

**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, tectis, 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:

„Ein super organisiertes Seminar mit vielen, neuen Anregungen und Hilfsmitteln für die tägliche Arbeit eines PMs.“

**Dennis Haugk**  
Weidmüller GmbH & Co. KG

„Sehr gutes und intensives Training, hat Spaß gemacht. Weiter so & gerne wieder!“

**Tim Hallet**  
Schmitz Cargobull Gotha GmbH

„Super interessantes Seminar mit tollen Tools für die Praxis.“

**Robert Nachbauer**  
TGW Logistics Group GmbH

Weitere Stimmen von Teilnehmern finden Sie unter [peterkairies.de/teilnehmerstimmen](https://peterkairies.de/teilnehmerstimmen)

## Methoden, Tools und praktische Umsetzung

# STRATEGISCHES PRODUKTPORTFOLIO-MANAGEMENT

### 1-tägiges Kompaktseminar

Trainer: Peter Kairies, Ingo Lewerendt

- ▶ Wie Sie systematisch Ihr internationales Produktprogramm analysieren und übersichtlich gestalten
- ▶ Welche Methoden, Tools und Kennzahlen Ihnen helfen, die richtigen Rückschlüsse aufzuzeigen
- ▶ Wie Sie mit einer „Schlankheitskur“ Überschneidungen vermeiden und unnötige Komplexitätskosten reduzieren
- ▶ Wie Sie Programmlücken identifizieren und die Produktroadmap strategisch fokussiert entwickeln
- ▶ Wie Sie Ihr Portfolio nutzen, um sich von Wettbewerbern deutlich abzuheben
- ▶ Wie Sie mit Hilfe eines modularen Baukastensystems internationale Anforderungen besser in den Griff bekommen
- ▶ Wie Sie mit der richtigen Portfoliostrategie das Umsatz- und Ertragspotenzial nachhaltig verbessern
- ▶ Wie Sie einen Produktauslauf- Prozess generieren, der in der Praxis wirklich funktioniert

### SPPM: Die Anti-Bauchladen-Strategie

Gestalten Sie ein strategisch ausgerichtetes Produktportfolio. Reduzieren Sie Komplexitätskosten. Schaffen Sie mit Ihrem Produktportfolio eine signifikante Wettbewerbsdifferenzierung. Bewirken Sie im internationalen Vertrieb mehr Motivation und Engagement für Ihr Produktprogramm. Erzielen Sie nachhaltiges Umsatzwachstum bei gleichzeitig guten Erträgen.

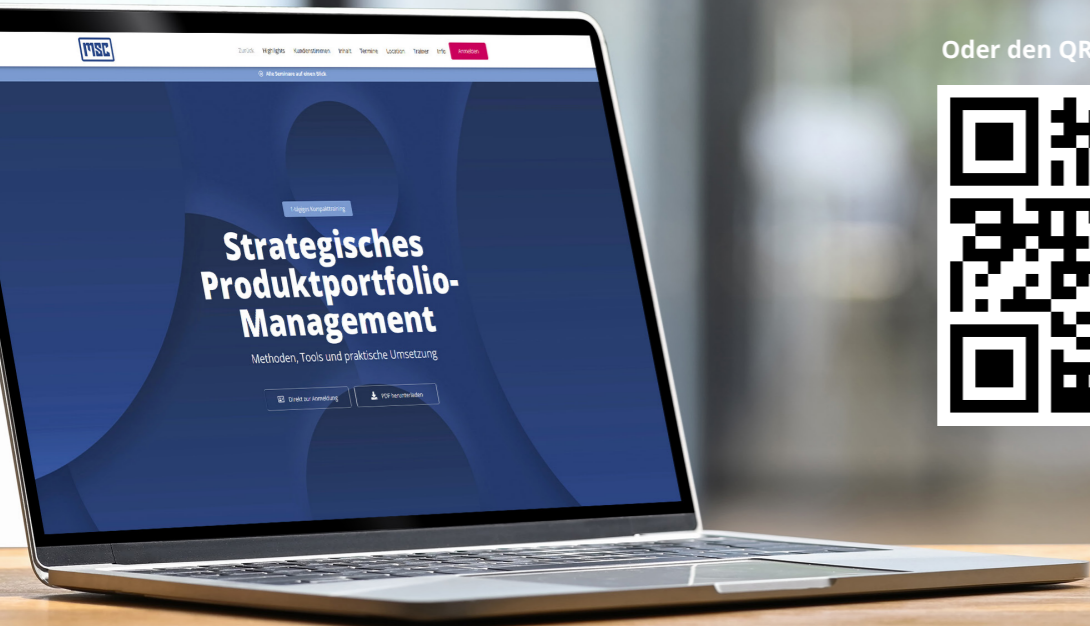
### Für:

- Produktmanager
- Leiter Produktmanagement
- Produktportfolio-Manager
- Business Development Manager
- Industriegesegmentsmanager / Branchenmanager
- F&E-Leiter
- Business Unit Leiter

**Gestalten Sie aktiv Ihr Produkt- und Dienstleistungsprogramm**

Termine & Anmeldung unter:  
**[peterkairies.de/sppm](https://peterkairies.de/sppm)**

Oder den QR-Code scannen:



## ZIELGRUPPE

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

## TEILNEHMER

- Produktmanager
- Leiter Produktmanagement
- Produktportfolio-Manager
- Business Development Manager
- Industriesegmentmanager / Branchenmanager
- F&E-Leiter und Business Unit Leiter

## LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnahmegebühr für das 1-tägige Kompaktseminar beträgt:

### als Präsenzveranstaltung:

**840,- Euro** zzgl. gesetzl. MwSt.

### als Live-Online-Veranstaltung:

**790,- Euro** zzgl. gesetzl. MwSt.

### In der Gebühr sind enthalten:

- 1 Tag Seminar
- Seminarunterlagen (PDF bei Live-Online)
- Zertifikat nach Abschluss des Seminars
- MSC-Praxistoolbox für Produktmanager (Einzellizenz zum Download)
- 1 Mittagsmenü und Konferenzgetränke (nur bei Präsenzveranstaltung)

## SEMINARORT / SEMINARZEITEN

### Präsenz

NH Heidelberg  
Bergheimer Str. 91  
69115 Heidelberg

### Live-Online-Seminar

Home-Office oder  
Arbeitsplatz

Seminarzeiten: 9.00 bis ca. 17.00 Uhr

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

[peterkairies.de/sppm](http://peterkairies.de/sppm)

## 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 4 Wochen vor Seminarbeginn erfolgt eine Gutschrift in voller Höhe der Teilnehmergebühren. Bei Absagen zwischen der 4. und 2. 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.

# STRATEGISCHES PRODUKTPORTFOLIO-MANAGEMENT

## Warum die Bedeutung des strategischen Produktportfolio-Managements weiter zunimmt

- Was ist Strategisches Produktportfolio-Management?
- Warum ist SPPM unerlässlich
- Ziele des SPPM
- Nutzen von SPPM
- Aufgaben, Verantwortlichkeiten, Rollen, Schnittstellen
- Prozesse und Überblick über Vorgehensweisen

## Wie Sie das bestehende Produktportfolio auf den Prüfstand stellen

- Die Leitplanken: Unternehmensziele und Strategie
- Überblick über Markt und Wettbewerbssituation
- Zielgruppenfokus (MSIA, MSPA, PAM)
- Welche Trends sind zu berücksichtigen?

## Sinnvolle Tools und Kennzahlen. Beurteilung der Praxisrelevanz.

- ABC Struktur Analyse (Absatz, Umsatz, DB)
- Umsatz-DB-Diagramm
- Intelligentes Pricing
- Produkt-Lifecycle-Analyse
- XYZ-Analyse: Produkte und Varianten nach Absatzverhalten
- Identifikation von Nulldrehern und Exoten
- Auslaufliste (PIPO`s)
- Variantenanalyse
- Funktionenanalyse (welche Funktionen werden von welchen Produkten abgedeckt?)
- Programmüberlappungen
- SWOT und GAP-Analyse
- Trendradar
- Umfeld-Trend-Analyse (PEST)
- Markt-Technologie-Szenario
- Portfolio Strategie: GE Portfolio (Marktattraktivität – Wettbewerbsstärke) u. a.

## Prozesse, Durchführungsstrategie, Produktroadmap und Verantwortlichkeiten

- Produkte und Prozesse im SPPM
- Steuerung der Maßnahmen über die 6P-Box
- Produkt-Roadmap
- Stakeholder und Verantwortlichkeiten im internationalen Produktportfolio

## Das Produktportfolio überwachen, aktiv gestalten und übersichtlich strukturieren

## Reduzierung von Komplexitätskosten durch Einführung eines modularen Baukastens

- Rolle des Produktmanagers
- Gleichteilestrategie/Modularer Baukasten
- Praxisbeispiel

## Aufbau eines funktionierenden Produkt-Auslaufprozesses zur kontinuierlichen Portfoliobereinigung.

- Auslöser für das Outphasing
- Berücksichtigung der Kundenerwartungen
- Zweckmäßige Zusammensetzung des Outphasing-Teams
- Die Phasen des Auslaufprozesses

## Das 10 Schritte-Programm für die praktische Umsetzung

- Durchführen von Produktportfolio-Projekten
- SPPM-Audit: Checken Sie an Hand eines Analyseleitfadens Ihre Professionalität
- Tipps und Motivation für die Umsetzung



**MSC-Praxistoolbox**  
mit vielen **Templates** inklusive

## TRAINER



**Peter Kairies** ist der Experte im Produktmanagement. Über 20 Jahre Erfahrung als Trainer und Berater. Mehr als **35.000 Teilnehmer**, davon etwa **18.000 Produktmanager** haben seine Seminare, Kurse und Trainings besucht. Er versteht es mit Beispielen aus der Praxis

und einem mitreißenden Vortragsstil Teilnehmer zu begeistern und zu motivieren.

Der von ihm entwickelte Intensiv-Lehrgang „Certified Product Manager MSC“ ist seit Jahren die Präferenz-ausbildung für Produktmanager in B2B-Unternehmen.

Er studierte Verfahrenstechnik und Wirtschaftswissenschaften und hat 14 Jahre Industriepraxis im Vertrieb, als Marketingleiter und Bereichsleiter Produktmanagement. Zahlreiche Veröffentlichungen.

Unter anderem Autor folgender Bücher: „Professionelles Produktmanagement für die Investitionsgüterindustrie“, „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz“ und „Moderne Führungsmethoden für Projektleiter“.

## IHR BEITRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Innovation ist gut. Neue Produkte bringen zusätzlichen Umsatz. Wer aber sein Produktportfolio ausufern lässt, ohne aktiv auf eine ausgewogene Struktur zu achten, wird langfristig mit erheblichen Problemen konfrontiert werden. Steigt der Umsatz, nimmt oft auch gleichzeitig die Anzahl von Teilenummern und Varianten und damit die Komplexität des Produktportfolios zu.

Die Folge sind unerwünschte Kostensteigerungen in Produktpflege und Produktion, lange Lieferzeiten und schrumpfende Erträge. Zudem entsteht für den Vertrieb eine unüberschaubare Produkt- und Variantenvielfalt.

Ziel des Seminars ist es, Wege und an Hand praktischer Beispiele aufzuzeigen, wie Sie ein strategisch ausgerichtetes Produktportfolio gestalten, das überschaubar und beherrschbar ist. Sie lernen, wie Sie Komplexitätskosten konsequent reduzieren und damit für Ihr Produktportfolio nachhaltig Umsatzwachstum mit guten Deckungsbeiträgen ermöglichen.

Verpassen Sie Ihrem Produktportfolio eine „**Schlankheitskur**“. Vermeiden Sie Produktüberschneidungen, eliminieren Sie „Nulldreher“ und schaffen Sie, wo es einzelne Produkte nicht mehr ermöglichen, signifikante Wettbewerbsvorteile durch ein strategisch durchdachtes Produktportfolio.

## METHODIK

Vorstellung und Erläuterung der praktischen Vorgehensweisen und Tools. Kurze Gruppenarbeiten. Präsentation durch Teilnehmer. Best Practice-Beispiele, „wie machen es andere“, Erfahrungsaustausch. Leitfaden für ein „SPPM-Audit“.