

Nachgefragt

bei Ralph Ch. Hübner, Suberg Strategy Consultants, München

Die „Online-Personal-Politik“ wird zum Erfolgsfaktor



Foto: Suberg

Wer sich mit der Frage der Auswirkungen der Digitalisierung beschäftigt, landet fast automatisch bei der spannenden Frage, wer eigentlich die Verantwortung für die individuelle Strategie und deren Umsetzung tragen sollte?

E-Commerce ist Chef-Sache

Selbstverständlich ist das Thema E-Commerce inzwischen Chef-Sache (oder sollte es zumindest sein). Die Chef-Etage ist jedoch erfahrungsgemäß bereits gut ausgelastet und kann höchstens den Rahmen setzen und Entscheidungen fällen. Ergo muss es noch zusätzliche fähige und motivierte Mitarbeiter geben, die die Initiativen intern voranbringen und umsetzen.

Inwieweit es auf Top-Management-Ebene gravierende Wissenslücken und Verzögerungseffekte gibt, soll an dieser Stelle nicht vertieft werden. Die steigende Anzahl der „Silicon-Valley-Ausflüge“ des deutschen Managements spricht jedoch für eine wachsende Auseinandersetzung mit dem Thema.

Um die Online-Puzzle-Steine dann aber ins Rollen zu bringen, ist es ebenso wichtig, in den Kernfunktionen über die entsprechende Kompetenz zu verfügen. Schließlich gilt es gerade im schnellen daily business des E-Commerce, reaktionsfähig zu sein. Im Online-Marketing und E-Commerce müssen Entscheidung und Handlung oftmals binnen Stunden erfolgen. Die eingebundenen Dienstleister und Agenturen benötigen kompetente Ansprechpartner, die deren Sprache ver-

stehen. Aber genau hier lässt sich heute ein gefährlicher Engpass feststellen. Marketing und Vertrieb der alten Schule tun sich unverändert schwer mit den neuen Themen. Somit wird oft kostspielig aneinander vorbeigeredet. Meist ist das Ergebnis, dass die „Agenturleistung von der Stange“ nicht wirklich zündet und der Misserfolg für Verärgerung auf beiden Seiten sorgt. Viele Unternehmen haben sich deshalb in letzter Zeit auf die Suche nach qualifiziertem Personal gemacht. Leider tun das nun sehr viele Branchen und Unternehmen zur gleichen Zeit.

Für die DIY-Branche kulminieren hier zwei Aspekte: Die wenigen qualifizierten Kräfte können sich den Job derzeit frei aussuchen, was wiederum die Gehaltsforderungen in Dimensionen treibt, die nicht immer in bestehende DIY-Gehaltsgefüge passen. Zudem steht die DIY-Branche im Wettbewerb mit anderen, vermeintlich attraktiveren Branchen. Hinzu kommt, dass viele online-Experten auch nicht gerade davon träumen, aus Berlin oder München in die Pampa zu ziehen.

Digital Assessment starten

Da „nichts tun“ keine Alternative ist, muss hier mit einer individuellen Mischung aus Kreativität und Konsequenz herangegangen werden. Es gilt, zuerst intern nach geeigneten und motivierten Mitarbeitern zu suchen (Digital Assessment) sowie diesen auch echte Projektverantwortung und professionelle Fortbildungen zu gewähren, d. h. jenseits von IHK und Volkshochschu-

le. Für die Blutauffrischung kann man sich zudem einiger Personalagenturen bedienen, die sich auf den Digital-Bereich spezialisiert haben. „Einschlägige DIY-Erfahrung“ ist bei der Personalauswahl dann sicherlich nicht das wichtigste Entscheidungskriterium – im Gegenteil: es spricht vieles dafür, hier Kompetenz aus anderen Branchen zu rekrutieren.

Coaching sinnvoll

Für das Top-Management gibt es somit heute zwei Aufgaben, die gleich relevant sind. Den richtigen strategischen Umgang mit den Themen erarbeiten und das richtige Personal für die interne Verankerung finden. Bei beiden Themen ist es mehr als eine zu prüfende Option, sich externer Unterstützung zu bedienen. Dabei ist es zweitrangig, ob diese „Beratung“ nun in Form von Coaching, Interim-Management, Personalberatung oder klassischem Consulting erfolgt. Externe Unterstützung war wohl selten so sinnvoll und notwendig wie bei der Bearbeitung des „Neulands Internet“, wie unsere Kanzlerin vor kurzem noch zum Besten gab. ■

Der Autor

Suberg Strategy Consultants (SSC) ist als Unternehmensberatung auf Wachstumsprojekte in den Bereichen Strategie, Marketing und Vertrieb spezialisiert. Ralph Hübner ist SSC-Partner und Experte für Online- und Digitalisierungsthemen.