

»Man rennt oft los und kennt das Ziel nicht«

Unternehmen zu den Möglichkeiten von Social Media und Cloud Computing zu beraten und individuelle Lösungen anzubieten, ist Teil des Portfolios von Atwork. Viele Unternehmen wissen aber noch nicht, wie man diese Technologien am Effizientesten einsetzt.

WIEN - Martina Grom, Geschäftsführerin des IT-Lösungsanbieters Atwork, ist Expertin in Sachen Social Media und Cloud Computing und die einzige Frau, die von Microsoft als Most Valuable Professional (MVP) für Office 365 ausgezeichnet wurde. Im Interview erklärt Grom, was Social Media für sie bedeutet und wie man Kunden optimal betreut.

Wieso haben Sie sich trotz BWL-Studium für eine IT-Karriere entschieden?

Martina Grom Das hatte keinen besonderen Grund. Ich habe eine Hotelfachschule besucht und währenddessen schon gemerkt, dass ich eine Leidenschaft für Computer habe. Ich habe dann iBWL studiert und wollte eigentlich den Schwerpunkt IT dazunehmen, das war aber nicht möglich. Ich habe aber während des Studiums schon begonnen, Tutorien zu halten. Ich habe diese Leidenschaft für die IT immer schon gehabt.

Ein rein technisches Studium ist für Sie nicht in Frage gekommen?

Ich habe mir kurz überlegt ob ich Wirtschaftsinformatik machen soll. Irgendwie hat mich damals iBWL aber mehr gereizt, vielleicht deswegen weil es ganz neu war, weil man aktiv mitmachen, etwas verändern, etwas probieren kann. Ich profitiere auch extrem von meiner Erfahrung bzw. der Breite des Wissens, das ich mir dabei angeeignet habe.

Sie haben auch Lehrererfahrung. Kann man Frauen leicht für Technik motivieren oder muss schon grundsätzliches Interesse vorhanden sein?

Es ist einfach wichtig das zu finden, für das man sich begeistern kann. Ich glaube nicht dass man eine Frau für Technik motivieren kann, wenn ihr Berufswunsch ist Schneiderin zu werden oder etwas Kreatives zu machen. Man sollte versuchen, niemanden in eine Richtung zu drängen.

Glauben Sie eher, dass Sie als Frau, die von Grund auf an Technik interessiert ist, eine Ausnahme sind?

Nein, das glaube ich nicht. Ich überlege nur oft, ob man in so eine Richtung erzogen wird. Aber das was ich mache, ist nichts, was nur speziell ein Mann machen könnte. Das ist einfach seinen Job verstehen und seinen Job ausführen.

Sie sind eine von acht MVP. Gibt es da noch eine andere Frau außer Ihnen?

Mittlerweile sind es mehr als acht, es waren im Jänner nur acht, das waren die ersten. Es gibt mittlerweile mehr, ich bin aber glaube ich immer noch die einzige Frau. Ein Klassiker.

Wie kam es dazu, dass Sie Atwork gegründet haben?

Ich habe mein Studium zum Teil selbst finanziert und wollte keinen typischen Studenten-Nebenjob machen. Somit habe

ich begonnen, Software-Trainings zu machen. Dann bin ich eher in diese Richtung gegangen und damit ist auch begründet, dass ich später unterrichtet habe.

Wie hat sich Ihr Unternehmen seit seinem Bestehen verändert?

Wir haben 1999 begonnen. Zu der damaligen Zeit waren IT-Unternehmen im Allgemeinen noch sehr breit aufgestellt. Wir haben Hardware verkauft, wir haben an PC geschraubt, wir haben Infrastruktur-Betreuung und Software-Entwicklung gemacht. Nach zwei Jahren haben wir begonnen, uns immer mehr zu spezialisieren – und zwar in Richtung Online-Lösungen, aber auf Prozessebene im B2B-Umfeld. Wir haben von der Spezialisierung stark profitiert, man weiß, man kann bei uns nicht nur PC kaufen, bei uns kann man Lösungen kaufen. 2002 oder 2003 hat Bill Gates einmal gesagt, das Internet sei nur ein Hype und wird sich nicht durchsetzen. Zum damaligen Zeitpunkt haben wir aber schon Browser-Lösungen gemacht und haben dann befürchtet, dass es vielleicht keine gute Entscheidung war. Es war aber eine. Wir profitieren jetzt extrem. Seit vier, fünf Jahren nehmen wir auch den Social-Media-Bereich mit.

Wie gehen Unternehmen Ihrer Meinung nach mit Social Media um?

Die Unternehmen spüren, dass sich etwas verändern muss aber sie können es zum Teil noch nicht greifen. Viele kommen aus dem klassischen Werbeumfeld und wissen, da habe ich ein Budget, da habe ich eine Agentur, da mache ich eine Kampagne, die dauert vier Monate, dann ist sie wieder aus. Aber bei Social Media geht es verstärkt um Kommunikation, es geht darum dass du redest und lernst dich auch zu unterhalten. Da geht es nicht darum, dass du irgendwo hin kommst und nur deine Message loslässt. Wo ich eine große Chance sehe, ist gerade bei jüngeren Leuten. Man erreicht ein ganz anderes Publikum über Social Media. Ich merke aber auch, dass man durchaus in der Lage ist, dem Produkt ein Gesicht zu geben und das finde ich so schön daran.

Wie helfen Sie Unternehmen dabei, die Chancen von Social Media greifbar zu machen?

Ich versuche mit einem Unternehmen herauszuarbeiten, wo es Sinn machen könnte, diese Technologien auf individueller Basis einzusetzen. Ich höre oft bei meinen Vorträgen »Gib mir das Rezept und dann bin ich erfolgreich auf Facebook«. Du musst aber für jedes Unternehmen schauen, was zu ihm passt, wer seine Zielgruppe ist, wo es hin will, was es selbst leisten kann. Viele haben einfach nicht die Ressourcen, sich darum zu kümmern.

Wie kommen Sie zu Ihren Aufträgen?

Wir arbeiten hauptsächlich über Empfehlungen. Das funktioniert gut.

Welche Unternehmen sind Kunden von Atwork?

Das ist bunt gemischt. Wir haben sehr kleine, aber auch sehr große Kunden. Im Social-Media-Bereich sind es eher noch die größeren Unternehmen, weil es für sie in die Kommunikations-Strategie passt. Gerade für kleinere Unternehmen wäre so etwas aber gut, weil sie viel weniger Budget haben, mit dem man trotzdem einiges erreichen kann. In der Online-Welt glaubt man oft, es kostet alles nichts. Ich nehme mir meinen Gratis-Blog und meinen Gratis-E-Mail-Account, da rennt man oft los und kennt das Ziel nicht. Da versuche ich ein bisschen zu helfen.

Wie ist denn Ihr Social-Media-Auftritt?

Unser Social-Media-Auftritt ist unspannend, aber wir haben einen einheitlichen Auftritt. Wir haben eine Webseite, wir haben ein Unternehmensblog, wir haben einen Twitter-Account und eine Facebook-Seite. Wir versuchen die Kommunikation rund zu machen, damit wir alles dabei haben. Wir schauen uns auch neue Technologien an, wir versuchen das ein bisschen zu bewerten und auch neue Sachen aufzunehmen.

Gibt es Mitarbeiter bei Atwork, die dafür verantwortlich sind?

Es ist aufgeteilt auf das Team. Für die Entwicklung einer Facebook-App braucht man beispielsweise einen Developer und für einen Kunden-Workshop brauche ich einen Consultant.

Was ist Ihre Erfahrung bei Kunden? Gibt es in Unternehmen Social-Media-Verantwortliche?

Es wäre gut, wenn jedes Unternehmen das in die Kommunikations-Strategie mit aufnimmt. Es ist aber noch viel mehr, was gemacht werden muss. Social Media ist für viele etwas Neues. Auch bei uns ist Social Media nur ein Bereich, der andere Bereich umfasst – alles, was mit Cloud-Lösungen und mit der Office-Technologie zu tun hat. Ich habe mir oft überlegt, warum ich genau diese zwei Themen so spannend finde: Weil es um etwas Neues geht, etwas Spannendes, und weil es ein bisschen darum geht, was ich gebe und was ich dafür bekommen.

Haben Sie Schwierigkeiten, geeignete Mitarbeiter zu finden?

Ja und Nein. Es ist teilweise sehr schwierig, die richtigen Leute zu finden. Wir sind ein sehr kleines Unternehmen, wir sind zu Zehnt. Hier zählt jeder Mitarbeiter und jeder Mitarbeiter muss seine Rolle auch gut machen. Wenn das nicht funktioniert, wird es schwierig für uns.

Haben Sie Probleme, eine Position langfristig zu besetzen?

Nein. Es ist eher so, dass wir sehr lange brauchen, um jemanden zu finden. Man muss versuchen, mit dem Mitarbeiter ge-

meinsam zu definieren, wo sein Potenzial und seine Stärken liegen. Man muss versuchen, den Mitarbeiter in diese Richtung zu entwickeln. Ich profitiere als Unternehmen davon, dass er etwas hat, was er gerne tut und damit sein Potenzial auch besser ausgenutzt wird. Ich habe nichts davon, wenn ich jemandem eine Aufgabe gebe, die er nicht gern macht. Wir als kleines Unternehmen haben auch den Vorteil, dass wir unsere Mitarbeiter ganz gezielt einsetzen können. Auf der anderen Seite muss ich natürlich auch auf den Markt reagieren und sollte, wenn wir eine Projekt-Anfrage haben, auch mit den vorhandenen Ressourcen planen. Es ist nicht so, dass man immer nur das machen kann, was man gerne tut, aber ich versuche es.

Arbeiten Sie bei Besetzungsproblemen auch mit Freelancern?

Tendenziell stellen wir das Personal lieber bei uns an. Es lässt sich aber nicht immer vermeiden. Was wir eher machen ist, dass wir mit Partner-Unternehmen versuchen, die Bereiche, die wir nicht abdecken können, abzugeben. Das funktioniert aber nicht für jedes Unternehmen. Ich habe aber stark davon profitiert, Kunden an andere Unternehmen zu verweisen, die das Know-how haben, das wir nicht haben. Man steigert für alle insgesamt die Zufriedenheit. Der Kunde ist zufrieden, dass er einen kompetenten Ansprechpartner hat, ich bin zufrieden weil er gut betreut wird.

Das Gespräch führte Michaela Holy.



© Susanne Spiel

MARTINA GROM

Martina Grom ist Geschäftsführerin des IT-Dienstleisters Atwork und setzt ihr Know-how seit über zehn Jahren bei der Beratung, der Umsetzung und der Wartung von IT-Lösungen ein. Anfang 2011 wurde Martina Grom von Microsoft als bisher einzige Frau und als erste Person im deutschsprachigen Raum mit dem Most-Valuable-Professional-Award (MVP) für Office 365 ausgezeichnet und gilt damit als Expertin für Cloud Computing. Außerdem organisiert Grom die österreichische Cloudusergroup und bloggt auf dem Technet Team Blog Austria und dem Atwork-Blog.