

AUSBILDUNG

B.A. Werbe- und Medien-
kommunikation

10/2017 - 09/2020

Hochschule der Medien Stuttgart
Stuttgart, Deutschland

Werbe- und Medienkommunikation

GPA: 1,5

FÄHIGKEITEN

DV360 & The Trade Desk ————— ●

MediaMath & Adform ————— ●

Adition & Sizmek ————— ●

Google Ads Display Network ————— ●

Native Ads (Outbrain, Taboola) ————— ●

Ad Verification (IAS, MOAT) ————— ●

Google Tag Manager ————— ●

GA4 & Looker Studio ————— ●

ZERTIFIKATE

IAB Programmatic Certification

06/2024

Google Marketing Platform /
DV360 Certification

11/2023

The Trade Desk Edge Academy
Certification

03/2023

Google Ads Display Certification

09/2022

SPRACHEN

Deutsch Muttersprache

Englisch C1

Spanisch B2

PROFIL

Display-Advertising-Spezialist mit 6 Jahren Erfahrung in Programmatic-Display-Steuerung bei dentsu Germany und MediaCom Germany (GroupM). Verwaltet 5,4 Mio. € jährliches Display-Budget über DV360, The Trade Desk und Adform mit durchschnittlich 22 % CPM-Reduktion. IAB-Programmatic- und DV360-zertifiziert.

BERUFSERFAHRUNG

Programmatic Display Specialist 01/2023 - heute

dentsu Germany Frankfurt am Main, Deutschland

Programmatic Lead für Volkswagen AG und Otto Group

- Verwaltung von 5,4 Mio. € jährlichem Display-Budget über DV360, The Trade Desk und Adform
- CPM-Reduktion um 22 % via Smart-Bidding und Algorithmic-Bidding-Optimierung in 12 Monaten
- Aufbau einer Native-Ads-Architektur über Outbrain und Taboola, CTR-Lift 38 %
- Quartalsweise QBR mit Volkswagen-Mediadirektion und Programmatic-Vendoren

Junior Display Trader 10/2020 - 12/2022

MediaCom Germany (GroupM) Düsseldorf, Deutschland

Junior Trader im Programmatic-Team

- Setup und Optimierung von Display-Kampagnen über 14 Konten in DV360 und Adform
- CPC-Reduktion um 18 % via Audience-Restructuring und Frequency-Capping
- Mitarbeit am Adidas-Originals-Display-Re-Targeting mit Viewable-Rate 78 %

PROJEKTE

Volkswagen ID-Familie Programmatic-Always-on (dentsu)

02/2025 - 09/2025

Cross-Border-Programmatic-Architektur mit 2,8 Mio. € Budget über DV360 und TTD

STÄRKEN

Datengetriebene Kampagnenplanung

Optimiere Bid-Strategien wöchentlich über DV360-Smart-Bidding und Adform-Algorithmic, CPM von 4,80 € auf 3,76 € gesenkt

Tool-Tiefe & Tracking-Setup

Konzipiere Tag-Architekturen in Google Tag Manager mit Pixel-Validation über IAS und MOAT, viewable-Rate von 62 % auf 78 %

Cross-funktionale Stakeholder- Steuerung

Arbeite mit Mediaplanern, Creative-Producern und Kunden-AdOps eng zusammen und reduziere Trafficking-Fehler um 65 %