

# SONNENSCHUTZ IN DEUTSCHLAND + EU TOP 7

 13.02.2019

 EXCELSIOR / München

## ZIELGRUPPE:

Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter von Unternehmen der Sonnenschutz-Branche, sowie deren Vertriebspartner

**ANMELDUNG**

PREIS: € 890

EARLY BIRD Special: 2for1  
2 zum Preis von 1  
bis 11. Jänner 2019

*.. von Europas führendem Marktforschungsinstitut für die Sonnenschutz Märkte!*



Dr. Frederik Lehner

Der Gründer und Geschäftsführer der IC Gruppe verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Markt-forschung, Marketing, Preismanagement und Internationalisierung



Dr. Stefano Armandi

Der studierte Volkswirtschaftler und Politikwissenschaftler ist seit 2013 bei IC als Senior Consultant und Marktanalyst für die Sonnenschutz Branche zuständig.



Mag. Raphael Amschl

Der studierte Wirtschaftsinformatiker ist seit 2008 bei IC als Consultant für die Bereiche Digitalisierung und Online-Marketing verantwortlich.

# EINLADUNG

Unser ganztägiges Marketing Forum präsentiert einen Gesamtüberblick des Deutschen Sonnenschutz Marktes, in Relation zur Entwicklung der europäischen TOP Märkte. Am Vormittag geben wir einen Überblick über die Kernergebnisse einer Vielzahl an Studien und analysieren die Marktentwicklung und die Marktpotentiale, inklusive Prognosen bis 2021 auf Basis unserer aktuellen Studien. Außerdem werden die Markttreiber (insbesondere die Bauwirtschaft), die Trends und Erfolgsfaktoren vorgestellt.

Die Marktvorträge beinhalten die Marktgrößen und Durchschnittspreise mit Blick auf die Produktgruppen, Anwendungsgebiete und Kundensegmente. Am Nachmittag erwarten Sie ausgewählte Tools für Ihre Marketing- und Vertriebsagenden, um am Markt noch erfolgreicher zu bestehen! Unsere an die Vorträge anschließenden Diskussionen geben Ihnen Raum Ihre Themen und Fragestellungen einzubringen!

## MARKTENTWICKLUNG | MARKTTREIBER | TRENDS \*

Kernergebnisse und Benchmarks des deutschen Markts im Vergleich zu den TOP 7 Märkten in Europa in den nachstehenden Kategorien:

**Außenliegender Sonnenschutz:** Rollläden | Raffstoren | Markisen | Lamellendächer

Mit Daten zum Gesamtmarkt und Highlights der Entwicklung in folgenden Untersegmenten\*:  
Produktgruppen | Geschäftssegmente | Kundensegmente | Vertriebswege | Materialien | u.a.  
Sowie Trends, Preisentwicklungen und Erfolgsfaktoren.

\* Die Vorträge basieren auf aktuellen Studien können und wollen diese aber nicht ersetzen!

## MARKETING TOOLS

Erfolgsfaktor PARTNERMANAGEMENT:

Mit den Vertriebspartnern erfolgreich wachsen!

POWER PRICING: Gewinnoptimierung durch gezielte Preispolitik

ONLINE LEAD GENERATION: Strategien für die Sonnenschutz Märkte

Ihre Ansprechpartnerin  
Mag. Dominica Niton  
+43 1 5854623-35  
info@interconnectionconsulting.com



**SONNENSCHUTZ  
IN DEUTSCHLAND**

**WANN:** 13.02.2019

**WO:** Excelsior by Geisel  
Schützenstraße 11  
80335 München

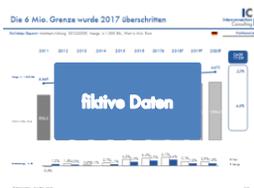
**EARLY BIRD Special:** 2for1  
2 zum Preis von 1  
bis 11. Jänner 2019

**ANMELDUNG**

# VORTRÄGE

## Der deutsche Markt für außenliegenden Sonnenschutz

Der Vortrag analysiert den deutschen Markt für außenliegenden Sonnenschutz in den Kategorien Rollläden, Raffstoren, Markisen und Lamellendächer und im Vergleich zur Entwicklung in Europas TOP 7 Märkten. Wir präsentieren Zahlen und Fakten zu den aktuellen Marktgrößen und der Marktentwicklung für die Gesamtmärkte in den verschiedenen Segmenten inklusive Wachstumsraten + Prognosen bis 2021. Der Vortrag stützt sich auf die aktuellen IC Marktstudien.



### Rollläden

- Produktgruppen: Fertigrollläden + Systemgeschäft
- Kundensegment: Wohnbau + Nicht-Wohnbau
- Materialien: PVC, Aluminium, Sonstige
- Vertriebsweg: Industrie, direkt, indirekt
- Motorisierung + Einbausysteme



### Raffstoren

- Materialien: Aluminium + Sonstige
- Kundensegment: Wohnbau + Nicht-Wohnbau
- Geschäftssegment: Neubau + Renovierung
- Vertriebsweg: Fensterhersteller, direkt, indirekt
- Motorisierung: elektrisch, manuell



### Markisen

- Produktgruppen: Gelenkarmmarkisen, Pergola-Markisen, Wintergartenmarkisen, ZIP-Screens, Senkrecht/Fallarm, Sonstige
- Vertriebsweg: direkt + indirekt
- Kundensegment: Wohnbau + Nicht-Wohnbau
- Geschäftssegment: Neubau + Renovierung
- Motorisierung



### Lamellendächer

- Produktgruppen: Alleinstehend, Nicht-Alleinstehend, Sonstige
- Kundensegmente: Wohnbau Nicht-Wohnbau
- Vertriebsweg: direkt + indirekt

## Marktumfeld: Wirtschaftsentwicklung + Baukonjunktur in Deutschland

Der Vortrag betrachtet die Entwicklungen der wichtigsten Marktreiber für den Sonnenschutz Markt: Deutschlands Wirtschaft und Bauwirtschaft. Wir analysieren den Wohnbau und Nichtwohnbaumarkt und präsentieren Benchmarks zu Baugenehmigungen und Baufertigstellungen in den Segmenten Neubau und Renovierung. Der Vortrag stützt sich auf den jährlich erscheinenden IC Building Forecast.

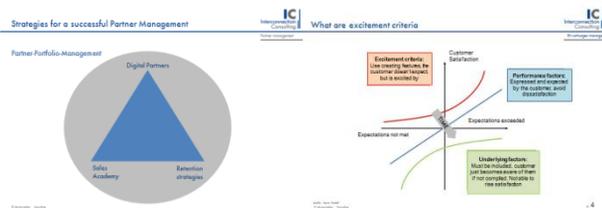


### MARKUMFELD:

- Entwicklungen im Wohnbau + Nichtwohnbau in Deutschland + EU TOP 7 bis 2021
- in den Kategorien: Neubau + Renovierung
- nach Segmenten: Gebäudetypen, Baugenehmigungen + Baufertigstellungen
- sonstige Marktreiber: Wirtschaftsentwicklung, Demographie, Migration
- inklusive Wachstumsraten + Trends

## Erfolgsfaktor PARTNERMANAGEMENT: Mit den Vertriebspartnern erfolgreich wachsen!

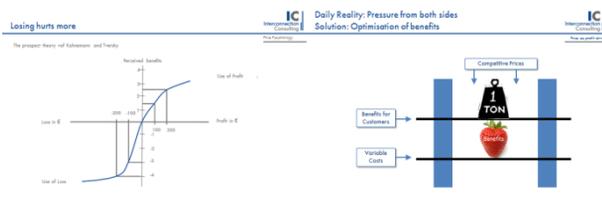
Der Vortrag beleuchtet die wichtigsten Parameter im Partnering für den Bauelementemarkt und präsentiert Konzepte, um mit Vertriebspartnern erfolgreich zu wachsen. Wir betrachten wer in die Entscheidungsprozesse (Marke, Verkauf Vermarktung) eingebunden ist und analysieren die wichtigsten Ebenen des Partnerings, von der Selektion, über Digitale Partnerschaften bis zu Bindungsstrategien. Außerdem präsentieren Aufbau, Struktur und Vorteile einer Vertriebsakademie und bewerten das Partnermanagement 2.0 unter Berücksichtigung einer Kombination von Lead Management und Online Lead Management.



- Entscheidungsprozesse, Kaufkriterien .. + Markenbotschafter
- Partner-Portfolio-Management: Digitale Partner, Bindungsstrategien
- Strategien + Vorteile einer Vertriebsakademie
- Kundenbindung über Begeisterungsmerkmale
- Lead Management + Online Lead Management

## POWER PRICING: Gewinnoptimierung durch gezielte Preispolitik

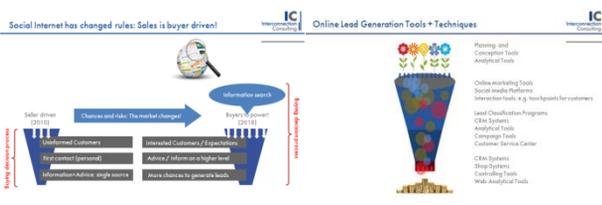
Der Vortrag betrachtet die Wirkungsweise von Preisen auf Gewinn, Märkte und Kundenpräferenz unter Berücksichtigung branchenspezifischer Besonderheiten und aktueller Trends. Wir analysieren Aspekte wie Preiskalkulation und Preiserhöhung und präsentieren Werkzeuge zur Handhabung von Preisgestaltung und Preisfestsetzung.



- das Potential marginaler Preiserhöhungen
- die zerstörerische Kraft eines Preiskriegs
- Preiselastizität im Vergleich zu Deckungsbeitrag
- die Bedeutung des Preises aus Kundensicht
- Neue Herausforderungen für das Pricing

## ONLINE LEAD GENERATION : Strategien für die Sonnenschutz Märkte

Der Vortrag präsentiert Strategien, um das Potenzial des Internets zur Kundengewinnung voll auszuschöpfen. Es werden Strategie-Konzepte und wesentliche Bausteine von der Planung bis zur Umsetzung vorgestellt, um Lead Generation Projekte in der Sonnenschutz Branche erfolgreich umzusetzen.



- Planung + Umsetzung von Lead Generation Projekten
- Strategien zur Online Kundengewinnung
- Tit for Tat als neue Internetwährung
- LG Prozesse: Definition der Kundenkommunikationskette, Schnittstellen + Kompetenzen
- Strategische Ausrichtung der Homepage
- Do's + Don'ts bei der Umsetzung von LG Projekten

## PROGRAMM

- 09.00 Vorstellungsrunde
- 09.15 Marktumfeld: Wirtschaftsentwicklung + Baukonjunktur in Deutschland
- 10.00 Vormittagskaffee
- 10.30 Der deutsche Markt für außenliegenden Sonnenschutz
- 12.00 Mittagspause
- 13.30 Erfolgsfaktor PARTNERMANAGEMENT: Mit den Vertriebspartnern erfolgreich wachsen!
- 14.30 POWER PRICING: Gewinnoptimierung durch gezielte Preispolitik
- 15.30 Nachmittagskaffee
- 16.00 ONLINE LEAD GENERATION: Strategien für die Sonnenschutz Märkte
- 17.00 Veranstaltungsende

... inklusive  
3-Gänge Menü  
Pausenverpflegung  
+ elektronische  
Unterlagen

## Kundenstimmen + Referenzen

Das offene Gespräch über viele Facetten des Vertriebs hat es mir ermöglicht, wieder einmal über den Rand des eigenen „Vertriebsters“ hinaus zu sehen. An dem Forumstag entstanden neue Eindrücke, die sicher auch zu neuen Aktivitäten in „meinem“ Vertrieb führen werden.

Joachim Rauch,  
Vertriebsleitung MAICO

Die Beiträge waren eine Auffrischung und vermittelten gleichzeitig neues Wissen und Erkenntnisse, sowie die Möglichkeit der Selbstreflexion.

Andreas Wind,  
Projekt + Key Account Manager DCCS

