



MANAGER PROFIL

JENS STRADTMANN

# Executive Summary



## Büro:

Am Alexanderhaus 137  
D-26127 Oldenburg

## Kontakt:

Email: [Jens.Stradtmann@smi-management.de](mailto:Jens.Stradtmann@smi-management.de)

Mobil: +491724142023

- In der Planungsphase visionäre Geschäftsideen zu entwickeln und dann auch umzusetzen ist mein Anspruch und mein Weg zum Erfolg.
- Geschäftlicher Erfolg ist eher selten “reine Glückssache”. Für mich ist Erfolg planbar und benötigt:
  - nachhaltigen (manchmal sturen) **Glauben** an das Ziel,
  - Inspiration und
  - termingerechte Ausführung der Meilensteine.
- Ich setze Themen um und unterstütze damit Investoren sowie das Management, die Ziele Ihrer (Portfolio-)Unternehmen zu erreichen.
- Durch- und umsetzungsstarke **C-Level** Führungskraft und Beirat
- Team-player
- Erfahren als CEO, CCO, Executive Director, Board Member, (Geschäftsführer) mit dem Fokus auf:
  - Wachstumsstrategien,
  - Restrukturierung,
  - **Ergebnisse** und
  - Umsetzung.
- **M&A** sowie PMI Erfahrung, Kenntnisse aus Private-Equity-, Konzern- und Familienunternehmen,
- Deutsch (Muttersprache), Englisch (C1), Französisch (B1)
- **Diplom-Kaufmann (FH)** mit Abschlüssen in Industriellen Machbarkeitsstudien sowie Betriebswirtschaft von der Privaten Fachhochschule für Wirtschaft und Technik, Vechta/Diepholz ([www.fhwt.de](http://www.fhwt.de))

# Kompetenzen

## KERNKOMPETENZ

- Geschäftsführung
- Budgetierung und Planungsprozess
- Preismodelle, Konditionsmodelle
- Projekt Management
- Effizienzsteigerung
- Sales & Marketing Management
- NPD – Neuproduktentwicklung
- SIOP (Sales-Inventory-Operation-Planing)
- Restrukturierung & Profitabilitätssteigerung

## DIGITALISIERUNG

- Internationale Masterpreisliste
- Online-Shop
- Digitales Aufmassystem (Laser to IPAD)
- Digitales und vernetztes Casinospiele
- CRM Einführung inkl. Anwendungen zur Preiskalkulation, Angebotsfreigabe und -verfolgung
- Kundendaten basiertes Produktions-Forecast-System

## INTERNATIONAL

- CCO in Polen (6J)
- Executive Director in Österreich (1J)
- Organisationsführung in: Belgien, Niederlande, Frankreich, Polen, Tschechien, Ungarn, UK, Skandinavien, Rußland, Ukraine, Balkan, Schweiz (8J)
- Projektarbeit und Start-ups in: Italien, Spanien, Nord-Amerika, Türkei, Mexiko, Kolumbien

# Fachkenntnisse

## INDUSTRIEN

- SMCG - Slow moving consumer goods (Fahrräder, Sanitärindustrie, Baumaterialien)
- Lebensmittelzusätze & Additive
- Verpackung für Lebensmittel & Kosmetik
- Airline Catering und Logistik
- Gaming

## VERTRIEBSWEGE

- Zulieferindustrie
- B2B / O.E.M.
- DIY – Europa und Nord-Amerika
- Spezialisierter Baustoffhandel
- 3 stufiger Großhandel
- 2 stufige b2b Distribution
- B2C Direktverkauf
- Projektgeschäft über Architekten und Ausschreibungen

## UNTERNEHMEN

- Jahresumsatz von €40m bis zu €3,2Mrd.
- Produzierendes Gewerbe
- Wachstumsphasen, Restrukturierung sowie Krisenmanagement
- Von 500 bis 35.000 Mitarbeiter, Fokus auf KMU
- Familienunternehmen, Private Equity und Konzernstrukturen

# Projekte

## BUSINESS DEVELOPEMENT

- Umsatzverdoppelung (+35m€), CAGR > 10% (2014-2018)
- Start einer neuen Fabrik in Polen (2018)
- Start der Aktivitäten in UK, Südeuropa und Osteuropa
- Restrukturierung Kundenportfolio (2003, 2014 & 2018)
- Erfolgreicher Markteintritt in Nordamerika mit dem TOP1 Zielkunden (2017)
- 5-Jahres Plan und Expansions-Fahrplan (2005, 2014, 2016)

## KEY-ACCOUNTS

- Vertragsverhandlung und -management der Langzeitlieferverträge mit IOS (Ikea of Sweden), Leroy-Merlin (ADEO), GC Group (D)
- O.E.M. Neukundenlieferverträge mit Ferguson USA, Hornbach, Obi
- Kennzahlen basierte Vertriebssteuerung (MS Dynamics)
- A,B,C Segmentierung der aktiven Kunden und KPI orientierte Konditionsmodelle

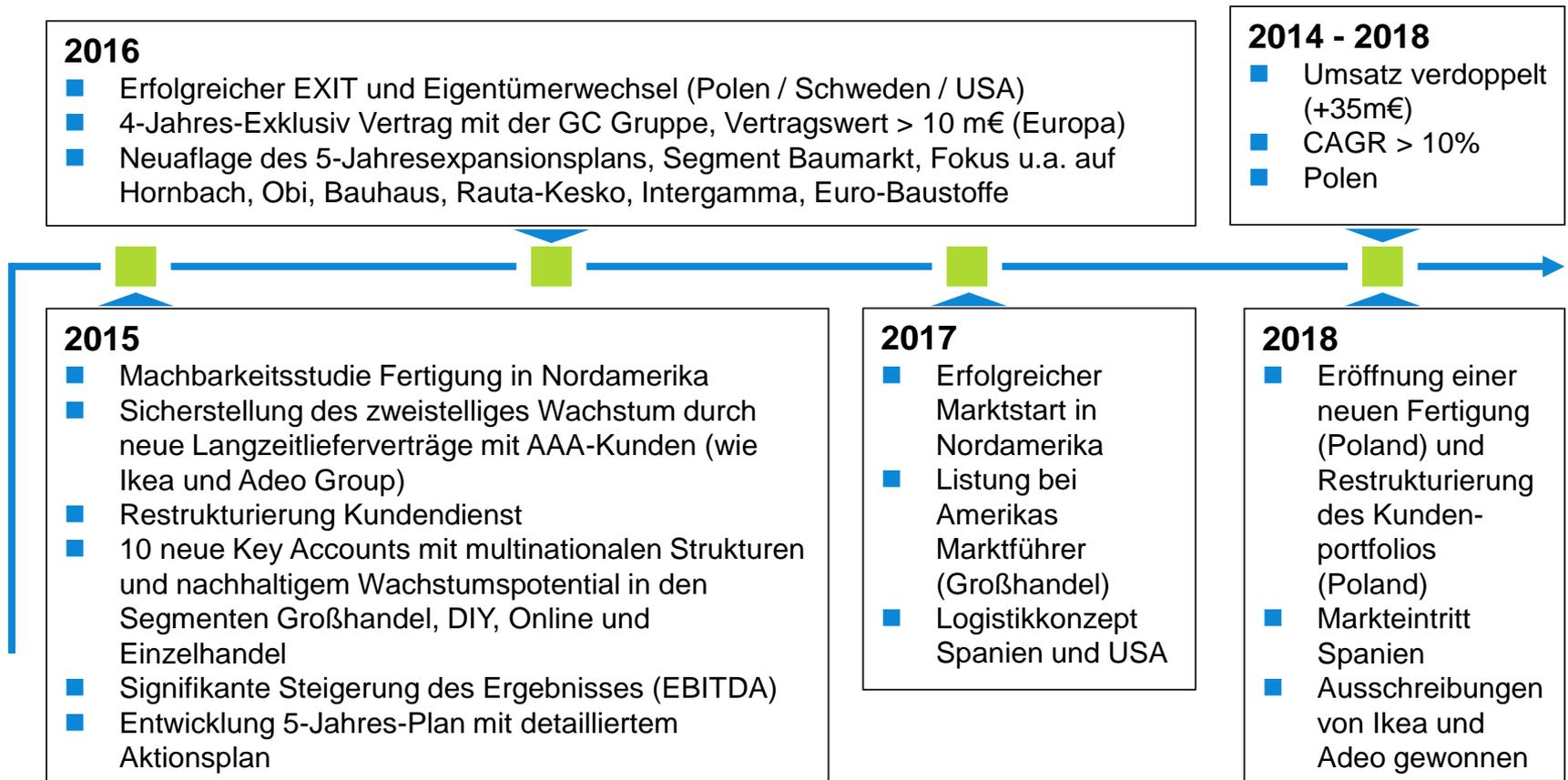
## INTERNATIONAL

- Weiterentwicklung eines Private-Equity finanzierten Herstellers zum Europäischen Marktführer (PL)
- Erfolgreicher Abschluss Internationaler Ausschreibungen >10m€ (PL)
- Restrukturierung einer Business-Unit im Bereich Lebensmittelzusätze (A)
- Machbarkeitsstudien Fabrikneubau (PL/US)
- Eröffnung und Management von Niederlassungen in Europa, Nord- und Lateinamerika

# Preis- und Konditionsmodelle

- Erarbeitung einer internationalen Preisstrategie im Zuge der Euro-Einführung (Sprach- und Währungsvarianten – SMCG)
- Definition und Einführung einer neuen Preis- und Konditionsstrategie in CEE unter Berücksichtigung landesspezifischer Marktgegebenheiten
- Einführung von Nettopreislisten für O.E.M. Kunden
- Wechsel einer Cost+ Kalkulation hin zu einem leistungsorientierten Preismodel
- Preismodel unter Berücksichtigung (upcharge / downcharge):
  - ❖ Eigener USP's und Stärken
  - ❖ der Wettbewerbssituation
  - ❖ der Kundensituation, -verhalten und -charakteristik
  - ❖ der speziellen regionalen Gegebenheiten des Kunden
  - ❖ preisrelevanter Dienstleistungen (SLA)
  - ❖ des Vertriebswegs
- Umsetzung eines CRM basierten Pricingtools für eine schnelle und sichere Preisfindung sowie Angebotserstellung und -verfolgung durch den Vertrieb
- Erarbeitung und Einführung von leistungsorientierten Konditionsmodellen (Rabatte, Bonifikation etc.)

# Projekte von 2015 bis heute



# Projekte von 2012 bis 2014

## 2014

- Definition der Strategie für ein Private Equity finanziertes Unternehmen im Hinblick auf den geplanten EXIT
- Definition des Wachstumsplans (Restrukturierung, Teamentwicklung, Umsetzung)
- A,B,C Analyse und Segmentierung der Kunden, Kundenpotentialanalyse, Aufbau der Vertriebsstrukturen, Wechsel von Multicards zu angestellten Area Managern, Training
- CRM Implementation – Microsoft Dynamics (Poland)

## 2012

- Erfolgreiche Restrukturierung einer Business Unit in den Bereichen Verkauf, Kundendienst, Auftragsabwicklung, Produktentwicklung und -management
- Umbesetzung / Austausch von Mitarbeitern in den Bereichen Administration und Verkauf
- Definition neuer Service Levels in Abhängigkeit von Kennzahlen
- Umsatzwachstum +7%, EBITDA Wachstum +12% in 12 Monaten, Bereich Lebensmittelzusätze (Österreich)

## 2013

- Markteinführung Deutschland für eine Internationale Premiummarke (CEE) im Bereich Sanitär
- Neues vertriebswegorientiertes Preiskonzept

# Projekte von 2005 bis 2011

## 2010 - 2011

- Vertragsverhandlung und erfolgreicher Abschluß eines 9-Jahres Joint-Venture Vertrages (Volumen 10m€ hochprofitabel), Segment: Gaming, Video-Lotterie (Italien/UK)
- Gründung der JV Firma in UK und einer Niederlassung in Italien
- Mitarbeitersuche und Einstellung für das JV, Aufbau der Organisation (Italien)
- 2010 bis 2011 Turnaround einer Verlustsituation zur Profitabilität (Vergleich 2011A Juni YTD zu Vorjahr)
- Erfolgreicher Marktstart in Latein- und Südamerika (Kolumbien, Mexiko und Chile)

## 2005 - 2007

- +33% organisches Wachstum in der Region CEE & CIS +33% (CAGR > 10% p.a.)
- Gründung von Vertriebsbüros in Moskau (RUS), Kiev (UA), Novi-Sad (SRB), Zagreb (CRO) und Bularest (RO)
- Überführung der Handelsvertreterorganisation in eine eigenen Niederlassung (UK)
- Europäisches Wachstumskonzept mit Key-Accounts im Bereich Baumaterialien (Saint Gobain-Group, Wolseley-Group, Cordes & Graefe Gruppe (GC) und anderen)

## 2008

- Gründung von Tochtergesellschaften in UK und Rußland
- Management einer multinationalen und dezentralen Vertriebsmannschaft während einer Restrukturierungsphase als CCO
- Entwicklung und Einleitung des Businessplans für Strukturwandel und Reorganisation mit der Zielsetzung der Mitarbeiterreduzierung > 20%
- Aufstellung und
- Compiled and executed local area time-action-plans

## Projekte von 1994 to 2005

### 2002 - 2005

- Restrukturierung der Vertriebsaktivitäten in PL, CZ, SK & H, Gründung von Tochtergesellschaften
- Umsatzverdopplung in Osteuropa (+10 m€)
- Neue europäische Preisstruktur zur EURO-Einführung (01.01.2002)
- Nutzerfreundliche Masterpreisliste in 17 Sprachen und unterschiedlichen Währungen

### 1994 - 1997

- Optimierung der Auftragsabwicklung, neues ERP System
- Einführung einer einheitlichen Rabattstruktur
- Neues, leistungsorientiertes Bonussystem

### 1997 - 2001

- Akquisition von 3 neuen (jeweils > k€ 500 Umsatz p.a., entsprechend 15% Wachstum)
- Definition und erfolgreich Einführung einer neuen Verkaufs- und Marketingstrategie
- Strukturwandel von einer Handelsvertreterorganisation zu einem eigenem Außendienst