

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Des Fehlers Lösung

So gestaltet sich die Fehlerkultur in Österreichs Unternehmen

Der Umgang mit Fehlern kann höchst unterschiedlich ausfallen – und ebenso individuell auch die Wirkung und Wahrnehmung solcher Missgeschicke. Wie sich die Fehlerkultur in heimischen Unternehmen gestaltet, untersuchte das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com und befragte dazu 1.000 ArbeitnehmerInnen in Österreich. Fazit: Drei Viertel der Befragten sind mit dem Umgang mit Fehlern in ihrem Arbeitsumfeld zufrieden. Bei einigen wird jedoch auch der Ruf nach Verbesserungspotenzial laut. Präsentiert wurde die Studie am 25. April 2019 im Rahmen des Vortrags „Das TOP GUN Prinzip“, bei dem der ehemalige Jetpilot Christian Rode erzählte, warum Fehler in der Welt eines echten TOP GUNs keinen Platz finden.

Fehler sind nicht nur im Alltag, sondern auch in Unternehmen nicht immer völlig vermeidbar – der Umgang mit Pannen und Missgeschicken kann ihre Folgen jedoch maßgeblich beeinflussen. Entscheidend ist hier für 95% der österreichischen ArbeitnehmerInnen das Verhalten der Führungskraft: Ihr wird eine große Vorbildwirkung für den Umgang mit Fehlern zugeschrieben. Dabei gelten vor allem eine sachliche Kommunikation für knapp 97% sowie die Wahrnehmung von Fehlern als Chance für Innovationen für über 9 von 10 der Befragten als wünschenswerte Aspekte.

Gelebte Fehlerkultur im Berufsalltag

Die tatsächlich in Unternehmen erfahrene und gelebte Fehlerkultur entspricht jedoch nicht immer den Idealvorstellungen der Arbeitnehmer. Jeweils mehr als ein Drittel der Befragten hat bereits erlebt, dass eine Führungskraft einen selbst verursachten Fehler auf einen Mitarbeiter geschoben hat. Ebenfalls 3 von 10 wurden schon einmal für die Panne eines Kollegen oder Vorgesetzten beschuldigt. Auch das Vertuschen von Fehlern wurde beobachtet. Knapp jeder vierte Befragte kann von dieser Erfahrung berichten – inklusive der schwerwiegenden Konsequenzen. Gut jeder Fünfte gibt zu, auch selbst schon einmal über einen eigenen Schnitzer geschwiegen zu haben.

Und dennoch: „Der Umgang mit der Fehlerkultur im eigenen Unternehmen wird vom Großteil der Arbeitnehmer positiv wahrgenommen. So etwa berichten 79% der Befragten, dass die Mitarbeiter zusammenhelfen, um negative Auswirkungen eines Fehlers gering zu halten“, beschreibt Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com, die Ergebnisse. Darüber hinaus erleben je zwei Drittel eine offene Diskussionskultur zwischen Mitarbeitern und Führungskräften und die gemeinsame Analyse von aufgetretenen Pannen. In zwei Drittel der Unternehmen würden die Führungskräfte außerdem zu den eigenen Fehlern stehen.

Sorgen um Konsequenzen

Fehler können teils gravierende Folgen für ein Unternehmen haben. So berichten die befragten Österreicherinnen und Österreicher, dass von ihnen verursachte Pannen in den letzten 12 Monaten den Zeitablauf eines Projekts verzögert (19,3%), Kunden verärgert (14,4%) oder den Betriebsablauf gestört (11,9%) haben. Jedoch scheinen Fehler in Unternehmen nicht an der Tagesordnung zu stehen. Knapp der Hälfte der Befragten ist im vergangenen Jahr kein einziger Fehler unterlaufen. Sollte doch ein Missgeschick passiert sein, möchten über 9 von 10 daraus lernen und dies in Zukunft vermeiden. Dabei können knapp 85% der Arbeitnehmer ihren Ausrutscher im Team offen ansprechen. Doch nicht alle Befragten nehmen die eigenen Fehler und ihre Folgen auf die leichte Schulter. Für viele sind derartige Vorfälle mit Sorgen und Bedenken verbunden. 6 von 10 befürchten persönliche Auswirkungen. Je knapp 3 von 10 haben Angst, Fehler vor Kollegen und Vorgesetzten zuzugeben sowie deren Anerkennung und Respekt oder gar den Job zu verlieren.

Fehlerkultur als Übungssache

Der Umgang mit einem Fauxpas mag auch gelernt sein. Maßnahmen, um die eigene Fehlerkultur zu verbessern, sucht man in 4 von 10 Unternehmen allerdings bisher vergeblich. Ein Drittel der Firmen setzt bereits Initiativen zu einem offeneren Gesprächsklima über Fehler und gut 18% bieten spezielle Trainings zum Umgang mit Fehlern für ihre Mitarbeiter an. In nur 15% der Unternehmen gibt es letzteres Angebot auch für Führungskräfte. Im Großen und Ganzen sind jedoch drei Viertel der Befragten mit dem Umgang mit Fehlern in ihrem eigenen Unternehmen zufrieden.

Baden, am 29. April 2019

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

l.eberhardsteiner@marketagent.com

tel.: +43 (0) 2252 - 909 009

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 03.04.2019 – 09.04.2019
- Sample-Größe: n = 1.578 | n = 1.000 Netto-Interviews in der Kernzielgruppe
- Kernzielgruppe: Arbeitnehmer im Alter zwischen 20 und 69 Jahren
- Quotensteuerung: Repräsentativ für die österreichische Bevölkerung, Random Selection
- Fragebogenlänge: 14 Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Corina Pfeifer, MSc

Über Marketagent.com

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein mehr als 1.400.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.