

Von der Work-Life-Balance zur Work-Life-Integration

Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Beruf und Privatleben ist für immer mehr Menschen ein zunehmend wichtiges Anliegen. Vor allem bei den jüngeren Generationen, den „Millennials“ (Jahrgänge 1980 bis 2000) und der „Generation Z“, den ab 1995 (bis 2012) Geborenen, rangieren eine gesunde „Work-Life-Balance“ und ein erfüllender Arbeitsinhalt bei der Arbeitsplatzwahl häufig sogar vor der Entlohnung¹. Auch beim Konsumverhalten setzen sie andere Akzente. Wie sich der Trend Work-Life-Balance verändert, liest du hier.

Work-Life-Balance in Veränderung

Mit der veränderten Arbeitswelt, unter anderem durch Digitalisierung, Industrie 4.0, Home-Office (lies dazu auch [9 Tipps für effizientes Arbeiten im Home-Office](#)) etc., ist an die Stelle von Work-Life-Balance vielfach die Work-Life-Integration getreten. Im angelsächsischen Raum spricht man auch vom [Work-Life-Blending](#). Gemeint sind damit das Integrieren bzw. Verschmelzen von Berufs- und Privatleben.



Von der Work-Life-Balance, die die beiden Pole Arbeit und Freizeit möglichst gut ausgleicht und miteinander in Einklang bringt, sollen nun die Übergänge zwischen Arbeit und Freizeit fließend werden oder gar verschmelzen. Es kommt jedoch sehr stark darauf an, wie dies geschieht und wie es von Unternehmen und ihren Angestellten gelebt, strukturiert und umgesetzt wird. Ansonsten kann das Ganze schnell zur Mogelpackung werden. Etwa, wenn der Job mangels klarer Grenzen metastasenartig das ganze Leben vereinnahmt und die angebliche Freiheit und Flexibilität in Richtung Selbstausbeutung führt.

Kein permanenter Bereitschaftsdienst

Work-Life-Integration als permanenter Bereitschaftsdienst ist ganz und gar nicht das Ideal der als Arbeitnehmer und Konsumenten gleichermaßen stark umworbenen Zielgruppe der „Generation Z“. Österreichische Studienergebnisse belegen, dass der „Generation Z“ Erfüllung in der Arbeit wichtig (88 %) ist.

Großraumbüros (4 %) und Überstunden (24 %) werden weit weniger angestrebt. Auch zeigt die weltweite Trendforschung, dass junge Menschen weiterhin Struktur, Sicherheit und Wohlfühlen wünschen. Hyperflexibilisierung mag manchem Arbeitgeber und Unternehmen reizvoll erscheinen – bei den jungen Menschen ist diese aber überwiegend out².

Karriereleiter und Statussymbole



Für die jüngeren Generationen ist somit ein ausgeglichenes Leben zunehmend wichtiger, einschließlich erfüllender beruflicher Tätigkeit. Das Erklimmen der Karriereleiter und teure Statussymbole verlieren an Bedeutung.

“ *Kaufe Erinnerungen, nicht Dinge* ”

wird auf der Konsumseite für viele ein neues Motto. Dies lässt sich mit nachhaltigerem Wirtschaften und Leben sehr viel besser vereinbaren als ein materieller Konsumdrang. Für Eltern bedeutet Work-Life-Balance bzw. Work-Life-Integration in erster Linie häufig eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Für Menschen ohne Kinder sind es oft die Freizeitgestaltung und der Sport als Ausgleich zum Arbeitsleben, die für sie wichtig sind. Aber auch für Nicht-Erwerbstätige stellt sich oft die Frage der Work-Life-Balance, nämlich im Sinn einer zielgerichteten und sinnhaften Tätigkeit, beispielsweise Freiwilligenarbeit. Bei dieser steht weniger der finanzielle Aspekt im Mittelpunkt als die Wirkung, etwa in Vereinen, Initiativen, Selbsthilfegruppen, Nachbarschaftsprojekten und ähnlichem.

Wie ändert sich das Konsumverhalten?



Was bedeuten diese Trends in der Praxis für das Konsumverhalten? Oft ist es vielmals ein gesünderes Leben, erreichbar durch eine nachhaltigere Ernährung und Sport. Eine sinnvolle Freizeitgestaltung, einschließlich

Reisen in fremde Kulturen oder das ausgiebige Nutzen von Kulturangeboten, wie Konzerten, Theater oder Kino. Es kann aber auch bedeuten, sich ab und zu etwas zu gönnen, wie z. B. einen Kurzurlaub, ein neues Videospiel oder in virtuelle Realitäten einzutauchen. Der „Generation Z“ sind dabei soziale Themen und Individualisierung wichtiger als den Generationen davor. Viele dieser Bereiche haben unter der Pandemie besonders stark gelitten und weisen entsprechendes Aufholpotenzial auf.

Wer vom Trend profitiert

Im Raiffeisen-MegaTrends-ESG-Aktien wollen wir diesem Trend Rechnung tragen und haben ihn deshalb als neuen Subtrend im Bereich „demografischer Wandel“ aufgenommen. Wir haben hauptsächlich Aktien aus den Sektoren Reisen, Sport und Elektronik neu in den Fonds aufgenommen. Aus dem Bereich gesunde Ernährung sind keine zusätzlichen Aktien dabei, da diese bereits als eigener Subtrend namens „Smart Food“ im Fonds enthalten sind.

Für die Zukunft gerüstet

Der Raiffeisen-MegaTrends-ESG-Aktien ist in mehrere Unternehmen investiert, die von der Work-Life-Integration direkt oder indirekt profitieren werden und die aus Sicht des Fondsmanagements für die Zukunft aktuell besonders gut aufgestellt sind. Auch auf diesen Gebieten ändern sich selbstverständlich Trends und Vorlieben der Konsumenten. Daher sind auch in diesem Markt eine kontinuierliche sorgfältige Beobachtung und eine gute Unternehmensauswahl durch das Fondsmanagement vonnöten. Die mit Aktieninvestments grundsätzlich verbundenen Risiken gelten selbstverständlich auch für Unternehmen, die sich in diesen Bereichen engagieren.

¹Die Ausführungen zu den Generationen Y (Millenials) und Z beziehen sich v.a. auf die USA und Europa. Selbstverständlich sind pauschale Aussagen zu diesen Generationen nicht überall und für alle ihre VertreterInnen gleichermaßen zutreffend und daher nur als Tendaussage zu verstehen, nicht als eine für alle gültige Charakterisierung.

²Quelle: derstandard.de

Dies ist eine Marketingmitteilung der Raiffeisen Kapitalanlage GmbH, Mooslackengasse 12, 1190 Wien. Erstelldatum: Jänner 2022.

Investieren in Megatrends: Megatrends verändern die Welt grundlegend und nachhaltig. Sie wirken nicht nur auf einige wenige Bereiche, sondern betreffen alle Ebenen der Gesellschaft und damit auch die der einzelnen Menschen. Um mit der Zukunft Schritt halten zu können, müssen Unternehmen rasch auf diese Entwicklungen eingehen oder diese im Idealfall antizipieren. Unternehmen, die das schaffen, sind für Investoren von großem Interesse, denn sie stehen für Zukunftsfähigkeit und Wachstum. Der Raiffeisen-MegaTrends-ESG-Aktien ist ein globaler Aktienfonds, der in solche Unternehmen investiert.

Der Raiffeisen-MegaTrends-ESG-Aktien weist eine erhöhte Volatilität auf, d.h. die Anteilswerte sind auch innerhalb kurzer Zeiträume großen Schwankungen nach oben und nach unten ausgesetzt, wobei auch Kapitalverluste nicht ausgeschlossen werden können.

Veranlagungen in Fonds sind mit höheren Risiken verbunden, bis hin zu Kapitalverlusten.

Aufgrund der Lesbarkeit verzichten wir im Text auf das Gendern. Sämtliche personenbezogene Bezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

Raiffeisen Capital Management steht für Raiffeisen Kapitalanlage GmbH oder kurz Raiffeisen KAG

Bildquelle: shutterstock