43 Prozent der Arbeitskräfte geben Unternehmen mit sozialem Engagement den Vorzug



Laut einer neuen Studie von Regus, dem Anbieter von flexiblen Arbeitsraumlösungen, spielt es für Beschäftigte überall auf der Welt eine große Rolle, dass ihr Arbeitgeber sich gemeinnützig engagiert und über eine CSR-Strategie zur sozialen Verantwortung verfügt. Die Teilnehmer an der Studie berichten, dass sie bei zwei vergleichbaren Job-Angeboten dem Arbeitgeber den Vorzug geben würden, dessen Unternehmen sich nachweislich gemeinnützig engagiert und der Gesellschaft etwas wiedergibt.

Für etwa die Hälfte (46 Prozent) der insgesamt rund 1.000 Befragten ist es wichtig, dass ihr Arbeitgeber gemeinnützig tätig ist. Die soziale Verantwortung des Unternehmens ist für viele sogar ein Entscheidungskriterium für die Auswahl des Arbeitsortes. Beachtliche 43 Prozent sagen, dass sie bei zwei vergleichbaren Job-Angeboten dem Arbeitgeber den Vorzug geben würden, der sich gesellschaftlich mehr engagiert. Unternehmen mit nachweislichem Engagement für die Gemeinschaft sind daher besser aufgestellt, um für Top-Arbeitskräfte attraktiv zu sein und diese zu halten.

Zentrale Ergebnisse der Studie

- Ein Drittel der Befragten möchte sich direkt in den Wohltätigkeitsprogrammen ihres Unternehmens engagieren.
- 28 Prozent wünschen sich bessere Informationen.
- 30 Prozent wissen CSR-Initiativen zu schätzen, aber für 18 Prozent sind die Informationen darüber unzureichend.
- Ein Viertel wünscht sich bessere Informationen über die gemeinnützigen Aktivitäten und CSR-Initiativen anderer Teams.
- Ein Drittel der Befragten sind der Auffassung, Unternehmen in ihrer Branche sollten sich mehr im Bereich CSR (26 Prozent) bzw. wohltätige Spenden (30 Prozent) engagieren.

Dazu ein Sprecher von Regus: ?Die Beschäftigten von heute sind nicht von Egoismus getrieben, wenn sie klar und deutlich zum Ausdruck bringen, dass sie lieber für ein Unternehmen mit nachweislich gutem sozialen Engagement tätig sind. Die Beteiligung an karitativen Projekten und Initiativen erzeugt das positive Image einer verantwortungsvollen Organisation und trägt darüber hinaus dazu bei, dass die Beschäftigten stolz auf ihren Arbeitgeber sind.?

?Unternehmen müssen diese Bereitschaft zum sozialen Engagement aufgreifen und sicherstellen, dass die Beschäftigten ihre gemeinnützigen Initiativen und CSR-Projekte kennen. Darüber hinaus müssen Arbeitskräfte die Möglichkeit erhalten, sich direkt zu beteiligen. Mitarbeiter, die über die philanthropischen Aktivitäten ihres Arbeitgebers informiert sind, spüren mehr Erfüllung und Motivation bei ihrer Arbeit. Außerdem bieten karitative Initiativen Management und Beschäftigten die Chance, gemeinsam für eine gute Sache zu arbeiten.?

Bildquelle: Presseservice Regus