

## Kurzprofil

Prof. Wolfgang Hünnekens (\* 4. April 1958 in Düsseldorf) ist Mitgründer des Institute of Electronic Business e.V. (IEB) und der Unternehmensberatung iDeers Consulting, Partner der Kommunikationsagentur Von Neuem, Fernsehmoderator, Buchautor und Vorsitzender des Berliner IHK Ausschusses „Creative Industries“.

Bis zum September 2010 war er CEO der Kommunikationsagentur Publicis Berlin. Er ist Professor für Digitale Kommunikation an der Universität der Künste (UdK) Berlin.



## Ausbildung

1984 - 1993	Studium der Rechtswissenschaft   Freie Universität Berlin
1983 - 1984	Studium der Rechtswissenschaft   Universität Bonn
1979 - 1983	Studium der Rechtswissenschaft / Politologie   Freie Universität Berlin

## Berufserfahrung

seit 2013	Partner   Von Neuem Kommunikationsagentur
2012-2014	Geschäftsführer   iDeers Consulting GmbH (Joint Venture von IEB und Hirschen Group)
2011-2012	Direktor   Institute of Electronic Business e.V. (IEB)
seit 2010	Geschäftsführender Gesellschafter   Hünnekens Beteiligungen GmbH
seit 2008	Mitglied   Berliner Lenkungskreis für das Cluster Kommunikation auf Einladung der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen
seit 2003	Vorsitzender   Berliner IHK Ausschuss „Creative Industries“ (ehem. "Kommunikation und Medien")
2001 - 2005	Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter   PUBLICIS Consultant GmbH
1999 - 2004	Vorstandsvorsitzender   Institute of Electronic Business e.V.
1995 - 2010	Geschäftsführender Gesellschafter   PUBLICIS Berlin GmbH
1989 - 1990	Aufsichtsratsvorsitzender   bmp AG
seit 1989	Gründer, Gesellschafter und Investor von diversen Gesellschaften im Bereich der Kreativwirtschaft u.a. SISYPHOS Werbeagentur, SISYPHOS Public Relations, Daedalus Software, jovoto, yoove mobility, values & friends, „Das Kind“ - Filmproduktion
1984 - 1995	Gründer und geschäftsführender Gesellschafter   SISYPHOS Werbeagentur GmbH Berlin

## Aktuelle Lehrtätigkeiten

Seit 2008	Universität der Künste Berlin   Gastprofessur für Digitale Kommunikation am Berlin Career College im Zentralinstitut für Weiterbildung an der UdK Berlin   Studiengang „Leadership in Digitaler Kommunikation“
2002 - 2004	Universität der Künste Berlin   Gastprofessur für Kommunikation im Fachbereich Gestaltung
1996 - 1999	FH Eberswalde   Marketingplanung
1993 - 1998	EAP Berlin   Strategisches Marketing und Werbekonzeption
1992 - 1994	IMK Berlin   Werbekonzeption und Marketing
Seit 1987	Ausbilder IHK   für Kaufleute der Marketingkommunikation, Bürokaufleute sowie Druckvorlagenhersteller

## Fernsehauftritte

- Moderation Hünnekens-Forum, einziger TV-Talk über kommerzielle Kommunikation in Deutschland auf TV.Berlin, 2004-2005

## Veröffentlichungen (Auswahl)

- Hünnekens, Wolfgang; Nichterlein, Claudia; Schildhauer, Thomas; Voss, Hilger (Hrsg.): Studie „Schlüsselfaktoren der digitalen Kommunikation – Entwicklungen auf dem Weg in die digitale Zukunft“, Berlin, 2013
- Hünnekens, Wolfgang (Hrsg.): „Die Ich-Sender: Das Social Media-Prinzip – Twitter, Facebook & Communities erfolgreich einsetzen“, BusinessVillage Verlag, Göttingen, 2009 ([www.ich-sender.de](http://www.ich-sender.de))
- Hünnekens, Wolfgang: „Kommunikation tut »knut«“ (Autorenbeitrag), PR-Journal, April 2007
- Hünnekens, Wolfgang: „Hört auf zu jammern ...“ (Gastbeitrag / Plädoyer für ein neues Radiomarketing), Medienhandbuch
- Hünnekens, Wolfgang: „Mut zur Marke“ (Gastbeitrag), DPRG-Online-Magazin Streusandbuechse, November 2006
- Hünnekens, Wolfgang: „Das Radio ist tot – es lebe das Radio: Dachmarke statt Ritual“ (Gastkommentar), Medienhandbuch
- Hünnekens, Wolfgang: „The times they are a changin“ oder die Revolution kommt auf leisen Sohlen (Gastbeitrag), absatzwirtschaft biznet