

# SMART WORKING 2020 – ARBEITEN IM 21. JAHRHUNDERT

Seit Beginn der Corona-Krise sind Begriffe wie *remotes Arbeiten* und *Smart Workplace* in den Fokus gerückt. Gregor Knipper, Managing Director EMEA Central Region für Jabra Business Solutions, erklärt im Interview, wie sich Unternehmen für die Zukunft aufstellen sollten.



© Jabra

## GREGOR KNIPPER

Managing Director EMEA Central Region  
bei Jabra Business Solutions  
[www.jabra.com.de](http://www.jabra.com.de)

### INTRE: Was genau verbirgt sich hinter dem Begriff *Smart Workplace* aus Ihrer Sicht?

**KNIPPER:** Der *Smart Workplace* ist immer da, wo ich bin, oder anders formuliert: Ich kann, wann immer und wo immer ich möchte, arbeiten – ob beim Kunden, zu Hause, im Büro oder andernorts.

Die Entwicklung zum *Smart Workplace* ist keinesfalls ein neues Phänomen oder ein Trend, sondern findet bereits seit Langem statt, ausgelöst von drei Haupttreibern. Einerseits ist da die junge Generation Arbeitnehmer, die bereits jetzt rund die Hälfte aller Arbeitsplätze besetzt und besonderen Wert auf eine gute *Work-Life-Balance* legen. Flexible Arbeitsmöglichkeiten bieten ihnen genau das, denn nicht mehr jeden Tag ins Büro zu müssen, spart Zeit für Arbeitswege, die wiederum für Freizeit, Freunde und Familie genutzt werden kann. Auch die flexible Gestaltung des Arbeitsorts und der Arbeitszeit nach dem eigenen *Bio-Rhythmus* kann Mitarbeiter inspirieren und kreative Hochphasen unterstützen. *Smart Working* zu ermöglichen, ist also auch essenziell, um für Fachkräfte zukünftig attraktiv zu sein. Dazu kommt andererseits die globalisierte Wissensarbeit, für die dezentrale Teams standort- und länderübergreifend zusammenarbeiten. Der dritte Faktor ist die Umwelt, denn viele Unternehmen sind im Sinne der Nachhaltigkeit auf der Suche nach Möglichkeiten, Arbeitswege und Geschäftsreisen zu reduzieren.



© Jabra

**INTRE: Corona hat in diesem Jahr so ziemlich alles auf den Kopf gestellt – wie hat es das Smart Working beeinflusst?**

**KNIPPER:** Zum Smart Working gehört auch der Aspekt Homeoffice, in diesem Bereich hat sich durch Corona viel getan. Zahlreiche Unternehmen haben sich früher aus unterschiedlichen Gründen gegen die Einführung von Homeoffice gewehrt. Durch Corona waren sie gezwungen, dies zu ermöglichen, und haben gemerkt, dass es sehr gut funktioniert, die Mitarbeiter teils sogar produktiver sind und oft auch zufriedener. Entsprechend ist die Akzeptanz dafür jetzt viel höher. Das wiederum bereitet auch den Weg für weitere Schritte hin zu mehr Smart Working.

**INTRE: Mittlerweile gibt es die ersten Studien zum Thema Smart Working und Corona. Auch Jabra hat sich an einer Studie beteiligt. Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Key Findings und Learnings?**

**KNIPPER:** Das ist korrekt, wir haben uns an der IDG Studie\* zu diesem Thema beteiligt. Viele Tendenzen, die unsere Partner und wir bereits zuvor wahrgenommen haben, konnte die Studie bestätigen. Beispielsweise auch die eben angesprochene höhere Akzeptanz für Homeoffice. 71 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass Covid-19 die Einstellung im Unternehmen dazu positiv verändert hat. Neben der Produktivität gibt es noch weitere Vorteile: Geschäftsreisen fallen weg, Reisekosten reduzieren sich deut-

*Unternehmen müssen ein durchdachtes Konzept zum gesamten Thema Smart Working erarbeiten.*

lich und die Mitarbeiter sind mehr an ihrem Arbeitsplatz. Dieser Punkt ist definitiv ein wichtiges Key Finding, aus dem Unternehmen die richtigen Maßnahmen ableiten sollten. Denn auch wenn es in Zukunft ein Zurück zur Normalität gibt, darf es kein Zurück zum Status vor Corona geben, sondern vielmehr eine durchdachte neue Herangehensweise mit hybriden Arbeitsmodellen, die auf die einzelnen Mitarbeiter und individuellen Jobs zugeschnitten sind. Ein zweites wichtiges Thema, das die Studie aufgreift, ist Technologie am Arbeitsplatz. Lediglich 16 Prozent sind hier wenig bis gar nicht zufrieden mit den Technologien, die zur Verfügung stehen. Das ist grundsätzlich positiv, doch es gibt auch überwältigende 65 Prozent, die einigermaßen zufrieden sind und Raum für Verbesserungen sehen. Das zeigt deutlich, dass Unternehmen sich auf dem derzeitigen technologischen Status quo nicht ausruhen können, sondern auch hier konsequente Weiterentwicklung anstreben sollten.



→ **INTRE:** Mit der Corona-Krise haben die meisten Unternehmen neue Technik angeschafft. Wie erklären Sie in diesem Zusammenhang den immer noch großen Wunsch nach Verbesserungen?

**KNIPPER:** Zu Beginn des Lockdowns ist Folgendes passiert: Unternehmen mussten kurzfristig handeln und haben schnell irgendwelche Technik angeschafft, um Homeoffice zu ermöglichen und vor allem sicherzustellen, dass die Arbeit weitestgehend weiterläuft. Das alles verlief also größtenteils ohne konkreten Plan. Den gilt es jetzt nachzuholen: Unternehmen müssen ein durchdachtes Konzept zum gesamten Thema Smart Working erarbeiten. Das Thema Corona wird uns angesichts der aktuellen Lage weiterhin begleiten, dazu wird es zukünftig viel mehr hybride Arbeitsmodelle geben. Auf Grundlage dieses Konzepts müssen dann die technischen Anschaffungen geprüft werden: Sind die Anschaffungen für die individuellen Mitarbeiter und deren Aufgaben die richtigen gewesen? Ein konkretes Beispiel: Headsets. Die Trageweise, mit oder ohne aktiver Geräuschunterdrückung, Mono oder Stereo – die Möglichkeiten sind zahlreich und jeder Mensch hat seine eigenen Vorlieben und Bedürfnisse. Also müssen Unternehmen ihre Mitarbeiter einbinden und gemeinsam entscheiden, welche Hardware jeweils die beste ist.

**INTRE:** Welche Tipps würden Sie als Experte in Sachen Audio- und Videoequipment Unternehmen noch mitgeben?

**KNIPPER:** Dazu möchte ich noch einmal das eben Gesagte unterstreichen: bitte durchdacht an neue Anschaffungen herangehen. Für professionelle Telefonate mit potenziellen oder bestehenden Kunden muss die Audioqualität exzellent sein, damit diese einen rundum positiven Eindruck bekommen. Idealerweise kombiniert man Audio und Video miteinander, denn gerade jetzt, wo viele persönliche


*Hochauflösende Videoübertragung und Technik, die zuverlässig funktioniert, machen Videokonferenzen zu einem Erfolg.*

durch virtuelle Meetings ersetzt werden, ist es umso wichtiger, diese Termine so authentisch wie möglich zu gestalten. Körpersprache und Tonalität sind immens wichtig für einen guten Austausch und verleihen dem gesprochenen Wort mehr Gewicht. Aber auch hier gilt: Die Qualität muss stimmen. Hochauflösende Videoübertragung und Technik, die zuverlässig funktioniert, machen Videokonferenzen zu einem Erfolg.

Mitarbeiter wollen beim Thema Smart Working abgeholt werden. Viele, die zuvor ausschließlich im Büro gearbeitet haben, tun sich gegebenenfalls schwer, Vorteile zu erkennen, müssen aber mit dem Herzen dabei zu sein. Welche Vorteile habe ich in meinem Alltag? Wie organisiere ich mich? Wie arbeite ich auch remote effizient? Das braucht oft Zeit und kann nicht mit der Brechstange funktionieren. Coachings, individuelle Vereinbarungen, selbst als gutes Beispiel vorangehen – all dies hilft dabei, Mitarbeiter mitzunehmen, sodass am Ende die Vorteile überwiegen.

\* Smart Workplace Studie von IDG Research Services in Zusammenarbeit mit Jabra / GN Audio Germany GmbH, München 2020.

AUTOR: -RED.

 [www.jabra.com/de](http://www.jabra.com/de)

