

Frühbucher-Bonus bis 29. Juni 2018
TWO for ONE – für einen zahlen, zu zweit teilnehmen!

Einladung zum
IC Sonnenschutz Forum DACH
+ Marktdaten + Marketing- + Vertriebsstrategien +

05. September 2018

09:00 - 17:00 Uhr
(inkl. Verpflegung, Menü + Unterlagen)

Hotel IMPERIAL

Kärntner Ring 16
1015 Wien, Österreich

Anmeldung

Veranstalter: Interconnection Consulting:
Europas führendes Marktforschungsinstitut für Sonnenschutz Produkte

*

Referenten

- Dr. Frederik Lehner • Geschäftsführer / Expertise: Marktforschung + Marketingstrategie
Mag. Ernst Rumpeltes • Marktanalyst / Expertise: Bauprognosen + Internationalisierung
Dr. Stefano Armandi • Marktanalyst / Expertise: Sonnenschutz Produkte + Market Intelligence
Mag. Raphael Amschl • Senior Consultant / Expertise: Digital E-Commerce bei Bauelementen
Ing. Peter Berger, BA, CMC • Senior Consultant / Expertise: Sales Excellence

*

Zielgruppe: Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter von Unternehmen der Branchen,
sowie von Unternehmen verwandter Branchen

Konferenzsprache: Deutsch (Simultanübersetzung auf Englisch ab der 2. verbindlichen Anmeldung)

Anmeldung

Für nähere Informationen und Rückfragen
kontaktieren Sie bitte:
Frau Dominika Niton
Tel +43 1 585 4623 35
Fax +43 1 585 4623 30
info@interconnectionconsulting.com

Einladung zum IC Sonnenschutz Forum DACH

+ Marktdaten + Marketing- + Vertriebsstrategien +

Unser ganztägiges IC Marketing Forum präsentiert breitgefächerte Informationen und Analysen zu den Märkten für innen- und außenliegende Sonnenschutz Produkte in der DACH-Region mit Fokus auf Deutschland und Österreich und mit Blick auf die wichtigsten Entwicklungen in Europas TOP Ländern. Wir betrachten die Marktentwicklung und analysieren die marktbeeinflussenden Faktoren hinsichtlich der allgemeinen Wirtschaftslage und der Bauwirtschaft. Es erwarten Sie ein Vortrag zu den Trends des Marktes, sowie ein Gesamtüberblick über die einzelnen Märkte, inklusive der Marktgrößen und der Durchschnittspreise. Außerdem präsentieren wir Benchmarks zu den Produktgruppen, Materialien und Kundensegmenten. Neben den Markt-vorträgen am Vormittag erwarten Sie nachmittags Vorträge aus dem Bereich der Marketing- und Vertriebsoptimierung, inklusive Diskussionsrunden zur aktiven Einbindung der Teilnehmer:

- Aktuelle Zahlen, Daten und Fakten sowie Prognosen und Analysen:
 - zum Sonnenschutz-Markt in DACH und mit Blick auf Europas TOP Märkte
 - nach Produktgruppen, außenliegend: **Markisen, Raffstoren und Rollläden**
 - nach Produktgruppen, innenliegend: **Jalousien, Vertikaljalousien und Rollos**
 - nach Materialien: PVC, Aluminium, Textil, Sonstiges
 - mit Benchmarks zu: Durchschnittspreisen, Materialien und Wachstumsraten
 - zum Markt-Umfeld: Wirtschaftsentwicklung, Fenster-Markt + Bauwirtschaft in DACH
- Die Trends am Markt für außenliegenden Sonnenschutz
- Erfolgsfaktor Partnermanagement: Mit den Vertriebspartnern erfolgreich wachsen
- Mit der Homepage zur Lead-Generierung: Leads für Online & Offline Geschäfte
- SALES Excellence Programm zur Ertragssicherung

IC Sonnenschutz Forum DACH

am 05. September 2018 von 09:00 – 17:00 Uhr

Hotel IMPERIAL, Kärntner Ring 16, 1015 Wien, Österreich *

Konferenzsprache: Deutsch (bedarfswise Simultanübersetzung auf Englisch)

PREIS € 890.-

Frühbucher-Bonus:

Bis einschließlich 29. Juni 2018 gilt unsere Frühbucher-Aktion „TWO for ONE - für einen zahlen, zu zweit teilnehmen“. Jene ist gültig für Teilnehmer desselben Unternehmens.

Wir ersuchen um frühzeitige Anmeldung [via Online-Formular](#). Für Rückfragen stehen wir jederzeit zur Verfügung!

Dr. Frederik Lehner,
Geschäftsführer, Interconnection Consulting
Tel: + 43 1 585 4623-0
Fax: + 43 1 585 4623-30
event@interconnectionconsulting.com

* Aus technischen Gründen behalten wir uns eine Änderung des Veranstaltungsorts innerhalb Wiens vor.

1. Der Markt für innen- + außenliegenden Sonnenschutz in DACH

Das Wachstum am Markt für außenliegende Sonnenschutz-Produkte hält weiter an! Der Rollläden-Markt konnte innerhalb Europas TOP-Ländern auch 2017 weiter zulegen, bis 2020 wird ein durchschnittliches jährliches Wachstum in Menge von 1,8% prognostiziert, der Gesamtmarkt für Markisen erzielte 2017 ein wertmäßiges Plus von 6,3% und auch hier wird bis 2020 mit einem anhaltenden Wachstum gerechnet. Ebenso verbuchte der Markt für Raffstoren 2017 ein Wachstum von 6,8% und bis 2020 wird ein durchschnittliches Plus von 5,0% pro Jahr erwartet.

Besonders in Deutschland profitiert der Raffstoren-Markt von Baufertigstellungen und dem wachsenden Anteil von neuen Fenstern, die mit Jalousien eingebaut werden. Motorisierte Produkte werden verstärkt abgesetzt, wobei Aluminium mit rund 93,8% das am stärksten nachgefragte Material darstellt, die Preise gemessen in Euro sind wiederum in der Schweiz am höchsten. In der Gruppe der Rollläden dominieren Fertigrollläden, wobei jene in Österreich und der Schweiz mit einem Anteil von rund 70% am stärksten nachgefragt werden. Innerhalb dieser Produktgruppe weist Aluminium die höchste Marktkonzentration auf und im Bereich der Markisen sind motorisierte ZIP-Screens europaweit auf dem Vormarsch. In Österreich konnte der Markt für Rollläden 2017 mengenmäßig um 2,6% wachsen, in der Schweiz um 3,9%. Der Markt für Markisen profitierte von der gestiegenen Renovierungstätigkeit im privaten Sektor. Rollläden verloren zugunsten ZIP-Screens und Raffstoren etwas an Marktanteilen, bleiben aber auch 2017 die größte Produktgruppe.

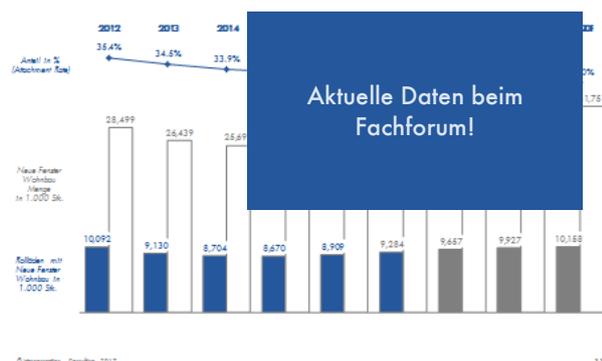
Der Vortrag beleuchtet den Markt für Sonnenschutz-Produkte nach Kategorien in der DACH-Region mit einem Blick auf Europas TOP Märkte und mit Fokus auf die Länder Deutschland und Österreich. Er bedient sich dabei aktueller Prognosen und Zahlen aus den gegenwärtigen [IC Marktstudien](#).

Inhalt des Vortrags*:

- Aktuelle Prognosen zur Entwicklung der einzelnen Märkte in DACH + Europas TOP Märkten bis 2020
- nach Produktgruppen, außenliegend: **Markisen, Raffstoren und Rollläden**
- nach Produktgruppen, innenliegend: **Jalousien, Vertikaljalousien und Rollos**
- Analysen der einzelnen Materialgruppen
- Benchmarks zu Durchschnittspreisen, Materialanteilen und Wachstumsraten

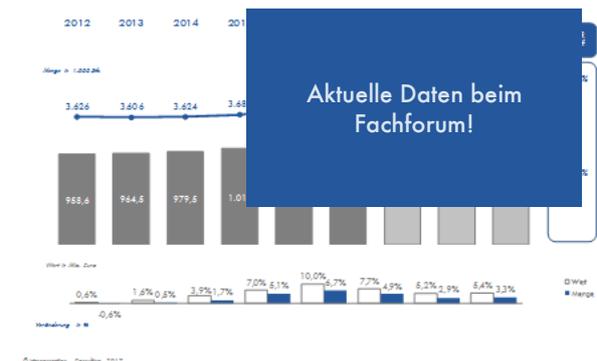
Anteil Neuer Fenster (Wohnbau) mit Rollläden steigt auf 32,0% in 2020

Rollläden Gesamt: Marktentwicklung Neue Fenster=Rollläden Wohnbau 2012-2020f, Menge in 1.000 Stk., Anteil in %



4 Mio. Grenze überschritten in 2017, Wachstum setzt sich weiter fort

Raffstoren: Marktentwicklung 2012-2020f, Menge in 1.000 Stk., Wert in Mio. Euro



Ihr Nutzen:

- Fakten und Benchmarks für Ihre Planung und Vertriebssteuerung
- Die Daten geben Ihnen Aufschluss über Ihren Marktanteil und das Marktpotenzial in den verschiedenen Segmenten
- Wir zeigen auf, wo in Zukunft Wachstum generiert wird

Diskussionsrunde: Wie stark spürbar ist die Abhängigkeit vom Bausektor?

* Der Vortrag basiert auf Auszügen aus der aktuellen IC Marktstudie, kann die Studie selbst aber nicht ersetzen!

2. Marktumfeld: Fenstermarkt, Wirtschafts- + Bauentwicklung in DACH

Die Marktentwicklung für Sonnenschutzelemente ist getrieben von der baukonjunkturellen Lage, der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung, aktuellen politischen Tendenzen und den gegenwärtigen Entwicklungen am Fenstermarkt. Europas Bauwirtschaft verzeichnete mit 2017 erstmals wieder deutlich positive Zahlen. Neben dem Wohnbau konnte 2017 auch der Objektbau wieder wachsen. Der Markt für Sonnenschutz-Produkte profitierte von den gestiegenen Baufertigstellungen in deutlichem Ausmaß.

In Deutschland wurde die Neubautätigkeit am Sektor Wohnbau ab 2015 durch die Flüchtlingskrise vorangetrieben, aber der Wohnbau konnte 2017 in ganz Europa nachhaltig wachsen. Vor allem der Sektor Neubau wird durch den steigenden Wohnraumbedarf in den Ballungszentren vorangetrieben. Das Wachstum kommt dem Markt für Fenster und somit auch jenem für Sonnenschutz-Produkte ebenso zugute, wie das durchschnittlich stabile BIP-Wachstum und die weiterhin steigenden Durchschnittspreise. Insbesondere der Markt für Raffstoren profitiert von der voranschreitenden Neubautätigkeit und den damit einhergehenden positiven Entwicklungen am Fenstermarkt. Der Markt für Markisen profitierte von der gestiegenen Renovierungstätigkeit im privaten Sektor. Rollläden verloren zugunsten der Markisen etwas an Marktanteilen, bleiben aber auch 2017 die stärkste Produktgruppe.

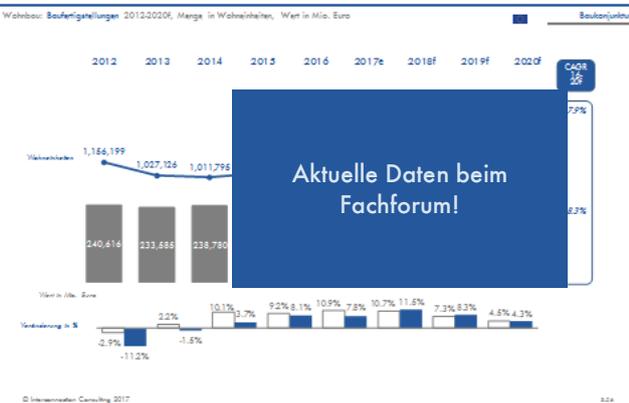
Der Vortrag beleuchtet die wichtigsten mikro- und makroökonomischen Kategorien aus dem Marktumfeld (Wirtschaftsentwicklung, Beschäftigtenzahlen, BIPs) sowie die Baukonjunktur und den Fenstermarkt in der DACH-Region und im Vergleich zu Europas TOP Märkten auf Basis des aktuellen IC-Building Forecasts und den aktuellen IC Fenster Studien.

Inhalt des Vortrags:

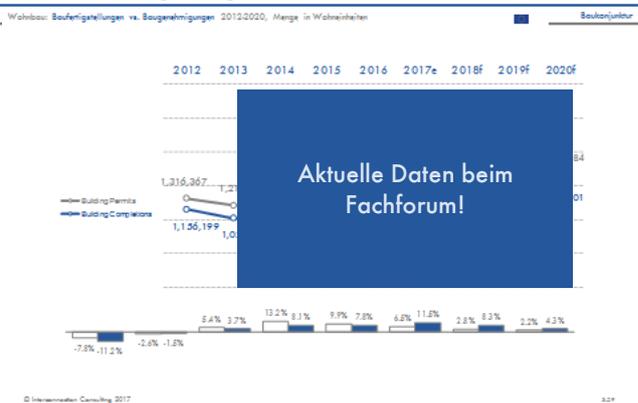
- Entwicklung des Wohnbaus in der DACH-Region und Europas TOP Ländern bis 2020
- ... und dessen Einfluss auf die jeweiligen Produktgruppen
- Analyse sonstiger Marktreiber: Fenstermarkt, allgemeine Wirtschaftsentwicklung
- Analyse nach Segmenten: Wohnbau/Objektbau, Renovierung/Neubau
- Benchmark-Vergleich der untersuchten Länder
- Szenarien 2030

Kräftiges Wachstum im Wohnbau setzt sich auch 2018 fort ...

Wohnbau: Baufertigstellungen 2012-2020f, Menge in Wohneinheiten, Wert in Milia. Euro



11,5% mehr Fertigstellungen im Wohnbau im Jahr 2017



Ihr Nutzen:

- Daten, Fakten und Benchmarks für Ihre Planung und Vertriebssteuerung
- Analyse der Wachstumspotenziale in unterschiedlichen Ländern und Segmenten
- Sie erkennen die Treiber des Marktes und können sich frühzeitig auf Umbrüche umstellen
- Die Analyse der Wachstumstreiber gibt Ihnen ein „Gespür“ für die weitere Entwicklung und Sicherheit in der Einschätzung von Änderungen

Diskussionsrunde:

- Renovierungstätigkeit versus Neubau: welcher Sektor spielt dem Sonnenschutz-Markt stärker in die Hände?
- Privatkunde versus Großunternehmen: welche Zielgruppe ist vorherrschend?

3. Die TOP Trends am Sonnenschutz-Markt

Der Vortrag präsentiert die neuesten Trends am Markt für außenliegenden Sonnenschutz mit Fokus auf die DACH Region. Rollläden beanspruchen auch 2017 den größten Marktanteil in der Region, allerdings mussten sie geringfügige Einbußen zugunsten von Markisen hinnehmen. Die am stärksten wachsende Produktgruppe stellen die textilen ZIP Screens dar, sie unterliefen zuletzt eine stärkere Marktentwicklung von Rollläden. Sie sind lichtdurchlässig, besonders wind- und wetterfest, erlauben ein natürliches Raumklima und flexible Gestaltung aus architektonischer Perspektive.

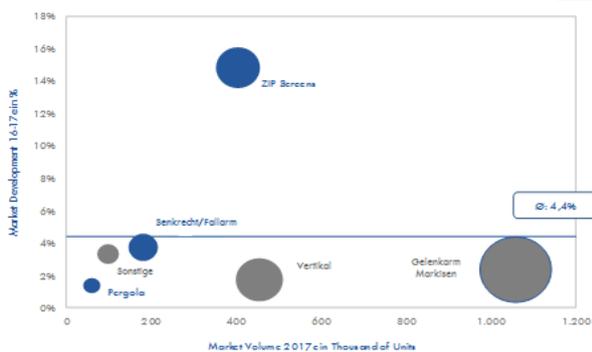
Ein weiterer Trend, der sämtliche Produktgruppen betrifft, liegt in der Motorisierung von außenliegenden Sonnenschutzelementen. Bei Raffstoren etwa stieg die Motorisierung auf über 80%, bei Rollläden auf über 50%, manuelle Rollläden verzeichnen folgeweise weiter Rückgänge und die Preise profitieren von der steigenden Motorisierung, wie die Durchschnittspreise im zuletzt im Allgemeinen anstiegen. Im Bereich Outdoor Living werden bioklimatische Pergolen verstärkt nachgefragt, dieser Trend geht zu Lasten von herkömmlichen Pergolen. Außerdem sind Lamellendächer im Bereich der Terrassendächer klar auf dem Vormarsch.

Inhalt des Vortrags:

- Aktuelle Trends am Markt für Sonnenschutzelemente
- Wachstum im Bereich der motorisierten Elemente
- ZIP Screens weiterhin mit stärkstem Wachstum
- Outdoor Living: Bioklimatische Pergolen + Lamellendächer

Zip-Screens performen überdurchschnittlich, kein Wachstum bei Pergolas

Europa TOP7: IC Dynamic Portfolio, Produkt Anteile in Wert 2017 und Entwicklung 2016-2017e

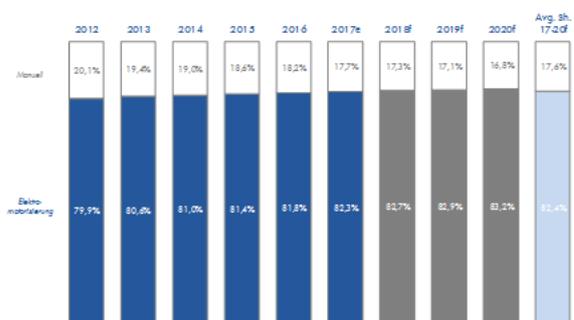


© Interconnection Consulting



... die Motorisierung steigt 2017 auf 82,3%

Raffstoren: Motorisierung 2012-2020f nach Motorisierung, Menge in %



© Interconnection Consulting 2017

2/42

Ihr Nutzen:

- Input für neue Positionierungsstrategien
- Sie sehen wo in Zukunft Wachstum generiert wird
- Sie erkennen die Trends am Markt und die Wachstumspotentiale der Zukunft

Diskussionsrunde:

- Wie werden neue Geschäftsmodelle die Branche verändern? + Welche neue Zielgruppe bringt Umsatz?

4. Erfolgsfaktor Partnermanagement: Mit den Vertriebspartnern erfolgreich wachsen!

Der Vortrag beleuchtet die wichtigsten Punkte im Bereich des Partnerings am Markt für **Sonnenschutz Produkte**. Wir betrachten die Rollen der einzelnen Beteiligten im Vertriebskreislauf und präsentieren Konzepte, um mit Vertriebspartnern gemeinsam zu wachsen. Darüber hinaus betrachten wir, wer in die Entscheidungsprozesse hinsichtlich der Marke, des Verkaufs und der Vermarktung eingebunden ist und inwiefern die Kenntnisse dieser Entscheidungswege zum Erfolg beitragen.

Ein erfolgreiches Partnering schließt mehrere Ebenen mit ein: beginnend bei der Partnerselektion, über Digitale Partnerschaften und Bindungsstrategien bis zu einer eigenen Vertriebsakademie. Wir präsentieren Aufbau, Struktur und Vorteile einer eigenen Vertriebsakademie und analysieren das Partnermanagement 2.0 unter Berücksichtigung einer Kombination von Lead Management und Online Lead Management.

In einem weiteren Schritt analysieren wir nicht zuletzt die Zusammenhänge von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung und stellen unterschiedliche Merkmale vor, mit Hilfe derer Kundenerwartungen besser eingeschätzt werden können.

Inhalt des Vortrags:

- Entscheidungsprozesse, Kaufkriterien + Markenbotschafter im Kreislauf der Partnerschaften
- Partner-Portfolio-Management: Digitaler Partner + eigene Vertriebsakademie + Bindungsstrategien
- Kundenzufriedenheit + Kundenbindung über Begeisterungsmerkmale
- Strategien und Vorteile einer eigenen Vertriebsakademie
- Lead Management + Online Lead Management



Ihr Nutzen:

- Input für ein optimiertes Partnermanagement
- Potentiale eine bessere Kundenbindung
- Input für eine eigene Vertriebsakademie

Diskussionsrunde:

- Welche Begeisterungsmerkmale zeichnen Ihr Produkt / Unternehmen aus?

5. Mit der Homepage zur Lead-Generierung: Leads für Online & Offline Geschäfte!

Google dient quer durch die Branchen zu nahezu 100% als erste Informationsquelle für Endkunden. Im B2B-Segment wenden sich Entscheider zunehmend ebenso an ‚Google‘, bevor ein Unternehmen online oder offline kontaktiert wird. Den heute gängigen Komfort aus den B2C-Märkten (von der Homepage, über den Rückrufservice, oder Anfragetools) schätzen Entscheider ebenso im B2B Umfeld. Mit der richtigen Nutzung des Websiteanalysetools von Google lassen sich zudem äußerst wertvolle Informationen, die ein potenzieller Kunde bei seiner Suche preisgibt, als Basis für die Strategie zur Lead Generierung heranziehen.

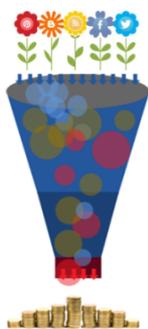
Der Vortrag zeigt Konzepte und Techniken, um über diverse Google Tools qualifizierte Leads für Ihr Unternehmen zu generieren und in weiterer Folge den Absatz zu erhöhen. Die strategische, inhaltliche und technische Ausrichtung der Homepage spielt dabei eine ebenso wichtige Rolle, wie die Suchmaschinenoptimierung und die nötige Präsenz der speziell für den Markt von **Sonnenschutzelementen** wichtigen Google Tools. Besondere Würze erhält dieser Vortrag von Raphael Amschl dadurch, dass er interaktiv auf die teilnehmenden Unternehmen eingeht.

Inhalt des Vortrags:

- Google Innovationen 2017 – Wie nützt man als Unternehmen das große Google Potenzial zur Lead Generierung?
- Suchmaschinenoptimierung – Mehr Präsenz durch eine ausgeklügelte Homepagestrategie, gepaart mit einer seo-optimierten inhaltlichen und technischen Umsetzung!
- Zielgruppenspezifische Online Lead Generation Kampagnen mit dem richtigen Mix aus Inhalten und Google Tools!
- Vernetzung von Google Tools – Wie schaffe ich es einen Lead über mehrere Kanäle an mich zu binden?
- Best Practice, ‚Dos and Don‘ts‘ der Top Player

1. Online Lead Generation Projekte – Wozu brauche ich eine Strategie?

Online Lead Generation Prozess Perspektiven: Einfach ist anders!



Prozess	Kompetenz	Content	Tools

6. Umsatzmotor Webseite! Der Motor darf nicht ins Stocken geraten!

Umsatzmotor Internet: Alle Wege führen zur eigenen Webseite



Ihr Nutzen:

- Sofort Umsetzbarer Input für die Generierung von Leads über die Webseite
- Bestehende Lead Generation Kampagnen optimieren
- Erhöhung der Präsenz bei für Ihre Zielgruppe wichtigen Google Tools
- Neue Lead Quellen für mehr Geschäftsmöglichkeiten

Diskussionsrunde:

- Umsatzmotor Internet: Anspruch und Wirklichkeit
- Wie generiere ich qualifizierte Leads?

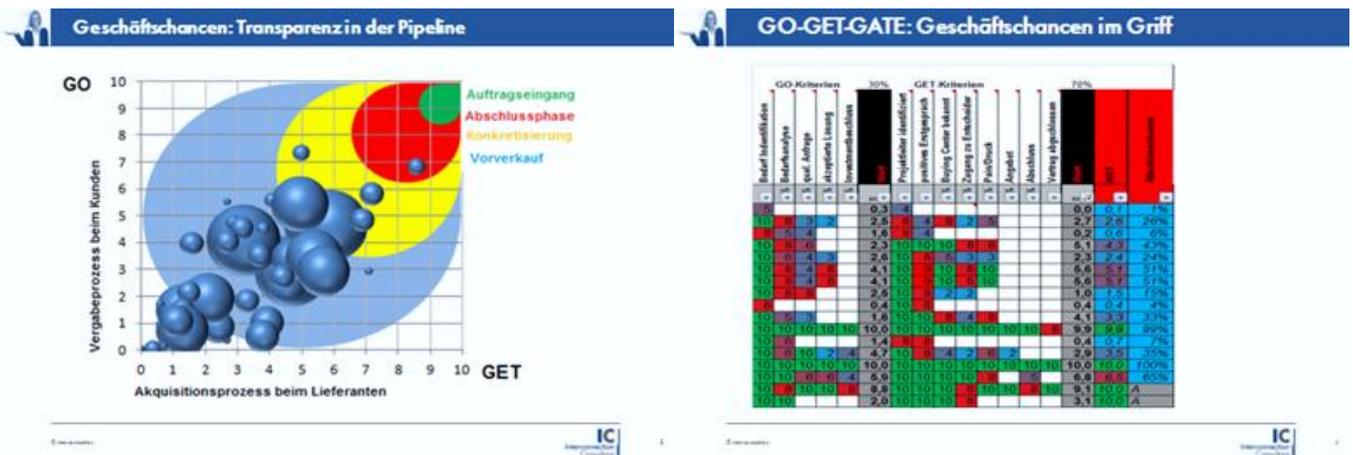
6. SALES Excellence Programm zu Ertragsicherung

SALES-Excellence ist ein Managementzugang für mehr Effektivität und Effizienz im Vertrieb. Viele Unternehmen steuern über Effizienzprogramme in der Fertigung und Beschaffung das Geschäftsergebnis. Da in diesen Bereich aber die Effizienzpotentiale Großteils gehoben wurden, liegt es zunehmend am Vertrieb, den Ergebnisbeitrag zu sichern. Aufträge sollten mit der richtigen Struktur, den richtigen Konditionen zum richtigen Zeitpunkt gesteuert werden. Wäre da nicht der Kunde, der den Bemühungen des Vertriebs nicht in dem gewünschten Ausmaß folgt, wäre die Vertriebsaufgabe einfacher zu lösen. Das enthebt Vertriebsleiter aber nicht der Verantwortung, zu steuern, was steuerbar ist!

Der Vortrag zeigt die Ableitung der Führungsaufgaben ausgehend von einem Ertragsoptimierungs-Ansatz (GOLDmine) und illustriert, wie über eine aktive Steuerung der LEAD-Pipeline Einfluss auf die Steuerung der Vertriebsleistung genommen werden kann.

Inhalt des Vortrags:

- GOLDMine: Das Ertragsstruktur-Modell: Ertragsstrukturen erkenne, Hebel zur Ertragsoptimierung identifizieren, Vorgaben für die Vertriebssteuerung optimieren
- LEAD Management: Absatzchancen bewerten, Vertriebsprozesse strukturieren, Abschlusschancen ren, Pipeline füllen
- Change Management im Vertrieb: Strategie als Handlungsrahmen, Goldmine als fundierte Basis, LEAD Management als Steuerungsinstrumente, Prozesse um nachhaltig Verhalten zu verändern



Ihr Nutzen:

- Erkennen Sie, welche Kunden Ressourcen und Deckungsbeiträge vernichten
- Definieren Sie die Hebel, die Ertragsverbesserungen vertriebsseitig beeinflussen
- Schaffen Sie Transparenz in Ihrer LEAD-Pipeline
- Steuern Sie Ihren Vertrieb in Richtung Ertragsoptimierung

Diskussionsrunde:

- Welchen Anteil hat Ihre Vertriebsorganisation am Unternehmenserfolg?
- Welche Chance geben Sie SALES Excellence Programmen in Ihrem Haus?

Referenten + Referenzen

Dr. Frederik Lehner / Geschäftsführer

1998 Gründung der IC Consulting GmbH in Wien, ein Jahr später Aufbau des Büros in Buenos Aires. Seit 1999 geschäftsführender Gesellschafter von Interconnection Consulting mit Sitz in Wien, Lviv, Bratislava, Oberstdorf und Mexiko City. Interconnection Consulting ist spezialisiert auf die Bereiche Internationale Marktforschung und Marketingberatung und zählt über 1.000 Unternehmen zu ihren Kunden. Frederik Lehner verfügt über langjährige Beratungs- und Vortragserfahrung in den Bereichen entscheidungsorientierte Marktforschung, Marketing, Preismanagement, Internationalisierung, Vertriebs- und Innovationsmanagement und CRM. Durch über 200 jährliche Marktstudien in 30 unterschiedlichen Branchen kann Dr. Frederik Lehner auf ein umfassendes und breit gefächertes Branchen-Know-How sowohl im Consumer als auch im B2B-Bereich zurückgreifen.

Mag. Ernst Rumpeltes / Senior Consultant + Marktanalyst

Seit 2010 bei Interconnection Consulting für die Erstellung von Studien und Beratungsprojekte innerhalb der Baubranche zuständig. Mag. Ernst Rumpeltes ist Experte im Bereich Market Intelligence. Absolvierte an der Wirtschaftsuniversität Wien das Studium Betriebswirtschaftslehre.

Dr. Stefano Armandi / Senior Consultant + Marktanalyst

Stefano Armandi studierte Volkswirtschaft an der Universität Rom und promovierte in Politikwissenschaft an der Universität Mailand. Seit 2013 ist er bei Interconnection Consulting für die Erstellung von Studien und Beratungsprojekten ua. für Baby-Produkte und hierin für Kinderwagen und -sitze zuständig. Er ist Experte im Bereich Market Intelligence und Internationale Volkswirtschaft. Stefano Armandi arbeitete zuvor unter anderem für das Rechenzentrum CASPUR in Rom und unterrichtete an der International University Vienna.

Mag. Raphael Amschl / Senior Consultant

Seit 2008 als Consultant für die Bereiche E-Commerce und Online-Marketing bei Interconnection Consulting beschäftigt. 2010 Gründung von Webverstärker dem Kompetenzzentrum für Online-Business. Raphael Amschl hat für viele renommierte Unternehmen Online-Marketing Projekte analysiert, optimiert und umgesetzt. Vor seiner Zeit bei Interconnection Consulting war Mag. Raphael Amschl im technisch-organisatorischen Bereich bei Du Pont, sowie an der Universität Wien und an der technischen Universität Wien tätig. Absolvierte das Studium Wirtschaftsinformatik an der technischen und wirtschaftlichen Universität Wien.

Ing. Peter Berger, MA, CMC / Management Consultant

Peter Berger ist Spezialist in den Bereichen absatzorientierte Unternehmensberatung, Vertriebsprozessoptimierung, CRM/CAS-Implementierung, Strategieoptimierung und Change Management. Peter Berger hat 30 Jahre Erfahrung im internationalen Vertrieb. Als General Manager für Sales & Marketing hat er 15 Jahre lang aktiv Vertriebsorganisation geführt und als Key Account Manager sich selbst an vorderster Front mit Fragen der Optimierung von Absatzstrategien beschäftigt. Motiviert durch den Wunsch, Unternehmen sowie auch Menschen zu fördern, leitete er über 200 SALES Excellence Projekte von Konzernen bis zu KMU, verfasste ein Fachbuch zum Thema "Absatzsteuerung - techn. Vertrieb", ist Sprecher des Arbeitskreises Vertriebsberatung der Wiener Wirtschaftskammer und oft gebuchter KeyNote-Speaker zum Thema „Absatzerfolg sichern!“.

