

Die zehn Megatrends in der Arbeitswelt

AUF- BRUCH IN EINE NEUE ARBEITS- KULTUR

*„Der aktuelle Strukturwandel
von der Industrie- in die
Netzwerkökonomie erfordert
auf Unternehmensseite
nicht weniger als eine Neuordnung
der gesamten Organisation.“*

Birgid Gebhardt, Trendbüro Hamburg 2012

TREND[®]
BÜRO

Die zehn Mega-Trends in der Arbeitswelt

TRENDBÜRO HAMBURG. 2012 FÜR OPHELIS

Das Trendbüro Hamburg hat im Rahmen der New Work Order Studie für Ophelis die wesentlichen Trends, die die Arbeitswelt von morgen beeinflussen werden, formuliert. Die postulierten Veränderungen werden nicht ohne Auswirkungen auf die Organisation, Führung, Kommunikation, Raum und Arbeitsweise der Unternehmen bleiben.

Die 10 Megatrends

1. Soziale Vernetzung

Die **transformative Kraft des Internets** verändert unsere Gesellschaft von Grund auf. Mit dem Einzug der **sozialen Medien ins Business** erwarten wir die **zweite digitale Welle**. So, wie die Vernetzung bereits den Alltag beschleunigt und Konsumenten mehr Autorität verliehen hat, muss sich nun auch der Arbeitsmarkt anpassen. Niemals zuvor war es einfacher, unabhängig von Ort und Zeit mit gleichgesinnten Personen in Kontakt zu treten und zusammenzuarbeiten. Fluide Netzwerke ersetzen rigide Hierarchien als zeitgemäßes Organisationsprinzip. **Unternehmen** stehen vor der Herausforderung, sich intern **neu zu organisieren**. Sie müssen Schnittstellen für die verstärkte Zusammenarbeit mit Externen schaffen und ihre **Arbeitsorganisation den neuen Kommunikations-, Lebens- und Arbeitsformen anpassen**.

2. Informationstransparenz

Die Arbeitswelt befindet sich im Umbruch. **Daten, Informationen und das daraus destillierbare Vorsprungswissen bestimmen die Wirtschaft von morgen**. Die Expansion der Kommunikationsmedien ermöglicht leichteren Informationszugang. **Informationstransparenz wird zum wichtigen Faktor** in der Wissensgesellschaft.

3. Informelle Impulse

Bisher fanden Innovationen aus dem Arbeitsumfeld erst später Anwendung im Privaten. Mit den **sozialen Medien driften erstmals Kommunikationstechniken und -modi aus dem privaten Umfeld in den Businessalltag und setzen informelle Impulse**. Sie werden vorgegebene Unternehmens- und Informationshierarchien überlagern und unterwandern. Social Networking wird formale Prozesse beschleunigen und formelle Grenzen inhaltsfokussiert durchbrechen. Auch wenn wir den nötigen verantwortungsvollen Umgang mit den sozialen Medien erst noch lernen – Grenzen verschwinden, das **Büro wird kein abgegrenzter Kosmos mehr sein**.

4. Selbstverantwortung

Die **Verschmelzung von Arbeit und Freizeit** wird zum zentralen Megatrend im Alltagsmanagement. Aufgrund der globalen Vernetzung wird Arbeit noch zeit- und ortsunabhängiger erfolgen und damit das private oder mobile Umfeld automatisch mit einbeziehen. 72 % der Arbeitnehmer möchten „Wahlfreiheit haben, wie sie ihre Arbeit verrichten“ (Dell Intel 2011)¹. In der Ideenwirtschaft verschwimmen die Grenzen zwischen Freizeit und Arbeitszeit. **Selbstmanagement wird zur Lebensaufgabe**. Die globale Vernetzung erfordert ein Zeitmanagement, das sich – partnerschaftlich abgestimmt – am Leistungsergebnis orientiert.

5. Partizipation

Der **gesellschaftliche Wunsch nach Meinungsbildung** und Mitbestimmung macht auch vor den Unternehmensgrenzen nicht halt. 87 % der befragten Wissensarbeiter geben an, dass in ihrem **Unternehmen Kommunikations- und Abstimmungsbedarf steigen** (Hays 2011).² Komplexe Abhängigkeiten und abteilungsübergreifende Projektarbeit erfordern mehr Austausch und Abstimmung. Zusammen mit der allgegenwärtigen Informations-transparenz impliziert dies eine **neue Art der Führung**: Autoritäre Top-Down-Befehle gehören der Vergangenheit an. Vor allem für die Generation der **Digital Natives ist Kommunikation auf Augenhöhe** und häufiges Feedback ein wesentliches Kriterium zur besseren Selbsteinschätzung und Identifikation mit dem Unternehmen. Das erfordert eine **konsensuale und informellere Führung**, bei der nach klaren Kriterien gemeinsam nach Lösungen gesucht werden kann und Mitarbeiter stärker in die Verantwortung genommen werden.

6. Lebensphasen-Modelle

Bereits 2009 waren 40 % der Gesamtbevölkerung über 50 Jahre alt, 2030 werden es 50 % sein (Destatis 2009).³ Belegschaften sind einer Generationenkluft zwischen Jung und Alt ausgesetzt. Dabei müssen gerade **lung und Alt voneinander lernen**. Dies unterstreicht die **Notwendigkeit nach räumlichen oder organisatorischen Konzepten**, die eine **zwanglose und zufällige Begegnung** am Arbeitsplatz immer wieder erzeugen, um Vorurteile abzubauen und das **Wissen im Unternehmen zu halten**. Der **Fachkräftemangel** hat bereits begonnen – **Arbeitgeber müssen ein attraktives Umfeld bieten**. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und Modelle zum lebensphasengerechten Arbeiten stehen auf den Agenden, da mit einer längeren Arbeitszeit im Alter gerechnet wird.

7. Team-Heterogenität

In der Wissensgesellschaft zählt Beweglichkeit und gegenseitige Unterstützung. Mit dem Ziel, im Team Fachwissen für Projekte aus unterschiedlichen Kontexten zu bündeln, entstehen heterogeneren Strukturen, in denen sich die Teammitglieder aus unterschiedlichen Disziplinen, Abteilungen, Standorten, Agenturen oder mit externen Fachkräften zusammensetzen. Dies führt zu einer Zunahme der virtuellen Teamarbeit (Wirtschaftswoche 2012).⁴ Das entspricht der Entwicklung, ortsunabhängig, eigenverantwortlicher und abteilungsübergreifender zu arbeiten. „Share and win“ wird zum Programm des Erfolges. Kooperation, Offenheit und das Teilen von Ressourcen werden im Zentrum zukünftiger Wertschöpfung stehen.

8. Ressourcenhaushalt

Ressourcen und Flächen stehen unter Anpassungsdruck. Die Art und Weise, wie unsere Arbeitsplätze künftig aussehen werden, wird von vielen Interessen beeinflusst. Das Controlling wird Standorte anhand von Markt- und Manpower-Volumina überprüfen. Real Estate und Facility Management werden den Kostendruck auf die Flächen erhöhen und den Raumbedarf der Mobilität ihrer Mitarbeiter anpassen. Das bedeutet Büroflächen und -funktionen neu zu definieren. Die interne Kommunikation will mehr Möglichkeit der Zusammenarbeit und zufälligen Begegnung erzeugen. Die Personalabteilung möchte den Arbeitsplatz für Digital Natives attraktiv machen und den Generationskonflikt abschwächen. Die Corporate Strategy wird versuchen, die Firmenidentität nach innen und außen erlebbar zu machen. Das bedeutet, dass das Büro als Arbeitsort mehr ästhetische und funktionale Anreize zu Kommunikation und Konzentration bieten muss. Denn der vernetzte Mitarbeiter wird seinen Arbeitsort so flexibel wählen können, dass er seinen persönlichen und den Teambedürfnissen am besten entspricht. Das Unternehmen agiert oder reagiert mit Raum, Kapazitäten und Ressourcen.

9. Informationsdiffusion

Arbeitsfronten lösen sich auf. Der Fachkräftemangel, das Altersbeben, die Dialogbereitschaft der Kunden und die Notwendigkeit interdisziplinärer Impulse erfordern heute eine zusätzliche Öffnung nach außen sowie eine intensivere Vernetzung nach innen. Das bedeutet das punktuelle, wiederholte oder komplette Durchbrechen von Mauern, z.B. innerhalb von Konzernstrukturen, zwischen Abteilungen, zwischen Einzelbüros, zwischen Hierarchiestufen, zwischen internen Mitarbeitern und externen Partnern, zwischen der Marke und dem Konsumenten. Mit der neuen Unschärfe müssen wir lernen umzugehen. In der Entgrenzung liegt die Chance, das Wissen – gelenkt durch transparente Informationsströme – fast automatisch zwischen den kompetenten Köpfen zu vernetzen.

10. Bezugsorte

Die virtuelle Kommunikation wird dem steigenden Bedürfnis für persönliche Treffen nicht im Wege stehen. Persönliche Treffen werden weiterhin auch physisch Raum benötigen. Während sich die digitalen Kommunikationsplattformen immer größerer Beliebtheit erfreuen, richten viele Unternehmen neben ihren klassischen Büro- und Besprechungsräumen eigene Räumlichkeiten für die Projektarbeit ein. Damit stellt sich auf Unternehmensebene ganz offensichtlich ein ähnlicher Effekt ein, wie bei den privaten Nutzern sozialer Plattformen. Es wird wie im Privatleben wichtig bleiben, auch physisch einen Ort zu haben, an dem man willkommen ist, den man mit ausgestalten kann und zu dessen Umfeld man sich zugehörig fühlt.

TREND[®]
BÜRO

*Trendbüro, 2012 für ophelis; basierend auf der Studie
NEWWORK ORDER, im Auftrag des bso
(Verband der Büro-, Sitz- und Objektmöbelhersteller e.V.) und
der Büromöbelmesse Orgatec, erstellt von Birgit Gebhardt.*

Quellen:

¹ **Dell Intel 2011:** The evolving Workforce,
The Workforce Perspective Germany,
n = 536, Deutschland

² **Hays 2011:** Berlecon Research und
Hays Recruiting Experts Worldwide:
Fachbereiche im Wandel.
Wie Wissensarbeit die Unternehmen
verändert, 2011.

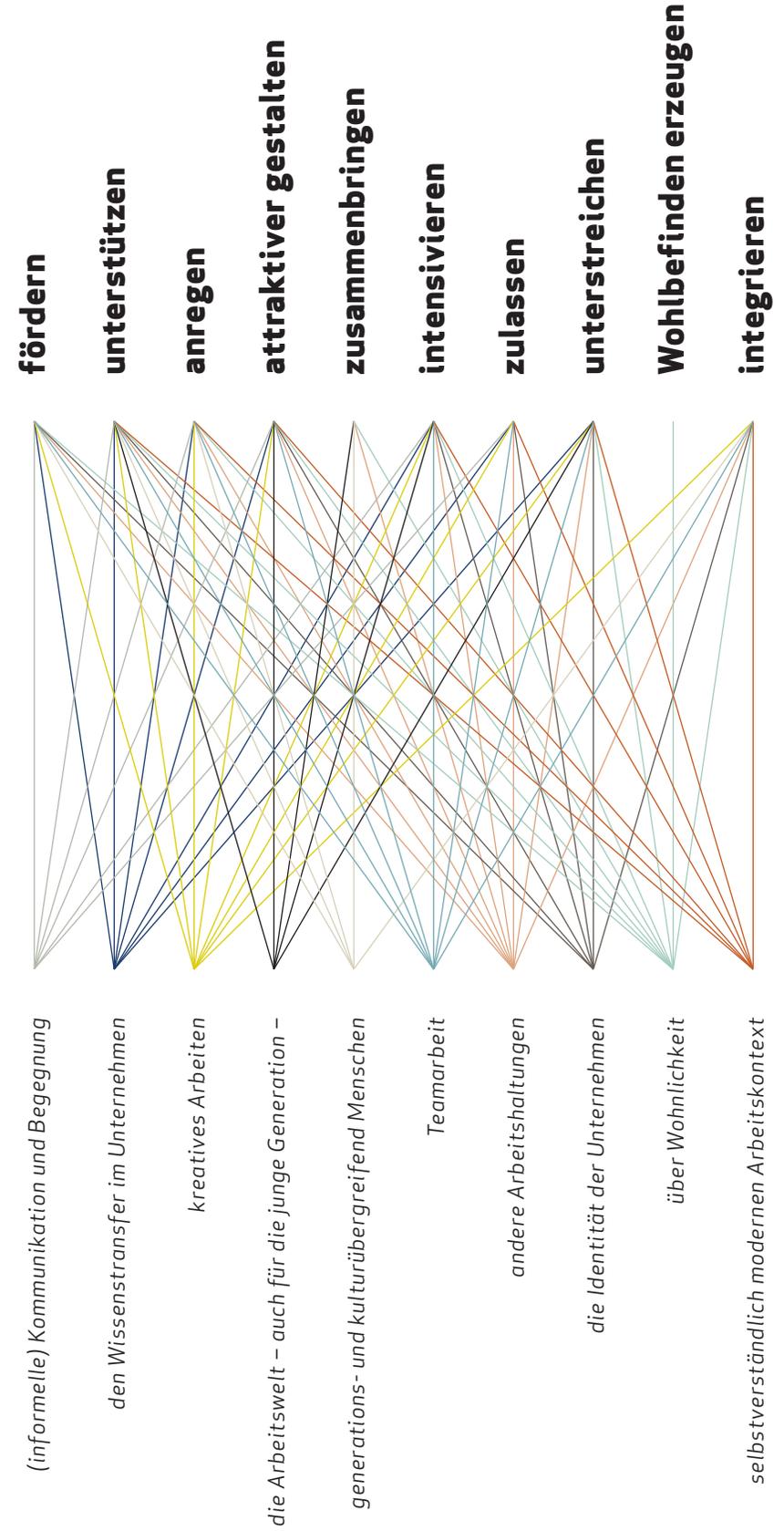
³ **Destatis 2009:** Statistisches Bundesamt Deutschland:
Bevölkerung Deutschlands bis 2060
Ergebnisse der 12. koordinierten
Bevölkerungsvorausberechnung.
Herausgegeben von:
Statistisches Bundesamt; 2009.

⁴ **Wirtschaftswoche 2012:** Datenbasis:
160 börsennotierte
Unternehmen in Deutschland

Arbeitsraum attraktiv gestalten – die neue Generation Büro

Die Entwicklungen in der Arbeitswelt haben Auswirkungen auf die Gestaltung von Büro- und Arbeitsraum. ophelis hat sich intensiv mit den zukünftigen Veränderungen beschäftigt und Konzepte entworfen, die Antworten auf diese Herausforderungen geben.

ophelis sieht für Unternehmen und Organisationen einen steigenden Bedarf an Produkten und Konzepten, die ganz vielfältigen Aspekten Rechnung tragen.



ophelis docks schaffen neue Zonen in der Arbeitswelt

Mit docks gibt ophelis die Antwort auf die vielfältigen neuen Anforderungen im Büro. Sogenannte unscharfe Zonen sollen ergänzend zum klassischen Arbeitsort Schreibtisch die neuen Bedürfnisse einer sich ändernden Arbeitswelt erfüllen. Diese Zonen ermöglichen das Arbeiten und Kommunizieren, bieten aber auch Platz für den Rückzug.

ophelis docks.

docks sind Inseln im Büro.
docks schafft Verbindungen
und Übergänge.

docks ist Schnittstelle und
Treffpunkt.

docks bietet Rückzug für
Konzentration und Entspannung.

docks ist ein gemeinsames Möbel.

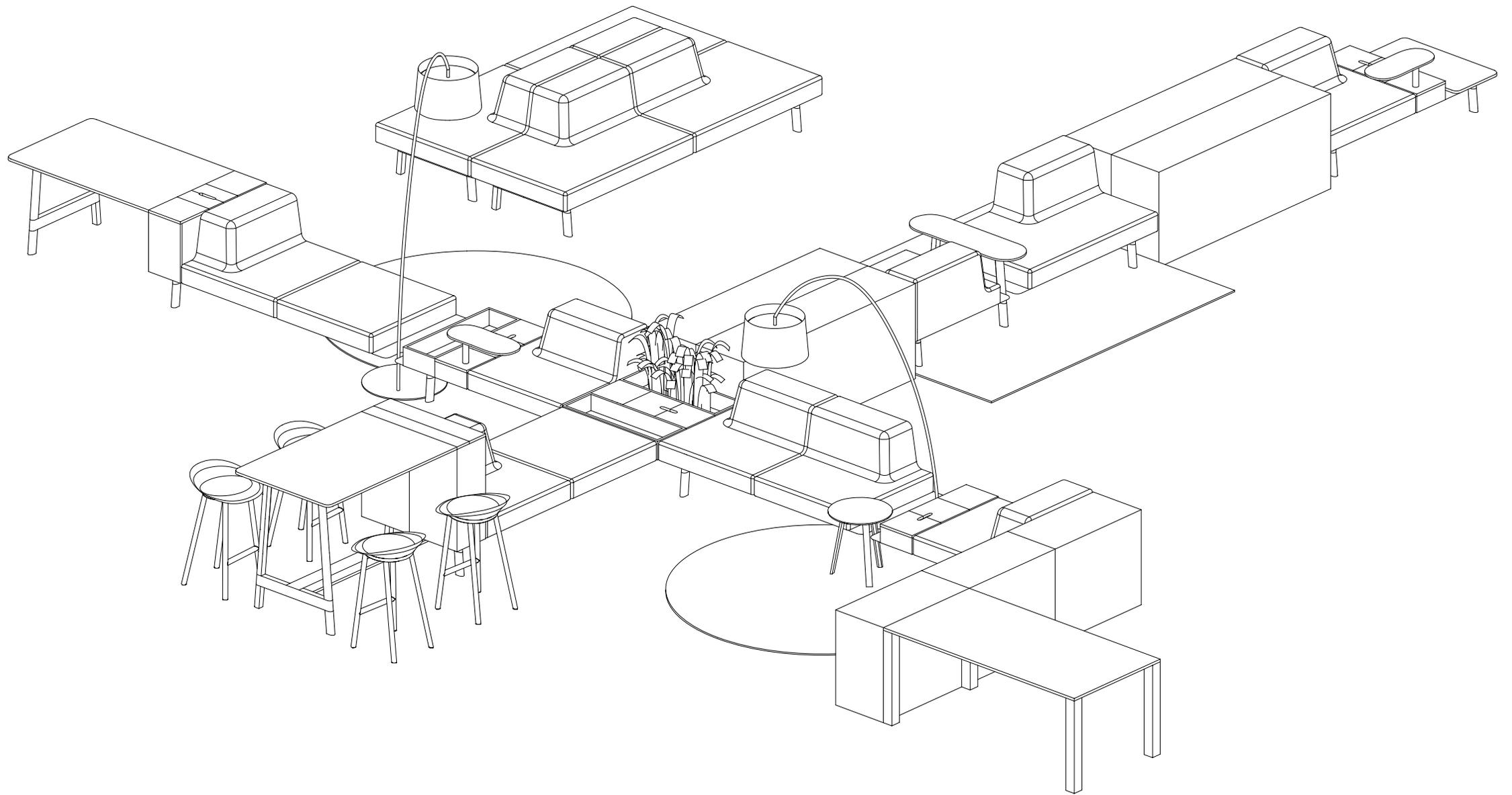


TREFFPUNKT, RÜCKZUG, LOUNGE – KOMMUNIZIEREN, LESEN, ARBEITEN, AUSRUHEN: ophelis docks schaffen Inseln im Büro. Für einen Aufbruch in eine neue Arbeitskultur. Weitere Informationen zu ophelis docks erhalten Sie unter www.ophelis.de

DIE ARBEITSWELT VON MORGEN GESTALTEN

Ausgangspunkt aller Überlegungen ist die Arbeitswelt des Kunden. Unsere Büroeinrichtungskonzepte sollen einen Beitrag leisten, die Büroarbeit zu verbessern. Die Überlegungen dazu sind komplex und beinhalten Prozessabläufe, Flächenmanagement, Kommunikation, Akustik, Ergonomie und Wohlfühlen am Arbeitsplatz.





ophelis GmbH

Dr.-Alfred-Weckesser-Straße 1 D-76669 Bad Schönborn
Telefon: +49(0)72 53.83-0 Fax: +49(0)72 53.3 11 25
www.ophelis.de info@ophelis.de