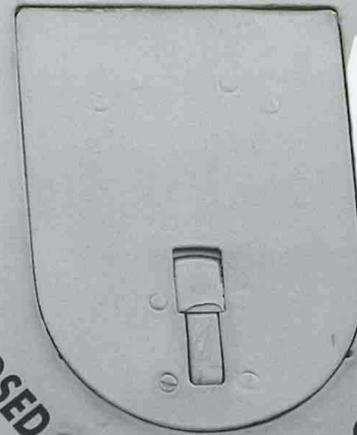


- 1. PUSH BUTTON TO OPEN DOOR**
- 2. PULL HANDLE OUT 9 FEET TO JETTISON CANOPY**
- 3. PRAY FOR HELP**

RESCUE

CANOPY ACTUATING SWITCH
AND HAND CRANK



CLOSED ●

OPEN

COMMUNICATIONS,
CONNECTS & CARES
TOBIAS VOIGT



TOBIAS VOIGT

NUR MUT !

Nach seinem Abitur am musischen Gymnasium Essen-Werden startete der gebürtige Essener Tobias Voigt seine berufliche Karriere mit einer Lehre zum Barfachmann im Sunstar Hotel, Davos, Schweiz. Dieser Ausflug in die Hotellerie und Gastronomie währte zwar nur kurz, stellte aber erste Kontakte zur in der Gastronomie stark engagierten Zigarettenindustrie her. Anfang der 90er wurde er zunächst freier Field Marketing Manager bei Reynolds Tobacco in Köln. Nebenher nahm er das Studium der Kommunikationswissenschaften an der Uni Essen auf, welches er allerdings zugunsten seines Engagements im Bereich der Consumer Promotion für die Marken Camel, Winston, Reyno, Club, Overstolz und WY-Chester nicht abschließen hat. Nach vier Jahren schied er bei Reynolds aus, um zur Kölner Event- und Promotionagentur Megacult zu wechseln und die Einführung des Impulseis Blizz von Langnese/Iglo wie auch der Ralph Lauren Polo Sport Fragrances zu betreuen.

1997 folgte Tobias Voigt einem Ruf der Krieger Consulting GmbH nach Düsseldorf. Hier verantwortet er vor allem das Effizienzcontrolling in der klassischen Werbung sowie strategische Markenentwicklungen für Kunden wie Unilever, Eckes Granini, Nestlé, K2 Inline Skates und Artime/Sector Sportwatches. Daneben beriet er verschiedenste Agenturen im New Business Bereich und übernahm Projekte für Eurasia Communications, NW Ayer, DMB&B, Chapeau Claque & Company und RZA. In dieser Zeit entstanden unter seiner Führung Kampagnen wie die "K2 One Globe One Skate", "Lufthansa Cargo Global Partnership", "Sector – No Limits", und "La Bamba Fruit & Fun".

Nach drei erfolgreichen Jahren als Berater übernahm er bei Contentgate.com, einem New-Economy Start-Up der ThyssenKrupp Information Services die Marketingverantwortung. Mitte 2001 wechselte er zur betreuenden PR-Agentur BlueChip aus Essen, um das Business Development zu übernehmen. Mit Etatgewinnen von der Deutschen Montan Technologie, Canon, Leerdammer, GKV, WestLB Systems, Tenovis oder auch die Continentale Lebensversicherung baute er sein Know-how im Bereich der integrierten Kommunikation kontinuierlich aus.

2003 zog es Tobias Voigt dann zurück in die klassische Werbung und Markenkommunikation. Als Senior Account Director sowie Interims Managing Director bei der DDB Group Germany und später als Leiter New Business der stöhr, DDB Markenkommunikation GmbH in Düsseldorf verantwortet er zusammen mit Inhaber und Werbelegende Jürgen Stöhr die strategische Geschäftsentwicklung der Agentur sowie die Führung von Schlüsselkunden wie Roland Rechtsschutz, apobank, Schäfer Shop, Ratiopharm, Hines, Metro Group, Henkel und Bayer.

Nur Mut! Dieser Aufforderung von Roland B. Dietz und Bernd Neisen von der Dietz Gruppe kam Tobias Voigt Anfang 2010 gern nach und stellt sich zusammen mit Vorstandkollege Bernd Neisen der Herausforderung, die Agentur markenmut ins relevant Set der inhabergeführten deutschen Kreativagenturen zu bringen. Nicht nur eine Aufgabe, sondern auch Anspruch, denn Tobias Voigt übernimmt in seiner Position als Vorstand unternehmerische Verantwortung mit der Übernahme von Gesellschafteranteilen. Dazu zeichnet er verantwortlich für das kreative Produkt der Agentur sowie markenautomat - das Consulting Department für Digital Marketing Automation, welches Tobias Voigt an den Standorten Düsseldorf und Frankfurt auf- und ausbaut. Obwohl 1970 geboren - und damit eigentlich kein klassischer Online-Hipster mehr - ist Tobias Voigt Digital Native der ersten Stunde. Seinen Footprint zeigt er in über 25 Social Networks und seiner digitalen Expertise vertrauen zahlreiche Best-in-class Unternehmen aus FinTech, Touristik, FMCG, Tobacco und der Industrie.

Über 8 Jahre war Tobias Voigt Vorstandssprecher der Junioren und Beiratsmitglied des Marketing-Club Düsseldorf. Hier engagierte er sich neben der Leitung des Juniorenkreises auch in der Programmentwicklung sowie in der Öffentlichkeitsarbeit und trug dazu bei, dass das Netzwerk erfolgreich wuchs.

Tobias Voigt beschäftigt sich in seiner Freizeit gerne mit Lenkdrachen und ist leidenschaftlicher Eishockey Spieler wie auch Fan. Er läuft Ski und spielt Schlagzeug, begeistert sich für Blues und Jazz und liest gerne spannend aufbereitete Wirtschaftsliteratur. Tobias Voigt hat einen Sohn und teilt sein nicht nur digitales Leben mit einer der renommiertesten Rechtsanwältinnen für Marken- und Medienrecht in den drei schönsten Städten der Welt: Düsseldorf, Frankfurt und Marrakech.