

# Lebenslauf // KAY-TAREK LÜBBERS

Digital Mad Man

A	Kietzer Straße 5	G	05. August 1970
A	12555 Berlin	G	Siegburg
T	+49 (0) 173 - 365 00 72	N	Deutsch
T	+49 (0) 30 - 64 38 80 50	F	verheiratet
E	kayluebbers@me.com	F	2 Söhne (5 und 3 Jahre)
W	www.kayluebbers.de	S	deutsch, englisch, spanisch, französisch



## PERSÖNLICHES

„Never give up!“ Das Lebensmotto meines Mentors Al Hausmann hat mich geprägt und treibt mich voran. Ich begeistere mich für smartes Interface-Design, interaktive Technologien und Kommunikation. Als einer der ersten Anwender übersetzte ich 1987 auf dem magischen Mac Plus grafische Entwürfe in druckbare Vorlagen, programmierte 1994 meine erste Flashanwendung und gehöre zu den Ur-Digitalen.

Ich übernachtete 2007 vor dem Apple Store an der Madison Avenue beim Verkaufsstart des ersten iPhones und unterscheide trotzdem zwischen hip und Hype. Kreative und dynamische Umfeldler inspirieren mich und führten mich 2013 auch nach Berlin.

Ich bin 24/7 „ON“, mag Weine trocken und Musik laut. In meiner Freizeit engagiere ich mich für Berliner Street Art, poste, pinne, teile und checke ein. Ich bin digital und das ist auch gut so.

## AUSZEICHNUNGEN

**Februar 2007**

**// Nominierung zur Online-Persönlichkeit des Jahres**  
(New Media Award, Kategorie „People“)

**Januar 2007**

**// Wahl zur Newcomer-Agentur des Jahres**  
(Jahrbuch der Werbung 2007)

**Februar 2006**

**// Top 10 der kreativsten Newmedia-Agenturen**  
(Kreativranking HORIZINT, w&v)

**seit Mai 2005**

**// Internationale Auszeichnungen**

- . Gewinn New Media Award (“crossmedia“)
- . Gewinn Deutscher Multimedia Award (“Werbung/PR“)
- . Gewinn CREA Credential Award (“Multimedia“)
- . Gewinn Konvergenz Award (“crossmedia“)
- . Deutscher Dialogmarketing Preis (2 x Silber, 2 x Bronze)
- . AME Marketing Award (“Marketing Effizienz“)
- . London International Award (“Multimedia“)
- . New York Festivals (“Multimedia“)

## STÄRKEN

Strategisches Denken und unternehmerisches Handeln, Führungsqualität und Motivation von Teams und Talenten, sowie Verhandlungssicherheit, Überzeugungs- und Präsentationsstärke.

Souveräner Umgang mit Präsentationsprogrammen wie Powerpoint und Keynote, Planungs- und Kalkulationsprogrammen wie Excel und Numbers sowie Bild- und Videoeditoren wie Photoshop, Illustrator und After-Effects.

Innovationsgetrieben, immer mit Blick auf Effizienz und Exzellenz in der Exekution. Konditioniert auf hohe Schlagzahlen, kühl im Kopf und heiß im Herzen.

# Lebenslauf // KAY-TAREK LÜBBERS

Digital Mad Man

## EXPERTISE

08/2014 - heute

**CMO**

BUZZ Medien

### **Gründung Medien StartUp Content Marketing**

// Aufbau und Betrieb von Medienplattformen für FUNKE Mediengruppe

// Planung & Durchführung Content & Influencer Marketing für Deutsche Bahn, REWE

08/2012 - 01/2014

**Unit Director**

denkwerk GmbH, Köln/Berlin

### **Standortaufbau Berlin**

// Etablierung Digital Design & Marketing Kompetenz in Berlin

// Teamaufbau SEM/SEO, Affiliate, Display und Data Mining

// Etatgewinn Onlinemarketing congstar, REWE

06/2004 - 04/2012

**Geschäftsführender Gesellschafter**

CON CARNE GmbH, Köln

### **Gründung Onlinemarketing-Agentur (Schwerpunkt Handel & Medien)**

// Aufbau und Administration von 3 Agenturstandorten in Köln, Hamburg und Berlin mit bis zu 16 Mitarbeitern

// Aufbau strategischer Kooperationen u.a. mit

. Zum goldenen Hirschen Werbe- und Ideenagentur Berlin, New York

. Ogilvy & Mather, Düsseldorf

. Grey, Hamburg

// Projektleitung Online-Marketing (Schwerpunkt Verkaufsförderung)

. REWE-Group

. Axel Springer Verlag

. Henkel

. Toyota

. congstar

// Strategische Beratung beim Ausbau von IT-Infrastrukturen für

. Bundesministerium für Bildung und Forschung

. Gothaer

. Edeka

05/2000 - 05/2004

**Operativer Leiter**

INNOVUM GmbH, Köln

> Constantin Film AG

### **Aufbau und Leitung der Unit Online für die Constantin Film AG**

// Entwicklung Websites und digitale Werbemittel Constantin Film

// Leitung Entwicklungsteam für Aufbau Breitband-Portal T-Vision

// Produktion von Web-TV-Formaten für T-Online, Nikon,

British American Tobacco, Citibank und Yves Rocher

04/1993 - 04/2000

**Creative Director**

DUNG Marketing GmbH, Bonn

### **Aufbau der Online-Kompetenz**

// Kreativer Leiter und Entwickler digitaler Anwendungen u.a. für

CDU, Volkswagen, WDR

// Entwicklung von e-Commerce-Plattformen

02/1992 - 03/1993

**Art Director**

COMMPAN GmbH, Bonn

### **Entwicklung von Print- und TV-Kampagnen**

// Erstellung grafischer Erzeugnisse für Ringsdorff

// Kreation, Planung um Umsetzung Art für CMA

08/1990 - 12/1991

**Junior Art Director**

Allen Tomlinson Advertising, Florence

USA

### **Entwicklung von Corporate Designs und Werbemitteln Print**

// Erstellung grafischer Erzeugnisse

## AUS- UND WEITERBILDUNG

08/1990 - 12/1991

**University of North Alabama, USA**

### **Dipl. Kommunikationsdesigner**

//Schwerpunkt Visual Communication & Information Design

09/1987 - 05/1990

**IHK Köln**

### **Ausbildung Mediengestalter**

//Note: 1,4



Kay Lübbers zieht's nach Berlin

© Foto:Denkwerk

UNIT DIRECTOR | 02.01.2013 | VON FRANK ZIMMER

## Denkwerk startet mit Kay Lübbers in Berlin

**Denkwerk** geht nach Berlin: Die Kölner Multimediaagentur gründet eine Hauptstadt-Niederlassung unter Führung von **Kay Lübbers**. Das Team soll als "Kreativzelle mit Fokus auf Digital Design" starten und sukzessive zur Full-Service-Niederlassung ausgebaut werden. Standort ist die ehemalige Bechstein-Fabrik in der Reichenberger Straße 124 in Kreuzberg. "Berlin ist nicht nur ein starker Wirtschaftsraum sondern bietet auch das optimale, innovationsgetriebene Umfeld, das für unsere Arbeit wichtig ist", erklärt Denkwerk-Chef **Jochen Schlaier**. Seine Agentur beschäftigt rund 170 Mitarbeiter. Auf der Kundenliste stehen u.a. **Apetito, BMW, Bo Concept, die Post, die Telekom, Germanwings, Panasonic** und **RWE**.

Der neue Berlin-Chef Kay Lübbers ist bereits seit August 2012 bei Denkwerk unter Vertrag. In der Branche kennt man den 42-Jährigen vor allem als Gründer und Geschäftsführer der Agentur **Con Carne**, die 2006 vom **Jahrbuch der Werbung** als Newcomer-Agentur des Jahres ausgezeichnet wurde.

### TOP AKTUELL

### TOP GEKLICKT

**Marketing:** Berühmte Brause mit neuen Namen: Coca-Cola trennt sich von seinem S...

**Digital:** Bericht: Apple hat Musikbranche von Internet-Radio überzeugt

**Agenturen:** Deutsche Agenturen schicken 1994 Arbeiten nach Cannes

Anzeige



### NEWS AUS LEAD DIGITAL

Content Marketing: Warum

1

f Share

59

Twitter

0

in Share

0

+1

0

Xing

# Ehrgeiz und Ausdauer zahlen sich aus

Das Jahrbuch der Werbung kürt 2007 mit Con Carne in Köln und der Schweizer Agentur Walker wieder zwei Newcomer des Jahres

Im vergangenen Jahr hat Con Carne den Sprung aufs Siegereppchen knapp verpasst, doch dieses Mal hat die Kölner Internet-Agentur klar überzeugt und wird vom Jahrbuch der Werbung aus dem Econ Verlag, Berlin, zum Newcomer des Jahres 2007 gekürt.

Geschäftsführer Kay-Tarek Lübbers, 36, ist stolz auf den Erfolg: „Die Niederlage war ein besonderer Ansporn für uns. Wir haben 2006 konsequent auf den Titel hingearbeitet und freuen uns jetzt besonders, dass wir ihn gewonnen haben.“ Die Jury begründet ihre Entscheidung mit den mehrfach pramierten Internet-Kampagnen und der soliden Geschäftsentwicklung der zwölfköpfigen Agentur. Im vergangenen Jahr lag das Gross Income bei rund einer Million Euro.

Auch der eigene Auftritt von Con Carne hat überzeugt. Auf ihrer Website



Geschäftsführer Kay-Tarek Lübbers (vorne rechts) mit dem Con-Carne-Team (o.); prämierte Arbeit für den Kunden British American Tobacco (o.r.); auf der eigenen Website präsentiert sich die Agentur als Baseball-Mannschaft (r.)

Con-carne.de inszeniert sich die Agentur als Baseball-Mannschaft. Entsprechend fiel die Präsentation beim Jahrbuch der Werbung aus: Eine Sporttasche, gefüllt mit als Spielbericht aufgemachten Agentur-Informationen und Baseballkarten, hat Extra-Lob der Jury eingebracht. Erst nur als Projekt geplant, hat sich die 2005 mit einem Crea-Award prämierte Baseball-Metapher inzwischen fest etabliert. Lübbers

erklärt: „Wir sehen uns als ein verdammtes gutes Team, das aus besonderen Spezialisten besteht – so wie eine Baseball-Mannschaft eben.“

Dabei versteht sich Con Carne als „Werbeagentur für digitale Medien“, bei der kreative Ideen und technische Umsetzung gleich wichtig genommen werden. Kampagnen für die Drohtabakmarke Schwarzer Krauser von British American Tobacco (BAT) haben 2005 für Platz 10 im Newmedia-Kreativranking gesorgt, im vergangenen Jahr hat es allerdings nicht erneut für die Top 10 gereicht (HORIZONT 1-2/2007). Lübbers ist zuversichtlich, das 2007 wieder zu ändern: „Unsere Kampagnen waren 2006 zu spät dran. Die Arbeiten aus dem 2. Halbjahr werden sich erst jetzt bemerkbar machen.“

Ebenso sollen Aufträge von kürzlich neu gewonnenen Kunden wie Yves Rocher in Stuttgart und die Henkel-Marken Perwoll und WC Frisch für Wettbewerbsfutter sorgen. Für Yves Rocher hatte Con Carne vor Weihnachten die Online-Shopping-Show Beautv gestartet (HORIZONT 50/2006), ein weiteres Projekt folgt demnächst.

BAT hat die Web-Spezialisten inzwischen auch mit der Arbeit für Javaanse

Jongens, Samson und Prinz beauftragt. Das Engagement für den Tabakkonzern geht dabei über digitale Kampagnen hinaus. Für Schwarzer Krauser hat die Agentur seinerzeit auch Anzeigen entworfen und Below-the-Line-Maßnahmen umgesetzt. Ihr Schwerpunkt liegt aber im Internet: „Wir fühlen uns in der Nische, in der wir sind, sehr wohl“, sagt Lübbers. „Klassische Werbung finde ich nicht spannend.“

Entstanden ist Con Carne aus der klassischen Agentur Innovum in Köln, einer Tochter von Constantin Film. Zum Bruch mit der Geschäftsführung kam es nach eigenen Angaben nach einer Kündigungswelle. Im Juni 2004 hatte sich das Gründungsteam zu Con Carne (spanisch für „mit Fleisch“) zusammengeschlossen. Dieser Name steht für die Substanz, die in den Arbeiten vorhanden sein soll.

Für die Zukunft hat die Agentur noch mehr ehrgeizige Pläne als den erneuten Aufstieg im Kreativranking. Neugeschäft soll für personelles Wachstum



Das EG-Gesundheitsminister: Rauchen kann tödlich sein



Historic Team, Tactic, Hall of Fame, Sponsors, News, Kontact

sorgen. In drei Jahren will der Geschäftsführer die „derzeitige Größe von Neue Digitale“ erreicht haben, sprich rund 60 Mitarbeiter. Lübbers: „Dabei ist die Auszeichnung „Newcomer des Jahres“ nicht von Nachteil.“

Ein zweites Standbein hat sich Con Carne mit der Produktionsfirma Wotch bereits aufgebaut. Neben dem eigenen Web-TV-Format soll diese künftig auch als Dienstleister für andere aktiv werden. Außerdem laufen Verhandlungen für eine Partnerschaft mit einer klassischen Agentur – mit der es allerdings vorerst keine Beteiligungsverhältnisse geben soll. Saika Tunpach

Anzeige

# REICH WEITENSIEGER.

Reichweite ist alles, wenn man sie einzusetzen versteht. Das beweisen Sie mit einer Anzeige in der Abendzeitung: Damit buchen Sie die höchste Reichweite aller Boulevardzeitungen in der Stadt München\*. Und sichern sich einen begehrten Titel.

\* Abendzeitung München: 173.000 Leser; tz: 155.000 Leser; BILD München: 153.000 Leser. Quelle: MA 2006.

Mehr Infos unter Tel. 089 - 23 77 251  
marktmediaservice@abendzeitung.de

Abendzeitung Der einfache Weg, mehr zu erreichen.

## Walker ist der Schweizer Newcomer 2007

Als „kleinste Werbeagentur der Welt“ bezeichnet sich Walker in Zürich, die vom Jahrbuch der Werbung ebenfalls zum Newcomer des Jahres ernannt worden ist. Und tatsächlich besteht die Kreativschmiede aus nur zwei festen Mitarbeitern: Den beiden Geschäftsführern Pius Walker, 35, und Hans Beer, 39.

Ihnen steht bei der Betreuung von Kunden wie Amnesty International, Helyrop und der Schweizer Mineralwasser-Marke Passagier allerdings ein Team von über 100 kreativen Freelancern zur Seite. Auch in Zukunft will die Agentur ihre Basis nicht vergrößern und ausschließlich nach Geschäft und personell in ihrem Netzwerk wachsen – doch hier zählt für Walker ebenfalls „Qualität und nicht Quantität“.

Geschäftsführer Walker begründet diese Strategie: „Die meisten Agenturen haben ihre besten Sachen gemacht, als sie noch klein waren. Mit dem Wachstum kommen auch die Probleme einer großen Agentur. Kompromisse, die ge-

macht werden müssen, gehen oft zulasten der Kreativität.“

Das Konzept scheint aufzugehen – das Walker-Team belegt im Kreativran-

king der Schweizer Agenturen aktuell Platz 6 und hat zuletzt bei Epica und Furrobest abgeräumt. Für internationales Aufziehen hat im vergangenen Jahr vor



Plakataktion für Amnesty International Schweiz; die beiden Geschäftsführer Pius Walker (l.) und Hans Beer

glim die Kampagne für Amnesty International sorgte, die das Thema Folter über Plakate an Straßenbahn- und Bushaltestellen in die heile Welt der Schweiz versetzt hat (HORIZONT 23/2006). Mehr zur Newcomer-Agentur. www.walker.ag

## New Media Award 2007: People-Voting beginnt

Noch bis zum 15. Februar können Internet-Nutzer über die Online-Persönlichkeit des Jahres beim **New Media Award 2007** abstimmen. Auf der Seite [www.newmediaaward.de](http://www.newmediaaward.de) werden durch das Voting drei Nominierungen vergeben. Die finale Entscheidung fällt live während der Preisverleihung am 29. März per SMS-Abstimmung im Saal.

Mit dem Publikumspreis küren die Veranstalter des New Media Awards, **T-Com** und **Interactive Media**, und Medienpartner HORIZONT kreative Köpfe aus Agenturen, Wirtschaft und Neue Medien, die 2006 durch besonders erfolgreiche Ideen und außergewöhnliches Engagement in der Online-Branche auf sich aufmerksam gemacht haben. *stu*

### Die Nominierten

**Felix Ahlers**, Marketingvorstand  
Frosta

**Katrin Bauernfeind**, Moderatorin  
von Ehrensenf.de

**Lukasz Gadowski**, Gründer  
Spreadshirt

**Ulrich Hegge**, Gründer und  
Geschäftsführer Wunderloop

**Lars Hinrichs**, Gründer Xing (früher  
Open BC)

**Hans-Peter Kleebinder**, Leiter  
Marketing Mini Deutschland

**Kay-Tarek Lübbers**, Gründer und  
Geschäftsführer Con Carne

**Arne Schulze-Geißler**,  
geschäftsführender Chefredakteur  
"Adzine"

**Thomas Tönnemann**,  
Marketingdirektor Waschmittel  
Henkel