

Swisscom Lifebalance-Studie

Management Summary, Juni 2012



Partner der Studie



Swisscom hat zusammen mit 20 Minuten eine repräsentative Studie zur Lifebalance durchgeführt. Untersucht wurde u. a. das heutige Kommunikationsverhalten der Erwerbstätigen. Methodisch wurde die Studie unterstützt von LINK und qualitativ beurteilt vom Institut für Arbeitsforschung und Organisationsberatung (iafob).

Management Summary

Erwerbstätigkeit/Arbeitswelt

- Struktur der Befragten:
Angestellte (57%), akademische Angestellte (7%), leitende Angestellte (30%), Mitglieder der Unternehmensleitung/obersten Führungsebene (5%), Firmeninhaber (1%), Firmengrösse von 11-50 Angestellten (39%), Firmengrösse von mehr als 300 Angestellten (15%)
Beschäftigungsgrad: Vollzeit (87%), Teilzeit (13%)
- 65% der Befragten haben flexible Arbeitszeiten
- Vertragliche Arbeitszeit: 35-44 Stunden (71%), mehr als 45 Stunden (4%)
- 40% der Befragten arbeiten effektiv mehr als 45 Stunden

Management Summary

Erwerbstätigkeit/Arbeitswelt

- Arbeitsweg: weniger als 30 Minuten (66%), mehr als eine Stunde (8%)
38% arbeiten wöchentlich auf dem Arbeitsweg, 23% täglich
- Mittagspause: weniger als 1 Stunde (74%), mehr als 1 Stunde (20%)
- Büroarbeitsplatz: Büroarbeitsplatz (82%) , mind. 10 Stunden/Woche in Mehrpersonenbüro (62%), Einzelbüro (30%)
- Arbeitsort ausserhalb des Büros: mind. 10 Stunden/Woche zu Hause (5%), unterwegs (13%)
- Geräteausrüstung zu Hause oder unterwegs: Smartphone (45%), Firmennotebook/-Laptop mit VPN (34%), Firmennotebook/-Laptop ohne VPN (9%), privates/r Notebook/Laptop mit VPN (20%), privates/r Notebook/Laptop ohne Zugriff auf Firmendaten (17%), Handy (17%), Tablet PC (8%)

Management Summary

Gerätenutzung

- Berufliche Nutzung von Arbeits- und Kommunikationsgeräten: Stationärer PC (73%), Festnetz (70%), Laptop/Notebook (36%), Smartphone (26%), Handy ohne Internetzugang (20%), Handy mit Internetzugang (16%), Tablet PC (5%)
- Nutzung der geschäftlichen Geräte für private Zwecke (mind. 1 Mal pro Woche): Smartphone (75%), stationärer PC (73%), Laptop/Notebook (65%), Handy mit Internetzugang (64%), Festnetz (63%), Handy ohne Internetzugang (56%)
- Nutzung der privaten Geräte für berufliche Zwecke (mind. 1 Mal pro Woche): Smartphone (56%), Handy mit Internetzugang (47%), Laptop/Notebook (46%)

Management Summary

Erreichbarkeit innerhalb der Arbeitszeit

- Erreichbarkeit der Befragten:
telefonisch (Mobile, Festnetz) (82%), Email (78%), Telefon-/Videokonferenz (19%), SMS (17%), Chat (8%), Social Media (2%)
- Persönliche Kommunikationsformen:
persönliches Vorbeikommen/Vorbeigehen (71%/73%) sowie Meetings (52%) haben starke Bedeutung
- Berufliche Kontakthäufigkeit der Erwerbstätigen:
telefonisch: täglich (70%), stündlich oder häufiger (23%)
per Email: täglich (72%), stündlich oder häufiger (25%)
- Antwort auf Emailanfragen (beruflich):
innerhalb eines Tages (82%), innerhalb eines halben Tages (60%),
innerhalb einer Stunde (34%)
- Beantwortung aller Mails (62%), 75% der Emails (79%)
- Wöchentliche Teilnahme an Meetings (59%)

Management Summary

Erreichbarkeit innerhalb der Arbeitszeit

- Stärkste Beeinträchtigung des Arbeitsflusses bei unangekündigten Kommunikationsformen wie persönliches Vorbeikommen (30%), Telefon (29%), Telefon-/Videokonferenzen (24%), Meetings (22%), Chat (22%)
- Unerwünschte Kontaktaufnahmen für Erwerbstätige mit einer Bürotätigkeit während folgenden Tätigkeiten: Präsentationen/Vorträgen (49%); Sitzungen mit Kunden (48%), Vorgesetzten (46%) oder Mitarbeitern (42%); während der Mittagspause (38%)
- 34% der Angestellten würden die Möglichkeit begrüßen, zu ausgewählten Zeiten Ihre Erreichbarkeit einzuschränken. 31% sind unentschieden, schliessen jedoch diese Möglichkeit nicht a priori aus. 36% äussern sich eher dagegen.

Management Summary

Erreichbarkeit ausserhalb der Arbeitszeit

- Erreichbarkeit: Mittag (59%), Feierabend (57%), Wochenende (51%), Feiertage (48%), Ferien (37%)
Keine berufliche Erreichbarkeit erwünscht: Mittag (12%), Feierabend (14%), Wochenende (19%), Feiertage (22%), Ferien (25%)
- Art der Erreichbarkeit: Telefon (88%), Email (65%), SMS (59%), Social Media Plattform, Telefon-/Videokonferenz/Chat (2%-5%)
- Folgende Art der Kontaktaufnahme wird als belastend empfunden: Telefon (34%), Email (14%), SMS (21%)
- Für folgende Personen erreichbar: Vorgesetzte (88%), Mitarbeiter (85%), Kunden (23%)

Management Summary

Erreichbarkeit ausserhalb der Arbeitszeit

- Gründe der Erreichbarkeit: Verantwortung gegenüber Arbeitskollegen (57%) und Kunden (32%), Arbeitskultur der eigenen Branche (17%), Erwartung des Arbeitgebers (17%-18%)
- Gewünschte Einschränkung der Erreichbarkeit: Ferien (73%), Feiertage (55%), Wochenende (54%), Feierabend (39%)
- Gewünschte Einschränkung der Erreichbarkeit bei folgenden Tätigkeiten: Sex/Kuscheln (60%), Toilette (49%), Mittagessen/Abendessen (37%), Ausgang (37%)
- 29% der Befragten würden die Möglichkeit begrüssen, zu ausgewählten Zeiten Ihre Erreichbarkeit einzuschränken. 29% sind unentschieden.

Management Summary

Life-Domain-Balance/Freizeit

- Arbeitszeiten mit familiären und/oder sozialen Verpflichtungen gut vereinbar (87%), sehr gut vereinbar (39%)
- 12% haben Mühe, Berufs- und Privatleben in Balance zu halten
- Für 78% ist die Trennung zwischen Arbeitszeit und Freizeit wichtig
- 64% resp. 66% legen Wert auf berufliche und private Beziehungen resp. auf die Trennung von Arbeitszeit und Freizeit
- Für 77% der Erwerbstätigen ist der beruflicher Erfolg wichtig
Die Wichtigkeit von Familie (93%), Sozialleben (92%), Hobby (92%) und Partnerschaft (92%) wird jedoch höher eingeschätzt
- Einschätzung der körperlichen Gesundheit: gut (79%), sehr gut (27%)
- Einschätzung der psychischen Gesundheit: gut (79%), sehr gut (37%)

Backup

Methodischer Steckbrief

Personen in der Deutsch- und Westschweiz im Alter von 14 bis 99 Jahren, die mindestens mehrmals pro Woche im Internet sind

Grundgesamtheit

Zielgruppe:

Berufliche Position: Angestellte, akademische Angestellte, leitende Angestellte, Mitglieder der Unternehmensleitung/ oberste Führungsebene, Firmeninhaber
Unternehmensgrösse: tätig in einer Firma mit mehr als 10 Mitarbeitern

Methode

Online-Befragung über ein repräsentatives Online-Panel (Deutsch- und Westschweiz), das vom LINK Institut für Markt- und Sozialforschung betreut wird

Stichprobe

Gesamtstichprobe: 1'977 Befragte, 1'586 in der Deutschschweiz, 391 in der Westschweiz

Zielgruppe: 905 Befragte, 744 in der Deutschschweiz, 161 in der Westschweiz (ungewichtet)

Gewichtung

Gewichtung nach Geschlecht, Alter, Schulbildung, Erwerbstätigkeit, berufliche Stellung/Kaderposition, Unternehmensgrösse und Sprache/Sprachregion gemäss MA Strategy 2011

Befragungszeitraum

Die Befragung dauerte vom 20. Februar 2012 bis zum 2. März 2012