

# Business Development Management

## Zertifikatslehrgang: Der Business Development Manager

*In 3 Schritten zum Zertifikat:*

**Die Basis:** (3 Tage)

- **Der Business Development Manager**

**Der Aufbau:** (2 Tage, bitte wählen Sie ein Seminar)

- **Internationales Business Development Management**
- **Innovationsmanagement kompakt**

**Die Vertiefung:** (1 Tag, bitte wählen Sie ein Seminar)

- **Der professionelle Business Plan**
- **Die strategische Vertriebsplanung**

**= Der zertifizierte Business Development Manager**

**Alle Seminare auch einzeln buchbar!**



Eine Kooperation von ASB e.V.  
mit EUMU und der  
International Association  
of Business Development  
Managers (IBD)

### Unsere Kooperationspartner:



## Unser Seminar-Angebot für Business Development Management:

Die ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. würdigt mit einem aktuellen Angebot von ausgewählten Themen die besonderen Herausforderungen von Verantwortlichen in den Bereichen Business Development, Marketing, Vertrieb und Strategie. Handverlesene Referenten mit umfangreicher und qualitativer Erfahrung in der Praxis des Business Development geben ihr Wissen an Sie weiter. Mit Premium-Wissen aus ASB-Seminaren ebnen Sie sich und Ihrem Unternehmen den Weg zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen.

## Zertifikatslehrgang: Der Business Development Manager

*In 3 Schritten zum Zertifikat:* **Alle Seminare auch einzeln buchbar!**

**Die Basis:** (3 Tage)

- **Der Business Development Manager**

**Der Aufbau:** (2 Tage, bitte wählen Sie ein Seminar)

- **Internationales Business Development Management**
- **Innovationsmanagement kompakt**

**Die Vertiefung:** (1 Tag, bitte wählen Sie ein Seminar)

- **Der professionelle Business Plan**
- **Die strategische Vertriebsplanung**




= **Der zertifizierte Business Development Manager der ASB e.V. mit EUMU und der International Association of Business Development Managers (IBD)**



### Zielgruppe:

Das Seminar richtet sich an Leiter und Fachverantwortliche der Bereiche Business Development, Market Development, New Business, Strategie, Strategische Unternehmensplanung, Unternehmensentwicklung, Geschäftsfeldentwicklung, Strategisches Marketing, Vertriebsplanung, Strategischer Vertrieb, International Business, Export, Produktentwicklung und -management, F&E und Innovationsmanagement. Die strategische Bedeutung von BDM spricht auch Geschäftsführer und Vorstände an.

### Das Zertifikat:

Die ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. ist eines der traditionsreichsten Häuser (gegründet in 1948) der Weiterbildung und ist Mitglied der ersten Stunde des Wuppertaler Kreises . Mit unserem Bildungsauftrag als gemeinnütziges Unternehmen sind wir hoher Qualität verpflichtet. Wir freuen uns, ein für Sie sehr werthaltiges Zertifikat in Kooperation mit dem ersten Verband für Business Development Manager in Deutschland, der International Association of Business Development Managers (IBD)  und einem der führenden Verbände für mittelständische Unternehmen, dem EUMU , ausstellen zu können. Nach den erfolgreichen Prüfungen erhalten Sie das Zertifikat „Geprüfter Business Development Manager“, ausgestellt von Hatto Brenner (Präsident EUMU und IBD) und Prof. Dr. Dr. hc. Jürgen Abendschein (Geschäftsführer der ASB e.V.).

### Zum Zertifikatsprozess und den Prüfungen:

Das Basismodul ist ein Pflichtmodul. Aus den Rubriken Aufbau und Vertiefung wählen Sie bitte je 1 Seminar aus. Die Prüfungen erfolgen als Teilprüfung nach jedem Modul (Multiple Choice Test und offene Fragen). Wenn Sie alle Teilprüfungen bestehen, erhalten Sie das anerkannte Zertifikat.

Wenn Sie nicht an den Prüfungen teilnehmen, erhalten Sie eine Teilnahmebestätigung.

# Der Business Development Manager

Ihr Basiswissen: Fit für die strategische Geschäftsentwicklung!

Das Pflichtmodul

## Ihr Nutzen aus diesem Seminar:

- Sie lernen die wesentlichen Grundlagen des BDM kennen
- Sie sind in der Lage eine individuelle Philosophie und Organisation des BDM für Ihr Unternehmen abzuleiten bzw. vorhandene Strukturen zu verbessern
- Sie erhalten den Zugang zu zentralen BDM-Instrumenten, mit denen Sie systematisch eine strategische Geschäftsfeldentwicklung betreiben können

## Seminarablauf:

### Business Development als integrativer Bestandteil der strategischen Unternehmensführung

- Strategische Relevanz und Bedeutung des Business Developments
- Die wichtigsten Ziele und Aufgaben

### Die organisatorische Einbindung der Business Development-Funktion

- Der Business Development Manager: Anforderungs- und Tätigkeitsprofil
- Die unterschiedlichen Typen des Business Developments
- Organisatorische Verankerungsmöglichkeiten

### Die generischen Wachstumspfade im Business Development

- Erschließen neuer Märkte
- Erschließen neuer Anwendungsgebiete
- Wachstum durch Innovationen
- Gezielte Diversifikation
- Kooperationen und Allianzen
- Schaffung neuer Geschäftsmodelle

### Geschäftsmodell Mapping: Mechanismen verstehen - Wachstumsansätze erkennen

- Der Geschäftsmodellansatz Business Canvas als analytischer Orientierungs- und Gestaltungsrahmen
- Verschiedene Geschäftsmodellformen im Überblick
- Best Practice und Charakteristika innovativer Geschäftsmodelle

### Das Umfeld verstehen: Externe Treiber und Katalysatoren des Business Developments

- Branchenkräfte und -strukturen systematisch analysieren
- Marktkräfte verstehen – Kundenbedürfnisse erspüren
- Strategische Früherkennung: Aufkeimende Themen, Technologien und Schlüsseltrends identifizieren
- Makroökonomische Kräfte und deren Auswirkungen erfassen
- Chancenfelder aus der Umfeldanalyse ableiten

### Gestaltungsfelder für profitables Wachstum

- Customer Insights: Innovative Leistungsangebote entwickeln - neue Kundensegmente erschließen
- Das Spezialisierungsprinzip: Spezialisierung auf die Lösung vordringlicher Kundenprobleme
- Neue Wege zum Kunden: Innovative Vertriebskanäle entwickeln
- Outgrowing: Gemeinsam mit Wertschöpfungspartnern wachsen

### Wachstum ohne Wachstumsmärkte: Mit der Blue Ocean-Strategy neue Nachfrage schaffen.

- Was sind Blaue Ozeane? Illustrative Beispiele aus der Praxis
- Mit System vom roten in den blauen Ozean segeln
- Wertkurven & Co. - Instrumente zur systematischen Gestaltung einer neuen Nachfrage

## Geschäftsmodellinnovation in 5 Etappen: Eine Blaupause für Ihre Unternehmenspraxis

- Die wichtigsten Leistungsträger und Experten mobilisieren
- Das eigene Geschäftsmodell und das Umfeld verstehen
- Geschäftsmodellkomponenten gestalten – Blue Oceans finden
- Interne Promotoren gewinnen – den Prototypen implementieren
- „Proof of Concept“ – das neue Geschäftsmodell einführen und anpassen

## Going international - Die Grundlagen der Internationalisierung

- Identifikation von attraktiven Auslandsmärkten
- Internationalisierungsstrategien (Vor- und Nachteile)
- Lizenzierung als Möglichkeit zur risikominimierten Markterschließung
- Akquisitionen zur schnellen Erschließung von Auslandsmärkten
- Was bei Joint Ventures beachtet werden sollte

## Die Grundlagen des Business Plans

- Analyse des Marktpotentials
- Umsatz- und Kostenabschätzung
- Cash Flow-Planung

## Die Finanzierung - Quellen und Auswahl

- Liquiditätsplanung
- Fremdfinanzierung vs. Eigenkapital
- Mögliche Finanzierungsquellen

## Investitionsentscheidungen und Risikoabwägung

- Net Present Value-Kalkulation als Grundlage für die Go/No-Go Entscheidung
- Finanzielle Bewertung von Risiken

## Das Controlling neuer Geschäftsfelder

- Umsetzung von Strategien mit Hilfe von Aktionsplänen
- Steuerung von neuen Geschäftsfeldern mit der Balanced Scorecard

## Ihre Seminarleiter:

**Jost Böttner**, Diplom-Volkswirt, ist Senior Analyst bei der ENBW Energie Baden-Württemberg AG und verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Strategieentwicklung, Mergers & Acquisitions, Investitionsbewertungen und Marktanalyse. Vorherige Berufsstationen waren u.a. die BASF SE und die Deutsche Bahn AG.

**Dennis Lotter**, Diplom-Betriebswirt (FH), ist Managing Partner der Unternehmensberatung GUDER & PARTNER und leitet das Kompetenz-Center Innovation & Business Development.

Als Berater, Trainer und Sparringspartner in den Themenschwerpunkten Unternehmensführung, Business Development und Innovation begleitet er führende mittelständische Unternehmen im deutschsprachigen Raum.

<b>Termine</b>	18.06.-20.06.2012	Heidelberg
	10.09.-12.09.2012	Heidelberg
<b>Seminar-Nr.</b>	<b>D 883</b>	



Ihre Seminarleiter:  
**Jost Böttner**,  
Diplom-Volkswirt,  
Senior Analyst bei ENBW Energie  
Baden-Württemberg AG



**Dennis Lotter**,  
Diplom-Betriebswirt,  
Managing Partner der Unternehmens-  
beratung GUDER & PARTNER und Autor

# Internationales BDM

*Global Business risikominimiert und systematisch aufbauen!*

## Zum Inhalt:

Dieses Seminar verfolgt zwei Hauptziele: Zum einen sollen die Teilnehmer für die Chancen, aber auch die Herausforderungen durch internationale Unternehmensaktivitäten sensibilisiert werden, zum anderen werden die wesentlichen Grundlagen für die Aufnahme einer Tätigkeit im Internationalen Waren- und Dienstleistungsverkehr vermittelt.

## Ihr konkreter Nutzen:

- Ganzheitliche Markt-, Wettbewerbs- und Kundenanalysen verhelfen Ihnen zu Klarheit über Marktpotentiale.
- Eine systematische Vorbereitung und Durchführung eines internationalen Markteintrittes hilft Ihnen, effizient, neue Geschäftsfelder zu erschließen. Sie sparen Zeit und Geld.
- Fallstudien zur praxisorientierten Umsetzung

## Seminarablauf:

### International vs. National Business Development sowie Geschäftsfeld- und Kundenentwicklung

- Trends und Entwicklungen im internationalen Marketing
- Vertrieb als Einflussgrößen des IBDM

### Internationale Markt- und Wettbewerbsanalyse

- Branchen- und Geschäftsfeldabgrenzung
- Brancheninterne Strukturanalyse
- Wettbewerbsanalyse

### Sind wir fit für „going international?“ - Die Selbstanalyse

- Ressourcenausstattung: Finanzen, Personal, Produkte und Dienstleistungen
- Kernkompetenzen
- Organisations- und Koordinationsstrukturen
- Unternehmenspotential

### Strategische Fragestellungen für IBDM

- Ziele und Kennzahlen der internationalen Geschäftstätigkeit
- Strategische Optionen: Produkt- und Marktkompetenzen
- Marktbearbeitungsstrategien

### Wo konzentrieren wir unsere Ressourcen?

#### - Marktbewertung und -auswahl

- Marktauswahlstrategien
- Informationsquellen, Datengewinnung und -management
- Identifikation und Bewertung von Zielmärkten

### Bevor es losgeht - Marktvorbereitung

- Weiche Themen und ihre harten Folgen: Kultur und Ethik als
  - Rahmenbedingungen für IBDM
  - Interkulturelles Personalmanagement

### Gewußt wie - Markteintritt und Marktbearbeitung

- Internationaler Markteintritt: Formen, Phasen, Timing, Wahl des Standortes
- Lokale Adaption des Geschäftsmodells: Organisation, Prozesse, Marketing- und Vertriebsnetzwerke
- Pilotphase und Roll-out-Phase: Kontrolle und Regelung des lokalen Geschäfts

### One Size fits all? - Internationale Produkt- und Preispolitik

- Sortimentsanpassung: Standardisierung oder Adaption?
- International Pricing - was ist der geeignete Preis?

### Internationaler Vertrieb

- Eigen- oder Fremdvertrieb?
- Die eigene Niederlassung - Vor- und Nachteile
- Einsatz lokaler Absatzmittler - wer eignet sich?
- Das Angebot: Eigenschaften und Nutzen vor dem Hintergrund kultureller Unterschiede

## Ihr Seminarleiter:

**Professor Dr. Kai Alexander Saldsieder** ist Experte für Marketing und Vertrieb für die Konsumgüterindustrie und Medienwirtschaft. Er ist Professor an der Hochschule Pforzheim sowie Lehrbeauftragter an der ESB Reutlingen. Zuvor war er Offizier der Bundeswehr, anschließend arbeitete Professor Saldsieder in verschiedenen Funktionen im Vertrieb für US-amerikanische Konsumgüterunternehmen (Procter & Gamble, MGM, Hasbro), unter anderem als Key Account Manager, Head of Key Account sowie Director Sales und Trade Marketing. Zuletzt begleitete er als Interimsgeschäftsführer den Turnaround eines mittelständischen Health-Care Unternehmens.

<b>Termine</b>	21.05.-22.05.2012	Heidelberg
	03.12.-04.12.2012	Heidelberg
<b>Seminar-Nr.</b>	<b>D 884</b>	



*Ihr Seminarleiter:*

**Prof. Dr. Kai Alexander Saldsieder, M.B.A. (HMC)**

*Experte für Marketing und Vertrieb,  
Professor für Allgemeine und Internationale BWL,  
Hochschule Pforzheim*

# Innovationsmanagement kompakt!

Mit strategischen Innovationen zu mehr Wachstum und Erfolg!

## Zum Inhalt:

Als Business Developer und Innovationsmanager stehen Sie in der Pflicht die Innovationsfähigkeit kontinuierlich zu steigern und mit System, den richtigen Methoden und einem strukturierten Prozess die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer Neuerungen zu erhöhen. Innovation und Business Development sind keine Folge von Geistesblitzen und Glücksstrahlen. Innovation und Business Development sind eine Frage der Kompetenz und der richtigen Methoden.

**Ihr Nutzen:** erfahren Sie, wie Sie...

- Innovationsbarrieren abbauen und Innovationsmanagement als kontinuierlichen Zyklus verankern
- Ihre Innovationsfähigkeit stärken und externe Marktpartner reibungslos integrieren
- Zielorientierte Innovationsstrategien systematisch entwickeln
- Strategische Innovationssuchfelder anhand von praxisbewährten Methoden identifizieren und bewerten
- Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle systematisch innovieren

## Seminarablauf:

### Angemessenes Innovationsbewusstsein

- Ein gemeinsames Verständnis von Innovation entwickeln

### Der strukturierte Innovationsprozess – die Balance zwischen Kreativität und Disziplin

- Innovationsprozesse erfolgreich steuern
- Die Entscheidungskultur im Stage-Gate-Prozess: Innovationsprojekte richtig beurteilen
- Die Überwindung von Widerständen

**Best-Practice-Austausch:** Innovationsmanager ärgere dich nicht! Das Innovationsspiel zum strukturierten und interaktiven Erfahrungsaustausch mit Ihren Kollegen aus der Praxis über die Do's and Dont's im Innovationsmanagement.

### Wirksame Innovationsstrukturen etablieren

- Vom Geistesblitz zur Konsequenz: Innovationsmanagement institutionalisieren
- Die Rolle des Innovationsmanagers im Unternehmen
- Organisatorische Verankerungsmöglichkeiten
- Steuerungsgremien im Rahmen des Innovationsmanagements

### Innovationsfähigkeit bewerten

- Die Determinanten der Innovationsfähigkeit
- Das Innovationsaudit zur Standortbestimmung

**Innovations-Check-Up:** Sie überprüfen anhand unseres Innovations-Check-Up Ihre eigene Innovationsfähigkeit.

## Innovationsstrategien systematisch entwickeln

- Der 10-Punkte-Plan zur zielführenden Innovationsstrategie
- Instrumente der strategischen Innovationsanalyse
- Play-to-win or Play-not-to-loose – das Innovationsportfolio bestimmen
- Die Innovation Strategy Map – Innovationsstrategien erfolgreich operationalisieren

## Strategische Innovationssuchfelder identifizieren

- Der Innovationsquader – Suchfelder systematisch aufspüren und bewerten
- Konventionen hinterfragen und Branchendogmen aufbrechen
- Was Kunden wirklich wollen – Methoden der Bedürfnisanalyse:
- Export von Kernkompetenzen in neue Absatzmärkte
- Veränderungen systematisch analysieren und einspeisen
- Zooming: Das 9-Fenster-Tool zur Identifikation potentialträchtiger Innovationsfelder

## Workshop: Innovationspotential erkennen

## Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle systematisch innovieren

- Morphologischer Kasten, Osborn-Checkliste & Co.
- Methoden der systematischen Ideenfindung (TRIZ & Co.)
- Geschäftsmodellinnovation – Instrumente zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

## Workshop: Geschäftsmodellinnovation

- Mit Hilfe der systematischen Methoden innovieren Sie ein Geschäftsmodell

## Ideen und Geschäftschancen richtig bewerten und selektieren

- Das Ideenportfolio

## Ihr Seminarleiter:

**Dennis Lotter**, Diplom-Betriebswirt (FH), ist Managing Partner der Unternehmensberatung GUDER & PARTNER und leitet das Kompetenz-Center Innovation & Business Development.

Als Berater, Trainer und Sparringspartner in den Themenschwerpunkten Unternehmensführung, Business Development und Innovation begleitet er führende mittelständische Unternehmen im deutschsprachigen Raum.

<b>Termine</b>	10.05.-11.05.2012	Heidelberg
	08.10.-09.10.2012	Heidelberg
<b>Seminar-Nr.</b>	<b>D 886</b>	



Ihr Seminarleiter:  
**Dennis Lotter**,  
Diplom-Betriebswirt,  
Managing Partner der Unternehmens-  
beratung GUDER & PARTNER und Autor

# Die strategische Vertriebsplanung

*Durch klare strategische Ausrichtung: Kundenpotentiale erschließen, Vertriebsprozesse beherrschen!*

## Zum Inhalt:

Die Entwicklung bestehenden und vor allem neuen Geschäfts ist das Tagesgeschäft im Vertrieb. Leider haben viele Salesmanager jedoch nur selten Zeit und Muße, sich mit einer grundlegenden Ausrichtung ihrer Vertriebsaktivitäten auseinanderzusetzen: Wettbewerb, Preiskämpfe und wachsende Emailflut fordern im Tagesgeschäft ihren Tribut.

Der Vertrieb verdient aber vielerorts das Geld der Unternehmen, weshalb gerade das Arbeiten am und beim Kunden wohl überlegt sein sollte. Vor diesem Hintergrund bietet dieses Seminar Methoden und Instrumente, um in der Strategischen Vertriebsplanung „den Wasser über Kopf“ zu behalten.

## Ihr Nutzen:

- Praktische Arbeitshilfen für die strategische Vertriebsplanung
- Anwendungsbezogenes Wissen zur Formulierung und Messung effektiver Vertriebsziele
- Schärfung des Blickes für die Bedürfnisse von Kunden und Konsumenten und somit Erhöhung der Absatzchancen
- Einblicke in aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich der Kundenentwicklung und -bindung

## Seminarablauf:

### Einführung: Die Rolle und Bedeutung des Vertriebs für den unternehmerischen Erfolg

- Unternehmens- und Vertriebsstrategie
- Ausgangssituation für strategische Vertriebsplanung: Ein Status Quo
- Werteorientiertes Vertriebsmanagement

### Zielformulierung und -messung: Die Werthaltungen von Management, Share- und Stakeholdern sowie ihre Messbarkeit

- Zielarten und Zielbeziehungen
- Grundsätze zur Formulierung von Zielen
- Messung von Zielen mit quantitativen und qualitativen Kennziffern

### Strategische Grundausrichtung des Vertriebs: Konsumenten- und Kundenbedürfnisse, Marktauswahl und -segmentierung

- Produkt- versus marktorientierte Vertriebsführung
- Kernelemente der Markt- und Kundenorientierung
- Marktauswahl und -segmentierung als Grundlage strategischer Vertriebsplanung: Methoden und Instrumente

### Strategische Planung von Produkt- und Serviceleistungsprogrammen

- Planungsansätze: Top-Down, Bottom-Up, Gegenstromprinzip
- Planungsprozess: Zeitlicher, organisatorischer und kommunikativer Ablauf

- Planungsrahmenbedingungen: Produkt- und Kundenlebenszyklus, Profitabilität von Produkten, Services, Kunden und Mitarbeitern
- Planungsinhalte: Leistungsgrößen von Produkten und Dienstleistungen, Kunden, Mitarbeitern
- Planungsinstrumente: Von der Hand bis zum System
- Planungsspielräume: Qualifizierung des Potentials von bestehenden, neuen und zukünftigen Leistungen und Kunden

## Operative Umsetzung und Steuerung

- Leistungsanalyse: Produkte, Personen, Prozesse, Profitabilität
- Exkurs Kundenbindung und -entwicklung durch Customer Relationship Management: Grundlagen, Trends, Ausblick

## Ihr Seminarleiter:

**Professor Dr. Kai Alexander Saldsieder** ist Experte für Marketing und Vertrieb für die Konsumgüterindustrie und Medienwirtschaft. Er ist Professor an der Hochschule Pforzheim sowie Lehrbeauftragter an der ESB Reutlingen. Zuvor war er Offizier der Bundeswehr, anschließend arbeitete Professor Saldsieder in verschiedenen Funktionen im Vertrieb für US-amerikanische Konsumgüterunternehmen (Procter & Gamble, MGM, Hasbro), unter anderem als Key Account Manager, Head of Key Account sowie Director Sales und Trade Marketing. Zuletzt begleitete er als Interimsgeschäftsführer den Turnaround eines mittelständischen Health-Care Unternehmens.

Termin	22.10.2012	Heidelberg
Seminar-Nr.	D 824	



*Ihr Seminarleiter:*

**Prof. Dr. Kai Alexander Saldsieder, M.B.A. (HMC)**

*Experte für Marketing und Vertrieb,  
Professor für Allgemeine und Internationale BWL,  
Hochschule Pforzheim*

# Der professionelle Business Plan

So gestalten Sie Business Pläne, die interne und externe Geschäftspartner überzeugen!

## Zum Inhalt:

Stellen Sie Innovationen und Geschäftsfeldentwicklungen auf eine solide Planungsbasis! Erfahren Sie, wie Sie praxisgerecht die einzelnen Bausteine der Planung für einen Business Case verknüpfen und mit geeigneten Kennzahlen miteinander verzahnen. Lernen Sie Methoden kennen, mit welchen Sie zielorientiert planen und wie Sie die relevante Datenbasis sich erarbeiten. Anhand einer Fallstudie lernen Sie, wie man einen Business Plan schnell und erfolgreich erstellt. Sie erhalten mit dem Zehn Stufen Modell einen Praxisleitfaden und erfahren, wie Sie Ihren eigenen Business Plan für neue Geschäftsfelder erstellen.

## Ihr Nutzen:

- Der Business Plan von A-Z!
- Wie sichere ich eine erfolgreiche Umsetzung?
- Wie erfülle ich die Anforderungen interner und externer Empfänger?

## Seminarablauf:

### Die Elemente eines guten Business Planes

- Executive Summary – das Wesentliche auf wenigen Seiten
- Produkt/Service – was haben Sie zu bieten?
- Markt und Wettbewerb – an wen wollen Sie verkaufen? Welches sind die Zielgruppen?
- Marketing und Vertrieb – wie machen Sie Ihr Unternehmen und Ihre Leistungen bekannt und welchen Kanal wollen Sie nutzen?
- Produktion, Personal und Beschaffung – was ist Ihre Wertschöpfung, welche Rolle spielen die Lieferanten?
- Finanz- und Kostenplanung – wie sieht das Geschäftsmodell in Kosten und Cash Flow aus?
- Organisation und Führung – Ihre Strukturen und die Rolle der Führungsmannschaft?

### Die strategischen Erfolgsfaktoren

#### Kernkompetenzen und Kernprozesse

#### Erfolgspotentiale

- Ermittlung und Messung?

#### Vision und Leitbild

- Leitbild und Leitbildplanung

#### Vorsteuergrößen in der Planung

#### Intensität der Rivalität

- Verhandlungsstärke der Lieferanten und der Abnehmer
- Bedrohung durch neue bzw. Ersatz-Produkte

#### Strategisches Bilanzieren

#### Portfolios und Normstrategien

- Technologie Portfolio
- Netto Cash Flow Portfolio
- Mitarbeiter Portfolio

#### Die Dimensionen der Kostenplanung

#### Die Dimensionen der Leistungsplanung

## Die Umsetzung von Plänen in Budgets

### Die Finanzplanung

- Von der operativen Liquiditätsplanung zur strategischen Cash Flow Planung

### Die Integration der Ergebnis-, Bilanz-, G+V Planung

### Aktives Bilanzmanagement und Unternehmensrating

### Leitfaden zum Aufbau des eigenen Business Planes

### Präsentation eines Business Planes

## Ihre Seminarleiter:

**Prof. Dr. Claus W. Gerberich**, verfügt über eine 25jährige Führungserfahrung in der Industrie unter anderem bei der SCA AG, München als Direktor des Konzernbereichs Planung und Controlling, bei der Schölller Mövenpick GmbH als Geschäftsführer, der ADIDAS AG als Mitglied des Vorstandes, der STAFF/Zumtobel Leuchten GmbH als Vorsitzender der Geschäftsleitung.

**Erdogan Akin** hat Controlling, Management und Information studiert. Er verfügt über fundierte Praxiserfahrungen in internationalen produzierenden Unternehmen der Reifen- und Automobilindustrie. Erdogan Akin ist Berater bei der Firma Gerberich Consulting AG in Ennetbürgen, Schweiz.

Termin	15.11.2012	Heidelberg
Seminar-Nr.	D 825	

## Teilnehmerstimmen zu den BDM-Seminaren:

„Es wurden systematisch, klar strukturierte Ansätze für die tägliche Arbeit präsentiert!“

Oliver Dörre,  
Frequentis Nachrichtentechnik

„Ich habe einen guten Überblick über die Methode des BDM erhalten.“

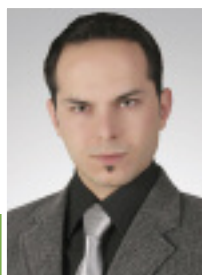
Wolfgang Schweiker,  
Corning Cable Systems GmbH & Co. KG

„Es wurden viele Praxisbeispiele behandelt.“

Oliver Lambert, BD Engineer  
Titech GmbH



Ihre Seminarleiter:  
**Prof. Dr. Claus W. Gerberich**  
Inhaber,  
Gerberich Consulting AG



**Erdogan Akin**  
Consultant,  
Gerberich Consulting AG  
Trainereinsatz im Wechsel

ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. · Postfach 10 11 08 · 69001 Heidelberg

**Anmeldung**

Beate Zipfel  
 Telefon: 06221 988-611  
 E-Mail: zipfel@asb-hd.de  
 Internet: www.asb-hd.de

**Kenn-Nr.: WEB**

**Persönliche Beratung**

Bert Passek  
 Telefon: 06221 988-690  
 E-Mail: passek@asb-hd.de

**Adressänderung**

E-Mail: info@asb-hd.de

**Anmeldung:** Bitte senden Sie dieses Anmeldeformular an folgende Fax-Nr.: 06221 988-612

**Anmeldung zu folgendem Seminar(en)**

<b>Titel:</b>	<b>Datum:</b>
<b>Titel:</b>	<b>Datum:</b>
<b>Titel:</b>	<b>Datum:</b>
<b>Titel:</b>	<b>Datum:</b>
<b>Titel:</b>	<b>Datum:</b>

**Gebühren**

einschließlich Seminarunterlagen, Pausengetränken, Teilnahmezertifikat und Mittagessen.  
 Gebühren nach § 4 Nr. 22a UStG von der Umsatzsteuer befreit.

<b>Teilnehmer/-in</b>
Position/Abteilung
E-Mail

<b>Firma</b>	
Ansprechpartner für Rückfragen	
Anschrift	
Telefon	Fax

**Anmeldebestätigung erbeten an** /  **Rechnung erbeten an**

Name
Abteilung
E-Mail

**Teilnahmegebühren**

	Gebühr	ASB-Mitglieder
Eintägiges Seminar	€ 990,-	€ 890,-
Zweitägiges Seminar	€ 1.590,-	€ 1.490,-
Dreitägiges Seminar	€ 1.990,-	€ 1.810,-

Für Mitglieder des ASB gelten die jeweils entsprechend angegebenen ermäßigten Gebühren. Die Gebühren beinhalten: Schulungsunterlagen, Teilnahmezertifikat, Mittagessen und Tagungsgetränke sowie erforderliche Gesetzestexte, sofern in der Seminarbeschreibung nicht anders dargestellt.

Da die ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. ein gemeinnütziger Verein ist, sind die in Rechnung gestellten Gebühren umsatzsteuerbefreit gemäß § 4 Nr. 22 a UStG.

**Ihre Vorteilspreise bei Kombinationsbuchung der Seminare zum „Business Development Manager der ASB e.V. mit EUMU und IBD“**

Wenn Sie das Gesamtpaket buchen, beträgt der Vorteilspreis € 3.990,- (ASB-Mitglieder € 3.610,-).  
 Sie sparen € 580,-.

Bei Buchung des Pflichtmoduls zusammen mit einem zweitägigen Aufbau-Modul beträgt der Vorteilspreis € 3.190,- (ASB-Mitglieder € 2.910,-).  
 Sie sparen € 390,-.

**Sonderkonditionen**

Der dritte und jeder weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen, der sich zum selben Seminar und Termin anmeldet, erhält einen Rabatt von 20%.

**Datenschutzhinweis**

Mit der Nennung meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, über dieses Medium Informationen der ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. zu erhalten. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit gegenüber der ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V., Postfach 10 11 08, 69001 Heidelberg, Tel. 06221 988-8 widersprechen. (§ 28 VI BDSG)

**Mit der Deutschen Bahn** ab € 99,- nach Heidelberg (inkl. Hin- und Rückfahrt).

Infos unter: www.asb-hd.de/bahn

**ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V.**

Postfach 10 11 08, 69001 Heidelberg  
 Internet: www.asb-hd.de  
 E-Mail: info@asb-hd.de



Alle unsere Veranstaltungen erfüllen die besonderen Qualitätskriterien des Wuppertaler Kreises e.V.

Datum	Unterschrift
-------	--------------

Mit der Anmeldung werden die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. anerkannt.