

Auf ein Wort

Platzhirsche blockieren die Zukunft



Michael Dömer, Unternehmensberater

Der Nebel lichtet sich. Im Multichannel wird Print auch in Zukunft eine maßgebliche Bedeutung haben. Die Beilage boomt. Der VDZ meldet ein Allzeithoch an neuen Zeitschriftentiteln und der totgesagte Katalog erfreut sich als Premium-Produkt einer Wiedergeburt – interessanterweise insbesondere aus dem Markt der Pure-Onliner. Doch Vorsicht! Unter dem Nebel zeigt sich, dass sich die Anforderungen an Print gewaltig verändern! Fast alle Probleme

entstehen, weil man den Anpassungsprozess unterschätzt hat. Die Positionierung des Unternehmens im Markt ist 2013 zentrale unternehmerische Aufgabe. Es gibt viele, die sich den Anforderungen stellen. Es scheitert an fehlender Konsequenz. Jeder Unternehmensbereich gehört auf den Prüfstand. An dieser Stelle möchte ich die dringliche Aufgabe herausheben, ohne deren Lösung es keine Erfolge gibt: Personalentwicklung. Neben dem demographischen Problem, das die Druckindustrie aufgrund des Negativimages besonders belasten wird, muss das Team ein anderes Profil bekommen, um vom Markt akzeptiert zu werden. Stellen Sie sich vor, wie ein

junger „Power-Onliner“ Ihres Kunden ein Gespräch auf Augenhöhe mit Ihrem Sachbearbeiter oder Außendienstler führt. Da reden zwei Welten miteinander. Wenn das Lippenbekenntnis stimmt, dass die Mitarbeiter das wichtigste Gut sind, warum wird so wenig in deren Zukunft investiert? Die Verkaufsmitarbeiter müssen nicht auf Seminare, wie man dem Preisdruck standhält. Sie müssen in die Welt, um zu lernen, was da abgeht – zu den Events ihrer Kunden, zu Kreativitäts-Workshops mit anderen Branchen. Wo ist der nächste Kongress der Onliner? Was ist los bei Zalando und Co.? Wie denken die? Wer wirklich Partner für Kunden der Zukunft bleiben will, der braucht Mitarbeiter, die deren Welt und Anforderungen wirklich verstehen. In die Unternehmen muss Bewegung kommen – wirkliche Bewegung und Begeisterung für die neue Welt. Die klassischen „Platzhirsche“ blockieren die High Potentials. Die Unternehmensleitungen müssen Neugier fördern, statt Abwehrstrategien zu entwerfen. Personalmanagement ist dabei Chefaufgabe.

Schreiben Sie uns Ihre Meinung!

**Druck&Medien, Weidestraße 122a, 22083 Hamburg
Mail: red.druck-medien@haymarket.de, Fax: 040-69 206-333**

Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe gekürzt abzdrukken.