
Pressemitteilung

Studie: Arbeitnehmer missbilligen „Purpose washing“ und schätzen mit Leben erfüllte, und nicht nur postulierte Werte

Linz, 13. April 2022.

Gelebte Werte und Führungsqualitäten zählen massiv in die MitarbeiterInnen-Zufriedenheit ein, bestätigt die „Purpose ready“-Studie, die beim 22butterfly Corporate Karisma Festival am 12. und 13. Mai in Linz erstmals breit vorgestellt wird. Fazit: So zu tun als ob, kann sich für Arbeitgeber als tückisch erweisen.

Motivation, Commitment und eine längerfristige Bindung von MitarbeiterInnen sind für Unternehmen in Zeiten zunehmenden Fachkräftemangels ein wesentliches strategisches Ziel geworden. Im Zuge der Diskussion, wie dieser Herausforderung wirksam und nachhaltig begegnet werden kann, taucht immer häufiger die Forderung nach „Purpose“ auf, nach mehr Sinnstiftung in der beruflichen Tätigkeit. Eine im Rahmen des 22butterfly Corporate Karisma Festival am 12. und 13. Mai in Linz erstmals breit vorgestellte Studie hinterfragt nun diesen Ansatz und beweist dabei relativ klar: Unternehmen mit schwacher Kultur haben schlechte Karten, wenn es darum geht, als ArbeitgeberIn attraktiv zu sein und zu bleiben. Im März 2022 befragte der Wiener Meinungsforscher und Recruiting-Experte Herbert Kling ([brandscore.at](https://www.brandscore.at)) für seine „Purpose ready“-Studie 1.000 MitarbeiterInnen unterschiedlicher Hierarchiestufen in österreichischen Unternehmen.

Ein erster Blick auf die Zahlen enthüllt durchaus Ernüchterndes: Rund 40 Prozent der unselbstständig Erwerbstätigen haben in den vergangenen sechs Monaten darüber nachgedacht, einen neuen Job zu suchen, 13 Prozent verschickten im gleichen Zeitraum

Bewerbungen und 5 Prozent haben sich komplett aus dem Rennen genommen: Sie sind zu frustriert, um sich überhaupt noch Chancen auf ein glücklicheres Arbeitsleben auszurechnen. „Das sind natürlich keine guten Nachrichten für Personalverantwortliche“, fasst Kling zusammen: „Mehr als die Hälfte aller MitarbeiterInnen empfindet gegenüber ihren ArbeitgeberInnen keine besondere Loyalität.“

Greifbares „Why“ schafft Bindung

Clustert man nun die Antworten, entsteht ein differenzierteres Bild: „Innerlich gekündigt“ und wechselwillig zeigen sich vor allem MitarbeiterInnen aus Unternehmen, die weder für Purpose noch für Führungsqualitäten stehen, und das – anders, als man annehmen könnte – weitgehend unabhängig von den jeweiligen Branchen. So steigt die Zufriedenheit nach Schulnoten signifikant (von 2,2 auf 1,7), wenn in einem Unternehmen Werte herausgeschält wurden und diese auch erkennbar gelebt werden. Das Studienergebnis beweist: Ein greifbares „Why“ schafft Bindung. Wobei das Postulieren eines „Why“ alleine nicht ausreicht – im Gegenteil: ArbeitgeberInnen, die Werte vor sich hertragen, ohne sie im Alltag zu beweisen oder mit Leben zu erfüllen, schneiden deutlich schlechter ab, als jene, die keine Werte formulieren, dafür aber mit Freiheiten oder anderen Benefits punkten können. „Wir sollten das als eindeutige Absage an ‚Purpose Washing‘ interpretieren“, so Kling: „Viele Menschen haben längst ein Gespür entwickelt, das sie warnt, wenn sie mit reinen Fassaden konfrontiert werden.“

Hingegen erweist sich der Faktor „Creative Leadership“ als maßgeblich für Motivation, Commitment und Bindung. Wird in einem Unternehmen ein kreativer Rahmen geschaffen und mutig genützt – bei gut ausgebildeter Fehlerkultur und Vorgesetzten, die dieses Miteinander überzeugt wie überzeugend mittragen – wächst die Zufriedenheit: und das massiv (konkret auf 1,8), auch ohne explizite Wertorientierung. Kommt Sinnstiftung hinzu, so steigt die Benotung auf noch höhere 1,3 und das gefürchtete Phänomen „Dienst nach Vorschrift“ schrumpft bis zur völligen Vernachlässigbarkeit.

Unternehmen ermutigen, ihre Kultur strategisch zu entwickeln

Unter dem Motto „Souly Side Up“ werden im Rahmen des Corporate Karisma Festivals mehr als 25 Programmpunkte rund um das spürbare Innenleben von Wirtschaftsbetrieben präsentiert. Das Corporate Karisma Festival am 12. und 13. Mai 2022 in der Eventlocation Posthof in Linz ist als inspirierender Reigen für ein aufblühendes Thema angelegt: Schließlich mausert sich Corporate Culture zum Wettbewerbsfaktor Nummer eins. Dabei stellt die MitarbeiterInnen-Bindung in Zeiten von New Work nur ein Pro dar. Ebenso wertvoll ist die Kultur für Agilität, Commitment, Innovationsfreude und Resilienz. Das Corporate Karisma Festivals mache es sich – so Ernst Demmel, Founder 22butterfly und Die Fakrikanten sowie Initiator des Corporate Karisma Festivals – zur Aufgabe, Unternehmenskultur zu verganzheitlichen: „Wir führen die Themen gesellschaftliche Verantwortung, Organisationsentwicklung, Kommunikation, Design und Kunst zusammen. Ziel der zweitägigen Corporate Karisma Festivals ist es, Unternehmen zu ermutigen, ihre Kultur strategisch zu entwickeln.“

Hier geht's zum Programm des Corporate Karisma Festivals: <https://22butterfly.com>.

ECKDATEN

22butterfly Corporate Karisma Festival

Beginn: 12. Mai 2022, 14 Uhr

Ende: 13. Mai 2022, 14 Uhr

Veranstalter: cucocu.com GmbH | www.cucocu.com

Ort: Posthof Linz | www.posthof.at

Tickets: www.22butterfly.com

RÜCKFRAGEHINWEIS

Ernst Demmel

cucoco.com GmbH

M: ernst@cucocu.com

T: +43 677 99028770

Herbert Kling

Brandscore.at

M: herbert.kling@brandscore.at

T: +43 650 3191839

BILDMATERIAL

Foto: Herbert Kling | © Brandscore.at

Foto: Wolfgang Preisinger | © Zoe Goldstein

Honorarfrei im Zuge der Berichterstattung. Weiteres Bildmaterial gerne auf Anfrage:

presse@22butterfly.com

WIR DANKEN UNSEREN PARTNER:INNEN

BRANDSCORE.AT

BUSINESSART

DIE FABRIKANTEN

rubicom
Agentur für Business-Entwicklungsprojekte

primeconcept⁺

identifire
IDENTIFICATION & ANALYSIS

DERSTANDARD

neuwaldegg

TRAINING
www.magistertaining.com

CEOS FOR
future

CULTURIZER

dwarfs
and
Giants
rewriting
the future of
organization

business
upper
austria

upper
austria

The Culture Institute

PROACTIVE

LINZ
TOURISMUS

LINZ
verändert

BEYOND
STORYTELLING
NETWORK