



BORIS WÖHLECKE

KURZPROFIL

Marketing- und Kommunikations-
Experte mit 17 Jahren Berufserfahrung in
Unternehmen und Agenturen – davon 12
Jahre als Führungskraft inkl. Budget-
bzw. Umsatzverantwortung zwischen
250 K und 4 Mio. EUR.

KONTAKT

Mobil: 0171 780 47 66
Adresse: Koppel 5, 20099 Hamburg
Mail: boris@boriswoehlecke.com
Website (Cases): www.boriswoehlecke.com

EXPERTE FÜR:

- Strategische (multi-channel) Kommunikation
- Performance Marketing
- CRM/CXM
- Brand- und Sales-Marketing
- Kreatives Storytelling
- Stakeholder Management
- Lösungsorientiertes und analytisches Handeln
- Motivierendes Miteinander
- Emphatische Teamführung auf Augenhöhe
- Tennis, Beachvolleyball, Sneaker

SPRACHEN

Deutsch Muttersprache
Englisch C1 Level
Spanisch C1 Level
Catalan A2 Level

BERUFLICHER WERDEGANG

- Seit Januar 2022
Zortify S.A.
Chief Marketing Officer
- Juli 2021 bis Dezember 2021
Interone
Director Content & Social Media (interim)
- November 2020 bis Juni 2021
Jung von Matt
Social Media Director
- November 2018 bis April 2020
Unruly
**Strategic Creative Agency
Partner/Business Development (EMEA)**

AUSBILDUNG

- Juli 2009 bis Oktober 2010
Europäische Fernhochschule Hamburg
Berufsbegleitendes Zertifikatsstudium
Marketing und Marktforschung
- Oktober 2005 bis Juni 2008
Universität Barcelona
Bachelor/Master Englische & Spanische
Philologie

BERUFLICHER WERDEGANG

ARBEITSERFAHRUNG

Seit Januar 2022

Chief Marketing Officer bei Zortify S.A.

Aufgaben: Produktentwicklung KI-basierter Persönlichkeitsanalysen (<https://zortify.com/products/>) inkl. Pricing und Aufbau digitaler Geschäftsmodelle mit Deckungsbeitrag von 30% sowie Automatisierung (Dashboard), Marketing-Automatisierung via (Generative) AI und HubSpot, Konzeption/Implementierung internationaler B2B-Paid-Media-Strategien 2022-2024 (Google, YouTube, LinkedIn, Meta, Referral), Konzeption/Implementierung langfristiger B2B-Market-Access-Strategien 2022-2024 (Growth/Awareness), Entwicklung Corporate Identity und Design, Konzeption/Implementierung neuer Markenauftritt (u.a. <https://zortify.com>), Budgetplanung/-verantwortung: 2-4 Mio. EUR, Teamaufbau/-führung, Prozess-Optimierung, Umsatz-Ziel/Erreichung 2022: 2,5 Mio. EUR/98%, 2023: 4 Mio. EUR/(105% Forecast), Strategische Ziele: Verkürzung Sales-Zyklen von 5 auf 4 Monate erreicht, Recurring Revenue gemessen am Gesamt-Umsatz: von 50% auf 70% gesteigert, Traffic Website um 700% verbessert

Juli 2021 bis Dezember 2021

Interim Director Content und Social Media (Paid, Owned, Earned) bei Interone

Aufgaben: Entwicklung von Kanalstrategien und Content-Plattformen für Markteinführung ID BUZZ unter Verwendung von Salesforce, Strategische/kanalübergreifende Content-Planung und -Erstellung für DACH-Region, Schnittstelle zu Data/Analyse und Media, B2B- (VW Retailer) und B2C-Paid-Media-Strategien 2022 (Google, YouTube, LinkedIn, Meta, Referral, Influencer), Teamführung, Budgetverantwortung: 1 Mio. EUR inkl. Mediabudget, Conversion Rate für Lead Opt-In Pages (KPI: Anmeldung Probefahrten beim Händler) ø 13%
Kunden: Volkswagen Nutzfahrzeuge, Continental

November 2020 bis Juni 2021

Social Media Director (Paid, Owned, Earned)

Aufgaben: Strategische, kanalübergreifende Planung/Umsetzung von B2C-Social Media-Kampagnen für Netto Marken-Discount mit Fokus auf neue/junge Zielgruppen und „VeHappy“-Produkten, Konzeption Landing-Pages/Content-Hubs, Schnittstelle zu Data/Analyse und Media, B2B- (MAN Retailer) und B2C-Paid-Media-Strategien 2021/2022 (Meta, YouTube, TikTok, Pinterest, Influencer), Markenaufbau im digitalen Umfeld, Teamaufbau/-führung, Budgetverantwortung: 1,5 Mio. EUR, Senkung kanalübergreifende TKP von 6,70 EUR (LEH Benchmark) auf 6,30 EUR, Steigerung Markenbekanntheit „VeHappy“ in jungen ZG um 210%
Kunden: Netto Marken-Discount, SHARE NOW, MAN, EnBW

November 2018 bis April 2020

Strategic Creative Agency Partner/Business Development (EMEA) bei Unruly

Aufgaben: Business Development und After-Sales (EMEA) via Salesforce, Vertriebsmarketing DACH, Kundenberatung, Content-Kreation mit Hilfe von „UnrulyEQ“-Werbewirksamkeitsanalysen inkl. Optimierungen kanalübergreifender Contents für managed oder programmatische Kampagnen, „UnrulyEQ“ Produktweiterentwicklung, Brand Lift Studies, Team-Sales-Ziele pro Quartal/Erreichung: 2 Mio. EUR/ø 105 %, persönliche Sales-Ziele pro Quartal: 250 K EUR/ø 108%, Steigerung Recurring Revenue/Umsatz von 55% auf 63%, ø Ziel- Deckungsbeitrag 40% erreicht
Kunden: MINI, Vodafone, Kaufland, Bosch, DEVK, Henkel, Beiersdorf, Burger King, McDonald's

BERUFLICHER WERDEGANG

ARBEITSERFAHRUNG

● Mai 2017 bis Oktober 2018

● **Client Services Director für den Kunden smart/Mitgl. GL**

Aufgaben: Leiter Beratung für den größten Agenturkunden smart (HQ und Deutschland), Strategie/Kreation/Konzeption von internationalen Digital-, Social Media-, Content- sowie Brand Experience-Kampagnen (B2B und B2C inkl. Umsetzung/Produktion) inkl. Adaptionen für internationale Märkte, Neupositionierung/Rebranding/Markteinführung smart EQ, Konzeption und Kommunikation Markteinführung smart Ready-to-Services, (Retail)-Kooperationen mit Jeremy Scott („smart ForJeremy“), Vitra Design Museum („smart Mobile Disco“), SXSW 2018 in Austin/Texas („Zero Emission Ball“), Budgetverantwortung: 4 Mio. EUR inkl. Mediabudget, 25% Margenziel erreicht

● Februar 2016 bis April 2017

● **Geschäftsleiter Beratung/Co-Gründer/Gesellschafter bei L7 Berlin**

Aufgaben: Agenturaufbau, Business Development und Ausbau Akquise-Netzwerk, Kreation/Konzeption/Produktion 5-teilige Content-Serie „Der Spediteur“ mit Joko Winterscheidt zu den Volkswagen E-Modellen (10 Mio. Clicks auf YouTube inkl. Mediaunterstützung) sowie 2nd Unit Laughing Horses“-Produktion (Markteinführung Volkswagen Tiguan 2016), Prozess- und Strategie-Entwicklung, Kreation/Konzeption/Umsetzung weiterer 360°-Kampagnen sowie TV-Spots und Content-Formaten, Umsatz-Ziel/Erreichung 2016: 1 Mio. EUR/150%, 30% ø Margenziel erreicht
Kunden: Volkswagen, Universal Music, SodaStream, LEGO, Berlin Leichtathletik-EM 2018

● Februar 2014 bis Januar 2016

● **Etatdirektor/Teamleiter bei Serviceplan**

Aufgaben: Strategie/Kreation/Konzeption/teilw. Umsetzung von 360°-Kampagnen zu Verkehrssicherheit/-psychologie („Runter vom Gas“) sowie automatisiertes Fahren mit Schwerpunkt PR/Social Media, „Klassik“-Beratung, Business Development, (PR-)Kooperationen mit Disney, Martin Perscheid, Roger Cicero, Udo Walz, Culcha Candela, Fünf Sterne Deluxe, Milky Chance, Rock am Ring, etc., PR/Social Media Kampagne mit Disney und Ströer „Die Saga geht weiter...“ 10.000 Plakate deutschlandweit, Helm-Gewinnspiele für 250 Schulen, Berichterstattung in über 160 Ländern für nur 60K Budget, Budgetverantwortung: 3,5 Mio. EUR, 60% Gesamt-Margenziel erreicht
Kunden: BMVI (Verkehrsministerium), Deutscher Verkehrssicherheitsrat, Telefónica

● Juli 2010 bis Dezember 2013

● **Senior PR-Berater/Teamleiter bei Jung von Matt**

Aufgaben: Markeninszenierung, Strategie/Kreation/Konzeption und Umsetzung von PR-, Online- und Social Media-Marken-Kampagnen, u.a. „Unserer Amateure. Echte Profis“ (DFB), „Rosi hat Schwein gehabt. Gegen Hautkrebs.“ (DKH) oder „Das Beste oder Nichts“ (Mercedes Benz, Goldener „PR-Löwe“ bei den Cannes Lions Creativity Festival), Business Development, Budgetverantwortung: 250 K bis 1 Mio. EUR, 40% Margenziel fast erreicht (36%).
Kunden: Mercedes Benz, Pernod Ricard, Deutscher Fußball-Bund, Deutsche Krebshilfe, Euronics

● März 2006 bis Juni 2010

● **Projektmanager und Projektleiter Marketing/PR/Sponsoring/Events bei Volvo Cars Germany und Hüls Unternehmensgruppe**

AUSBILDUNG

HOCHSCHULAUSBILDUNG

- Juli 2009 bis Oktober 2010
Zertifikatsstudium Europäische Fernhochschule Hamburg
Marketing und Marktforschung, Note: 1,7
- Oktober 2005 bis Juni 2008
Bachelor/Master Universität Barcelona
Englische und Spanische Philologie, Note: 1,6
- Oktober 2000 bis September 2005 (inkl. 2 Urlaubssemester 2003/2004)
Magister Universität Köln und Oldenburg
Englische Philologie, Politische Wissenschaften und Angloamerikanischen Geschichte

WEITERBILDUNG

- Mai 2020 bis September 2020
Weiterbildung zum Chief Digital Officer
Schwerpunkte: Digital Business Innovation, Digitale Transformation und ihre Prozesse, Digitale Geschäftsmodelle, Customer Centricity, Digital Leadership, Medienrecht

SOFTWARE/TOOLS

- Mac OS
- Windows (Office 365)
- Google Ads/Search Console/Analytics/Tag Manager
- Meta und LinkedIn Business Manager
- Facelift
- Social Bakers
- HypeAuditor
- Cookiebot
- Brandwatch
- Hootsuite
- Wordpress
- easyjob
- Maconomy
- HubSpot
- SAP
- Salesforce
- Highspot
- WebEx
- TROI
- Trello
- Jira
- Confluence
- KiteWorks
- Clickup
- Basecamp
- Merlin
- Zoom

Hamburg, den 25. Januar 2024

