



25.11.2020 07:48 CET

Work-life Balance, Offenheit und Nachhaltigkeit – das hilft im „War for talents“

Es muss passen – Arbeits- und Privatleben im Einklang

Privat- und Berufsleben müssen zueinander passen – darauf legen immer mehr Menschen Wert. Was ist den Befragten hier besonders wichtig? Dazu sollten sie insgesamt fünf Aspekte in eine Reihenfolge bringen – angefangen mit dem wichtigsten bis hin zum unwichtigsten Aspekt.

Die meisten (73 Prozent) setzen flexible Arbeitszeiten auf die Plätze 1 und 2,

dahinter folgt mit 67 Prozent die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Vergleichsweise deutlich weniger Befragte (39 Prozent) setzen die Möglichkeit zum Home-Office auf einen der beiden vorderen Plätze. Für 14 Prozent gehört ein flexibler Arbeitsort, für 7 Prozent ein Betriebskindergarten auf den ersten oder zweiten Rang.

Flexible Arbeitszeiten sind dabei für Haushalte ohne Kinder (78 Prozent) besonders wichtig. Befragte mit Kindern im Haushalt ranken dagegen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf deutlich häufiger (81 Prozent) als Befragte aus Haushalten ohne Kinder (57 Prozent) auf die Plätze 1 und 2.

Offen, kooperativ und transparent – die Unternehmenskultur entscheidet mit

In Sachen Unternehmenskultur haben die Befragten eindeutige Präferenzen bei der Wahl ihres künftigen Arbeitgebers. Mehr als der Hälfte der Befragten (53 Prozent) wünscht sich eine kooperative Führungskultur, 48 Prozent finden eine offene und flexible Haltung/Denkweise und 42 Prozent eine transparente Kommunikation von Strategie und Unternehmenszielen besonders wichtig. 38 Prozent legen Wert auf Führung durch Übertragung von Verantwortung.

Jeweils rund ein Viertel der Befragten findet flache Hierarchien (27 Prozent), regelmäßige Mitarbeiterdialoge (26 Prozent) und die Möglichkeit, sich aktiv in die Unternehmensstrategie einzubringen (25 Prozent), besonders wichtig.

Gendergerechtes Verhalten dagegen finden vergleichsweise die wenigsten Befragten (15 Prozent) besonders wichtig. Frauen (21 Prozent) ist dieser Aspekt deutlich wichtiger als Männern (9 Prozent).

Glaubwürdig nachhaltig: ein wichtiger Aspekt

Für mehr als drei Viertel der Befragten sind soziales Engagement (79 Prozent) und Glaubwürdigkeit (77 Prozent) in Zusammenhang mit dem Nachhaltigkeitsmanagement des potentiellen neuen Arbeitgebers (sehr) wichtig. Insgesamt 73 Prozent halten ein transparentes und nachvollziehbares Angebot nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen für sehr wichtig (24 Prozent) oder eher wichtig (49 Prozent). Ähnlich (sehr) wichtig (72 Prozent) wird die Klimaneutralität (derzeit oder in absehbarer Zeit) eingeschätzt. 63 Prozent halten ein öffentliches Engagement für den

Klimaschutz ihres künftigen Arbeitgebers für (sehr) wichtig.

Über die Studie

Im Auftrag der Gothaer Versicherungen AG hat forsa Politik- und Sozialforschung GmbH eine Befragung zum Thema „bAV, bKV und Nachhaltigkeit“ durchgeführt. Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 1.002, nach einem systematischen Zufallsverfahren ausgewählte Bundesbürger zwischen 18 und 45 Jahren, die derzeit erwerbstätig oder arbeitssuchend sind, befragt. Die Befragung wurde vom 28. Oktober bis 3. November 2020 im Rahmen des online-repräsentativen Befragungspanels forsa.omninet durchgeführt. Die Untersuchungsergebnisse werden im nachfolgenden Ergebnisbericht vorgestellt.

Der Gothaer Konzern gehört mit 4,1 Millionen Mitgliedern und Beitragseinnahmen von 4,5 Milliarden Euro zu den großen deutschen Versicherungskonzernen und ist einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit in Deutschland. Angeboten werden alle Versicherungssparten. Dabei setzt die Gothaer auf qualitativ hochwertige persönliche Beratung der Kunden.

Kontaktpersonen



Dr. Klemens Surmann

Pressekontakt

Referent für Gesundheitsthemen, Renten- und Lebensversicherung, Social Media

Gothaer Krankenversicherung AG, Gothaer Lebensversicherung AG, Janitos

klemens.surmann@gothaer.de

+49 221 308-34543