

Dr. Jens Cornelisen

Diplom-Kaufmann



Richard-Wagner-Str. 8 | 90513 Zirndorf
jens.cornelsen@gmx.de | +49 160 586 0202



- Führungserfahrener **Teamplayer** mit starker Motivationsfähigkeit
- Guter **Zuhörer** mit ausgeprägter **Kommunikationsstärke**
- Wacher „Geist“ mit zupackender **hands-on Mentalität**

PERSÖNLICHES

Geburtsdatum/ -ort 28.04.1966, Hannover
Staatsangehörigkeit deutsch
Familienstand verheiratet, 2 Kinder

KERNKOMPETENZEN

strategisch	kommunikationsstark	Stakeholder-erfahren	
modern-zeitgeistig	nachhaltig	interdisziplinär	analytisch
digital	Projektmanagement-erprobt	humorvoll	

BERUFLICHE ERFAHRUNGEN... in Strategie, Nachhaltigkeit, Transformation

2022 – 5/2023

SGN | Sport goes Nachhaltigkeit, Regensburg

Strategie. Nachhaltigkeit. Geschäftsfeldoptimierung.

- _ Strategische Beratung im Sportbusiness (Vereine, Verbände, Sponsoren)
- _ Aufbau eines Netzwerkes im Bereich Sport, Verbände, Organisationen
- _ Umfangreiche Marketing-, Social Media- und Repräsentationsaktivitäten

Besondere Erfolge

- > *Erstes, speziell für Vereine, Verbände und Organisationen entwickeltes Nachhaltigkeits-Zertifikat (ökologisch, sozial, wirtschaftlich).*
- > *Zertifizierung des Fußballbundesliga Zweitligisten 1. FC Magdeburg mit dem SGN Prüfsiegel „TOP LIGA - Nachhaltigkeit im Sport“.*

2021 – 5/2023

LIVBLU sustainability group, Geschäftsführer, München

Nachhaltigkeit. Transformation. Kooperation.

- _ Gründung einer Beratungsfirma im Bereich Nachhaltigkeit
- _ Aufbau eines umfangreichen Service- und Beratungsportfolios
- _ Nationale & internationale Kooperationen, u.a. mit CO₂-regio, blue life etc.

Besondere Erfolge

- > *Strategische Kooperation mit der ZHAW Winterthur - Entwicklung eines Research Tools im Bereich Nachhaltigkeit.*
- > *Entwicklung einer internationalen Media-/ Werbekampagne für die United Nations Environmental Program (UNEP) inklusive Werbeerfolgsmessung.*

BERUFLICHE ERFAHRUNGEN (Fortsetzung)

2019 - 2020

FACIT research, SERVICEPLAN Group, Geschäftsführer, München

Kommunikation. Marketing. Stakeholder-Management.

- _ Entwicklung innovativer Service-Tools
- _ Moderation umfangreicher interner Transformations- und Change-Prozesse
- _ Budgetplanung und umfassendes Ergebnis- und Finanz-Controlling

Besondere Erfolge

- > Weiterentwicklung des wertebasierten Zielgruppensegmentierungs-Tools *value sphere®* und interner Sell in die SERVICEPLAN Gruppe.
- > Umfassendes Projektmanagement einer innovativen Markt-Media-Studie zur Ermittlung der Effektivität von Online-/ Offline-Werbeformaten.

2005 - 2018

DEFACTO digital, DEFACTO Group, Geschäftsführer, Erlangen

Digital. Data. Innovation.

- _ Erarbeitung einer strategischen (Neu-)Positionierung des Unternehmens
- _ Auf-/ Umsetzung nationaler/ internationaler Kundenworkshops
- _ Budgetplanung und umfassendes Ergebnis- und Finanz-Controlling

Besondere Erfolge

- > Entwicklung & Vertrieb eines weltweiten digitalen Geo*Fencing-Projektes (> 1,0 Mio. EUR) für einen globalen Retailer.
- > Entwicklung & Vermarktung eines innovativen Big Data- Tools zur Fusionierung von Umfrage- und CRM-Daten für einen global player.

2003 - 2005

Leiter Energiemarkt, GfK Group, Nürnberg

Strategie. Marktbearbeitung. Corporate.

- _ Gründung, Aufbau und Vermarktung des neuen Profit Centers „Energie“
- _ Umfangreiche Akquise- und Netzwerkaktivitäten
- _ Entwicklung innovativer Branchen-Tools, Integration in das Gesamtportfolio

Besondere Erfolge

- > Akquisition und vertrieblicher Ausbau des Geschäfts mit allen TOP3 Energieanbietern in Deutschland im ersten Jahr der Gründung.
- > Aufbau eines neuen, interdisziplinären Teams mit IT-Spezialisten, Consultants, und Projektmanagern.

2000 - 2005

Leiter Internationale Kundenzufriedenheit, GfK Group, Nürnberg

Business Intelligence. Personalführung. Projektmanagement.

- _ Leitung umfangreicher Research-Projekte, Projektmanagement
- _ Führung & Koordination internationaler, interdisziplinärer Projektteams
- _ Controlling anhand erfolgswirksamer Führungs-/ Marketing KPIs

Besondere Erfolge

- > *Entwicklung eines umfassenden Kundenzufriedenheits-Trackingtools im Automobilbereich und umfangreiches, globales (Groß-)Projektmanagement.*
- > *Entwicklung und Umsetzung eines Kundenwert-Messmodells zur Bewertung von Kunden-Empfehlungen, inklusive „go-to-market“-Strategie und Umsetzung.*

AUSBILDUNG

1999

Dissertation „Kundenwertanalysen im Beziehungsmarketing“, Dr. rer. pol.

Universität Erlangen-Nürnberg, Prof. Dr. Hermann Diller

- _ Auszeichnung „ZMU-Preis für Dissertationen der WHU Koblenz“
- _ Auszeichnung „Deutscher Marketingpreis“ (DMV)

1995 - 1999

Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Marketing, Nürnberg

Universität Erlangen-Nürnberg, Prof. Dr. Hermann Diller

1989 - 1994

Studium der Betriebswirtschaftslehre, Diplom-Kaufmann, Nürnberg

Universität Erlangen-Nürnberg

1985 - 1988

3-jährige kaufmännische Ausbildung, Kali & Salz AG, Kassel

Industriekaufmann, Betriebswirt VWA

bis 1985

Grundschule/ Gymnasium mit allgemeiner Hochschulreife, Hannover

SPRACHEN & MS OFFICE

Deutsch – Muttersprache

Englisch – Sehr gut in Wort & Schrift

Sehr gute MS-Office- und SPSS-Kenntnisse

SONSTIGES

- seit 2021 **Senior Advisor & Moderator EU-Projekt „CO₂-regio“, Bayern**
Durchführung einer Machbarkeitsstudie zur Renaturierung von Mooren
- seit 2020 **Beirat internationale Nachhaltigkeitsorganisation blue life, Hamburg**
Gründung & Unterstützung des Vereins zum Schutz von Mangroven
- seit 2019 **Präsidium „Deutsches Marketing Excellence Network (MEX)“, Nürnberg**
Vizepräsident und Schatzmeister
- seit 2017 **Vorlesungen, Veranstaltungen, Seminare, Erwachsenenbildung etc.**
_ Uni Erlangen-Nürnberg: Vorlesung „Trends im CRM“
_ Uni Bamberg: „Nachhaltigkeit – Sind wir alle Greta?“
_ Hochschule Winterthur/ Schweiz: „Marketing Analytics“



Zirndorf, 19. Juli 2023