

Hamburg, den 09.09.2011

**KCB**

**HALLO**

**KCB**

Strategic Planning.



**DIE SITUATION.**



**MEIN AUFTRAG.**

# **KIM C. BIRTEL M.A.**

Ich analysiere die Beziehung zwischen Menschen und Marken, um Markengestaltern einen abgesicherten Erfolgskorridor zu geben. Dabei arbeite ich mit dem Handwerkszeug der strategischen Planung und erweitere den klassischen Rahmen um selbstentwickelte Modelle und Tools.

Im Fokus steht die Bestimmung von Marken und die Art und Weise ihrer Kommunikation. Diese Leistungen nehmen sowohl Unternehmen in Anspruch, wie aber auch Agenturen.

Ich genieße dabei den Vorteil, unabhängig von Politik, Historie oder vorherrschenden Meinungen agieren zu können. „Das haben wir noch nie so gemacht“ wird dann zu „so macht es mehr Sinn“.

# SPEISEN und GETRÄNKE

16. Champagner, brut, trocken, Schampus Kirschen, Bratkartoffeln, Salatbeilage	€ 8,80
17. Rühnwurst, "Friedrichs Art" mit Champagner in Rahm, Salat und Salat	€ 9,50
18. Trüffelbraten vom Grill mit Pommeschinken und Erbsen Röstchen	€ 9,80
19. Leichter Fleischbraten, Schampusfilet mit frischen Champagner in Rahm auf Röstchen mit Käse im Ofen überbacken	€ 10,80
20. Fleisch, "Käsebraten Art", gut Schwedenbraten vom Grill auf Butterbraten, Bratkartoffeln und Salatbeilage	€ 10,80
21. Apertivisches Pfefferbraten vom Grill Kartoffelbraten, Pommeschinken und Salat	€ 12,80
22. Französische Dörrfleischbraten in Butter gebraten auf Sauerkraut, Kartoffelbraten, Bratkartoffeln	€ 12,80
23. Rindfleischbraten vom Grill, vom Champagner, Gutgemacht, Salatbeilage und Bratkartoffeln	€ 14,80

76. Stauder Pils vom Bier	1,8	€ 3,00
Stauder Pils vom Bier	1,8	€ 1,20
59. Altbierwasser	1,8	€ 1,90
58. Köllnong vom Bier	1,8	€ 2,10
54. Köllnong vom Bier	1,8	€ 3,50
71. Köllnong vom Bier	1,8	€ 1,50

55. Franziskaner Kaffeebraten vom Bier	1,8	€ 3,00
Franziskaner Kaffeebraten vom Bier	1,8	€ 1,90
56. Kaffeebraten vom Bier	1,8	€ 3,00
57. Würschelbraten vom Bier	1,8	€ 2,50
58. Pils vom Bier	1,8	€ 2,50

42. Orangensaft	1,8	€ 1,90
43. Cola, Fanta, Sprite	1,8	€ 1,70
46. Mineralwasser vom Bier	1,8	€ 1,70
47. Bitter Lemon vom Bier	1,8	€ 1,90

## Spezialitäten

16. Corona vom Bier	1,8	€ 2,50
17. Kaiserlicher Wodka vom Bier	1,8	€ 2,00
18. Jubiläums Apertiv vom Bier	1,8	€ 2,20
19. St. Pauli Quapp vom Bier	1,8	€ 2,50
20. Pils vom Bier	1,8	€ 1,50
21. Ferner Braten vom Bier	1,8	€ 2,20
22. Bayerischer Lezard vom Bier	1,8	€ 1,50
23. Kaiserlicher vom Bier	1,8	€ 1,50
24. Sherry vom Bier	1,8	€ 3,10

## Schoppen und Flaschenwein

25. Weinschale vom Bier	1,8	€ 2,50
26. St. Leonhard vom Bier	1,8	€ 3,00
27. Dornfelder vom Bier	1,8	€ 2,50

## Heiße Getränke

60. Pils Kaffee	€ 1,70
61. Kinnchen Kaffee	€ 2,50
62. Glas 50cl Kaffee, 10cl Sahne, 10cl Zucker vom Bier	€ 1,70
64. Kinnchen Tee	€ 2,50
65. Heiße Schokolade mit Sahne	€ 1,90
66. Cappuccino	€ 2,30
Latte Macchiato	€ 2,60
Espresso	€ 2,30
Café Au Lait	€ 2,30

67. Glühwein	€ 2,50
68. Glas vom Bier	€ 3,00

Schokoladen und frischen Röstchen	€ 3,50
101. Polyranchette vom frischen Champagner, mit Sahne topirt	€ 3,50
102. Strahliger Schinkenbraten mit Kartoffel und Erbsen frische	€ 5,80
103. Salatplatte, "Griechische Art", huter Salat, Geizig und Schokolade	€ 5,80
104. Salatplatte "Rust", huter Salat, Kartoffel und frische Röstchen	€ 6,00
105. Salatplatte "Maitre chef", huter Salat, mit Trüffelkartoffeln und Erbsen	€ 6,80
106. Schinkenbraten mit Kartoffel, Salatbeilage und Champagner im Ofen überbacken	€ 6,80
107. Das Metzgerbraten auf Butterbraten, mit Geizbraten und Pommeschinken	€ 5,50
108. Champagner in Kartoffel, Pommes und Trüffel	€ 7,00

110. Pils vom Bier	
111. Geizig vom Bier	
112. Strahliger vom Bier	
113. Pils vom Bier	
114. Pils vom Bier	
115. Pils vom Bier	
116. Pils vom Bier	

# MEINE LEISTUNGEN.

Mein Status ist der eines freien, seniorigen, strategischen Planers, mit internationalen Erfahrungen. Ich biete:

- **Markenbestimmung:** Recherche und Analyse von allen markt- und markenrelevanten Inhalten zur Gewinnung einer multiplizierbaren Markengeschichte, in der die Haltung, Überzeugung und Vision zum Ausdruck kommt und die sich mit der Kraftquelle des Unternehmens verzahnt.
- **Markenaufbau:** Entwicklung von Grundlagen, zum nachhaltigen und wachstumsbetonten Aufbau von Marken.
- **Markenimplementierung:** u.a. Einsatz von Story Management-Instrumenten, zur Entwicklung einer Markenimplementierungsstrategie.
- **Marketing- und Kommunikationsberatung:** Erstellung von unabhängigen Expertisen sowie auf Wunsch kontinuierliche Beratung von Entscheidern.

A person is pushing a bicycle cart loaded with various goods, including bags and small items, along a sandy beach. The ocean waves are visible in the background. The word "EXPERTISEN" is overlaid in large, pink, semi-transparent letters across the center of the image.

# EXPERTISEN

# AGENTUREN.

Interims-Head of Planning

Markenarbeit

Pitch-Begleitung

Kunden-Workshops

# UNTERNEHMEN.

Interims-Marketing-Manager

Marketing- und Kommunikationsberatung

# UNTERNEHMENSBERATUNGEN.

Marken- und Marketingberatung

## **Akademien.**

Dozententätigkeit

Seminare

Vorträge

## **Non-for-profit.**

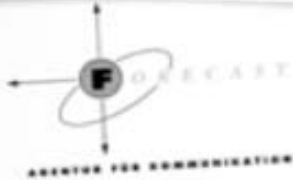
Beratung und Betreuung von NGOs (z.Z. HelpAge)

# Branchen (Unternehmen).

**Automobil** (Audi AG), **Brauereien** (Holsten-Brauerei AG, InBev Germany Holding GmbH, Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG), **Entertainment** (Stage Entertainment GmbH), **Finanzdienstleistung** (Truscon GmbH, Haspa), **Food** (Allos GmbH, Del Monte Foods, FroSta AG, Mars Incorporated, Snacks&Treats), **Gesundheit** (Parmapharm, Petersson&Hennig, Praxis für Zahnheilkunde), **Handel** (Arcandor AG, SportScheck GmbH), **Haustiere** (Mars Incorporated, Petcare, Fressnapf), **ICT** (T-Systems Enterprise Services GmbH), **Kosmetik** (Coty Inc., Beiersdorf AG), **Medien** (rs2 GmbH, Oldtimer.net), **Mode** (Hugo Boss AG, INVISTA International), **Organisationen** (Bäckerinnung Nord, Ökowoche Markt, HelpAge, Miami Ad School, Einfal GmbH, Akademie für gesellschaftliche Verantwortung, EMBA), **Spirituose** (Bacardi GmbH, Brown-Forman Corporation, Hardenberg-Wilthen AG, Berentzen AG, Jägermeister SE), **Software** (SDNORD, Symantec, Norton), **Tabak** (H.F. & Ph. F. Reemtsma GmbH, British American Tobacco (Germany) GmbH), **Technologie** (Fristam Pumpen), **TelKo** (Arcor AG & Co.KG, freenet AG), **Transport** (Deutsche Post World Net AG), **Verlage** (Karl May Verlag, Favorit Verlag, Libri)

KCB

Pielsticker  
strategische Kommunikation



Kim Birtel

Karl May  
ERZEUGNISSE

Steff für Helden  
Vertrieb O-Trade GbR  
Susannenstraße 13/14  
20357 Hamburg  
Tel. +49 (0)174 9534605  
Fax +49 (0)40 43099608  
www.karl-may-erzeugnisse.de

CN St.Gallen | The Refresh Company GmbH  
Kim C. Birtel  
Head of Strategic Planning

Mail kb@cn-trc.ch  
Mobil 0049.174.9534600

ECONOMIA

KIM CHRISTOPHER BIRTEL  
DIRECTOR OF STRATEGIC PLANNING

ECONOMIA • GESELLSCHAFT FÜR MARKETING UND WERBUNG  
AN DER ALSTER 35 • 20099 HAMBURG  
TEL +49 40/284 22-118 • FAX +49 40/284 22-112  
K.BIRTEL@ECONOMIA.DE • WWW.ECONOMIA.DE

KIM C. BIRTEL  
HEAD OF CONCEPT & CREATION

DAS KONZENTRAT  
AGENTUR FÜR KONZENTRISCHE KOMMUNIKATION

Kim Christopher Birtel, Strategic Planning

STEIN PROMOTIONS®  
EINE AGENTUR DER ROSS GROUP

FREIES PLANNING

Kim Christopher Birtel  
M. A.

Alter Waf 55  
20557 Hamburg

T: +49 (0)174/95 34 605  
F: +49 (0)40/65 68 55 83

E: kim@kline-koenige.com



# BIOGRAPHIE

...gone Surfing!

execpartner

Kim Christopher Birtel M.A.  
Senior Consultant

Pfaffenweg 55  
D - 70180 Stuttgart  
Tel: +49 (711) 664 888 65  
Fax: +49 (711) 664 878 48

kim.birtel@exec-partner.com  
http://www.exec-partner.com

KIM CHRISTOPHER BIRTEL  
STRATEGIC PLANNING

STEIN PROMOTIONS®  
STEIN PROMOTIONS HAMBURG GMBH - BÖRSELSTRASSE 16C  
22765 HAMBURG • TEL +49 (0) 40-3 91 91-135 • FAX +49 (0) 40-391 91 160

MARKENBEDEUTUNGSSPIEL®  
Kim Christopher Birtel M.A.

Pfitzerstrasse 57  
22761 Hamburg

T +49(0)174/95 34 605

kim@markenbedeutungsspiel.de  
www.markenbedeutungsspiel.de



KCB

Kim Christopher Birtel M.A.  
Strategic Planning  
+49 (0)174.9534605  
kim@kcbplanning.com

# BIO.

Geboren, am 30.09.68, in Schleswig. Verheiratet, eine tolle Tochter.

1990 Magister Artium der Angewandten Kulturwissenschaften mit den Schwerpunkten:

- Betriebswirtschaftslehre (insbesondere der Kybernetik)
- Sprache und Kommunikation (Medienanalyse- und Arbeit)
- Tourismusmanagement (Marketing)
- Grundlagen der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften

Magisterarbeit zum Thema „Grenzen und Möglichkeiten des Markentransfer“.

1995 Texter/Konzeptioner für die Trendagentur FORECAST (Reemtsma, Bacardi, Siemens).

1996 Strategischer Berater und Konzeptioner bei die Agentur PIELSTICKER Strategische Kommunikation (u.a. Prozessmoderation zur Neustrukturierung der Organisation von Vertrieb und Marketing für die Bacardi GmbH).

# BIO.

- 1998** Aufbau, Implementierung und Leitung der Concept & Creations-Abteilung bei der BOB BOMLIZ GROUP/BBDO (Deutsche Post World Net, ING Carlease, Hugo Boss, Beiersdorf AG, Letsbuyit.com, Holsten-Brauerei AG, Audi AG und insbesondere für nat./intern. Reemtsma auf den Marken West-Family u.a. diverse Neueinführungen, PST, P&S, Davidoff, R1, Roth Händle, sowie Mitarbeit an übergeordnete Aufgabenstellungen in Zusammenarbeit mit dem Marketing-Vorstand).  
Mitarbeiter in dem interdisziplinären BBDO Think Tank u.a. initiiert von Dr. Rainer Zimmermann (CEO BBDO) u.a., unter der Leitung von Norbert Bolz.
- 2000** Director of strategic planning bei der ECONOMIA Gesellschaft für Marketing und Werbung/BBDO (Aufbau der Idee Planning, Mitverantwortlich für die inhaltliche Neuausrichtung der Agentur, Kunden: Berentzen, Diebels, Dimix, Libri).
- 2003** Gründer Freies Planning (Hamburg) und Head of Planning Competence-Network St. Gallen The Refresh Company (Wiesbaden, München, Zürich).  
Mitglied Account Planning Group Deutschland.

# BIO.

2004 16 Monate Interims-Marketing-Manager Truscon GmbH (Finanzdienstleistung).

2004 2 Monate Interims-Head of Planning, Grey Hamburg (Lucky Strike, Dunhill).  
6 Monate intern. Interims-Director of strategic planning BBDO (Mars Petcare, teilig Mars Snacks&Treats).

2008 Einführung des MARKENBEDEUTUNGSSPIELS©, einem Modell zum Management von Marken im digitalen Zeitalter.

Dozent einfal GmbH, Akademie für gesellschaftliche Verantwortung Signs+Pictures, Planning Boot Camp Miami Ad School, EMBA (Europäische Medien- und Business-Akademie).

Seit 2007 Berater für die NGO HelpAge Deutschland.

2009 Mitglied bei der AFNB (Akademie für neurowissenschaftliches Bildungsmanagement).

2010 Umbenennung von Freies Planning in KCB.

2011 Gründung P.L.A.Y! und BOOM-Hamburg.

**VIELEN DANK!**



A person in a black wetsuit is surfing on a wave in the ocean. The water is a deep blue-green color, and the sky is a pale, hazy blue. The surfer is positioned in the lower-left quadrant of the frame, riding the crest of a white, foamy wave. The overall scene is dynamic and captures a moment of action in nature.

# KCBB

Brand

Testimonial

Product

Kim Christopher Birtel M.A.

Strategic Planning

+49 (0)1 74.9 53 46 05

[kim@kcbplanning.com](mailto:kim@kcbplanning.com)

„WICHTIG IST, DASS DU ERKENNST,  
DASS IMMER DANN, WENN DEIN  
DENKEN AN GRENZEN STÖBT, ES  
HINTER DER GRENZE WEITERGEHT.“





Alle in Konzeptionen, Manuskripten und Präsentationsschriften enthaltenen Inhalte verbleiben mit Urheber- und Nutzungsrecht bei Kim C. Birtel M.A.

Die Weitergabe aller Unterlagen, Manuskripte der Präsentationsschrift im Ganzen oder in einzelnen Teilen sowie eine Veröffentlichung, Verbreitung Nachbildung oder sonstige Verwertung der präsentierten Konzepte und Lösungsmodelle ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Kim C. Birtel M.A. leider nicht gestattet.

Vielen Dank für Ihr Verständnis.  
Hamburg, 2011

KCB Planning  
Kim C. Birtel M.A.