

PRESS RELEASE



COVID-19: Mehr Arbeitsflexibilität einerseits und verstärkte Isolation andererseits erfordern Maßnahmen von Arbeitgebern – neuer Bericht der Economist Intelligence Unit, unterstützt durch Allianz Partners

– Aktualisierte, transparente Unterstützung und Richtlinien für das „neue Normal“ verbessern Wohlbefinden und Produktivität –

8 Oktober 2020: Die COVID-19-Pandemie hat vielen Arbeitnehmern neue und flexiblere Möglichkeiten zum Arbeiten geboten. Sie konnten entscheiden, wie, wann und wo sie arbeiten, wobei die Arbeit im Homeoffice in vielen Fällen durch staatliche Vorgaben auferlegt wurde. Die Pandemie hat jedoch auch die körperliche und seelische Gesundheit sowie die Produktivität und effektive Kommunikation am Arbeitsplatz infrage gestellt. Dies geht aus einer Studie hervor, die heute von der Economist Intelligence Unit, unterstützt durch Allianz Partners, veröffentlicht wurde.

In der Studie als Teil des Berichts „*The Future of Work and Digital Wellbeing – protecting employees in a COVID-19-shaped world*“ (Die Zukunft des Arbeitens und digitale Wellness – Arbeitnehmerschutz in Zeiten von COVID-19) wurden 1.000 Vollzeitkräfte in Großbritannien, Kanada, Frankreich, Singapur und den Vereinigten Arabische Emiraten zu den Auflagen der Regierungen während der Corona-Pandemie befragt.

Insgesamt 75 % der Befragten gaben an, dass sie nach der Pandemie mehr im Homeoffice arbeiten möchten, davon möchten 69 % die meiste Zeit in der Woche im Homeoffice arbeiten (d. h. mindestens drei Tage). Die Studie zeigt jedoch auch die folgenden Ergebnisse:

- **61 %** aller Befragten **hatten keine guten Gespräche** mit Vorgesetzten zur **seelischen Gesundheit** während des Lockdown.
- **36 %** hatten **Bedenken über die langfristigen Auswirkungen** auf ihre **seelische Gesundheit**.
- **46 %** **fühlten sich isoliert** bei der Arbeit im Homeoffice während der COVID-19-Pandemie.
- **Mehr als 50 %** meldeten **neue Schmerzen und Probleme** während des Lockdown.
- **77 %** der Befragten gaben an, dass **Arbeitgeber eine Betreuung und Regeln zur Arbeit im Homeoffice bereitstellen sollten**.
- **Nur 58 %** der Befragten in **Frankreich**, die während der Corona-Pandemie im Homeoffice arbeiteten, **fühlten sich durch ihren Arbeitgeber in Bezug auf die seelische Gesundheit ausreichend unterstützt**, im Vergleich zu mehr als drei Viertel (**77 %**) in den **Vereinigten Arabischen Emiraten**.
- Mehr als zwei Drittel (**67 %**) der Befragten finden, dass Sie **bei der Arbeit im Homeoffice genauso produktiv sind**.
- **58 %** hatten **Mühe**, einen **Teil ihrer Arbeit remote zu erledigen**.

Diese Erkenntnisse sind eine klare Ansage an Arbeitgeber. Sie werden zum Handeln aufgerufen, um die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter bezüglich körperlicher und seelischer Gesundheit besser zu verstehen, zu unterstützen und zu betreuen. Der Bericht empfiehlt Arbeitgebern, die Veränderungen auf jeder Ebene in ihrer Organisation zu berücksichtigen, um die digitale Transformation besser zu nutzen und Risiken vorzubeugen:

- In erster Linie ist hier eine gute Führung von zentraler Bedeutung. Führungskräfte müssen bei Verhaltensweisen, die sie anregen möchten, mit gutem Beispiel vorangehen, sei es bei der Rückkehr ins Büro, bei der Arbeit im Homeoffice, beim offenen Zugang zu psychosozialer Unterstützung oder bei der Festlegung von klaren Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben.
- In zweiter Linie bieten Technologien Unternehmen die Flexibilität, neue Systeme zum Arbeiten zu entwickeln. Unternehmensrichtlinien sollten diese Möglichkeit widerspiegeln statt einzuschränken. Beispielsweise sollten Richtlinien bei Problemen wie Fragen zur Arbeitszeit keine von oben auferlegte Struktur durchsetzen. Es sollte vielmehr eine für das Unternehmen definierte Anleitung auf Teamebene vorhanden sein. Damit wird gewährleistet, dass Arbeitnehmer wissen, was von ihnen erwartet wird. Gleichzeitig können sie selbst entscheiden, was am besten funktioniert.
- Zu guter Letzt **müssen alle bestehenden Betreuungsmöglichkeiten zu seelischer und körperlicher Gesundheit auch remote verfügbar gemacht werden**, um zu gewährleisten, dass Unterstützung und Betreuung auch aus dem Homeoffice erreichbar sind. Es sollte ebenfalls geprüft werden, ob es bei derzeitigen notwendigen Unterstützungsleistungen Lücken gibt.

Ida Luka-Lognoné, CEO International Health & Travel bei Allianz Partners kommentierte die Erkenntnisse der Studie: *„Wir wollten hervorheben, wie COVID-19 unsere Arbeitsweise verändert hat, welche Auswirkungen dies auf das Wohlbefinden von Arbeitnehmern hat und Unternehmen einige praktische Einblicke darin geben, wie sie ihre Mitarbeiter unterstützen können. Dies gilt nicht nur in diesen schwierigen Zeiten, sondern langfristig, da diese Pandemie langfristige Auswirkungen auf unserer Arbeitsweise haben wird. Durch Umfragen und Einblicke von Experten aus der Wissenschaft, Unternehmen und Fachleuten im Bereich Wellness, bietet der Bericht Daten, Perspektiven und Empfehlungen mit Vorteilen für alle, die Interesse an der neuen Arbeitsweise haben, die sich im Jahr 2020 entwickelt hat.“*

Sie fügte hinzu: *„Die gegensätzlichen Ergebnisse für verschiedene Länder, Altersgruppen und Familienverhältnisse zeigen, wie unterschiedlich sich COVID-19 auf Arbeitnehmer und Arbeitsplätze ausgewirkt hat. Um diesen Problemen wirksam zu begegnen, bedarf es speziell zugeschnittener Lösungen statt eines pauschalen Ansatzes als allgemeingültiges Modell. Das bedeutet ein fortlaufendes, sinnvolles Engagement mit verschiedenen Interessengruppen in allen Arbeitsbereichen zum Thema Arbeitskultur sowie die Entwicklung, Umsetzung und das Management neuer Methoden.“*

Jonathan Birdwell, EMEA Head of Public Policy and Thought Leadership bei der Economist Intelligence Unit, sagte: *„Seit Beginn der Pandemie mussten Arbeitnehmer weltweit remote arbeiten, sofern möglich. Damit wurde die Nutzung digitaler Kommunikation und eine virtuelle Zusammenarbeit verstärkt. Durch diese Verlagerung können sich die Erfahrungen von Mitarbeitern verbessern, wenn die damit einhergehenden Risiken gemindert werden. Unternehmen müssen diesen Übergang zu einer zunehmend online ausgerichteten Arbeitsweise aktiv verwalten, da sich dies sonst negativ auf die Leistung von Mitarbeitern auswirken könnte. Indem die seelische und körperliche Gesundheit der Mitarbeiter in den Mittelpunkt jeder digitalen Transformation gestellt wird, können Führungskräfte eine Reihe wirtschaftlicher Vorteile nutzen und gleichzeitig die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter verbessern. In einer Welt nach COVID-19 oder vielmehr in einer Welt, in der das Virus Teil unseres Lebens bleibt, wird dieser mitarbeiterorientierte Ansatz wesentlich dazu beitragen, Unternehmen dabei zu unterstützen, Mitarbeiter auf sich aufmerksam zu machen, an sich zu binden und das Beste aus ihnen herauszuholen.“*

ENDE

Hinweis: Der Bericht „The Future of Work and Digital Wellbeing – protecting employees in a world with COVID-19“ wurde im Rahmen der zweitägigen Online-Konferenz [Partners in Health](#) am 7. und 8. Oktober 2020 veröffentlicht.

Bei medienbezogenen Fragen wenden Sie sich bitte an:

Orlaith FitzGerald
FleishmanHillard
+353 87 262 3726
orlaith.fitzgerald@fleishmaneuropa.com

Carl Gibney
FleishmanHillard
+ 353 87 3623512
carl.gibney@fleishmaneuropa.com

HINWEISE AN HERAUSGEBER

Weitere wichtige Erkenntnisse der Studie:

- **59%** der Befragten in **Frankreich**, die während der Corona-Pandemie im Homeoffice arbeiteten, **fühlten sich durch ihren Arbeitgeber in Bezug auf die körperliche Gesundheit ausreichend unterstützt**, im Vergleich zu mehr als drei Viertel (**76 %**) in den **Vereinigten Arabischen Emiraten**.
- **83 %** **fühlten sich wohler**, zumindest einen Teil ihrer Arbeit online zu erledigen.
- **70 %** der Befragten **fühlten sich wohler, Aufgaben, an denen andere beteiligt sind, online zu erledigen** als vor dem Lockdown.
- **68 %** sind **offener für die Einstellung von Remote-Arbeitskräften** in ihrem Team.
- **48 %** gaben an, es sei **schwieriger, Beiträge von mehreren Personen online zu koordinieren**.
- **13 % der Personen ohne Kinder** finden, dass **häusliche Pflichten** ihre größte Herausforderung sind, verglichen mit **24 % der Väter** und **29 % der Mütter**.

Über Allianz Partners

Allianz Partners ist ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich der B2B2C-Versicherungs- und Assistanceleistungen und bietet globale Lösungen, die von der internationalen Lebens- und Kranken- über die Reise- und Kfz-Versicherung bis hin zu Assistance reichen. Mit ihren kundenorientierten Ansätzen definieren unsere innovativen Experten Versicherungsleistungen neu, indem sie zukunftsfähige „High-Tech – High-Touch“ Produkte und Lösungen bereitstellen, die über die traditionelle Deckung hinausgehen. Unsere Produkte sind nahtlos in das Geschäft unserer Geschäftspartner integriert oder werden direkt an die Kunden verkauft. Ihr Vertrieb erfolgt unter den vier Marken Allianz Assistance, Allianz Automotive, Allianz Travel und Allianz Care. Mehr als 21.500 Mitarbeiter in 76 Ländern, die 70 Sprachen sprechen, wickeln jährlich über 65 Millionen Fälle ab, um Kunden Unterstützung und Schutz rund um den Globus zu gewährleisten.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.allianzpartners.com