

TOO GETHR



THE FUTURE OF THE WORKPLACE

Wie der Arbeitsplatz der Zukunft aussieht

Die Rolle des Büros verändert sich langsam, aber sicher

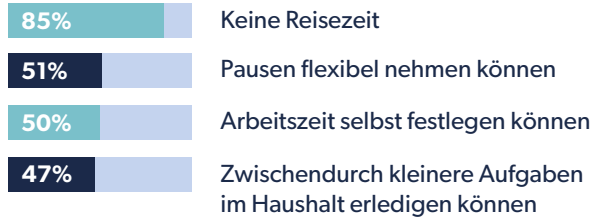
Von zu Hause aus zu arbeiten ist noch immer der Regelfall. Für die allermeisten Arbeitnehmer ist das Arbeitszimmer (oder ganz praktisch: der Küchentisch) seit knapp einem Jahr gelebter Büroalltag. Während das Arbeiten im Home-Office, dem einen nicht lange genug andauern kann, würde der andere nur zu gerne wieder ins Büro zurückkehren. Es wird davon ausgegangen, dass wir schon bald im Durchschnitt mehr Tage als noch vor der Corona-Pandemie, von zu Hause aus arbeiten werden (müssen). Doch wie wird sich dieser veränderte Arbeitsalltag auf die Funktion des klassischen Büros auswirken und wie ist unser Arbeitsumfeld künftig zu organisieren? Mit den aktuellen Erfahrungen im Hinterkopf, steht das Thema „Funktion des zukünftigen Arbeitsplatzes“ für viele Unternehmen ganz oben auf der Tagesordnung.

Die nachgewiesenen Vorteile des Arbeitens von zu Hause aus, die soziale Interaktion unter Kollegen und das Büro als Brennpunkt, scheinen die wichtigsten Faktoren für die Einrichtung des Büros der Zukunft zu sein. Wie erleben Unternehmen mit einer hohen Anzahl an Mitarbeitern diese Entwicklungen? Und welche Auswirkung hat diese Änderung auf Themen, wie Mobilität und Organisation? Die wichtigsten Ergebnisse und Schlussfolgerungen lesen Sie in diesem Whitepaper.

Arbeiten im Homeoffice



Als größte Vorteile der Arbeit im Homeoffice gelten



73% der Mitarbeiter arbeiten gerne von zu Hause aus.

14% der Mitarbeiter arbeiten nicht gerne von zu Hause aus.

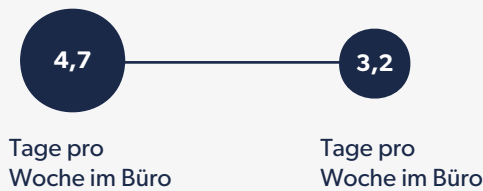
52% tun sich schwer mit der Vereinbarkeit zwischen Homeoffice und Kinderbetreuung.

* Frauen (31%) sind mit dem Homeoffice unzufriedener als Männer (21%).

Ins Büro gehen

Vor Corona

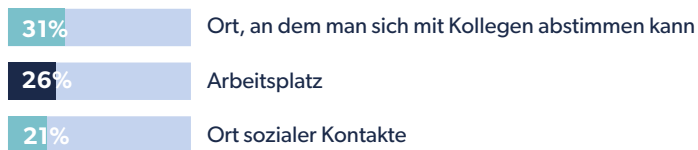
Seit Corona



Als großer Nachteil bei der Arbeit im Homeoffice wird der fehlende spontane Kontakt (63%) beziehungsweise die persönliche Abstimmung mit Kollegen oder Vorgesetzten (57%) erfahren.

Das Büro

Das Büro erfüllt für Mitarbeiter eine wichtige Funktion als

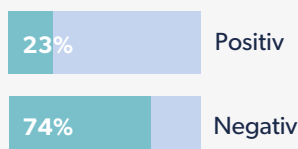


Von Seiten der Mitarbeiter gewünschte Vorkehrungen sind



Gemeinschaftsbüro

Interesse an einem geteilten Büro (Coworking) mit anderen Firmen



*Mitarbeiter < 40 Jahren sind einem geteilten Büro gegenüber positiver eingestellt (27%).

Strukturwandel oder zurück zu „normal“?

Die aktuelle Pandemie scheint den Prozess einer Neugestaltung des Arbeitsumfeldes in großen Unternehmen stark zu beschleunigen. Es wird verstärkt darüber nachgedacht, welche Aktivitäten noch für das Büro geeignet sind und welche Tätigkeiten besser von zu Hause aus erledigt werden können. Auch die Frage nach den Wohnpreisen spielt dabei eine wichtige Rolle, doch die Vorteile der Arbeit von zu Hause aus werden mehr denn je mit einer neuen, flexiblen Arbeitssituation verbunden sein. Ist dies der Beginn einer nachhaltigen Entwicklung oder wird bald alles wieder „normal“ sein? Zu wissen, wie Ihre Mitarbeiter die zukünftige Rolle eines Büros sehen, ist ein absolutes Muss für Ihren Strukturwandel. Im Auftrag von Toogethr interviewte die Blue Field Agency hunderte Büroangestellte großer deutscher Unternehmen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung geben eine klare Richtung vor, ebenso wie die Rückmeldungen, die wir aus dem Markt erhalten haben.

Sichtbare Vorteile bei der Arbeit von zu Hause aus

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Arbeit von zu Hause aus bei 73% der Befragten als gut bis sehr gut erfahren wird. Als Hauptgrund wird weniger Reisezeit genannt (85%). Die flexible Einteilung der eigenen (Arbeits-) Zeit (50%) sowie das zwischenzeitliche Erledigen von Aufgaben im eigenen Haushalt (47%) werden ebenfalls als wichtige Vorteile gesehen. Mehr Frauen als Männer (55% gegenüber 41%) geben an, dass sie es als positiv erfahren, zwischendurch etwas im Haushalt erledigen zu können. Auf die Frage, was sie an der Arbeit im Büro am meisten vermissen, nannten knapp zwei Drittel (63%) den fehlenden spontanen Kontakt zu Kollegen. Zudem bedauern mehr als die Hälfte (57%) der Befragten, dass kein persönlicher Austausch mit Kollegen oder Vorgesetzten durchgeführt wird.



Optimale Umsetzung der Arbeit von zu Hause aus gegenüber dem Büro

Die Erkenntnisse, die Unternehmen in dieser besonderen Zeit gewinnen, geben einer Umsetzung der Kombination aus Heimarbeit und Büroarbeit die nötige Substanz. Einige Unternehmen setzen sich bereits mit diesem Prozess auseinander, zum Beispiel Salesforce als eines der größten Softwareunternehmen weltweit. Robert Frank, Senior Director Employee Success, verantwortlich für die Märkte in Mittel- und Osteuropa, erklärt die Hintergründe. „Untersuchungen haben gezeigt, dass unsere Mitarbeiter unterschiedliche Bedürfnisse haben, wenn es um das Verhältnis von Heimarbeit zu Büroarbeit geht. Mit unserem Projekt “Work from Anywhere” definieren wir die Art und Weise, wie wir bei Salesforce arbeiten, völlig neu. Dabei achten wir auch darauf, unsere ganz oder teilweise von zu Hause aus, arbeitenden Mitarbeiter in jeder Hinsicht bestmöglich zu unterstützen, sodass jede Form des hybriden Austausches reibungslos verläuft.“

„Wir haben gerade unsere neue Initiative ‘Work from Anywhere’ gestartet und veröffentlicht. Darin befassen wir uns mit der Neudefinition des “wo” und “wie” wir in Zukunft arbeiten werden” - Robert Frank, SALESFORCE

Er betont auch, dass sich bei Salesforce eigentlich nicht viel ändern wird. „Der Austausch per Videokonferenz gehört für uns bereits zum Alltag, denn unsere Organisation ist bereits weitgehend darauf vorbereitet. Kein Störfaktor also, vielmehr geht es darum, Teamvereinbarungen zu optimieren und alles noch flexibler zu gestalten, als wir es ohnehin gewohnt waren.“



Von zu Hause aus arbeiten - das ist nicht immer und überall selbstverständlich

Obwohl davon ausgegangen wird, dass das Arbeiten von zu Hause aus für viele Unternehmen künftig noch stärker mit der eigenen Unternehmenskultur verbunden sein wird, gibt es auch bereits Unternehmen, die sich bewusst gegen diesen Trend entschieden haben. Zièd Bahrouni, CEO von Motius, beleuchtet die negativen Aspekte der Arbeit von zu Hause aus. „Ich glaube, dass intensiveres Arbeiten von zu Hause aus, für die psychische Gesundheit aller Menschen, nicht förderlich ist. Bei Motius gibt es nämlich auch immer Menschen, die aus dem Ausland kommen und ihre Familie oder Freunde nicht unmittelbar um sich haben. Erst im Büro schließen sie neue Freundschaften und bauen ihr soziales Leben aus. Wenn das jedoch auf der Strecke bleibt, bleibt nicht mehr viel übrig. Daher denke ich, dass viele Menschen auch gerne wieder ins Büro zurückkehren möchten. Viel mehr, als wir vielleicht zu denken wagen.“

„Für einen längeren Zeitraum von zu Hause aus zu arbeiten hatte negative Effekte auf die psychische Gesundheit aller. Dies unterstreicht gleichzeitig die besondere Funktion des Büros.“- Zièd Bahrouni, MOTIUS

Darüber hinaus vertritt Zièd Bahrouni die Meinung, dass zu viel Arbeit von zu Hause aus letztlich zu Lasten der Produktivität geht. „Wir haben die Situation genauer analysiert und sind zu dem Entschluss gekommen, dass wir zu Lasten der Produktivität durchschnittlich mehr Zeit in Besprechungen verbracht haben. Daher ist das Büro wichtig, um ein hohes Produktivitätsniveau aufrechterhalten zu können.“

Das Büro als Ort des Austausches

Vor der Corona-Pandemie gingen Arbeitnehmer durchschnittlich 4,7 Tage pro Woche ins Büro. Aktuell geben sie an, dass sie 3,2 Tage pro Woche im Büro bevorzugen würden, wenn die Corona-Maßnahmen einmal zurückgefahren sind. Dies steht im Zusammenhang mit der Tatsache, dass die Befragten das Büro eher als Ort für den Austausch mit Kollegen (31%) und weniger als Ort zum Arbeiten (26%) sehen. Mitarbeiter, die weniger als 5 km vom Büro entfernt wohnen, geben an, dass sie durchschnittlich 4 Tage pro Woche ins Büro kommen möchten.



Verstärkt über die Rolle des Büros nachdenken

Die Corona-Pandemie scheint die Sichtweise auf das eigene Arbeitsumfeld in vielen Unternehmen zu beschleunigen. Robert Frank bestätigt, dass dies auch bei Salesforce der Fall ist. „Wir möchten unsere Büros neugestalten. Wir verfügen schon über Flex-Arbeitsplätze, was bereits für 90% unserer Büros gilt. Wahrscheinlich werden wir auch die Anzahl der Arbeitsplätze reduzieren und durch neue Bereiche, eigens für einen intensiveren Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitern ersetzen. Wir tun dies, weil die Studie uns gezeigt hat, dass Mitarbeiter gerne ins Büro kommen. Nicht so sehr für die Arbeit, sondern vor allem der sozialen Kontakte und der Bindungen zu Kollegen wegen.“

„Wir wollen unsere Büros neugestalten, weil unsere Mitarbeiter so gerne ins Büro kommen. Zugegebener Weise nicht nur der Arbeit wegen, sondern auch für den sozialen Kontakt und die Bindung zu Kollegen.“ - Robert Frank, SALESFORCE

Zièd Bahrouni weist darauf hin, dass sich an der Innenausstattung von Motius nicht viel ändern wird. „Unsere Büroeinrichtung ist bereits voll und ganz auf Flexibilität ausgerichtet. Es gibt einen Arbeitsbereich für alle, die ins Büro kommen, aber sie sind dabei nicht an einen festen Platz gebunden. Wir sind im wahrsten Sinne des Wortes frei, und zwar im gesamten Büro und das passt auch gut zur fließenden Struktur unserer eigenen Organisation.“

Strukturwandel bei großen Unternehmen?

Mit den Erfahrungen des vergangenen Jahres im Hinterkopf ist er natürlich skeptisch, wenn er wieder vom nächsten Unternehmen hört, dass sie ihr Büro neugestalten werden. „Aktuell scheint es „in“ zu sein, zu verkünden, dass Büros eigentlich ganz anders eingerichtet werden müssten und dass die Arbeit von zu Hause aus zur Norm werden wird. Ich dagegen vermute, dass wir früher als uns vielleicht lieb ist wieder zu alten Verhaltensmustern zurückkehren werden.“

Eine Reihe praktischer Probleme sind dabei von entscheidender Bedeutung. „Ich denke gezielt darüber nach, wie einerseits ein Teil der Belegschaft organisiert werden kann, der zur Arbeit kommen möchte, und gleichzeitig ein anderer Teil nicht mehr in den Büroalltag integriert werden muss. Auch hinsichtlich der Bürogestaltung gibt es immer noch den vermeintlich einfachen Weg, einen Arbeitsplatz für jeden Mitarbeiter vorhalten, das heißt „reservieren“ zu wollen. Und das selbst dann, wenn die betreffende Person eigentlich von zu Hause aus arbeiten soll. Um im Büro dennoch alles richtig einrichten zu können, muss vorher klar sein, wer kommen wird. Das wiederum steht im klaren Gegensatz zum Wunsch nach Flexibilität.“

„Es ist ´in´ zu sagen, dass Büros überflüssig sind oder dass Büros anders eingerichtet werden, aber ich denke auch, dass wir schneller als gedacht in vielen Bereichen wieder zu alten Verhaltensmustern zurückkehren werden.“ - Zièd Bahrouni, MOTIUS

Weitere Wünsche und Bedürfnisse auf Arbeitnehmerseite

„Diese Studie zeigt, dass das klassische Büro, wie wir es kennen, nicht mehr zurückkommen wird“, sagt der Geschäftsführer von Toogethr Deutschland, Gregor Voigt. „Auch wenn die Corona-Maßnahmen bald zurückgefahren werden, das Arbeiten von zu Hause aus wird beliebt bleiben. Unternehmen können dieser Entwicklung jetzt einen Schritt voraus sein. Mitarbeiter möchten seltener ins Büro kommen und das erfordert eine neue Sichtweise auf das Thema Pendeln. Doch wenn sie erst einmal im Büro sind, haben sie unterschiedliche Wünsche und Bedürfnisse.“ Laut Voigt unterstreicht die Untersuchung die Bedeutung von Daten für die zukünftige Gestaltung des Arbeitsumfeldes. „Im Büro der Zukunft geht es mehr um Treffen und Austausch als um individuelles Arbeiten. Unternehmen sollten daher mehr Daten zu den Wünschen der Mitarbeiter erheben, um einen genauen Einblick in das zu erhalten, was sie vor Ort anbieten.“



Toogethr und der Arbeitsplatz der Zukunft

Die Ergebnisse dieser Studie sind als Anlass zu werten, auf Themen wie Mobilität und Parken erneut aufmerksam zu machen. Ein nachhaltiger Umgang mit dem künftigen Arbeitsumfeld kann sich auch in der Förderung des nachhaltigen Pendelns der Mitarbeiter niederschlagen.

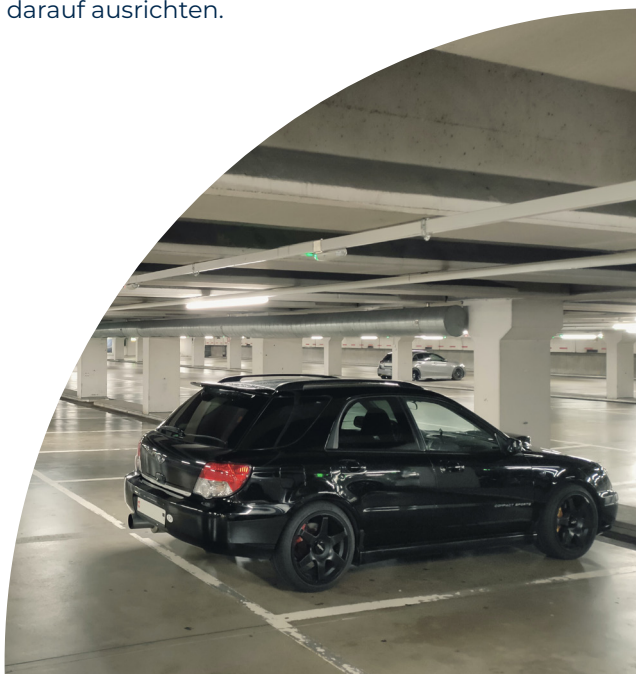
Raus aus dem Auto, rauf auf's Rad

Die Nutzung von Fahrrädern ist ein wichtiger Bestandteil der nachhaltigen Mobilität. Arbeitgeber haben daher die Aufgabe, ihre Mitarbeiter zu motivieren, öfter mit dem Fahrrad, statt mit dem Auto zu fahren. Mehr Kilometer mit dem Fahrrad bedeuten nicht nur fittere und gesündere Mitarbeiter, sondern Arbeitgeber können auch einen beträchtlichen Betrag an Fahrtkosten für ihre Mitarbeiter einsparen. Die smarte Mobilitätslösung von Toogethr macht das Radfahren attraktiv und unterstützt Unternehmen auf dem Weg zu mehr Vitalität und einem kostengünstigeren Pendeln.

Nachhaltigkeit und Zugänglichkeit

Flexible Arbeitszeiten und alternative Mobilitätsformen führen zu einer veränderten Parkplatzbelegung, die Möglichkeiten bietet, die vorhandenen Parkkapazitäten anders zu organisieren. Mit seinen intelligenten Mobilitäts- und Parklösungen hilft Toogethr Unternehmen, ihre Erreichbarkeit zu verbessern und ihre Nachhaltigkeitsziele zu realisieren.

Toogethr ist eine Mobilitätsplattform für Geschäftskunden, die auf neuste Mobilitätstrends fortlaufend reagiert. Um die richtigen Antworten auf wichtige Fragen zu Mobilität und Parken geben zu können, führt Toogethr regelmäßig Umfragen unter Mitarbeitern und Arbeitgebern von Unternehmen und Immobiliengesellschaften durch. Durch das Wissen, wie diese Unternehmen mit den Themen Mobilität, Parken und Nachhaltigkeit umgehen, kann Toogethr seine Lösungen darauf ausrichten.



Über die Studie

Die Studie wurde im Zeitraum vom 14. bis 18. Januar 2021 von der Blue Field Agency, im Auftrag von Toogethr, durchgeführt. Zur Zielgruppe der Studie gehörten Büroangestellte im Alter von 18 bis 65 Jahren, die in einem Unternehmen mit mindestens 100 Mitarbeitern arbeiten. Die Stichprobe ist repräsentativ nach Geschlecht, Alter, Bildungsniveau, Unternehmensgröße und Branche. Die Repräsentanz wurde durch Quotenstichproben und der Gewichtung der jeweiligen Ergebnisse erreicht. Als Stichprobenrahmen wurde ein Online-Panel verwendet. Insgesamt haben n = 501 Befragte den Online-Fragebogen ausgefüllt. Die Merkmale dieser Befragten sind:

- **Geschlecht:** Männlich 58%, Weiblich 42%
- **Alter:** 18 bis 29 Jahre 6%,
30 bis 39 Jahre 25%,
40 bis 49 Jahre 29%,
50 bis 64 Jahre 39%,
65 Jahre und älter 1%
- **Bildungsniveau:** Niedrig 7%,
Mittel 48%,
Hoch 44%
- **Sektor:** Öffentliche Verwaltung und
Non-Profit-Organisationen 19%
Industrie 16%
IT/Telekommunikation 11%
Banken/Versicherungen 11%
Transport/Logistik 7%
- **Firmengröße:** 100 bis 200 Mitarbeiter 15%
200 bis 500 Mitarbeiter 18%,
500 bis 999 Mitarbeiter 19%,
Über 1.000 Mitarbeiter 48%

Über Toogethr

Toogethr ist eine Mobilitätsplattform für Geschäftskunden, mit der das Pendeln zur beziehungsweise von der Arbeit einfacher, effizienter und nachhaltiger gestalten wird. Von Tag eins an nach der Gründung im Oktober 2016 hat Toogethr in den Niederlanden, Belgien und Deutschland eine wichtige Rolle im Bereich vollwertiger und nachhaltiger Mobilitätslösungen gespielt - einschließlich intelligenter Datentools in Sachen Mitfahrgelegenheiten und Fahrradnutzung für Mitarbeiter sowie intelligenter Parklösungen für Unternehmen. Das Unternehmen mit Sitz in Utrecht arbeitet für Organisationen wie Heineken, Siemens, Danone, Shell, Dow oder Schiphol.



Robert Frank, Salesforce

Robert Frank ist Senior Director Employee Success bei Salesforce. Er verantwortet die Märkte in Mittel- und Osteuropa.



Zièd Bahrouni, Motius

Zièd Bahrouni ist CEO von Motius. Er verantwortet Strategie, Operations und die Weiterentwicklung von Produkten außerhalb des Anwendungsbereichs sowie die Büros in Dubai, Stuttgart und München.



Für weitere Informationen

Gregor Voigt

gregor@together.com

+49 176 23104654

www.together.com