

# Digital, flexibel, zufrieden im Homeoffice

Wie Mitarbeiter\*innen im Finanzbereich  
die veränderte Arbeitswelt  
wahrnehmen

FH-Prof. MMag. Dr. Susanne  
Leitner-Hanetseder

FH-Prof. Dr. Christoph Eisl

FH-Prof. Mag. Dr. Albert Mayr

Theresa Sophie Grünsteidl B.A.



UNIVERSITY  
OF APPLIED SCIENCES  
UPPER AUSTRIA

ISBN: 978-3-9504257-6-5

April 2022





# VORWORT

## Liebe Leser\*innen!

*„Ohne geht nicht mehr! Ist nicht mehr wegzudenken!“*

*„Finde es als Ergänzung gut.“*

*„Ich bevorzuge es nicht. Als überbrückende Maßnahme ist es OK.“*

Die Rede ist von Homeoffice. Kaum ein Thema sorgt seit dem ersten Lockdown der COVID-19 Pandemie für so viel Diskussionspotenzial in der Arbeitswelt. Insbesondere der Finanzbereich ist davon betroffen, da sich viele Tätigkeiten durch die zunehmende Digitalisierung der Aufgaben sehr gut für das Homeoffice eignen.

Das Arbeiten im Homeoffice stellt für viele Unternehmen und Mitarbeiter\*innen aber eine neue Situation dar. Homeoffice eröffnet Chancen, bringt aber auch Herausforderungen mit sich. Eines ist jedoch bereits jetzt absehbar: Homeoffice ist mehr als ein kurzfristiges Phänomen und wird die Arbeitswelt auch im Finanzbereich langfristig verändern.

Umso wichtiger erscheint es, dass Unternehmen die Relevanz von Homeoffice erkennen und bedarfsgerecht handeln.

Vor diesem Hintergrund beantwortet die vorliegende Studie folgende Fragen:

- Welche Motive sprechen für oder gegen Homeoffice im Finanzbereich?
- Wie ist Homeoffice im Finanzbereich möglichst effektiv zu gestalten, damit es dauerhaft funktionieren kann?

Für die Studie wurden 700 Personen aus verschiedenen Finanzberufen kontaktiert. 261 verwertbare Online-Fragebögen haben eine Fülle an Erkenntnissen zum Thema Homeoffice gebracht, die wir Ihnen auf den nächsten Seiten darlegen.

**Viel Freude beim Studium der Lektüre!**

# INHALT

VORWORT	3
INHALT	4
EINLEITUNG UND STUDIENDESIGN	5
METHODIK UND DATENBESCHREIBUNG	9
<b>MENSCH</b>	
Motive für Homeoffice	13
Motive gegen Homeoffice	16
Optimales Homeoffice-Ausmaß	18
<b>ORGANISATION</b>	
Prozesse und Aufgabeneignung im Homeoffice	24
Strukturelle Rahmenbedingungen	26
Kommunikation im Homeoffice	29
<b>TECHNIK</b>	
Benötigte technische Ausstattung im Homeoffice	33
Zufriedenheit mit der technischen Ausstattung	36
AUSBLICK	37
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	41
AUTOR*INNEN	42
IMPRESSUM	43

# EINLEITUNG UND STUDIENDESIGN

Regelmäßiges Arbeiten im Homeoffice war bis zum Jahr 2019 noch wenig etabliert.<sup>i</sup> Der erste Lockdown der COVID-19 Pandemie führte dazu, dass schlagartig tausende Mitarbeiter\*innen von einem Tag auf den anderen im Homeoffice arbeiten mussten. So auch die Mitarbeiter\*innen im Finanzbereich.

Der Finanzbereich wird in der vorliegenden Studie sehr breit gefasst und umfasst die Berufsfelder im Rechnungswesen, Controlling, Finanz- und Risikomanagement von Unternehmen sowie die Branche der Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung.

Die Aufgabenfelder im Finanzbereich sind sehr vielfältig und beinhalten insbesondere die Verarbeitung und Aufbereitung von finanziellen Daten für die Erstellung von Finanzberichten sowohl für externe (z.B. Steuer- und Aufsichtsbehörden) als auch interne Berichtsempfänger\*innen (z.B. Planungsrechnungen und Forecasts). Der Finanzbereich ist dabei einerseits durch standardisierte Routineprozesse gekennzeichnet, andererseits ist die Abstimmung im Team oder abteilungsübergreifend bzw. mit internen Entscheidungsträger\*innen oder Stakeholdern wesentlich. Steuer- sowie Wirtschaftsprüfungs- und (Steuer-)Beratungsunternehmen müssen zudem in engem Austausch mit den Klient\*innen stehen. Der Austausch von Informationen bzw. Fachwissen ist für die Aufgabenbereiche des Finanzbereichs von zentraler Bedeutung.

Ein möglichst effizienter Informationstransfer war auch schon vor dem verstärkten Aufkommen von Homeoffice ein wichtiges Anliegen. Homeoffice hat aber durch die räumliche Trennung von Informationsersteller\*innen und Informationsempfänger\*innen eine Menge neuer Probleme im Wissenstransfer geschaffen, die einerseits auf menschliche Unzulänglichkeiten aber auch auf organisatorische Schwächen und/oder unzureichende technische Ausstattung zurückzuführen sind. Das TOM-Modell (Abkürzung für Technik, Organisation und Mensch) ermöglicht eine integrierte Betrachtungsweise eben dieser drei Faktoren.<sup>ii</sup> In der vorliegenden Studie wurde – wie auch in anderen Fachbeiträgen<sup>iii</sup> – das TOM-Modell adaptiert und der Mensch anstelle der Technik an den

Anfang gestellt und somit als primäre Ressource identifiziert. Aus dem TOM-Modell wurde das MOT-Modell. Dieses MOT-Modell stellt ein ganzheitliches Wissensmanagement-Modell dar und bildet den Bezugsrahmen für die nachfolgende Studie.

Im Zentrum dieses Wissensmanagement-Modells stehen (Fach)Wissen und Information, die eine zentrale Voraussetzung für die Wertschöpfung der Beschäftigten im Finanzbereich darstellen.

Wittmann (1959) definiert Information pragmatisch als zweckorientiertes Wissen.<sup>iv</sup> Zweckorientiertes Wissen ist jenes Wissen, das zur Vorbereitung des Handelns eingesetzt wird. Basis für die Informationsgewinnung sind Daten und Nachrichten. Das sind wiederum Symbole und Zeichen, deren Bedeutung nur dann deutlich wird, wenn sie in einen Kontext gesetzt werden (vgl. Abbildung 1).



Abb. 1: Wissenstreppe<sup>v</sup>

Für den Finanzbereich kann das an folgendem Beispiel illustriert werden. Belege enthalten Zahlen, deren Informationswert sich erst dann erschließt, wenn bekannt ist, dass die damit verbundenen Zahlen Erlöse darstellen. Die Aufsummierung der Erlöse einer Periode generiert wiederum eine Information, die jedoch erst dann eine Bedeutung bekommt, wenn man weitere Informationen zueinander in Beziehung setzt, also z.B. die Gegenüberstellung der Vorperiodenerlöse und der Erlöse der aktuellen Periode. Dadurch entsteht beispielsweise das Wissen, dass sich die Umsätze reduziert haben. Um daraus sinnvolle Handlungen bzw.

Entscheidungen generieren zu können, benötigt es noch weitere Informationen wie z.B. in welchen Sparten die Umsätze gesunken sind oder ob es Qualitätsmängel in diesen Sparten gibt.

Der Finanzbereich ist dafür zuständig, aus Daten relevante Informationen zu generieren und diese so weit in Beziehung zu setzen, dass zweckorientiertes Wissen entsteht und das Management bzw. die Klient\*innen erfolgreiche Handlungen setzen können.

Die Studie verfolgt zwei Ziele: Zum einen soll überprüft werden, wie weit Homeoffice den Prozess der Wissensgenerierung im Finanzbereich positiv oder negativ beeinflusst. Zum anderen soll aufgezeigt werden, wie Homeoffice im Finanzbereich möglichst effektiv zu gestalten ist, damit es dauerhaft gut funktionieren kann.

Für das Gelingen spielen die drei Dimensionen des MOT-Modells **M**ensch, **O**rganisation und **T**echnik eine zentrale Rolle (vgl. Abbildung 2).

Ziel der Studie ist zu ermitteln, welche Motive für oder gegen Homeoffice im Finanzbereich sprechen und wie Homeoffice zu gestalten ist, damit es dauerhaft funktionieren kann.

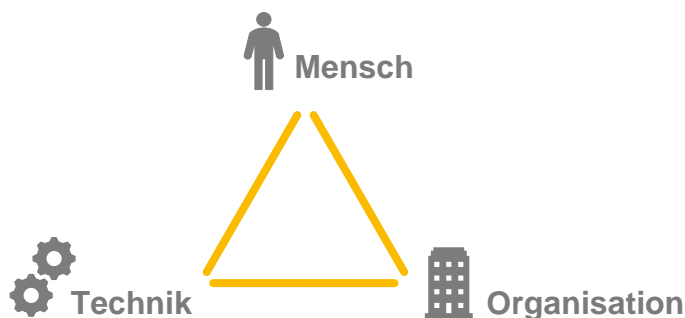


Abb. 2: MOT-Modell<sup>M</sup>

Im MOT-Modell steht die Dimension **Mensch** an erster Stelle. In dieser Dimension geht es darum, eine wissensförderliche Unternehmenskultur zu schaffen und den Menschen bei der Wissensarbeit bzw. Wissensentwicklung bestmöglich zu unterstützen. Dies erfordert ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse der Menschen. Die Dimension **Organisation** beinhaltet die Gestaltung der erforderlichen Strukturen und Prozesse, damit der Mensch die Wissensarbeit erledigen kann. Die dritte Dimension **Technik** soll die Mitarbeiter\*innen und das Unternehmen dabei unterstützen, Wissen zu erfassen, gezielt weiterzuleiten und am neuesten Stand zu halten. Dies beinhaltet einen intelligenten Einsatz von IT-Werkzeugen.

Die Studie betrachtet die Dimensionen Mensch, Organisation und Technik.

Auf den Finanzbereich und das Homeoffice übertragen, impliziert das MOT-Modell, den Menschen Vertrauen und Offenheit bei ihrer Tätigkeit Zuhause entgegenzubringen sowie ein förderliches Umfeld zu schaffen und den Mitarbeiter\*innen unterstützend zur Seite zu stehen. Aus organisatorischer Sicht ist zu überlegen, welche Aufgaben sich für Homeoffice gut oder weniger gut eignen und welche nicht-technischen Methoden bei der Arbeit helfen können. Damit sind z.B. die Organisation von Mitarbeiter\*innen- und Klienten\*innengesprächen aber auch die Schaffung einer guten Diskussionskultur für die Problembearbeitung gemeint. Für die Überbrückung der räumlichen Distanz im Homeoffice ist der Faktor Technik besonders wichtig. Dies impliziert die entsprechende technische Ausstattung wie z.B. Hardware, Software, Zugang zu Daten und Unterstützung bei der Anwendung der Technik, sprich Service Desk.

Homeoffice bewegt die Menschen und geht mit vielen unterschiedliche Meinungen und Emotionen einher. Um diesen Emotionen auch in der vorliegenden Studie Raum zu verschaffen und die vertretenen Meinungen zu repräsentieren, sind in den folgenden Kapiteln regelmäßig direkte Aussagen von Studienteilnehmer\*innen angeführt.



*Zitate, die in der Studie mit diesem Symbol gekennzeichnet sind, weisen auf Aussagen von Studienteilnehmer\*innen im Originalton hin.*



# METHODIK UND DATENBESCHREIBUNG

Für die vorliegende Studie erfolgte eine Online-Befragung von Mitarbeiter\*innen aus dem Finanzbereich im Zeitraum 14. Dezember 2021 bis 8. Februar 2022 mittels dem Online-Tool Lime Survey. Kontaktiert wurden Absolvent\*innen des Alumni-Netzwerks und alle aktiv berufsbegleitend Studierenden des Studiengangs Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement der Fachhochschule Oberösterreich. In Summe sind somit rund 700 Personen adressiert worden. Im Zuge der Verteilung des Fragebogens mittels E-Mail wurden die kontaktierten Personen dazu aufgefordert, die Teilnahmeanfrage zur Studie auch an Kolleg\*innen und Bekannte, die ebenfalls im Finanzbereich tätig sind, weiterzuleiten.

Von den kontaktierten Personen haben 340 den Fragebogen gestartet und 272 davon auch vollständig beantwortet. 11 Teilnehmer\*innen der Studie haben angegeben, in Bereichen wie Supply Chain Management, Global Sales, Einkauf oder technischem Vertrieb tätig zu sein. Diese Personen konnten aufgrund ihres Tätigkeitsfeldes nicht dem Finanzbereich zugeordnet werden und sind folglich aus den Auswertungen ausgeschlossen worden. Somit werden schlussendlich 261 befragte Personen ( $n = 261$ ) in die Analysen der Studie miteinbezogen. Die vollständige Beantwortung des Fragebogens hat im Durchschnitt rund 12 Minuten in Anspruch genommen.

Den Fragebogen haben insgesamt 163 Frauen (62 %) und 97 Männer (37 %) beantwortet. Eine Person hat die Option „Keine Angabe“ beim Geschlecht gewählt.

Die Altersverteilung beinhaltet größtenteils Personen unter 40 Jahren. 140 Personen (54 %) sind zwischen 20 und 30 Jahre alt und 87 Personen (33 %) sind zwischen 31 und 40 Jahre alt. 34 Teilnehmer\*innen (13 %) sind älter als 40 Jahre (siehe dazu Abbildung 3).

62 Personen (24 %) geben an, betreuungspflichtige Kinder zwischen 0 und 15 Jahren zu haben. Drei Personen betreuen pflegebedürftige Angehörige.

### Alter

n = 261 befragte Personen

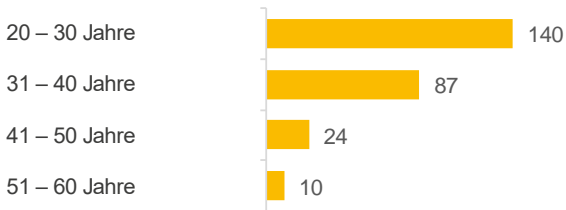


Abb. 3: Altersverteilung der Studienteilnehmer\*innen

Von den 261 Befragten sind 70 Personen (27 %) in Führungspositionen, der Rest (70 %) ist ohne Führungsfunktion bzw. übt eine selbständige Tätigkeit aus (3 %).

122 Personen und damit knapp die Hälfte der Befragten (47 %) arbeiten momentan im Controlling oder in der Kostenrechnung. 61 der Teilnehmer\*innen (23 %) gehen derzeit einer Beschäftigung in der Buchhaltung oder Bilanzbuchhaltung nach. Der Tätigkeitsbereich der restlichen Personen liegt im Finanz- und Risikomanagement, der Unternehmens- oder Steuerberatung sowie der Wirtschaftsprüfung und dem Backoffice. Berufsfelder, die den zuvor angeführten Kategorien nicht zugeordnet werden konnten bzw. nur von einer sehr geringen Anzahl angeführt worden sind, wurden in Sonstiges zusammengefasst. Beispiele dafür sind Personalverrechnung oder kaufmännische Leitung (vgl. Abbildung 4).

### Berufsfelder

n = 261 befragte Personen

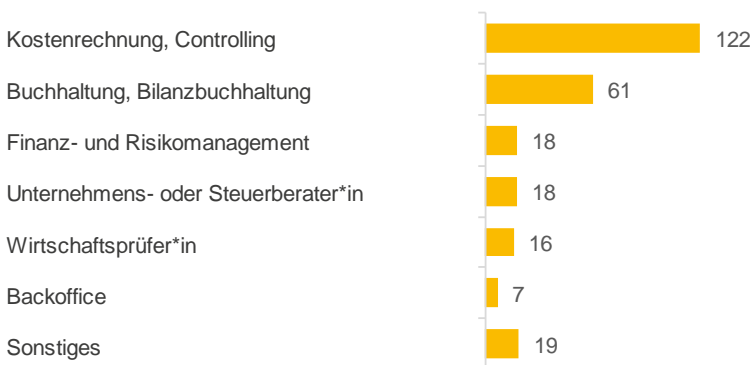


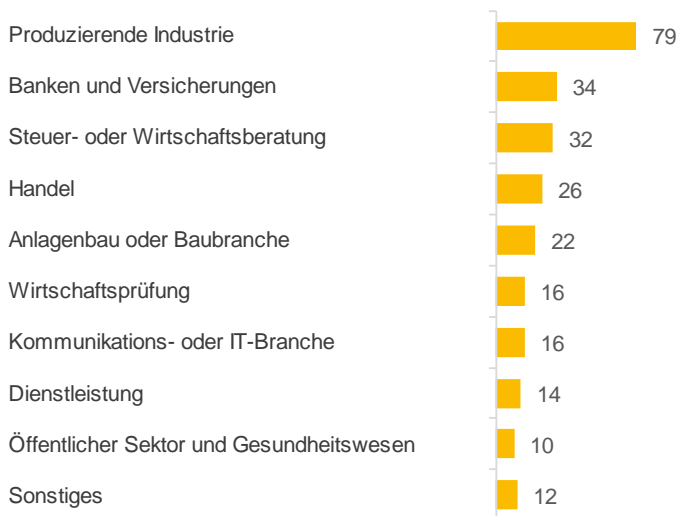
Abb. 4: Verteilung nach Berufsfeld

Hinsichtlich der Branchenzugehörigkeit kann festgehalten werden, dass 79 befragte Personen (30 %) in der produzierenden Industrie tätig sind. Der Rest der Befragten verteilt sich relativ gleichmäßig

auf die Branchen Banken und Versicherungen, Steuer- oder Wirtschaftsberatung, Handel, Anlagenbau oder Baubranche, Wirtschaftsprüfung, Kommunikations- oder IT-Branche, Dienstleistung sowie Öffentlicher Sektor und Gesundheitswesen. Die Kategorie Sonstiges umfasst in diesem Fall jene Personen, die beispielsweise angeführt haben, in der pharmazeutischen Industrie oder in der Energieversorgung tätig zu sein (vgl. Abbildung 5).

## Branche

n = 261 befragte Personen

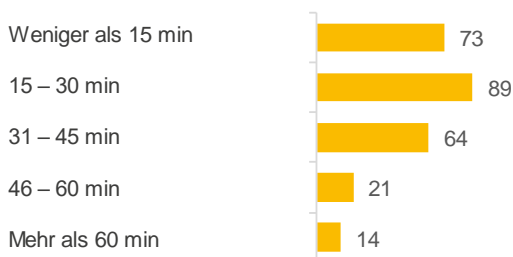


**Abb. 5:** Verteilung nach Branchen

Den Ergebnissen der Studie ist zu entnehmen, dass die befragten Personen großteils weniger als 30 Minuten für eine einfache Wegstrecke zum Arbeitsplatz benötigen. 62 % geben an, weniger als 30 Minuten für eine Wegstrecke zu benötigen. Lediglich 13 % sind mehr als 45 Minuten unterwegs, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen (vgl. Abbildung 6).

## Benötigte Zeit für eine Wegstrecke zum Arbeitsplatz

n = 261 befragte Personen



**Abb. 6:** Verteilung nach Wegstrecke zum Arbeitsplatz



MENSCH

# Motive für Homeoffice

”

„Homeoffice finde ich persönlich perfekt!!! Erst durch den aktuellen Lockdown habe ich damit begonnen. Davor war ich eher abgeneigt davon. (...) Ich arbeite viel produktiver, da mich Zuhause nichts ablenkt. Ich kann mir meine Arbeitszeiten selber einteilen und in der Mittagspause vor dem Essen super Sport machen. Ich genieße es in vollen Zügen. (...) Es mangelt an nichts. Wir haben auch jede Woche eine Teambesprechung, die ziemlich lustig ist – auch online.“

Der Wunsch nach Homeoffice ist grundsätzlich nicht neu, hat jedoch durch die COVID-19-Krise deutlich an Fahrt aufgenommen. In der Studie wurden die Gründe erhoben, warum Homeoffice für im Finanzbereich tätige Personen bedeutsam ist.

## Was sind für Sie die wichtigsten Gründe für Homeoffice?

n = 261 befragte Personen

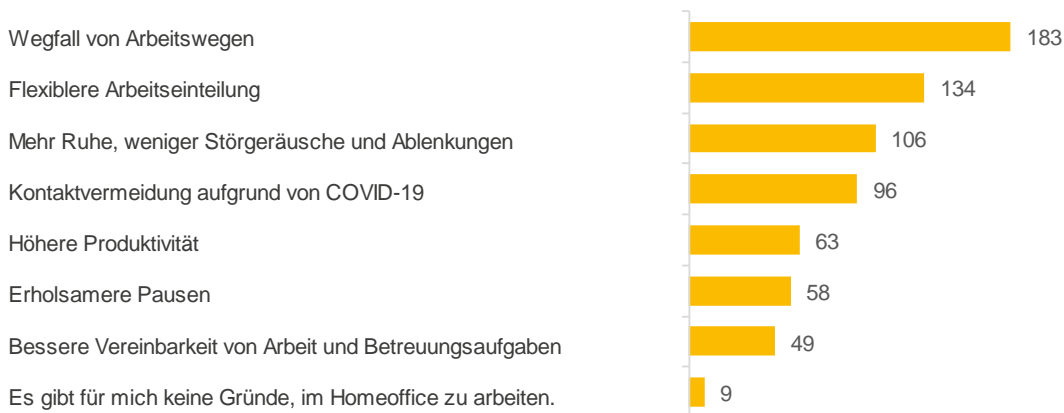


Abb. 7: Motive für Homeoffice

Auch wenn die Gründe für Homeoffice durchaus unterschiedlich und von der jeweiligen Lebenssituation abhängig sind, sprechen sich 252 der Befragten (97 %) für das Arbeiten im Homeoffice aus. Nur 9 der 261 Teilnehmer\*innen (3 %) sehen gar **keine Gründe** darin, **im Homeoffice zu arbeiten** (vgl. Abbildung 7).

Als wichtigster Grund für Homeoffice wird der **Wegfall von Arbeitswegen zum Arbeitsplatz** genannt. 183 der 261 Befragten (70 %) sehen darin den Hauptvorteil. 136 Personen der 183 Befragten, die den Wegfall von Arbeitswegen als Hauptgrund

Die überwiegende Mehrheit der Mitarbeiter\*innen im Finanzbereich spricht sich für Homeoffice aus.

angeführt haben, benötigen für die Fahrt zur Arbeit länger als 30 Minuten. 69 Personen (26 %) sehen im Wegfall des Arbeitsweges keinen Grund für Homeoffice. Von diesen 69 Personen haben 49 Personen einen einfachen Arbeitsweg von weniger als 15 Minuten. In der Tendenz zeichnet sich damit ab, dass Personen mit längeren Arbeitswegen die durch Homeoffice frei werdenden Zeiten sehr schätzen. Dennoch zeigt sich auch, dass 10 % der Personen mit einem einfachen Arbeitsweg von weniger als 15 Minuten, die Arbeit im Homeoffice sehr schätzen.

Als zweitwichtigster Grund wurde die **flexiblere Arbeitseinteilung** angeführt. Für 51 % der Befragten stellt dies einen wesentlichen Grund dar, wobei dies für Mitarbeiter\*innen ohne Führungsfunktion bedeutsamer erscheint (53 %) als für Führungskräfte (33 %).

106 Befragte (41 %) geben an, im Homeoffice **ungestörter** als am Arbeitsplatz **arbeiten** zu können, wobei dies insbesondere von Personen angeführt wird, die keine Betreuungspflichten haben.

In der aktuellen Situation wird auch die **Kontaktvermeidung aufgrund von COVID-19** – ob vorgegebene Notwendigkeit oder präventive Vorsichtsmaßnahme der jeweiligen Person – als wesentlicher Grund angeführt. 96 der 261 Befragten (37 %) sehen darin einen wesentlichen Grund.

Beinahe ein Viertel der Befragten (24 %) **fühlt sich im Homeoffice produktiver** als im Unternehmen. Dies trifft vor allem auf die Berufsfelder Buchhaltung, Bilanzierung, Finanz- und Risikomanagement, Kostenrechnung und Controlling sowie Steuer- und Wirtschaftsberatung zu (Spannweite zwischen 22 % und 25 %). Mitarbeiter\*innen im Backoffice und in der Wirtschaftsprüfung erleben das in weit geringerem Ausmaß (Spannweite zwischen 14 % und 13 %). Differenziert nach dem Beschäftigungsausmaß Vollzeit und Teilzeit gibt es kaum Unterschiede.

Von 49 der 261 Teilnehmer\*innen (19 %) wurde als Beweggrund für Homeoffice, die **bessere Vereinbarkeit von Arbeit und Betreuungspflichten** gesehen. Dies gilt sowohl für Männer als auch Frauen. 21 (43 %) der befragten Personen, die angegeben haben, Betreuungspflichten besser wahrnehmen zu können, sind männlich. Inwieweit im Zeitverlauf durch Homeoffice bestehende Rollenbilder verfestigt werden oder möglicherweise auch aufbrechen, kann an dieser Stelle noch nicht beantwortet werden. Wie wichtig die Möglichkeit von Homeoffice für Personen mit Betreuungspflichten ist, wird jedoch einmal mehr bei der Analyse

**Zeitgewinn durch Wegfall von Arbeitswegen ist der wichtigste Grund für Homeoffice.**

des gewünschten Homeoffice-Anteils unterstrichen. Studienteilnehmer\*innen mit Betreuungspflichten wünschen sich mit 48 % einen höheren Homeoffice-Anteil als jene ohne Betreuungspflichten (38 %). Bei Personen mit Betreuungspflichten zeichnet sich in der Tendenz also ein stärkerer Wunsch nach Homeoffice ab.

## Motive gegen Homeoffice

Die vorherige Frage hat darauf abgezielt, herauszufinden, warum Mitarbeiter\*innen gerne Zuhause arbeiten möchten. Homeoffice bringt aber auch Nachteile bzw. Hindernisse mit sich.

Als das mit Abstand größte Hindernis in Bezug auf Homeoffice ist der **fehlende soziale Kontakt** genannt worden (vgl. Abbildung 8). Besprechungen mit Kolleg\*innen, der gemeinsame Kaffee, die Gespräche beim Mittagessen – vieles was ein Team am Arbeitsplatz zusammenschweißt, fällt im Homeoffice weg. Folgende Anmerkungen von Studienteilnehmer\*innen unterstreichen diese Entwicklung:

*„Es fehlen die direkten sozialen Kontakte und der persönliche Austausch.“*

“

*„Es ist ein guter Ausgleich, aber zu oft im Homeoffice fühle ich mich zu sehr alleine.“*

*„Für das Team ist ein geringes Ausmaß an Homeoffice definitiv nicht negativ, aber es sollte bei einem geringen Ausmaß bleiben, da ansonsten die Kommunikation, der Wissenstransfer, Austausch mit abteilungsfremden Kollegen etc. auf der Strecke bleiben.“*

Etwas mehr als 20 % der Studienteilnehmer\*innen haben das Gefühl, dass **wichtige Informationen an ihnen vorbei gehen, Entscheidungsprozesse komplizierter und zeitintensiver** werden bzw. sich **Arbeit und Freizeit nur schwer trennen** lassen. Alle anderen Hindernisse werden von weniger als 20 % der Befragten genannt. Kaum ein Thema sind **schlechtere Produktivität im Homeoffice, ein fehlender geeigneter Arbeitsplatz, die Ablenkung durch Haushalt und Kinder** oder **fehlende Regelungen**.

40 Personen (15 %) geben sogar an, **keinen einzigen Grund** zu kennen, **den sie an der Arbeit im Homeoffice nachteilig sehen**. Dieser Anteil fällt somit deutlich höher aus als jene neun Personen, die keine Gründe für eine Arbeit im Homeoffice finden. Auch hier kann einmal mehr der positive Trend und Wunsch nach Homeoffice unterstrichen werden.

**Fehlende soziale Kontakte sind das größte Hindernis in Bezug auf Homeoffice.**

**15 % der Befragten sehen keinen einzigen Grund, der gegen Homeoffice spricht.**



### Was sind für Sie die größten Hindernisse in Bezug auf Homeoffice?

n = 261 befragte Personen

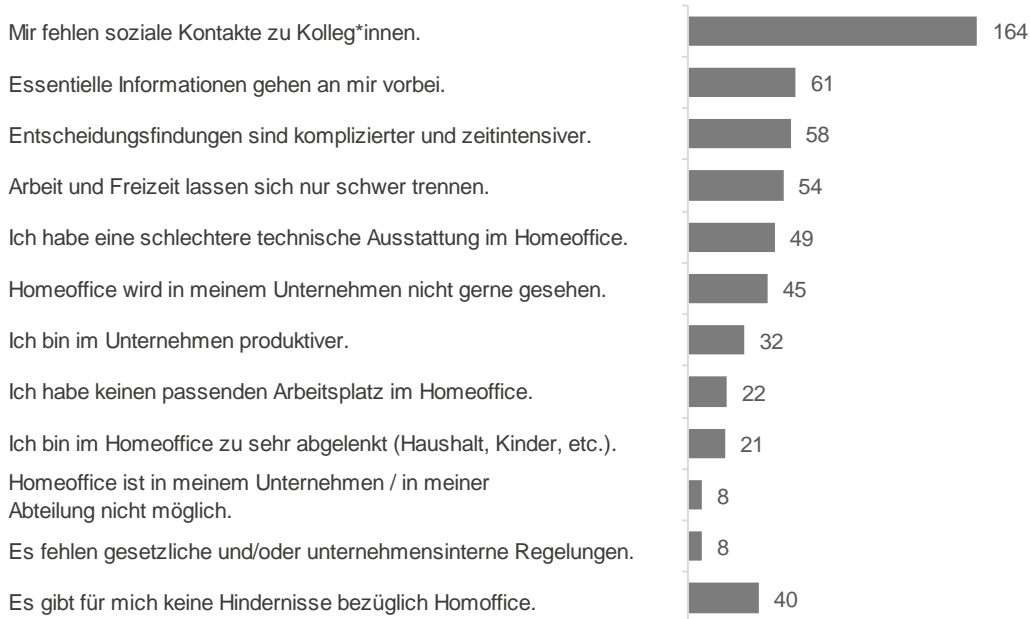


Abb. 8: Motive gegen Homeoffice

## Optimales Homeoffice-Ausmaß

Die Studie hat eindeutig gezeigt, dass viel mehr für Homeoffice spricht als dagegen. Dies spiegelt sich auch darin wider, dass sich die Studienteilnehmer\*innen im Durchschnitt eine **Steigerung des aktuellen Ausmaßes an Homeoffice von 34 % auf 41 %** wünschen.

Bei Vollzeitanstellung würde das in etwa zwei Tage Homeoffice und drei Tage Bürozeit bedeuten. Somit wäre wohl auch das Risiko von zu wenig sozialen Kontakten deutlich reduziert.

Die Befragten wünschen sich im Durchschnitt eine Steigerung des Homeoffice-Ausmaßes von 34 % auf 41 %.

”

*„Ein Mix aus Home-Office und Büroarbeit wäre ideal. Allerdings kann ich mir nicht vorstellen, länger als zwei Tage in der Woche im Home-Office zu sein (langfristig). Der persönliche Austausch mit den Kolleg\*innen ist sehr wichtig.“*

*„Zwei Tage möchte ich jede Woche in der Firma sein, um soziale Kontakte aufrecht zu halten.“*

Diesbezüglich soll aber nicht unerwähnt bleiben, dass die **Rückmeldungen zum gewünschten Homeoffice-Ausmaß** durchaus **heterogen** sind. Während sich rund die Hälfte der Befragten mehr Homeoffice als bisher wünscht, geben rund 20 % an, in Zukunft weniger im Homeoffice arbeiten zu wollen (vgl. Abbildung 9). Hierbei ist jedoch wichtig zu beachten, dass 40 der 54 Personen, die sich einen geringeren Homeoffice-Anteil wünschen, momentan bereits mindestens 50 % ihrer Arbeitszeit im Homeoffice leisten. 72 Personen (28 %) sind mit ihrem derzeitigen Homeoffice-Ausmaß zufrieden und möchten ihre Büro- und Homeofficezeiten auch in Zukunft so beibehalten. Betrachtet man ausschließlich diejenigen, die mit ihrem Homeoffice-Ausmaß zufrieden sind, lassen sich trotzdem nur schwer allgemeine Schlüsse hinsichtlich des optimalen Homeoffice-Ausmaßes ableiten, da die gewünschten Homeoffice-Anteile von Person zu Person sehr stark divergieren (Spannweite zwischen 2 % und 100 %).

### Wie viel Homeoffice wäre für Sie wünschenswert?

n = 261 befragte Personen

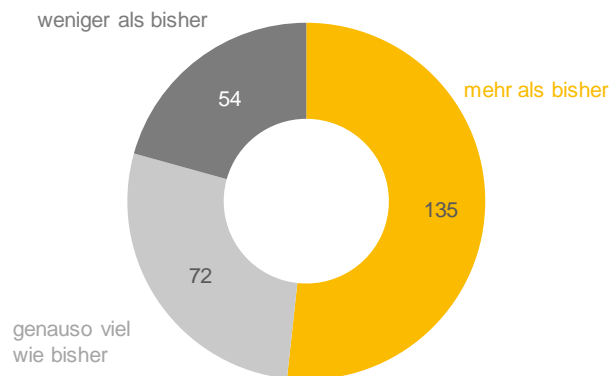


Abb. 9: Gewünschter Homeoffice-Anteil

Abbildung 10 veranschaulicht die zuvor angesprochene Heterogenität noch deutlicher. In der Mitte findet man jene Personen, die mit ihrem derzeitigen Homeoffice-Ausmaß zufrieden sind. Rechts daneben baut sich in Gelb gefärbt eine Fläche auf, die zeigt, um wie viel Prozent der Homeoffice-Anteil nach Angabe der Befragten steigen sollte. Während einige schon mit einer geringen Steigerung zufrieden sind, wünschen sich einzelne noch eine Steigerung von mehr als 50 %. Dem gegenüber steht die dunkelgraue Fläche mit jenen Personen, die sich künftig wieder mehr Arbeit im Unternehmen wünschen.

### Unterschied zwischen derzeitigem und gewünschtem Homeoffice-Anteil in %

n = 261 befragte Personen

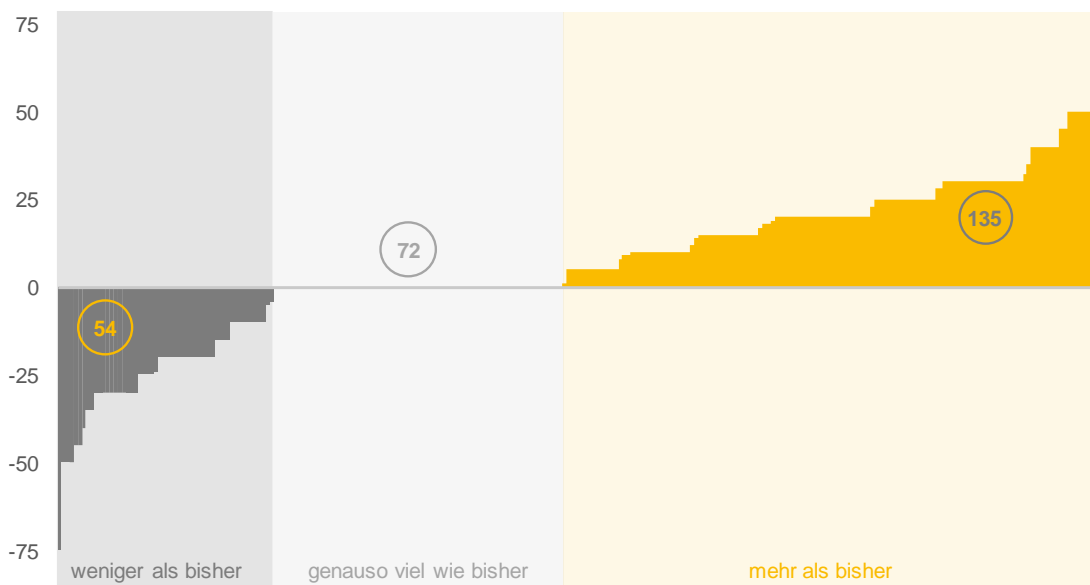


Abb. 10: Heterogenität des gewünschten Homeoffice-Anteils

Wie oben erwähnt, schwankt der aktuelle **Homeoffice-Anteil in den verschiedenen Branchen** stark um den Mittelwert von 34 %.

Besonders hoch ist mit 48 % der Anteil in der Kommunikations- und IT-Branche. Dort dürften sich die Prozesse im Finanzbereich bereits gut für das Homeoffice eignen. Ähnliches gilt für den Handel (40 %) und die Banken- und Versicherungsbranche (38 %). Viele andere Branchen wie die Produzierende Industrie, Wirtschaftsprüfung, Steuer- oder Wirtschaftsberatung, Öffentlicher Sektor und Gesundheitswesen sowie Dienstleistung ranken rund um den Mittelwert (Spannweite zwischen 27 % und 36 %). Das Schlusslicht bildet mit deutlichem Abstand die Branche Bau und Anlagenbau, deren Mitarbeiter\*innen im Finanzbereich einen Homeoffice-Anteil von im Durchschnitt 19 % haben.

Stellt man den momentanen Homeoffice-Anteil dem gewünschten gegenüber, kann festgehalten werden, dass in den meisten Branchen im Durchschnitt zirka 5 % mehr Homeoffice gewünscht wird. Ausnahmen stellen dabei jedoch insbesondere der Öffentliche Sektor und das Gesundheitswesen bzw. der Anlagenbau oder die Baubranche dar. Die Branche Öffentlicher Sektor und Gesundheitswesen wünscht sich einen Homeoffice-Anteil von 49 %, was einen Unterschied von 19 % zu dem derzeitigen Homeoffice-Ausmaß darstellt. Ähnliches zeichnet sich bei der Branche Anlagenbau und Bau ab. Personen, die in dieser Branche arbeiten, äußerten einen Wunsch nach Homeoffice von 33 %, was eine Erhöhung von 14 % bedeuten würde. Eine genau gegenteilige Entwicklung ist im Bereich der Wirtschaftsprüfung zu beobachten, diese Branche ist die einzige, die sich weniger Homeoffice wünscht, wenngleich die Differenz mit 3 % sehr gering ausfällt (vgl. Abbildung 11).

## Durchschnittlicher Homeoffice-Anteil in % je Branche

in % • n = befragte Personen

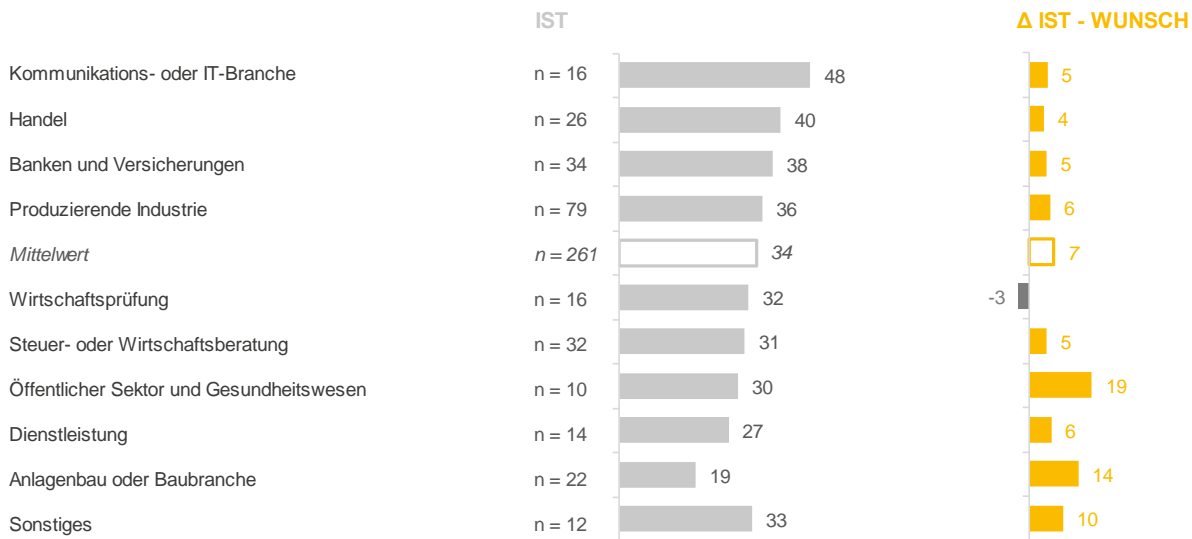


Abb. 11: Durchschnittlicher Homeoffice-Anteil in % je Branche

Was das derzeitige **Homeoffice-Ausmaß der einzelnen Berufsfelder** innerhalb des Finanzbereichs angeht, zeigen sich recht geringe Unterschiede. Mitarbeiter\*innen des Backoffice liegen mit 29 % etwas unter dem Mittelwert, sonstige Berufsfelder, die beispielsweise Mitarbeiter\*innen der Personalverrechnung oder kaufmännischen Leitung beinhalten, sind mit 38 % leicht über dem Mittelwert angesiedelt (vgl. Abbildung 12).

Weiters zeigt sich, dass sich der Wunsch nach Homeoffice bei fast allen Berufsfeldern zirka bei 40 % einpendelt. Lediglich Unternehmens- oder Steuerberater\*innen sowie Wirtschaftsprüfer\*innen weichen von dieser Tendenz ab. Beide Berufsfelder wünschen sich im Durchschnitt etwas weniger Homeoffice. Während die Differenz bei Unternehmens- oder Steuerberater\*innen mit 1 % sehr gering ausfällt, weisen Wirtschaftsprüfer\*innen mit 5 % doch eine größere Differenz auf. Betrachtet man diese Entwicklung zusammen mit den zuvor angeführten Ergebnissen der Branche, dürfte sich der gewünschte Homeoffice-Anteil in der Wirtschaftsprüfung tendenziell also eher Richtung 30 % bewegen.

Durchschnittlicher Homeoffice-Anteil in % je Berufsfeld

in % • n = befragte Personen

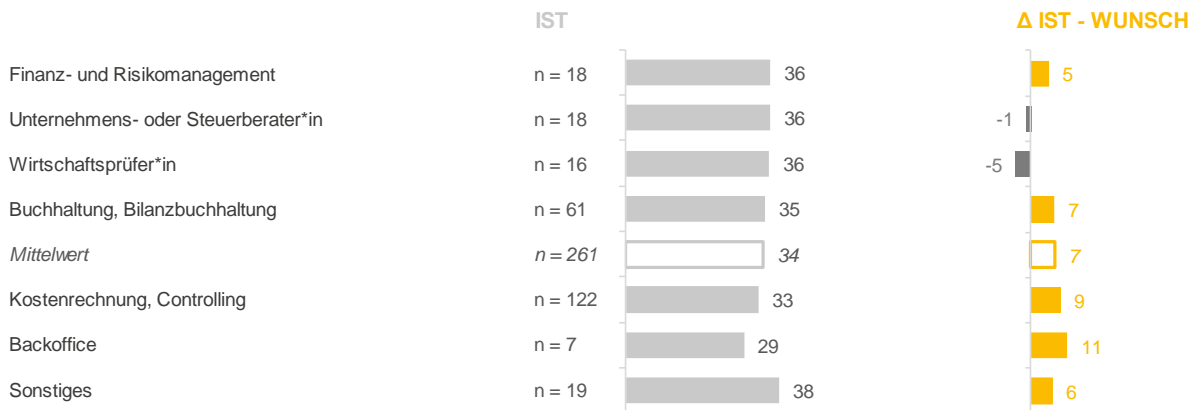


Abb. 12: Durchschnittlicher Homeoffice-Anteil in % je Berufsfeld

Weiters kann den Ergebnissen der Studie entnommen werden, dass der Wunsch nach Homeoffice in Bezug auf das Geschlecht sehr unterschiedlich ausfällt. Insgesamt betrachtet wünschen sich Frauen einen durchschnittlichen Homeoffice-Anteil von 44 %. Bei Männern beläuft sich der durchschnittlich gewünschte Homeoffice-Anteil auf 36 %.

Das folgende Histogramm (siehe Abbildung 13) veranschaulicht zum einen den stärkeren Homeoffice-Wunsch der Frauen und zeigt zum anderen auch, dass der Wunsch bei den einzelnen befragten Personen doch sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Der gewünschte Anteil reicht von null bis zu 100 %. Ein Homeoffice-Ausmaß von mehr als 50 % wird von beiden Geschlechtern jedoch vergleichsweise selten als Wunschscenario genannt: 26 % der Frauen wünschen sich, mehr als die Hälfte der Arbeitszeit im Homeoffice sein zu können, bei den Männern sind es 21 %.

Gewünschter Homeoffice-Anteil in % nach Geschlecht

in % • n = befragte Personen

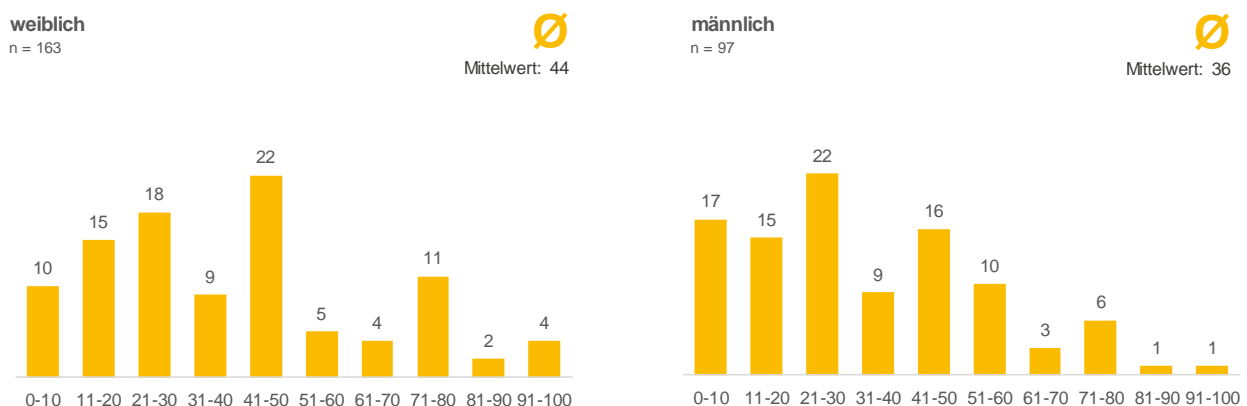
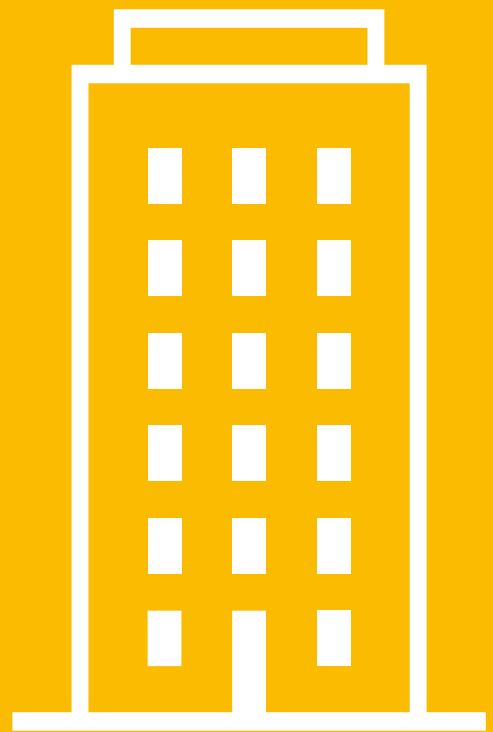


Abb. 13: Gewünschter Homeoffice-Anteil in % nach Geschlecht



ORGANISATION

# Prozesse und Aufgabeneignung im Homeoffice

Die abzuwickelnden Prozesse und Aufgaben von im Finanzbereich tätigen Personen sind sehr vielfältig. Manche Aufgaben wie z.B. **Recherchetätigkeiten**, die **Vorbereitung von Präsentationen und Workshops** sowie die **Erstellung von Auswertungen und Visualisierungen** lassen sich sehr gut auch im Homeoffice erledigen. Diese Tätigkeiten erzielen jeweils mindestens 2,7 von 3 erreichbaren Punkten (vgl. Abbildung 14). Auch die dafür notwendige technische Ausstattung ist bei den allermeisten Befragten vorhanden, wie in Kapitel *Benötigte technische Ausstattung im Homeoffice* (S. 33) noch näher ausgeführt wird. Tätigkeiten wie die **Durchführung von Abschlussarbeiten, Budgetierungs- und Planungstätigkeiten**, die sehr viel Abstimmungsarbeit verlangen, scheinen sich ebenfalls gut für Homeoffice zu eignen. Digitale Kommunikationskanäle und IT-Tools zur Arbeitsorganisation werden dabei jedoch einen erheblichen Einfluss für die Effektivität und Effizienz der Abwicklung haben. Auch die Teilnahme an **Weiterbildungen** oder die **Durchführung von Besprechungen** scheinen sich online bereits gut etabliert zu haben.

Viele Aufgaben lassen sich bereits sehr gut im Homeoffice durchführen.

## Wie sehr eignen sich folgende Aufgaben für das Homeoffice?

n = befragte Personen • Sehr gut = 3 Gut = 2 Schlecht = 1 Sehr schlecht = 0



Recherchetätigkeiten	n = 230		2,8 / 3
Präsentationen und Workshops vorbereiten	n = 213		2,7 / 3
Auswertungen und Visualisierungen erstellen	n = 237		2,7 / 3
Belegerfassung und -verbuchung	n = 136		2,5 / 3
Abschlussarbeiten	n = 183		2,4 / 3
Lösungen und Konzepte entwickeln	n = 237		2,3 / 3
Budgetierungs- und Planungstätigkeiten	n = 195		2,2 / 3
Weiterbildungen/Webinare	n = 241		2,2 / 3
Organisation von Projekten	n = 202		1,9 / 3
Besprechungen durchführen	n = 255		1,9 / 3
Mitarbeiter*innengespräche und Feedback	n = 214		1,0 / 3
Einstellungsgespräche	n = 145		0,9 / 3

Abb. 14: Aufgabeneignung im Homeoffice

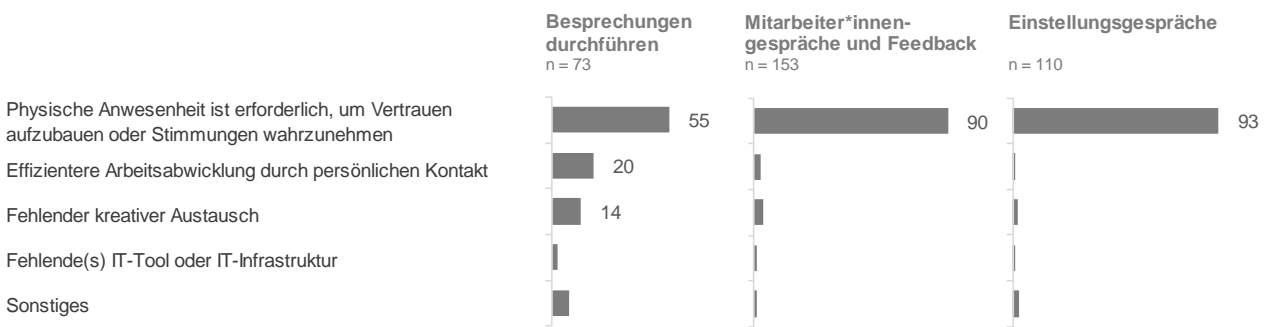


**Mitarbeiter\*innen- und Feedbackgespräche** sowie **Einstellungsgespräche erfordern unmittelbaren persönlichen empathischen Kontakt**. Diese Aufgaben sollten daher wohl auch in Zukunft weiterhin in Präsenz im Büro durchgeführt werden. Als Hauptgrund, weshalb sich bestimmte Aufgaben eben nicht für Homeoffice eignen, wird mit deutlichem Abstand die Notwendigkeit, Vertrauen aufzubauen und Stimmungen wahrzunehmen, genannt. Alle anderen abgefragten Gründe sind von eher untergeordneter Bedeutung. Selbst bei Besprechungen haben nur 27 % der Befragten den Eindruck, dass durch persönlichen Kontakt im Büro die Arbeitsabwicklung effizienter wäre und nur 19 % kritisieren den mangelnden kreativen Austausch (vgl. Abbildung 15).

Präsenz ist insbesondere dann notwendig, wenn zwischenmenschliche Beziehungen und Wahrnehmungen ein wesentlicher Faktor sind.

**Was sind die Hauptgründe dafür, dass sich Aufgaben nicht für das Homeoffice eignen?**

in % • n = befragte Personen



**Abb. 15:** Gründe, warum sich Aufgaben nicht fürs Homeoffice eignen

# Strukturelle Rahmenbedingungen

”

„Das Misstrauen der Unternehmen gegenüber den Mitarbeiter\*innen ist aus meiner Sicht das größte Problem, das überwunden werden muss. Meiner Meinung nach ist die Aufgabe einer guten Führungskraft, regelmäßig mit den Mitarbeiter\*innen Kontakt zu suchen und die verteilten Aufgaben zu steuern - egal ob im Homeoffice oder im Büro. Leider wird das vielfach noch durch die Anwesenheit anstatt durch Leistung gemacht.“

Für ein gut funktionierendes Homeoffice ist es erforderlich, dass Führungskräfte klare Spielregeln definieren, dazu gehört, dass **Ziele und Erwartungen eindeutig definiert** und klar kommuniziert werden. Dies wird von den Mitarbeiter\*innen zu 83 % als sehr wichtig angesehen. Außerdem sollten **Kernarbeitszeiten definiert werden**, damit auch die Erreichbarkeit gegeben ist und Besprechungen friktionsfrei abgehalten werden können. Dies halten 58 % für sehr wichtig.

Homeoffice verlangt hohe Führungsqualität.

Eindeutig definierte Ziele und Erwartungen sind im Homeoffice besonders wichtig.

In Bezug auf Homeoffice ist es für Unternehmen auch wichtig, sich von einer Präsenzkultur loszulösen. Dieser Aspekt spiegelt sich in den Studienergebnissen vor allem dahingehend wider, dass Mitarbeiter\*innen erwarten, dass sie **flexibel bei der Zeiteinteilung** sein können und dass ihnen insbesondere auch während der Arbeitszeit im Homeoffice **Vertrauen** entgegengebracht wird.

”

„Firmen müssen sich mehr zur Flexibilität hinbewegen als fixe Büroarbeitstage vorgeben. Man sitzt dann im Büro und macht das Gleiche, wie von Zuhause aus inklusive Headset am Kopf. In diesem Fall machen Bürotage keinen Sinn. Eine freie Einteilung wird hier erwartet.“

„Vertrauen von dem Unternehmen ist sehr wichtig! KPU - kontinuierliche positive Unterstellung: Man sollte immer davon ausgehen, dass jede\*r mit bestem Wissen und Gewissen handelt.“

**IT-Infrastruktur** und ein **unterstützender Helpdesk**, der insbesondere für Homeoffice-Fragen zur Verfügung steht, sind ebenfalls wichtig (vgl. Abbildung 16). Beides ist großteils aber bereits ausreichend ausgebaut bzw. vorhanden, wie in Kapitel

Benötigte technische Ausstattung im Homeoffice (S. 33) noch genauer thematisiert wird.

**Was kann das Unternehmen für Sie tun, damit Sie gerne im Homeoffice arbeiten?**

in % • n = 261 befragte Personen



Abb. 16: Strukturelle Rahmenbedingungen im Homeoffice

Das Thema Vertrauen findet sich auch in den Antworten auf eine andere Fragestellung wieder. So ist eine überwältigende Mehrheit von 96 % der Befragten der Meinung, dass sie selbst am besten entscheiden können, welche Aufgaben besser vor Ort im Unternehmen oder im Homeoffice erledigt werden können (siehe dazu Abbildung 17).

**Ich kann selbst entscheiden, ob die Aufgaben besser im Büro oder Zuhause erledigt werden können.**

n = 261 befragte Personen

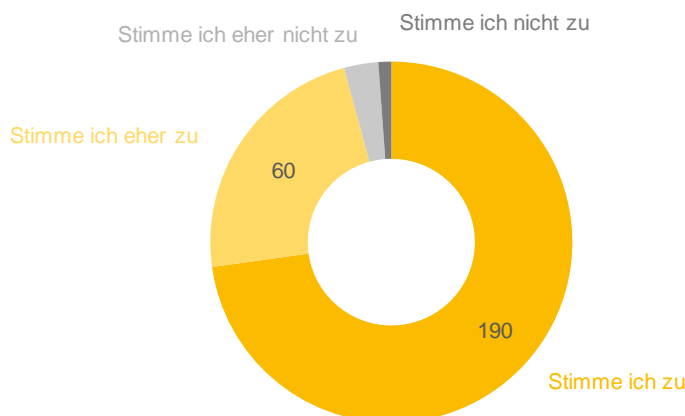


Abb. 17: Möglichkeit der freien Aufgabeneinteilung im Homeoffice

Wenn man sich den mit Homeoffice verbundenen Problembereichen widmet, führen – wie bereits in *Motive gegen Homeoffice* (S. 16) ausgeführt – viele Studienteilnehmer\*innen die fehlenden sozialen Kontakte, also die persönlichen Treffen, an. Daraus können sich weitere negative Konsequenzen ergeben, wie z.B. ein **geringeres Zugehörigkeitsgefühl zum Team** oder eine **geringere Verbundenheit mit dem Unternehmen**. Ersteres wird von 65 % der Befragten ins Treffen geführt, zweiteres immerhin noch von 46 % (vgl. dazu Abbildung 18). Sowohl das schwindende Team-Zugehörigkeitsgefühl als auch die verminderte Verbundenheit zum Unternehmen stellen für Unternehmen sehr ernstzunehmende Problembereiche in der Zukunft dar, die keinesfalls unterschätzt werden sollen. Folgende Aussage eines\*r Befragten unterstreicht dies:

„*Persönlicher Kontakt mit Kollegen geht sehr zurück. Identifikation mit Unternehmen schwindet. War mit ein Grund, warum ich bei meinem derzeitigen Arbeitgeber gekündigt habe.*“

Darüber hinaus sehen 40 % der Studienteilnehmer\*innen die Gefahr, dass sich die **Jobchancen** bei zu hohem Anteil an Homeoffice **verringern**. Die Studienteilnehmer\*innen erkennen also durchaus Risiken aufgrund von zu viel Homeoffice. Diese Entwicklung steht auch in Einklang mit dem Wunsch, mehr als die Hälfte der Arbeitszeit im Büro zu sein, um diesen Risiken entgegenzuwirken.

Festzuhalten ist außerdem, dass 73 % der im Finanzbereich beschäftigten Personen angeben, dass **physische Präsenz nicht notwendig** sei, damit die Arbeitsleistung von den Führungskräften wahrgenommen wird.

### Wie sehr stimmen Sie folgenden Statements zu?

in % • n = 261 befragte Personen

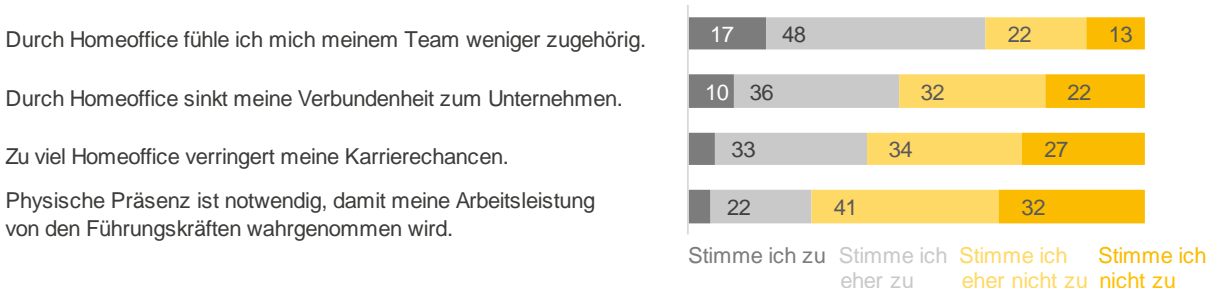


Abb. 18: Strukturelle Auswirkungen von Homeoffice

# Kommunikation im Homeoffice

Aus täglichen Face-to-Face-Gesprächen mit Kund\*innen werden regelmäßige Video Calls, aus Gruppenbesprechungen in engen Büroräumen werden virtuelle Meetings – nur wenige Bereiche haben sich aufgrund von Homeoffice in kurzer Zeit so sehr verändert wie die Kommunikation. Dies stellt Unternehmen jedoch vor große Herausforderungen. Während die formale Kommunikation über E-Mails und andere virtuelle Kommunikationstools gut zu funktionieren scheint, leidet vor allem der Bereich der informellen Kommunikation im Homeoffice. Insbesondere die informelle Kommunikation zu Kolleg\*innen, also die Gespräche beim Mittagessen oder die kurzen Abstimmungen am Weg zu Besprechungen, kommen im Homeoffice zu kurz, sind fehlende soziale Kontakte doch der Hauptgrund dafür, dass Mitarbeiter\*innen nicht ausschließlich im Homeoffice arbeiten möchten (vgl. dazu *Motive gegen Homeoffice*, S. 16).

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Kommunikation zu verschiedenen externen und internen Personengruppen trotz Homeoffice erstaunlich positiv beurteilt wird. Folgende Abbildung 19 veranschaulicht, dass der Kontakt zu externen Stellen, wie **Steuerberater\*innen, Behörden, Kund\*innen und Lieferant\*innen** in den allermeisten Fällen sehr gut oder zumindest gut funktioniert. Auch der Kontakt zu **Kolleg\*innen aus der eigenen Abteilung** läuft zumeist problemlos. Etwas schwieriger scheint sich schon die Kommunikation mit **Führungskräften** sowie zu **Kolleg\*innen aus anderen Abteilungen** zu gestalten. Wirklich problembehaftet sind jedoch nur der Kontaktaufbau und die Kommunikation mit **neuen Mitarbeiter\*innen**. Dem folgend sollte der Onboarding-Prozess jedenfalls ausreichend in Präsenzphasen im Büro stattfinden. Bestehende Kontakte online zu pflegen und zu nutzen, scheint wesentlich einfacher zu sein, als neue Kontakte aufzubauen.

Die Kommunikation mit externen und internen Partner\*innen funktioniert überwiegend recht gut, nur das Onboarding gestaltet sich im Homeoffice schwierig.

## Wie beurteilen Sie die Kommunikation im Homeoffice mit folgenden Personen?

in % • n = befragte Personen

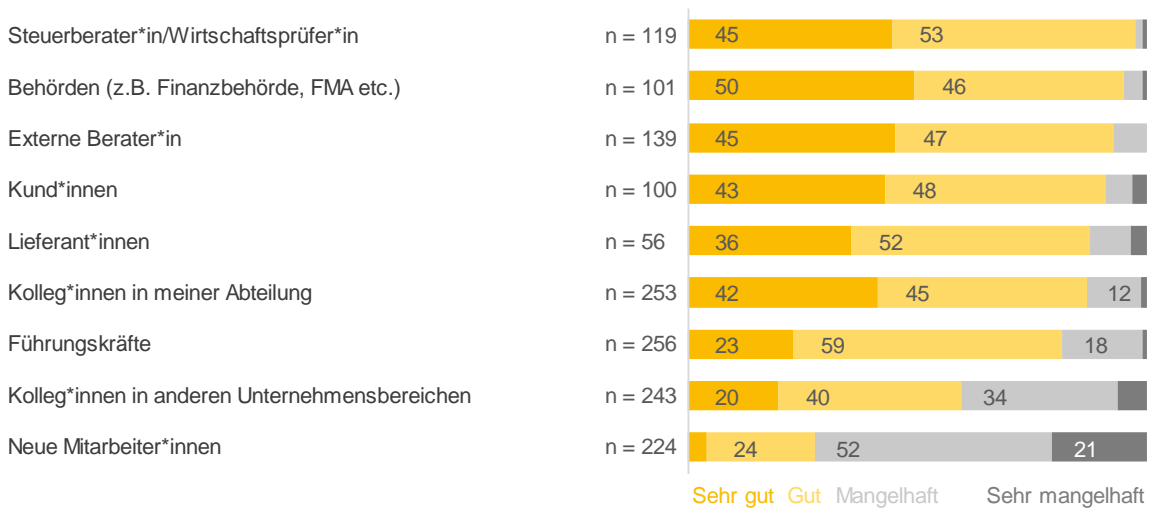


Abb. 19: Kommunikation zu externen und internen Partner\*innen

Obwohl die überwiegende Mehrheit der Befragten mit der Kommunikation auch im Homeoffice insgesamt zufrieden ist, gibt es doch auch einige Verbesserungsmöglichkeiten. So hat sich, wie Abbildung 20 zeigt, die **Kommunikationsqualität mit den Kolleg\*innen** und mit den **Vorgesetzt\*innen teilweise verschlechtert**. 44 % der Befragten wünschen sich auch im Homeoffice **häufigere Teammeetings**. 28 % der Befragten geben an, dass die **Anfragen** von Kolleg\*innen **im Homeoffice zugenommen** haben und davon empfinden 23 Personen, also rund ein Drittel, dieses erhöhte Anfrageaufkommen auch als störend. In Bezug auf Führungskräfte hat das Anfragevolumen mit 19 % weniger stark zugenommen.

Immerhin fast 60 % der befragten Personen geben an, dass man im Unternehmen bemüht sei, den **informellen Austausch auch im Homeoffice zu fördern**. Wie wichtig informelle Kommunikation für den Teamgeist und in weiterer Folge für die gesamte Unternehmenskultur sein kann, wurde also vom Großteil der Unternehmen bereits erkannt und es dürften auch aktiv sichtbare Schritte zur Stärkung des informellen Austauschs gesetzt worden sein. Nichtsdestotrotz zeigt sich auch hier ein Verbesserungspotential, da doch 42 % angeben, sich mehr informellen Austausch im Homeoffice zu wünschen.

## Stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

in % • n = 261 befragte Personen



Im Unternehmen ist man bemüht, den informellen Austausch auch im Homeoffice zu fördern.



Ich würde mir auch im Homeoffice häufigere Teammeetings wünschen.



Die virtuelle Kommunikation außerhalb der Regelarbeitszeit hat durch Homeoffice zugenommen.



Durch den fehlenden persönlichen Kontakt hat sich die Kommunikationsqualität mit meinen **Kolleg\*innen** verschlechtert.



Die Häufigkeit der Anfragen meiner **Kolleg\*innen** hat durch die virtuelle Zusammenarbeit zugenommen.



Durch den fehlenden persönlichen Kontakt hat sich die Kommunikationsqualität mit meinen **Vorgesetzt\*innen** verschlechtert.

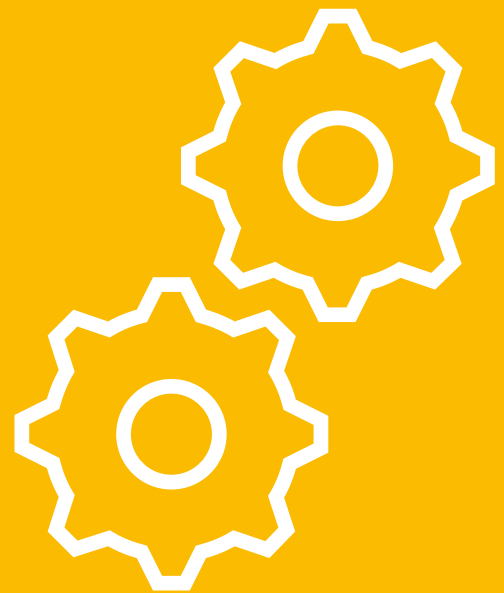


Die Häufigkeit der Anfragen meiner **Vorgesetzt\*innen** hat durch die virtuelle Zusammenarbeit zugenommen.



Ja      Nein

Abb. 20: Folgen von Homeoffice hinsichtlich Kommunikation



TECHNIK



# Benötigte technische Ausstattung im Homeoffice

Bei der technischen Ausstattung im Homeoffice lassen sich Hardware – vom Laptop bis zum ergonomischen Tisch und Bürostuhl – und Zugriffsmöglichkeiten auf Softwareprogramme und Daten unterscheiden.

Woran es in Bezug auf Hardware besonders mangelt, zeigt Abbildung 21. Eine deutliche Mehrheit der Befragten hat einen **Firmenlaptop, einen zusätzlichen Bildschirm** sowie ein **Headset** im Homeoffice und verfügt zudem über **eine schnelle Internetverbindung**. Trotzdem gibt es auch hier noch Aufholbedarf (z.B. ein **zweiter großer Bildschirm, Docking-Station** und **Drucker mit Scanfunktion**), wie die grauen Flächen in der Grafik veranschaulichen.

Besonders großen Handlungsbedarf sehen die Befragten bei einer **ergonomischen Büroausstattung**. 52 % würden sich hier Verbesserungen wünschen.

52 % der Befragten sehen großen Handlungsbedarf bei einer ergonomischen Büroausstattung.

”

*„Ein sehr negativer Effekt von Home Office ist viel zu viel Screen-Zeit. Dies in Kombination mit ungeeigneter Büroausstattung könnte langfristig schlechte gesundheitliche Folgen haben. Dies ist jedoch ein Trade-off zu den sehr positiven Aspekten des Home-Office, wie z.B. mehr Ruhe zum Arbeiten, weniger Unterbrechungen usw.“*

Diese Einschätzung der Studienteilnehmer\*innen gewinnt vor allem dann an Bedeutung, wenn man bedenkt, welch ein starkes Augenmerk in vielen Unternehmen vor Ort aufgrund arbeitsmedizinischer Notwendigkeit auf das Thema „Ergonomie am Arbeitsplatz“ gelegt wird, um physischen Beschwerden möglichst gut vorzubeugen.

Bei vielen Ausstattungsthemen (wie Laptops, Headsets oder ergonomische Stühle) scheint der damit verbundene finanzielle Aufwand überschaubar. Die ergonomische Büroausstattung hängt aber auch wesentlich mit der Verfügbarkeit eines entsprechenden Arbeitsraums zusammen. Ein großer Schreibtisch mit Platz für einen Laptop, zwei Bildschirme, Drucker etc. und ein adäquater

Bürostuhl brauchen gegebenenfalls ein eigenes Arbeitszimmer, das jedoch in kleineren Wohnungen eventuell nicht zur Verfügung steht.

## Hardware Ausstattung

n = 261 befragte Personen

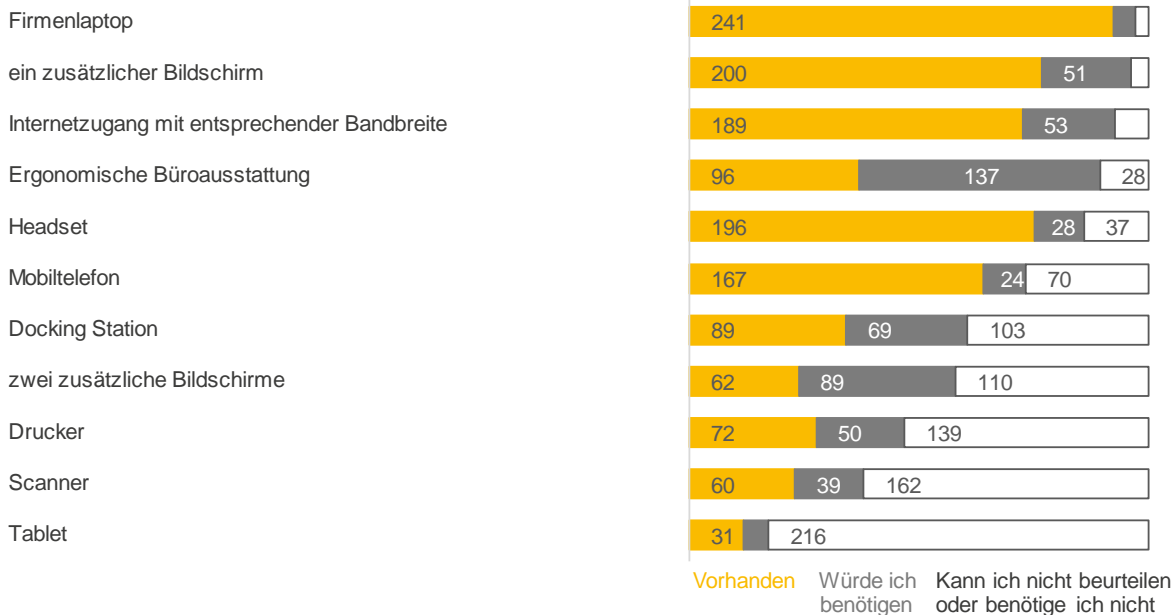


Abb. 21: Hardware Ausstattung

Im Unterschied zur Hardware Ausstattung ist die technische Ausstattung in Bezug auf Zugriffsmöglichkeiten auf Softwareprogramme und Daten im Wesentlichen vorhanden. Dieser Bereich stellt kaum noch ein Problem dar, weshalb auch fast alle Befragten damit ausreichend versorgt sind. Sowohl die **digitalen Kommunikationskanäle**, der **VPN-Zugang** als auch der **Zugriff auf unternehmensintern verwendete ERP- und Dokumentenmanagementsysteme etc.** funktionieren problemlos. Auch der Umgang mit **IT-Programmen zur Arbeitskoordination und Workflowmanagement** scheint bereits gut etabliert zu sein. Lediglich beim **Online-Zugang zu Fachliteratur** orten etwas mehr als 10 % der Befragten noch Verbesserungsbedarf (vgl. Abbildung 22).

**Zugriffsmöglichkeiten auf Softwareprogramme und Daten stellen bei den Unternehmen kaum noch Probleme dar.**

## Zugriffsmöglichkeiten auf Softwareprogramme und Daten

n = 261 befragte Personen

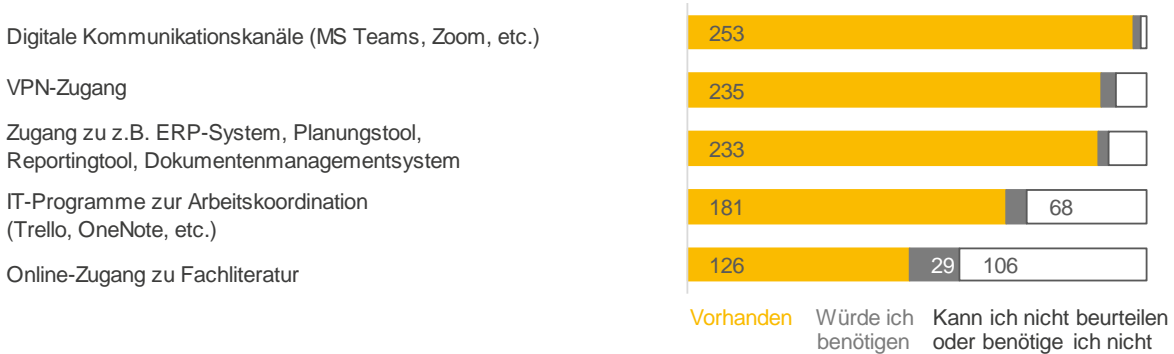


Abb. 22: Zugriffsmöglichkeiten auf Softwareprogramme und Daten

Ein wichtiges Bindeglied zwischen IT-Hard- bzw. Softwareausstattung und Nutzer\*innen im Homeoffice stellt der **Service Desk** dar. Ein solcher ist in der Mehrheit der Unternehmen vorhanden und bietet auch ausreichende **Hilfestellungen** und **rasche Reaktionszeiten** an. In Bezug auf diverse Hilfestellung sehen nicht einmal 10 % der Befragten Verbesserungsbedarf. Hinsichtlich einer schnelleren Reaktion des Service Desk auf Anfragen zeigt sich mit 16 % ein ähnliches Bild (siehe im Detail Abbildung 23).

## Service Desk

n = 261 befragte Personen



Abb. 23: Service Desk

# Zufriedenheit mit der technischen Ausstattung

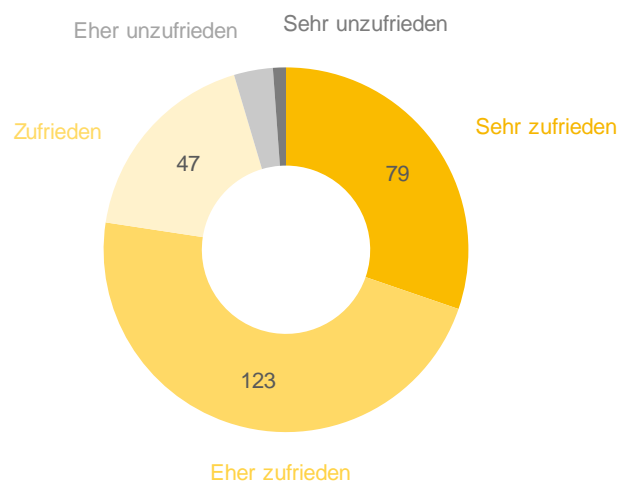
Im Rahmen dieser Studie wurde außerdem erhoben, wie zufrieden die Befragten im Allgemeinen mit ihrer technischen Ausstattung im Homeoffice sind.

**Insgesamt sind die Befragten damit durchaus zufrieden**, wenn auch nur 79 Befragte und damit knapp ein Drittel das Prädikat „sehr zufrieden“ wählte (vgl. im Detail Abbildung 24). Wenn sich Personen in dieser Frage weniger zufrieden oder unzufrieden äußerten, fehlt es ihnen entweder an gewissem Equipment (z.B. Bildschirm, Headset) oder die erforderliche Ausstattung musste selbst angeschafft werden. Fast die Hälfte der 59 Befragten, die tendenziell unzufriedener mit der technischen Ausstattung sind, haben ihren Unmut darüber geäußert, dass die notwendige Ausstattung selbst angeschafft und bezahlt werden musste bzw. dass es keine fixen Regelungen zum Kostenersatz gebe. Ein fehlendes Arbeitszimmer Zuhause bzw. zu wenig Platz im Homeoffice sowie eine mangelhafte Verbindung zum Unternehmen wurden ebenfalls von jeweils acht Personen als Gründe für Unzufriedenheit ins Treffen geführt.

Die Befragten sind insgesamt zufrieden mit der technischen Ausstattung im Homeoffice.

## Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer technischen Ausstattung im Homeoffice?

n = 261 befragte Personen



Mittelwert: 4,02

**Abb. 24:** Zufriedenheit mit der technischen Ausstattung im Homeoffice

# AUSBLICK

Homeoffice öffnet viele Türen, sorgt in manchen Bereichen aber auch für Probleme. Homeoffice ermöglicht neue Freiheiten, wenngleich es zusätzliche Kompetenzen erfordert. Homeoffice hat die Arbeitswelt innerhalb kürzester Zeit verändert, schon heute zeichnen sich jedoch in vielerlei Hinsicht langfristige Auswirkungen auf die Arbeitswelt ab.

Eine dieser langfristigen Folgen zeigt sich bei den Arbeitnehmer\*innen. Aufgrund von Homeoffice ist eine deutlich höhere **Flexibilität hinsichtlich der Wahl des Wohnortes** gegeben. Dies kann insbesondere an dem Wegfall des täglichen Arbeitsweges liegen, aber auch an der Möglichkeit, nun Karrierechancen, die nicht in unmittelbarer Nähe vom Wohnort sind, wahrnehmen zu können. Die Möglichkeiten, ortsunabhängig zu arbeiten, steigen und zusätzlich sehen immer mehr (junge) Mitarbeiter\*innen Homeoffice als Voraussetzung dafür, einen Job überhaupt anzunehmen. All diese Aspekte sind ein Indiz dafür, dass der **„war for talents“ aufgrund von Homeoffice neu angeheizt** wird. Dieser Aspekt wird durch diese Studie insofern unterstrichen, da die Ergebnisse zeigen, dass die Verbundenheit zum Unternehmen bzw. zum Team aufgrund von Homeoffice tendenziell weniger werden (vgl. *Strukturelle Rahmenbedingungen*, S. 26). Nichtsdestotrotz bieten sich für Unternehmen mit einem gut funktionierenden Homeoffice aber auch neue Möglichkeiten. Insbesondere im Bereich des Personalmarketings können durch die Möglichkeit von Homeoffice neue Anreize im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter\*innen gesetzt werden.

Aufgrund von Homeoffice wird der „war for talents“ neu angeheizt.

”

*„Ich denke, dass Homeoffice für Unternehmen nicht mehr wegzudenken ist, vor allem dann, wenn es um die Akquisition von jungen Mitarbeitern geht. Auch ich werde in Zukunft wahrscheinlich nur noch Jobs annehmen, bei denen Homeoffice umfassend und auf unkomplizierte Weise möglich ist.“*

*„Die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten, macht Arbeitgeber attraktiver und würde diesen Unternehmen Vorteile in der Rekrutierung von dringend benötigten Fachkräften (Fachkräftemangel) verschaffen.“*

Homeoffice verstärkt die **Flexibilisierung der Arbeitszeit**, die von Mitarbeiter\*innen sehr wertgeschätzt wird (vgl. dazu *Motive für Homeoffice*, S. 13 und *Strukturelle Rahmenbedingungen*, S. 26). Diese Entwicklung birgt jedoch auch einige Gefahren in sich. Einerseits ermöglicht die erhöhte Flexibilität natürlich, dass man sich vieles leichter einteilen kann (Stichwort: Betreuungspflichten) sowie die eingesparte Fahrzeit sinnvoll nutzen und die Pausen erholsamer gestalten kann. Andererseits verschwimmen dadurch zusehends die Grenzen zwischen Freizeit und Arbeit. Durch das Problem, Zuhause nicht abschalten zu können und mit den Gedanken immer bei der Arbeit zu sein, wird digitaler Stress in diesem Zusammenhang immer ernstzunehmender (vgl. dazu auch *Motive gegen Homeoffice*, S. 16). Insbesondere in stressigen Phasen kann der Druck, regelmäßig von Zuhause aus weiterzuarbeiten, hoch werden. Die **Einhaltung von Arbeitnehmer\*innenschutzrechten** darf auch im Homeoffice nicht vergessen werden und stellt eine sehr essentielle und dringliche Angelegenheit dar.

Durch Homeoffice wachsen die Anforderungen an Mitarbeiter\*innen dahingehend, dass Fähigkeiten wie beispielsweise Selbstdisziplin und Zeitmanagement verstärkt wichtig sind. Um eine gute Zusammenarbeit mittels digitaler Kommunikationskanäle zu garantieren, sind zudem aber auch **neue Kompetenzen** hinsichtlich Kommunikation gefragt und gewinnen immer mehr an Bedeutung.

Aber nicht nur für Arbeitnehmer\*innen, sondern auch speziell für Unternehmen bietet Homeoffice viele Vorteile. Mit Blick auf Change Management kann Homeoffice ein großer **Treiber für Digitalisierung** im Unternehmen sein, da Mitarbeiter\*innen gewillt sind, möglichst jede Arbeit im Homeoffice durchführen zu können. Ist es diesbezüglich bei Unternehmen in der Vergangenheit zu Versäumnissen gekommen bzw. wurden nur halbherzige Digitalisierungsversuche unternommen, ergeben sich nun jedoch große Herausforderungen für Unternehmen dahingehend, möglichst alle Arbeiten ortsunabhängig umzustellen. Zusätzlich kann Homeoffice in Kombination mit der fortschreitenden Digitalisierung eine **zentrale Organisation** erleichtern. Das Monitoring von Tätigkeiten und Abstimmarbeiten kann über virtuelle Tools abgewickelt werden. Dadurch kann beispielsweise ein aktueller Status der Abschluss- bzw. Berichterstattungstätigkeiten oder auch eine laufende Unterstützung ermöglicht und effizient gestaltet werden.

Die Flexibilisierung der Arbeitszeit bringt neben vielen Vorteilen auch einige Gefahren mit sich.

Unternehmen werden künftig weniger Bürofläche benötigen, wodurch die Fixkosten sinken. Homeoffice wird dahingehend auch **Auswirkungen auf den gewerblichen Immobilienmarkt** haben, da die Nachfrage nach gewerblichen Immobilien sinken wird. Dennoch wird nicht jede\*r Mitarbeiter\*in immer die räumlichen und technischen Voraussetzungen im eigenen Heim vorfinden, um im Homeoffice adäquat arbeiten zu können. Insofern werden entsprechende Arbeitsplätze durch die Arbeitgeber\*innen wohl auch in Zukunft zur Verfügung gestellt werden müssen. Um diese Möglichkeit auch Personen mit längeren Anreisezeiten zu ermöglichen, werden Konzepte wie Coworking Space, Remote Office, Desk-Sharing etc. relevanter.

Homeoffice bringt auch in punkto ökologischer **Nachhaltigkeit** positive Auswirkungen mit sich. Zum einen wird – wie zuvor angeführt – weniger Bürofläche benötigt. Zum anderen werden die täglichen Autofahrten reduziert.



*„Der Wegfall des täglichen Arbeitsweges würde die Stausituation verbessern und einen wesentlichen Beitrag zum Umweltschutz (Klimawandel) leisten.“*

Durch Homeoffice scheinen sich auch für **Frauen** neue Chancen aufzutun. Homeoffice kann beispielsweise ermöglichen, dass Frauen nach dem Mutterschutz oder einer Karenzierung wieder schneller für wenige Stunden pro Woche in den Arbeitsprozess einsteigen können. Somit kann der Kontakt zum Unternehmen schneller hergestellt werden und Frauen sind wieder früher in die Geschehnisse innerhalb des Unternehmens integriert. Dieser Umstand kann möglicherweise sogar dazu führen, dass die Anzahl der Frauen in Führungspositionen steigt, da lange Unterbrechungen durch Kinderbetreuung, die hinderlich für eine angestrebte Karriere als Führungsperson sein könnten, vermieden werden. Auch für Frauen, die keine Führungsposition anstreben, kann Homeoffice den Wiedereinstieg erleichtern. Nichtsdestotrotz darf dabei die Doppelbelastung von Arbeit und Kinderbetreuung nicht unterschätzt werden. Hierbei ist jedoch nicht auszuschließen, dass Männer, die ebenfalls regelmäßig im Homeoffice sind, mehr in die Bereiche Haushalt und Kinderbetreuung miteingebunden werden. Möglicherweise entwickelt sich also ein Trend dahingehend, dass Männer und Frauen mit Betreuungspflichten gleichgestellt und durch die neu gewonnene Flexibilität von Homeoffice

**Homeoffice eröffnet  
Frauen neue Chancen  
und Perspektiven.**

Kinderbetreuungsaufgaben und Haushalt gemeinsam besser bewältigen können.

Im Rahmen der vorliegenden Studie konnte auch aufgezeigt werden, dass die **Bedürfnisse der Arbeitnehmer\*innen** im Finanzbereich in Bezug auf Homeoffice **divergieren**, womit auch Arbeitgeber\*innen gefordert sind, diesen unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden (vgl. dazu auch *Optimales Homeoffice-Ausmaß*, S. 18).

Homeoffice hat zudem das Potential, auf **arbeitsmarktpolitische Entwicklungen** großen Einfluss zu nehmen, wie folgender Kommentar einer befragten Person zum Ausdruck bringt:



*„Im Zentrum des Themas New Work steht sicher die notwendige Digitalisierung der Prozesse, das Vertrauen zu Mitarbeitern und eine allgemeine gesellschaftliche Akzeptanz. (...) Gerade die Akzeptanz ist aber ein heikles Thema in Industriebetrieben, da für Arbeiter im Gegensatz zu Angestellten kein Homeoffice in Frage kommt. Hier entsteht nach wie vor der Eindruck einer Zweiklassengesellschaft, wenn Home Office für Angestellte ausgeweitet wird.“*

Homeoffice kann den **Unterschied zwischen Arbeiter\*innen und Angestellte verstärken**. So könnten künftig Berufe und Jobs ohne Möglichkeit von Homeoffice weniger nachgefragt werden. Durch die vorliegende Studie konnte gezeigt werden, dass sich Homeoffice im Allgemeinen sehr gut für den Finanzbereich eignet. Eine mögliche Konsequenz davon könnte sein, dass Jobs im Finanzbereich durch die Möglichkeit von Homeoffice (wieder) attraktiver werden und es somit zu einer **Aufwertung der Berufe im Finanzbereich** kommt.

**Durch die Möglichkeit von Homeoffice kann es zu einer Aufwertung der Berufe im Finanzbereich kommen.**



# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Wissenstreppe .....	6
Abb. 2: MOT-Modell .....	7
Abb. 3: Altersverteilung der Studienteilnehmer*innen .....	10
Abb. 4: Verteilung nach Berufsfeld .....	10
Abb. 5: Verteilung nach Branchen .....	11
Abb. 6: Verteilung nach Wegstrecke zum Arbeitsplatz .....	11
Abb. 7: Motive für Homeoffice .....	13
Abb. 8: Motive gegen Homeoffice .....	17
Abb. 9: Gewünschter Homeoffice-Anteil .....	19
Abb. 10: Heterogenität des gewünschten Homeoffice-Anteils .....	19
Abb. 11: Durchschnittlicher Homeoffice-Anteil in % je Branche .....	21
Abb. 12: Durchschnittlicher Homeoffice-Anteil in % je Berufsfeld .....	22
Abb. 13: Gewünschter Homeoffice-Anteil in % nach Geschlecht .....	22
Abb. 14: Aufgabeneignung im Homeoffice .....	24
Abb. 15: Gründe, warum sich Aufgaben nicht fürs Homeoffice eignen .....	25
Abb. 16: Strukturelle Rahmenbedingungen im Homeoffice .....	27
Abb. 17: Möglichkeit der freien Aufgabeneinteilung im Homeoffice .....	27
Abb. 18: Strukturelle Auswirkungen von Homeoffice .....	28
Abb. 19: Kommunikation zu externen und internen Partner*innen .....	30
Abb. 20: Folgen von Homeoffice hinsichtlich Kommunikation .....	31
Abb. 21: Hardware Ausstattung .....	34
Abb. 22: Zugriffsmöglichkeiten auf Softwareprogramme und Daten .....	35
Abb. 23: Service Desk .....	35
Abb. 24: Zufriedenheit mit der technischen Ausstattung im Homeoffice .....	36

# AUTOR\*INNEN

**FH-Prof. Dr. Susanne Leitner-Hanetseder** ist Professorin für Rechnungslegung an der Fachhochschule Oberösterreich. Im Zuge ihrer Forschung beschäftigt sie sich mit der Digitalisierung und Automatisierung von Finanzprozessen. Sie sammelte Erfahrungen in der betrieblichen Praxis und im Accounting Advisory. Sie ist Mitherausgeberin der Zeitschrift „Journal of Applied Accounting Research“, Lehrbeauftragte an der Johannes Kepler Universität (Linz/Österreich) und der Hanken School of Economics (Helsinki/Finnland) im Bereich der internationalen Rechnungslegung sowie Fachautorin zahlreicher Publikationen.



**FH-Prof. Dr. Christoph Eisl** ist Professor für Controlling und Koordinator des Masterstudiums Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement. Schwerpunkte seiner Lehr- und Forschungstätigkeit sind Controlling, Performance Management, Information Design und Multimediale Finanzdidaktik. Er ist Autor zahlreicher Fachbücher und Journalpublikationen, Betreiber des Youtube-Kanals „Controlling verstehen“ und Fachbeirat des Internationalen Controllervereins für das ICV-Controlling-Wiki.



**FH-Prof. Dr. Albert Mayr** ist Professor für Controlling an der Fachhochschule Oberösterreich. Schwerpunkte seiner Lehr- und Forschungstätigkeit sind Controlling, Business Simulation sowie Kostenrechnung und Kostenmanagement. Er ist Autor zahlreicher Publikationen. Für den internationalen Controllerverein leitet er die Region Österreich, zusätzlich ist er Arbeitskreisleiter in OÖ/Salzburg. Nebenberuflich ist er als Managementtrainer tätig.



**Theresa Sophie Grünsteidl, B.A.** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Fachhochschule Oberösterreich mit dem Forschungsschwerpunkt Digital Accounting. Seit 2021 ist sie Masterstudentin des Studiengangs Controlling, Rechnungswesen und Finanzmanagement. Im Rahmen der Digitalisierung des Finanzbereichs liegen ihre Interessen insbesondere bei Change Management sowie Robotic Process Automation.



# IMPRESSUM

FH OÖ Forschungs & Entwicklungs GmbH  
Roseggerstraße 15  
4600 Wels

## Kontaktperson

FH-Prof. MMag. Dr. Susanne Leitner-Hanetseder  
*susanne.leitner@fh-steyr.at*

ISBN: 978-3-9504257-6-5

## Zitation

Leitner-Hanetseder, Susanne; Eisl, Christoph; Mayr, Albert & Grünsteidl, Theresa (2022): Digital, flexibel, zufrieden im Homeoffice – wie Mitarbeiter\*innen im Finanzbereich die veränderte Arbeitswelt wahrnehmen, Steyr.

- 
- <sup>i</sup> Vgl. Statistik Austria (2020): Arbeitssituation: Homeoffice vor der Corona-Pandemie (COVID-19 Prävalenzstudie: November 2020, Download unter: [www.statistik.at](http://www.statistik.at) (26.02.2022).
  - <sup>ii</sup> Vgl. Bullinger, Hans-Jörg/Wörner, Kai/Prieto Juan (1998): Wissensmanagement – Modelle und Strategien für die Praxis, in: Bürgel H.D. (Hrsg.), Wissensmanagement, Berlin/Heidelberg, S. 21–39.
  - <sup>iii</sup> Vgl. Huber, Cornelia/Passath, Theresa/Biedermann, Hubert (2021): Wissens- und lernorientierte Instandhaltung unter dem Aspekt zunehmender Digitalisierung, in: HMD 58, S. 197–211.
  - <sup>iv</sup> Vgl. Wittmann, Walter (1959): Unternehmung und unvollkommene Information. Unternehmerische Voraussicht – Ungewißheit und Planung, Köln/Opladen, S. 13–17.
  - <sup>v</sup> In Anlehnung an North, Klaus (2021): Wissensorientierte Unternehmensführung, Wiesbaden, S. 33–69.
  - <sup>vi</sup> In Anlehnung an Bullinger, Hans-Jörg/Wörner, Kai/Prieto Juan (1998): Wissensmanagement – Modelle und Strategien für die Praxis, in: Bürgel H.D. (Hrsg.), Wissensmanagement, Berlin/Heidelberg, S. 21–39.

## **Digital, flexibel, zufrieden im Homeoffice**

Wie Mitarbeiter\*innen im Finanzbereich  
die veränderte Arbeitswelt  
wahrnehmen

April 2022 | ISBN: 978-3-9504257-6-5

