



Home & Office – Better Together

Wie Homeoffice und hybride Arbeit das Büro neu definieren



Vierte Auflage der PwC-Studie
zum ortsunabhängigen Arbeiten

Dezember 2025

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Kernaussagen	4
01 Homeoffice in hybriden Arbeitsumgebungen	5
02 Weiterentwicklung des Homeoffice als Arbeitsort	9
03 Entwicklung der Mitarbeitendenproduktivität	15
04 Einfluss hybrider Arbeit auf die Arbeitgeberattraktivität	18
05 Rolle des Unternehmensbüros in hybriden Arbeitsräumen	21
06 Weiterentwicklung des Büros als Arbeitsort	25
Methodik und Stichprobenszusammensetzung	29

Vorwort

Arbeiten hat heute ein neues Gesicht. Wo früher der feste Arbeitsplatz dominierte, entstehen flexible, vernetzte und zunehmend digitale Arbeitswelten. Homeoffice und Büro sind längst keine Gegensätze mehr, sondern zwei Seiten derselben Medaille – verbunden durch Technologien, die Zusammenarbeit über räumliche Grenzen hinweg möglich machen und neue Freiräume eröffnen.

Treiber dieser Entwicklung sind nicht nur die fortschreitende Digitalisierung, sondern auch neue Technologien wie künstliche Intelligenz, die Arbeitsprozesse beschleunigen, Kommunikation vereinfachen und völlig neue Formen der Zusammenarbeit eröffnen. Gleichzeitig verlangt der demografische Wandel nach Arbeitsmodellen, die Talente gewinnen, halten und motivieren. Unternehmen stehen damit vor der spannenden Aufgabe, Arbeitsorte zu gestalten, die sowohl Produktivität als auch Kreativität und Verbundenheit fördern.

Für Unternehmen bedeutet das: Das Büro muss mehr sein als ein Arbeitsplatz. Es wird zum Ort der Begegnung, der Inspiration und des Austauschs – zu einem Raum, der Identität stiftet, Innovation fördert und das Gemeinschaftsgefühl stärkt, und dennoch konzentriertes Arbeiten ermöglicht. Gleichzeitig gewinnt das Homeoffice weiter an Bedeutung als Ort produktiven Arbeitens, der Selbstbestimmung und der hohen Work-Life-Integration.

Zwischen diesen Polen entstehen hybride Arbeitswelten, die Chancen eröffnen, aber auch neue Fragen aufwerfen: Wie gestalten Unternehmen diese neuen Räume so, dass sie produktiv, motivierend und nachhaltig sind? Welche Veränderungen wurden bereits umgesetzt? Welche Rolle spielt das Büro – gibt es eine Rückkehr der Beschäftigten? Und wie können Arbeitgebende sicherstellen, dass Mitarbeitende nicht nur leistungsfähig, sondern auch langfristig zufrieden bleiben?

Unsere aktuelle Studie „**Home & Office – Better Together**“ geht genau diesen Fragen auf den Grund. Aufbauend auf den Erkenntnissen unserer bisherigen Untersuchungen in den Studien der vergangenen Jahre kombinieren wir aktuelle Umfrageergebnisse mit unserer Beratungspraxis und zeigen, wie Unternehmen hybride Arbeitswelten heute gestalten und welche Trends diese prägen werden.

Wir laden Sie ein, mit uns einen Blick nach vorn zu werfen. Nutzen Sie die gewonnenen Erkenntnisse, um Ihre eigene Strategie zu schärfen und Arbeitsumgebungen zu schaffen, die Menschen begeistern und Unternehmen nachhaltig erfolgreich machen.



Katja Morgia
Director



Isabella Sophia Maurer
Managerin

Autorinnen



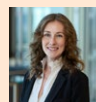
Katja Lawrence



Mareike Kusch



Isabella Sophia Maurer



Dr. Kyra Voll

Kern- aussagen

Unsere Studie verbindet Stimmen von 100 Arbeitgebenden und 500 Arbeitnehmenden deutscher Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und macht sichtbar, wo und wie in hybriden Arbeitsumgebungen gearbeitet wird. Im Fokus stehen Erfahrungen, Bedarfsveränderungen und Anpassungen der Büroflächen für die neue Arbeitswelt.

Hybrides Arbeiten bezieht sich auf die Möglichkeit, sowohl von zu Hause bzw. dritten Orten (z. B. Coworking Spaces), als auch im Büro zu arbeiten und mit Kolleg:innen an verschiedenen Standorten digital und physisch zu kollaborieren.

Die vierte Auflage unserer Studie zum Thema ortsunabhängiges Arbeiten erlaubt einen Vergleich der Ergebnisse aus den vergangenen Jahren, seit Ausbruch der COVID-19 Pandemie, mit der aktuellen Wahrnehmung in den neu etablierten hybriden Arbeitsumgebungen.

Zentrale Ergebnisse

- 1 Hybrides Arbeiten etabliert sich als Standard:**
83% der Beschäftigten arbeiten bereits regelmäßig im Homeoffice, 58% mindestens zwei Tage pro Woche. 88% möchten diese Flexibilität künftig beibehalten.
- 2 Unternehmen reagieren:**
77% der Unternehmen planen, bestehende Homeoffice-Regelungen fortzuführen oder auszuweiten, um Flexibilität, Zufriedenheit und Retention zu stärken.
- 3 Produktivität bleibt hoch:**
87% der Arbeitgebenden und 89% der Beschäftigten sehen im Homeoffice eine gleichbleibende oder höhere Produktivität – ein stabiler Trend seit 2020.
- 4 Zufriedenheit und Bindung:**
Homeoffice steigert die Work-Life-Integration und Zufriedenheit deutlich. Für 44% ist Flexibilität ein entscheidendes Kriterium bei der Arbeitgeberwahl; Einschränkungen würden 21% zum Jobwechsel bewegen.
- 5 Rolle des Büros verändert sich:**
96% der Unternehmen haben ihre Büros angepasst. Trotz Relevanz bleibt die Auslastung oft unter 75%. Gefragt sind Rückzugsräume für Fokussarbeit und flexible Flächen für Teamarbeit.





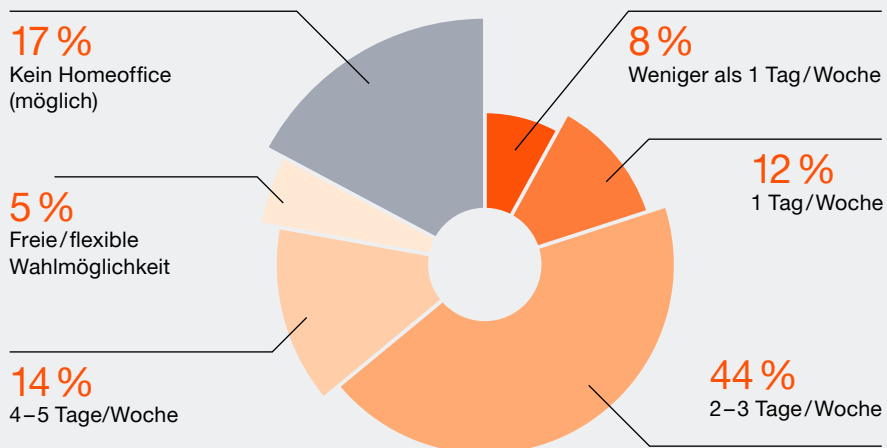
01

Homeoffice in hybriden Arbeitsumgebungen

Heute und zukünftig bildet Homeoffice eine konstante Basis unserer hybriden Arbeitswelt.

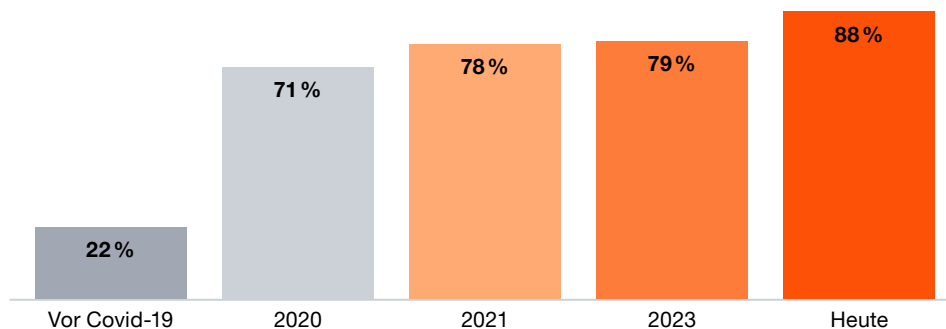
Bei der Betrachtung der Ergebnisse unserer neuesten Umfrage zeigt sich, dass die Bedeutung des Homeoffice weiterhin hoch bleibt. Über 80% der Befragten arbeiten aus dem Homeoffice, über die Hälfte (58%) sogar mindestens zwei Tage pro Woche. Dahingegen können oder möchten nur 17% der Arbeitnehmenden nicht regelmäßig im Homeoffice arbeiten. Mit zunehmendem Lebensalter wird in unserer Umfrage häufiger angegeben, nicht im Homeoffice zu arbeiten.

Arbeitnehmende: Aktuelle Homeoffice-Nutzung



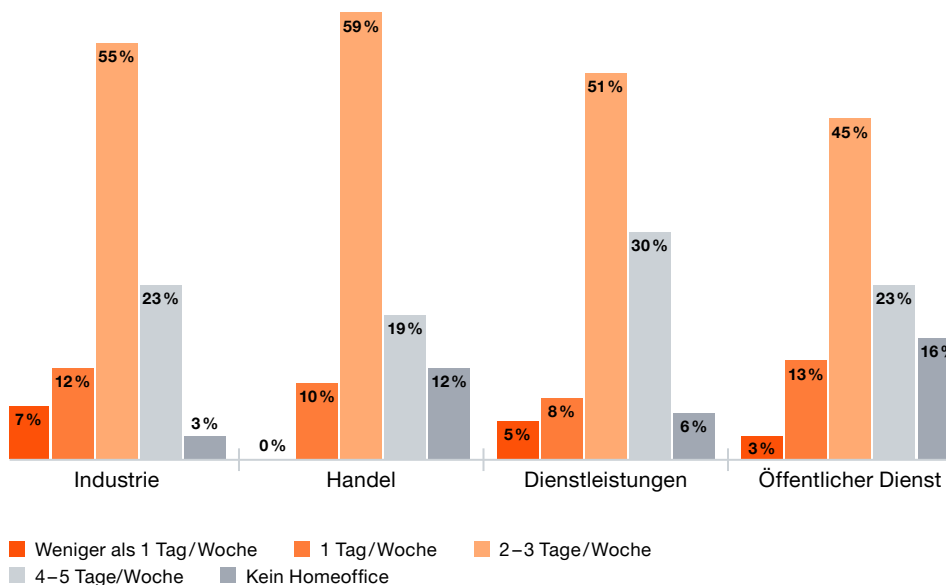
Seit der ersten Auflage unserer Homeoffice-Studie werden Arbeitnehmende nach ihrer Wunschzahl an Homeoffice-Tagen pro Woche gefragt. Der größte Wandel ergab sich durch die Pandemie, von 22% vor Covid-19 auf 71% in 2020. Seitdem ist der Wunsch zur Möglichkeit der flexiblen Arbeit im Homeoffice weiter gestiegen. In diesem Jahr geben erstmals fast 9 von 10 Befragten an, dass sie in den nächsten 12 Monaten in einer typischen Arbeitswoche mindestens einen Tag von zu Hause aus arbeiten möchten.


Arbeitnehmende: Wunsch mindestens einmal pro Woche im Homeoffice zu arbeiten



Die Homeoffice-Präferenzen unterscheiden sich dabei in den unterschiedlichen Branchen kaum. Mit einem Drittel der Teilnehmenden geben Personen aus der Dienstleistungsbranche im Vergleich am häufigsten an, vier bzw. fünf Tage pro Woche im Homeoffice arbeiten zu wollen (30%). Es festigt sich jedoch die bereits in der letzten Studie erkannte Tendenz, dass im Öffentlichen Dienst mit 16% der Befragten ein hoher Anteil die Möglichkeit des Homeoffice zukünftig gar nicht wahrnehmen möchte.

Arbeitnehmende: Gewünschte Homeoffice-Nutzung in einer typischen Arbeitswoche in den nächsten 12 Monaten (nach Branchen)





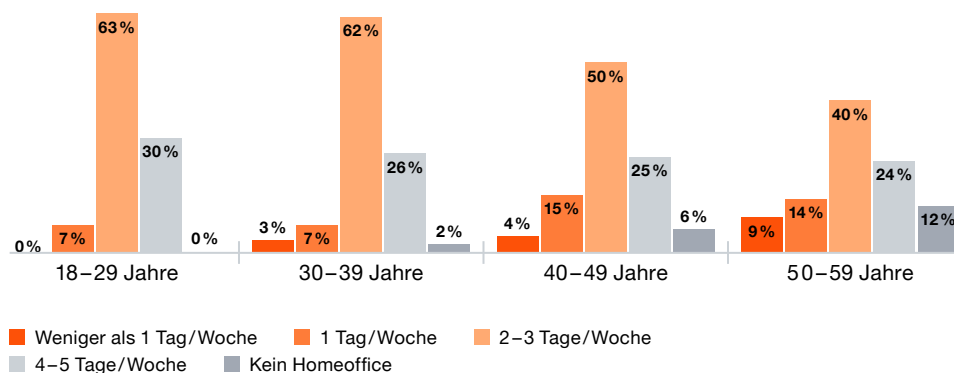
Der konstant hohe und weiter steigende Wunsch zur Möglichkeit der flexiblen Arbeit im Homeoffice an mindestens einem Tag pro Woche – von 22% vor COVID-19 auf nun 88% im Jahr 2025 – zeigt deutlich die hohe Bedeutung des Homeoffice in der hybriden Arbeitswelt.

Um jedoch das volle Potenzial hybrider Arbeitsräume auszuschöpfen, ist es wichtig, aus den Erfahrungen der Menschen im Homeoffice zu lernen, um auch die anderen Komponenten – insbesondere das Büro – zu einem Ort zu gestalten, der den Arbeitserfolg fördert.

Die überwiegende Mehrheit der Arbeitnehmenden – über alle Altersgruppen hinweg – bevorzugt die Möglichkeit, zukünftig flexibel im Homeoffice zu arbeiten.

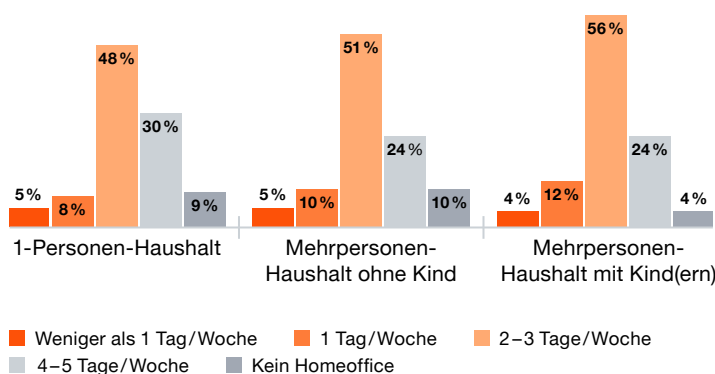
Bei einer Betrachtung der zukünftigen Homeoffice-Präferenzen verschiedener Altersgruppen lässt sich feststellen, dass eine überwiegende Mehrheit an 2–3 Tagen pro Woche im Homeoffice arbeiten möchte. Dennoch zeichnen sich hier Unterschiede ab. Während bei den jüngeren Befragten, im Alter von 18 bis 39 Jahren, über 60% mindestens die Hälfte ihrer wöchentlichen Arbeitszeit von zu Hause aus arbeiten möchten, so sind es bei den Befragten zwischen 40 und 49 Jahren nur 50% und unter den ältesten Befragten der Stichprobe (50–59 Jahre) sogar nur 40%. Gleichzeitig nimmt der Anteil der Personen, die sich kein Homeoffice wünschen, mit dem Alter zu. Hervorzuheben ist, dass keiner der 18-bis 29-Jährigen Befragten zukünftig ganz auf die Arbeit im Homeoffice verzichten möchte. Im Vergleich zur letzten Studie ist der Anteil der Befragten, die gar kein Homeoffice wollen, in allen Altersgruppen deutlich gesunken. Dadurch lässt sich ein allgemeiner Trend hin zu einer größeren Homeoffice-Präferenz ableiten.

Arbeitnehmende: Gewünschte Homeoffice-Nutzung in einer typischen Arbeitswoche in den nächsten 12 Monaten (nach Altersgruppen)



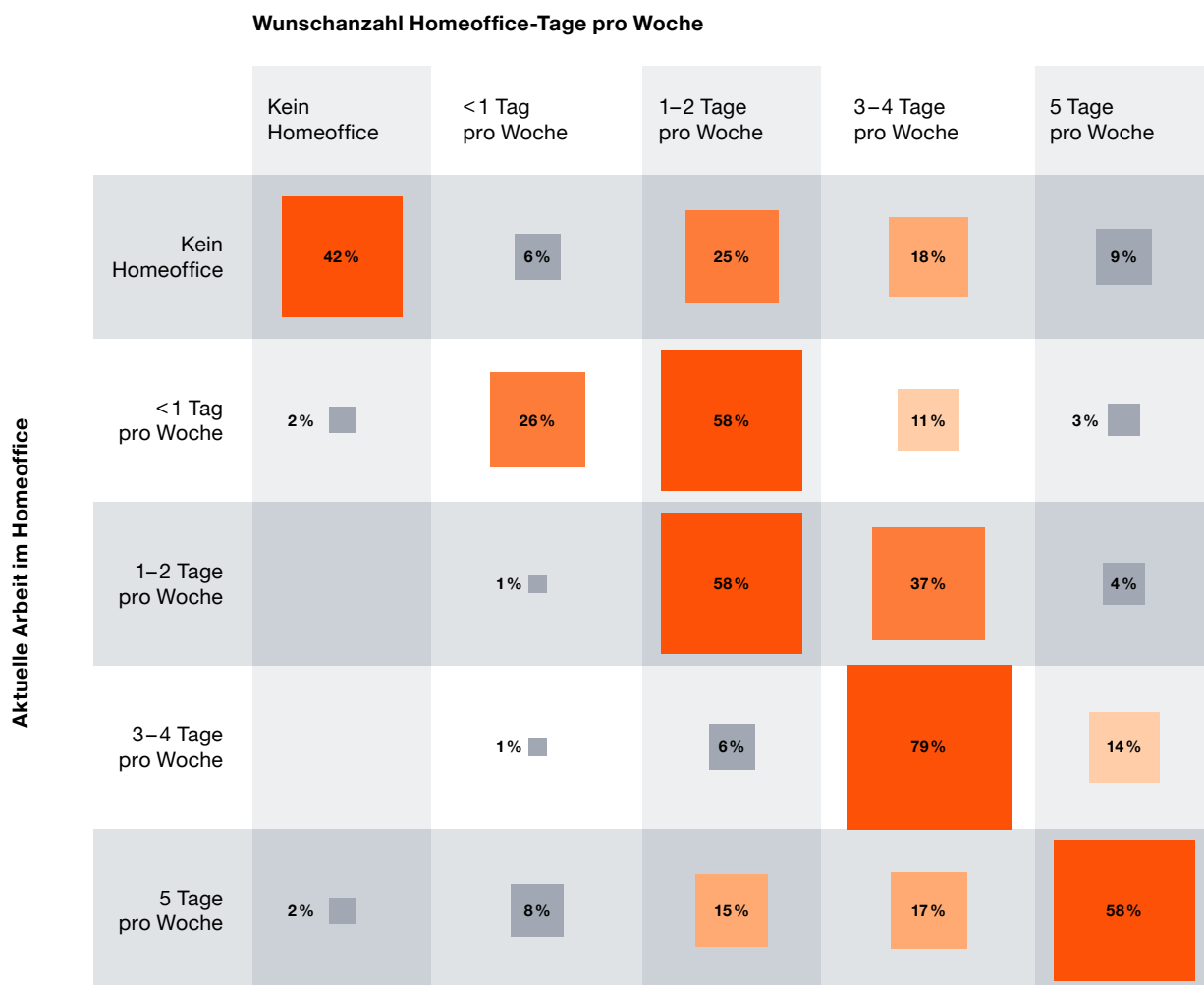
Bei einer Betrachtung nach Haushaltssituation wird deutlich erkennbar, dass der Wunsch nach Homeoffice geringer ausfällt, wenn die Befragten in einem Haushalt ohne Kinder leben. Gegenüber Befragten, die in einem Haushalt mit Kind(ern) leben, geben sie mehr als doppelt so häufig an, zukünftig kein Homeoffice machen zu wollen.

Arbeitnehmende: Gewünschte Homeoffice-Nutzung in einer typischen Arbeitswoche in den nächsten 12 Monaten (nach Haushaltssituation)



In unserer Umfrage geben regelmäßig Homeoffice-Nutzende an, dieses auch weiterhin beibehalten zu wollen. Personen, die bisher weniger von zu Hause gearbeitet haben, möchten dies in Zukunft ausbauen.

Arbeitnehmende: Gewünschte Homeoffice-Nutzung in einer typischen Arbeitswoche in den nächsten 12 Monaten (nach Homeoffice aktuell)



Inbesondere der Eintritt jüngerer Generationen in den Arbeitsmarkt verstärkt die Relevanz von Homeoffice als Vorteil der Unternehmen im Wettbewerb um Fachkräfte. Homeoffice scheint die Vereinbarkeit von Care-Arbeit und Beruf zu fördern und eröffnet damit ein breiteres Potenzial an Fachkräften, als bislang ausgeschöpft, auf dem Arbeitsmarkt einzubinden.





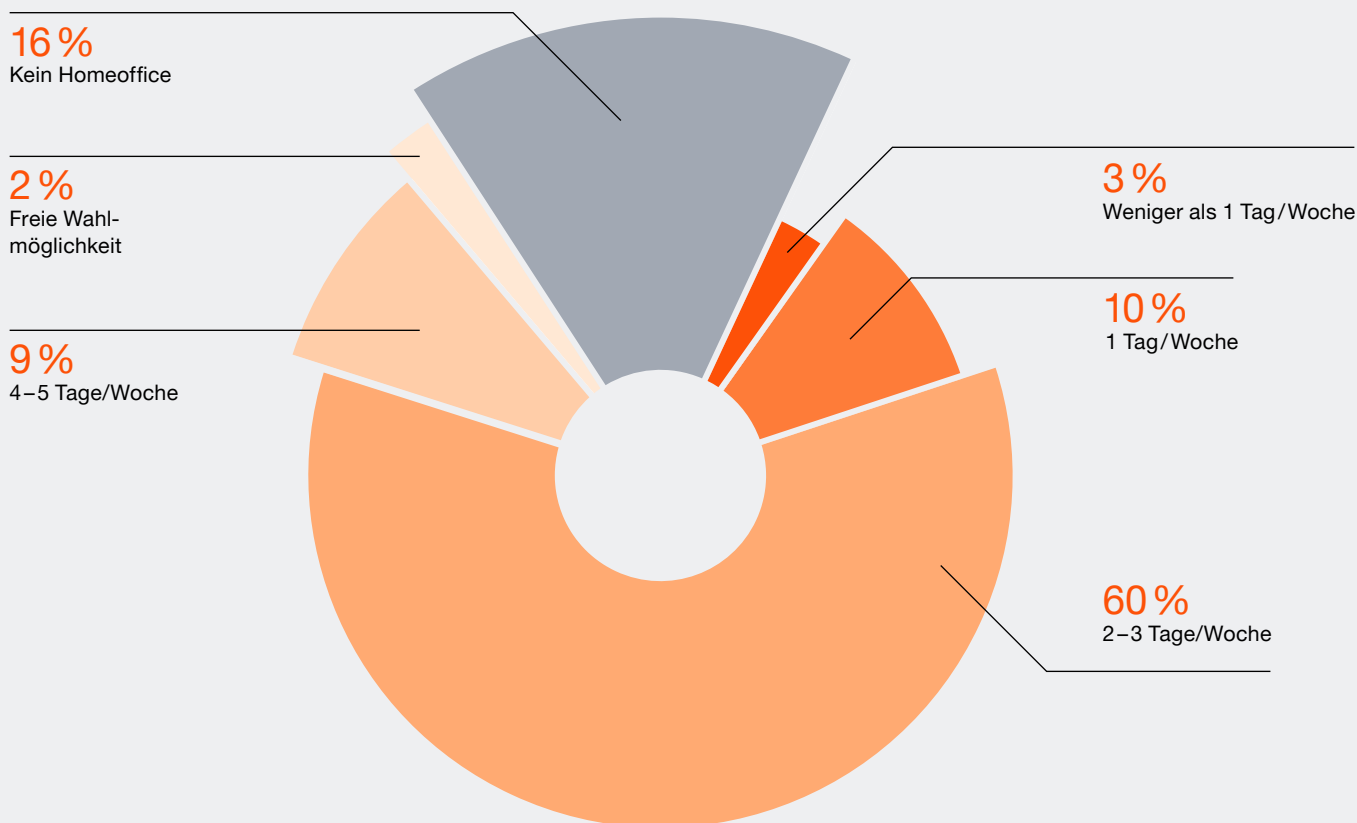
02

Weiterentwicklung des Homeoffice als Arbeitsort

Eine Gegenüberstellung der Aussagen von Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden zeichnet ein ähnliches Bild über die Homeoffice-Frequenz der Mitarbeitenden.

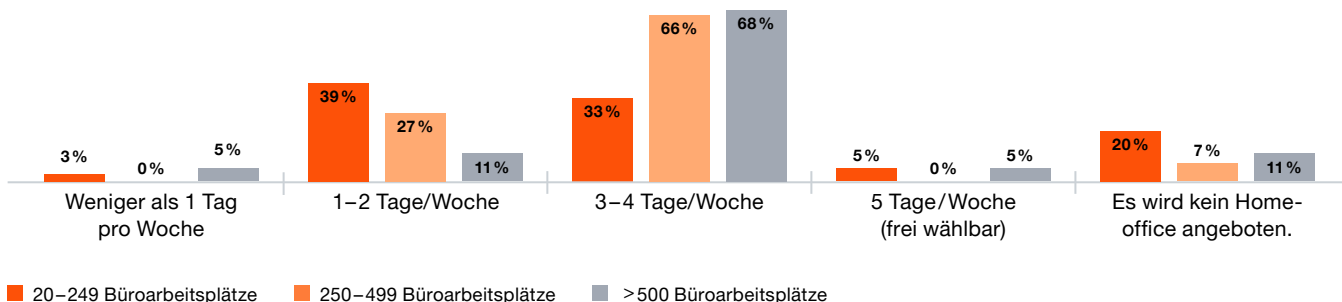
Aus Sicht der Arbeitgebenden erwarten 60%, dass ihre Mitarbeitenden künftig zwei bis drei Tage pro Woche im Homeoffice arbeiten. Der Vergleich mit den Antworten der Arbeitnehmenden (hier geben 44% an, 2–3 Tage pro Woche im Homeoffice zu arbeiten) zeigt eine weitgehende Übereinstimmung der Wahrnehmungen.

Arbeitgebende: Tage pro Woche, die Mitarbeitende im Regelfall im Homeoffice arbeiten



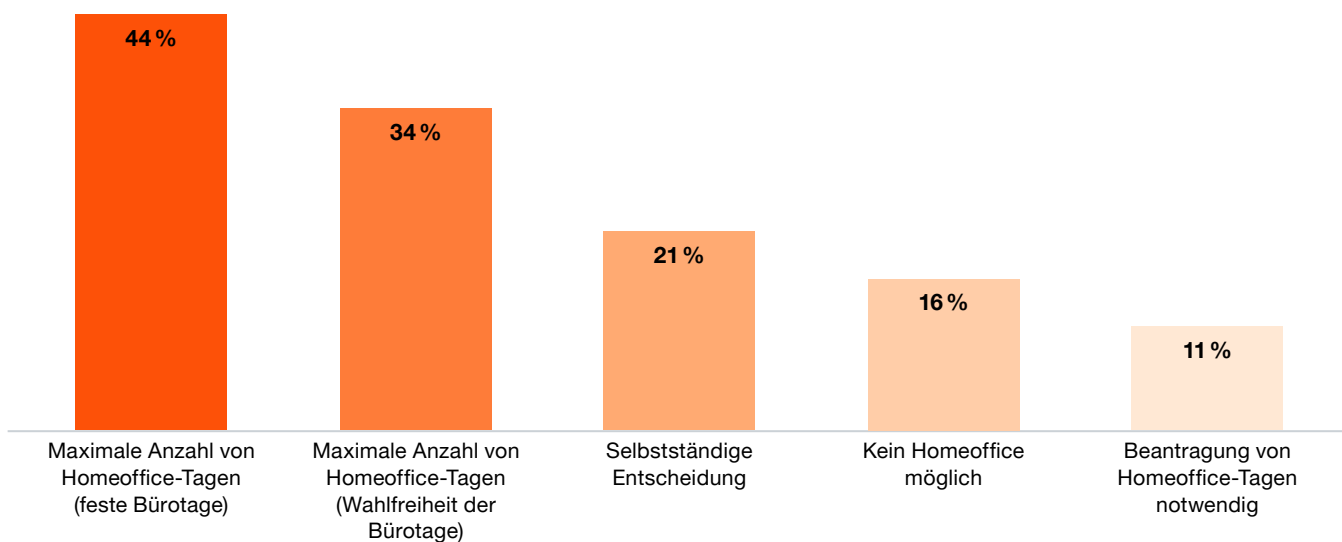
Unternehmen mit kleineren Standorten (gemessen an der Büroarbeitsplatzanzahl) bieten deutlich seltener Homeoffice an: 20% verzichten ganz darauf und bei 39% sind nur ein bis zwei Tage pro Woche üblich.

Arbeitgebende: Tage pro Woche, die Mitarbeitende im Regelfall im Homeoffice arbeiten (nach Anzahl Büroarbeitsplätze am Standort)



Weiterhin haben wir untersucht, wie die derzeitige Homeoffice-Regelung im Einzelnen in den Unternehmen gestaltet wird. Die Ergebnisse zeigen, dass der Großteil (44%) ihren Mitarbeitenden eine maximale Anzahl von Homeoffice-Tagen freistellt, jedoch eine Anwesenheit an bestimmten Tagen vorgibt. 21% der Unternehmen gestatten den Mitarbeitenden gänzlich flexibel zu entscheiden, wann oder wie oft sie im Büro arbeiten. Es gibt jedoch auch Unternehmen, die gar kein Homeoffice anbieten (16%) oder es nur auf Antrag der Mitarbeitenden (11%) erwägen.

Arbeitgebende: Aktuelle Homeoffice-Regelung (Mehrfachnennung möglich)



In jedem dritten Industrieunternehmen (33%) ist Homeoffice nicht möglich. Handelsunternehmen setzen meist auf feste Präsenztage bei begrenzten Homeoffice-Tagen (80%), während Dienstleistungsunternehmen die größte Flexibilität bieten: 43% erlauben eine weitgehend freie Wahl des Arbeitsortes.

Arbeitgebende und Mitarbeitende haben ähnliche Vorstellungen zur Häufigkeit von Homeoffice. Die Mehrheit der Arbeitgebenden bevorzugen jedoch feste Präsenztage, um den persönlichen Austausch zu sichern und gleichzeitig Flexibilität zu ermöglichen.

Zwei Drittel der Unternehmen planen in Bezug auf Homeoffice-Regelungen ihrer Strategie treu zu bleiben – während gemäß dem Motto „immer mal wieder etwas Neues“ ein Drittel in Zukunft plant, diese zu verändern.

Im Folgenden werfen wir einen Blick auf die Vorhaben der Unternehmen in Bezug auf Homeoffice-Regelungen für die nächsten zwölf Monate. Hierbei zeigt sich, dass rund zwei Drittel der befragten Unternehmen (65 %) keine Veränderungen an ihren Regelungen planen und diese fortführen möchten. Während 12 % der Befragten ihre Homeoffice-Regelungen sogar erweitern werden, planen rund 23 % eine Einschränkung aktuell geltender Regelungen.

Arbeitgebende: Neugestaltung der zukünftigen Homeoffice-Regelung



12%

werden bestehende Homeoffice-Regelungen erweitern.



65%

lassen Homeoffice-Regelungen unverändert.



23%

werden bestehende Homeoffice-Regelungen einschränken.

Insbesondere in der Industrie- und Dienstleistungsbranche hält die Mehrheit der Unternehmen an bestehenden Regelungen fest (72% bzw. 70%). Im Handel hingegen geht der eindeutige Trend zu einer Einschränkung bestehender Regelungen (53%).

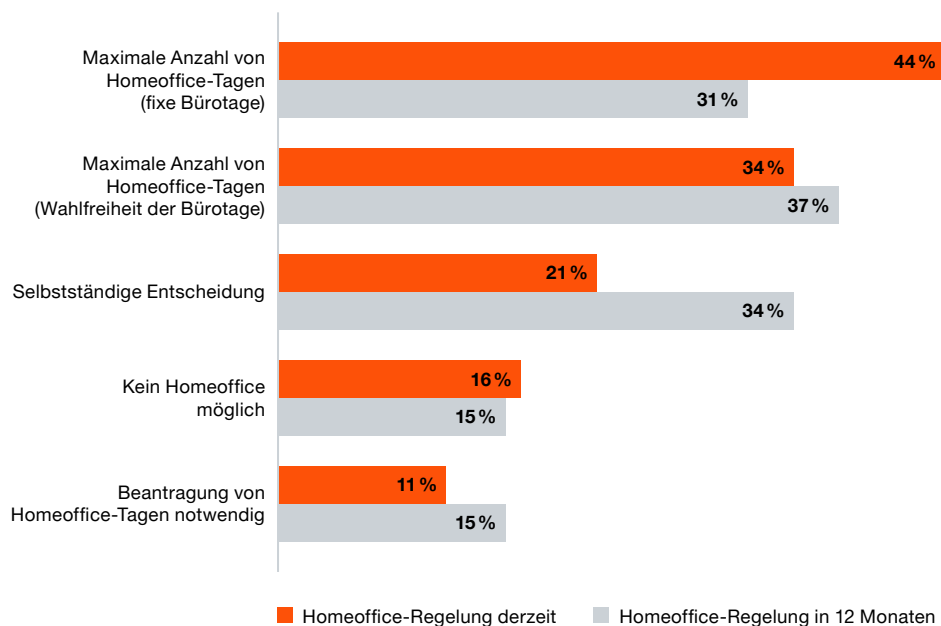
In umsatzstarken Unternehmen (> 500 Mio. € Umsatz in 2024) werden die Regelungen kaum ausgeweitet (4%), sondern tendenziell zukünftig beschränkt (41%).

Bei Unternehmen, die Homeoffice-Regelungen in den nächsten zwölf Monaten einschränken wollen, werden 70% lediglich noch einen Tag Homeoffice pro Woche gestatten. 75% der Unternehmen, die eine Erweiterung planen, geben an, dass ihre Mitarbeitenden im kommenden Jahr frei wählen können, wie häufig sie aus dem Homeoffice arbeiten.

Insgesamt 34% der befragten Unternehmen (vergl. derzeit 21%) planen für das kommende Jahr, dass Mitarbeitende selbst entscheiden können, wie oft sie im Homeoffice arbeiten. Andere Unternehmen planen eine feste Anzahl an Homeoffice-Tagen vorzugeben, bei denen die Mitarbeitenden selbst wählen können, an welchen Tagen sie im Büro sind (37% vergl. derzeit 34%) oder feste Office-Tage vorgegeben bekommen (31% vergl. derzeit 44%).

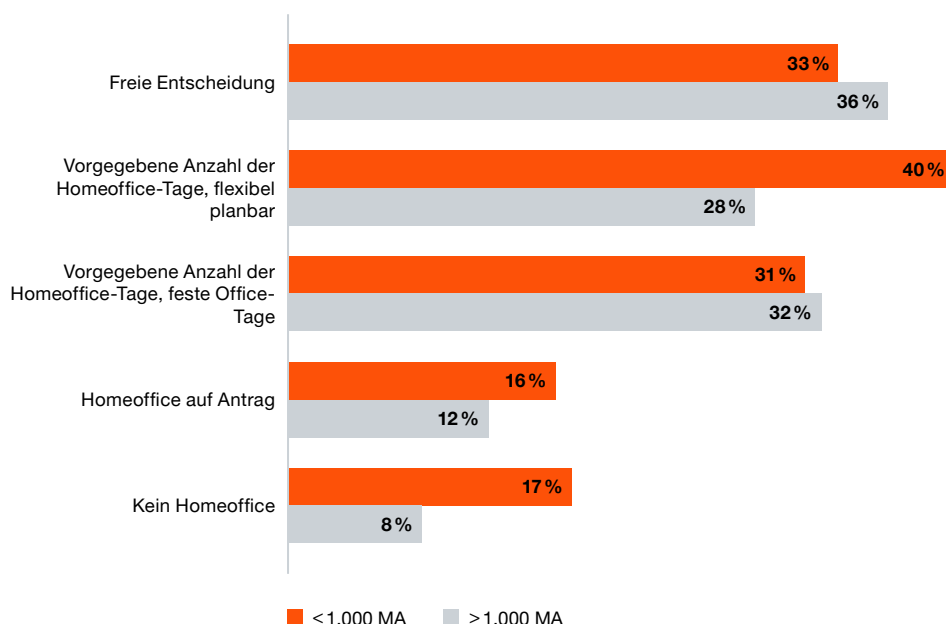


Arbeitgebende: Geplante Homeoffice-Regelungen in den Unternehmen für die nächsten 12 Monate (Mehrfachnennung möglich)



Bei der Betrachtung der Ergebnisse nach Mitarbeitendenanzahl am Standort ist in Zukunft die Flexibilität (freie Entscheidung und flexibel planbare Tage) in kleineren Unternehmen stärker ausgeprägt (73% zu 64%).

Arbeitgebende: Geplante Homeoffice-Regelungen in den Unternehmen für die nächsten 12 Monate (nach Mitarbeitendenanzahl am Standort) (Mehrfachnennung möglich)

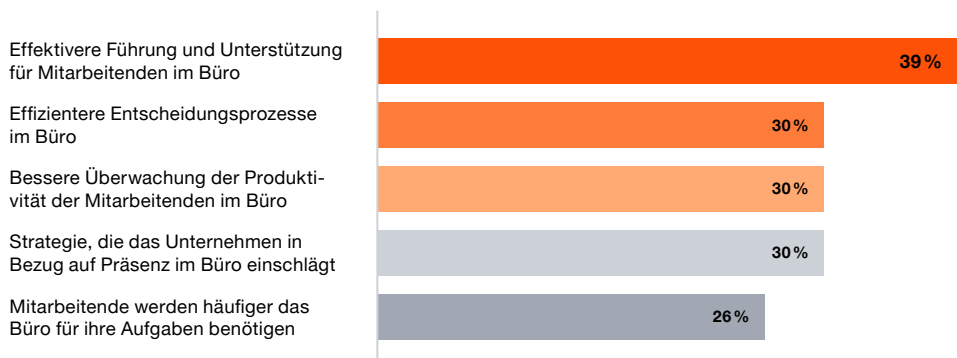


Die Studie offenbart weiterhin Veränderungen bei den Homeoffice-Regelungen. Jene Unternehmen, die eine Erweiterung in Betracht ziehen, möchten Flexibilität und Entscheidungsfreiheit ihrer Mitarbeitenden stärken. Dies kann durch das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit und Produktivität der Mitarbeitenden sowie durch den drängenden Fachkräftemangel begründet sein. Eine pauschale Return-to-Office Bewegung kann nicht abgeleitet werden.

Arbeitgebende, die das Homeoffice beibehalten oder sogar erweitern wollen, geben als Top-Gründe eine höhere Produktivität und bessere Arbeitsergebnisse ihrer Mitarbeitenden im Homeoffice an.

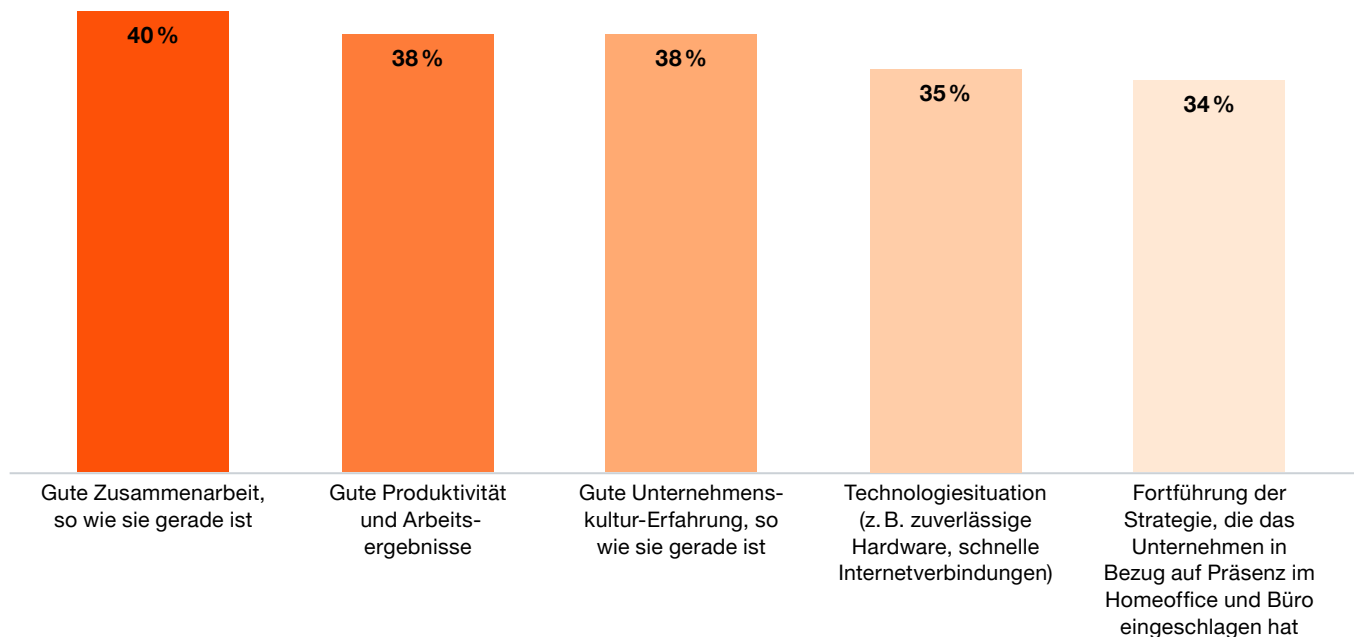
Die Analyse der angegebenen Gründe für eine Reduzierung, Ausweitung oder Beibehaltung der Homeoffice-Regelungen liefert interessante Ergebnisse. Eine Reduktion wird am häufigsten mit einer effektiveren Führung und Unterstützung für Mitarbeitende im Büro begründet (39%), sowie der Wahrnehmung effizienterer Entscheidungsprozesse im Büro (30%) und der besseren Überwachung der Produktivität vor Ort (30%).

Arbeitgebende: Gründe für eine Reduktion der Homeoffice-Möglichkeiten (Top 5) (Mehrfachnennung möglich)



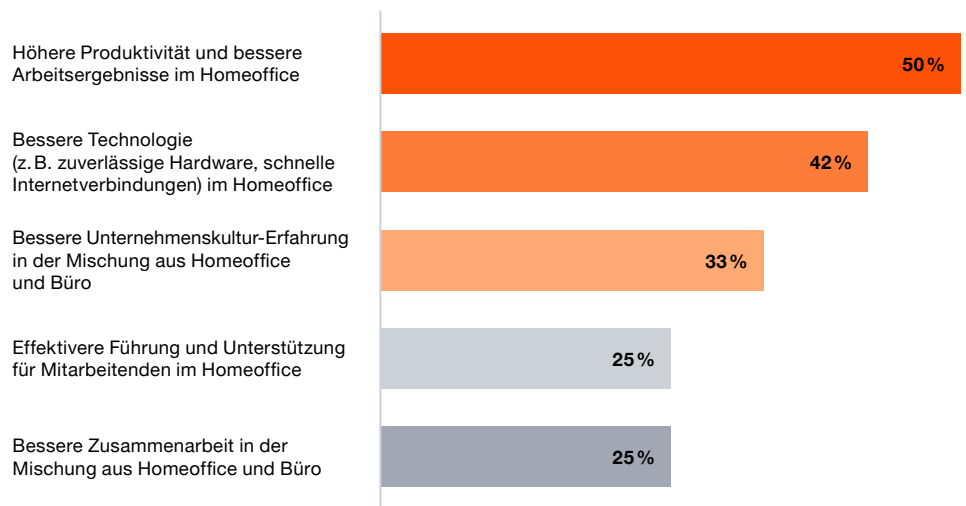
Die Unternehmen, die keine Veränderung ihrer Homeoffice-Regelung anstreben, begründen dies mit guter Zusammenarbeit (40%). Jeweils über ein Drittel der Befragten nennen auch die Produktivität und Arbeitsergebnisse (38%), die Unternehmenskultur-Erfahrung (38%) und die Technologiesituation als Gründe gegen eine Neuregelung.

Arbeitgebende: Gründe für das Beibehalten der Homeoffice-Regelung (Top 5) (Mehrfachnennung möglich)



Die Hälfte jener Arbeitgebenden, die planen ihre Homeoffice-Tage/Optionen zu erweitern, begründen dies mit der höheren Produktivität und besseren Arbeitsergebnissen im Homeoffice. Auch bessere Technologie zu Hause (42%) sowie eine bessere Unternehmenskultur-Erfahrung in der Mischung aus Homeoffice und Büro (33%) werden genannt. Außerdem zählen zu den Top-5-Gründen für eine Ausweitung des Homeoffice-Anteils eine effektivere Führung und Unterstützung der Mitarbeitenden im Homeoffice sowie eine bessere Zusammenarbeit in der Kombination aus Homeoffice und Büro. Beide Gründe sind für jeweils ein Viertel der Unternehmen relevant.

**Arbeitgebende: Gründe für eine Erweiterung der Homeoffice-Möglichkeiten (Top 5)
(Mehrfachnennung möglich)**



Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Unternehmen unterschiedliche Strategien zur Anpassung ihrer Homeoffice-Regelungen verfolgen.

Während einige weiterhin auf Überwachung und Präsenz im Büro setzen, betonen jene Unternehmen, die das Homeoffice erweitern möchten, die Bedeutung von Vertrauen und Eigenverantwortung.



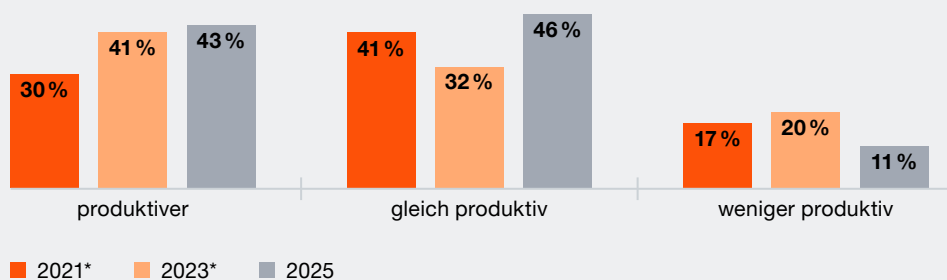
03

Entwicklung der Mitarbeitendenproduktivität

Die Produktivität im Homeoffice wird weiterhin als hoch oder sogar höher als im Büro eingeschätzt – sowohl bei den befragten Arbeitnehmenden als auch den Arbeitgebenden.

Die aktuellen Ergebnisse zeigen: Homeoffice hat sich für Arbeitnehmende als der produktivste Arbeitsort etabliert. Der größte Teil der Befragten schätzt die Arbeitsleistung im Homeoffice als gleich produktiv (46%) oder sogar als produktiver (43%) im Vergleich zum Büro ein. Dies bestätigt die bereits in den vergangenen Studien zu beobachtende, konstante, positive Entwicklung der Arbeitsleistung im Homeoffice. Dabei fällt auf, dass besonders Personen mit einem hohen Homeoffice-Anteil eine hohe Produktivität im Homeoffice angeben. Diese Ergebnisse müssen mit Blick auf den Fakt der Selbstselektion jedoch mit Vorsicht betrachtet werden. Denn Menschen, die a) im Homeoffice arbeiten können und b) sich dort produktiver fühlen, arbeiten tendenziell auch häufiger von zu Hause.

Arbeitnehmende: Einschätzung der Produktivität bei Arbeit im Homeoffice gegenüber dem Büro

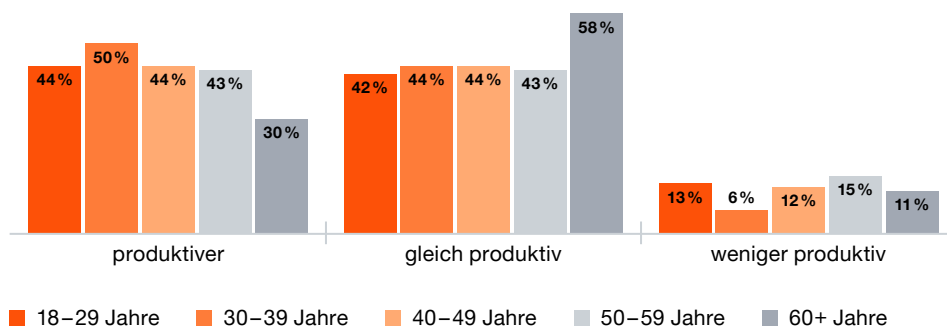


*Differenzbeträge zu 100 % wegen „Kein Homeoffice“

Mit Blick auf die unterschiedlichen Altersgruppen ist im Vergleich zu den letzten Jahren eine Angleichung zu beobachten. Insbesondere bei den Befragten im Alter zwischen 18 und 59 Jahren lassen sich nur unwesentliche Unterschiede bei der Produktivität feststellen. Mit nur 30% gibt jedoch ein deutlich geringerer Anteil der über 60-Jährigen an, im Homeoffice produktiver zu sein.

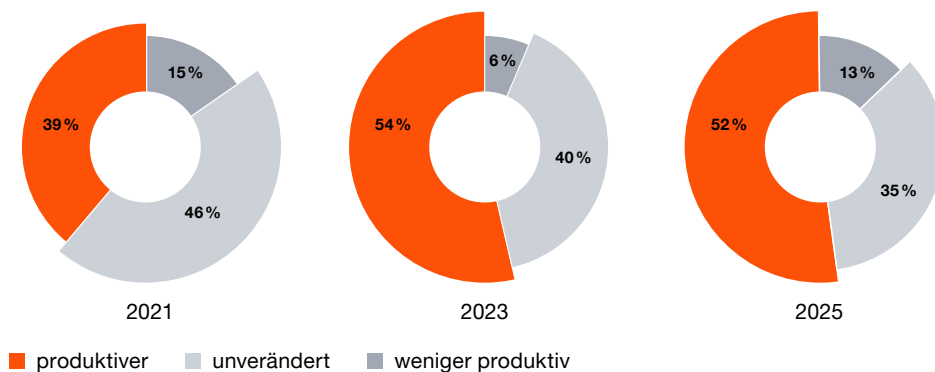
Wachsende Erfahrung, berufliche Routine, technologische Integration und veränderte Arbeitskulturen können mögliche Gründe für die hoch wahrgenommene Produktivität sein. Gleichzeitig müssen Unternehmen ein Augenmerk darauf legen, die Altersgruppe der über 60-jährigen in hybriden Arbeitsmodellen nicht zu vernachlässigen und damit im schlechtesten Fall für ihr Team zu verlieren.

Arbeitnehmende: Einschätzung der Produktivität bei Nutzung von Homeoffice gegenüber dem Büro (nach Altersgruppen)



Bereits in den vergangenen Jahren zeigte sich auch das Vertrauen der Arbeitgebenden in ihre Mitarbeitenden: rund 39% (in 2021) bzw. 54% (in 2023) bewerteten die Produktivität ihrer Mitarbeitenden im Homeoffice höher als im Büro. Die aktuellen Ergebnisse bestätigen diese Wahrnehmung größtenteils. Rund 52% der Arbeitgebenden stellen auch im Jahr 2025 eine höhere Produktivität bei ihren Mitarbeitenden fest. Gleichzeitig hat sich die Zahl der Arbeitgebenden, die ihre Mitarbeitenden als weniger produktiv einschätzen, mehr als verdoppelt.

Arbeitgebende: Einschätzung der Produktivität der Arbeitnehmenden im Homeoffice

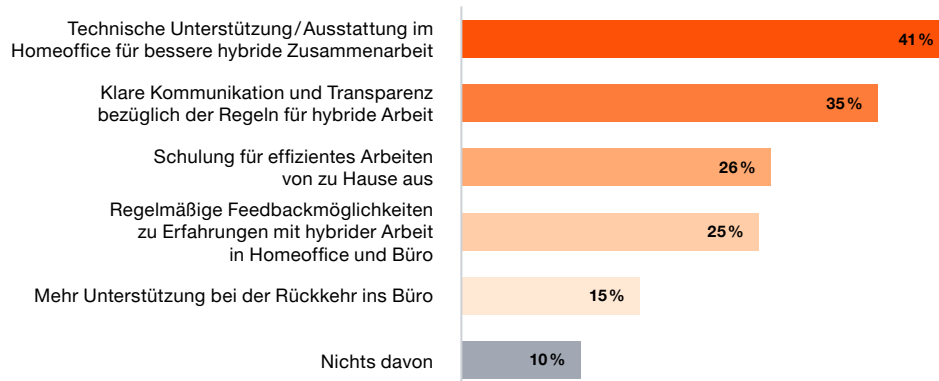


Eine mögliche Ursache könnten die sich wandelnden Erwartungen an Mitarbeitende sein. Homeoffice wird als „neuer Standard“ gesehen, was erfahrungsgemäß mit höherem Anspruch an Selbstmanagement und Leistung bei den Mitarbeitenden einhergeht.

Die Produktivität im Homeoffice wird positiv wahrgenommen, mit den richtigen Angeboten können Arbeitgebende jedoch weiteres Potenzial in hybriden Arbeitsumgebungen freisetzen.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass es Potenzial gibt, die allgemeine Produktivität der Mitarbeitenden noch weiter zu steigern. Auf die Frage, was Arbeitnehmende brauchen, um noch effektiver und effizienter in hybrider Arbeitsumgebung arbeiten zu können, werden technische Unterstützung/ Ausstattung im Homeoffice, klare Kommunikation und Transparenz bzgl. hybrider Regeln, Schulungen für effizientes Arbeiten von zu Hause sowie regelmäßige Feedbackmöglichkeiten zu Erfahrungen mit hybrider Arbeit am häufigsten genannt. Dies zeigt den Wunsch der Arbeitnehmenden, weiter von- und miteinander zu lernen, um die Potenziale hybrider Arbeit noch besser und produktiver nutzen zu können.

Arbeitnehmende: Maßnahmen für effektiveres und effizienteres Arbeiten in hybriden Umgebungen (Mehrfachnennung möglich)

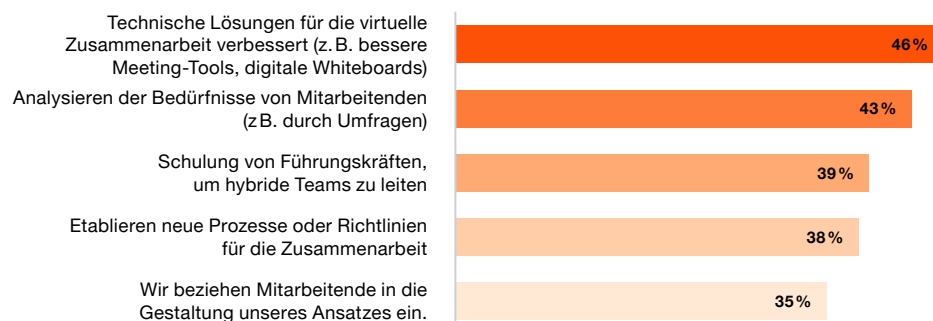


Knapp ein Drittel der über 60-Jährigen (29%) sieht in keiner der vorgeschlagenen Maßnahmen eine geeignete Lösung – ein Befund, der sich mit ihrer gering eingestuften Homeoffice-Produktivität deckt.

Der Vergleich zwischen den Wünschen der Arbeitnehmenden und den von Arbeitgebenden umgesetzten Maßnahmen zur Unterstützung hybrider Arbeitsmodelle zeigt ein uneinheitliches Bild.

Arbeitgebende nennen verbesserte technische Lösungen, Analyse der Bedürfnisse der Arbeitnehmenden, Führungskräftebildungen, neue Prozesse bzw. Richtlinien für die Zusammenarbeit sowie Einbindung der Mitarbeitenden als Top-5-Maßnahmen.

Arbeitgebende: Ergriffene Maßnahmen, zur Unterstützung hybrider Arbeitsweisen für Mitarbeitende und Führungskräfte (Top 5) (Mehrfachnennung möglich)



Insbesondere mit Blick auf die technische Ausstattung sowie das Schulungsangebot lässt sich auf Basis der Ergebnisse feststellen, dass die Angebote der Arbeitgebenden den Wünschen der Arbeitnehmenden (noch) nicht in ausreichendem Maße gerecht werden. Zudem scheint es zwar in vielen Unternehmen bereits Regeln für hybride Arbeit zu geben, sie sind den Mitarbeitenden aussagegemäß aber nicht ausreichend bekannt.

Ein Drittel der Arbeitgebenden bezieht bereits die Mitarbeitenden aktiv in die Gestaltung ein. Dies ist ein guter Wert, für die Zukunft ist jedoch entscheidend, dass Arbeitgebende und Arbeitnehmende noch stärker in den Dialog treten, um die Lücke zwischen bestehenden Angeboten und tatsächlichen Bedürfnissen zu schließen. Werden Maßnahmen gezielt und praxisnah gestaltet, kann die Produktivität im hybriden Arbeiten weiterhin gesteigert werden.



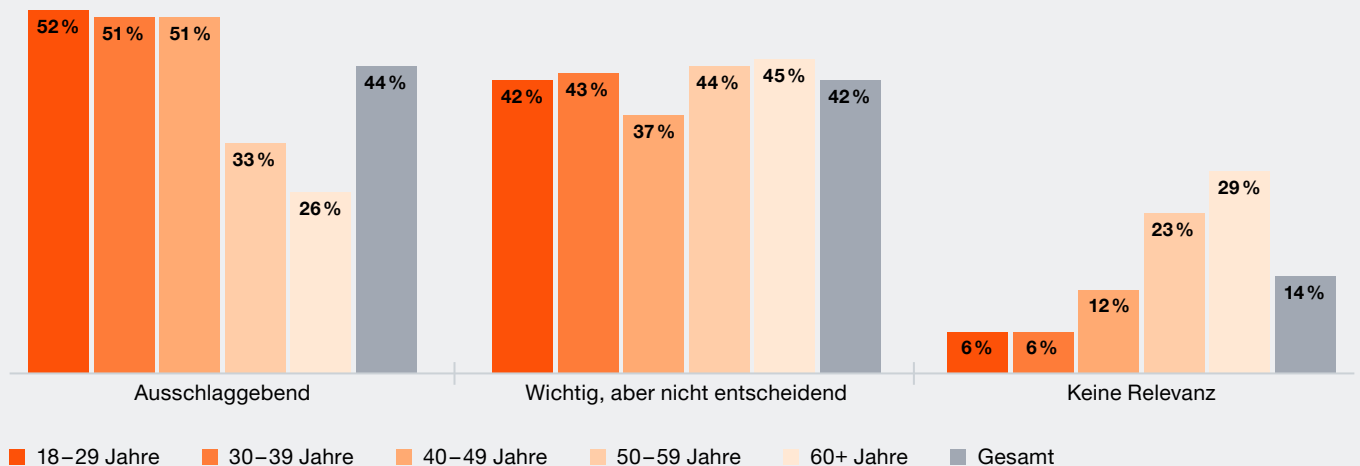
04

Einfluss hybrider Arbeit auf die Arbeitgeberattraktivität

Die Möglichkeit hybrid zu arbeiten, stellt für Arbeitnehmende einen entscheidenden Faktor bei der Bewertung der Arbeitgeberattraktivität dar.

Unsere Studie zeigt erneut, wie wichtig die Möglichkeit zum Homeoffice bei der Wahl des Arbeitgebenden ist. Für viele Arbeitnehmende ist die Möglichkeit, auch von zu Hause arbeiten zu können, ein zentraler Faktor. Insgesamt bewerten 44% der Befragten Homeoffice als entscheidendes Kriterium, während 42% es als wichtig, aber nicht ausschlaggebend dafür betrachten, sich für oder gegen bestimmte Arbeitgebende zu entscheiden. Nur 14% messen der Homeoffice-Möglichkeit keine Relevanz bei. Damit verfestigt sich der Trend aus den Vorjahren: 2021 bewerteten 20% und 2023 schon 39% Homeoffice als entscheidenden Faktor. Im Generationenvergleich zeigt sich, dass das Homeoffice besonders für Arbeitnehmende unter 50 Jahren überdurchschnittlich entscheidend bei der Arbeitgeberwahl ist. Auch knapp die Hälfte der Frauen geben Homeoffice als entscheidendes Kriterium an (48%) – noch häufiger im Alter von 18–29 Jahren (52%) und zwischen 30–49 Jahren (51%).

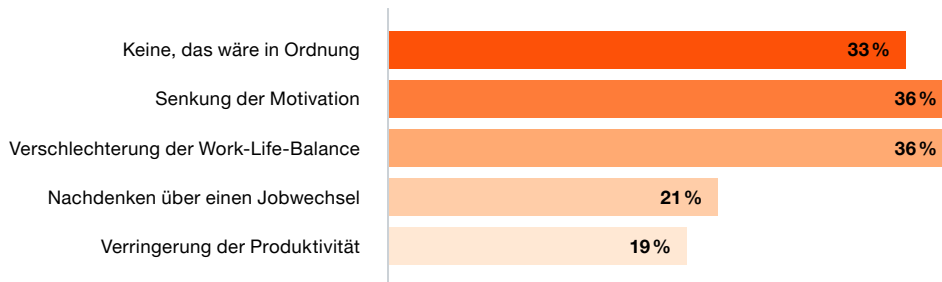
Arbeitnehmende: Rolle der Homeoffice-Möglichkeit bei der Jobwahl (nach Alter)



Angesichts der Ergebnisse ist es kaum überraschend, dass eine mögliche Einschränkung der aktuellen Homeoffice-Regelungen mehrheitlich als negativ empfunden wird.

Während für 33% der Befragten Arbeitnehmenden eine Reduktion in Ordnung wäre, geben 36% eine Senkung der Motivation und 36% eine Verschlechterung der Work-Life-Balance als mögliche Konsequenzen an. 21% der Befragten erwägen sogar einen Jobwechsel.

Arbeitnehmende: Auswirkungen im Falle der Einschränkungen der Homeoffice-Möglichkeiten (Mehrfachnennung möglich)

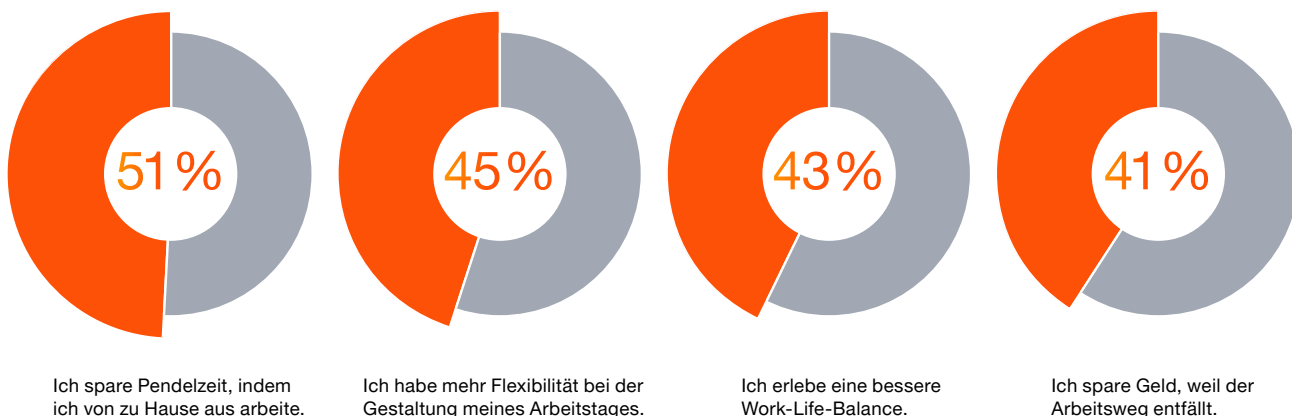


Auch bei diesen Ergebnissen werden die Generationenunterschiede sichtbar: Personen mit einem Alter über 50 Jahre akzeptieren eher eine Reduzierung (46%), während Arbeitnehmende unter 40 Jahren bei der Einschränkung der Homeoffice-Möglichkeiten vermehrt über einen Jobwechsel nachdenken würden (34% bei den 18- bis 29-Jährigen, 29% bei den 30- bis 39-Jährigen).

Der Zusammenhang zwischen Homeoffice-Möglichkeiten und der Wahl des Arbeitgebenden resultiert unter anderem aus den zahlreichen Vorteilen, die Arbeitnehmende mit dem Homeoffice verbinden. An vorderster Stelle steht für die Befragten die gewonnene Zeit durch den Wegfall der täglichen Pendelzeit (51%), dicht gefolgt von einer erhöhten Flexibilität bei der Gestaltung des Arbeitstages (45%) sowie einer erlebten besseren Work-Life-Integration (43%). Als weiterer Pluspunkt wird die Ersparnis bei den Kosten durch den entfallenen Arbeitsweg angegeben (41%). Damit bestätigen sich die Top-Vorteile aus 2023 durch die Ergebnisse unserer diesjährigen Studie.

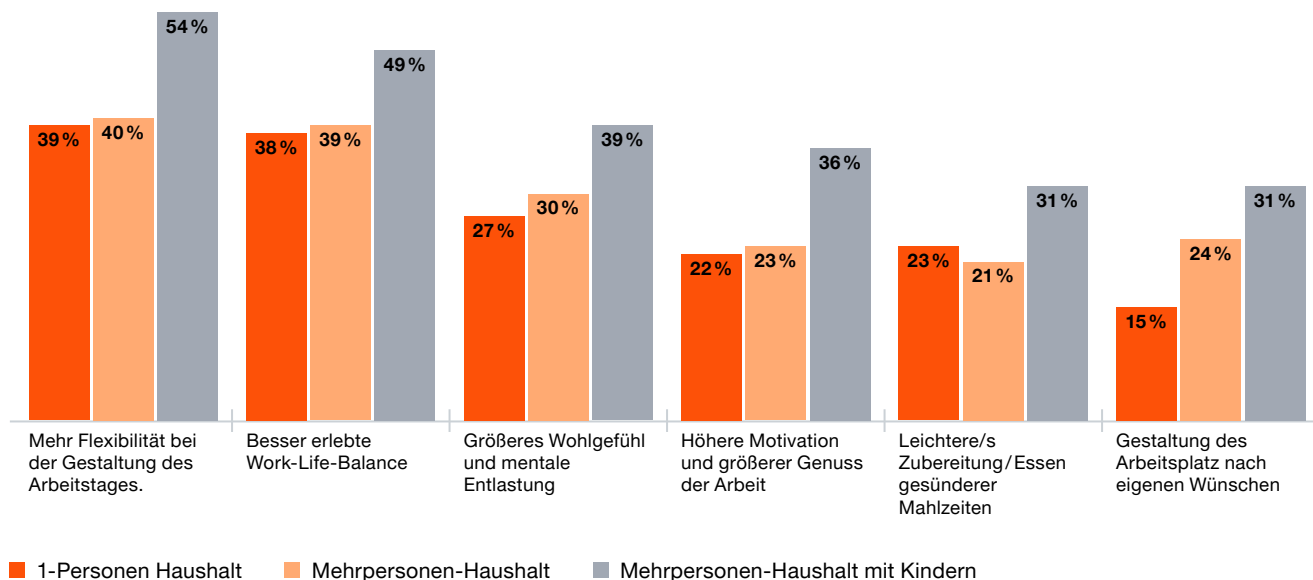
Das Homeoffice wirkt als Treiber für Inklusion und Chancengleichheit, insbesondere für Erwerbstätige mit familiären Verpflichtungen.

Arbeitnehmende: Größte Vorteile der (gelegentlichen) Arbeit im Homeoffice (Top 4) (Mehrfachnennung möglich)



Besonders Mehrpersonenhaushalte mit Kindern sehen in der (gelegentlichen) Arbeit im Homeoffice viele Vorteile. Neben den genannten Top-4-Ergebnissen, resultiert die Arbeit im Homeoffice bei Befragten dieser Personengruppe zusätzlich überdurchschnittlich häufig in mentaler Entlastung (39%), erhöhter Motivation (36%) sowie gesünderer Ernährung (31%).

Arbeitnehmende: Auszug an Vorteilen von der (gelegentlichen) Arbeit im Homeoffice (nach Familienstand, Mehrfachnennung möglich)



Das Homeoffice kann entsprechend als Treiber für mehr Inklusion und Chancengleichheit am Arbeitsplatz verstanden werden. Es fördert eine ausgewogenere Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern und ermöglicht insbesondere Erwerbstätigen mit familiären Verpflichtungen eine stärkere berufliche Teilhabe.

Die Ergebnisse zeigen klar: Homeoffice ist fester Bestandteil des Arbeitsalltags und zentraler Treiber hybrider Arbeitsmodelle. Für die Mehrheit der Beschäftigten ist es mit seinen Vorteilen zu einem entscheidenden Kriterium bei der Arbeitgeberwahl geworden.

Um im Wettbewerb um Fachkräfte erfolgreich zu bleiben, sollten Unternehmen die unterschiedlichen Bedürfnisse der Generationen gezielt adressieren. Investitionen in flexible Arbeitsmodelle, die individuelle Lebenssituationen berücksichtigen, erhöhen die Arbeitgeberattraktivität und fördern zugleich die langfristige Mitarbeiterbindung.





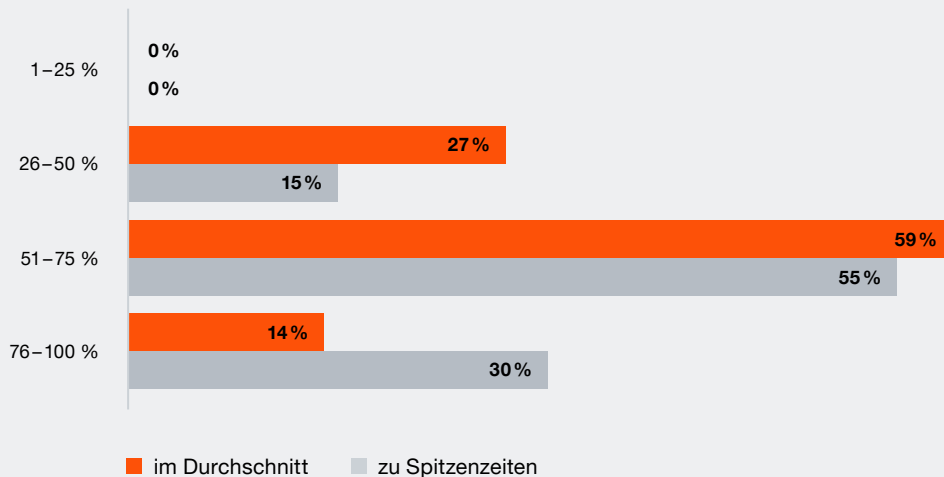
05

Rolle des Unternehmensbüros in hybriden Arbeitsräumen

Die Unternehmen haben ihre Büroflächen auf die verändernden Bedürfnisse der Belegschaft und Anforderungen hybrider Arbeitsräume angepasst – trotzdem sind Büros selbst zu Spitzenzeiten nicht voll ausgelastet.

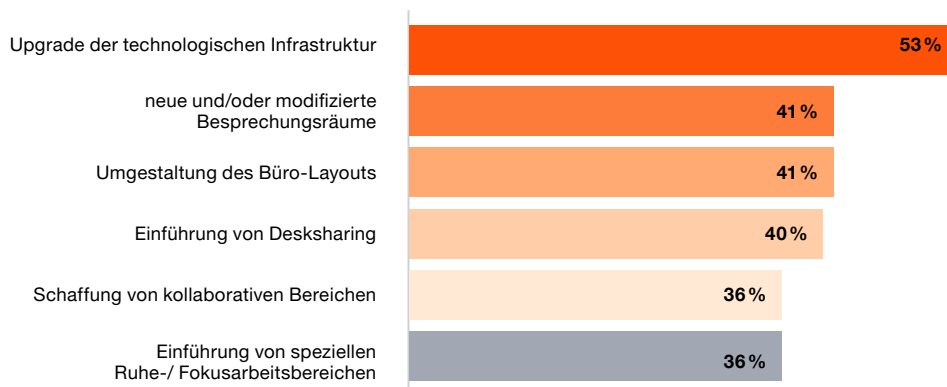
Trotz der weiterhin großen Überzeugung der Befragten vom Homeoffice, entfalten hybride Arbeitsräume erst durch die Kombination unterschiedlicher Angebote ihre Stärke. Das Unternehmensbüro spielt hierbei eine zentrale Rolle. Nach Aussage der Arbeitgebenden liegt die durchschnittliche Auslastung der Büroflächen derzeit zwischen 51–75%, mit sinkender Tendenz. Selten wurde eine durchschnittliche Auslastung von bis zu 100% angegeben. Allerdings sind sich alle Unternehmen einig, dass ihr Büro genutzt wird und geben immer mindestens über 26% Auslastung an. Zu Spitzenzeiten wird, wie zu erwarten, eine höhere Auslastung angegeben. Die Mehrheit berichtet jedoch auch hier immer noch von unter 75% Auslastung.

Arbeitgebende: Derzeitige Auslastung der gesamten Büroflächen im Durchschnitt und in Spitzenzeiten



Unsere Umfrage zeigt, dass fast alle Arbeitgebenden bestätigen, Veränderungen vorgenommen zu haben – nur 4 % der Befragten gaben an, keine Anpassungen in den letzten drei Jahren durchgeführt zu haben. Die häufigsten Anpassungen betreffen technologische Upgrades (53 % aller Befragten). Jeweils 41 % der Befragten gestalteten ihre Büro-Layouts um, oder modifizierten Besprechungsräume.

Arbeitgebende: Anpassungen an den Büroflächen in den vergangenen drei Jahren (meistgenannte) (Mehrfachnennung möglich)



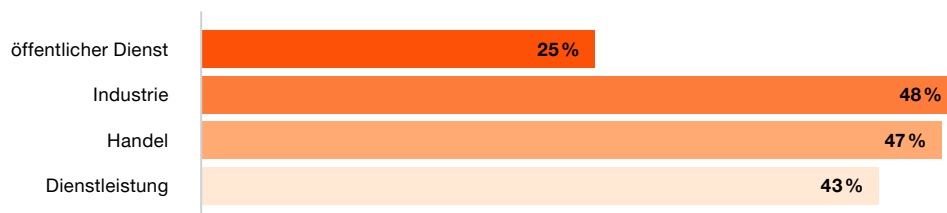
Die Verbesserung der technologischen Infrastruktur ist nochmal stärker im Fokus jener befragten Unternehmen mit weniger Mitarbeitenden (59 % der Befragten mit bis zu 1.000 Mitarbeitenden am Standort) und geringerem Umsatz (61 % der Befragten mit einem Jahresumsatz von unter 500 Mio. € in 2024).

Die gewählten Veränderungen im Büro fallen sehr unterschiedlich aus, zahlen aber alle auf die Bedürfnisse und Zufriedenheit der Belegschaft ein.

Größere Unternehmen, gemessen an der Anzahl an Büroarbeitsplätzen am Standort, legen vermehrt Wert auf die Einführung von Desksharing statt fester, zugeteilter Arbeitsplätze (58 %) und speziellen Teamkollaborationszonen/-bereichen (53 %). Im Kontrast dazu wurden spezielle Ruhe-/ bzw. Fokusbereiche in dieser Gruppe vergleichsweise selten eingeführt (26 %).

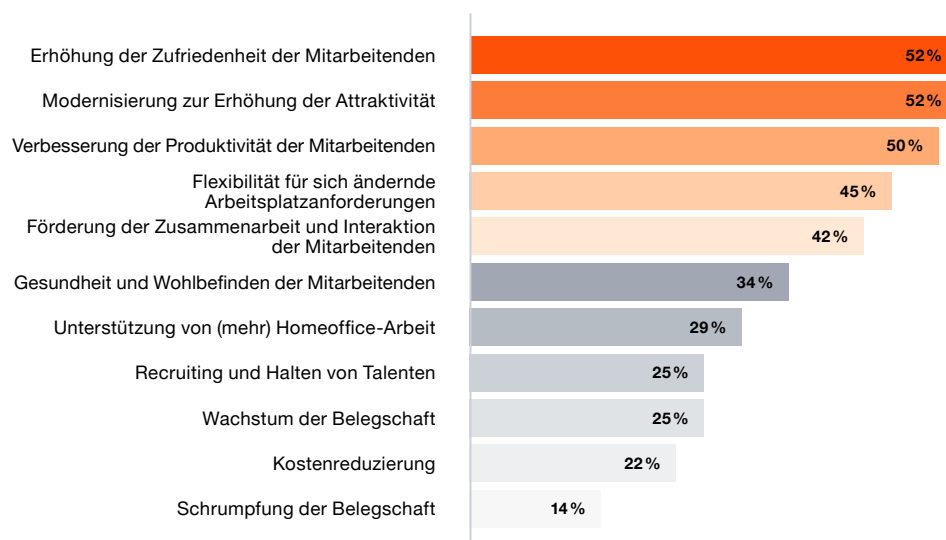
Die Einführung von Desksharing spielt im öffentlichen Dienst eine deutlich geringere Rolle als in den anderen Branchen (25 %; Durchschnitt insgesamt 40 %).

Arbeitgebende: Einführung von Desksharing anstatt fest (zugeteilter) Arbeitsplätze als Anpassung der Büroflächen in den letzten drei Jahren (nach Branche) (Mehrfachnennung möglich)



Unsere Umfrage erfasst neben den Anpassungen selbst auch die Gründe für die Anpassungen der Büroflächen. Der am häufigsten genannte Grund ist die Erhöhung der Zufriedenheit der Belegschaft (52 %) zusammen mit dem Ziel, die Attraktivität durch eine Modernisierung der Arbeitsplatzgestaltung zu erhöhen (52 %). Für die Hälfte der befragten Arbeitgebenden spielt die Verbesserung der Produktivität eine entscheidende Rolle.

Weiterhin häufig genannt werden die situationsbedingte Flexibilität zur Anpassung an sich ändernde Arbeitsplatzanforderungen (45 %), Förderung der Zusammenarbeit und Interaktion der Mitarbeitenden (42 %), Gesundheit bzw. Wohlbefinden (42 %) und Unterstützung von (mehr) Homeoffice-Arbeit (29 %).

Arbeitgebende: Gründe für die Anpassungen (Mehrfachnennung möglich)

Während der Bereich Corporate Real Estate traditionell stark vom Kostendruck geprägt ist, investieren Unternehmen zunehmend gezielt in die Attraktivität ihrer Büroflächen, um im Wettbewerb um Fachkräfte zu bestehen. Kosten bleiben dabei ein zentraler Entscheidungsfaktor, doch immer häufiger wird erkannt, dass auch die Investition in Human Capital über die Gestaltung der Arbeitsumgebung erfolgt.

Ein wesentlicher Hebel zur Kostenreduktion und Flächenoptimierung ist die Einführung von Desksharing-Konzepten. Angesichts der nach wie vor niedrigen Flächenauslastung – selbst zu Spitzenzeiten – bieten flexible Arbeitsplatzmodelle die Möglichkeit, vorhandene Ressourcen effizienter zu nutzen und gleichzeitig Raum für vielfältigere Arbeitsformen zu schaffen.

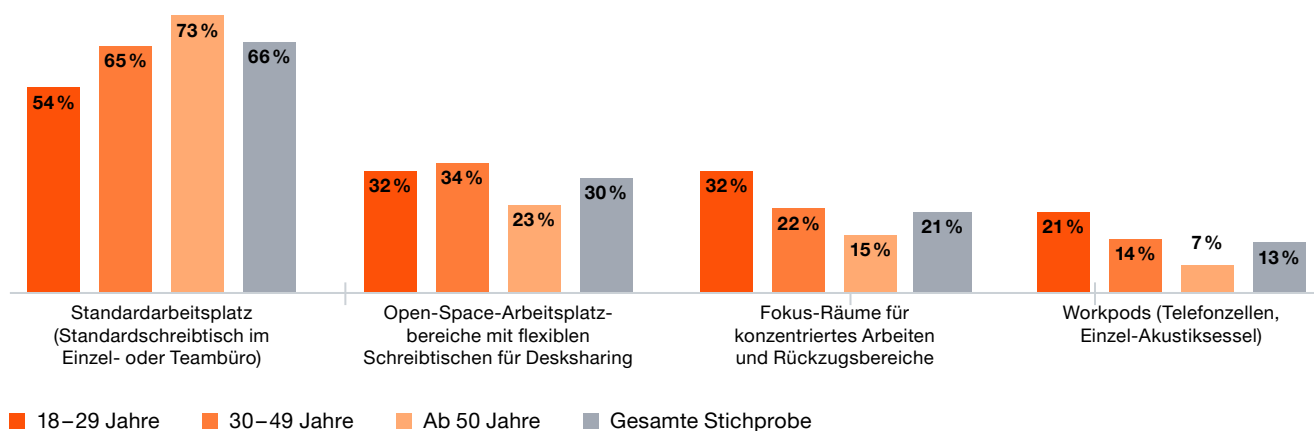
Unsere Umfrage zeigt, dass insbesondere größere Unternehmen verstärkt auf Desksharing setzen. Der Grund liegt vermutlich in der stärkeren Flächenhebelwirkung: Durch die größere Ausgangsfläche führen bereits moderate Anpassungen der Sharing Ratio zu signifikanten absoluten Einsparungen. Damit können große Unternehmen Flächen effizient reduzieren, ohne die Arbeitsplatzverfügbarkeit für Mitarbeitende wesentlich einzuschränken.

Arbeitnehmende bekommen heute insbesondere Standardarbeitsplätze für Einzelarbeit und Besprechungsräume für Team-Zusammenarbeit im Büro von ihren Arbeitgebern zur Verfügung gestellt.

Für ein besseres Bild des Status Quo erfasst unsere Studie neben der Perspektive der Unternehmen auch die Erfahrungen der Arbeitnehmenden mit dem Büro. Besonders relevant dabei ist die Frage, welche Flächen, Räume und Ausstattungen den Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt werden. Da Mehrfachnennungen möglich waren, spiegeln die Ergebnisse die Bandbreite der vorhandenen Raumangebote wider – nicht jedoch eine ausschließliche Ausstattung pro Arbeitsplatz

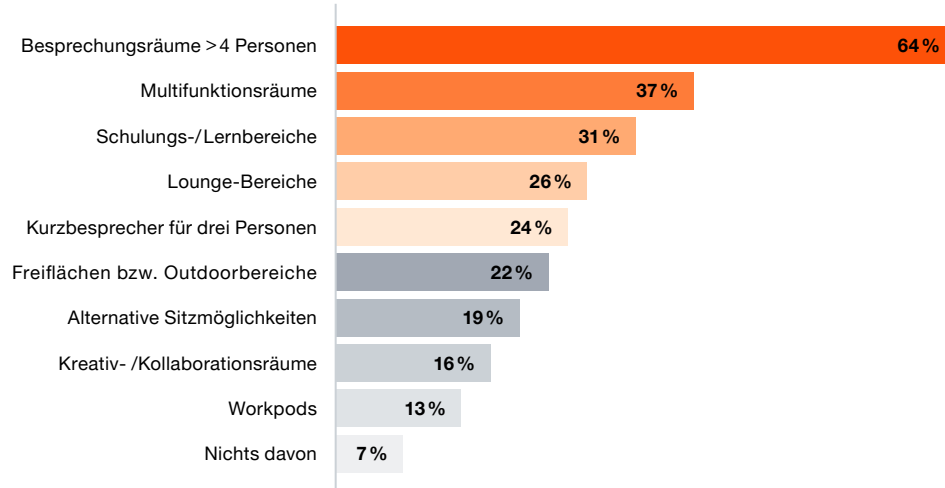
Unsere Umfrageergebnisse zeigen, dass klassische Büroformen nach wie vor dominieren. Zwei Drittel der Befragten (66%) geben an, über einen Standardarbeitsplatz in einem Einzel- oder Teambüro zu verfügen. Gleichzeitig zeigt sich jedoch, dass moderne Arbeitsformen wie Open-Space-Bereiche mit flexiblen Schreibtischen (30%) sowie Fokus- und Rückzugsräume (21%) zunehmend Einzug in die Arbeitswelt halten – wenn auch noch auf vergleichsweise niedrigem Niveau. Workpods, Telefonzellen oder ähnliche Einzelarbeitsplätze werden dagegen verhältnismäßig selten genannt: Nur 13% der Befragten haben Zugang zu solchen Ausstattungen.

Arbeitnehmende: Von Unternehmen zur Verfügung gestellte Flächen, Räume und Ausstattungen für Einzelarbeit im Büro (Mehrfachnennung möglich)



Zwischen den Altersgruppen zeigen sich deutliche Unterschiede in der Verfügbarkeit moderner Büroformen. Jüngere Beschäftigte bis 29 Jahre berichten überdurchschnittlich häufig von Fokusräumen (32%) und Workpods (21%), während die Gruppe der 30- bis 49-Jährigen eine ausgewogene Mischung aus klassischen und flexiblen Angeboten aufweist. In den älteren Altersgruppen ab 50 Jahren überwiegen dagegen traditionelle Arbeitsumgebungen.

Arbeitnehmende: Von Unternehmen zur Verfügung gestellte Flächen, Räume und Ausstattungen für Team-Zusammenarbeit im Büro (Mehrfachnennung möglich)



Bei der Frage nach den bereitgestellten Flächen für Team-Zusammenarbeit sticht der klassische Besprechungsraum für Meetings vor Ort, für mehr als vier Personen, hervor (64%). Flexibel eingerichtete Multifunktionsräume werden von über einem Drittel der Befragten ebenfalls häufig vorgefunden (37%).

Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse, dass die Büroarbeitswelt derzeit einen Wandel in der Ausstattung durchläuft. Klassische Angebote bilden weiterhin den Standard, doch ergänzende Raumkonzepte zur Unterstützung flexibler, konzentrierter und kommunikativer Arbeit gewinnen an Bedeutung.



06

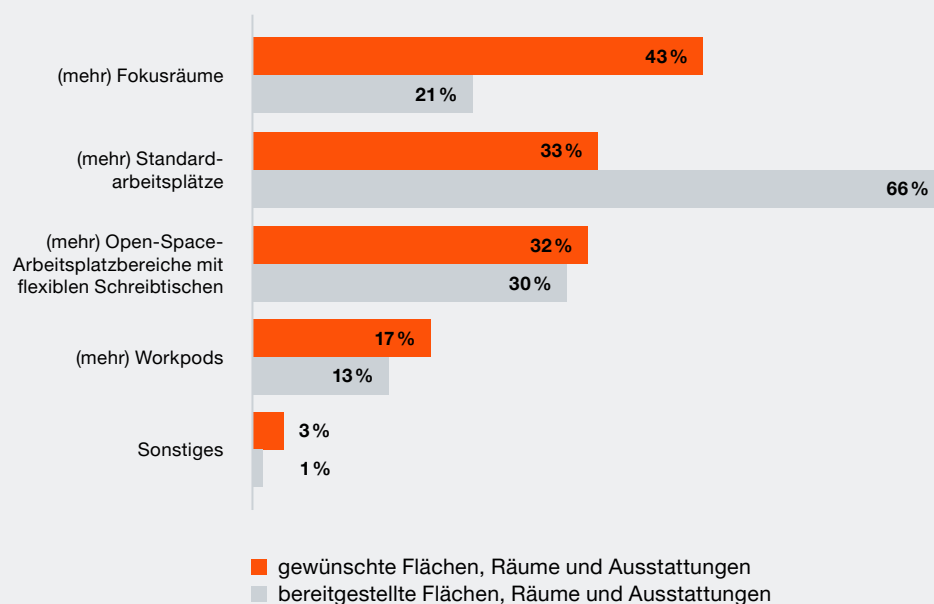
Weiterentwicklung des Büros als Arbeitsort

Für das Büro haben Arbeitnehmende konkrete Wünsche: Fokusräume für konzentriertes Arbeiten und vielfältige Teamarbeitsbereiche werden benötigt.

Über den Status quo hinaus untersucht unsere Studie auch, welche Flächen, Räume und Ausstattungen Arbeitnehmende im Büro für Einzel- und Teamarbeit benötigen und wünschen.

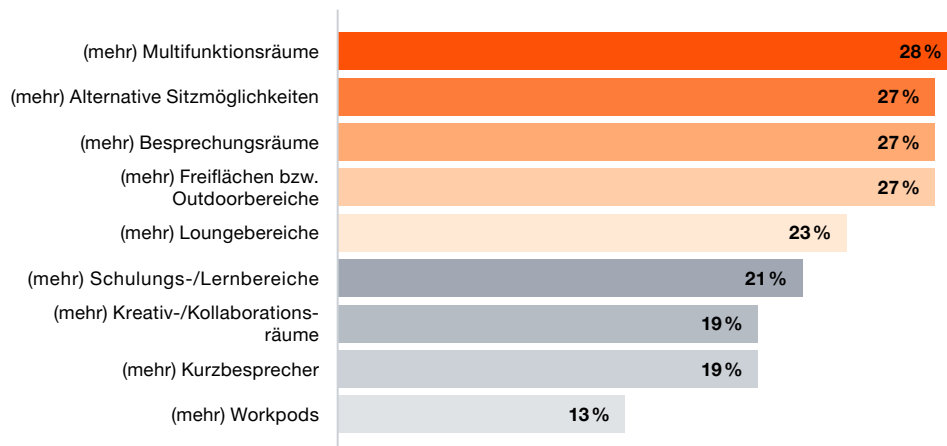
Die Ergebnisse zeigen, dass Beschäftigte in Zukunft eine deutlich größere Vielfalt an Räumen und Arbeitsmöglichkeiten für die Einzelarbeit wünschen, als sie derzeit zur Verfügung steht. Besonders im Vordergrund steht dabei der Wunsch nach mehr Fokusräumen für konzentriertes Arbeiten und Rückzugsbereichen (43% der Befragten). Dieser Wert liegt mehr als doppelt so hoch wie die aktuelle Verfügbarkeit solcher Räume (21%) und unterstreicht ein wachsendes Bedürfnis nach ungestörten Arbeitsumgebungen. Angegeben wurden darüber hinaus auch der Wunsch nach (mehr) Standardarbeitsplätzen (33%) und Open-Space-Arbeitsbereichen (32%).

Arbeitnehmende: Benötigte Flächen, Räume und Ausstattungen für Einzelarbeit im Büro (Mehrfachnennung möglich)



Bei der Frage nach den Räumen für Teamarbeit zeigt sich ein diverseres Antwortverhalten: Trotz der Möglichkeit, mehrere Optionen auszuwählen, erreichte die meistgewählte Option lediglich 28% der Antworten aller Befragten. Die Top-4-Ergebnisse weisen sehr ähnliche Zustimmungswerte auf: 28% der Arbeitnehmenden geben an mehr Multifunktionsräume zu benötigen und jeweils 27% wünschen sich mehr alternative Sitzmöglichkeiten, mehr Besprechungsräume und mehr Freiflächen bzw. Outdoorbereiche.

Arbeitnehmende: Benötigte Flächen, Räume und Ausstattungen für Teamarbeit im Büro (Mehrfachnennung möglich)



Deutlich hervorzuheben ist das Bedürfnis nach Fokus-Räumen im Bereich Einzelarbeit. Das Antwortverhalten deutet darauf hin, dass die aktuelle Büroinfrastruktur nicht vollständig auf konzentriertes Arbeiten ausgerichtet ist. Insbesondere im Zusammenhang mit der starken Zunahme von Meetings und Videokonferenzen in den Büros ist dies kritisch zu sehen.

Auch der Bedarf an Standardarbeitsplätzen bzw. Open-Space-Arbeitsplätzen wurde genannt. Dies zeigt, dass trotz des wachsenden Trends zu flexiblen und hybriden Arbeitsformen eine Grundausstattung an klassischen Arbeitsplatzstrukturen nicht verschwinden soll.

Die breite Streuung der Präferenzen für Teamarbeitsräume zeigt, dass es keine eindeutigen Favoriten gibt und unterschiedliche Bedürfnisse und Vorstellungen existieren, die nicht von einer einzigen Raumart abgedeckt werden können. Dies deutet darauf hin, dass vielfältige Raumkonzepte erforderlich sind und unterstreicht erneut, wie wichtig es ist, die Mitarbeitenden in Planungsprozesse einzubeziehen.

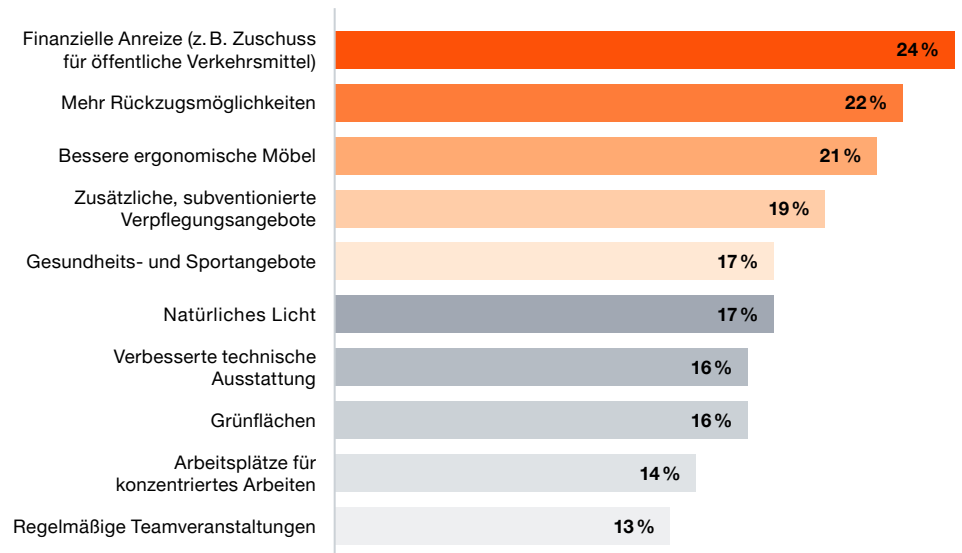




Neben einer attraktiven Büroinfrastruktur sehen Arbeitnehmende viele weitere Anreize, die für sie die Arbeit im Büro attraktiver machen würden bzw. sie dazu motivieren, häufiger ins Büro zu kommen.

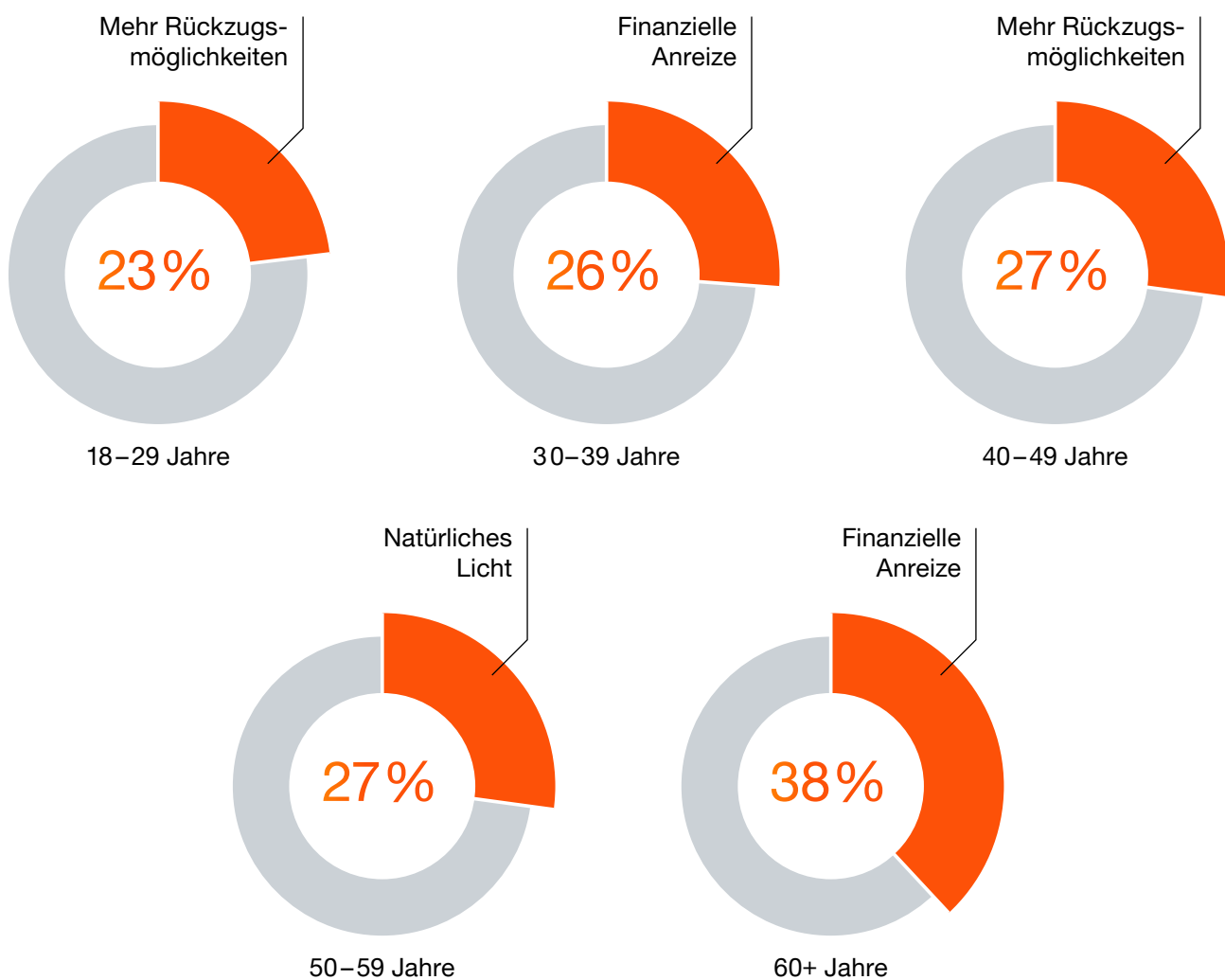
Zur Attraktivitätssteigerung der Büros versuchen Unternehmen Anreize für Mitarbeitende zu schaffen, um die Arbeit im Büro attraktiver zu machen. Befragt man die Beschäftigten selbst dazu, so zeichnet sich ein differenziertes Bild. Rund ein Viertel der 500 Befragten würden die Arbeit im Büro attraktiver finden, wenn finanzielle Anreize, beispielsweise durch einen Zuschuss für öffentliche Verkehrsmittel (24%), geschaffen würden. Für 22% stellen mehr Rückzugsmöglichkeiten sowie bessere ergonomische Möbel (21%) bevorzugte Upgrades für die Arbeit im Büro dar. Auch subventionierte Verpflegung, (19%), Gesundheits- und Sportangebote (17%) sowie natürliches Licht (17%) locken ausgewählte Gruppen ins Büro.

Arbeitnehmende: Aspekte, die die Arbeit im Büro attraktiver machen (Top 10) (Mehrfachnennung möglich)



Insgesamt spielt der Aspekt „Teamveranstaltungen“ nur eine untergeordnete Rolle, wird jedoch von den 18- bis 39-Jährigen etwas häufiger angegeben als von den älteren Altersgruppen ab 40 Jahren. Ähnlich verhält es sich mit den Bereichen für den sozialen Austausch, der es mit 10 % insgesamt nicht unter die zehn meistgenannten Themen geschafft hat, sich in der Altersgruppe von 18 bis 29 Jahren aber mit 17% auf Platz 6 befindet. Wenig verwunderlich ist auch, dass den Kinderbetreuungsangeboten bei der Altersgruppe von 30 bis 39 (Platz 5 mit 20%) eine vergleichsweise höhere Bedeutung zukommt als im Durchschnitt (11%). Die mit Abstand meistgenannten Punkte bei der Altersgruppe über 60 Jahren sind die finanziellen Anreize (38%) sowie die ergonomischen Möbel (34%).

Arbeitnehmende: Aspekte, die die Arbeit im Büro attraktiver machen (Top 1) (nach Alter) (Mehrfachnennung möglich)



Mit dem Blick auf unser Kapitel zur Attraktivität und Produktivität ist es bemerkenswert, dass die wahrgenommenen Vorteile des Homeoffice deckungsgleich mit den Faktoren sind, die das Büro aus Sicht der Mitarbeitenden attraktiver machen. Bewerten die Arbeitnehmenden beispielsweise wegfallende Zeit und Kosten für den Arbeitsweg als Homeoffice-Vorteile, so bewerten sie ausgleichende finanzielle Anreize wie Zuschüsse zu öffentlichen Verkehrsmitteln als besonders motivierend für eine Rückkehr ins Büro. Dies unterstreicht, wie entscheidend es für Unternehmen ist, die tatsächlichen Bedürfnisse und Anreize ihrer Mitarbeitenden zu verstehen, um fundierte und wirksame Maßnahmen für eine erfolgreiche Arbeitsplatzstrategie zu entwickeln.

Methodik und Stichprobenszusammensetzung

PwC hat die vorliegende Kurzstudie im April und Mai 2025 durchgeführt. Sie basiert auf den Grundsätzen unserer früheren Studien „Mehr Home, weniger Office“ aus 2020, „Home bleibt Office“ aus 2021 und „Home sweet Homeoffice“ aus 2023.

Im Rahmen unserer Studie wurden 100 Arbeitgebende und 500 Arbeitnehmenden von deutschen Unternehmen aus den Branchen Industrie, Handel, Dienstleistungen sowie aus dem öffentlichen Sektor per Interviews befragt. Im Fokus standen neben den Erfahrungen mit dem Arbeiten in hybriden Arbeitsumgebungen (Homeoffice und Büro) Bedarfsveränderungen und mögliche Anpassungen ihrer Büroflächen durch neue Arbeitsplatzkonzepte.

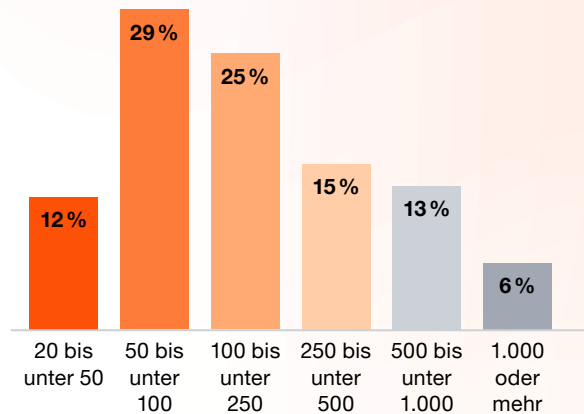
Die Interviews fanden in Form von Online-Befragungen im April und Mai 2025 statt. Die Ergebnisse wurden anschließend ausgewertet und aufbereitet. Die Übertragbarkeit der Ergebnisse dieser Studie wird durch die repräsentative Abbildung der Stichprobe im Vergleich zur Grundgesamtheit deutscher Branchenverteilung und Bürobeschäftigter unterstützt.

Bei den 100 Arbeitgebenden handelt es sich um Unternehmen unterschiedlicher Größe aus den unterschiedlichen Branchen. Hierbei wurden Vertreter der ersten, maximal zweiten Führungsebene – CEO, Finanzen/ Controlling, Personal und Entscheider aus Vorstands-/ Executive-Bereichen aus Unternehmen bzw. Behörden mit mindestens 20 Büroarbeitsplätzen berücksichtigt.

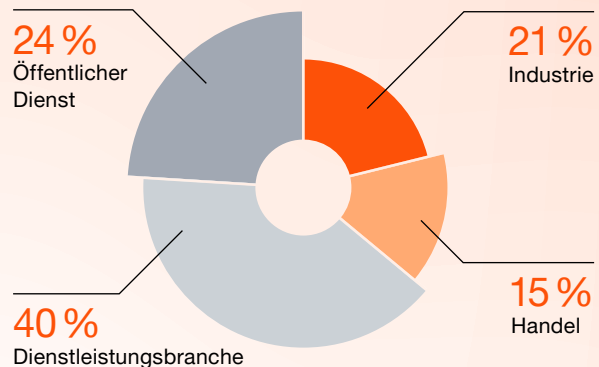
Bei den 500 Arbeitnehmenden handelt es sich um 245 Männer und 255 Frauen ab 18 Jahren mit unterschiedlichen Bildungsabschlüssen. Die Befragten sind im regionalen Bezug, anhand der unterschiedlichen Bevölkerungsdichte deutschlandweit verteilt.

Arbeitgebende:

Anzahl der Arbeitgebenden aufgeteilt nach Anzahl der Büroarbeitsplätze am Standort

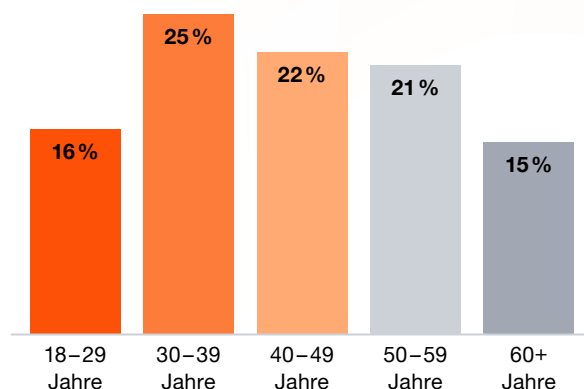


Anzahl der Arbeitgebenden aufgeteilt auf die vier Branchen Öffentlicher Dienst, Industrie, Handel und Dienstleistung.

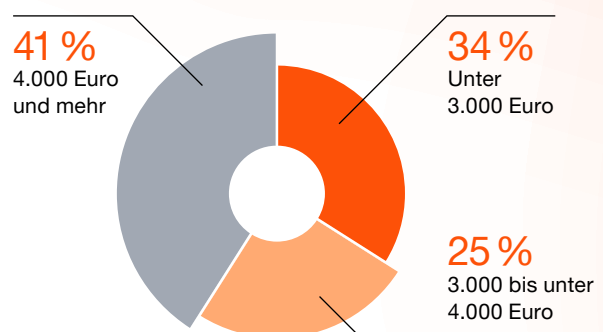


Arbeitnehmende:

Anzahl der Arbeitnehmenden aufgeteilt nach Alter



Anzahl der Arbeitnehmenden aufgeteilt nach Nettohaushaltseinkommen





Ihre Ansprechpartnerinnen



Katja Morgia

PwC Deutschland | Director & Head of Evolution of Work
morgia.katja@pwc.com
+49 170 9305703



Isabella Sophia Maurer

PwC Deutschland | Managerin Capital Projects, Infrastructure & Real Estate
isabella.sophia.maurer@pwc.com
+49 170 8198117

Über PwC:

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen unseren Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expert:innennetzwerks in 136 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen. PwC Deutschland. Mehr als 15.000 engagierte Menschen an 20 Standorten. Rund 3,27 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.

Die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft bekennt sich zu den PwC-Ethikgrundsätzen (zugänglich in deutscher Sprache über www.pwc.de/de/ethikcode) und zu den Zehn Prinzipien des UN Global Compact (zugänglich in deutscher und englischer Sprache über www.globalcompact.de).

© Dezember 2025 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

„PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.

