



Die Welle für das Wohl im Homeoffice

Von Manuela Pauker

Homeoffice – ein Begriff, der vielen Menschen vor März 2020 nicht wirklich vertraut war. Seit die Pandemie den Planeten im Griff hat, sieht das anders aus: Viele Unternehmen, in denen hauptsächlich am Computer gearbeitet wird, schickten ihre Mitarbeiter in eben jenes „Heimbüro“. Nicht für jeden ein Grund zur Freude: Für viele Familien, in denen parallel Home-schooling betrieben wird, ist die Arbeit am heimischen Schreib- oder Küchentisch eher ein Stressfaktor. Auch kommt mancher nicht mit der Isolation klar, die mentale Gesundheit leidet. Die Verbindung zum Team wird bestenfalls über Videokonferenzen aufrechterhalten. Die Gefahr dabei: Das „Wir-Gefühl“ und die Identifikation mit dem Unternehmen beginnen zu bröckeln. Zumindest dann, wenn man nichts dagegen unternimmt.

Genau das hat der Sender Radio Gong 96.3 vor. Die Münchner wollen den Home-

office-Blues mit ihrem „Homeoffice Radio 2.0“ bekämpfen – einem maßgeschneiderten gestreamten Programm für Unternehmen, die den Kontakt zu ihren Mitarbeitern so halten und intensivieren wollen. Und zwar über einen emotionaleren Kanal als Mail: „Videocalls und Kommunikation über E-Mail & Co. sind das New Normal – mit allen Vor- und Nachteilen“, sagt Johannes Ott, Geschäftsführer Radio Gong 96.3. Ständig auf den Bildschirm zu starren strengt an. Über Audio nebenbei Unternehmensinfos und die Kollegen zu hören, beispielsweise in Form von Musikwünschen und Abteilungsgrußbotschaften, mache hingegen Spaß – „zumal die Mitarbeiter das Programm aktiv mitgestalten können“.

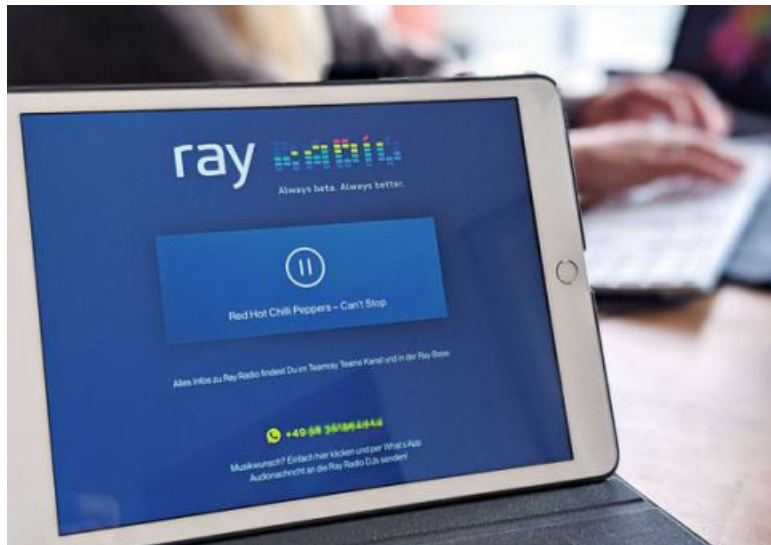
Einen ersten Kunden hat Ott bereits gefunden: die Münchner Digitalagentur Ray Sono, die mit Niederlassungen in Berlin, Köln und Frankfurt vertreten ist, beschallt ihre Mitarbeiter seit einigen Wochen mit „Ray Radio“.

„Wir waren mit unseren fast 300 Mitarbeitern einer der ersten Arbeitgeber, die im Frühjahr 2020 von heute auf morgen komplett ins Homeoffice und in das Remote-Arbeiten gewechselt sind“, erinnert sich Sebastian Krüger, Geschäftsleitung und Executive Committee von Ray Sono. Das habe auch extrem gut funktioniert. Dennoch: „Bei all den positiven Effekten, die diese neue Freiheit des ‚Arbeitens, wo immer man will‘ mit sich bringt, gilt es die Gemeinsamkeiten und das, was uns als Rays vereint, nicht zu verlieren.“ Diese gemeinsame Klammer jenseits von Calls und Chats schaffe nun das Ray Radio mit seinem ganz eigenen „Ray-Sono-Feeling“.

DAS TEAM SENDET MIT

Bei der Belegschaft komme das Angebot gut an, berichtet Krüger. Auch, weil sie aktiv in die Programmgestaltung eingebunden wird. Das Team liefert Updates aus dem Unternehmen, „Better-Work-Lifehacks“ zu Gesundheit und Ergonomie, Musikwünsche via Whatsapp oder den täglich anmoderierten „Aufwacher“. Radio Gong steuert den Musikmix bei – und die Jingles, die gemeinsam produziert werden.

Das alles stellt einen gewissen Aufwand dar – der aber überschaubar sei, finden Krüger und Radio-Gong-Chef Ott. Wer das nicht leisten will oder kann, hat Alternativen: Es gibt auch vorproduzierte Elemente, die wie Teile eines Baukastens genutzt werden können – Playlist, Tipps, Nachrichten.



Ray-Sono-Geschäftsführer Sebastian Krüger (l.) und Radio-Gong-96.3-Chef Johannes Ott haben das „Ray Radio“ entwickelt – sozusagen den Prototyp.

Die Kosten für das Radio, dessen Anschaffung für mindestens ein Jahr empfohlen wird, seien moderat. Einen genauen Preis kann Ott nicht nennen, da das Paket individuell angepasst wird. „Aber ich sage mal so: Eine Weihnachtsfeier ist für die meisten Unternehmen teurer als ein Homeoffice Radio.“

Das sehen manche Firmen ähnlich: Ott ist aktuell mit einigen potenziellen Kunden im Gespräch, die ebenfalls die Anschaffung des Radios überlegen. Eine wichtige Rolle spielt dabei die grundlegende Veränderung des

Arbeitens, die dazu führen wird, dass für viele Homeoffice auch nach Corona bleibt. Davon geht auch Ott aus: „Sonst hätten wir das Produkt nicht entwickelt. In unseren Gesprächen haben fast alle Unternehmer und Geschäftsführer gesagt, dass sie auch in Zukunft in ihren Betrieben Homeoffice anbieten werden.“ New Work sei das Thema der Stunde – und neue Wege mit den Mitarbeitern zu kommunizieren eine echte Herausforderung. „Das Homeoffice Radio bietet hier eine echte Chance.“

Party mit dem Protein

Von **Manuela Pauker**

Protein-Food liegt schwer im Trend. Gab es zu Beginn vor allem Riegel, Müslis oder Getränke für Sportler, so ist mittlerweile beinahe alles damit erhältlich: Brot, Nudeln, Süßigkeiten, ja sogar Tierfutter.

Es war also nur eine Frage der Zeit bis zum Eiweiß-Bier. Zwei Hamburger brauen es: Erik Lars Dimter und Tristan Thomas Brümmer haben ein Proteinbier mit Zitrone im Angebot, das mit 15 Gramm des Wunderstoffs angereichert ist, und ein „neutrales“ Bier mit sieben Gramm. Die Idee dazu entstand 2015 während einer Geschäftsreise in Singapur: Nach einem

langen Tag wünschten sich die beiden ein alkoholfreies Bier, das den Körper zugleich mit wichtigen Nährstoffen versorgen sollte.

Gesagt, getan: Zusammen mit der rheinland-pfälzischen Privatbrauerei Bischoff wurde experimentiert, 2019 kamen die ersten Sorten in die Supermärkte. Ein Jahr später ging es ans Feintuning der Marke Joybräu – inklusive des Designs. Wer seinen Körper übrigens nicht nur mit einer Extraportion Eiweiß, sondern auch noch mit Vitaminen versorgen will, kann zu einer weiteren Sorte greifen: Die Hamburger brauen auch dafür ein Bier – reich an Vitamin C, B12 & B9.

