

Strategisches Produktmanagement

Im Turbo-Wandel: Digital, green, innovative und resilient.

Ihre Themen bei dieser Fachtagung:

- PM – Organisationsmodelle der/mit Zukunft
- Interdisziplinäres PM: IE, AV, Konstruktion, Qualität
- Innovations- und Portfoliomanagement global
- Vom Kümmerer zum Strategen: Ein Stufenmodell
- Der PM als Unternehmer im Unternehmen
- Produktmarketing und Nachhaltigkeit
- Market & Competitive Intelligence
- Kommunikation: „Von der Produktidee zur kaufbaren Botschaft“
- KI im Produktmanagement: Vom Tool-Hype zur echten Traktion

Die Zukunft des PM:

„Driving value in a rapidly evolving digital landscape“
Diebold Nixdorf

Designing Products That Actually Sell:

„Value based pricing“
Bosch-Rexroth AG

Ihre Referenten:



Marco Ahler
Baumer hhs GmbH



Jerome Amara
Diebold Nixdorf



Pierre Beer
GETT.GROUP



Andreas Brandt
Baumer hhs GmbH



Alexander Driss
Heidelberger Druck-
maschinen AG



Johannes Eberenz-
Liveo Research
GmbH



Pamela Fiume
SMA Solar Techno-
logy AG



Michael Hoffmann
Next PM.ai



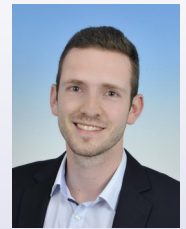
Andreas Kerkenhoff
AUMOVIO SE



Florian Soost
KUKA Deutschland
GmbH



Patrick Schütz
KASPAR SCHULZ
Brauereimaschinenfabrik
& Apparatebauanstalt
GmbH



Tobias Schweizer
Bizerba SE & Co.
KG

Ihr Termin bei AWF vor Ort:

**22. und 23. September 2026
Im Werk Neuss der**

**BEKO TECHNOLOGIES
GMBH**

Fachliche Leitung: Ihre Gastgeber:



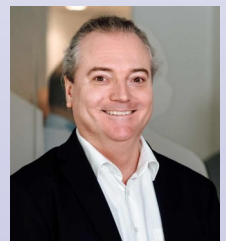
Loon Spielmann
Bosch-Rexroth AG



Klaus Aumayr
MSG Management
Systems St. Gallen



Dr. Jan Sielk und Nils Gohmert
BEKO TECHNOLOGIES GMBH



Ablauf der Fachtagung

Tag 1

22. September 2026

8.15 Begrüßung durch BEKO, AWF und Klaus Aumayr

8.30 Strategisches Produktmanagement

- Planungsebenen im PM (3-Ebenen-Modell)
 - Dispositive, strategische, operative Ebene
- Dreidimensionales Marktgeschehen (3-D-Matrix)
- Unternehmensstrategie und Geschäftsdefinition
- Strategische vs. operative Positionierung des PM
- Organisation im PM und Arbeit mit Produktteams

Klaus Aumayr

MSG Management Systems St. Gallen

9.15 79 Prozent nutzen KI täglich. Warum sich trotzdem nichts ändert.

- Praxisbericht KI Nutzung im Produktmanagement bei KUKA
- Prototyp statt Anforderungsdokument: was wirklich überzeugt hat
- Der Reifegrad Stau: KI täglich im Einsatz, Arbeitsweise unverändert
- Bedeutung von Change-Management und Leadership

Florian Soost

Produktmanager,

KUKA Deutschland GmbH

10.00 Kaffee- und Teepause

10.30 Zusammenspiel von AV, Konstruktion, Produktmanagement und Qualität im Produktentstehungsprozess

- Hybride Produktentwicklung
- Die Phasen im PEP
- Verantwortlichkeiten und Projektorganisation
- Supply Chain

Tobias Schweizer

Team Leader Project Management

Global Operations Industrial Engineering,

Bizerba SE & Co. KG

11.15 Innovations- und Portfoliomanagement im globalen Kontext

- Anforderungen aus Markt und Technik strukturiert erfassen und bewerten
- Die globale Produktroadmap
- Das Ringen um Entwicklungsressourcen
- Die Markteinführungsphase

Dr. Jan Sielk

Global Director Marketing & Product Management

BEKO TECHNOLOGIES GMBH

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.00 Werksrundgang

Wir lernen mit allen Sinnen bei der instruktiven Besichtigung der Fertigung von Komponenten und Systemen für die Aufbereitung und das Management von Druckluft.



14.45 Vom Kümmerer zum Strategen

Anhand eines praxisnahen Stufenmodells und ausgewählter Beispiele, entdecken wir, welche organisatorischen und kulturellen Voraussetzungen nötig sind, damit strategisches Produktmanagement gelingt. Im Mittelpunkt stehen klare Rollen, die Neuverteilung operativer Aufgaben, Führung als Schutzschild und verbindliche strategische Arbeitsformate.

Nils Gohmert

Head of Global Product Management,

BEKO TECHNOLOGIES GMBH

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 Designing Products That Actually Sell

Too many technically flawless products fail because their value propositions are built on internal assumptions rather than market realities. **This keynote delivers a pragmatic framework to transform passive competitor tracking into an economic steering tool that defines willingness to pay and drives value-based pricing.**

Loon Spielmann

Vice President Pricing Strategy,

Bosch-Rexroth AG

16.45 Scaling Banking Automation: From Complexity to Clarity—Driving Value in a Digital Era

Jerome Amara shares actionable strategies for transforming banking operations. **Drawing on Lean/Kaizen, AI integration, and lessons from industrial engineering, this keynote explores how Diebold Nixdorf builds a culture of reliability and innovation to support banks at global scale to unlock productivity, manage complexity.** Attendees will gain insights into scaling automation, fostering talent, and driving value in a rapidly evolving digital landscape.

Jerome Amara

Vice President, Core Banking Automation,

Diebold Nixdorf

17.30 Abschlussdiskussion und gemütliches Beisammensein

Ablauf der Fachtagung

Tag 2

23. September 2026

8.15 Begrüßung durch die Fachliche Leitung

8.20 Simultaneous Engineering

- Parallel statt linear
- Schlüsselfunktionen / Prozesse
- Prototyping und Simulation
- Interdisziplinäre Teams

Andreas Kerkenhoff

Head of Operations AMR & Industrial Engineering,
AUMOVIO SE

9.00 Operatives Produktmanagement in der täglichen Umsetzung

- Vom strategischen Plan zum operativen Handeln
- Von der Innovation zum erfolgreichen Produkt
- Der PM als Unternehmer im Unternehmen
- Netzwerk und Kommunikation
- Hürden und hilfreiche Stellhebel

Johannes Eberenz

Product & Business Development Manager,
Liveo Research GmbH

9.45 Kaffee- und Teepause

10.15 Strategisches Produktmarketing

Von der Idee zur Systemlösung am Beispiel von nachhaltigen Verklebungen

- Der Entwicklungsprozess
- Nachhaltigkeit eines Eco Systems
- Positionierung von Systemlösungen im Marketing
- Nachhaltigkeit als Unternehmensfokus

Marco Ahler

Entwicklungsleiter,

Andreas Brandt

Marketingleiter,

Baumer hhs GmbH

11.15 Market & Competitive Intelligence – Strategische Orientierung in einem dynamischen Marktumfeld

Der Vortrag gibt Einblicke in die strategische Bedeutung des Teams und zeigt, wie fundierte Markt- und Wettbewerbsanalysen als Entscheidungsgrundlage für das Management dienen. Erfahren Sie, welche Erkenntnisse das Team erarbeitet, wie es eine valide Datenbasis für strategische Entscheidungen schafft, wie es bereichsübergreifend vernetzt agiert und mit welchen Methoden relevante Trends, Chancen und Risiken identifiziert werden. Anhand praxisnaher Beispiele wird klar, welchen konkreten Mehrwert Market & Competitive Intelligence für die langfristige Unternehmensentwicklung und Wettbewerbsfähigkeit schafft.

Pamela Fiume

Head of Market & Competitive Intelligence,

SMA Solar Technology AG

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.00 Kommunikation im Produktmanagement

- Präzision in der Kommunikation
- Typische Kommunikationsfehler im technischen Kontext
- „Von der Produktidee zur kaufbaren Botschaft“
- Grundformeln der Kommunikation im technischen Umfeld

Patrick Schütz

Leiter Supply Chain Management,

KASPAR SCHULZ Brauereimaschinenfabrik & Apparatebauanstalt GmbH

13.45 Strategisches PM im Digital Print Ecosystem

- OEM-Produkte und das Produktionssystem
- Komplexitätsbeherrschung
- Vom Maschinenverkauf zum Verkauf kompletter Produktionsstraßen, AI-Vertriebsassistent
- Neues Serviceverständnis und Geschäftsmodell

Alexander Driss

Global head of eCommerce

Heidelberger Druckmaschinen AG

14.30 Vom Produkt zur Lösung - Transformation als Überlebensstrategie

- Warum ein profitabler Tastaturhersteller sich selbst infrage stellen musste
- Vom Produkt zur Lösung: Hardware + Software + Sourcing als integriertes Modell
- Digitalisierung mit Bodenhaftung: ERP, Marketing-Automation, KI und, digitaler Produktpass
- Transformation gegen Widerstände: Kultur, 4-Tage-Woche und Mitnehmen der Belegschaft
- 5 Lektionen aus der laufenden Transformation

Pierre Beer

Geschäftsführer (CEO),

GETT.GROUP

15.15 Kaffee- und Teepause

15.30 KI im Produktmanagement: Vom Tool-Hype zur echten Traktion

- Die 3 Reifegrade der KI-Nutzung, warum das Tool zweitrangig ist
- Was KI im PM heute kann
- Ein Framework, das aus KI-Experimenten echte Wirkung macht
- Konkrete Use Cases für PM

Michael Hoffmann

Geschäftsführer,

Next PM.ai

16.15 Produktmanagement QUO VADIS?

Klaus Aumayr

17.00 Ende der Fachtagung

Zu dieser Fachtagung:

Strategisches Produktmanagement

Im Turbo-Wandel: Digital, green, innovative und resilient.

Das Produktmanagement im Umbruch, das sind die Gründe:

Herausforderung „Digitalisierung“

Das Produktmanagement für technische Produkte steht vor einem Umbruch durch digitale Transformation. Produkte werden smarter und müssen immer mehr KI-Funktionen integrieren, was die Komplexität in der Produkt-Entwicklung stark erhöht und dem Produktmanagement neues Denken abverlangt.

Herausforderung „green engineering“

Regulatorische Anforderungen hinsichtlich Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft erfordern eine lückenlose Dokumentation von Materialien, Emissionen und Lieferketten. Das PM gerät hier in einen Zwiespalt zwischen „green“ und Kostenzielen.

Herausforderungen „Geschäftsmodell und Innovation“

Hier ist der Wandel vom Produkt zum Service (Servitization) ein wesentlicher Punkt. Generell stehen in den meisten Branchen die Geschäftsmodelle auf dem Prüfstand, der technologische, geopolitische und wirtschaftliche Turbo-Wandel macht es nötig.

Herausforderungen „Supply Chain, Resilienz und Kosten“

Lieferketten bergen Risiken: Wenn die Versorgung mit Bauteilen schwierig wird, sind Alternativen gefragt – technisch und in der Beschaffung. Investitionen in unsicherer Marktlage müssen rational hinterfragt und fundiert entschieden werden.

Herausforderung „Fachkräftemangel“

Gefragt ist Personal, das sowohl tiefes technisches Verständnis als auch Datenkompetenz besitzt.

Herausforderungen „Organisation, Rolle, Performance“

In vielen Unternehmen fehlt es dem PM an Akzeptanz, Schnittstellenprobleme mit den Fachabteilungen und operative Überlastung sind allgegenwärtig. Es herrscht Unklarheit über Rollen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Produktmanagements.

Ein Grußwort des fachlichen Leiters: Klaus Aumayr

„Da Produkte, Services/Dienstleistungen und Systeme Umsätze und Deckungsbeiträge erwirtschaften, ist es leicht nachvollziehbar, dass das Produktmanagement einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg liefern kann und zu einer strategischen Erfolgsposition auf- und ausgebaut werden soll. Mit Produktmanagement soll es möglich werden im Vergleich zum Markt und/oder Wettbewerb überdurchschnittlich erfolgreich zu sein. In dieser Fachtagung zeigen Beispiele vieler KMUs und Großunternehmen, dass dies möglich ist.

Die Realität zeigt aber, dass die Leistungen im Produktmanagement häufig weit hinter den Erwartungen zurückliegen.

In dieser Tagung dreht sich alles um die optimale Aufstellung eines „Strategischen Produktmanagements“.

Wir freuen uns auf den intensiven Erfahrungsaustausch *mit Ihnen*.“

Das bringt Ihnen diese Fachtagung.

Die Fachtagung beschäftigt sich damit, vorhandenes Wissen, innovative Ansätze und bisherige Erfahrungen zum Strategischen Produktmanagement so zu systematisieren, dass alle Teilnehmer neue Impulse zu dessen (Re-) Organisation, Weiterentwicklung und kontinuierlichen Optimierung erhalten sowie diese nachhaltig umsetzen können.

Im Mittelpunkt stehen die Trends und die innovativen Instrumente, die einen deutlichen Einfluss auf das PM aktuell haben. Aus dieser Fachkonferenz nehmen Sie konkrete Ansätze zur Optimierung Ihres PM mit! **Die Referenten stellen Best Practice aus aktuellen Projekten vor.**

Der Methoden-Mix dieser Fachtagung.

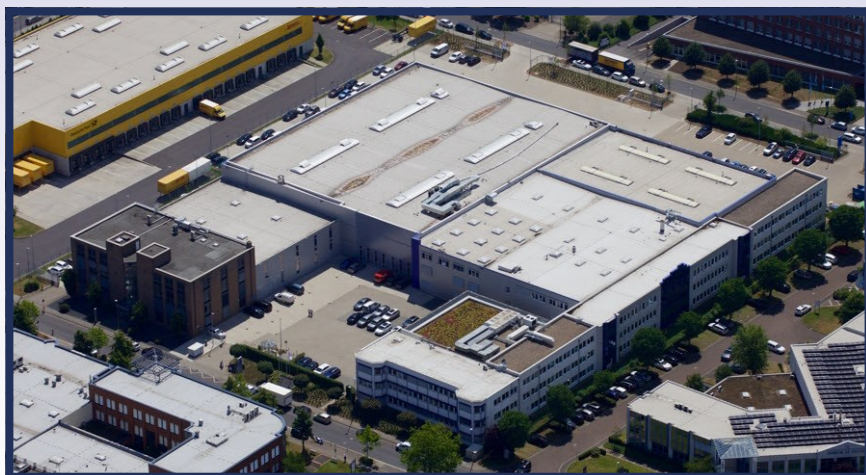
- Fallstudien zu ausgewählten Aspekten des strategischen PM.
- Best Practices aus erfolgreichen Umsetzungen.
- Ideengenerierung direkt aus Diskussionen mit Praktikern.
- Optimaler Wissenstransfer durch die Werksbesichtigung.

Warum „Strategisches Produktmanagement“ 2026?

Die AWF (Gründung 1918) führt seit Jahrzehnten Arbeitsgemeinschaften und Fachtagungen für herstellende Unternehmen durch. Immer mit dabei: Die Verantwortlichen aus dem Produktmanagement. Aus den positiven Erfahrungen unserer 2023 gegründeten AG „Strategisches Produktmanagement“ wurde die Idee zu dieser Fachtagung geboren. Die Arbeitsergebnisse und Impulse der AG fließen in diese Fachtagung ein. Die fachliche Leitung der AG liegt bei Klaus Aumayr. Mit dabei in der AG Herr Dr. Jan Sielk. Wir freuen uns, dass er es ermöglicht, die vorbildlich aufgestellte und sehr erfolgreiche Firma BEKO, live erleben zu können.

Die BEKO TECHNOLOGIES GMBH

Die BEKO TECHNOLOGIES GMBH entwickelt, fertigt und vertreibt Komponenten und Systeme für die Aufbereitung und das Management von Druckluft. Das unabhängige Familienunternehmen in zweiter Generation mit Hauptsitz in Neuss wurde 1982 durch Berthold Koch gegründet und ist heute mit über 650 Mitarbeitern 16 Sales-Units und 9 Produktionsstätten rund um den Globus international aufgestellt.



Das Kompetenz- und Leistungsspektrum reicht von der Aufbereitung von Druckluft durch Filtration und Trocknung über die bewährte Kondensattechnik bis hin zu Instrumenten für die Qualitätskontrolle und -messung. BEKO TECHNOLOGIES berät produzierende Unternehmen branchenunabhängig, um die optimale Lösung für ihre Druckluftaufbereitung zu finden und die Einhaltung der geforderten Qualität und die Energieeffizienz im Prozess sicherzustellen.



„Die Menschen bei BEKO TECHNOLOGIES sind Forscher und Pioniere auf dem Gebiet der Druckluftaufbereitung.“

Drucklufttrocknung ist eine Kernkompetenz. Der neue Drucklufttrockner DRYPOINT ACM wurde Anfang Mai 2026 gelauncht.

Weitere Informationen unter: <https://www.beko-technologies.de>

Wir freuen uns darauf, Sie zu dieser AWF Fachtagung in Neuss begrüßen zu dürfen!

Klaus Aumayr
MSG Management Systems
St. Gallen

Thomas Schöppler
AWF GmbH

Dr. Jan Sielk und Nils Gohmert
BEKO TECHNOLOGIES GMBH



Marco Ahler verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in Forschung und Entwicklung in verschiedenen Positionen, unter anderem bei Telekom, Miele, Caterpillar und Baumer hhs. Sein Schwerpunkt liegt auf der Umsetzung strategischer Entwicklungsprojekte im Bereich Digitalisierung. Derzeit verantwortet er als Entwicklungsleiter die Forschung und Produktentwicklung bei der **Baumer hhs GmbH**. Er studierte Elektrotechnik an der RWTH Aachen (Diplom) und verfügt über einen Master of Business Administration der University of Bradford.



Jerome Amara is Vice President, Core Banking Automation at **Diebold Nixdorf**, where he leads the intersection of automation, AI, and banking transformation. He is responsible for defining and executing the global strategy that enables financial institutions to scale self service, optimize operations, and deliver future-ready customer experiences. In his role, Jerome oversees global product management, R&D, and go-to-market execution for advanced banking automation solutions. He drives the innovation roadmap, leads internationally distributed teams, and ensures that Diebold Nixdorf's portfolio combines technological leadership with real-world scalability and reliability for banks worldwide. With over two decades of experience across payments, sales, and portfolio management, Jerome has built and led high-performing teams across Europe, Asia-Pacific, and the Middle East, in addition to his global leadership roles. He is recognized for his ability to translate strategy into execution at scale, consistently delivering solutions that drive digital transformation while remaining grounded in operational excellence and practical impact. Jerome's leadership is defined by a commitment to innovation that delivers, fostering a culture of reliability, and building inclusive solutions that respond to the evolving needs of banks and their customers. His work focuses on enabling financial institutions to adapt to rapidly changing environments through intelligent automation and connected ecosystems. A frequent speaker and industry thought leader, Jerome contributes to shaping the dialogue on the future of banking—particularly at the intersection of AI, automation, payments, and digital identity—bringing a pragmatic perspective on how emerging technologies translate into measurable business outcomes.



Klaus Aumayr ist Geschäftsführer und Inhaber der **MSG Management Systems, St. Gallen/CH**. Als ausgebildeter Techniker (Maschinenbauingenieur) und Betriebswirt (Marketing, Organisation) verfügt er über mehrere Jahre Erfahrung als Produktmanager, Key Account Manager und Geschäftsführer. Seine Spezialitäten sind Produktmanagement, Key Account Management und Marketing-Management. Zusatzausbildungen wie die Management- und Coaching-Ausbildung, die Ausbildung zum Verkaufstrainer und Strategic Selling Expert sind nur einige weitere Qualifikationen von Herrn Aumayr.

Als Berater ist er vor allem in den Bereichen Produktmanagement, Marktmanagement, Marketing und strategisches Verkaufen uvm. tätig. Er darf zurecht als ein führender Kopf im Produktmanagement bezeichnet werden. Er ist Verfasser mehrerer hoch-beachteter Bücher im Thema.



Pierre Beer ist Geschäftsführer (CEO) der **GETT.GROUP** und seit dem Management-Buy-Out 2013 Teil der dreiköpfigen Geschäftsführung. Er verantwortet Strategie, Finanzen, Marketing & Vertrieb, Produktmanagement, Entwicklung sowie Nachhaltigkeit. Unter seiner Führung entwickelte sich GETT von einem regionalen HMI-Hersteller zu einem international aufgestellten Lösungsanbieter mit rund 180 Mitarbeitenden und Standorten in Deutschland, China, Hongkong und den USA. Schwerpunkte seiner Arbeit sind der Wandel vom Produkt- zum Lösungsgeschäft, resiliente Lieferketten, nachhaltige Produktlebenszyklen und der gezielte Einsatz von KI entlang der Wertschöpfungskette.

Über GETT hinaus engagiert sich Pierre Beer als Beiratsvorsitzender von Robotics Saxony, als Vorstandsmitglied im VDMA Ost (Themenpate Digitalisierung & Innovation), im BDI-Ausschuss Außenwirtschaft sowie im Advisory Board des United Automation Hub in Houston. Als Speaker und Mentor für Start-ups setzt er sich für eine wandlungsfähige, verantwortungsvolle Industrie ein – getragen von der Überzeugung, dass Nachhaltigkeit kein Pflichtprogramm, sondern ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell ist.



Andreas Brandt ist seit 40 Jahren in der Graphischen Industrie in verschiedenen Positionen tätig. Unter anderem bei Manroland, dem Bundesverband Druck und Medien und bei Baumer hhs.

Derzeit leitet er das Marketing bei der **Baumer hhs GmbH** in Krefeld, mit dem Schwerpunkt erklärungsbedürftige Produkte für den Klebstoffauftrag und die dazugehörige Qualitätskontrolle weltweit zu vermarkten. Nach einer Ausbildung in der graphischen Industrie und einem drucktechnischem Studium hat er Business Administration und Marketing in Wiesbaden studiert.



Alexander Driss ist Global head of eCommerce bei **Heidelberger Druckmaschinen AG**. Er ist seit 2015 bei Heidelberger tätig. Von 2012 bis 2015 war er bei Gigatronik. Dort waren seine Schwerpunkte: Entwicklung von Embedded Software, Entwicklung von SW-Architekturen für Embedded-Software System, Entwicklung von Entwicklungsprozessen und die Projektleitung im E-Mobility Bereich. Bei HDM veränderten sich die Schwerpunkte zu: Projektleitung im Bereich Subscription für Vendor Managed Inventory, Mitgestaltung bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und es folgte die Übernahme der Verantwortung für das Thema eCommerce. Heute ist er verantwortlich für das Thema Systemintegration und die Ein-/Anbindung der OEM-Produkte rund um die digitale Druckmaschine.



Johannes Eberenz ist Product & Business Development Manager MedicalPackaging bei **Liveo Research GmbH**.

Angefangen hatte er seine Laufbahn 2007 im dualen Studium BWL bei der Winterhalder Selbstklebetechnik GmbH in Heitersheim. Dort war er anschließend im Qualitätswesen, Vertriebsinnendienst und danach Vertriebsaußendienst für technische Klebebänder tätig. Danach folgte 2017 eine Zwischenstation als Betriebsleiter beim Weingut Gerhart in Jechtingen. 2018 stieg er bei Liveo Research zunächst als Produktkoordinator ein und wurde dort dann 2020 Produktmanager für den Bereich Pharma Packaging Innovations. Heute betreut er als Produkt- und Business Development Manager alle Themen, die sich um das Thema PET-Folien für medizinische Verpackungen drehen.



Pamela Fiume ist Head of Market & Competitive Intelligence bei **SMA Solar Technology AG**. In dieser Rolle verantwortet sie die Markt- und Wettbewerbsanalysen, um strategische Einblicke für das Unternehmen zu liefern. Pamela bringt über ein Jahrzehnt Erfahrung in verschiedenen Positionen bei SMA mit, darunter im Corporate Development und als Vorstandsreferentin.



Nils Gohmert ist Head of Global Product Management bei **BEKO TECHNOLOGIES GMBH** in Neuss. In seiner Arbeit beschäftigt er sich intensiv mit der Frage, wie Produktmanagement in technischen B2B-Unternehmen wirksamer, strategischer und global aufgestellt werden kann. Sein Fokus liegt auf Produktstrategie, Portfolioarbeit, Rollenklärung und der Weiterentwicklung von Produktmanagement-Organisationen.

Vor seiner Zeit bei BEKO war er in verschiedenen Fach- und Führungsrollen in technologisch geprägten Unternehmen tätig – unter anderem im Produktmanagement, Marketing und Vertrieb in den Bereichen Beleuchtungstechnik und Gebäudeautomation. Als zertifizierter Design Thinking Coach und LEGO® SERIOUS PLAY® Facilitator verbindet er strategische Produktarbeit mit praxisnahen Methoden der Zusammenarbeit und Organisationsentwicklung.



Michael Hoffmann gestaltet seit 18 Jahren digitale Transformation und Produktmanagement in führenden B2B-Unternehmen. Unter anderem führte er einen Hardware-Hersteller erfolgreich zum digitalen Service-Provider. Mit **nextPM.ai** unterstützt er heute Produktteams dabei, KI gezielt und wirkungsvoll einzusetzen.



Andreas Kerkenhoff ist seit mittlerweile 30 Jahren bei der **CONTINENTAL** - heute **AUMOVIO SE** - in Rheinböllen in Rheinland-Pfalz beschäftigt. 1994 begann er als Projektleiter Organisationsentwicklung. Es folgten andere Positionen der Projektleitung bevor er 2011 die Leitung Neuanläufe Elektrische Parkbremssysteme übernahm. 2016 wurde er Head of Maintenance, 2021 Head of Project Engineering und Manufacturing & Service Center AMR. Seit 2023 ist Herr Kerkenhoff Head of Operations AMR & Industrial Engineering.



Florian Soost ist Produktmanager bei der **KUKA Deutschland GmbH** in Augsburg und Gründer des KI-Startups SOOST.AI.

Als Maschinenbauingenieur mit Spezialisierung zum Schweißfachingenieur, kam er vor zehn Jahren als Second-Level-Supporter für Applikationssoftware zu KUKA. Es folgten Stationen im Benchmarking und der Aufbau des Ökosystems Robotic Republic. Heute verantwortet er mehrere Softwareprodukte des Hauses.

Aktuell führt er ein AI-Enablement-Programm für rund 50 Produktmanagerinnen und Produktmanager. Er kennt die Produktmanagement-Prozesse von innen und beschäftigt sich seit zwei Jahren mit Prozessautomatisierung und AI-Enablement im Rahmen des Startups SOOST.AI. Sein Schwerpunkt liegt weniger auf Werkzeugen als auf der Frage, warum tägliche KI-Nutzung allein noch keine veränderte Arbeitsweise ergibt, und was es braucht, damit aus Ausprobieren Routine wird.



Patrick Schütz, MBA, CPIM, Diplom-Ingenieur Maschinenbau (FH) ist ein erfahrener Supply Chain Executive mit über 20 Jahren Führungs- und Projekterfahrung in Anlagenbau, chemischer Verarbeitung und Automotive. Seit 2022 ist Patrick Schütz als Leiter Supply Chain (Director), bei der **KASPAR SCHULZ Brauereimaschinenfabrik & Apparatbauanstalt GmbH** in Bamberg für die Leitung Einkauf, Produktion, Logistik, Planung und Montage verantwortlich. Zuvor war er für 3 Jahre als Leiter Supply Chain Management/Logistik, für die Standorte Würzburg und Schwarzheide bei der BASF Coatings GmbH zuständig. Nach einer Offizierslaufbahn bei der Bundeswehr, Technischer Offizier, stieg er bei BASF Coatings GmbH, zunächst als Processmanager Supply Chain ein.



Tobias Schweizer ist Team Leader Project Management im Global Operations Industrial Engineering bei **Bizerba SE & Co. KG**. Nach einem dualen Studium Maschinenbau bei der Unternehmensgruppe fischer (2013-2016), erfolgte die Übernahme bei fischer bevor er 2018 bei Bizerba als Fertigungsplaner einstieg. Von 2021-2024 war Tobias Schweizer Teilprojektleiter Operations und seit 2024 ist er in der Rolle des Teamleiter Global Industrial Engineering Projektmanagement aktiv.



Dr. Jan Sielk ist Global Director Marketing & Product Management bei **BEKO TECHNOLOGIES GMBH**. Er ist seit 2022 bei BEKO TECHNOLOGIES in o.g. Rolle tätig und hat in dieser Zeit einen strukturierten, globalen Innovationsprozess eingeführt, der die Grundlage für die marktorientierte Ausrichtung der Produktportfolioplanung bildet. Zu seinem Verantwortungsbereich gehören neben dem strategischen Produktmanagement auch das New Business Development und das operative Marketing. Gestartet ist Dr. Jan Sielk als Produktmanager für radiometrische Messtechnik. Er hat anschließend verschiedene Führungspositionen in Unternehmen der Prozessmesstechnik übernommen. Besonders die globale Portfoliosteuerung in international ausgerichteten Organisationen mit mehreren Produktionsstandorten ist dabei ein zentraler Bestandteil seiner Arbeit.



Loon Spielmann, ist seit 2024 Vice President Pricing Strategy bei der **Bosch-Rexroth AG** in Ulm.

Seine Aufgabe ist die Leitung eines zentralen Preisgestaltungsteams mit der Vision, die Preisgestaltung bei Bosch Rexroth zu einem zentralen Motor für Wertschöpfung, Wertabschöpfung und Wertoptimierung zu machen. Dabei ist er verantwortlich für die Bereitstellung umsetzbarer Analysen und Erkenntnisse als Grundlage für strategische Entscheidungen und zur Steuerung von Preismaßnahmen. Das geschieht unter Nutzung von Wettbewerbsinformationen zur Preisgestaltung, um die Marktführerschaft zu sichern. Ziel ist es auch eine Modernisierung der Preisgestaltung durch KI zu erreichen und die Umsetzung neuer, besserer, schnellerer und zukunftssicherer Ansätze.

Unser gemeinsames Abend-Event:

Freuen Sie sich auch auf ein gemütliches Beisammensein, nach dem ersten Konferenztag, im **Vogthaus**. Bei gutem Essen und kühlen Getränken lassen wir den ersten Tag ausklingen und setzen das Networking im informellen Rahmen fort.



Wen sprechen wir an?

Die Fachtagung richtet sich an die Verantwortlichen aus Geschäftsführung, Geschäftsbereichsleitung, Produktmanagement, Marketing, Vertrieb, F&E, Produktentwicklung, Innovationsmanagement, Industrial Engineering, Technologie & Technik, Business Development und Projektmanagement aus Unternehmen der Investitionsgüterbranche aber auch von Anbietern komplexer, technischer Dienstleistungen.

Tagungsort: Die Fachtagung findet in Neuss vor Ort bei BEKO TECHNOLOGIES statt. Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie ein Informationsschreiben.

Ihre Anmeldung: Ihre Anmeldung können Sie formlos per Brief, E-Mail, Fax oder Telefon an folgende Anschrift richten:

AWF GmbH - Arbeitsgemeinschaft für Wirtschaftliche Fertigung Kaiserstr. 100 52134 Herzogenrath Inhaltliche Beratung Telef. Anmeldung Fax eMail	02407/9565-50 02407/9565-51 02407/9565-55 info@awf.de
---	--

Nach Eingang Ihrer Anmeldung bestätigen wir Ihnen den Erhalt umgehend per E-Mail. **Bitte warten Sie mit der Buchung von Reisetickets und Hotelübernachtung**, bis wir Sie mit einer Nachricht zum genauen Übernachtungshotel informiert haben. Im spätesten Falle geschieht das 1 Woche vor dem Veranstaltungstermin. Wir können **keine Haftung für nicht stornierbare Buchungen** übernehmen.

Bei Nichterscheinen müssen wir Ihnen leider die gesamten Teilnehmergebühren in Rechnung stellen. Es ist selbstverständlich möglich, einen Ersatzteilnehmer zu benennen. Stornierungen bis 21 Tage vor der Veranstaltung sind kostenfrei. Nach diesem Zeitpunkt wird die volle Gebühr fällig.

Die Teilnahmegebühr beträgt **Euro 1.790,00** (AWF Mitglieder: **Euro 1.590,00**) zzgl. Mehrwertsteuer. Bereits der 2. Teilnehmer aus demselben Unternehmen erhält einen Preisnachlass von 10% auf seine Anmeldung. (Dies gilt nicht für AWF-Mitglieder, da diese bereits einen Preisvorteil erhalten). Im Teilnahmepreis sind enthalten: Tagungsunterlagen, online, Bewirtung während Fachtagung (Mittagessen und je 2 Kaffeepausen/Tag) und der gemeinsame Abendevent.

Die **AWF-Arbeitsgemeinschaft für Wirtschaftliche Fertigung** ist ein Netzwerk für den überbetrieblichen Erfahrungsaustausch in der verarbeitenden Industrie. Hierzu dienen **Arbeitsgemeinschaften**, in denen sich Vertreter aus Unternehmen, Beratung und Forschung zusammenfinden, um gemeinsam über eine begrenzte Zeit hinweg aktuelle innovative Themen zu diskutieren, Erfahrungen auszutauschen und konkrete Problemlösungen zu erarbeiten. Des Weiteren bietet die AWF Veranstaltungen zur beruflichen **Aus- und Weiterbildung** wie Kompakt-Seminare, Aktiv-Workshops und Erfahrungsforen an zu den folgenden vier Themenschwerpunkten:

- Unternehmensführung und -strategie
- Prozessgestaltung und Organisation
- Produktionsplanung und -steuerung / Produktionslogistik
- Prozesswertsteigerung und -erhaltung

Kompakt-Seminare oder **Intensiv-Workshops** bieten Mitarbeitern aus produzierenden Unternehmen ein Forum des Wissenserwerbs, Diskussion und des Erfahrungsaustausches zu aktuellen praxisbezogenen Themenstellungen an.

Unsere **Inhouse-Workshops** vermitteln bewährte Methoden, um spezifische Themenstellungen im Unternehmen im „Learning by doing“ aktiv zu meistern. Hierzu zählen auch Planspiele, die Mitarbeitern helfen, anstehende Veränderungen besser zu verstehen, deren Logik zu erkennen und sie spielerisch in die Umsetzung neuer Strukturen einzubinden.

Sollten Sie Fragen zu Arbeitsgemeinschaften, Aus- und Weiterbildung oder zur Begleitung von Veränderungsprozessen haben, rufen Sie uns an. **Gerne informieren wir Sie auch über die Möglichkeit, unsere Seminare in Ihrem Unternehmen durchzuführen.** Unter 02407 / 9565-50 stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung oder besuchen Sie uns im Internet:

www.awf.de

**AWF GmbH -
Arbeitsgemeinschaft für
Wirtschaftliche Fertigung
Kaiserstr. 100**

52134 Herzogenrath

AWF GmbH -
Arbeitsgemeinschaft für
Wirtschaftliche Fertigung
Kaiserstr. 100



Fon: +49 2407 9565-51
Fax: +49 2407 9565-55
E-Mail: info@awf.de

Anmeldung zur Fachtagung **F-1025** **Strategisches Produktmanagement** 22. und 23. September 2026

Bitte bei mehreren Anmeldungen kopieren!

Name _____

Vorname _____

Titel/Funktion _____

Branche _____

Abteilung _____

Telefon _____

Telefax _____

Email _____

Gültige Rechnungsadresse*:

Firma _____

Straße/Postfach _____

PLZ _____

Ort _____

Bestellnummer* _____

Email _____

Unterschrift/Datum _____

*) Bitte tragen Sie **alle** von Ihrer Buchhaltung für die Bearbeitung benötigten Daten, vor allem die **korrekte Bezeichnung des Unternehmens** mit allen rechtlichen Zusätzen und ggfs. **Bestellnummer**, ein!

Wir erleben es leider zunehmend, dass Rechnungen wegen fehlender oder falscher Angaben von den Unternehmen zurückgewiesen werden und von unserer Buchhaltung neu erstellt werden müssen, was beträchtlichen Aufwand verursacht.