

12. Januar 2022



Illustration von Bernardo Henning

Work Trend Index: Sonderbericht

Technologie eröffnet Mitarbeitenden in Service und Produktion eine neue Zukunft

Neue Daten zeigen, dass es jetzt an der Zeit ist, Mitarbeitende in Service und Produktion mit den richtigen digitalen Tools zu unterstützen

Um die Art und Weise zu beeinflussen, wie unsere [Technologielösungen](#) die Bedürfnisse unserer Kund*innen besser erfüllen können, hat sich Microsoft in den letzten beiden Jahren intensiv mit dem Wandel der Arbeitsumgebungen auseinandergesetzt. Im Jahr 2022 steht nun der Teil der Mitarbeitenden im Mittelpunkt, der nie im Homeoffice gearbeitet hat. Und das sind die Mitarbeitenden in Service und Produktion.

Mit einem Anteil von [80 % an der weltweiten Erwerbsbevölkerung](#) hat niemand die Last der letzten zwei Jahre mehr getragen als die 2 Milliarden Mitarbeitenden in Service und Produktion rund um den Globus. Persönlicher Risiken zum Trotz und ungeachtet andauernder Störungen haben sie dafür gesorgt, dass Lebensmittelläden gefüllt sind und das Stromnetz verlässlich funktioniert. Sie haben grundlegende Gesundheitsdienstleistungen erbracht sowie die Produkte hergestellt und vertrieben, auf die die Welt angewiesen ist. Aufgrund der andauernden wirtschaftlichen Unsicherheiten und der nach wie vor bestehenden Pandemielage sehen sich viele Unternehmen einem schier unmöglichen Spagat ausgesetzt: den Betrieb aufrechtzuerhalten und gleichzeitig für das Wohl ihrer Mitarbeiter*innen zu sorgen.

Trotz der entscheidenden Rolle, die sie in allen Branchen erfüllen, werden Mitarbeitende in Service und Produktion im Hinblick auf Technologien üblicherweise vernachlässigt. So wie die Pandemie der schnellen digitalen Transformation im Bereich Information Worker enormen Auftrieb gegeben hat, lassen die Daten den Schluss zu, dass sich ein ähnlicher Wendepunkt jetzt bei Mitarbeitenden in Service und Produktion abzeichnet.

In diesem Sonderbericht, der Teil des fortlaufenden [Work Trend Index](#) ist, werden die Ergebnisse einer



Umfrage unter 9.600 Mitarbeitenden in Service und Produktion und Führungskräften in acht Branchen auf fünf Kontinenten untersucht. Die Daten sollen die Probleme beleuchten, mit denen derzeit nahezu jedes Unternehmen zu kämpfen hat. Und obwohl Technologie nicht die einzige Lösung ist, zeigt der Bericht auch auf, wie digitale Tools zu einer Entlastung dieser unerlässlichen Arbeitskräfte beitragen können.

„Mitarbeitende in Service und Produktion sind während der Pandemie einer enormen Belastung ausgesetzt gewesen“, bestätigt Jared Spataro, Corporate Vice President of Modern Work bei Microsoft. „Aber bei all unseren Untersuchungen sehen wir klar und deutlich die Möglichkeit, Geschäftsergebnisse mit dem Wohlbefinden und der Weiterentwicklung der Mitarbeitenden in Einklang zu bringen. Und es stimmt ermutigend zu sehen, dass Technologie hier helfen kann.“

Wichtigste Erkenntnisse

1

Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard

76 % der Arbeitnehmer*innen fühlen sich einander verbunden, doch mehr als 60 % geben an, dass ihr Unternehmen mehr tun könnte, um die Kultur und die Kommunikation von oben zu fördern. Darüber hinaus fühlen sich 51 % der nicht leitenden Angestellten mit Kundenkontakt wenig wertgeschätzt.

2

Mitarbeitende in Service und Produktion befinden sich an einem Wendepunkt

Angesichts des heftig drehenden [Arbeitsmarktkarussells](#) nennen die Beschäftigten bessere Bezahlung und Leistungen, eine bessere Work-Life-Balance und Flexibilität als Gründe für einen Arbeitsplatzwechsel.

3

Die Technologiebegeisterung ist groß

63 % der Mitarbeitenden mit Kundenkontakt sind begeistert von den Beschäftigungsmöglichkeiten, die die Technologie eröffnet. Technologie steht an dritter Stelle auf der Liste der Faktoren, die nach Ansicht der Mitarbeitenden den Stress am Arbeitsplatz verringern.

4

Die Kluft zwischen Technologie und Training kann überwunden werden

46 % der Mitarbeitenden mit Kundenkontakt verspüren Druck, sich an neue Technologien anpassen zu müssen, aus Angst, ihren Posten zu verlieren. 55 % geben an, dass sie neue Technologien nebenbei, ohne formale Schulung oder Ausbildung, erlernen mussten.

1

Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard

62 %

aller Mitarbeitenden in Service und Produktion sagen, dass die Schaffung einer Kultur von der Führungsebene nicht priorisiert wird



V

Vorstandsvorsitzender und CEO bei Microsoft Satya Nadella spricht darüber, wie wichtig es ist, die Beziehungen zwischen den Mitarbeitenden, der Mission eines Unternehmens und

ihren Führungskräften zu stärken. Unsere Untersuchungen zeigen, dass die Pandemie einige dieser Beziehungen und Bindungen intensiviert, andere aber geschwächt hat.

Um die Widrigkeiten zu meistern, haben sich Mitarbeitende in Service und Produktion einander zugewandt. 76 % sagen, dass sie sich aufgrund der gemeinsamen Belastungen, die von der Pandemie verursacht wurden, „sehr eng mit ihren Kolleg*innen verbunden“ fühlen. Die Beziehungen zu Führungskräften und die Bindung an die Unternehmenskultur sind hingegen schwach ausgeprägt.

62 % aller Mitarbeitenden in Service und Produktion geben an, dass Führungskräfte die Entwicklung einer Arbeitsplatzkultur vernachlässigen. Bei Mitarbeitenden in Service und Produktion in Führungspositionen, wie Abteilungs-, Filial- und Fertigungsleiter*innen, ist dieser Anteil mit 68 % sogar noch höher.

Ferner funktioniert die Kommunikation weder von oben nach unten noch von unten nach oben gut. 63 % aller Mitarbeitenden in Service und Produktion berichten, dass Mitteilungen aus der Führungsetage nicht bei ihnen ankommen. Besonders bei Führungskräften in Service und Produktion ist dieses Defizit eklatant: 69 % sagen, dass auch ihre Vorgesetzten mit ihnen nicht effektiv kommunizieren. Gleichzeitig haben 32 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion den Eindruck, dass ihre Meinung bei der Thematisierung von Problemen am Arbeitsplatz kein Gehör findet.

Mitarbeitende beobachten eine Kluft zwischen Kultur und Kommunikation

Obwohl Mitarbeitende in Service und Produktion die Beziehungen untereinander als intensiviert empfinden, sagen die meisten, dass Kultur und Kommunikation von der Führungsebene stärker priorisiert werden müssen.

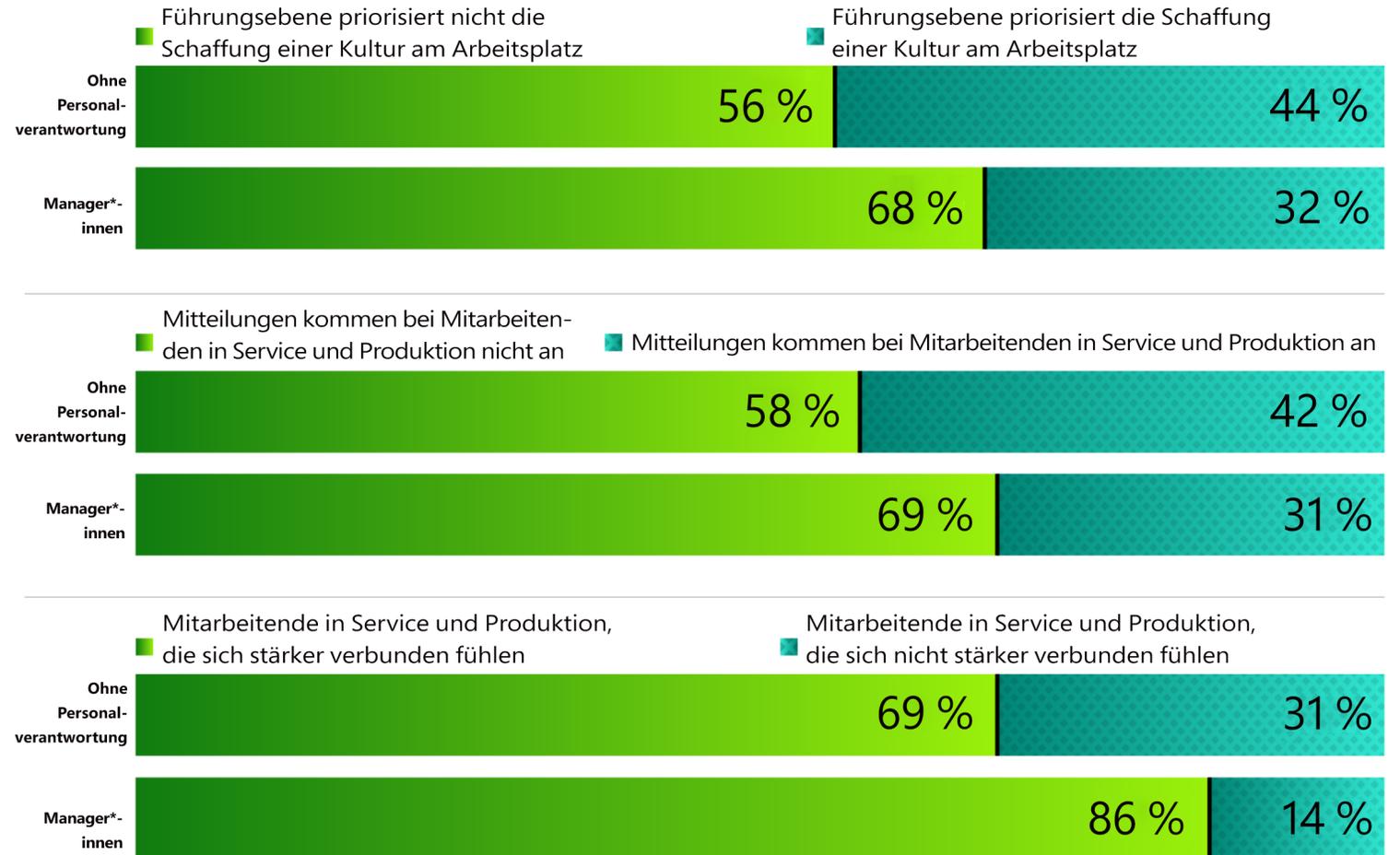


Illustration von Valerio Pellegrini



Beziehungen am Arbeitsplatz lassen sich durch Wahl der richtigen Kommunikationsplattform stärken. So wurden bei [Blum](#), einem familiengeführten Anbieter von Möbelbeschlägen, in der Vergangenheit Mitteilungen an die Belegschaft von den Vorgesetzten kommuniziert oder im Werk an einem schwarzen Brett ausgehängt. Heute nutzt Blum mit Microsoft Viva eine Mitarbeiteraustauschplattform, in der Unternehmensnachrichten, Arbeitsaufträge und Gespräche an zentraler Stelle zu finden sind. So profitieren Mitarbeitende in Service und Produktion von einer durchgehenden Anlaufstelle zum Unternehmen insgesamt, auf die sie von überall aus zugreifen können. „Es geht nicht nur um eine unidirektionale Kommunikation“, so

Sarah Blum, Employer Branding and Recruiting Specialist bei Blum. „Wir können unmittelbar mit unseren Mitarbeitenden sprechen, ihre Fragen beantworten, und sie fühlen sich gehört.“

Während Firmen die durch die Pandemie vorgegebene Situation mit den Bedürfnissen der Mitarbeitenden in Einklang zu bringen versuchen, zeigt die Untersuchung eine Möglichkeit auf, sich stärker um das Wohlbefinden der Mitarbeitenden in Service und Produktion zu kümmern. 51 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion ohne Führungsverantwortung fühlen sich als Mitarbeitende nicht wertgeschätzt, und viele Arbeitnehmer*innen (60 %) wünschen sich bei physischer Erschöpfung oder im Hinblick auf die mentale Gesundheit mehr Unterstützung (57 %).

Mitarbeitende in Service und Produktion sind ebenso dem Druck von Problemen aus dem externen Umfeld ausgesetzt. Die meisten Befragten gaben an, dass bei Problemen mit der Lieferkette mehr getan werden könnte (52 %) und dass der Mangel an Arbeitskräften ihre Arbeit besonders erschwert (51 %).

Im dritten Pandemiejahr sind 58 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion weltweit der Ansicht, dass die Arbeitsbelastung im kommenden Jahr entweder gleich bleiben

58 %

der Mitarbeitenden in Service und Produktion weltweit glauben, dass die Arbeitsbelastung im kommenden Jahr entweder unverändert bleibt oder zunehmen wird

oder zunehmen wird. Neben wirtschaftlichen Schwierigkeiten bezeichnen Mitarbeitende in Service und Produktion weltweit Arbeitsmenge (45 %), niedrige Löhne (44 %), lange Arbeitstage (41 %), den Umgang mit Kundenanforderungen (35 %) und Covid-19-Vorschriften (33 %) als die fünf wichtigsten Ursachen ihrer Arbeitsbelastung.

„Die Pandemie belastet Mitarbeitende in Service und Produktion außerordentlich“, sagt Dr. David Rhew, Global Chief Medical Officer bei Microsoft, dessen eigene Erfahrungen in diesem Bereich in die Angebote von Microsoft für das Gesundheitswesen einfließen. „Zu den tatsächlich spürbaren Auswirkungen von Covid auf das Leben und die Lebensgrundlage der Menschen kommt noch der zu bewerkstellende Verwaltungsaufwand hinzu. Dann schwindet das Personal, und es fällt noch mehr Arbeit an. Das Ergebnis ist ein ungeheurer Druck und Stress.“

Arbeitnehmer*innen rechnen mit noch größerer Belastung

Mitarbeitende in Service und Produktion in Deutschland, dem Vereinigten Königreich und Japan sowie Angestellte aus den Branchen Fertigung, Automobil, Transport und Energie sind am meisten besorgt, dass die berufliche Belastung im Jahresverlauf unverändert hoch bleiben oder gar zunehmen wird.

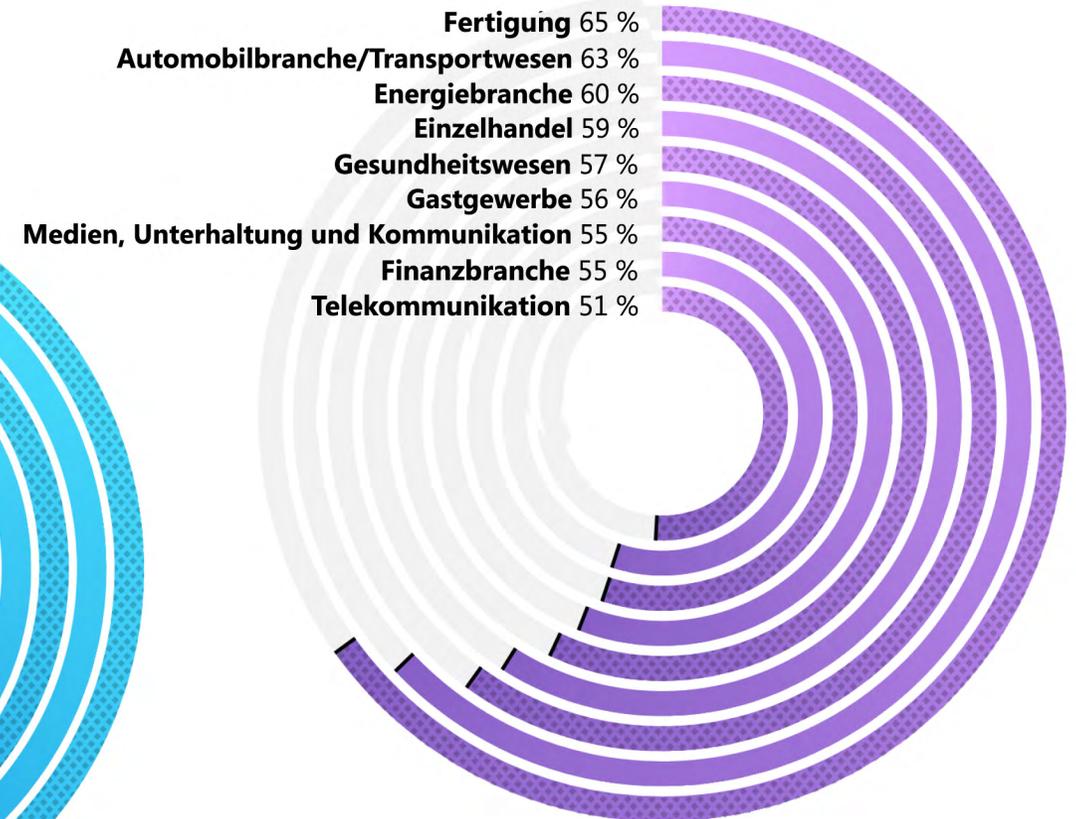
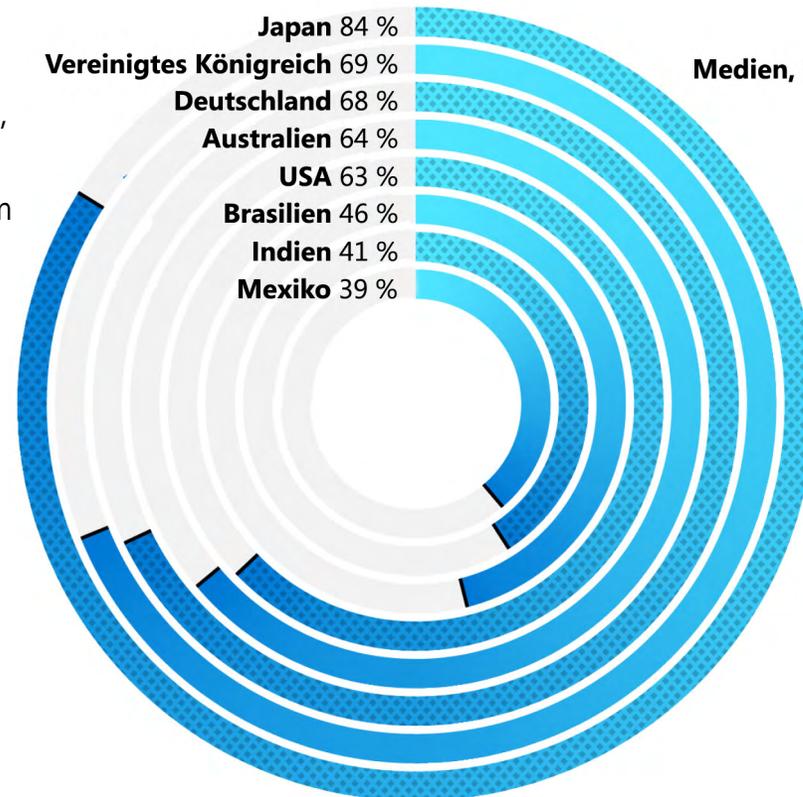
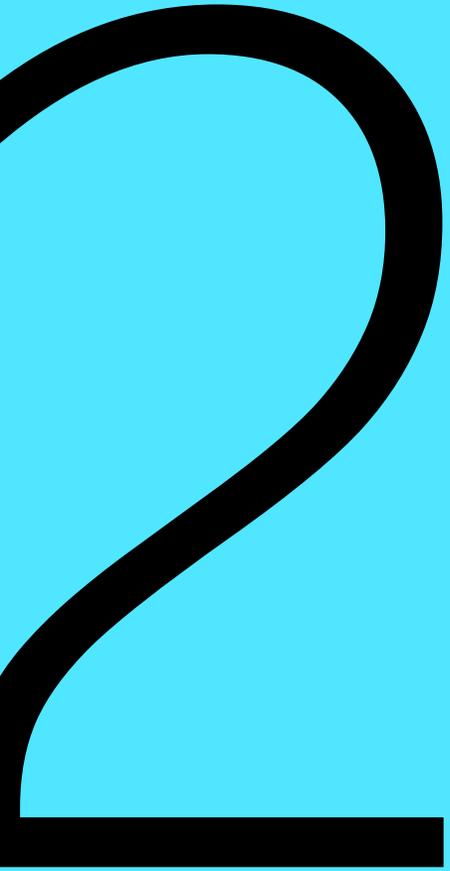


Illustration von Valerio Pellegrini



Mitarbeitende in Service
und Produktion befinden
sich an einem Wendepunkt

4,5 Mio.

US-Amerikaner*innen haben ihre
Stelle im November verlassen

A

angesichts der anhaltenden Pandemie, hoher Belastungen und der Rekordzahl von [4,5 Millionen US-Amerikaner*innen, die im letzten November ihre Stelle verlassen haben](#), ist deutlich

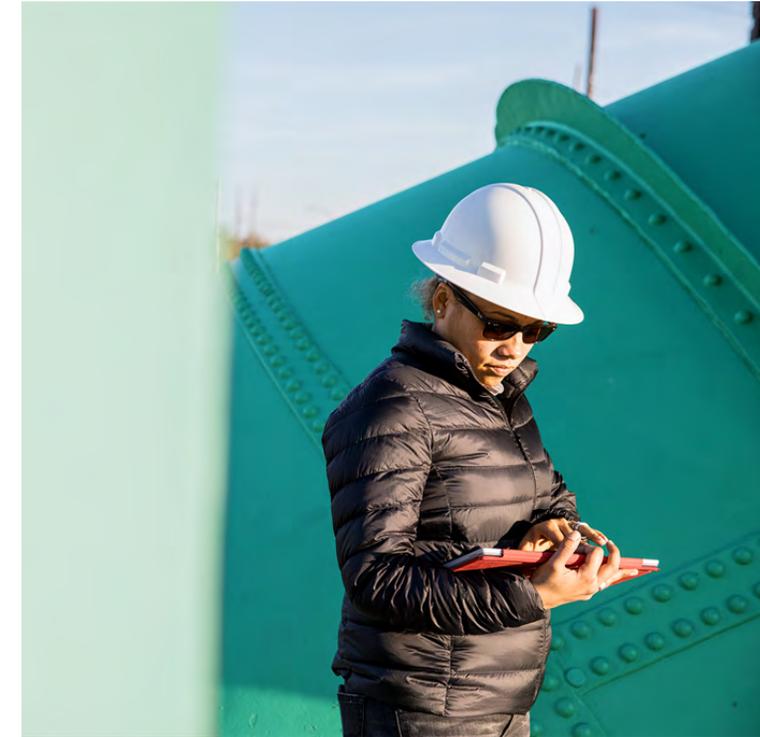
zu erkennen, dass sich Arbeitskräfte an einem Wendepunkt befinden. Gefragt nach den fünf wichtigsten Gründen, die sie zu einem Jobwechsel bewegen würden, gaben Mitarbeitende in Service und Produktion Folgendes an: mehr Lohn/Gehalt, eine bessere Work-Life-Balance, fehlende Gehaltserhöhung, bessere Sozialleistungen und mehr Flexibilität bei der Arbeit.

Wie bereits erwähnt legen die Daten bei Manager*innen in Service und Produktion, die quasi das Bindeglied zwischen Unternehmen

und Mitarbeitenden in Service und Produktion darstellen, nahe, dass diese besonders dem Druck ausgesetzt sind, die Kluft zwischen Kultur und Kommunikation zu überbrücken.

[Daten von LinkedIn](#) lassen außerdem den Schluss zu, dass Mitarbeiter*innen, die ihre Stelle aufgeben, dem Arbeitsmarkt nicht gänzlich den Rücken kehren. Vielmehr suchen sie nach neuen Erfahrungen und Wirkungsbereichen. Laut Personaleinstellungsdaten von LinkedIn haben sieben der acht in dieser Untersuchung berücksichtigten Branchen jetzt mehr Angestellte als vor der Pandemie, und mit Ausnahme des Einzelhandels konnten alle Branchen im Vergleich zum Vorjahr ein zweistelliges Wachstum verzeichnen.

Da immer mehr Mitarbeitende in Service und Produktion die Rolle der Arbeit in ihrem Leben überdenken und sich an der [großen Umstrukturierung](#) beteiligen, haben Unternehmen eine große Chance, ein Betriebsmodell sowie eine Kultur zu schaffen, die die besten Führungskräfte und Mitarbeitenden anzieht.



3

Die Technologie-
begeisterung ist groß

63 %

der Mitarbeitenden in Service
und Produktion sind von den
durch Technologien möglichen
Beschäftigungsangeboten
begeistert

S

Seit Jahren machen sich viele Mitarbeitende in Service und Produktion Sorgen, dass Technologien und insbesondere Automatisierung und KI ihre Arbeitskraft überflüssig machen könnten.

„Ich treffe viele Menschen, die befürchten, durch künstliche Intelligenz und Machine Learning ersetzt zu werden“, berichtet Darryl Willis, Microsoft Corporate Vice President of the Energy and Sustainability Industry. „Unter anderem sage ich ihnen dann, dass Machine Learning und KI als Ergänzung zu betrachten sind und Fachwissen und Erfahrung nicht ersetzen sollen.“

von den durch Technologie eröffneten Jobmöglichkeiten. Zu den Arbeitsbereichen, die ihrer Meinung nach hiervon besonders profitieren könnten, gehören Teamplanung, die Einarbeitung neuer Kolleg*innen, die Automatisierung wiederkehrender Arbeiten, neue Informationen zu Aufgaben in Echtzeit und die Terminplanung.

Auch auf der Liste der Punkte, die dazu beitragen könnten, arbeitsbedingten Stress zu reduzieren, steht Technologie an oberer Stelle direkt hinter besserer Bezahlung und Urlaubszeit. Zudem geben 46 % der Befragten an, dass ihnen Technologietools wichtiger sind als Angebote für mentale Gesundheit oder Wohlbefinden.

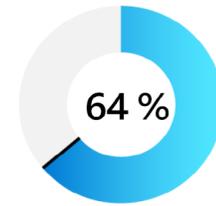
46 %

der Mitarbeitenden in Service und Produktion geben an, dass ihnen Technologietools wichtiger sind als Vorteile für psychische Gesundheit und Wohlbefinden

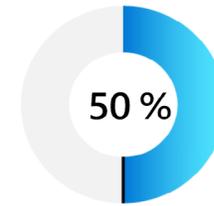


Wodurch lässt sich die Belastung von Mitarbeitenden in Service und Produktion verringern?

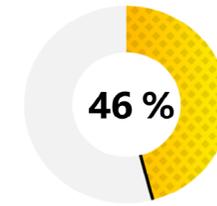
Auf der Liste der Dinge, die laut Aussage von Mitarbeitenden in Service und Produktion die Belastung bei der Arbeit reduzieren können, steht bessere Technologie nur knapp hinter einer besseren Bezahlung und Urlaubzeit.



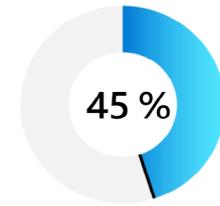
Gehaltserhöhung



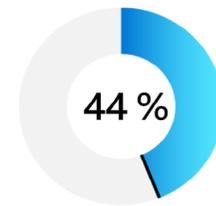
Bezahlte Freistellung von der Arbeit



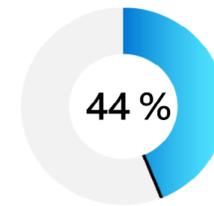
Bessere Technologie-Tools zur Arbeits-erleichterung



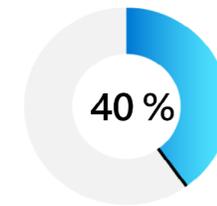
Flexiblerer Arbeitsplan



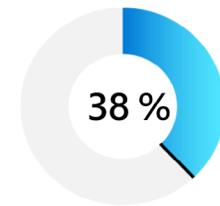
Personalaufstockung in Team oder Abteilung



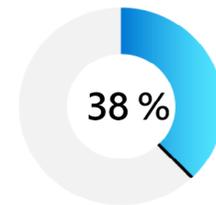
Klare und verständliche Kommunikation seitens der Geschäftsführung



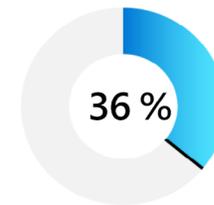
Häufige oder regelmäßige Pausen



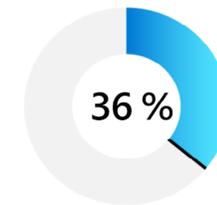
Angebot einer bezahlbaren Kinderbetreuung



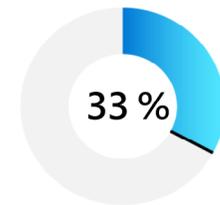
Angebote für das Wohlbefinden, wie z. B. eine ermäßigte Mitgliedschaft im Fitnessstudio



Mentale Gesundheit oder Beratungsleistungen



Eigenverantwortung oder Autonomie bei der täglichen Arbeit



Weniger Zuständigkeiten im Rahmen meiner Position

Illustration von Valerio Pellegrini



In sämtlichen Branchen trägt Technologie bereits dazu bei, dass sich Mitarbeitende in Service und Produktion in einer sich rasant verändernden Arbeitsumgebung besser zurechtfinden. Die monatliche Nutzung von Microsoft Teams hat bei Mitarbeitenden in Service und Produktion zwischen März 2020 und November 2021 um 400 % zugenommen.

Mitarbeiter*innen im Gesundheitswesen buchen virtuelle Arztbesuche und stellen mit dem integrierten Pager-System von Teams schnell Kontakt zu Pflegepersonal und Ärzt*innen her. In Einzelhandel und Finanzbranche verwalten Mitarbeiter*innen Zeitpläne mit der Shifts-App aus Teams. Mitarbeiter*innen aus Fertigung und Automobilbranche verwenden Tools wie das Teams-gestützte Walkie-Talkie und über Teams

400 %

Zunahme der monatlichen Nutzung von Microsoft Teams durch Mitarbeitende in Service und Produktion zwischen März 2020 und November 2021

vernetzte Mixed-Reality-Headsets, um sich mit Unternehmenspersonal auszutauschen und Probleme im Werk zu lösen.

So verwenden die Mitarbeiter*innen bei [Chevron](#) beispielsweise HoloLens-Mixed-Reality-Headsets von Microsoft und Helme mit integrierter Verbindung zu Teams, um bei Inspektionen Fehler zu beheben und mit Fachpersonal zu kommunizieren. Gerade in Umgebungen mit hoher Lärmbelastung können Mitarbeiter*innen das, was sie sehen und hören, durch Mixed Reality direkt sichtbar machen und übertragen und müssen es nicht mühsam mit Worten beschreiben. Der Einzelhändler [Canadian Tire](#) nutzt Teams auch zur Optimierung des Prozesses zur Abholung im Geschäft.

Im Bereich Service und Produktion nimmt die Akzeptanz von Technologie zu

Zwischen März 2020 und November 2021 nahm die monatliche Nutzung von Microsoft Teams bei Mitarbeitenden in Service und Produktion um 400 % zu, wobei die größte Zunahme im Gesundheitswesen, in der Finanzbranche sowie in der Medien- und Kommunikationsbranche verzeichnet wurde.

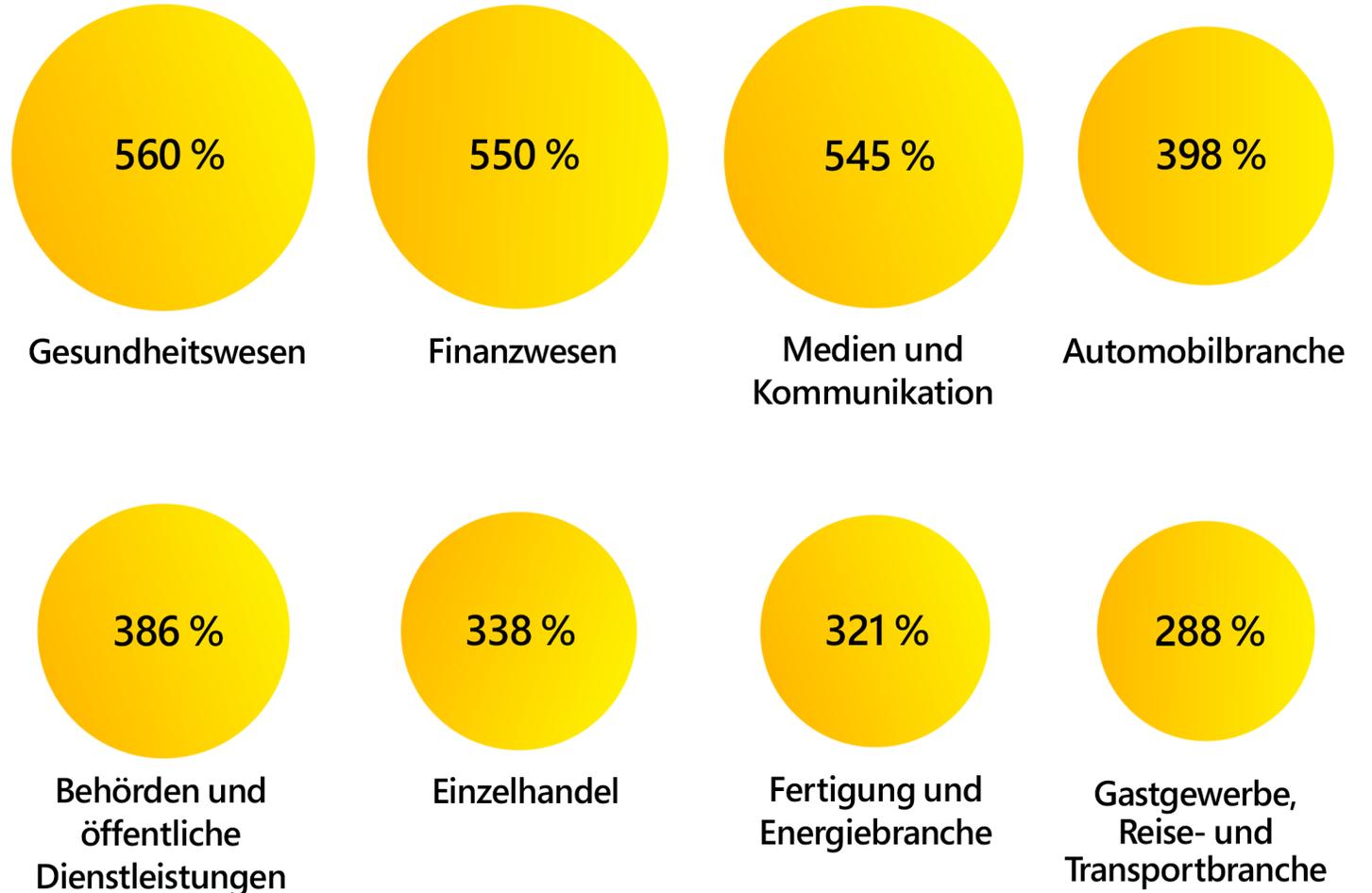


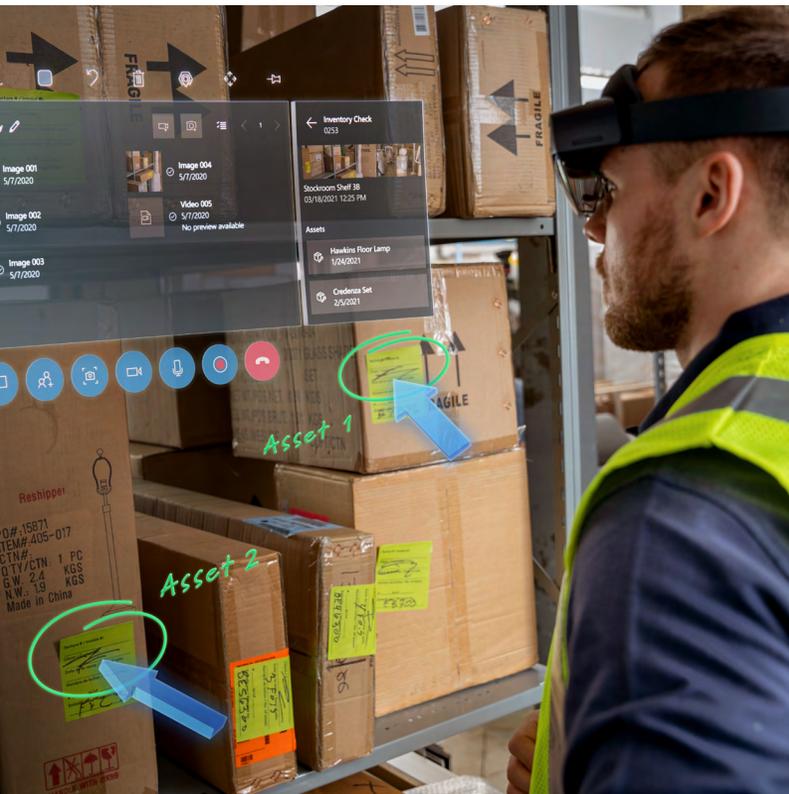
Illustration von Valerio Pellegrini

4

Die Kluft zwischen
Technologie und Training
kann überwunden werden

55 %

der Mitarbeitenden in Service
und Produktion mussten von
heute auf morgen und ohne
Training oder Einarbeitung mit
digitalen Tools zurechtkommen



N

nach wie vor ist noch Einiges zu tun, um sicherzustellen, dass Mitarbeitenden in Service und Produktion technologisch genauso gut aufgestellt sind wie Mitarbeiter*innen am Schreibtisch. Ein Drittel aller

Mitarbeitenden in Service und Produktion gibt an, dass sie nicht die richtigen Technologietools haben, um effektiv zu arbeiten. Bei Mitarbeiter*innen ohne Personalverantwortung beträgt der Anteil sogar 41 %.

„Mitarbeitende in Service und Produktion repräsentieren ein Unternehmen nach außen hin“, sagt Kristina Behr, Vice President of Product Management for Frontline Workers and Industry bei Microsoft. „Damit gute Arbeit geleistet werden kann, müssen Mitarbeiter*innen unbedingt mit optimalen

41 %

der Mitarbeitenden in Service und Produktion, die nicht in Führungspositionen arbeiten, sagen, dass sie nicht die richtige Technologie haben, um ihre Arbeit effektiv zu erledigen

Tools ausgestattet werden. Wenn die Arbeit mit Tools für Frust sorgt, ist der ganze Job frustrierend.“

Zugang und Training zu Technologien, mit denen sich Arbeiten automatisieren lassen, Remote-Unterstützung angeboten werden kann und Mitarbeiter*innen miteinander kommunizieren können, variieren bei Mitarbeitenden in Service und Produktion stark. Unsere Untersuchung zeigt, dass in den Bereichen Gesundheitswesen, Gastgewerbe und Telekommunikation sowie in der Automobil- und Transportbranche vor Einführung der neuesten digitalen Tools ein Defizit beim Training von Mitarbeiter*innen vorlag. Auch Mitarbeitenden in Service und Produktion im Vereinigten Königreich, in Brasilien, Japan und Indien hängen ähnlich hinterher.

Mitarbeiter*innen beobachten eine Kluft zwischen Technologie und Training

In einigen Branchen und Ländern fehlen den Mitarbeiter*innen Technologie und Training, um effektiv arbeiten zu können.

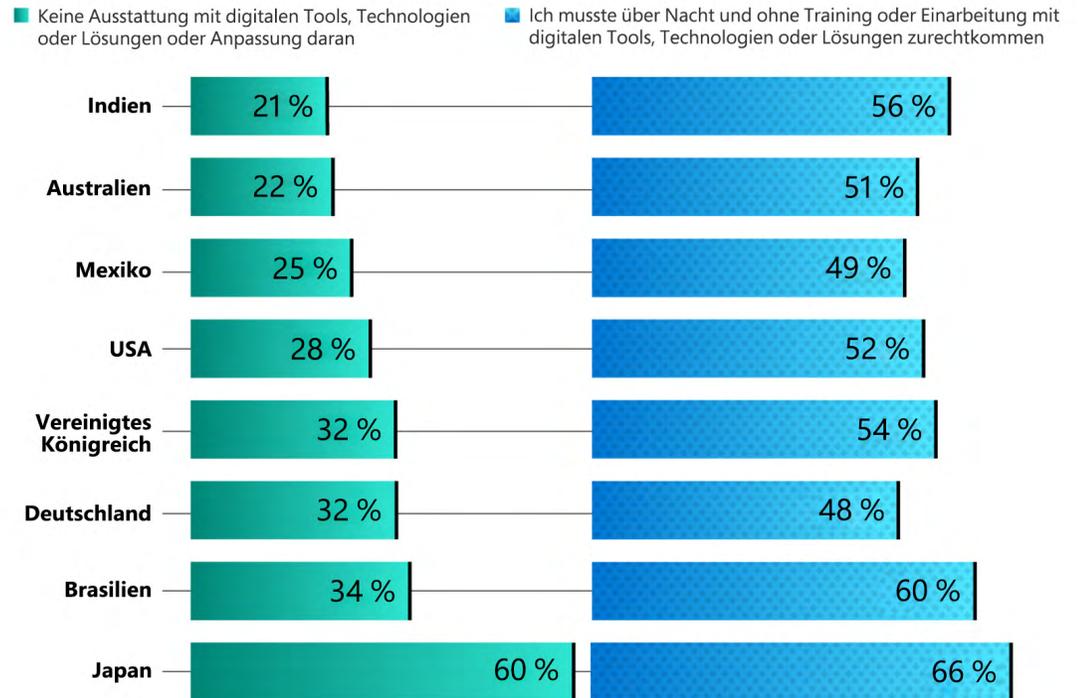
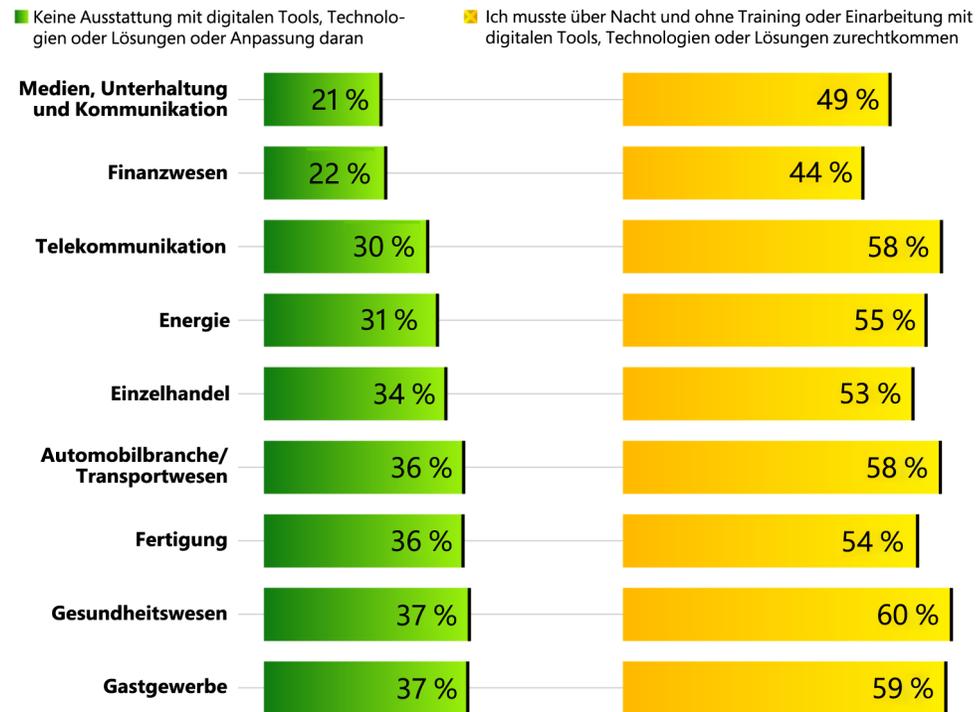


Illustration von Valerio Pellegrini



Nicht mehr mithalten zu können, ist für viele zu einem großen Problem geworden. Nahezu die Hälfte (46 %) der Mitarbeitenden in Service und Produktion befürchtet, den Arbeitsplatz zu verlieren, wenn sie sich nicht an neue Technologien anpassen.

Unsere Untersuchung zeigt, dass ältere Mitarbeiter*innen ab 41 mit der Anpassung an neue Technologien kämpfen. Aber auch junge Leute (40 und jünger) sind aufgrund unzureichender Tools frustriert. „Inzwischen ist die durchschnittliche Arbeitskraft auf Stundenbasis ein Digital Native, der seinen ersten Job mit einem Smartphone in der Hand angetreten hat“, erklärt Shelley Bransten, Corporate Vice President of Retail & Consumer Goods bei Microsoft. „Diese Arbeitnehmer*innen erwarten, dass ihr Arbeitsumfeld technologisch gesehen mit ihrem privaten Umfeld mithalten kann. Die hier herrschende Kluft ist aber noch nicht überwunden.“

Selbst bei den Mitarbeiter*innen, die mit den neuesten digitalen Tools ausgestattet sind, wurden viele nicht richtig in deren Anwendung geschult: 55 % mussten sich über Nacht auf digitale Tools einstellen.

Investitionen in die Schulung von Mitarbeiter*innen, um Technologien optimal zu nutzen, sind letztlich genauso wichtig wie Investitionen in die Technologien an sich. Ein typisches Beispiel: Obwohl das multinationale

46 %

der Mitarbeitenden in Service und Produktion befürchten, den Arbeitsplatz zu verlieren, wenn sie sich nicht an neue Technologien anpassen

Energiemanagementunternehmen [Eaton](#) bereits seit 1911 Kunden betreut, bedarf es beim Training eines entschieden moderneren Ansatzes. Mit einer Mixed-Reality-Anwendung für Microsoft HoloLens 2 werden die Mitarbeiter*innen in der Präventivwartung von 1.500 Geräten geschult. „Vor mir erscheint das Matrix-Hologramm und fragt: „Herr Gomez, möchten Sie mit dem Schweißgerät anfangen?“ Ich beantworte die Frage mit einem Blick auf das Wort „Ja“. So fahre ich bis zum Ende der Prüfliste fort“, erzählt Javier Gomez, Werksleiter bei Eaton. „Der Vorgang dauert fünf bis sieben Minuten. Es ist effizient, und es braucht keine weitere Person, die mir zeigt, wonach ich suchen soll oder wie etwas aussieht. Das ist einfach klasse.“

Empfehlungen

Die Pandemie und die derzeitige wirtschaftliche Lage sind für Unternehmen aller Größenordnungen eine immense Belastung. Angesichts der prognostizierten Fluktuationsraten und einer gering ausgeprägten Arbeitsmoral lässt sich aus den Daten herauslesen, dass Bereiche mit Service und Produktion stärker berücksichtigt werden sollten. **Laut Untersuchung gibt es drei Dinge, auf die sich Unternehmen zur Lösung der Probleme zuerst konzentrieren können.**

Neue Kultur in Service und Produktion schaffen

Die Kultur am Arbeitsplatz fußt auf einer starken Identifizierung mit dem Selbstverständnis und Zweck eines Unternehmens, auf Transparenz, verlässlichen Kommunikationswegen, der Anerkennung von Arbeitsleistungen und positiven Beziehungen am Arbeitsplatz. Unsere Daten zeigen, dass viele Mitarbeitende in Service und Produktion grundlegende Beziehungen zueinander aufgebaut haben, es aber Nachholbedarf gibt, wenn es um die Förderung von Beziehungen und Firmenkultur geht. Dies gilt besonders für die Führungsetage.

Führungskräfte sollten sich daher Zeit nehmen, um sich mit den Mitarbeitenden in Service und Produktion und deren Vorgesetzten auszutauschen und sich so proaktiv nach deren Erfahrungen zu erkundigen, ihre Bemühungen wertzuschätzen, Selbstverständnis und Zweck des Unternehmens zu verdeutlichen und aufzuzeigen, wie Mitarbeitende in Service und Produktion dazu beitragen können.

Unternehmen sollten nicht nur für regelmäßige Unternehmensmitteilungen sorgen, sondern auch eine bidirektionale Kommunikation ermöglichen, damit Mitarbeitende in Service und Produktion auch die Informationen erhalten, die sie benötigen, um erfolgreich zu arbeiten und sich wertgeschätzt und aufgehoben zu fühlen. Durch Technologien wie Microsoft Viva Connections hat sich Microsoft der Unterstützung von Mitarbeitende in Service und Produktion verschrieben. Diese Technologien spielen mitunter eine entscheidende Rolle bei der Überwindung der Kultur- und Kommunikationskluft. Mitarbeiter*innen können so auf Informationen und Ressourcen zugreifen, und Führungskräfte können Nachrichten und Neuigkeiten aus dem Unternehmen mitteilen, Anerkennung zum Ausdruck bringen und ein kontinuierliches Kulturempfinden vermitteln, das allen Mitarbeiter*innen zugute kommt.

Mitarbeitende in Service und Produktion mit den neuesten Technologien ausstatten

Von Teamplanung und Einarbeitung bis hin zur Automatisierung von Aufgaben und Terminverwaltung können Unternehmen durch Bereitstellung der richtigen Technologietools alltägliche lästige Arbeiten vereinfachen. Mit maßgeschneiderten Branchen-Cloud-Lösungen sowie Innovationen in Teams, damit Genehmigungen, Schichtplanung und virtuelle Termine noch reibungsloser funktionieren, ist Microsoft bestrebt, diese Aufgaben für Mitarbeitende in Service und Produktion noch anwenderfreundlicher zu gestalten. Mit Teams vernetzte Mixed-Reality-Headsets und Helme sowie digitale Walkie-Talkies und Pager-Systeme vereinfachen die Kommunikation zusätzlich.

Werden Mitarbeitende in Service und Produktion mit der richtigen Technologie ausgestattet, erleichtert dies nicht nur ihre Arbeit, sondern ermöglicht auch eine sichere Kommunikation mit Kund*innen und Kolleg*innen und im Unternehmen. Das Personal kann sich auf das wirklich Wichtige konzentrieren – sei es die Kund*innen oder die momentane Tätigkeit.

Training priorisieren und modernisieren

Mitarbeitende in Service und Produktion haben großes Interesse daran, sich in der Anwendung neuer Technologien zur Unterstützung ihrer Arbeit schulen zu lassen. Angesichts knapper Ressourcen und konkurrierender Nachfrage aber müssen Führungskräfte hier klar Prioritäten setzen und Raum für eine bedarfsorientierte Weiterbildung schaffen. Microsoft möchte Unternehmen dabei unterstützen, allen Mitarbeiter*innen ein angemessenes Training anzubieten. Microsoft Viva Learning zielt darauf ab, dass sich Mitarbeitende in Service und Produktion praxisorientiert und während der Arbeit fortbilden können.



So hilft Microsoft
Wir hoffen, dass wir durch die Veröffentlichung dieser Untersuchung unseren Kund*innen auf ihrem Weg durch diese Zeit helfen und ihnen Möglichkeiten aufzeigen können, mit denen sich diese wichtigen Arbeitskräfte technologisch besser ausstatten lassen. Zur Förderung von Arbeitsplätzen in Service und Produktion werden wir auch in Zukunft Technologielösungen entwickeln, einschließlich neuer Aktualisierungen in [Microsoft Teams, Viva](#) und den [branchenspezifischen Microsoft-Clouds](#).



Umfragemethodik

Dieser Sonderbericht zum Work Trend Index wurde von dem unabhängigen Forschungsunternehmen Edelman Data x Intelligence angefertigt. Hierzu wurde zwischen dem 28. Oktober und dem 19. November 2021 eine Umfrage unter 9.600 Vollzeit- oder Teilzeitbeschäftigten aus acht (8) Branchen und acht (8) Ländern durchgeführt. Aus jeder Branche wurden so insgesamt 1.200 Mitarbeitende in Service und Produktion befragt. Mitarbeitende in Service und Produktion wurden als Arbeitskräfte definiert, die persönlich oder vor Ort in einem physischen Raum arbeiten müssen und nicht remote arbeiten können oder im Homeoffice tätig sind. Die Umfrage dauerte 20 Minuten und wurde online entweder auf Englisch oder in einer anderen Landessprache übersetzt durchgeführt. Weltweite Ergebnisse wurden bei allen Antworten aggregiert, um einen Durchschnitt zu ermitteln. Jedes Land und jede Branche wurde im globalen Durchschnitt gleichmäßig gewichtet.

Folgende Branchen wurden berücksichtigt: Automobil- und Transportbranche, Kommunikation (bestehend aus Medien/Unterhaltung und Telekommunikation), Energie, Einzelhandel, Finanzdienstleistungen, Gesundheitswesen, Gastgewerbe und Fertigung. Folgende Länder wurden berücksichtigt: Australien, Brasilien, Deutschland, Indien, Japan, Mexiko, das Vereinigte Königreich und die USA.

Vorgesetzte in Service und Produktion sind per Definition Mitarbeiter*innen aus mindestens dem mittleren Management mit einem Mindestmaß an Einfluss auf Entscheidungen im Zusammenhang mit Personaleinstellung und Einarbeitung, Geschäftsentwicklung, Mitarbeiterleistungen, Budget, Geschäftsbetrieb, interner Kommunikation, Nutzung von Technologie oder digitalen Tools sowie Finanzen und Budget.

Anhang: weltweite Zahlen nach Branche und Land

1. Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche	
76 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion sagen, dass sie sich aufgrund der durch die Pandemie verursachten gemeinsamen Belastungen „sehr eng mit ihren Kolleg*innen verbunden“ fühlten.	Australien: 84 % Brasilien: 77 % Deutschland: 81 % Indien: 86 % Japan: 48 % Mexiko: 81 % Vereinigtes Königreich: 78 % USA: 76 %	Automobilbranche: 72 % Energiebranche: 75 % Finanzbranche: 83 % Gesundheitswesen: 76 % Gastgewerbe: 76 %	Fertigung: 74 % Medien: 78 % Einzelhandel: 79 % Telekommunikation: 72 %
62 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion sagen, dass die Schaffung einer Kultur am Arbeitsplatz von der Führungsebene nicht priorisiert wird.	Australien: 74 % Brasilien: 54 % Deutschland: 61 % Indien: 66 % Japan: 55 % Mexiko: 63 % Vereinigtes Königreich: 70 % USA: 53 %	Automobilbranche: 60 % Energiebranche: 63 % Finanzbranche: 69 % Gesundheitswesen: 59 % Gastgewerbe: 57 %	Fertigung: 59 % Medien: 67 % Einzelhandel: 62 % Telekommunikation: 63 %
68 % der leitenden Mitarbeitenden in Service und Produktion geben an, dass die Führungsebene die Schaffung einer Kultur am Arbeitsplatz vernachlässigt.	Australien: 87 % Brasilien: 50 % Deutschland: 77 % Indien: 69 % Japan: 60 % Mexiko: 68 % Vereinigtes Königreich: 75 % USA: 51 %	Automobilbranche: 63 % Energiebranche: 68 % Finanzbranche: 77 % Gesundheitswesen: 66 % Gastgewerbe: 58 %	Fertigung: 60 % Medien: 76 % Einzelhandel: 72 % Telekommunikation: 66 %

1. Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard (Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche	
63 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion sagen, dass Mitteilungen von der Geschäftsführung nicht bei ihnen ankommen.	Australien: 75 % Brasilien: 59 % Deutschland: 61 % Indien: 65 % Japan: 55 % Mexiko: 65 % Vereinigtes Königreich: 68 % USA: 55 %	Automobilbranche: 62 % Energiebranche: 66 % Finanzbranche: 68 % Gesundheitswesen: 60 % Gastgewerbe: 59 %	Fertigung: 62 % Medien: 70 % Einzelhandel: 61 % Telekommunikation: 60 %
69 % der Manager*innen in Service und Produktion sagen, dass Mitteilungen von der Geschäftsführung nicht bei ihnen ankommen.	Australien: 86 % Brasilien: 56 % Deutschland: 77 % Indien: 67 % Japan: 60 % Mexiko: 71 % Vereinigtes Königreich: 71 % USA: 58 %	Automobilbranche: 63 % Energiebranche: 72 % Finanzbranche: 76 % Gesundheitswesen: 68 % Gastgewerbe: 57 %	Fertigung: 60 % Medien: 77 % Einzelhandel: 72 % Telekommunikation: 65 %
32 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion haben den Eindruck, dass ihre Meinung bei der Thematisierung von Problemen am Arbeitsplatz kein Gehör findet.	Australien: 23 % Brasilien: 34 % Deutschland: 30 % Indien: 17 % Japan: 58 % Mexiko: 24 % Vereinigtes Königreich: 33 % USA: 32 %	Automobilbranche: 36 % Energiebranche: 32 % Finanzbranche: 21 % Gesundheitswesen: 37 % Gastgewerbe: 35 %	Fertigung: 32 % Medien: 20 % Einzelhandel: 31 % Telekommunikation: 34 %

1. Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard (Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche	
<p>51 % der nicht leitenden Mitarbeitenden in Service und Produktion fühlen sich als Mitarbeiter*in nicht wertgeschätzt.</p>	<p>Australien: 52 % Brasilien: 51 % Deutschland: 46 % Indien: 23 % Japan: 75 % Mexiko: 37 % Vereinigtes Königreich: 55 % USA: 44 %</p>	<p>Automobilbranche: 54 % Energiebranche: 53 % Finanzbranche: 47 % Gesundheitswesen: 20 % Gastgewerbe: 48 %</p>	<p>Fertigung: 50 % Medien: 46 % Einzelhandel: 51 % Telekommunikation: 52 %</p>
<p>Über die Hälfte der Mitarbeitenden in Service und Produktion wünscht sich mehr Hilfe bei körperlicher Erschöpfung (60 %) oder mehr Unterstützung zugunsten der mentalen Gesundheit (57 %).</p>	<p>Australien: physisch (72 %), mental (69 %) Brasilien: physisch (54 %), mental (54 %) Deutschland: physisch (62 %), mental (61 %) Indien: physisch (65 %), mental (64 %) Japan: physisch (56 %), mental (52 %) Mexiko: physisch (58 %), mental (57 %) Vereinigtes Königreich: physisch (63 %), mental (58 %) USA: physisch (53 %), mental (50 %)</p>	<p>Automobilbranche: physisch (60 %), mental (56 %) Energiebranche: physisch (58 %), mental (56 %) Finanzbranche: physisch (65 %), mental (64 %) Gesundheitswesen: physisch (62 %), mental (59 %) Gastgewerbe: physisch (58 %), mental (55 %) Fertigung: physisch (57 %), mental (55 %) Medien: physisch (62 %), mental (55 %) Einzelhandel: physisch (59 %), mental (58 %) Telekommunikation: physisch (57 %), mental (57 %)</p>	

1. Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard (Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche	
52 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion glauben nicht, dass genug getan wird, um Probleme in der Lieferkette zu lösen.	Australien: 63 % Brasilien: 48 % Deutschland: 47 % Indien: 62 % Japan: 42 % Mexiko: 51 % Vereinigtes Königreich: 56 % USA: 52 %	Automobilbranche: 50 % Energiebranche: 53 % Finanzbranche: 57 % Gesundheitswesen: 52 % Gastgewerbe: 46 %	Fertigung: 52 % Medien: 53 % Einzelhandel: 55 % Telekommunikation: 53 %
51 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion berichten, dass der Mangel an Arbeitskräften ihre Arbeit erschwert.	Australien: 64 % Brasilien: 43 % Deutschland: 43 % Indien: 64 % Japan: 40 % Mexiko: 45 % Vereinigtes Königreich: 57 % USA: 58 %	Automobilbranche: 45 % Energiebranche: 49 % Finanzbranche: 55 % Gesundheitswesen: 56 % Gastgewerbe: 53 %	Fertigung: 47 % Medien: 53 % Einzelhandel: 53 % Telekommunikation: 49 %
58 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion glauben, dass die Arbeitsbelastung im kommenden Jahr entweder unverändert bleibt oder zunehmen wird.	Australien: 63 % Brasilien: 46 % Deutschland: 68 % Indien: 41 % Japan: 84 % Mexiko: 39 % Vereinigtes Königreich: 69 % USA: 63 %	Automobilbranche: 63 % Energiebranche: 60 % Finanzbranche: 55 % Gesundheitswesen: 57 % Gastgewerbe: 56 %	Fertigung: 65 % Medien: 55 % Einzelhandel: 59 % Telekommunikation: 51 %

1. Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard (Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen

Als die fünf wichtigsten Ursachen ihrer Arbeitsbelastung nennen Mitarbeitende in Service und Produktion weltweit folgende Punkte: Arbeitsmenge (45 %), niedrige Löhne (44 %), lange Arbeitstage (41 %), Umgang mit Kundenanforderungen (35 %) und Covid-19-Vorschriften (33 %).

Nach Land

Australien: Umgang mit Kundenanforderungen (42 %), zu viel Arbeit (40 %), Erwartungen von Vorgesetzten (37 %), lange Arbeitstage (36 %) und Covid-19-Vorschriften (35 %)

Brasilien: niedrige Löhne oder Gehälter (55 %), zu viel Arbeit (51 %), lange Arbeitstage (42 %), Angst vor Jobverlust (34 %) und feste Arbeitszeiten (34 %)

Deutschland: zu viel Arbeit (53 %), lange Arbeitstage (46 %), niedrige Löhne (44 %), Covid-19-Vorschriften (34 %) und Erwartungen von Vorgesetzten (33 %)

Indien: Covid-19-Vorschriften (44 %), zu viel Arbeit (42 %), Umgang mit Kundenanforderungen (38 %), lange Arbeitstage (38 %) und feste Arbeitszeiten (36 %)

Japan: niedrige Löhne (55 %), zu viel Arbeit (43 %), fehlende oder veraltete Technologie (39 %), lange Arbeitstage (37 %) und zu wenig Pausen (36 %)

Nach Branche

Automobilbranche: zu viel Arbeit (48 %), lange Arbeitstage (45 %), niedrige Löhne oder Gehälter (45 %), zu wenig Pausen (35 %) und Covid-19-Vorschriften (35 %)

Energiebranche: zu viel Arbeit (42 %), lange Arbeitstage (42 %), niedrige Löhne oder Gehälter (40 %), feste oder starre Arbeitszeiten (34 %), Covid-19-Vorschriften (33 %), fehlende oder veraltete Technologie (33 %) und Umgang mit Kundenerwartungen (33 %)

Finanzbranche: Umgang mit Kundenerwartungen (41 %), zu viel Arbeit (40 %), Behandlung durch Kund*innen (35 %), fehlende oder veraltete Technologie (34 %), Covid-19-Vorschriften (33 %), Erwartungen von Vorgesetzten (33 %), niedrige Löhne oder Gehälter (33 %) und lange Arbeitstage (33 %)

Gesundheitswesen: zu viel Arbeit (55 %), niedrige Löhne oder Gehälter (51 %), lange Arbeitstage (46 %), Umgang mit Patientenerwartungen (42 %) und Covid-19-Vorschriften (38 %)

Gastgewerbe: niedrige Löhne oder Gehälter (49 %), lange Arbeitstage (44 %), zu viel Arbeit (41 %), Covid-19-Vorschriften (36 %) und Umgang mit Kundenerwartungen (35 %)

Fertigung: zu viel Arbeit (48 %), niedrige Löhne oder Gehälter (45 %), lange Arbeitstage (42 %), fehlende oder veraltete Technologie (36 %), Erwartungen von Vorgesetzten

1. Eine Kultur der Fürsorge in Service und Produktion ist jetzt der neue Standard (Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche
<p>Als die fünf wichtigsten Ursachen ihrer Arbeitsbelastung nennen Mitarbeitende in Service und Produktion weltweit folgende Punkte: Arbeitsmenge (45 %), niedrige Löhne (44 %), lange Arbeitstage (41 %), Umgang mit Kundenanforderungen (35 %) und Covid-19-Vorschriften (33 %).</p>	<p>Mexiko: lange Arbeitstage (45 %), niedrige Löhne (45 %), zu viel Arbeit (41 %), Covid-19-Vorschriften (37 %), feste Arbeitszeiten (35 %) und zu wenig Pausen (35 %)</p> <p>Vereinigtes Königreich: zu viel Arbeit (47 %), lange Arbeitstage (43 %), niedrige Löhne (42 %), Umgang mit Kundenanforderungen (39 %), Erwartungen von Vorgesetzten (34 %) und zu wenig Pausen (34 %)</p> <p>USA: zu viel Arbeit (45 %), niedrige Löhne (44 %), lange Arbeitstage (41 %), Umgang mit Kundenanforderungen (35 %) und Covid-19-Vorschriften (33 %)</p>	<p>(32 %) und feste oder starre Arbeitszeiten (32 %)</p> <p>Medien: Umgang mit Kundenerwartungen (38 %), zu viel Arbeit (36 %), niedrige Löhne oder Gehälter (35 %), lange Arbeitstage (35 %), feste oder starre Arbeitszeiten (33 %), Covid-19-Vorschriften (33 %) und Erwartungen von Vorgesetzten (32 %)</p> <p>Einzelhandel: niedrige Löhne oder Gehälter (46 %), zu viel Arbeit (43 %), lange Arbeitstage (42 %), Umgang mit Kundenerwartungen (36 %) und Behandlung durch Kund*innen (35 %)</p> <p>Telekommunikation: zu viel Arbeit (46 %), niedrige Löhne oder Gehälter (43 %), lange Arbeitstage (38 %), Behandlung durch Kund*innen (34 %) und Umgang mit Kundenerwartungen (33 %)</p>

2. Mitarbeitende in Service und Produktion befinden sich an einem Wendepunkt

<p>Gefragt nach den entscheidendsten drei Gründen, einen Arbeitsplatzwechsel in Erwägung zu ziehen, gaben Mitarbeitende in Service und Produktion weltweit Folgendes an: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen.</p>	<p>Australien: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und mehr Flexibilität</p> <p>Brasilien: besserer Verdienst, bessere Mitarbeiterleistungen und bessere Work-Life-Balance</p>	<p>Automobilbranche: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p> <p>Energiebranche: besserer Verdienst, fehlende Gehaltserhöhungen und bessere Work-Life-Balance</p>
--	--	---

2. Mitarbeitende in Service und Produktion befinden sich an einem Wendepunkt (Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche
	<p>Deutschland: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p> <p>Indien: besserer Verdienst, neue Position zwecks Weiterbildung und bessere Mitarbeiterleistungen</p> <p>Japan: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und mehr Flexibilität</p> <p>Mexiko: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance, Weiterbildung und bessere Mitarbeiterleistungen</p> <p>Vereinigtes Königreich: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p> <p>USA: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p>	<p>Finanzbranche: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und mehr Flexibilität</p> <p>Gesundheitswesen: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p> <p>Gastgewerbe: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p> <p>Gastgewerbe: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p> <p>Medien: besserer Verdienst, mehr Flexibilität und bessere Mitarbeiterleistungen</p> <p>Einzelhandel: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance und fehlende Gehaltserhöhungen</p> <p>Telekommunikation: besserer Verdienst, bessere Work-Life-Balance, Weiterbildung und bessere Mitarbeiterleistungen</p>

3. Die Technologiebegeisterung ist groß

Aggregierte Gesamtsummen

Mitarbeitende in Service und Produktion erwarten sich von Technologie Hilfe bei der Zeitplanung (37 %), bei der Einarbeitung (36 %) und bei der Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (36 %), um ihre Arbeitsbelastung zu verringern.

Nach Land

Australien: Einplanung von Teammitgliedern (33 %), Einarbeitung neuer Teammitglieder (32 %), Abschalten nach der Arbeit (30 %)

Brasilien: Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (49 %), Informationen in Echtzeit zum täglichen Arbeitssoll (49 %), externe Kommunikation (48 %), Einplanung von Teammitgliedern (48 %)

Deutschland: Einarbeitung neuer Teammitglieder (30 %), Einplanung von Teammitgliedern (28 %), klare Trennung zwischen Arbeit und Freizeit (28 %), weniger Anwendungen (27 %)

Indien: Teamnutzung von VR/AR (52 %), Informationen in Echtzeit (51 %), Einplanung von Teammitgliedern (51 %), Zeitplanung (51 %), externe Kommunikation (51 %)

Japan: Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (23 %), Einarbeitung neuer Teammitglieder (20 %), Einplanung von Teammitgliedern (19 %), weniger Anwendungen (19 %), geringere Gerätenutzung (19 %)

Nach Branche

Automobilbranche: Einplanung von Teammitgliedern (37 %), Einarbeitung (35 %), Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (34 %)

Energiebranche: Einplanung von Teammitgliedern (39 %), Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (38 %), Einarbeitung neuer Teammitglieder (37 %)

Finanzbranche: Einplanung von Teammitgliedern (41 %), Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (41 %), Teamaustausch durch VR/AR (40 %)

Gesundheitswesen: Einarbeitung neuer Teammitglieder (36 %), Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (35 %), Einplanung von Teammitgliedern (35 %) und Verwaltung von Zeitplänen, Schichten und Terminen in Echtzeit

Gastgewerbe: Informationen in Echtzeit zum täglichen Arbeitssoll (36 %), Einplanung von Teammitgliedern (35 %) und Einarbeitung neuer Teammitglieder (35 %)

Fertigung: Einarbeitung neuer Teammitglieder (34 %), Einplanung von Teammitgliedern (33 %) und Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (33 %)

Medien: Optimierung von Genehmigungsprozessen durch die Geschäftsleitung (40 %), Einplanung von Teammitgliedern (38 %) und Austausch mit der Geschäftsführung/den Vorgesetzten (37 %)

3. Die Technologiebegeisterung ist groß
(Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche
	<p>Mexiko: Informationen zum täglichen Arbeitssoll (47 %), Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (47 %), Kommunikation außerhalb des Unternehmens (46 %), Optimierung von Genehmigungsprozessen (45 %), Kommunikation mit remote arbeitenden Kolleg*innen (45 %)</p> <p>Vereinigtes Königreich: Einplanung von Teammitgliedern (28 %), Einarbeitung neuer Teammitglieder (27 %), Automatisierung wiederkehrenden Arbeiten (26 %), weniger Anwendungen (26 %) und klare Trennung zwischen Arbeit und Freizeit (26 %) USA: Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (32 %), Einplanung von Teammitgliedern (31 %), Einarbeitung neuer Teammitglieder (30 %) und klare Trennung zwischen Arbeit und Freizeit (30 %)</p>	<p>Einzelhandel: Einarbeitung neuer Teammitglieder (36 %), Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (35 %) und Einplanung von Teammitgliedern (35 %)</p> <p>Telekommunikation: Einplanung von Teammitgliedern (41 %), Einarbeitung neuer Teammitglieder (41 %) und Automatisierung wiederkehrender Arbeiten (41 %)</p>

3. Die Technologiebegeisterung ist groß
(Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche
<p>63 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion sind von den durch Technologien möglichen Beschäftigungsangeboten begeistert.</p>	<p>Australien: 70 % Brasilien: 61 % Deutschland: 59 % Indien: 88 % Japan: 29 % Mexiko: 78 % Vereinigtes Königreich: 56 % USA: 62 %</p>	<p>Automobilbranche: 58 % Energiebranche: 64 % Finanzbranche: 75 % Gesundheitswesen: 57 % Gastgewerbe: 53 % Fertigung: 63 % Medien: 79 % Einzelhandel: 60 % Telekommunikation: 69 %</p>
<p>Die drei besten Lösungen, um Stress zu verringern, sind laut Angabe von Mitarbeitenden in Service und Produktion Gehaltserhöhungen, bezahlte arbeitsfreie Zeit und bessere Technologie-Tools zur Arbeitserleichterung.</p>	<p>Australien: Gehaltserhöhung (49 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (41 %), mehr Personal (37 %) Brasilien: Gehaltserhöhung (80 %), bessere Technologie (63 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (57 %) Deutschland: Gehaltserhöhung (49 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (47 %), mehr Personal (43 %) Indien: Gehaltserhöhung (67 %), bessere Technologie (64 %), flexible Arbeitszeiten (60 %) Japan: Gehaltserhöhung (59 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (44 %), regelmäßige Pausen (35 %) Mexiko: Gehaltserhöhung (71 %), bessere Technologie (58 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (57 %)</p>	<p>Automobilbranche: Gehaltserhöhung (60 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (46 %), bessere Technologie (45 %) Energiebranche: Gehaltserhöhung (62 %), bessere Technologie (49 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (48 %) Finanzbranche: Gehaltserhöhung (59 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (51 %), bessere Technologie (46 %) Gesundheitswesen: Gehaltserhöhung (71 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (58 %), mehr Personal (54 %) Gastgewerbe: Gehaltserhöhung (70 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (52 %), mehr Personal (47 %) Fertigung: Gehaltserhöhung (60 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (47 %), bessere Technologie (46 %)</p>

3. Die Technologiebegeisterung ist groß
(Fortsetzung)

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche
	flexible Arbeitszeiten (57 %) Vereinigtes Königreich: Gehaltserhöhung (57 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (46 %), mehr Personal (43 %) USA: Gehaltserhöhung (67 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (51 %), mehr Personal (45 %)	Medien: Gehaltserhöhung (56 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (45 %), klare Kommunikation seitens der Geschäftsführung (45 %) Einzelhandel: Gehaltserhöhung (64 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (50 %), flexiblere Arbeitszeiten (45 %) Telekommunikation: Gehaltserhöhung (67 %), flexiblere Arbeitszeiten (54 %), bessere Technologie (52 %), bezahlte arbeitsfreie Zeit (52 %)
46 % der Befragten geben an, dass ihnen Tools wichtiger sind als Hilfen für die mentale Gesundheit und ein Nutzen für das Wohlbefinden.	Australien: 34 % Brasilien: 63 % Deutschland: 32 % Indien: 64 % Japan: 33 % Mexiko: 58 % Vereinigtes Königreich: 36 % USA: 39 %	Automobilbranche: 45 % Energiebranche: 49 % Finanzbranche: 46 % Gesundheitswesen: 48 % Gastgewerbe: 45 % Fertigung: 46 % Medien: 40 % Einzelhandel: 44 % Telekommunikation: 52 %

4. Die Kluft zwischen Technologie und Training kann überwunden werden

Aggregierte Gesamtsummen	Nach Land	Nach Branche	
<p>Ein Drittel (32 %) der Mitarbeitenden in Service und Produktion gibt an, nicht über die richtige Technologie zu verfügen, um effektiv arbeiten zu können.</p>	<p>Australien: 22 % Brasilien: 34 % Deutschland: 32 % Indien: 21 % Japan: 60 % Mexiko: 25 % Vereinigtes Königreich: 32 % USA: 28 %</p>	<p>Automobilbranche: 36 % Energiebranche: 31 % Finanzbranche: 22 % Gesundheitswesen: 37 % Gastgewerbe: 37 %</p>	<p>Fertigung: 36 % Medien: 21 % Einzelhandel: 34 % Telekommunikation: 30 %</p>
<p>Etwa die Hälfte (55 %) berichtet, dass sie ohne Training mit neuen Technologien arbeiten musste.</p>	<p>Australien: 51 % Brasilien: 60 % Deutschland: 48 % Indien: 56 % Japan: 66 % Mexiko: 49 % Vereinigtes Königreich: 54 % USA: 52 %</p>	<p>Automobilbranche: 58 % Energiebranche: 55 % Finanzbranche: 44 % Gesundheitswesen: 60 % Gastgewerbe: 59 %</p>	<p>Fertigung: 54 % Medien: 49 % Einzelhandel: 53 % Telekommunikation: 58 %</p>
<p>46 % der Mitarbeitenden in Service und Produktion befürchten, den Arbeitsplatz zu verlieren, wenn sie sich nicht an neue Technologien anpassen.</p>	<p>Australien: 58 % Brasilien: 30 % Deutschland: 40 % Indien: 63 % Japan: 54 % Mexiko: 47 % Vereinigtes Königreich: 44 % USA: 31 %</p>	<p>Automobilbranche: 41 % Energiebranche: 44 % Finanzbranche: 63 % Gesundheitswesen: 36 % Gastgewerbe: 38 %</p>	<p>Fertigung: 42 % Medien: 63 % Einzelhandel: 46 % Telekommunikation: 51 %</p>