



*Prof. Homburg
& Partner*

Prof. Homburg & Partner Business-Day

Kompetenzzentrum Chemische Industrie
“Pricing Excellence in Krisenzeiten”

08.-09. Juli 2009
Steigenberger Hof
Mannheim



PROGRAMM



Sehr geehrte Damen und Herren,

ausgehend vom Finanzsektor hat die Wirtschaftskrise mittlerweile auch die weltweite Chemieindustrie mit aller Härte getroffen. Die BASF hat bereits gut ein Viertel der Produktion heruntergefahren, LANXESS verschiebt Investitionen, drosselt die Produktion und führt Kurzarbeit ein und Dow Chemicals hat die Streichung von 5000 Stellen angekündigt. Die Liste schlechter Nachrichten aus der Branche ließe sich beliebig fortsetzen.

Zudem werden den Abnehmern derzeit - durch die drastisch sinkenden Rohstoffpreise - die Argumente für die Forderung von Preisnachlässen quasi an die Hand gegeben. Die Regeln im Pricing haben sich mit der wirtschaftlichen Krise drastisch verändert: Das Überleben der Marktteilnehmer und deren Wert im Markt nach der Krise stehen im Vordergrund. Exzellentes Krisenmanagement im Pricing ist daher in der Rezession eine Kernaufgabe des Managements.

Die aktuelle Situation bietet für die Chemieunternehmen Chancen und Risiken im Pricing. Wer in der Krise zu den Pricing Champions gehören will, sollte einen nachhaltigen Ausbau der gesamten Pricing-Kompetenz vorantreiben – von der Strategiebestimmung über Preisfindungsmethoden bis hin zur Preisimplementierung. Dies ist ein Muss für jedes Chemieunternehmen.

Prof. Homburg & Partner verfügt über langjährige Pricing-Erfahrung mit speziell auf die chemische Industrie abgestimmten Konzepten. Profitieren Sie von diesen Erfahrungen! Ganz besonders freuen wir uns, Teilnehmer unseres Seminars an den Erfahrungen des Gastreferenten, Herrn Dr. Matthias Hofmann-Kamensky, teilhaben lassen zu können: Der *Leader Pricing Program der Ciba AG, Basel*, wird Sie über „Stolpersteine im Pricing: Wie man Pricing Projekte erfolgreich macht“ informieren.

Wir laden Sie herzlich zum Seminar „Pricing Excellence in Krisenzeiten“ am 08. und 09. Juli 2009 in den Steigenberger Hof in Mannheim ein. Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, finden Sie auf den nächsten Seiten weiterführende Informationen. Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Sven Kühlborn
Geschäftsführer
Leiter Kompetenzzentrum Chemische Industrie
sven.kuehlborn@homburg-partner.com
www.hp-business-day.de

Viele Unternehmen verschenken Gewinnpotentiale aufgrund von unsystematischem Preismanagement.

Die Spielregeln des Pricing in der Chemischen Industrie ändern sich – die aktuelle Situation bietet für die Chemieunternehmen Chancen und Risiken im Pricing.

Industrieübergreifende Analysen zeigen, dass eine 1%-ige Erhöhung des Preises eine drei- bis viermal höhere Wirkung auf den Unternehmensgewinn hat als eine gleich große Kostensenkung.

Die Spielregeln ändern sich

Passen Sie die Markt- und Preisstrategie an: Es droht die Vernichtung von Marktwert

Wer in Krisenzeiten keine klare Markt- und Preisstrategie verfolgt, wird es schwer haben, den Volumen- und Gewinneinbrüchen zielgerichtet zu begegnen. Unternehmen, die in der Krise blind das Instrument der Preisreduktion einsetzen, um den Volumeneinbrüchen entgegen zu wirken, werden schnell feststellen, dass dieses Mittel in der aktuellen Situation sehr schwach in seiner Wirkung ist. Allerdings könnte dieser Versuch den Fortbestand des Unternehmens durch massive Margenverluste gefährden. Des Weiteren läuft man Gefahr, den Wettbewerb mit aggressivem Verhalten im Pricing ebenfalls zu Preisreduktionen zu bewegen und damit eine Abwärtsspirale in Gang zu setzen, die den Wert des Gesamtmarktes über Jahre hinweg mindert, aber keineswegs dazu beiträgt, die Nachfrage wieder herzustellen. Die Preisstrategie sollte daher vor allem dazu genutzt werden, einer Volumenorientierung des Vertriebs entgegenzuwirken und die Margenorientierung sicher zu stellen.

Zur Überarbeitung der Marktstrategie sollten die Chemieunternehmen, basierend auf der Unternehmensstrategie, ihr Kunden- und Produktportfolio mit Hilfe von neuen Priorisierungskriterien überprüfen. Des Weiteren sollten für die Abnehmerindustrien, Kunden und Regionen die folgenden drei Fragen beantwortet werden:

- ◆ Mit welchen Industrien/Kunden/Regionen wollen wir auch nach der Krise profitabel wachsen?
- ◆ Wie stark sind unsere Abnehmerindustrien/Kunden/Regionen von der Krise betroffen?
- ◆ Wie ist unsere relative Value-Position für die betrachtete Zielgruppe (Industrien/Kunden/Regionen) und welche Marktanteile haben wir?

Fünf Grundregeln für Pricing Excellence in der Krise

Es lassen sich fünf Grundregeln für ein professionelles Pricing in der Krise ableiten:

- ◆ *Überarbeitung der Preisstrategie*
Bewerten Sie Ihre Kunden- und Produkte neu und entwickeln Sie auf Basis der Neubewertung Pricing Strategien für die Krise und danach.
- ◆ *Straffung der Pricing Prozesse*
Installieren Sie Eskalationsprozesse, rekalkulieren Sie Limit-Preise in regelmäßigen Abständen und verkürzen Sie die Reporting-Intervalle.
- ◆ *Kontrolle der Kundenprofitabilität*
Implementieren Sie nutzerfreundliche Price-Controlling-Tools und überprüfen Sie die Kundenprofitabilität, bevor Sie Rabatte gewähren und Konditionen verbessern.
- ◆ *Nutzung von Rabatt- und Konditionensystemen*
Nutzen Sie Rabatt- und Konditionensysteme statt echter Preisreduktionen, um Ihren Kunden in der Krise zu helfen. Stellen Sie das Margenbewusstsein Ihrer Vertriebsmitarbeiter über nutzerfreundliche Vertriebstools sicher.
- ◆ *Systematisches Service Management*
Überprüfen und verschlanken Sie Ihr Service Portfolio und streichen Sie kostspielige Services ohne Wert für den Kunden.

Unternehmen, die ihr Pricing in den aufgeführten Bereichen optimieren, werden auch in und nach der Krise zu den Pricing Champions gehören.

Mittwoch, den 08. Juli 2009

bis 13.30

13.30 - 14.00

14.00 - 15.30

Anreise und Hotel-Check-In

Begrüßungskaffee

Begrüßung und Vorstellung, Besonderheiten des Pricing in der chemischen Industrie

Dr. Sven Kühlborn, Geschäftsführer, Partner und Leiter Kompetenzzentrum Chemicals bei Prof. Homburg & Partner

15.30 - 16.00

Kaffeepause

16.00 - 18.00

Pricing Excellence in Krisenzeiten

Dr. Sven Kühlborn

Pricing Ansatz und Philosophie von PHP in der chemischen Industrie

Alexander Lüring

18.00 - 18.30

Vorstellung der Pricing-Fallstudien, die sich auf verschiedene Geschäftsmodelle der chemischen Industrie beziehen und Aufteilung in Arbeitsgruppen als Vorbereitung für den zweiten Seminartag

Alexander Lüring

ca. 18.30

Ende des ersten Seminartages

19.30 - 23.00

Gemeinsames Abendessen

Donnerstag, den 09. Juli 2009

09.00 - 10.30

Begrüßung und Einführung in die Gruppenarbeit

Alexander Lüring

10.30 - 11.00

Kaffeepause

11.00 - 13.00

Bearbeitung der Pricing-Fallstudien in Gruppen

Teilnehmer, Team von Prof. Homburg & Partner

13.00 - 14.00

Gemeinsames Mittagessen

14.00 - 15.30

Vorstellung der in den Gruppen erarbeiteten Ergebnisse und Diskussion

Dr. Sven Kühlborn, Alexander Lüring

15.30 - 16.00

Kaffeepause

16.00 - 17.00

„Stolpersteine im Pricing: Wie man Pricing Projekte erfolgreich macht“

Gastvortrag von Dr. Matthias Hofmann-Kamensky, Leader Pricing Program, Ciba AG, Basel

17.00 - 18.30

Vorstellung und Diskussion der von den Teilnehmern im Vorfeld eingereichten Fragen zum Thema Pricing

Alexander Lüring

18.30 - 18.45

Abschlussworte

Dr. Sven Kühlborn

ca. 18.45

Ende des zweiten Seminartages

Seminar „Pricing Excellence in Krisenzeiten“

Ihr Nutzen aus der Teilnahme am Seminar „Pricing Excellence in Krisenzeiten“ mit Prof. Homburg & Partner:

- ◆ Profitieren Sie von der über 10jährigen Pricing Erfahrung von Prof. Homburg & Partner. In über 40 Pricing Projekten in der chemischen Industrie haben wir Standardkonzepte und -lösungen für verschiedene Geschäftsmodelle entwickelt.
- ◆ Im Seminar werden wir gemeinsam mit Ihnen ausgewählte Inhalte dieser Konzepte anhand von Fallbeispielen erarbeiten und diskutieren. Im Erfahrungsaustausch mit unseren Pricing-Experten erlernen Sie, wie der ´richtige´ Preis im Markt erfolgreich und nachhaltig implementiert werden kann.
- ◆ Darüber hinaus bieten wir Ihnen die Möglichkeit, uns im Vorfeld Ihre persönlichen Fragen zum Thema Pricing zuzusenden, damit wir während des Seminars gezielt auf ihre Bedürfnisse eingehen können. Bitte senden sie uns hierzu Ihre Fragen bis spätestens **24. Juni 2009** an Chemical.Insight@homburg-partner.com.

Die Teilnahmegebühr beträgt 350 € zzgl. MWSt. pro Person. In diesem Preis sind neben den Schulungsunterlagen und der Verpflegung auch die Übernachtung im Steigenberger Hof in Mannheim enthalten. Alle Teilnehmer erhalten im Anschluss an das Seminar ein Teilnahme-Zertifikat.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann schicken Sie bitte das Anmeldeformular **bis spätestens 15. Juni 2009** an

Prof. Homburg & Partner
Communications, Richard Hörner
Willy-Brandt-Platz 5-7
68 161 Mannheim

Bei Rückfragen wenden Sie sich gerne jederzeit an:

Frau
Kerstin Frenzel
Tel: +49-151-52600963
kerstin.frenzel@homburg-partner.com

Herr
Richard Hörner
Tel: +49-89-203592-111
richard.hoerner@homburg-partner.com

REFERENTENPERSÖNLICHKEITEN

Praxisorientierung der Vortragsinhalte, langjährige Erfahrung der Workshopleiter und spannende Diskussionsrunden sind Leit-motive der durch Prof. Homburg & Partner durchgeführten Seminare.



Dr. Sven Kühlborn, Geschäftsführer, Partner, Leiter Kompetenzzentrum Chemische Industrie

Herr Dr. Sven Kühlborn ist Geschäftsführer und Partner bei Prof. Homburg & Partner und seit Anfang 2000 im Unternehmen tätig. Er leitet das Kompetenzzentrum Chemische Industrie und berät Kunden wie BASF, Evonik, Cognis oder Ciba. Dr. Sven Kühlborn studierte an der TU Darmstadt Diplom-Wirtschaftsingenieurwesen und promovierte an der betriebswirtschaftlichen Fakultät der Universität Mannheim. Seine Kompetenzen liegen vor allem in den Bereichen Preismanagement, Strategieentwicklung, Markteinführungsstrategien sowie effiziente Vertriebsorganisation und –steuerung.



Alexander Lüring, Client Manager Kompetenzzentrum Chemische Industrie

Herr Alexander Lüring ist Client Manager bei Prof. Homburg & Partner und seit 2004 im Unternehmen tätig. Er studierte an der Universität zu Köln Volkswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing sowie Handel und Distribution. Seine Kompetenzen liegen vor allem in den Bereichen Preisstrategie/Preismanagement, Marktstrategie, Marktpotentialanalyse, Conjoint-Analyse sowie in der Kommunikationsplanung.

Gastreferent: Herr Dr. Matthias Hofmann-Kamensky

Herr Dr. Matthias Hofmann-Kamensky wird einen Vortrag zum Thema „Stolpersteine im Pricing: Wie man Pricing Projekte erfolgreich macht“ halten.

www.hp-business-day.de

Die Schwerpunkte unserer Beratung im Kompetenzzentrum Chemische Industrie liegen auf den Themen strategisches Marketing, Vertrieb, Marktstrategie und umsetzungsorientierter Marktforschung, u. a. in den Bereichen Preismanagement, Produkt- und Serviceportfolio-Optimierung, Key Account Management und Kundenzufriedenheits- und -bindungsmanagement.



ÜBER PROF. HOMBURG & PARTNER

Prof. Homburg & Partner ist eine internationale Managementberatung mit einer hohen methodischen und praktischen Kompetenz in den Bereichen Consulting, Marktforschung und Umsetzungsbegleitung. Unser Beratungsfokus liegt auf Marktstrategie, strategischem Marketing und Vertrieb.

Im Bereich umsetzungsorientierter Marktforschung bieten wir weltweit Kunden-, Markt- und Wettbewerbsanalysen mit allen bewährten Erhebungs- und Analysemethoden an. Unsere Kunden begleiten wir als kompetenter Partner auf dem gesamten Weg bis zur erfolgreichen Implementierung. Unser Ziel ist es, ihren Erfolg im Markt messbar zu erhöhen.

Damit bieten wir unseren Kunden alles aus einer Hand an: von der genauen Problemdefinition über die systematische Informationsbeschaffung und -analyse bis hin zur Konzepterstellung

und deren erfolgreichen Umsetzung.

Unser hauseigenes Call Center mit 50 CATI-Arbeitsplätzen führt weltweit Befragungen mit Native Speakers in über 23 Sprachen durch. Insgesamt beschäftigen wir derzeit etwa 210 Mitarbeiter, davon 60 Berater.

In Deutschland haben wir bereits für zwei Drittel der Dax-30-Unternehmen gearbeitet, darüber hinaus gehören viele nicht-börsennotierte führende Firmen und Unternehmen des gehobenen Mittelstandes zu unseren Kunden. Unsere ausländischen Auftraggeber sind ebenfalls Top-Unternehmen in ihren Branchen.

Weitere Informationen auf unserer Homepage:

www.homburg-partner.com

Kompetenzzentren von Prof. Homburg & Partner

- ◆ Automotive
- ◆ Building / Construction
- ◆ Chemische Industrie
- ◆ Energy / Utilities
- ◆ Financial Services
- ◆ Healthcare
- ◆ Information & Communication Technology
- ◆ Machinery / Industrial Goods
- ◆ Transport / Logistics

Unsere aktuellen Imagebroschüren und Industry-Flyer finden Sie auf www.homburg-partner.com

Tagungsort

Adresse:

Steigenberger Mannheimer Hof
 Augustaanlage 4-8
 68165 Mannheim
 Deutschland
 Telefon +49 621 4005-0
 Telefax +49 621 4005-190

Anreise vom Flughafen

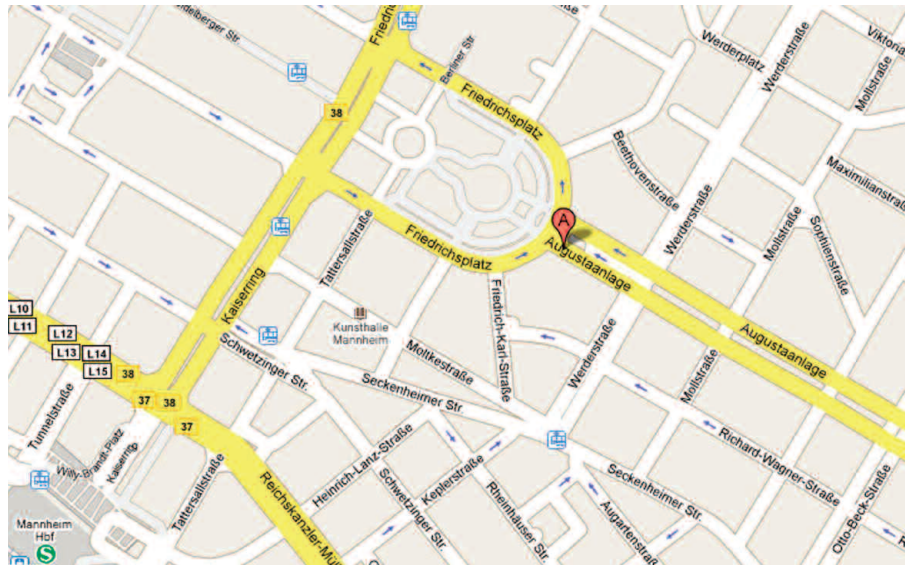
Rhein-Main Flughafen Frankfurt:
 Weiterreise mit der Bahn bis Hauptbahnhof Mannheim. Der
 Regionalflughafen Mannheim-Neuhermsheim befindet sich in drei
 Kilometer Entfernung zum Hotel.

Lage & Anreise

Vom Stadtzentrum, gegenüber dem Wasserturm, dem Wahrzeichen Mannheims, liegt der Steigenberger Mannheimer Hof. Mit ein paar Schritten sind Sie auf der Shoppingmeile Mannheims, den „Planken“ und auch das Messegelände und das Congress Center Rosengarten sind nur einige hundert Meter entfernt und ideal zu Fuß zu erreichen.

Anreise mit der Bahn

Hauptbahnhof Mannheim:
 Weiterfahrt entweder mit Bus 60/63/64 Richtung Lindenhof / Neuhermsheim bis zur Haltestelle Am Friedrichsplatz oder mit dem Taxi.



Hotelreservierung

Eine Hotelreservierung ist nicht notwendig, da die Übernachtung bereits in der Teilnahmegebühr inbegriffen ist.

Ihr Ansprechpartner für alle Fragen

Frau
 Kerstin Frenzel
 Tel.: +49-151-52600963
 Fax: +49-89-20359-102
 kerstin.frenzel@homburg-partner.com

Herr
 Richard Hörner
 Tel.: +49-89-20359-111
 Fax: +49-621-1582-102
 richard.hoerner@homburg-partner.com

**Prof. Homburg & Partner Pricing-Seminar Juli 2009 im Internet:
www.hp-business-day.de**

Prof. Homburg & Partner Pricing Seminar "Pricing Excellence in Krisenzeiten",
08.-09. Juli 2009, Steigenberger Hof Mannheim

Fax: + 49 (0) 621 - 1582 102

Ja, ich nehme verbindlich an dem Pricing Seminar am 08.-09. Juli 2009 teil.

Datum, Unterschrift

Teilnehmer

Firma* _____

Anrede* _____ Titel _____

Name* _____ Vorname* _____

Funktion* _____

Abteilung _____

Straße* _____ Nr.* _____

PLZ* _____ Ort* _____

Land _____

Telefon* _____ Fax* _____

E-Mail* _____

Bitte füllen Sie die mit (*) markierten Felder auf jeden Fall aus. Laut Steuergesetz müssen Firmenbezeichnungen in Rechnungen korrekt sein. Daten werden zur Rechnungsstellung übernommen.

Anmeldehinweise

Ich bin jederzeit widerruflich damit einverstanden, dass meine Daten auf einem internationalen Server der Prof. Homburg GmbH oder eines verbundenen Unternehmens gespeichert werden und von Prof. Homburg GmbH bzw. ihren verbundenen Unternehmen dazu verwendet werden, mich über weitere Produkte, Dienstleistungen oder andere Aktivitäten zu informieren.

Tagungsort: Steigenberger Hof Mannheim, Augustaanlage 4-8, 68165 Mannheim

Organisatorische und inhaltliche Auskünfte: Kerstin Frenzel und Richard Hörner, Willy-Brandt-Platz 5-7, 68 161 Mannheim, Tel: +49-151-52600963, E-Mail: Chemical.Insight@homburg-partner.com

Abweichende Rechnungsadresse

Firma* _____

Anrede/ Name* _____ Titel _____

Abteilung _____

Straße* _____ Nr.* _____

Postfach _____

PLZ* _____ Ort* _____

Land* _____

Bitte beachten Sie die begrenzte Teilnehmerzahl!

Zahlung

Teilnahmegebühr: Die Teilnahmegebühr beträgt EUR 350,00 zzgl. MWSt. Darin enthalten sind: Der Workshop, die Seminarunterlagen, die komplette Tagungsverpflegung, eine Übernachtung im Steigenberger Hof Mannheim inkl. Frühstück, Mittagessen und Abendessen. Die Kosten für die Reise und andere Aufwendungen sind in der Teilnahmegebühr nicht enthalten.

Stornierung: Eine kostenlose Stornierung Ihrer Anmeldung ist nur schriftlich bis spätestens 01. Juli 2009 möglich. Nach diesem Datum wird die vollständige Teilnahmegebühr berechnet. Eine Vertretung des ursprünglich angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Bitte teilen Sie Änderungen in schriftlicher Form einem der Ansprechpartner des Seminars mit.

Zahlungsbedingungen: Bitte warten Sie für die Bezahlung der Teilnahmegebühr unsere Rechnung ab, die wir Sie bitten, bis spätestens 04. Juli 2009 zu bezahlen.

Bitte beachten Sie: Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl kann Ihnen eine Teilnahme auch nach Anmeldung nicht garantiert werden. Bitte warten Sie auf eine Teilnahmebestätigung.