

Frenemy im Vertrauen

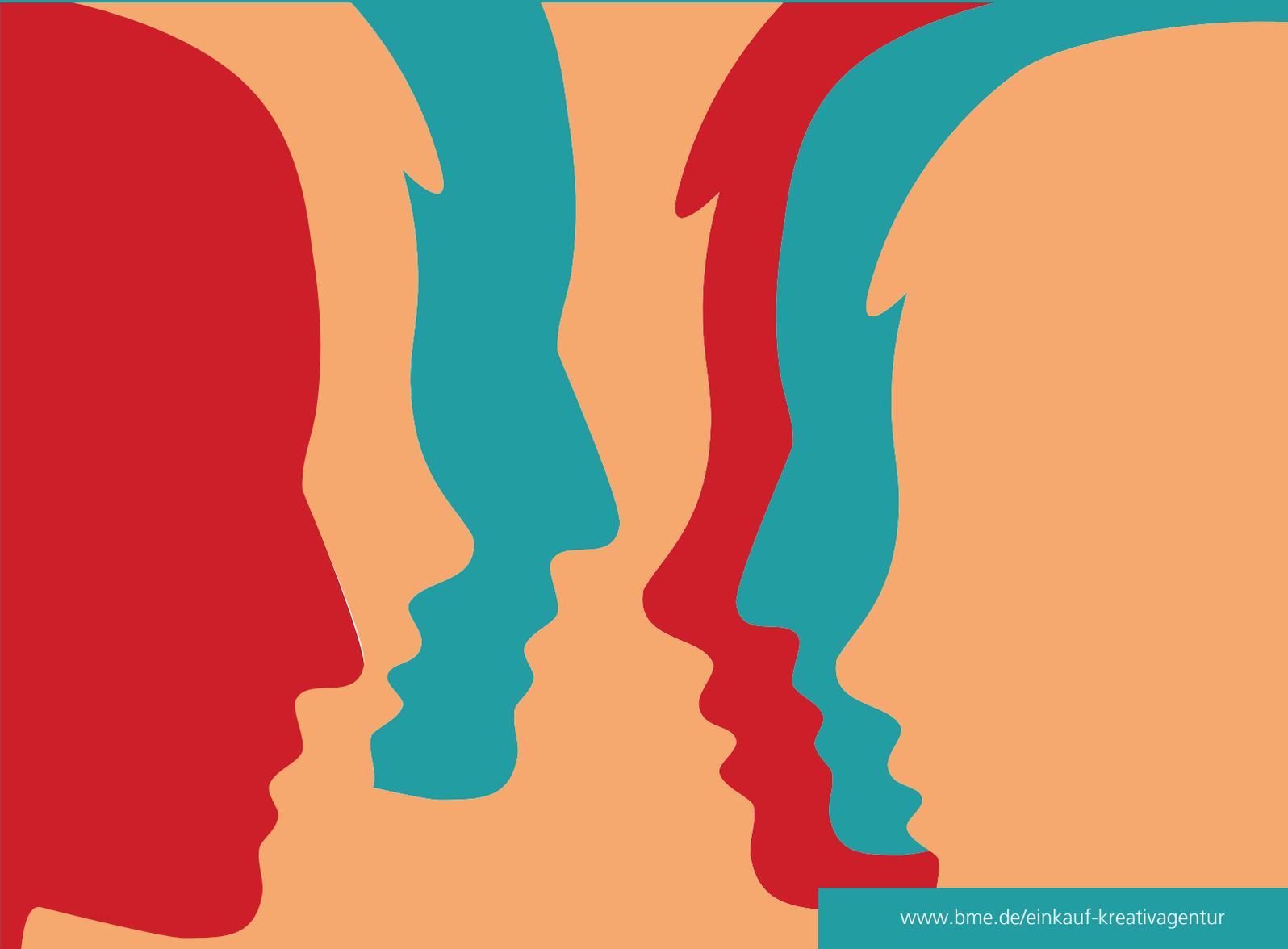
EINKAUF & KREATIVAGENTUR

18. März 2020 | Düsseldorf

19. März 2020 Workshops

Workshop A: Rechtsfragen im digitalen Marketing

Workshop B: Start-up-Mindset – die Zusammenarbeit zwischen Kreativagentur & Einkauf neu denken!



KONFERENZTAG

- ab 08.00 Uhr Morgendliches Get Together mit Kaffee/Tee
- 08.30 Uhr Begrüßung der Teilnehmer*innen und Eröffnung der Konferenz
- 08.45 Uhr **Was sind wichtige Faktoren für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Einkauf und Kreativagentur?**
- Die richtige Balance halten: Vertrauen, Vertraulichkeit, Transparenz
 - Vertrauen messen mit KPIs, OKR, NPS
 - Was bedeutet Vertrauen im digitalen Zeitalter? – vom Mindset, Skillset zum gemeinsamen Toolset
- Stephan Chassaing de Bourdeille**, Author, Procurement Punk
- 09.30 Uhr **Impulsvortrag: Was bedeutet Vertrauen?**
Im Anschluss erfolgt eine Fragerunde unter Einbezug des Publikums
Prof. Dr. Hans Georg Wolff, Universität zu Köln
- 10.30 Uhr **Kaffee- und Teepause, ab 11.00 Uhr Abfahrt für die Teilnehmer*innen der Fieldtrips**
- 11.00 Uhr **AGENTURFIELDTRIPS: Vertrauen wagen: From Frenemy to Friends!**
Ablauf: Führung durch die Agentur, Vortrag, Diskussionsrunde, Lunch

GREY

„Creativity first“: Kreativität bei Grey (Vorstellung Cases, Arbeitsweisen), „Trust Battery“: Vertrauen zwischen Einkauf & Agentur („experimentelles Lernerlebnis“), Best Practice: Erfahrungen & Erkenntnisse
Jan-Philipp Jahn (CEO), **Dirk Lapaz** (CFO)
Moderation: **Dr. Ralf Nöcker**, Geschäftsführer, Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA



Vertrauensverlust - Die Bedeutung für Einkauf & Kreativagentur und wie man dem entgegensteuert.
Havas Trend-Studie „Future of Trust“.
Thomas Funk – Managing Director Europe & Chief Executive Officer Group Germany
Moderation: **Annett Stang**, Marketingleiterin Ost, Rhönsprudel-Gruppe

SAATCHI & SAATCHI

Daten sorgen für bessere Entscheidungen. So ist Vertrauen auch kein Bauchgefühl, sondern eine objektivierbare Größe.
Christian Rättsch, CEO und **Oliver Loh**, Head of Strategy
Moderation: **Silva Imken**, Leiterin Marketing/Head of Marketing, Börlind GmbH

TBWA

Vertrauen im geschäftlichen Kontext muss auf eine gemeinsame innere Haltung abzielen und dazu mit Organisation und Klarheit beginnen.
Tobias Jung, Chief Executive Officer Group Germany, **Kristina Weng**, Managing Director TBWA Düsseldorf
Moderation: **Róisín Daetz O'Donovan**, Einkauf DACH, Sony Europe B.V.

- 14.30 Uhr **Ankunft im Hotel, im Anschluss Kaffee- und Teepause**
- 15.00 Uhr **Hands on: Kritische Reflexion der Agenturfieldtrips**
Ergebnisse aus den Agenturfieldtrips werden gemeinsam diskutiert
- 16.00 Uhr **Erfahrungsbericht: Wie können digitale Tools zur Verbesserung der Zusammenarbeit beitragen?**
- Überblick über digitale Tools
 - Chancen der Tools – Transparenz und Echtzeitkommunikation
 - Grenzen der Tools: Wenn Transparenz in die Enge drängt
- Frank Resch**, Procurement Plus Category Management, Accenture
- 16.45 Uhr **Beziehungen gehen oder bleiben in dynamischen Zeiten**
- Können Beziehungen in schnelllebigen Zeiten halten?
 - Welche Faktoren gibt es für eine langfristig glückliche Ehe?
 - Welche Schlüsse kann man daraus für Geschäftsbeziehungen zwischen Einkauf & Kreativagentur ziehen?
- Till Wagner**, Geschäftsführer, Kastner Frankfurt GmbH
- 17.30 Uhr Ende der Konferenz

WORKSHOP A: RECHTSFRAGEN IM DIGITALEN MARKETING

WORKSHOPZIEL:

Digitalisierung macht auch vor dem Marketing nicht halt. Je mehr Platz die Digitalisierung in der Welt der Menschen einnimmt, desto mehr wächst ihre Bedeutung. Dieser Workshop zeigt den aktuellen rechtlichen Rahmen digitalen Marketings und macht die Teilnehmer*innen mit dem Stand von Rechtsprechung und Gesetzen vertraut.

ZIELGRUPPE:

Marketing und Vertrieb, Vorstände, Rechtsabteilungen

INHALTE:

RECHTLICHE GRUNDLAGEN E-COMMERCE UND ANWENDBARE GESETZE

- Urheber-, Marken-, Wettbewerbs-, Telemedien- und Datenschutzrecht

DIGITALES MARKETING UND DATENSCHUTZ

- Regeln und Grenzen datenbasierten Marketings
- Marketing-Automation: Personalisiertes und verhaltensbasiertes Profiling und Tracking vs. Datenschutz in B2B und B2C
- Direktmarketing (E-Mail, Telefon)
- Adressbestände
- Cookies

SOCIAL MEDIA

- Content Marketing (Grundlagen bei Urheber-, Foto- & sonstigen Rechten, Einsatz und Verwendung von eigenem, Google-, Stockbild- und User-Generated-Content)
- Hashtag-Kampagnen
- Gewinnspiele

INFLUENCER MARKETING

- Reichweite und Bedeutung
- Medienrechtlicher Rahmen
- Aktueller Stand der Rechtsprechung mit Vreni, Cathy und Pamela

Haftungs- und Rechtsverstoß-Best-Practice: Was tun bei einer Abmahnung oder einem sonstigen Angriff?

- Vermeidung von Abmahnfallen im Urheberrecht und Wettbewerbsrecht
- Reaktionen auf Berechtigungsanfragen, Abmahnungen und Klageverfahren

AUSBLICK E-PRIVACY-VERORDNUNG – WAS VERÄNDERT SICH?

- Auf welche Veränderungen müssen wir uns in nächster Zeit einstellen?

Q&A

METHODIK:

Präsentation, Case Study, Gruppenarbeit, Diskussion

WORKSHOPLEITER:

Rechtsanwalt **Christian Koch** ist seit 2008 Rechtsanwalt und seit 2017 Partner bei Kleymann, Karpenstein & Partner mbB in Wetzlar. Er ist Fachanwalt für Informationstechnologierecht und als Lehrbeauftragter für IT-Recht und Recht für Eventmanager an der Technischen Hochschule Mittelhessen tätig. Als Metal-Anwalt (www.metal-anwalt.de) berät er Rockbands und Konzertveranstalter.

WORKSHOPZEITEN:

09.00 – 17.00 Uhr

Die Pausenzeiten werden individuell zwischen den Teilnehmer*innen und dem Workshopleiter festgelegt.

WORKSHOP B: START-UP-MINDSET – DIE ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN KREATIVAGENTUR UND EINKAUF NEU DENKEN!

WIE KÖNNEN BEZIEHUNGEN UND VERTRAUEN IN ZEITEN DER DIGITALISIERUNG BEWUSST GESTÄRKT WERDEN?

WORKSHOPZIEL:

Das Verständnis für sich und den Geschäftspartner zwischen Kreativagentur und Einkauf soll genauso gestärkt werden, wie die Urteilsfähigkeit für den konkreten Mehrwert des externen Partners.

Ziel ist es, beide Partner auf Augenhöhe zu bringen, um einen von dauerhaftem Vertrauen geprägten Umgang zu ermöglichen! Hierfür ist es wichtig, heute einen Perspektivwechsel zu wagen, die Rollenbilder der jeweils anderen Seite zu verstehen und gemeinsame Werte in der Zusammenarbeit zu definieren. Es bedarf also einer grundlegenden Änderung des individuellen Mindset. Wie und ob die Digitalisierung hierbei unterstützen kann, erfahren Sie im Workshop!

Dieser Workshop in FIVE CIRCLES spricht alle relevanten Aspekte der Zusammenarbeit zwischen Agentur und Einkauf an. Wir beleuchten die Beziehung mit modernen Methoden der Start-up-Welt und überprüfen anhand der BUSINESS MODEL CANVAS, wo Sie individuell stehen. Für jede Dimension der Canvas nutzen wir teils klassische teils ungewöhnliche Techniken und Methoden, um Transparenz über den Status-quo zu bekommen und um Verbesserungspotenziale aufzuzeigen.

ZIELGRUPPE:

Der Workshop richtet sich an veränderungsneugierige Fach- und Führungskräfte aus Kreativagentur und Einkauf. Diese Zielgruppe will vom Mindset der Start-Ups lernen und sich auf einen Weg zu mehr Offenheit, Vertrauen und Transparenz wagen!

INHALTE DER FIVE CIRCLES

WHY & WHO

- Worum geht es eigentlich in der (Geschäfts-)beziehung zwischen Agentur, Fachbereichen und Einkauf?
- Was sind die aktuellen Herausforderungen und die dahinterliegenden Ziele und welche Player sind am Tisch?
- Wir entdecken den Kern der Geschäftsbeziehung, die eigene Value Proposition und die Customer Centricity
- Ganz neue Rollen entstehen und Collaboration steht im Vordergrund

WHAT & HOW

- Was genau sind die Möglichkeiten des Vertrauensaufbaus zwischen Fachbereichen, Agentur und dem Einkauf?
Die Customer Journey bietet Orientierung und wir lernen die Machtfaktoren im Einkaufsprozess kennen
- Welche Methoden lassen sich aus der Welt der Start-ups auf die Zusammenarbeit übertragen?
- Welche Potenziale ergeben sich durch die Digitalisierung, was bedeutet das für die Warengruppen, wie sehen Tools aus und welche Rollen spielen Data-Analysten?

WOW

- Der Erfolg von guten Ergebnissen kam bisher oft in der internen Kommunikation zu kurz
- Nutzen Sie die Good-Better-Best Methode und betreiben Sie Data-Driven Storytelling
- Nachhaltiger Erfolg der neuen Partnerschaft mit ganz neuen Kennzahlen und Metriken messen

METHODIK:

Fachvortrag, Übungen, Gruppenarbeit, interaktive Diskussionen, Fallstudien und Raum für Erfahrungsaustausch

WORKSHOPLEITER:

Christian Thöne: Der studierte Wirtschaftsingenieur verfügt über zwei Jahrzehnte Führungserfahrung in diversen (inter-)nationalen Managementfunktionen im Einkauf. Die Themen Einkauf und Marketing begleiten ihn seit Jahren aus Sicht des Einkaufsleiters und des ehemaligen Partners einer Management Beratung. Heute arbeitet er als selbstständiger Management-Consultant und Trainer, engagiert sich als Referent und ist in mehreren Verbänden aktiv.

Stephan Chassaing de Bourdeille: Der studierte Dipl.-Ing. der Drucktechnik hat lange Jahre in leitender Funktion bei den Broadcastern ProSiebenSAT.1 Media und Digitalhäusern Axel Springer SE gearbeitet. Seine Leidenschaft sind Start-up-orientierte Denkweisen und eine radikale Orientierung auf das Wesentliche in Prozessen und Business-Partnerschaften. Heute ist er als Procurement Punk, Trainer und Berater tätig.

WORKSHOPZEITEN:

09.00 – 17.00 Uhr

Die Pausenzeiten werden individuell zwischen den Teilnehmer*innen und den Workshopleitern 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 erschweren das Miteinander.

Kaum verwunderlich ist es daher, dass es an grundlegendem Vertrauen zwischen beiden Geschäftspartnern fehlt!

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 gemeinsamen 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:

Stephan Chassaing de Bourdeille (Author, Procurement Punk)
Frank Resch (Procurement Plus, Accenture Services GmbH)
Till Wagner (Geschäftsführer, Kaster Frankfurt GmbH)

Interaktive Fieldtrips:

Besuchen Sie eine von vier Kreativagenturen

Hands-on:

Praxisnahe Workshops für Einkauf & Kreativagentur

Frenemy im Vertrauen:

Neue Ideen für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit

ANSPRECHPARTNER

Inhaltliche Fragen:

Sarah Jaax
BME Akademie GmbH
Tel.: 06196-58 28-254
sarah.jaax@bme.de

Anmeldungen:

Jacqueline Berger
BME Akademie GmbH
Tel.: 06196-58 28-200
jacqueline.berger@bme.de

Partner/Aussteller:

Roland Knoor
BME Marketing GmbH
Tel.: 06196-58 28-113
roland.knoor@bme.de

Dr. Ralf Nöcker
GWA e.V.
Tel.: 069-25 60 08-23
ralf.noecker@gwa.de

TERMINE UND ORT

Mittwoch, 18. März 2020: 08.00 - 17.30 Uhr
Donnerstag, 19. März 2020: 09.00 - 17.00 Uhr

Hotel Nikko Düsseldorf
Immermannstraße 41
40210 Düsseldorf
Tel.: 0211-83 40
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 19.02.2020 gültig ist.



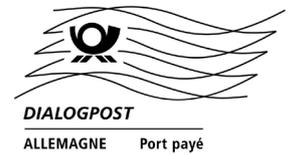
**Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik e.V. - BME**
Frankfurter Straße 27
65760 Eschborn
Tel.: 06196-58 28-200
E-Mail: anmeldung@bme.de
www.bme.de



**Gesamtverband Kommunikations-
agenturen GWA e.V.**
Neue Mainzer Straße 22
60311 Frankfurt/Main
Tel.: +49 69-25 60 08-0
E-Mail: info@gwa.de
www.gwa.de

ANMELDUNG

Fax: +49 6196-58 28-299 | Tel.: +49 6196-58 28-200 | anmeldung@bme.de



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

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

- Konferenz + Workshop A Konferenz + Workshop B
 Konferenz

- 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 253020021

Teilnahmegebühr

Konferenz und 1 Workshop
1.095,- € zzgl. MwSt.

Konferenz
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 Teilnahmeanzahl 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. Änderungen vorbehalten