

Homeoffice bleibt: Trend zur hybriden Arbeit

Umfrage des ZEW zeigt, dass mehr Unternehmen die **Arbeit von zu Hause aus** ermöglichen

VON FRANK T. WENZEL

Gekommen – um zu bleiben: Das gilt für die neuen Formen der Heimarbeit, auch Homeoffice genannt. Vier von fünf Unternehmen in der Informationswirtschaft haben Regelungen für das Arbeiten von zu Hause aus eingeführt. Vor der Pandemie waren es nur knapp 50 Prozent. In der Industrie ist der Anteil von 24 auf 45 Prozent gestiegen. Und das dürfte erst der Startpunkt sein. Denn sowohl die Beschäftigten als auch die Chefs gehen davon aus, dass Homeoffice-Lösungen in den nächsten zwei Jahren noch deutlich stärker ausgebaut werden. Dies geht aus einer aktuellen Umfrage des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) hervor.

Zu den nachhaltigen Nebeneffekten der Pandemie gehörte, dass Firmen gezwungen wurden, Lösungen zu finden, die eine Verbreitung der Infektionen eindämmen – wofür sich die Arbeit in den eigenen vier Wän-

den naturgemäß anbot. Aber auch 2022, also nach Abklingen der Pandemie, arbeiteten dem Statistischen Bundesamt zufolge noch immer 24,2 Prozent aller Erwerbstätigen zumindest gelegentlich von zu Hause aus. Entlang der ZEW-Zahlen hat sich daran wenig geändert: „Wie die aktuelle Verbreitung von Homeoffice im Juni 2023 zeigt, hält der mit der Pandemie entstandene Trend zur hybriden Arbeit ungebrochen an“, meint Daniel Erdsiek vom ZEW.

Dessen Umfrage legt nahe, dass sich dieser Trend in den nächsten zwei Jahren weiter verstärken wird, und zwar nicht nur in der Informationsbranche (Informations- und Kommunikationstechnik sowie Medien- und wissensintensive Dienstleister), sondern auch im verarbeitenden Gewerbe, wenn auch dort auf niedrigerem Niveau. Entsprechende Pläne gebe es bereits. Bemerkenswert sei dabei, dass Firmen, die bereits Erfahrungen mit Homeoffice gesammelt haben, da offener seien als Betrie-

be, die bislang nichts von hybrider Arbeit wissen wollten. Unter Letzteren wollen 90 Prozent weiterhin auf die gute alte Präsenzpfllicht setzen.

In die gleiche Richtung wie die ZEW-Ergebnisse gehen indes Untersuchungen des Ifo-Instituts, dessen aktuelle Umfrage ergeben hat, dass sechs von zehn Unternehmen derzeit Homeofficeangebote machen. Sie ermöglichen den Beschäftigten im Schnitt 6,4 Tage Heimarbeit im Monat. Das sei zwar ein leichter Rückgang im Vergleich zum Vorjahr, Deutschland liege damit aber im europäischen Vergleich hinter Großbritannien an zweiter Stelle.

Währenddessen wird in den USA ausgerechnet in den Big-Tech-Konzernen heftig über die Rückkehr ins Büro gestritten. Apple, Amazon, Meta oder die Google-Mutter Alphabet wollen durchsetzen, dass sich ihre Mitarbeiter mindestens zweimal oder gar dreimal pro Woche im Büro sehen lassen. Nachdem sich die Konzerne während der Pandemie noch als Vorreiter in Sachen neuer Arbeitsformen profilierten, rebellieren nun Belegschaften. Beobachter machen für die neuen Restriktionen eine wachsende Angst der Manager vor einem Verlust der Kontrolle über ihre meist hoch bezahlten Beschäftigten verantwortlich.

Wasser auf ihre Mühlen erhalten Homeoffice-Gegner von einer neuen Studie des renommierten Massachusetts Institute of Technology (MIT) und der Uni von Los Angeles. Die Forscher untersuchten das Verhalten von neu eingestellten Datenerfassern in Indien, die nach dem Zufallsprinzip in Heim- und Büroarbeit aufgeteilt wurden. Das Ergebnis: Im Homeof-

fice lag die Produktivität um 18 Prozent niedriger. Doch selbst David Atkin vom MIT, einer der Autoren, warnt vor überzogenen Verallgemeinerungen. So habe sich die Studie mit Mitarbeitern beschäftigt, die komplett im Homeoffice arbeiteten. Die aktuellen Diskussionen bewegten sich aber um eine angemessene Aufteilung von Büro- und Heim-

arbeit. Eine Untersuchung der Beratungsfirma McKinsey unter den eigenen Beschäftigten hat derweil ergeben, dass eine 50:50-Aufteilung ideal ist. Werde mehr als die Hälfte der Arbeitszeit im Büro verbracht, gehe das auf Kosten der Flexibilität und der Konzentration, die Performance der Mitarbeiter nehme dann ab.

BRODOWYS WOCHE

Brüder

Es ist gut, wenn du Politiker bist und einen Bruder hast! So wie Hubert Aiwanger. Nachdem ein altes Flugblatt auftauchte, dessen Inhalt am Verstande des Verfassers zweifeln lässt, zauberte er einen Bruder aus dem Hut, der sodann die Urheberschaft dieses ekligen Pamphlets übernahm. Helmut Aiwanger, seines Zeichens Büchsenmacher und Waffenhändler in Rottenburg, hat wohl keine Ambitionen, in die Politik zu gehen, so dass ihm das Bekenntnis beruflich nicht schaden wird. Berühmte Brüder in der Politik gab es ja durchaus. So wie im Fußball. Bei letzterem denke ich natürlich sofort an Uli und Dieter Hoeneß oder die Rummenigges. In der Weltpolitik wiederum fallen mir Fidel und Raúl Castro ein. Und das berühmteste Brüderpaar in Deutschland waren sicherlich die Vogel-Brüder. Ich fand die beiden immer außerordentlich sympathisch. Hans-Jochen war in der SPD, sein Bruder Bernhard ist CDU-Mitglied. Auf den ersten Blick gegensätzlich, aber es gab Werte, die sie doch eng verbanden.



Matthias Brodowy,
Kabarettist und
Musiker.
FOTO: PRIVAT

Es gibt natürlich auch Brüder, die genau das Gegenteil des jeweils anderen sind. Die beiden Prinzen William und Harry dienen als Paradebeispiel. Vielleicht geht es aber noch gegensätzlicher. Bei größtmöglichen Gegensätzen müsste der Bruder von Olaf Scholz pausenlos am Quasseln sein und ein sehr großes Erinnerungsvermögen besitzen. Der Bruder von Kardinal Woelki wäre wahrheitsliebend, weltoffen und modern. Der Bruder von Beethoven hätte schreckliche Musik gemacht, der von Goethe die Sprache verhunzt, van Goghs Bruder hätte zwei Ohren gehabt und der von Gaius Julius Cäsar sich einen schönen Lenz jenseits des Rubikon gemacht. Der Bruder von Markus Söder müsste unglaublich sympathisch sein. Was die Aiwanger-Brüder angeht, glaube ich, dass die sich doch sehr ähnlich sind.

Matthias Brodowy



Laut einer Umfrage wird sich der Homeoffice-Trend in den nächsten beiden Jahren weiter verstärken. FOTO: LOS MUERTOS CREW/PEXELS

Was beim Einkaufen zählt

Anzeigenblattleser sind bereits empfänglich für Sonderangebote (73,1 % LpA). Trotzdem legen sie viel Wert auf Markenqualität und Umweltaspekte.

Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter

■ Werbung in **hallo** wochenende wird von den Lesern als besonders nützlich und informativ bewertet

■ Mit uns erreichen Sie verschiedene Zielgruppen

■ Mit hoher Lokalkompetenz und starkem Nutzwert sind wir ein Sprachrohr für die Menschen in der Region

■ Kontrollierte und zuverlässige Verteilung, Prüfung durch die Weigel GmbH, ein unabhängiges Institut für Qualitätsmanagement

hallo wochenende