



Foto: Yulia Kursaieva – iStockphoto.com

## The Future of Work

# Remote Work oder zurück in die Agentur

Durch die Covid-19-Pandemie arbeiteten auch die Agenturen größtenteils im Home Office. Nun steht bei vielen die Rückkehr ins Büro an. Zeit für eine Standortbestimmung zur Zukunft der Arbeit unter den Mitgliedern des GWA Forums Healthcare-Kommunikation.

*Autor: Christoph Witte, Pink Carrots*

Teams, die bis spät abends im Konferenzraum an Kunden-Präsentationen feilen und Pizza für alle – viele haben dieses Klischee vom Agenturalltag im Kopf. Die Covid-19-Pandemie hat auch, und vielleicht ganz besonders, Agenturen zum Umdenken bewegt. Agiles Remote Working hat sich über Nacht durchgesetzt. Jetzt stehen in den allermeisten Agenturen die – zumindest teilweise – Office Re-Openings an.

Mark Zuckerberg, Vorstandsvorsitzender von Facebook, hat es vorgemacht und seine Pläne für die Zeit „nach Corona“ als ‚The Future of Work at Facebook‘ veröffentlicht. Wir vom GWA Forum Healthcare-Kommunikation wollten wissen, wie es die Chefinnen und Chefs der GWA-Health-Agenturen mit der Balance zwischen Remote Work und

Arbeiten im Office halten werden, was ihre Pläne sind und wie sie ihre Teams ausstatten. Dazu haben wir im Vorfeld eines virtuellen Treffens Ende Juni 2021 eine Online-Umfrage durchgeführt. Beteiligt haben sich 19 Agenturköpfe aus Networks und inhabergeführten Healthcare-Agenturen.

## Planungen für Re-Openings

Agencylife und Teamwork könnten als Synonyme durchgehen. Aber braucht Teamwork immer die Zusammenarbeit vor Ort? Die letzten knapp einhalb Jahre haben eindrucksvoll gezeigt: Kollaboration gelingt auch virtuell. Trotzdem vermissen viele Agenturmenschen das „live“ Miteinander und den Austausch.

So waren wir sehr gespannt, wie die Agenturen die Rückkehr in die Offices angehen. Das Umfrage-Ergebnis: Nur zwei der befragten Agentur-Chefinnen und -Chefs planen ein komplettes Re-Opening zu einem Stichtag für das komplette Team. Gut ein Viertel der Befragten gab an, ein schrittweises Re-Opening zu planen – zunächst für 50 Prozent des Teams und später 100 Prozent. Die überwiegende Mehrheit (36,8 %) erklärte, das Re-Opening mit einer dauerhaft reduzierten Anzahl von Arbeitsplätzen anzugehen. Ein weiteres Viertel verfolgt ein anderes Konzept.

In der Diskussion zeigte sich: Wichtig ist den Agenturchefinnen und -chefs vor allem, dass im Rahmen der Anforderungen der Workflow weiterhin reibungslos funktioniert.

## Remote Work etabliert

Die Frage, ob Remote Work auch künftig Bestand haben wird, beantworteten alle Befragten mit „Ja“. Gut die Hälfte (52,6 %) der Agentur-Chefinnen und -Chefs plant ein geregeltes Angebot von Office Work und Remote Work für ihre Teams, weitere 36,8 Prozent gaben an, individuell flexible Lösungen anbieten zu wollen und zwei haben andere Lösungen auf der Agenda. Die Varianten reichen von „1 Remote Tag pro Woche“ bis „Montags sind alle verpflichtend in der Agentur“. Einige der Umfrage-Teilnehmer wollen sich jetzt noch nicht verbindlich auf eine Regelung festlegen.

## Arbeiten von überall?

Mark Zuckerberg hat vorgelegt. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Facebook können auf Wunsch – und nach Absprache – bis Ende 2021 ganze 20 Arbeitstage von einem anderen Ort aus remote arbeiten. Wir wollten wissen, ob Agenturen künftig ebenfalls „Travel Days“ anbieten. Das heißt, ob die Beschäftigten die Möglichkeit haben, eine bestimmte Anzahl von Tagen remote von einem anderen Ort als zuhause zu arbeiten, zum Beispiel bei Familien und Freunden im In- oder sogar Ausland. Dieser Idee erteilte die überwiegende Mehrheit der Befragten (73,7 %) eine klare Absage. 15,8 Prozent der Befragten gaben an, ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter „Travel Days“ einräumen zu wollen, allerdings nur in Ausnahmefällen und geregelt. Zur Überraschung aller planen zwei der Befragten, die völ-

## Agentur Re-Openings – Konzepte

- Schrittweise Rückkehr für kleinere Teams mit Test- und Anmeldepflicht (zunächst circa 20 Prozent Auslastung, langfristig Hybrid-Lösungen als neuer Standard)
- Start in Q3 auf freiwilliger Basis, ab Q4 normaler Office-Betrieb geplant
- A und B Wochen bis auf weiteres
- Hybrides Flex-Modell (zwei feste Tage Home Office, drei feste Tage Office)
- Keine Pflichtenwesenheit, hybrides Modell – Teamleiter entscheiden
- Flexible desk model mit online check-in Möglichkeit
- Mehr Begegnungsorte – Austausch – Kommunikation (Multi-Spaces), wesentlich mehr mobile Arbeitsplätze, wenig feste, stationäre Arbeitstische

lige Flexibilität anzubieten. Arbeiten aus dem Ausland werde jedoch wegen fehlender Versicherung ausgeschlossen.

## Equipment bereitstellen

Unsere letzte Frage zielte darauf ab, wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter technisch ausgestattet werden, um remote oder in der Agentur den besten Job der Welt zu machen. Knapp die Hälfte (42,1 %) der Befragten gab an, eine Top-Ausstattung im Office und eine Basis-Ausstattung für Remote Work zur Verfügung zu stellen. 31,3 Prozent starten demnach ihre Offices top aus und stellen Laptops „to go“ bereit. Mehr als ein Viertel (26,3 %) gab sogar an, eine Top-Ausstattung im Office und für Remote Work vorzuhalten.

## Fazit und Ausblick

Die Umfrage haben wir im Forum aus Neugier gestartet – die Ergebnisse haben uns selbst ein wenig überrascht, zeigen sie doch, wie grundlegend sich die Agentur als Arbeitsumfeld in etwas mehr als einem Jahr verändert hat. Wie wir finden, absolut zum Besten. Auch wenn wir, die wir schon lange Agenturmenschen sind, in den „guten alten Zeiten“ richtig viel Spaß hatten, zieht das „Mad Men“-Image klassischer Werbeagenturen heute keine jungen Talente mehr an. Ein kollaboratives und agiles Mindset und Arbeiten, wie wir es alle in der Pandemie für uns entdeckt haben, dagegen schon. Basierend auf Vertrauen, Transparenz und Qualitätszeit miteinander, haben wir mitten in der Krise gemeinsam das Agenturmodell der Zukunft geschaffen. Ein Modell, für das sich auch junge Talente begeistern können – zum Vorteil für Kunden, Projekte und die Zukunft der Kommunikationsagenturen insgesamt.



Foto: Feinkorn Photography

### Christoph Witte

ist Gründer und Geschäftsführer von Pink Carrots in Frankfurt, einer inhabergeführten Spezialagentur für Kommunikationslösungen im Gesundheitsmarkt. Als strategischer Partner in den Branchen Apotheke, Gesundheit, Medizintechnik, Pharma und Wellbeing sowie für alle Player, denen das Thema Gesundheit am Herzen liegt, will das Team aus 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern „Health“ neudenken.

✉ christoph.witte@pinkcarrots.com

Innerhalb des Agenturenverbands GWA, Frankfurt, gibt es das Forum Healthcare Kommunikation, dem aktuell 26 Agenturen angehören. Der Beitrag erscheint in unserer Rubrik „Übern Tag hinaus denken“, in der sich Führungskräfte aus Healthcare-Agenturen zu einem visionären Thema ihrer Wahl äußern. ✉ www.gwa.de



GWA FORUM  
HEALTHCARE  
KOMMUNIKATION