



12. Power Pricing- Konferenz 2011

Preismanagement in volatilen und
aggressiven Märkten

➤ 23. November 2011 in Frankfurt am Main

Mit Dr. Georg Tacke, CEO,
und weiteren Experten
von Simon - Kucher &
Partners

Praxisbeiträge von:

- ASM Assembly Systems GmbH
- Commerzbank AG
- Linde AG

In Zusammenarbeit mit

AUSGANGSLAGE

Geschichte wiederholt sich nicht

... und sie tut es doch! Das, was wir jetzt an der Rohstoffkosten- und Preisfront erleben, ist das, was wir vor der Krise bis 2008 erfahren mussten. Nur alles noch hektischer, unberechenbarer, gefährlicher. Nur die Klugen haben aus der Geschichte gelernt. Der Rest wiederholt die gleichen Fehler wieder. Worauf ist zu achten, was sollte man in keinem Fall tun und was ist zu tun, um die Verkaufspreise und Margen im volatilen Rohstoffkostenumfeld nicht nur zu verteidigen, sondern erfolgreich zu erhöhen?

REFERENTEN



Georg Giersberg



Stefan Herr



Günter Lauber



Jürgen Liebert



Dr. Andrea Maessen



Dr. Karl-Heinz Sebastian



Dr. Georg Tacke



Eugen Weinberg

Georg Giersberg

ist seit 30 Jahren Redakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Der Industrie- und Diplombkaufmann arbeitet vor allem an betriebswirtschaftlichen Themen mit Schwerpunkt Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung. Darüber hinaus betreut er die seit über 50 Jahren erscheinende jährliche Beilage „Die 100 größten Unternehmen“ sowie die Seite „Menschen und Wirtschaft“.

Stefan Herr

ist Partner und Leiter des Competence Centers „Technology“ bei Simon - Kucher & Partners in Bonn. Er berät Unternehmen des Maschinen-/Anlagenbaus und Elektrotechnikunternehmen. Er ist Spezialist für Strategie, Marketing, Vertrieb und Pricing. Seine Beratungsschwerpunkte sind die Entwicklung und Implementierung von Preisstrategien und Preissystemen. Die meisten seiner Beratungsprojekte haben einen weltweiten Fokus. Er ist Autor des Buches „Power Pricing für Industriegüter“ (VDMA Verlag; Mai 2010) sowie zahlreicher weiterer Veröffentlichungen und tritt regelmäßig auf Veranstaltungen des VDMA und ZVEI als Gastredner auf.

Günter Lauber

ist seit 2007 CEO von ASM Assembly Systems und Leiter des globalen SIPLACE Teams (ehemals Siemens Electronics Assembly Systems). Günter Lauber ist bestens vertraut mit der Elektronikfertigung und den SIPLACE Bestückautomaten. Seit mehr als vierzehn Jahren trägt er maßgeblich zum Erfolg der SIPLACE Lösungen auf dem SMT Markt bei. Von 1997 bis 2001 war er zunächst als Leiter Vertrieb Europa, dann als Leiter des Regional

ZIELSETZUNG

In Vorträgen und im Erfahrungsaustausch mit Pricing-Experten werden Konzepte und Modelle des Preismanagements in unsicheren Zeiten vorgestellt. Es werden anhand von Fallbeispielen Erfolgsfaktoren im Pricing aufgezeigt und diskutiert. Im Mittelpunkt stehen Methoden, Prozesse und Praktiken einer aktiven Preispolitik:

- Kennzeichen „guten“ Pricings
- Volatilitäten besser managen
- In High- und Low-End-Märkten erfolgreich agieren
- Preisprozesse global effizient (ein-) führen

Headquarters Europa und schließlich als CEO in den USA für das SIPLACE Geschäft in Nord- und Südamerika verantwortlich. Als Geschäftsführer von ASM Assembly Systems (vormals Siemens Electronics Assembly Systems) hat er das SIPLACE Team erfolgreich von der Siemens AG zu ASM Pacific Technology geleitet.

Jürgen Liebert

ist seit Februar 2010 Head of Pricing and Contract Management Excellence BA Merchant & Packaged Gases der Linde Group mit Sitz in München und somit weltweit verantwortlich für Fragestellungen zu Pricing- und Vertragsmanagement-Methoden, Tools und Prozessen. Von 2008 an war er bei Linde im Bereich Finanzen Teil des globalen „Synergy Program“. Vor dieser Tätigkeit war er in wechselnden Funktionen der Siemens AG im Bereich Vertrieb und Einkauf tätig.

Dr. Andrea Maessen

ist Partnerin und Leiterin des Competence Centers „Chemicals“ bei Simon - Kucher & Partners in Köln. Ihre Beratungsschwerpunkte liegen in der Optimierung von Preisprozessen und -systemen sowie in der Entwicklung von Preisstrategien im wettbewerbsintensiven Umfeld. Sie unterstützt ferner Unternehmen bei der Durchsetzung von Preisen im Markt. Dr. Andrea Maessen ist Autorin von zahlreichen Publikationen zu Themen des Pricings und Marketings.

Dr. Karl-Heinz Sebastian

ist Senior Partner, Leiter des Competence Centers „Construction“ und Sprecher der Division „Chemicals-Technology-Insurance“ in

ZIELGRUPPE

Die Power Pricing-Konferenz richtet sich an Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsleitung sowie an Führungskräfte aus den Bereichen Unternehmensplanung, Pricing, Marketing, Vertrieb, Verkauf, Controlling und Produktmanagement aller Branchen.

Köln. Er berät Unternehmen zu Fragen des Pricing und Erlösmanagements. Seine Beratungsschwerpunkte sind die Entwicklung und Implementierung von Preisstrategien, Preissystemen und Vertriebslösungen. Seine aktuellen Arbeiten beschäftigen sich mit der Frage der Umsetzung von Preisstrategien intern im Unternehmen und extern gegenüber Kunden und der Konkurrenz.

Dr. Georg Tacke

ist CEO von Simon - Kucher & Partners. Er studierte Betriebswirtschaftslehre und Marketing an der Universität Bielefeld. Dr. Tacke ist seit 1990 Partner und seit 2006 Mitglied der Geschäftsführung. Dr. Tackes Spezialgebiete sind die Entwicklung von Unternehmens-, Marketing- und Preisstrategien für Unternehmen im Bereich netzbasierter Dienstleistungen und insbesondere der Telekommunikation. Er ist bei Simon - Kucher & Partners Leiter der Division Telekommunikation / Transport / Travel.

Eugen Weinberg

ist seit März 2007 Leiter des Rohstoff-Research-Teams der Commerzbank. Der Diplom-Wirtschaftsmathematiker ist in Russland geboren und hat dort die Moskauer Staatsuniversität abgeschlossen. Nach seinem MBA-Studium war er als Fondsmanager und Rohstoffanalyst bei der BW-Bank in Stuttgart beschäftigt. Im Anschluss daran hat er bei der DZ Bank in Frankfurt gearbeitet und dort das Rohstoff-Research aufgebaut. Bei der Commerzbank ist er mit seinem Team maßgeblich für die Erstellung der Prognosen und der Strategien im Rohstoffsektor verantwortlich.

9.00 Uhr	Begrüßung und Einführung: „Wie ist Ihr Pricing?“ Georg Giersberg, Redakteur, F.A.Z. Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, Simon - Kucher & Partners
9.30 Uhr	25 Prozent Gewinnentgang durch schlechtes Pricing! Wie lässt sich das vermeiden? <ul style="list-style-type: none">■ Gewinn, Marktanteil oder beides – Was wollen Sie erreichen?■ Preiskriege, die schlimmsten Gewinnvernichter – Wie sind sie zu vermeiden?■ Pricing-Power – der Unterschied zwischen guten und schlechten Unternehmen■ Inflation – der Härtestest für Ihren Preisprozess Dr. Georg Tacke, CEO, Simon - Kucher & Partners
10.15 Uhr	Preismanagement in volatilen Märkten: Kostensteigerungen “Freund oder Feind” im Pricing? <ul style="list-style-type: none">■ Trend vs. Volatilität: Was sind die Ursachen der Preisvolatilität?■ Planen oder raten: Wie sind die Preistreiber vorherzusehen und zu planen?■ Agieren oder reagieren: Wie kann ich mich gegen Volatilität absichern und sie nutzen? Eugen Weinberg, Head of Commodity Research, Commerzbank AG
11.00 Uhr	Kaffeepause
11.30 Uhr	Erfolgreich in High- und Low-End-Märkten: Das 5 Punkte-Programm <ul style="list-style-type: none">■ Die Konkurrenz aus den Low-End-Märkten mit den eigenen Waffen schlagen■ Fencing zur Verhinderung von Kannibalisierung – gewusst wie■ Das 5 Punkte-Programm und die Veränderung im Mindset als Erfolgsfaktoren Stefan Herr, Partner, Simon - Kucher & Partners
12.15 Uhr	Profitables Wachstum in Asien <ul style="list-style-type: none">■ Wachstum in Low-End-Märkten durch angepasste Produkte und Pricing■ Zwei-Linienstrategie für High- und Low-End-Märkte■ Herausforderungen im globalen Key Account Management meistern Günter Lauber, CEO, ASM Assembly Systems GmbH
13.00 Uhr	Gemeinsames Mittagessen
14.00 Uhr	Globale Preistransformationsprozesse am Beispiel der Linde AG <ul style="list-style-type: none">■ Was klare Rollen und Verantwortlichkeiten im Pricing auf globaler, regionaler und Landesebene bewirken■ Pricing-Ziele als Treiber von Transformationsprozessen■ Zur Bedeutung von Pricing-Kennzahlen und Preiscontrolling Jürgen Liebert, Head of Pricing and Contract Management Excellence, Linde AG
14.45 Uhr	Die Preisstrategie im Test: Warum Unternehmen immer noch zu kurz springen <ul style="list-style-type: none">■ Wie Manager ihre Preisstrategie bewerten■ Welche Instrumente helfen, die Preisstrategie stärker abzusichern■ „Man muss sich auch trauen ...“ Beispiele erfolgreicher Preisstrategien Dr. Andrea Maessen, Partnerin, Simon - Kucher & Partners
15.30 Uhr	Kaffeepause
16.00 Uhr	Der Masterplan für höhere Preise und bessere Margen <ul style="list-style-type: none">■ Die Preisziele und Schritte richtig austarieren Weder zu kurz springen noch unter der Zielhöhe durchlaufen■ Die Preisträger genau festlegen Risiken und Opportunitäten realistisch einschätzen und umfänglich ausschöpfen■ Die Preiskommunikation gezielt führen Nach innen und nach außen Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, Simon - Kucher & Partners
16.45 Uhr	Resümee und Schlussfolgerungen des Tages Georg Giersberg und Dr. Karl-Heinz Sebastian
17.15 Uhr	Ende der Konferenz

Programmänderungen sind vorbehalten.

ANMELDUNG

Anmeldung per Telefax:
(0 69) 79 40 95-44

Anmeldung per E-Mail:
info@convent.de

Online-Anmeldung:
www.convent.de/pricing

Anmeldung per Post:
Convent Kongresse GmbH
Senckenberganlage 10-12
60325 Frankfurt am Main

Weitere Informationen:
Telefon (0 69) 79 40 95-65
Telefax (0 69) 79 40 95-44
E-Mail info@convent.de

KONFERENZDATEN

Termin / Ort
23. November 2011
Sheraton Frankfurter Airport
Hotel & Conference Center
Raum „Sky Loft“
Hugo-Eckener-Ring 15
Flughafen/Terminal 1
60549 Frankfurt am Main
Telefon (0 69) 69 77 - 0
Telefax (0 69) 69 77 - 2209

Teilnahmegebühr
940,- € zzgl. MwSt.
Im Preis enthalten sind die
Kosten für die Konferenz,
ausführliche Tagungsunter-
lagen, das gemeinsame
Mittagessen, Kaffeepausen
und Erfrischungsgetränke.

Stornierung
Eine Stornierung (unbedingt schriftlich) ist bis zu
sechs Wochen vor der Veranstaltung kostenfrei.
Bei schriftlicher Abmeldung bis 14 Tage vor der
Veranstaltung sind 50 Prozent der Teilnahmegebühr
zu zahlen. Danach müssen wir Ihnen leider die
Gesamtsumme berechnen. Selbstverständlich
können Sie sich vertreten lassen.

Seminarabsage
Convent Kongresse behält sich vor, eine Veranstal-
tung aus wichtigem Grund (z.B. wegen Nicht-
erreichen der Mindestteilnehmerzahl) abzusagen.
Bereits gezahlte Teilnahmegebühren werden rück-
erstattet. Weitere Ansprüche gegenüber Convent
Kongresse bestehen nicht.

Zimmerbuchung
Im Tagungshotel steht für unsere Konferenzteil-
nehmer bis zum 26. Oktober 2011 ein begrenztes
Zimmerkontingent zu Sonderpreisen zur Verfügung.
Bitte nehmen Sie die Buchung und Abrechnung mit
dem Hotel selbst unter dem Stichwort „Convent“ vor.

12. Power Pricing- Konferenz 2011

Ich/Wir nehme(n) teil am

- 23. November 2011**
in Frankfurt am Main.
- Bitte senden Sie mir
Informationen zu Ihren
Seminaren.
- Bitte senden Sie mir Ihren
kostenlosen Newsletter
an folgende E-Mail-Adresse:

Vor-/Nachname (1. Teilnehmer)

Position

Abteilung

E-Mail (für Ihre Anmeldebestätigung)

Firma

Straße/Postfach

PLZ, Ort

Telefon

Telefax

Datum/Unterschrift

Vor-/Nachname (2. Teilnehmer)

Position

Abteilung

E-Mail
 <50 50-250 251-500 501-1.000 >1.000 Mitarbeiter

Unternehmensgröße

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Anschrift
im Adressfeld abweicht:

Rechnungsstelle/Abteilung

Name

Straße/Postfach

PLZ, Ort

Die o.g. Teilnahmebedingungen werden anerkannt.
Convent behält sich kurzfristige Programmänderungen vor (Gerichtsstand Frankfurt am Main). Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Convent Gesellschaft für Kongresse und Veranstaltungsmanagement mbH, veröffentlicht unter www.convent.de.
Auf Wunsch übersenden wir Ihnen die AGB gern kostenfrei.
Die Veranstaltungsräume sind u. U. nicht vollständig barrierefrei. Bitte informieren Sie uns, damit wir ggf. zusätzliche Vorkehrungen treffen können.