

hernstein management **report**

GRÖSSTE
Führungskräfte
Umfrage
in Deutschland
und Österreich

6. Bericht 2017:

**Fit für die Zukunft? Innovation,
Lernen 4.0 und Diversität in
Unternehmen**

Über den Hernstein Management Report

Seit 19 Jahren erhebt der Hernstein Management Report ein Stimmungs- und Meinungsbild unter Führungskräften im deutschsprachigen Raum. Wir fragen nach täglichen Herausforderungen, den Trends und Entwicklungen, die Führungskräfte wahrnehmen, und wie es ihnen in ihrer Führungsrolle geht.

ZENTRALE FRAGEN DIESES HERNSTEIN MANAGEMENT REPORTS

- Stillstand oder Veränderung – Innovation und Kreativität als Weg in die Zukunft?
- Lernen 4.0 als Voraussetzung, um neue Arbeitswelten zu gestalten?
- Best practice war gestern – ist best learning der Weg von morgen?
- Diversität – sehen Unternehmen die Chance?

DIE WICHTIGSTEN ECKDATEN DER UMFRAGE

- Befragungszeitraum: März 2017
- Befragte Personen: 1.585 Führungskräfte sowie Unternehmerinnen und Unternehmer
- Österreich: 685 befragte Personen
- Deutschland: 900 befragte Personen
- Befragungsart: Online-Befragung
- Durchführendes Institut: www.vieconsult.at

Allgemeine Informationen finden Sie auf unserer Website unter www.hernstein.at/Wissenswert/Hernstein-Management-Report/

FÜR RÜCKFRAGEN STEHT IHNEN ZUR VERFÜGUNG

Mag. (FH) Michaela Kreitmayer
Leitung Hernstein Institut

Hernstein Institut für Management und Leadership
Währinger Gürtel 97
wko campus wien
1180 Wien
t +43/1/514 50-5620
m management.report@hernstein.at
www.hernstein.at

Executive Summary

Stillstand oder Veränderung? Innovation und Kreativität als Weg in die Zukunft.

- 62% der Führungskräfte stimmen zu, dass der Markt vermehrt Innovation und Kreativität fordert.
- 58% sind der Meinung, dass Innovation und Kreativität wichtige Zukunftsthemen in ihrem Unternehmen sind.
- 46% finden, dass ihr Unternehmen die Entwicklung von Innovationen gezielt fördert.
- Jedes zweite Unternehmen hat Trainingsangebote zum Thema Innovation und Kreativität. Jedes dritte Unternehmen kombiniert mehrere Maßnahmen.
- 29% der Top-Führungskräfte meinen, dass Innovation und Kreativität zwar gefordert werden, aber in der Realität an der Unternehmenskultur scheitern. Im unteren Management sind sogar 42% dieser Meinung.
- 69% des oberen Managements glauben, dass neue Ideen und Anregungen von Mitarbeitenden offen und dankbar angenommen und vom Unternehmen berücksichtigt werden. Beim unteren Management sind es nur 41%.

Fit für die Zukunft? Lernen 4.0 als Voraussetzung um neue Arbeitswelten mitzugestalten.

- 73% der befragten Führungskräfte meinen, dass Weiterbildung im Beruf in Zukunft noch wichtiger sein wird als in der Vergangenheit.
- 34% glauben, dass ihr Unternehmen ausreichend in die Entwicklung von Führungskräften investiert. 31% sehen das nicht so.
- 36% der Befragten geben an, dass in ihrem Unternehmen Mitarbeitende die Möglichkeit haben, die angebotenen Inhalte von Weiterbildung aktiv mitzugestalten.
- 46% sagen, dass es in ihrem Unternehmen ausreichend Wissensaustausch unter den Mitarbeitenden gibt, um informelles Lernen voneinander zu fördern.

Best practice war gestern – ist best learning der Weg von morgen?

- 26% der Führungskräfte meinen, dass das klassische Präsenztraining in Zukunft aussterben und neuen Lernformen weichen wird.
- Lediglich 18% geben an, dass in ihrem Unternehmen derzeit die klassische Personalentwicklung in Form von Präsenztrainings massiv überdacht und verändert wird.
- 30% der Befragten sagen, dass die Zahl der E-Learning- und Online-Lernangebote in ihrem Unternehmen stetig zunimmt.
- Nur 8% der Befragten nutzen häufig bzw. mehrfach Lern-Apps auf dem Handy oder Tablet. 21% nutzen dieses Angebot teilweise bzw. selten.
- 10% der Führungskräfte sieht sich häufig bzw. mehrfach Lernvideos im Web wie z.B. auf Youtube an. 25% tun dies teilweise oder selten.
- Neue Lernformen werden eher von den jüngsten Führungskräften genutzt. Mit der Dauer der Berufserfahrung sinkt dies drastisch.

Diversität – sehen Unternehmen die Chance?

- Die Hälfte der Führungskräfte meint, dass es die demografische Entwicklung erfordert, sich mit einer veränderten Personalpolitik auf Fragen der Diversität vorzubereiten.
- 23% der Befragten sagen, dass es in ihrem Unternehmen keine Politik der Vielfalt gibt. Ihrer Meinung nach stehen Aufwand und Nutzen in keinem angemessenen Verhältnis.
- 30% meinen, dass das Thema Diversity Management möglicherweise für die Zukunft interessant ist.
- Gefördert werden vor allem Frauen (22%) und jüngere Mitarbeitende (26%).

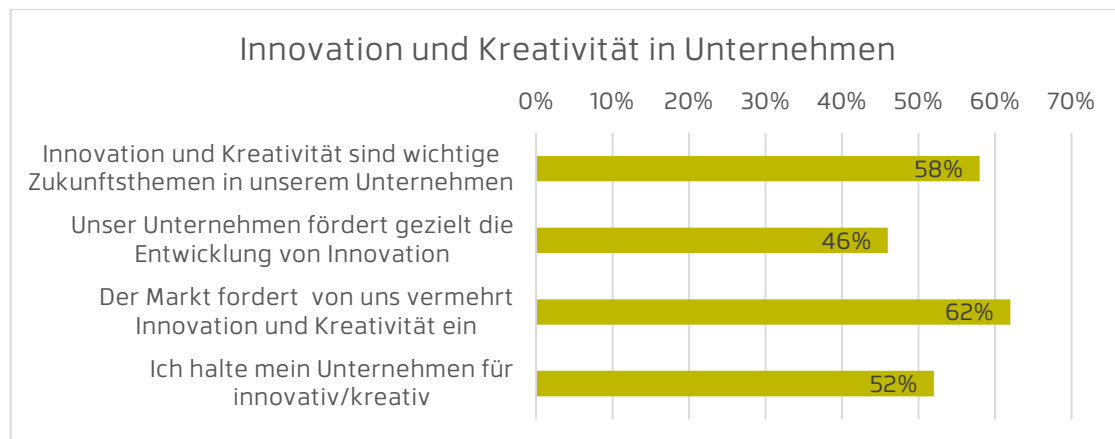
Stillstand oder Veränderung? Innovation und Kreativität als Weg in die Zukunft.

Unsere Welt ist im Wandel und von Wettbewerb geprägt. Das ist kein großes Geheimnis. Um Chancen zu ergreifen und Neues zu schaffen, sind Unternehmen auf Innovationen und eine entsprechende Kultur angewiesen. Woher aber kommen neue Ideen? Eine der befragten Führungskräfte formuliert es treffend: „Innovation und Kreativität entstehen nur in einer freien Umgebung“. Zeit- oder Erfolgsdruck, Stress und Angst sind kontraproduktiv. Eine lockere und freudvolle Atmosphäre beim Arbeiten ist hingegen förderlich. In den Innovationsleitlinien des Unternehmens Google steht unter anderem: „Ideas come from everywhere“. Wie fördern Vorgesetzte Kreativität? Wenn sie Mitarbeitende ermuntern, neue Wege zu gehen, Fehler als Lernprozesse verstehen und kreative Leistungen würdigen und belohnen. Zu schön, um wahr zu sein?

Wir haben Führungskräfte befragt, welchen Stellenwert Kreativität und Innovation im Wertesystem ihres Unternehmens haben. Knapp 2/3 der Führungskräfte denken, dass der Markt vermehrt Innovation und Kreativität einfordert: „Die diesbezüglichen Anforderungen seitens der Kundinnen und Kunden steigen“. 58% der Befragten sind der Meinung, dass Innovation und Kreativität wichtige Zukunftsthemen in ihrem Unternehmen sind.

Bestehendes verbessern, aber auch visionär Neues schaffen: Setzen Unternehmen mutige Schritte in diese Richtung? Knapp die Hälfte der befragten Führungskräfte findet, dass ihr Unternehmen die Entwicklung von Innovationen gezielt fördert. In rund 50% der Unternehmen ist Kreativität und Innovation offizieller Teil der Unternehmensstrategie und der Unternehmenswerte. Jedes zweite Unternehmen hat Trainingsangebote zum Thema Innovation und Kreativität. Jedes dritte Unternehmen kombiniert mehrere Maßnahmen. Bei näherer Betrachtung der Ergebnisse wird deutlich, dass Wunschenken und Realität auseinanderdriften: 29% der Top-Führungskräfte sagen, dass Innovation und Kreativität zwar gefordert werden, aber in der Realität an der Unternehmenskultur scheitern. Im unteren Management sind sogar 42% dieser Meinung.

69% des oberen Managements glauben, dass neue Ideen und Anregungen von Mitarbeitenden offen und dankend angenommen und vom Unternehmen berücksichtigt werden. Das untere Management sieht dies mit nur 41% deutlich anders. Eine ähnliche Diskrepanz zeigt sich bei der Frage, ob das Unternehmen die Kreativität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gezielt fördert: Zwar sehen es 60% der Top-Führungskräfte so, aber nur 34% der unteren Managementebene stimmen zu.



Grafik 1/2017: Innovation und Kreativität in Unternehmen

KEY FACTS

- 62% der Führungskräfte stimmen zu, dass der Markt vermehrt Innovation und Kreativität fordert.
- 58% sind der Meinung, dass Innovation und Kreativität wichtige Zukunftsthemen in ihrem Unternehmen sind.
- 46% finden, dass ihr Unternehmen die Entwicklung von Innovationen gezielt fördert.
- Jedes zweite Unternehmen hat Trainingsangebote zum Thema Innovation und Kreativität. Jedes dritte Unternehmen kombiniert mehrere Maßnahmen.
- 29% der Top-Führungskräfte meinen, dass Innovation und Kreativität zwar gefordert werden, aber in der Realität an der Unternehmenskultur scheitern. Im unteren Management sind sogar 42% dieser Meinung.
- 69% des oberen Managements glauben, dass neue Ideen und Anregungen von Mitarbeitenden offen und dankbar angenommen und vom Unternehmen berücksichtigt werden. Beim unteren Management sind es nur 41%.

DATENTABELLEN

Innovation und Kreativität in Unternehmen.	Trifft (eher) zu	Teils/teils	Trifft (eher) nicht zu
Innovation und Kreativität sind wichtige Zukunftsthemen in unserem Unternehmen.	58%	26%	16%
Unser Unternehmen fördert gezielt die Entwicklung von Innovationen.	46%	32%	22%
Der Markt fordert von uns vermehrt Innovation und Kreativität ein. Die diesbezüglichen Anforderungen seitens der Kundinnen und Kunden steigen.	62%	26%	12%
Ich halte mein Unternehmen alles in allem für innovativ und/oder kreativ.	52%	28%	20%

Förderung von Kreativität und Innovation in Unternehmen	Trifft (eher) zu	Teils/Teils	Trifft (eher) nicht zu
Innovation und Kreativität werden zwar gefordert, scheitern aber in der Realität an unserer Unternehmenskultur.			
Führungskräfte gesamt	33%	32%	35%
Oberes Management	29%	25%	47%
Unteres Management	42%	31%	27%
Neue Ideen und Anregungen von Mitarbeitenden werden offen und dankend angenommen und vom Unternehmen berücksichtigt.			
Führungskräfte gesamt	54%	32%	14%
Oberes Management	69%	26%	5%
Unteres Management	41%	39%	21%

Datentabellen zu Grafik 1/2017: Innovation und Kreativität in Unternehmen

hernstein

Wir verstehen Leadership

Förderung von Kreativität und Innovation in Unternehmen	Trifft (eher) zu	Teils/Teils	Trifft (eher) nicht zu
Unser Unternehmen fördert gezielt die Kreativität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.			
Führungskräfte gesamt	44%	31%	25%
Oberes Management	60%	27%	13%
Unteres Management	34%	36%	31%

Trainingsangebote zum Thema Kreativität und Innovation in Unternehmen	nein	Ja - teilweise	Ja - sehr umfangreich
Es gibt Trainings bzw. Workshops, die Innovationen fördern.	49%	43%	8%
Es gibt Trainings bzw. Workshops, die kreatives Denken fördern.	57%	37%	7%
Es gibt regelmäßige Vorträge von Externen zu den Themen Innovation und/oder Kreativität.	64%	29%	8%
Es gibt Projekte oder Arbeitsgruppen zu den Themen Innovation und/oder Kreativität.	57%	35%	8%
Es gibt Abteilungen/Stabsstellen für die Themen Innovation oder Kreativität.	66%	26%	9%
Es gibt eigens geschaffene Kreativräume, Innovation-Labs o. ä.	75%	19%	6%
Innovation und Kreativität sind offizieller Teil der Unternehmensstrategie.	48%	38%	14%
Innovation und Kreativität sind offizieller Teil der Unternehmenswerte.	50%	36%	14%
Es gibt Ideenwettbewerbe, Kreativitätswettbewerbe o. ä.	63%	27%	10%
Es gibt definierte Freiräume (z. B. zur Verfügung gestellte Arbeitszeit), um sich innovativen Ideen zu widmen.	63%	30%	7%

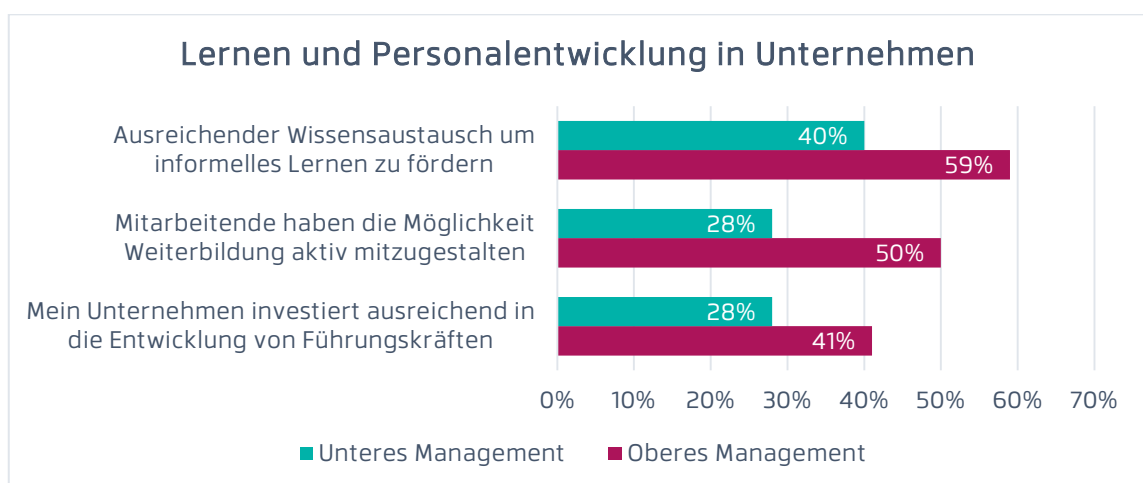
Datentabellen zu Grafik 1/2017: Innovation und Kreativität in Unternehmen

Fit für die Zukunft? Lernen 4.0 als Voraussetzung, um neue Arbeitswelten mitzugestalten.

Man lernt nie aus. In einer Arbeitswelt, die sich rasant und teilweise radikal verändert, wird Weiterbildung sogar (über-)lebensnotwendig. In einer zunehmend digitalen Welt stehen Unternehmen letztlich vor der Frage: Wie können wir Schritt halten? Wie können wir diesen Wandel sogar aktiv mitgestalten? Die Basis dafür ist Weiterbildung. Dass Lernen Sinn macht, liegt auf der Hand. Lernen fördert die Innovationskraft eines Unternehmens und stärkt auch die Leistungsbereitschaft und -fähigkeit der Mitarbeitenden. Das wirkt sich positiv auf die Produktivität aus. Betriebliche Weiterbildung wird aber auch als eine Form der Wertschätzung erlebt. Das steigert die Zufriedenheit am Arbeitsplatz und erhöht die Bindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen. Und nicht zuletzt ist ein Unternehmen mit einem umfangreichen Weiterbildungsangebot auch ein attraktiver Arbeitgeber für Jobsuchende.

Lernen 4.0 steht für ein neues Lernverständnis, das sich von bisherigen Methoden der Weiterbildung weitgehend unterscheidet. Vor allem geht es um die Nähe zu den Arbeitsprozessen, aber auch um Interaktivität und Vernetzung über zeitliche und räumliche Distanz hinaus. Und: „Die Zukunft liegt in der eigenverantwortlichen Weiterbildung“, wie es einer der Befragten formuliert. Gehen Führungskräfte als „First learner“ entschlossen voran, inspirieren sie damit ihre Mitarbeitenden und fördern die Lernbereitschaft im Unternehmen.

Wir haben Führungskräfte befragt, wie sich aus ihrer Sicht Lernen und berufliche Weiterbildung entwickeln wird. Rund 3/4 der Befragten meinen, dass Weiterbildung im Beruf in Zukunft noch wichtiger sein wird als in der Vergangenheit. Fragt man nach, ob ihr Unternehmen ausreichend in die Entwicklung von Führungskräften investiert, bekommt man sehr geteilte Antworten: 34% meinen ja, 31% sehen das genau gegenteilig. Top-Führungskräfte sind mit 41% Zustimmung deutlich optimistischer als Führungskräfte des unteren Managements mit nur 28%. Ein Ergebnis, das man einerseits als Auftrag an Unternehmen verstehen kann, das Thema Lernen zu forcieren. Es könnte aber auch bedeuten, dass Führungskräfte sich in punkto Lernen vor allem auf das Unternehmen verlassen und nicht selbst die Initiative ergreifen.



Grafik 2/2017: Lernen und Personalentwicklung in Unternehmen

hernstein

Wir verstehen Leadership

Weiterbildungsangebote sind wesentlich treffsicherer, wenn die Betroffenen in die Planung einbezogen werden. 36% der Befragten geben an, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrem Unternehmen die Möglichkeit haben, die angebotenen Inhalte von Weiterbildung aktiv mitzugestalten bzw. zu beeinflussen. Auf der oberen Führungsebene sehen das sogar die Hälfte der Befragten so, im unteren Management allerdings nur 28%.

Findet in Unternehmen ausreichend Wissensaustausch unter Mitarbeitenden statt, um informelles Lernen voneinander zu fördern? 46% bestätigen dies, wobei sich auch hier eine Diskrepanz zwischen Top-Management (59%) und unterem Management (40%) zeigt.

KEY FACTS

- 73% der befragten Führungskräfte meinen, dass Weiterbildung im Beruf in Zukunft noch wichtiger sein wird als in der Vergangenheit.
- 34% glauben, das ihr Unternehmen ausreichend in die Entwicklung von Führungskräften investiert. 31% sehen das nicht so.
- 36% der Befragten geben an, dass in ihrem Unternehmen Mitarbeitende die Möglichkeit haben, die angebotenen Inhalte von Weiterbildung aktiv mitzugestalten.
- 46% sagen, dass es in ihrem Unternehmen ausreichend Wissensaustausch unter den Mitarbeitenden gibt, um informelles Lernen voneinander zu fördern.

DATENTABELLEN

Lernen und Personalentwicklung in Unternehmen	Trifft (eher) zu	Teils/Teils	Trifft (eher) nicht zu
In unserem Unternehmen gibt es ausreichend Wissensaustausch unter den Mitarbeitenden, um das informelle Lernen voneinander zu fördern.			
Führungskräfte gesamt	46%	35%	18%
Oberes Management	59%	28%	13%
Unteres Management	40%	38%	21%
In unserem Unternehmen haben Mitarbeitende die Möglichkeit, die angebotenen Inhalte von Weiterbildung aktiv mitzugestalten/zu beeinflussen.			
Führungskräfte gesamt	36%	36%	29%
Oberes Management	50%	28%	22%
Unteres Management	28%	37%	35%
Mein Unternehmen investiert ausreichend in die Entwicklung von Führungskräften.			
Führungskräfte gesamt	34%	34%	31%
Oberes Management	41%	39%	20%
Unteres Management	28%	36%	37%
Laufende Weiterbildung im Beruf wird in Zukunft noch wichtiger sein als in der Vergangenheit.			
Führungskräfte gesamt	73%	21%	7%
Oberes Management	76%	18%	6%
Unteres Management	76%	18%	6%

Datentabellen zu Grafik 2/2017: Lernen und Personalentwicklung in Unternehmen

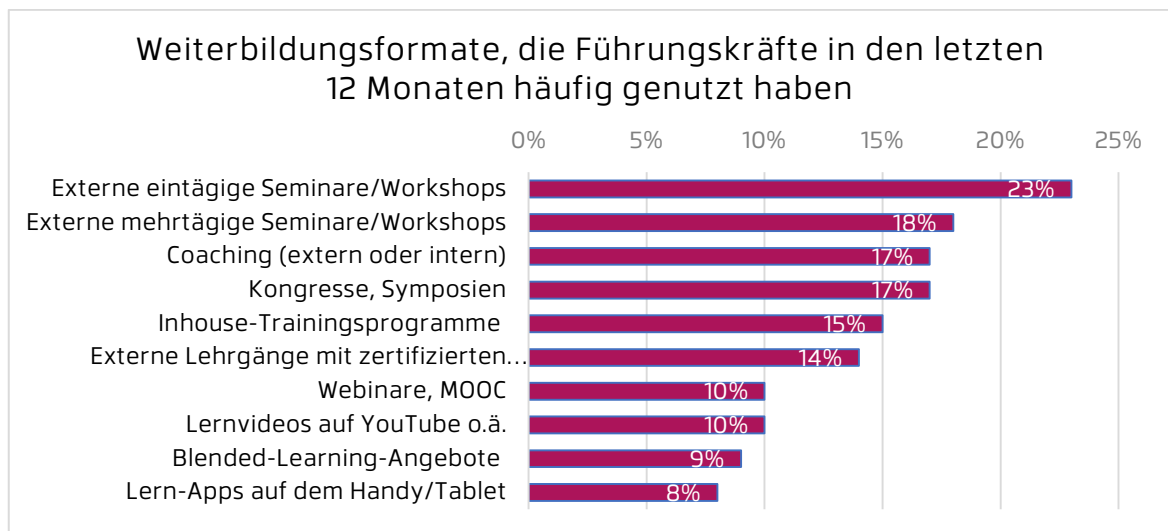
© Hernstein Institut für Management und Leadership

Best practice war gestern – ist best learning der Weg von morgen?

Die Zeiten sind volatil, unsicher, komplex und mehrdeutig - willkommen in der VUCA Welt. Es ist eine Welt, in der Erfahrungen, Glaubenssätze und Paradigmen auf den Prüfstand kommen. Sinn und Zweck rücken in den Mittelpunkt unternehmerischen Handelns. Mit neuen Weiterbildungsformaten können Führungskräfte diesen Herausforderungen leichter begegnen und ihr Unternehmen wandlungsfähig und agil halten.

Neues Lernen 4.0: Mit einseitigen Frontalvorträgen begeistert man heute niemanden mehr. Das neue Lernen setzt auf zeitgemäße Lernformate, die auch die Erwartungen Junger befriedigen. Das Angebot ist groß. Welche Weiterbildungskonzepte zum Ziel führen, hängt von der Größe, Struktur sowie den Anforderungen und Bedürfnissen des jeweiligen Unternehmens ab. Neue Lernformate wie E-Learning und Blended-Learning hinterlassen den Eindruck, dass das neue Lernen hauptsächlich digital ist. Menschen sind aber nicht nur intelligente, sondern auch fühlende Wesen. Lernformate, die diesem Faktor Rechnung tragen, bieten Lernerlebnisse mit allen Sinnen. Sie helfen, Prozesse und Veränderungen nicht nur anzunehmen, sondern auch zu verinnerlichen.

26% der befragten Führungskräfte meinen, das klassische Präsenztraining werde in Zukunft aussterben und neuen Lernformen weichen. Ebenso viele denken genau gegenteilig. Nur 18% geben an, dass in ihrem Unternehmen derzeit die klassische Personalentwicklung in Form von Präsenztrainings massiv überdacht und verändert wird. Rund die Hälfte der Befragten meint, dass dies (eher) nicht zutrifft. Diese Zahlen bestätigen sich auch bei der Frage, welche Weiterbildungsformate die befragten Führungskräfte in den letzten 12 Monaten besucht haben: Am häufigsten wurden externe, eintägige (23%) bzw. mehrtägige (18%) Seminare und Workshops genannt. Gefolgt von Coaching, Kongressen und Symposien (17%). Inhouse-Trainingsprogramme mit internen oder auch externen Trainerinnen oder Trainern landeten mit 15% auf Platz 4. 14% der Befragten haben externe Lehrgänge mit zertifizierten Abschlüssen besucht.



Grafik 3/2017: Welche Weiterbildungsformate nutzen Führungskräfte?

30% der Führungskräfte sagen, dass die Zahl der E-Learning- und Online-Lernangebote in ihrem Unternehmen stetig zunimmt. Hingegen meinen 42%, dass dies (eher) nicht zutrifft. Wieweit haben die Befragten entsprechende Angebote in den letzten 12 Monaten tatsächlich genutzt? Webinare, Lern-Apps, Lernvideos im Web und Blended-Learning-Angebote sind offensichtlich noch wenig etabliert. Nur etwa eine von 10 Führungskräften nimmt sie häufig in Anspruch. Das verwundert, sind doch Computer, Smartphones und Tablets aus unserer Lernumgebung nicht mehr wegzudenken. Vor allem junge Mitarbeitende sind offen für neue Weiterbildungsformate. Sie wollen lernen, wann und wo es ihnen passt. Gerne auch bequem vom Sofa aus auf YouTube oder in Webinaren. Flexibel und interaktiv. Daher wenig überraschend: Neue Lernformen werden eher von den jüngsten Führungskräften genutzt. Mit der Dauer der Berufserfahrung sinkt dies drastisch.

KEY FACTS

- 26% der Führungskräfte meinen, dass das klassische Präsenztraining in Zukunft aussterben und neuen Lernformen weichen wird.
- Lediglich 18% geben an, dass in ihrem Unternehmen derzeit die klassische Personalentwicklung in Form von Präsenztrainings massiv überdacht und verändert wird.
- 30% der Befragten sagen, dass die Zahl der E-Learning- und Online-Lernangebote in ihrem Unternehmen stetig zunimmt.
- Nur 8% der Befragten nutzen häufig bzw. mehrfach Lern-Apps auf dem Handy oder Tablet. 21% nutzen dieses Angebot teilweise bzw. selten.
- 10% der Führungskräfte sieht sich häufig bzw. mehrfach Lernvideos im Web wie z.B. auf Youtube an. 25% tun dies teilweise oder selten.
- Neue Lernformen werden eher von den jüngsten Führungskräften genutzt. Mit der Dauer der Berufserfahrung sinkt dies drastisch.

DATENTABELLEN

Weiterbildungsformate, die Führungskräfte in den letzten 12 Monaten häufig genutzt haben.	Häufig/mehrfach genutzt	Teilweise/selten genutzt	nicht genutzt
Externe eintägige Seminare/Workshops	23%	37%	40%
Externe mehrtägige Seminare/Workshops	18%	33%	49%
Coaching (extern oder intern)	17%	32%	51%
Kongresse, Symposien	17%	35%	48%
Inhouse-Trainingsprogramme	15%	31%	54%
Externe Lehrgänge mit zertifizierten Abschlüssen	14%	29%	57%
Webinare, MOOC	10%	23%	68%
Lernvideos auf YouTube o.ä.	10%	25%	66%
Blended-Learning-Angebote	9%	20%	71%
Lern-Apps auf dem Handy/Tablet	8%	21%	72%

Datentabellen zu Grafik 3/2017: Weiterbildungsformate und Nutzung von Führungskräften

hernstein

Wir verstehen Leadership

Nutzung von neuen Lernformaten bei jungen/älteren Führungskräften	Häufig/ mehrfach genutzt	Teilweise/ selten genutzt	nicht genutzt
Lernvideos auf YouTube o.ä.			
1-3 Jahre berufstätig	25%	32%	43%
20+ Jahre berufstätig	7%	21%	72%
Lern-Apps auf dem Handy/Tablet			
1-3 Jahre berufstätig	18%	36%	46%
20+ Jahre berufstätig	7%	18%	75%

Lernen und Personalentwicklung	Trifft (eher) zu	Teils/teils	Trifft (eher) nicht zu
Das klassische Präsenztraining wird in Zukunft aussterben und zugunsten neuer Lernformen weichen.	26%	46%	28%
In unserem Unternehmen nimmt die Zahl der E-Learning- und Online-Angebote stetig zu.	30%	28%	42%
In unserem Unternehmen wird die klassische Personalentwicklung in Form von Präsenztrainings derzeit massiv überdacht und verändert.	18%	33%	49%

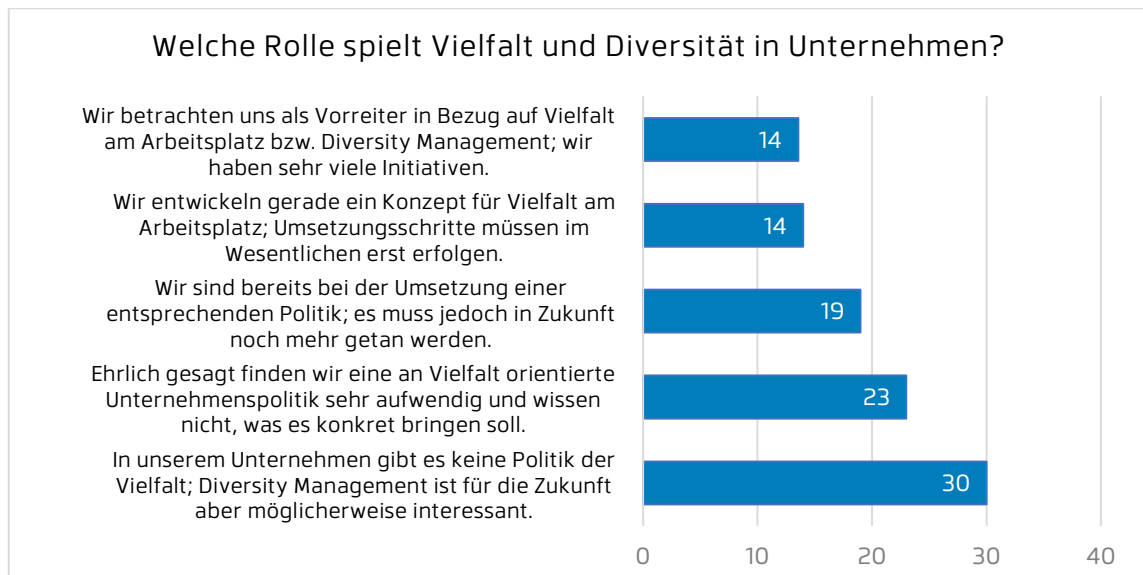
Datentabellen zu Grafik 3/2017: Weiterbildungsformate und Nutzung von Führungskräften

Diversität – sehen Unternehmen die Chance?

Muss man erklären, warum Vielfalt Sinn macht? Es scheint so, denn Diversität – bezogen auf Geschlecht, Alter, ethnischen Hintergrund, Behinderung etc. – steckt in österreichischen und deutschen Unternehmen noch in den Kinderschuhen. Die Praxis zeigt, dass sich Unternehmen nur dann nachhaltig mit dem Thema auseinandersetzen, wenn die Priorität im Top-Management hoch ist.

Welche Chancen verpassen Unternehmen, wenn sie sich nicht mit Diversität befassen? Vielfalt ist in der Regel eine Bereicherung für alle Beteiligten. Vor allem dann, wenn Unternehmen die Unterschiede nicht nur tolerieren, sondern auch aktiv fördern und nutzen. Man weiß mittlerweile, dass Diversität nicht nur förderlich für Innovation und Produktivität ist. Sie eröffnet auch den Zugang zu neuen Arbeitskräften. Nicht zuletzt hat der Umgang mit gesellschaftlicher Verantwortung einen wesentlichen Einfluss darauf, wie attraktiv ein Unternehmen als Arbeitgeber wahrgenommen wird.

Wir haben Führungskräfte zum Thema Diversität befragt und folgendes Stimmungsbild erhoben: Die Hälfte der Führungskräfte meint, dass es die demografische Entwicklung erfordert, sich mit einer veränderten Personalpolitik auf Fragen der Diversität vorzubereiten. 35% geben aber an, dass bislang noch nichts in diese Richtung unternommen wurde. 23% der Befragten sagen, dass es in ihrem Unternehmen keine Politik der Vielfalt gibt. "Ehrlich gesagt finden wir eine an Vielfalt orientierte Unternehmenspolitik bzw. Diversity Management sehr aufwändig und wissen nicht, was es konkret bringen soll", formuliert es einer der Befragten. 30% sehen das ähnlich, meinen aber, dass das Thema Diversity Management möglicherweise für die Zukunft interessant ist.



Grafik 4/2017: Vielfalt und Diversität in Unternehmen

Nur 14% der Führungskräfte betrachten sich als Vorreiter in Bezug auf Vielfalt am Arbeitsplatz: „Wir haben sehr viele Initiativen“. Weitere 14% meinen, dass ihr Unternehmen gerade ein Konzept für Diversity Management entwickelt – Umsetzungsschritte müssen aber im Wesentlichen erst erfolgen. 19% sind bereits bei der Umsetzung einer entsprechenden Politik bzw. Strategie: „Es muss jedoch in Zukunft noch mehr getan werden“.

Welche Personengruppen werden, wenn überhaupt, gefördert? An der Spitze stehen junge Mitarbeitende mit 26%, gefolgt von weiblichen Mitarbeiterinnen mit 22%. Wenig gefördert: Ältere Mitarbeitende, sowie jene mit körperlicher oder geistiger Behinderung, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Migrationshintergrund, anderem ethnisch-religiösen Hintergrund oder unterschiedlicher sexueller Orientierung.

Der Großteil der Unternehmen (27%) siedelt die Maßnahmen zum Diversity Management im HR-Bereich an. Lediglich 11% der Unternehmen verfügen über eine eigene Abteilung oder eigene Beauftragte für Diversity Management.

KEY FACTS

- Die Hälfte der Führungskräfte meint, dass es die demografische Entwicklung erfordert, sich mit einer veränderten Personalpolitik auf Fragen der Diversität vorzubereiten.
- 23% der Befragten sagen, dass es in ihrem Unternehmen keine Politik der Vielfalt gibt. Ihrer Meinung nach stehen Aufwand und Nutzen in keinem angemessenen Verhältnis.
- 30% meinen, dass das Thema Diversity Management möglicherweise für die Zukunft interessant ist.
- Gefördert werden vor allem Frauen (22%) und jüngere Mitarbeitende (26%).

DATENTABELLE

Welche Rolle spielt Vielfalt und Diversität in Unternehmen?	
Bislang wurde nichts unternommen.	35%
In unserem Unternehmen gibt es keine Politik bzw. Strategie der Vielfalt; die Themen Vielfalt am Arbeitsplatz bzw. Diversity Management sind für die Zukunft aber möglicherweise interessant.	30%
In unserem Unternehmen gibt es keine Politik bzw. Strategie der Vielfalt; ehrlich gesagt finden wir eine an Vielfalt orientierte Unternehmenspolitik bzw. Diversity Management sehr aufwendig und wissen nicht, was es konkret bringen soll.	23%
Wir sind bereits bei der Umsetzung einer entsprechenden Politik bzw. Strategie; es muss jedoch in Zukunft noch mehr getan werden.	19%
Wir entwickeln gerade ein Konzept für Vielfalt am Arbeitsplatz bzw. Diversity Management; Umsetzungsschritte müssen im Wesentlichen erst erfolgen.	14%
Wir betrachten uns als Vorreiter in Bezug auf Vielfalt am Arbeitsplatz bzw. Diversity Management; wir haben sehr viele Initiativen.	14%

Datentabellen zu Grafik 4/2017: Vielfalt und Diversität in Unternehmen

Auf welche Personengruppen zielt das Diversity-Konzept Ihres Unternehmens dezidiert ab, um die Anzahl dieser Personen im Unternehmen zu erhöhen und die Integration dieser Personen im Unternehmen zu optimieren?	Kein Fokus	Teilweise im Fokus	Starker Fokus/ aktueller Hauptfokus
Fokus auf weiblichen Mitarbeitenden	37%	41%	22%
Fokus auf jüngeren Mitarbeitenden	33%	42%	26%
Fokus auf älteren Mitarbeitenden	48%	39%	13%
Fokus auf Mitarbeitenden mit körperlicher oder geistiger Behinderung	55%	34%	11%
Fokus auf Mitarbeitenden mit Migrationshintergrund	55%	34%	11%
Fokus auf Mitarbeitenden mit unterschiedlichem ethnisch-religiösem Hintergrund	65%	26%	9%
Fokus auf Mitarbeitenden mit anderer sexueller Orientierung	71%	20%	9%

Datentabellen zu Grafik 4/2017: Vielfalt und Diversität in Unternehmen

Über die Studie

Der Hernstein Management Report erhebt seit 19 Jahren ein jährliches Stimmungsbild unter Führungskräften und Unternehmern und Unternehmerinnen in Österreich und Deutschland. Für die aktuelle Ausgabe wurden 1.585 Personen zu aktuellen Führungsthemen und Trends in der Führungskräfteentwicklung befragt. Aufgrund kaufmännischer Rundungen können Prozentwerte zwischen 99% und 101% auftreten.

Fragen zur Studie richten Sie bitte an: management.report@hernstein.at

Mehr Infos unter: www.hernstein.at/Wissenswert/Hernstein-Management-Report/

hernstein

Wir verstehen Leadership

IMPRESSUM

Auftraggeber

hernstein

Wir verstehen Leadership

Hernstein Institut für Management und Leadership
der Wirtschaftskammer Wien
Mag. (FH) Michaela Kreitmayer
Leitung Hernstein Institut



Währinger Gürtel 97, wko campus wien, 1180 Wien
t +43/1/ 514 50-5630
m management.report@hernstein.at
w www.hernstein.at

Ausführendes Institut



**vieconsult Vienna Corporate
Research and Development GmbH**
Mag. Gerd Beidernikl
Wasagasse 6/6, 1090 Wien
t +43/1/402 18 23-41
e office@vieconsult.at
w www.vieconsult.at