

Manager-Barometer 2018/2019
Achte jährliche Befragung des
Odgers Berndtson Executive Panels
in Deutschland, Österreich und
der Schweiz
Automotive



ODGERS BERNDTSON





Inhalt

Manager-Barometer 2018/2019

Automotive

| | | |
|-------------|--|----|
| I. | Editorial | 4 |
| II. | Executive Summary | 5 |
| III. | Statistik der Teilnehmer | 6 |
| IV. | Ergebnisse des Odgers Berndtson Executive Panels/Automotive | 9 |
| | 1. Karrieremotivatoren | |
| | a. Persönliche Zufriedenheit und Wechselbereitschaft | 10 |
| | b. Persönliches Karriereziel | 13 |
| | c. Persönliche Einsatzbereitschaft | 15 |
| | d. Fokus: Frauen | 16 |
| | e. Fokus: Generation Y | 19 |
| | 2. Agile Leadership | 23 |
| V. | Hinweise zur Methodik | 30 |
| VI. | Automotive Sector-Team von Odgers Berndtson Deutschland | 31 |

Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren,

die deutsche Automobilbranche befindet sich mitten in einem tief greifenden Wandel. Zum einen nimmt die Wettbewerbsintensität durch das starke Wachstum asiatischer Hersteller stetig zu, zum anderen muss die Branche technologische Entwicklungen wie E-Mobilität, autonomes Fahren und „Connectivity“ erfolgreich vorantreiben. Zudem sind Automobilhersteller mit zunehmend teuren und knappen Rohstoffen konfrontiert und gefordert, neue Geschäftsmodelle für Mobilitätsdienstleistungen zu entwickeln. Um in diesem Umfeld wettbewerbsfähig zu bleiben, benötigen Automobilunternehmen kreative, agile Führungskräfte, die die Zukunft der Automobilindustrie neu definieren.

Das Odgers Berndtson Manager-Barometer, das wir in diesem Jahr bereits zum achten Mal durchgeführt haben, liefert eine Fülle von branchenspezifischen Erkenntnissen. Im Auftrag des Odgers Berndtson Automotive Sector haben wir für Manager* in der Automobilbranche Motivation und Zielsetzungen bei der Karriereplanung, aber auch ihre Präferenzen bei der Integration von Karriere und Privatleben untersucht.

Darüber hinaus haben wir in unserer aktuellen Erhebung unter dem Stichwort „Agile Leadership“ einen besonderen Schwerpunkt gesetzt: Wo stehen Unternehmen aus der Automobilindustrie beim Einsatz agiler Methoden? Welchen „Impact“ haben diese auf Organisation, Wettbewerbsfähigkeit und Unternehmens-

kultur? Welche persönlichen Einstellungen haben Führungskräfte und Mitarbeiter zur Agile Leadership?

Die Ergebnisse möchten wir Ihnen mit dem vorliegenden Manager-Barometer Automotive – in Ergänzung zum branchenübergreifenden Gesamtbericht des Manager-Barometers 2018/2019 – gern vorstellen und Sie auf diese Weise mit relevanten, branchenspezifischen Erkenntnissen und Handlungsoptionen bei der Suche und Gewinnung von hoch qualifizierten Führungskräften unterstützen.

*Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Studie für Personen und Funktionsbezeichnungen die männliche Form stellvertretend und gleichberechtigt für alle Geschlechter verwendet.

Ihre Berater des Automotive-Sector von Odgers Berndtson Deutschland



Ralph Göller
Partner



Dung Hoang
Principal



Rainer Laber
Associate Partner



Emanuel Pfister
Principal



Gabriele Stahl
Partner



Olaf H. Szangolies
Partner

II. Executive Summary

Führungskräfte der Automobilbranche wünschen sich einen innovativen Arbeitgeber und möchten an Veränderungen mitwirken.

Der Wunsch der Manager nach einem innovativen, zukunftsfähigen Arbeitgeber, der ihnen die Möglichkeit gibt, an Veränderungen mitzuwirken, zieht sich wie ein roter Faden durch die diesjährige Befragung. Dies gilt auch für Führungskräfte in Automobilunternehmen. So ist beispielsweise eine „innovationsorientierte Führungskultur“ mit Abstand die Top-Rahmenbedingung beim Wechsel zu einem neuen potenziellen Arbeitgeber. Ebenfalls von hoher Bedeutung ist die starke Marktposition des Unternehmens, während flexible Arbeitsbedingungen einen vergleichsweise geringen Stellenwert haben.

Top-Wechselgrund in Automobilunternehmen ist die fehlende berufliche Perspektive.

Die Wechselbereitschaft ist dieses Jahr deutlich gestiegen auf 45,8 Prozent und belegt damit Rang 2 hinter den ebenfalls stark disruptiven Technologiebranchen. Automobilmanager zeigen sich ambitionierter als Manager anderer Branchen. Top-

Wechselgrund ist die fehlende berufliche Perspektive, gefolgt von geänderten strategischen Rahmenbedingungen und Zweifeln an der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Hier zeigt sich, wie wichtig es ist, gerade in Zeiten großen Wandels mit Führungskräften im Austausch über Karrierewege und -potenziale zu bleiben, denn die zunehmend selbstbewussten Führungskräfte befinden sich auf dem Absprung, sobald sie eine andere Auffassung von der weiteren strategischen Ausrichtung ihres Unternehmens haben. Automobilmanager zeigen außerdem eine deutlich höhere räumliche Mobilität, um den nächsten Karriereschritt zu erreichen, als Manager in anderen Branchen.

Chancen der persönlichen Weiterentwicklung sind vor allem für Frauen und junge Manager der Generation Y von Bedeutung. Auch die Stabilität der persönlichen Lebensumstände bei möglichst flexiblen Arbeitsplatz- und Arbeitszeitbedingungen haben in diesen Talentgruppen hohe Priorität.

Der Frauenanteil in der Automobilbranche liegt mit 13 Prozent leicht unter dem Branchendurchschnitt (14 Prozent). Persönliche Weiterentwicklung und ortsunabhängiges Arbeiten sind für Frauen besonders wichtig. Die Führungsriege der Automobilindustrie ist größtenteils im mittleren Alter der Generation X (1965–1980), der Anteil

der Manager der Generation Y liegt mit 6 Prozent deutlich unter dem Branchendurchschnitt (9 Prozent). Gerade die jungen Manager bekennen sich mit rund 80 Prozent stark zum Karriereaufstieg. Flexible Arbeitsbedingungen und eine individuelle Karriereplanung haben ebenfalls einen hohen Stellenwert.

Agile Führungsmethoden haben einen spürbar positiven Einfluss auf Kultur und Prozesse.

Agile Führungsmethoden werden auch in der Automobilbranche bereits in über der Hälfte aller Unternehmen eingesetzt (54,9 Prozent), allerdings häufiger in einzelnen Unternehmensbereichen (wie z. B. Produktion oder Forschung & Entwicklung) als flächendeckend im Gesamtunternehmen. Die Unternehmen setzen ein breites Spektrum agiler Führungsmethoden ein – wie informelle Projekttreffen („Stand-up Meetings“) oder die Etablierung crossfunktionaler Teams („Scrum“). Besonders stark werden dabei der positive Einfluss auf die Ideenfindung, die Innovationsfähigkeit und die Entscheidungsprozesse wahrgenommen. Die große Mehrheit der Automobilmanager arbeiten aktiv an der Entwicklung und Umsetzung agiler Methoden mit und befürworten deren Einsatz, auch wenn sie selbst noch keine eigenen Erfahrungen mit Agile Leadership im Unternehmen machen konnten.



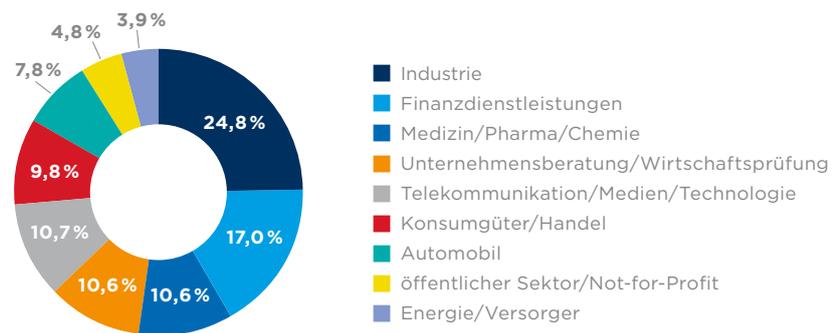
III. Statistik der Teilnehmer

8 %

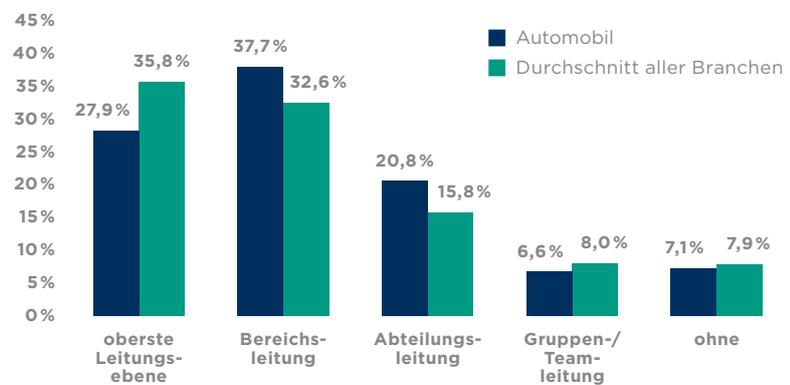
aller Manager sind **in
der Automobilbranche
tätig.**



7,8 Prozent aller teilnehmenden Manager sind in der Automobilbranche tätig.



Die meisten Manager der Automobilbranche arbeiten auf Bereichsleitungsebene.

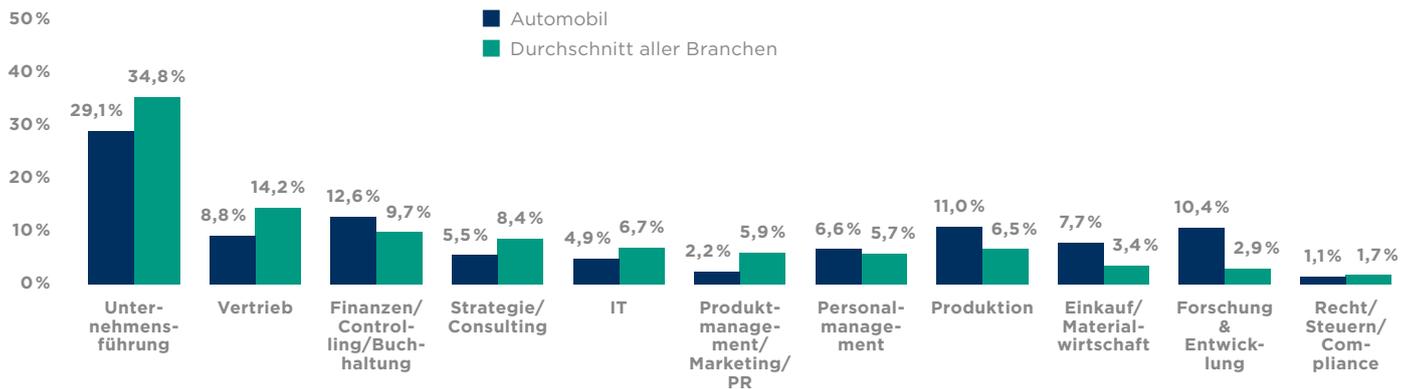


Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte

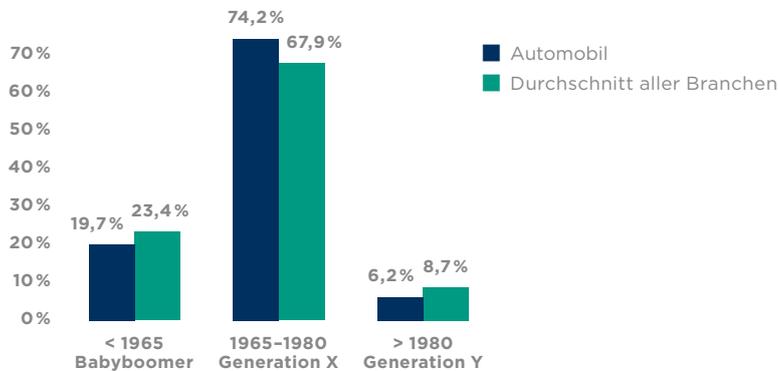


III. Statistik der Teilnehmer

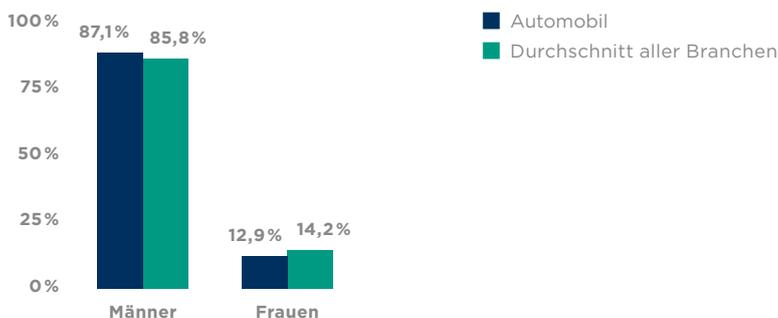
Ein Drittel der teilnehmenden Automobilmanager sind in der Unternehmensführung tätig.



Drei von vier Automobilmanagern gehören der Generation X an.



Knapp 13 Prozent aller Führungskräfte in der Automobilbranche sind Frauen.



Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



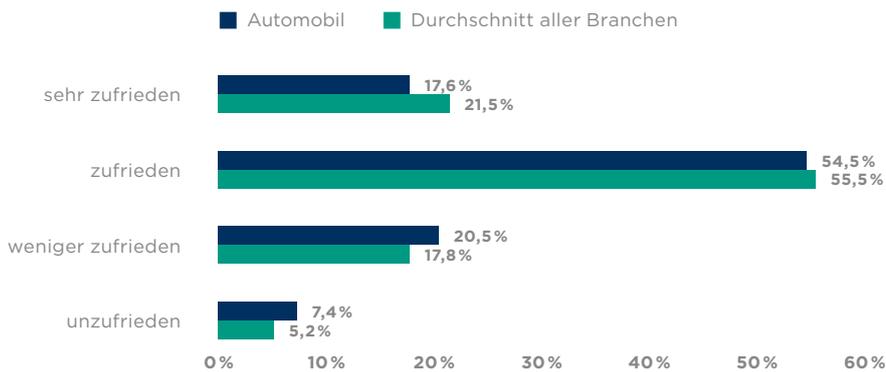
IV.
Ergebnisse
des Odgers
Berndtson
Executive Panels
Automotive
1. Karrieremotivatoren



1.a. Persönliche Zufriedenheit und Wechselbereitschaft

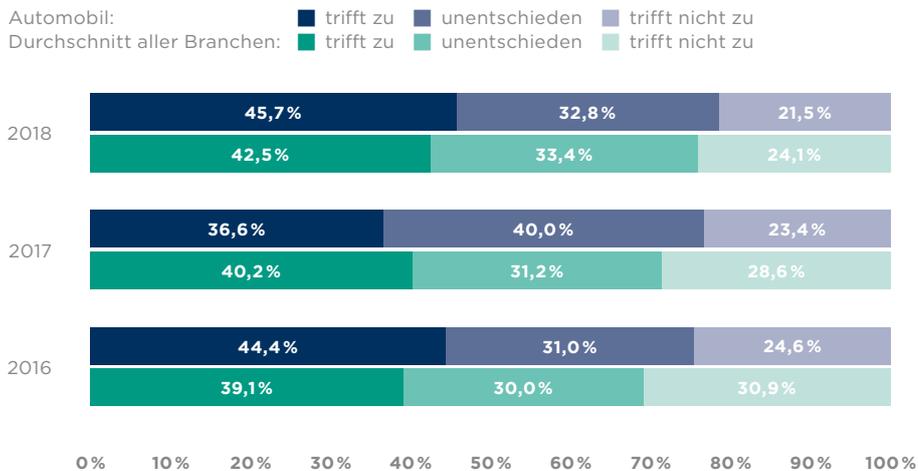
Über 70 Prozent aller Manager aus der Automobilbranche sind (sehr) zufrieden mit ihrer aktuellen beruflichen Tätigkeit.

Wie zufrieden sind Sie in Ihrer jetzigen beruflichen Position?



Die Wechselbereitschaft ist auch im Automobilbereich auf dem höchsten Niveau seit Erhebung.

Ein Wechsel meiner beruflichen Position ist innerhalb der nächsten Monate wahrscheinlich.



45,7 Prozent der Führungskräfte im Automobilbereich halten einen Wechsel ihrer jetzigen beruflichen Situation für wahrscheinlich. Das ist der höchste Wert seit Erhebung des Manager-Barometers und er liegt – nach einem sehr geringen Vorjahreswert – nun wieder drei Prozentpunkte über dem Branchendurchschnitt. Die Zahl derer, die einen Wechsel für unwahrscheinlich halten, nahm hingegen über die letzten drei Jahre kontinuierlich ab auf aktuell 21,5 Prozent.

Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



Hauptgrund für einen Wechsel in der Automobilbranche ist die fehlende berufliche Perspektive.

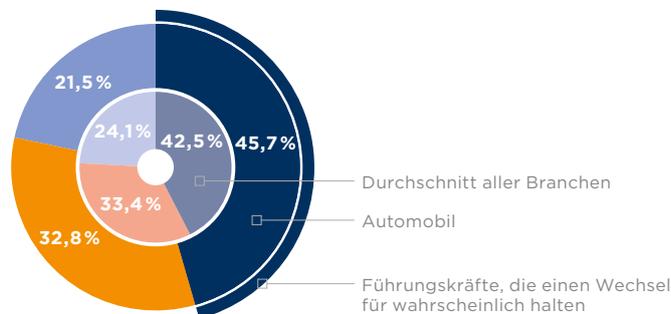
Die fehlende berufliche Perspektive ist für 52,8 Prozent der Automanager der wichtigste Grund für einen Jobwechsel, gefolgt von den geänderten Rahmenbedingungen des Unternehmens (51,3 Prozent). Mit großem Abstand folgen die Zweifel an der Zukunftsfähigkeit des Arbeitgebers (38,2 Prozent). Die übrigen Wechselgründe spielen eine deutlich untergeordnete Rolle. Die Sinnhaftigkeit der Tätigkeit – eine Antwortmöglichkeit, die wir in diesem Jahr zum ersten Mal gegeben haben – ist nur für 17,1 Prozent ein Wechselgrund. Auch der Trend zu flacheren Hierarchien scheint die Wechselwilligkeit nur wenig zu beeinflussen (5,3 Prozent).

Warum ist ein Wechsel für Sie wahrscheinlich?*



* Neue Antwortmöglichkeiten in diesem Jahr. Mehrfachnennungen möglich

** Zu diesem Thema wurden befragt:



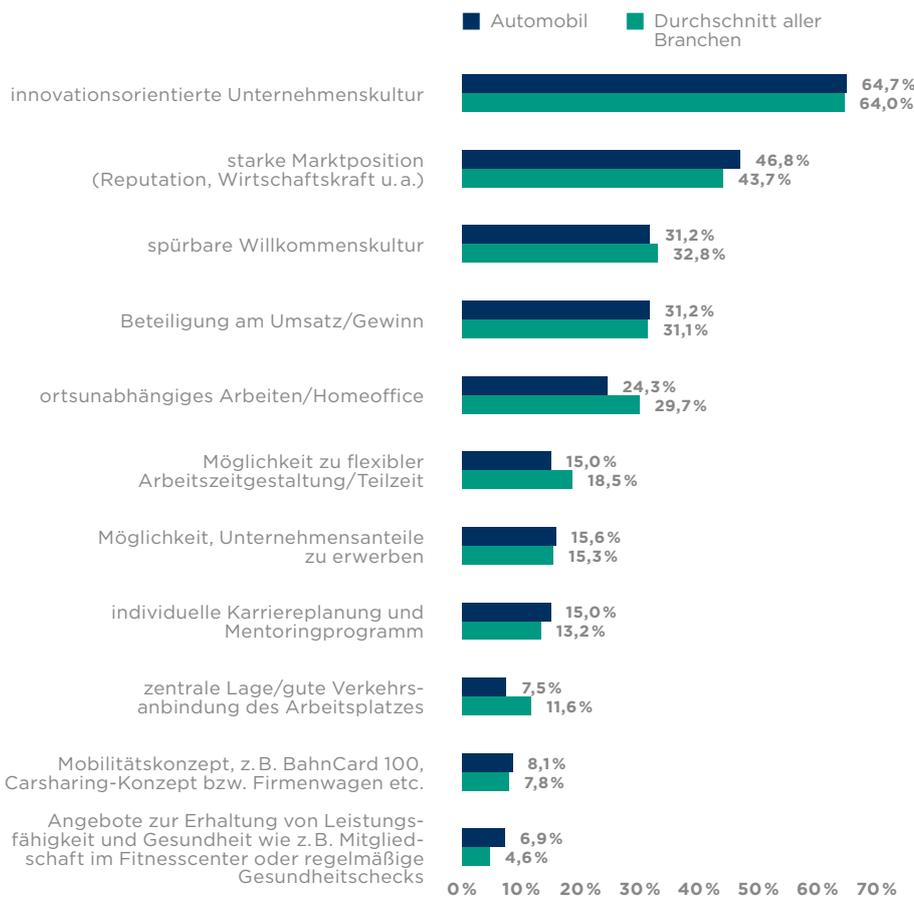
Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



1.a. Persönliche Zufriedenheit und Wechselbereitschaft

Eine innovationsorientierte Unternehmenskultur ist die wichtigste Rahmenbedingung bei einem Jobwechsel.

Welche Rahmenbedingungen sind Ihnen bei einem potenziellen neuen Arbeitgeber besonders wichtig?



Mehrfachnennungen möglich

Zukunftsfähigkeit in einem durch Innovation getriebenen Umfeld und eine damit einhergehende innovative Unternehmenskultur sind auch in der Automobilbranche mit 64,7 Prozent Zustimmung die mit Abstand wichtigsten Rahmenbedingungen für karriereorientierte Führungskräfte. Eine starke Marktposition und die damit verbundenen Größenvorteile sind mit 48,8 Prozent ebenfalls von großer Bedeutung für die Automobilmanager. Für ein Drittel aller Manager (31,2 Prozent) ist der Erwerb von Unternehmensanteilen wünschenswert. Möglichkeiten flexibler Arbeitszeit- und Arbeitsplatzgestaltung sind hingegen eher weniger wichtig. Andere Rahmenbedingungen, wie die Möglichkeit zum Erwerb von Unternehmensanteilen oder ein Mobilitäts- oder Gesundheitsangebot, spielen eine eher untergeordnete Rolle.

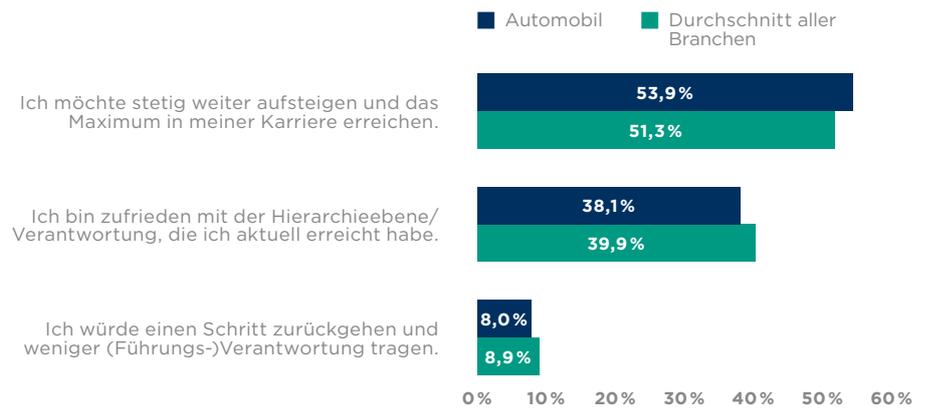


1. b. Persönliches Karriereziel

Über die Hälfte der Manager in der Automobilbranche wollen das Maximum in ihrer Karriere erreichen.

Mit 53,9 Prozent aller Manager, die das Maximum in ihrer Karriere erreichen wollen, zeigen sich Manager aus der Automobilbranche ambitionierter als Manager anderer Branchen.

Welche Aussage trifft auf die Zielsetzung Ihrer beruflichen Laufbahn zu?

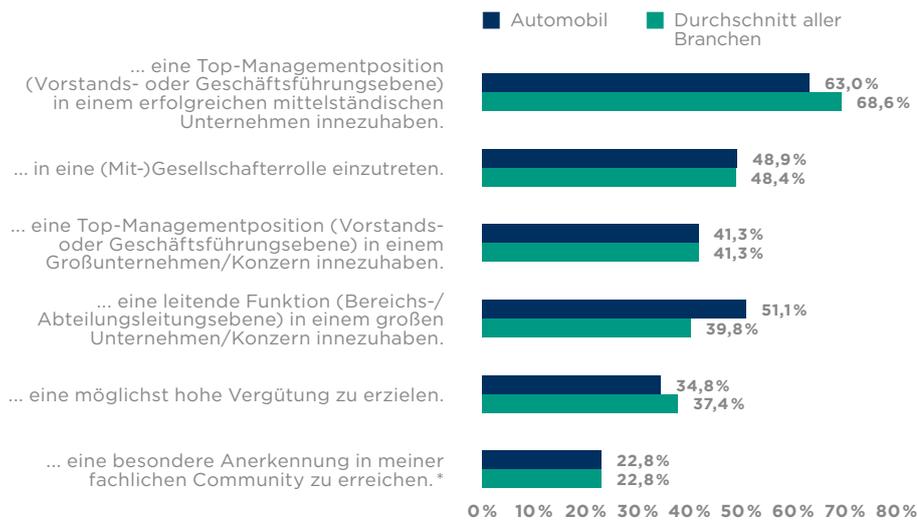




1. b. Persönliches Karriereziel

Top-Position in mittelständischem Unternehmen ist das wichtigste Karriereziel.

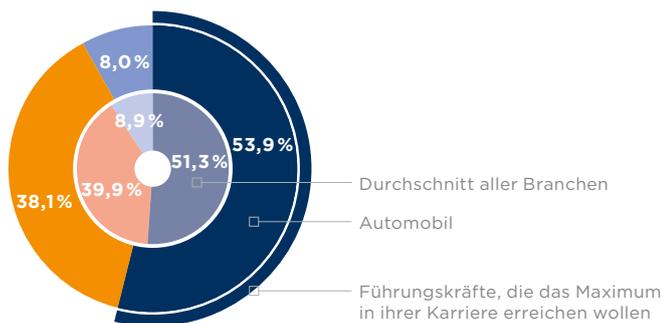
Das Maximum in meiner Karriere zu erreichen heißt für mich ...**



Gefragt nach den konkreten Karrierezielen streben 63,0 Prozent der Automobilmanager, die das Maximum in ihrer Karriere erreichen wollen, eine Top-Managementposition in einem erfolgreichen mittelständischen Unternehmen an. Über die Hälfte der Manager (51,1 Prozent) halten eine Position auf Bereichs- oder Abteilungsleitungsebene in einem Großkonzern für erstrebenswert. Die mittlere Hierarchieebene ist in Automobilunternehmen daher auch überproportional stark besetzt. Eine (Mit-)Gesellschafterrolle hat für 48,9 Prozent der Automobilmanager eine große Bedeutung.

* Neue Antwortmöglichkeit in diesem Jahr. Mehrfachnennungen möglich

** Zu diesem Thema wurden befragt:



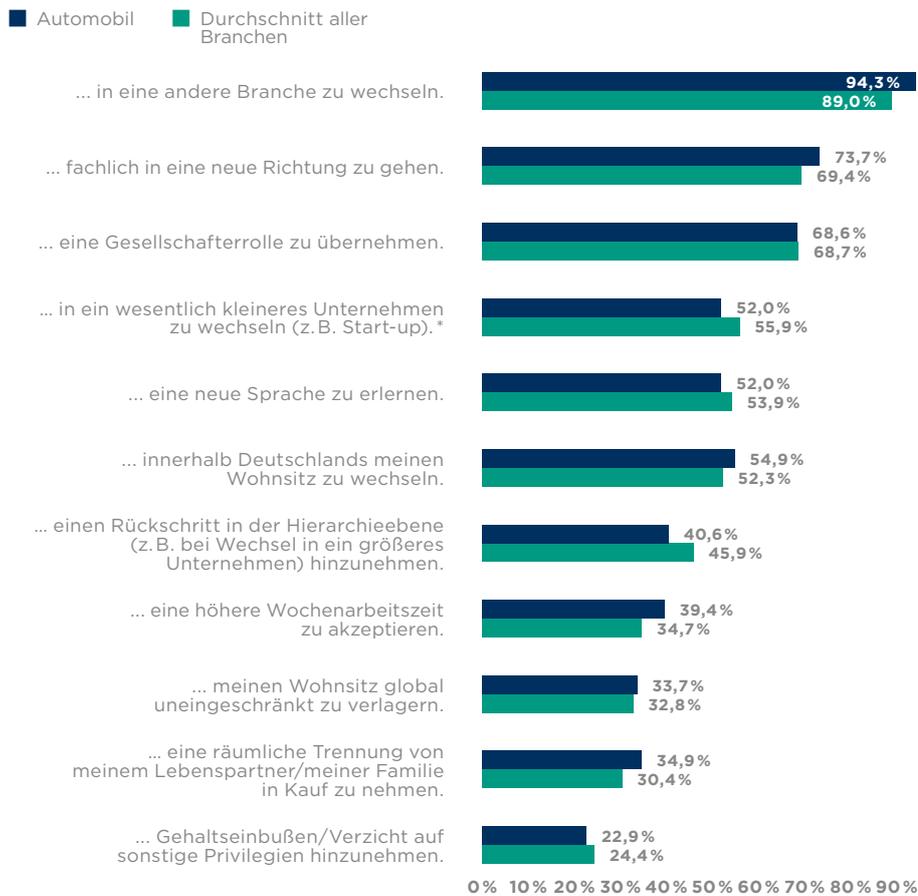
Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



1.c. Persönliche Einsatzbereitschaft

Manager im Automobilsektor zeigen eine deutlich höhere Mobilität, um den nächsten Karriereschritt zu erreichen, als Manager in anderen Branchen.

Was sind Sie bereit, für Ihren nächsten beruflichen Schritt zu investieren – vorausgesetzt, es handelt sich um eine für Sie spannende, herausfordernde Aufgabe? Ich bin bereit,...



Die Bereitschaft zum Wohnortwechsel im Rahmen des nächsten Karriereschritts, auch verbunden mit einer Trennung von der Familie, ist bei deutschen Automobilmanagern im Vergleich zu ihren Kollegen anderer Branchen deutlich höher. Gleiches gilt für den Branchenwechsel, die fachliche Umorientierung oder eine höhere Arbeitszeit. Weniger bereit sind die Manager hingegen, in ein deutlich kleineres Unternehmen zu wechseln, einen Rückschritt in der Hierarchieebene oder Einbußen beim Gehalt hinzunehmen.

Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



1. d. Fokus: Frauen

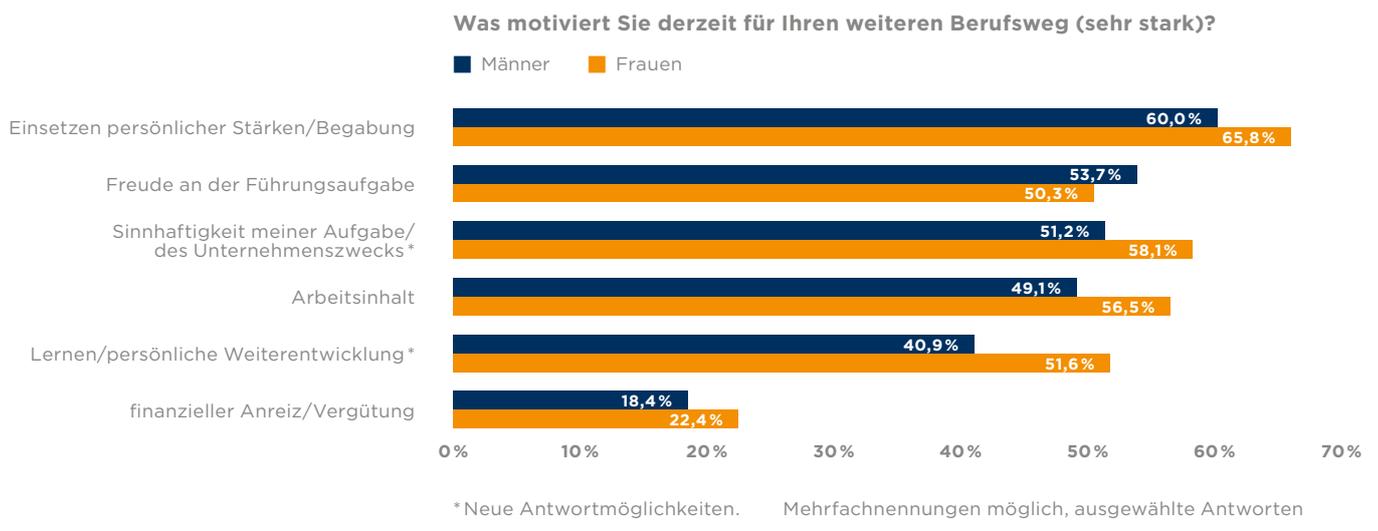
13%

aller Führungskräfte in der Automobilbranche sind **Frauen.**

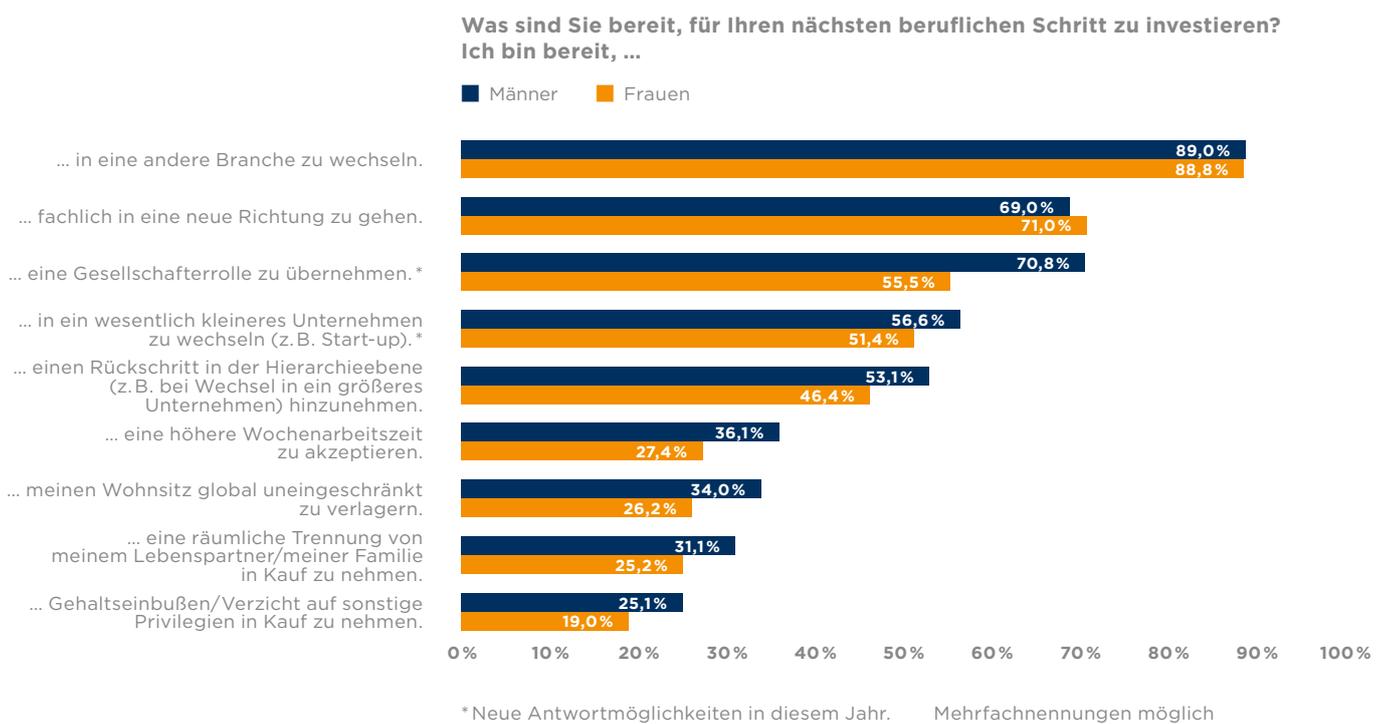
Mit 12,9 Prozent Frauen in ihren Führungsetagen liegt der Frauenanteil etwas unter dem Durchschnitt aller Branchen (14,2 Prozent). Es zeigt sich, dass Frauen signifikant andere Prioritäten haben als ihre männlichen Kollegen, denen Automobilunternehmen Rechnung tragen müssen, wenn sie Frauen in Führungspositionen halten oder für diese verstärkt gewinnen wollen.



Das Einsetzen persönlicher Stärken und die persönliche Weiterentwicklung motivieren Frauen.



Die Stabilität der persönlichen Lebensumstände ist Frauen wichtiger als Männern.



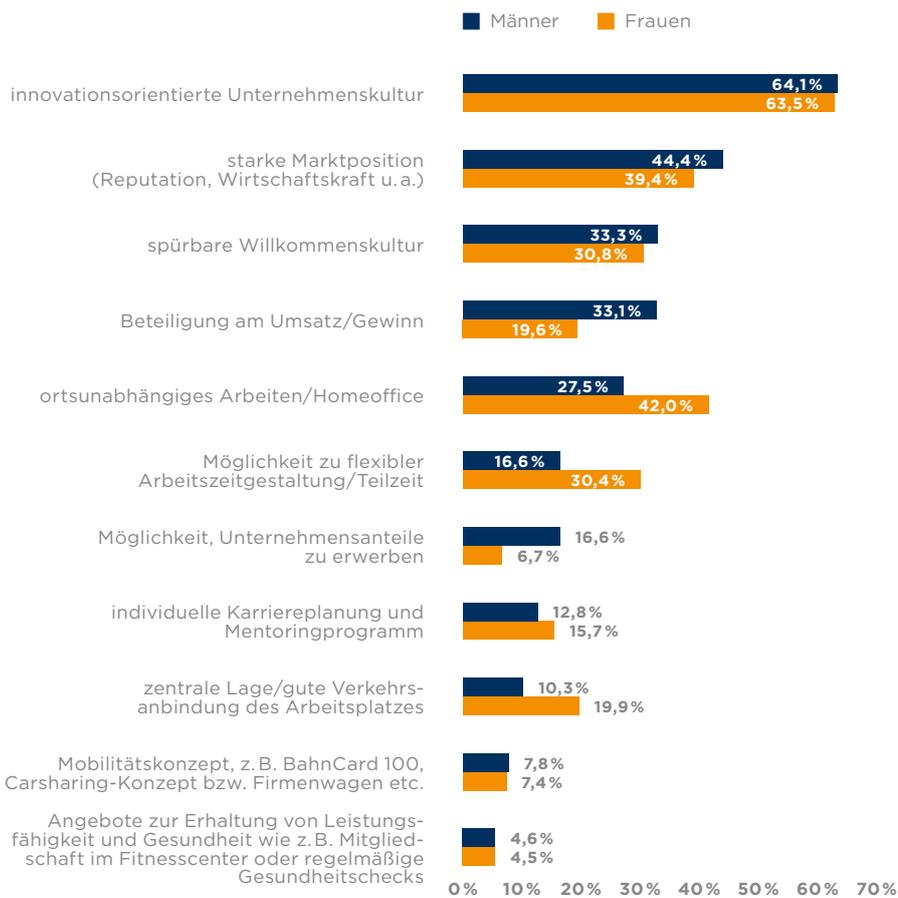
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



1. d. Fokus: Frauen

Frauen sind flexible Arbeitsplatz- und Arbeitszeitbedingungen wichtiger als Männern.

Welche Rahmenbedingungen sind Ihnen bei einem potenziellen neuen Arbeitgeber besonders wichtig?



Mehrfachnennungen möglich

Bei den Karrieremotivatoren stehen für Frauen die persönliche Weiterentwicklung, der Einsatz persönlicher Stärken, die Sinnhaftigkeit der Aufgabe und die Arbeitsinhalte im Vordergrund. In Bezug auf die persönlichen Lebensumstände achten Frauen verstärkt auf Stabilität. So sind viele Frauen weniger mobil als ihre männlichen Kollegen. Zur bestmöglichen Work-Life-Integration wünschen sie sich eine hohe Flexibilität bei den Arbeitsplatzbedingungen (z. B. Homeoffice), der Arbeitszeit (z. B. Teilzeit) und eine gute Verkehrsanbindung.

Nur

6

%

aller Führungskräfte
der Automobilbranche
gehören der
Generation Y an.

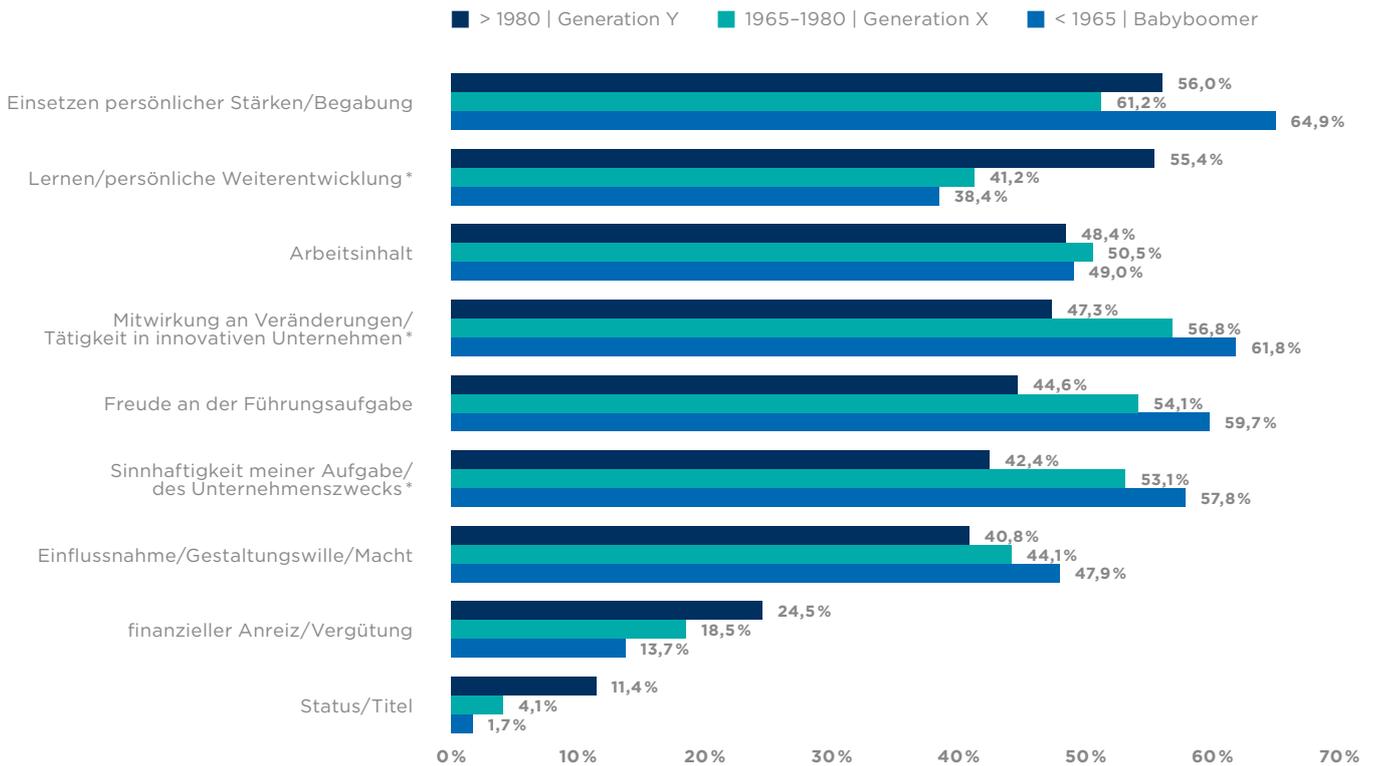
Mit 6,2 Prozent Managern, die nach 1980 geboren sind (Generation Y), sind Nachwuchsführungskräfte in der Automobilbranche weniger stark vertreten als in anderen Branchen. Im Durchschnitt aller Branchen (8,7 Prozent Generation-Y-Anteil) zeigt sich, dass die jungen Führungskräfte andere Präferenzen und Bedürfnisse haben als zum Beispiel die Generation X, die mit 74,2 Prozent überdurchschnittlich stark in der Automobilbranche vertreten ist (67,9 Prozent im Durchschnitt aller Branchen). Diesen Bedürfnissen müssen Unternehmen aus der Automobilbranche Rechnung tragen, wenn sie für junge Talente in Zukunft attraktiv sein wollen.



1.e. Fokus: Generation Y

Junge Manager sind mehr motiviert durch die Weiterentwicklung ihrer persönlichen Stärken und eine attraktive Vergütung.

Was motiviert Sie derzeit für Ihren weiteren Berufsweg (sehr stark)?



* Neue Antwortmöglichkeiten in diesem Jahr.

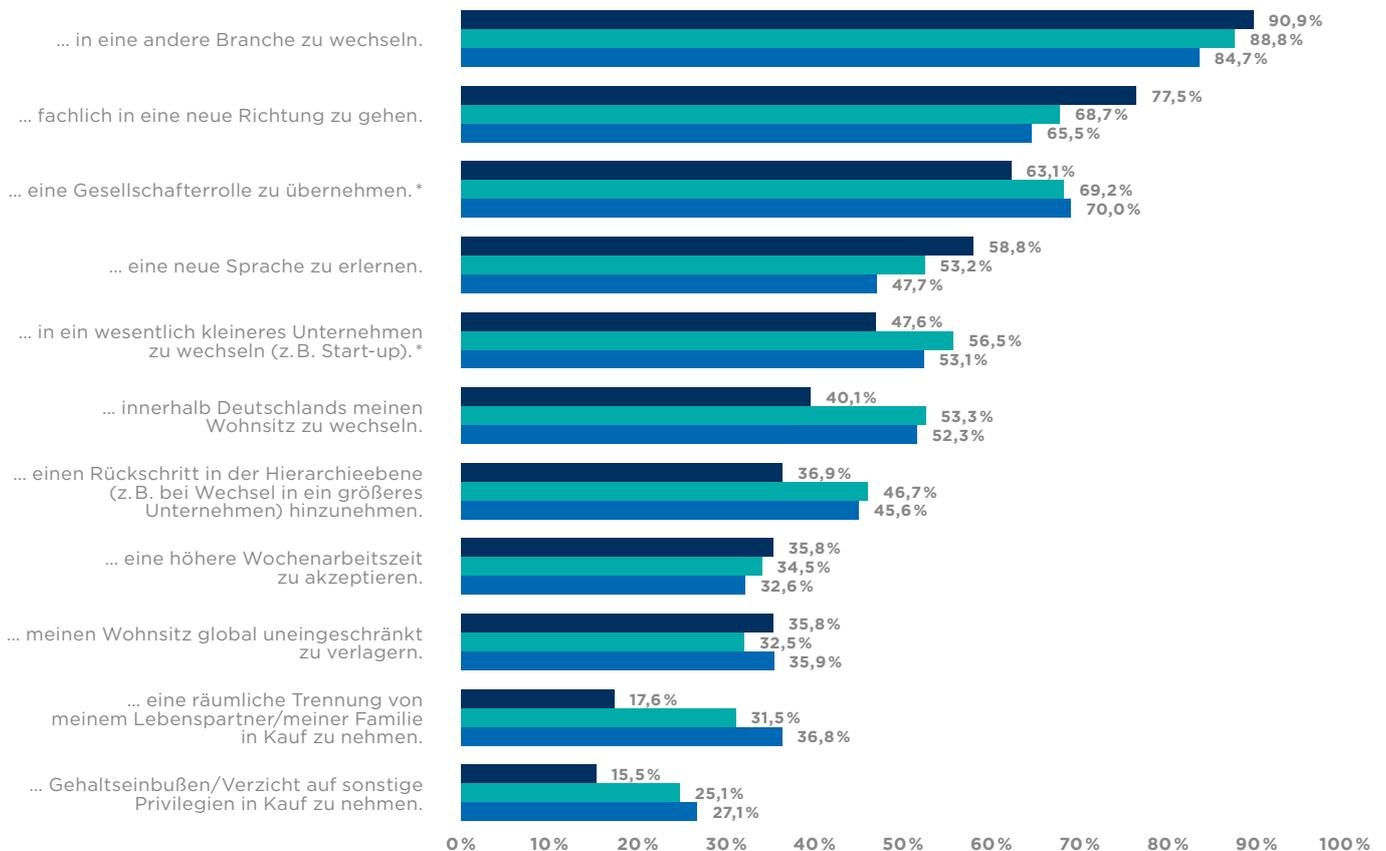
Mehrfachnennungen möglich



Die Beibehaltung der persönlichen Lebensumstände hat bei Nachwuchsführungskräften hohe Priorität.

Was sind Sie bereit, für Ihren nächsten beruflichen Schritt zu investieren?
Ich bin bereit, ...

■ > 1980 | Generation Y ■ 1965–1980 | Generation X ■ < 1965 | Babyboomer



* Neue Antwortmöglichkeiten in diesem Jahr. Mehrfachnennungen möglich

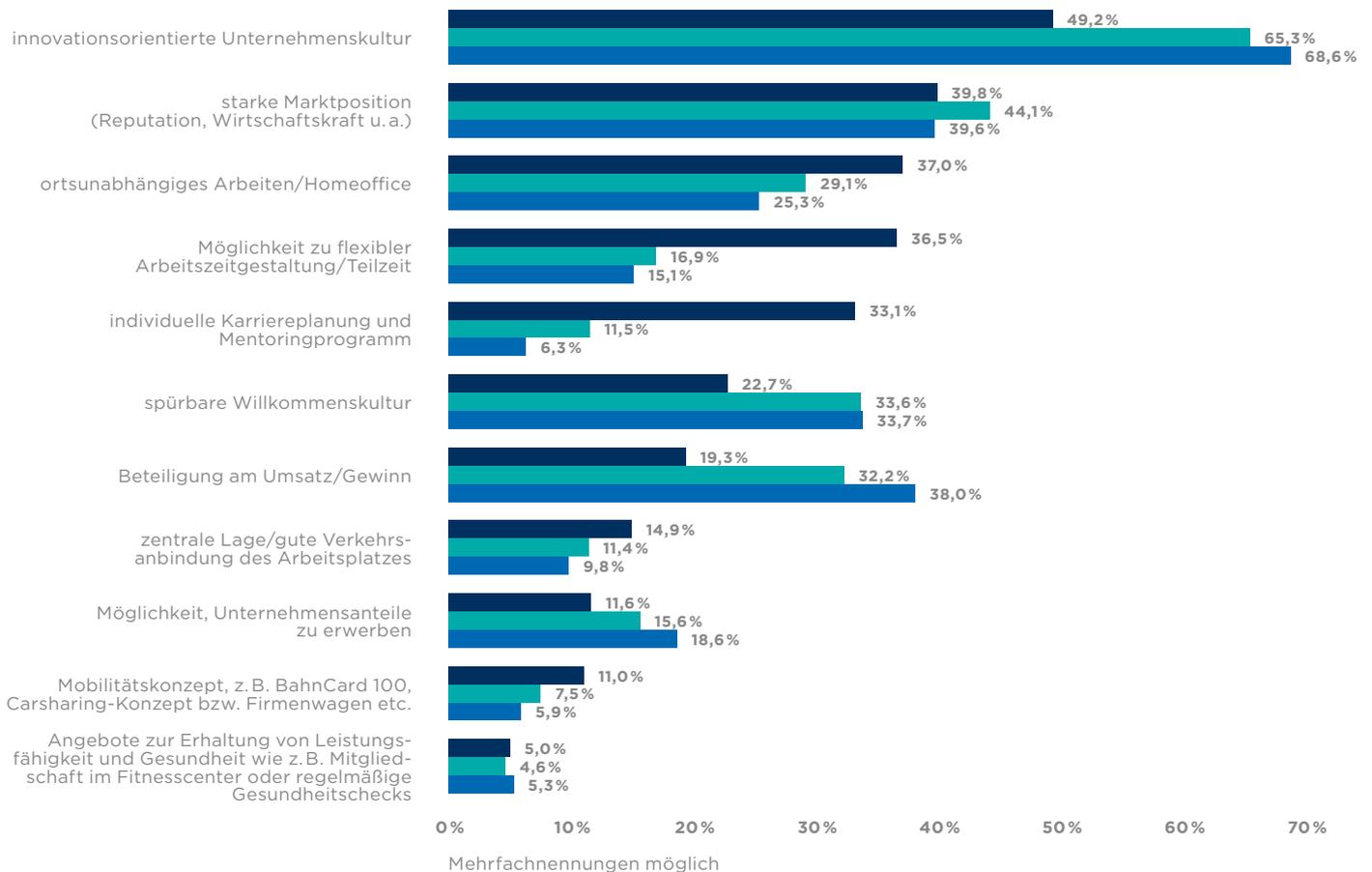


1.e. Fokus: Generation Y

Die Vertreter der Generation Y wünschen sich von einem neuen Arbeitgeber flexible Arbeitsbedingungen und eine individuelle Karriereplanung.

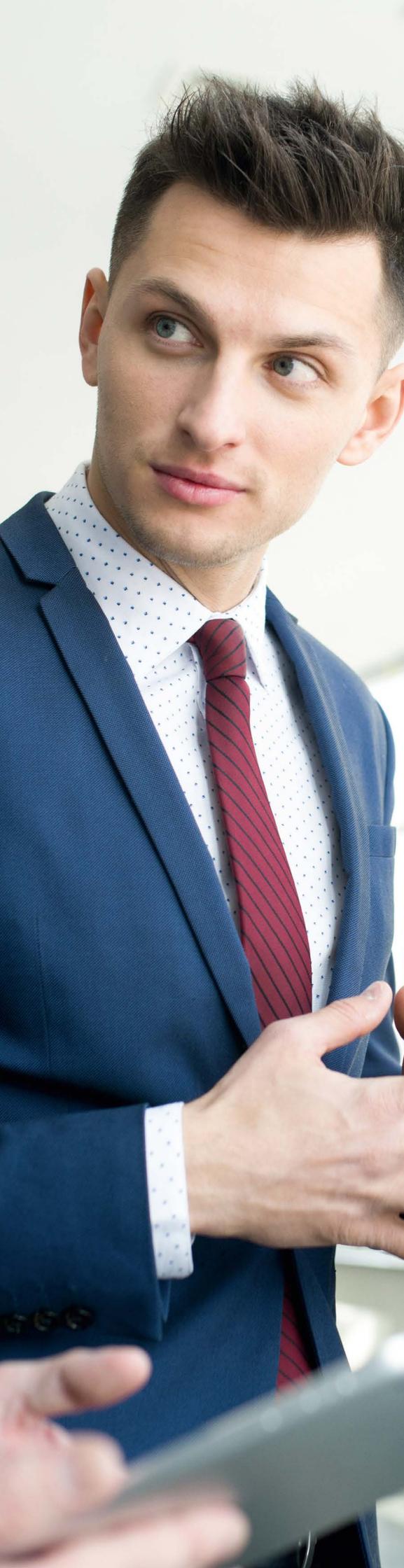
Welche Rahmenbedingungen sind Ihnen bei einem potenziellen neuen Arbeitgeber besonders wichtig?

■ > 1980 | Generation Y ■ 1965-1980 | Generation X ■ < 1965 | Babyboomer



Bei den Karrieremotivatoren steht für Manager der Generation Y der Einsatz persönlicher Stärken und Begabungen im Vordergrund. Dies spiegelt sich auch in den gewünschten Rahmenbedingungen bei einem potenziellen neuen Arbeitgeber wider, wo neben flexiblen Arbeitsbedingungen vor allem eine individuelle Karriereplanung und Mentoringprogramme Priorität haben. In Anbetracht der niedrigeren Hierarchiestufe, auf der sich Nachwuchsführungskräfte meist noch befinden, hat die finanzielle Vergütung bzw. der Status/Titel einen höheren Anreiz für die Karriere als bei älteren Managern. In Bezug auf die persönlichen Lebensumstände achten auch die jungen Manager – mit oft noch jungen Partnerschaften und Familien – verstärkt auf Stabilität. So sind sie weniger mobil als ihre älteren Kollegen und wünschen sich zur bestmöglichen Work-Life-Integration eine hohe Flexibilität bei den Arbeitsplatzbedingungen (z.B. Homeoffice), der Arbeitszeit (z.B. Teilzeit) sowie eine gute Verkehrsanbindung.

Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



IV. Ergebnisse des Odgers Berndtson Executive Panels Automotive 2. Agile Leadership

Unter „Agile Leadership“ versteht man eine flexible, vernetzte und kommunikative Führungskultur jenseits starrer Hierarchien und Prozesse. Dabei geht es vor allem um die schrittweise Delegation von Verantwortung an den Einzelnen/an einzelne Teams, aber auch um die Einführung konkreter agiler Methoden, wie z. B. kurze informelle Projekttreffen („Stand-up-Meetings“) oder die Etablierung crossfunktionaler Teams („Scrum“).

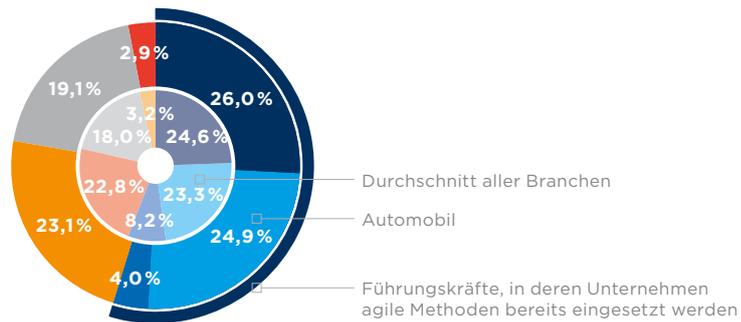


2. Agile Leadership

Agile Führungsmethoden sind bei deutschen Automobilunternehmen bereits weit verbreitet.

54,9 Prozent der Automobilmanager geben an, dass ihr Unternehmen bereits agile Führungsmethoden anwendet – in einigen Unternehmensbereichen (26,0 Prozent), im eigenen Verantwortungsbereich (24,9 Prozent) oder sogar im gesamten Unternehmen (4,0 Prozent). Damit sind agile Methoden etwa gleich stark verbreitet wie in anderen Branchen, wo im Schnitt 56,1 Prozent aller Manager bestätigen, dass in ihrem Unternehmen agile Methoden zur Anwendung kommen. Das noch junge Thema Agile Leadership findet so auch in der Automobilbranche bereits eine breite Akzeptanz.

Welche Bedeutung hat Agile Leadership für Ihr Unternehmen?

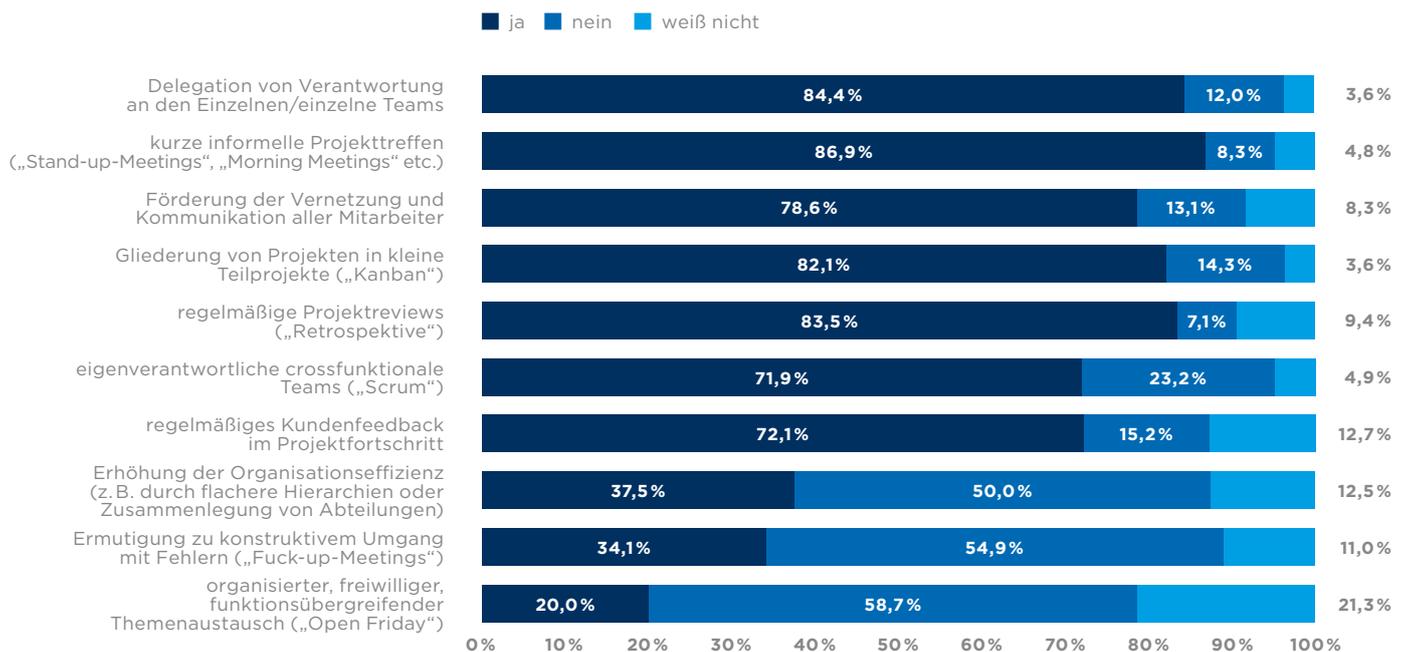


- Agile Führungsmethoden werden bereits von einigen Unternehmensbereichen umgesetzt.
- Agile Führungsmethoden werden bereits von meinem eigenen Bereich/meiner Abteilung umgesetzt.
- Agiles Führen wird von allen Unternehmensbereichen und Führungsebenen umgesetzt.
- Agile Leadership spielt keine Rolle in meinem Unternehmen.
- Agile Führungsmethoden werden in meinem Unternehmen noch nicht angewandt, sollen aber zukünftig eine größere Rolle spielen.
- Weiß nicht.

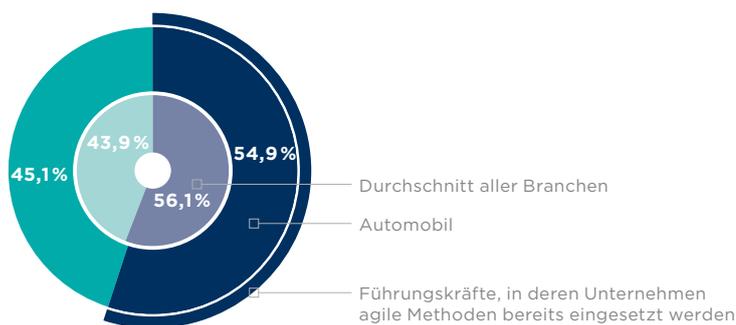


Ein breites Spektrum agiler Methoden kommt bei Automobilunternehmen zur Anwendung.

Welche Methoden der Agile Leadership kommen in Ihrem Unternehmen zur Anwendung?*



* Zu diesem Thema wurden befragt:



Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte

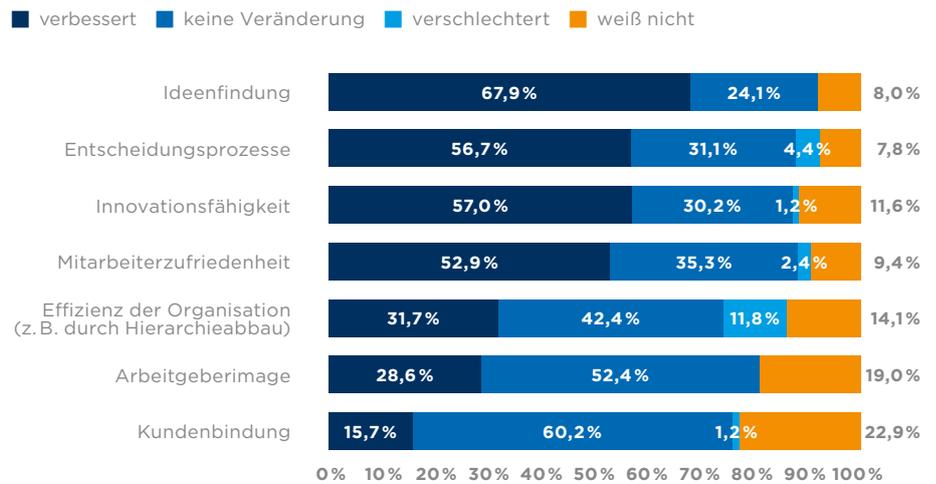


2. Agile Leadership

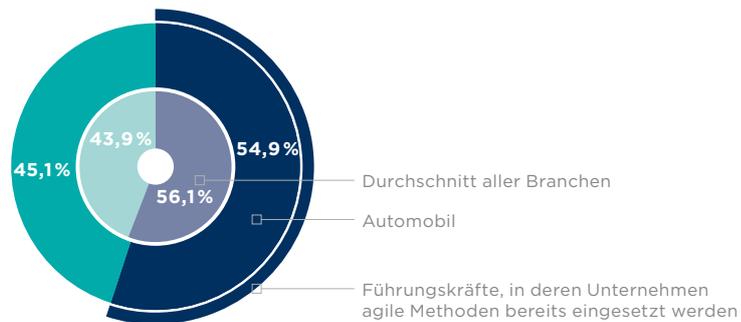
Agile Methoden haben einen spürbar positiven Einfluss auf die Innovationskraft von Automobilunternehmen.

Der positive Einfluss agiler Methoden wird von den Managern deutlich wahrgenommen, insbesondere in Bezug auf Ideenfindung (67,9 Prozent), Innovationsfähigkeit (57,0 Prozent) und Entscheidungsprozesse (56,7 Prozent). Bemerkenswert ist hier die von rund 53 Prozent empfundene stark positive Auswirkung auf die Mitarbeiterzufriedenheit, da diese eher indirekt durch agile Methoden beeinflusst wird.

Inwiefern haben sich die Kultur und Prozesse in Ihrem Unternehmen durch Agile Leadership verändert?*



* Zu diesem Thema wurden befragt:



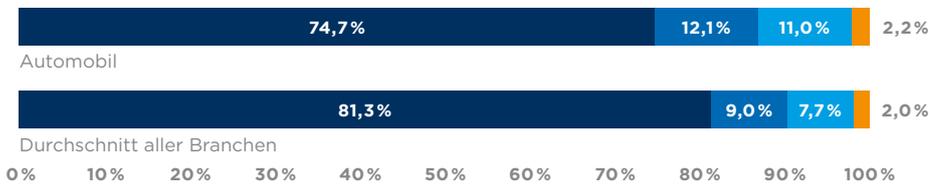


Hoher Mitgestaltungswille der Automobilmanager bei der Umsetzung agiler Methoden.

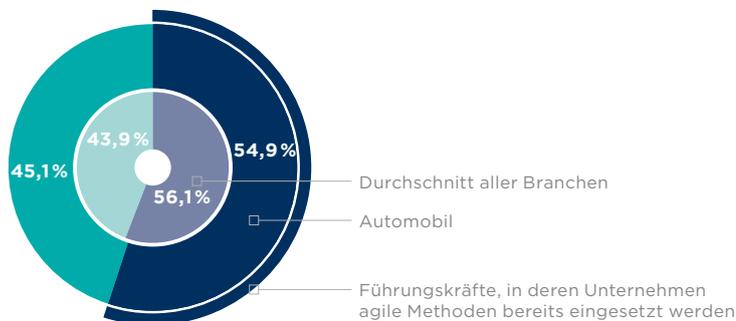
Wie gehen Sie mit Agile Leadership um?*

- Ich arbeite aktiv an der Entwicklung und an der Umsetzung von Agile Leadership in unserem Unternehmen mit.
- Ich beobachte die Erfahrungen anderer Teams und bilde mir erst mal eine Meinung.
- Ich setze um, was von anderen Führungsebenen entwickelt oder entschieden wurde.
- Ich warte erst mal ab, welche Methoden sich wirklich durchsetzen.

74,7 Prozent aller Führungskräfte, deren Unternehmen agile Methoden bereits einsetzen, arbeiten aktiv an deren Entwicklung und Umsetzung mit. Das bestätigt den hohen Mitgestaltungswillen der Automobilmanager, der jedoch etwas unter dem Durchschnitt aller Branchen liegt.



* Zu diesem Thema wurden befragt:



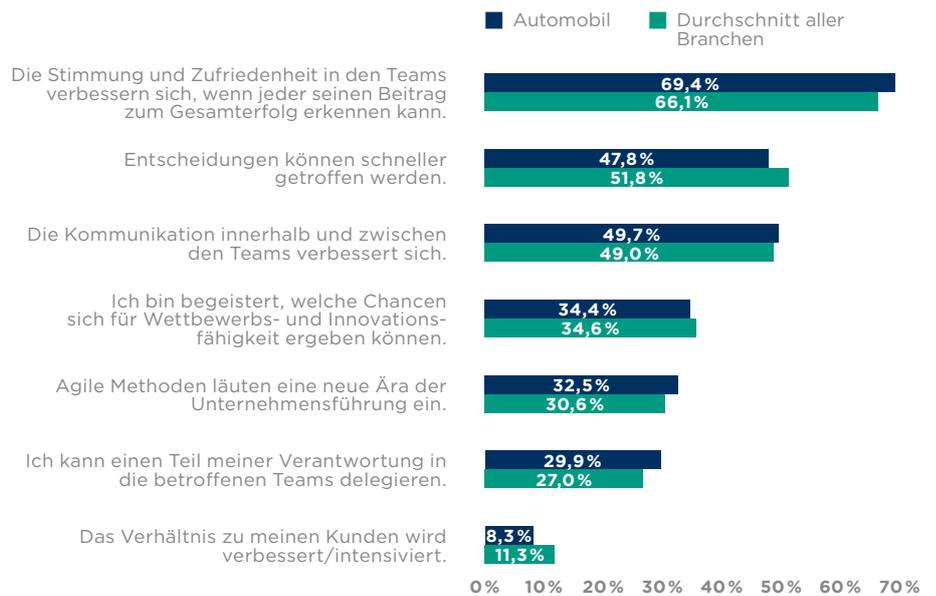


2. Agile Leadership

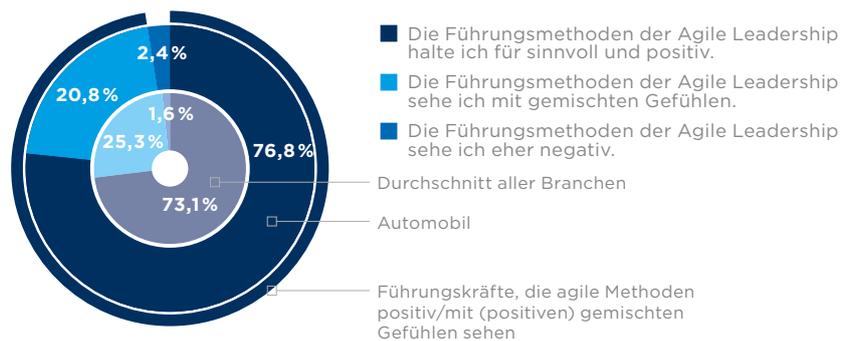
Höhere Zufriedenheit in den Teams ist der größte Nutzen aus agilen Methoden.

69,4 Prozent der Automobilmanager, die Agile Leadership eher positiv sehen, sind der Ansicht, dass sich Stimmung und Zufriedenheit in den Teams verbessern, da jeder seinen Beitrag am Gesamterfolg erkennen kann. 47,8 Prozent nehmen eine schnellere Entscheidungsfindung wahr. 49,7 Prozent sehen eine verbesserte Kommunikation innerhalb und zwischen den Teams.

Warum sehen Sie agile Methoden positiv? Ich sehe folgende Vorteile:*



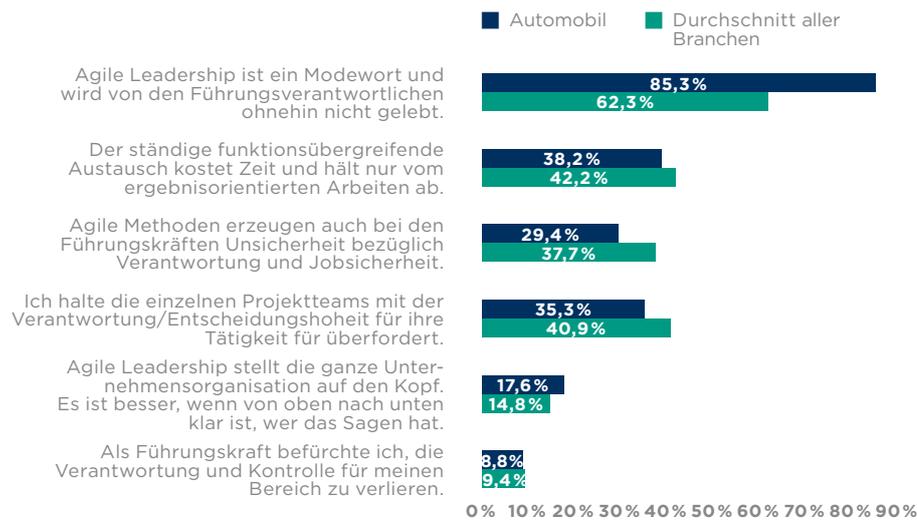
* Zu diesem Thema wurden befragt:





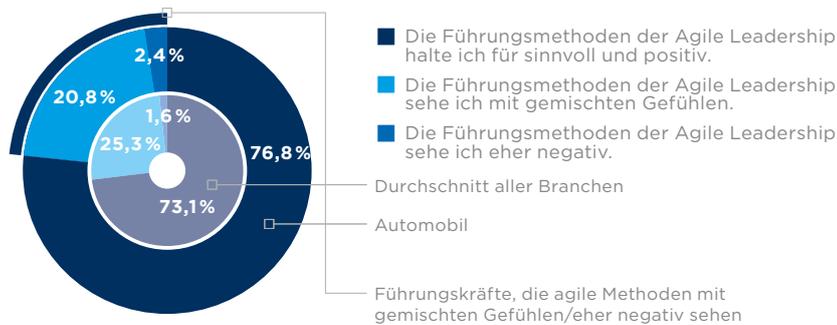
Berührungsängste und Umsetzungsmängel prägen negative Einstellung.

Warum sehen Sie agile Methoden mit gemischten Gefühlen/negativ? Ich sehe folgende Nachteile:*



85,3 Prozent aller Automobilmanager, die agilen Methoden eher negativ gegenüberstehen, sehen Agile Leadership vor allem als ein Modewort, welches von den Führungsverantwortlichen ohnehin nicht gelebt wird. Dies deutet auf bestehende Vorbehalte sowie auch auf eine mangelhafte Umsetzung von Agile Leadership in den jeweiligen Unternehmen hin. Die Umsetzungsmängel machen deutlich, dass Vorgesetzte bei der Einführung von agilen Methoden insbesondere auf eine transparente Kommunikation und die Durchsetzung klarer Verantwortlichkeiten achten sollten.

* Zu diesem Thema wurden befragt:



Executive Panel Automotive von Odgers Berndtson, n = 192 Führungskräfte
Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 2.460 Führungskräfte



V. Hinweise zur Methodik

Befragung des Executive Panels von Odgers Berndtson

- Die Befragung wurde in der Zeit von Ende August bis Ende September 2018 durchgeführt. Es handelte sich um eine schriftliche Befragung in Form eines elektronischen Fragebogens.
- Der Fragebogen bestand aus drei Fragekomplexen, die zum überwiegenden Teil im Multiple-Choice-Verfahren beantwortet werden konnten.
- Darüber hinaus wurden die Befragten aufgefordert, statistische Fragen bezüglich ihrer Person, ihrer Position sowie des Unternehmens zu beantworten, bei dem sie aktuell beschäftigt sind.
- Die Antworten wurden anonym gegeben und ausgewertet.

Zielgruppe

- Befragt wurde das Executive Panel von Odgers Berndtson, das Führungskräfte von Unternehmen aller Branchen und Größenklassen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH) beinhaltet.

Teilnehmer

- An der Befragung haben 2.460 Führungskräfte, davon 192 Führungskräfte aus Unternehmen der Automobilbranche, teilgenommen.



VI. Automotive Sector-Team von Odgers Berndtson Deutschland



Ralph Göller
Partner



Dung Hoang
Principal



Rainer Laber
Associate Partner



Emanuel Pfister
Principal



Gabriele Stahl
Partner



Olaf H. Szangolies
Partner



Odgers Berndtson ist seit über 50 Jahren eines der weltweit führenden Unternehmen für Executive Search und Führungskräftebeurteilung. Mit rund 1.000 Mitarbeitern in 29 Ländern suchen wir qualifizierte Führungskräfte und Spezialisten für Unternehmen in allen Branchen, öffentlichen Verwaltungen und Not-for-Profit-Organisationen. Um auf die branchenspezifischen Bedürfnisse unserer Klienten bestmöglich einzugehen, arbeiten unsere Berater in international vernetzten Industry Practices.

www.odgersberndtson.com