



Manager-Barometer
Sonderbefragung „Corona“
Befragung des Odgers Berndtson
Executive Panels in Deutschland,
Österreich und der Schweiz



Inhalt

I. Anlass und Zielsetzung der Befragung	3
II. Executive Summary	4
III. Ergebnisse der Manager Barometer Sonderbefragung „Corona“	8
IV. Kommentar	29
V. Statistik der Teilnehmer	31
VI. Hinweise zur Methodik	37



I. Anlass und Zielsetzung der Befragung

Die Corona-Pandemie hat für viele Unternehmen eine wirtschaftliche Unsicherheit erheblichen Ausmaßes zur Folge. Auch die Auswirkungen auf Führung und Organisation waren weder vorhersehbar, noch waren die meisten Unternehmen auf die Anforderungen der mobilen Arbeitswelt ausreichend vorbereitet. Durch Kontaktbeschränkungen wurden Unternehmen weltweit gezwungen, sehr plötzlich und flächendeckend die Arbeitsplätze ihrer Mitarbeiter aus den Büros in die Homeoffices zu verlagern.

“Führung auf Distanz“ stellt Führungskräfte wie Mitarbeiter vor ganz neue Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund war es das Ziel der vorliegenden Sonderbefragung des Odgers Berndtson Führungskräfte-Panels, den Umgang mit der Krise und die Reaktion der Unternehmen, der Manager und deren Mitarbeitern zu ermitteln. Außerdem haben uns die Erfahrungen, Einstellungen und Gefühle im Umgang mit den Gegebenheiten der neuen, mobileren Arbeitswelt interessiert.

Im Vordergrund der Befragung standen die Eindrücke aus dem Lockdown bis hin zur sukzessiven Lockerung der Kontaktbeschränkungen Mitte Mai 2020. Dennoch sind sich die Manager bewusst, dass diese Krise auch längerfristig deutliche Spuren hinterlassen wird. So haben wir ebenfalls gefragt, welche Auswirkungen die Krise auf die Arbeitswelt der Zukunft haben wird.

Wird die Akzeptanz von Homeoffice Arbeitsplätzen steigen? Werden Geschäftsreisen auch in Zukunft weitgehend durch Videokonferenzen ersetzt? Dominieren im weiteren Jahresverlauf vor allem die wirtschaftlich negativen Auswirkungen der Krise, wie den Abbau von Arbeitsplätzen und das Hinterfragen von Geschäftsmodellen? Oder markiert die COVID-19-Pandemie gar den Aufbruch und Wandel in eine neue, digitalere, vielleicht sogar nachhaltigere Arbeitswelt?

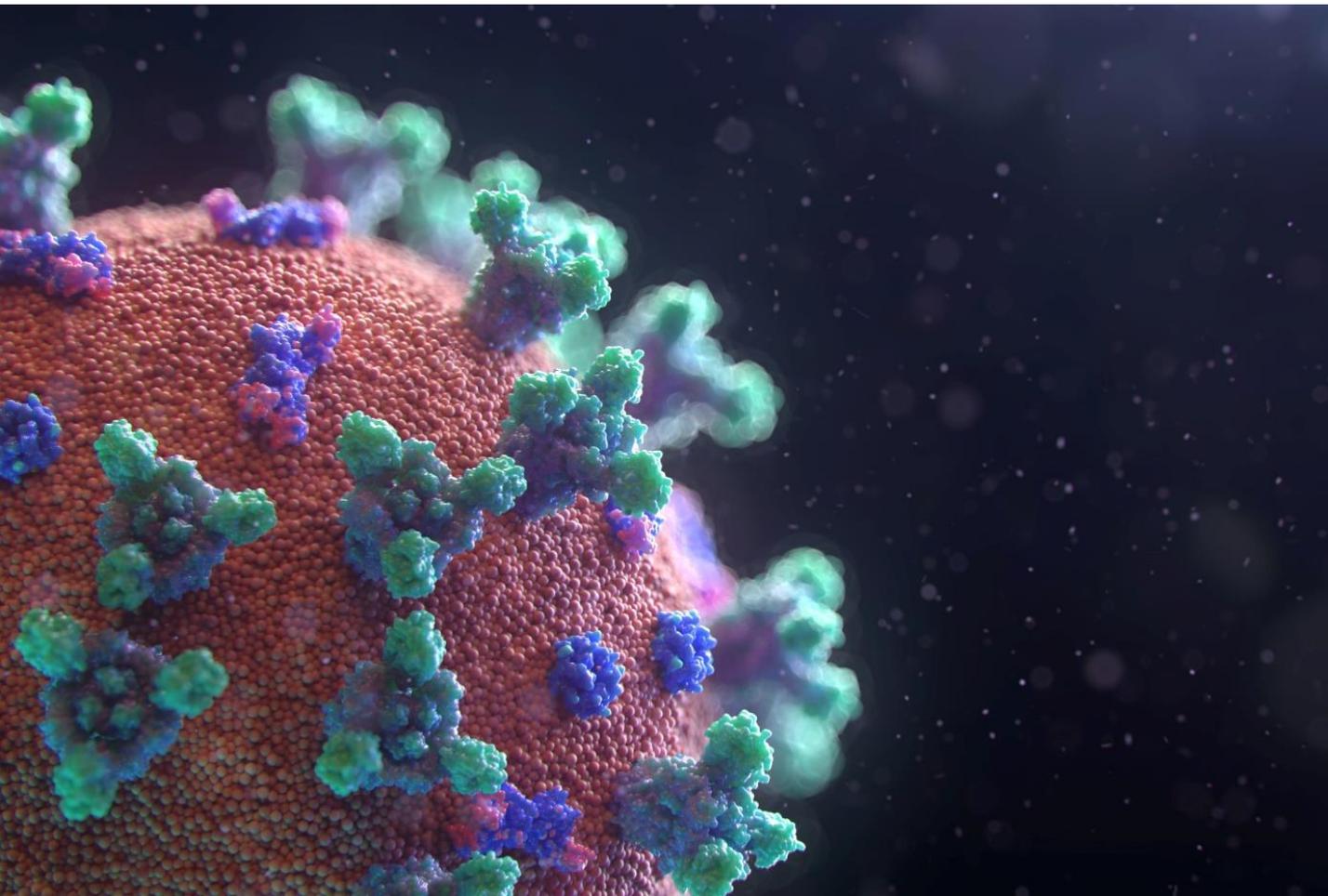
* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Studie für Personen und Funktionsbezeichnungen die männliche Form stellvertretend und gleichberechtigt für alle Geschlechter verwendet.



II. Executive Summary

“

„Die Coronakrise wird weitreichende Auswirkungen auf die Arbeitswelt der Zukunft haben.“





Executive Summary

„Führen auf Distanz“ – Auswirkungen der Corona-Pandemie

Die Arbeit aus dem Homeoffice hat als Folge der Coronakrise rasant zugenommen.

Unter den weitgehenden Ausgangsbeschränkungen wurde Arbeit - wo immer möglich - in die Homeoffices verlagert. Für die Zeit nach der Coronakrise erwarten Führungskräfte, dass sie selbst bzw. ihre Teams etwa doppelt so häufig aus dem Homeoffice arbeiten werden (im Durchschnitt 1,5 Tage pro Woche) wie vor der Krise.

Unternehmen haben mit hoher Flexibilität auf die Coronakrise reagiert.

Insgesamt positiv beurteilen Manager die Reaktion Ihrer Unternehmen auf die Herausforderungen der Krise. 6 von 10 Managern geben an, dass Führungskräfte und Mitarbeiter bestmöglich unterstützt wurden,

weitere 3 von 10 Managern bejahen dies mit Einschränkungen. Auch wenn eine Vielzahl von Unternehmen nicht oder nicht optimal auf das Krisenszenario vorbereitet war, so konnten die meisten doch dementsprechend flexibel reagieren.

Virtuelle Meetings, Konferenzen und Workshops wurden in fast allen Unternehmen genutzt.

Im Fokus stand hierbei die Aufrechterhaltung der Kommunikation innerhalb der Teams. Weniger genutzt wurden hingegen virtuelle Tools zur Stärkung des Teamzusammenhalts und der informellen Kommunikation oder zur Abbildung von Teamprozessen, wie zum Beispiel die Teamkreativität.

Die Krise hat auf emotionaler Ebene Spuren hinterlassen, aber sie macht auch resilienter.

Im Vordergrund steht die Sorge um Familie, Freunde und Bekannte, die Sorge um die eigene Gesundheit ist demgegenüber eher gering. Eine Vielzahl von Führungskräften sieht sich aber auch resilienter gegenüber neuen Herausforderungen. So verspüren über 40 Prozent eine höhere Motivation, unternehmerische Chancen zu ergreifen und empfinden einen verstärkten Glauben an die eigenen Fähigkeiten.



Executive Summary

Die Aufrechterhaltung der informellen Kommunikation ist die größte Herausforderung bei der Führung im Homeoffice.

Während das Abarbeiten von Projekten oder die Delegation von Aufgaben sich noch relativ gut im Homeoffice realisieren lassen, bleibt das Gespräch auf dem Flur oder an der Kaffeemaschine naturgemäß auf der Strecke. Auch die (formale) Kommunikation innerhalb des Teams, die Motivation der Mitarbeiter, die Verfügbarkeit eines „störungsfreien“ Arbeitsplatzes sowie der Zusammenhalt im Team stellen eine größere Herausforderung in Sachen Führung gegenüber dem Präsenztage im Büro dar.

Frauen bejahen die Arbeit aus dem Homeoffice und kommen besser damit zurecht.

Zur besseren Integration der Familienbedürfnisse kommt Frauen das flexible Arbeitsplatzmodell des „Homeoffice“ entgegen. Entsprechend kommen sie gut damit zurecht, tun sich leichter und gestalten die Herausforderungen des „Führens auf Distanz“.

Etwa die Hälfte aller Manager sieht sich effizienter im Homeoffice als im Büro.

Bei der anderen Hälfte der Manager ist dies allerdings genau umgekehrt. Weibliche Manager sehen sich deutlich effizienter im Homeoffice als ihre männlichen Kollegen.

Die stärksten Vorbehalte haben Führungskräfte bezüglich der Produktivität und der Zufriedenheit der Mitarbeiter im Homeoffice.

Die Verlagerung der Mitarbeiter in die Homeoffices wird nicht nur positiv bzw. gleichwertig gegenüber der Präsenz im Büro gesehen. Während 6 von 10 Managern angeben, dass ihre Mitarbeiter sehr flexibel auf die Herausforderungen reagiert haben, sagen dies nur etwa 3 von 10 Managern uneingeschränkt von der Produktivität und der Zufriedenheit ihrer Teams.



Executive Summary

Manager mit Kindern haben meist schwierigere Arbeitsbedingungen im Homeoffice als kinderlose Manager.

Auch die jüngeren Manager der Generation Y tun sich mit der Arbeit im Homeoffice deutlich schwerer als ihre älteren Kollegen.

Kinderlose Manager haben deutlich häufiger einen angemessenen Arbeitsplatz zu Hause und arbeiten effizienter im Homeoffice als Manager mit mehreren Kindern im Haushalt. Obwohl die technikaffinen jüngeren Manager der Generation Y stärker vertraut sind mit den digitalen Herausforderungen des Homeoffices, kommen sie deutlich schlechter damit zurecht als ihre älteren Kollegen.

Jüngere Manager mit meist noch jungen Kindern sind besonders vom Wegfall der Betreuungsstrukturen betroffen.

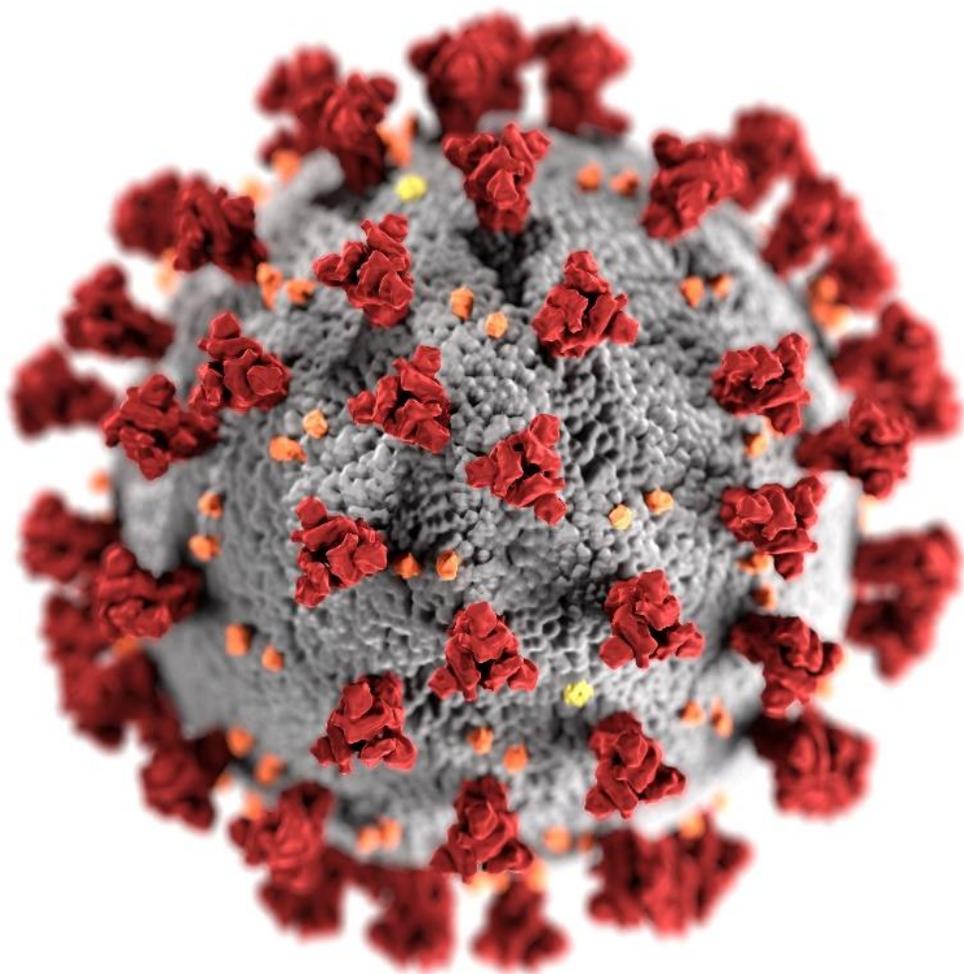
Die Corona-Krise wird weitreichende Auswirkungen auf die Arbeitswelt der Zukunft haben.

Die Akzeptanz von Homeoffice-Regelungen wird nach Einschätzung der Manager deutlich steigen. Die Manager halten zudem eine stärkere Nutzung von Videokonferenzen statt Geschäftsreisen, eine stärkere Dynamik von

Digitalisierungsprojekten, die Beschleunigung von Change- und Innovationsprozessen und Restrukturierungen für sehr wahrscheinlich. Eine Vielzahl von Managern erwartet auch, dass die Coronakrise die Maßnahmen zur Nachhaltigkeit verstärken wird. Gleiches gilt für die Verkleinerung von Büroflächen.



III. Ergebnisse der Manager Barometer Sonderbefragung „Corona“





90,6 %

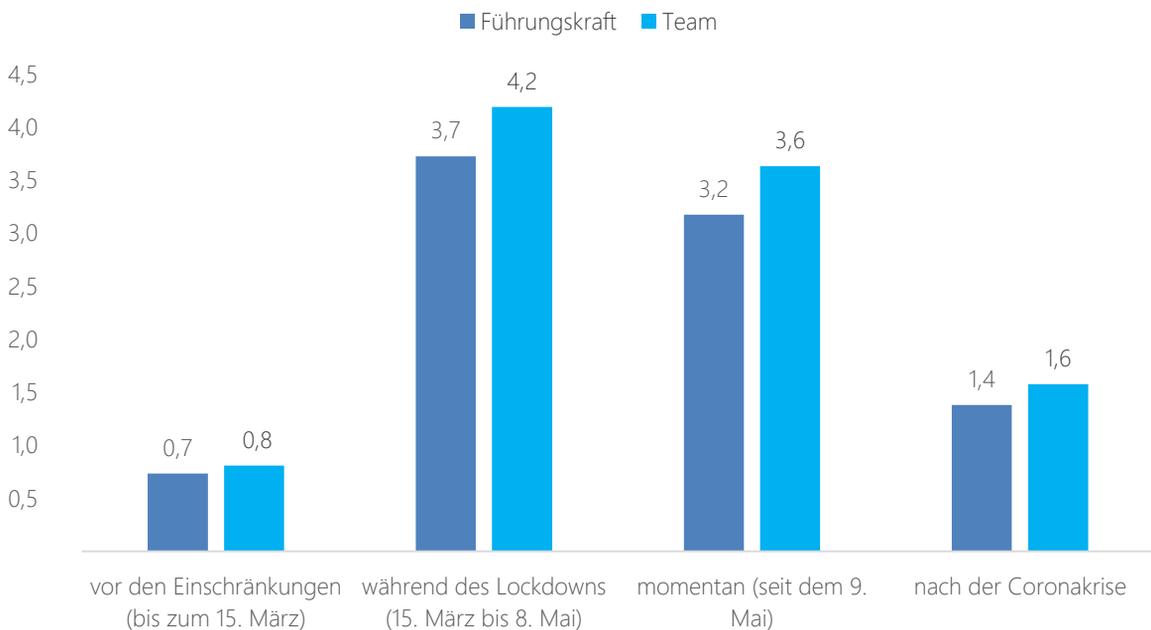
der Führungskräfte und
Mitarbeiter fühlten sich
während der Krise
bestmöglich unterstützt.





Die Arbeit aus dem Homeoffice hat als Folge der Coronakrise rasant zugenommen.

Durchschnittliche Tage pro Woche im Homeoffice



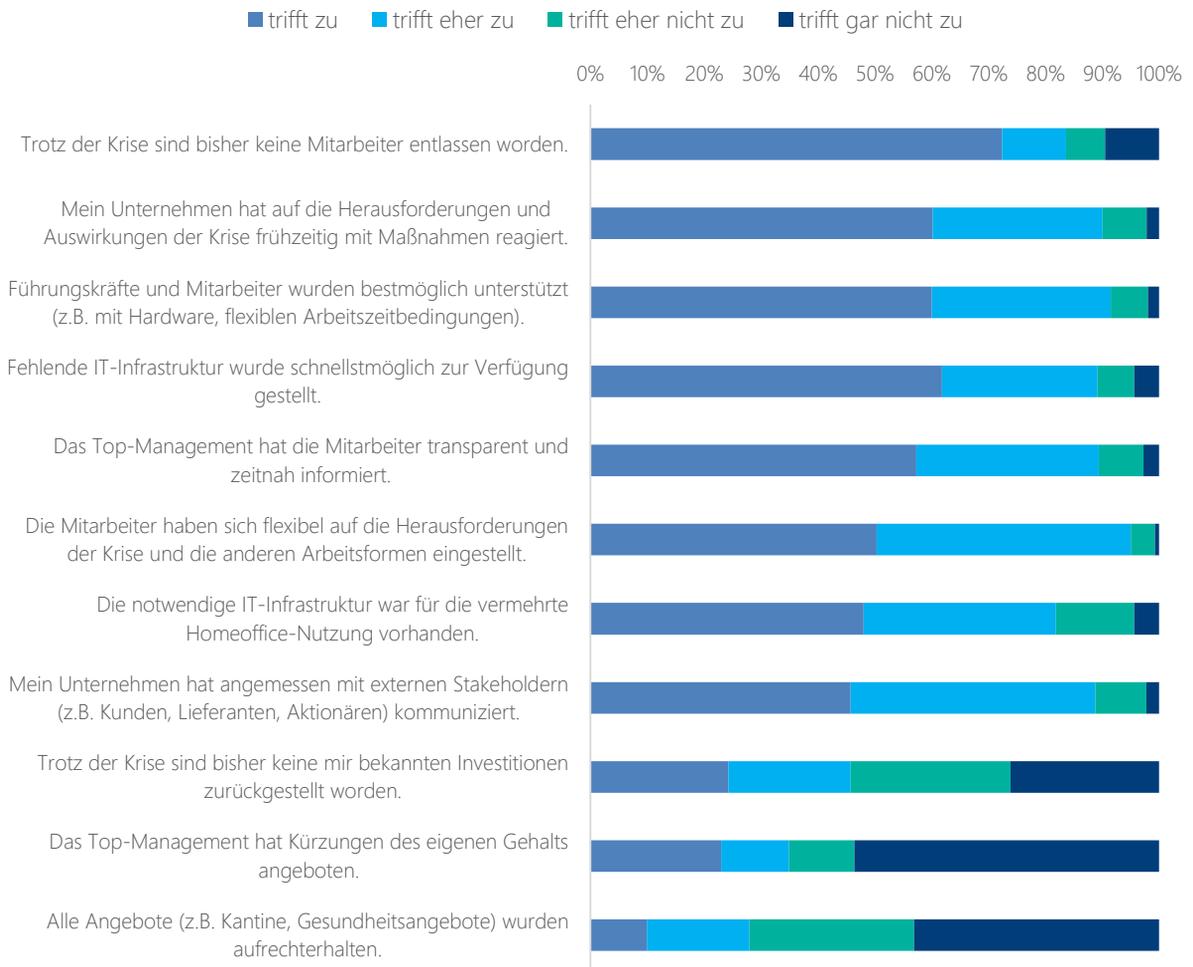
Während Führungskräfte und ihre Teams vor den Einschränkungen der Coronakrise durchschnittlich weniger als einen Tag pro Woche im Homeoffice gearbeitet haben (0,7 bzw. 0,8 Tage pro Woche), wurde die Arbeit aufgrund der Ausgangsbeschränkungen weitestgehend in die Homeoffices verlagert (3,7 bzw. 4,2 Tage pro Woche). Auch seit den Lockerungen ab dem 9. Mai sind bisher nur wenige Mitarbeiter in die Büros zurückgekommen. Für die Zeit nach der Coronakrise erwarten Führungskräfte, dass sie selbst bzw. ihre Teams etwa doppelt so häufig aus dem Homeoffice arbeiten werden wie vor der Krise (1,4 bzw. 1,6 Tage pro Woche).

Von Kurzarbeit waren Führungskräfte bzw. deren Mitarbeiter je nach Tätigkeit, Branche und Unternehmen unterschiedlich betroffen. Im Durchschnitt waren dies etwa 10 Prozent der Manager und 20 Prozent ihrer Teams. Auch hier hat sich seit dem 9. Mai nahezu keine Veränderung ergeben. Die Kurzarbeitsquote beträgt bei den Managern durchschnittlich knapp 70 Prozent, bei deren Mitarbeitern durchschnittlich knapp 60 Prozent.



Unternehmen haben mit hoher Flexibilität auf die Coronakrise reagiert.

Wie hat Ihr Unternehmen während des Lockdowns in Bezug auf die folgenden Aspekte reagiert?

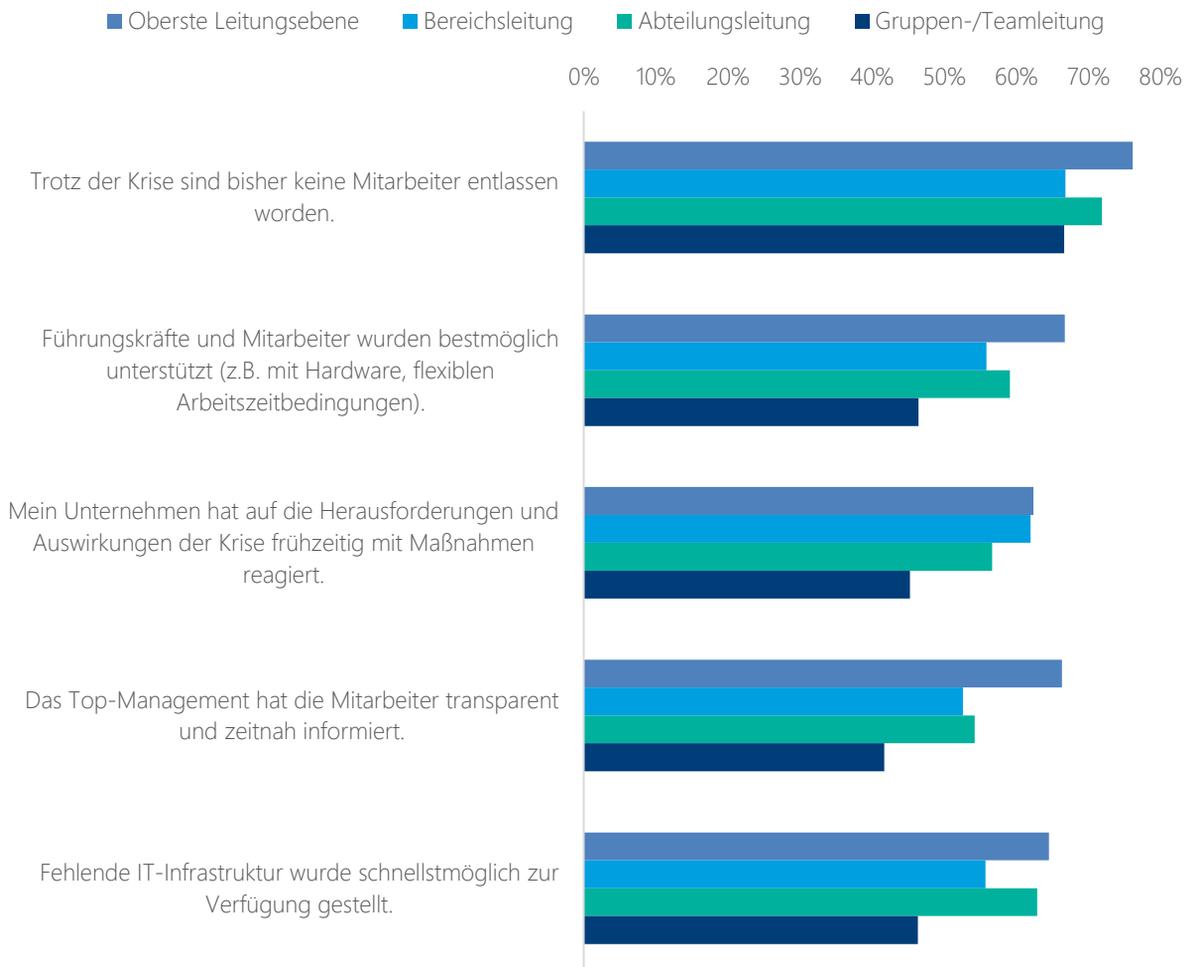


Insgesamt positiv beurteilen Manager die Reaktion Ihrer Unternehmen auf die Herausforderungen der Krise. 91,2 Prozent der Manager geben an, dass Führungskräfte und Mitarbeiter bestmöglich unterstützt wurden (59,8 Prozent „trifft zu“, 31,4 Prozent „trifft eher zu“). Das verdeutlicht, dass eine Vielzahl von Unternehmen zwar nicht gänzlich auf die Herausforderungen vorbereitet war, aber dementsprechend flexibel reagieren konnte. In 47,9 Prozent der Unternehmen war die notwendige IT-Infrastruktur uneingeschränkt vorhanden, bei weiteren 33,8 Prozent galt dies mit Einschränkungen. 59,8 bzw. 26,4 Prozent der Unternehmen haben die fehlende Infrastruktur schnellstmöglich zur Verfügung gestellt.



Die oberste Führungsebene schätzt den Umgang des Unternehmens mit der Krise deutlich positiver ein als untere Leitungsebenen.

Wie hat Ihr Unternehmen während des Lockdowns in Bezug auf die folgenden Aspekte reagiert (trifft zu)?

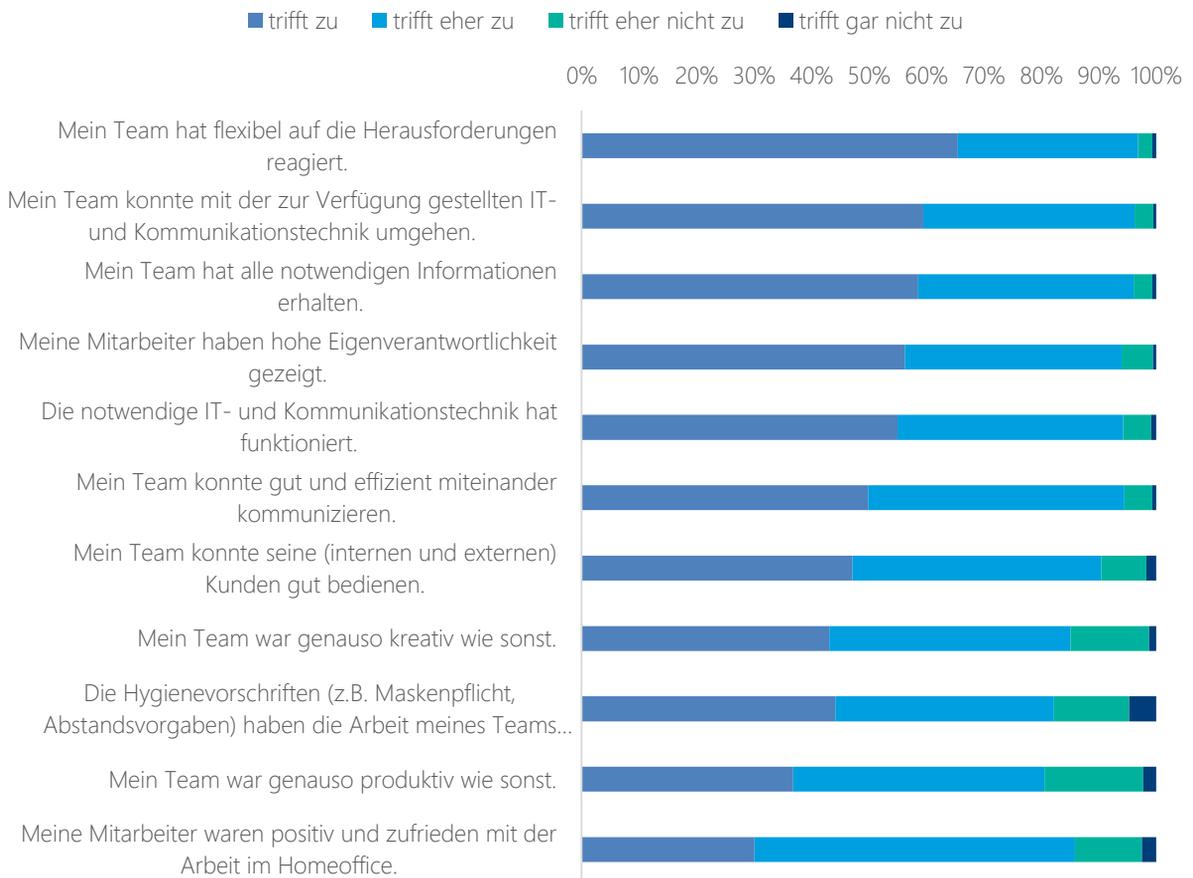


In der Beurteilung der Reaktion auf die Krise gibt es deutliche Unterschiede über die Hierarchieebenen. Während 66,7 Prozent der obersten Leitungsebene angeben, dass Führungskräfte und Mitarbeiter bestmöglich unterstützt wurden, tun dies nur 46,4 Prozent auf der Gruppen-/Teamleitungsebene. Auch bezüglich der Verbesserung der IT-Infrastruktur äußern sich 64,5 Prozent der Obersten Leitungsebene uneingeschränkt positiv gegenüber 46,3 Prozent auf der Gruppen-/Teamleitungsebene.



Manager haben Vorbehalte bezüglich der Produktivität und Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter im Homeoffice.

Wie beurteilen Sie die Arbeit in Ihrem Team bzw. in Ihrem täglichen Arbeitsumfeld während des Lockdowns?



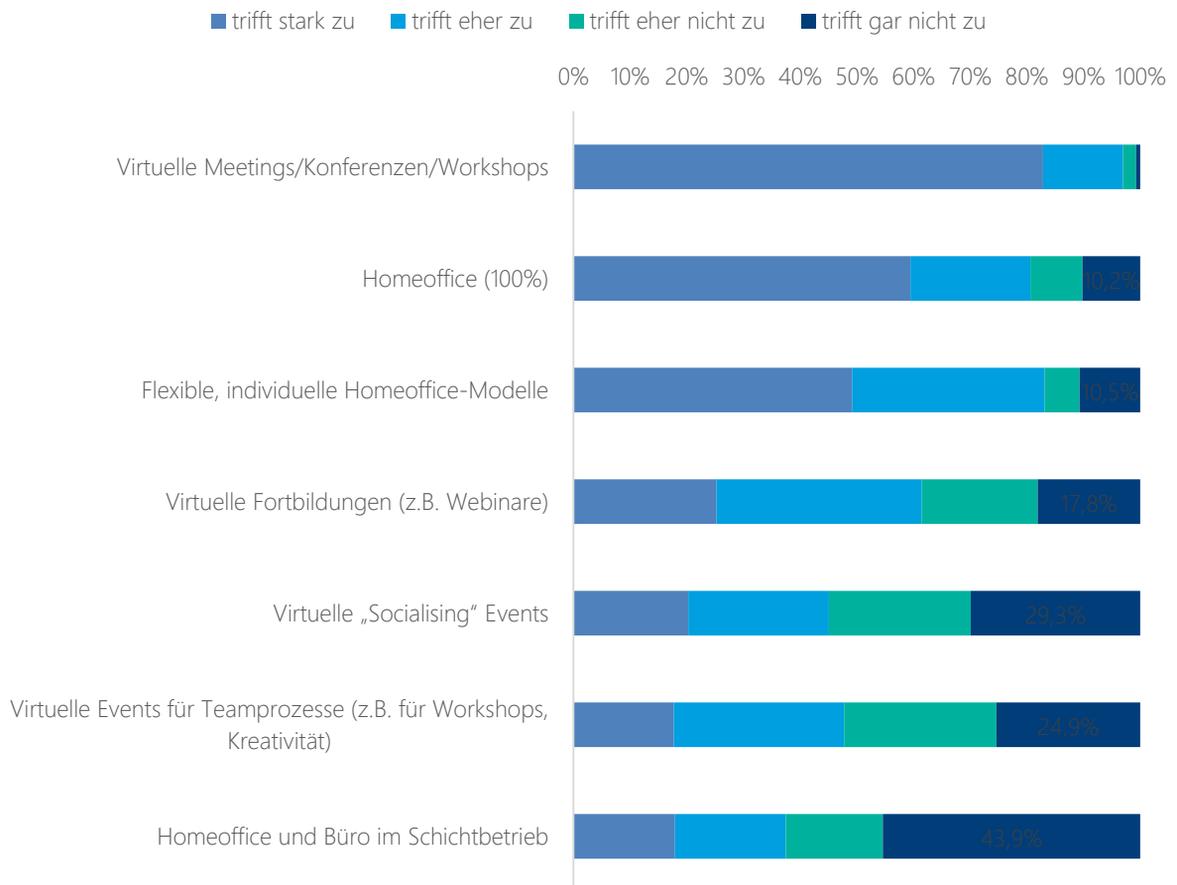
Insgesamt positiv beurteilen Manager die Arbeit in ihren Teams bzw. in ihrem Arbeitsumfelds in der Krise, wobei auch hier in Anbetracht der Unvorhersehbarkeit der Herausforderungen ein hoher Anteil der Manager mit Einschränkungen geantwortet hat. 65,2 Prozent der Manager geben an, dass ihr Team flexibel auf die Herausforderungen reagiert hat, weitere 31,2 Prozent tun dies mit Einschränkungen (trifft zu/trifft eher zu). Ähnliche Größenordnungen gelten bezüglich des Umgangs mit der Technik, des Erhalts der notwendigen Informationen, der Eigenverantwortlichkeit oder dem Kommunikationsverhalten der Mitarbeiter.

Die plötzliche Verlagerung der Arbeit ins Homeoffice wurde jedoch nicht uneingeschränkt bejaht. Die stärksten Vorbehalte haben die Führungskräfte bezüglich der Produktivität und bezüglich der Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter im Homeoffice.



Virtuelle Meetings wurden fast in allen Unternehmen eingesetzt, um Mitarbeiter in den Homeoffices zu erreichen.

Welche Maßnahmen haben Sie als Führungskraft während des Lockdowns ergriffen?

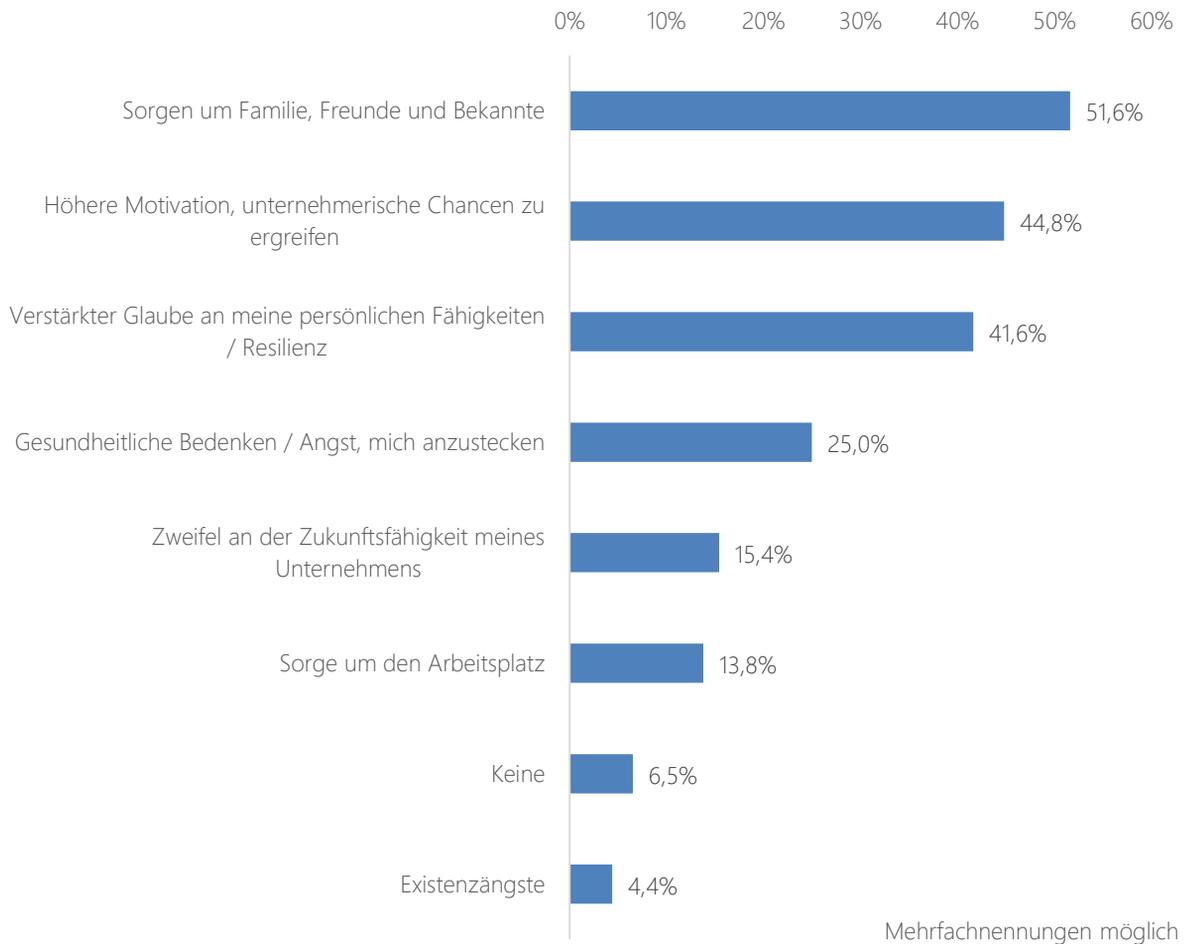


Virtuelle Meetings, Konferenzen und Workshops waren mit 82,8 Prozent das von Managern am häufigsten eingesetzte Tool zur Kommunikation mit den Mitarbeitern im Homeoffice. Instrumente zur Förderung des Zusammenhalts im Team oder der Bindung an das Unternehmen, wie virtuelle Events zum Socialising oder für Teamprozesse wurden hingegen in weniger als der Hälfte aller Unternehmen genutzt. Als weitere Maßnahmen wurden außerdem virtuelle Außendiensttagungen, häufigere 1-on-1's, regelmäßige Mitarbeiterbefragungen und der Einsatz virtueller agiler Methoden, wie zum Beispiel Scrum genannt.



Die Coronakrise hat auch auf emotionaler Ebene Spuren hinterlassen, aber sie macht auch resilienter.

Welche Gefühle hat die Coronakrise bei Ihnen vor allem ausgelöst?

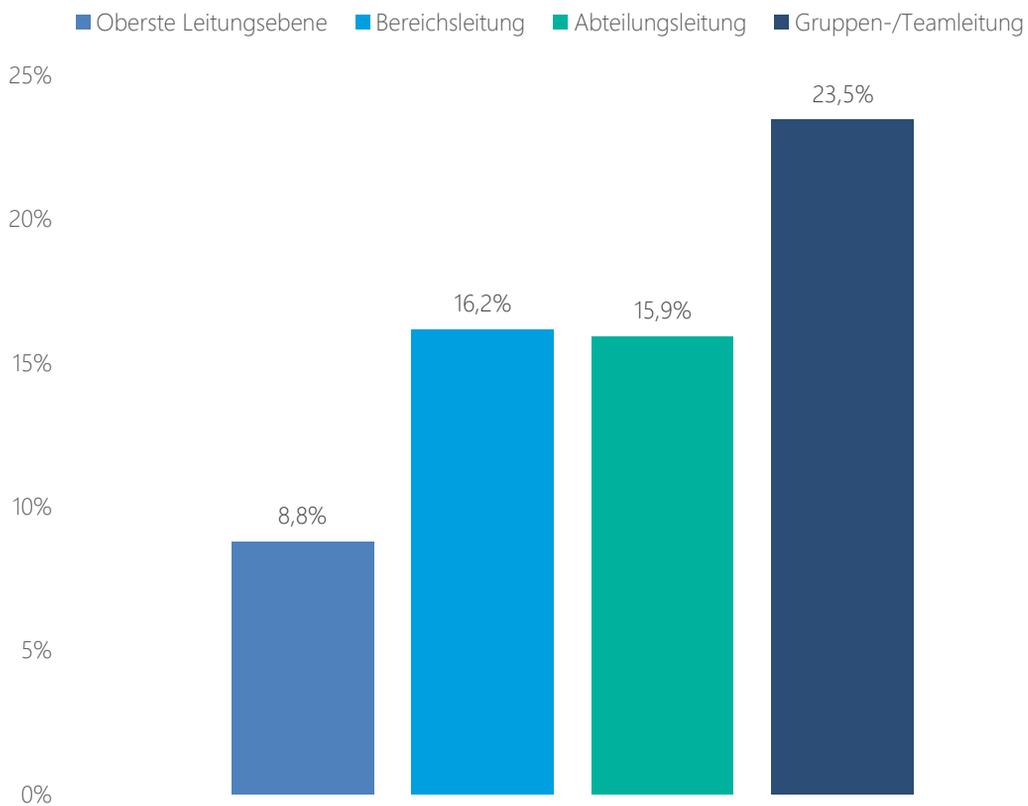


Bei 51,6 Prozent der Manager steht die Sorge um Familie, Freunde und Bekannte im Vordergrund, deutlich geringer ist die Sorge um die eigene Gesundheit (25,0 Prozent). Die Krise macht eine Vielzahl der Führungskräfte aber auch resilienter. 44,8 Prozent verspüren eine höhere Motivation, unternehmerische Chancen zu ergreifen. 41,6 Prozent empfinden einen verstärkten Glauben an die persönlichen Fähigkeiten. Außerdem wurden eine höhere Verantwortung und Fähigkeit zur Selbstorganisation genannt.



Vor allem die unteren Leitungsebenen machen sich Sorgen um den Arbeitsplatz.

Welche Gefühle hat die Coronakrise bei Ihnen vor allem ausgelöst? Ich mache mir Sorgen um den Arbeitsplatz.



Während sich nur 8,8 Prozent der Manager auf der obersten Leitungsebene Sorgen um den Arbeitsplatz machen, steigt diese Sorge je niedriger die Hierarchieebene bis auf 23,5 Prozent auf Gruppen-/Team-leiterebene.



67,1 %

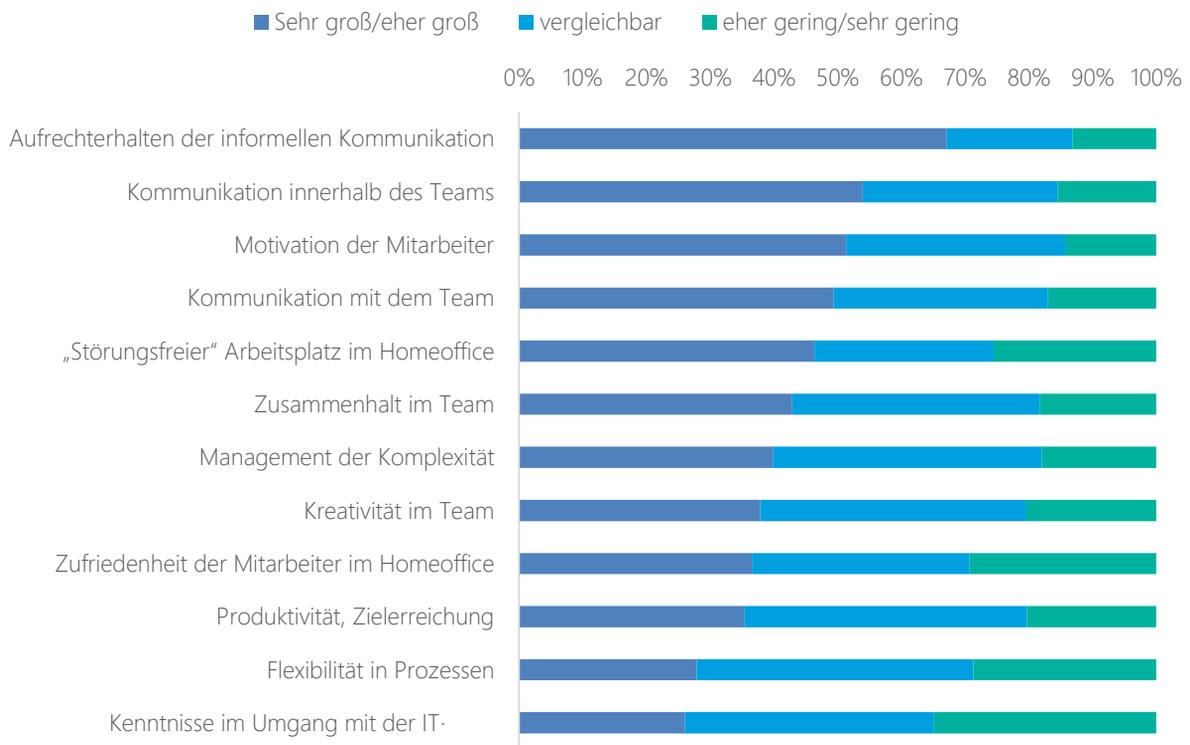
der befragten Manager tun sich schwer mit der Aufrechterhaltung der informellen Kommunikation.





Die Aufrechterhaltung der informellen Kommunikation ist die größte Herausforderung bei der Führung im Homeoffice.

Inwiefern empfinden Sie die folgenden Aspekte beim "Führen auf Distanz" als eine Herausforderung?



Mehrfachnennungen möglich

„Führen auf Distanz“ birgt eine Vielzahl von neuen Herausforderungen.

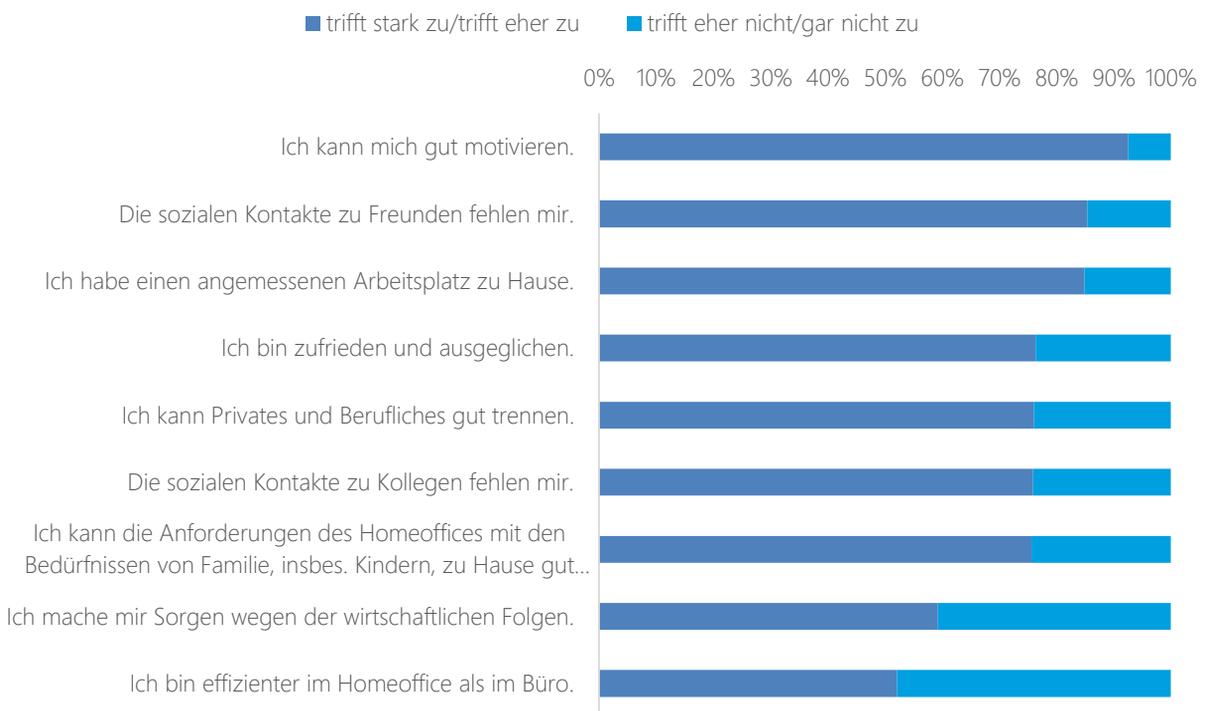
Besonders schwer tun sich die Manager mit der Aufrechterhaltung der informellen Kommunikation (67,1 Prozent). Etwa die Hälfte aller Manager sehen die (formale) Kommunikation innerhalb des Teams (53,9 Prozent), die Motivation der Mitarbeiter (51,4 Prozent), die Kommunikation zwischen Manager und Team (49,4 Prozent), die Verfügbarkeit eines „störungsfreien“ Arbeitsplatzes im Homeoffice (46,4 Prozent) sowie den Zusammenhalt im Team (42,9 Prozent) als größere Herausforderung als im Büro.

Als eher weniger problematisch beurteilen Führungskräfte die Produktivität und Zielerreichung, die Flexibilität in den Prozessen sowie den Umgang mit der IT- und Kommunikationstechnik.

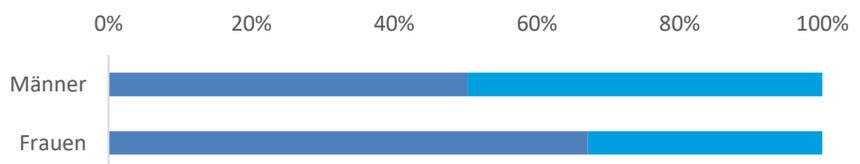


Etwa die Hälfte aller Manager sieht sich effizienter im Homeoffice als im Büro.

Wie wirkt sich die aktuelle Situation auf Sie persönlich aus?



Ich bin effizienter im Homeoffice als im Büro.

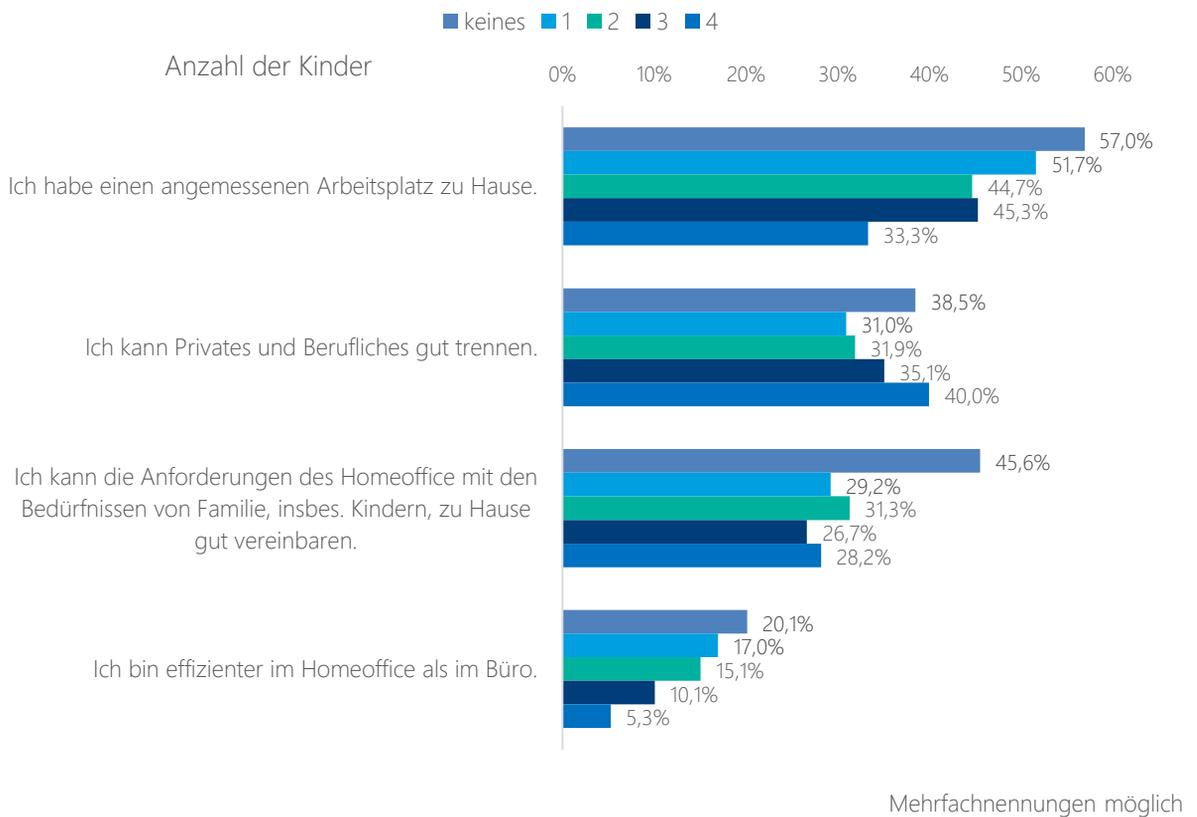


Die meisten Manager kommen sehr gut mit der Arbeit im Homeoffice zurecht. 92,5 Prozent der Manager können sich gut motivieren. Besonders fehlen den Managern die sozialen Kontakte zu Freunden (85,1 Prozent) und zu Kollegen (75,8 Prozent). 76,0 Prozent der Manager können Privates und Berufliches gut trennen und sind zufrieden und ausgeglichen. 49,7 Prozent geben an, dass sie im Homeoffice effizienter arbeiten als im Büro, während 45,8 Prozent ihre Arbeit im Homeoffice als ineffizienter empfinden. Hier gibt es allerdings deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen: Während 48,2 Prozent der Männer ihre Arbeit im Homeoffice als effizienter einstufen, tun dies fast 62 Prozent der Frauen, die generell flexibler mit der Arbeitssituation im Homeoffice umgehen können und denen diese Arbeitsweise in Bezug auf ihren Lebensalltag oft stärker entgegenkommt.



Manager mit Kindern haben meist schwierigere Arbeitsbedingungen im Homeoffice als kinderlose Manager.

Wie wirkt sich die aktuelle Situation auf Sie persönlich aus (trifft stark zu)?

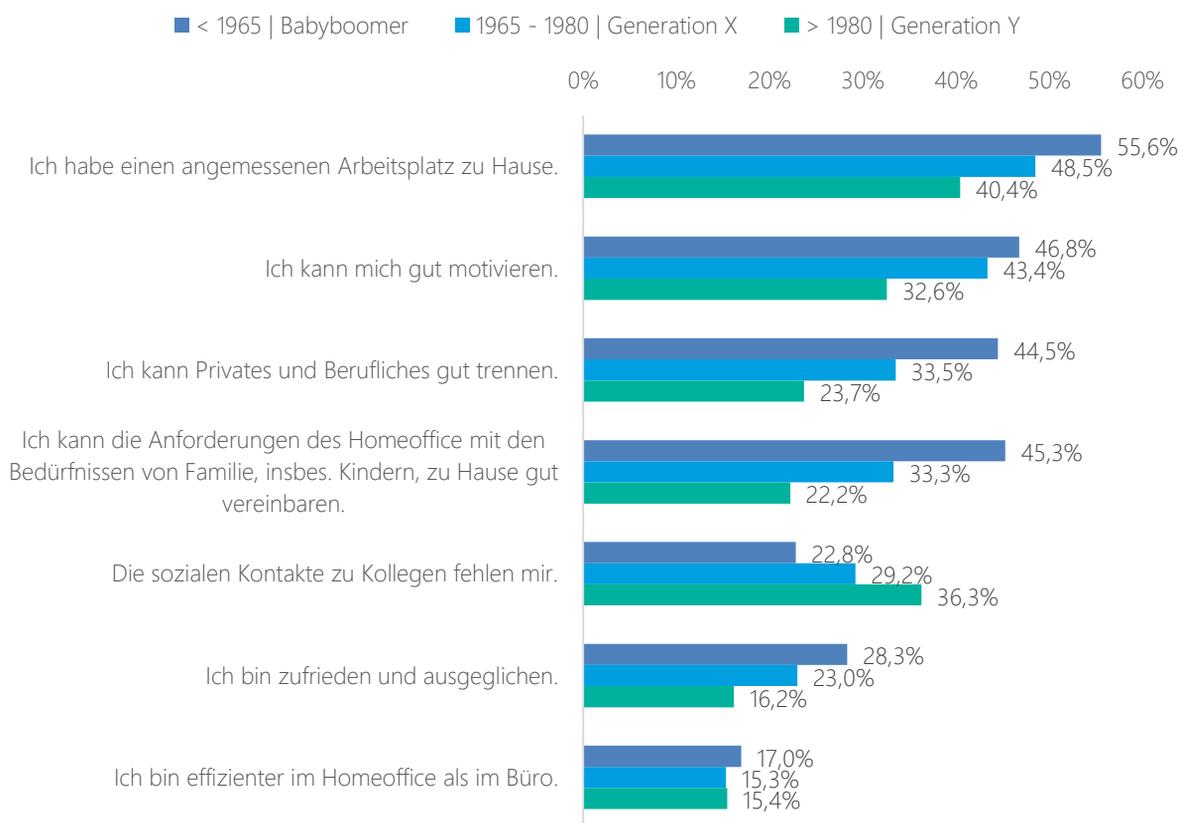


Während 85,0 Prozent der kinderlosen Manager über einen angemessenen Arbeitsplatz zu Hause verfügt, gilt dies nur für 81,3 Prozent der Manager mit 3 Kindern bzw. 69,2 Prozent der Manager mit 4 Kindern. Im Alltag sind 59 Prozent der kinderlosen Manager effizienter im Homeoffice als im Büro. Diese Einschätzung fällt mit der Zahl der Kinder im Haushalt und beträgt nur noch 39,5 Prozent bei den Managern mit 4 Kindern.



Die jüngeren Manager der Generation Y tun sich mit der Arbeit im Homeoffice deutlich schwerer als ihre älteren Kollegen.

Wie wirkt sich die aktuelle Situation auf Sie persönlich aus (trifft stark zu)?

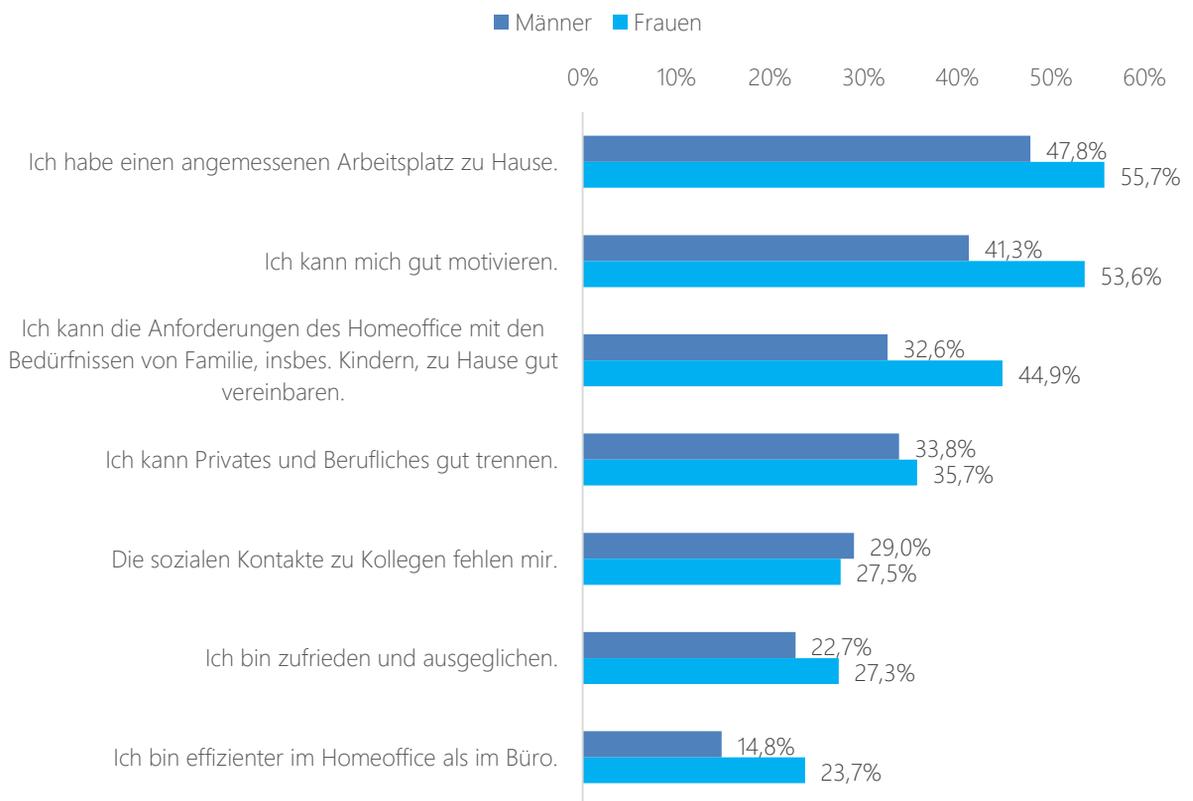


Obwohl die technikaffinen jüngeren Manager mit den digitalen Herausforderungen des Homeoffices besser vertraut sein dürften, kommen sie deutlich schlechter damit zurecht als ihre älteren Kollegen. Sie haben seltener einen angemessenen Arbeitsplatz zu Hause. Ursache hierfür dürfte sein, dass sie noch weniger Wohnraum zur Verfügung haben sowie meist noch junge Familien mit kleinen Kindern. So können nur 22,2 Prozent der jüngeren Manager die Anforderungen des Homeoffice gut mit den Bedürfnissen ihrer Familie vereinbaren (gegenüber 45,3 Prozent ihrer älteren Kollegen der Babyboomer-Generation). Nur 16,2 Prozent fühlen sich im Homeoffice sehr ausgeglichen gegenüber 28,3 Prozent der Babyboomer.



Frauen bejahen die Arbeit im Homeoffice und tun sich deutlich leichter damit.

Wie wirkt sich die aktuelle Situation auf Sie persönlich aus (trifft stark zu)?

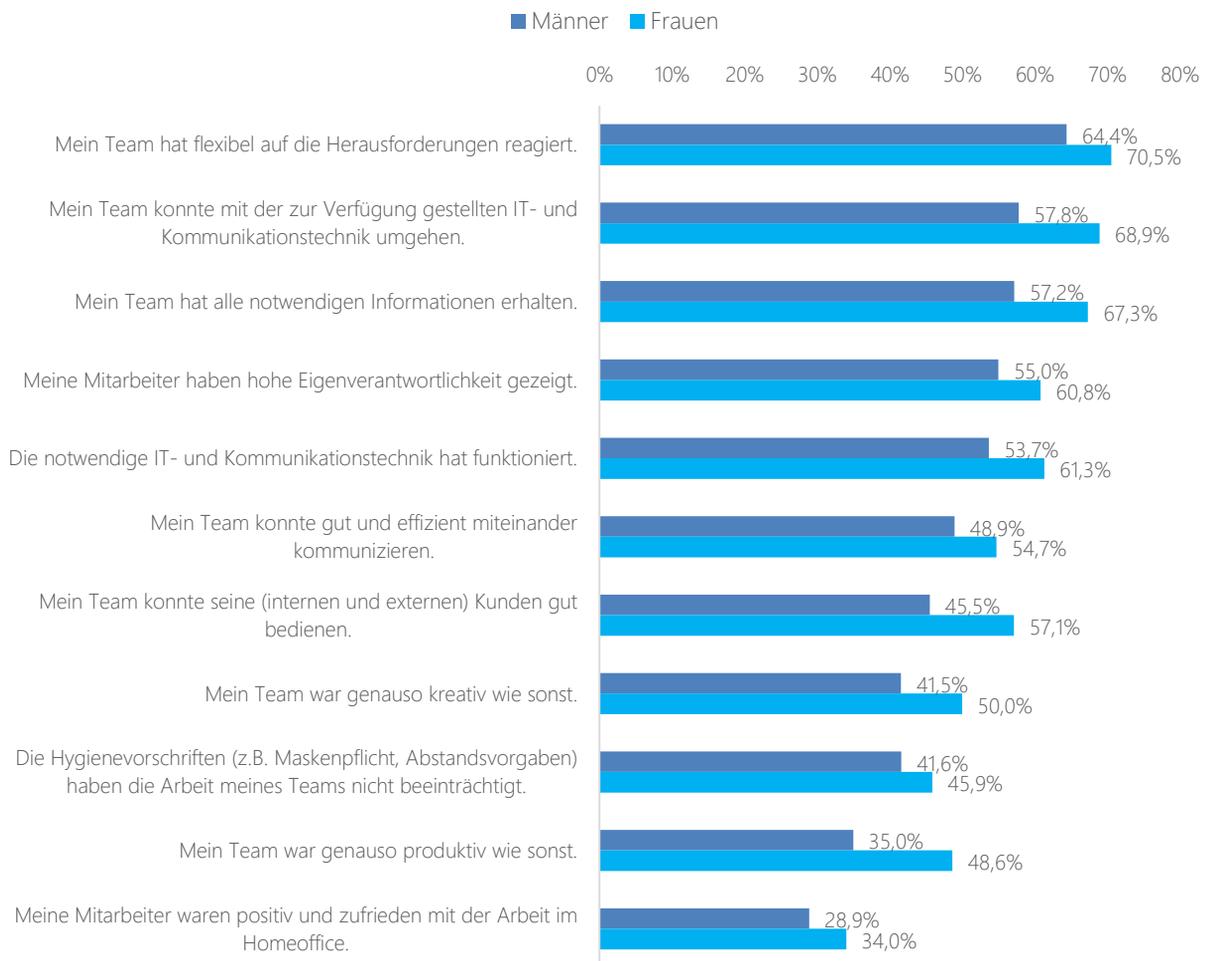


Obwohl – wie aus anderen Studien bekannt – Frauen in der Regel in der Krise die Hauptlast des Spagats zwischen Arbeit und Kinderbetreuung getragen haben, kommen Frauen deutlich besser mit der Arbeit im Homeoffice zurecht als ihre männlichen Kollegen. 55,7 Prozent (gegenüber 47,8 Prozent der Männer) haben einen angemessenen Arbeitsplatz zu Hause. 53,6 Prozent (gegenüber 41,3 Prozent) können sich gut motivieren. 44,9 Prozent (gegenüber 32,6 Prozent) können die Anforderungen des Homeoffices mit den Bedürfnissen von Familie, insbesondere Kindern, gut vereinbaren.



Frauen tun sich deutlich leichter mit dem „Führen auf Distanz“.

Wie beurteilen Sie die Arbeit in Ihrem Team bzw. in Ihrem täglichen Arbeitsumfeld während des Lockdowns (trifft zu)?

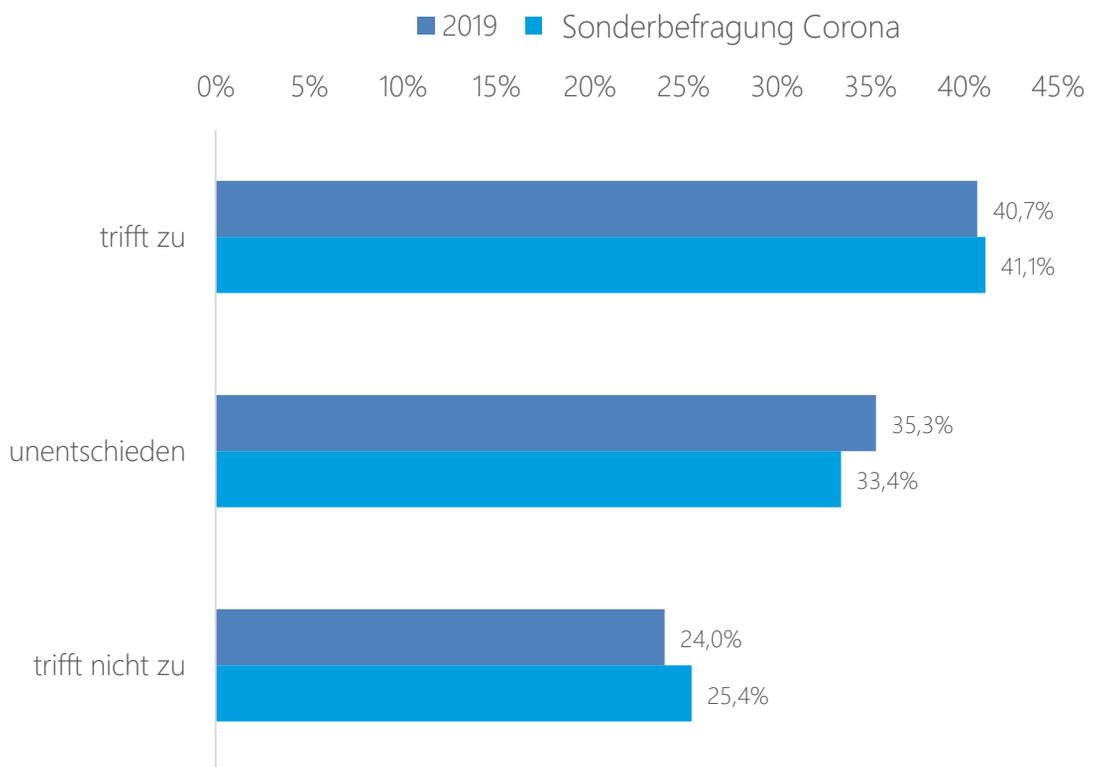


Weibliche Führungskräfte beurteilen die Arbeit ihrer Teams in den Homeoffices deutlich positiver als ihre männlichen Kollegen. 70,5 Prozent (gegenüber 64,4 Prozent der männlichen Kollegen) finden, dass ihr Team flexibel auf die Herausforderungen reagiert hat. 50,0 Prozent (gegenüber 41,5 Prozent) geben an, dass ihr Team genauso produktiv war wie sonst. 48,6 Prozent (gegenüber 35,0 Prozent) geben an, dass ihr Team genauso kreativ war wie sonst. 34,0 Prozent (gegenüber 28,9 Prozent) schätzen, dass ihre Mitarbeiter positiv und zufrieden mit der Arbeit im Homeoffice waren.



Die Coronakrise hat bis jetzt keine Auswirkungen auf die Wechselbereitschaft.

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

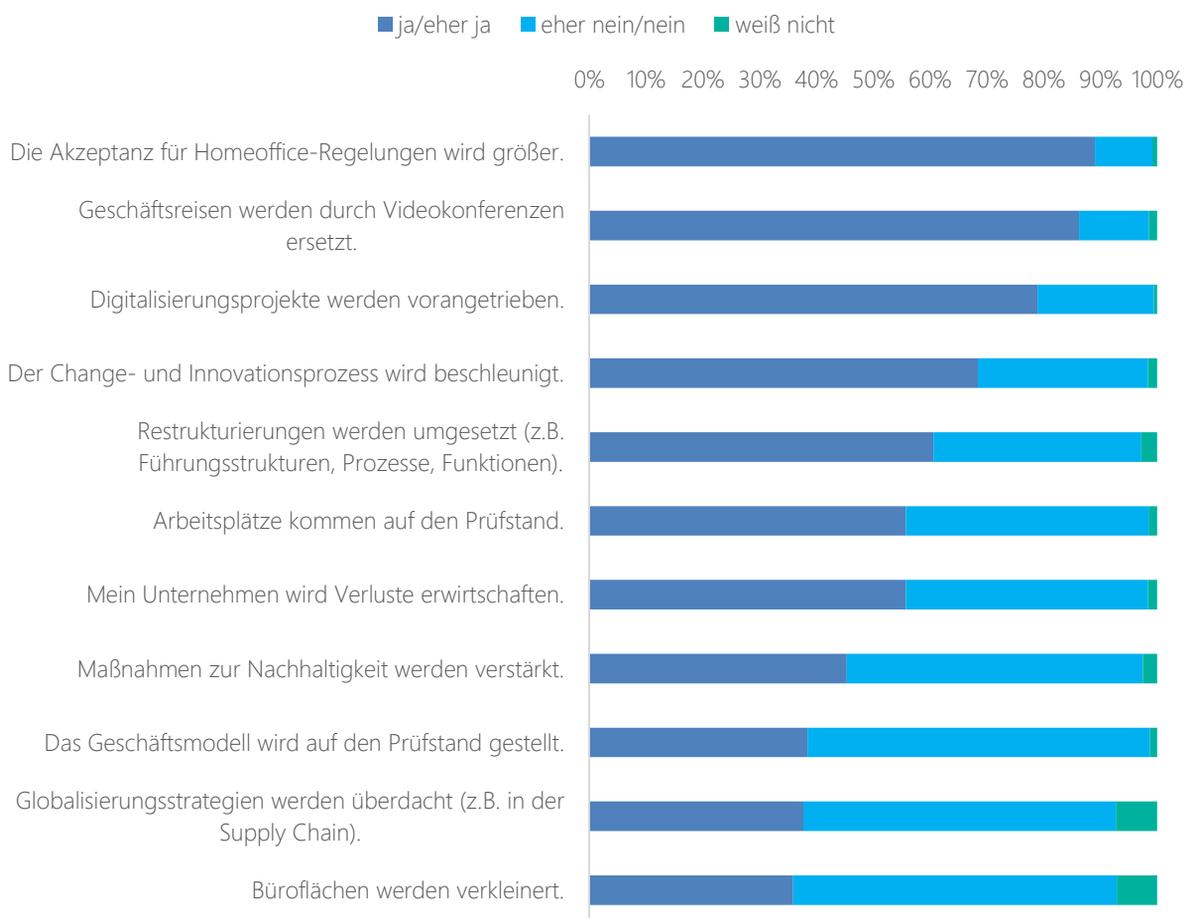


Im August 2019 erklärten 40,7 Prozent der Manager ihre Wechselbereitschaft. Bei der Sonderbefragung im Mai 2020 waren es vergleichbare 41,1 Prozent.



Die Akzeptanz von Homeoffice-Regelungen wird als Folge der Coronakrise deutlich steigen.

Wie beurteilen Sie die Auswirkungen des Lockdowns auf Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten?

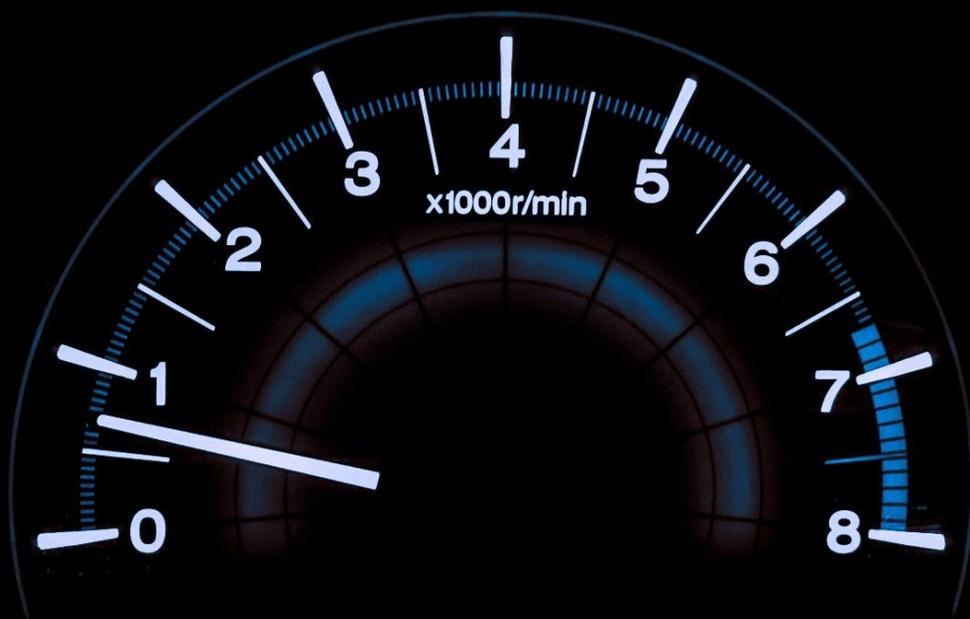


Nahezu 9 von 10 Managern schätzen, dass in den nächsten 12 Monaten die Akzeptanz von Homeoffice-Regelungen deutlich steigen wird. Aber auch die stärkere Nutzung von Videokonferenzen statt Geschäftsreisen (86,2 Prozent), die stärkere Dynamik/Bedeutung von Digitalisierungsprojekten (78,9 Prozent) und die Beschleunigung von Change- und Innovationsprozessen (68,4 Prozent) wird erwartet. Die wirtschaftlichen Negativfolgen der Krise werden sehr wahrscheinlich zu Restrukturierungen (60,6 Prozent), Arbeitsplatzunsicherheit (55,7 Prozent) und Verlusten bei den Unternehmen (55,7 Prozent) führen. Immerhin 45,3 Prozent der Manager erwarten, dass die Coronakrise die Maßnahmen zur Nachhaltigkeit verstärken wird. 35,9 Prozent halten die Verkleinerung von Büroflächen für wahrscheinlich.



Nur 39,0 %

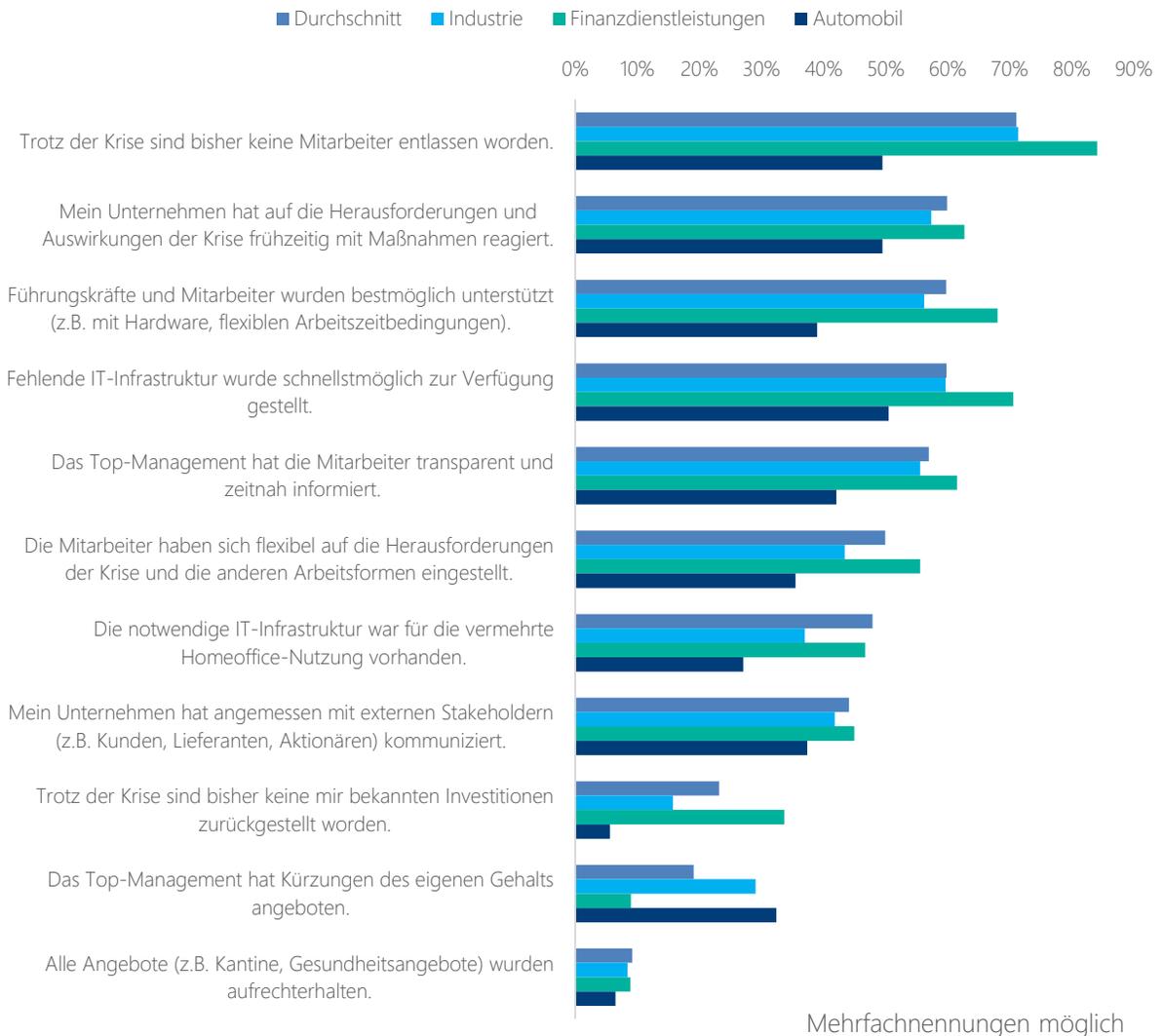
der befragten Automobil-
Manager sagen, dass
Führungskräfte und
Mitarbeiter in der Krise
bestmöglich unterstützt
wurden.





Automobil-Manager beurteilen die Reaktion ihres Unternehmens auf die Krise deutlich negativer als Manager anderer Branchen.

Wie hat Ihr Unternehmen während des Lockdowns in Bezug auf die folgenden Aspekte reagiert (trifft zu)?

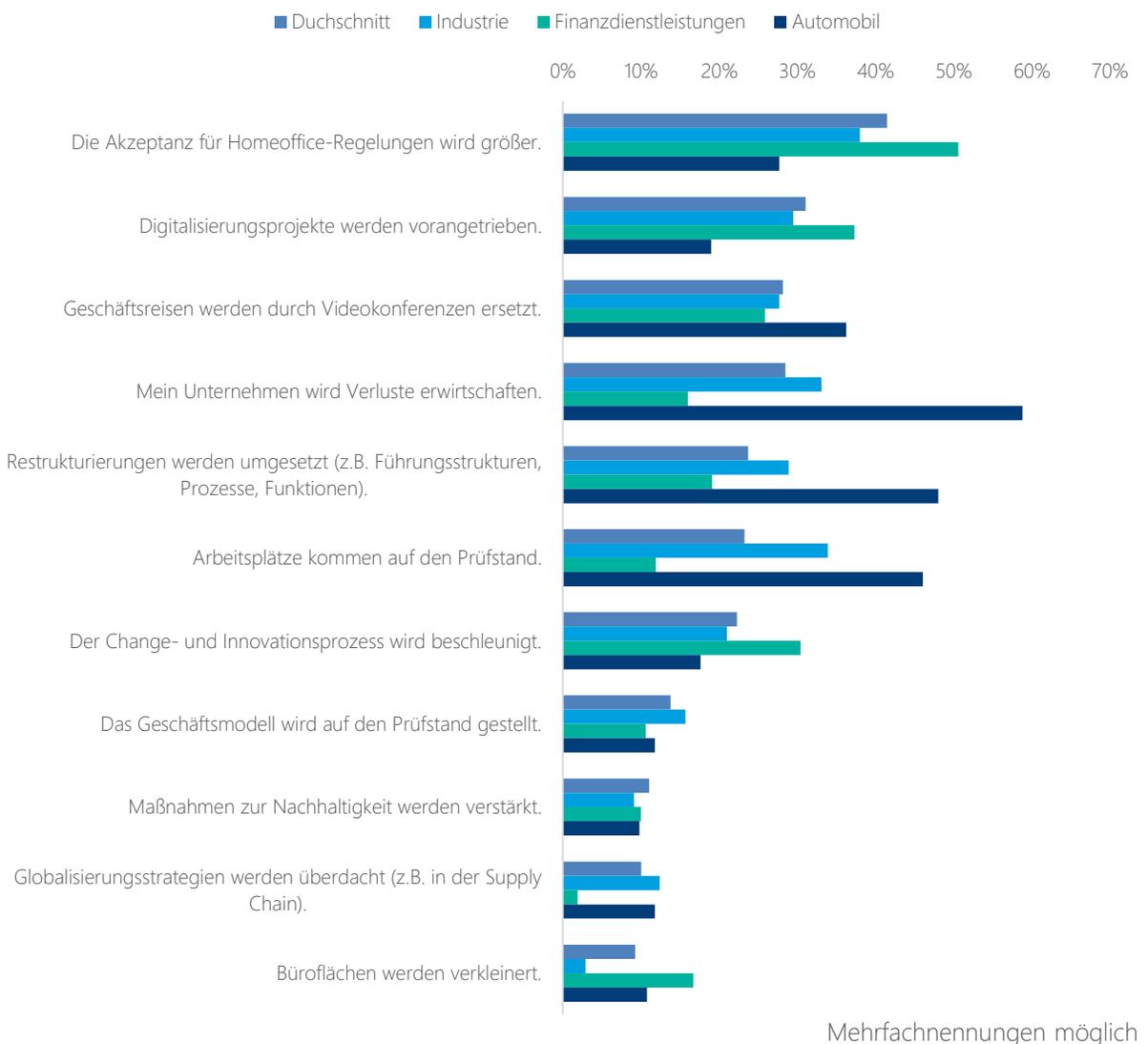


Während 59,8 Prozent der Manager im Durchschnitt aller Branchen angeben, dass Führungskräfte und Mitarbeiter bestmöglich unterstützt wurden, bestätigen dies nur 39,0 Prozent der Automobil-Manager. Die negative Beurteilung ist unter anderem geprägt von der hohen Betroffenheit der Automobilbranche vom Einbruch der weltweiten Absatzmärkte und Zulieferketten, was nahezu zu einem Stillstand der gesamten Geschäftstätigkeit führte.



Automobil-Manager schätzen die Auswirkungen der Coronakrise auf ihre Unternehmen deutlich negativer ein als Manager anderer Branchen.

Wie beurteilen Sie die Auswirkungen des Lockdowns auf Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten (ja)?



Während 23,7 Prozent der Manager im Durchschnitt aller Branchen erwarten, dass Restrukturierungen umgesetzt werden, tun dies 48,0 Prozent der Automobil-Manager. Neben den Auswirkungen der Krise spiegelt dieser negative Ausblick auch die Schwierigkeiten einer sich ohnehin im Strukturwandel befindlichen Branche wider.



IV. Kommentar

Daniel Nerlich

Managing Partner

Das Jahr 2020 drohte für die deutschen Unternehmen bereits ohne Corona-Virus zu einem schwierigen zu werden: Der Handelskonflikt zwischen China und den USA, Brexit und das günstige Geld der Zentralbanken bargen Risiken, die in eine Wirtschaftskrise hätten münden können.

Mit der globalen Corona-Pandemie traten diese Faktoren in den Hintergrund, da mit dem Lockdown und den umfassenden Kontaktbeschränkungen eine Wirtschaftskrise erwuchs, die bereits jetzt als historisch bezeichnet werden kann. Dies

nahmen wir zum Anlass, außerhalb der Reihe eine Sonderbefragung unseres Manager-Barometer-Panels durchzuführen, um die aktuellen Entwicklungen nachzuzeichnen.

Ein erfreuliches Ergebnis: **Die überwältigende Mehrheit der Befragten fühlte sich bestmöglich während der Krise unterstützt.** Auch die Tatsache, dass eine Mehrheit von transparenter Kommunikation und frühzeitigen Maßnahmen zur Eindämmung der Krise sprechen, ist positiv zu konstatieren. Unsere Ergebnisse lassen darüber hinaus den

optimistischen Schluss zu, dass Führungskräfte in Deutschland gestärkt aus dieser Krise hervorgehen werden. Neben einer höheren Motivation, nun unternehmerische Chancen zu ergreifen, führte die Krise bei vielen Befragten zu einem gestärkten Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und die eigene Belastbarkeit.

Nachdem das „New Work“-Konzept nach einem Hype und erster Ernüchterung im vergangenen Jahr bereits wieder in der Versenkung zu verschwinden schien, scheint der Lockdown der vergangenen Monaten einen nachhaltigen



Effekt auf unsere Arbeitswelt zu haben: **Das „mobile Arbeiten“ wird in der Zukunft eine spürbar größere Rolle spielen als noch vor der Coronakrise.**

In diesem Zusammenhang sind einige Erkenntnisse unserer Studie bemerkenswert: Weibliche Führungskräfte scheinen mit dem flexiblen und mobilen Arbeiten leichter umgehen zu können als ihre männlichen Pendants. Die Ursachen hierfür können nur hypothetisch angenommen werden.

Sei es ein höheres Maß an Empathie, das Frauen häufig zugeschrieben wird; sei es die empirisch belegte Doppelbelastung von Müttern, die in der Vergangenheit die Vereinbarkeit von Familie und Beruf organisatorisch stets stärker stemmen mussten als ihre Männer.

Von dieser Kommunikationsstärke und Multi-Tasking-Fähigkeit scheinen Frauen nun im Kontext von „Remote Leadership“ profitieren zu können. Zukünftige Personalentwicklungsansätze könnten für alle Manager auf ebendiese Kompetenzen abzielen.

Verblüffend ist die Erkenntnis, wonach die junge Manager-Generation mit den Auswirkungen des Lockdowns und der Arbeit aus dem Homeoffice die größten Schwierigkeiten hatte.

Während unser letztes Manager-Barometer noch konstatierte, dass insbesondere die Manager der Generation Y eine hohe Affinität für flexibles Arbeiten jenseits des Büros mitbringe und sie sich schneller an neue (technische) Bedingungen anpassen könne, so scheint unsere aktuelle Befragung die „harte Sprache der Realität“ zu sprechen: Die jüngeren Manager der Generation Y können sich – verglichen mit allen älteren Generationen – im Homeoffice demnach weniger gut motivieren, sie sind weniger zufrieden und ausgeglichen, ihnen fehlt am stärksten der Kontakt zu Kollegen und sie können am schlechtesten Privates von Beruflichem trennen.

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit können Welten liegen, wenn im Homeoffice die tendenziell noch jüngeren Kinder betreut werden wollen und ein effizientes Arbeiten spürbar

erschweren. Da insbesondere die Anzahl an Kindern einen signifikanten Effekt auf unsere Ergebnisse hatte, ist hier die Politik gefordert, für die Zukunft robuste Betreuungskonzepte zu realisieren.

Aus Arbeitgebersicht ist schließlich noch ein Ergebnis von zentraler Bedeutung: **Anders als in Krisen zuvor sind Führungskräfte in Deutschland nach wie vor offen für einen kurzfristigen Karriereschritt.** Trotz latenter Risiken und der Volatilität der Ereignisse bleibt das Niveau der Wechselbereitschaft auf dem annähernd gleichen Niveau wie in unserer letzten Manager-Barometer-Befragung in 2019.

Es könnte somit im Jahr 2020 das Paradigma eines „Arbeitsgebermarktes“ entstehen, in dem eine große Zahl an relevanten Kandidaten auf wenige vakante Positionen stößt. Für Unternehmen bietet sich somit gegebenenfalls die Chance, sich mit hochklassigen Führungskräften zu versorgen und gestärkt aus der Krise hervorzugehen.

Herzlichst, Ihr



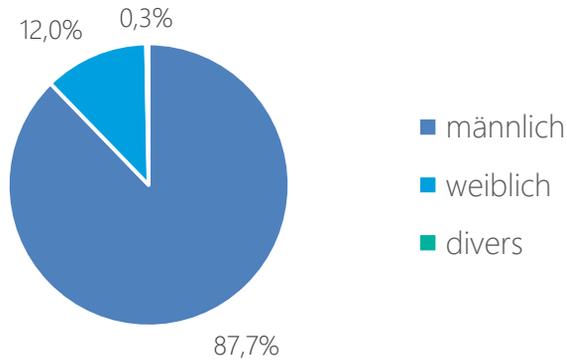
V. Statistik der Teilnehmer



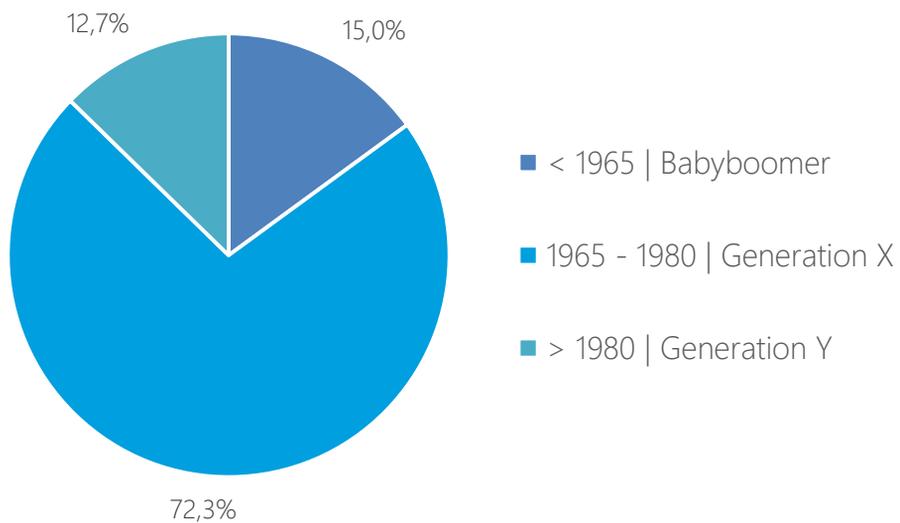


Statistik der Teilnehmer

12 Prozent der Führungskräfte sind weiblich.



Die Generation X der mittleren Jahrgänge 1965 bis 1980 dominieren die Führungsetagen.

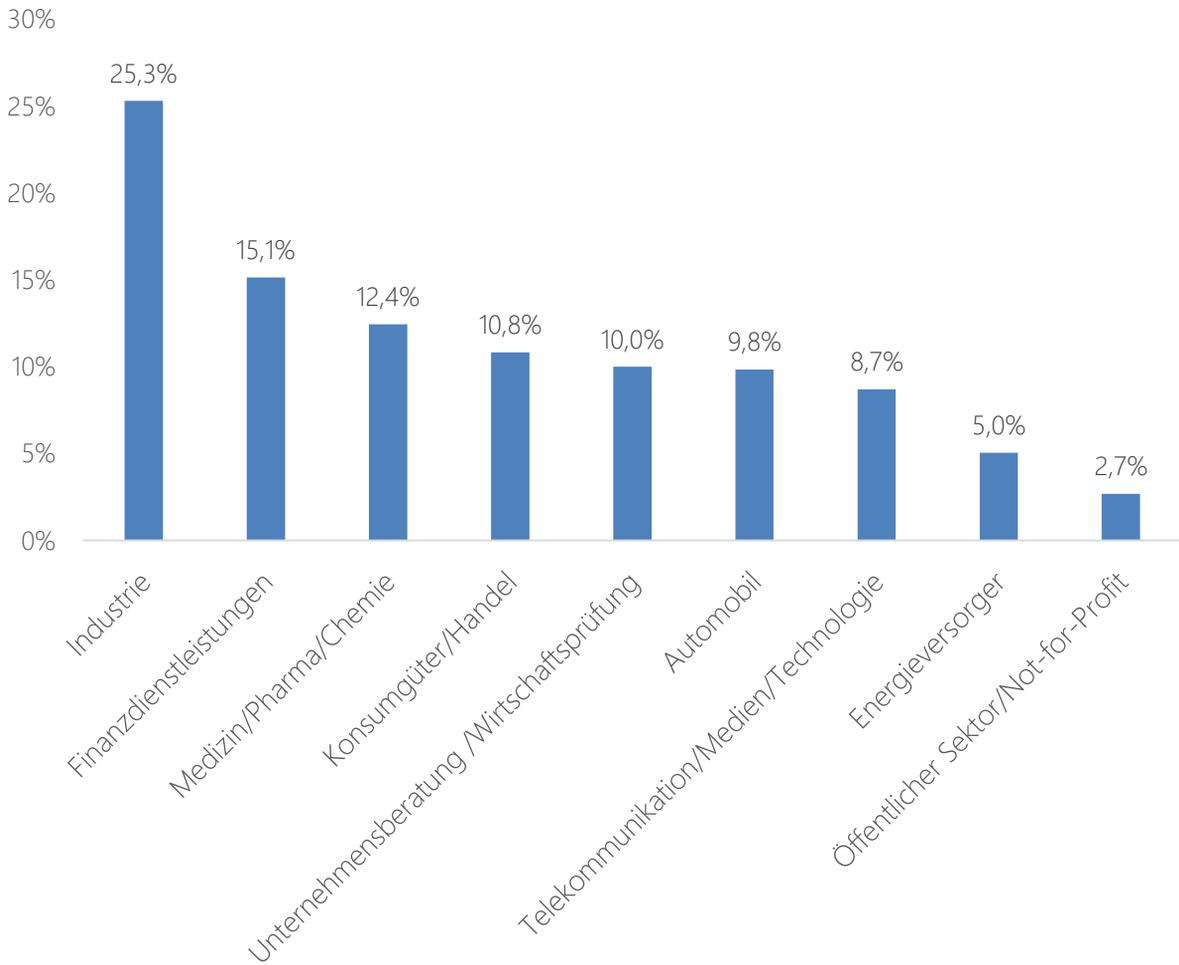


Das Durchschnittsalter der Manager beträgt 48 Jahre.



Statistik der Teilnehmer

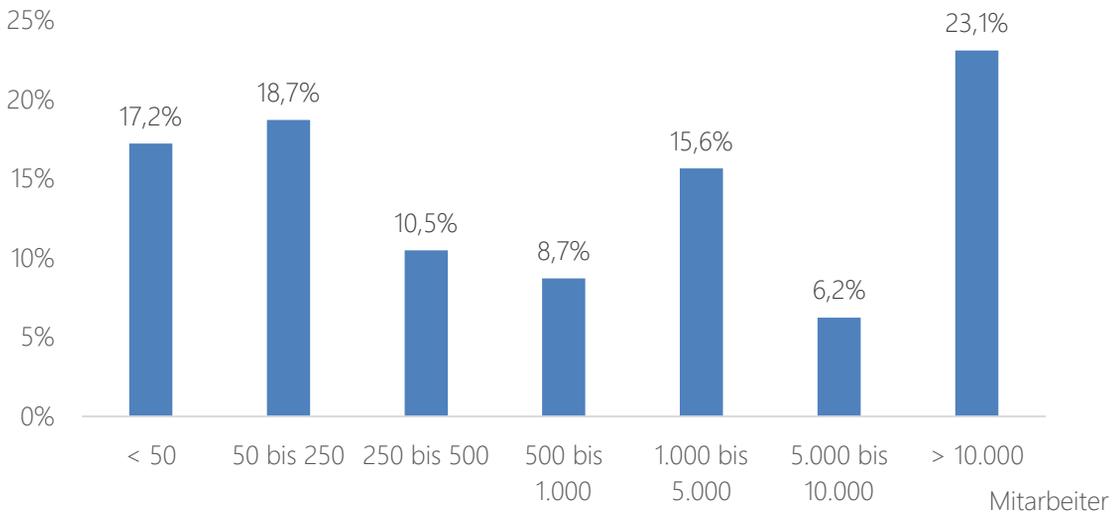
Die meisten Führungskräfte kommen aus der Industrie und der Finanzdienstleistungsbranche.



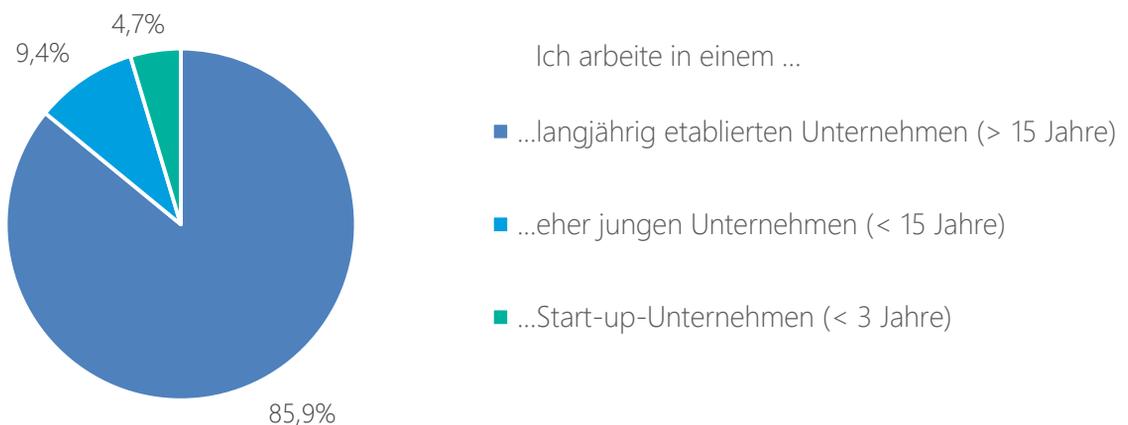


Statistik der Teilnehmer

Manager sind gleichermaßen in kleineren wie in größeren Unternehmen tätig.



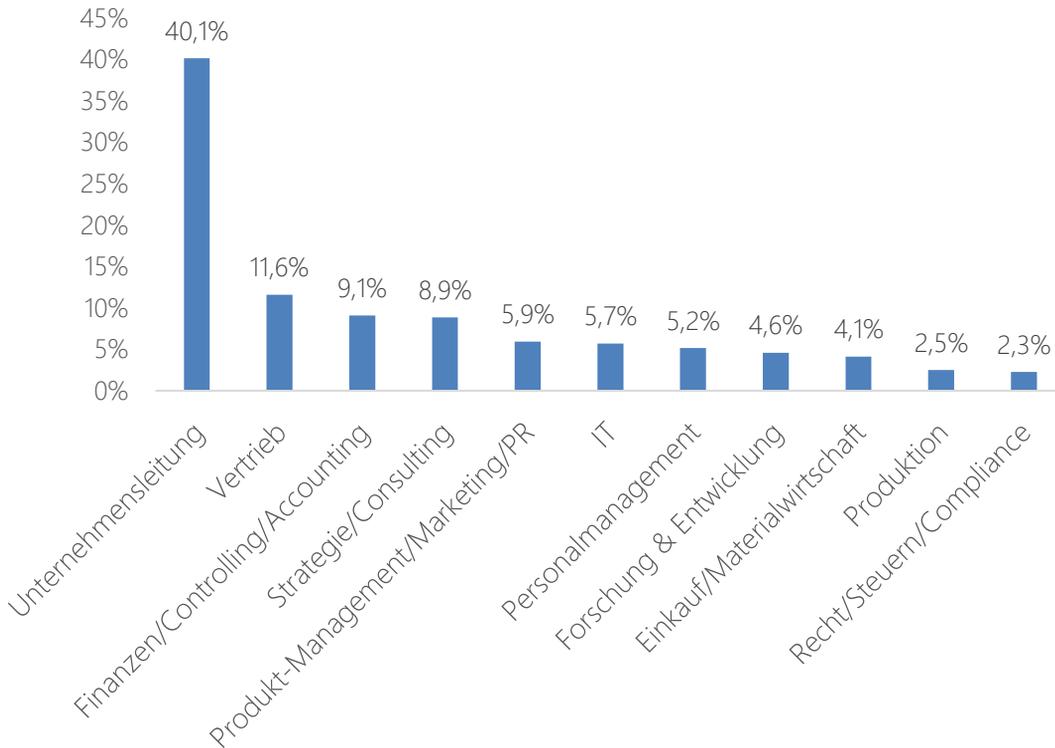
Die überwiegende Mehrheit der Manager arbeitet in etablierten Unternehmen.



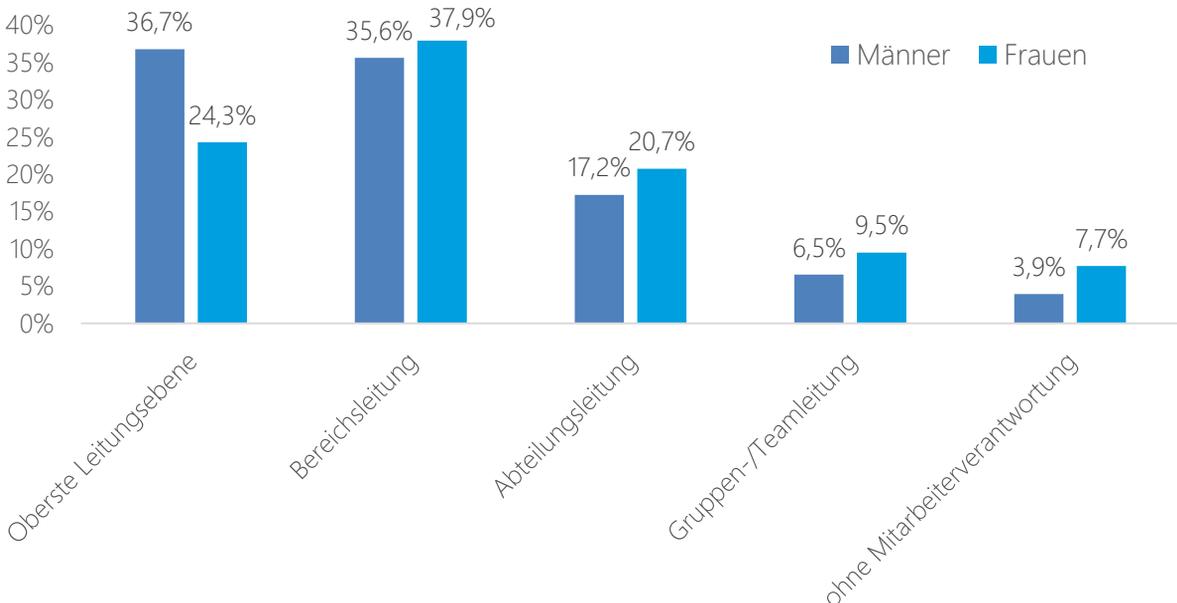


Statistik der Teilnehmer

4 von 10 Managern gehören der Unternehmensleitung an.



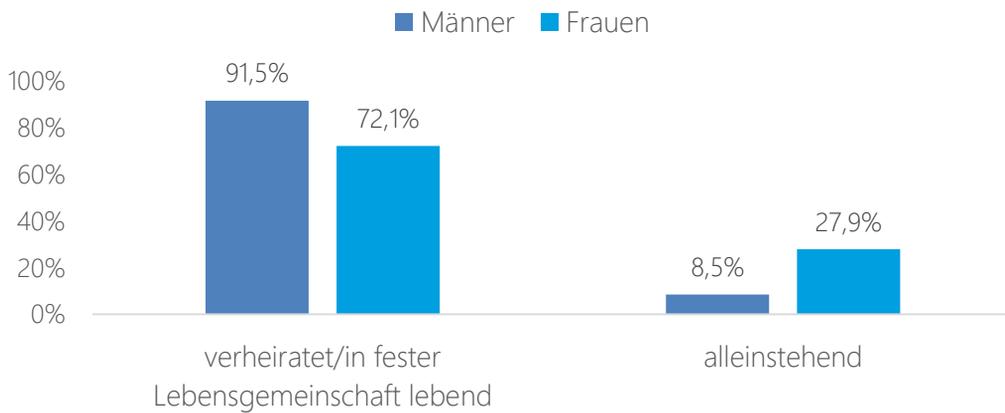
Männer sind auf den oberen, Frauen auf den mittleren und unteren Leitungsebenen am stärksten vertreten.



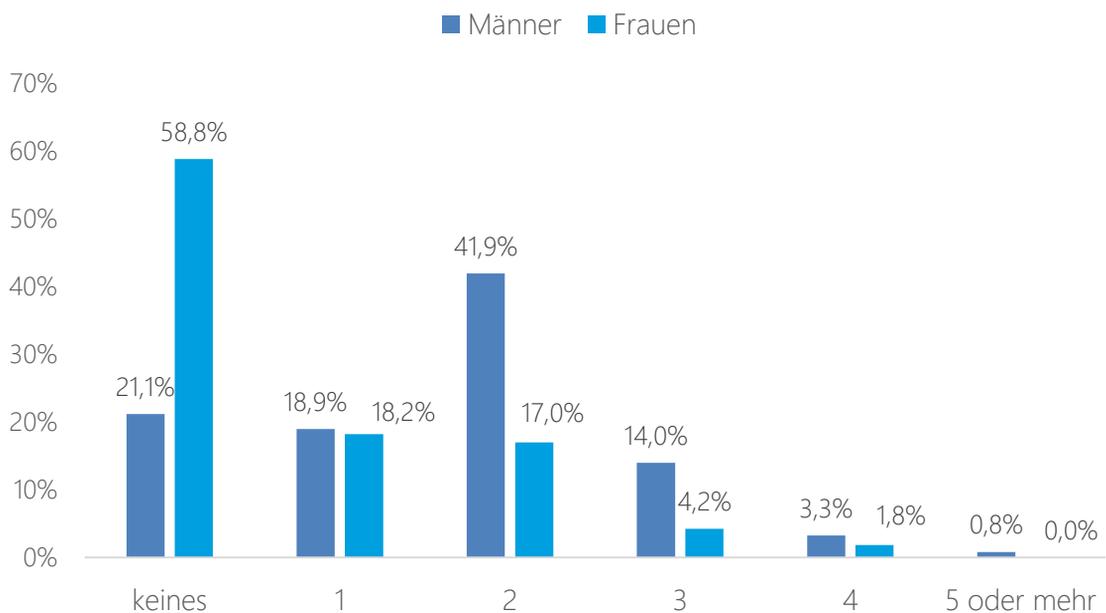


Statistik der Teilnehmer

Managerinnen sind häufiger alleinstehend...



...und haben weniger Kinder.



Executive Panel von Odgers Berndtson, n = 1.480 Führungskräfte



VI. Hinweise zur Methodik

Befragung des Executive Panels von Odgers Berndtson

- Die Befragung wurde in der Zeit vom 14. - 31. Mai 2020 durchgeführt. Es handelte sich um eine schriftliche Befragung in Form eines elektronischen Fragebogens.
- Der Fragenkomplex konnte zum überwiegenden Teil im Multiple Choice-Verfahren beantwortet werden.
- 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.
- 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 1.480 Führungskräfte teilgenommen.



ODGERS BERNDTSON Germany

TanusTurm
Tanusstor 1
D-60310 Frankfurt a. M.
+49 69 95777-01

Luitpoldblock
Amiraplatz 3
D-80333 München
+49 89 124751-0

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



ODGERS BERNDTSON