



Das Kreativitätspotenzial der Deutschen

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung

im Auftrag der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland GmbH

Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg
Evelyn Kästner (M.A.)

Lehrstuhl Marketingmanagement
HHL – Leipzig Graduate School of Management

Studie zum Kreativitätspotenzial der Deutschen

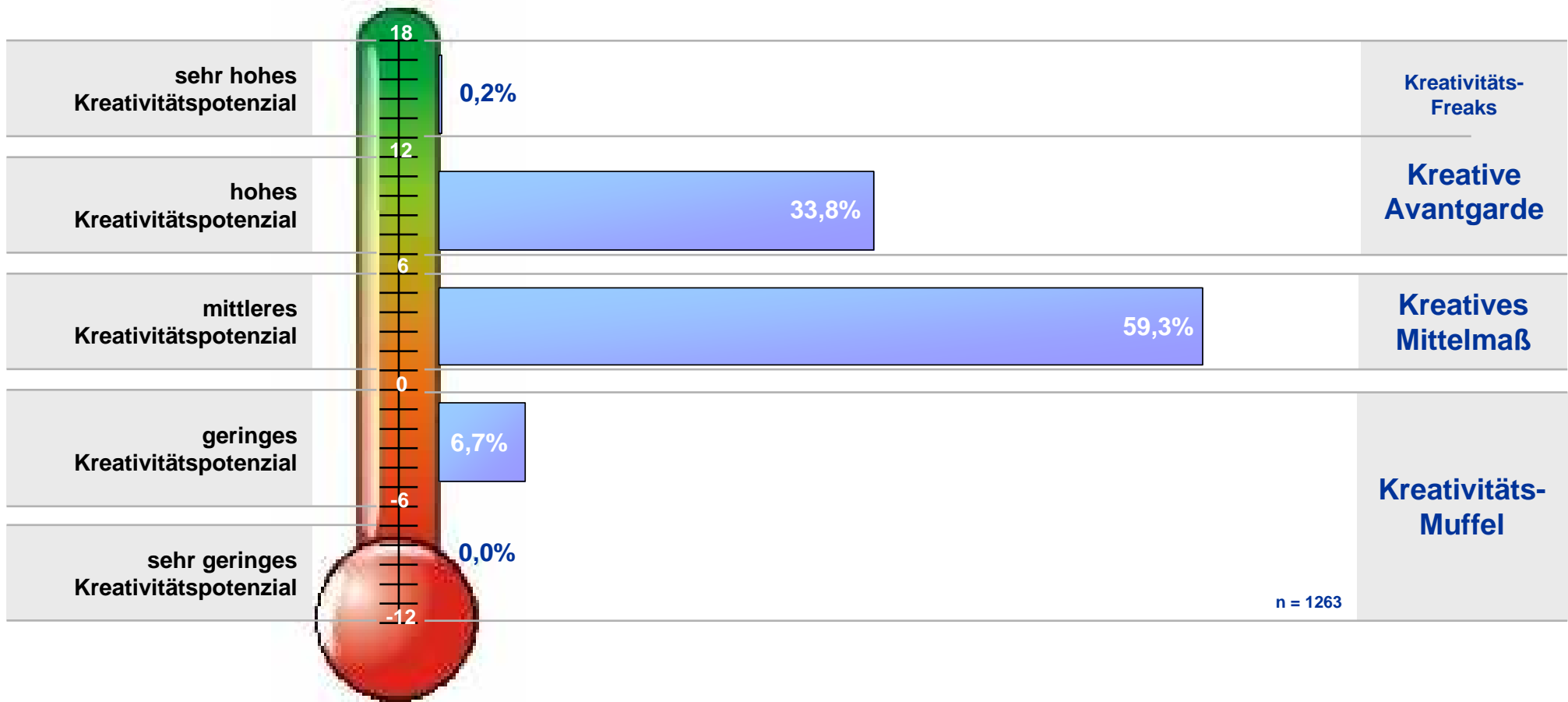
Zielsetzung:

- Erhebung des **Kreativitätspotenzials der deutschen Bevölkerung** (Ansatz auf Individualebene)
- Bildung von **Kreativitätstypen**
- Empfehlungen von **Ansätzen zur Ausschöpfung des Kreativitätspotenzials** von Arbeitnehmern

Design:

Zielgruppe	Potenzielle und aktuelle Arbeitnehmer, Beamte, Selbstständige in Deutschland
Stichprobe	1263 Befragte in Deutschland - repräsentativ ausgewählt -
Befragungsform	Telefonisch
Konzeption	Lehrstuhl Marketingmanagement der HHL – Leipzig Graduate School of Management in Kooperation mit der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland GmbH
Feldarbeit	TNS Infratest, Oktober-November 2007

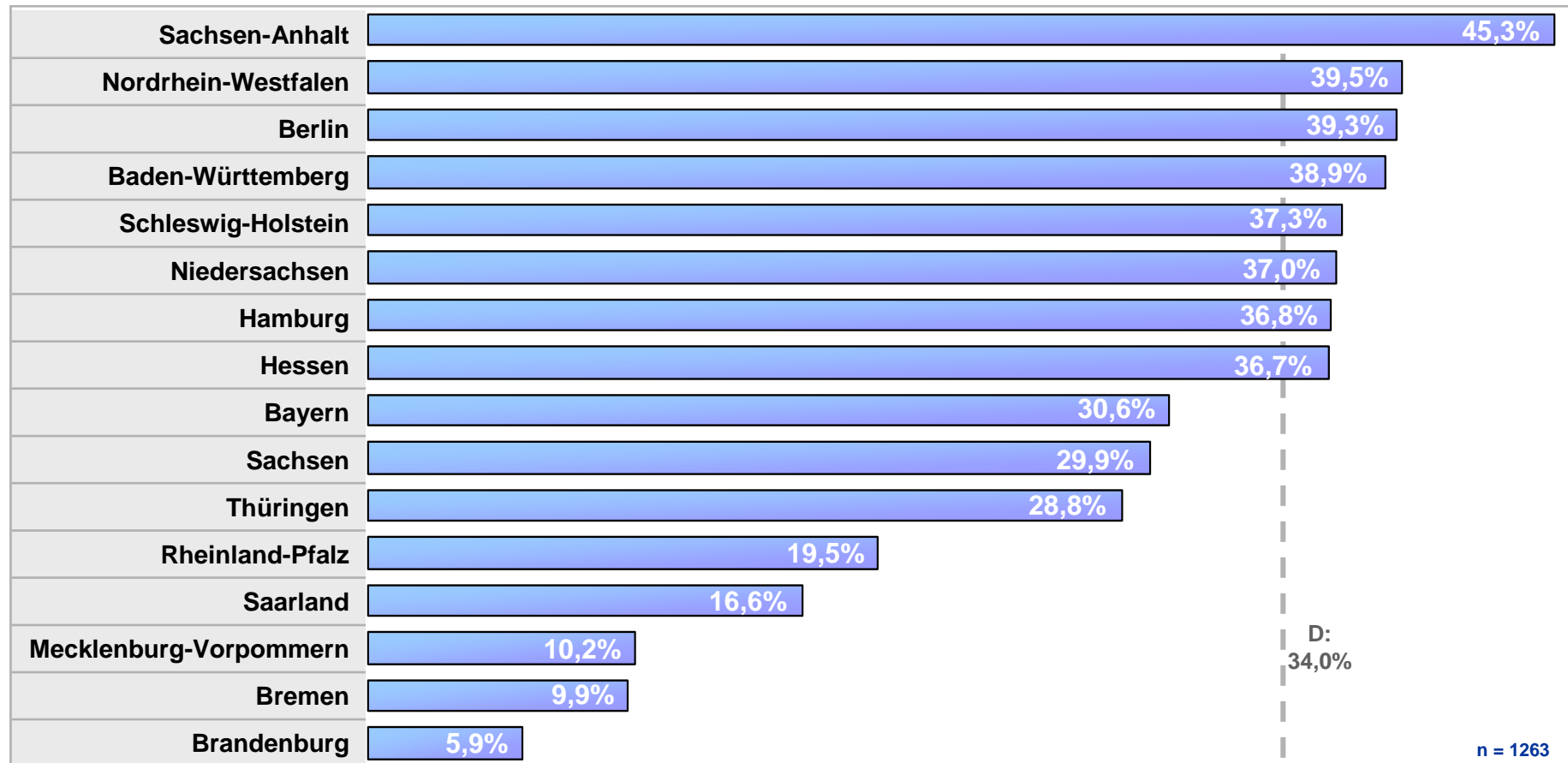
Kreativitätspotenzial: Bundesdurchschnitt



Basis: Kreativitätsindex von -12 (sehr geringes Kreativitätspotenzial) bis +18 (sehr hohes Kreativitätspotenzial)
Angaben in Prozent der Befragten in Deutschland

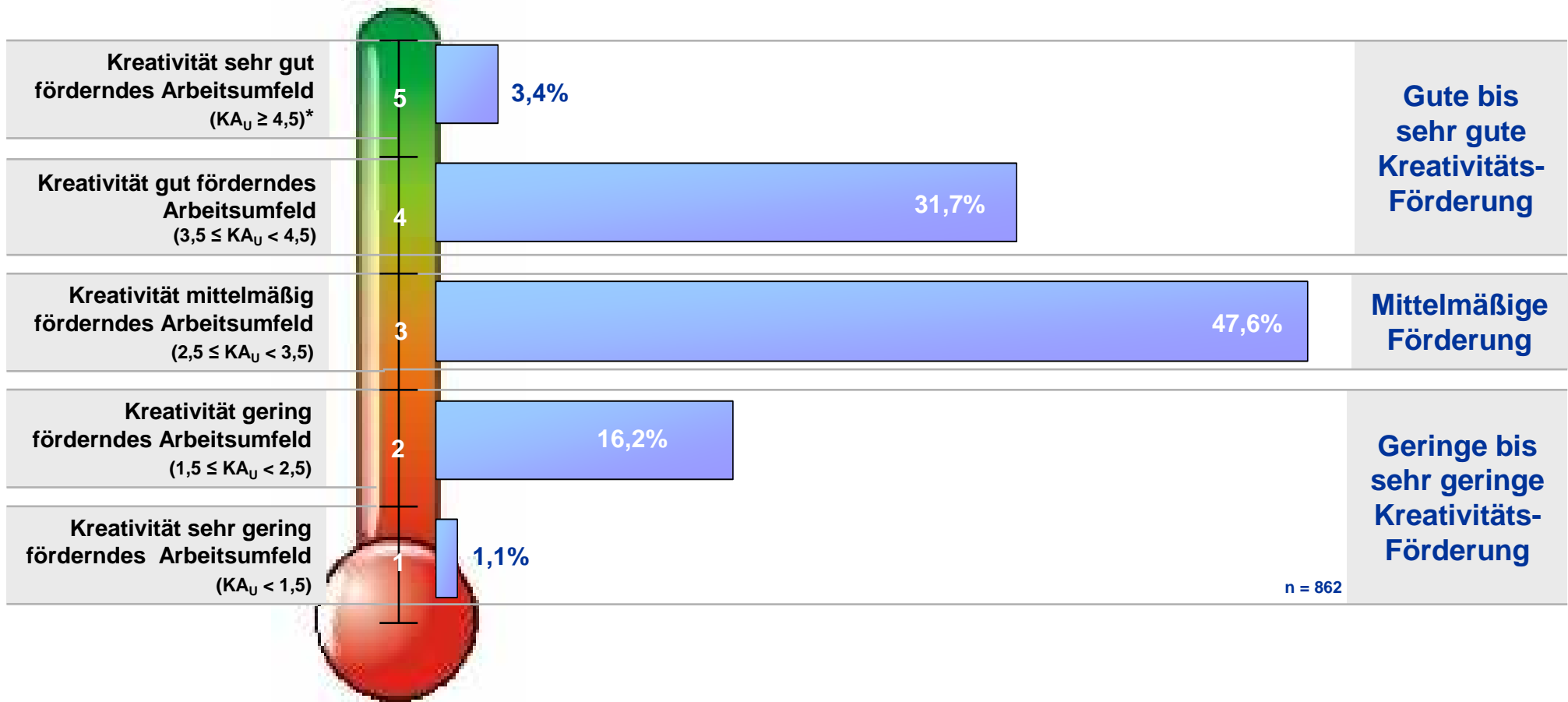
Kreativitätspotenzial: Länder-Ranking

Anteil der Kreativen Avantgarde



Häufigkeiten für „Kreative Avantgarde“ auf Kreativitätsindex ≥ 7 (hohes bis sehr hohes Kreativitätspotenzial) aller Befragten der Bundesländer

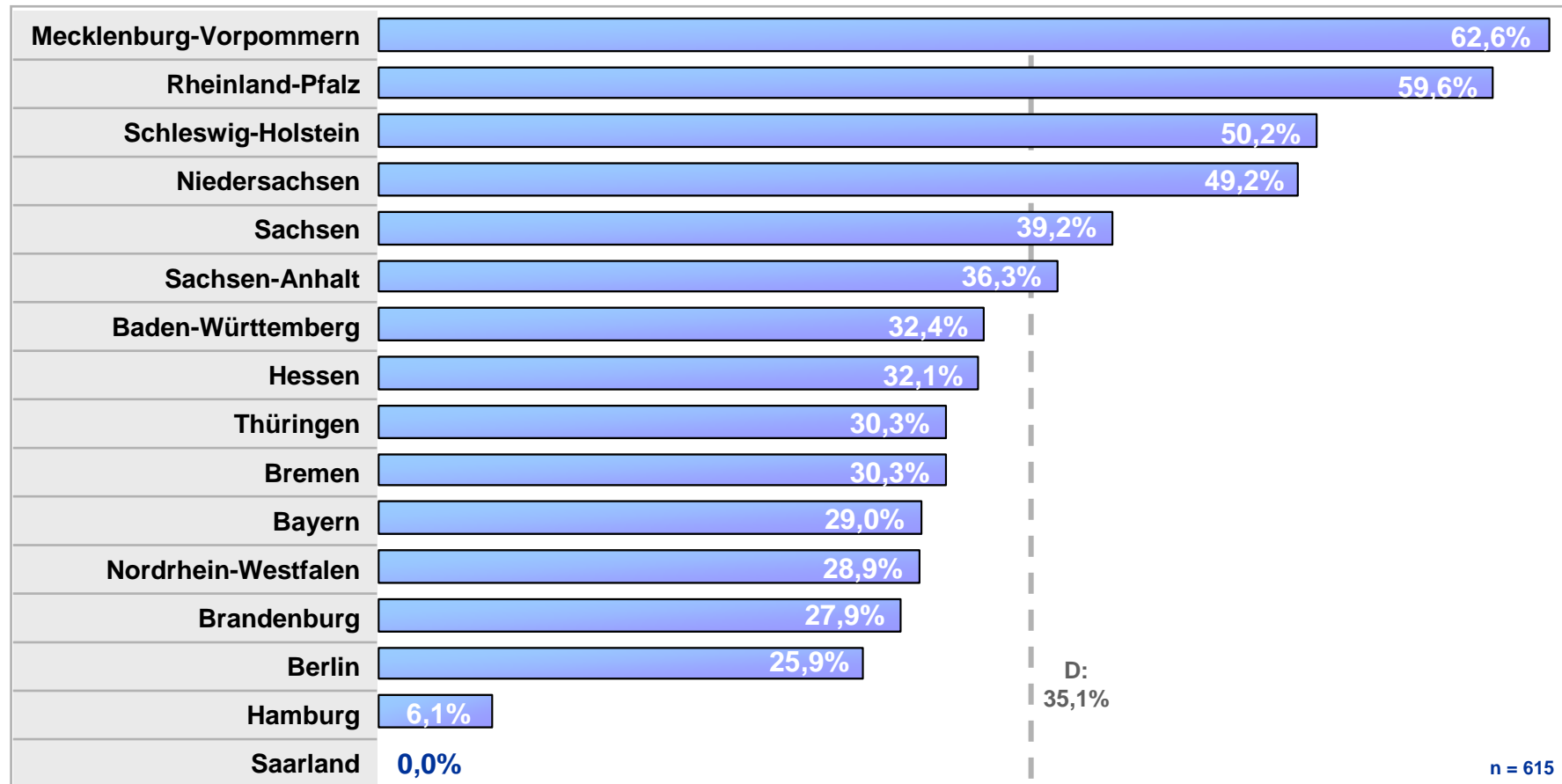
Kreativitätsförderndes Arbeitsumfeld: Bundesdurchschnitt



^{*} Basis der Arbeitsumfeld-Typen (KA_U): Durchschnittswert aller Einzelbewertungen des Arbeitsumfeldes auf einer Skala von 1 „stimme ganz und gar nicht zu“ bis 5 „stimme voll und ganz zu“
Angaben in Prozent aller befragten Arbeitnehmer in Deutschland

Kreativitätsförderndes Arbeitsumfeld: Länder-Ranking

Anteil des gut bis sehr gut kreativitätsfördernden Arbeitsumfeldes

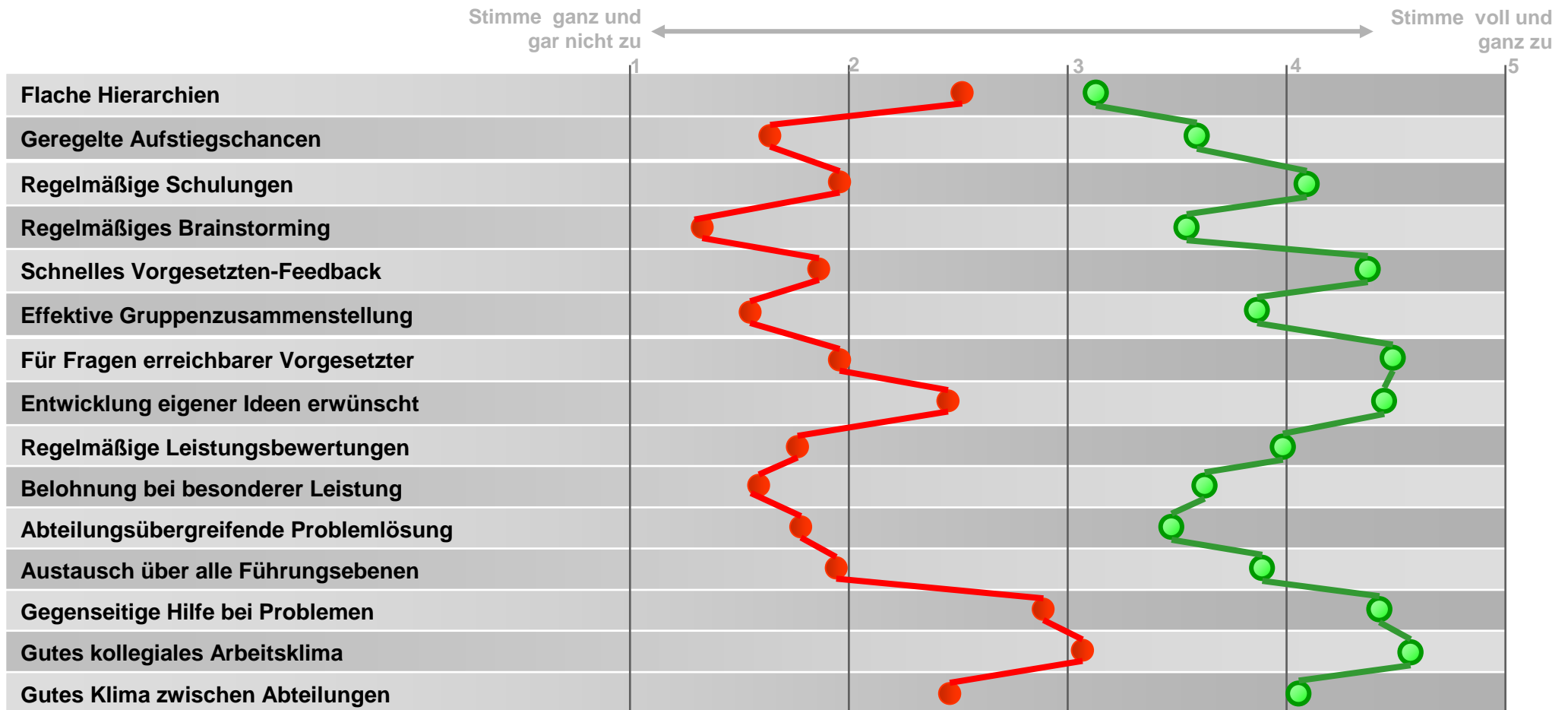


Basis der Arbeitsumfeld-Typen (KA_U): Durchschnittswert aller Einzelbewertungen des Arbeitsumfeldes auf einer Skala von 1 „stimme ganz und gar nicht zu“ bis 5 „stimme voll und ganz zu“

Häufigkeiten Top-2-Box auf einer Skala von „1 sehr gering Kreativität fördernd“ bis 5 „sehr gut Kreativität fördernd“

Erfolgsfaktoren eines kreativitätsfördernden Arbeitsumfelds

Wenn Sie an Ihr persönliches Arbeitsumfeld in Ihrem Unternehmen denken: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Bitte bewerten Sie diese auf einer Skala von „1 – stimme ganz und gar nicht zu“ bis „5 – stimme voll und ganz zu“.

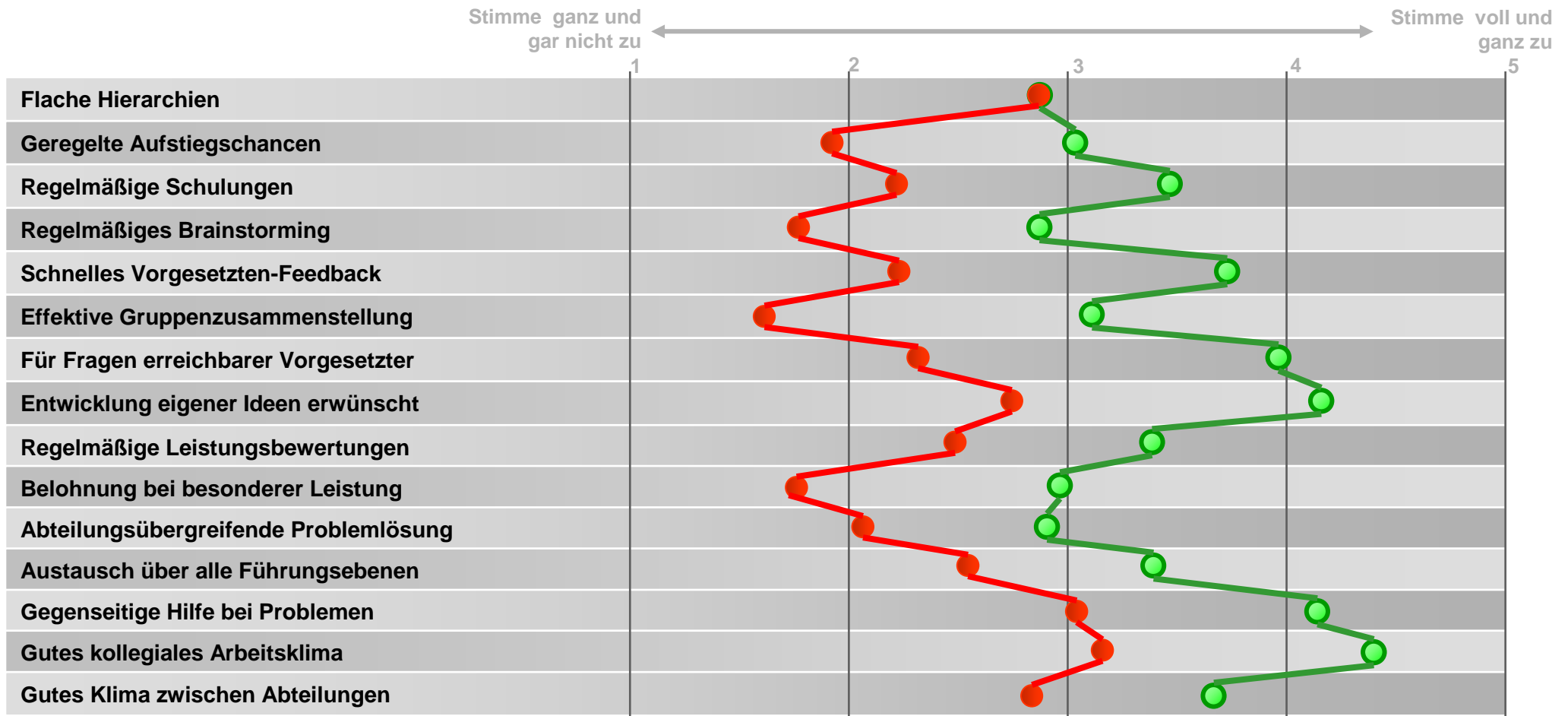


● Arbeitsumgebung gering fördernd ($KA_U < 2.5$)
 KA_U ergibt sich aus Durchschnittszustimmung zu Arbeitsumfeld-Items

● Arbeitsumgebung gut fördernd ($KA_U \geq 3.5$)
 KA_U ergibt sich aus Durchschnittszustimmung zu Arbeitsumfeld-Items

Kreativitätsförderndes Arbeitsumfeld erhöht die Zufriedenheit

Wenn Sie an Ihr persönliches Arbeitsumfeld in Ihrem Unternehmen denken: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Bitte bewerten Sie diese auf einer Skala von „1 – stimme ganz und gar nicht zu“ bis „5 – stimme voll und ganz zu“.



● Geringe Zufriedenheit im Arbeitsumfeld (< 2.5 auf Skala von 1 „ganz und gar nicht zufrieden“ bis 5 „voll und ganz zufrieden“)

● Hohe Zufriedenheit im Arbeitsumfeld (≥ 3.5 auf Skala von 1 „ganz und gar zufrieden“ bis 5 „voll und ganz zufrieden“)

6 Thesen

- 1 **Kreativitätspotenzial in Deutschland:
Das „Kreative Mittelmaß“ überwiegt!**
- 2 **Kreativitätspotenzial der Bundesländer im Vergleich:
Sachsen-Anhalt liegt vorn!**
- 3 **Förderung der Kreativität am Arbeitsplatz:
In Deutschland nur mäßig umgesetzt!**
- 4 **Förderung der Kreativität am Arbeitsplatz:
Im Nord-Osten am höchsten!**
- 5 **Eigenschaften einer kreativitätsfördernden Arbeitsumgebung:
Anreize schaffen und flexibel führen!**
- 6 **Kreativitätsfördernde Arbeitsumgebung erhöht Zufriedenheit!**