

Wie berät man Medientechnik-Aktivisten?

Fünf Fragen an Mitgründer Björn Jensen zur Neugründung einer der ersten Unternehmensberatungen speziell für die Medientechnik-Branche.

Anfang 2017 haben Björn Jensen, Geschäftsführer der macom GmbH, und Thomas Salzer, ehemaliger Geschäftsführer von Crestron Germany, mit macom Management Consulting eine der ersten Unternehmensberatungen speziell für die Medientechnik-Branche gegründet. Anbieter, Hersteller, Integratoren und Investoren aus dem AV-Bereich können dort Leistungen wie Strategie-, Vertriebs-, Organisations- und Prozessberatung oder das Coaching von Führungskräften in Anspruch nehmen.

PROFESSIONAL SYSTEM hat Mitgründer Björn Jensen zu den Beweggründen, Zielen und ersten Erfahrungen der Unternehmensberatung befragt.

Was hat Sie dazu bewogen, eine Unternehmensberatung speziell für Medientechnik-Aktivisten zu gründen?

Wir haben den Bedarf gesehen. Die AV-Branche hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt, in mehrfacher Hinsicht. So werden

Produktzyklen beispielsweise immer kürzer, während die Produkte durch integrierte Komponenten immer komplexer werden. Zudem hat der AV-Markt ein großes Wachstum hinter sich. Das hat in den vergangenen fünf bis zehn Jahren viele neue Marktteilnehmer auf den Plan gerufen, die natürlich den Wettbewerb verstärkt haben. Darüber hinaus hat in den vergangenen Jahren eine zunehmende Professionalisierung stattgefunden. Das betrifft Produkte und auch Servicekonzepte. All diese Faktoren



Foto: Pexels

Medientechnik ist quasi einer der Treiber der Digitalisierung

haben den Markt anspruchsvoller gemacht und damit auch die Notwendigkeit, sich stetig weiterzuentwickeln und anzupassen. Durch die digitale Transformation wird sich der Markt weiter wandeln und es werden andauernd neue Marktteilnehmer hinzukommen. Viele Firmen aus der Branche wissen noch nicht, wie sie damit umgehen können und benötigen unsere Beratung. Thomas Salzer und ich verfügen über mehr als 20 Jahre Branchenerfahrung. Dieses Know-how können und wollen wir an den Markt weitergeben. Deshalb war es für uns eine logische Konsequenz, macom Management Consulting zu gründen.

Inwieweit unterscheidet sich die AV-Branche dabei in ihren Beratungsbedürfnissen von anderen Branchen?

Die Medientechnik-Branche ist sehr viel jünger als beispielsweise die Automobilbranche. Während es dort seit Jahrzehnten feste Spielregeln gibt, wie eine hohe Professionalität oder die konsequente Ausrichtung auf Kundenwünsche, haben sich in der AV-Branche diese Regeln erst in den vergangenen zehn Jahren entwickelt – bzw. sie sind noch dabei, sich zu entwickeln. Darauf haben sich noch nicht alle Unternehmen der Branche eingestellt.

Zudem ist die digitale Transformation in der AV-Branche sehr viel stärker zu spüren als in anderen Branchen. Medientechnik ist quasi einer der Treiber der Digitalisierung. Dadurch entstehen aber ganz neue Herausforderungen für Hersteller und Integratoren. Wir haben z. B. festgestellt, dass Entscheidungen über medientechnische Projekte zunehmend auf einer strategischen Ebene getroffen werden. Das hat natürlich die Ansprechpartner auf Kundenseite und deren Bedürfnisse verändert. Um hier erfolgreich zu sein, müssen Hersteller und Integratoren völlig neue Lösungskonzepte bieten. Wer hier als Berater erfolgreich sein möchte, benötigt Branchenerfahrung. Er muss die bisherige Marktentwicklung, den heutigen Stand und die zukünftigen Entwicklungspotenziale kennen.

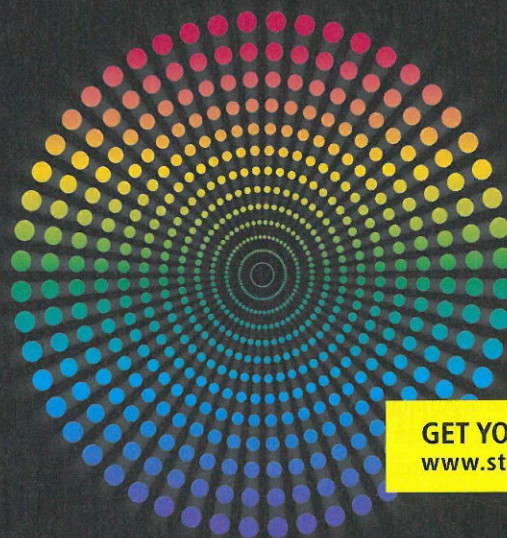
Wie sieht denn Ihr Beratungsangebot konkret aus – können Sie uns das anhand eines Beispiels erläutern?

Jedes Unternehmen ist anders aufgestellt, besitzt andere Stärken und Schwächen und sieht sich anderen Herausforderungen gegenüber. Deshalb ist unser Beratungsangebot sehr umfassend, aber modular

stage | set | scenery

WORLD OF ENTERTAINMENT TECHNOLOGY

INTERNATIONALE FACHMESSE UND KONGRESS
BERLIN · 20. – 22. JUNI 2017



GET YOUR TICKET NOW!
www.stage-set-scenery.de

PLANUNG/BÜHNE

LICHT

TON

VIDEO/MEDIEN

FILM

AUSSTATTUNG

EVENT

SICHERHEIT

MUSEUM

Laut Björn Jensen werden Entscheidungen über medientechnische Projekte zunehmend auf einer strategischen Ebene getroffen.



Foto rechts:
Thomas Salzer ist
Mitbegründer von
macom Management
Consulting.

Fotos: macom

aufgebaut. Es reicht von der strategischen bis zur operativen Beratung. Wir analysieren Prozesse, vorhandene Potenziale und das Marktumfeld. Zudem unterstützen wir bei der Personalsuche, coachen Unternehmer, Vertrieb, Führungskräfte oder übernehmen ein Interimsmanagement bis passende Führungskräfte gefunden sind. Unsere Kunden können sich daraus die passenden Module herausuchen, so dass wir unsere Dienstleistung optimal abstimmen können. Zudem ergänzen wir dieses Konzept mit dem Value Based Fee-Ansatz. Das bedeutet, wir vereinbaren mit den Kunden Erfolgs- und Zielfaktoren und stellen unser Honorar auf den Unternehmensnutzen ab. Sprich: Wo steht der Unternehmer heute und wo möchte er künftig stehen?

Das neue Jahr ist nun schon ein paar Monate alt: Wie wird das Angebot in der Branche angenommen? Gibt es erste Erfahrungswerte? Wir haben bereits einige Mandate, die wir begleiten. Zudem haben wir aktuell einige sehr interessante Anfragen von AV-Unternehmen, IT-Unternehmen und Investoren, die sich für

den AV-Markt interessieren. Dabei haben wir feststellen können, dass unser Beratungsangebot in vielerlei Hinsicht einzigartig ist. Besonders wertvoll wird unser Ansatz „aus der Branche, für die Branche“ und „von Unternehmer, für Unternehmer“ wahrgenommen.

Viele Unternehmen der Branche – vor allem die Integratoren – klagen über Nachwuchsmangel im Bereich Service und Technik. Nun gibt es so gut wie keine Hochschul- oder Berufsabsolventen mit einer Medientechnik-Ausbildung im Sinne der AV-Systemintegration. Wie gehen Sie dieses Problem an?

Wir haben eine Kooperation mit der Hochschule für Angewandte Wissenschaft Hamburg (HAW) aufgebaut. Deren Ziel ist es zum einen, Studierende und Absolventen schon frühzeitig in Kontakt mit der Medientechnik-Branche zu bringen. Zum anderen geht es darum, Hochschulen dabei zu unterstützen, die Lehre auf die aktuellen Bedürfnisse unserer sich schnell entwickelnden Branche auszuweiten. Dafür haben wir eine ständige Mitarbeiterin an der HAW, die ihr

Netzwerk natürlich auch auf andere Hochschulen ausgeweitet hat. Auf diese Weise unterstützen wir nicht nur dabei, dass es Nachwuchs für die Branche gibt, sondern wir bauen auch ein weitreichendes Netzwerk für Rekrutierungen auf. Bei unserem Angebot geht es aber nicht nur um die Suche nach Fachpersonal. Darüber hinaus erarbeiten wir mit unseren Kunden Recruitingkonzepte und entwickeln Employer-Branding-Strategien, mit denen sich unsere Kunden am Arbeitsmarkt besser positionieren können.

Herr Jensen, wir danken für das Gespräch.