

13.12.2018 – 09:51 Uhr

So sieht die digitale Arbeitswelt der Zukunft aus - PwC Report zum Digitaltag 2018

PwC-Report zum Digitaltag 2018: So sieht die digitale Arbeitswelt der Zukunft aus

- Die Schweiz wünscht sich inmitten der Digitalisierung und tiefgreifender Veränderungen eine Arbeitswelt, in der der Mensch im Mittelpunkt steht
- Die Ansprüche an den Arbeitgeber der Zukunft sind hoch: mehr Selbstbestimmung, mehr Raum für Kreativität und ein ethisch und ökologisch tadelloses Verhalten
- Die Digitalisierung der Arbeitswelt wird insgesamt positiv wahrgenommen. Mit steigendem Alter nimmt die Skepsis tendenziell zu, bei den Digital Natives spalten sich jedoch die Meinungen
- Grosse Hoffnung setzen die Befragten in die Zusammenarbeit mit digitalen "Kollegen"; neue Technologien reduzieren administrative Langeweile und schaffen Raum für sinnvollere Aufgaben
- Die Grundvoraussetzung für die Akzeptanz digitaler Helfer ist klar die Datensicherheit
- Die Verantwortung für eine "menschliche" digitale Transformation wird beim Bildungswesen und den Arbeitgebern gesehen, die älteren Generationen rufen vermehrt nach dem Staat

Nicht nur die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden interagieren und zusammenarbeiten, hat sich durch die Digitalisierung stark verändert, auch die Arbeitswelt befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Am Digitaltag vom 25. Oktober 2018 hat PwC Schweiz die Besucherinnen und Besucher deshalb über die Arbeitswelt der Zukunft und ihre Einstellung zur Digitalisierung ihres Arbeitsplatzes befragt und die Antworten im Rahmen eines Brainstormings vertieft. Die Ergebnisse haben die PwC-Experten im Report "Welche Farbe hat Ihre Zukunft?" aufgearbeitet und zusammengefasst.

Die Arbeitswelt der Zukunft

Das Bild ist eindeutig: Fast die Hälfte der Befragten spricht sich für eine Arbeitswelt der Zukunftswelt aus, in der der Mensch im Mittelpunkt steht. In Hinblick auf ihre Karriere ist es sowohl Frauen als auch Männern aller Altersgruppen am wichtigsten, "selbstbestimmt zu arbeiten und eigenmächtig über Zeit und Arbeit zu entscheiden". Neben dieser Selbstbestimmtheit wollen die Befragten einer Arbeit nachgehen, die einen klaren Zweck erfüllt, die eine gesellschaftliche Bedeutung hat und mit der sie "wirklich etwas bewirken" können. Ein signifikanter Geschlechterunterschied zeigt sich lediglich in Bezug auf den zukünftigen Arbeitgeber. Zwar legen alle Umfrageteilnehmer viel Wert auf die Reputation eines Unternehmens, für Frauen ist aber die reine Weste ihres Arbeitgebers deutlich wichtiger als für Männer.

Die 16- bis 25-Jährigen möchten mit ihrer Arbeit in erster Linie "spürbare Veränderungen schaffen", alle anderen Altersgruppen motivieren hauptsächlich kreatives Schaffen und eine gerechte Entlohnung - bei Letzterem muss es sich jedoch nicht unbedingt um das grösstmögliche Einkommen handeln. Kreativität darf dabei durchaus von neuen Technologien unterstützt werden, denn die Mehrheit der 16- bis 45-Jährigen sieht sich in Zukunft als Teil eines effizienten und produktiven Unternehmens, in dem beispielsweise auch auf künstliche Intelligenz und Robotik gesetzt wird.

(Fast) keine Angst vor der Digitalisierung

Dementsprechend positiv stehen die Befragten der Digitalisierung der Arbeitswelt insgesamt gegenüber. Die ganz jungen Befragten bis 25 Jahre äussern sich eher neutral, obwohl sie sogenannte Digital Natives sind. Sie kennen die Digitalisierung vor allem aus dem Privatleben und der Schule, aber weniger aus dem Arbeitsleben selbst. Klar am positivsten eingestellt sind die etwas erfahreneren Digital Natives im Alter von 26 bis 35 Jahren. Unter den 36- bis 45-Jährigen ist neben mehrheitlich positiven Stimmen eine gewisse Skepsis auszumachen, und die Befragten ab 46 Jahren bekunden teilweise Mühe damit, mit dem schnellen Wandel mitzuhalten. Speziell die über 60-Jährigen fühlen sich in der Digitalisierung im Stich gelassen und sehen darin auch eine Dehumanisierung.

Kollege Roboter - mehr Kreativität dank Technologie

Die positive Wahrnehmung der Digitalisierung steht im Einklang mit dem Wunsch nach Kreativität und Selbstbestimmung. Die Befürworter des Einsatzes neuer Technologien am Arbeitsplatz erhoffen sich nämlich von der Digitalisierung mehr Zeit für kreative Aufgaben. So können beispielsweise repetitive oder administrative Arbeiten durch technologische Automatisierung wesentlich effizienter gestaltet und präziser abgewickelt werden. Künstliche Intelligenz und Roboter werden dann als "Arbeitskollegen" akzeptiert, wenn sie diese Erwartungen erfüllen. Besonders die 26- bis 35-Jährigen sind von dieser Idee begeistert. Daneben sind die im Brainstorming am häufigsten genannten Chancen der Digitalisierung die Vereinfachung der Arbeit, Effizienzsteigerung, das grosse Innovationspotenzial und ein erleichterter Zugang zu Informationen.

Doch auch die Risiken sind präsent: Datensicherheit, das Fehlen des sozialen Aspekts und ein möglicher Jobverlust werden in dieser Reihenfolge am häufigsten als Kehrseite der Digitalisierung genannt. Frauen machen sich dabei eher Sorgen um eine geringe soziale Interaktion und die Sicherheit ihrer Daten, Männer um den Verlust ihrer Arbeitsstelle. Die Altersgruppen 26 bis 35 Jahre und 46 bis 60 Jahre beschäftigen das Thema Datensicherheit am meisten, während die 16- bis 25-Jährigen dies nicht als Gefahr zu betrachten scheinen. Der Verlust sozialer Interaktion beschäftigt die 36- bis 45-Jährigen am stärksten.

Klare Erwartungen an Bildungswesen, Arbeitgeber und Staat

Die wichtigsten Eigenschaften, um heute und in Zukunft erfolgreich am Arbeitsmarkt bestehen zu können, sind laut den Befragten Offenheit, Neugier, Agilität und die Fähigkeit, in Teams zu arbeiten. Die Arbeitnehmenden müssten zudem ein tieferes Verständnis für sämtliche Prozesse der Digitalisierung erlangen. Viele junge Teilnehmende des Brainstormings erachten dabei Programmierkenntnisse als besonders vorteilhaft.

Damit sich die Arbeitskräfte diese neuen Kompetenzen aneignen können, brauchen sie die gemeinsame Unterstützung durch das Bildungswesen, die Arbeitgeber und den Staat. Doch auch das Individuum - also jeder Einzelne selbst - müsse bemüht sein, sich digitale Fähigkeiten anzueignen. Darin sind sich die Befragten einig. Die Altersgruppe 16 bis 25 Jahre, die zum Teil noch unsicher über die Möglichkeiten der Digitalisierung am Arbeitsplatz ist, wünscht sich Unterstützung und Richtlinien vom Bildungswesen und von ihren ersten Arbeitgebern. Die sehr positiv eingestellten 26- bis 35-Jährigen nehmen klar den Arbeitgeber und das Bildungswesen in die Pflicht, damit sie von der Digitalisierung profitieren können. Sie fordern Infrastrukturen und passende Weiterbildungsmöglichkeiten. Auffallend ist, dass sie die Verantwortung für die Unterstützung der Bevölkerung im direkten Vergleich weniger bei sich selbst sehen. Auch die Altersgruppe 36 bis 45 Jahre nimmt den Arbeitgeber in die Pflicht, allerdings erwartet sie ebenso vom Staat Unterstützung - eventuell durch das Schaffen von unterstützenden Rahmenbedingungen -, damit die Älteren den Anschluss nicht verlieren.

Neben digitalen Kompetenzen ist immer mehr auch eine neue Denkweise - ein neues Mindset - gefragt. Und nur, wenn in einem Unternehmen auch eine entsprechende Unternehmenskultur herrscht, in der neue Prozesse und Innovation gefördert werden, kann die digitale Transformation sowohl für Arbeitgeber wie auch für Arbeitnehmende stattfinden.

Über den Report "Welche Farbe hat Ihre Zukunft?"

Für den Report hat PwC Schweiz am Digitaltag 2018 über 1000 Besucherinnen und Besucher zur Digitalisierung und über die Arbeitswelt der Zukunft befragt. 51% der Befragten waren Frauen, 49% Männer. In Bezug auf das Alter fielen 54% der Teilnehmenden in die Kategorie 16 bis 35 Jahre, 46% waren 36 Jahre alt und älter. Die Alterskategorien wurden eingeteilt in: 16-25, 26-35, 36-45, 46-60 und 60+ Jahre.

Anhand von sieben Fragen konnten die Teilnehmenden herausfinden, welche der insgesamt vier von PwC prognostizierten Arbeitswelten ihnen am besten zusagt - diese Zukunftsszenarien basieren auf dem globalen PwC-Report "[Workforce of the Future](#)", der die verschiedenen Kräfte analysiert, die den Arbeitsmarkt bis 2030 beeinflussen werden. Anhand offen formulierter Fragen im Rahmen eines Brainstormings sind unsere Experten gemeinsam mit den Teilnehmenden tiefer in die Thematik eingetaucht, um herauszufinden, welche Bedeutung die Menschen der Digitalisierung beimessen, wenn es um ihre eigene Karriere geht.

Download

Der gesamte Report kann als PDF heruntergeladen werden:

https://www.pwc.ch/de/publications/2018/Welche_Farbe_hat_Ihre_Zukunft-Digitaltag_2018.pdf

Share

Unsere Medienmitteilungen finden Sie auch auf www.twitter.com/PwC_Switzerland und www.linkedin.com/company/pwc-switzerland.

Über PwC

Der Zweck von PwC ist es, das Vertrauen in der Gesellschaft weiter auszubauen und wichtige Probleme zu lösen. Wir sind ein Netzwerk von Mitgliedsfirmen in 158 Ländern mit über 250 000 Mitarbeitenden. Diese setzen sich dafür ein, mit Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsberatung sowie Digital Services einen Mehrwert für die Wirtschaft und insbesondere für die Unternehmen zu bieten. Bei PwC Schweiz arbeiten daran über 3200 Mitarbeitende und Partner an 14 verschiedenen Standorten in der Schweiz und an einem im Fürstentum Liechtenstein. Erfahren Sie mehr und sagen Sie uns, was für Sie von Wert ist, unter www.pwc.ch.

"PwC" bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere seiner Mitgliedsfirmen. Jedes Mitglied dieses Netzwerks ist ein separates Rechtssubjekt. Nähere Angaben dazu finden Sie unter www.pwc.com/structure.

Fabio Tobler

PwC | PR & Communications

Office: +41 58 792 4856 | Main: +41 58 792 4400

Email: fabio.tobler@ch.pwc.com

PricewaterhouseCoopers AG

Birchstrasse 160 | Postfach | CH-8050 Zürich

<http://www.pwc.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100823196> abgerufen werden.