

Warum Product Management & Business Development die Wachstumstreiber Ihres Unternehmens sind

Ein Executive Guide von productmanager.ch

1. Executive Summary

„Wachstum passiert nicht einfach – es wird gemacht. Von Unternehmen, die Product Management und Business Development ernst nehmen.“

Viele Unternehmen investieren in Technologie, Marketing und Prozesse – und wundern sich, warum das Wachstum dennoch stagniert. Der Grund liegt selten im Markt, sondern in Strukturen: Product Management (PM) und Business Development (BD) sind häufig nicht klar genug verankert oder zu wenig mit anderen Schlüsselbereichen verbunden.

Fakten, die überzeugen:

- Nur **25 %** der Unternehmen wenden bewährte Praktiken im Produktmanagement konsequent an – drei von vier haben erheblichen Nachholbedarf. McKinsey (2023) [1]
- Unternehmen mit ausgereiftem Produktmanagement verkürzen Entwicklungszyklen deutlich häufiger (**45 % vs 34 %**) und erreichen schnelleres Umsatzwachstum (**49 % vs 36 %**). Forrester (2022) [2]
- Unternehmen, die ihr **Preismanagement aktiv steuern**, steigern ihre operative **Gewinnmarge** typischerweise um **2 – 6 Prozentpunkte** innerhalb eines Jahres. Bain & Company (2021) [3]
- **High-Growth-Unternehmen wachsen viermal schneller und sind 30 % profitabler als ihre Wettbewerber**. Hinge Research (2025) [4]
- **35 % aller Start-ups scheitern, weil es für ihr Produkt keinen Marktbedarf gibt**. CB Insights (2021) [5]

Drei von vier Unternehmen arbeiten also ohne klaren PM-Prozess – und verschenken damit messbares Wachstum.

Diese Zahlen zeigen: Wachstum entsteht nicht allein im Vertrieb oder Marketing – sondern dort, wo PM und BD gemeinsam mit Marketing, Sales und Operations Strategie in Wirkung übersetzen. Erst das Zusammenspiel dieser Bereiche verwandelt Ideen in Ergebnisse.

productmanager.ch unterstützt Unternehmen dabei, genau diese Verbindung zu schaffen – pragmatisch, strukturiert und ergebnisorientiert.

2. Warum PM & BD entscheidend sind

Product Management übersetzt Unternehmensziele in konkrete Roadmaps, priorisierte Initiativen und messbare Ergebnisse. Business Development sorgt dafür, dass diese Produkte im Markt skaliert werden – durch neue Segmente, Partnerschaften und Geschäftsmodelle.

Holistische Sichtweise auf PM & BD

Bei productmanager.ch vertreten wir eine ganzheitliche Sichtweise auf Product Management und Business Development.

Allzu oft wird PM reduziert auf das Managen von Features oder Roadmaps. Für uns ist ein Product Manager jedoch weit mehr: Er oder sie trägt unternehmerische Verantwortung. Ganzheitliches PM bedeutet, den gesamten betriebswirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens mitzugestalten. Entscheidend dafür ist die Kundenzentrität: Ein Product Manager muss den Kunden multidimensional verstehen – nicht nur die heutigen Kunden und ihre Bedürfnisse, sondern auch die zukünftigen Kunden, Märkte und Anforderungen, die erst entstehen. Nur durch diese Kundenzentrität wird er befähigt, die richtigen Produkte von morgen zu entwickeln – Produkte, die echten Kundennutzen stiften und auf reale Marktbedürfnisse treffen. Innovation entsteht hier nicht als Selbstzweck, sondern als Antwort auf valide, zukünftige Kundenbedürfnisse. Kundenzentrität ist somit der Schlüssel für nachhaltiges Innovationsmanagement.

Hier findet der Schulterschluss zum Business Development statt. Auch BD wird oft missverstanden – reduziert auf besseren Vertrieb oder Sales-Strategie. Wir sehen es anders: Business Development heisst, das Geschäft umfassend weiterzuentwickeln – nach aussen durch Markt- und Partnerstrategien, Merger & Acquisition (M&A) sowie neue Geschäftsmodelle, aber ebenso nach innen durch Innovationsmanagement, Prozessoptimierung und Zusammenarbeit über Abteilungsgrenzen hinweg.

Diese beiden Disziplinen sind eng miteinander verknüpft:

- **PM liefert tiefes Kundenverständnis und die Übersetzung in Produkte.**
- **BD identifiziert neue Märkte, Zielgruppen und Wachstumschancen.**

Nur wenn beide in dieser holistischen, strategischen Form zusammenspielen, entsteht nachhaltiges Wachstum. PM und BD sind keine Nebendisziplinen, sondern zentrale Verantwortungsträger für den Unternehmenserfolg. **Wo diese Rollen fehlen oder isoliert agieren, entstehen Leerlauf, Doppelarbeit und langsame Entscheidungen.**

Besseres Kundenverständnis = weniger Fehlinvestitionen (CB Insights [5])

Strukturiertes PM = schnellere Innovation (Forrester [2])

Aktives Preismanagement = höherer EBIT (Bain [3])

Wer nicht gezielt in die Professionalisierung von PM investiert, verliert Wachstumschancen an Wettbewerber mit ausgereifter PM-Organisation. Wachstum ist kein Zufallsprodukt!

3. Ihr Nutzen

Mit einem klaren Fokus auf PM & BD gewinnt Ihr Unternehmen:

- Mehr Umsatz – schnellere Marktdurchdringung, bessere Segmentierung, neue Wachstumsfelder.
- Niedrigere Kosten – weniger Fehlinvestitionen, klarere Prioritäten.
- Höhere Margen – durchdachte Pricing- und Geschäftsmodelle.
- Nachhaltigkeit – Wissenstransfer und Methoden, die Ihrem Team langfristig helfen.

Unsere Kernkompetenz

Bei productmanager.ch vereinen wir über zehn Jahre Erfahrung im Produktmanagement mit breiter Expertise im Business Development. Wir kennen beide Seiten: die operative Realität in Unternehmen und die strategische Perspektive der Geschäftsentwicklung. Diese Kombination macht uns zu einem starken Partner, wenn es darum geht, Wachstum ganzheitlich zu gestalten.

Einladung an Sie

Wenn Sie Ihr Wachstum gezielt steuern und nicht dem Zufall überlassen wollen – sprechen wir darüber. Unser Ansatz ist pragmatisch: zuhören, verstehen, analysieren – und dann mit Ihnen Massnahmen entwickeln, die Wirkung zeigen.

Besonders profitieren davon **kleine und mittlere Unternehmen sowie Firmen mit kleinen Produktmanagement-Teams oder ganz ohne eigene PM-Funktion**. Dort fehlt häufig die Kapazität, um Produktmanagement und Business Development professionell aufzubauen – genau hier setzen wir an. Auch Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer, die diese Themen bisher selbst verantworten mussten, erhalten durch uns **punktueller, praxisnahe Unterstützung** und Klarheit für die nächsten Schritte.

Entscheidend ist für uns ein roter Faden von der Strategie bis zur Umsetzung: Geschäftsstrategie, Business Development und Product Management greifen ineinander und entfalten ihre Wirkung nicht isoliert, sondern als Gesamtsystem.

Als externe Partner bringen wir eine unverstellte Sichtweise ein – frei von Betriebsblindheit – und liefern Inputs, die intern oft verborgen bleiben. Gleichzeitig sehen wir unsere Aufgabe nicht darin, „Papier zu produzieren“, sondern Ihr Unternehmen zu befähigen: mit konkreten Takeaways, Methoden und Strukturen, die nachhaltig wirken.

So stellen wir sicher, dass die gemeinsam erarbeiteten Ergebnisse auch nach unserer Zusammenarbeit Bestand haben – und Ihr Unternehmen langfristig erfolgreicher machen.

Wir befähigen Ihr Unternehmen nachhaltig – statt kurzfristiger Lösungen schaffen wir Strukturen, die Bestand haben.



Clarity. Strategy. Growth.

productmanager.ch

Quellen

[1] McKinsey (2023): The Download on Product Management –

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/week-in-charts/the-download-on-product-management>

[2] Forrester Consulting (2022): The Business Impact of Investing in Product Management –

<https://www.productboard.com/wp-content/uploads/2022/11/2022-Forrester-Consulting-Study-TLP.pdf>

[3] Bain & Company (2021): Pricing as a Growth Lever –

<https://www.bain.com/insights/pricing-as-a-growth-lever/>

[4] Hinge Research Institute (2025): High-Growth Study – Executive Summary –

<https://hingemarketing.com/library/article/high-growth-study-2025-executive-summary>

[5] CB Insights (2021): The Top 12 Reasons Startups Fail –

<https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>