

Beruf & Erfolg



ARBEITSKULTUR BERUFSEINSTEIGER VERLANGEN JUNGE TECHNOLOGIEN

Sich zu vernetzen macht schlauer

Krise?
Nutzen Sie die Gelegenheit!

Auch wenn die Krise hierzulande noch nicht so krass zu erleben ist wie in manch anderen Ländern, eine gewisse Verunsicherung lässt sich nicht abstreiten. Und wie immer in solchen Situationen treten zwei Typen von Menschen in den Vordergrund: die Panikmacher und die Besserwisser.

Panikmacher überbieten sich in Prophezeiungen vom nahenden Ende: Wir sind erst am Anfang, die wahre Krise kommt noch, das Ganze wird noch viele Jahre seine Auswirkungen haben, wenn erst einmal Großunternehmen wie Arcandor pleite sind und so weiter. Die Besserwisser haben es sowieso schon immer geahnt, und keiner hat auf sie gehört. Sie wissen auch genau, was zu tun ist. Mehr Werbung machen, mehr konsumieren, antizyklisch investieren, obwohl die Firma aus dem letzten Loch pfeift. Jetzt Leute einstellen, damit man am Ende der Krise gut aufgestellt ist. Das sagt sich leicht. Doch wenn schon die „Profis“ widersprüchliche Rezepte haben, wie man am besten durch die Krise kommt, wie soll man dann als „normaler“ Angestellter damit umgehen?

Der verunsicherte Mitarbeiter macht in dieser Situation das Nachelegende. Abtauchen, die Füße stillhalten, nicht auffallen, vielleicht geht dann der Kelch von Kurzarbeit oder einer möglichen Entlassung an ihm vorüber. Ich



Leiterin der internen Kommunikation bei Otto. Dort wie auch in den internen Foren können alle Mitarbeiter als Autor agieren. „Wir schauen zwar, was thematisch passiert, aber wir regulieren die Foren nicht. Das führt dazu, dass sich auch Querdenker eher trauen, ihre Ansichten einzubringen. Das hilft uns, das Wissen des gesamten Unternehmens Otto anzuzapfen“, berichtet Neuhaus.

Diese Entwicklung konfrontiert allerdings auch die Führungsetagen mit neuen Herausforderungen. Manager müssen anders führen, wenn Mitarbeiter selbstorganisierter arbeiten können. Führung über Informationsvorsprung und Macht funktioniert dann nicht mehr. Unternehmenslenker sind in diesem Umfeld als Impulsgeber und Vorbilder gefordert, die den Rahmen selbstorganisierter Arbeit definieren.

Neben die Hierarchie tritt die vernetzte Organisation. Die neue Aufgabe der Führungskräfte heißt, diese beiden Welten parallel zu managen. „Tatsache ist, durch Enterprise 2.0 ändert sich der Führungsstil“, weiß Willms Buhse aus der Praxis zu berichten. „Da braucht das Top- und Mittelmanagement häufig Unterstützung. Aus meiner Perspektive ist die Technologie nicht Kern von Enterprise 2.0. Sie ist Mittel zum Zweck. Die wirklichen Effekte erzielt man erst mit einer guten Begleitung, Organisationsentwicklung, Unternehmenskultur und Führung“, stellt er fest.

Unter dem kulturellen Aspekt passt Enterprise 2.0 nach Meinung von Fachleuten übrigens ausgezeichnet zu deutschen Unternehmen. Das nicht nur, weil neben der englischen die deutsche Wikipedia-Fassung die mit Abstand wichtigste ist. Wir gelten im internationalen Vergleich als gut ausgebildet, insgesamt eher akademisch geprägt, denken und diskutieren gerne. Südeuropäische oder asiatische Unternehmen sind häufiger viel hierarchischer geprägt. Die angelsächsische Geschäftswelt ist kurzfristiger orientiert.

Anders als bei den vielen kleinen und großen IT-Revolutionen in der Vergangenheit hält sich der technisch bedingte Lernaufwand bei Internet-technologie im Unternehmens-einsatz in Grenzen. „Jeder, der Google oder Ebay benutzen kann, sollte mit einer ordentlich implementierten Enterprise-2.0-Anwendung keine Probleme haben“, kommentiert Dr. Buhse.

Und auch der Accenture Berater Tönnis von Donop gibt Entwarnung: „Die meisten Enterprise-2.0-Anwendungen sind einfacher zu benutzen als so manches in die Jahre gekommene E-Mail-Programm. Ältere Arbeitnehmer brauchen also beileibe keine Scheu vor ihnen zu haben.“

Verschwendetes Wissen: Unternehmen könnten im Online-Bereich einiges von ihrem internetfreudigen Nachwuchs lernen.

Andreas Matz

„Früher gab es die neueste IT-Technik am Arbeitsplatz. Heute laufen die meisten Firmen der Entwicklung hinterher.“ sagt Tönnis von Donop, Technologieberater bei Accenture. Doch insbesondere von den Berufseinsteigern geht ein hoher Innovationsdruck aus. Mit Handy, StudiVZ und Facebook quasi aufgewachsen, wollen die jungen Leute auch am Arbeitsplatz nicht darauf verzichten. Neueste Technologie und State-of-the-Art-Equipment gehören für zwei Drittel von ihnen zu den Entscheidungskriterien bei der Wahl des Arbeitgebers.

Mindestens jeder Dritte unter 32 nutzt Instant Messaging und Social-Network-Plattformen wie Xing oder LinkedIn auch im Beruf. Jeder zweite davon tut es ohne Wissen seines Arbeitgebers. „Die Millennials, wie wir sie nennen, wol-

len sich nicht vorschreiben lassen, womit sie zu arbeiten haben“, führt von Donop aus. „Sie bringen die Technologie ins Unternehmen mit, die sie auch privat überzeugt.“

Doch die Internetgeneration bringt mehr mit als nur Technologieerfahrung. In seinem neuesten Buch „Wenn Anzugträger auf Kapuzenpullis treffen“ rät Dr. Willms Buhse Führungskräften, die jungen Leute genau unter die Lupe zu nehmen. Von ihrer Attitüde der hierarchiefreien Kommunikation und erfolgreichen Selbstorganisation à la Internet könne man viel lernen.

Buhse erzählt die Geschichte von Phil, einem englischen Vertriebler, der für das Hamburger Softwarehaus CoreMedia in Moskau unterwegs war. Es war das Ende einer der

schlechteren Tage für Phil, und sein Flieger hatte Verspätung. Phil nutzte die Zeit, um in einen internen Blog zu schreiben, dass sein Vertriebsvorhaben nicht so gut angekommen sei. Er fügte dem Text noch seine Präsentation hinzu. Wenige Stunden später reagierte Lydia, eine Entwicklerin aus Hamburg, die Phil nicht kannte, auf seinen Blogbeitrag. Nachdem sie sich die Präsentation angesehen hatte, antwortete sie, dass einige Begriffe missverständlich übersetzt worden seien. Phil meldete sich sofort bei Lydia. Beide machten einen weiteren Kundenbesuch und gewannen einen Deal über mehrere Hunderttausend Euro. Ohne den Blogbeitrag hätte es diesen Erfolg nicht gegeben. Für Buhse belegt dieses Beispiel: Je bes-

ser die Vernetzung ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit für neue Lösungsmuster.

Im Enterprise 2.0 bedeutet Wissensmanagement nicht, das ganze Wissen eines Unternehmens in Datenbanken zu dokumentieren, sondern die Wissensträger und -nachfrager situativ zu vernetzen. In dieser enormen Steigerung der kollektiven Intelligenz liegt der eigentliche Produktivitätssprung. Der kann gerade bei international aufgestellten, dezentral organisierten Unternehmen gewaltig sein.

Auch die Hamburger Otto Group mit ihren mehr als 50 000 Mitarbeitern in 19 Ländern setzt auf Enterprise 2.0. „Vor allem Projektgruppen, die bereichsübergreifend zusammenarbeiten, nutzen intensiv Wikis“, sagt Gaby Neuhaus,

„ENTERPRISE 2.0“ – WAS HEISST DAS EIGENTLICH?

Der Begriff Enterprise 2.0 geht auf einen Aufsatz des **Harvard-Professors Andrew P. McAfee** aus dem Jahr 2006 zurück. Darin beschreibt er, wie ursprünglich für das Internet entwickelte Soziale Software – zum Beispiel Blogs, Instant Messaging, Netzwerke wie Xing oder MySpace, Foren und Wikis – im Unternehmen eingesetzt werden kann. Er folgert, dass dadurch Raum für eine erfolgreiche Selbstorganisation und hierarchiefreie

Kommunikation geschaffen wird. Die daraus entstehende Innovationsdynamik und Kreativität steigert die Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Haupteinsatzgebiete:

■ **Wissensmanagement:** In internen Foren, Blogs und Wikis können Mitarbeiter als Autoren agieren. Wissensanbieter und -nachfrager vernetzen sich situativ über Organisations- und Hierarchiegrenzen hinweg. Die kollektive Intelligenz der Organisation steigt.

■ **Kommunikation:** Unternehmen kommunizieren mit ihren Kunden zum Beispiel über Blogs oder einen Kanal bei Twitter.

■ **Projektkoordination:** Auch für gemeinsame zielgerichtete Arbeit an Projekten, im Fachjargon Collaboration, eröffnen Enterprise 2.0 Technologien neue Perspektiven. Mittlerweile liefern sie überzeugende Alternativen zu überquellenden E-Mail-Postfächern mit unübersichtlichen Dateianhängen. (ama)

WAS MACHT EIGENTLICH EIN ...?

Search Engine Optimizer

Manuela Keil

Im Internet gefunden zu werden ist für Unternehmen aller Branchen enorm wichtig. Kunden, potenzielle Geschäftspartner oder Jobsuchende bedienen sich dabei der zahlreichen Suchmaschinen wie Google, Yahoo oder Bing. Damit die Internetseiten dort möglichst weit oben aufgelistet werden, legen Suchmaschinenoptimierer Hand an die Seiten. In der Branche heißen sie Search Engine Optimierer (SEO).

„Die Aktualisierung läuft heute ständig, während es im Jahr 2000 noch monatliche Updates gab“, sagt Alvin Pipper. Der 34-Jährige ist seit elf Jahren Suchmaschinenoptimierer. Er ist technischer Leiter der Firma Sumo in Köln und berät Unternehmen. „Wir haben auch viele Kunden in Hamburg wie Blume 2000 und die Techniker Krankenkasse.“

Alvin Pipper checkt zu nächst über bestimmte Roboterprogramme, ob die Seite des Kunden gefunden wird. Dieser Vorgang wird als Spi-

der bezeichnet. Dann schaut er nach bestimmten Kriterien wie beispielsweise nach dem Design der Seite, Wortwiederholungen oder ob Sonderzeichen das Spidern behindern. Die wichtigsten Stellen, an denen die Suchbegriffe platziert werden müssen, sind der Titel der Seite, die Meta-Beschreibung (ein für den User nicht zu sehender Sub-Text) sowie die Überschriften und der Fließtext. Der Text muss für die Suchmaschine strategische Signalwörter enthalten, Syno-

nyme sind nicht gut. Zum Job des SEO gehören Analyse, Beratung und Langzeitbetreuung der Kunden, denn die Webseiten müssen ständig nachgebessert werden. Ein spannender Job, denn der Optimierer arbeitet projektbezogen für verschiedene Branchen – vom Reiseveranstalter bis zur Bank oder zum Autohersteller –, reist zu den Kunden und trifft die unterschiedlichsten Menschen.

Für diesen Beruf gibt es keine Ausbildung. Webgestalter, Webprogrammierer und Webmaster bringen gute Voraussetzungen mit. „Es gibt aber keinen Beruf, der händlicher ist“, sagt Pipper, der acht Mitarbeiter hat, die ihn in der Suchmaschinenoptimierung unterstützen. Darunter sind Sinologen, Betriebswirte und Sozialpädagogen. Pipper selbst ist Sportpublizist. Wichtig seien HTML-Kenntnisse sowie Online-Erfahrung. Außerdem ist gesunder Menschenverstand ebenso gefragt wie logisches Denken und das Antizipieren von weiteren Schritten. Deshalb sind auch Schachspieler willkommen.

PERSPEKTIVEN

Der Internetmarkt wächst nach wie vor, und Search Engine Optimizer haben sehr gute Jobperspektiven, denn jedes Unternehmen braucht heutzutage Suchmaschinenoptimierung. Berufseinsteiger verdienen ab 30 000 Euro, erfahrene Kräfte etwa **55 000 bis 60 000 Euro**. Gute Fachkräfte können auf dem freien Markt mehr verdienen, müssen jedoch mit sieben Tagen Arbeit die Woche und mit Zwölf-Stunden-Tagen rechnen. (ke)



Dr. Alexander Schubert (53), CEO von The Brand Union, leitet seit 2005 das Hamburger Office der internationalen Agentur.

finde, das ist falsch. Gerade wenn die Firma unter Druck ist, wenn die finanziellen Mittel knapp sind, wenn die Banken keine Kredite mehr geben, ist die Kreativität der Mitarbeiter gefragt. Die Ideen der Menschen sind das größte Kapital. Warum nicht mal zum Chef gehen und neue Ideen entwickeln, beispielsweise wie man Kunden gewinnt. Wie man überschüssige Kapazitäten kreativ nutzt. Wie man mit wenig Geld und viel Engagement ein Sommerfest organisiert. Und, und, und.

Ich habe in letzter Zeit in meinem Umfeld einige solche Beispiele erlebt. Die Bäckerei, die eine symbolische kleine „Abwrackprämie“ für altbackene Brötchen zahlt. Das Küchenstudio, das eine Umweltschulung für die ausgerangte Küchenzeile anbietet. Oder das Restaurant an der Ecke, das ein Supersparmenü anbietet – warum soll man dieses Feld immer nur großen Fast-Food-Ketten überlassen? Hier tun sich viele Möglichkeiten für den Einzelnen auf, sich tatsächlich antizyklisch zu verhalten. Seien Sie erfinderisch. Machen Sie Vorschläge. Sie zeigen Engagement und Initiative, Sie identifizieren sich mit Ihrer Firma, und Sie werden sehen, Ihr Chef wird es Ihnen danken.

Buch der Woche



Die Kunst des Verhandels: Motive erkennen – erfolgreich kommunizieren von Wolfgang Salewski, Wiley-VCH Verlag, 284 Seiten, 24,90 Euro.

mehr Psychologie. Das hilft besonders in sehr gespannten, völlig verfahrenen Situationen, in denen es auf den ersten Blick keinen Verhandlungsansatz gibt. Insofern ist dieses Buch nicht Gegenkonzept, sondern eher aus der Praxis abgeleitete Ergänzung zu Konzepten mit akademischen Wurzeln. **exzellent**

VERLOSUNG

Vom Buch der Woche verlost das Abendblatt fünf Exemplare. Und so sind Sie dabei: Wählen Sie unsere

Gewinnhotline (01378) 40 34 67

(50 Cent pro Anruf aus dem Festnetz), geben Sie das Stichwort „Verhandeln“ an. Oder schreiben Sie eine **Postkarte** an die folgende Adresse:

Hamburger Abendblatt
Beruf & Erfolg
Stichwort: Verhandeln
20644 Hamburg
Teilnahmeschluss ist der 16. Juni (Poststempel). Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

ANDREAS MATZ

Staatlich anerkanntes Studium
International Business Management B.A.
Tourism & Event Management B.A.
FIBAA beantragt: International Business Economics & Politics, Business Psychology
EBC HAMBURG
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Eiplände 6
Telefon 040 323370-0
www.ebc-hamburg.de

UMFRAGE

Manager unterfordert

Vier von zehn Managern in Deutschland fühlen sich bei der Arbeit unterfordert. Dies ergab eine Umfrage, des Online-Stellenportals StepStone. 39 Prozent der Befragten sagen dabei aus, dass sie im Büro zwar den Eindruck erwecken, beschäftigt zu sein, sich aber tatsächlich unterbeschäftigt fühlen. Weitere 47 Prozent geben an, dass ihre Aufgaben sehr gut zu ihrem täglichen Pensum passen – eine Überlastung beklagen dagegen nur 14 Prozent der Befragten. Im internationalen Durchschnitt fühlen sich deutsche Manager am häufigsten unterfordert. Am wenigsten beklagen diesen Umstand dagegen die Dänen, von denen sich nur 21 Prozent unterbeschäftigt fühlen. Im europäischen Durchschnitt sagen insgesamt 32 Prozent der befragten Fach- und Führungskräfte, dass sie beruflich unterfordert seien, während 20 Prozent von einer Überbelastung sprechen. (HA)

Beruf & Erfolg online

Weitere Berichte:

Migranten in Hamburg

Wo arbeiten sie, was bewegt sie? Die Abendblatt-Serie „Angekommen“.

28 000 Jobs zu vergeben

Der Stellenmarkt von Abendblatt, StepStone und weiteren Partnern.



abendblatt.de

Diese Beiträge finden Sie im Internet unter: www.abendblatt.de/beruf-erfolg

BERUF & WEITERBILDUNG

Busfahrer gesucht

Bei den Verkehrsgesellschaften herrscht Fahrer-mangel. Wer sich umschulen lässt, findet hervorragende Berufsaussichten vor. Daniela Rühl, vormals Altenpflegerin, hat den Lehrgang beim TÜV Nord absolviert. **Seite 66**

MODELLPROJEKT

Berufsrückkehrerinnen

150 Frauen aus Hamburg, die nach der Familienphase zurück in den Job wollen, sollen jährlich vom Modellprojekt „Comeback“ profitieren. Finanziert wird es vom Bundesfamilienministerium und der Agentur für Arbeit. Kooperationspartner in Hamburg sind die Koordinierungsstelle Weiterbildung und Beschäftigung (KWB) sowie der Verein Väter e.V. In die Beratung eingebunden werden auch die Angehörigen der teilnehmenden Frauen. Das Programm dauert zwölf Monate und umfasst eine Qualifizierungsphase, eine Praxisphase im Unternehmen sowie bis zu vier Familiencoachings bei Vätern e.V. Die Teilnahme an „Comeback“ ist kostenlos. Dafür müssen die Wiedereinsteigerinnen bei der Arbeitsagentur oder ARGE gemeldet sein. Weitere Informationen gibt es unter Telefon (040) 63 78 55-63 und im Internet. (apa)

www.comeback-hamburg.de

WER VERDIENT WIE VIEL? IT-BERATUNG

Ohne Personalverantwortung, Jahresbrutto

	Unteres Quartil*	Median**	Oberes Quartil
Gesamt	46 800	56 600	69 328
Frauen	43 546	51 400	62 400
Männer	47 613	57 600	70 120
nach Alter			
25 Jahre	38 200	42 900	48 096
35 Jahre	51 600	60 000	70 291
45 Jahre	59 000	68 157	79 000
Nach Unternehmensgröße			
Bis 100 Mitarbeiter	42 000	49 839	60 056
101 – 1000	45 505	54 800	66 800
> 1000	51 727	61 894	74 285

* Quartil = Ober- oder unterhalb dieses Wertes verdienen nur noch 25 % besser oder schlechter.
** Median = 50 % verdienen mehr, 50 % weniger

PERSONALMARKT