

Karriere im Produktmanagement



Produktmanagement ist eine attraktive Berufschance. So wie viele andere vor Ihnen überlegen vielleicht auch Sie gerade, ob Sie einen Job als Produktmanager annehmen sollen. Oder Sie haben bereits zugesagt und fragen sich nun, wie sich alles entwickeln wird. Für genau diese Situationen ist dieses Dokument geschaffen. Es hilft Ihnen dabei, Ihre Entscheidung pro oder kontra zu treffen und enthält Tipps, mit denen Sie sich Ihre erste Zeit als Produktmanager erleichtern.

Was wird meine Aufgabe sein?

In den meisten Unternehmen wird Ihre Aufgabe als Produktmanager darin bestehen, ein Produkt abteilungsübergreifend zu managen. Sie werden für die optimale Koordination aller produktbezogenen Maßnahmen verantwortlich sein. Eines Ihrer wichtigsten Teilziele ist, die Kommunikation und Zusammenarbeit der verschiedenen Bereiche zu verbessern, und zwar innerhalb des Unternehmens und mit Partnerfirmen. Sinn dieser Vorgangsweise ist einerseits, über das Unternehmen verstreute Kräfte zu bündeln. Andererseits möchte Ihr Arbeitgeber auf diesem Weg Zeitvorteile schaffen: Vor allem große und mittlere Unternehmen können durch den Einsatz von Produktmanagern die Wendigkeit kleiner Betriebe erhalten. Wichtig: Verschaffen Sie sich unbedingt Informationen über den bisherigen Erfolg bzw. die Erfolgsaussichten der Produkte, die Sie betreuen sollen. Egal, was man Ihnen verspricht, übernehmen Sie keine toten Pferde.

Welche Voraussetzungen sollte ich mitbringen?

Idealerweise bringen Sie einige Jahre Praxis in Vertrieb, Marketing, F&E oder eben Produktmanagement mit. Eine fachliche Ausbildung, bezogen auf das Gebiet Ihres Produkts, ist günstig aber oft keine ausgesprochene Voraussetzung. Sie sollten mit den Instrumenten des Produktmarketings vertraut sein oder diese rasch erlernen. Darüber hinaus wäre es nützlich, wenn Sie über ein hohes Maß an Kommunikationsfähigkeit und Durchsetzungsvermögen verfügen. Wichtig: Werden Sie sich darüber klar, dass Sie zumindest entweder Produkt- oder Marketingkenntnisse mitbringen müssen. Eines davon können Sie dazulernen, sich beides gleichzeitig anzueignen wäre eine Überforderung.

Was wird von mir erwartet?

Produktmanager werden oft als Unternehmertypen beschrieben: gewinnorientiertes Denken und die Fähigkeit, längerfristige Aufbauarbeit zu leisten, sind die am meisten gesuchten Eigenschaften. Ihr Job wird sein, möglichst selbstständig und eigenverantwortlich alle Aktivitäten Ihres Unternehmens zu bündeln, die Ihr Produkt zum Erfolg führen. Dass diese Aufgabenstellung ganz bestimmte Persönlichkeitsmerkmale und Fähigkeiten voraussetzt, versteht sich von selbst. Unternehmerisches Denken sowie Geschick in Kommunikation und Motivation bilden die beste Basis. Wichtig: Entscheiden Sie, ob sie das hohe Maß an Eigenverantwortung übernehmen möchten, das mit einem Job als Produktmanager einhergeht.

Was werden meine Tätigkeiten sein?

In der Regel werden Sie mit fünf großen Tätigkeitsbereichen betraut werden:

- Begleitung der Produktentwicklung
- Vorbereitung und Durchführung der Markteinführung
- Laufende Produktbetreuung (Marketing-Pläne, operative Umsetzung)
- Marktbeobachtung (Trends, Wettbewerb,...)
- Produktcontrolling (Auswertungen, Budgetierungen,...)

Die genaue Festlegung Ihrer Pflichten hängt vom jeweiligen Unternehmen und seiner speziellen Organisationsform ab. Idealerweise gibt es in Ihrem neuen Unternehmen eine Jobdescription, mit der Ihre Aufgabenbereiche festgelegt sind. Wichtig: Informieren Sie sich rechtzeitig über Ihre konkreten Pflichten. Sprechen Sie mit der Geschäftsleitung, der Personalabteilung und anderen Produktmanagern.

Wo liegen die Stolpersteine?

Auf dem Weg zu einem erfolgreichen Produktmanager gibt es eine Reihe von möglichen Fallen. Die drei häufigsten sind hier angeführt:

- Keine Ausbildungsphase: Sie werden ohne Schulungs- und Lernphase in Ihren Job hineingestoßen. Das führt dazu, dass Sie vom Start weg überfordert und bald frustriert sind. Denn um Ihre Aufgaben erfolgreich zu erfüllen, müssen Sie die Zeit haben, Produkt- und Marktwissen aufzubauen.
- Tagesgeschäft: Ihre Ernennung zum Produktmanager könnte eine Alibi-Handlung sein, um dem produktbezogenen Tagesgeschäft Herr zu werden. In diesem Fall werden Sie zum Mädchen für alles und von Routinearbeiten zugeschaufelt.
- Fehlende Entscheidungsgewalt: Sie werden mit zu geringen Kompetenzen ausgestattet (z.B. kein Produktbudget). Dann ist es Ihnen kaum möglich, auf die Arbeit der Abteilungen Einfluss zu nehmen, Sie können nur mehr empfehlen.

Wichtig: Vermeiden Sie es unter allen Umständen, sich in eine dieser drei Positionen zu begeben oder manövriert zu werden.

Wie werde ich organisatorisch eingegliedert?

Es gibt verschiedene Ansätze, Produktmanager in bestehenden Organisationsstrukturen anzusiedeln. In kleinen und mittelständischen Betrieben ist eine direkte Unterstellung der Geschäftsleitung gebräuchlich. In großen Unternehmen sind Produktmanager oft der Marketing-, Verkaufs- oder Entwicklungsabteilung unterstellt. Die optimale Eingliederung hängt individuell vom jeweiligen Unternehmen ab. Wichtig: Stellen Sie sicher, dass Sie im Rahmen Ihrer Eingliederung mit den Kompetenzen ausgestattet werden, die Sie zur Erfüllung Ihrer Aufgaben brauchen.

Wie sind meine beruflichen Aussichten?

Als Produktmanager gewinnen Sie im Laufe Ihrer Tätigkeit einen guten Überblick aller funktionalen Bereiche. Sie begreifen die Komplexität des Zusammenspiels der verschiedenen internen und externen Einflussfaktoren am eigenen Leib. Produktmanager bilden daher für jedes Unternehmen einen wertvollen Pool an Kandidaten für spätere Führungspositionen. Übliche Aufstiegswege sind die zum Vertriebsleiter, Marketing Manager und in andere Funktionen der Geschäftsleitung. Wichtig: Wenn Sie alle obigen Punkte zu Ihrer Zufriedenheit klären konnten, ergreifen Sie Ihre Chance als Produktmanager. Sie werden Karriere machen.

Wie kann ich mich weiterbilden?

Das Praxishandbuch Produktmanagement liefert Ihnen eine strukturierte Anleitung für die Arbeit im Produktmanagement. Aufbauend auf dem Buch ist vom Autor auch die Praxisausbildung Produktmanagement verfügbar, eine hochqualitative Einzelbetreuung über einen Zeitraum von etwa einem halben Jahr.

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 7. 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*
-  *Wie hochwertig wirken Ihre Produkte? – Checkliste für B2B Anbieter*
-  *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*

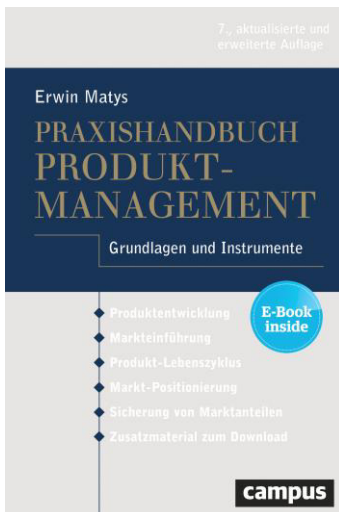
Karrierehilfen zum Download:

-  *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



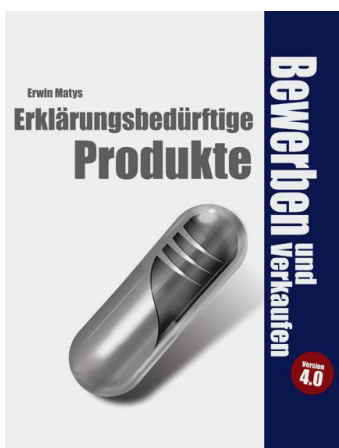
Praxishandbuch Produktmanagement

Erschienen 2001-2018 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 7. 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.