

Um-Frage

Umfrage: Führungskräfte in Deutschland fordern Integrität und Glaubwürdigkeit

Führungskräfte in Deutschland erwarten für die nächsten Jahre eine weitere Intensivierung der Diskussion über die Bedeutung von Werten für eine nachhaltige Unternehmens- und Personalführung und gehen davon aus, dass sich auch die umfassende gesellschaftliche Debatte um mehr Werteorientierung noch verstärken wird. Zugleich haben sich in jüngster Zeit vor dem Hintergrund dieser Debatte sowie der anhaltenden Euro-Krise mit den daraus resultierenden wirtschaftlichen Unsicherheiten zum Teil spürbare Veränderungen in der relativen Bedeutung unterschiedlicher Werte für die Führungskräfte ergeben – wobei es in einigen wesentlichen Bereichen deutliche Unterschiede zwischen den Einschätzungen männlicher und weiblicher Führungskräfte gibt.

// FÜHRUNGS- KRÄFTE- BEFRAGUNG 2013

Dies sind zentrale Ergebnisse der Führungskräftebefragung 2013 der „Wertekommission – Initiative Werte Bewusste Führung e.V.“, die in Zusammenarbeit mit dem Reinhard-Mohn-Institut für Unternehmensführung und Corporate Governance der Universität Witten/Herdecke zum Jahreswechsel 2012/2013 durchgeführt wurde. Teilgenommen haben mehr als zweihundert Führungskräfte aller Altersgruppen und Unternehmensgrößen aus Deutschland. Die Wertekommission führt solche Befragungen regelmäßig durch – mit dem Ziel, das Denken und Handeln der Entscheider in der Wirtschaft zum Thema Werte transparent zu machen. Erstmals wurden dabei in der aktuellen Befragung die

Über die Wertekommission Seit ihrer Gründung im Jahr 2004 ist der Begriff „Wertekommission“ zum Markenzeichen geworden. Der Untertitel „Initiative Werte Bewusste Führung“ macht das Anliegen des Vereins noch klarer: Die Wertekommission, die auf dem ehrenamtlichen Engagement jüngerer Führungskräfte aus verschiedenen deutschen Unternehmen basiert, tritt dafür ein, dass sich Werte als Grundlage modernen Managements und erfolgreicher Führung durchsetzen. Die von der Wertekommission definierten sechs Kernwerte sind Nachhaltigkeit, Integrität, Vertrauen, Verantwortung, Mut und Respekt.

Einstellungen und Einschätzungen männlicher und weiblicher Führungskräfte separat ausgewertet. Mit ihrer Mischung aus sich wiederholenden Fragen zum Werteverständnis der Führungskräfte und wechselnden Fragen zu jeweils aktuellen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Themen im Kontext der Wertedebatte sind die Führungskräftebefragungen der Wertekommission in Deutschland in dieser Form einmalig.

„Unsere jüngste Befragung zeigt erneut, dass aktuelle Themen wie die Euro-Diskussion die Wertedebatte und das individuelle Werteverständnis der Führungskräfte beeinflussen. Zugleich wird aber auch in beeindruckender Weise deutlich, dass jenseits dessen die grundsätzliche Einsicht, dass Werte den Unternehmenserfolg fördern, inzwischen unter den Führungskräften in Deutschland weitestgehend unstrittig ist“, so Kai Hattendorf, Vorstandsmitglied der Wertekommission und Autor der Studie. Mit 85 Prozent antwortete die überwältigende Mehrheit der Befragten in diesem Sinne.

Jedoch werden Werte in unterschiedlichen Bereichen als unterschiedlich erfolgsfördernd eingestuft. 71 Prozent der Führungskräfte etwa schätzen die Wirkung bei der Mitarbeiterbindung als sehr hoch ein. Die Wirkung auf die Unternehmenskultur wird speziell von jüngeren Führungskräften als sehr hoch eingestuft (86 Prozent); diese Bewertung fällt allerdings in älteren Altersgruppen um mehr als 25 Prozentpunkte ab. Innerhalb der Dimension Unternehmenskultur ist mit einer Einschätzung von 93 Prozent Relevanz die Verbesserung des allgemeinen Betriebsklimas die wichtigste Komponente. Auch das Teambuilding kann nach Auffassung von mehr als drei Viertel der Befragten durch eine werteorientierte Unternehmenskultur gefördert werden. Gleiches gilt für die Bekämpfung von Korruption. In der Außenbeziehung von Unternehmen ist die Kundenbeziehung nach Einschätzung der befragten Führungskräfte am deutlichsten wertegetrieben. Auch für die allgemeine Reputationspflege gelten Werte weithin als dienlich: Über 85 Prozent schätzen die Wirkung als hoch bis sehr hoch ein.

Auffällig sind in diesem Zusammenhang deutliche Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Führungskräften: Für die Mitarbeiterbindung wird die Bedeutung von Werteorientierungen von Frauen höher eingeschätzt als von ihren männlichen Kollegen (Anteil „sehr hoch“: Frauen 79 Prozent, Männer 69 Prozent). Frauen erachten die Wirkung von Werten auf die Unternehmenskultur zu nahezu 74 Prozent als sehr hoch, bei Männern liegt dieser Anteil hingegen nur bei 54 Prozent. Die Wirkung von Werten in Bezug auf die Reputationspflege wird von 55 Prozent der befragten Frauen als sehr hoch eingeschätzt, bei Männern sind dies hingegen nur 43 Prozent.

Was das persönliche Werteverständnis betrifft, so bezeichnen über Geschlechtergrenzen und Altersgruppen hinweg gut 78 Prozent der befragten Führungskräfte Vertrauen als einen Wert mit sehr hoher persönlicher Bedeutung, nahezu gleichauf folgt mit 76 Prozent der Nennungen Integrität. Mit etwas Abstand folgt der Begriff Verantwortung (65 Prozent) auf Platz 3. Die weiteren Nennungen: Respekt (58 Prozent), Mut und Nachhaltigkeit (je 31 Prozent). Bei der ersten Führungskräftebefragung der Wertekommission belegte noch Verantwortung den Spitzenplatz, mit deutlichem Vorsprung vor Vertrauen und Respekt. Die zentrale Bedeutung des Wertes Vertrauen besteht seit der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise 2008/09. Im Zuge der Krisenbewältigung ist zudem das Bewusstsein gewachsen, dass die eigene Verantwortung als Führungskraft an systemische Grenzen stößt. Gleichzeitig erfolgte eine Besinnung auf die Bedeutung der persönlichen Integrität – der Wert legt seit Beginn der Befragungen stetig zu. Allen öffentlichen Debatten zum Trotz bleibt der Wertebegriff Nachhaltigkeit seit Jahren im Vergleich zu den übrigen Kategorien von geringerer Bedeutung für Führungskräfte.

Auffällig ist auch beim persönlichen Werteverständnis die unterschiedliche Bewertung durch Frauen und Männer: So fordern für den Wert Respekt nicht etwa – was durch die öffentliche Debatte um die Förderung weiblicher Führungskräfte zu vermuten wäre – Frauen eine besonders große Relevanz ein, sondern Männer. Zumindest betonen Männer mit 62 Prozent (sehr hohe Einschätzung) diesen Wert viel stärker als Frauen mit unter 50 Prozent. Auch integrires Verhalten wird bei Männern zu ca. zehn Prozentpunkten häufiger eingefordert. Beim Wert Nachhaltigkeit ist der Unterschied ebenfalls signifikant: Im Geschlechtervergleich sehen nur 25 Prozent aller Frauen, aber 35 Prozent aller Männer die Bedeutung des Wertes Nachhaltigkeit als sehr hoch an.

In einem weiteren Teil der Untersuchung wurde gefragt, welche individuellen Einstellungen in Bezug auf das Handeln im Arbeitsalltag für den Erfolg von Unternehmen zentral sind. Analog zur Bedeutung von Integrität wird Glaubwürdigkeit als wichtigste Handlungseinstellung genannt: Über 77 Prozent der Befragten halten glaubwürdiges Handeln für unerlässlich, um langfristig erfolgreich zu wirtschaften; bei Frauen ist dieser Anteil sogar noch höher. Zuverlässigkeit liegt mit einem Anteil von 66 Prozent für die Einstufung „sehr hoch“ auf Platz zwei der Rangliste. Mit großem Abstand an dritter Stelle folgt Ehrlichkeit: Sie wird nur von 49 Prozent der Befragten als sehr relevant eingestuft, mehr als 13 Prozent halten ehrliches Handeln für den langfristigen Unternehmenserfolg gar für unwichtig.

„Konsistent wertekonformes Verhalten, basierend auf Integrität und Glaubwürdigkeit, ist heutzutage elementar wichtig und unerlässlich – sowohl für die eigene Karriere als auch für den Erfolg der gesamten Unternehmung. Das glauben, ausweislich der Ergebnisse unserer Studie, immer mehr Führungskräfte in Deutschland, und sie fordern es im Unterschied zu früheren Jahren auch immer stärker aktiv ein“, resümiert Sven Korndörffer, Vorsitzender des Vorstands der Wertekommission. „Für die Unternehmen selbst ist das Herausforderung und Chance zugleich: Herausforderung, weil die Führungskräfte hohe Ansprüche an das Umfeld stellen, in dem sie ihren Platz sehen, Chance, weil eine auf Werteorientierung basierende Unternehmenskultur am besten geeignet ist, die wertebewussten Führungskräfte zu binden und zu motivieren.“

Sven Korndörffer

Sie wurden auf mittlerweile 33 so genannten Werteforen intensiv diskutiert und geschärft, neu gefasst und wieder überarbeitet. Die sechs Kernwerte bilden die Grundlage der Arbeit der Wertekommission, die neben den Werteforen Führungskräftebefragungen initiiert und Bücher zum Thema Werteorientierung publiziert, zuletzt „Ihre Werte, bitte!“, erschien 2010 bei Gabler und liegt inzwischen in 2., erweiterte Auflage vor. Weitere Informationen finden Sie unter www.wertekommission.de Wertekommission - Initiative Werte Bewusste Führung e.V.

Geschäftsstelle Bonn,
Tel. 0228-2425941, 0173-5801581

Zum Führungskräftebefragung per KLICK