

karriere

www.horizontjobs.de

Kreativprozess optimieren

Ideamanagement bildet zum Creative Professional aus / Dieter Weidhofer steigt als Senior-Trainer ein

Das neue Weiterbildungsprogramm des Frankfurter Trainingsunternehmens soll Kreative und Strategen qualifizieren, gemeinsam Ideen zu finden und in kreative Höchstleistungen zu wandeln.

Ideen sind wichtig. Aber viel zu wenige werden effektiv und effizient umgesetzt. Das deprimiert Kreative. Und mindestens genauso schlimm: Es erzürnt ihre Kunden. Die freuen sich zwar, wenn eine Idee die Jury eines Kreativwettbewerbs überzeugt. Richtig glücklich sind die Auftraggeber der Agenturen aber erst, wenn sie mit der Idee auch Geld verdienen. „Das funktioniert nur, wenn der Prozess vom Briefing über die Umsetzung bis hin zur Mitarbeiterführung richtig gestaltet wird“, sagt Ralf Langwost, Inhaber von Ideamanagement in Frankfurt.

Der Kreativtrainer hat deshalb mit seinem Team ein neues Ausbildungsprogramm aufgesetzt. Die dreiteilige Creative Professional Qualification richtet sich sowohl an Kreative als auch an Berater und Kunden. Sie sollen trainieren, bestmögliche Voraussetzungen für Ideen zu schaffen, diese zu erkennen, zu bewerten und den kreativen Prozess zu managen. „Es geht dabei nicht um Kreativitätstechniken. Das Management von Ideen steht bei unserer Ausbildung stark im Vordergrund“, sagt Langwost. Die Schwierigkeit sei, Kreative und Strategen zusammenzubringen. „Einige Kreative haben tolle Ideen, können sie aber nicht ‚on strategy‘ umsetzen und umgekehrt erkennen viele Strategen eine Idee nicht. Das wollen wir ändern“, so der Trainer.

Das Angebot von Ideamanagement ist in drei zweitägige Workshops unterteilt. Im Creative Planning Workshop sollen die Teilnehmer lernen, wie eine Idee strategisch aus der Aufgabenstellung abgeleitet und bewertet werden kann sowie dies im Tagesgeschäft umzusetzen. Der Creative Performance Workshop schließt daran an. In ihm thematisiert Langwost den Kreativprozess vom Creative Brief bis zur Präsentation. Dritter Baustein ist der Workshop Creative Leadership, der sich an Nachwuchs- und bereits operierende Führungskräfte richtet. Sie sollen lernen, wie sie den Kreativprozess richtig lenken, so dass am Ende hoffentlich ein kreative

Höchstleistung herauskommt. Derzeit wird eine Internetplattform aufgebaut, die es den Teilnehmern ermöglicht, ihre Unterrichtsinhalte und Aufgaben online zu üben. Ab Herbst dieses Jahres sollen die 15 Trainingsmodule, aus denen sich die drei Veranstaltungen zusammensetzen, komplett online bereitstehen.

Teilnehmer der drei Workshops können im Anschluss ein Zertifikat von Ideamanagement erwerben. Beim eintägigen Creative Professional Testing müssen sie ihr Wissen beweisen. Das Zertifikat ist zudem gekoppelt mit der Lizenz zum Ideamanagement Co-Trainer.

Eine institutionelle Zertifizierung strebt Langwost für das neue Ausbildungsangebot nicht an. „Wir arbeiten mit den wichtigsten Kommunikationsverbänden zusammen. Sie erkennen unsere Trainings an, das ist für uns wichtig“, sagt er.

Im vergangenen Jahr hat Ideamanagement einen Probelauf mit acht Teilnehmern durchgeführt. Die Vertreter von Agenturen wie Maxomedia in Bern sowie von Unternehmen wie Nike Österreich werden im Mai ihre Prüfung ablegen. Eine Zwischenprüfung im Januar sei gut gelaufen. „Alle haben bestanden“, gibt Langwost an. Dennoch wurde feinjustiert und an den Fragestellungen gefeilt. „Die Fragen sind nun präziser formuliert“, so der Coach.

und Systemischer Organisationsberater ausgebildet. Bei Ideamanagement soll er vor allem in Zentral- und Osteuropa Workshops, Trainings und Coachings mit dem Schwerpunkt Dialogkommunikation durchführen. Zudem betreut er das Produkt Creative Identity Compass, mit dem das Unternehmen High Potentials adressiert. „Mit Dieter haben wir eine sehr spezifische Antwort auf die Anforderungen durch die Entwicklung der Medienwelt gefunden“, sagt Langwost.

Langwost und Weidhofer prüfen derzeit, ob ein weiterer Trainer, der beispielsweise von Unternehmensseite kommen könnte, eine sinnvolle Ergänzung für das Team von Ideamanagement sein kann. „Wenn wir in Unternehmen arbeiten, könnte eine solche Bezeichnung höhere Glaubwürdigkeit bringen“, so die Überlegung. Erste Gespräche mit Kandidaten finden derzeit statt.

Angst, dass die angespannte Wirtschaftslage das neue Angebot von Ideamanagement sowie den personellen Ausbau bremsen hat Langwost nicht. Zwar spüre auch Ideamanagement, dass die vielen Agenturen unter Kostendruck und Renditevorgaben leiden. Entscheidungen würden deshalb kurzfristiger und Buchungen für Workshops schon mal ins 2. Halbjahr geschoben.

Langwost versucht dem unter anderem mit Paketen für Gruppen und Testworkshops zu Sonderpreisen zu begegnen. Er vertraut zudem auf seine 25-jährige Erfahrung als Trainer und Coach und sieht einen starken Bedarf für das neue Weiterbildungsangebot. „Die Agenturen und Marketingfachleute wissen, dass sie etwas für die Weiterbildung in ihren Reihen tun müssen, um den Fachkräftemangel nicht zu einem substanziellen und strukturellen Problem werden zu lassen“, ist der Kreativtrainer überzeugt.

EVA-MARIA SCHMIDT
Kontakt: schmidt@horizont.net



Neues Weiterbildungsangebot



Firmeninhaber **Ralf Langwost** (links) und Coach **Dieter Weidhofer** bilden mit dem

Frankfurter Trainingsunternehmen **Ideamanagement** ab sofort Creative Professional in einem dreistufigen Programm aus. Die drei zweitägigen Workshops Creative Planning, Creative Performance und Creative Leadership liefern das Gerüst, um nach einem eintägigen Creative Professional Testing abzuschließen. Zielgruppe sind Kreative, Berater und Strategen aus Agenturen sowie ihre Ansprechpartner auf Auftraggeberseite. Die Weiterbildung startet am 21. und 22. Mai mit dem Planning-Workshop in Hamburg.

WEITERE INFORMATIONEN UNTER
INFO@IDEAMANAGEMENT.DE

Jobware bleibt beliebteste Stellenbörse

Beim **Profilo-Ranking** kann sich die Jobbörse auch im Kommunikationsbereich behaupten / Regionales Portal Kalaydo holt auf

Jobware ist das beliebteste kommerzielle Stellenportal bei Arbeitgebern. Das geht aus dem aktuellen Jobbörseranking der Rating-Agentur Profilo in Hamburg hervor. Insgesamt vergaben die befragten Unternehmen für Jobware auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht) die Note 2,23. Damit erreicht das Portal bereits zum vierten Mal in Folge den Spitzenplatz unter den profitorientierten Online-Stellenbörsen und konnte sich im Vergleich zu Oktober 2008 um 0,4 Punkte verbessern.

Den 1. Rang der Gesamtwertung belegt außer Konkurrenz das Arbeitgeberportal Jobstairs mit einer Bewertung von 1,89. Die Bronzemedaille, und damit Platz 2 bei den kommerziellen Jobbörsen,



geht an das Stellenportal Kalaydo, das derzeit ausschließlich im Rheinland sowie im Rhein-Main-Gebiet vertreten ist (Note 2,33). Damit schließt das regionale Portal zum Führenden auf: Im Oktober 2008 vergaben die Befragten für Kalaydo nach der Schulnotenskala im Schnitt 2,48. Rang 4 und 5 belegen aktuell Fazjob.net (2,35) und Stellenanzeigen.de (2,48).

Bei Unternehmen aus den Branchen Marketing, Werbung und PR belegt Jobware mit einer Bewertung von 2,26 ebenfalls den 1. Platz des

Treppchens. Auf Rang 2 rangiert hier Jobpilot mit einer Note von 2,37, gefolgt von Stellenanzeigen.de (2,44), Stepstone (2,51) und Monster (2,83). Rang 6 belegt Gigajob.de mit einer Bewertung von 3,03. Platz 7 geht an die Stellenbörse der Arbeitsagentur (Note 3,21). Alle anderen abgefragten Stellenbörsen erreichten in diesen Tätigkeitsfeldern weniger als 10 Bewertungen und wurden somit nicht in das Ranking aufgenommen.

Für die Studie befragt Profilo seit sieben Jahren halbjährlich Unternehmen zu ihrer Einschätzung der Leistungsfähigkeit verschiedener Online-Jobbörsen. An der aktuellen Studie nahmen 545 Unternehmen teil. Diese gaben insgesamt 1006 Bewertungen ab.

NACHRICHTEN

Kreativkader Düsseldorf feiert erste Absolventen

Die ersten zwölf Absolventen des Kreativkaders Düsseldorf haben ihre Diplomprüfung bestanden. In den Räumen von Ogilvy Düsseldorf nahmen die frisch gebackenen Werbetexter ihre Auszeichnung entgegen. Florian Schneider konnte sich über die Auszeichnung als Jahrgangsbester freuen. Die Agenturen Media Consulta und Zum goldenen Hirschen, beide in Köln, sowie Scholz & Friends Düsseldorf wurden zudem als neue Fördermitglieder vorgestellt. Der Kreativkader wird bereits von acht Agenturen, darunter DDB, Grey und Ogilvy, unterstützt.

Werbekongress geht auf Hochschultour

Der Werbekongress, veranstaltet vom Berliner Kommunikationsforum, geht auf Hochschultour. Vom 20. bis zum 24. April besuchen die Veranstalter deutschlandweit Universitäten und Fachhochschulen, um das Recruiting-Event vorzustellen. Studenten können auf dem Werbekongress, der vom 11. bis 13. Juni in Berlin stattfindet, gemeinsam mit Vertretern von Agenturen wie Grey, Koller Rebbe und DDB in Workshops den Alltag in der Werbebranche kennenlernen. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Bearbeitung eines Ideentests, den es als Download auf der Werbekongress-Homepage gibt.

→ WWW.WERBEKONGRESS.DE

HORIZONTpeople

GRUPPE DES MONATS: Welchen Vortrag sollte man beim ADC Festival nicht verpassen, wo findet die beste Party statt? In der Gruppe „ADC Festival 2009“ unter <http://www.horizontpeople.de/community/gruppen/Adcfestival2009> gibt es Tipps rund um den Kreativgipfel in Berlin.

www.horizontpeople.de

Bachelor/Master dominieren Studienangebot

Bachelor- und Masterstudiengänge machen bereits 75 Prozent des deutschen Studienangebots aus. Das berichtet Bundesbildungsministerin Annette Schavan (CDU). Der Anteil der in diesen Studiengängen eingeschriebenen Studenten stieg von 12,5 Prozent im Wintersemester 2005/06 auf 30 Prozent im Wintersemester 2008/09. Das entspricht mehr als 600000 Studierenden. Der Bachelor-Studiengang soll in der Regel nach sechs Semestern zu einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss führen. Auf ihn baut der Masterstudiengang auf. Weltweit haben sich mehr als 50 Staaten im Rahmen des Bologna-Prozesses verpflichtet, bis 2010 ein gestuftes Studiensystem einzuführen.

„Deutschlands beste Arbeitgeber“ geht weiter

Das Great Place to Work Institute Deutschland in Köln startet zusammen mit dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales, dem „Handelsblatt“, der Initiative Neue Qualität der Arbeit und „Personalmagazin“ eine neue Auflage der Studie „Deutschlands Beste Arbeitgeber“. Die Untersuchungen laufen von Mai bis Oktober. Als Bewertungsbasis dienen eine Mitarbeiterbefragung sowie eine Wertung der Maßnahmen und Konzepte der Personalarbeit. Anmeldungen sind bis zum 30. September möglich. Forschungspartner ist die Universität Köln. Unterstützt wird die seit 2002 jährlich durchgeführte Studie vom Jobportal Stepstone.

→ WWW.GREATPLACETOWORK.DE