

Presseinformation

Innovationsstudie

Junge Mitarbeiter fordern mehr Freiraum für Kreativität

- Für jeden dritten Berufseinsteiger ist der Handlungsspielraum für Innovationen maßgeblich – das sieht nur jeder zwanzigste Entscheider so
- Gutes Arbeitsklima bei Einsteigern ebenfalls wichtig
- Mehr Wertschätzung für ungewöhnliche Ideen wünschenswert

Wesel, 27. April 2015 – Manager und Berufsanfänger beurteilen sehr unterschiedlich, was die wichtigsten Treiber für Innovationen sind. 34 Prozent der Einsteiger wünschen sich mehr Freiräume für Mitarbeiter. Ein solch eindeutiges Top-Kriterium gibt es aus Sicht der Chefs nicht, Freiräume für Mitarbeiter halten nur 5 Prozent von ihnen für entscheidend. Zu diesen Ergebnissen kommt der branchenübergreifende „Industrie-Innovationsindex 2015“. Für die Studie hat das Forsa-Institut im Auftrag des Spezialchemiekonzerns ALTANA 250 Topentscheider sowie 250 Berufseinsteiger mit einer Berufserfahrung zwischen ein und fünf Jahren in deutschen Industrieunternehmen befragt.

Ein gutes Arbeitsklima ist aus Sicht der Berufseinsteiger der zweitwichtigste Faktor für Innovationen. 14 Prozent von ihnen nennen dies als entscheidendes Kriterium. Bei den berufserfahrenen Managern sind es nur zwei Prozent. Platz drei belegt bei den Berufseinsteigern mit zwölf Prozent der Faktor Zeit, beispielsweise für den Austausch mit Kollegen, um gemeinsam neue Ideen zu entwickeln. Diesen Bedarf sehen nur zwei Prozent der Manager.

Insgesamt fallen die Antworten der Manager auf die offene Frage nach den größten Innovationstreibern heterogen und weniger konkret aus. Die meistgenannten Faktoren bei ihnen sind mit jeweils acht Prozent das Schaffen und Vorleben einer Innovationskultur, die stärkere Motivation oder Einbindung der Mitarbeiter sowie die richtige Personalpolitik und -auswahl.

Unkonventionelle Ideen fördern, nicht ausbremsen

„Die Manager haben eher den Blick für das große Ganze, was auch so sein sollte“, sagt ALTANA Vorstandsvorsitzender Dr. Matthias L. Wolfgruber. „Wenn es aber darum geht, konkrete Maßnahmen abzuleiten, um Innovationskraft zu fördern, sollten sie ein offenes Ohr für die konkreten Ideen der Mitarbeiter haben.“ Wichtig ist dabei unter anderem, auch ungewöhnliche Vorschläge wertzuschätzen. Hierbei hat die Führungsriege der deutschen Industrie noch Potenzial: Bislang sagen 30 Prozent der Berufseinsteiger uneingeschränkt, dass sie diese Wertschätzung erhalten. 41 Prozent geben an, dass Ideen niemals von Vorgesetzten ausgebremst werden. „Kreative Vorschläge sollten immer honoriert werden“, sagt Wolfgruber. „Dabei muss es sich nicht immer um Volltreffer handeln, die sofort umgesetzt werden. Innovationskultur heißt, sich gedanklich auch mal bewusst auf vermeintliche Abwege zu begeben.“

Datum
27.04.2015

Seite
1/2

Ansprechpartner
Unternehmenskommunikation

Andrea Neumann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10300

Heike Dimkos
Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10302

Fax +49 281 670-10999
press@altana.com
www.altana.com/presse

ALTANA AG
Abelstraße 43
46483 Wesel
Deutschland
Tel +49 281 670-8
Fax +49 281 670-10999
info@altana.com

Presseinformation

Industrie-Innovationsindex 2015: Junge Mitarbeiter fordern mehr Freiraum für Kreativität

Ergebnisse einer Befragung unter 250 Topmanagern und 250 Berufseinsteigern aus deutschen Industrieunternehmen ab 250 Mitarbeitern*



Hintergrund zur Studie „Industrie-Innovationsindex 2015“

Ende 2014 führte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der ALTANA Gruppe 500 Telefoninterviews mit Vertretern aus Industrieunternehmen ab 250 Mitarbeitern durch. Es wurden 250 Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer und Bereichsleiter interviewt. Parallel dazu befragte Forsa 250 Berufseinsteiger aus Industrieunternehmen zwischen 18 und 35 Jahren mit einer Berufserfahrung von zwei bis fünf Jahren.

Diese Pressemitteilung und eine [druckfähige Grafik](#) finden Sie auch auf www.altana.com/presse

Über ALTANA:

ALTANA entwickelt und produziert hochwertige, innovative Produkte im Bereich Spezialchemie. ALTANA ist eine weltweit tätige Unternehmensgruppe mit Sitz in Wesel am Niederrhein mit einem internationalen Umsatzanteil von rund 86 %. Die vier Geschäftsbereiche von ALTANA, BYK Additives & Instruments, ECKART Effect Pigments, ELANTAS Electrical Insulation und ACTEGA Coatings & Sealants, nehmen in ihren Zielmärkten eine führende Position hinsichtlich Qualität, Produktlösungskompetenz, Innovation und Service ein.

ALTANA bietet innovative, umweltverträgliche Problemlösungen mit den dazu passenden Spezialprodukten für Lackhersteller, Lack- und Kunststoffverarbeiter, Druck- und Kosmetikindustrie sowie die Elektroindustrie an. Das Produktprogramm umfasst Additive, Speziallacke und -klebstoffe, Effektpigmente, Dichtungs- und Vergussmassen, Imprägniermittel sowie Prüf- und Messinstrumente. Die ALTANA Gruppe verfügt über 49 Produktionsstätten und über 50 Service- und Forschungslaborstandorte weltweit. Konzernweit arbeiten über 6.000 Mitarbeiter für den weltweiten Erfolg von ALTANA. Im Jahr 2014 erzielte ALTANA einen Umsatz von rund 2 Milliarden Euro. Mit einer im Branchenvergleich hohen Ertragskraft gehört ALTANA zu den innovativsten sowie wachstums- und ertragsstärksten Chemieunternehmen weltweit.

www.altana.de