

JONNY HEWLETT



International bekannter Marken- und Handels-Experte

Jonny Hewlett verfügt über mehr als zwei Jahrzehnte Erfahrung in den Bereichen General Management auf C-Suite-Ebene, Handelsmarketing und kommerzielle Erfahrung bei drei Branchen-Riesen. Seit Dezember 2019 ist er Venture CEO für w'air, einem nachhaltigen Projekt zur Kleidungspflege von Pilot Lite.

Jonny Hewlett beginnt seine Karriere bei Procter and Gamble. 1997 tritt er in die Abteilung Fine Fragrance von P&G ein. Seine erste Aufgabe besteht darin, eine Abteilung für globales Handelsmarketing aufzubauen, die zwei kulturell und geografisch sehr unterschiedliche Organisationen zusammenführt. Anschließend wird er mit der Leitung der Akquisition von Jean Patou Parfums beauftragt, einem kleinen französischen Parfümhersteller, der die Marke Lacoste zu einem echten Global Player für P&G Fragrances machen soll, und baut die P&G-Niederlassung in Frankreich mit auf. Im Jahr 2002 wird Jonny zum Global Market Strategy and Planning Director für P&G Fragrances (jetzt umbenannt in P&G Prestige Products) ernannt und ist federführend beim Aufbau von Lacoste und Hugo Boss zu führenden internationalen Marktpositionen.

Nach 16 Jahren bei P&G wechselt Jonny Hewlett 2008 als Geschäftsführer für Großbritannien und Irland zu Diesel, dem in Italien ansässigen Moderiesen. In den ersten Jahren besteht seine Aufgabe darin, Umsatz und Gewinn der britischen Tochtergesellschaft zu steigern, das Großhandelsteam neu zu strukturieren, das Key-Account-Management und Partnerschaften mit allen wichtigen Kunden voranzutreiben, die britische Einzelhandelsstrategie neu zu bewerten und organisatorische Veränderungen voranzutreiben, die Karriereentwicklung und eine Coaching-Kultur im gesamten Unternehmen zu fördern. Im Januar 2016 übernimmt Jonny eine neue Rolle als CEO von Greater China und wird im Jahr darauf zum Regional Director of Europe für Diesel. Im September 2018 wechselt Jonny Hewlett zu LVMH als Chief Commercial Officer für die Marke Marc Jacobs mit Sitz in New York.

Jonny Hewlett konzentriert sich darauf, organisatorische Veränderungen voranzutreiben, unterschiedliche Kulturen zu integrieren und bewährte Ansätze aus anderen Branchen neu anzuwenden, um bahnbrechende Ergebnisse zu erzielen. Durch seinen Wechsel von der FMCG-Welt von Procter & Gamble zum Modekonzern Diesel hat er ein breites Spektrum an Erfahrungen in Bereichen wie Führung, Wandel und Kundenmanagement gesammelt.

Themen (Auswahl):

- Markenstrategie
- Key Account Management