

Führung im Digitalzeitalter

Ergebnisse einer Befragungsstudie
unter Führungskräften und Mitarbeitenden

Köln/München, Juni 2023

Wichtigste Ergebnisse: Digitale Führung braucht persönliche Begegnung auf Augenhöhe

1. Für 82,4% der Befragten ist das **Vorantreiben digitaler Prozesse** explizit Aufgabe der obersten Führungskraft
2. Zu den wichtigsten Kompetenzen für digitale Leader gehört an erster Stelle die **Kommunikation auf Augenhöhe** zwischen Mitarbeitenden und Führungskraft
3. **Authentizität und Ehrlichkeit** zählen zu den wichtigsten Persönlichkeitsmerkmalen
4. 71,3% der Mitarbeitenden wünschen sich, in Bezug auf **digitale Konfliktlösungen**, neben **sachlichen**, auch **emotionale Lösungsansätze**
5. Ein **Gemeinschaftsgefühl** entsteht besonders häufig dann, wenn die Führungskraft mind. einmal in der Woche auch in Präsenz erlebt wird

Digitale Veränderung ist notwendig und Aufgabe der Führungskraft

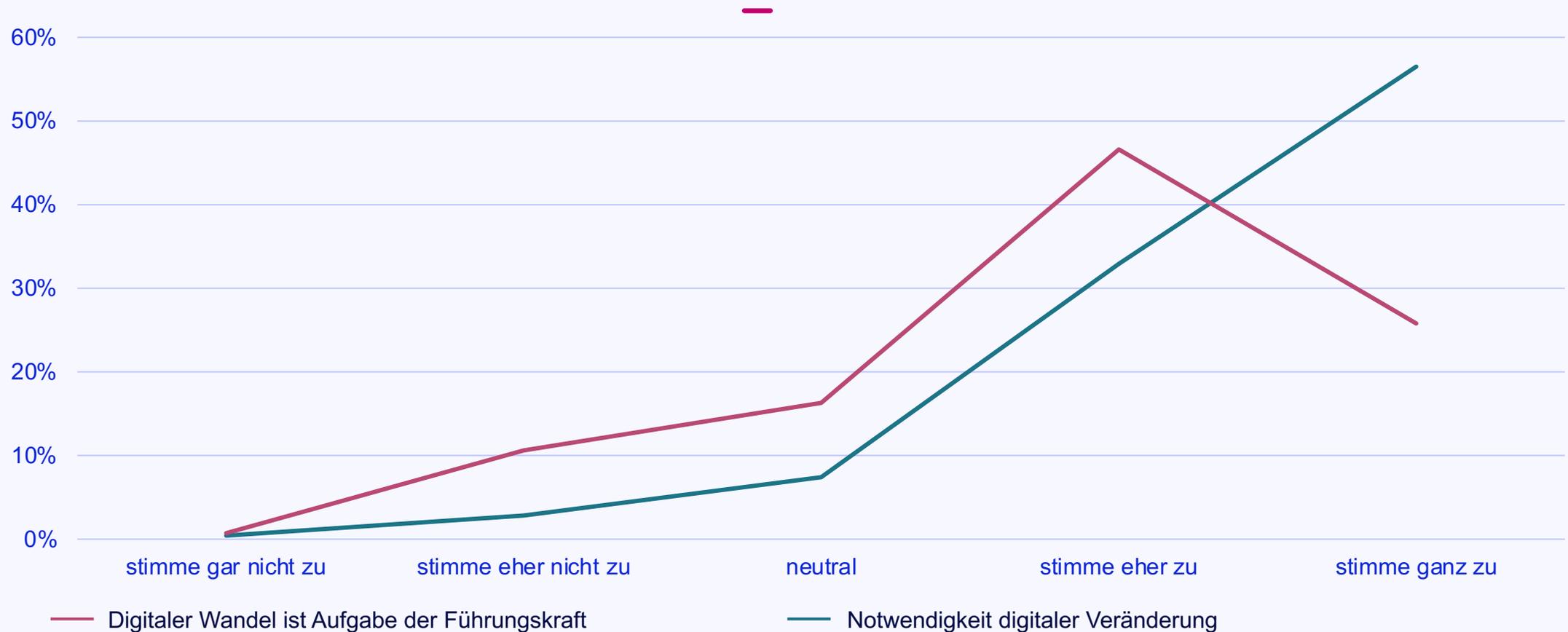
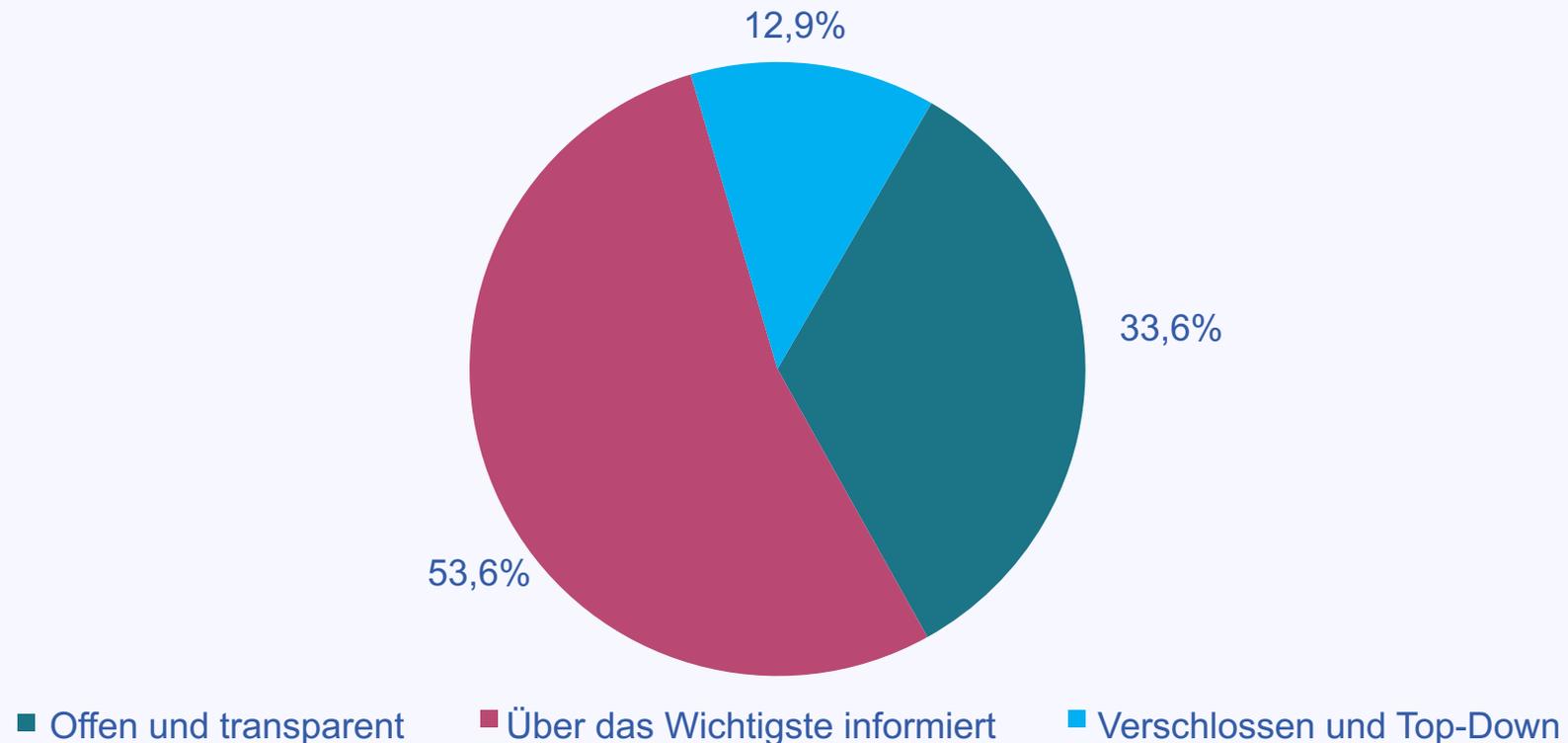


Abb. 1: Alle Angaben in Prozent. Eigene Erhebung und Darstellung (n=280-283).

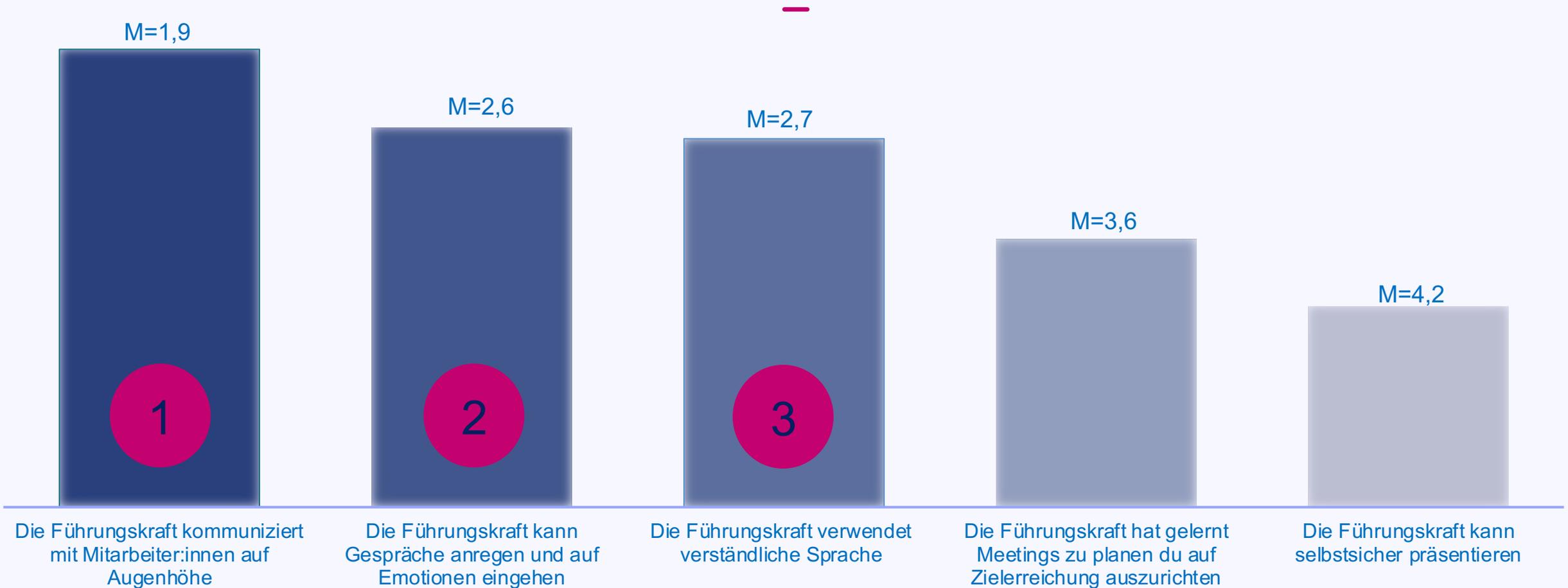
Originalfragen: Bewerten Sie die folgenden Aussagen (an Hand einer vorgegebenen Skala)

Digital Leader sind meist informativ bis hin zu offen und transparent

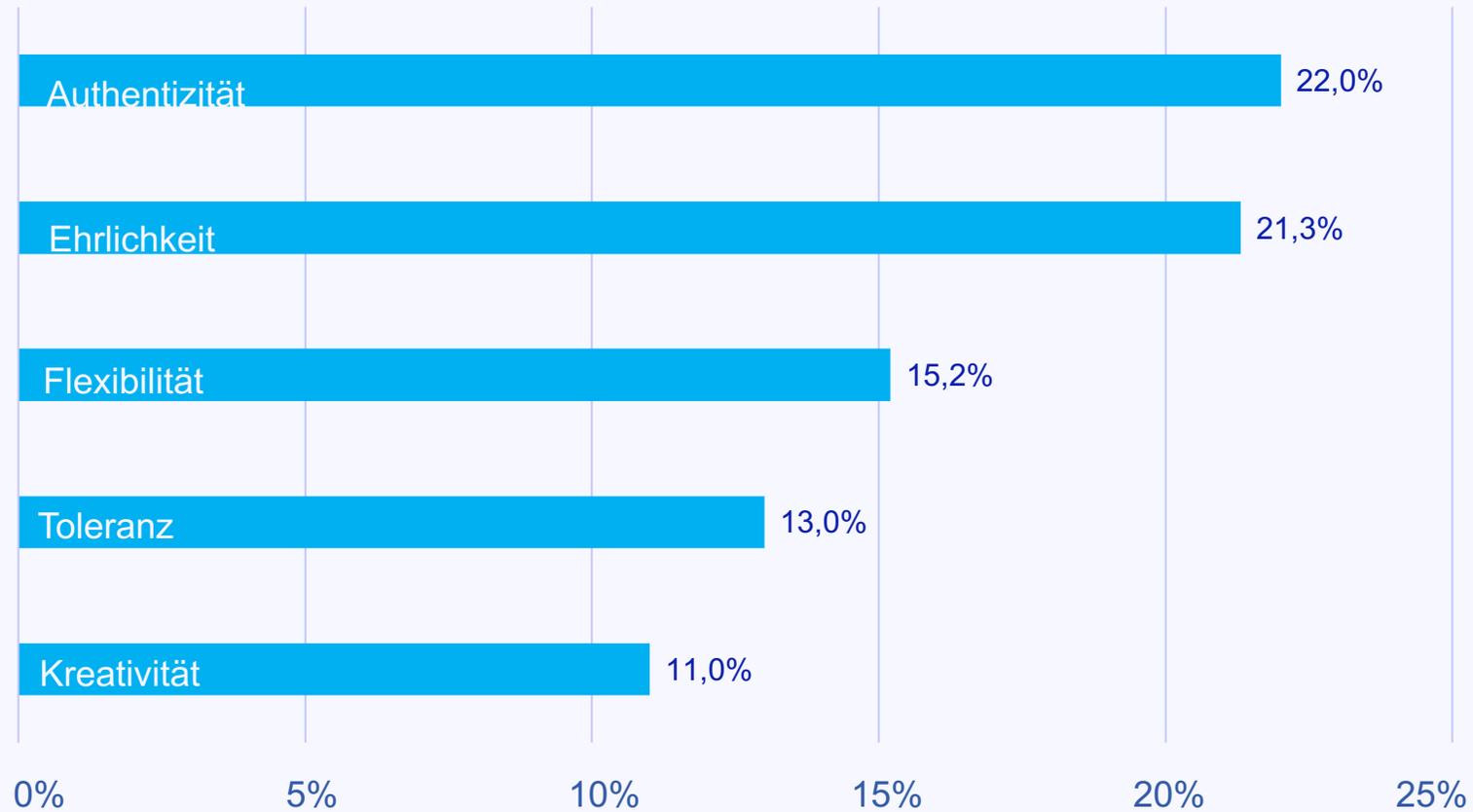
Die Wahrnehmung digitaler Führung



Kommunikation auf Augenhöhe ist wichtigste kommunikative Fähigkeit



Authenzität ist zentral für die Persönlichkeit einer/s CEO



Bei Streitschlichtungen werden sachliche und emotionale Aspekte kombiniert

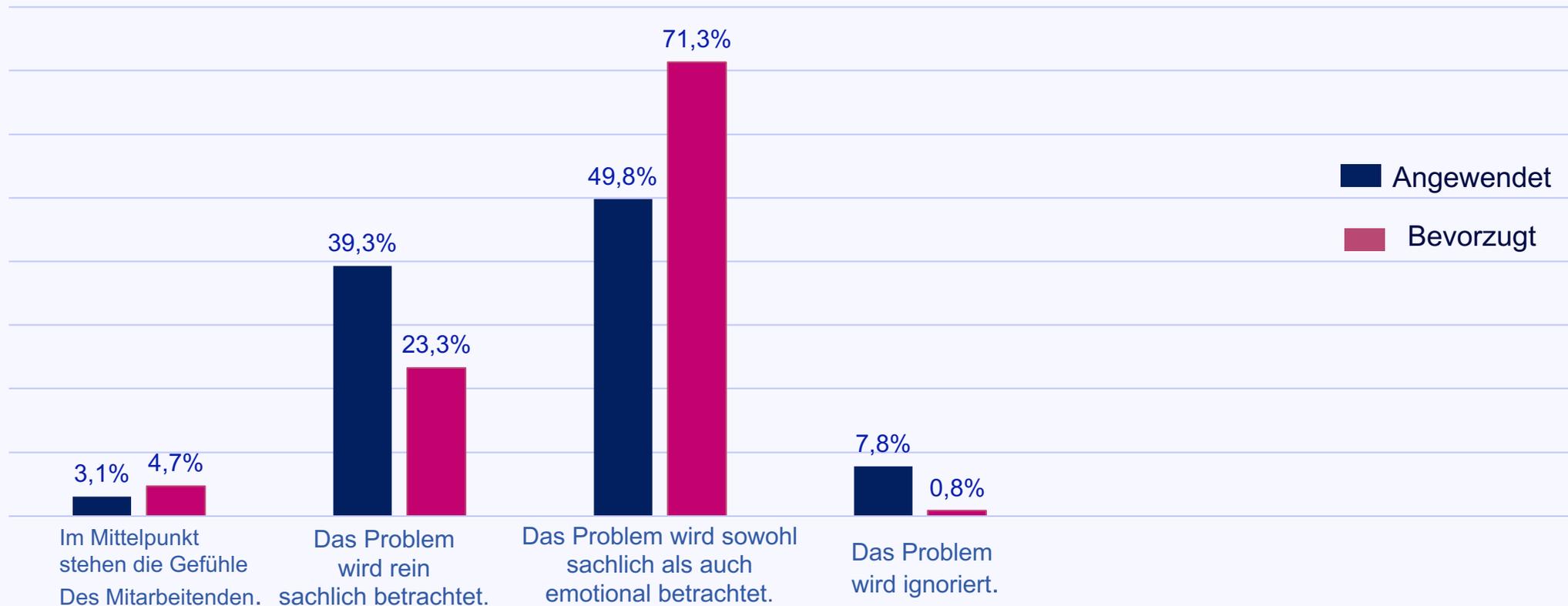


Abb. 5: Alle Angaben in Prozent. N=257.

Originalfragen: Auf welche Art lösen Führungspersonen Streitigkeiten am häufigsten in einem Unternehmen?
Welche Art der Streitschlichtungen durch eine Führungsperson würden Sie bevorzugen?

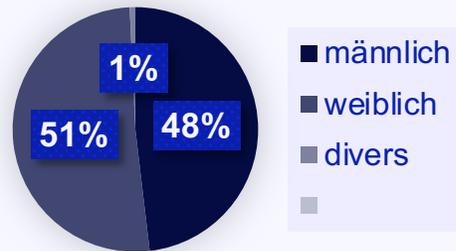
Gemeinschaftsgefühl steigt mit der Anzahl der Präsenzkontakte

Präsenzkontakt mit Führungskraft

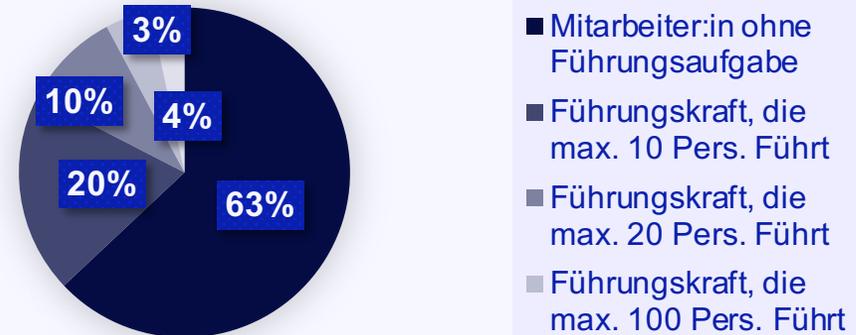
	täglich	wöchentlich	monatlich	Seltener als monatlich	nie
Stimme komplett zu	39,1	44,5	29,2	26,5	14,3
Stimme eher zu	39,1	45,5	39,	46,9	42,9
Neutral	15,2	6,4	9,8	20,4	14,3
Stimme eher nicht zu	4,3	2,7	19,5	6,1	28,6
Stimme gar nicht zu	2,2	0,9	2,4	0	0
Gesamt	100	100	100	100	100

Demografische Daten der Befragten (1)

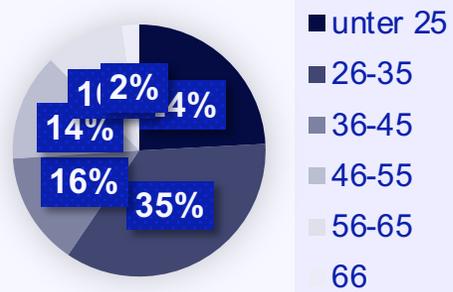
Geschlecht



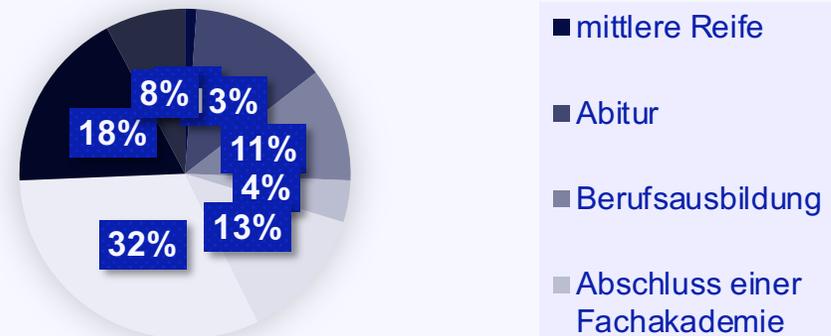
Berufliche Rolle



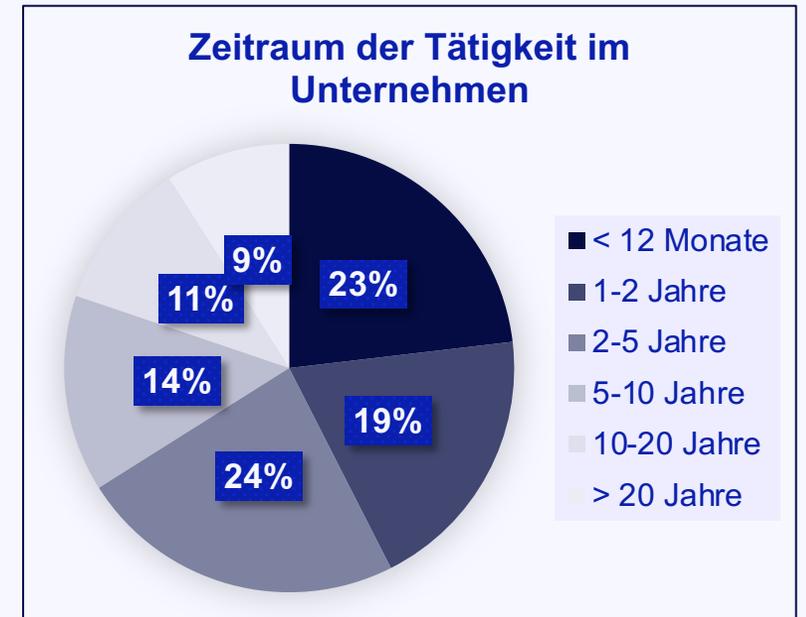
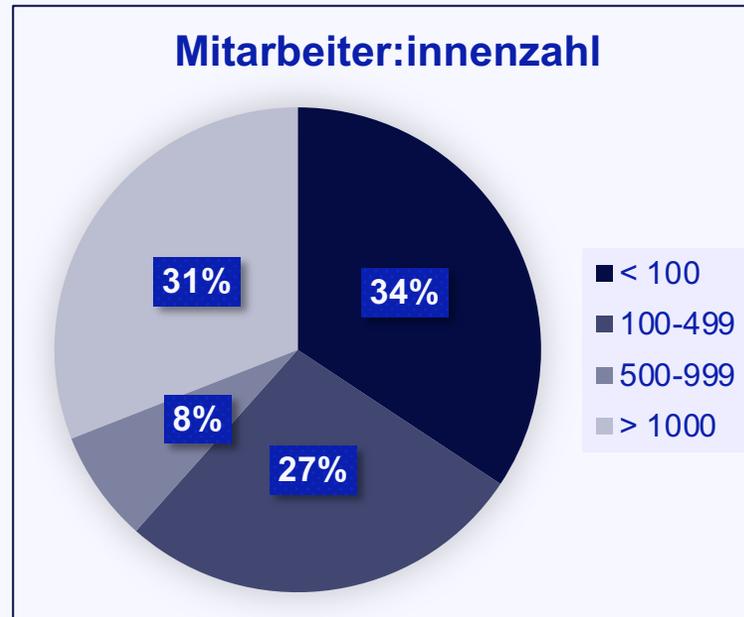
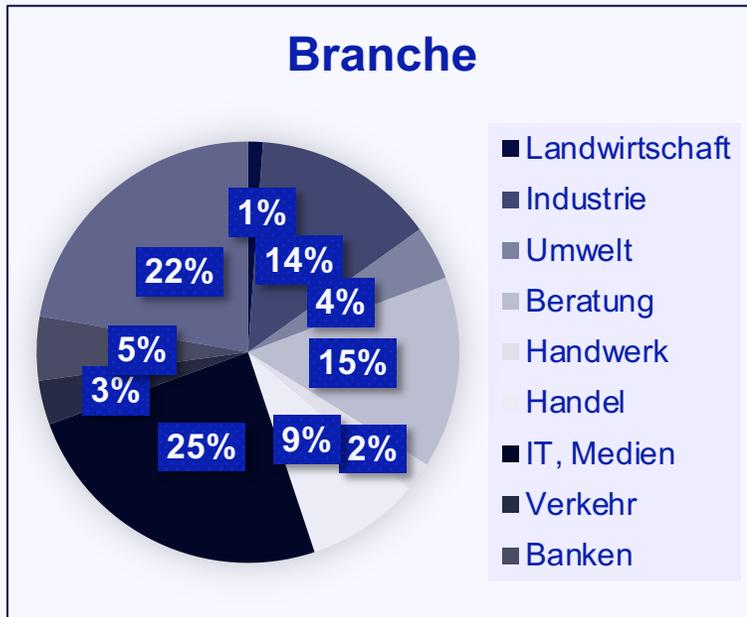
Altersgruppe



Bildungsabschluss



Demografische Daten der Befragten (2)





hochschule macromedia
university of applied sciences



Kontakt Daten

Prof. Dr. Holger Sievert

Head of Faculty
Culture – Media - Psychologie
Macromedia University
Campus Köln

h.sievert@macromedia.de

Dr. Nikolai A. Behr, MBA

CEO
DIKT GmbH – Deutsches Institut
für Kommunikations- und
Medientraining

behr@medientraining-institut.de

Matteo Scaravelli

President
1st Global Leadership
Communications Association
(1st GLCA)

munich@1glc.org