

KörperWorld



Ausgabe 2 • 2002
Magazin der Körper Aktiengesellschaft
www.koerber.de

MANAGEMENT UND MEETINGS

Körper-Stiftung und Konzern:
ein fruchtbares Verhältnis

MESSEN UND MASCHINEN

Schaudt Mikrosa BWF stellt den
neuen Alleskönner vor

IDEEN UND AKTIONEN

Der „Hamburger Nobelpreis“
wird immer wichtiger

A background image of industrial machinery, possibly a factory floor, with blue and red lighting creating a futuristic and dynamic atmosphere.

Konzern und Sparten
verzeichneten einen kräftigen
Aufwärtstrend. Und auch die Zukunft
verheißt starke Bewegungen
auf den Märkten. Körper war und
ist darauf vorbereitet

SPRUNG nach vorn

Sprung ins

BEIM KÖRBER COLLEGE INTERNATIONAL SALES GEHT ES SEHR SCHNELL IN DIE



Konzentriertes Lernen und realistisches Proben bestimmen den Kurs für Takumi Yamada, Gunnar Tons, Shinka Gu, David Bao und Daniel Vögeli (Foto Mitte). Freizeit ist dagegen selten, wird aber, wann immer möglich, genutzt



Vor dir sitzen sie: Kritische Kunden, Kaufleute und Techniker. Und du sollst sie überzeugen, dass die Produkte deiner Firma ihnen den größten Nutzen bringen und dass einen Fehler macht, wer sie nicht kauft. Ein Dienstagnachmittag in einem Hotel im norddeutschen Lübeck. Seminarteil „Präsentationstechniken“. Die Seminaristen: Teilnehmer des Körber College International Sales, junge Vertriebsleute aus Unternehmen aller drei Sparten.

Trotz der Seminaratmosphäre kann von einer „Trockenübung“ keine Rede sein. Hier

wird der Ernstfall realitätsgetreu geprobt. Nach der Vermittlung des Basiswissens hatten die Verkäufer die freie Themenwahl und einen Abend – oder eine Nacht – lang Zeit, ihre Präsentation vorzubereiten. Die Themen: Vorstellung ihres Unternehmens, des Marktes, in dem es tätig ist, Präsentationen von Maschinen und Anlagen, aber auch Präsentation der Leitsätze und Werthaltungen für die Körber-Gruppe. Aufmerksame Zuhörer sind die Körber-Kollegiaten, Seminarleiter Günter Dehn und der Trainer Herb Nestler, ein Amerikaner aus München. Ein wachsames Auge auf den Vortragenden hält seine unbestechliche Videokamera. Da kann man schon ins Schwitzen kommen.

kalte Wasser

REALE VERTRIEBSWELT. DIE KOLLEGIATEN WERDEN VOLL GEFORDERT



Worauf kommt es an? Auf den Inhalt der Präsentation selbstverständlich. Aber auch ganz entscheidend auf die – englische – Sprache, auf die Stimme, auf Körper- und Zeichensprache. Hält der Vortragende Augenkontakt mit seinen Zuhörern oder klammert er sich an seine Präsentationsvorlagen? Gelingt es ihm, seine Zuhörer zu fesseln und ihnen sein Thema überzeugend zu präsentieren? Stimmt die „Verpackung“ seiner Message? Nach acht Minuten ist die Sanduhr abgelaufen, die Präsentation zu Ende, oder der Coach zeigt die „Rote Karte“. Disziplin ist die Tugend der Präsentation.

Anschließend „Manöverkritik“. In freundlichem, aber bestimmtem Ton werden Fehler genannt und offen besprochen. Und jeder lernt daraus – aus den eigenen wie auch aus den Fehlern der anderen.

DIE ZEHN TEILNEHMER des Körber College International Sales starteten am 1. April 2002 und waren im Sommer zum zweiten Seminar in Lübeck zusammengetroffen. Während der überwiegenden Zeit arbeiten die Trainees projektbezogen in ihren angestammten Betrieben und über mehrere Wo-



FUMIKO TAKANO, Japan, seit vier Jahren bei Fabio Perini, Lucca

»Ich bin ohne Zögern auf den Zug gesprungen. Das College vermittelt wichtige, unentbehrliche Kenntnisse, es vermittelt vor allem Internationalität. Das wird mir, das wird auch meiner Firma zugute kommen. Dieses zweite Seminar ist auf Verkaufspraxis fokussiert. Das ist ganz ausgezeichnet.«



KAI KARSTENS, Hauni Maschinenbau AG

»Ich bin erst mit Beginn des College ins Unternehmen eingetreten. Für mich ist es eine neue Welt, die ich hier sehr gut und gründlich kennen lerne. Ich bemühe mich, so viel neues Wissen wie möglich aufzusaugen und zu speichern, und schließlich hoffe ich, dass ich vieles von dem, was mir hier vermittelt wird, durch meine Arbeit an Hauni werde zurückgeben können.«



DANIEL VÖGELI, seit Anfang 2001 bei Mägerle, Fehraltorf, Schweiz

»Ich erwarte, mehr Verkaufserfahrung und ein fundiertes Marktverständnis zu erlangen. Positiv empfand ich auch meinen Einsatz als ‚Event Manager‘ bei SMB in Stuttgart, wo ich im Juni die große Kundenpräsentation mit vorbereitet habe. Außerdem besteht die Chance, ein funktionierendes Netzwerk über die gesamte Körper-Gruppe aufzubauen.«



DAVID BAO aus China, Blohm in Hamburg

»Ich habe bereits sieben Jahre europäische Erfahrungen in einem Schweizer Unternehmen gesammelt, bin aber froh, dabei zu sein; denn schon heute habe ich eine Menge Neues erfahren, ich lerne auch viel über die Konzernstrategie und über deutsche Charaktere und Kultur. Gute Voraussetzungen also für die Übernahme internationaler Vertriebsaufgaben.«

Nach acht Minuten ist die Uhr abgelaufen, der Coach zeigt die Rote Karte

chen auch in weiteren Unternehmen ihrer und jeweils einer zweiten Konzernsparte.

„Unser Ziel ist, ihnen den gesamten Vertriebsprozess zu vermitteln“, sagt Kollegleiter Günter Dehn. „Nach der ersten Phase, in der die Teilnehmer zunächst die Gesamtstruktur der Körper-Gruppe und das Produktprogramm der drei Sparten kennen gelernt haben, steigen wir jetzt ganz tief ein in den Vertriebsprozess.“

NACH NUR EINEM JAHR, das ist das ambitionierte Ziel des Kollegs, sollen die Teilnehmer das Rüstzeug besitzen, die Körper-Gruppe international zu repräsentieren und beim Kunden erfolgreich tätig zu sein. Sie müssen also nicht nur Verkaufstechniken beherrschen, Grundlagen des Vertragsrechts kennen und „Meister der Akquisition“ sein, sondern auch zur interkulturellen Kommunikation fähig sein.

Das dichte Praxis- und Theorieprogramm des Kollegs verlangt den jungen Verkäufern vollen Einsatz und Konzentration ab und nach knapp der Hälfte der Zeit gibt Günter Dehn ein erstes Resümee: „Ich erlebe mit Freuden, dass alle Trainees mit vollem Ernst und Einsatz bei der Sache sind. Unsere Referenten, die externen wie die Fachleute aus dem Konzern, äußern sich sehr positiv über das rege Interesse und den Wissensdurst der Teilnehmer.“

DIE SEMINARPHASEN bieten neben der Vertiefung des Wissens auch die Möglichkeit, den Kontakt untereinander zu intensivieren, Erfahrungen auszutauschen. Am Ende eines langen Seminar-Tages sinken die Trainees aber nicht etwa erschöpft in den Sessel, dann sucht jeder sein individuelles Entspannungsprogramm: Jogging, Schwimmen oder den Besuch im Fitnessstudio. „Danach sind sie dann wieder ganz locker und entspannt“, stellt Günter Dehn fest.