MEDIA CONTACT
Xenia von Schröder
Tel: 069-71670 139
E-mail: xenia.vonschroeder@kornferry.com

Globale Korn-Ferry-Studie: Auto-Manager der Zukunft müssen schneller und gezielter Trends entdecken

- Befragung von 52 Top-Managern weltweit
- Strategische Wendigkeit, Innovationsbereitschaft und Handling von Unsicherheit wichtigste Kompetenzen von künftigen OEM-Chefs
- Über zwei Drittel der Befragten mit eigener Talent-Pipeline nicht zufrieden

---

Frankfurt am Main, 16. Juni 2015 Strategische Wendigkeit ist die wichtigste Kompetenz für künftige Spitzenmanager in der Automobilindustrie. Das sagen vier von fünf Mitgliedern des Top-Managements global agierender Automobilkonzerne. Auf Platz zwei und drei folgen die Fähigkeiten, eine Innovationskultur zu schaffen (74 Prozent) und der adäquate Umgang mit permanenter Unsicherheit (69 Prozent). Das ist das Ergebnis einer Untersuchung der Executive-Search- und Talent-Management-Beratung Korn Ferry, die mit 52 Führungskräften der ersten Ebene von Automobilherstellern weltweit persönliche Interviews durchgeführt hat.

„Langfristige Strategien haben sich in einer immer schneller verändernden Welt und der daraus folgenden Volatilität der Märkte heute überholt. Ganz besonders gilt das für die Automobilindustrie“, sagt Dr. Martin Stemmler, Senior Partner von Korn Ferry. Die immer stärkere Digitalisierung und Automatisierung des Autos, neue Antriebsarten, eine Entwicklung der Kaufbereitschaft vom Produkt Auto hin zum Service Mobilität, der Einstieg von IT-Firmen in den Automobilbau: Diese Entwicklung ist nur wenige Jahre alt, hat die Automobilindustrie aber bereits jetzt spürbar verändert. „Und jeden Tag kann noch etwas Neues passieren. Wer künftig einen Automobilhersteller führen will, der kann nicht einfach wie früher viele Jahre in die Zukunft planen. Zwar darf er seine Vision nicht aus den Augen verlieren. Er muss aber sehr schnell auf neue Entwicklungen und Ereignisse gezielt und entschlossen reagieren, um nicht wichtige Trends zu verpassen.“

Inspiration statt Direktive: Grenzen zwischen Intern und Extern in Projektteams verschwinden

Zwei Drittel der befragten Top-Manager sind sich darum einig, dass vor allem die Fähigkeit zur Inspiration anderer und die Einfühlen in andere Kulturen und Denkmuster zentrale Anforderungen an den Automobilmanager der Zukunft sind. Stemmler sagt: „Denn die geforderte Wendigkeit können Automobilhersteller nur dann einlösen, wenn sie andere, weniger hierarchische und stärker integrierende Arbeitsumgebungen schaffen. Manager müssen künftig Teams steuern, die nicht nur international, sondern auch in ihrer Arbeitskultur vollkommen verschieden sind: Da sitzen deutsche Ingenieure mit indischen IT-Experten, amerikanischen Management-Beratern, Experten von osteuropäischen Zulieferern und israelischen Tech-Start-Ups an einem Tisch. Die Grenzen zwischen intern und extern verschwimmen. Dieses Team gilt es für ein Ziel zu inspirieren, um es dann selbst den besten Weg zum Erfolg finden zu lassen. Da helfen keine Direktiven von oben, an die sich viele gar nicht verstehen oder an die sie sich nicht gebunden fühlen.“

Weitere wichtige Kompetenzen sind Mut (61 Prozent der Befragten gaben dies als zentrale Kompetenz für Führungskräfte in der Automobilindustrie an), Kreativität (60 Prozent), schnelles Lernen (53 Prozent), Einfallsreichtum (50 Prozent) und die Fähigkeit zu delegieren (40 Prozent). „Unsere Untersuchung verdeutlicht, dass wir einen Auto-Manager neuen Typus benötigen“, sagt Stemmler.

Konsequenz statt Show: Ohne Talent-Strategie droht Verlust der Wettbewerbsfähigkeit

Umso verwunderlicher ist, dass 68 Prozent der Befragten die eigene Talent-Pipeline für maximal durchschnittlich erachten. Fast die Hälfte (47 Prozent) ist sich nicht sicher, ob es dem eigenen Unternehmen gelingt, die richtigen Nachfolger zu identifizieren und aufzubauen. Dies mag auch damit zusammen hängen, dass nur ein Fünftel (24 Prozent) der Ansicht ist, dass sie über eine klar definierte Talent-Strategie verfügen, die mit den Gesamtstrategie und den daraus resultierenden Business-Zielen im Einklang ist. 15 Prozent verfügen über überhaupt keine Talent-Strategie. Weitere 24 Prozent haben sogar geantwortet, dass Personal- und Geschäftsstrategie häufig in Konflikt miteinander stehen.

Stemmler sagt: „Um in einer Zukunft des immer stärker werdenden Wettbewerbs und disruptiver Marktteilnehmer nicht nur bestehen, sondern auch weiterhin erfolgreich zu sein, es für Automobilhersteller unabdingbar, sich neuem Denken, neuen Ansätzen, eben neuen Menschen zu öffnen. Dazu reicht es aber nicht aus der Hüfte zu Schießen und den ein oder anderen Vorzeige-Digitalisierungschef zu installieren, sondern eine konsistente Personal- und Talent-Strategie aufzubauen und dieser mit aller Konsequenz umzusetzen.“

Über die Studie:
Korn Ferry hat persönliche Interviews mit 52 Top-Managern weltweit agierender Automobilkonzerne geführt, darunter unter anderem „CEO“, „President“, „Chairman“, „Vorstandsmitglied“, Corporate & Senior Vice President. Für nähere Informationen zur Studie kontaktieren Sie xenia.vonschroeder@kornferry.com

Über Korn Ferry
Korn Ferry (NYSE:KFY) ist eine global führende Beratung für Executive Search und Talent Management. Korn Ferry-Berater identifizieren, entwickeln, binden und rekrutieren Talente auf allen Hierarchieebenen für Konzerne und mittelständische Unternehmen seit 1969 – und das weltweit mit über 80 Niederlassungen in 40 Ländern. Schwerpunkte der Beratungstätigkeit sind Executive Search, Board Services, Leadership & Talent Consulting und Recruitment Process Outsourcing (Futurestep). Niederlassungen in Deutschland sind Frankfurt am Main, Düsseldorf und Hamburg.

www.kornferry.com