

BOLD

BOLD holt zwei Online-Profis ins Boot

Bereits mit dem Gewinn von Gold und Silber am diesjährigen Best of Swiss Web Award hat BOLD gezeigt, dass man den Standort Bern in der Kommunikationsbranche auch künftig nicht unterschätzen darf. Nun holt die Agentur mit Matthias Gerber und Dan Deutsch gleich zwei onlineaffine Kommunikationsprofis von der Kundenseite zurück ins Agenturleben. Dazu Managing Director Philippe Hansen: «Dan und Matthias sind beides erfahrene Macher mit enormem Know-how. Diese Diversität ist genau das, was unser Team stark macht. Als Agentur bleiben wir klein und agil, aber in Sachen Kompetenz und Service können wir mit den Grossen mithalten.» Dass dies mehr als leere Worte sind, zeigt ein Blick auf den Werdegang der neuen Mitarbeiter.

Matthias Gerber leitete vor dem Wechsel zu BOLD ein Beratungs-Team im Bereich Marketing-Kommunikation der Post. Dort war er auch an der Entwicklung einer aktualisierten Marketing-Kommunikation-Systematik beteiligt und mitverantwortlich für die Dachkampagne zur Markenpositionierung. Doch auch in der Agenturszene ist der Dozent für Brand Communications und Online Marketing kein Unbekannter, war er davor rund sechs Jahre u.a. als Teamleiter Beratung bei Maxomedia tätig. Es ist die Liebe zur Hands-on-Markenkommunikation im digitalen Kontext, die Matthias Gerber nun erneut auf Agenturseite wechseln lässt: «Nach einem spannenden und lehrreichen Einsatz für einen der etabliertesten Brands der Schweiz habe ich Lust, mein Wissen in einem breit abgestützten, dynamischen Agenturumfeld einzubringen und zu vertiefen. Bei BOLD habe ich die Möglichkeit, sowohl arrivierte als auch junge Marken auf ihrem Weg zu begleiten – darauf freue ich mich sehr.»

Dan Deutsch bringt 20 Jahre Erfahrung als Producer und Art Buyer in der internationalen Medien- und Werbebranche mit. Sein Karriereweg führte von Wien über Tel Aviv nach Zürich, wo er ab 2015 für den Migros-Genossenschafts-Bund den Bereich Motion ausbaute. Daneben setzte er verschiedene digitale Projekte für diverse Migros-Brands wie «Aus der Region» oder «Migusto» sowie auch für die Migros-Tochter LeShop erfolgreich um. Seinem Interesse an agilen Workflows und dem End-to-End Product Management ist es zu verdanken, dass die fertigen Produkte dabei ebenso überzeugen wie deren Entstehungsprozesse. Auch bei seinem neuen Arbeitgeber ist das Wie für Dan Deutsch mindestens so wichtig wie das Was: «Bei BOLD stehen Nutzerbedürfnisse und User-Experience im Zentrum – das passt zu mir. Ich denke Projekte gerne aus verschiedenen Perspektiven durch und suche die optimale Lösung für alle Seiten. Dass meine Skills aus den Bereichen Film und digitale Produkte hier dabei gleichermassen gefragt sind, ist für mich natürlich ein absoluter Glücksfall.»

