

Die Führungskraft als Influencer

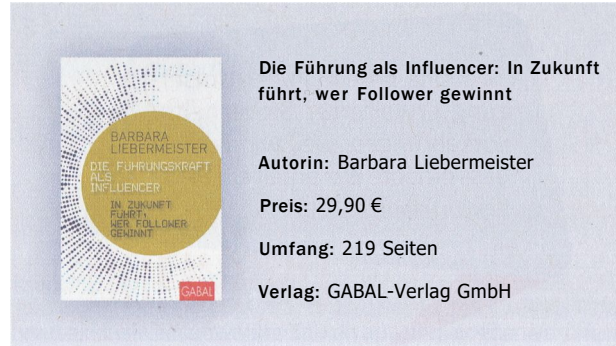
Die Arbeitswelt erneuert sich im Zuge der Digitalisierung selbst. Auch die Beziehung zwischen Führungskräften und Mitarbeitern wird durch den Wandel auf eine Probe gestellt. In ihrem Buch „Die Führungskraft als Influencer“ geht Barbara Liebermeister deshalb der elementaren Frage nach, welche Herausforderungen Führungskräfte in der digitalen Ära zu bewältigen haben.

Hierzu greift die Autorin auf das Bild des Influencers zurück, der den digitalen Raum wie kaum ein Zweiter für sich beansprucht. Er ist der Fixpunkt seiner Followerschaft, kommunikativer Angelpunkt seines Netzwerks und repräsentiert die Gemeinschaft als Marke. Liebermeister verbindet wesentliche Aspekte dieses noch jungen Berufsstandes mit den Anforderungen an moderne Führungskräfte.

Die Mentalität der Protagonisten spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle, denn das passende Mindset ist für die Transformation des traditionellen Arbeitsplatzes hin zum offenen Working Space unentbehrlich. Im Buch wird unter anderem veranschaulicht, was es bedeutet, ein Umdenken in der Fehlerkultur einzuleiten oder wie Teams davon profitieren können, wenn Führungskräfte einen Teil ihrer Verantwortung abtreten und welche neuen Skills von ihnen stattdessen erwartet werden.

Trotz der vielen Details verliert die Autorin jedoch nie den Blick fürs Wesentliche: „Jede Veränderung braucht Mut, weil man vertraute Denkmuster und Strukturen verlassen muss.“

In diesem Sinne führt Liebermeister aus, welche positiven Synergien aus praktischen Entscheidungen erwachsen können. Notizen zu Mitarbeitergesprächen dienen demnach nicht nur als Gedankenstütze, sondern stärken auch das gegenseitige Vertrauen, sofern die festgehaltenen Individualinteressen auch tatsächlich berücksichtigt werden. Unterstützend nutzt die Autorin anekdotisch erzählte Beispiele von erfolgreichen Unternehmen,



die sich im Kontext moderner Arbeitsorganisation einen Namen gemacht haben.

Anhand des letzten Beispiels „Notizen zu Mitarbeitergesprächen“ lässt sich erkennen, dass es nicht Liebermeisters Ansatz ist, ein System ganzheitlich durch ein anderes zu ersetzen. Anders als etwa Prediger disruptiver Innovation setzt sie bewusst auf Anknüpfungspunkte. Wichtige analoge Säulen im Bereich

Leadership wie Verlässlichkeit und Authentizität bleiben auch für eine funktionierende Mitarbeiterbeziehung im digitalen Zeitalter zentral. Es sind vielmehr die Codes der Kommunikation, die neu organisiert und der heterarchischen Ordnung angepasst werden müssen. Alte Statussymbole, abgetrennte Büros und Titel gehören auf den Prüfstand.

Eine weitere Stärke des Buchs liegt in seiner durchdachten Struktur. In acht Kapiteln werden jeweils relevante Teilperspektiven aufgearbeitet. Mithilfe eines Zwischenfazit und Reflexionsfragen gibt die Autorin zudem einen Lernfaden an die Hand. Insbesondere die Reflexionsfragen am Ende eines jeden Kapitels zwingen den Leser zur direkten Mitwirkung. Sie bewegen ihn dazu, eigene Positionen zu hinterfragen, Probleme zu erkennen und Lösungen zu finden.

Mit Ideenreichtum, lebendiger Erzählweise und einer gesunden Portion Neugier schafft Liebermeister den Spagat zwischen alter und neuer Arbeitswelt. Die Mischung aus Information und Erzählung ermöglicht dem Leser einen einfachen Zugang in ein komplexes Thema und ermutigt ihn, eine aktive Rolle als Führungskraft zu übernehmen. Ihr Kernanliegen fasst Liebermeister gleich zu Beginn treffend zusammen: „Führungskräfte und Influencer haben vieles gemeinsam: Sie werden nicht geboren, sondern gemacht, und zwar von ihren Followern.“

Milan Herrmann