

PROJEKTÜBERSICHT

AUTOMOBIL

Projekt:	Internationale Verkäuferschulung für den neuen SEAT Ibiza // Tarragona, Spanien
Agentur:	<ul style="list-style-type: none">• Zibert + Friends, München
Kunde:	<ul style="list-style-type: none">• SEAT
Aufgaben:	<ul style="list-style-type: none">• Kommunikation aller eventrelevanter Informationen sowie Aufbereitung und Übermittlung von Materialien
Details:	<ul style="list-style-type: none">• Vorbereitung von Vorbereitungsworkshops und dem Train the Trainer mit den Verantwortlichen der teilnehmenden Märkte• Organisation und Koordination von Übersetzungen der Schulungsmaterialien• 4-wöchige Veranstaltung (Mai/Juni 2017), Back-to-Back, 24 Std. pro Slot, insgesamt ca. 40 Märkte aus aller Welt, 288 Teilnehmer je Veranstaltungstag, in Summe 5.600 Teilnehmer• Vorgelagert der Veranstaltung mussten alle Teilnehmer ein eTraining durchlaufen.

Projekt:	Internationale Verkäuferschulung für Jaguar Landrover // Portugal
Agentur:	<ul style="list-style-type: none">• kogag : brand activation, Solingen
Kunde:	<ul style="list-style-type: none">• Jaguar Landrover
Aufgaben:	<ul style="list-style-type: none">• Kommunikation aller eventrelevanter Informationen sowie Aufbereitung und Übermittlung von Materialien
Details:	<ul style="list-style-type: none">• Sechswöchige Veranstaltung (März 2018), Back-to-Back, 24 Std. pro Slot, mit Märkten aus aller Welt

PROJEKTÜBERSICHT

ONLINE

- | | |
|-----------|--|
| Projekt: | JET 2021, Hamburg |
| Agentur: | <ul style="list-style-type: none">• OnActive, Köln |
| Kunde: | <ul style="list-style-type: none">• HanseMerkur Versicherung |
| Aufgaben: | <ul style="list-style-type: none">• Projektleitung, Teilnehmermanagement, Vor-Ort-Betreuung |
| Details: | <ul style="list-style-type: none">• Jahres-Kick Off mit anschließender Abendveranstaltung (Kochevent mit Nelson Müller)• Dazu wurden im Vorfeld individuelle Koch- & Weinboxen an die ca. 1.000 Teilnehmer versendet• Gesendet wurde aus zwei Studios (Tages- & Abendlocation)• Für möglichst viel Interaktivität wurden einige Teilnehmer live ins Studio geschaltet |
| Projekt: | mRNA Kongress 2021, Mannheim |
| Agentur: | <ul style="list-style-type: none">• WE Communications, Frankfurt |
| Kunde: | <ul style="list-style-type: none">• BioNTech |
| Aufgaben: | <ul style="list-style-type: none">• Projektleitung Bereich Open Stage |
| Details: | <ul style="list-style-type: none">• Tagesveranstaltung mit mehreren 1.000 Teilnehmern mit praxisbezogenen Vorträgen zur fachgerechten Durchführung der mRNA-Impfung mit zwei Bühnen (BioNTech & Open Stage)• Gesendet wurde aus einem Studio in Mannheim• Die Besonderheit hier war, dass alle Referent:innen ebenfalls zugeschaltet wurden. |

PROJEKTÜBERSICHT

HYBRID

Projekt:	RadKONGRESS 2022, Mannheim
Agentur:	<ul style="list-style-type: none">• tippingpoints, Bonn
Kunde:	<ul style="list-style-type: none">• Verkehrsministerium Baden-Württemberg
Aufgaben:	<ul style="list-style-type: none">• Projektleitung, Vor-Ort-Betreuung• Kongress mit vorangehender Abendveranstaltung
Details:	<ul style="list-style-type: none">• Ca. 500 Teilnehmer vor Ort, bis zu 1.000 Teilnehmer online• Der 2. RadKONGRESS Baden-Württemberg richtet sich an alle Akteure der Radverkehrsförderung im Land. Er bietet der Fachöffentlichkeit aus Politik, Verwaltung, Verbänden und Vereinen, Wissenschaft und Wirtschaft eine Plattform, um sich auszutauschen, die landesweiten Anstrengungen zur Radverkehrsförderung sichtbar zu machen sowie politische Signale und neue Schwerpunkte zu setzen.

FASHION

Projekt:	Levi's Product Training Tour // Köln, Hamburg, Offenbach, Berlin, München, Wien
Kunde:	<ul style="list-style-type: none">• Levi's
Aufgaben:	<ul style="list-style-type: none">• Projektleitung, Vor-Ort-Betreuung
Details:	<ul style="list-style-type: none">• 120 - 250 Pax, Store staff of wholesale• Veranstaltungsort / Erscheinungsbild: In Übereinstimmung mit dem Ansatz „Zentrum der Kultur“, d.h. alle Marketingaktivitäten basieren auf den Werten: Einfühlungsvermögen, Originalität, Integrität und Mut innerhalb des Markendreiecks von Levi's bestehend aus: 1. Denim-Kompetenz, 2. Authentischer Selbstausdruck, 3. Zentrum der Kultur• Agenda: Get Together, food & beverages, Marketing, Product Training, DJ / Live Act, Drinks, Socializing• Look 'n' Feel: authentisch, originell, nicht extravagant, nicht schick

PROJEKTÜBERSICHT

MESSEN

Projekt:

Agentur:

Kunde:

Aufgaben:

Details:

Netflix Messestand auf der Gamescom // Köln

- Sollik GmbH & Co. KG
- Netflix
- Projektleitung, Vor-Ort-Betreuung
- Die Gamescom gehört mit rund 370.000 Besuchern weltweit zu den größten Events rund um digitale Spiele. Vom 20. bis 24. Aug. konnten dort die Spiele-Neuheiten und Gaming-Trends von über tausend Ausstellern angesehen werden.
- Netflix, der weltweit führende Internet-Entertainment-Dienst, war 2019 zum ersten Mal auf der gamescom mit eigenem Stand vertreten. Dort konnte man die Eigenproduktionen "Dark", "Stranger Things", "Love, Death & Robots" und "Haus des Geldes" physisch erleben und passende Spiele zu den Serien testen. Wem das noch nicht genug war, hatte die Chance sich ein am Stand ein echtes Tattoo stechen zu lassen.

SONSTIGE

Projekt:

Kunde:

Aufgaben:

Details:

Abschlussfeier Netflix Original-Serienproduktion "The Wave"

- Rat Pack Filmproduktion GmbH, München
- Projektleitung, Vor-Ort-Betreuung
- Abschlussfeier für die gesamte Crew im Buhmann & Sohn in Köln.
- Im Mai 2019 wurde die Serie abgedreht
- „Die Welle“ (englischer Titel: „The Wave“) war die dritte deutsche Netflix-Serie nach „Dark“ und „Dogs Of Berlin“.
- Programmpunkte: Trailer, Danksagung ans Team, BBQ, anschließend Party