

ES WERDE LICHT – AUCH IM HOMEOFFICE!

© shutterstock / itm2101



STUDIENDESIGN:

- Veröffentlichung: Dezember 2020
- Studienzeitraum: September 2020
- Methodik: Online-Umfrage mit 551 Interviews in Deutschland (repräsentativ nach Alter & Geschlecht)
- Zielgruppe: Berufstätige im Alter zwischen 25 und 60 Jahren, die mindestens 30 Prozent ihrer Arbeitszeit im Homeoffice verbringen

ARBEIT FINDET ZU HAUSE STATT.

35 Prozent der Berufstätigen in Deutschland leisten aktuell mehr als 30 Prozent ihres Arbeitspensums zu Hause ab. Das ist mit der aktuellen Pandemie zum neuen Normalfall geworden. Die Rückkehr in die Büros wird künftig stufenweise erfolgen – und vermutlich auch nicht mehr die ganze Belegschaft betreffen.

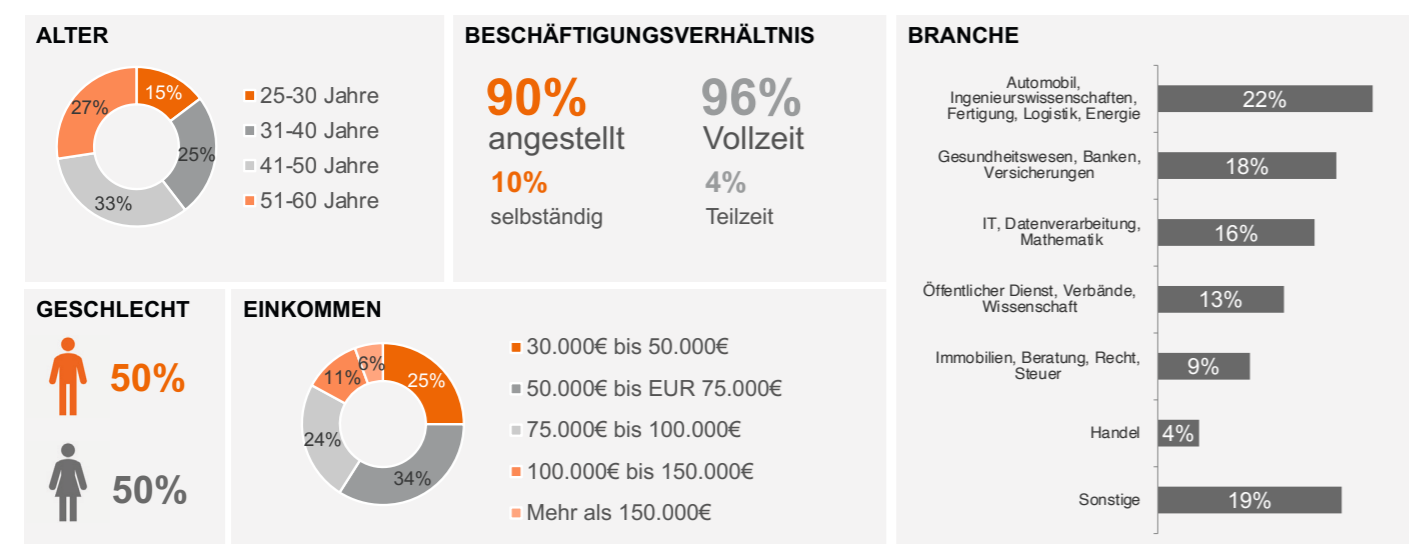
Während die einen mit Vorliebe in den eigenen vier Wänden arbeiten, können die anderen dem Thema nicht allzu viel abgewinnen. Verschiedene Untersuchungen der letzten Monate haben ergeben, dass sich die Befürworter des Homeoffice und Berufstätige, die lieber ins Büro gehen, in etwa die Waage halten.

Fest steht: **Homeoffice hat sich etabliert.** Und es erzeugt einen wachsenden Bedarf an leistungsfähigem Equipment. **Wichtig ist unter anderem eine angemessene, professionelle Beleuchtung, die Leistung, Konzentration, Gesundheit und Wohlbefinden fördert.**

Ledvance hat in einer Studie die Bedürfnisse im heimischen Büro hinterfragt. Dazu führten wir Interviews mit einer nach Alter und Geschlecht repräsentativen Grundgesamtheit aus 551 Berufstätigen zwischen 25 und 69 Jahren, die aktuell mindestens 30 Prozent ihrer Arbeitszeit zu Hause ableisten: Wie bewerten Sie Ihr Homeoffice? Welche Arbeitsplatz-Einrichtung ist Ihnen wichtig? Und welche Rolle spielen für Sie die Lichtverhältnisse am Arbeitsplatz?

HOMEOFFICE STUDIE

Übersicht der Teilnehmer



DAS HOMEOFFICE: UNSERE STUDIE IM ÜBERBLICK

Je nach Verlauf eines Arbeitstags zu Hause ergeben sich unterschiedliche Anforderungen an den Arbeitsplatz sowie an dessen Ausleuchtung.

Dies lässt sich auch aus den wichtigsten Erkenntnissen unserer Studie ablesen:

- Der Trend zum Homeoffice lässt sich nicht mehr rückgängig machen. **44 Prozent der Umfrageteilnehmer planen, auch in Zukunft vier Tage im Monat oder mehr zu Hause zu bleiben.**
- 35 Prozent der Befragten wollen zwar grundsätzlich wieder zur Tätigkeit an ihrem regulären Arbeitsplatz zurückkehren, **allerdings nicht mehr die vollen 40 Stunden pro Woche.** Zwei Drittel der Befragten wünschen sich dabei mehr Unterstützung durch den Arbeitgeber – über eine Betriebsvereinbarung oder die Grundausstattung mit Notebook, Smartphone und Internet hinaus.
- Für die Arbeit zuhause wird ein fester Bereich in der Wohnung bevorzugt** – etwa in einem dafür vorgesehenen Zimmer oder einer separat eingerichteten Arbeitsecke. Vor allem ältere Mitarbeiter (65 Prozent der 50- bis 60-Jährigen) wechseln ihren Homeoffice-Standort nur ungern.
- Gezwungenermaßen wird der Standort allerdings oft mehrmals gewechselt.** Überwiegend Frauen nutzen einen Tisch in der Küche oder im Wohnzimmer, der auch anderen Zwecken dient, während Männer sich ihren Bereich ausschließlich für den Beruf reservieren.

- Insgesamt wechseln rund 37 Prozent der Befragten zwischen drei oder mehr Plätzen in der Wohnung am Tag. **Damit verändern sich auch die Lichtverhältnisse.**
- Obwohl mit Notebook und Internet der Grundstein für die Arbeit im Homeoffice gelegt ist, sind viele Heimarbeiter nicht zufrieden. **So wünschen sich drei von vier Befragten eine Ausrüstung, die gesundheitliche Anforderungen besser unterstützt.** Vor allem Jüngere beklagen sich über negative Auswirkungen wie Müdigkeit oder Stress.
- Den bestehenden Lichtverhältnissen sowie anderen ergonomischen Aspekten wie Bürostuhl und Schreibtisch wird bei der Beurteilung der Homeoffice-Ausstattung weniger Aufmerksamkeit geschenkt als dem Notebook oder Internet-Zugang. Ein Fehler, denn vor allem das richtige Licht ist ein wichtiger Faktor für eine ergonomische und angenehme Arbeitsumgebung. **Wichtig sind dabei eine gute Ausleuchtung des Arbeitsplatzes und eine Beleuchtung, die nicht ermüdet.**
- Im Schnitt würden kaufbereite Heimarbeiter rund 353 Euro für eine professionelle Lichtlösung ausgeben.**



HOHE ANFORDERUNGEN AN DIE FLEXIBILITÄT

In vielen Fällen genügt es nicht, nur einen einzelnen Bereich im Heimbüro optimal auszuleuchten. Denn nur 31 Prozent der Homeoffice-Nutzer verfügen über einen eigenen Arbeitsraum, jeder Fünfte hat sich eine eigene Büroecke eingerichtet. Die andere Hälfte der Befragten wechselt häufig den Arbeitsplatz – etwa zwischen Küche, Wohnzimmer, Garten oder Schlafzimmer. 37 Prozent nutzen dabei drei verschiedene Arbeitsplätze. Jeder fünfte arbeitet sogar an fünf oder mehr verschiedenen Standorten in seiner Wohnung.

Entsprechend wichtig ist bei der Beleuchtung ein hohes Maß Flexibilität, um wechselnde Lichtverhältnisse wie Helligkeit, Hintergrundausleuchtung oder Reflexionen auf dem Bildschirm zu berücksichtigen.

Mit steigendem Alter sinkt die Bereitschaft, den Arbeitsplatz zu wechseln. Von den 50- bis 60-jährigen Befragten haben sich 47 Prozent für Bürotätigkeiten einen festen Platz in der Wohnung eingerichtet, bei den über 60-Jährigen sind es 65 Prozent.

AUCH ZU HAUSE STELLT MAN ANSPRÜCHE

Insgesamt arbeiten die meisten Umfrageteilnehmer gerne zuhause. Damit steigen auch die Ansprüche an das Equipment. Nur etwa die Hälfte der Befragten glaubt, in den eigenen vier Wänden technisch optimal ausgestattet zu sein. **Knapp 40 Prozent wünschen sich von ihrem Unternehmen mehr Unterstützung beim Erwerb einer adäquaten Büroeinrichtung.**

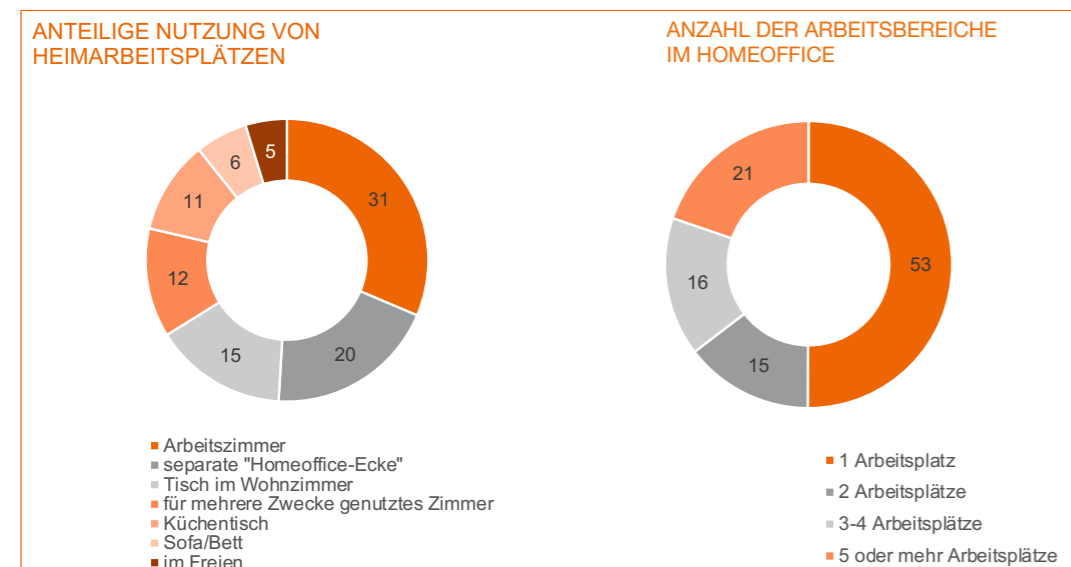
Ebenfalls 40 Prozent gehen davon aus, dass sie mit einer besseren Ausrüstung produktiver arbeiten könnten. Fast jeder vierte Befragte hat die Erfahrung gemacht, dass eine fehlende oder nicht geeignete

Ausstattung Stress auslösen kann. Und einer von fünf Befragten fühlt sich im Homeoffice häufiger müde. Rund 23 Prozent beklagen ermüdete Augen. Jüngere Umfrageteilnehmer spüren diese negativen Effekte signifikant stärker.

Beim Thema Licht besteht für mehr als die Hälfte der Befragten Verbesserungsbedarf. Fast jeder Zweite gab an, mit dem Licht am Arbeitsplatz im Büro zufrieden zu sein, was im Umkehrschluss aber auch bedeutet: etwa jeder Zweite ist nicht zufrieden mit der aktuellen Licht-Situation am Homeoffice-Arbeitsplatz.

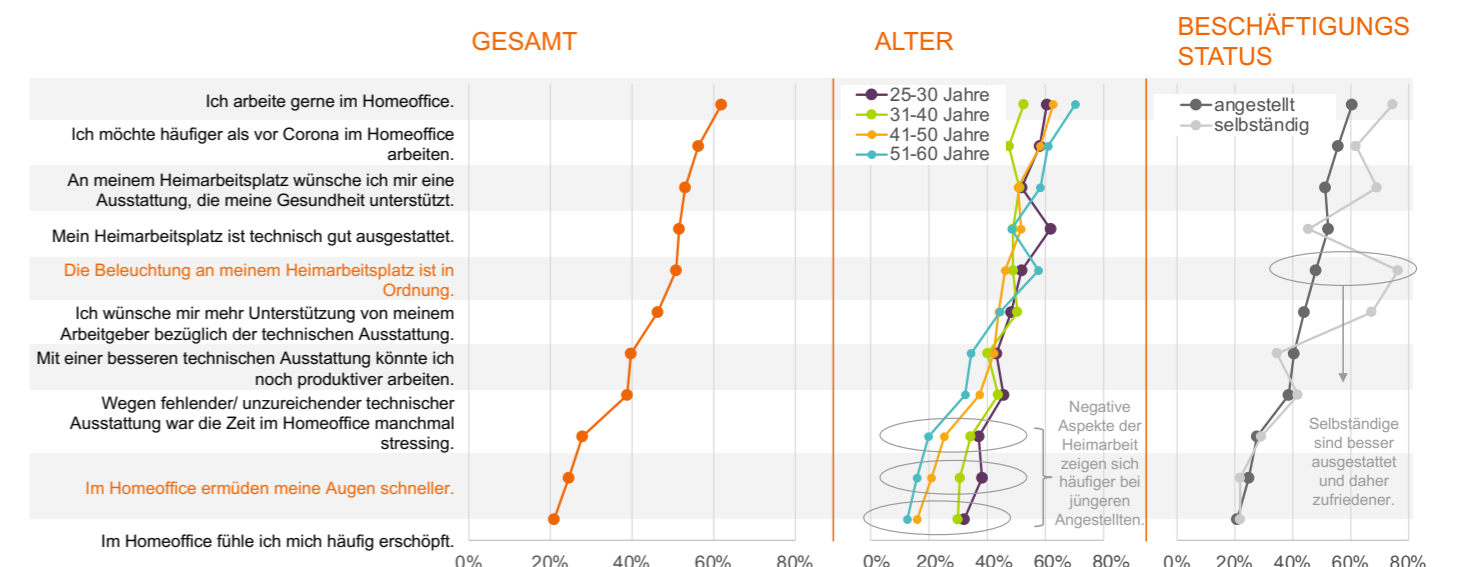
ARBEITSBEREICHE IM HOMEOFFICE

Die meisten nutzen ein separates Arbeitszimmer



GRUNDSÄTZLICHE AUSSAGEN ZUM HOMEOFFICE

Generelle Zufriedenheit mit dem Arbeiten daheim; Jüngere sehen auch die negativen Aspekte



SICH INS RICHTIGE LICHT SETZEN

Über die Anforderungen an die Beleuchtung herrscht weitgehend Einigkeit unter den Befragten. Dabei spielen fünf Kriterien eine besondere Rolle.

Am wichtigsten ist für 65 Prozent der Umfrageteilnehmer das **Vermeiden störender Reflexionen am Arbeitsplatz**. Das zweite Problem ist **die zunehmende Müdigkeit**, die von vielen Befragten auf die bestehenden Lichtverhältnisse zurückgeführt wird. 63 Prozent wünschen sich eine Beleuchtung, die ein schnelles Ermüden der Augen vermeidet. **57 Prozent legen Wert auf Lichtverhältnisse, die die Konzentration am Tag unterstützen und besseren Schlaf in der Nacht fördern.**

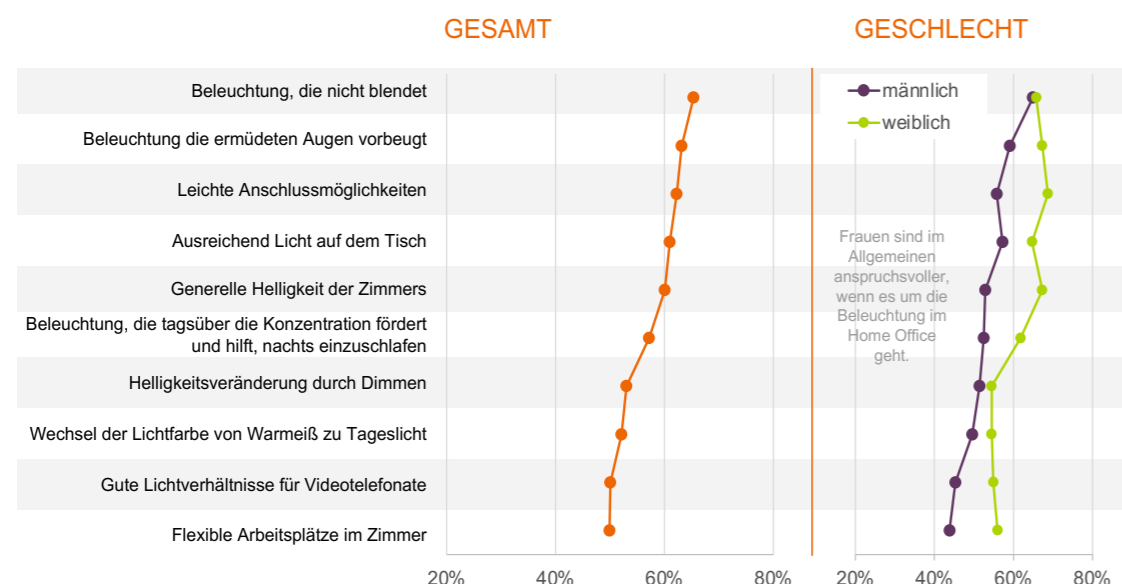
Der häufige Wechsel des Arbeitsplatzes in der Wohnung erfordert zudem ein **einfaches Wechseln der Steckdosen (62 Prozent der Befragten)**. Ebenso wichtig sind die allgemeine Ausleuchtung des Arbeitsplatzes und **die Helligkeit im gesamten Raum.**

Aber auch speziellere Anforderungen an professionelle Lichtverhältnisse stehen für rund jeden zweiten Befragten im Fokus. **Dazu gehört der Wechsel der Helligkeit durch Dimmen der Lichtstärke, der Wechsel der Lichtfarbe von warmem Weiß zu Tageslicht oder die Kontrolle des Lichtes während Videobesprechungen.**

Frauen legen übrigens in der Regel mehr Wert auf eine professionelle Beleuchtung.

ASPEKTE DER BELEUCHTUNG

Gutes Licht und Plug & Play sind wichtige Faktoren für die Beleuchtung im Homeoffice



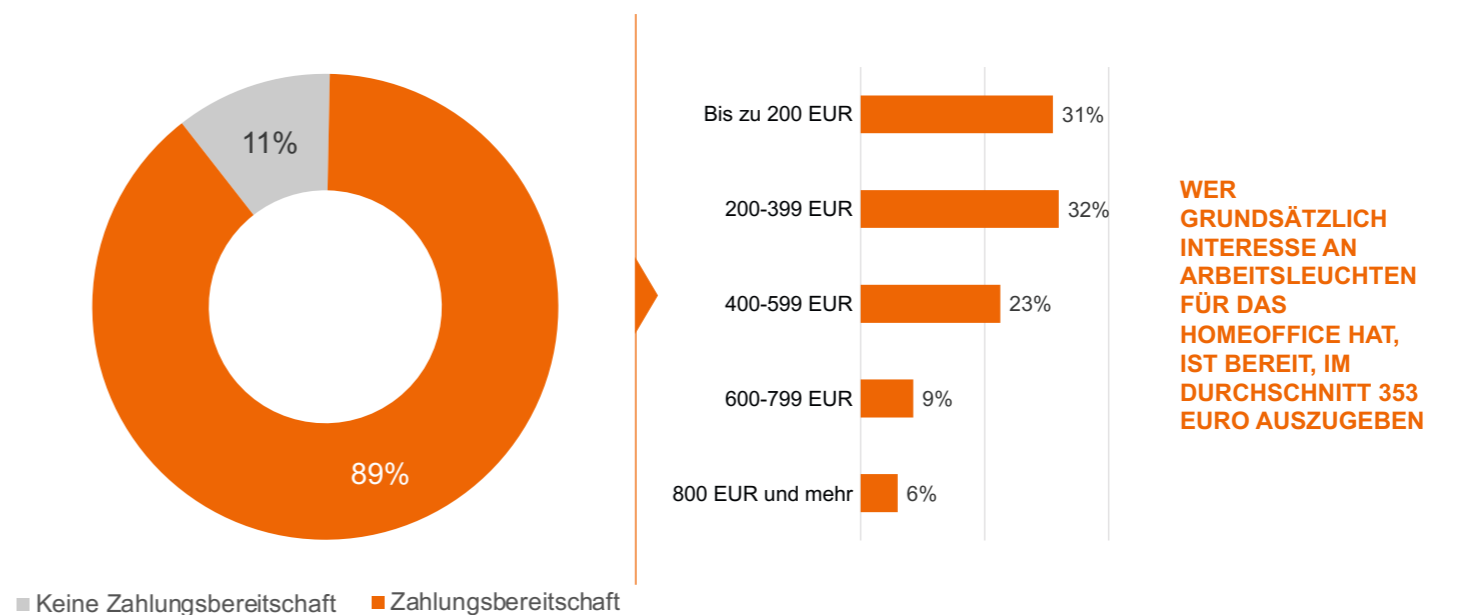
DER WERT EINER PROFESSIONELLEN BELEUCHTUNG

Ein wichtiges Ergebnis der Studie: Wer lange am eigenen Schreibtisch arbeitet, ist auch bereit, Geld in eine professionelle Beleuchtung zu investieren.

11 Prozent der Befragten sind nicht gewillt, für Arbeitsleuchten Geld auszugeben, 89 Prozent sind bereit, für eine gute Arbeitsplatzbeleuchtung auch Geld in die Hand zu nehmen. 31 Prozent davon würden bis zu 200 Euro investieren, 32 Prozent zwischen 200 und 399 Euro, und 23 Prozent ist eine professionelle Beleuchtung 400 bis 599 Euro wert. Für 15 Prozent der Befragten wären Anschaffungen von mehr als 600 Euro vorstellbar.

Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Summe von 353 Euro, die ein an Arbeitsbeleuchtung interessierter Befragter in eine professionelle Beleuchtung investieren würde.

Wer häufig den Arbeitsplatz wechselt, ist eher bereit, Geld für die Arbeitsbeleuchtung auszugeben. Fast jeder dritte Heimarbeiter (30 Prozent), der an drei und mehr Plätzen arbeitet, würde laut Umfrage bis zu 599 Euro dafür ausgeben, 22 Prozent der Befragten sogar bis zu 799 Euro oder mehr. Bei den Selbstständigen würden sogar 23 Prozent mehr als 600 Euro ausgeben.



UNTERSTÜTZUNG VOM ARBEITGEBER: PFLICHT ODER CHANCE?

Aber wer kommt für die Ausstattung des Heimarbeitsplatzes auf? Welche finanziellen Rahmenbedingungen gibt es, und wer ist für die Beschaffung verantwortlich?

Rechtlich sind die Zuständigkeiten und Ansprüche nicht eindeutig geklärt. Denn die Arbeitsstättenverordnung¹ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales regelt nur die so genannte Telearbeit. Hier übernimmt der Arbeitgeber die Ausstattung und Einrichtung. Dies trifft auf die meisten Beschäftigten jedoch nicht zu. **Viele Arbeitgeber stellen etwa ein Notebook und ein Smartphone, übergeben aber die Pflichten zur Einrichtung des Homeoffice-Arbeitsplatzes an den Mitarbeiter.** Mobiles Arbeiten ist keine Telearbeit im Sinne der Verordnung.

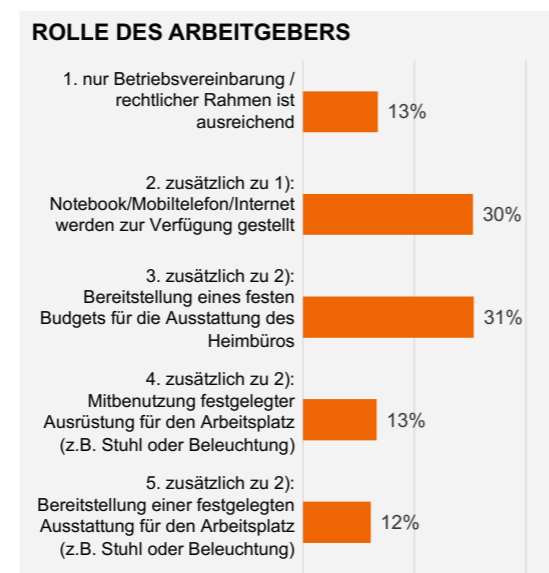
Wie die Studie zeigt, besteht allerdings vielerorts der Wunsch nach einer entsprechenden Unterstützung durch den Arbeitgeber (40 Prozent der Befragten). Das Licht spielt dabei aktuell eine untergeordnete Rolle. Lediglich 12 Prozent der Befragten erwarten von ihrem Arbeitgeber eine Arbeitsplatzausstattung, die über die Grundausstattung – Rechner, Telefon und Internet – hinausgeht und auch die Beleuchtung einbezieht.

Während sich 30 Prozent der Befragten die Bereitstellung von Notebook, Smartphone und Internet

wünschen, genügt 13 Prozent eine Vereinbarung oder eine gesetzliche Regelung für die Ausstattung. 31 Prozent hätten dafür gerne ein festgelegtes Budget zur Verfügung.

Gerade hier bietet sich für Arbeitgeber eine große Chance: Statten sie ihre Arbeitnehmer entsprechend für das Homeoffice aus, können sie verhindern, dass ihre Arbeitsleistung und -qualität unter einer mangelnden Ausstattung leiden. Außerdem zeigen sie Interesse daran, ihre Angestellten aktiv zu unterstützen, deren Wohlergehen zu fördern und diese so besser an das Unternehmen zu binden.

DIE ROLLE DES ARBEITGEBERS



¹ https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/A225-arbeitsstaettenverordnung.pdf?__blob=publicationFile

DER TREND HOMEOFFICE WIRD BLEIBEN

Die aktuelle Pandemie hat das Homeoffice auf die Agenda gesetzt. Wer aktuell zuhause arbeitet, wird nicht mehr wieder vollständig in das Büro zurückkehren. Das wird dazu führen, dass der Heimarbeitsplatz in der Wahrnehmung des Mitarbeiters nicht länger nur aus Rechner, einem Internetanschluss und dem Smartphone bestehen wird. **Auch andere Aspekte wie die richtige Beleuchtung werden an Bedeutung gewinnen und die Investitionsbereitschaft der Homeoffice-Nutzer fördern. Weil professionelles Licht eigentlich die Norm ist!**

DIE AUTOREN



Dr. Oliver Vogler

Managing Director Westeuropa

Mit über 10 Jahren Erfahrung in der Lichtindustrie hat Oliver Vogler die Strategie des Unternehmens und die Marke LEDVANCE maßgeblich aufgebaut und entwickelt. Heute leitet er das LEDVANCE-Geschäft in Westeuropa.



Stefanie Hebestedt

Senior Customer Insights Specialist

Stefanie Hebestedt ist seit 2017 dafür zuständig, die Stimme der Kunden ins Unternehmen zu tragen und den Lichtmarkt im Detail zu beleuchten.

Über LEDVANCE

LEDVANCE ist eines der weltweit führenden Unternehmen in der Allgemeinbeleuchtung für professionelle Kunden und Endkonsumenten. Aus dem OSRAM-Geschäftsbereich für die Allgemeinbeleuchtung hervorgegangen, umfasst das Portfolio von LEDVANCE ein breitgefächertes Sortiment an LED-Leuchten für eine Vielzahl unterschiedlicher Anwendungsbereiche, intelligente Licht-Produkte für Smart Buildings, sowie eines der umfassendsten Angebote an fortschrittlichen LED-Lampen in der Lichtbranche. Weiter Informationen finden Sie unter www.ledvance.de.