

Globale Produktstrategie

Viele deutsche Unternehmen bieten weltweit technisch optimale Lösungen, sind aber strategisch gesehen schwach aufgestellt. Sie brauchen ein professionelles und starkes Produktmanagement.

Produktmanager leiten interdisziplinäre Teams aus Vertrieb, Marketing, Produktentwicklung, Controlling und Produktion. Sie durchdringen Marktinformationen, übersetzen diese in Produktanforderungen, beobachten die Ergebnisse der Produktentwicklung, sorgen für eine zeitnahe Markteinführung und stellen einen wirtschaftlichen Produktlebenszyklus sicher. Hierzu müssen auch organisatorische Voraussetzungen geschaffen werden. Das alles funktioniert jedoch nur gemeinsam mit der Unternehmensleitung.

Betrachtet man die Art und Weise, wie zum Beispiel amerikanische Unternehmen eine Geschäftsentwicklung planen, so wird deutlich, dass hier nicht nur die technisch beste Lösung, sondern häufig gleich auch die Fokussierung auf eine weltweite Geschäftsausdehnung gerichtet ist. Ein scherzhafter Vergleich: Welcher deutsche Unternehmer kommt auf die Idee ein „Burger-Restaurant“, welches im Schwarzwald gut läuft, auch in Hamburg zu errichten. Nein, viel zu groß sind die Risiken. Nicht nur viele große US-Konzerne konzentrieren sich auf eine zielorientierte Vermarktung ihrer Produkte, mittlerweile ist das auch die Strategie asiatischer Unternehmen. Wollen deutsche Mittelständler die nun kommenden globalen Herausforderungen erfolgreich bewältigen, so müssen sie ihre technisch optimalen Lösungen auch strategisch global umsetzen, bevor ihnen



konzepten zu überführen. Das Team begleitet dann auch die Produktentwicklungsphase, idealerweise mit einem professionellen Zielkostenmanagement unter Kontrolle des Produktmanagers und des Top-Managements. Produktmanager müssen also nicht nur sehr gut qualifiziert, sondern auch organisatorisch optimal eingegliedert sein, also dem Top-Management direkt beigeordnet. Alle Mitglieder eines interdisziplinären Teams

„ Wollen deutsche Mittelständler die kommenden globalen Herausforderungen erfolgreich bewältigen, so müssen sie ihre technisch optimalen Lösungen auch strategisch global umsetzen.“

die international aggressiveren Mitbewerber den Rang ablaufen. Dafür ist ein strategisch ausgerichtetes Produktmanagement nötig.

Die Aufgabe eines global orientierten Produktmanagers ist also, im interdisziplinären Team global funktionierende Produkt-Marktstrategien zu erarbeiten und diese dann zu attraktiven Produkt-

sollten entsprechend geschult sein, wenn ein neues Produktkonzept erarbeitet werden soll.

Qualifizierung und organisatorische Integration inklusive einer Verschlinkung aktueller Unternehmensprozesse führen zu einem wirkungsvollen Einsatz des Produktmanagements für eine globale Produktstrategie. ■



Peter Monitor
Diplom-Consultant
(SGBS-CH)
Monitor Management
Support
Mittelstandsberater im
IBWF Institut für
Betriebsberatung
Wirtschaftsförderung
und -forschung e. V.

www.monitormanagementsupport.de