

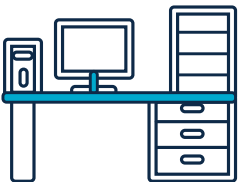
#22 -November 2021

LEBEN UND ARBEIT IN DER POST-CORONA-WELT

NEW WORK, MOBILITÄT UND DER WERT DES WOHNENS

Die Coronapandemie hat die Art und Weise wie wir arbeiten auf den Kopf gestellt. Mobiles Arbeiten, Homeoffice und die viele Zeit in den eigenen vier Wänden haben ihre Spuren hinterlassen und werden wohl auch in den Zeiten nach der Pandemie eine Rolle im Leben der Deutschen spielen.

Doch wie hat sich aufgrund der neuen Arbeitsbedingungen die Mobilität der Menschen verändert? Wer hat sein Auto stehen gelassen und wie viele Deutsche planen, mit Blick auf den Klimawandel häufiger auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen?



91%

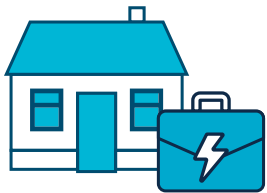
der aktuell im Home oder Mobile Office arbeitenden Deutschen werden weiterhin ihren Arbeitsort selbst bestimmen

HOMEOFFICE UND MOBILES ARBEITEN

Aktuell arbeiten rund 41% der Berufstätigen entweder im Homeoffice oder im Mobile Office und weitere rund 13% geben an, dass es für sie prinzipiell möglich wäre, von Zuhause zu arbeiten. Knapp die Hälfte (49%) der Berufstätigen im Homeoffice oder im Mobile Office arbeitet dabei 1 bis 3 Tage pro Woche von zuhause. Rund 37% sind 4 bis 5 Tage aus den eigenen vier Wänden heraus tätig und rund 14% haben eine variable Zeiteinteilung für die Wahl ihres Arbeitsorts.

Dieses Arbeitsumfeld ist bei rund 28% der betroffenen Berufstätigen allerdings erst durch die Corona-Pandemie zur neuen Normalität geworden. 46% geben an, nun häufiger als vorher von Zuhause zu arbeiten und für etwa ein Viertel (26%) hat sich in dieser Hinsicht nichts geändert.

Wie viele der aktuell im Homeoffice oder im Mobile Office arbeitenden Berufstätigen auch zukünftig weiter von Zuhause arbeiten werden wird sich in Zukunft ändern: Ganze 91% geben in unserer Befragung nämlich an, dass sie auch in der Zukunft weiterhin flexibel oder zumindest teilweise ihren Arbeitsort selbst bestimmen werden. Lediglich 9% werden auf Wunsch ihres Arbeitgebers wieder im Büro arbeiten müssen.



69%

der Berufstätigen im Home/Mobile Office können sich das Arbeiten ohne Home/Mobile Office gar nicht mehr vorstellen

HOMEOFFICE WIRD GENERELL POSITIV BEWERTET

Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Zahlen zur Bewertung des neuen Arbeitsumfelds wider: 86% kommen gut im Homeoffice zurecht und 81% arbeiten gerne von Zuhause aus. 69% können sich sogar das Arbeiten ohne die Option auf Homeoffice gar nicht mehr vorstellen.

Außerdem sind sich die Befragten zu 91% einig, dass das Homeoffice mehr Flexibilität im Alltag ermöglicht und 65% sind sogar der Überzeugung, von Zuhause effektiver arbeiten zu können.

DIE KEHRSEITEN DES HOMEOFFICE

Dieser positiven Bewertung steht allerdings gegenüber, dass eine Vielzahl (66%) der im Homeoffice tätigen Deutschen die sozialen Kontakte mit den Kollegen vermisst und mehr als die Hälfte (54%) freut sich darüber, mal wieder ins Büro gehen und nicht von Zuhause aus arbeiten zu müssen.

Diese Ambivalenz ist ebenfalls bei dem Thema der Kinderbetreuung spürbar: 89% der im Homeoffice arbeitenden Berufstätigen mit Kindern sind der Überzeugung, dass ihnen das Arbeiten von Zuhause die Aufsicht ihrer Kinder während Kita- und Schulschließungen erleichtert hat. Doch gleichzeitig geben 75% zu, sich im Homeoffice nicht wirklich nebenher auch um ihre Kinder kümmern zu können.

TRENNUNG VON ARBEIT UND PRIVATLEBEN

Durchaus kritischer wird das Homeoffice von den Deutschen gesehen, die weiterhin im Büro arbeiten. Von ihnen freuen sich 69%, nicht von Zuhause arbeiten zu müssen und für 28% wäre dies aufgrund ihrer Internetverbindung sogar gar nicht möglich. Und auch wenn 74% der Meinung sind, dass das Arbeiten von Zuhause mehr Freiraum für die Gestaltung des Alltags ermöglicht, so würden nur 47% der Befragten gerne selbst im Homeoffice arbeiten.

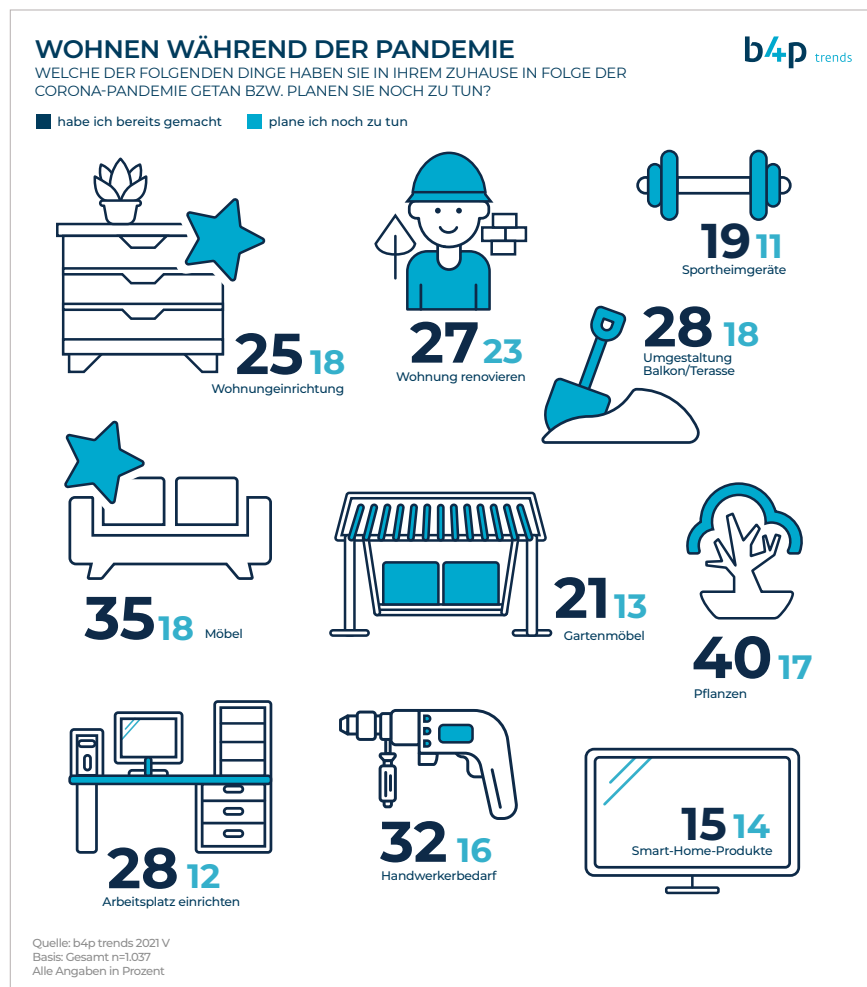
Das liegt wohl vor allem daran, dass von rund 61% das Arbeiten von Zuhause als stressig angesehen wird, da hier keine klare Trennung zwischen der Arbeit und dem Privatleben stattfindet. Damit einher geht auch, dass rund 60% der Überzeugung sind, im Homeoffice nicht so effektiv arbeiten zu können wie an ihrem eigentlichen Arbeitsplatz.

In einer Sache sind sich die beiden Befragungsgruppen jedoch wieder einig: Rund 85% der im Homeoffice tätigen und 81% der im Büro arbeitenden Befragten denken, dass durch das Arbeiten von Zuhause die Luftverschmutzung durch den Berufsverkehr gesenkt werden kann.

DER WERT DES WOHNENS: ZUHAUSE IST ES AM SCHÖNSTEN

Für eine große Mehrheit der Deutschen hat sich der Wert des eigenen Zuhauses durch die Pandemie um einiges erhöht. Rund 83% sagen, dass es ihnen durch Corona wichtiger geworden sei, ein Zuhause zu haben, in dem sie sich wohlfühlen. Dementsprechend interessieren sich nun auch 45% mehr als vorher für Themen rund um Wohnen und Einrichten sowie 47% für alles rund um Garten, Balkon und Terrasse. Ein großes Potenzial also für Unternehmen, die sich in diesem Segment befinden.

Doch die Deutschen haben sich nicht nur passiv für das Verschönern der eigenen vier Wände interessiert, sondern sind auch vermehrt selbst aktiv geworden: 34% geben an, dass sie aufgrund der Coronapandemie etwas an ihrer Wohnsituation ändern wollten. Über ein Viertel (27%) hat die Wohnung renoviert und weitere 23% planen dies noch zu tun. Außerdem haben sich 25% neue Gegenstände für die Wohnungseinrichtung gekauft.



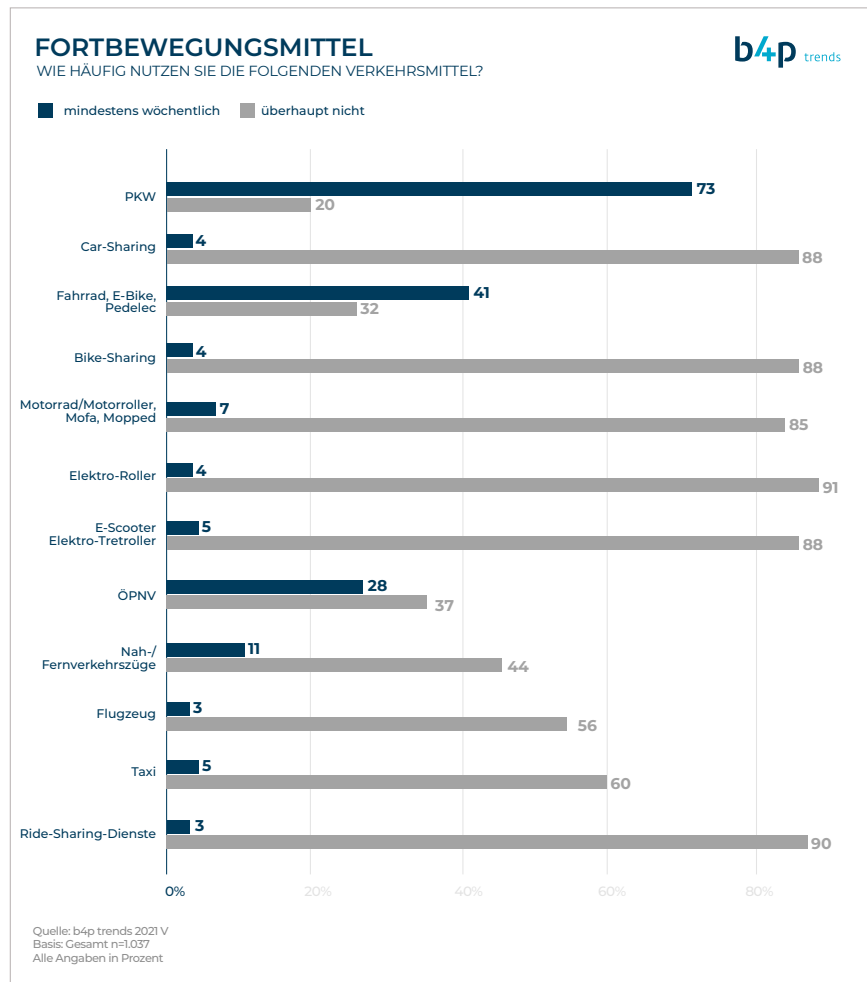
Besonders Menschen, die während der Corona-Epidemie in Kurzarbeit waren und deshalb viel zu Hause waren, haben ein noch stärkeres Bedürfnis, ihr Heim zu verschönern: 36% haben renoviert, 29% haben es noch vor.

Neue Einrichtung haben sich 31% gekauft, ein Möbelstück wurde von 40% angeschafft und den Balkon oder die Terrasse verändert haben 41%.

Inspiration finden die Deutschen für ihre Heimwerkerprojekte dabei vor allem im Internet (54%). Aber auch TV-Sendungen (27%), Zeitschriften (26%) und soziale Medien (27%) werden von jeweils mehr als einem Viertel der Menschen dafür gerne genutzt.

DEUTSCHLAND IST UND BLEIBT EINE AUTONATION

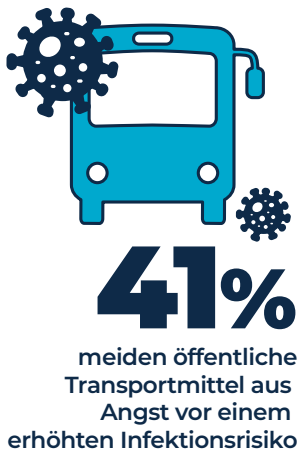
Der Wohlfühlfaktor Zuhause scheint sich auch in die Welt außerhalb der eigenen Wände zu übertragen: Das eigene Auto ist mit Abstand das beliebteste Fortbewegungsmittel im Alltag der Deutschen. 73% nutzen mindestens einmal in der Woche den eigenen PKW und gut ein Drittel der Befragten ist sogar täglich mit dem eigenen Wagen unterwegs. An zweiter Stelle folgt das Fahrrad, welches von 41% wöchentlich und von 10% täglich gefahren wird. Die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen wiederum 28% wöchentlich und 9% täglich und die Bahn wird von 11% bzw. 2% genutzt. 7% sind einmal in der Woche mit einem motorisierten Zweirad wie einem Motorrad, Mofa, Moped oder Elektro-Roller unterwegs und Ride-Sharing-Dienste werden lediglich von 3% wöchentlich in Anspruch genommen.



Diese Übersicht zeigt, dass nachhaltigere Mobilitätskonzepte wie öffentliche Verkehrsmittel und auch das Fahrrad als Alternative zum Autofahren durchaus noch einiges an Luft nach oben haben, denn aktuell nutzen 44% die Bahn, 37% den Öffentlichen Personennahverkehr und 32% das Fahrrad überhaupt nicht.

MOBILITÄT IM WANDEL

Durch die Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Einschränkungen hat sich das Mobilitätsverhalten von vielen Menschen verändert – allerdings nicht so stark, wie das vielleicht zu erwarten gewesen wäre. Insbesondere die Autonutzung hat sich bei mehr als zwei Drittel der Befragten nicht verändert und lediglich 4% geben an, ihr Auto während der Pandemie gar nicht mehr genutzt zu haben.



Beim Fahrrad sieht das ähnlich aus: Während 17% sich öfter als vorher auf den Drahtesel geschwungen haben, sind 8% weniger und 7% sogar gar nicht in der Pandemie Fahrrad gefahren. Bei der Mehrheit von 67% ist das Fahrverhalten gleich geblieben. Und selbst bei der Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel sowie der Bahn ist die Tendenz ähnlich. 62% bzw. 65% haben ihr Fahrverhalten auch in der Pandemie nicht verändert – selbst wenn aktuell über 41% der Deutschen aus Angst vor einem erhöhten Infektionsrisiko öffentliche Transportmittel eher meiden.

Die größten Veränderungen zeigen sich schließlich bei der Nutzung von Flugzeugen und Taxis. 18% der Deutschen sind während der Pandemie seltener als sonst in ein Flugzeug gestiegen, 10% sind gar nicht mehr in den Flieger gestiegen und rund 15% sind weniger häufig Taxi gefahren.

FORTBEWEGUNG IN DER ZUKUNFT

Auch mit dem Blick in die Zukunft zeigen sich je nach Verkehrsmittel unterschiedliche Tendenzen. 74% der Deutschen glauben, dass sie sowohl ihr Auto als auch das Fahrrad in Zukunft gleichermaßen nutzen werden, wie aktuell auch. Und 72% gehen nicht davon aus, zukünftig häufiger in den Flieger zu steigen, als sie dies jetzt tun. Das niedrige Niveau aufgrund der Pandemie hält also vorerst auch weiterhin noch etwas an.

Bei den öffentlichen Verkehrsmitteln sieht das schon ein wenig anders aus: Während 66% von einer gleichbleibenden Nutzung ausgehen, haben sich immerhin 17% vorgenommen, öfter das Angebot des öffentlichen Nahverkehrs in Anspruch zu nehmen. Diese Tendenz ist auch bei der Nutzung der Bahn mit 70% gleichbleibend und 13% vermehrter Nutzung zu spüren.

Tendenziell zurückgehen wird dabei jedoch voraussichtlich das Taxi-Fahren. Rund 11% wollen Taxis zukünftig weniger und knapp 7% sogar gar nicht mehr nutzen.



MOBILITÄT IN ZEITEN DES KLIMAWANDELS

Wo Corona es nicht geschafft hat, wirklichen Umbruch herbeizuführen, hat der Klimawandel deutlich mehr Spuren in den Köpfen der Deutschen hinterlassen. Die Mehrheit der Menschen (59%) zeigt generell Bereitschaft, zum Schutz des Klimas auf emissionsstarke Verkehrsmittel zu verzichten und die Hälfte der Befragten ist bereit, ihr Reiseverhalten zu ändern (50%). Beim Thema Spritpreiserhöhung zeigen sich allerdings deutliche Zweifel: Nur 30% meinen, dass eine Erhöhung der Benzinpreise den gesetzten Klimaschutzziele zugutekommen würde.

Erstaunlicherweise ist das Interesse an elektrischen Autos trotzdem immer noch verhältnismäßig gering. Vor allem die hohen Preise für batteriebetriebene Fahrzeuge schrecken 70% der Befragten ab und auch die aktuell noch geringe Reichweite der Autos stellt für 67% eine Hürde dar. Zusätzlich wird die noch nicht ausreichende Förderung durch den Bund von 58% als abschreckend wahrgenommen.

Insbesondere das Schaffen von finanziellen Anreizen im Öffentlichen Nahverkehr stellt eine große Chance dar: Rund 71% der Deutschen wären bereit, auf ihr Auto oder Motorrad zu verzichten, wenn die öffentlichen Verkehrsmittel deutlich günstiger werden würden. Und rund 56% geben an, sie würden häufiger auf das Fahrrad steigen, wenn die Fahrradwege im Land besser ausgebaut wären.

FAZIT: NEW WORK JA, MOBILITÄTSWANDEL VIELLEICHT

Homeoffice und mobiles Arbeiten wird für eine überwältigende Mehrheit der Deutschen auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Auch wenn weniger soziale Kontakte und eine verschwimmende Grenze zwischen Arbeit und Privatleben durchaus einen Einfluss auf die Wahl des Arbeitsortes haben, können sich viele Menschen die Arbeit ohne Homeoffice gar nicht mehr vorstellen. Dementsprechend wichtiger ist auch die Gestaltung der eigenen vier Wände geworden und der Drang zur Verschönerung der eigenen Wohnung hält an.

Nur bei Fragen der Mobilität sind die Deutschen noch ein wenig zurückhaltend: Trotz Bedenken aufgrund des Klimawandels bleibt der Verbrenner das Verkehrsmittel Nummer eins. Dies könnte sich allerdings ändern, wenn die Politik finanzielle Anreize durch die Unterstützung der e-Mobilität sowie günstigere Preise für den öffentlichen Nahverkehr schaffen würde.