

Marktübersicht Seminare Produktmanagement

Aktualisiert: Juni 2022

Produktmanagement ist nicht nur ein sehr gebräuchlicher Jobtitel, auch das Aus- und Weiterbildungsangebot ist umfangreich. Analog zum „Projektmanagement“ wurde in den letzten Jahrzehnten auch „Produktmanagement“ von vielen Managementberatungen und Trainingsinstituten entdeckt. Alle wollen an dem üppigen PM-Ausbildungskuchen mitnaschen und die Folge ist eine fast inflationäre Flut von Angeboten. Manche der gebotenen Veranstaltungen und Kurse sind ausgezeichnet und hochkarätig besetzt. Andere wiederum sind mit Vorsicht zu genießen. Wie fast überall gilt auch im Markt der PM-Seminare, dass man für wirklich hochwertige Leistungen schon etwas tiefer in die Tasche greifen muss. Ein Tipp noch vorweg: Die wirklich guten Anbieter sind zumeist nicht nur am höheren Preis erkennbar, sondern auch daran, dass sie ihre Leistungen zeitgemäß und professionell anbieten. So wie man es im 21. Jahrhundert erwarten darf.



Was gibt es alles?

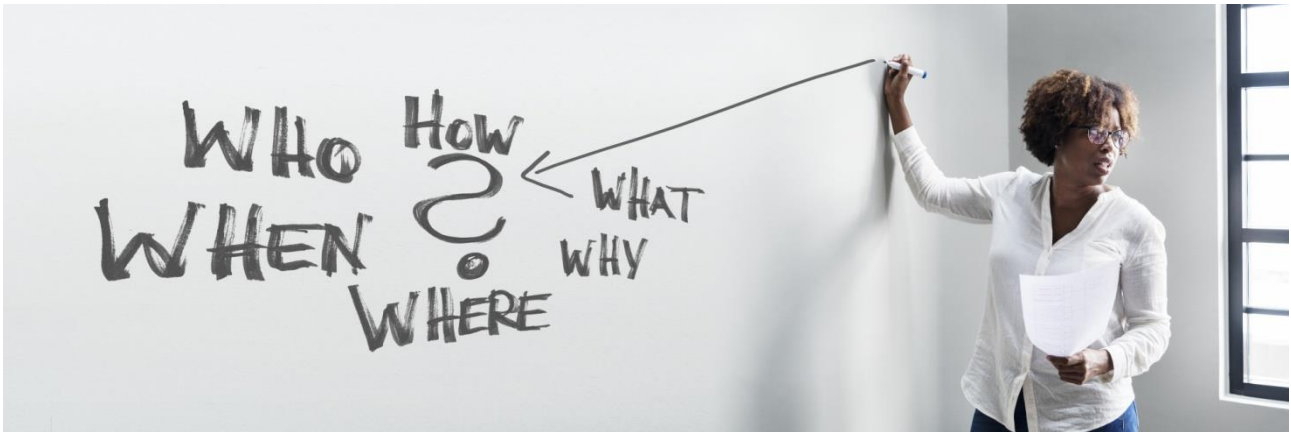
Wenn Sie sich im Produktmanagement weiterbilden möchten, so stehen Ihnen sehr unterschiedliche Formate zur Verfügung. Es gibt offene Seminare, an denen jeder teilnehmen kann. Firmenseminare dagegen sind auf die Mitarbeiter einer Organisation eingeschränkt, auch die Inhalte werden dabei speziell auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten. Die Ausbildungen können einzelne Veranstaltungen sein, aus einer Abfolge von Events bestehen oder einen ganzen Lehrgang mit vielen Einzelveranstaltungen über einen längeren Zeitraum bilden. Auch Fernkurse sind zu finden, bei denen Sie nach einem Skriptum arbeiten. Die Trainings können vor Ort bei Ihrer Firma stattfinden, an einer speziellen Seminarlocation wie zum Beispiel einem Hotel oder auch in einem virtuellen Raum als Online-Veranstaltung. Auch Mischformen sind zu finden.



Bei aller Vielfalt steht fest: Die Entwicklung geht eindeutig in Richtung hybrider Formate. Eine moderne PM-Ausbildung könnte zum Beispiel so aussehen: Sie besuchen erst ein mehrtägiges Seminar. Ergänzend nehmen Sie an einigen Online Follow-up Meetings teil und arbeiten die eine oder andere Übungsarbeit selbstständig aus. Dabei werden Sie von einem Mentor unterstützt, der Sie bei Ihren Ausarbeitungen begleitet. Mit einer Art Prüfung schließen Sie die Kombination ab, demonstrieren damit Ihre neu erworbenen Kenntnisse und erhalten schließlich eine Bestätigung Ihrer Weiterbildung.

Nehmen Sie den Ball in die Hand

Was auch immer von den vielfältigen Angeboten Sie anspricht – bevor Sie tatsächlich an die Evaluierung konkreter Anbieter gehen, sollten Sie herausfinden, was genau Sie eigentlich suchen. Auf keinen Fall sollten Sie Ihre Ausbildung von dem bestimmen lassen, was Ihnen gerade über den Weg läuft. Nehmen Sie stattdessen den Ball in die Hand und definieren Sie erst Ihr persönliches, individuelles Ausbildungsziel.



Um Ihr Zielbild festzulegen, orientieren Sie sich einfach an den folgenden Fragen. Bitte nehmen Sie sich unbedingt ausreichend Zeit dafür. Es macht nichts, wenn Sie nicht sofort auf alle Fragen eine eindeutige Antwort finden. Lassen Sie die Fragen auf sich wirken, denken Sie ein paar Tage darüber nach, sprechen Sie mit Kollegen oder einer Vertrauensperson aus Ihrem Umfeld. Wichtig ist, dass Sie sich selbst ein klares und eindeutiges Ziel setzen.

1. Frage: Was wollen Sie erreichen?

Die Kernfrage, auf die Sie eine klare Antwort brauchen, zielt ab auf das Ergebnis Ihres Ausbildungsschritts: Welche Fähigkeiten und Fertigkeiten möchten Sie mit der Ausbildung erwerben? In welchem Zustand möchten Sie sich nach dem Training befinden? Was genau wollen Sie erlernt haben? Hier ein paar Anregungen, welche Themen dabei eine Rolle spielen könnten: Geht es Ihnen um Produktentwicklung, um die Erlernung agiler Methoden? Geht es um Ihre Rolle als Produktmanager, um eine Definition Ihrer Aufgaben? Interessieren Sie sich für Produktmarketing im Allgemeinen oder für Spezialthemen wie Markteinführung oder Produktkommunikation? Ist das Schnittstellenmanagement und die Motivation der Beteiligten für Sie ein Lernthema? Suchen Sie einen Überblick über das Thema Produktmanagement, eine Einführung, oder wollen Sie Ihr Know-how in einem Spezialthema vertiefen?

2. Frage: Woran werde Sie Ihre Zielerreichung erkennen?

Sobald Sie mit Ihrer Antwort auf die erste Frage zufrieden sind, überlegen Sie bitte, woran Sie nach der Ausbildung beurteilen können, ob Sie Ihr Ziel tatsächlich erreicht haben. Können Sie konkrete Punkte festlegen, anhand derer Sie die Erreichung Ihres Ausbildungsziels überprüfen können? Wenn nicht, ist Ihr Ausbildungsziel noch zu unscharf definiert. In diesem Fall kehren Sie am besten noch einmal zurück zur ersten Frage.

3. Frage: Ist Ihr Ziel wirklich motivierend?

Ganz deutlich gesagt, Sie haben nichts von einem Ziel, das Sie zu leicht erreichen können. Ihr Ausbildungsziel sollte einigermaßen herausfordernd sein, sonst wird Ihnen unterwegs die Motivation fehlen. Überlegen Sie nochmals, ob das von Ihnen definierte Ziel Sie auch anspornen kann und schärfen Sie ggf. nach.

4. Frage: Ist Ihr Ziel realistisch?

Genauso wenig wie Ihr Ziel zu einfach erreichbar sein sollte, haben Sie von einem Ziel, das Sie überfordert. Überlegen Sie daher: Ist es realistisch, dass Sie das definierte Ausbildungsziel tatsächlich erreichen können? Falls nicht, so gilt auch in diesem Fall, dass Sie Ihr Ziel besser anpassen. Denn auch ein Ziel, das Sie überfordert, wirkt demotivierend.

5. Frage: Wie lange haben Sie Zeit?

So wie bei jeder Zieldefinition ist es auch für Ihr Ausbildungsziel unerlässlich, dass Sie einen konkreten Zeithorizont definieren. Im Klartext: Wann wollen Sie die Ausbildung abgeschlossen haben?

Abschließend erneut die dringende Empfehlung: Gehen Sie erst dann dazu über, konkrete Ausbildungsangebote zu vergleichen, wenn Sie diese fünf Fragen für Sie zufriedenstellend beantworten konnten. Der entscheidende Unterschied ist einfach, dass Sie dann ein zu Ihrem Ziel passendes Angebot suchen, statt Ihr Ausbildungsziel an ein Angebot anzupassen, das vielleicht auf den ersten Blick irgendwie attraktiv gewirkt hat.



Checkliste für Ihre Seminar-Auswahl

Sobald Sie Ihr Ausbildungsziel definiert haben, werden Sie wahrscheinlich bald ein paar konkrete Anbieter und deren Schulungsangebote ins Auge fassen. Um aus diesen Kandidaten die optimale Auswahl zu treffen, gehen Sie einfach für jedes in Frage kommende Angebot die folgende Checkliste durch:



Deckt das Angebot Ihr Ausbildungsziel ab?

Die wichtigste Anforderung, die ein Seminar oder ein Lehrgang erfüllen muss, ist die Abdeckung Ihres Ausbildungsziels. Wird Ihnen zusätzlich noch mehr geboten, so ist das schön und vielleicht sogar wünschenswert. Auf keinen Fall aber sollten Sie von dem abweichen, was Sie selbst für Ihre Situation als wichtig und angemessen festgelegt haben.

Liegt Ihnen das angebotene Ausbildungsformat?

Berücksichtigen Sie unbedingt, ob das angebotene Format Ihren Lerntyp bestmöglich unterstützt. Manche von uns lernen am besten in einer kleinen Gruppe, andere besser in der Anonymität eines großen Auditoriums. Manche bevorzugen das Selbststudium, andere schätzen ausführliche Erklärungen. Manche möchten Online am eigenen Schreibtisch lernen, andere ziehen die neutrale Umgebung eines Seminarraums vor. Was auch immer Ihre persönlichen Vorlieben sind, achten Sie darauf, diese bei der Wahl Ihrer Ausbildung einzubeziehen.

Werden Vorkenntnisse vorausgesetzt?

Beachten Sie die Voraussetzungen für die jeweiligen Ausbildungen und informieren Sie sich genau, ob Sie Vorkenntnisse oder praktische Erfahrungen mitbringen müssen. Speziell als Einsteiger in das Thema sollten Sie darauf achten, dass man Ihnen die Welt des Produktmanagements rücksichtsvoll, aber konsequent näherbringen wird.

Zeigt der Veranstalter echtes Interesse an Ihnen?

Suchen Sie den Kontakt zu dem Veranstalter. Wenn man sich keine Zeit nimmt, Sie im Vorfeld geduldig und ausführlich zu informieren, dann ist das auch eine Aussage darüber, was Sie in den Seminaren zu erwarten haben.

Jan Harste: Gute Anbieter erkennt man an ihrem eigenen PM

„Gute Anbieter im Produktmanagement erkennt man daran, dass sie ihr eigenes Produkt (eben die Schulung oder die Ausbildungspakete) leidenschaftlich pflegen. Sie halten den Kontakt zur Zielgruppe, um kontinuierlich hohen Mehrwert zu liefern und nicht den Anschluss zu verlieren. Diese Anbieter können auch glaubwürdig auf die unterschiedlichen Geschmacksrichtungen (z.B. B2C vs. B2B) und auf aktuelle Nuancen im Produktmanagement eingehen und halten nicht starr an einem One-size-fits-all-Modell fest.“

So lautet der Rat, den der erfahrene Produktmanager Jan Harste einem Interessenten an einer PM-Ausbildung geben würde. Jan Harste ist Gründer von Produktmanagementor. Als Lizenznehmer eines großen internationalen Instituts ist dieser Anbieter Spitzenreiter, wenn es darum geht, einen modernen Mix von PM-Ausbildungsinstrumenten einzusetzen. Selbst die Online verfügbaren Gratis-Tools sind Weltklasse.

Ist Ihnen der Trainer, die Trainerin sympathisch?

Nehmen Sie vor einer Buchung unbedingt Kontakt auf mit den Personen, die Sie während der Ausbildung begleiten werden. Sagen Ihnen die Ausbilder zu? Es ist für Ihren Lernerfolg entscheidend, dass Sie mit diesen Menschen eine gute Beziehung herstellen können.

Arbeitet der Trainer, die Trainerin selbst in der Praxis?

Informieren Sie sich, ob die Trainer aus der Praxis stammen und wie sie vorgehen. Meiden Sie Ausbilder, die nur in der Ausbildung arbeiten. Diese Theoretiker haben leider allzu oft den Bezug zum echten Geschehen im modernen Produktmanagement verloren.

Peter Kairies: In der Ausbildung sind Praktiker gefragt

„Der Inhalt einer Ausbildung sollte nicht theoretisch aufgebaut sein, sondern praxisgerecht mit hohem Nutzen für die Umsetzung. Der Trainer sollte nicht nur in der Theorie fit sein, sondern aus der PM-Praxis kommen. Und das Seminar sollte brandaktuell sein und Best Practice Beispiele enthalten.“

Die Empfehlung erhält man von Peter Kairies, einem Vollprofi, der es wirklich wissen muss. Peter Kairies ist ohne Zweifel der Gründungsvater von Produktmanagement im deutschsprachigen Raum. Neben einem umfangreichen Ausbildungsprogramm organisiert sein Unternehmen MSC die jährliche Produktmanagement-Tagung in Deutschland.

Verfügt der Trainer, die Trainerin über ausreichende Erfahrungen?

Um sinnvolle Produktmanagement-Trainings abhalten zu können, muss man langjähriger Fachmann sein und auch noch gut Wissen vermitteln können. Gelegenheitstrainer sind absolut ungeeignet.

Bernadette von Wittern: Trainer müssen Lernerlebnis bieten können

„Zu einem guten und nachhaltigen Ausbildungsprogramm für PM gehören eine klare Darstellung der Rollen und Aufgaben, die Vermittlung einfacher und praktikabler Tools, die praktische Umsetzung am eigenen Produkt und die Arbeit am Mindset und der Produktmanager-Persönlichkeit. Dafür braucht es einen entsprechenden zeitlichen Rahmen mit Raum für Reflektion, Übung, Diskussion und Erfahrungsaustausch. Die Chemie mit dem Trainer muss stimmen. Seine didaktischen Fähigkeiten sollten für ein entsprechendes Lernerlebnis sorgen, das auch noch lange nach dem Training wirkt.“

Ein klares Statement von Bernadette von Wittern, die als Trainerin für Produktmanagement bei Marketing Consult langjährige Erfahrungen gesammelt hat. Seit 2020 reüssiert sie mit ihrer Product Lounge, mit der sie neue Formate und neue Ausbildungen auf den Markt gebracht hat.

Wird Ihnen Erfahrungsaustausch mit Kollegen geboten?

Viele angehende Produktmanager betonen, dass ihnen der Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Kolleginnen wichtig ist. Wenn Sie auch zu den Menschen gehören, die den laufenden Austausch und Vergleich mit anderen brauchen, dann achten Sie darauf, dass das Format der Ausbildung diesem Wunsch entgegenkommt.

Werden Sie an Ihren eigenen Produkten arbeiten können?

Informieren Sie sich, wie die Ausbildung aufgebaut ist und wie gearbeitet wird. Stellen Sie die Frage, ob Sie in den Seminaren an Ihren eigenen Beispielen (Produkten und Dienstleistungen) üben werden. Manche Trainer arbeiten überhaupt nur mit fiktiven Beispielen.

Werden Sie eine Bestätigung bzw. eine Zertifizierung erhalten?

Klären Sie ab, mit welchem Nachweis Sie Ihren Ausbildungsschritt abschließen werden. Werden Sie eine Kursbestätigung erhalten? Wird es zum Abschluss eine Prüfung geben? Können Sie mit einem Zertifikat rechnen, worauf wird es lauten und von wem wird das Zertifikat ausgestellt?

Die Anbieter von PM-Seminaren

Hier finden Sie nun eine Auswahl der deutschsprachigen Anbieter von PM-Seminaren. Das vorliegende Anbieterverzeichnis wird immer wieder aktualisiert und strebt an, das Spektrum der PM-Seminaranbieter möglichst umfassend zu präsentieren. Keinesfalls wird ein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben, dazu ist der Seminarmarkt viel zu dynamisch. Falls Sie selbst Produktmanagement-Seminare anbieten und hier nicht gelistet sind, so wenden Sie sich bitte direkt an den Autor für einen selbstverständlich kostenfreien Eintrag in die Marktübersicht.

Die Anbieter sind alphabetisch sortiert und ganz bewusst mit keinen Bewertungen, Tipps oder Empfehlungen versehen. Ein Seminarangebot, das für Sie besonders interessant ist, kann für eine Kollegin oder einen Kollegen völlig unpassend sein und umgekehrt. Bitte machen Sie sich also selbst ein Bild der Anbieter, vergleichen Sie und suchen Sie sich mit Hilfe der vorangehenden Checkliste jenes Angebot heraus, das am besten auf Ihre individuellen Anforderungen passt.

Aventaggiato Xpert	www.aventxpert.ch
Deutsches Institut für Marketing GmbH	www.marketinginstitut.biz
Forum für Führungskräfte	www.fff-online.com
Frese Bernhard	www.bernhardfrese.com
Haufe Akademie GmbH & Co. KG	www.haufe-akademie.de
Hochschule Nordhausen	www.hs-nordhausen.de
imh GmbH	www.imh.at
Industrie und Handelskammer Berlin	www.ihk-berlin.de
InnoTivum Consulting Hans-Bernd Kittlaus	www.innotivum.com
Institut für Managementberatung GmbH	www.ifm-business.de
Institut für Verkauf und Marketing	www.ivm-seminare.de
Integrata Cegos GmbH	www.integrata-cegos.de
KW Produktmanagement Coaching	www.produkt-management.at
Manager Institut GmbH	www.manager-institut.de
Marketing Consult GmbH	www.marketingconsult.de
Medical Mountains	www.medicalmountains.de
MicroConsult GmbH	www.microconsult.de
Mirko Düssel & Co.	www.duessel.com
Motyka Ingrid	www.ingridmotyka.de
MSC Management Seminar Center GmbH	www.peterkairies.de
MSG St.Gallen	www.msgag.com

oose Innovative Informatik eG	www.oose.de
PFH Private Hochschule Göttingen	www.pfh-akademie.de
Product Lounge	www.productlounge.net
Produktmanagementor	www.produktmanagementor.de
proProduktmanagement GmbH	www.pro-produktmanagement.de
QQconsulting Thomas Bauch	www.pm1.de
Risch Manuela	www.manuelarisch.de
Serpil Uensal Training & Consulting	www.serpiluensal.de
SGMI Management Institut St. Gallen	www.sgmi.ch
SGO Business School AG	www.sgo.ch
Steiner Consulting	www.steinerconsulting.at
TCI GMBH	www.tci-partners.com
Technische Akademie Esslingen	www.tae.de
Technische Akademie Wuppertal e.V.	www.taw.de
Triebfürst Sigrid	www.medtech-seminare.de
VDI Wissensforum GmbH	www.vdi-wissensforum.de
WIFI – Wirtschaftskammer Österreich	www.wifi.at
X SIEBEN	www.x-sieben.at
Zentrum für Unternehmungsführung AG	www.zfu.ch

Eine praxisbezogene Alternative zu konventionellen PM-Seminaren und Lehrgängen finden Sie auf der nächsten Seite.

Praxisausbildung Produktmanagement

Die Alternative zu konventionellen PM-Seminaren

Ich veranstalte selbst keine PM-Seminare. Über die Jahrzehnte bin ich zu der sicheren Überzeugung gelangt, dass nur eine längerfristige, solide Begleitung durch einen erfahrenen Mentor geeignet ist, Einsteiger ins Produktmanagement zur vollen Entfaltung zu bringen. Aus diesem Grund biete ich ausschließlich eine Einzelbetreuung, die aus gezielter Talentförderung auf individueller, persönlicher Basis besteht.

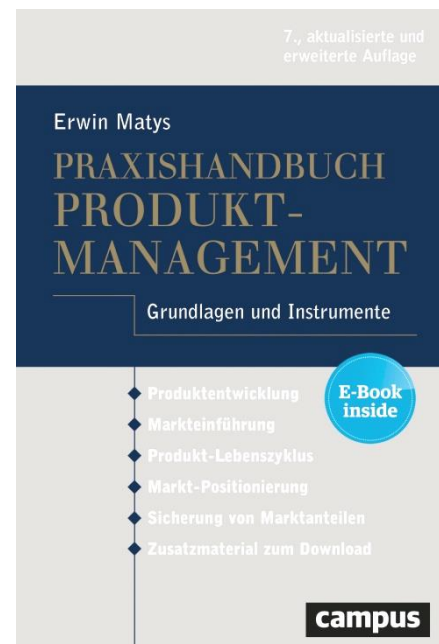


Die Praxisausbildung Produktmanagement ist ein Online-Format und steht jedes Jahr nur einigen wenigen Newcomern und Quereinsteigern offen. Details zu dieser exklusiven Einzelausbildung finden Sie auf der Website www.praxisausbildung-produktmanagement.de. Bei Interesse wenden Sie sich bitte direkt an mich unter erwin@matys.at und informieren Sie sich über die aktuelle Wartezeit auf einen freien Platz.

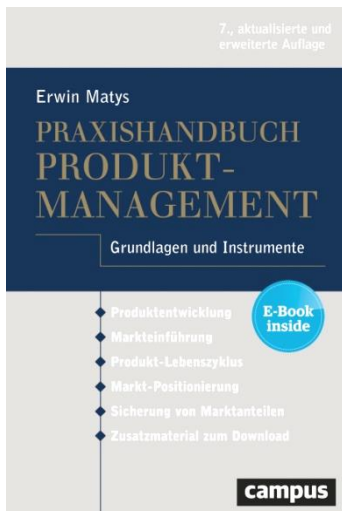
Die Praxisausbildung Produktmanagement ist das so oft nachgefragte On-the-Job Training zum Praxishandbuch Produktmanagement. Das Buch liegt in der 7. Auflage vor und ist ein echter Klassiker. Es hat mehreren Generationen von Produktmanagern das nötige Werkzeug vermittelt und nachhaltigen Einfluss auf den Absatz abertausender Produkte genommen.

Mit der Praxisausbildung Produktmanagement werden sie über ein halbes Jahr persönlich vom Autor des Praxishandbuch Produktmanagement betreut. Perfekt abgestimmte Übungen und individuelle Betreuung ergeben in Summe eine solide Praxisausbildung für Newcomer und Quereinsteiger. Das Training ist also speziell dafür geschaffen, Ihre ersten Monate im Produktmanagement erfolgreich zu gestalten.

dipl.ing. erwin matys
marketing & communications
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5
mitglied der wirtschaftskammer wien
+43-680-4013235
erwin@matys.at
www.matys.at

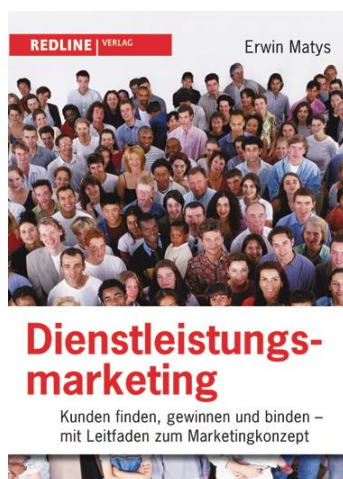


Publikationen von Erwin Matys



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. Mehr Infos zum Buch auf www.praxishandbuch-produktmanagement.de, dort ist auch die Bestellung Online möglich. Mit der nunmehr 7. Auflage wird das E-Book kostenfrei mitgeliefert.



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 auf www.matys.at als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen

Ein kostenloses E-Book mit 80 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. Die aktualisierte und erweiterte Version 5 des E-Books stammt aus dem Jahr 2020.