Zahlreiche Produktmanager, Marketing-, F&E-Leiter und andere Führungskräfte aus namhaften Unternehmen haben an firmeninternen oder offenen Trainings mit Peter Kairies begeistert teilgenommen, z.B.: 1&1 Internet, 3M, ABB, Aebi Schmidt, Aerzener, Allweiler, Amphenol Tuchel, Analytic Jena, Arcor, Assa Abloy, Auerswald, Atmel, Balluff, BAUMER, Big Dutchman, Biotronik, BITZER, Böllhoff, BOSCH, Bosch Rexroth, Brugg, Bürkert, Canon, Ceratizit, Claas, Daimler, Danfoss, DEGUSSA, Dentsply, Dornier, Deutz, DOKA, Dormakaba, Dürr, Eaton, ebm papst, Elaxy, Emerson, Epcos, Eternit, Festo, Georg Fischer, Carl Freudenberg, Friadent, FRIATEC, Fronius, GEA, Geberit, GEZE, Giesecke & Devrient, Gilgen Doors, Gira, Gossen, Grundfos, Harting, Heidelberger Druckmaschinen, Hekatron, Hella, Hettich, Honeywell, Huber & Suhner, Institut für Mikrotechnik, Jetter, Jungheinrich, Kathrein Werke, KBA, Keba, KENDRO, Knauf, Knorr-Bremse, Kontron Elektr., KSB, Kuka, Kyocera, Landis+Gyr, LAUDA, Lenord Bauer, LEICA, Leitz, Lenze, Leoni, Liebherr, Lumberg, Lucas-Nülle, Magura, MED-EL, Metabo, Metrolux, Micro-Epsilon, MINOLTA, Morpho Cards, Multi-Contact, Murrelektronik, Oerlikon, Omicron, Pepperl+Fuchs, Philips, Phoenix Contact, Pilz, Prominent, RAFI, Rittal, ROTO FRANK, SAP, Sartorius, Schott, SEW Eurodrive, SIEMENS, SMA, Somfy, SSI Schäfer, STIHL, Swisscom, tecsis, Tehalit, Testo, Toshiba, Trilux, Tyco Electronics, Unilux, Vaillant, Viega, Viessmann, Vishay, Voith, Wago, WashTec, Wavetek, Web.de, Weidmüller, WestfaliaSurgeWieland, WIKA, Wincor Nixdorf, Würth, ZEISS, Zehnder u.v.m.

So urteilen unsere Teilnehmer des Seminars:

„Robert Fodor überzeugt mit hervorragender, dynamischer Vortragsweise und perfekt strukturierten Slides. Die Themenauswahl ist optimal auf die Praxis abgestimmt. Vielen Dank für den tollen und wertvollen Input!"

Marcel Mai
Securiton GmbH

„Robert regt auf verschiedenste Weisen zum Hinterfragen an und gibt sehr motivierendes, konstruktives Feedback. Wirklich toll, weiter so!"

Janett Niklas
OKM GmbH

„Der Trainingsleiter hat den Kurs echt fantastisch geführt. Sehr professionell und interessant, mit vielen konkreten Beispielen aus echten Firmen."

Agata Dras-Chmielewska
Viessmann Climate Solutions

Weitere Stimmen von Teilnehmern finden Sie unter peterkairies.de/teilnehmerstimmen

Termine & Anmeldung unter:

peterkairies.de/bc



Oder den QR-Code scannen:

MSC Management Seminar Center GmbH
Kurpfalzstraße 114 | D-74889 Sinsheim
Tel: +49 (0) 7261 4727 | info@msc-seminare.com

www.peterkairies.de

Daten fundiert bewerten. Strategische Entscheidungen beschleunigen. Profitable Produkte gezielt voranbringen.

NEU

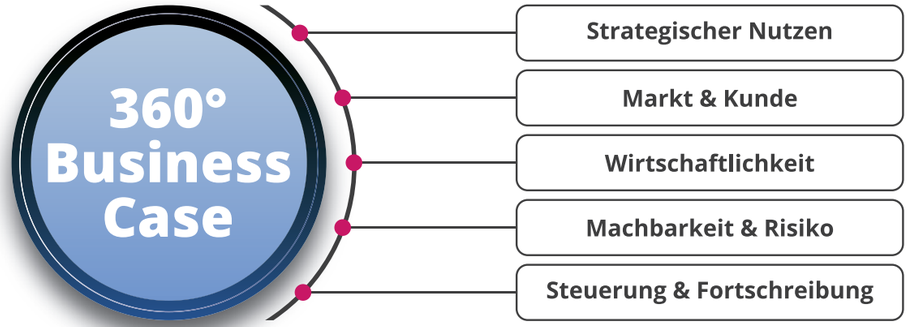
MIT 360° BUSINESS CASES STAKEHOLDER ÜBERZEUGEN

2-tägiges Praxis-Seminar inkl. Excel- und PPT-Templates | Trainer: Robert Fodor

Präsentieren Sie mit dem 360° Business Case Model Produktentscheidungen überzeugend, reagieren Sie souverän auf kritische Fragen und schaffen Sie Akzeptanz bei Entscheidern:

- Belastbare Entscheidungsgrundlagen – auch bei unvollständigen oder unsicheren Daten
- Nachvollziehbare Annahmen, die auch kritischen Fragen von Management und Controlling standhalten
- Klarheit über die Wirtschaftlichkeit und darüber, ob und wann sich ein Vorhaben rechnet
- Transparenz über Risiken und kritische Annahmen, bevor diese den Business Case ins Wanken bringen
- Klare Entscheidungsempfehlungen, die Management und Stakeholder schnell erfassen können
- Mehr Souveränität bei kritischen Fragen, höhere Akzeptanz Ihrer Empfehlungen & ein stärkeres Standing als PM
- Frühzeitige Warnsignale, damit Sie Abweichungen erkennen und gegensteuern, bevor die Wirtschaftlichkeit leidet
- Einen Business Case, der aktuell bleibt und über den gesamten Produktlebenszyklus Entscheidungen unterstützt

Nach dem Seminar können Sie Business Cases systematisch aufbauen, Wirtschaftlichkeit und Risiken fundiert bewerten und Ihre Empfehlung überzeugend vertreten.
So schaffen Sie schneller Klarheit für Produkt- und Investitionsentscheidungen.



TRAINING UND TOOLS FÜR IHREN ERFOLG

ZIELGRUPPE

Unternehmen der Investitionsgüterindustrie, Unternehmen, die technische oder beratungsintensive Produkte herstellen und/oder vertreiben, Software- und Dienstleistungsunternehmen.

TEILNEHMER

- Produktmanager
- Leiter Produktmanagement
- Product Owner
- Business Development Manager

LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnehmergebühr für das 2-tägige Praxisseminar beträgt:

1.540,- Euro
zzgl. gesetzl. MwSt.

In der Gebühr sind enthalten:
- 2 Tage Seminar
- Seminarunterlagen
- Excel- und Powerpoint-Templates
- Zertifikat nach Abschluss des Seminars
- 2 Mittagsmenüs und Konferenzgetränke

SEMINARORT / SEMINARZEITEN

NH Heidelberg
Bergheimer Str. 91
69115 Heidelberg

1. Seminartag: 9.00 bis ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag: 8.30 Uhr bis 15.00 Uhr

Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung selbst vor. Weitere Infos dazu finden Sie auf unserer Website:
peterkairies.de/bc

KONTAKT / INFORMATION

MSC Management Seminar Center GmbH
Kurpfalzstr. 114
D-74889 Sinsheim

+49 (0) 7261-4727
info@msc-seminare.com
peterkairies.de

RÜCKTRITTSBEDINGUNGEN

Bei Stornierungen (ausschließlich schriftlich) bis 8 Wochen vor Seminarbeginn erfolgt eine Gutschrift in voller Höhe der Teilnehmergebühren. Bei Absagen zwischen der 8. und 4. Woche vor Seminarbeginn wird die halbe Gebühr in Rechnung gestellt. Bei späteren Stornierungen wird die gesamte Gebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

MIT 360° BUSINESS CASES STAKEHOLDER ÜBERZEUGEN

Wie Sie bessere Investitions- & Produktentscheidungen treffen
- Typische Entscheidungssituationen im Produktmanagement
- Referenzfall und realistische Handlungsalternativen vergleichen
- Nutzen, Wirtschaftlichkeit, Machbarkeit und Risiken gemeinsam betrachten

Wie Sie erkennen, was die Profitabilität Ihres Produktes wirklich treibt
- Erlösmodelle, Kostenarten und Deckungsbeiträge
- Produktlebenszyklus und zeitliche Wirkung von Einnahmen und Kosten
- Ein transparentes Rechenmodell für den Business Case aufbauen

Wie Sie auch bei unsicheren Daten belastbar planen
- Fakten, Schätzungen und Annahmen sauber unterscheiden
- Datenquellen, Analogien, Marktinformationen und Expertenwissen kombinieren
- Marktpotenzial und Absatzmengen mit Top-down- und Bottom-up-Ansätzen abschätzen
- Preise markt-, nutzen- und kostenorientiert bestimmen

Wie Sie erkennen, ob und wann sich ein Vorhaben rechnet
- Break-even, Pay-off-Zeit, Kapitalwert (NPV) und interner Zinsfuß (IRR) gezielt einsetzen
- Wirtschaftlichkeit über den Produktlebenszyklus und den Zeitwert des Geldes beurteilen

Wie Sie erkennen, wann Ihr Business Case kippt
- Sensitivitätsanalysen: Welche Annahmen sind wirklich entscheidend?
- Szenarien nutzen, um Chancen, Risiken und Kipppunkte sichtbar zu machen
- Aus Wirtschaftlichkeit und Risiko eine belastbare Entscheidungsempfehlung ableiten

Wie Sie Ihre Empfehlungen klar und überzeugend vertreten
- Analysen zu einer klaren Entscheidungsvorlage verdichten
- Eine praxistaugliche Struktur für die Management-Präsentation nutzen
- Kritische Fragen und Einwände mit Daten, Annahmen und Szenarien beantworten

Wie Sie Abweichungen früh erkennen und rechtzeitig reagieren
- Ergebnis-, Treiber- und Risiko-KPIs festlegen
- KPI-Tree, Frühindikatoren und Dashboard aufbauen
- Plan, Ist und Forecast systematisch vergleichen
- Trigger und Reaktionsgrenzen für Abweichungen definieren

Wie Sie Ursachen erkennen und gezielt gegensteuern
- Von der beobachteten Abweichung über den Wirkmechanismus zur möglichen Ursache
- Fishbone und 5 Whys als einfache Werkzeuge zur Ursachenanalyse einsetzen
- Kritische Ursachenannahmen vor wichtigen Maßnahmen hinterfragen
- Handlungsoptionen nach Wirkung, Aufwand, Zeit, Risiko und Beeinflussbarkeit bewerten

Wie Sie Ihren Business Case aktuell halten und für weitere Produktentscheidungen nutzen
- Baseline, Ist-Historie und Forecast sauber trennen
- Annahmen, Mengen, Preise, Kosten, Risiken und erwarteten Nutzen aktualisieren
- Business Cases über den gesamten Produktlebenszyklus als Entscheidungsgrundlage nutzen
- Business Reviews, rollierende Fortschreibung und Verantwortlichkeiten verankern

Produktmanager müssen Entscheidungen zu neuen Produkten, Produktverbesserungen und Investitionen vorbereiten – häufig auf Basis verteilter, unvollständiger oder widersprüchlicher Daten.

Trotzdem erwarten Management und Controlling belastbare Zahlen und klare Empfehlungen. Sind Annahmen nicht nachvollziehbar, entstehen lange Diskussionen, Entscheidungen verzögern sich und Ressourcen werden möglicherweise falsch priorisiert.

Gefragt ist deshalb ein systematisches Vorgehen, das Daten konsistent zusammenführt, Risiken transparent macht und daraus eine belastbare Entscheidungsgrundlage schafft.

Im diesem interaktiven Training lernen Sie, einen **fundierten 360° Business Case** systematisch aufzubauen: relevante Daten sammeln und analysieren, Annahmen nachvollziehbar herleiten, Wirtschaftlichkeit und Risiken bewerten und die Ergebnisse managementgerecht aufbereiten.

So können Sie **Produktentscheidungen schneller und fundierter vorbereiten,** kritische Annahmen früh erkennen und Ihre Empfehlung gegenüber Management, Controlling und anderen Stakeholdern überzeugender vertreten.

Sie wenden das Vorgehen im Seminar direkt an einem konkreten Business Case an und arbeiten dabei mit **praxisgerechten Excel- und Powerpoint-Templates,** die Sie anschließend unmittelbar für Ihre eigenen Produktentscheidungen einsetzen können.



TRAINER



Robert Fodor verfügt über langjährige Erfahrung als interner Consultant bei der KUKA Deutschland GmbH, als Management Trainer und Coach für internationale B2B-Unternehmen.

Er versteht es, Brücken zwischen technischen und kaufmännischen Bereichen zu schlagen und damit Produktstrategien gesamtheitlich erfolgreich umzusetzen.

Robert Fodor studierte Physik und Betriebswirtschaft und hat 20 Jahre Praxiserfahrung als Fach- und Führungskraft im Produkt- und Projektmanagement. Seine Erfahrungen sammelte er in der Telekommunikation, Automatisierungstechnik, Robotik, Medizintechnik und Pharma- & Biotechnologie.

Er ist PMI zertifizierter Projektleiter, systemischer Coach und leitete erfolgreich mehrere große internationale Markteinführungsprojekte.

Experte für:

- Produktmanagement
- Konkurrenzanalyse und Market Intelligence
- Value Proposition Design
- Produktdefinition und Markteinführung

IHR BEITRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Profitables Wachstum entsteht nicht allein durch gute Produkte, sondern durch die richtigen Investitionsentscheidungen. Belastbare Business Cases helfen, Ressourcen auf die attraktivsten Vorhaben zu konzentrieren, unprofitable Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und Portfolioentscheidungen wirtschaftlich zu begründen.

Als Produktmanager schaffen Sie Transparenz über Nutzen, Wirtschaftlichkeit, Annahmen und Risiken. Sie erkennen Abweichungen frühzeitig und liefern dem Management eine belastbare Grundlage für Investitions-, Priorisierungs- und Stop-Entscheidungen.

So leisten Sie einen direkten Beitrag zu einem profitableren und besser steuerbaren Produktportfolio.

METHODIK

Sie arbeiten während des Trainings durchgängig an einem konkreten Fallbeispiel. Sie entwickeln denselben Business Case von der ersten Annahme über die Entscheidung bis zur späteren Nachverfolgung und Fortschreibung weiter. Kurze methodische Impulse wechseln sich dabei mit Gruppenarbeiten und direkter Anwendung ab.

Von Mengen-, Preis- und Kostenannahmen über die wirtschaftliche Bewertung bis hin zu Szenarien, KPIs und Maßnahmen erleben Sie den gesamten Business-Case-Prozess.

Dabei nutzen Sie ein Excel-Template für Berechnung und Bewertung sowie ein PPT-Template für die Entscheidungsvorlage – direkt einsetzbares Handwerkszeug für Ihren Arbeitsalltag. Erfahrungsaustausch und Praxisbeispiele zeigen zusätzlich: Wie machen es andere?