



ELEMENT C

Stimmungsbarometer zum Coronavirus

Das Coronavirus hat innerhalb kürzester Zeit das Arbeits- und Privatleben vieler Menschen völlig auf den Kopf gestellt. Homeoffice und Social Distancing sind angesagt – kurzum: Jeder versucht seinen neuen Alltag, so gut es geht, aufrechtzuerhalten. Außergewöhnliche Umstände erfordern eben außergewöhnliche Maßnahmen.

Und jene Maßnahmen sind es auch, die nicht nur uns als Agentur für PR und Brand Design umtreiben, sondern natürlich auch unsere Kunden. Wir haben deshalb bei ihnen nachgefragt, wie sie mit der aktuellen Situation umgehen – sei es im eigenen Unternehmen oder privat. Schließlich sitzen wir alle – ob in der Kommunikations-, Software-, Automobil- oder Logistikbranche – in einem Boot.

Homeoffice trifft auf Digitalisierung

Alle befragten Kunden haben zeitnah auf die Ausbreitung des Coronavirus reagiert und dementsprechend die Arbeit aus dem Homeoffice auf unbestimmte Zeit angeordnet. Der Stichtag war für die meisten der 16. März. Bei denjenigen mit Standorten in betroffenen Gebieten – darunter beispielsweise Hootsuite – galt diese Regelung natürlich schon früher. Wenn es doch Kollegen gibt, die im Büro die Stellung halten müssen, sind diese angewiesen, sämtliche Hygiene- und Abstandsempfehlungen einzuhalten.

Bei Software- und Online-Unternehmen ist die Arbeit von Zuhause aus problemlos umsetzbar, da das digital vernetzte Arbeiten meist schon vorab an der Tagesordnung war. So auch bei **Julia André, Head of EMEA Communications bei VMware Tanzu**: „Wir haben recht früh auf 100 Prozent Homeoffice umgestellt, viele Teammitglieder arbeiten sowieso bereits überwiegend von Zuhause aus.“ **Denise König, Field Marketing Manager bei Talentsoft DACH** berichtet ähnliches: „Da wir von Talentsoft sowieso gewohnt sind, von überall aus zu arbeiten und unser internationaler Umgang uns in der Nutzung von virtuellen Meetings sehr geübt hat, hat sich an meiner täglichen Arbeit eigentlich fast nichts geändert.“

Während die einen ihre technische Ausstattung bereits im Vorfeld getestet und erweitert haben, sind andere dazu schon vorab in der Lage gewesen. So berichtet **Jessica Manu, Head of Enterprise Marketing bei Hootsuite**: „Technologisch sind wir zu 100 Prozent in der Lage und optimal vorbereitet, was die notwendigen Tools angeht“.



Ähnlich sieht es auch bei Episerver aus. Hier wurden die Mitarbeiter vom Unternehmen aus jedoch zusätzlich mit Hotspots für eine bessere Internetverbindung ausgestattet. Hochkonjunktur haben aktuell vor allem Microsoft Office 365 Anwendungen sowie Collaboration und Communication Tools wie Skype, Jira oder Confluence. ReachAd nutzt am liebsten GoToMeeting, Slack oder Softphones.

Neue Prioritäten und gegenseitiger Support

Flexibilität ist gerade im Homeoffice besonders wichtig, vor allem wenn es mehrere Familienmitglieder im Haushalt gibt. Hier ergeben sich nun neue bzw. andere Prioritäten. **Katrin Menzel, Director Marketing Continental Europe & New Markets bei Episerver**, hält Meetings mit ihrem Team nun beispielsweise zur Mittagsschlafzeit deren Kinder ab. Bei VMware Tanzu haben die Mitarbeiter die volle Unterstützung seitens der Unternehmensführung, um für die eigene Familie zu sorgen.

Auch den Teamspirit gilt es während dieser Zeit aufrechtzuerhalten. Die einen schalten bei Calls einfach öfter die Videofunktion an, um Kollegen zumindest virtuell zu Gesicht zu bekommen. Bei einem anderen Kunden gibt es jeden Morgen ein fünfminütiges „Guten Morgen!“-Video mit den Highlights des Tages. Zusätzlich haben viele einen internen Kanal eröffnet, in dem jeder Mitarbeiter Bilder aus dem Homeoffice oder Tipps und Tricks für die Arbeit von Zuhause aus teilen kann.

Einige Kunden wollen in diesen schwierigen Zeiten etwas zurückgeben. **Moritz Breiding, CEO von repareo**, gehört dazu: „Viele Werkstätten sind durch die Krise in ihrer Existenz bedroht. Da wir ohnehin unser Portal ab Mai für Werkstätten öffnen wollen, haben wir uns entschlossen, eines unserer Präsentationspakete kostenfrei für drei Monate bereitzustellen, damit Werkstätten gerade in Krisenzeiten schnell und einfach an Nachfragen und Neukunden kommen.“

Auch bei **Helge Halmen, Corporate Brand Manager bei GermanPersonnel**, steht Support an oberster Stelle: „Wir sind als Unternehmensverbund im Recruiting-Sektor aktuell im noch engeren Austausch mit Branche und Kunden, um Personalbedarf dort zu decken, wo er aktuell benötigt wird.“

Und wie sieht es im privaten Umfeld aus?

Im privaten Umfeld wird Social Distancing großgeschrieben, viele Kunden kommunizieren privat über WhatsApp, Skype und Facetime. Vorteile haben natürlich die mit Haus und Garten, Moritz Breiding zum Beispiel. Julia André versucht, das Thema Corona nur dosiert in ihr Privatleben zu lassen und kümmert sich lieber in erster Linie um Familie und Freunde. Sie engagiert sich jedoch als freiwillige Helferin in der Fieberambulanz, um die Menschen im überlasteten Gesundheits- und Pflegesystem zu unterstützen.



Für Helge Halmen hat das Homeoffice sowie die Konzentration auf sich und die eigenen Wände auch viele Vorteile: Der Arbeitsweg entfällt, ein Powernap zwischendurch ist kein Problem, noch dazu kann man endlich die Dinge erledigen, die man schon immer angehen wollte oder sich neue Hobbies zulegen.

Alles in allem hoffen alle Befragten, dass sich die aktuelle Lage bald beruhigt und freuen sich bereits auf die Zeit mit Familie, Freunden und Kollegen.

Medien: Zwischen seriösen Informationen und Panikmache

Wenn es um die mediale Berichterstattung zum Coronavirus geht, spalten sich die Lager. Die einen empfinden sie zwar als omnipräsent, aber auch als sachlich und notwendig. Wiederum anderen ist die Berichterstattung zu extrem und zu reißerisch. So ist ein Kunde der Meinung, dass zu viel Panik verbreitet wird und viele Medien eher um Klick- und Auflagezahlen, als um Aufklärung bemüht sind. Die Lust an Drama und Sensation wäre greifbar. Andere wichtige Themen – beispielsweise die Situation in den Flüchtlingsgebieten – würden stattdessen eher untergehen.

Katrin Menzel setzt einmal am Tag auf die Nachrichten in den Öffentlich-Rechtlichen sowie die aktuellen Zahlen der Weltgesundheitsorganisation. Julia André hinterfragt mit ihrem Hintergrund als Diplom-Journalistin und Communications-Expertin genau. Wiederum andere sind der Meinung, dass es oft hilft, selbst nachzurecherchieren und die Seriosität der jeweiligen Informationsquellen genau zu prüfen. Für Moritz Breiding haben aber alle Beiträge zum Coronavirus einen entscheidenden Vorteil – nämlich den steigenden Druck auf die Politik, die seiner Meinung nach aktuell überraschend schnell reagiert.

Sinnvolle oder belastende Einschränkungen?

Das Coronavirus nehmen alle befragten Kunden sehr ernst und halten die Einschränkungen gerade mit Blick auf ältere Menschen und Risikogruppen für sehr sinnvoll. So meint ein Kunde, dass es selten so einfach gewesen sei, Leben zu retten. Dementsprechend werden auch die Verhaltensregeln für gut befunden, nachdem auch belegt ist, dass die Ansteckungsrate zwangsläufig fällt, wenn man seine sozialen Kontakte einschränkt.

Trotzdem sind auch die Problematiken offensichtlich. Denise König sagt dazu: „Ich bin ein sehr kontaktfreudiger Mensch, dementsprechend fühle ich mich in meinem Alltag definitiv eingeschränkt. Aber ich unterstütze den Sinn dahinter und ordne meine eigenen Interessen dementsprechend unter.“ Helge Halmen ist folgender Meinung: „Die meisten von uns sind nun Mal keine Epidemiologen oder Virologen, daher halten wir uns eben einfach an die Empfehlungen der Experten und stellen die Einschränkungen nicht in Frage.“



Dass diese belastend sind, ist klar. **Jeder, der jetzt Homeoffice und Home Schooling unter einen Hut bringen muss, weiß, dass, am Rande eines Nervenzusammenbruchs' nicht immer nur eine Floskel ist.** Wir kennen aber auch das andere Extrem: Menschen, die alleine leben. Auch das kann auf die Dauer eine belastende Situation sein.“

Karl Ott, CEO von ReachAd, hält einige wirtschaftliche Entscheidungen für gefährlich, aber nachdem die Auswirkungen der Pandemie aktuell nicht absehbar wären, müsse man da jetzt durch. Wiederum andere machen sich Sorgen um die Auswirkungen auf das soziale Gefüge, nachfolgende Arbeitslosenanstiege sowie mögliche Versorgungsengpässe.

Hamstern ja oder nein?

Jessica Manu kann Hamsterkäufe nicht nachvollziehen, da sie findet, dass leere Regale nur unnötige Ängste und Panik bei Mitmenschen schüren und das Einzelhandelspersonal noch dazu unnötig strapaziert wird. Sie setzt außerdem auf Hello Fresh, um so wenig wie nötig, das Haus verlassen zu müssen. Katrin Menzel und Denise König haben ihr Einkaufsverhalten generell geändert. Anstatt wie früher jeden Abend in den Supermarkt zu gehen, tätigen nun beide einen großen Wocheneinkauf. Bei anderen gilt: Fehlendes Toilettenpapier ist zwar blöd, aber es gibt schlimmeres. Hauptsache, es kommt sauberes Wasser aus der Leitung.

Angesichts der leeren Regale erfordert es manchmal auch ein bisschen Kreativität. Moritz Breiding mahlt Mehl und backt sein Brot einfach selbst. Denise König musste zwei Wochen auf Duschgel als Seifenersatz zurückgreifen. Nudeln und Konserven für eine Woche hat sie zur Sicherheit dennoch angesammelt. Ein weiterer Kunde hat sich ebenfalls für 14 Tage ein rudimentäres Survivalkit bestehend aus Nudeln, Reis, Pesto und Tikka Masala Sauce angelegt.

Den charmantesten Tipp, um sich nicht mit dem Virus zu infizieren, hält zum Schluss übrigens Moritz Breiding bereit: „Ich habe unter anderem Dinge gekauft, die ich sonst nie kaufe, wie Meerrettich oder Stroh 80, die helfen sollen, Coronaviren gleich im Rachenraum zu ersticken.“