

## **Edelman Trust Barometer 2021 Special-Report: The Belief-Driven Employee**

Die Jahre 2020 und 2021 haben wie eine Triebfeder auf die Neuordnung und Verschiebung der Wertevorstellungen gewirkt. Die Pandemie, die „Infodemie“, die durch diese verstärkt wurde, Themen wie der systematische Rassismus oder der Klimawandel – kurz: die vielschichtigen gesellschaftlichen und politischen Herausforderungen der vergangenen Monate haben die Menschen veranlasst, Werte und Prioritäten zu überprüfen. Das betrifft auch die Arbeitswelt.

Die Ergebnisse des Edelman Trust Barometer 2021 Frühlings-Update: A World in Trauma im Mai zeigen zwar, dass die Befragten ihrem eigenen Arbeitgeber mehr vertrauen als allen anderen Institutionen (Regierung, Wirtschaft, Medien, NGOs), das bedeutet jedoch nicht, dass Mitarbeitende ihren Arbeitgeber nicht kritisch gegenüberstehen. Im Gegenteil, die Erwartungen an sie sind gestiegen und höhere Löhne allein nicht reichen nicht aus, um motivierte Mitarbeitende zu halten und neue Talente zu gewinnen. Dies zeigen die Ergebnisse des Edelman Trust Barometers 2021 Special Report: The Belief-Driven Employee – einer Befragung von 7.000 Angestellten in 7 Märkten.

### **Pandemie als Katalysator: Beziehung zwischen Mitarbeitenden und Arbeitgeber im Wandel**

- Mehr als die Hälfte der in Deutschland Befragten (53 %) glauben, dass Arbeitnehmer mehr Macht und Einfluss haben, wenn es darum geht, Veränderungen innerhalb eines Unternehmens herbeizuführen, als vor der Pandemie.
- In Bezug auf ihren eigenen Wert für den Arbeitgeber sagen 54 % der deutschen Befragten, dass sie diesen während der Pandemie gesteigert haben, indem sie mehr Arbeit und Verantwortung übernommen haben.
- Alarmierend zeigt sich im Gegenzug die Antwort auf die Frage nach dem Verhalten des Arbeitgebers zum Thema Burnout: 45 % der Befragten sagen, dass ihr Arbeitgeber Burnout nicht ernst nimmt und keine aktiven Schritte zur Prävention unternimmt. 24 % von ihnen gehen einen Schritt weiter – sie haben oder werden ihren Job in den nächsten 6 Monaten aufgrund dessen kündigen.

### **Wachsende Erwartungen: Werte und Überzeugungen bestimmen Wahl des Arbeitgebers**

- Dass sich Erwartungen verändert haben, die Mitarbeitende an ihren Arbeitgeber haben, zeigen folgenden Daten besonders eindrücklich. Befragt man die Mitarbeitenden, warum sie ihren Arbeitsplatz verlassen haben oder verlassen wollen, geben 55 % von ihnen hierzulande an, dass sie einen Arbeitsplatz wollen, der besser zu ihren Werten passt. 47 % suchen einen neuen Arbeitsplatz, der besser mit ihrem Lebensstil vereinbar ist und (nur) 23 % wechseln aufgrund besserer Entlohnung und Karriereöglichkeiten.
- Die Anforderungen an potenzielle Arbeitgeber sind insgesamt gestiegen: 69 % der deutschen Befragten sagen, dass sie höhere Erwartungen an einen potenziellen Arbeitgeber haben als noch vor 3 Jahren (+ 7 %pkt.).
- Bei der Wahl eines neuen Arbeitgebers sagt die Mehrheit der hierzulande Befragten, dass sie jetzt nach Werten entscheiden. So sagen 54 %, dass sie den Arbeitgeber auf der Grundlage ihrer Werte und Überzeugungen in Betracht ziehen, tatsächlich wählen, verlassen oder

meiden. So wollen sie unter anderem mit der Haltung eines Unternehmens zu sozialen Fragen übereingehen und für eine Organisation arbeiten, die auf ihre soziale Verantwortung stolz ist und nicht auf den Markterfolg. Ein weiterer Faktor kann dabei die Position eines Unternehmens bei kontroverseren Themen sein – bezieht ein Unternehmen Stellung, kann sich dies positiv auf die Wahl des Arbeitgebers auswirken.

- Für Arbeitgeber zeigt sich, dass die Vorteile die Risiken überwiegen, wenn sie zu gesellschaftlichen und politischen Themen Stellung beziehen. Im Gegenteil – dies zeigen dies umfangreichen Erwartungen, die an die Arbeitgeber gestellt werden: So sagen die global Befragten, dass sie weitaus eher bereit sind, für ein Unternehmen zu arbeiten, das sich öffentlich für Themen wie Zugang zur Gesundheitsversorgung (9,5x), Menschenrechte (9,5x), wirtschaftliche Ungleichheit (8,0x), Gleichstellung der Geschlechter (8,0x), Klimawandel (8,0x), COVID-Impfung (7,0x) und Rassismus (7,0x) einsetzt.
- Ein Risiko besteht sogar eher für Arbeitgeber, die keine Haltung zeigen: So geben 26 % der hierzulande Befragten an, dass sie ihren Arbeitgeber verlassen haben, nur weil er zu einem gesellschaftlichen oder politischen Thema geschwiegen hat, von dem geglaubt wurde, dass es die Pflicht war, es öffentlich anzusprechen. Besonders deutlich zeigt sich dies in der jüngeren Altersgruppe in Deutschland zwischen 18-34 Jahren (41 %; vgl. 35-54 Jahre: 25 %; 55+: 12 %), Deutsche mit einem hohen Einkommen (32 %; vgl. mittleres Einkommen: 26 %, geringes Einkommen: 18 %) und beim männlichen Geschlecht – sie liegen mit 34 % deutlich vor den Frauen (18 %).

#### **„Employee Activism“ als Chance: Mitarbeitende wollen ihr Unternehmen aktiv mitgestalten**

- Insgesamt sind die Mitarbeitenden jetzt ermutigt, den Wandel in ihren Unternehmen voranzutreiben. 42 % von ihnen hierzulande sagen, dass eine große Gruppe von Mitarbeitenden mit starkem Druck die Organisation dazu bringen kann, fast alles an sich selbst zu ändern.
- 72 Prozent der befragten deutschen Mitarbeitenden geben an, aktiv zu werden, um zu notwendigen Veränderungen in ihrer Organisation zu motivieren – 54 Prozent davon würden dies innerhalb ihrer Organisation versuchen. 33 Prozent von ihnen wären sogar bereit, wahrgenommene Missstände auch nach außen zu kommunizieren, um Veränderungen zu bewirken, zum Beispiel mit Hilfe von Dokumenten-Leaks oder Streiks.
- Es lohnt sich aber für Arbeitgeber, die Erwartungen der Mitarbeitenden zu erfüllen denn überzeugte Mitarbeitende empfehlen das Unternehmen als Arbeitgeber weiter (69 %, + 10 %pkt. im Vergleich zu nicht überzeugten).
- Darüber hinaus zeigen sich hierzulande überzeugte Mitarbeitende ihrem Arbeitgeber gegenüber loyaler und engagierter: 72 % der von ihnen beabsichtigt für mehrere Jahre für das Unternehmen zu arbeiten (+ 10 %pkt. im Vergleich zu nicht überzeugten) und 68 % setzen sich über die Erwartung hinweg für den Erfolg des Unternehmens ein (+ 12 %pkt. im Vergleich zu nicht überzeugten)
- Watch-Out: Während immer mehr Mitarbeitende hierzulande erwarten, dass ihre Arbeitgeber wertorientierter handeln und diejenigen nicht befördern, die den Unternehmenswerten nicht entsprechen (+12 %pkt. von Januar 2019 zu August 2021), bewerten sie die Realität, die

gelebten Werte ihres Unternehmens, als rückläufig (-2 Prozent von Januar 2019 zu August 2021). Dabei haben jüngere Mitarbeitende in Deutschland (18-34 Jahre) höhere Ansprüche als ältere Generationen.

**Zitate Christiane Schulz, CEO Edelman Deutschland:**

- „Mit der Pandemie hat sich ein Dreiklang entwickelt, den Arbeitgeber ausbalancieren müssen. Neben Gehalt und Karriere bilden nun Faktoren wie das Wohlbefinden der Arbeitnehmenden und die Verpflichtung des Arbeitgebers, sich für die gesellschaftlichen Herausforderungen einzusetzen, neue Schwerpunkte.“
- „Die Unternehmen müssen jetzt erkennen, dass ihre Mitarbeitenden zu den wichtigsten Stakeholdern gehören und sie viel mehr als nur Nebendarsteller:innen sind. Sie sind die Triebfeder und die wichtigsten Partner für die Zukunft eines Unternehmens.“
- „Wollen Unternehmen für ihre Mitarbeitenden auch in Zukunft attraktiv sein und neue Talente für sich begeistern, müssen sie im echten Leben weitaus mehr leisten, als nur zu reden. Sie müssen klar Haltung zeigen aber vor allem auch ihre Werte aktiv leben. Dies kann nur gelingen, wenn das gesamte Team einbezogen und abgeholt wird. Engagierte Mitarbeitende sind auf dem Weg zum Erfolg besonders wertvoll. Die Kommunikation ist die Spitze des Eisberges, die nur dann glaubhaft nach außen strahlen kann, wenn das Fundament von allen beteiligten loyal und vertrauensvoll getragen wird.“

**Pressekontakt**

Anna-Lena Schildt, Senior-PR & Marketingmanagerin Edelman Deutschland  
Tel.: +49 (0) 40 80 90 36 770, E-Mail: [Presse-DE@edelman.com](mailto:Presse-DE@edelman.com)