

Arno Selhorst

aktuell

User Experience Lead

@

Publicis Sapient Cologne

Das Schönste, was wir erleben können, ist das Geheimnisvolle.

Albert Einstein

Danke, dass Sie vorbeischauen!

Natürlich könnten Sie mich auch einfach "[googlen](#)", aber wo wir uns jetzt schon einmal hier getroffen haben, lohnt sich vielleicht ein genauerer Blick.

Übrigens: wo zutreffend habe ich die Portfoliobeispiele mit Belegen verlinkt. Leider sind nicht mehr alle Projekte als Original online. Internet eben...

Etwas zu mir:

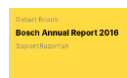
Als leidenschaftlicher „Storyteller“ nutze ich klassische Konzeption, radikale Nutzerzentriertheit, Copywriting, Technologien und Innovationen, um meine Geschichten sowohl on- als auch offline zu erzählen. Damit diese Geschichten auch den Nerv der Zeit treffen, mache ich mich interdisziplinär mit allen möglichen und unmöglichen Aspekten meiner aktuellen Aufgabe vertraut. Man könnte das auch als „kreatives Method Acting“ verstehen. Vielleicht hat mich deshalb ein Kollege einmal ein „*Inspirations-Trüffelschwein*“ genannt. Auch wenn ich nicht von Beruf Entwickler bin, beschäftige ich mich mit Tech-Themen wie VR & AR // UNITY & Unreal Engine (alle aktuellen XR-Plattformen...), Chatbots (bsp. Dialogflow), automatisierte webbasierte Prozesse (Trigger, Dienste, Systeme), Online-Reputationssysteme, WiFi-Mesh-Netzwerke, Crowdsourcing-Architekturen sowie Bitcoin/Ethereum & Blockchain-Innovation im Allgemeinen. Am anderen Ende des Spektrums tauche ich in die Themenbereiche Alternate Reality Gaming, Transmedia Storytelling, Unfiction, interaktive Immersion, Computerspiele und Wachtraumforschung ein und lese gerne Science Fiction wie z.B. "Daemon" und "FreedomTM" von Daniel Suarez.

Sehr gern würde ich mich mit Ihnen über die unglaublich vielfältigen Möglichkeiten des auditiven Genres unterhalten und darüber, wie die Geschichten, die wir erzählen, nicht nur zu unserem Reichtum beitragen, sondern auch zu einer Fülle von Inspiration für unsere Zuhörer werden können. Nehmen Sie sich also bitte einen Keks, lehnen Sie sich zurück, entspannen Sie sich und genießen Sie einige der Geheimnisse, die ich vorbereitet habe. Die Beispiele sind nicht chronologisch und stellen nur einige der Projekte dar, die mir viel bedeutet haben, entweder weil das Team außergewöhnlich war, die Herausforderung sich gelohnt hat oder weil das Thema einfach unglaublich facettenreich war.

Wenn Sie mehr über diese oder andere Projekte wissen möchten, [lassen Sie uns reden!](#) :)

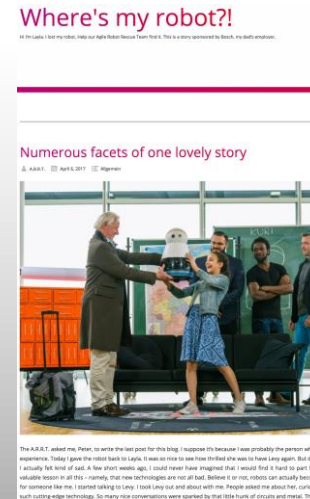


BOSCH



1. Geheimnis – Wie man Interesse für einen Jahresbericht weckt.

#MyRobotExperience war eine Transmedia-Geschichte mit ARG-Elementen (Alternate Reality Gaming), um in der breiten Öffentlichkeit Aufmerksamkeit für den Bosch-Jahresbericht 2016 zu generieren. Ich habe die Erzählung entwickelt, den Kunden an das Thema über Workshops heran geführt, die Nutzungserfahrung der Geschichte beaufsichtigt und mit dem Team zusammengearbeitet, das sie ausführte. Gewann "Best" in der Kategorie "CR & Jahresbericht" (Deutscher Preis für Online-Kommunikation 2018) und "Best of PR", Galaxy Awards, 2017. Worum es ging? Lassen Sie uns darüber reden!



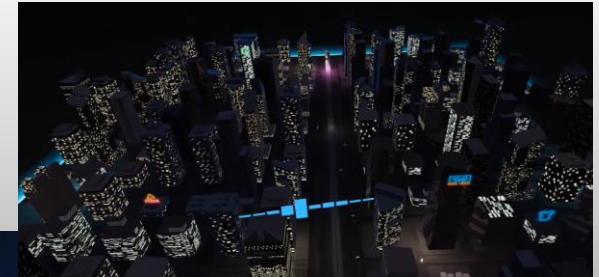
Michael Farrugia Great PR story. Well crafted and brilliantly executed. Well done to the whole team 🍷 And of course to the stars Kuri and Layla. Here's hoping for a sequel!
Gefällt mir · Antworten · 6 · 6. April um 13:31

Genrot Maltes
March 18, 2017 at 8:42 PM
This develops like a thriller. Is this really happening or is it a marketing story? If it's marketing, you guys hit it out of the park with this one. Never saw something like this before. It feels like following a mystery show – live – on the web.

Samia Haimoura At first I really thought you lost the Robot. But I take my hats off now for the well orchestrated Marketing campaign 😊 ... this is genius! lol
Gefällt mir · Antworten · 58 Min

2. Geheimnis – Wie VR Millennials für Finanzprodukte begeistert.

Ausarbeitung eines Konzepts für ein immersives Erlebnis am PoS bei den Volks- & Raiffeisenbanken in Deutschland. Die Spieler sollten sich selbst helfen, ihr zukünftiges Selbst zu einem besseren Leben zu führen. [Hier ein paar Eindrücke.](#)





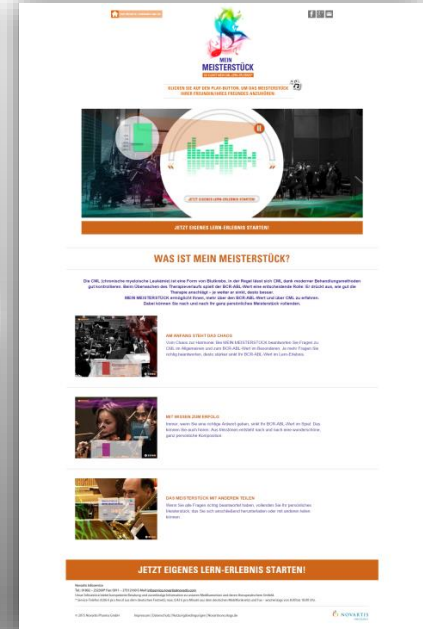
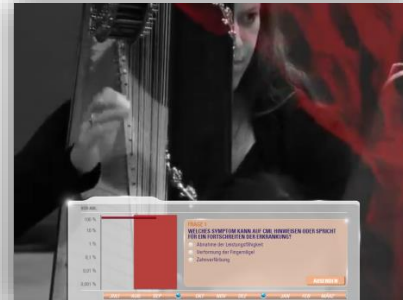
3. Geheimnis – Wie AR die Notwendigkeit von 5G verdeutlicht.

Die Telekom bat uns eine Zukunftsvision in Zeiten von 5G zu entwickeln. Wie würden wir beispielsweise in Zukunft ein Fußballspiel anschauen? Ich entwarf eine immersive Augmented Reality Erfahrung, schrieb Konzept und Copy und arbeitete mit einem großartigen Team, um „AR Sports“ Wirklichkeit werden zu lassen. Die Installation gewann Silber bei den Stevie Awards 2019, Gold bei W3 2018 und den Echo Award 2018.



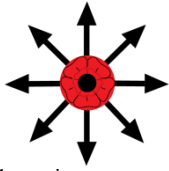
4. Geheimnis – Wie man mit spielerischen Ansätzen Herzen gewinnt.

Idee, Grobkonzept und Betreuung der Realisierung von "Mein CML-Meisterwerk", einer interaktiven Lernerfahrung, bei der die Benutzer eine Musikpartitur erstellen, indem sie Fragen zur "Chronischen myelogenen Leukämie" beantworten. (momentan noch [online](#))



Agilby

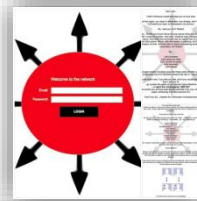
Agilby



5. Geheimnis – Wie man zwischen seinen Kollegen “undercover” geht.

Konzipierte, plante und führte einen agenturinternen Transmedia-Storytelling-Prototyp aus, der darauf abzielte, die richtigen Mitglieder für mein Innovation Lab zu finden. Wie das so war, erzählte ich später in einem [Vortrag](#) für „Creative Mornings“ in Köln.

Eine Grundstory wurde laufend optimiert, während die Teilnehmer unwissentlich ihr Feedback gaben. Die Geschichte wurde auf Tumblr, in Blogs, unserem Intranet, in den Büroräumen der Agentur, auf gekaperten Videobildschirmen des Unternehmens und auf nicht gelisteten YouTube-Videos („[finales Abschlussvideo](#)“ als Beispiel) und Facebook in Echtzeit erzählt.



Agilby

6. Geheimnis – Wie man den Wandel formalisiert und sich der Zukunft öffnet.

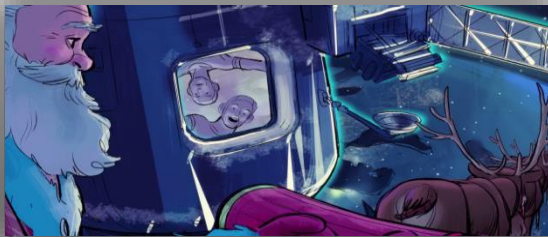
Ich leitete Ogilvy Düsseldorf's erstes „Expert Lab“ für Innovation. Ich erstellte das Konzept des Innovationslabors, definierte Rollen und Verantwortlichkeiten, konzipierte einen Geschäftsplan zur Refinanzierung und wählte die Mitarbeiter sorgfältig aus.





7. Geheimnis – Wie eine immersive VR Erfahrung die Magie der Weihnachtszeit zurück brachte.

Besucher des Coca Cola Weihnachtstrucks gingen 2015 mit dem Weihnachtsmann auf eine magische VR-Schlittenfahrt ([prototype video](#)). Hier das [Story Konzept](#).



Ogilvy

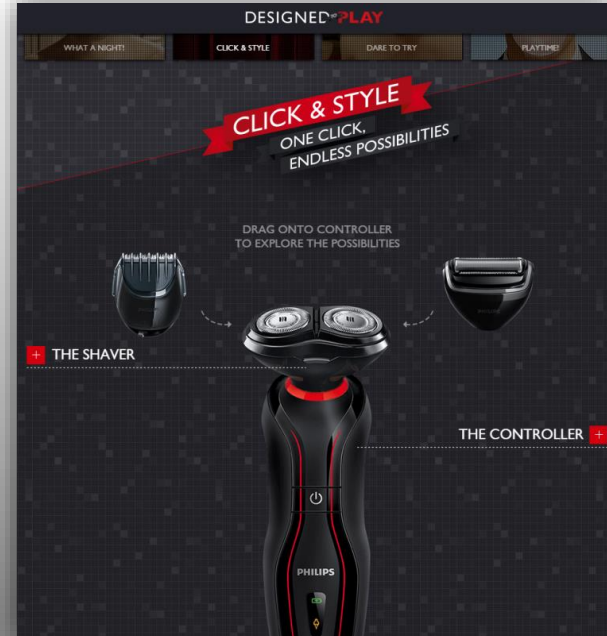
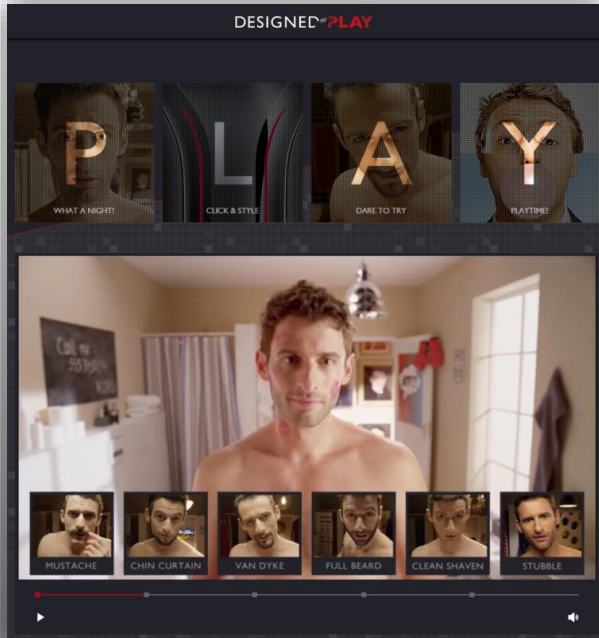


8. Geheimnis – *Wie man Millennials spielerisch vom Rasieren überzeugt.*



Konzeptentwicklung für Philips' spielerische Online-Erfahrung "[Designed to Play - Ein Mann, 5 Stile, 625 Möglichkeiten](#)".

Die Zuschauer konnten über den Bartstil der Hauptfigur verschiedene Handlungsstränge freischalten. [Silberner Effie, 2014](#).



Ogilvy

9. Geheimnis – *Wie ein Huhn began, Kameras zu verkaufen.*

Konzept und strategische Unterstützung für "[Das Huhn](#)". Der kurze YouTube-Clip nutzte ein ziemlich einfaches, der Natur entsprungenes Phänomen, um die Vorteile des neuen FujiFilm-Bildstabilisators zu veranschaulichen.





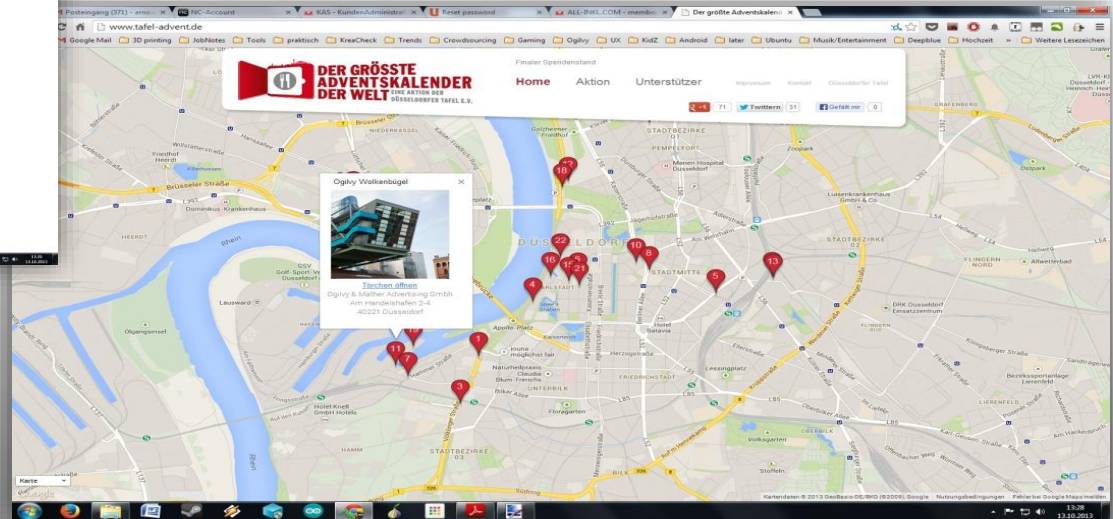
Düsseldorfer Tafel e.V.

10. Geheimnis – Wie sich off- und offline zu einer großartigen Wohltätigkeitsaktion verbinden lassen.



Konzeption für den weltgrößten Adventskalender. (Case)

Gewann einen [Bronze Effie, 2012](#).



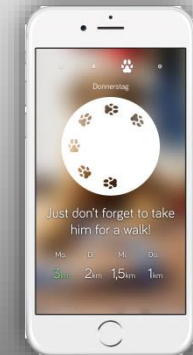
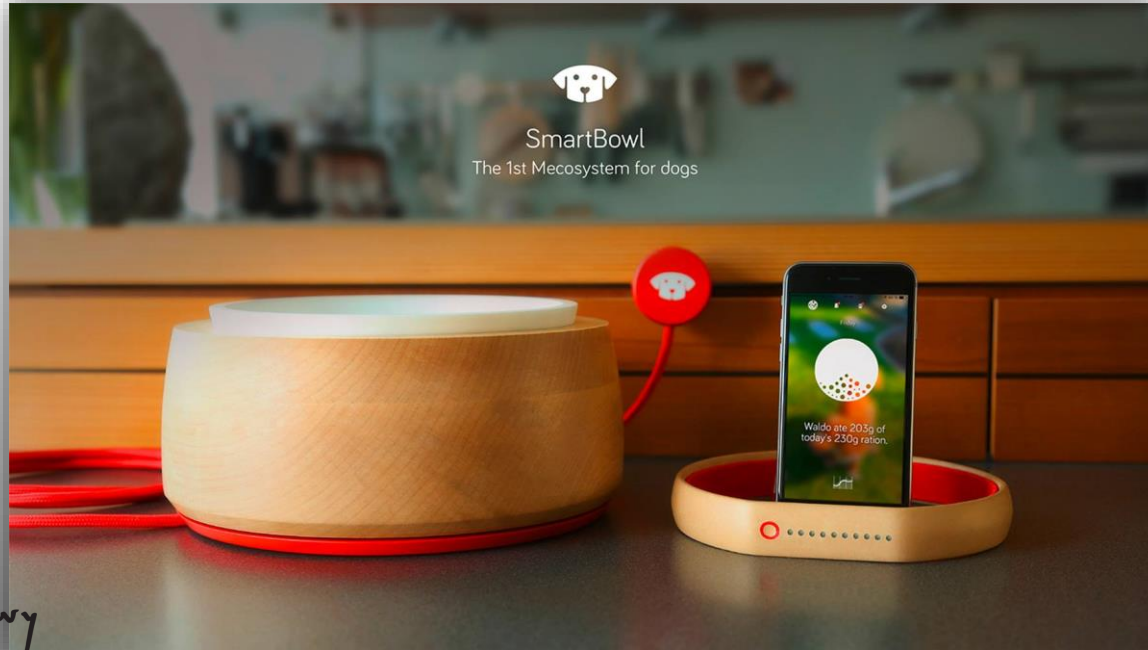
Ogily



11. Geheimnis – Wie man Haustierbesitzer zu Markentreue bewegt.



Entwicklung eines App-Konzepts für ein [innovatives Hundefutter-CRM](#), einschließlich eines "Smart Bowl" und eines "Smart Collar". Das CRM stand der engeren Wahl für die Cannes Innovation Lions 2015. Der Arbeitsprototyp ([Video](#)) sollte später mit dem Partner realisiert werden.



Ogilvy



ROBINSON

12. Geheimnis – Wie ein Mauszeiger Urlaub bekam.



Kreative Idee und Konzept für Benutzer, die ihren Mauszeiger in den Urlaub schicken möchten. Der Mauszeiger meldet sich per Postkarte und eigenem Social Media Profil aus dem Urlaub, erzählt von dem riesen Unterhaltungsangebot, wird dabei brauner und entspannter. So kann er sich wieder erholt und voller Elan nach dem Urlaub in die Arbeit stürzen. Genau, wie die Menschen, die mit Robinson in den Urlaub gehen. Cannes-Shortlist, 2010.

13. Geheimnis – Wie man eine Versicherung zum Lifestyle Produkt macht.



Konzept für die iPad-Magazin-App "[HIER](#)". Damals war es das erste [iPad-Magazin für eine Versicherung](#). Die Aktivierungskordinaten der App wurden Teil des individualisierten Magazintitels. Jeder Artikel bietet zwei spannende Möglichkeiten für die Leser: ein spielerisches Querformat und eine vertikale, inhaltsreiche Version. Eine intuitive Navigation führt die Leser zu Artikeln, Exposés oder zum App-Store. ([Feedback](#))

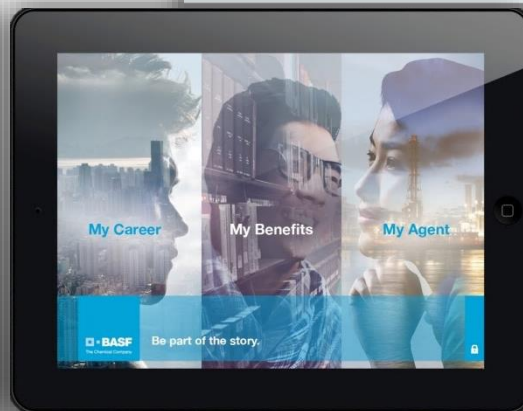
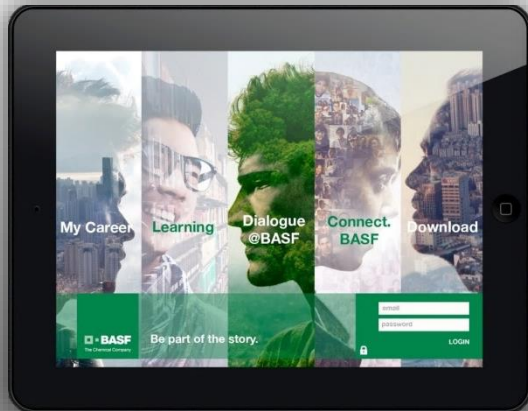


Ogilvy

14. Geheimnis – Wie ein Konzept 113.000 Menschen in 80 Ländern zusammen brachte.

Entwickelte das "Markenbotschafter"-Konzept für den Pitch zum Thema „Employer Branding“.

Ebenfalls Entwicklung von 2 Ipad apps.



Agiloy

Abgesehen von den bereits erwähnten Geheimnissen war ich damit beschäftigt,
Website-/Anwendungs-/Kreativkonzepte für die folgenden Marken zu
konzipieren, diskutieren, Prototypen zu erstellen, zu testen und freizugeben.

Allianz 



Standard Life 

HSBC  Trinkaus

XING 


Unilever


NISSAN

DPD 




Wachstum erleben.





TOYO TIRES
driven to perform





Schwäbisch Hall 
Auf diese Steine können Sie bauen

BOSS
HUGO BOSS







prodir [®]

Kamps 


make the connection






GUYLIAN




die lobby für kinder

DEUTSCHER KINDERSCHUTZBUND - ORTSVERBAND KREFELD E.V.



Marc Hässicke
Manager Experience Design
bei Publicis Sapient

March 19, 2020, Arno worked with Marc in the same group

Arno is a great sparring partner for every ideation. He has extremely inspiring ideas, is super smart, always committed, always motivated and always positive. Arno is just the kind of guy, who you always like to have around you. And: he literally knows e-v-e-r-y-t-h-i-n-g. Which also makes him a great think tank. If anyone really embraces the future, it is him. He probably knows so much about it that he can actually predict it. (I think.) Arno's the man!

[See less](#)



Tim Buesing
Group Creative Director at
Publicis Sapient

March 3, 2020, Tim was senior to Arno but didn't manage directly

Arno is the consummate professional in consulting on and designing for digital products and services. What you will get as part of the package is someone who is also passionate about innovative channels and formats and the human role in them. Clients and colleagues trust him equally when it comes to computational design, conversational interfaces, proof of concepts and digital experiments. [See less](#)



Eike Rojahn
Creative Planning Director

August 11, 2015, Eike was senior to Arno but didn't manage directly

Arno is the "Gyro Gearloose" amongst the strategists I team up with. He's always on a mission to explore the tomorrow rather than being stuck in the established. Arno is – not just for me – always a source of great inspiration. He is playful in a highly professional sense and always casts a spell over anybody while doing so.

Arno believes in future communications through technology and gaming. He continually uncovers true innovations which either mark the start of change in our industry or at least will change the game soon. Some of his predictions (e.g. AR/Oculus Rift) already went into today's mainstream and many more will follow soon.

His verve of sharing his knowledge is viral and does not only foster the new blood.

If I would have to build a rocket I would ask for Arno! [See less](#)



Matthias Schmidt
Managing Director & Partner
at antoni GmbH

April 23, 2013, Matthias worked with Arno in different groups

Arno is a great thinker, a true digital native and a very nice person to work with.



Thomas Schwarz
Geschäftsführer bei
SevenOne AdFactory GmbH

July 29, 2015, Thomas managed Arno directly

There are strategists, digital experts, Content Developers and there's Arno. I've never worked with a man who combines all these strengths in a person. Arno stands for curiosity, enthusiasm, passion and above all he drives innovation like no other. All in all, Arno is a great asset to any team.



Panos Papadopoulos
Freelance International
Strategic Planner at
Freelance

July 27, 2015, Arno worked with Panos in the same group

Arno is one of the most switched-on guys in the business. He lives and breathes digital and he's always one step ahead of the savviest and the fiercest of the digital crowd. A natural lateral thinker, he's always inclined toward innovative solutions that dream big but never depart from the practical requests of the project. He's sharp and detail-oriented, he questions the commonplace and advances the team's thinking without ever being pushy. He's an avid gamer but not a super-geek, he's smart as a whip but not arrogant. He's a creative, a technologist and a strategist, all in one formidable package. And he's a fine dude to boot, a brilliant team player with a finely honed sense of humor and an ingrained friendliness toward his brothers & sisters in arms. Can't wait to join him in the trenches again, hopefully in the near future. [See less](#)

LinkedIn

Empfehlungen



Martin Alles
Managing Director,
Marketing International at
Lidl Stiftung & Co. KG

July 30, 2015, Martin was senior to Arno but didn't manage directly

Innovation paired with persistence paired with playfulness and the ability to form and lead teams onto a new path is what makes Arno a truly valuable member for any organization. Arno has always a good sense for which technology will become important and the patience and persistence to align people behind his vision. On the other hand Arno has a obsessive attention to detail and is working incredible hard to get stuff done.

I can recommend Arno highly as a true innovator and sober strategist. [See less](#)



Frank Vogel
Managing Partner DOROTHY
GmbH

July 27, 2015, Frank managed Arno directly

Arno is great. If you ever have a question about digital applications or technological innovation ask Arno. He's the one, who drives things forward, who thinks around corners and discovers new things. His enthusiasm about nerd stuff is contagious - thank god he introduced Oculus Rift and other weird gadgets to me. The good thing about Arno is that he never loses track of real business life. He knows that innovation is not an end in itself. And above all he is real nice person and a team mate you can always rely on. [See less](#)

Vielen Dank!

Arno Selhorst // Frankenforster Straße 76A // 51427 Bergisch Gladbach // +49 176 5254 5256 //

arno.selhorst@gmail.com // [LinkedIn](#)