



Pressemitteilung

16. Oktober 2020

New Work wird New Normal: Covid 19-Pandemie verändert Arbeitsalltag in Unternehmen nachhaltig, für Frauen ergibt sich ein geteiltes Bild

- Corona-Pandemie verändert die Aufteilung der Kinderbetreuung; mehr Männer schätzen die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- Frauen vertrauen weniger in die eigenen digitalen Fähigkeiten als Männer
- Vorbehalte bei Führungskräften gegenüber flexiblen Arbeitsformen und Homeoffice nehmen ab

Berlin. Die Corona-Pandemie hat den Arbeitsalltag in deutschen Unternehmen in den vergangenen Monaten stark verändert: Homeoffice, mehr flexible Arbeitszeiten und digitale Tools prägten häufig die Zusammenarbeit der Kollegen. Nach der repräsentativen New-Work-Umfrage der Initiative Chefsache, die in diesem Jahr bereits zum dritten Mal durchgeführt wurde, werden viele dieser Veränderungen auch längerfristige Auswirkungen haben. „Die Corona-Pandemie war für viele eine Art überstürztes Trainingscamp für die Flexibilisierung von Arbeitsmodellen. Ein Zurück zum "Früher" wird es nicht geben, wir müssen jetzt alle gemeinsam mit Maßnahmen wie Weiterbildungen, neuen Formaten und Tools dafür sorgen, dass New Work zum New Normal wird“, fasst Katja van Doren, Finanz- und Personalvorständin der RWE Generation und Mitglied der Initiative Chefsache, die Ergebnisse zusammen.

Die 12 wichtigsten Veränderungen im Überblick:

Der Wandel hin zu New Work ist nachhaltig

- Ein Umdenken hat vor allem bei vielen Männern eingesetzt: 53 Prozent aller befragten Männer schätzen nun die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch das Homeoffice – im April waren es noch 35 Prozent. Zum Vergleich: 57 Prozent der Frauen schätzen das Homeoffice aus diesem Grund – im April waren es 49 Prozent.
- Gleichzeitig scheinen durch die Pandemie bei vielen Männern und Frauen nunmehr einst gehegte Karrierepläne in den Hintergrund gerückt zu sein: Wollten im Januar 2020 noch 46 Prozent der Beschäftigten eine Führungsposition einnehmen, sind es im September 2020 nur noch 14 Prozent. 50 Prozent der Beschäftigten geben an, mit ihrer aktuellen Position zufrieden zu sein, im Januar waren das nur 26 Prozent.
- Bedingt durch den Lockdown und der Schließung von Kindertagesstätten und Schulen mussten sich berufstätige Eltern neue Wege der Kinderbetreuung suchen. 43 Prozent der Eltern geben an, dass sich durch die Krise die Aufgabenverteilung in der Kinderbetreuung geändert hat: Die Hälfte (51 Prozent) dieser Eltern teilt sich die Verantwortung nun gleichermaßen. Bei 27 Prozent übernehmen jetzt die Frauen die Hauptverantwortung, bei 22 Prozent die Männer.

„In der Corona-Pandemie hat sich die Balance zwischen Arbeit und Familie verschoben: Sie sind enger zusammengedrückt und haben sich teilweise vermischt - das war gut und schlecht zugleich. New Normal

heißt auch, Grenzen zu setzen, auf sich acht zu geben, und sich neu zu organisieren“, kommentiert Katja van Doren.

Vertrauen in digitale Fähigkeiten sinkt

- Positiv stimmt, dass sich alle Beschäftigten zwischen April und September in ihren digitalen Fähigkeiten verbessern konnten: Vor allem im Bereich Digital Leadership (68 vs. 77 Prozent), digitale Interaktion (65 vs. 73 Prozent), mobilem Arbeiten (65 vs. 71 Prozent) und Digital Learning (63 vs. 70 Prozent). Allerdings wird hier die Schere zwischen Frauen und Männern wieder größer. In allen Bereichen schätzen sich Männer deutlich besser ein als Frauen (siehe Factsheet Seite 3).
- Gleichzeitig hat das Jahr 2020 zu einem Rückgang des Vertrauens in die eigenen digitalen Fähigkeiten geführt. Fühlten sich im Januar noch 78 Prozent der Beschäftigten eher gut oder gut auf die Digitalisierung und Automatisierung vorbereitet, waren es im September nur noch 70 Prozent. Vor allem das Vertrauen der Frauen sank von 75 Prozent um elf Prozentpunkte auf nur noch 64 Prozent. Bei den Männern gab es mit 81 Prozent im Januar und 77 Prozent im September nur einen geringen Rückgang.

„Nachdenklich stimmt, dass ein so hoher Anteil der Beschäftigten die vorhandenen Weiterbildungsmaßnahmen als unzureichend ansieht und gleichzeitig die eigenen Fähigkeiten mehr und mehr als ungenügend einstuft. Für die Führungspositionen der Zukunft sind digitale Fähigkeiten unabdingbar – wir müssen jetzt handeln, um Chancengerechtigkeit von Frauen und Männern zu gewährleisten“, so Julia Sperling, Partnerin bei McKinsey und Leiterin des Koordinationsteams der Initiative Chefsache.

Beschäftigte schätzen Flexibilität und wollen daran festhalten

- Arbeiten wann und wo man will, das schätzen die Beschäftigten seit Ausbruch der Corona-Pandemie: Stark gestiegen ist die Akzeptanz der Beschäftigten für die Aufnahme flexibler Arbeitszeitmodelle (z.B. Gleitzeit) mit 36 Prozent im Vergleich zu 29 Prozent im April. Ebenso für die Aufnahme eines Teilzeitmodells mit 23 Prozent vs. 17 Prozent im April. Vor allem bei Männern änderte sich die Akzeptanz stark: Flexible Arbeitszeitmodelle akzeptieren nun 39 Prozent (vorher 30), Teilzeit 22 Prozent (vorher 16 Prozent).
- Auffällig ist auch, dass die Vorbehalte von Führungskräften gegenüber flexiblen Arbeitsformen bröckeln: Im Vergleich zur Gesamtzahl der Beschäftigten liegt die Zustimmung der Führungskräfte egal ob Teilzeit, flexible Arbeitsformen oder mobiles Arbeiten höher (siehe Factsheet Seite 5) als bei den Gesamtbeschäftigten.
- Das Homeoffice etabliert sich zunehmend: Noch immer arbeiten 31 Prozent der Beschäftigten von zuhause, 36 Prozent der Männer und 26 Prozent der Frauen. Das könnte an der großen Zufriedenheit mit der Arbeit zuhause liegen: Waren im April 2020 noch 72 Prozent mit der eigenen Arbeit im Homeoffice zufrieden, sind es im September 2020 bereits 80 Prozent – und das weitestgehend unabhängig vom Geschlecht. Auch die Zufriedenheit mit der Arbeit der Mitarbeiter stieg von 56 auf nunmehr 67 Prozent. Den größten Sprung gab es bei den Führungskräften: Die Zufriedenheit mit der Arbeit ihrer Mitarbeiter im Homeoffice nahm von 55 auf 71 Prozent zu.
- Von denjenigen, die noch immer im Homeoffice arbeiten können, wünschen sich 81 Prozent auch weiterhin die Möglichkeit zuhause zu arbeiten – Frauen wie auch Männer. 45 Prozent dieser Beschäftigten möchte auch zukünftig mehr als die Hälfte ihrer Arbeitszeit von zuhause aus erledigen, 19 Prozent wollen gar kein Homeoffice mehr. Ein Recht auf Homeoffice fordern

insgesamt 50 Prozent der Beschäftigten. Hoch ist die Zustimmung bei denjenigen, die vorher auch im Homeoffice gearbeitet haben: Hier stimmen 76 Prozent der Frauen und 63 Prozent der Männer zu.

- Was die Beschäftigten am meisten an der Zeit vor Corona vermissen: 56 Prozent geben den persönlichen Austausch mit den Kollegen an, 51 Prozent die einfache Kommunikation innerhalb des Teams, 50 Prozent die einfachere Zusammenarbeit. Doch die Zahl derer, die sich die Situation vor der Krise zurückwünschen, bröckelt: Waren es im April noch 75 Prozent, die sich den Arbeitsalltag vor Corona zurückgewünscht haben, sind es jetzt nur noch 65 Prozent. Von denjenigen, die jetzt noch im Homeoffice arbeiten, wünschen sich nur 45 Prozent den alten Zustand zurück.

„Die Corona-Pandemie macht die Flexibilisierung von Arbeit notwendig und zeigt, dass es funktioniert. Gleichzeitig hilft uns gerade diese Flexibilität, Chancengerechtigkeit und damit mehr Diversität in Unternehmen zu erreichen.“, bilanziert Julia Sperling.

Hintergrund zur Initiative Chefsache

Die Initiative Chefsache ist ein Netzwerk zur Förderung eines ausgewogenen Verhältnisses von Frauen und Männern in Führungspositionen. Schirmherrin der Initiative Chefsache ist Bundeskanzlerin Angela Merkel. Treibende Kräfte sind Geschäftsführungsmitglieder und Vorstände von Unternehmen sowie Leiterinnen und Leiter wissenschaftlicher, sozialwirtschaftlicher und öffentlicher Einrichtungen. Mit neuen Ideen und Konzepten will die 2015 gegründete Initiative ein Umdenken in der Arbeitswelt herbeiführen. Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis und zeitgemäße Rollenbilder nützen allen gleichermaßen – Frauen, Männern und der Gesellschaft.

Die Mitglieder des Netzwerks sind: Airbus, Aktion Mensch, Allianz, BASF, Bayer, Bundesministerium der Verteidigung, Deutsche Bahn, Deutsche Post DHL Group, Deutsche Telekom, EnBW, Evonik, Fraunhofer-Gesellschaft, Google, Hensoldt, IBM, Kion Group, Landesbank Baden-Württemberg, Max-Planck-Gesellschaft, McKinsey & Company, NDR, RWE, Siemens, Telefónica, TÜV Rheinland, Volkswagen, WAREMA Renkhoff und DIE ZEIT.

Weitere Informationen zur Initiative unter www.initiative-chefsache.de, bei Twitter unter [@Chefsache](https://twitter.com/Chefsache), auf [Instagram](https://www.instagram.com/initiative_chefsache/) oder auf [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/initiative-chefsache/).

Kontakt

Franziska Bluhm

0170 300 3671

franziska.bluhm@initiative-chefsache.de