

Vom Konflikt zur Kooperation!

EINKAUF & KREATIVAGENTUR

20. Mai 2019 | Offenbach am Main

Erstmalig in diesem Jahr: Agenturfieldtrips – besuchen Sie eine von fünf Kreativagenturen!

Bei Buchung bis
zum 31. März
sparen Sie bis zu
200,- Euro.

21. Mai 2019 Workshops

Workshop A: Einkauf von digitalen Werbeflächen für Procurement Manager!

Workshop B: Alles zu Agenturbeziehungen & -vergütungen!



KONFERENZTAG

ab 08.30 Uhr Morgendliches Get-together

- 09.00 Uhr **Begrüßung der Teilnehmer und Eröffnung der Veranstaltung**
Stephan Chassaing de Bourdeille, Digital Expert, vormals Vice Head of Group Procurement, Axel Springer SE
- 09.15 Uhr **Einkauf und Kreativagentur – wie gelingt die Zusammenarbeit langfristig?**
- Vorteile: erkennen, benennen und erfolgreich nutzen
 - Step on the other side: Perspektivenwechsel wagen
 - New Work: Konflikte war gestern, Zusammenarbeit ist heute!
- Stephan Chassaing de Bourdeille**
- 10.00 Uhr Impulsvortrag: **Richtig einkaufen, nicht billig. Vom Wert der Kreation im Marketing**
Volker Weinlein, Chief Marketing Officer, Katjes International GmbH & Co. KG
- Diskussion: **Wie verändert sich die Rolle des Einkaufs, wenn es um Marketing geht?**
Heidi Hellinger-Bauer, Global Head of Marketing & Communication Procurement, Allianz Technology SE
Viktoria Sass, Head of Indirect Group Purchasing – Marketing & Store Equipment, Douglas GmbH
Volker Weinlein
 Moderation: **Stephan Chassaing de Bourdeille**
- 10.45 Uhr **Kaffee- und Teepause; im Anschluss Abfahrt für die Teilnehmer der Fieldtrips**
- 11.30 - 14.00 Uhr **AGENTURFIELDTRIPS: Wie entsteht Kreativität und wie können Einkauf & Kreativagentur den Kreativitätsprozess verbessern?**

Ablauf: Führung durch die Agentur, Vortrag, Diskussionsrunde, Lunch

DAMM & BIERBAUM

Agentur für Marketing und Kommunikation

**Unsere Pain-Points mit dem Einkauf:
 Ein Erfahrungsbericht – Ansätze für eine
 bessere Zusammenarbeit**

Philipp Bierbaum, Geschäftsführer, Damm & Bierbaum

Moderation: **Mathias Bäcker**, Leiter Einkauf
 Marketing/Procurement Retail Germany, innogy SE

INNOCEAN

WORLDWIDE EUROPE

**Was Sie schon immer über eine Inhouse Agentur
 wissen wollten**

Andreas Cordt, Chief Operating Officer Europe,
 Innocean Worldwide

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

MOVINGK

**Steps von einer Filmprojekt-Anfrage zu einem
 vergleichbaren Angebot**

Sabine Gehrish, CEO, **Jan Leister**, Executive
 Producer, **Nadine Müller**, Chief Creative Officer,
 G&K Film AG (MovinGK)

Moderation: **Volker Weinlein**, Chief Marketing
 Officer, Katjes International GmbH & Co. KG



**From „frenemy“ to „friends“ – Kreativität
 verbindet**

Helmut Hechler, CFO, und
Chaichana Sinthuaee, CEO, Ogilvy

Moderation: **Stephan Löffler**, Senior
 Zentraleinkäufer Marketing, Targobank AG

taste!

DIE MARKENAPPETITMACHER®

**Honorarmodelle einer mittelständigen
 Agentur für mittelständige Kunden**
Lukas Dudek, Geschäftsführer, taste!

Moderation: **Tom Stehr**, Senior Category Manager
 NPM – Corporate Purchasing, Körber AG

- 14.30 Uhr **Ankunft im Hotel, im Anschluss Kaffee- und Teepause**
- 15.00 Uhr **Hands on: Kritische Reflexion der Agenturfieldtrips**
 Ergebnisse aus den Agenturführungen werden gemeinsam diskutiert
- 16.00 Uhr **„New Work im Einkauf“ – was soll daran neu sein?!**
- Aufräumen mit Klischees: Der Einkauf arbeitet nicht im stillen Kämmerlein
 - Erfolgsfaktor im Einkauf: Kommunikation
 - Agiles und crossfunktionales Arbeiten – ein Vorteil für jeden!
- Nicola Butterwegge**, Chief Procurement Officer, AXA Konzern AG
- 16.45 Uhr **Besonderheiten der Markenführung im Sport – Grundlagen & Herausforderungen (auch am Beispiel der Marke Mainz 05)**
- „Vom Feeling her ein gutes Gefühl“ – Emotionalität in der Sportmarkenführungen
 - „Nicht mal schwimmen kann der“ – Kritik als Basis der Sportmarkenführung
 - „Jede Seite hat zwei Medaillen!“ – zwischen B2C und B2B in der Sportmarkenführung
 - „From the cradle to the crave“ – Markenloyalität zum (Alb)träumen?
- Dr. Michael Welling**, Direktor Marketing und Vertrieb, 1. FSV Mainz 05 e.V.
- 17.30 Uhr Ende der Veranstaltung

WORKSHOP A: EINKAUF VON DIGITALEN WERBEFLÄCHEN FÜR PROCUREMENT MANAGER!

WORKSHOPZIEL:

Erhöhung Ihres digitalen Mediawissens mit dem Ziel, bewusste Investitions-Entscheidungen zu treffen

IHR NUTZEN:

- Marktverständnis für digital Media – ohne Buzzwords!
- Wissen um die verschiedenen digitalen Kanäle, deren Spezifika und Einkaufsmodelle
- Holding the agency accountable – sichere Führung von Media-Agenturen!

ZIELGRUPPE:

Mit diesem Workshop richten wir uns branchenübergreifend an Fach- und Führungskräfte aus dem Marketing-einkauf und dem Marketing, die sowohl in der internen, als auch der externen Zusammenarbeit mit Media- und Kreativagenturen beteiligt sind.

INHALTE:

DER ONLINEMARKT: MARKTVERSTÄNDNIS FÜR DIGITAL MEDIA – OHNE BUZZWORDS!

- Marktentwicklung & -trends
- Insights zu Werbeformen
- Ad Verification (Ad fraud!)

EINKAUF VON MEDIALEISTUNGEN: VERSCHIEDENE DIGITALE KANÄLE, DEREN SPEZIFIKA UND EINKAUFSMODELLE

- Klassischer digitaler Einkauf
- Insights: YouTube & Facebook
- Deep Dive: Programmatischer Einkauf

„HOLDING THE AGENCY ACCOUNTABLE“ – WIE FÜHREN SIE IHRE MEDIA-AGENTUR?

- Compliance: Wie kann Mediaeinkauf vertragskonform sichergestellt werden?
- Qualität: Welchen Einfluss hat die Qualität auf die Einkaufspreise?
- Transparenz: Wissen, wer welche Leistung erbringt und was diese kostet

METHODIK:

Vortrag, Praxisbeispiele, Checklisten, Diskussion

WORKSHOPLEITER:

Oliver Migge, CDO, Independent Media Guides GmbH

Oliver Migge ist Digitaler der ersten Stunde und blickt auf eine mehr als 20-jährige erfolgreiche Berufserfahrung im Bereich Media zurück. Er weist Kunden den Weg durch das digitale Labyrinth mit dem klaren Anspruch, Relevantes von Irrelevantem zu trennen, um die Effizienz zu optimieren.

Ronny Becker, COO, Independent Media Guides GmbH

Den Kommunikationswissenschaftler reizt die Optimierung des Zusammenspiels aus und die richtige Balance zwischen Effizienz und Effektivität. Für IMEDIAG setzt er seine Fähigkeiten insbesondere dafür ein, Kunden Steuerbarkeit und Entscheidungskompetenz für Ihre Medieninvestitionen durch Transparenz und klare Empfehlungen zurückzugeben.

WORKSHOPZEITEN:

09.30 – 17.00 Uhr

Die Pausenzeiten werden individuell zwischen den Teilnehmern und den Workshopleitern festgelegt.

WORKSHOP B: ALLES ZU AGENTURBEZIEHUNGEN & -VERGÜTUNGEN!

WORKSHOPZIEL:

Praxistipps und kritische Erkenntnisse zu den Themen Agentursteuerung und -vergütung zur Verbesserung Ihrer Agenturbeziehungen

IHR NUTZEN:

- Klarheit über Wirkzusammenhänge im Agentur-Einkauf
- Best-Practice für Marketers zu Agentur-Beziehungen
- Kritische Erkenntnisse zu Buzzwords und ein guter Dialog zur Agenturseite

ZIELGRUPPE:

Dieser Workshop richtet sich branchenübergreifend an Fach- und Führungskräfte aus dem Marketingeinkauf und dem Marketing, die sowohl in der internen als auch der externen Zusammenarbeit mit Kreativagenturen beteiligt sind.

INHALTE:

UNTERSCHIEDLICHE VERGÜTUNGSMODELLE UND IHRE PROS & CONS

- Welche Vergütungsmodelle gibt es? Was sind ihre Vor- und Nachteile?
- Ist performance-based Remuneration/leistungsbezogene Vergütung sinnvoll?
- Sind lange Zahlungsziele sinnvoll?
- Ist „billig“ einkaufen sinnvoll?

RICHTIGE AGENTURAUSSWAHL/RICHTIG PITCHEN

- Wie häufig schreibt man fortlaufende Aufgaben neu aus?
- Wie funktioniert ein Pitch?
- Warum zahlen Profis immer eine faire Pitch-Fee?
- Ist ein Pitch überhaupt der richtige Weg zu einer neuen Agentur?
- Alles über Chemistry Meetings

BRIEFINGS

- Wie weiß die Agentur, was man von ihr möchte?
- Schriftlich, mündlich, Workshop?
- Briefing-Übung

RICHTIGE AGENTURJAHRESGESPRÄCHE

- Warum einseitige Bewertungen keinen Sinn machen
- Warum bloße Schulnoten keinen Sinn machen
- Wie man mittels richtiger Jahresgespräche die perfekte Agenturbeziehung schneidert

METHODIK:

Interaktiver Vortrag gepaart mit Praxis-Übungen

WORKSHOPLEITER:

Sören C. Sörensen, Managing Partner, AGENCY SCAN

Sören C. Sörensen ist ein Globaler Agenturleistungs-Einkäufer, Agentur-Vertrags-Experte und erfolgreicher Agenturgründer. Seine Expertise auf allen Seiten der Agentur-/Marketing-/Einkaufs-Wertschöpfungskette bieten eine ideale Handlungsbasis für Marketers und Einkäufer. Er ist wie wenig andere mit der Schnittstelle zwischen Kunden und Agenturen vertraut.

WORKSHOPZEITEN:

09.30 – 17.00 Uhr

Die Pausenzeiten werden individuell zwischen den Teilnehmern und dem Workshopleiter festgelegt

ÜBER DIE VERANSTALTUNG

Die Zusammenarbeit zwischen Einkaufsverantwortlichen und Vertretern von Kreativagenturen verläuft selten konfliktfrei: mangelnde objektive Vergleichbarkeit von Kreativleistungen, konträre Preispositionierungen, divergierende Vorstellungen des fertigen Produkts.

Miteinander kommunizieren müssen sie trotzdem und im Idealfall funktioniert das so gut, dass eine erfolgreiche Zusammenarbeit entsteht. Wie das funktionieren kann, erfahren Sie auf der gemeinsam organisierten Konferenz von BME und GWA. Mit der Konferenz "Einkauf & Kreativagentur" bieten wir Ihnen Raum für projektunabhängigen Austausch auf Augenhöhe.

Freuen Sie sich auf...

Inspirierende Praxisreferenten:

u.a. Stephan Chassaing de Bourdeille, **Axel Springer SE** | Heidi Hellinger-Bauer, **Allianz Technology SE** | Viktoria Sass, **Douglas GmbH** | Volker Weinlein, **Katjes International GmbH & Co. KG** | Nicola Butterwegge, **AXA Konzern AG** | Dr. Michael Welling, **1. FSV Mainz 05 e.V.**

Interaktive Field Trips:

Besuchen Sie eine von fünf Kreativagenturen: Damm & Bierbaum | Innocean Worldwide | G&K Film AG | Ogilvy | taste!

Vom Konflikt zur Kooperation:

Neue Ideen zur nachhaltigen **Verbesserung bestehender Beziehungen, Prozessen und Schnittstellen** zwischen Einkauf & Kreativagentur

Hands-on:

Besuchen Sie auch unsere zwei praxisnahen Workshops:

Workshop A: Einkauf von digitalen Werbeflächen für Procurement Manager!

Digitales Mediawissen erhöhen – bessere Investitionsentscheidungen treffen!

Workshop B: Alles zu Agenturbeziehungen & -vergütungen!

Agentursteuerung und -vergütung verstehen – Agenturbeziehung langfristig verbessern!

TERMINE UND ORT

Montag, 20. Mai 2019: 08.30 - 17.30 Uhr

Dienstag, 21. Mai 2019: 09.30 - 17.00 Uhr

Delta Hotels by Marriott Frankfurt/Offenbach

Kaiserleistraße 45

63067 Offenbach am Main

Tel.: 069 668 1500

EZ: 139,- € 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 22.04.2019 gültig ist.

ANSPRECHPARTNER

Inhaltliche Fragen:

Sarah Jaax

BME Akademie GmbH

Tel: 06196 5828-254

sarah.jaax@bme.de

Anmeldungen:

Jacqueline Berger

BME Akademie GmbH

Tel.: 06196 5828-200

jacqueline.berger@bme.de

Partner/Aussteller:

Roland Knoor

BME Marketing GmbH

Tel.: 06196 5828-113

roland.knoor@bme.de

Dr. Ralf Nöcker

GWA e.V.

Tel.: 069 25 60 08 23

ralf.noecker@gwa.de

Veranstalter:



**Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik e.V. - BME**
Frankfurter Straße 27
65760 Eschborn
Tel.: 06196 5828-200
E-Mail: anmeldung@bme.de
www.bme.de



**Gesamtverband Kommunikations-
agenturen GWA e.V.**
Neue Mainzer Straße 22
60311 Frankfurt/Main
Tel.: 069 256008-0
E-Mail: info@gwa.de
www.gwa.de



BME e.V. · Frankfurter Straße 27 · 65760 Eschborn

Ja, ich möchte an der GWA/BME-Kooperationsveranstaltung Einkauf und Kreativagentur teilnehmen.

- Konferenz + Workshop A
 Konferenz

Konferenz + Workshop B

- Ja, ich möchte die GWA/BME-Kooperationsveranstaltung Einkauf & Kreativagentur als Marketingplattform nutzen und bitte um Kontaktaufnahme.

Teilnehmer 1

Name Vorname
Position Abteilung
Telefon
E-Mail

Teilnehmer 2

Name Vorname
Position Abteilung
Telefon
E-Mail

Firma
Straße PLZ/Ort
Telefon
Datum/Unterschrift

Abweichende Rechnungsanschrift

Abteilung
Straße PLZ/Ort

Internet 253019021

Teilnahmegebühr

Konferenz und 1 Workshop
Bis zum 31.3.2019 Frühbucherrabatt von 200,- €
895,- statt 1.095,- € zzgl. MwSt.

Konferenz
Bis zum 31.3.2019 Frühbucherrabatt von 100,- €
595,- statt 695,-€ zzgl. MwSt.

In der Teilnahmegebühr sind enthalten:

- Ergebnisse aus den Vorträgen als Online-Tagungsunterlagen (soweit freigegeben)
- Kaffeepausen
- Mittagessen und Pausengetränke

Bitte beachten Sie, dass die Teilnehmeanzahl bei den Workshops 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

Informationen, wie wir mit Ihren personenbezogenen Daten umgehen, erhalten Sie unter www.bme.de/datenschutz.

AGB

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des BME e.V., zu finden unter www.bme.de/agb.