



**JFM Concepts**  
CONCEPTUAL DESIGN




# PERSÖNLICHE INFOS

## JOHANNA FELICITAS MAASACKERS




johanna@jfm-concepts.de



+49 172 546 73 58



jfm-concepts.de



Hamburg, Eimsbüttel



Wer etwas verändern möchte stößt oft auf Ablehnung. Doch Wandel ist wichtig, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Um Offenheit und Akzeptanz für Veränderung zu schaffen, gilt es die Emotionen aller zu verstehen und die Notwendigkeit des Wandels durch positive Erlebnisse zu vermitteln.

Mit einem Methodenmix aus Live-Kommunikation & Design Thinking helfe ich Dir Deine Themen, auf kreative Art, erlebbar zu machen.

Mein Schwerpunkt liegt dabei vor allem auf den Themen Unternehmenskultur, New Work und Nachhaltigkeit.



# SHORT CV

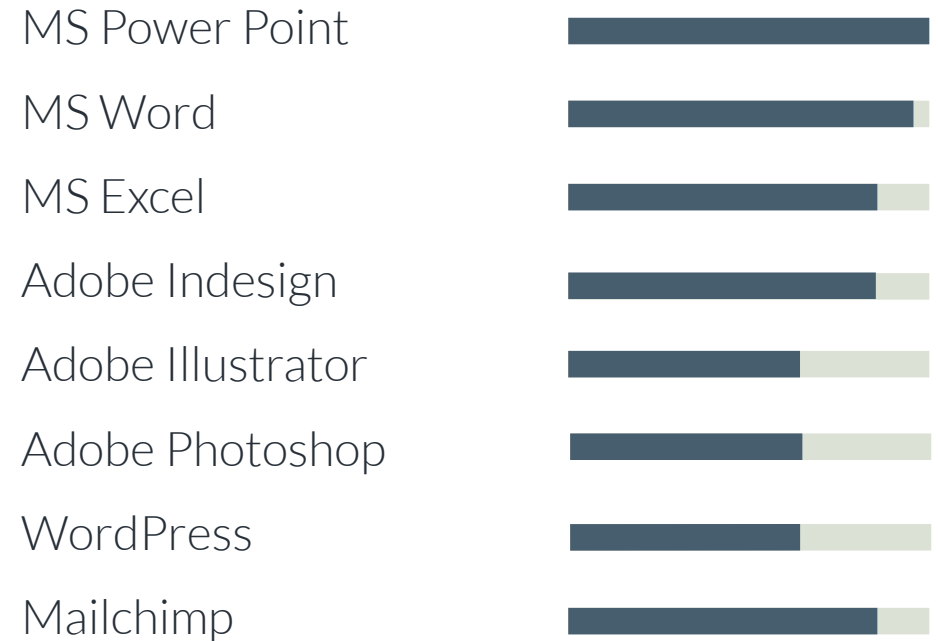
## LEBENS LAUF

# SKILLS

## TOP SKILLS



## PROGRAMME



## SPRACHEN





# AUSBILDUNG

10/14 – 11/15

## KONZEPTIONERIN FÜR LIVE-KOMMUNIKATION

Aufbaustudium treibhaus 0.8 // Deutschlandweit

Inszenierung von Marken & Botschaften, Entwicklung kreativer Ideen mit Strategie, Ausarbeitung von Kommunikationskonzepten & -kampagnen, Erstellen von Präsentationen, Veranstaltungsabläufe planen

03/14 – 04/15

## MASTER OF ARTS ECONOMICS OF CULTURE

Università Tor Vergata // Rom (IT)

09/12 – 03/13

## AUSLANDSSEMESTER ECONOMICS

Cracow University of Economics // Krakau (PL)

09/10 – 02/14

## BACHELOR OF ARTS KULTUR-, MEDIEN- UND FREIZEITMANAGEMENT

Westfälische Hochschule Gelsenkirchen // Gelsenkirchen

07/07 – 07/10

## KAUFFRAU IM GROSS-UND AUSSENHANDEL

Bloomway Straelener Blumenhandel // Straelen

Marketing, Einkauf, Verkauf, Qualitätsmanagement, Zoll, HR, Verwaltung, Buchhaltung, Logistik, Lager

# ERFAHRUNG

02/16 - heute

## FREELANCE KONZEPTIONERIN

Freiberufliche Tätigkeit // Seit Januar 2020 in Vollzeit

Konzeption & Begleitung von Kampagnen, Workshops, Veranstaltungen und Aktionen. Redaktionelle Mitarbeit, Ablaufregie, Erstellen von Präsentationen.

Als Ausgebildete Konzeptionerin für Live-Kommunikation habe ich sowohl in Festanstellung, als auch Nebenberuflich als Freiberuflerin Erfahrung gesammelt. Seit Anfang des Jahres 2020 bin ich nun in Vollzeit Freiberuflerin.

11/18 – 11/19

## HEAD OF MARKETING & ONLINE REDAKTEURIN

Startup Dock & beyourpilot // Zentrum für Innovationen & Entrepreneurship // Hamburg

Presse- & Marketing, Social Media, Konzeption von neuen Veranstaltungsformaten (Netzwerk- & Communityevents). Begleitung Umstrukturierungsprozesses Startup Dock zu Startup Port, Mitentwicklung Unternehmensleitbild, Aufbau Marketingstrategie

10/16 – 11/18

## MARKETING MANAGERIN

NÜWIEL GmbH // E-Mobility Startup // Hamburg

Konzeption & Durchführung von Out-of-Home und Social Media Kampagnen, Messeauftritten, Webseite, Pilot- und Testphasen. Pressearbeit, Marktanalysen und operative Aufgaben Sales & HR

# ERFAHRUNG

05/16 – 10/16

## MARKETING & EVENT MANAGERIN

Startup Dock // Zentrum für Innovationen & Entrepreneurship // Hamburg

Betreuung & Organisation von Veranstaltungen, Out-of-Home und Social Media Kampagnen, Messeauftritten, Workshops, Aktionen, Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

02/16 – 09/16

## KONZEPTIONERIN & REDAKTEURIN

SofaConcerts // Plattform für Konzerte // Hamburg

Konzeption & Durchführung von Marketing und Social Media Kampagnen, Artist- & Communitymanagement

07/15 – 10/15

## PROJEKTASSISTENZ

EXPO 2015 // Deutscher Pavillon // Mailand (IT)

Programmkoordination der Kulturbühne des Pavillons, Künstlerbetreuung und konzeptionelle Unterstützung für Event zum Nationaltag auf Expo

07/15 – 10/15

## TRAINEE KONZEPTIONERIN

VOSS + FISCHER // Eventagentur // Frankfurt a.M.

Programmkoordination der Kulturbühne des Pavillons, Künstlerbetreuung und konzeptionelle Unterstützung für Event zum Nationaltag auf Expo

03/13 – 06/13

## VOLONTÄRIN PR & MARKETING

Staatsoper Berlin // Opernhaus // Berlin

Projektleitung, Organisation & Durchführung Open-Air-Event „Staatsoper für Alle“, Operative Aufgaben



# PORTFOLIO

## RELEVANTE PROJEKTE

# KONZEPTION





# IDEEN ENTWICKLUNG

NICHT ALLE KUNDEN MÖGEN  
EINEN BLICK HINTER DIE  
KULISSEN. DAS RESPEKTIERE  
ICH NATÜRLICH UND ZEIGE  
NUR INHALTE, DIE FÜR DIE  
ÖFFENTLICHKEIT BESTIMMT  
SIND.

FOLGLICH GIBT ES VON  
EINIGEN PROJEKTEN KEIN  
BILDMATERIAL DER  
UMSETZUNG.



# KONZEPT ZUR PRODUKTEINFÜHRUNG & AUFLÄRUNGSKAMPAGNE

## Ansatz

Zwischen dem Wunsch nach einem vollkommenen und dem wirklichen Erscheinungsbild einer Person herrscht eine Diskrepanz:

- **Wie möchte ich gesehen werden?**
- **Wie werde ich gesehen?**
- Die Antwort auf die erste Frage zeigt in der Regel eine idealisierte Darstellung der eigenen Person auf. Durch Störfaktoren, wie eine Hautkrankheit, werden die Personen von ihrer Umwelt jedoch anders wahrgenommen.

Das Verhältnis dieser beiden Wahrnehmungen zueinander gibt den Tenor für alle Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen der Kampagne an.



## Idee

### KunstGesichter

–  
Vom Wunsch zur  
Wirklichkeit

## Idee

**Für die Produkteinführung vor Fachärzten...**

Die Gäste werden an verschiedenen Orten zu **Beobachtern des Verhältnisses zwischen Wunsch und Wirklichkeit**.

Dabei bedienen sich die Veranstaltungen eines gesellschaftlich Rahmens:

**Der bildenden Kunst.**

Der Focus liegt hier auf der Portrairkunst – einer perfektionierten, idealisierten Darstellung der Wirklichkeit.

Dies wollen wir zeigen in großen Museen.



#### Aufklärungs- veranstaltung

### Ein Tag im Zeichen der Hautgesundheit

In fünf großen Städten Deutschlands wird je **ein Kongresszentrum zur Anlaufstelle für Rosacea-Betroffene**. Geladen sind außerdem **Apotheker, Kosmetiker, Dermatologen und Arzthelfer** aus der näheren Umgebung.

- Eine klare Aufteilung des Raumes in mehrere **Begegnungsstationen** lässt den Veranstaltungsort aufgeräumt wirken, schafft Platz für fachliche Kompetenz und Vertrauen.
- Durch die angenehme Atmosphäre sowie den Kreis von ausschließlich Betroffenen und Fachpersonal werden **Berührungängste** überwunden.



#### Produkt- einführung

**Rosacea hat viele Gesichter.**

### Drei Abendveranstaltungen – Drei Vernissagen

Für die **Produkteinführung** werden in drei großen deutschen Städten **bekannte Museen** ausgewählt.

Dort erwartet die Gäste eine auf sie abgestimmte, **temporäre Ausstellung** in moderner, entspannter Atmosphäre:

- In den attraktiven Räumen hängen großformatige, **weltberühmte Gemälde**. Diese wurden auf künstlerische Weise **mit verschiedenen Arten von Rosacea-Symptomen** versehen.



KONZEPT EINER VERANSTALTUNG,  
BEI DER DIE WERTE DES  
UNTERNEHMENS ERLEBBAR  
WERDEN SOLLTEN

WELCHE WERTE WERDEN  
VERMITTELT?

ANSPRUCH

Die Mitarbeiter erfahren die Werte dort, wo sie zum tragen kommen sollen - an ihrem Arbeitsplatz. Die Werte schaffen einen persönlichen Mehrwert für die Mitarbeiter. Sie werden durch eine Symbiose von körperlichen und mentalen Erfahrungen erlebt. Die Aktionen machen Spaß und wirken nachhaltig, über den Value Day hinaus.



VERBUNDENHEIT.



GEWINNERMENTALITÄT.



FREIHEIT.



VERTRAUEN.





## WIR ZEIGEN ZUSAMMENHÄNGE

Was verbindet mehr als ein gemeinsames Werk? Gemeinsam bauen wir eine Kettenreaktion aus Alltagsgegenständen. Über den Tag verteilt, wird an verschiedenen kleinen Stationen gewerkelt und getüftelt. In die Konstruktionen können eigene Produkte integriert werden. Gemeinsam warten alle Beteiligten auf das große Finale...



## WIR LASSEN IDEEN FLIEGEN

Ideenreichtum und Aufgeschlossenheit, neuen Einfällen gegenüber, sollen gezeigt werden. Während der Veranstaltung schreiben die Gäste ihre Ideen, Gedanken und Wünsche auf ein Blatt Papier. Das Papier falten sie zu einem Papierflieger und hängen diesen an Nylonfäden an eine Holzkonstellation, die im Vorfeld der Veranstaltung durch die Auszubildenden gebaut wurde. Die Installation wartet auf ihren Einsatz beim großen Finale der Veranstaltung.



## DER (DENK-)ANSTOSS

...den Anstoß der Kettenreaktionen. Zunächst spricht der Vorstand einige Worte zu den Gästen und lässt den Tag Revue passieren. Nun aktiviert er mit dem richtigen Anstoß die Kettenreaktion. Mit Spannung verfolgen alle gemeinsam den Verlauf und feiern, wenn ihre eigene Konstruktion sowie die der anderen funktioniert. Bis zuletzt bleibt es spannend! Am Ende setzt sich die Holzkonstruktion mit den Papierfliegern in Bewegung. Die Ideen und Gedanken der Gäste fangen an sich zu drehen und erheben sich in die Luft. Die Ideen fliegen.



# STORYBOARDS

## FÜR WEN

Simpleshow – Produzent von Erklärvideos. Simpleshow erklärt komplexe Sachverhalte in 3 Minuten. Einfach, einprägsam und unterhaltsam.

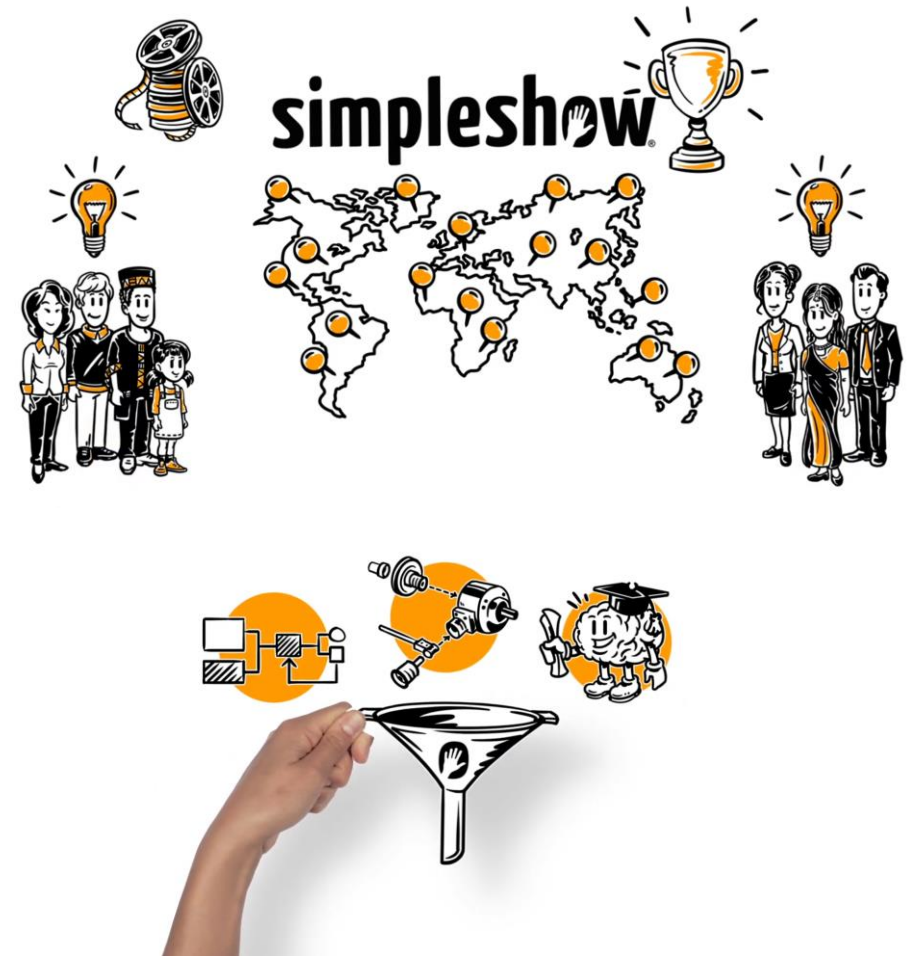
## WAS

Konzeptionelle Entwicklung von Storyboards und Sprechertexten für diverse Kund\*innen.

## WIE

Mit Hilfe von Storytelling und simplen Scribbles, werden komplexe Inhalte für jeden verständlich aufbereitet. Die Scribbles werden von Designern gezeichnet und mit einer Legetechnik ins Bild gelegt. So baut sich eine Szene auf, bevor sie für eine neue Szene weggewischt wird.

simpleshow



# VERANSTALTUNG

## FÜR WEN

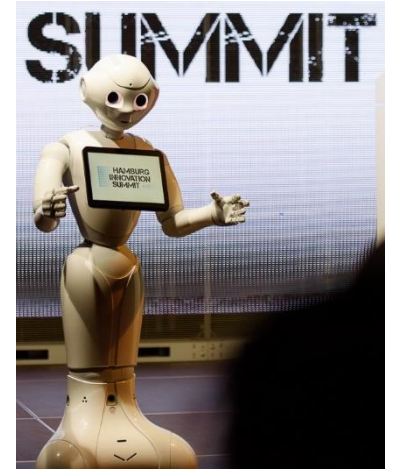
Hamburg Innovation Summit – Netzwerkveranstaltung der Stadt Hamburg mit dem Ziel Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Startups besser zu vernetzen.

## WAS

Konzeptionelle Überarbeitung & Erweiterung des Formats sowie inhaltliche Betreuung.

## WIE

Aufteilung des Tages in die Teile Conference, Academy, Expo & Award. Festlegung von jährlich wechselnden Schwerpunkten. Übernahme der inhaltlichen Verantwortung für die Bereiche Conference & Academy, Redaktionelle Unterstützung und Ablaufregie über mehrere Jahre.





# SOCIAL MEDIA

## FÜR WEN

SofaConcerts – Online-Plattform für Wohnzimmerkonzerte. Musikinteressierte können KünstlerInnen aus der ganzen Welt zu sich nach Hause einladen.

## WAS

Konzeption & Betreuung von Social Media Aktionen, zur Steigerung des Bekanntheitsgrads der Marke.

## WIE

Im Team konzipierte Überraschungsaktionen im öffentlichen Raum, bei denen Videos wie [Make every Moment count](#) (> 100k Views bei facebook) und der virale Hit [Sofa Surprise in the City](#) (> 7 Mio. Views bei facebook) sowie [Kooperationen](#) mit verschiedenen Unternehmen entstanden sind.





# MESSEAUFTTRITT

## FÜR WEN

beyourpilot – Online-Plattform der drei größten Hamburger Hochschulen und des DESY. Studierende und Wissenschaftler\*innen erfahren auf der Plattform alles rund um das Thema Gründen.

## WAS

Konzeptionelle Ausarbeitung eines kommunikativen Messestands, auf dem alle Einrichtungen gleichwertig vertreten sind.

## WIE

Die Einrichtungen wurden durch individualisierte Snacks und Getränke präsentiert. Vertreter\*innen der Einrichtungen wurden zu Betreiber\*innen der Bar. Snacks und Drinks dienten als Ice-Breaker bei der Ansprache der Zielgruppe.





# PR-AKTION

## FÜR WEN

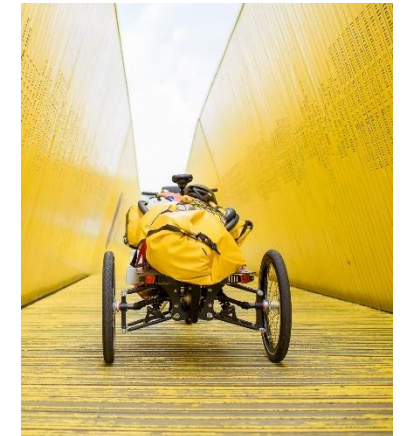
NÜWIEL – E-Mobility Startup aus Hamburg. Entwickelt und produziert einen elektrisch betriebenen Fahrradanhänger, für den Lieferverkehr in Innenstädten.

## WAS

Konzeptionelle Entwicklung einer PR-Aktion, vor Beginn des Vorverkaufs der ersten Fahrradanhänger.

## WIE

Die Probe aufs Exempel, in Form einer Fahrradtour samt Anhänger, von Hamburg nach Italien. Erfolgreiche Sponsorensuche und Begleitung der Tour via Social Media. In Paris endete die „Change the City Tour“ nach über 1000 Kilometern. Der Anhänger hatte einen kleinen Unfall, der Fahrer beendete die Tour stolz.





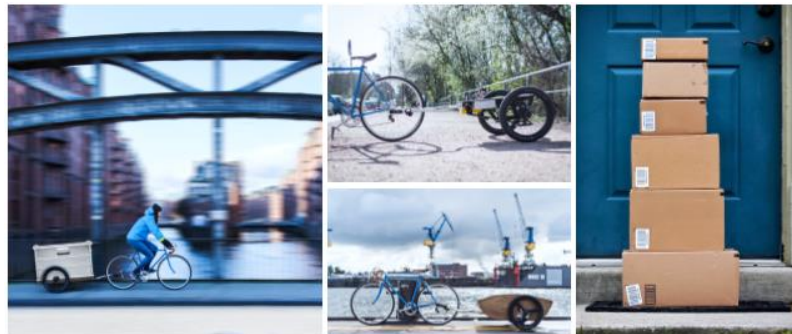
# KONZEPT DER PR-AKTION, GENUTZT ZUR SPONSORENANSPRACHE

THE CITIES **WE LIVE IN...**



HAVE PROBLEMS.

MORE people living in cities and buying online. MORE delivery vans are on the road and blocking streets. This leads to TRAFFIC CONGESTION, NOISE and AIR POLLUTION.



WITH OUR E-POWERED BICYCLE TRAILER

FOR last mile delivery. NÖWIEL's trailer is the first trailer with precise motion control, suspended chassis design and automatic brakes system. It is INTELLIGENT, SAFE AND SUSTAINABLE.

WE **SOLVE** THESE  
PROBLEMS...

WE WANT TO **CHANGE CITIES**  
AND...

... SPREAD THE **WORD**,  
DURING OUR...



THE STORY.

A one month bicycle tour through Europe starting in June 2017.  
An outstanding experience for the adventurer and a durability test for our trailer.



EVERY HERO NEEDS...

EVERY STORY NEEDS A HERO.

Our Hero is GIACOMO. A former basketball player in the ITALIAN NATIONAL JUNIOR LEAGUE. Winner of the DAAD Award for OUTSTANDING achievements 2016.



BELIEVERS.

NÖWIEL supports Giacomo in finding sponsors, documenting and promoting the tour. Shark provides clothes and a tent. AlpaCargo sponsors a bicycle.

# WORKSHOP & WEBSEITE

## FÜR WEN

n3w-path – Beratungsunternehmen aus Hamburg. Unterstützt andere Unternehmen bei digitalen Transformationsprozessen.

## WAS

Konzeptionelle Unterstützung bei der Schärfung des Unternehmensprofils & Überarbeitung des öffentlichen Auftritts.

## WIE

Gemeinsamer Kreativworkshop zur Definition der USPs. Konzeptionelle Übertragung der definierten USPs in ein Webseitenkonzept. Betreuung der Webseitenüberarbeitung und Briefing der Designerin für die Entwicklung eines neuen Logos.



## we deliver impact!

N3W-Path begleitet Unternehmen bei der erfolgreichen Umsetzung der digitalen Transformation. Die Kultur und die Mitarbeiter eines Unternehmens stehen dabei genauso im Mittelpunkt, wie die Entwicklung einer nachhaltigen Strategie bis hin zur Implementierung aller Maßnahmen.

Die Zukunft ist digital und wir sind an Ihrer Seite auf dem Weg dahin!

### Unsere Leistungen



#### Corporate Startups

Nicht alle Innovationen sind in der Linie richtig aufgehoben. Je weiter die Innovation vom Kerngeschäft entfernt ist desto schwieriger wird es, diese dort umzusetzen. Gehen Sie neue Wege um digitale Innovationen voranzutreiben. Wir helfen bei der Umsetzung!

Mehr



#### Digital Advisory

Unsere Beratung zielt darauf ab, eine ausgewogene Balance zwischen der Optimierung Ihres Geschäftsmodells (inkrementelle Innovation) und der Entwicklung neuer digitaler Innovationsvorhaben (radikale Innovationen) zu finden.

Mehr



#### Digital Transformation

Radikale Veränderung in Unternehmen durchläuft viele Phasen. Wir begleiten Ihre Prozesse von Beginn an oder helfen Ihnen bereits bestehende Vorhaben fokussierter umzusetzen.

Mehr



#### N3W-Path Toolbox

Unsere individualisierbare N3W-Path Toolbox befähigt Ihre MitarbeiterInnen in kürzester Zeit, Innovationen in Ihrem Unternehmen eigenständig voranzutreiben und schützt den Umgang mit humanzentrierten Methoden.

Mehr



# UMSETZUNG



# WORKSHOPLEITUNG

## FÜR WEN

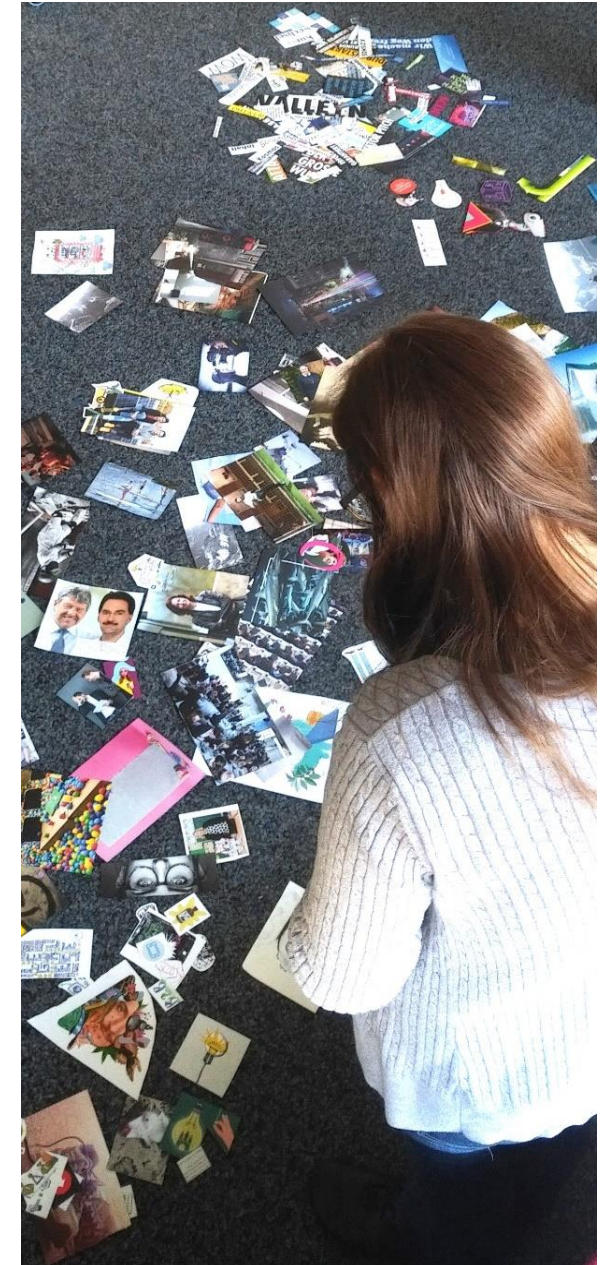
Startup Dock – Gründerzentrum der Technischen Universität Hamburg. Das Zentrum für Innovation & Entrepreneurship befand sich zum Zeitpunkt der Zusammenarbeit in einem Change Prozess.

## WAS

Konzeptionelle Unterstützung bei der Suche nach einer neuen Vision & Mission, die alle Mitarbeiter\*innen abholen.

## WIE

Konzeption & Leitung eines Kreativworkshops mit Design Thinking Methodenmix. Aufbereitung der Ergebnisse zur Vorlage für Entscheiderkreis. Definition von möglichen Herausforderungen.





# ABLAUFREGIE

## FÜR WEN

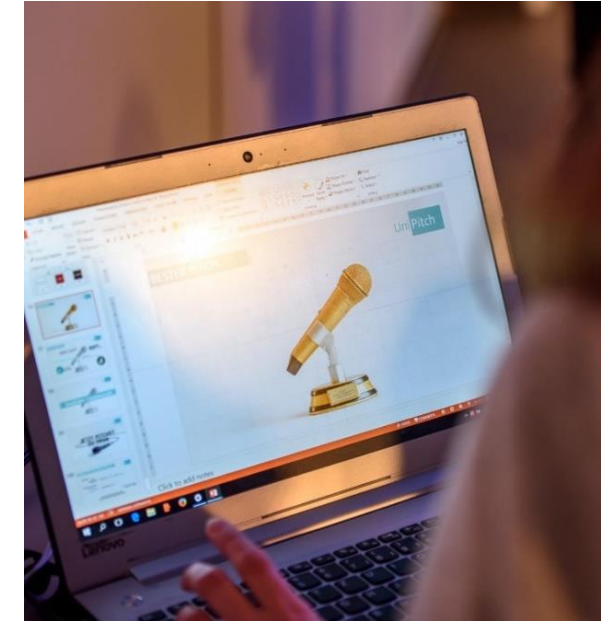
UniPitch – Gemeinsame Pitch-Training-Veranstaltung der Hamburger Hochschulen, für Startups und Gründungsinteressierte.

## WAS

Begleitung der Veranstaltung als Ablaufregisseurin.

## WIE

Erstellen von Präsentationen für die Veranstaltung, Schreiben eines Moderationsleitfadens, Briefings und Ablaufregie am Veranstaltungstag.



TEXT



# BLOGBEITRAG

## FÜR WEN

Wilkenwerk – Full-Service-Agentur für Live-Kommunikation aus Hamburg, mit langjähriger Erfahrung in der Eventbranche.

## WAS

Schreiben von verschiedenen Blogbeiträgen zu den Themen Nachhaltigkeit, NewWork, Veranstaltungsinnovationen und Techniktrends.

## WIE

- > Wordpress
- > SEO
- > Vorgegebene Themen
- > Inhaltliche Recherche
- > Bildrecherche & eigenes Bildmaterial

# #MEINHAMBURG – Wenn sogar das Wetter ins Konzept passt.

Inszenierung, Kommunikation im Raum, Markeninszenierung, Tipps und Checklisten | 19. November 2018 | wilkenwerk

Zum Tag der Deutschen Einheit hat WILKENWERK, für das Hamburg Convention Bureau, einen Stand konzipiert und umgesetzt, an dem es die Vielfalt der Hansestadt zu entdecken gab. Vom 01. bis 03. Oktober schlenderten mehrere hunderttausend Menschen über den Platz der Republik, um zu sehen was Deutschlands 16 Bundesländer so zu bieten haben. Auf dem Hamburg-Stand wurden sie ordentlich fündig! Es wurde zu Hamburger Sounds gefeiert, Hamburgensien geschoppt, die Hotspots der Festivalkultur in einer Fotoausstellung bestaunt und bei fast echtem Hafenflair neuhanseatisch geschmaust.



© Hamburg Convention Bureau GmbH / Thomas Panzau

Ein herzliches „Moin!“ begrüßte die Besucher des Hamburg-Standes auf der Ländermeile des 28. Tag der Deutschen Einheit und lud sie ein, mit den Füßen im Sand des von AIDA gesponserten Minielbstrands, zwischen Überseecontainer und Foodtruck zu klönen. Ein abendlich illuminierter Magic Sky sorgte für ein weiteres optisches Highlight und die richtige Fernwirkung.

Auf dem Hamburg-Stand sollten die Besucher die Möglichkeit haben, Hamburg mit allen Sinnen zu erleben. Das mit Frauenpower geladene Bühnenprogramm von Franz Albers & Käpt'n Kruse, Fräulein Frey und DJane Schwester Polyester gab den Besuchern eine Idee, wie sich die Musikmetropole Hamburg anfühlt.



© Hamburg Convention Bureau GmbH / Thomas Panzau

Gegen das Schietwetter gab es echte Friesennerze und Mützen von Derbe. Ein Stück Hamburg für Zuhause hielten Ahoi Marie und der Künstler Günther Block im Retail Shop bereit. Ordentlich stärken konnten sich die Besucher bei dem Foodtruck von The Big Balmy, trinkend die Welt verändern bei Lemonaid und bei First Love Coffee erfahren, wie ganz große Kaffeeliebe schmeckt. Bei von LÜTTE HÖÖG gab es Craft-Beer zum Probieren und elbler zeigte den Besuchern, wie gut sich Äpfel aus dem Alten Land, als Cider machen.

Und wem das nicht gereicht hat, der konnte dank Virtual-Reality durch die Metropolregion Hamburg radeln, ein interaktives Konzert in der Elbphilharmonie erleben oder sich beim BID Reeperbahn+ Zelt über Diversity, Respekt und Freiheit aufklären lassen.

Mit diesem bunten Mix aus allem, was Hamburg wirklich ausmacht, haben wir einen Stand konzipiert, der die anderen Bundesländer hat ziemlich alt aussehen lassen, das findet auch der NDR und zieht das Fazit: „...von Hamburg könnten einige noch etwas lernen!“



# I wanna be a part of it – NEW WORK, NEW WORK!

Agentur, Eventplanung, Inspiration, Jobs, Neuigkeiten, Team, Team | 26. Juni 2019 | wilkenwerk

## WIE WIR NEW WORK (ER)LEBEN

Für und in Agenturen zu arbeiten, gilt als hip und must do für Kreative. Trotz des hohen Arbeitspensums umgibt die Branche, ähnlich wie die Startup Szene, ein andauernder New-Work-Spirit. Doch Generation Y & Z stellt auch die Agenturwelt auf die Probe.

Talente sind ein knappes Gut. Die Ansprüche von kompetenten MitarbeiterInnen sind hoch und verändern sich von Generation zu Generation.

Die New Work Bewegung bringt dies zum Ausdruck. New Work beschäftigt sich damit, wie sinnstiftende und zukunftsweisende Arbeit aussieht, mit dem Ziel, Talente im Unternehmen langfristig zu halten. Um Teil dieser Bewegung zu werden, hilft es nahbar zu sein und den eigenen MitarbeiterInnen sowie den sich verändernden Bedürfnissen der verschiedenen Generationen mit Offenheit zu begegnen.

Teilzeit, Gleitzeit, Freelance, Home Office und Remote. Der klassische Nine-to-Five-Job wird schon bald komplett abgelöst werden von neuen Arbeitsmodellen ohne feste Bindung an Arbeitsorte oder Zeiten. Mit Hilfe von digitalen Organisationstools werden die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit noch weiter verwischen.

Bei WILKENWERK werden so ziemlich alle erdenklichen Arbeitsmodelle gelebt. Sabbatical und 4-Tage-Woche sind für uns genauso selbstverständlich wie eine klare und flache Hierarchie. Das allein macht uns jedoch noch lange nicht zu Vollblut-New-Workern. Was das Arbeiten mit und bei WILKENWERK einfach anders macht, ist das gegenseitige Vertrauen, welches hier zwischen Arbeitgeberin und ArbeitnehmerInnen herrscht. Vertrauen ist das höchste Gut, welches bei einer Zusammenarbeit entwickelt werden kann und durch die New Work Bewegung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Das Stichwort lautet hier Agilität. Es reicht nicht mehr, nur flexibel auf die Bedürfnisse der MitarbeiterInnen einzugehen, das Thema New Work muss proaktiv angegangen werden. Eine gemeinsame Mission sowie der richtige Mix aus Freiheit und Impuls machen Wertschätzung und Vertrauen für Mitarbeiter nachhaltig erlebbar.

Wenn Arbeitsorte immer flexibler werden, darf die Gestaltung des Arbeitsumfelds nicht in den Hintergrund rücken. Kreatives aber zugleich effizientes Arbeiten wird durch eine abwechslungsreiche Arbeitsumgebung positiv beeinflusst. Daher haben auch wir bei WILKENWERK neue Wohlfühloasen geschaffen, die die kreative Zusammenarbeit fördern, aber auch gern für Ruhepausen bis hin zum Power Nap genutzt werden können. Zusammen haben wir das Büro umgestaltet und einen einfach anderen Stil in die Agenturräume gebracht.



Durch gemeinsame, positive Erlebnisse lassen sich Werte und Missionen leicht vermitteln. Das ist auch der Grund, warum Live-Kommunikation bei New Work Bestrebungen in Unternehmen unterstützend wirkt und MitarbeiterInnen aufzeigt, dass auch Sie ein Teil der New Work Bewegung sind.

Also los, gehen wir New Work proaktiv an!



# BLOGBEITRAG

## FÜR WEN

IKEA Unternehmensblog – Auf dem öffentlichen Blog informiert das Schwedische Einrichtungshaus über Neuigkeiten und interessante Produkte.

## WAS

Schreiben eines Erfahrungsberichts über die Teilnahme am IKEA Bootcamp – einem internationalen Startup Programm mit dem Ziel, gemeinsam mit IKEA neue und innovative Lösungen für die Herausforderungen im Alltag der Menschen zu entwickeln

## WIE

- > Text zur weiteren Verarbeitung in WordPress
- > Vorgegebenes Thema
- > Inhalt beruht auf eigener Erfahrung
- > Eigenes Bildmaterial



# Bootcamp auf Schwedisch



Bootcamps – Staub, Dreck, Hitze, brüllende Ausbilder und schwitzende Rekruten. Attribute, die so gar nicht zur schwedisch geprägten IKEA Kultur passen. Geschwitzt haben wir trotzdem in den letzten drei Monaten, in Älmhult, beim ersten **IKEA Bootcamp**.

## HEJ!

Wir sind **NÜWIEL**, ein Startup aus Hamburg und wir produzieren elektrisch betriebene Fahrradanhänger für Last Mile Logistik, im urbanen Raum.

Mitte August hatten wir die Chance, das Team von **Rainmaking** Kopenhagen und IKEA of Sweden von unserer Idee – Städte mit unseren Fahrradanhängern von Stau, Lärm und Luftverschmutzung zu befreien – zu überzeugen.

Von über 1200 internationalen Bewerbungen, schafften wir es, als einziges deutsches Startup, in die **Top 10** und wurden zum ersten IKEA Bootcamp nach Älmhult eingeladen.



## VÄLKOMMEN!

Also packten alle Startups ihre sieben Sachen und zogen aus allen Himmelsrichtungen ins beschauliche Älmhult, dem Geburtsort des ersten IKEA Möbelhauses.

Da wir uns gleichzeitig in einer ersten Pilotphase befanden, entschieden wir uns, zwischen Älmhult und Hamburg zu pendeln. Mit viel Koordination schafften wir es, dass während der gesamten Zeit immer jemand von unserem Team vor Ort war.

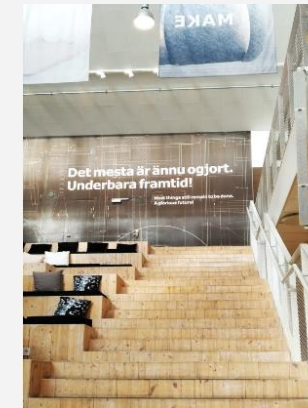
Untergebracht auf einem Campingplatz nahe dem IKEA Headquarter, begann also das Abenteuer Älmhult.

Älmhult ist mit knapp 9500 Einwohnern sehr überschaubar, nicht zu übersehen ist jedoch die Präsenz von IKEA. Das erste Einrichtungshaus, das **IKEA Museum**, Hotel, Test Lab und natürlich die Zentrale, in der auch wir arbeiteten.



## FIKA?

In Älmhult scheint sich die Welt etwas langsamer zu drehen und um dies zu zelebrieren, haben sich die Schweden Fika ausgedacht. Diese „**Kaffeepause**“ hat es jedoch in sich. Ein Tag im IKEA Bootcamp kann gespickt sein mit Workshops, Meetings und Interviews – die wirklich wichtigen Dinge werden jedoch während der Fika besprochen. Im ungezwungenen Rahmen, mit einer Tasse Kaffee und wohl gewählten Worten, denn Kommunikation wird bei IKEA groß geschrieben.



## UNDERBARA FRAMTID!

Det mesta är ännu ogjort. Underbara framtid! (Das Meiste ist noch ungetan. Wunderbare Zukunft!)

Ein Zitat von Ingvar Kamprad, welches einen im Mams, der Mensa der IKEA Zentrale, begrüßt.

Und wie diese Zukunft aussehen soll, darum geht es wirklich beim IKEA Bootcamp. Das Ziel IKEA ist es, gemeinsam mit den ausgewählten Startups innovative Lösungen, für die Herausforderungen im Alltag der Menschen, zu kreieren.

Bei einem gut gemischten Potpourri an Mentoren-Gesprächen, Workshops, Masterclasses, Exkursen und Aktivitäten, haben wir von den Erfahrungen der IKEA und Rainmaking Experten profitieren dürfen.

Nun sind wir an der Reihe und müssen beim Demo Day zeigen, wie wir das neu Gelernte umgesetzt und an was wir gearbeitet haben. In den nächsten Tagen werden wir unseren überarbeiteten, verbesserten Prototypen nach Älmhult bringen und ihm, nach einem Lauf im IKEA Test Lab, in der IKEA Prototypen Werkstatt den letzten Schliff verleihen.

So kommen wir, trotz nun winterlichen Temperaturen in Schweden, bei dem immer näher rückenden Termin des Demo Days, also doch noch ordentlich ins Schwitzen. Denn auch bei aller Gemütlichkeit kann man auch im schönen Älmhult die Zeit noch nicht ganz anhalten.



# BLOGBEITRAG

## FÜR WEN

Startup Dock – Gründerzentrum der Technischen Universität Hamburg. Das Zentrum für Innovation & Entrepreneurship befand sich zum Zeitpunkt der Zusammenarbeit in einem Change Prozess.

## WAS

Schreiben von Berichten über Veranstaltungen.

## WIE

- > WordPress
- > Vorgegebenes Thema
- > Inhalt beruht auf eigener Erfahrung
- > Eigenes Bildmaterial



## Pitch'n'Ship – Eine Bootsfahrt mit Corporates & Startups



Was macht [Beiersdorf](#), wenn Cremes plötzlich obsolet werden oder [Edding](#), wenn niemand mehr auf Papier schreibt?

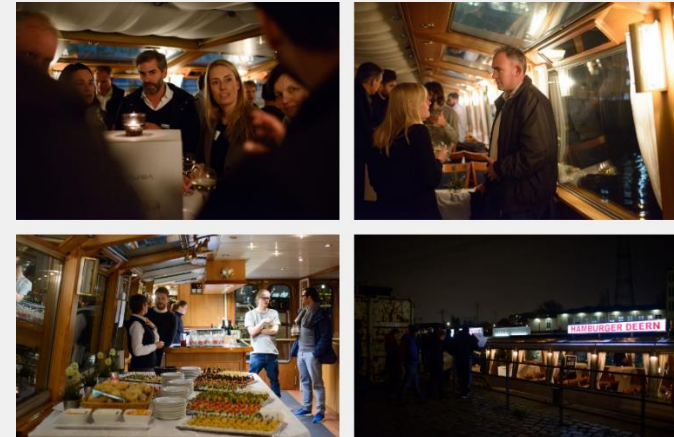
Zu erkennen, dass Corporates gezwungen sind sich stetig weiterzuentwickeln, um nicht den Anschluss zu verlieren, ist nicht schwer. Schwieriger wird es bei der Suche nach geeigneten Lösungen, um Innovationen in die meist behäbigen Konzernstrukturen zu implementieren.

Bei dieser Herausforderung können Startups den richtigen Impuls geben. Um dies auszuprobieren haben wir gemeinsam mit [PwC](#) ein neues Veranstaltungsformat entwickelt: Pitch'n'Ship!

Bei der Veranstaltung trafen 10 ausgewählte Startups auf etwa doppelt so viele etablierte Unternehmen, um sich bei einem interaktiven Matchmaking über Kooperationsmöglichkeiten auszutauschen.



Nach der Kennenlernrunde ging es dann geschlossen zum Matchmaking auf das gemütliche Schiffchen „Hamburger Deern“. Hier gab es kein Entkommen. So konnten Startups und Corporates in kleinen, wechselnden Gruppen herausfinden, ob Kooperationspotential besteht.



Nach einer Runde durch den Harburger Hafen legte die „Hamburger Deer“ wieder an. Kontakte wurden ausgetauscht und alle Teilnehmer konnten den Abend im Startup Dock entspannt ausklingen lassen.



Fazit:

© Anne Gaertner

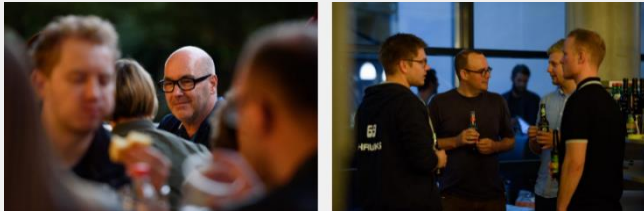
Inspirierte Corporates, zufriedene Startups. Wir sind uns also sicher, dass wird bestimmt nicht die letzte gemeinsame Matchmaking-Schiffahrt gewesen sein – eine zweite Runde Pitch'n'Ship steht in Aussicht!

## Sommerfest von aiconix.ai und recalm feat. Startup Dock



Terrasse, Testobjekt und Tischtennis: So wurden der Sommer und der erste Geburtstag der Teams [recalm](#) und [aiconix.ai](#), mit Unterstützung des Startup Dock, gefeiert.

Und zu feiern gab es nicht nur den ersten Geburtstag der beiden Teams, sondern auch das erfolgreiche Überstehen der [EXIST](#)-Gründerstipendiums-Zeit!



Damit auch Family & Friends ausprobieren konnten, woran das recalm-Team in den letzten Monaten so emsig gearbeitet hat, gab es auf dem entspannten Sommerfest neben Grill und Bar auch einen kleinen Bagger zum Testen.



So demonstrierte recalm den Gästen die Funktion der Active-Noise-Cancelling-Technologie, für deren Weiterentwicklung das Team eine Zusage der [InnoRampUp](#)-Förderung erhalten hat. Auch aiconix.ai darf sich seit kurzem über die Förderung durch die [Hamburgische Investitions- und Förderbank](#) (IFB Hamburg) freuen.



Während draußen gebaggert wurde, wurde drinnen die Startup Dock-Tischtennisplatte warm gespielt. Auch wenn unter den Teams im Startup Dock ein freundschaftliches Miteinander herrscht, an der Tischtennisplatte heißt es immer: „Möge das beste Team gewinnen!“



© Anne Gaertner

Wir finden, dass das gemütliche Sommerfest ein klarer Sieg für alle Gäste war und gratulieren den Teams noch einmal zu einem tollen ersten Jahr!

Auf eine erfolgreiche Zukunft

Cheers



# POWER POINT

## FÜR WEN

Marose – Textilunternehmen aus Hamburg & Verein zur Unterstützung von Frauen und Kindern in Togo.

## WAS

Erstellen von Masterfolien und Unternehmenspräsentation samt Storyentwicklung zum Versand an potentielle Unterstützer.

## WIE

- > PowerPoint
- > Storytelling
- > Text
- > Layout
- > Bildmaterial vom Kunden
- > Bildbearbeitung



# Marose.

## Kissen aus Togo

Vorstellung unseres Vereins  
Theresa-Bomboma Projekt e.V.



## ENGAGEMENT.

## ENGAGEMENT.

Geschichte

Die Namensgeberin des Theresa Bomboma Vereins war die Mutter von Sam, Mitgründer des Vereins. Zeit ihres Lebens hat sie sich, neben ihren eigenen, um die bedürftigen Kinder und Jugendlichen der Stadt Lomé gekümmert.

Mit dem Verein wird ihr soziales Engagement weitergeführt.

Marose.

## ENGAGEMENT.

Die Vereinsgründer

„Ich möchte das, was ich habe, gerne mit anderen teilen“



Birgit Rohde



Sam Bomboma

„Meine Heimat ist Togo, mein Zuhause Hamburg“

Marose.

## ENGAGEMENT.

Was uns wichtig ist

Unseren Partnern in Togo begegnen wir immer auf Augenhöhe. Egal ob jung oder alt, arm oder reich – unser Engagement lebt von einem guten Austausch. Wir lernen von einander, ganz ohne Hierarchie-Denken. Gute Ideen und ehrliches Engagement werden auf beiden Seiten mit großer Freude angenommen.

Diese Offenheit und Transparenz, auf beiden Seiten, schafft tolle Ergebnisse.

Marose.

## THERESA-BOMBOMA VEREIN.

## VEREIN.

Ziel und Aufgabe

Auch wenn es zur Zeit keine Hungersnot gibt und die politische Lage stabil ist, hat Togo mit hoher Arbeitslosigkeit zu kämpfen. Viele junge Menschen denken deswegen an eine Flucht nach Europa.

Um finanziell unabhängig zu sein und ein selbstbestimmtes Leben in ihrer Heimat führen zu können, brauchen Kinder und Jugendliche eine solide Ausbildung.

Diese will der Verein ihnen geben, durch kostenlose Schulbesuche, Ausbildungen und Kleinkredite für sozial schwache Familien.

Marose.

## VEREIN.

Die Schule



Gute Schulbildung möglich

Eltern müssen kein Schulgeld zahlen

Bereits 13 unterstützte Schulkinder



Marose.

## VEREIN.

Die Schneiderei



Ausbildungsstätte für 20 junge Frauen

Frauen müssen kein Ausbildungsgeld bezahlen

Verkauf von Kissen finanziert Schule

Vergabe von Kleinkrediten an alleinerziehende Mütter, für den Aufbau einer unabhängigen Existenz

Marose.

## VEREIN.

Verkaufskissen und Spenden

Mit jedem verkauften Kissen aus der Schneiderei, wird einem Kind, einen Monat lang, der Schulbesuch ermöglicht.

Durch mehrere Reisen pro Jahr stellen wir sicher, dass die Erlöse der Verkäufe sowie private Spenden auch vor Ort ankommen und dort eingesetzt werden, wo sie benötigt werden.

Marose.

## KISSEN AUS TOGO.

## KISSEN AUS TOGO.

Kollektion

Die einzigartigen Kissen begeistern durch die Intensität der Farben und Vielfalt der Muster.



Marose.

## KISSEN AUS TOGO.

Kunden

Kleinere Mengen der in Lomé gefertigten Kissen vertreiben wir, primär an private Kunden, über unser Bekleidungsgeschäft in Hamburg sowie online.

Für Innenausstatter, Möbelhäuser sowie Gastronomie- und Hotelbetriebe bieten wir Kissen und Tagesdecken zu attraktiven Konditionen an. Bei Interesse helfen wir Ihnen gerne eine passende und individuelle Auswahl zusammenzustellen.

Marose.

## KISSEN AUS TOGO.

Kunden – Beispiel

Als ersten großen Kunden, konnten wir das 25h-Hotel in Paris gewinnen. Die Zimmer des neu eröffneten Hotels haben wir mit Kissen und Tagesdecken ausstatten dürfen.



An abstract graphic consisting of several overlapping, curved, yellowish-orange shapes that resemble stylized pages or folds of paper. The shapes are layered, with some appearing more prominent than others, creating a sense of depth and movement. They are centered on the page.

# OFFERING

LEISTUNGEN & ANGEBOT





# KONZEPTION

// EVENTS // KAMPAGNEN // WORKSHOPS  
// TAGUNGEN // VORTRÄGE // AKTIONEN  
// AUSSTELLUNGEN // SONDERFORMATE  
// STORYBOARDS



# UMSETZUNG

// ABLAUFREGIE // WORKSHOPLEITUNG  
// KREATIV- & KOMMUNIKATIONSBERATUNG





TEXT

// PRÄSENTATIONEN // PITCH DECKS  
// BLOGBEITRÄGE // CLAIMS // WEBSEITEN



# THEMEN

// UNTERNEHMENSKULTUR // NEW WORK

// USP // VISION // MISSION // STARTUPS

// NACHHALTIGKEIT

// 17 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





# COPYRIGHT

März 2020



Die von mir in dieser Präsentation erstellten Inhalte und Werke unterliegen dem deutschen Urheberrecht.

Soweit die Inhalte auf dieser Seite nicht von mir erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet. Sollten Sie trotzdem auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitte ich um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werde ich derartige Inhalte umgehend entfernen.

Das Urheberrecht an allen von mir entwickelten Konzepten, Gedanken, Entwürfen, Grafiken, Zeichnungen und sonstigen Unterlagen verbleibt mangels anderweitiger Vereinbarung bei mir, Johanna Felicitas Maasackers. Die Übertragung der Nutzungsrechte bedarf der schriftlichen Vereinbarung.

Der/Die AuftraggeberIn ist zur Nutzung der Konzepte, Entwürfe, etc. ausschließlich für die nach dem Vertrag vorgesehenen eigenen Zwecke berechtigt.

Änderungen dürfen nur von Johanna Felicitas Maasackers oder den von Johanna Felicitas Maasackers beauftragten Personen vorgenommen werden.

Vervielfältigungen und/oder Weitergabe an Dritte sind nur mit ausdrücklicher und vorheriger Zustimmung von Johanna Felicitas Maasackers zulässig.