

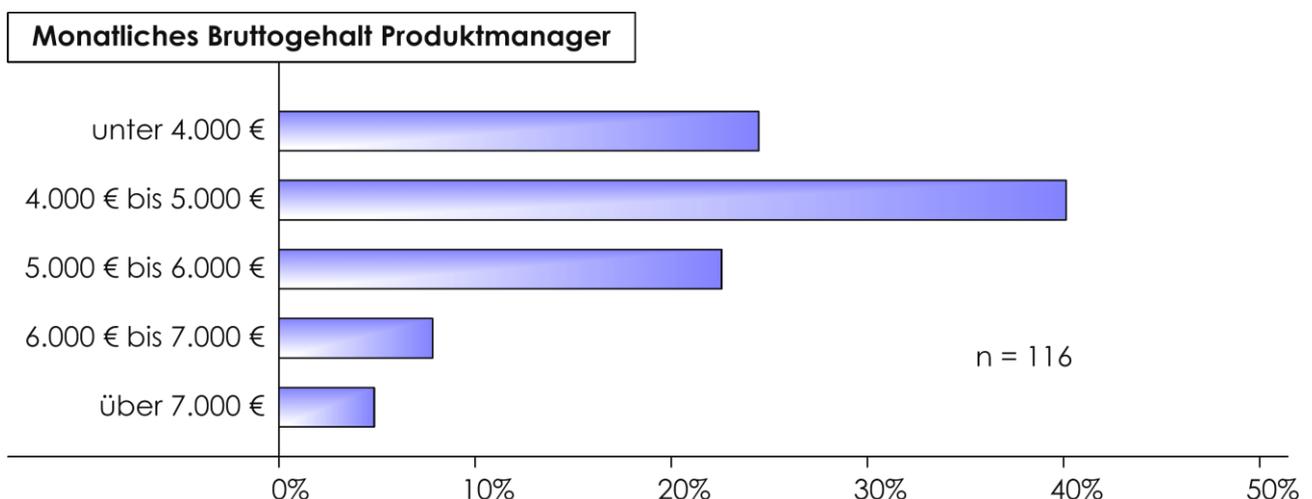
Was verdienen Produktmanager?



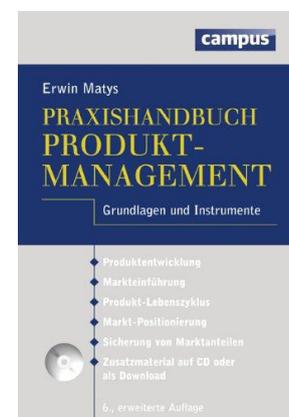
Produktmanagement wird nicht zuletzt wegen der als hervorragend vermuteten Bezahlung als attraktives Berufsfeld eingestuft. Aber wie sieht die Realität wirklich aus? Kann man als Produktmanager tatsächlich mit einem echten Managergehalt rechnen? Oder trägt der Schein und wird man auch nicht anders bezahlt als ein besserer Sachbearbeiter? Für alle, die sich diese Fragen stellen, gibt es eine gute und eine

schlechte Nachricht: Die gute Nachricht ist, dass Produktmanager in der Regel sehr gut entlohnt werden. Es werden zwar keine Managergehälter in der Höhe von mehreren hunderttausend Euro bezahlt, aber Jahreseinkommen von bis zu 100.000,- Euro brutto sind im Produktmanagement schon zu erreichen. Die schlechte Nachricht ist, dass sich kein Standardwert für die Entlohnung von Produktmanagern festlegen lässt. Die Bezahlung variiert stark mit dem Unternehmen, der Branche und nicht zuletzt mit der Berufserfahrung des Produktmanagers.

Diese Erkenntnisse sind einer Studie entnommen, die der Autor in den Jahren 2006/2007 in Zusammenarbeit mit der IIR Deutschland GmbH durchgeführt hat. Mehr als 100 etablierte Produktmanager im deutschsprachigen Raum wurden hinsichtlich ihrer Aufgaben, Tätigkeiten und ihrem beruflichen Umfeld befragt. Einige der Erhebungsfragen der Studie haben sich natürlich auf die Entlohnung bezogen. Die nachfolgende Grafik zeigt die Angaben zum durchschnittlichen monatlichen Bruttogehalt inklusive aller Zulagen und Provisionen:



Die Grafik zeigt, dass die durchschnittlichen Brutto-Monatsgehälter von Produktmanagern breit streuen. Eine auffällige Häufung gibt es im Bereich von 4.000 bis 5.000 Euro, ein Standardwert lässt sich aufgrund der breiten Streuung aber nicht festlegen. Die Arbeitgeber der Produktmanager beziehen in die Entlohnung wohl viele Faktoren ein, wie Erfahrungen und Marktkenntnisse des Produktmanagers und wahrscheinlich auch die Gewinnsituation des jeweiligen Produkts. Die meisten der Produktmanager, die ein Gehalt von mehr als 6.000 oder 7.000 Euro angegeben haben, sind schon länger als fünf Jahre Produktmanager. Erwähnenswert ist auch, dass die Gehälter von rund zwei Drittel der befragten Produktmanager variable Bestandteile enthalten. Die variablen Gehaltsbestandteile erreichen eine Höhe von bis zu 30 Prozent des Gehalts, meistens liegen sie aber im Bereich von 10 Prozent bis 20 Prozent. Diese Informationen sind, wie erwähnt, einer Studie über Produktmanagement im deutschsprachigen Raum entnommen. Die Auswertung von über 100 Fragebögen hat es ermöglicht, ein Berufsbild zu zeichnen, wie es die Realität in Unternehmen im deutschsprachigen Raum darstellt. Den Ergebnissen der Studie ist in der 6. Auflage des Praxishandbuch Produktmanagement ein ganzes Kapitel gewidmet. Dort sind folgende weitere Ergebnisse der Studie im Detail publiziert: Rolle und Aufgaben der Produktmanager, Selbstwahrnehmung der Produktmanager, Nutzung der Arbeitszeit, besondere Herausforderungen im Arbeitsumfeld der Produktmanager, Budgetverantwortung, Quellen für Marktinformationen und vieles mehr. Das Praxishandbuch Produktmanagement ist 2001-2013 im Campus Verlag erschienen und gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. Die Publikation erfreut sich unter Produktmanagern größter Beliebtheit und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk gehandelt. Eine detaillierte Beschreibung der 6. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Strategie, Konzept & Text

Der Autor dieses Beitrags ist seit über dreißig Jahren im Marketing tätig, seit 1993 als selbstständiger Berater. Erwin Matys begleitet Inhaber, Geschäftsführer und Produktmanager dabei, ihre Marketing- und Kommunikationsziele zu verwirklichen. Erwin Matys lebt und arbeitet in Wien und ist Autor der Marketingtitel Praxishandbuch Produktmanagement, Dienstleistungsmarketing und Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen.



dipl.ing. erwin matys
marketing & communications
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5
mitglied der wirtschaftskammer wien
tel: +43-1-374 86 50
e-mail: erwin@matys.at
xing: www.xing.com/profile/Erwin_Matys
web: www.matys.at

Weitere Downloads für Marketing & Kommunikation

Der Autor dieses Beitrags ist Marketingexperte und leistet in diesem Bereich seit Jahrzehnten grundlegende konzeptionelle Arbeit. Sein *Praxishandbuch Produktmanagement* (Campus Verlag) ist mittlerweile in der 6. Auflage und wird als das Standardwerk der Produktvermarktung gehandelt. Das wegweisende e-Book *Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen* ist unter www.matys.at sogar kostenlos zum Download verfügbar. Auf der Website von Erwin Matys finden sich viele weitere PDFs, die sich mit Vermarktung, Bewerbung, Vertrieb und Produktmanagement von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigen.

Marketingtools zum Download:

-  *Professionelle Produktunterlagen – Der Weg zur Produktbeschreibung*
-  *Internationale Produktunterlagen – Im Ausland professionell auftreten*
-  *Neukundengewinnung über die Website – Für spezialisierte B2B Anbieter*
-  *Was ist B2B Content Marketing? – Einstieg in kostengünstiges Internet-Marketing*
-  *Test: Chancen Ihrer Dienstleistung – Welche Chancen hat Ihre Dienstleistung?*
-  *Dienstleistungen bewerben und verkaufen – Der richtige Mix für Dienstleistungen*
-  *Was sind erklärungsbedürftige Produkte? – Definition und Kennzeichen*
-  *Umfrageergebnisse: Beratungsintensive Produkte – So wird vorgegangen*
-  *Erklärungsbedürftige Produkte – Wer verkauft sie am besten?*
-  *Der Produkt-Check – Visualisierungstool für Ihren aktuellen Marketing-Mix*
-  *Schnittstelle Werbung-Vertrieb – Unkonventionelle Absatzsteigerung*
-  *Zitate für Produktmanager – Sammlung nützlicher Zitate*

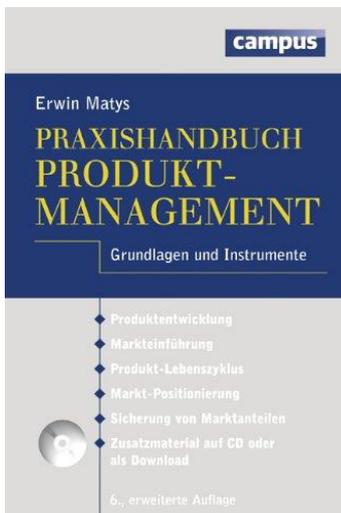
Karrierehilfen zum Download:

-  *Praxisausbildung Produktmanagement – Das e-Training zum Buch*
-  *Eignungstest Marketing – Sind Sie ein Performer?*
-  *Wie werde ich Produktmanager? – Einstieg ins Produktmanagement*
-  *Karriere im Produktmanagement – Erste Orientierung im Produktmanagement*
-  *Entlohnung Produktmanager – Was verdienen Produktmanager?*
-  *Stressmanagement für Produktmanager – Stresstipps für den Alltag im Marketing*

Marketingliteratur zum Download:

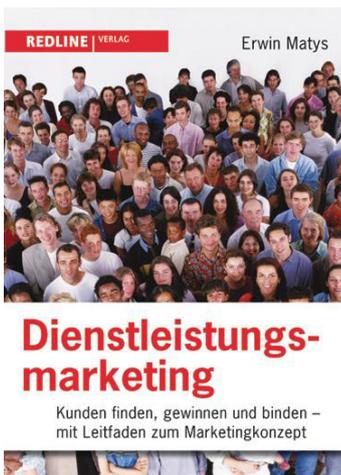
-  *Praxishandbuch Produktmanagement – Ausführliche Buchvorstellung*
-  *Buchvorstellung Dienstleistungsmarketing – Ausführliche Buchvorstellung*
-  *Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen – Kostenloses e-Book*

Publikationen von Erwin Matys



Praxishandbuch Produktmanagement

Erschienen 2001-2013 im Campus Verlag. Das Buch bedient sowohl das Informationsbedürfnis von Berufseinsteigern als auch von Profis. Es gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. Die Publikation erfreut sich unter Produktmanagern größter Beliebtheit und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk gehandelt. Eine detaillierte Beschreibung der 6. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Dienstleistungsmarketing

Das Buch behandelt die zentralen Aufgaben jedes Anbieters von Dienstleistungsprodukten: Kunden finden, gewinnen und binden. Im Rahmen von leicht nachvollziehbaren Marketinggesetzen sind die Erfahrungen erfolgreicher Anbieter zusammengestellt. Der enthaltene Leitfaden ermöglicht es selbst Einsteigern, rasch zu einem fundierten Marketingkonzept für ihre Dienstleistungsprodukte zu kommen. Der Titel ist 2004-2011 im Redline Verlag erschienen. Eine detaillierte Beschreibung der 3. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen

Ein kostenloses e-Book mit 70 Seiten, auf www.matys.at als PDF zum Download. Die Publikation bietet ein bewährtes Vorgehensmodell, wie für Produkte und Dienstleistungen mit hohem Erklärungsbedarf eine erfolgreiche Kommunikation aufgebaut wird. Sie erfahren hier, welche Ansätze Sie wählen können, welche Reihenfolge der Kommunikationsmittel und -wege sinnvoll ist und wie Sie potenzielle Kunden sanft aber bestimmt an einen Kauf heranführen.