

Volker Vomend – Qualifikationen und Erfahrungen

Übersicht nach Fachgebieten

Geschäftsführung

- Führung von zwei Tochtergesellschaften in Österreich und Deutschland als Alleingeschäftsführer

Vertrieb

- Erfahrung Direktvertrieb OEM, mehrstufiger Vertrieb B-2-C und B-2-B
- Führung von Vertriebsteams mit bis zu 50 Mitarbeitern, Umsatzverantwortung bis zu 175 Mio. €
- Jahresgespräche mit Großkunden und Einkaufsverbänden mit bis zu 35 Mio. € Jahresumsatz
- Umsatzplanung und Festlegung der Ziele nach Außendienstmitarbeiter, Produkten und Kunden
- Detaillierte Gebietsanalysen, Festlegung von Außendienst-Regionen, Routenoptimierung für den Außendienst
- Ständige Optimierung des Customer Relationship Management Systems
- Regelmäßige Begleitung des Außendienstes zum Mitarbeiter-Coaching
- Akquise von Neukunden, Direktbetreuung von Key Accounts
- Repräsentation auf Messen und in Fachgremien

Marketing / Produktmanagement

- Marketingleiter mit weltweiter Verantwortung, Marketingbudget ca. 12 Mio. €
- Entwicklung neuer Produktsortimente und Verpackungsdesigns
- Markenführung, Markenpositionierung und Produktnamensfindung
- Entwicklung von Markteinführungskonzepten und Werbekampagnen
- Entwicklung von Broschüren, Flyern, POS-Materialien, Referenzgeschichten, TV Spots, Messesfilmen
- Einführung von Zeitschriften und Newslettern für Mitarbeiter und den Handel
- Erarbeitung von Herstellkosten-Zielen, Produktkalkulation, Leitung von Wertanalyseprojekten
- Länderspezifische Preispolitik
- Absatz- und Produktionskapazitäten-Planung
- Erarbeitung von Zielspezifikationen für Entwicklung und Produktion
- Entscheidungsfindung "Eigenproduktion oder Zukauf", Lieferantenauswahl bei Zukauf
- Qualitative Marktforschung (Auswertung von GfK und AC Nielsen Zahlen)
- Quantitative Marktforschung (Verbrauchertests und Diskussionsrunden)
- Auswertung von Reklamationsstatistiken
- Briefing von und Zusammenarbeit mit Designern, Messebauern, Agenturen

Personal

- Mitarbeiterführung als "Unternehmer im Unternehmen" mit klaren Zielvereinbarungen
- Regelmäßiges Mitarbeiter-Coaching
- Auswahl und Einstellung von Personal, kompletter Neuaufbau von Teams

Produktschulung

- Vermittlung technisch komplexer Zusammenhänge an eigene Mitarbeiter und Fachhändler
- Erstellung von Schulungsunterlagen und Broschüren
- Erarbeitung von "Produkt-Vorführkonzepten" für Messen
- Fachvorträge in Deutsch, Englisch und Französisch auf allen 5 Kontinenten

Pressearbeit und PR

- Erstellen von Presseinformationen
- Besuch von Redaktionen zahlreicher Fachzeitschriften weltweit
- Halten von Pressekonferenzen mit bis zu 100 Journalisten in Deutsch, Englisch und Französisch
- Moderation von Händlerveranstaltungen mit bis zu 900 Teilnehmern

Finanzen und Administration

- Erarbeitung von Businessplänen zur Unternehmensfinanzierung
- Gewinnung von Investoren, Präsentationen vor dem Aufsichtsrat
- Gewinn- und Verlustverantwortung, permanente Kostenkontrolle
- Verhandlung von Speditionsverträgen

Kundendienst

- Führung von Kundendienstteams
- Optimierung der Servicequalität

Sprachen

- Deutsch: Muttersprache
- Englisch: Verhandlungssicher in Wort und Schrift
- Französisch: Gute, konversationsfähige Kenntnisse

Computer-Kenntnisse

- Word, Excel, Power Point, Outlook, CRM-System (Siebel)

Weiterbildungen und Seminare

- Rhetorik (Alfred Rademacher)
- Unternehmer im Unternehmen (Prof. Fredmund Malik)
- Fair Verkaufen (Dieter Reifenschneider)
- Präsentationstechniken
- Mitarbeiterführung mit Zielvereinbarung
- Trainerausbildung in 3 Modulen (IHK)
- Telefonverkauf
- Der perfekte Newsletter
- Die erfolgreiche Pressemitteilung

Volker Vomend – Beruflicher Werdegang

Executive Summary

Geschäftsführer mit exzellentem Vertriebs- und Marketing Hintergrund und starker Affinität zu erklärungsbedürftigen technischen Produkten. Langjährige, zum Teil weltweite Tätigkeit, als Geschäftsführer, Leiter Vertrieb und Marketing und Marketingleiter. B-2-C und B-2-B Erfahrung aus unterschiedlichen Branchen (FMCG, Consumer Electronics, Automotive, Maschinenbau) und unterschiedlichen Unternehmensformen (vom deutschen Großkonzern bis zur Start-Up Company). Umsatzverantwortung bis zu 175 Mio. Euro, Personalverantwortung bis zu 50 Mitarbeiter. Sehr erfahren in Teamaufbau, Mitarbeiterführung und Coaching.

Chronologischer Lebenslauf

04/13 – heute **Vemacon Vertriebs- und Marketing-Consulting** **Volker Vomend**

Tätigkeit als Berater. Schwerpunkt Vertriebsoptimierung, Markenpositionierung, Werbung und Pressearbeit.
Feste Zusammenarbeit mit Partnerteams (www.partnerteams.de)

05/04 – 03/13 **RATIONAL AG** (8 Jahre, 11 Mon.) (www.rational-online.com)

Erfinder des Combi-Dämpfers und börsennotierter Weltmarktführer im Bereich professioneller Großküchengeräte mit Hauptsitz in Landsberg am Lech. Umsatzvolumen 2012 > 430 Mio. Euro, Mitarbeiter > 1.200, Weltmarktanteil 54%.

Verschiedene Tätigkeiten als Bereichsleiter u. Geschäftsführer

Im Einzelnen:

01/12 – 03/13 **FRIMA Deutschland GmbH, Frankfurt a. M., Deutschland** (1 Jahr, 3 Mon.) (www.frima-deutschland.de)

Die FRIMA Deutschland übernimmt als Tochtergesellschaft der RATIONAL AG den Vertrieb des VarioCooking Center, einer neuartigen Kippbratpfanne, über Fachhändler und Einkaufsgenossenschaften im deutschen Markt. Umsatzvolumen ca. 9 Mio. Euro.

Position: Geschäftsführer

- Führung von 13 Außendienst-, 5 Innendienst- und zwei Service-Mitarbeitern
- Starke vertriebliche Ausrichtung: Direktbetreuung von Key Accounts, wöchentliche Mitreise mit dem Außendienst
- Teilweiser Neuaufbau der Außen- und Innendienstmannschaft
- Einführung des „Unternehmer im Unternehmen“ Prinzips

Trotz Restrukturierung und Umbau der Mannschaft Steigerung des Umsatzes um 5%.

07/07 - 12/11 RATIONAL Austria GmbH, Salzburg, Österreich

(4 Jahre, 6 Mon.) (*www.rational-austria.at*)

Die RATIONAL Austria GmbH vertreibt als Tochtergesellschaft der RATIONAL AG die Produktlinien RATIONAL SelfCooking Center (Combi-Dämpfer) und RATIONAL VarioCooking Center (Kippbrat-pfanne) über Fachhändler im Österreichischen Markt.

Umsatzvolumen ca. 9 Mio. Euro.

Position: Geschäftsführer

- Führung von 5 Außendienst-, 3 Innendienst- und 2 Service-Mitarbeitern
- Kompletter Neuaufbau der Außendienstmannschaft
- Einführung von Tablet PC im Außendienst
- Direktbetreuung von Topkunden (z. B. McDonalds, REWE, Lidl), Führung der Top 50 Jahresgespräche
- Wöchentliche Mitreise mit dem Außendienst zum Coaching

Steigerung des VarioCooking Center Absatzes um 40%, Verteidigung der absoluten Marktführerschaft (60% Marktanteil) bei Combi-Dämpfern trotz deutlich steigendem Wettbewerbsdruck, unter anderem durch RATIONAL OEM Produkte im Markt.

2011 Auszeichnung als einer der weltweit besten RATIONAL Geschäftsführer und Vertriebsleiter im RATIONAL „Club Of Champions“.

05/04 - 06/07 RATIONAL AG, Landsberg am Lech, Deutschland

(3 Jahre, 2 Mon.) (*www.rational-online.com*)

Börsennotierter Weltmarktführer im Bereich professioneller Großküchengeräte. Umsatzvolumen 2007: >330 Mio. Euro, Mitarbeiter 2007: >1.000, Weltmarktanteil 52%.

Position: Leiter Internationales Ländermarketing

- Direkt dem CEO unterstellter Bereichsleiter
- Disziplinarische und fachliche Führung von 10 Ländermarketingleitern, Messespezialisten und Assistentinnen
- Fachlicher Vorgesetzter der in den jeweiligen Länderorganisationen für Marketing verantwortlichen Mitarbeiter
- Entwicklung und Durchführung aller weltweiten Marketingaktivitäten der RATIONAL Gruppe
- Budgetverantwortung: ca. 12 Mio. Euro
- In Personalunion Direktbetreuung (mit starker operativer Ausrichtung) der Märkte USA / Kanada, zeitweise auch Skandinavien und Großbritannien
- Häufiger Aufenthalt in den Märkten mit direkter Vertriebsarbeit im Rahmen des Projektes „Neukundengewinnung und Ausweitung der Distribution“
- Zahlreiche Besuche bei Sales Meetings, Händler tagungen, Messen und Fachzeitschriften

- Regelmäßige Mitreise mit dem Außendienst zum Coaching der Vertriebsmitarbeiter.

Wichtige weitere Projekte:

- Produktion eines (mehrfach prämierten) 30 minütigen Infocommercials für USA / Kanada
- Einführung eines elektronischen Newsletters für Endkunden und Händler
- Konzeption einer Mitarbeiterzeitung
- Weltweite Pressearbeit (> 100 Mio. Kontakte pro Jahr)
- Erarbeitung und weltweite Umsetzung eines neuen Messekonzeptes
- Konzeption der Veranstaltungsreihe "RATIONAL Experten-küche - ein Blick hinter die Kulissen zufriedener Kunden"
- Weltweiter Einsatz zufriedener RATIONAL Nutzer als Testimonials in Print und Video

Die Marketingleistung der RATIONAL AG wurde mehrfach ausgezeichnet, u. a. wurde RATIONAL vor der Audi AG und der SolarWorld AG Gewinner des „Best Marketing Company Award 2008“.

(www.rational-online.com/de/company/awards/index.html)

04/00 - 04/04

(4 Jahre, 1 Mon.)

MagCode AG, Heidenheim an der Brenz, Deutschland

(www.magcode.de)

Die MagCode AG war eine u. a. von der EnBW Karlsruhe finanzierte Start-Up Company mit einzigartigen Patenten im Bereich magnetisch kontaktierender Steckverbinder. Nachdem sich die Markteinführung der für die Gründung von MagCode verantwortlichen Basiserfindung, eine absolut wasser- und kurzschlussfeste 230V Steckdose, aufgrund bestehender Standards als zu schwierig erwies, wandte sich das Unternehmen der Automobilindustrie zu. Hier ergaben sich sowohl im Bereich „Autosteckdose“ (Ersatz des Zigarettenanzünders) als auch im Bereich „Einbau von Komponenten“ interessante Perspektiven.

Inzwischen (2008) wurde die MagCode AG liquidiert und die Patente und Produkte von der Firma Rosenberger Hochfrequenztechnik übernommen.

Position: Leiter Marketing und Vertrieb

- Aufbau des kompletten Marketings von der Produktnamensfindung über die Verpackungsgestaltung bis hin zur Website und zum Webshop
- Aufbau internationaler Vertriebsstrukturen als (fast) One Man Show mit zwei Schwerpunkten: „Automotive Aftermarkt“, zum Vertrieb der Autosteckdose MagCode PowerSystem (u. a. über Würth, die Carat-Gruppe, Hella USA, Ring UK) und „OEM-Automobilindustrie“ für die Erstausrüstung
- Kundenaquise bei allen wichtigen KFZ Herstellern in Deutschland, Europa und USA, sowie bei deren Tier 1 und Tier 2 Zulieferern
- Definition von Zielen für die Produktentwicklung

- Regelmäßige Erarbeitung und Präsentation von Businessplänen bei möglichen Investoren in Deutschland, Europa und USA

Erreichen des Erstausrüsterstatus bei VW und Daimler mit der „Auto-steckdose“ und Aufbau zahlreicher Prototypen mit der zweiten Produktlinie dem MagCode*MultiSystem* für die zeitsparende und sichere Verbindung von elektrischen Komponenten im Fahrzeug.

06/94 - 03/00

(5 Jahre, 9 Monate)

JVC Deutschland GmbH, Friedberg (Hessen), Deutschland

(www.jvc.de)

JVC Deutschland ist eine Tochterfirma des japanischen Unterhaltungselektronikanbieters und VHS-Erfinders Victor Company of Japan. Mit rund 90 Mitarbeitern realisierte das Unternehmen durch den Vertrieb von TV-Geräten, Videorecordern, Camcordern, HiFi Anlagen, Portable Audio, Car Audio und Zubehör im Jahr 1999 einen Umsatz von rund 350 Mio. DM.

Verschiedene Tätigkeiten als stellvertretender Bereichsleiter und Bereichsleiter

Im Einzelnen:

10/97 – 03/00

(2 Jahre, 6 Mon.)

Position: Leiter Marketing und Vertrieb

- Führung von vier Vertriebsteams (Fachhandel, National Account, Car Audio, Special Sales) und der Marketing Abteilung mit insgesamt mehr als 45 Mitarbeitern
- Umsatz ca. 350 Mio. DM, Marketingbudget ca. 8 Mio. DM
- Direktbetreuung von Key Accounts
- Führung von Jahres- und Konditionsgesprächen
- Regelmäßige Mitreise mit dem Außendienst und Coaching aller Mitarbeiter

UE Marktanteil von JVC in 6 Jahren verdreifacht, JVC von Rang 17 der GfK Rangliste der umsatzstärksten Unterhaltungselektronik Anbieter auf Rang 6 aufgestiegen.

05/95 - 09/97

(2 Jahre, 5 Mon.)

Position: Leiter Marketing

- Produktion mehrerer TV Spots und Print-Kampagnen
- Bundesweite Außenwerbung, Einsatz von Promotionteams
- Ausbau der Messepräsenz auf der Internationalen Funkausstellung: Eigene Messehalle mit mehr als 1.900 m² Fläche
- Verstärkte Nutzung von Cross-Promotions (Jurassic Park)
- Operative Vertriebsunterstützung
- Quantitative und qualitative Marktforschung
- Definition von Entwicklungszielen für die Fabriken

06/94 - 04/95

(11 Monate)

Position: Stellvertretender Marketingleiter

- Aufbau und operative Führung eines neuen Marketingteams
 - Neu-Positionierung der Marke JVC als "Testbewährt".
-

10/82 – 05/94

(12 Jahre, 7 Mon.)

BASF AG / BASF Magnetics GmbH, Mannheim, Deutschland

Zu der damaligen Zeit war der Unternehmensbereich „Informationssysteme“ der BASF AG (später BASF Magnetics GmbH) einer der weltweit führenden Anbieter von Audio- und Video-Cassetten, Tonbändern, Computerbändern und Disketten. Die 80er Jahre standen dabei ganz im Fokus die „angestaubte“ Marke BASF zu revitalisieren und durch neue innovative und trendige Produkte Marktanteile zu gewinnen.

Verschiedene Tätigkeiten als Schulungsleiter, Junior Produktmanager, Leiter Schulungsabteilung und Produktmanager.

Im Einzelnen:

04/93 – 05/94

(1 Jahre, 2 Mon.)

Position: Produktmanager Audio u. Video Verbraucherprodukte

Unter anderem:

- Internationale strategische Planung
- Entwicklung und Markteinführung neuer Sortimente
- Verantwortung für Herstellkosten und Transferpreise

01/91 – 03/93

(2 Jahr, 3 Mon.)

Position: Produktmanager Video Verbraucherprodukte

Unter anderem:

- Überarbeitung von Verpackungsdesigns
- Leiter verschiedener Wertanalyse Projekte

05/88 – 12/90

(2 Jahre, 7 Mon.)

Position: Leiter Produktschulung

Unter anderem:

- Führung von 2 Schulungsleitern
- Entwicklung neuer Schulungs- und Präsentationskonzepte
- Schulungen und Pressekonferenzen in Deutsch, Englisch und Französisch auf allen 5 Kontinenten
- Coaching von Außendienstmitarbeitern.

03/87 – 04/88

(1 Jahr, 2 Mon.)

Position: Junior Produktmanager Video Verbraucherprodukte

Unter anderem:

- Projektleiter für die Neuentwicklung der Videocassette E 300 (erste 5 Stunden VHS Cassette der Welt)
- Kostenanalyse „Eigenproduktion oder Zukauf“

10/82 – 02/87

(4 Jahre, 5 Mon.)

Position: Schulungsleiter

- Europaweit Mitarbeiter- und Händlerschulungen in Deutsch, Englisch und Französisch
- Entwicklung von Promotions und Training von Promotienteams

- Entwicklung von Messepräsentationen.
- Erstellung von Trainingsunterlagen
- Betreuung der europäischen Fachpresse
- Zeitweiser Einsatz als Außendienstmitarbeiter

Ausbildung

Fachhochschule Ludwigshafen am Rhein, Deutschland

Aufbaustudium Betriebswirtschaftslehre

BASF AG, Ludwigshafen am Rhein, Deutschland

Ausbildung zum Industriekaufmann und Fremdsprachenkorrespondent Englisch

Familienstand

Verheiratet, zwei erwachsene Töchter