und Leitung von Neukunden Pitches und Kunden Akquise.

Alle Details entnehmen sie bitte dem Zeugnis der OMD.

BERUFLICHE ERFAHRUNGEN

BESCHÄFTIGT VON 01.04.2004 BIS 31.12.2006

TV WERBEPLANER

OMD Schweiz, Zürich

Planung und Umsetzung der TV Werbeplanungen für Kunden der OMD Schweiz wie McDonald's, Pepsi, Peugeot, uvm.

BESCHÄFTIGT VON 01.07.2003 BIS 31.01.2004

WEBMASTER UND MULTIMEDIAPUBLISHER

BankLeu (Credit Suisse), Zürich

Betreuung des Intranet- und Internet Auftritts und das Redesign der Internetpräsenz für die Bank – Layout, Media, Teilprojektleitungen, eigene Programmierungen. Sowie Begleitung der internen Re-Organisation

- Koordinationsaufgaben Internet / externe Provider / Agenturen
- Applikationsentwicklung
- Design und Redesign Internet und Intranet
- Projektmanagement Internetapplikationen
- Applikation-Rollout Planning und Testing
- Datenbanken und ODBC Controlling
- Content Management
- Systemadministration
- Programmierung ColdFusion, SQL
- Internet-Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- System und Benutzeradministration, Intranet und Internet Nutzer Datenbanken
- Benutzer und Webpublisher Coaching

BERUFLICHE ERFAHRUNGEN

BESCHÄFTIGT VON 15.08.2000 BIS 30.06.2003

WEBPUBLISHER UND INTRANET WEBMASTER

Credit Suisse, Zürich/Horgen

Betreuung des Intranet- und Internet Auftritts für die Bank – Layout, Media, Teilprojektleitungen, eigene Programmierungen. Sowie Begleitung diverser internen Re-Organisation. Parallele Ausbildung zum Webdesigner.

Credit Suisse Financial Services

- Prototyping und Realisierung Credit Portal, SalesNet
- Mitentwicklung der personalisierten Intranet Navigation
- Entwicklung des CMS Obtree C3 und C4 GUI
- Entwicklungs-Sourcing und Aufgabenkoordination mit Obtree
- Redesign, Konzept, Realisation, Migration des CSFS Intranet
- 3rd Level Support Anwender
- Umsetzung von Auftragsarbeiten (Grafik, PDF, Flash)
- Diverse Streamlining Projekte
- Zentraler Administrator des CMS basierten Intranets

Credit Suisse IntraworX

- Screendesign (Flash/ Photoshop)
- Templating (HTML und Basis Dokumente)
- Weiterentwicklung des Obtree Formatcode
- Unterhalt diverser Intranetseiten
- Entwicklung, Projektkoordination, der eAtlas Projektdatenbank (DB und Webfrontend)
- Storybook, Design, Realisation: XMAS Calendar Worldwide
- CSS Entwicklung Intranet
- Erstellen einer umfangreichen Javascript Bibliothek
- Produktion diverser Banner

Webfactory Internet

- Administrator für Direct Banking
- Moduladministrator für diverse Intranet Sparten des Directnet
- Support, Realisation der WebManagement Transformation Plattform
- Maintenance der CREDIT SUISSE Homepage
- Realisation des CS JazzSponsorings (Flash, Quicktime 360)
- Konzeption, Realisation und Implementierung Satellitenseiten für yourhome auf Partnerseiten wie immowinner.ch

BERUFLICHE ERFAHRUNGEN

BESCHÄFTIGT VON 01.03.1999 BIS 15.08.2000
CALL CENTER AGENT
Credit Suisse, Zürich/Horgen

Betreuung der Kunden und Nutzer des Online Banking Portals der Credit Suisse.

- Projektleitung und Konzeption des Abteilungsintranets für CS Phone und Internetbanking
- Projektkoordination mit der Webfactory
- Ausbilder Internet Banking Support
- 2nd Level Supprot im Task Force Team
- Konzeption, Idee, Design, Gestalung, Unterhalt des webbasierten Online Q&A Tools: “Directnet Knowledge Tool”
- Aufbau der 2nd Level Supprot Hotline und des Helpdesk für MAC User
- Call Center Agent in der Directnet Hotline

DEZEMBER 1998
UMZUG NACH ZÜRICH

03.11.1997 BIS 30.11.1998
ZIVILDIENTSJAHR
Deutschland, Hannover und Lörrach

- Nothelfer Ausbilder an Schulen und für Führerschein-Lernende
- Ambulanz Sanitäter
- Krankenhaus St. Elisabethenkrankenhaus Abteilung Urologie, Stationspfleger

01.07.1997 BIS 1.11.1997
MITARBEITER, WILDTIERFARM
Italien, Ribolla

- Tierpflege, Forst- und Jagdpflege, Hofarbeit

SCHULISCHE AUSBILDUNGEN

1983-1994
Grundschule, Orientierungsstufe, Realschule
Deutschland, Hannover

1994-1997
Gymnasiale Oberstufe - Herschelschule
Deutschland, Hannover

AUS- UND WEITERBILDUNGEN

2018 in Ausbildung zum Mindfulness Coach der mindfulschools.org

2017/18 in Ausbildung zum Somatic Movement Therapist

2016/17 Ausbildung zum Yoga Lehrer (RYT 300)

2016 Ausbildung zum zertifizierten Yoga Lehrer RYT 200 der Yoga Alliance International

2016 | Maestro - Exklusives Führungsseminar (Top Management der WPP Gruppe) London

2014 – 2018 | Diverse Fach-Seminare:

Social Media Marketing

Influencer Marketing

Lead Management and Clickfunnel

Content Marketing

2004-2008 | Gestalterischer Vorkurs der F+F Schule für Kunst und Mediendesign (Zürich/Schweiz)

2007 | 1. Platz Swiss Media Talents Award

2003 | Dipl. Webpublisher SIZ (Zürich /Schweiz)

2002 | Webpublisher IFA the Knowledge Company mit Jahrgangs-Bestnote (Zürich/Schweiz)

Führerschein:

Auto/Motorrad /LKW bis 7.5t

Nationalität und Aufenthaltsbewilligung:

Deutsch /C-Bewilligung

Sprachen:

Deutsch und Englisch fliessend, Französisch: Sicher in Konversation

SOFTWARE UND SYSTEME

GRAFIK UND MULTIMEDIA

- Adobe Photoshop
- Macromedia Flash
- Illustrator
- Freehand
- Vector Grafik Affinity Designer
- Diverse iOS Grafik Tools
  - Phonto
  - Clips
  - Sure Motiv Audio
  - Sure Motiv Video
  - Pocket Video

PRÄSENTATION UND TEXT UND DATENVERARBEITUNG

- Expertenlevel
  - Powerpoint
  - Excel
  - Word
- Keynote
- Google Forms
- Google Tables
- Google Docs
- Google Surveys

WEBTOOLS

- HTML Native, Dreamweaver
- WIX
- Diverse CMS Systeme
- Leadmagnet Systeme wie Clickfinder

DATEN UND SURVEY

- Net-metrix
- Adplanner
- Google Keyword Planner
- Google Webmaster Tools
- Google Insights
- Ad Barometer
- Gallup Strenght Finder
- Genero

PRODUKTIVITÄT

- Marketing Suite und Businessmanager
  - Facebook
  - Instagram
  - Betaversion Whatsapp und Messenger
- Google Suite
  - Youtube
  - Google+
- Snapchat
- Pinterest

ADMANAGEMENT

- Google Doubleclick (DSP, DMP und DBM)
- AdForm
- Sizmek

ZEUGNISSE

MEDIACOM

W www.mediacom.ch
T +41(0)44 567 47 47
F +41(0)44 567 47 00

Manessestrasse 85
8045 Zürich
Switzerland

Sign up: mediacom.ch/news

Arbeitszeugnis

MEDIACOM ist eine der weltweit führenden Mediaagenturen mit über 70 Mitarbeitern in Zürich. MEDIACOM gehört zu WPP, einem der grössten internationalen Kommunikationsnetzwerke weltweit. Seit Jahrzehnten im Markt etabliert, beraten wir Werbungtreibende in den Bereichen Kommunikation, Mediaplanung, Mediaeinkauf- und -optimierung.

Herr Andreas J. Bartneck, geboren am 29.01.1977, war vom 01. Oktober 2010 bis zum 28.02.2018 bei MediaCom in Zürich tätig.

Eingestellt wurde er als

Director Interaction & Digital Innovation.

Seine Aufgaben in dieser Funktion waren:

- Personalführung
- Mitwirken an Pitches und Neukundengeschäft
- Aufbereiten und lokale Adaption von Marketingmaterial MediaCom International
- System Entwicklung MQI
- Programm Entwicklung Syncplanner (eigenes Planungstool für digitale Medien)
- Aufbau der digitalen Planungs Einheit MediaCom Interaction
- Aufbau des MediaCom Beyond Advertising Angebots
- Content Marketing Programme
- Influnecer Marketing Programmme
- Digitale Werbung aller Disziplinen:
    - Display, Mobile, Programmatic, Search, Online Radio, Shazam, Dynamic Creative Optimisation
- Workshops im Bereich digital Innovation mit den Kunden der MediaCom

In dieser Funktion brachte Herr Bartneck sämtliche Stärken ein um das gesamte digitale Geschäft von Planung, Prozessen, Infrastrukturen, Schulungen, Budget Entwicklung und interdisziplinärer Zusammenarbeit in der Agentur und Holding (GroupM) zu implementieren und aufzubauen. Es folgten:

- Eine mehrjährige Führung von Kunden wie AMAG (VW Konzern Schweiz), Coca-Cola, Media Markt, Credit Suisse, und viele weitere
- Digitale Landscape und Innovationstrainings mit ca. 500 Trainingstunden für interne Kollegen und Workshops für Kunden
- Die Integration der neuen Medien wie Social Media, programmatische Werbung
- Der Aufbau eines Data & Analytics Teams (datenbasierte Werbung) – mit besonderen Cases für AMAG, Allianz und CSS Versicherungen
- Die Reorganisation der Abteilung MediaCom Interaction Schweiz
- Eine Umsatz Entwicklung auf ein Mehrfaches
- Der Aufbau der werbetechnologischen Infrastruktur (Adserving und Tracking)

ZEUGNISSE

MEDIACOM

Herr Bartneck war ein sehr unternehmerisch denkender und handelnder Mitarbeiter, der seinen Bereich stets mit zielgerichtetem Einsatz geleitet und weiterentwickelt hat. Hierbei erfüllte er Aufgaben und Projekte sowohl in qualitativer als auch quantitativer Hinsicht mit ausserordentlichem Engagement und hervorragenden Leistungen. Dabei trug er zur erfolgreichen Entwicklung und Implementation neuer Ansätze bzw. Produkte, wie z.B. Media Beyond Advertising, bei.

Er hat dieses Geschäftsfeld dann als ein eigenes Department ab 2016 aufgebaut und geleitet.

01.01.2016 bis 28.02.2018

Director MediaBeyondAdvertsing

Media Beyond Advertising bezeichnet Geschäftsfelder, die das Agentur Kerngeschäft um potenzielle neue Einnahmequellen ergänzen und den Agentur-Kunden neue, innovative und nachhaltige Kommunikationsmöglichkeiten mit potentiellen Kunden und Zielgruppen ermöglichen. In dieser Aufgabe entwickelte Herr Bartneck die marktgerechte Einführung der Content getriebenen Kommunikations- Angebote für unsere Kunden und der Agentur. Mit besonderem Fokus auf Influencer Marketing (Emmi), Content Curation Programme für Juwelier KURZ sowie die Lancierung des neuen Audi e-tron.

Zwei besondere Projekte die Herr Bartneck verantwortete, die in dieser Zeit, die nationale und internationale Beachtung fanden und finden möchten wir hier benennen:

- Entwicklung des MediaCom Schweiz hauseigenen Planungs- und Reporting-Systems „Syncplanner"
  - Projektleitung, Projektdesign, Systemdesign, Funktionsdesign, Budget und Milestone Management sowie Markteinführung
- Entwicklung der MediaCom Schweiz eigenen „Media Quality Initiative" bekannt als MQI als wissenschaftlich basierte Echtzeitanalyse von Werbeplatzierungen im Sektor: AdFraud, Brandsafety, und Visibility und deren interdisziplinären Optimierungsmöglichkeiten.

In seiner Tätigkeit berichtete Herr Bartneck direkt an den CEO. In dieser leitenden Position war er dann auch Mitglied der Geschäftsführung und in die Entwicklungsprozesse und Umsetzung der zukünftigen Ausrichtung von MediaCom eingebunden.

01.01.2016 bis 28.02.2018

Geschäftsleitungsmitglied

In der Geschäftsleitung war Herr Bartneck vor allem mit dem Aufgabengebiet der internen Kommunikation und Marketing und der Hauptaufgabe als Director Media Beyond Advertising vertreten.
Herr Bartneck adaptierte und implementierte mit Erfolg die internationale Agentur Positionierung als „MediaCom The Content + Connections Agency"

Wir haben Herrn Bartneck als engagierten Mitarbeiter kennengelernt, der in seinem Bereich für die MediaCom seine Aufgaben zielorientiert und mit Leidenschaft erfüllte. Aufgrund seines sehr fundiertem Wissen beherrschte er sein umfangreiches Aufgabengebiet ausgezeichnet.

Andreas J. Bartneck | Kapfsteig 10 | 8032 Zürich | bewerbung@bartneck.info | +41763792358

Nach Oben

ZEUGNISSE

MEDIACOM

Eine seiner Stärken war es einen Fundus an Informationen zu haben und diesen in entsprechenden Situationen zu aktivieren. Dadurch konnte er neue Gedankengänge initiieren oder andere in ihren Überlegungen mit Informationen bereichern.

Herr Bartneck fand sich in hochkomplexen Situationen und Strukturen schnell zurecht und erkannte Wege, die effektiv und effizient waren und gleichzeitig von den Beteiligten als nachvollziehbar und unterstützenswert erkannt wurden.

Komplexe Projekte mit einer erheblichen Bedeutung für unser Unternehmen initiierte, konzipierte und realisierte Herr Bartneck insbesondere in neuen Technologien. Seine Fähigkeiten in der Konzeption und Planung waren gleichermaßen hervorragend. Ferner nahm Herr Bartneck über seinen eigentlichen Verantwortungsbereich hinaus wichtige Sonderprojekte wahr.

Auch von seinen Kollegen war Herr Bartneck als fachkundiger Ansprechpartner gesucht. In der Abteilung Interaction war Herr Bartneck aufgrund seiner guten Fähigkeiten Fachwissen zu vermitteln ausserdem verantwortlich für die Einarbeitung neuer Kollegen, bzw. war Ansprechpartner und Trainer für Praktikanten und Trainees, teilweise auch in englischer Sprache, da MediaCom aufgrund der internationalen Kunden auch häufig Trainees aus dem Ausland einstellt.

Erwähnen möchten wir seine sehr gute Kommunikationsfähigkeit, die ihm in allen Bereichen zugutekam. Herr Bartneck hat die Fähigkeit zur Empathie, er vollzog intuitiv nach, wie sich andere in bestimmten Situationen fühlten und sah mit ihren Augen Herausforderungen, denen sie sich stellen mussten. Dies nutzte er, um möglichst einen intrinsisch motivierten Konsens herbeizuführen ohne dabei die Effizienz eines Projekts zu gefährden.
Er entwickelte dadurch Loyalität und Verbundenheit zu Personen, Projekten und Aufgaben.
Herr Bartneck sah die Verantwortung, die sowohl er als auch andere bei der Arbeit im Team übernommen haben und brachte jedem Wertschätzung und Unterstützung entgegen, so dass jeder gerne bereit war grossen Einsatz zu leisten.

Herr Bartneck suchte Herausforderungen und nahm diese an. Problemstellungen analysierte er sorgfältig um neue angemessenere Lösungen zu finden. Insbesondere dann, wenn diese Lösungen zur Erleichterung der Arbeit oder Aufgaben von Personen oder Unternehmen dienten.

Als Mitglied der Geschäftsleitung vertrat er das Unternehmen nach innen und außen in hervorragender Weise. Besonders hervorzuheben war seine persönliche und fachliche Akzeptanz bei seinen Vorgesetzten, Kollegen und Mitarbeitern. Er hat erheblich dazu beigetragen, dass das Unternehmen eine positive Entwicklung in einem zeitweise sehr schwierigen Marktumfeld realisieren konnte.

Andreas J. Bartneck | Kapfsteig 10 | 8032 Zürich | bewerbung@bartneck.info | +41763792358

Nach Oben

ZEUGNISSE

MEDIACOM

Die Zusammenarbeit mit Herrn Bartneck wurde von Kollegen, Kunden und Marktpartnern als sehr angenehm empfunden. Sein Verhalten war äusserst kooperativ und vorbildlich und gegenüber seinem Arbeitgeber und seinen Kunden absolut loyal. Er war allseits gleichermassen beliebt.

Herr Bartneck verlässt unser Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 28.02.2018. Es ist uns ein besonderes Anliegen, Ihm für sein umsichtiges und zielorientiertes Handeln Dank und Anerkennung auszusprechen. MediaCom verliert mit der Beendigung seiner Tätigkeit eine Persönlichkeit, die sich stets durch Kompetenz, Dynamik und einen sicheren Sinn für das Machbare auszeichnete. Seine fachliche und seine soziale Kompetenz waren bei der Entwicklung des neuen Geschäftsbereichs ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Zürich, 28.02.2018

Gabriela Böcker-Flamm
Chief HR & Talent Officer

Andreas J. Bartneck | Kapfsteig 10 | 8032 Zürich | bewerbung@bartneck.info | +41763792358

Nach Oben

ZEUGNISSE

Nachstehend Arbeits- und Schulzeugnisse, Diplome und Urkunden, Militärdienstbestätigung und schulisches Gutachten.

EMBODIED FLOW™

THIS IS TO CERTIFY THAT

Andreas Bartneck

HAS COMPLETED

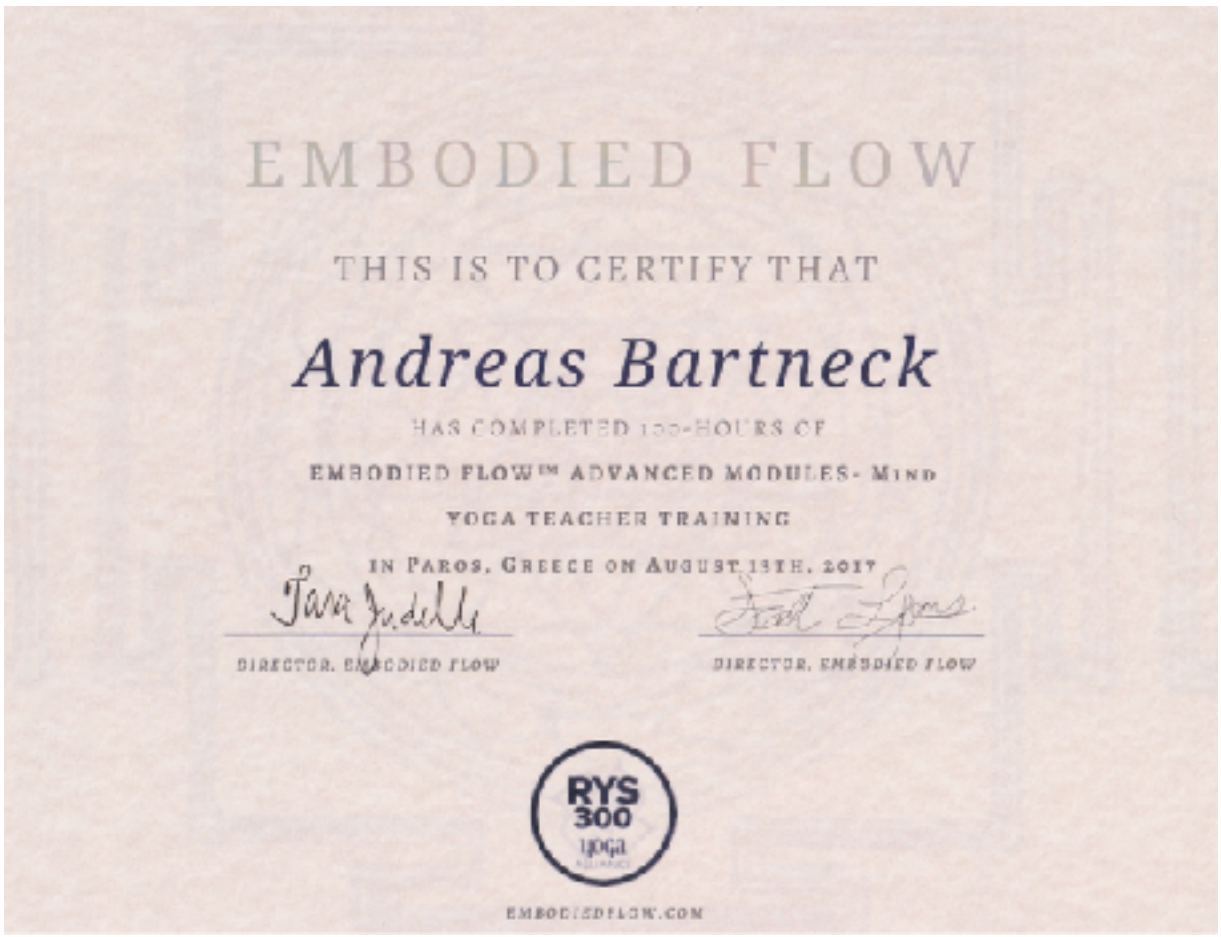
EMBODIED FLOW™ MOVEMENT THERAPY MODULE

IN UBUD, BALI ON JAN. 7, 2018

DIRECTOR, EMBODIED FLOW

DIRECTOR, EMBODIED FLOW

RYS 300 YOGA


EMBODIED FLOW

THIS IS TO CERTIFY THAT

Andreas Bartneck

HAS COMPLETED 100-HOURS OF

EMBODIED FLOW™ ADVANCED MODULES- MIND

YOGA TEACHER TRAINING

IN PAROS, GREECE ON AUGUST 13TH, 2017

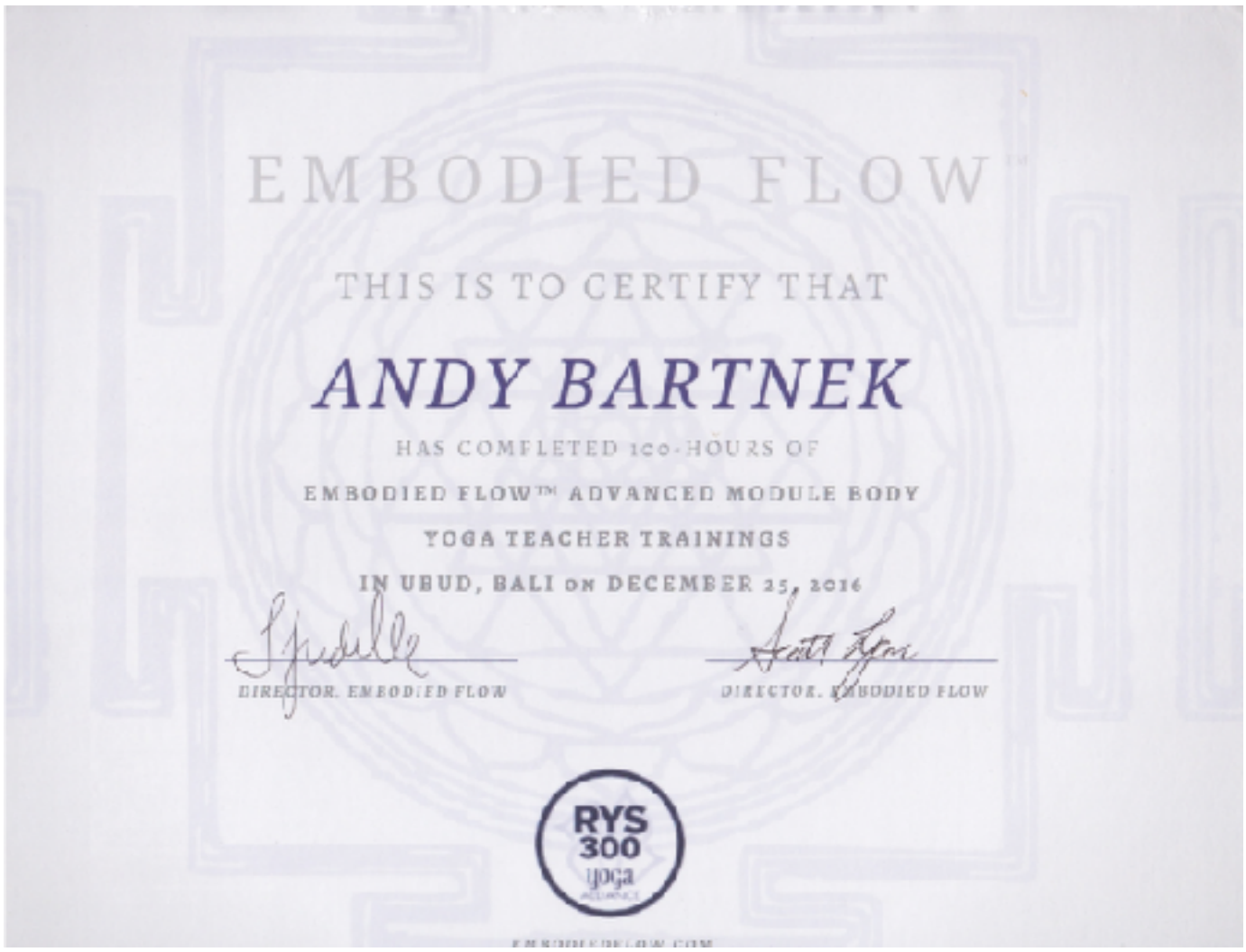
DIRECTOR, EMBODIED FLOW

DIRECTOR, EMBODIED FLOW

RYS 300 YOGA

EMBODIEDFLOW.COM

ZEUGNISSE



EMBODIED FLOW

THIS IS TO CERTIFY THAT

ANDY BARTNEK

HAS COMPLETED 100-HOURS OF

EMBODIED FLOW™ ADVANCED MODULE BODY

YOGA TEACHER TRAININGS

IN UBUD, BALI ON DECEMBER 25, 2016

DIRECTOR, EMBODIED FLOW

DIRECTOR, EMBODIED FLOW

RYS 300 yoga

Certificate of Completion

This document is to certify that

Andreas Joachim Bartneck

born January 29, 1977

has successfully completed the **200-hour Yoga Teacher Training**
set and conducted to the standards and requirements of Yoga Alliance/USA
from April 22, 2016 through November 20, 2016 at AIRYOGA in Zurich/Switzerland

Course content: Techniques, Theory & Practice of Yoga Asana, Pranayama, Mantra, Mudra and Meditation.
Teaching Methodology. Anatomy & Physiology and its application to Yoga.
Yoga Philosophy, Lifestyle & Ethics.
Ayurveda. Therapeutically oriented Yoga. Restorative Yoga. Prenatal Yoga. Yoga Nidra.

Master Teachers: Stephen Thomas, Stefanie Zimmermann, Michael Thurmer,
Claire Delloz, Doug Keller, Manuela Peverelli, Evelyn Hunger, Anya Porter

January 21, 2017
AIRYOGA, Oberdorfstrasse 2, CH-8001 Zurich

Stephen Thomas, Teacher Training Director

AIRYOGA

ZEUGNISSE

OMD

Zwischenzeugnis

Herr Andreas J. Bartneck, geboren am 29.01.1977 in Hannover, ist seit dem 01.01.2010 für unsere Agentur als Digital Director tätig.

Sein Aufgabengebiet umfasst die folgenden Tätigkeiten:

OMD Digital

- Eigenverantwortliche Beratung der Kunden easyJet, Mobiliar, McDonald's, Sanitas, Canon, Peugeot, Citroën, Barilla sowie Keytrade Bank auf strategischer und taktischer Ebene hinsichtlich des Einsatzes aller digitalen Medien und Massnahmen.
- Verantwortung für die Führung des Planungsteams und somit aller weiteren Kunden der Agentur in den digitalen Medien (ausser Migros / MGB)
- Verantwortung über das Admanagement von OMD Schweiz und Evaluierung von Systemen, Teilverantwortungen bei Anbieterverhandlungen auf nationaler und internationaler Ebene und Rentabilitätsprüfung
- Verantwortung der Profitabilität des Zuständigkeitsbereiches / Budget- und Leistungskontrolle für die Kunden der OMD.
- Aktive Mitgestaltung und Erweiterung der digitalen Mediakompetenz der Agentur.
- Ausarbeitung und Verhandlung von Commitments mit den Mediananbietern
- Überwachung des Kundenbudgets und der bestehenden Kundencommitments
- Kritische Beleuchtung von Medien- und Vermarkterinformationen, Analyse von aktuellen Trends und Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Entwicklung von Benchmarks und Mediaguidelines
- Erstellung von Medialandscapes und Credentials
- Veranstaltung von Kundenworkshops
- Durchführung von Einstellungs-, Personalbewertungs- und Mitarbeitergesprächen
- Steuerung der Einarbeitung und Schulung von neuen Mitarbeitern im Bereich der Online Planung
- Integrierte Zusammenarbeit mit klassischen Planungsteams sowie Kreativagenturen und internationalen Admanagement Support Teams
- Erstellung von Editorials für Trendnewsletter
- Erstellung von Onlineplänen (Kosten- und Streuplänen), sowie Templates ebendieser
- Qualitative und quantitative Werbeträger- und Angebotsbewertungen
- Erstellung von Online Reportings auf Basis interner und externer Adserverdaten sowie Ableitung von Optimierungsempfehlungen
- Durchführung von Onlinekampagnenkontrolle und Kampagnenoptimierung
- Erstellung von Wettbewerberanalysen mittels Media Focus und Nielsen Netratings
- Erstellung und Interpretation von Rangreihen und Strukturanalysen
- Erstellung von Onlineproduktionsplänen

OMD Schweiz AG
Leutschenbachstrasse 41
CH-8050 Zürich
Tel: +41 44 388 13 13
Fax: +41 44 388 13 23
omd@omdmedia.ch
www.omdmedia.ch

INSIGHTS • IDEAS • RESULTS

1/2

ZEUGNISSE

OMD

- Koordination des Admanagements
- Einkauf und Abrechnung von Onlineplanungen sowie Erstellung von Jahresabschlussberichten

OMD Schweiz AG

- Gestaltung, Umsetzung und inhaltliche Arbeit des Mediaagentur Newsletters
- Gestaltung, Umsetzung und inhaltliche Arbeit der OMD Homepage http://www.omdmedia.ch (Programmierung Back und Frontend)
- Unterstützung des Marketings und des CEO in jeglichen Belangen zum CD/CI
- Vernetzung der OMD International Marketing Teams
- Gestaltung diverser Stationaries: Weihnachtskarten, Einladungskarten
- Beratung bei gestaltung der OMD Räumlichkeiten

Wir haben Herrn Bartneck als absolut zuverlässigen und belastbaren Mitarbeiter kennengelernt, der seine Aufgaben mit großem Engagement und Einsatz ausführt. Er verfügt über sehr gutes Fachwissen und beherrscht sein Aufgabengebiet umfassend. Auch in schwierigen Situationen zeichnet Herr Bartneck sich durch eine schnelle Auffassungsgabe aus und findet stets gute Lösungen.

Herr Bartneck überzeugt Kunden, Vorgesetzte, Geschäftspartner und Kollegen durch Kompetenz, Engagement, Kreativität und sicheres Auftreten. Seine Arbeitsweise ist jederzeit in hohem Maße geprägt von Zuverlässigkeit und Effizienz. Er erfüllt seine Aufgaben damit stets zu unserer vollsten Zufriedenheit.

Wir erstellen Herrn Bartneck dieses Zwischenzeugnis, da ein Wechsel des Vorgesetzten stattfinden wird.

Zürich, 04.03.2010

Cristof Kaufmann
CEO OMD Schweiz

OMD Schweiz AG
Leutschenbachstrasse 41
CH-8050 Zürich
Tel +41 44 388 13 13
Fax +41 44 388 13 23
omd@omdmedia.ch
www.omdmedia.ch

INSIGHTS • IDEAS • RESULTS

ZEUGNISSE

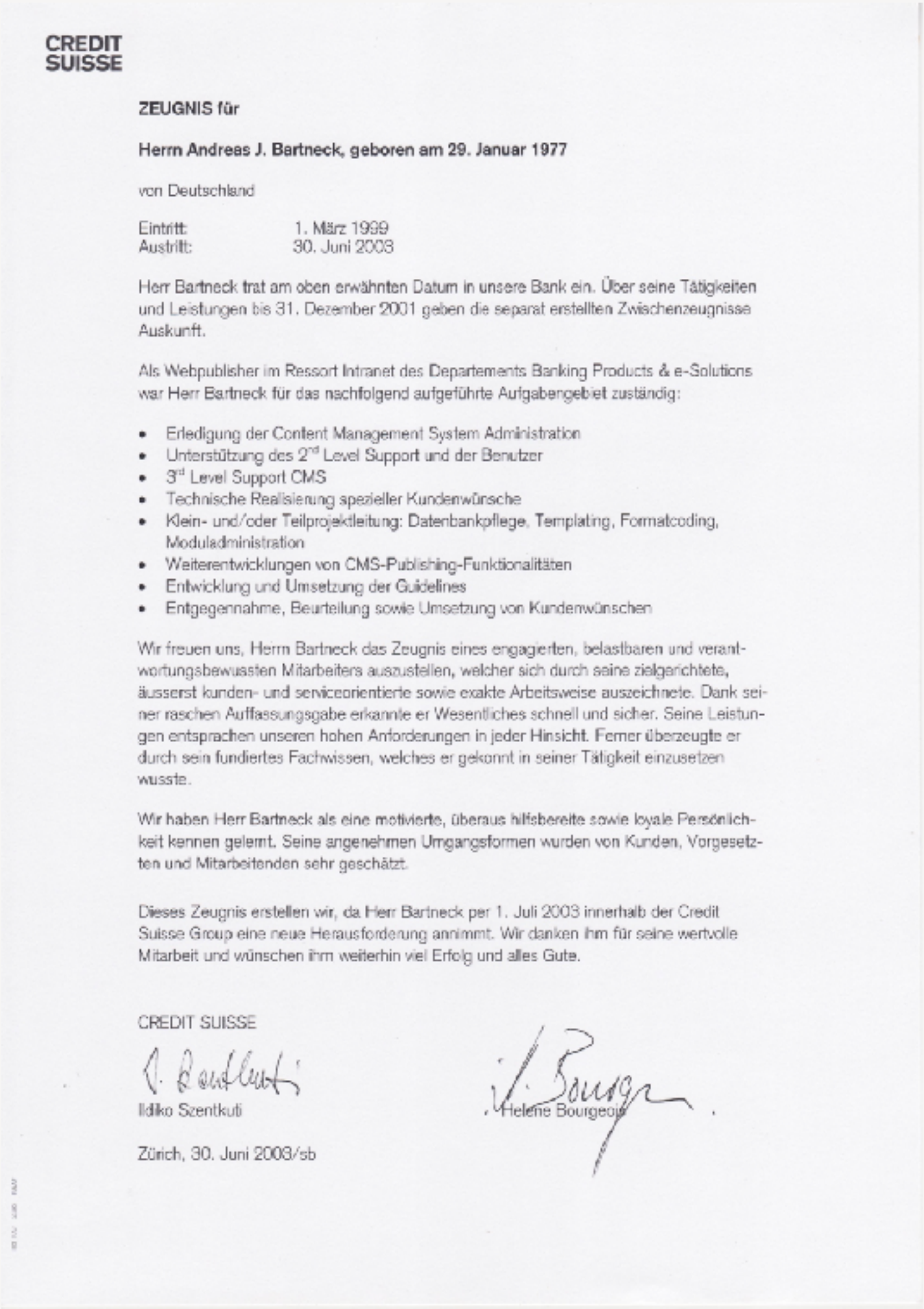
Crossmedia Award 2008
Auszeichnung Shortlist

«Sag ja! Die Persil Traumhochzeit»

Auftraggeber	Henkel & Cie AG
Gesamtverantwortung	Irina Jermann, Marcel Theiler, Stephanie Liedtke
Agentur	OMD Schweiz AG
Beteiligte Personen	Christof Kaufmann, Georges Bérard, Hans-Georg Bardohl, Andreas Bartneck, Kerstin Weller
Beteiligte Agenturen/Firmen	Ringier AG, One & Only

goldbach media gruppe
Leading in Electronic Media

ZEUGNISSE



CREDIT SUISSE

ZEUGNIS für

Herrn Andreas J. Bartneck, geboren am 29. Januar 1977

von Deutschland

Eintritt: 1. März 1999
Austritt: 30. Juni 2003

Herr Bartneck trat am oben erwähnten Datum in unsere Bank ein. Über seine Tätigkeiten und Leistungen bis 31. Dezember 2001 geben die separat erstellten Zwischenzeugnisse Auskunft.

Als Webpublisher im Ressort Intranet des Departements Banking Products & e-Solutions war Herr Bartneck für das nachfolgend aufgeführte Aufgabengebiet zuständig:

- Erledigung der Content Management System Administration
- Unterstützung des 2nd Level Support und der Benutzer
- 3rd Level Support CMS
- Technische Realisierung spezieller Kundenwünsche
- Klein- und/oder Teilprojektleitung: Datenbankpflege, Templating, Formatcoding, Moduladministration
- Weiterentwicklungen von CMS-Publishing-Funktionalitäten
- Entwicklung und Umsetzung der Guidelines
- Entgegennahme, Beurteilung sowie Umsetzung von Kundenwünschen

Wir freuen uns, Herrn Bartneck das Zeugnis eines engagierten, belastbaren und verantwortungsbewussten Mitarbeiters auszustellen, welcher sich durch seine zielgerichtete, äusserst kunden- und serviceorientierte sowie exakte Arbeitsweise auszeichnete. Dank seiner raschen Auffassungsgabe erkannte er Wesentliches schnell und sicher. Seine Leistungen entsprachen unseren hohen Anforderungen in jeder Hinsicht. Ferner überzeugte er durch sein fundiertes Fachwissen, welches er gekonnt in seiner Tätigkeit einzusetzen wusste.

Wir haben Herr Bartneck als eine motivierte, überaus hilfsbereite sowie loyale Persönlichkeit kennen gelernt. Seine angenehmen Umgangsformen wurden von Kunden, Vorgesetzten und Mitarbeitenden sehr geschätzt.

Dieses Zeugnis erstellen wir, da Herr Bartneck per 1. Juli 2003 innerhalb der Credit Suisse Group eine neue Herausforderung annimmt. Wir danken ihm für seine wertvolle Mitarbeit und wünschen ihm weiterhin viel Erfolg und alles Gute.

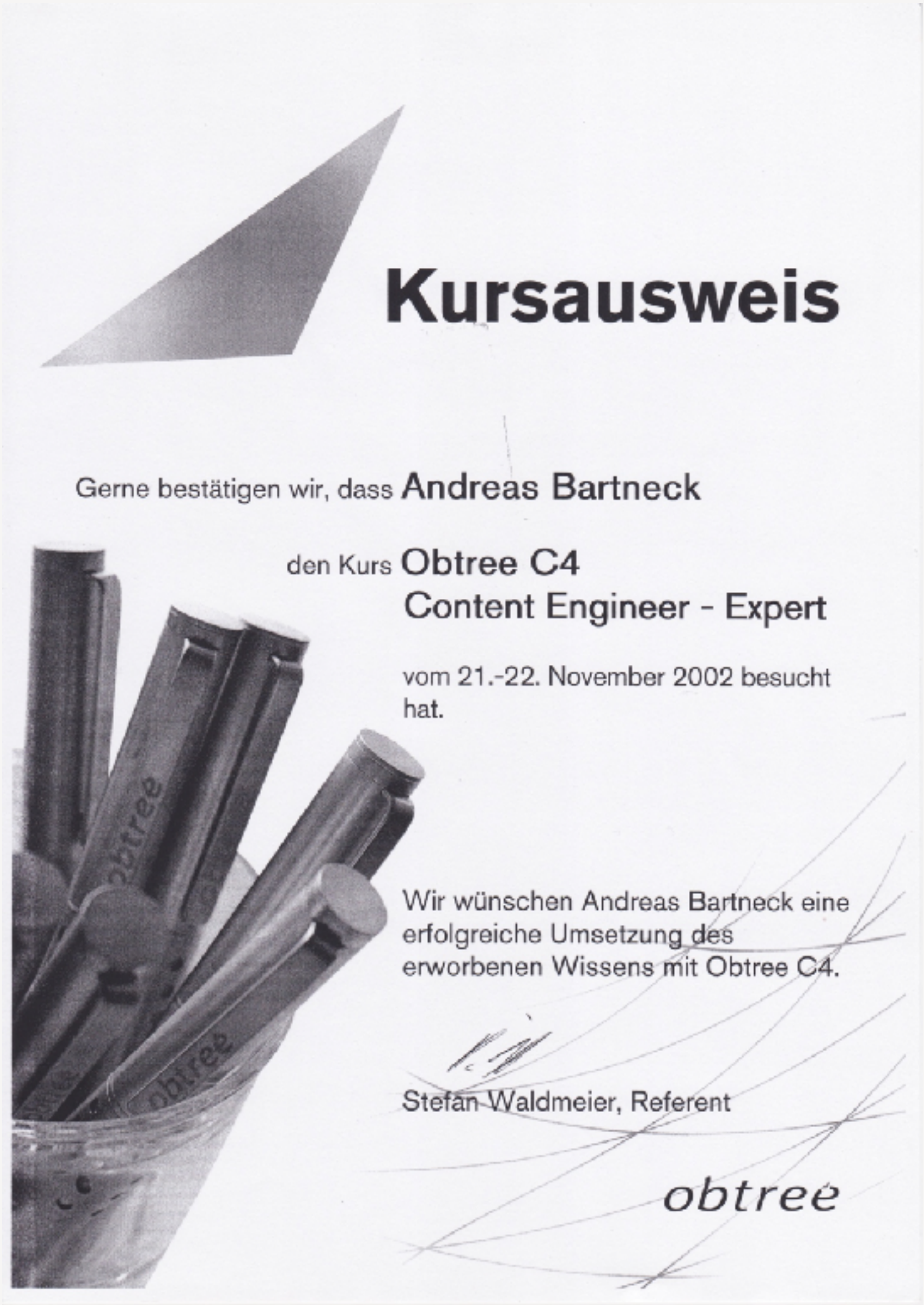
CREDIT SUISSE

Ildiko Szentkuti

Helene Bourgeois

Zürich, 30. Juni 2003/sb

ZEUGNISSE



Kursausweis

Gerne bestätigen wir, dass **Andreas Bartneck**

den Kurs **Obtree C4**
Content Engineer - Expert

vom 21.-22. November 2002 besucht hat.

Wir wünschen Andreas Bartneck eine erfolgreiche Umsetzung des erworbenen Wissens mit Obtree C4.

Stefan Waldmeier, Referent

obtree

ZEUGNISSE

obtree

KURSAUSWEIS

Gerne bestätigen wir, dass

Herr Andreas Bartneck

den Kurs

Obtree C3 – Basic Content Engineer

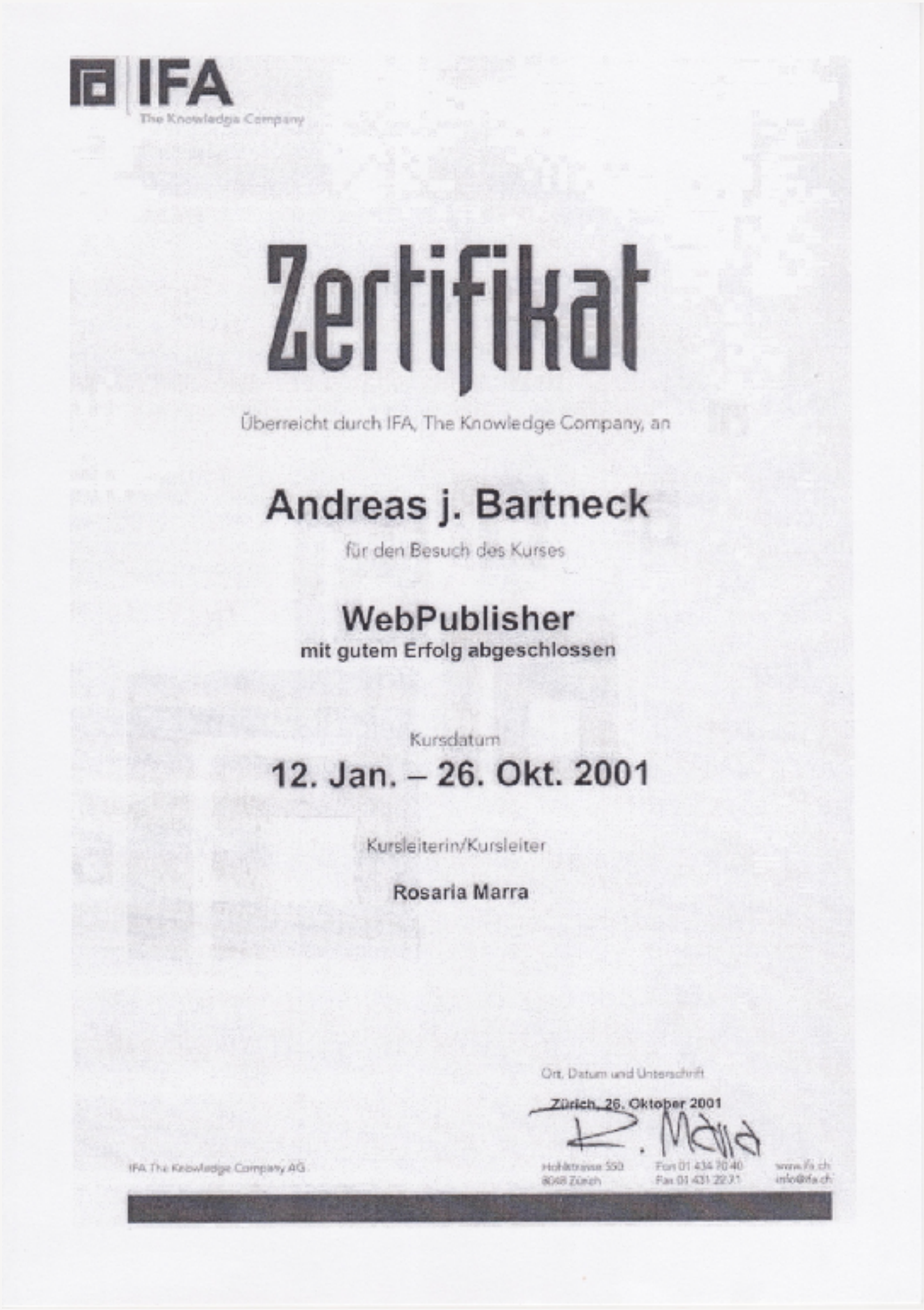
vom 11. - 12. Februar 2002 besucht hat.

Wir wünschen Herrn Andreas Bartneck eine erfolgreiche Umsetzung des erworbenen Wissens mit Obtree C3.

Obtree Technologies Inc. / T-Systems DTS AG

Kursleitung: Herr Armand Martin

ZEUGNISSE



IFA
The Knowledge Company

Zertifikat

Überreicht durch IFA, The Knowledge Company, an

Andreas j. Bartneck

für den Besuch des Kurses

WebPublisher

mit gutem Erfolg abgeschlossen

Kursdatum

12. Jan. – 26. Okt. 2001

Kursleiterin/Kursleiter

Rosaria Marra

Ort, Datum und Unterschrift

Zürich, 26. Oktober 2001

R. Marra

IFA The Knowledge Company AG

Hohlstrasse 550
8048 Zürich

Fon 01 434 70 40
Fax 01 431 22 31

www.ifa.ch
info@ifa.ch

Schweizerisches Informatik-Zertifikat
Certificat suisse en informatique
Certificato svizzero d'informatica

SIZ, Florastrasse 44, 8008 Zürich
Telefon 01 384 90 40, Fax 01 384 90 50
Internet www.siz.ch, e-Mail admin@siz.ch

Notenausweis WebPublisher SIZ®

Andreas Bartneck
geboren am 29-01-1977

Auszüge aus dem Prüfungsreglement, Ausgabe 2002

Art. 22 Notenskala

1 Die Noten werden gemäss folgender Skala erteilt:

Note	Bewertung der Leistung
6	qualitativ und quantitativ sehr gut
5	gut, zweckentsprechend
4	den Mindestanforderungen entsprechend
3	schwach, unvollständig
2	sehr schwach
1	unbrauchbar oder nicht ausgeführt

2 Die Noten 4 und höhere bezeichnen genügende Leistungen, Noten unter 4 bezeichnen ungenügende Leistungen.

Art. 23 Notengebung (Auszug)

1 Der Kandidat erhält für die Prüfungsfächer

- Theorie
- Diplomarbeit
- Vorstellung der Diplomarbeit und Fachgespräch

je eine Note. Pro Prüfungsfach oder Prüfungsteilfach sind nur ganze oder halbe Noten zulässig. Setzt sich jedoch ein Prüfungsfach aus mehreren Teilfächern zusammen, so wird die entsprechende Fachnote auf eine Dezimalstelle gerundet und nicht auf die nächste ganze oder halbe Note

Die Noten der Prüfungsfächer werden wie folgt gewichtet:

Fach	Gewicht
Theorie	1
Diplomarbeit	3
Vorstellung der Diplomarbeit und Fachgespräch	2
Gesamtgewicht	**6**

4 Die Schlussnote stellt das gewichtete Mittel der drei Fachnoten dar (Summe der gewichteten Fachnoten geteilt durch das Gesamtgewicht). Sie wird auf eine Dezimalstelle gerundet.

Art. 24 Prüfungsentscheide (Auszug)

4 Die Gesamtprüfung hat **bestanden**, wer

- mindestens die Schlussnote 4.0 erreicht hat und
- in keinem der geprüften Fächer eine Note unter 3.5 erzielt hat und
- in höchstens einem Fach eine Note unter 4.0 erreicht hat.

Prüfungsfach	Note	Gewicht	Note gewichtet
Theorie	5.0	1	5.0
Diplomarbeit	5.0	3	15.0
Vorstellung der Diplomarbeit und Fachgespräch	6.0	2	12.0
Gesamtgewicht		6	32.0
Gesamtnote	**5.3**		

Aufgrund dieses Ergebnisses gilt die Diplomprüfung zum **WebPublisher SIZ** als **bestanden.**

Zürich, 23. Oktober 2002

SIZ Schweizerisches Informatik-Zertifikat

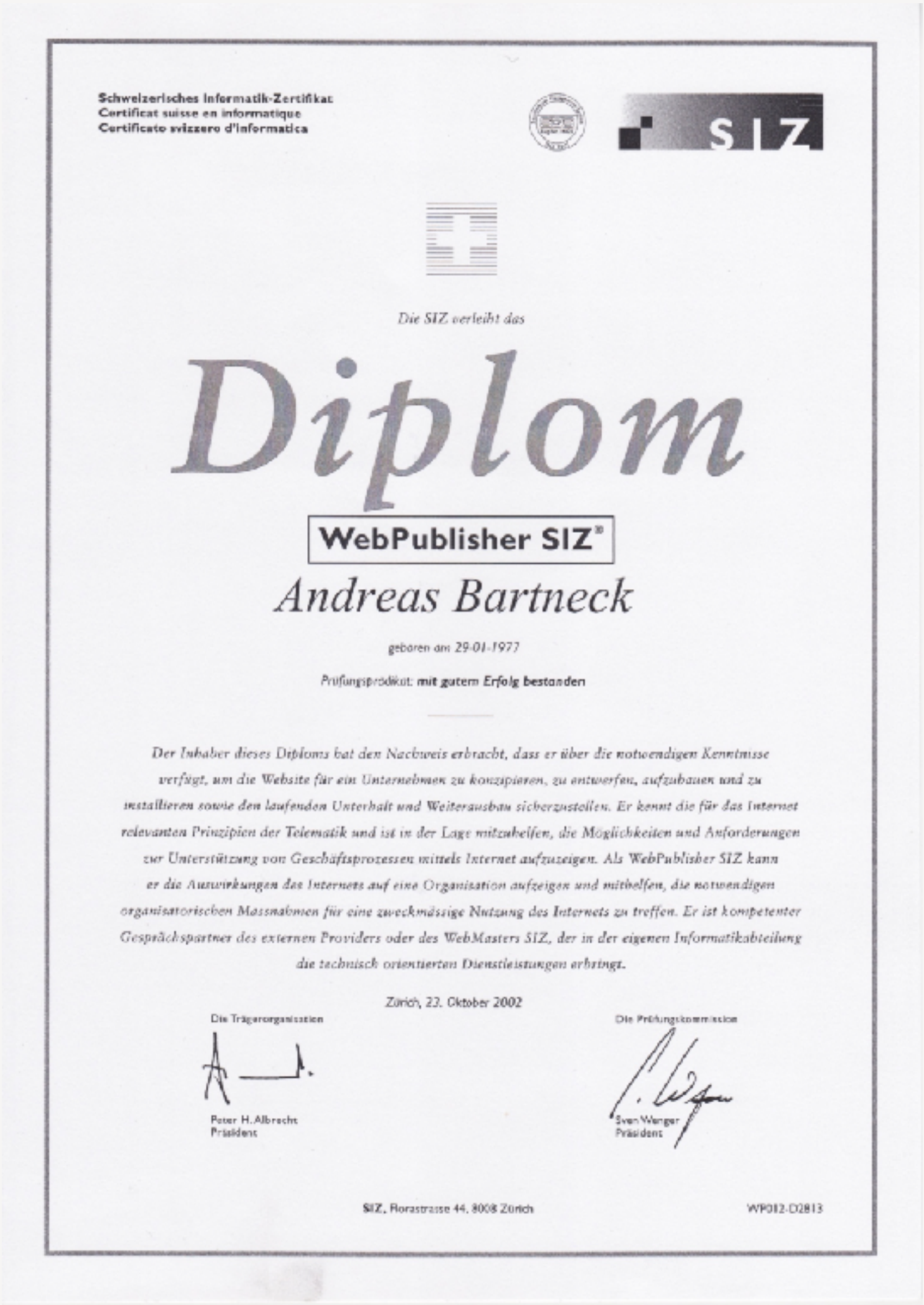
Die Trägerschaft

Peter H. Albrecht
Präsident

Die Prüfungskommission

Sven Wenger
Präsident

ZEUGNISSE



Schweizerisches Informatik-Zertifikat
Certificat suisse en informatique
Certificato svizzero d'informatica

SIZ

Die SIZ verleiht das

Diplom

WebPublisher SIZ®

Andreas Bartneck

geboren am 29-01-1977

Prüfungsprädikat: **mit gutem Erfolg bestanden**

Der Inhaber dieses Diploms hat den Nachweis erbracht, dass er über die notwendigen Kenntnisse verfügt, um die Website für ein Unternehmen zu konzipieren, zu entwerfen, aufzubauen und zu installieren sowie den laufenden Unterhalt und Weiterausbau sicherzustellen. Er kennt die für das Internet relevanten Prinzipien der Telematik und ist in der Lage mitzuhelfen, die Möglichkeiten und Anforderungen zur Unterstützung von Geschäftsprozessen mittels Internet aufzuzeigen. Als WebPublisher SIZ kann er die Auswirkungen des Internets auf eine Organisation aufzeigen und mithelfen, die notwendigen organisatorischen Massnahmen für eine zweckmässige Nutzung des Internets zu treffen. Er ist kompetenter Gesprächspartner des externen Providers oder des WebMasters SIZ, der in der eigenen Informatikabteilung die technisch orientierten Dienstleistungen erbringt.

Zürich, 23. Oktober 2002

Die Trägerorganisation

Peter H. Albrecht
Präsident

Die Prüfungskommission

Sven Wenger
Präsident

SIZ, Räterschen 44, 8008 Zürich

WP012-D2813

ZEUGNISSE

CREDIT SUISSE

ZWISCHEN-ZEUGNIS für **Herrn Andreas Bartneck, geboren am 29. Januar 1977**
von Deutschland

Eintritt: 1. März 1999 Übertritt: 1. Januar 2002

Gerne bestätigen wir, dass Herr Bartneck an oben erwähntem Datum in unsere Bank eintrat. Für die Zeit bis zum 14. August 2000 verweisen wir auf das entsprechende Zwischenzeugnis. Vom 15. August 2000 bis 31. Dezember 2001 war er in der Abteilung Web Production in Horgen für folgende Aufgaben zuständig:

- Mitarbeit bei Unterhalt und Ausbau des Internet-Auftrittes der Credit Suisse
- Erstellung von Design-Prototypen für Web Sites und Animationen
- Programmierung und Gestaltung von komplexen Animationen
- Vertiefung des Design- und Programmier-Know How
- Betreuung der Intranet Seiten des Sektors
- Übernahme von Administrator-Aufgaben für Intranet CMS

Wir freuen uns, Herrn Bartneck das Zeugnis eines engagierten, sehr kreativen und kundenorientierten Mitarbeiters ausstellen zu können.

Dank seinem guten Wissen, das er aktiv und selbständig stetig weiter ausbaut, wagt er sich immer wieder an neue Herausforderungen heran. Besonders hervorheben möchten wir seine qualitativ hochstehenden Grafikarbeiten. Die ihm übertragenen Aufgaben erledigt Herr Bartneck sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht zu unserer vollen Zufriedenheit.

Wir kennen Herrn Bartneck als kollegialen, flexiblen und heiteren Mitarbeiter. Sein Verhalten gegenüber Vorgesetzten, Mitarbeitenden und Kunden ist jederzeit zuvorkommend, freundlich und korrekt und erlaubt eine sehr gute Zusammenarbeit.

Dieses Zwischenzeugnis erstellen wir auf Wunsch von Herrn Bartneck. Wir danken ihm an dieser Stelle für die bisher geleisteten Dienste und hoffen, noch lange auf seine Mitarbeit zählen zu dürfen. Für die Zukunft wünschen wir ihm weiterhin viel Erfolg und alles Gute.

CREDIT SUISSE

Rolf Hiestand Brigitte Böckli

Zürich, 31. Dezember 2001
XHSC 127 – mo

ZEUGNISSE

CREDIT SUISSE

ZWISCHEN-ZEUGNIS für **Herrn Andreas Bartneck, geboren am 29. Januar 1977 von Deutschland**

Eintritt: 1. März 1999

Herr Bartneck trat am obenerwähnten Datum in die Dienste unserer Bank ein. Er war seither im Ressort „Phone Banking/Call Center" des Departements Direct Banking als Mitarbeiter „Hotline" für folgende Hauptaufgaben verantwortlich:

- Mehrsprachige Erteilung von Auskünften und Beratung der DIRECT NET-Kunden
- Unterstützung des reibungslosen Arbeitsablaufes in der Abteilung
- Führung von persönlichen Statistiken und Auswertungen
- Administrative Aufgaben
- Support für interne und externe Kunden auf Macintosh
- Entwicklung des Know-Ledge-Tool für interne Kunden
- Einführung und Ausbildung von neuen Mitarbeitenden
- Mitarbeit in verschiedenen Projekten

Es freut uns, Herrn Bartneck das Zeugnis eines interessierten, pflichtbewusst und exakt arbeitenden Mitarbeiters ausstellen zu können. Besonders hervorheben möchten wir seine äusserst fundierten Fachkenntnisse im Bereich Macintosh sowie sein kundenorientiertes Verhalten. Die ihm übertragenen Aufgaben erledigte er sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht stets zu unserer vollen Zufriedenheit.

Wir lernten Herrn Bartneck als kollegialen, fröhlichen und teamfähigen Mitarbeiter kennen. Sein Verhalten gegenüber Kunden, Vorgesetzten und Mitarbeitenden war jederzeit freundlich, angenehm und korrekt.

Dieses Zwischenzeugnis erstellen wir, da Herr Bartneck per 14. August 2000 innerhalb der CREDIT SUISSE eine neue Herausforderung annehmen wird. Wir danken ihm für seine bisher geleisteten Dienste und wünschen ihm weiterhin alles Gute und viel Erfolg.

CREDIT SUISSE

Matthias Meier

Ruth Herren

Horgen, 13. August 2000
CHRC 61 - Rh/sf

ZEUGNISSE

BUNDESAMT FÜR DEN ZIVILDIENST — Ausfertigung für den Dienstpflichtigen

Dienstzeitbescheinigung gem. § 46 (1) des Zivildienstgesetzes

N 3160P

Geschäftszeichen (Bei Antwort bitte stets vollständig angeben)
II 5.54-PK:290177-B-20716
V//2006/00-II 5.54-ZDP:0//0452/04-016

Köln, 20.10.98

Vorname, Name
Herrn ANDREAS BARTNECK

Tag / Mon. / Jahr — Geburtsort
geb. am 29.01.77 in HANNOVER

wird hiermit bescheinigt, daß er

Tag / Mon. / Jahr — Tag / Mon. / Jahr
von 03.11.97 bis 30.11.98

Zivildienst geleistet hat.

Über die dem Rentenversicherungsträger gemeldeten, auf die Zeit des Zivildienstes entfallenden Beitragszeiten (in der Regel die oben bescheinigte Zeit) werden Sie durch eine besondere Benachrichtigung unterrichtet; die Benachrichtigung wird spätestens **sechs Monate nach** Ihrer Entlassung versandt. Falls Sie von der Versicherungspflicht befreit sind oder bereits vor Eintritt in den Zivildienst freiwillig versichert waren, erhalten Sie keine Benachrichtigung. An die Erfüllung Ihrer Pflichten im Rahmen der Zivildienstüberwachung nach § 23 des Zivildienstgesetzes wie z. B. Mitteilung einer Änderung Ihres ständigen Aufenthaltes wird in diesem Zusammenhang erinnert.

Keine Beitragszeiten sind z. B. Urlaub unter Wegfall der Geld- und Sachbezüge, Zeiten der Dienstflucht oder eigenmächtigen Abwesenheit vom Zivildienst.

Krep
Präsident

BUNDESAMT FÜR DEN ZIVILDIENST

Diese Bescheinigung wurde mit Hilfe einer Datenverarbeitungsanlage erstellt und bedarf keiner Unterschrift.

AZ: II 5 (Dienstzeitbescheinigung - 04/98 - 34.500)

Besuchsanschrift:

ZEUGNISSE

Urkunde

Andreas J. Bartneck

wird aufgrund nachgewiesener Qualifikationen
eine mit Wirkung vom 21.12.1997 bis 31.12.1998 geltende

A1-Lehrberechtigung

zur Vermittlung definierter Lehrinhalte im Auftrag und nach den Richtlinien des ASB erteilt. Die Lehrberechtigung erstreckt sich auf die Inhalte und die Durchführung der Lehrprogramme:

Erste-Hilfe-Lehrgang,
Lebensrettende Sofortmaßnahmen.

Die Lehrberechtigung gilt nur in Verbindung mit einem Einsatzauftrag des jeweils zuständigen Orts-, Kreis- oder Landesverbandes des Arbeiter-Samariter-Bundes.
Eine Verlängerung der Lehrberechtigung ist anschließend und in der Folge alle 2 Jahre nur durch Teilnahme an dazu vom ASB anerkannten Fortbildungen möglich.

Köln, 26.01.98

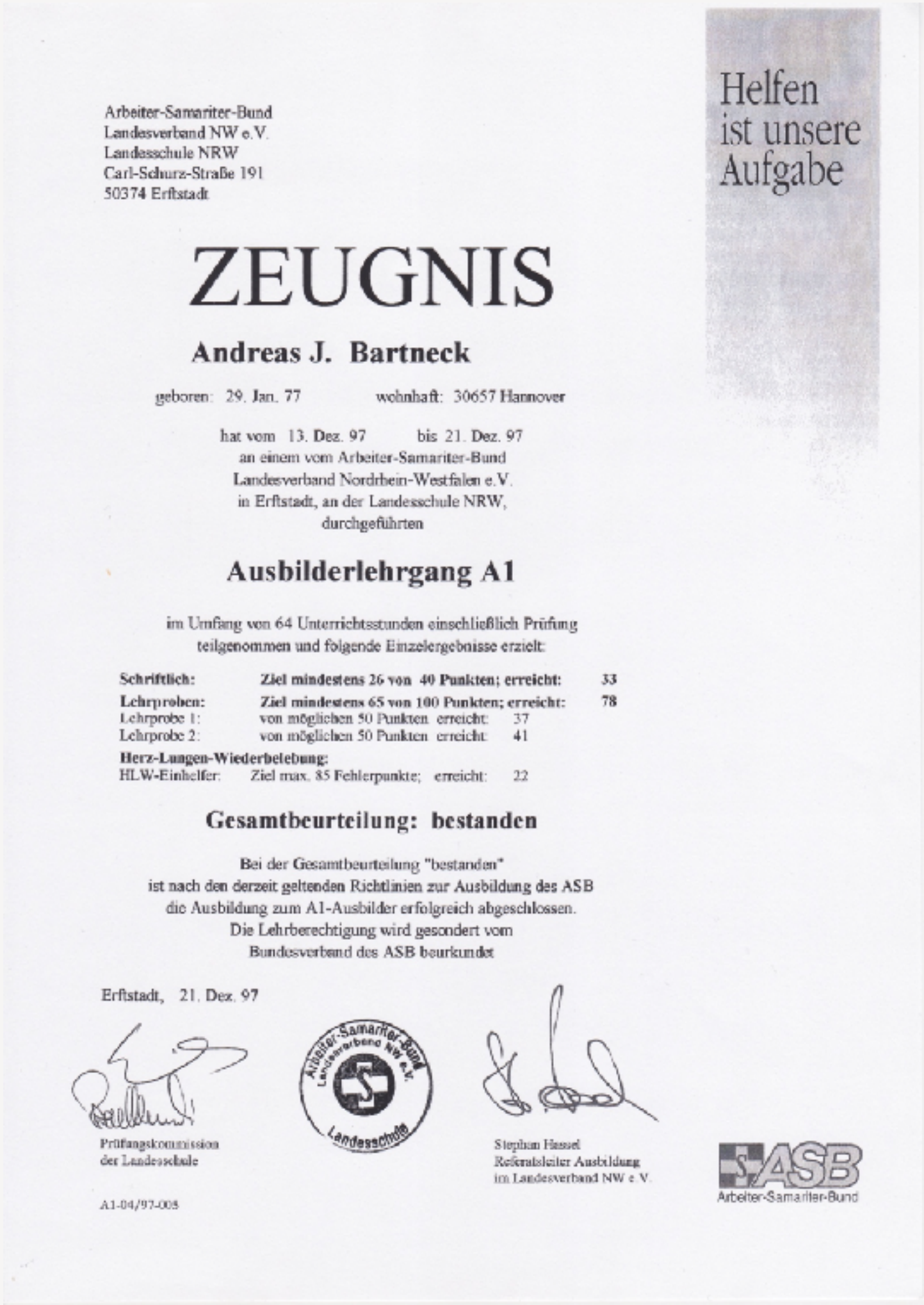
97-78000-A1-004

Bundesverband
i. A.
Peter Goldschmidt

Arbeiter-Samariter-Bund Deutschland e.V. Bundesverband

ASB
Arbeiter-Samariter-Bund
Deutschland e.V.

ZEUGNISSE



Arbeiter-Samariter-Bund
Landesverband NW e.V.
Landesschule NRW
Carl-Schurz-Straße 191
50374 Erftstadt

Helfen ist unsere Aufgabe

ZEUGNIS

Andreas J. Bartneck

geboren: 29. Jan. 77 wohnhaft: 30657 Hannover

hat vom 13. Dez. 97 bis 21. Dez. 97
an einem vom Arbeiter-Samariter-Bund
Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V.
in Erftstadt, an der Landesschule NRW,
durchgeführten

Ausbilderlehrgang A1

im Umfang von 64 Unterrichtsstunden einschließlich Prüfung
teilgenommen und folgende Einzelergebnisse erzielt:

Schriftlich:	**Ziel mindestens 26 von 40 Punkten; erreicht:**	**33**
Lehrproben:	**Ziel mindestens 65 von 100 Punkten; erreicht:**	**78**
Lehrprobe 1:	von möglichen 50 Punkten erreicht: 37	
Lehrprobe 2:	von möglichen 50 Punkten erreicht: 41	
Herz-Lungen-Wiederbelebung:		
HLW-Einhelfer:	Ziel max. 85 Fehlerpunkte; erreicht: 22	

Gesamtbeurteilung: bestanden

Bei der Gesamtbeurteilung "bestanden"
ist nach den derzeit geltenden Richtlinien zur Ausbildung des ASB
die Ausbildung zum A1-Ausbilder erfolgreich abgeschlossen.
Die Lehrberechtigung wird gesondert vom
Bundesverband des ASB beurkundet

Erftstadt, 21. Dez. 97

Arbeiter-Samariter-Bund Landesverband NW e.V. Landesschule

Prüfungskommission
der Landesschule

Stephan Hassel
Referatsleiter Ausbildung
im Landesverband NW e.V.

ASB
Arbeiter-Samariter-Bund

A1-04/97-008

ZEUGNISSE

Ulla Mundil
Fachbetreuerin für Englisch und Russisch
Herschelschule
Grosser Kolonnenweg 37
30179 Hannover

Tel. 0511-168 8120

Gutachten für Andreas J. Bartneck

Andreas J. Bartneck besuchte die Herschelschule von 1994 bis 1997 und war von Anfang an Teil unseres Schullebens. So nahm er im **Frühjahr 1995** an unserem **Leeds-Austausch** teil, d.h. er nahm für 3 Wochen einen englischen Gastschüler auf ,verbrachte dann seinerseits drei Wochen bei der englischen Familie und besuchte unsere englische Partnerschule, die **Leeds Grammar School** . Englische Fachlehrer unterschiedlicher Fachrichtungen unterrichteten unsere deutschen Schüler in ihren Fächern auf Englisch , so z.B. in Geographie, Geschichte oder Computer Science. Andreas nutzte die ihm gebotenen Möglichkeiten gut und verbesserte seine Englischkenntnisse schnell. Das weitere Programm während unseres Austausches umfasste Ausflüge nach Manchester, London , Bradford und York und ermöglichte einen Einblick in Englands Geschichte und Kultur.

Im Herbst 1995 trat Andreas der **English Drama Group** bei, in der englische Theaterstücke im Original (in der Regel in gekürzten Fassungen) einstudiert werden. In der Produktion von 1996/96 entwarf er zusammen mit unserer englischen Assistentin Anya Millican das **Bühnenbild** für **Bernard Shaws** ***Pygmalion*** . Im darauffolgenden Jahr spielte er die Rolle des **Shylock** in **Shakespeares** ***The Merchant of Venice*** und baute ausserdem das **Bühnenbild** für unsere Aufführung. Seine Interpretation des Shylock überzeugte das Publikum und verriet ein hohes Mass an Engagement, Phantasie und Kreativität; das Bühnenbild war in seiner Abstraktion klar und durchdacht und stellte künstlerisch eine sichtbare Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr dar.

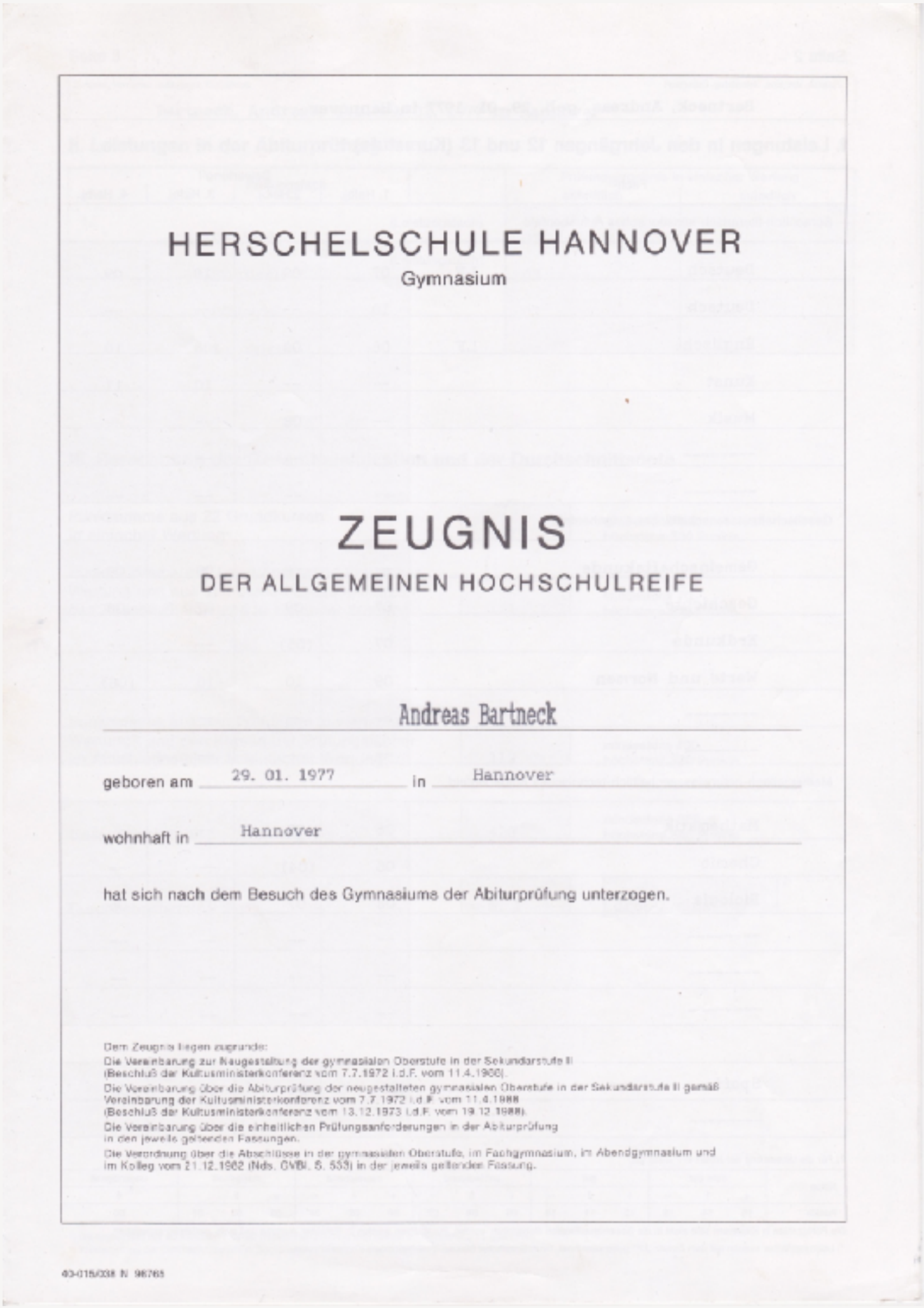
Andreas' Abstraktionsfähigkeit, seine oft überraschenden Ideen sowie seine stets sehr eigenständigen und eigenwilligen Positionen kamen auch im **Leistungskurs Englisch** zum Tragen, den ich zwei Jahr lang unterrichtete. Wo andere vor sprachliche Grenzen resigniert hätten, gab er nicht auf ! Seine Hartnäckigkeit im Streben nach dem Ausdruck seiner komplexen Gedanken beeindruckte mich.

Andreas ist sensibel und flexibel im Umgang mit Menschen, und die in der Drama Group bewiesene Kreativität wird ihm in jedem Beruf eine Hilfe sein. Ich wünsche ihm für seinen beruflichen Werdegang viel Erfolg und stehe für Rückfragen gerne zur Verfügung.

Hannover, 2.2.99 U. Mundil

HERSCHELSCHULE
Ganztagsgymnasium
Gr. Kolonnenweg 37, 30179 Hannover, Tel. 168 - 4 61 20

ZEUGNISSE



HERSCHELSCHULE HANNOVER

Gymnasium

ZEUGNIS

DER ALLGEMEINEN HOCHSCHULREIFE

Andreas Bartneck

geboren am 29. 01. 1977 in Hannover

wohnhaft in Hannover

hat sich nach dem Besuch des Gymnasiums der Abiturprüfung unterzogen.

Dem Zeugnis liegen zugrunde:
Die Vereinbarung zur Neugestaltung der gymnasialen Oberstufe in der Sekundarstufe II
(Beschluß der Kultusministerkonferenz vom 7.7.1972 i.d.F. vom 11.4.1980).
Die Vereinbarung über die Abiturprüfung der neugestalteten gymnasialen Oberstufe in der Sekundarstufe II gemäß
Vereinbarung der Kultusministerkonferenz vom 7.7.1972 i.d.F. vom 11.4.1988
(Beschluß der Kultusministerkonferenz vom 13.12.1973 i.d.F. vom 19.12.1988).
Die Vereinbarung über die einheitlichen Prüfungsanforderungen in der Abiturprüfung
in den jeweils geltenden Fassungen.
Die Verordnung über die Abschlüsse in der gymnasialen Oberstufe, im Fachgymnasium, im Abendgymnasium und
im Kolleg vom 21.12.1982 (Nds. GVBl. S. 553) in der jeweils geltenden Fassung.

43-015/338 N 98765

ZEUGNISSE

steindesign · STADTSTRASSE 15/16 · 3000 HANNOVER 1

Andreas Bartnick
Große Heide 30

3000 Hannover 51

steindesign WERBEAGENTUR GmbH

STADTSTRASSE 15/16
3000 HANNOVER 1 NEU

TELEFON (0511) ~~81 80 85~~ 2 88 99-0
TELEFAX (0511) ~~81 08 82~~ 2 88 99-99

18.05.93

Zeugnis

Andreas Bartnick absolvierte in unserer Firma vom 1. bis 13. März 1993 ein 2-wöchiges Schulpraktikum. Er lernte dabei schwerpunktmäßig die Aufgabengebiete der Grafikabteilung kennen.
Dazu gehören die Bereiche
- Druckvorlagenerstellung per DTP-Grafik-Computer
- Einsatz von verschiedenen Druckern, Scannern, Belichter
- Filmarbeiten an der Reprokamera
- Arbeiten am Proof-Gerät.

Daneben war Andreas Bartnick auch im Post-/Versandbereich und in der Archivierung tätig.
Seine überdurchschnittlichen Vorkenntnisse im Bereich des computergestützten Gestaltens konnte er bei uns sehr gut einbringen. Sein begeistertes Engagement galt der Arbeit am Computer, wo er schon nach kurzer Zeit selbständig kleinere Agenturaufträge und Eigenarbeiten durchführte. Auch alle anderen ihm übertragenen Arbeiten erledigte Andreas Bartnick mit Einsatzfreude und Wißbegierde zu unserer vollsten Zufriedenheit.
Sein großes Interesse, eine schnelle Auffassungsgabe und seine Arbeitsergebnisse lassen eine Eignung für grafische Berufe mit Computerunstützung erkennen.

Wir wünschen Andreas Bartnick für die Zukunft alles Gute.

steindesign Werbeagentur GmbH

i.A. Silke Skarabis

BANKVERBINDUNG: DEUTSCHE BANK HANNOVER · BLZ 250 700 70 · KTO.-NR. 40 555 05 · GERICHTSSTAND HANNOVER
GESCHÄFTSFÜHRER: ANDREAS STEIN, DIRK SIEBENICH · SITZ DER GESELLSCHAFT: HANNOVER · AMTSGERICHT HANNOVER: HRB 52461

CASES

Im Folgenden finden sie eine Auswahl einiger Cases zu meiner Arbeit - dokumentiert durch die fachspezifische Presse:

2017

AUDI HÄNDLERKAMPAGNE

MediaCom -Audi

Konzept und Design eines neuartigen Ansatzes zur datengetrieben Kommunikation inklusive lokalisierten Budgets und individualisierter und verhaltensbasierter Kommunikation:

persoenlich.com

Werbung Medien Digital Marketing PR/Corporate Gesellschaft Blog Jobs Service

MediaCom / Y&R Group Switzerland

Den Vorsprung durch Technik genutzt

Die beiden Agenturen haben für das Audi-Händlernetzwerk eine «innovative Kampagne» mit personalisierten Bannern lanciert.

MediaCom lancierte in Zusammenarbeit mit der Y&R Group Switzerland eine innovative Kampagne für das Audi-Händlernetzwerk. Mittels einer einzigartigen Kombination aus Dynamic Ads, Geo-Targeting, Remarketing und Programmatic Buying werden den Nutzern personalisierte Banner angezeigt, welche ihrer Customer-Journey, ihrem Standort sowie ihren persönlichen Bedürfnissen entsprechend angepasst werden, wie es in einer Mitteilung heisst.

E-MAIL
DRUCKEN
FEEDBACK
KOMMENTAR
14.12.2017

MediaCom lancierte in Zusammenarbeit mit der Y&R Group Switzerland eine innovative Kampagne für das Audi-Händlernetzwerk. Mittels einer einzigartigen Kombination aus Dynamic Ads, Geo-Targeting, Remarketing und Programmatic Buying werden den Nutzern personalisierte Banner angezeigt, welche ihrer Customer-Journey, ihrem Standort sowie ihren persönlichen Bedürfnissen entsprechend angepasst werden, wie es in einer Mitteilung heisst.

In einer digitalisierten Welt ist die individuelle Kommunikation mit den Kunden wichtiger denn je. Dementsprechend lautet das Ziel dieser Kampagne, durch hochpersonalisierte Werbemittel die Relevanz der Werbebotschaft für die Kunden zu erhöhen. Dies erfolgt durch die Orientierung an der individuellen Customer Journey. Durch Geo-Targeting und dynamische Retargeting Werbemittel wird der User, abhängig von seinem Status in der Journey und seinem User-Verhalten, auf die entsprechende Händlerwebseite geleitet und bis zu einem Probefahrtenabschluss begleitet.

Mithilfe von LemonPi, einer Plattform für dynamische Werbemittel-Optimierung, können über 100'000 Bannervarianten innerhalb von Millisekunden automatisiert gestaltet und ausgeliefert werden. Durch das implementiere Targeting der MediaCom wird jedem User genau sein präferiertes Model angezeigt. MediaCom zeichnet sich für die Konzeption und Aufbau dieser komplexen programmatischen Auslieferung verantwortlich, während die Y&R Group Switzerland die Kreation, die Programmierung der Werbemittel und deren Koordination mit LemonPi übernahm.

MARKTPLATZ SUCHE

Finden Sie die gewünschten Unternehmen im Marketing und senden Sie gleich eine Offertanfrage zu.

Jetzt Suche starten

Firmennamen / Keyword

Branche auswählen

Kanton

ZUM MARKTPLATZ | SUCHEN

NEUESTE MELDUNGEN

Influencer-Analyse: «Influencer sind mehr als Sales-Werkzeuge»

Influenser-Check: Roger Federer ist Instagram King

SRG: Preisüberwacher fordert dafere Gebühren

TV-Kritik: Eine Show zum Heulen

Medienpolitik: SP fordert einen medialen Service public

Fusion SDA-Keystone: Die Zukunft im «Medientalk» diskutiert

MediaCom lancierte in Zusammenarbeit mit der Y&R Group Switzerland eine innovative Kampagne für das Audi-Händlernetzwerk. Mittels einer einzigartigen Kombination aus Dynamic Ads, Geo-Targeting, Remarketing und Programmatic Buying werden den Nutzern personalisierte Banner angezeigt, welche ihrer Customer-Journey, ihrem Standort sowie ihren persönlichen Bedürfnissen entsprechend angepasst werden, wie es in einer Mitteilung heisst.

Dank dieser neuartigen Online-Kampagne wurden nicht nur Kunden und Händler effizient zusammengeführt, sondern auch die Performance auf ein neues Niveau gebracht. Während die Click-through-Rate laut eigenen Angaben um mehr als 80 Prozent gesteigert werden konnte, sank die Cost per Conversion um über 90 Prozent. Zusätzlich konnten durch das Tracking des User-Verhaltens auf der Landingpage neue Kampagneninsights auf Händlerebene gewonnen werden.

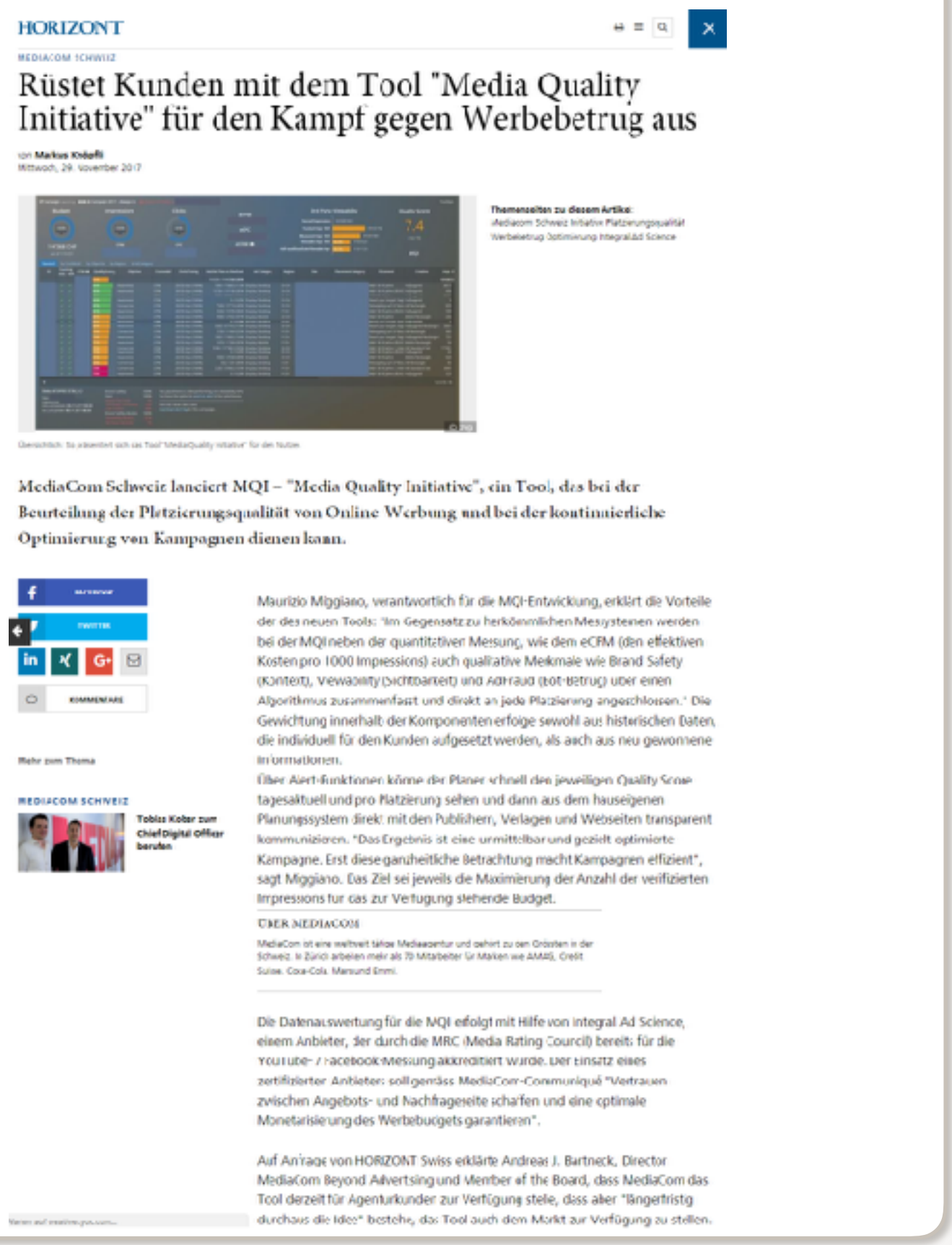
Verantwortlich bei Audi: Livio Piatti (Marketingleiter), Olivier Pasche (Leiter Marketing Kommunikation), Andri Allemann (Projektleiter Handelsmarketing), Corinne Grollmuss (Projektleiterin Marketing Kommunikation), Liliane Bernet (Projektleiterin Handelsmarketing), Franziska Schmidt (Projektleiterin Digital Marketing); verantwortlich bei der MediaCom: Andreas J. Bartneck (Director MediaCom Beyond Advertising), Annunziata Passarello (Group Head Digital), Dominik Mönnighoff (Digital Communication Planner), David Burow (Communication Planner), Ingo Sautter (Communication Planning Manager), Benjamin Moser (Managing Director), Tobias Kober (Chief Digital Officer); verantwortlich bei Y&R Group Switzerland: Swen Morath (Chief Creative Officer), Susan Baumgartner, Nicholas Meyer (Beratung), Firmin Wyss (Strategie), Andrei Vid (AD), Diana Zberg (Grafik), Rafael Tucev, Marion Perini (Programmierung). (pd/cbe)

CASES

2017

MQI – Media Quality Initiative / MediaCom

Konzept, Partnermanagement und Führung zur Marktreife – ein System zur Beurteilung der Qualität der Werbeplatzierung auf AdFraud (Betrug), Viewability (Werbesichtbarkeit) und Brandsafety (Marken- und Werbe-Umfeld Sicherheit):



HORIZONT

MEDIACOM SCHWEIZ

Rüstet Kunden mit dem Tool "Media Quality Initiative" für den Kampf gegen Werbebetrug aus

von Markus Knöpfli
Mittwoch, 29. November 2017

Themenseiten zu diesem Artikel:
Mediacom Schweiz Initiative Platzierungsqualität
Werbebetrug Optimierung Integral Ad Science

MediaCom Schweiz lanciert MQI – "Media Quality Initiative", ein Tool, das bei der Beurteilung der Platzierungsqualität von Online Werbung und bei der kontinuierliche Optimierung von Kampagnen dienen kann.

TWITTER

KOMMENTARE

Mehr zum Thema

MEDIACOM SCHWEIZ

Tobias Kober zum Chief Digital Officer berufen

Maurizio Miggiano, verantwortlich für die MQI-Entwicklung, erklärt die Vorteile der des neuen Tools: "Im Gegensatz zu herkömmlichen Messsystemen werden bei der MQI neben der quantitativen Messung, wie dem eCPM (den effektiven Kosten pro 1000 Impressions) auch qualitative Merkmale wie Brand Safety (Kontext), Viewability (Sichtbarkeit) und AdFraud (Bot-Betrug) über einen Algorithmus zusammengefasst und direkt an jede Platzierung angeschlossen." Die Gewichtung innerhalb der Komponenten erfolge sowohl auf historischen Daten, die individuell für den Kunden aufgesetzt werden, als auch aus neu gewonnene Informationen.

Über Alert-Funktionen könne der Planer überall den jeweiligen Quality Score tagesaktuell und pro Platzierung sehen und dann aus dem hauseigenen Planungssystem direkt mit den Publishern, Verlagen und Webseiten transparent kommunizieren. "Das Ergebnis ist eine unmittelbar und gezielt optimierte Kampagne. Erst diese ganzheitliche Betrachtung macht Kampagnen effizient", sagt Miggiano. Das Ziel sei jeweils die Maximierung der Anzahl der verifizierten Impressions für das zur Verfügung stehende Budget.

ÜBER MEDIACOM

MediaCom ist eine weltweit tätige Mediaagentur und gehört zu den Grössten in der Schweiz. In Zürich arbeiten mehr als 70 Mitarbeiter für Marken wie AMAG, Credit Suisse, Coca-Cola, Mansund Emmi.

Die Datenauswertung für die MQI erfolgt mit Hilfe von Integral Ad Science, einem Anbieter, der durch die MRC (Media Rating Council) bereits für die Youtube- / Facebook-Messung akkreditiert wurde. Der Einsatz eines zertifizierten Anbieters soll gemäss MediaCom-Communiqué "Vertrauen zwischen Angebots- und Nachfrageseite schaffen und eine optimale Monetarisierung des Werbebudgets garantieren".

Auf Anfrage von HORIZONT Swiss erklärte Andreas J. Bartneck, Director MediaCom Beyond Advertising und Member of the Board, dass MediaCom das Tool derzeit für Agenturkunden zur Verfügung stelle, dass aber "längerfristig durchaus die Idee" bestehe, das Tool auch dem Markt zur Verfügung zu stellen.

CASES

2016

SKODA – Datadrivven Marketing

MediaCom - Skoda

Google Showcase mit Internationaler Beachtung:
https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/insights/markteinblicke/skoda-erstellt-mithilfe-von-programmatic-relevante-und-prazise-ausgerichtete-creatives/

CASES

2014

SKODA – kreative Auto Lancierung / MediaCom - Skoda

Wie macht man ein Auto, dass es noch nicht gibt erlebbar? Für Skoda Schweiz entwickelte ich die Idee für ein Plakat mit Spielzeug Autos des Modells zum Mitnehmen.

Modellautos direkt ab Plakat

Promotion-Aktion für den Škoda Fabia Fresh freut auch die Kleinsten.

E-MAIL
DRUCKEN
FEEDBACK
KOMMENTAR
27.01.2014

Die farbige Kampagne für das Sondermodell Škoda Fabia Fresh, die DD Com in Zusammenarbeit mit The House Agency und Mediacom umsetzte, verführe laut Mitteilung auf Plakaten, digitalen Werbemitteln und am POS zum Ausbruch aus dem grauen Januar-Alltag. Als Höhepunkt inszenierte die Agentur in den Hauptbahnhöfen Zürich, Genf und Lugano auf grossflächigen Plakaten eine Promotion Aktion.

Das Versprechen "100 Neuwagen zu verschenken" wurde nach drei Tagen auf spezielle Art eingelöst. Viele bunte, magnetisch auf einem Plakat angebrachte Modellautos konnten direkt von der Fläche abgenommen werden. Flankierend informierten Škoda-Promotoren über den Fabia Fresh und animierten die Passanten zur Probefahrt.

MARKTPLATZ SUCHE

Finden Sie die gewünschten Unternehmen im Marketing und werden sie gleich eine Offertanfrage zu.

Jetzt Suche starten

Firmennamen / Keyword

Branche auswählen

Kanton

ZUM MARKTPLATZ | SUCHEN

NEUESTE MELDUNGEN

Influencer-Analyse: «Influencer sind mehr als Sales-Werkzeuge»

Influencer-Check: Roger Federer ist Instagram-King

SRG: Preisüberwacher fordert tiefere Gebühren

TV-Kritik: Eine Show zum Heulen

Medienpolitik: SP fordert einen medialen Service public

Fusion: Ströer-Konzernchef: Die Zukunft im «Medientalk» diskutiert

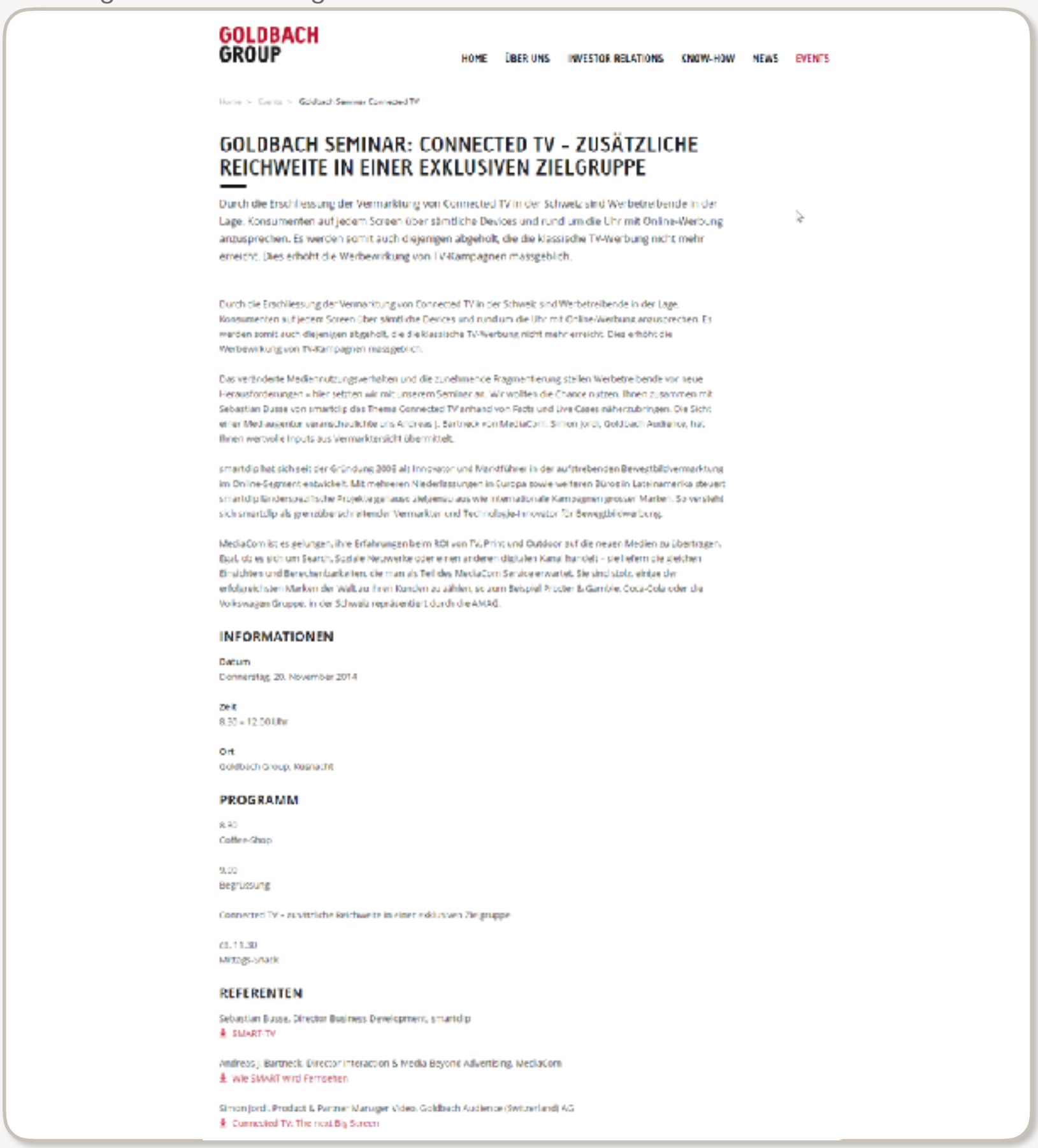
Verantwortlich bei AMAG: Jeannine Michell (Markenmitarbeiterin Škoda), Mario Montanari (Werbeleiter Škoda), Marc Bislin (E-Commerce Manager Škoda); verantwortlich bei DD Com: Daniel Mürl (CD), Florian Brand (AD), Peter Gehrig (Text), Sandy Pfühl (Junior AD), Nicole Baumann (DTP), Remo Christen (Leiter Beratung), Jasmin Jost (Beraterin); verantwortlich bei The House Agency: Andreas Jorgella (Konzeption & Beratung); verantwortlich bei Mediacom: Katharina Monard (Account Director), Corinne Schneiter (Strategy and Planning), Andreas J. Bartneck (Director Interaction) (pd)

CASES

2014

Medien-Fachvortrag zum Thema SMART TV Schweiz

Ausarbeitung der aktuellen Marktanalyse und Durchführung eines Fachvortrags zum Thema internetfähiges Fernsehen und die Möglichkeiten für die Werbeindustrie mit Prognosen für die folgenden Jahre.



GOLDBACH GROUP

HOME ÜBER UNS INVESTOR RELATIONS KNOW-HOW NEWS EVENTS

Home > Events > Goldbach Seminar Connected TV

GOLDBACH SEMINAR: CONNECTED TV – ZUSÄTZLICHE REICHWEITE IN EINER EXKLUSIVEN ZIELGRUPPE

Durch die Erschliessung der Vermarktung von Connected TV in der Schweiz sind Werbetreibende in der Lage, Konsumenten auf jedem Screen über sämtliche Devices und rund um die Uhr mit Online-Werbung anzusprechen. Es werden somit auch diejenigen abgeholt, die die klassische TV-Werbung nicht mehr erreicht. Dies erhöht die Werbewirkung von TV-Kampagnen massgeblich.

Durch die Erschliessung der Vermarktung von Connected TV in der Schweiz sind Werbetreibende in der Lage, Konsumenten auf jedem Screen über sämtliche Devices und rund um die Uhr mit Online-Werbung anzusprechen. Es werden somit auch diejenigen abgeholt, die die klassische TV-Werbung nicht mehr erreicht. Dies erhöht die Werbewirkung von TV-Kampagnen massgeblich.

Das veränderte Mediennutzungsverhalten und die zunehmende Fragmentierung stellen Werbetreibende vor neue Herausforderungen – hier setzten wir mit unserem Seminar an. Wir wollten die Chance nutzen, Ihnen zusammen mit Sebastian Busse von smartclip das Thema Connected TV anhand von Facts und Live-Cases näherzubringen. Die Sicht einer Mediaagentur veranschaulichte uns Andreas J. Bartneck von MediaCom, Simon Jordi, Goldbach Audience, hat Ihnen wertvolle Inputs aus Vermarktersicht übermittelt.

smartclip hat sich seit der Gründung 2006 als Innovator und Marktführer in der aufstrebenden Bewegtbildvermarktung im Online-Segment entwickelt. Mit mehreren Niederlassungen in Europa sowie weiteren Büros in Lateinamerika steuert smartclip länderspezifische Projekte genauso zielgenau aus wie internationale Kampagnen grosser Marken. So versteht sich smartclip als grenzüberschreitender Vermarkter und Technologie-Innovator für Bewegtbildwerbung.

MediaCom ist es gelungen, ihre Erfahrungen beim ROI von TV, Print und Outdoor auf die neuen Medien zu übertragen. Egal, ob es sich um Search, Soziale Netzwerke oder einen anderen digitalen Kanal handelt – sie liefern die gleichen Einsichten und Berechenbarkeiten, die man als Teil des MediaCom Service erwartet. Sie sind stolz, einige der erfolgreichsten Marken der Welt zu ihren Kunden zu zählen, so zum Beispiel Procter & Gamble, Coca-Cola oder die Volkswagen Gruppe. In der Schweiz repräsentiert durch die AMAG.

INFORMATIONEN

Datum
Donnerstag, 20. November 2014

Zeit
8.30 – 12.00 Uhr

Ort
Goldbach Group, Rosnacht

PROGRAMM

8.30
Coffee-Shop

9.00
Begrüssung

Connected TV – zusätzliche Reichweite in einer exklusiven Zielgruppe

£1. 11.30
Mittags-Snack

REFERENTEN

Sebastian Busse, Director Business Development, smartclip
SMART-TV

Andreas J. Bartneck, Director Interaction & Media Beyond Advertising, MediaCom
Wie SMART wird Fernsehen

Simon Jordi, Product & Partner Manager Video, Goldbach Audience (Switzerland) AG
Connected TV: The next Big Screen

CASES

2013

Audi – erste Shazam TV Kampagne / MediaCom - Audi

Konzept, Design, Idee, Implementierung und Umsetzung der ersten Shazam Kampagne mit vollintegrierter Messung Offline sowie online Werbeerfolg und ROI Messung. Shortlisted bei den CH Effies.

persoenlich.com

Werbung Medien Digital Marketing PR/Corporate Gesellschaft Blog Jobs Service

Audi-A1-Countdown für Shazam

Erste Shazam-Kampagne der Schweiz.

E-MAIL
DRUCKEN
FEEDBACK
KOMMENTAR
13.09.2013

Audi Schweiz realisierte im April die erste Shazam-Kampagne in der Schweiz. Gemeinsam mit Mediacom hat Audi beim Planen und Umsetzen der Kampagne detaillierte Analysen erstellt und die Durchführung der Kampagne auf diese rationalen Aspekte sowie auf die emotionalen Komponenten, die TV-Werbung leisten kann, abgestützt.

Entscheidend für den Erfolg sei neben der Shazam Integration eine bis ins Detail optimierte TV-Planung gewesen, wie Mediacom in einer Mitteilung erklärt. So wurden die TV-Zuschauer – die Audi-A1-Zielgruppe - zum Einen in den TV-Umfeldern und Zeitschienen angesprochen, die die grösste Relevanz für sie haben, zum Anderen war Audi und Mediacom bewusst, dass es einen Teaser brauchte um die Zuschauer zu aktivieren. Dies wurde mittels einem Pre-Tag realisiert, der auf der nachfolgenden Hauptspot auf die Shazam-Integration hinwies.
Die Kampagne verbuchten Audi und Mediacom als grossen Erfolg.
Mediacom verband den Rücklauf der Shazam-Aktivitäten, Print-Messung, Online- und Mobile-Kampagnen mit ihren AdServern so, dass die Resultate in einer zentralen Datenbank zusammen liefen.

Verantwortlich bei Audi Schweiz: Barbara Wernli, Beratung bei Mediacom: Corinne Grollmus, Andreas J. Bartneck, TV Planung: Livia Furrer. (pd)

MARKTPLATZ SUCHE

Finden Sie die gewünschten Unternehmen im Marketing und senden Sie gleich eine Offertanfrage zu.

Jetzt Suche starten

Firmennamen / Keyword

Branche auswählen

Kanton

ZUM MARKTPLATZ | SUCHEN

NEUESTE MELDUNGEN

APG|SGA Interaction: Standortgenaues Mobile Targeting lanciert

Coopzeitung: Überarbeiteter Look und neue Rubriken

GR Basel: Sechs Szenen aus dem Schweizer Alltag

Medienfreiheit: Abramowitsch vor Gericht abgeblitzt

Radio SRF: Mona Vetsch kehrt zurück ans Mikrophon

InfluencerAnalyse: «Influencer sind mehr als Sales-Werkzeuge»

HERZLICHEN DANK!

ANDREAS J. BARTNECK

Kapfsteig 10 | CH-8032 Zürich

+41763792358

bewerbung@bartneck.info

linkedin.com/in/andreas-bartneck

*29. Januar 1977