

# Marktübersicht Seminare Produktmanagement

Aktualisiert: **Mai 2021**

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?

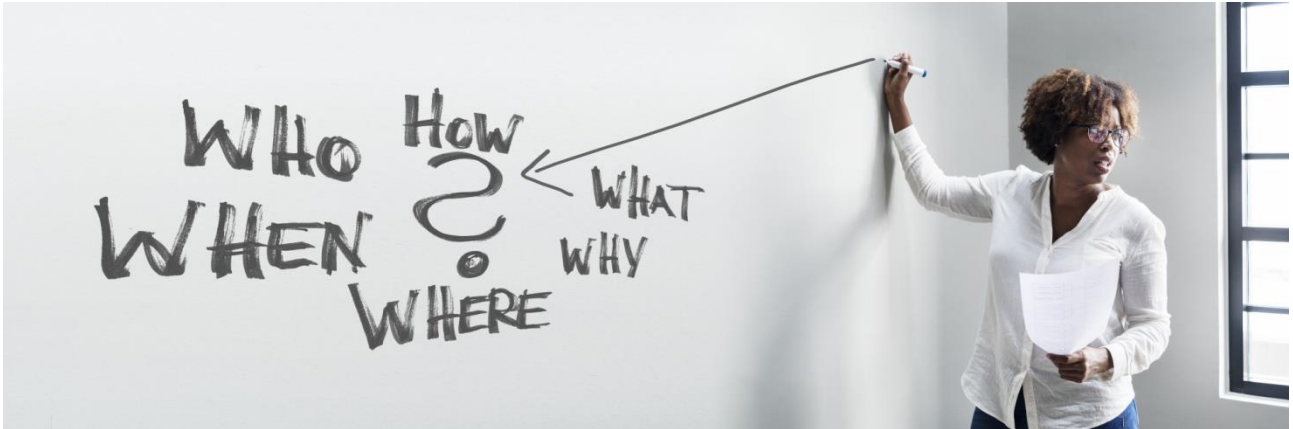
Wenn Sie sich im Produktmanagement weiterbilden möchten, so stehen Ihnen sehr unterschiedliche Formate zur Verfügung. Es gibt offene Seminare, an denen jeder teilnehmen kann. Firmenseminare dagegen sind auf die Mitarbeiter einer Organisation eingeschränkt, auch die Inhalte werden dabei speziell auf das 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 leitet übrigens die deutsche Niederlassung des internationalen Schulungsanbieters Product Focus. [Product Focus](#) ist 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                    | <a href="http://www.aventxpert.ch">www.aventxpert.ch</a>                       |
| Deutsches Institut für Marketing GmbH | <a href="http://www.marketinginstitut.biz">www.marketinginstitut.biz</a>       |
| Haufe Akademie GmbH & Co. KG          | <a href="http://www.haufe-akademie.de">www.haufe-akademie.de</a>               |
| Institut für Managementberatung GmbH  | <a href="http://www.ifm-business.de">www.ifm-business.de</a>                   |
| Integrata Cegos GmbH                  | <a href="http://www.integrata-cegos.de">www.integrata-cegos.de</a>             |
| Manager Institut GmbH                 | <a href="http://www.manager-institut.de">www.manager-institut.de</a>           |
| Marketing Consult GmbH                | <a href="http://www.marketingconsult.de">www.marketingconsult.de</a>           |
| MicroConsult GmbH                     | <a href="http://www.microconsult.de">www.microconsult.de</a>                   |
| Mirko Düssel & Co.                    | <a href="http://www.duessel.com">www.duessel.com</a>                           |
| Motyka Ingrid                         | <a href="http://www.ingridmotyka.de">www.ingridmotyka.de</a>                   |
| MSC Management Seminar Center GmbH    | <a href="http://www.peterkairies.de">www.peterkairies.de</a>                   |
| MSG St.Gallen                         | <a href="http://www.msgag.com">www.msgag.com</a>                               |
| oose Innovative Informatik eG         | <a href="http://www.oose.de">www.oose.de</a>                                   |
| Product Focus Ltd                     | <a href="http://www.productfocus.com/de/">www.productfocus.com/de/</a>         |
| Product Lounge                        | <a href="http://www.productlounge.net">www.productlounge.net</a>               |
| proProduktmanagement GmbH             | <a href="http://www.pro-produktmanagement.de">www.pro-produktmanagement.de</a> |
| QQconsulting Thomas Bauch             | <a href="http://www.pm1.de">www.pm1.de</a>                                     |
| Risch Manuela                         | <a href="http://www.manuelarisch.de">www.manuelarisch.de</a>                   |
| RKW Baden-Württemberg GmbH            | <a href="http://www.rkw-bw.de">www.rkw-bw.de</a>                               |



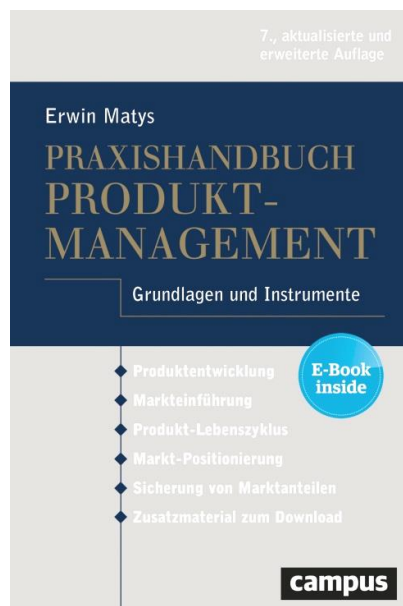
|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| Serpil Uensal Training & Consulting | <a href="http://www.serpiluensal.de">www.serpiluensal.de</a>         |
| SGMI Management Institut St. Gallen | <a href="http://www.sgmi.ch">www.sgmi.ch</a>                         |
| SGO Business School AG              | <a href="http://www.sgo.ch">www.sgo.ch</a>                           |
| Technische Akademie Wuppertal e.V.  | <a href="http://www.taw.de">www.taw.de</a>                           |
| VDI Wissensforum GmbH               | <a href="http://www.vdi-wissensforum.de">www.vdi-wissensforum.de</a> |
| WIFI – Wirtschaftskammer Österreich | <a href="http://www.wifi.at">www.wifi.at</a>                         |
| Zentrum für Unternehmungsführung AG | <a href="http://www.zfu.ch">www.zfu.ch</a>                           |

## Bietet der Autor dieser Übersicht auch PM-Seminare?

Nein. Erwin Matys betreibt ausschließlich gezielte Talentförderung auf individueller, persönlicher Basis. Dafür gibt es die Praxisausbildung Produktmanagement, die jedes Jahr nur einigen wenigen Newcomern und Quereinsteigern offensteht. Details zu dieser exklusiven Einzelausbildung finden Sie auf der eigenen Website [praxisausbildung-produktmanagement.de](http://praxisausbildung-produktmanagement.de). Bei Interesse wenden Sie sich bitte an [erwin@matys.at](mailto:erwin@matys.at) und informieren Sie sich über die aktuelle Wartezeit auf einen freien Platz.

## Das Praxishandbuch Produktmanagement

Die vorliegenden Hinweise zur Auswahl von PM-Seminaren wurden vom Autor des Praxishandbuch Produktmanagement zusammengestellt. Das Buch ist mittlerweile in der 7. Auflage und ein echter Klassiker. Es hat mehreren Generationen von Produktmanagern das nötige Werkzeug vermittelt und nachhaltigen Einfluss auf den Absatz abertausender Produkte genommen. Universitäten und private Weiterbildungsinstitute setzen das Praxishandbuch Produktmanagement in ihren Ausbildungen ein.



Das Praxishandbuch Produktmanagement ist rund um die Bedürfnisse von Produktmanagern geschrieben. Kompakte Information, eine übersichtliche Struktur und ein hoher Praxisbezug sind seine wesentlichen Merkmale. Das Buch wendet sich damit sowohl an Neulinge als auch an erfahrene Produktmanager. Es schlägt die Brücke zwischen dem theoretischen Hintergrund der Produktvermarktung und der täglichen Realität, wie sie in modernen Unternehmen zu finden ist. Das Buch hat

eine eigene Website [praxishandbuch-produktmanagement.de](http://praxishandbuch-produktmanagement.de), auf der viele Artikel zum Thema Produktmanagement verfügbar sind, kostenfrei und komplett ohne Registrierung.

## Zum Autor

Der Autor dieses Beitrags ist seit über dreißig Jahren im Marketing tätig, seit 1993 als selbstständiger Berater. Erwin Matys begleitet Inhaber, Geschäftsführer und Produktmanager dabei, ihre Marketing- und Kommunikationsziele zu verwirklichen. Besonders geschätzt werden seine Leistungen von Auftraggebern, die hochwertige Produkte und Dienstleistungen vertreiben – in diesem Bereich verfügt er über weitreichende praktische Erfahrungen. Erwin Matys lebt und arbeitet in Wien und ist Autor der Marketingtitel *Praxishandbuch Produktmanagement*, *Dienstleistungsmarketing* und *Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen*.

















dipl.ing. erwin matys  
marketing & communications  
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5  
mitglied der wirtschaftskammer wien  
+43-680-4013235  
[erwin@matys.at](mailto:erwin@matys.at)  
[www.matys.at](http://www.matys.at)  
[LinkedIn](#)










# Weitere Downloads

Der Autor dieses Beitrags ist Marketingexperte und leistet in diesem Bereich seit Jahrzehnten grundlegende konzeptionelle Arbeit. Sein Praxishandbuch Produktmanagement (Campus Verlag) ist mittlerweile in der 7. Auflage und wird als das Standardwerk der Produktvermarktung gehandelt. Das wegweisende E-Book »Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen« ist unter [www.matys.at](http://www.matys.at) sogar kostenlos zum Download verfügbar. Auf den Websites von Erwin Matys finden sich auch viele weitere PDFs, die sich mit Vermarktung, Bewerbung, Vertrieb und Produktmanagement von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigen.




## Marketingtools zum Download:

-  Professionelle Produktunterlagen – Der Weg zur Produktbeschreibung
-  Internationale Produktunterlagen – Im Ausland professionell auftreten
-  Wie hochwertig wirken Ihre Produkte? – Checkliste für B2B Anbieter
-  Best Practices im IT-Marketing – Bewährte Erfolgsrezepte aus der Praxis
-  Neukundengewinnung über die Website – Für spezialisierte B2B Anbieter
-  Was ist B2B Content Marketing? – Einstieg in kostengünstiges Internet-Marketing
-  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

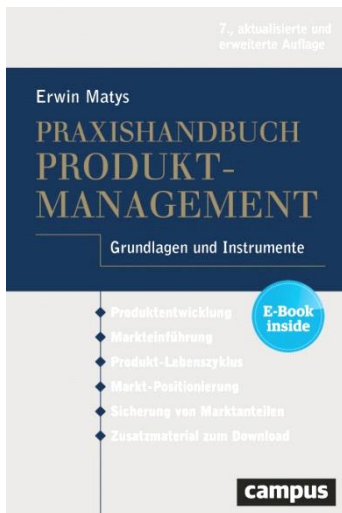
## Karrierehilfen zum Download:

-  Praxisausbildung Produktmanagement – Das E-Training zum Buch
-  Eignungstest Marketing – Sind Sie ein Performer?
-  Wie werde ich Produktmanager? – Der Weg ins Produktmanagement
-  Abenteuer Produktmanagement – Insider schildern ihre Faszination
-  Neu als Produktmanager – 10 Tipps für den Start als Produktmanager
-  Karriere im Produktmanagement – Erste Orientierung im Produktmanagement
-  Entlohnung Produktmanager – Was verdienen Produktmanager?
-  Stressmanagement für Produktmanager – Stresstipps für den Alltag im Marketing
-  Marktübersicht Seminare Produktmanagement – Orientierung im Seminar-Dschungel

## Marketingliteratur zum Download:

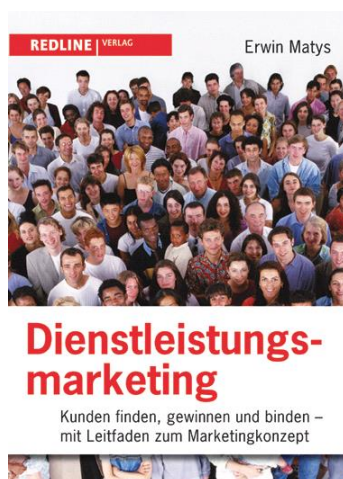
-  Praxishandbuch Produktmanagement – Ausführliche Buchvorstellung
-  Praxishandbuch Produktmanagement – Die Story zum Buch
-  Buchvorstellung Dienstleistungsmarketing – Ausführliche Buchvorstellung
-  Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen – Kostenloses E-Book

# 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](http://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](http://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](http://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.