



## Case Study

# ERFOLGREICHE TRANSFORMATION DES PRODUKTMANAGEMENT-TEAMS

In einem sich ständig wandelnden Marktumfeld ist es für Unternehmen essenziell, ihre internen Strukturen und Prozesse kontinuierlich zu optimieren. Besonders im Produktmanagement, das eine Schnittstelle zwischen Einkauf, Marketing und Vertrieb darstellt, sind klare Strukturen und eine enge Zusammenarbeit unerlässlich. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, die Effizienz ihrer Produktentwicklung und Markteinführung stetig zu verbessern, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die folgende Case Study beschreibt den methodischen Ansatz und die erzielten Ergebnisse der durchgeführten Workshops zur Neuausrichtung des Produktmanagements.

## KUNDE

Einkaufsverband für den mittelständischen Möbele Einzelhandel in Deutschland und Europa

## PROJEKT

Etablierung eines neuen Teams „Produktmanagement“

## DURCHFÜHRUNG

22ahead GmbH

## LEITUNG

Markus Allelein



## HERAUSFORDERUNG

Die spezifische Herausforderung für den Kunden bestand in der **Neustrukturierung und effektiven Etablierung eines eigenständigen Produktmanagement-Teams**. Dies erforderte eine enge Verzahnung von Mitarbeitenden aus den Bereichen Einkauf und Produktmarketing, die zuvor in separaten Strukturen arbeiteten.

Während der Einkauf stark prozessorientiert und auf Lieferantenbeziehungen fokussiert arbeitete, zeichnete sich das Produktmarketing durch kreative Kampagnenplanung und marktorientierte Strategien aus. Diese verschiedenen Herangehensweisen führten zu unterschiedlichen Prioritäten und erschwerten eine einheitliche Kommunikation. Zusätzlich fehlten klare Schnittstellen zwischen den Abteilungen, was zu vermeidbaren Verzögerungen und einer inkonsistenten Zielverfolgung führte.

Die zentrale Aufgabe bestand darin, **klare Verantwortlichkeiten** zu definieren, **gemeinsame Ziele** zu formulieren und eine **vertrauensvolle Zusammenarbeit** innerhalb des Teams zu etablieren. Dabei galt es, bestehende Silos aufzubrechen, eine gemeinsame Identität zu schaffen und eine strukturierte, transparente Arbeitsweise zu etablieren. Dies soll zu einer effektiven und effizienten Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Bereichen führen.



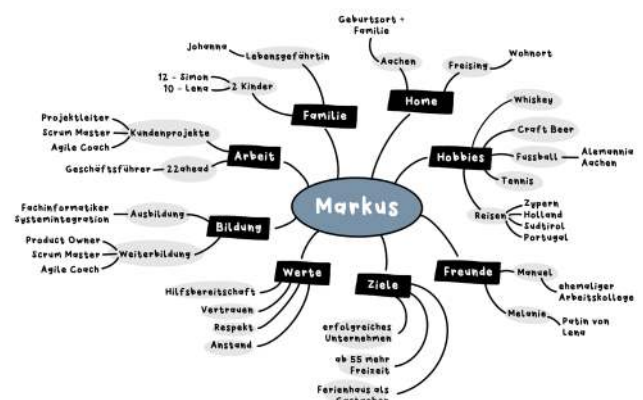
## LÖSUNG

Die 22ahead GmbH begleitete den Prozess mit zwei aufeinander aufbauenden Workshops.

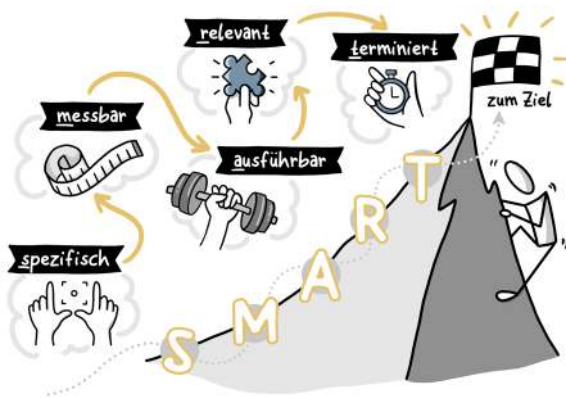
### WORKSHOP 1

Der erste Workshop hatte das Ziel, eine **zielgerichtete und nachhaltige Entwicklung** des neuen Produktmanagement-Teams zu ermöglichen. Zu Beginn wurde eine Session zu den **Erwartungen und Zielen** des Workshops durchgeführt. Die Teilnehmenden konnten ihre Erwartungen formulieren, um sicherzustellen, dass alle relevanten Themen adressiert werden. Dieser offene Austausch schuf eine Grundlage für eine konstruktive Zusammenarbeit.

Ein zentraler Bestandteil war die **Vertrauensbildung** innerhalb des Teams. Hierbei kamen Methoden wie die „Personal Map“ zum Einsatz, bei der die Teammitglieder ihre persönlichen und beruflichen Hintergründe visuell darstellten und mit den anderen Teilnehmern teilten. Diese Herangehensweise trug wesentlich dazu bei, persönliche Verbindungen zu schaffen und Barrieren abzubauen.



Anschließend wurde mithilfe eines Team-Canvas das **Selbstverständnis der Teams** erarbeitet. Dabei reflektierten die Teilnehmenden die jeweiligen Rollen, Verantwortlichkeiten sowie Kompetenzen innerhalb des neuen Produktmanagement-Teams. Sie definierten zudem gemeinsam ihre Vision und Mission, um eine klare Ausrichtung für die zukünftige Zusammenarbeit zu schaffen. Diese Leitlinien helfen, eine einheitliche Richtung und Motivation innerhalb des Teams zu gewährleisten.



Im nächsten Schritt wurden **mittel- und langfristige Ziele** erarbeitet, in dem das Team konkrete strategische Schwerpunkte für die kommenden Jahre definierte.

Die erarbeiteten Ziele wurden anschließend konkretisiert, indem wir spezifische Meilensteine und Umsetzungsstrategien festlegten. Dabei wurde besonders auf die Anwendung der SMART-Methode geachtet, um sicherzustellen, dass alle Ziele spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und terminiert waren.

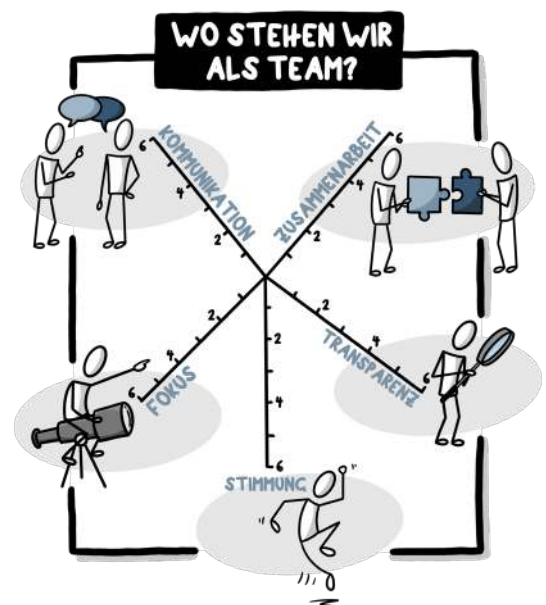
Schließlich legten wir noch konkrete Ziele für das Jahr 2025 fest. Hierbei wurden nicht nur operative Ziele für das Produktmanagement-Team definiert, sondern auch strategische Ansätze entwickelt, um eine langfristige Wertschöpfung für das Unternehmen zu gewährleisten.

## WORKSHOP 2

Im zweiten Workshop standen **Reflexion und Konkretisierung** im Mittelpunkt. Drei Monate nach dem ersten Workshop führten wir daher eine strukturierte Retrospektive durch. Diese Methode der Reflexion hilft Teams, ihre Fortschritte zu analysieren, Erfolge hervorzuheben und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

Anschließend wurde das im ersten Workshop erstellte Team-Canvas überprüft, um mögliche Veränderungen im Team und in den Arbeitsprozessen zu analysieren. In gemeinsamen Diskussionen überprüfte das Team, was sich bewährt hat und welche Anpassungen notwendig sind, um die Zusammenarbeit weiter zu optimieren.

Darüber hinaus wurde ein detaillierter Überblick über die anstehenden Projekte, Aufgaben und Termine für das Jahr 2025 erstellt. Dies half, klare Prioritäten zu setzen und Ressourcen effektiv zu planen. Wir ergänzten die gemeinsam erarbeiteten Ziele für 2025 weiter und präzisierten dabei die Umsetzbarkeit sowie die Verantwortlichkeiten.



Besonders wichtig war hierbei die terminliche Einordnung, um sicherzustellen, dass die gesetzten Meilensteine realistisch erreichbar sind und auf die Unternehmensziele einzahlen. Die Teilnehmenden entwickelten eine klare Roadmap mit überprüfbaren Etappen, um den Fortschritt der Umsetzung transparent zu gestalten.

## ERGEBNISSE

Durch die strukturierte Vorgehensweise und die intensive Zusammenarbeit konnte ein motiviertes und klar organisiertes Produktmanagement-Team etabliert werden. Die Aufgaben und Verantwortlichkeiten sind nun eindeutig definiert, was die Zusammenarbeit innerhalb des Teams sowie mit anderen Abteilungen erheblich erleichtert. Die erarbeiteten Prozesse sind effizient, Schnittstellen wurden minimiert und die Kommunikationswege optimiert.

Mithilfe der verbesserten Abstimmung zwischen Einkauf und Produktmarketing konnten Reibungsverluste reduziert werden, was sich positiv auf die Geschwindigkeit und Qualität der Produktentwicklung auswirkt. Ein weiteres wesentliches Ergebnis ist die nachhaltige Verankerung einer neuen Teamkultur. Das gestärkte Vertrauen innerhalb des Teams fördert eine offene Kommunikation und ermöglicht eine lösungsorientierte Arbeitsweise. Missverständnisse und Konflikte werden frühzeitig erkannt und konstruktiv gelöst. Zudem haben die festgelegten Meilensteine und die strategische Ausrichtung für 2025 klare Handlungsrichtlinien geschaffen, sodass das Team fokussiert auf gemeinsame Ziele hinarbeiten kann.

Darüber hinaus entwickelten wir eine langfristige Vision für das Produktmanagement, die sowohl operative als auch strategische Aspekte berücksichtigt. Die Integration des Teams in übergreifende Unternehmensprozesse wurde verbessert, wodurch Synergien mit anderen Abteilungen gezielt genutzt werden können. Durch die detaillierte Planung von Projekten und Aufgaben für 2025 ist sichergestellt, dass das Produktmanagement-Team eine zentrale Rolle in der Unternehmensstrategie einnimmt und aktiv zur Wertschöpfung beiträgt.

Möchten auch Sie  
Ihr Team gezielt  
weiterentwickeln?

### ADRESSE

22ahead GmbH  
Weingartenstraße 29  
93053 Regensburg

### KONTAKT

+49 941 630 41 553  
info@22ahead.de  
22ahead.de



Erstgespräch  
vereinbaren

Zur Neuausrichtung unseres  
Produktmanagements haben wir  
wichtige Zieleworkshops durchgeführt.

Dazu wurden drei Fachbereiche  
neu organisiert, verständliche Ziele  
erarbeitet und Abläufe definiert.

Mithilfe der methodischen Vorgehensweise,  
der fachkundigen Moderation sowie  
Dokumentation konnten wir in kürzester Zeit  
viel erarbeiten und blicken auf zwei  
erfolgreiche Workshops zurück.

---

Geschäftsführer  
Einkauf