



Frederik Pohl-Schreiner

Marketing Analyst Web

✉ frederik.pohl-schreiner@example.de

📍 München, Deutschland

🌐 linkedin.com/in/frederik-pohl-schreiner

☎ +49 89 5678 9012

🌐 frederik-pohl.de

📄 github.com/fpohlschreiner

PROFIL

Marketing Analyst Web mit Bachelor of Arts Marketing-Management mit Schwerpunkt Web Analytics (EBS Universität, Note 1,7) und 5 Jahren Erfahrung bei Burda Forward und Axel Springer SE. Verantwortet Channel-Attribution, Campaign-Reporting und Marketing-Mix-Analysen für 4 Brands.

BERUFSERFAHRUNG

Marketing Analyst Web 05/2023 - heute

Burda Forward GmbH

München, Deutschland

Marketing Analyst Web im zentralen Analytics-Team für 6 Burda-Brands

- Verantwortung für Channel-Attribution über 6 Brands (Focus Online, Cinema, BUNTE, TV Spielfilm, Chip, Finanzen100)
- Aufsetzen eines datengetriebenen Attribution-Modells in GA4 + BigQuery, CAC um 11% gesenkt
- Erstellung von 14 Looker-Studio-Dashboards für Performance-Marketing-Manager (Sessions/Tag, ROAS, CPL)
- Steuerung von 22 A/B-Tests für Newsletter-Subject-Lines und Landingpages, durchschnittlicher CR-Lift 4,2%
- Quartalsweise Marketing-Mix-Analysen mit Spend-Reallokation, Mehr-Revenue von 1,4 Mio. € bei gleichem Budget

Junior Marketing Analyst

07/2020 - 04/2023

Axel Springer SE

Berlin, Deutschland

Junior Marketing Analyst im Performance-Marketing-Team von welt.de und bild.de

- Aufbau eines HubSpot-/GA4-Bridges für Newsletter mit 12 Mio. monatlichen Sends, Open-Rate-Lift 4,8%
- Wöchentliche Campaign-Reports für 8 Performance-Manager (Google Ads, Meta, Outbrain)
- Mitarbeit am Tracking-Plan-Refresh für Paid-Subscriber-Onboarding, Event-Coverage von 71% auf 94%
- Auswertung von 36 Newsletter-A/B-Tests, davon 17 mit signifikantem Open-Rate-Lift

AUSBILDUNG

Bachelor of Arts Marketing-Management mit Schwerpunkt Web Analytics

10/2017 - 09/2020

EBS Universität für Wirtschaft und Recht

Oestrich-Winkel, Deutschland

Marketing-Management mit Schwerpunkt Web Analytics

GPA: 1,7

FÄHIGKEITEN

- Google Analytics 4
- Google Ads / Campaign Manager
- HubSpot
- Looker Studio
- Excel / Power Query
- SQL (BigQuery)
- Marketing-Attribution
- A/B-Testing

PROJEKTE

Attribution-Refresh Burda Forward

03/2025 - 09/2025

Migration von Last-Click auf datengetriebene Attribution für 6 Marken (Focus, Cinema, BUNTE), CAC-Reduktion 11%

Axel Springer Newsletter-Analytics

08/2024 - 02/2025

Aufbau eines HubSpot-/GA4-bridged Newsletter-Reports mit 12 Mio. monatlichen Sends, Open-Rate-Lift 4,8%

ZERTIFIKATE

HubSpot Marketing Software Certification

04/2025

Google Analytics 4 Certification (GA4)

11/2024

Google Analytics Individual Qualification (GAIQ)

07/2024

Google Tag Manager Fundamentals

03/2024

Looker Studio Certified

09/2022

SPRACHEN

Deutsch

Muttersprache

Englisch

C1

Italienisch

B1

STÄRKEN

Daten-Sorgfalt

Prüfe Channel-Daten gegen 2 unabhängige Plattformen (z.B. Google Ads vs. GA4), bevor Reports an Marketing gehen

Hypothesen-getriebenes Arbeiten

Setze pro Quartal 8-10 Hypothesen zu Channel-Mix und Pacing, validiere sie mit Holdout-Gruppen

Cross-funktionale Kommunikation

Moderiere wöchentliche Pacing-Calls mit Performance-Marketing, SEO und Brand-Teams