

Vita

Sebastian Schmidt

Forschungsleiter

Institute of Electronic Business e.V.

Kurzprofil



Seit Oktober 2008 ist Sebastian Schmidt, Jahrgang 1964, am IEB tätig und widmet sich inhaltlich v.a. dem Innovationszentrum für Digitale Kommunikation.

Sebastian Schmidt ist Diplom-Kaufmann und studierte Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität Berlin. In seiner beruflichen Laufbahn hatte er unterschiedliche leitende Funktionen im strategischen Marketing, B2B / B2C-Marketing und Vertrieb u.a. bei Lufthansa Systems, EDS in Dallas / USA und E-Plus Mobilfunk.

Seit 2000 war er Mitglied der Geschäftsleitung beim IEB-Mitglied Publicis Berlin, zuständig für die Bereiche Interactive, Kundenberatung und Strategische Planung.

Themenexpertise

- Crossmediale Kommunikationskonzepte
- Social Media Marketing
- Enterprise 2.0
- Employer Branding
- Innovationsmanagement

Berufserfahrung

Seit 10/2008

Forschungsleiter

Institute of Electronic Business e.V.

11/2000 – 09/2008

Leiter Interactive, Kundenberatung, Strategie, Geschäftsleitung

Publicis Berlin GmbH

Marketingleiter

Lufthansa Systems Berlin

Marketingleiter B2B, Leitungsfunktion im Customer Care

E-Plus Mobilfunk

Marketing Specialist

EDS, Dallas, USA

Studium der Betriebswirtschaftslehre

Technische Universität Berlin

Fähigkeiten, Methoden

Projekterfahrung

Projektleitung, Projektcontrolling/-steuerung, inhaltliche Qualitätssicherung

Projekttypen

Innovationsprojekte, Beratungsprojekte, Entwicklung crossmedialer Kommunikationskampagnen

Führungserfahrungen

leitende Funktionen im strategischen Marketing und Vertrieb, Steuerung von Kreativteams, Leitung von Forschungsprojekten

Methoden

Kreativitätstechniken, ausgebildeter Metaplan-Workshopmoderator

Besondere Fähigkeiten

Konzeption und Leitung von Kreativ- und Innovationsworkshops, Vorträge zu (Online-)Kommunikationsthemen

Referenzen

Veröffentlichungen

- Schmidt, Sebastian; Send, Hendrik; Sonne, Nathalie: „Social Media als Katalysator des Kulturwandels in deutschen Konzernen“, IEB-Whitepaper, 2010
- Schmidt, Sebastian; Sonne, Nathalie: Customer Self Care - Möglichkeiten und Grenzen für langfristige Kundenbeziehungen, IEB-Whitepaper 2010
- Schmidt, Sebastian; Schildhauer, Thomas: „Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von Social Media im Projektmanagement. Einblicke in Praxis und Wissenschaft“ in: Dorn, Karl-Heinz; Engstler, Martin; Fitzsimons, C.J.; Kerber, Gerrit; Wagenhals, Klaus; Wagner, Reinhard (Hrsg.): Projekte als Kulturerlebnis, Dpunkt.verlag, 2009, S. 49-62
- Schmidt, Sebastian; Sonne, Nathalie: „Digital Natives – Generation Internet“, IEB-Whitepaper, Berlin, 2009
- Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas; Send, Hendrik; Schmidt, Sebastian: „Zeit, dass sich was dreht – B2B Marketing Case Study: basicthinking.de“, IEB-Whitepaper, Berlin, 2009
- Schildhauer, Thomas; Aßmann, Jörg; Schmidt, Sebastian; Böpple, Oliver: „Yes, they can – the Web2.0 Election Digitale Kommunikation im US-Wahlkampf“, IEB-Whitepaper, Berlin, November 2008
- Schmidt, Sebastian; Schultze, Matthias: „Vernetzung nutzen – Denkmuster in der B2E-Kommunikation überprüfen“, IEB-Whitepaper, Berlin, 2008

Vorträge

- Schmidt, Sebastian: „Social Media im Projektmanagement. Möglichkeiten, Grenzen, Erfolgsfaktoren.“, GPM-Event, Berlin, 14.09.2009
- Schmidt, Sebastian: „Personalmarketing im Netz: Potenziale für Werbeagenturen“ Kongress Arbeitervverband Attraktivität in Deutschland, 10.12.2008

Lehrauftrag

- Media and Communication Industry
an der Fachhochschule für Ökonomie und Management (FOM)

Projektauswahl

- **1&1 Internet AG (2010):** Customer Self Care im internationalen Vergleich
- **Deutsche Telekom (2010):** Innovationsworkshops
- **eprimo (2010):** Ideenwerkstatt Social Media Marketing
- **Swisscom (2010):** Customer Self Care im internationalen Vergleich
- **VME (2010):** Ideenwerkstatt Social Media Marketing
- **Publicis (2009/10):** Beratung zu crossmedialen Kommunikationsfragen
- **1&1 Internet AG (2009):** Ideenwerkstatt Social Media Marketing
- **Bayer Business Service (2009):** Pharmamarketing: Best practice in Social Media
- **Berliner Sparkasse (2009):** Executive Briefing zu Themen der digitalen Kommunikation
- **Berliner Sparkasse (2009):** Untersuchung neuer Möglichkeiten (digitaler) Kommunikationskanäle junger Bestandskunden (Digital Natives)
- **EnBW (2009):** Innovationsradar – Software-Tool zum Tracking digitaler Innovationen
- **Konzern 2.0:** Benchmarking des Einsatzes von Web 2.0 Technologie in deutschen Konzernen (Bayer Business Service, Deutsche Lufthansa, Deutsche Post, Deutsche Telekom, Franz Haniel & Cie. GmbH)
- **Messe Berlin (2009):** Digitale Kommunikationsmaßnahmen für die ITB
- **VBB (2009):** Einsatzszenarien von Web 2.0 Diensten
- **VME (2009):** Executive Hands-on Sessions zu Themen der digitalen Kommunikation
- **Westfunk (2009):** Crossmediale Vermarktungsstrategie 2010