



Produktmanagement  
Der Spezialist

# Herzlich Willkommen

## Produktmanagement Basistraining

---

BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten

# Tagesagenda



Produktmanagement  
Der Spezialist

- 01** Ich stelle mich vor

---

- 02** Ziel des Trainings

---

- 03** Was ist ein Produkt

---

- 04** Produktmanagement

---

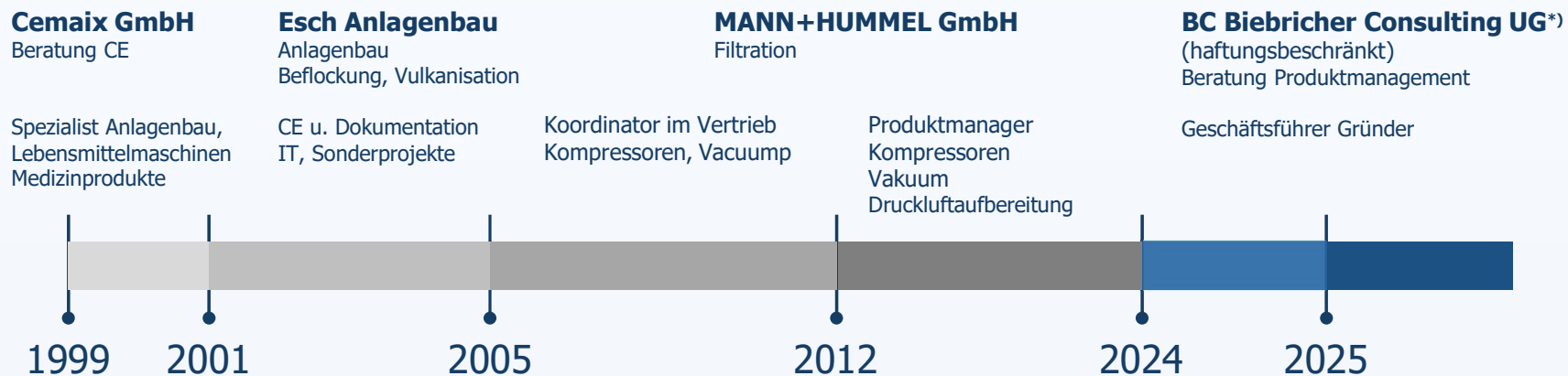
- 05** Zusammenfassung und Ende

# Wer bin ich?

## 25 Jahre Erfahrung in der Industrie



Produktmanagement  
Der Spezialist



**Peter Biebricher**  
Geschäftsführer  
Berater

\*) Gründung UG im Feb. 2025

BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten

# Produktmanagement Basistraining

## Ausbildungszweck



Produktmanagement  
Der Spezialist

In diesem Training

**zur Produktmanagerin  
zum Produktmanager**

erlernen sie die wichtigsten Skills für ihre Tätigkeit.



Produktmanagement  
Der Spezialist

# Produktenmanagement Basistraining

## Inhalte

**Basis**

# Produktmanagement Basistraining

## Ziel des Trainings



Produktmanagement  
Der Spezialist





Produktmanagement  
Der Spezialist

# Produktmanagement Basistraining

## 1. Termin

**1. Termin**

---

BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten

# PM-Basistraining 1. Termin

## Der heutige Inhalt



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Produkt

Was ist im PM ein Produkt

Produktkern  
„Spirit“

Beschreibung und Identifizierung

Wert und Preis

Marktfähigkeit

### PM

Aufgabe des PM

Grundsätzliche Arbeitsweise

***Ihre Aufgabe:***  
*Produktdenken verstehen und anwenden*

# PM-Basistraining 1. Termin

## Der Wirtschaftsraum



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Marktwirtschaft

- Profitorientiert
- Rechnen in Geld
- Wettbewerb

### Strukturen

- Unternehmen
- Märkten

### Grundannahme

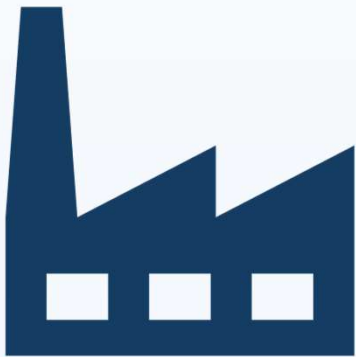
- Wir halten uns an Gesetze / Regeln

# PM-Basistraining 1. Termin

## Handel



Produktmanagement  
Der Spezialist



### Unternehmen

Hersteller  
Händler  
Importeure



### Produkte

Güter  
Zulieferteile (TIER)  
Dienstleistungen  
Grundstücke  
Bundles  
Patente



# PM-Basistraining 1. Termin

## 4 Merkmale eines Produkts



Produktmanagement  
Der Spezialist



Produktkern  
„The Spirit“



Beschreibung  
Identifizierung



Wert/Preis



Marktfähigkeit



# PM-Basistraining 1. Termin

## Produktkern (The Spirit)

### Produktkern – Das Wesen des Produkts

Der Produktkern beschreibt:

- die zentrale Fähigkeit
- die entscheidende Technologie
- den grundlegenden Nutzen, den das Produkt ermöglicht



### Der Produktkern beantwortet:

„Warum existiert dieses Produkt überhaupt?“

# PM-Basistraining 1. Termin

## Beschreibung & Eindeutigkeit



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Ein Produkt muss eindeutig beschreibbar sein

Ein Produkt benötigt:

- eine klare Bezeichnung
- eine möglichst klare Beschreibung
- eine eindeutige Abgrenzung
- Abzählbarkeit oder Messbarkeit

Beispiele:

- 1 VW Golf VII, Ausstattung X
- 1 kg Weizenmehl, Typ 1050



# PM-Basistraining 1. Termin

## Marktfähigkeit

Marktfähig bedeutet, das Produkt darf und kann in einem Markt verkauft werden

- gesetzliche Vorgaben (z.B.: MRL, MSG)
- Normen (DIN, EN, ISO, usw.)
- Ist ökonomisch
- Erfüllt kundenspezifische Anforderungen



Ein Produkt kann in einem Markt marktfähig sein und in einem anderen nicht

# PM-Basistraining 1. Termin

## Der Preis spiegelt den (Mehr-)Wert



Produktmanagement  
Der Spezialist

Ohne wahrgenommenen Wert kein Preis

Ein Produkt braucht:

- einen klaren Kundennutzen
- ein akzeptiertes Wertversprechen
- Einen angemessenen Preis



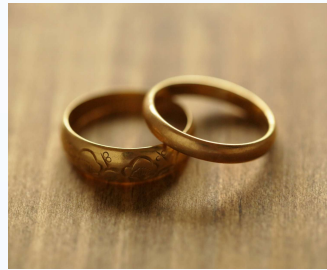
Der Preis ist die monetäre Übersetzung  
eines wahrgenommenen Wertes

# PM-Basistraining 1. Termin

Wert, Preis => warum kaufen wir ein Produkt?



Produktmanagement  
Der Spezialist



## Emotionen

### Kaufgrund Nr. 1



# PM-Basistraining 1. Termin

## Andere Gründe ein Produkt zu kaufen

**Zukunfts-  
versprechen**

**Gesundheit**

**Status**

**Bedarfserfüllung**

**Spekulation**

**Kunst**

**Sicherheit**

**Problemlösung**

**Bequemlichkeit**

# PM-Basistraining 1. Termin

## Ein Beispiel: Pizza



### Kern / die Idee

Mehrere Stücke  
warme Pizza  
Rezept aus Italien  
Im Holzbackofen  
gebacken  
Glückliche Kunden



### Beschreibung

„Pizzavariation“  
Nr. 72 der Karte

- Tomaten
- Salami
- Ruccola
- 5 Stücke



### Wert

Es war lecker  
Man wurde satt  
Atmosphäre war gut



### Preis

15,00 €



### Marktfähigkeit

Sieht gut aus  
Riecht gut  
Lebensmittelrecht  
wird eingehalten  
Wird in ordentlicher  
Umgebung freundlich  
serviert

# PM-Basistraining 1. Termin

## Was ist kein Produkt



Produktmanagement  
Der Spezialist

Kein Produkt sind z.B.:

- interne Tools ohne Marktbezug
- Projekte ohne dauerhaftes Angebot
- Technologie als Selbstzweck (anders als z.B. Patente)
- einzelne Features
- Ideen ohne Marktfähigkeit
- Hobbyarbeiten



# PM-Basistraining 1. Termin

## Was ist ein Markt?



Produktmanagement  
Der Spezialist

Ein Markt ist der Ort, an dem Angebot (Verkäufer) und Nachfrage (Käufer) für bestimmte Güter oder Dienstleistungen aufeinandertreffen, um Preise zu bilden



# PM-Basistraining 1. Termin

## Eigenschaften von Märkten



Produktmanagement  
Der Spezialist

### grundlegend

Preisbildung von Angebot und Nachfrage

Preisbildung durch Ausbalancierung der Machtstrukturen

Ein Markt kann abstrakt sein (z.B. Internethandel, Börse)

### idealisiert vollkommen

Polypol  
viele Anbieter und Nachfrager

Transparenz  
vollständige Informationen über Preise, Qualität und Verfügbarkeiten

Homogenität  
die angebotenen Produkte sind vollkommen gleichartig

Rationalität  
Marktteilnehmer handeln stets rational

Unbeschränkter Marktzugang

Unendliche Reaktionsgeschwindigkeit

# PM-Basistraining 1. Termin

## Das Produktmanagement (PM)



Produktmanagement  
Der Spezialist

*Das **Produktmanagement** ist die Managementstruktur zur Generierung und der Pflege von **Produkten**. Es koordiniert alle Aufgaben zur Entwicklung und Vermarktung.*



# PM-Basistraining 1. Termin

## Was ist Produktmanagement?



Produktmanagement  
Der Spezialist

Produktmanagement bedeutet Verantwortung

Produktmanagement ist:



- die fachliche Verantwortung für ein **Produkt/Produktgruppe**
- über seinen gesamten **Lebenszyklus**
- mit **Fokus** auf **Wert, Markt und Zielgruppen**

Produktmanagement ist keine:



- Projektleitung / Projektmanagement
- Linienfunktion
- reine Koordination



# PM-Basistraining 1. Termin

## Was ist Produktmanagement?



Produktmanagement  
Der Spezialist

Produktmanagement bedeutet Verantwortung

Produktmanagement ist:

- die fachliche Verantwortung für ein **Produkt/Produktgruppe**
- über seinen gesamten **Lebenszyklus**
- mit **Fokus** auf **Wert, Markt und Zielgruppen**

Produktmanagement ist keine:

- Projektleitung / Projektmanagement
- Linienfunktion
- reine Koordination



# PM-Basistraining 1. Termin

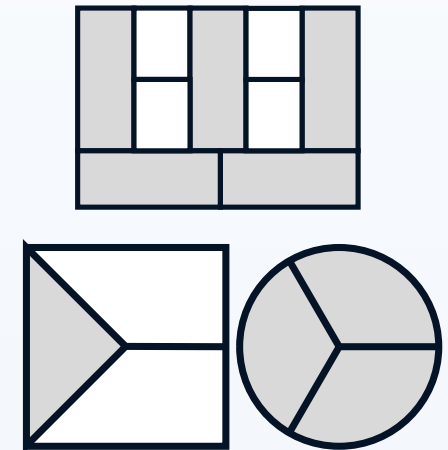
## Wie arbeitet Produktmanagement grundsätzlich?



Produktmanagement arbeitet entlang von Fragen

Typische Leitfragen sind:

- Welches Problem lösen wir?
- Für wen lösen wir es?
- Warum ist unser Produkt relevant?
- Wie entwickelt sich der Markt?
- Was ist die nächste sinnvolle Entscheidung?



Canvas-Tool

# PM-Basistraining 1. Termin

## Der Produktlebenszyklus



Produktmanagement  
Der Spezialist

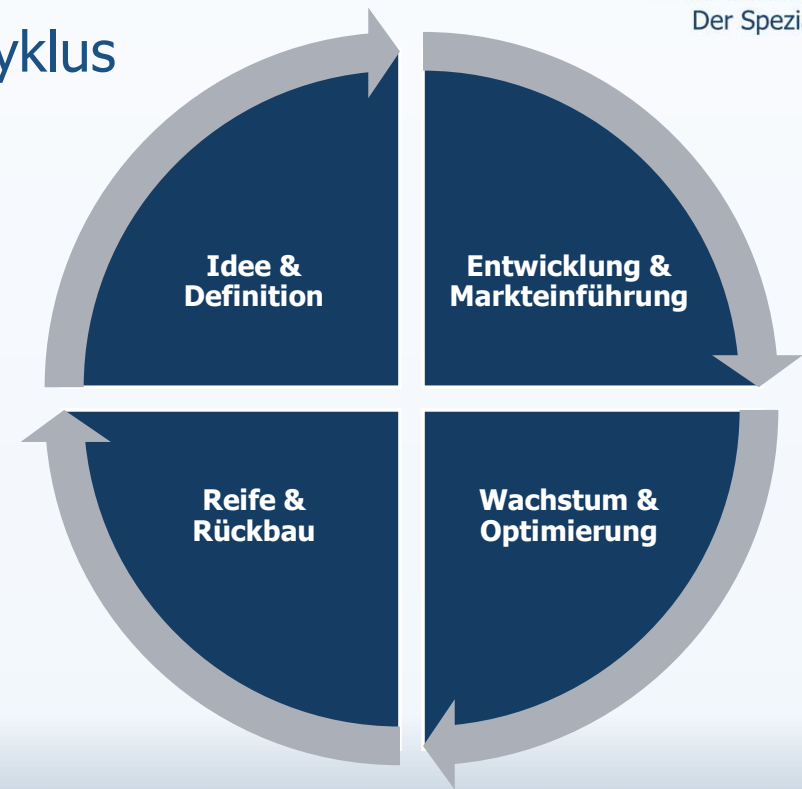
Fast jedes Produkt durchläuft einen Lebenszyklus

Typische Phasen:

- Idee & Definition
- Entwicklung & Markteinführung
- Wachstum & Optimierung
- Reife & Rückbau

Produktmanagement:

begleitet alle Phasen – nicht nur den Start

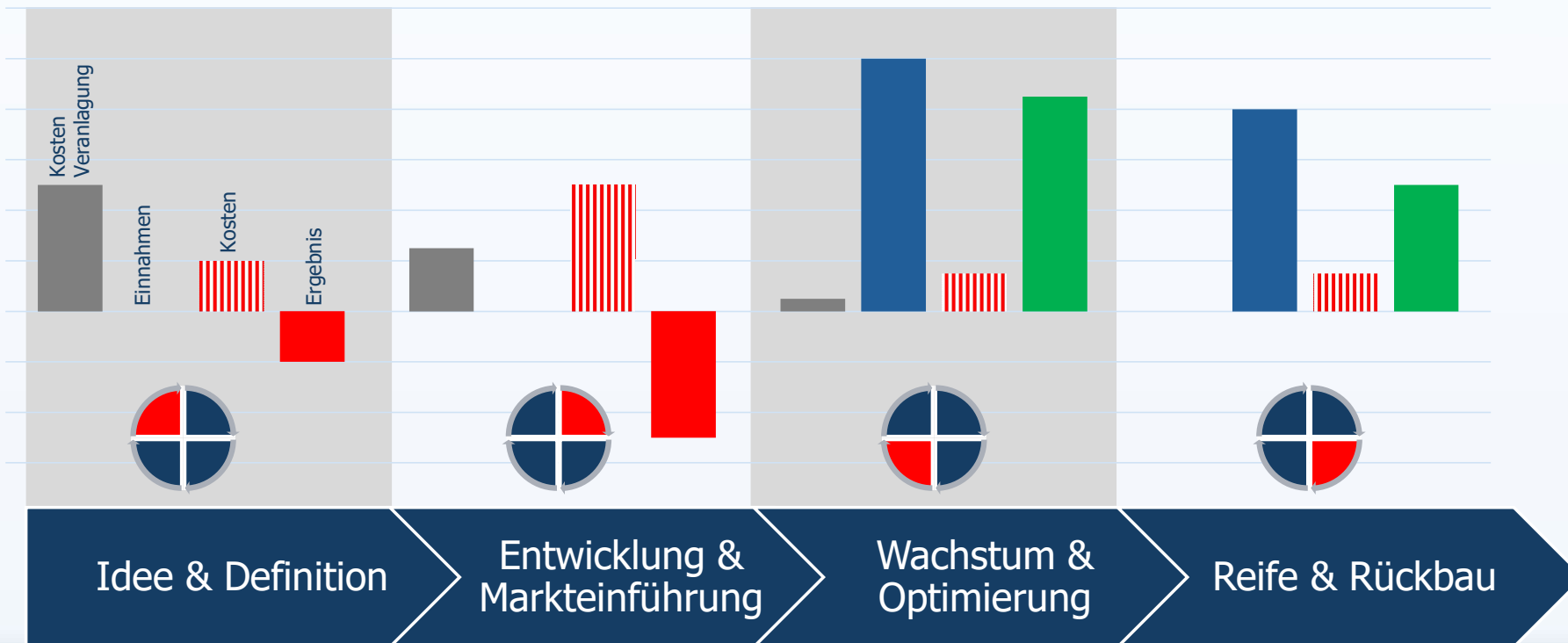


# PM-Basistraining 1. Termin

## Der Produktlebenszyklus monetär

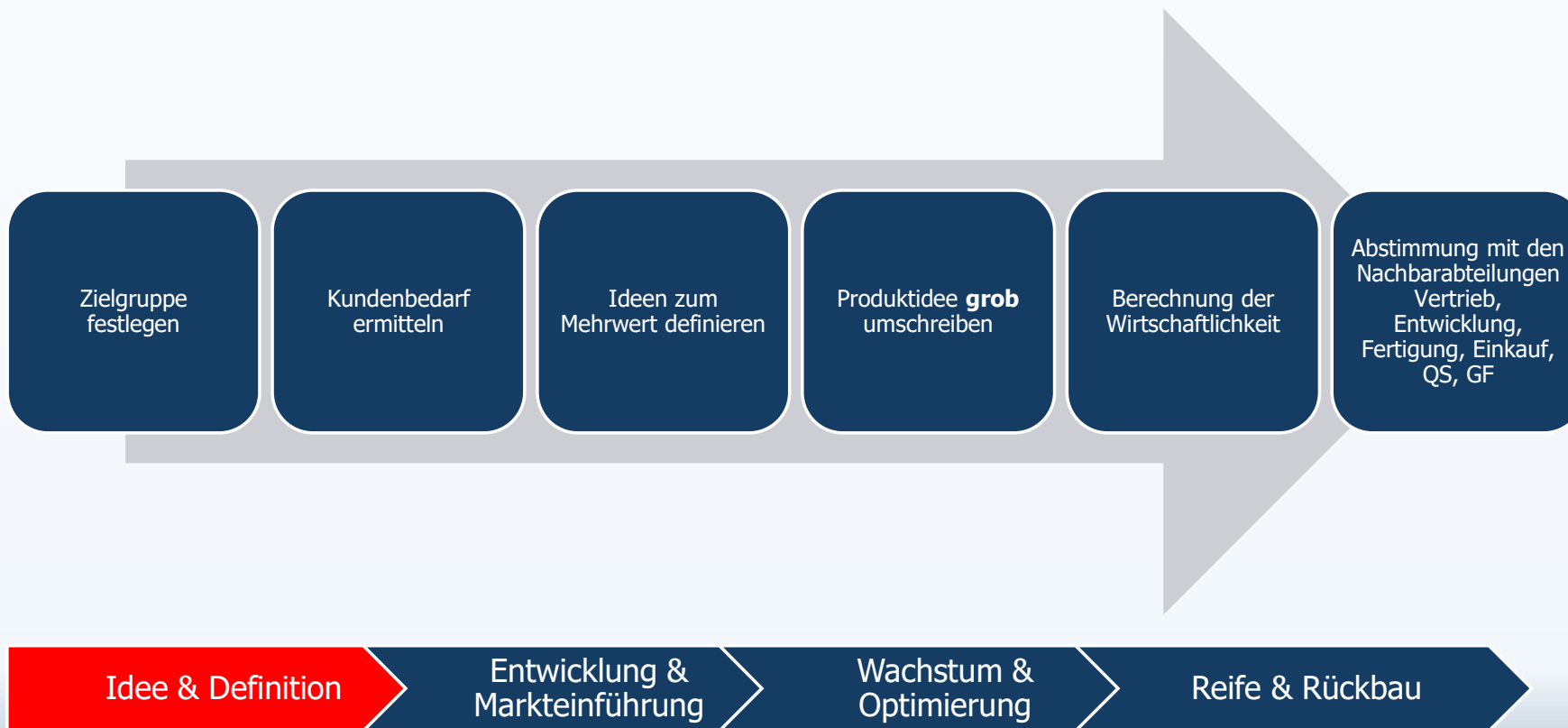


Produktmanagement  
Der Spezialist



# PM-Basistraining 1. Termin

## 1. Schritte: Idee & Definition



# PM-Basistraining 1. Termin

## 1. Schritte: Idee & Definition vs. Preisstrategie

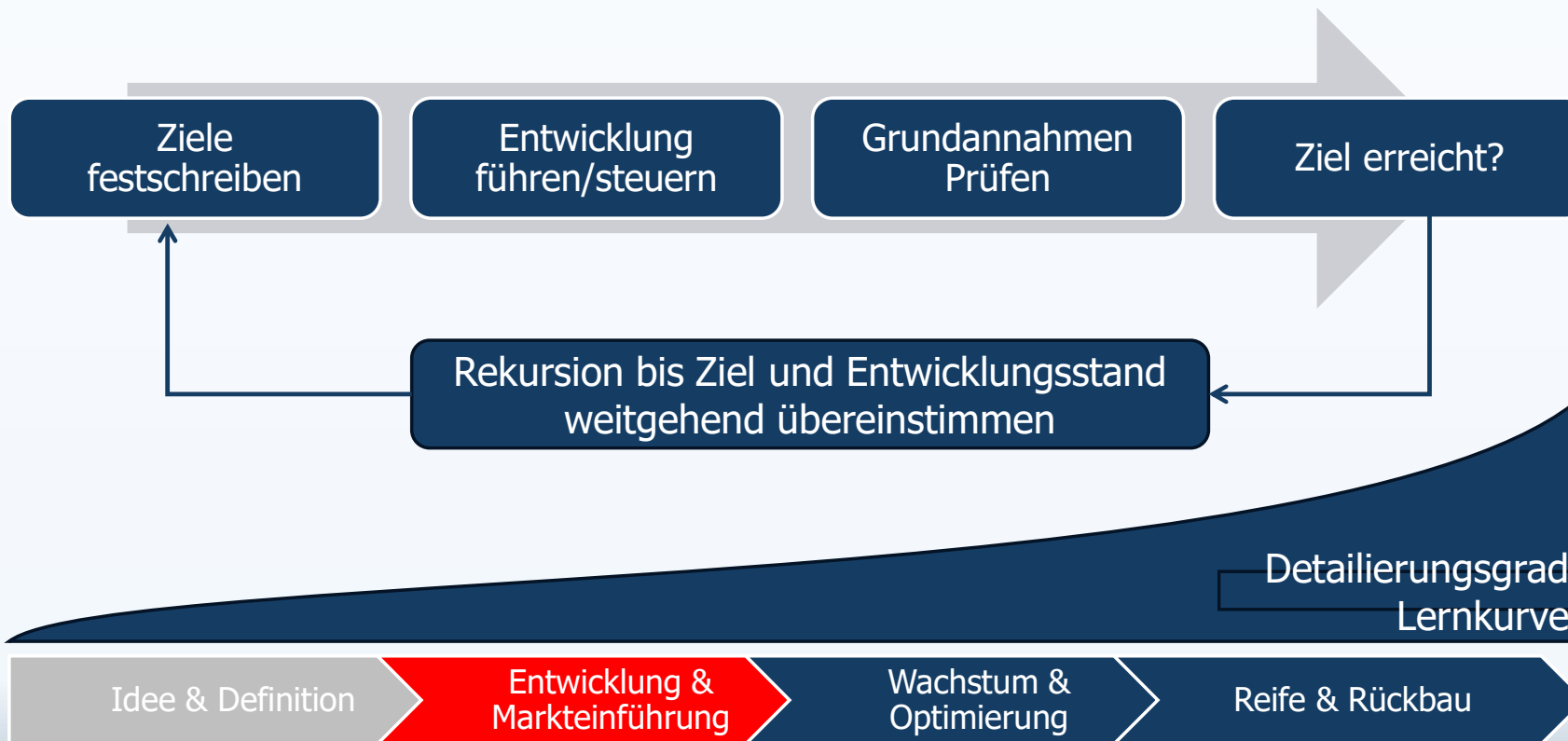


Produktmanagement  
Der Spezialist



# PM-Basistraining 1. Termin

## 1. Schritte: Entwicklung



# PM-Basistraining 2. Termin

## 1. Schritte: Markteinführung



# PM-Basistraining 1. Termin

## Abschluss Termin 1



Was Sie jetzt können

Sie können:

- Produkte sauber definieren
- Nicht-Produkte erkennen
- Produktmanagement einordnen
- ein erstes Produkt bewusst beschreiben

**Gibt es Fragen?**

Nächster Termin: Reflexion & Einordnung

# PM-Basistraining 1. Termin

## Hausaufgabe: Mini-Produktmanagement



Wählen Sie ein bestehendes oder fiktives Produkt und erarbeiten Sie:

- Produktkern
- Beschreibung
- Marktfähigkeit
- Wert & Preisannahme
- Zielmarkt & Zielgruppe

**Bitte achten sie  
Betriebsgeheimnisse und  
das Wettbewerbsrecht!**

Ergebnis:

10-minütige Kurzpräsentation (alleine oder im Team) zum 3. Termin



Produktmanagement  
Der Spezialist

# BC Biebricher Consulting UG

(haftungsbeschränkt)



[info@biebricher-consulting.com](mailto:info@biebricher-consulting.com)



0162 9847 106



[www.biebricher-consulting.com](http://www.biebricher-consulting.com)

---

BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten



Produktmanagement  
Der Spezialist

# Produktmanagement Basistraining

## 2. Termin

2. Termin

---

BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten

# Tagesagenda



Produktmanagement  
Der Spezialist

- 01** Ich stelle mich vor

---

- 02** Ziel des Trainings

---

- 03** Was ist ein Produkt

---

- 04** Produktmanagement

---

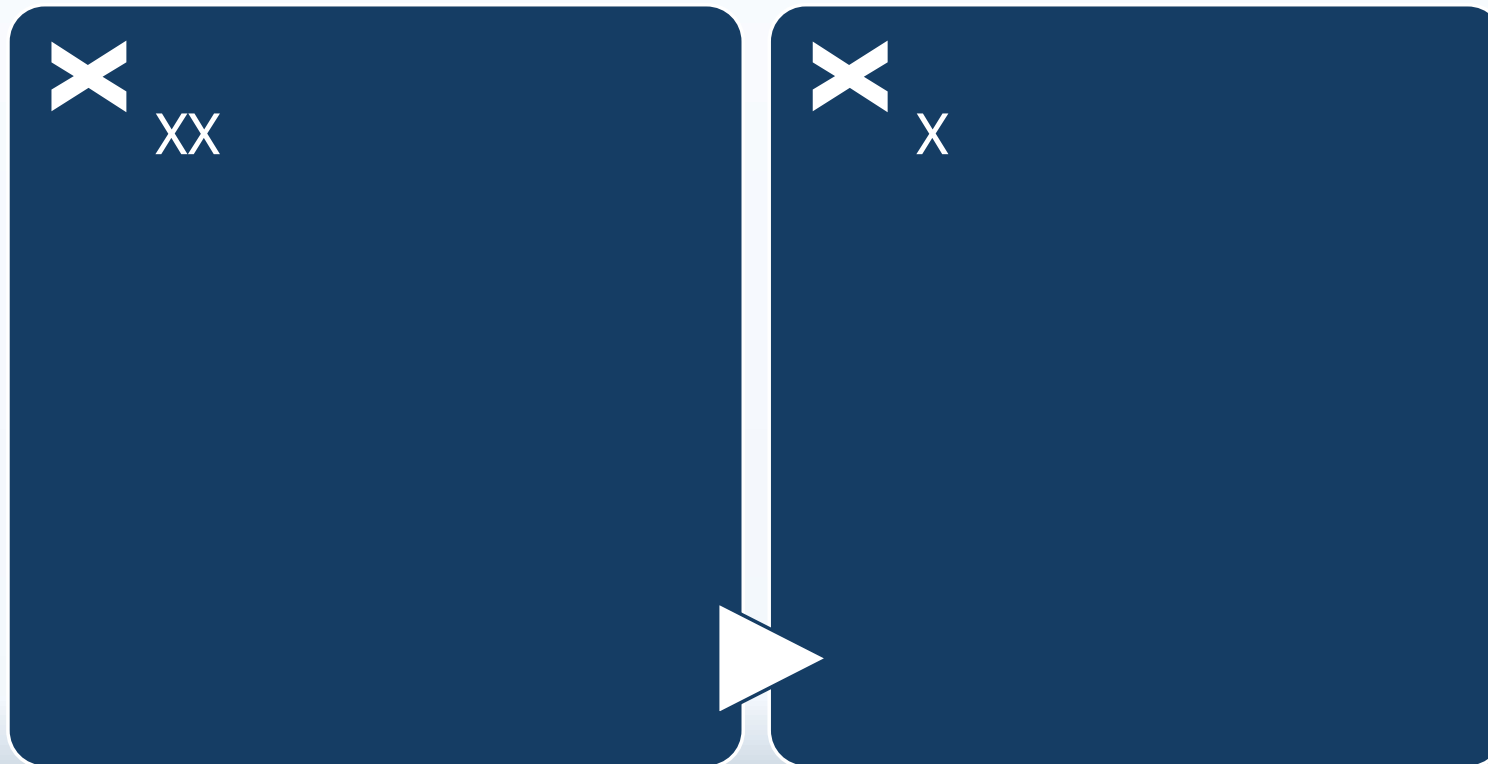
- 05** Zusammenfassung und Ende

# PM-Basistraining 2. Termin

## Der heutige Inhalt



Produktmanagement  
Der Spezialist



***Ihre Aufgabe:***  
*Produktdenken  
verstehen und  
anwenden*

# PM-Basistraining 2. Termin

## Produktmanagement – Stufe 1



In diesem Termin:

- verstehen Sie, was ein Produkt ist – und was nicht
- kennen Sie die Grundlogik des Produktmanagements
- sind Sie in der Lage, ein einfaches Produktmanagement selbst durchzuführen

# PM-Basistraining 2. Termin

## Einstieg & Rückblick



### Rückblick & Ziel von Termin 2

Im letzten Termin:

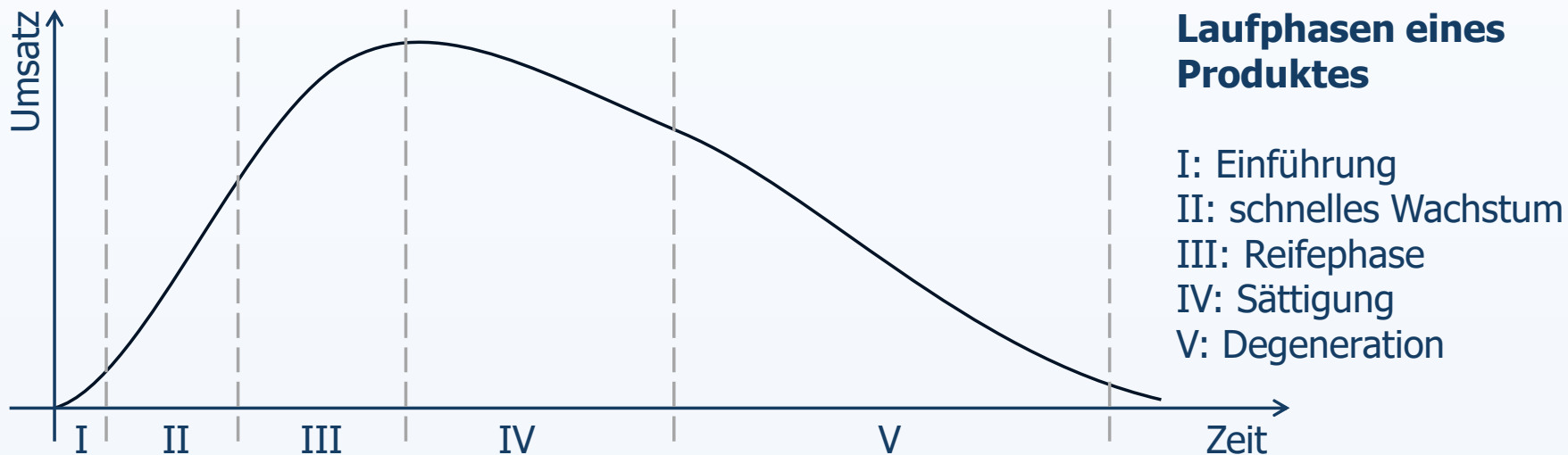
- Was ist ein Produkt?
- Wann ist etwas kein Produkt?
- Warum Produktmanagement Verantwortung bedeutet

Heute:

- Wie denkt Produktmanagement über Markt & Nutzer?
- Wie entstehen Entscheidungen?
- Wie wird Komplexität reduziert?

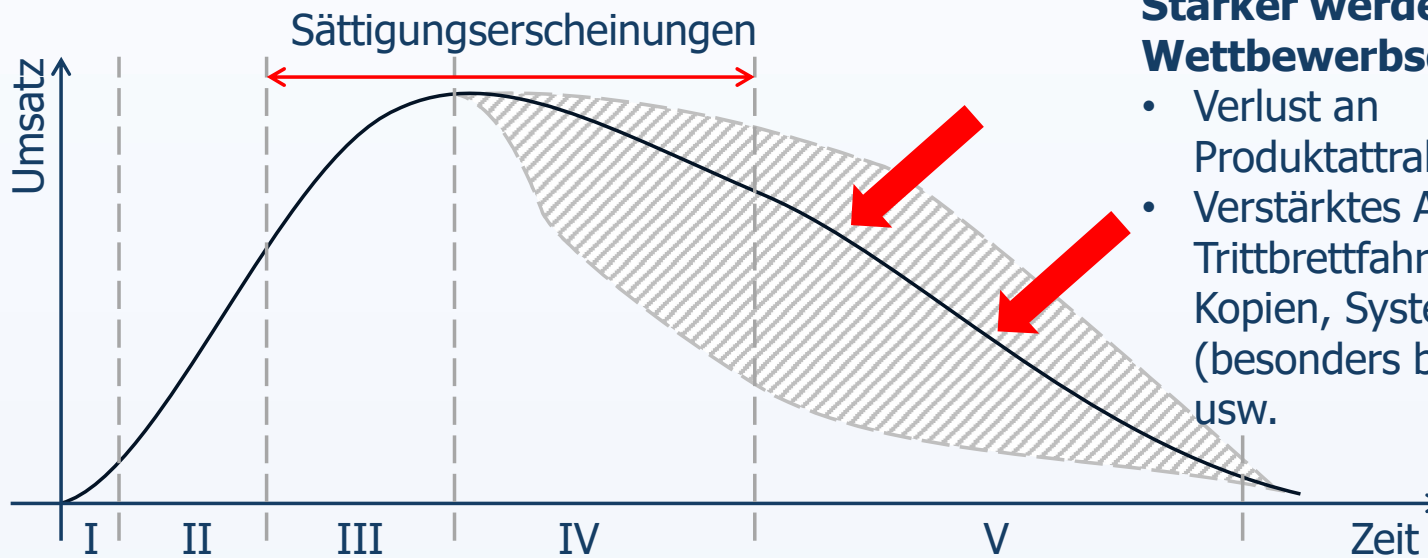
# PM-Basistraining 2. Termin

## 1. Schritte: Wachstum & Optimierung



# PM-Basistraining 2. Termin

## 1. Schritte: Einflussfaktoren



### Stärker werdender Wettbewerbsdruck

- Verlust an Produktattraktivität
- Verstärktes Auftreten von Trittbrettfahrern  
Kopien, Systemnutzer (besonders bei Ersatzteilen) usw.

Idee & Definition

Entwicklung & Markteinführung

Wachstum & Optimierung

Reife & Rückbau

# PM-Basistraining 2. Termin

## 1. Schritte: Wo bin ich im Lebenszyklus?



Produktmanagement  
Der Spezialist



### Aufgabe

- Möglichst viele Produkte ins Feld „Stars“ bringen
- Dogs durch neue Produkte ersetzen



# PM-Basistraining 2. Termin

## Überblick Werkzeuge im Produktmanagement

# Kano



Produktmanagement  
Der Spezialist

# PM-Basistraining 2. Termin

## Kennzahlen – Messen der Situation



Produktmanagement  
Der Spezialist

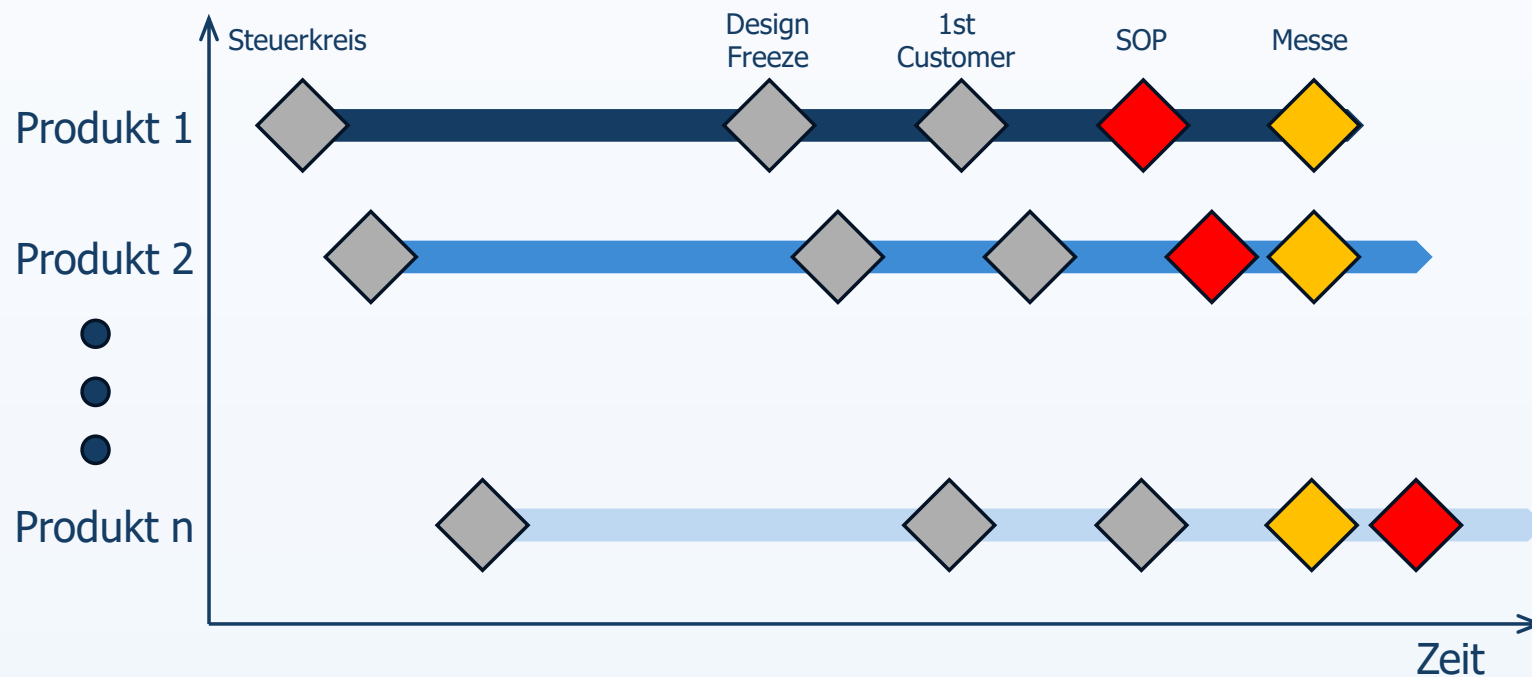
<b>Finanzen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Umsatz</li><li>• DB</li><li>• EBIT</li><li>• Stückkosten</li></ul>	<b>Kundenzufriedenheit</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• NPS</li><li>• Retention Rate</li><li>• Conversion Rate</li><li>• Churn Rate</li></ul>	<b>Produktnutzung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Feature Usage</li><li>• Time on Task</li><li>• Task Success</li><li>• UGC</li></ul>	<b>Akquisition</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• CAC</li><li>• CLV</li></ul>
<b>Gesamt</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Umsatz</li><li>• DB</li><li>• EBIT</li><li>• Stückkosten</li></ul>	<b>Entwicklung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Target Rate</li><li>• Kosten</li><li>• Zeit</li></ul>	<b>Anlauf</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Feature Usage</li><li>• Time on Task</li><li>• Task Success</li><li>• UGC</li></ul>	<b>End of Live</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• CAC</li><li>• CLV</li></ul>

# PM-Basistraining 2. Termin

## Produktgruppen - Roadmap



Produktmanagement  
Der Spezialist

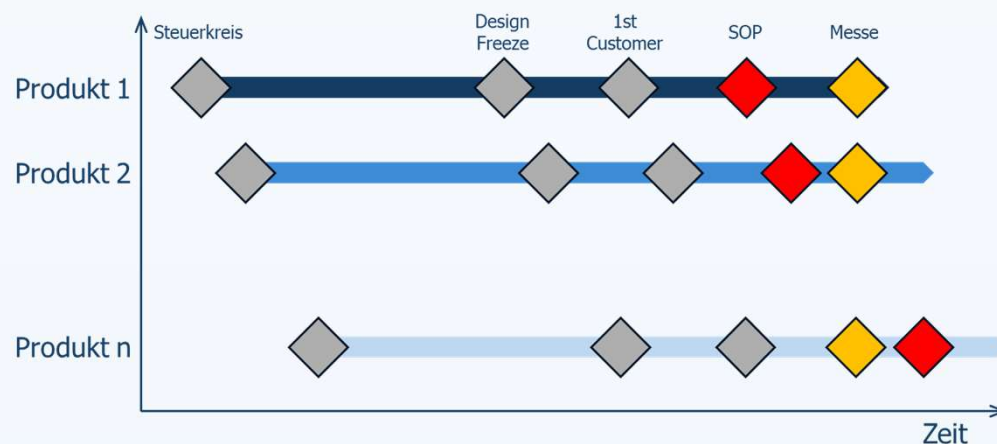


# PM-Basistraining 2. Termin

## Produktgruppen – Roadmap Folgeplanung



Produktmanagement  
Der Spezialist



### Aus der Roadmap abgeleitet werden:

- Ressourcen
  - Personal
  - Finanzen
- Verbundene Roadmaps
  - Technologie
  - Produktion
- Marketing
- Vertriebsaktivitäten
- Produktschulungen
- Tech.-Shows

# PM-Basistraining 2. Termin

## Das Wesen von Produktmanager:innen



Produktmanagement  
Der Spezialist



Eigenschaften

- Strategisches Denken
- entscheidungsfähig
- kommunikationsstark
- durchsetzungsstark
- Technisches Verständnis
- Unternehmerisches Denken
- Führen von Multifunktionalen Teams
- META-Eigenschaften

# PM-Basistraining 2. Termin

## Überblick Werkzeuge im Produktmanagement



Produktmanagement  
Der Spezialist

Typische Werkzeuge eines Produktmanagers

Beispiele:

- Markt- & Wettbewerbsanalysen
- Nutzer- & Stakeholderinterviews
- Produktvision & Roadmap
- Priorisierungsmodelle
- Business- & Wertbetrachtungen

Diese Werkzeuge vertiefen wir in den nächsten Stufen.

# PM-Basistraining 2. Termin

## Warum Markt- und Nutzerverständnis zentral sind



### **Produktmanagement entscheidet nicht im luftleeren Raum**

Produkte existieren:

- in Märkten
- für Nutzer
- im Wettbewerb
- unter Restriktionen

Produktmanagement verbindet:  
Markt + Nutzer + Unternehmen

# PM-Basistraining 2. Termin

## Was ist ein Markt? (Produktmanager-Sicht)



### Ein Markt ist mehr als eine Branche

Ein Markt besteht aus:

- vergleichbaren Problemlösungen
- kaufbereiten Zielgruppen
- bestehenden Alternativen
- Rahmenbedingungen (Regulierung, Trends)

Ein Markt ist:

der Kontext, in dem ein Produkt bewertet wird

# PM-Basistraining 2. Termin

## Markt vs. Zielgruppe



### **Markt und Zielgruppe sind nicht identisch**

Markt:

- Gesamtheit potenzieller Nachfrager

Zielgruppe:

- bewusst ausgewählter Teil des Marktes

Produktmanagement entscheidet:

„Für wen sind wir relevant – und für wen nicht?“

# PM-Basistraining 2. Termin

## Wer ist der Nutzer?



Produktmanagement  
Der Spezialist

### **Nutzer sind nicht immer Kunden**

Rollen können sein:

- Nutzer
- Käufer
- Entscheider
- Beeinflusser

Produktmanagement betrachtet:

alle relevanten Rollen – nicht nur den Käufer

# PM-Basistraining 2. Termin

## Nutzerprobleme statt Lösungen



Produktmanagement  
Der Spezialist

### **Produktmanagement denkt in Problemen, nicht in Features**

Zentrale Fragen:

- Welches Problem existiert?
- Für wen ist es relevant?
- Wie wird es heute gelöst?
- Warum ist das unzureichend?

Lösungen folgen:

erst nach dem Problemverständnis

# PM-Basistraining 2. Termin

## Annahmen und Unsicherheit



Produktmanagement  
Der Spezialist

### **Produktmanagement arbeitet mit Annahmen**

Typische Annahmen:

- Nutzerverhalten
- Zahlungsbereitschaft
- Marktgröße
- Akzeptanz

Produktmanagement:

macht Annahmen explizit und überprüfbar

# PM-Basistraining 2. Termin

## Entscheidungen im Produktmanagement



Produktmanagement  
Der Spezialist

### **Produktmanagement bedeutet Entscheiden unter Unsicherheit**

Typische Entscheidungen:

- Was bauen wir?
- Was bauen wir nicht?
- Für wen zuerst?
- Wann ist „gut genug“ erreicht?

Entscheidungen basieren:

auf besten verfügbaren Informationen

# PM-Basistraining 2. Termin

## Priorisierung als Kernaufgabe



Produktmanagement  
Der Spezialist

### **Nicht alles ist gleich wichtig**

Priorisierung bedeutet:

- • bewusste Auswahl
- • transparente Begründung
- • Verzicht auf Alternativen

Produktmanagement schützt:

Fokus, Ressourcen und Produktwert

# PM-Basistraining 2. Termin

## Zusammenarbeit im Unternehmen



Produktmanagement  
Der Spezialist

### **Produktmanagement arbeitet nicht allein**

Typische Schnittstellen:

- Entwicklung
- Vertrieb
- Marketing
- Management
- Kunden

Produktmanagement:

übersetzt zwischen Perspektiven

# PM-Basistraining 2. Termin

## Dokumente vs. Entscheidungen



Produktmanagement  
Der Spezialist

### **Produktmanagement produziert Entscheidungen – keine Dokumente**

Dokumente sind:

- Hilfsmittel
- Kommunikationsmittel
- Entscheidungsgrundlagen

Wichtig ist:

dass Entscheidungen verständlich und nachvollziehbar sind

# PM-Basistraining 2. Termin

## Vorbereitung auf die Hausaufgabe



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Was Sie für die Hausaufgabe nutzen sollen

Nutzen Sie:

- Produktdefinition aus Termin 1
- Markt- & Zielgruppenannahmen
- Nutzerprobleme
- erste Prioritäten
- Nicht erwartet:
- Marktforschungsperfektion
- vollständige Business Cases

# PM-Basistraining 2. Termin

## Typische Stolpersteine



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Typische Fehler im frühen Produktmanagement

- zu früh in Lösungen denken
- Markt zu groß definieren
- Nutzer und Kunde verwechseln
- Entscheidungen vermeiden
- alles offenlassen

# PM-Basistraining 2. Termin

## Übergang zu Termin 3



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Nächster Termin: Präsentation & Reflexion

Im nächsten Termin:

- Kurzpräsentationen der Hausaufgaben
- Feedback & Diskussion
- Einordnung aus Produktmanagement-Sicht
- Ableitung zentraler Lernpunkte

# PM-Basistraining 2. Termin

## Abschluss Termin 2



### Was Sie jetzt zusätzlich können

Sie können:

- Markt & Zielgruppe unterscheiden
- Nutzerprobleme formulieren
- Annahmen explizit machen
- erste Prioritäten setzen
- Entscheidungen begründen



Produktmanagement  
Der Spezialist

# BC Biebricher Consulting UG

(haftungsbeschränkt)



[info@biebricher-consulting.com](mailto:info@biebricher-consulting.com)



0162 9847 106



[www.biebricher-consulting.com](http://www.biebricher-consulting.com)

---

BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten



Produktmanagement  
Der Spezialist

# Produktmanagement Basistraining

## 3. Termin

3. Termin

---

BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten

# Tagesagenda



Produktmanagement  
Der Spezialist

- 01** Ich stelle mich vor

---

- 02** Ziel des Trainings

---

- 03** Was ist ein Produkt

---

- 04** Produktmanagement

---

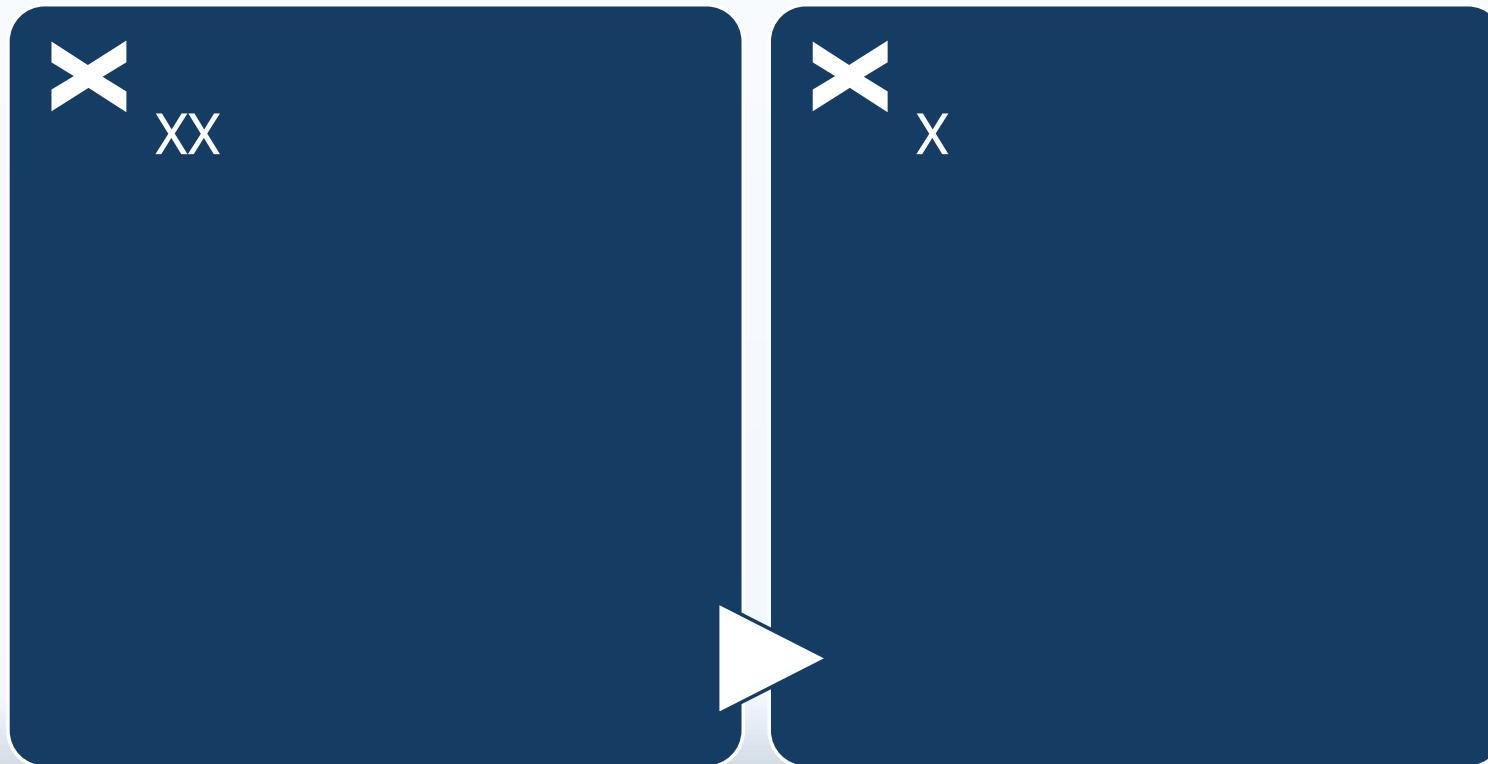
- 05** Zusammenfassung und Ende

# PM-Basistraining 3. Termin

## Der heutige Inhalt



Produktmanagement  
Der Spezialist



***Ihre Aufgabe:***  
*Produktdenken  
verstehen und  
anwenden*

# PM-Basistraining 3. Termin

## Ziel von Termin 3



### Termin 3 – Produktmanagement anwenden

Heute:

- Präsentation Ihrer Mini-Produktmanagements
- Gemeinsame Reflexion
- Einordnung aus Produktmanagement-Sicht
- Ableitung zentraler Lernpunkte
- Fokus:
- Lernen durch Anwendung – nicht Bewertung

# PM-Basistraining 3. Termin

## Ablauf des Termins



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Ablaufübersicht

1. Kurze Wiederholung Ziel Stufe 1
2. Präsentationen (Einzel / Gruppen)
3. Feedback & Diskussion
4. Gemeinsame Reflexion
5. Einordnung & Ausblick

# PM-Basistraining 3. Termin

## Erinnerung: Die Hausaufgabe



### Ihre Aufgabe war

Ein Produkt zu definieren anhand von:

- Produktkern
- Beschreibung
- Marktfähigkeit
- Wert & Preisannahme
- Zielmarkt & Zielgruppe

Ergebnis:

- 10 Minuten Kurzpräsentation

# PM-Basistraining 3. Termin

## Präsentationsleitfaden für Teilnehmende



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Empfohlene Präsentationsstruktur

1. Produkt & Kontext
2. Produktkern
3. Zielmarkt & Zielgruppe
4. Nutzerproblem & Wert
5. Marktfähigkeit
6. Preisannahme
7. Offene Fragen & Unsicherheiten

# PM-Basistraining 3. Termin

## Rolle der Zuhörenden



### Rolle der anderen Teilnehmenden

Bitte achten Sie auf:

- Klarheit des Produkts
- Nachvollziehbarkeit der Annahmen
- Konsistenz von Wert & Preis
- offene Fragen

Ziel:

gemeinsames Lernen, nicht Kritik

# PM-Basistraining 3. Termin

## Rolle des Trainers



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Der Trainer:

- moderiert die Diskussion
- stellt Verständnisfragen
- macht Produktmanagement-Denkmuster sichtbar
- ordnet ein, bewertet nicht

# PM-Basistraining 3. Termin

## Typische Beobachtungsfragen



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Typische Produktmanagement-Fragen

- Ist das Produkt klar abgegrenzt?
- Ist der Produktkern verständlich?
- Ist der Wert für den Nutzer klar?
- Passt der Preis zum Wert?
- Welche Annahmen sind kritisch?

# PM-Basistraining 3. Termin

## Häufige Muster (ohne Bewertung)



### Häufige Muster in frühen Produktdefinitionen

- Produkt = Lösung, nicht Problem
- Markt sehr groß definiert
- Nutzerrolle unklar
- Preis ohne Wertargumentation
- Marktfähigkeit unterschätzt

# PM-Basistraining 3. Termin

## Gemeinsame Reflexion



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Reflexionsfragen

- Was fiel leicht?
- Was war schwierig?
- Wo mussten Entscheidungen getroffen werden?
- Wo blieben Annahmen unsicher?
- Was hat überrascht?

# PM-Basistraining 3. Termin

## Was ist heute PM gewesen?



Produktmanagement  
Der Spezialist

Was Sie heute praktisch getan haben

Sie haben:

- ein Produkt definiert
- Annahmen formuliert
- Markt & Nutzer eingeordnet
- Wert argumentiert
- Entscheidungen vertreten

Genau das ist Produktmanagement im Kern

# PM-Basistraining 3. Termin

## Einordnung: Reifegrad Stufe 1



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Ihr Produktmanagement-Reifegrad nach Stufe 1

- Sie können jetzt:
- Produkte klar abgrenzen
- Produktverantwortung einordnen
- einfache Marktanalysen verstehen
- Entscheidungen vorbereiten
- produktbezogen kommunizieren

# PM-Basistraining 3. Termin

## Grenzen von Stufe 1 (bewusst!)



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Was Stufe 1 nicht leistet

- keine detaillierte Marktanalyse
- keine Nutzerforschung
- keine Priorisierungsmethoden
- keine Roadmaps
- keine Business-Cases
- Das folgt in den nächsten Stufen

# PM-Basistraining 3. Termin

## Nächste Entwicklungsstufe



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Was in Stufe 2 folgt

- Marktanalyse im Detail
- Nutzerverständnis & Validierung
- Arbeiten mit Hypothesen
- strukturierte Entscheidungsmodelle

# PM-Basistraining 3. Termin

## Abschluss Stufe 1



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Stufe 1 – Zusammenfassung

Produktmanagement bedeutet:

- Verantwortung für ein Produkt
- Denken in Wert & Markt
- Entscheiden unter Unsicherheit
- Lernen durch Anwendung

# PM-Basistraining 3. Termin

## Abschluss & Feedback



Produktmanagement  
Der Spezialist

### Danke & Feedback

- Vielen Dank für Ihre Offenheit und Arbeit.
- Fragen:
- Was nehmen Sie konkret mit?
- Wo möchten Sie tiefer einsteigen?
- Was war besonders hilfreich?



Produktmanagement  
Der Spezialist

# BC Biebricher Consulting UG

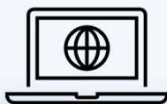
(haftungsbeschränkt)



[info@biebricher-consulting.com](mailto:info@biebricher-consulting.com)



0162 9847 106



[www.biebricher-consulting.com](http://www.biebricher-consulting.com)

---

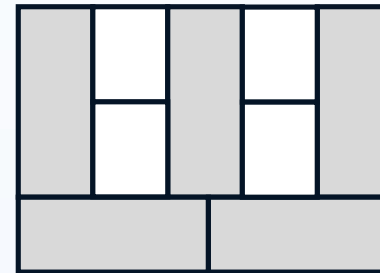
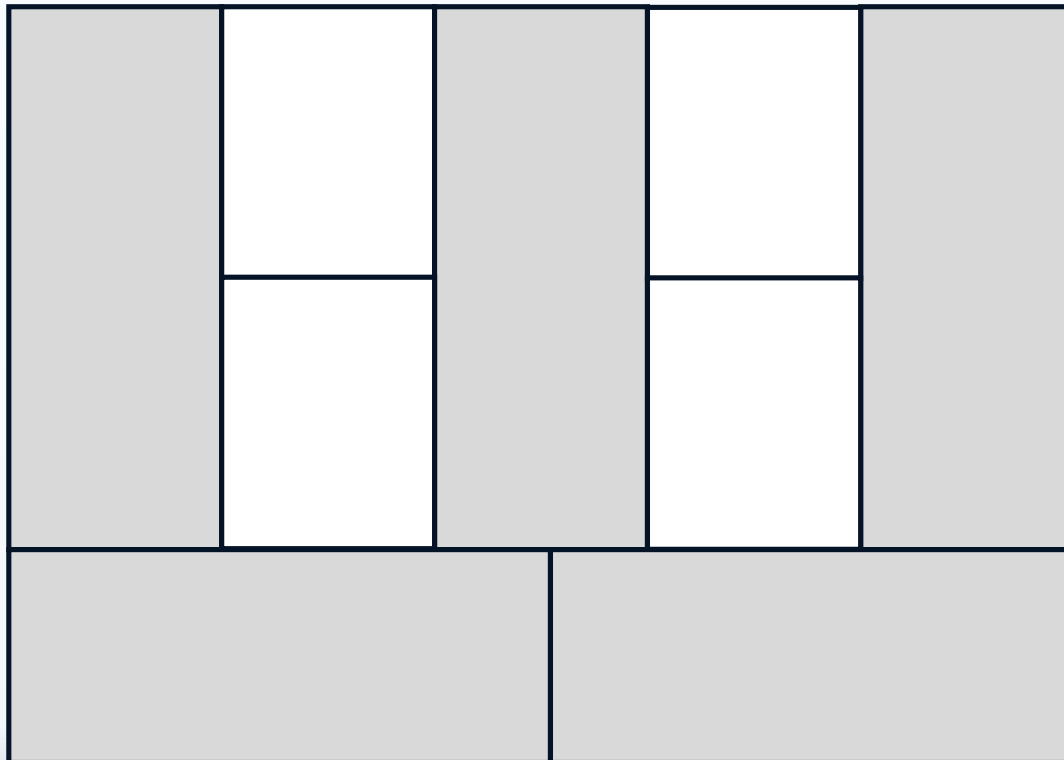
BC Biebricher Consulting UG (haftungsbeschränkt)  
Geschäftsführer: Peter Biebricher  
Schutzvermerk ISO 16016 beachten

# Produktmanagement Basis S1T1

T

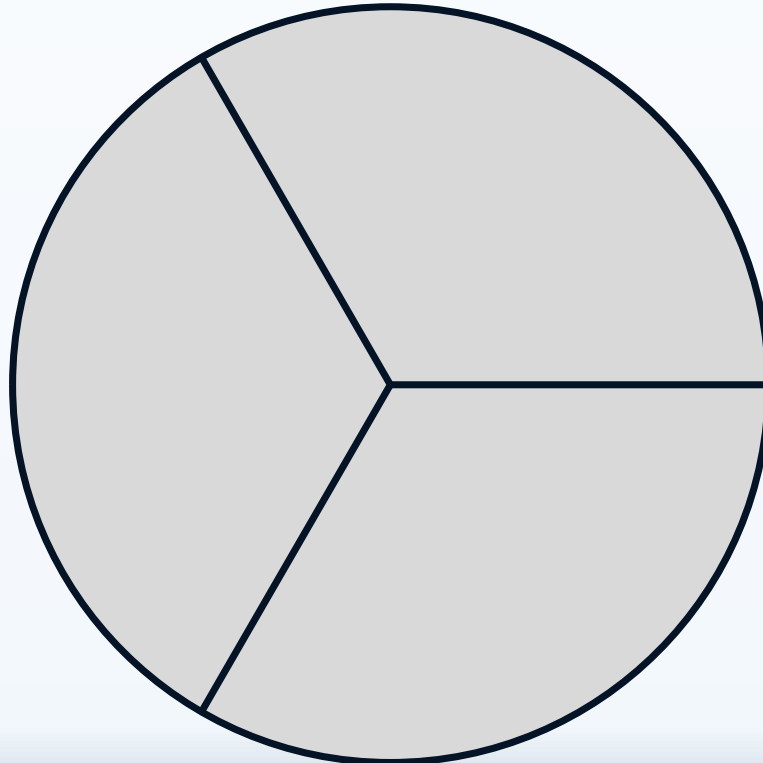
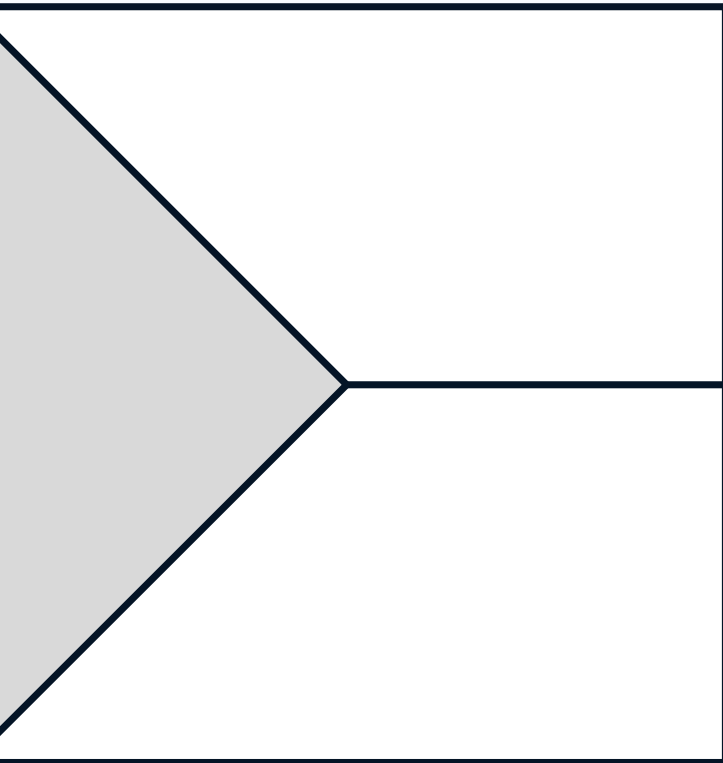


Produktmanagement  
Der Spezialist



# Produktmanagement Basis S1T1

T



Produktmanagement  
Der Spezialist

# PM Basistraining 1. Termin

## Warum wir mit dem Produkt beginnen



Produktmanagement setzt voraus, dass:

- klar ist, wovon wir sprechen
- alle Beteiligten das gleiche Produkt meinen
- Entscheidungen sich auf ein definiertes Objekt beziehen

Unklare Produkte führen zu:

- falschen Prioritäten
- ineffektiven Diskussionen
- gescheiterten Projekten

# Produktmanagement Basis S1T1

## Was ist ein Produkt? (Grunddefinition)



Ein Produkt ist mehr als eine Idee oder eine Funktion

Ein Produkt ist:

- kein Projekt
- keine einzelne Funktion
- kein Marketingversprechen

Ein Produkt ist:

ein marktfähiges Leistungsangebot, das für Kunden einen Wert schafft und eindeutig beschrieben werden kann