



## 15. Power Pricing-Konferenz 2014

Bessere Preisentscheidungen besser umsetzen – wie Fehler, Ängste und Widerstände im Pricing zu vermeiden und zu umgehen sind

➤ 27. November 2014 in Frankfurt am Main

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

### Praxisbeiträge von:

- Geberit AG
- RWE Supply & Trading GmbH
- BASF SE
- SLV Holding GmbH

In Zusammenarbeit mit

## AUSGANGSSITUATION

„Pricing ist der Moment der Wahrheit“, wenn es um die Sicherung von Mengen und Margen, um die Auslastung von Kapazitäten oder das Wachstum der Erträge geht. Im Pricing steht immer viel auf dem Spiel. Nur mit der richtigen Strategie und dem richtigen Preis ist es möglich, die Gewinne im Unternehmen spürbar und nachhaltig zu steigern. Aber welche Preisentscheidungen sind die richtigen und wie sind die richtigen Entscheidungen umzusetzen?

„Entscheiden tut weh“, wenn es zum Beispiel festzulegen gilt, ob eine Preiserhöhung von 10 Prozent plausibel, durchsetzbar und erfolgreich sein wird. „Tun ist ein Kreuz“, denn bei der Preisdurchsetzung sind interne und externe Widerstände die Regel und mit opportunistischem Verhalten der Konkurrenz

muss gerechnet und mit den Drohungen der Kunden muss umgegangen werden.

Die Folgen von Entscheidung und Umsetzung sind nicht hundertprozentig vorhersehbar, der Ausgang ist unsicher. Gesellen sich zur Unsicherheit aber noch der Zweifel und die Angst, dann ist der Wettbewerb um bessere Preise, Margen und Marktanteile in aller Regel schon verloren, bevor er begonnen hat. Unwägbarkeiten gehören zum Geschäft. Zweifel und Angst haben jedoch dort nichts zu suchen.

## ZIELSETZUNG

Wie aber testet man die Güte und das Ergebnis von Preisentscheidungen? Wie sensitiv reagieren Mengen, Marktanteile und Margen auf alternative Preisentscheidungen? Wie und in welchem Ausmaß sind die Wett-

bewerber von Preisoptionen betroffen? Wie kann man Vertrauen, Mut und Engagement in der Umsetzung von Entscheidungen beeinflussen und steigern?

Im Informations- und Erfahrungsaustausch mit Referenten aus der Praxis und mit den Preisexperten von Simon-Kucher werden Methoden, Programme und Vorgehensweisen vorgestellt und diskutiert, wie Widerstände und Ängste im Pricing zu überwinden sind. Es wird dargestellt, welche Rolle die Stringenz des Geschäftsmodells, die Klarheit der Strategie und die Bestimmtheit der Ziele spielen. Anhand von Fallbeispielen wird gezeigt, wie Vertrauen, Mut und Engagement im Pricing gestärkt werden können, um nicht in die Fallen des Commodity-Wettbewerbs zu tappen und das Pricing zu einem Erfolgsmodell im Unternehmen zu machen.

## REFERENTEN



Albert Baehny



Robert Fellner-Feldegg



Georg Giersberg



Wolfgang Gutting



Jan Haemer



Stefan Judisch



Dr. Andrea Maessen



Dr. Dirk Schmidt-Gallas



Dr. Karl-Heinz Sebastian



Sebastian Strasmann



Dr. Georg Tacke

### Albert Baehny

ist seit 2005 Vorsitzender der Konzernleitung (CEO) und seit 2011 Vorsitzender des Verwaltungsrates der Geberit AG, dem Weltmarktführer in der Sanitärtechnik. Zuvor war er Vorstandsmitglied bei Geberit und verantwortlich für Marketing und Vertrieb Europa. Seine Karriere startete er in der Chemie bei DOW Chemicals Europe, Ciba-Geigy/Ciba SC, Vantico und der Wacker Chemie.

### Robert Fellner-Feldegg

ist seit 1.2.2014 CEO bei SLV. SLV ist ein europäischer Marktführer für Leuchten. Von 2001 bis 2013 war Herr Fellner-Feldegg CEO bei der VAG Armaturen. In dieser Zeit expandierte das Unternehmen von 200 zu 1700 Mitarbeitern und in 21 Ländergesellschaften. Seit 1.1.2014 ist Herr Fellner-Feldegg Vorsitzender des Beirates der VAG. Seine Karriere startete er bei Mannesmann.

### 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 Rubrik „Menschen und Wirtschaft“.

### Wolfgang Gutting

ist seit 2007 Vice President, Glues & Impregnating Resins der BASF SE. Zuvor war er Vice President Styrenics Europe und verantwortlich für Styrenics und Engineering Plastics in Europa und Asia Pacific. Er ist Diplom-Ingenieur und seit mehr als 20 Jahren bei der BASF.

### Jan Haemer

ist Director bei Simon-Kucher & Partners in Frankfurt und unterstützt Kunden in den Bereichen Chemie und Basismaterialien in der Entwicklung ihrer Preis- und Marketingstrategie. Er nutzt regelmäßig War Gaming und Szenarioanalysen für die Entwicklung und Bewertung von Strategien und Pricing Games und Verhandlungssimulationen zur Vorbereitung der taktischen Umsetzung im Vertrieb.

### Stefan Judisch

gilt als Experte in den Bereichen Trading, Energie und Commodities und ist seit über 30 Jahren in diesem Bereich tätig. Seit 15 Jahren in der Geschäftsführung der Großhandelstochter des RWE Konzerns, RWE Supply & Trading GmbH, seit 6 Jahren als Vorsitzender der Geschäftsführung. Davor in leitender Funktion bei der Schweizer Großbank UBS und zu Beginn seiner beruflichen Entwicklung bei der Metallgesellschaft.

### Dr. Andrea Maessen

ist Senior 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 und beim Aufbau von Pricing-Kompetenzen in der Organisation. Dr. Andrea Maessen ist Autorin von zahlreichen Publikationen zu Themen des Pricings und Marketings.

### Dr. Dirk Schmidt-Gallas

ist Partner und Divisionsleiter bei Simon-Kucher & Partners und Managing Partner des Frankfurter Büros. Er verfügt über umfangreiche internationale Beratungserfahrung in B2B- und B2C-Industrien. Unternehmen suchen

seinen Rat zu Fragen der Strategie, der Produktoptimierung, des Pricings und der effizienzorientierten Implementierung. Er ist Autor und Co-Autor zahlreicher Bücher und Aufsätze in führenden Branchenzeitschriften und referiert regelmäßig auf Schlüsseltagungen weltweit.

### Dr. Karl-Heinz Sebastian

ist Mitbegründer und Senior Partner von Simon-Kucher & Partners. Er berät seit 30 Jahren weltweit Unternehmen in der Entwicklung und Umsetzung von Preisstrategien. Seine aktuellen Arbeiten beschäftigen sich mit Strategien zur Entwicklung von Preisstärke, der Preisführerschaft in umkämpften Märkten und dem Aufbau von Pricing-Kompetenzen in Unternehmen.

### Sebastian Strasmann

ist Partner bei Simon-Kucher & Partners mit Fokus auf Preis- und Vertriebsmanagement im B2B-Geschäft, insbesondere in den Bereichen Gebäudetechnologie, Baustoffe/Baudienstleistungen, Chemie und Basismaterialien. Bezüglich der zunehmenden Marktvolatilität beschäftigt er sich mit der Einführung neuer Preiselemente/Zuschlagssysteme, der wertbasierten Steuerung von Preisen und Margen und der Befähigung einer Organisation zur Preisimplementierung.

### Dr. Georg Tacke

ist CEO von Simon-Kucher & Partners. Er besitzt mehr als 25 Jahre Beratungserfahrung in verschiedenen Branchen. Dr. Tacke gilt als einer der international führenden Pricingexperten; er berät in diesem Bereich auch zahlreiche CEOs und Vorstände. Seit 1990 ist Dr. Tacke Partner und seit 2006 Mitglied der Geschäftsführung von Simon-Kucher & Partners. Er studierte BWL und Marketing an der Universität Bielefeld und der Stanford Business School.

9.00 Uhr	<b>Begrüßung und Einführung: Power Pricing – „Fürchtet Euch nicht!“</b> <b>Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, Simon-Kucher &amp; Partners GmbH und Georg Giersberg, Redakteur, F.A.Z.</b>
9.30 Uhr	<b>Erfolgreiches Pricing: richtig entscheiden und effektiv umsetzen – so einfach und doch so schwer!</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Preisentscheidung – systematische Vorbereitung oder Glücksspiel?</li><li>■ Preisdurchsetzung – nur was „hinten rauskommt“, zählt</li><li>■ „Allheilmittel“ Innovationen – aber nur, wenn sie auch bezahlt werden</li><li>■ Global Pricing Study 2014 – neueste Erkenntnisse von Siegern und Verlierern</li></ul> <b>Dr. Georg Tacke, CEO, Simon-Kucher &amp; Partners GmbH</b>
10.15 Uhr	<b>„Angriff ist die beste Verteidigung“ – mit Innovationen in Produkt und Vermarktung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Mit Leistungsführerschaft neue Werte schaffen und differenzieren</li><li>■ Mit Kommunikation Werte platzieren und Positionen besetzen</li><li>■ Mit Push und Pull Werte im Markt absichern und ausbauen</li></ul> <b>Albert Baehny, CEO, Geberit AG</b>
11.00 Uhr	<b>Kaffeepause</b>
11.30 Uhr	<b>Pricing im Sekundentakt – was Trader mit Preisen machen und Preise mit ihnen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Wie gehen wir mit Preisrisiken um?</li><li>■ Wie senden, empfangen und analysieren wir Preissignale?</li><li>■ Wie gelingt es guten Händlern, dauerhaft besser zu sein als der Markt?</li></ul> <b>Stefan Judisch, CEO, RWE Supply &amp; Trading GmbH</b>
12.15 Uhr	<b>Veränderungen im Pricing erst intern vorbereiten und durchsetzen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Das Wissen ist entscheidend: Rationalität obsiegt!</li><li>■ Das Wollen ist entscheidender: Es darf kein anderes Ziel geben</li><li>■ Das Engagement macht den Unterschied: „From Good to Great“</li></ul> <b>Dr. Andrea Maessen, Senior Partner, Simon-Kucher &amp; Partners GmbH</b>
13.00 Uhr	<b>Mittagessen</b>
14.00 Uhr	<b>Preise richtig spannen: Günstige Alternativen in allen Preislagen. Das geht!</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Die richtigen Preispositionen anzielen und absichern</li><li>■ Die Potenziale einer verbesserten Optik nutzen</li><li>■ Die Preise im Niedrigsegment weiter differenzieren</li></ul> <b>Robert Fellner-Feldegg, CEO, SLV Holding GmbH</b>
14.45 Uhr	<b>Preisängste und Zweifel überwinden – und zwar mit Herz und Verstand</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Was kann alles passieren? – Mit Szenario-Analysen Pricing-Verhalten antizipieren</li><li>■ Was ist alles möglich? – Mit Pricing-Games Einstellungen und Praktiken verändern</li><li>■ Wo passieren Fehler? – Mit Sparring die eigenen Grenzen erleben und austesten</li></ul> <b>Sebastian Strasmann, Partner und Jan Haemer, Director, Simon-Kucher &amp; Partners GmbH</b>
15.30 Uhr	<b>Kaffeepause</b>
16.00 Uhr	<b>B2B-Pricing und das Internet: „Augen zu und durch“ oder Tabula rasa?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Wer hat die „Hoheit“ über das Setzen der richtigen Preispunkte?</li><li>■ Was bestimmt das Preisimage und die Preisattraktivität?</li><li>■ Wie sind Preise und Rabatte neu zu positionieren, um Wert und Preis zu balancieren?</li></ul> <b>Dr. Dirk Schmidt-Gallas, Partner, Simon-Kucher &amp; Partners GmbH</b>
16.45 Uhr	<b>Kundenorientiertes Commodity-Pricing, aber „No frills“! Wie geht das?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ No frills-Geschäftsmodell: Schlank, mit hoher Frequenz und direkt in der Umsetzung von Volatilität im Markt</li><li>■ Kompetenzen: sondieren, erkennen und verlässlich agieren, um das volle Wertpotenzial schöpfen zu können</li><li>■ Kommunikation: Klar, eindeutig und nachvollziehbar, um von Kunden richtig verstanden zu werden</li></ul> <b>Wolfgang Gutting, Vice President, Glues and Impregnating Resins, BASF SE</b>
17.30 Uhr	<b>Resümee und Schlussfolgerungen des Tages</b> <b>Georg Giersberg und Dr. Karl-Heinz Sebastian</b>
17.45 Uhr	<b>Ende der Konferenz</b>

## 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: 069 / 79 40 95-65  
E-Mail: info@convent.de

Print Partner:



## KONFERENZDATEN

**Termin / Ort**  
27. November 2014  
Sheraton Frankfurter Airport Hotel & Conference Center  
Raum „Sky Loft“  
Hugo-Eckener-Ring 15 · Flughafen/Terminal 1  
60549 Frankfurt am Main  
Telefon 069 / 69 77-0 · Telefax 069 / 69 77-22 09

**Teilnahmebetrag**  
1.085,- € zzgl. MwSt. pro Person  
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 des Teilnahmebetrags 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  
Mindestteilnehmerzahl) abzusagen. Bereits gezahlte  
Teilnahmegebühren werden rückerstattet. Weitere  
Ansprüche gegenüber Convent Kongresse bestehen nicht.

**Zimmerbuchung**  
Im Tagungshotel steht für unsere Konferenzteilnehmer  
bis zum 20. November 2014 ein begrenztes Zimmerkon-  
tingent zu Sonderpreisen zur Verfügung. Bitte nehmen  
Sie die Buchung und Abrechnung mit dem Hotel unter  
dem Stichwort „Convent Kongresse GmbH“ selbst 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.

## 15. Power Pricing-Konferenz 2014

Ich/Wir nehme(n) teil am

27. November 2014  
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)

Unternehmen

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.