

Strategisches Produktmanagement

Technische Produkte im Einklang mit allen Fachabteilungen - Forschung & Entwicklung, Konstruktion, Industrial Engineering, Arbeitsvorbereitung, Marketing, Vertrieb, Geschäftsführung, Geschäftsbereichsleitung, etc.- erfolgreich zum Kunden bringen.

Konstituierende Sitzung: 2. Dezember 2026
Ort: Online

Arbeitsgemeinschaft | Was ist das eigentlich?

Arbeitsgemeinschaften im AWF haben eine lange Tradition, viele zufriedene Teilnehmerinnen und Teilnehmer und unzählige Benefits:

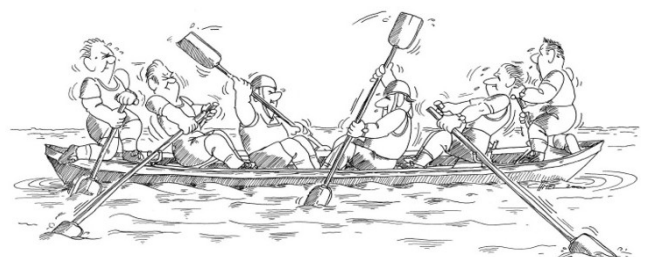
- ✓ In entspannter, offener Atmosphäre praxisrelevante Themen gemeinsam diskutieren und bearbeiten
- ✓ Erfahrungen mit den anderen Teilnehmenden austauschen
- ✓ Vor Ort beim Betriebsrundgang mit offenen Augen Ideen aufnehmen
- ✓ In einem Netzwerk von Expert:innen auch über die Sitzungstermine hinaus aktuelle Themen behandeln
- ✓ Durch externe Impulse stetige Verbesserung der eigenen Geschäftsprozesse

Die Herausforderung im strategischen Produktmanagement

Da Produkte, Services/Dienstleistungen und Systeme Umsätze und Deckungsbeiträge erwirtschaften, ist es leicht nachvollziehbar, dass das Produktmanagement einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg liefern kann und zu einer strategischen Erfolgsposition auf- und ausgebaut werden soll. Mit Produktmanagement soll es möglich werden im Vergleich zum Markt und/oder Wettbewerb überdurchschnittlich erfolgreich zu sein. Beispiele vieler KMUs und Großunternehmen zeigen, dass dies möglich ist.

Herr Aumayrs Studie zum Produktmanagement hat wichtige Hauptgründe für die schlechte Performance im Produktmanagement identifiziert. Beispiele hierfür sind

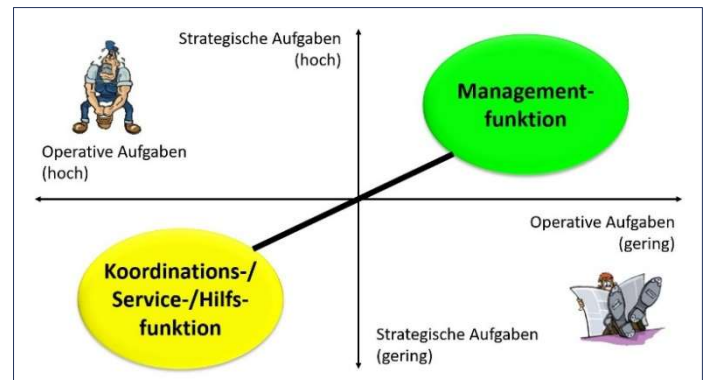
- Schnittstellenprobleme mit den Fachbereichen/Fachabteilungen des Unternehmens
- Operative Überlastung des PM durch Aufgaben-delegation und Tagesgeschäft
- Mangelnde Akzeptanz des Produktmanagements im eigenen Unternehmen
- Unklarheit über Rollen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Produktmanagements



Produktmanagement ist nicht nur abwechslungsreich und spannend, sondern kann, wenn gut positioniert einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg liefern. Die Realität zeigt aber, dass die Leistungen im Produktmanagement häufig weit hinter den Erwartungen zurückliegen.

Inhalt | Mögliche Themen

- Grundprinzipien eines erfolgreichen Produktmanagements
- Operatives und strategisches Produktmanagement (der PM als Unternehmer)
- Preisverantwortung und Profitabilität im PM
- Abgrenzung Produktmanagement und Fachabteilung
- Gestaltung der Schnittstellen zur Fachabteilung und zum Produktmanagement
- Organisatorische Verankerung des Produktmanagements
- Formen des Produktmanagements (z.B. Technisches PM, regionales PM)
- Produktmanagement für Services, Dienstleistungen und Systeme/Applikationen
- Projektmanagement, Business Development vs. Produktmanagement
- Zuordnung von Produkten zum Produktmanagement
- Umgang mit Stress und Konflikten im PM
- Aufgaben, Rollen und Verantwortlichkeiten (Stellenbeschreibung, Anforderungsprofil) im PM
- Kostenmanagement im Produktmanagement (Herstell-, Entwicklungskosten)
- KI und Digitalisierung im Produktmanagement (Tools und Instrumente im PM)
- F&E-Power und Kundenbedarfe harmonisieren
- Produkte produzierbar machen: Industrial Engineering und Arbeitsvorbereitung mit ins Boot holen
- Optimale Zusammenarbeit mit Technikern und Ingenieuren



Aktuelle Fragestellungen im Produktmanagement:

- Welche Rolle spielt ein PM im Unternehmen und welche Formen gibt es?
- Wie kann die Zusammenarbeit mit dem Produktmanagement konstruktiv gestaltet werden (Umsatz- und DB-Verantwortung)?
- Welche Möglichkeiten hat das PM auf Herstell- und Entwicklungskosten, Preisstellung, etc. Einfluss zu nehmen?
- Gibt es ein Produktmanagement für Services, Dienstleistungen, Systeme, Applikationen (z.B. Markt-/Branchenmanagement)?
- Wie geht man im Produktmanagement mit kundenindividuellen Lösungen/Leistungen um (z.B. kundenspezifisches Projektmanagement)?
- Wie grenze ich das PM vom Business Development und Projektmanagement ab?
- Was ist der Unterschied zwischen einem operativen und strategischen PM?
- Wie gestaltet man die Schnittstelle zu den Fachbereichen (z.B. Lasten-/Pflichtenheft mit der technischen Entwicklung)?
- Wie sieht ein erfolgreiches Selbstmanagement im PM aus (Umgang mit Stress und Konflikten, Kommunikation mit Stakeholdern, Präsentationstechniken, etc.)?
- Ab welcher Unternehmensgröße macht ein PM in welcher Form Sinn?
- Welche Tools und Instrumente sind für das PM sinnvoll (z.B. Digitalisierung, KI im PM)?

Die Schwerpunkte Ihrer Arbeitsgemeinschaft legen Sie in der Gründungssitzung gemeinsam mit den Kolleg:innen der anderen Unternehmen fest!

Ziel der Arbeitsgemeinschaft

Ziel der Arbeitsgemeinschaft ist es die relevanten Faktoren für den Erfolg im Produktmanagement für das eigene Unternehmen zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen zur Umsetzung für das eigene Unternehmen abzuleiten und die Umsetzung vorzubereiten. Zusätzlich soll durch den Vergleich mit anderen Unternehmen (Benchmarking) mehr Sicherheit in der Konzeption und Umsetzung des Produktmanagements erreicht werden.

Die Gründungssitzung

Die konstituierende Sitzung der Arbeitsgemeinschaft findet digital statt, um möglichst vielen Personen eine Teilnahme zu ermöglichen.

Einige Tage vor der Veranstaltung werden Sie von uns einen Link zum Online-Meeting erhalten. Die Tagesordnung der Gründungssitzung folgt dem bewährten Modus von AWF-AG-Gründungen:

Zeitraum	Minuten	Inhalt	Akteure
8:30h – 10:00h	10	Begrüßung und Einführung	Thomas Schöppler
	70	Kurze Vorstellung der teilnehmenden Unternehmen	Teilnehmende
	10	Vorstellung des fachlichen Leiters	Klaus Aumayr
10:30h – 12:30	15	Das Konzept der Zusammenarbeit in AWF-Arbeitsgemeinschaften	Thomas Schöppler
	20	Vorstellung der eingereichten Themen und Strukturierungsvorschlag für die Themenfelder der geplanten 12 Arbeitskreis-Sitzungen	Klaus Aumayr
	20	Spontane Ergänzung von Themen, Diskussion, Anpassung, Ergänzung der vorgeschlagenen Themenfelder, Priorisierung der Themenfelder	Gemeinsam
	15	Vorstellung und Abstimmung der Arbeitskreisregularien	Thomas Schöppler Teilnehmende
	20	Abstimmung der ersten vier Sitzungstermine (Termin, Gastgeber, Themenfeld)	Teilnehmende

- **Die Arbeitssitzungen selbst finden dann, wie gewohnt, bei den teilnehmenden Unternehmen vor Ort statt.**

Themenvorschläge

Wenn Sie bereits vor der konstituierenden Sitzung Themenvorschläge haben, senden Sie diese gerne an:

Herr **Thomas Schöppler** schoeppler@awf.de

oder

Herr **Klaus Aumayr** klaus.aumayr@msgag.com

Fachliche Leitung und Expertise für Strategisches Produktmanagement



Herr Aumayr ist studierter Betriebswirt mit Abschluss von der Johannes Kepler Universität in Linz (AT) und hat seinen MBA an der University of Toronto absolviert. 1995 hat er die MSG Management Systems gegründet und ist seitdem als selbstständiger Berater tätig. Zahlreiche Zusatzausbildungen wie die Management- und Coaching-Ausbildung, die Ausbildung zum Verkaufstrainer und Strategic Selling Expert sind nur einige wenige Qualifikationen von Herrn Aumayr. Als Berater ist er vor allem in den Bereichen Produktmanagement, Marktmanagement, Marketing und strategisches Verkaufen uvm. tätig.

Zielgruppe

Die Arbeitsgemeinschaft richtet sich neben dem Produktmanagement auch an Verantwortliche aus F&E, Produktentwicklung, Industrial Engineering, Technik, KAM, Projektmanagement, Business Development, Marketing und Vertrieb aus Unternehmen der Investitionsgüterbranche aber auch von Anbietern komplexer, technischer Dienstleistungen. Angesprochen sind vor allem die Geschäftsführung und auch Geschäftsbereichsleiter, die doch einen wesentlichen Erfolgsfaktor bei der Einführung und/oder Neuausrichtung des Produktmanagements im eigenen Unternehmen darstellen.

AWF-Arbeitsgemeinschaften ermöglichen Ihnen den Erfahrungsaustausch zu aktuellen Themen in einem kompetenten Kollegenkreis sowie dort Vorschläge und Lösungen zu markanten Problemen zu entwickeln und allgemeine Ergebnisse einem breiten Interessentenkreis (z.B. über Leitfäden, Ergebnisberichte, etc.) zugänglich zu machen. Die im Rahmen der Tätigkeit der Arbeitsgemeinschaft zu behandelnden Themen legen die Teilnehmer **konsensorientiert** in der konstituierenden Sitzung für die nachfolgenden Sitzungen fest. Diese Inhalte gehen entsprechend ihrer Priorität in die jeweilige Agenda zur Sitzung ein. Der Arbeitsfortschritt wird pro Sitzung dokumentiert.

Das Konzept

Die Laufzeit von AWF-Arbeitsgemeinschaften wird durch die AG-Mitglieder auf eine bestimmte Zeit (in der Regel ca. **3 Jahre**) festgelegt. Die Sitzungen werden im Wechsel in den Unternehmen der Mitglieder durchgeführt. Pro Jahr finden ca. **4 Sitzungen** statt.

Die Sitzungen

Die Sitzungen sind in der Regel **1,5-tägig**, wobei der erste Halbtage dem Gastgeber (mit **Betriebsbesichtigung** und Bewertung des Gesehenen und Gehörten durch die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft) und dem Erfahrungsaustausch zur Verfügung steht. Am zweiten Tag werden die Arbeitsschwerpunkte, die die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft festgelegt haben, abgearbeitet. Um eine effektive und zielorientierte Arbeit zu ermöglichen, die es erlaubt, auf spezifische Probleme aus dem Kreis der Mitglieder einzugehen, ist die Zahl der Teilnehmer:innen begrenzt (bis maximal 20 Unternehmen).

Erst Entdecken, dann Entscheiden

Die Teilnahme an der konstituierenden Sitzung ist unverbindlich und kostenfrei. Nach der Gründungssitzung kennen Sie Themen, Termine, fachliche Leitung sowie Gastgeber. Erst dann entscheiden Sie, ob Sie der Arbeitsgemeinschaft beitreten.

Jahresbeitrag

Für Koordination, Dokumentation und alle sonstigen organisatorischen Tätigkeiten stellt die AWF-Arbeitsgemeinschaft einen **jährlichen** Mitgliedsbeitrag (4 Sitzungen) von **EUR 2.280,00** zzgl. Mehrwertsteuer in Rechnung. Die Teilnahmegebühr wird *nach* der konstituierenden Sitzung erhoben, d.h. die konstituierende Sitzung dient der Orientierung und ist *unverbindlich*! **Bei Anmeldung eines 2. Teilnehmenden** aus demselben Unternehmen (gleicher Standort) sind für diesen **50 %** des jährlichen Beitrages zu entrichten.

Die Mitgliedschaft in der AG kann jährlich zum Ende eines Sitzungsjahres gekündigt werden. Die Kündigung muss spätestens zwei Wochen nach der letzten AG-Sitzung eines Sitzungsjahres bei der AWF eingegangen sein.

Über die AWF

Die **AWF – Arbeitsgemeinschaft für Wirtschaftliche Fertigung** ist ein Netzwerk für den überbetrieblichen Erfahrungsaustausch in der verarbeitenden Industrie. Hierzu dienen **Arbeitsgemeinschaften** sowie Veranstaltungen zur beruflichen **Aus- und Weiterbildung** wie Kompakt-Seminare, Inhouse-Trainings und Aktiv-Workshops.

Organisatorisches und Anmeldung

Wenn Sie an dieser Arbeitsgemeinschaft teilnehmen möchten, faxen oder mailen Sie bitte die letzte Seite dieses Flyers an die AWF-Arbeitsgemeinschaften zurück.

- Die Teilnahme an der Gründungssitzung ist unverbindlich und kostenlos (wenn sie digital stattfindet). Eine verbindliche Anmeldung zur AG kann auch noch nach der Gründungssitzung erfolgen.

Für die Teilnahme der Gründungssitzung schicken Sie bitte eine E-Mail an: **info@awf.de**
Sie erhalten von uns eine Bestätigung und einige Tage vor der Gründungssitzung einen Link zum Web-Meeting.

Für Rückfragen und weitergehende Informationen stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Herr Thomas Schöppler

AWF – Arbeitsgemeinschaft für Wirtschaftliche Fertigung
Kaiserstr. 100
52134 Herzogenrath
Telefon: 02407 95 65 50
Telefax: 02407 95 65 55
E-Mail: schoeppler@awf.de
www.awf.de

Herr Klaus Aumayr

E-Mail: klaus.aumayr@msgag.com

ANMELDEFORMULAR

Hiermit melde ich mich verbindlich an für die



AWF-Arbeitsgemeinschaft AG-2268:

Strategisches Produktmanagement

Die Gründungssitzung findet am **2. Dezember 2026 ONLINE** statt*

Bitte bei mehreren Anmeldungen kopieren:

Vorname, Name _____

Titel/Funktion _____

Branche _____

Abteilung _____

Fon/Fax _____

E-Mail _____

Gültige Rechnungsadresse⁺:

Firma _____

Straße/Postfach _____

PLZ _____

Ort _____

E-Mail _____

Bestellnummer⁺ _____

Unterschrift/Datum _____

Mit meiner Unterschrift bestätige ich, dass ich die [AGB](#) zur Kenntnis genommen und akzeptiert habe.

*) Eine Anmeldung ist selbstverständlich auch nach der Gründungssitzung möglich

+) Bitte tragen Sie alle von Ihrer Buchhaltung für die Bearbeitung benötigten Daten, vor allem die korrekte Bezeichnung des Unternehmens mit allen rechtlichen Zusätzen und ggfs. Bestellnummer, ein!

Wir erleben zunehmend, dass Rechnungen wegen fehlender oder falscher Angaben von den Unternehmen zurückgewiesen werden und von unserer Buchhaltung neu erstellt werden müssen, was einen beträchtlichen Mehraufwand verursacht.