Für kein Geld der Welt: Jeder Zweite würde nicht für Unternehmen arbeiten, die seine Werte nicht teilen



Geld allein macht nicht glücklich, auch das Arbeitsumfeld muss für Jobsuchende stimmen, wie eine neue Studie von LinkedIn* zeigt: Demnach ist es zwei von drei Arbeitnehmern (67 Prozent) wichtig, dass ihre persönlichen Werte mit denen ihres Arbeitgebers übereinstimmen. Und nicht nur das: Mehr als jeder Zweite (55 Prozent) würde sich nicht einmal bei einem Unternehmen bewerben, dessen Werte nicht mit den eigenen zusammenpassen - egal, wie hoch das gebotene Gehalt wäre. Das heißt, auch wenn das Gehalt - gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten - weiterhin eine hohe Priorität hat**, spielen andere Faktoren ebenfalls eine entscheidende Rolle.

Ganz ähnlich verhält es sich in anderen Ländern: Auch die Mehrheit der Berufstätigen in Großbritannien (67 Prozent), Frankreich (68 Prozent) oder den USA (87 Prozent) ist der Ansicht, dass ihre Werte mit denen ihres Arbeitgebers in Einklang stehen sollten. Arbeitnehmer - sowohl in Deutschland als auch international - legen dabei den größten Wert auf eine gute Work-Life-Balance, Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung sowie Vielfalt, Chancengleichheit und Inklusion (Diversity, Equity & Inclusion, DEI).

(Enttäuschte) Erwartungen: Unternehmenskultur auf dem Prüfstand]
Im Generationenvergleich stechen hier die Millennials hervor. Denn diese schreiben Werten am Arbeitsplatz die höchste Priorität zu - und nicht die Gen Z, wie man vielleicht vermuten würde. Wenn Millennials sich zum Beispiel beruflich verändern wollen, suchen fast zwei Drittel der Befragten dieser Generation (64 Prozent) gezielt nach Unternehmen, die ähnliche Werte vertreten und eine Kultur pflegen, die zu ihnen passt. Zum Vergleich: in der Gen Z gilt dies für 56 Prozent der Befragten, in der Gen X für 55 Prozent.

Doch genau das scheint oft eine große Herausforderung zu sein, denn die gelebte Realität sieht in Unternehmen nicht immer so aus wie erhofft. Bereits jeder Zweite (48 Prozent) hat schon mal einen Job angetreten, nur um enttäuscht festzustellen, dass dieser die entsprechenden Erwartungen nicht erfüllt. Bei einem Viertel von ihnen (26 Prozent) folgte daraufhin die Kündigung. Grundsätzlich können sich außerdem 78 Prozent vorstellen, zu einem Unternehmen zu wechseln, das besser zu ihren Werten passt, oder haben dies bereits getan. Umso wichtiger ist es daher, im Vorstellungsgespräch explizit Fragen zur Unternehmenskultur zu stellen.

Auch hier scheinen die Millennials konkrete Vorstellungen zu haben: Sie fühlen sich beispielsweise wohler dabei, nach Unterstützung für Eltern, Mental-Health-Richtlinien, Maßnahmen zur Burnout-Prävention oder auch nach Kommentaren auf Unternehmens-Bewertungsplattformen zu fragen, als Mitglieder anderer Generationen. Denn diese Themen sind dann ausschlaggebend bei der Entscheidung für oder gegen einen Arbeitgeber. Anders verhält es sich jedoch beim Thema Flexibilität: Hier fühlen sich Bewerber aller Generationen überwiegend selbstbewusst, Fragen nach der Flexibilität rund um die Arbeitsstunden zu stellen - ob in der Gen Z (58 Prozent), unter den Millennials (68 Prozent), der Gen X (67 Prozent) oder den Babyboomer (68

Prozent). Die Zahlen zeigen auch, dass entgegen dem gängigen Vorurteil nicht nur speziell die Gen Z ein hohes Maß an Flexibilität einfordert - dieser Anspruch gilt für alle Generationen.

Unternehmen brauchen einen klaren Wertekompass]
Es ist auch im Interesse der Arbeitgeber, Antworten auf solche Fragen parat zu haben, denn: der Arbeitsmarkt ist inzwischen ein Arbeitnehmermarkt. Das heißt, Unternehmen müssen sich klar positionieren, um neue Talente anzuziehen und bestehende Mitarbeiter halten zu können. So zeigt etwa die Analyse von LinkedIn Plattformdaten***, dass Stellenanzeigen deutscher Unternehmen, die ihre Kultur und damit verbundene Begriffe erwähnen, häufiger angeschaut werden. So sind die Ansichten bei diesen zwischen März 2021 und Februar 2023 1,63-mal stärker gewachsen als bei Stellenausschreibungen ohne solche Aussagen. Und die Anzahl der Bewerbungen auf diese Stellen ist im Vergleich sogar fast um das Doppelte (86 Prozent) gewachsen.

"Natürlich spielt das Gehalt bei der Jobsuche weiterhin eine wichtige Rolle, doch die Werte und Kultur eines Unternehmens gewinnen immer mehr an Bedeutung. Arbeitnehmer:innen möchten sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren können. Gleichzeitig gibt es Aspekte, bei denen sie keine Kompromisse eingehen wollen, etwa der Flexibilität. Hier gibt es keine Unterschiede zwischen den Generationen", erklärt Barbara Wittmann, Country Managerin und Senior Director Talent Solutions bei LinkedIn DACH. "Führungskräfte sollten deshalb einen Fokus darauf legen, wofür ihr Unternehmen steht und wie sie dies intern wie extern erfolgreich vermitteln. Kommen diese Botschaften an, dann profitieren sie von neuen Talenten, motivierten Mitarbeiter:innen und einer stärkeren Personalbindung - was auf dem angespannten Arbeitsmarkt von heute von großem Wert ist."

Um Arbeitnehmer bei der Suche nach Unternehmen, die ihre Werte teilen, zu unterstützen, hat LinkedIn den neuen Suchfilter "Commitment" eingeführt. Damit können Mitglieder Stellenanzeigen nach dem Engagement der Unternehmen in den Bereichen Work-Life-Balance, Vielfalt, Chancengleichheit und Inklusion, Umweltverträglichkeit, sozialer Einfluss und berufliche Fort- und Weiterbildungen filtern.

Zur Methodik

* Censuswide hat im Auftrag von LinkedIn zwischen dem 10. Februar und 29. März insgesamt 9.899 Arbeitnehmer in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, den USA und Brasilien zu der Bedeutung von Unternehmenswerten befragt. In Deutschland nahmen 2.024 Arbeitnehmer im Alter von 18 bis 76 Jahren an der Befragung teil. Censuswide ist Mitglied und beschäftigt Mitglieder der Market Research Society, die den ESOMAR-Grundsätzen folgt.

** Die Prioritäten der Kandidat:innen basieren auf der monatlichen Umfrage im Rahmen der LinkedIn Talent Drivers, bei der Mitglieder weltweit befragt werden. Die Ergebnisse dieser Befragungen werden im Talent Trends Report veröffentlicht: https://business.linkedin.com/de-de/talent-solutions/global-talent-trends#candidate-values

*** Darüber hinaus hat LinkedIn Stellenanzeigen zwischen März 2021 und Februar 2023 ausgewertet, die Begriffe wie "Kultur", "Wohlbefinden" oder "Flexibilität" beinhalteten. Die Ergebnisse wurden mit Stellenanzeigen aus demselben Zeitraum verglichen, die diese Begriffe nicht enthielten.