

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.

2023 - 2024 **Lead B2B-Kampagne für te.ma**

Meine Aufgabe bestand darin, eine B2B-Kampagne für das neue Partner*innen Programm von te.ma umzusetzen. Die te.ma Redaktion publiziert wissenschafts-journalistische Artikel, sortiert und kuratiert in Themenkanälen, die in Kooperation mit den Wissenschaftler*innen selbst entstehen.

2023 - 2023 **Text & Konzeption für Elektrizitätswerke Schönau**

Ich habe eine neue Bildsprache und eine neue Corporate Language für die Website entwickelt und das Social Media Team unterstützt.

2021 - 2022 **Crowdfunding-Beratung für Startnext**

In der Projektberatung habe ich mit den Teams spezifische Kampagnen-, Presse- und Social-Media-Maßnahmen entwickelt.

2021 - 2021 **Lead Crowdfunding für A - Z Magazin**

Für das A - Z Deutschland Magazin habe ich für zwei Ausgaben je eine Crowdfunding-Runde organisiert, mit Video und Pressearbeit.

2020 - 2021 **Lead Crowdfunding, Brand & strategische Entwicklung für enorm Magazin**

Das Magazin brauchte mindestens 60.000 Euro für das wirtschaftliche Überleben. Um das Ziel zu erreichen, habe ich Copys, 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 EHI Retail**

Wir haben uns gefragt warum analoges Shopping so eine „Ü50-Party“ geworden ist und ob die Retailbranche wirklich davon profitiert Amazon, Zalando und Otto zu kopieren. Herausgekommen ist ein Prototyping-Brettspiel um neue Ladenkonzepte zu entwickeln.

2020 **Kampagnenentwicklung & Copywriting für TRY NO AGENCY**

Innerhalb des Praktikums konnte ich erleben, wie eine Werbeagentur funktioniert und unter den Augen von Stefan Nagel und Friedrich Tromm erste Projekte begleiten. 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.

2019 **Publikation: »Texturen Nr. 4, Blechdosen«**

Im vierten Band der Buchreihe schreiben 14 Autor:innen über Dinge. Mein Beitrag heißt Blechdosen und ist ein Text über Esskultur und Popkultur, über Atmosphäre und Vakuum, über Blech und Form, über die Mondlandung, Popeye und Andy Warhol.

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

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

Software

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