

Berufserfahrung

- 2024 - 2025 **Kampagnen, Texte und Produktentwicklung für [das nd](#)**
Rettungskampagne über 170.000 EUR Ende 2024; Entwicklung, Planung und Durchführung der Umstellungskommunikation zur Digitalisierung aller werktäglichen Ausgaben von DieWoche. Die Kampagne heißt Systemwechsel.
- 2023 - 2024 **Lead B2B-Kampagne für [te.ma](#)**
Entwicklung und Umsetzung einer B2B-Kampagne für das neue Partner*innen Programm von te.ma mit Landingpage, Video, Pressearbeit und LinkedIn.
- 2023 **Text & Konzeption für [Elektrizitätswerke Schönau \(EWS\)](#)**
Gestaltung einer neuen Bildsprache und Corporate Language; Unterstützung des Social Media Teams.
- 2021 - 2022 **Crowdfunding Consulting für [Startnext](#)**
Erarbeitung spezifischer Kampagnen-, Presse- und Social-Media-Maßnahmen für die Crowdfunding-Projektteams.
- 2021 **Lead Crowdfunding für [A - Z Magazin](#)**
Erstellung zweier Crowdfunding-Runden für die ersten beiden Ausgaben, mit Video und Pressearbeit.
- 2020 - 2021 **Lead Crowdfunding & Strategie für [enorm Magazin](#)**
Für die Rettungs-Kampagne des Magazins habe ich Cops, Drehbücher und Artikel geschrieben, ein Pitchvideo produziert, Pressemitteilungen verschickt und die Departments zusammengehalten. Heute heißt das enorm Magazin *Good Impact*.
- 2020 - 2021 **Forschungsprojekt: »Learning from Shopping« für das [EHI Retail Institute](#)**
Unsere Forschungsfrage lautete: Warum hat sich das analoge Einkaufen zu einer "Ü50-Party" entwickelt? Als Ergebnis haben wir ein Prototyping-Brettspiel erarbeitet, mit dem Manager*innen neue Ladenkonzepte entwerfen können.
- 2020 **Kampagnenentwicklung & Copywriting für [TRY NO AGENCY](#)**
Der inneren Terminlogik folgend, lieferte ich fortlaufend neue Headlines für Plakatkampagnen und Loglines zu TV-Spots. Zudem konnte ich beobachten, wie man Ideen an Kunden verkauft und wie erfolgreiche Pitches aussehen.

Ausbildung

2017 - 2021

**Master of Arts: Universität der Künste Berlin,
Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation**

Fragen der Organisation und des Managements mit Projekten ästhetischer Praxis zu verbinden, ist Leitmotiv des Studiengangs. Ziel ist es, ebenso künstlerisch tätig zu sein, als auch ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, in welcher Form dies in kulturelle, politische und ökonomische Kontexte eingebettet ist.

2013 - 2016

**Bachelor of Arts: Universität der Künste Berlin,
Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation**

Inhalte des Studiums waren: Medienwirkungsforschung, Kommunikationsplanung, Marketing, Managementtheorie, Markenführung, Organisationskommunikation, BWL, VWL, Texttheorie, Textgestaltung, Konzeption und Dramaturgie audiovisueller Medien.

2019

Publikation: »[Texturen Nr. 4, Blechdosen](#)«

Im vierten Band der Buchreihe schreiben 14 Autor*innen über Dinge. Mein Beitrag dreht sich um Blechdosen.

Skills

Adobe Photoshop	Trello	Slack
Adobe Indesign	Asana	Equify
Adobe Premiere Pro	Notion	Zoom
Adobe Express	Microsoft Teams	Stability AI
Canva	Confluence	

Trivia

In Clubs wie dem Kater Holzig habe ich strukturiertes Arbeiten gelernt und damit mein Studium finanziert. Mit dem übrigen Geld konnte ich ein Hausboot restaurieren. Und heute? Besitze ich zu viele Bücher und organisiere Radausfahrten über 200 Kilometer.