

PRESSE-INFORMATION

Mainz, den 02. Februar 2009

BARTENBACH auf dem Weg in die Zukunft: Plannerin Lene Schütz bei APGD aufgenommen

Lene Schütz, Senior Strategic Planner bei BARTENBACH, ist mit Beginn des neuen Jahres Mitglied des APGD (Account Planning Group Deutschland) und rüstet die Mainzer GWA-Agentur für die Zukunft. Sie zählt damit zu dem exklusiven Kreis der ca. 100 APGD-Experten im Bereich strategische Markenführung.

Die BARTENBACH AG lässt nicht zuletzt mit Lene Schütz in der Kommunikationsbranche aufhorchen: Für das kommende Jahr kündigt die Agentur ein innovatives Unternehmensmodell an, das voll auf integrierte Kommunikation setzt und eine Vorreiterrolle in der Agenturlandschaft einnehmen wird. Für dieses Vorhaben wurde auch die Abteilung um Plannerin Lene Schütz deutlich erweitert. Kernkompetenz des neu formierten Teams werden zukunftsweisende Markenbildungsprozesse sein: Das hierfür von BARTENBACH entwickelte Brand-Gates-Modell „wird die Markenentwicklung und -führung in den kommenden Jahren nachhaltig beeinflussen und im Bereich Kommunikations-Beratung neue Maßstäbe setzen“, so Schütz.

Die BARTENBACH AG stärkt damit ihre Expertise im Bereich zukunftsweisende Zielgruppenansprache und positioniert sich in der Kommunikationsbranche als Kreativ-Dienstleister mit Weitblick.



Die Account Planning Group Deutschland ist der Zusammenschluss Strategischer Planner aus Kommunikationsagenturen. Zu ihnen zählen erfahrene Strategen, wie die Vorsitzende der APGD Karen Heumann, Jung von Matt AG. Im Strategieverband organisiert sind sowohl Planner aus dem Agenturbereich als auch freie Strategen, die Meinungen, Einstellungen und Verhalten der Konsumenten im relevanten Markt abbilden und so die Basis für kreative Lösungen zur Verbraucheraktivierung entwickeln.

32 Zeilen à ca. 60 Zeichen (1.735 Zeichen)

Die BARTENBACH AG ist die erste Kreative Kooperative in Deutschland und mit über 100 Mitarbeitern größter Kommunikations-Dienstleister am Standort Mainz. Kernkompetenz der Kreativen Kooperative ist konsequent integrierte Kommunikation, die durch die interdisziplinäre Aufstellung der Teams und medienübergreifende Konzeption entlang der kreativen Leitidee gewährleistet wird.

Die inhabergeführte GWA-Agentur BARTENBACH AG bietet das gesamte Leistungsspektrum der kreativen Wertschöpfungskette inhouse und betreut u. a.: 1. FSV Mainz 05 (Sport), ALMIG Kompressoren (Maschinenbau), ANZAG (Pharma), Bonnfinanz (Finanzdienstleistungen), Buena Vista International (Film), Coface Deutschland (Finanzdienstleistungen), D&B Deutschland (Informationsdienstleistungen), DA Direkt (Versicherungsdienstleistungen), dtms Deutsche Telefon- und Marketing Services (Telefonie), DURAN Group (Laborglas), F. W. Langguth Erben (Weinkellerei), Fiat Automobil (Marke: Alfa Romeo), Frankfurt Performance Management (Finanzdienstleistungen), Groupe SEB (Marken: Lagostina, Tefal, Krups), GWV Fachverlage (Verlagswesen), Iberostar Hotels & Resorts (Touristik), International Building Products (Verbindungstechnik), Neckermann Reisen (Touristik), Novo Nordisk (Pharma), SCHOTT (Spezialglas), Stadtwerke Mainz (Versorgungsunternehmen), Thomas Cook (Touristik), Weber Stephen Deutschland (Grillhersteller), ZDF Enterprises (Film), Zurich Gruppe (Finanzdienstleistungen)

Pressekontakt

Johannes Schurz · PR Consultant
BARTENBACH AG · An der Fahrt 8 · 55124 Mainz
Telefon: 0 61 31/910 98-120 · E-Mail: johannes.schurz@bartenbach.de
Weitere Informationen unter www.bartenbach.de

