

Florian Dieterle

Diplom-Kaufmann

Unter den Eichen 51, 40625 Düsseldorf

Mobil +49 173/250 62 91, Festnetz +49 211/230 34 61

E-Mail: fd@floriandieterle.de

Lebenslauf



Profil

„Kunden suchen heute nicht mehr nur nach Produkten oder Dienstleistungen, sondern nach Erlebnissen“

- Langjährige operative/strategische nationale/internationale Erfahrung als Führungskraft und Unternehmensberater im Marketing, Vertrieb, Change Management & Nachhaltigkeit in Industrie, Handel, Dienstleistungen (B2C/B2B)
- Nachweisbare Markterfolge bei Wachstum und Aufbau neuer Märkte und Marken als Angestellter (Henkel, Nestlé, Eckes, Weight Watchers)
- Interim Management Weber Grill, Carl Zeiss, Zwiesel Glas, Essity (Zewa, Tempo), Dornbracht Armaturen mit Mehrfach-Einsätzen & Verlängerungen
- Mitgründer Start-up digitale disruptive B2B-Plattform marketSTEEL bzw. Aufbau regionales Innovations-Netzwerk Foodhub NRW
- Erfolgreich in der Entwicklung und Umsetzung innovativer Produkte, Dienstleistungen sowie Nutzung neuer Prozesse/Methoden (Design Thinking)
- Unternehmerischer ziel- und effizienzorientierter Arbeitsstil, hohe Empathie, kommunikationsstark, hohe analytische Kompetenz und kreatives Mindset
- Ausbildungen als Trainer bzw. in Change Management, NLP und Coaching
- Lehrauftrag Master für Marketing, Innovation und Change Management

ZUSAMMENFASSUNG (ÜBERBLICK)

Kompetenzprofil

- Erfolgreiche Tätigkeit als Führungskraft, Berater und Interim Manager im Bereich Marketing, Vertrieb, Innovations- und Change Management vom Produkt Manager bis Marketing Direktor (national/international) im Konzern/ Mittelstand, langjährige Führungs-Erfahrung 5 bis 25 MA
- Strategische und operative Führung bestehender Geschäftsfelder sowie deren Ausweitung und Neuentwicklung innovativer Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen; Sustainability
- Nationale/Internationale Erfahrung in strategischer/operativer Markenführung B2C bzw. B2B
 - Markenaufbau und strategisches Management von Marken (Positionierung, Markenarchitektur, Markenausdehnung, Marketing Mix, CI/CD-Richtlinien)
 - Entwicklung und Umsetzung langfristiger Marken- und Geschäftsfeld-Strategien und Umsetzung über zahlreiche Product Launches und Relaunches (national, international)
 - Entwicklung und Umsetzung zahlreicher Marken- und Kommunikationskampagnen im Bereich Above the line und Below the line (Direkt Marketing, Katalog-Marketing, Messe, Live Communication, Kundenmagazin) inkl. Agentursteuerung /Vernetzung mit Vertrieb
 - Internationale Marketingplanung/-steuerung von Ländern inklusive Budgetallokation
 - Digital Marketing: SEA/SEO, Social Media bzw. Marketing Automation, AI Anwendungen
 - Steuerung Kommunikations-Kampagnen PR, Content Marketing, Influencer Marketing
 - Internationale Einführung von Marketing- und Vertriebs-Tools zur Effizienz-Messung
 - Optimierung Customer Journey, Customer Touchpoint bzw. Experience Management
- Entwicklung/Umsetzung innovative CRM-, Trade-Marketing- und Vertriebs-Konzepte
- Etablierung und Leitung multi-funktionaler/multi-nationaler Teams bzw. Projektmanagement
- Reorganisation/Neuausrichtung von Marketing-Abteilungen bzw. Change Management
- Aufbau strategische Marktforschung (Consumer Insights Management, Performance Metrics)
- Entwicklung von strategischen und operativen HR bzw. Employer Branding Konzepten

Berufserfahrung und Ausbildungen im Überblick

2008 bis heute	Unabhängiger Unternehmens-Berater und Interim Manager Düsseldorf: Strategie-, Marketing- /Vertriebsberatung, Interim Management, Workshops
2015 – 2018	marketSTEEL Düsseldorf: Unterstützung Aufbau B2B-Portal Stahlbranche
2011 bis heute	University New Bucks UK Dozent Digital Marketing, Change Management
2004 – 2008	Weight Watchers , Düsseldorf: Marketing Direktor
2003 – 2004	Eismann Tiefkühl-Service (Nestlé Group) , Mettmann: Marketing Direktor
2001 – 2003	Eckes Spirituosen , Nieder-Olm: Marketing-Direktor
1987 – 2001	Henkel , Düsseldorf: International Director Knowledge Management, International Marketing Manager, Senior Produkt Manager, Handelsvertreter, Trainee
Branchen	FMCG, Food, Getränke, Medien, Luxus u. Premium Produkte, Finanzdienstleistungen, Services, Outdoor, Medizintechnik, Chemie, Optik, Maschinenbau, Elektrotechnik, Verpackung, Papierindustrie, Hygiene und Gesundheit, Sanitär, Elektrogeräte,
Top Brands	Tempo, Weber Grill, Teekanne, Spee, Perwoll, Weißer Riese, Sil, Freixenet ZEISS, Ledlenser, Zwiesel Glas, Dornbracht, Ergobag, Corum, Union Investment
Methoden	Projektmanagement/Change Management, Organisational Transformation Coach Ausbildungen im Bereich Coaching/NLP/Train-theTrainer Business Model Canvas/Design Thinking/Scrum, Job-to-be-done-Ansatz
Studium	Ludwig-Maximilians-Universität München 1983-1987, Abschluss:Diplom-Kaufmann

POSITIONEN MARKETING-/STRATEGIEBERATER u. INTERIM MANAGER 2008 – 2024 (AUSZUG)

Unternehmensberater/Interim-Manager/Innovations-Management und Beratung

Schwerpunkt auf Beratung und Umsetzung von Marken-, Vermarktungs- und Innovations-Strategien für Marken, Services, Handel national/international (B2C, B2B) inkl. Begleitung Digitale Transformation

INTERIM-MANAGEMENT/PROJEKT-MANAGEMENT

Project Manager Brand Experience Dornbracht Armaturen 9/2023-4/2024 (Umsatz 150 Mio.)

- Projekt-Management Showroom Mailand Konzeption, Planung und Umsetzung, Opening Event
- Entwicklung und Umsetzung Kooperations-Strategie
- Markenprojekte: Brand Experience, Corporate, Artificial Intelligence (KI), Nachhaltigkeit, ESG

Leiter Marketing/Kommunikation Georg Menshen Verpackungsindustrie seit 10/22 (Umsatz 180 Mio.)

- Markenentwicklung (Markenleitbild) und internationaler Markenaufbau
- Social Media Entwicklung: Erarbeitung Content-Strategie und Channel Strategie
- Employer Branding Entwicklung Grundlagen
- Messeprojekte u.a. Leitmesse Interpack und Neuinszenierung Marke im B2B Umfeld
- Change Management & Etablierung Prozesse Krisenkommunikation/Interne Kommunikation
- Konzeptentwicklung Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitskommunikation, ESG

Project Manager Brand & Content Dornbracht Armaturen 11/21-9/22 (Umsatz 150 Mio.)

- Entwicklung Strategie Nachhaltigkeit und Umsetzung Sustainability-Konzepte
- Strategisches und operatives Kampagnen-Management B2B und B2C, Brand Activation
- Social Media Strategie: Entwicklung und Umsetzung inklusive Templates
- Entwicklung Content Strategie/Content Marketing Strategie Premium Luxus Brand
- Erstellung Guidelines für Video Content für Community Architektur u. Design, Handwerk
- Projektmanagement für Change Management und Transformation Prozesse
- Umsetzung technischer Content (Produktinformationen, Produktdaten)
- Strategische Markenentwicklung/operative Umsetzung New Brand Design (Brand Portal, Frontify)

Global Brand Innovation Manager Essity 4/2021 bis 9/2021 (12 Mrd. Euro Umsatz)

- Initiieren und Durchführung von Innovationsprojekten bzw. Nachhaltigkeit-Ansätze
- Projektmanagement/Stage Gate Innovationsprozess
- Business Cases Erstellung und Potentialberechnung
- Konzept und Produkt-Entwicklung; Durchführung Innovations-Workshop
- Trend Research und Consumer Insights Generierung
- Sustainability Projekte: Entwicklung nachhaltige Produkte, Verpackungen und Systeme
- Kommunikations-Entwicklung inklusive Purpose

Projektmanager Zwiesel Glas (Schott Zwiesel) 10/2020 bis 3/2021 (100 Mio. Euro Umsatz)

- Weiterentwicklung Strategische Markenplattform/Positionierung B2B/B2C auf Basis Weltmarktführerschaft im Bereich HORECA und B2B f
- Durchführung Agentur Pitch und Suche nach neuer Lead Agency
- Entwicklung Marktforschung/Consumer Insights sowie Segmentierung
- Beratung Marketing-Organisation und operative Kampagnen-Umsetzung
- Beratung neue Geschäftsfelder und Innovationsmanagement

Projektmanager Carl Zeiss AG Technologiekonzern 11/2017 bis 06/2019 (6 Mrd. € Umsatz)

- Projektmanagement/Change Management im Bereich Corporate Brand & Communication (Markenkommunikation, Investor Relations, interne und externe Kommunikation)
- Interimistische Leitung Kommunikationsbereich Brand Management (interne Agentur mit 15 Personen): Kommunikationsentwicklung Online, Print, Live Communication für Bereiche Brillengläser, Kameras, Medizintechnik, Messtechnik und Halbleiter-Technologie
- Relaunch Online Auftritt ZEISS Website international inklusive Aufsetzen Web Analytics
- Neuausrichtung Brand Experience, Customer Journey in ausgewählten Teilbereichen
- Diverse Projekte im Bereich Digitalmarketing (SEO/SEA)
- Einführung internationales Brand Portal (Guidelines, Best Practice Beispiele, Media Asse
- Aufbau Brand Support Struktur zur Sicherstellung/Support Markenstandards international

- Organisation internationales Event/Fachkongress im Bereich Quantenoptik
- Betreuung diverser Messen bzw. interner Events (agiles Projektmanagement): Konzepterstellung, Organisation und Kommunikationsmanagement
- Einführung neue internationale Kampagne Visual and Communication Design (Imagekampagne)
- HR-Recruitment-Kampagnen
- Aufsetzen Employer Branding Positionierung
- Sparringspartner bei Weiterentwicklung digitale Lernplattform

**Marketing Direktor Weber Stephen Deutschland (Weber Grills) 10/2015 bis 7/2016
Umsatzverantwortung 180 Mio./ Führung von 12 Mitarbeiter, Budget 10 Mio. Euro**

- Markenaufbau und Markenausbau
- Weiterentwicklung und Umsetzung europäische Unternehmens-, Vermarktungs- und Kommunikations-Strategie mit EMEA Organisation
- Entwicklung/Umsetzung Customer Experience Management/Customer Centricity
- Reorganisation und Change Management Weber Deutschland Marketing
- Neuaufsetzen Trade Marketing und Shopper Marketing
- Entwicklung/Umsetzung Event Concept, Content Marketing Concept, Sponsoring Concept
- Internet-Neu-Auftritt bzw. E-Commerce-Start
- Diverse digitale Projekte/Social Media bzw. Brand Activation
- Koordination Sportvermarktung mit Thomas Müller (FC Bayer) für TVC/Events

**Marketing Direktor Weber Stephen Deutschland (Weber Grills) 2/2010 bis 9/2010
Umsatzverantwortung 40 Mio./ Führung von 10 Mitarbeiter, Budget 4 Mio. Euro**

- Markenaufbau Weber als Nr. 1 Premium Grillmarke
- Neuausrichtung Brand Management/Produkt Management und Anpassung an Marktsituation bzw. Wachstum
- Sortiments- und Preis-Planung sowie Umsetzung inklusive Handels- und Verbraucher-Werbemittel (Händlerkatalog, Preislisten, Sell-in-Material, Magazin, POS-Materialien)
- Neu-Ausrichtung Kommunikations-Strategie insbesondere Start TV ab 2011
- Online-Strategie SEO/SEM
- Einführung Grill Academy für Endverbraucher
- Dienstleister- bzw. Agentur-Suche inklusive Agency Pitches
- Innovationsprojekte
- Trainingskonzepte und Sell-in-Präsentationen für Vertrieb

UNTERNEHMUNGBERATUNG: MARKETING, STRATEGIE, INNOVATION (AUSZUG)

- Markenausrichtung Ledlenser Taschenlampen 2022/2023
- Optimierung Kommunikation/Vermarktung Verpackungssystem B2B 2020
- Leitbildentwicklung Outdoor/Gartenbedarfshersteller 2020
- Optimierung Kundenansprache B2B Händler für Berufsbekleidung 2020
- Aufbau-Arbeit bei Foodhub NRW/Projekt virtuelle Messe 2020
- Planung und Organisation Kongress Ideenfutter 2020
- Optimierung Kampagnen-Management B2B Verband Feuerfest 2019
- Aufbau/Ausbau und Optimierung Customer Experience B2B Online-Plattform 2017
- Vermarktungsansatz B2B Soennecken 2016
- Neuausrichtung Customer Touchpoint Management Union Investment 2014/2015
- Innovations-Beratung Teekanne 2014
- Innovationsberatung Ergobag 2013
- Betreuung chinesische Investoren Carl-Duisberg Gesellschaft 2012
- Strategie-Workshops für Weber Stephen (Weber Grill) seit 2011
- Vermarktungskonzept Geschäftsfeld B2B Printing Mayspies 2010/2011
- Neuausrichtung Medienplattform Online-Auftritt eiskellerberg TV 2010
- Vermarktungs-Konzept/Neuausrichtung Rotkäppchen-Mumm 2009
- Innovations-Strategie Händlerkonzept Corum 2008
- Div. Innovations-Workshops (Design Thinking/Business Model Canvas Ansatz) seit 2008

FÜHRUNGSPPOSITIONEN ALS ANGESTELLTER

- 2004 -
2008
- Weight Watchers Deutschland GmbH Düsseldorf**
Geschäftsleitung Marketing/PR/Database/Call-Center
Produkte und Dienstleistungen zum Abnehmen
Umsatz 100 Mio. Euro inklusive Retailumsätze Lizenzprodukte, 15 Mio. Euro Marketing-Etat, 15 Mitarbeiter Kernteam, 25 Mitarbeiter Call-Center
- Erfolgreiche Ausdehnung Kerngeschäft nach Innovation 2004 mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten
 - Markenaufbau Weight Watchers Dachmarke
 - Kampagnenmanagement TV, Print, Online
 - Dialogmarketing Mailing/Email
 - Onlinemarketing, Internet-Auftritt
 - Neukundenakquisition und Kundenbindungsmaßnahmen
 - Marketing-Unterstützung für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder
 - Einführen von Geo-Marketing-Tools zur Optimierung und Potentialsauschöpfung neuer Treffen-Standorte
 - Database Kampagnen-Management und Einführung neue Tools Media-Effizienz
 - Neu-Ausrichten PR in nationale und regionale Aktivitäten inkl. Krisen-PR
 - Erfolgreiche Einführung Monats-Pass als Kombination aus Offline und Online
 - Neu-Ausrichten langfristige Innovations-Politik
 - Durchführen internationaler Pitches für Media-/Werbeagenturen
 - Neu-Ausrichten Health Care Marketing und Arztaktivitäten/Public Affairs
- 2003 -
2004
- Nestlé Deutschland/Eismann Tiefkühl-Service Direktvertrieb Mettmann**
Geschäftsleitung Marketing Tiefkühlkost/Eiskrem
Umsatz: 250 Mio. Euro Umsatz Deutschland, 3 Mio. Etat
24 Mitarbeiter national, 7 Marketing Manager international
- Neu-Ausrichten Gesamtorganisation und Einführen Produkt-Management
 - Neue Marketing-Positionierung für die Dachmarke Eismann
 - Erstellen von 20 Hauptkatalogen pro Jahr national/International
 - Implementieren von internationalen Innovationsteams
 - Direktmarketing-Kampagnen und Kundensegmentation
 - Neukunden-Akquisition/Erstellen von Kundenbindungsmaßnahmen
 - Produkt-Entwicklung mit Anbindung Einkauf und Qualitätsmanagement
 - Einführen von ca. 100 Neu-Produkten pro Jahr
 - Neu-Ausrichten Stamm und Promotions-Sortimente durch drastische Sortimentsbereinigung (-30% weniger SKUs)
 - Neu-Ausrichten Marketing-Anstoßkette, Kampagnen-Management, CRM
 - Verbessern Kosten- und Struktureffizienz Marketing-Services
 - Etablieren eines strategischen Pricing-Systems
- 2001 -
2003
- Eckes Spirituosen & Wein GmbH Nieder-Olm**
Leiter Marketing/Strategische Projekte Spirituosen/Sekt/Wein LEH, Gastronomie
150 Mio. Euro Umsatz (ohne Steueranteil), Marketing-Etat
15 Mio. Euro, 20 Mitarbeiter Marketing, Marktforschung, Produktentwicklung
- Neu-Ausrichten Geschäftsbereich Spirituosen und Sekt
 - Erfolgreiche Ausdehnung des Marken-Geschäfts sowie neue Wein-Linien
 - Einführung Dachmarken-Strategie inklusive definierter Marken-Architekturen
 - Akquisition von 3 internationalen Distributions-Marken für den Start der Vertriebs-Linie Gastronomie
 - Neu-Ausrichten Marketing und Produkt-Entwicklung in Innovations-Management
 - Erarbeiten von Strategien zur Geschäftsfelderweiterung inklusive Business Plan für Geschäftsfeld Handelsmarken
 - Einführen Wertsteigerungs-Management und Markenbewertungen in Marketing und Vertrieb
 - Neu-Ausrichten Mittel-Allokation Marketing/Vertrieb

- 1987 - **Henkel AG & Co. KGaA**
2001 Verschiedene Positionen Marketing, Controlling und Vertrieb
- 2000 **International Director Knowledge Management**
Steuerung europäisches Team (12 Personen) Waschmittel/Kosmetik/Klebstoffe
- Aufbauen und Etablieren eines weltweiten Knowledge-Managements-Systems für Marketing/Vertrieb FMCG (Best Practice Ansatz)
 - Durchsetzen der Knowledge-Management-Philosophie in den Marketing-Bereichen
 - Etablieren Best Practice Datenbank mit Erfolgsfaktoren für effiziente Vermarktung
 - Anstoß Organisations- und Prozess-Veränderungen
- 1999 **International Marketing Manager SBU Wool Detergents, Additives, Bleaches**
Umsatzverantwortung: 135 Mio. Euro, Marketing-Etat 20 Mio. Euro
Marken: internationale Wollwaschmittel Perwoll, Sil, Mir, Le Chat
Führen europäischer Teams (12 Marketing-Manager) innerhalb einer Matrix-Struktur
- Entwickeln und Implementieren von internationalen Marketing-Initiativen
 - Durchführen von Marketing- und Produkt-Standardisierungen
 - Internationaler Relaunch Woll-Waschmittel in 12 Ländern über Einrichtung von paneuropäischen Projektteams
 - Parallel ab 1999 Aufbau Knowledge Management als übergreifendes Projekt
- 1997 **International Project Manager Business Intelligence**
Führung europäisches Team (6 Personen), enges Reporting an Vorstand
- Aufbau europäisches Management-Informationen-System
 - Entwickeln von Methoden für Marketing-Effizienz und Werbe-Erfolgs-Controlling
 - Erhöhen der Gesamtrendite nach Einführung von Marketing-ROI-Systemen
 - Standardisierung externes und internes Länderreporting in Europa
- 1993 **Senior-Produkt-Manager Weißer Riese und Spee**
3 Mitarbeiter, Umsatz 80 Mio. Euro, Marketing-Etat 7 Mio. Euro
- Turnaround Weißer Riese durch Einführung Megaperls, Wiedererlangung Nr. 4 Position im Markt nach jahrelanger Erosion
 - Strategie zur Ausdehnung Spee als reine D-Ost-Marke zur nationalen Marke, später Erzielung Position national Nr. 3
- 1991 **Produkt-Manager Perwoll, Dato, Fewa**
2 Mitarbeiter, Umsatz 35 Mio. Euro, Marketing-Etat 5 Mio. Euro
- Erreichung Marktführerschaft Perwoll nach Relaunch
 - Entwicklung von innovativen Spezialwaschmitteln
- 1990 **Außendienst Bezirksleiter Hamburg/Schleswig-Holstein**
- Planung- und Absatzsteuerung EH/GH-Handelsbereich
- 1987 **Marketing-Assistent Haushaltsreiniger Der General**
- Training on the job/Grundausbildung Marketing

STUDIUM, SPRACHKENNTNISSE UND PRIVATES

Ausbildung

1983 – 1987 Studium BWL LMU München, Abschluss Diplom-Kaufmann
1970 – 1983 Grundschule/Gymnasium München-Ottobrunn, Abschluss Abitur
Sprachen Englisch verhandlungssicher, Französisch Grundkenntnisse

Privates

Persönliches: verheiratet, 1 Kind,
Hobbies/Interessen: Sport, Essen & Trinken, Kunst, Architektur, Design, Reisen