

## „Archetypen. The Heartbeat of a Brand.“

*Carina Rodekohl, Strategic Planner Freunde des Hauses | 15.04.2020*

### **Eine Freundin des Hauses zu Gast an der IUBH Internationale Hochschule.**

Die Freundschaft zwischen Freunde des Hauses zur IUBH Internationale Hochschule und Frau Dr. Gabriele Schuster (Fachgebietsleiterin für Marketing & Initiatorin der Zusammenarbeit) besteht bereits seit mehreren Jahren. Boris Schmarbeck (Geschäftsführer Kreation) ist schon einige Male gerngesehener Gastredner gewesen, der über kreative Prozesse, Kundenprojekte und das Tagesgeschäft einer Werbeagentur referierte.

Im Dezember letzten Jahres durfte ich für die Freunde des Hauses Am Hamburger Campus der Hochschule als Gastrednerin den Marketing-Studierenden einen Einblick in meinen Alltag als Strategin geben. Zu diesem gehört die Arbeit mit dem **Archetypen-Modell**, welches auf universale Urbilder des Menschen und die Archetypenlehre von Carl Gustav Jung fußt.

Unter dem Motto „**Archetypen. The Heartbeat of a Brand.**“ sprach ich über die Entstehung des Modells, die Bedeutung hinter den einzelnen Archetypen und welche Rolle diese in der strategischen Markenführung und -entwicklung einnehmen. In einem stark praxisorientierten Vortrag mit konkreten Beispielen aus der Agentur und bekannten Marken durften die Studierenden aktiv mitmachen und sich an dem Modell ausprobieren. Ein großer Vorteil der Archetypen: sie sind zeitlos, kulturübergreifend gültig und einfach intuitiv erfassbar.

Ich habe mich sehr gefreut, für die Freunde des Hauses mit Studierenden in einen regen Austausch zu treten und so eine Verbindung zwischen Arbeitsleben und Studium zu schaffen. Aus meiner eigenen Studienzzeit

weiß ich, wie wichtig und interessant Einblicke in den Berufsalltag und die Praxis sind.