



Michaela Kreitmayer

Vertrauen in der Arbeitswelt der Zukunft

Warum ist Vertrauen in Leadership in der Arbeitswelt der Zukunft wichtig?

In unsicheren Zeiten sich wo anhalten und orientieren können: Gerade in herausfordernden Zeiten, so wie wir sie jetzt erleben, ist gelebte Führung wichtiger denn je. Menschen brauchen Orientierung und einen Sinn im Tun. Führungskräfte, die schon vor Remote- Führung mit Vertrauen geführt haben, waren klar im Vorteil. Die anderen mussten üben, Vertrauen virtuell aufzubauen. Homeoffice ist gekommen und wird in vielen Firmen Bestandteil bleiben. In der Zukunft werden wir eine Mischung aus Büro und Homeoffice haben. Der Ort, wo gearbeitet wird, wird eine untergeordnete Rolle spielen. Wichtig wird eher das „WIE“ sein – wie zusammengearbeitet wird. Und dabei spielt Vertrauen eine ganz wichtige Rolle. Vertrauen ist ein wesentliches Element der vorhandenen Unternehmenskultur. Mitarbeitende und Führungskräfte profitieren von einem spürbaren Vertrauen. Mitarbeitende trauen sich mehr zu, Entscheidungen können rascher getroffen werden, was sich wiederum auf die Effizienz und die Kosten auswirkt. In einem vertrauensvollen Umfeld sind die Menschen loyaler und handeln gerne in ihrem Entscheidungsspielraum. Vertrauen macht nicht nur Freude, es zahlt sich auch aus.

Worauf müssen in modernen Arbeitskulturen einerseits als Führungskräfte, andererseits als Mitarbeitende vertrauen können? Was bedeutet Vertrauen für die jungen Generationen in der Arbeitswelt (Gen Y, Gen Z)?

Vertrauen statt Verzetteln beim Kontrollieren: In modernen Arbeitskulturen wie Homeoffice, „Hoffice“ (einer Mischung aus Büro und Homeoffice) oder mobile working, ist es wichtig zu vertrauen, um als Führungskraft effizient zu bleiben und nicht im Micro-Kontrollmanagement unterzugehen. Egal an welchem Ort, wir dürfen darauf vertrauen, dass Menschen arbeiten und versuchen ihr Bestes zu geben. All jene, die einen Sinn in ihrem Tun sehen, werden ihren Teil beitragen, egal von welchem Ort. Wir dürfen auch darauf vertrauen, dass Selbstverantwortung ein Lernprozess ist und Menschen ihn gehen, wenn sie dazu eingeladen werden – sprich wenn man ihrer Lösungskompetenz vertraut. Vertrauen war früheren Generationen wichtig und ist es immer noch. In vielen Umfragen bei der Generation Y (geboren bis 1995) und Generation Z (geboren ab 1995) liegt der Wert Vertrauen nach wie vor unter den Top Werten. Vertrauen hat viel mit der eigenen Haltung zu tun, Sie wissen schon - sehe ich tendenziell das Glas eher halb voll oder halb leer. Vertrauen war früher wichtig und wird es auch künftig sein. Es kommt nur je nach Generation in unterschiedlichen Formen vor.

Welche Chancen sehen Sie für Unternehmen und Organisationen, in denen eine vertrauensbasierte Zusammenarbeit gut funktioniert?

Ohne Vertrauen ist kein authentisches Employer Branding möglich. Vertrauensaufbau in ein Unternehmen ist ein Prozess, der nicht von heute auf morgen funktioniert. Das Vertrauen ins Unternehmen gehört gepflegt und Schritt für Schritt aufgebaut. Mitarbeitende, potentielle Mitarbeitende und auch ehemalige Mitarbeitende – auf die übrigens gerne vergessen wird – sind Markenbotschafterinnen und Markenbotschafter des jeweiligen Unternehmens und sollten vertrauensvoll behandelt werden. Je klarer und ehrlicher man die Arbeitgebermarke nach außen kommuniziert, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich jene Menschen bewerben, die sich mit Ihrem Unternehmen und Ihren wichtigsten Werten identifizieren können. D. h. die Außenwelt sollte darauf vertrauen können, dass die Werte innen im Unternehmen tatsächlich so sind, wie sie außen erlebt werden. Ist das nicht der Fall, treibt das die Fluktuation und folglich das Misstrauen in die Höhe. Employer Branding entsteht durch das Image, durch erlebte Kontaktpunkte, durch Empfehlung und durch die eigene Wahrnehmung. Das Wichtigste dabei ist natürlich, dass die aufgebauten Bilder mit dem Erlebten zusammenpassen. Je nachdem welche Zielgruppe ich als Unternehmen ansprechen möchte, muss Employer Branding dort ansetzen, wo sich die jeweilige Zielgruppe befindet, beispielsweise in den sozialen Netzwerken.

© Hernstein Institut für Management und Leadership