



13. Power Pricing- Konferenz 2012

Preisstärke und Preisdisziplin in
stagnierenden und boomenden Märkten

➤ 22. November 2012 in Frankfurt am Main

Mit Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
Hermann Simon
(Chairman) und weiteren
Preisexperten von
Simon - Kucher & Partners

Praxisbeiträge von:

- Cemex Deutschland AG
- Hansgrohe SE
- Lanxess AG

In Zusammenarbeit mit

AUSGANGSSITUATION

Wir sind im „New Normal“ angekommen. In Europa wurde das Vorkrisenniveau grosso modo nirgendwo wieder erreicht. Südeuropa ist am härtesten getroffen. Die Rückgewinnung pendelt sich zwischen 50 und 70 Prozent ein. Es herrschen immer noch massive Überkapazitäten. Um die wenigen Großprojekte wird unerbittlich gekämpft. Wer Volumen sichern und ausbauen will, opfert Marge und Preis.

In den boomenden Märkten Asiens herrscht entweder Inflation (Indien) oder aber die Angst davor. Die Energie- und Rohstoffkosten bleiben volatil

und deshalb unberechenbar. Staatliche Regulierungen, Eingriffe und Limitierungen dämpfen Investitionen. Eine neue heranwachsende Mittelschicht gilt als Hoffnungs- und Wachstumsträger. Die Wachstumsgeschwindigkeit wird als hoch bewertet, ist sie aber auch nachhaltig?

In dieser neuen, geteilten Realität muss sich das Pricing umgestalten und mit neuen Prinzipien, Regeln und Systemen für Preisstärke und Preisdisziplin sorgen.

ZIELSETZUNG

Preisstärke ist in stagnierenden Märkten von herausragender Bedeutung. Preisdisziplin hat in boomenden Märkten für

einen nachhaltigen Preis- und Margenaufbau zu sorgen.

Das Programm adressiert die neuen Prinzipien, Systeme und Praktiken im Pricing und beantwortet Fragen wie Volumen-, Marktanteils- und Margenziele auszubalancieren sind, wie Marktsegmente und Key Accounts zu bewerten und zu priorisieren sind, warum und wie sich Preisführerschaft und Preisfolgerschaft bedingen und welche neuen Preiselemente in Zukunft eine besondere Rolle in der Preisdurchsetzung spielen.

Über die Erfahrungen im Einsatz eines strukturierten und disziplinierten Preiserhöhungsprozesses wird berichtet.

REFERENTEN



Georg Giersberg



Luis López-Remón



Dr. Andrea Maessen



Dr. Nicholas Matten



Fan Oswald-Chen



Dr. Karl-Heinz Sebastian



Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hermann Simon



Eric Wittmann

Georg Giersberg

ist seit 30 Jahren Redakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Der Industrie- und Diplomkaufmann 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“.

Luis López-Remón

leitet seit 2007 die Business Unit Rubber Chemicals der Lanxess AG. Zuvor verantwortete er die BU Textile Processing Chemicals. Bei Bayer Chemicals war er zuvor Leiter der regionalen Koordinierung und führte die beiden Vorstandsinitiativen „Sales & Marketing Excellence“. Seine weiteren Industrienerfahrungen umfassen die Spezialchemie und das Gasgeschäft in den Funktionen Marketing, Vertrieb und Einkauf.

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. Nicholas Matten

ist seit 2007 Sales Director Emerging Markets Western Asia und Oceania der Hansgrohe SE. Zuvor hatte er die Verantwortung für die

Führung der Vertriebe in Nordeuropa. Er war u.a. Leiter des Geschäftsfeldes Pharo bei Hansgrohe sowie Leiter der Produktentwicklung von Industriekomponenten in Europa bei Vickers Systems Ltd. (UK) und Trinova Inc. (USA). Er ist aktuell verantwortlich für den Aufbau der Tochtergesellschaft und der Distribution für Hansgrohe auf dem indischen Subkontinent.

Fan Oswald-Chen

ist seit Januar 2011 Managing Director des Büros Peking von Simon - Kucher & Partners und verantwortlich für Geschäftstätigkeiten in Greater China. Ihre Beratungsschwerpunkte liegen in der Entwicklung und Implementierung von Pricing-, Marketing- und Vertriebskonzepten. Die Diplom-Wirtschaftsingenieurin ist Spezialistin für Pricing Strategien für neue Produkte, Portfolio Optimierung, Pricing Process und Sales Excellence. Frau Oswald-Chen verfügt über umfangreiche Beratungserfahrungen in B2B und B2C. Ihre Beratungstätigkeit erstreckt sich über Europa, die USA und Asien, insbesondere China.

Dr. Karl-Heinz Sebastian

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

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hermann Simon

ist Chairman von Simon - Kucher & Partners. Hermann Simon ist Experte für Strategie, Marketing und Pricing. Er berät Unternehmen weltweit. Hinter dem verstorbenen Peter Drucker wurde er zum einflussreichsten Managementdenker im deutschsprachigen Raum gewählt. Seine Bücher und Artikel wurden in 25 Sprachen übersetzt. Er hat u.a. folgende Standardwerke geschrieben „Preismanagement“, „Profit durch Power Pricing“, „Handbuch der Strategieinstrumente“ und „Der gewinnorientierte Manager – Abschied vom Marktanteilsdenken“. In seinem jüngsten Buch „Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia“ beschäftigt er sich mit den Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer.

Eric Wittmann

ist seit September 2009 Vorsitzender des Vorstandes der CEMEX Deutschland AG. Die Gesellschaft mit rund 250 Standorten in Deutschland, Benelux und Skandinavien gehört zum weltweit agierenden CEMEX Konzern mit Sitz in Monterrey, Mexiko. Der Diplom-Informatiker ist seit 1997 im Unternehmen tätig. Zunächst arbeitete er in verschiedenen Funktionen im Bereich der Zementproduktion und Technik sowohl in Deutschland als auch in Osteuropa. 2000 wurde er Geschäftsführer des größten zum CEMEX Konzern gehörenden Zementwerkes in Europa, der Rüdersdorfer Zement GmbH. 2004 übertrug ihm das Unternehmen die Leitung der Sparte Zement. Vor seinem Eintritt bei CEMEX arbeitete er in der Kalkindustrie.

9.00 Uhr	Begrüßung und Einführung Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, Simon - Kucher & Partners Georg Giersberg, Redakteur, F.A.Z.
9.15 Uhr	Preisstärke und Preisdisziplin zur Margenoptimierung in stagnierenden und boomenden Märkten <ul style="list-style-type: none">■ Zwänge und Optionen für ein „neues“ Preismanagement■ Preisinitiativen: Relevanz- und Verbesserungspotenziale■ Ergebnisse der Online-Befragung „Preisstärke – Preisdisziplin – Preiskontrolle“ Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, Simon - Kucher & Partners
9.45 Uhr	Pricing-Herausforderungen und -Antworten in Globalia <ul style="list-style-type: none">■ Aufbruch nach Globalia: Was uns erwartet■ Erfolg mit High Value und Ultra-Niedrigpreisen: Wie ist das möglich?■ Pricing-Strategien der Hidden Champions: Jetzt nicht mehr hidden! Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hermann Simon, Chairman, Simon - Kucher & Partners
10.30 Uhr	Kaffeepause
11.00 Uhr	„Price before Volume“-Strategy – The road to success?! Luis López-Remón, Senior VP Rubber Chemicals, Lanxess AG
11.45 Uhr	Pricing in China: Die Praktiken und Denkwelten im Reich der Mitte <ul style="list-style-type: none">■ Worauf achten chinesische Käufer: Einstellung und Verhalten■ Wachstum an beiden Enden: Das Luxussegment und der Massenmarkt■ Maßnahmen gegen einen zunehmenden Mob-Wettbewerb Fan Oswald-Chen, Managing Director, Simon - Kucher & Partners, Beijing
12.30 Uhr	Mittagessen
14.00 Uhr	Pricing in Emerging Markets – Ein Erfahrungsbericht aus Indien <ul style="list-style-type: none">■ Das nächste Wachstumssegment: Die „neue“ Mittelklasse■ Die Gradwanderung im Pricing: Wachsen ohne zu kanibalisieren – relative und absolute Kaufkraft als Pricing-Faktoren■ Dos and Don'ts im Pricing in Emerging Markets Dr. Nicholas Matten, Deputy Board Member, Hansgrohe SE
14.45 Uhr	Pricing in dynamischen Wachstumsmärkten in Lateinamerika <ul style="list-style-type: none">■ Volumen oder Marge? – Wie sind Ziele zu balancieren?■ Informelle Vertriebskultur – Wie sind Preise zu steuern?■ Fehlende Daten – Wie sind Entscheidungsgrundlagen zu schaffen? Dr. Andrea Maessen, Partnerin, Simon - Kucher & Partners
15.30 Uhr	Kaffeepause
16.00 Uhr	Preisstärke bei Commodities – am Beispiel der Zementindustrie <ul style="list-style-type: none">■ Der Zwang zum Umdenken: Ziele und Strategien am Scheideweg■ Die Angst vor dem Scheitern nehmen: Mit Benchmarks überzeugen und motivieren■ Die neuen Ziele und Wege aufzeigen: Transformation braucht Vorbilder und Zeit Eric Wittmann, CEO, Cemex Deutschland AG
16.45 Uhr	Masterplan zum Aufbau und zur Nutzung von Preisstärke und Preisdisziplin <ul style="list-style-type: none">■ Der Mindset-Change: Von der Volumen- zur Gewinnerorientierung■ Quartalsberichte als Medium der in- und externen Kommunikation■ Qualifikationen und Anreize für die durchschlagende und nachhaltige Umsetzung Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, Simon - Kucher & Partners
17.15 Uhr	Resümee und Schlussfolgerungen des Tages Georg Giersberg und Dr. Karl-Heinz Sebastian
17.30 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
22. November 2012
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
985,- € zzgl. MwSt.
Im Preis enthalten sind die Kosten für die Konferenz,
ausführliche Tagungsunterlagen, das gemeinsame
Mittagessen, Kaffeepausen und Erfrischungsgetränke.

Stornierung
Eine Stornierung (unbedingt schriftlich) ist bis zu sechs
Wochen vor der Veranstaltung kostenfrei. Bei schriftli-
cher 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.

Veranstaltungsabsage
Convent Kongresse behält sich vor, eine Veranstaltung aus
wichtigem Grund (z.B. wegen Nichterreichen der Mindest-
teilnehmerzahl) abzusagen. Bereits gezahlte Teilnah-
megebühren werden rückerstattet. Weitere Ansprüche
gegenüber Convent Kongresse bestehen nicht.

Zimmerbuchung
Im Tagungshotel steht für unsere Konferenzteilnehmer
bis zum 26. Oktober 2012 ein begrenztes Zimmerkontin-
gent zu Sonderpreisen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie
die Buchung und Abrechnung mit dem Hotel selbst unter
dem Stichwort „Power-Pricing-Konferenz“ vor.

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.

13. Power Pricing-Konferenz 2012

Ich/Wir nehme(n) teil am

**22. November 2012
in Frankfurt am Main.**

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.