

STUDIE **TEIL 2**

ARBEITEN IN CORONA-ZEITEN

Eine repräsentative Verlaufsstudie von AVANTGARDE Experts zur Situation deutscher ArbeitnehmerInnen während und nach der Corona-Pandemie

INHALTSVERZEICHNIS

1. Prolog
2. Forschungsdesign
3. Executive Summary
4. Ergebnisse im Detail:
 - 4.1. Erfolgsfaktor Innovationen – Die Zeit zum Handeln ist jetzt
 - 4.2. Abschied von den Managern – Die Wirtschaft braucht Macher
 - 4.3. Schöne neue Arbeitswelt: einsam aber produktiv
 - 4.4. Homeoffice – Fluch oder Segen?
5. Fazit
6. Soziodemografische Daten

Die repräsentative Studie des Personaldienstleisters AVANTGARDE Experts über die Arbeitswelt in Deutschland während der Corona-Pandemie 2020 zeigt, wie sehr sich der berufliche Alltag der ArbeitnehmerInnen verändert und wie stark sie persönlich betroffen sind.

Methode: Die Erhebung wurde unter in Deutschland lebenden ArbeitnehmerInnen zwischen 18 und 69 Jahren durchgeführt (N = 1015), die während der Pandemie die Möglichkeit zu Homeoffice haben. Befragt wurden diese über ein aktiv und passiv rekrutierendes Online Access Panel durch Splendid Research in Hamburg im April und im Oktober 2020.

1. PROLOG

Es wäre schön, wenn wir an dieser Stelle bereits eine Art Bilanz ziehen könnten. Wenn wir schreiben könnten, die Corona-Krise sei nun glücklicherweise zu Ende und jetzt schauen wir mal, was sich in den Monaten seit unserer letzten Befragung getan hat und welche Auswirkungen diese schwierige Zeit auf unseren Arbeitsalltag hatte.

Das können wir leider nicht.

Denn die Krise dauert an. Mehr noch: Sie bestimmt nach einem einigermaßen als entspannt wahrgenommenen Sommer mehr denn je unser Leben und damit auch unsere Arbeitsrealität.

Normaler Büroalltag?

Face-to-face-Meetings? Betriebsfeiern? Immer noch zu großen Teilen undenkbar.

Beim Start der AVANTGARDE Experts-Verlaufsstudie im April 2020 war noch nicht absehbar, wie sich unser Leben mit und durch Covid-19 entwickeln würde. Die Ergebnisse aus der ersten repräsentativen Umfrage im Frühjahr waren spannend, unerwartet, zugleich Mut machend, aber auch ernüchternd ob der schnellen und intensiven Veränderungen unseres Alltags.

Im Rahmen dieser Verlaufsstudie wurden über 1.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zwischen 18 und 69 Jahren (davon 46 Prozent Akademiker) deutschlandweit nach ihrer derzeitigen Lage während der Corona-Pandemie befragt – und diese Ergebnisse denen vom Frühjahr gegenübergestellt.

Und eines wurde deutlich:

**WAREN DIE ERGEBNISSE DER ERSTEN BEFRAGUNG SCHON ÜBERRASCHEND,
SIND DIE AKTUELLEN ANTWORTEN NUN MEHR ALS VERBLÜFFEND.**

Lesen Sie, wie die Menschen in Deutschland mit den Pandemie-Herausforderungen mittlerweile umgehen und wie sich ihr Leben beruflich sowie privat verändert hat.

2. FORSCHUNGSDESIGN

In der Verlaufsstudie wird zu drei verschiedenen Zeitpunkten untersucht, wie sich die Corona-Krise auf das Leben und Arbeiten der Menschen in Deutschland auswirkt. Im April 2020 fand die erste Umfrage statt, im Oktober 2020 – zu Beginn der zweiten Welle – die zweite und in sechs Monaten wird die dritte und letzte Umfrage durchgeführt.

Zu allen drei Zeitpunkten werden dieselben Fragen an die Teilnehmergruppe gestellt, so dass ein direkter Vergleich über einen Zeitraum von zwölf Monaten ermöglicht wird. Einige Fragen können aus etwaigen aktuellen Gründen bei den jeweiligen Umfragen neu hinzukommen.

Neben Auswirkungen auf das Arbeitsleben werden auch Fragen zum persönlichen Befinden gestellt. Befragt werden ArbeitnehmerInnen, die während der Pandemie zumindest an einigen Tagen im Homeoffice arbeiten.

3. EXECUTIVE SUMMARY

Wer im April noch dachte, bei Corona handle es sich um ein kurzfristiges Krankheitsphänomen, das sich spätestens im Sommer wieder erledigt haben müsste, der wurde (leider) eines Besseren belehrt: Corona ist allgegenwärtig. Im Frühjahr 2020. Im Herbst 2020. Auch im nächsten Jahr – und möglicherweise darüber hinaus – wird unser Alltag von Inzidenzwerten, Infektionszahlen und Impfstoffen geprägt sein.

Corona hat uns gezeigt wie anfällig wir als Gesellschaft sind. Wie verwundbar. Aber auch wie flexibel und ideenreich – vor allem in beruflicher Hinsicht. Was vor einigen Monaten als viel beschriebenes Remote Work in größerem Umfang noch schier unmöglich schien, ist jetzt bereits State of the Art. Was im Frühjahr noch als sensationelle Neuerung gehypt wurde, ist mittlerweile das etablierte „New Normal“.

Die hier vorliegende Verlaufsstudie des Recruiting-Spezialisten AVANTGARDE Experts stellte die Veränderungen in der Arbeitswelt von der ersten Welle (Befragung im April 2020) den Ergebnissen von der zweiten Welle (Befragung Oktober 2020) gegenüber:

- Was genau hat sich im Leben der StudienteilnehmerInnen durch die **Corona-Einschränkungen** verändert? Und welche Unterschiede gibt es diesbezüglich zur ersten Welle?
- Welchen Stellenwert hat das Thema **Homeoffice** mittlerweile bei den Befragten? Gibt es Diskrepanzen zur letzten Befragung?
- Inwieweit sind die Menschen in Deutschland aufgrund der aktuellen Krise bereit in ihrem Leben etwas zu **verändern** – beruflich wie privat?
- Was sind in den Augen der Befragten jetzt die großen **Herausforderungen** für die Unternehmen und wie haben sich diese Aufgaben in den letzten Monaten gewandelt?

Folgende Ergebnisse ließen sich ermitteln:

- **Wechselkurs.** Die Menschen in Deutschland sind bereit für Veränderung. Über die Hälfte der Befragten wollen mittlerweile nach der Corona-Pandemie beruflich und/oder privat etwas ändern. „Wenn nicht jetzt, wann dann“, scheint der Slogan einer durch den Corona-Effekt geprägten, umbruchwilligen, mutigeren Gesellschaft zu sein.
- **Tatendrang.** Die StudienteilnehmerInnen sind des theoretischen Managergeredes müde und sehnen sich vermehrt nach Taten. Mehr als doppelt so viele Befragte wie im Frühjahr sehen inzwischen eine große Herausforderung darin, Innovationen zu schaffen.
- **Vereinsamung.** Neben allen Vorteilen, die die unfreiwillige Selbsteinkehr der letzten Monate mit sich gebracht hat, ist es das konstant gebliebene Einsamkeitsgefühl, das den StudienteilnehmerInnen zu schaffen macht: Sie sind im Homeoffice effizienter, arbeiten fokussierter, gestalten kreativer – konnten aber noch keine effiziente Strategie entwickeln, ihre Einsamkeit zu kompensieren.
- **Homeoffice.** Jede/r zweite ArbeitnehmerIn möchte gerne für immer im Homeoffice bleiben. Dass sich das Arbeiten von zu Hause mittlerweile großer Beliebtheit erfreut, ist nichts Neues. Aber das Ausmaß der Homeoffice-Popularität erstaunt doch sehr.

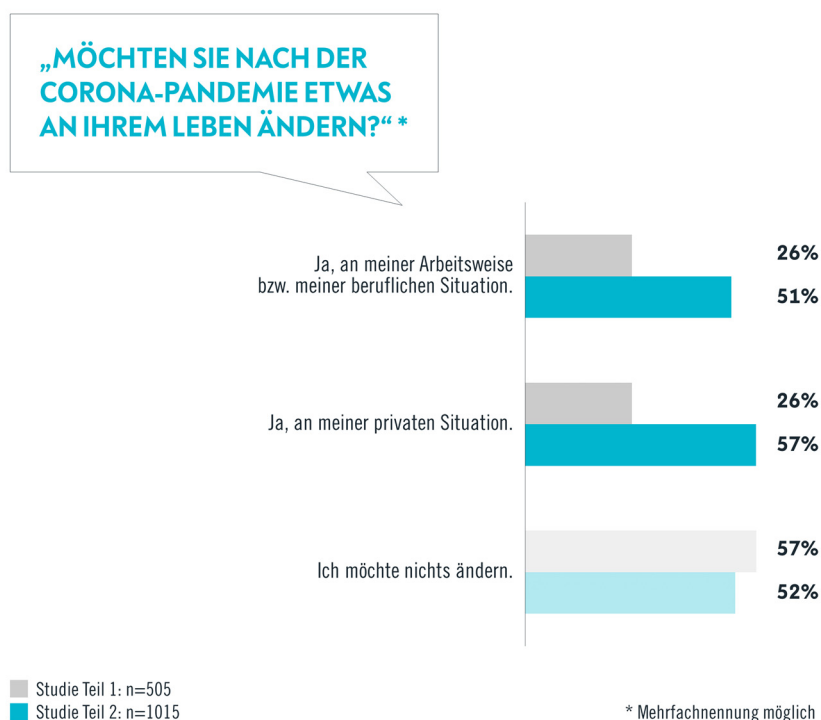
4. ERGEBNISSE IM DETAIL

4.1. ERFOLGSFAKTOR INNOVATIONEN – DIE ZEIT ZUM HANDELN IST JETZT

Die Corona-Pandemie hat uns in den letzten Monaten Dinge gelehrt, die wir vorher nie für möglich gehalten hätten. Wir begrüßen uns mit den Füßen. Wir waschen uns zig Mal am Tag die Hände. Die Vorstellung, jemals wieder fremden Menschen die Hand zu schütteln oder ohne Maske dicht an dicht in der U-Bahn zu stehen, ist im Moment für den Großteil der Bevölkerung völlig undenkbar. Wie einschneidend diese momentanen, aber vor allem auch die zukünftigen Veränderungen wirklich sein werden, macht die vorliegende AVANTGARDE Experts-Verlaufsstudie deutlich.

Auf die Frage, ob die TeilnehmerInnen nach der Corona-Pandemie etwas an ihrem Leben ändern möchten, antworteten im April gerade mal 26 Prozent, dass sie sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich Veränderungen vornehmen wollen. Im Herbst nun ein komplett anderes Bild: Jetzt sind es bereits 51 Prozent (beruflich) und 57 Prozent (privat), die in der Post-Corona-Ära unbedingt einen Change im Leben möchten.

INNERHALB VON GERADE MAL SECHS MONATEN HABEN ALSO DOPPELT SO VIELE MENSCHEN VOR, ETWAS IN IHREM LEBEN ZU ÄNDERN



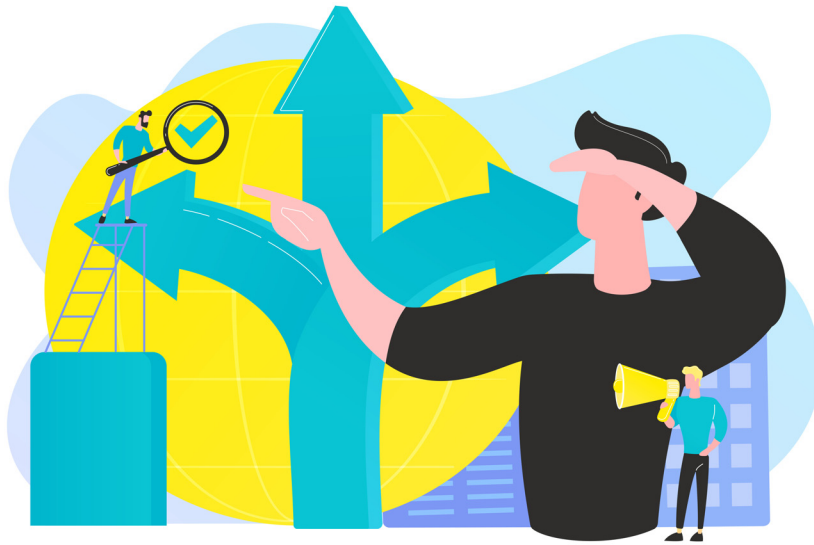
Denn was bedeutet dieser Anstieg an „Umbruch-Willigen“, die gerade jetzt offenbar bereit sind für einen entscheidenden Schritt nach vorn? In erster Linie doch, dass die Corona-Zeit die Menschen nicht zwingend verängstigt oder zögerlicher werden lässt, sondern ganz im Gegenteil: offenbar sogar sehr viel mutiger. „Wenn nicht jetzt, wann dann“, scheint der Slogan zu sein, den viele Deutsche für sich ausgesprochen haben.

Dabei gibt es geschlechterspezifisch kaum Unterschiede – Frauen und Männer sind ähnlich offen, was zukünftige Veränderungen in ihrem Leben angeht. In den verschiedenen Altersgruppen gibt es allerdings große Unterschiede zu beobachten: Während bei den 18- bis 59-Jährigen der Change-Wille im Beruflichen am prägnantesten ist, können die 60- bis 69-Jährigen der Veränderung im Job – möglicherweise bedingt durch die Nähe zum bevorstehenden Rentenalter – nicht mehr so viel abgewinnen (14 Prozent bzw. 7 Prozent).

Dafür will genau die Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen mit 93 Prozent (!) in der Post-Corona-Phase an der privaten Situation etwas ändern. Und diese enorme Mehrheit an Change-Enthusiasten hat mit Sicherheit nicht ausschließlich mit der bereits erwähnten bevorstehenden Rente zu tun, sondern mit einem viel größeren, komplexeren, alle Altersgruppen und Geschlechter umfassenden Corona-Effekt.

Diesem Effekt geht unter anderem auch Matthias Horx nach. Der bekannte Zukunftsforscher ist der Überzeugung, dass die Pandemie unser Leben nachhaltig verändern wird. Corona hat uns im Alltag zu vielen ungewohnten Dingen gezwungen, „die wir dann aber vielleicht sogar ganz interessant fanden.“ Zum Beispiel feiert das gemeinsame Kochen in vielen Familien derzeit eine regelrechte Renaissance. Horx nennt diese Art der erst einmal unfreiwilligen Neuausrichtung „Erfahrung der Selbstbegegnung“ und die Erkenntnis, „dass vieles, von dem man glaubte, unbedingt haben zu müssen, eigentlich gar nicht so attraktiv ist.“¹

Die Krise hat viele zur Einkehr, zur Reflexion, zum Umdenken, zur Beschäftigung mit dem Elementaren gezwungen – in Ermangelung an ablenkenden Alternativen, aber auch schlicht und einfach, weil eine Krise das sinnsuchende Moment schon per se in sich trägt. Was ist wirklich wichtig in meinem Leben? Wo liegen meine Prioritäten – beruflich, aber auch privat? Was will ich noch erreichen? Und: War das schon alles? Die eigenen Werte zu überdenken oder auch neu auszurichten – diesen positiven Effekt einer Krise scheinen die Befragten der Studie ganz deutlich zu spüren.



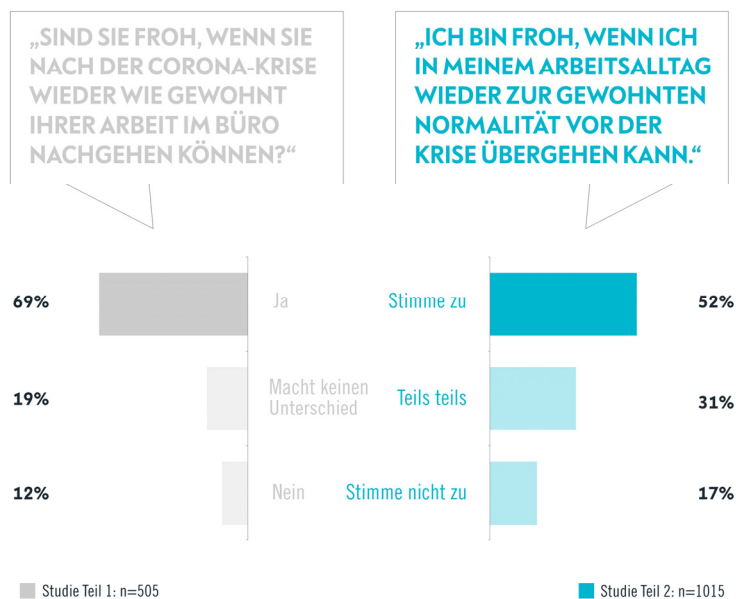
Für über die Hälfte aller Befragten beginnt also nach der Pandemie eine Zeit der Veränderung, der Transformation, die bereits jetzt ihren Anfang genommen hat. Diese mutige und zugleich auch ermutigende Entwicklung der letzten Monate kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Denn das heißt ja nichts weniger, als dass die Deutschen ein (Selbst-)Vertrauen entwickelt haben, welches man unter diesen Gegebenheiten nicht unbedingt erwarten konnte.

¹ o. V.: Trendforscher Horx: Manche Veränderungen durch Corona werden bleiben. In: dpa, 14.06.2020

Denn: Man hätte durchaus annehmen können, dass die Menschen in diesen schwierigen Zeiten vorsichtiger, zaghafter agieren, lieber alles beim Alten belassen oder zumindest in ihre bewährten Schemata zurück wollen. Offenbar ist das Gegenteil der Fall: Die StudienteilnehmerInnen möchten sich mehr denn je beweisen. Zeigen, was in ihnen steckt. Ihrem Leben einen Sinn oder eine neue Richtung geben und aufbrechen in eine positive Zeit.

Ein weiterer Vergleich zweier Studienfragen belegt genau diesen Trend auf beruflicher Ebene. Waren es während der ersten Welle noch knapp 70 Prozent, die sich auf ihren Büroalltag nach der Krise gefreut haben, sind es aktuell nahezu 20 Prozent weniger, die sich wieder zu ihren gewohnten Strukturen zurücksehnen.

Das bedeutet: Die Menschen in Deutschland sind offen für Neues. Ja, mehr noch: Immer mehr ArbeitnehmerInnen freuen sich über das Abstreifen der beruflichen Zwangsjacke mit seinen anachronistischen 9-to-5-Regeln und sehnen den Aufbruch zu neuen Ufern herbei.



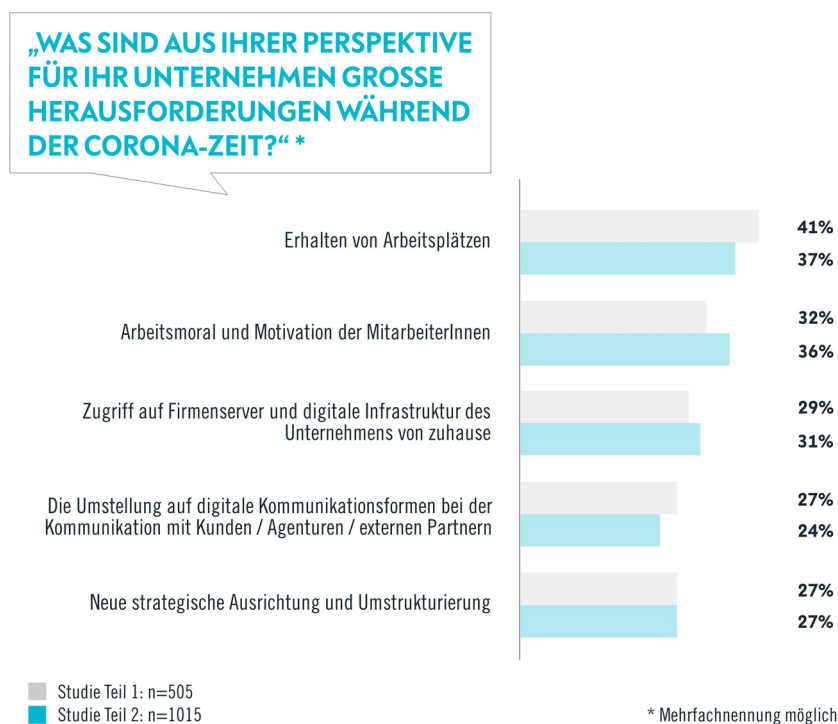
Die Antworten auf die Frage, wovon die TeilnehmerInnen wohl glauben, dass es die Zeit nach der Krise überdauern wird, spricht ebenfalls eine deutliche Sprache: Neben einer eindeutigen Steigerung in fast allen Punkten – von Homeoffice über Digitalisierung bis hin zur flexiblen Zeiteinteilung – ist die wohl deutlichste Ansage, dass im April noch immerhin 15 Prozent glaubten, dass sich langfristig nichts ändern wird. Im Oktober sind es gerade mal noch sieben Prozent – also mehr als die Hälfte weniger. 93 Prozent der Befragten sind sich demnach also einig: Die Änderungen, die durch die Krise im großen Stil erst möglich wurden, werden sich ihrer Ansicht nach etablieren und die Arbeitsrealität langfristig bereichern.



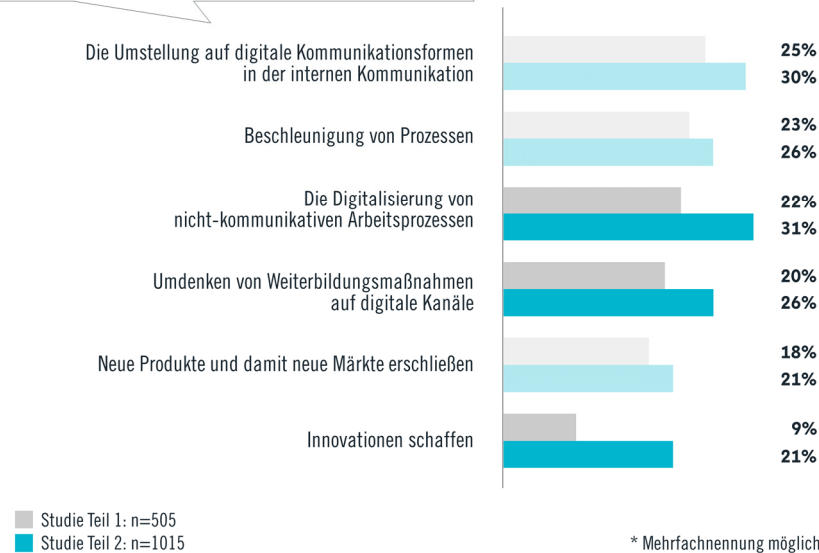
ABSCHIED VON DEN MANAGERN - DIE WIRTSCHAFT BRAUCHT MACHER

Wenn die Krise im Laufe der Monate eines gezeigt hat, dann Folgendes: Kreative Ideen und wirksame, kundenbindende Konzepte können Unternehmen retten. Eine Firma, die jetzt nur auf bessere Zeiten wartet und die Krise mehr oder weniger auszusitzen versucht, wird womöglich diese zweite Welle nicht überleben. Vielmehr ist jetzt Innovationsgeist und Mut zur Veränderung gefragt.

An Ideen hat es in den letzten Monaten im Corona-Deutschland nicht gefehlt: Hotels vermieten ihre nicht genutzten Zimmer als Homeoffice-Base, Restaurants bieten Sterne-Dinners für daheim an, Sportartikelhersteller „Mini-Fitness-Studios“ für das Heimtraining. Viele dieser Innovationen retten kleinen und mittleren Unternehmen die Existenz. AVANTGARDE Experts stellte vor diesem Hintergrund den TeilnehmerInnen die Frage: „Was sind aus Ihrer Perspektive für Ihr Unternehmen grosse Herausforderungen während der Corona-Zeit?“



„WAS SIND AUS IHRER PERSPEKTIVE FÜR IHR UNTERNEHMEN GROSSE HERAUSFORDERUNGEN WÄHREND DER CORONA-ZEIT?“ *



Auffällig: Egal ob der Erhalt von Arbeitsplätzen, eine neue strategische Ausrichtung oder die Beschleunigung von Prozessen – die Bewertung der einzelnen Herausforderungen unterscheidet sich jeweils von der ersten zur zweiten Welle nur marginal. Lediglich der Innovationsgeist (von 9 auf 21 Prozent), das Umdenken und Weiterbilden auf digitalen Kanälen (von 20 auf 26 Prozent) sowie die Digitalisierung nicht-kommunikativer Prozesse (von 22 auf 31 Prozent) haben zugenommen.

Am Spannendsten ist hierbei die Auswertung der Antwort: „Innovationen schaffen“. Während bei der Befragung während der ersten Welle gerade mal neun Prozent eine Herausforderung in diesem Punkt sahen, so sind es während der zweiten Welle bereits über ein Fünftel (21 Prozent) – bei den Männern erstaunlicherweise mit 27 Prozent noch um einiges mehr als bei den Frauen mit 16 Prozent.

Grund für den geringen Wert im April könnte sein, dass die TeilnehmerInnen bei der ersten Umfrage dachten, dass die Pandemie bald wieder vorbei sein wird und aus diesem Grund die Notwendigkeit eines gesteigerten Innovationsgeistes noch nicht so stark im Fokus stand. Nun, da klar ist, dass uns Corona noch lange Zeit begleiten wird, ist ein langfristiges Umdenken gefragt, welches unter anderem zukünftig auch bessere „Macher“-Qualitäten verlangt. Die Sicht der ArbeitnehmerInnen scheint ganz offensichtlich einem Trend zu folgen:

WER SICH JETZT NUR AN ALTBEWÄHRTES KLAMMERT, BLEIBT AUF DER STRECKE.

DAS „ZUPACKEN“, DAS „MACHEN“, DER SPRICHWÖRTLICHE SPRUNG NACH VORNE SCHEINT VERMEHRT GEFRAGT ZU SEIN.

„Jetzt oder nie!“ ist der Appell an UnternehmerInnen, aber auch an ArbeitnehmerInnen, ihre Beweglichkeit (Agilität), ihre Anpassungsfähigkeit und ihren Einfallsreichtum gemeinsam zu nutzen und somit zentrale Zukunftsfragen anzugehen.

Ein Whitepaper des Zukunftsinstituts in Frankfurt bestätigt diesen Trend, den die AVANTGARDE Experts-Studie hier nachweist: „Die Krise und ihre tiefen Verwerfungen eröffnen neue Möglichkeitsräume. Es ist daher auch die Zeit des „Anything goes“. Die nächsten Monate werden zum Fenster der Möglichkeiten, und ihre Weichenstellungen werden die nächsten Jahre nachhaltig prägen, in Gesellschaft und Wirtschaft wie in jedem einzelnen Unternehmen. Das erfordert eine neue Qualität an unternehmerischer Vor-Sicht und unternehmerischem Mut: Willkommen im Vorhof der Post-Corona-Ökonomie.“²

In gewisser Weise blitzt da natürlich noch ein weiteres interessantes Detail durch: die Manöverkritik an der Management-Riege, die sich gerade in der Krise mehr durch Reden, denn durch Handeln hervorgetan hat. Dieser gestiegene „Innovationen“-Wert deutet die Tendenz zu einer allgemeinen Werteverchiebung an: Es zählt wieder mehr, was in Ärmelhochkrempel-Manier gemacht, nicht was in stundenlangen Meetings analysiert wird. Die Botschaft: Es wird der belohnt, der neue Wege geht, auch wenn es riskant ist. Oder wie es das Zukunftsinstitut schreibt: „Improvisation, Rollenfindung und das Loslassen alter Routinen stehen deshalb auf der Tagesordnung. Das erfordert inmitten der Krise ein kreatives Mindset und eine Kultur des Lernenwollens.“³

Dieses beginnende Umdenken und die einsetzende Pionier-Bereitschaft sind vermutlich ebenfalls Gründe für die bereits im ersten Kapitel beschriebene Offenheit und den Mut zur Veränderung der Menschen, die sich durch alle Lebensbereiche zieht. Wer sieht und dynamisch erlebt, wie Innovationsgeist sowie neuartige Strukturen und Prozesse im Unternehmen gemeinsam umgesetzt werden, der adaptiert dies womöglich auch auf sein Privatleben und zieht daraus ein Selbstbewusstsein, das er unter anderen Umständen so nie entwickeln hätte können. Die Konsequenz: Weitreichende Entscheidungen werden getroffen, das Leben anders organisiert, neue Dinge auf den Weg gebracht.

² Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), 2020: Die Wirtschaft nach Corona. Wochen der Weichenstellung, S.2

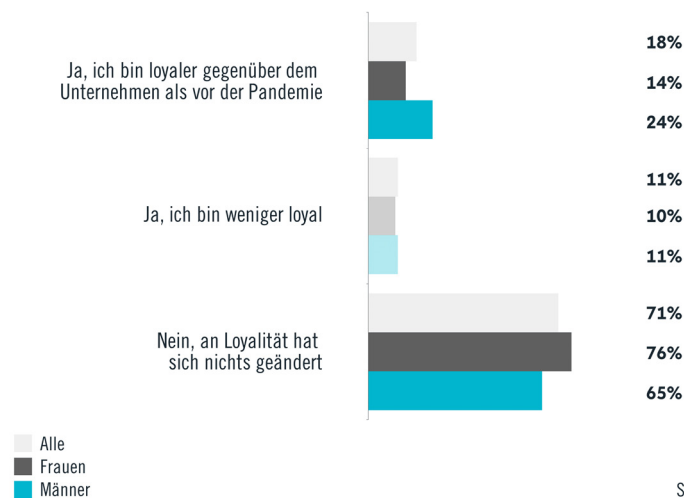
³ Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), 2020: Die Wirtschaft nach Corona. Wochen der Weichenstellung, S.3



Andererseits begreifen auch Unternehmen immer mehr, wie wichtig und nahezu entscheidend es sein kann, visionär zu denken und gleichzeitig seine MitarbeiterInnen proaktiv zu motivieren bzw. an Bord des „Visionen“-Schiffes zu holen, um sich so eine Zukunft als Unternehmen zu sichern.

Ein Indiz dafür, dass die proaktive Motivation die MitarbeiterInnen auch erreicht, ist das Ergebnis der AVANTGARDE Experts-Loyalitätsfrage: „Hat sich Ihre Loyalität zum Unternehmen seit Beginn der Corona-Pandemie verändert?“

„HAT SICH IHRE LOYALITÄT ZUM UNTERNEHMEN SEIT BEGINN DER CORONA-PANDEMIE VERÄNDERT?“ *



Studie Teil 2: n=1015

Ein Vergleich zur ersten Welle ist in diesem Fall zwar nicht möglich, dennoch sprechen die Werte für sich: Die Loyalität der Mitarbeiterinnen gegenüber ihrem Unternehmen ist hoch. Über 70 Prozent sind ungebrochen loyal – egal ob Krisensituation oder nicht. Je älter die Befragten werden – und damit wahrscheinlich auch die Dauer der Betriebszugehörigkeit eine höhere ist –, umso größer ist dieser Wert: Bei den 50- bis 59-Jährigen geben 84 Prozent, bei den 60- bis 69-Jährigen sogar 90 Prozent an, dass sich an ihrer Loyalität nichts geändert hat. Diese Identifikation mit der Firma ist ein nicht zu unterschätzendes Gut, das es von UnternehmerInnen-, aber auch von ArbeitnehmerInnenseite gerade in Krisenzeiten zu schützen und nutzen gilt.

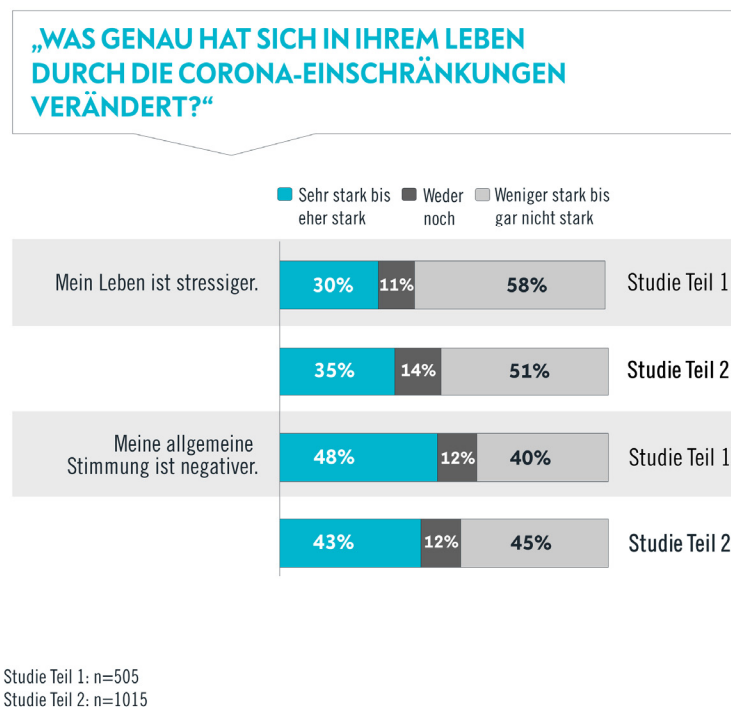
4.2. SCHÖNE NEUE ARBEITSWELT: EINSAM, ABER PRODUKTIV

Was lässt sich also bisher zusammenfassen?

- Die Menschen in Deutschland möchten etwas in ihrem Leben **ändern**
- Sie wollen tendenziell nicht in die „alte Normalität“ zurück, sondern **neue Wege** gehen – im beruflichen, aber auch im privaten Bereich
- Sie sind **offen** für neue Strukturen
- Sie haben vermehrt die Möglichkeit und die Macht des **Machens** entdeckt
- Und sie sind durch die Krise aufgeschlossener für **Innovationen** geworden

Das klingt alles sehr vielversprechend und Mut machend. Aber die Corona-Pandemie verändert das Leben vieler ArbeitnehmerInnen leider nicht nur zum Positiven wie die folgenden Auswertungen der AVANTGARDE Experts-Studie zeigen.

Auf die Frage, was sich in ihrem Leben durch die Corona-Einschränkungen verändert habe, sollten die StudienteilnehmerInnen auf einer Skala von 1 bis 10 einschätzen, wie stark die einzelnen Punkte auf sie zutreffen. 1 bis 4 entsprach dabei „gar nicht bis wenig“, 5 „mittel“ und 6 bis 10 „stark bis sehr stark“.⁴



⁴ Zur besseren Lesbarkeit wurden Prozentwerte auf ganze Zahlen gerundet. Bei der Summierung der Teilergebnisse kann es dadurch in Einzelfällen zur Abweichung von 100 Prozent kommen.

Auffällig ist auch hier wieder, dass es bei vielen Werten kaum signifikante Veränderungen von der ersten zur zweiten Welle gibt. Ja, das Leben wird ein bisschen stressiger wahrgenommen, dafür die Stimmung als etwas weniger negativ. Doch im Großen und Ganzen zeigt sich, dass viele der angegebenen Punkte sowohl im April als auch im Oktober eine sehr ähnlich starke oder schwache Wertigkeit im Leben der TeilnehmerInnen einnahmen.

Einige Aussagen lohnt es sich trotz fast konstanter Werte genauer unter die Lupe zu nehmen.

So ist beispielsweise die subjektive Wahrnehmung der Einsamkeit auf der Skala von 6 bis 10 mit 41 Prozent noch immer vorherrschend. Ein interessanter Punkt an dieser Stelle ist jedoch, dass sich der Anteil der Singles unter den Einsamen um sechs Prozent erhöht hat (von 27 auf 33 Prozent auf der 6 bis 10-Skala). Jeder Fünfte in Deutschland lebt alleine. Und während Menschen mit Familien über die Zwangsbeglückung jammern, sich seit Monaten eine 3-Zimmer-Wohnung mit Partner, Kindern und Haustieren zu teilen, kann die Lockdown-Situation für Alleinstehende mit der Zeit zur echten Herausforderung werden.

Im Frühjahr konnten die Single-Deutschen das mit Ausblick auf den bevorstehenden Sommer noch einigermaßen entspannt angehen. Nach einigen warmen Monaten, die viele in einer Art Unbeschwertheitsblase verbracht haben, zeigt sich nun die kalte Jahreszeit mit all ihren zusätzlichen Beschränkungen für einige von ihrer nicht so angenehmen Seite. Für manche Alleinstehende im Homeoffice vergehen bisweilen Tage bis sie mal wieder „echten“ sozialen Kontakt mit anderen Menschen haben. „Droht mit Corona auch eine „Epidemie der Einsamkeit“?“ fragte die ÄrzteZeitung in diesem Zusammenhang.⁵

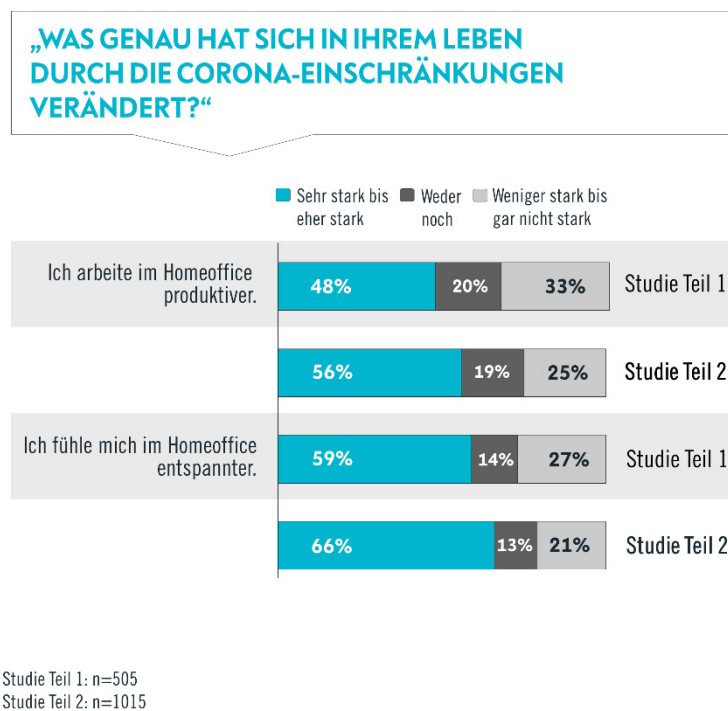


⁵ Sprengel, Bernhard: „Droht mit Corona auch eine „Epidemie der Einsamkeit“?“. In: ÄrzteZeitung, 19.10.2020

Vielleicht liegt in der vermehrten Thematisierung dieses Isolations-Effekts aber jetzt auch eine Chance, dieses alle Altersgruppen durchziehende Problem gesellschaftlich anzugehen. Die Psychologin Susanne Bücken von der Ruhr-Universität Bochum meinte schon im März in einem ZEIT-Interview: „Die Corona-Krise kann helfen, Einsamkeit von ihrem Stigma zu befreien. Einsamkeit wird ein Stück weit salonfähig, weil es derzeit alle irgendwie betrifft.“⁶

Unsere Verlaufsstudie wird dem auf den Grund gehen, wenn sie die Menschen in Deutschland im April 2021 noch einmal zu diesem Thema befragen wird. Es wird spannend, wie die TeilnehmerInnen dann ihre Gemütslage bewerten werden:

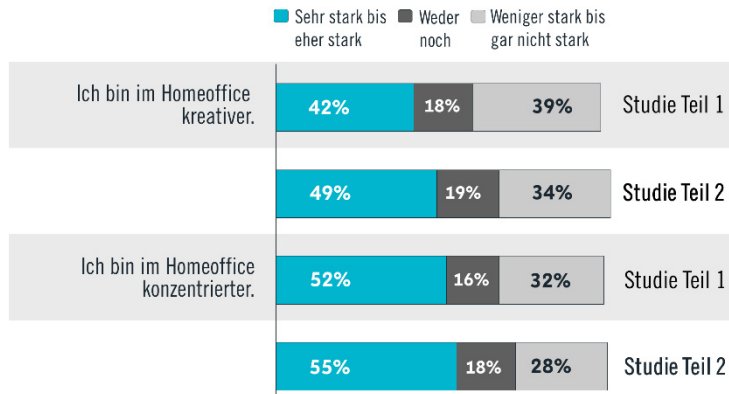
ÜBERZEUGT DIE BEFRAGTEN DIE NEU GEFUNDENE FREIHEIT IM HOMEOFFICE UND DIE GESCHÄTZTE ZWANGSPAUSE VOM SOCIALIZING-OVERKILL? ODER WIRD DAS GEFÜHL DER SOZIALEN ISOLATION UND EINSAMKEIT SOGAR STEIGEN?



Zu diesem Themenkomplex passt natürlich aktuell auch, dass die Werte auf die Antwort „Ich arbeite insgesamt weniger“ deutlich gesunken (von 46 Prozent auf 31 Prozent auf der 6 bis 10-Skala) und die Werte, welche die Produktivität betreffen, gestiegen sind (von 48 Prozent auf 56 Prozent auf der 6 bis 10-Skala). Denn eines ist klar: Im Homeoffice verschwindet die Grenze zwischen Arbeit und Privatleben zusehends. Flexible Arbeitszeit – Segen und Fluch zugleich.

⁶ Rauner, Max (Interview): „Das ist für uns wie ein natürliches Großexperiment“. In: ZEIT, 23.03.2020

„WAS GENAU HAT SICH IN IHREM LEBEN DURCH DIE CORONA-EINSCHRÄNKUNGEN VERÄNDERT?“



Studie Teil 1: n=505
Studie Teil 2: n=1015

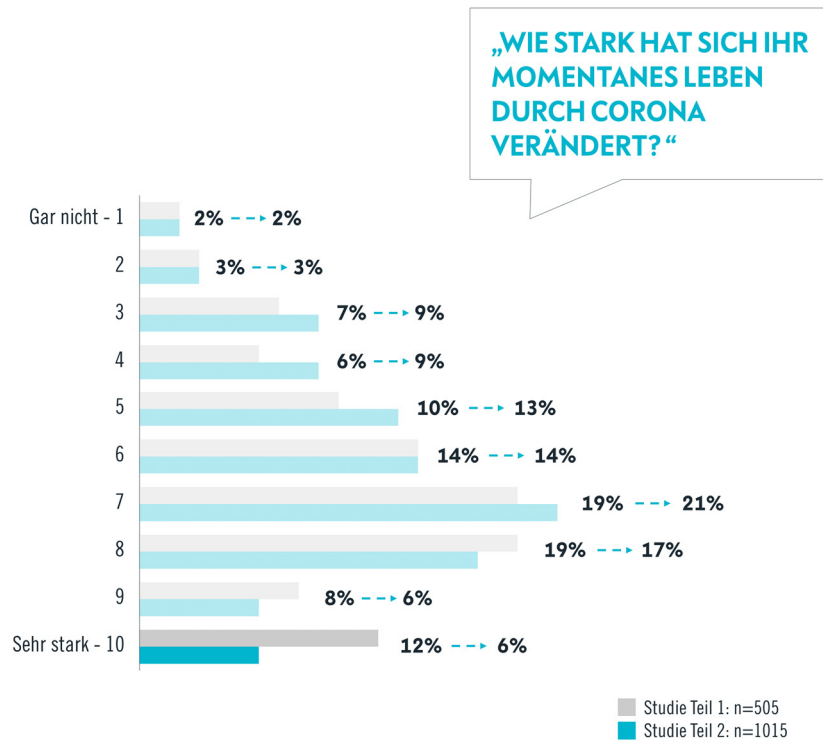
Und trotzdem: Die Menschen fühlen sich entspannter in den letzten Monaten (von 59 auf 66 Prozent auf der 6 bis 10-Skala), konzentrierter (von 52 auf 55 Prozent auf der 6 bis 10-Skala) und kreativer (von 42 auf 49 Prozent auf der 6 bis 10-Skala) und, ja, sogar zufriedener (von 49 auf 54 Prozent auf der 6 bis 10-Skala). Der Preis? Die immer mehr zerbröselnde Trennung zwischen Arbeit und Privatleben – und eben: die zunehmende Einsamkeit vor allem für Alleinstehende.

In diesem Zusammenhang lohnt es sich auch noch einmal die Werte unter demografischen und geschlechtsspezifischen Gesichtspunkten zu betrachten. Interessant ist nämlich, dass vor allem Frauen während der zweiten Welle mit der Homeoffice-Situation offensichtlich noch ein Stück weit besser zurechtzukommen scheinen als Männer. Geht man von den „sehr stark“-Antworten aus können sich Frauen zu Hause um einiges besser auf einzelne Aufgaben konzentrieren (Frauen: 12 Prozent, Männer: 7 Prozent), ihre Arbeit schneller erledigen (Frauen: 12 Prozent, Männer: 7 Prozent), sind produktiver (Frauen: 12 Prozent, Männer: 8 Prozent) und auch entspannter (Frauen: 17 Prozent, Männer: 12 Prozent).

Betrachtet man die Altersstrukturen, treten folgende überraschende Ergebnisse zu Tage: Die Ü60-Generation empfindet in der „sehr schwach“-Kategorie die neuen Bedingungen als weniger stressig (60-69-Jährige: 37 Prozent, 18-29-Jährige: 15 Prozent) oder negativ (60-69-Jährige: 32 Prozent, 18-29-Jährige: 14 Prozent) und leidet auch weniger an psychischen Beschwerden (60-69-Jährige: 59 Prozent, 18-29-Jährige: 24 Prozent). Möglicher Grund: Die ältere Generation ist krisenerprobter. Es gab in ihrem Berufsleben schon einige schwierige Zeiten, die es zu meistern galt. Die Lebenseinstellung „Mich haut so schnell nichts um“ lässt sie möglicherweise auch in der Corona-Krise etwas gelassener sein.



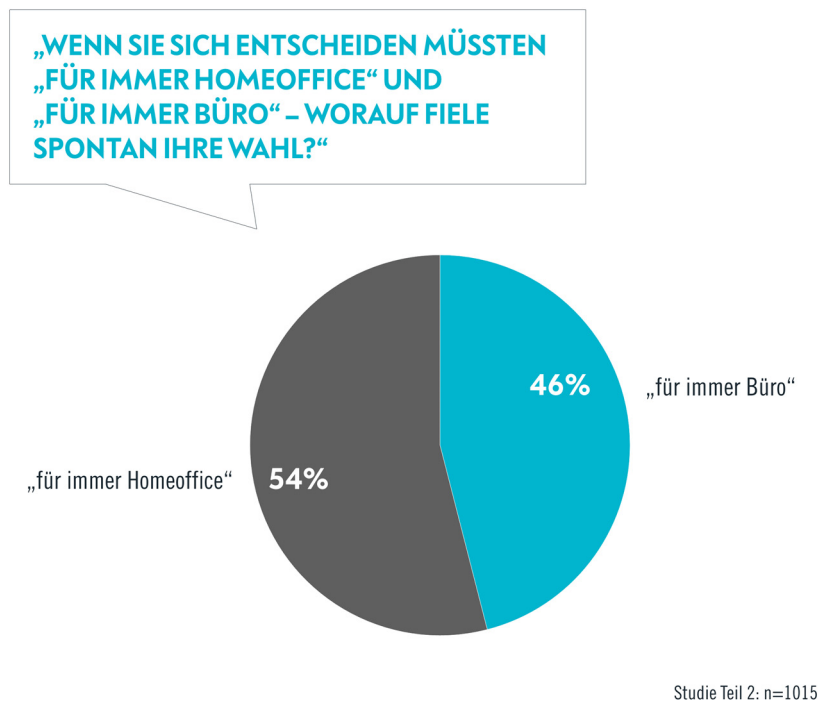
Überhaupt: Corona scheint insgesamt ein bisschen seinen Schrecken verloren zu haben – zumindest zum Zeitpunkt der zweiten Befragung, die noch vor dem erneuten Lockdown-Light ab dem 2. November 2020 stattgefunden hat. Die Antworten auf die Frage „Wie stark hat sich Ihr momentanes Leben durch Corona verändert?“ würden – davon kann man ausgehen – im November noch einmal anders ausfallen als im Oktober. Im Oktober haben nämlich gerade mal 6 Prozent die Veränderungen als „sehr stark“ wahrgenommen – nur noch die Hälfte derer, die das im April angegeben hatten (12 Prozent).



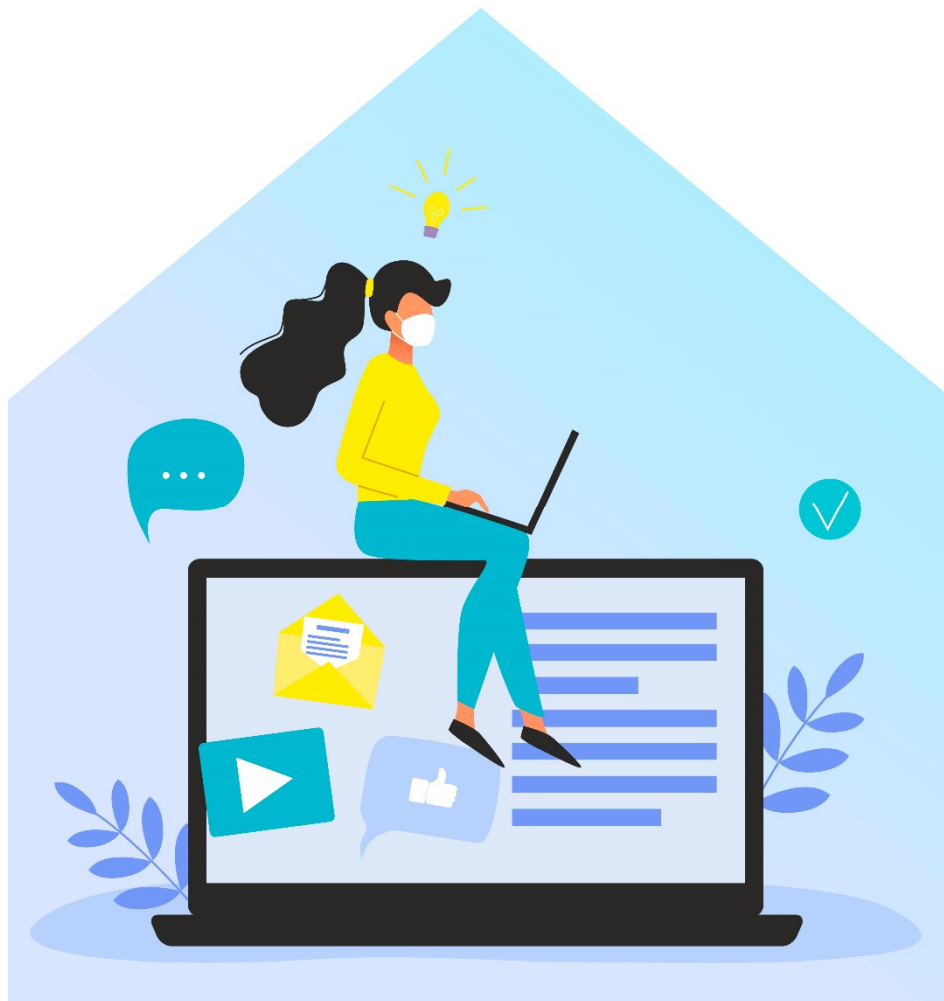
4.3. HOMEOFFICE – SEGEN ODER FLUCH?

Zwei Begriffe sind in den letzten Monaten eine sagenhafte, vorher nie dagewesene Allianz eingegangen: Corona und Homeoffice. Undenkbar noch im letzten Jahr, dass das Arbeiten von Zuhause eine solche Popularität und Selbstverständlichkeit hätte erreichen können. Durch die Pandemie hat sich das Bild der vermeintlich untätigen ArbeitnehmerInnen im Homeoffice grundlegend verändert und aus der Notlösung wurde – wie bereits in den Kapiteln davor erwähnt – eine willkommene, geschätzte Arbeitsrealität. Produktivität und Disziplin inklusive.

Mehr als jede/r zweite StudienteilnehmerIn möchte gerne für immer im Homeoffice bleiben. Diese große Akzeptanz des Arbeitens von Zuhause spiegelt sich auch in der Zufriedenheitsskala der AVANTGARDE Experts-Befragung wider.



Knapp 70 Prozent sind mit der Remote Work-Situation „zufrieden“ bis „sehr zufrieden“. Homeoffice hat damit den Status eines notwendigen Übels längst überschritten. Viel mehr ist der heimische Schreibtisch innerhalb kürzester Zeit eine etablierte, gewünschte, ja, vielleicht sogar ersehnte Alternative zum stressigen, streitanfälligen Büroalltag geworden – sowohl für viele ArbeitnehmerInnen als auch für ArbeitgeberInnen.



Das bestätigt unter anderem auch eine Studie des Fraunhofer-Institut vom Juli 2020.⁷

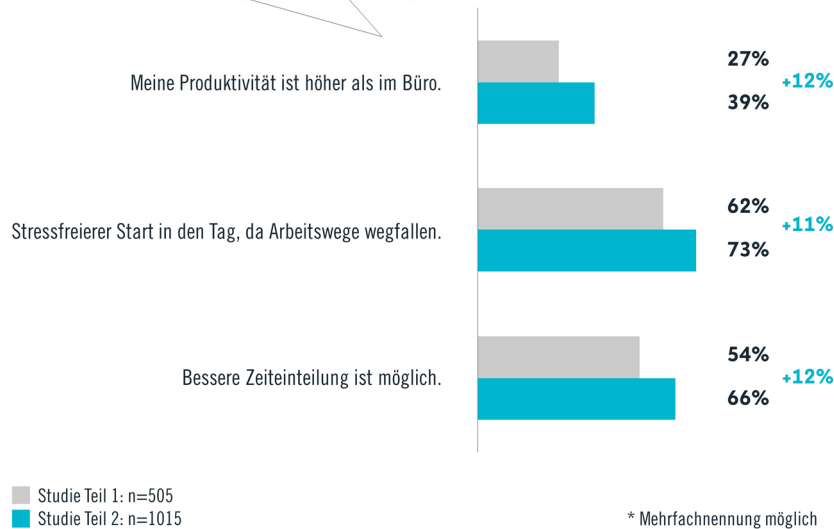
Die Erfahrungen mit der neuen Arbeitssituation seien demnach derart gut, dass über 40 Prozent der Fraunhofer-StudienteilnehmerInnen das Homeoffice-Angebot gerne ausweiten möchten. Über die Hälfte glauben sogar, dass Homeoffice weder die Produktivität noch die Disziplin beeinträchtigt und somit in größerem Umfang realisierbar sei. Für die Autoren der Studie kommt das einer kleinen Revolution gleich, denn es gerieten „damit bisher als unverrückbar geltende Eckpfeiler der Arbeitsgestaltung in Bewegung.“⁸

Im Vergleich zur ersten Welle ist es vor allem die gesteigerte Produktivität im Homeoffice, die bei den Befragten als positive Erfahrung haften bleibt. Sagten im April noch 27 Prozent, dass sie im Homeoffice effizienter seien als im Büro, sind es im Oktober bereits knapp 40 Prozent.

⁷ Hofmann, Josephine; Piele, Christian (2020): Arbeiten in der Corona-Pandemie – Auf dem Weg zum New Normal. Studie des Fraunhofer IAO in Kooperation mit der Gesellschaft für Personalführung DGFP e. V. Stuttgart, S. 10

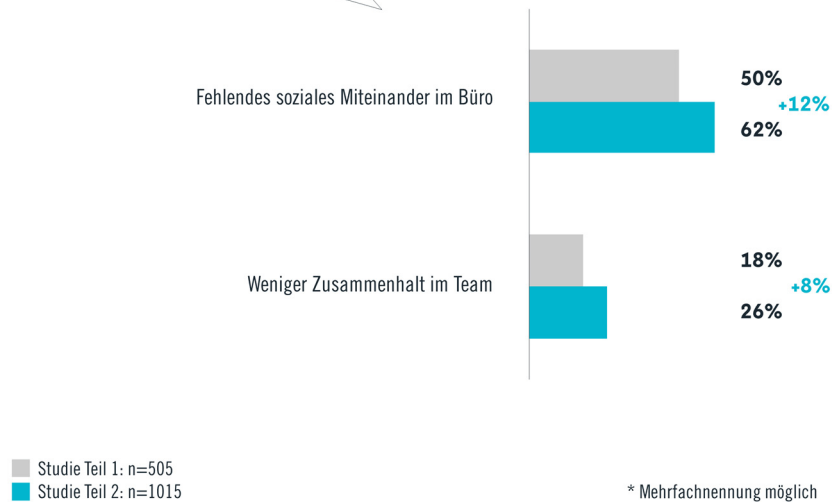
⁸ Hofmann, Josephine; Piele, Christian (2020): Arbeiten in der Corona-Pandemie – Auf dem Weg zum New Normal. Studie des Fraunhofer IAO in Kooperation mit der Gesellschaft für Personalführung DGFP e. V. Stuttgart, S. 4

**„WAS SIND IHRE POSITIVEN
ERFAHRUNGEN IM
HOMEOFFICE IN DER
JETZIGEN SITUATION?“***



Die letzten sechs Monate scheinen in vielen Bereichen der Organisation rund ums Homeoffice noch einmal einen entscheidenden Schritt nach vorne gemacht zu haben: Die Kinderbetreuung konnte besser gemanagt (April: 11 Prozent, Oktober: 19 Prozent), die virtuellen Meetings produktiver gestaltet werden (April: 16 Prozent, Oktober: 23 Prozent). Auch die Tatsache, dass mittlerweile eine bessere Zeiteinteilung möglich ist (April: 54 Prozent, Oktober: 66 Prozent) und die nervenaufreibenden, oftmals beschwerlichen Arbeitswege wegfallen, wurde im Gegensatz zum Frühjahr jetzt noch einmal höher goutiert (April: 62 Prozent, Oktober: 73 Prozent). Das bedeutet: stärkere Eigenverantwortung bei gleichzeitiger Entzerrung der Arbeitszeit.

**„WAS SIND IHRE NEGATIVEN
ERFAHRUNGEN IM
HOMEOFFICE IN DER
JETZIGEN SITUATION?“***



Neben den vielen positiven Effekten, die das Arbeiten im Homeoffice mit sich bringt, gibt es natürlich auch die negativen Seiten, die das AVANTGARDE Experts-Studienteam ebenfalls abgefragt hat.

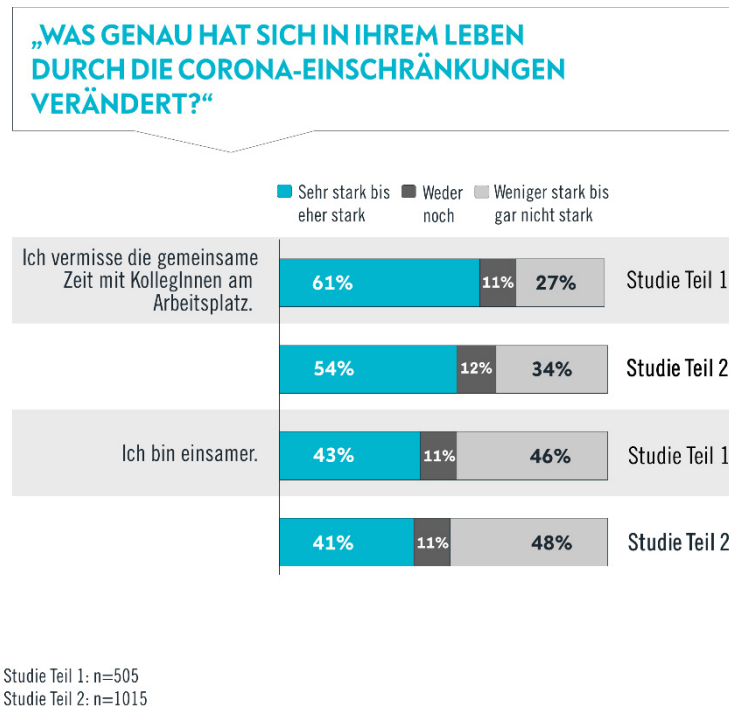
Grundsätzlich lässt sich auch hier festhalten, dass es in den meisten Punkten keine nennenswerten großen Schwankungen zwischen der ersten und der zweiten Welle gibt. Eine Überforderung mit Technik und Tools ist nach wie vor eines der geringsten Probleme (April: 10 Prozent, Oktober: 12 Prozent). Auch die Kinderbetreuung wird interessanterweise als nicht sehr problematisch angesehen (April: 12 Prozent, Oktober: 10 Prozent). Detail am Rande: Bei Frauen ist der Wert bei der Kinderbetreuung in der zweiten Welle mit 9 Prozent sogar noch niedriger ausgefallen als bei den Männern mit 10 Prozent.

Das Problem der Ablenkung ist altersspezifisch sehr interessant, da während der zweiten Welle immerhin 52 Prozent der 18- bis 29-Jährigen dem Entertainment-Potenzial der eigenen vier Wände zum Opfer fallen, während alle andere Altersgruppen nur zwischen 33 und 35 Prozent pendeln.

Auch die langfristige Motivation ist für die Jüngsten eine problematische Aufgabe: 38 Prozent tun sich in dieser Hinsicht schwer. Dem gegenüber stehen gerade mal 19 Prozent bei den 50- bis 59-Jährigen, denen es offenbar sehr viel leichter fällt, sich selbst zu pushen und zu motivieren.

Aufschlussreich ist hingegen, dass es den Menschen in Deutschland offenbar wirklich zunehmend schwer fällt, Berufliches von Privatem zu trennen (April: 36 Prozent, Oktober: 41 Prozent). Dies bestätigen auch die bisher vorliegenden Ergebnisse (Kapitel 3, S. 23).

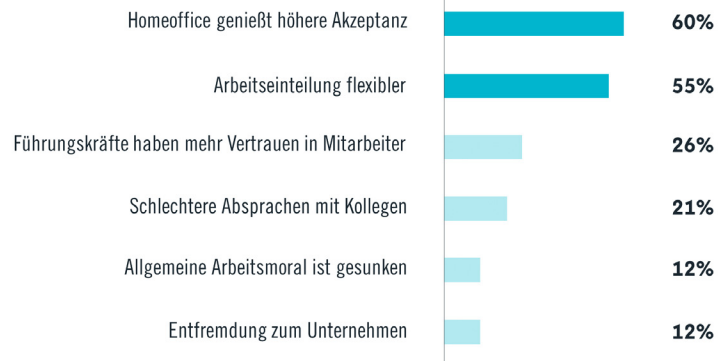
Das soziale Miteinander ist der Punkt, der bei den negativen Auswirkungen von Corona am meisten zugelegt hat. Haben im April noch die Hälfte der Befragten diesen Zustand bemängelt, so sind es im Oktober bereits 62 Prozent, für die der fehlende soziale Kontakt ein echtes Problem darstellt. Wie schon festgestellt wurde: produktiv, aber konstant einsam.



Am meisten leiden unter diesem fehlenden Büroalltag mit all seinen sozialen Begegnungen die 50- bis 59-Jährigen mit 71 Prozent, am einfachsten fällt es der jüngsten Altersgruppe mit 58 Prozent. Wobei demgegenüber ein anderer Wert überraschend wirkt: Denn die jüngere Generation fühlt sich trotzdem ungleich einsamer (nur 15 Prozent stimmten der Aussage „Ich bin einsamer“ mit der Antwortmöglichkeit „gar nicht“ zu) als die ältere (50- bis 59-Jährige stimmten mit 26 für „gar nicht“, die 60- bis 69-Jährigen sogar mit 31 Prozent).

Die neuen Arbeitsstrukturen prägen die Menschen jetzt schon auf außergewöhnliche Art und Weise. Deswegen hat AVANTGARDE Experts die Menschen in Deutschland gefragt, was sich ihrer Ansicht nach in der Kultur ihres Unternehmens bis jetzt spürbar verändert hat. Einen Vergleich zur ersten Welle gibt es hierbei nicht.

**„WAS HAT SICH IN IHREM
UNTERNEHMEN IN DER
ARBEITSWELT BIS JETZT SCHON
SPÜRBAR VERÄNDERT?“***



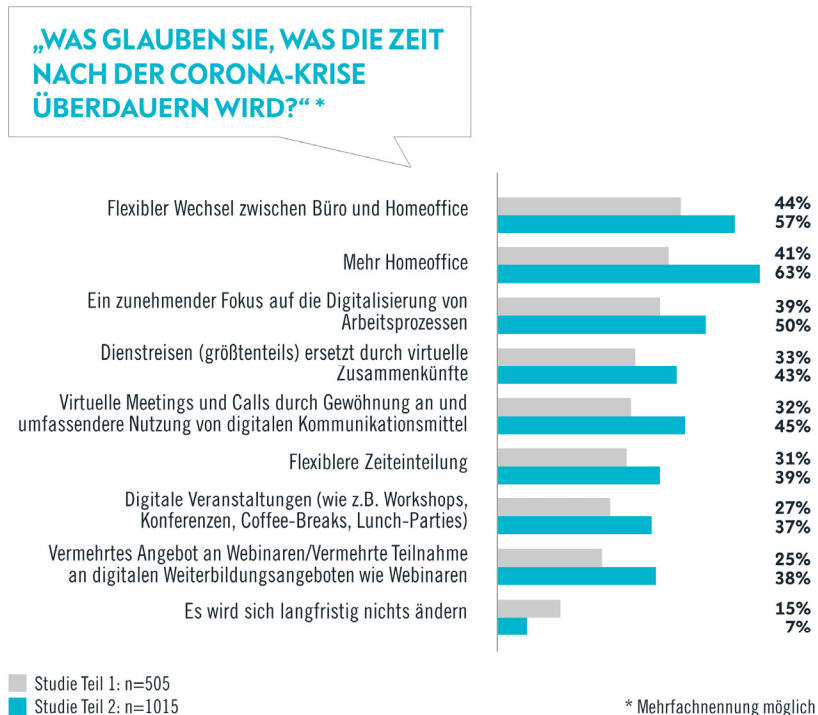
■ Studie Teil 2: n=1015

* Mehrfachnennung möglich

Wie nicht anders zu erwarten war und wie in dieser Studie nun schon des Öfteren belegt wurde, genießt das Homeoffice als etablierte Arbeitsrealität mittlerweile eine höhere Akzeptanz. Das sehen immerhin 60 Prozent der Befragten so.

Und wenn man die Menschen fragt, von was sie glauben, dass es die Corona-Krise überdauern wird, ist es ebenfalls das Homeoffice, das das Ranking anführt – und zwar mit einem deutlichen Zuwachs zur ersten Welle (April: 41 Prozent, Oktober: 63 Prozent).

Mehr noch: Pures Homeoffice scheint sich sogar noch mehr im Bewusstsein der Befragten etabliert zu haben als hybride Arbeitsformen mit Büro und Homeoffice im Wechsel. Bei letzterem stiegen die Prozentzahlen nur von 44 Prozent im April auf 57 Prozent im Oktober.



In der Tat hat aber bei allen Punkten – egal ob beim Ersetzen von Dienstreisen über digitale Weiterbildung bis hin zu den virtuellen Meetings – ein Umdenken eingesetzt: Was am Anfang noch neu und aufregend war wurde zur akzeptierten Arbeitswirklichkeit, dem so genannten „New Normal“, dem viele auch in der Post-Corona-Phase großes strukturelles und kulturelles Potenzial zusprechen.

5. FAZIT

Corona hat uns wahrlich vor einen Berg von Herausforderungen gestellt und uns erst einmal keine Blaupause an die Hand gegeben, wie wir mit den Pandemie-Schwierigkeiten umgehen sollen. In den letzten sechs Monaten haben wir aber gelernt und gesehen, welche möglichen Wege es gibt, die uns langfristig helfen, mit diesen fundamentalen gesellschaftlichen Umwälzungen umzugehen und sie dabei aktiv mitzugestalten.

Wenn dieser zweite Teil der Verlaufsstudie „Arbeiten in Corona-Zeiten“ in Appellen zusammengefasst werden sollte, könnte das also ungefähr so klingen:

- Seid mutig und offen für Veränderung!
- Packt an und setzt neue Ideen um!
- Achtet darauf, dass Ihr dabei im Homeoffice nicht in die soziale Isolation geratet!

Was sich auch durch die Studie herauskristallisiert hat: Der Umbruch im Joballtag ist kein flüchtiges Pandemie-Phänomen, sondern eine langfristige Änderung der Arbeitskultur. Diese beinhaltet unter anderem die Tatsache, dass die Menschen jetzt mehr noch als während der ersten Welle bereit sind, ihr Leben – beruflich und privat – auf links zu drehen und neue Wege zu gehen. Diese **Bereitschaft zur Veränderung** kann einer der größten Gewinne – gesellschaftlich wie wirtschaftlich – sein, den diese Pandemie mit sich bringt.

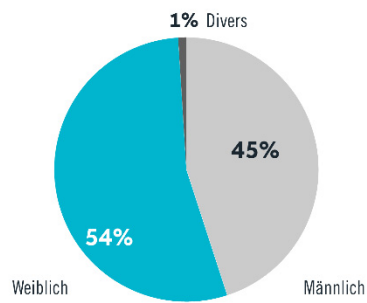
Ein weiterer ökonomischer Benefit kann der Trend sein, dass dem **Innovationsgeist** im Gegensatz zur ersten Welle eine so viel höhere Bedeutung zugemessen wird. Wer jetzt etwas wagt und nicht die Hände gemütlich in den Schoß legt, kann am Ende der Krise auch als Gewinner dastehen.

Bei aller Aufbruchsstimmung darf man die sozialen Nebenwirkungen der Pandemie nicht unter den Tisch fallen lassen. Ja, wir sind im Homeoffice produktiver. Ja, wir kriegen das alles mittlerweile ziemlich gut hin mit dem Remote Work. Aber wir sind auch einsamer in unseren vier Wänden. Die potentielle Gefahr einer **Vereinsamung** bei anhaltendem Krisenmodus ist durchaus gegeben.

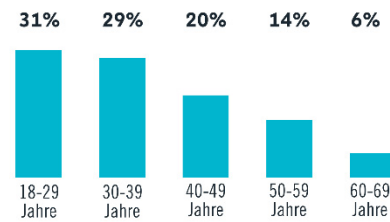
Und natürlich **Homeoffice**. Der heimliche Star der Krise. Ohne ihn geht nichts mehr. Und ohne ihn wollen auch viele nicht mehr. Eine erstaunliche Entwicklung, das dieses verhasste Stiefkind der Chefetage in den letzten Monaten hingelegt hat. Es wird spannend, was der dritte Teil unserer Verlaufsstudie in sechs Monaten dazu sagt.

6. SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN

GESCHLECHTERVERTEILUNG

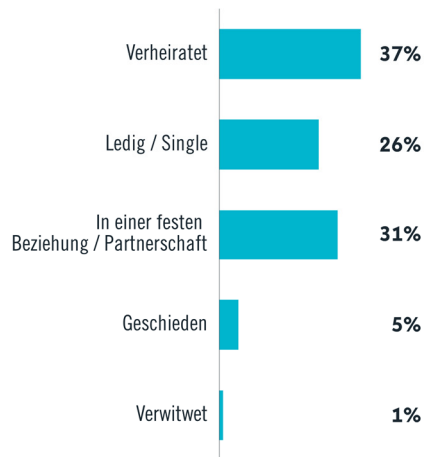


ALTERSVERTEILUNG

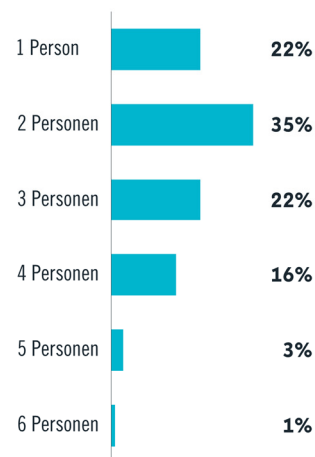


Studie Teil 2: n=1015

FAMILIENSTAND

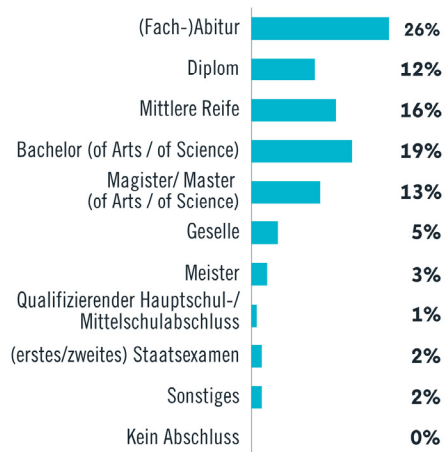


HAUSHALTSGRÖSSE

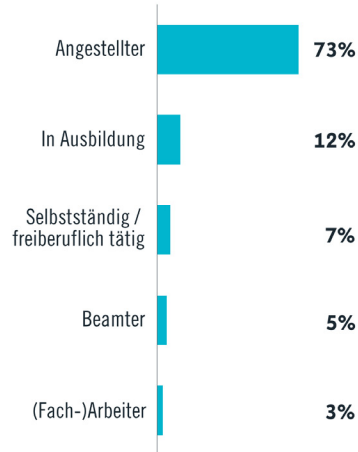


Studie Teil 2: n=1015

HÖCHSTER BERUFS-QUALIFIZIERENDER ABSCHLUSS

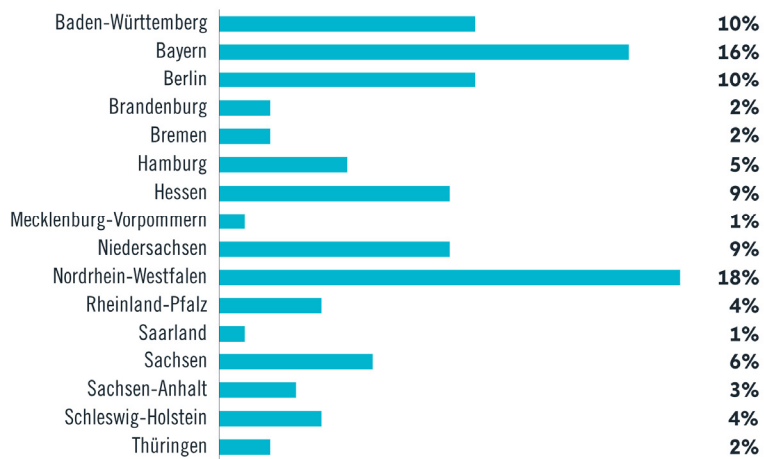


BESCHÄFTIGUNGS-VERHÄLTNIS



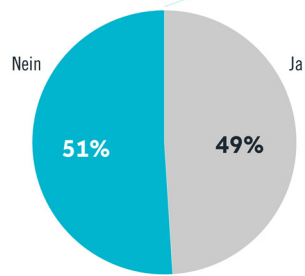
Studie Teil 2: n=1015

BUNDESLAND

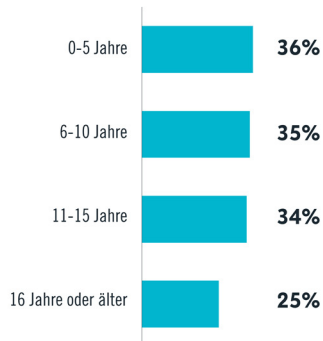


Studie Teil 2: n=1015

VORKOMMEN VON KINDERN IM HAUSHALT

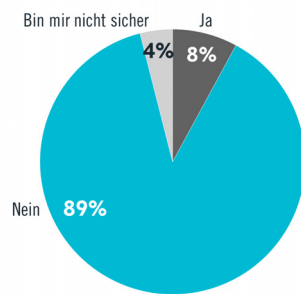


Altersverteilung der Kinder*



Studie Teil 2: n=1015
* Personen mit Kindern: n=793

„SIND/ WAREN SIE ODER EIN FAMILIEN-MITGLIED MIT COVID-19 INFIZIERT?“



Studie Teil 2: n=1015