

Link: <https://www.computerwoche.de/a/die-chief-mobile-officer-sollen-kommen,2510537>

Forrester Analyse

Die Chief Mobile Officer sollen kommen

Datum: 25.04.2012
Autor(en):Ima Buxton

Mobile Geräte sind weiter auf dem Vormarsch. Darauf müssen jetzt auch die Unternehmen reagieren - mit der Ernennung eines Chief Mobile Officers, fordert zumindest US-Marktforscher Forrester.

Mehr als eine Milliarde Menschen weltweit werden bis zum Jahr 2016 über ein Smartphone oder ein Tablet-Gerät verfügen - und damit das Gefüge in der IT-Führungsriege von Unternehmen maßgeblich beeinflussen. Das prognostizieren die beiden Analysten des US-amerikanischen Marktforschungsunternehmens Forrester, Ted Schadler und John McCarthy, in einem aktuellen Analyse-Papier.

"Design for mobile first"

Mobilität sei für Organisationen nicht nur einfach ein weiteres Tätigkeitsfeld für den IT-Support, postulieren Schadler und McCarthy. Die ortsunabhängige Kommunikation sei vielmehr Ausdruck einer neuen Form der Verbindlichkeit im Umgang mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern. Um bei der technologischen Weiterentwicklung mithalten zu können, müssten CIOs sich daher zusammen mit anderen Top-Managern für die Schaffung der Position eines "Chief Mobility Officers" (CMO) stark machen. Der oberste Mobility-Verantwortliche sei mit seinem Team in erster Linie dafür verantwortlich, eine unternehmensweite Mobile Strategie festzulegen. Ihr Ziel: Alle Investitionen in Business und Technologien unter der Maßgabe "Design for Mobile first" vorzunehmen.

Der neue CMO erledigt diese Aufgabe nach Schadler und McCarthy vor allem als Koordinator zwischen den verschiedenen Fachabteilungen. Wo auch immer mobile Anwendungen entstehen - etwa im Marketing für die Kundenbindung, im Sales für das Kundenmanagement, im Finanzbereich für das Expense-Management - der Mobility-Chef sollte stets als Schnittstelle fungieren.

Technologie von heute soll Verbindlichkeit schaffen

Die Vorteile dieser Umstrukturierung werden laut Forrester für Unternehmen rasch spürbar sein: Schadler und McCarthy erwarten vom neuen CMO ein profitables Wachstum aufgrund verbindlicherer Angebote und Self-Services für mobile Mitarbeiter sowie eine steilere Lernkurve in Sachen Mobilität insgesamt. Einzelne Projekt-Budgets könnten zusammengefasst werden, um Technologien zu fördern, die die Bindung zwischen Unternehmen und Menschen fördern. Schließlich soll die neue C-Level-Position Unternehmen die Chance bieten, den Fokus auf ein solches System der Bindung zu richten, und das bisherige, rein dokumentarische System aufzugeben.

keine Verantwortung.