

VÖVM Generalversammlung 2021

Ordentliche Generalversammlung der Vereinigung österreichischer Vertriebsmanager

27. Sep. 2021

Bericht des Präsidiums

Eine ordentliche Generalversammlung der Vereinigung österreichischer Vertriebsmanager (kurz VÖVM) ist laut unseren Vereinsstatuten einmal pro Jahr abzuhalten, um über die Entwicklungen und Aktivitäten der Vereinigung zu berichten. Alle zwei Jahre wird dabei auch der Vorstand gewählt.

Die letzte Vorstandswahl fand am 3. September 2019 statt, somit ist heuer die Frist von zwei Jahren verstrichen und es kommt zu einer neuen Wahl. Bis auf Andreas Winkler haben sich alle Vorstandsmitglieder für eine weitere Funktionsperiode bereit erklärt und stehen heute, am 27. September, dem 6 Jahrestag der Vereinigung zur Wiederwahl. Es liegen derzeit keine alternativen Nennungen für den Vorstand vor. Andreas Vock stellt sich als Hauptkassier zur Verfügung und Christoph Tamegger übernimmt die Stellvertretung. Ergänzt wird der Vorstand durch erweiterte Funktionen mit speziellen, für die Organisation der Vereinstätigkeit wichtigen Aufgaben. Derzeit sind im Vorstand der VÖVM eingetragen:

Funktion	Name
Präsident	Oliver Sauer
Vize-Präsident	Hans Bachinger
Kassier	Christoph Tamegger
Kassier-Stv	Andreas Vock
Schriftführer	Markus Berger
Schriftführer-Stv	Andreas Winkler
Erweiterte Funktionen	
Leitung Regionalgruppe SÜD	Silviu Reghin
Leitung Regionalgruppe NORD	Richard Grossauer
Leitung Regionalgruppe WEST	Markus Wendlinger
Leitung Fachgruppe „Frauen im Vertrieb“	Alice van der Lee
Leitung Fachgruppe „Ausbildung i.V.“	Martin Mock
Leitung Content Management	Christian Eberhardt-Motzelt
Leitung Social Media	Dominik Freinbichler
Leitung Fachgruppe „Vergütung i.V.“	Hans Bachinger
Rechnungsprüfer (extern)	
RePr 1	??
RePr 2	

Im abgelaufenen Vereinsjahr wurden die oben benannten Fachgruppen aktiviert und wir freuen uns, dass Alice und Martin dafür die Leitung übernommen haben und diese Gruppen sehr aktiv voranbringen. Weiters sind wir froh, das Thema „Social Media“ inzwischen in der Verantwortung von Dominik in professionellen Händen zu wissen. Wir haben damit einige Zielsetzungen aus der letzten Generalversammlung umsetzen können.

Wie bereits in den vergangenen Jahren hat sich der Vorstand durch regelmäßige Abstimmung in TEAMS Konferenzen und einigen persönlichen Treffen koordiniert und die Vereinsziele weiter vorangebracht. Fokus lag dabei darauf, die Kernthemen unserer Vereinigung, wie

- Ausbildung im Vertrieb
- Stärkung des Frauenanteils

anzugehen. Diese galt es durch Kooperationen zu untermauern und über Internetkanäle zu einer größeren Wahrnehmung in der Öffentlichkeit zu verhelfen. Strategische Themen, die im Vorstand beschlossen und umgesetzt wurden galten daher einem

- Neuen Webauftritt und unserer
- Social Media Präsenz, speziell auf LinkedIn

Eines unserer Hauptziele, mehr Mitglieder zu akquirieren haben wir durch Corona nicht so aktiv verfolgt, wie wir das ursprünglich planten. In unseren Strategietagungen kamen wir im Vorstand zum Schluss, dass zunächst alle organisatorischen und strukturellen Voraussetzungen geschaffen werden müssen. Neben unserem Webauftritt, in dem wir auch auf Testimonials von Persönlichkeiten aus der Wirtschaft bauen, planen wir auch den Umstieg auf ein neues CRM, welches es dem gesamten, erweiterten Vorstand und anderen aktiven Mitgliedern erlauben wird, aktive Mitgliederakquise zu betreiben.

Nach der letzten Generalversammlung haben sich die Vorstandsmitglieder am Ende des Jahres 2020, getroffen, um die Ziele für das aktuelle Vereinsjahr in einem Kick-Off 2021 festzulegen und deren Umsetzung zu planen. Dafür wurde auf das im Juni 2020 entwickelte Strategiepapier aufgebaut, das bei unseren Schriftführern angefragt werden kann. Zur Überwachung der Umsetzung hatten wir alle 2 Wochen eine Telefonkonferenz und am 16. Juni unsere Halbjahrestagung. Zu dieser wurden auch die neuen Kollegen des erweiterten Vorstands eingeladen, und Vertreter unserer Premiumpartner. Besonders die klare Verteilung von Verantwortlichkeiten, und die Fertigstellung unseres neuen Web-Auftritts sowie die Erstellung eines Redaktionsplans dazu waren Themen (siehe Protokoll).

Die Aktivitäten der Vereinigung österreichischer Vertriebsmanager hängen nach wie vor an den wenigen aktiven Mitgliedern des erweiterten Vorstands. Um dem Mangel an Ressourcen Herr zu werden freuen wir uns über diverse Partnerschaften aber auch über proaktive Mitglieder, die sich in Fachgruppen engagieren, ihre Expertisen einbringen und Veranstaltungen mitgestalten.

Mitglieder:

	ORDENTLICHE	STUDENTISCHE	ABGEMELDET	INTERESSENTEN
01.09.2019	65	2	n.a.	27
25.08.2020	89	1	9	32
27.09.2021	97	1	4	42
DIFF	8	0	-5	

Im Kundenmeister (KM) unserem derzeitigen CRM halten wir 172 Kontakte, 144 davon sind auf unserem Newsletterverteiler, darunter 97 ordentliche Mitglieder. Der Rest verteilt sich auf die Kontaktgruppen der Interessenten, unter denen einige doch immer wieder bei unseren Veranstaltungen dabei sind. Weiters wurden die Gruppen „Speaker“ und unter den Außerordentlichen Mitgliedern die Unterteilung in die möglichen VÖVM-Partner eingeführt.

Wie erwähnt war es im vergangenen Coronajahr durch mangelnde, persönliche Kontakte schwierig aktiv Mitglieder zu gewinnen. Über Social-Selling Aktionen oder andere Marketingaktivitäten lässt sich kein „Abschluss“ machen und nur wenige Mitglieder haben sich selbstständig über unsere Web-Page oder die vor einem Jahr eingeführte Coachy-Plattform, die für das Onboarding den DigiStore zur Verfügung stellt, angemeldet. Acht neue Mitglieder ist ein bescheidener Zuwachs. Im vergangenen Jahr ist es zu 4 aktiven Abmeldungen gekommen, die passiven Abmeldungen, d.h. die Anzahl der Mitglieder, die einfach untergetaucht sind und keinen Mitgliedsbeitrag erbracht haben, muss noch genau eruiert werden.

Im Frühjahr wurde von allen Mitgliedern das LinkedIn oder Xing-Profil erhoben, um daraus die Kontaktdaten der Mitglieder zu aktualisieren.

Mit dem Jahr 2021 hatten alle Mitglieder die Möglichkeit, ihre auf das Kalenderjahr beruhende Mitgliedschaft durch ein neues „Onboarding“ über den DigiStore24 in eine flexiblere Variante um zu wandeln. 26 Mitglieder haben diese Möglichkeit genutzt.

Mitgliederumfrage 2021

Um die Vereinigung in Richtung der Wünsche seiner Mitglieder zu orientieren, wurde auch im vergangenen Jahr, zum Jahreswechsel wieder eine Umfrage über SurveyMonkey durchgeführt. Gleichzeitig wurden auch die Expertisen unsere Mitglieder in verschiedenen Kategorien erhoben. Ziel dieser Erhebung war es auch, eine Expertenmatrix zu erstellen. Ein Wunsch, der aus vergangenen Mitgliederumfragen hervorgegangen ist. Um möglichst viele Mitglieder zu aktivieren, wurde die Teilnahme an der Umfrage durch Preise, eine Jahresmitgliedschaft und 2 Buchpreise incentiviert. Der Gewinner der Jahresmitgliedschaft ist Wolfgang Stehlik, die Buchpreise ergingen an Philipp Hahnl und Markus Berger.

Trotzdem war die Teilnahme mit 40 Mitgliedern unter 50%. Die daraus entwickelte Expertenmatrix ist daher noch mangelhaft. Derzeit liegen unsere Stärken im Bereich Führung und Coaching, Kundenakquise oder -bindung. Polarisierend ist das Thema Digitalisierung und Aufholbedarf besteht bei Preisgestaltung und Strategie. Daher wurden unsere Veranstaltungen im vergangenen Jahr speziell mit diesen Themen besetzt.

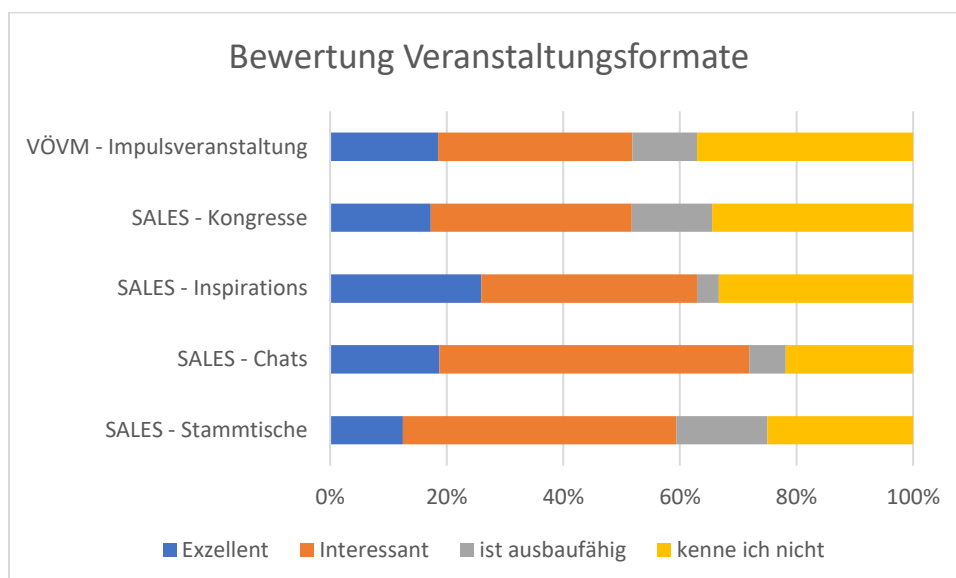
Durch die Umfrage konnte aber auch die ideale Besetzung für Fachgruppen oder andere Funktionen gefunden werden.

	Versicherung	Verbrauchsgüter	Pharma	Investitionsgüter	Dienstleistungen	Consulting
Entlohnungssysteme für Vertriebler	0	6	0	0	-1	0
Zielsetzungen, Zielvereinbarungen (KPI's)	0	4	0	3	1	-1
Führung im Vertrieb, Coaching	2	5	4	9	8	0
Ausbildungsstandards und Vertriebsstrainings	0	2	0	-2	0	0
Leadhandling und Salesprozesse	2	-1	0	4	1	2
Digitalisierung und vertriebsunterstützende Tools	0	-3	-3	1	1	5
Implementierung, Optimierung von CRMs (SalesForce)	0	1	0	4	3	3
Motivation von Mitarbeitern, Teambuilding	0	0	6	2	6	0
Organisation von Sales-Meetings	0	0	1	0	1	0
Kundenbindung im B2B Vertrieb	0	3	0	8	8	1
Strategieentwicklung f. Vertrieb	3	3	0	2	-1	0
Preisgestaltung, Price Strategy	0	2	-1	-3	-2	0
Mitbewerberklassifizierung	0	-2	0	0	-1	-1
Forecasting und Absatzplanung	0	0	0	0	0	0
Steuern von virtuellen Vertriebsteams	0	0	-2	3	2	0
Internationalisierung, Globalisierung	0	-2	0	5	0	0
Organisation von Kunden-Events	0	2	0	0	1	0
Kundenakquise, Kundenbindung	0	5	0	7	5	0
Social Selling	0	0	0	-1	1	0
Recruiting im Vertrieb	0	2	0	-1	-2	0
Vertriebsausbildung (Coachings, Trainings, MBA)	0	-1	1	-1	2	-2

1 Expertenmatrix auf Basis von 40 Mitgliedern

Die Bewertung unserer neuen Veranstaltungsformate, zeigt, dass die aus unseren WISTA hervorgegangenen SALES – Inspirations noch immer die beliebteste Form des Netzwerkers unter den Mitgliedern darstellen. Einfache Treffen, wie Stammtische fanden zu selten statt und sollten regional ausgebaut werden.

Nachdem die Teilnahme an unsere Umfrage zum 2. Mal in Folge gering war und die Erkenntnisse aus der Umfrage nicht viel Neues brachten, werden wir von einer weiteren Umfrage zum Jahreswechsel hin, absehen. Mitglieder können sich jederzeit gerne aktiv einbringen und Mitglieder des Vorstands direkt kontaktieren.



2 Bewertung der VÖVM Veranstaltungsformate

Veranstaltungen

Der Schwerpunkt unserer Veranstaltungen lag im vergangenen Jahr coronabedingt auf den virtuellen SALES – Chats. Mit der Einführung unseres Google-Kalenders, den wir auch in die Home-Page eingebettet hatten, war ein flexibleres Management dieser Veranstaltungen möglich und Mitglieder wurden regelmäßig auf den Kalender aufmerksam gemacht. Eine langfristige Vorausplanung war und ist leider noch nicht möglich, viele Veranstaltungen, besonders geplante Präsenzveranstaltungen mussten laufend verschoben werden. Unser Veranstaltungskalender unterschied zwischen Veranstaltungen von Partnern, bei denen VÖVM Mitglieder entweder gratis oder mit Vergünstigungen teilnehmen konnten und VÖVM eigene Veranstaltungen nach den schon benannten Formaten. Als dritte Kategorie nehmen wir auch Veranstaltungen im Kalender auf, die von Mitgliedern empfohlen werden und Relevanz für den B2B Vertrieb haben.

Konkret fanden im abgelaufenen Vereinsjahr

- 17 Partnerveranstaltungen statt
- 7 VÖVM eigene Veranstaltungen
- 1 empfohlene Veranstaltung wurde über unseren Kalender publiziert (Expertenforum Sales Excellence)
- 5 Veranstaltungen wurden abgesagt

Zu den Partnerveranstaltungen zählt auch der B2B Vertriebskongress, der im September vor einem Jahr als virtuelle MeetYoo Veranstaltung durchgeführt wurde und bei dem alle VÖVM Mitglieder zur Teilnahme gratis eingeladen waren. Das Präsenzpendant, der 4. B2B Vertriebskongress, der heuer im Juni geplant war, wurde abgesagt, nicht allein aus Coronagründen, sondern auch wegen der geringen Zahl an Anmeldungen und Interessenten. Darunter haben heuer viele persönliche Veranstaltungen gelitten, auch wenn die Sicherheit für die Teilnehmer klargestellt war, wurden Präsenzveranstaltungen kaum gebucht.

Zu den VÖVM eigenen Veranstaltungen zählten 5 SALES – Chats, die alle paar Wochen stattfanden und im Schnitt 40 Teilnehmer zählten. Themen waren

- Vertriebseffizienz durch High Impact Pitching
- Kaufverhalten im Wandel
- Vergütung im Vertrieb
- Vertriebsoptimierung – Erfahrungen aus 200 Projekten
- CRM Herausforderungen im Maschinen- und Anlagenbau

Unser Vereinsjahr startete nach der letzten Generalversammlung mit der ersten SALES – Inspiration bei der Firma hollu in Graz und mit einer weiteren SALES Inspiration waren wir heuer Gast bei der FH Wiener Neustadt.

- Bei hollu ging es um Sales Tools wie Augmented Reality, ein Digitalisierungsthema, besonders in Coronazeiten relevant.
- In Wr. Neustadt ging es um Emotionen und Stress im Verkaufsgespräch was auch im dort verfügbaren Labor simuliert wurde. Als Key Note Speaker hatten wir Frau Mag. Alexandra Kamper gewinnen können.





Neuer Webauftritt

Mehr Präsenz und bessere Vermarktung der VÖVM war ein Ziel unsere Strategietagungen und wird auch von Mitgliedern gerne angesprochen (zB. Umfrage). Ein modernerer Webauftritt, flexible Gestaltung unserer Webpage und die Möglichkeit für mehrerer Mitglieder als Editoren die Inhalte

unserer Web-Page mitzugestalten, veranlassten uns, einen neuen Webauftritt auf der CMS Basis von WordPress zu unternehmen und die alte Homepage auf Contao aufzugeben.

Neben einer zeitgemäßen Anmutung sollte die neue Homepage besonders als Landing Page auch aus sozialen Medien dienen. Inhaltsschwerpunkt sollte die verlinkte Coachy Plattform sein, die den VÖVM Mitgliedern als Knowledgebase dient. Die Webpage selbst fungiert zur Vorstellung der Vereinigung, seiner Regionalgruppen, Fachgruppen und Partnerschaften. Außerdem zur Publikation von Blogartikeln aus dem Umfeld der VÖVM.

Ein Ziel für die neue Homepage war auch Testimonials von in der Wirtschaft bekannten Persönlichkeiten zu gewinnen. Hier waren wir sehr erfolgreich und konnten Botschaften von Thomas Haller, Gerhard Weinhofer, Friedrich Santner und auch FBM Margarethe Schramböck bekommen.

 <p><i>Initiativen wie die der Vereinigung österreichischer Vertriebsmanager sind wichtig für unseren Wirtschaftsstandort um den mannigfaltigen Herausforderungen wie zB. der Digitalisierung durch das persönliche Gespräch und den persönlichen Kontakt zu begegnen. Sei es, um Lösungen im Wettbewerb mit e-commerce Plattformen im B2C Bereich zu entwickeln oder unsere Stärke im B2B Bereich weiter zu untermauern. Ich wünsche allen Mitgliedern der VÖVM gutes Gelingen und viel Erfolg für die Zukunft.</i></p> <p>Dr. Margarete Schramböck Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort</p>	 <p><i>"Das beste Produkt ist sinnlos, wenn es keinen Vertrieb gibt, der es auf den Markt bringt. Daher ist es wichtig, dass der VÖVM als Interessensvertretung der heimischen Sales Manager für den Gedanken- und Erfahrungsaustausch wie auch für die Fort- und Weiterbildung seiner Mitglieder sorgt und damit einen Beitrag zum persönlichen Erfolg leistet."</i></p> <p>Gerhard M. Weinhofer Geschäftsführer Österreichischer Verband CREDITREFORM (ÖVC)</p>	 <p><i>„Wir alle wissen: Wer nur auf Veränderungen reagiert, kommt im Wettbewerb zu spät! Mut ist gefragt, um als Impulsgeber den unternehmerischen Fortschritt voranzubringen. In kaum einem anderen Unternehmensbereich trifft dies mehr zu als im Vertrieb. Vertrieb ist Leidenschaft, Herausforderung und Weiterentwicklung. Daher ist es wichtig, dass es Plattformen wie die VÖVM gibt, wo Erfahrungen unter Expertinnen und Experten im B2B-Vertrieb ausgetauscht werden und Knowhow vermittelt wird.“</i></p> <p>Dr. Friedrich Santner CEO Anton Paar GmbH</p>	 <p><i>"Der Vertrieb sichert die Zukunft unserer Unternehmen! Mit der Zielsetzung der VÖVM, den gesamten Erfahrungsschatz des Vertriebsmanagements in einer Plattform zu vereinen, leistet die VÖVM ihren Beitrag zur Stützung der heimischen Wirtschaft, vor allem in Zeiten wie diesen!"</i></p> <p>Dr. Thomas Haller Global Head of Telecommunications & Energy and Managing Partner Austria, Simon Kucher & Partners</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Die Umsetzung der neuen Webpage war nur durch externe Ressourcen möglich. Die LeadEngine hat der VÖVM diese Ressourcen im Rahmen einer Premiumpartnerschaft frei zur Verfügung gestellt und betreut uns im Rahmen dieser Partnerschaft auch weiterhin.

Social Media

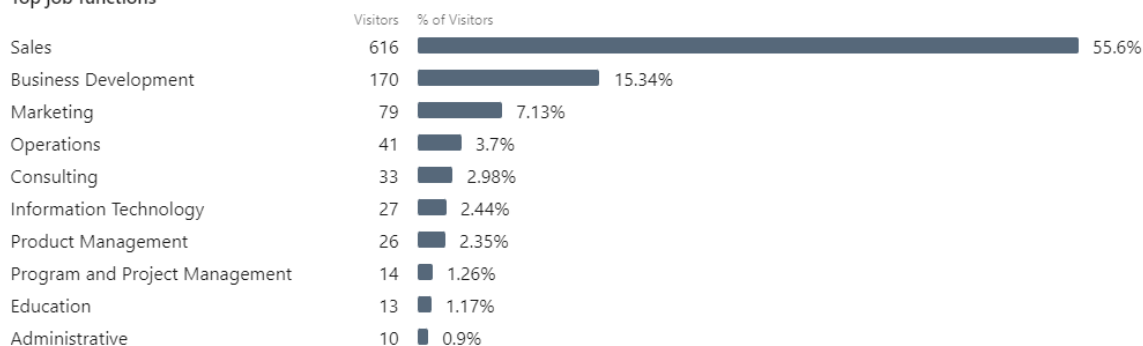
Um unsere Aktivitäten in den sozialen Medien zu stärken galt es zunächst unter unseren Mitgliedern einen Verantwortlichen mit entsprechender Erfahrung zu finden, da die Ressourcen im Vorstand für regelmäßige Posts nicht ausreichten. Mit Dominik Freinbichler wurde dieser Position im Frühjahr besetzt, der damit unseren Schriftführer, Markus Berger entlasten konnte, der sich dieser Aufgabe zwischenzeitlich annahm. Im Rahmen der Übergabe wurde auch ein Redaktionsplan erstellt, der einen Post oder Share alle 2 Wochen vorsieht, sich Inhaltlich an den Aktivitäten der VÖVM und deren Mitgliedern und Umfeld orientiert. Derzeit konzentriert sich unser Auftritt auf LinkedIn, Aktivitäten auf Instagram und Facebook sind geplant. Die ursprünglich geplante Kooperation mit Xing scheiterte an der österreichischen Geschäftsführung.

Auf LinkedIn erreichen wir inzwischen 540 Follower. Ziel wäre, diese Follower auch als Mitglieder zu gewinnen. Die Zugriffe auf unsere Seite, seit September 2020 sind tatsächlich größtenteils Vertriebsleute und damit klar unsere Zielgruppe. Unsere Pageviews schwankten zu Beginn der Periode stark und haben sich derzeit im unteren Bereich (siehe Grafik) eingependelt. Hier wird eine nachhaltige Steigerung angepeilt.

Die VÖVM hat im vergangenen Jahr auch einen YouTube-Kanal erstellt auf dem es einen SALES – Chat zum Nachhören gibt sowie ein Videotestimonial von FBM Schramböck.

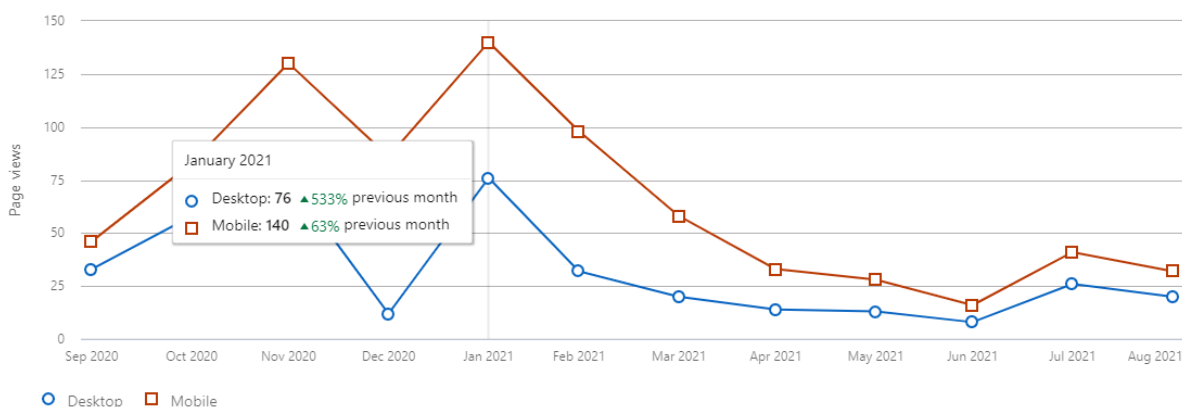
(Im Anhang gibt es eine genauere Ausführung zum Thema Social Media von Dominik)

Top job functions



Visitor metrics

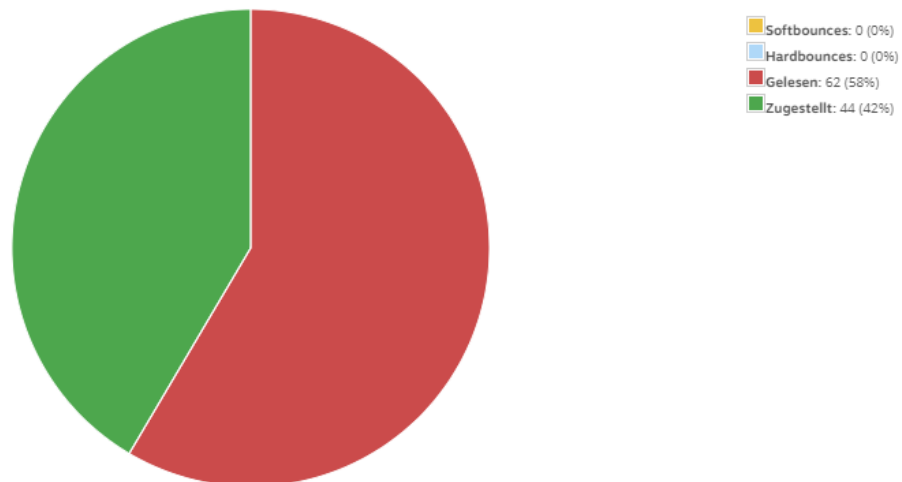
Aggregate desktop and mobile traffic



Newsletter

Wir haben seit der letzten GV 10 Newsletter an Mitglieder und Interessenten verschickt. Darüber hinaus gab es viele personalisierte E-Mails durch den Präsidenten. Die Inhalte der Newsletter befassten sich hauptsächlich mit unseren Veranstaltungen, Vor- und Nachberichterstattung und informierten über andere Neuigkeiten aus der Vereinigung. Bei vertriebslich relevanten Themen beschränkt sich der Newsletter auf eine kurze Übersicht, um Mitglieder für Details dann auf unseren Blog oder auf die Content-Plattform zu verweisen.

Im Schnitt wurden unsere Newsletter von 50% der Empfänger gelesen, es gab eine Newsletter Abmeldung. Die Newsletter sind jetzt auch über unseren Blog auf der neuen Homepage verlinkt.



3 - Statistik vom Jänner Newsletter

VÖVM Potenzial-Check

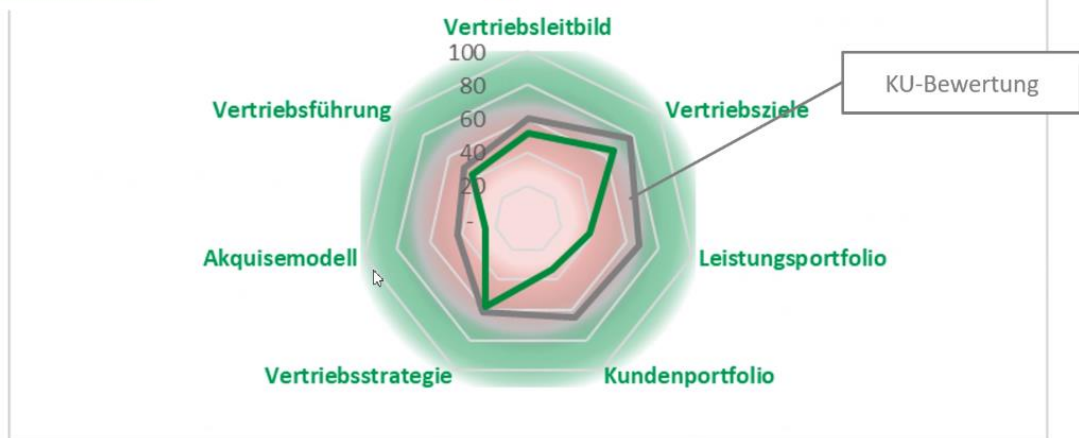
Die heuer gestartete Kooperation mit dem Team Vertriebserfolg (TVE) als Premiumpartner liefert der VÖVM neben sachlichen Inhalten auch eine Bewertung unseres Vertriebspotenzials hinsichtlich Mitgliedergewinnung. Dabei wurde die VÖVM hinsichtlich ihres Vertriebserfolgs auf 7 Dimensionen abgeklöpft und Empfehlungen abgeleitet.

	Empfehlung
Vertriebsleitbild	Schärfung Vision in Bezug auf Mitglieder, Experten und Leistungen
Vertriebsziele	Schärfung der Ziele für Mitglieder, Know-How-Partner und Vernetzungs-Partner
Leistungsportfolio	Konkretisierung der Leistung: Netzwerk alleine zu wenig! Digitale Netzwerke mit ISC ausbauen.
Kundenportfolio	Schärfung der Zielkundendefinition für Mitglieder, Know-How-Partner und Vernetzungspartnern (WEKA)
Vertriebsstrategie	Klare Geschäftsfeldstrategie entwickeln Vernetzung/Know-How-Transfer/Karriere
Akquisemodell	Ausgehend von einer definierten Kontaktplanung ein arbeitsteiliges Akquisemodell entwickeln.
Vertriebsführung	Kollektives Führungsmodell zur arbeitsteiligen Akquise mit EM als ein zentrales LG-Elemente entwickeln

Die komplette Bewertung ist über unsere Schriftführer zu beziehen. Die Essenz aus dem Potenzialcheck ergibt sich wie folgt:

Leistungsportfolio muss klarer definiert werden. Was kann die VÖVM für mich tun, diese Frage muss klar beantwortet werden. Kundenportfolio muss klar definiert und mit dem Leistungsportfolio abgestimmt werden.

Reine Vernetzung kann nicht die Hauptleistung sein, weil heute viele über LinkedIn oder Xing gut vernetzt sind. Besser zieht "KnowHow" oder der "Karriere-Gedanke", dazu auch die Vergünstigungen. Bei KnowHow oder Karriere gibt es Plattformen, mit denen die VÖVM im Wettbewerb stehen. Der Wettbewerbsvorteil kann über gute Partner verbessert und abgedeckt werden, aber für diese Partner muss dann der Verein auch Vorteile bieten.



Die Empfehlungen aus dem Potenzialcheck werden in Vorstandstreffen bewertet, priorisiert und sukzessive umgesetzt.

Kooperationen / Partnerschaften:

Die bereits seit 2017 mit den WEKA Industriemedien bestehende Kooperation konnte im vergangenen Jahr, nach dem Wechsel in der Führung der WEKA, nochmal bekräftigt werden. Derzeit wird ein aktualisierter Kooperationsvertrag ausgearbeitet, der klare Richtlinien für die Partnerschaft, mit allen Rechten und Pflichten beiderseits abdeckt.

Dieser Kooperationsvertrag basiert auf einer Vorlage, die von Richard Grossauer in diesem Jahr ausgearbeitet wurde und Grundlage für all unsere Kooperationen bildet. Darüber hinaus klassifiziert die VÖVM ihre Partnerschaften nach

- Förder-/Premiumpartner – diese bringen Ressourcen und Inhalte ein
- Ausbildungspartner – liefern akademischen Inhalt und Vertriebsausbildung
- Medienpartner – liefern Reichweite und Netzwerk für die VÖVM

Zu den Premiumpartnern zählen zurzeit die Sales Performance Group (SPG) mit der Lead Engine oder das Team Vertriebs Erfolg (TVE). Weiters ist gerade eine Premiumpartnerschaft mit Quomatic in Ausarbeitung, über welche der VÖVM ein neues CRM-Tool gratis zur Verfügung gestellt wird über das die Mitgliederakquise zukünftig aktiver und systematischer gestaltet werden kann. „Menschen im Vertrieb“ (MIV) ist Gründungspartner der VÖVM und stellt auch die physische Adresse der VÖVM zur Verfügung.

Im Bereich der Vertriebsausbildung haben wir Kooperationen mit der FH Steyer, mit dem Campus 02 in Graz, mit der Uni Salzburg, bzw. der SMBS und der FH Wiener Neustadt etabliert. Weitere Kooperationen sind in Anbahnung.

Neben der WEKA sind bei den Medienpartnern noch die ReedMesse zu nennen, mit der sich gerade eine Kooperation ergibt. Auch mit dem Springer-Verlag in Deutschland und ProjectNetworks, die Veranstalter des Strategiegipfels B2B Vertrieb sind hier zu nennen, da wir uns gegenseitig bewerben und unseren Mitgliedern Vorteile, wie Vergünstigte oder freie Kongresstickets oder das Abo von SalesExcellence zu 50% geboten werden.

Wir bewerben seit Beginn der Pandemie auch die Initiative #lernenausderkrise, die verschiedene Aspekte, darunter auch den Vertrieb, hinsichtlich der aktuellen, wirtschaftlichen Situation zusammen bringt und dieses Jahr auch ein Buch herausgegeben hat, indem Experten aus den jeweiligen Bereichen zu Wort kommen. Weitere Verbandspartnerschaften, zB. mit dem Wirtschaftsforum der Führungskräfte (WdF) oder Vertriebsmanagerverbänden im Ausland sind in Anbahnung.

Regionen

Die VÖVM hat Österreich in vier Regionen gegliedert, in denen sich Regionalleiter um lokale Organisation von Veranstaltungen und Belange der Mitglieder kümmern. Berichte der Regionalleiter kommen im Anhang. Die Regionalleitung OST ist derzeit nicht klar vergeben und ein proaktives Mitglied mit guter Vernetzung in der Industrie wird für diese Funktion gesucht.

→ [Videobotschaft von Markus Wendlinger](#) (Regionalleiter WEST)

Fachgruppen

Es sind bereits einige Fachgruppen in der VÖVM definiert, aber nicht alle mit Experten besetzt, die diese Fachgruppen auch führen, bzw. sind nicht alle aktiv. Hier bedarf es einer nachhaltigen Mitgliederaktivierung, um das Interesse an aktiver Partizipation zu steigern.

Eine Entwicklungsstrategie der VÖVM stützt sich auf die Organisation in Fachgruppen, die ihre Expertise über die Knowledgebase (Coachy-Plattform) anderen Mitgliedern zugänglich macht und auf Kongressen, SALES – Inspirations oder SALES – Chats über behandelte Themen und Erkenntnisse referiert.

Zu den aktiven Fachgruppen gehören derzeit

- Ausbildung im Vertrieb mit Martin Mock als Experte
- CRM mit Markus Berger als Experte
- Frauen im Vertrieb mit Alice van der Lee als Expertin und
- Vergütung im Vertrieb mit Hans Bachinger als Experte

Weitere Fachgruppenthemen sind

- Marketing und Sales Automation
- Pricing
- Internationalisierung
- Best Practices

Experten zu diesen Bereichen sind unter unseren Mitgliedern, doch eine aktive oder regelmäßige Beschäftigung dieser Fachgruppen ist noch offen.

→ [Videobotschaft von Alice van der Lee](#) (Frauen im Vertrieb)

Kernzweck, Leitbild und Vision

Mit der Neuausrichtung unserer Vereinshomepage, aktuellem Kalender und relevanten BLOG-Artikeln, mit regelmäßigen Newslettern, Rundmails und Social-Media Posts hält der erweiterte Vorstand die VÖVM bei seinen Mitgliedern präsent. Durch aktive Einladungen zu virtuellen und physischen Veranstaltungen schaffen wir es, den Austausch zwischen Mitgliedern zu ermöglichen. Durch

Konzentration auf interne, strukturelle Entwicklung der VÖVM, besonders mit Premiumpartnern, wurde die Vereinigung deutlich gestärkt. Verglichen mit ähnlichen Plattformen, wie zB. dem Marketing Club oder Brand Club, sind wir seit dem Lockdown präsenter denn je.

Der Kernzweck der VÖVM definiert sich als DAS Vertriebsnetzwerk Österreichs, welches sowohl digitale als auch persönliche Vernetzung unter vertriebsrelevanten Funktionen über alle Wirtschaftsbereiche hinweg fördert.

Sie nimmt sich somit auch dem Wissensmanagement rund um die Themen Vertrieb, Vertriebsleitung und Umsatzsteigerung an und sucht zu diesen Gebieten auch nach Experten in und außerhalb der Vereinigung. Inzwischen gibt es dafür eine etablierte Knowledgebase und wir haben mit der Expertenmatrix einen Schritt in Richtung Expertenplattform für Vertriebsmanagement unternommen. Ergänzt wird das durch starke Partner aus dem Bildungsbereich.

Mit unserem neuen Webauftritt, unseren Testimonials und dem regelmäßigen Engagement in sozialen Netzen hat die VÖVM ihre Wahrnehmung auch innerhalb der österreichischen Wirtschaft deutlich steigern können und das Leitbild unserer Vereinigung weiter gestärkt.

VISION:

„Wir vereinen den gesamten Erfahrungsschatz des Vertriebsmanagements in einer Plattform, auf die sich die Zukunft unserer Wirtschaft stützt.“

Besten Dank an den Vorstand und die Mitglieder der VÖVM.

Dr. Oliver Sauer

Präsident der VÖVM.

Wahl des neuen Vorstandes

Alles wie bisher, jedoch Tausch von Kassier und Stv.

Schriftführer Stv. durch Marco Trupp ersetzt.

Funktion	Name
Präsident	Oliver Sauer
Vize-Präsident	Hans Bachinger
Kassier	Andreas Vock
Kassier-Stv	Christoph Tamegger
Schriftführer	Markus Berger

Schriftführer-Stv	Marco Trupp
Erweiterte Funktionen	
Leitung Regionalgruppe SÜD	Silviu Reghin
Leitung Regionalgruppe NORD	Richard Grossauer
Leitung Regionalgruppe WEST	Markus Wendlinger
Leitung Fachgruppe „Frauen im Vertrieb“	Alice van der Lee
Leitung Fachgruppe „Ausbildung i.V.“	Martin Mock
Leitung Content Management	Christian Eberhardt-Motzelt
Leitung Social Media	Dominik Freinbichler
Rechnungsprüfer (extern)	
RePr 1	Hanna Bachinger
RePr 2	

→ **Vorstand einstimmig gewählt / bestätigt**

Social Media

- Die Instagramseite VOEVM_Vertriebsmanager wurde eingerichtet und wird nun die nächsten Wochen befüllt. Da hier bereits ähnliche/gleiche Namen alle vergeben waren musste eine Prüfphase für oben genannten User abgewartet werden. Diese haben wir nun.
- Auf Facebook sind nun die Administrationsrechte neu vergeben und die Seite soll künftig laufend bespielt werden.
- LinkedIn klappt schon gut. Die Seite ist gut eingerichtet und kann auch laufend gefüllt werden. VÖVM Mitglieder sind aufgerufen Posts zu liken/teilen und relevante Inhalte für Posts an social@voevm.at zu schicken.

Aktivitäten:


- Es sind bis Ende des Jahres mehrere Schwerpunkte geplant:
 - Organische Reichweite aufbauen. Diese Interessenten auch dann näher an die VÖVM binden. Erste Postings zum Mitgliedschaftslink wurden bereits geteilt.
 - Veranstaltungen (eigene und von Partnern aktiv bewerben). Bitte hier um den kommenden Veranstaltungsplan

- Die VÖVM vorstellen mit laufenden Postings. Wollen wir den Vorstand auch einzeln mit Postings vorstellen. Dann bräuchte ich ein Bild und kurzen Teaser (Kurztext) --> macht Sinn, nach der Neuwahl
- Video von Frau Schramböck aktiv nutzen. Denke wir können dies ab Oktober verwenden, oder?
- Wichtig Thema Bildmaterial auf die Agenda setzen. Social Media lebt von eigenen Bildern. Natürlich baue ich auch lizenzfreie Fremdbilder laufend mit ein.
- Email social@voevm.at wurde eingerichtet. Hier finden die ersten Korrespondenzen statt. Z.B. mit Frau Dehmel zur gemeinsamen Veranstaltungsbewerbung. Bitte social@voevm.at nochmal stark bewerben. Je mehr Mails und Infos umso besser.
- Für den Bereich Bildung. Dominik kann die IMC FH Krems mit ins Boot holen, da er die Geschäftsführung dort sehr gut kennt.

Übersicht Einnahmen / Ausgaben der Vereinigung:

E/A Buchhaltung [1]

Übersicht - Jahresverlauf



03.10.2021

Präsentation

Entwicklung Kennzahlen 2015 bis 2021							
Spalte1	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Einnahmen (des laufenden Jahres)	5 408,37	5 960,46	5 683,53	5 800,76	7 040,91	10 612,71	7 928,24
Ausgaben (des laufenden Jahres)	- 1 886,29	- 5 241,93	- 6 147,05	- 1 663,83	- 11 402,17	- 10 017,19	- 3 454,06
Davon Kosten des Geldverkehrs	- 88,82	- 95,05	- 3,10	- 100,29	- 113,39	- 130,58	- 65,32
E/A Slado des laufenden Jahres	3 522,08	718,53	463,52	4 136,93	4 361,26	595,52	4 474,18
Übertrag aus dem Vorjahr		3 522,08	4 240,61	3 777,09	7 914,02	3 552,76	4 148,28
Kontostand	3 522,08	4 240,61	3 777,09	7 914,02	3 552,76	4 148,28	8 622,46
Anzahl eingezahlte Mitgliedsbeiträge	34	42	41	50	60	62	42
Datum	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	01.12.2018	02.09.2019	31.12.2020	23.09.2021

9