

hernstein management report 22

3. Report 2022:

Unternehmen und ihr Wertekompass: Die Prioritäten bei sozialen und ökologischen Zukunftsthemen

Qualifikation und Wohlbefinden der Mitarbeitenden stehen an erster Stelle



Über den Hernstein Management Report

Seit über 20 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

- Wie intensiv setzen sich Unternehmen mit „Zukunftsthemen“ wie Wohlbefinden der Mitarbeitenden, Qualifikation, Geschlechtergerechtigkeit, Nachhaltigkeit etc. auseinander?
- Wie sehr beeinflussen diese Zukunftsthemen Führungskräfte bei ihrer Führungsarbeit?
- Welche persönlichen Schwerpunkte würden Führungskräfte bei Zukunftsthemen setzen, wenn sie selbst darüber bestimmen könnten?
- Inwieweit halten es Führungskräfte für möglich, soziale und ökologische Ziele mit dem Streben nach Gewinn und Erfolg zu vereinbaren?
- Wie wichtig ist es Führungskräften, dass die Produkte und Leistungen des Unternehmens, in dem sie tätig sind, einen positiven Beitrag zur Gesellschaft erbringen?

DIE WICHTIGSTEN ECKDATEN DER UMFRAGE

- Befragungszeitraum: April 2022
- Befragte Personen: 1.500 Führungskräfte sowie Unternehmerinnen und Unternehmer
 - Österreich: 609 befragte Personen
 - Deutschland: 891 befragte Personen
- Befragungsart: Online-Befragung
- Maximale Schwankungsbreite der Ergebnisse: bezogen auf die Gesamtstichprobe von 1.500 Interviews: +/- 2,5 %
- Durchführendes Institut: **Triple M Matzka Markt- und Meinungsforschung**

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website unter www.hernstein.at/hmr

FÜR RÜCKFRAGEN STEHT IHNEN ZUR VERFÜGUNG

Mag. Isabelle Maurer, MSc
+43/1/514 50-1804
isabelle.maurer@hernstein.at

Executive Summary

Top-Prioritäten: Qualifikation und Wohlbefinden der Mitarbeitenden

- 79 % der befragten Führungskräfte setzen sich strategisch und langfristig mit dem Thema Qualifikation der Mitarbeitenden auseinander, 78 % mit deren Wohlbefinden und 72 % mit der Geschlechtergerechtigkeit (jeweils sehr/eher wichtig).
- Ökologiebezogene Themen wie Kreislaufwirtschaft und nachhaltige Energie liegen mit 70 % bzw. 69 % etwas dahinter.
- Qualifikation spielt vor allem im Telekom- und IT-Sektor (53 %) und im Finanzdienstleistungsbereich (52 %) eine sehr wichtige Rolle. Der Durchschnittswert aller liegt bei 35 %.

Persönliche Prioritäten der Führungskräfte ähneln jenen der Unternehmen

- 74 % der Führungskräfte geben an, dass es ihnen leichtfalle, das Wohlbefinden der Mitarbeitenden in der eigenen Führungsarbeit zu berücksichtigen; Geschlechtergerechtigkeit rangiert hier mit 72 % an zweiter Stelle und Qualifikation der Mitarbeitenden mit 70 % auf dem dritten Platz.
- Schlussfolgerung: Führungskräfte können auf jene Themen besser eingehen, die auch von der Unternehmenspolitik forciert werden.

Gemeinwohl und Gewinnstreben sind vereinbar

- 75 % der Führungskräfte sind der Meinung, dass es für ihr Unternehmen möglich sei, soziale und ökologische Ziele zu verfolgen und gleichzeitig den Gewinn/Erfolg zu steigern.
- Ähnlich ist das Ergebnis nach Ländern: Österreichische Führungskräfte sagen zu 76 %, dass dies vereinbar sei, wobei 19 % den Maximalwert 1 auf einer 6-stufigen Skala vergeben. In Deutschland betragen die Vergleichswerte 74 % und 15 %. Der Wert 1 steht dafür, dass soziale und ökologische Rücksicht Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg sind. In Österreich ist das Vertrauen in eine Symbiose folglich etwas stärker ausgeprägt.
- Am stärksten wird diese Kompatibilität bei Transport- und Logistik-Unternehmen gesehen, die Gesamtzustimmung liegt hier bei 81 %, gefolgt von der Baubranche mit 78 %. Am skeptischsten ist der öffentliche Dienst (66 %).

Positiver gesellschaftlicher Beitrag des Unternehmens ist Führungskräften wichtig

- 84 % der Führungskräfte geben an, dass es ihnen sehr wichtig sei, dass die Produkte oder Leistungen ihres Unternehmens einen im weitesten Sinn positiven Beitrag zur Gesellschaft erbringen.
- Für Frauen ist die gesellschaftliche Relevanz des eigenen Unternehmens („sehr wichtig“: 40 %) wesentlich bedeutender als für Männer (30 %).
- Der Wunsch nach einem sinnvollen gesellschaftlichen Beitrag steigt mit dem Alter: 31 % der Führungskräfte unter 40 in Österreich stimmen dem sehr zu (Deutschland: 29 %). Unter den österreichischen Führungskräften 40+ sind es 37 % (Deutschland: 35 %).

>> Der Report: **Unternehmen und ihr Wertekompass– Prioritäten bei sozialen und ökologischen Zukunftsthemen**

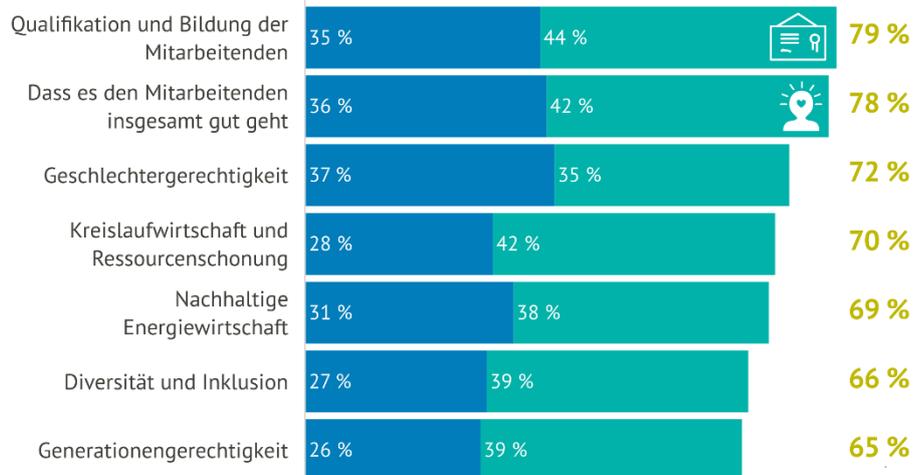
Den Schwerpunkt dieser Ausgabe des Hernstein Management Reports bilden das Wertesystem von Unternehmen und deren Vorbereitung auf „Zukunftsthemen“ im gesellschaftlichen und ökologischen Bereich. Österreichische und deutsche Führungskräfte wurden befragt, welche Priorität diese Zukunftsthemen für sie persönlich haben und welche Bedeutung sie diesen in Bezug auf die Geschäftspolitik ihres Unternehmens beimessen.

Die Top-Prioritäten von Unternehmen bei Zukunftsthemen

79 % der Unternehmen setzen sich nach Angaben der befragten Führungskräfte strategisch und langfristig mit dem Thema Qualifikation und Bildung der Mitarbeitenden auseinander, davon 35 % sehr und 44 % eher. Praktisch ebenso viele (78 %) haben ein Auge auf deren Wohlbefinden (36 % sehr, 42 % eher). An dritter Stelle liegt das Thema Geschlechtergerechtigkeit mit 72 %, wobei 37 % davon meinen, dass sich ihr Unternehmen sehr stark damit auseinandersetze. Dieser Wert ist sogar noch etwas höher als bei den beiden zuvor genannten Top-Bereichen.

Ökologische Anforderungen wie die Orientierung an einer Kreislaufwirtschaft und das Etablieren einer nachhaltigen Energiewirtschaft liegen mit 70 % bzw. 69 % dahinter. Der Abstand zu den gesellschaftlich orientierten Top-Themen ist nicht allzu groß, jedoch merkbar.

Qualifikation und Wohlbefinden der Mitarbeitenden stehen an erster Stelle



● Setzen uns sehr stark damit auseinander ● Setzen uns stark damit auseinander

Grafik 1: Auseinandersetzung von Unternehmen mit Zukunftsthemen

Die Qualifikation der Mitarbeitenden spielt vor allem im Telekom- und IT-Sektor sowie bei den Finanzdienstleistungen eine dominante Rolle. In ersterem Bereich meinen 53 % der Befragten, sie würden darauf ein sehr starkes Augenmerk legen, in letzterem sind es 52 % (Durchschnitt aller Branchen: 35 %). Am anderen Ende des Spektrums liegen der Handel mit 25 % und der Tourismus mit 27 %.

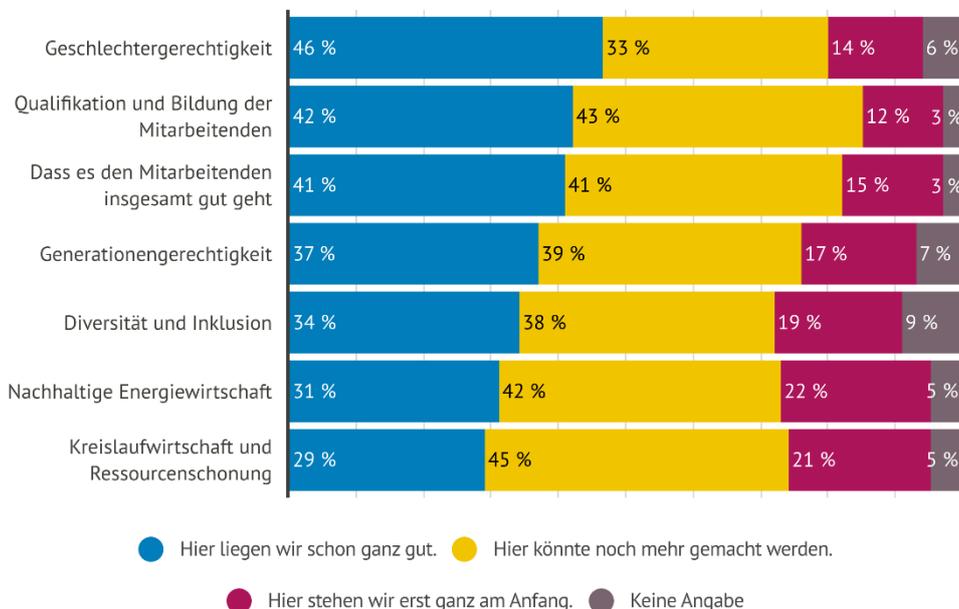
Im Ländervergleich ist der Wert in Deutschland (36 %) etwas höher als in Österreich (33 %), wobei sich interessanterweise innerhalb Deutschlands ein Nord-Süd-Gefälle zeigt: Im Norden setzen sich laut befragten Führungskräften 40 % der Unternehmen sehr intensiv mit der Qualifikation der Mitarbeitenden auseinander, in Mitteldeutschland 36 %, im Süden 33 %.

Bestätigt werden diese Ergebnisse zu den grundlegenden Prioritäten der Unternehmen durch eine alternierende Fragestellung zum gleichen Themenkomplex: 46 % der Befragten meinen, dass ihr Unternehmen im Bereich Geschlechtergerechtigkeit „schon recht gut liegt“, während umgekehrt 14 % meinen, es würde „erst ganz am Anfang stehen“. Frauen und Männer sind sich in diesem Punkt weitestgehend einig, die Unterschiede bei den Detailergebnissen liegen jeweils im 1 %-Bereich.

Einen ähnlich großen Fortschritt sehen die Führungskräfte bei dem Bemühen um Qualifikation (42 %) und Wohlbefinden der Mitarbeitenden (41 %). Hingegen sagen lediglich 31 %, dass ihr Unternehmen bei nachhaltiger Energiewirtschaft schon gut liege, und 29 % geben dasselbe im Hinblick auf die Verwirklichung einer Kreislaufwirtschaft und der Ressourcenschonung an. Im ökologischen Bereich besteht folglich der größte Handlungsbedarf.



Status im Unternehmen bei der Vorbereitung auf Zukunftsthemen

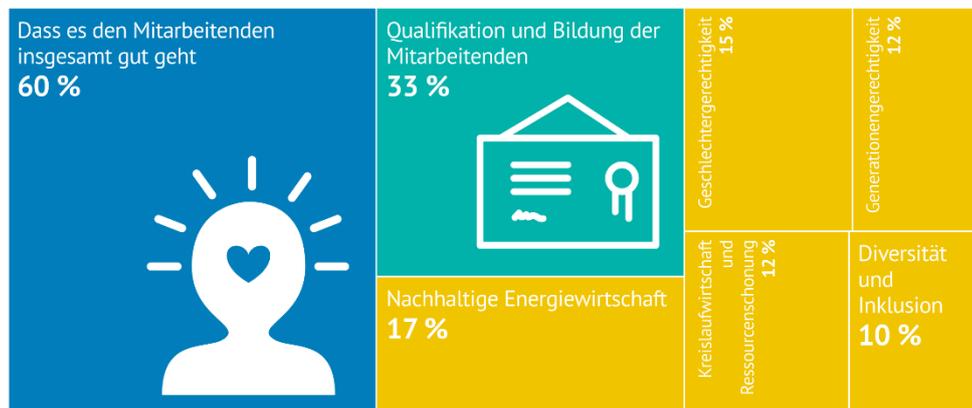


Grafik 2: Status im Unternehmen bei der Vorbereitung auf Zukunftsthemen

Persönliche Prioritäten der Führungskräfte ähneln jenen der Unternehmen

Die persönlichen Prioritäten der Führungskräfte bei diesen Zukunftsthemen sind jenen der Unternehmen, für die sie tätig sind, in der Rangfolge ähnlich. Die Unterschiede bei den Prozentwerten und somit bei der Ausprägung der Wertigkeiten zeigen sich aber mehr als deutlich. Auf die Frage, welches Thema sie persönlich für am wichtigsten halten, antworten 60 % mit „Das es den Mitarbeitenden gut geht“ und 33 % mit „Qualifikation und Weiterbildung“. An dritter Stelle mit 17 % folgt das ökologische Thema „Nachhaltige Energiewirtschaft“. Das Wohlbefinden der Mitarbeitenden und somit auch das Teamgefüge spielt für das Führungsverständnis offenbar eine zentrale Rolle.

Auch bei Führungskräften: Größter Wert wird auf Wohlbefinden und Qualifikation gelegt



Darstellung: Werte = wichtigstes Thema für Führungskräfte persönlich

Grafik 3: Persönliche Prioritäten der Führungskräfte bei Zukunftsthemen

Die größten Unterschiede bei der persönlichen Priorität für eine nachhaltige Energiewirtschaft zeigen sich nach Branchen. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass die Befragung im April 2022 stattgefunden hat, als die Energiekrise zumindest schon spürbar war.

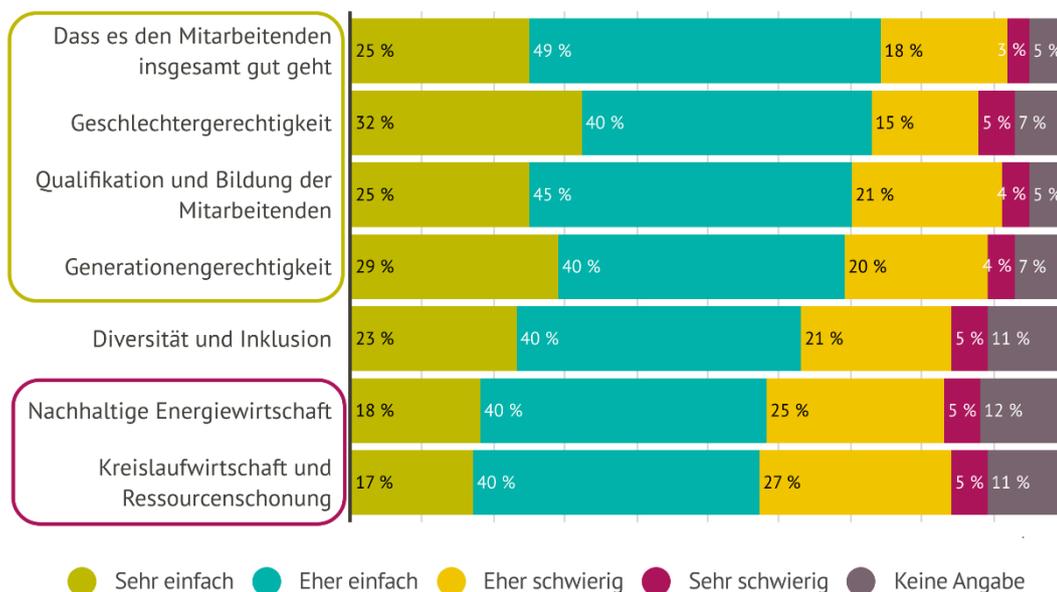
- 31 % der Führungskräfte aus dem IT- und Telekom-Sektor meinen, dass ihnen persönlich dieses Thema am wichtigsten sei. Dies liegt deutlich über dem Durchschnitt von 17 %.
- Auch in den energieintensiven Branchen Transport und Logistik (22 %), Sachgüterproduktion (21 %) und Bau (20 %) gibt es eine überdurchschnittliche Affinität zu diesem Ziel.
- Umgekehrt hat das Erreichen einer nachhaltigen Energiewirtschaft im Dienstleistungsbereich (10 %) und im Tourismus (11 %) eine vergleichsweise geringe Priorität.

Schwerpunkte des Unternehmens sind auch in der eigenen Führungsarbeit gut zu berücksichtigen

74 % der Führungskräfte geben an, dass es „einfach“ sei, das Wohlbefinden der Mitarbeitenden in der eigenen Führungsarbeit zu berücksichtigen, davon 25 % sehr und 49 % eher. Knapp dahinter liegt mit 72 % das Thema Geschlechtergerechtigkeit, wobei hier sogar 32 % meinen, dass es sehr einfach sei, diesem gerecht zu werden. An dritter Stelle liegt das Thema Qualifikation (70 %). Vergleichsweise schwieriger ist die Situation bei den umweltbezogenen Bereichen: 58 % bzw. 57 % sagen, dass es ihnen leichtfalle, auf Energie- und Ressourceneffizienz in der Führungsarbeit zu achten.

Fazit: Führungskräfte können auf jene Themen besser eingehen, wo der jeweilige Entwicklungsstand des Unternehmens, zumindest aus ihrer eigenen Sicht, hoch ist. Zum Beispiel sehen die befragten Führungskräfte bei der Geschlechtergerechtigkeit einen recht weit gediehenen Fortschritt (siehe Grafik 2: 46 %) und geben an, dieses Thema auch besonders gut in die Führungsarbeit integrieren zu können. Umgekehrt ist es im Bereich Kreislaufwirtschaft: Dieser liegt mit einem Wert von 29 % bei der Frage nach „gutem Fortschritt“ deutlich weiter hinten und ebenso vergleichsweise gering ist nach Angaben der Führungskräfte die Möglichkeit, dieses Thema in ihrer Führungsarbeit zu berücksichtigen.

Wohlbefinden, Geschlechtergerechtigkeit und Bildung lassen sich gut in die Führungsarbeit integrieren



Grafik 4: Möglichkeit, auf Zukunftsthemen einzugehen, aus Sicht der Führungskräfte

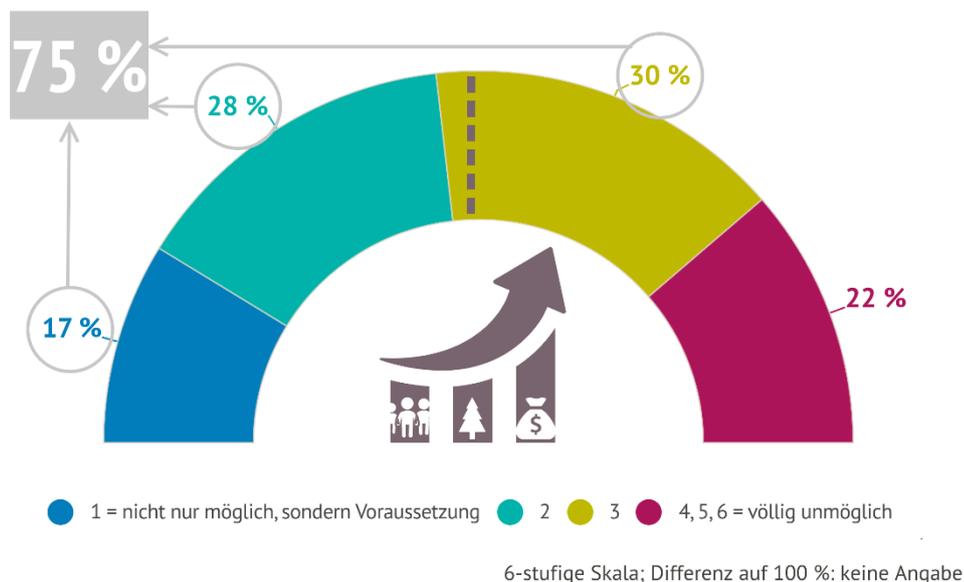
Die Möglichkeit, auf das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu achten, hängt klar mit der Führungsebene zusammen: Während 35 % der Inhaberinnen und Inhaber von Unternehmen angeben, dass es sehr einfach sei, dem gerecht zu werden, sind es im unteren Management 21 %. Ebenfalls eine Rolle spielt der inhaltliche Verantwortungsbereich: Der betreffende Wert von

Führungskräften mit generalistischer Verantwortung liegt bei 30 %, jener im technisch-operativen Bereich bei 20 %.

Gemeinwohl und Gewinnstreben sind vereinbar

In Summe sind 75 % der Führungskräfte der Meinung, dass es für ihr Unternehmen möglich sei, soziale und ökologische Ziele zu verfolgen und gleichzeitig den Gewinn/Erfolg zu steigern. Diese Frage wurde anhand einer 6-stufigen Skala gestellt, wobei der positive Maximalwert 1 bedeutet, dass dies „nicht nur möglich, sondern Voraussetzung sei“. Diese Position kann als vollkommen überzeugt gelten und wird von 17 % vertreten. 28 % vergeben auf dieser Skala den Wert 2, was noch immer eine sehr hohe Überzeugung voraussetzt. Weitere 30 % nennen den Skalenwert 3 und sind in der Einschätzung schon etwas unsicherer.

Soziale und ökologische Ziele verfolgen und gleichzeitige Gewinnsteigerung ist möglich



Grafik 5: Vereinbarkeit von Gemeinwohl und Gewinnstreben

Recht ähnlich ist das Ergebnis nach Ländern, nur in den Einzelheiten zeigen sich Differenzierungen:

- Die österreichischen Führungskräfte sagen zu 76 %, dass soziale und ökologische Anforderungen einerseits und Gewinnorientierung andererseits vereinbar seien, in Deutschland sind es 74 %.
- In Österreich nennen 19 % den Maximalwert 1 und meinen damit, dass diese beiden Pole nicht nur vereinbar wären, sondern sich sogar gegenseitig bedingen würden. In Deutschland vertreten diese Ansicht lediglich 15 %. Das Vertrauen in diese Symbiose ist somit in Österreich etwas stärker ausgeprägt.

Deutliche Unterschiede sind in dieser Frage wieder nach Branchen festzustellen:

- Am stärksten ist das Vertrauen in die Vereinbarkeit von Gemeinwohl und Gewinnstreben im Transport- und Logistikbereich ausgeprägt: Die Gesamtzustimmung liegt bei 81 % (Summe

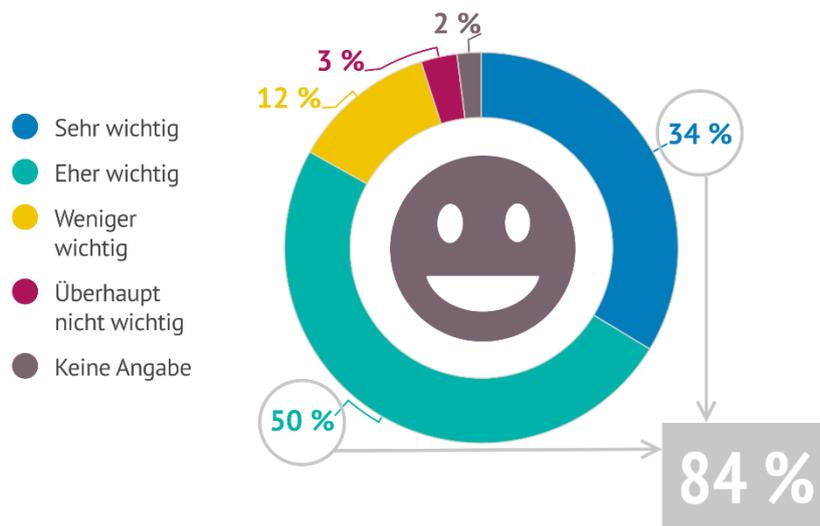
der Werte 1 bis 3). 24 % vergeben den Wert 1 und meinen also, dass soziale und ökologische Rücksicht Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg sei. Ähnlich hoch sind die Vergleichswerte in der Baubranche mit 78 % Gesamtzustimmung und 20 % für den Wert 1.

- Die relativ größte Skepsis besteht im öffentlichen Dienst, wo die Gesamtzustimmung bei 66 % liegt und der Maximalwert 1 bei 16 %. An zweiter Stelle bei dieser vergleichsweise kritischen Einschätzung rangiert der IT- und Telekombereich mit 71 % Gesamtzustimmung, 15 % geben den Maximalwert 1 an.

Gesellschaftlicher Beitrag ist Führungskräften wichtig

34 % der österreichischen und deutschen Führungskräfte geben an, dass es ihnen sehr wichtig sei, dass die Produkte oder Leistungen ihres Unternehmens einen im weitesten Sinn positiven Beitrag zur Gesellschaft erbringen. Weitere 50 % sind eher dieser Meinung. 8 von 10 Führungskräften haben somit das Bedürfnis nach Sinn in ihrer Arbeit und wollen bestimmte Werte verwirklicht sehen. Hingegen spielt für lediglich 3 % die gesellschaftliche Relevanz ihres Unternehmens gar keine Rolle – eine absolute Minderheit.

84 % der Führungskräfte sagen: Ein positiver Beitrag zur Gesellschaft ist wichtig



Darstellung: Werte = Bedeutung der gesellschaftlichen Relevanz des Unternehmensgegenstandes

Grafik 6: Bedeutung der gesellschaftlichen Relevanz von Produkten/Leistungen für Führungskräfte

Bei der Betrachtung einzelner Führungskräfte-Gruppen ergeben sich interessante Unterschiede:

- Für weibliche Führungskräfte ist die gesellschaftliche Relevanz des eigenen Unternehmens deutlich wichtiger als für ihre männlichen Kollegen. Während Frauen zu 40 % meinen, dass ihnen dies sehr wichtig sei, sind es unter den befragten Männern 30 %.
- Der Wunsch nach einem sinnvollen gesellschaftlichen Beitrag steigt mit dem Alter. 31 % der Führungskräfte in Österreich unter 40 Jahren stimmen dem sehr zu (Deutschland: 29 %). Unter den österreichischen Führungskräften 40+ sind es 37 % (Deutschland: 35 %).
- Ein Zusammenhang zeigt sich auch mit der Führungsebene: Inhaberinnen und Inhaber sehen es zu 37 % als sehr wichtig an, dass ihr Unternehmen einen positiven Beitrag leistet. Der Vergleichswert von Führungskräften aus der höheren und mittleren Ebene liegt bei 34 %, jener der unteren Ebene bei 30 %.
- Nach Branchen ist der Wunsch nach einer „sinnvollen Tätigkeit“ im Sozial- und Gesundheitsbereich am stärksten ausgeprägt. Dort ist es 50 % der Führungskräfte sehr wichtig, dass ein positiver Beitrag zur Gesellschaft geleistet wird. Dahinter folgt, mit Abstand, der öffentliche Dienst mit 40 %. Am wenigsten stark ist dieser Wunsch im Handel und im Produktionsbereich mit jeweils 26 % ausgeprägt.

IMPRESSUM

Auftraggeber

hernstein

Wir verstehen Leadership

Hernstein Institut für Management und Leadership der Wirtschaftskammer Wien

wko campus wien, Währinger Gürtel 97, 1180 Wien

+43/1/514 50-5600

hernstein@hernstein.at

www.hernstein.at



Ausführendes Institut



Triple M Matzka Markt- und Meinungsforschung

Christina Matzka

Zehetnergasse 6/2, 1140 Wien

+43/650/3390275

office@triple-m-mafo.at

www.triple-m-mafo.at