



Das Wichtigste im Überblick

- 20 Jahre Erfahrung im Bereich Markenstrategie und Markenmanagement, davon über 10 Jahre als Strategy Director
- Betreuung namhafter nationaler und internationaler Marken im In- und Ausland
- Expertise in einer Vielzahl unterschiedlichster Branchen
- Umfassende Erfahrung im Bereich Zielgruppen & Consumer Insights
- Gewinnerin des Gründerpreises der Region Wiesbaden 2016
- Abschluss an der European Business School (ebs), Oestrich-Winkel (Dipl. Kaufmann)
- **Sprachen:**
Deutsch (Muttersprache),
Englisch (verhandlungssicher), Französisch, Spanisch
- **Leidenschaften:**
Meine Tochter Wilma, Segeln, Reisen ...
und natürlich Marken

Meine Stationen

Tanja Lenz Strategy for Brands

Inhaberin, 2015 – heute

McCann Worldgroup Frankfurt/Berlin/Düsseldorf

Director Brand Strategy & Business Development, 2010 – 2015

Freiberufliche Tätigkeit

Markenstrategin, 2007 – 2010

Grey Worldwide London

Global Planning Director für Nokia, 2006

SEK & Grey Oy Helsinki

Global Planning Director für Nokia, 2004 – 2006

Leo Burnett Deutschland Frankfurt

Regional Senior Strategic Planner, 2003 – 2004

Leo Burnett International Chicago

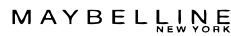
Senior Strategic Planner, 2002

Leo Burnett Deutschland Frankfurt

Account Supervisor, 1997 – 2001



Eine Auswahl „meiner“ Marken



Eine Auswahl meiner Projekte



Die Kultmarke entwickelt neue Möglichkeiten für unser urbanes Leben: MINI LIVING und MINI FASHION

Unterstützung der Konzernstrategie bei der Neuausrichtung der Marke MINI, speziell in den Bereichen Markendehnung und Business Innovation, Markenarchitektur sowie der Erstellung des globalen Markenhandbuchs ab 2017.



Der Marktführer aus Finnland revolutioniert unsere uninspirierte Spielplatz-Kultur

Langfristige Strategieberatung inklusive Marktanalyse, Insight-Generierung und Entwicklung eines neuen, differenzierenden Konzeptes für Indoor-Spielplätze in Deutschland.



Maggi erfindet sich neu mit einer zeitgemäßen Interpretation guter Ernährung

Strategische Unterstützung bei der Neuausrichtung von Maggi in den Bereichen Markenarchitektur, Strukturierung des Portfolios und Übersetzung des globalen Simply Good Ansatzes für den deutschen Markt. Erstellung von Agenturbriefings für neue Angebotskonzepte und Skizzierung bestimmter Content-Pillars.



Mit glücklichen Bienen erweckt die Imkerei ihre Vision einer blühenden Zukunft zum Leben

Positionierung der Imkerei Taunusbiene, Entwicklung eines Markenhandbuchs und Definition von Content-Hubs, um die Marke zeitgemäß weiterzuentwickeln; Supervision des Prozesses der CI-Entwicklung und der Strategieimplementierung. Definition einer neuen Brand Idea.