

## Verstärkung – zwei neue Querdenker

TMG verstärkt seinen Geschäftsbereich **Markt-innovation**. **Angelika Gruber** und **Frank Lauster** sind seit Anfang Juni für die Bereiche Marketing, Vertrieb und Strategie in technologie-intensiven Unternehmen verantwortlich. Mit dem konsequenten Ausbau dieser Themenfelder wird die TMG künftig für die Unternehmen noch durchgängiger die gesamte Wertschöpfung von der Produktentwicklung und -innovation über die Prozessoptimierung und -innovation bis hin zur Vermarktung in bestehenden und neuen Märkten unterstützen können.

Das Ziel der TMG ist es dabei, für die Unternehmen innovative und schlagkräftige Strategien und Maßnahmen für Vermarktung und Vertrieb zu entwickeln, um sich im zunehmend stärker werdenden Wettbewerb noch besser zu differenzieren und Sie dabei zu unterstützen, diese Maßnahmen nachhaltig im Unternehmen umzusetzen.

## TMG verstärkt seinen Geschäftsbereich Marktinnovation

### ▶ Drei Optimierungsfelder – ein Erfolgsantrieb

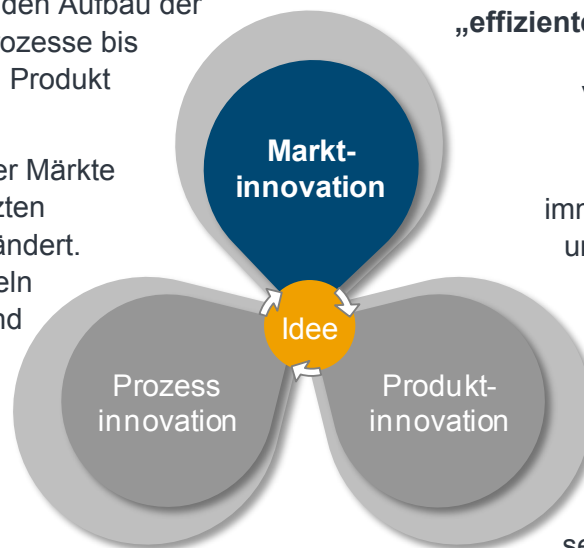
Im Rahmen der drei Geschäftsbereiche **Markt-, Produkt- und Prozess-innovation** hat die TMG in den letzten Jahren das Thema „**Innovation**“ **neu definiert** und unterstützt Unternehmen heute sowohl konzeptionell als auch operativ von der Ideengenerierung für neue Produkte, Technologien und Geschäftsfelder über den Aufbau der dafür notwendigen Prozesse bis hin zum marktfähigen Produkt und Marktauftritt.

Die Anforderungen der Märkte haben sich in den letzten Jahren signifikant geändert. Bestehende Spielregeln und Mechanismen sind überholt, klassische Marktsegmente oft nicht mehr relevant. Neue Methoden sind daher mehr denn je gefordert.

Der Bereich **Marktinnovation** beschäftigt sich deshalb schwerpunktmäßig mit innovativen Methoden zur Gestaltung der strategischen Ausrichtung auf Basis aktueller und zukünftiger **Trends** und Entwicklungen im Markt.

Dabei spielt die auf „empfundene Kundennutzen“ basierende **Positionierung und Differenzierung** in Produkt, Service und Marktauftritt, sowie der Umsetzung dieser Konzepte im operativen Marketing und im Vertrieb eine besonders entscheidende Rolle.

Darüber hinaus gewinnen die Themen **„effiziente Vertriebsstrukturen“** sowie Optimierung von Vertriebsorganisationen und -prozessen in der heutigen Marktsituation immer mehr an Bedeutung und werden zum Wettbewerbsfaktor. Die Erfahrung zeigt, dass viele Unternehmen signifikante Defizite aufweisen, die in Wachstumsphasen selten ersichtlich wurden, heute jedoch erfolgskritisch sind.



Hier besteht aus Sicht der TMG für eine große Anzahl von Unternehmen, vor allem aus dem größeren Mittelstand der produzierenden Industrie wie z.B. im Maschinen- und Anlagenbau, **enormer Handlungsbedarf**.



## Angelika Gruber



studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Augsburg. Ihre Schwerpunkte lagen auf Unternehmensführung, Umweltmanagement und Wirtschaftsinformatik.

Vor ihrem Einstieg in die Beratung arbeitete sie bei einem führenden mittelständischen Unternehmen aus der Robotik mit Fokus auf Geschäftsprozessmanagement und Projektmanagement. Sie entwickelte Prozessmodelle, konzipierte Instrumente und Hilfsmittel für technisches Projektmanagement und war für deren Umsetzung in das operative Geschäft verantwortlich.

In den letzten Jahren hat sie für eine internationale Beratungsgesellschaft zahlreiche Projekte mit Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau durchgeführt. Die Schwerpunkte lagen dabei auf Organisationsentwicklung, Prozessoptimierung sowie Vertriebs- und Marketingkonzepten. Als Beraterin bei der TMG Markt und Innovation liegt ihr funktionaler Fokus ebenfalls auf der Strategie- und Organisationsentwicklung sowie auf Marketing und Vertrieb.

Angelika Gruber lebt in Augsburg. Ihr Lieblingszitat: „Baden allein genügt nicht, man muss auch mal das Wasser wechseln.“

(Paul Schnitker)

„Erst wenn die Ebbe kommt, sieht man wer ohne Badehose ins Wasser ging.“  
(Warren Buffet)

### ► Das TMG Vertriebs-Assessment – in 5 Tagen zu pragmatischen Handlungsempfehlungen

Für Unternehmen, welche die aktuelle Krisensituation aktiv dazu nutzen wollen, um sich mit dem Thema Vertriebseffizienz und kurzfristige Vertrieboptimierung auseinander zu setzen, haben wir bei der TMG ein Assessment für den Vertrieb entwickelt. Dies erlaubt es, innerhalb kurzer Zeit die wesentlichen Handlungsfelder für Verbesserungen aufzuzeigen. Darauf basierend werden Empfehlungen zur Kostenoptimierung im Vertrieb und zur besseren Ausschöpfung sowohl von Umsatz- als auch Marktchancen abgeleitet.

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, arbeiten die TMG Vertriebs-Experten im Rahmen eines kompakten einwöchigen Programms sehr eng mit den Wissens- und Entscheidungsträgern des Unternehmens zusammen und entwickeln Empfehlungen entlang von vier Dimensionen:



#### 1 Steuerung und Systeme

- Wird der Vertrieb optimal koordiniert und gesteuert?
- Wie effizient werden Systeme und Instrumente zur Unterstützung des Vertriebs eingesetzt (Pipeline-Management, CRM, etc.)?
- Gibt es klare Kennzahlen/Zielvorgaben (aktivitätenbezogen, quantifiziert)?
- Wie werden Ziele, Vorgaben und Strategien gesteuert und überwacht (Incentives, Konsequenzen, etc.)?

#### 2 Organisation und Struktur

- Wie muss sich die Organisation an die veränderten Rahmenbedingungen anpassen?
- Sind die bestehenden Strukturen markt- und kundengerecht?
- Sind unsere Vertriebskanäle und Strukturen aufeinander abgestimmt und miteinander koordiniert?
- Haben wir die kritische Masse in den verschiedenen regionalen Märkten und/oder Marktsegmenten?





studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim. Während seines Studiums arbeitete er bereits in mehreren internationalen Innovationsprojekten für das Fraunhofer Institut.

Er begann seine berufliche Laufbahn als Product Manager und Marketingleiter in der IT-Industrie. Danach wechselte er zur Gemini Consulting und führte Beratungsprojekte für Unternehmen aus den Bereichen IT, Chemie und Pharma in Europa und den USA durch. Später verantwortete er als Bereichsleiter das "Life Sciences" Geschäft der Cap Gemini Gruppe. Von 2002 bis 2007 war er Partner bei einer internationalen Unternehmensberatung.

Seit Juni 2009 ist er Senior-Berater und Gesellschafter bei der TMG Markt und Innovation. Seine Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Strategie- und Organisationsentwicklung mit Fokus unter anderem auf den Marktsektoren Prozessindustrie (Chemie/Pharma), Technische Konsumgüter, Maschinenbau, Medizintechnik und Energiewirtschaft.

Frank Lauster lebt in Waldenbuch bei Stuttgart. Sein Lieblingszitat: „Phantasie ist wichtiger als Wissen, denn Wissen ist begrenzt.“ (Albert Einstein)

### 3 Kosten

- Besteht eine ausreichende Transparenz über die Vertriebskosten?
- Welche Kosten unterstützen direkt/indirekt die echte vertriebliche Wertschöpfung? Welche nicht?
- Wie können Vertriebskosten kurz-, mittel- und langfristig gesenkt bzw. flexibilisiert werden?
- Welche Potentiale können innerhalb der internationalen Organisation realisiert werden?

### 4 Prozesse

- Sind die Vertriebsprozesse effizient und marktorientiert, die Schnittstellen, Rollen und Verantwortlichkeiten klar?
- Wie können die Prozesse optimiert werden, um die Vertriebsleistung noch weiter zu erhöhen?
- Welche Potentiale können hinsichtlich Standardisierung, Fokussierung, Geschwindigkeit, Reaktionszeit, etc. erzielt werden?

Unsere Erfahrung in verschiedenen Branchen hat gezeigt, dass gerade bei Unternehmen, die in den letzten Jahren durch gesundes Wachstum vom Erfolg verwöhnt wurden, viele Potentiale zu realisieren sind.

### Das TMG Vertriebs-Assessment deckt diese Potentiale auf und macht sie sichtbar.

Eine zusätzliche große Herausforderung ist es, die notwendige Verhaltensänderung bei den Führungskräften und Mitarbeitern im Vertrieb zu erwirken, um diese Veränderungen nachhaltig in der Organisation zu verankern.

Hierbei unterstützt und coacht das TMG Team auch in der wichtigen Umsetzungsphase.

## Wir wachsen – Sie profitieren!

Durch die Verstärkung des TMG Teams bieten wir Ihnen die Integration der gesamten Wertschöpfung von Prozessinnovation über Produktinnovation bis hin zur Marktinnovation

- Sie profitieren von noch mehr Know-how bei der Entwicklung und Umsetzung von Vertriebs- und Marketingstrategien durch langjährige Erfahrung.
- Wir unterstützen Sie bei der Realisierung von ganz neuen Lösungen mit Hilfe von branchenübergreifenden Benchmarks und „Best Practices“.
- Gemeinsam schaffen wir eine noch stärkere Verknüpfung und Abstimmung der beiden „Denk-Welten“ – Technik/Technologie und Markt/Vertrieb.
- Wir helfen Ihnen bei der schnellen Identifikation von Handlungsfeldern und kurzfristig wirksamen Verbesserungspotentialen.
- Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche – Umsetzungsorientierung nach dem Motto „Richtigkeit geht vor Genauigkeit“.
- In enger Abstimmung erarbeiten wir mit Ihnen umsetzbare „maßgeschneiderte“ Maßnahmen und können dabei auf praxiserprobte Methoden zurückgreifen.

## ▶ Neugierig geworden?

Dann rufen Sie an oder schreiben Sie uns einfach. In einem ersten Gespräch stellen wir uns gerne persönlich vor und diskutieren mit Ihnen anhand von konkreten Fallbeispielen, wie auch Sie von unserer Erfahrung sowie den Methoden und Instrumenten im Bereich **Marktinnovation** profitieren können.

### **Angelika Gruber**

Mobil +49(0)151 54 40 80 79

E-Mail [gruber@tmg-karlsruhe.de](mailto:gruber@tmg-karlsruhe.de)

### **Frank Lauster**

Mobil +49(0)170 91 26 160

E-Mail [lauster@tmg-karlsruhe.de](mailto:lauster@tmg-karlsruhe.de)

**TMG**  
Markt und Innovation GmbH

Zur Gießerei 10  
D-76227 Karlsruhe  
Telefon +49(0)721 82 80 60  
Telefax +49(0)721 82 80 610

[www.tmg-karlsruhe.de](http://www.tmg-karlsruhe.de)

