



Andreas Franz

CEO / GESCHÄFTSFÜHRER

Hamburg, Germany • +49 172 258 0828
AndiFranz@me.com • [Linkedln](#)

Versierte Führungskraft, ergebnisorientierter Professional und Spezialist für die Entwicklung von Unternehmensstrategien mit einem überzeugenden Managementstil und einer herausragenden Erfolgsbilanz bei der Erzielung von Ergebnissen in Bezug auf Wachstum, Umsatz, operative Leistung und Rentabilität.

Nachgewiesener Erfolg in Führen von Marken in aufstrebenden und entwickelten Märkten mit außergewöhnliche erzielten Ergebnissen. Nachgewiesene Expertise in der Entwicklung und Umsetzung robuster Strategien zur Verwirklichung von Unternehmenszielen, Förderung von Prozessverbesserungen, Erlangung von Wettbewerbsvorteilen und Erzielung von Endergebnissen. Umfangreiche Erfahrung in den Bereichen Mode, Sport, Outdoor, Accessoires und Konsumgüter mit einem starken Fokus auf Wachstum, Digitalisierung, Geschäftsentwicklung, Marketing, Produktentwicklung und Vertriebsmanagement in B2B- und B2C. Erfolgreiche Führung von funktionsübergreifenden Teams sowie die Entwicklung / Implementierung effektiver Vertriebs-, Marketing-, Marken- und Produktstrategien.

- Agil in der Bereitstellung strategischer Führung für proaktives Management, Maximierung des Wachstums, Optimierung der Leistung und Steigerung der Rentabilität für alle Beteiligten, wie Eigentümer, Unternehmen, Partner und Kunden.
- Erfolgsbilanz bei der Entwicklung von leistungsschwachen Unternehmen/Geschäftseinheiten in erfolgreiche sowie beim Vorantreiben von Prozessverbesserungsinitiativen, die die Organisation auf ein neues Erfolgsniveau bringt.
- Geschickt in der Erstellung von Markteinführungsplänen für B2B und B2C, der Überwachung von Marketingfunktionen und der Sicherstellung des Managements von Produkt-/Kundenlebenszyklus.
- Einsatzbereit bei der Steuerung des Unternehmens in Richtung einer nachhaltigen Zukunft durch das Etablieren von Führungs-, Ethik-, Rechts- und Finanzmanagementrichtlinien.
- Marktorientierte Führungspersönlichkeit, strategischer Denker, Vortragsexperte, Verhandlungsführer und Unternehmer; Geschickt darin, professionelle Beziehungen zu Partnern zu pflegen und Konsens auf mehreren Ebenen herzustellen.
- Mehrsprachig; versiert in Deutsch und Englisch.

Kernkompetenzen

Strategische Planung & Ausführung | Formulierung von Geschäftsstrategien | Vertriebs-, Marketing- und Wachstumsstrategien B2B & B2C | Geschäftsentwicklung | Projektmanagement | Globale Expansion | Warenwirtschaft | Digitales und Influencer-Marketing | Big-Data-Analysen | KI | Produktentwicklung | Verbraucher- und Käuferblicke | Teambuilding, Führung & Training Umsatzgenerierung / -maximierung | Kundenbeziehungsmanagement | Stakeholder-Beziehungen | Strategische Allianzen

Berufserfahrung

BENVENUTO. – Hamm, Deutschland | 2019 – 2022
Chief Executive Officer / Geschäftsführer

Managen aller organisatorischen Prozesse mit einem modernen Ansatz im Modegeschäft, vom Produktdesign und der Produktion bis hin zum Marketing und Vertriebskanal. Entwicklung eines globalen Rahmens für eine regionale Ausführung in EU, ME, NA und APAC. Kunden zentrierter Fokus mit dem Ansatz, die gesamten Logistik- und Produktionsprozesse in eigenen und Partnerfabriken zu optimieren. Verankerung einer B2C-Mentalität in der Organisation, die einen hohen Anteil an B2B Geschäft hat, sowie Investitionen in neue Online-Aktivitäten und soziale Medien.

- Leitung einer Unternehmensgruppe aus 11 internationalen Einheiten in Bezug auf Initiativen zur Markenrepositionierung, Digitalisierung sowie Turnaround-Prozesse und Finanzierungsinitiativen.
- Transformation des Unternehmens von einer klassischen Marke für formelle Bekleidung zu einer modernen Modemarke durch Rebranding, Prozessverbesserungsinitiativen und moderne Digitalisierungsaktivitäten.
- Initiierung, Entwicklung und Leitung ein neues Programm zur kulturellen Veränderung, um die Unternehmens-Mission zu erfüllen, die Vision zu verwirklichen und die Strategie im Managementteam umzusetzen.
- Erstellung eines Restrukturierungskonzept, das die Schulden, die Abläufe und die Geschäftsstruktur erheblich verbessert, wobei der Schwerpunkt auf der Erreichung eines Turnarounds (3 Jahre) und der finanziellen Stabilisierung lag.

- Nachhaltiges Wachstum (+9 %) Ende 2019 erreicht sowie bis zur Pandemie Umsetzung eines einzigartigen Wachstumsplans für alle Regionen.
- Das Unternehmen im Jahr 2021 nach Instabilität durch COVID-19-Effekte auf Wunsch der Gesellschafter verkauft und den Abwicklungsprozess der verbundenen Unternehmen der Gruppe durch den Verkauf der Immobilien der Unternehmensgruppe gesteuert.

CÔTE&CIEL GMBH – Berlin, Deutschland | 2021 – 2022

Chief Executive Officer / Interims-Geschäftsführer

Langfristige strategische Wachstumspläne mit einem starken Fokus auf die Steigerung von Umsatz, Marktanteil und Rentabilität in der Region APAC, NA und EMEA entwickelt und umgesetzt. Jahresbudgets erstellt und gemanagt, sowie Cash-Flow, Einkommens-/Umsatzwachstum analysiert und zukünftige finanzielle Bedürfnisse antizipiert (P&L-Verantwortung). Robuste Marketingstrategien mit Fokus auf ein digitales Marketing eingesetzt, um den Markenwert zu entwickeln und potenzielle Kunden in der DACH-Region anzusprechen. Entwickeln und stärken von professionellen Beziehungen zu allen Kunden, Geschäftspartnern und wichtigen Interessengruppen. Analyse die Lieferkettenstruktur des Lagers in den Regionen NA, APAC und EMEA sowie die Erstellung einer Strategie zur Verbesserung der Flexibilität, Kosten (-40 %), Qualität und Vorlaufzeiten in der gesamten Wertschöpfungskette.

- Neupositionierung des Unternehmens mit innovativem Ansatz zur Stärkung des Wettbewerbsvorteils und Formulierung sowie Umsetzung regionaler Go-To-Market-Strategien über alle Vertriebskanäle, einschließlich Retail, Großhandel und E-Commerce, zum Aufbau einer Premiummarke Wachstum der Produktivität.
- Aufbau strategischer Allianzen mit regionalen Vertriebshändlern, Partnern sowie Großkunden, die die Markenbekanntheit, die betriebliche Leistung und den Marktanteil in bestehenden Märkten steigern.
- Nutzung von Verhandlungsgeschick, um Verträge mit Vertriebspartnern und Handelsvertretern abzuschließen, einschließlich neuer POS-Konzepte, Marketingbeiträge und Preisvereinbarungen für jedes Absatzland.
- Gründung einer neuen Zentrale in Berlin; Aufbau eines facettenreichen Teams von Talenten für den digitalen Bereich sowie Marketing und Vertrieb.
- Coaching und Anleitung des Sohnes des Aktionärs zur Übernahme des Unternehmens im Jahr 2022.

VF INTERNATIONAL SAGL – Stabio, Schweiz | 2017 – 2018

Senior Direktor Business Development DTC

Leitete den jährlichen Budgetierungsprozess in Verbindung mit der Finanzergebnisanalyse, der Zielsetzung der wichtigsten Leistungsindikatoren und der Finanzplanung aller DTC-Aktivitäten (> 1.500 POS) für alle VF-Marken (darunter The North Face, Vans, Timberland). Ermöglichte einen kundenzentrierten Ansatz durch den Einsatz von VOC-Toolkits (Voice of the Customer) mit SAAS-Technologie. Etablierte 3 Versuchs-Stores in Großbritannien, um das Verhalten von Käufern und Endkunden mit einem Test- und Lernansatz zu beobachten.

- Leitete eine effektive Go-To-Market- und Produktstrategie für Retail-, E-Com-, Franchise- und Konzessionskanäle, die letztendlich die Marktposition und das Markenimage der Marken bei VF in Bereich DTC stärkten.
- Nutzung von „Consumer and Shopper Insight“ (CSI)-Tools, „Voice of the Customer“ (VOC)-Toolkits, Marktplatz- und Stadtanalysen, Big-Data-Ansatz und künstlicher Intelligenz (KI), um das Geschäftswachstum in verschiedenen Kanälen zu entwickeln und auf Wachstum zu trimmen (10 %+).
- Zusammenarbeit mit externen Partnern wie IBM/IoT (Internet of Things) und The Weather Channel für das Management eines Pilotprojekts (Watson-Technologie) mit dem Fokus auf Steigerung des Umsatzes sowie Optimierung der Leistungskennzahlen des digitalen Marketings.
- Initiativprojekte im Zusammenhang mit Produktstrategie, Kundensegmentierung, Profilerstellung und Effizienz der Absatzkanäle für alle VF-Marken durch Implementierung von Big-Data-Analysen und KI, um Umsatz und die Produktivität zu steigern.

VF INTERNATIONAL SAGL – Stabio, Schweiz | 2016 – 2017

Direktor Marketplace Development & Retail Analytics

Formulierung und Umsetzung von Strategie-, Leistungs- und Wachstumsplänen für die EMEA-Region. Identifizierung von wichtigen Markttrends zur Erleichterung der Entscheidungsprozess durch die Entwicklung von Datenanalysemethoden und KI-Toolkits. Verbesserte Marktforschung und Einrichtung eines europäischen Pilotprojekts in Großbritannien (London) zur Durchführung markenübergreifende Mega-City-Strategie.

- Ausführen von Markt-, Marken- und Produktstrategien für alle VF-Marken zusammen mit einem neu entwickelten Framework und Toolkit, um die Zahl der verlustbringenden / leistungsschwachen Absatzpunkte zu reduzieren.
- Etablierung von regelmäßigen Meetings mit allen Leitern der DTC-Geschäftsbereiche aus EMEA, NA und APAC, um die operative Leistung, die Markenstrategie und die Bemühungen zur Markteinführung zu bewerten.
- Leitung von mehr als 20 marktübergreifende „Conversion- und Sell-Through-Initiativen“, die zu einer Verbesserung der Abverkaufs-Quote führen sowie zu Wachstum unter kritischen Marktbedingungen.

VF INTERNATIONAL SAGL – Stabio, Schweiz | 2013 – 2015

Direktor Retail Napapijri

Integration von über 200 eigenen Stores und Franchisegeschäften in die Napapijri-Markenorganisation mit Schwerpunkt auf Optimierung von Abläufen, Steigerung der Rentabilität und Verbesserung des Markenimages. Nutzung von Führungsattributen zur integrierten Steuerung von Einzelhandels- & Franchisegeschäften.

- Optimierung der Rentabilität um +10% sowie Verbesserung der Leistung aller Vertriebskanäle.
- Reduzierung des Produktentwicklungszyklus um 40 % durch Restrukturierung der Waren- und Produktentwicklungsprozesse.
- Einführung eines Schulungsprogramms für Partner, Distributoren und Franchisenehmer, um ein erstklassiges Markenimage aufzubauen sowie die Markenbekanntheit in EMEA zu steigern.
- Initiierung eines Talentpool-Ansatz innerhalb des DTC-Geschäfts, um Talente zu bewerten, zu entwickeln und zu fördern.
- Initiierung einer steigenden Rentabilität, Margenverbesserung für alle DTC-Kanäle sowie Realisierung eines konstanten Wachstums von 20 % CAGR durch die Schaffung eines Special Make Up (SMU)-Modells.

Senior Management Consultant / Direktor | 2009 – 2013

Team Retail Excellence, Düsseldorf, Deutschland

Ausgewählte Projekte:

VF International SAGL, Lugano, Schweiz (24 Monate)

- Wachstums- und Leistungsvision für Retail-, Konzessions-, Franchise- und Großhandelsgeschäft für 6 VF-Marken erarbeitet, bei gleichzeitiger Identifizierung zusätzlichen Wachstumspotenzials von über 15 % p.a. in der EMEA-Region.
- Rationalisierung der Franchise-Geschäftsstrategie und Umsetzung effizienter Wachstumspläne durch Gestaltung neuer organisatorischer Rahmenbedingungen/Prozesse/vertraglicher Vereinbarungen.
- Entwicklung einer zukunftsorientierten Strategie und Blaupause zur Maximierung der Franchise-Geschäftskompetenz in der DACH-Region durch effektive Vertragsverhandlungen.
- VF International erzielte ein anhaltendes Wachstum von > 10 % und erhöhte die Gesamtmenge um 300 bps.

Puma, Herzogenaurach, Deutschland (18 Monate)

- Entwicklung einer Change-Management-Strategie für das Senior Management Team, um die verlustbringende Global Retail Division in ein profitables Geschäft zu entwickeln.
- Analysieren der finanzielle Leistungskennzahlen der Retail-Sparte in EMEA, NA und APAC, um das Ladenportfolio von 600 Filialen durch die Umsetzung strategischer Finanzpläne und einer Markenstrategie für jedes Land zu rationalisieren.
- Auf Basis der vorgeschlagenen Strategie hat Puma verschiedene Stores geschlossen, das Personalmanagement optimiert, die Sortimentsplanung neu strukturiert und das Einzelhandelsgeschäft innerhalb von 24 Monaten zu einer profitablen Geschäftseinheit umgebaut.

Change Capital Partners, London, UK (6 Monate)

- Verantwortlich für die Entwicklung einer Investitionsstrategie für Hallhuber, einschließlich Due Diligence, Investitionsanalysen, Portfoliomanagement und Exit-Strategie.
- Durchführung analytischer Bewertungen (Marktpotenzial, Personalstärke usw.), einer Financial Due Diligences (Finanzmodellierung, Kapitalbedarf, usw.) und Entwicklung eines 5-Jahres-Wachstumsplans für EMEA.
- Change Capital hat Hallhuber nach 6 Jahren beständigen Wachstums erfolgreich an Gerry Weber verkauft.

Weitere Berufserfahrung

Direktor Business & Project Development: ECE International, Hamburg, Deutschland & ECE Russia, Moskau, Russland

Divisional VP Category Management & Sales Support: Sport Scheck, München

Geschäftsführer & Gründer: Retail Network, Hamburg | **VP Marketing:** RedDot Solutions AG, Oldenburg

VP Strategic Marketing: Urbia.com, Köln / London | **Director Business Development:** Lycos Europe GmbH, Bielefeld

Leiter Marktentwicklung & Expansion: BONPRIX (Otto Group), Hamburg | **Senior Consultant:** Accenture, Hamburg

Schulische Ausbildung

MBA – Studienschwerpunkt: Lean Business, Digital Marketing and Business innovation (2021-2022)

The Power Business School, Online

Executive MBA (1997-1999)

J.L. Kellogg Graduate School of Management an der Northwestern University, IL, USA

WHU Graduate School of Management, Koblenz, Deutschland

MBA – Studienschwerpunkt: Organisationslehre, Strategie, Personalwesen, und Marketing (1989-1993)

Universität Bayreuth, Deutschland

Auslandsstudium an der Washington & Lee University Lexington / VA (USA)

Berufliche Weiterbildung

Art and Science of Buying and Merchandising (2021) | Digital Marketing (2021) | Build a Direct-To-Consumer Brand (2021)

Verschiedene Masterclasses mit Anna Wintour, Annie Leibovitz, Bob Iger (Disney), Diane von Fürstenberg, Marc Jacobs (2020)

Financial Acumen – Financial Planning & Accounting (2017) | IBM Watson Summit & Internet of Things (2016 & 2017)

Strength Finder (2017) | Power of Persuasion (2016) | Crucial Communications (2015) | Leading through others (2014)