

Dirk Boverter wird neuer Regional Marketing Director bei TCC

27.09.2012, 18:06 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *lottmann pr*

Presseagentur: *lottmann pr*



Dirk Boverter (43) ist ab Oktober 2012 neuer Regional Marketing Director der TCC Deutschland GmbH. The Continuity Company, kurz TCC, ist globaler Marktführer für Kundenbindungsprogramme im Handel. Die Position wurde neu geschaffen. Boverter wird zukünftig den Aufbau und Ausbau des Marketings in Deutschland, Schweiz, Österreich sowie Central Eastern Europe verantworten. Schwerpunkte sind dabei die Bereiche Business Development, Wettbewerbs- und Marktanalysen, die Entwicklung innovativer Geschäftsbereiche und Umsetzungsstrategien sowie der Ausbau des Digital- und Onlinebereichs. In seiner neuen Funktion berichtet Boverter direkt an die Deutsche und Schweizer Geschäftsführung. „Wir freuen uns, dass wir mit Dirk Boverter einen ausgewiesenen Marketing Fachmann mit internationaler Expertise für diese wichtige Position gewinnen konnten,“ so Jörg Croseck, General Manager TCC. Die Loyalty- und Kundenbindungsprogramme aus dem Hause TCC sollen laut Croseck, zukünftig das Kaufverhalten noch nachhaltiger und messbar positiv beeinflussen sowie das Image der Handelspartner schärfen.

Markenartikler mit internationalem Hintergrund

Mit Dirk Boverter kommt ein versierter Strategie-Experte mit internationalem Marketing Know-how zu TCC. Nach dem erfolgreichen Abschluss des International Business Management Studiums am European Business College in Düsseldorf war Boverter ab 1992 zuletzt als Brand Supervisor für die

Philip Morris International Inc. in München tätig. 1998 übernahm er den Posten des Head of Consumer Relations bei der zur Carlsberg Gruppe gehörenden Feldschlösschen Getränke AG, Schweiz. 1999 wechselte Dirk Boverter dann innerhalb der Schweiz als Marketing Director zu Japan Tobacco International (JTI). Es folgten konzernintern berufliche Stationen in Rumänien und Japan bevor er 2007 als Global Marketing and Trade Strategy Director ins JTI Hauptquartier nach Genf berufen wurde. Seit 2010 war Boverter bei JTI Deutschland als Portfolio, Brand & Trade Strategy Director tätig und u.a. verantwortlich für die Portfoliostrategie der Marken Camel, Winston und B&H. „Ich finde es spannend Konsumenten an starke Marken zu binden und mit dem Handel spezifische Kundenbeziehungen auf- und auszubauen,“ so Dirk Boverter zu seiner neuen Aufgabe bei TCC.

Innovative Strategien für den nationalen und internationalen Markt

Anfang der 90er Jahre wurde The Continuity Company, TCC, in den Niederlanden gegründet. Seit 13 Jahren ist TCC auch in Deutschland erfolgreich aktiv. Der umsatzstärkste Ländermarkt der weltweit agierenden AG wird inzwischen von 50 Mitarbeitern bearbeitet. Mit der Stärkung der Marketingdivision soll die strategische Weiterentwicklung der TCC Deutschland GmbH maßgeblich vorangetrieben werden. Darüber hinaus möchte die Geschäftsleitung verstärkt auch Synergieeffekte für das internationale Geschäft nutzen.

Portrait

Changing shopping behaviour – Kundenverhalten messbar positiv beeinflussen: Der internationale TCC-Slogan ist Programm des Dienstleistungsunternehmens, das 1991 als The Continuity Company in den Niederlanden gegründet wurde. Neben Europa hat TCC auch Niederlassungen in Nord-, Mittel- und Südamerika, im Nahen Osten sowie Asien und Australasien. Im vergangenen Jahr generierte der Marketingdienstleister mit rund 250 Kunden in mehr als 70 Ländern einen Erlös in dreistelliger Millionenhöhe. In Deutschland zeigt man seit 13 Jahren Flagge, Sitz der Niederlassung ist Düsseldorf. Der umsatzstärkste Ländermarkt des weltweit agierenden Unternehmens wird inzwischen von 50 Mitarbeitern bearbeitet.

News-ID: 666972 • Views: 1521 (Stand: 21.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/666972/Dirk-Boventer-wird-neuer-Regional-Marketing-Director-bei-TCC.html>