

Dr. Ralf Nöcker
Diplom Kaufmann

Geburtsdatum:	5. Mai 1965
Derzeitige Tätigkeit:	Geschäftsführer des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen (GWA)
Studium / Beruflicher Werdegang:	<p>Juli 2007 – Januar 2009 Stellvertretender Leiter Unternehmenskommunikation Kienbaum Consultants International</p> <p>2000 – Juni 2007 Wirtschaftsredakteur bei der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“. Themenschwerpunkte: Kommunikationsagenturen, Unternehmens- und Personalberatungen, Marketing- und Management, Rechnungswesen</p> <p>1999 – 2000 Lehrauftrag an der Fachhochschule Ludwigshafen für die Fächer “Marketing” und “International Marketing” (in englischer Sprache)</p> <p>1993 – 1999 Promotion am Lehrstuhl für “Internationale Unternehmungen und Unternehmenszusammenschlüsse” von Prof. Dr. E. Pausenberger, Justus-Liebig-Universität Gießen. Dissertations- Thema: “Internationalisierung als Wettbewerbsstrategie”. Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für “Internationale Unternehmungen und Unternehmenszusammenschlüsse” von Prof. Dr. E. Pausenberger, Justus-Liebig-Universität Gießen</p> <p>1987 – 1993 Studium der Betriebswirtschaftslehre und Philosophie an der Justus-Liebig-Universität Gießen. Abschluß als Diplom Kaufmann</p> <p>1985 – 1987 Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann</p>

Sonstige Aktivitäten:

Seit 2012
Mitglied des Beirats des Marketing-Clubs Frankfurt/Main

2013 - 2014
Chairman des National-Associations-Councils im EACA
(European Association of Advertising Agencies)

Seit 2009
Mitglied im Board des ZAW (Zentralverband der deutschen
Werbewirtschaft)

Seit 2011
Lehrauftrag Hochschule Pforzheim „Ökonomie der Werbung“

2007 - 2009
Lehrauftrag an der Fachhochschule Wiesbaden „Einführung in
die Medienökonomik“

2004 - 2006
Lehrauftrag „International Management“ im Rahmen des MBA-
Studiengangs an der Fachhochschule Gießen-Friedberg

1996-1999
Mitglied im Arbeitskreis "Organisation und Führung
international tätiger Unternehmen" der Schmalenbach-
Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V.

Veröffentlichungen:

"Klein- und Mittelunternehmungen aus betriebswirtschaftlicher
Sicht". In: Frese, M. (1997): Psychologie erfolgreicher
Unternehmensgründer, Göttingen, S.35-45.

"Erfolg von Unternehmungen aus betriebswirtschaftlicher Sicht."
In: Batinic, B.; Moser, K. (Hrsg.) (1999): Unternehmerisch
erfolgreiches Handeln, Göttingen, S.53-66.

"Wettbewerbspolitik im Zeichen der Globalisierung". In: Glaum,
M.; Giesel, F. (Hrsg.) (1999): Globalisierung - Herausforderungen
an die Unternehmensführung zu Beginn des 21.Jahrhunderts,
S.535-554 (mit R. Zinser).

"Kooperative Formen der Auslandsmarktbearbeitung",
Arbeitspapier Nr.2/99 des Lehrstuhls BWL VII. Erschienen im
Juni 2000 in der "Zeitschrift für betriebswirtschaftliche
Forschung" (mit E. Pausenberger).

„Internationalisierung als Wettbewerbsstrategie“. Verlag Dr.
Kovac, 2001.

„Marken - Ikonen mit Funktionen“. In Literaturzeitschrift Syntax
Acut Nr. 3 / 2003, S. 35 - 39.

„Change Management“ sowie „Multitasking - Micro-Managing“.
In: Weber, A./Hörmann, G. (Hrsg.) (2007): Mensch und Neue
Arbeitswelt - Psychosoziale Gesundheit im Beruf. Gentner
Verlag, Stuttgart.

„Vom Pitch zum Award – wie Werbung gemacht wird“ .
Frankfurter Allgemeine Buch, 2008 (mit Heiko Burrack).

„Kreative Werbung, die verkauft“? in: Transfer, No.2, 2011, S. 59-
62.

„Ökonomie der Werbung“ . Wiesbaden, Springer Gabler Verlag,
2013.

„Werbemärkte im Umbruch“ . In: Schneider, Martin (Hrsg.):
Management von Medienunternehmen. Wiesbaden, Springer
Gabler, 2013 (mit Julia Mohr).

„Die Rolle der Marketingagentur heute und morgen“ . In:
Transfer, No. 2, 2014, S. 82 – 85 (mit Wolf Ingomar Faecks).

„Agenturauswahl“ . Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2015.

Frankfurt/Main, 17. Juni 2015