



## Interim Executive Manager

- CEO, CTO, CSO und COO
- Leiter von Sonderprojekten
  - Transformationen
  - Strategische Neuausrichtungen
  - Restrukturierungen

## Generalist mit technischem Hintergrund, Experte für Change-Management, Transformation und Vertriebsmanagement auf internationaler Bühne

Mein Name ist **Wolfgang Prem**. Ich bin **Interim Executive Manager** und gehe als **CEO, CTO, CSO, COO** oder als **Leiter von Transformationsprojekten, strategischen Neuausrichtungen und Restrukturierungen** ins Unternehmen.

Meine Schwerpunkte sind **Technik und Produkte** mit einem klaren Blick auf die **Kostenseite** sowie den **Vertrieb** mit Fokus auf **Wachstumsthemen**.

Meine Auftraggeber sind **mittelständische Technologieunternehmen aus dem internationalen Maschinen- und Anlagenbau**. Zum Einsatz komme ich u.a. in den Unternehmensbereichen **Entwicklung, Produktion, Vertrieb und Marketing**.

### Mein Angebot in der Übersicht

Restrukturierung & Effizienzsteigerung	Umsatzsteigerung & Wachstumsstrategien
Margensteigerung, Kostenreduktion und Verbesserung der Lieferperformance	Internationalisierung, Schärfung Markt- und Kundenfokus, Erschließung neuer Segmente
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse von Profitabilität, Liquidität und operativer Leistungsfähigkeit</li> <li>• Einsatz von LEAN-Methoden: VSM, TPS, Six Sigma, KVP</li> <li>• Optimierung von Produktion, SCM und Lieferperformance</li> <li>• Operational Excellence als Basis für nachhaltige Marge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung globaler Vertriebsstrategien</li> <li>• Auf- u. Ausbau int. Sales-Strukturen / -Organisationen</li> <li>• Erschließung neuer Branchen und Marktsegmente</li> <li>• Einführung von agilem Vertriebscontrolling und CRM</li> <li>• Verzahnung: Vertrieb, Produktmanagement u. Marketing</li> <li>• Implementieren einer Global 1of5 Pricing Strategy mit klarem Firmennutzen und Mehrwert</li> </ul>

Strategische Neuausrichtung des Produktportfolios	Transformation & Change-Management
Modularisierung, Standardisierung und Reduktion von Komplexität	Entwicklung agiler, schlanker und prozessorientierter Organisationen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portfoliostrategie: Fokus auf Markt, Marge und Pricing</li> <li>• Modularisierung und Standardisierung techn. Produkte</li> <li>• Redesign u. Komplexitätsreduktion zur Kostensenkung</li> <li>• Skalierbare Plattformkonzepte für neue Märkte zur Reduktion von Kosten und Durchlaufzeiten</li> <li>• Integration Produkt-/Produktionsstrategie in moderne agile Produktion mit KVP- &amp; KPI-Entwicklung (LEAN-Basis)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsetzung grundlegender Unternehmenstransformation (aufgrund sich ändernder Marktbedingungen, technischer Entwicklungen oder interner Bedingungen)</li> <li>• Aufbau neuer, moderner, agiler Strukturen und Teams</li> <li>• Planung und Konzeption von Veränderungsvorhaben</li> <li>• Umsetzung mit klaren Verantwortlichkeiten und wirksamer Steuerung des Gesamtprojekts</li> </ul>

### Wolfgang Prem

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

**Meine Themen. Meine Erfahrung.**

- **Restrukturierung & Performanceverbesserung**

Nachhaltige Ergebniswenden in Sondersituationen – z. B. EBIT von -2,7 Mio. € auf +4,1 Mio. €. Umsetzung durch Kostensenkung mit modularem, Customer-Oriented-Design und klarer DLZ-Reduktion angepasst an Design und Kundenaufträge.

- **30 Jahre internationaler Einsatz im Maschinen- und Anlagenbau**

Interkulturell erfahren, weltweit vernetzt: EMEA (Europe, Middle East, Africa), APAC (Asia Pacific) und AMER (Americas)

- **Aufbau und Internationalisierung von Vertriebsorganisationen**

Auf- und Ausbau globaler Vertriebsstrukturen mit CRM-Systemen, technischem Vertrieb und internationalem Key Account Management – in Europa, Asien und USA basierend auf einem aktuell gepflegten globalen Netzwerk.

- **Neuausrichtung & Modularisierung technischer Produktpportfolien**

Redesign komplexer Produktplattformen mit Fokus auf Standardisierung, Time-to-Market und Marginsteigerung, mit bis zu 30% Kostenreduktion und 50% Umsatzplus in den zurückliegenden Projekten.

- **Markterschließung & Kundenfokus in B2B-Technologiemärkten**

Erschließung neuer Märkte/Branchen m. systematischer Analyse, Value Selling u. kundenfokussierter Produktentwicklung.

- **Optimierung von Geschäftsprozessen mit vollständiger Integration ins ERP-System**

Erprobte Umsetzung von LEAN, Kaizen, VSM, JiT und Six Sigma zur Effizienzsteigerung in Engineering, SC und Produktion.

- **Change-Management mit klarem Führungsanspruch**

Veränderungen nachhaltig verankert – durch partizipative Führung, klare Kommunikation und konsequente Umsetzung.

**Ausgewählte Projekte** (Details zu den Projekten sind auf den nachfolgenden Seiten zu finden.)

AUFTAG	UNTERNEHMEN	ROLLE
<b>Standardisierung, Modularisierung und Redesign einer Produktfamilie zur Reduktion von Lieferzeiten</b>	Hersteller Laser u. Lasersystemen	Konstruktions- & Entwicklungsleiter Produkt
<b>Positionierung und Neuausrichtung eines differenzierten, kosteneffizienten Einstiegsmodells</b>	Hersteller Werkzeugmaschinen Hochpräzisionsbearbeitung	CEO und Impulsgeber
<b>Turnaround einer BU durch neues Produktkonzept und Neuausrichtung des Vertriebs</b>	Hersteller Werkzeugmaschinen Oberflächenbearbeitung	R&D-Leiter, BU-Leiter bzw. Geschäftsführer
<b>Nachhaltige Sales Entwicklung einer BU des Sondermaschinenbaus in amerikanischem Großkonzern</b>	Hersteller Werkzeugmaschinen für die Oberflächenbearbeitung	Geschäftsführer

**Übersicht beruflicher Werdegang & ausgewählte Ausbildungsstationen**

ZEITEN	UNTERNEHMEN	ROLLE
03.23 – 07.25	KMU Hersteller v. Industrieller Reinigungstechnik	<b>Geschäftsführer / CEO</b>
09.20 – 02.23	KMU Hersteller von Hochpräzisen Werkzeugmaschinen	<b>Geschäftsführer / CEO</b>
05.16 – 08.20	LASERPLUSS AG, Idar-Oberstein	<b>Vorstandsvorsitzender AG</b>
06.09 – 04.16	Extrude Hone GmbH (ehemals Kennametal), Holzgünz	<b>Technischer Geschäftsführer / Werksleiter</b>
11.04 – 05.09	Baldwin Germany GmbH, Friedberg in Bayern	<b>Director BU Fluid &amp; Temperature Systems</b>
07.96 – 10.04	rofin sinar laser GmbH, Bergkirchen u. Plymouth (USA)	<b>Leiter R&amp;D, techn. Vertrieb</b>
11.88 – 06.96	manroland Druckmaschinen AG, Augsburg	<b>Projektleiter Bereich R&amp;D</b>
02.11 – 01.13	Kennametal Entwicklungsprogramm für Führungskräfte	<b>Leadership Development Conference, 2 Jahre</b>
05.03 – 07.03	Toyota Motor Corporation, in Japan 3 Monate	<b>The Toyota Way - Lean Management Principles</b>
10.83 – 07.88	Hochschule Augsburg	<b>Dipl.-Ing. Maschinenbau (FH) - Fahrzeugtechnik</b>
<b>Qualifikationen</b>	• Green Belt in Lean Six Sigma • Green Belt in Value Stream Mapping	<b>Sprachkenntnisse</b> • Deutsch – Muttersprache • Englisch – verhandlungssicher

**Wolfgang Prem**

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

+49 (0) 172 84 43 329 | contact@wolfgang-prem.com | www.wolfgang-prem.com

WOLFGANGPREM C+M GmbH | Zum Salvusbrunnen 4 | 86500 Kutzenhausen / Germany

## Ausgewählte Projekte

Standardisierung, Modularisierung und Redesign einer Produktfamilie bei einem Hersteller von Laserbeschriftungssystemen in der Rolle als Projektleiter und Strategie (Konstruktions- & Entwicklungsleiter) und Leiter Vertriebsinnendienst	
Der Auftraggeber	Das Mandat
<p><b>Unternehmensname:</b>            • N.N.</p> <p><b>Unternehmenstyp:</b>            • Hersteller von Laser-Markier-Systemen            • Deutsche GmbH, Teil von globalem Unternehmen</p> <p><b>Branche:</b>            • Lasertechnologie / LaserMarkier-Systeme</p> <p><b>Umsatz:</b>            • GmbH: 80 Mio. €            • Gesamt: 600 Mio. €</p> <p><b>Mitarbeiterzahl:</b>            • GmbH: 200            • Gesamt: 1.600</p> <p><b>Situation:</b>            • Ein bedeutender Kunde aus dem Halbleitermarkt forderte eine drastische Lieferzeitverkürzung für eine bestimmte Produktgruppe – andernfalls drohte der Verlust dieses Großkunden.            • Die Lieferzeit sollte auf Wunsch des Kunden von 16 auf max. 6 Wochen reduziert werden.</p>	<p><b>Rolle: Projektleiter und Strategie (Konstruktions- &amp; Entwicklungsleiter)</b></p> <p><b>Zeitraum (Dauer):</b> 9 Monate (Projektlaufzeit)</p> <p><b>Verantwortungsbereich:</b> Konstruktion &amp; Entwicklung (während des Projektes erweiterte Verantwortlichkeit als Projektleiter mit ca. 40 Mitarbeitern) und Vertriebsinnendienst</p> <p><b>AUFTAG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reduzierung der Lieferzeit durch Standardisierung, Modularisierung und technisches Redesign (Forderung Hauptkunde: Produktlieferzeit von 16 auf 6 Wochen reduzieren)</li> </ul> <p><b>MASSNAHMEN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse des gesamten Auftragsdurchlaufs (von Bestellung bis Inbetriebnahme) mittels Value Stream Mapping</li> <li>Bewertung der Produktfamilie im Hinblick auf Standardisierung, Modularisierung und Redesign als konfigurierbares Baukastensystem und des global SCM</li> <li>Entwicklung eines SAP-basierten Produkt-Konfigurators zur direkten Nutzung im Vertrieb – auch beim Kunden vor Ort</li> <li>Umsetzung der Fertigungsstrategie mit drei internationalen Produktionsstandorten</li> </ul> <p><b>ERFOLGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lieferzeitverkürzung von 16 auf 4 Wochen – deutlich besser als die Kundenerwartung</li> <li>Einführung eines modular aufgebauten, geprüften Baukastensystems ab Lager verfügbar</li> <li>Globale Fertigung des Produkts in identischer Qualität an drei Produktionsstandorten</li> <li>Dispositionslogik: lokale Lagerprüfung, automatische Ergänzungsbeschaffung aus Zentrallager in Deutschland, lokale Fertigung, Endkontrolle, Versand und Inbetriebnahme</li> <li>Herstellkosten deutlich reduziert – durch externe Beschaffung modularer Baugruppen mit verhandelbaren Rahmenverträgen</li> <li>Verbesserung der Liefertreue (OTD) von ca. 85 % auf über 99 %</li> <li>Deutlich verbesserte Produktqualität durch 100 % geprüfte Baugruppen im Lager</li> <li>Erheblicher Kundenmehrwert: Austausch kompletter Einheiten an der Produktionslinie in 30 Minuten durch eigenes Personal möglich → dadurch wurden die Stillstandszeiten der Linien drastisch reduziert und ein signifikant höherer Linienoutput erzielt.</li> <li>Der Kunde wechselte aufgrund des deutlich höheren Kundennutzens (höhere Linienverfügbarkeit, deutlich bessere Qualität) zum Single-Source-Supplier und übertrug zusätzlich Aufträge an die Firma, die zuvor beim Wettbewerber beauftragt wurden.</li> <li>Absatzsteigerung: von 80 auf ca. 180 Systeme pro Jahr beim Hauptkunden – gesamt bis zu 450 Systeme pro Jahr bei allen Kunden</li> <li>Projekt wurde zur Initialzündung für nachfolgende Produktgenerationen → langfristiger Skaleneffekt: 1.200 Units/a nach 7 Jahren ohne proportionalen Personalaufbau</li> </ul> <p><b>BESONDRE HERAUSFORDERUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Am Anfang war der Kunde der Buh-Mann: „Der soll halt einfach früher bestellen!“</li> <li>Starker interner Widerstand gegen das neue Konzept eines jungen Projektleiters</li> <li>Bedenken in der Produktion (Jobverlust) wegen zunehmender Fremdvergabe einzelner Baugruppen (bislang Eigenfertigung)</li> <li>Aufbau einer neuen Produktreihe (1.istes Jahr 1 mio € auf 20 mio € in 4 Jahren, sicherte und erweiterte die Inhouse-Fertigung)</li> <li>Rollout des Baukastensystems an drei internationalen Fertigungsstandorten war zwar komplexer als geplant, hatte dann aber nach dem „Global GO“ deutliche Vorteile für das Supply Chain Management und die Lieferzeit zu globalen Kunden</li> <li>Zusätzlicher Aufwand zur Harmonisierung von Lager- und Logistikstrukturen zwischen zentralem und lokalem Bestand</li> </ul>

### Wolfgang Prem

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

+49 (0) 172 84 43 329 | contact@wolfgang-prem.com | www.wolfgang-prem.com

WOLFGANGPREM C+M GmbH | Zum Salvusbrunnen 4 | 86500 Kutzenhausen / Germany

**Positionierung bzw. Neuausrichtung eines klar differenzierten, kosteneffizienten Einstiegsmodells bei einem Hersteller von Werkzeugmaschinen für die Hochpräzisionsbearbeitung als CEO & Projektverantwortlicher**

Der Auftraggeber	Das Mandat
<p><b>Unternehmensname:</b> • N.N.</p> <p><b>Unternehmenstyp:</b> • Hersteller • Französisches Unternehmen • KMU, Tochter einer deutschen Industriegruppe</p> <p><b>Branche:</b> • Werkzeugmaschinen • Hochpräzision</p> <p><b>Umsatz:</b> &lt; 20 Mio. €</p> <p><b>Mitarbeiterzahl:</b> 50</p> <p><b>Situation:</b> • Das kostengünstigste Maschinenmodell war zu teuer und zu nah an Top-Produktlinie positioniert. • Ein laufendes Redesign-Projekt brachte keine nennenswerten Kostenvorteile und war eigentlich nur ein Facelift. • Die Portfoliopositionierung war unscharf und führte zu Kannibalisierungseffekten.</p> <p><b>Unternehmenssitz:</b> • Frankreich</p>	<p><b>Rolle:</b> <b>CEO &amp; Projektverantwortlicher</b></p> <p><b>Zeitraum (Dauer):</b> 8 Monate (Projektaufzeit)</p> <p><b>Verantwortungsbereich:</b> • CEO der deutschen &amp; französischen Tochtergesellschaft mit Gesamtverantwortung • Projektleitung mit direkter Steuerung der Entwicklung und Konstruktion und dem externen Systemlieferanten</p> <p><b>AUFTAG</b> • Positionierung / Neuausrichtung eines klar differenzierten, kosteneffizienten Einstiegsmodells durch All-in-One-Konzept und modulare Konstruktion</p> <p><b>MASSNAHMEN:</b> • Sofortiger Projektstop nach Übernahme der CEO-Rolle (unklare Zielsetzung im Projekt) • Detaillierte Analyse des bisherigen Produkts mit Engineering-Team • Entwicklung eines All-in-One-Konzepts auf Basis eines neuen modularen Grundaufbaus • Erweiterung des Baukastenkonzepts auf die gesamte Produktfamilie • Zusammenarbeit mit externem Lieferanten zur Konstruktion und Vorfertigung des Maschinenaufbaus • Eigenfertigung aller Baugruppen nach neuem Designkonzept • Standardisierung der elektrischen Ausstattung – mit Fokus auf Varianten-Management</p> <p><b>ERFOLGE</b> • Modularisierung beider Produktlinien auf Basis eines gemeinsamen Baukastens • Herstellkostenreduktion um 23 % durch extern gefertigte Module und neues Design • Zeitgewinn beim Verpacken um 4 MT und bei der Kundeninbetriebnahme um 3 MT • Verbessertes, marktfähiges Maschinendesign, positiv vom Kunden aufgenommen • Erfolgreiche Einführung des All-in-One-Prinzips für das gesamte Produktspektrum</p> <p><b>BESONDRE HERAUSFORDERUNG</b> • Hoher interner Widerstand gegen radikale Designänderungen • Überzeugungsarbeit notwendig, um Denkblockaden („Das geht bei uns nicht“) zu lösen • Externes Design zur Maschinenentwicklung ist bisher nicht genutzt worden</p>

**Turnaround einer BU durch neues modularisiertes Produktkonzept und Neuausrichtung des Vertriebs bei einem Hersteller von Werkzeugmaschinen (Oberflächenbearbeitung) als R&D-Leiter, BU-Leiter bzw. GF**

Der Auftraggeber	Das Mandat
<p><b>Unternehmensname:</b> • N.N.</p> <p><b>Unternehmenstyp:</b> • Hersteller von Werkzeugmaschinen für die Oberflächenbearbeitung • Unternehmen ist Teil eines amerikanischen Konzerns • global in div. Ländern vertreten</p> <p><b>Branche:</b></p>	<p><b>Rolle:</b> <b>R&amp;D Leiter, BU-Leiter (Oberflächentechnologie), Geschäftsführer &amp; Werksleiter</b></p> <p><b>Zeitraum (Dauer):</b> 12 Monate (Initialphase), fortgeführte Verantwortung über Jahre</p> <p><b>Verantwortungsbereich:</b> • Einstieg als R&amp;D-Leiter mit Übernahme der BU-Verantwortung nach ½ Jahr. • Nach 1 ½ Jahren als Geschäftsführer &amp; Werksleiter EMEA verantwortlich für ca. 150 Mitarbeitende weltweit bei 45 Mio. € Umsatz</p> <p><b>AUFTAG</b> • Performance- und Ergebnisverbesserung durch Produkt Redesign sowie Restrukturierung der Standorte in Deutschland &amp; EMEA. • Turnaround einer Business Unit durch modularisiertes Produktkonzept incl. signifikanter Kostenreduktion und Vertriebsreform durch Know-How Transfer</p> <p><b>MASSNAHMEN:</b></p>

**Wolfgang Prem**

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oberflächenbearbeitung</li> </ul> <p><b>Umsatz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• &lt; 45 Mio. € in der EU</li> </ul> <p><b>Mitarbeiterzahl:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 150</li> </ul> <p><b>Situation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Business Unit war im letzten FY mit -2,7 Mio. € stark defizitär. Hauptursache war, „alles für den Kunden mögl. machen“</li> <li>• Mit Sonderanlagen <b>kein</b> Geld verdient: Fast jede Anlage war eine indiv. Sonderanlage ohne Skalierbarkeit und meist auch neuer „mitverkaufter“ Prozessentwicklung.</li> <li>• Produktentwicklung, Kalkulation, Einkauf und Vertrieb arbeiteten weitgehend <b>„vertriebsgetrieben“</b>. Margen und Liefertreue waren unzureichend, der internationale Vertrieb technologisch überfordert.</li> </ul> <p><b>Unternehmenssitz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GER, USA (HQ), Indien, Japan, China, Brasilien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse struktureller Ursachen für Ergebnisprobleme (Produktdesign, Vertrieb, Einkauf)</li> <li>• Entwicklung eines modularen Standardprodukts mit definierter Basis und konfigurierbaren Optionen nach Kundennutzen und Häufigkeit</li> <li>• Einführung einer verbindlichen Konfigurationslogik für den Vertrieb</li> <li>• Neue Kalkulationsmethodik zur verbesserten Angebots- und Nachkalkulationssicherheit</li> <li>• Aufbau technischer Vertrieb zur Unterstützung der globalen Sales-Niederlassungen</li> </ul> <p><b>ERFOLGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herstellkosten um ca. 30 % gesenkt durch Modulbauweise &amp; Beschaffung mit Rahmenverträgen und neues SCM</li> <li>• Durchlaufzeiten reduziert, Planbarkeit erhöht, Liefertreue deutlich verbessert</li> <li>• Umsatzsteigerung durch Etablieren eines technischen Vertriebs – Neue Vertriebsstrategie ausgelegt auf „Proven Solution“ - Was kann ich gut? Welche Benefits hat unser System? Welcher Kunde benötigt das?“.</li> <li>• EBIT von -2,7 Mio. € auf +4,1 Mio. € innerhalb von 3 Jahren verbessert</li> <li>• Umsatzwachstum der BU von 25 Mio. € auf 35 Mio. € in 3 Jahresschritten</li> <li>• Technisches Prozess-Risiko deutlich reduziert, standardisierte Prozesse, Checkliste für Produktauslegung</li> <li>• Deutlich verbesserte Kundenakzeptanz und Kundenmehrwert geschaffen</li> </ul> <p><b>BESONDERE HERAUSFORDERUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Starker Druck durch die US-Muttergesellschaft: harte, monatliche KPI-Steuerung ohne Rücksicht auf lokale Realität;</li> <li>• Hohe Belastung durch Reportingpflichten und <b>Vorgaben</b> des Konzerns</li> <li>• Umsetzung des Turnarounds unter schwieriger Konzernsteuerung – nach Erreichen des Break-evens hat sich die Konzernsteuerung auf das Monthly-Reporting beschränkt</li> <li>• Starker Druck seitens der Muttergesellschaft solange „man Geld gekostet hat“. Dann gab es kaum noch Nachfragen.</li> </ul>
--	---

## Nachhaltige Sales Entwicklung einer Business Unit des Sondermaschinenbaus bei einem Hersteller von Werkzeugmaschinen für die Oberflächenbearbeitung in der Rolle als Geschäftsführer

Der Auftraggeber	Das Mandat
<p><b>Unternehmensname:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• N.N.</li> </ul> <p><b>Unternehmenstyp:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutsche GmbH mit weiteren globalen Standorten</li> </ul> <p><b>Branche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkzeugmaschinenbau</li> </ul> <p><b>Umsatz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 Mio. € (Projektstart)</li> </ul> <p><b>Mitarbeiterzahl:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 150 MA (Gesamtzahl MA über alle BU)</li> </ul> <p><b>Situation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine Marktanalyse ergab, dass das Sales Potential der BU global deutlich</li> </ul>	<p><b>Rolle:</b> <b>Geschäftsführer und P&amp;L Verantwortlicher</b></p> <p><b>Zeitraum (Dauer):</b> 6 Monate</p> <p><b>Verantwortungsbereich:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 150 MA</li> </ul> <p><b>AUFTAG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsatz Verdoppelung der GmbH von 25 Mio. € innerhalb von 5 Jahren auf 50 Mio. €</li> </ul> <p><b>MASSNAHMEN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse der globalen Sales-Historie. (Wo wird verkauft, Welche Kunden kaufen Wo? Wer im Vertrieb verkauft Wieviel? Warum verkaufen nur Einzelne Personen gut und andere nicht.)</li> <li>• Analyse der Marktpotentiale incl. der globalen Verbreitung und Situation der Marktbegleiter</li> <li>• Gespräche mit den Vertriebsmitarbeitern, die in diesem Marktsegment schlecht performen und die sehr gut performen, um miteinander und voneinander zu lernen</li> </ul> <p><b>ERFOLGE</b></p>

**Wolfgang Prem**

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

+49 (0) 172 84 43 329 | contact@wolfgang-prem.com | www.wolfgang-prem.com

WOLFGANGPREM C+M GmbH | Zum Salvusbrunnen 4 | 86500 Kutzenhausen / Germany

Seite 5

<p>höher liegen müsste, als heute performt.</p> <p><b>Unternehmenssitz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• EMEA, USA, BR, CN, JP</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Durch die Einführung eines Technischen Vertriebs im Kompetenz-Center wurde dem lokalen Vertrieb die „Hemmung vor dem erkläruungsbedürftigen Prozess genommen“. Der lokale Vertrieb wurde global durch den Technischen Vertrieb bei potentiellen Kundenbesuchen begleitet und darin gestärkt den bislang für den Vertrieb vor Ort „zu komplizierten“ Prozess zu verkaufen. Die gemeinsamen Besuche wurden auch zur regelmäßigen Schulung des Vertriebsaußendienst genutzt und es entstand ein Handbuch mit Proven Solutions und vielen ergänzenden Informationen für den Vertrieb.</li><li>• Durch die oben genannten Maßnahmen, bzw. das gemeinsame Auftreten beim pot. Kunden wurde das Know-how im Vertrieb sehr positiv beeinflusst und deutlich mehr Kunden erreicht, die diese angebotene Lösung benötigten.</li><li>• Durch die Einführung des „Proven Solution Ansatz“ im Vertrieb ist die Erfolgsquote im Vertrieb sehr stark gestiegen. Proven Solution bedeutet, dass wir klassische Anwendungsfälle der Technologie die von anderen Kunden bekannt sind, bis ins Detail ausarbeiteten und Marketingtechnisch aufbereitet haben. Dann war es die Aufgabe des Vertriebs Kunden im Vertriebsgebiet zu finden die genau diesen Prozess auch benötigen. Damit konnte man gezielt Kunden im Vertriebsgebiet ansprechen und ihnen gezielt den Lösungsansatz nahebringen.</li></ul> <p><b>BESONDERE HERAUSFORDERUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dieser neue Vertriebsansatz mit dem Technischen Vertrieb und der „Proven Solution Philosophie“ führte dazu, dass der globale Vertrieb diese erfolgsversprechende „Neue Art des Vertriebs“ sehr gerne annahm, da es schnelle Verkaufserfolge brachte. Der Vertrieb stürzte sich auf diesen Prozess, allerding wurden den anderen Prozessen der Firma weniger Aufmerksamkeit geschenkt, was sich im Umsatz bemerkbar machte, da das Prinzip von den Kollegen der anderen BU's nicht übernommen wurde.</li></ul>
---	--



**Beruflicher Werdegang**

<b>03.23 – 07.25 KMU Hersteller von Anlagen zur Industriellen Teilereinigung</b>	
	<p>Die Firma (185 MA, 38 Mio. Umsatz 2023) agiert seit vielen Jahren als Maschinen- und Anlagenbauer im Segment der industriellen Teilereinigung. Hier lag der Fokus historisch bedingt vorwiegend im Segment Automotive wobei jetzt neue, weitere Branchen im internationalen Umfeld hinzukommen.</p> <p>Der Name steht für erstklassige, innovative, vollautomatisierte Systemlösungen rund um die industrielle Reinigungs- und Hochdruckwasserstrahltechnik und so hat man sich über die Jahre bei seinen internationalen Kunden als zuverlässiger Partner einen nachhaltigen, sehr guten Namen geschaffen.</p>
<b>Geschäftsführer / CEO</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfolgreiche Führung des Unternehmens aus der Sanierung – durch Restrukturierung, konsequentes Change-Management und die Transformation zum profitablen Hersteller vollautomatisierter Reinigungsanlagen</li> <li>• Implementierung zeitgemäßer, agiler Strukturen und Optimierung der Geschäftsprozesse innerhalb kürzester Zeit</li> <li>• Positive Weiterführungsprognose durch die betreuende Unternehmensberatung (IDW S6) zum Abschluss der Maßnahmen (März 2023) mit einer positiven Fortführungsprognose.</li> <li>• Aufbau einer neuen, globalen Vertriebsorganisation mit klarer Vertriebsstrategie, Zielvorgaben und Marktdiversifikation (über Automotive hinaus). Gemeinsamer Strategie-workshop im März 2023 zur Verifikation und Rollout.</li> <li>• Stärkung des internationalen Vertriebs durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systematische Weiterentwicklung des technischen Know-hows in der Angebotsphase</li> <li>• Einführung eines globalen Vertriebscontrollings für Sales &amp; After Sales</li> <li>• Etablierung von Value Added Selling und „Don't sell a product sell trust!“</li> </ul> </li> <li>• Deutliche Verbesserung der Kundenkommunikation – spürbare Reduktion der Response Time</li> <li>• <b>Erfolgreicher Turnaround im Jahr 2023:</b></li> <li>• Berichtslinie: direkt an den geschäftsführenden Gesellschafter</li> </ul>

<b>09.20 – 02.23 KMU Hersteller von Hochpräzisen Werkzeugmaschinen</b>	
	<p>Die Firma ist als Maschinenbauunternehmen auf präzise elektrochemische Metallbearbeitung spezialisiert und weltweit tätig. Die PECM-Technologie wurde von der Firma zu einem serienreifen Industriestandard weiterentwickelt und ist die Basis für die heutigen Präzisions-Maschinen aus dem Segment Werkzeugmaschinen.</p> <p>Das auf die Entwicklung und Herstellung von High-Tech Produktionsanlagen spezialisierte Unternehmen wurde 1995 gegründet. 2003 kam zudem ein Standort in Frankreich, als Entwicklungs- und Produktionsstandort hinzu. Seit 2007 werden weltweit Applikationszentren ins Leben gerufen, um Kunden direkt vor Ort bei der Fertigung von Werkzeugen und Applikationen für die Segmente Automotive, Aerospace und die Medical zu unterstützen.</p>
<b>Geschäftsführer / CEO</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restrukturierung der Gesellschaft durch systematische Anwendung von Change-Management Prozessen und Transformation des Hightech-Unternehmen zu einem global aufgestellten Hersteller von Produktionsanlagen mit zeitgemäßen, agilen Strukturen und klaren Geschäftsprozessen</li> <li>• Neuaustrichtung der globalen Vertriebsorganisation mit neuer Vertriebsstrategie, klaren Zielvorgaben, systematischer Entwicklung des Produktknowhows und Einführung eines Vertriebscontrolling zur effektiven Überwachung aller globalen Sales &amp; After Sales Aktivitäten</li> <li>• Umstellung der Marketingaktivitäten auf moderne digitale Medien, Social-Selling und Purpose Driven Marketing um die Bekanntheit der Marke zu steigern und neue Marktsegmente zu erschließen</li> <li>• Implementierung von Value Added Selling mit einem klaren Kundenfokus in allen Bereichen der Organisation und deutlicher Reduktion der Response time vom/zum Kunden</li> <li>• Neugestaltung und Redesign des Produktpportfolios durch modulare Bauweise und neuem All-In-One Konzept</li> <li>• Suche nach Investoren für die Sparte PECM einer dt. Gruppe und führen der Vertragsgespräche auf internationaler Basis mit einem globalen japanischen Konzern</li> </ul>

**Wolfgang Prem**

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

+49 (0) 172 84 43 329 | [contact@wolfgang-prem.com](mailto:contact@wolfgang-prem.com) | [www.wolfgang-prem.com](http://www.wolfgang-prem.com)

WOLFGANGPREM C+M GmbH | Zum Salvusbrunnen 4 | 86500 Kutzenhausen / Germany

- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bericht an den Geschäftsführenden Gesellschafter der Muttergesellschaft</li> </ul> |
|--|---|

**05.16 – 08.20 LASERPLUSS AG, Idar-Oberstein**

	<p>Die LASERPLUSS AG entwickelt und fertigt als Werkzeugmaschinenhersteller Laserbearbeitungsanlagen für die int. Werkzeugindustrie für die Segmente Automotive-, Medical- und die Schmuckindustrie mit Fokus auf die Lasermikrobearbeitung. Das Unternehmen ist Teil der MAPAL Dr. Kress KG, Aalen, eines global agierenden Werkzeugherstellers (5.600 Mitarbeiter; 650 Mio. EUR Umsatz).</p>
	<b>Vorstandsvorsitzender / CEO</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Restrukturierung der Gesellschaft durch systematische Anwendung von Change-Management Prozessen und Vorbereitung der Organisation zur Integration in eine Maschinenbau-Sparte der Muttergesellschaft mit geplanter Übernahme der Spartenleitung</li> <li>Sukzessive Übernahme aller Unternehmensbereiche vom amtierenden Vorstand und Gründungsgesellschafter; Bericht an den Aufsichtsrat und an den Geschäftsführenden Gesellschafter der Muttergesellschaft MAPAL Dr. Kress KG</li> <li>Transformation der Hightech-Entwicklungswerkstatt für Nischenprodukte zu einem international aufgestellten Werkzeugmaschinenhersteller mit zeitgemäßen, agilen Strukturen und klaren Geschäftsprozessen im Rahmen eines umfangreichen Change-Managements</li> <li>Überarbeiten und Weiterentwickeln des gesamten Produktpportfolios von vollautomatisierten Laserbearbeitungssystemen in den beiden Produktbereichen Laser-Cutting und Laser-Marking</li> <li>Neuentwicklung von Laser-Cuttern unter Berücksichtigung der Marktbedürfnisse</li> <li>Standardisieren des Produktprogramms mit Fokus auf die Serienproduktion</li> <li>Sicherstellen validierbarer Produktionsprozesse</li> <li>Einführen von SCM und eines Qualitätsmanagements mit entsprechender Lieferantenauswahl</li> <li>Einführen von Geschäftsprozessen nach dem Vorbild der DIN ISO 9001</li> <li>Betreuen strategischer Kunden und Steigern des Umsatzes um 50%</li> <li>Aufbau von Sales &amp; Service Organisationen in China und Japan</li> <li>Vorbereiten des Verkaufs der Gesellschaft mit Rücksicht auf die traditionelle Kultur der Muttergesellschaft</li> <li>Identifikation von Investoren und Durchführen der Due Diligence</li> </ul> <p><b>Referenzen:</b> Dr.-Ing. Jochen Kress, President MAPAL Dr. Kress KG, Aalen sowie Dr. Ralf Herkenhoff, ehem. CFO MAPAL Dr. Kress KG, Aalen</p>

**06.09 – 04.16 Extrude Hone GmbH (ehemals Kennametal Extrude Hone GmbH), Holzgünz**

	<p>Die Extrude Hone GmbH ist weltmarktführender Lösungsanbieter für Maschinen und Anlagen zur Oberflächen- und Konturbearbeitung von hochtechnologischen Bauteilen für die metallverarbeitende Industrie in den Segmenten Automotive, Aerospace und General Engineering. Die Gesellschaft gehört seit 2015 zur US-amerikanischen Madison Industries Chicago /USA und war zuvor Teil der Kennametal Inc., Pittsburgh/USA. Die Kennametal Extrude Hone Deutschland GmbH erzielte 2015 einen Umsatz von 50 Mio. USD mit 145 Mitarbeitern. Der globale Umsatz der Kennametal Extrude Hone Inc. lag im gleichen Jahr 2015 bei 90 Mio. USD mit global 450 Mitarbeitern.</p>
	<b>Technischer Geschäftsführer / Werksleiter</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Start als designierter Technischer Geschäftsführer der Kennametal Extrude Hone GmbH am Standort Erkheim (später Holzgünz) mit anfänglichem Fokus auf globalem R&amp;D der Produktsparte Elektrochemische Bearbeitung (ECM)</li> <li>2010 Ernennung zum Geschäftsführer und Werksleiter mit europaweiter P&amp;L-Verantwortung für alle drei Produktsparten (internationaler Vertrieb, Engineering, Automatisierungstechnik, Produktmanagement, Operation, Supply Chain Management) mit einem Umsatz von 50 Mio. USD</li> <li>Führen von 145 Mitarbeitern; zuletzt zusätzlich globale R&amp;D-Verantwortung als Director Global Engineering für alle drei Produktsparten</li> <li>Persönliches Betreuen von wichtigen, globalen Kunden</li> <li>Führen von Preis- und Vertragsverhandlungen</li> </ul>

**Wolfgang Prem**

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

+49 (0) 172 84 43 329 | contact@wolfgang-prem.com | www.wolfgang-prem.com

WOLFGANGPREM C+M GmbH | Zum Salvusbrunnen 4 | 86500 Kutzenhausen / Germany

Seite 8

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwickeln und Herstellen vollautomatischer Turn-Key Produktionsanlagen für die internationale Automobilindustrie mit Fokus auf OEM und globale Tier-1-Lieferanten</li> <li>• Verantwortlich für Entwicklungen in den drei Produktbereichen in den Ländern Deutschland, USA, China, Indien und Japan</li> <li>• Kostenanalyse basierend auf dem globalen Produktionsnetzwerk</li> <li>• Standardisieren des globalen Produktprogramms</li> <li>• Lieferantenauswahl und -qualifikation</li> <li>• Kontinuierliche Anwendung von KVP-Management</li> <li>• Verbessern der KPIs des EH-Produktionssystems</li> <li>• Global Application, LEAN/EHS, ISO 9001&amp;14001</li> <li>• Aufbau einer Produktion von EH-Maschinen und -anlagen in Shanghai, inklusive der Supply Chain</li> <li>• Planung, Genehmigung und Neubau eines neuen Werks in Holzgünz im Zeit- &amp; Kostenrahmen-4.8 mio€</li> <li>• Konsolidierung von drei EU-Werken in einem zentralen Standort In Holzgünz/Bayern</li> <li>• Erreichen des Turnarounds 2010 durch substanzelle Steigerung des Umsatzes im ECM-Bereich von 25 Mio. USD auf 35 Mio. USD innerhalb von 4 Jahren</li> <li>• Kostensenkungen von bis zu 2 Mio. USD p.a.</li> <li>• Erzielen eines EBITs von bis zu 19%</li> <li>• Verdoppeln der Marge, Erhöhen der Produktivität und der OTD, signifikante Verbesserungen im Bereich LEAN Einsparungen</li> </ul> <p><b>Referenzen:</b> Kunal Bhonsle, CEO Extrude Hone Inc. Irwin, PA, USA</p>
--	---

11.04 – 05.09	<b>Baldwin Germany GmbH, Friedberg in Bayern</b>
	Die Baldwin-Gruppe ist Hersteller von Peripherieprodukten für die internationale Druckmaschinen-Industrie. Die Gruppe erzielte 2007 einen Umsatz von 220 Mio. EUR mit 655 Mitarbeitern.
	<b>Director Business Unit Fluid &amp; Temperature Systems</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilisieren der Business Unit und Sichern des kontinuierlichen Wachstums</li> <li>• Aufbau eines globalen OEM-Vertriebs incl. Vertriebscontrolling, Produktmanagement, globales R&amp;D in D-CN-JP, globales Produktionsnetzwerk in D-USA-CN-JP und jeweiligem lokalen SCM</li> <li>• Umsatzverantwortung 15 Mio. EUR</li> <li>• Einkaufsvolumen 8 Mio. EUR</li> <li>• Führen von 45 Mitarbeitern</li> <li>• Weiterentwicklung des Produktpportfolios</li> <li>• Produktverantwortung in Europa, Südostasien, den USA, China und Japan</li> <li>• Koordinieren von Neuentwicklungen nach Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation</li> <li>• Optimieren des Entwicklungsprozesses und des Auftragsdurchlaufs</li> <li>• Reduzieren der Variantenvielfalt; Evaluierung und Aufbau jeweils einer Produktion in China und USA</li> <li>• Erreichen des Turnaround nach 1,5 Jahren durch substanzelles Steigern des Umsatzes mit den Schlüsselkunden Heidelberger Druckmaschinen und KOMORI Japan, signifikante Kostenreduktion und Erhöhen der Produktivität, Erweiterung des Produktpportfolios mit neuen margenträchtigen Produkten mit Value Add für den Kunden</li> </ul>

07.96 – 10.04	<b>rofin sinar laser GmbH, Bergkirchen und Plymouth (USA)</b>
	Die rofin sinar laser GmbH war damals einer der weltweit führenden internationalen Hersteller von Laserquellen und -systemen zur industriellen Markierung und Feinbearbeitung. Die Gesellschaft erzielte 2004 einen Umsatz von 600 Mio. EUR mit 1400 Mitarbeitern.
	<b>Leiter Entwicklung &amp; Konstruktion, Vertriebsinnendienst und Technische Dokumentation</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verantwortlich für R&amp;D von Markierlasern und kundenspezifischen vollautomatisierten Produktionsanlagen sowie die technische Auftragsabwicklung von 1.200 Lasern und 150 Lasersystemen p. a. (Umsatz 80 Mio. EUR)</li> <li>• Einkaufsvolumen von 32 Mio. EUR</li> <li>• Führen von bis zu 40 Mitarbeitern</li> <li>• Mitglied Leitungskreis Bereich Markieren am Standort Bergkirchen</li> </ul>

#### **Wolfgang Prem**

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager

+49 (0) 172 84 43 329 | contact@wolfgang-prem.com | www.wolfgang-prem.com

WOLFGANGPREM C+M GmbH | Zum Salvusbrunnen 4 | 86500 Kutzenhausen / Germany

- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Standardisieren des Produktspektrums</li><li>• Projektleitung bei Entwicklungs- und kundenseitigen Großprojekten</li><li>• Technischer Vertrieb von Lasersystemen weltweit</li><li>• Neuentwickeln von verketteten, vollautomatischen Beschriftungssystemen für int. Kunden aus den Segmenten Automotive und Medical Industries</li><li>• Weltweites Produktmanagement</li><li>• Einführen eines 50AP, 3D CAD-Systems inklusive PDM-System in Deutschland, USA und Japan</li><li>• Substanzielles Erhöhen der profitablen Umsätze durch Steigern der Anzahl ausgelieferter Laser und Lasersysteme von unter 100 auf über 1.350 p. a. – bei gleichzeitiger Kostenreduktion von ca. 30% und Verkürzung der Lieferzeit von 12 auf 4 Wochen</li><li>• Etablieren neuentwickelter Lasersysteme am Markt mit Umsatzvolumen von 20 Mio. € /a nach 5 Jahren</li></ul> |
|--|---|

**11.88 – 06.96 MAN Roland Druckmaschinen AG, Augsburg**

	Die MAN Roland Druckmaschinen AG war ein Hersteller von Zeitungs- Akzidenz- und Bogendruckmaschinen. Die Gesellschaft erzielte 1998 einen Umsatz von 3.5 Mrd. DM mit 6.300 Mitarbeitern.
<b>Projektleiter im Bereich Forschung &amp; Entwicklung</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Start als Konstrukteur in der Betriebsmittelkonstruktion mit Fokus auf Fertigungs- und Prozessoptimierung sowie Werkzeugtechnologie</li><li>• Ab 1991 Senior Projektleiter R&amp;D für die Neuentwicklung der ersten, kanallosen Commercial Web Druckmaschine inkl. einer vollautomatischen Laserschweißanlage für Sleeves</li><li>• Technische Präsentation der Weltneuheit ROTOMAN S auf der DRUPA 1995</li><li>• Entwickeln eines Plattenrobotersystems zur Bestückung von Zeitungsdruckmaschinen</li></ul>



*„Wachstum braucht Substanz.  
Und Substanz braucht Klarheit.“*

Dipl.-Ing. (FH) | Interim Executive Manager