

EXECUTIVE ADVISORY PROFILE

JOCHEN SENGPIEHL

Transformations-Executive & Operator

INDUSTRIE × CHINA × KI × COMMERCIAL TRANSFORMATION

Von der Strategie zur Umsetzung.



Wenige Executives haben globale Marken- und Commercial-Transformation aus dem operativen Zentrum heraus geführt — in Wolfsburg nach dem Diesel-Skandal, in Peking gegen BYD und Xiaomi, heute beim Aufbau KI-gestützter Commercial Operating Models für Vorstände und Gründer. Jochen Sengpiehl war 25 Jahre C-Level-Operator in vier globalen Automobilkonzernen, zweimal als Global CMO von Volkswagen. Einer seiner Kernkompetenzen ist vor allem die Neuausrichtung und Restrukturierung von Organisationen, von Marken und von Geschäftsmodellen.

Nicht von der Seitenlinie. Selbst am Steuer — in Wolfsburg, Seoul und in Peking.

25+

JAHRE C-LEVEL-FÜHRUNG

2×

FORBES TOP 50 GLOBAL CMO

3,5

JAHRE OPERATIV IN CHINA

VIER FELDER. EINE TRANSFORMATIONSERFAHRUNG.

01

Industrie & Automotive

25+ Jahre · C-Level · Transformation & Umsetzung

02

China

CMO VW Group China · Produktstrategie, Markenrepositionierung, neue Marke & Joint Venture

03

KI-Transformation

AI Operating Models · Technologie × Organisation

04

New Marketing

Brand OS · KI-Marketing & Vertrieb

2006–2010 Global CMO, Volkswagen AG

2017–2022 Global CMO, Volkswagen AG

2022–2025 CMO, Volkswagen Group China, Peking

2025– Founder & CEO, JS Future Capital

ERFAHRUNG, DIE WERT SCHAFFT

Vom globalen C-Level zum Transformations-Partner

01 Volkswagen, Global — Global CMO

2017–2022 · DIREKTE BERICHTSLINIE AN DEN VORSTANDSVORSITZENDEN · WOLFSBURG

HERAUSFORDERUNG Markenwert im freien Fall nach der Diesel-Krise.

ROLLE Architekt von "New Volkswagen 360": Purpose, Identität, Design, ID.-Familie.

ERGEBNIS KPIs zurück auf Vorkrisenniveau. OneHub: 1,1 Mrd. Besuche pro Jahr.

ERSTE AMTSZEIT 2006–2010, ebenfalls Global CMO: weltweiter Launch von "Das Auto.", komplette Neuausrichtung des globalen Marketings.

5

JAHRE BIS ZUR KPI-
ERHOLUNG

**Blaupause fürs KI-
Zeitalter — nur
schneller.**

02 Volkswagen Group China — CMO

2022–2025 · PEKING · VOLLMANDAT MARKE & PRODUKT

HERAUSFORDERUNG Relevanz- und Marktanteilsverlust gegen BYD, Xiaomi, NIO.

ROLLE "Brand Target 2030" definiert; Marken-, Produkt- und Designstrategie, JV-Governance.

ERGEBNIS ID.UNYX gelauncht, neue Design-DNA (ID.CODE), KPIs stabilisiert.

3,5

JAHRE VOR ORT IN
PEKING

**Grundlage der China-
Schock-Analyse.**

03 Hyundai Motor Europe — EVP / CMO Europe

2014–2017 · 34 MÄRKTE · OFFENBACH

HERAUSFORDERUNG Vom Volumenanbieter zum Near-Premium-Wettbewerber.

ROLLE Volle Verantwortung: Marke, Produktmarketing, Digital, FIFA/UEFA-Sponsoring.

ERGEBNIS Messbarer Marken- und Wettbewerbsgewinn — 34 Länder gleichzeitig.

34

MÄRKTE GLEICHZEITIG
GEFÜHRT

**Repositionierung ohne
einen Leitmarkt.**

04 JS Future Capital — Founder & CEO

2025–HEUTE · BERLIN · ADVISORY & INVESTMENT

HERAUSFORDERUNG Vom AI-Piloten zum Operating Model und zur Strategie.

ROLLE Advisor für Vorstände und Gründer, Berater und Advisor von Start-up-Unternehmen und E-Commerce-Companies.

AKTUELLE MANDATE idealo — Ausbau der E-Commerce-Plattform · Positionierung & Strategie eines Automotive-Driving-Startups · Beratungsmandat bei einer führenden deutschen Carsharing-Company · internationaler Automobilkonzern — Neuausrichtung des internationalen Vertriebs.

2025–

FOUNDER & CEO, JS
FUTURE CAPITAL

**Dieselbe Urteilkraft —
jetzt für jeden Vorstand.**

EXECUTIVE TIMELINE — 25+ JAHRE · 4 GLOBALE KONZERNE

2025–heute JS Future Capital GmbH, Berlin — Founder, Shareholder & Advisor

2017–2022 Volkswagen AG — Global CMO, direkte Berichtslinie an den CEO

2012–2014 JS Global Brand Consulting — Founder & CEO

2003–2006 Daimler AG (Mercedes-Benz) — Director Marketing & Communication Germany

2022–2025 Volkswagen Group China — CMO China, Peking

2014–2017 Hyundai Motor Europe — EVP / CMO Europe

2006–2010 Volkswagen AG — Senior Vice President / CMO Global

Frühe Jahre Nissan Motor Co. / BBDO — International Marketing & CRM · Business Development

WAS ICH FÜR SIE TUN KANN

Von der Strategie zur Umsetzung.

01	Board & CEO Advisory	PROBLEM Vorstände brauchen einen Sparringspartner mit großer Erfahrung bei Neuausrichtungen und Organisationsstrukturen sowie operativer Umsetzungserfahrung — ergebnisorientiert, zuverlässig und durchsetzungsstark. WERT Direkte, vertrauliche Beratung zu Transformation, China-Exposure und Commercial Strategy — von jemandem, der das Mandat selbst geführt hat.
02	KI-Transformation	PROBLEM AI-Piloten vermehren sich, ohne das Geschäft wirklich zu verändern. WERT Aufbau eines KI-gestützten Commercial Operating Model — Produkt, Marketing, Vertrieb, Daten, Service — mit einem Owner, einer P&L.
03	China Competitiveness	PROBLEM Chinesische Wettbewerber sind schneller als die meisten Planungszyklen. WERT Faktenbasierte Einschätzung von Tempo & Kostenstruktur des Wettbewerbers für Produkt, Pricing, Go-to-Market — von jemandem, der den Markt von innen führte.
04	Commercial / New Marketing Transformation	PROBLEM Marketing, Vertrieb und CRM laufen noch als drei Abteilungen mit drei Budgets. WERT Komplette Neuausrichtung der Organisationsstruktur entlang der vertrieblichen Wertschöpfungskette; Integration eines KI-gesteuerten, abteilungsübergreifenden Operating Systems mit zentraler Verantwortung.
05	Interim Transformation Leadership	PROBLEM Manche Transformationen lassen sich nicht von außen entwerfen — sie brauchen oft jemanden mit operativer Umsetzungserfahrung, durchsetzungsstark und erfahren. WERT Temporäre operative Führung: Transformation von der Roadmap in die Umsetzung, mit voller Verantwortung.

WANN SIE MICH ANRUFEN SOLLTEN

- | | |
|--|---|
| 01 Wenn das Produkt besser ist als die Wahrnehmung der Marke. | 02 Wenn die Transformation feststeckt. |
| 03 Wenn AI-Piloten keinen Business Impact erzeugen. | 04 Wenn chinesische Wettbewerber schneller entscheiden als die eigene Organisation. |
| 05 Wenn Marketing, Vertrieb und Kundendaten nicht mehr zum Markt passen. | 06 Wenn die Strategie steht — aber die Umsetzung fehlt. |

„Ich berate Transformation nicht von außen. Ich habe meine Karriere damit verbracht, sie **umzusetzen** — von innen.“

AUSGEWÄHLTE CREDENTIALS

2× Forbes Top 50
Global CMO · 2×
meistausgezeichneter
Werber weltweit,
Cannes Lions · Effie
Gold · 10× ADC Gold

Architekt von "Das
Auto." — globaler
Rollout in über 150
Märkten;
Standardisierung des
globalen Webauftritts,
der Social-Media-
Plattformen und
Mitentwicklung des E-
Commerce-Channels

Zielübererfüllung in sämtlichen
Restrukturierungsprogrammen;
konzernweite Bündelung der
Einkaufskompetenzen — über
500 Mio. € eingespart

Gastvortrag &
Keynote: Universität
St. Gallen, ETH
Zürich, BDU, IG
Metall, OMR (Paul
Ronzheimer), Gabor
Steingart

PUBLIZIST · PODCAST · SPEAKER

Aktuelle Themenfelder als Publizist, Podcast, Speaker

01 — CHINA-SCHOCK

Der China-Schock ist erst der Anfang

Das Auto war nur der erste Dominostein — China baut zeitgleich an KI, Robotik, Batterien und Quantencomputing die industrielle Infrastruktur der nächsten 20 Jahre.

Warum relevant: Ordnet ein, was auf Automobilindustrie, Maschinenbau und Mittelstand als Nächstes zukommt — aus der Perspektive von jemandem, der beide Seiten kennt.

03 — AI & BRAND VISIBILITY

Sichtbarkeit wird zum Bilanz-KPI

Markenbekanntheit überzeugt Menschen, aber keine Maschinen — Sichtbarkeit in KI-Empfehlungssystemen wird zum neuen Bilanz-Frühindikator.

Warum relevant: Zeigt CMOs und CFOs, warum Awareness und NPS allein nicht mehr reichen, um Markenwert zu steuern.

05 — WAS EUROPA VON CHINA LERNEN MUSS

Vier Jahrzehnte Technologietransfer

China hat nicht gestohlen, Deutschland hat verkauft — vier Jahrzehnte Technologietransfer gegen Marktzugang haben aus dem Partner einen Systemkonkurrenten gemacht.

Warum relevant: Liefert die historische Herleitung, die in der aktuellen China-Debatte meist fehlt, plus konkrete Handlungsimplicationen.

02 — THE NEW ORDER

Zwei Betriebssysteme im Wettbewerb

Der Wettbewerb läuft nicht mehr zwischen einzelnen Marken, sondern zwischen zwei Betriebssystemen — dem europäischen Modell der Optimierung und dem chinesischen Modell der Geschwindigkeit.

Warum relevant: Liefert Vorständen eine strategische Landkarte jenseits von Zöllen und Tagespolitik.

04 — DIE ZUKUNFT DES MARKETINGS

Marketing, wie wir es kennen, gibt es nicht mehr

Silo-Denken zwischen Vertrieb, PR, Digital und Markenführung bremst Unternehmen im KI-Zeitalter — Verantwortung für die Marke liegt in zu vielen Händen.

Warum relevant: Konkrete Blaupause aus 25 Jahren globaler Markenführung für eine durchgängige Marketing-Verantwortung im Vorstand.

06 — VW, BYD & DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT

Von innen erlebt, nicht von außen beobachtet

Als Ex-Global-CMO von Volkswagen und CMO von Volkswagen Group China: wie die Marke in China an Boden verlor — und was das Tempo von BYD und Xiaomi (Autogeschäft in 1.094 Tagen aufgebaut) für die Branche bedeutet.

Warum relevant: Kein Blick von außen, sondern Erfahrung von innen — inklusive der persönlichen Konsequenzen.

Berlin-based · Vater von vier Töchtern · global einsetzbar, extrem flexibel bei Zeitzonen und Reisen

jochen@sengpiehl.de · +49 171 998 8988 · jsfuturecapital.ai · linkedin.com/in/jochen-sengpiehl-29015662