

Beruflicher Background

Von 1966 bis 1979	Vom Junior-Texter zum Creative Director bei J. Walter Thompson GmbH, Frankfurt/ Deutschland
Beispiele	Verantwortlich für nationale und internationale Marken der Unilever und Lever Fabergé . für Coral: in Zusammenarbeit mit Crew-Members von Yellow Submarine Aufbau einer alternativen Waschmittel-Persönlichkeit zu Persil . für die CD-Pflegeserie „An meine Haut lasse ich nur Wasser und CD“: Aufbau eines neuen Frauen- und Pflgetyps mit Testimonials wie Jil Sander
Seit 1975	Prokuristin und leitende Angestellte
Beispiel	Team-Mitglied beim Relaunch von Jacobs Krönung, die mit Karin Sommer zu einer bemerkenswert erfolgreichen Marke im Lebensmittel-Einzelhandel wurde
1979	Anbau eines Wickeltisches an meinen Schreibtisch und Wechsel vom Prokuristen zum Selbständigen
Seit 1979 Beispiele	Creative Consultant für Werbeagenturen für: L'Oréal, Wella, Vaihinger (erstes 100%-Saft-Konzept), Vileda, Hessischer Sparkassen- und Giro-Verband, Nestlé, Ferrero Duplo
Autor	Verantwortliche Autorin für die Einführung des Babyjahres für Mütter mit einer Gesamtauflage der Broschüre der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung von 88 Millionen Exemplaren Konzept und Text für die MercedesCard von Mercedes-Benz: „Die Marke ist der Mensch.“

1999 Aufbau einer Gemeinschaftswerbung für Augenoptiker	Optioo-Präsentation vor den Häusern Dancker, Friedrichs, Hepp, Krell, Meurer, Nosch, Ryser, Scherzer, Wagner, Zickenheiner u. a.
2003	Veröffentlichung im Jahrbuch der Werbung mit dem Verbund-Kommunikationskonzept für das führende selbständige Augenoptik-Unternehmen als Image-Marke vor Ort
2004	In Zusammenarbeit mit der Frankfurter Societäts- Druckerei der Frankfurter Allgemeine Zeitung: Konzept einer Kundenzeitschrift für Augenoptik- Betriebe Präsentationen des Augen-Kundenmagazins im Hause ZVA, Düsseldorf, und im Hause Spectaris, Köln/Berlin
Ab 2008	Creative Consultant mit Projekten für Mittelstandsunternehmen in Augenoptik und Objekteinrichtung
Leistungsspektrum	Aufbau von Marken – wie auch von Unternehmen zur Marke; Profilierung der Markenpersönlichkeit für ihre Märkte; und Mitwirkung bei der Markenführung in: Logo, Firmenlinie CI/CD, Print, Direct Marketing, TV, Radio, Web.
Kernkompetenz	Entwicklung kreativer Strategien, Konzepte und Ideen sowie deren Umsetzung in Gewinn.
Uschi Leucht Oberursel 2013	