

GESCHÄFTSFÜHRER / COO / BEREICHSLEITER

Globale Wachstumsstrategien / Startups / Turnarounds / Brand Re-Positioning / Key-Account-Management / GuV-Verantwortung / E-Commerce / Markenbildung / strategische Allianzen / Merchandising / Kundenbindung-Loyalty / operatives Geschäft / Servicelogistik / ROI/ Internationale Fachkenntnisse

Als innovative, ertragsorientierte Führungskraft entwickelte ich entscheidende Strategien zur Verbesserung der Verkaufszahlen bzw. des Gewinns für erfolgreiche Unternehmen wie **Eddie Bauer, Lands' End, Harry & David, Adler und Siemens**. Aufgrund meiner Expertise in den Bereichen Versandhandel und E-Commerce konnte ich lukrative globale Ertragskanäle aufbauen und nachhaltiges Wachstum im B2B-Sektor sowie im Direktgeschäft generieren. Meine Kenntnisse und Fertigkeiten umfassen:

- **Entwicklung erfolgreicher Marketing- und Vertriebsinitiativen**
- **Aufbau, Führung und Motivation herausragender multifunktionaler Führungsteams**
- **Prozessinnovation und Steigerung der Profitabilität**
- **Optimierung des ROI**
- **Proaktive Kommunikation mit allen Interessengruppen innerhalb des Unternehmens**
- **Verbesserung des Ergebnisses trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf europäischen und nordamerikanischen Märkten**
- **Maximierung des Customer Life Time Value**

Meinen Bachelor in Accounting und anschließenden Masters in Finance an der University of Wisconsin habe ich durch Fortbildungen in den Bereichen strategisches Marketing und Vertrieb sowie E-Commerce ergänzt. Als motivationsstarke Führungskraft erreiche ich in Marktnischen beste Ergebnisse. Englisch und Deutsch beherrsche ich fließend. Ich bin zertifizierter **CPA** (Certified Public Accountant) und **CFP** (Certified Financial Planner).

Markante Leistungen

Neupositionierung der Marke Eddie Bauer. Eddie Bauer, das sich seit Mitte der 90er Jahre in deutscher Hand befand, hatte sich von seinen „Active Outdoor“ Wurzeln weitgehend entfernt. Übernahme der US-Produktlinie und Werbung und Übergang von Missy Sportswear zum Active Outdoor-Produktsortiment. Gleichzeitige Umstellung auf digitales Geschäft und Minimierung des Verlusts der bestehenden Kundenbasis. Erweiterung der Kanalpräsenz durch umfassende Markterweiterung. Aufrechterhaltung des EBITDA-Ergebnisses während der Implementierung neuer ERP-, 3PL-, Marken Umpositionierung, und Organisationsänderungen.

Bereinigung einer finanziellen Schieflage und Aufbau des Russlandgeschäfts. Lands' End Europa sah sich in drei aufeinanderfolgenden Jahren mit rückläufigen Umsätzen und dem niedrigsten Ertrag in mehr als 10 Jahren konfrontiert. Meine Aufgabe war es, das Unternehmen wieder auf Erfolgskurs zu bringen. Ich leitete die Markteinführung von Lands' End in Russland über eine Kooperation mit Quelle ein und implementierte eine zentrale europäische Organisationsstruktur, wodurch sich die Fixkosten in 3 Monaten um 15 % reduzierten.

Entwicklung neuer Marketingstrategien zur Bekämpfung von Umsatzrückgängen. Das Geschäftsmodell der Firma Adler Vertriebs GmbH & Co. Werbegeschenke KG basierte auf einem überkommenen, teuren und anfällig gewordenen „Musterversand- und Rückruf-Modell“. Durch die Einführung von Katalogen, Einlegern und abgewandelten Versionen bereits existierender Printmedien, erreichte ich ein deutlich gesteigertes E-Commerce- und Inbound-Ergebnis mit einer Wachstumsrate von ca. 200%. Wir gründeten eine Adler Niederlassung in den Vereinigten Arabischen Emiraten und in Saudi-Arabien mit einem stetig steigenden Umsatzvolumen von 1 Mio. US\$.

Ertragssteigerung in wirtschaftlichen Krisenzeiten. Harry & Davids B2B-Umsätze gingen in den Jahren der Wirtschaftskrise 2008/2009 stark zurück. Ich implementierte eine Marketingstrategie zur Vergrößerung der Kundenbasis, die erstmals einen B2B-Katalog einschloss und steigerte mithilfe eines neuen CRM-Pakets die Kundenbindungsrate im 12-Monats-Vergleich auf 70 % und den Jahresumsatz auf 25 Mio. US\$.

Einführung einer aggressiven Marketingstrategie zur Maximierung des langfristigen Wachstums. Im hart umkämpften europäischen Markt war es für Lands' End entscheidend, sich von Mitbewerbern abzuheben. Eine erfolgreiche Marketingstrategie mit einem innovativen Direktwerbungsprogramm wurde entwickelt, wodurch der Umsatz bei einem EBITDA von 12 % auf 211 Mio. US\$ stieg. Ferner steigerte ich den Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz innerhalb eines Jahres von 18 % auf 28 %.

Leitung eines sehr erfolgreichen Markteintritts. Aufgrund meiner sehr guten Leistungen im US-Stammhaus wurde mir angeboten, die Lands' End Niederlassung in Deutschland aufzubauen. Ich konzipierte eine erfolgreiche Marketingstrategie auf der Basis kompromissloser Servicequalität, um damit den sehr guten Ruf der Lands' End Produkte weiter zu fördern. Wir erreichten eine Kundenbindungsquote von 65% im 12-Monatsvergleich sowie eine Umsatzsteigerung von null auf 150 Mio. US\$ mit EBITDA-Rekordabschlüssen.

Signifikante Erhöhung der Umsätze aus dem Servicegeschäft. Siemens Nixdorf verfügte über kein ausgereiftes Serviceprogramm für seine Hochgeschwindigkeits-Laserdrucker aus Mainframe-Systemen. Mit steigendem Marktanteil führte dies zu einem Anstieg der Kundenreklamationen. Ich entwarf ein Programm zur Konsolidierung der Serviceverträge für alle US-

WEITER...

amerikanischen Kunden, wodurch der Umsatz bei einer gleichzeitigen Verbesserung der Kundenzufriedenheit um 2 Mio. US\$ gesteigert werden konnte.

Beruflicher Werdegang

Geschäftsführer, Eddie Bauer GmbH, 2015 bis 2020. Umpositionierung der Marke Eddie Bauer in der DACH Region nach der Übernahme 2014. Wiederherstellung der Marke als Active Outdoor Brand nach der Entwicklung zu Missy Sportswear unter der Otto-Führung. Gleichzeitig wechselte das Unternehmen zu einem digital gesteuerten Geschäft mit rückläufigem Fokus auf Printwerbung. Erweiterte Kanalpräsenz wurde durch umfassende Markterweiterung mit gleichzeitiger Beibehaltung der EBITDA-Ergebnisse während der Implementierung neuer ERP-, 3PL-, Markenrepositionierungs- und Organisationsänderungen geschaffen. Volle GuV-Verantwortung.

Interims-Geschäftsführer, Lands' End Europa, 2013 bis 2014. Ich wurde beauftragt, eine Kurskorrektur des Europageschäfts durchzuführen, dessen Geschäftszahlen Ende 2012 mit einem Umsatz von 194 Mio. US\$ und einem EBITDA von 7,7 % ein historisches Tief erreicht hatten. Ich leitete die Markteinführung in Russland, veränderte Organisationsstrukturen, was eine Fixkostensenkung von 15 % erbrachte, baute den aufgeblähten, überalterten Lagerbestand ab, verlagerte den Schwerpunkt des Werbemittelbudgets auf digitale Absatzmärkte. Volle GuV-Verantwortung für Europa.

Geschäftsführer, Adler Vertriebs GmbH & Co. Werbegeschenke KG, 2011 bis 2012. Volle GuV-Verantwortung für das Adler-Geschäft in Gesamteuropa und im Nahen Osten. Führung von 900 MA. Verantwortlich für ein Werbemittelbudget in Höhe von 49 Mio. US\$. Einführung von E-Commerce-, Print- und Außendienst-Vertriebskanälen. Umsatz von 110 Mio. US\$ im verantworteten Bereich. Aufbau des europäischen Management-Teams als Nachfolge für das vorherige, aus den USA operierende Gremium.

Vice President Corporate Sales, Harry & David Holdings, 2008 bis 2010. Führung eines 70 MA umfassenden Vertriebsteams. Entwicklung und Einführung von erfolgreichen strategischen Vertriebs- und E-Commerce-Kampagnen für die B2B-Versandhandelssparte einer Gourmet-Geschenkartikelfirma (Jahresumsatz: 500 Mio. US\$). Erreichte herausragende Kundenbindung und Umsätze trotz der Weltwirtschaftskrise 2008/2009.

Lands' End Inc., Tochter von Sears, globaler Vertrieb von Bekleidungsartikeln (Jahresumsatz: 1,8 Mrd. US\$)

Geschäftsführer, Lands' End Europa, 2005 bis 2008. Volle GuV-Verantwortung für die Geschäfte in Großbritannien und Deutschland. Führung von 1200 MA. Verantwortlich für ein Werbemittelbudget in Höhe von 40 Mio. US\$. Steigerung des E-Commerce Anteil um 10 % in einem Jahr. Rekordumsatz von 211 Mio. US\$. Optimierung des ROI durch außerordentliches Management aller Teilbereiche des operativen Tagesgeschäfts.

Geschäftsführer, Lands' End Deutschland, 1997 bis 2004. Gründung und Aufbau der deutschen Niederlassung. Aufbau eines 450 MA starken Teams. Erreichte mit einem Werbemittelbudget in Höhe von 25 Mio. US\$ einen jährlichen Umsatz von 150 Mio. US\$. Generierung eines EBITDA-Rekords von 15,8 % im Spartenvergleich. Ausbau des E-Commerce Kanals auf 24 Mio. US\$, 16 % des jährlichen Gesamtumsatzes. Lands' End wurde 2005 zum „Besten Arbeitgeber Deutschlands“ gewählt.

Product Manager und Business Analyst, Lands' End Inc., 1993 bis 1996. Verantwortlich für die Abteilung „Home“ (Heimtextiliensparte), 70 Mio. US\$ Umsatz.

Manager, Business Administration, Siemens Nixdorf, 1989 bis 1992. Verantwortlich für die Bereiche Finanzen und Verwaltung des 80 Mio. US\$ schweren Servicesektors dieser Niederlassung der Siemens AG (Jahresumsatz: 200 Mio. US\$). Steigerung des Umsatzes um 2 Mio. US\$ jährlich und Verbesserung der Kundenzufriedenheit durch den Ausbau von Kundenserviceverträgen.

Persönliche Interessen: Golfen, Laufen, Reisen