



Profil

Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit

Wo Öffentlichkeitsarbeit wichtig wird, ist er der Richtige. Er befeuert Ideen, ist Speerspitze und ein Aufbruchsdiplomat erster Güte für alles, was Verbreitung braucht. Sein Credo dabei: „Mein Glas ist immer dreiviertel voll – nie halbleer.“

Nach außen gehen, Kontakte knüpfen, Verbindungen schaffen – er ist ein Kommunikator im positivsten Sinne. Keiner, der nur redet, sondern einer, der eine Mission hat: Menschen für eine größere Sache miteinander in Kontakt bringen und zu bewegen mitzumachen. Nicht irgendeine Sache. Möglichst eine, die ein Ziel hat, das der Gesellschaft dient – da findet er sich wieder.

Wo Öffentlichkeitsarbeit wichtig wird, ist er der Richtige. Er befeuert Ideen, ist Speerspitze für alles, was Verbreitung braucht, was neue Befürworter und Interessengruppen sucht. Besonders in Krisensituationen und schwierigen Zeiten ist er derjenige, der Verbindungen schafft und bestehende Kontakte erhält: ein Aufbruchsdiplomat erster Güte.

Seine offene Freundlichkeit verhindert erste Ressentiments. Ihn muss man nicht fürchten, er ist kein Konkurrent. Man erkennt bei ihm sofort, dass er Menschen verbindet und für gemeinsame Ziele wirbt. Das gelingt, weil er nichts Destruktives an sich hat, er verbreitet keine Angst. „Das Leben ist ein Füllhorn“, findet er, „und ich bin sein Vorkoster.“

Unerschütterliche Zuversicht strahlt er aus und positive Energie, mit jeder Faser verkörpert er Optimismus: „Mein Glas ist immer dreiviertel voll – nie halbleer.“ Dieser Optimismus reißt mit. Wo er loslegt, bringt er die Dinge in Bewegung. Brennt er für etwas, hat er eine geradezu unendliche Energie.

Auf die Zusammenarbeit mit Menschen, die Gemeinsamkeit, kann er nur schwer verzichten. Er geht ohne Angst in die Mitte, scheut die Öffentlichkeit nicht, sondern blüht in ihr auf. Seine positive, offene Ausstrahlung lässt dann kein Zaudern zu, kein Verzagen: „Geht eine Tür zu, gehen fünf andere Türen auf.“

Er ist ein Lösungsfinder: „Können wir, schaffen wir.“ Perfekt muss die Lösung nicht sein, aber sie muss da sein, sie muss machbar sein, sie muss funktionieren. Feilen, schleifen, polieren – das ist weniger seins. Aber die Idee, die Vision, das „So geht's!“ hat er schnell vor Augen. Was auch immer man ihm hinlegt, ihm fällt ein Weg, eine Lösung dafür ein. Was ihn ärgert: „Wenn Leute Hindernisse aufstellen, wo es keine gibt.“ Bedenkenträger, Miesmacher und Zauderer sind nicht seine Gefährten.

Die Sache steht bei ihm immer an erster Stelle. Welche Position und welchen Rang er selbst dabei einnimmt, welches Ansehen er dabei genießt – zweitrangig. Hauptsache es funktioniert. Damit scheut er auch nicht vor unangenehmen Aufgaben zurück: Was getan werden muss, wird getan – wenn es der Sache förderlich ist.

Story

Berufliche Entwicklung

Aushilfe in Öffentlichkeitsarbeit
Marktforschungsunternehmen, Nürnberg
 Abteilung Public Affairs and Communications
 Public Relations Specialist

Corporate Communications Manager
 (Budgetverantwortung 2 Mio. € / 3 MA)
 Verantwortlich für Interne Kommunikation, Digitale Kommunikation, Corporate Identity, Verbandsarbeit

Neupositionierung der Marke
 Digitalisierung der Kommunikation – intern und extern

Brand Identity Manager
 (Budgetverantwortung 3 Mio. € / 4 MA)
 Entwicklung und Steuerung des internationalen Unternehmens- und Markenauftritts

Automobilzulieferer, Schweinfurt
 Leiter Communications E-Mobility

Jahr	Persönliche Entwicklung
1967	Geburtsort: Amberg, Bayern
1974	Schulische Entwicklung
1988	Allgemeine Hochschulreife Erasmus-Gymnasium Amberg
1988	Wehrdienst
1989	Beginn des Dipl.-Studiums der Werkstoffwissenschaften Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
1990	Beginn des Studiums M.A. Politische Wissenschaften Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
1997	Abschluss M.A.
1998	
1999	Klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Onlineredaktion
2006	Führung und Leadership-Programm
2008	Auslandsaufenthalt / London
2013	
2014	Vorstand eines Sportvereins (700+ Mitglieder)

THEMEN

- _ Öffentlichkeitsarbeit, Interne und Externe Kommunikation
- _ Kommunikationsstrategien und Kommunikationsmanagement
- _ Markenauftritt und Strategisches Marketing

ERFAHRUNGEN

- _ 15 Jahre Unternehmenskommunikation und Konzernmarketing
- _ 10 Jahre Steuerung und Koordination von Agenturen
- _ 8 Jahre Manager und Führungskraft
- _ 5 Jahre Management internationaler Kommunikationsprojekte

EIGENSCHAFTEN

- _ Ohne Scheu fremdes Terrain betreten und ungewöhnliche Ideen umsetzen
- _ Gerne und angstfrei in die breite Öffentlichkeit gehen
- _ Vorangehen und mit Ausdauer andere anziehen
- _ Zuversicht auch in schwierigen Situationen behalten

MEISTERSCHAFT

- _ Begeisterung für Menschen, Ideen und Marken vermitteln
- _ Neue Zielgruppen und Märkte erkennen, aufbauen und erschließen
- _ Ausstrahlung und Freundlichkeit in allen Lebenslagen zeigen

PRIVAT

- _ Gesundheitsbewusst und sportlich leben
- _ Neue Technologien ins Leben integrieren
- _ Ehrenamtlich für die Kommune tätig sein