

Manager als Innovations-Bremsen

Führungskräfte in Deutschland werden offenbar eher als Innovationsblockierer und in der Regel nicht als Innovationstreiber wahrgenommen.

Jenes Ergebnis brachte das jüngste „Leadership-Trend-Barometer“ des Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ) zutage. Daran nahmen 136 Personen teil, die zu zwei Dritteln Führungskräfte der ersten und zweiten Führungsebene von Unternehmen waren. Ein Drittel der Befragten waren Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung sowie Vertreter aus Wissenschaft, Forschung und Verbänden. Demnach empfinden nur 13 Prozent der Befragten die Führungskräfte in Unternehmen als kreativ und innovativ. So schreiben sie ihnen auch Kompetenzen, die wesentliche Voraussetzung für eine hohe Innovationsfähigkeit sind, wie z.B. Neugierde, Mut und Risikobereitschaft, eher selten zu. 49 Prozent der Befragten konstatieren bei ihnen einen Mangel an Neugierde, 48 Prozent empfinden sie als risikoscheu und wenig mutig.

„Dieses Ergebnis hat uns überrascht“, betont die IFIDZ-Leiterin Barbara Liebermeister. „Zwar wissen wir aus anderen Studien, dass Führungskräfte teilweise als Innovationshindernis wahrgenommen werden, doch damit, dass neun von zehn der Befragten Führungskräfte als eher unkreativ und wenig innovativ einstufen, hatten wir nicht gerechnet.“ Jene Umfrage bestätigt eine Studie der Technischen Universität München und des Personal-Dienstleisters Hays 2016, die zu dem Ergebnis kam, dass 40 Prozent der Mitarbeiter von Unternehmen ihren Chef als größtes Innovationshindernis ansehen.

Kreativität mit mehr Bedeutung als Leadership

Leadership als Prinzip ist für viele Online-Befragungsteilnehmer für den Innovationserfolg eher unwichtig. 72 Prozent von ihnen antworteten auf die Frage, was für den Erfolg einer Idee wichtig sei, Kreativität sei wichtiger als Leadership. „Auch dieses Ergebnis hat uns leicht überrascht“, betont Lieber-



Barbara Liebermeister, Leiterin des Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Frankfurt am Main. FOTO: IFIDZ

meister, „denn ohne Leadership können Innovationen selten erfolgreich umgesetzt werden: Aus einer guten Idee entsteht bei schlechter Führung meist nichts; bei guter Führung kann jedoch aus einer eher mittelmäßigen Idee beispielsweise ein erfolgreiches Produkt entstehen.“

Zudem spiegelt sich das negative Innovationsimage der Führungskräfte sowie des Leadership im Allgemeinen auch in der Bewertung der Unternehmenskultur wider. Demnach sind 74 Prozent der Befragten der Meinung, dass Innovationen häufiger an der Unternehmens-

kultur als an den finanziellen Mitteln scheitern. Da die Kultur eines Unternehmens stark von den Führungskräften geprägt wird, liegt die Vermutung nahe, dass dahinter auch negative Erfahrungen der Befragten mit Führungskräften stehen. Wenn Innovation nicht als Führungsleistung wahrgenommen wird, liegt die Vermutung nahe, dass sie als Teamleistung gesehen wird. Dies bestätigen die Umfrageergebnisse nicht: Nur jeder zweite Befragte ist der Meinung, dass Innovationen fast immer Teamleistungen sind. „In vielen Köpfen existiert anscheinend noch die Vorstellung, Innovationen werden in erster Linie durch einsame, geniale Erfinder bewirkt“, kommentiert die Leiterin des IFIDZ.

Disruptives Denken mit geringem Stellenwert

Gleichwohl wurde in der Umfrage nach der Wahrnehmung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen gefragt. Insgesamt stellt sich diese zwar recht positiv dar, jedoch sind 60 Prozent der Befragten der Auffassung, in ihrem beruflichen Umfeld werde wenig von Grund auf „radikal neu gedacht“. Patrick Merke, Mitglied der Institutsleitung und Studienleiter am IFIDZ: „Disruptives Denken hat in Deutschland noch einen geringen Stellenwert.“

Alleine der Standort Deutschland wird überwiegend positiv gesehen. 59 Prozent der Befragten sind der Meinung, Deutschland sei innovativ und veränderungsbereit genug. Liebermeister: „Ein Fazit unserer Umfrage ist, dass in der Entwicklung der Führungskräfte noch viel Potenzial für den Innovationserfolg von Unternehmen ruht, Führungskräfte könnten und sollten mehr dafür tun, dass sie ihre Rolle als Innovationstreiber erkennbar wahrnehmen - unter anderem, indem sie disruptiver denken und mehr Mut zum Experimentieren zeigen.“

Informationen: www.ifidz.de