

## Über Alexander Graf:

*kurz*

[Alexander Graf](#), Jahrgang 1980, ist Seriengründer und E-Commerce-Unternehmer. Als CEO von [Spryker](#), einem Softwareunternehmen für Digital Commerce, gestaltet er die Disruption von transaktionalem Business jeder Art. Wann immer es um die Digitalisierung des Handels geht, ist Alexander Graf als Host des Branchen-Podcasts „[Kassenzone](#)“ und Autor von „[Das E-Commerce-Buch](#)“ ein gefragter Experte.

*lang*

Alexander Graf (Jahrgang 1980) ist leidenschaftlicher E-Commerce-Unternehmer, Seriengründer sowie Handels- und Digital-Experte. Als CEO von Spryker, einem Softwareunternehmen für Digital Commerce, gestaltet er die Disruption von transaktionalem Business jeder Art. Spryker verhilft multinationalen Playern wie Toyota, Aldi oder Siemens Healthineers mit einem der fortschrittlichsten Commerce-Betriebssysteme weltweit zu mehr Umsatz. Wann immer es um die Digitalisierung des Handels geht, ist Alexander Graf als Host des Branchen-Podcasts „Kassenzone“ ein gefragter Experte.

Neben Spryker hat Graf unter anderem die Digitalberatung Etribes und die Amazon-Marketing-Agentur Factor A mitgegründet. An der Entstehung von AboutYou war er ebenfalls maßgeblich beteiligt. Insgesamt hat er gemeinsam mit Geschäftspartnern zwei Dutzend Unternehmen initiiert, gegründet und/oder finanziert.

Erste Erfahrungen als Unternehmer sammelte er noch zu Schulzeiten in Kiel – als Organisator und Vermarkter von Abipartys sowie als Website-Entwickler für Mittelständler. Nach der Offiziersausbildung bei der Bundeswehr und einem BWL- und Informatik-Studium in Kiel arbeitete Alexander Graf fünf Jahre lang bei der Otto Group, wo er im Corporate Development u. a. den Mobile Shop betreute.

„Innovate or die“ – so lautet der Leitsatz von Alexander Grafs unternehmerischem Handeln. Er ist überzeugt: Wer stehen bleibt und sich Veränderungen gegenüber verschließt, der hat in der Zukunft keine Chance. Wer den Schritt aus der Innenstadt ins Internet nicht macht, geht unter. Wer denkt, dass man nun sein Glück auf Marktplätzen suchen muss, hat ebenso verloren. Und wer den direkten Kundenzugang verliert, wird maximal eine Rolle als Logistiker spielen.