

# KREATIVLEISTUNGEN IM FOKUS

➔ **23. APRIL 2018 | BERLIN**

Bei Buchung bis zum  
15.03.2018 sparen  
Sie bis zu 200,- €



## EINKAUF, MARKETING & KREATIVAGENTUR: GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

- Neugestaltung von Auswahlverfahren und Zusammenarbeit
- Wertorientierte Preisgestaltung für Kreativleistungen
- Erfolgsabhängige Vergütung: Ja, nein, vielleicht?
- Der Einfluss von Digitalisierung auf die Zusammenarbeit
- Mit der Failure-Kultur zu neuen Innovationsprozessen

### INTENSIV-WORKSHOPS – 24. APRIL 2018

#### Workshop A: **Der Einkauf als starker Partner für das Marketing**

Auf Augenhöhe mit Fachabteilung und Agenturen

#### Workshop B: **Die effiziente Kreativagentur**

Organisation, Strukturen & Prozesse

## MONTAG, 23. APRIL 2018 – KONFERENZTAG

**Moderation:** Dr. Ralf Nöcker, Geschäftsführer, Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.

### 09.00 Begrüßung der Teilnehmer und Eröffnung der Veranstaltung

### 09.15 Einkauf und Marketing: Über Stolpersteine zum Best Practice bei der Agenturfindung

- Change Management auf allen Ebenen – Was passiert, wenn der Einkauf mitwirkt?
- Gemeinsame Strategieentwicklung für eine professionelle Zusammenarbeit
- Von der Kostensenkung zur Wertsteigerung... Nutzensteigerung auch für Agentur und Marketing?

**Elke Wachsmuth**, Leiterin Einkauf Marketingleistungen, Deutsche Bahn AG

### 10.00 Wert und Preis von Kreativleistungen – ein neuer Weg

- Welchen Beitrag leistet die Kreativagentur zum Unternehmenserfolg?
- Wie kann die Kreativagentur den Erfolg der Kunden mehrern?
- Wertorientierte Preisgestaltung als Schlüssel für mehr Gewinn auf beiden Seiten

**Markus Hartmann**, Inhaber, Pricing für Agenturen

### 10.45 Networkingpause mit Kaffee und Tee – Wechsel in die interaktiven Arbeitssessions

### 11.00 Parallele Arbeitssessions und Diskussion

Interaktive Arbeitssessions*			Offene Diskussion unter Einbezug der Teilnehmer**
Session 1 Klassische Moderation  <b>Auswahlverfahren</b>  <b>Lasse Walter</b> , Die Marketingdienstleister	Session 2 Design Thinking  <b>Gestalten und Entscheiden</b>  <b>Sven Poguntke</b> , Experte für Corporate Think Tanks	Session 3 Storytelling  <b>Fair verhandeln</b>  <b>Michael Geerds</b> , Experte für Storytelling im Business	Session 4  <b>Erfolgsabhängige Vergütung: Ja/Nein/Vielleicht?</b> <b>Christian Gohlicke</b> , Sourcing Manager Brand Marketing, Zalando SE <b>Markus Hartmann</b> , Inhaber, Pricing für Agenturen <b>Stella Lämmermeier</b> , Global Procurement, Generali <b>Ulrich Pallas</b> , Partner, Thjnk AG  <b>Moderation:</b> <b>Dr. Ralf Nöcker</b> , Geschäftsführer, GWA e.V. <b>Carsten Knauer</b> , Referent Sektionen/Fachgruppen, BME e.V.

### 12.30 Gemeinsames Mittagessen

### 14.00 Parallele Arbeitssessions und Diskussion

Interaktive Arbeitssessions*			Offene Diskussion unter Einbezug der Teilnehmer**
Session 5 Klassische Moderation  <b>Vergütungsmodelle</b>  <b>Lasse Walter</b> , Die Marketingdienstleister	Session 6 Design Thinking  <b>Umgang mit Kostendruck</b>  <b>Sven Poguntke</b> , Experte für Corporate Think Tanks	Session 7 Storytelling  <b>Beziehungsmanagement</b>  <b>Michael Geerds</b> , Experte für Storytelling im Business	Session 8  <b>New Work – Zusammenarbeit neu definiert?</b> <b>Marion King</b> , Gründerin, Les Enfants Terribles – Schule für gutes neues Arbeiten <b>Dr. Michael Trautmann</b> , Vorstand, Thjnk AG <b>Stephan Chassaing de Bourdeille</b> , Digital Expert Procurement  <b>Moderation:</b> <b>Dr. Ralf Nöcker</b> , Geschäftsführer, GWA e.V.

### 15.30 Networkingpause mit Kaffee und Tee

### 16.00 Wenn Roboter Kreativleistungen einkaufen...

- Der Einfluss der Digitalisierung auf die Zusammenarbeit – heute und morgen
- Killt die Automatisierung von Einkaufsprozessen die Beziehung zwischen Einkauf und Marketing?
- Wie steigern wir die Kompetenz des Marketingeinkaufs durch die Digitalisierung der operativen Prozesse?

**Klaus Pause**, Director Corporate Solutions, adidas

### 16.45 Mit der Failure-Kultur zu neuen Innovationsprozessen

- Wer nicht scheitert, leistet nichts
- Wir müssen mehr verlernen
- Ihre Zukunft wird unperfekt

**Prof. Ralf Kemmer**, Professor für Kampagnen- & Kommunikationsplanung, design akademie berlin, SRH Hochschule für Kommunikation und Design GmbH

### 17.30 Zusammenfassung und abschließende Diskussion

### 17.45 Ende der Veranstaltung

 DIENSTAG, 24. APRIL 2018 – WORKSHOP A

## DER EINKAUF ALS STARKER PARTNER FÜR DAS MARKETING

Strukturen & Prozesse auf dem Prüfstand: Auf Augenhöhe mit Fachabteilung und Agenturen

### WORKSHOPZIEL:

Lernen Sie in diesem Workshop, wie Sie als Einkaufsverantwortlicher die **Zusammenarbeit mit dem Business Partner Marketing** und mit Ihren **Agenturen aktiv verbessern**. Stellen Sie die eigenen Strukturen und Prozesse auf den Prüfstand. Begegnen Sie sowohl der Marketingabteilung als auch Ihren Agenturen auf Augenhöhe. Denn nur, wenn die interne Zusammenarbeit von Einkauf und Marketing gut funktioniert, kann auch die Zusammenarbeit mit externen Agenturen erfolgreich gestaltet werden.

### ZIELGRUPPE:

Der Workshop richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus dem Einkauf, die mit der Beschaffung von Marketingleistungen, insbesondere Agenturleistungen, betraut sind. Darüber hinaus ist dieser Workshop für Fach- und Führungskräfte aus dem Bereich Marketing interessant, die in der kaufmännischen/steuernden Schnittstelle zu den Agenturen arbeiten und/oder regelmäßig mit dem Einkauf zusammenarbeiten.

### INHALTE:

#### Organisation des Einkaufs von Marketingleistungen

- Positionierung innerhalb der Einkaufsabteilung
- Herausforderungen für den Einkauf von Marketingleistungen
- Hierarchieorientierung vs. Prozessorientierung
- Zentral vs. dezentral vs. vernetzt

#### Die Schnittstelle „Marketing – Einkauf“ in der Praxis

- Der Einkauf als Gestalter und Wertschöpfungspartner
- Auf Augenhöhe mit der Fachabteilung
- Besonderheiten in der Zusammenarbeit mit dem Marketing
- Gestaltung und Optimierung gemeinsamer Abstimmungsprozesse

#### Exkurs: Führung und Steuerung des Marketingeinkaufs

- Die Führungstriade: Management, Führung, Unternehmertum
- Nutzen und Grenzen von Kennzahlen in der Führung
- Ansätze aus Leanmanagement und agilem Management
- Balanced Scorecard und Zielvereinbarungsinstrumente

#### Der Einkauf als Schnittstellenmanager

- Herausforderung: Vernetzung und Schnittstellenmanagement
- Twin:Go – ein Projektansatz für die Praxis
- Problem und Ursache identifizieren, Lösungen gemeinsam finden
- Die Rolle der Kommunikation und der Plattformen

#### Schnittstelle „Marketing und Einkauf – Agentur“ in der Praxis

- Plan-to-Strategy – Warengruppenstrategie und Lieferantenmanagement
- Source-to-Contract – Ausschreibung und Vertrag(sverhandlung)
- Procure-to-Pay – Zusammenarbeit und operative Prozesse
- Hebel und Stellschrauben im Marketingeinkauf

#### Exkurs: Einkauf 4.0 und Digitalisierung im Marketingeinkauf

- Potenziale durch die Digitalisierung des Einkaufs
- Auswirkungen auf Warengruppen im Marketing
- Was ändert sich für den Marketingeinkauf?
- Die IT-Abteilung als dritter Partner im Unternehmen

### METHODIK:

Wissensinput, Fachvorträge, konkrete Fallbeispiele, Gruppenaufgaben, interaktive Diskussionen, Fallstudien und Raum für Erfahrungsaustausch und Optimierung vorhandener Lösungsansätze aus dem Teilnehmerkreis.

### WORKSHOPLEITER:

**Christian Thöne:** Seine Leidenschaft sind die Themen Führung und Veränderung in Einkauf und Vertrieb. Der studierte Wirtschaftsingenieur verfügt über zwei Jahrzehnte Führungserfahrung in diversen nationalen und internationalen Managementfunktionen im Einkauf. Die Themen Einkauf und Marketing begleiten ihn seit Jahren, sowohl aus der Brille des Einkaufsleiters, als auch als ehemaliger Partner einer Management-Beratung aus der Sicht des Prozessgestalters. Heute arbeitet er als selbstständiger Management-Berater und als Executive Coach, er engagiert sich als Referent und Trainer und ist in mehreren Verbänden aktiv.

### CO-REFERENTEN / IMPULSVORTRÄGE:

**Olaf Nolting,** Abteilungsleiter Vertriebsunterstützung, DekaBank Deutsche Girozentrale

**Thomas Tröger,** Leiter Marketingeinkauf, DekaBank Deutsche Girozentrale

### WORKSHOPZEITEN:

09.00 – 17.00 Uhr

Die Pausenzeiten werden individuell zwischen den Teilnehmern und dem Workshopleiter festgelegt.



 DIENSTAG, 24. APRIL 2018 – WORKSHOP B

## DIE EFFIZIENTE KREATIVAGENTUR: ORGANISATION, STRUKTUREN UND PROZESSE

Mehr Agilität in einem sich rasant veränderndem Marktumfeld

### WORKSHOPZIEL:

Die Anforderungen an Kommunikationsagenturen verändern sich dramatisch. Mit mehr vom Gleichen lassen sich die neuen komplexen Aufgabenstellungen nicht lösen. Musterwechsel sind angesagt hin zu innovativeren und **agileren Formen der Führung und Organisation**. Einen Goldstandard für die Organisation gibt es nicht. Jede Agentur benötigt eine individuell passende Lösung. Die jeweiligen Strukturen und Prozesse orientieren sich am Geschäftsmodell, der Kundenstruktur und dem Führungsverständnis. Erfolgreiche Modelle von anderen Agenturen sind anregende Beispiele, aber keine Blaupausen. Im Mittelpunkt stehen die **spielentscheidenden Weichenstellungen wie Führungsverständnis, Erwartungen und Denkmuster** und nicht Tools und Methoden.

### ZIELGRUPPE:

Geschäftsführer und Führungskräfte aus Kommunikationsagenturen.

**Profitieren Sie von  
Erkenntnissen und Beispielen  
aus zehn AgenturCamps!**

### INHALTE:

#### World Café zur aktuellen Situation

- Wesentliche Einflussfaktoren für die Entwicklung Ihrer Agentur
- Umgang mit veränderten Kundenanforderungen und Marktveränderungen
- Hypothesen zu Entwicklungen und Handlungsansätzen

#### Auswirkungen vom Führungsverständnis auf Prozesse

- Rolle und Einfluss von Führungskräften und Entscheidern
- Führungsverständnis und Denkmuster auf dem Prüfstand
- Auswirkungen von Veränderungen im Führungsverständnis auf Prozesse
- Förderung von selbständigem Denken und eigenverantwortlichem Handeln

#### Praxisübung:

##### Ihre Agentur auf dem individuellen Prüfstand

Welches Verständnis von Führung und Zusammenarbeit liegt Ihrer Organisation zugrunde?

#### Gruppendiskussion zur Entwicklung von Lösungsansätzen für eine individuelle Organisationsstruktur

- Jobs suchen sich ihren Weg bis zur Erledigung statt Kapazitätenplanung
- Was konkret wie regeln? Was den handelnden Personen überlassen?
- Rituale und Kommunikationsanlässe als Ergänzung zu Strukturen und Prozessen
- Vom Erfüllungsgehilfen zur eigenständig handelnden Person – neue Anforderungen an Mitarbeiter

#### Arbeitsprozesse an den Kundenanforderungen ausrichten

- Grundsätzliche Ziele für eine gelingende Zusammenarbeit mit den Kunden
- Prozesse gemeinsam mit Kunden gestalten oder lediglich Nahtstellen definieren?

### METHODIK:

Der Workshop startet mit einem World Café, um sofort auf den Punkt zu kommen. Gearbeitet wird gemeinsam sowie in Gruppen, interaktiv und mit unterschiedlichen Methoden. Zur Einstimmung erhalten Sie bereits vor dem Workshop Informationen und inspirierende Links.

### WORKSHOPLEITER:

**Hans-Gerhard Kühn** berät und coacht seit rund 25 Jahren Inhaber, Geschäftsführer und Führungsteams von Kommunikationsagenturen. Die Anforderungen an ihn? Von etablierten Agenturen: Hilf uns, wie ein Start-up zu agieren. Von Neugründungen: Hilf uns, Strukturen und Prozesse zu definieren. Seit 2016 hat er zudem als Initiator und Veranstalter zehn AgenturCamps durchgeführt und damit einen umfassenden Einblick, was Agenturen derzeit beschäftigt und welche Wege sie beschreiten.

### WORKSHOPZEITEN:

09.00 – 17.00 Uhr

Die Pausenzeiten werden individuell zwischen den Teilnehmern und dem Workshopleiter festgelegt.

# KREATIVLEISTUNGEN IM FOKUS

## Einkauf, Marketing & Kreativagentur: Gemeinsam mehr erreichen!

Mit dieser **hochgradig interaktiven Veranstaltung** bieten wir Ihnen Raum **für projektunabhängigen Austausch**. Profitieren Sie von den **Impulsen aus den Fachvorträgen** und erarbeiten Sie in **ergebnisorientierten Workshops** aktiv neue Ideen **zur nachhaltigen Verbesserung bestehender Beziehungen, Prozesse und Schnittstellen** zwischen Einkauf, Marketing und Kreativagentur.

Auswahlverfahren. Erfolgsabhängige Vergütung. Schnittstellenmanagement. Ausschreibungen. Wertschätzung. Gestalten und Entscheiden. Beziehungsmanagement. Strukturen & Prozesse. Umgang mit Kostendruck. Fair verhandeln. New Work. Agenturbriefing. Zusammenarbeit. Innovationen. Digitalisierung.

### \*NEU: Interaktive Arbeitssessions

In kleinen Arbeitsgruppen zu vorab grob definierten Themenblöcken formulieren Sie gemeinsam eine konkrete Fragestellung. Hier können Sie Ihre **individuellen Themen** direkt einbringen. Durch den Einsatz **ergebnisorientierter Moderationstechniken** – wie Design Thinking oder Storytelling – erhalten Sie nach rund 90 Minuten **konkrete Ergebnisse für Ihren Arbeitsalltag**. Die Ergebnisse aller Sessions stehen im Anschluss der Veranstaltung zum Download zur Verfügung.

Bitte beachten Sie, dass die Teilnehmerzahl begrenzt ist. Eine vorherige Anmeldung ist nötig.

### \*\*NEU: Offene Diskussionsrunden unter Einbezug der Teilnehmer

Ihre Meinung ist gefragt! Nutzen Sie die interaktiven Diskussionsrunden, um mit den Vertretern auf dem Podium, aber auch den Teilnehmern vor Ort ins Gespräch zu kommen. Profitieren Sie von Erfahrungen, Meinungen und provokanten Thesen. Holen Sie sich **neue Impulse für Ihre Arbeitspraxis**.

Profitieren Sie zudem von hervorragenden Netzwerkmöglichkeiten mit Experten und Fachkollegen!

## VERANSTALTUNGORT

### nhow Berlin – Design Hotel. Event-Location. The place to be.

Dieses einzigartige Hotel direkt am Spreeufer wurde vom renommierten Innenarchitekten Karim Rashid gestaltet und mit dem Conference & Incentive Travel Excellence Award als „Best Overseas Conference Venue“ ausgezeichnet. Es verbindet die neuesten Trends rund um Musik, Design, Kunst und Mode.



## VERANSTALTER



**Bundesverband Materialwirtschaft,  
Einkauf und Logistik e.V. - BME**

Bolongarostraße 82  
65929 Frankfurt/Main  
Tel.: +49 69 30838-200  
E-Mail: anmeldung@bme.de  
www.bme.de



**Gesamtverband Kommunikations-  
agenturen GWA e.V.**

Neue Mainzer Straße 22  
60311 Frankfurt/Main  
Tel.: +49 69 256008-0  
E-Mail: info@gwa.de  
www.gwa.de

## ANSPRECHPARTNER

### INHALTLICHE FRAGEN

**Hendrikje Azzahidi**  
Tel.: +49 69 30838-234  
hendrikje.azzahidi@bme.de

**Dr. Ralf Nöcker**  
Tel.: +49 69 256008-23  
ralf.noecker@gwa.de

### ANMELDUNGEN

**Jacqueline Berger**  
Tel.: +49 69 30838-200  
jacqueline.berger@bme.de

### PARTNER/AUSSTELLER

**Sarah Ruddat**  
Tel.: +49 69 30838-124  
sarah.ruddat@bme.de



So melden Sie sich an:

Fax: +49 69 30838-299 | Tel.: +49 69 30838-200 | [www.bme.de/kreativleistung](http://www.bme.de/kreativleistung)



DIALOGPOST  
Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE Port payé

BME e.V. · Bolongarostraße 82 · 65929 Frankfurt am Main

GWA



## INFORMATIONEN

### Veranstungstermin und -ort

Montag, 23. April 2018: 09.00 – 17.45 Uhr  
Dienstag, 24. April 2018: 09.00 – 17.00 Uhr

### nhow Hotel Berlin

Stralauer Allee 3  
10245 Berlin  
Tel.: 030 2902990  
EZ: 119,- € inkl. Frühstück

Die Zimmerreservierung nehmen Sie bitte selbst unter dem Stichwort „BME“ vor. Für Stornierungen oder Umbuchungen ist der Teilnehmer selbst verantwortlich. Bitte beachten Sie, dass das Zimmerkontingent nur bis zum 26.03.2018 gültig ist.

### Teilnahmegebühr

#### Konferenz und 1 Workshop:

Bis zum 15.03.2018 Frühbucherrabatt von 200,- €  
895,- statt 1.095,- € zzgl. MwSt.

#### Konferenz:

Bis zum 15.03.2018 Frühbucherrabatt von 100,- €  
595,- statt 695,- € zzgl. MwSt.

In der Teilnahmegebühr sind enthalten:

- Ergebnisse aus den Vorträgen als Online-Tagungsunterlagen
- Kaffeepausen
- Mittagessen und Pausengetränke

Bitte beachten Sie, dass die Teilnehmeanzahl bei den Workshops und Arbeitssessions begrenzt ist!

### Anmeldebestätigung

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie von uns eine Anmeldebestätigung. Bitte überprüfen Sie die korrekte Schreibweise Ihres Namens und Ihrer Firmierung. Der Anmeldebestätigung sind die Anschrift, Telefon-/Fax-Nummer des Veranstaltungsortes sowie die Rechnung beigelegt.

### Referentenwechsel

Fällt ein Dozent aus Krankheit oder sonstigen unvorhergesehenen Gründen kurzfristig aus, kann der Veranstalter, um eine Absage der Veranstaltung zu vermeiden, einen Wechsel des Dozenten vornehmen und/oder den Programmablauf einer Veranstaltung ändern, sofern dies nicht unzumutbar ist.

### Rücktritt/Stornierung

Bei Absagen innerhalb von 4 Wochen vor dem Veranstaltungsbeginn bitten wir um Verständnis, dass eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 20% des Veranstaltungspreises berechnet wird. Bei Rücktritt innerhalb von 2 Wochen vor dem Veranstaltungsbeginn oder Nichterscheinen wird die volle Gebühr berechnet. Ersatzteilnehmer werden akzeptiert. Absagen sind schriftlich mitzuteilen.

### Datenschutz

Ihre Daten werden für die interne Weiterverarbeitung und eigene Werbezwecke, der BME- und der GWA-Gruppe, unter strikter Einhaltung des BDSG gespeichert. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des BME e.V.

Änderungen vorbehalten.

253018021

Ja, ich möchte an der GWA/BME-Kooperationsveranstaltung **Kreativleistungen im Fokus** wie folgt teilnehmen:

- Konferenz + 1 Workshop       Workshop A    oder     Workshop B  
 Konferenz

Ich möchte an folgenden Arbeitssessions teilnehmen:

- Session 1     Session 2     Session 3     Session 4  
 Session 5     Session 6     Session 7     Session 8

- Ja, ich möchte die GWA/BME-Kooperationsveranstaltung **Kreativleistungen im Fokus** als Marketingplattform nutzen und bitte um Kontaktaufnahme.

**Bei Buchung bis zum  
15.03.2018 sparen  
Sie bis zu 200,- €**

### Teilnehmer 1:

Name  Vorname   
 Position  Abteilung   
 Telefon  Fax   
 E-Mail

### Teilnehmer 2:

Name  Vorname   
 Position  Abteilung   
 Telefon  Fax   
 E-Mail

Firma   
 Straße/Postfach  PLZ/Ort   
 Telefon  Fax   
 Datum/Unterschrift

Abweichende Rechnungsanschrift:

Abteilung   
 Straße/Postfach  PLZ/Ort

KON-GWA

Verfolgen Sie den BME in den sozialen Netzwerken: [www.bme.de/social](http://www.bme.de/social)

