

Einladung / Programm

# Vertriebsingenieurtag VIT 2006

17. und 18. Oktober 2006 / Leipzig

# Geben Sie Gas!



## Steigen Sie ein



Endausscheidung  
Win-Win-Cup2006

**absatzwirtschaft**

Zeitschrift für Marketing

## Zum Thema

Das Motto des diesjährigen VIT lautet: „Gas geben“. Viele Unternehmen werden für das laufende Kalenderjahr erfolgreiche Zahlen präsentieren und verkünden, dass Ihre Strategie aufging und die Ziele übertroffen wurden. Ja, vielleicht war es sogar das erfolgreichste Jahr in der Geschichte des Unternehmens. Doch wer fragt sich tatsächlich, wie es dazu gekommen ist? Und wie kann das im nächsten Jahr noch übertroffen werden?

Viele Vertriebsmannschaften ruhen sich nun aus und feiern Ihre Erfolge. Das ist auch gut so – aber zurücklehnen darf man sich nicht. Gerade in Zeiten des Erfolges sollten neue Strategien implementiert werden. Jetzt muss der Vertrieb **Gas geben**, damit auch das nächste Geschäftsjahr erfolgreich wird.

Im Mittelpunkt des VIT 2006 steht der **WIN-WIN** Gedanke. Viele Unternehmen des allgemeinen Maschinenbaus sind überzeugt, dass es gemeinsam besser geht und dass WIN-WIN die Strategie gegen asiatische Angriffe ist. So werden die drei Finalisten des WIN-WIN-Cups ihre Modelle vorstellen, und im Rahmen einer Podiumsdiskussion mit verantwortlichen Einkäufern und Vertriebsexperten wird die Frage diskutiert: „Gibt es WIN-WIN wirklich?“.

Mit Hilfe von Beispielen aus dem B2B-Alltag, präsentiert von Praktikern, sollen dem Vertrieb Anregungen gegeben werden, Gas zu geben. Das Programm ist so gestaltet, dass darüber hinaus ausreichend Zeit für Gespräche und zum Knüpfen von Kontakten bleibt.

Der VIT findet wieder an einem interessanten Ort statt. Das Porsche Werk Leipzig stellt den würdigen Rahmen für diese Tagung, damit Sie mit neuen Strategien und Ideen mit Ihrem Vertrieb Gas geben!

## Zielgruppe

Der VIT richtet sich an Vertriebsführungskräfte und Geschäftsführer im Business-to-Business Geschäft sowie an Marketing- und Einkaufsleiter.

## Leitung & Moderation



Der Vertriebsingenieurtag wird von Herrn **Dipl.-Ing. Stephan Kletschke**, Geschäftsführer, Freudenberg Process Seals GmbH & Co. KG, Viernheim, moderiert.

## Geben Sie Gas

Der Schnelle frisst den Langsamen. Um Aufträge zu bekommen, müssen Sie besser sein als Ihre Wettbewerber. Was besser ist, das entscheidet Ihr Kunde. Also geben Sie Gas und seien Sie der Beste – gemeinsam geht es besser! Nutzen Sie WIN-WIN-Strategien.

## VDI Win-Win-Cup 2006 - Teilnehmer wählen den Sieger

Im Rahmen des VDI Vertriebsingenieurtages prämiieren die Zeitschrift „absatzwirtschaft“ und der Verein Deutscher Ingenieure zum 8. Mal erfolgreiche Geschäftsbeziehungen. Für den jährlich vom VDI ausgeschriebenem Win-Win-Cup hat eine unabhängige Experten-Jury drei Bewerber-Paare für die Endrunde nominiert. Die Unternehmen werden am 17. Oktober ab 14:15 Uhr die Besonderheiten ihrer gemeinsamen Projekte präsentieren. Die Tagungsbesucher erhalten nicht nur Einblick in drei aktuelle Erfolgsbeispiele, sie wählen mit ihrer Bewertung der Präsentationen auch direkt den Sieger des Win-Win-Cups.

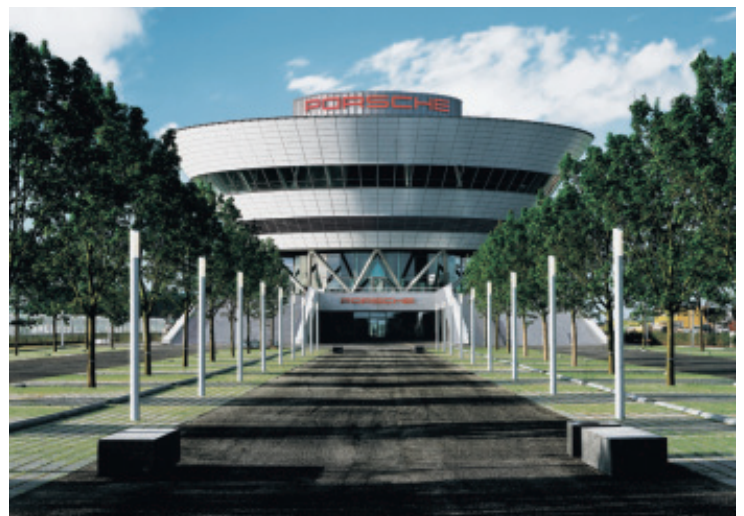
## Die Kandidaten für den Win-Win-Cup 2006:

**Geschäftspartner 1:** WAGNER GmbH, Markdorf, und Caparol Farbe Lacke Bautenschutz GmbH, Ober-Ramstadt, entwickelten gemeinsam ein mobiles nebelreies Spritzverfahren für Maler und Stuckateure. Ihr Motto lautet: „Neue Wege in der Zusammenarbeit – Perfekte Arbeitsteilung“.

**Geschäftspartner 2:** QUAKER Chemical B.V., Uithoorn/Niederlande, und SMS Demag AG, Düsseldorf, zeichnen sich aus durch eine gemeinsame Weiterentwicklung von Walzspaltschmier-systemen und die erfolgreiche Umsetzung in der Stahlindustrie. Ihr Motto lautet: „Technologievorsprung sichern – Kunden begeistern“.

**Geschäftspartner 3:** Carl Zeiss AG, Oberkochen, und Nokia Corporation, Espoo/Finnland, bauten eine Partnerschaft auf zur gemeinsamen Entwicklung von hochwertigen kompakten Kameramodulen für Mobiltelefone. Ihr Motto lautet: „Connecting Visions“.

## Der Tagungsort



Das Porsche Werk Leipzig wird Schauplatz des Vertriebsingenieurtags VIT 2006 sein.

09:00 Begrüßung von Dipl.-Ing. Stephan Kletschke

09:15 **Dr.-Ing. Willi Fuchs**, Direktor, VDI Verein Deutscher Ingenieure e.V., Düsseldorf



## Wohin entwickelt sich der Technikstandort Deutschland?

- Internationale Entwicklungen
- Technologische Entwicklungen und Perspektiven
- Nationale und internationale Ingenieurarbeitsmärkte
- Produkte brauchen Märkte

09:45 **Dipl.-Betw. Klaus Zellmer**, Bereichsleiter Marketing und Vertrieb, Porsche Leipzig GmbH, Leipzig



## Von der Macho-Marke zum Marken-Primus - Die Re-Positionierung der Marke Porsche im Rahmen eines Turn-arounds in den Bereichen

- Produktpolitik
- Kommunikationspolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik

10:30 **Dr.-Ing. Bernhard Ebel**, Senior Partner, Simon - Kucher & Partners, Bonn



## Gas geben im Vertrieb durch Preismanagement

- Bedeutung des Preises
- Erfolgreiche Preisstrategien
- Kundennutzen und Preisfindung
- Preisprozesse und Preisorganisation
- Methoden und Tools zur Preisoptimierung

11:15 Kaffeepause

11:45 **Dipl.-Ing. Klaus Tobias Mosbacher**, Market Manager Europe, SICK A/S, Oslo/N, Project Leader, SICK AG, Waldkirch



## Vom Komponenten- zum Lösungslieferanten in der Sicherheitstechnik - ein Praxisbeispiel für die Neuausrichtung auf dem Markt

- Kundenbedürfnisse vs. Lösungsfindung
- Neuausrichtung der Vertriebsorganisation und deren Aktivitäten
- Neuausrichtung der Kommunikation intern und extern

12:30 **Dipl.-Ing. Dietrich Eberhardt**, Vertriebsleiter Deutschland, Kaeser Kompressoren GmbH, Coburg



## Kundenlösungen - Mehr als nur das Produkt! - Betreibermodelle in der Druckluftindustrie

- Der Weg vom Produzenten zum Dienstleister
- Interne Voraussetzung beim Anbieter
- Definition Druckluft als Dienstleistung
- Erfahrungen durchgeführter Betreibermodelle

13:15 Mittagspause

14:15 **Präsentationen zum VDI WIN-WIN-CUP 2006**



Moderation: **Christoph Berdi**, Chefredakteur absatzwirtschaft - Zeitschrift für Marketing, Düsseldorf

Unternehmen präsentieren erfolgreiche Geschäftsbeziehungen anhand konkreter Praxisbeispiele. Das Plenum bewertet diese Beispiele und bestimmt so den diesjährigen Gewinner. Die für 2006 von der VDI-Jury nominierten Kandidaten sind:

14:30 Geschäftspartner 1:



Lieferant: **WAGNER GmbH, Markdorf**

Dipl.-Ing. **Victor Sorg**, Product Manager Professional Finishing

Kunde: **Caparol Farbe Lacke Bautenschutz GmbH, Ober-Ramstadt**

Dr. Dipl.-Chem. **Stefan Kairies**, Produktmanager Farben und Putze



Projektbasis: Gemeinsame Entwicklung eines mobilen nebelfreien Spritzverfahrens für Maler und Stuckateure. Motto: „Neue Wege in der Zusammenarbeit - Perfekte Arbeitsteilung“.

Die Ergebnisse eines öffentlich geförderten Verbundprojektes mit einer Laufzeit von drei Jahren mündeten in dem marktreifen Spritzsystem „Nespri“, das beide Unternehmen in der Vermarktungsstrategie vor eine große Herausforderung stellte. Die intensive Schulung und Einweisung in die Nespri-Spritztechnik war der Schlüssel zum Erfolg und konnte nur durch die perfekte Zusammenarbeit beider Außendienstorganisationen erreicht werden. Caparol vertreibt über seine starken Vertriebskanäle das Komplettsystem und profitiert von der einzigartigen Ingenieurleistung Wagners und kann damit neben dem Kompetenzgewinn die Innovationsführerschaft des Unternehmens belegen. Wagner unterstützt den Caparol-Vertrieb bei Schulungen und Einweisungen und übernimmt den Service für die Maschinenteknik. Zudem werden Zubehör- und Ersatzteile von Wagner geliefert. Durch die ressourcenschonende Technologie mit höchstem Nutzen für das Malerhandwerk und Auftraggeber konnten beide Unternehmen aus der Zusammenarbeit zahlreiche Neukunden gewinnen und begeistern.

15:00



Geschäftspartner 2:

**Lieferant:** QUAKER Chemical B.V., Uithoorn/NL

**Richard Arnken**, Global Product Manager

**Kunde:** SMS Demag AG, Düsseldorf

**Dr.-Ing. Wolfgang Hennig**, Leiter Fachbereich CSP-Gesamttechnologie

**Dipl.-Ing. Jochen Schlüter**, Leiter Zentralbereich Entwicklung



Projektbasis: Gemeinsame Weiterentwicklung von Walzspaltschmiersystemen und das erfolgreiche Umsetzen in der Stahlindustrie

Motto: „Technologievorsprung sichern – Kunden begeistern“

SMS Demag und Quaker sind traditionsreiche Firmen, die eine weltweit führende Position im Anlagenbau für vielfältige metallurgische Prozesse und im Einsatz von Schmierstoffen in größter Anwendungsbreite einnehmen. Mit der Einführung der CSP®-Technologie vertieften sich die bereits bestehenden langjährigen Anknüpfungspunkte zu einer intensiveren Form der Zusammenarbeit in der Entwicklung effizienterer Schmiersysteme (konstruktive Auslegung, beste Lösung der Schmiermittelaufbringung, Optimierung der Schmierstoffeigenschaften). Diese spezielle Form der Zusammenarbeit bildete sich in den 90er Jahren heraus und ist seit 2000 sehr intensiv zum gegenseitigen Nutzen gewachsen. Besonders die Bereiche Vertrieb und Marketing beider Unternehmen profitieren von der erfolgreichen Zusammenarbeit, die auch zukünftig zu weiteren Detailverbesserungen führen wird. Beide Partner haben unmittelbaren Nutzen durch technologische Vorteile und eine gestärkte Marktposition, was auch den Betreibern von CSP®-Anlagen unmittelbar zugute kommt.



15:30



Geschäftspartner 3:

**Lieferant:** Carl Zeiss AG, Oberkochen

**Oliver Schindelbeck**, Project Manager Geschäftsbereich Photoobjektive

**Kunde:** Nokia Corporation, Espoo/FI

**Thomas Knops**, Director Marketing EMEA



Projektbasis: Aufbau einer Partnerschaft zwischen Carl Zeiss und Nokia zur gemeinsamen Entwicklung von hochwertigen kompakten Kameramodulen für Mobiltelefone.

Motto: „Connecting Visions“

Die Zusammenarbeit der Technologieführer der Bereiche Mobiltelefonie und Optik, Nokia und Carl Zeiss, ermöglicht die Entwicklung von Kamerahandys mit einer bis dahin unerreichten Bildqualität. Die gemeinsam entwickelten Kamerahandys sind mit dem Namen „Carl Zeiss“ gekennzeichnet und geben somit dem Konsumenten die Sicherheit, ein Gerät mit bestmöglicher Fotoqualität zu kaufen, was sich in einer höheren Kaufbereitschaft und Mehrpreisakzeptanz widerspiegelt. Durch die Exklusivität der Partnerschaft im Markt für Kamerahandys besteht zudem ein Alleinstellungsmerkmal für Nokia. Die breit angelegten Marketingmaßnahmen von Nokia stärken im Gegenzug die Marke ZEISS in der Wahrnehmung der Konsumenten. Mit Kamerahandys wird Carl Zeiss zudem einer neuen, jüngeren Käuferschicht näher gebracht.

16:00

Kaffeepause

16:45



Performance-Vortrag von **Jolly Kunjappu**, Internationaler Wirtschaftsberater und Ex-Rolling Stones Studio-Percussionist

**Durch Sehnsucht entsteht Kraft**

18:30

Abendprogramm

- Begrüßung

**Dipl.-Betw. Klaus Zellmer**, Bereichsleitung Marketing und Vertrieb, Porsche Leipzig GmbH

- Verleihung der VDI-Ehrenpreise


- Empfang und Preisverleihung WIN-WIN-CUP 2006

- Dinner

23:00

Bustransfer zu den genannten Hotels

09:00 **Ulrich Eich**, Leiter Marktentwicklung und Marketing, MAHLE Filtersysteme GmbH, Öhringen  
**Wandel vom Händlervertrieb zum Direktvertrieb - Ein Erfahrungsbericht**  
- Ausgangsbasis  
- Problemfelder  
- Lösungsansätze bei MAHLE Industriefiltration  
- Diskussion und Erfahrungsaustausch

09:45  **Dipl.-Kfm. Constantin Anastasyadis**, Vertriebsleiter Food & Beverage, Tuchenhagen GmbH, Büchen  
**Aufbau und Führung eines effizienten Vertriebsteams bei einem mittelständigen Maschinenbauer**  
- Theorie und Praxis: Die Modellwelt und das wirkliche Leben  
- Vertriebssteuerung: Detaillierte Planung und Überwachung der Ziele und Erfolge  
- Team Effort: Gemeinschaftsarbeit von Vertrieb, Produktmanagement und Auftragsabwicklung  
- Mitarbeiterführung: Fordern und Fördern  
- Kommunikation: Informationsaustausch, aber mit Maß

10:30 **Kaffeepause**

11:15  **Talk mit Plenumsgespräch**  
Moderation: **Carmen Thomas**, gf. Direktorin, 1. ModerationsAkademie für Medien und Wirtschaft, Engelskirchen  
**Die Basis für WIN-WIN: Wie schaffen Sie Vertrauen?**

Einkauf:

**Charles Bloch**, Koordinator im strategischen Einkauf, GEA Group Aktiengesellschaft, Bochum

**Dipl.-Kfm. Michael Lauterbach**, Leiter Einkauf Geschäftsbereich Europa, Nordson Engineering GmbH, Lüneburg

**Alois Bachfischer**, Leiter Strategischer Einkauf, KRONES AG, Neutraubling

Vertrieb:

**Dipl.-Ing. Arno Dittmar**, Vertriebsleiter, bar GmbH, Dattenberg

**Matthias Göbel**, Leiter Vertrieb, Bosch Rexroth AG, München

**Dipl.-Ing. Markus von Reden**, Leiter Vertrieb, GILDEMEISTER Drehmaschinen GmbH, Bielefeld

**Schlusspunkt**

12:45 **Mittagspause**

13:45 **Christoph Berdi**  
**Zusammenfassung der Tagung**

14:15 **Verabschiedung und Ausblick auf den VIT 2007**

14:30 **Endspurt: Fahrt mit dem Porsche Cayenne über die FIA-zertifizierte Einfahr- und Prüfstrecke und Besichtigung des Porsche Werks Leipzig**

17:00 **Ende des VIT 2006**

Projektpartner des VIT 2006:



Sponsor:



FIA-zertifizierte Einfahr- und Prüfstrecke auf dem Gelände des Porsche Werks Leipzig



Win-Win-Team 2005 auf dem Hockenheimring

# Allgemeine Hinweise und Anmeldung

Anmeldeformular

VDI-VIT 2006


17./18. Oktober 2006, Leipzig

Telefax: +49 (0) 211 62 14-1 54

(IWB) 318642

VDI Wissensforum  
Graf-Recke-Straße 84  
40239 Düsseldorf

Nachname
Vorname
Titel
Firma (nur bei Firmenanschrift)
Abteilung (ggf. Kürzel)
Postfach oder Straße
PLZ, Ort
Land
Telefon
Telefax
E-Mail

Alle Preise zzgl. MwSt.	 Price/Preis	EUR
Teilnahmegebühr	1	1.270,-
VDI-Mitglieder	2	1.143,-
VDI-Mitglieder von Hochschulen	3	635,-
Bitte senden Sie mir Informationen für die 6-monatige kostenfreie VDI-Mitgliedschaft zu		

Für die Preisstufen 2 und 3 ist die Angabe der VDI-Mitgliedsnummer erforderlich.

VDI-Mitglieds-Nr.
-------------------

Ort, Datum
------------

Unterschrift
X

## Informationen

Im Leistungsumfang sind die **Pausengetränke** und an jedem vollen Tag ein **Mittagessen**, der **Abendempfang** am ersten Tag sowie das Rahmenprogramm enthalten. Eine **Tagungsunterlage** wird den Teilnehmern am Veranstaltungsort ausgehändigt.

**Zusatzangebot:** Bei Tagungsteilnahme bieten wir Ihnen die Möglichkeit, einmalig 6 Monate kostenfrei VDI-Mitglied zu werden.

## Info und Anmeldung

VDI Wissensforum IWB GmbH

Kundenzentrum

Telefon +49 (0) 211 62 14-201

Telefax +49 (0) 211 62 14-154

Postfach 10 11 39

wissensforum@vdi.de

40002 Düsseldorf

www.vdi-wissensforum.de

**Anmeldungen** müssen schriftlich erfolgen. Anmeldebestätigung und Rechnung werden zugesandt. Gebühr bitte erst nach Rechnungseingang überweisen.

### Veranstaltungsort und Tagungsbüro:

Porsche Leipzig GmbH

Porschestraße 1

04158 Leipzig

Zusammen mit den Teilnahmeunterlagen erhalten Sie eine **Anfahrtsbeschreibung**. Wir empfehlen die Unterkunft in den unten aufgeführten Hotels, mit denen wir einen Sonderpreis (nur bei Buchung bis zum 18.09.!) vereinbaren konnten. Wir bitten Sie, die Zimmerbuchung mit dem Hinweis „**VDI-Tagung/Porsche**“ selbst vorzunehmen.

### The Westin Leipzig

Gerberstraße 15

04105 Leipzig

Telefon: +49 (0) 3 41 9 88-10 75

Fax: +49 (0) 3 41 9 88-12 29

### Seaside Park Hotel

Richard-Wagner-Straße 7

04109 Leipzig

Telefon: +49 (0) 3 41 98 52-7 07

Fax: +49 (0) 3 41 98 52-7 52

**Geschäftsbedingungen:** Mit der Anmeldung werden die Geschäftsbedingungen der VDI Wissensforum IWB GmbH verbindlich anerkannt. Abmeldungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abmeldungen bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von EUR 50,- zzgl. MwSt. Nach dieser Frist ist die volle Teilnahmegebühr gemäß Rechnung zu zahlen. Maßgebend ist der Posteingangsstempel. In diesem Fall senden wir die Veranstaltungsunterlagen auf Wunsch zu. Es ist möglich, nach Absprache einen Ersatzteilnehmer zu benennen. Einzelne Teile der Veranstaltung können nicht gebucht werden. Muss eine Veranstaltung aus unvorhersehbaren Gründen abgesagt werden, erfolgt sofortige Benachrichtigung. In diesem Fall besteht nur die Verpflichtung zur Rückerstattung der bereits gezahlten Teilnahmegebühr. In Ausnahmefällen behalten wir uns den Wechsel von Referenten und/oder Änderungen im Programmablauf vor. In jedem Fall beschränkt sich die Haftung der VDI Wissensforum IWB GmbH ausschließlich auf die Teilnahmegebühr.