

Internetwirtschaft muss Potenziale des Produktmanagements besser nutzen

Viele Unternehmen könnten langfristig erfolgreicher sein, wenn sie die Rolle der zentralen Schnittstelle zwischen Marketing, Technik und Content-Bereich aufwerten

Hamburg, 3. Dezember 2008 – Zahlreiche Unternehmen der deutschen Internetwirtschaft könnten für ihren langfristigen Erfolg wesentlich mehr tun, wenn sie dem Produktmanagement mehr Gewicht einräumen. Das ist das Fazit einer aktuellen Marktbetrachtung der Dwight Cribb Personalberatung, Hamburg. „Zu häufig wird das Potenzial des Produktmanagements unterschätzt und die Position auf einen Verwaltungsjob reduziert,“ stellt Personalberater Dwight J. Cribb fest. „Es wird oft übersehen, dass visionäre und unternehmerisch denkende Mitarbeiter an der zentralen Schnittstelle zwischen Marketing, Technik und Content-Bereich weitreichende Impulse für die Gesamtentwicklung des Unternehmens liefern können,“ so Cribb weiter.

Mit einer besseren Datenausstattung und genügend Freiraum für tiefgehende Analysen strategischer Fragen können Produktmanager viel zu dem langfristigen Erfolg ihres Unternehmens beitragen. So aufgestellt haben sie das Potenzial, als Schrittmacher die Entwicklung sämtlicher Bereiche des Unternehmens zu beflügeln und nicht zuletzt erfolgversprechende neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Dafür bedarf es Persönlichkeiten, die sich durch Kreativität, unternehmerisches Denken, analytische und konzeptionelle Qualifikationen sowie technisches Know how auszeichnen.

Angesichts dieser Perspektiven werde heute zu wenig in den Aufbau und die Qualifikation geeigneter Mitarbeiter investiert. Entsprechend knapp ist das Angebot am Personalmarkt, sowohl qualitativ als auch quantitativ. „Die meisten Produktmanager rutschen mehr oder weniger zufällig in diese Rolle hinein“, so Cribb. Ohne qualifizierte Produktmanager lasse sich ein Internetunternehmen aber kaum noch etablieren und zum Erfolg führen.

Bislang hätten sich viele Unternehmen bemüht, Defizite im Produktmanagement mit ausgeprägter Kompetenz im Bereich Marketing oder Technologie zu kompensieren. „In Zeiten, in denen die See rauh wird, müssen aber sämtliche Positionen optimal besetzt werden, um im Wettbewerb bestehen zu können,“ so der Rekrutingspezialist.

Für Rückfragen:

Frank Plümer
plümer)communications
Tel. 040 / 35 70 13 50
E-Mail: fp@pluecom.de