



Rent an AD

Birgit Greulich
Art Director
Weinbergstr. 13
D - 6 4 2 8 5 Darmstadt

mobil: 0 1 7 2 - 7 2 2 0 0 6 4
mail: bg@rent-an-ad.de *web:* www.rent-an-ad.de

*Call
now!*





Persönliche Daten

geboren in Darmstadt

Nationalität: Deutsch

Berufliche Laufbahn

→ 01/2009 - heute

Selbständig, freier Art Director

→ 01/2007 - 12/2008

Creative Director, Leo Burnett, Moskau

→ 07/2005 - 12/2006

Selbständig, freier Art Director

→ 01/2004 - 06/2005

Associated Creative Director, Leo Burnett, Frankfurt

→ 10/1999 - 12/2003

Selbständig, freier Art Director

→ 01/1999 - 09/1999

Creative Director, HakuHodo, Frankfurt

→ 07/1995 - 12/1998

Creative Grouphead, Leo Burnett, Frankfurt

→ 1994 - 06/1995

Selbständig, freier Art Director

→ 1991 - 1993

Art Director, EXIT Design und Trend GmbH, Frankfurt

→ 1990 - 1991

Junior Art Director, Grosse Designer und Partner, Darmstadt

Praktika

→ 09/1989 - 02/1990

Diana Delucia Design, New York

(Stipendium der Carl Duisberg Gesellschaft)

→ 07/1988 - 08/1988

Gannaway Advertising & Marketing, London

→ 02/1988 - 06/1988

Consell Werbeagentur, Frankfurt

Fortbildung

→ 1993 - 1995

Akademie für Marketing Kommunikation, Frankfurt

Abschluss: Staatlich geprüfte Kommunikationsfachfrau

Berufsausbildung

→ 1985 - 1991

Studium an der Fachhochschule, Darmstadt

Abschluss: Diplom Designerin

Schulbildung

→ 1975 - 1984

Georg-Büchner Gymnasium, Darmstadt

Abschluss: Abitur

Sprachen

Deutsch (Muttersprache)

Englisch (fließend)

Computerkenntnisse

Adobe InDesign, Photoshop, Illustrator (sehr gut)



- Profil**
- Seniore, international erfahrene Art Direktorin mit über 20 Jahren Erfahrung in unterschiedlichen Agenturen und in selbständiger Tätigkeit
 - Kreativ mit Leidenschaft
 - Strategisch und konzeptionell denkend
 - über 12 Jahre Erfahrung in Mitarbeiterführung, Team-Aufbau und Ausbildung
 - Ausgeprägte Kommunikations- und Präsentations-Skills
 - Kunden- und Lösungsorientiert, Organisationstalent, flexibel und vielseitig

Leistungsspektrum Langjährige Erfahrung in verschiedenen Bereichen der Kommunikation.

- Integrierte Kommunikation**
- **ATL, BTL, TTL:**
 - Anzeigen
 - Promotion
 - Direkt Marketing
 - Kommunikation am POS
 - Event- und Messe Konzeption
 - Give Aways

- Logo und Corporate Design**
- **Konzeption und Gestaltung:**
 - Logo
 - Geschäftsausstattung
 - Broschüren
 - Flyer und Faltblätter
 - Werbemittel (B2B und B2C)
 - Verpackung
 - Give-Aways
 - Messeauftritte
 - Internetauftritt

- Web-Design und Webentwicklung**
- **Konzeption und Gestaltung:**
 - Konzeption von Webseiten
 - Konzeption des Contents
 - Screen- und Interfacedesign
 - Responsive Webdesign
 - Pflege von Webseiten im Backend (Typo3, WordPress)
 - Partner in den verschiedenen Disziplinen (Front- und Backend-Entwicklung, Social Media Marketing, SEO und SEM, XHTML und CSS)

- Marken- und Unternehmensleitbilder**
- **Rent a brain:**
 - Konkurrenz-Analyse
 - Kunden-Analyse
 - SWOT-Analyse
 - Positionierung
 - Entwicklung Vision Mission
 - Entwicklung Leitbilder (Corporate Identity und -Design)
 - Umsetzung in Kommunikations-Maßnahmen



- Advanced Marketing Consulting, Frankfurt
- AM I Communications, Stuttgart
- Catch, Wiesbaden
- Damm, Frankfurt
- DSB&K, Frankfurt
- Grosse Designer & Partner, Darmstadt
- Klaus E. Küster Werbeagentur, Frankfurt
- Leo Burnett, Frankfurt/Moskau
- McCann-Erickson, Frankfurt
- OgilvyOne, Frankfurt
- Saatchi & Saatchi, Frankfurt
- J. Walter Thompson, Frankfurt



Architektur	→ BDA (Bund Deutscher Architekten) → Architektenstadtplaner → Schulze & Ass. → StadtBauPlan
Auto/Motor	→ Honda Motor Europe (North) → Porsche AG
Baustoffe	→ Caparol und Caparol CIS (DAW) → Inthermo (DAW) → Krautol (DAW)
Dienstleistung	→ Yoga Room _ Raum für Freiraum → Nformation → Hebammenpraxis Möll → Unionzeiss → Profamilia Vertriebsgesellschaft → Kenwood Electronics
Elektronik	→ Deutsche Bank
Finanzen	→ F+M Financial GmbH → Sparkasse
Food	→ India Deli → Suppenglück → M14. Bagels, Coffee ´n More
Getränke	→ Hassia/Luisen → Henninger Bräu
Städte	→ Einführung Tempo 30 Zonen
Institutionen	→ Verbraucher Zentrale Hessen
IT	→ Nformation → Plus.line AG
Konzerne	→ Schenck AG → Mewa
Kosmetik	→ Wella AG → 4711
Messe	→ Hoechst AG → Interstoff Messgesellschaft
Parteien	→ Bündnis 90/Die Grünen
Optik	→ Weingarten Optik + Optometrie
Tabakindustrie	→ Philip Morris
Textil	→ Rosner DOB/HAKA → Schlitzer Leinen → AD Wever GmbH → TheMagicTouch
Tourismus	→ Gone Golfing → Steigenberger AG/Robinson Club
Universität	→ SEEMOo – Secure Mobile Networking



...✦ **Guido Kuphal,**
Geschäftsführer
(Inthermo/Krautol/Caparol)

„Konzeptionell stark. Unkompliziert. Und schnell. Das ist für uns sehr wichtig. Aber nicht günstig.“

...✦ **Ulrich Feeser,**
Geschäftsführer (Caparol
Industrial Solutions)

„Die Frau hat ‚drive‘ und bringt unser Web-Design-Projekt zielorientiert, kreativ und engagiert voran; sie hat den Blick für das Wesentliche, ohne dabei wichtige Details zu übersehen. Frau Greulich begleitet unser Projekt umfassend und ist vor Ort präsent, wenn dies dem Projektfortschritt dient... dabei scheut sie auch keine langen Anreisewege mit ihrem „Smart“ ... ;-))
Bei Bedarf würden wir immer wieder auf Frau Greulich’s Services zurückkommen.“

...✦ **Roger Weingarten,**
Inhaber (Weingarten
Optik + Optometrie)

„Dass ich mich für eine Zusammenarbeit mit Frau Greulich entschieden habe, war ein echter Glücksfall für mein Geschäft. Dadurch habe ich meine Firma noch erheblich besser positionieren können. Dabei war die Stärke von Frau Greulich mit mir zusammen die Inhalte zu erarbeiten, die künftig kommuniziert werden sollen, und dies in einem ganzheitlichen Konzept umzusetzen. Dies war für mich auch mit einer Menge Arbeit verbunden, was aber eine Investition in die Zukunft war, die sich auf jeden Fall gelohnt hat.“

...✦ **Ian D. Billingham,**
Director Medium Brands
(Philip Morris
Sales & Marketing Limited,
Moscow)

„Passion, dedication, flexibility and resilience are essential character traits in our business; the same expectations that we also place on our business partners. In the past couple of years of working as a pivotal creative anchor behind our L&M brand, Birgit has brought these qualities to our partnership with Leo Burnett in Moscow, combined with a fresh, creative flair, that put together one of the most ambitious global brand relaunches ever undertaken at Philip Morris International on the L&M brand. She puts client’s needs as her central focus, and applies her broad latitude of creative instinct to developing new ways to build brands, while exhibiting professionalism and personal character in a true collaborative spirit. She challenges, is inquisitive, and always drives forward towards the best creative product.
She will be missed.“

...✦ **Fran Schindler,**
Client Service Director
(Leo Burnett Moscow)

„Thank you for your great ideas – you are truly one of the best creatives I have ever worked with on this business. And you are fast, too.
An amazing combination!“

...✦ **Mónica Fischer,**
Joint Managing Director,
McCann-Erickson Zürich

„Birgit Greulich habe ich als eine sehr engagierte und kreative Konzeptionerin kennen und schätzen gelernt. Sie ist ein wunderbarer Sparringpartner für die Beratung, die sie immer wieder gerne herausfordert, um einzigartige Ergebnisse zu erzielen.“



Kommunikation auf den Punkt: Kampagne, Promotion, Direkt Marketing-Maßnahme, Kommunikation am POS, Messe, Event oder kleines Give Away...

...egal ob Online oder Offline, B2B oder B2C, oder „ungewöhnliche“ Lösungen, die über das „klassische Repertoire“ hinausgehen – weg von den Massen-Medien hin zu zielgruppenspezifischen Ideen. Wir entwickeln ausgefallene Ideen mit strategisch richtig platzierten Angeboten: „Richtig“ für die Marke und „relevant“ für die Zielgruppe.

Dazu gehört die Entwicklung der Mechanik ebenso wie die Aufbereitung in der Präsentation und die Gestaltung und Umsetzung/Produktion der unterschiedlichen Materialien.

Während früher oft in ATL (Above the line), BTL (Below the line) und dann noch TTL (Through the line) unterschieden wurde, verwischen die Grenzen zwischen den einzelnen Disziplinen und Kommunikationskanälen immer mehr. Die Möglichkeiten der Kommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen sind aber heute so vielfältig und breit gefächert, das ich den Ausdruck integrierte Kommunikation bevorzuge.

Integrierte Kommunikation bezeichnet den Prozess der vernetzten, strategischen und damit zielgerichteten Kommunikation. Das Ziel: eine auf einander abgestimmte Kommunikation (Instrumente und Maßnahmen) um mit den unterschiedlichen Zielgruppen zu kommunizieren – und somit ein einheitliches Erscheinungsbild über das Unternehmen zu vermitteln.

Und wie bei einem Konzert jedes einzelne Instrument dazu beiträgt, das am Ende die Symphonie erklingt, so hilft jedes einzelne „Tool“ – mit seiner ihm eigenen „Stärke“ – am Ende zu der gewünschten „Botschaft“ beizutragen.

...✧ **Leistungsspektrum auf einen Blick (Online und Offline, B2B und B2C):**

- Kampagnen
- Anzeigen
- Promotion
- Direkt Marketing
- Kommunikation am POS
- Event- und Messe Konzeption
- Give Aways



**Logo, Geschäftsausstattung, Print, Branding, Verpackung und Website:
für einen einheitlichen Auftritt mit hoher Wiedererkennbarkeit Ihrer Marke.**

Design war meine erste große Leidenschaft und begleitet mich seither. Design ist eine visuelle Sprache – die Sprache der Marke. Design kommuniziert durch die Wahl der Typographie, den Farben, den Materialien, der Bildsprache. So wie das Alphabet mit nur 26 Buchstaben ca. 75.000 verschiedene deutsche Wörter bildet (die dazu von jedem Menschen anders verwendet werden können), trägt gleichermaßen jedes einzelne Detail im Design am Ende zu einem großen Ganzen bei – der Sprache der Marke.

...❖ Corporate Design

Wir entwickeln Logos und gestalten Geschäftsausstattungen (Briefbogen, Visitenkarte), sowie alle anderen Kommunikationsmaßnahmen (Literatur, Werbemittel, Packaging, Website...) die zu einem „Erscheinungsbild“ gehören. Ich habe viele Jahre Erfahrung im Branding: von der Verpackung über Displays bis hin zu Messeauftritten. Dabei liegt mein Hauptaugenmerk auf der Wiedererkennbarkeit der Marke und der Einhaltung der Regel „Form folgt Funktion“. Gerne erstellen wir auch ein Corporate-Design-Handbuch für Sie.

...❖ Corporate Communication

Wir konzipieren Unternehmenskommunikation: Dazu gehört die Entwicklung eines ganzheitlichen Konzeptes für Print-Medien oder Broschüren-Reihen, ebenso wie der Internet-Auftritt oder auch der Auftritt von Hostessen am POS oder auf der Messe. Durch welchen Kanal oder welches Medium auch immer – im Zentrum steht die Beantwortung der Frage: Wie kommuniziert die Marke – nach innen und außen? Damit jede Maßnahme der Identität und Persönlichkeit der Marke entspricht.

...❖ Leistungsspektrum auf einen Blick:

- Logo
- Geschäftsausstattung (Visitenkarte, Briefpapier)
- Broschüre
- Flyer und Faltblätter
- Werbemittel (B2B und B2C)
- Verpackung
- Give-Away
- Messestand
- Website



Responsive Websites: Konzeption, Gestaltung und Umsetzung in Content Management Systemen wie Typo3 oder WordPress, Suchmaschinenoptimierung (SEO).

Wir beraten und entwickeln die für Sie passende Lösung: egal ob eine einfache HTML oder komplexe CMS Webseite. Wir konzipieren neue Seite und stellen „alte“ Webseiten auf responsives Design um, so das die auf Desktop, Tablet und Smartphone nicht nur funktionieren, sondern auch gut aussehen.

Wir helfen bei der „Qual der Wahl“: denn so faszinierend die „interaktiven“ Möglichkeiten und die Bandbreite der „medialen“ Anwendungen sind – bleibt am Ende doch die Frage: was braucht man und was vielleicht eher nicht. Nicht jedes Unternehmen braucht einen Facebook-Auftritt, einen Blog oder muss twittern. Aber wenn doch, dann bitte richtig!

Wir erarbeiten mit Ihnen: Was passt zu der Marke oder dem Unternehmen und was nicht. In der Konzeption: was sagt (z.B. Twitter, Blog), zeigt (z.B. YouTube, Pinterest) oder „verschenkt“ (z.B. Download oder App) die Marke oder das Unternehmen? Denn unabhängig von dem Medium, der Application oder dem Social Media-Kanal steht stets eines im Vordergrund: WAS wird kommuniziert.

…❖ **Leistungsspektrum auf einen Blick:**

- Konzeption des Contents
- Screen- und Interfacedesign
- Umsetzung in CMS (Typo3, WordPress)
- Responsives Webdesign
- Pflege von Webseiten im Backend (Typo3, WordPress)
- Technische Implementierung
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)



Konkurrenz- und Kundenanalyse, Positionierung, Vision und Mission: So wird Ihre Marke einzigartig, authentisch und glaubwürdig.

Eine Marke lässt sich – ähnlich wie ein Mensch – anhand charakteristischer Eigenschaften und Merkmale beschreiben. Und zwar kurz und prägnant. Am besten in so wenigen Worten, das es beim Smart Phone auf die erste Seite passt.

Schwierig? Es ist auf jeden Fall Arbeit, erfordert Ehrlichkeit, Offenheit, ein gewisses Durchhaltevermögen und auch die Fähigkeit, sich manchmal von lieb gewonnenen Vorstellungen oder Illusionen verabschieden zu können. Der Lohn für die Mühe: Ihre Marke oder Unternehmen hat ein „Gesicht“, ist spürbar, fühlbar, sichtbar – und vor allem authentisch, glaubwürdig und einzigartig. Ich führe und begleite Sie durch die einzelnen Schritte.

Egal, ob Sie aus dem Einzelhandel kommen, Start Up oder mittelständisches Unternehmen sind, aus dem B2B und/oder B2C Bereich kommen, neu am Markt oder Traditionsunternehmen sind – Markenentwicklung ist eine Investition in die Zukunft, die sich lohnt.

...❖ Konkurrenz-, Kunden-, SWOT-Analyse & Co.

Im ersten Schritt wird durch die Abgrenzung vom Wettbewerb auf der einen Seite und die Analyse der Kunden auf der anderen Seite erarbeitet, was wirklich besonders an der Marke oder dem Unternehmen ist. Dies wird durch eine SWOT- (Stärken, Schwächen, Möglichkeiten und Gefahren) Analyse (oder andere sinnvolle Methoden) ergänzt.

...❖ Positionierung

Daraus ergibt sich die Positionierung des Unternehmens/der Marke am Markt und im Wettbewerb. Die Positionierung unterscheidet das Unternehmen klar von den Mitbewerbern und sagt möglichen potentiellen Kunden, warum sie sich ausgerechnet für DIESES Unternehmen oder Marke entscheiden sollten.



Positionierung

Daraus ergibt sich die Positionierung des Unternehmens/der Marke am Markt und im Wettbewerb. Die Positionierung unterscheidet das Unternehmen klar von den Mitbewerbern und sagt möglichen potentiellen Kunden, warum sie sich ausgerechnet für DIESES Unternehmen oder Marke entscheiden sollten.

Vision & Mission

„Wer kein Ziel hat, kommt nirgendwo an.“ Sagte schon Abraham Lincoln. Aber, wo wir hinwollen (Vision) ist ebenso wichtig wie das was uns antreibt (Mission). Und genau das erarbeiten wir in diesem Schritt.

Leitbilder

Marken- und Unternehmensleitbilder definieren alle zentralen Elemente der Marke/Unternehmen, Werte und Kompetenzfelder. Diese werden in Corporate Identity, -Branding und -Design festgehalten – in Form eines Markenhandbuchs: Logo, Look & Feel, Claim/Slogan, Sprache, Tonality, Bildauffassung, Bildsprache, Kampagne...

❖ **Leistungsspektrum auf einen Blick:**

- Konkurrenz-Analyse
- Kunden-Analyse
- SWOT-Analyse
- Positionierung
- Entwicklung Vision Mission
- Entwicklung Leitbilder (Corporate Identity und -Design)
- Umsetzung in Kommunikations-Maßnahmen