



# Stephanie Stoeckel

Interim Marketing Director / Fractional CMO

Marketing Operating Model · Post-Merger Integration · Digital Growth

“When marketing is managed as a collection of tactics, tactics are all you get. Growth requires leadership, structure and someone who can hold both together.”

## Focus

### Interim & Fractional Leadership

CMO / Marketing Director leadership on an interim or fractional basis when priorities, ownership and execution power are missing.

### Strategie & Operating Model

Marketing strategy, go-to-market design, roles, processes, governance and decision-making frameworks.

### Team & Leadership Enablement

Role clarity, alignment and hands-on leadership for marketing teams in periods of change.

## When companies bring me in

- **Leadership gap:** Interim or fractional leadership when a CMO, Marketing Director or Head of Marketing seat needs to be filled temporarily.
- **Reorganisation:** Redesigning roles, responsibilities, governance and decision-making structures.
- **Integration:** Bringing together marketing, pre-sales, performance, communications and agency structures.
- **Growth:** Aligning go-to-market, CRM, brand, performance and sales around measurable business impact.

## Selected Transformation Mandates

Company / Role	Transformation Mandate	Relevant Proof
<b>DZ4 / EnBW</b> Interim Director Marketing & Lead	Post-merger integration following the acquisition by EnBW and consolidation of several functional areas.	Integrated marketing, pre-sales, partner management, performance & analytics and communications. Built new roles, reporting structures and management routines. Improved B2C lead quality by +20%.
<b>Merlin Entertainments</b> Marketing Director Gateway Europe	European marketing transformation across multiple markets and brands.	Moved teams from generalist setups to specialist functions; introduced new workflows, agency models and digital-first ways of working. Connected local markets with the global agency network and rolled out centralised structures.
<b>CinemaxX / Vue</b> Head of Marketing	Reorganisation, digitalisation and brand development in a challenging market environment.	Restructured the marketing and customer care team of 20+ people. Positioned the function as a strategic partner to the executive team. Built CRM foundations and supported the gradual rebranding towards Vue.
<b>McDonald's Germany</b> Departme nt Head Marketing Digital	Built the digital marketing team and developed new digital revenue channels.	Built app, CRM, loyalty and personalised communication capabilities in close collaboration with the CMO and executive board. Delivered a 10% revenue contribution from digital channels within a corporate revenue context of approx. €300m.

## Additional Profile

**Marketing & AI Integration:** Embedding AI into marketing roles, workflows and collaboration models with a focus on clear use cases, fewer redundancies and faster execution.

**Credentials:** Certified Systemic Organisational Development Consultant, Systemisches Institut Hamburg, ECA-recognised · Systemic Business Coach · Master Business with AI / MBAI, Hochschule Fresenius x Microsoft x Leaders of AI

**Industries:** Food Service / QSR · Leisure & Entertainment · Energy & sustainable solutions · Media · Digital platforms

## Assignment Parameters

**Roles:** Interim Marketing Director · Fractional CMO · Marketing Transformation Lead

**Location / setup:** Hybrid across DACH; Hamburg / Northern Germany preferred

**Capacity:** By arrangement; ideally 3–4 days per week

**Assignment duration:** Typically 6–12 months

**Core focus:** Transformation, reorganisation, integration and growth

Mobil +49 176 64 944 955 | [st@stephaniestoeckel.com](mailto:st@stephaniestoeckel.com) | Hamburg



# Stephanie Stöckel

Interim Marketing Director / Fractional CMO

Marketing Operating Model · Post-Merger Integration · Digital Growth

„Wer Marketing nur als Maßnahmenpaket steuert, bekommt auch nur Maßnahmen. Wachstum braucht Führung, Struktur und jemanden, der beides zusammenhält.“

## Einsatzprofil

### Interim & Fractional Leadership

Interim-/Fractional-Führung, wenn eine CMO-, Marketing-Director- oder Head-of-Marketing-Rolle temporär offen ist

### Strategie & Operating Model

Marketingstrategie, Go-to-Market, Rollen, Prozesse, Governance und Steuerungslogik.

### Team & Leadership Enablement

Rollenklärung, Alignment und Führung von Marketingteams in Veränderung.

## Wann Unternehmen mich holen

- **Führungslücke:** Interim-/Fractional-Führung, wenn eine CMO-nahe Rolle temporär offen ist.
- **Reorganisation:** Rollen, Verantwortlichkeiten, Governance und Entscheidungswege neu schneiden.
- **Integration:** Marketing, Pre-Sales, Performance, Kommunikation und Agenturen zusammenführen.
- **Wachstum:** Go-to-Market, CRM, Brand, Performance und Sales auf gemeinsame Wirkung ausrichten.

## Ausgewählte Transformationsmandate

Station	Transformationsauftrag	Relevanter Proof
<b>DZ4 / EnBW</b> Interim Director Marketing & Lead	Post-Merger-Integration nach EnBW-Übernahme und Zusammenführung mehrerer Fachbereiche.	Marketing, Pre-Sales, Partner Management, Performance & Analytics sowie Kommunikation integriert. Neue Rollen, Reporting- und Steuerungslogiken aufgebaut. B2C-Leadqualität +20 %.
<b>Merlin Entertainments</b> Marketing Director Gateway Europe	Europäische Marketing-Transformation über mehrere Märkte und Marken.	Von generalistischen zu spezialisierten Teams; neue Workflows, Agenturmodelle und Digital-First-Ansätze. Anbindung an globales Agentur-Netzwerk und Roll-Out zentralisierter Strukturen.
<b>CinemaxX / Vue</b> Head of Marketing	Reorganisation, Digitalisierung und Markenentwicklung in herausforderndem Marktumfeld.	Marketing- und Customer-Care-Team mit 20+ Mitarbeitenden neu aufgestellt. Team als strategischer Sparringspartner der Geschäftsführung positioniert. CRM-Grundlagen und Rebranding Richtung Vue.
<b>McDonald's Deutschland</b> Department Head Marketing Digital	Aufbau des Digital-Marketing-Teams und Weiterentwicklung digitaler Umsatzkanäle.	App, CRM, Loyalty und personalisierte Kommunikation im Zusammenspiel mit CMO und Vorstand. 10 % Umsatzbeitrag aus digitalen Kanälen bei ca. €300 Mio. Unternehmensumsatz.

## Zusatzprofil

**Marketing & KI-Integration:** KI sinnvoll in Marketingrollen, Prozesse und Zusammenarbeit integrieren – mit Fokus auf klare Use Cases, weniger Redundanz und höhere Umsetzungsgeschwindigkeit.

**Credentials:** Systemische Organisationsentwicklerin, Systemischer Business Coach, Master Business with AI / MBAI.

**Branchen:** Food Service / QSR · Leisure & Entertainment · Energie / nachhaltige Lösungen · Medien · digitale Plattformen

## Einsatzparameter

- Rollen: Interim Marketing Director, Fractional CMO, Marketing Transformation Lead
- Einsatz: DACH hybrid, Hamburg/Norddeutschland bevorzugt
- Umfang: nach Absprache, ideal 3–4 Tage/Woche
- Mandatsdauer: typischerweise 6–12 Monate
- Fokus: Transformation, Reorganisation, Integration, Wachstum