



BERUFLICHE LAUFBAHN

LEFKES UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

- Gründer und Geschäftsführer

OTTO GROUP

- Projektleiter strategische Großprojekte
- Facharchitekt Multichannel-Handel, Einkauf und Planung
- Scopemanager SAP-Einführung
- IT-Bereichsleiter für Unternehmensarchitektur Key-Accounting und Controlling

OTTO GROUP/POSTHAUS BRAZIL

- Projektleiter Markttest Brasilien

LASCANA

- Managing Director Stationär- und Multichannel-Handel im Bade/Wäsche-Sortiment

EDDIE BAUER GMBH & CO. KG

- Director Merchandising zur Markteinführung und Entwicklung eines USA-Joint-Ventures

SPORTSCHECK GMBH

- Leiter Verwertung für B2B und B2C inkl. Filialisierung, Webshop und Kataloggeschäft
- Leiter Export zur Markterschließung Schweiz
- Leiter Import als Auf- und Ausbau von Eigenmarkenentwicklung und Beschaffungslogistik

ROHÈ GOLF-HANDELS GMBH

- Einkäufer und Disposition
- Neugliederung der Versandabteilung und Filialsteuerung
- Werbekoordination und Marketing

GOLF HOUSE DIREKTVERSAND

- Customer Service Manager für den Einkauf Hartwaren, Produktion und Maßanfertigungen
- Neugliederung des Zentrallagers
- Erstellung der Versandkataloge

COMMERZBANK AG

- Bankkaufmann

AUSBILDUNG:

- Bankkaufmann (Commerzbank AG Mannheim)
- technisches Gymnasium Heidelberg (Scheffelpreisträger)
- Sprachen: Deutsch, Englisch (fließend in Wort und Schrift), Französisch

FUNKTIONALE EXPERTISE

BUSINESS DEVELOPMENT:

- Struktur und Entwicklung neuer Geschäftsfelder
- nationale und internationale Markt- und Segmentbewertungen
- Joint-Venture-Umsetzungen
- Multiplikation von Multichannel-Geschäftsmodellen
- Marken- und Eigenmarkenentwicklung
- Shared Services
- Entwicklung von End-to-End-Prozessmodellen und Referenzmodellen für Handelsunternehmen

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

1. Markteinführung von Eddie Bauer in Europa und Multiplikation der Geschäftsstrategie durch die Firmen SportScheck, Heine, Alba Moda und Otto in Deutschland und der Schweiz.

Planung, Analyse und Steuerung von WebShops, Katalogen und Stationärfilialen. Der Gesamtumsatz aller eingeführten Aktivitäten umfasste >100 Mio. € jährlich.

2. Bereichsleitung und Projektleitung zur Entwicklung und Einführung des stationären Handels für die Distanzhandelsunternehmen SportScheck Outletlinie HotSpot, Apart und Lascana. Umsetzung eines eigenständigen Profitcenters für die Überhangverwertung bei SportScheck mit dem Bereich HotSpot. Entwicklung und Umsetzung eines ganzheitlichen Corporate Designs vom Ladenbau über die Vertriebswege Webshop bis hin zum Kataloglayout. Bei Apart, Eddie Bauer und Lascana zusätzliche Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems, verbunden mit neu entwickelten Planungs- und Business-Intelligence-Anwendungen für multiple Flächenkonzepte. Das Gesamtvolumen alleine bei SportScheck HotSpot betrug 13 Mio. € Ergebnis, einer Verkaufsfläche von >4.000 m², einem Wareneinstandsvolumen von >35 Mio. € und über 300.000 aktiven Kunden.

PROJEKT-/PROGRAMM-MANAGEMENT:

- Projektleitung technisch (Entwicklung/Betrieb) und fachlich
- Anforderungs- und Portfoliomanagement
- Abhängigkeitsanalyse
- Projektinitiierung
- Projektplanung (Scope, Termine, Budget, Qualität)
- Risiko- und Kommunikationsmanagement
- Projektcontrolling (Zeit-/Budget-/Fortschrittskontrolle)
- Testmanagement fachlich und technisch
- Rollout und Anlaufunterstützung
- Krisenintervention

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

1. Fachlicher und technischer Projektleiter für die Migration von SportScheck in die Otto Group Systemwelt. Per Big Bang wurden alle bestehenden Anwendungen der Vertriebskanäle Online, Print und Stationär in den Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz und Holland abgelöst und neu aufgeschaltet. Die Projektlaufzeit betrug 18 Monate, beteiligt waren 165 Entwickler an 4 Standorten. Die Entwicklung betrug 6.000 Personentage und der fachliche und technische Test nochmals 3.000 Personentage.

Das veranschlagte Gesamtvolumen von 6 Mio. € IT-Kosten

wurde eingehalten und fristgerecht in der gewünschten Qualität ausgeliefert.

2. Scope und Portfoliomanagement im Multiprojektumfeld bei der Ablösung der Host-Anwendungen der Otto Group durch eigenentwickelte Java-Technologie und SAP-Anwendungen. Eine zentrale Aufgabe war die fachlichen Abhängigkeiten der einzelnen Projekte innerhalb des Gesamtprogramms darzustellen und in eine Reihenfolge zu bringen, um entwickelbare Funktionalitäten zu definieren. Es wurde eine fachliche Struktur als Vorgehensmodell für die Geschäftsprozesse im Handel erstellt, darauf aufbauend eine Fachtopologie für die Prozessmodellierung. Daneben erfolgte die zentrale Ressourcenplanung und -steuerung für das Migrationsprogramm über 400 interne und externe Mitarbeiter mit einem jährlichen Entwicklungsbudget von 30 Mio. €.

3. Zahlreiche Einsätze als Facharchitekt und Projektleiter in der Krisenintervention von Programmen und Großprojekten umfassten Aktivitäten wie die fachliche Scopeneubewertung, Abhängigkeitsmanagement, Skill- und Ressourcenüberarbeitung, Fach- und IT-Konzeptkorrekturen, Dienstleistersteuerung, fachliche und technische Test- und Rolloutverantwortung bis hin zur vollständigen Übernahme der Projekt- bzw. Programmleitung. Modellhaft wurde eine Taskforce realisiert, um die Anforderungen im interdisziplinären, risikoreichen, zeitkritischen und komplexen Projektumfeld umzusetzen.

EINKAUF/BESCHAFFUNG:

- Sortimentsplanung
- Kreativeinkauf und Kollektionsentwicklung
- Angebotsträgergestaltung im Multichannel-Umfeld
- Categorymanagement
- Markt- und Lieferantenauswahl und -bewertung
- Qualitätsmanagement inklusive wirtschaftlicher und sozialer Auditierung
- Beschaffungslogistik und Supplychainmanagement
- Konditionenmanagement
- logistische Lieferantenintegration

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

1. Leiter Import bei SportScheck mit der Aufgabe das Eigenmarkengeschäft initial aufzubauen. In der Vermarktung

wurden die Eigenmarken wie z. B. Maui Wowie sowohl über SportScheck als auch über den Fachhandel vertrieben. Die Produktpalette umfasste neben Textilien auch begleitende Schuhe und Hartwarensortimente. Im Ergebnis wurden über 20 Eigenmarkenkollektionen mit einem Umsatzanteil von fast 25 % des Gesamtumsatzes langfristig etabliert.

2. Director Merchandising bei Eddie Bauer mit einem Anteil von 50 % für den europäischen Markt eigen entwickelten Styles. Die Planung und Steuerung umfasste neben der Erstellung von 12 Katalogen (jeweils > 100 Angebotsseiten, die WebShopbestückung und die Bewirtschaftung von 11 Filialen und 4 weiteren Versendern. Einführung eines neuen Planungs- und Warenwirtschaftssystems. In der Warenendisposition Entwicklung von kanalübergreifenden Hochrechnungsfunktionen und Weiterverplanungsalgorithmen. Im Sourcing erfolgt der gezielte Aufbau von ganzheitlichen Zweit- und Drittlieferantenstrukturen. Die Auditierung erfolgte aufgrund der Joint-Venture-Struktur sowohl nach amerikanischem (FLA) als auch europäischem Standard (BSCI). In der Produktentwicklung initiale Erstellung sämtlicher Workflows von der Planung über die Qualitätssicherung bis hin zur Verwertung. Der Gesamtumsatz lag bei über 100 Mio. €.

MARKETING & VERTRIEB:

- Internationale Markttests und Potentialbewertungen
- Entwicklung und Umsetzung von Corporate Design und Corporate Identity
- Brandmanagement
- Customer Relationship Management
- Werbemittelerstellung
- Anstoßketten und Auflagensteuerung
- Benchmarking
- Markteinführungsstrategien

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

1. Als Managing Director für die Dachmarke Lascana verantwortlich für die Markteinführung im Stationärhandel. Entwurf des Markenaufbaus und -auftritts als Corporate Design, es umfasste vom Ladenbau bis zur Werbemittelgestaltung alle Aktivitäten im Kundenkontakt, Service und in der Markenführung. Lascana hat eine Standortpräsenz auf über 50 Flächen und dient als Dachmarke für über 20 Labels.

WEITERE VERANTWORTETE

SCHWERPUNKTTHEMEN:

- Akzeptanztest und Benchmarking in Brasilien
- Brandmanagement der SportScheck Eigenmarken und der Verwertungsaktivitäten HotSpot über alle Vertriebswege
- Werbemittelerstellung und Auflagensteuerung für Eddie Bauer in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Eventmanagement, Directmailings und Marketingkooperationen für Filialeröffnungen bei SportScheck HotSpot
- Markenpositionierung und Benchmarking von Golfhouse und Golfdiscount (Rochè Golf-Handels GmbH) im Hartwarenbereich
- Entwicklung von Vertriebskanal übergreifenden Kundenbewirtschaftungspraktiken im Multi-Channelhandel, verbunden mit der Definition von einheitlichen KPI's

LOGISTIK:

- Internationale Beschaffungslogistik mit Frachtführung, Tarifierung und Verzollung
- Lagerlogistik
- Warenumverteilung
- Distributionslogistik für B2C und B2B
- Filialdistribution
- Bestandsmanagement
- Retourenlogistik

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

1. Die Aufgabe als Leiter Import/Export bei Sport-Scheck umfasste den vollständigen Aufbau der Beschaffungslogistik aus internationalen Märkten für das Eigenmarkensortiment. Frachtkontingente, Dokumentenabwicklung, Archivierung, Tarifierung und Zollprüfungen als Schwerpunkte im Importbereich. Die Exportabwicklung bezog sich auf die Ausfuhr in Drittländer und den Markteintritt von SportScheck in die Schweiz. Das Importgesamtvolumen bei SportScheck betrug jährlich > 30 Mio. € Wareneinstandswert aus 14 Ländern.

2. Im Zuge von konzernweiten Otto Group Projekten, erfolgte die Lagerlogistikoptimierung und Zusammenlegung von verschiedenen Lagerstätten unter Neueinführung einer

übergreifenden Bestandsführung. Weitere Synergieprojekte beinhalteten die Zentralisierung der Importorganisationen der Otto Group oder den Leistungsschnitt zwischen der Logistik und den Vertriebsfirmen. Das Logistikvolumen der Otto Group in Deutschland entsprach > 1 Mrd. €.

WEITERE VERANTWORTETE

SCHWERPUNKTTHEMEN:

- Neugliederung des Zentrallagers bei der Rohè Golf-Handels GmbH
- Warenflußsteuerung und Retourenwesen bei Golf House
- Integration der Logistik- und IT-Abläufe in die bestehende Versandhandelsstruktur bei Apart, Eddie Bauer, Lascana und HIS
- Neuimplementierung der Großhandelsabwicklung für die Otto Group
- Etablierung des Cross-Sellings zwischen SportScheck und Otto

PLANUNG/CONTROLLING/ BUSINESS INTELLIGENCE:

- Kosten und Ergebnisplanung auf Profitcenter- bis Stylebasis
- Entwicklung von stationären Planungssystemen für Flächen- und Bausteinkonzepte
- Erarbeitung von kanalübergreifenden KPI's für den Multichannelhandel
- Definition von Stammdaten und Organisationsstrukturen als Basis für Business Intelligence Auswertungen/ Algorithmen
- Vorgabe von fachlichen Korrelationen für BI-Anwendungen
- Einführung betriebswirtschaftlicher Steuerungstools für die kanalübergreifende Warenbewirtschaftung
- Überhangplanung und -verwertung
- Businessplanerstellung für Markteinführungen und Akzeptanztests

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

1. Als Director Merchandising für Eddie Bauer wurde die Gesamtplanung der Angebotsträger und Sortimente für die Vertriebswege Webshop, Katalog und Stationärhandel, vier weitere Konzernfirmen und 3 Länder verantwortet. Basis

bildete eine eigenentwickelte Stammdaten- und Organisationsstruktur für vier unterschiedliche BI-Anwendungen und deren Konsolidierung in Planung und Steuerung.

WEITERE VERANTWORTETE

SCHWERPUNKTTHEMEN:

- Simulationstool zu Weiterverplanungssteuerung/Multiplikation von Seitenkonzepten und Styles
- Definition von fachlichen Anwendungsfällen im Distanzhandelsumfeld als Vorgabe für Recommendation Engines
- Ausarbeitung von Businessobjekten und Attributen im Handelsumfeld
- Preis-/Absatzfunktionalität für Überhangverwertungen

ORGANISATION:

- Entwicklung von Kompetenz- und Tätigkeitsprofilen und dazugehörigen Entwicklungsstufen als Mitarbeiterentwicklungsprogramm
- Aufbauorganisation und Einführung der Trainingsakademie zur Personalschulung
- bedarfsgerechte Entwicklung und Einführung von neuen Organisationseinheiten in bestehenden Unternehmensstrukturen
- Restrukturierung von Organisationen und Prozessen einschließlich Teambuildingmaßnahmen
- Coaching und Entwicklung von Lernfähigkeit bei Leistungsträgern
- Leitung von interkulturellen Projekten zwischen Deutschland, USA, Japan, Brasilien und der Türkei

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

1. Initiale Erstellung des Mitarbeiterentwicklungsprogramms für den gesamten IT-Bereich der Otto Group. Über Interviewtechniken mit und ohne Supervision wurden Rollenprofile, Kompetenzen und Entwicklungsstufen ermittelt, strukturiert und für die Leistungsbeurteilungen des Personalbereiches und der Führungskräfte integriert. Weiterbildung und horizontale Wechselmöglichkeiten wurden qualifiziert. Der Geltungsbereich umfasste >300 Mitarbeiter in allen Bereichen der IT vom Projektmanagement über die Entwicklung bis zum Test und Betrieb.

2. Sämtliche Neueinführungen von Geschäftsmodellen oder

Funktionsbereichen sind mit Aufbauorganisationen und Prozessdefinitionen verbunden, angepasst an Budget und Umsatzerwartung. Als Abteilungsleiter für das Joint-Venture Eddie Bauer, mit dem Ziel die amerikanische Marke in Deutschland einzuführen, wurde eine skalierbare Organisationsstruktur geschaffen, die sowohl mit den Partnern in den USA und Hong Kong als auch mit der Unternehmensgruppe in Deutschland verzahnt werden konnte und dabei als kooperatives Handelsmodell die Geschäftsfähigkeit der Marke gewährleistete. Der Markenauftritt integrierte Funktionseinheiten aus 4 Ländern, 7 Firmen und 12 Fachbereichen.

3. Als Projektleiter in interdisziplinären Synergieprojekten wie z. B. der Standortkonsolidierung in der Lagerlogistik oder bei der Zentralisierung von bis dato unabhängigen Importbereichen innerhalb der Otto Group. Diese Aufgabe erforderte besonders die Fähigkeit zur Integration der beteiligten Mitarbeiter und Führungskräfte unterschiedlichster Hierarchien. Maßgebliche Synergieziele waren neben Kosteneinsparungen vor allem die Schaffung von fachlichen Mehrwerten und dadurch die Akzeptanz aller Beteiligten. Synergiepotentiale umfassten bis heute eine Größenordnung von > 100 Mio. €.

IT-MANAGEMENT:

- Architektur und Topologie
- Analyse und Schätzungen
- Projektstrukturen (agil und Wasserfall)
- Governance
- Controlling und Fortschrittskontrolle
- Qualitätsmanagement
- Servicemanagement

Repräsentative Erfahrung aus geleiteten Projekten und aus dem Linienmanagement:

Als IT-Bereichsleiter und Key-Accountmanager verantwortlich für das Kundenmanagement, die Architektur, die Planung und Ressourcensteuerung der Otto Group mit einem jährlichen Projektentwicklungsbudget von > 400 Personenjahren Entwicklungsaufwand in über 100 laufenden Projekten.

WEITERE SCHWERPUNKTTHEMEN:

- IT-Anforderungsmanagement für alle inländischen Konzernfirmen der Otto Group

- Gewährleistung von Mandantenfähigkeit und Nachnutzbarkeit der IT-Umsetzungen und Services
- Facharchitekt für Multichannel, Stationär, Einkauf und Planung
- initiales Aufsetzen eines einheitlichem Projektvorgehensmodell und Governancestrukturen
- Multiprojekt- und Portfoliomanagement
- Test-, Release- und Rolloutmanagement

WEITERE BERATUNGSAKTIVITÄTEN (AUSZÜGE):

SERA TEKSTIL, - ISTANBUL, TÜRKEI

- Kollektionsentwicklung

EDDIE BAUER INC., - SEATTLE, USA

- Markteintritt Europa
- Aufbau Lieferantenstruktur u.a. Sozialauditierung

POSTHAUS, - BLUMENAU, BRASILIEN

- Markteintritt Brasilien

EDDIE BAUER INC., - HONG KONG, CHINA

- Multiplikation Sourcing/Lieferantenstruktur

FRANKONIA HANDELS GMBH - ROTTENDORF

- Bewertung Einkaufsorganisation

APART INTERNATIONAL GMBH - HAMBURG

- Planungssysteme und Stationäreinführung

HERMES FULFILMENT GMBH - HAMBURG

- Definition Leistungsschnitts Logistik

HEINRICH HEINE GMBH - KARLSRUHE

- Zentralisierung Im- und Exportabwicklung

SALT SOLUTIONS GMBH - DRESDEN

- Weiterentwicklung Warenwirtschaftssysteme

ALBA MODA GMBH - BAD SALZUFFLEN

- Bewertung Einkaufssysteme

SCHWAB VERSAND GMBH - HANAU

- Stationärkonzeption

H.I.S. TEXTIL GMBH - HAMBURG

- Einführung Großhandelsabwicklung