



[Künstler Burgy Zapp](#)

In allen Unternehmen stehen dabei gleichermaßen Kreativität und Integrität klar an der Spitze der zukünftig angestrebten Führungsqualitäten. Der Fachkräftemangel hingegen scheint für deutsche und europäische Unternehmen nur eine untergeordnete Rolle zu spielen: Nur etwa die Hälfte der Befragten CEOs in Deutschland und 45 Prozent in Europa sehen hier Handlungsbedarf. Insgesamt nimmt die Unsicherheit in den Führungsetagen weiter zu: Demnach erwarten 79 Prozent der Top-Manager, dass die Komplexität des wirtschaftlichen Umfelds auch zukünftig noch deutlich steigen wird. Insgesamt wurden 1.541 Führungskräfte von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen persönlich befragt. Die Untersuchung umfasst 60 Länder und 33 Branchen und ist damit die größte Studie ihrer Art.

In allen Unternehmen sind Kreativität (60 Prozent), Integrität (52 Prozent) und Globales Denken (35 Prozent) die wichtigsten Führungsqualitäten der Zukunft. Offenheit (28 Prozent), Bescheidenheit und Fairness (jeweils 12 Prozent) spielen hingegen eine eklatant schwächere Rolle - das Klima in den Unternehmen scheint noch rauer zu werden.

Die Marschrichtung in den Unternehmen heißt zudem klar „Noch engere Vernetzung mit den Kunden!“ (88 Prozent). Die Top-Manager sehen hier deutlich steigende Erwartungen ihrer Kunden hinsichtlich eines verbesserten Kundenverständnisses (82 Prozent) sowie einer neuen Qualität der Zusammenarbeit (69 Prozent).

Überraschend sind außerdem die Zahlen zum Thema Talentsuche und Fachkräfte-Ausstattung. In Nordamerika sehen 58 Prozent der befragten Top-Manager einen ausgeprägten Mangel an Talenten, in Deutschland stimmen dieser Aussage nur 50 Prozent der Befragten zu, in der gesamten EU 45 Prozent. China und Japan liegen mit 78 Prozent beziehungsweise 71 Prozent am anderen Ende der Skala.

„Standouts“ auf der Überholspur

Die Studie widmete sich auch der Fragestellung, welche Unternehmen warum besonders erfolgreich sind. Die so genannten Standouts, die in den letzten Jahren, einschließlich der Krise, besonders erfolgreich waren, sehen sich vor allem für eine komplexe, volatile Wirtschaftswelt gut gerüstet. Sie haben das unter anderem mit weit überdurchschnittlichen Wachstumsraten, die sechs Mal höher waren als die ihrer Wettbewerber, eindrücklich unter Beweis gestellt.

Typische Merkmale von „Standouts“:

- „Standouts“ sind im Vergleich zu allen anderen Unternehmen deutlich stärker bereit, ihre Geschäftsmodelle (15 Prozent mehr) und ihre Organisation zu verändern (23 Prozent mehr).
- Sie verfolgen sehr viel konsequenter radikale Vereinfachungen, sowohl in ihren Produkten, als auch in ihren Prozessen und Strukturen (30 Prozent mehr).
- Insbesondere die Geschwindigkeit zählt: „Standouts“ entscheiden schneller (54 Prozent mehr) - und sind schneller in der Umsetzung (16 Prozent mehr).
- „Standouts“ streben darüber hinaus eine stärkere Flexibilisierung ihrer Kostenstrukturen an - und erhöhen damit ihre „Atmungsfähigkeit“ bei Beschäftigungsschwankungen (27 Prozent mehr).

Und: Mit Blick auf ihren Führungsstil setzen „Standouts“ vor allem auf Überzeugungskraft (58 Prozent) und weniger auf ein tradiertes „Anordnen und Kontrollieren“ (17 Prozent). Einen solchen „überzeugenden“ Führungsstil streben - auch dies eine interessante Erkenntnis - vor allem deutsche Unternehmen an (78 Prozent).

Aber: Die Studie zeigt auch, dass sich CEOs in Europa offenbar zu wenig mit Geschäftsmodellinnovation beschäftigen. Nur 47 Prozent der europäischen CEOs denken über eine Neuausrichtung ihres Geschäfts, etwa im Hinblick auf eine stärkere Spezialisierung oder höhere Integration nach. In den USA, China und Japan liegen diese Werte zwischen 59 Prozent und 73 Prozent.

This content is available for purchase. Please select from available options.

- [7 Euro/Monat NEWSabo digital - sofort zugreifen.](#)
- [13,5 Euro/Monat NEWSabo plus inklusive 5x Login & Print-Ausgabe - sofort zugreifen.](#)

[Login & Purchase](#)