

let's
build
your
brand



hi, ich bin anika

erfahrene Marketing Strategin mit 15+ Jahren im internationalen B2B- und B2C-Umfeld. Spezialisiert auf ganzheitliche Marken- und Kampagnenstrategie, Storytelling sowie datengetriebene Kampagnensteuerung.
Expertise in C-Level-Kommunikation, Performance-Marketing und internationaler Projektkoordination.



social media
management
&
performance
marketing



BRIGHT
NETWORK



THE 1:1 DIET
by Cambridge Weight Plan®

digitalLabs
easy digitalisch · tax



BÜR
GER
MEIS
TER
2023



Body &
Drain



Referenzprojekt

Bright Network Germany Data Driven Brand Building (Auszug)



Ziele:

Ziel 1: Aufbau der Marke Bright Network Germany & Steigerung des Social Proof innerhalb eines Atomic-Networks

Ziel 2: Aufbau der deutschen Memberbase durch Aufbau und Optimierung einer Paid-Social Strategie

Inhalte & Umsetzung:

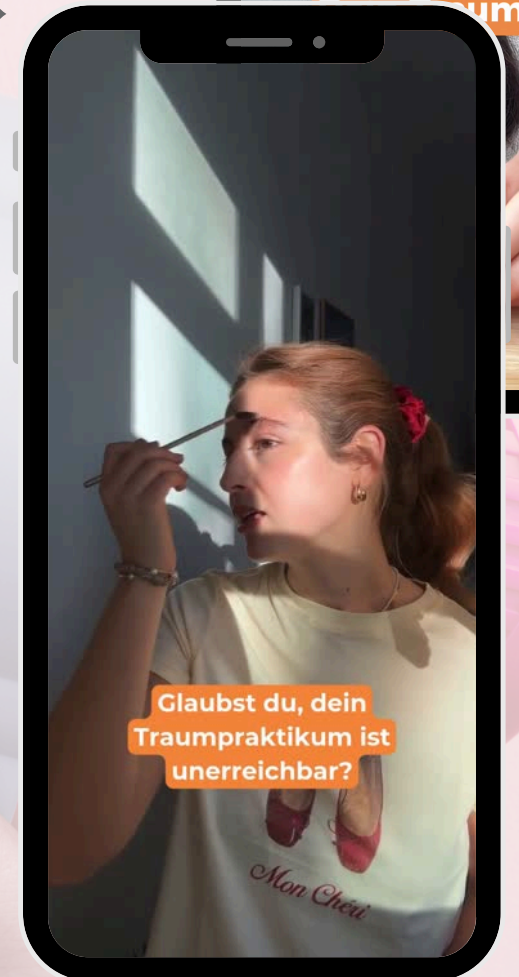
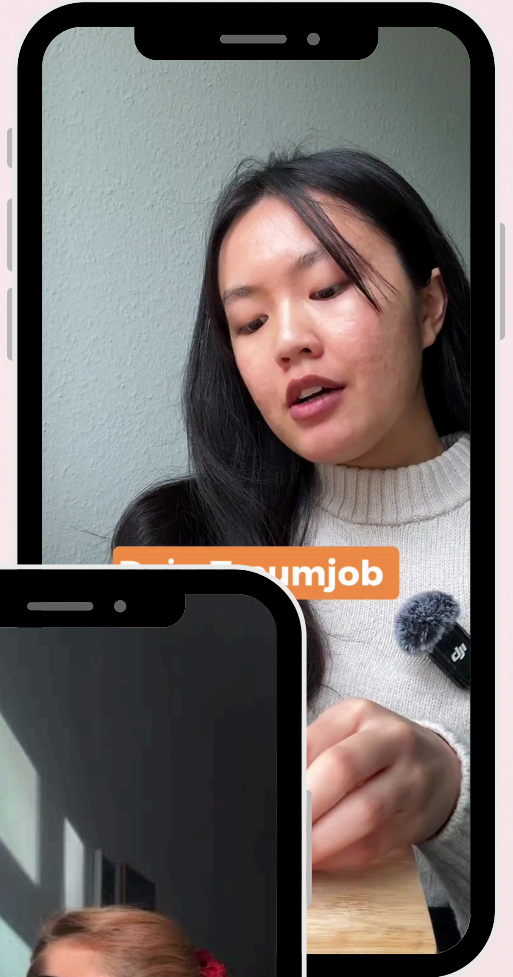
- Aufbau und Etablierung einer umfassenden Marketing-Strategie für den deutschen Markt
- Koordination von Paid-, Organic- und Email-Kanälen
- Aufbau von Funnel-Reporting in GA4 & Tableau (Sign-up → Engagement → Conversion)
- Entwicklung von datenbasierten Kampagnenstrategien mit Fokus auf CPA & ROI
- Fokus auf datengetriebene Performance-Marketing-Strategie zur Gewinnung von Studierenden und Absolvent:innen
- Koordination externer Agenturen, Dienstleister und Creator

Dauer: August 2024-August 2025

Gesamtbudget: rund €200.000

Erfolg & Ergebnisse:

- Senkung des Paid CPA um -77 %
- Aufbau eines datenbasierten Reporting-Systems
- Einführung von UGC & Creator-Marketing
- Aufbau und Ausbau der SoMe Kanäle (IG Follower +216 %, TT, YT, SEO)



Referenzprojekt

Bürgermeisterwahl Jörg Rüdtenklau



Ziel 1: Steigerung der lokalen Sichtbarkeit und Wählerreichweite über Social Media & Google Ads für die Bürgermeisterwahl.

Ziel 2: höhere Wahlbeteiligung und Stimmengewinnung

Inhalte & Umsetzung:

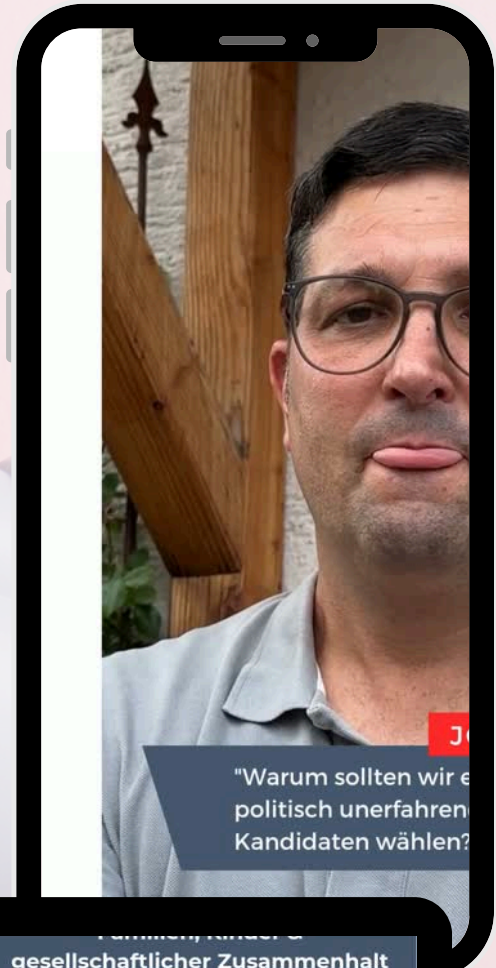
- Entwicklung der digitalen Kommunikationsstrategie (Facebook, Instagram, Google Search)
- Erstellung von zielgruppenbasierten Anzeigen mit klarer Botschaft und lokalem Bezug in Zusammenarbeit mit dem
- Laufendes Monitoring & Performance-Optimierung
- Unterstützung bei der Content-Planung

Dauer: 2 Monate (Wahlkampfzeitraum)

Budgetrahmen: € 10.000

Erfolg & Ergebnisse:

- Erfolgreiche Wahl zum Bürgermeister
- Reichweite von über 11.000 Personen in der Region
- Aufbau einer aktiven Community mit exzellenter Engagement rate (durchschnittlich 8,6%)
- Positive Resonanz & gesteigerte lokale Bekanntheit



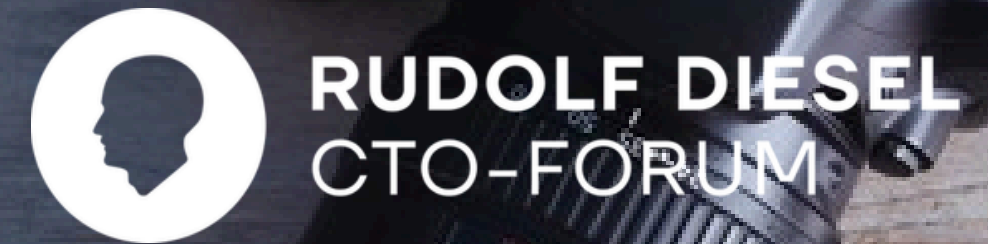
content
creation

&

story telling



BRIGHT
NETWORK



**Body &
Drain**

THE 1:1 DIET
by Cambridge Weight Plan®



Referenzprojekt

Bright Network Germany UGC & Influencer Kampagne



Ziel: Lead Generierung & Brand Awareness

Aufbau der Brand Bright Network in Deutschland, Vertrauen und Performance auf TikTok & Instagram, insbesondere zur Bewerbung des neuen Job-Match Tools und des Career Path Tests sowie qualifizierte Mitglieder Sign-ups zu generieren.

Inhalte & Umsetzung:

- Steuerung von UGC- & Influencer-Kampagnen mit Fokus auf authentische Gen-Z Ansprache
- Erstellung von Storyboards, Briefings & Video-Konzepten in enger Zusammenarbeit mit den Creators
- Fokus auf "Hook – Value – CTA" Struktur und Matrix-Testing
- Steuerung von Meta & TikTok Ads über mehrere Wochen inkl. laufendem Performance-Monitoring

Kampagnenlaufzeit: UGC: 9 Monate // Influencer Kampagne 3 Monate

Budgetrahmen: ca. € 80.000 (gesamt)

Erfolg & Ergebnisse:

Best Performing Video (hey.nimo) mit einem CPA von nur €6,00

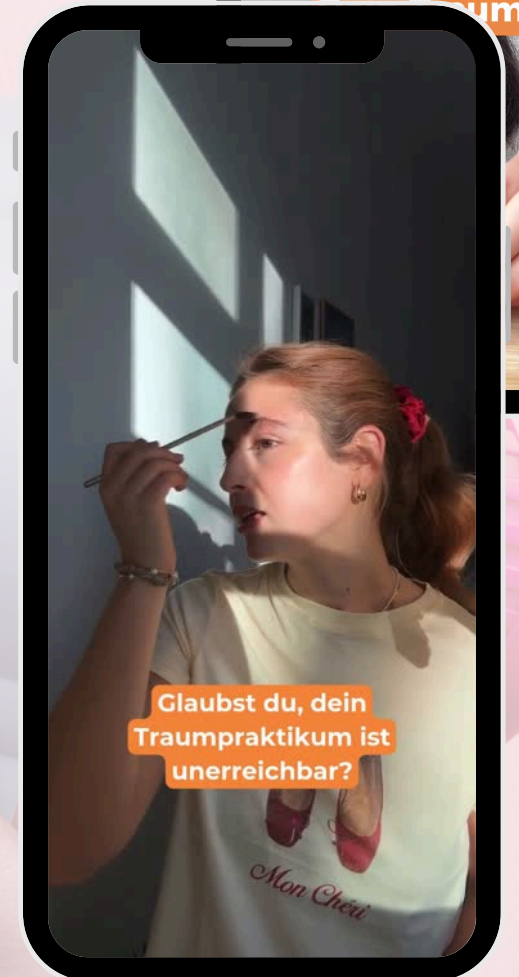
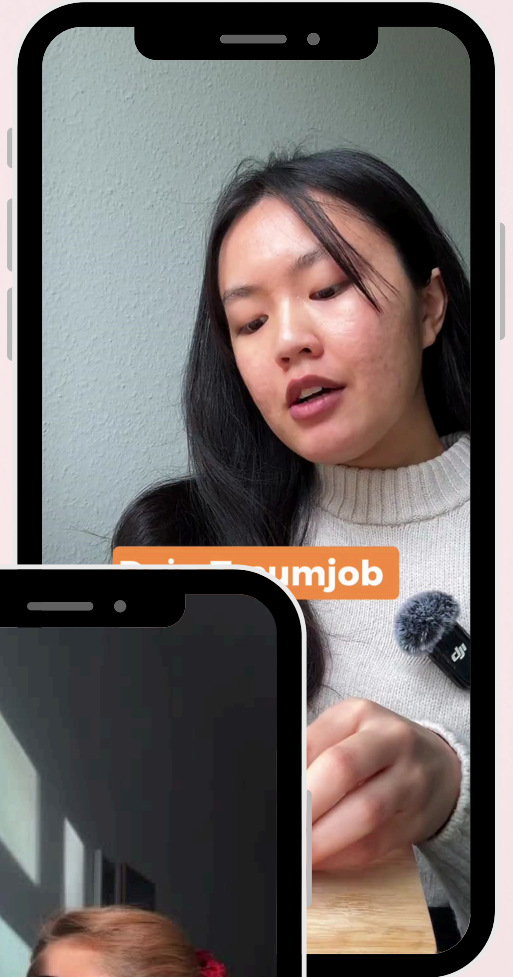
Steigerung der Sign-ups um 200% durch UGC & Influencer Kampagne

Signifikante CPA-Reduktion im Paid Funnel um -77% im Vergleich zum Ausgangspunkt

Durchschnittliche Watch Time: 20 Sekunden

Integration der Top-Performer in Always-on Paid Kampagnen

Aufstellen eines Creator-Pools für langfristige Zusammenarbeit in der Content Gestaltung



Referenzprojekt

Hansa Products

International

Marketing & Social
Media Strategy



Ziele

Ziel 1: Aufbau einer einheitlichen europäischen Markenpositionierung für den Premium-Hersteller im Bereich Gartenmaschinen.

Ziel 2: Steigerung der Brand Awareness und Händlerreichweite in den Märkten DACH, BENELUX & UK

Ziel 3: Erstellung von Händlercontent und Aufbau einer Händlermarketing Strategie

Inhalte & Umsetzung:

- Entwicklung einer internationalen Marketingstrategie inkl. Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Aufbau und Steuerung der Social-Media-Kanäle (B2B & B2C) in mehreren Sprachen
- Planung & Umsetzung von Messeauftritten (z. B. GaLaBau, demopark)
- Erstellung von Kampagnenkonzepten, PR-Materialien und Video-Content

Dauer:

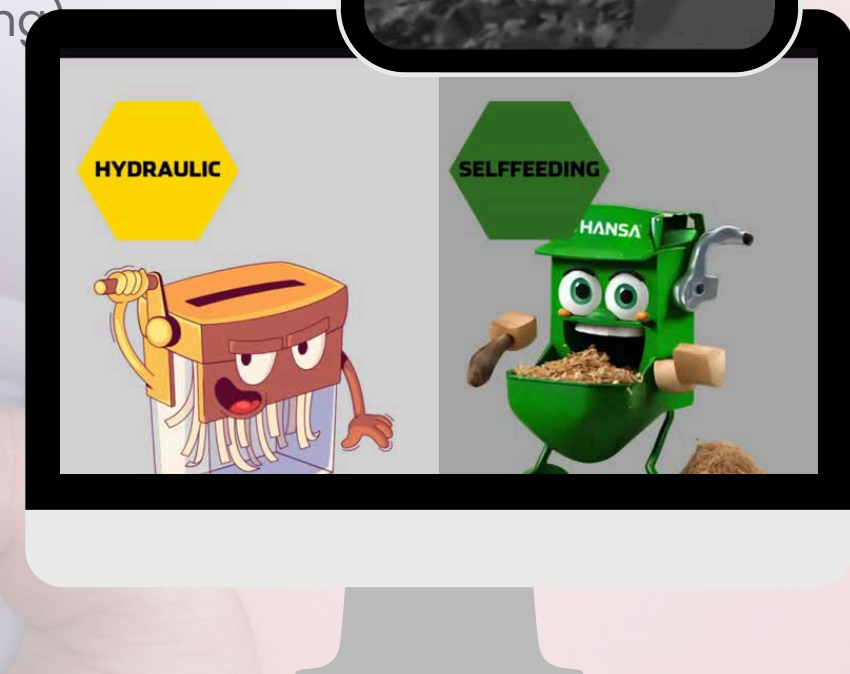
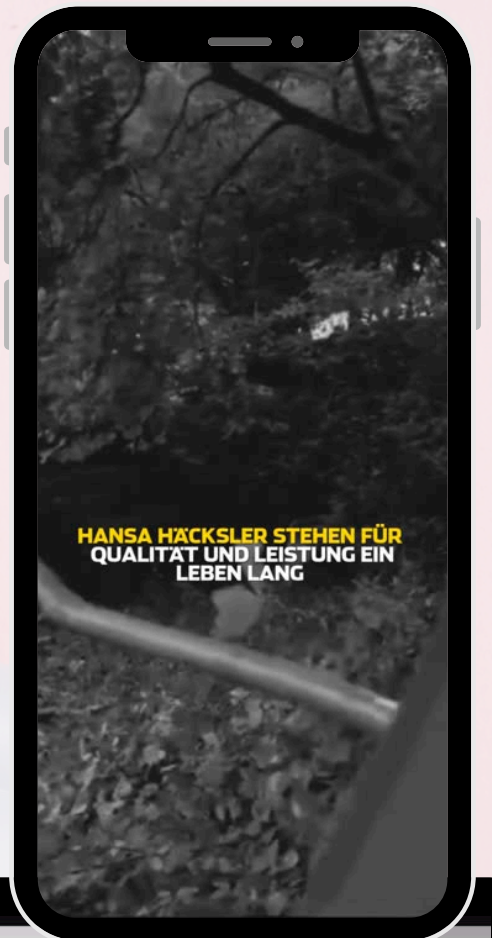
Projektlaufzeit: 3 Jahre (Strategieentwicklung, Rollout & laufende Betreuung)

Budgetrahmen:

Gesamtbudget: ca. €30.000 /Jahr

Erfolg & Ergebnisse:

- Erfolgreicher Auf- und Ausbau der Social Medialkanäle für Europa, UK, Neuseeland und Australien (Kommunikation in Deutsch, Englisch, Französisch und Niederländisch)
- Einführung einer konsistenten Markenkommunikation in 5 Ländern
- Erfolgreiche Messe-Leads & gestärkter Händlervertrieb
- Steigerung der Sichtbarkeit durch Händlermarketing



brand &
communication
strategy



THE 1:1 DIET
by CambridgeWeight Plan®



Referenzprojekt

TechDev

TechDev Community
Support // Personal
Branding



Ziele.

Aufbau einer starken Präsenz für TechDev und seine Mitglieder auf LinkedIn, um Technologie, Innovation und Unternehmertum sichtbar und attraktiv zu machen. Ziel war es, Tech-Führungspersönlichkeiten als Thought Leader zu positionieren, die Community zu stärken und High-Tech-Talente als potenzielle Mitarbeitende zu erreichen.

Inhalte & Umsetzung:

- Entwicklung einer LinkedIn-Strategie mit Fokus auf Personal Branding & Community Building für CTOs und Tech Leader
- Erarbeitung individueller USPs und Themenfelder für Mitglieder zur gezielten Positionierung
- Aufbau redaktioneller Formate und Storytelling-Serien („Innovation in Action“, „People behind Tech“)
- Redaktionsplanung, Content-Erstellung und Performance-Optimierung auf LinkedIn
- Aktives Community Management durch Interaktion, Networking und Beziehungsaufbau
-

Dauer: 12 Monate, fortlaufend

Budgetrahmen: je Mitglied, €10.000

Erfolg & Ergebnisse:

- Sichtbare Steigerung der Account-Reichweiten und Erhöhung der Engagement-Raten
- Stärkung der Personal Brands und Employer Visibility der Mitgliederunternehmen



event & community
management



RUDOLF DIESEL
CTO-FORUM



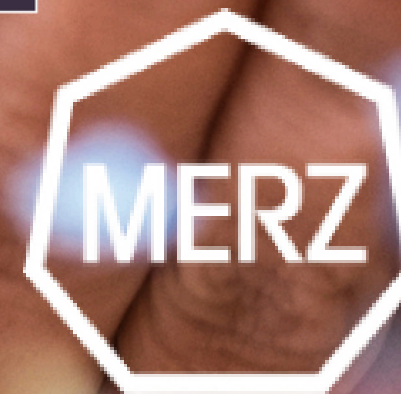
HANSATM

BRIGHT
NETWORK

THE 1:1 DIET
by Cambridge Weight Plan®



I3PM



Referenzprojekt

CTO-Forum

Loyalty, Communication & Event Management



Ziele:

- Stärkung der Markenloyalität und Community-Bindung des CTO Forums als exklusive Plattform für deutsche Technologie-Führungskräfte
- Ausbau des Mitgliederportfolios und Betreuung bestehender Mitglieder
- Intensivierung der Kommunikation und die Professionalisierung des Außenauftritts

Inhalte & Umsetzung:

- Konzeption und Umsetzung exklusiver Konferenzen, Roundtables & Networking-Events für CTOs und Tech Leader aus dem Mittelstand
- Ausbau des Mitgliederportfolios durch gezielte Ansprache und Relationship Management
- Entwicklung einer Social-Media-Strategie mit Fokus auf LinkedIn zur Positionierung der Community
- Aufbau und Etablierung einer konsistenten Kommunikationslinie
- Planung, Organisation und Betreuung von Präsenz- und Hybrid-Events inklusive Speaker- und Teilnehmermanagement

Dauer: 2 Jahre

Erfolg & Ergebnisse:

- Mitgliederbasis um +60% erweitert
- Hohe Teilnehmerzufriedenheit und gesteigertes Engagement bei Folge-Events
- Etablierung des CTO Forums als führendes Netzwerk für Technologie-Führungskräfte im Mittelstand



Aktuelles Projekt

Merz Global Group Conference

Leipzig, Dessau



Ziele:

- Stärkung der globalen Führungsidentität und strategischen Ausrichtung der Merz Group im internationalen Wettbewerb
- Förderung von Alignment, Vertrauen und bereichsübergreifender Zusammenarbeit im Top-Management
- Positionierung der Konferenz als zentrales strategisches Leadership-Format innerhalb der Gruppe
- Verknüpfung von Tradition (Familienunternehmen seit 1908) mit Zukunftsthemen wie Transformation, Innovation und AI
- Schaffung eines gemeinsamen Zukunftsbildes für die nächsten strategischen Entwicklungsphasen

Inhalte & Umsetzung:

- Strategische Konzeption und inhaltliche Gesamtarchitektur der Global Leadership Conference 2026 unter dem Leitmotiv Return. Reconnect. Reimagine.
- Entwicklung eines ganzheitlichen Event- und Storytelling-Konzepts
- Planung und Umsetzung einer 2,5-tägigen internationalen Leadership-Konferenz mit ca. 80–100 globalen Führungskräften
- Konzeption interaktiver Formate (Breakout-Sessions, moderierte Strategieworkshops, Panel-Talks, Leadership-Impulse)
- Gesamtprojektsteuerung inklusive Budgetplanung, Location-Scouting (Leipzig & Dessau), Teilnehmermanagement und Abstimmung mit internen Stakeholdern sowie externen Dienstleistern für Technik, Regie
- Begleitende Kommunikationsmaßnahmen vor, während und nach der Konferenz zur strategischen Einbettung in die Gruppenkommunikation

Dauer: 2025–2026

