

Dieser Beitrag dient allen Marketinginteressierten als kostenlose Ressource. Die unveränderte Datei darf beliebig in Intranets verwendet, auf Homepages zum Download angeboten, per E-Mail versendet und weitergegeben werden. Der Inhalt gibt die persönliche Meinung des Autors wieder, jede Haftung ist ausgeschlossen. Hinweise, die den praktischen Nutzen des Beitrags weiter erhöhen können, sind unter [erwin@matys.at](mailto:erwin@matys.at) jederzeit willkommen.

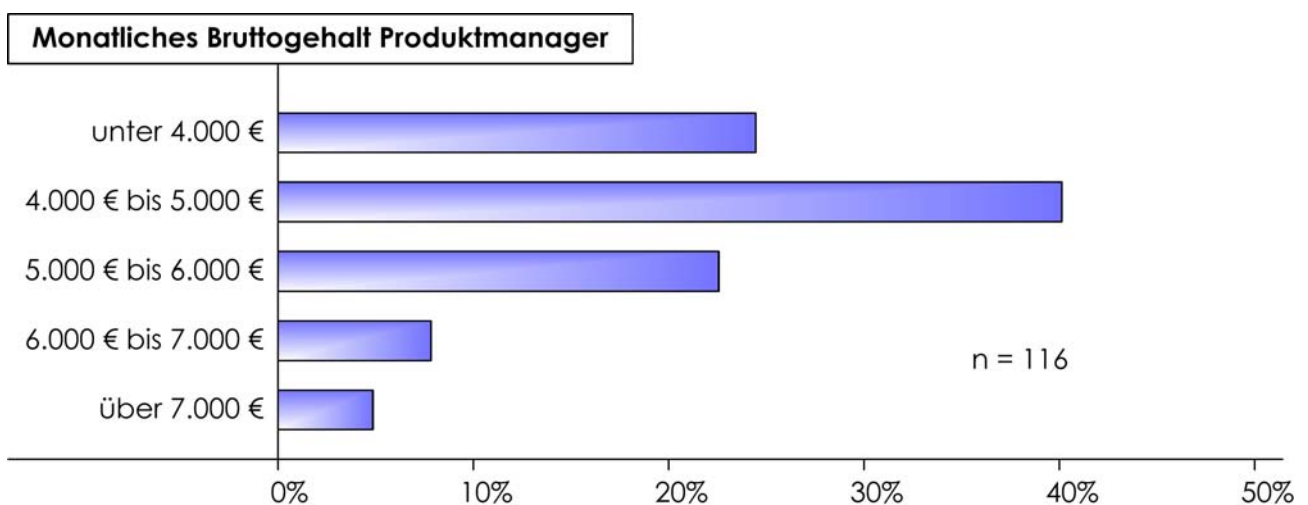
## Was verdienen Produktmanager?



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 5. 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 2001-2011 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 5. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die [Bestellung](#) online möglich.



## Strategie, Konzept & Text

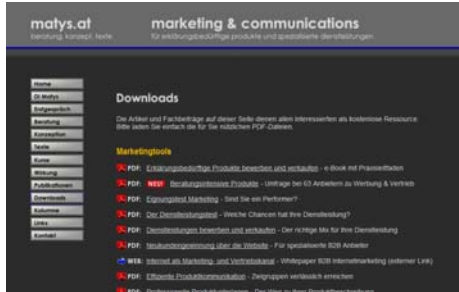
Dipl.Ing. Erwin Matys ist langjähriger Spezialist für Bewerbung und Vermarktung von erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen. Er lebt und arbeitet als Kommunikationsberater in Wien und ist Autor der sehr erfolgreichen Marketingtitel *Praxishandbuch Produktmanagement*, *Dienstleistungsmarketing* und *SUBCOM*. In Erwin Matys vereint sich professionelles Marketing Know-how mit überzeugender werblicher Kreativität. Seine Leistungen für die Marktkommunikation spezialisierter B2B-Anbieter sind: Beratung, Analysen, Werbekonzeption und Textredaktion.



dipl.ing. erwin matys, marketing & communications  
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5  
mitglied der wirtschaftskammer wien  
tel & fax +43-1-374 86 50  
e-mail: [erwin@matys.at](mailto:erwin@matys.at)  
XING: [www.xing.com/profile/Erwin\\_Matys](http://www.xing.com/profile/Erwin_Matys)  
web: [www.matys.at](http://www.matys.at)  
web: [www.subcom.at](http://www.subcom.at)  
web: [www.project-nightflight.net](http://www.project-nightflight.net)

# Informationsportal für erklärungsbedürftige Produkte

Der Autor dieses Beitrags ist Kommunikationsberater in Wien und leistet seit über 20 Jahren in diesem Bereich grundlegende konzeptionelle Arbeit. Sein *Praxishandbuch Produktmanagement* (Campus Verlag) ist mittlerweile in der















5. Auflage und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk gehandelt. Seine jüngste Marketingpublikation *Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen* ist unter [www.matys.at](http://www.matys.at) sogar als kostenloses e-Book verfügbar.







Auf der Homepage von Erwin Matys finden sich viele weitere Beiträge, die sich mit Vermarktung, Bewerbung und Produktmanagement von

erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigen. Die Fachbeiträge finden Sie als PDF-Dateien auf [www.matys.at](http://www.matys.at)







## Marketingtools zum Download:

-  [Professionelle Produktunterlagen](#) – der Weg zur Produktbeschreibung
-  [Effiziente Produktkommunikation](#) – Zielgruppen verlässlich erreichen
-  [Internationale Produktunterlagen](#) – im Ausland professionell auftreten
-  [Neukundengewinnung über die Website](#) – für spezialisierte B2B Anbieter
-  [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:

-  [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
-  [Praxisausbildung Produktmanagement](#) – das e-Training zum Buch

## Marketingliteratur zum Download:

-  [Praxishandbuch Produktmanagement](#) – ausführliche Buchvorstellung
-  [Buchvorstellung Dienstleistungsmarketing](#) – ausführliche Buchvorstellung
-  [Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen](#) – kostenloses e-Book
-  [SUBCOM Einleitung](#) – Auszug aus dem SUBCOM Trainingsskript
-  [SUBCOM Flyer](#) – Flyer zum SUBCOM Trainingsskript
-  [SUBCOM FAQ](#) – Frequently Asked Questions zu SUBCOM

# Publikationen von Erwin Matys



## Praxishandbuch Produktmanagement

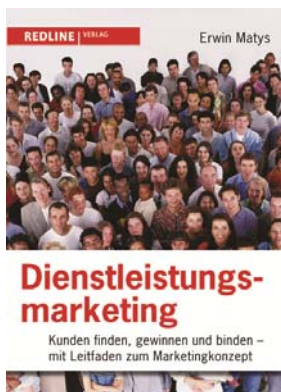
Erschienen 2001-2011 im Campus Verlag. Das Buch bedient sowohl das Informationsbedürfnis von Berufseinsteigern als auch von Profis. Es gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. Die Publikation erfreut sich unter Produktmanagern größter Beliebtheit und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk behandelt. Eine [detaillierte Beschreibung](#) der 5. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die [Bestellung](#) online möglich.



## Insidertechniken der Marktkommunikation

Das SUBCOM Skript ist für das Selbststudium konzipiert. Mit dem Trainingskript unternehmen Sie eine Reise in die Köpfe Ihrer Zielgruppen und entdecken hochwirksame Insidertechniken, die von Profis in Marketing und

Produktmanagement eingesetzt werden. Alle Übungen integrieren sich nahtlos in Ihre Arbeitspraxis, das Trainingskript ist sowohl einzeln als auch als Masterlizenz für Unternehmen erhältlich. Für detaillierte Informationen besuchen Sie die [SUBCOM Website](#), dort ist auch die [Bestellung des Skripts zum Selbststudium](#) 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.



## Kommunikation für komplexe Produkte und hochwertige Dienstleistungen

Ein [kostenloses e-Book](#) mit 70 Seiten, einfach 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.