

Pressemitteilung

Der 2. Future of Work Report von Appinio & Indeed:

Zwei Drittel der Deutschen befürworten den Wegfall der 2G-Regelung

Hamburg, Februar 2022 – Unsere durchdigitalisierte, globalisierte und zunehmend komplexere Welt wandelt sich ständig. Viele Menschen stellen sich die Frage: Wie wollen wir in Zukunft arbeiten – abgesehen von einer virtuellen Arbeitsumgebung mit digitalen Tools, Online-Videokonferenzen und der Möglichkeit, von überall aus zu arbeiten? Die Antwort soll das Konzept namens New Work sein: Es schaut auf Aspekte der modernen Arbeit wie mehr berufliche Flexibilität, eine moderne Arbeitskultur oder die Gleichstellung von Angestellten, ganz unabhängig von der Position. Doch wie weit ist Deutschland in Sachen New Work? Ist das Konzept ausschließlich für „Büromenschen“ interessant? Welche Vor- und Nachteile bringt New Work mit sich? Das hat der zweite Future of Work Report des Hamburger Marktforschungsunternehmens Appinio und der Online-Jobsuchmaschine Indeed erfragt: In einer deutschlandweiten, repräsentativen Umfrage (nach Alter und Geschlecht) wurden 2.000 Arbeitnehmer zu ihrer aktuellen beruflichen Situation befragt. Dabei geht es nicht nur um die Frage, wie in der Corona-Pandemie gearbeitet wird. Sondern auch, wie sich die Deutschen die Zukunft der Arbeit ausmalen und inwiefern moderne Arbeitskonzepte schon jetzt Realität sind.

- *New Work ist in Deutschland immer noch ein Nischenthema. Zwar haben immer mehr Menschen bereits davon gehört, aber vielerorts herrscht noch Unwissenheit –auch bei vielen Arbeitnehmern mit klassischen Bürojobs*
- *Zentrales Thema New Work: Die Wertschätzung der eigenen Arbeitsleistung. In der Realität unterscheidet sich die Wahrnehmung bei Menschen mit und ohne Führungsverantwortung teils deutlich*
- *Flache Hierarchien, virtuelle Zusammenarbeit und freie Wahl des Arbeitsortes: Diese Aspekte von New Work kommen besonders gut an, werden aber (noch) selten in der Realität gelebt*

Der Begriff New Work ist vielen noch unbekannt

Hinter „New Work“ steckt die Philosophie, ein neues Verständnis von Arbeit in Zeiten von Globalisierung und Digitalisierung zu entwickeln. Zentrale Werte sind die persönliche Freiheit und Selbstbestimmtheit des Arbeitnehmers – unabhängig von der Position im Unternehmen. Doch das Konzept scheint in Deutschland kaum bekannt und noch weniger verbreitet zu sein: Nur etwa jeder achte Befragte (12 Prozent) meint zu wissen, was New Work bedeutet. Immerhin hat jeder Vierte (26 Prozent) den Begriff schon mal gehört – ohne genau zu wissen, was dahintersteckt. Für zwei Drittel (63 Prozent) der deutschen Arbeitnehmer ist der Begriff gänzlich neu. Ähnliches gilt auch für Befragte, die in „klassischen Bürojobs“ arbeiten (58 Prozent) –

obwohl man vermuten sollte, dass das Konzept New Work hier eine weitaus größere Relevanz genießt.

Zentrales Thema: Wertschätzung

Ein wichtiger Gedanke hinter New Work ist das Aufbrechen starrer hierarchischer Strukturen, einer Gleichstellung von Arbeitnehmern und damit verbunden eine gesteigerte Wertschätzung für jeden – unabhängig von der Position im Unternehmen. Ein Blick auf die Ergebnisse des Future of Work Report zeigt: Der deutschen Arbeitslandschaft würde mehr New Work definitiv gut tun. Denn die Realität ist noch weit entfernt von der Philosophie hinter New Work.

Richtig wertgeschätzt fühlen sich eher Angestellte mit Führungsrolle als diejenigen Befragten, die weniger Verantwortung im Unternehmen tragen: So sagt jeder Zweite unter den Arbeitnehmern mit Führungsverantwortung (53 Prozent), dass die Arbeit von Vorgesetzten (voll und ganz) wertgeschätzt wird. Bei Arbeitnehmern ohne Verantwortung gaben lediglich vier von zehn Befragten (41 Prozent) an, ausreichend Wertschätzung für die geleistete Arbeit zu spüren.

Dabei ist mangelnde Wertschätzung für jeden Zweiten (48 Prozent) ein relevanter Kündigungsgrund – für Männer noch mehr als für Frauen (54 vs. 48 Prozent). Aus den Daten erschließt sich zudem die spannende wie logische Erkenntnis: Wer das Gefühl hat, dass die eigene Arbeit wertgeschätzt wird, gibt deutlich häufiger an, (sehr) zufrieden im Job zu sein als der Durchschnitt (57 vs. 48 Prozent).

Die Ideen hinter New Work kommt in der Theorie gut an...

Viele Arbeitnehmer würden es daher wahrscheinlich sehr begrüßen, wenn das Unternehmen mehr Ideen von New Work umsetzt. Schließlich geht es nicht allein um Wertschätzung der eigenen Leistung, sondern auch um andere wichtige Aspekte des modernen Arbeitslebens. Im Verständnis der Befragten stechen Faktoren wie flache Hierarchien (85 Prozent), flexible Wahl des Arbeitsortes (80 Prozent), die virtuelle Zusammenarbeit in abteilungs- und ortsübergreifenden Teams (76 Prozent) sowie eine freie Zeiteinteilung (70 Prozent) positiv heraus. Auch eine „Unlimited Vacation Policy“ – also die freie Wahl der Urlaubstage – kommt gut an (71 Prozent). Weniger positiv (56 Prozent) wird hingegen das sogenannte Work-Life-Blending bewertet: Hinter dem Begriff steckt die Fusion von Freizeit und Arbeitszeit, also auch die Möglichkeit, Privates während der Arbeitszeit zu erledigen und andersherum.

...werden in der Praxis jedoch selten gelebt

Was für viele in der Theorie gut klingt, wird (noch) selten in der Praxis umgesetzt, nicht einmal in Bürojobs, in denen das relativ leicht möglich wäre. Drei von zehn Befragte (31 Prozent) kommen gar nicht in den Genuss von New-Work-Aspekten. Dafür sagt auch jeder dritte Befragte (34 Prozent), dass beim aktuellen Job flache Hierarchien gelebt werden. Auch die virtuelle Zusammenarbeit mit anderen Kollegen und Teams gehört bei jedem Vierten (34 Prozent) zum Arbeitsalltag. Jeder Vierte (24 Prozent) darf bei der Wahl des Arbeitsplatzes komplett frei entscheiden. Am wenigsten verbreitet ist hingegen die Idee der „unbegrenzten Urlaubstage“ bzw. der Selbstbestimmung, wie viel Urlaub man nehmen darf (7 Prozent).

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Vollständiger Report:

https://www.appinio.com/hubfs/Reports/Future%20of%20Work/Future_of_work_report_2022_D_E.pdf

Studienergebnisse: [Zum Dashboard](#)

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130