
Vorwort

Phantom Vibration Syndrom. Kennen Sie das? Haben Sie das gar schon einmal gespürt? Kürzlich wurde mir am Berliner Hauptbahnhof mein iPhone gestohlen. Stellen Sie sich vor: Ich war auf einem drei Tage dauernden Business-Trip von Hamburg nach Berlin, dann Frankfurt und München. Und plötzlich stand ich in der Eingangshalle des Bahnhofs Berlins – komplett unverbunden. „Always on“ wurde im Nu zur Vergangenheit. Ich realisierte bald, dass der Verlust des mobilen Gerätes mich des Zugriffs auf meine Kontakte, Telefonnummern, E-Mails, meine Terminplanung, meine Uhr, Google Maps, meiner sozialen Netzwerke und der Verbindung zu meinen Kollegen und Freunden beraubte. Da stand ich nun, komplett ohne Zugang zur digitalen Welt. Ein sehr ungewohntes – eigenartiges Gefühl. Sie werden nun vielleicht denken: „Wie schön! Endlich mal keine E-Mails mehr bekommen.“ Oder: „So war es früher ja auch.“ Ich empfand dies definitiv nicht als gewollte Sendepause. Die folgenden drei Tage waren geprägt von einer ungewollten Kontakt-Sperre, einer digitalen Informations- und Kommunikationsverknappung und Stunden des unproduktiven Wartens an Bahnhöfen und an Flughäfen. Ich fühlte ich mich allein. Fast schon verloren und komplett von meinem sozialen Umfeld abgekoppelt. Und in diesem Moment spürte ich es, dieses imaginäre Vibrieren in meiner Hosentasche. Das sogenannte „Phantom Vibration Syndrom“, wurde ich später aufgeklärt. Das Phänomen ist vergleichbar mit einem Phantomschmerz: Man spürt das Vibrieren eines Gerätes, obwohl das Gerät nicht da ist. Was lernte ich in dieser Situation? Wie oft im Leben, spürt man erst bei Abwesenheit einer Person oder Sache die wahre Bedeutung. Internet und digitale Kommunikation sind dermaßen allgegenwärtig und selbstverständlich geworden in unserem Leben, dass die Nutzung uns nicht mehr bewusst ist. So wie die Luft, die wir zum Atmen benötigen. Sie ist einfach da. Nicht nur für mich, sondern auch für alle anderen. Für Ihre und meine Kunden. Man selber kann die Entwicklung lieben oder hassen. Vermeiden kann man sie nicht. Und es mag vielleicht klischeehaft klingen, aber es ist Realität geworden: Die Digitalisierung verändert unser Leben radikal. Und damit auch, wie wir ein erfolgreiches Business führen. Wie konsequent haben Sie und ihr Unternehmen sich der neuen Ausgangslage angepasst?

Lassen Sie uns einen Test machen: Hat Ihr Unternehmen einen Chief Digital oder Transformation Officer eingestellt oder darüber nachgedacht? War Ihr Management im Silicon Valley? Lädt es in regelmäßigen Abständen spannende Redner aus der sogenannten „Digitalen Welt“ ein? Werden Sie inzwischen in jeder dritten Sitzung damit konfrontiert, was „die Großen“ wie Amazon, Ebay, Facebook usw. alles besser machen oder dass „der Zug doch schon abgefahren ist“? Ja? Dann sind Sie hier richtig. Nein? Dann sind Sie hier erst recht richtig.

Die Meinung, das Internet verändere alles radikal und in einer ungeahnten Dynamik, trifft nicht ganz unerwarteter auch heute noch zu. Unsere Bundeskanzlerin Angela Merkel hat das mittlerweile bald 30 Jahre alte Phänomen als „Neuland“ bezeichnet und wurde von der Online-Community dafür belächelt. Aber leider hat Frau Merkel nicht ganz Unrecht: Der Begriff „Neuland“ benennt implizit die vorherrschenden Unsicherheiten und Ängste, die es im Umgang mit den digitalen Medien zu überwinden gibt, um von den immensen Chancen zu profitieren.

Und dennoch stellen sich (veränderungsresistente) Geschäftsführer und Entscheider immer noch die Frage, weshalb sie in den Marketing- und Vertriebsaktivitäten vermehrt auf digitale Kanäle setzen oder weshalb sie ihr etabliertes Geschäftsmodell anpassen müssen. Diese Fragestellung zielt in die falsche Richtung. Es geht nicht um das Warum, sondern um das Wie.

Digitale Führungskräfte profitieren schon lange vom Businesspotenzial der Digitalisierung. Sie nutzen die Hauptherausforderungen des 21. Jahrhundert zu ihrem Vorteil: die immense Geschwindigkeit, mit der sich Technik exponentiell entwickelt, und dass die traditionellen Unternehmen unfähig sind, diese Veränderungen zu verstehen und zu absorbieren. Aber genau diese unternehmerische Fähigkeit ist heute enorm wichtig: Organisationen mit einer digitalen Unternehmenskultur und transformativen digitalen Leadern haben schon lange verstanden, dass Veränderung zur Normalität gehört und Stabilität ein Ausnahmezustand ist. Wird das bei Ihnen im Unternehmen bereits so gelebt? Dann möchte ich Sie herzlich willkommen heißen im Zeitalter des digitalen Change Continuum. Lassen Sie uns bereits hier einen der häufigen Denkfehler auflösen: Die digitale Business Transformation ist nicht beendet, wenn Sie eines der unzähligen Sub-Projekte zum Erfolg geführt haben. Sie sind lediglich einen Schritt weiter – oder wie die Mitarbeiter von Facebook zu sagen pflegen: „This journey ist only 1% finished.“ Fakt ist, Sie werden zukünftig immer öfter Bewährtes loslassen und sich auf unbekannte, neue Wege einlassen. Sie werden es tun, auch wenn das für die meisten von uns unbequem ist, denn Sie möchten erfolgreich bleiben. Und das, was Ihnen früher Lorbeeren und Umsatz eingebracht hat, ist heute leider nur noch sehr bedingt gewinnbringend. Aber die Geschwindigkeit der eigenen und der unternehmerischen Anpassungsfähigkeit ist heute und auch morgen ein klarer Wettbewerbsvorteil.

Die Anpassungsfähigkeit an die Anforderungen einer digitalen Welt ist dermaßen wichtig, dass ich der Meinung bin, dass der Begriff der „digitalen Führungszintelligenz“ eingeführt werden soll, die da ansetzt, wo der größte Bedarf liegt: in der Führung.

Digitale Führungsintelligenz ist der Schlüssel zum Erfolg, um den fundamentalen Wandel professionell und erfolgreich im eigenen Unternehmen durchzuführen und die passende Strategie, Struktur und Kultur zu etablieren.

Anpassungsfähigkeit bedeutet Veränderung. Diese wiederum ist unter anderem eine Folge von bewussten und unbewussten Entscheidungen für das Neue und Unbekannte. Entscheidungen – gerade wenn Sie ergebnisoffener sind, als Sie es normalerweise gewohnt sind – erfordern Aufmerksamkeit und Zeit. Und diese hat im Alltagsgeschäft selten jemand, man nimmt sie sich (oder eben nicht). Lesen Sie dieses Buch ohne den Anspruch, ein universelles Patentrezept für gutes Gelingen zu finden, aber mit der Offenheit, Tipps und Inspiration für den digitalen Alltag zu erhalten.

Natürlich können sich auch gerne Unternehmen mit digitaler DNA als Vorbild nehmen, wie zum Beispiel Amazon, Google und Facebook. Sie werden jedoch Ihren eigenen Weg finden, und der besteht nicht darin, es den drei Großen gleichzutun. Deshalb möchte ich gemeinsam mit meinen Co-Autoren aus traditionellen, aber auch digitalen Unternehmen im deutschsprachigen Raum wie beispielsweise Telekom hub:raum, Payback, SAP, Pro7Sat1, dem Mobilitätsportal Qixxit der Deutschen Bahn, Thomas Cook, den Schweizerischen Bundesbahnen, Telefónica und einigen mehr Einblicke für die Praxis geben. Wir werden in diesem Buch wertvolle Erfahrungen, Lessons Learned, Erfolgsfaktoren und Starthilfen für den eigenen beruflichen Alltag geben. Es sind authentische Beschreibungen, welche Chancen sich durch die Digitalisierung ergeben, was funktioniert hat und was weniger empfehlenswert ist. Ich hoffe, es hilft Ihnen, zukünftig die richtigen Entscheidungen zu fällen.

Setzen Sie als Führungskraft die Prioritäten richtig und beschäftigen Sie sich heute mit dem Thema, das Ihnen auch morgen noch Ihren Businesserfolg sichern wird: der digitalen Business Transformation.

Und falls Sie den Aussagen in diesem Buch nicht überall zustimmen, kontaktieren Sie mich oder diskutieren Sie es mit Ihren Kollegen und Freunden. Jede Auseinandersetzung mit dem Thema – sei sie noch so kontrovers – bringt Sie weiter auf dem Weg zum digitalen Leader.

Ich habe noch selten ein so großes Interesse für ein Thema und dermaßen viel bedingungslosen Support erfahren dürfen. Ein herzliches Dankeschön für die unzähligen leidenschaftlichen Gespräche, provokativen Fragen, das Aufzeigen von Denkfehlern, hilfreiche Feedbacks und Inspiration zwischen den Zeilen geht an:

Axel Schickore, Ella Summa, Robert Kirchhoff, Rudolf Fischer, Harry Kratel, Jomique De Vries, Uwe Frers, Sylvia Wertli, Birgit Meier, Peter Borchers, Markus von der Lühe, Oliver Bohl, Marco Ryan, Julia Jovana Kronenwett, Oliver Kempkens, Christoph Bornschein, Christine Kirbach, Friederike Aulhorn, Harald Eichsteller, Markus Leptien, Jan Ehlers, Prof. Dr. Martin Kupp, Thomas Koch, Eva-Maria Fürst, Patrick Schenck, Mark David Krymalowski, Brigitte Lammers, Prof. Dr. Roland Conrady, Stefanie Wählert, Carla Isabel Bockelmann, Thomas Hutter, Xenia Meuser, Georgia Stegmann, Muschda Sherzada und Herby Marchetti.



Abb. 1 Wegweiser durch das Buch

Abbildung 1 dient als Wegweiser durch das Buch.
Lassen Sie sich dazu motivieren, die (un)bequemen Denkipulse für Ihre Veränderung zugunsten einer digitalen Welt zu nutzen. Viel Lesespaß!

Die Herausgeberin
Leila Summa

Digitale Führungsintelligenz: "Adapt to win"

Wie Führungskräfte sich und ihr Unternehmen fit für die digitale Zukunft machen

Summa, L. (Hrsg.)

2016, XVII, 415 S. 68 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-10801-4