

Neue Ideen sind nicht zwingend willkommen

Studie. Topmanager und Mittelbau erleben es sehr unterschiedlich, in welchem Ausmaß Vorschläge der Mitarbeiter angenommen und vom Unternehmen berücksichtigt werden, ermittelte der „**Hernstein Management Report**“.

Kreativ zu sein bedeutet, Dinge zu hinterfragen und vorhandene Potenziale auszuschöpfen“, sagt **Michaela Kreitmayer, Leiterin des Hernstein Instituts**. „Schlummernde Potenziale, derer man sich vielleicht nicht bewusst ist. Kreativität braucht den Mut, Dinge anders zu denken und neue Möglichkeiten auszuprobieren.“ Um Kreativität geht es maßgeblich auch in der jüngsten Ausgabe des „**Hernstein Management Report**“, der regelmäßig die Führungskulturen untersucht.

46 Prozent der Befragten finden, dass ihr Unternehmen die Entwicklung von Innovationen gezielt fördert. Jedes zweite Unternehmen bietet demnach Trainings zum Thema Innovation und Kreativität an. 29 Prozent der Top-Führungskräfte meinen, dass Innovation und Kreativität zwar gefordert werden, in der Realität aber an der Unternehmenskultur scheitern. Im unteren Management sind sogar 42 Prozent dieser Meinung. Eine Diskrepanz gibt es auch in einem anderen Punkt: 69 Prozent des

oberen Managements glauben, dass neue Ideen und Anregungen von Mitarbeitern angenommen und vom Unternehmen berücksichtigt werden. Beim unteren Management sind es nur 41 Prozent.

Präsenztraining ja, aber

Um zukunftsfit zu bleiben, meinen 73 Prozent der Führungskräfte, dass Weiterbildung im Beruf in Zukunft noch wichtiger sein werde als in der Vergangenheit. Gut ein Drittel gab an, dass in ihrem Unternehmen Mitarbeiter die Möglichkeit haben, die Inhalte von Weiterbildung mitzugestalten. Knapp die Hälfte sagt, dass es in ihrem Unternehmen ausreichend Wissensaustausch unter den Mitarbeitenden gibt, um informelles Lernen voneinander zu fördern.

26 Prozent der Führungskräfte meinen, dass das klassische Präsenztraining in Zukunft aussterben und neuen Lernformen weichen werde. 30 Prozent der Befragten sagen, dass die Zahl der E-Learning- und Online-Lernangebote in ihrem Unternehmen steigt.

Unternehmen würden sich zwar verstärkt E-Learning-Seminare wünschen, „die meisten Teilnehmenden hingegen bevorzugen nach wie vor das Präsenztraining“, sagt **Kreitmayer**. Gerade in der Persönlichkeitsentwicklung, bei der es um Reflexion, den Austausch untereinander und das Voneinanderlernen gehe, sei es dem E-Learning weit voraus.

Noch ein Thema wurde im „**Hernstein Management Report**“ abgefragt, nämlich, ob Unternehmen in der Diversität eine Chance sehen. Die Hälfte der Führungskräfte meint, dass es die demografische Entwicklung erfordere, sich mit einer veränderten Personal-

politik auf Fragen der Diversität vorzubereiten. Knapp ein Viertel sagt, dass es in ihrem Unternehmen keine Politik der Vielfalt gebe. Und annähernd ähnlich viele, dass vor allem Frauen (22 Prozent) und jüngere Mitarbeitende (26 Prozent) gefördert werden.

Diversity braucht Geduld

30 Prozent meinen, dass das Thema Diversity Management möglicherweise für die Zukunft interessant ist. „Vielfalt ist kurzfristig aufwendiger, mittel- bis langfristig hingegen rentiert es sich“, sagt **Kreitmayer**. Ein gutes Beispiel sei Teamarbeit. „Man tendiert dazu, sich jene Leute ins Team zu holen, die ähnlich ticken wie man selbst, weil man mit diesen gut kann. Kurzfristig ist das sehr bequem. Aber dadurch wird nicht alles abgedeckt, was ein Team braucht.“ Das optimale Zusammenspiel ergebe in Summe eine gute Teamarbeit. „Jedes Unternehmen muss für sich herausfinden, welchen Grad an Diversität es nachhaltig leben kann.“ (mhk)

ZUR PERSON



Michaela Kreitmayer

leitet seit November 2016 das **Hernstein Institut**, das mit dem

„Management Report“ regelmäßig die Führungskulturen untersucht. [Hernstein]