

Product Management 4.0 Strategietag, Zürich, 25. März 2025

- 08:45 - 09:00 Begrüssung durchn den Vorsitzenden Prof. Dr. Rainer Fuchs, ZHAW
- 09:00 - 09:30 **AI im Product Management**
- AI-Mehrwerte in Produkten
- AI im Marketing
- Auswirkungen auf Geschäftsmodelle
- AI in den PM-Prozessen
Prof. Dr. Rainer Fuchs, Leiter MAS Product Management, ZHAW
- 09:30 - 10:00 **Predictive Analytics: Die Produktportfolios von morgen schon heute gestalten**
- Consumer Insights entschlüsseln: Wie Predictive Analytics verborgene Muster im Konsumverhalten aufdeckt
- Feature-Priorisierung: Die wirkungsvollsten Produktmerkmale anhand prädiktiver Daten identifizieren und priorisieren
- Marktpositionierung verbessern: Markttrends frühzeitig erkennen und der Konkurrenz einen Schritt voraus sein
- Risiken minimieren: Produktflops durch präzise Prognosen und Szenarioanalysen vermeiden
- Zukünftigen Produkterfolg vorherzusagen und Innovationen gezielt steuern
Jan Eilers, Senior Project Manager & Dr. Markus Stoffel, Principal, Horváth & Partner
- 10:00 - 10:30 **Erfahrungsbericht: Digitale Servitization im B2B Mobile Commerce**
- Optimierung der Customer Journey durch mobile Lösungen
- Use Case EM.App: Features, die den Kundennutzen deutlich steigern
- Herausforderungen bei der Implementierung
- Produktvorschläge durch AI
Pascal Willi, Leiter Digital & Marketing, Elektro-Material AG
- 10:30 -11:00 **Customer Centricity auf dem Papier – CEO Fokus in der Realität. Erfolgsrezepte für den alltäglichen PM-Wahnsinn**
- Diskrepanz zwischen theoretischen Anforderungen und praktischen Realitäten im Product Management
- Wie kann PM unter aktuellen Rahmenbedingungen wie Budgetkürzungen, Fokussierung auf das Kerngeschäft und kurzfristigem Umsatzdruck erfolgreich sein?
- Konkrete Praxisbeispiele und bewährte Strategien für erfolgreiche Kundenorientierung trotz wirtschaftlicher Zwänge
- Tipps und Tricks aus der eigenen Erfahrung, um den Markterfolg durch konsequenten Kundenfokus auch kurzfristig zu steigern
Beat Walther, CEO & Yann Wermuth, Partner Vendbridge AG
- 11:00 - 11:45 **Networking-Gespräche und Kaffeepause**
- 11:45 - 12:15 **Nachhaltigkeit im Produktmanagement – das Ende des Wachstums?**
- Nachhaltigkeit als strategischer Erfolgsfaktor, Kostenblock oder Hygienefaktor
- Relevanz für Unternehmen in den Bereichen Nachfrage, Marktangebot und Regulation
- Die Macht der kleinen Schritte – Herausforderungen und Möglichkeiten im Produktmanagements
Catherine Walter, Consultant & Dennis Flad, Partner t'charta AG
- 12:15 - 12:45 **Co-Creation mit dem Kunden mittels Job-To-Be-Done-Methode**
- Zuverlässig ermitteln, was die Kunden wirklich brauchen
- Weiterentwicklung bestehender Produkte
- Entwicklung neuer Produkte
- Befragungsmethoden und Auswertungen
- Fallbeispiele aus verschiedenen Branchen
Martin Pattera, CEO, Myles Strategy Consulting
- 12:45 - 13:45 **Lunch Buffet im Restaurant**

13:45 - 14:15 PRODUKTVISUALISIERUNGEN BEI HOHER VARIANTENVIELFALT

Die manuelle Bilderstellung ist mit steigender Variantenvielfalt sehr aufwendig. Mittels moderner Verfahren können heute fotorealistische Produktvisualisierungen in Echtzeit und automatisiert erstellt werden. Damit können 3D-Geometrien vielseitig über den gesamten Produktlebenszyklus genutzt werden.

14:15 - 14:20 Kurze Pause

	<p>Forum 1: Digitale Innovation/Mehrwerte</p>	<p>Forum 2: WORKSHOP: VON INTELLIGENZ ZU AKTION: KI-GESTÜTZTE ANWENDUNGSFÄLLE IM PRODUKTMANAGEMENT</p>
<p>14:20 - 15:00</p>	<p>Digitale Geschäftsmodell- und AI-Produktinnovation aus dem traditionellen Kerngeschäft heraus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vom Metallverarbeiter in der Automotive-Branche zum Softwareanbieter - Motivation: Keine Lösung am Markt für ein bedeutendes bestehendes Problem in der Automotive-Lieferkette - VC Finanzierung - Metall-Welt vs Softwarewelt: Unterschiedliche Kulturen überbrücken - Use Case Plock Control: Digitale Zwillinge für jedes einzelne Bauteil - Rückverfolgbarkeit und AI-basierte Fehlerprognosen - Produktisierung und Marketing <p>Sven Porepp, CEO, Plock Metallwerke</p>	<p>In diesem praxisorientierten Workshop werden wir konkrete KI-Anwendungen im Produktmanagement untersuchen und den Teilnehmern umsetzbare Erkenntnisse sowie praxisnahe Beispiele vermitteln.</p> <ul style="list-style-type: none"> • KI in der Marktanalyse: Gemeinsam erarbeiten wir, wie sich zentrale Erkenntnisse über Lieferanten, Wettbewerber und Kunden gewinnen lassen und dabei entscheidende Branchentrends identifiziert werden. • Intelligentes Portfoliomanagement: Verstehen und diskutieren Sie, wie KI-gestützte Prognosen dabei helfen können, Ihr Produktportfolio auszubalancieren und die Ressourcenallokation zu optimieren. • Praxisnahe Fallstudien & Beispiele: Erleben Sie den Einsatz von KI anhand überzeugender Anwendungsfälle. • Interaktive Diskussionen: Tauschen Sie sich mit Branchenexperten über Herausforderungen, bewährte Verfahren und zukünftige Chancen im KI-gestützten Produktmanagement aus. <p>Maximilian Radlmair/Andreas Renker, Horváth</p>
<p>15:00 - 15:30</p>	<p>Forum 1: Aktuelle Herausforderungen im Digital Marketing</p> <p>Medienprodukte unter Druck zwischen Google und EU</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wie die Digitalisierung Medienprodukte und Geschäftsmodelle radikal verändert hat und immer noch verändert - Neue Produkte und Geschäftsmodelle - Was daraus für die Organisation und die Managementmodelle folgt - Überregulierung in Europa - Die Macht der grossen Plattformen und wie man sie mittelfristig besiegen kann <p>Ulf Heyden, Ex Director New Business, Burda, CEO heyden.net</p>	<p>Forum 2: Nachhaltige Transformation</p> <p>Herausforderungen der grünen Transformation in Markt- und Produktperspektive</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spannungsfeld EU Regulatorik vs globale Marktrealität in der Aluminiumbranche (Konkurrenz z.B. aus China oder Türkei bei unklarer Auditierung) - Grünes Aluminium hat keine Vorteile ausser den wesentlich besseren CO2 Footprint - Die aktuelle Übergangsphase ist extrem schwierig - Vermeintlichen Nachteil in USP verwandeln: Entwicklung einer neuer grünen Marke - Auch unsere Kunden werden reguliert, aber das hilft nur bedingt - Wie man interne Stakeholder trotzdem überzeugen kann <p>Christoph Brezansky, Director Business Development & Marketing, Alu Menziken</p>

Forum 1: Digitale Innovation/Mehrwerte **Forum 2: PM als Managementmodell**

15:30 - 16:00

How Radical R&D Transformation Transformed The Whole Business

- Understanding after-covid market shifts
- Transition to connected products enabling new business models
- Strategic choices across the organization
- Strategic narratives aligning the organization
- Shift to "Core Teams" with decision power, challenges, and outcomes sped up progress
- Automotive industry as a benchmark
- Technology shift for mass production
- Managing supply chain impacts
- In-sourcing software development: balancing external vs integrated resources.
- Using VR in R&D to speed up time-to-market
- Integrating digital solutions into physical products for customer data and business opportunities
- Usability, sustainability, and innovation: reducing CO2, driving 78 innovations, and disrupting the market with a new product
- Case studies: actual results

Timo Inkinen, Head of Product, Framery Acoustics

Adapting Product Management Principles Beyond Traditional Boundaries: Lessons from IT and Infrastructure

- Contextualizing Product Management for Non-Software Services: Insights from applying PM principles to IT infrastructure and service management within the ITIL framework
- Driving Organizational Transformation: Structuring and implementing Product Management practices in IT infrastructure teams and validating approaches with consulting experts
- Integrating Acquired Companies with PM Practices: Leveraging Product Management principles to balance compliance, cybersecurity, and business growth during M&A integrations
- AI in Product Management: A pragmatic perspective on the role of AI, emphasizing data and facts over mere opinions for decision-making

Luiz de Oliveira, Chief Product Owner - IT Strategic Projects Hilti Group

16:00 - 16:30

Networking-Gespräche und Kaffeepause

16:30 - 17:00

Product Ops: Die Brücke zwischen Kultur, Mindset und Führung

- Die Rolle von Product Ops im Unternehmen: Warum Product Ops der Schlüssel zu effizienteren Prozessen und besseren Ergebnissen ist
- Kulturelle Grundlagen: Product Mindset und Product Culture – Wie eine produktzentrierte Denkweise und Kultur den Erfolg von Product Ops fördern
- Verzahnung mit Product Leadership: Wie Product Leadership die Richtung vorgibt und Product Ops dabei unterstützt, Teams auf Kurs zu halten
- Tools und Prozesse optimieren: Welche Werkzeuge und Strategien Product Ops einsetzt, um Effizienz und Zusammenarbeit zu steigern
- Ein ganzheitlicher Ansatz: Warum Product Ops nicht isoliert funktioniert, sondern von einem starken kulturellen und strategischen Fundament getragen wird

Marcel Semmler, Managing Director Digital, Bauer Media Group

17:00 - 17:30

Ganzheitliches Product Management in der VUCA Welt

- PM in einer sich sehr schnell wandelnden VUCA Welt – ein ganzheitlicher Blick auf operative und strategische PM Aufgaben aus meiner Praxis
- Transformation zu CO2-neutralen Technologien - was bedeutet das für mich als PM?
- Welche Skills und welches Set-up werden heute in PM Teams benötigt?

Michael Finkbeiner, Senior Expert PMO CSRD and Digital PM-Tools Rolls Royce Power Systems

17:30

Abschlussdiskussion und Verabschiedung



Cintona Ltd.
Hauptstrasse 14 A
CH-8280 Kreuzlingen
+41 78 334 26 66
info@cintona.com
www.cintona.com



ZHAW School of Management and Law
Fachstelle Product Management / Prof. Dr. Rainer Fuchs
Theaterstrasse 17
CH-8400 Winterthur
+41 58 934 70 56
rainer.fuchs@zhaw.ch