



BE A HERO BE A ROLE MODEL

Rolmodel Giovanni Fränkel

Giovanni Fränkel is geboren op 22 juli 1974 in Amsterdam Zuidoost, de Bijlmer, zoals hij het stadsdeel liever noemt. Hij groeide er tevens op. Zijn ouders komen uit Suriname. Naar eigen zeggen heeft Giovanni qua opleiding niet veel gedaan. *“Ik ben gestopt met school op mijn 17^e. Ik was toen al koppig en eigenwijs. Ik kon me niet vinden in de lesinhoud- en structuur. Ik wilde bijvoorbeeld ook les over de geschiedenis van mijn voorouders, de slavernij, en dat was er niet. Wel deden we maanden over een paar pagina’s dat ging over de 2^e wereldoorlog. Gek toch? Ik gaf altijd mijn mening, dat werd niet gewaardeerd en zorgde alleen maar voor commotie.”*

Ondanks het niet hebben van een diploma heeft Giovanni het ver geschopt. Hoe? Door in 2014 het internationale mediabedrijf MediaReps op te richten. MediaReps helpt bedrijven te adverteren in- en buiten eigen land. *“Als Brabantia een nieuw product wil promoten in Zweden, dan zoeken wij uit op welke manier de doelgroep het best te bereiken is. Wij werken samen met grote bedrijven zoals Rabobank, Action en Jumbo en wereldwijd bijvoorbeeld in Singapore, Amerika, India en Bonaire.”* Giovanni gaat de hele wereld over, hoe cool is dat!?

Ondanks zijn carrière als multinational ligt Giovanni zijn hart zonder meer in de Bijlmer. Dat blijkt uit zijn werk voor Zuidoost&Meer, een huis-aan-huisblad met informatie gericht op Zuidoost (en omstreken). *“Zuidoost&Meer is een uitgelopen hobby. Ik bracht het blad KwakuTimes uit, een zomerkrant voor Zuidoost. Het blad was erg gewild. Toen bedacht ik om een lokale krant te ontwikkelen voor alle maanden van het jaar.”* Zuidoost&Meer komt sinds 2017 om de week uit met een oplage van 35.000 exemplaren.

Giovanni is trots op zijn houding naar anderen. *“Ik ben altijd mezelf gebleven en ga om met mensen uit alle lagen van de samenleving. Het maakt me niet uit wie wat doet. Ik behandel iedereen zoals ik zelf behandeld wil worden. Ik ben gewoon Giovanni, die jongen uit de H-buurt.”*

Giovanni vindt simpel en to the point zijn erg belangrijk. *“Als iemand me vertelt over een plan en ik begrijp binnen 15 minuten niet waar het over gaat, dat is het niet goed genoeg. Je moet echt binnen een paar minuten je plan kunnen pitchen, anders krijg je nooit je product verkocht. Be simple, echt waar.”*

