



NEUE ARBEITSWELT: WERTSCHÖPFUNG DURCH WERTSCHÄTZUNG

Studie zum Wandel der Arbeitswelt und der Notwendigkeit
einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur



Impressum



HERAUSGEBER

SINA FRANZISKA KLAUKE
Digital Expert & New-Work-Enthusiastin
Elektronische Medien Master (M.A.)

KONTAKT

hallo@zukunftsiebe.com
www.zukunftsiebe.com | www.sinaklauke.de

DESIGN & LAYOUT

GESCHMACKS//MUSTER
www.geschmacks-muster.de

ERSCHEINUNGSDATUM

Durchführung: Juli/August 2017
Veröffentlichung: August 2020



Impressum.....	I
Einführung	III
Studiendesign	IV
Expertenpanel.....	V
Unternehmenskultur: Wahrnehmung	1
Unternehmenskultur: Bedeutungszuwächse.....	2
Assoziationen und Erwartungen zur neuen Arbeitswelt	3
Implizite Werte für erfolgreichen Transformationsprozess	4
Spannungsfelder der neuen Arbeitswelt	5
Motivierende Arbeitsgestaltung.....	6
Erwartungen an Führung und Kommunikation	7
Beteiligung an Entscheidungen.....	8
Beteiligung bei Zukunftsfragen	9
Erfolgsfaktor Innovationskraft	10
Erfolgsfaktor Innovationsmethoden	11
Wertschätzende Anreizsysteme.....	12
Unter-repräsentierte Anreizsysteme.....	13
Über-repräsentierte Anreizsysteme	14
Großes Potential bei Benefits.....	15
Kontakt & Feedback.....	VI



Die vorliegende, wissenschaftliche Untersuchung schließt die bisherige Lücke der Studien zum Wandel der Arbeitswelt, in welchen sich auf separate Untersuchungen zu den einzelnen Themenfelder beschränkt wurde. Folgende Forschungsergebnisse machen essentielle Wirkungszusammenhänge zwischen Unternehmenskultur und New-Work-Konzepten deutlich und zeigen, dass sich die inneren Überzeugungen einer Organisation, sowie dessen Innovationskraft und die gelebte Arbeitsgestaltung gegenseitig stark bedingen.

Es wird sehr deutlich, dass Unternehmen sich des Wertschöpfungspotentials der eigenen Belegschaft nicht bewusst sind. Gerade in Zeiten, in welchen die eigene Zukunftsfähigkeit von der eigenen Bereitschaft zur Veränderung maßgeblich abhängt und Leistungsträger/innen schwer zu bekommen (und auch schwer zu halten) sind, steckt hier unbedingter Nachholbedarf.



Sina Franziska Klauke

Digital Expert & New-Work-Enthusiastin
Elektronische Medien Master (M.A.)

hallo@zukunftsiebe.com

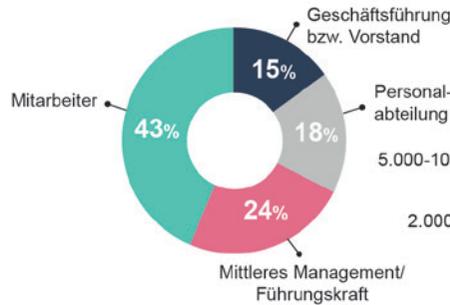
Die Entwicklung hin zu einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur, die individuelle Wünsche und Bedürfnisse berücksichtigt und den eigenen Mitarbeiter/innen Vertrauen ausspricht und Wertschätzung schenkt, ist kein Nice-to-have mehr, sondern ein Garant dafür, dass auf zukünftige Entwicklungen innovativ reagiert werden kann.

Diese Studie wurde im Rahmen meiner Masterarbeit an der Hochschule der Medien (HdM) angefertigt. Es wurden Fragen zu folgenden Themenblöcken gestellt:

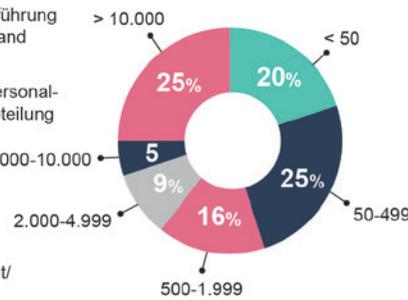
- Bedeutung der Unternehmenskultur
- Verständnis und Spannungsfelder von New Work
- Neue Arbeitswelt: Partizipation & Transparenz | Führung & Kommunikation | Innovationskraft
- Bedürfniswahrnehmung und betriebliche Umsetzung

Viel Spaß bei der Lektüre!

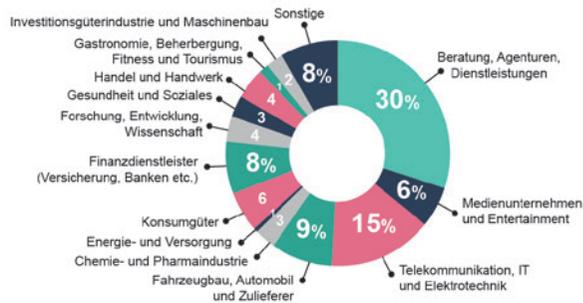
Berufsgruppe/Position



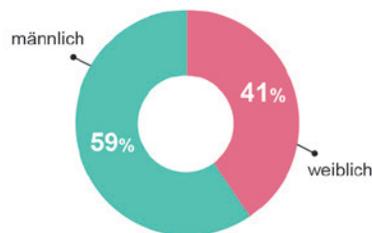
Unternehmensgröße



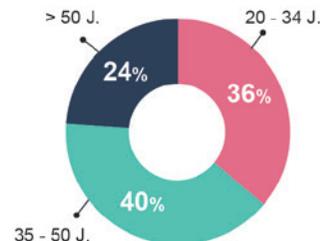
Unternehmensbranche



Geschlecht



Alter



Die vorliegende, valide Studie basiert auf einer quantitativen Onlineumfrage, an der 165 Expertinnen und Experten im Zeitraum von Juli bis August 2017 teilgenommen haben und nach Ihren Erkenntnissen und Einschätzungen befragt wurden.

Unter den Fachleuten befinden sich Expertinnen und Experten aus börsennotierten Unternehmen (u.a. Daimler, Microsoft, IBM), aus dem Mittelstand (u.a. Rittersport, Stihl), aus der Forschung und Beratung (u.a. Fraunhofer, Kienbaum, Detecon) sowie aus Medienunternehmen (u.a. SWR, Hubert Burda Media, Haufe Group).

Die Zielsetzung, mit der Befragung sowohl Führungskräfte als auch Mitarbeiter/innen zu erreichen, sowie zum Einen Teilnehmer/innen aus Großorganisationen als auch aus kleinen und mittleren Organisationen abzubilden, konnte erfüllt werden. Auch bei den soziodemografischen Daten zu Alter und Geschlecht spiegelt sich die Heterogenität der Umfrage wider.

Eine Auswahl unserer befragten Expertinnen/Experten...



BOSCH

DAIMLER

DETECON
CONSULTING

 Fraunhofer

STIHL[®]

HAUFE.Group

Hubert Burda Media

SWR >>

XING <<



Microsoft

Kienbaum^K

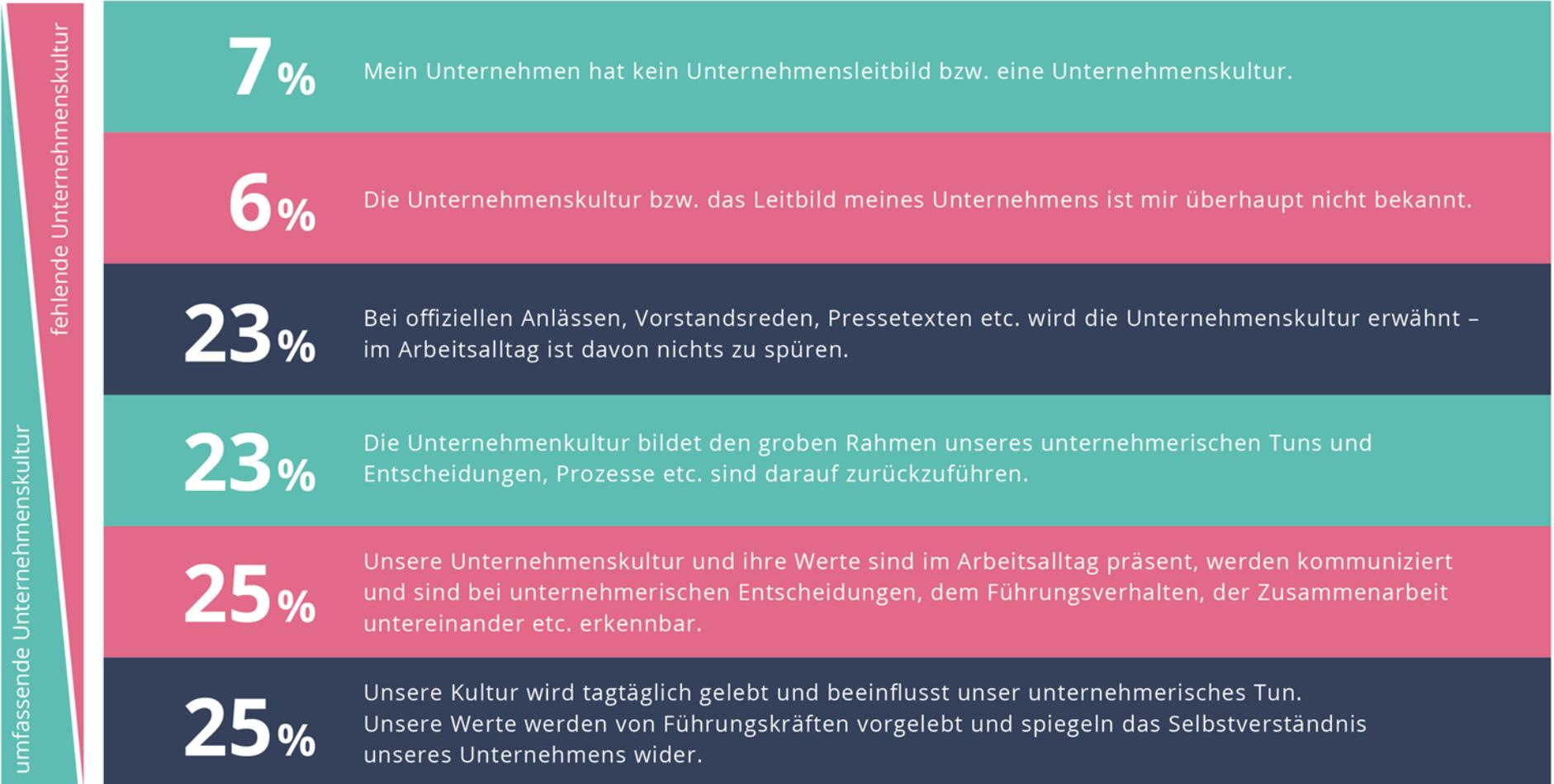
IBM

Volkswagen

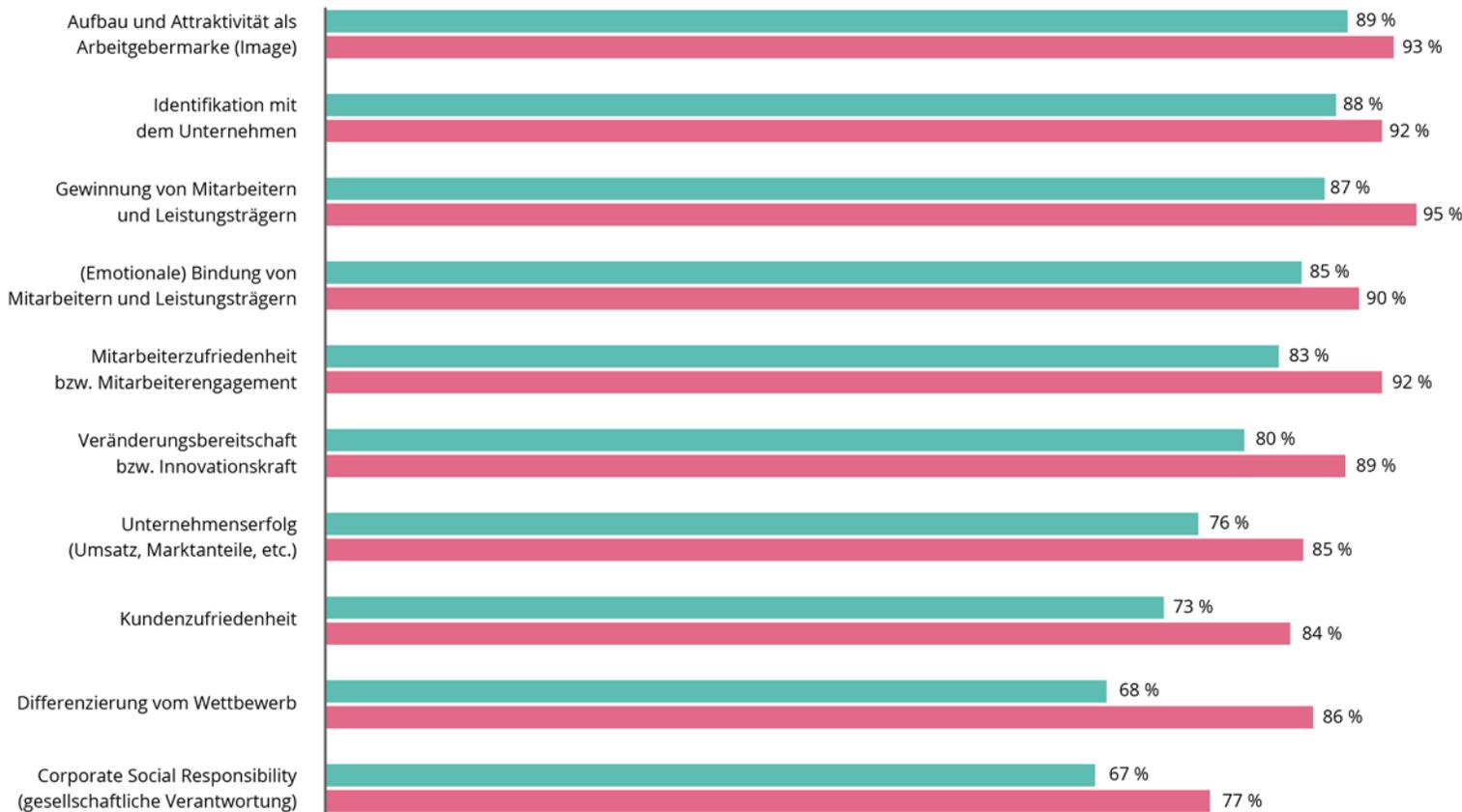


PORSCHE

Starker Mangel bei der tatsächlichen Umsetzung und dem Vorleben von Werten durch Führungskräfte!



Die Bedeutung der Unternehmenskultur wird in allen Dimensionen als hoch eingeschätzt – v.a. für die **„Gewinnung und Bindung von Leistungsträgern“** und den dafür notwendigen **„Aufbau als Arbeitgebermarke“** wird enorm hohe Bedeutung beigemessen.



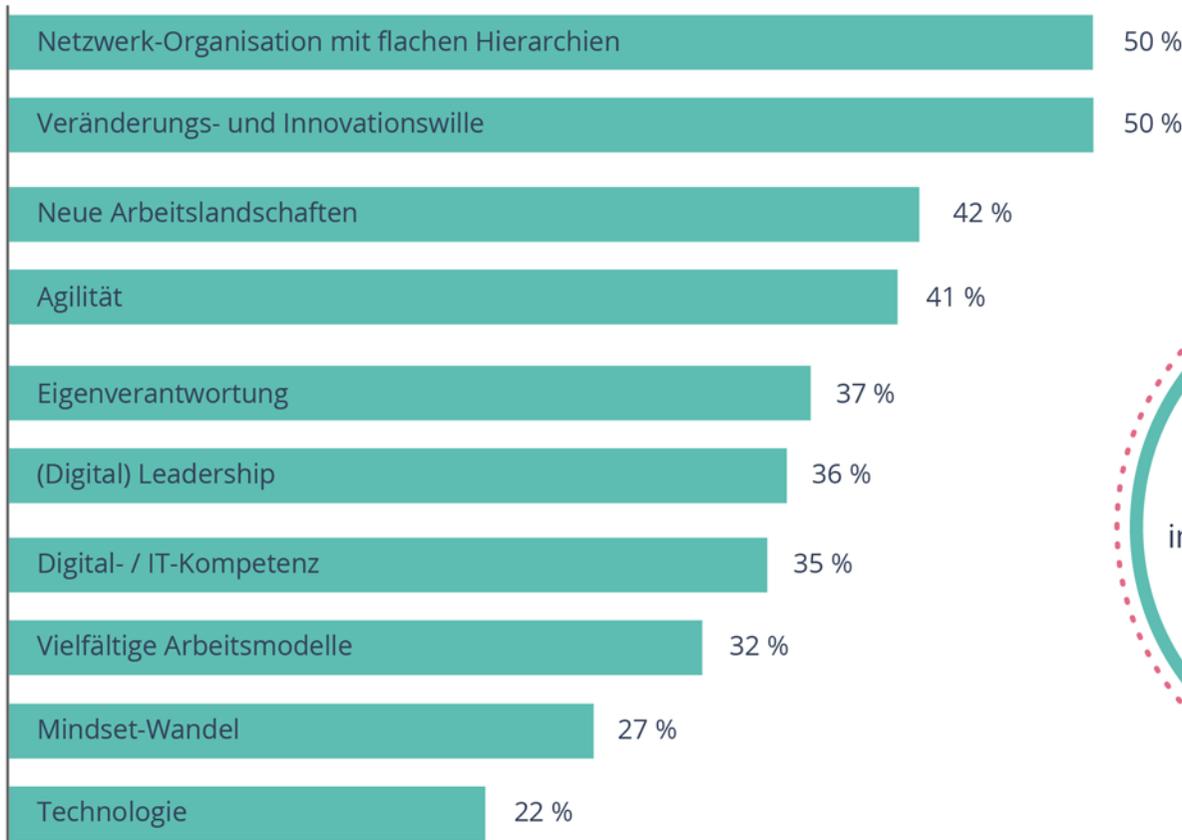
Eine **mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur** als wirklicher Differenzierungsfaktor kann maßgeblich zur **Zukunftsfähigkeit** beitragen.

New Work

Industrie 4.0

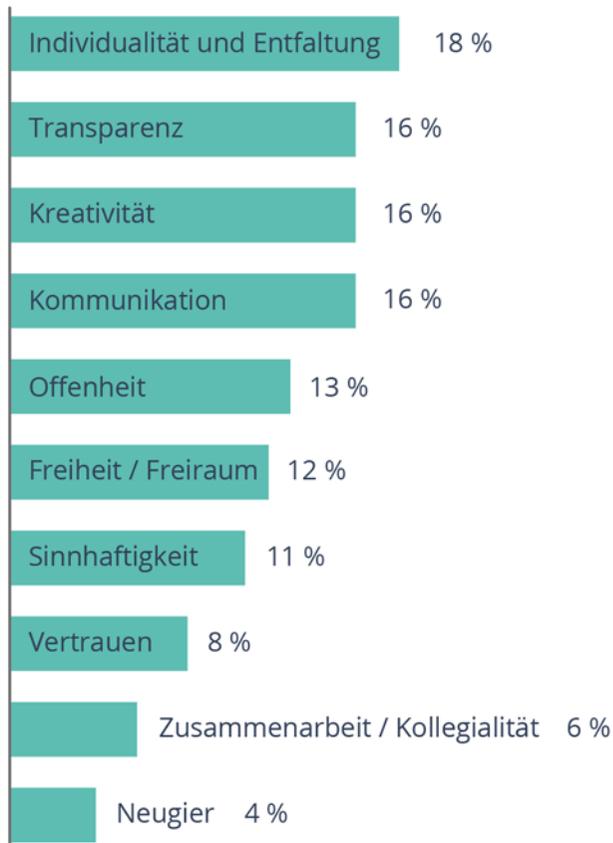
Arbeit 4.0

Mit diesen Begriffen werden am ehesten **„Innovationswille“** und die dafür notwendige **„Agilität“** assoziiert.

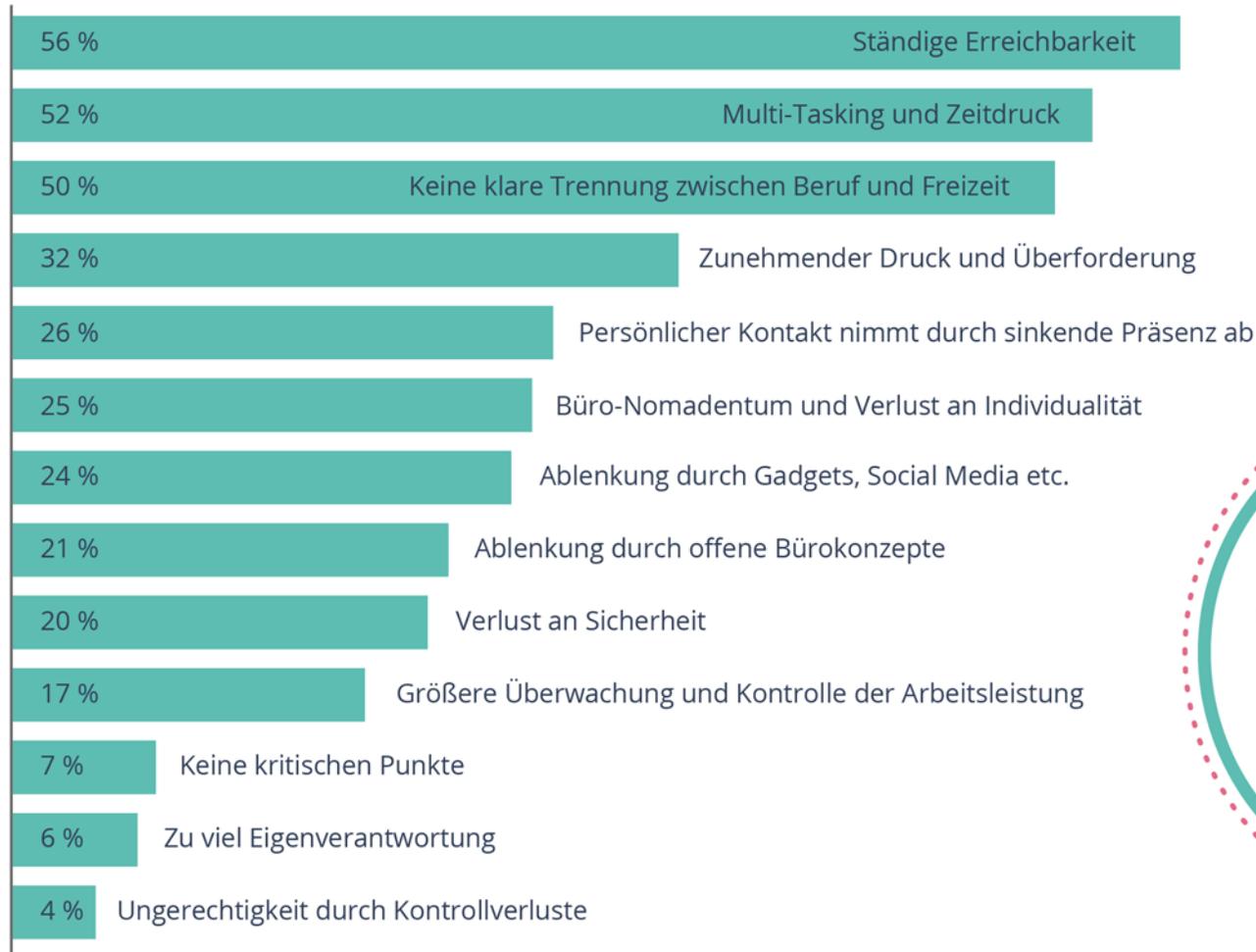


Neue Kultur der Führung:
 Das Wissen und die Fähigkeiten, Unternehmen in der Phase fortschreitender Digitalisierung richtig zu führen sind deutlich mit diesen Begriffen verbunden.

Die hohen Assoziationswerte z.B. der flachen Hierarchien oder der neuen Arbeitslandschaften (vgl. Grafik 3a) können an der weitverbreiteten, **oberflächlichen Auseinandersetzung** mit der Thematik liegen. Diese Umsetzung von „Insellösungen“ weist auf **mangelnde strategisch-durchdachte Reaktionen** auf wandelnde Umweltbedingungen hin.

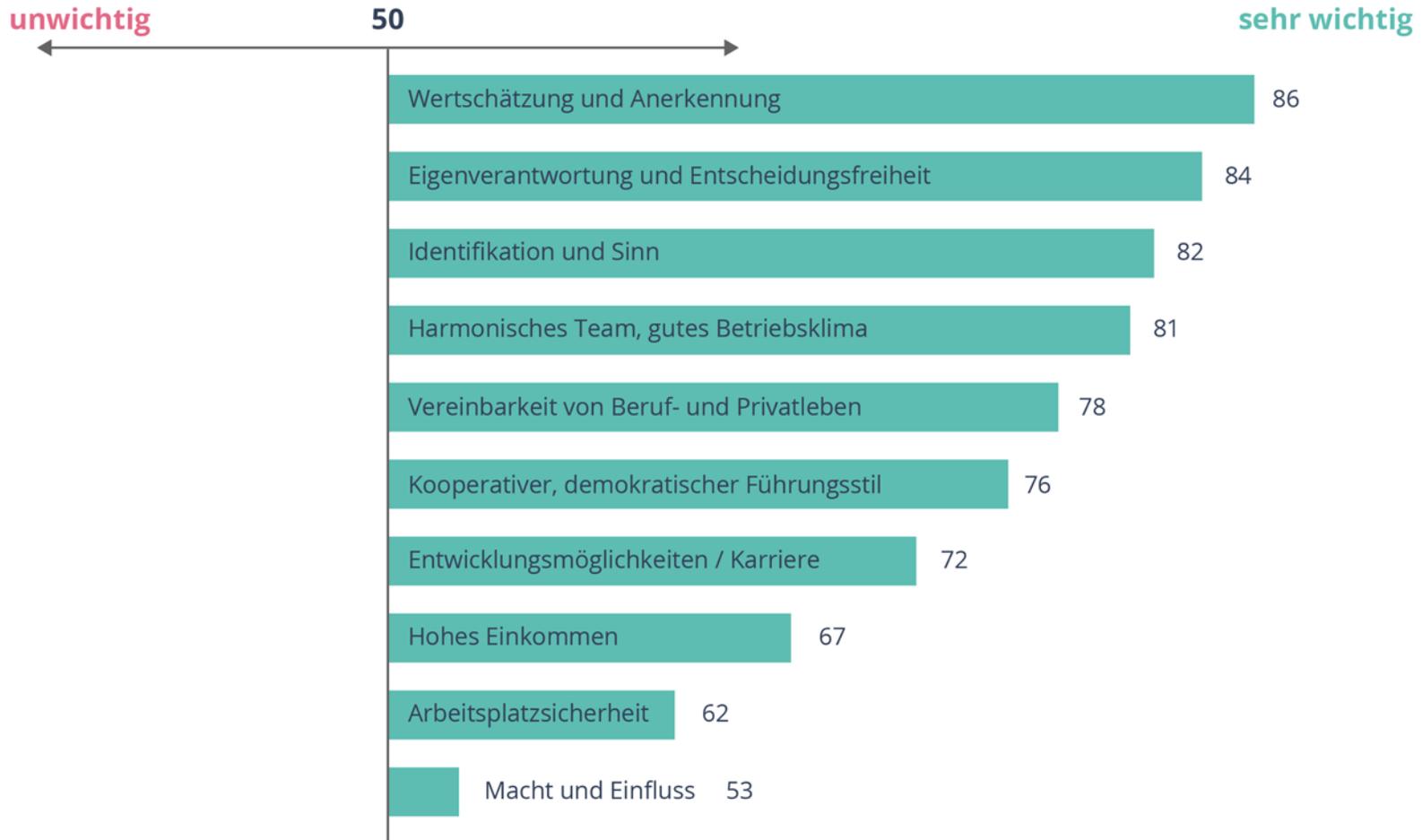


Die essentielle Rolle
im **(erfolgreichen!)
Transformationsprozess**
spielen tief
**emotional-verankerte
Überzeugungen,**
die von nur
wenigen Teilnehmern/innen
assoziiert werden.



Individuality first!
 Ein Teil der Mitarbeiter möchte feste Arbeitsräume und feste Arbeitszeiten. Für Andere sind Vielfalt und Flexibilität der Arbeitsmöglichkeiten besonders wichtig.

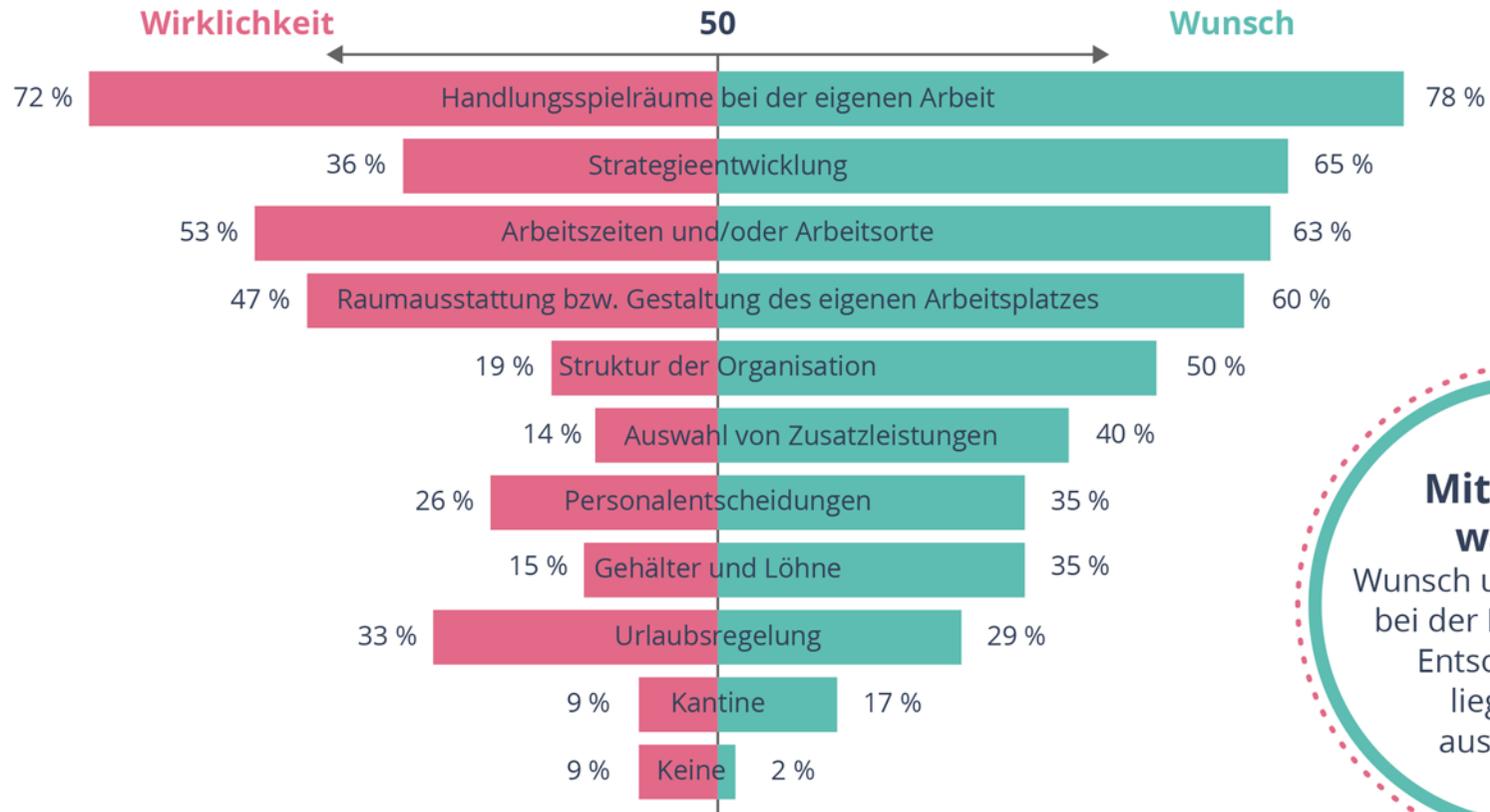
Nur wenn Spannungsfelder ausreichend betrachtet und bei der Umsetzung berücksichtigt werden, können **neue, innovative Formen der Zusammenarbeit** funktionieren.



Intrinsische Anreizsysteme wie Wertschätzung, Entscheidungsfreiheit und die Sinnhaftigkeit der Arbeit wirken am **stärksten motivierend**.

Positive Leadership: Für die eigene Zukunftsfähigkeit muss der **Wandel der Führungs- und Kommunikationskultur** oberste Priorität haben.

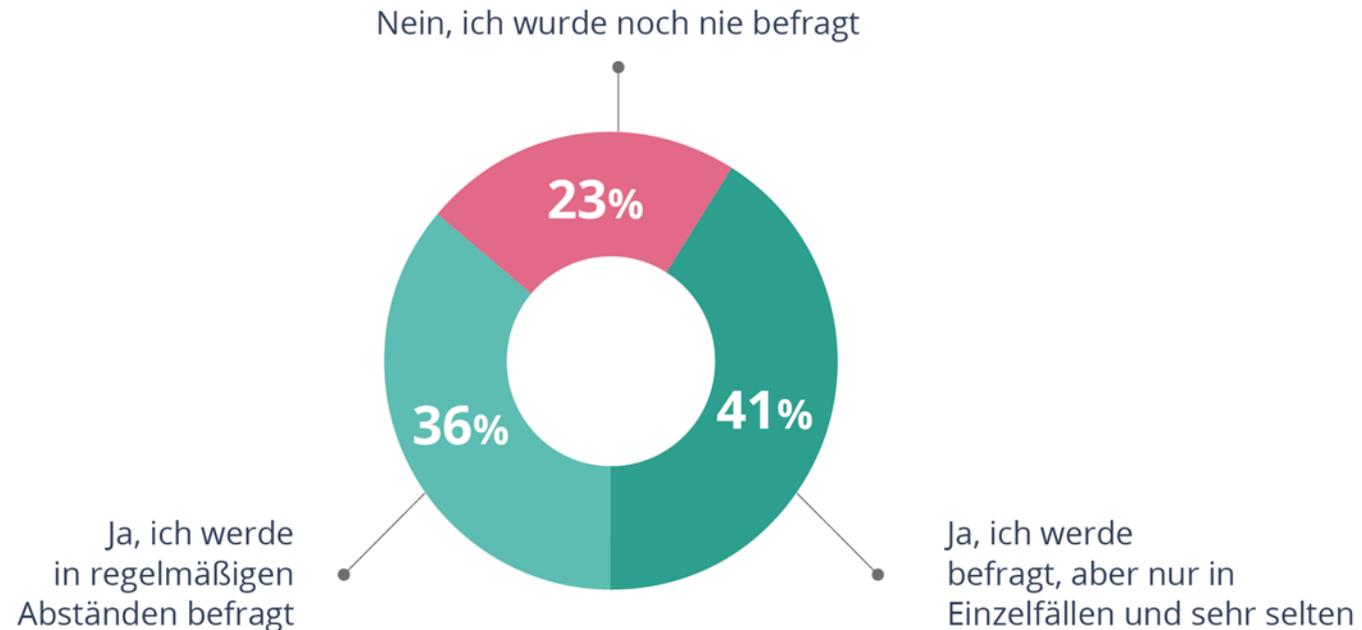




Mitsprache wanted!
Wunsch und Wirklichkeit bei der Beteiligung an Entscheidungen liegen stark auseinander.

Großes, bisher entgangenes, Potential liegt in der Mitentscheidung von Zusatzleistungen: Ohne Umwandlung unternehmensstrategischer Konzepte, könnte die **Zufriedenheit** der Belegschaft, durch Wertschätzung der eigenen **persönlichen Bedürfnissen** stark gesteigert werden!

Großes Potential an Expertenwissen geht verloren! Fast jeder Vierte gibt an, noch nie zu Entwicklungen des Unternehmens oder allgemeinen Zukunfts- und Branchentrends befragt worden zu sein.



Da der größte Teil der Befragten noch nie oder wenn, dann nur sehr selten befragt wird, kann davon ausgegangen werden, dass gewonnene Erkenntnisse sowie auch negatives Feedback nicht ausreichend in der **Unternehmensstrategie** verankert werden.



Frustration vorprogrammiert!

Bei **28%** der Befragten, die überhaupt beteiligt werden, besteht Mitwirkung lediglich in Form von **Mitarbeiterbefragungen ohne Feedback.**

Das Potential von zukunftsweisenden Beteiligungsformen wie **Innovation-Labs, Bar Camps** und **Think Tanks** werden zu wenig genutzt.

Auch Methoden wie das Social Forecasting* oder LEGO® Serious Play® sind nur sehr stiefmütterlich vorhanden.

Innovationskraft liegt auch in einer offenen Kommunikationskultur bzw. einer **Open-Door-Philosophie.**

Durch implizites Wissen der eigenen Mitarbeiter, können neue strategische Optionen entdeckt, Marktchancen ausgelotet oder neue Produktkonzepte beurteilt und Fehlentwicklungen minimiert werden.

***Social Forecasting:** Eine Vorhersagemethode, die auf der Idee der kollektiven Intelligenz beruhend, regelmäßige Online-Umfragen bei Mitarbeitern durchführt und dabei den Gamification-Ansatz (und damit den Gewinntrieb als motivierenden Faktor nutzt) verfolgt.

Die Flexibilisierung der Arbeit hat einen enorm hohen Stellenwert:

Flexible Wahl des Arbeitsortes als auch der Arbeitszeit, sowie die Möglichkeit zu mehrmonatigen Auszeiten (Sabbaticals) und dem Wunsch nach Arbeitszeit für eigene Projekte, spiegeln den hohen Stellenwert der Entscheidungsfreiheit (vgl. Grafik 5) wider.

Ressourcenstärkende Maßnahmen

sind für die Befragten sehr wichtig! Neben dem Wunsch von 2/3 der Befragten nach **Weiterbildung** wird die Wichtigkeit von **BGM*-Maßnahmen** sehr deutlich:

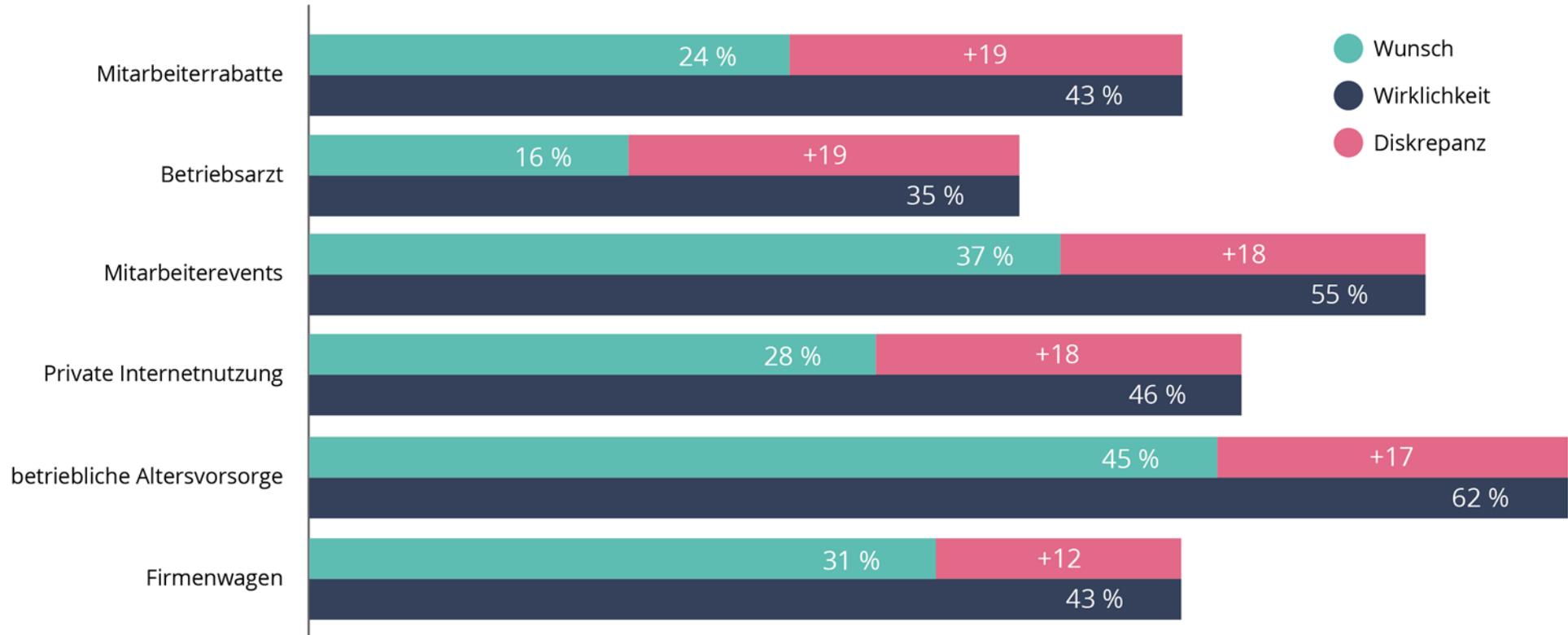
Fitnessangebote und **Therapieangebote** werden als ebenso wichtig eingeschätzt wie **hochwertige Verpflegung** oder **ergonomische Arbeitsplatzgestaltung**. Auch der Wunsch nach **Achtsamkeit** in Form einer Slow-Media-Kultur oder die Bereitstellung von **Ruhe- und Schlafmöglichkeiten** gehören dazu.



***BGM – Betriebliches Gesundheitsmanagement** verfolgt das Ziel, betriebliche Rahmenbedingungen, Strukturen und Prozesse so zu entwickeln, dass Arbeit und Organisation gesundheitsförderlich gestaltet werden können. Auch die Befähigung der Beschäftigten zu einem gesundheitsförderlichen Verhalten ist ein Teil davon.



Tatsächliche **Zufriedenheit** entsteht durch die Beachtung von **intrinsisch-motivierenden Werten** (vgl. Grafik 5) und deren wirklichen **Umsetzung**.



Explicite und **monetäre Anreize** sind über-repräsentiert, was zeigt, dass für diese Art der Anreizsysteme **ausreichend Bewusstsein** vorhanden ist.

Großes Differenzierungspotential

wird im Bereich der Zusatzleistungen bisher nicht genutzt!



Nur unter Einbeziehung der Mitarbeiter/innen können Zusatzleistungen erfolgsversprechend eingesetzt, auf die individuellen Bedürfnisse der Beschäftigten abgestimmt und später auch validiert werden.



„Gießkannenprinzip“

bei dem Leistungen pauschal für alle Mitarbeiter/innen gelten, erweist sich als nicht zeitgemäß und nicht zukunftsweisend.

Melden Sie sich!

Ihnen hat die Studie gefallen? Sie möchten gerne mehr erfahren oder sind daran interessiert gemeinsam eine Studie durchzuführen? Melden Sie sich, ich freue mich sehr über Ihr Feedback.

SINA FRANZISKA KLAUKE
Digital Expert & New-Work-Enthusiastin
Elektronische Medien Master (M.A.)

KONTAKT
hallo@zukunftsiebe.com
www.zukunftsiebe.com | www.sinaklauke.de

Materialien

Diese Studie sowie alle Grafiken finden Sie auch auf der Studien-Website zum Download.

www.zukunftsiebe.com/studie-newwork



© Sina Franziska Klauke / Design by Simon-Pascal Riesterer, August 2020

Als Zitierweise im wissenschaftlichen Kontext wird vorgeschlagen:

„Klauke, Sina Franziska: Neue Arbeitswelt: Wertschöpfung durch Wertschätzung. Studie zum Wandel der Arbeitswelt und der Notwendigkeit einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur, 2020“

Alle in diesem Werk enthaltenen Angaben und Informationen wurden durch die Herausgeber sorgfältig recherchiert und geprüft. Für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität können weder die Herausgeber noch die an der Erstellung und Veröffentlichung dieses Werkes beteiligten Personen die Haftung übernehmen. Ein Nachdruck des Werkes sowie eine vollständige oder teilweise Verwendung der Inhalte, insbesondere von Texten, Textteilen, Bildmaterial oder sonstigen Informationen oder Daten bedürfen der Genehmigung der Herausgeber.
