

LEBENS LAUF

NAME: Angelo Michele Franke
GEBURTSDATUM: 25.Mai
GEBURTSORT: Palermo/ Italien

SCHULBILDUNG:

Grundschule in Berlin
Musikgymnasium der Regensburger Domspatzen in Regensburg
Camerloher musisches Gymnasium in Freising
1987 Abitur

STUDIUM:

1987-1990 TU München, Diplom-Sportlehrer
1990-1993 Deutsche Sporthochschule Köln,
Diplom-Sportwissenschaft
Schwerpunkte Sportmarketing/ Sportmanagement
Abschluss als Diplom-Sportwissenschaftler
Diplomarbeit: PR/Kommunikationskonzept zur
Markt-Einführung eines Sportartikels (Oakley)

TÄTIGKEITEN WÄHREND DES STUDIUMS:

1988 Eureka TV,
München, freier Redakteur für Nachrichten und Sport
1989-1990 Präsidiumsmitglied der Bundesfachtagung Sport,
Pressesprecher
1990-1992 Kölner Stadt-Anzeiger,
Sport-Redaktion, freier Mitarbeiter
1991 Sport + Markt Marktforschung, Köln,
freier Mitarbeiter (Marktforschung, Akquisition)
1991-1992 Deutsche Olympische Gesellschaft (DOG), Köln
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring

BERUFSERFAHRUNG (FESTANSTELLUNG):

1993 Oakley Inc., Los Angeles, USA
viermonatiges Trainee im Sport-Marketing
1993 Oakley Europe, Paris, Frankreich
zweimonatiges Trainee im Advertising
1993-1996 B&W Sporttrade, Aachen
PR-Manager Germany
O'Neill Sportswear und Oakley Sunglasses,
verantwortlich für alle PR-Aktivitäten und das
Sport-Marketing/ Sponsoring/ Event-, Handels-Marketing
AB 1994 Werbeleiter
O'Neill und Oakley
verantwortlich für die gesamte Marketing-Kommunikation in Deutschland
1995-1996 B&W Sporttrade, Aachen
Projekt-Management Kommunikation
1995-1996 Calvin Klein: PR-, Großflächen-Kampagne zur
Einführung von CK in Deutschland

BERATER-TÄTIGKEIT: (MARKETING-KOMMUNIKATION)

PROJEKTE (AUSWAHL)

1996-1998	Beratung von Unternehmen und Sportlern im Bereich Sport-Marketing, Sport-Sponsoring, Sport-Management
U.A. ADIDAS:	strategische Konzeption und Beratung bei Event- und Personen-Sponsoring-Maßnahmen (Snowboard Weltcup, Beachvolleyball etc)
REEMTSMA/HEWLETT PACKARD:	konzeptionelle Planung und Realisierung von Maßnahmen zur Kommunikation mit und Bindung von jungen Zielgruppen (Events, Sponsoring)
DTV DÜREN :	
1999	(Volleyball-Bundesliga): konzeptionelle und strategische Sponsoring-Beratung (Präsentation, Sponsoren-Suche, Realisierung)
BERTELSMANN AG/ BERTELSMANN STIFTUNG:	
1999-2001	Projektleitung Marketing-Kommunikation (PR, Sponsoring, Kooperationen)
MEDIENAKADEMIE KÖLN:	Aufbau der Kommunikations- und PR-Abteilung, Organisation der offiziellen Eröffnungs-Veranstaltung, PR-Kommunikation zum TM-Master, Kooperations-Mangement, Aufbau des Partner-Netzwerkes
RTL NEWMEDIA/ CONDOMI AG:	Konzeption und Realisierung der Condomi / RTL-Kooperation im Bereich Content-Management/ E-Commerce
RTL NEWMEDIA/ VISTA NEW MEDIA:	Konzeption und Realisierung der Vista/ RTL-Kooperation bei der Implementierung der Agenten-Technologie als Tool für Permission Marketing (integriertes Kommunikations-/ Bindungs-Konzept)
KDH & P WERBEAGENTUR:	
2001-2002	Freier Konzeptioner
KROMBACHER:	Produkt-Launch „Krombacher Cab“ Strategie, Konzeption, Kooperationen, Event-Marketing, Sponsoring-Kommunikation
EXTRACT GMBH	
2003-2004	Senior Berater
ESPRIT EUROPE/ ESPRIT SPORTS:	PR, Event-Marketing, Sponsoring, Kooperationen zum Launch von Esprit Sports, Personen -PR
SEVENS SHOPPING-CENTER (DÜSSELDORF):	klassische PR, Event-Marketing, Radio-/ TV-Promotion, Brand-Building

MEDIZIN UND GESUNDHEIT:

2004-2006

Ausbildung zum Heilpraktiker an der Deutschen Paracelsus Schule in Köln

ZUSATZ-SEMINARE:

Osteopathie
Autogenes Training
Ernährung, Wellness, Anti-Aging

WAS SONST NOCH INTERESSANT SEIN KÖNNTE:

- verhandlungssicher in Englisch durch Studien- und Arbeitsaufenthalte in USA und UK
- sehr gute Italienischkenntnisse, Grundkenntnisse in Französisch und Spanisch
- PC: gute Kenntnisse in MS Office und Internet
- Mitarbeit an einem Buch über die Zusammenhänge von Medienkonvergenz und Permission-Marketing unter Verwendung der Agenten-Technologie
- bestehende gute Kontakte im Umfeld Medien, Internet, Wirtschaft, und Kommunikation im Bereich Presse, TV, Verbände und Institutionen (z. B. Wirtschaftsministerium, DMMV etc.)
weitere gute persönliche Kontakte im „jungen“ Umfeld Musik/ Kultur, Sport, Mode und Lifestyle im Bereich Presse, TV, Verbände, Institutionen sowie Agenturen, Künstlern, Sportlern und „VIP's“

TEILNAHME AN SEMINAREN:

- Teilnahme am „Merck-Pharma Markenkolloquium“
des Instituts für Markentechnik Genf (Mai 1998): „Die Macht der Marke“

TEILNAHME AN SEMINAREN DER MEDIENAKADEMIE KÖLN:

- „Intranet im Unternehmen“ (Januar 2000)
- „Neue Formen der Werbung durch neue Medien“ (Februar 2000)

TSV 1860 MÜNCHEN (Jugendtrainer Fußball)