

|  |     |
|--|-----|
| <b>1 Wozu wird Produktmanagement benötigt? . . . . .</b>                   | 1   |
| 1.1 Die Erfolgsquote von Neuprodukten am Markt. . . . .                    | 1   |
| 1.2 Ursachen für den (Miss-)Erfolg von Produkten. . . . .                  | 3   |
| 1.3 Übungsaufgaben und Lösungen. . . . .                                   | 7   |
| Literatur. . . . .   | 9   |
| <b>2 Was ist Produktmanagement? . . . . .</b>                              | 11  |
| 2.1 Aufgaben des Produktmanagements . . . . .                              | 11  |
| 2.2 Zuständigkeit für das Produktmanagement . . . . .                      | 16  |
| 2.3 Organisation des Produktmanagements. . . . .                           | 18  |
| 2.4 Anforderungen an Produktmanager. . . . .                               | 25  |
| 2.5 Herausforderungen für Produktmanager . . . . .                         | 29  |
| 2.6 Ausbildung für das Produktmanagement. . . . .                          | 31  |
| 2.7 Übungsaufgaben und Lösungen. . . . .                                   | 35  |
| Literatur. . . . .   | 37  |
| <b>3 Was ist ein erfolgreiches Produkt? . . . . .</b>                      | 41  |
| 3.1 Der Begriff des Produkts . . . . .                                     | 41  |
| 3.2 Indikatoren für Produkterfolg . . . . .                                | 52  |
| 3.3 Faktoren für Produkterfolg . . . . .                                   | 59  |
| 3.4 Übungsaufgaben und Lösungen. . . . .                                   | 66  |
| Literatur. . . . .   | 67  |
| <b>4 Wie werden Produkte erfolgreich auf den Markt gebracht? . . . . .</b> | 73  |
| 4.1 Prozessmodelle für die Gestaltung erfolgreicher Produkte . . . . .     | 73  |
| 4.2 Entdeckung von Produkten . . . . .                                     | 85  |
| 4.3 Spezifikation von Produkten . . . . .                                  | 92  |
| 4.4 Realisierung von Produkten. . . . .                                    | 105 |
| 4.5 Markteinführung von Produkten . . . . .                                | 126 |
| 4.6 Übungsaufgaben und Lösungen. . . . .                                   | 128 |
| Literatur. . . . .   | 131 |
| <b>5 Wie werden Produkte erfolgreich am Markt gehalten? . . . . .</b>      | 137 |
| 5.1 Controlling des Produkterfolgs . . . . .                               | 137 |
| 5.2 Definition des Produkterfolgs . . . . .                                | 139 |
| 5.3 Erhebung des Produkterfolgs. . . . .                                   | 146 |
| 5.4 Beurteilung des Produkterfolgs . . . . .                               | 149 |

|   |            |
|---|------------|
| 5.5 Entscheidung und Initiierung von Steuerungsmaßnahmen . . . . .    | 153        |
| 5.6 Eliminierung von Produkten . . . . .                              | 155        |
| 5.7 Übungsaufgaben und Lösungen. . . . .                              | 157        |
| Literatur. . . . .  | 159        |
| <b>6 Ausblick: Zukunftsthemen für das Produktmanagement . . . . .</b> | <b>163</b> |
| Literatur. . . . .  | 165        |