

Herausforderung Digitale Transformation

Branchenkenntnis hilft nicht mehr weiter

Dr. Willms Buhse

■ „Jede Branche hat ihre eigenen Gesetze. Die sind dem Internet aber echt egal.“ – so der Anfang eines meiner Workshops mit einem Vorstand eines DAX-Unternehmens. Die Realität sieht anders aus. Während deutsche Start-ups heute noch stolz darauf sind für die Daimlers und Telekoms arbeiten zu dürfen, zielen Start-ups in den USA darauf, Großunternehmen zu ersetzen. Und brechen bewusst mit Branchenregeln.

Mythos Branchenkenntnis

„Branchenkenntnis, Branchenkenntnis und noch mal Branchenkenntnis.“ Dies war die eindeutige Antwort eines Personalberaters auf die Frage, welche Fähigkeiten von seinen Kunden am meisten nachgefragt werden. Neueinsteiger mit Branchenkenntnis benötigen kaum Einarbeitungszeit und sind vom ersten Tag an produktiv. Daneben bringen sie eventuell noch Kunden und Best Practices der Konkurrenz ins Unternehmen. Doch die digitale Transformation stellt Unternehmen vor Herausforderungen, bei denen Branchenkenntnis nicht mehr weiterhilft.

Die digitale Transformation verändert Märkte und Branchengrenzen

In den letzten Jahren hat die digitale Transformation Branchengrenzen verschwimmen lassen. Wer hätte vor wenigen Jahren vermutet, dass Facebook der Bankenbranche Konkurrenz machen will oder wie disruptiv sich Amazon im Handelswesen verhalten würde. Unternehmen, die sich an die digitale Transformation herantrauen, können viel gewinnen: verbesserte Interaktion mit Kunden, Prozessoptimierungen oder angepasste



Geschäftsmodelle, die bisherige Marktgesetze aushebeln. Dies betrifft nicht nur vielversprechende Startups wie MyTaxi oder Uber, die aktuell der Taxibranche einiges an Kopfzerbrechen bereiten. Beide Unternehmen wurden übrigens von Branchenfremden gegründet. Auch Traditionsfirmen haben sich des digitalen Wandels angenommen. Wie beispielsweise Nike. Dem Sportartikelhersteller ist es dank Kombination von persönlichem Schuhdesign, Produkten zum Ergebnistracking und Social Media gelungen, das Sport- und Markenerlebnis über unterschiedliche Kanäle zu transportieren.

Anstatt vom direkten Wettbewerber abzuschauen, sollten Unternehmen sich an den digitalen Vorreitern orientieren. Ob Google mit seinem

Ansatz für Mitarbeitermotivation und -partizipation oder ob Netflix, welches mit seinem Rapid Recovery Konzept sehr schnell aus Fehlern lernen kann, anstelle sie zu vermeiden, beides sind Erfolgsrezepte aus dem Silicon Valley, die jenseits von Branchengrenzen an Einfluss gewinnen.

Überholen, nicht hinterherrennen

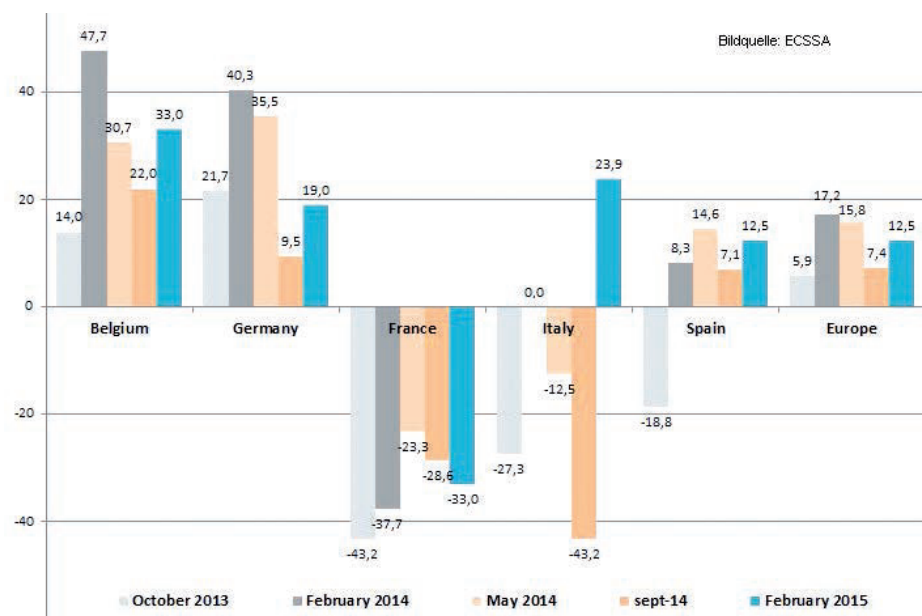
Aus diesem Grund ist es bedenklich, wenn Unternehmen sich immer noch auf Know-how aus der eigenen Branche verlassen und sich Führungskräfte am besten vom direkten Wettbewerber wünschen. Denn wer sich am Branchennachbarn orientiert, kann nur hinterherrennen, anstatt zu überholen.

Branchenkenntnis gibt es ausreichend im Unternehmen. Ganz neue Impulse und Perspektiven zur digitalen Transformation bieten daher Fachleute, die diesen Wandel schon bei ihrem ehemaligen Arbeitgeber mitgestaltet haben. Und da ist es nebensächlich, ob diese aus der Automobil- oder Modebranche kommen.



Dr. Willms Buhse ist CEO von doubleYUU und Experte für Digital Leadership

Europäischer Geschäftsklimaindex: Überwiegend freundliche Tendenzen



■ Die Stimmung im europäischen Personalberatungsmarkt hebt sich. Das zeigt der europäische Geschäftsklimaindex, den die European Confederation of Search and Selection Associations (ECSSA) drei Mal im Jahr veröffentlicht. Der aktuelle Wert des Geschäftsklimas ist von 7.4 im September 2014 auf +12.5 im Februar 2015 gestiegen.

Bezogen auf die einzelnen Länder blicken belgische (+33) und deutsche (+19) Personalberater optimistisch in ihre Zukunft. Belgien rückt dabei auf Platz eins vor Deutschland. Positiv bewertet werden die Geschäftsaussichten auch in Italien, wo der Wert deutlich von -43.2 auf 23.9 nach oben springt. Ebenfalls eine geschäftsfreundliche Entwicklung erwarten spanische Personalberater (von 7.1 auf 12.5). Nur in Frankreich rechnen die Personalberatungen mit weiterhin trüben Geschäftsaussichten. (-33).