

7. Jahrestagung

# Professionelles Produktmanagement im Maschinen- und Anlagebau

a **marcusevans** event

Erschließung neuer Geschäftsfelder, globale Marktanforderungen an das Produktmanagement, Optimierung von internen Strukturen und Schnittstellen



Pullmann Stuttgart Fontana

24. &amp; 25. Januar 2013

Plus: Optionaler halbtägiger interaktiver Workshop  
am 23. Januar 2013

**Entwicklung von Serviceprodukten**

**Juan-Carlos Demmerle**

Bereichsleiter Kompaktanlagen und After Sales Service

**Hager + Elsässer GmbH**

Profitieren Sie von folgenden Themenschwerpunkten:

- Positionierung und Etablierung des Produktmanagements im Unternehmen
- Neue Anforderungen für erfolgreiches Produktmanagement im internationalen Umfeld
- Produktinnovation – Der Kunde als treibende Kraft
- Neuproduktentwicklung und Erschließung neuer Wachstumsfelder
- Erfolgreiche Diversifizierung – Entwicklung neuer Produkte, die zu den Kernkompetenzen des Unternehmens passen
- Identifikation, Entwicklung und Optimierung von Serviceprodukten

Plus Diskussionsrunde Tag 1:

**Low-Cost-Linien für spezifische Absatzmärkte/Regionen:  
Absatzsteigerung vs. Imageschaden**

Plus Interaktive Roundtable Sessions Tag 2:

**Themenfokus 1: Variantenmanagement**

**Themenfokus 2: Kostendruck**

Kooperationspartner:



In Kooperation mit der Deutschen Bahn bietet Ihnen **marcus evans** die Möglichkeit, schon ab **99,- Euro** zu Ihrer Konferenz zu reisen (Hin- und Rückfahrt). Für alle Details dazu kontaktieren Sie bitte Ihren Ansprechpartner bei **marcus evans**.



**Lufthansa Sondertarife:**

Als Airline Partner bietet Lufthansa allen Teilnehmern von **marcus evans** Deutschland Konferenzen vergünstigte Flugpreise und Sonderkonditionen an.



## Die Freude an einem Produkt hört dann auf, wenn man zu lange darauf warten muss.

Eberhard von Kuenheim

Im Maschinen- und Anlagebau ist es essentiell, marktgerechte und ertragsstarke Produkte in kürzester Zeit zu generieren, um im Wettbewerb langfristig bestehen zu können.



Vorsitz:

**Tobias Henne**

Vice President Product Management

**SMA Solar Technology AG**

Referenten:

**Dr. Georg Roters**

Director Sales Marketing

**Roth & Rau AG**

**Petar Pelemis**

Head of Product Line Management

**Tognum AG**

**Holger Stark**

Leiter Produktmanagement Schmutz- und Abwasser

**WILO SE**

**Tobias Henne**

Vice President Product Management

**SMA Solar Technology AG**

**Armin Bertsch**

Produktmanager

**Oerlikon Leybold Vacuum GmbH**

**Thomas Matheyka**

Leiter Produktstrategie und Portfolio-/F&E Management

**KHS GmbH**

**Heiko Mannsbarth**

Leiter Produktmanagement Fahrwerke

**Bombardier Transportation;  
Division Fahrwerke**

**Klaus Puschmann**

Leiter Marketing und Produktmanagement

**Bystronic Lenhardt GmbH**

**Dr. Stephan Weidner-Bohnenberger**

Leiter Produktmanagement

Rotorspinnmaschinen

**Rieter Ingolstadt GmbH**

**Fabian Bremer**

Head of Product Management

Generator Services

**Siemens AG**

**Michael Mayr**

Leitung Produktmanagement

Geschäftsbereich Safety Systems

**Leuze electronic GmbH + Co. KG**

**Daniel Brunkert**

Leiter Produktmanagement

**Voith Turbo Lokomotivtechnik GmbH  
& Co.KG**

**Markus Rukaber**

Vice President Product Management

**Bosch Rexroth AG**

**Kai Wildersinn**

Produktmanager

**GE General Electric**

**Hans Merki**

Manager Marketing & Business Development

**Bühler AG**

## marcus evans konferenzen

Wir konzipieren und koordinieren jährlich mehr als 1.000 hochwertige Business-to-Business Konferenzen, die auf den Informationsbedarf des gehobenen Managements zugeschnitten sind. Unsere Sprecher sind Fachleute aus internationalen Großunternehmen und Finanzinstitutionen, sowie von Wirtschaftsuniversitäten, akademischen Einrichtungen und Regierungsministerien. Unsere Konferenzen werden jährlich von über 100.000 Teilnehmern und 16.000 Sprechern besucht.

## marcus evans trainings

Wir bieten sowohl branchenorientierte als auch allgemeine Managementtrainings. Bei der Trainingskonzeption steht die inhaltliche Zielsetzung des Kunden im Vordergrund. Unsere Research-Abteilung sichert unseren Kunden stets wirtschaftliche Aktualität der Themen zu.

## marcus evans marktplätze

Wir verbinden und optimieren auf dieser einzigartigen elektronischen Plattform die Einkaufs- und Verkaufszyklen von über 5.000 Entscheidern im Unternehmen weltweit. Der B2B Marktplatz ermöglicht es Käufern, ihre Beschaffungskosten zu senken und bietet Lieferanten die Gelegenheit, neue Märkte zu erschließen und die Absatzkosten zu senken.

## marcus evans sports hospitality

Wir betreuen Ehrengäste von Unternehmen bei den bedeutendsten internationalen Sportereignissen in der ganzen Welt. Der Veranstaltungskalender der "The Hospitality Group (THG)", "Sports Marketing Group (SMG)" und "International Championship Management" ist ein fast vollständiges Verzeichnis internationaler Sportereignisse.



### Mittwoch, 23. Januar 2013

14.00-18.00

#### ENTWICKLUNG VON SERVICEPRODUKTEN

- Analyse der unterschiedlichen Marktsegmente
- Servicegeschäft vs. Anlagengeschäft
- Analyse Wertschöpfungsprozess und Maschinen-Lebenszyklus als Ansatzpunkt
- Typen von Serviceleistungen
- Unterstützende Methoden und Prozesse
- Beispiele zu Serviceprodukt-Entwicklungen

Auf Basis einer systematischen Analyse von Marktsegment-Treibern und Kundenbedürfnissen sowie des Wertschöpfungsprozesses und des Maschinen-Lebenszyklus wird anhand von Beispielen die Entwicklung von Serviceprodukten aufgezeigt.

Unterstützt durch entsprechende Methoden und Aufbau personenbezogener Kompetenzen wird gezeigt, wie eine ergänzende Differenzierung begleitet von entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen möglich ist.

#### Juan-Carlos Demmerle

Bereichsleiter Kompaktanlagen und After Sales Service

**Hager + Elsässer GmbH**

**Donnerstag, 24. Januar 2013****Buchungsinformation:**

Heide Guhl-Behrendt

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: [H.Guhl-Behrendt@marcusevansde.com](mailto:H.Guhl-Behrendt@marcusevansde.com)[www.marcusevansde.com](http://www.marcusevansde.com)

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch **marcus evans** und den Vorsitzenden**Tobias Henne**

Vice President Product Management

**SMA Solar Technology AG**

## ANFORDERUNGEN AN DAS PRODUKTMANAGEMENT

09.15 **Case Study****Von der Idee zum marktfähigen Produkt – Optimierte Projektkoordination bei Oerlikon Leybold Vakuum**

- Ideensammelprozess
- Bewertung und Auswahl der Ideen
- Budget vs. Wirtschaftlichkeit
- Was ist Projekt, was ist Sustaining

**Armin Bertsch**

Produktmanager

**Oerlikon Leybold Vacuum GmbH**10.00 **Case Study****Product-Lifecycle-Management – Durchgängige Koordination der Planung, Entwicklung und Optimierung der Produkte**

- Produktmanagement entlang des Product-Lifecycles
- Übergeordnete Produktstrategien
- Kontinuierliche Analyse von Produktqualität und Wirtschaftlichkeit des Produkts

**Petar Pelemis**

Head of Product Line Management

**Tognum AG**

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 **Case Study****Produktmanagement in der Bahnindustrie – Chancen und Herausforderungen**

- PM im Bereich Fahrwerke für Schienenfahrzeuge (sicherheitsgeprägt; konservatives Umfeld; Behördeneinfluss;...)
- Internationales Team in internationalem Umfeld und seine Einbettung in den Konzern (Mandat; Organisation; tools; governance;...)
- Herausforderungen (konservatives Umfeld; Liberalisierung; neue Wettbewerber; Kostendruck; nationale Eigenheiten; ...)
- Chancen (Technologieführerschaft; Plattformstrategien; international Vernetzung;...)
- Ausblick

**Heiko Mannsbarth**

Leiter Produktmanagement Fahrwerke

**Bombardier Transportation**12.00 **Case Study****Erfolgsfaktor Produktmanagement: Marktgerechte Produkte in kürzester Zeit auf den Markt bringen**

- Markt, Produkt und Produktion als gleichberechtigte Erfolgsfaktoren
- Einsatz der Conjoint Analyse in der Marktforschung
- Wertanalyse als ein Instrument für die Kostenkontrolle
- Simulation zur Abkürzung der Erprobungsphase

**Klaus Puschmann**

Leiter Marketing und Produktmanagement

**Bystronic Lenhardt GmbH**

12.45 Mittagspause

14.00 **Case Study****Erstellung realistischer Absatzprognosen im Produktmanagement**

- Vertriebsplanzahlen (VPZ) – Die Basis für eine strukturierte Wirtschaftsplanung
- Methodik & Tool zur Ermittlung und der kontinuierlichen Nachverfolgung der VPZ
- Volatilitätsmanagement bei Bosch Rexroth als Reaktion auf ein weltweites hochdynamisches Marktumfeld
- Strategische Lebenszyklus- und Generationenplanung auf Basis der VPZ

**Markus Rukaber**

Vice President Product Management

**Bosch Rexroth AG**

## PRODUKTMANAGEMENT IM GLOBALEN MARKT

14.45 **Case Study****Produktmanagement im internationalen Umfeld**

- Produktmanagementstrategien aus dem Bereich Maschinenbau für die Halbleiter und Photovoltaikindustrie
- Der Produktmanager in Spannungsfeld zwischen Sales und Marketing
- Produktmanager – Programmmanager – Produkttechnologe – Produkt Marketing Manager

**Dr. Georg Roters**

Director Sales Marketing

**Roth & Rau AG**

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 **Case Study****Off-Shore – Produktentwicklungen und Know-How-Transfer (KHT) im Produktportfoliomanagement**

- Produktportfolio / Portfoliolücke internationaler Standorte
- Globale Produkte mit regionalen Anpassungen
- Lead-Plant – Follower Plant – Product Ownership
- Abgrenzung eines globalen Produktmanagements

**Thomas Matheyka**

Leiter Produktstrategie und Portfolio-/F&amp;E Management

**KHS GmbH**16.45 **Case Study****Im Wettbewerb mit Fernost – Optimierung der Kosten durch Reduzierung der Options- und Variantenkomplexität**

- Darstellung des Marktumfeldes (sowohl in China als auch der weltweite Einfluss von China)
- Analyse des Ist-Zustandes des Produktportfolios
- Abgleich des Produktportfolios mit den Marktanforderungen
- Umsetzung der Produktstrategie sowie des Ergebnisses

**Holger Stark**

Leiter Produktmanagement Schmutz- und Abwasser

**WILO SE**

## DISKUSSIONSRUNDE

17.30 **Low-Cost-Linien für spezifische Absatzmärkte/Regionen: Absatzsteigerung vs. Imageschaden***"Qualität ist, wenn der Kunde zurückkommt und nicht das Produkt."*  
– Dr. Günther Schreiber18.15 **marcus evans** lädt ein: Informelle Gesprächsrunde mit Sektempfang zum Ideenaustausch und Ausklang des ersten Tages. Dabei werden Ihnen Referenten der Konferenz für Ihre individuellen Fragen zur Verfügung stehen.

# Buchungsinformation:

Heide Guhl-Behrendt

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: [H.Guhl-Behrendt@marcusevansde.com](mailto:H.Guhl-Behrendt@marcusevansde.com)

[www.marcusevansde.com](http://www.marcusevansde.com)

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

## DER KUNDE ALS TREIBENDE KRAFT

09.00 Case Study

### Wettbewerbsvergleich basierend auf Kundennutzen-Bewertungen

- Produkt-Benchmarking: Ziele und Zielkonflikte auf dem Weg zum Kundennutzen-Vergleich
- Konzeption des Kundennutzen-Vergleichs: Bewertungsaspekte, Quellen und Umgang mit Subjektivität
- Praktische Umsetzung: Erstellung, Präsentation und Nutzen der Wettbewerbsvergleiche

**Tobias Henne**

Vice President Product Management  
SMA Solar Technology AG

09.45 Case Study

### Kundenspezifische Maschinen – Beherrschung von Standardisierung und Individualität in einem Markt mit volatilen Bedürfnissen

- Individualisierung notwendig an räumliche Gegebenheiten, sowie an Material und Zielprodukt, die kurzfristigen modischen Änderungen unterliegen
- Spezielle Anforderungen an die Standardisierung für die Vielstellen-Produktionsmaschine in einem sehr volatilen Marktumfeld
- Ausgewogene Entwicklungsziele zwischen universell einsetzbaren Modulen und speziell optimierten Komponenten
- Korrekte und gleichzeitig attraktive Spezifikation erfordert starke Hilfsmittel in Zusammenarbeit Produktmanagement und internationalem Verkauf, um Kundenbedürfnisse sicher erfüllen zu können
- Späte Anpassungen durch den Kunden sind im Ablauf einzuplanen

**Dr. Stephan Weidner-Bohnenberger**

Leiter Produktmanagement Rotorspinnmaschinen  
Rieter Ingolstadt GmbH

10.30 Case Study

### Produkt Differenzierung zur Erfüllung von Kundenanforderungen weltweit

- Die Herausforderungen eines technologischen Marktführers.
- Markt-Trends bringen Wachstumsmöglichkeiten, das Verstehen der Wertschöpfungskette.
- Kunden-Zufriedenheitsbefragung als Quelle für Produktentwicklungen, das Bühler Kunden Loyalitätsprogramm.
- Ein globales Produkt-Management benötigt eine internationale Produktpositionierung und segmentspezifische Lösungen.

**Hans Merki**

Manager Marketing & Business Development  
Bühler AG

11.15 Kaffee- und Teepause



## INTERACTIVE ROUNDTABLE SESSION

Diese semi-strukturierten Roundtables bieten Teilnehmern der Konferenz eine Plattform, um sich gezielt und je nach Interessenlage über ausgewählte Themen zu informieren, auszutauschen und gemeinsam zu diskutieren. Die Auswahl der konkreten Diskussionsthemen und die genaue Anzahl der Diskussionskreise erfolgt nach Absprache mit Teilnehmern und Referenten.

11.45 Themenfokus 1:

### Variantenmanagement

- Marktanforderungen/Kundenwünsche
- Aufbau einer effizienten Produktstruktur

Themenfokus 2:

### Kostendruck

- Reaktion auf Kostendruck – Welche Maßnahmen zu Kostensenkung bei Produkten sind sinnvoll? Wo gibt es im Produktmanagement Einsparmöglichkeiten? Welche Strategien haben sich bewährt?
- Überleben im Wettbewerb, was verlangt der Markt heute und morgen? Wie viel dürfen bestimmte Features kosten?

Themenfokus 3:

### Hier ist Raum für Ihren Vorschlag

13.00 Mittagspause

## ERFOLGREICHES PROJEKTMANAGEMENT

14.00 Case Study

### Top oder Flop – Sind innovative Produkte Selbstläufer?

- Durchschlagskraft der Produktinnovation auf Branchen- und Marktbreite analysieren
- Chancen und Risiken der vertriebsseitigen Umsetzbarkeit bewerten
- Standard-Markteinführungsprozesse auf das jeweilige Produkt anpassen
- Produktkategorien definieren und Aktivitäten zuordnen
- Umsetzung der Markteinführung zentral steuern und kontrollieren

**Michael Mayr**

Leitung Produktmanagement Geschäftsbereich Safety Systems  
Leuze Electronic GmbH + Co.KG

14.45 Case Study

### Die Sonderstellung des Produktmanagers als zentrale Schnittstelle – Der Weg zu einem integrierten Produktmanagement

- Interne Schnittstellen – Interne Strukturen in den einzelnen Fachabteilungen
- Externe Schnittstellen – Kunden, Standardisierungsgremien, Verbandsarbeit
- Neue Medien – Internetforen, Kundenprotale, Fallstricke

**Kai Wildersinn**

Produktmanager  
GE General Electric

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 Case Study

### Produktmanagement am Bsp. aus der Lokomotivtechnik

- Produktmanagement für Lokomotivfamilien
- Abteilungsübergreifende Koordination
- Verknüpfung Produktmanagement und Projektmanagement

**Daniel Brunkert**

Leiter Produktmanagement  
Voith Turbo Lokomotivtechnik GmbH&Co.KG

## SERVICE

16.45 Case Study

### After Sales und Serviceprodukte eines Anlagenbauers

- Produktmanagement für Serviceprodukte und Dienstleistungen
- Besondere Anforderungen im Service des B2B-Bereichs
- Marketing und Vertrieb von After Sales Angeboten im Anlagebau
- Praktische Beispiele

**Fabian Bremer**

Head of Product Management Generator Services  
Siemens AG

17.30 Zusammenfassende Worte des Vorsitzenden und Ende der Konferenz

Wir danken allen Personen und Unternehmen für die Unterstützung bei der Recherche und Konzeption dieser **marcus evans** Konferenz. Insbesondere möchten wir uns bei den Referenten für ihre Beiträge bedanken.

**Anne-Kathrin Schulz**

Conference Producer  
marcus evans (Germany) Ltd. Berlin

### Zielgruppe:

#### Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsführung, Direktoren, Leiter und verantwortliche Mitarbeiter der Abteilungen:

- Produktmanagement • Produktentwicklung • Vertrieb • Marketing
- Produktportfolio • Produktmarketing • Business Development
- Pricing • After-Sales-Service • F&E, R&D • Konstruktion
- Qualitätsmanagement

#### aus Maschinen- und Anlagebauunternehmen und aus dem Bereich Medizintechnik

### **Dr. Georg Roters**

studierte Physik an der Westfälischen Wilhelms - Universität Münster und promovierte anschließend an der Ruhr – Universität Bochum. Von 1997 bis 2008 arbeitete er bei der Mattson Thermal Products GmbH in verschiedenen Positionen in den Bereichen F&E (6Jahre) und Produktmanagement, Business Development (6 Jahre). Von 2006 bis 2008 absolvierte er ein berufsbegleitendes Studium an der Bosten Business School und schloss dies mit dem Executive Master ab. Seit 2009 arbeitet er bei der Roth & Rau AG. Hier baute er die Abteilung Produktmanagement auf und leitete sie bis Mitte 2012. Seither leitet er den neu gegründeten Bereich Sales Marketing.

### **Dr.-Ing. Stephan Weidner-Bohnenberger**

Ist als Marketingleiter bei SKF Textilmaschinenkomponenten tätig. Er schloss seine Promotion an der Universität Stuttgart zum Thema Materialfluss in Textilbetrieben ab. Zuvor arbeitete er in der Forschung und Industrieberatung am Institut für Textil- und Verfahrenstechnik Denkendorf (DITF-MR) mit Aufgaben-Schwerpunkt Materialfluss-Optimierung und Werkzeuge zur Produktionsplanung. Er studierte an der Universität Stuttgart mit Hauptfächern Fabrikbetrieb bei Prof. Warnecke und Werkstofftechnik bei Prof. Kussmaul.

### **Heiko Mannsbarth**

Studierte Maschinenbau mit der Spezialisierung Schienenfahrzeugtechnik an der Hochschule für Verkehrstechnik bzw. der TU in Dresden von 1988 bis 1993 und absolvierte ein berufsbegleitendes MBA Studium an der Universität St. Gallen von 2005 bis 2006.

Seit 1993 ist er in der Schienenfahrzeugbranche im Bereich Fahrwerke tätig. Vor Übernahme der jetzigen Position als Projektingenieur war er Leiter der Fahrwerkskonstruktion bei Bombardier in Aachen sowie Chefingenieur und Produktmanager für Fahrwerke des Vollbahnbereiches.

Seit April 2011 ist er als Direktor für das Produktmanagement in der Business Unit Fahrwerke bei Bombardier verantwortlich.

### **Klaus Puschmann**

War von 1988 bis 91 im Technischer Einkauf bei BASF Ludwigshafen tätig. Von 1991 bis 96 arbeitete er im Bereich IT-Controlling bei Heidelberger Druckmaschinen Wiesloch und von 1996 bis 02im Corporate Marketing ebenfalls bei Heidelberger Druckmaschinen Heidelberg. Seit 2002ist er Leiter Marketing und Produktmanagement bei der Bystronic Lenhardt GmbH.

### **Michael Mayr**

Nach seiner Lehre zum Energieanlagenelektroniker und anschließendem Studium der Elektrotechnik an der Hochschule Augsburg war er mehrere Jahre im Vertrieb des Motoren- und Lüfterspezialisten ebmpapst tätig. Seit Mitte 1999 ist er im strategischen Produktmanagement der Leuze electronic GmbH+Co.KG, Sensorhersteller für die Industrieautomation, für die globale Betreuung verschiedener Produktfamilien speziell für die Arbeitssicherheit zuständig. Heute ist er als Leiter Produktmanagement für die Portfolioplanung und Steuerung des Produktmarketing des Geschäftsbereichs Safety Systems verantwortlich.

### **Thomas Matheyka**

Nach dem Studium an der TU Berlin war er Produktmanager bei CAMLOC GmbH und hier zuständig für die Produktparte „Kältetechnik & Catering“. Danach war er Produktbereichsleiter und Marketingleiter bei ROVEMA Verpackungsmaschinen GmbH. Er wechselte in die Technik und war 10 Jahre Geschäftsführer bei HENSEN GmbH und Vision Verpackungstechnik GmbH. Seit 2005 bei ist er bei KHS zunächst als Leiter Competence Center Pouch, dann als General Manager im Werk Verden tätig. Seit 2009 ist er Leiter des Portfolio und F&E Managements der KHS.

### **Tobias Henne**

studierte von 1996 bis 1999 Elektrotechnik/Energietechnik an der Berufsakademie Mannheim, in Kooperation mit der ABB AG. Nach dem Berufsstart als Projektmanager bei ABB in Stuttgart wechselte er im Jahr 2000 als Produktmanager für Industrieregler zur PMA Prozess- und Maschinen-Automation GmbH nach Kassel. Ab 2003 Aufbau und Leitung des Produktmanagements für Solarwechselrichter bei der SMA Solar Technology AG in Niestetal. Seit 2011 Vice President Product Management / Technical Sales Support in der Division Medium Power Solution bei der SMA Solar Technology AG.

### **Holger Stark**

ist seit 1996 bei der WILO SE im Produktmanagement tätig. 2003 übernahm er die Leitung des Produktmanagements Wastewater. In dieser Funktion ist er für das Produktprogramm von Pumpen, Rührwerken und Systemen, die weltweit in Anwendungen zur Schmutz- oder Abwasserentsorgung eingesetzt werden, verantwortlich.

Er war mehrfach Autor von Planungshandbüchern der Pumpentechnik und internationalen Fachartikeln. Seit einigen Jahren ist er zudem in Gremien wie dem DIN, der DWA, VDMA und Arbeitskreisen zur Ecodesign Directive der EU aktiv.

Zudem ist er Mitglied im Lenkungsausschuss des vom BMBF geförderten Projektes „DynaKlim“ (dynamischen Anpassung an den Klimawandel) aktiv.

### **Markus Rukaber**

Begann sein Studium des Maschinenbaus an der Hochschule für Technik, Wirtschaft & Informatik in Heilbronn 1991 und fing 1995 bei Bosch Automationstechnik im Bereich Hydraulik/Entwicklung Pumpen. 1997 wechselte er in die Produktplanung Industriehydraulik. Seit 2001 ist er bei Bosch Rexroth und wechselte nach Lohr. Dort war er am Aufbau des Produktmanagement Industriehydraulische Steuerungen beteiligt. 2006 ging er nach China und arbeitete am Aufbau lokales Produktmanagement und Entwicklung Hydraulik mit. 2011 kehrte nach Lohr zurück und ist dort Vice President Produktmanagement Industriehydraulik.

### **Hans Merki**

Studierte Betriebswirtschaft an der Katholischen Universität Leuven (Belgien), an welcher er im Jahre 1990 das MBA Programm durchlief. Seine Karriere bei der Hilti Gruppe fing er als Produkt Manager in der Direkt Befestigungstechnik an. Zuerst in der lokalen Verkaufsorganisation Belgien, später international an Hilti's Hauptsitz in Schaan (Liechtenstein). 1997 war er mit seinem Team zuständig für die Umsatzentwicklung in den Niederlanden. Von 1999 bis 2006 in verschiedenen Projekten weltweit für den Konzern im Einsatz: Als Marketing Manager für den Aufbau des Global Account Competence Centre, als Senior Global Prozess Manager für die Einführung des globalen ERP/CRM Systems im Bereich Vertrieb und Marketing. 2007 wechselte er zu Siemens Building Technologies wo er für die Marktentwicklung und den Verkauf in Nord Afrika verantwortlich war. Seit Juni 2009 ist er als Manager Business Development und Marketing in der Division Grain Processing der Firma Bühler tätig.

Bitte in **BLOCKSCHRIFT** ausfüllen

### Buchungsinformation:

**Heide Guhl-Behrendt**
**Tel: +49 (0)30 890 61 240**
**Fax: +49 (0)30 890 61 434**
**E-Mail: [H.Guhl-Behrendt@marcusevansde.com](mailto:H.Guhl-Behrendt@marcusevansde.com)**
**[www.marcusevansde.com](http://www.marcusevansde.com)**
**BL1217**

Code vPDF

**VERANSTALTUNG:** PROFESSIONELLES PRODUKTMANAGEMENT IM MASCHINEN- UND ANLAGENBAU

**DATUM, ORT:** 24. & 25. JANUAR 2013, PULLMAN STUTTGART FONTANA

BITTE FAXEN SIE DIE AUSGEFÜLLTE VERBINDLICHE ANMELDUNG ZU:

**Heide Guhl-Behrendt**

 AN FAX NR.: **+49 (0)30 890 61 434**

### TEILNEHMER

**1.)** Name \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

**2.)** Name \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

**Unternehmen** \_\_\_\_\_

**Adresse** \_\_\_\_\_

**PLZ** \_\_\_\_\_ **Ort** \_\_\_\_\_

**Tel.** \_\_\_\_\_ **Fax** \_\_\_\_\_

**Ust-ID** \_\_\_\_\_

### Unterschrift

Diese Buchung ist ohne Unterschrift ungültig.  
Der Unterzeichnende muss berechtigt sein, im Namen des Vertragspartners zu unterzeichnen.  
**marcus evans:** Marcus Evans (Germany) Ltd, Conference Division  
Unter den Linden 21, D-10117 Berlin, Germany

### Teilnehmerbetrag

- 2 Tage Konferenz + Online Dokumentation** €2.299 + zzgl. MwSt.  
 **2 Tage Konferenz + Workshop + Online Dokumentation** €2.899 + zzgl. MwSt.  
 **Opt. halbtägiger Workshop am 23.01.2013** €799 + zzgl. MwSt.  
 **Online Dokumentation** €799 + zzgl. MwSt.

### Software / Hardware / Solution Providers / Other Services

- 2 Tage Konferenz + Online Dokumentation** €3.549 + zzgl. MwSt.  
 **2 Tage Konferenz + Workshop + Online Dokumentation** €4.149 + zzgl. MwSt.  
 **Online Dokumentation** €799 + zzgl. MwSt.

Die MwSt. beträgt 19%. Der Teilnehmerbetrag enthält 24% Servicegebühr.

### Zahlungsweise:

#### CREDIT CARD

 Bitte belasten Sie meine:
  MasterCard
  VISA
  AmEx
  Diners Club

Karteninhaber \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Kartennummer \_\_\_\_\_ gültig bis \_\_\_\_\_

CVV Nummer \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

### Hotelbuchungen:

 Ihre Zimmerreservierung im Tagungshotel, zu günstigen Konditionen, nimmt die Agentur Easy Event GmbH gerne entgegen. Tel.: +49 (0)2166 33081 E-Mail: [info@easy-res.de](mailto:info@easy-res.de)


### Hotel:

 Der Teilnehmerbetrag beinhaltet nicht die Kosten der Unterbringung. Die Adresse des Tagungsortes lautet:  
 Pullman Stuttgart Fontana, Vollmoellerstraße 5  
 70563 Stuttgart-Vaihingen, Tel.: +49 (0)711 730 0

### Veranstaltungsmodalitäten:

 Wenn Sie 1 Woche vor Veranstaltungsbeginn kein Schreiben mit den Veranstaltungsinformationen erhalten, kontaktieren Sie bitte den Veranstaltungskordinator unter **marcus evans**, Tel: +49 (0)30 890 61 -319 / -413

### Ihre Darstellung auf der Veranstaltung:

 Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihr Unternehmen auf unserer Veranstaltung zu präsentieren. Wir stimmen gern ein individuelles Sponsorenpaket (z.B. Mittagessen, Abendveranstaltungen etc.) mit Ihnen ab. Stellen Sie Ihr Unternehmen als Lösungsanbieter einem breiten Fachpublikum vor. Nähere Informationen erhalten Sie von:  
**Heide Guhl-Behrendt**, Marketing Manager, Tel: +49 (0)30 890 61 240

### Bitte markieren Sie den Roundtable an dem Sie teilnehmen möchten.

- Themenfokus 1**  
 Variantenmanagement  
 **Themenfokus 2**  
 Kostendruck  
 **Themenfokus 3**  
 Bitte teilen Sie uns Ihre Themenvorschläge mit \_\_\_\_\_

### Geschäftsbedingungen

- Der Teilnehmerbetrag beinhaltet die Online Dokumentation, Mittagessen und Getränke.
- Zahlungsbedingungen: Nach dem Ausfüllen und Rücksenden des Anmeldeformulars muss der vollständige Betrag fünf Tage nach Rechnungszugang beglichen werden. Die Zahlung muss vor Veranstaltungsbeginn eingehen. Die Zahlung muss in Euro erfolgen.
- Stornierung/Vertretung: Selbstverständlich ist die Nennung eines Ersatzteilnehmers jederzeit und ohne zusätzliche Kosten möglich. Alle Buchungen enthalten eine 50%ige Stornierungsgebühr nach Eingang eines unterschriebenen Anmeldeformulars bei **marcus evans** (wie oben definiert). Stornierungen müssen in schriftlicher Form, per E-Mail oder Fax sechs (6) Wochen vor Veranstaltungsbeginn eingehen, um eine Gutschrift für zukünftige **marcus evans** Veranstaltungen zu erhalten. Danach ist der volle Teilnehmerbetrag gemäß Rechnung zu zahlen. Eine Nicht-Zahlung und eine Nicht-Teilnahme bedeuten keine Stornierung. Mit dem Unterschreiben dieses Vertrages stimmt der Kunde zu, dass im Falle von Streitigkeiten oder einer Stornierung **marcus evans** nicht in der Lage ist, seine Verluste mit weniger als 50% des Gesamtvertragswertes zu begleichen. Wenn **marcus evans**, aus unvorhersehbaren Gründen beschließt, die Veranstaltung abzusagen oder zu verschieben, ist **marcus evans** nicht haftbar für die Erstattung von Flug-, Hotel- oder anderen Reisekosten, die dem Kunden entstanden sind.
- Copyright etc.: Alle intellektuellen Eigentumsrechte an allen Materialien, die von **marcus evans** in Zusammenhang mit dieser Veranstaltung produziert oder verbreitet werden, sind ausdrücklich reserviert und jegliche unerlaubte Vervielfältigung, Publikation oder Verbreitung ist untersagt.
- Datenschutz: Der Kunde bestätigt, dass er **marcus evans** gebeten und zugestimmt hat, dass seine Kundendaten in der Datenbank der Unternehmen der **marcus evans**-Gruppe gespeichert werden. Diese Daten werden von Unternehmender **marcus evans**-Gruppe genutzt und an ausgewählte Dritte weitergeleitet, um den Kunden über Produkte und Dienstleistungen zu informieren, die für den Kunden von Interesse sein können. Wünscht der Kunde keine weitere Zusendung derartiger Informationen, wird er gebeten, sich dies bezüglich an das örtliche **marcus evans**-Büro zu wenden oder eine E-Mail zu schreiben an [gleavep@marcusevansuk.com](mailto:gleavep@marcusevansuk.com). Telefonanrufe können zu Trainingszwecken und aus Sicherheitsgründen aufgezeichnet werden.
- Obwohl alle angemessenen Anstrengungen unternommen werden, um dem angegebenen Programmpaket zu entsprechen, behält sich **marcus evans** das Recht vor, das Veranstaltungsdatum, Veranstaltungsinhalte oder den Veranstaltungsort zu ändern. In dem Fall, dass **marcus evans** die Veranstaltung aus wichtigen Gründen endgültig absagt (einschließlich, aber nicht ausschließlich aus Gründen höherer Gewalt) und vorausgesetzt, dass die Veranstaltung nicht auf einen späteren Zeitraum verschoben wurde, erhält der Kunde eine Gutschrift über den für diese Veranstaltung bezahlten Betrag, mit einer Gültigkeitsdauer von einem Jahr für eine andere **marcus evans** Veranstaltung in Europa. Es werden keine Rückerstattungen in bar oder Alternativangebote erfolgen.
- Geltendes Recht: Dieser Vertrag soll reguliert und ausgelegt werden nach dem Law of England und die Parteien unterwerfen sich der ausschließlichen Rechtsprechung der English Courts in London. Jedoch ist nur **marcus evans** berechtigt, auf dieses Recht zu verzichten und sich der Rechtsprechung der Gerichte zu unterwerfen, in dem sich die Geschäftsstelle des Kunden befindet.