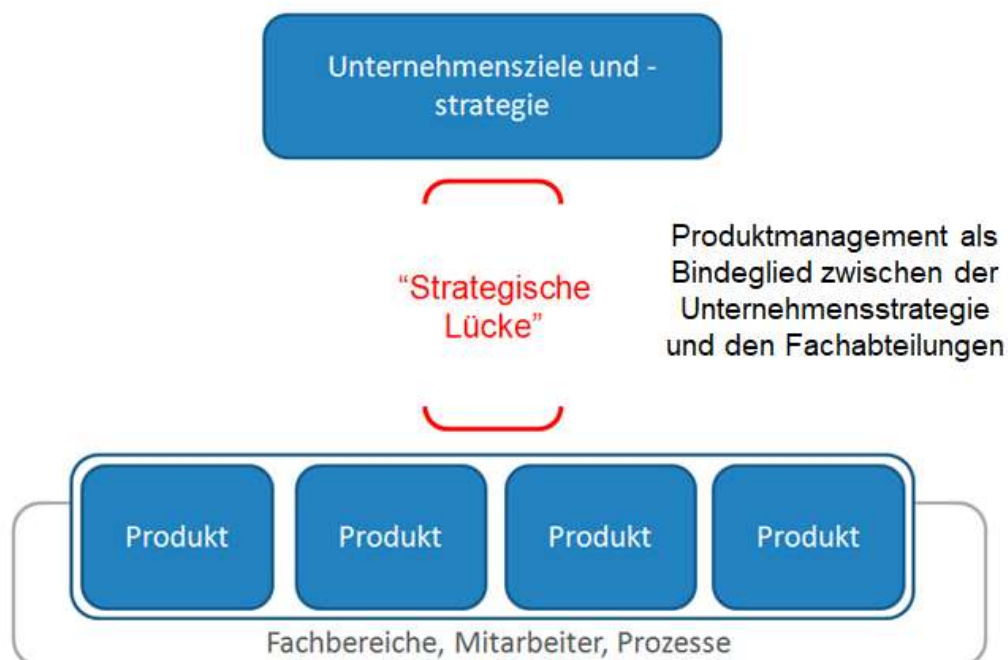


# Aufgaben des Produktmanagers

## Was genau macht ein Produktmanager?

Zentrale Aufgaben eines Produktmanagers ist es, ein Produkt oder eine Produktgruppe abteilungsübergreifend zu managen und erfolgreich am Markt zu positionieren. Der Produktmanager hat die **strategische Verantwortung** über **sein Produkt-Portfolio**. Er ist damit das Bindeglied zwischen der Unternehmensstrategie und den Fachabteilungen. Grundlage seiner Produkt-Strategien sind seine fundierten Marktanalysen. Diese umfassen die Kenntnis der Anforderungen der Zielgruppen an seine Produkte, die Trends innerhalb der Zielgruppen, der Analyse des Wettbewerbs und aller, seinen Produkt-Markt beeinflussenden Faktoren.

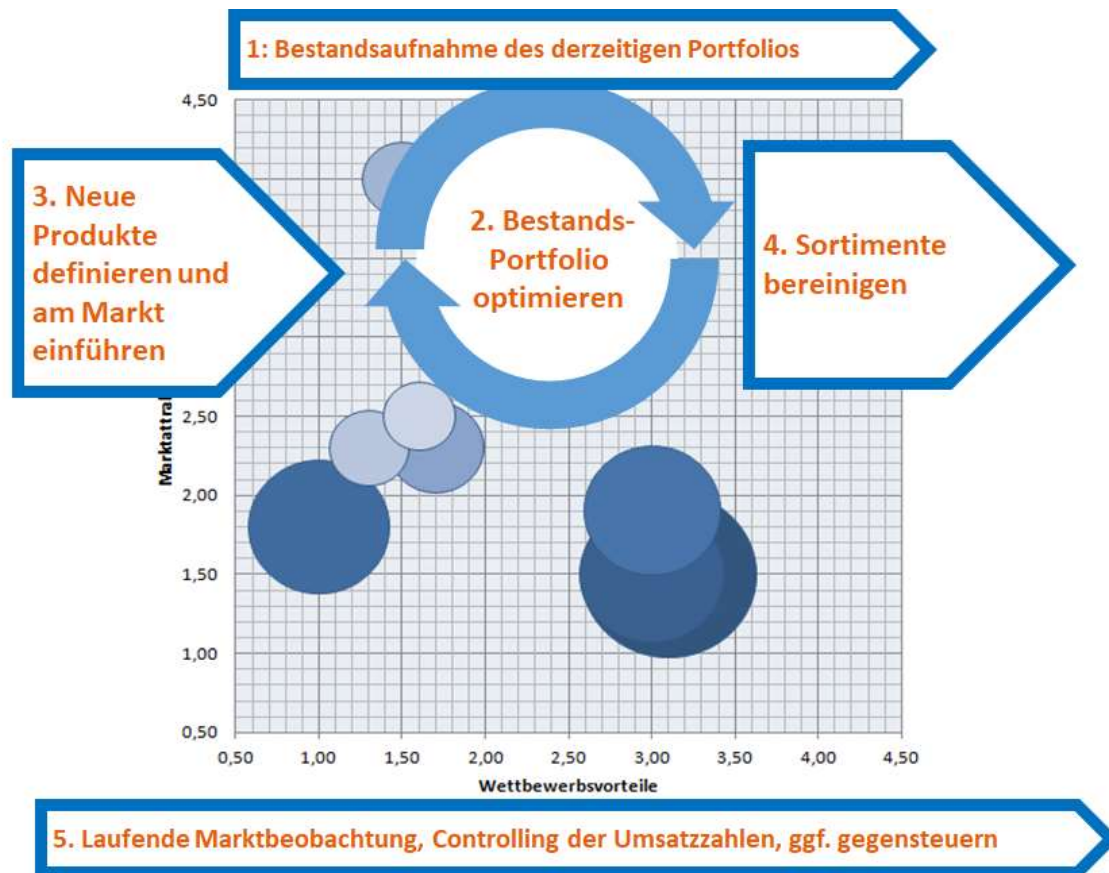


Der Produktmanager **managt und begleitet den gesamten Produktlebenszyklus seiner Produkte**. Dies beginnt bei der Ideenfindung und -bewertung, der Vorbereitung von Entwicklungsprojekten durch Business-Cases und Lastenhefterstellung, der Einführung der Produkte am Markt, der Begleitung über den Lebenszyklus sowie die Sortimentsbereinigung.

Dazu bündelt der Produktmanager die Informationen vom Markt, kombiniert sie mit internen Zahlen und Informationen und **koordiniert so die verschiedenen Unternehmensbereiche**, die für sein Produkt einen Beitrag leisten. Er liefert **fundierte Entscheidungsvorlagen und Briefings** für die Geschäftsleitung und die Fachabteilungen.

Hauptschnittstellen für das Produktmanagement sind die Entwicklung, der Vertrieb und die Marketing-Kommunikationsabteilung – und natürlich die Unternehmensführung. Der Produktmanager hat somit die Rolle eines Koordinators, Moderators und Präsentators. Von seinem Anforderungsprofil braucht er – vor allem für technische Produkte – ein fundiertes

Produktwissen, eine große Nähe zum Markt, Methoden-Know-How zu Produktmanagement-Tools und gleichzeitig eine offene und kommunikative Persönlichkeit, die sich auch nicht scheut, Auseinandersetzungen bei konfliktierenden Zielen konstruktiv zu steuern.



Folgende Aufgabenbereiche decken das Aufgabenspektrum eines Produktmanagers ab:

- **Strategisches Portfolio-Management für seinen Produktbereich** (Portfolio-Analysen, Bestimmung von Fokus-Produkten, strategische Konzepte für diese Fokus-Produkte, Erarbeitung einer Product-Road-Map)
- **Begleitung der Produktentwicklung** (Ideenfindung und –bewertung, Marktanalyse, Business-Case-Erstellung, Lastenhefterstellung)
- **Vorbereitung und Durchführung der Markteinführung** (Markteinführungskonzept erstellen, Projektplan erarbeiten, Internen Launch vorbereiten z.B. Vertriebsschulungen durchführen, Externen Launch vorbereiten z.B. Marketing-Kommunikation briefen)
- **Laufende Produktbetreuung über den Lebenszyklus des Produktes** (Erstellung von Produkt-Marketing-Plänen und deren operative Umsetzung)
- **Laufende Marktbeobachtung** (Zielgruppensegmentierung, Befragung von Zielgruppen, Marktforschung, Marktpotenzialberechnung, Wettbewerbsanalyse, Trendanalyse etc.)
- **Laufendes Produktcontrolling** (Soll-Ist-Vergleiche, Budgetierungen)