

13 Stellenanzeigen
Über 350 Jobs online



Werben & Verkaufen

LOTHAR KORN
 BURKHARD LEIMBROCK
 S. JAMIN, B. KNECHT
 MARCUS RIEKE
 RENÉ OBERMANN
 ANDREAS TORNER
 LEO KIRCH
 PETER KOWALSKY
 BERNHARD HEITZER
 AMIR KASSAEI
 PHILIPP SCHINDLER
 BODO HOMBACH
 STEFAN VON HOLTZBRINCK
 GÖTZ MÄUSER
 MARKUS BIERMANN
 ANDREAS WIELE
 MARKUS CONRAD
 HARTMUT OSTROWSKI
 CHRISTIANE ZU SALM
 ALFONS FRENK
 RUDOLF GRÖGER
 JENS-UWE STEFFENS
 DIRK HUEFNAGELS
 BERNHARD FISCHER-APPELT
 PETER WÜRTEMBERGER

RENÉ LAMSFUSS
 YORK VON HEIMBURG
 JAN HARDORP
 THOMAS HEILMANN
 MICHAEL PREISWERK
 CHRISTIAN SEIFERT
 JOACHIM HUNOLD
 FRIEDRICH VON ZITZEWITZ
 URSULA VON DER LEYEN
 PAUL-BERNHARD KALLEN
 UWE VORKÖTTER
 OLIVER STEIL
 HENNER RINSCHKE
 ERWIN LINNENBACH
 ROLE DIETER LAFRENZ
 SABINE KLAAS
 ULRICH HEGGE
 RAINER ESSER
 DIETRICH MATESCHITZ
 STIPO JURIC
 ULRICH KUBAK
 RAINER HECKER
 DAVID MONTGOMERY
 JULIA MENNINGA
 DIRK STRÖER

THOMAS STRERATH
 JOCHEN SENGPIEHL
 GREGOR DORSCH
 DANIEL BOLDIN
 LARS-JOACHIM ROSE
 A. BÖKER, M. PANTELOURIS
 MANFRED MANDEL
 SAMWER BRÜDER
 TONIO KRÖGER
 FRANK ROEBERS
 MATTHIAS FALKENBERG
 AXEL GLEIE
 DETLEV BUCK
 DETLEF GRAP
 CATHARINA CRAMER
 FLORIAN HALLER
 CLAUDIA LANGER
 JAN ROSENKRANZ
 JASON LUSTY
 ESTHER RAFF
 KATHARINA BORCHERT
 WOLFRAM WINTER
 MARCUS ENGLERT
 PHILIPP WELTE
 CHRISTIAN SCHMALZL

STEFAN RAAB
 SEBASTIAN TURNER
 BERND MICHAEL
 MANFRED BRAUN
 OLAF SPRUNG
 HEINZ-JÜRGEN KROGNER
 GERHARD SCHÖPS
 JOCHEN ZEITZ
 ANDREAS LEBERT
 MANUEL LÓPEZ
 JOHANN LAFER
 MANFRED KLUGE
 FRANK POPSEL
 WERNER D'INKA
 HANS-JÜRGEN GRABIAS
 MAGNUS KASTNER
 JOEL BERGER
 CHRISTOPH FEY
 INGO HOFFMANN
 DÖRTE SPENGLER-AHRENS
 JAN MÖLLENDORF
 MARCEL REICHART
 A. REINS, V. CLASSEN
 OLAF GÖTTGENS
 FRANK HOFFMANN



Es sind die wahren Macher der Marken und Medien. Es sind nicht die Schwätzer, von denen jede Menge durch Medienhäuser und Agenturen stolzieren. Die Samwer-Brüder, Stefan von Holtzbrinck, Philipp Schindler & Co. sind die Manager, die am meisten bewegt

Bewegende Manager

haben, um in der Zukunft am meisten bewegen zu können. Die fabelhaften Samwer-Boys etwa haben ein glückliches

Händchen im Online-Geschäft: Was sie anfassen, von Jamba über MyVideo bis zu Loklisten, wird vergoldet (S. 14). Voll ins Risiko stürzt sich auch Stefan von Holtzbrinck, der bis 2011 ein Viertel des Konzerngesamtumsatzes durch das Internet erwirtschaften will (S. 16). Und Nordeuropa-Chef Philipp Schindler mischt mit seiner Innovationsmaschine Google den ganzen Werbemarkt auf (S. 16). Aber nicht nur die Top 3 der 100 wichtigsten Manager der Kommunikationsbranche sind Macher. So erklimmt Christiane zu Salm mit ihrer Berufung zum Burda-Vorstand wenige Tage vor Redaktionsschluss noch einige Plätze (S. 22). Auch Politiker wie Ursula von der Leyen (S. 26) oder Regisseure wie Detlev Buck (S. 30) finden sich in der prominenten Liste, die von der W&V-Redaktion zusammengestellt wurde. Selbst der vermeintlich letzte Platz gehört einem der Besten: dem Medienmanager Frank Hoffmann, der als Geschäftsführer den Sender Vox weiterhin kräftig nach vorn führt. Ein wahrer Macher, einer von 100.

Jochen Kalka

Jochen Kalka, Chefredaktion

✉ chefredakteur@wuv.de

Lesen!



Marketing handlungsorientiert, verständlich, aktuell

Von Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Gießen, Prof. Dr. Andreas Herrmann, St. Gallen und Prof. Dr. Henrik Sattler, Hamburg
2. Auflage. 2008. XX, 468 Seiten, vierfarbig.
Kartonierte € 29,-



Eine Ideenfundgrube für jeden Markenmanager

Herausgegeben von Prof. Dr. Hans H. Bauer, Dipl.-Kfm. Frank Huber und Dipl.-Kffr. Carmen-Maria Albrecht
2008. IX, 525 Seiten. Gebunden € 69,-

Jetzt bei Ihrem Buchhändler oder bei:

Verlag Vahlen, München,

Fax: 089/38189-402

E-Mail: bestellung@vahlen.de

www.vahlen.de

**VERLAG
VAHLEN
MÜNCHEN**

53 Jochen Sengpiehl

Executive Director Marketing, VW

VW schafft den Spagat zwischen innovativen Werbe-Ideen und stringenter Markenführung.

VW überraschte mit der bis dato größten Out-of-Home-Kampagne, dem viralen Fahrschüler Horst Schlämmer alias Hape Kerkeling sowie Heidi Klum und Seal als Markenbotschafter für VW. Mit dem neuen Markenclaim „Das Auto“ und dem Markenversprechen „Driving ideas“ will Jochen Sengpiehl im neuen Jahr weitere Überraschungen bringen, insbesondere im Bereich Sponsoring.

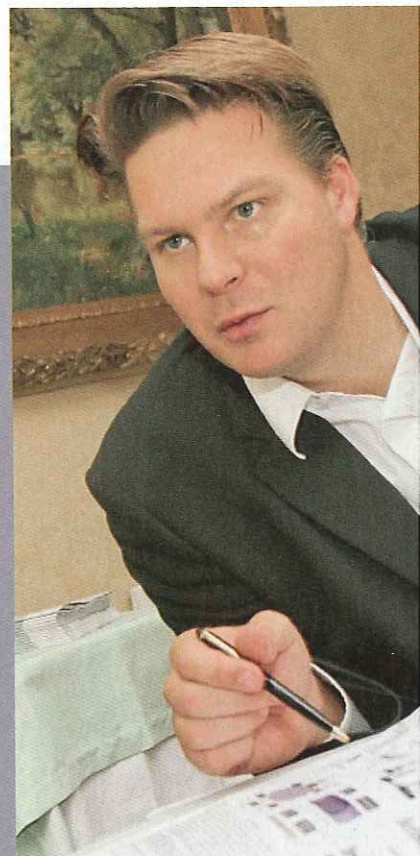


54 Gregor Dorsch

Geschäftsführung Syntops

Die nach eigenen Vorlieben zusammengestellte gedruckte Tageszeitung ist sein Ziel.

Für die „Personal News“ des Diplom-Pädagogen kann der Leser je nach Interesse etwa das Feuilleton der *Welt* mit dem Wirtschaftsteil der *Washington Post* kombinieren. Mitte 2008 stellt Dorsch ein Pilotprojekt in Kooperation mit der Schweizerischen Post in Aussicht. Bis dahin ist der Chorsänger (Bass) nicht untätig – eignen sich die Möglichkeiten doch ebenso für individuelle Kundenzeitschriften, Kataloge und Werbung. Auch hier hat der 32-Jährige einige Testkunden wie Operaplus und Ricoh gewonnen. Für die Geschäftsidee und die zugrunde liegende eigenentwickelte Software-Lösung erhielt Syntops mehrere Gründerpreise.



55 Daniel Boldin

Geschäftsführer, myby

Arcandor und Springer haben hohe Erwartungen an ihren Online-Shop. Eine halbe Milliarde Umsatz soll ihnen myby in spätestens fünf Jahren einbringen. Bisher war der Online-Handel mit Heim-Elektronik rein preisgetrieben. Boldin versucht es jetzt mit Service: Top-Beratung am Telefon und per IPTV, Lieferung innerhalb 24 Stunden.



56 Lars-Joachim Rose

Verleger der Klambt-Gruppe

Der Pfälzer launcht im Frühjahr eine deutsche Ausgabe des Magazins OK!. Im People-Segment sieht er noch Platz. Der Herausgeber von bereits rund 60 Blättchen will ihn mit *OK!* füllen: „Wir holen die weltweit erfolgreichste Celebrity-Zeitschrift nach Deutschland.“ Weil die Pfalz für Promis nicht eben der Nabel der Welt ist, mit Redaktionssitz Hamburg.



57 A. Böker, M. Pantelouris

Gründer des Burda-Projekts IVY

Der „Lifestyle of Health and Sustainability“, kurz LOHAS, inspirierte die „Max“-Macher Alexander Böker (r.) und Michalis Pantelouris zu einer Website mit Printmagazin. Konsumkritisches Verhalten steht nicht mehr im Widerspruch zu einem schicken Lifestyle – das haben die beiden erkannt. Bei Erfolg kommt ihr Magazin 2008 monatlich.



58 Manfred Mandel

CMO International Real

Der Chef-Marketer muss die angeschlagene Marke Real aufpolieren. Bei seinem alten Arbeitgeber Rewe hat Mandel in Sachen Retail Branding und Handelswerbung neue Maßstäbe gesetzt. Sein Real-Job ist noch um einiges härter, gilt die SB-Kette als schwerer Sanierungsfall. Viel Zeit bleibt Mandel nicht, die Geduld der Metro Group mit der seit Jahren kränkelnden Marke ist begrenzt.

