

Frankfurter Allgemeine Konferenzen

14.11.2018

Sheraton Frankfurt Airport Hotel &
Conference Center, Frankfurt am Main

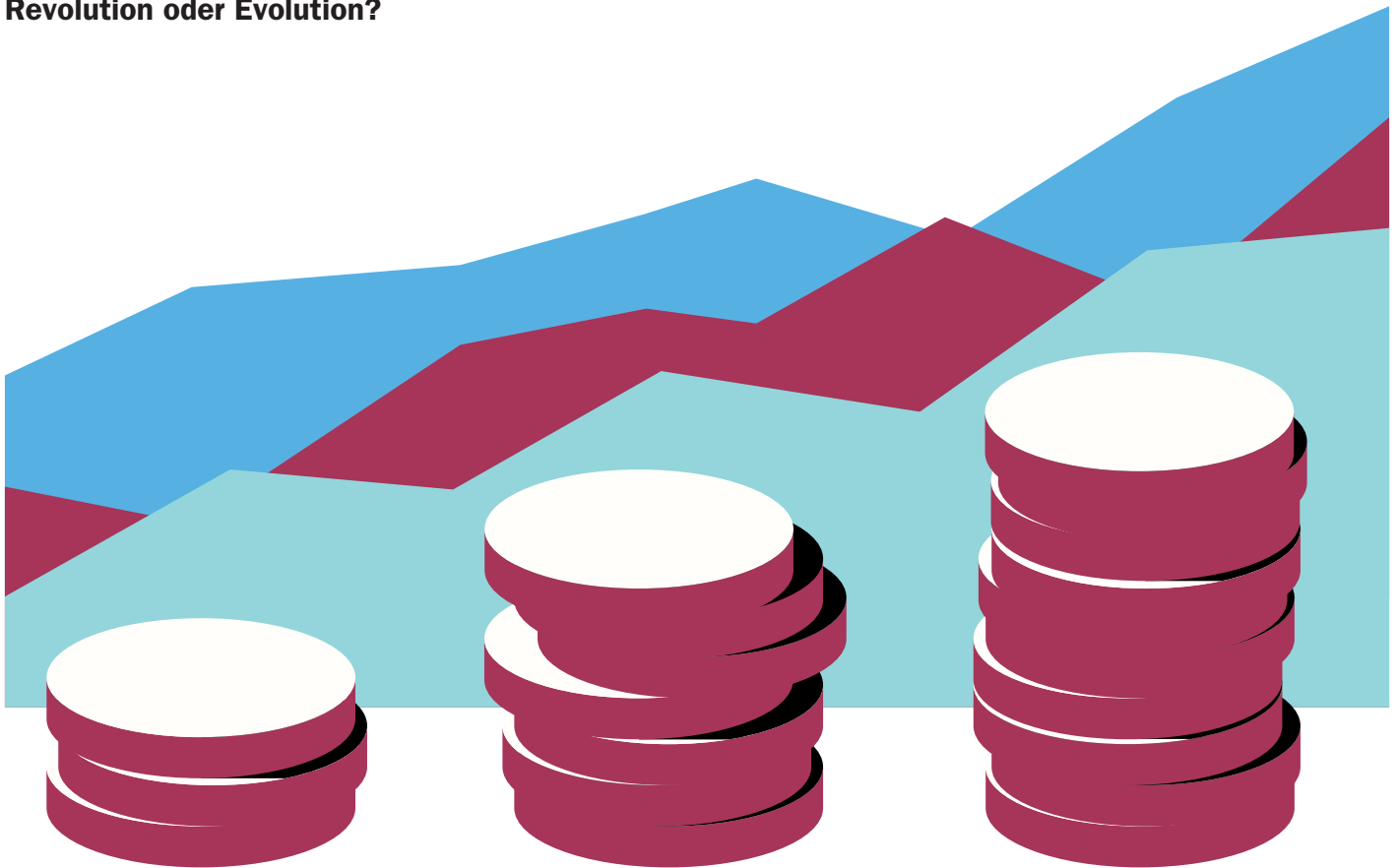
Mit **Dr. Georg Tacke**, CEO, und
weiteren Preisexperten von
Simon-Kucher & Partners

**Beiträge aus der Praxis und der
Wissenschaft von**

- **Dr. Jochen Fabritius**, CEO,
Xella-Gruppe
- **Prof. Dr. Stefan Wrobel**, Leiter des
Fraunhofer-Instituts für Intelligente
Analyse- und Informationssysteme
und Professor für Informatik
- **Steffen Dobberstein**, VP Strategic
Pricing, dormakaba AG

19. Power Pricing- Konferenz

Werte- und Preismanagement im digitalen Zeitalter:
Werte aufbauen, zum Kunden bringen und abschöpfen –
Revolution oder Evolution?



Veranstalter



DER F.A.Z.-FACHVERLAG

SIMON • KUCHER & PARTNERS

Strategy & Marketing Consultants

www.faz-konferenzen.de

Ausgangslage

Werte- und Preismanagement im digitalen Zeitalter: Werte aufbauen, zum Kunden bringen und abschöpfen – Revolution oder Evolution?

Mit der Digitalisierung ändern sich die Grundlagen für die Interaktion mit dem Kunden und die Verteilung von Informationen zwischen Käufer und Verkäufer.

Die Transparenz für den Kunden steigt und damit die Vergleichbarkeit von Produkten und Preisen.

Aber auch die digitale Nähe des Verkäufers zu Kunden und Beeinflussern über Apps, Social Media, Konfiguratoren, Onlineshops und Onlinebestellsysteme nimmt zu und damit die Kenntnis von Problemen, Bedürfnissen und Präferenzen.

Was bedeutet das für das Wertemanagement? Können Präferenzen über neue Kundenvernetzung und Services aufgebaut und die Preissensitivität damit gesenkt werden? Wie können Informationen oder „Big Data“ genutzt werden, um Werte zu steigern und besser abzuschöpfen? Sind Preise grundsätzlich zu dynamisieren, um der Vergleichbarkeit zu entgehen? Ist alles neu zu denken, oder zählen die alten Tugenden und Prinzipien im Preismanagement noch? Diskutieren Sie mit Managern aus Industrie und der Wissenschaft sowie mit Experten von Simon-Kucher die Chancen und Risiken für Ihr Werte- und Preismanagement in der digitalen Welt und wie Sie Werte heutzutage erfolgreich aufbauen und abschöpfen können.

Referenten



Steffen Dobberstein

ist seit 2014 Vice President Strategic Pricing der dormakaba AG in Rümlang/Schweiz. Nach seinem Abschluss als Diplomökonom an der Freien Universität Berlin war er in verschiedenen Führungspositionen im internationalen Vertrieb und im Preismanagement tätig, u.a. bei Geberit. Bevor Steffen Dobberstein zu dormakaba kam, war er als CEO eines Start-ups für die globale strategische Entwicklung und die Implementierung der Vertriebs- und Marketingstrategie verantwortlich.

Vertriebsprozessen und -systemen sowie in der Entwicklung von Vertriebs- und Preisstrategien. Sie unterstützt Unternehmen bei der Durchsetzung von höheren 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. Jochen Fabritius

ist seit März 2016 CEO der Xella-Gruppe und verantwortet neben den klassischen CEO-Ressorts die Bereiche Technik und Einkauf. Er kam 2014 als COO zu Xella, nachdem er vorher für die internationale Managementberatung McKinsey & Company als Partner tätig war. In den letzten Jahren hat er bei Xella die Digitalisierung zur Erhöhung der Wertschöpfung und zur Steigerung der Effizienz massiv vorangetrieben. Jochen Fabritius wurde an der TU Berlin zum Dr.-Ing. im Bauingenieurwesen promoviert.

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



Georg Giersberg

ist seit über 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“.

Seine aktuellen Arbeiten beschäftigen sich mit Strategien zur Entwicklung von Preisstärke, der Preisführerschaft in umkämpften Märkten und dem Aufbau von Pricing-Kompetenzen in Unternehmen.



Dr. Andrea Maessen

ist Senior Partnerin und Global Head der Practice „Chemicals & Construction“ bei Simon-Kucher & Partners in Köln. Ihre Beratungsschwerpunkte liegen in der Optimierung von Preis- und Vertriebsprozessen und -systemen sowie in der Entwicklung von Vertriebs- und Preisstrategien. Sie unterstützt Unternehmen bei der Durchsetzung von höheren 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.

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



Dr. Dirk Schmidt-Gallas

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

Seine aktuellen Arbeiten beschäftigen sich mit Strategien zur Entwicklung von Preisstärke, der Preisführerschaft in umkämpften Märkten und dem Aufbau von Pricing-Kompetenzen in Unternehmen.



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 Strategien zu Commercial Excellence.

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. Er unterstützt Unternehmen in der Positionierung von Produkten und Dienstleistungen

im Wettbewerb, der Optimierung von Preisen und Konditionen sowie der Ausrichtung von Vertriebsorganisationen auf den Markt. Dabei hilft die Digitalisierung nicht nur in der Steigerung von Effektivität und Effizienz im Pricing und Vertrieb, sondern erlaubt Geschäfts- und Preismodelle neu auszurichten durch die Erhöhung der Wertschöpfungstiefe und intelligente Abrechnungsmodelle.



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 Pricing-Experten; 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.

in Bonn und Atlanta, Georgia, USA (M.S., Georgia Institute of Technology) mit Schwerpunkt künstliche Intelligenz und promovierte an der Universität Dortmund. Professor Wrobel beschäftigt sich seit vielen Jahren mit Aspekten der Digitalisierung, insbesondere mit intelligenten Algorithmen und Systemen zur Analyse großer Datenmengen und dem Einfluss von Big Data/Smart Data auf die Nutzung von Informationen in Unternehmen und der Gesellschaft.



Prof. Dr. Stefan Wrobel

ist Professor für Informatik an der Universität Bonn und Leiter des Fraunhofer-Instituts für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS. Er studierte Informatik

in Bonn und Atlanta, Georgia, USA (M.S., Georgia Institute of Technology) mit Schwerpunkt künstliche Intelligenz und promovierte an der Universität Dortmund. Professor Wrobel beschäftigt sich seit vielen Jahren mit Aspekten der Digitalisierung, insbesondere mit intelligenten Algorithmen und Systemen zur Analyse großer Datenmengen und dem Einfluss von Big Data/Smart Data auf die Nutzung von Informationen in Unternehmen und der Gesellschaft.

Programm

- 09:00 Uhr** **Begrüßung und Einführung: „Werte- und Preismanagement im digitalen Zeitalter“**
Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, Simon-Kucher & Partners, und **Georg Giersberg**, Wirtschaftsredakteur, Frankfurter Allgemeine Zeitung
- 09:30 Uhr** **Monetization Excellence in einer digitalen Welt**
- Digital Champions – was zeichnet sie aus?
 - Big Data, Machine Learning, KI – Pricing Revolution oder nur Buzzwords?
 - Monetizing Digitalization – Think big, start smart!
- Dr. Georg Tacke**, CEO, Simon-Kucher & Partners
- 10:15 Uhr** **Bricks to bytes – Digitalisierung und die neue Wertschöpfung**
- Neue Kundenkreise erschließen
 - Den Wertanteil erhöhen
 - Das Pricing in der neuen Wertschöpfung
- Dr. Jochen Fabritius**, CEO, Xella-Group
- 11:00 Uhr** **Kaffeepause**
- 11:30 Uhr** **Digital Pricing – Chance oder Risiko?**
- Risiken für das Pricing
 - Chancen für neue Preismodelle und höhere Preispunkte
 - Worauf zu achten ist bei Digital Pricing
- Dr. Andrea Maessen**, Senior Partner, Simon-Kucher & Partners
- 12:00 Uhr** **Mittagessen**
- 13:00 Uhr** **Ihre Chancen in der Digitalisierung – Machine Learning und künstliche Intelligenz**
- Den (Mehr-)Wert von Informationen erkennen und nutzen
 - Machine Learning und künstliche Intelligenz angewendet
 - Geschäfts- und Pricingmodelle neu denken
- Prof. Dr. Stefan Wrobel**, Leiter des Fraunhofer-Instituts für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS und Professor für Informatik an der Universität Bonn
- 13:45 Uhr** **„Schlüsselerlebnis“ Digitalisierung: Neue Nutzen- und Preismodelle**
- Vom Hardwareanbieter zum digitalen Dienstleister
 - Vom kaufenden Kunden zum nutzenden Kunden
 - Vom Stückpreis zum "smarten" Abrechnungsmodell
- Steffen Dobberstein**, Vice President Strategic Pricing, dormakaba AG
- 14:30 Uhr** **Kaffeepause**
- 15:00 Uhr** **Herausforderung Digitalisierung: Eine Webseite reicht nicht**
- Das sagen Manager: Was sind die Probleme?
 - Wo sind die Chancen?
 - Was ist jetzt zu tun?
- Sebastian Strasmann**, Partner, Simon-Kucher & Partners
- 15:30 Uhr** **Sales Excellence mit Digitalisierung**
- Paradigmen auflösen
 - CRM richtig machen
 - Die Customer Journey neu gestalten
- Dr. Dirk Schmidt-Gallas**, Senior Partner, Simon-Kucher & Partners
- 16:00 Uhr** **Resümee und Schlussfolgerungen des Tages**
Georg Giersberg und **Sebastian Strasmann**
- 16:30 Uhr** **Ende der Konferenz und Umtrunk**

Organisatorisches

Exklusivitätsvorbehalt

Die Power Pricing-Konferenz richtet sich an Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsführung sowie an Führungskräfte aus den Bereichen Unternehmensplanung, Pricing, Marketing, Vertrieb, Verkauf, Controlling und Produktmanagement aller Branchen.

Onlineregistrierung

Bitte registrieren Sie sich online auf www.faz-konferenzen.de/power-pricing/anmeldung

Teilnahmegebühr

1.085,- Euro pro Person und zzgl. MwSt.

Hotelinformationen

Es besteht ein limitiertes Sonderkontingent im Veranstaltungshotel Sheraton Frankfurt Airport vom 13. bis 15. November 2018. Sie können Ihr Zimmer unter dem Stichwort „Power Pricing 2018“ unter Telefon: 069 69 77-24 02 oder per E-Mail an reservationsfrankfurt@sheraton.com zum Sonderpreis von 194 Euro buchen. Buchungsdeadline: 13. Oktober 2018. Alle Preise verstehen sich pro Nacht inkl. Frühstück und der aktuell gültigen Mehrwertsteuer. Nach der genannten Deadline kann nur auf Anfrage und zu den dann gültigen Preisen reserviert werden.

Veranstaltungsort

Sheraton Frankfurt Airport Hotel & Conference Center
Raum „Sky Loft“
Hugo-Eckener-Ring 15
Flughafen/Terminal 1
60549 Frankfurt am Main

Kontakt

FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH – Der F.A.Z.-Fachverlag
Ansprechpartnerin: Felicita Münch
Frankenallee 68–72
60327 Frankfurt am Main
Telefon: 069 75 91-21 91
felicita.muench@frankfurt-bm.com
www.frankfurt-bm.com

Es gelten die Teilnahmebedingungen und Datenschutzhinweise der FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH.

