

Steuerung & Optimierung des Vertriebes im Maschinen- und Anlagenbau

Optimierung von internen und externen Strukturen und Schnittstellen, aktiver Vertrieb von Serviceleistungen, Methode und Werkzeuge zur Unterstützung des Vertriebes, strategische Preisfindung und erfolgreiche Preisdurchsetzung im weltweiten Vertrieb von Produkten und Services

Lindner Hotel City Plaza, Köln

11. & 12. Juni 2013

[Für Anfragen klicken Sie bitte hier](#)



Plus: Optionaler halbtägiger interaktiver Workshop am Montag, den 10. Juni 2013:

Vertriebsmitarbeiter und erfolgskritische Eigenschaften – Vertriebstalente identifizieren, auswählen und fördern

Profitieren Sie von folgenden Themenschwerpunkten:

- Herausforderungen an den Vertrieb im internationalen Umfeld
- Unternehmensinterne Umsetzung und Ausrichtung des Vertriebes
- Erfolgreiche Sicherung des Geschäftsvolumens und der Profitabilität im Verdrängungswettbewerb
- Einführung von Markennamen im Investitionsgütergeschäft
- Kundenwert und Kundensegmente als Säulen einer effektiven Verkaufssteuerung
- IT-Unterstützung im Vertrieb: CRM und ERP-Systeme
- Vom Maschinenbauer zum Full-Service-Provider – Aktiver Vertrieb von Service-Leistungen
- Erfolgreiche Preisfindung und Preisdurchsetzung bei Produkten und Dienstleistungen



Plus: Podiumsdiskussion an Tag 1:

Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Marketing und Service – Welche Schritte tragen zu einer besseren Zusammenarbeit bei?



Plus: Interaktive Roundtable Sessions an Tag 2:

Themenfokus 1: Wie kann eine wirkliche Verbesserung der Vertriebsleistung erreicht werden?

Themenfokus 2: Bestandskundenmanagement: Kundenwertanalyse, Zukunftspotenzial und Vertriebsstrategien

Media Partners:



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**.

Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.

Charles Lazarus, amerikanischer Unternehmer

Die Maschinen- und Anlagenbauunternehmen stehen in ihren Märkten vor neuen Herausforderungen. Die Produktion von qualitativen und hochwertigen Maschinen und Anlagen ist die Pflicht – umfassende, kundenorientierte Problemlösungen durch den Vertrieb sind die Kür. Die Kombination aus beiden sichert einen professionell einheitlichen Auftritt gegenüber Kunden. Eine nachhaltige Steuerung und Optimierung des Vertriebs bietet eine konstant hohe Qualität im Verkauf, Marketing und Service.



Referenten:

Stephan Brand

Internationaler Marketingleiter,
Verkaufsleiter Nordamerika
Aerzener Maschinenfabrik GmbH

Matthias Neef

Integrated Customer Management
DC/PJ-ICM
Bosch Rexroth AG

Zoltan Kis

Leiter Vertriebsentwicklung
Crown Technologies GmbH

Dr. Alexander Lebedev

Ehemaliger Senior Vice President Key Account und Vertriebskanalmanagement der Demag Cranes & Components GmbH

Jürgen Gabriel

Leiter Service Sales Support, Product Management & Dealer Development
DEUTZ AG

Klaus Balzer

Area Sales Director Europe
E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH

Timo Weidner

Head of Service Business Unit Wafer
FHW Franz Haas Waffelmaschinen GmbH

Jörg Beckmann

Service Key Account Manager
KHS GmbH

Gernot Schmidt

Vertriebsleitung Österreich/CEE
KVT-Fastening GmbH

Ulrich Hildebrandt

Head of Sales Support
Linde Material Handling GmbH

Jürgen Freier

Geschäftsführer Vertrieb & Service
POLAR-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft GmbH & Co. KG

Rainer van der Beek

Executive Director Sales & Marketing / Project Management
PROBAT-Werke von Gimborn Maschinenfabrik GmbH

Juergen Bail

Vice President Logistics
Robert Bosch GmbH

Robert Dous

Mitglied der Geschäftsleitung, Director Sales & Marketing, Prokurist
ZAHORANSKY AG



Optionaler halbtägiger interaktiver Workshop

Vertriebsmitarbeiter und erfolgskritische Eigenschaften – Vertriebstalente identifizieren, auswählen und fördern

Montag, 10. Juni 2013

[Für Anfragen klicken Sie bitte hier](#)

14.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Agenda

- Critical Incidents identifizieren: Welche Kompetenzen muss ein Vertriebstalent mitbringen, um in Ihrer Organisation erfolgreich zu sein?
- Anreize, Rahmenbedingungen und individuelle Motivation analysieren: Welche Erfolgstreiberstoffe gibt es jenseits der Provision?
- Anforderungsprofile bündeln und messbar machen: Welche besonderen Anforderungen bringt der Maschinen- und Anlagenbau mit sich?
- Persönlichkeitsprofile, Rahmenbedingungen und Controlling verbinden: Ergebnisse beispielhafter Untersuchungen
- Wert schöpfende HR- Management-Strategien entwickeln: Die passenden Talente anlocken, effizient auswählen und zielgerichtet fördern

Dr. Christian Montel

Mitglied der Geschäftsführung
Eligo GmbH

Zielgruppe des Workshops:

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

- Vertrieb/Sales/Verkauf
- Vertriebssteuerung
- Vertriebscontrolling
- Vertriebsprozesse
- Vertriebsmanagement
- Technischer Vertrieb
- Außendienst
- Lead Management
- Key Account Management
- Business Development
- Marketing
- CRM
- Kundenmanagement
- Personal / Human Resources
- Recruiting
- Personalentwicklung

aus Unternehmen des Maschinen-, Anlagen- und Gerätebaus, Automatisierungs- und Elektrotechnik

Ihr Workshopleiter:

Dr. Christian Montel

ist Mitglied der Geschäftsführung der eligo GmbH und berät seit 2001 internationale Organisationen in eignungsdiagnostischen Fragestellungen. Er ist Wirtschaftspsychologe mit Schwerpunkt in psychologischer Eignungsdiagnostik und begleitete als Head of Research & Development zahlreiche Untersuchungen, die den Einfluss individueller Persönlichkeitsmerkmale auf den messbaren Erfolg von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern analysierten. Einer seiner Arbeitsschwerpunkte liegt darin, die vielfältigen Möglichkeiten der angewandten Psychologie in praktikablen und Wert schöpfenden Strategien auszuschöpfen und so individuelle Wettbewerbsvorteile zu gewinnen.

Was Sie in diesem Workshop lernen:

Die psychologische Eignungsdiagnostik bietet eine bewährte, aber überraschend selten optimal ausgereizte Toolbox von Methoden, um Talente für den Vertrieb zu erkennen. Wir werden im Workshop exemplarische Tools anwenden und im Rahmen dessen herausarbeiten, welche Besonderheiten der Vertrieb im Maschinen- und Anlagenbau mitbringt. Einblicke in die angewandte Psychologie geben weitere Impulse zur Entwicklung einer wertschöpfenden HR-Strategie.

Media Partner Profiles:



DIGITAL ENGINEERING Magazin (ISSN 1618-002X)

Die Fachzeitschrift für den Konstruktions- und Engineering-Bereich „DIGITAL ENGINEERING Magazin“ berichtet über alle Aspekte, die bei der integrierten (ganzheitlichen) Produktentwicklung wichtig sind. Im Mittelpunkt steht die fundierte Berichterstattung über den Einsatz von Software- und Anwendungslösungen sowie deren Nutzen für die Bereiche Design, Entwicklung, Simulation, Analyse, Datenmanagement und Fertigung. Aber auch Innovationen aus den Gebieten Werkstoffe und Komponenten kommen dabei nicht zu kurz und liefern dem Konstrukteur die benötigten Informationen. www.digital-engineering-magazin.de



AUTOCAD & Inventor Magazin (ISSN 0934-1749)

Die herstellerunabhängige Fachzeitschrift „AUTOCAD & Inventor Magazin“ wendet sich an alle Anwender und Entscheider, die mit den Softwarelösungen von Autodesk arbeiten. Das Magazin gibt praktische Hilfestellung bei der Auswahl, Einführung und dem Betrieb der geeigneten Software, Hardware und Peripherie für die Bereiche Konstruktion/Planung, Simulation, Datenmanagement und Visualisierung. Darüber hinaus informiert das „AUTOCAD & Inventor Magazin“ Konstrukteure, Architekten und Baufachleute über Innovationen aus den Gebieten Komponenten, Werkstoffe und Materialien sowie Baustoffe. www.autocad-magazin.de

Dienstag, 11. Juni 2013

[Für Anfragen klicken Sie bitte hier](#)

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

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

ENTWICKLUNG & OPTIMIERUNG VON GLOBALEN VERTRIEBSSTRUKTUREN – VORHANDENES GESCHÄFT SICHERN UND AUFBAUEN MIT OPTIMALEN STRUKTUREN UND PASSENDEN VERTRIEBLERN

09.15 **Eröffnungspräsentation**

Aufbau und Optimierung eines proaktiven Vertriebsnetzes im Exportmarkt durch mittelständische Unternehmen

- Mittelständische Unternehmen im Globalisierungszeitalter
- Wege und Werkzeuge im Aufbau der Exportmärkte
- Einzelne Schritte in Etablierung von Vertriebs-, Service und Fertigungspartnerschaften
- Vertriebskanaloptimierung und Territory-Management
- Herangehensweise sowie Unterschiede zwischen den Geschäftsfelder Maschinenbau und Anlagenbau
- Erfolgreiche Sicherung des Geschäftsvolumens und der Profitabilität im Verdrängungswettbewerb

Dr. Alexander Lebedev

Ehemaliger Senior Vice President Key Account und Vertriebskanalmanagement der Demag Cranes & Components GmbH

10.00 **Case Study**

Vertriebsorganisation individuell strukturieren – Theorie versus Praxis

- Rekrutierung: Checkliste vs. Bauchgefühl
- Verkaufs-Innendienst: Team vs. Pool
- Verkaufs-Außendienst: Region vs. Kunde
- Vertriebscontrolling: CRM vs. individuelle Verbindlichkeit
- Erfolgsfaktoren: Gewinnen wollen vs. Nicht zu verlieren

Rainer van der Beek

Executive Director Sales & Marketing / Project Management
PROBAT-Werke von Gimborn Maschinenfabrik GmbH

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 **Case Study**

Einbindung von Key Account Management, Außendienst, Handelsvertretern und Tochterunternehmen in die Vertriebsstrategie

- Interessiert unseren Kunden unsere Vertriebsorganisation oder müssen wir vielmehr individuelle Bedürfnisse befriedigen?
- Wie funktioniert Vertriebsfolger in einem komplexen Umfeld
- Nutzen wir die individuellen Stärken unserer Vertriebsmitarbeiter?
- Wie schaffen wir den Wandel von Produktlieferanten zum Problemlöser für unsere Kunden?

Klaus Balzer

Area Sales Director Europe
E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH

12.00 **Case Study**

Auftragsmanagement als Managementauftrag?

- Prozessmanagement
- Risikomanagement
- Supply Chain Performance
- Auftragsabwicklungsprozess

Juergen Bail

Vice President Logistics
Robert Bosch GmbH

12.45 Mittagspause

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

14.00 **Case Study**

Provisionssystem im Vertrieb: Umsetzung einer zielgerichteten, erfolgsabhängigen und variablen Entlohnung

- Ausgangssituation (System alt)
- Strategische Ansätze, bzw. Synchronisation mit Zielen des Unternehmens, sowie Schaffung der innerbetrieblichen, sozialen Gerechtigkeit
- Erarbeitung neues System (Grundstrukturen)
- Festlegen geeigneter Parameter (harte und weiche Faktoren)
- Go Life – Nach Abstimmung mit internen Institutionen (GF, BR)

Zoltan Kis

Leiter Vertriebsentwicklung
Crown Technologies GmbH

14.45 **Case Study**

Die Wertschöpfungskette als Basis für eine Vertrieboptimierung

- Allgemeine Kenntnis der Zusammenhänge innerhalb der Organisation
- Auf die Organisation adaptiertes Modell/Konzept
- Klares Abgrenzen von Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten
- Optimierungsmaßnahmen – Erfahrungen aus Workshops
- Grauzonen – Ausnahmen erlaubt, Implementationsbarrieren

Gernot Schmidt

Vertriebsleitung Österreich/CEE
KVT-Fastening GmbH

KUNDENMANAGEMENT & KUNDENORIENTIERUNG ALS WESENTLICHEN BESTANDTEIL DES VERTRIEBES – KUNDEN VERSTEHEN, ANALYSIEREN UND LANGFRISTIGE PARTNERSCHAFTEN AUFBAUEN

15.30 **Case Study**

Kundensegmente – die Grundlage der effektiven Vertriebsarbeit

- Kundensegmente – nur eine Marketingspinnerei?
- Segmentierung als Basis eines lösungsorientierten Verkaufsansatzes
- Kundenwert und Kundensegmente als Säulen einer effektiven Verkaufssteuerung
- Wie können kundensegmentspezifische Nutzenbündel aussehen?
- Verkauf / Marketingtools als Basis einer erfolgreichen Einführung eines kundenspezifischen Vorgehens

Ulrich Hildebrandt

Head of Sales Support
Linde Material Handling GmbH

16.15 Kaffee- und Teepause

16.45 **Case Study**

Multi-Channel-Vertrieb im Maschinenbau: Herausforderung und Chance

- Wandel der Märkte
- Wandel des Kaufverhaltens
- Kanibalisierung der eigenen Produkte
- Umgang mit langjährigen Vertriebspartnern

Jürgen Freier

Geschäftsführer Vertrieb & Service
POLAR-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft GmbH & Co. KG

17.30 **Case Study**

Roll-Out eines globalen CRM-Systems bei der Bosch Rexroth AG

Matthias Neef

Integrated Customer Management DC/PJ-ICM
Bosch Rexroth AG



DISKUSSIONSRUNDE

18.15 **Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Marketing und Service – Welche Schritte tragen zu einer besseren Zusammenarbeit bei?**

19.00 Abschließende Worte des Vorsitzenden und Ende des ersten Konferenztages

Mittwoch, 12. Juni 2013

[Für Anfragen klicken Sie bitte hier](#)

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch den Vorsitzenden

VOM MASCHINENBAUER ZUM FULL-SERVICE-PROVIDER – AKTIVER VERTRIEB VON SERVICE-LEISTUNGEN

09.15 **Case Study**

Werte schaffen mit Service

- Von der verlängerten Werkbank zum Profitcenter
- Werte schaffen auf allen Seiten
- Vom klassischen Maschinenservice zur Komplettlösungsfindung
- Service Excellence – Go pro-active

Jörg Beckmann

Service Key Account Manager
KHS GmbH

10.00 **Case Study**

Erfolgreicher Vertrieb von Serviceprodukten über eine Handelsorganisation

- Was charakterisiert heute das DEUTZ Service Geschäft?
- Servicestrategie händler- und kundenorientiert ausrichten
- Der Maßnahmenkatalog für erfolgreiche Händlerentwicklung
- Bewertung der Händlerperformance durch Auditierung und Kennzahlen

Jürgen Gabriel

Leiter Service Sales Support, Product Management & Dealer Development
DEUTZ AG

10.45 Kaffee- und Teepause



INTERACTIVE ROUNDTABLE SESSION

11.15 **Roundtable 1:**

Wie kann eine wirkliche Verbesserung der Vertriebsleistung erreicht werden?

Ulrich Hildebrandt (Moderation)

Head of Sales Support

Linde Material Handling GmbH

Roundtable 2:

Bestandskundenmanagement: Kundenwertanalyse, Zukunftspotenzial und Vertriebsstrategien

Federik Olms (Moderation)

Innovationsmanagement

IsernHäger GmbH & Co. KG

Roundtable 3: Themenvorschlag

12.45 Mittagspause

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

ERFOLGREICHE MARKENENTWICKLUNG, PREISFINDUNG UND PREISDURCHSETZUNG BEI PRODUKT UND SERVICE

14.00 **Case Study**

Entwicklung eines Markenkonzeptes – Einführung von Markennamen im Investitionsgütergeschäft

- Neuromarketing: was bewirken Marken im Hirn?
- Die Marke zur Steuerung und Beeinflussung des Fremdbildes
- Welche Marken werden unterschieden?
- Der Nutzen von Marken
- B2B versus B2C
- Ratio versus Emovere
- Planung eines Markenkonzeptes
- Fallbeispiel ZAHORANSKY AG – Markenkonzept

Robert Dous

Mitglied der Geschäftsleitung, Director Sales & Marketing, Prokurist
ZAHORANSKY AG

14.45 **Case Study**

Bepreisung von Dienstleistungen im technischen Service

- Möglichkeiten der Bepreisung von Dienstleistungen
- Methoden für die Preisfindung
- Praktisches Beispiel aus dem wirklichen Leben
- Quick Wins

Timo Weidner

Head of Service Business Unit Wafer

FHW Franz Haas Waffelmaschinen GmbH

15.00 **Case Study**

Produktneueinführung und Umsetzung einer Hochpreisstrategie

- Ausgangssituation
- Projekt "Optimale Produkt- und Markteinführung": Projektphasen und Vorgehensweise, internationale Kundenbefragung, preisstrategische Simulation
- Nutzenargumentation und Verkaufstools

Stephan Brand

Internationaler Marketingleiter, Verkaufsleiter Nordamerika
Aerzener Maschinenfabrik GmbH

15.45 Zusammenfassende Worte des Vorsitzenden und

16.00 Ende der Konferenz

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

Kenneth Alaekwe

General Manager Conference Production

marcus evans (Germany) Ltd.

Zielgruppe:

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

- Vertrieb/Sales/Verkauf • Vertriebssteuerung • Vertriebscontrolling • Vertriebsprozesse • Vertriebsmanagement • Technischer Vertrieb
- Außendienst • Lead Management • Key Account Management
- Business Development • Marketing • CRM • Kundenmanagement

aus Unternehmen des Maschinen-, Anlage- und Gerätebaus, Automatisierungs- und Elektrotechnik

Referenten CV

[Für Anfragen klicken Sie bitte hier](#)

Robert Dous

schloss das Studium des Maschinenbaus/Fertigungstechnik erfolgreich ab. Seine berufliche Laufbahn begann zunächst in der Automotive Industrie als Area Sales Manager Europa im Bereich Prüftechnik. Danach folgte eine Stelle als Vertriebsleiter im Bereich Kunststoffe/Automotive. Später folgte der Einstieg in den Maschinen- und Anlagenbau im Bereich Nahrungsmittel als Mitglied der Geschäftsleitung, verantwortlich für Vertrieb/Marketing/Service. Derzeit ist Robert Dous als Mitglied der Geschäftsleitung bei der ZAHORANSKY AG verantwortlich für Vertrieb/Marketing/After Sales/Produktmanagement im Bereich Maschinen- und Anlagenbau.

Timo Weidner

War zwischen 1999 und 2005 Leiter Kompetenzzentrum Spritzguss, in der Entwicklung für optische Speichermedien bei der Firma STEAG HamaTech AG in Deutschland. Von 2005 bis 2006 war Timo Weidner bei der Firma Michael Deckel GmbH als Assistent des technischen Geschäftsführers. Er wechselte zum Unternehmen AICHELIN Ges.m.b.H in Österreich als Leiter After Sales CEC und Scandinavia von 2006 bis 2010. Timo Weidner ist seit 2011 Head of Service Business Unit Wafer bei FHW Franz Haas Waffelmaschinen GmbH, Leobendorf, Österreich.

Ulrich Hildebrandt

absolvierte eines Studiums des Wirtschaftsingenieurwesens an der TU Darmstadt. Er arbeitete in Verkauf (Regionalleiter im Vertrieb Deutschland), war tätig in verschiedenen Positionen im Produktmanagement und (strategischem) Marketing in der Linde AG und Linde Material Handling (u.a. Abteilungsleiter Produktmanagement Frontstapler). Jetzt als Head of Sales Support in weltweiter (Matrix-) Verantwortung für Vertriebsunterstützung (Vertriebswerkzeuge und –training, CRM, Vertriebskanalentwicklung).

Jürgen Gabriel

ist seit fast 30 Jahren in leitenden Funktionen bei der DEUTZ AG tätig, davon die meiste Zeit im Bereich Service. Durch die verschiedenen Funktionen konnten Erfahrungen in den Bereichen Ersatzteilmanagement, Logistik, Beschaffung und überwiegend im Vertrieb gesammelt werden. Seit Anfang 2010 ist er Leiter des Bereiches Service-Vertriebsunterstützung, Service-Produktmanagement und Händlerentwicklung.

Jörg Beckmann

Nach dem Studium zunächst in der Auftragskonstruktion im Maschinen und Anlagenbau für die Getränkeindustrie tätig, wechselte er im Jahr 2000 in die Entwicklung von aseptischen rotativen Füllsystemen. Danach Projektmanagement für Packmittelsterilisation. Seit 2009 Serviceleiter im Maschinen- und Anlagenbau mit dem Schwerpunkt: Entwicklung neuer Servicekonzepte, aktiver Service, ganzheitlicher Service, Servicelevels. Seit 2012 Service Key Account bei der KHS GmbH, Großkundenbetreuung Coca Cola.

Jürgen Freier

Nach seinem Studium der Wirtschaftsinformatik war Jürgen Freier zwölf Jahre bei der Heidelberger Druckmaschinen AG in verschiedenen leitenden Vertriebs- und Marketingfunktionen tätig. Unter anderem verantwortete er von 2000 - 2003 den Vertrieb in Frankreich mit Sitz in Paris. Danach war Jürgen Freier acht Jahre als Geschäftsführer in verschiedenen Druckkonzernen tätig, seit Januar 2008 Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei der Bertelsmann-Tochter Prinovis. Seit Anfang 2012 ist er als Geschäftsführer Vertrieb & Service bei POLAR in Hofheim verantwortlich für die Bereiche Marketing, Service und Vertrieb.

Rainer van der Beek

Ausbildung zum Maschinenschlosser und Studium des Maschinenbaus sowie der Betriebswirtschaft. Berufseinstieg als Projekt- und Vertriebsingenieur bei der J. Wagner GmbH. 1993 Wechsel zu G. Siempelkamp GmbH Co. KG und zunächst 2,5 Jahre in Übersee als Projektmanager. Inhouse Wechsel in Vertrieb, Region Süd Ost Asien, China und GUS. 2003 Übernahme der Gebietsvertriebsleitung. 2005 Wechsel zu Probat Werke von Gimborn Maschinenfabrik GmbH. 2007 Übernahme der Bereichsleitung Vertrieb, 2011 Board Member der JVs in Indien und Philippinen, 2012 Interim GF der brasilianischen Tochter Probat Leogap.

Stephan Brand

studierte Wirtschaftsinformatik an der Berufsakademie Hameln mit dem Schwerpunkt Marketing, 1994 tätig als Außendienstmitarbeiter für die Firma Burghardt Büroorganisation. Er ist seit Dezember 1995 bei der Aerzener Maschinenfabrik im Bereich Marketingservice, seit 2001 verantwortlich als Marketingleiter. Im Jahr 2006 übernahm Stephan Brand zusätzlich die Verantwortung als stellvertretender Verkaufsleiter Westeuropa und in 2010 auch die Vertriebsverantwortung für die Region Nord- und Mittelamerika. Seit August 2012 ist Stephan Brand im Rahmen der internationalen Unternehmensgruppe Aerzen Head of Global Marketing.

Dr. Alexander Lebedev

wurde in Moskau geboren und hat nach dem Studium und Promotionsstudium an der TU Dresden mehr als 20 Jahren in mehreren vertriebs- und managementorientierten Funktionen u.a. als Area Sales Manager GUS der Fa. Claas, Vertriebsleiter und CEO Osteuropa sowie in einer globalen Vertriebsfunktion als Senior Vice President Key Account und Vertriebskanalmanagement der Demag Cranes & Components GmbH für internationales Geschäft erfolgreich Verantwortung getragen.

Zlotan Kis

Der gelernte Speditionskaufmann kann auf eine langjährige Tätigkeit im Vertrieb verschiedener Unternehmen zurückblicken. Seit dem Jahr 2011 ist Zoltan Kis als Leiter Vertriebsentwicklung und Steuerung bei der Crown Technologies GmbH in Rellingen tätig. Neben der fachlichen Führung des gesamten Vertriebes gehören unter anderem die Optimierung interner Vertriebsprozesse sowie die Konzeption von Vertriebsaktionen und Positionierung der Crown-Produkte zu seinen wichtigsten Aufgaben. Zoltan Kis gehört zu den acht frisch gekürten „Vorbildlichen Vertriebsleiter 2012“.

Klaus Balzer

hat ein abgeschlossenes Studium der Verfahrenstechnik und ist direkt nach dem Studium bei Linde Technische Gase in den Branchenvertrieb eingestiegen. Er hat langjährige Erfahrung im Vertrieb von Verbrauchs- und Investitionsgütern und seit 1992 Personalverantwortung in unterschiedlichen Vertriebsorganisationen. Derzeit ist Klaus Balzer bei E-T-A verantwortlich für die direkten Vertriebskanäle in Deutschland und Europa. Seit 2002 ist Klaus Balzer bei E-T-A tätig.

Juergen Bail

ist seit 1979 bei Robert Bosch, angefangen mit seiner Ausbildung zum Industriekaufmann, danach Abendstudium der Betriebswirtschaft. Er durchlief alle Stationen innerhalb der gesamten Materialwirtschaft und durch die räumliche Nähe zur Datenverarbeitung konnte er neben den Prozessen, den Aufbau vieler DV Systeme begleiten und im Wesentlichen mitgestalten. Mit Führungsaufgaben ist Juergen Bail seit 1993 betraut, dabei seit 1998 mit der Projektleitung bei der Prozessgestaltung und Implementierung von SAP als RB Standardsoftware. Neben den Stationen in Stuttgart, Waiblingen und Eisenach ist er seit 2007 verantwortlicher Bereichsleiter für Logistik im größten Produktionswerk von Bosch in Bamberg. Bamberg ist Leitwerk im internationalen Fertigungsverbund der Geschäftsbereiche DS (Diesel Systems) und GS (Gasoline Systems) und koordiniert dabei 12 Produktwertströme für weltweit über 19 Werke.

Gernot Schmidt

absolvierte an der Montanuniversität in Leoben, Österreich, das Studium der Metallurgie, Fachrichtung Nichteisen-Metalle. Danach begann er seine berufliche Tätigkeit bei Linde Gas Österreich in der Anwendungstechnik für metallurgische Prozesse. Nach vier Jahren wechselte er konzernintern in die deutsche Organisation und leitete das Ausschreibungsmanagement. In weiterer Folge hat Hr. Schmidt die Vertriebsleitung der Ländergesellschaft von Linde Gas in Russland übernommen. Nach 9 Jahren wechselte Hr. Schmidt zu Ceratizit, einem Unternehmen der Plansee AG, und war für die Vertriebsaktivitäten in gesamt Osteuropa verantwortlich. Seit Ende 2009 ist Hr. Schmidt, als Vertriebsleiter für Österreich/CEE, Mitglied der Geschäftsleitung bei KVT-Fastening.