

# Heute hier, morgen dort

In der Gig Economy werden «Always-on»-Anspruch und Projektarbeit zum Normalfall. Wie können dabei Dynamik und Verlässlichkeit gleichermaßen organisiert werden? In Zusammenarbeit mit dem Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) wirft swissstaffing für sein 50-Jahre-Jubiläum einen Blick in die Zukunft der Arbeit.

Text: Detlef Gürtler

Rund um die Uhr arbeitsfähig und einsatzbereit sein – das müssen Apps, Webseiten und Unternehmen. Menschen sind rein physisch dazu nicht geeignet. Wie lässt sich jedoch der «Always-on»-Anspruch der Kunden mit den Bedürfnissen der Beschäftigten in Einklang bringen?

Die Grenze sollte hart wie eine Mauer sein: Work ist Work und Life ist Life. Die harten Kämpfe, in denen die Arbeiterbewegung erst den 12-, dann den 10- und dann den 8-Stunden-Tag erfochten hatte, erst für sechs, dann für fünf Tage pro Woche, sie sollten nicht vergebens gekämpft worden sein – Freizeit sollte auch frei bleiben. Auch die trendige «Work-Life-Balance» liess die Grenze zwischen Privatleben und Arbeitszeit bestehen, schaukelte allenfalls ein wenig darauf herum.

Diese Grenze war seit jeher künstlich. Menschen werden weder als Arbeitstiere noch als Freizeitmenschen geboren, sondern als tätige Wesen. Glück, Leistung und das menschliche Leben an sich definieren sich nicht über austarierte

Teile des eigenen Lebens, sondern über das Ganze – ob Tätigkeit oder Musse, ob mit oder ohne Sinn, ob bezahlt oder nicht.

## Arbeitszeit: 24/7/365

Durch die Digitalisierung verliert die alte Grenzziehung weiter an Bedeutung. Durch das Smartphone hat man überall und jederzeit potenziell das gesamte Büro dabei, ist potenziell jederzeit arbeitsfähig. Und hat genauso jederzeit und überall das gesamte Privatleben dabei, ist potenziell jederzeit ansprechbar. Vor kurzem noch waren es lediglich Top-Job-Inhaber, etwa Manager

«Menschen werden weder als Arbeitstiere noch als Freizeitmenschen geboren, sondern als tätige Wesen.»

## Zukunft der Arbeit

**50 Jahre**  
 **swissstaffing**  
Flexibilität  
braucht  
Stabilität

Gemeinsam mit dem GDI widmet sich swissstaffing in seinem Jubiläumsjahr der Zukunft der Arbeit: mit den fünf Rubriken «Total Digital», «Forever Job», «Heute hier, morgen dort», «Im Schweisse deines Angesichts» und «Kollege Roboter». Lesen Sie weitere futuristische und packende Beiträge auf: [www.die-temporaerarbeit.ch/zukunft](http://www.die-temporaerarbeit.ch/zukunft)

und Spezialisten im Dienst globaler Konzerne, die rund um die Uhr und rund um den Erdball im Einsatz waren und die benötigte Infrastruktur erhielten – heute gibt es das bis hinunter zum Praktikanten.

Und die potenziell ständige Verfügbarkeit wird auch tatsächlich immer stärker nachgefragt. Webseite und App eines Unternehmens sind rund um die Uhr in Einsatz, Kunden oder Lieferanten melden sich aus völlig anderen Zeitzonen, und wenn am Freitagabend die Firma auf Facebook in einen Shitstorm gerät, ist es die denkbar schlechteste Strategie, bis zum Dienstbeginn am Montagmorgen mit einer Reaktion zu warten. 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, 365 Tage im Jahr, das ist die ideale Arbeitszeit für ein Unternehmen und seine Services.

Aber es ist nicht die ideale Arbeitszeit für seine Beschäftigten. In einigen Unternehmen wird den Mitarbeitern denn auch am Abend und am Wochenende die Mailbox abgeschaltet – Dienst-

## Hier bloggt der Vorstand ...

### Warum Work-Life-Balance reine Kopfsache ist



Susanne Kuntner, Geschäftsführerin sk consulting und mein job gmbh zürich

Was verstehen Sie eigentlich unter Work-Life-Balance? Mehr Freizeit und weniger Arbeit? Regelmässige Pausen und Auszeiten? Oder Stressmanagement und Burnout-Prävention? Ich habe mich in den letzten Jahren als Personal- und Unternehmensberaterin regelmässig mit dem Thema auseinandergesetzt und komme zum Schluss: Es gibt sie gar nicht, diese eine Work-Life-Balance. Jeder versteht darunter etwas anderes, wie die folgenden drei fiktiven Beispiele zeigen:

- Julia (36) versteht unter Work-Life-Balance, dass sie Arbeit und Freizeit klar trennen kann. Sie arbeitet am liebsten von 8 bis 17 Uhr und möchte sich am Feierabend ausschliesslich ihrer Familie, ihren Freunden sowie ihren Hobbys widmen.
- Sven (28) arbeitet gerne viel und kniet sich am liebsten in herausfordernde Projekte. Für das nächste Jahr ist allerdings ein Sabbatical geplant, in dem Sven um die Welt reisen will.
- Annabelle (52) will nach 30 Jahren Berufsleben endlich eine neue Richtung einschlagen und sich eine sinnvollere Tätigkeit suchen, die nicht nur Geld einbringt, sondern auch Sinn für ihr Leben stiftet und der Seele gut tut. Sie sehen: In der Praxis sieht Work-Life-Balance bei jedem anders aus. In der Theorie sind aber Gemeinsamkeiten festzustellen: Work-Life-Balance heisst für die meisten Menschen, dass ihre Arbeit die Lebensqualität nicht verringert, sondern idealerweise gar vergrössert. In welcher Form auch immer.

Lesen Sie den ganzen Blogbeitrag auf [blog.swissstaffing.ch](http://blog.swissstaffing.ch)



liches muss warten. (Oder es wird per Whatsapp oder Facebook erledigt – wer nicht abschalten will, kann dazu auch nicht wirklich gezwungen werden.) Andere gewähren Dienstaussgleich und manchmal noch einen Bonus dazu, wenn sich Beschäftigte ausserhalb der Arbeitszeit für die Firma engagieren, etwa in einer Debatte auf Social Media. Noch einen Schritt weiter gehen die Global-Schichtbetriebe: Wenn in Zürich Feierabend ist, öffnet gerade die Aussenstelle in San Francisco – die wiederum den Staffelstab an Schanghai weiterreicht, bis dann am nächsten Morgen wieder Zürich dran ist.

### Agenten werden zu Gigenten

Künstler und andere Aktive haben Agenten, die für sie ihre Engagements verhandeln und abwickeln. Eine solche Funktion könnten auch die Akteure der Gig Economy brauchen, um gegen die Monopolmacht von Plattformen bestehen zu können. Aber wer macht das für sie?

Stars und Sternchen haben sie, genauso wie Fussballer und Schriftsteller: Agenten. Keine Geheimagenten, die im Auftrag Ihrer Majestät die Welt vor Schurken retten, sondern schlichte Dienstleister, die im Auftrag Verträge und Honorare aushandeln und dafür eine Provision kassieren. Gerade für kreative Freiberufler hat sich das als eine sinnvolle Arbeitsteilung herausgestellt: Wer gut schauspielern oder kicken kann, wird kaum ebenso gut verhandeln können. Zudem ist man gerade in eigener Sache schnell geneigt, sich selbst zu über- oder unterschätzen, während ein Agent die jeweilige Marktlage besser überblicken kann und damit bei realistischen Konditionen landet.

Bei den Cristiano Ronaldos oder George Clooneys kann es da schnell um ein paar Dutzend

**«Allerdings werden automatisierte Gig-Agenten bei einer Aufgabe Schwierigkeiten haben, die bei traditionellen Agenten oft eine wichtige Rolle spielt: beim Menschlichen.»**

Millionen für einen spektakulären Deal gehen, aber meistens halten sich die Beträge im weit kleinstelligeren Rahmen. So wie die Kreativen selbst hoffen auch die Agenten auf einen grossen Wurf und backen bis dahin kleine Provisionsbrötchen.

In der Gig Economy würde es jedoch um noch weit kleinere Beträge gehen. Viele der Akteure dort könnten einen Agenten sehr gut brauchen, denn in der Regel sind sie bezüglich Honorar und Konditionen völlig vom jeweiligen Plattformbetreiber wie Uber oder Airbnb abhängig. Logisch,

dass diese ihre Konditionen eher zum eigenen Vorteil festlegen als zu dem der Gig-Akteure, die jeweils die Leistung erbringen. Würde beispielsweise jeder Airbnb-Anbieter einen eigenen Vertrag mit der Plattform aushandeln, könnte das den Profit von Airbnb deutlich senken, und die Einnahmen der Nutzer entsprechend erhöhen. Da es hierbei um eine grosse Zahl von Fällen mit im einzelnen kleinen Beträgen geht, dürften nicht so sehr menschliche Agenten, sondern automatisierte Services diese Rolle übernehmen. Banken, Steuerberater oder Arbeitsvermittler sind mögliche Kandidaten für die Entwicklung solcher Services.

Allerdings werden automatisierte Gig-Agenten bei einer Aufgabe Schwierigkeiten haben, die bei traditionellen Agenten oft eine wichtige Rolle spielt: beim Menschlichen. Denn Agenten agieren für ihre kreative Klientel oft als Sparringspartner für neue Ideen oder als Kummerkasten für Probleme aller Art. Und gerade diese weichen Faktoren machen oft den grössten Teil des Erfolgs aus. So wie bei Jonathan Goldsmith, der zehn Jahre lang für die Biermarke «Dos Equis» als «Most Interesting Man in the World» warb. Er wollte beim Casting für den Werbeauftrag gar nicht erst antreten, weil so ziemlich alle anderen Bewerber in der Schlange um Jahrzehnte jünger waren als er mit seinen 67 Jahren und als Latinos auch viel besser für den Job prädestiniert schienen als er, ein Jude aus der Bronx. Doch seine Agentin Barbara überredete ihn, es wenigstens zu versuchen – mit durchschlagendem Erfolg: Goldsmith wurde eines der bekanntesten Werbegesichter der Welt, und Barbara seine Ehefrau. ■

*Autor: Detlef Gürtler, Senior Researcher am GDI für swissstaffing*