

Leading Swiss Agencies / ADC Switzerland / APGS

## Ad School: «Eine der besten und umfassendsten Ausbildungen in Europa»

In den Ad-School-Lehrgängen Kreation und Strategische Planung (CAS) wird profundes State-of-the-Art-Wissen aus Theorie und Praxis vermittelt, von den besten Vertreter\*innen und Dozent\*innen der Branche. Allen Corona-Widrigkeiten zum Trotz erhielt ein spannendes und lehrreiches Semester mit der Präsentation der Abschlussarbeiten seine perfekte Krönung.

Text und Bilder: LSA

Anfang Februar ist der Ad-School-Lehrgang mit den Vertiefungsrichtungen «Kreation» und «Strategie» mit 39 Studierenden aus allen Ecken der Schweiz gestartet. Den Auftakt machte Michael Conrad (Präsident der Berlin School of Creative Leadership Foundation) mit seinen Inputs, Erfahrungen und Learnings zu «Qualität, Strategie und Führung beim Erschaffen von grossen Ideen». Den zweiten Tag bestreift Matthias Mueller, Strategy Director bei Ogilvy, mit seinem Kurs «Strategie, quo vadis?». Die Studierenden wurden dabei bereits mit einem praktischen Beispiel konfrontiert und durften in Gruppen erste Strategie-Ansätze für ein Schweizer Start-up erarbeiten. Es folgten noch über 30 weitere Kurse. Dank des grossen Einsatzes aller Dozent\*innen, Student\*innen und Partner konnte der Lehrgang reibungslos im Remote-Modus durchgeführt und erfolgreich abgeschlossen werden. Die lehrreiche Zeit fand am 24. August mit den Präsentationen der Abschlussarbeiten, die durch die Mitglieder des Schulrats und Vertreter des Auftraggebers benotet wurden, ihren Höhepunkt. Das Briefing für die diesjährige Abschlussarbeit wurde durch die CSS Versicherung gestellt. Mehr Infos und Fotos zu den Präsentationen und zur Abschlussfeier gibt es demnächst unter [www.adschool.ch](http://www.adschool.ch).

### Lehrgänge vereinen Theorie und Praxis


Während der insgesamt 36 Kurse wurden

den Teilnehmenden die wichtigsten Grundlagen guter Markenkommunikation und Kreation wie auch viele aktuelle Themen von über 30 Top-Dozierenden vermittelt. So etwa digitale Markenführung, digitale Mediaplanung, UI/UX-Themen für Kreative und vieles mehr. Durch die Kombination von Vorlesungen und Übungen, die beide Lehrgänge ge-

«Vom Einblick in die Herangehensweise an Arbeiten verschiedenster Art von den grossen Namen der Schweizer Werbebranche und darüber hinaus habe ich sehr profitiert.»

meinsam beinhalten, bleibt die Ausbildung nicht theoretisch, sondern lässt die Studierenden das Erlernte direkt anwenden und erproben.

Der Strategie-Lehrgang richtet sich an Personen, welche die strategischen Herausforderungen in Agenturen oder auf Auftraggeberseite meistern wollen. Er ist für alle gedacht, die bereits einiges an Erfahrung in strategischer Arbeit gesammelt haben und ihr Wissen und Können nun auf eine solide Basis stellen wollen. Im Lehrgang Kreation bekommen kreative Talente wie Art Directors, Grafiker\*innen, Texter\*innen und Digi-

talspezialisten das theoretische und praktische Rüstzeug vermittelt, das es heute braucht: von der Strategie über Ideenfindung und -beurteilung bis hin zur mediengerechten Umsetzung in den verschiedenen Kanälen. Mit einer besonderen Gewichtung der digitalen Herausforderungen von heute und morgen. «In der Summe kommt man so in den Genuss einer der besten und umfassendsten Ausbildungen in Europa», sagt Gordon Nemitz, Geschäftsführer Strategie bei thjnk Zürich und Schulrat der Ad School. Diese Aussage wird durch das positive Feedback aller Beteiligten unterstrichen. Die Ad School hat nach Semesterschluss bei Dozent\*innen und Student\*innen nachgefragt, was ihnen am Lehrgang besonders gefällt, von was sie am meisten profitiert haben und weshalb sie an der Ad School dozieren. 



«Durch meine langjährige Kundenfokus-Erfahrung habe ich einige Tools in meiner Toolbox, die mir helfen, den Kunden mit Haut und Haaren zu verstehen. Es macht mir Freude, diese Tools weiterzugeben. Sie sollen dabei helfen, Insights zu generieren, aber auch einen Reality-Check durchführen zu können, damit man nicht etwas am Kunden vorbeidesigniert. Schön finde ich, dass ich das an der Ad School machen darf. Ich war nämlich selbst an der Miami Ad School, was eine unglaublich inspirierende Zeit für mich war. Der Kontakt und der Austausch mit jungen Leuten macht mir grosse Freude und ist sehr motivierend. Ausserdem ist ihr Feedback mein persönlicher Reality-Check.»

Kathrin Hasenböhler Viollier, Associate bei Stimmt



«Die Ad School war für mich eine spannende Plattform zum Austausch mit erfahrenen Branchen-Kennern und die Basis, Neues zu lernen und auszuprobieren. Wertvoll empfand ich, diverse Ansätze und Herangehensweisen aus Kreation- oder Strategiesicht zu spiegeln und so mein Spektrum zu erweitern.»

Amanda Possa, Senior Client Solutions Manager bei Webrepublic



«Neue kreative Tools kennenzulernen hat mich inspiriert und meinen Horizont erweitert. Es war auch sehr spannend zu sehen, welche Herangehensweisen verschiedene Agenturen wählen und dass wir einen direkten Einblick bekommen haben. Die Ad School hat mich definitiv weitergebracht.»

Patricia Kuster, Strategie & Beratung gjn works GmbH



«Das theoretische Wissen wurde in allen Bereichen immer auch durch praxisnahe Anwendungen vermittelt. Die Kommunikation war stets locker und auf Augenhöhe. Vom Einblick in die Herangehensweise an Arbeiten verschiedenster Art von den grossen Namen der Schweizer Werbebranche und darüber hinaus habe ich sehr profitiert. Aber auch Erkenntnisse aus der Kundenperspektive und Beiträge der anderen Teilnehmer haben einen lehrreichen, langanhaltenden Eindruck hinterlassen.»

Sarah Mager, Nachhaltigkeitsbeauftragte & Beraterin bei Serviceplan Suisse



«In einer sehr von persönlicher Empirie und Leaning by Doing getriebenen Industrie reizt es mich sehr, zusammen mit anderen Dozent\*innen gewisse Standards setzen zu dürfen und gleichzeitig einer jungen Kreativ-Generation meine Kommunikationswelt zugänglich zu machen. Das in den vielen Jahren selbst Gelernte dabei in brauchbaren und vermittelbaren Stoff zu verwandeln, ist Herausforderung und Freude zugleich: Es schärft die eigene Sichtweise auf das, was ich tagtäglich für meine Agentur und meine Kunden zusammen mit meinem Team tue. Im Vergleich zu anderen Dozenten-Jobs spürt man, dass die Teilnehmer\*innen der Ad School einfach direkt aus der Praxis kommen. Bringt man die Inhalte wirklich richtig rüber, hat man ein Publikum vor sich, das die Inhalte wie ein Schwamm aufsaugt und Fragen stellt, die voll auf den Punkt sind. Die Studierenden kommen aus einem Top-Level-Werbealltag, entsprechend sehe ich sie, ihre Fragen und ihr Feedback auch als starken Gradmesser für die eigene Leistung.»

Linus Eidenbenz, Founder und Managing Partner JEFF



«Wer nicht nur theoretisch, sondern praxisnah studieren möchte, ist an der Ad School bestens aufgehoben, und das ist auch der Grund, warum ich dort so gerne selbst unterrichte – mit tollen, ambitionierten Student\*innen und einem unglaublichen Blick auf die Schweizer Bergwelt.»

Nicole Hoefler-Wirwas, freie Creative Director & Creative Coach



«Als Dozentin für Ideenfindung und kreative Konzeption lasse ich mich selbst gern inspirieren. Der Austausch mit Menschen aus anderen Kulturkreisen gehört dabei für mich zu den wertvollsten Impulsen. Die Schweiz mit ihren drei oder sogar vier Sprachen ist deshalb für mich ein sehr spannendes Land. Das macht sich auch jedes Mal im hohen kreativen Output der Studentinnen und Studenten bemerkbar. Auf menschlicher Ebene bin ich immer wieder beeindruckt von der Offenheit, der Begeisterung für neue Wege und der grossen Herzlichkeit, die uns hier entgegengebracht wird. Und natürlich freue ich mich auch darüber, dass ich in jedem Kurs ein paar neue Worte Schwyzerdütsch dazulerne.»

Imke Jungnitsch, Creative Director & Creative Coach für Ideenfindung, Konzeption und Text





«Der Austausch mit der künftigen Kommunikationselite macht Spass und Sinn. Denn im Gespräch lässt sich überprüfen, welche bisher bewährten Methoden immer noch funktionieren und welche besser entsorgt werden.»

Dr. Peter Felser, Felsler Brand Leadership



«Ich doziere an der Ad School, weil unsere Branche talentierten Nachwuchs braucht, der ohne Berührungängste vor den verschiedenen Disziplinen ans Werk geht und in der komplexen Werbebranche des 21. Jahrhunderts eine goldene Chance sieht, nicht nur Silos und Prozesse. Und als Dozent profitiere ich klar von den Fragen der Teilnehmer\*innen – es zwingt einen, sich selbst zu hinterfragen und wirklich auf dem neuesten Stand zu sein, um ein Thema möglichst kompetent zu vermitteln.»

Tobias Zehnder, Co-Founder/Partner, Webrepublic

#### Lehrgänge werden erneut angeboten

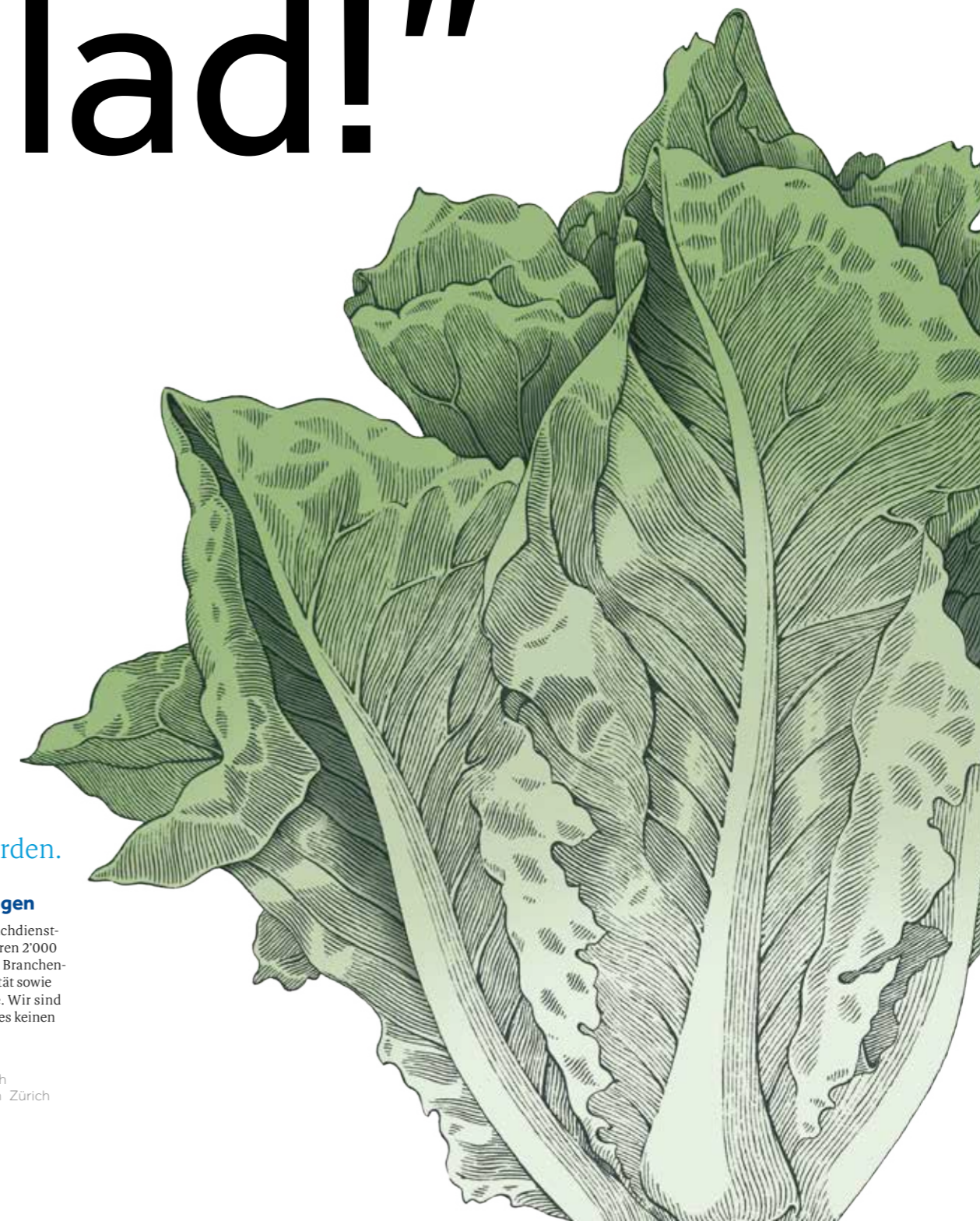
Der nächste Lehrgang wird aufgrund der hohen Nachfrage bereits für 2022 geplant. Weitere Informationen zum Lehrgang, den einzelnen Vertiefungsrichtungen und zu den Anmeldemodalitäten auf [adschool.ch](https://adschool.ch) – Interessierte können sich auch direkt bei [kathrin.leder@leadingswissagencies.ch](mailto:kathrin.leder@leadingswissagencies.ch) melden.

#### Die Ad School: Trägerschaft und Partner

Gemeinsame Träger der Ad School sind der ADC Switzerland und Leading Swiss Agencies (LSA). Die Account Planning Group Schweiz (APGS) ist Partnerin und unterstützt die Trägerschaft bei der fachlichen Schulung, der Auswahl der Dozent\*innen und der Beurteilung der Arbeiten. Der LSA übernimmt die Organisation der Schule sowie die administrative Betreuung. Der Lehrgang der Ad School wird von der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich als «Certificate of Advanced Studies ZFH (CAS) Kreation und Strategische Planung» anerkannt. Die IAB (Interactive Advertising Bureau) Switzerland Association unterstützt zudem als Partnerin der Ad School mit ihrem digitalen Knowhow die Weiterentwicklung von digitalen Inhalten in den Lehrgängen.

ANZEIGE

# “Now we have the salad!”



**Eine weitere Bündner Spezialität: Familiafründlich.**

Die Versicherung mit gesundem Bündnerverstand.



**APOSTROPH.**  
Weltweit verstanden werden.

#### Professionelle Fachübersetzungen

Apostroph Group ist eines der führenden Sprachdienstleistungsunternehmen der Schweiz. Mit unseren 2000 geprüften Fachübersetzern und über 25 Jahren Branchenerfahrung garantieren wir Ihnen höchste Qualität sowie sicheren, diskreten und kompetenten Service. Wir sind zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 17100, damit es keinen Salat gibt bei Ihrer Kommunikation!

T +41 41 419 01 01 – [www.apostrophgroup.ch](https://www.apostrophgroup.ch)  
Apostroph Group – Bern Lausanne Luzern Zürich