



GPK-Managementteam

Julia Hauska
(career Institut &
Verlag), Andreas
Leitl (GPK live),
Markus Gruber
(Gründer und
Geschäftsführer)
und Carina Jany
(GPK public).

”

Es ist auch unser Anspruch, als Partner langfristige Beziehungen zu leben. Dann profitieren alle – wirtschaftlich, beruflich und persönlich.

Markus Gruber

“

career' schafft so Karriereperspektiven, ermöglicht ein frühzeitiges Erkennen von Talenten und trägt nachhaltig zur Fachkräftesicherung in Österreich bei.

medianet: In den 30 Jahren, die GPK nun besteht – wie einfach oder schwierig war es, die neuen digitalen Kompetenzen in den einzelnen Geschäftsfeldern aufzubauen?

Gruber: Diese Herausforderungen kennen wir schon lange. Das liegt daran, dass unser langjähriger Kunde Apple uns bereits in den frühen 90ern gefordert, geprägt und getrieben hat. Klar sind die aktuellen Herausforderungen noch komplexer. Deshalb wissen wir auch: Wir bestimmen die digitale Revolution nicht allein. Es wundert mich, wie viele Player am Markt sich als der Pionier der Digitalisierung darstellen. Natürlich nutzen auch wir die Möglichkeiten der Digitalisierung bestmöglich – von Online-Marketing bis hin zu

Mega-Data-Tools. Dabei haben wir einen differenzierten Zugang, stellen in den Fokus, was wirklich zählt: der Mensch. Wir reden über Menschen und Chancen. Und wie wir diese zwei am besten zusammenbringen.

”

Doch Technologie allein kann nie den Wettbewerb gewinnen, weil auch Innovationen immer wieder zu austauschbaren Massengütern werden.

“

medianet: Sie messen der Digitalisierung einen geringeren Stellenwert bei als Ihre Mitarbeiter ... ?

Gruber: Wir sind uns der Bedeutung technologischer Kompetenzen sehr wohl bewusst, nicht zuletzt aufgrund unseres stark digital geprägten Teamnachwuchses. Doch Technologie allein gewinnt nie den Wettbewerb, weil auch Innovationen immer wieder zu austauschbaren Massengütern werden. Ohne den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen, wird die Einbettung der Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft nicht gelingen. Betrachten wir die Digitalisierung aus der Sicht unserer GPK public, also durch die Augen der Spezialistin für institutionelle Kommunikation, geht es uns vor allem um eines: Wie schaffen wir es, Menschen zu erreichen und deren Werte und Gefühle zu treffen? Wie können wir Beziehungen und Vertrauen zu Menschen aufbauen,

um sie für wichtige Anliegen zu gewinnen? Und nicht nur Bürgerinnen und Bürger, sondern gleichermaßen unser Team, unsere Kunden und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

medianet: Sie stellen also die Menschen, egal in welcher Rolle, in den Mittelpunkt?

Gruber: Natürlich. Kunden wollen keine Spindoktoren, sondern echte Partner. Unsere Kunden leisten Hervorragendes und wünschen sich vor allem einen Partner, der sie zu 100 Prozent versteht, mit 100 Prozent maßgeschneiderten Lösungen unterstützt und natürlich auch die richtigen Kontakte hat. So sehen das auch unsere Kunden: Es sind die Menschen der GPK, die mit ihrem Einsatz und ihren Kompetenzen den Unterschied ausmachen. Es ist auch unser Anspruch, als Partner langfristige Beziehungen zu leben. Dann profitieren alle – wirtschaftlich, beruflich und persönlich. (red)