

Über uns



MEDIA CONSULTA: Das Prinzip Effizienz

Alles aus einer Hand und unter einem Dach – mit diesem Ziel wurde MEDIA CONSULTA (MC) 1993 gegründet. Im Interesse unserer Kunden bündeln wir die verschiedenen Kommunikationsdisziplinen zu einer einheitlichen Strategie und entwickeln individuell abgestimmte, integrierte Kampagnen. Durch eigene Fachagenturen deckt MC die gesamte Klaviatur des modernen Marketingmixes ab. Unser Full Service zahlt sich aus, auch finanziell. Weil Anzeigen, VKF-Materialien, TV-Werbespots, PR-Publikationen, Informationsfilme und Internetauftritte flexibler und so auch zu einem besseren Preis-Leistungs-Verhältnis realisiert werden können. So profitieren Sie von hohen Synergie- und Cross-Promotion-Effekten.

Das MC-Netzwerk: Führend in Europa und weltweit

Als einzige deutsche Kommunikationsagentur verfügen wir über ein paneuropäisches Agenturnetzwerk mit Netzwerkagenturen in allen 27 EU-Mitgliedsstaaten, allen Beitrittsländern sowie in allen wichtigen Weltwirtschaftszentren. Diese globale Ausrichtung macht uns besonders attraktiv für Auftraggeber internationaler Kampagnen. Mit landesspezifischen Markt-, Medien- und Sprachkenntnissen setzen wir zentral geplante Kampagnen effizient um. Weltweit ist MC heute das größte deutsche Agenturnetzwerk und rangiert auf Platz 14, weit vor anderen deutschen Agenturen (gemäß US-Fachzeitschrift „Advertising Age“, April 2010).

Das MC-Team: Internationale Expertise

Mit über 1.990 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im weltweiten MCNetzwerk (davon 345 in Deutschland) verfügt MEDIA CONSULTA über kompetentes Fachpersonal mit landesspezifischem Know-how. Alle Kundenberater und Kreative verstehen sich auf den gekonnten Einsatz von PR- und Werbeinstrumenten und besitzen sehr gute Kontakte zu den Redaktionen nationaler und internationaler Medien. Die Fachkompetenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördert MEDIA CONSULTA mit den Fort- und Weiterbildungsangeboten der MC Academy.

Facts & Figures

	Deutschland	Europa	Weltweit
Gründungsjahr	1993	2002	2006
Feste Mitarbeiter	345	877	1.990
Umsatz 2010 (Prognose)	80 Mio. Euro	148 Mio. Euro	330 Mio. Euro
Umsatz 2009	73 Mio. Euro	148 Mio. Euro	330 Mio. Euro
Umsatz 2008	64 Mio. Euro	140 Mio. Euro	300 Mio. Euro

Wer

Harald Zulauf

Geschäftsführer und CEO

Harald Zulauf studierte Wirtschaftswissenschaften, Politik und Internationales Recht in Köln, Washington, London und Paris. Während seines Studiums war er als freier Mitarbeiter, ab 1985 als TV-Journalist für Politik und Wirtschaft beim Westdeutschen Rundfunk und für die ARD in Köln tätig. Von 1987 bis 1989 arbeitete er als PR-Berater für den Bundesminister der Verteidigung in Bonn. Von 1990 war er für die Treuhandanstalt, Bereich SED-Sondervermögen, für die Reorganisation und Privatisierung der ehemals staatlichen DDR-Medienunternehmen, u. a. „Neues Deutschland“, tätig. Seit 1993 ist er Geschäftsführer der MEDIA CONSULTA Deutschland GmbH in Berlin/Köln sowie seit 2001 zusätzlich CEO der MEDIA CONSULTA International Holding AG.

Ute Gunsenheimer

Director International Communications

Ute Gunsenheimer studierte Politikwissenschaft und Geschichte in Regensburg, Leicester und Hamburg. Anschließend war sie zunächst für die Messe Berlin GmbH und den Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft tätig, bevor sie ab 2000 das Netzwerk der Hunzinger Public Relations GmbH in Mittel- und Osteuropa koordinierte. Bei MEDIA CONSULTA steuert Frau Gunsenheimer seit 2001 verschiedene internationale Kommunikationsprojekte und paneuropäische Kampagnen. Als Leiterin der Abteilung Internationale Kommunikation betreut und berät sie alle internationalen Kunden von MC und ist für die Konzeption und Umsetzung internationaler integrierter Kampagnen verantwortlich.



Prof. Heinz- Jürgen Kristahn

Creative Director MC Advertising GmbH

Professor Heinz-Jürgen Kristahn verstärkt seit 2000 als Creative Director die MC Advertising GmbH. Kristahn wurde 1973 zum Professor für Grafik/Design und Visuelle Kommunikation an der Staatlichen Hochschule für Bildende Künste Berlin (heute: Universität der Künste) berufen. Seit 1975 leitet er das Institut für Kommunikation und Design in Berlin. Von 1968 bis 1972 war Kristahn Cheflayouter bei der Motor-Presse Stuttgart (u.a. auto motor und sport, sport auto). Zusätzlich zu seiner Karriere an der Hochschule gründete Kristahn 1989 die Werbeagentur „aesthetica“, hier betreute er bis 1998 als künstlerischer Leiter unter anderem die Berliner Sparkasse, Wall Stadtmöbilierung und Potsdamer Platz Leitsystem. Prof. Kristahn ist seit 2002 Honorarprofessor am Zhejiang Commercial Technical College China.

Juliana Pranke

Leiterin MC Event GmbH

Juliana Pranke (geb. 1975), Magistra Artium, studierte Amerikanistik, Deutsch als Fremdsprache und Geschichte in Dresden. Während ihres Studiums arbeitete sie bei inlingua als Sprachlehrerin und organisierte außerdem den 2. Sächsischen Schülerkongress.

Bei MEDIA CONSULTA betreute Frau Pranke nach ihrem Einstieg im Jahre 2002 zunächst namhafte nationale Kunden aus der Politik wie das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, später verschiedenste internationale Kunden der EU Kom-



mission und paneuropäische Projekte. Als Leiterin der Abteilung Event ist sie seit 2011 verantwortlich für die gesamte Organisation, Koordination und Auswertung von Veranstaltungen, Kongressen, Workshops, Messeauftritten und Roadshows.

Holger Sokolowski

Leiter MC Sport & Entertainment GmbH

Holger Sokolowski verfügt über langjährige Erfahrungen im Sponsoring sowie in der Organisation, Durchführung und Vermarktung von Sportevents. Im Rahmen der Weltausstellung „EXPO 2000“ in Hannover war er für die Umsetzung von Marketingmaßnahmen im Themenpark sowie des Kultur- und Ereignisprogramms zuständig. Von 2001 bis 2008 war er im Sales Team der SPORTFIVE GmbH für die Kundenbetreuung und Vermarktung der Vereine Hertha BSC Berlin und Bayer 04 Leverkusen tätig. Bis Anfang 2010 arbeitete Herr Sokolowski als Vertriebsleiter bei der Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH. Seit 2010 leitet er die MC Sport & Entertainment GmbH in Köln und verantwortet unter anderem die Standortkampagne zur FIFA Frauen-WM 2011 in Frankfurt am Main.

Dr. Michael Schneider

Leiter MC TV & Filmproduktion GmbH

Dr. Michael Schneider (geb. 1972) studierte Politikwissenschaft, Geschichte und Philosophie in Heidelberg, Straßburg, Frankfurt am Main und St. Andrews. Von 2001 bis 2005 arbeitete er im Deutschen Bundestag und war für politische Analysen und Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Anschließend war Michael Schneider beim Flughafenver



band ADV als Leiter der Abteilung für politische Kommunikation tätig. Vor seinem Wechsel zu MEDIA CONSULTA arbeitete er als New Business-Leiter bei der PR-Agentur Pramata in New York sowie bei der Berliner mmpro Film- und Medienproduktion GmbH. Seit 2010 ist Dr. Michael Schneider Leiter der MC TV & Filmproduktion GmbH und betreut sämtliche Kunden und New Business-Aktivitäten der TV-Unit.

Qualitätsmanagement

Garantierte Standards

Um bei jedem Projekt eine bestmögliche Qualität zu gewährleisten, setzen wir auf die Qualifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie auf fest definierte Standards zur Qualitätssicherung. Eine termingerechte Projektplanung und -steuerung und eine detaillierte Ergebnisanalyse tragen dazu bei. Denn nur wenn Sie mit unserer Arbeit zufrieden sind, sind es wir auch.

Kundenzufriedenheit

Sagen Sie uns Ihre Meinung! Um unsere Arbeitsprozesse weiter zu verbessern, führen wir in regelmäßigen Abständen Kundenerhebungen zur Qualitätssicherung durch. Dabei erfassen wir sowohl die Zufriedenheit des Kunden mit dem Gesamtprojekt und der Beratungsleistung als auch die Kundenzufriedenheit innerhalb der einzelnen Projektphasen. Auf Basis dieser Ergebnisse arbeiten wir daran, noch besser zu werden und Ihnen immer einen optimalen Service zu bieten.



MC Balanced Scorecard

Mit der MC Balanced Scorecard können wir auf ein in der europäischen Agenturlandschaft einzigartiges Instrument zurückgreifen: Erstmals ist es möglich, mit einem Kennwertsystem nicht nur die einzelnen Kommunikationsinstrumentarien separat zu bewerten, sondern auch ihr Zusammenspiel. Wir ordnen allen Maßnahmen messbare Planungen und Ziele zu, erfassen und analysieren kontinuierlich Kampagnenergebnisse. So lassen sich alle Teile des Kommunikationsmanagement-Prozesses evaluieren und vergleichen.