

TRANSFORMATION IM GLOBAL MARKETING

STABILITÄT SICHERN, ZUKUNFT GESTALTEN

DER
INTERIM
MANAGER

PROJEKTSTORY



Erfolgreiche Transformation im Global Marketing

Durch den plötzlichen Führungswechsel im Global Marketing eines international tätigen Familienunternehmens wurde ein erfahrener Interim Manager beauftragt, die Kontinuität sicherzustellen und eine strategische Neuausrichtung voranzutreiben. Diese Projektstory zeigt, wie der HANSE Interim Manager Stefan Haak die Herausforderung meisterte und das Unternehmen erfolgreich durch diese kritische Phase führte.

Die Ausgangslage: Führungswechsel in einer kritischen Phase

In der dynamischen Welt des industriellen Marktes für Sensor- und Automatisierungstechnologie gehört das Familienunternehmen zu den Weltmarktführern.

Mit über 2500 Mitarbeitern und 25 Tochtergesellschaften weltweit, darunter in den USA, China und Europa, ist das Unternehmen für seine Innovationskraft und Fertigungstiefe bekannt.

Das Familienunternehmen, stand plötzlich vor einer Herausforderung: Die Position des Head of Global Marketing war plötzlich vakant. Es war von entscheidender Bedeutung, die Kontinuität in der Führungsebene sicherzustellen. Das Unternehmen entschied sich, erstmals auf einen Interim Manager zurückzugreifen, um diese anspruchsvolle Phase zu überbrücken.

Die Aufgabenstellung: Stabilität und Transformation sicherstellen

Stefan Haak, ein erfahrener B2B-Marketingexperte, wurde als Interim Manager eingesetzt.

Seine Hauptaufgaben bestanden vor allem darin, die laufende Transformation des Bereichs hin zu einer Matrix-Organisation voranzutreiben und daneben die Funktionsfähigkeit des globalen Marketingteams aufrechtzuerhalten.

Neben der organisatorischen Umstrukturierung galt es, das Marketingteam zu stärken und die globale Strategie für eine konsistente Markenpräsenz zu entwickeln.



Haaks Rolle beinhaltet zudem die Unterstützung bei der strategischen Marketing-Ausrichtung des Unternehmens und die Suche nach einem dauerhaften Stelleninhaber für die Position des Head of Global Marketing.

Zu den Hauptzielen und Herausforderungen gehörten:

- Die Aufrechterhaltung der Funktion der Abteilung
- Die kurzfristige Sicherstellung der Effizienz im Marketingteam
- Die Entwicklung und Umsetzung globaler Marketingstrategien
- sowie die Koordination mit den Tochtergesellschaften, um eine konsistentere Marktbearbeitung und Markenpräsenz zu gewährleisten.
- Die neue Positionierung des Unternehmens entwickeln, definieren und eine Umsetzungsstrategie entwickeln.

- Unterstützung bei der Einführung neuer Produkte und Lösungen in Zusammenarbeit mit der globalen Vertriebsorganisation.
- Die laufenden und neuen Projekte zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit im Global Marketing in der Position des Head of Global Marketing voranzutreiben und gleichzeitig so rasch wie möglich einen passenden Nachfolger finden

Die Lösung: Der Transformationsprozess mit gezielten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung

Stefan Haak analysierte zunächst die bestehenden Marketingprozesse und setzte schnell notwendige Optimierungen um.

Er setzte auf eine enge Zusammenarbeit mit der HR-Abteilung, um neue Talente zu gewinnen und bestehende Teams zu stärken.

Durch die Umsetzung der geplanten Matrix-Organisation wurden die Teams neu strukturiert und entsprechend der Teamaufteilung an neue Büroplätze umgesiedelt.

Besonders beeindruckend war die rasche Gewinnung von Zustimmung und Mitarbeit bei der Umsetzung der Ziele.

Ein besonderer Fokus lag auf der Standardisierung der globalen Marketingplanung und der Optimierung der Kommunikation mit den Tochtergesellschaften.

Haak leitete zudem Workshops zur Mitarbeiterentwicklung, um das Team gezielt auf die neuen Herausforderungen vorzubereiten.



Durch die enge Zusammenarbeit mit der HR-Abteilung und den Führungskräften vor Ort konnte ich die Einführung der Matrix-Organisation erfolgreich steuern.

Interim Manager
Stefan G. Haak





Das Ergebnis: Stabile Führung und strategische Neuaustrichtung

Die Ergebnisse ließen nicht lange auf sich warten: Die neuen Strukturen und Prozesse führten zu einer verbesserten strategischen Ausrichtung und einer stärkeren Zusammenarbeit zwischen den globalen Marketingfunktionen.

Die Marketingplanung wurde standardisiert und erfolgreich mit den Tochtergesellschaften abgestimmt, so dass der globale Roll-Out von Kampagnen optimiert werden konnte.

Durch Haaks Tätigkeit als Interim Manager erlebte das Global Marketing Team nicht nur eine Phase der Stabilität, sondern konnte sich auch strategisch neu ausrichten.

Die Aufgaben und Wirksamkeit in der globalen Zusammenarbeit wurden gestärkt.

Mit der Unterstützung des Interim Managers bei der Sichtung, Bewertung und Auswahl von Führungskräften für die Position des Global Marketing konnte schließlich eine geeignete Kandidatin gefunden und für das Familienunternehmen gewonnen werden.

Diese strategische Personalentscheidung trägt maßgeblich zur weiteren Stärkung der globalen Marktposition des Unternehmens bei.

Fazit: Interim Management als Erfolgsfaktor in Transformationsprozessen

In der Rolle des Interim Managers zeigte Haak, wie wichtig eine agile und strategisch denkende Unterstützung in Zeiten des Wandels ist. Durch die gezielte und effektive Unterstützung konnte die Kontinuität im Global Marketing gewährleistet und innerhalb des unternehmensweiten Change-Prozesses wichtige strategische Veränderungen eingeleitet werden.

Seine Maßnahmen und Erfolge bieten wertvolle Einblicke in die Transformation eines global agierenden Familienunternehmens und den Beitrag, den ein erfahrener Interim Manager bei der Bewältigung der Herausforderungen einer Vakanzüberbrückung leisten kann. Auch wenn es für das Unternehmen eine Premiere war, wurden sehr rasch die Vorteile flexibler und kurzfristiger Managementlösungen erkannt, die bei der erfolgreichen Bewältigung von Übergangsphasen unterstützen und zur effektiven Umsetzung strategischer Veränderungen beitragen können.

