

Internetwirtschaft muss Potenziale des Produktmanagements besser nutzen

03.12.2008, 12:06 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Dwight Cribb Personalberatung*

Presseagentur: *plümer)communications*



Personalberater Dwight J. Cribb: "Potenzial des Produktmanagements wird unterschätzt"

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.

Angeichts 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.

Portrait

Über Dwight Cribb Personalberatung

Wir sind eine klassische Personalberatung mit einer klaren Spezialisierung auf den Bereich der Neuen Medien. Unsere Kunden zählen zu den führenden Unternehmen der Branche; bei der personellen Verstärkung verlassen sie sich auf uns. Zu Recht, denn wir können in der Regel binnen vier bis acht Wochen eine Auswahl an hervorragenden Kandidaten präsentieren.

Als spezialisiertes Beratungsunternehmen mit Fokus auf die Direktansprache von Kandidaten stecken wir mitten drin, in den Themen der digitalen Wirtschaft. Wir brauchen keine langen Anlaufphasen, um den Markt kennen zu lernen. Wir kennen die Branche und arbeiten maßgeschneidert nach Ihren Bedürfnissen.

Wir beraten Kunden aus den Bereichen Online, Neue Medien, E-Commerce, Mobile, Telekommunikation und Technologie. Und solche, die uns aufgrund unserer hier gesammelten Kompetenzen für andere Branchen einsetzen möchten.

Das Spektrum der von uns besetzten Positionen ist breit und umfasst alle Geschäftsführungs- und Vorstandspositionen sowie Führungs- und Spezialistenpositionen in den Bereichen Vertrieb, Marketing, Business Development, Produktmanagement, Projektmanagement, Finanzen, Controlling, IT, Personal, Recht, Beratung und Strategie.

News-ID: 264916 • Views: 867 (Stand: 28.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/264916/Internetwirtschaft-muss-Potenziale-des-Produktmanagements-besser-nutzen.html>