

# ÜBER MICH



Mit über 18 Jahren nationaler und internationaler Marketing- und Führungserfahrung im dynamischen FMCG Umfeld habe ich mir fundierte Fachkenntnisse im gesamten Marketing Mix angeeignet.

Von 2005 bis 2017 war ich in der Rivella AG in diversen Senior Marketing Positionen für die Marken Rivella, Michel und Passaia im Brand, Product und Innovation Management tätig. Die personelle Führung sowie der gezielte Auf- und Ausbau der Teams gehörten ebenso zu meinen Aufgaben. Die mittelfristige strategische und operative Führung der verantworteten Marken beinhaltete nebst der Marketingstrategie auch die gesamte Kommunikation, die Markenarchitektur, das Portfolio Management, das Sponsoring/Event Management, das Corporate Design sowie Marktanalysen. Dabei war die enge Zusammenarbeit mit namhaften externen Agenturen sowie deren Orchestrierung von zentraler Bedeutung. 2010 bis 2013 verantwortete ich die strategische Neuausrichtung der Marke Rivella sowie deren Implementierung im gesamten Marketingmix<sup>1</sup>, u.a. auch die Realisierung der ersten Rivella Dachmarkenkampagne im Jahr 2012<sup>2</sup>.

Ein weiterer grosser Tätigkeitsbereich war die Produktinnovation. In diesem Zusammenhang baute ich spezifische Ressourcen und Prozesse auf und betrieb intensive Trend- und Konsumentenforschungen sowie sensorische Produktentwicklungsstudien mit renommierten Marktforschungsinstituten. Ich leitete zahlreiche Innovationsprojekte von der konzeptionellen Phase über die sensorische Produktentwicklung bis zur Markteinführung. Besondere Highlights waren zwei Rivella Subvarietäten, welche als stärkste Neueinführungen im Bereich carbonated Softdrinks im Retail ausgezeichnet wurden sowie die Lancierung der Innovation Rivella Refresh im Jahr 2018.

Von 2002 bis 2005 war ich im Product und Innovation Management bei der Wernli AG tätig. In dieser Funktion zeichnete ich mich verantwortlich für die strategische und operative Führung der Marke Wernli. Besonders zu erwähnen ist die konzeptionelle Entwicklung und Einführung Biscuit Innovation «Chocobelle» im Jahr 2003<sup>3</sup>.



Ich habe an der Universität Fribourg i.Ü. Wirtschaftswissenschaften studiert und mit dem Master in Science of Economics abgeschlossen. Die Studienschwerpunkte waren Marketing, Unternehmensführung und Kommunikation. On the Job habe ich mit zahlreichen Weiterbildungen in den Bereichen Marketing, Research, Analytics, Design, Lybik sowie Sensorik mein Fachwissen vertieft.



Ich bin verheiratet und habe zwei Kinder (2013/2017).

Meine Muttersprache ist Deutsch und in den Sprachen Englisch, Französisch und Italienisch habe ich sehr gute Kenntnisse in Wort und Schrift.

<sup>1</sup> Gemäss Brand Asset Valuator der Young & Rubicam Gruppe zählte die Marke Rivella 2013 erstmals zu den 5 stärksten Marken der Schweiz (im Vgl. 2011 unter Top 20).

<sup>2</sup> Wurde zur erfolgreichsten Kampagne nebst der Kampagne «welche Farbe hat dein Durst» (1999-2005) in der Geschichte von Rivella.

<sup>3</sup> Nach einem Jahr am Markt erreichte Chocobelle das Umsatzvolumen des Wernli Klassikers und Leaderproduktes Japonais.