

Kienbaum Wien veröffentlicht Studie zum Thema „Wieso performe ich? Österreichs Werte und Leistungsanreize im Generationsvergleich“

PRESSEMITTEILUNG 01.2024

Kienbaum-Studie offenbart generationenübergreifende Einigkeit hinsichtlich der Werte und Leistungsanreize im österreichischen Arbeitsmarkt

- Überraschende Einigkeit in Arbeitsmoral und Motivationsfaktoren trotz generationaler Stereotype

- Flexible Arbeitszeiten und überdurchschnittliche Bezahlung als universelle Hauptmotivatoren über alle Altersgruppen hinweg

- Kluft zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung führt zu generationalen Missverständnissen

Wien, 13. Mai 2024 Kienbaum Wien veröffentlicht eine Generationsstudie zum Thema „Wieso performe ich? Österreichs Werte und Leistungsanreize im Generationsvergleich“, an der sich 301 Österreicher:innen aller am Arbeitsmarkt vertretenen Generationen beteiligten und daher repräsentative Einblicke in die generationsspezifischen Werte und Leistungsanreize innerhalb Österreichs verschafft. *„Diese Studie zeigt deutlich, wie wichtig es ist, die Bedürfnisse und Werte aller Generationen zu verstehen und ernst zu nehmen, um als Unternehmen langfristig erfolgreich zu sein“*, erklärt Alfred Berger, Managing Director bei Kienbaum Consultants Austria. *„Nur so können wir die Zusammenarbeit und Effektivität am Arbeitsplatz nachhaltig verbessern.“*

Überraschende Einigkeit trotz generationaler Stereotype

Die Befragung zeigt, dass sowohl junge als auch ältere Arbeitnehmer:innen in ihren grundlegenden Werten und Ansichten bemerkenswert kohärent sind. Obwohl oft angenommen wird, dass sich die Werte zwischen den Generationen signifikant unterscheiden, unterstreichen die Ergebnisse eine grundlegende Einigkeit in Bezug auf die Arbeitsmoral und zentrale Motivationsfaktoren. Diese Einigkeit unterstreicht die Bedeutung von Stabilität und Kontinuität in der Unternehmenskultur und könnte dazu beitragen, die oft zitierten generationalen Konflikte am Arbeitsplatz zu entschärfen.

Die Ergebnisse dieser Studie legen nahe, dass "persönliche finanzielle Sicherheit" ein universelles Anliegen darstellt und somit einen Kernwert in der Arbeitswelt über alle Generationen hinweg bildet. Auffällig ist auch, dass klassische Anreize wie Status, Ansehen und die Karriereentwicklung generell als weniger wichtig erachtet werden. Besonders bei der Generation X und den Babyboomern hat die Karriereentwicklung an Bedeutung verloren und zählt nicht mehr zu den Hauptantriebskräften.

Motivatoren und die Kluft zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung

Einer der zentralen Befunde ist die Bedeutung flexibler Arbeitszeiten als Hauptmotivator über alle Generationen hinweg, gefolgt von überdurchschnittlicher Bezahlung und einer positiven Unternehmenskultur. Im Gegenzug wurde festgestellt, dass eine unterdurchschnittliche Bezahlung, negative Unternehmenskulturen und mangelnde interne Anerkennung als Hauptdemotivatoren wirken und quer durch alle Altersgruppen die Leistungsbereitschaft senken können.

Interessanterweise deckt die Studie auch auf, dass es eine signifikante Diskrepanz zwischen der Selbst- und Fremdwahrnehmung der Motivationsfaktoren gibt. Beispielsweise bewerten Babyboomer flexible Arbeitszeiten als äußerst wichtig für ihre Motivation und Arbeitszufriedenheit. Im Gegensatz dazu neigen jüngere Generationen dazu, diese Prioritäten zu unterschätzen und stattdessen überdurchschnittliche Bezahlung als wichtigere Motivatoren für ältere Mitarbeiter:innen anzusehen. Diese Diskrepanz in der Wahrnehmung kann zu Missverständnissen und einer Kommunikationskluft innerhalb von Teams führen. *"Die Ergebnisse legen nahe, dass Unternehmen durch offene Dialoge und regelmäßige Feedbackschleifen zwischen den Generationen diese Perzeptionslücken schließen und somit ein integrativeres und motivierenderes Arbeitsumfeld schaffen könnten"*, betont Alfred Berger. Zusätzlich erklärt Mathias Dockner, Mitglied der Geschäftsleitung bei Kienbaum Consultants Austria: *"Der Unterschied innerhalb einer Generation ist deutlich größer als der zwischen den Generationen – Unternehmen müssen die Arbeitsumgebung so gestalten, dass sich die Menschen angesprochen fühlen, die zum Unternehmen passen."*

Führen durch Struktur und Entwicklung - generationsunabhängig

Die Analyse der Führungspräferenzen zeigt eine klare Präferenz für einen Mix aus transaktionaler und transformationaler Führung über alle Generationen hinweg. Diese Führungsstile, die sowohl Strukturen und Belohnungen für erreichte Ziele bieten als auch inspirieren und persönliche Entwicklung fördern, sind besonders beliebt. Hinzu kommt eine starke Präferenz für ethische Führung, die Integrität, Fairness und Transparenz betont, was die Bedeutung einer wertebasierten Führungskultur unterstreicht. Die Präferenz aller Generationen für transformationale, transaktionale und ethische Führung spiegelt die vielfältigen Bedürfnisse und Erwartungen wider, die Mitarbeitende an ihre Führungskräfte stellen.

Um diese Führungsstile effektiver zu integrieren und die Führungskultur weiter zu optimieren, hebt die Studie die Wichtigkeit der situativen Führung hervor. Dieser Ansatz befähigt Führungskräfte, ihre Strategien flexibel anzupassen und situativ auf die spezifischen Bedürfnisse und Erwartungen der verschiedenen Teammitglieder einzugehen. Durch die Integration situativer Führungselemente können Führungskräfte ihre Methoden anpassen, um individuelle Bedürfnisse besser zu adressieren und die Effektivität ihrer Führung zu optimieren. Diese flexible Führungskultur, die transaktionale, transformationale und ethische Ansätze vereint, befähigt Führungskräfte, situativ und individuell auf ihre Teams einzugehen und so die Akzeptanz und Leistungsfähigkeit auf allen Ebenen zu fördern.

Kienbaum #WePowerment

Kienbaum Consultants International ist eine Personal- und Managementberatung, die den Menschen in den Mittelpunkt ihres Beratungsportfolios stellt. Das Unternehmen ist darauf spezialisiert, Menschen in Organisationen zu bewegen und so Veränderungen zum Erfolg zu führen. Kienbaum ist in den Geschäftsfeldern Executive Search, Human Capital Services, Change- und Organisations-Beratung und Kommunikation tätig. Dabei greifen die interdisziplinären Teams auf jahrzehntelange Beratungserfahrung, fundiertes Branchen-Know-how und die anwendungsorientierten wissenschaftlichen Erkenntnisse des Kienbaum-Forschungsinstituts zurück. Kienbaum wurde vor 75 Jahren in Deutschland gegründet und wird heute als Familien- und Partnerunternehmen geführt. Das Beratungsunternehmen unterhält neben seinem Hauptsitz in Köln Standorte in 14 Ländern auf vier Kontinenten und ist seit über 55 Jahren in Österreich vertreten.

Weitere Informationen:

Mag. Alfred Berger

Tuchlauben 8, 1010 Wien

+43 1 533 51 88-21

alfred.berger@kienbaum.com

www.kienbaum.at

Redaktion/Verantwortlich für den Inhalt: Mag. Alfred Berger