

## Neues ver.di-Innovationsbarometer: Aussichten zwischen Hoch und Tief

***„Wenn Innovation gelingen soll, dann muss aber auch Handlungsspielraum, Selbständigkeit und Beteiligung gewährleistet sein, Mitbestimmung und betriebliche Partizipation sind Innovationsfaktoren.“ Frank Bsirske, ver.di-Bundesvorsitzender***

Wie sieht es mit Innovationen in den deutschen Unternehmen aus? Welche Faktoren fördern und hemmen Ideen und Neuentwicklungen? – Mit dem ver.di-Innovationsbarometer 2005 werden Antworten klarer, etliche Parameter erstmals besser messbar.

Es geht um subjektive Einschätzungen, gefühlte Temperaturen, aber auch um objektive Einflussfaktoren und möglichst genaue Vorhersagen. Der Hintergrund ist wissenschaftlich fundiert, die Daten werden statistisch exakt erfasst.

Die erste Auswertung zeigt, dass Themen wie Aus- und Weiterbildung, die Notwendigkeit, Wissenspotenziale und Ideen der Mitarbeiter zu erschließen, durchaus in den Unternehmen verankert sind. Der Qualitätssprung zu radikal neuen Produkt- und Prozessideen wird allerdings selten geschafft. Die Ursachen dafür sind vielfältig. Einige lassen sich mit dem Barometer näher bestimmen.

Das Ziel: Innovationstempo vorantreiben

Erstmals hat der ver.di-Bereich Innovations- und Technologiepolitik im Februar 2005 gemeinsam mit Wissenschaftlern von der TU München unter Arbeitnehmervertretern in Aufsichtsräten erfragt, wie diese das Innovationsklima in ihrem Unternehmen einschätzen. Die Ergebnisse geben aus Sicht der Interessenvertretung Auskunft über die Situation in 144 Unternehmen mit insgesamt 1,1 Millionen Beschäftigten.

Mit diesem ausbaufähigen Projekt bringt sich ver.di in die Initiative „Partner für Innovation“ ein. In der 2004 gestarteten Regierungskampagne wollen inzwischen 300 Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft hierzulande das Innovationstempo vorantreiben und durch interdisziplinäre Zusammenarbeit Hindernisse aus dem Weg räumen, die Neuentwicklungen und die Umsetzung von Ideen hemmen.

Die Befragten: ver.di-Aufsichtsräte

Die bundesweite Fragebogenaktion zum Innovationsbarometer war an ver.di-Aufsichtsräte gerichtet. Sie sind oft zugleich Betriebsräte. Die verwertbaren Antworten kamen aus nahezu allen von ver.di organisierten Branchen, von der Ver- und Entsorgung über den Finanzdienstleistungsbereich und die Logistik bis zu Tourismus und Handel. Durchschnittlich sind die Interessenvertreterinnen und Interessenvertreter bereits 25 Jahre in ihrem Unternehmen tätig, also umfassend mit seinen Strukturen und Mechanismen vertraut. Es haben sich etwa viermal so viele Männer wie Frauen an der Umfrage beteiligt, was jedoch die reale Zusammensetzung der Gremien widerspiegelt.

Die Fragen: unternehmensspezifisch und übergreifend

Spezielle Fragen der Erhebung betreffen Komplexe wie Lernen und Weiterbildung, Ideen- und Wissensmanagement, Arbeitsgestaltung und Innovation sowie Beschäftigung und Unternehmenskultur. Ein allgemeinerer Teil gilt dem Thema Mitbestimmung und Innovation.

Die Ergebnisse 2005: Kreativität ist zu wenig gefragt

Etwa die Hälfte der Interessenvertreter (51 %) meint: „Kreativität ist viel zu wenig in den Unternehmen gefragt“.

Die Befragten sind zu 90 % der Meinung, dass die Mitbestimmung für das Innovationsgeschehen in den Unternehmen eine zentrale Bedeutung hat. 87 % meinen außerdem, dass praktizierte Mitbestimmung beiträgt, Wissenspotenziale der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erschließen.

Eine überwiegende Mehrheit der befragten Aufsichtsräte sieht folgende Faktoren als notwendig an, um Innovationen zu fördern:

soziales und kulturelles Engagement,  
Kulturkompetenz und Generationenvielfalt (Diversity Management),  
zeitliche und finanzielle Freiräume für die Mitarbeiter,  
Vermeidung von Stress.

Die Interessenvertreter sind mehrheitlich der Auffassung, dass in ihren Unternehmen arbeitsbegleitendes Lernen praktiziert wird. Das betriebliche Ausbildungsangebot wird überwiegend als attraktiv eingeschätzt.

70 % der Befragten unterstützen aus ihrer Sicht aktiv die Umsetzung von Innovationen.

### *Frauen urteilen anders*

Frauen urteilen grundsätzlich skeptischer als Männer. Nur 37 % der weiblichen Befragten fühlen sich in ihrem Unternehmen bei der Äußerung neuer Ideen unterstützt, während mit 64 % fast doppelt so viele männliche Befragte dieser Meinung sind. Auch denken beträchtlich weniger Frauen (30 %) als Männer (58 %), dass im Unternehmen Qualifizierungsangebote für alle Alters- und Beschäftigtengruppen geboten werden. Nur 21 % der Frauen meinen, ihr Wissen und ihre Ideen in Innovationsprojekte einbringen zu können, während 53 % der Männer das annehmen.

### *Beschäftigung kaum im Focus*

Eine beachtliche Mehrheit (87 %) der Befragten kann nicht erkennen, dass in ihrem Unternehmen radikal neue Produkt- und Prozessideen, so genannte „Sprung-Innovationen“ gefördert würden. Die meisten Unternehmen verlassen sich offenbar auf schrittweise Neuerungen. 55 % der befragten Männer meinen, dass solche Innovationen in ihrem Umfeld gefördert werden. Allerdings antworten so nur 33 % der Frauen.

Die beschäftigungsfördernde Wirkung von Innovationen ist in den Unternehmen kaum ein Auswahlkriterium. Nur 16,5 % der Befragten sehen Ansätze, dass erfolgreiche Innovationen bewusst auf Beschäftigungssteigerung zielen.

Eine innovations-förderliche Unternehmenskultur – durch Vertrauen und Ermutigung geprägt, in der Kritik auf allen Ebenen möglich wäre – wird eher nicht gesehen.

Mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) bemerken in der Belegschaft ihres Unternehmens Anzeichen extremer Erschöpfung (Burn-out).

## Das Fazit: Klima verbessern

Das Barometer zeigt keine rosigen Aussichten für den technologischen Wandel. Die Ergebnisse zeigen jedoch, „wo wir ansetzen müssen, wenn wir künftig Innovationsprozesse stärken wollen“, meint Dr. Hans-Joachim Schulz, der Barometer-Experte von ver.di. Es sei Aufgabe der Unternehmen, endlich ein Klima zu schaffen, das Ideen ans Tageslicht holt und ihre praktische Umsetzung fördert. „Wenn die Wirtschaft wieder in Schwung kommen soll, sind Manager gut beraten, die Perspektive der Aufsichtsräte, die die Beschäftigten vertreten, in ihre Entscheidungen einzubeziehen.“ Allen Partnern für Innovation soll auch künftig ein solches Instrument in die Hand geben werden. Das Barometer wird nun jährlich neu justiert.

*Weitere Ergebnisse des Innovationsbarometers 2005 unter [http://www.menschen-machen-innovationen.de/material/forum\\_03\\_schulz-bullinger\\_folienvortrag.pdf](http://www.menschen-machen-innovationen.de/material/forum_03_schulz-bullinger_folienvortrag.pdf)*