



8. Jahrestagung

Professionelles Produktmanagement im Maschinen- und Anlagenbau

Globale Anforderungen an das Produktmanagement, Ausrichtung der Produkt- und Marketingpolitik an die geänderten und dynamischen Rahmenbedingungen, professionelles Produktmanagement als ein wichtiger Hebel für erfolgreiche Innovationen sowie Variantenmanagement und das Produkt Service im Produktmanagement des Maschinen- und Anlagenbaus

a **marcusevans** event

Hotel Pullman Stuttgart Fontana

30. & 31. Januar 2014



Plus: Optionaler halbtägiger interaktiver Workshop am Mittwoch 29. Januar 2014

Was braucht ein Produktmanager? Entwickeln eines professionellen Produktmanagements orientiert an dem Leitfaden des „Product Life Cycle“ – Überführung der Entwicklungsergebnisse in eine modulare Grundlagenstruktur für ein Produktmanagement Training / Product Management School

Workshop-Leiter

Werner Brettschneider

Leiter eines globalen Produktmanagement-Bereiches bei VOITH
Voith Paper GmbH & Co. KG



Plus: Interaktive Roundtable Sessions am 31. Januar 2014

Themenfokus 1

Gestaltungsmöglichkeiten im Produktmanagement des Maschinen- und Anlagenbaus. Wie kann ich sie für mein Unternehmen nutzen?

Themenfokus 2

Kennzahlen als Grundvoraussetzung für erfolgreiches Produktmanagement – Wie kann ich die quantitative Bewertung von Sachverhalten als Basis für die Ableitung weiterer Maßnahmen verwenden? Differenzierung von Markt- und Absatzkennziffern

Themenfokus 3

**Variantenmanagement im internationalen Produktmanagement des Maschinen- und Anlagenbaus
Welche Rolle spielen Produktvarianten im Produktmanagement und deren Bedeutung für die Produktmanagement Verantwortliche?**

Profitieren Sie u.a. von folgenden Themenschwerpunkten

- Positionierung und Etablierung eines nachhaltigen Produktmanagements im Unternehmen
- Umsetzung eines erfolgreichen Produktmanagements im internationalen Umfeld – Was sind die Herausforderungen und welche Strategien und Tools sind vorhanden
- Das Produktmanagement als treibende Kraft für Innovationen im Maschinen- und Anlagenbau
- Neuproduktentwicklung und Erschließung neuer Wachstumsfelder – Wie das Produktmanagement zum schnellen Markteintritt und zur Risikominimierung im Entwicklungsprozess beitragen kann
- Zielkonflikte im Entwicklungsprozess
- Erfolgreiche Diversifizierung – Entwicklung neuer Produkte, die zu den Kernkompetenzen des Unternehmens passen
- Rolle und Bedeutung der Produktvarianten im Produktmanagement
- Identifikation, Entwicklung und Optimierung von Serviceprodukten

Es gibt keinen **Weg zu Z,**
der nicht am **A vorbeiführte**

Friedrich Hebbel, 1813 – 1863, österreichischer Schriftsteller

Ein gut funktionierendes Produktmanagement ist die treibende Kraft, um aus Markt- und Kundenanforderungen ertragsstarke Produkte zu generieren.

marcusevans
im

Referenten

Stefan Schönegger

Leiter strategisches Marketing
B&R Industrie-Elektronik GmbH,
Österreich

Markus Christian

Leiter Vertriebsmanagement Elektrik
und Hybridtechnologien
Bosch Rexroth AG

Antonios Vythoulkas

Product Manager
Dätwyler Cabling Solutions AG

Wolfgang Losert

Geschäftsführer
eolotec GmbH

Andreas Eberharter

Senior Product Marketing Manager,
Distributed Power
GE Power & Water

Thomas Matheyka

Leiter Produktstrategie und Portfolio-/
F&E Management
KHS GmbH

Robert Kurzweil

Head of Product Support
KION Warehouse Systems GmbH

Dr. Tilo Krieg

Director Global Product Management
Holmaking and Solid Endmilling Tools,
Standortleitung Fürth
Kennametal Shared Services GmbH

Kurt Peter

Prokurist, Leitung Vertrieb & Marketing
LICOS Trucktec GmbH

Ulrich Lampen

Leiter Produktmanagement MANN-FILTER
MANN+HUMMEL GmbH

Dr. Christoph Heynen

Prokurist, Leiter Technik
MASCHINENFABRIK GUSTAV EIRICH GMBH
& Co KG

Klaus Brockmann

Segmentleitung Metallprodukte
OPTIBELT GmbH

Fabian Bremer

Leiter Produktmanagement, Energy Service
Division
Siemens AG, Energy Sector

Werner Brettschneider

Leiter eines globalen Produktmanagement-
Bereiches bei VOITH
Voith Paper GmbH & Co. KG

Dr. Rainer Fuchs

Leiter Product Management Center
der Zürcher Hochschule für Angewandte
Wissenschaften (ZHAW)
ZHAW School of Management and Law,
Institut für Marketing Management (IMM),
Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Sponsor

ibo

wir können. sympathisch anders.

Optionaler halbtägiger interaktiver Workshop

Was braucht ein Produktmanager? Entwickeln eines professionellen Produktmanagements orientiert an dem Leitfaden des „Product Life Cycle“ – Überführung der Entwicklungsergebnisse in eine modulare Grundlagenstruktur für ein Produktmanagement Training / Product Management School

Mittwoch 29. Januar 2014

14.00 Empfang und Begrüßung

Prozessschritte im Product Life Cycle eines Produktmanagers, Bestandsaufnahme Erarbeiten der Sollanforderung

Zyklus 1:

Produktstrategie mit Marktsegmentierung, strategische Produktpositionierung und Bestimmung der Value Proposition

Zyklus 2:

Von der Ideenfindung bis zum Entwicklungsstart

Zyklus 3:

Von der fertigen Entwicklung zum Markt Test und Produkteinführung

Zyklus 4:

Die Produktunterstützung und der Produktwechsel bzw. Phase out

Inhalte der Zyklen

- Wo stehen wir bei den einzelnen Prozessschritten des Product Life Cycle (PLC) aus der Sicht der Workshop-Teilnehmer? Wir entwickeln ein Spyderdiagramm
- Erarbeiten eines Leitfadens entlang des Product Life Cycle Prozesses mit seinen Makro-Prozessschritten
 - Vom Makro- zum Mikroprozess
 - Beschreibung der Mikroschritte je Makroprozessschritt
 - Definition der In- und Outputs je Mikroschritt
 - Wer ist verantwortlich?



Workshop-Leiter

Werner Brettschneider

Leiter eines globalen Produktmanagement-Bereiches bei VOITH Voith Paper GmbH & Co. KG

Inhalte der Zyklen

- Wo stehen wir bei den einzelnen Prozessschritten des Product Life Cycle (PLC) aus der Sicht der Workshop-Teilnehmer, wir entwickeln ein Spyderdiagramm
- Erarbeiten eines Leitfadens entlang des Product Life Cycle Prozesses mit seinen Makro-Prozessschritten
 - Vom Makro- zum Mikroprozess
 - Beschreibung der Mikroschritte je Makroprozessschritt
 - Definition der In- und Outputs je Mikroschritt
 - Wer ist verantwortlich?

Lebenslauf des Workshop-Leiters

Werner Brettschneider

begann 1985 seine Tätigkeit bei der Fa. Voith. Sein Studium Verfahrenstechnik der Papiererzeugung bildete die Plattform für seine Karriere im Konzernbereich Papier bei Voith. Seine Laufbahn begann im Bereich Forschung und Entwicklung. Später leitete er die Abteilung Kundendienst und Inbetriebnahme und seit 1994 die Abteilung Service, die er über die Jahre zu einem vollumfänglichen und eigenständigen Bereich ausbaute. Seit 2009 übernahm er die globale Verantwortung für das Produkt Management.

Was sind die Lernziele und der Nutzen aus dem Workshop?

In diesem Workshop stellen wir uns zunächst die Frage wo die Firmen der einzelnen Teilnehmer hinsichtlich der PM Ausbildung stehen. Dabei orientieren wir uns an den Prozessschritten des Product Life Cycle der Produkte bzw. der Situation der teilnehmenden Firmen im B2BMarkt. Diese Self Assesment tragen wir in ein Spyder Diagramm ein und diskutieren die Interpretation der Ergebnisse und den sich daraus ergebenden Handlungsbedarf für die Zielsetzung einer PM Ausbildung. Wir gleichen diese Ergebnisse mit einem Market Bench und der Sollanforderung abschließend ab.

Anschließend analysieren wir jeden dieser Prozessschritte im Einzelnen und stellen uns die Frage zu den Inhalten.

Wir erarbeiten:

- Eine Kurzbeschreibung des Prozessschrittes,
- die In- und Outputs des Prozessschrittes und
- die Verantwortlichkeiten.

Hierzu verwenden wir ein Prozessbeschreibungsformular welches wir am Ende des Workshops zu einem Gesamtkatalog zusammenfassen. Die Inhalte des Kataloges entsprechen den zu vermittelnden Inhalten eines Trainings für Produkt Manager.

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

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

ANFORDERUNGEN AN DAS PRODUKTMANAGEMENT DES MASCHINEN- UND ANLAGENBAUS

09.15 **Eröffnungsvortrag****Trendstudie Produktmanagement 2013 – Erfolgsfaktoren eines erfolgreichen Produktmanagements**

- Vorstellung der Studie vom Product Management Center der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften zu Trends und Herausforderungen des Produktmanagements
- Produktmanagement-Themenswerpunkte der Studie – Organisatorische Verankerung, Innovationsmanagement, Wirkungsmessung des Produktmanagements sowie Preisfindung und –gestaltung
- Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Studie – Wie erfolgreiche Unternehmen hinsichtlich der o.g. Themenschwerpunkten aufgestellt sind

Dr. Rainer Fuchs

Leiter Product Management Center der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)

ZHAW School of Management and Law**Institut für Marketing Management (IMM)****Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften**10.00 **Case Study****Kann man Produktmanagement trainieren? Etablierung eines nachhaltigen Produktmanagements durch Einführung einer Product Management School bei einem Maschinen- und Anlagenbauer**

- Was führte das Unternehmen dazu ein Trainingsprogramm (PM School) für Produktmanager zu etablieren?
- Wie ist die Struktur und der Ablauf der PM School?
- Was sind die bisherigen Ergebnisse?
- Was wird aus der PM School?

Werner Brettschneider

Leiter eines globalen Produktmanagement-Bereiches bei VOITH

Voith Paper GmbH & Co. KG

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 **Case Study****Produktmanagement im dynamischen Umfeld: Umgang des Produktmanagements mit von Veränderung geprägten Märkten**

- OPTIBELT – Kurze Vorstellung der Arntz Optibelt Gruppe und ihrer Produkte
- Produktportfolio Optibelt; Einbindung und strategische Bedeutung des Segments Metallprodukte
- Beschaffungs- und Absatzmärkte: Auswirkungen, Risiken und Chancen einer globalisierten Welt im Bereich der Antriebstechnik
- Optimale Ausrichtung der Produkt- und Marketing-Politik auf die geänderten Rahmenbedingungen
- Fazit und Ausblick

Klaus Brockmann

Segmentleitung Metallprodukte

OPTIBELT GmbH12.00 **Case Study****KMU und der Automotive-Markt ... oder wie der Karpfen dem Hecht den Verhandlungstisch schmackhaft macht**

- Marktanalysen
- Megatrends
- Innovative Lösungen
- Cost/Benefit-Betrachtungen

Kurt Peter

Prokurist, Leitung Vertrieb & Marketing

LICOS Trucktec GmbH

12.45 Mittagspause

PRODUKTMANAGEMENT IM GLOBALEN MARKT – ENTWICKLUNG UND UMSETZUNG VON PRODUKTSTRATEGIEN

14.00 **Case Study****Neue Anforderungen für ein erfolgreiches Produktmanagement im internationalen Umfeld**

- Herausforderungen globaler Märkte und Kunden am Beispiel multitechnologischer Antriebsprodukte
- Aufbau eines weltweiten multitechnologischen Produktportfolios
- Steuerung und Ausbau des Produktprogramms unter Berücksichtigung lokaler Marktanforderungen und Wertschöpfung
- Bewährte Prozesse und Organisation
- Zusammenarbeit und Verzahnung mit Technikbereichen, Vertrieb und Service

Markus Christian

Leiter Vertriebsmanagement Elektrik und Hybridtechnologien

Bosch Rexroth AG14.45 **Case Study****Herausforderungen bei der Umstellung auf ein „internationales Produktmanagement“ im Anlagen- und Sondermaschinenbau – Ein Praxisbericht**

- Redundanz, die keiner braucht
- Portfoliobereinigung im Konflikt mit Standortinteressen
- Die „ferngesteuerte“ Produktentwicklung
- Produktverantwortung

Thomas Matheyka

Leiter Produktstrategie und Portfolio-/F&E Management

KHS GmbH15.30 **Case Study****Produktstrategie und Marketingkonzept als Innovation**

- Modulare Produktstrategie als Vision
- Modularstruktur als Produktions- und Marketingstrategie
- Das Modulsystem als Vermarktungsstrategie
- Wirtschaftlichkeit nach neun Jahren Marktpräsenz
- Zusammenfassung

Robert Kurzweil

Head of Product Support

KION Warehouse Systems GmbH

16.15 Kaffee- und Teepause

16.45 **Case Study****Steuerung eines komplexen Produktportfolios im weltweiten Aftermarkt für Off-Highway-Anwendungen am Beispiel MANN-FILTER**

- Portfoliodefinition – Zielkunde, Zielmarkt und Distribution
- Regionalisierung – Preise, Beschaffung und Spezifikation
- Life-Cycle-Management – Analyse, Kosten, Promotion und Auslauf
- Kommunikation – Medien, Zielgruppe und Inhalte

Ulrich Lampen

Leiter Produktmanagement MANN-FILTER

MANN+HUMMEL GmbH17.30 **Case Study****Produktmanagement als Ingenieurdienstleister und die Integration beim Endkunden**

- Vorstellen des eolotec Kernproduktes MBU
- "Design to production" ohne eigene Produktion
- "Develop to assembly" ohne eigene Montage
- Werkzeuge zur Qualitätssicherung als Ingenieurdienstleister

Wolfgang Losert

Geschäftsführer

eolotec GmbH

PRODUKTMANAGEMENT VOM SERVICE IM MASCHINEN- UND ANLAGENBAU

18.15 **Case Study****Produktmanagement von Dienstleistungen**

- Besonderheiten von Dienstleistungen
- Basics für das Produktmanagement/Marketing von Dienstleistungen
- Case Study

Fabian Bremer

Leiter Produktmanagement, Energy Service Division

Siemens AG, Energy Sector

19.00 Abschließende Worte des Vorsitzenden

ibo Beratung und Training GmbH lädt ein: Informelle Gesprächsrunde bei Sektempfang zum Ideenaustausch und Ausklang des ersten Tages. Dabei werden Ihnen Referenten der Konferenz für Ihre individuellen Fragen zur Verfügung stehen

Freitag, 31. Januar 2014

Buchungsinformation

Heide Guhl-Behrendt

Tel.: + 49 30 89061-283

Fax: + 49 30 89061-434

Email: H.Guhl-behrendt@marcusevansde.com

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch den Vorsitzenden

VARIANTEN ALS EINE TREIBENDE KRAFT IM PRODUKTMANAGEMENT

09.15 **Case Study**
Variantenmanagement und Differenzierung als entscheidende Faktoren im globalen Wettbewerb

- Losgröße 1: Vision oder Realität?
- Produktvielfalt im Werk – Szenarien und Lösungsmöglichkeiten
- Variantenmanagement und Skalierbarkeit in der Automatisierung ist die Grundlage für modulare Maschinen und Anlagen
- Der Einfluss von Industrie 4.0 auf zukünftige Anforderungen für den Maschinenbau

Stefan Schönegger

Leiter strategisches Marketing

B&R Industrie-Elektronik GmbH, Österreich

10.00 **Case Study**

Spannungsfeld Produktmanagement bei großer Branchenvielfalt: Balance zwischen Minimierung der Variantenvielfalt und der Erfüllung individueller Kundenwünsche

- Produktübersicht der Firma EIRICH: Chance und Herausforderung der großen Branchen- und Anwendungsvielfalt
- Einführung des Produktmanagements bei EIRICH (Erfolgsfaktoren, Aufgaben, Schnittstellen)
- Zusammenspiel von Branchen- und Produktmanagement
- Spannungsfeld: Individuelle Kundenwünsche vs. Kosten- und Standardisierungsdruck

Dr. Christoph Heynen

Prokurist, Leiter Technik

MASCHINENFABRIK GUSTAV EIRICH GMBH & Co KG

10.45 Kaffee- und Teepause



INTERACTIVE ROUNDTABLE SESSIONS

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.

11.15 **Themenfokus 1**
Gestaltungsmöglichkeiten im Produktmanagement des Maschinen- und Anlagenbaus. Wie kann ich sie für mein Unternehmen nutzen?

Themenfokus 2

Kennzahlen als Grundvoraussetzung für erfolgreiches Produktmanagement – Wie kann ich die quantitative Bewertung von Sachverhalten als Basis für die Ableitung weiterer Maßnahmen verwenden? Differenzierung von Markt- und Absatzkennziffern

Themenfokus 3

Variantenmanagement im internationalen Produktmanagement des Maschinen- und Anlagenbaus - Welche Rolle spielen Produktvarianten im Produktmanagement und deren Bedeutung für die Produktmanagement Verantwortliche?

Themenfokus 4**Hier ist Raum für Ihren Vorschlag**

12.45 Mittagspause

14.00 **Case Study****Aktives Variantenmanagement aus der Sicht des Portfoliomanagers**

- Produktfamilie mit lange Lebenszyklus erfolgreich eingeführt
- Vernachlässigung des Variantenmanagements in der langen Nutzungsphase und die Folgen davon
- Was hätte man besser tun können?

Antonios Vythoulkas

Product Manager

Dätwyler Cabling Solutions AG

ZIELKONFLIKTE IM ENTWICKLUNGSPROZESS – ORGANISATION DER SCHNITTSTELLE

14.45 **Case Study****Integrales Roadmapping – Koordination Produktmanagement und Entwicklung**

- Marktpotenziale und Portfoliogaps identifizieren
- Bewertung von Opportunities nach Wettbewerbs- und Endkundenanforderungsanalyse
- Priorisierung und Timing

Dr. Tilo Krieg

Director Product Management Holemaking and Solid Endmilling

Tools, Standortleitung Fürth

Kennametal Shared Services GmbH

15.30 **Case Study**

Fast Works - Im Spannungsfeld zwischen Geschwindigkeit und Risikomanagement des Entwicklungsprozess: Wie MVPs (Minimum Viable Products) zur Beschleunigung des Markteintritts und Risikominimierung im Entwicklungsprozess beitragen können

- Vorstellung Distributed Power von GE Power & Water
- Kurzer Umriss des Entwicklungsprozesses (Stage Gate Prozess) mit grober Darstellung der Durchlaufzeiten
- Geschwindigkeit und Risikominimierung als Zielkonflikt
- Anwendungsbereiche von Minimum Viable Products
- Einbettung dieses Prinzips im Entwicklungsprozess eines Maschinenbauers
- Darstellung der Grenzen dieses Konzepts aus Sicht des Vortragenden

Andreas Eberharter

Senior Product Marketing Manager, Distributed Power

GE Power & Water

16.15 Zusammenfassende Worte des Vorsitzenden

16.30 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:

- Produktmanagement
- Technisches Produktmanagement
- Produktmarketing
- Produktstrategie
- Produktportfolio
- Produktentwicklung
- Marketing
- Sales Support
- Vertrieb/Sales
- Variantenmanagement
- Business Development
- Pricing
- Service
- F&E / R&D
- Konstruktion
- Qualitätsmanagement

Aus Maschinen- und Anlagebauunternehmen sowie Automatisierung und aus dem Bereich Medizintechnik

Referenten CV

Andreas Eberharter

ist Senior Product Marketing Manager und verantwortlich für Produktdefinition sowie Kommerzialisierung von Neuentwicklungen in der Gasmotorensparte von GE. Andreas Eberharter arbeitet seit 1996 bei GE in Jenbach und erwarb fundierte Produkt- und Anwendungskenntnisse in verschiedenen Aufgabenbereichen wie Forschung und Entwicklung, Qualitätswesen, Elektrokonstruktion, Projektabwicklung & Vertrieb sowie Strategisches Marketing. Als Produktmanager in Jenbach war er zuständig für die Neu- und Weiterentwicklung von Produkten innerhalb der verantworteten Baureihen.

Robert Kurzweil

ist bei der KION Warehouse Systems GmbH als Leiter Produkt- und Verkaufsunterstützung tätig. Zuvor war er von 1987 bis 1996 bei Indumat (heute Eilers&Kirfs) verantwortlich für die Planung, den Verkauf und das Projektmanagement für automatisierte Materialflusssysteme. 1996 erfolgte der Wechsel zu STILL Wagner, heute KION Warehouse Systems GmbH, wo er, bis er im Jahr 2010

seine aktuelle Position übernahm, als Leiter Produktmanagement für Lagersysteme verantwortlich war.

Dr. Rainer Fuchs

Nach seinem Studium der Physik an der Universität Konstanz, Promotion und Zweitstudium (Industrial Engineering) an der ETH Zürich arbeitete Rainer Fuchs als Entwicklungsingenieur und Product Manager u.a. bei Mettler-Toledo Prozessanalytik. Nach einem mehrjährigen Ausflug in die Strategieberatung kehrte er wieder in die Schweizer Anlagenindustrie zurück, wo er beim Laborrobotikhersteller Tecan verschiedene Posten bekleidete (Leiter Product Management, Leiter Innovation Management, Leitung Business Unit Diagnostik). Seit August 2012 leitet er das Product Management Center der ZHAW.

Thomas Matheyka

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

Dr. Tilo Krieg

Diplom an der TU Berlin im Fach Maschinenbau/Produktionstechnik, Promotion am WZL der RWTH Aachen im Bereich Fertigungstechnik (Lehrstuhl Prof. Klocke). Seit 2001 bei Kennametal in Fürth. Zunächst verantwortlich für die Entwicklung von Hartmetallbohrern, später global für alle Bohrwerkzeuge. Seit 2006 global verantwortlich für das Produktmanagement aller Werkzeugklassen vom Bohren, Gewinden, Reiben und später Vollhartmetallfräsen. Seit 2012 Standortleiter für Fürth.

Klaus Brockmann

ist seit 2011 als Segmentleiter Metallprodukte bei der Optibelt GmbH verantwortlich für die Gestaltung und Umsetzung des Produkt- und Marketing-Mix für diesen Bereich. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um eine Schnittstellen- und Koordinationsfunktion zu Einkauf, Logistik, Vertrieb und Marketing sowie zu den Verantwortlichen der anderen Segmente. Weitere Stationen seines bisherigen Berufslebens waren Positionen in Produktmanagement, Business Development und Vertrieb der Firmen UHU, Leifheit und Hansgrohe, dort war er bis 2011 als Market Developer für Japan, Australien und Indien zuständig. Klaus Brockmann hat Wirtschaftswissenschaften an der Universität Paderborn studiert.

Kurt Peter

beendete das Studium Elektrotechnik mit Schwerpunkt Datentechnik und Technische Informatik an der TU Darmstadt 1984 mit dem Abschluss Diplom-Ingenieur Elektrotechnik. Der Berufseinstieg führte in die Entwicklungsabteilung von Rohde & Schwarz nach München. Drei Jahre später wechselte er ins Technische Marketing für komplexe Mikrochips bei Siemens Halbleiter, die heutige Infineon AG. 1990 übernahm er beim weltgrößten Rückversicherer die Aufgabe eines Technical Underwriters für komplexe industrielle Risiken weltweit. 1994 wechselte er nach Wangen im Allgäu und übernahm bei einem mittelständischen Unternehmen den Bereich Vertrieb und Marketing für Komponenten des Maschinen- und Anlagenbaus. Seit 2005 ist er für die heutige Firma LICOS Trucktec GmbH als Leiter Vertrieb und Marketing im Bereich Automotive tätig.

Christoph Heynen

studierte allgemeinen Maschinenbau in Erlangen und Kaiserslautern mit anschließender Promotion am Lehrstuhl für Konstruktionstechnik der Universität Erlangen-Nürnberg. Von 2001 bis 2005 war er Mitarbeiter im Innovationsmanagement bei INA Schaeffler in Herzogenaurach. Anschließend übernahm er von 2006 bis 2012 die Verantwortung für die Abteilung Innovation bei der Maschinenfabrik Reinhausen in Regensburg. Seit 2012 leitet er die Technik bei der MASCHINENFABRIK GUSTAV EIRICH in Hardheim und ist verantwortlich für die Abteilungen Produktmanagement, elektrische und mechanische Konstruktion inkl. Anlagenplanung, Verfahrenstechnik, F&E sowie Dokumentation.

Ulrich Lampen

ist Leiter Produktmanagement MANN-FILTER bei MANN+HUMMEL. Seit 1995 verantwortet er weltweit als Produktmanager in unterschiedlichen Branchen und Unternehmen aus dem Bereich Maschinenbau und Automobilzulieferer Produkte wie z.B. Kraftsensoren, Industriewaagen, Werkstattausrüstungsgeräte, Dieselpartikelfiltersysteme und heute Filter für Off-Highway-Anwendungen. Die 19 jährige Erfahrung im Produktmanagement stützt sich auf eine technische Ausbildung als Dipl. Ing. physikalische Technik an der FH-Wiesbaden.

Antonios Vythoulkas

Nach seiner technischen Ausbildung in Elektronik-Nachrichtentechnik hat er mehrere Jahre in der Industrie als Labor Ingenieur gearbeitet. Seit 1996, nach einer Nachdiplom-Ausbildung in Wirtschaft und Marketing, wechselte er zum Produkt Management mit Schwerpunkt HLK, Industrie-Lufttechnik und Gebäudeautomation. Zwischen 2000 und 2013 war Antonios Vythoulkas bei der Siemens AG, International Headquarter für Gebäudeautomation in der Schweiz als Produkt Portfolio Manager tätig. Während dieser Zeit absolvierte er ein Executive MBA Programm in International Marketing (EMBA-FH). Seit August 2013 ist er bei der Dätwyler Cabling Solutions AG in der Schweiz als Produkt Manager International im Bereich Strukturierte Verkabelung. Nebst der technischen Expertise in seinem Bereich interessiert er sich schergewichtig für das Produkt-LCM, die Strategische Produktportfolio Ausrichtung, Multikanal Preiskonzepte und das Innovationsmanagement.

Werner Brettschneider

begann 1985 seine Tätigkeit bei der Fa. Voith. Sein Studium Verfahrenstechnik der Papiererzeugung bildete die Plattform für seine Karriere im Konzernbereich Papier Voith. Seine Laufbahn begann im Bereich Forschung und Entwicklung. Später leitete er die Abteilung Kundendienst und Inbetriebnahme und schließlich und seit 1994 Abteilung Service, die er über die Jahre zu einem vollumfänglichen und eigenständigen Bereich ausbaute. Seit 2009 übernahm er die globale Verantwortung für das Produkt Management.

Wolfgang Losert

Nach einer Ausbildung zum Energieelektroniker und mehreren Jahren Berufserfahrung begann er in Rosenheim Elektrotechnik zu studieren. 1998 wechselte er das Studienfach und zog nach Nürnberg. Hier diplomierte Wolfgang Losert als Mikro- und Feinwerktechnik Ingenieur. Sofort nach dem Studium begann er seine zweite berufliche Karriere in der Anwendungstechnik und Entwicklung für Wälzlager. Ab 2008 war Wolfgang Losert bei zwei verschiedenen Wälzlagerherstellern als Entwicklungsleiter und stellvertretender Geschäftsführer tätig. Darauf folgten zwei Jahre bei einem Windkraftanlagenentwickler. Im Rahmen eines Management Buyouts führt er seit März 2012 gemeinsam mit dem zweiten Gründer M. Pick die eolotec GmbH als gesellschaftender Geschäftsführer.

Stefan Schönegger

ist Leiter strategisches Marketing bei B&R (Automatisierungstechnik, 2500 Mitarbeiter, Umsatz 2012: 435 Mio €). Darüber hinaus ist Stefan Schönegger als Geschäftsführer der Ethernet POWERLINK Standardization Group für die weltweite Koordination der Marketing und Entwicklungsaktivitäten zuständig. Schönegger begann seine Karriere bei B&R in 2006 als Produktmanager im Bereich Steuerungstechnik, 2010 hat er den Geschäftsbereich Open Automation übernommen. Vor B&R war Schönegger als Projektleiter bei diversen Telekommunikationsunternehmen tätig. Stefan Schönegger studierte Elektronik und Wirtschaft in Wien.