



**PORTFOLIO.**

Florian Rümmele

# DER BALL IST RUND UND BLEIBT ES AUCH.

Abkippende Sechseinhalb, schwimmender Neuner, inverse Flügelspieler: Das Fußball-ABC hat sich in der Vergangenheit enorm gewandelt. Als Deutschland die WM 1954 gewann, stand Halbläufer Eckel in der Startelf. 60 Jahre später in Brasilien startete die Löw-Elf mit einer „falschen 9“ in die WM-Endrunde.

Auch im Marketing hat sich in den letzten Jahren einiges getan. Was früher „in Mode war“ ist heute ein „No-Go“. Marken verschwinden, neue Impulse und Techniken stehen uns zur Verfügung.

## Was haben Fußball und Marketing gemeinsam?

Die stetige Veränderung ist eine Bedrohung für alle Romantiker und zeitgleich eine große Chance für alle Visionäre. Dieser schmale Grad fasziniert mich enorm.

Seit 1995 spiele und verfolge ich intensiv Fußball – international, national und regional. Seit 2007 bin ich im Marketing tätig und werde mit großen und kleinen Marken konfrontiert, mit deren Image und dem Wunsch attraktiver und moderner zu wirken.

Kommen Sie mit auf meine persönliche Reise.





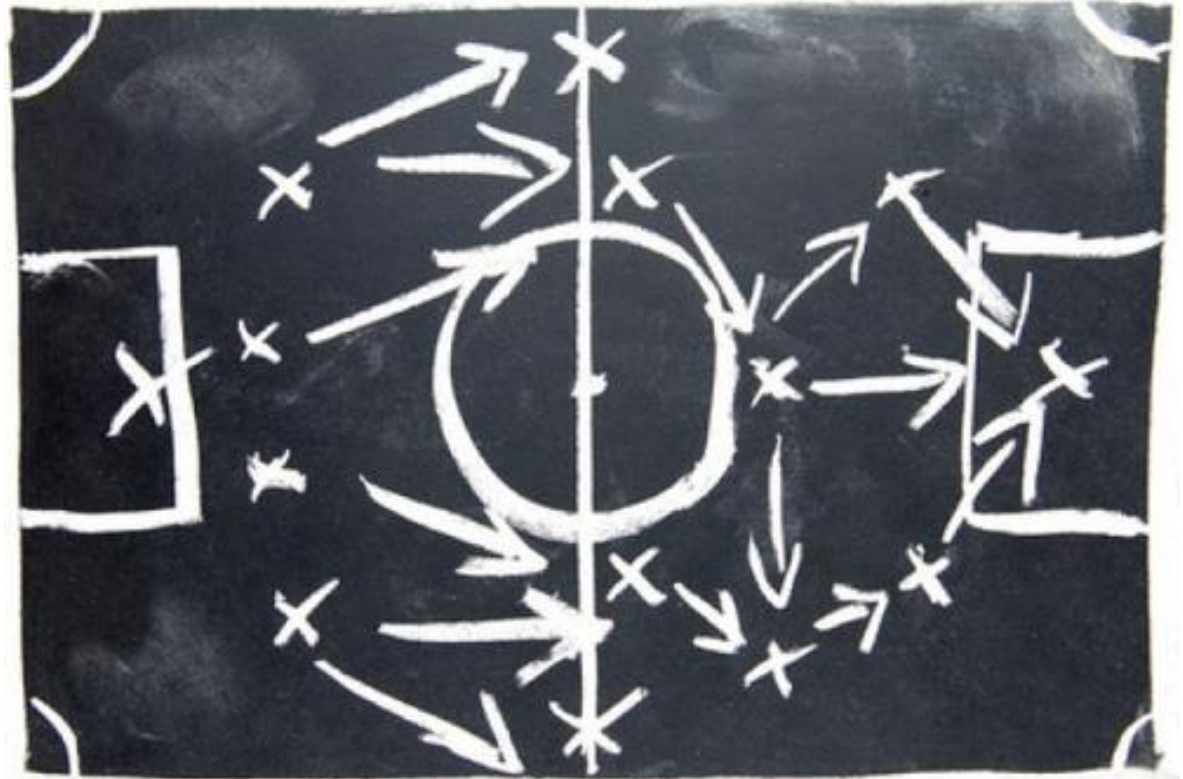
# DIE SPIELWEISE: STRATEGISCH.

Ich bin ein sehr kommunikativer Mensch, auf und abseits des Platzes. Der Austausch mit meinen Mitspielern ist mir wichtig. Feedback fordere ich ein und gebe es auch. Denn nur so kann das Team besser werden.

Mit dem Fußball begann ich 1995. Ich hatte keine Ahnung von den Regeln. Ich wollte einfach nur dem Ball hinterher rennen, Spaß haben. Spiel gewonnen? Super. Wieder mal verloren? Egal.

Schnell habe ich gelernt, das man nur erfolgreich ist, wenn alle im Team eine **gemeinsame Strategie** verfolgen. Im Fußball gibt diese der Trainer vor.

Als Marketing-Experte entwickle ich diese gemeinsam mit meinen Arbeitskollegen und den Kunden. Der Schlüssel zum Sieg ist die richtige Zielformulierung, die Ideen zur Problemlösung erarbeiten wir dann anhand von Kreativitätstechniken.



# ERFOLG IST IMMER ANSICHTSSACHE.

Der SC Freiburg hat noch nie in der Champions League gespielt oder eine Meisterschaft gewonnen. Sprechen wir also von einem Verein, der keinen Erfolg hat? Nein.

Für die Breisgauer ist es ein Erfolg, jedes Jahr aufs neue in der Bundesliga an den Start zu gehen. In Freiburg hat man sich **Ziele** gesetzt, die in Abhängigkeit der eigenen Ressourcen realistisch und erreichbar sind.

Meine Fußballkarriere weißt bis dato drei Meisterschaften in der B- und C-Klasse auf, in der Jugend durfte ich mich gegen o.g. SC Freiburg duellieren. Für mein fußballerisches Talent ist das tatsächlich okay.

Auf Berufsebene stehen eine Ausbildung zum Verlagskaufmann, ein berufsbegleitendes Studium zum Direktmarketing-Fachwirt und bisher drei gewonnene Awards zu Buche. Da geht noch etwas mehr, vielleicht gemeinsam mit Ihnen?



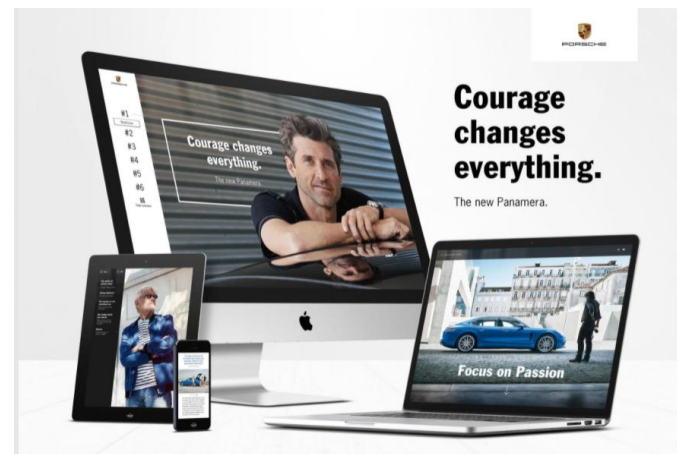
reddot award 2017  
winner



# KARRIERE HIGHLIGHTS. BIS JETZT.

Das Buzzword „Storytelling“ wird vielerorts noch unterschiedlich interpretiert. Was versteht man unter einer guten Geschichte? Wie wird sie erzählt? Und was braucht man eigentlich dafür? Für die Einführungskampagne des Porsche Panamera ging ich 2 1/2 Jahre lang dieser Frage nach. Es wurden Testimonials gesucht, Konzepte erstellt, Fotografen gebrieft, Interviews geführt, Shootings begleitet.

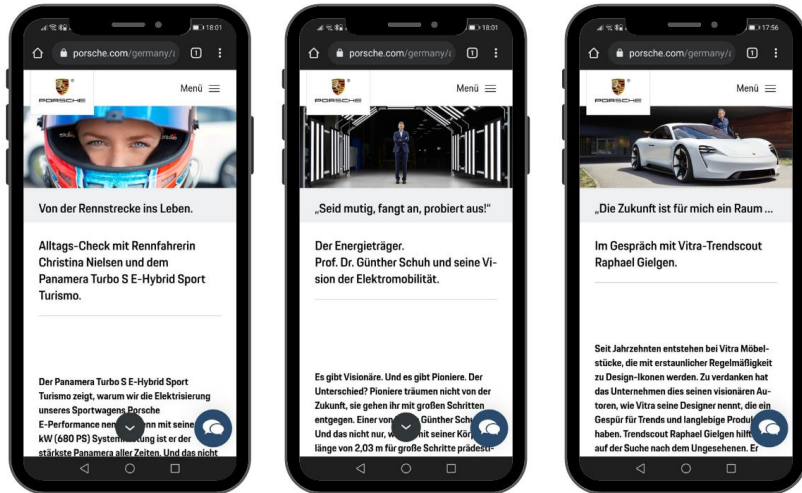
Das Endprodukt: Eine Serie von hochwertigen CoffeeTable-Books und ein ergänzendes Webspecial.





# KARRIERE HIGHLIGHTS. BIS JETZT.

Der Porsche Taycan ist der erste vollelektrische Porsche. Ich durfte das Vorbesteller-Programm, die Kommunikation der Konzeptstudie „Mission e“ und die dazugehörige Kommunikation auf der e-Performance Porsche-Landingpage begleiten.



Digital Storytelling: Rennfahrerin Christina Nielsen (Aarhus), Fahrzeugbauer Prof. Dr. Schuh (Aachen) und Zukunftsforscher Raphael Gielgen (Weil a. Rhein) wurden vor Ort besucht, interviewt und per Foto und Video in Szene gesetzt. Rechts: Taycan RC-Car. Das Auto wurde nach originalen 3D Daten nachgebaut und konnte via eigens geschaffener App mit dem Smartphone ferngesteuert werden.



# MEIN SPIELERPROFIL.

- Jahrgang 1986 | verheiratet, 1 Kind
- seit 2007 in verschiedenen Positionen im Marketing tätig; Kunden u.a. AUDI AG, Porsche AG, Hapag-Lloyd Cruises, Quooker
- seit 2019 Host des Sport-Podcast "Anpfiff" mit Interview-Gästen wie Fußballnationalspielerin Sandra Starke oder Eishockey-Nationaltorwart Danny aus den Birken
- seit 1995 aktiver Fußballer
- 2 1/2 Jahre ehrenamtlicher Pressereferent bei einem Ringerbundesligist

