

Jung, dynamisch, erfolgreich

Text _ Karsten Zunke

Mehr als 550 Xing-Kontakte, eine Geschäftsanschrift in Dänemark und den Titel Marketing Coordinator auf der Visitenkarte: Dominic Multerer hat Karriere gemacht – obwohl er sie noch vor sich hat. Denn der Koblenzer ist erst 17 Jahre alt. Einen Feierabend kennt er nicht, im Gegenteil: Tagsüber arbeitet er in einem Steuerberatungsbüro, absolviert dort seine Ausbildung zum Steuerfachangestellten.

Während anschließend andere Azubis relaxen, kümmert sich der Jung-Manager beim dänischen Start-Up Fucapo darum, den deutschen Markt für koffeinhaltige Kaugummis zu erschließen. Die Idee für die nach Pfefferminze schmeckenden Wachmacher ist im Gaming-Bereich entstanden: Wenn Mann-

»DIE SPONSORENAKQUISE HAT MIR MEHR SPASS GEMACHT ALS DAS ZOCKEN.«

schaften in großen Hallen am Computer um mitunter fünfstelligen Preisgeldern spielen, müssen sie hochkonzentriert und ausdauernd sein. Multerer war selbst in der Gamer-Szene aktiv, allerdings zog es ihn früh ins Management. »Die Sponsoren-Akquise hat mir mehr Spaß gemacht als das Zocken.« Als Leiter eines Spielerteams kümmerte er sich um die Sponsoren und hatte parallel schon Kontakt zum dänischen Game-Hersteller Steelseries. Dort absolvierte er später ein Praktikum.

Kurz zuvor hatte Steelseries-Gründer Jacob Wolff Petersen die Firma Fucapo gegründet, um koffeinhaltige Süßwaren unter die Gamer zu bringen. Er und sein Partner erkannten das Marketingtalent und holten ihn als Mitarbeiter an Bord.

»Wir setzen vor allem auf Guerilla- und Viral-Marketing«, erläutert Multerer seine Marketingstrategie, für die er sowohl soziale Netzwerke als auch reale Veranstaltungen nutzt. Zur Games-Convention 08 hatte der Marketer zum Beispiel Kooperationen mit großen Hardware-Herstellern und Spielerteams eingefädelt und Promotion-Teams über die Messe geschickt. Doch mit solchen Aufgaben wird er sich künftig kaum zufrieden geben: Seine großen Vorbilder sind Professor Heribert Meffert, Gründer des ersten Instituts für Marketing in Deutschland, und Wolfgang Grupp, Inhaber der Textilfirma Trigema.

Wenn Freizeit bleibt, engagiert sich der Marketingchef im Kreisverband Mittelrhein der Wirtschaftsjunioren Deutschlands, einem Zusammenschluss von unter 40-jährigen Führungskräften. »Lieber etwas tun, als Theorien diskutieren«, sieht Multerer seine berufliche Zukunft. Ein Studium wäre nichts für ihn. Der Viral-Experte setzt auf sein Praxis-Know-how und ist mittlerweile sogar als Redner gefragt: Erst kürzlich sprach der 17-Jährige auf der Viral-Marketingkonferenz »infect 09« über alternative Kommunikationsmittel, im Mai ist er an der Hochschule Hildesheim Gastreferent für einen Gründer-Workshop.]

DOMINIC MULTERER, Marketing-Jungstar und gefragter Gastredner auf Kongressen.

