

Präsenz, Homeoffice oder Hybrid? Arbeitssituation und Mitarbeiterbindung in Deutschland

Zusammenarbeit und „Wir-Gefühl“ auch in räumlicher Distanz erfolgreich kultivieren



HEUTE UND MORGEN

UNSER ANGEBOT



Liebe Interessenten,

die Corona-Pandemie hat zu großen Veränderungen in der Arbeitswelt geführt. Homeoffice und hybride Arbeitsmodelle haben deutlich an Bedeutung und in ihrer Verbreitung gewonnen. Zugleich stehen viele Unternehmen vor der Herausforderung, auch auf längere Sicht passende Arbeitsmodelle zu finden, zu etablieren und zu kultivieren. Doch welche Arbeitsmodelle sind „am besten“?

Im Zentrum der vorliegenden Studie steht, neben der Erhebung der übergreifenden wie individuellen Arbeitssituationen, die differenzierte Untersuchung von Einflussfaktoren auf die Mitarbeiterbindung und deren möglicher Zusammenhang mit unterschiedlichen Arbeitsmodellen:

- Welche Arbeitsmodelle und Präsenzregelungen waren vor Corona wie weit verbreitet? Wie sah die Situation in den Unternehmen und für die einzelnen Beschäftigten während des Lockdowns 2020 aus? Und wie ist der aktuelle Stand der Präsenzregelungen und Arbeitsmodelle in den Unternehmen in Deutschland?
- Gibt es zwischen verschiedenen Arbeitsmodellen Unterschiede bei der Mitarbeiterbindung? Welche Zusammenhänge zeigen sich hier? Sind beispielsweise in Präsenz Arbeitende stärker an ihr Unternehmen gebunden als die Beschäftigten im Homeoffice?
- Was sind die wichtigsten Treiber für die Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?

Das sind nur einige der relevanten Fragen, die wir in unserer aktuellen Trendstudie genauer untersuchen. Neben einer kostenfreien Kurzversion erhalten Sie in unserer umfassenden, kostenpflichtigen Gesamtstudie weitere Einblicke zu diesem brandaktuellen Thema.

Wir würden uns freuen, Ihr Interesse zu wecken!

Ihr HEUTE UND MORGEN Team

UNTERSUCHUNGSDESIGN UND ECKDATEN



Befragungsmethode:

- Online-Befragung über ein Verbraucherpanel



Befragungsdauer:

- Ø 15 Minuten



Befragungszeitraum:

- 19.08. bis 26.08.2022



Stichprobe:

- Repräsentative Befragung von 1.500 Beschäftigten, die seit mindestens zwei Jahren für ihren aktuellen Arbeitgeber tätig sind und mindestens 20 Arbeitsstunden in der Woche leisten. Nur Beschäftigte aus Unternehmen mit mindestens 20 Mitarbeitenden.



Berichtsversionen und Preise:

- Kostenlose Kurzversion (PDF-Bericht, ca. 50 Seiten)
- Kostenpflichtige, umfassende Gesamtstudie (PDF-Bericht, ca. 140 Seiten): 590 € (zzgl. MwSt.)



WIE HABEN SICH ARBEITSMODELLE UND
PRÄSENZREGELUNGEN IN DEN LETZTEN JAHREN
VERÄNDERT UND WIE IST DER AKTUELLE STAND?



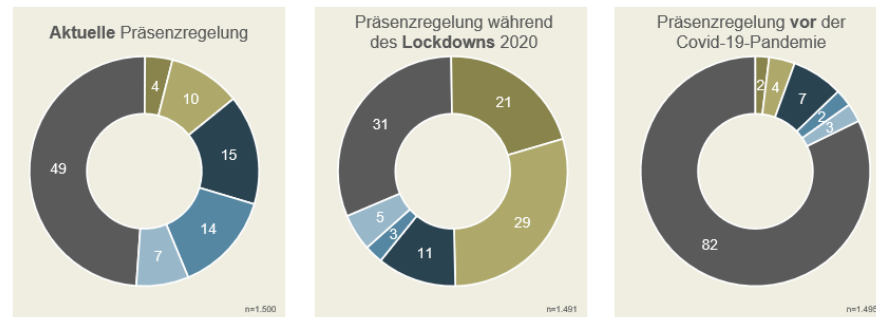
AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN (I/III)

DIE STUDIE LIEFERT DATEN ZUR ENTWICKLUNG VON PRÄSENZREGELUNGEN UND ARBEITSMODELLEN VOR CORONA, ÜBER DIE HOCHPHASE DER PANDEMIE BIS HIN ZUM AKTUELLEN STAND IM SOMMER 2022. DABEI WIRD SOWOHL DIE GESAMT-UNTERNEHMENSEBENE ALS AUCH DIE PERSÖNLICHE SITUATION DER ARBEITNEHMER BELEUCHTET.

Die aktuelle Präsenzregelung in **Unternehmen** zeigt im Vergleich zur Situation vor Corona deutlich höhere Anteile an Homeoffice und hybridem Arbeiten. Während des Lockdowns war Homeoffice erwartungsgemäß weit verbreitet.

? Bitte geben Sie an, welche Aussage die aktuelle Präsenzregelung / die Präsenzregelung während der Kontaktbeschränkung im Rahmen der Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 („Lockdown“) / die Präsenzregelung vor der Covid-19-Pandemie bei Ihrem Arbeitgeber am besten beschreibt.

- (Fast) Alle in Präsenz
- (Fast) Alle im Homeoffice
- Alle nicht zwingend Erforderlichen im Homeoffice
- Einzelne Abteilungen oder Personen im Homeoffice
- Alle können flexibel selbst entscheiden
- Die verpflichtende Anwesenheit rotiert



Angaben in Prozent

7

HEUTE UND MORGEN

Der Anteil der hybrid Arbeitenden hat in jüngster Vergangenheit kontinuierlich zugenommen. Aktuell arbeitet fast ein Drittel der **Arbeitnehmer** hybrid.

? Bitte geben Sie an, welche Aussage Ihre aktuelle persönliche Präsenzregelung / persönliche Präsenzregelung während der Kontaktbeschränkungen im Rahmen der Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 („Lockdown“) / Präsenzregelung vor der Covid-19-Pandemie bei Ihrem Arbeitgeber am besten beschreibt.

- ausschließlich in Präsenz
- hybrid
- ausschließlich im Homeoffice
- vollständig in Kurzarbeit*



Zusätzliche Antwortkategorie „Ich war vollständig in Kurzarbeit“ für die Frage der Präsenzregelung während des Lockdowns 2022; Angaben in Prozent

7

HEUTE UND MORGEN



GIBT ES EINEN ZUSAMMENHANG ZWISCHEN
ARBEITSMODELL UND MITARBEITERBINDUNG?

ODER GIBT ES ANDERE WICHTIGERE
EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE BINDUNG?

AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN (II/III)

DIE BEFRAGUNG ERMITTELT DEN ZUSAMMENHANG ZWISCHEN ARBEITSMODELL UND MITARBEITERBINDUNG. DABEI WERDEN AUCH UNTERGRUPPEN DER GELEBTEN ARBEITSMODELLE BETRACHTET UND TREIBER DER MITARBEITERBINDUNG ERMITTELT. SO ERHALTEN SIE KONKRETE ANSATZPUNKTE FÜR IHR EIGENES UNTERNEHMEN.

Bei den ausschließlich im Homeoffice Arbeitenden zeigt sich im Durchschnitt der niedrigste Bindungsindex. Die Unterschiede zwischen den Arbeitsmodellen sind aber in der Gesamtbetrachtung nicht besonders groß.

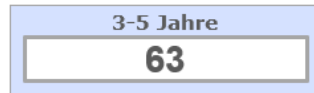
? Mitarbeiter-Bindungsindex nach Subgruppen



Position



Beschäftigungsdauer im aktuellen Unternehmen



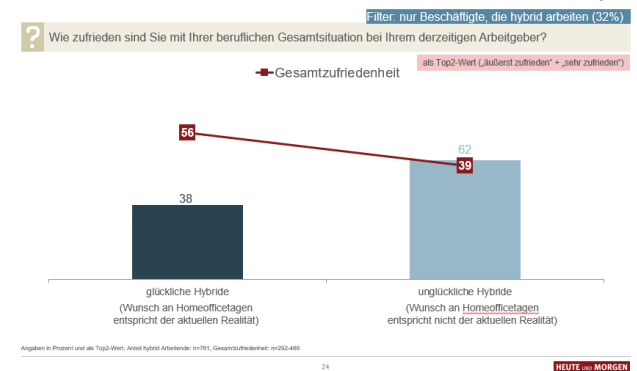
Arbeitsmodell



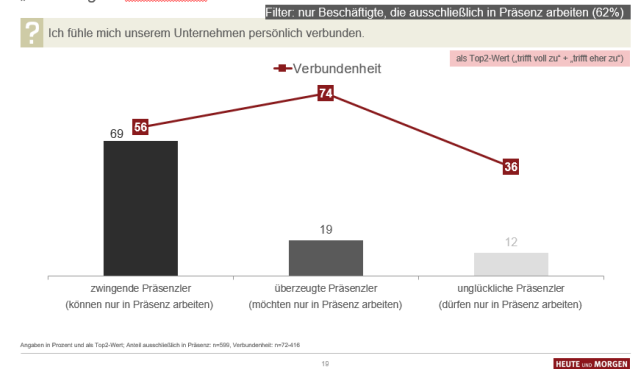
8

HEUTE UND MORGEN

Nur 39% der „unglücklichen Hybriden“ geben an, mit ihrer beruflichen Gesamtsituation in stärkerem Maße zufrieden zu sein.



Dem eigenen Unternehmen persönlich verbunden fühlt sich nur etwa jeder dritte „unglückliche Präsenzler“, aber drei Viertel der „überzeugten Präsenzler“.



WELCHE BEDEUTUNG WIRD HOMEOFFICE VS. PRÄSENZARBEIT BEIGEMESSEN?

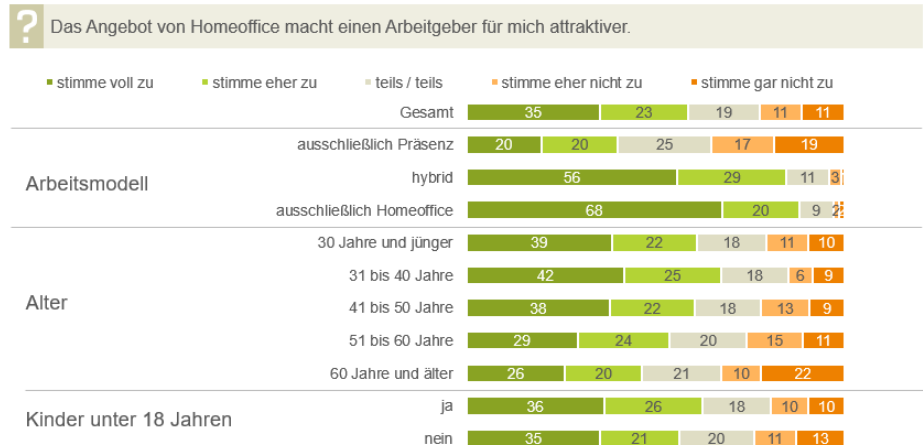


AUSZÜGE AUS DEN ERGEBNISSEN (III/III)

NEBEN DEN ZENTRALEN VORTEILEN UND NACHTEILEN WIRD IN DIESER STUDIE AUCH NACH DEN WAHRGENOMMENEN VERÄNDERUNGEN DURCH VERMEHRT ARBEIT IM HOMEOFFICE SOWIE DER PERSÖNLICHEN EINSTELLUNG ZU HOMEOFFICE VS. PRÄSENZARBEIT GEFRAGT.



Für etwas mehr als die Hälfte (58%) ist ein Arbeitgeber mit der Option zu Homeoffice attraktiver. Dies gilt besonders für jüngere Altersgruppen und Arbeitnehmer mit Kindern.



Angaben in Prozent; Gesamt: n=1.429, Arbeitsmodelle: n=133-758, Alter: n=201-328, Kinder unter 18 Jahren: n=486-644

10

HEUTE UND MORGEN

LEISTUNGSÜBERBLICK UND KOSTEN

Bestellung per E-Mail an: hr-forschung@heuteundmorgen.de

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

➔ Kurzversion			
☐	Kostenfreie Kurzversion (PDF-Bericht, ca. 50 Seiten)		0 €
➔ Gesamtstudie			
☐	Umfassende Gesamtstudie (PDF-Bericht, ca. 140 Seiten)		590 €
➔ Ihre Kontaktdaten			
Name, Vorname		Unternehmen, Abteilung	
E-Mail-Adresse		Telefon	
Rechnungsadresse		Ort, Datum, Unterschrift	

IHRE ANSPRECHPARTNER BEI FRAGEN UND FÜR INDIVIDUELLE HR-FORSCHUNG

- Tanja Höllger; tanja.hoellger@heuteundmorgen.de; +49 221 995 005-12
- Julia Nachtsheim; julia.nachtsheim@heuteundmorgen.de; +49 221 995 005-21
- Lucs Voß, lucas.voss@heuteundmorgen.de; +49 221 995 005-22

ORGANISATIONSFORSCHUNG BEI HEUTE UND MORGEN



Mitarbeiterbefragung

Mitarbeiterzufriedenheit

Unternehmenskultur

Führung

Kommunikation

...



Impulsbefragung

Maßnahmen bewerten

Erfolge messen

Nachhaltige Entwicklungen
vorantreiben

...



Spezifische Fragestellungen

Employer Branding

360° Führungs-Feedbacks

Rekrutierung und
Kündigungsprävention

...



Follow-Up Prozesse

Train-The-Trainer
Workshops

Umsetzungsworkshops

Individuelle
Transfergespräche

...

Unsere Methoden werden individuell an Ihre Ausgangslage angepasst!

Sie möchte wissen, wie sich die Mitarbeiterbindung und Akzeptanz innerhalb Ihres Unternehmens für Ihr aktuelles Arbeitsmodell verhält? Wie Sie das „Wir-Gefühl“ in Ihrem Unternehmen auch in räumlicher Distanz erfolgreich aufrechterhalten? Dann sprechen Sie uns gerne an.

WAS WIR ANBIETEN



HEUTE UND MORGEN

KURZPROFIL

- Full-Service-Institut mit Sitz im Herzen von Köln
- Mitgliedschaft beim BVM
- TÜV-zertifizierter externer Datenschutzbeauftragter
- Zahlreiche Partnerschaften & Lehraufträge & Netzwerke

QUALITATIVE METHODEN



Interview



Kreativ-
workshop



Gruppen-
diskussion



Online
Community

QUANTITATIVE METHODEN



online



persönlich



mobile



schriftlich



telefonisch

FORSCHUNGS- UND BERATUNGSLÖSUNGEN



Kundenzufriedenheit



Produkt und Preis



Marke



Mitarbeiterzufriedenheit



Kommunikation



Digitaler und kultureller Wandel