

Der Manager von morgen: ein empathischer Netzwerker

Vernetztes Denken und Handeln ist künftig eine Voraussetzung für erfolgreiche Führung. Das ergab eine Studie des Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ) Frankfurt. Die Ergebnisse erläutert Barbara Liebermeister, die Leiterin des Instituts, im Gespräch mit „wissensmanagement - Das Magazin für Führungskräfte“.

wm: *Frau Liebermeister, das IFIDZ führte eine Studie durch, welche Fähigkeiten Führungskräfte im digitalen Zeitalter brauchen, um ihre Mitarbeiter und Bereiche mit Erfolg zu führen. Warum?*

BL: Weil sich unter anderem aufgrund des Siegeszugs der modernen Informations- und Kommunikationstechnologie die Arbeitsstrukturen und -beziehungen in den Betrieben radikal gewandelt haben. Dadurch haben sich auch die Anforderungen an Führung verändert.

wm: *Eine zentrale Aussage des Studienberichts ist: Im digitalen Zeitalter müssen Führungskräfte empathische Netzwerker sein. Was heißt das? Müssen sie künftig virtuos mit dem Internet und den sozialen Medien umgehen können?*

BL: Auch diese Fähigkeit werden Führungskräfte und Manager verstärkt brauchen, wenn diese Medien für die Information und Kommunikation eine immer wichtigere Bedeutung haben. Es würde jedoch zu kurz greifen, wenn man die veränderten Anforderungen auf die so genannte Medienkompetenz reduziert. Denn dann würde nur die Oberfläche bzw. Verhaltensebene gestreift. Faktisch sind ein radikales Umdenken und eine Neudefinition von Führung nötig.

wm: *Inwiefern?*

BL: Wie bereits gesagt, haben sich die Arbeitsstrukturen und -beziehungen in den Unternehmen radikal verändert. Heute erbringen deren Kernbereiche ihre Leistung weitgehend in bereichsübergreifender Team- und Projektarbeit - oft in virtuellen Teams. Das heißt, die Performance eines Bereichs hängt auch stark davon ab, wie gut dieser mit den anderen Bereichen kooperiert. Also darf das

Denken einer Führungskraft nicht an der Grenze des eigenen Bereichs enden. Sie muss vielmehr versuchen, ihren Bereich mit den anderen Bereichen so zu vernetzen, dass Top-Leistungen erbracht werden. Das setzt voraus, dass die Führungskraft außer ihren eigenen Mitarbeitern auch die Mitarbeiter der anderen Bereiche sowie deren Vorgesetzte für ihre Ziele bzw. die übergeordneten Ziele inspirieren kann. Das gelingt ihr nur, wenn sie bei ihrem Denken und Handeln auch berücksichtigt: Welche Interessen haben die anderen Bereiche und deren Mitarbeiter? Sonst kann sie keine tragfähigen Bündnisse schmieden.

wm: *Sollte es in Unternehmen nicht selbstverständlich sein, dass alle Bereiche und Mitarbeiter am selben Strang ziehen?*

BL: Sollte es sein, ist es aber nicht. Faktisch bleibt es eine der größten Herausforderungen für Unternehmen: Wie können wir die Zahl der Schnittstellen möglichst reduzieren bzw. aus ihnen sozusagen Nahtstellen machen, so dass kaum Reibungsverluste entstehen? Deshalb überraschte es uns nicht, dass in der IFIDZ-Studie fast zwei Drittel der befragten Führungskräfte die Aussage „voll und ganz“ bejahten, vernetztes Denken und Handeln sei künftig eine Voraussetzung für erfolgreiche Führung - zudem bejahten 31 Prozent diese Aussage teilweise.

→ Barbara Liebermeister fordert einen mentalen Tournaround in den Köpfen von Wissensarbeitern



liebermeister@
wissensmanagement.net

wm: *Bezieht sie sich nur auf das Vernetzen von Mitarbeitern und Bereichen?*

BL: Nein, auch auf das Vernetzen von Unternehmen. Betrachten Sie z. B. die Hightech-Unternehmen. Wie erbringen diese heute ihre Leistung? Meist im Dialog mit ihren Kunden. Das heißt: Wie gut ihre Leistung ist, hängt auch stark davon ab, wie sie die Beziehung

→ Zitat

**Faktisch sind ein radikales Umdenken
und eine Neudefinition von Führung nötig.**

zu ihren Kunden gestalten. Ebenso verhält es sich auf der Lieferanten- und Zuliefererebene. Nehmen Sie die Bauindustrie. Wenn Sie heute eine Großbaustelle besuchen, dann finden Sie dort die Mitarbeiter von Hunderten von Sub- und Subsub-Unternehmen, die Teilleistungen für das große Ganze erbringen. Und die Qualität der Leistung? Sie hängt stark davon ab, inwieweit es dem Generalunternehmer nicht nur gelingt, die richtigen Partner auszuwählen, sondern diese auch so zu vernetzen, dass sie gemeinsam eine Top-Leistung erbringen.

Ähnliche Strukturen existieren heute in fast allen Branchen. Zum Beispiel dem IT-Sektor. Auch hier agieren die Unternehmen, wenn sie z.B. ein neues Produkt entwickeln, meist im Verbund. Das heißt, sie engagieren Heerscharen externer Software-Entwickler und vergeben Teilaufträge an hochqualifizierte Spezialisten, von deren Expertise sie faktisch oft abhängig sind, wenn das Endprodukt wirklich spitze sein soll. Also müssen die Verantwortlichen dazu fähig sein, tragfähige Beziehungsnetze zu knüpfen, die Spitzenleistungen erbringen.

wm: Agieren in diesen Netzwerken die Partner auf Augenhöhe?

BL: Sie sollten es - zumindest weitgehend. Früher waren in der Regel die Zulieferer von ihren Auftraggebern abhängig. Heute ist dies teilweise umgekehrt. Ohne deren Spezialwissen sowie technische und personelle Unterstützung könnten viele große Unternehmen ihre Leistung gar nicht mehr erbringen. Nehmen Sie z. B. die Automobil-Produktion. Hier lässt sich immer schwieriger sagen, wer in diesem Produktionsverbund der stärkere Partner ist: die Autohersteller, die die Fahrzeuge produzieren, oder die Elektronikhersteller, die die Autoelektronik entwickeln? Zuweilen gewinnt man den Eindruck: Die Elektronikhersteller sitzen am längeren Hebel, weil aus ihrem Know-how faktisch die technische Innovation der Fahrzeuge resultiert, die diese wiederum für Kunden attraktiv macht.

wm: Weshalb das Gerücht grassiert, Google beabsichtige, selbst Autos zu bauen.

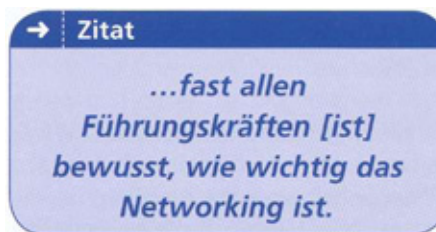
BL: Wenn dies von den Experten nicht als möglich erachtet würde, würde sich das Gerücht nicht so hartnäckig halten. Daraus folgt für die Manager der Autoindustrie: Sie müssen ihre Organisation mit anderen Unternehmen so vernetzen können, dass ihr Unternehmen auch noch in zehn Jahren marktfähige Autos baut.

wm: Dass Führungskräfte künftig Netzwerker sein müssen, ist nun klar. Doch warum empathische?

BL: Wenn die Partner die Bedürfnisse des jeweils anderen wahrnehmen und respektieren und sich ernsthaft um die Beziehung bemühen, dann werden aus

den ehemaligen Schnittstellen Nahtstellen, was letztlich zu Spitzenleistungen führt. Das setzt jedoch voraus, dass die Partner keine emotionalen Außenseiter sind, sondern ein Gespür für ihr Gegenüber haben. Das heißt auch: Die Führungskräfte und Top-Manager von morgen müssen sich mit ihrer analytischen und emotionalen Intelligenz paaren, damit sie die größte Wirksamkeit haben. In unserer Studie verwenden wir für diese „Symbiose“ den Begriff „Alpha Intelligenz“, da aus unserer Warte die Menschen, die künftig die echten Leader in den Unternehmen sind - also die Personen, denen andere Menschen bereitwillig folgen - ein solches Persönlichkeits- und Kompetenzprofil haben.

wm: Welche Rollen spielen die sozialen Medien in diesem Zusammenhang? Machen sie die Führungskräfte zu besseren Netzwerknern?



BL: Nein! Unsere Studie ergab u. a., dass heute fast allen Führungskräften bewusst ist, wie wichtig das Networking ist. So stimmten über 80 Prozent der Aussage zu, führen hieße heute, „sich täglich zu bewerben - bei seinen Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern“. Weitgehend einig zeigten sie sich auch bezüglich der persönlichen Eigenschaften, die eine Führungskraft neben den klassischen Management-Skills künftig braucht, um erfolgreich zu sein. Dabei handelt es weitgehend um kommunikative Eigenschaften wie, eine Führungskraft muss „Informationen weitergeben statt sie als Herrschaftswissen zu betrachten“ und „Konflikte offen ansprechen und mit allen Beteiligten klären“. Zudem werden Faktoren als wichtig erachtet, die auf eine gewisse Werthaltung der Führungskräfte hindeuten. So sind zum Beispiel 98 Prozent der Befragten überzeugt, eine Führungskraft müsse „wahrhaftig und glaubhaft auftreten“, und immerhin fast 90 Prozent betonen, eine Führungskraft müsse „die Individualität der Mitarbeiter achten“. Die sozialen

Medien können diese Fähigkeiten nicht ersetzen.

wm: Das deutet doch darauf hin, dass die Führungskräfte bereits empathische Netzwerker sind.

BL: Ja, aber nur auf der rationalen Erkenntnisebene. Viele haben das hierfür nötige Denken noch nicht verinnerlicht. Also verhalten sie sich auch nicht so - speziell in virtuellen Teams. Das zeigt sich u.a. an einer Diskrepanz im Antwortverhalten der jüngeren und älteren Führungskräfte in unserer Studie. So erachten es 85 Prozent der jüngeren, aber nur 63 Prozent der älteren Führungskräfte als sehr wichtig, dass Informationen regelmäßig weitergegeben werden. Zugleich erwarten aber nur 36 Prozent der jüngeren Führungskräfte, dass die digitale Vernetzung sozusagen automatisch zu einer transparenteren Mitarbeiterführung führt, während 60 Prozent der älteren Führungskräfte hiervon überzeugt sind.

wm: Heißt das, die jüngeren Führungskräfte stehen der IT-Technik, wenn es um das Thema Vernetzung und Integration geht, kritischer als ihre älteren Kollegen gegenüber?

BL: Ja, ihnen ist stärker bewusst, dass allein dadurch, dass mehr Kommunikationskanäle zur Verfügung stehen, sich qualitativ noch nichts ändert, so lange kein mentaler Turnaround in den Köpfen erfolgt. Das ist auch nicht verwunderlich. Zum einen haben die jungen Führungskräfte, weil sie mit den neuen Technologien aufgewachsen sind, vermutlich ein feineres Gespür dafür, was deren Möglichkeiten, aber auch Grenzen sind, wenn es um die zwischenmenschliche Kommunikation geht. Eine weitere Ursache dürfte sein: Die jüngeren Führungskräfte sind in der Unternehmenshierarchie meist noch tiefer als ihre älteren Kollegen angesiedelt. Deshalb sammeln sie im Betriebsalltag häufiger die Erfahrung: Unsere Chef setzen uns zwar immer öfter ins cc, sie binden uns aber nicht stärker in ihre Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse ein. Das heißt: Faktisch haben sie oft noch das alte Top-down-Denken verinnerlicht, selbst wenn sie glauben, bereits empathische Netzwerker zu sein.

wm: Frau Liebermeister, vielen Dank für das Gespräch.