

# Lena Harbrecht

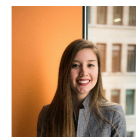
Marketing Manager

Hamburg, Deutschland

[l.harbrecht@gmail.com](mailto:l.harbrecht@gmail.com)

+49 170 3314 8825

[linkedin.com/in/lenaharbrecht](https://www.linkedin.com/in/lenaharbrecht)



## Profil

Marketing Manager mit zehn Jahren Erfahrung in der Konsumgüterindustrie. Verantwortete aktuell bei Beiersdorf die Markenstrategie für eine Produktlinie mit 120 Mio. Euro Jahresumsatz. Stark in Kampagnenentwicklung, Markenführung und datengetriebener Budgetsteuerung - zuletzt den NIVEA-Relaunch in der DACH-Region koordiniert.

## Erfahrung

**Senior Marketing Manager**, Beiersdorf AG, Hamburg

Jun. 2021 – Gegenwart

Verantwortung für die Markenstrategie der NIVEA-Körperpflegelinie in der DACH-Region.

- Steuerung eines Marketingbudgets von **4,2 Mio. Euro** über TV, Digital, OOH und POS
- Koordination des NIVEA-Relaunches 2024 - **+9 % Marktanteil** im Segment Körperpflege innerhalb von 6 Monaten
- Führung eines Teams von **5 Marketingspezialisten** und Steuerung von 3 externen Agenturen
- Einführung eines Marketing-Mix-Modells, das die Media-Effizienz um **22 %** verbessert hat

**Marketing Manager**, Henkel AG, Düsseldorf

Jan. 2018 – Mai 2021

Kampagnenmanagement für die Marke Persil im deutschen Markt.

- Planung und Umsetzung von **4 saisonalen Kampagnen pro Jahr** mit einem Budget von 2,8 Mio. Euro
- Steigerung der Markenbekanntheit bei der Zielgruppe 25-40 um **7 Prozentpunkte** (GfK-Tracking)
- Einführung einer Influencer-Strategie mit **18 Mikro-Influencern** - 3,2 Mio. Impressionen pro Kampagnenwelle

**Junior Marketing Managerin**, Dr. Oetker, Bielefeld

Sept. 2015 – Dez. 2017

Unterstützung der Produkteinführung und Markenführung im Bereich Tiefkühlpizza.

- Koordination der Markteinführung von **2 neuen Produktvarianten** inkl. Packaging, POS-Material und Pressearbeit
- Durchführung von **6 Verbraucherstudien** mit Panels von je 500 Teilnehmenden

## Bildung

**Master of Arts in Marketing und Medienmanagement**, Universität Hamburg, Hamburg

Okt. 2013 – Aug. 2015

Masterarbeit über *Markenpositionierung im FMCG-Segment* - Note: **1,3**. Stipendiatin der Studienstiftung des deutschen Volkes.

**Bachelor of Arts in Betriebswirtschaftslehre**, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Münster

Okt. 2010 – Sept. 2013

Schwerpunkt Marketing und Marktforschung. Abschlussnote: **1,7**.

## Fähigkeiten

Markenstrategie & Positionierung, Kampagnenplanung (ATL & BTL), Budgetsteuerung & ROI-Analyse, Marktforschung (GfK, Nielsen), Mediaplanung (TV, Digital, OOH), Teamführung & Agentursteuerung, Marketing-Mix-Modelling, Content-Strategie & Influencer-Marketing, SAP / Adobe Analytics, MS Office & Google Workspace

## Zertifizierungen

**Google Analytics Professional Certificate**, Google

März 2022 – März 2025

## Sprachen

Deutsch (Muttersprache), Englisch (C1), Französisch (B1)

## Projekte

**NIVEA-Relaunch DACH - Beiersdorf**

Sept. 2023 – Juni 2024

Kompletter Markenrelaunch der NIVEA-Körperpflegelinie inkl. neuer Verpackung, Kommunikation und POS-Auftritt.

- Steuerung von **3 Agenturen** (Kreation, Media, PR) über 9 Monate
- Marktanteil im Segment um **9 %** gesteigert - höchstes Wachstum seit 2018
- Kampagne erreichte **48 Mio. Kontakte** über alle Kanäle

**Influencer-Pilotkampagne Persil - Henkel**

März 2019 – Aug. 2019

Erstmalige Einführung einer Influencer-Strategie für die Marke Persil.

- Auswahl und Steuerung von **18 Mikro-Influencern** (je 10.000-50.000 Follower)
- Ergebnis: **3,2 Mio. Impressionen** bei einem CPM von 4,80 Euro - 40 % günstiger als klassische Display-Werbung

## Referenzen

**Dr. Markus Feldmann**, VP Marketing DACH, Beiersdorf AG, [m.feldmann@beiersdorf.com](mailto:m.feldmann@beiersdorf.com), +49 172 8801 3340

**Julia Westhoff**, Marketing Director, Henkel AG, [j.westhoff@henkel.com](mailto:j.westhoff@henkel.com), +49 163 7792 1150

## Außerschulische Aktivitäten

**Beirätin - Marketing Club Hamburg**

Jan. 2023

Mitglied im Fachbeirat für Markenführung. Organisation von 4 Fachvorträgen pro Jahr mit jeweils 60-80 Teilnehmenden.

Begleitung von 2 Studentinnen pro Jahr beim Berufseinstieg im Marketing. Regelmäßige Gespräche und Netzwerkvermittlung.