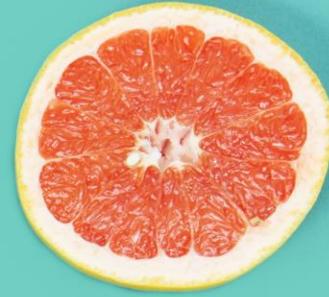
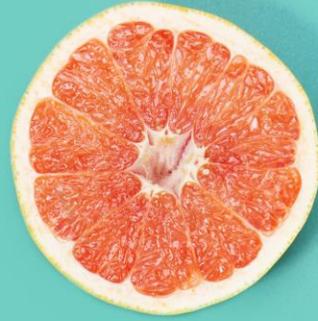


JUNG v MATT

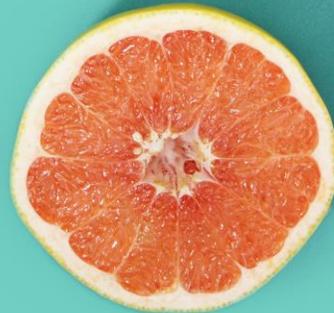


THE NEW C-LEVEL

Was Online-Werbung heute braucht.



ONLINE-WERBUNG?

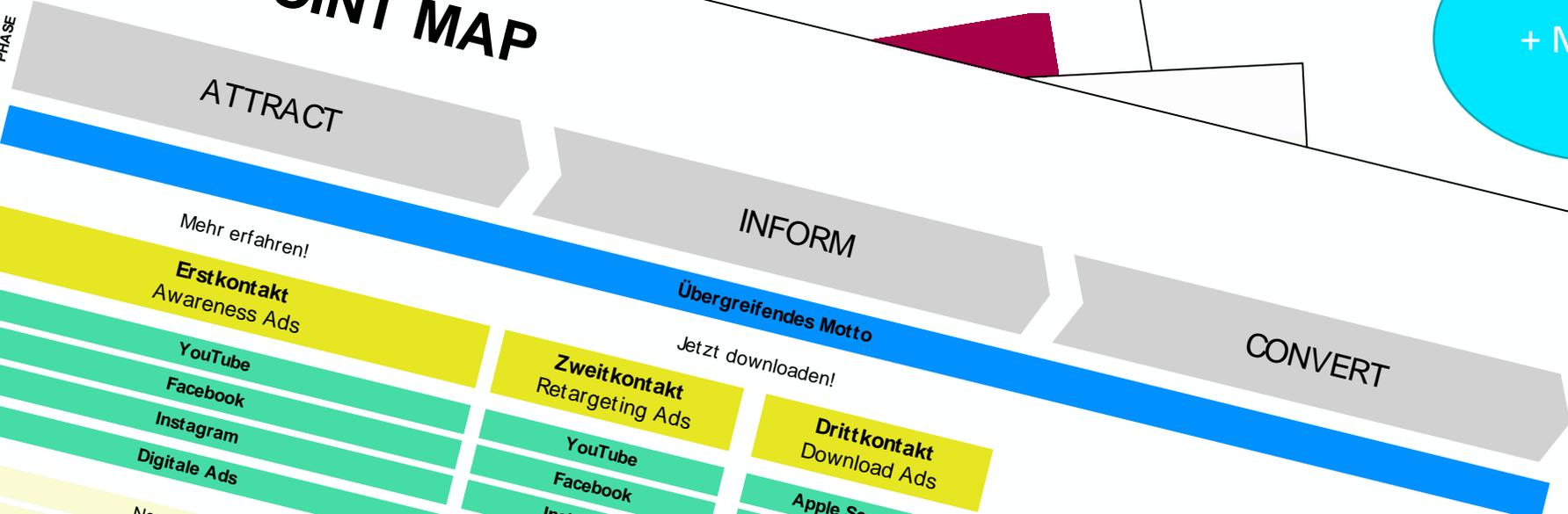




TOUCHPOINT MAP

+ Mobilar

CTA KLAMMER PHASE



TOUCHPOINTS/MASSNAHMEN

- YouTube
 - Facebook
 - Instagram
 - Digitale Ads
 - Newsletter
 - Mailing
 - POS
 - Blog
- YouTube
 - Facebook
 - Instagram
 - Digitale Ads
 - Newsletter
- Apple Search Ads
 - Facebook
 - Instagram
 - Digitale Ads

Helsana.ch

Microsite mit How-To-Video

Für funk
Kindera

Und den

wendys Videos 0



FORTNITE War on Frozen Beef (Durrstruction!!!)
Category: Fortnite
English Shooter Battle Royale

Fortnite @FortniteGame



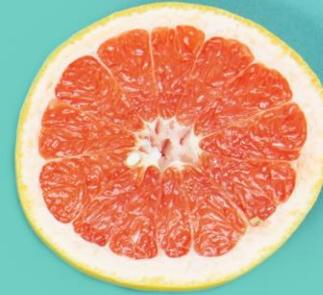
Fortnite @FortniteGame

1:56 PM · Oct 13, 2019 · [Twitter Media Studio](#)

+adsf

- ashaider:** Isense
- he_mellons:** Ayyyyy 🤩🤩🤩 @Dairyqueen
- henksen:** Carter is the guy with the 1 million s to get free nuggets
- kinPieBoi:** @chicken506 hella ye
- .idtuk:** WENDYSSSS
- twitchfortnite562:** DESTROY THE FREEZERSSS
- ithonyDeadman64:** TEAR DOWN THE .OMPETITION!
- CorSoldier_Gaming:** if we can get her there lets do it host her so we can get her a check maybe
- PumpkinPieBoi:** [multiple face emojis]
- cool_kid_stephen:** hey so twitch staff want to put this channel on the front page for us? 🐱
- jerco2020:** @keesjanhenksen HOLY SHIT
- darkshadowzzz:** mcdonalds is doodoo
- PumpkinPieBoi:** [multiple face emojis]
- jros97:** bot
- Ch1ps:** Bring the whole building down Wendys

Send a message



X-Y-DINGSBUMS 4.0



Go to www.menti.com and use the code **71 82 64**

i

**Welches ist der grösste Trend in der Online-
Werbung?**

 Mentimeter

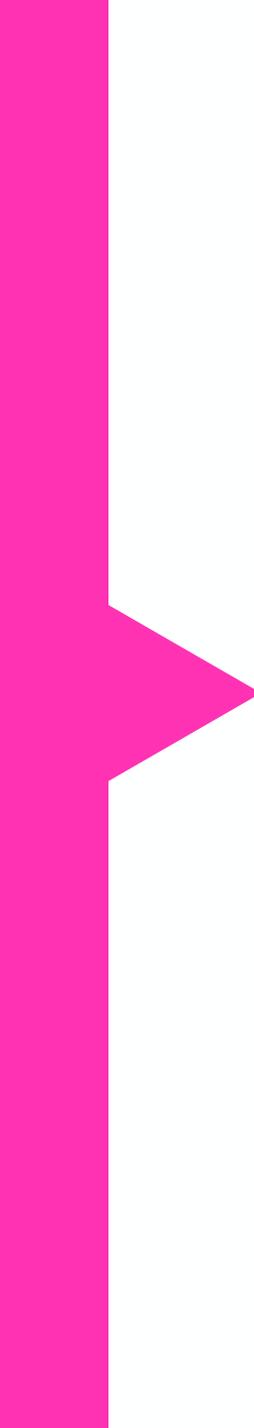
 0

ZWISCHENFRAGE:

Go to www.menti.com and use the code **91 40 6**

Scales





46

24

MEIN HALBES LEBEN

1996



akademisch verwaltung campus besuch news [Studentin und karateka...](#)

studieren in freiburg

[Der Studienführer](#)
[Zulassung und Einschreibung](#)
[Vorlesungsverzeichnis](#)

[15 Studenten/innen](#)

forschung



[Die Forschung in Freiburg](#)

[Datenbank FUTURA](#)

Vom [Student zum Chef...](#)

aktuell

11.10.00 Orange Communications unterzeichnet einen Vertrag mit dem [Internationalen Institut für Telekommunikationsmanagement](#)



2.10.00 [Danielle Mitterand](#) vient parler des droits de l'homme

28.09.00 [BeNeFri](#) vom Bund unterstützt

21.09.00 [Klimaveränderung](#) und Wasserreserven

im brennpunkt



UF1:

[Frauen, Wissenschaft und Technik](#)

[Festival Science et Cité](#)

Die neugestaltete [BeNeFri-Website](#)



Université de Fribourg

www.unifr.ch

Email: webmaster@unifr.ch

Tel. ++41(26) 300 71 11 - fax ++41(26) 300 97 00

■ ■ ■ ■ ■ Universität Freiburg Miséricorde CH-1700 Freiburg

PTT p-taxcard 5.- ↑



Liberty

Web 1.0

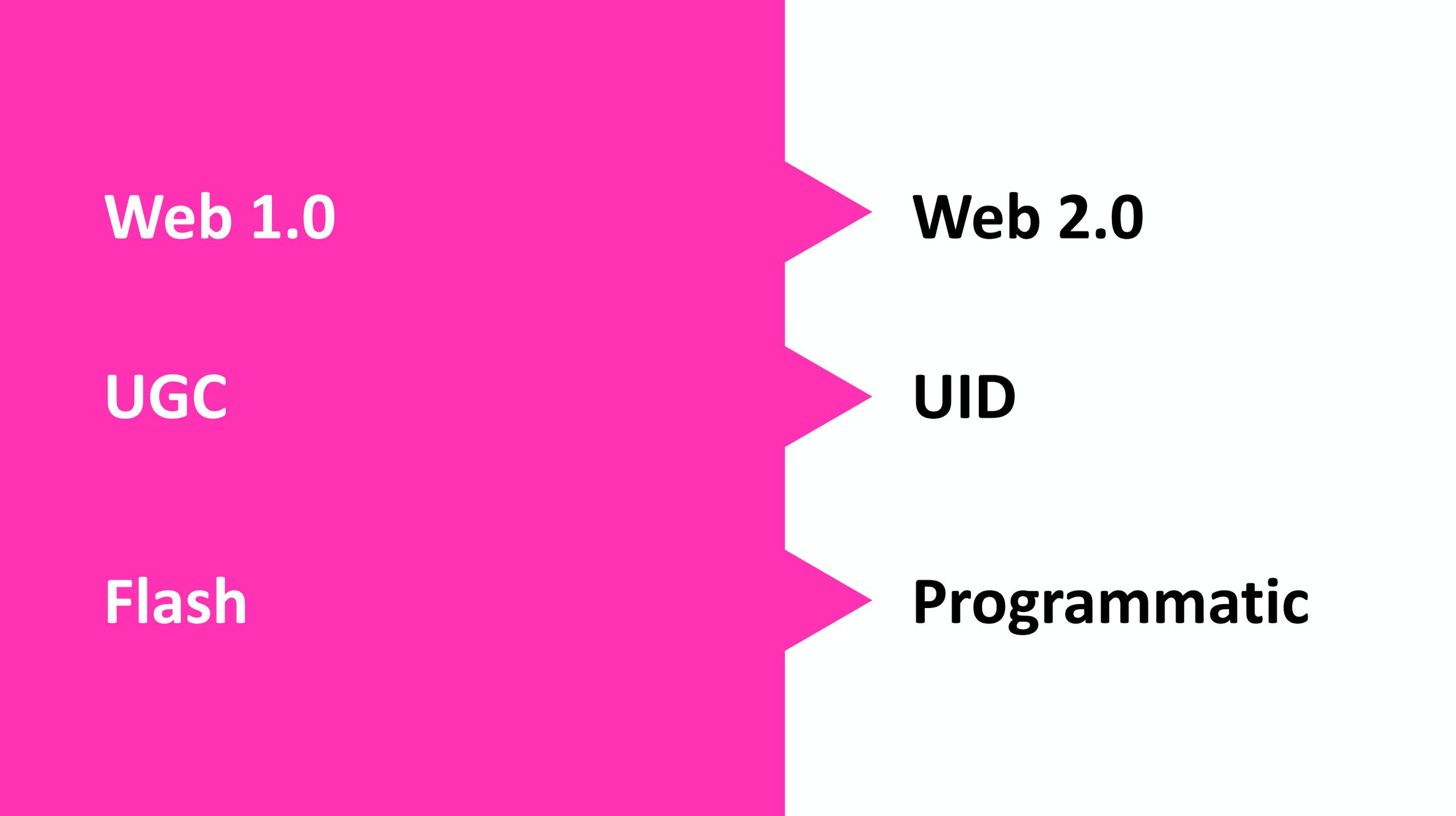
UGC

Flash

Web 2.0

UID

Programmatic



**DIE GESCHICHTE DER ONLINE-WERBUNG
IST DIE GESCHICHTE VON TRENDS,
TOOLS, TRICKS.**



**TRICKS
TRENDS
TOOLS**

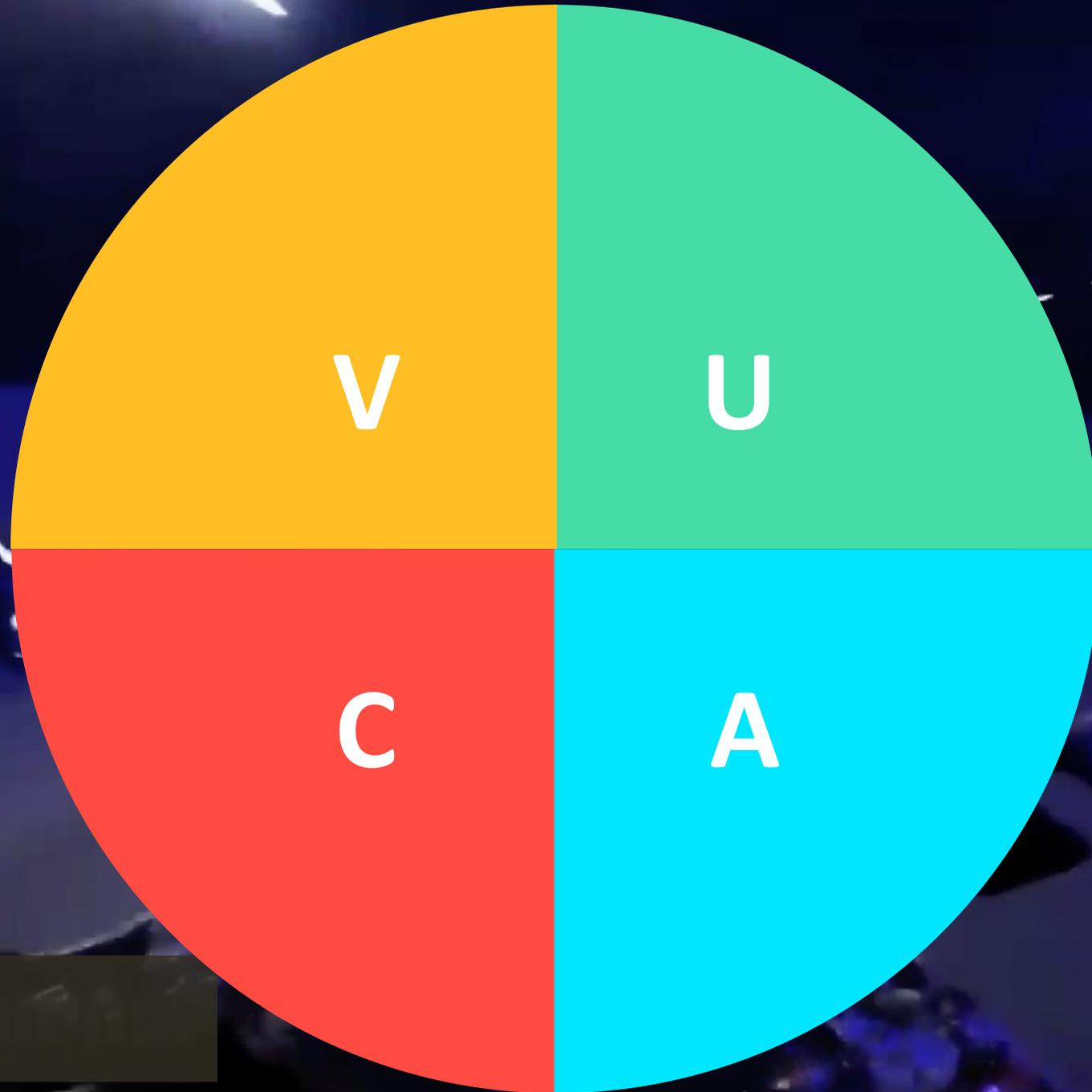






MORGEN?







EHRLICH?



**IMMER WEITER-
IMMER MEHR?**

A high-resolution image of Earth from space, showing the African continent and surrounding oceans. The planet is set against a dark, star-filled background. A bright blue glow surrounds the horizon of the Earth. The text 'WAS IST ES?' is overlaid in the center in a bold, white, sans-serif font.

WAS IST ES?

**WAS IST GLEICH
GEBLIEBEN?**

SALE BANNERS

We have a Full Team of Graphic
Designers to Assist You!

Banners.com



SALE
STOP IN TODAY!

1

**IT'S NOT A SKILL,
BUT A MINDSET.**

2

**ES BRAUCHT EINE
LOCKERHEIT.**

3

**NICHTS GEHT OHNE
TEAMGEIST.**

1+2+3

**DIGITAL CREATIVE
CULTURE**

18. JUNI 2013

ARTIKEL

Digitale Kreativität: Alles eine Frage der Kultur.

((Lead)) Kreativität ist die Kraft, die unsere Branche am Laufen hält. Wie steht es um das begehrte Gut nach der digitalen Revolution? Was braucht es (mehr), um digital kreativ zu sein? Keine neuen Kompetenzen, sondern eine neue Kultur!

von Roman Hirsbrunner

((Text)) Der User lässt den Zug durch einzigartige Landschaften der Schweiz brausen. Er umfährt Hindernisse, staunt über detaillierte 3D-Animationen, scheitert vielleicht – und versucht es gleich noch einmal. Denn «Tricky Tracks» macht süchtig. Und: Nicht nur Gamer kann das Spiel überzeugen, sondern auch die Fachkreise: Das SBB-Game gewann in Cannes gerade einen **Bronzelöwen**. Auch beim ADC, beim Eurobest und beim Best of Swiss Web Award konnte das Projekt punkten. Insgesamt ein grosser Erfolg für Maxomedia. Und ein gutes Beispiel dafür, wie digitales Know-how mit kreativem Geist verbunden werden muss.

Die Technologie ist die Idee

Und zwar gleich von Anfang an. Das Briefing (Gleis7-Abo-Inhaber sollten unterhalten und auf diese Weise ihre Bindung zum Öffentlichen Verkehr verstärkt werden) zeigte relativ rasch Richtung Game (kann ein (Kunden)-

Kreativität

```
graph TD; K((Kreativität)) --- W((Wissen)); K --- ZG((Ziel-Gruppen)); K --- M((Media)); K --- Me((Menschen)); K --- I((Inhalte)); K --- T((Technologie));
```

Wissen

**Ziel-
Gruppen**

Media

Menschen

Inhalte

**Techno-
logie**

Wissen

**Ziel-
Gruppen**

**Technologi
e**

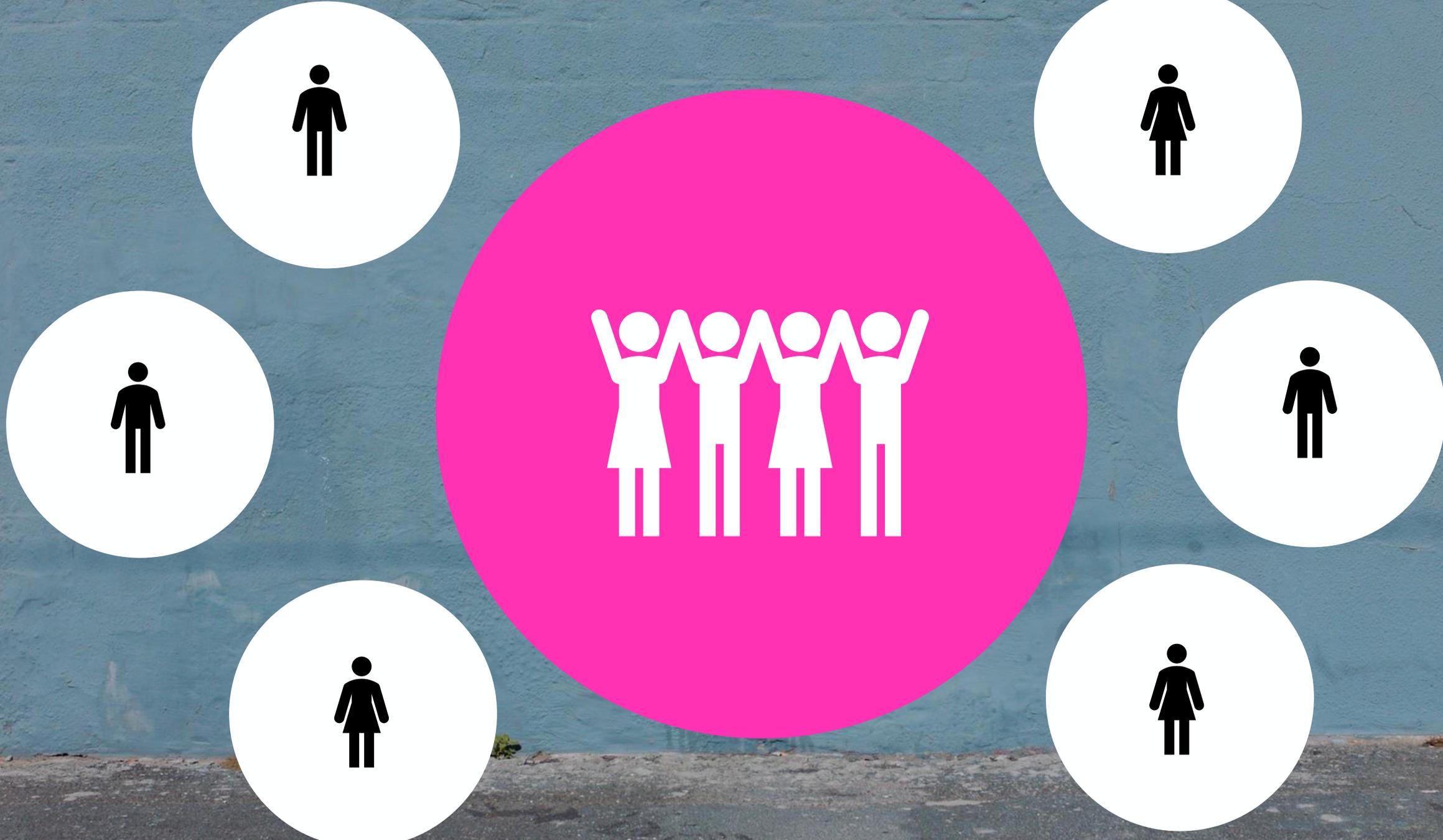
**Creative
Space**

Media

**Botschafte
n**

Menschen

Creative Space



C-Level





JUNG v MATT

AN DER LIMMAT



**Wir inspirieren
Marken und Menschen.**

1993

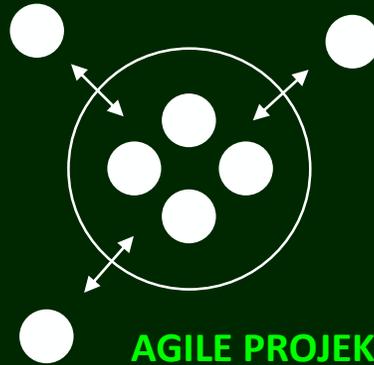
Gegründet

JUNGVMATT

- /LIMMAT
- /PLAY
- /BRAND IDENTITY
- /IMPACT
- /SERVICES

UNABHÄNGIG

Wir sind inhabergeführt.



52%

FRAUEN



KOLLABORATIVER
PERPETUAL-BETA-PROCESS

119

MITARBEITENDE
61 DAVON
DIGITAL NATIVES

27

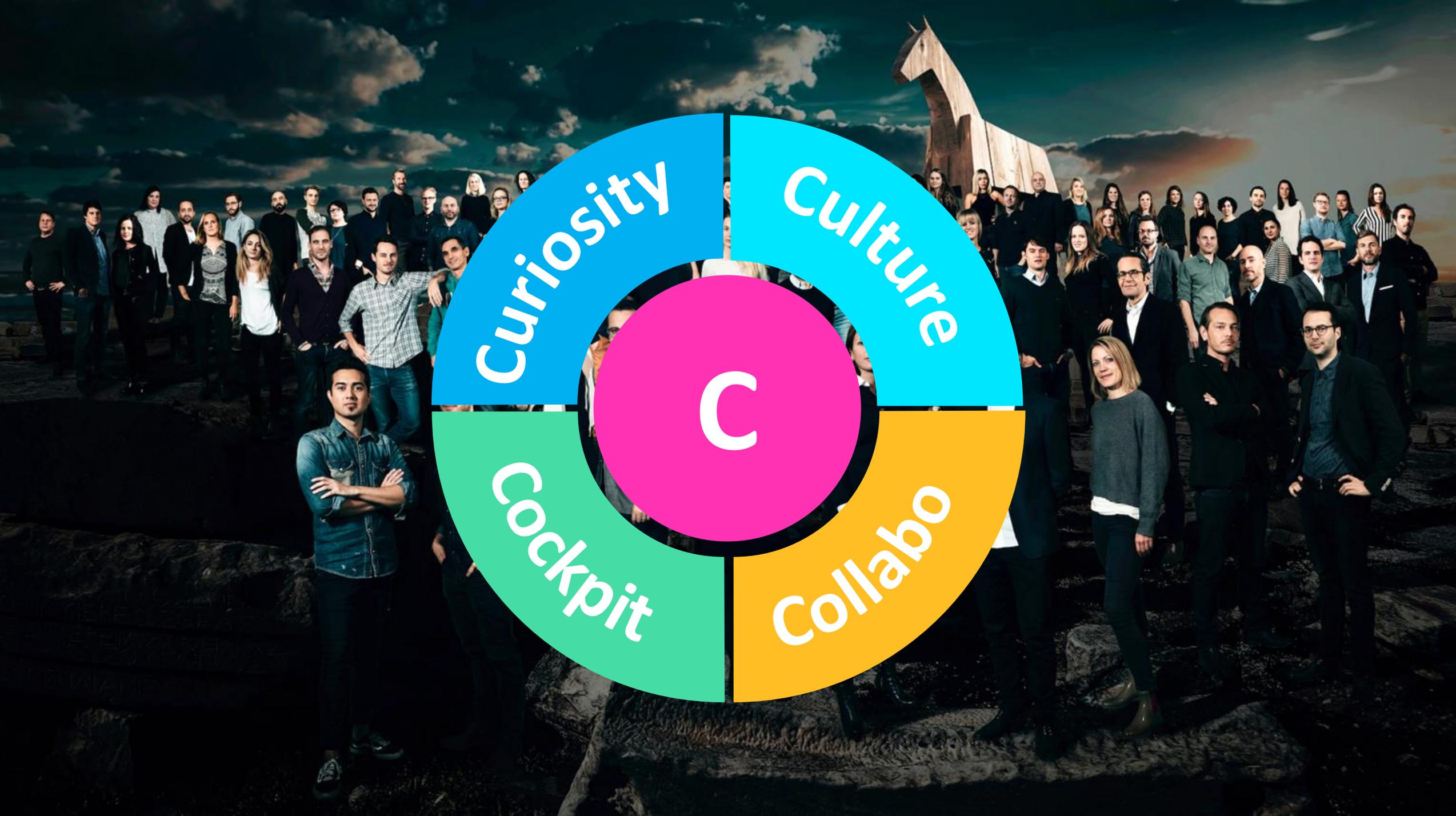


JOB-PROFILE

KREATIV, DIGITAL
und EFFIZIENT



C-
Level



Curiosity

Culture

C

Cockpit

Collabo



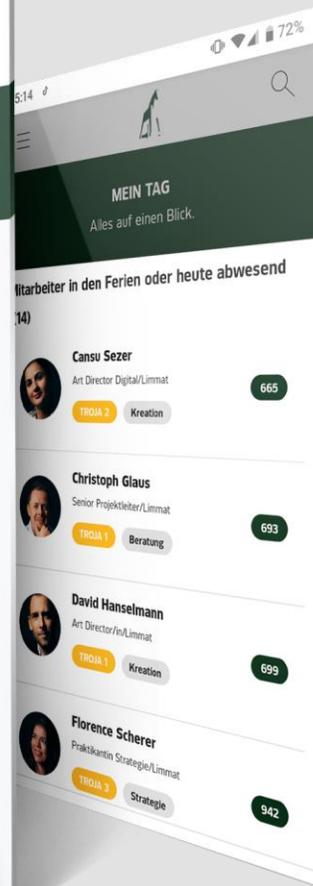
Culture

C

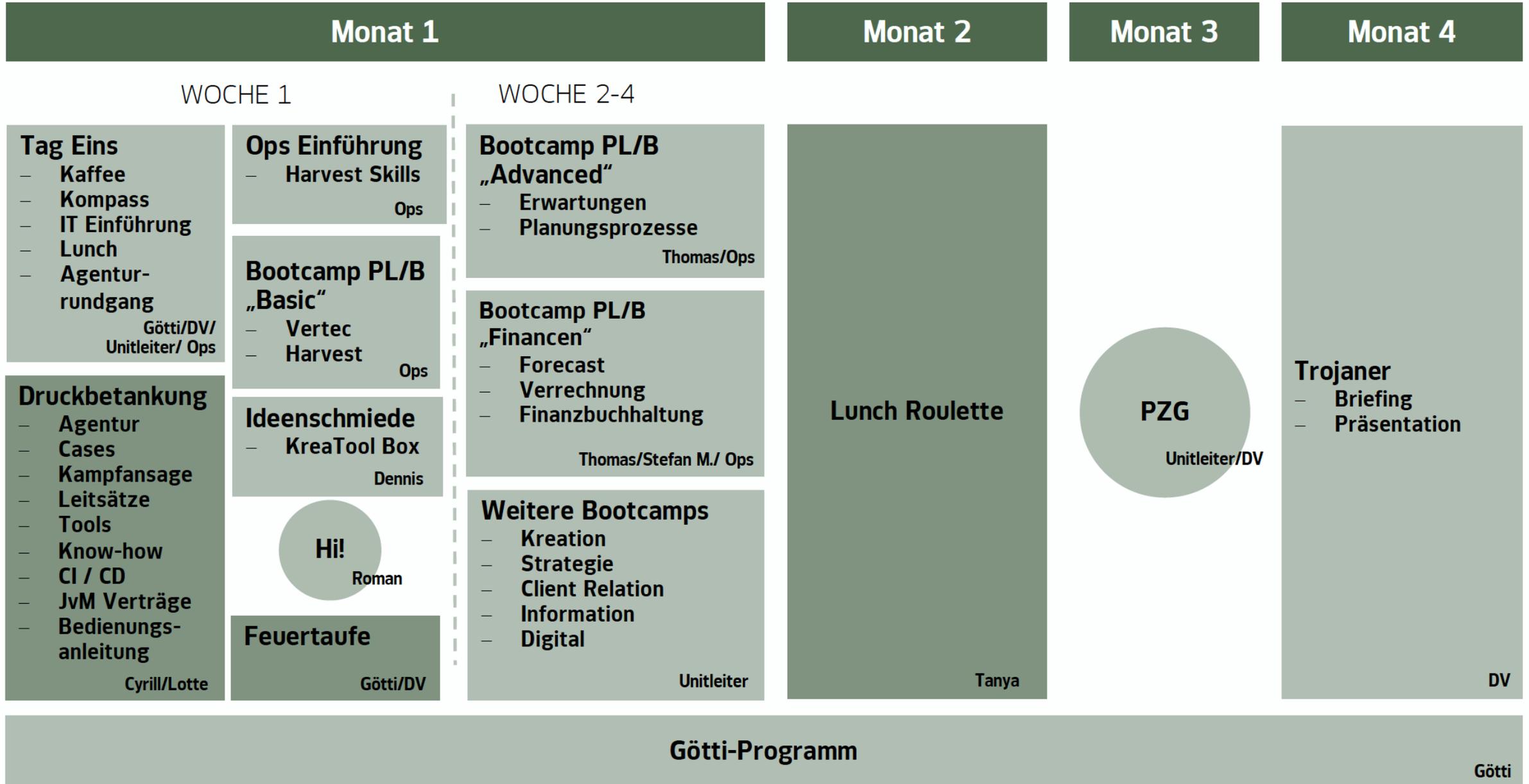
CULTURE

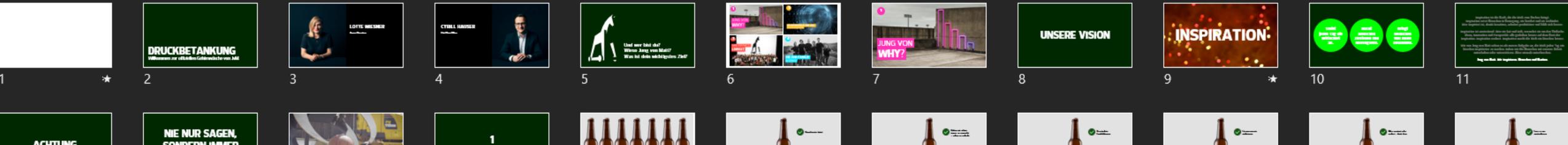


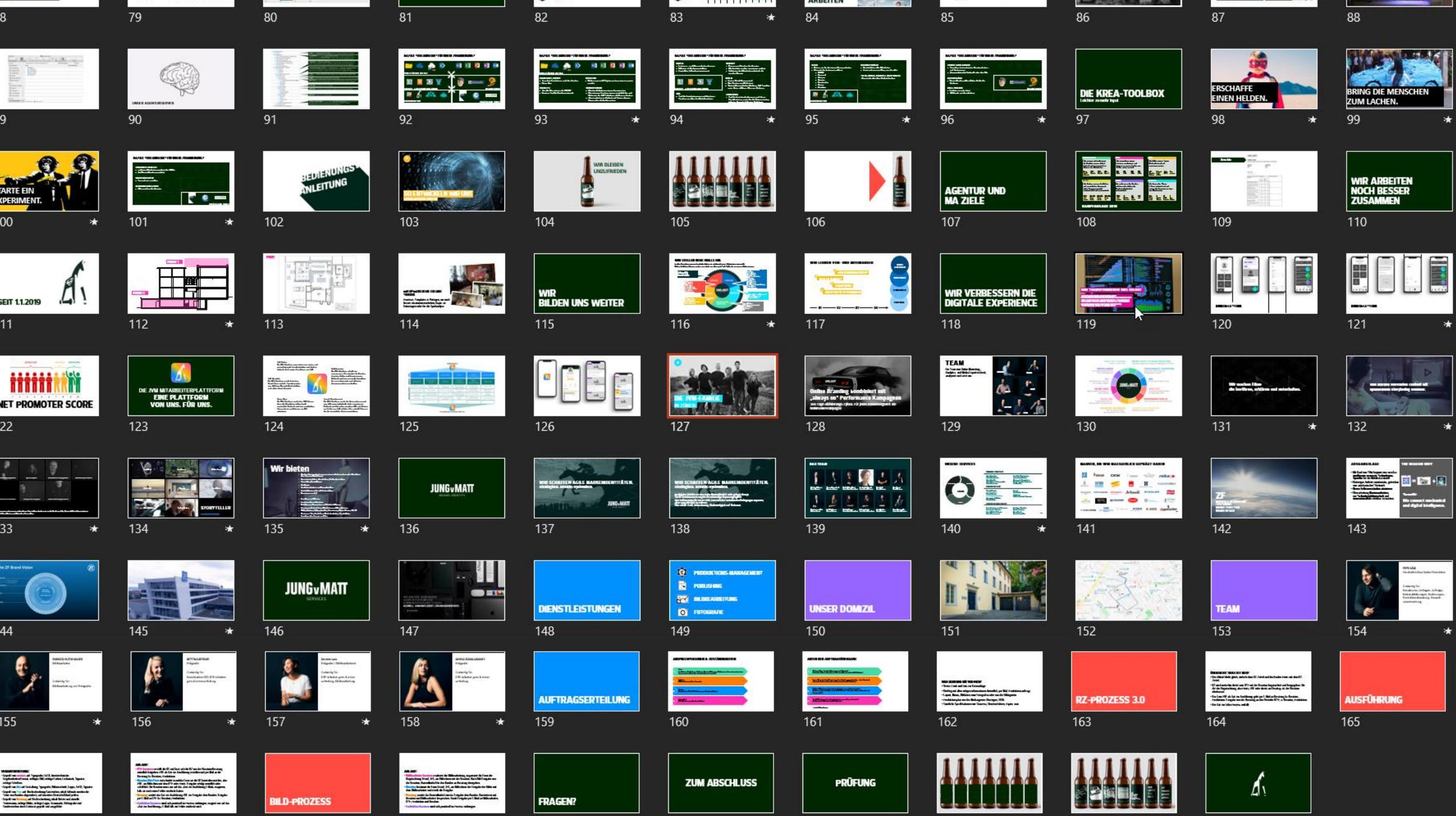




Timeline "Trojanisierung"







**BEDIENUNGS-
ANLEITUNG**

FEUER-

TAUFE





C

Collabo

COLLABORATION

HER DURTÄHE
BEI DER INHALTSFORM AUF
KT.
KESERE
R, ATT
R MACH

STRATEGISCHES OPTIMUM
BAUM VOR WILD - IN DER
KOMMUNIKATION SETZEN WIR UNS FÜR
EINE BÄUM STRUKTUR - JEDERFALLE
BALANGGRUPPEN STRUKTUR - DA

STRATEGISCHES OPTIMUM
WIE MOCHEN DEN PROZESS MIT DER
PROZESS ANWANDT UND
ZUFÜHRUNG ZIELEN

STRATEGISCHES OPTIMUM
WIE MOCHEN ALLE ANWANDER
PROZESS MIT ANWANDER UND ZIELEN
IN DER KOMMUNIKATION STRUKTUR

STRATEGISCHES OPTIMUM
WIE MOCHEN ALLE ANWANDER
PROZESS MIT ANWANDER UND ZIELEN
IN DER KOMMUNIKATION STRUKTUR

1. MIT BEWERTUNG
MIT BEWERTUNG
IN BEWEIS ANWANDER
NEU ZIELE
MACHEN SICHEN MIT DER
ALLE ANWANDER - DER
TAKEN PAPER SICHEN SICHEN
TAKEN PAPER SICHEN SICHEN
TAKEN PAPER SICHEN SICHEN
TAKEN PAPER SICHEN SICHEN
TAKEN PAPER SICHEN SICHEN

2. MIT BEWERTUNG
MIT BEWERTUNG
IN BEWEIS ANWANDER
NEU ZIELE
MACHEN SICHEN MIT DER
ALLE ANWANDER - DER
TAKEN PAPER SICHEN SICHEN
TAKEN PAPER SICHEN SICHEN



Meeting

November Brief
#

Society MA

Projektphase

Wiederholer mit
Engagement(?)
Kreativität

Gedächtnis
o. Kreativität

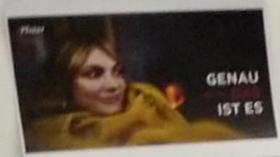
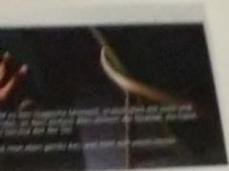




...N GEFUNDEN –
...FT, DEN ES NUR BEI

FÜR DEN STARKEN LEITGEDANKEN
HABEN WIR EINE STARKE VISUELLE
ÄSTHETIK ENTWICKELT.

UND WIE SIEHT DIE TRAGWEITE
DES LEITGEDANKENS AUS?



UND GENAU SO FÜHRT SICH DIESER
AUGENBLICK AN...

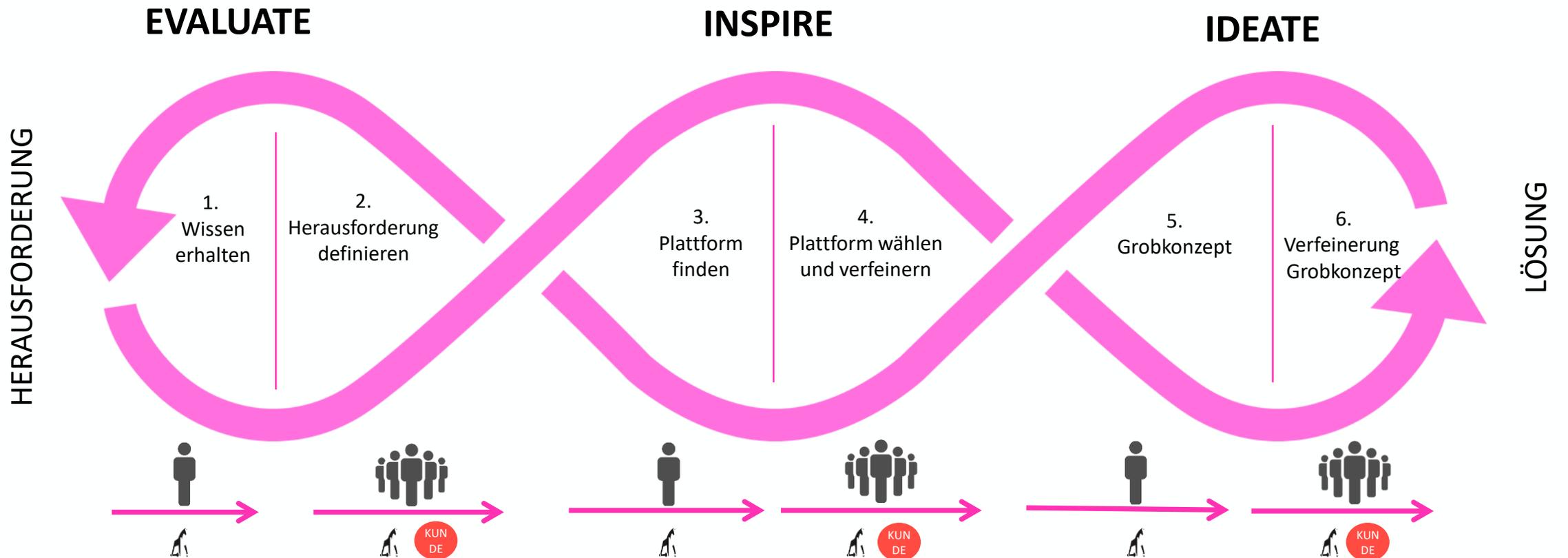


VORSTELLEN:
'VE ENTLANG DREI
REINYS.



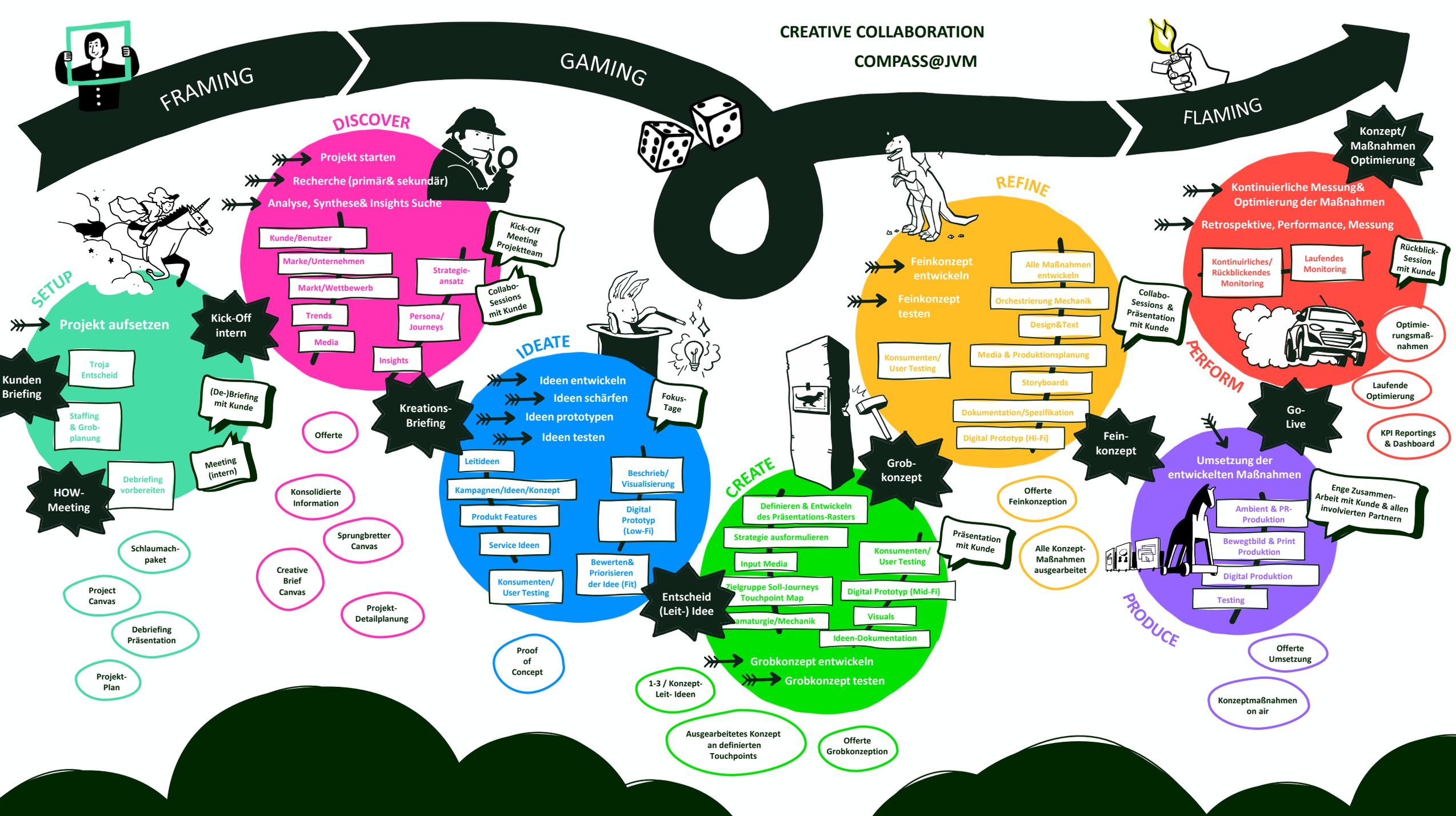
HELL
(Gelb-
Pflanz)





Wir arbeiten eng mit Kunden und Partnern zusammen, basierend auf einem angepassten **Design-Thinking Prozess**. Dadurch werden Ergebnisse schneller und genauer geliefert, da das Verfeinern von Ideen und Mechanismen ein fester Bestandteil des Prozesses ist.

CREATIVE COLLABORATION
COMPASS@JVM



RC	Regine Cavicchioli 360° Kampagnen, Adobe, Airline...	118% 39 hrs + 8 off	115% 46 hrs	104% 41.5 hrs	119% 47.5 hrs	99% 31.5 hrs + 8 off	49% 11.5 hrs + 8 off	33% 5 hrs + 8 off	33% 5 hrs + 8 off											20% 0 hrs + 8 off		
RS	Rene Schwarz Englisch, Geschäftsführung, Gesc...	100% 0 hrs + 40 off				20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off											100% 0 hrs + 40 off	20% 0 hrs + 8 off	
RH	Rob Hartmann Ambient, Anzeigen/Print, Art Buyi...	121% 32.5 hrs + 16 off	125% 34 hrs + 16 off	125% 42 hrs + 8 off	89% 27.5 hrs + 8 off	108% 27 hrs + 16 off	88% 19 hrs + 16 off	120% 8 hrs + 40 off	56% 6.5 hrs + 16 off											40% 8 hrs + 8 off	65% 10 hrs + 16 off	35% 6 hrs + 8 off
RH	Roman Hirsbrunner Chief Executive Officer, Englisch, ...	20% 0 hrs + 8 off	10% 4 hrs			20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off												20% 0 hrs + 8 off	
RW	Romana Weber Beauty, Botschaften, Dienstleistu...	110% 36 hrs + 8 off	150% 52 hrs + 8 off	103% 41 hrs	110% 44 hrs	138% 47 hrs + 8 off	130% 44 hrs + 8 off	153% 53 hrs + 8 off	138% 47 hrs + 8 off	103% 33 hrs + 8 off	143% 57 hrs	83% 33 hrs	83% 25 hrs + 8 off	33% 13 hrs								
SI	Sabrina Izumi Airline, Auge fürs Detail, Auto, Bil...	140% 40 hrs + 16 off	95% 30 hrs + 8 off	103% 33 hrs + 8 off	80% 24 hrs + 8 off	100% 24 hrs + 16 off	100% 24 hrs + 16 off	100% 24 hrs + 16 off	40% 0 hrs + 16 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	40% 0 hrs + 16 off	20% 0 hrs + 8 off								
SA	Sara Antunes _UX Consultant, Big Data, Custo...	110% 36 hrs + 8 off	130% 52 hrs	130% 52 hrs	90% 32 hrs + 4 off	125% 26 hrs + 24 off	100% 28 hrs + 12 off	85% 18 hrs + 16 off	95% 30 hrs + 8 off	10% 0 hrs + 4 off	10% 0 hrs + 4 off	10% 0 hrs + 4 off	50% 0 hrs + 20 off	10% 0 hrs + 4 off								
SK	Sarah Kohl Freelance Text, Sarah Kohl, Troja 3	100% 32 hrs + 8 off	70% 28 hrs	50% 20 hrs	38% 15 hrs	58% 15 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off												20% 0 hrs + 8 off	
SV	Sibylle von Fischer Apps, Art Buying, Bank, Beratung...	133% 45 hrs + 8 off	148% 59 hrs	148% 59 hrs	113% 45 hrs	113% 37 hrs + 8 off	103% 33 hrs + 8 off	100% 0 hrs + 40 off	100% 0 hrs + 40 off	13% 5 hrs	13% 5 hrs	13% 5 hrs	33% 5 hrs + 8 off	13% 5 hrs								
SB	Simon Bietenhader 360° Kampagnen, Agile Prozesse...	125% 42 hrs + 8 off	125% 40 hrs	100% 40 hrs	113% 45 hrs	83% 17 hrs + 16 off	33% 5 hrs + 8 off	33% 5 hrs + 8 off	93% 29 hrs + 8 off	113% 45 hrs	98% 39 hrs	13% 5 hrs	53% 5 hrs + 16 off	13% 5 hrs								
SH	Sophie Hofmeister Assistent GL, Geschäftsleitung, S...	33% 5 hrs + 8 off	13% 5 hrs	3% 1 hrs	3% 1 hrs	40% 0 hrs + 16 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off												20% 0 hrs + 8 off	
SS	Sören Schröder Creative Director, Kreation, Team ...	115% 38 hrs + 8 off	116% 46.5 hrs	161% 64.5 hrs	131% 52.5 hrs	111% 36.5 hrs + 8 off	98% 31 hrs + 8 off	73% 21 hrs + 8 off	66% 18.5 hrs + 8 off	55% 22 hrs	80% 32 hrs	31% 12.5 hrs	60% 16 hrs + 8 off	50% 20 hrs								
SN	Stefan Naef Englisch, Executive Planning Dire...	25% 2 hrs + 8 off	30% 12 hrs	40% 16 hrs	11% 4.5 hrs	31% 4.5 hrs + 8 off	42% 8.75 hrs + 8 off	33% 5 hrs + 8 off	23% 1 hrs + 8 off	18% 7 hrs	3% 1.25 hrs	13% 5.25 hrs	23% 1 hrs + 8 off	3% 1.25 hrs								
SS	Stephan Schmid (X)HTML, Adobe, Agile Prozesse...	103% 33 hrs + 8 off	73% 29 hrs	73% 29 hrs	73% 29 hrs	93% 29 hrs + 8 off	53% 13 hrs + 8 off	73% 21 hrs + 8 off	43% 9 hrs + 8 off	3% 1 hrs	3% 1 hrs	3% 1 hrs	23% 1 hrs + 8 off	3% 1 hrs								
SG	Szymon Gregorzcyk 180hb	20% 0 hrs + 8 off				20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off												20% 0 hrs + 8 off	
TS	Thomas Steiner Ambient, Anzeigen/Print, Beratun...	25% 2 hrs + 8 off		10% 4 hrs	15% 6 hrs	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	60% 0 hrs + 24 off	120% 0 hrs + 48 off												20% 0 hrs + 8 off	
TK	Timo Kahlert Vertec Wizard	20% 0 hrs + 8 off				20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off												20% 0 hrs + 8 off	
TB	Tina Bloetjes Grafik, Kreation, Team CaJa, Troj...	101% 32.5 hrs + 8 off	113% 45 hrs	33% 13 hrs	13% 5 hrs	30% 4 hrs + 8 off	33% 5 hrs + 8 off	33% 5 hrs + 8 off	33% 5 hrs + 8 off	13% 5 hrs	13% 5 hrs	13% 5 hrs	33% 5 hrs + 8 off	13% 5 hrs								
VV	Valeria Vuckovic Agile Prozesse, Anzeigen/Print, A...	116% 38.5 hrs + 8 off	100% 40 hrs	104% 41.5 hrs	120% 48 hrs	120% 40 hrs + 8 off	114% 37.5 hrs + 8 off	120% 40 hrs + 8 off	83% 25 hrs + 8 off	31% 12.5 hrs	45% 18 hrs	31% 12.5 hrs	45% 10 hrs + 8 off	31% 12.5 hrs								
VE	Valérie Eckard Anzeigen/Print, Beratung, Brosch...	104% 17.75 hrs + 24 off	91% 16.25 hrs + 20 off	88% 15 hrs + 20 off	81% 12.5 hrs + 20 off	101% 10.5 hrs + 28 off	89% 7.5 hrs + 28 off	89% 7.5 hrs + 28 off	20% 0 hrs + 8 off												20% 0 hrs + 8 off	
VA	Vanessa Anderegg Ambient, Anzeigen/Print, B2B, Ba...	98% 23 hrs + 16 off	110% 28 hrs + 16 off	109% 35.5 hrs + 8 off	73% 21 hrs + 8 off	70% 12 hrs + 16 off	120% 0 hrs + 48 off	55% 6 hrs + 16 off	53% 5 hrs + 16 off	33% 5 hrs + 8 off	13% 5 hrs	13% 5 hrs	33% 5 hrs + 8 off	13% 5 hrs								
VS	Vanessa Savi Art Direction, Art Director, Junior ...	110% 36 hrs + 8 off	113% 45 hrs	113% 45 hrs	113% 45 hrs	130% 44 hrs + 8 off	133% 45 hrs + 8 off	113% 5 hrs + 40 off	53% 5 hrs + 16 off	13% 5 hrs	53% 5 hrs + 16 off	33% 5 hrs + 8 off	73% 5 hrs + 24 off	13% 5 hrs								
VF	Vast Forward 1 (Tiago) Entwicklung, Troja 4	20% 0 hrs + 7 off		23% 8 hrs		20% 0 hrs + 7 off	40% 0 hrs + 14 off	60% 0 hrs + 21 off	40% 0 hrs + 14 off												20% 0 hrs + 7 off	
VR	Vera Riemeler Berater, Beratung, Beratungsgru...	80% 24 hrs + 8 off	54% 14.5 hrs	36% 14.5 hrs	15% 6 hrs	25% 2 hrs + 8 off	83% 9 hrs + 24 off	62% 0.75 hrs + 24 off	23% 1 hrs + 8 off	2% 0.75 hrs											20% 0 hrs + 8 off	
VP	Vitali Peters Academy Student, Kreation, Tea...	85% 26 hrs + 8 off	105% 42 hrs	54% 21.5 hrs	19% 7.5 hrs	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off		20% 8 hrs										20% 0 hrs + 8 off	
WB	Wolfgang Bark 360° Kampagnen, Ambient, Anze...	110% 36 hrs + 8 off	83% 33 hrs	75% 30 hrs	50% 20 hrs	45% 10 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off	40% 0 hrs + 16 off												20% 0 hrs + 8 off	20% 0 hrs + 8 off

AM	Adrian Merz Adrian Merz, Airline, Architektur, ...	Full	4 o	Off	Off	5 o 4 o 5 open	5 open	3 o 5 o	6 o			
AE	Alain Eicher 360° Kampagnen, Alain Eicher, A...	Full	6 o	4 open	5 open	5 open	5 open					
AL	Anna Leudolph Ambient, Anna Leudolph, Anzeig... ACC (Accor Hotels) [ACC-IBISBC] INSTASITTER EMMI (Emmi) [EMMI-SPOONABLES] Konzeption_2019 EMMI (Emmi) [LUZERNER19] FILM	1 o Ful 1 o 4 open		Full	Full	2 open	5 open	7 open	7 open			
		4 h/d 20h		4 h/d 20h	4 h/d 20h	4 h/d 20h	1 h/d 5h	1 h/d 5h	1 h/d 5h			
		4 h/d 12h		4 h/d 20h	4 h/d 20h	2 h/d 10h	2 h/d 10h					
		1h 1h										
	Actions	Q Assign to Project...										
BS	Ben Staudenmann Ambient, Anzeigen/Print, Art Buyi...	Off Off 1 over		Full	4 open	2 open	2 open					
CS	Cansu Sezer 360° Kampagnen, Airline, Anzeig... Time Off JVM (Jung von Matt/Limmat) [JVM-INTERN] MITARBEITERPLATTFORM SWP (swisspatat) [SWP-KAMPAGNE] DETAILKONZEPTION2018	Off		Off	Full	Full	Full 2 open	2 open	4 open			
		Off		Off			4 h/d 20h	8 h/d 24h 2 h/d 4	4 h/d 20h	4 h/d 20h		
					8 h/d 40h	4 h/d 20h	4 h/d 8	2 h/d 10h				
	Actions	Q Assign to Project...										
CW	Christina Wellnhofer Ambient, Anzeigen/Print, Art Buyi...	1 o 3 o 1 open Full		Off Off Off Full	Ful 1 open Full	1 o 6 open	7 o	7 o	7 o			
DH	David Hanselmann 360° Kampagnen, Ambient, Anze...	2 o 3 o 6 o 4 o 6 o		5 open	5.5 open	5.75 open	5.75 open	7.75 op 5.75 op 7.75	6 open Off			
DL	Dennis Lück Chief Creative Officer, Dennis Lü...	1 o 4 o 5 o 7 open		4 open Off Off	6 open		Full	Off				

PLANUNGS GRUNDSÄTZE

1. Das Projektteam plant gemeinsam und verbindlich.

2. Wer zuerst plant, hat prinzipiell Vorrang. Spätere Überbuchungen werden gelöscht.

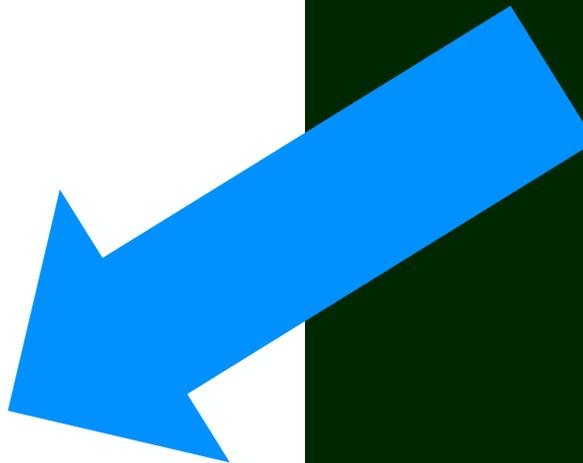
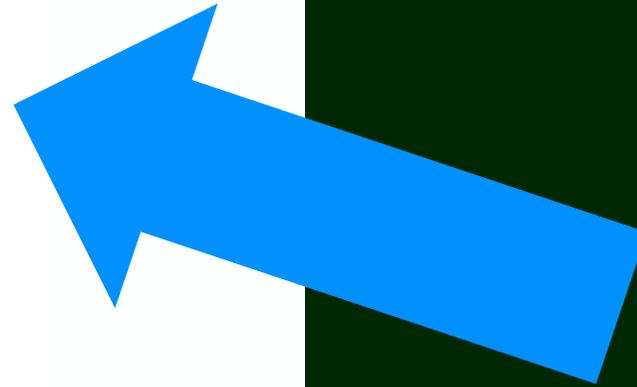
3. Die Planung ist immer auf aktuellem Stand.

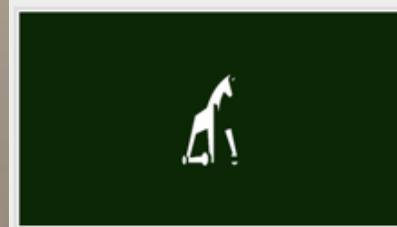
4. Jeder Mitarbeiter ist über seine Planung informiert und reagiert bei Unstimmigkeiten proaktiv.

5. Vorgesetzte & Leaders haben die Verantwortung über die ausgewogene Auslastung ihrer Teams.

6. Bei Ressourcen-Konflikten suchen die Projektverantwortlichen frühzeitig nach Lösungen.

7. Wir kommunizieren die Ressourcen-Situation auch gegenüber Kunden transparent.





1



2



7



8

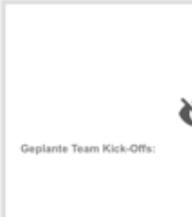


13

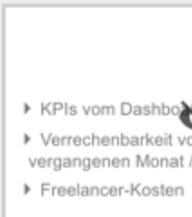


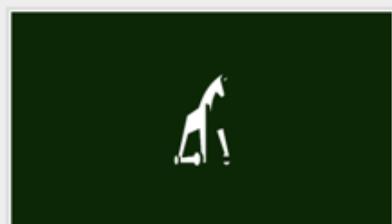
14

19



20

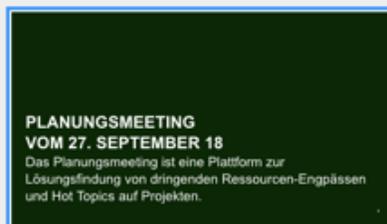




1



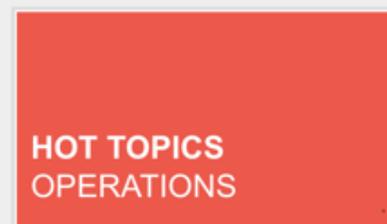
2



3



4

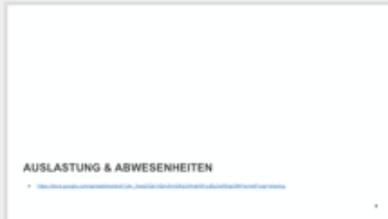


5

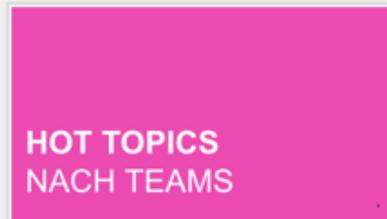
6



7

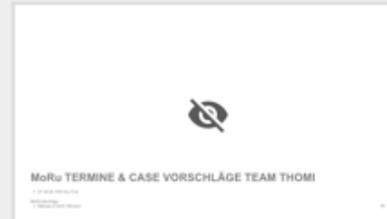


8



9

10

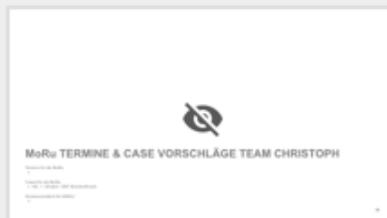


11

12

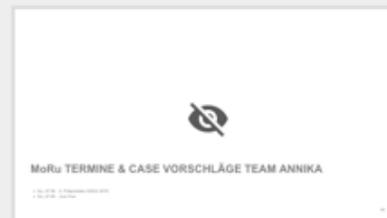
13

14



15

16

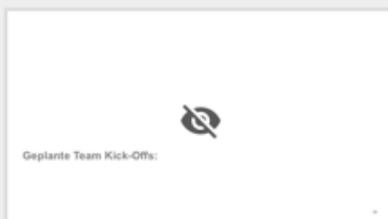


17

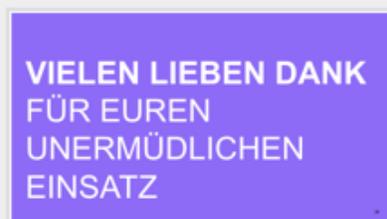


18

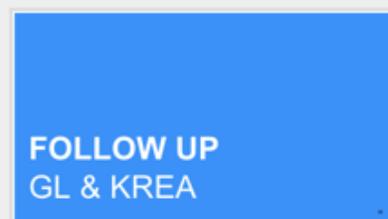
19



20



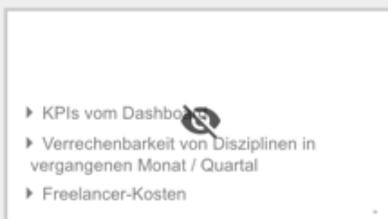
21



22

23

24





Montag, 28. Mai 2018



GUTEN MORGEN RENÉ



Du hast **3 Tage** vergessen einzutragen.
Bitte hole das bis Mittwoch, 09.00 nach. Danach wird die Erfassung für die vergangene Woche geschlossen.

Du musst noch **Abwesenheiten und Spesen** aus deinem Team freigeben!

0%

Übereinstimmung

zwischen deinen geplanten
und den eingetragenen
Stunden

Das ist schlecht für Jung von Matt und vor allem für Dich.

Was lief da genau falsch? Bitte gib deinem Vorgesetzten und operations@jvm.ch ein kurzes Update dazu.

HARVEST DIESER WOCHE

0%

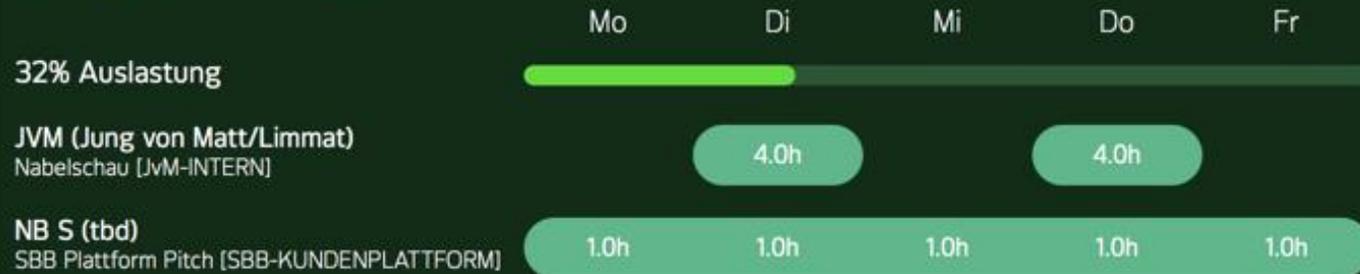
Übereinstimmung

zwischen deinen geplanten
und den eingetragenen
Stunden

Das ist schlecht für Jung von Matt und vor allem für Dich.

Was lief da genau falsch? Bitte gib deinem Vorgesetzten und operations@jvm.ch ein kurzes Update dazu.

HARVEST DIESER WOCHE



GEBURTSTAGE



Lotte Wiesner
Wird am Donnerstag 32



John Alonso
Wird am Sonntag 50

HIER GEHT'S ZUM BLOG.

68%

Übereinstimmung

zwischen deinen geplanten
und den eingetragenen
Stunden

Das ist keine Optimale Planung.

Falls du dazu konkrete
Verbesserungsvorschläge hast, wende
dich bitte an dein Projektteam, deinen
Vorgesetzten oder operations@jvm.ch.

HARVEST DIESER WOCHE





C

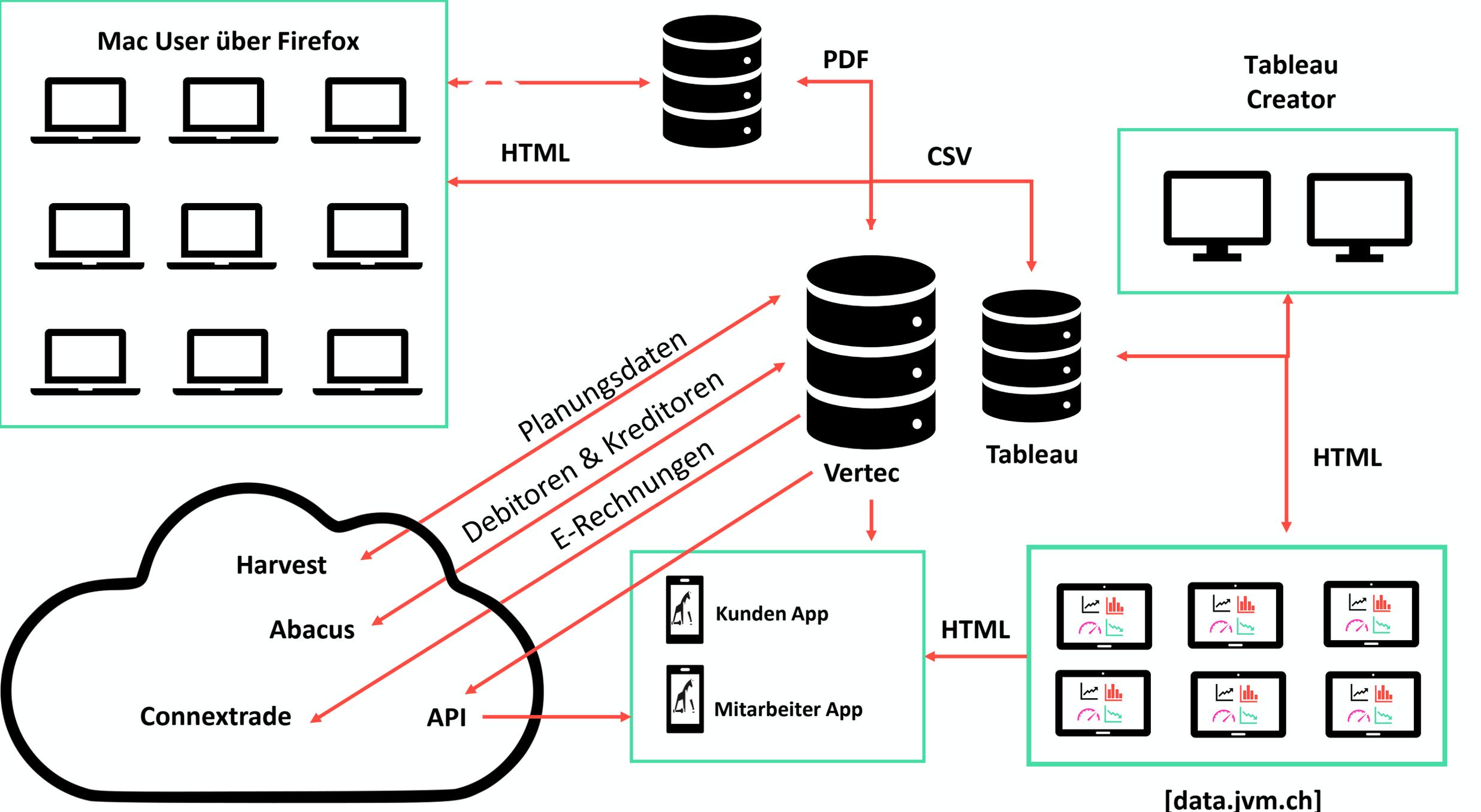
Cockpit

COCKPIT

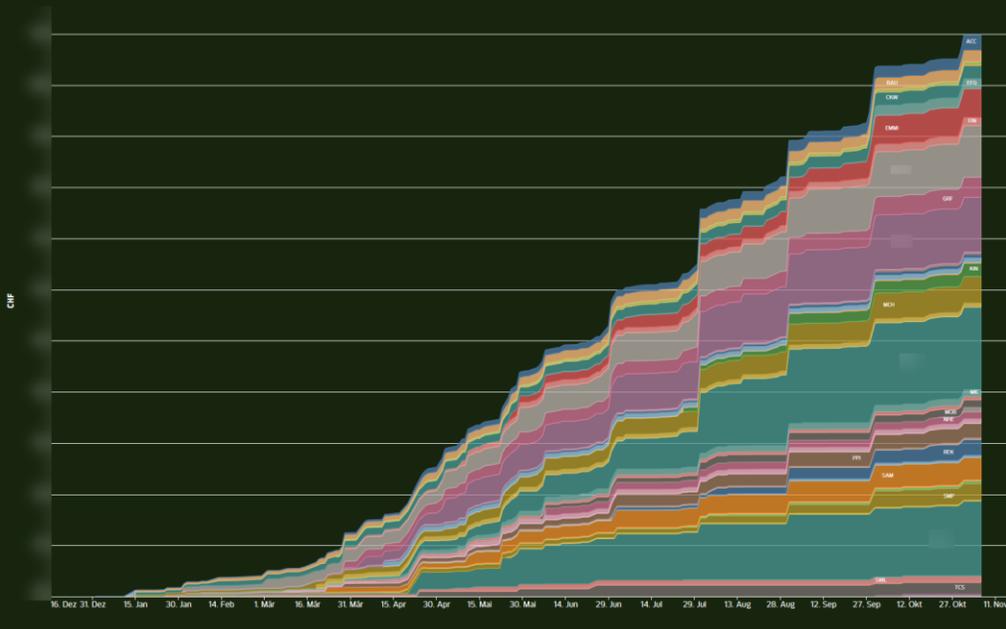


VERTEC





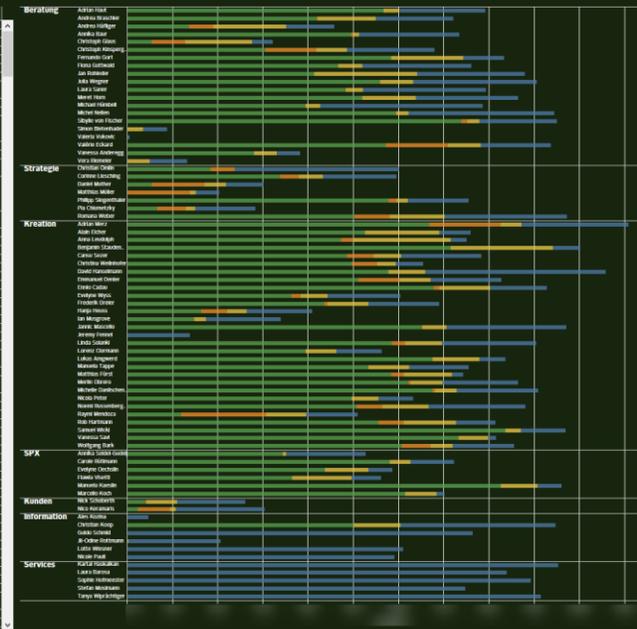
Rechnungen (Agenturleistungen 2018)



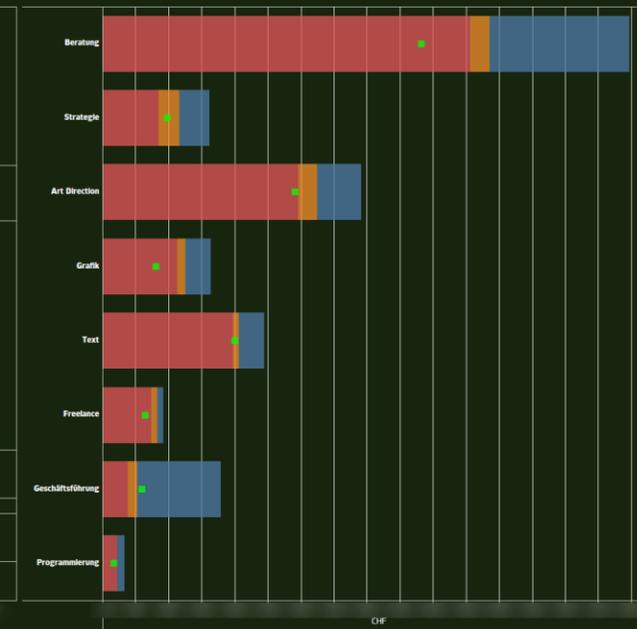
Aktuelle Rechnungen

Termin	PK	Kunde	AL	FK
06.11.2018	10084	Andreas Bräschler	7200	4190
06.11.2018	10083	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10082	Christoph Glas	7200	4190
06.11.2018	10081	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10080	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10079	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10078	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10077	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10076	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10075	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10074	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10073	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10072	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10071	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10070	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10069	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10068	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10067	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10066	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10065	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10064	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10063	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10062	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10061	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10060	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10059	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10058	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10057	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10056	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10055	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10054	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10053	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10052	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10051	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10050	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10049	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10048	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10047	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10046	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10045	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10044	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10043	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10042	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10041	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10040	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10039	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10038	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10037	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10036	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10035	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10034	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10033	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10032	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10031	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10030	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10029	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10028	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10027	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10026	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10025	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10024	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10023	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10022	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10021	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10020	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10019	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10018	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10017	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10016	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10015	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10014	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10013	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10012	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10011	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10010	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10009	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10008	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10007	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10006	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10005	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10004	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10003	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10002	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10001	Michael Hübner	7200	4190
06.11.2018	10000	Michael Hübner	7200	4190

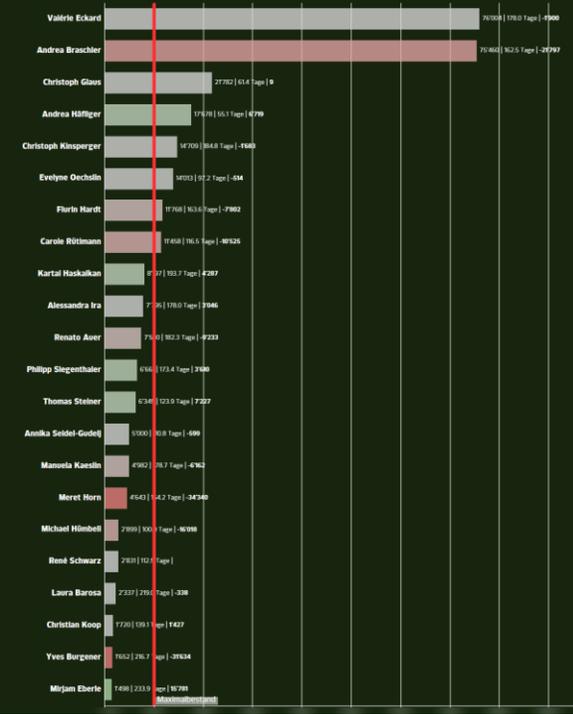
Aufwände



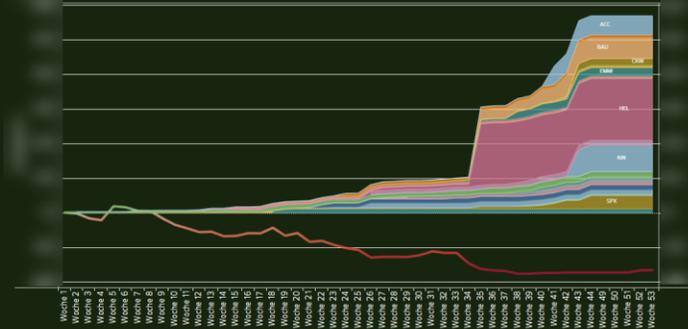
Aufwand und Umsatz pro Disziplin



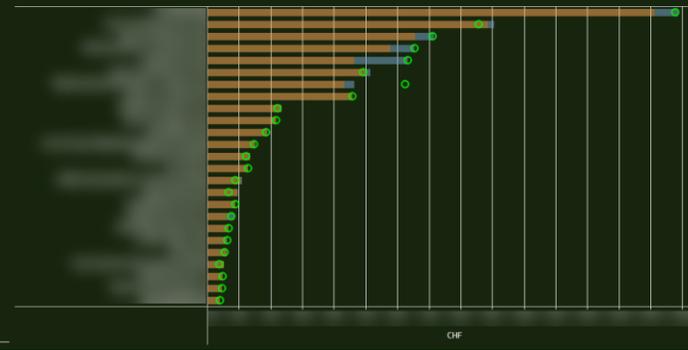
Bestand FK (pro Projektleiter)



Bestand FK (zeitlich)



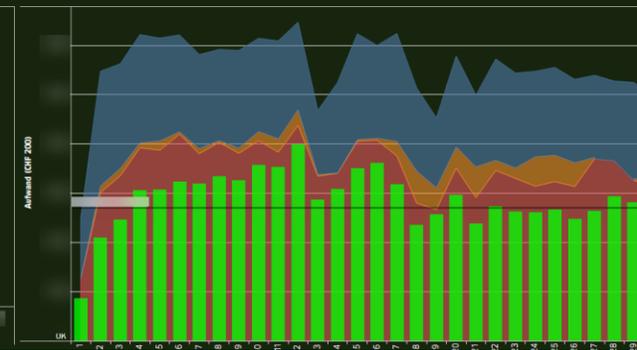
Top 30 Kreditoren



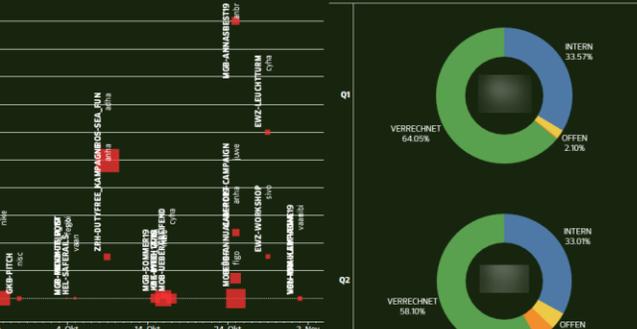
Alle aktuellen Projekte



Umsatz pro Woche



Neue Projekte

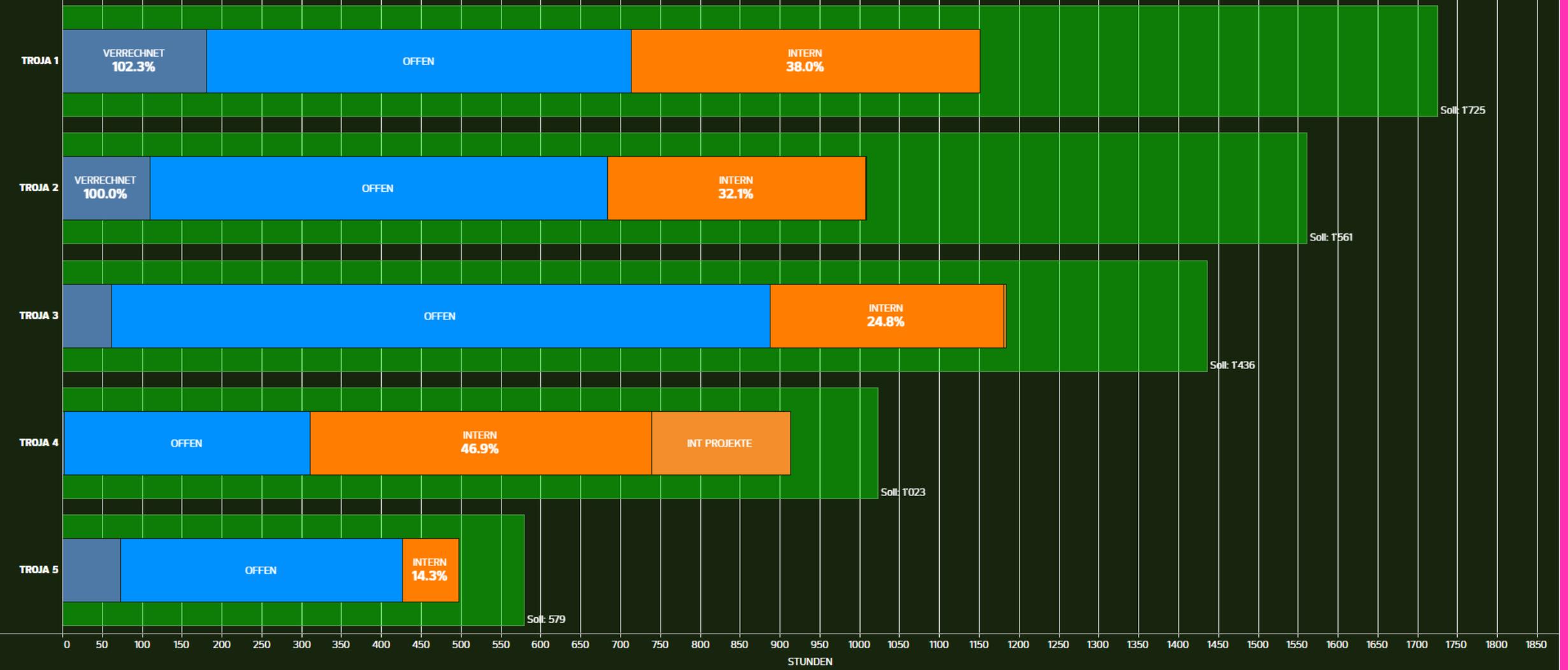


Agenturaufwand

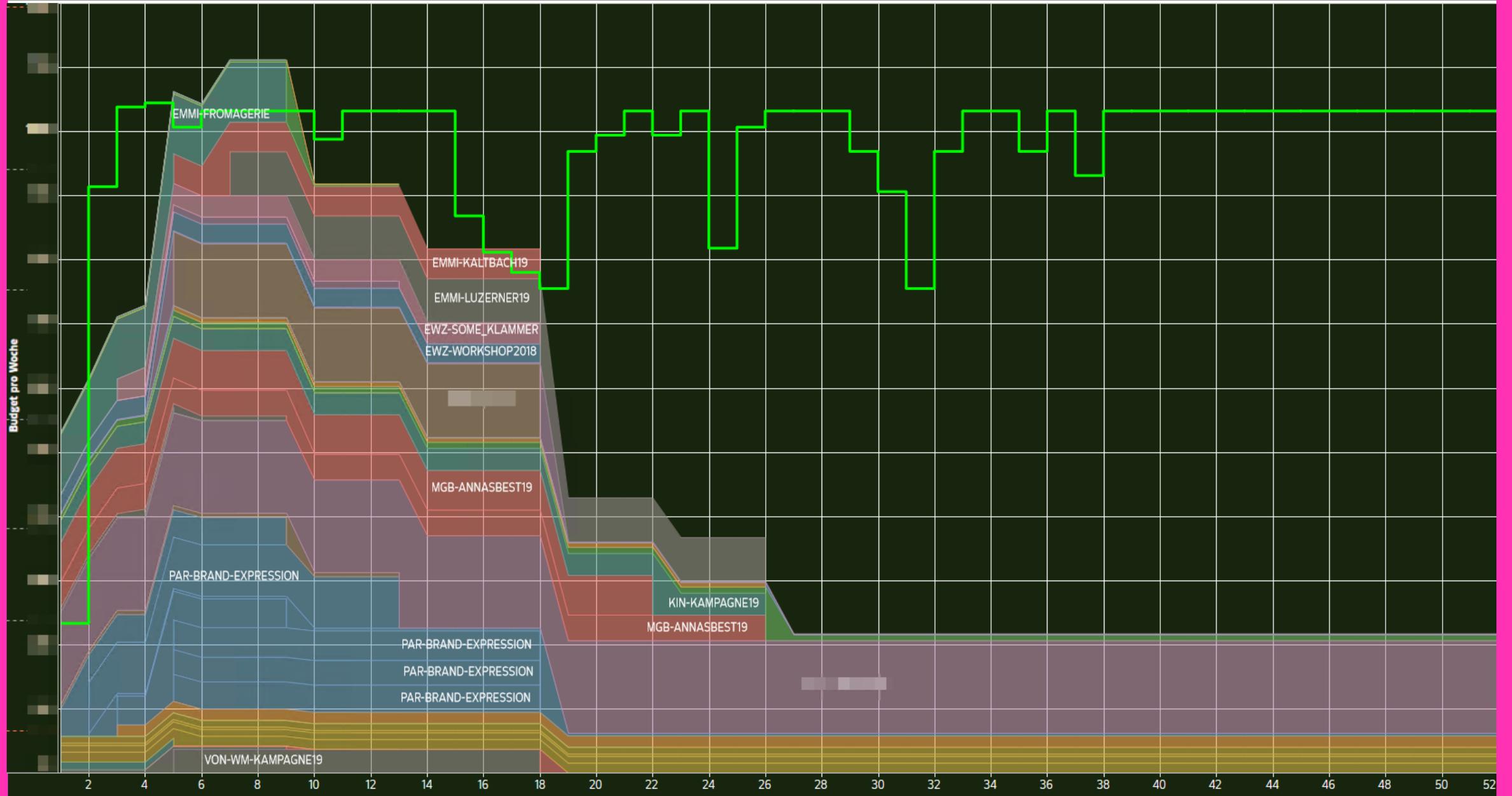


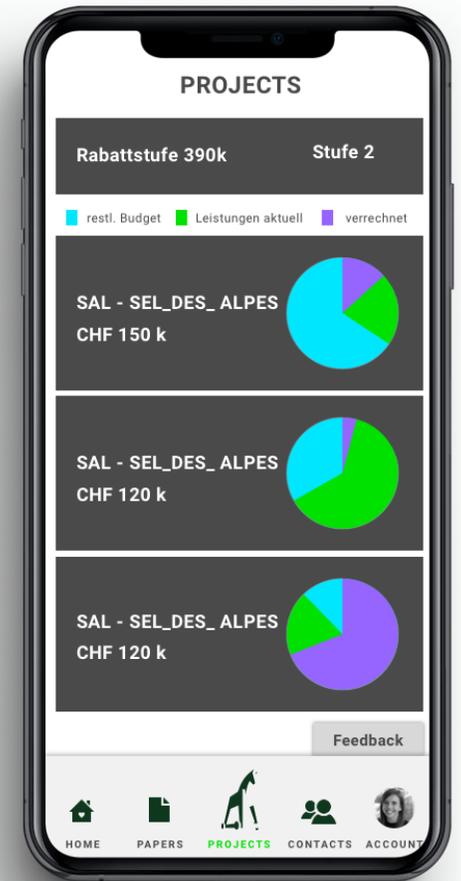
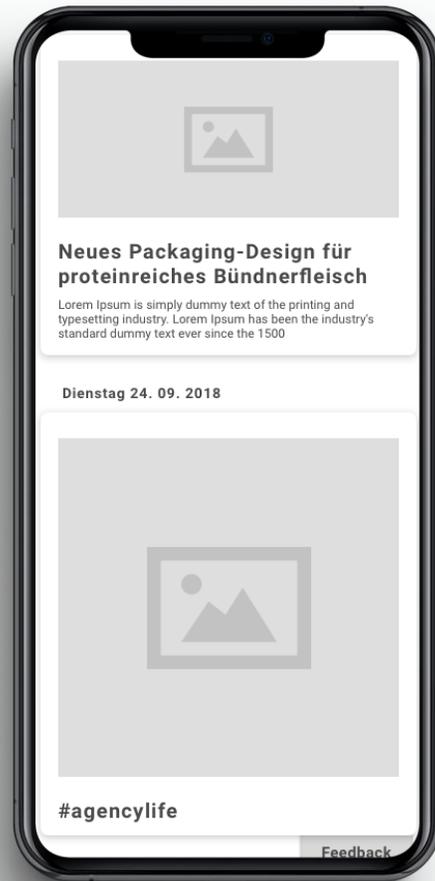
Zeiterfassung, Produktivität und Verrechenbarkeit (01.01.2019 bis heute)

Superteam



T2: Umsatzplanung





KUP (KUNDENPLATTFORM)

ZEITERFASSUNG

PLANUNG

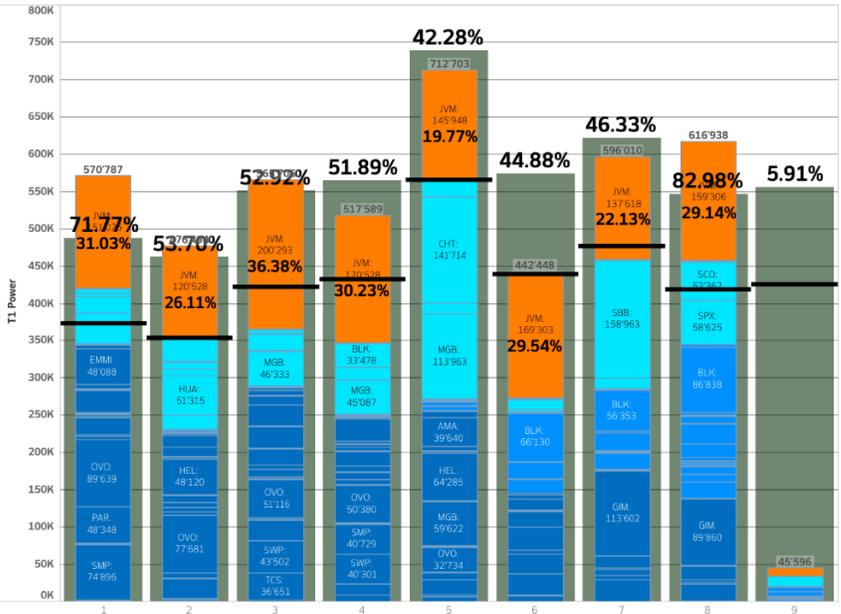
UMSATZ

PROJEKTE

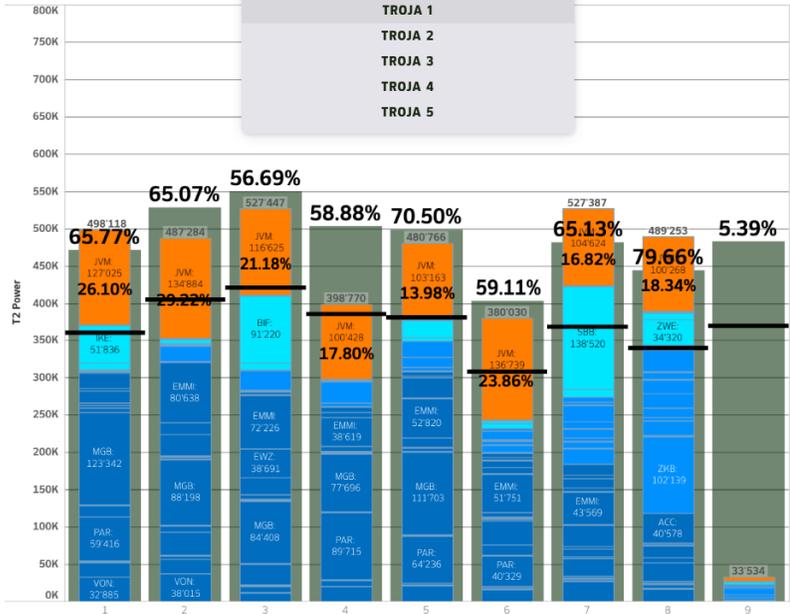
KAM



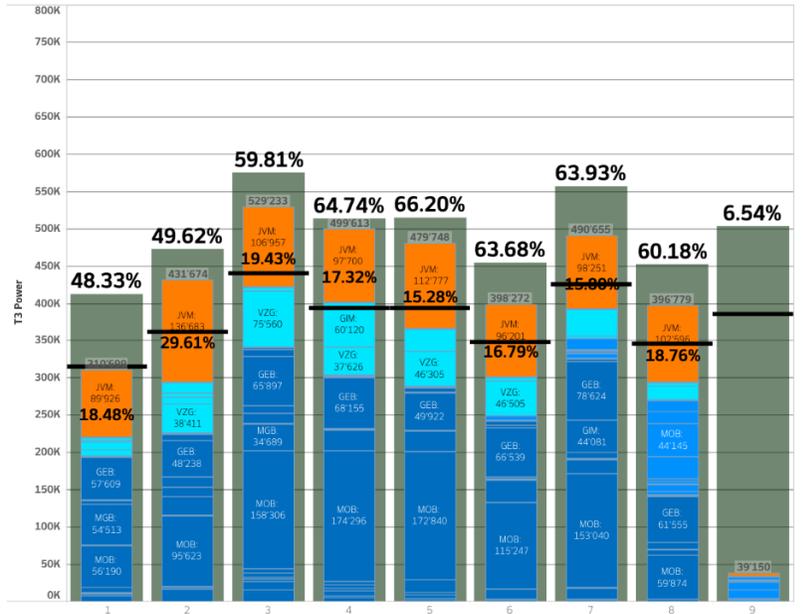
T1 Umsatz



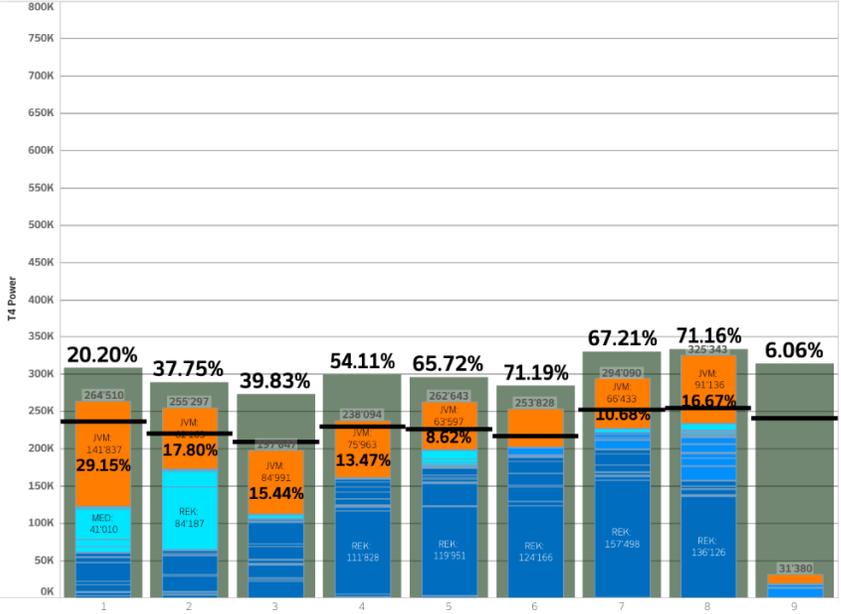
T2 Umsatz



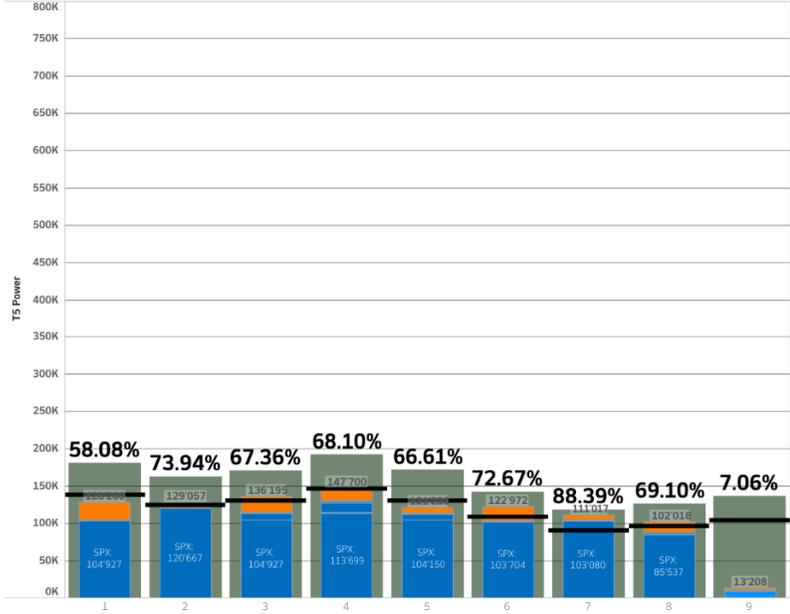
T3 Umsatz



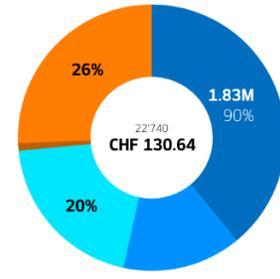
T4 Umsatz



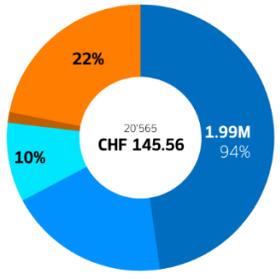
T5 Umsatz



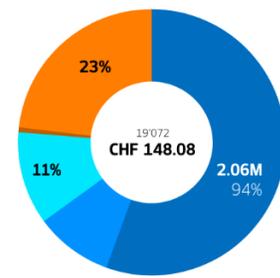
Troja 1



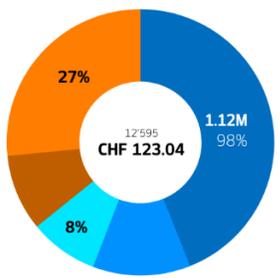
Troja 2



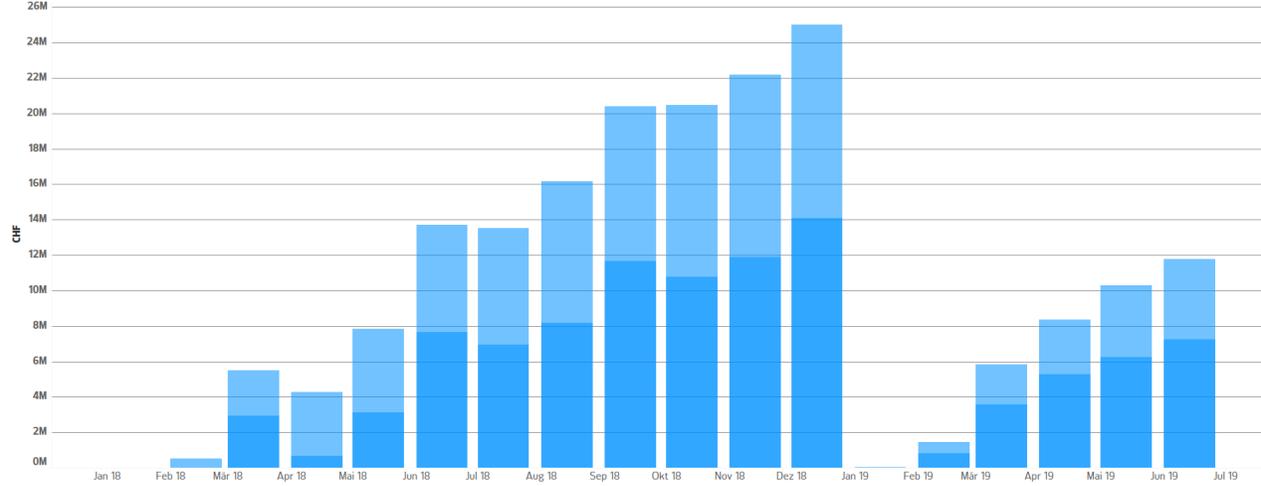
Troja 3



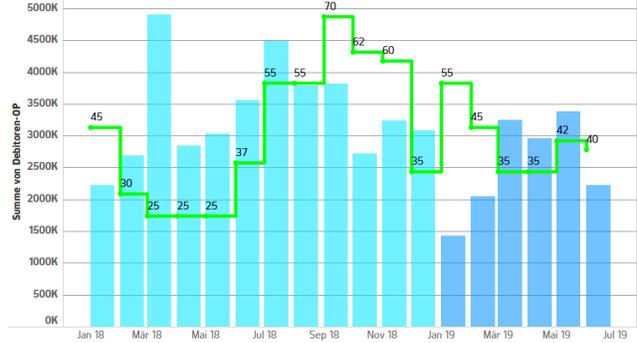
Troja 4



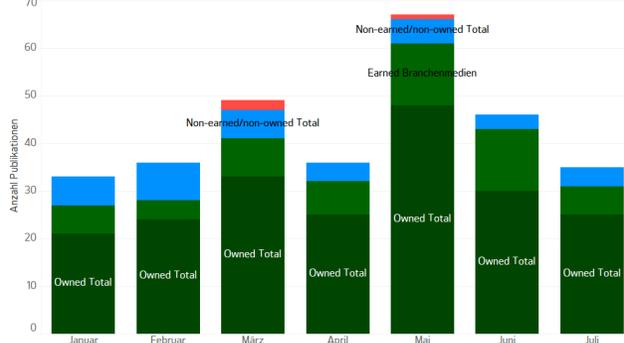
Bruttoertrag und Deckungsbeitrag



Debitorenbestand und Stamina



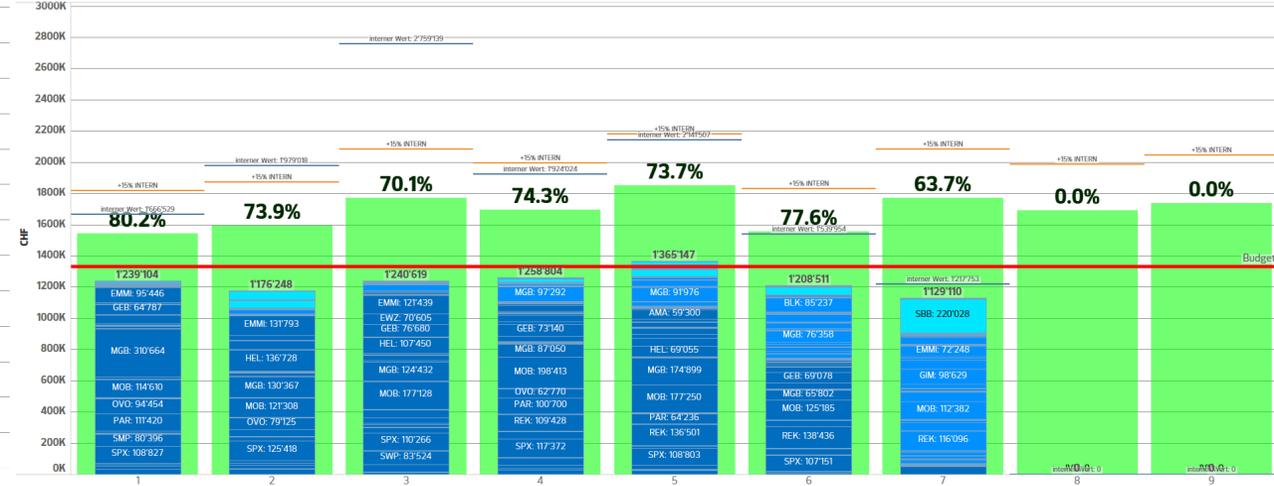
Kommunikation



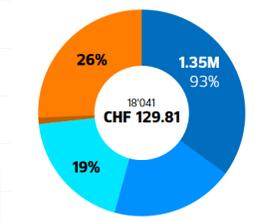
Spannungsbilanz



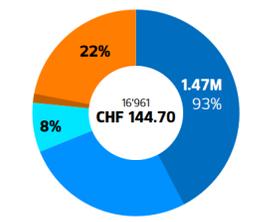
Verrechenbare Leistung pro Monat



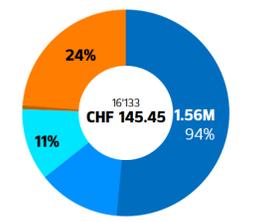
Troja 1



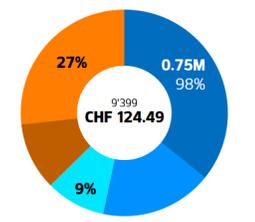
Troja 2



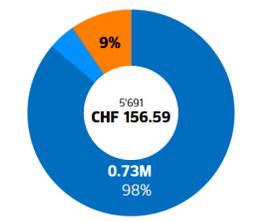
Troja 3



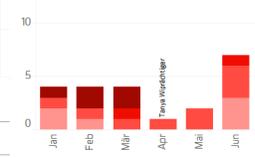
Troja 4



Troja 5



Austritte



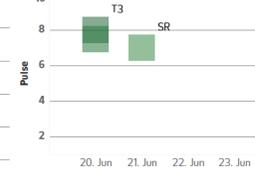
Eintritte



Kampfansage

Titel	Text
KOEHLE	Wir verrechnen unsere Leistung regelmässig und bringen so unsere Topline von 15 Mio. sicher ins Ziel.
KOMPETENZ	Wir bauen das Thema E-Sport taktisch auf und nutzen die Synergien zu Jung von Matt/sports.
KÖPFE	Wir bilden unsere Teams flächendeckend und gemeinsam weiter.
KREATION / OUTPUT	Wir messen und verbessern die Qualität unserer Arbeit laufend und systematisch im Rahmen der Nabelschau.
KULTUR	Wir fördern unseren fachlichen und persönlichen Austausch («das Zusammenspiel») kontinuierlich und systematisch.
KUNDEN	Wir verbessern das Kundenerlebnis und erhöhen die Kundenzufriedenheit systematisch.

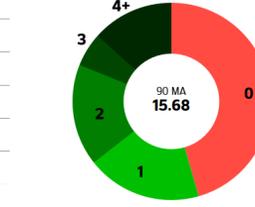
MA Pulse



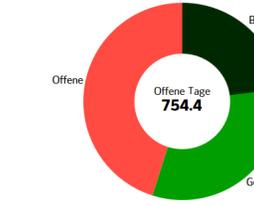
Mitarbeiterstruktur



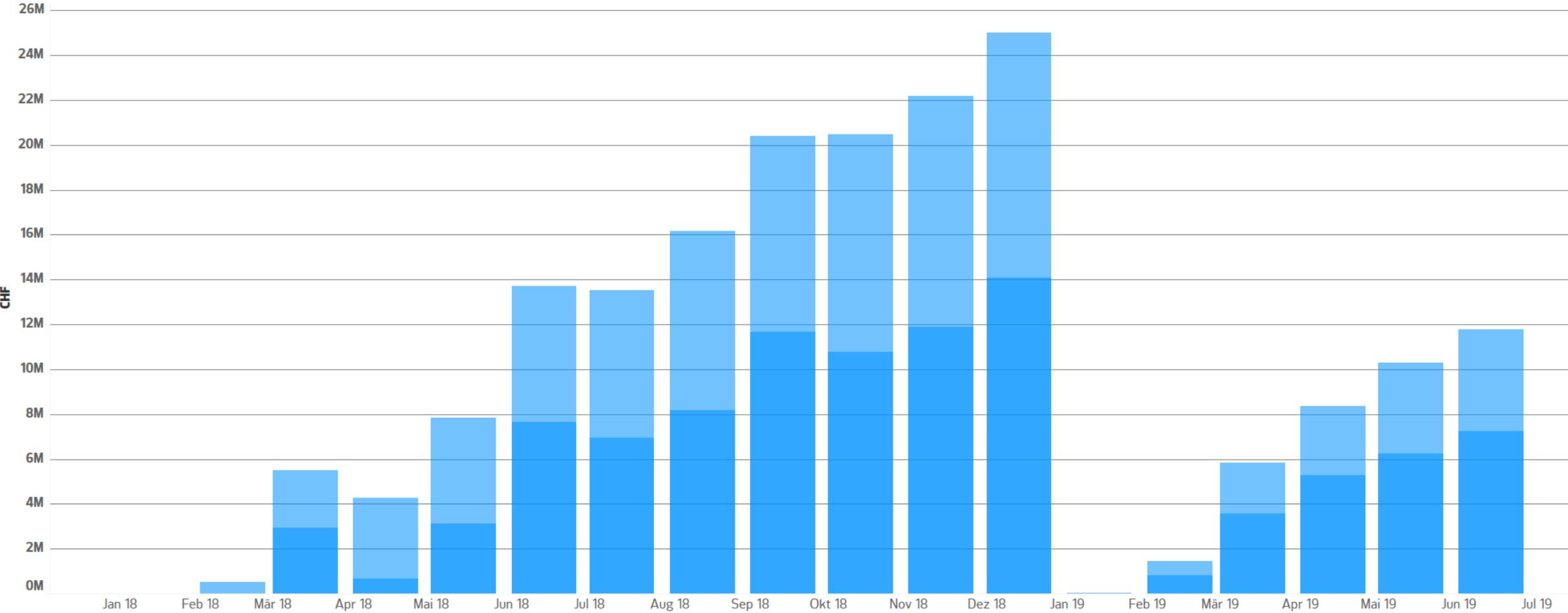
Fluktuation



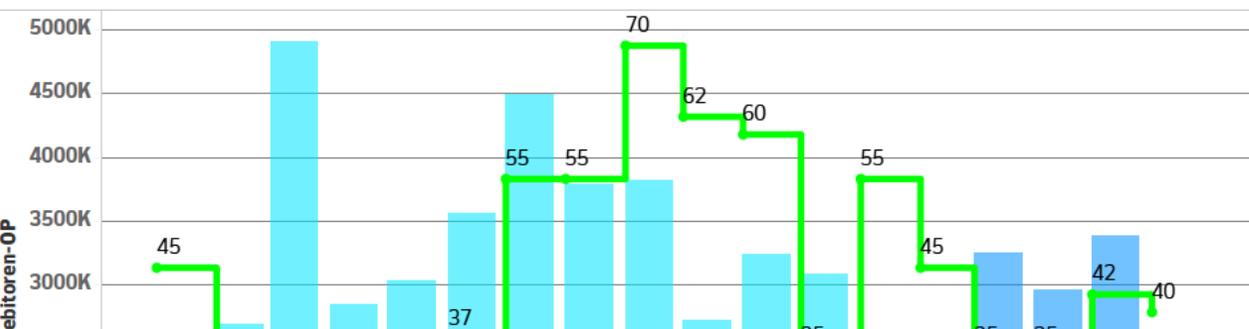
Ferienbestand



Bruttoertrag und Deckungsbeitrag

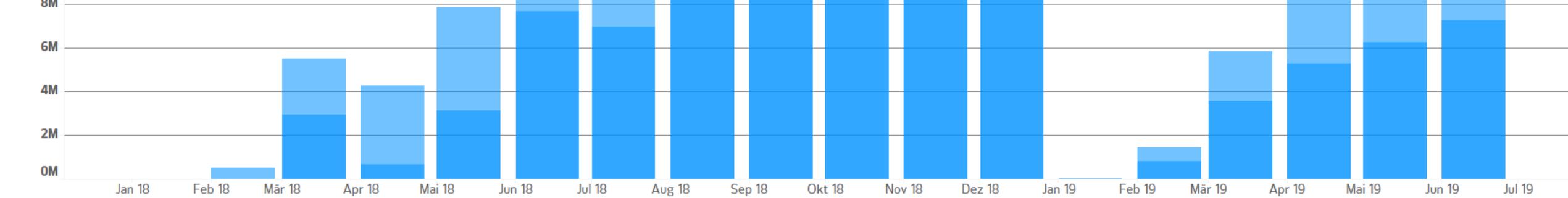


Debitorenbestand und Stamina

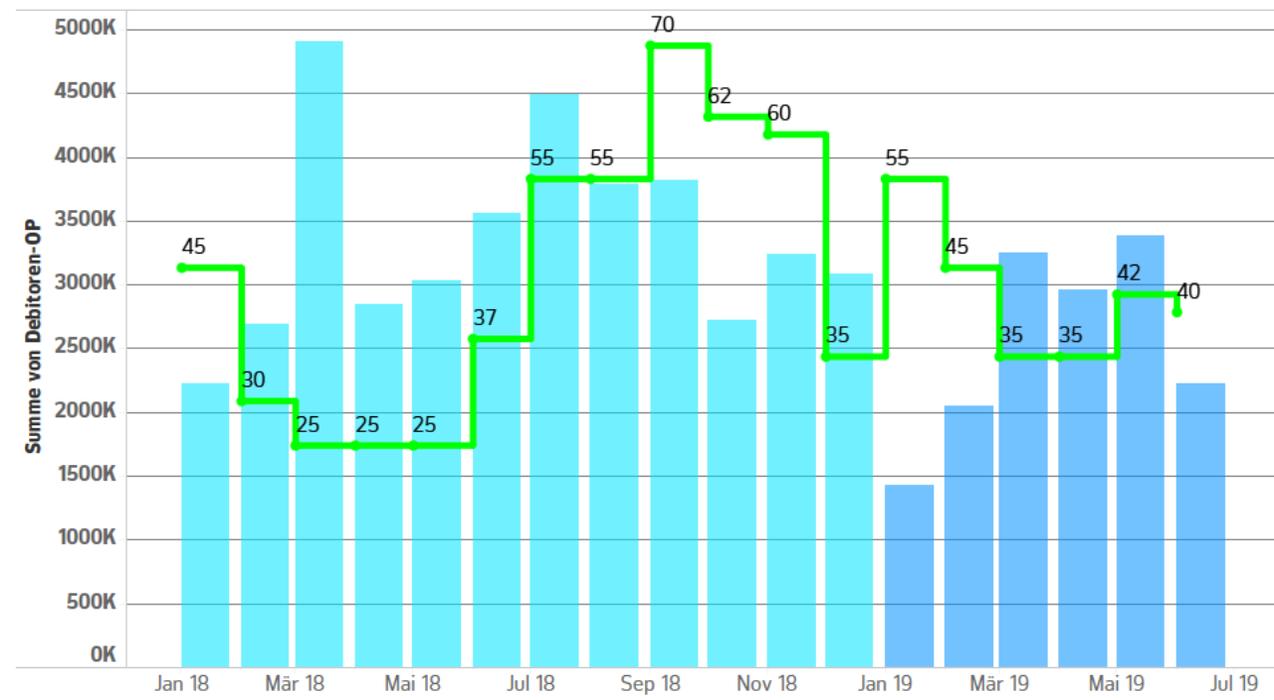


Kommunikation

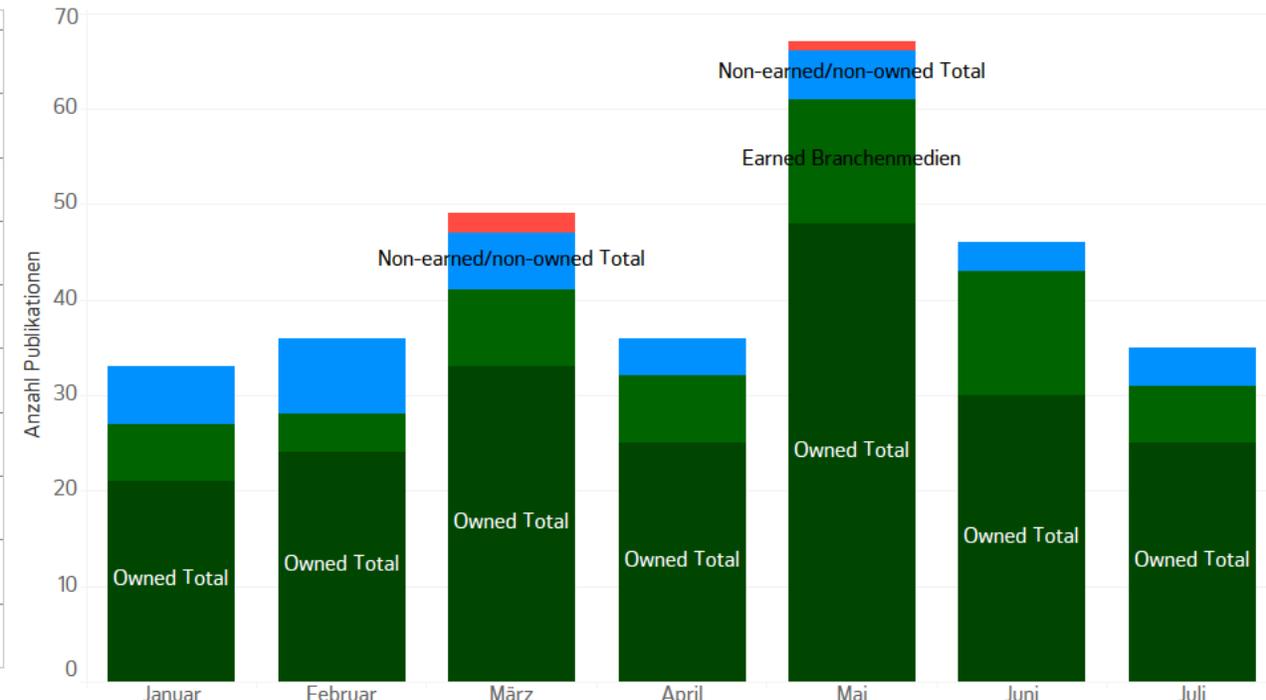




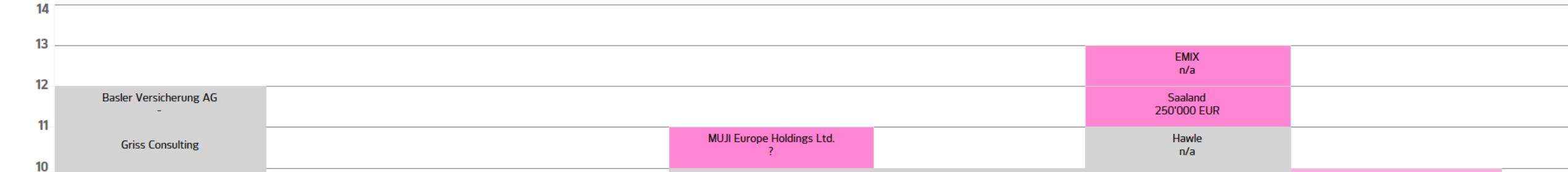
Debitorenbestand und Stamina

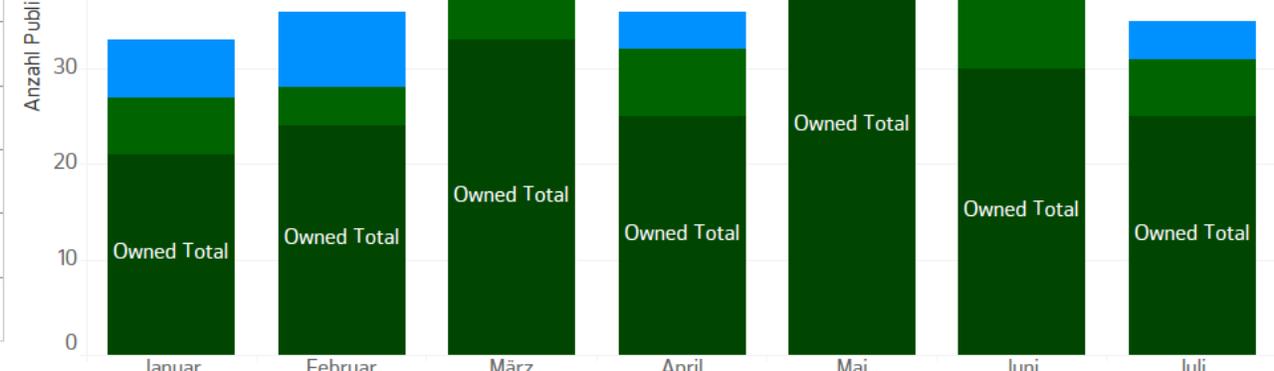
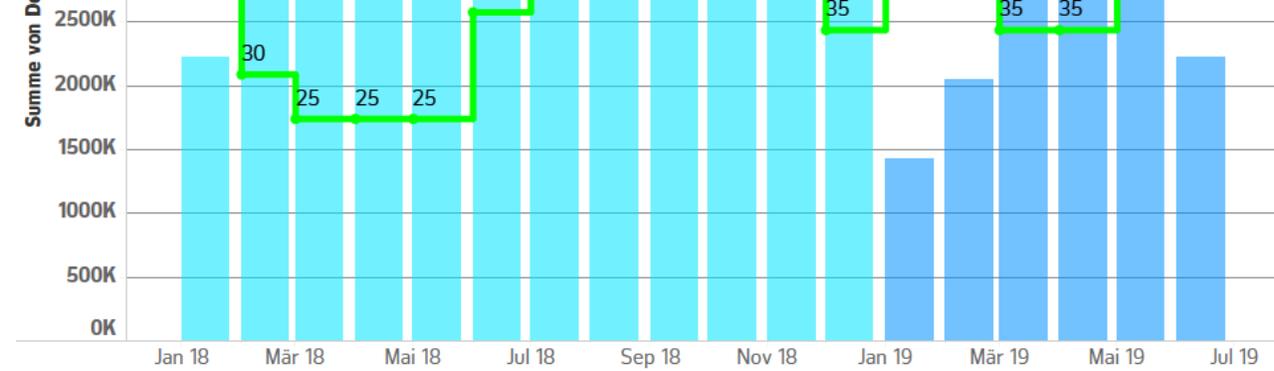


Kommunikation

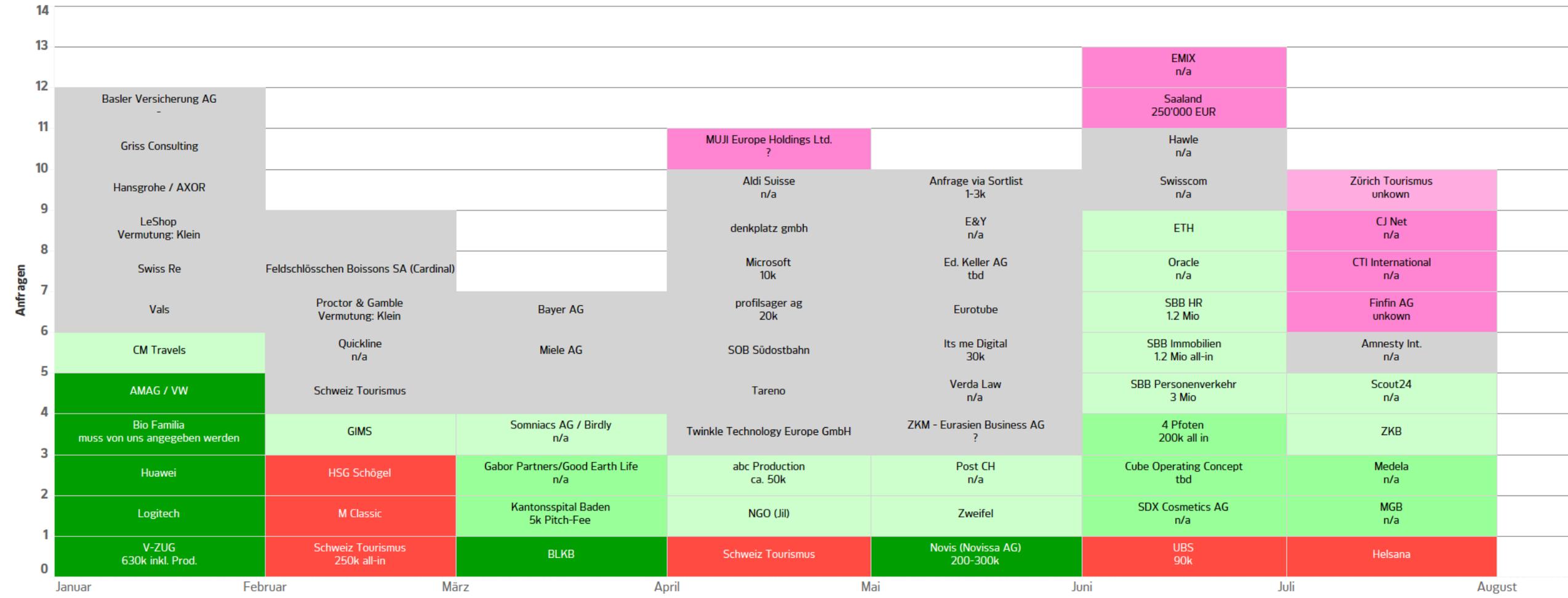


Spannungsbilanz

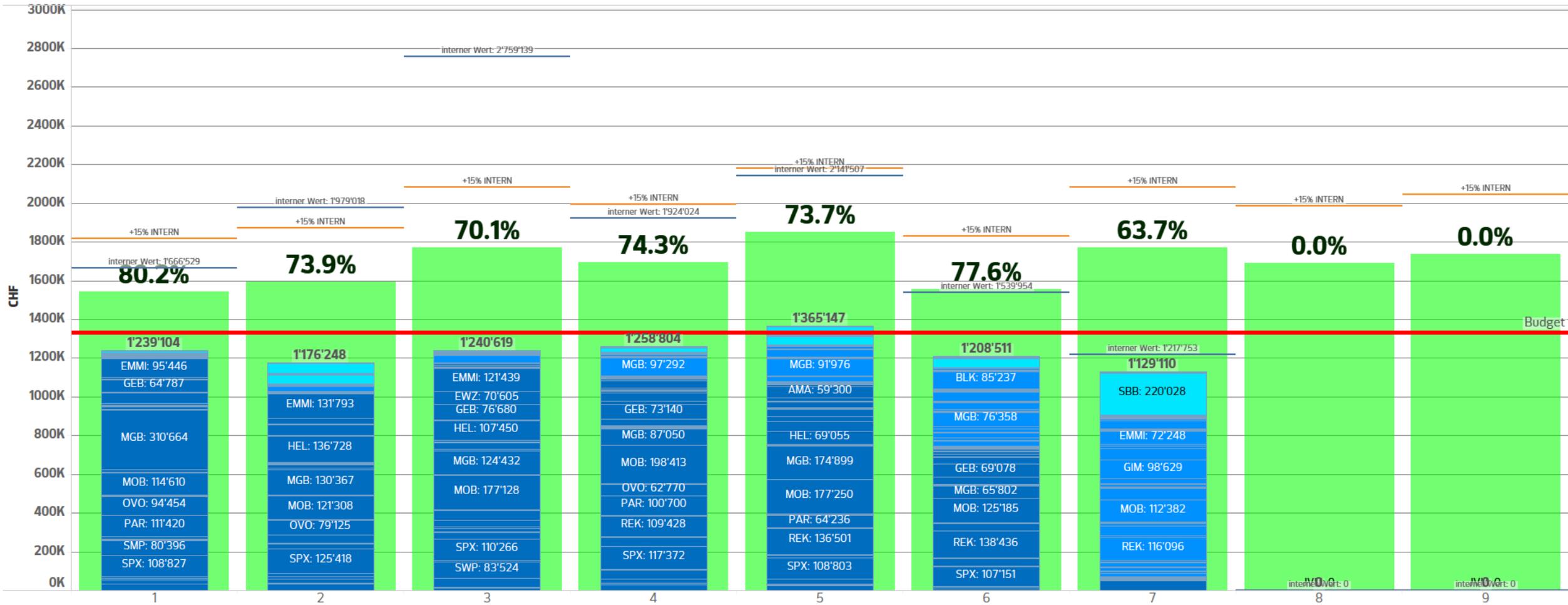




Spannungsbilanz



Verrechenbare Leistung pro Monat



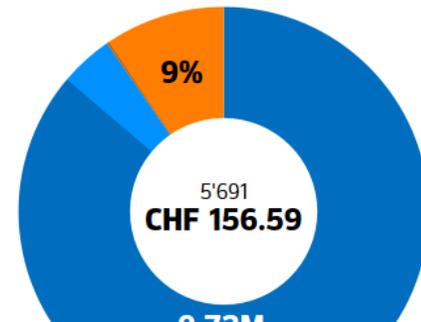
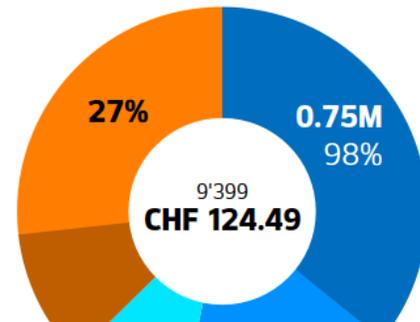
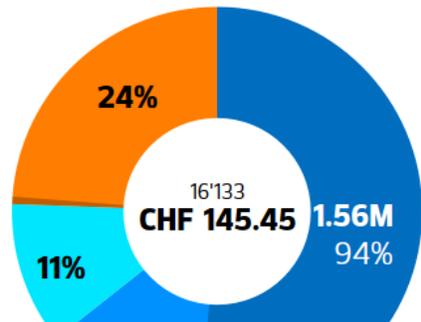
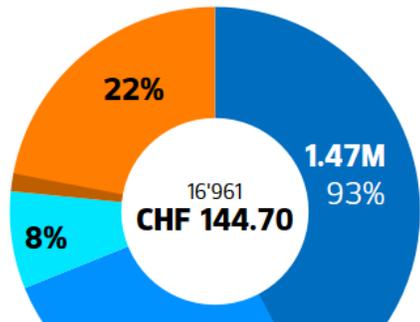
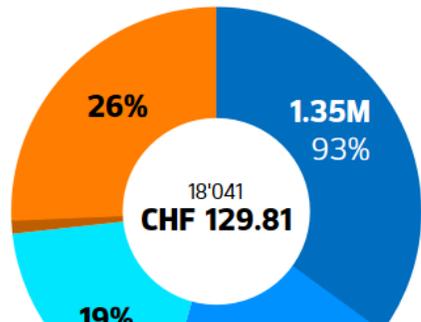
Troja 1

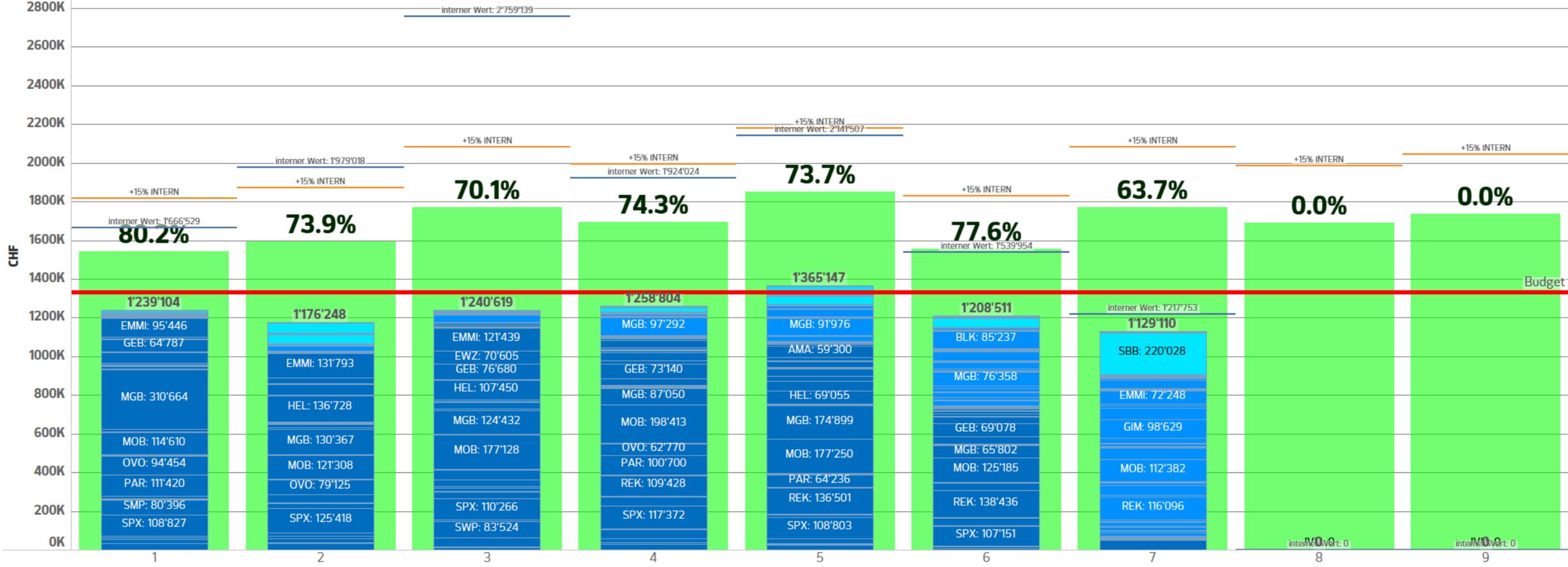
Troja 2

Troja 3

Troja 4

Troja 5





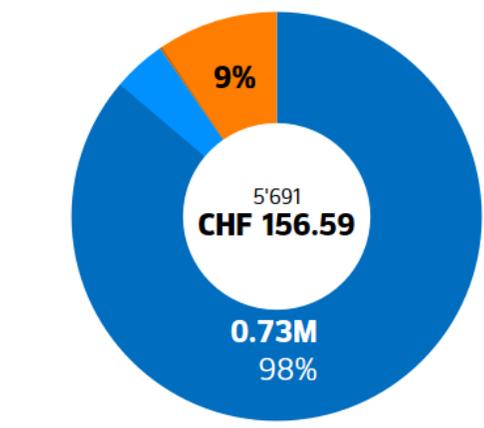
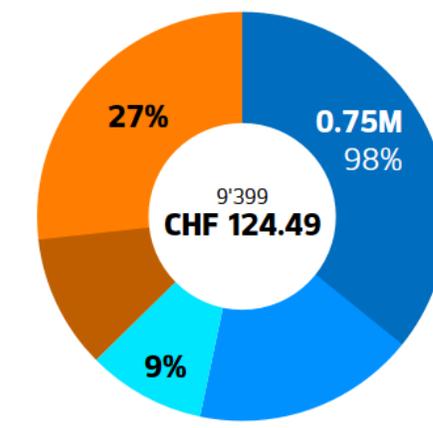
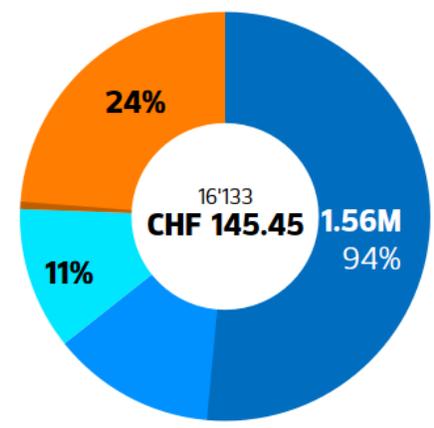
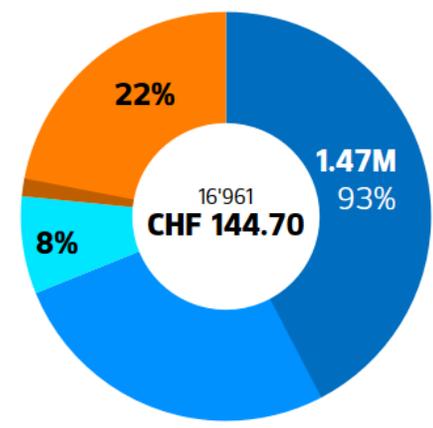
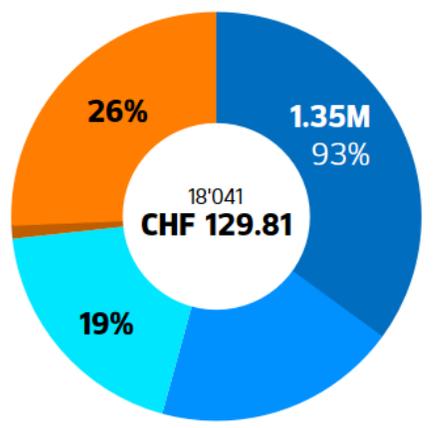
Troja 1

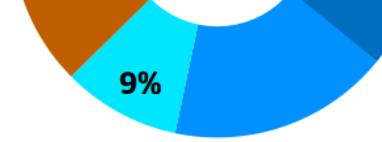
Troja 2

Troja 3

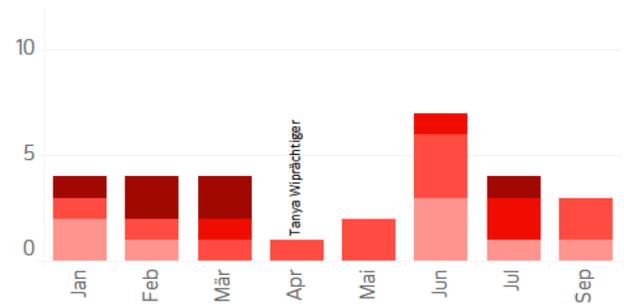
Troja 4

Troja 5

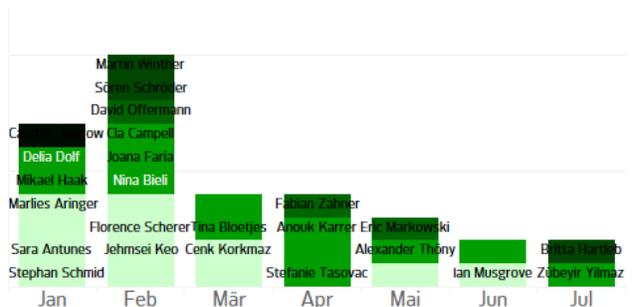




Austritte



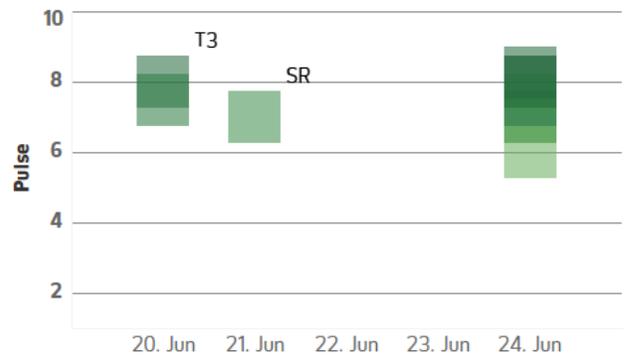
Eintritte



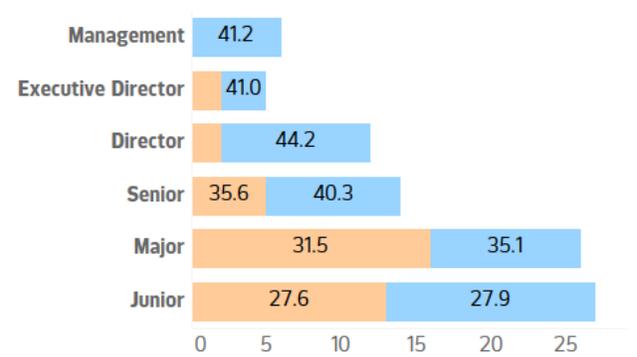
Kampfansage

Titel	Text	Progress	Key Metrics
KOHLE	Wir verrechnen unsere Leistung regelmässig und bringen so unsere Topline von 16 Mio. sicher ins Ziel.	0.4	Q4: BBE 4 Mio Q3: BBE 4 Mio Q2: BBE 4 Mio Q1: BBE 4 Mio
KOMPETENZ	Wir bauen das Thema E-Sport taktisch auf und nutzen die Synergien zu Jung von Matt/sports.	0.5	Q4: 1 bez. Auftrag Q3: 10 SoMe Contents Q2: 6 Präsis/ Vortrag Q1: Slide-decks ready
KÖPFE	Wir bilden unsere Teams flächendeckend und gemeinsam weiter.	0.6	Q4: Auswertung Q3: Jeder MA 1* Q2: 1 Format durchgeführt Q1: WB Angebot definiert
KREATION / OUTPUT	Wir messen und verbessern die Qualität unserer Arbeit laufend und systematisch im Rahmen der Nabelschau.	0.5	Q4: Note 7+ Q3: Note 6+ Q2: Note 5+ Q1: Raster überall im Einsatz
KULTUR	Wir fördern unseren fachlichen und persönlichen Austausch («das Zusammenspiel») kontinuierlich und systematisch.	0.7	Q4: 100% MA 1* pro Tag Q3: 80% MA 1* pro Woche Q2: 50% MA 1* pro Woche Q1: MAPF up&running
KUNDEN	Wir verbessern das Kundenerlebnis und erhöhen die Kundenzufriedenheit systematisch.	0.2	Q4: NPS > 6 Q3: 50 NPS-Werte Q2: 10 Kunden-Accounts Q1: KUPF up&running

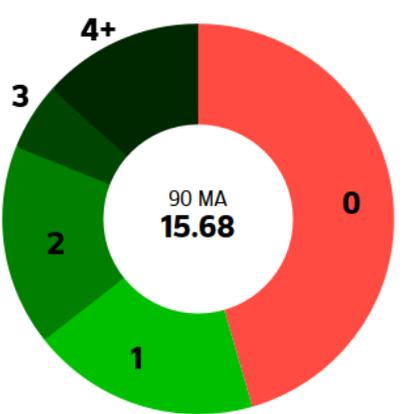
MA Pulse



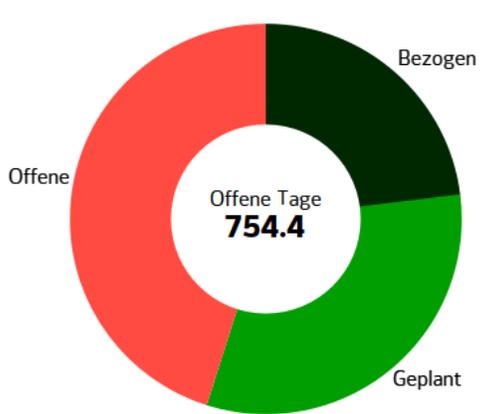
Mitarbeiterstruktur



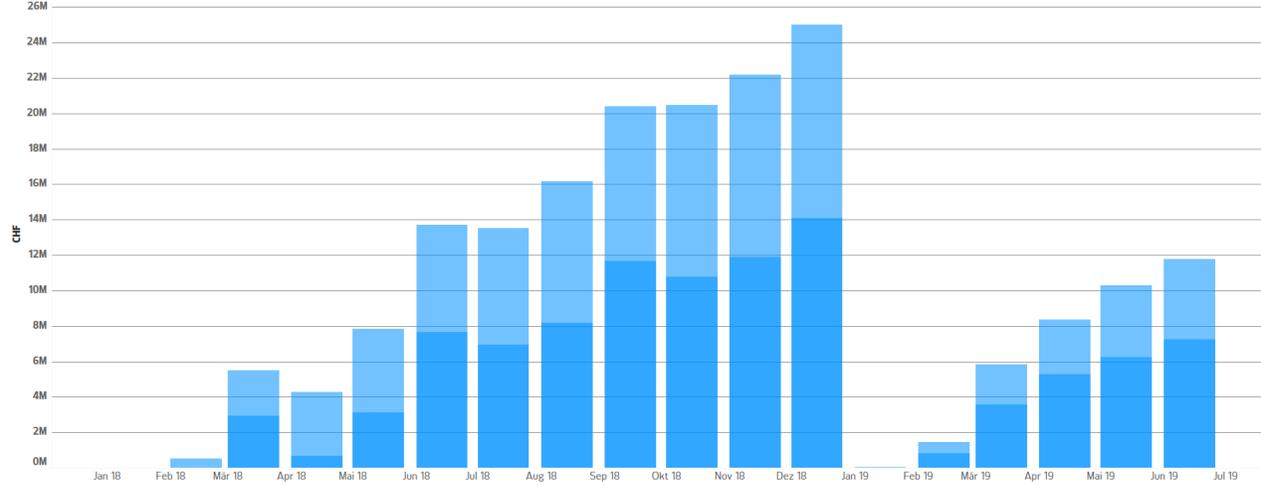
Fluktuation



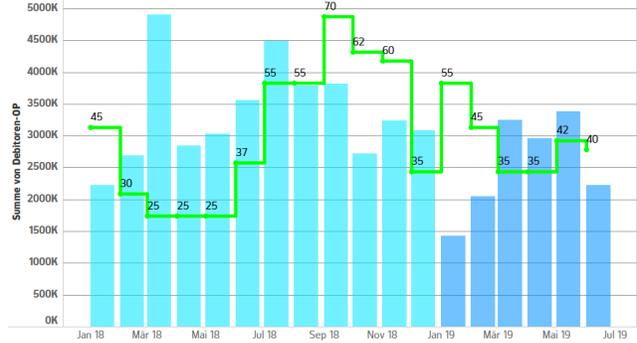
Ferienbestand



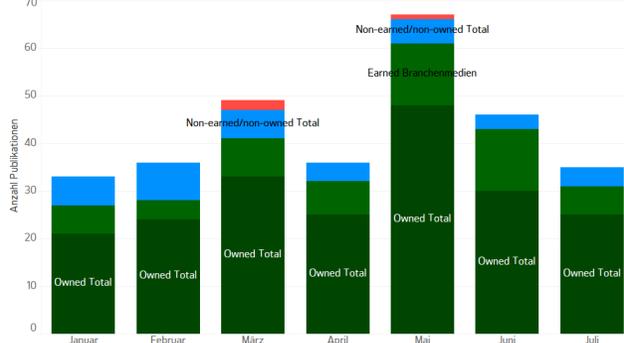
Bruttoertrag und Deckungsbeitrag



Debitorenbestand und Stamina



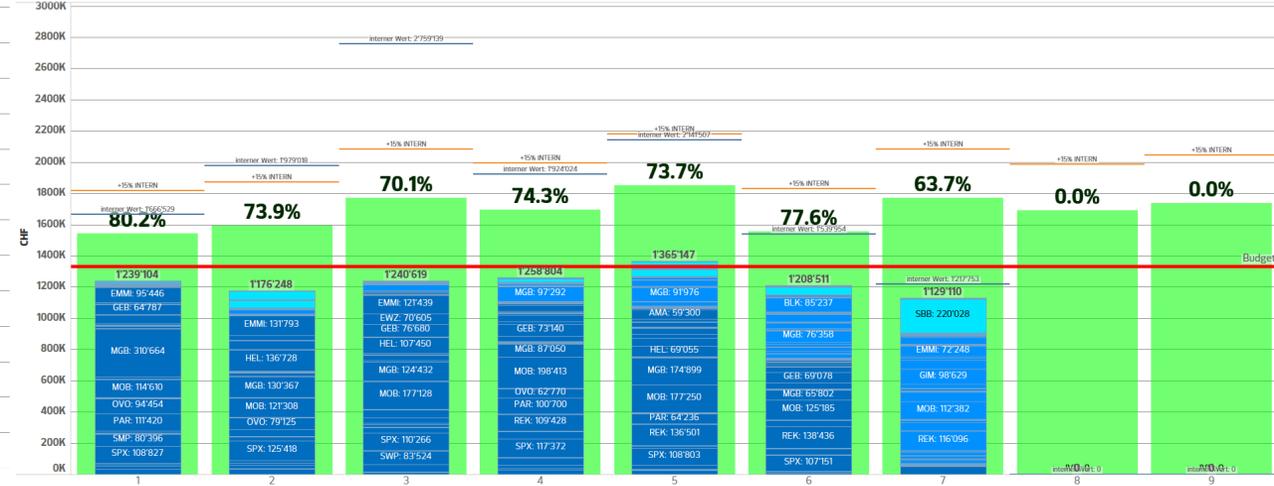
Kommunikation



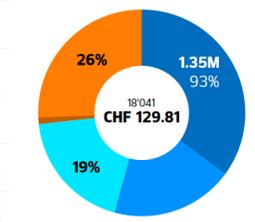
Spannungsbilanz



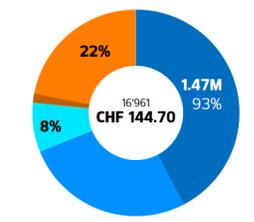
Verrechenbare Leistung pro Monat



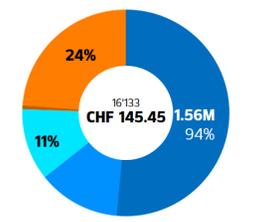
Troja 1



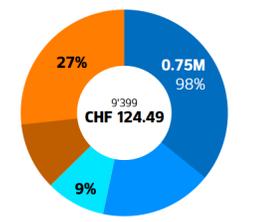
Troja 2



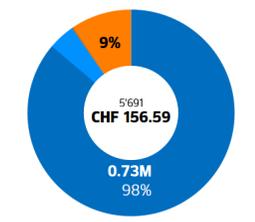
Troja 3



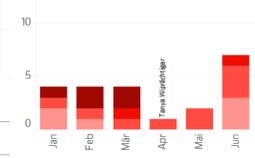
Troja 4



Troja 5



Austritte



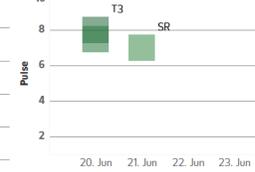
Eintritte



Kampfansage

Titel	Text
KOEHLE	Wir verrechnen unsere Leistung regelmässig und bringen so unsere Topline von 15 Mio. sicher ins Ziel.
KOMPETENZ	Wir bauen das Thema E-Sport taktisch auf und nutzen die Synergien zu Jung von Matt/sports.
KÖPFE	Wir bilden unsere Teams flächendeckend und gemeinsam weiter.
KREATION / OUTPUT	Wir messen und verbessern die Qualität unserer Arbeit laufend und systematisch im Rahmen der Nabelschau.
KULTUR	Wir fördern unseren fachlichen und persönlichen Austausch («das Zusammenspiel») kontinuierlich und systematisch.
KUNDEN	Wir verbessern das Kundenerlebnis und erhöhen die Kundenzufriedenheit systematisch.

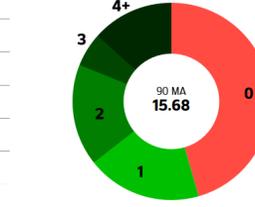
MA Pulse



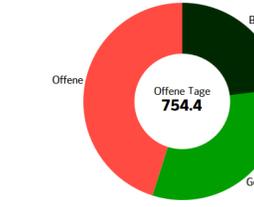
Mitarbeiterstruktur



Fluktuation



Ferienbestand





Curiosity

C

CURIOSITY

Die Grundvoraussetzung dafür ist: Wir sind offen. Neue Arbeitsweisen, neue Kollegen, neue Technologien, neue Perspektiven, neues Denken, neue Jobs – wir sind bereit, mit Offenheit, Experimentierfreudigkeit, Fehlerbereitschaft und Neugier Neuland zu betreten. Liebe das Neue, dann liebt das Neue auch dich.



Lass es uns ausprobieren



Das funktioniert sowieso nicht

JVVM

S O E

SCHOOL OF EXCELLENCE



JUNG VON MATT SCHOOL OF EXCELLENCE

AUG	SEPT	OKT	NOV	DEZ	JAN	FEB
-----	------	-----	-----	-----	-----	-----

TEAM

COLLABO-
WORK-SHOPS
(TROJAS)

COLLABO-
WORKSHOP
(NEWBIES)

EXCELLENCE

BOOTCAMPS

BOOTCAMPS

BOOTCAMPS

BOOTCAMPS

VULKÄNLI

E-LEARNING-PLATTFORM MASTERPLAN

KANTI WOLFBACH, SLACK-CHANNELS

PERSÖNLICHKEIT

INDIVIDUELLE WEITERBILDUNGEN

E-LEARNING-PLATTFORM MASTERPLAN

JVM

BASECAMPS (AGENTURPROZESSE, ROLLENSPEZIFISCHE TRAININGS)



CAS



SOMMERAKADEMIE



MIAMI AD SCHOOL



1-2 DAY

CONFERENCE



LSA

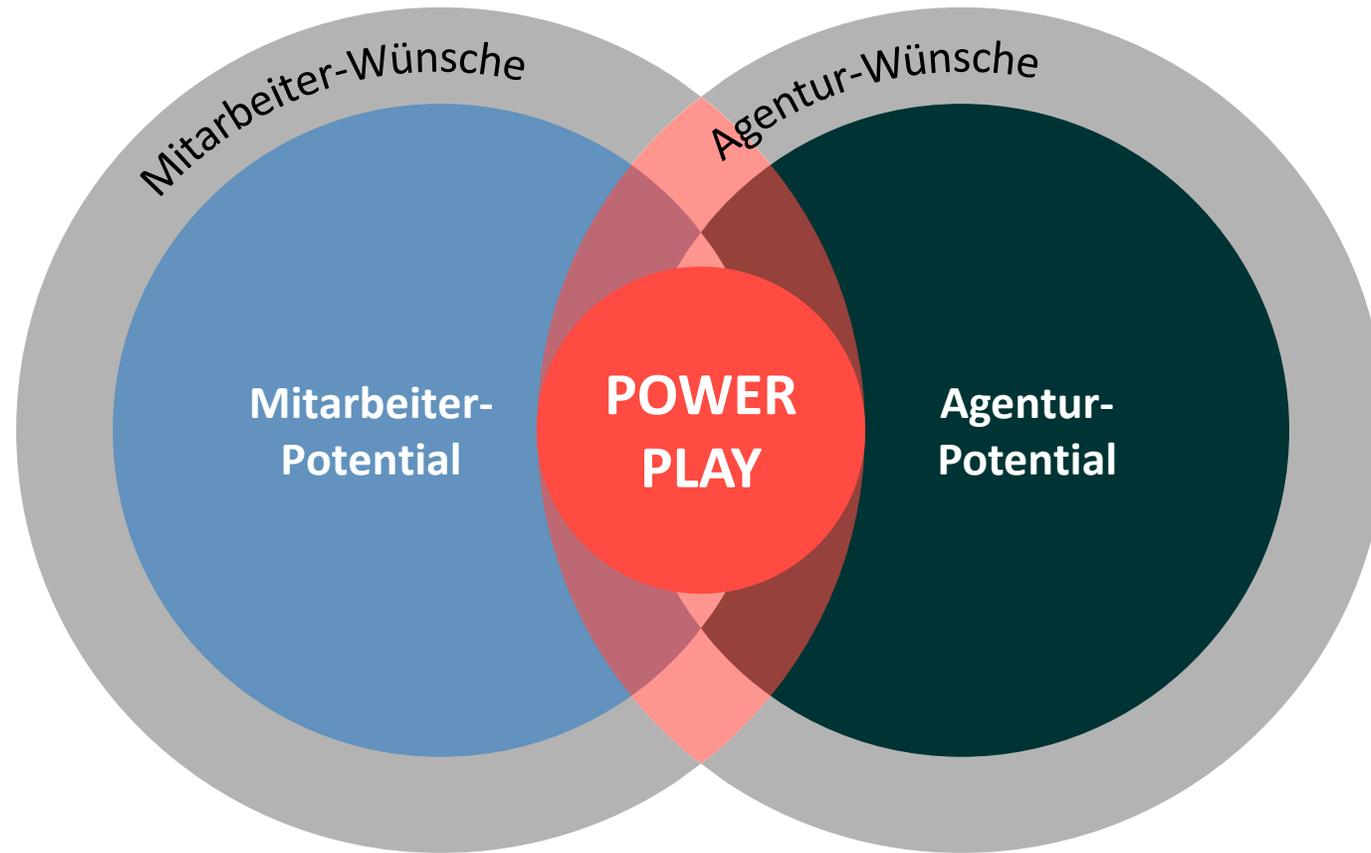


UND UND UND





CHIEF AKA CREATIVE



OPTIMALES ZUSAMMENSPIEL: POWERPLAY

AGENTUR-LEITUNG

PERSONAL-FÜHRUNG

SUPERTEAMS



KEY ACCOUNT MGMT



AGENTUR SERVICES



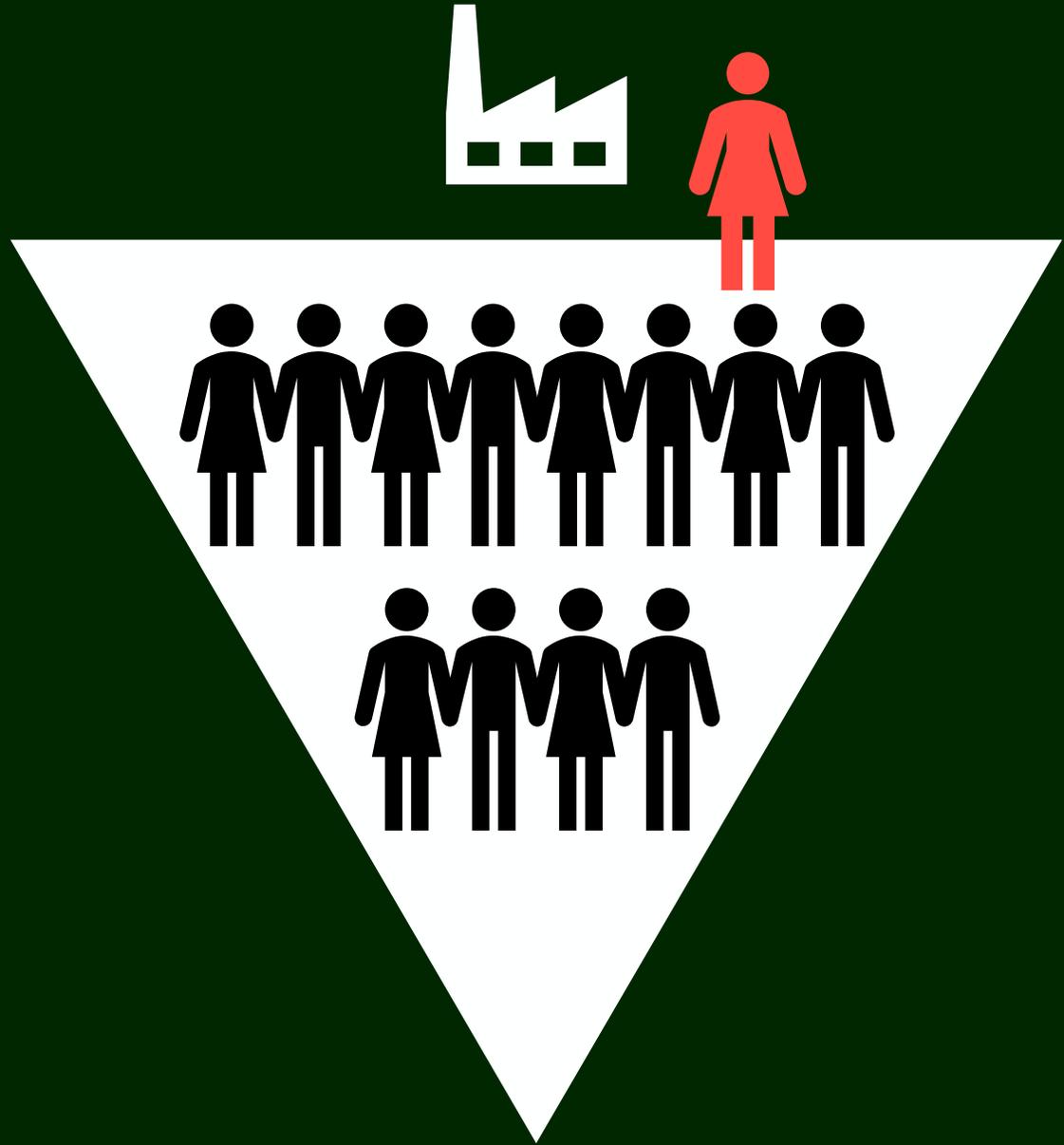
OPERATIONS



VON DER KLASSISCHEN WERBEPYRAMIDE ZUM NETZWERK MIT VIEL EIGENVERANTWORTUNG



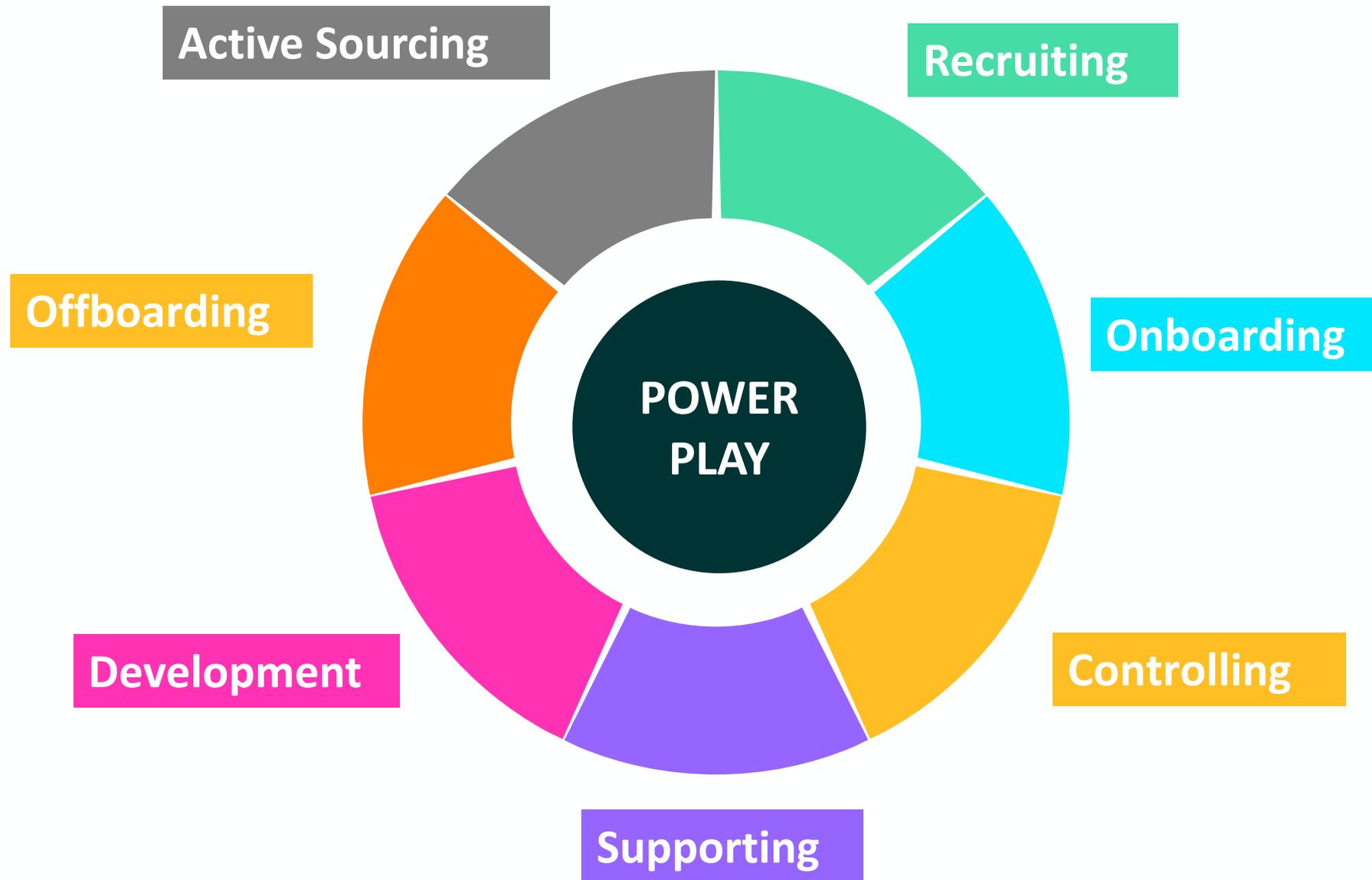


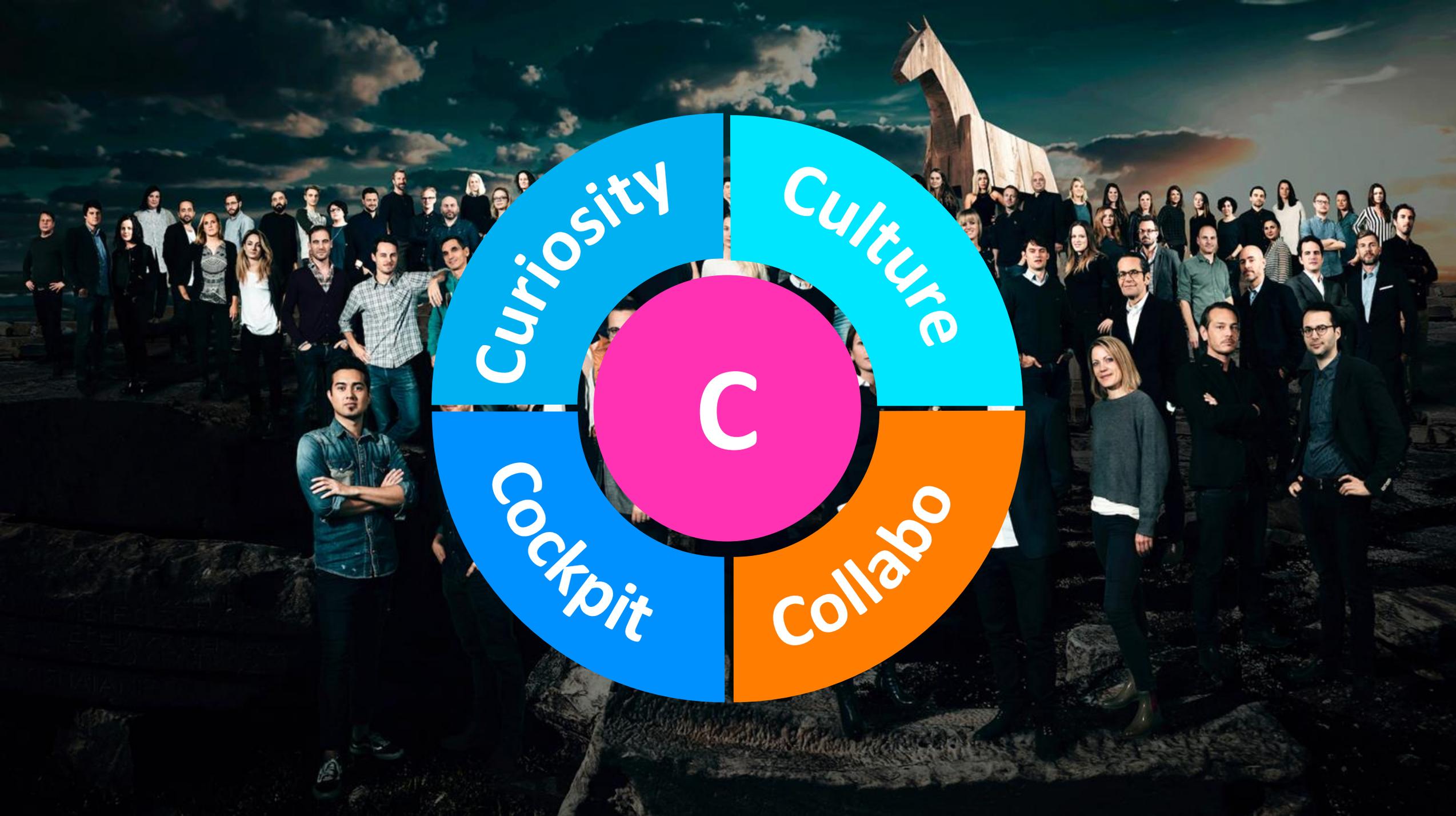




POTENTIAL

**LEISTUNG
HEUTE**





Curiosity

Culture

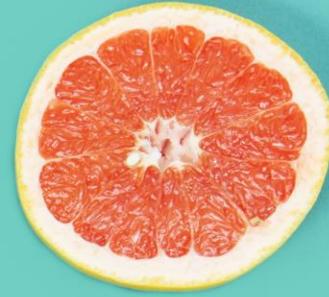
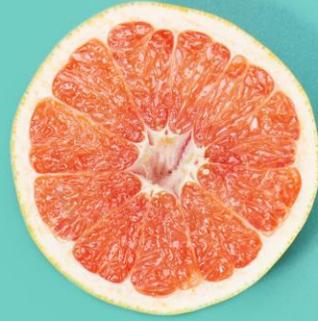
C

Cockpit

Collabo

10%

10%



EFFEKTIVITÄT



Kritisch hinterfragen wir alles – unseren Status Quo, unsere Methoden, unsere Leistung. Wir wollen die Erwartungen unserer Kunden übertreffen. Und nicht nur erfüllen.

Wir feiern unsere Erfolge, und dann wir sie schnell wieder. Ruh dich nie auf Lorbeeren aus. Das nächste Briefing wartet.



Haben wir schon immer so gemacht
= selten so gelacht



Schlechte Stimmung verbreiten

ROMAN HIRSBRUNNER

www.jvm.ch/goldbach

JUNGvMATT