

# GEFRAGT SIND GENERALISTEN STATT NERDS

Die Digitalisierung prägt bereits die Arbeitswelt von Unternehmen. Ihr Anteil an der Arbeitszeit von Mitarbeitern ist deutlich angestiegen. Für die digitalen Themen setzen Unternehmen stärker auf Generalisten und Umsetzer statt auf kreative Köpfe und Nerds. Dies zeigt eine Studie von Hays und PAC auf, für die 290 Entscheider aus den Branchen Pharma, Automotive und Banken persönlich befragt wurden.

Je nach Branche zeigt sich ein unterschiedliches Bild. In der Automobilindustrie sind bei der Digitalisierung erfahrene Experten (55 %) statt Hochschulabsolventen (36 %) gefragt und deutlich mehr Generalisten (62 %) als Themenspezialisten (35 %). Zudem suchen Automobilunternehmen nicht die kreativen Köpfe (35 %), sondern umsetzungsorientierte Mitarbeiter (63 %).

Die Pharmaindustrie bevorzugt ebenfalls erfahrene Spezialisten (68 %), weit vor Absolventen (25 %). Auch diese Branche setzt klar auf Umsetzer (74 %) und lässt kreative Köpfe (23 %) eher außen vor.

Anders stellt sich das Bild bei Banken dar: Sie setzen stärker auf Absolventen (62 %) als auf erfahrene Experten (31 %). Aber auch diese Branche zieht Generalisten (85 %) Themenspezialisten (14 %) vor. Kreative Köpfe (47 %) und umsetzungsorientierte Mitarbeiter (49 %) sind bei Banken gleichermaßen gefragt.

Bereits heute verbringen die Mitarbeiter in der Hälfte der befragten Pharma- und Automobilunternehmen über 20 Prozent ihrer Arbeitszeit mit der Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen sowie mit der Digitalisierung von Prozessen. In jeder dritten Bank beschäftigen sich die Mitarbeiter zu über 30 Prozent ihrer Arbeitszeit mit digitalen Themen.

Diese Tendenz ist steigend: Fast 70 Prozent der befragten Pharmaentscheider gehen davon aus, dass die Arbeitszeit für digitale Themen weiter zunimmt. Damit rechnen auch 90 Prozent der befragten Bankenentscheider, die Hälfte sogar mit einem deutlichen Anstieg. Nur in der Automobilindustrie fällt die Einschätzung etwas geringer aus: Hier prognostizieren lediglich 60 Prozent eine Zunahme der Arbeitszeit für digitale Themen.

Um die Kompetenzen bei der Digitalisierung voranzutreiben, setzen alle drei Industrien auf strukturelle Maßnahmen. Während in der Pharmabranche die Förderung gemischter Teams (48 %) und der Ausbau von Projektarbeit (40 %) ganz oben stehen, setzt die Automobilindustrie vor allem auf eine bessere technische Ausstattung (47 %) und flachere Hierarchien (44 %). Bei Banken stehen der Ausbau der Projektarbeit (51 %) und eine bessere technische Ausstattung (35 %) im Vordergrund.



Für die Studien Pharma, Automotive und Banken im digitalen Wandel wurden im April und Mai 2016 108 Führungskräfte aus der Automobilbranche, 105 Führungskräfte aus Banken und 77 Führungskräfte aus der Pharmaindustrie per Telefon befragt. Schwerpunkte der Studien sind die Relevanz digitaler Themen, die Anforderungen an die Kompetenzen der Mitarbeiter und Strategien zur Deckung des Kompetenzbedarfs.

**Download der Studien: [www.hays.de/studien](http://www.hays.de/studien)**



Detaillierte Charts zu den wichtigsten Ergebnissen der Studien finden Sie auf [www.haysworld.de](http://www.haysworld.de)