

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.

# 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.*



**e-Training für Einsteiger**  
Sie sind Newcomer oder  
Quereinsteiger ins B2B  
Produktmanagement?

Dann könnte eine individuelle Betreuung  
Ihres Einstiegs genau das Richtige sein:  
[www.matys.at/ausbildung.htm](http://www.matys.at/ausbildung.htm)

## 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 stehen meine persönlichen Chancen?

Eine erste Möglichkeit, Ihre Eignung für eine berufliche Laufbahn im Marketing abzuschätzen, bietet Ihnen der [Eignungstest Marketing](#), den sie kostenlos downloaden können – anonym und ohne Registrierung. **Wichtig:** Beantworten Sie die Fragen des Eignungstests in Ihrem eigenen Interesse so ehrlich wie möglich.

## Strategie, Konzept & Text

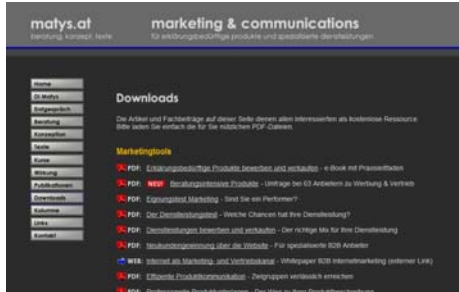
Dipl.Ing. Erwin Matys ist langjähriger Spezialist für Bewerbung und Vermarktung von erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen. Er lebt und arbeitet als Kommunikationsberater in Wien und ist Autor der sehr erfolgreichen Marketingtitel *Praxishandbuch Produktmanagement*, *Dienstleistungsmarketing* und *SUBCOM*. In Erwin Matys vereinigt 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

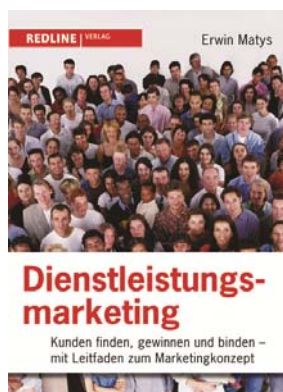
Erschienen 2001-2011 im Campus Verlag. Das Buch bedient sowohl das Informationsbedürfnis von Berufseinsteigern als auch von Profis. Es gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. 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.