

KURZBIOGRAFIE

JAN KNOPP

Geboren 09.04.1975 in Wolfenbüttel. Verheiratet.

Holstentwiete 1, DE-20763 Hamburg

www.dadaist.org, www.janknopp.org

WORKHISTORY UND AUSBILDUNG

- 2009 Umzug nach Hamburg. Freier Texter und Konzepter
- 2007 Gründung *Büro für Populärkultur* in Basel. Freier Texter und Konzepter.
- 2006 Mitbegründer und -inhaber der *RIVIERA* in Basel. Destination für Mode und Produkte.
Senior Texter bei *FAVO Scholz & Friends* Schweiz
- 2004 – 2006 Freier Konzepter und Texter, vorwiegend in Hamburg und Basel.
- 2003 – 2004 Texter bei *Red Rabbit Leo Burnett*, Hamburg.
- 2002 – 2003 Freier Art Direktor in Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg. U.a. für *Donkey*, *BBDO*, *Ogilvy*,
Damm und NDB+
- 2002 Gründung der Agentur *For Better Life GmbH*, Agentur für Werbung mit Mehrwert.
- 1996 – 2002 Studium Kommunikationsdesign, University of Applied Sciences Würzburg.
- 1998 Jeweils ½-jähriges Praktikum bei der *BBDO* Düsseldorf und *NDB+* Frankfurt.
- 2000 – 2001 Redaktionelle Mitarbeit bei der *NETZWOCHE* – Magazin für E-Business und E-Commerce
in Basel.
- 1999 – 2001 Entwicklung und Redaktion beim *Würzburger*, Magazin für Kommunikation und Gestaltung.
- 1996 – 1997 Redakteur beim *MÜNCHNER* Stadtmagazin, München.
- 1982 – 1995 Abitur an der Rudolf -Steiner Schule, Nürnberg. High School Abschluss in den USA und
Auslandsjahr in Kolumbien.

AUSZEICHNUNGEN

IF, Type Berlin, ADC Nachwuchs, DDC, Effie SL, Cross Media Award (CH), Cannes Lion Bronze

FREIE PROJEKTE

- 2009 Mitbegründer und Autor des Online-Magazins *ABOUT GREAT PEOPLE* Magazine
- 2007–2009 *Trinkenhilft.org*. Alle helfen der Welt, wir helfen uns selbst. (www.trinkenhilft.org)
Gründung des *REH4* und Organisation des Revierfestivals *REH4* in Basel.
Guerilla Workshop am Hyperwerk, FHBB Basel, als Dozent.
- 2006 Eröffnung des Modeladens *RIVIERA*. Destination für Mode und Produkte. Ladenkonzeption
und Design. (www.baslerriviera.ch) Feldbergstrasse 43. 4057 Basel.
Entwicklung des Labels Bone Idle. Ausrufung des 22.07. zum internationalen Welttunixtag und
Gründung *Int. Club of Idleness*. (www.welttunixtag.com)
- 2005 *Becoming Swiss* auf becomingswiss.blogspot.com. Schweizerwerdung live im Internet.
- 2004 – 2005 Dozent am Lessing Gymnasium Hamburg. Theaterprojekt für die Oberstufe und
Abiturprüfungsfach zum Thema Konsumrausch in Zusammenarbeit mit der Körper Stiftung
und im Zuge des Jugendtheaterfestivals am Ernst-Deutsch-Theater Hamburg.
- 2004 – 2005 Buchprojekte für den *BFF Deutschland* (Bund freier Fotodesigner). Juniorenbücher Nr.9 +10.
- 2004 Buchprojekt mit Christina Körte *Eigentlich sind wir anders – 7 Schweizer Mythen und
Klischees*. Erschienen 2005 im WERDVerlag, CH.

REFERENZEN, JAN KNOPP. TEXT, KONZEPTION & UNGEWÖNLICHE MASSNAHMEN:

KAMPAGNEN

Brunette, Philip Morris (CH)	<i>Image- und Verkaufskampagne für die redesignede Marke</i>
Camel Active	<i>Diverse Anzeigen und Massnahmen</i>
Daniel Hechter Sport	<i>Einführungs- und Handelskampagne</i>
FC St. Pauli Weltkulturerbe	<i>Sponsoring-Kampagne</i>
Globus Reisen (CH)	<i>Image- und Einführungskampagne</i>
Hardenberg Wilthener	<i>Imagekampagne</i>
Huggies (CH)	<i>Imagekampagne</i>
Focus Verlag	<i>B2B für diverse Titel, Kampagne H.O.M.E</i>
Heinrich Bauer Verlag	<i>Anzeigen B2B Publikumssegment</i>
Jägermeister	<i>Rock:Liga</i>
Luzerner Sinfonieorchester (CH)	<i>Image- und Abokampagne</i>
Mobilcom	<i>Image-Kampagnen, Kampagne zur Wiederherstellung des Aktionärsvertrauen</i>
MSF/Ärzte ohne Grenzen, (CH)	<i>Kampagnen-Plattformkonzeption für eine neue MSF-Kommunikation</i>
National Suisse (CH)	<i>Image- und Verkaufskampagne</i>
Philips	<i>Hausgeräte-Kampagne</i>
Sanitas (CH)	<i>Image-Kampagne</i>
Siemens	<i>Hausgeräte-Kampagne</i>
Surprise (CH)	<i>Fundraising Kampagne</i>
Sunrise (CH)	<i>Image-Kampagne</i>
Toni Gard	<i>Kampagne Hi-Tech-Line</i>
UBS Kreditkarten (CH)	<i>Diverse Massnahmen, Kreditkartenkampagne</i>
20Min (CH)	<i>Radio, Anzeigen und Friday</i>

WEB SPECIALS

ABOUT Great People	<i>Online-Magazin Entwicklung</i>
Hansaplast	<i>Web Specials (in progress)</i>
Globus Reisen	<i>Webentwicklung und Online-Verkaufskonzept</i>
MSF	<i>Online Plattform</i>
Nivea (CH)	<i>Diverse Web Specials. U.a. „Vereinsmeisterschaft“ Nivea Xtreme</i>
Skoda	<i>Web Specials (in progress)</i>
Surprise (CH)	<i>Helfershelfer.org Fundraising, „Weihnachtsmärchen“ Web Special</i>
Telekom	<i>Web Special „Die längste Liebeserklärung der Welt“ Online Kampagne</i>
VW	<i>Web Specials (in progress)</i>
UNICEF (CH)	<i>Online-Shop</i>

LITERATUR/EDITORIAL

Basel Tourismus (CH)	<i>Image-Literatur (Welcome Package, Image Broschüren...)</i>
Daniel Hechter Sport	<i>Philosophie und B2B Literatur</i>
Globus Reisen (CH)	<i>Magalog-Entwicklung und Redaktion</i>
Falkenbier (CH)	<i>Philosophie, Claim, Ausstattung und Trainings-Lager</i>
Kimberly Clark (CH)	<i>Broschüren für DryNitesm, Huggies, Advertorials</i>
Messe Basel (CH)	<i>Image und B2B</i>
Neue Sentimental Film	<i>CI, Image- und Annual Report</i>
Ron Orp	<i>Kolumnen</i>
Surprise Strassenmagazin	<i>Redaktion</i>

IDEENLIEFERANT / BRAINSTORMINGS

Vodafone, Audi, Lucky Strike, Dunhill, Mercedes, Cebit Webciety, Cebit Musikmesse, Agfa Photo, Coop (CH), Wunschprogramm TV, Telekom, BECK's,

EXPERT

Brainstore	<i>Experte für Werbung und Jugendmarketing</i>
Ernst Deutsch Theater/Körper Stiftung	<i>Leitung Werbe-Theater AG, Oberstufe Lessing-Gymnasiums, HH</i>
Hyperwerk FHBB, Basel	<i>Guerilla-Marketing Workshop, Dozent</i>
REH4	<i>Vorstand, Kommunikation</i>