

# Michael Kliehm

Digital CD Concept | Text | Lebenslauf



## Anschrift:

Augustenburger Ufer 15  
22049 Hamburg

## Telefon:

0177 - 605 4632

## E-Mail:

michael@kliehm.net

## Kernkompetenzen:

Markenkommunikation • Konzept • Strategie • Usability • Social Media • Teamführung

## Profil:

- 1991 angefangen als Texter in der Klassik: Print, Funk, TV, Plakat, Prospekt, P.O.S., Packaging, Direktmarketing
- Seit 1997 Online: Creative Direction und Entwicklung von Konzept, Text, IA und UX für multimediale Projekte: Online-Kampagnen, Social Media, Mobile Marketing, Communities, Webspecials, Portale, E-Shops, CD-ROMs
- Führung von Teams aus bis zu 12 Konzeptionern, Designern und Web-Developern.
- Digital Native - und daher selbstverständliche Integration von interaktiven und klassischen Kampagnen in 360° Projekten
- Eigener Youtube-Channel mit über 170 (überwiegend englischen Let's Play) Videos
- Präsentationssicher vor Kunden, Kollegen, Agenturen und Publikum
- Erfahrung mit Filmdreh, virale Konzepte für Stefan Raab, Charlotte Roche, FedEx
- Zahlreiche Awards: Cannes, LIAA, ADC NY, New York Festivals ...

## Stationen:

Januar 2007 bis heute	<b>Freier CD Text / Digital CD Concept</b> z.B. für eine Mercedes iPad App bei JvM/next, die myAudi connected Services Website bei Razorfish, die Mercedes-Kampagne zur WM 2010 "4-Sterne-für-Deutschland" bei Scholz & Volkmer oder 7 Monate als Digital CD Concept bei Interone: Relaunch der globalen BMW-Site mit 3D-Fahrzeugkonfigurator, Händlervoting, User Recommendations und dynamischen, personalisierten Teasern
Januar 2004 bis Dezember 2006	<b>Online-Konzeptioner: BlueMars GmbH / Frankfurt am Main</b> - Für Arcor mehr DSL-Anschlüsse verkauft als die Telekom - Leitung von Junior-Teams, Pitches und Präsentationen
1997-2004	<b>Marketing Manager, Online-Konzeptioner</b> u.a. 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	<b>Seniortexter: Boebel, Adam / Frankfurt am Main</b> - über 30 Anzeigen & Funkspots für das ZDF - Pitches für GEZ & Weihenstephan
1995-1996	<b>Texter: D'Arcy, Masius, Benton &amp; Bowles / Hamburg</b> - Internationale Erfahrung: Lead Agenturen in London / Paris - Markenkommunikation für Whiskas, Uncle Ben's, Philips - Pitches für Allstate, Holsten, DAK, NDR2, MDR
1995	<b>Juniortexter: Scholz &amp; Friends / Hamburg</b> - ca. 52 TV-Spots & Prospekte jährlich
1993-1995	<b>Juniortexter: Borsch, Stengel &amp; Partner / Frankfurt</b> - Erste Spezialisierung als Texter - TV & Funk, sehr viel Below-the-line
1991-1993	<b>Praktikant: Creative Communication &amp; Marketing / Frankfurt</b> - Packaging und Prospekte für Hertie, Konzept, Account Management, Produktion, Reinzeichnung, Modelbuchung, Fotoregie

# Michael Kliehm

Erfahrung

## Marken:

Adler Edelcreme	Albingia	Allstate	Arcor	Audi
Bacardi	BASE	BASF	Berliner Bank	BMW Mini
BMW	Braas	Burger King	Chappi	CMA
DAK	Degussa	Deutsche Bank 24	Deutsche Post	Elf
e-Plus	Eurest	Febréze	Flensburger	GEZ
Hanuta	Herlitz	Hertie	Hessischer Rundfunk	Holsten
Johnnie Walker	Kinder Pingu	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	JvM/next	NeueDigitale	Ogilvy & Mather
Publicis	Razorfish	Ressourcenmangel	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	Axure RP
Omni Graffle	PowerPoint
Keynote	After Effects
Final Cut Pro	Photoshop
Screenflow	Dreamweaver
Illustrator	

## Sprachen

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

## Vorträge

VHS: "Barrierefreiheit"  
3w4u: "Internettexen"

# Michael Kliehm

Gute Ideen



## Die 5-Jahres-Strategie

### Freenet

Bei Freenet-DSL ist alles im "grünen Bereich" in meinem Wohnzimmer, da kann NIE etwas schiefgehen, so wie'n Reservat, in Afrika. Da lebt der Ping und der Blog. Und wenn ich Freenet-DSL bestelle, kommen Ranger und lassen den Ping und den Blog im Wohnzimmer frei. Eine Story, die man 5 Jahre weiterspinnen kann. Im Web & im TV.



## 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".



## 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 z.B. auf spiegel.de alle schlechten Nachrichten ändern. 'Böse' Wörter werden durch 'gute' Wörter ersetzt, z.B. "blamierte" durch "rettete".



## Geschichte neu geschrieben

### Mercedes

Zur Fußball-WM 2010: ein Videogame mit Originalmaterial von 1954. Macht der Spieler alles richtig, wird Deutschland Weltmeister in Bern. Macht er einen Fehler, wird DER geschichtsprägende Moment Nachkriegsdeutschlands geändert und Ungarn gewinnt. Mein Beitrag: Idee, Konzept, Klärung Bild- und Tonrechte, Proof-of-Concept in AE.



## Virale Säuberungsaktion

### Siemens

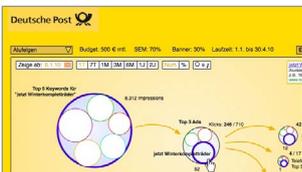
Der Siemens Slimline Geschirrspüler verbraucht kaum Strom, nur 9 Liter Wasser und mit 45cm Breite passt er wirklich überall hin - zum Beispiel in die Berliner S-Bahn. Ausgestattet mit einem kleinen Wassertank und einer Autobatterie im Sockel waschen wir dreckiges Geschirr - und filmen die Reaktionen der Mitreisenden.



## Mit Mutti auf Facebook

### Maggi

Durch die Topfinito Instant-Suppe wird Mutti in der Studentenbude überflüssig - Zeit, sich für alles zu bedanken, was Mütter wirklich besser können. Maggi sucht "die coolste Mutter Deutschlands" und Sohnemann wählt sie dazu, mit all seinen Kumpels bei Facebook. Und die Gewinnerin wird als "Role-Model" fotografiert von Annie Leibowitz.



## Web-Applikation

### Deutsche Post AG

Auf dem Portal "Meine-Stadt.de" wollte die Deutsche Post nicht nur Firmen à la Gelbe Seiten vorstellen, sondern auch Google Adwords als Affiliate verkaufen. Ich habe Google Adwords daraufhin so einfach gemacht, dass es auch meine Mutter bedienen kann. Und noch eine Menge Ideen entwickelt, wie's sogar noch einfacher geht.



## 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 gab ich Sponsoren einen Vorgeschmack auf das eigentliche Projekt: eine Überlandfahrt zum Himalaya. Wurde leider nix. Aber ich quatschte auf einmal alle möglichen C-Promis an: Charlotte Roche, Biggi Bardot, die "RTL-Superhausfrau" und Gina-Lisa von GNTM ;)