



SO TICKEN KANDIDAT*INNEN 2022

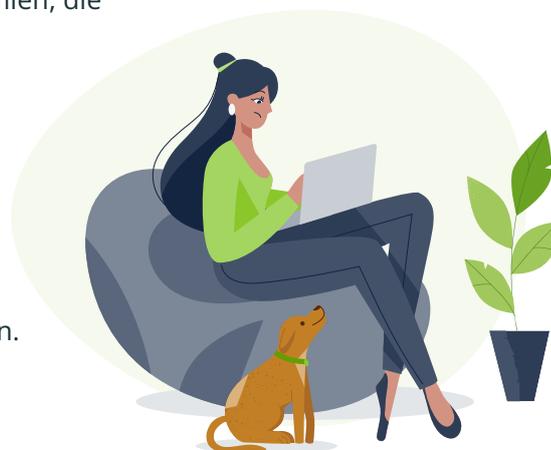
WHITEPAPER, TEIL 2

Werte werden unzureichend kommuniziert

- 46 Prozent der 810 Unternehmensvertreter*innen haben einen Verhaltenskodex für Mitarbeitende und externe Partner.
- Nur etwa ein Drittel kommuniziert die Werte auf der Karriereseite des Unternehmens.
- Gerade einmal ein Viertel vermittelt diese im Rahmen des Stelleninserats, obwohl Unternehmenswerte zu den relevantesten Infos zählen, die Jobsuchende vor einer Bewerbung einholen.

Misstände, die die Werte des Unternehmens gefährden

- Mangelnder Datenschutz und Betriebsgeheimnisse sind für 32 Prozent der Arbeitgeber problematisch.
- Jedes dritte Unternehmen berichtet von Interessenskonflikten.
- Ein Viertel der befragten Arbeitgeber verweist auf Probleme mit internem und externem Betrug.



Marketagent für karriere.at n=810; durch Rundung der Ergebnisse kommt es gelegentlich dazu, dass die Summe der Prozentzahlen von 100 Prozent abweicht.

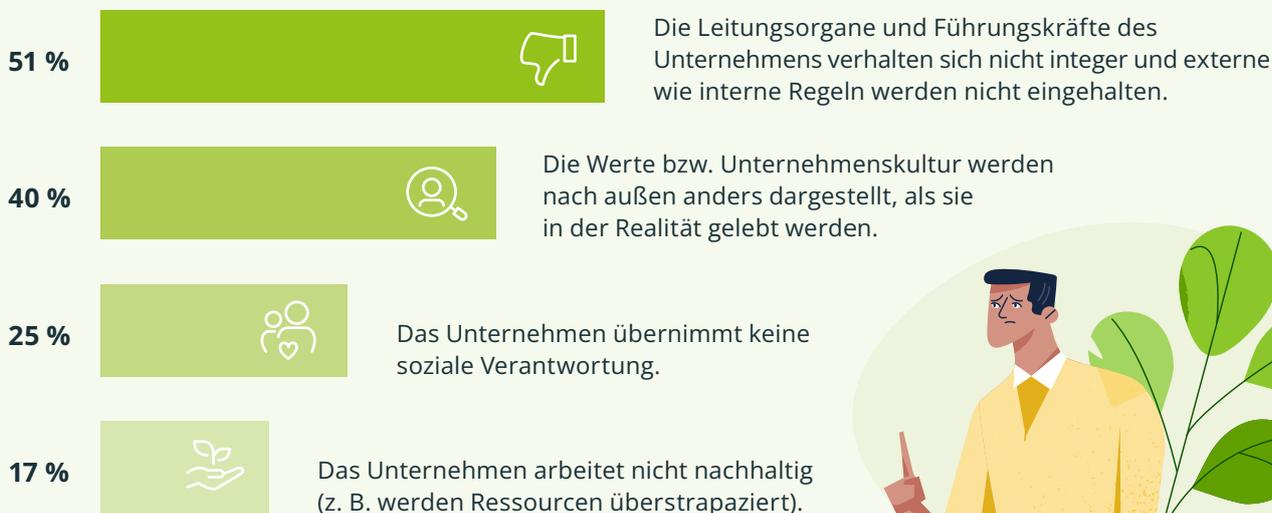


Werte, die Mitarbeitende von Unternehmen erwarten

- 88 Prozent der Arbeitnehmer*innen erwarten sich korrektes und integriertes Verhalten der Führungskräfte und der Unternehmensleitung.
- Mehr als drei Viertel wollen bei einem Unternehmen arbeiten, das klare, gelebte Werte sowie eine Unternehmenskultur hat, mit denen sie sich identifizieren können.
- Proaktive Maßnahmen im Hinblick auf integriertes Verhalten (76 Prozent), Nachhaltigkeit (61 Prozent) und zur Förderung von Frauen und Minderheiten (55 Prozent) sind bei Arbeitnehmer*innen ebenfalls ein Thema.

Gründe gegen eine Bewerbung

- Jede*r Zweite bewirbt sich nicht, wenn Leitungsorgane und Führungskräfte sich nicht integer verhalten und externe bzw. interne Regeln nicht einhalten.
- Werden die Werte und Unternehmenskultur nach außen anders dargestellt als sie in der Realität gelebt werden, ist das für 40 Prozent Grund genug, von einer Bewerbung abzusehen.
- Ein Viertel der Arbeitnehmer*innen schickt keine Bewerbung ab, wenn das Unternehmen keine soziale Verantwortung übernimmt.



Marketagent für karriere.at n=501; Basis: Kernzielgruppe; durch Rundung der Ergebnisse kommt es gelegentlich dazu, dass die Summe der Prozentzahlen von 100 Prozent abweicht.



Über die Studie

Im Juli 2022 hat karriere.at eine österreichweite, repräsentative Studie beim Online-Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent in Auftrag gegeben. Befragt wurden 501 Personen aus der Kernzielgruppe (Personen im Alter zwischen 18 und 60 Jahren, die freiberuflich tätig, unselbstständige Geschäftsführer/Manager, Angestellte, Beamte, (Fach-) Arbeiter*innen, Schüler*innen, Student*innen, Lehrlinge, Arbeitssuchende, in Karenz, Wehr- oder Zivildienstler oder auf sonstige Art berufstätig sind).