

Pressemitteilung

Führungskräfte von morgen: sie wissen um ihre Stärken und fordern Respekt

Datum:
8. Mai 2015

Sandra Lades
GfK Verein Presse
Tel. +49 911 395 3606
sandra.lades@gfk-verein.org

Dr. Andreas Neus
GfK Verein
University Cooperation
Tel. +49 911 395 3382
andreas.neus@gfk-verein.org

GfK-Nürnberg e.V.
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2715
info@gfk-verein.org
www.gfk-verein.org

Geschäftsführung:
Prof. Dr. Raimund Wildner

Präsidium:
Prof. Hubert Weiler
(Präsident)
Ralf Klein-Bölting
Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des
Gesellschafterrats:
Claus-P. Rach

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg

Das „Global Perspectives Barometer 2015“ zeigt, wie der Führungsnachwuchs der digitalen Generation denkt

Nürnberg/St. Gallen, 8. Mai 2015: Viele Mythen kursieren über die Generation der „Digital Natives“, die offenbar keine Welt ohne Internet kennen. Doch treffen diese Mythen auch auf die jungen Führungskräfte von morgen zu? Die Studie „Global Perspectives Barometer 2015: Voices of the Leaders of Tomorrow“ fragt über 1.000 Top-Talente nach ihren Vorstellungen und Wünschen für die Arbeitswelt – aber auch nach ihrer Meinung zu den Topmanagern von heute.

Über die Generation der „Digital Natives“ gibt es zahlreiche Vorurteile und Mythen: Sie sei eine selbstverliebte, konfliktscheue, Social-Media-süchtige Generation von Selfie-Sammlern ohne Führungswillen. Mit klassischen Konzepten von Hierarchie, Strukturen und Loyalität könne sie nichts mehr anfangen. Ob das auch für die Top-Talente dieser Generation, die „Leaders of Tomorrow“, gilt, untersuchen der GfK Verein und das St. Gallen-Symposium in ihrer gemeinsamen Studie „Global Perspectives Barometer 2015“. Über 1.000 Akademiker und Young Professionals aus rund 100 Ländern wurden dafür befragt.

Mythos 1: Ohne Social Media geht nichts

/// STIMMT NICHT

Eine wichtige Erkenntnis vorab: Die Führungskräfte von morgen entsprechen keinem Stereotyp. Vieles, was über die „Digital Natives“ erzählt wird, trifft auf die Leaders of Tomorrow nicht wirklich zu. Beispielsweise dass sie ständig online und in sozialen Netzwerken aktiv sein müssten: Immerhin fast die Hälfte der Befragten würde auf Wunsch des Arbeitgebers auf Social Media während der Arbeitszeit verzichten. Andererseits sind 30 Prozent der Top-Talente nicht zu einem Verzicht bereit. „Da Unternehmen

sicher nicht auf drei von zehn Talenten verzichten wollen und können, sollten sie ihren Umgang mit Social Media überdenken und klare Linien vorgeben“, resümiert Dr. Andreas Neus, stellvertretender Geschäftsführer des GfK Vereins und Autor der Studie.

Mythos 2: Hierarchie ist ein Auslaufmodell

/// STIMMT NICHT

Häufig wird beschrieben, dass die „Digital Natives“ hierarchische Strukturen in Unternehmen für ein überholtes Konzept halten. Doch die Studie zeigt, dass man hier klarer differenzieren muss: zwei Drittel der jungen Top-Talente halten zumindest bei Projekten klare Führungs- und Verantwortungsstrukturen für wichtig. Dazu gehört ein verantwortlicher Projektleiter, der auch in der Lage sein muss, Entscheidungen für das Team zu fällen. An ihre Führungskräfte stellen die Leaders of Tomorrow allerdings sehr hohe Ansprüche: Wichtigste Aufgabe einer Führungskraft sei es, das Team zu inspirieren und ihm eine Vision zu vermitteln, die das Team auf ein gemeinsames Ziel hin orientiert und motiviert. Die Einbeziehung der Meinung des Teams wird von einem Manager zwar erwartet, aber gleichzeitig eine schnelle Entscheidung mit klarer Kommunikation gefordert.

Mythos 3: Werte sind wichtiger als Dienstwagen & Co.

/// STIMMT

Eine „erfolgreiche Karriere“ messen die Leaders of Tomorrow mit anderen Maßstäben als ihre Vorgänger. Danach gefragt, anhand welcher drei Kriterien sie in zehn Jahren beurteilen würden, ob ihre Karriere erfolgreich war, gibt knapp die Hälfte an, dass ein Job mit einem positiven Einfluss auf die Gesellschaft ein zentrales Messkriterium für den Erfolg ihrer Karriere sein wird. Faszinierende Projekte sind für ein Drittel des Führungsnachwuchses ausschlaggebend. Die Erreichung eines hohen Gehalts ist hingegen mit nur 14 Prozent weit abgeschlagen. Und klassische machtorientierte Faktoren haben noch weniger Bedeutung: Nur für 5 Prozent ist es wichtig, ein großes Team zu führen. Bei der Arbeitgeberwahl zählen ethische Aspekte: sechs von zehn Befragten würden nicht für ein Unternehmen arbeiten, dessen Werte sie nicht teilen.

Mythos 4: Die klassische Top-Executive Karriere ist out

/// STIMMT

Die jungen Talente wollen gestalten, etwas zum Positiven bewegen und ihr Wissen anwenden. Formale Führungsmacht scheint den meisten von ihnen dafür jedoch nicht mehr der richtige Weg. So rückt das Karriereziel „Top Level Executive“ für den Großteil der Leaders of Tomorrow in den Hintergrund. 44 Prozent bevorzugen, anerkannte Experten auf ihrem Gebiet zu werden. Nur ein Viertel strebt nach einer klassischen Top-Management Karriere. Für ein weiteres Viertel bedeutet Karriere die Position eines

erfolgreichen Projektmanagers. Unternehmen sind gefragt, ihren Nachwuchskräften mehr Gestaltungsspielraum zu geben und Karrieren jenseits der klassischen Führungslaufbahn zu eröffnen. Ansonsten besteht die Gefahr, dass die jungen Talente lieber ohne die „Alten“ in eigenen Firmen weitermachen: „Die Leaders of Tomorrow wollen nicht mehr alle ins Top Management, aber sie alle wollen ganz sicher etwas bewegen. Das zeigt vor allem die Tatsache, dass zwei Drittel sich in den kommenden fünf Jahren selbständig machen möchten. Möglicherweise weil sie dort die besseren Chancen sehen, ihre Ideen und Innovationen zu verwirklichen“, meint Dr. Johannes Berchtold, COO des St. Gallen Symposiums.

Mythos 5: Brennen für ein Thema ist wichtiger als Erfahrung

/// STIMMT

Junge Führungskräfte bringen Begeisterung, frische Ideen und Wissen in Unternehmen. Das ist es auch, was den Leaders of Tomorrow am wichtigsten wäre, wenn sie selbst ein Projektteam zusammenstellen müssten: neun von zehn der Befragten würden bei Projekten ihre Teammitglieder danach auswählen, dass sie die Vision des Projekts teilen und mit Leidenschaft an das Thema gehen. Erfahrung mit Projektarbeit ist für knapp die Hälfte der Befragten ein wichtiger Rekrutierungsgrund. Deutlich weniger gefragt sind von den Leaders of Tomorrow in der Branche gesammelte Erfahrungen oder der summa cum laude Abschluss an einer Top-Universität. „Diese Ergebnisse decken sich mit den offenen Antworten der Führungskräfte von morgen: Sie fordern von heutigen Top-Managern eine klarere Differenzierung zwischen „hoher Expertise“ und „Seniorität“. Laut der Leaders of Tomorrow überschätzen heutige Führungskräfte deutlich den Wert ihrer „analogen“ Erfahrung in einer digitalen Welt, die zunehmend nach neuen Regeln funktioniert“, erklärt Andreas Neus vom GfK Verein.

Dear Leaders of Today: bitte Dialog auf Augenhöhe

Der Wunsch nach Austausch, Offenheit und Veränderung zeigt sich auch bei den Kommentaren der Leaders of Tomorrow zur heutigen Führungsriege: Unter anderem werfen sie den aktuellen Managern Engstirnigkeit (28 Prozent) und Egoismus (24 Prozent) vor. Auch halten die jungen Top-Talente viele herrschende Geschäftsmodelle für veraltet.

Entscheidungsprozesse seien zu unstrukturiert und zu wenig rational. Ihr dringender Rat an die heutigen Top-Manager ist, sich ernsthaft mit der modernen Technologie auseinanderzusetzen, um die neue digitale Welt zu verstehen. „Das Wissen darüber würden die Leaders of Tomorrow in Firmen und Organisationen einbringen – sie wünschen sich aber im Gegenzug ernst genommen zu werden“, sagt Andreas Neus. „Deshalb sind Unternehmen gut damit beraten, einen Dialog auf Augenhöhe zu suchen, statt sich auf Erfahrungen aus der Vergangenheit auszuruhen.“

Zur Studie "Global Perspectives Barometer 2015"

Für das „Global Perspectives Barometer 2015: Voices of the Leaders of Tomorrow“ wurden im Januar und Februar 2015 insgesamt 1.095 junge Talente aus rund 100 Ländern des weltumspannenden Netzwerks des St. Gallen Symposiums befragt (keine repräsentative Auswahl). Der Großteil der Befragten sind Vollzeitstudenten, die restlichen studieren in Teilzeit oder sind bereits berufstätig. Die Studie ist eine Kooperation des GfK Vereins und des St. Gallen Symposiums. In durchschnittlich 30 Minuten Interviewzeit konnten die Befragten die Themen intensiv reflektieren. Rund 21.000 offene Antworten wurden für die Studie ausgewertet.

Der Studienbericht ist als Download auf der Homepage des GfK Vereins und des St. Gallen Symposiums verfügbar.

Zum St. Gallen Symposium

Beim 45. St. Gallen Symposium treffen am 7. und 8. Mai 2015 auf dem Campus der Universität St. Gallen 600 internationale Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft auf 200 aufstrebende junge Talente aus aller Welt, um Diskussionen über das Thema „Proudly Small“ zu führen. Die Konferenz wird alljährlich vom International Students' Committee organisiert, das sich aus Studierenden der Universität St. Gallen zusammensetzt, die sich ein Jahr ehrenamtlich ausschließlich dem Symposium widmen. In diesem Jahr werden unter anderem Persönlichkeiten wie Nick Hayek (CEO Swatch Group), Wolfgang Buechele (CEO Linde AG), Ulrich Spiesshofer (CEO ABB Ltd) und Paul Polman (CEO Unilever N.V.) am St. Gallen Symposium teilnehmen.

Weitere Informationen unter www.symposium.org

Facebook: St. Gallen Symposium

Twitter: St. Gallen Symposium

Zum GfK Verein

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus 550 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

Weitere Informationen unter www.gfk-verein.org.

Twitter: GfK_Verein

facebook: GfK Verein

V.i.S.d.P.
GfK Verein, Presse
Sandra Lades
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-3606
sandra.lades@gfk-verein.org