Interview mit Christian Grötsch – dotSource

Wer ist Christian Grötsch? Bitte stell Dich doch mal kurz vor.

Seit 1999 sind E-Commerce-Projekte meine Leidenschaft, seitdem habe ich in zahlreichen nationalen sowie internationalen Projekten mitgewirkt. Das multinationale Onlineauktionshaus auXion war die erste Etappe meiner digitalen Laufbahn. Dort brachte ich das Onlineauktionssystem in fünf verschiedenen Ländern erfolgreich auf den Weg und wechselte im Jahr 2000 zur Intershop Communications AG, wo ich in den Bereichen Kernproduktentwicklung und Presales-Beratung tätig war. 2006 konnte ich meinen jetzigen Geschäftspartner Christian Malik überzeugen, seinen damaligen Job aufzugeben und gemeinsam mit mir die dotSource GmbH zu gründen.

Damit wir Dich nicht nur aus beruflichem Blickwinkel

kennenlernen, verrate uns doch auch einen kleinen Spleen von Dir.

Zählt es, wenn sich sage, ich habe einen Digital-Spleen? Mein perfekter Start in den Tag sieht so aus: Mit dem Smartphone vom Bett aus eine Playlist meiner Lieblingsband auf Spotify via WLAN auf den Receiver im Wohnzimmer übertragen, um dann im Bad und Schlafzimmer Musik zu hören, im Esszimmer angekommen die Musik im Bad ausmachen und im Esszimmer per Smartphone an. Beim Losfahren die Musik ausschalten und das Garagentor per Bluetooth auf- und wieder zuzumachen. Ich mag's eben digital.

Als Digital Native der ersten Stunde bin ich immer auf der Suche und stelle mir unter anderem gern die Frage „Könnte es dafür auch eine digitale Lösung geben?" Und auch wenn mir klar ist, dass diese Lösungen nicht immer perfekt ausgereift sind, wähle ich manchmal lieber diese, als die analoge Variante und grüble darüber nach, wie man sie noch verbessern könnte.

Elevator Pitch! Was macht dotSource? Und vor allem: was macht ihr am besten, wo liegt Eure Superpower?

Unsere Mission ist es, Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz bei der Digitalisierung von Marketing, Vertrieb und Services zu unterstützen. Neben ihrem unendlichen Potential, birgt die Digitalisierung auch einige Herausforderungen. Unsere Superpower ist daher unsere Erfahrung sowie das umfangreiche Wissen, welches wir bei so vielen verschiedenen Marken und Geschäftsmodellen anwenden konnten. Es gibt wenige Firmen, die schon so lange im Geschäft sind und so große komplexe digitale Plattformen umgesetzt haben.

Neben der Prozessoptimierung mit Hilfe verschiedener digitaler Lösungen, wie E-Commerce-, PIM-, CRM- und CMS-Systemen, ist es uns aber auch ein Anliegen, Führungskräfte und Mitarbeiter mit den sich durch die zunehmende Digitalisierung verändernden Arbeitsweisen vertraut zu machen. Hierfür haben wir 2015 gemeinsam mit der Steinbeis Technology Group die Digital Business School ins Leben gerufen, die Schulungen für E-Commerce und digitale Transformation anbietet.

Anmerkung der Redaktion: Wie Dax-Unternehmen digitalisieren können, liest du in unserem Journal „Dax Digital", das es hier kostenlos gibt: Zum Journal „Dax Digital".

Apropos Superpower: Verrätst Du uns ein „Best Practice" Deiner Firma, wo ihr besonders erfolgreich

Practice "Deiner Firma, wo ihr besonders erfolgreich wart? Was waren Deiner Meinung nach die Erfolgsfaktoren?

Da fällt mir als Erstes das Projekt für lensbest.de ein, mit dem unser Kunde 4Care den Shop Usability Award 2015 gewonnen hat. Der Shop wurde von uns auf Intershop 7 migriert und war damit technisch auf dem höchsten Niveau. Erwähnenswert ist aufgrund seiner Komplexität aber auch das Projekt für hagebau, im Zuge dessen wir u.a. die von 360 Gesellschaften gebildete Systemlandschaft, zu einem gemeinsamen B2B-Shop auf Basis der Hybris Commerce Suite zusammengeführt haben.

Wenn Du Dir die Netzwirtschaft insgesamt, Euren Markt, Eure Firma, Deine Position ansiehst, was werden die Haupt-Herausforderungen in den nächsten Monaten oder Jahren sein?

Eine der größten Herausforderungen der nahen Zukunft sind die immer komplexeren Kundenbedürfnisse. Die Endkunden, sowohl im B2B also auch im B2C, erwarten heutzutage, dass Anbieter rund um die Uhr auf allen Kanälen erreichbar sind und möglichst automatisierte, personalisierte Angebote bereitstellen. Zusätzlich ergeben sich durch neue Technologien wie das Internet of Things, Virtual Reality oder Chatbots unzählige neue Möglichkeiten Produkte in der digitalen Welt zu vermarkten. Doch noch sind einige Händler skeptisch gegenüber diesen neuen Technologien. Unsere Aufgabe ist es daher, Unternehmen vor Augen zu führen, was getan werden kann und sie auf dem Weg der Digitalisierung von Marketing, Vertrieb und Services zu begleiten.

Für uns als Agentur bedeutet das, weiterhin Talente mit frischen Ideen zu gewinnen und in die Weiterentwicklung unseres Teams zu investieren, um stets offen für die Dynamik der digitalen Welt zu bleiben und unseren Kunden immer mit der größtmöglichen Erfahrung und dem aktuellsten Branchenwissen zur Seite stehen zu können.

Was hat Dich bisher am meisten „am Internet" geärgert, was am meisten gefreut?

Dank des Internets sind wir in der Lage eine grenzenlose Welt zu erschaffen, in der (fast) alles möglich ist. Es erlaubt uns Echtzeitkommunikation und -Commerce von überall zu jeder Zeit. Produkte, Informationen und soziale Interaktion sind durch das Internet quasi unbeschränkt verfügbar. Früher gab es das nur in Science-Fiction-Filmen, heute ist es dank Smartphones zur absoluten Normalität geworden, immer und überall online zu sein.

geworden, immer und überall online zu sein.

Problematisch an der Grenzenlosigkeit des Internets ist die Tatsache, dass praktisch jeder zu jeder Zeit erreichbar ist. Die Grenzen des eigenen privaten Raums verschwimmen zunehmend. Hier muss jeder für sich selbst Strategien finden, wie er sich seine Insel der Privatsphäre erhält. Es ist übrigens nicht nötig hierfür gleich das Smartphone aus dem Fenster zu werfen. Wann und wo wir das Internet nutzen ist immer noch unsere eigene Entscheidung. Weiterhin ist es aufgrund der unendlichen Fülle schwieriger geworden, Informationen zu filtern. Das eigene gut geschulte Denk- und Reflexionsvermögen ist damit stärker gefragt, als je zuvor.

Gib uns doch bitte eine Empfehlung für...

...einen Blog / eine Newsseite / ein Fachmagazin (auch Print), mit dem/der Du Dich zu Fachthemen gerne informierst

Da ist natürlich zum einen unser eigener Blog Handelskraft.de, der über aktuelle Entwicklungen und Trends der Digitalbranche informiert. Zu meiner täglichen Lektüre gehören weiterhin deutschsprachige Blogs wie t3n, aber auch amerikanische Blogs wie TechCrunch. Immer spannend sind auch die Analysten Reports von Forrester und Gartner sowie die Inhalte und Studien des ECC-Köln.

...einen Artikel / ein Video / ..., den / das Du Deinen Kunden empfiehlst

Da ich mich rund um die Uhr mit Digitalisierung beschäftige, lasse ich mich durch TED Talks gern auch in komplett anderen Bereichen inspirieren. Einer meine Favoriten ist dieser: https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action Dabei geht es um die einfache Frage nach dem „Warum?“, welches großartige Persönlichkeiten und Leader zu ihren außergewöhnlichen Leistungen antreibt. Besonders für mich als Geschäftsführer sehr inspirierend.

...ein spannendes Buch, das Dich für Dein Business inspiriert hat

Da ist zum einen das Buch: Der Weg nach vorn, in dem Bill Gates schon vor mehr als 20 Jahren Szenarien für die Entwicklung neuer Informationstechnologien entwarf, die teilweise noch heute aktuell sind.

Alternativ kann ich euch das Buch von Christoph Keese „Silicon Valley“ unbedingt empfehlen. Das Buch ist sehr überzeugend geschrieben und bringt uns dazu über die Zukunft der deutschen Unternehmen nachzudenken.

Und wem gerade nicht nach Fachbuch ist, dem sei „Das Lied von Eis und Feuer“ von George R. Martin, mit mittlerweile 10 Bänden, ans Herz gelegt.

Extra-Empfehlung: die sehr lehrreiche TV-Comedy-Serie „Silicon Valley“.

...das hilfreichste Tool / die hilfreichste Software für Deine Arbeit

E-Collaboration-Tools machen unseren Arbeitsalltag in dieser schnelllebigen Branche um ein vielfaches flexibler und einfacher: Atlassians Jira und Confluence beispielsweise und natürlich Skype ermöglichen es uns als Team agiler und schneller Projekte umzusetzen bzw. auf gerade neu entstehende Ideen einzugehen und sie fortzuführen, wo immer man gerade ist. Insgesamt denke ich, dass jegliche Hilfsmittel, die den Team-Spirit auch über größere Entfernungen erlebbar machen, unendlich wertvoll sind.

Mit welchem Experten würdest Du am liebsten einmal einen Tag zusammenarbeiten und warum?

Mich inspirieren grundlegend Menschen mit Mut zu neuen Ideen und Experimenten, wie die Visionäre des Silicon Valley. Als einer davon sei hier Jeff Bezos genannt. Die Menschen dort ticken einfach anders, sie sind in der Entwicklung und Umsetzung ihrer Ideen viel freier, weniger gebremst und dadurch erfolgreicher. Aber auch Jena, als „Silicon Valley für Unternehmensdigitalisierung“ bringt solche Visionäre hervor: Die Intershop-Pioniere Stephan Schambach und Karsten Schneider haben mich damals früh an ihrer Überzeugung für Mobile und Omnichannel teilhaben lassen. Wie man sieht, haben sie Recht behalten.