

Wunderwuzi Das Anforderungsprofil eines Produktmanagers hat sich in den letzten Jahren zunehmend weg von reinen Marketingkenntnissen entwickelt

Mehr als ein neues Mascherl

Die bfi Wien Akademie will in ihrem Diplomelehrgang genau diese Tausendsassas ausbilden.

Wien. In einem durch steigende Dynamik und Komplexität gekennzeichneten Umfeld kommen Innovationen für die Erfolgs- und Existenzsicherung von Unternehmen immer größere Bedeutung zu. Vor allem der Produktmanager spielt hier eine zunehmend wichtige Rolle: Bestand seine Rolle bis vor Kurzem darin, einem alten Produkt ein neues Marketingmascherl umzuhängen, kommt es zunehmend zum Paradigmenwechsel: Der Produktmanager von heute muss strategisch denken, überlegen, tüfteln und kalkulieren, bis ein Produkt auf den Markt kommt.

Besonders deutlich macht das Steve Jobs, der selbst als CEO gern die Rolle des Produktmanagers übernimmt: Wie er selbst mehrmals betont hat, zwingt er die Produktentwickler regelrecht dazu, erst lange darüber nachzudenken, wie etwas gestaltet wird – vom Gerät selbst bis zum kleinsten Bedienelement in einer Software. Wenn sie dann einmal entschieden haben, was ein Apple-Produkt leisten soll, gibt Jobs ein enges Korsett vor: In jeder Baureihe beschränkt sich der Konzern auf wenige Modelle, und die Programme bieten in der Regel eine geringere Funktionsvielfalt als die der Konkurrenz. Doch die Kunden lieben sie, bescheren Apple Milliardenumsätze und geben Jobs Zugang zum Produktmanagement insofern recht.

It's all in the Mix

Für angehende Produktmanager heißt das am Beispiel Steve Jobs, dass sie sich tunlichst einen Mix aus spezifischem Produkt-/Branchen- und Marketingwissen sowie Managementkompetenzen aneignen sollten. Soll ein Produkt dann noch international reüssieren, werden zudem auch länderübergreifende Denk- und Handlungsweisen notwendig: „Das gilt für die Märkte für Güter und Dienstleistungen, für die Arbeitnehmer und Führungs-

kräfte, die jetzt mit komplexeren Aufgaben konfrontiert sind. Daher steigt auch der Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern und Managern im internationalen Umfeld“, erklärt Ursula Haas-Kotzegger, Lektorin der Wirtschaftsuni Wien und Leiterin des Diplomelehrgangs Internationales Produktmanagement an der bfi Wien Akademie.

Hard- und Softskills

Und genau diese qualifizierten Manager sollen an der bfi Wien Akademie ausgebildet werden: „Die Teilnehmer vertiefen ihr Wissen u.a. in den Fachbereichen Interna-

tionales Marketing, Management und internationale Organisationsformen, in Marktforschung, Branding, Marketing-Controling, Neuproduktentwicklung und Innovationsmanagement“, umreißt Haas-Kotzegger den Lehrplan des Diplomelehrgangs.

Neben den fachlichen Kompetenzen legt die Lehrgangsleiterin aber auch auf die soziale Komponente großen Wert. So stehen Soft Skills wie interkulturelle Kommunikation, Verhandlungsführung in unterschiedlichen Kulturen, Teambuilding und Führen von internationalen Teams sowie Konfliktmanagement ebenfalls auf der Agenda

des Lehrgangs. „Last but not least geht es natürlich auch um Business Presentations“, so Haas-Kotzegger abschließend. (red)

FACTS & FIGURES

Die nächsten Lehrgänge „Internationales Produktmanagement“ finden als Tageslehrgang inkl. Cambridge Business English Certificate ab 11.10. statt. Der Wochenendlehrgang startet am 19.11. Ein kostenloser Informationsabend findet am 6.10. um 18 Uhr am neuen Standort der bfi Wien Akademie, dem Catamaran (1020 Wien, Johann Böhm-Platz 1/8/5 OG), statt. Weitere Infos: www.bfi-wienakademie.at



Paradebeispiel eines erfolgreichen Produktmanagers: Apple-CEO Steve Jobs.

JOBTICKER

powered by monster.at

➤ Projektmanager/in - Bereich e-Mobility

REWE International AG
Dienstszitz: Wiener Neudorf

Nähere Jobinfos finden Sie unter folgender Referenznummer

90102961

➤ Assistent/in im internationalen Umfeld

LINDLPOWER Personalmanagement
Dienstszitz: Wien

Nähere Jobinfos finden Sie unter folgender Referenznummer

90744949

➤ Mitarbeiter/in Team Country Coordination

OBI Bau- und Heimwerkermärkte Systemzentrale GmbH
Dienstszitz: Wien

Nähere Jobinfos finden Sie unter folgender Referenznummer

90742269

Detailinfos zu den Jobs: Einfach Referenznummer in das Suchfeld von www.monster.at eingeben und auf SUCHEN klicken.

Berufliche Weiterbildung Männersache?

München. Männer und Frauen werden bezüglich beruflicher Zusatzqualifikationen vom Chef völlig unterschiedlich behandelt, wie eine Studie der Management Circle AG ergibt: Demnach müssen zwölf Prozent der Frauen ihre Seminare zur beruflichen Weiterbildung komplett selbst bezahlen; bei Männern sind es nur etwa acht Prozent. Männer bekommen auch doppelt so häufig Zuschüsse zu den Seminarkosten: 14% sind es im Gegensatz zu sieben Prozent bei den Frauen.



Frauen werden bezüglich Weiterbildung seltener vom Chef gefördert als Männer.

monster.at
Ihr neues Leben ruft™