

Einleitung

Wenn ich auf meine berufliche Laufbahn blicke, war mein Weg alles andere als geradlinig. Vom Lehramt über Geschichte zum Marketing – von der Universität zu adidas. Meine Karriere ist eine Sammlung aus Momenten, Menschen, Geschichten und Kulturen. Jeden dieser Schritte bin ich bewusst gegangen und habe bei Entscheidungen immer auf mein Bauchgefühl gehört. Diese unterschiedlichen Erfahrungen machen mich zu dem, der ich heute bin und wie ich arbeite. Diese Erfahrungen haben mich beruflich und menschlich wachsen lassen.

Auf den Punkt gebracht

Mit 20 Jahren Erfahrung in den Bereichen Bildung, Geschichte und Marketing helfe ich Menschen und Marken dabei, ihre „verborgenen“ Narrative strategisch einzusetzen.

- Der akademische Kern: Lehramt, Promotion in Museums- und Markenkommunikation; 6 Jahre Dozent an der Universität.
- Die adidas-Ära: 13 Jahre im globalen HQ – vom Archiv zum Management globaler Kampagnen für Running und Specialist Sports.
- Die Mission: Ich verbinde den analytischen Blick eines Historikers mit der strategischen Schärfe eines Marketing-Leaders, um Narrative zu schaffen, die authentisch, strukturiert und einmalig sind.

Die Wurzeln: Von Oberfranken zum British Museum

Alles begann in Wunsiedel, einer kleinen Stadt in Oberfranken, die ich immer noch stolz meine Heimat nenne. Nach der Schule studierte ich Englisch und Geschichte auf Lehramt in Erlangen. Während des Studiums jonglierte ich das Studium mit Jobs im Marketing (Bayern 3), in Museen und lernte nebenbei Italienisch – aus Liebe zum *Dolce Vita*. Ein prägendes Jahr als Lehrer in Somerset entfachte meine Liebe zur britischen Kultur. Diese Mischung aus Land und kulturellen Erbe führte schließlich zu meiner Promotion in Museums- und Markenkommunikation. Dafür forschte ich am British Museum und untersuchte, wie Museen mit ihrem Publikum kommunizieren. Mein erster Job führte mich für sechs Jahre zurück an das Sprachenzentrum der Universität Erlangen-Nürnberg, wo ich Englisch, Landeskunde und Business English

unterrichtete sowie Workshops zu Didaktik und Kommunikation gab

Die adidas-Ära: 13 Jahre bei der Marke mit den drei Streifen

2012 wechselte ich zu adidas. Dort verbrachte ich über ein Jahrzehnt – zunächst im Archiv, später in verschiedenen Brand-Marketing-Rollen:

- **History Management:** Sieben Jahre im adidas Archive; Leitung Kommunikation und Marketing sowie des Programms zum 70. Markenjubiläum.
- **Global Brand Marketing Running:** Arbeit an sieben Running-Franchises und Leitung Energy Kollaborationen (u. a. LEGO und James Bond) innerhalb des Running-Communication-Teams.
- **Europe Brand Comms & Activation Specialist Sports:** Leitung Kommunikation und Aktivierung für über 15 Sportarten (u. a. Tennis, Rugby, Indoor, Cycling) und Arbeit zwischen globaler Vision und lokaler Marktrealität.

Das neue Kapitel: Turning curiosity into strategy and ideas into impact.

Nach 20 Jahren Erfahrung in drei verschiedenen Welten – Bildung, Geschichte und Marketing – habe ich mich entschlossen, mein eigenes Unternehmen mit dem Fokus auf Marketing, Storytelling und Workshops zu gründen. Heute nutze ich meine Erfahrung als Dozent und Marketingmanager, um Menschen und Marken dabei zu helfen, ein Narrativ aufzubauen, das nicht nur gesehen wird, sondern an das man sich erinnert.