

MITARBEITER IM AUSTAUSCH MIT NICOLE GERHARDT

Im Vorstand von Telefónica Deutschland ist Nicole Gerhardt als Chief Human Resources Officer verantwortlich für den Personalbereich des Unternehmens.



MITARBEITER

FREIHEIT LERNEN – **DIGITALER WANDEL** IM UNTERNEHMEN

Die allgegenwärtige Digitalisierung wirkt sich auf die verschiedensten Lebensbereiche aus, sowohl beruflich als auch privat. Für Arbeitgeber bedeutet das nicht nur, flexible Arbeitsmodelle zu ermöglichen. Es geht auch darum, gemeinsam mit den Mitarbeitern Prozesse und Systeme kreativ zu überarbeiten. Wir stellen vier Mitarbeiter in ihrem jeweiligen Arbeitsumfeld bei Telefónica vor: So individuell wie sie selbst ist ihr Beitrag zur mobilen Freiheit unserer Kunden. Im Dialog mit Nicole Gerhardt, Personalvorstand bei Telefónica Deutschland, stellen die Mitarbeiter ihre Fragen, wie Telefónica sich auch künftig als Arbeitgeber innovativ und verantwortungsvoll aufstellt, um die Chancen der Digitalisierung zu nutzen.

Das komplette Gespräch gibt es online als Video:
geschaeftsbericht.telefonica.de/mitarbeiter2017 ↗



Business Analyst, München

Als Velislava vor neun Jahren bei Telefónica Deutschland anfang, hatte sie einen festen Arbeitsplatz mit einem festen Desktop-Rechner. Heute genießt die technische Produktmanagerin die Vorzüge der mobilen Freiheit auch in der Organisation ihrer eigenen Arbeit. Im Home Office kann sie selber entscheiden, wann und wie sie arbeitet.

VELISLAVA MARCHEVA

Welche Herausforderungen kommen auf uns als Mitarbeiter zu, damit mobile Freiheit das Klima im Unternehmen bestimmt?

Nicole Gerhardt: „Die mobile Freiheit gibt uns viele Möglichkeiten: Zum einen, dass wir flexibel arbeiten können, von unterschiedlichen Orten aus. Eine große Herausforderung für jeden Einzelnen dabei ist, dass jeder für sich Verantwortung übernehmen und seine Grenzen ziehen muss: Will ich überall und jederzeit erreichbar sein, und wann brauche ich Zeit für mich und meine Familie? Aus Unternehmenssicht bedeutet das, diese Grenzen zu respektieren und zu managen. Das kann nur gelingen, wenn wir mehr auf Ergebnisse schauen und nicht darauf, wann und wo gearbeitet wird.“

Senior B2B Marketing Manager, München

Als Mann der ersten Stunde bei Telefónica NEXT ist der Kommunikationswissenschaftler und Marketingexperte täglich mit Bewegungsdaten beschäftigt: Ein Großteil der Lösungen bei Telefónica NEXT basiert auf der Analyse anonymisierter Bewegungsdaten aus dem Mobilfunknetz. Dabei ist Mark selber ständig in Bewegung, beruflich und privat. Der Vater von drei Kindern lebt digital vernetzt, er nutzt Smart-Home-Lösungen, fährt ein vernetztes Auto und kauft am liebsten über das Handy ein.

MARK STOHLMANN**AIC: Wie Daten das Wissen demokratisieren**

Zur animierten Web-Grafik:
geschaeftsbericht.telefonica.de/mitarbeiter2017/#aic

Werden künftig alle Mitarbeiter in der Lage sein müssen, Daten zu analysieren? Inwiefern spielt das Thema Bauchgefühl oder Intuition dabei eine wichtige Rolle?

Nicole Gerhardt: „Der Großteil der Mitarbeiter wird mit Daten arbeiten können müssen. Wir werden uns auch in der Entscheidungsfindung zunehmend auf Daten konzentrieren. Das Thema Datenanalyse wird immer wichtiger und damit auch die Methodik. Wir müssen darauf achten, dass wir nicht nur Daten und damit unzählige Informationen zur Verfügung stellen, sondern die Mitarbeiter auch befähigen, diese Daten zu nutzen. Damit sie daraus bessere Entscheidungen treffen können. Intuition wird immer eine Rolle spielen, aber eben nur als einer von mehreren Aspekten bei der Entscheidungsfindung.“



Data Scientist, München

Seit eineinhalb Jahren hat Laura als Data Scientist bei Telefónica Deutschland täglich mit großen Datenmengen zu tun. Gemeinsam mit ihren Kollegen analysiert sie externe und interne Datenquellen, um daraus Informationen für die Fachabteilungen zu generieren. Nicht nur beruflich beschäftigt sich die Mathematikerin mit neuen Methoden: Privat besucht Laura gerne Meetups – eine spannende Plattform zum Austausch und Kennenlernen von Menschen und ihren Ideen.

LAURA VELIKONJA

Ständig kommen neue Werkzeuge und Methoden auf den Markt. Wie bleiben wir konkret am Ball? Welche Kenntnisse und Fähigkeiten brauchen wir künftig im Unternehmen?

Nicole Gerhardt: „Wir müssen das Lernen für uns neu entdecken – jeder Einzelne für sich. Gleichzeitig müssen wir auch als Unternehmen lernen. Das bedeutet für mich nicht in erster Linie, zu Trainings zu gehen. Es geht vielmehr um die Frage: Wie lernt der Mensch? Menschen lernen primär durch Erfahrungen, durch Feedback und natürlich auch durch theoretischen Input. Wir müssen wieder lernen zu lernen. Außerdem müssen wir Lust machen auf Lernen. Dafür müssen wir die notwendigen Freiräume schaffen. Mit Sicherheit benötigen wir in vielen Bereichen auch andere, fachliche Fähigkeiten, aber im Mittelpunkt steht die Frage nach dem Mindset: Dazu gehören Offenheit und Neugier, Veränderungen nicht abzulehnen, sondern sich ihnen zu stellen. Dazu gehören aber auch Respekt und Vertrauen, für und in das, was Andere mitbringen.“

Senior Brand Strategy Manager, Düsseldorf

Seit zweieinhalb Jahren arbeitet der Markenstrategie am Düsseldorfer Standort von Telefónica Deutschland. Schon in seiner Promotion beschäftigte sich Christoph mit der Wirksamkeit von Social Media – im Brand Team bei Telefónica Deutschland arbeitet er heute vor allem in crossfunktionalen Teams daran, dass die Produkte die Bedürfnisse der Kunden treffen.

CHRISTOPH PÜTZ

Wie arbeiten wir daran, das Denken in Silos aufzubrechen?

Nicole Gerhardt: „Crossfunktionales Arbeiten wird immer wichtiger. In den vergangenen Jahren haben wir sehr stark funktional gearbeitet, das werden wir nicht von jetzt auf gleich ändern können. Das Beste, das wir tun können, ist damit zu experimentieren. Wir müssen immer mehr crossfunktionale Teams zusammenbringen und Mitarbeiter vernetzen. Diese Vernetzung müssen wir als Unternehmen ermöglichen und fördern, indem wir den Führungskräften die erforderlichen Werkzeuge und Methoden an die Hand geben. Auf den ersten Blick scheint es viel einfacher zu sein, Entscheidungen in einem Team von Leuten zu treffen, in dem jeder über dasselbe redet. Wenn dann viele unterschiedliche Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven zusammenkommen, ist das eine neue Herausforderung. Mit dieser müssen wir lernen umzugehen und dann die Vorteile für uns nutzen.“