

Chief Digital Officer – positiver Störfaktor im Auftrag der Digitalisierung?

Joblift entschlüsselt das noch vage Profil des CDO auf dem deutschen Arbeitsmarkt

Hamburg / Berlin, 23. Februar 2017 – Von den 2017 neu berufenen Vorständen in Deutschlands Konzernen blickt knapp die Hälfte auf Erfahrungen im digitalen Umfeld zurück. Es scheint, als hätten Unternehmen hierzulande die Dringlichkeit verstanden, digitale Köpfe in die Chefetagen zu befördern. Die Position des Chief Digital Officer (CDO) wird in diesem Zusammenhang immer beliebter – doch welche Fähigkeiten sollte ein solcher mitbringen und welche Funktionen bekleidet er? Wie die Metajobsuchmaschine [Joblift](#) herausfand, stehen deutsche Unternehmen wohl häufig noch am Anfang, was die digitale Transformation angeht: So wird die Gestaltung einer Digitalisierungsstrategie am häufigsten in den CDO-Stellenanzeigen der letzten beiden Jahre genannt. Diese überzeugend gegenüber Stakeholdern kommunizieren zu können, zählt zudem zu den gefragtesten Eigenschaften eines CDO.

Die Digitalisierung wird zu 1/3 in die Hände von externen Beratern gelegt

Die Position des CDO wurde in den letzten zwei Jahren lediglich 28-Mal öffentlich ausgeschrieben, wobei davon auszugehen ist, dass diese häufig über direkte Ansprache oder interne Beförderung besetzt wird. Darüber hinaus nimmt die deutsche Wirtschaft bei der digitalen Transformation oftmals Hilfe von außen in Anspruch: Insgesamt wurden im selben Zeitraum 2.495 Stellen mit Schwerpunkt auf Digitalisierungsprozessen veröffentlicht, wovon sich alleine 854 an Managementberater richteten. 839 Stellen wurden an interne Projektmanager vergeben, 293 weitere Ausschreibungen suchten nach unterstützendem Personal in Form von etwa Sachbearbeitern. Der digitale Wandel wird zudem in nicht unwesentlichem Maße auch von jungen Berufseinsteigern mitgestaltet. So wurden 390 Praktikanten- und Werkstudentenstellen sowie 91 Traineepositionen veröffentlicht.

Der Entwurf einer grundlegenden Digitalisierungsstrategie ist Hauptaufgabe der CDO

Auch wenn die Zahl der CDO-Ausschreibungen insgesamt recht gering ist, lässt deren inhaltliche Analyse interessante Rückschlüsse auf den Auftrag der Digitalvorstände zu. So steht die Planung der digitalen Strategie im Vordergrund (in 57 % der Anzeigen erwähnt). Doch auch Schnittstellenmanagement zählt zu den Hauptaufgaben eines CDO (in 54 % der Vakanzen aufgeführt). In 43 % der Ausschreibungen wird außerdem die (Weiter-)Entwicklung von digitalen Geschäftsmodellen genannt, worauf in je 36 % der Anzeigen Projektmanagement sowie eine systematische Zielüberprüfung folgen. Den meisten ausschreibenden Unternehmen scheint es also überhaupt erst an einer Digitalisierungsstrategie zu mangeln, da deren Implementierung im Vergleich dazu eine nachgeordnete Rolle spielt.

Ein Abschluss in Informatik verbunden mit umfangreicher Führungserfahrung im Digitalgeschäft bietet beste Voraussetzungen für einen Job als CDO

Was das Anforderungsprofil für CDOs angeht, so beziehen sich die fünf meistgenannten Fachkenntnisse auf ein weitreichendes Verständnis digitaler Strukturen und Produkte (57 %), langjährige Führungserfahrung (46 %), verhandlungssichere Englischkenntnisse (46 %), nachweisliche Kompetenzen im Projektmanagement – insbesondere im IT-Bereich (43 %) – sowie Vertrautheit mit Restrukturierungsprozessen (39 %). Nur 54 % der Anzeigen machen Angaben zum gewünschten Ausbildungsgrad und verlangen allesamt einen Hochschulabschluss, die meisten davon (87 %) in (Wirtschafts-)Informatik.

Die Fähigkeit, Mitarbeiter zu überzeugen, wird als dreimal so wichtig erachtet wie sich in diese hineinzusetzen

Zu den gefragtesten Persönlichkeitsfaktoren zählt allen voran eine ausgeprägte Kommunikationsstärke, häufig verbunden mit der Fähigkeit, geschickt zu präsentieren (54 %). Darauf folgen Durchsetzungs- und Überzeugungskraft (43 %), eine strategische Denkweise (43 %), Offenheit beziehungsweise geistige Flexibilität (39 %) sowie eine unternehmerische Einstellung (36 %). Trotz der Tatsache, dass Digitalchefs zumeist eine zentrale Führungsrolle einnehmen, liegt deren vorrangige Mission wohl darin, digitale Strukturen zu verwirklichen – im Zweifelsfall auch gegen Widerstand der Belegschaft. Im Gegensatz zu den obengenannten Fertigkeiten erwähnen nämlich nur 27 % der Anzeigen Teamfähigkeit als erwünschte Eigenschaft, Empathie sogar nur 14 %. Zusammenfassend erscheint das Profil des CDO als eine Art positiver Störenfried, der die Mitarbeiter als Treiber und Berater durch den Prozess des digitalen Wandels führt.

Über Joblift

Joblift ist eine Metasuchmaschine für aktuell mehr als 1.000.000 Jobs aus über 100 Partnerjobbörsen. Ein klarer User-Fokus sowie eine ausgereifte Technologie stehen im Zentrum der Produktentwicklung. Gegründet wurde das Unternehmen 2015 von Lukas Erlebach und Malte Widenka. An den beiden Standorten Hamburg und Berlin beschäftigt Joblift zurzeit ein Team von rund 30 Mitarbeitern.

Pressekontakt

Julia Karlstetter
PR & Content Marketing Manager

Joblift GmbH
Leuschnerdamm 31
10999 Berlin
+49 (0)30 - 36 42 84 533
julia.karlstetter@joblift.de
joblift.de/presse