



Vom Home-Office zurück ins Büro

Wie entwickelt sich hybride Arbeit?

Jacqueline Sattler
Simon Freudenberg
Constantin Weiß

Kaum eine Branche ist davon ausgenommen: Die Ära der Remote-Arbeit wurde durch die Covid-19-Pandemie eingeläutet, und was als vorübergehende Anpassung begann, entwickelt sich zunehmend zu einem revolutionären Wandel in der Arbeitswelt. Ein Wandel hin zur hybriden Arbeit. Für Mitarbeitende bedeuten die Veränderungen mehr als nur die physische Abwesenheit vom traditionellen Arbeitsplatz. Die Flexibilität, die das Arbeiten von überall aus ermöglicht, bricht die festen Grenzen des klassischen Arbeitsumfelds auf und bietet dem Arbeitnehmer Anpassungen nach individuellen Bedürfnissen. Dies wird vermehrt als gesteigerte Lebensqualität wahrgenommen, was wiederum erhöhte Zufriedenheit hervorrufen kann. Da die Zufriedenheit von Mitarbeitenden nachweislich ihre Motivation sowie Produktivität im Arbeitsalltag steigern kann, scheint es auf den ersten Blick als Win-Win-Situation für Arbeitnehmer sowie Arbeitgeber. Insgesamt markiert die Ära der hybriden Arbeit einen tiefgreifenden Wandel in der Arbeitskultur. Was als Reaktion auf die Pandemie begann, erweist sich nun als Wegweiser für eine moderne, flexible Arbeitswelt. Doch trotz der unbestreitbaren Vorzüge der hybriden Arbeit lassen sich bei genauerer Betrachtung einige Nachteile für Unternehmen identifizieren, die eine Rückkehr zum „Vor Ort arbeiten“ begründen könnten. Die mangelnde Teamkollaboration stellt einen der Hauptnachteile von Arbeit aus dem Home-Office dar. Im virtuellen Raum gestaltet sich die Zusammenarbeit oft schwieriger. Der spontane Austausch von Ideen, der kreative Dialog und die unmittelbare Teamdynamik, die durch persönliche Präsenz gefördert werden, kommen im Home-Office häufig zu kurz. Gleichzeitig leidet die Führung und damit verbunden die Möglichkeit, effektive Motivationsanreize zu setzen. Die physische Distanz erschwert es Führungskräften, ihre Teams aktiv zu unterstützen und eine inspirierende Arbeitsumgebung zu schaffen. Dies kann auch zu einer verringerten

Unternehmensidentifikation führen, was wiederum negative Auswirkungen auf die Motivation und Einsatzbereitschaft einzelner Mitarbeitender mit sich bringen kann.

Mittlerweile stellen sich auch zunehmend Unternehmen die Frage, inwiefern eine Abkehr der unbeschränkten Home-Office-Regelungen beim hybriden Arbeiten Kreativität, Identifikation und Motivation fördern könnte. Tesla, Google und Zoom sind dabei prominente Beispiele für eine intensiviertere Fokussierung der Mitarbeitenden Präsenz. Eine Rückkehr zum Status quo, wie vor der Pandemie gestaltet sich dabei jedoch nicht nur als schwierig, sondern gleicht fast einem Akt der Unmöglichkeit. Zum einen verlieren Unternehmen an Glaubwürdigkeit. Die Möglichkeit durch hybride Arbeit frei über den Arbeitsort zu entscheiden, wurde den Mitarbeitenden bisher als Fürsorge und Mitarbeiterorientierung verkauft. Durch eine Einschränkung dessen wird deutlich, dass ein Entgegenkommen auf die Mitarbeitenden nur so lange erfolgt, wie die Interessen der Unternehmen gewahrt werden. Zudem ist es auch fraglich, ob Kreativität, Identifikation und Motivation durch Präsenz wirklich gestärkt werden, wenn auferlegte Richtlinien die Basis dessen sind. Ein weiterer erschwerender Aspekt bei der Wiedereinführung von Präsenzempfehlungen oder -verpflichtungen ist der „War of Talents“. In der aktuellen Lage befinden sich Unternehmen praktisch in einem Gefangenendilemma, wenn es um die Bindung von Mitarbeitenden geht. Grenzen Unternehmen die Regelungen der hybriden Arbeit für ihre Mitarbeitenden ein, fallen für diese teils entscheidende Benefits weg. Besonders bei talentierten und umworbenen Mitarbeitenden erhöht sich damit das Risiko einer Abwanderung. Daher ist es für Unternehmen schwierig die Freiheiten hinsichtlich des Arbeitsortes einzuschränken, solange es eine Vielzahl an Alternativen gibt, wo hybride Arbeit uneingeschränkt möglich ist.

Aufgrund dieser Faktoren stellt sich aktuell die Frage, ob wir auch in Zukunft weiterhin die freie Entscheidung haben, ob wir im Home-Office oder Büro arbeiten wollen oder ob es klare Vorschriften geben wird.

Genauere Antworten lassen sich zu dieser Frage derzeit pauschal nicht geben. Das liegt vor allem daran, dass sich verschiedene Branchen und Tätigkeitsfelder voraussichtlich in Zukunft unterscheiden werden. Während bspw. bei vordefinierten und eigenständigen Tätigkeiten eine Abkehr von hybrider Arbeit weniger dringlich und entscheidend ist, kann die Bedeutung von Büropräsenz für kreative Aufgaben höher eingeschätzt werden. Eine komplette Rückkehr zum Status quo vor der Pandemie ist jedoch für wenige Bereiche zu erwarten. Für Mitarbeitende ist das Home-Office bereits zu stark in der neuen Arbeitsrealität verankert. In Zukunft sind daher verschiedene Ausprägungsstufen von hybrider Arbeit zu erwarten. Durch das Fortbestehen der hybriden Arbeit werfen sich für Unternehmen jedoch weitere Aufgaben auf, die es in Zukunft zu lösen gilt. Beispielsweise ist die Gestaltung der Bürofläche eine zentrale Thematik. Es lässt sich erkennen, dass viele Arbeitgeber ihre Flächen verkleinern, um auf ungenutzte Plätze zu reagieren. Somit besteht jedoch auch keine Möglichkeit für gesamthafte Präsenztage aller Mitarbeitenden. Stattdessen gilt es die Präsenz einzelner Teams untereinander zu koordinieren und entsprechend die Arbeitsflächen offener und kollektiver zu gestalten. Als Folge wird sich auch die Kultur in den Unternehmen ändern. Flexibilität und Eigenverantwortung werden in dem Zuge verstärkt in den Vordergrund rücken, während eine kollektive Unternehmensidentifikation abnehmen könnte.

Um sich nun als Unternehmen für die Zukunft des hybriden Arbeitens zu wappnen, gilt es vor allem drei Punkte zu beachten. Ersten sollten

die Regelungen sehr an die Aufgabenarten und die Arbeitsweise der Mitarbeitenden angepasst werden. Es wird keine One-size-fits-all-Lösung geben. Zweitens sollte die Bedeutung der Freiheiten durch hybrides Arbeiten für die Mitarbeiter nicht unterschätzt werden. Und drittens gilt es Maßnahmen zu finden, um das Teamgefüge auch bei häufiger Arbeit aus dem Home-Office zu stärken. Dazu können Formate zum regelmäßigen Austausch gehören, aber vor allem Events, die die Identifikation mit dem Team und Unternehmen fördern.



Sprechen Sie uns an!

Wollen Sie mehr über das Thema hybrides Arbeiten oder Zusammenarbeit in der Organisation erfahren? Stellen Sie sich gerade selbst die Frage wie Sie die Zusammenarbeit bei Ihnen in Zukunft organisieren wollen? Dann nehmen Sie Kontakt zu uns auf.

Wir besprechen gerne Ihre individuelle Situation in einem unverbindlichen Vorgespräch. Weitere Informationen zum Thema Marketing & Sales Organisation finden Sie bei uns auf der Website: <https://www.batten-company.com/kompetenzen/marketing-sales-organization/>

Autor:innenverzeichnis



Jacqueline Sattler Senior Managerin

Tel.: +49 172 2901703
E-Mail: jacqueline.sattler@batten-company.com



Simon Freudenberg Consultant

Tel.: +49 152 02153171
E-Mail: simon.freudenberg@batten-company.com



Constantin Weiss Consultant

Tel.: +49 172 6114957
E-Mail: constantin.weiss@batten-company.com

Batten & Company – Creating Concepts. Delivering Solutions.

Batten & Company ist eine der führenden Strategieberatungen für Marketing & Sales mit Fokus auf digitale Transformation und nachhaltiges Wachstum. Die Consultants arbeiten agil, flexibel, kollaborativ, innovativ und vor allem sehr nah am Kund:innen.

Batten & Company ist eingebettet in das globale Kommunikationsnetzwerk von BBDO, eines der kreativsten Agenturnetzwerke der Welt – ein Alleinstellungsmerkmal, das den Beratern den vollen Zugriff auf die Ressourcen, Kompetenzen, Insights und Marktkenntnisse aus über 77 Ländern und 290 Büros garantiert. Batten & Company steht für eine tiefe Kenntnis der lokalen Themen, eng verbunden mit der globalen Perspektive.

Die Consultants von Batten & Company begleiten ihre Kund:innen auf allen strategisch wichtigen Feldern kundenzentrierter Marktbearbeitung – von der Identifikation strategischer Potenzialfelder, der Ideengenerierung, der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle bis zur erfolgreichen Platzierung neuer Angebote und

der nachhaltigen organisatorischen Verankerung. Der Fokus liegt dabei auf der gesamten Wertschöpfungskette mit spezialisierten Beratungseinheiten für die Bereiche Innovation, Business Model Transformation und Marketing Automation.

Batten & Company erarbeitet gemeinsam mit seinen Kund:innen in den Disziplinen Marketing & Sales die richtigen Antworten auf den Digitalisierungsdruck, den steigenden Wettbewerbsdruck und die wachsenden Anforderungen des Marktes. Für die Kund:innen entstehen so unmittelbar wirksame und nachhaltige Lösungen für ein profitables Wachstum, die Exzellenz in Konzeption mit ausgezeichneter Umsetzung verbinden.

Hidden Champions 2024/25 für Marketing & Sales

Auf Basis einer Befragung unter 765 Unternehmenslenkern durch die wissenschaftliche Gesellschaft für Management und Beratung (WGMB) in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsmagazin „Capital“ wurde Batten & Company zum dritten Mal in Folge in der Kategorie „Marketing & Vertrieb“ auf Platz 2 gewählt. Damit liegt Batten & Company im Bereich Marketing & Vertrieb klar vor McKinsey und BCG.



Beste Berater 2022 für Marke, Marketing & Pricing, Vertrieb, After Sales & CRM und Innovation/Wachstum

Zum neunten Mal in Folge wurde Batten & Company durch die Umfrage des Wirtschaftsmagazins brand eins in Kooperation mit Statista zu den besten Unternehmensberatungen 2022 gewählt. Bestnoten wurden u. a. in den Kategorien Marketing, Marke & Pricing und Vertrieb, After Sales & CRM erzielt.

brand eins
Thema Consulting
Beste Berater
2022

TOP-Berater 2023 in acht Fachgebieten

Im von focus Business durchgeführten Berater-Ranking wurde Batten & Company in den Fachgebieten Digitalisierung, Innovation, Marketing & Brand, Organisationsberatung, Strategieberatung und Vertrieb als „Top-Berater 2022“ ausgezeichnet. Besonders in der Kategorie „Vertrieb“ erhielt Batten & Company eine überproportional hohe Kundenempfehlungsrate.

