

## Florian Dieterle

Diplom-Kaufmann

Unter den Eichen 51, 40625 Düsseldorf

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

Email: 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 und 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
- 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
  - 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
- Branchen: FMCG, Food, Getränke, Medien, Luxus u. Premium Produkte, Finanzdienstleistungen, Services, Outdoor, Medizintechnik, Chemie, Optik, Maschinenbau, Elektrotechnik, Verpackung, Papierindustrie, Hygiene und Gesundheit, Sanitär, Heizung und Klima, Haushaltsgeräte

### Berufserfahrung Überblick

2008 bis heute	<b>Unabhängiger Unternehmens-Berater und Interim Manager</b> Düsseldorf: Strategie-, Marketing- /Vertriebsberatung, Interim Management, Workshops
2015 – 2018	<b>marketSTEEL</b> Düsseldorf: Unterstützung Aufbau B2B-Portal Stahlbranche
2011 bis heute	<b>University New Bucks UK</b> Dozent Digital Marketing, Change Management
2004 – 2008	<b>Weight Watchers</b> , Düsseldorf: Marketing Direktor
2003 – 2004	<b>Eismann Tiefkühl-Service (Nestlé Group)</b> , Mettmann: Marketing Direktor
2001 – 2003	<b>Eckes Spirituosen</b> , Nieder-Olm: Marketing-Direktor
1987 – 2001	<b>Henkel</b> , Düsseldorf: International Director Knowledge Management, International Marketing Manager, Senior Produkt Manager, Handelsvertreter, Trainee

**Methoden-Kompetenz** Projektmanagement/Change Management, Organisational Transformation Coach  
Ausbildungen im Bereich Coaching/NLP/Train-the-Trainer  
Business Model Canvas/Design Thinking/Scrum, Job-to-be-done-Ansatz

### 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

## **POSITIONEN MARKETING-/STRATEGIEBERATER u. INTERIM MANAGER 2008 – 2022 (AUSZUG)**

### **Unternehmensberater/Interim-Manager/Innovations-Management**

**Florian Dieterle Markenmanagement bzw. Marketing Excellence Group Düsseldorf**

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**

#### **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
- Entwicklung Content Strategie und Content Marketing Strategie Premium Luxus Brand
- Social Media Strategie: Entwicklung und Umsetzung inklusive Templates
- Erstellung Guidelines für Video Content für Community Architektur u. Design, Handwerk
- Projektmanagement für Change Management und Transformation Prozesse
- Übersetzung und Umsetzung technischer Content (Produktinformationen, Produktdaten) in Botschaften differenziert nach B2B und B2C Zielgruppen und Kanälen
- 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
- Projektmanagement/Stage Gate Innovationsprozess
- Business Cases Erstellung und Potentialberechnung
- Konzept und Produkt-Entwicklung
- Trend Research und Consumer Insights Generierung
- Sustainability Projekte: Entwicklung nachhaltige Produkte, Verpackungen und Systeme
- Durchführung Innovations-Workshops
- 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
- 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 Asset Management)

- 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

**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

**MARKETING, VERTRIEBS- UND INNOVATIONS-BERATUNG (AUSZUG)**

- 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 Weberstephen 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 IM MARKETING/VERTRIEB 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 Potentialserschöpfung 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 - 2001 **Henkel AG & Co. KGaA**  
 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 der Ländergesellschaften
  - Etablieren Best Practice Datenbank mit Erfolgsfaktoren für effiziente Vermarktung/Markenunterstützung
  - 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 innerhalb einer Matrix-Struktur, Koordination von 12 Marketing-Managern in Europa
- 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 konzernübergreifendes Projekt
- 1997 **International Project Manager Business Intelligence**  
 Führung europäisches Team (6 Personen), enges Reporting an Vorstand
- Aufbau europäisches Management-Informationen-System
  - Entwickeln von Methoden/Modellen für Marketing-Effizienz-Messung und Werbe-Erfolgs-Controlling
  - Erhöhen der Gesamtrendite nach Einführung von Marketing-ROI-Systemen (Werbeeffizienz-Messung)
  - Standardisierung externes und internes Länderreporting in Europa
- 1993 **Senior-Produktmanager 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