

The image shows a close-up of a building sign for DAK Gesundheit. The sign is white with orange lettering. The word 'DAK' is in a large, bold, sans-serif font, and 'Gesundheit' is in a smaller, sans-serif font below it. The sign is mounted on a grey metal structure. The background is a blurred outdoor scene with trees and a building.

DAK
Gesundheit

DIGITALISIERUNG UND HOMEOFFICE IN DER CORONA-KRISE - Update -

Sonderanalyse zur Situation in der
Arbeitswelt vor und während der Pandemie

IGES

DAK
Gesundheit
Ein Leben lang

Einführung

Die DAK-Homeoffice-Studie: Ausgangslage

1

Im Zusammenhang mit dem DAK-Gesundheitsreport 2020 hat die DAK-Gesundheit eine Befragung von Beschäftigten u.a. zu den Themen digitales Arbeiten und Homeoffice durchführen lassen. Der Zeitpunkt dieser Befragung war kurz vor dem Beginn der Corona-Krise.

13. Dezember 2019 bis 6. Januar 2020
„Messung vor der Corona-Krise / T0“
Erste Befragung

2

Am 16. März wurden umfangreich Geschäfte des Einzelhandels sowie Schulen und Kitas geschlossen. Beschäftigte gingen massenhaft und plötzlich ins Homeoffice. Die DAK-Gesundheit befragt die Beschäftigten der ersten Befragung zu ihren Erfahrungen in der Corona-Krise und den damit verbundenen behördlichen Einschränkungen.

21. April bis 5. Mai 2020
Erste „Nachher-Messung / T1“
Zweite Befragung

3

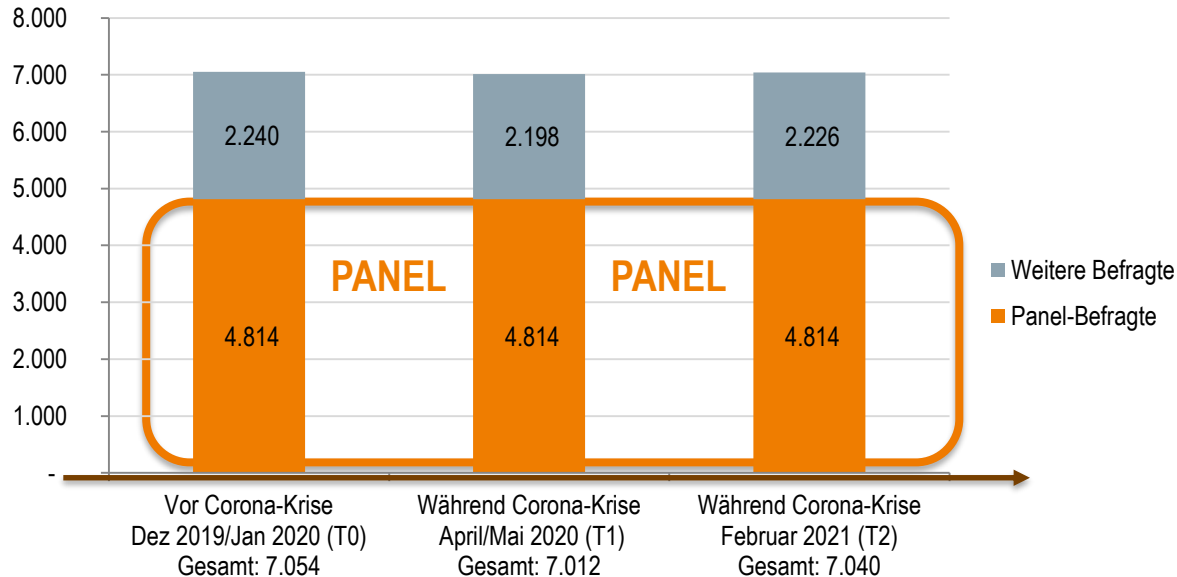
In einer dritten Befragung derselben Beschäftigten geht es um die Arbeit im Homeoffice. Zu dieser Zeit traten als Reaktion auf die zweite Welle der Corona-Pandemie Ausgangsbeschränkungen und Schließungen großer Teile des Einzelhandels in Kraft. Seit 27. Januar sind Arbeitgeber unter bestimmten Voraussetzungen verpflichtet, ihren Beschäftigten Homeoffice anzubieten, wenn die Tätigkeit dies zulässt.

29. Januar bis 19. Februar 2021
Zweite „Nachher-Messung / T2“
Dritte Befragung

2020

ICS

Seit Dezember 2019 wurde ein Panel mit N=4.814 Befragten aufgebaut



Die Stichprobe der dritten Befragung (Säule T2) setzt sich aus N=7.040 Befragten zusammen. Diese Gesamtstichprobe T2 wird für querschnittliche Analysen verwendet.

Das Panel bilden 4.814 Befragte, die an jeder der drei Befragungen teilgenommen haben. Die übrigen Befragten (blauer Säulenteil) haben nur an einer oder zwei der Befragungen teilgenommen.

Alle Analysen beruhen entweder auf dem Panel (Längsschnittdaten) oder der Gesamtstichprobe T2, d.h. der dritten Befragung.

Angaben der Längsschnittdaten können geringfügig von den Analysen aus der Berichterstattung der zweiten Befragung abweichen, weil einzelne Teilnehmer seitdem aus dem Panel ausgeschieden sind.

Fragestellungen der dritten Befragung („T2“)

- **Homeoffice und digitales Arbeiten:** Welcher Trend zeichnet sich ab?
- **Erfahrungen nach fast einem Jahr Homeoffice:** Welche Vor- und Nachteile sehen Beschäftigte und Arbeitgeber?
- **Ungenutztes Homeoffice-Potenzial:** Wie viele Beschäftigte arbeiten im Büro, obwohl ihre Tätigkeit auch im Homeoffice möglich wäre?
- **Homeoffice-Kompetenz:** Über welche Strategien verfügen Beschäftigte? Wie werden sie vom Arbeitgeber unterstützt?
- **Eingeschränkte Kinderbetreuung in der Pandemie:** Wie organisieren die Homeoffice-Arbeitenden die Betreuung der Kinder?
- **Perspektive:** Wie sehen die Beschäftigten und Arbeitgeber das Homeoffice nach der Pandemie?

DAK-Homeoffice-Studie: Ergänzung um Arbeitgeberbefragung

- Auswahl der **5 Branchen mit höchstem Homeoffice-Anteil** auf Grundlage der Daten aus der zweiten Befragung der DAK-Homeoffice-Studie (T1)
- Untersuchungszeitraum:
16. Februar bis 4. März 2021
- Befragt wurden Personalentscheider in Unternehmen in Deutschland
- Stichprobengröße: 100 Befragte mit Homeoffice-Erfahrung
- Quotierung nach Branche und Beschäftigtenzahl
- Durchführung von computergestützten Telefoninterviews (CATI) durch Forsa

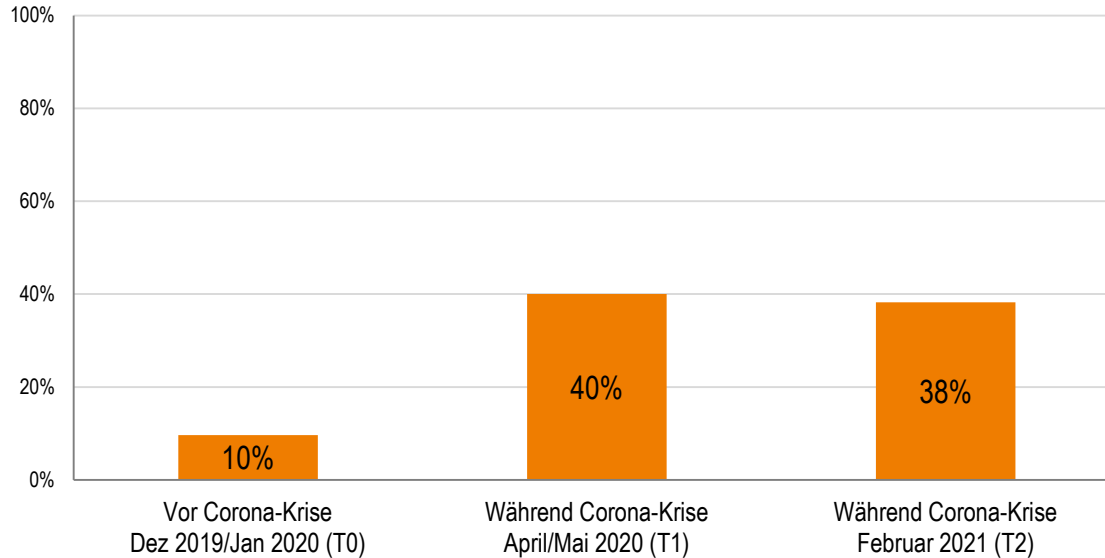


- Banken, Versicherungen
- Bildung, Kultur, Medien
- Datenverarbeitung, Informationsdienstleistungen
- Rechtsberatung, Unternehmensdienstleistungen
- Forschung, Entwicklung, Wissenschaft

Homeoffice und Digitales Arbeiten: Trends

Fortschreibung der Sonderanalyse 2020

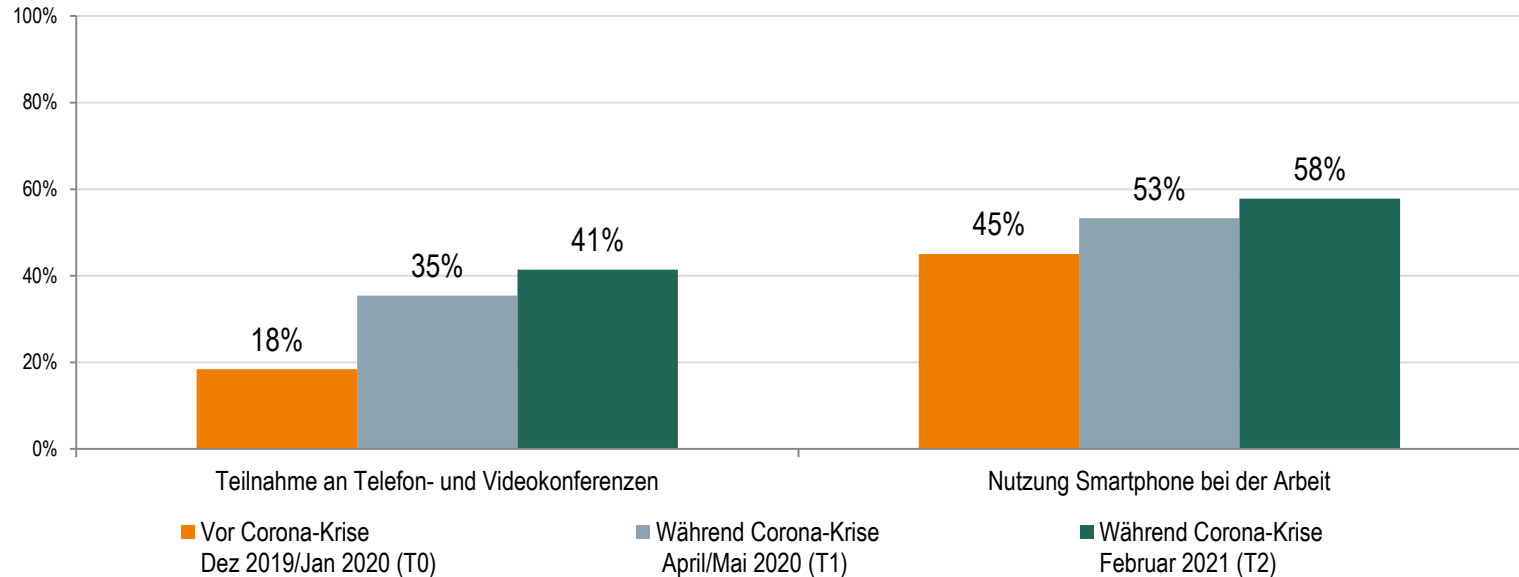
Februar 2021: 38 Prozent arbeiten regelmäßig im Homeoffice



regelmäßig = mehrmals pro Woche oder (fast) täglich

- Vor der Corona-Krise arbeiteten etwa 10 Prozent der Beschäftigten regelmäßig im Homeoffice.
- Im April/Mai 2020 stieg dieser Anteil stark an. Im Februar 2021 lag er (wieder) auf etwa dem gleichen Niveau.
- **Besonders häufig im Homeoffice:** Beschäftigte großer Unternehmen (48 Prozent)
Die Branchen Datenverarbeitung und Informationsdienstleistung (82 Prozent) sowie Bildung Kultur Medien (69 Prozent)
- **Selten im Homeoffice:** Beschäftigte kleiner Unternehmen (20 Prozent)
Die Branchen Gesundheitswesen (13 Prozent), Handel und Baugewerbe (jeweils 23 Prozent)

Digitales Arbeiten nimmt weiter zu



„Mindestens mehrmals pro Woche“

BASIS: Panel-Befragte. N=4.814.

2 0 . 0 4 . 2 1

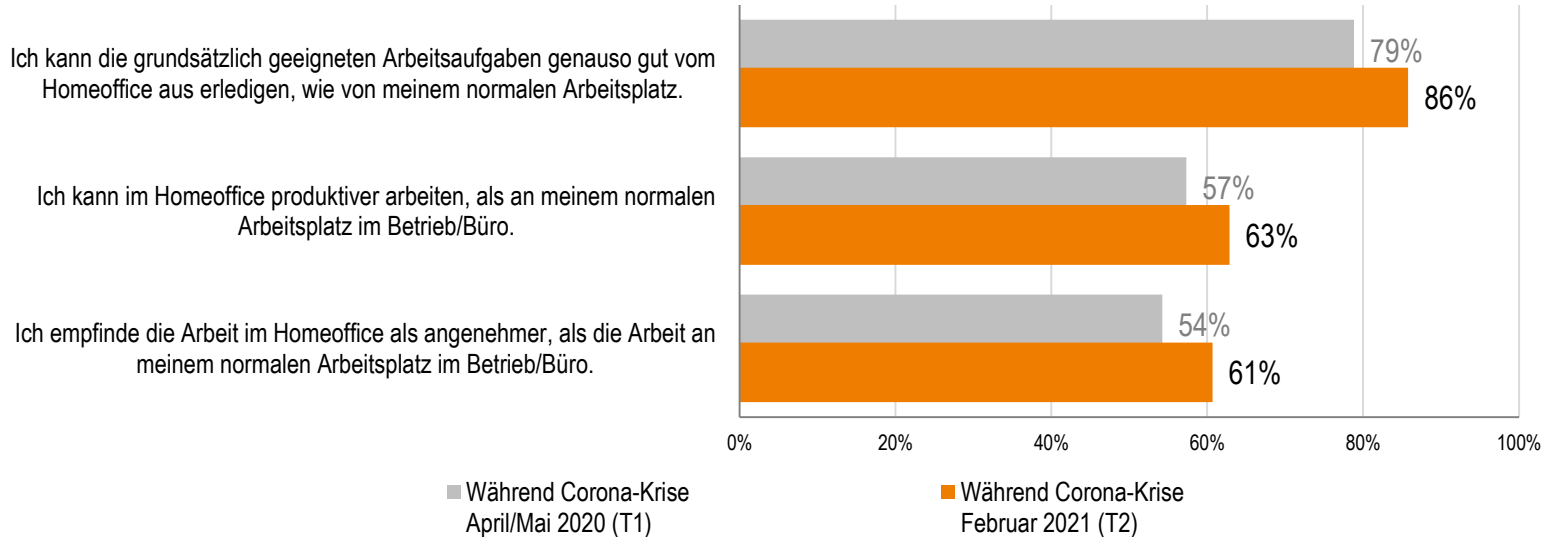
IGES

DAK
Gesundheit
Ein Leben lang

Fast ein Jahr Homeoffice: Erfahrungen

Hohe Produktivität und angenehmes Arbeiten

Große Teile der Beschäftigten im Homeoffice finden die Arbeit in vielerlei Hinsicht genauso gut oder besser als im Büro.



„Trifft eher/genau zu“

Beschäftigte im Homeoffice=mindestens mehrmals pro Monat im Homeoffice

BASIS: Panel-Befragte. Beschäftigte im Homeoffice. N=2.131. Vor der Corona-Krise (T0) wurden diese Fragen nicht gestellt.

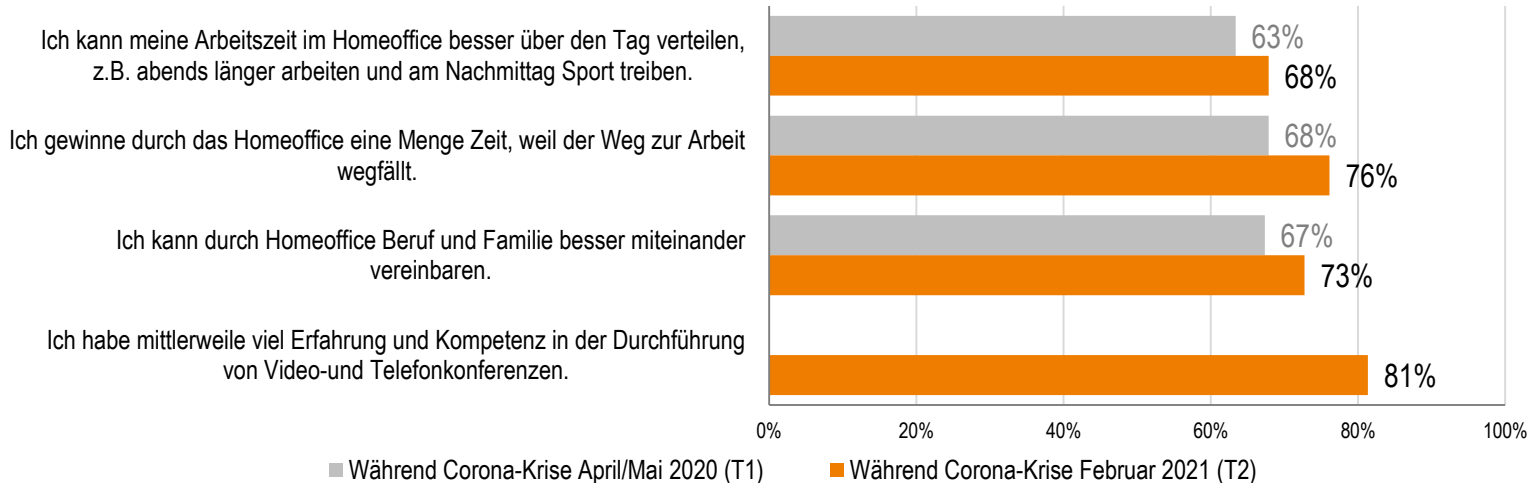
2 0 . 0 4 . 2 1

IGES

DAK
Gesundheit
Ein Leben lang

Zeitgewinn und gute Vereinbarkeit mit Familie

Im Verlauf der Corona-Krise ist der Anteil der Beschäftigten gestiegen, die über Vorteile von Homeoffice berichten. Am häufigsten wird der Wegfall von Pendelzeit genannt. Auch die Produktivität und eine angenehmere Arbeitsatmosphäre werden als Vorteile häufiger genannt.



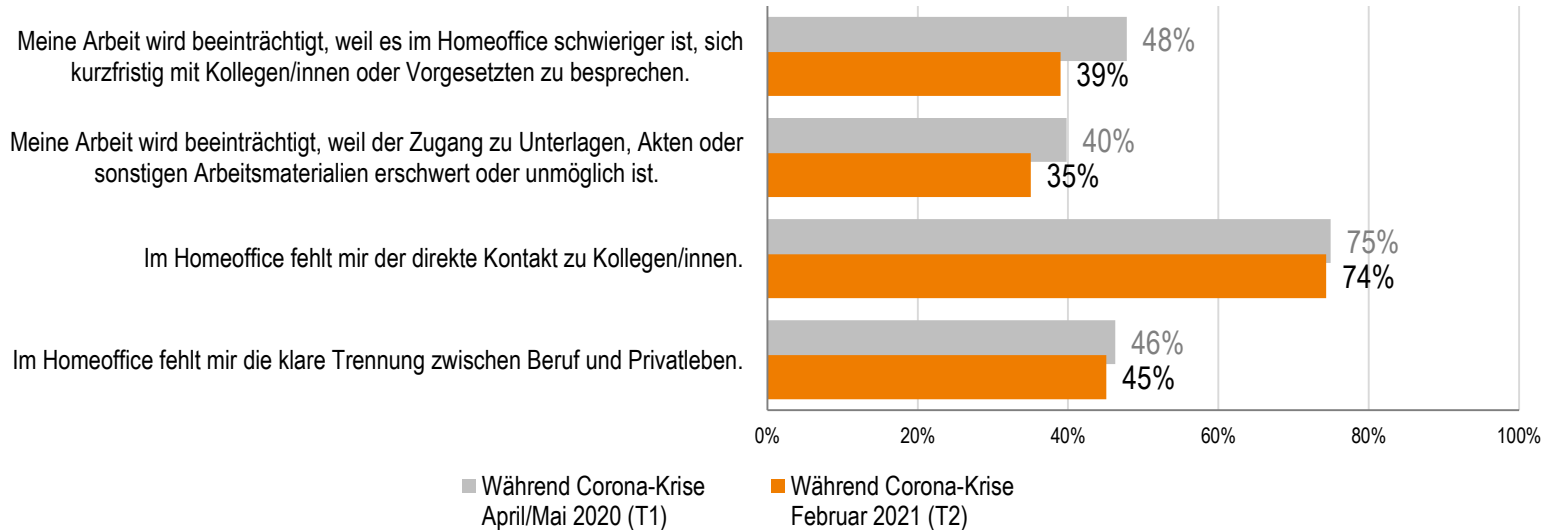
„Trifft eher/genau zu“

BASIS: Panel-Befragte. Beschäftigte im Homeoffice. N=2.131. Vor der Corona-Krise (T0) wurden diese Fragen nicht gestellt. Die letzte Frage wurde zu T1 nicht gestellt.

2 0 . 0 4 . 2 1

Fehlende Kontakte zu Kolleginnen und Kollegen

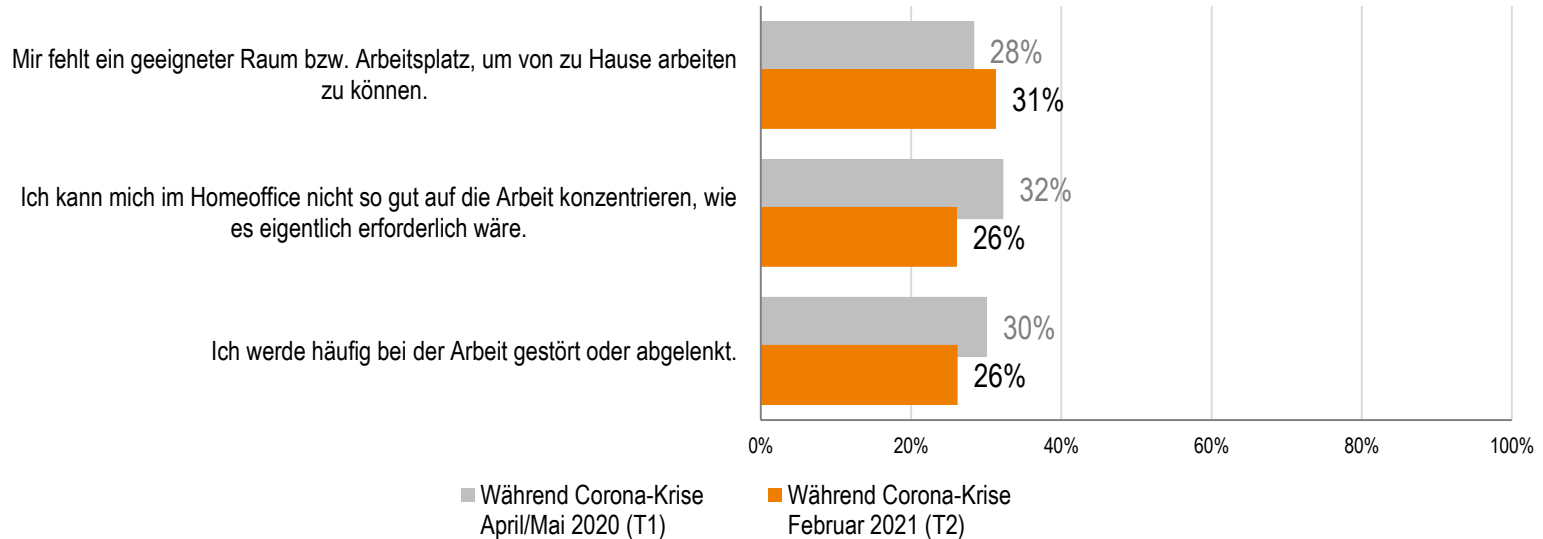
Auch die Nachteile der Arbeit im Homeoffice treten etwas zurück. Ausnahme: Kontakt mit Kolleginnen und Kollegen.



„Trifft eher/genau zu“

Fehlender Raum und zu viel Ablenkung

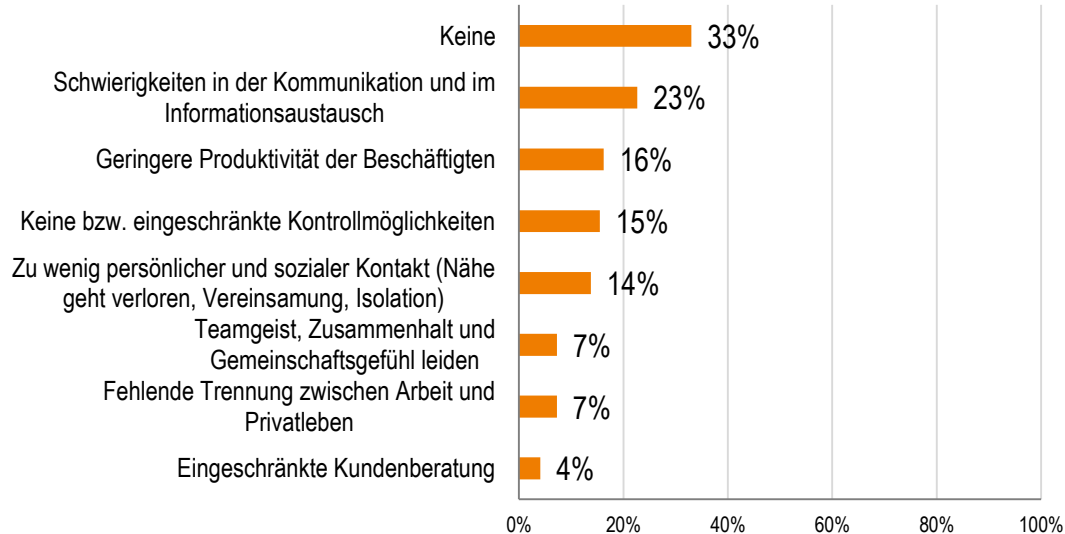
Nach Monaten im Homeoffice geben mehr Beschäftigte an, dass ihnen ein geeigneter Raum bzw. ein Arbeitsplatz fehlt.



„Trifft eher/genau zu“

Nachteile aus Sicht der Unternehmen

Ein Drittel der befragten Unternehmen sieht keine negativen Aspekte in Bezug auf das Homeoffice.
Am häufigsten werden Schwierigkeiten in der Kommunikation und im Informationsaustausch genannt.



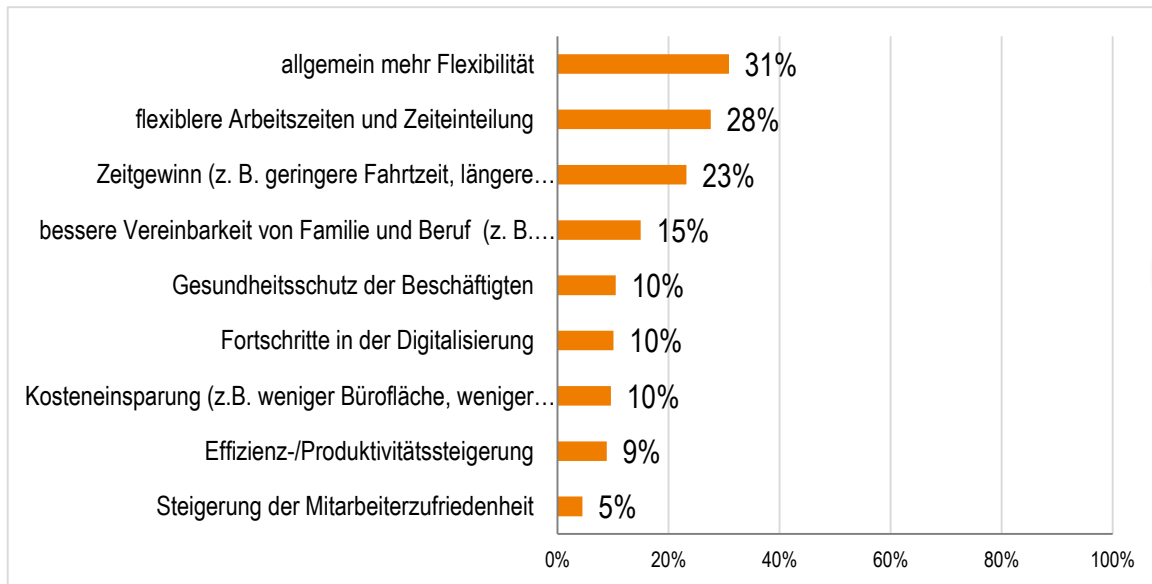
Das Soziale und die Kommunikation werden erschwert. Vereinsamung der Mitarbeiter. Probleme zu Hause am PC werden nicht kommuniziert, sie versuchen es alleine zu klären – das kostet sehr viel Zeit.

Nähe geht verloren, fehlender bzw. eingeschränkter Austausch – kann persönliches Gespräch nicht 100%ig ersetzen.

Fehlende Trennung von Familie und Arbeit, permanente Erreichbarkeit.

Vorteile aus Sicht der Unternehmen

Positive Perspektiven in Bezug auf das Homeoffice sehen Unternehmen durch eine steigende Flexibilität sowie Zufriedenheit und Motivation der Beschäftigten.



Flexibleres Arbeiten ist möglich, motivierte Mitarbeiter und Kosteneinsparung für das Unternehmen – da Büros wegfallen.

Steigende Mitarbeiterzufriedenheit und gesteigertes Leistungsverhalten der Mitarbeiter.

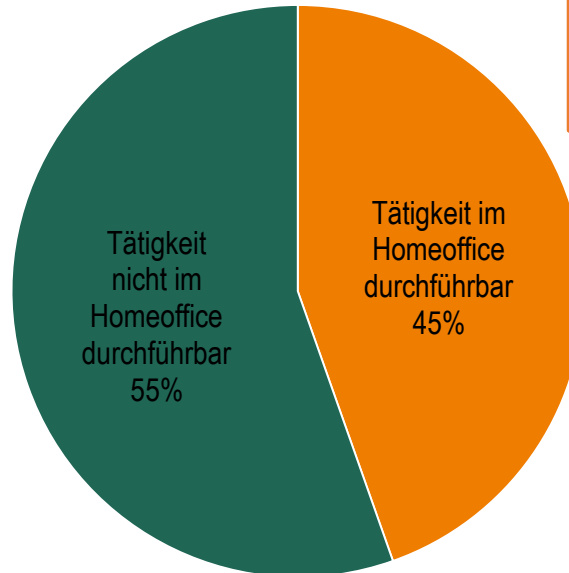
Motivationsschub für Mitarbeiter, weil Vertrauen in Selbstmanagement.

Mitarbeiter haben individuelle Möglichkeiten der Arbeitsgestaltung.

(ungenutztes) Homeoffice- Potenzial?

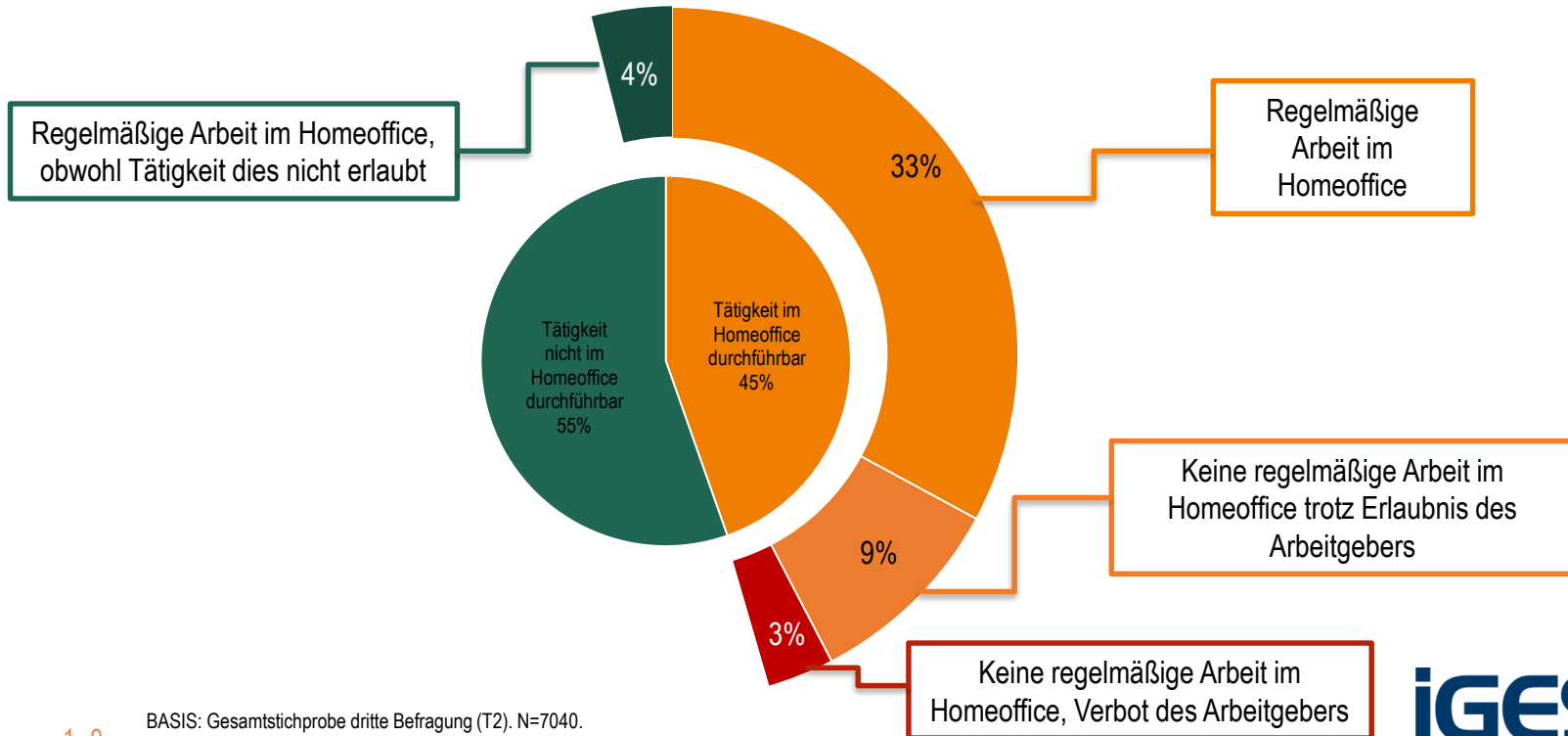
Wie groß ist das Homeoffice-Potenzial?

Wäre bzw. ist Ihre Tätigkeit –
im Großen und Ganzen - auch
von zu Hause aus (im
Homeoffice) durchführbar?



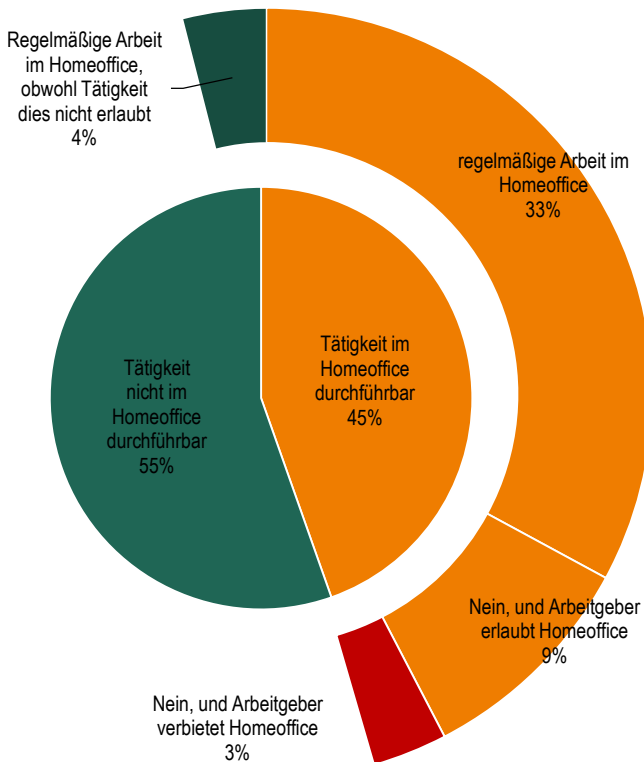
Homeoffice-Potenzial: **45 Prozent** der
Beschäftigten könnten ihre Tätigkeit – im
Großen und Ganzen – im Homeoffice
ausüben

Wie groß ist das Homeoffice-Potenzial noch?



BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). N=7040.

Wie groß ist das Homeoffice-Potenzial noch?

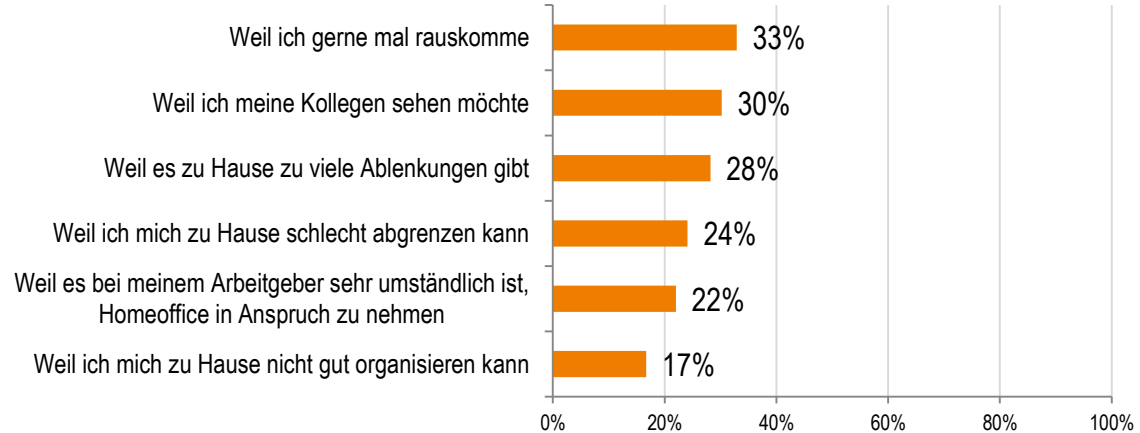
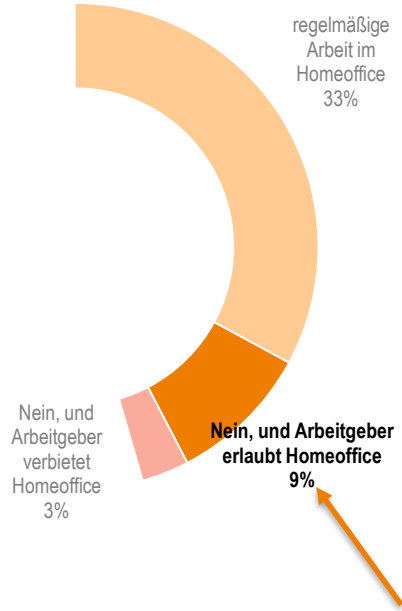


- **45 Prozent** der Beschäftigten haben eine Tätigkeit, die – im Großen und Ganzen – auch von zu Hause aus (im Homeoffice) durchführbar ist.
- Von diesen arbeiten **72 Prozent** regelmäßig, d.h. mindestens mehrmals pro Woche, im Homeoffice. Bezogen auf alle Beschäftigten sind das **33 Prozent**.

- Umgekehrt arbeiten **28 Prozent** der Beschäftigten, deren Tätigkeit Homeoffice erlauben würde, nicht regelmäßig im Homeoffice. Das bedeutet bezogen auf alle Beschäftigten: **12 Prozent** aller Beschäftigten nutzen das Homeoffice-Potenzial ihrer Tätigkeit nicht.
- Von diesen sind **25 Prozent** durch den Arbeitgeber zur Arbeit im Büro verpflichtet. Das bedeutet bezogen auf alle Beschäftigten: **drei Prozent** aller Beschäftigten nutzen das HO-Potenzial ihrer Tätigkeit nicht, vermutlich weil der Arbeitgeber dies nicht erlaubt.
- Umgekehrt gilt: **neun Prozent** aller Beschäftigten nutzen offenbar freiwillig das HO-Potenzial ihrer Tätigkeit nicht.

BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). N=7040.

„Warum arbeiten Sie trotz der Möglichkeit zum Homeoffice im Büro?“



BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). Beschäftigte, deren Tätigkeit im Homeoffice möglich und vom Arbeitgeber erlaubt ist, die aber nicht regelmäßig im Homeoffice arbeiten. N=631.

„Warum arbeiten Sie trotz der Möglichkeit zum Homeoffice im Büro?“

Weil der Wohnraum zu Hause begrenzt ist, ich kein Arbeitszimmer und höhenverstellbaren Schreibtisch zur Verfügung habe.

Die technischen Möglichkeiten, die zur effektiven Arbeit notwendig sind, werden nur schleppend oder gar nicht bereitgestellt.

Mein Mann und mein Kind sind zu Hause. Ferner bräuchte ich einen Schreibtisch und 2 Bildschirme, einen Laptop habe ich.

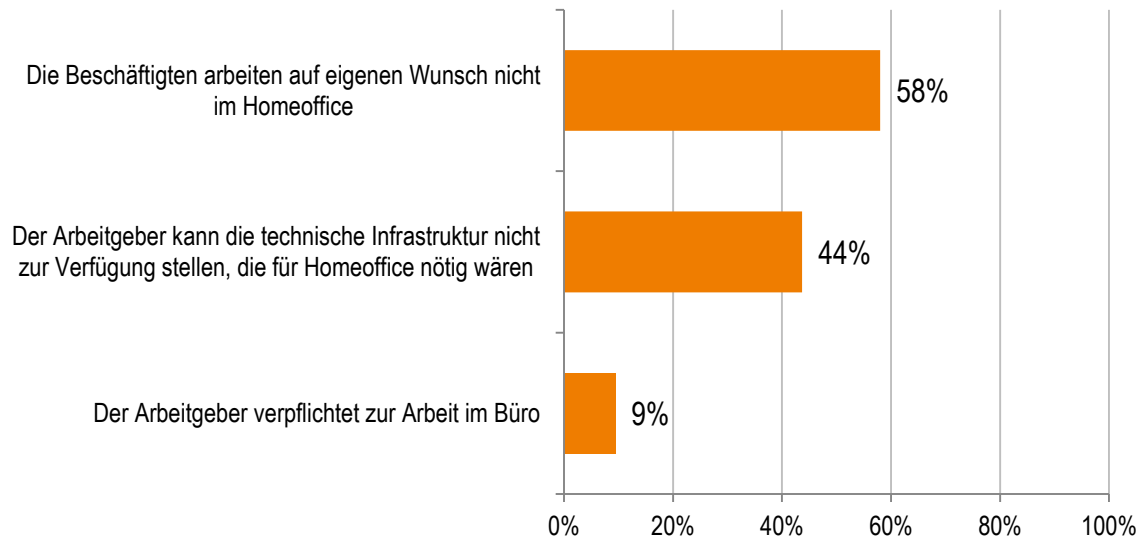
Weil ich auf Papierakten angewiesen bin und sie nicht nach Hause nehmen kann.

Ich kann nur einen Teil meiner Arbeit zu Hause erledigen. Der Rest muss vor Ort passieren.

Weil zuhause 3 weitere Personen leben und arbeiten, die alle ihre Ruhe brauchen. Zudem reicht das Internet nicht für uns alle!!!

BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). Beschäftigte, deren Tätigkeit im Homeoffice möglich und vom Arbeitgeber erlaubt ist, die aber nicht regelmäßig im Homeoffice arbeiten. N=631.

Warum verzichten Beschäftigte mit Homeoffice-Potenzial freiwillig aufs Homeoffice?



58 Prozent der Arbeitgeber gaben an, dass die Beschäftigten auf eigenen Wunsch nicht im Homeoffice arbeiten.

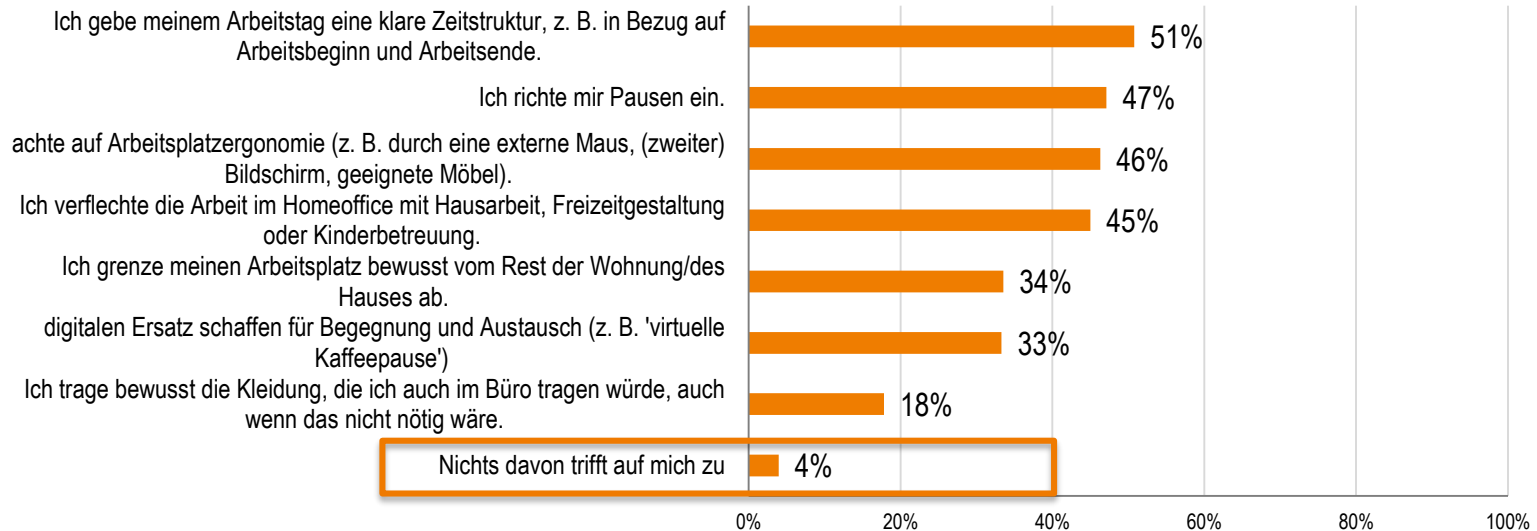
Fast jeder zweite Arbeitgeber kann die technische Infrastruktur (z.B. Zugriff auf den Server oder auf Daten) nicht zur Verfügung stellen, die für Homeoffice nötig wären.

Knapp neun Prozent der Arbeitgeber verpflichten zur Arbeit im Büro.

Homeoffice-Kompetenz und Unterstützung des Arbeitgebers

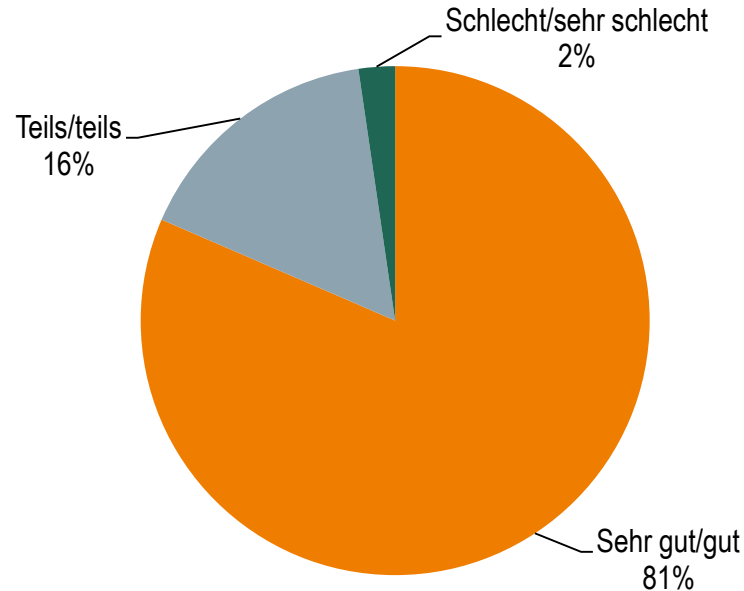
„Wie gestalten Sie die Arbeit im Homeoffice?“

Etwa die Hälfte der regelmäßigen Homeoffice-Arbeitenden haben eine klare Zeitstruktur, richten sich feste Pausen ein und achten auf einen ergonomischen Arbeitsplatz.



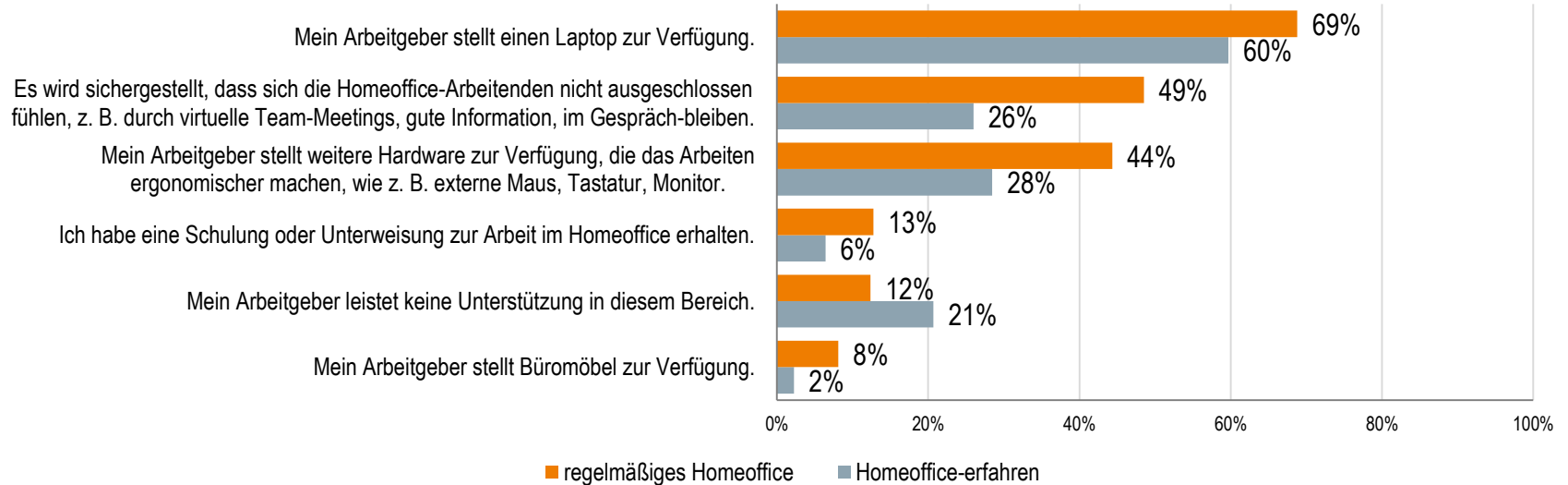
Hohe Organisationsfähigkeit im Homeoffice

81 Prozent der Beschäftigten beurteilen ihre Fähigkeit, sich im Homeoffice zu organisieren, als sehr gut bis gut.



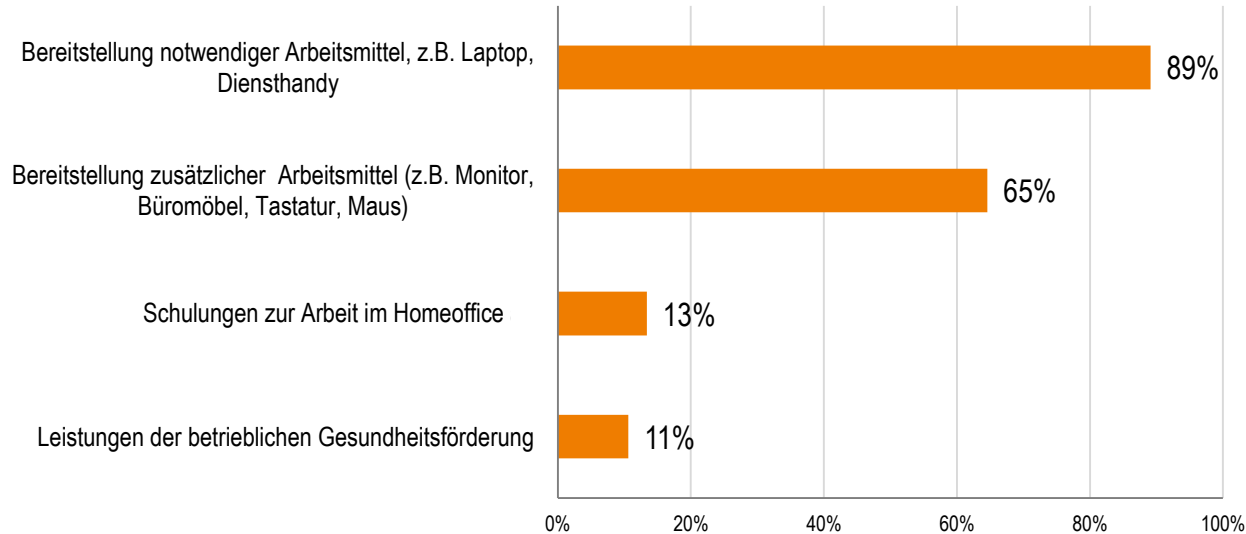
BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). Beschäftigte im Homeoffice. N=3.004.

So unterstützen Unternehmen die Beschäftigten im Homeoffice



regelmäßig=(fast) täglich oder mehrmals pro Woche
Homeoffice-erfahren=mehrmals pro Monat

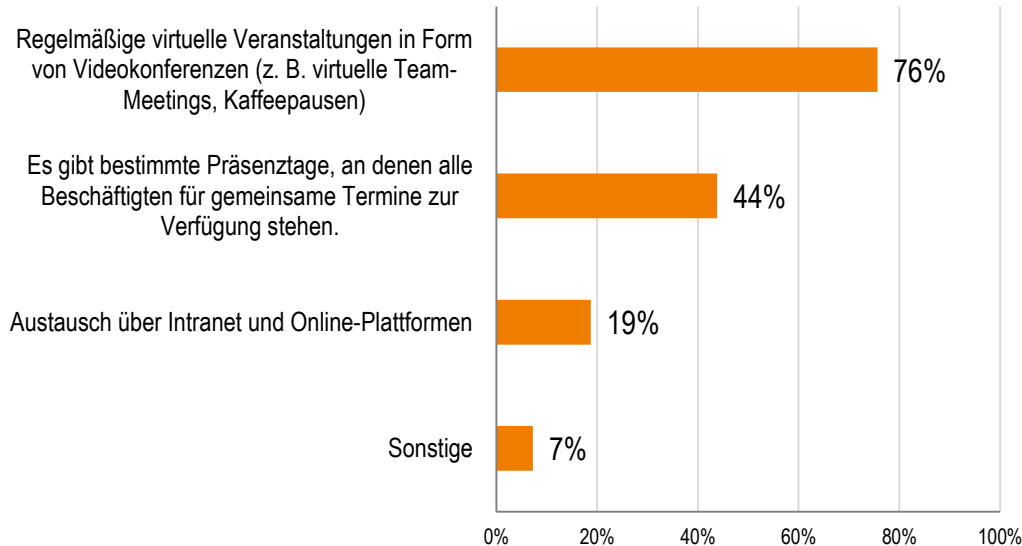
So unterstützen Unternehmen die Beschäftigten im Homeoffice



Leistungen der betrieblichen Gesundheitsförderung und Schulungen zur Arbeit im Homeoffice werden überwiegend in mittelständischen und großen Unternehmen angeboten, wie z.B.:

- *regelmäßige Online-Yogakurse*
- *psychische Unterstützung durch externen Dienstleister*

So unterstützen Unternehmen informelle Kommunikation im Homeoffice



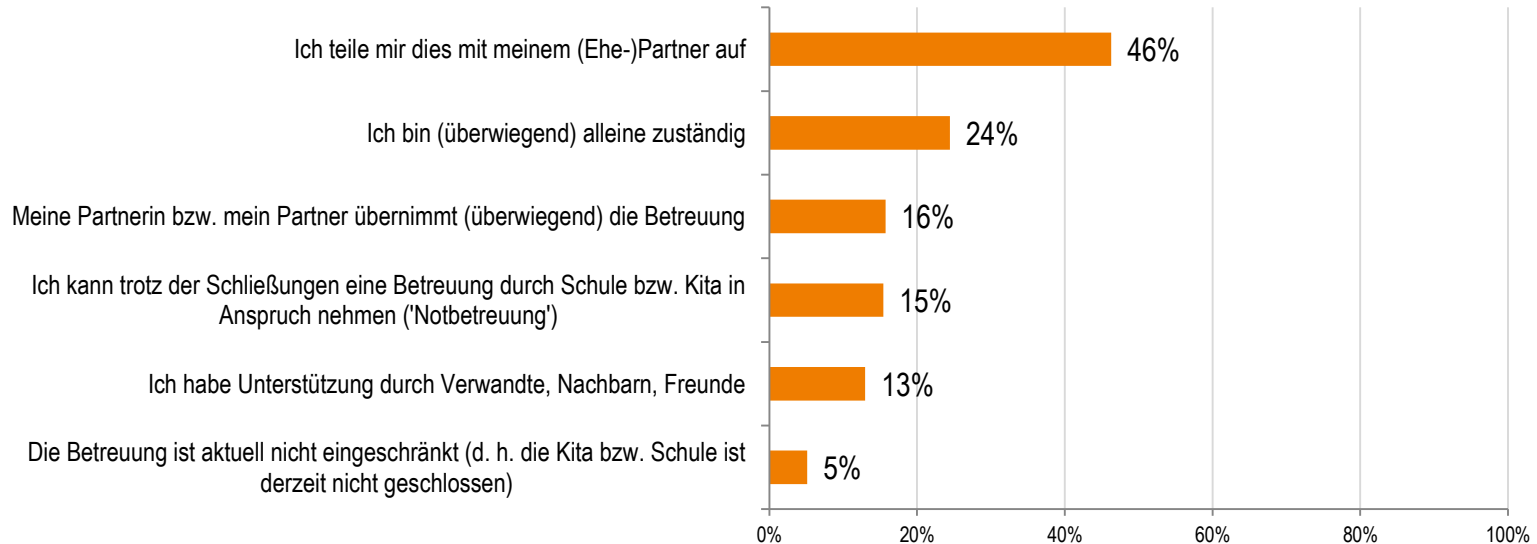
Überwiegend bieten Unternehmen virtuelle Veranstaltungen an, aber auch bestimmte Präsenztage in Kleingruppen sind möglich.

- Treffen nur in festgelegten Gruppen im Wechsel
- Virtuelles Koch-Event
- regelmäßiger Newsletter an alle Beschäftigten
- Virtueller Austausch in Kleingruppen zu Themen wie psychische Situation und vertrauensbildende Maßnahmen
- Monatlicher Austausch der Beschäftigten über bestimmte Maßnahmen, z.B. Vorstellungen zum Homeoffice

Kinderbetreuung

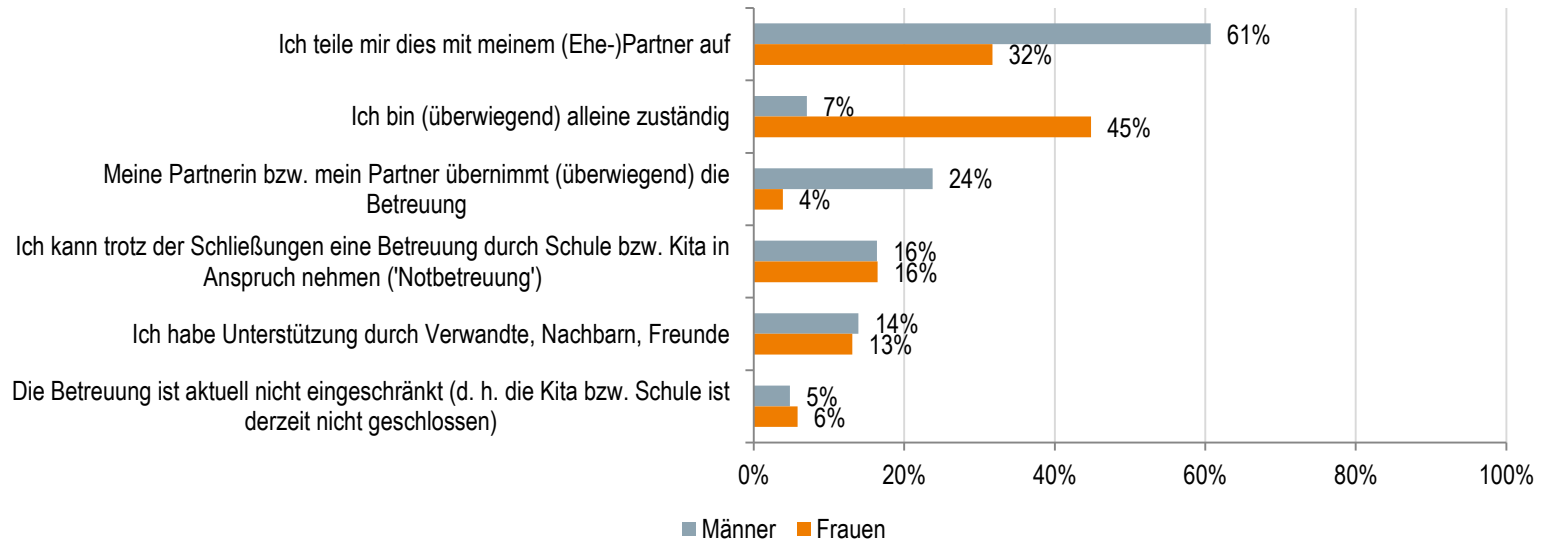
So organisieren Beschäftigte im Homeoffice die Kinderbetreuung

32 Prozent aller Beschäftigten haben Kinder unter 18 Jahren, die normalerweise in die Kita oder Schule gehen. Knapp die Hälfte teilt sich die Kinderbetreuung mit der Partnerin bzw. dem Partner. 24 Prozent sind überwiegend alleine zuständig.



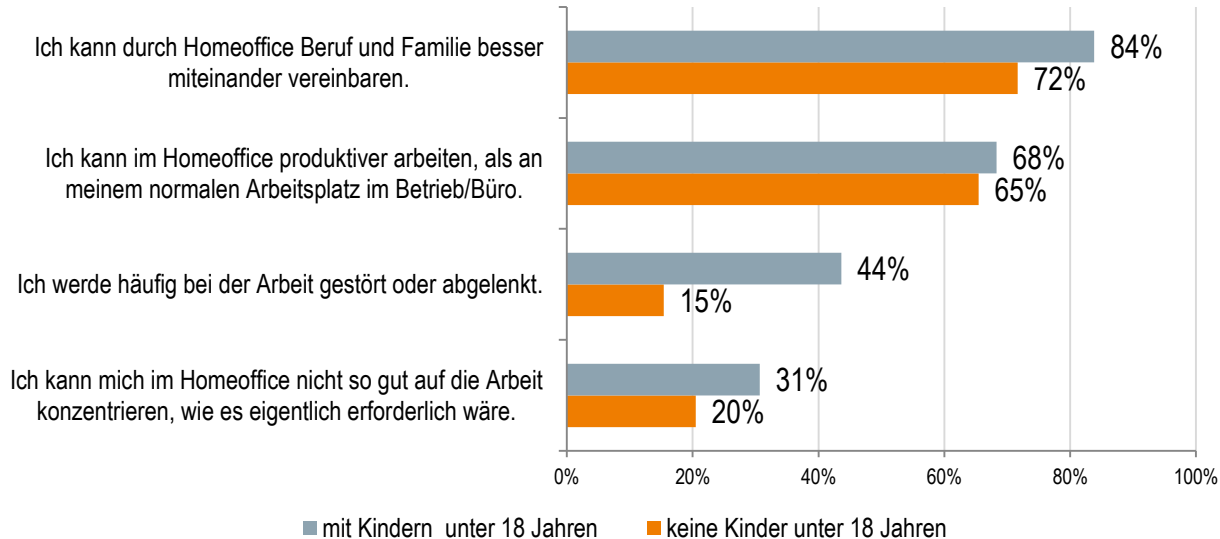
BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). Beschäftigte im regelmäßigen Homeoffice mit Kindern unter 18 Jahre. N=856.

So organisieren Beschäftigte im Homeoffice die Kinderbetreuung



BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). Beschäftigte im regelmäßigen Homeoffice mit Kindern unter 18 Jahre. N=856.

Schwierigkeiten von Homeoffice-Arbeitenden mit Kindern

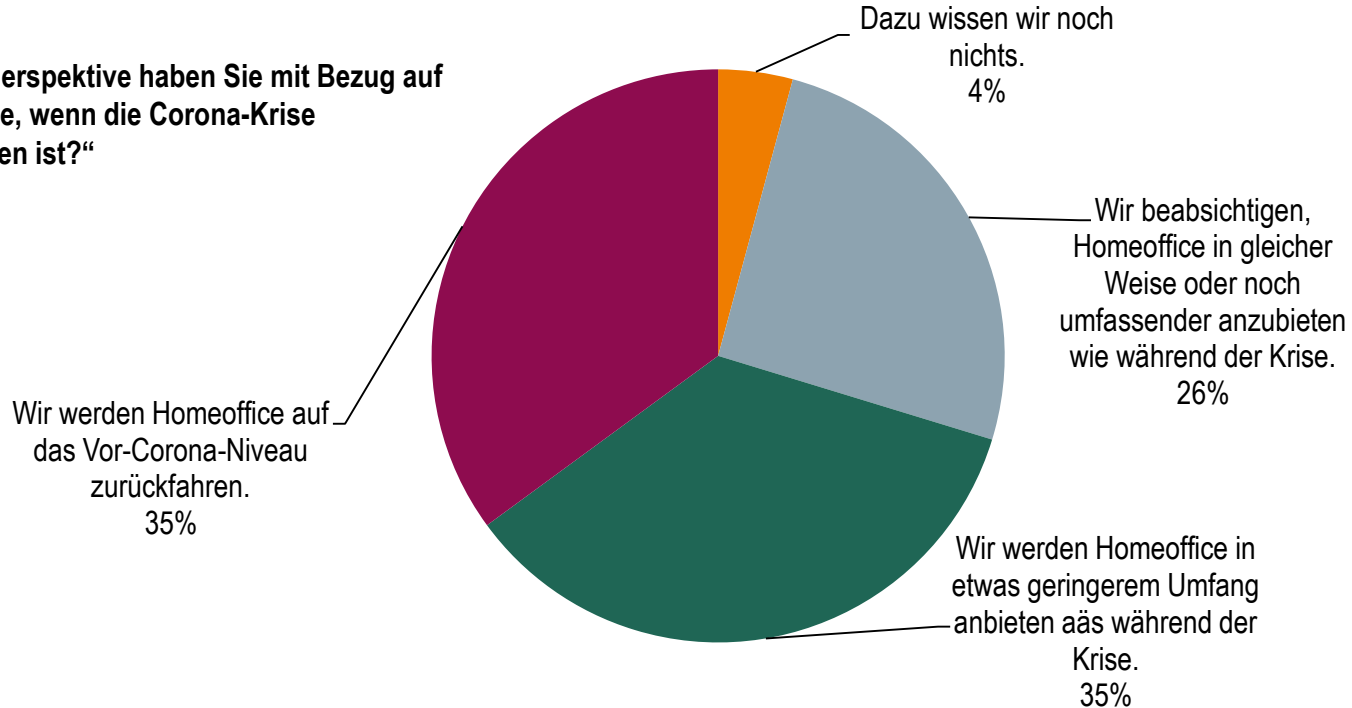


BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). Beschäftigte im regelmäßigen Homeoffice. N=2.509.

Perspektive

Über 60 Prozent der Arbeitgeber wollen Homeoffice auch zukünftig ermöglichen.

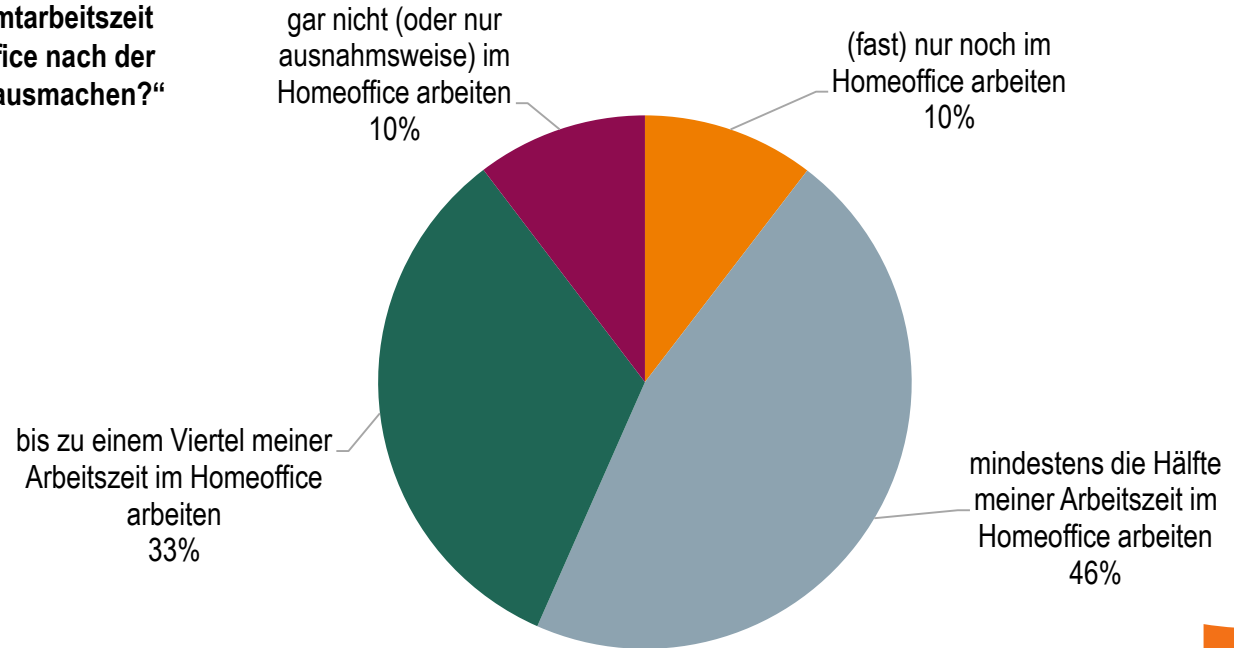
„Welche Perspektive haben Sie mit Bezug auf Homeoffice, wenn die Corona-Krise überwunden ist?“



Homeoffice-Erfahrene wollen auch in Zukunft ins Homeoffice

„Welchen Anteil Ihrer Gesamtarbeitszeit sollte die Arbeit im Homeoffice nach der Corona-Krise idealerweise ausmachen?“

Ich möchte...



BASIS: Gesamtstichprobe dritte Befragung (T2). Beschäftigte im Homeoffice. N=3.004

Fazit

Fazit

- Das Homeoffice hat sich im Verlauf der Corona-Krise weiter etabliert. 38 Prozent der Befragten arbeiten regelmäßig, d.h. mindestens mehrmals die Woche oder sogar täglich im Homeoffice. Dieser Anteil ist etwa so hoch wie während der ersten Welle im April 2020.
- Auch digitale Arbeitsformen wie Videokonferenzen werden von 41 Prozent der Beschäftigten mehrmals pro Woche bis mehrmals täglich genutzt, ein erneuter Anstieg gegenüber April 2020.
- Die Vorteile des Homeoffice überwiegen aus Sicht der Homeoffice-Arbeitenden deutlich und werden größtenteils noch stärker wahrgenommen als im April 2020. Dazu gehört die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, die empfundene Arbeitsproduktivität, Zeitgewinn und Zeitflexibilität.
- Hauptnachteil des Homeoffice: die fehlenden Kontakte zu Kolleginnen und Kollegen sowie Vorgesetzten. Ebenfalls als Nachteil wird ein erschwerter Zugang zu Unterlagen und Arbeitsmaterialien sowie eine fehlende Trennung von Beruf und Privatleben empfunden

Fazit

- Homeoffice-Potenzial: 45 Prozent der Befragten geben an, dass ihre Tätigkeit im Großen und Ganzen auch von zu Hause ausgeübt werden kann.
- Jedoch arbeiten nur 33 Prozent aller Beschäftigten regelmäßig, d. h. mindestens mehrmals pro Woche von zu Hause aus. Hinzu kommen vier Prozent, die trotz fehlendem Homeoffice-Potenzial regelmäßig zu Hause arbeiten.
- Nur drei Prozent der Beschäftigten haben trotz Homeoffice-Potenzial keine Erlaubnis ihres Arbeitgebers. Neun Prozent nutzen aus eigener Entscheidung das Homeoffice-Potenzial ihrer Tätigkeit nicht regelmäßig.
- Gründe hierfür: „mal rauskommen wollen“, „Kolleginnen und Kollegen sehen wollen“, aber auch fehlende Abgrenzungsmöglichkeiten zu Hause.

Fazit

- Die meisten Beschäftigten im Homeoffice sind sehr kompetent bezüglich der Arbeit von zu Hause aus. Fast alle verfügen über Strategien, die Arbeit im Homeoffice zu gestalten. Sie strukturieren den Tag, richten Pausen ein, achten auf Ergonomie oder schaffen sich digitalen Ersatz für Begegnung und Austausch.
- Es gibt jedoch auch ein kleinen Anteil der Homeoffice-Arbeitenden, der über keinerlei solcher Strategien verfügt.
- Die meisten Beschäftigten, die regelmäßig im Homeoffice sind, werden von ihrem Arbeitgeber unterstützt, etwa durch einen Laptop, weitere Hardware oder virtuelle Teammeetings. 12 Prozent dieser Gruppe geben jedoch an, keinerlei Unterstützung zu erhalten.
- Nach ihrer Perspektive für die Zukunft gefragt wollen 46 Prozent der Beschäftigten mit Homeoffice-Erfahrung mindestens die Hälfte ihrer Arbeitszeit im Homeoffice arbeiten. Hinzu kommen 10 Prozent, die fast nur noch von zu Hause arbeiten wollen.

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

