

ver.di-Innovationsbarometer 2006: teilweise aufklärend

„... warum sich ver.di intensiv mit dem Thema Innovation beschäftigt: Wir wollen zur Klärung der Frage beitragen, wie Innovation möglich wird, unter welchen Bedingungen Menschen innovativ sind, innovativ sein können und es auch sein dürfen.“

Frank Bsirske, ver.di-Bundesvorsitzender

Das ver.di-Innovationsbarometer 2006 ¹ betrachtet erneut die Fragen: Wie sieht es mit der Innovationskultur in den deutschen Unternehmen aus? Welche Faktoren fördern und hemmen Ideen und Neuentwicklungen? – Mit den aktuellen Antworten werden Aussichten klarer, Tendenzen im Vergleich zu 2005 beschreibbar, Defizite offensichtlicher.

Es geht bei der Neuauflage der Umfrage wieder um subjektive Einschätzungen, gefühlte Temperaturen, aber auch um objektive Einflussfaktoren. Der Hintergrund ist wissenschaftlich fundiert.

Die neuerliche Auswertung zeigt, dass ver.di-Aufsichtsräte – stellvertretend für die Beschäftigten – ihren Unternehmen durchaus Innovationen zutrauen und insgesamt positiv auf Unternehmensziele, -strategien, die angewandten Technologien und die Unternehmensorganisation blicken. Sie sind aber der Meinung, dass Kreativität und so genannte „Sprung-Innovationen“ zu wenig gefördert werden. Auch die Mittel, solche Innovationen voranzutreiben, werden als nicht ausreichend eingeschätzt und Reserven in der Unternehmenskultur ausgemacht.

Die Befragten: ver.di-Aufsichtsräte

Die gemeinsam vom ver.di-Bereich Innovations- und Technologiepolitik mit Wissenschaftlern von der TU München durchgeführte bundesweite Fragebogenaktion richtete sich an den selben Personenkreis wie im Vorjahr. Die Antwortenden sind allerdings nicht identisch. Befragt wurden wiederum ver.di-Aufsichtsräte, die oft zugleich Betriebsräte sind. Verwertbare Rückmeldungen kamen aus nahezu allen von ver.di organisierten Branchen der personen- und unternehmensbezogenen Dienstleistungen, von der Energiever- und -entsorgung über den Finanzdienstleistungsbereich, die Logistik bis zu Tourismus und Handel. Die befragten InteressenvertreterInnen und Interessenvertreter verfügen über große Arbeits- und Lebenserfahrung. Durchschnittlich waren sie zum Zeitpunkt der Befragung 50 Jahre alt und bereits 23 Jahre in ihrem Unternehmen tätig, also umfassend mit seinen Strukturen und Mechanismen vertraut. Es haben sich dieses Jahr rund viermal so viele Männer wie Frauen an der Umfrage beteiligt, was in etwa der realen Zusammensetzung in den Aufsichtsräten entspricht.

Die Fragen: unternehmensspezifisch und übergreifend

¹ Zu den Ergebnissen 2005 siehe Hans-Joachim Schulz: „Innovationsbarometer und Innovationskultur“ in der Tagungsdokumentation „Beschäftigungspotentiale entwickeln: Wettbewerbsfähige Dienstleistungen und sichere Arbeitsplätze“, ver.di-Tagung am 20./21. Februar 2006

Die verschiedenen Fragenkomplexe der Erhebung erfassen sechs Komponenten. Sie betreffen Unternehmensstrategien und Visionen, Technologien und Prozesse, Organisation und Struktur, Lernen und Weiterbildung, Beschäftigung und Mitbestimmung sowie schließlich Aspekte der Unternehmenskultur. Der überwiegende Teil der Befragung deckt sich mit der des Vorjahres, so dass Antwortvergleiche möglich sind.

Die Ergebnisse 2006: Zu wenig Innovationssprünge, zu viel Burn-Out

Hoch

Die Befragten sind mehrheitlich (73,1 %) der Meinung, dass ihr Unternehmen auf dem aktuellen technologischen Stand arbeitet und dass Systeme und Prozesse permanent den Erfordernissen angepasst und optimiert werden (63,1 %). Auch die Einschätzung zur kontinuierlichen Verbesserung von Produkten und Technologien, zu den sogenannten „inkrementellen (schrittweisen) Innovationen“, ist überwiegend positiv (56,8 %).

61,0 % der Befragten attestieren ihrem Unternehmen eine Vision, in der das Thema Innovation vorkommt, noch 53,2 % erkennen, dass eine „mittelfristige Innovationsstrategie und präzise Innovationsziele“ existieren. Zwei Drittel aller Befragten (66,7 %) gehen davon aus, dass sich das eigene Unternehmen im Wettbewerb der Branche praktisch innovativ zeige.

Von einer deutlichen Mehrheit (77,4 %) der Befragten wird das Aus- und Fortbildungsangebot des eigenen Unternehmens positiv eingeschätzt. 71,6 % meinen, dass Kultur-, Kompetenz- und Generationenvielfalt Voraussetzungen für Innovationskraft darstellen. Allerdings stimmten im Vorjahr noch 84 % dieser Aussage zu. Auch das soziale und kulturelle Engagement von Unternehmen wird als Voraussetzung für Innovationskraft gesehen (59,1 %). Es zeigt sich jedoch auch hier im Vergleich zu 2005 eine rückläufige Tendenz (minus 24,3 %).

Nach wie vor betonen die Aufsichtsräte (70,9 %), dass die Mitbestimmung für das Innovationsgeschehen in den Unternehmen eine zentrale Bedeutung hat und die betriebliche Umsetzung von Innovationen unterstützt.

Veränderlich

Mit 52,8 % überwog die Überzeugung, dass innovative Mitarbeiterideen in den Betrieben systematisch aufgegriffen werden, nur knapp. Wenig über die Hälfte der Interessenvertreter (52,2 %) meint dagegen: „Kreativität wird in meinem Unternehmen zu wenig gefördert.“ Nur 45,7 % aller Befragten bejahen, dass den Mitarbeitern Anreize geboten werden, sich aktiv in den Innovationsprozess einzubringen.

Geteilte Meinungen gibt es zu der Frage, ob der Erfahrungsschatz Älterer im Unternehmen aktiv genutzt wird. Insgesamt stimmen dem nur 35,6 % aller Befragten zu. Unter den 41- bis 60-Jährigen liegt der Prozentsatz mit 53,0 aber deutlich höher.

Frauen sehen einige Aussagen kritischer als ihre männlichen Kollegen. Sie fühlen sich weniger gut in das Innovationsgeschehen integriert. Die Frage, ob im Unternehmen offene Kritik möglich sei, beantworteten nur 21 % der Frauen positiv, im Vergleich zu 36 % der Männer. Insgesamt fallen die Geschlechterunterschiede bei den Antworten allerdings 2006 nicht mehr so deutlich aus wie im Vorjahr.

Tief

Eine beachtliche Mehrheit (68,1 %) der Befragten kann auch 2006 nicht erkennen, dass in ihrem Unternehmen radikal neue Produkt- und Prozessideen, so genannte „Sprung-Innovationen“, gefördert würden. 2005 fiel das Urteil mit 87 Prozent noch härter aus.

Die Beschäftigungswirkung von Innovationen ist in den Unternehmen kaum ein Kriterium. Nur 20,4 % der befragten Aufsichtsräte lassen einen direkten Zusammenhang zwischen erfolgreichen Innovationen und Beschäftigungsanstieg im Unternehmen gelten. Im Vorjahr sahen nur 16,5 % Ansätze dafür, dass erfolgreiche Innovationen bewusst auf Beschäftigungssteigerung zielen.

Wie bereits 2005 fallen die Antworten zu einer innovations-förderlichen Unternehmenskultur – nach Ermutigung und Vertrauen, nach Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Kritikfreudigkeit auf allen Ebenen – eher negativ aus. 52,5 % der Befragten verneinen eine Vertrauenskultur, 43,9 % bemängeln Familienvereinbarkeit. Beide Indikatoren sind gegenüber 2005 noch deutlich gestiegen.

Während im Vorjahr mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) in der Belegschaft ihres Unternehmens Anzeichen extremer Erschöpfung (Burn-Out) bemerkten, wuchs diese Zahl bei der aktuellen Befragung auf alarmierende 61,7 %.

Im Vergleich

Die Befragung 2006 lässt in den Bereichen Technologien Organisation und Struktur sowie Lernen und Weiterbildung, teilweise bei Beschäftigung und Mitbestimmung sowie hinsichtlich der Unternehmenskultur direkte Vergleiche mit dem Vorjahres-Barometer zu.

Neben bereits hervorgehobenen Tendenzen sind weitere übergreifende Trends auszumachen. So ist eindeutig festzustellen, dass die innerbetriebliche Förderung von Innovationskompetenz vernachlässigt wird. Der Aussage, dass das Unternehmen die persönliche Motivation zu Neuerungen unterstütze, stimmten aktuell 10,4 % weniger Befragte zu als noch 2005.

Gleichbleibende Tendenz: Eine Beschäftigungswirkung von Innovationen wird tendenziell nicht erkannt. Hier wichen die Antworten 2006 nicht nennenswert vom Vorjahr ab.

Deutlich erhöht (plus 43,1 %) hat sich dagegen die Zahl derer, die bejahen, dass in ihren Unternehmen Innovationsprozesse über Zielgrößen wie wirtschaftlicher Erfolg, Kundenzufriedenheit etc. geführt werden.

Fazit: Das Klima wandeln

Das Barometer zeigt nach wie vor keine vorwiegend sonnigen Aussichten für beschäftigungssichernde bzw. -fördernde Innovationen.

Jedoch: Das Thema Innovation ist in den Betrieben stärker angekommen und über die laufenden inner- und überbetrieblichen Kommunikationsprozesse zum Thema sind vermutlich auch einige Einschätzungen näher an die Realität gerückt. Etliche Probleme ließen sich deutlicher diagnostizieren als noch vor einem Jahr.

Die aktuelle Erhebung ermöglicht es, die Debatte über innovationsförderliche Arbeitsgestaltung zu vertiefen und Handlungsempfehlungen für das Innovationsmanagement abzuleiten. Eine der dringlichen Aufgaben der Unternehmen ist es, ein Klima zu schaffen, das Stress abbaut, beschäftigungsfördernde Ideen ans Tageslicht holt und ihre praktische Umsetzung fördert.

Last not least bleibt anzumerken, dass das Innovationsbarometer auch im wissenschaftlichen und politischen Raum auf großes Interesse gestoßen ist, gibt es doch in Ergänzung zu anderen Ansätzen einen kleinen Einblick in die Gefühlslage zur Innovationsfähigkeit der Unternehmen.

Dr. Hans-Joachim Schulz
ver.di Bereichsleiter Innovations- und Technologiepolitik