

NFON macht europäische Bestandsaufnahme: Wie geht es uns im Homeoffice?

- Europäische* Studie legt teils besorgniserregende Zustände offen
- Studienergebnisse belegen Trend zur Selbstmedikation im Homeoffice
- Homeoffice-Paradoxon: Arbeitspensum, Arbeitszeit und Freizeit steigen parallel
- [Press-Kit](#)

Wohlfühlreport Homeoffice 22

NFON, europäischer Anbieter für integrierte Business-Kommunikation aus der Cloud, hat gemeinsam mit Statista Q, weltweiter Spezialist für Datenerhebung, Analysen und Marktforschung, in Europa* Arbeitnehmer:innen zu den Auswirkungen von Corona-Pandemie und Homeoffice befragt. Beginnend mit der Frage nach Lebenszufriedenheit geht die Studie NFON Survey Attack *Wohlfühlreport Homeoffice 22* intensiv auf Fragestellungen zu zahlreichen Stress- und Störfaktoren im Homeoffice, Ambitionen für Jobwechsel, den Trends zur Selbstmedikation sowie die Erkenntnis zum Homeoffice-Paradoxon ein. Begleitet wird die Studie von Professor Dr. Christian Montag (Professor für Molekulare Psychologie, Buchautor und Experte für den Einfluss digitaler Technologien auf die Psychologie des Menschen). *„Die Ergebnisse zeichnen ein teils besorgniserregendes Bild hinter den verschlossenen Türen im Homeoffice. In der Psychologie wissen wir, dass eine neue Arbeitsumgebung, aber auch neue Arbeitsumstände für Belastungen sorgen können. Der ‚Wohlfühlreport Homeoffice 22‘ zeigt, dass wir uns einer neuen Realität stellen müssen: Die Sorgsamkeit um das Wohlbefinden und die Lebenszufriedenheit der Arbeitnehmer:innen im Homeoffice muss im Fokus stehen. Das Homeoffice wandelt sich zum New Home, es braucht ständige Aufmerksamkeit und Pflege, damit das Model New Work in Europa nicht zur Therapie auf die Couch muss“*, so Christian Montag.

***Europa: Die Studie NFON Survey Attack *Wohlfühlreport Homeoffice 22* wurde in Deutschland, Österreich, Italien, Spanien, Großbritannien, Frankreich, Polen und Portugal mit Statista Q durchgeführt und ist mit jeweils über 1.000 teilnehmenden Personen pro Land repräsentativ. Die in der vorliegenden Pressemitteilung genannten Zahlen beziehen sich – falls nicht anders gekennzeichnet – auf alle acht Länder, die lokalen Werte befinden sich im Press-Kit. Die Antworten der Studienteilnehmer:innen beziehen sich in der Regel auf den Zeitraum von Beginn der COVID-Pandemie bis heute im Homeoffice.**

Homeoffice-Paradoxon

Mit dem Wandel zur Bereitschaft von Unternehmen, die Arbeitnehmer:innen von Zuhause aus arbeiten zu lassen, zeichnet sich mit der vorliegenden Studie ein teils widersprüchliches Bild vom Verhältnis von Arbeit und Freizeit ab. So erscheinen auf den ersten Blick die Ergebnisse zu den Fragen, was sich während der Pandemie im Homeoffice geändert hat, widersprüchlich. 28 % der in den Europäischen Ländern Befragten geben an, dass die Menge der zu bewältigenden Aufgaben (Arbeitspensum) zugenommen hat und bei 25,2 % hat sich die Arbeitszeit erhöht. Gleichzeitig geben 36 % an, dass sie eine bessere Work-Life-Balance und mehr Zeit für Familie und Freund haben. Das bezeichnet Christian Montag als das Homeoffice-Paradoxon: *„Menschen können durchaus mehr arbeiten und mehr Freizeit haben. Schon durch den Wegfall langer Pendelstrecken und generell flexiblerer Zeitplanung über den Tag kann bei guter Organisation mehr Zeit zur Verfügung stehen. Maßgeschneiderte Arbeitszeiten, digitale Kompetenz und andere Wohlfühlfaktoren können auch Ursachen sein.“* So geben jeweils 29,4 % an, dass sie mehr Zeit für Sport aufwenden und sich gesünder ernähren.

Stresstest Homeoffice

Stress hat viele Ursachen und die Europäische Studie *Wohlfühlreport Homeoffice 22* versucht mit einer Auswahl von Stressfaktoren diese abzubilden. Unter den Teilnehmer:innen geben 37 % an,

sich unterschiedlich stark gestresst gefühlt zu haben. Dabei werden als Stressfaktoren unter anderem die notwendige Selbstverpflegung (8,7 %), eine schlechte Internetverbindung (17,2 %) sowie die ständige Erreichbarkeit (19,7 %) genannt. Allerdings ist etwa der fehlende Austausch mit Kolleg:innen für 35,3 % ein Stressfaktor und für 30,3 % eine fehlende Abgrenzung von Privatem und Beruflichem. Im Vergleich wurde von weniger Personen berichtet, dass Umgebungslärm (15,9 %) und schlechtere Bezahlung (9,3 %) Stressfaktoren sind. Christian Montag: *„Arbeitsbereiche sind auch Lebensbereiche und im Zeitalter der Digitalisierung verändern diese sich ständig und sehr schnell, jede Branche und jeder Arbeitgeber hat unterschiedliche Anforderungen denen sich die Beschäftigten unterordnen müssen. Europas Unternehmen müssen in der Zukunft wissen, dass Digitalität und Psychologie zusammengehören. Diskussionen über den Burnout im digitalen Zeitalter oder Technostress werden zunehmend wichtig! In der Gesamtstichprobe ergibt sich übrigens, dass 20,5 % unter Technostress leiden, dies schließt zum Beispiel technische Mängel wie defekte Router, unpassende Ausstattung, Akkuprobleme und mehr ein. Technostress lässt sich damit für fast jeden fünften Studienteilnehmenden im Homeoffice verorten!“*

Wellbeing durch Selbstmedikation

Das Homeoffice verändert auch die Bereitschaft, gezielt nicht nur das eigene Wohlbefinden zu optimieren, die körperliche und seelische Gesundheit mit nicht verschreibungspflichtigen Präparaten zu verbessern, sondern auch das Konzentrationsvermögen zu steigern und die Erholung zu fördern. Ein Trend zur Selbstmedikation zeichnet sich im europäischen Homeoffice ab. 34,4 % aller Teilnehmer:innen geben an, dass sie seit Beginn der Pandemie Präparate (beispielsweise Melatonin, legale Hanfprodukte, Pflanzenextrakte, Vitamine, Beruhigungstee) zur Verbesserung des Wohlbefindens eingenommen haben, 18,2 % zur Steigerung der Konzentration, 13,4 % zur Erholung. Beachtlich: Während die Angaben in sechs Ländern sehr ähnlich sind, sieht die Lage in Italien und Österreich anders aus: In Italien gaben 49,7 % an, nicht verschreibungspflichtige Präparate zur Steigerung des Wohlbefindens eingenommen zu haben, in Österreich waren es dagegen nicht einmal die Hälfte, mit 22,1 %.

Christian Montag: *„Aus zahlreicher Forschung ist bekannt, dass die COVID-Pandemie bis zum heutigen Tag einen Stressor darstellt, der sich bei vielen Menschen in deutlich reduziertem psychischen Wohlbefinden äußert und wie die vorliegende Studie zeigt, griffen einige Arbeitnehmer:innen zu diversen nicht verschreibungspflichtigen Mitteln. In der vorliegenden Studie Wohlfühlreport Homeoffice 22 gaben 28,9 % der Befragten an, dass sich ihre Lebenszufriedenheit im Vergleich zu vor der Pandemie verschlechtert hat. Wenn Menschen in einer persönlich und weltweit bedrohlichen Situation weiterhin im Alltag funktionieren müssen, werden unterschiedliche Bewältigungsstrategien eingesetzt, um trotz der Anspannung die täglichen Aufgaben – auch im Homeoffice – verrichten zu können.“*

Zu Beginn der Pandemie und der Zeit im Homeoffice ist ein sprunghafter Anstieg der Einnahme nicht verschreibungspflichtiger Präparate unter den Personen erkennbar, die angaben, während der Pandemie diese Präparate zu konsumieren: Die Einnahme von legalen Hanfprodukten (zum Beispiel CBD-Öl) hat sich mit Beginn der Pandemie zur Erhöhung des Wohlbefindens nahezu verdoppelt (vor Pandemie 24,9 %, seit Beginn der Pandemie 43,3 %). Die Einnahme von

Melatonin ebenso: von 38 % auf 62,6 %. Christian Montag: „*Inbesondere die Einnahme von Melatonin empfinde ich als besorgniserregend. Schlaf ist ein natürlicher Prozess der möglichst nicht außer Takt geraten sollte.*“

Space²

Um das Wohlbefinden der Befragten zu ergründen, wurde auch nach dem Ort gefragt, in dem die Homeoffice-Tätigkeit erledigt wird. Danach haben 12,1 % ihr Homeoffice ins Schlafzimmer verlegt, 31,8 % verfügen über ein Arbeitszimmer, 35,7 % arbeiten aus dem Wohnzimmer. In allen acht Ländern lag der Durchschnitt des Raumes für das Homeoffice bei immerhin 20,32 m². Mit 15,35 m² haben die Brit:innen den wenigsten Platz im Homeoffice, die Italiener:innen können sich auf 23,81 m² ausbreiten. 1,2 % der Teilnehmer:innen gaben an dauerhaft auf der Toilette/dem Gäste-WC, dem Badezimmer oder dem Balkon zu arbeiten.

Alarmsignal: Trend zur Kündigung

Die Ergebnisse der Studie *Wohlfühlreport Homeoffice 22* geben beim Blick in die Zukunft Anlass zur Sorge und sollten Alarmsignal auch für Europas Arbeitgeber sein: 21,7 % der Befragten geben an, aufgrund der Erfahrungen während der Pandemie im Homeoffice ihre Kündigung bereits geplant zu haben, 9,9 % haben ihren Job bereits gekündigt! Gründe für die erfolgte Kündigung sind zum Beispiel für 34,2 % keine Möglichkeiten sich beruflich zu verwirklichen, für 30,1 % eine schlechtere Bezahlung (zum Beispiel Kurzarbeit, Wegfall von Provisionen) und 16,6 % eine ständige Erreichbarkeit.

Arbeitnehmer:innen planen auch weitere Veränderungen, um Wohlbefinden und Beruf in optimalen Einklang zu bringen. So wollen zum Beispiel 33 % eine klarere Abgrenzung zwischen Privatem und Beruflichem erreichen und 20,9 % streben Fortbildungsmaßnahmen an. Zusätzlich stellt sich eine gewisse Bereitschaft ein, während Krankheit und/oder Urlaub zu arbeiten. Christian Montag: „*Immer mehr Leute scheinen bereit zu sein, auf dem Zahnfleisch zu gehen, anstatt sich mal rauszuziehen. Urlaub oder Erholungsphasen sind eine gesellschaftliche Errungenschaft, ein Konstrukt von Schutzräumen in denen man sich auskurieren oder den Akku aufladen sollte.*“ Tatsächlich empfinden 38,3 % das Homeoffice als Vorteil, weil man trotz Krankheit arbeiten kann und nur 26,2 % geben an, auch im bevorstehenden Urlaub nicht für den Arbeitgeber erreichbar zu sein.

Statement

Wohlfühlreport Homeoffice 22 der NFON AG

Dr. Klaus von Rottkay, Chief Executive Officer der NFON AG: „Mit der Studie ‚Wohlfühlreport Homeoffice 22‘ wollen wir als Hersteller von Technologien, die das Arbeiten auch im Homeoffice einfacher, schneller und effizienter gestalten sollen, die Schmerzpunkte der Arbeitnehmer:innen im Modell New Work erfassen und besser verstehen. Wir lernen, dass Unternehmen in Europa ein noch viel größeres Augenmerk auf die Qualität des Arbeitsumfeldes werfen müssen – ganz wichtig hier ist der Mensch, die Gesundheit und das Wohlbefinden. New Work befindet sich noch in den Kinderschuhen und wir Unternehmer:innen haben den größten Einfluss darauf, hybride Arbeitsmodelle für den Menschen und die Unternehmen passend zu gestalten.“

Über die NFON AG

Die NFON AG mit Headquarter in München ist ein führender europäischer Anbieter für integrierte Businesskommunikation aus der Cloud. Das börsennotierte Unternehmen (Börse Frankfurt, Prime Standard) mit über 3.000 Partnern in 15 europäischen Ländern und sieben Niederlassungen zählt 50.000 Unternehmen zu seinen Kunden. Mit dem Kernprodukt Cloudya, die smarte Cloud Kommunikations-Plattform, bietet NFON unkomplizierte Sprachanrufe, einfache Videokonferenzen und nahtlose Integrationen von CRM- und Collaboration-Tools für kleine und mittlere Unternehmen. Das NFON Portfolio besteht aus vier Bereichen: Businesskommunikation mit Cloudya, Kundenkontakt, Integration und Enablement. Sämtliche Cloud Services von NFON werden in zertifizierten Rechenzentren in Deutschland betrieben, deren Energiebedarf zu 100 % aus erneuerbaren Energien gedeckt wird. NFON begleitet Unternehmen mit intuitiven Kommunikationslösungen in die Zukunft der Businesskommunikation. <http://www.nfon.com/>

Über Professor Dr. Christian Montag

Professor Dr. Christian Montag ist Professor für Molekulare Psychologie an der Universität Ulm und war von 2016-2022 Visiting-Professor an der University of Electronic Science and Technology of China (UESTC) in Chengdu, China. Er hat in Gießen Psychologie studiert und an der Universität Bonn promoviert und habilitiert. Seine Forschungsschwerpunkte sind die biologischen Grundlagen der Persönlichkeit sowie das Feld der Psychoinformatik. Als Experte ist Montag, der 2018 das Buch *Homo Digitalis* veröffentlichte, in internationalen Medien wie ARD, ZDF und RTL, SPIEGEL, Der Standard, SZ und The New York Times gefragt. Seine aktuelles Buch lautet: *Du gehörst uns! Die psychologischen Strategien von Facebook, TikTok, Snapschat & Co.* und ist im Blessing-Verlag erschienen. <http://www.christianmontag.de>

Über Statista Q

2007 in Deutschland gegründet, beschäftigt Statista rund 1.100 Mitarbeiter auf vier Kontinenten

und 12 Standorten. Als Teil der erfolgreichen Datenplattform Statista hilft Statista Q Kunden dabei Ihre individuellen, datenbezogenen Fragestellungen zu beantworten. Mit hoher Methodenkompetenz und weitreichender Erfahrung widmet sich Statista Q allen datengetriebenen Projekten aus den Bereichen Marktforschung, Markt- und Wettbewerbsanalysen, Prognosen und Modellen, Data Analytics, Data Insights Management und Datenvisualisierung. <https://q.statista.com/>

Press-Kit

Dr. Klaus von Rottkay, Chief Executive Officer, NFON AG, Professor Dr. Christian Montag + ausgewählte Grafiken zu den Studienergebnissen

Kontakt für Medien

Headquarter NFON AG
Thorsten Wehner
Vice President Public Relations
+49 89 45 300 121

España
LF Channel
Estela Cayón & Eloína Rivero
+34 91 521 51 92

Österreich
PProfessional
Ulrich Taller
+43 1 524 97 07-0

Portugal
Young Network Group
Lúcia Amaral & Sara Vincente
+351 217 506 047

Deutschland
100zehn GmbH
Timm Caspari
+49 89 55 27 06 20

Italia
BPRESS
Mariateresa Faregna
+39 02 72 585 304

United Kingdom
100zehn GmbH
Timm Caspari
+49 89 55 27 06 20

Polska
Clue PR
Beata Cioczek & Roksana Kwiatek
+48 516 186 720

Investor Relations

Sabina Prüser, Head of Corporate Communications & Sustainability, +49 89 45 300 134,
sabina.prueser@nfon.com

Disclaimer

This communication is for information purposes only and does not constitute an offer to sell or the solicitation of an offer to buy or subscribe for any securities of the Company. The securities discussed herein have not been and will not be registered under the U.S. Securities Act of 1933, as amended (the "U.S. Securities Act") and may not be offered or sold in the United States absent registration or an exemption from registration under the U.S. Securities Act. There will be no public offering of the securities discussed in this release in the United States of America and the information contained in this release does not constitute an offer of securities for sale. This announcement is not for distribution, publication or transmission, directly or indirectly, to or within the United States of America, Australia, Canada, Japan or any other jurisdiction in which such distribution is unlawful, or to U.S. persons.