

Pressemitteilung

7. Mai 2019

Ansprechpartner:
Sandra Lades
Communication & Events

Tel. +49 911 95151 989
Fax +49 911 37677 872
E-Mail: sandra.lades@nim.org

Sinnstiftung vor Effizienzsteigerung: Junge Top-Talente erwarten von Unternehmen einen gesellschaftlichen Nutzen

Die CEOs von Unternehmen weltweit setzen nach Ansicht der Top-Talente von morgen die falschen Prioritäten: Nur Unternehmen, die einen gesellschaftlichen Nutzen vermitteln, werden zukünftig im Wettbewerb bestehen können. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Studie „Voices of the Leaders of Tomorrow 2019 - Purpose beyond Profit“ des Nürnberg Instituts für Marktentscheidungen und des St. Gallen Symposiums. Für die Studie wurden über 1.000 junge Top-Talente aus mehr als 80 Ländern befragt.

**Nürnberg Institut für
Marktentscheidungen e.V.**
*Gründer und Ankeraktionär
der GfK SE*

Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 95151 989
Fax +49 911 37677 872

Geschäftsführung:
Dr. Andreas Neus

Manfred Scheske (Präsident)
Ralf Klein-Bölting
Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
Dr. Andreas Neus
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des
Gesellschafterrats:
Claus-P. Rach

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg

Nürnberg/St. Gallen, 7. Mai 2019 – Für die „Leaders of Tomorrow“ – bestehend aus ausgewählten Top-Talenten, wie Nachwuchs-Führungskräften aus Unternehmen, jungen Entrepreneuren und topqualifizierten Studenten - ist die Frage nach dem Zweck („Purpose“) eines Unternehmens ein zentraler Aspekt ihres beruflichen Selbstverständnisses. So setzen 52 Prozent der Befragten einen positiven Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung auf Platz 1 der Verantwortlichkeiten einer modernen Unternehmensführung.

Der Schutz der Umwelt rangiert für die Leaders of Tomorrow - hinter der Entwicklung neuer Produkte und Services sowie der Schaffung von Jobs – bereits auf dem vierten Rang der Verantwortlichkeit von Unternehmen. „Damit sehen sich die befragten Top-Talente in einem deutlichen Gegensatz zur derzeitigen Generation von Top-Managern und Führungskräften. Diese werden von den jungen Talenten als überwiegend profitgetrieben und effizienzfokussiert wahrgenommen“, erläutert Dr. Fabian Buder, Leiter der Studie „Voices of the Leaders of Tomorrow“ des Nürnberg Instituts für Marktentscheidungen (NIM).

Neues Verständnis für Corporate Social Responsibility notwendig

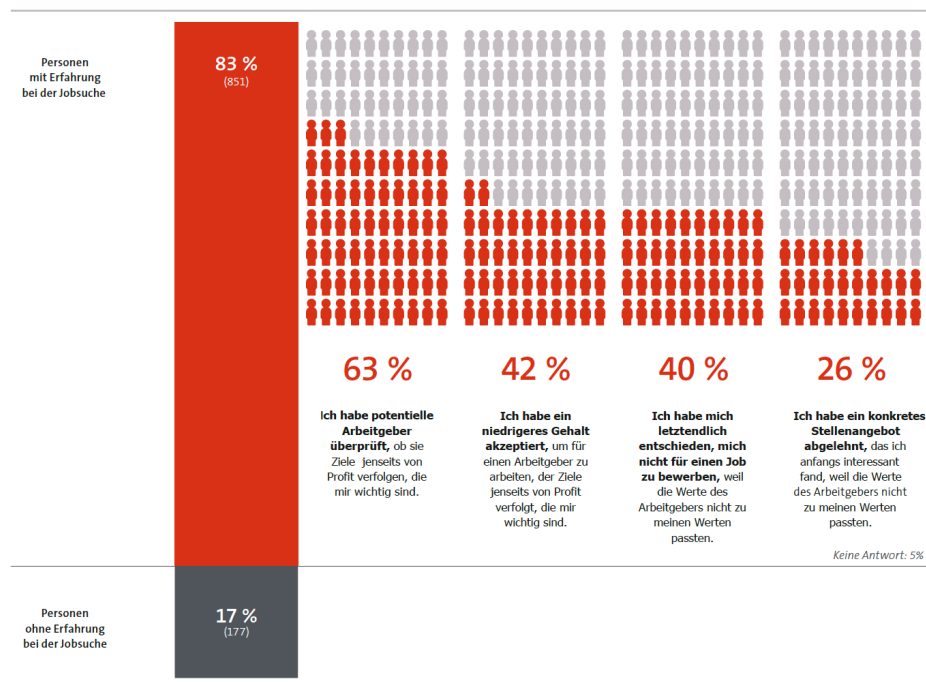
Die befragten Leaders of Tomorrow definieren die Bestimmung eines Unternehmens dabei weit über die Befriedigung von Kundenbedürfnissen hinaus. „Purpose“ manifestiert sich nach Ansicht der jungen Top-Talente, wenn Produkte und Dienstleistungen unter fairen Bedingungen hergestellt, Mitarbeiter angemessen behandelt werden und die entwickelten Technologien oder Innovationen einen positiven Beitrag zu Gesellschaft und Umwelt leisten. So geben 41 Prozent der befragten Unternehmensgründer an, dass sie auch nicht-finanzielle Kennzahlen umfangreich für strategische Entscheidungen heranziehen. „Corporate Social Responsibility muss also neu gedacht werden: Für junge Talente ist Sinnstiftung nicht etwas, was unternehmerisches Handeln ergänzt, sondern was es grundsätzlich bestimmt“, erläutert Buder eine zentrale Erkenntnis der Studie.

Nachwuchs macht einen Bogen

Unternehmen, die sich der notwendigen Diskussion um Sinnstiftung entziehen, haben klare Nachteile, wenn es darum geht, junge Talente anzuziehen oder zu binden, so ein weiteres Ergebnis der Studie. Immerhin haben 40 Prozent der Befragten mit Berufserfahrung bereits Jobangebote nicht weiterverfolgt, weil die Werte des Unternehmens nicht erkennbar oder sinnstiftend waren. „Unternehmen berauben sich so eines der wichtigsten Instrumente für den Wettbewerb – nämlich des eigenen Talentpools“, erläutert Beat Ulrich, CEO des St. Gallen Symposiums.

Grafik: Ziele jenseits von Profit zählen bei der Jobsuche

Frage: Denken Sie bitte zurück an die Situation, als Sie nach einem Job gesucht oder sich für ein Jobangebot entschieden haben – was trifft auf Sie zu? Markieren Sie bitte das, was Sie mindestens einmal gemacht haben.



Angaben in Prozent | Mehrfachnennungen möglich

n = 1.028; „Leaders of Tomorrow – Wave 2019“

© Nürnberg Institut für Marktentscheidungen & St. Gallen Symposium | Studie „Voices of the Leaders of Tomorrow 2019“

Was CEOs wachhalten sollte

Insgesamt zeichnen die zukünftigen Führungskräfte und Entrepreneurs ein klares Bild von den aktuellen Herausforderungen für CEOs und die von ihnen geführten Unternehmen. Auf Platz 1 steht der Weckruf, den „War for Talents“ anzunehmen. So konkurrieren Unternehmen im Wettbewerb um Talente heute auf einem zunehmend globalen Markt. Gleichzeitig müssen CEOs aus Sicht der Befragten auch die Anforderungen junger Mitarbeiter an persönliches Wachstum, Sinnhaftigkeit („Purpose beyond Profit“) oder an die Flexibilität in der Arbeitsumgebung („Laptop Lifestyle“) berücksichtigen. Auf Platz 2 der aktuellen Herausforderungen für CEOs setzen die Studienteilnehmer die Auswirkungen der Digitalisierung und KI auf das jeweilige Geschäftsmodell. Beispielsweise wird von den „Leaders of Tomorrow“ der Einsatz von Künstlicher Intelligenz als eine Managementaufgabe verstanden, bei der gleichermaßen der sinnvolle Einsatz im Unternehmen wie auch die sozialen Auswirkungen ausbalanciert werden müssen. Die notwendige Anpassung der Unternehmen an die Auswirkungen des Klimawandels wird von den jungen Top Talenten auf Platz 3 der aktuellen Herausforderungen gesetzt. Unternehmen müssten sich beispielsweise auf eine mögliche Rohstoffknappheit oder extreme Wetterlagen einstellen; gleichzeitig sehen die Leaders of Tomorrow, dass Konsumenten oder Regulierungsbehörden nachhaltigere Geschäftsmodelle fordern. „Diese umfassende Liste an Herausforderungen sollte ein klarer Weckruf an CEOs sein: Es ist Zeit zum Handeln“, fasst Buder die Aussagen der „Leaders of Tomorrow“ zusammen.

Herausforderung: Messbarkeit der neuen Erfolgskriterien

Die Teilnehmer der Studie machen klar, dass die Verständigung auf einen „Purpose“ für Unternehmen nur der erste Schritt sein kann. Für die Messung der Fortschritte und Ergebnisse auf diesen Weg fehlen zwar aktuell häufig noch ausreichende Werkzeuge, jedoch stellen sich die Unternehmen zunehmend dieser Herausforderung. So bestätigen 24 Prozent der in Unternehmen beschäftigten Befragten, dass ihr Unternehmen an der Messbarkeit nicht-finanzieller Kennzahlen arbeitet und weitere 18 Prozent gaben an, dass auch bei strategischen Unternehmensentscheidungen „Purpose“-getriebene Faktoren umfassend berücksichtigt werden. Dabei zeigen sich die „Leaders of Tomorrow“ gleichermaßen kreativ wie engagiert, um Erfolgskriterien außerhalb von Finanzkennzahlen zu ermitteln. Die Studienteilnehmer nennen beispielsweise das Erfassen des Plastikverbrauchs, das Engagement für die Kommune („Community Development“), aber auch die kontinuierliche Abfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit oder sogar zum Spaß an der Arbeit als mögliche oder bereits implementierte Messkriterien.

Zur Studie: „Purpose beyond Profit – Voices of the Leaders of Tomorrow“

In der Studie "Leaders of Tomorrow 2019" (früher als "Global Perspectives Barometer - Voices der Leaders of Tomorrow-Studie" bezeichnet) wurden im Februar 2019 1.028 Studenten, junge Entrepreneurinnen und junge Führungskräfte aus mehr als 80 Ländern befragt. Die Teilnehmer der Online-Umfrage wurden aus dem weltumspannenden Netzwerk des St. Gallen Symposiums generiert (die Auswahl ist nicht repräsentativ). Der Studienbericht ist als Download auf der Homepage des Nürnberg Instituts für Marktentscheidungen www.nim.org und des St. Gallen Symposiums www.symposium.org ab heute verfügbar.

Zum St. Gallen Symposium

Das St. Gallen Symposium ist die weltweit führende Initiative für generationenübergreifende Debatten über wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Entwicklungen. Die Konferenz bringt Führungskräfte und Visionäre mit herausragenden jungen Hoffnungsträgern zusammen, um Chancen und Herausforderungen unserer Zeit zu adressieren und Lösungsansätze zu entwickeln. Das 49. St. Gallen Symposium findet vom 8. bis 10. Mai 2019 zum Thema „Capital for Purpose“ auf dem Campus der Universität St. Gallen statt. Mit dem diesjährigen Thema fordert die studentische Initiative heutige und künftige Entscheidungsträger auf, Lösungsansätze gegen das kurzfristige Profitdenken zu entwickeln. Zu Gast sind unter anderen Referenten wie Professor Niall Ferguson, Annegret Kramp-Karrenbauer und Christian Mumenthaler. Sie diskutieren über die verschiedenen Formen von Kapital und wie die heutigen Entscheidungsmechanismen überdacht werden müssen. Informationen unter www.symposium.org
Twitter: SG__Symposium / Facebook: St. Gallen Symposium

Über das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V. (NIM)

Gründer und Ankeraktionär der GfK SE

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (vormals GfK Verein) ist eine Non-Profit-Organisation zur Erforschung von Verbraucher- und Marktentscheidungen. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis untersucht es, wie sich Konsumenten- und Geschäftsentscheidungen in Märkten verändern. Ziel ist es, sowohl die Entscheidungen von Verbrauchern als auch die Entscheidungen von Marketingverantwortlichen besser zu verstehen und durch dieses Wissen auch dazu beizutragen, die Qualität von Marktentscheidungen zu steigern.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer und Ankeraktionär der GfK SE.

V.i.S.d.P.
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.
Gründer und Ankeraktionär der GfK SE
Communication & Events
Sandra Lades
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 (0) 911 95151 989
sandra.lades@nim.org