

Michael Kliehm

Creative Director | Lebenslauf



Anschrift:

Augustenburger Ufer 15
22049 Hamburg

Telefon:

0177 - 605 4632

E-Mail:

michael@kliehm.net

Kernkompetenzen:

Ideen • Konzept • Text • Strategie • Teamführung • Projektlead • Präsentation

Profil:

- 1991 angefangen mit Klassik: Print, Funk, TV, Plakat, Prospekt, P.O.S., Packaging, Direktmarketing
- Seit 1997 auch online: Konzept und IA für Online-Kampagnen, Microsites, Internet-Portale, Communities, E-Shops, CD-ROMs, Web-Applikationen, Social Media, Mobile Marketing
- Führung von Teams mit 8-12 Konzeptionern, Designern (und ggf. Developern).
- Auch Erfahrung mit sehr komplexen Projekten wie z.B. zuletzt der globale BMW Web Launch
- Markenkompetenz durch Weltmarken wie Whiskas, Uncle Ben's, Burger King, Mars, Ferrero
- Digital Native - und daher selbstverständliche Integration von interaktiven und klassischen Kampagnen in 360° Projekten
- Viel Spaß bei der Entwicklung von "Big Ideas", die auch mal 5 Jahre laufen können
- Präsentationsicher vor Kunden, Kollegen, Agenturen und Publikum
- Erfahrung mit Filmdrehs, u.a. seit Juli 2008 eigene Filmproduktion
- Zahlreiche Awards: Cannes, LIAA, ADC NY, New York Festivals ...

Stationen:

Januar 2007 bis heute	Freier CD / Texter / Konzeptioner z.B. zuletzt für Interone als CD auf BMW, frei für Neue Digitale, Scholz & Volkmer, Tribal DDB, Aperto und Cyworld Europe - einer Web 2.0 Mischung aus Flickr, Facebook, Blogger, Myspace, Last FM, GMX, einem Shop und Forum
Januar 2004 bis Dezember 2006	Online-Konzeptioner: BlueMars GmbH / Frankfurt am Main - Für Arcor mehr DSL-Anschlüsse verkauft als die Telekom - Leitung von Junior-Teams, Pitches und Präsentationen - zahlreiche "Big Ideas"
1997-2004	Freier Texter, Online-Konzeptioner, Marketing Manager 2001 habe ich für ein Internet Startup in nur 4 Monaten ... - ein Dutzend Agenturen zu Credentials eingeladen - einen Pitch mit 3 Agenturen in 3 Städten organisiert - einen 2 Mio. Etat betreut und 7 Anzeigen, 2 TV-Spots, eine Online Kampagne und Viralmarketing erstellt - Text und Usability der Website optimiert
1997	Seniortexter: Boebel, Adam / Frankfurt am Main - über 30 Anzeigen & Funkspots für das ZDF - Pitches für GEZ & Weihenstephan - eigener Juniortexter
1995-1996	Texter: D'Arcy, Masius, Benton & Bowles / Hamburg - Internationale Erfahrung: Lead Agenturen in London / Paris - Pitches für Allstate, Holsten, DAK, NDR2, MDR - eigener Juniortexter
1995	Juniortexter: Scholz & Friends / Hamburg - ca. 52 TV-Spots & Prospekte jährlich
1993-1995	Juniortexter: Borsch, Stengel & Partner / Frankfurt - Erste Spezialisierung als Texter - TV & Funk, aber auch sehr viel Below-the-line
1991-1993	Praktikant: Creative Communication & Marketing / Frankfurt - Packaging und Prospekte für Hertie, Konzept, Account Management, Produktion, Reinzeichnung, Modellbuchung, Fotoregie

Michael Kliehm

Erfahrung

Kunden:

Adler Edelcreme	Albingia	Allstate	Arcor	Audi
Bacardi	BASE	BASF	Berliner Bank	BMW Mini
Braas	Burger King	Chappi	CMA	Cyworld Europe
DAK	Degussa	Deutsche Bank 24	Deutsche Post	Elf
e-Plus	Eurest	Febréze	Flensburger	GEZ
Hanuta	Herlitz	Hertie	Hessischer Rundfunk	Holsten
Johnnie Walker	Kinder Pingui	Lacroix	Lego	Lufthansa
Maggi	Mars	MDR	Mercedes	Mister Minit
Mondialogo	NDR2	Neckermann	Nutella	O2
Philips	Postbank	Rachengold	Radio FFH	Sanyo
Schöller	Siemens	Skoda	Sony Connect	Swiffer
Tchibo	Tiscali	T-Online	Toshiba	Uncle Ben's
Vorwerk	Weihenstephan	Wella	Whiskas	ZDF

Agenturen:

3W4U	Aperto	Blöck/Nagel	Blue Mars	Boebel, Adam
Borsch, Stengel & Partner	Büro X	DDB - Tribal	DMB&B	Dorfer Dialog
FCB	Interone	NeueDigitale	Publicis	Scholz & Friends
Scholz & Volkmer	Simon & Goetz	Young & Rubicam		

Awards

2007	Jahrbuch der Werbung: Stellenanzeige BlueMars "Lieber Frank"
2006	Neptun Award: Winner (Arcor - Holt Euch die Hertha!)
2004	Ad:tech Award: Finalist (Arcor - Superstar)
2002	Cannes CyberLion: Bronze Interactive (Horizont - Himalayaya)
	London International Advertising Awards: Winner Interactive (Arcor - Screentrip)
	London International Advertising Awards: Finalist Interactive (Horizont - Himalayaya)
	New York Festivals: Finalist Interactive (Arcor - Screentrip)
	ADC New York: Distinctive Merit (Arcor - Screentrip)
	Neo Award: 1. Platz Userwahl (Horizont - Himalayaya)
2001	Cannes CyberLion: Finalist Interactive (Arcor - The Bomb)

Computer Skills

Word	PowerPoint
Keynote	Freehand
Photoshop	Illustrator
Dreamweaver	Quark Xpress
Final Cut Pro	After Effects
Omni Graffle	Cubase
Mac OS X	BBEdit

Sprachen

Deutsch (Muttersprache), Englisch (985 von 990 Punkten im TOEIC-Test), bisschen Französisch, Holländisch

Vorträge

VHS: "Barrierefreiheit"
3w4u: "Internettexen"

Sonstiges

Die Apfelklinik

Als 2001 mein geliebtes Powerbook kaputt ging und ich 2 Monate nach Ersatzteilen suchte, machte ich daraus eine Geschäftsidee: Ich kaufe 100% intakte Apple Laptops in den USA, nehme sie auseinander und verkaufe dann die Teile zum doppelten Preis. Gleichzeitig konnte ich dadurch Guerilla Marketing live testen (Erfolg: bis zu 1200 Besucher täglich) und wie man einen Job auf mehrere Angestellte verteilt ohne Kommunikations-Verluste: www.apfelklinik.de

tibetrally.tv

Im Juli 2008 gründete ich eine Filmproduktion, bei der ich offenbar eine Menge anders mache als normale Filmproduktionen: ich habe einen dreistufigen Realisierungsplan, ich gehe in Vorleistung und drehe "Trailer", um Sponsoren zu gewinnen. Und die bekommen eine echte Gegenleistung, nämlich ein Konzept und Material für die weltweite Online-Vermarktung: www.tibetrally.com

Michael Kliehm

Ideen



Bannerwanderung

Arcor

Als ISDN noch das Maß aller Dinge war, zeigte dieser Banner, wie einfach die Bestellung ist. Dabei wandert der Banner über den Screen - und gewann so die London International Advertising Awards (LIAA), die New York Festivals und beim ADC NY.



Lauter gute Nachrichten

Arcor

Bei Arcor's TV-Kampagne fand ich den Spruch "nicht ärgern, ändern!" so prägnant, dass ich daraus ein Onlinekonzept entwickelte: per Bannerklick kann man auf einer Seite alle schlechten Nachrichten ändern. 'Böse' Wörter werden durch 'gute' Wörter ersetzt, z.B. "blamierte" durch "rettete".



Das beste aus zwei Welten

Flensburger

Beim Flensbruger Inline Contest war die Schwierigkeit, zum einen den Markenkern beizubehalten und zum anderen Skater anzusprechen. Ich löste das durch Skater-Terminologie hinterm Deich: "Half-Pipes gibt's hier nur, wenn sich jemand auf seine Meerschampfeife setzt - bis auf 3 Tage im August".



Neues TV-Format

Uncle Ben's

Nach der Werbepause kehren die Leute erst wieder von der Toilette zurück, wenn die Trailer starten. Darum entwickelte ich ein neues TV-Werbeformat, das aussieht wie ein Trailer - z.B. für GZSZ - aber in Wirklichkeit für Uncle Ben's wirbt. Darin geht es aber die ganze Zeit nur um Convenience, Zeitersparnis und Geschmack!



Viel mehr als nur "einfach & günstig"

Freenet

Freenet bietet den "Grünen Bereich" für mein Wohnzimmer, da kann NIE etwas schiefgehen. Das ist sowas wie'n Reservat. Wie in Afrika. Da lebt der Ping und der Blog. Und wenn ich DSL-Freenet bestelle, kommen ein Haufen Ranger und lassen die in meinem Wohnzimmer frei. Eine Story, die man 5 Jahre weiterspinnen kann. Im TV & im Web.



Das ganze Internet auf einer Seite

Cyworld

In Korea sind 60% der erwachsenen Bevölkerung Mitglied dieser Community. In Europa war Cyworld ein Telekom-Projekt - dafür schrieb ich über 600 Seiten Manuskript, leitete ein Team aus 6 Junior-Konzeptionern und baute quasi alles nach, was Flickr, Facebook, Blogger, Myspace, Last FM, GMX, Shops und Foren so zu bieten haben.



Geschirrspüler in der S-Bahn

Siemens

Der speedMatic45 braucht nur 9 Liter für einen Spülgang und sehr wenig Strom. Mit 45cm Breite passt er auch überall hin - z.B. in die Berliner S-Bahn, wo ein kleiner Wasertank und eine Autobatterie reichen würden zum Geschirrspülen. Der Plan ist: wir filmen die Reaktionen der Mitreisenden und landen einen Youtube Hit. PR mal anders.



Filmprojekt

Mir macht Filmen seit der 8. Klasse Spaß, darum drehte ich im Juli 2008 einen Kurzfilm: Wir fahren durch Südhessen und tun so, als wären wir in Tibet. Damit gebe ich Sponsoren einen Vorgeschmack auf das eigentliche Projekt: eine Überlandfahrt zum Himalaya. Ob's was wird, weiß ich nicht. Aber ich spreche auf einmal mit wildfremden Menschen über das Projekt - z.B. mit Charlotte Roche oder der "RTL-Superhausfrau"!