

Dr. Michael Günther

Diplom-Kaufmann

Mitglied des SCOPAR-Beratergremiums

TÄTIGKEITSPROFIL

Führen von nationalen und internationalen Marketing- und Vertriebsorganisationen, hohe Strategiekompetenz, Gestaltung von Marktauftritten, Implementierung von CRM-Konzepten, Restrukturierung und Turnaround-Management

Unternehmensberater,
Münster

Dr. Günther Unternehmensberatung | Interim Management

Vorstandsvorsitzender AWG
elastomer erzeugnisse ag,
Helmstedt

Interim Management

Geschäftsführer AWILA Agrar-
und Industrieanlagen,
Lastrup

Interim Management

Toyota Gabelstapler Deutsch-
land GmbH,
Düsseldorf

General Manager

Niederlassung eines japanischen Herstellers von Gabelstaplern

Graco GmbH,
Neuss

Verkaufsleiter Industrie Zentral- und Osteuropa

Niederlassung eines amerikanischen Herstellers von Pumpen

BASF Coatings AG,
Münster

Marketingleiter Glasurit Autoreparaturlacke

Hersteller von Industrielacken, Farben, Autolacken

Bosch – Siemens Haushaltsge-
räte GmbH,
München

Leiter Produktmarketing Mikrowellengeräte

Hersteller von Hausgeräten

Robert Bosch GmbH,
Stuttgart, London, Madrid

Geschäftsführungsassistent und Inhouse Consultant,

Analyse strategischer Geschäftsfelder und Formulierung von
Länderstrategien

Universität
Göttingen

Promotion und Assistententätigkeit am Institut für Marketing und Handel

Branchenkenntnisse

Gebrauchsgüter
Investitionsgüter
Hausgeräte- und Küchenmöbelindustrie
Automotive
Chemie, speziell Lacke, Farben, Bauchemie und Gummi
Baustoffe
Maschinen- und Anlagenbau
Landwirtschaft
Handel, incl. Shopping Center
Handwerk
Franchiseorganisationen

Geschäftsführungserfahrungen

Toyota Gabelstapler Deutschland GmbH
AWG elastomer erzeugnisse ag als Interim Vorstandsvorsitzender
AWILA Agrar- und Industrieanlagen GmbH als Interim Geschäftsführer

Operative Vertriebs- und Marketingerfahrungen

Leiter eines Produktmarketingbereiches Bosch – Siemens Hausgeräte
Marketingleiter Glasurit Autoreparaturlacke
Verkaufsleiter Graco Zentral- und Osteuropa

Führung von Vertriebsorganisationen in In- und Auslandsmärkten
Key Account Management, OEM-Business
Führung von Serviceteams für anspruchsvolle Produkttechnologien
Outsourcing Projekte
Durchführung vielfältiger Verkaufsförderungsaktivitäten
Planung und Durchführung von Regional- und Leitmessen
Zusammenarbeit mit Werbeagenturen, Leitung einer Werbeabteilung
Direktmarketingaktivitäten, u.a. Herausgabe von Kundenmagazinen
Aufbau eines Schulungs- und Trainingprogramms

Strategische Marketingerfahrungen

Inhouse Consultant Bosch Konzernzentrale
Durchführung von strategischen Geschäftsfeldanalysen
Markenführung und Produktentwicklung
Umsetzung einer strategischen Kooperation BASF-Rethmann-RWTÜV
Implementierung von CRM-Konzepten
Revitalisierung von Kundenclubs
Markteinführungen, Entwicklung eines Zweitmarkenkonzeptes
Portfoliomanagement, PIMS-Analysen
Umgang mit Business- und Marketingplänen, Reportings

Beratungserfahrungen

Strategische Neuausrichtung, Geschäftsfeldanalysen
Entwicklung neuer Geschäftsfelder
Vertriebs-Revitalisierung
Gestaltung des Marktauftritts
Einführung Database Management
Kommunikationstraining
Durchführung von Restrukturierungen und Turnarounds
Erstellung von Businesspläne
Standortkonzept Shoppingcenter
Persönliche Übernahme von Interimsmanagementfunktionen
Unternehmercoaching

Führungs- und Teamerfahrung

Marketing Teams, Vertriebsmannschaften
Händlernetze bis 40 Händler/Handelsvertreter/Agenturen pro Land
Geschäftsführungsverantwortung bis 200 Mitarbeiter

Auslandsaufenthalte

London 9 Monate Projektleitung Bosch UK
Madrid 7 Monate Projektleitung Bosch Spanien
Minneapolis 8 Wochen Aufenthalt Firmenzentrale und Vertriebsttraining

EDV-Kenntnisse

MS Office Programme, Internet, Datenbank Management

Sprachkenntnisse

Englisch verhandlungssicher, Spanisch Grundkenntnisse

Persönliche Stärken

Operatives und strategisches Business Know-how
Führungspersönlichkeit mit hoher Teamfähigkeit
Kosten- und ergebnisorientiert
Konzeptionelle, zielorientierte Arbeitsweise
Sehr hohe Eigenmotivation
NLP-Practitioner, Kommunikationstrainer

VORTRÄGE

- Lehrstuhl Prof. Dr. Pichert, Technische Universität München
„Mikrowellengeräte - Markttrends, Konsumenteneinstellungen, Produktentwicklungen“
- Europäische Umweltakademie, Borken
„Öko-Marketing in der Praxis – dargestellt am Beispiel der BASF L+F AG, Münster“
- Lehrstuhl Prof. Dr. Meffert, Universität Münster
„Die Glasurit Umweltpartnerschaft – eine strategische Kooperation zur Bewältigung ökologischer Herausforderungen im Handwerk“
- Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, Fachhochschule Rosenheim
„Relationship Marketing - neue Instrumente zur Stabilisierung der Hersteller - Kunden - Beziehung in rückläufigen Märkten“
- Lehrstuhl Prof. Dr. Meffert, Universität Münster
„Marketingforschung - Stand und Entwicklungen“, dargestellt an Forschungsprojekten des Lehrstuhls (Dr. Kirchgeorg) und Fallbeispielen aus der Unternehmenspraxis (Dr. Günther)
- Fachhochschule Aalen,
„Customer Relationship Marketing“ – erfolgreiche Beispiele aus der Unternehmenspraxis
- Fachhochschule Gelsenkirchen, Fachbereich Maschinenbau; „Der Business-Plan als Managementinstrument“
- Fachhochschule Ostfriesland, Fachbereich Wirtschaft „Das ECR-Konzept in der Warendistribution“
- Kaufpark Göttingen, Gesellschafterversammlung und Werbegemeinschaft „Umsatzsteigerung in Verbundbeziehungen“

VERÖFFENTLICHUNGEN

- 1983 „Standortwahl, Bedarfsermittlung und Wirtschaftlichkeitsuntersuchung von Eislaufcenters“ In: Göttinger Universitätsgutachten für die Wirtschaft, 11/1983
- 1990 „Haushalts - Mikrowellengeräte: Markt, Anwendung, Technik“
In: Internationale Zeitschrift für Lebensmittel- Technologie (ZFL), Heft 6/1990
- 1992 „Strategische Vertriebs- und Marketing-Konzeption, Deutschland für die Zweitmarke RM“
Hausinterne Veröffentlichung der BASF L+F, Münster, 10/1992
- 1993 „Wasserbasislack - Technologie: Eine neue Lacktechnologie schlägt Wellen“
In: Der Fahrzeug - und Metall - Lackierer, Heft 4 und 6/1993
- 2000 „Die Kopplung von Bautenschutz und Wärmeschutz erzielt optimale Einspareffekte“
In: Modernisierungs Magazin Heft 7 und 8/2000
- 2005 „Potenzialberatung – mehr Marktmöglichkeiten wahrnehmen“
In: Zeitschrift der Kreishandwerkerschaft Coesfeld November / 05