

### **Digital Leadership: Anspruch und Realität liegen weit auseinander**

*Eine aktuelle Studie zeigt auf, dass deutsche Unternehmen hinsichtlich Digital Leadership einen hohen Nachholbedarf haben. Daraus ergeben sich zahlreiche Chancen, die Führung in Unternehmen zukunftsfähig zu machen.*

Frankfurt am Main, 30.06.2016. Die digitale Transformation stellt Führungskräfte in Unternehmen aller Größen und Branchen vor zahlreiche Herausforderungen. In einer aktuellen Studie analysieren das Center for Leadership and Behavior in Organizations (CLBO) der Goethe Universität Frankfurt, die Beratungsgesellschaft Groß & Cie., die Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (DGFP) und die Fachzeitschrift Personalwirtschaft, wie es um die digitalen Führungsmethoden und -kompetenzen in deutschen Unternehmen bestellt ist. Dazu wurden im Frühjahr 2016 insgesamt 325 Personen (Mitarbeiter mit und ohne Führungsverantwortung) aus Unternehmen verschiedener Branchen und Größen befragt.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass es nach wie großen Nachholbedarf mit Blick auf Digital Leadership gibt. Darunter sind beispielsweise die Nutzung digitaler Methoden und Instrumente, aber auch neue Ansätze hinsichtlich Vernetzung, Teilhabe und Projektmanagement zu verstehen. So schätzen die Studienteilnehmer die Bedeutung der Digitalisierung übergreifend in allen Unternehmensbereichen als hoch ein. Als sehr bedeutsam oder sogar unabdingbar bewerten vor allem die Befragten aus den Bereichen Kundenservice, Marketing und Vertrieb sowie Forschung und Entwicklung die digitale Transformation – mit über zwei Dritteln Zustimmung. Die aktuelle Situation in den Unternehmen sowie eigene Fähigkeiten werden hingegen ausgesprochen kritisch gesehen. Fast die Hälfte der Studienteilnehmer hat den Eindruck, dass Digital Leadership in ihren Unternehmen derzeit kein Thema ist. Auch die Einschätzung der Kompetenzen von Führungskräften zeigt, dass hier Handlungsbedarf besteht. Dies gilt vor allem für den Einsatz neuer Instrumente, z.B. zur Kollaboration, sowie die Nutzung sozialer Medien.

Zur weiteren Entwicklung von Digital Leadership setzen die befragten Unternehmen unter anderem auf Erfahrungsaustausch und Vernetzung sowie den testweisen Einsatz neuer Instrumente. Trainings und Schulungen spielen bislang eine nachgeordnete Rolle. Wenn es um die relevanten individuellen Digital-Leadership-Fähigkeiten von Führungskräften geht, werden vor allem die eigene Führungskommunikation sowie die stärkere Vernetzung mit Mitarbeitern als wichtig angesehen.

Entscheidende Rahmenbedingung für den Ausbau von Digital Leadership – darin sind sich die Befragten einig – ist die Rückendeckung durch die Unternehmensführung sowie eine entsprechende Unternehmenskultur. Ein dezidiert digitales Geschäftsmodell wird hingegen nicht als Bedingung für Digital Leadership angesehen.

„Mitarbeiter und Führungskräfte sind grundsätzlich offen für neue, digital geprägte Prozesse und Methoden“, betont Prof. Dr. Rolf van Dick (Goethe Universität). „Entscheidend ist, dass die Unternehmensleitung ein Umdenken befürwortet und die Umsetzung von Digital Leadership aktiv vorantreibt.“

Dr. Michael Groß von Groß & Cie. ergänzt: „Jedes Unternehmen kann den eigenen Weg in Richtung der Digital Leadership finden und gehen. Führungskräfte bekommen viel mehr Möglichkeiten zur Gestaltung, müssen sich zugleich daran gewöhnen, weniger Kontrolle zu haben.“

DGFP-Geschäftsführerin Katharina Heuer hebt die Bedeutung von Selbstführung bei der Entwicklung digitaler Kompetenzen hervor: „Digital ist die neue Normalität. Die digitale Transformation braucht individuellere Führungsmodelle. Das Selbstmanagement ist dabei eine der Schlüsselkompetenzen für Führungskräfte.“

Die Ergebnisse der Befragung werden auch Thema in der Augustausgabe der Zeitschrift Personalwirtschaft sein. Dort finden Sie auch weitere Analysen und Einschätzungen zur Studie.

### **Die Studie steht ab sofort hier zum Download zur Verfügung:**

[www.dgfp.de/assets/news/2016/FINALDigital-Leadership-Studie2016.pdf](http://www.dgfp.de/assets/news/2016/FINALDigital-Leadership-Studie2016.pdf)

Kontakt:

[presse@dgfp.de](mailto:presse@dgfp.de)

069 – 713 785 100

Die **Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V.** (DGFP) ist die Fachorganisation für Personalmanagement und -führung in Deutschland. Zu den Mitgliedern zählen DAX-Konzerne ebenso wie kleine und mittelständische Unternehmen sowie Wissenschafts- und Beratungsorganisationen. Mehr erfahren Sie im Internet unter: [www.dgfp.de](http://www.dgfp.de)

Das **Center for Leadership and Behavior in Organizations** (CLBO) ist ein praxisorientiertes Forschungsinstitut der Goethe-Universität Frankfurt. Wissenschaftler der Ökonomie, Psychologie und Soziologie forschen, lehren und beraten interdisziplinär zu Themen des Human Resource Management. Mehr erfahren Sie im Internet unter: [www.clbo-frankfurt.org](http://www.clbo-frankfurt.org)

**Groß & Cie.** konzentriert sich als inhabergeführte Beratungsgesellschaft auf das Change Management und Talent Management, um in Unternehmen Veränderungen erfolgreich zu gestalten und Kompetenzen bedarfsgerecht zu entwickeln. Mehr erfahren Sie im Internet unter: [www.gross-cie.com](http://www.gross-cie.com)

Die Zeitschrift **Personalwirtschaft** ist eines der führenden HR-Magazine und liefert Personalmanagern seit über 40 Jahren aktuelle HR-Informationen kompetent, praxisnah und am Puls der Zeit. Sie erscheint unter der Marke Luchterhand, ein Imprint von Wolters Kluwer Deutschland. Mehr erfahren Sie im Internet unter: [www.personalwirtschaft.de](http://www.personalwirtschaft.de)