

# **Die Wahrnehmung von orts(un)gebundener Arbeit aus der Sicht von Frauen und Männern**

Masterarbeit

am

Studiengang „Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie“

an der Ferdinand Porsche FernFH

Angelika Liebhaber, B.Sc.

00926124

Begutachter: Prof. (FH) Mag. Dr. Herbert Schwarzenberger

Hainfeld, Juni 2022

## **Eidesstattliche Erklärung**

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, habe ich als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt oder veröffentlicht. Die vorliegende Fassung entspricht der eingereichten elektronischen Version.

05. 06. 2022

Unterschrift

## Zusammenfassung

In dieser Masterarbeit wird untersucht, wie sich die Wahrnehmung von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern unterscheidet. Um soziale Repräsentation zu erheben, wurde die Methode der freien Assoziationen gewählt. Dabei wurden in einem Online-Fragebogen Assoziationen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice abgefragt. Die Teilnehmenden haben zunächst Begriffe und Ideen zum jeweiligen Stimulus genannt und diese danach bewertet. Kern-Peripherie-Analysen und Korrespondenzanalysen wurden durchgeführt, um zu ermitteln, ob Unterschiede in den genannten Assoziationen bestehen. Nach der Berechnung der Polaritäts- und Neutralitätsindices wurde mittels statistischer Analysen überprüft, ob es Unterschiede in den Bewertungen der genannten Assoziationen gibt. Die Ergebnisse zeigen, dass bei Betrachtung aller Teilnehmenden Unterschiede in den genannten Assoziationen bestehen, und dass sie unterschiedlich bewertet wurden. Zwischen den teilnehmenden Frauen und Männern konnten zwar Unterschiede bei den genannten Assoziationen gezeigt werden, jedoch keine signifikanten Unterschiede in den Bewertungen der Assoziationen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice. Basierend auf den Ergebnissen der Fragebogenstudie werden praktische Implikationen für Arbeitnehmende und Arbeitgebende erarbeitet.

Schlüsselbegriffe: Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit, Homeoffice, soziale Repräsentationen

## Abstract

This master's thesis investigates the question how women and men perceive traditional office, virtual office and home office differently. To gather social representations, an online questionnaire has been conducted. Participants provided free associations to the three stimuli and rated them. The collected data has been analyzed using core/peripheral analysis and correspondence analysis, to determine if there are differences in the associations and their ratings. The key findings are that there are differences in associations and the rating of associations when considering all participants. Comparing the group of women and men that participated in the questionnaire, indicated that different associations have been provided, but no significant difference in the rating of the associations could be found for the three forms of work. Based on the results of the questionnaire recommendations are provided for employers and employees to improve traditional office, virtual office as well as home office.

Keywords: traditional office, virtual office, home office, social representations

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>3</b>
1.1	Problemstellung und Forschungsfrage .....	3
1.2	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	7
<b>2</b>	<b>Theoretischer Hintergrund</b> .....	<b>9</b>
2.1	Formen der Arbeit .....	9
2.1.1	Präsenzarbeit.....	9
2.1.2	Virtuelle Arbeit.....	15
2.1.3	Homeoffice.....	18
2.1.4	Vergleichende Studien zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice.....	20
2.2	Unterschiedliche Erwartungen an und Wahrnehmungen von Frauen und Männern.....	24
2.2.1	Biologisches und soziales Geschlecht .....	24
2.2.2	(Geschlechter-)Stereotype .....	25
2.2.3	Vergleichende Studien zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern.....	27
2.3	Soziale Repräsentationen .....	32
2.3.1	Definition sozialer Repräsentationen.....	32
2.3.2	Entstehung sozialer Repräsentationen.....	33
2.3.3	Struktur sozialer Repräsentationen .....	34
2.3.4	Erhebung und Analyse sozialer Repräsentationen.....	36
<b>3</b>	<b>Empirischer Teil</b> .....	<b>38</b>
3.1	Hypothesen.....	38
3.2	Methode/Material/Instrumente .....	40
3.2.1	Methodische Aspekte.....	40
3.2.2	Fragebogen .....	46
3.3	Vorbereitende Analysen .....	48

3.4	Stichprobe .....	52
3.5	Durchführung der empirischen Untersuchung .....	55
<b>4</b>	<b>Ergebnisse .....</b>	<b>56</b>
4.1	Kern-Peripherie-Analyse .....	56
4.1.1	Kern-Peripherie-Analyse aller teilnehmenden Personen .....	56
4.1.2	Kern-Peripherie-Analyse der teilnehmenden Frauen und Männer .....	63
4.2	Korrespondenzanalyse .....	74
4.2.1	Korrespondenzanalyse aller teilnehmenden Personen .....	75
4.2.2	Korrespondenzanalyse der teilnehmenden Frauen und Männer .....	76
4.3	Polaritäts- und Neutralitätsindices .....	80
4.3.1	Polaritäts- und Neutralitätsindices aller teilnehmenden Personen .....	81
4.3.2	Polaritäts- und Neutralitätsindices der teilnehmenden Frauen und Männer .....	82
<b>5</b>	<b>Diskussion und Ausblick .....</b>	<b>86</b>
5.1	Resümee .....	86
5.2	Interpretation und Diskussion der Ergebnisse .....	88
5.3	Kritische Reflexion .....	90
5.4	Anregung für zukünftige Arbeiten .....	91
5.5	Praktische Implikationen .....	92
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>93</b>
	<b>Online-Quellenverzeichnis .....</b>	<b>100</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>101</b>
	<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>103</b>
	<b>Anhang</b>	

# 1 Einleitung

Das erste Kapitel umfasst die Problemstellung inklusive der Herleitung der Forschungsfrage und die Zielsetzung sowie den Aufbau der Arbeit. Zu Beginn wird die zunehmende Virtualisierung in der Arbeitswelt beschrieben und welche Chancen und Herausforderungen daraus entstehen können. Die unterschiedlichen Wahrnehmungen von Frauen und Männern zu dieser Entwicklung werden thematisiert. Daraus wird die Forschungsfrage abgeleitet, die den Abschluss des Unterkapitels darstellt. Abschließend wird das Ziel und der Aufbau der Arbeit beschrieben.

## 1.1 Problemstellung und Forschungsfrage

„Der Arbeitsmarkt ist im Wandel“ (Otto, Korek & Baethge, 2009, S. 1). Diese Aussage ist auch noch rund zehn Jahre später gültig, wie die Corona-Pandemie zeigt. Die Corona-Krise hat für viele Arbeitende innerhalb kurzer Zeit zu einem gravierenden Umbruch in ihrem Arbeitsleben geführt. Beschäftigten, bei deren Tätigkeit die Arbeit an einem anderen Ort möglich war und die über ausreichend räumliche Kapazitäten verfügten, wurde angeboten ihre Arbeit im Homeoffice zu verrichten. Anfängliche Bedenken bezüglich der Verlagerung des Arbeitsplatzes und der technischen Herausforderungen konnten großteils beseitigt werden und die Verwendung neuer Technologien im Homeoffice wurde für viele zur Selbstverständlichkeit. Daher hat sich die Arbeitswelt in den letzten Monaten durch die Corona-Pandemie dahingehend entwickelt, dass die Virtualisierung beschleunigt wurde (Müller, Lalive & Lavanchy, 2020, S. 15).

Der Begriff Homeoffice ist seit dem Beginn der Corona-Pandemie im März 2020 im deutschsprachigen Raum allgegenwärtig. Von sehr vielen Arbeitenden wird diese Möglichkeit, sofern es die Arbeit zulässt, in Anspruch genommen (Scholtz, 2020). Bis auf wenige Arbeitskräfte, die ihrer Arbeit vor Ort nachgehen mussten, waren in fast 60% der 300, zwischen April und Mai 2020, befragten Unternehmen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchgehend im Homeoffice. Bei 90% der Unternehmen arbeiteten zumindest die Hälfte der Mitarbeitenden im Homeoffice (Kellner, Korunka, Kubicek & Wolfsberger, 2020, S. 6). Auch die Veränderung der wöchentlich geleisteten Arbeitsstunden im Homeoffice vor und während der Pandemie wurde untersucht. Während die Befragten in der Zeit vor Corona durchschnittlich 11,9 Stunden im Homeoffice arbeiteten, waren sie während der Corona-Zeit im Juli/August 2020 durchschnittlich 25,6 Stunden im Homeoffice (Bonin et al., 2020, S. 107f.). Eine Telefonumfrage mit über 1000 Personen im März 2020 verdeutlicht ebenso die starke Zunahme von Homeoffice

aufgrund der Corona-Pandemie. 49% der Berufstätigen arbeiten ganz oder teilweise im Homeoffice, wobei für 18% die Möglichkeit im Homeoffice zu arbeiten gänzlich neu ist. Befragte, die ihre Arbeit zuvor schon von zu Hause aus erledigten, arbeiteten aufgrund der Pandemie häufiger oder ganz im Homeoffice (<https://www.bitkom.org/>, Abruf am 05.09.2021).

Vor der Corona-Pandemie wurde die Möglichkeit zur Arbeit im Homeoffice nur eingeschränkt umgesetzt. Rund 18% der Unternehmen gaben an, dass alle Mitarbeitenden bis auf wenige Ausnahmen, im Homeoffice arbeiten könnten. Tatsächlich sind aber nur bei 2% der Unternehmen fast alle Mitarbeitenden im Homeoffice gewesen (Kellner, Korunka, Kubicek & Wolfsberger, 2020, S. 6). Eine weitere Studie zeigt ähnliche Ergebnisse. Rund 12% der unselbständig erwerbstätigen Personen haben von zu Hause gearbeitet, obwohl es für 40% theoretisch möglich gewesen wäre. Der Grund dafür liegt in den meisten Fällen bei den Arbeitgebenden, die diese Möglichkeit nicht anbieten. Anders ist das bei Unternehmen mit wenig Mitarbeitenden, da in diesem Fall die Arbeitnehmenden Homeoffice eher ablehnen würden. Als Erklärung werden die familiäre Arbeitsatmosphäre und die Verbundenheit zum Betrieb vermutet (Brenke, 2016, S. 100 ff.). Der soziale Aspekt, insbesondere der persönliche Austausch, wird auch in einer anderen Studie hervorgehoben, wenn die Frage nach der Nutzung von Homeoffice nach der Corona-Pandemie gestellt wird. Die meisten Befragten möchten danach weniger oft im Homeoffice arbeiten, um sich mit Kolleginnen und Kollegen austauschen zu können (<https://newsroom.iza.org/>, Abruf am 13.10.2020).

Als Vorteil für das Arbeiten im Homeoffice wird die ersparte Pendelzeit genannt. Die Einsparung kommt nur dann zum Tragen, wenn ganze Tage von zu Hause gearbeitet werden und der Arbeitstag nicht in Präsenzarbeit und Arbeit im Homeoffice aufgeteilt wird. Daher kann die Einsparung der Pendelzeit nicht immer als Argument für Homeoffice gesehen werden (Mergener, 2018, S. 5). Da diese Studie 2018 durchgeführt wurde, ergibt sich bei der Befragung im Juli/August 2020 aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen durch die Pandemie ein verändertes Bild. Wenn die Tätigkeit Homeoffice zulässt, werden meist ganze Tage von zu Hause aus gearbeitet und damit einhergehend benennen die Befragten die gewonnene Pendelzeit als Vorteil (<https://newsroom.iza.org/>, Abruf am 13.10.2020).

Um die positiven Aspekte der Präsenzarbeit und der Arbeit im Homeoffice zu vereinbaren, bevorzugen mehr als die Hälfte der befragten Arbeitnehmerinnen und Arbeitneh-

mer ein Konzept bei dem sie sowohl vor Ort als auch von zu Hause aus arbeiten können (<https://newsroom.iza.org/>, Abruf am 13.10.2020). Dieses Modell wird nicht nur von Arbeitenden, sondern auch von Arbeitgebenden als zukunftsfähig gesehen. Die Siemens AG hat in einer Pressemitteilung die fortschreitende Virtualisierung, beschleunigt durch die Coronapandemie, thematisiert. Mobiles Arbeiten wurde bei Siemens auch vor der Pandemie praktiziert und soll ab jetzt zu einem immerwährenden Standard werden. Das Ziel ist den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit mobiles Arbeiten an durchschnittlich zwei bis drei Tagen pro Woche zu ermöglichen, vorausgesetzt es ist vernünftig und praktikabel. Der Fokus dieser neuen Unternehmenskultur liegt dabei auf den Ergebnissen der Arbeit und nicht auf der Zeit, die im Büro verbracht wird (<https://press.siemens.com/>, Abruf am 06.10.2020). Hofmann, Piele und Piele (2020, S. 10f.) haben Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger aus 500 Unternehmen befragt, ob das Angebot für Homeoffice nach der Coronakrise bestehen bleibt. 42% der Befragten werden ihrer Belegschaft anbieten im Homeoffice zu arbeiten, während 44% das Angebot noch abwägen werden. 13% möchten das Angebot nicht verändern und 1% möchte das Angebot verringern. Das Ergebnis zeigt, dass in Zukunft zumindest mehr als die Hälfte der Unternehmen bereit ist, Homeoffice für ihre Belegschaft anzubieten.

Für die Verrichtung der Arbeit im Homeoffice wird die Übereinkunft von Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden vorausgesetzt. Zusätzlich zu dieser Übereinstimmung ist auch die Verfügbarkeit einer ausreichenden Internetverbindung essenziell. Außerhalb von Ballungszentren ist der Breitbandzugang oft nicht verfügbar, jedoch könnten Unternehmen nach dem Ausbau virtuelles Arbeiten fördern. Die Errichtung von Satellitenbüros oder öffentlichen Coworking-Spaces sparen einerseits Pendelzeit und wirken andererseits der sozialen Isolation der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Homeoffice entgegen (Garnadt, Schnitzer & Viète, 2020, S. 665f.).

Die bisher beschriebenen Vorteile von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und der Arbeit im Homeoffice empfinden nicht alle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer als ähnlich positiv, da jede Person andere Bedürfnisse hat und sich diese je nach Alter und Lebenssituation verändern können. Beispielsweise unterscheidet sich das Ausmaß an Homeoffice zwischen Personen mit oder ohne Kind wie das Ergebnis einer Online-Umfrage von Mai 2020 zeigt. 40% der Befragten ohne Kind arbeiteten im Homeoffice, während Befragte mit Kind 60% im Homeoffice verbrachten. Jede vierte Person mit mindestens zwei betreuungspflichtigen Kindern gab an sich gestresster als vor der Pandemie zu fühlen. Bei den kinderlosen Befragten fühlten sich nur 11% gestresster. Befragte, die



ihrer Arbeit nachgehen, dabei Kinder betreuen oder auch Angehörige pflegen, scheinen trotzdem das Homeoffice positiv zu sehen. Ein Teil der Befragten im Alter von 35-44 Jahren können sich durch die Möglichkeit zum Homeoffice die Zeit für ihre Verpflichtungen besser einteilen (<https://www.monster.de/>, Abruf am 05.09.2021).

Neben Alter und Lebenssituation kann auch das Geschlecht einen Einfluss auf Herausforderungen in der Arbeitswelt, speziell während der Corona-Krise, haben. Führungskräfte wurden in einer Umfrage nach den größten Herausforderungen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefragt. Für weibliche Mitarbeitende wurde der gestiegene Aufwand für die Kinderbetreuung mit 73% als die größte und der Umstieg auf die Arbeit im Homeoffice mit 47% als die zweitgrößte Herausforderung genannt. Für Männer wurde der gestiegene Aufwand für die Kinderbetreuung und der Umstieg auf die Arbeit im Homeoffice mit je 62% als größte Herausforderungen genannt (Aichinger, Hornberger, Wagner, Jonek & Kögler, 2021, S. 14). Das Ergebnis kann dahingehend interpretiert werden, dass noch immer ein traditionelles Rollenverständnis vorliegt, in dem Frauen für die Kinderbetreuung verantwortlich sind und sich Männer auf ihre Arbeit konzentrieren. Generell ist die Vereinbarkeit der Kinderbetreuung und der Arbeit im Homeoffice während des Lockdowns für viele Eltern eine Herausforderung, wie auch das Ergebnis einer anderen Befragung zeigt. Vor allem für Frauen ist es schwierig, ihre Arbeit und die Kinderbetreuung zu vereinbaren. Demnach betreuten 38% der Frauen die Kinder im selben Raum, während sie arbeiteten. Im Gegensatz dazu betreuten nur 19% der Männer die Kinder im selben Raum, während sie arbeiten. Dieses Resultat lässt vermuten, dass Frauen gemäß Mader, Derndorfer, Disslbacher, Leching und Six ([Blog-Eintrag], 2020) weniger konzentriert bei der Arbeit im Homeoffice sein könnten als Männer. Dementgegen waren in einer anderen Onlinebefragung, die im Frühjahr 2020 durchgeführt wurde, diese Unterschiede nicht erkennbar. Die Arbeit im Homeoffice im Hinblick auf die Erledigung der Arbeitsaufgaben wurde von Frauen und Männern mit betreuungspflichtigen Personen als ähnlich wahrgenommen (Frodermann, Grunau, Haas & Müller, 2021, S. 7).

Durch die Corona-Pandemie wurde vielen Frauen erstmals die Arbeit im Homeoffice ermöglicht. Die Mehrheit der Frauen war mit dieser Veränderung zufrieden, jedoch wird von Frauen die Arbeit im Homeoffice als belastender beschrieben als von Männern unabhängig davon, ob Kinder zu betreuen sind oder nicht (Frodermann, Grunau, Haas & Müller, 2021, S. 7ff.). Der Umbruch durch die Corona-Krise hat sich für Frauen und Männer nicht nur auf die Arbeitswelt, sondern auch auf die Verpflichtungen zu Hause ausgewirkt. Sowohl Frauen als auch Männer berichten von einer Zunahme an Zeit, die

sie für den Haushalt aufwenden. Frauen investieren jedoch durch die Pandemie prozentuell noch mehr Zeit in die Hausarbeit als Männer. Diese Ergebnisse treffen für Familien mit Kindern, Lebensgemeinschaften ohne Kinder und für alleinlebende Personen zu (Berghammer, [Blog-Eintrag], 2020). Die Ergebnisse der beiden Umfragen ergeben, dass durch die Corona-Pandemie bei Frauen sowohl im Arbeits- als auch im Privatleben eine größere Veränderung stattgefunden hat als bei Männern.

Die räumliche Flexibilisierung der Arbeit hat sich seit März 2020 rasant entwickelt. Die Arbeit wurde für viele Personen von einem Tag auf den anderen nach Hause in die eigenen vier Wände verlegt und dadurch sind neue Chancen, aber auch Herausforderungen entstanden. Seit Beginn der Corona-Pandemie wurden viele Studien durchgeführt, die sich mit dem Wechsel des Arbeitsplatzes und damit einhergehend mit einer generellen Veränderung in der Arbeitswelt beschäftigen. Dabei wurden auch Rollenbilder, insbesondere welche unterschiedlichen Rollen Frauen und Männern einnehmen, näher betrachtet. Da viele Unternehmen Homeoffice auch nach der Pandemie beibehalten möchten, ist die Sichtweise von Frauen und Männern zu den Formen der Arbeit hilfreich, um auf ihre Bedürfnisse als Mitarbeitende eingehen zu können.

Die Forschungsfrage, die dieser Masterarbeit zu Grunde liegt, lautet daher:

Wie unterscheidet sich die Wahrnehmung von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern?

## **1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit**

Ziel dieser Masterarbeit ist zu untersuchen, wie traditionelle Präsenzarbeit und die durch die Corona-Pandemie vermehrt auftretenden modernen Formen der Arbeit, wie virtuelle Arbeit und Homeoffice, in der Gesellschaft wahrgenommen werden. Der Fokus liegt dabei auf den unterschiedlichen Sichtweisen von Frauen und Männern, die als soziale Repräsentationen erhoben werden. Dafür werden offene Fragen verwendet, um den Befragten bei ihren Antworten möglichst großen Freiraum zu bieten.

Im theoretischen Teil werden dafür zunächst Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice definiert, sowie vergleichende Studien zu diesen Formen der Arbeit vorgestellt. Um mögliche Unterschiede in der Wahrnehmung zwischen Frauen und Männern erklären zu können, werden das biologische beziehungsweise soziale Geschlecht und vorhandene (Geschlechter-)Stereotypen beschrieben. Ebenso werden vergleichende Studien zu den Formen der Arbeit aus der Sicht von Frauen und Männer dargestellt. Anschließend wird die Theorie der sozialen Repräsentationen, auf der diese Arbeit ba-

siert, dargelegt. Im empirischen Teil werden die Hypothesen aus der Literatur hergeleitet, methodische Aspekte und der verwendete Fragebogen dargelegt. Danach werden die vorbereitenden Analysen, die Stichprobe und die Durchführung der empirischen Untersuchung beschrieben. Darauf folgend werden die Ergebnisse der Auswertungen präsentiert und miteinander verglichen. Abschließend erfolgt ein Resümee, die Ergebnisse werden interpretiert und diskutiert und die Arbeit wird kritisch reflektiert. Anregungen für zukünftige Arbeiten und eine Präsentation praktischer Implikationen bilden den Abschluss dieser Arbeit.

## **2 Theoretischer Hintergrund**

In diesem Kapitel wird der theoretische Hintergrund, auf den diese Masterarbeit aufbaut, erläutert. Zu Beginn werden die drei Formen der Arbeit „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ näher betrachtet und vergleichende Studien dazu angeführt. Das nächste Kapitel wird mit einem kurzen Überblick über das biologische beziehungsweise soziale Geschlecht und über (Geschlechter-)Stereotype eingeleitet, um auf unterschiedliche Erwartungen an und Wahrnehmungen von Frauen und Männern einzugehen. Im Hauptteil werden unterschiedliche Wahrnehmungen von Frauen und Männern in Bezug auf die Formen der Arbeit thematisiert. Zum Abschluss wird die Theorie der Sozialen Repräsentationen vorgestellt. Dabei werden die Definition, die Entstehung, die Struktur, die Erhebung und die Analyse sozialer Repräsentationen beschrieben.

### **2.1 Formen der Arbeit**

In diesem Kapitel werden Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice beschrieben, sowie ein Vergleich dieser Formen der Arbeit gezogen. Zu Beginn der jeweiligen Unterkapitel werden die Begriffe definiert und anschließend Vor- und Nachteile der jeweiligen Form der Arbeit abgewogen. Am Ende dieses Kapitels werden Studien angeführt, in denen Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice miteinander verglichen werden.

#### **2.1.1 Präsenzarbeit**

Präsenzarbeit beschreibt die traditionelle Form der Arbeit, in der Arbeitnehmende die Arbeitszeit in der Arbeitsstätte des Betriebs verbringen. Der private und der berufliche Bereich sind dadurch strikt getrennt (Körper-Risak, 2021, S. 1). In dieser Masterarbeit wird unter „Präsenzarbeit“ die Verrichtung der Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens verstanden.

Becker (2004, S. 3f.) beschreibt das Büro als Erfindung des Menschen. Das Büro ist an die Bedürfnisse der Organisation angepasst und wird sich durch neue Anforderungen verändern. Zum Beispiel wird eine neue Geschäftsleitung neue Prozesse etablieren oder die Unternehmenskultur verändern und im Zuge dessen Gebäude modernisieren oder einen neuen Standort wählen. Jede Veränderung der Arbeitsplätze kann einen großen Einfluss auf die Organisation, aber auch auf die Belegschaft, haben. Für viele Arbeitende ist der Arbeitsplatz ein physisch greifbarer Ort, der emotional aufgeladen ist.

Das traditionelle Büro ist durch einen abgeschlossenen Raum gekennzeichnet, in dem festgelegte Arbeiten erledigt werden und durch den eine physische und persönliche Barriere zu anderen Arbeitnehmenden gegeben ist. Um dem entgegenzuwirken und die Kommunikation und das Miteinander zu fördern, wurden Bürolandschaften errichtet (Zalesny & Farace, 1987, S. 241ff.). Eine Umfrage wurde durchgeführt, um die wahrgenommene Veränderung von einem traditionellen Büro zu einer Bürolandschaft zu untersuchen. Dabei befragten sie die Mitarbeitenden vor der Einführung der offenen Büros und nach der Einführung der offenen Büros unter anderem zu Arbeitszufriedenheit und Privatsphäre. Die Ergebnisse zeigen, dass Mitarbeitende in unterschiedlichen Positionen unterschiedlich auf die physische Veränderung reagierten. Die gefühlte Privatsphäre ist für Manager und Expertinnen und Experten in der Bürolandschaft geringer, während sie für Assistenzkräfte gestiegen ist. Bei Expertinnen und Experten konnten keine Veränderungen in Bezug auf die Arbeitszufriedenheit gezeigt werden. Manager und Assistenzkräfte sind nach der Veränderung jedoch unzufriedener.

Neben traditionellen Büros und Bürolandschaften können aufgrund der Anzahl an Personen im Büro und aufgrund von architektonischen und funktionellen Merkmalen weitere Arten von Büros definiert werden (Bodin Danielsson & Bodin, 2008, S. 642f.). Insgesamt sind durch verschiedene Kombinationen von Architektur und Funktion sieben Bürotypen entstanden, die in Tabelle 1 zusammengefasst sind.

- Einzelbüro

Einzel- oder Zellenbüros sind Büros für eine Person. Jedes Büro verfügt über ein Fenster und daraus ergeben sich meist lange Gänge, die die Büros miteinander verbinden. Die benötigte Ausstattung befindet sich zum überwiegenden Teil im Büro und die Arbeit wird von der Person meist selbstständig ausgeführt.

- Gemeinsame Büroräume

Gemeinsame Büroräume bieten Platz für zwei bis drei Personen. Die Arbeitsplätze sind meist ohne System im Raum angeordnet und können durch Trennwände oder andere Gegenstände abgetrennt sein, um Privatsphäre zu schaffen. Bürokolleginnen und -kollegen teilen sich ein oder mehrere Fenster. Die benötigte Ausstattung befindet sich meist außerhalb des Büros. Personen, die sich das Büro teilen, haben meist ähnliche Aufgabengebiete und daher ist dieser Bürotyp durch interaktive Projektarbeit gekennzeichnet. Aufgrund von Platzmangel wird dieser Bürotyp häufig gewählt.

- Großraumbüros

Bei Großraumbüros werden je nach Anzahl der Arbeitenden nochmals drei Unterkategorien unterschieden. In kleinen Großraumbüros arbeiten vier bis neun Personen, in mittleren Großraumbüros zehn bis 24 Personen und in großen Großraumbüros mehr als 24 Personen. Die Arbeitsplätze sind meist frei zu Gruppen angeordnet, wobei Trennwände zwischen den Arbeitsplätzen Lärm reduzieren und Privatsphäre am jeweiligen Arbeitsplatz bieten. Bürokolleginnen und -kollegen teilen sich die Fenster. Gelegentlich ist die benötigte Ausstattung am individuellen Arbeitsplatz. Die Büroangestellten arbeiten vorwiegend einzeln und tätigen Routinearbeiten mit wenig Interaktion zu Kolleginnen und Kollegen. Der Zweck von Großraumbüros ist bei Veränderungen innerhalb der Organisation flexibel zu sein und Veränderungen ohne Umbau abwickeln zu können.

- Flexible Büros

In flexiblen Büros gibt es keine eigenen Arbeitsplätze. Flexible Büros beinhalten Bereiche in denen konzentriertes Arbeiten, private Telefongespräche oder Meetings möglich sind. Circa 70% der Arbeitenden finden darin gleichzeitig einen Arbeitsplatz. Diese Dimension ergibt sich aufgrund von erwarteten Krankenständen oder den alternativen Orten, an denen die Arbeit erledigt werden kann. Bei diesem Bürotyp wird eine gute Informationstechnologie vorausgesetzt, damit die Arbeitenden ihren Arbeitsplatz, sowohl im Büro als auch außerhalb des Büros frei wählen können. Die Ausstattung wird geteilt und es ist nicht möglich den Arbeitsplatz individuell zu gestalten. Dieser Bürotyp ist der flexibelste, denn hier sind sowohl die Ausstattung als auch die Arbeitenden flexibel.

- Kombi-Büros

Bei diesem Bürotyp verbringen Arbeitende mehr als 20% ihrer Zeit an Arbeitsplätzen, die nicht ihre eigenen sind. Dieser Bürotyp ist von Teamarbeit gekennzeichnet. Bei Kombi-Büros gibt es keine strikte Definition, aber hier sind Einzelarbeitsplätze, entweder in einem eigenen Raum oder in einem Großraumbüro, enthalten. Es gibt Bereiche in denen Arbeiten außerhalb des eigenen Arbeitsplatzes erledigt werden. Dazu zählen zum Beispiel Projekträume, Besprechungsräume oder Räume, an denen spezifische Arbeiten verrichtet werden können. Dieser Bürotyp ist durch Teamarbeit und der gemeinsamen Nutzung der Büroausstattung gekennzeichnet. Die Büroarbeit ist einerseits unabhängig, andererseits durch den Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen auch interaktiv. Teams können sich frei im Büro bewegen und Vorteile aus der zur Verfügung gestellten Ausstattung ziehen.

Tabelle 1: Bürotypen definiert nach Anzahl der Personen, sowie nach architektonischer und funktioneller Funktion

Bürotyp	Anzahl der Personen	Architektonische Merkmale	Funktionelle Merkmale
<b>Einzelbüro</b>	Büro für eine Person	Lange Gänge, um Büros zu verbinden	Ausstattung meist im Büro; selbstständige Ausführung der Arbeit
<b>Gemeinsame Büroräume</b>	Büro für 2-3 Personen	Arbeitsplätze meist ohne System im Raum angeordnet, durch Trennwände oder andere Gegenstände getrennt, um Privatsphäre zu schaffen	Ausstattung meist außerhalb des Büros; Kolleginnen und Kollegen mit ähnlichen Aufgabengebieten; Projektarbeit
<b>Großraumbüros</b>			
Kleine Großraumbüros	Büro für 4-9 Personen	Arbeitsplätze meist frei zu Gruppen angeordnet; Trennwände zwischen den Arbeitsplätzen reduzieren Lärm und bieten Privatsphäre am jeweiligen Arbeitsplatz	Ausstattung gelegentlich am individuellen Arbeitsplatz; Routinearbeit; wenig Interaktion zu Kolleginnen und Kollegen
Mittelgroße Großraumbüros	Büro für 10-24 Personen		
Große Großraumbüros	mehr als 24 Personen		
<b>Flexible Büros</b>	keine eigenen Arbeitsplätze	Bereiche für konzentriertes Arbeiten, private Telefongespräche und Meetings; ca. 70% der Arbeitenden finden darin gleichzeitig einen Arbeitsplatz	Voraussetzung: gute Informationstechnologie; Arbeit sowohl im Büro als auch außerhalb des Büros möglich; keine individuelle Gestaltung des Arbeitsplatzes
<b>Kombi-Büros</b>	Arbeitende verbringen mehr als 20% ihrer Zeit an Arbeitsplätzen, die nicht ihre eigenen sind; Teamarbeit.	Einzelarbeitsplätze, in einem eigenen Raum oder in einem Großraumbüro; Arbeitsbereiche außerhalb des eigenen Arbeitsplatzes, z.B.: Projekträume oder Besprechungsräume	Durch Teamarbeit und der gemeinsamen Nutzung der Büroausstattung gekennzeichnet; einerseits unabhängiges Arbeiten, andererseits Interaktion mit den Kolleginnen und Kollegen

Quelle: Eigene Darstellung nach Bodin Danielsson & Bodin (2008, S. 642f.)

Oldham und Brass (1979, S. 268ff.) zeigten, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weniger zufrieden mit ihrer Arbeit und ihren Kolleginnen und Kollegen sind und weniger intrinsisch motiviert sind, nachdem sie von einem konventionellen Büro in ein Großraumbüro übersiedelten. In diesem Experiment siedelte auch die Kontrollgruppe von einem konventionellen Büro in ein anderes konventionelles Büro mit ähnlichem Aufbau und diese Gruppe zeigte weder in Bezug auf die Zufriedenheit noch auf die Motivation eine Veränderung. Daraus kann abgeleitet werden, dass die physische Umgebung in einer Organisation Einfluss auf die Arbeitnehmenden hat. Nach dem Umzug in das Großraumbüro berichteten die Arbeitnehmenden von weniger Feedback ihrer Führungskraft und sahen weniger Möglichkeiten zur Bildung von Freundschaften.

In einer Längsschnittstudie wurden die Auswirkungen vom Wechsel von einem traditionellen Büro in ein Großraumbüro in Bezug auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden untersucht. Die Zufriedenheit wurde anhand der Kategorien physische Umgebung, physischer Stress, Leistung und Beziehung zu Teammitgliedern gemessen. Dabei wurden Fragebogen vor dem Umzug, vier Wochen nach dem Umzug und sechs Monate nach dem Umzug von den Arbeitenden ausgefüllt und ausgewertet. Die erhobenen Daten zeigen, dass die räumliche Veränderung negativ auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden in allen Kategorien zu wirken scheint. Die Mitarbeitenden sind mit der physischen Umgebung weniger zufrieden, ihr physischer Stresslevel ist höher, sie haben eine weniger gute Beziehung zu ihren Teamkolleginnen und – kollegen und nehmen ihre Arbeitsleistung als geringer wahr. Durch die verschiedenen Zeitpunkte der Befragung kann ausgeschlossen werden, dass die sinkende Zufriedenheit mit der Umstellung der räumlichen Veränderung begründet werden kann. Die Unzufriedenheit mit den Teammitgliedern war im Vergleich zwischen den drei Befragungszeitpunkten sechs Monate nach dem Umzug am höchsten. Ein möglicher Grund könnten die Ablenkungen und Störungen, die in einem Großraumbüro wesentlich häufiger sind, sein (Brennan, Chugh & Kline, 2002, S. 279ff.).

In einem Quasi-Experiment wurden die Reaktionen der Mitarbeitenden auf die Umstellung von einem traditionellen Büro in ein Großraumbüro untersucht. Eine Gruppe arbeitete weiterhin in traditionellen Büros, während die andere Gruppe in Großraumbüros wechselte. Das Resultat der Online-Befragung zeigt, dass Arbeitnehmende auf die physischen Veränderungen ihres Arbeitsplatzes reagieren. Manche Arbeitnehmenden haben positiv auf einige Elemente des neuen Designs reagiert, aber die Verkleinerung ihres Arbeitsplatzes und die, durch das offene Design entstandene, größere Ablenkung wurde ebenso hervorgehoben. Von der größeren Ablenkung wurde vor allem von Ar-



beitenden der Generationen Baby Boomers und Generation X, die in ein Großraumbüro gesiedelt sind, berichtet. Millenials, die in Großraumbüros übersiedelt sind, berichten nur über einen leichten Anstieg an Ablenkung im Vergleich zu Millenials, die im traditionellen Büro arbeiten. Die Ergebnisse zeigen einen Zusammenhang zwischen der bewussten Veränderung der Arbeitsumgebung und organisatorischem Wandel. Durch die neue, moderne Einrichtung im Großraumbüro wird die Unternehmenskultur als weniger formell und innovativer betrachtet. Des Weiteren haben die Arbeitenden mehr Vertrauen in sich selbst ihre Probleme selbstständig lösen zu können und arbeiten mehr zusammen (McElroy & Morrow, 2010, S. 609ff.).

Bodin Danielsson und Bodin (2008, S. 642f.) konnten Zusammenhänge zwischen verschiedenen Bürotypen und der Gesundheit, dem Wohlbefinden und der Arbeitszufriedenheit der Arbeitnehmenden feststellen. In der Kategorie Gesundheit wurden Einzelbüros und flexible Büros am besten bewertet, hingegen haben Großraumbüros schlechter abgeschnitten. Insbesondere kleine und mittelgroße Großraumbüros wurden mit einem höheren Risiko für eine schlechtere Gesundheit bewertet. Als möglichen Grund werden die architektonischen und funktionellen Merkmale dieser Bürotypen genannt, da die Arbeitnehmenden weder in kleinen noch in mittelgroßen Großraumbüros einen Rückzugsort haben, um ihre Arbeit in Ruhe zu erledigen oder um sich aus persönlichen Gründen zurückzuziehen. Bei mittleren Großraumbüros mit zehn bis 24 Personen könnte auch die Größe der Gruppe einen Einfluss haben, da die Gruppe zu groß ist, um alle Kolleginnen und Kollegen besser kennenzulernen beziehungsweise zu klein ist, für die Bildung von Subgruppen. Das Wohlbefinden wird bei Einzelbüros und bei flexiblen Büros, ebenso wie die Arbeitszufriedenheit, als positiv eingestuft. In gemeinsamen Büros ist die Arbeitszufriedenheit am größten, während sie bei Großraumbüros schlecht und bei Kombi-Büros am schlechtesten bewertet wird. Einzelbüros können persönlich gestaltet werden und je nach Bedarf können auch kurze Meetings im geschlossenen Büro abgehalten werden. Generell können Hintergrundgeräusche leicht durch das Schließen der Tür ausgeblendet werden. Bei flexiblen Büros können die Arbeitsplätze nicht individualisiert werden, allerdings können die Arbeitnehmenden, wenn sie möchten ihren Sitzplatz ständig verändern und mit anderen Kolleginnen und Kollegen in Kontakt treten.

Oldham und Rotchford (1983, S. 550ff.) untersuchten Zusammenhänge zwischen objektiven Bürocharakteristika, wie zum Beispiel den Lichtverhältnissen im Büro oder der Offenheit des Büros, und Verhaltensweisen der Büroangestellten. Dunkle, enge Büros korrelieren mit wenig Zufriedenheit der Arbeitnehmenden und Kaffeepausen werden

außerhalb der Büroräumlichkeiten gemacht. Arbeitende tendieren zu Zufriedenheit, wenn sie im Büro positive zwischenmenschliche Erfahrungen erleben, eine positive Arbeitserfahrung im Büro haben und die Umgebung des Büros positiv wahrgenommen wird.

Die Fahrt von zu Hause zum Arbeitsplatz ist ein zentraler Aspekt im Leben und kann viel wertvolle Zeit in Anspruch nehmen. Die Zeit fürs Pendeln wird von Personen unterschiedlich wahrgenommen. Für viele Arbeitende ist Pendeln eine psychische und physische Belastung, über die sie sich häufig beklagen. Aus ökonomischer Sicht ist Pendeln dennoch eine Entscheidung, die durchaus von rationalen Individuen getroffen wird. Wenn das Pendeln als Belastung empfunden wird, dann muss der erwartete Nutzen daraus höher sein, damit sich eine Person dafür entscheidet. Der Nutzen kann ein finanziell attraktiver oder ein herausfordernder Job sein oder zusätzliches Wohlbefinden kann aufgrund der angenehmen Wohngegend entstehen. Das bedeutet, dass zwischen dem Arbeits- und dem Wohnungsmarkt ein Gleichgewicht vorhanden sein sollte, in dem das Wohlbefinden und der Nutzen der Individuen über alle Kombinationen von Alternativen zwischen den beiden Märkten gleich ist. In einer Untersuchung zum subjektiven Wohlbefinden konnte im Gegensatz dazu gezeigt werden, dass Arbeitende mit längeren Pendelzeiten über weniger subjektives Wohlbefinden berichteten (Stutzer & Frey, 2008, 339ff.). Durch dieses Ergebnis wird die Suche nach Lösungsansätzen, um die Pendelzeit zu reduzieren, ersichtlich.

Schon in den 1980er Jahren berichtet Toffler (1981, S. 209) über die Transformation der Arbeitswelt. In zahlreichen Unternehmen wird durch die Verbreitung von Computern die Anwesenheit der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Betrieb nicht mehr notwendig sein, da diese auch außerhalb der Arbeitsstätte arbeiten können.

### **2.1.2 Virtuelle Arbeit**

Um „virtuelle Arbeit“ definieren zu können, wird zuerst der Begriff Telearbeit betrachtet. Telearbeit beschreibt Arbeit, die im Gegensatz zur Präsenzarbeit, an einem Ort fernab von Büros oder Produktionsstätten ausgeführt wird und bei der Arbeitende keinen persönlichen Kontakt zu Kolleginnen und Kollegen haben, jedoch durch Verwendung neuer Technologien miteinander kommunizieren können (Di Martino & Wirth, 1990, S. 530).

Di Martino und Wirth (1990, S. 530) benennen in den 90er Jahren verschiedene Formen in denen Telearbeit ausgeführt werden kann. Die weitest verbreitete Form der Telearbeit ist die elektronische Heimarbeit oder Teleheimarbeit und wird in dieser Arbeit als „Homeoffice“ bezeichnet. Satellitenbüros stellen eine Form der Telearbeit dar und sind separate Einheiten innerhalb des Unternehmens. Diese sind geografisch von der zentralen Organisation entfernt, aber durch elektronische Kommunikation in ständigem Austausch. In Nachbarschaftszentren werden elektronische Einrichtungen zur Verfügung gestellt und von unterschiedlichen Nutzerinnen und Nutzern geteilt. Diese Zentren gehören unterschiedlichen Unternehmen oder selbstständigen Unternehmerinnen und Unternehmern. Meist befinden sich die Zentren in der Nähe der Wohnorte der Arbeitenden und können auch für Freizeitaktivitäten genutzt werden. Mobiles Arbeiten ist eine weitere Form der Telearbeit. Fachleute, deren Arbeit Reisen beinhaltet, können die elektronischen Einrichtungen nutzen, um mit der Unternehmenszentrale in Kontakt zu bleiben und beispielsweise Zugang zu E-Mails und Datenbanken zu haben.

Das virtuelle Büro ist eine Form von Telearbeit, bei der die Arbeitenden außerhalb eines vom Arbeitgebenden zur Verfügung gestellten Büros arbeiten können. Diese Form der Arbeit hat in den 1990er Jahren erstmals ein starkes Wachstum verzeichnet. Arbeitnehmerinnen und Arbeiter, die virtuell arbeiten, werden mit den zur Erfüllung der Arbeit notwendigen Hilfsmitteln ausgestattet und bekommen die Erlaubnis an jenem Ort zu arbeiten, an dem sie die besten Resultate für das Unternehmen erzielen können (Hill, Ferris & Märtinson, 2003, S. 222). Diese Form der Arbeit ist nicht nur durch die ortsunabhängige Komponente, sondern auch durch die zeitliche Flexibilität der Arbeitnehmenden gekennzeichnet (Hill, Hawkins, Ferris & Weitzman, 2001, S. 51).

In dieser Masterarbeit wird unter dem Begriff „virtuelle Arbeit“ Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig von einem Unternehmen verstanden. Dazu zählen mobiles Arbeiten, die Arbeit in Satellitenbüros, in virtuellen Büros, in Nachbarschaftszentren oder im Homeoffice. Da aufgrund der Coronapandemie innerhalb kurzer Zeit sehr viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ins Homeoffice geschickt wurden und der Ort bei Homeoffice auf das Zuhause festgelegt ist, wird diese Form der Arbeit in 2.1.3 separat betrachtet.

Kurland und Bailey (1999, S. 53ff.) haben individuelle Vorteile und Herausforderungen für verschiedene Formen der virtuellen Arbeit auf Basis von Interviews mit virtuell Arbeitenden und in Präsenz Arbeitenden zusammengefasst. Bei Satellitenbüros werden die kürzere Pendelzeit, die Kostenersparnis, weniger Stress, die Work-Family Balance

und eine höhere Arbeitszufriedenheit als Vorteile gesehen. Als Nachteile bei Satellitenbüros werden die berufliche Isolation, der verringerte Einfluss im Büro und der Zugang zu Ressourcen genannt. Nachbarschaftszentren umfassen alle Vorteile der Satellitenbüros und zusätzlich haben virtuell Arbeitende mehr Autonomie und keine Büropolitik. Als Herausforderungen gelten ebenso alle Punkte, die bei Satellitenbüros genannt wurden und darüber hinaus die soziale Isolation und die wenig spürbare Organisationskultur. Vorteile beim mobilen Arbeiten sind höhere Autonomie, flexible Zeiteinteilung und keine Büropolitik. Alle Herausforderungen der Nachbarschaftszentren werden hier ebenso aufgezählt und zusätzlich längere Arbeitszeiten und technisches Verständnis.

Ende der 1980er Jahre entwickelte sich die Kommunikations- und Informationstechnologie zu einer weit verbreiteten und leistbaren Technologie, sodass viele Arbeitsplätze an einen Ort außerhalb der Firmenzentrale verlagert werden konnten. Ab diesem Zeitpunkt wurde die virtuelle Arbeit für Büroangestellte Realität. Virtuell Arbeitende profitieren von dieser Form der Arbeit, da sie weniger Arbeitsunterbrechungen haben, ihre Zeit flexibler einteilen können und sich Essen, Kleidung und die Pendelzeit sparen. Diese Vorteile werden erst nach einer Zeit des Eingewöhnens sichtbar, da sich die Arbeitnehmenden auf die virtuelle Arbeit erst einstellen müssen und neue Gewohnheiten entwickeln. Jede Person muss für sich eine Strategie entwickeln, wie sie sich die Zeit einteilt und ihre Arbeit organisiert. Sobald diese Hürde überwunden ist, berichten die meisten Arbeitenden von mehr Spaß, sowohl bei der Arbeit als auch in der Freizeit, wenn sie virtuell arbeiten im Vergleich dazu, wenn sie vor Ort im Büro arbeiten. Manchen Arbeitenden gelingt die Umstellung auf diese Form der Arbeit nicht, ganz gleich wie organisiert sie an die Arbeit herantreten (Kelly, 1988, S. 28ff.).

Das virtuelle Arbeiten muss nicht nur zu den Arbeitenden passen, sondern auch die Arbeit muss virtuell zu erledigen sein. Erfolgsversprechend sind Arbeiten, bei denen regelmäßig Informationen ausgetauscht werden, bei denen häufig telefoniert wird, relativ wenig persönlicher Kontakt notwendig ist, die Arbeit am Computer erledigt werden kann, bei projektorientierter Arbeit, bei Arbeit die unabhängig von anderen verrichtet werden kann und wenig Platz benötigt wird (Kelly, 1988, S. 28ff.). Im Folgenden wird erläutert, welche Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für eine erfolgreiche Erledigung der Arbeit im Homeoffice geschaffen werden sollten und welche Vor- und Nachteile von Arbeitnehmenden wahrgenommen werden.

### 2.1.3 Homeoffice

Die am meisten genutzte Form der virtuellen Arbeit ist die Arbeit im Homeoffice. Dabei wird zu Hause unter Verwendung von Informations- und Kommunikationstechnik gearbeitet. Im Gegensatz zur traditionellen Hausarbeit werden bei der Arbeit im Homeoffice andere Fähigkeiten von den Arbeitenden erwartet und es findet ein regelmäßiger Austausch zwischen den Arbeitenden und den Arbeitgebenden statt (Di Martino & Wirth, 1990, S. 530). Der Begriff „Homeoffice“ wird als ein Teil der virtuellen Arbeit gesehen, da jedoch der Ort festgelegt ist, wird Homeoffice in dieser Masterarbeit neben Präsenzarbeit und virtueller Arbeit als eigenständiger Punkt behandelt.

DuBrin und Barnard (1993, S. 13ff.) befragten Mitarbeitende eines Marktforschungsunternehmens, welche Vorteile und Nachteile sie bei der Arbeit im Homeoffice wahrnehmen. Der Vorteil, den über 90% der Befragten nannten, ist die Möglichkeit sich um die Kinderbetreuung und um familiäre Verpflichtungen zu kümmern. Die selbständige Einteilung der Arbeit, die Einsparung an Geld für Bekleidung, Fahrtkosten und Kinderbetreuung, die bequeme Bekleidung während der Arbeit, sowie die Überwindung von Problemen im Zusammenhang mit dem Pendeln wurden ebenso als Vorteile genannt. Demgegenüber werden Störungen und Ablenkungen bei der Arbeit, schwierige Aufgabenstellungen und großer Leistungsdruck, keine Benefits oder Aufstiegsmöglichkeiten als Nachteile angeführt. Die genannten Nachteile beziehen sich in erster Linie auf die Arbeit selbst, wobei sich Homeoffice-Mitarbeitende auch mit Statusproblemen konfrontiert sehen, da sie das Gefühl haben andere nehmen ihre Arbeit nicht ernst. Dieses Gefühl wird von Angehörigen als auch von Personen aus der Unternehmensorganisation vermittelt.

Wenn die Arbeit im Homeoffice verrichtet wird, kann die Abgrenzung von Arbeits- und Privatleben schwierig sein. Diese Form der Abgrenzung, bei der Individuen ihre Grenzen zwischen ihrem Arbeits- und Privatleben bestimmen, beibehalten oder modifizieren, wird auch als Grenzmanagement bezeichnet (Ashforth, Kreiner & Fugate, 2000, S. 472). Viele Arbeitende stehen vor der Herausforderung mehrere verschiedenen Rollen gleichzeitig einzunehmen und ihnen gerecht zu werden. Das kann beispielsweise die Rolle als arbeitende Person, die pünktlich zu arbeiten beginnen und eine gute Leistung erbringen muss oder die Rolle in der Familie sein, bei der Kinder oder andere Familienmitglieder zur Betreuung sind (Kossek, 2012, S. 156). Bei segmentierten Rollen ist die Grenze unflexibel und undurchlässig, während bei integrierten Rollen die Grenzen flexibel und durchlässig sind (Ashforth, Kreiner & Fugate, 2000, S. 476). Darauf aufbau-

end identifizierten Kossek und Lautsch (2008 zitiert in Kossek & Lautsch, 2012, S. 157) drei Grenzmanagementstile. Die Separation zwischen Arbeits- und Privatleben, die im Gegensatz zur Integration der beiden Bereiche steht. Ebenso gibt es einen hybriden Ansatz, bei dem zwischen Separation und Integration gewechselt wird (Kossek & Lautsch, 2012, S. 157).

Bei der Arbeit in traditioneller Form im Büro eines Unternehmens sind physische und zeitliche Grenzen automatisch vorhanden. Arbeitende im Homeoffice hingegen müssen erst Strategien entwickeln, um diese Grenzen bewusst ziehen zu können. Basile und Beauregard (2016, S. 107ff.) haben untersucht, welche Strategien von erfolgreichen Homeoffice-Arbeitenden eingesetzt werden. In Tiefeninterviews befragten sie die Teilnehmenden zu folgenden vier Strategien: die physische, die zeitliche, die verhaltensbasierte und die kommunikative Grenze.

- Physische Strategie

Die am häufigsten genannte Methode zur Abgrenzung war eine physische Abtrennung des Arbeitsplatzes zum Rest der Wohnung. Vor allem für Personen, die den Großteil ihrer Arbeitswoche im Homeoffice verbringen, ist der festgelegte Arbeitsbereich, in dem sie ihre Tätigkeiten erledigen konnten, relevant. Personen ohne eigenen Arbeitsbereich berichteten von Schwierigkeiten zur Abgrenzung nach der Arbeit. Die Belegung des Arbeitsplatzes mit Arbeitsutensilien und die gleichzeitige Benutzung des Arbeitsplatzes von anderen Familienmitgliedern hindert Arbeitende bei der Abgrenzung nach der Arbeit und bei der vollen Konzentration auf Aktivitäten außerhalb der Arbeitsstunden. Bei der Verwendung des Küchentisches als Arbeitsplatz sind auch beim gemeinsamen Essen mit der Familie die Arbeitsunterlagen sichtbar und somit ist die Arbeit auch außerhalb der Arbeitszeit allgegenwärtig und kann von anderen Aktivitäten ablenken.

- Zeitliche Strategie

Obwohl viele Arbeitende länger als ihre vereinbarten Arbeitsstunden arbeiten, entwickelten sie Strategien zur Trennung von Arbeits- und Freizeit. Für die erfolgreiche Bewältigung der zeitlichen Strategie ist oft eine Verpflichtung gegenüber anderen Personen hilfreich. Diese Verpflichtung kann von außen auferlegt, wie beispielsweise die Abholung von Familienmitgliedern, oder eigeninitiiert sein. Die eigeninitiierte Verpflichtung kann zum Beispiel das tägliche Treffen mit anderen Personen zu einem vereinbarten Zeitpunkt sein.

- Verhaltensbasierte Strategie

Verhaltensbasierte Strategien sind in erster Linie auf die Verwendung von Informations- und Kommunikationstechnologien bezogen. In Büros werden oft Routinen, wie das Ausloggen am Laptop, das Zuklappen des Laptops oder das Abschalten des Firmentelefons, genutzt. Mit diesen Verhaltensweisen wird verhindert, dass E-Mails außerhalb der Arbeitsstunden abgerufen oder das läutende Telefon abgenommen werden, und ermöglichen so eine Abgrenzung von Arbeits- und Freizeit.

- Kommunikative Strategie

Homeoffice-Arbeitende verstärken Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben mithilfe von kommunikativen Strategien. Diese richten sich zumeist an Familienmitglieder und welche Erwartungen Arbeitnehmende an diese haben. Vereinbarte Themen können kein Lärm durch Hausarbeit oder keine Störungen durch Betreten des Arbeitszimmers während der Arbeitszeit sein. In manchen Fällen kann auch die bewusste Störung gewünscht und abgesprochen sein. Zum Beispiel wenn die Arbeitnehmerin/der Arbeitnehmer im Homeoffice bei ihren/seinen Tätigkeiten ihr/sein Zeitgefühl verliert und eine Pause durch eine andere Person herbeigeführt wird.

Die beschriebenen vier Strategien können helfen die Arbeit im Homeoffice erfolgreich zu erledigen. Kelly (1988, S. 28ff.) identifizierte zwei Gruppen von Arbeitenden für die Homeoffice eher ungeeignet zu sein scheint. Dazu zählen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit Konflikten zu Hause und junge Singles, die das gemeinsame Büroleben mehr vermissen als die Unabhängigkeit bei der Arbeit genießen.

#### **2.1.4 Vergleichende Studien zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice**

Die, für diese Masterarbeit relevanten, Begriffe Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice wurden in den vorherigen Kapiteln definiert und kurz beschrieben. Im Folgenden werden vergleichende Studien zu den drei Formen der Arbeit angeführt, um Unterschiede aber auch Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten und zu verdeutlichen.

Zur besseren Übersicht ist das Kapitel in Vergleichsschwerpunkte gegliedert. Diese sind Arbeitszeit und Arbeitsstunden, Arbeitszufriedenheit, Karrieremöglichkeiten, Work-Life-Balance, Verschmelzung von Arbeits- und Privatleben, Unternehmenszugehörigkeit, Ausstattung des Arbeitsplatzes und Arbeitseinteilung und Effektivität.

## **Arbeitszeit und Arbeitsstunden**

In einer qualitativen Studie wurden die Teilnehmenden zu ihrer Arbeitszeit, in denen sie die Arbeit im Homeoffice verrichten, befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die traditionelle Arbeitszeit von „9 to 5“ in dieser Form nicht mehr existiert. Diese Aussage ist vermutlich auch für die Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens wahr, jedoch bestimmen im Homeoffice die arbeitenden Personen, wann sie den Arbeitstag beginnen, beziehungsweise beenden. Eine Teilnehmende beschreibt dieses Phänomen mit ihrer inneren Uhr, die ihr sagt, wann sie zu Arbeiten starten soll. Das Ende des Arbeitstages war bei einigen Teilnehmenden im Vergleich zum Start offener, da vor allem individuelle Lebensumstände Einfluss darauf haben (Tietze & Musson, 2002, S. 325ff.). Hill, Miller, Weiner und Colihan (1998, S. 670ff.) führten eine Umfrage mit IBM Angestellten zum Thema virtuelles Büro und dessen Auswirkungen auf die Arbeit durch. Zum Zeitpunkt der Studie waren 60% der Befragten im virtuellen Büro tätig und die restlichen 40% arbeiteten in einem traditionellen Büro. Die Forscherinnen und Forscher wollten herausfinden, ob Arbeitende im virtuellen Büro im Vergleich zu Arbeitenden im traditionellen Büro mehr Arbeitsstunden verzeichnen. Einige der befragten virtuell Arbeitenden berichteten von einem höherem Arbeitspensum, längeren Arbeitszeiten und einer höheren Wahrscheinlichkeit an Burn-Out zu erkranken. Jedoch gab es keinen Zusammenhang zwischen der Mobilität und der Anzahl der geleisteten Arbeitsstunden. Mögliche Erklärungen der Diskrepanz zwischen dem subjektiven Befinden und dem statistischen Ergebnis könnte einerseits die Schwierigkeit bei der Abgrenzung zwischen Arbeit und Freizeit im virtuellen Büro sein. Andererseits überschätzen durch die Entgrenzung manche Arbeitenden, die noch nicht lange virtuell arbeiten, die Anzahl ihrer Arbeitsstunden.

## **Arbeitszufriedenheit**

In einer Fragebogenstudie untersuchten DuBrin und Barnard (1993, S. 14ff.), ob sich die Arbeitszufriedenheit zwischen Arbeitnehmenden, die vor Ort in einem Unternehmen und Arbeitnehmenden, die im Homeoffice arbeiten, unterscheidet. Beide Gruppen zeigten in Summe einen ähnlichen Grad der Arbeitszufriedenheit, obwohl die Befragten bei einigen Fragen unterschiedlich antworteten. Einerseits waren Homeoffice-Mitarbeitende weniger zufrieden, da sie nicht die ganze Zeit über beschäftigt waren. Andererseits waren Homeoffice-Mitarbeitende mit der generellen Arbeitssituation und mit der Möglichkeit ihre Arbeit selbst zu planen, zufriedener. Morganson, Major, Oborn, Verive und Heelan (2010, S. 581ff.) kamen in ihrer Fragebogenstudie zu einem identen Ergebnis. Arbeitende, die im Büro des Unternehmens tätig sind und Arbeitende, die im Homeoffice ihrer Arbeit nachgehen, sind ähnlich zufrieden mit ihrer Arbeit.



## **Karrieremöglichkeiten**

Hill, Ferris und Märtinson (2003, S. 225ff.) untersuchten wie Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer die Arbeit im Büro, die Arbeit im virtuellen Büro und die Arbeit im Homeoffice in Bezug auf Karrieremöglichkeiten wahrnehmen. Ein Grund, warum manche Personen die Arbeit im Büro der Arbeit im virtuellen Büro vorziehen, ist die Angst der Arbeitenden informelle Kontakte zu verlieren und dadurch ihre Karriere nicht in der Art und Weise verfolgen zu können, als wenn sie vor Ort wären. Die Befragten geben an, dass virtuelle Arbeit weder einen positiven noch einen negativen Einfluss auf Karrieremöglichkeiten hat. Im direkten Vergleich zeigte sich, dass Homeoffice und virtuell Arbeitende im Gegensatz zu Arbeitende im Büro vor Ort, ihre Chance für einen beruflichen Aufstieg eher optimistisch einschätzen.

## **Work-Life-Balance**

In einer Online-Fragebogenstudie wurden Arbeitnehmende befragt, wie sie bei ihrer Work-Life Balance unterstützt werden. Voraussetzung war, dass sie entweder im Büro des Unternehmens, im Büro bei einem Kunden, in einem Satellitenbüro oder zu Hause arbeiten. Personen, die von zu Hause arbeiteten, berichteten über eine höhere Work-Life Balance-Unterstützung gegenüber Personen, die im Satellitenbüro oder im Büro eines Kunden arbeiteten, nicht jedoch gegenüber Personen, die im Büro des Unternehmens arbeiteten (Morganson, Major, Oborn, Verive & Heelan, 2010, S. 581ff.). Hill, Ferris und Märtinson (2003, S. 225ff.) untersuchten ebenso wie Arbeitnehmende die Arbeit im Büro, die Arbeit im virtuellen Büro und die Arbeit im Homeoffice in Bezug auf die Work-Life-Balance wahrnehmen. Das Ergebnis zeigt, dass Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmer, die im Homeoffice und virtuell arbeiten, die Work-Life-Balance-Dimension negativer wahrnehmen als Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmer, die im Büro arbeiten. Das bedeutet, dass die Work-Life-Balance von Arbeitenden vor Ort im Büro eines Unternehmens positiver wahrgenommen wird als die Verrichtung der Arbeit an einem anderen Ort. Entscheidende Faktoren für eine positive Work-Life-Balance von Homeoffice-Arbeitenden sind nach Maruyama, Hopkinson und James (2009, S. 83) die zeitliche Flexibilität, das gewohnte Umfeld zuhause und das Alter der Arbeitenden.

## **Verschmelzung von Arbeits- und Privatleben**

Die Verschmelzung zwischen Arbeitsplatz und zu Hause ist durch den technologischen Fortschritt und die sich ständig ändernden Rahmenbedingungen stark vorangeschritten. Je dynamischer die Bedingungen, desto größer die Herausforderung, wie eine Grenze gezogen werden kann. Virtuell arbeitende Personen bewahren ihre Arbeitsge-

räte und ihre Arbeitsutensilien aus unterschiedlichen Gründen zu Hause auf. Beispielsweise um am Abend noch von Zuhause aus arbeiten zu können oder aus praktischen Gründen, um von ihrem Arbeitsort schneller zu Hause zu sein und somit Fahrzeit zu sparen. Die Abgrenzung von Arbeits- und Privatleben wird zusätzlich erschwert, da E-Mail-Programme und Kalenderfunktionen auch für private Zwecke genutzt werden. Die Technologie wirkt indirekt auf alle Bereiche des Lebens und kann als beständiges Werkzeug im Arbeits- als auch Privatbereich gesehen werden (Bødker, 2016, 537f.)

### **Unternehmenszugehörigkeit**

In einer Online-Fragebogenstudie wurden Arbeitnehmende befragt, wie sehr sie sich in das Unternehmen eingebunden fühlen. Voraussetzung war, die Verrichtung der Arbeit im Büro des Unternehmens, im Büro eines Kunden, in einem Satellitenbüro oder im Homeoffice. Personen, die im Büro des Unternehmens ihre Arbeit verrichteten, berichteten, dass sie sich mehr eingebunden bzw. eingegliedert fühlten, als Personen, die zu Hause, im Satellitenbüro oder im Büro eines Kunden arbeiteten. Für die praktische Implikation wird Führungskräften empfohlen, dass sie mit virtuell Arbeitenden Meetings ansetzen, damit die Arbeitnehmenden eine stärkere Verbindung zum Unternehmen haben und sie über aktuelle Ereignisse informiert werden. Des Weiteren sollten virtuell Arbeitende aktiv in Entscheidungen miteingebunden werden. Der Austausch kann durch regelmäßige face-to-face Meeting gefördert werden und eine Rotation der Arbeitsplätze kann vom Management angedacht werden (Morganson, Major, Oborn, Verive & Heelan, 2010, S. 581ff.).

### **Ausstattung des Arbeitsplatzes**

Virtuell arbeitende Personen, die häufig an verschiedenen Orten arbeiten, sind mit anderen Themen konfrontiert als Personen im traditionellen Büro. Die virtuell arbeitende Mitarbeiterin/Der virtuell arbeitende Mitarbeiter muss sich an die Umgangsformen am jeweiligen Arbeitsplatz anpassen. Genauso ist die Ergonomie nicht speziell für ihre/seine Bedürfnisse eingestellt. Durch die unterschiedlichen Routinen wird von den virtuell Arbeitenden eine hohe Anpassungsfähigkeit an verschiedene Situationen und Flexibilität gefordert (Bødker, 2016, S. 537).

### **Arbeitseinteilung und Effektivität**

In einer qualitativen Studie wurden Arbeitende im Homeoffice zu ihrer Arbeitseinteilung und zu ihrem Tempo befragt. Die Erledigung der Aufgaben in der Arbeit und jenen im Haushalt ist nicht wie bei der Präsenzarbeit strikt getrennt. Zwischen der Beantwortung von E-Mails wird die Waschmaschine aufgedreht oder Vorbereitungen für das Mittag-

essen werden getroffen. In Bezug auf Tempo, in welchem sie die Aufgaben erledigten, berichten alle Teilnehmenden Homeoffice als sehr effektiv. Die Effektivität kann darauf zurückgeführt werden, dass sich die Arbeitenden vollkommen auf ihre Arbeitsaufgabe konzentrieren können. Die Arbeit im traditionellen Büro charakterisierten die Befragten dementsprechend durch häufige Unterbrechungen und Lärm (Tietze & Musson, 2002, S. 325ff.).

Die vergleichenden Studien zeigen die verschiedenen Anforderungen an Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice und wie diese von Arbeitenden wahrgenommen werden. Im Folgenden werden die Formen der Arbeit hinsichtlich der unterschiedlichen Wahrnehmungen von Frauen und Männern beschrieben.

## **2.2 Unterschiedliche Erwartungen an und Wahrnehmungen von Frauen und Männern**

In diesem Kapitel werden zuerst das biologische und soziale Geschlecht, sowie Stereotype und insbesondere Geschlechterstereotype thematisiert. Den Abschluss dieses Kapitels bilden Studien zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern.

### **2.2.1 Biologisches und soziales Geschlecht**

Das biologische Geschlecht wurde noch im 20. Jahrhundert als „natürlich“ oder „angeboren“ bezeichnet und wurde durch körperliche, von außen sichtbare, Merkmale definiert. Beispiele hierfür sind die körperliche Erscheinung, die Bewegung, die Gestik oder die Mimik. In dieser Zeit wurde das Geschlecht vorwiegend als binär klassifiziert. Die Einteilung des biologischen Geschlechts erfolgte in weiblich und männlich und wurde zum damaligen Zeitpunkt als Ausgangspunkt für weitere Überlegungen und Forschungen betrachtet. Nach dem aktuellen Stand der Forschung ist die binäre Klassifizierung widerlegt worden. Für das biologische Geschlecht werden Genetik, Hormone und anatomische Merkmale als Referenz herangezogen. Durch die vielen möglichen Ausprägungen ergeben sich weitere biologische Geschlechter und an dieser Stelle wird ausdrücklich auf die nicht binäre Form des biologischen Geschlechts hingewiesen (Bublitz, 1998, S. 88f., Döring, 2013, S. 98).

Im 20. Jahrhundert wurde das soziale Geschlecht direkt vom biologischen Geschlecht abgeleitet (Bublitz, 1998, S. 88). Bei Untersuchungen in verschiedenen Kulturen wurden ähnliche Differenzen zwischen Frauen und Männern gefunden. Durch diese Erkenntnis kann angenommen werden, dass die Unterschiede biologisch erklärbar sind.

Jedoch spielt neben den biologischen Faktoren auch der soziokulturelle Einfluss eine wesentliche Rolle. Aufgrund der Unterschiede zwischen Frauen und Männern in verschiedenen Kulturen kann auch angenommen werden, dass Umweltfaktoren auf den Menschen wirken und dadurch die biologischen Faktoren überlagern (Helfrich, 2018, S. 147f.).

Das soziale Geschlecht ist insofern als Abgrenzung zum biologischen Geschlecht zu sehen, da der Fokus nicht auf körperliche Merkmale, sondern auf Verhaltensweisen, die auf das Geschlecht bezogen sind, liegt (Döring, 2013, S. 104). Darauf aufbauend werden in Kapitel 2.2.2 die vorherrschenden (Geschlechter-)Stereotype behandelt.

### **2.2.2 (Geschlechter-)Stereotype**

Stereotype beschreiben generelle Erwartungen an Mitglieder einer bestimmten sozialen Gruppe. Selbst bei einem generellen Unterschied zwischen den Gruppen werden sich nicht notwendigerweise alle Individuen in den Gruppen unterscheiden. Ein anschauliches Beispiel dafür ist die Aussage „Männer sind im Durchschnitt größer als Frauen“. Für viele Männer und Frauen wird die Aussage zutreffen, jedoch gibt es Männer und Frauen, bei denen diese nicht stimmt und das Gegenteil der Fall ist (Ellemers, 2018, S. 275). Eine Möglichkeit die sozialen Gruppen nach dem Geschlecht einzuteilen ist die Kategorisierung in Frauen und Männer. Von Frauen und Männern werden bestimmte Verhaltensweisen erwartet und nur dadurch, wie sich Frauen und Männer zu verhalten haben, kann dies in der sozialen Interaktion wirken. Geschlechterstereotype beschreiben somit die Vorstellung von und Verhaltenserwartungen an Personen zu bestimmten Geschlechterkategorien. Geschlechterstereotype sind um ein Vielfaches komplexer als Geschlechterkategorien, da zu jeder Kategorie unterschiedliche Vorstellungen, sogenannte Klischees, existieren (Ridgeway, 2001, S. 254).

Das Geschlecht wird als primäres Merkmal für die Wahrnehmung von Personen betrachtet. Kinder und Erwachsene ordnen fremde Personen sofort nach ihrem äußerlichen Geschlecht ein. Das geschieht selbst dann, wenn die Kategorisierung für die Situation nicht relevant ist und es keinen Informationsnutzen hat (Bennett et al., 2000 zitiert in Ellemers, 2018, S. 275). In zwei Experimenten testeten Banaji und Hardin (1996, S. 136ff.) eine Form der automatischen Stereotypisierung. Dabei wurde den Teilnehmenden im ersten Experiment in kurzen Abständen (<0,5s) zuerst ein Initialwort und anschließend ein männliches und weibliches Pronomen gezeigt. Die Teilnehmenden mussten entscheiden, ob das Pronomen männlich oder weiblich ist. Als initiale Begriffe wurden beispielsweise Berufe, die aufgrund der Verteilung zwischen den Ge-

schlechtern tendenziell Männern oder Frauen zugeordnet werden, aber auch eindeutig männliche, weibliche und neutrale Wörter eingesetzt. Das erste Experiment ergab, dass die Antwort der Teilnehmenden im Schnitt schneller abgegeben wurde, wenn das Geschlecht des Initialworts mit dem Geschlecht des Pronomens übereingestimmt hat. Im zweiten Experiment wurde ein Teil der Initialwörter aus Experiment 1 übernommen. Danach wurden die Pronomen „er“, „sie“ oder Wörter genannt, die keine Pronomen sind. Es wurde gezeigt, dass es ebenfalls Unterschiede in der Reaktionszeit bei der Frage, ob es ein Pronom, ist gab, abhängig davon welches Geschlecht das Initialwort implizierte. Diese beiden Experimente zeigten, dass es einen automatischen Stereotypisierungseffekt gibt, auch wenn die Teilnehmenden aktiv versuchten das Initialwort zu ignorieren, oder über das dem Initialwort zugeordnete Geschlecht nicht bewusst Bescheid wussten.

Die geschlechtliche Kategorisierung hat nicht nur Auswirkungen auf das Privatleben, sondern ist auch in der Arbeitswelt präsent. Die Kategorisierung hat insofern Einfluss auf die persönliche Wahrnehmung, da sich Frauen eher mit Frauen und Männer eher mit Männern vergleichen. Die eigenen Erwartungen hinsichtlich Gehalt, Beförderungen oder Arbeitsbedingungen richten sich nach jenen Erwartungen, die in der eigenen Gruppe eher vorhanden sind (Ridgeway, 2001, S. 258). Die geschlechtliche Kategorisierung im Berufsleben ist so tiefgreifend, dass sogar Tätigkeiten am Arbeitsplatz in „weiblich“ oder „männlich“ eingeteilt werden. Diese geschlechtliche Konnotation wird verstärkt, wenn in Bereichen deutlich mehr Frauen oder Männer arbeiten, da dann das Geschlecht mit der Tätigkeit eher in Verbindung gebracht wird. Dadurch werden wahrscheinlich Geschlechterstereotypen aktiviert und Tätigkeiten wird eine geschlechtliche Zuschreibung auferlegt. Dadurch werden ursprünglich geschlechtsneutrale Tätigkeiten in weiblich oder männlich klassifiziert. Ab dem Zeitpunkt, wo ein Beruf Frauen oder Männern zugeschrieben wird, werden damit automatisch Geschlechtsstereotype assoziiert. In weiterer Folge hat dies Auswirkungen auf die Leistungs- und Einkommenserwartungen in diesem Beruf (Ridgeway, 2001, S. 262). Forscherinnen und Forscher sind sich einig, dass die berufliche Stereotypisierung weitreichende Konsequenzen haben kann. Nach welchen Kriterien Individuen zu ihren Bewertungen kommen, ist nicht ganz klar. In zahlreichen Studien wurde herausgefunden, dass Berufe nach dem sozialen Geschlecht stereotypisiert werden, andere wiederum gehen von der Stereotypisierung aufgrund von Status oder Prestige aus. Konkret wurden die beiden Dimensionen Wärme und Kompetenz in Berufen untersucht. Frauen werden eher Berufe angeboten, die als sehr warm aber weniger kompetent charakterisiert werden (Hea, Kangb, Tse & Tohb, 2019, S. 1ff.).

Die geschlechtliche Kategorisierung beziehungsweise Stereotypisierung kann, wie soeben beschrieben, weitreichende Konsequenzen auf die Arbeitswelt haben. Inwiefern Unterschiede bei verschiedenen Formen der Arbeit aus der Sicht von Frauen und Männern wahrgenommen werden, wird im nächsten Kapitel beschrieben.

### **2.2.3 Vergleichende Studien zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern**

In diesem Kapitel wird zu Beginn kurz erläutert für welche Berufsgruppen virtuelle Arbeit nicht möglich ist und ob eher Frauen oder Männer in diesen Berufen tätig sind. Anschließend werden vergleichende Studien zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern angeführt. Ähnlich zu Kapitel 2.1.4 werden Vergleichsschwerpunkte gebildet. Diese sind in diesem Kapitel Produktivität, Karrierechancen, Pendeln, Wohlbefinden, Unabhängigkeit und Autonomie, Work-Life-Balance, Effektivität und Flexibilität. Am Ende des Kapitels wird beschrieben, wie sich Rollenbilder verändern können, wenn sich die familiäre Situation verändert und welche Auswirkungen sich daraus auf die Arbeit von Frauen und Männern ergeben können.

Lott und Abendroth (2020, S. 597ff.) untersuchten welche Erklärung es gegen die Nutzung von virtueller Arbeit, insbesondere Homeoffice, gibt und inwiefern sich diese zwischen Frauen und Männern unterscheidet. Sowohl Männer als auch Frauen arbeiten in Berufen, in denen sie physisch anwesend sein müssen. Männer sind beispielsweise eher in der Produktion und Frauen eher im Service und im Verkauf tätig. In diesen Berufen ist die Verlagerung des Arbeitsplatzes nicht möglich. In dieser Masterarbeit werden daher nur Berufe betrachtet, in denen die Arbeit in Präsenz, virtuell und im Homeoffice verrichtet werden kann.

#### **Produktivität**

Haynes, Suckley und Nunnington (2017, S. 116ff.) untersuchten inwiefern Büroangestellte, abhängig von der Interaktion mit Arbeitskolleginnen und -kollegen und Vorgesetzten, ihre Produktivität wahrnehmen. Interaktion ist dabei als Gegenstück zur Privatsphäre zu sehen und umfasst sowohl den formellen, geplanten als auch den informellen, spontanen Austausch. Weibliche Büroangestellte geben an, dass sich die Büroumgebung positiver auf die wahrgenommene Produktivität auswirkt. Dies steht im Gegensatz zur Wahrnehmung der Männer. Frauen geben jedoch auch an, dass sich Ablenkungen im Büro eher negativ auf ihre Produktivität auswirkt.

## **Karrierechancen**

Wenn aufgrund der Tätigkeit sowohl für Frauen als auch Männer Homeoffice möglich ist, nehmen Frauen die Arbeit im Homeoffice weniger häufig in Anspruch. Diese Beobachtung ist auf kulturelle Barrieren zurückzuführen, da Frauen mehr Bedenken als Männer haben, dass sie dadurch in den Hintergrund treten und ihre Karrierechancen schmälern (Lott & Abendroth, 2020, S. 597ff.). Über ein ähnliches Ergebnis haben Haddon und Brynin (2005, S. 43) berichtet, denn obwohl ein positiver Zusammenhang zwischen Homeoffice und der Bewertung der Leistung der im Homeoffice-Arbeitenden gezeigt werden konnte, wird bei Frauen weniger Effektivität wahrgenommen. Die abnehmende Effektivität wird verstärkt wahrgenommen, wenn Frauen mehrere Tage von zu Hause arbeiten. Das bedeutet, dass Frauen, die im Homeoffice arbeiten, in Bezug auf Aufstiegschancen weniger beachtet werden und somit ihre Leistung weniger sichtbar ist als bei Männern im Homeoffice.

## **Pendeln**

Die Ergebnisse einer Studie von Roberts, Hodgson und Dolan (2011, S. 1074f.) haben gezeigt, dass Frauen weniger Zeit mit Pendeln und viel weniger Zeit in der Arbeit verbringen als Männer. Dennoch wird durch das Pendeln ihre psychologische Gesundheit negativ beeinflusst. Die Gesundheit der Männer wird durch die Pendelzeit im Allgemeinen nicht negativ beeinflusst. Der negative Effekt des Pendelns ist bei Frauen unabhängig vom Familienstand zu sehen. Es wird angenommen, dass er sich aus der höheren Verantwortung, die Frauen im Haushalt und wenn Kinder vorhanden sind, aus der Betreuungsarbeit, ergibt. Frauen tragen mehr Verantwortung im Haushalt, selbst wenn sie einer Arbeit außerhalb des Zuhauses nachgehen. Daher zählen für Frauen andere Rahmenbedingungen als für Männer, wenn sie über Pendeln entscheiden. Beispielsweise verdienen Frauen weniger, haben andere Entwicklungsmöglichkeiten am Arbeitsmarkt und mehr Verantwortung und Verpflichtungen zu Hause.

## **Wohlbefinden**

Die Studie „Does Telework Stress Employees Out? A Study on Working at Home and Subjective Well-Being for Wage/Salary Workers“ von Song und Gao (2020, S. 2649ff.) zeigt, dass es beim Arbeiten vor Ort im Büro eines Unternehmens oder im Homeoffice geschlechterspezifisch unterschiedliche Auswirkungen auf das Wohlbefinden gibt. Eltern, vor allem Väter, empfinden weniger Wohlbefinden, wenn sie unter der Woche von zu Hause arbeiten, jedoch mehr Wohlbefinden, wenn sie am Wochenende von zu Hause arbeiten können. Sind keine Kinder vorhanden, ist zwischen Homeoffice und der Arbeit vor Ort unter der Woche kein Unterschied zu erkennen. Am Wochenen-

de empfinden jedoch Frauen mehr Stress als Männer, wenn sie ihre Arbeit im Homeoffice erbringen müssen.

### **Unabhängigkeit und Autonomie**

In einer qualitativen Studie wurden Frauen und Männer, die im Homeoffice arbeiten, befragt, welche Vorteile sie bei der Arbeit zu Hause sehen. Frauen und Männer berichten beide von arbeitsbezogenen und familienbezogenen Vorteilen, wobei Unabhängigkeit und Autonomie am häufigsten genannt werden. Obwohl Frauen und Männer Vorteile für die Familie benennen, meinen Frauen damit die Vereinbarkeit ihrer Verantwortung für die Arbeit und sämtlichen Verpflichtungen gegenüber der Familie. Hingegen empfinden die befragten Männer den Vorteil darin, dass sie durch die Arbeit im Homeoffice bei der Hausarbeit mithelfen und Zeit mit den Kindern verbringen können (Sullivan & Lewis, 2001, S. 133).

### **Work-Life-Balance**

In einer Studie mit verheirateten virtuell arbeitenden Frauen mit beaufsichtigungspflichtigen Kindern wurde in Tiefeninterviews erfragt, welche Erfahrungen sie mit der flexiblen Zeiteinteilung haben und wie sich diese auf ihre Work-Life-Balance auswirkt. Die Möglichkeit zur virtuellen Arbeit wurde als sehr positiv gesehen, weil die berufstätigen Frauen ihr Zeitmanagement selbst gestalten konnten. Die Befragten berichteten jedoch, dass dies zu Spannungen führen kann, wenn die Aufsichtspflicht der Kinder und die Verantwortung als erwerbstätige Person gleichzeitig erfüllt werden sollen. Die Pendelzeit, die durch die Arbeit im Homeoffice gespart wird, wird für die Beaufsichtigung der Kinder, für Hausarbeit oder für unbezahlte Arbeit verwendet. Die gewonnene Zeit nutzen die virtuell Arbeitenden nicht für ihre Freizeit oder für sich selbst. Des Weiteren berichten die Frauen, dass die Verteilung der Hausarbeit eher nach den traditionellen Geschlechterrollen erfolgt und sie die virtuelle Arbeit als Chance sehen, um ihren Doppelrollen gerecht zu werden (Hilbrecht, Shaw, Johnson & Andrey, 2008, S. 454ff.). Durch Homeoffice bietet sich auch für Männer die Möglichkeit der Doppelrolle gerecht zu werden. Im speziellen für Männer wurden von Marsh und Musson (2008, S. 31ff.) die Möglichkeiten und Herausforderungen, die sich durch Homeoffice ergeben analysiert. Zum einen kann die Familie als Störfaktor beim Arbeiten im Homeoffice angesehen werden, andererseits bietet es die Möglichkeit für Väter jede Emotion zu erleben, die sonst nur bei arbeitenden Müttern auftreten.

Durch die Doppelrolle gibt es auch im Homeoffice eine Verstrickung sämtlicher Aufgaben der Erwerbsarbeit mit jenen der Hausarbeit. Frauen und Männer sind in die Tätig-



keiten für die Hausarbeit involviert, jedoch sind Männer dabei etwas zögerlicher und nicht so engagiert wie Frauen (Tietze & Musson, 2002, S. 325). Durch die Verstrickung einerseits, ergibt sich andererseits auch eine Fragmentierung der Aufgaben. Die Flexibilität von einer Aufgabe im Haushalt zu einer Aufgabe in der Arbeit frei nach ihrem Ermessen zu wechseln, konnte von den Teilnehmenden nicht bestätigt werden. Sie waren also in ihren Entscheidungen nicht frei Prioritäten in den Bereichen Arbeits- und Privatleben zu setzen. Die Antworten der Teilnehmenden zeigen, dass bewusst versucht wird, die beiden Bereiche zu kombinieren. Frauen konnten im Gegensatz zu Männern mehr Routinen aufzählen, wie ihnen das Ausbalancieren der verschiedenen Tätigkeiten gelingt (Tietze & Musson, 2002, S. 326).

### **Effektivität**

Die Effektivität in der Erledigung der Aufgaben im Homeoffice wurde bereits in Kapitel 2.1.4 aufgegriffen. Die durch die rasche Abwicklung der Aufgaben gewonnene Zeit wird von Frauen und Männern unterschiedlich genutzt. Frauen, im speziellen jene mit Kindern, verwenden die Zeit hauptsächlich für Haus- und Fürsorgearbeit. Männer verwenden die gesparte Zeit eher für das eigene Vergnügen beziehungsweise für die eigene Freizeit oder verbringen diese mit zusätzlicher, bezahlter Arbeit. Wenn Kinder vorhanden sind, haben Mütter und Väter verschiedene Methoden entwickelt, um Erwerbsarbeit und Zuhause zu trennen. Mütter tendieren im Vergleich zu Männern eher zu Kompromissen, wenn die Kinder zu Hause sind. Ein Vater berichtet jedoch davon, dass er die Zeit im Homeoffice schätzt, da er so mehr Zeit mit seinen Kindern verbringen kann (Tietze & Musson, 2002, S. 325ff.).

### **Flexibilität**

Moore (2004, S. 5ff.) hat in seiner Studie Arbeitende befragt, welche Gründe für die Arbeit im Homeoffice sprechen. Die meistgenannten Antworten sind Flexibilität, finanzielle Gründe, Familie, weniger Pendeln und Bequemlichkeit. Männer nannten am häufigsten die Flexibilität mit 29,4% und Frauen die Familie mit 37,9%. Wenn Kinder vorhanden sind und die Eltern im Homeoffice arbeiten, findet die Kinderbetreuung häufig außerhalb des Zuhauses statt. Einige Personen, hauptsächlich Frauen berichten darüber, dass sie sich von der Arbeit im Homeoffice erwarten, dass sie in allen Bereichen ihres Lebens aktiver sein könnten und ihren Rollen gerecht werden können. Die gleichzeitige Erfüllung verschiedener Rollen, wie zum Beispiel die Rolle der Mutter oder die Rolle der erwerbstätigen Frau, entspricht selten der Realität und führte dadurch häufig zu Unzufriedenheit. Frauen tendieren dazu ihre Rollen als gleichwertig zu sehen und

erlebten dadurch zusätzliche Spannungen. Die initiale Motivation für die Arbeit im Homeoffice ist für Frauen demnach eine andere als für Männer.

Obwohl Frauen neben ihrer Erwerbsarbeit auch den Großteil der Haus- und Fürsorgearbeit übernehmen, geben sie an, dass durch Homeoffice die Belastung abgenommen hat. Durch flexiblere Arbeitsformen können Arbeit und Familie besser vereinbart werden. Bei Männern hat sich das Empfinden bezüglich der Belastung für das Familienleben aufgrund von flexiblerer Arbeit, wie beispielsweise der Arbeit im Außendienst und bei Geschäftsreisen, nicht verändert. Sie berichten eher von einer schwierigeren Abgrenzung zwischen Arbeits- und Privatleben (Junghanns & Pech, 2008, S. 202ff.).

### **Veränderung der familiären Situation**

Auch im 21. Jahrhundert ist davon auszugehen, dass die traditionelle Rollenverteilung weit verbreitet ist. Für Männer steht die Arbeit und für Frauen die Familie an erster Stelle. Immer mehr Frauen priorisieren die Erwerbsarbeit in ihrem Leben und es ist erkennbar, dass sich das Bildungsniveau zwischen Frauen und Männern angleicht. Diese Angleichung führt nicht automatisch zu einem Aufbrechen der traditionellen Rollen, vor allem dann nicht, wenn Kinder mit im Haushalt leben. Frauen übernehmen neben ihrer Erwerbsarbeit auch den Großteil der Haus- und Fürsorgearbeit (Junghanns & Pech, 2008, S. 202ff.). Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt Mader (2020) und erklärt, dass sich bei Paaren mit Kindern die vorhandenen Rollenbilder durch Homeoffice wieder verstärken. Berufstätige Mütter verbringen mehr Zeit mit unbezahlter Arbeit als Männer. Im Vergleich dazu teilen sich Paare ohne Kinder unbezahlte Arbeit gerechter auf, wobei ab dem Zeitpunkt der Familiengründung eher die traditionellen Rollenbilder gelebt werden.

Wenn Kinder erwartet werden, ist die Umstellung für werdende Eltern ein besonderes Ereignis. Beim ersten Kind ändert sich für die Eltern meistens sowohl das Arbeits- als auch das Familienleben dramatisch. Für die finanzielle Aufrechterhaltung des Lebensstils müssen zumeist beide Elternteile arbeiten. Dennoch, im Einklang mit den traditionellen Geschlechterrollen, tragen arbeitende Mütter die Hauptverantwortung für die Kinderbetreuung und es liegt nahe, dass sie höhere Anforderungen an ihre Zeit und Energie stellen als arbeitende Väter. Es konnte gezeigt werden, dass sich Mütter schuldiger fühlen, wenn sie Arbeit und Kinderziehung vereinbaren müssen, als dies bei Vätern der Fall ist (Borelli, Nelson, River, Birken & Moss-Racusin, 2017, S. 357ff.). Sowohl Mütter als auch Väter berichten zu gleichen Teilen von Konflikten durch Auswirkungen des Arbeitslebens auf Familienaufgaben aber auch umgekehrt. Dabei ist die

empfundene Schuld bei Vätern und Müttern gleich, sofern die Auswirkungen auf Familienaufgaben gering sind. Bei starken Beeinträchtigungen der Familienaufgaben fühlen sich Frauen schuldiger als Männer. Weiters ergaben die Studien, dass das Schuldgefühl bei Frauen größer wird, je mehr Stunden sie außer Haus arbeiten (Borelli, Nelson-Coffey, River, Birken & Moss-Racusin, 2017, S. 1741).

Die vergleichenden Studien zeigen unterschiedliche Wahrnehmungen von Frauen und Männer in Bezug auf Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice. Ebenso werden Ursachen und Gründe, durch die sich die Sicht auf die genannten Formen der Arbeit im Laufe des Lebens verändern kann, thematisiert.

## **2.3 Soziale Repräsentationen**

Das folgende Kapitel beinhaltet soziale Repräsentationen. Das Konzept der sozialen Repräsentationen wurde von Moscovici (1961/1976 zitiert in Duveen, 2001, S. 3) in seiner Pionierarbeit über die Art und Weise, wie die Psychoanalyse in das Alltagsverständnis in Frankreich Einklang gefunden hat, vorgestellt. Die Studie wurde im Werk „La Psychanalyse: Son image et son public“ in Frankreich 1961 veröffentlicht und 1976 erschien eine überarbeitete Version. Beide Werke wurden in französischer Sprache publiziert und nicht auf Englisch übersetzt. Diese Gegebenheit könnte unter anderem zur zunächst problematischen Aufnahme der Theorie der sozialen Repräsentationen in die anglo-sächsische Welt beigetragen haben (Duveen, 2001, S. 3).

Im Folgenden werden soziale Repräsentationen definiert und erläutert, wie diese entstehen. Danach wird beschrieben, wie soziale Repräsentationen strukturiert, erhoben und analysiert werden können.

### **2.3.1 Definition sozialer Repräsentationen**

Soziale Repräsentationen sind komplexe Modelle, die Bilder, Glaubensinhalte und Verhaltensweisen umfassen können (Moscovici, 1995, S. 309f. zitiert in Flick, 1998a, S. 19). Eine soziale Repräsentation ist auch ein System von Werten, Ideen und Praktiken mit zweifacher Funktion. Einerseits um Ordnung zu schaffen, die es den Individuen ermöglicht sich in ihrer materiellen und sozialen Welt zu orientieren und sie zu beherrschen. Andererseits um Kommunikation zu ermöglichen, indem sie einen Code für den sozialen Austausch und die eindeutige Benennung und Klassifizierung verschiedener Aspekte ihrer Welten bereitstellt. Dabei wird sowohl die individuelle Geschichte als auch die Geschichte der Gruppe berücksichtigt. Eine soziale Repräsentation ist ein

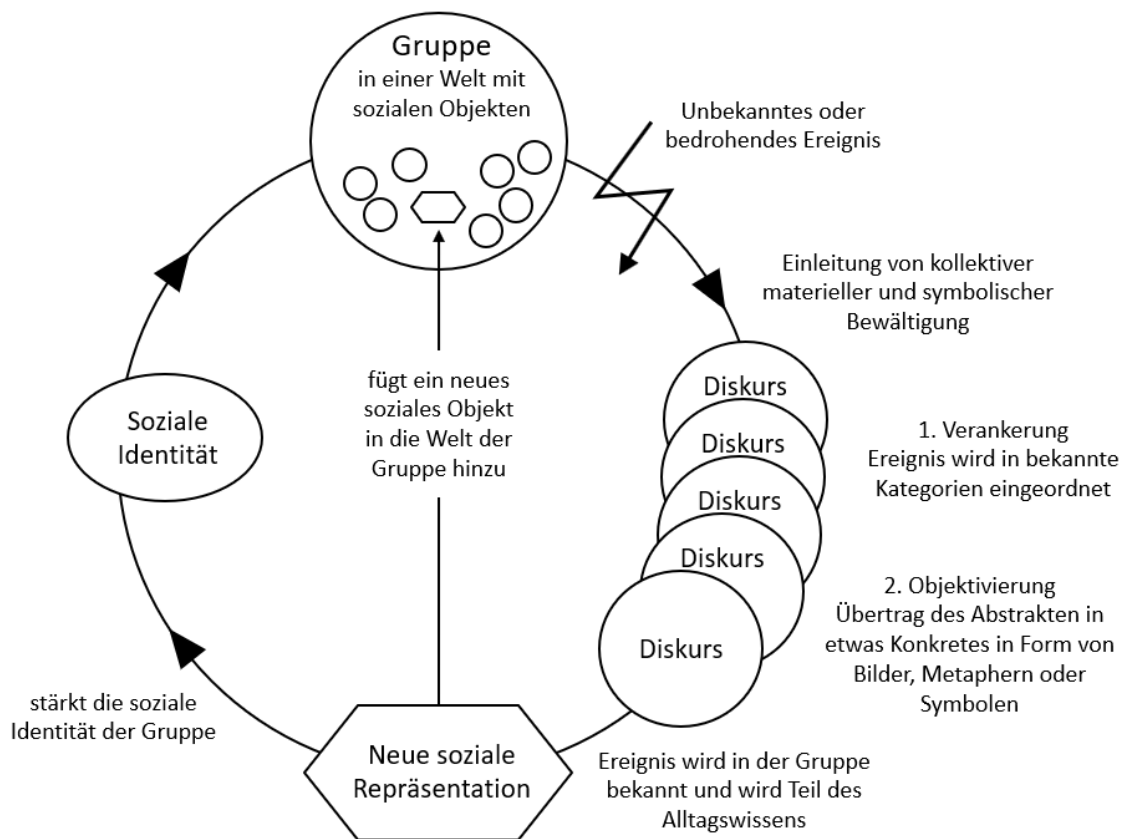
kollektives Phänomen, das sich auf eine Gruppe bezieht und von Individuen in ihren täglichen Gesprächen und Handeln mitkonstruiert wird (Moscovici, 1973, S. XI zitiert in Wagner et al., 1999, S. 96).

### **2.3.2 Entstehung sozialer Repräsentationen**

Die Entstehung beziehungsweise Entwicklung von sozialen Repräsentationen kann schematisch als Kreislauf dargestellt werden und ist in Abbildung 1 ersichtlich. Der Ausgangspunkt befindet sich ganz oben im Kreis und stellt eine soziale Gruppe dar. Eine Gruppe von Menschen besteht in diesem Kontext aus mindestens vier Personen und eine soziale Gruppe aus mindestens zwei Personen, wobei sich die eine soziale Gruppe von der anderen sozialen Gruppe abgrenzt. In den sozialen Gruppen gibt es jeweils ein gemeinsames Verständnis ihrer Welt und auch der Objekte, aus denen sie besteht. Damit wird der Grundstein für die Kommunikation und für andere Formen der Verständigung gelegt. Ein Teil dieses Selbstverständnisses einer sozialen Gruppe unterscheidet sich von Personen, die nicht dieser sozialen Gruppe angehören. Jene Phänomene, aus denen sich die lokale Welt einer Gruppe zusammensetzt, werden als soziale Objekte bezeichnet. Wenn diese Gruppe, bestehend aus den sozialen Objekten, ein unbekanntes oder bedrohendes Ereignis erreicht, dann versucht die Gruppe dieses materiell und symbolisch zu bewältigen (Moscovici, 1976 zitiert in Wagner, 1999, S. 97). Die materielle Bewältigung wird von Technikerinnen und Techniker oder anderen Spezialistinnen und Spezialisten übernommen, während die symbolische Bewältigung den Mittelpunkt der Theorie der sozialen Repräsentationen darstellt. Das Ziel der Theorie der sozialen Repräsentationen ist genau diesen Prozess zu beschreiben und zu erklären. Eine soziale Repräsentation entsteht genau dann, wenn die Identität einer Gruppe bedroht wird und wenn die bisherigen sozialen Regeln durch die Mitteilung der Neuheit erschüttert werden (Moscovici, 1976, S. 171 zitiert in Wagner, 1999, S. 97). Zwei Prozesse sind bei der Entwicklung von sozialen Repräsentationen zentral – die Verankerung und die Objektivierung. Bei der Verankerung wird danach gestrebt das unbekannte Ereignis oder das neue Phänomen zu benennen und diesem Eigenschaften zuzuschreiben, damit darüber in der Gruppe kommuniziert werden kann. Die Einordnung in bisher bekannte Kategorien und Vorstellungen, sowie die Interpretation trägt ebenfalls zur Verankerung bei (Moscovici, 1984, S. 29). Der darauffolgende Prozess ist die Objektivierung. Dabei wird etwas Abstraktes in etwas Konkretes, Anschauliches umgewandelt beziehungsweise ein Gedanke wird in etwas Bestehendes übertragen. Das kann in der Form eines Bildes, einer Metapher oder eines Symbols sein (Moscovici, 1984, S. 29). Durch die Verankerung und durch die Objektivierung werden nicht bekannte Phänomene zu bekannten umgewandelt. Wenn die symbolische Bewäl-

tigung zu einer Repräsentation führt und von der Mehrheit der Gruppe angenommen wird, kann sie als Mittel zur Verständigung genutzt werden. Das Phänomen ist somit Bestandteil der täglichen Kommunikation und ein Teil des gemeinsamen Alltagswissens („common-sense“). Gleichzeitig wird ein neues soziales Objekt zu den bisherigen sozialen Objekten hinzugefügt. Die neue soziale Repräsentation stärkt die soziale Identität der Gruppe und somit schließt sich der Kreis (Wagner, 1999, S. 100).

Abbildung 1: Schematische Darstellung der Soziogenese von sozialen Repräsentationen



Quelle: Eigene Darstellung nach Wagner (1999, S. 98)

### 2.3.3 Struktur sozialer Repräsentationen

Soziale Repräsentation bestehen aus zwei Komponenten. Das sind zum einen der zentrale Kern und zum anderen die peripheren Elemente. Sie funktionieren als Einheit, wobei jede Komponente spezifisch ist, jedoch genau gegenteilig von der anderen. In Tabelle 2 werden die charakteristischen Merkmale des zentralen Systems und des peripheren Systems einer Repräsentation gegenübergestellt.

Das zentrale System besteht aus dem zentralen Kern einer Repräsentation. Es ist direkt verbunden mit und bestimmt durch historische, soziologische und ideologische Gegebenheiten. Als solches ist es sehr stark mit dem kollektiven Gedächtnis der Gruppe und der Geschichte der Gruppe verbunden. Es bildet die gemeinsame, kollektive Basis von sozialen Repräsentationen. Seine Funktion ist, dass die Homogenität einer sozialen Gruppe erreicht und auch definiert wird. Das zentrale System ist stabil, einheitlich und widersetzt sich Veränderungen. Damit ist es relativ unabhängig für den unmittelbaren sozialen oder materiellen Kontext, aus dem die Repräsentation herausragt. Das zentrale System hat im Wesentlichen zwei Funktionen, die Generierung der Bedeutung einer Repräsentation und die Bestimmung seiner Organisation.

Das periphere System stellt die unverzichtbare Ergänzung zum zentralen System, zu welchem es gehört, dar. Dem peripheren System kommen drei Funktionen zu. Die erste Funktion ist die Konkretisierung des zentralen Systems im Hinblick auf die Einnahme einer Position oder einer Aktion. Das periphere System ist sensitiv für den unmittelbaren Kontext und es bildet die Schnittstelle zwischen der konkreten Realität und dem zentralen System. Da das periphere System im Vergleich zum zentralen System flexibler ist, erfolgt eine Regulierung und Anpassung an die Beschränkungen des zentralen Kerns an die konkrete Situation, mit der die Gruppe konfrontiert ist. Das periphere System verarbeitet und hinterfragt neue Informationen, wodurch das zentrale System ebenfalls hinterfragt wird. Die dritte Funktion, die dem peripheren System zukommt, ist die Schutzfunktion für das zentrale System. Das periphere System erlaubt die Einbindung von individuellen Erfahrungen und Vorgeschichten. Wenn soziale Repräsentationen einvernehmlich in Bezug auf das zentrale System sind, dann können starke individuelle Unterschiede im peripheren System toleriert werden. Zusammenfassend kann das periphere System als flexibel, anpassungsfähig und relativ heterogen beschrieben werden (Abric, 1993, S. 75ff.).

Tabelle 2: Charakteristische Merkmale des zentralen Systems und des peripheren Systems einer Repräsentation

Zentrales System	Peripheres System
mit dem kollektiven Gedächtnis und der Geschichte der Gruppe verbunden	erlaubt die Einbindung von individuellen Erfahrungen und von Vorgeschichten
einvernehmlich – definiert die Homogenität in der Gruppe	unterstützt die Heterogenität der Gruppe
stabil einheitlich starr	flexibel birgt Widersprüche in sich
nicht sehr empfindlich für den unmittelbaren Kontext	empfindlich für den unmittelbaren Kontext
Funktionen: - generiert den Sinn bzw. die Bedeutung einer Repräsentation - bestimmt seine Organisation	Funktionen: - ermöglicht die Anpassung an die konkrete Realität - ermöglicht eine inhaltliche Differenzierung - beschützt das zentrale System

Quelle: Eigene Darstellung nach Abric (1993, S. 76)

### 2.3.4 Erhebung und Analyse sozialer Repräsentationen

Nicht nur qualitative Methoden können zur Analyse sozialer Repräsentationen verwendet werden, sondern auch mittels quantitativer Methoden können soziale Repräsentationen analysiert werden (Flick, 1998a, S. 3). Mögliche Methoden sind Ethnografie, Inhaltsanalysen, Wortassoziationen oder Experimente. Die verschiedenen Methoden beinhalten sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte mit unterschiedlichen Anteilen.

Soziale Repräsentationen können auch mit der Methode der freien Assoziationen erhoben werden (Tsoukalas, 2006, S. 968). Freie Assoziationen können zu einem Stimulus gesammelt werden, indem eine modifizierte Version einer Assoziationstechnik, das Assoziationsgeflecht, verwendet wird (de Rosa, 1995 zitiert in Meier & Kirchler, 1998, S. 759). Meier und Kirchler (1998, S. 759) legten den Teilnehmenden ein Blatt mit dem Stimuluswort vor und danach waren zehn freie Linien, wo die Befragten ihre freien Assoziationen aufschreiben konnten. Nachdem sie ihre Gedanken notiert haben, gaben sie noch an, ob sie die jeweils genannte Assoziation positiv, neutral oder negativ bewerten. Jede Person konnte eine bis zehn Assoziationen auflisten. Die in dieser Arbeit verwendete Methode ist die Analyse freier Assoziationen und wird in Kapitel 3.2 detailliert beschrieben.

Auf Basis, der in diesem Kapitel erarbeiteten, theoretischen Grundlagen zu den Formen der Arbeit und zu Unterschieden zwischen Frauen und Männern, sowie den sozialen Repräsentationen werden im empirischen Teil die Hypothesen hergeleitet, sowie Methoden, Material und Instrumente zur Beantwortung der Forschungsfrage beschrieben.



### **3 Empirischer Teil**

Zu Beginn dieses Kapitels werden die Hypothesen hergeleitet, mithilfe derer die Forschungsfrage beantwortet wird. Anschließend werden die eingesetzte Methode und das angewandte Material Schritt für Schritt beschrieben. Um die Daten für die Auswertungen vorzubereiten, werden die durchgeführten vorbereitenden Analysen vorgestellt. Die Stichprobe, sowie die Durchführung der empirischen Untersuchung werden am Ende des Kapitels präsentiert.

#### **3.1 Hypothesen**

Dieses Kapitel umfasst die Herleitung der vier Hypothesen. Diese werden von der Literatur abgeleitet und dienen dazu, die Forschungsfrage „Wie unterscheidet sich die Wahrnehmung von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern?“ beantworten zu können.

Virtuell arbeitende Personen, insbesondere Arbeitnehmende, die im Homeoffice arbeiten, bewahren ihre Arbeitsutensilien zu Hause auf. Dadurch kann der private und der berufliche Bereich nicht in dem Ausmaß, wie das bei der Präsenzarbeit der Fall ist, getrennt werden und kann zu einer Verschmelzung von Arbeits- und Privatleben führen (Bødker, 2016, 537f.). Bei der Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens werden den Arbeitnehmenden ausgestattete Arbeitsplätze zur Verfügung gestellt. Dabei wird auf die Ergonomie am Arbeitsplatz geachtet und passend zu den individuellen Bedürfnissen angepasst. Bei virtuell arbeitenden Personen mit häufig wechselnden Arbeitsorten erfolgt diese Anpassung eher selten (Bødker, 2016, S. 537). Bei der Präsenzarbeit ist die Erledigung der Aufgaben zwischen Erwerbsarbeit und Hausarbeit strikt getrennt. Im Gegensatz dazu steht die Arbeit im Homeoffice, wo zwischen der Beantwortung von E-Mails Arbeit im Haushalt erledigt wird (Tietze & Musson, 2002, S. 325ff.). Die verschiedenen Rahmenbedingungen zwischen den drei Formen der Arbeit lassen darauf schließen, dass dazu unterschiedliche Begriffe genannt werden und führt zur Hypothese 1.

H1: Es bestehen Unterschiede in den genannten Assoziationen zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice.

Im Hinblick auf ihre Karrieremöglichkeiten schätzen manche Arbeitende ihre Aufstiegschancen aufgrund der Arbeit vor Ort im Büro des Unternehmens als besser ein als bei virtueller Arbeit. Als Begründung dafür wird der mögliche Rückgang der informellen

Kontakte genannt (Hill, Ferris & Märtinson, 2003, S. 225ff.). Morganson, Major, Oborn, Verive und Heelan (2010, S. 581ff.) zeigten, dass die Work-Life-Balance bei der Präsenzarbeit höher wahrgenommen wird als bei der Arbeit im Homeoffice. Das Arbeitspensum wurde von einigen Arbeitenden im virtuellen Büro höher als im traditionellen Büro eingeschätzt. Ebenso nehmen sie ihre Arbeitszeit länger wahr und berichteten von einer höheren Wahrscheinlichkeit an Burn-Out zu erkranken (Hill, Miller, Weiner & Colihan, 1998, S. 670ff.). Aufgrund dieser Ergebnisse wird davon ausgegangen, dass Assoziationen zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice unterschiedlich bewertet werden. Eine länger empfundene Arbeitszeit kann von einer Person positiv, von einer anderen Person neutral oder negativ wahrgenommen werden. Dies führt zu Hypothese 2.

H2: Es bestehen Unterschiede in der Bewertung der Assoziationen von Präsenzarbeit, von virtueller Arbeit und von Arbeit im Homeoffice.

Bei der Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens berichten Frauen von einer höheren Produktivität. Diese wird auf die Interaktion mit Kolleginnen und Kollegen sowie Vorgesetzten zurückgeführt. Männer nehmen die Steigerung der Produktivität aufgrund der Interaktionen nicht wahr (Haynes, Suckley & Nunnington, 2017, S. 116ff.). Frauen und Männer nannten unterschiedliche Gründe für die Arbeit im Homeoffice. Männer haben Flexibilität und Frauen die Familie am häufigsten genannt (Moore, 2004, S. 5ff.). Obwohl sich das Bildungsniveau zwischen Frauen und Männer angleicht, übernehmen Frauen zusätzlich zu ihrer Erwerbsarbeit auch einen großen Teil der Haus- und Fürsorgearbeit (Junghanns & Pech, 2008, S. 202ff.). Wenn Kinder vorhanden sind, eignet sich für Frauen virtuelle Arbeit, vor allem die Arbeit im Homeoffice, um ihrer Doppelrolle als erwerbstätige Person und Mutter gerecht zu werden. Die gewonnene Zeit, durch das Wegfallen des Pendelns im Homeoffice, wird in die Verpflichtungen zu Hause investiert (Hilbrecht, Shaw, Johnson & Andrey, 2008, S. 454ff.). Die verschiedenen Zugänge und Begründungen für die gewählte Form der Arbeit lassen auf unterschiedliche Nennungen von Frauen und Männern schließen. Daraus wurde Hypothese 3 abgeleitet.

H3: Es bestehen Unterschiede in den genannten Assoziationen von Frauen und Männern zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice.

Frauen nutzen Homeoffice seltener als Männer, selbst wenn aufgrund der Tätigkeit die Arbeit im Homeoffice möglich ist. Der Grund dafür sind Bedenken von Frauen, dass sie

durch die Arbeit von zu Hause in den Hintergrund treten. Dadurch schätzen sie ihre Karrierechancen bei virtueller Arbeit schlechter ein als bei der Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens (Lott & Abendroth, 2020, S. 597ff.). Obwohl Frauen im Durchschnitt weniger Zeit mit Pendeln verbringen als Männer, wird ihre Gesundheit dadurch negativ beeinflusst. Der negative Effekt, der bei Männern nicht gezeigt wird, wird aufgrund der höheren Verantwortung erklärt. Dazu zählen die Verantwortung bei der Erwerbs-, Haus- und Fürsorgearbeit (Roberts, Hodgson & Dolan, 2011, S. 1074f.). Aufgrund dieser Ergebnisse wird davon ausgegangen, dass Frauen und Männer die drei Formen der Arbeit unterschiedlich bewerten und führt zu Hypothese 4.

H4: Es bestehen Unterschiede zwischen Frauen und Männern in der Bewertung der Assoziationen von Präsenzarbeit, von virtueller Arbeit und von Arbeit im Homeoffice.

Durch die Beantwortung von Hypothese 1 und Hypothese 2 wird herausgearbeitet, ob zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice unterschiedliche Assoziationen genannt werden und wie die Einstellung der Befragten zu ihren genannten Assoziationen ist. Hypothese 3 und Hypothese 4 unterstützen die Ermittlung der Sichtweisen von Frauen und Männern auf die Stimuli. Damit lässt sich die Forschungsfrage beantworten.

## **3.2 Methode/Material/Instrumente**

Im folgenden Kapitel werden zunächst die verwendete Methode beschrieben, begründet, warum diese gewählt wurde und Möglichkeiten zur Analyse erläutert. Anschließend werden das verwendete Material und der Fragebogen Schritt für Schritt dargestellt.

### **3.2.1 Methodische Aspekte**

In der Arbeit wird die unterschiedliche Wahrnehmung von Frauen und Männern zu den Begriffen Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice untersucht. Für die Erhebung unterschiedlicher Sichtweisen von Gruppen zu bestimmten Begriffen eignet sich der Ansatz der sozialen Repräsentationen, der in Kapitel 2.3 beschrieben wird. Damit lassen sich Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Gruppen zu den vorgegebenen Begriffen herausarbeiten (Flick, 1998b, S. 50). Laien werden nach ihren Sichtweisen, Vorstellungen und Ideen zu den Begriffen Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice befragt. Unter Lagentheorien sind Theorien zu verstehen, die durch Erfahrungen aus dem Alltag und Vermutungen entstanden sind. Die Untersuchung dieser Lagenthe-

orien kann unter anderem aus der Sicht der sozialen Repräsentationen erfolgen (Moscovici, 1981 & Wagner, 1994 zitiert in Kirchler, 2011, S. 166f.).

Wie bereits in Kapitel 2.3.4 erwähnt, können soziale Repräsentationen mit der Methode der freien Assoziationen erhoben werden. Diese Methode ist weniger strukturiert und offener als andere Erhebungsinstrumente. Die Teilnehmenden werden aufgefordert, zu einem vorgegeben Schlüsselwort verschiedene Begriffe zu nennen (Tsoukalas, 2006, S. 968). In dieser Arbeit werden „Präsenzarbeit“, „virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ als Schlüsselbegriffe vorgegeben. Ein Vorteil der Erhebung der Daten mithilfe von freien Assoziationen im Vergleich zu vorgegeben Antwortmöglichkeiten ist der Freiraum, den die Befragten haben, um sich auszudrücken. Durch diese Vorgehensweise zeigen die Befragten auch Initiative und können ihre Meinung zu den Begriffen individuell einbringen (Tsoukalas, 2006, S. 978). Dadurch werden vielfältigere Assoziationen erwartet, die nicht notwendigerweise in der Theorie von Expertinnen und Experten genannt wurden.

Freie Assoziationen können sowohl quantitativ als auch qualitativ analysiert werden (Kulich, 2005, S. 24ff.). Zuerst wird die Kern-Peripherie-Analyse, die als Methode zur quantitativen Analyse freier Assoziationen, und danach die Inhaltsanalyse, die als Methode zur qualitativen Analyse eingesetzt wird, beschrieben. Abschließend wird in diesem Unterkapitel beschrieben, wie die Bewertung der Assoziationen berechnet und interpretiert werden kann.

#### 3.2.1.1 Quantitative Analyse freier Assoziationen

Um die sozialen Repräsentationen eines Stimulus grafisch darzustellen, hat Vergés (1992, 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich 2003, S. 28) die Methode der freien Assoziationen mit einer Analyseform, die auf dem Kern-Peripherie-Modell von Abric (siehe 2.3.3) beruht, verbunden. Dabei werden die Daten in eine Vierfeldertafel, wie in Abbildung 2 dargestellt, eingetragen, wobei die Dimensionen unabhängig sind. Auf der x-Achse wird der absolute mittlere Rang und auf der y-Achse die relative Häufigkeit eingetragen. Der absolute mittlere Rang gibt Aufschluss darüber, wann eine Assoziation von der teilnehmenden Person genannt wurde. Ein niedriger absoluter mittlerer Rang bedeutet, dass die Assoziation früh genannt wurde, während ein hoher absoluter mittlerer Rang bedeutet, dass sie spät genannt wurde. Die relative Häufigkeit gibt Aufschluss darüber, wie häufig eine Assoziation von den befragten Personen genannt wurde. Eine hohe relative Häufigkeit bedeutet, dass die Assoziation häufig genannt wurde, während eine niedrige relative Häufigkeit bedeutet, dass die Assoziation

selten genannt wurde. Im Kernbereich befinden sich Assoziationen, die häufig und früh genannt wurden. Zur Peripherie 1 zählen Assoziationen, die häufig und spät genannt wurden und jene, die früh und selten genannt wurden. In der Peripherie 2 sind Assoziationen, die sowohl spät als auch selten genannt wurden.

Abbildung 2: Vierfeldertafel zur Darstellung von Kern und Peripherie

		<b>Mittlerer Rang</b>	
		früh	spät
<b>Relative Häufigkeit</b>	häufig	Kern	Peripherie 1
	selten	Peripherie 1	Peripherie 2

Quelle: Eigene Darstellung nach Vergès (1992, 1994, Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 29)

Die relative Häufigkeit wird nach Vergès (1994 zitiert in Kulich, 2003, S. 29) berechnet, indem die absolute Häufigkeit der Nennung einer Assoziation durch die Gesamtstichprobengröße dividiert wird.

$$P(A_i) = \frac{F(A_i)}{n}$$

$P(A_i)$  ... Wahrscheinlichkeit, mit der die Assoziation  $A_i$  genannt wird

$F(A_i)$  ... absolute Häufigkeit der Nennung der Assoziation  $A_i$  in der Stichprobe

$n$  ... Stichprobengröße

Der absolute mittlere Rang wird nach Vergès (1994 zitiert in Kulich, 2003, S. 30) berechnet, indem für jeden Rang das Produkt aus der Anzahl der Nennungen der Assoziation  $i$  am jeweiligen Rangplatz mit der Zahl des Rangplatzes multipliziert wird. Die Summe aller Produkte dividiert durch die Anzahl der Nennungen der Assoziation  $i$  ergibt den absoluten mittleren Rang der Assoziation  $i$ .

$$\bar{R}(A_i) = \frac{R_1 * \sum_{i=1}^{r_1} A_i r_1 + R_2 * \sum_{i=1}^{r_2} A_i r_2 + \dots + R_k * \sum_{i=1}^{r_k} A_i r_k}{\sum_{i=1}^n A_i}$$

$R_k$  ...  $k$ -ter Rang

$\bar{R}(A_i)$  ... absoluter mittlerer Rang der Assoziation  $i$

$\sum_{i=1}^{r_k} A_i r_k$  ... Anzahl der Nennungen der Assoziation  $i$  für den  $k$ -ten Rang

$\sum_{i=1}^n A_i$  ... Anzahl der Nennungen der Assoziation  $i$

Bei der Verwendung von absoluten mittleren Rängen wird die Länge der Assoziationskette nicht berücksichtigt. Das bedeutet, dass bei dieser Berechnung nicht unterschieden wird, ob eine Assoziation mit erstem Rang an erster Stelle von beispielsweise fünf Nennungen oder von zehn Nennungen genannt wurde. El-Sehity und Kirchler (2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 30) merken kritisch an, dass der Vergleich von Assoziationen mit unterschiedlich langen Assoziationsketten problematisch sein kann. El-Sehity und Kirchler (2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28) haben ihren Kritikpunkt aufgegriffen und betrachteten statt des absoluten mittleren Rangs den relativen mittleren Rang von Assoziationen. Neben der Stelle, an der die Assoziation genannt wird, wird auch die Anzahl der Nennungen berücksichtigt. Daraus ergibt sich eine Kern-Peripheriedarstellung, in der der relative mittlere Rang auf der x-Achse und auf die relative Häufigkeit auf der y-Achse eingetragen wird, wie in Abbildung 3 ersichtlich ist.

Abbildung 3: Kern-Peripheriedarstellung

		<b>Relativer mittlerer Rang</b>	
		früh	spät
<b>Relative Häufigkeit</b>	häufig	Kern	Peripherie 1.1
	selten	Peripherie 1.2	Peripherie 2

Quelle: Eigene Darstellung nach El-Sehity & Kirchler, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 32.

Für die Berechnung des relativen mittleren Rangs wird zuerst der relative Rangplatz einer Assoziation für eine befragte Person berechnet. Dafür wird der j-te Rang einer Assoziation i der befragten Person j durch die Länge der Assoziationskette der befragten Person j dividiert.

$$r_j(A_i) = \frac{R_j(A_i)}{k_j}$$

$r_j(A_i)$  ... relative Rangplatz der Assoziation i der befragten Person j

$R_j(A_i)$  ... j-ter Rang der Assoziation i der befragten Person j

$k_j$  ... Länge der Assoziationskette der befragten Person j

Danach wird die Summe aller relativen Rangplätze einer befragten Person gebildet und durch die Anzahl der Nennungen der Assoziation  $i$  dividiert. Daraus ergibt sich der relative mittlere Rang einer Assoziation  $i$ .

$$\bar{r}(A_i) = \frac{\sum_{j=1}^n r_j(A_i)}{F(A_i)}$$

$\bar{r}(A_i)$  ... relativer mittlerer Rang der Assoziation  $i$

$\sum_{j=1}^n r_j(A_i)$  ... Summe der individuellen mittleren Rangplätze der Assoziation  $i$

$F(A_i)$  ... Anzahl der Nennungen der Assoziation  $i$

Nach der Berechnung des relativen mittleren Rangs und der relativen Häufigkeit der Assoziationen werden diese in einem zweidimensionalen Koordinatensystem mit unabhängigen Dimensionen eingetragen. Der relative mittlere Rang wird auf der x-Achse aufgetragen und liegt im Intervall von 0 bis 1 und die relative Häufigkeit wird auf der y-Achse aufgetragen und liegt im Intervall von 0 bis 1 (El-Sehity und Kirchler, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 32).

Die Unterteilung des Koordinatensystems erfolgt in Anlehnung an die von Vergès vorgeschlagene Form in vier Felder. Zur Übersichtlichkeit der Daten wird auf der x-Achse eine arithmetische Skalierung und auf der y-Achse eine logarithmische Skalierung verwendet. Die Grenze auf der x-Achse wird bei 0,5 vorgeschlagen. Die logarithmische Skala kommt zur Anwendung, da die Spannweite zwischen der Häufigkeit der genannten Assoziationen stark variieren kann. Wenige Begriffe werden häufig und viele Begriffe werden selten genannt (Strube, 1984 zitiert in Kulich, 2003, S. 32). Die Unterteilung der y-Achse bei 0,1 wird vorgeschlagen, da nur wenige Assoziationen häufiger als 10% genannt werden und viele Assoziationen seltener als 10% genannt werden (Zipf, 1935 zitiert in Kulich, 2003, S. 32).

Die Unterteilung der x-Achse wird aus dem Mittelwert der relativen mittleren Ränge aller berücksichtigten Assoziationen für die jeweilige Kern-Peripherie-Analyse berechnet. Die Unterteilung der y-Achse erfolgt aus der Berechnung des Mittelwerts der relativen Häufigkeiten der berücksichtigten Assoziationen in der jeweiligen Kern-Peripherie-Analyse. Für die Analyse werden höchstens 20 Assoziationen berücksichtigt, um die Übersichtlichkeit zu garantieren. Die Anzahl der berücksichtigten Assoziationen kann auch geringer sein, wenn aufgrund der Daten eine Auswahl aufgrund des Alphabets getroffen hätte werden müssen. Die Assoziationen wurden für jeden Stimu-

lus nach der Häufigkeit ihrer Nennung gereiht und dazu passend eine bestimmte Anzahl an Assoziationen in der jeweiligen Analyse betrachtet. Dadurch ergeben sich neun Kern-Peripherie-Analysen.

### 3.2.1.2 Qualitative Analyse freier Assoziationen

Bei der qualitativen Analyse freier Assoziationen mittels Inhaltsanalyse werden Kategorien gebildet, zu denen die genannten Begriffe zugeordnet werden (Kulich, 2005, S. 45). In Anlehnung an die Kategorisierung von Vergès (1992 zitiert Kulich, 2005, S. 46) erfolgt die Kategorienbildung deduktiv-induktiv. Ausgehend von der Literatur und Assoziationen, die am häufigsten genannt wurden, werden die jeweiligen Kategorien definiert und alle Assoziationen den entstandenen Kategorien zugeteilt.

Um die Beziehung kategorialer Variablen grafisch darzustellen, wird die Korrespondenzanalyse verwendet (Otter, Strebing & Glück, 1999, S. 4). Zunächst werden Häufigkeitstabellen der Kategorien zu den Stimuli erstellt, in denen die Anzahl der Nennungen der jeweiligen Kategorie zu den Stimuli ersichtlich ist. Ausgehend von diesen Häufigkeitstabellen werden in SPSS die Stimuli den Zeilen und die Kategorien den Spalten der Korrespondenzanalyse zugeordnet. Die Bereiche werden passend mit Minimalbeziehungsweise Maximalwerten definiert und bei Streudiagramme wird Biplot ausgewählt. Je nach Lage der Stimuli und der Kategorien wird ersichtlich, welche Stimuli ähnlich wahrgenommen werden und welche Kategorien diesen am ehesten zugeordnet wurden.

### 3.2.1.3 Bewertung freier Assoziationen

Zur Bewertung freier Assoziationen werden zu Stimuli in einem ersten Schritt Assoziationen genannt, die in einem zweiten Schritt positiv, neutral oder negativ bewertet werden. Diese Information hilft bei der Einschätzung, wie der jeweilige Stimulus wahrgenommen wird. Durch die Berechnung der Polaritäts- und Neutralitätsindices können Aussagen über die Einstellung zu den vorgegebenen Stimuli anhand der Bewertungen zu den Assoziationen getroffen werden (De Rosa, 1995 zitiert in Kirchler, 2011, S. 331f.).

Der Polaritätsindex wird berechnet, in dem die Differenz der Anzahl der positiven und negativen Assoziationen bezogen auf die Gesamtzahl der Assoziationen einer befragten Person. Dieser Index kann als Einstellungsindex betrachtet werden und nimmt einen Wert zwischen -1 und +1 an. Im Fall negativer Assoziationen zu einem Stimulus liegt der Wert eher bei -1 und im Fall positiver Assoziationen eher bei +1.



Der Neutralitätsindex wird berechnet, in dem die Anzahl der neutralen Bewertungen durch die Gesamtzahl der Assoziationen dividiert wird. Dieser Index gibt an, wie neutral eine Person gegenüber einem Stimulus ist und nimmt einen Wert zwischen 0 und 1 an. Im Fall einer emotionalen Bewertung liegt der Wert eher bei 0 und im Fall einer neutralen Bewertung eher bei 1.

### **3.2.2 Fragebogen**

Für die Beantwortung der Forschungsfrage wurden die Vorstellungen und Meinungen der TeilnehmerInnen und Teilnehmer zu den Begriffen Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice mithilfe eines Fragebogens ermittelt. Um Momentaufnahmen zu erfassen, eignet sich die Verwendung eines Querschnittsdesigns (Flick, 2016, S. 81). In dieser Masterarbeit wird ein Querschnitt der Ideen und Gedanken zu Präsenzarbeit, zu virtueller Arbeit und zu Arbeit im Homeoffice der Befragten zum Zeitpunkt der Befragung erhoben und ausgewertet. Für die Erhebung der Daten wurde eine Fragebogenstudie in SoSci Survey (<https://www.soscisurvey.de/>) durchgeführt. Diese wird im Folgenden beschrieben.

#### **Einleitung**

Der Fragebogen startete mit einer kurzen Einleitung, in der die Teilnehmerinnen und Teilnehmer begrüßt wurden und in der erläutert wurde, dass die Umfrage im Rahmen einer Masterarbeit an der Ferdinand Porsche FernFH durchgeführt wird. Den Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden eine ungefähre Dauer für die Beantwortung des Fragebogens als Richtwert gegeben und die Anonymität der Daten wurde zugesichert. Eine E-Mailadresse wurde angegeben, um im Falle von Fragen den Teilnehmenden eine Kontaktmöglichkeit mit der Autorin zur Verfügung zu stellen. Am Ende der Einleitung wurde den Teilnehmenden schon im Vorhinein für die Teilnahme gedankt.

#### **Assoziationen inklusive Bewertungen**

Nach der Einleitung wurden die Teilnehmenden in einem ersten Schritt nach Assoziationen zu einem der drei Stimuli „Präsenzarbeit“, „virtuelle Arbeit“ und „Arbeit im Homeoffice“ gefragt. Dabei konnten die Teilnehmende Begriffe, Ideen, Gedanken oder Stichwörter nennen, die Ihnen spontan zum jeweiligen Stimulus eingefallen sind. Mindestens eine Nennung wurde vorausgesetzt, damit die nächste Frage angezeigt wurde und höchstens zehn Nennungen waren möglich. Im zweiten Schritt wurden diese Nennungen angezeigt und die Teilnehmenden wurde gefragt, ob sie die Nennung als „positiv“, „neutral“ oder „negativ“ bewerten. Danach wurde dies genauso für den zweiten

und den dritten Stimuli abgefragt. Die Stimuli wurden in randomisierter Reihenfolge vorgegeben, um Ermüdungserscheinungen entgegenzuwirken und um Verzerrungen aufgrund der Reihenfolge zu vermeiden.

### **Soziodemografische Merkmale**

Als nächstes wurden die soziodemografischen Merkmale der Teilnehmenden abgefragt, wobei immer die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“ als Option gewählt werden konnte, um den Teilnehmenden genügend Freiheit bei der Beantwortung der Fragen zu gewähren. Als Erstes wurde nach dem Geschlecht, welches die Person hat, bzw. welchem sie sich zugehörig fühlt, gefragt. Die Personen konnten „weiblich“, „männlich“, „divers“ und „keine Angabe“ wählen. Danach wurde das Alter abgefragt, wobei hier eine freie Texteingabe oder „keine Angabe“ zur Auswahl standen. Bei der familiären Situation („Familienstand“) wurde abgefragt, ob die Person „ledig“, in einer „nicht ehelichen Lebensgemeinschaft“, in einer „verheirateten/eingetragenen Partnerschaft“, in einer „geschiedenen/aufgelösten eingetragenen Partnerschaft“ oder „verwitwet/eine hinterbliebene eingetragene Partnerin/ein hinterbliebener eingetragener Partner“ ist. Die Teilnehmenden wurden auch nach der Anzahl der betreuungspflichtigen Kinder und/oder anderen betreuungspflichtigen Personen, die im Haushalt leben, gefragt. Dabei konnte „0“, „1-2“, „3-4“, „5 oder mehr“ oder „keine Angabe“ ausgewählt werden. Der höchste Bildungsabschluss der teilnehmenden Person wurde ebenso abgefragt. Zur Auswahl standen „Hauptschulabschluss“, „Pflichtschulabschluss“, „Lehre“, „Berufsbildende mittlere Schule“, „Matura/Reifeprüfung“, „Hochschulabschluss“, „anderer Abschluss, und zwar“ mit freier Texteingabe oder „keine Angabe“. Als nächstes wurde nach der aktuellen Tätigkeit gefragt, wobei eine Mehrfachauswahl möglich war. Die Teilnehmenden konnten „Schülerin/Schüler, Studentin/Student“, „Angestellte/Angestellter, Arbeiterin/Arbeiter“, „Beamtin/Beamter“, „Büroarbeit“, „Hausarbeit, Erziehungsarbeit, Pflegearbeit“, „Selbstständig“, „Arbeit suchend“, „In Pension/Im Ruhestand“, „keine Angabe“ und „andere Tätigkeit, und zwar“ mit offener Texteingabe auswählen. Die teilnehmenden Personen wurden befragt, ob Sie Führungsverantwortung haben. Dabei konnten sie zwischen „ja, seit (offene Texteingabe) Jahren“, „nein“ und „keine Angabe“ wählen. Ebenso wurden die Teilnehmenden befragt, wie viel Geld sie im Durchschnitt pro Monat in ihrem Haushalt zur Verfügung haben. Sie konnten zwischen „<500€“, „500€ - 1000€“, „1001€ - 1500€“, „1501€ - 2000€“, „2001€ - 2500€“, „2501€ - 3000€“, „3001€ - 3500€“, „3501€-4000“, „>4000€“ und „keine Angabe“ auswählen. Die Branche, in der die teilnehmende Person tätig ist, wurde als nächstes abgefragt. Dabei waren „Banken/Versicherungen“, „Bau“, „Bildung“, „Energie“, „Gesundheit/Soziales“, „Handel“, „Öffentliche Verwaltung“, „Produktion/Industrie“, „Tech-

nik/Telekommunikation“, „Verkehr/Logistik“, „andere Branche, und zwar (offene Texteingabe)“ und „keine Angabe“ zur Auswahl. Die beiden letzten Fragen bezogen sich auf die eigene Erfahrung der Teilnehmenden mit Homeoffice bzw. virtueller Arbeit. Zunächst wurde die Teilnehmerin/der Teilnehmer gefragt, ob er/sie Erfahrung mit der Verrichtung ihrer Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen (Homeoffice) hat. Dabei konnte zwischen „Ja, ich arbeite durchschnittlich ca. (offene Texteingabe) Stunden pro Woche von zu Hause für ein Unternehmen.“, „Nein“ und „keine Angabe“ ausgewählt werden. Danach wurde die Teilnehmerin/der Teilnehmer gefragt, ob er/sie Erfahrung mit der Verrichtung ihrer Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen (virtuelle Arbeit) hat. Zur Auswahl standen „Ja, ich arbeite durchschnittlich ca. (offene Texteingabe) Stunden pro Woche mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen.“, „Nein“ und „keine Angabe“.

### **Abschluss**

Nachdem die letzte Frage beantwortet und auf „weiter“ geklickt wurde, erscheint die letzte Seite, auf der nochmals für die Teilnahme und in weiterer Folge auch für die Mithilfe gedankt wird. Für den Fall, dass sich Fragen zur Umfrage bzw. zur Studie ergeben oder dass die Teilnehmenden Feedback dazu geben möchten, wird die E-Mailadresse der Autorin als Kontaktadresse angeführt. Der gesamte Fragebogen ist im Anhang abgebildet.

### **3.3 Vorbereitende Analysen**

In diesem Kapitel wird beschrieben, wie die, mit dem Fragebogen erhobenen, Daten weiterbearbeitet wurden, um diese für die weiteren Auswertungen aufzubereiten. Zunächst wurden die Rohdaten sowohl in SPSS als auch Excel importiert, um einen Überblick zu erhalten.

Zum Stimulus Präsenzarbeit wurden 795 Assoziationen, zu virtueller Arbeit 715 Assoziationen und zu Homeoffice 813 Assoziationen genannt. Die erste Assoziation für Präsenzarbeit wurde von allen 130 Teilnehmenden ausgefüllt, während für Homeoffice die erste Assoziation nur von 128 Personen und für virtuelle Arbeit nur von 129 genannt wurde. Die Autorin führt dies darauf zurück, dass durch die Randomisierung der Fragen im Fragebogen bei zwei Teilnehmenden Homeoffice und bei einer Person virtuelle Arbeit nicht angezeigt wurden.

Im Durchschnitt wurden zum Stimulus „Präsenzarbeit“ 6,12 Assoziationen ( $M = 6,12$ ;  $Sd = 2,56$ ) genannt. Die Anzahl der genannten Assoziationen ist in Tabelle 3 aufgeschlüsselt.

Tabelle 3: Anzahl der genannten Assoziationen für „Präsenzarbeit“

	absolut	in %
1. Assoziation	130	100,00 %
2. Assoziation	129	99,23 %
3. Assoziation	125	96,15 %
4. Assoziation	109	83,85 %
5. Assoziation	91	70,00 %
6. Assoziation	65	50,00 %
7. Assoziation	49	37,69 %
8. Assoziation	37	28,46 %
9. Assoziation	32	24,62 %
10. Assoziation	28	21,54 %
<i>Summe</i>	<i>795</i>	

Quelle: eigene Darstellung

Zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ wurden im Durchschnitt 5,5 Assoziationen ( $M = 5,5$ ;  $Sd=2,87$ ) angegeben und die detaillierte Auflistung der Anzahl der Assoziationen ist in Tabelle 4 ersichtlich.

Tabelle 4: Anzahl der genannten Assoziationen für „Virtuelle Arbeit“

	absolut	in %
1. Assoziation	129	100,00 %
2. Assoziation	122	94,57 %
3. Assoziation	114	88,37 %
4. Assoziation	95	73,64 %
5. Assoziation	70	54,26 %
6. Assoziation	54	41,86 %
7. Assoziation	41	31,78 %
8. Assoziation	36	27,91 %
9. Assoziation	28	21,71 %
10. Assoziation	26	20,16 %
<i>Summe</i>	<i>715</i>	

Quelle: eigene Darstellung

Die Anzahl der genannten Assoziationen zum Stimulus Homeoffice ist in Tabelle 5 aufgelistet und im Durchschnitt wurden dazu 6,25 Assoziationen ( $M = 6,25$ ;  $Sd = 2,70$ ) genannt.

Tabelle 5: Anzahl der genannten Assoziationen für „Homeoffice“

	absolut	in %
1. Assoziation	128	100,00 %
2. Assoziation	127	99,22 %
3. Assoziation	122	95,31 %
4. Assoziation	109	85,16 %
5. Assoziation	91	71,09 %
6. Assoziation	73	57,03 %
7. Assoziation	56	43,75 %
8. Assoziation	42	32,81 %
9. Assoziation	35	27,34 %
10. Assoziation	30	23,44 %
<i>Summe</i>	<i>813</i>	

Quelle: eigene Darstellung

Somit wurden von den teilnehmenden Personen durchschnittlich rund sechs Assoziationen zu jedem Stimulus genannt. Die insgesamt 2323 Assoziationen wurden schrittweise analysiert und auf eine einheitliche Form gebracht.

Bei der ersten Datenbereinigung wurden Tipp-, Rechtschreib- und Grammatikfehler ausgebessert und auf die Groß- und Kleinschreibung geachtet. Assoziationen in englischer Sprache, die nicht im täglichen Sprachgebrauch verwendet werden, wurden übersetzt. Zum Beispiel wurde „commute“ zu „Pendeln“, während Work-Life-Balance als Fachbegriff nicht verändert wurde. Die Antworten wurden hinsichtlich einer gendergerechten Sprache überprüft und wenn notwendig, auf die Paarform, umgeändert. „Kollegen“ und „Kollegschaft“ wurden beispielsweise durch „Kolleginnen und Kollegen“ ersetzt. Abgekürzte Begriffe und Begriffe in ausgeschriebener Form wurden immer mit demselben Wort benannt. „PC“ und „Computer“ wurden zum Beispiel als „PC“ in die bereinigten Daten aufgenommen.

Im nächsten Schritt wurden Assoziationen weiter zusammengefasst. Dabei wurde auf die semantische Bedeutung der Begriffe eingegangen. Nach der Bereinigung der Daten wurde die Anzahl der verschiedenen Assoziationen deutlich reduziert. Mit diesen

Daten wurden die Kern-Peripherie-Analysen durchgeführt, deren Ergebnisse in Kapitel 4.1 zu finden sind. Für die Korrespondenzanalyse wurden Kategorien, wie in Kapitel 3.2.1.2 beschrieben, gebildet.

Insgesamt wurden 18 Kategorien definiert, denen die bereinigten Assoziationen zugeteilt wurden. Im Folgenden werden die Kategorien in alphabetischer Reihenfolge aufgelistet und jeweils beispielhaft der Kategorie zugeordnete Begriffe aufgezählt. Die erste Kategorie wurde „Arbeitsatmosphäre und -umfeld“ genannt. Diese beinhaltet Begriffe wie „Ablenkungen“, „Ruhe“ oder „Konzentration“. Die zweite Kategorie wurde „Ausstattung des Arbeitsplatzes“ und dieser wurden Begriffe wie „Headset“, „Laptop“, „Schreibtisch“ und „ergonomische Büromöbel“ zugeordnet. Die dritte Kategorie heißt „Äußere Erscheinung der Mitarbeitenden“ und umfasst Begriffe wie „Jogginghose“, „legere Kleidung“, „bequeme Kleidung“, „Office-Kleidung“ oder „ungeschminkt“. Kategorie vier heißt „Covid-19“ und beinhaltet Begriffe wie „Maske tragen“, „Ansteckungsgefahr“ und „FFP2-Masken“. Die fünfte Kategorie wurde „Employer Branding“ genannt und enthält Begriffe wie „must have“ oder „wird von aktuellen Bewerberinnen und Bewerbern erwartet“. Die sechste Kategorie heißt „Entwicklung der Mitarbeitenden und des Unternehmens“ und beinhaltet Begriffe wie „Aufstiegsmöglichkeiten“, „Digitalisierung der Prozesse im Unternehmen“, „Zukunft“ und „ständige Entwicklung“. Die siebte Kategorie wurde „Kostenfaktor“ genannt und ihr wurden Begriffe wie „Fahrkosten“, „die privaten Kosten steigen“ oder „Kostensparnis“ zugeordnet. Die achte Kategorie wurde „Nachhaltigkeit und Umwelt“ genannt und umfasst Begriffe wie „Nachhaltigkeit“, „umweltschonender“ und „ökologisch besser“. Die neunte Kategorie wurde „Pendeln“ genannte und umfasst alle, teilweise auch widersprüchliche Assoziationen“ zu diesem Thema. Das sind beispielsweise „Pendeln“, „kein Pendeln“ oder „kein Auto nötig“. Die zehnte Kategorie wurde „Persönliche Kommunikation“ genannt und enthält Begriffe wie „zwischenmenschliche Interaktion“, „face-to-face“ oder „persönliche Aussprachen leiden“. Die elfte Kategorie wurde „Rahmenbedingungen“ genannt und ihr werden Begriffe wie „ortsunabhängiges Arbeiten“, „Homeoffice-Regelungen“, „Genehmigung seitens des Unternehmens“ oder „Gleitzeitregelung“ zugeordnet. Kategorie zwölf wurde „Soziale Kontakte“ genannt und umfasst Begriffe wie „soziale Kontakte“, „Kolleginnen und Kollegen“, „Austausch“ und „soziales Miteinander“. Die dreizehnte Kategorie heißt „Spontane Kommunikation“ und enthält Begriffe wie „schnellere Abstimmungen möglich“, „Smalltalk“ oder „Bürotratsch fehlt“. Die vierzehnte Kategorie wurde „Unternehmenskultur“ genannt und umfasst Begriffe wie „Zugehörigkeit“, „Zusammenhalt“, „Team“ oder „Zusammenhalt schwindet“. „Verpflegung“ wurde die fünfzehnte Kategorie genannt und enthält Begriffe wie „Mittagessen“, „Essen zuhause selber kochen“ oder „Restaurant“.

Die sechzehnte Kategorie heißt „Virtuelle Kommunikation“ und dieser wurden Begriffe wie „MS Teams“, „Video einschalten“ oder „Cloud-basiertes Arbeiten“ zugeordnet. Die siebzehnte Kategorie wurde „Work-Life-Balance“ genannt. Diese enthält Begriffe wie „flexibel“, „unabhängig“, „Abgrenzung von Arbeitszeit und Freizeit“, „keine Trennung von Privatleben und Arbeit“ und „gleichzeitig Kinderbetreuung“. Die achtzehnte Kategorie wurde als „Undefinierbar/unklar“ bezeichnet. Sie wurde entgegen der alphabetischen Reihenfolge als letztes genannt, da diese Begriffe keine der oben genannten Kategorien zugeordnet werden konnten. Dazu zählen „mehrere Möglichkeiten“, „???“ und „Projekte verschoben“.

Mit diesen 18 definierten Kategorien wurden, wie in 3.2.1.2 beschrieben, Korrespondenzanalysen durchgeführt. Die Ergebnisse dazu sind in Kapitel 4.2 angeführt.

### **3.4 Stichprobe**

In diesem Kapitel wird beschrieben wie viele Personen an der Fragebogenstudie teilgenommen haben und welche Personen an der Studie teilgenommen haben. Um der Leserin/dem Leser einen Einblick zu geben, werden die soziodemografischen Daten der teilnehmenden Personen präsentiert.

170 Personen haben mit dem Ausfüllen des Fragebogens begonnen und 130 Personen haben den Fragebogen abgeschlossen. Der Überblick über die soziodemografischen Daten aller teilnehmenden Personen ist in Tabelle 15 im Anhang aufgelistet. 84 Frauen (64,6%), 45 Männer (34,6%) und eine Person (0,8%) ohne Angabe zum Geschlecht haben teilgenommen.

Das durchschnittliche Alter der Teilnehmenden liegt bei rund 38 Jahren ( $M = 37.95$ ,  $Sd = 10.89$ ), wobei die jüngste teilnehmende Person 16 Jahre und die älteste teilnehmende Person 69 Jahre alt ist. Vier Personen (3,1%) haben keine Angabe zu ihrem Alter gemacht.

29 Personen (22,3%) geben ihren Familienstand als ledig an. 40 Personen (30,8%) leben in einer nicht ehelichen Lebensgemeinschaft. 54 Personen (41,5%) sind verheiratet und zwei Personen (1,5%) sind geschieden oder haben eine aufgelöste eingetragene Partnerschaft. Eine Person (0,8%) ist verwitwet oder ist hinterbliebene eingetragene Partner/hinterbliebener eingetragener Partner. Keine Angabe zu ihrem Familienstand haben vier Personen (3,1%) gemacht.

Bei der Anzahl betreuungspflichtiger Kinder und/oder anderer betreuungspflichtiger Personen im gemeinsamen Haushalt haben 84 Teilnehmende (64,6%) 0 Personen, 37 Teilnehmende (28,5%) ein bis zwei Personen und fünf Teilnehmende (3,8%) drei bis vier Personen angegeben. Niemand der teilnehmenden Personen hat 5 oder mehr betreuungspflichtige Kinder und/oder andere betreuungspflichtige Personen im gemeinsamen Haushalt und vier Teilnehmende (3,1%) haben dazu keine Angabe gemacht.

Eine Person (0,8%) hat als höchsten Bildungsabschluss Hauptschulabschluss genannt. Pflichtschulabschluss wurde von keiner teilnehmenden Person angegeben. Fünf Personen (3,8%) kreuzten Lehre an, vier Personen (3,1%) berufsbildende mittlere Schule, 45 Personen (34,6%) Matura/Reifeprüfung und eine Person (0,8%) hat keine Angabe gemacht. Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden, 70 Personen (53,8%), haben einen Hochschulabschluss. Vier Personen (3,1%) haben einen anderen Abschluss als die oben aufgelisteten. Bei der freien Texteingabe zum Abschluss wurde der „Besuch einer Schule“, „Lebens- und Sozialberatung“, „MA“ und „Meisterklasse“ genannt.

Bei der Abfrage nach der momentan ausgeübten Tätigkeit konnte die Teilnehmenden mehrere Tätigkeiten auswählen. 90 Personen (69,2%) haben eine Tätigkeit, 30 Personen (23,1%) haben zwei Tätigkeiten, acht Personen (6,2%) haben drei Tätigkeiten und zwei Personen (1,5%) haben vier Tätigkeiten angekreuzt. 26 Personen (20%) sind Schülerin/Schüler oder Studentin/Student. Die am häufigsten angegebene Tätigkeit ist Angestellte/Angestellter oder Arbeiterin/Arbeit und wurde von 96 Personen (73,8%) ausgewählt. Sechs Personen (4,6%) nennen Beamtin/Beamter, 28 Personen (21,5%) Büroarbeit, sieben Personen (5,4%) Hausarbeit, Erziehungsarbeit, Pflegearbeit, zehn Personen (7,7%) selbstständig, zwei Personen (1,5%) sind arbeitsuchend und eine Person (0,8%) ist in Pension beziehungsweise im Ruhestand. Vier Personen (3,1%) haben dazu keine Angabe gemacht und zwei Personen (1,5%) gaben an, andere Tätigkeiten, „Lehrtätigkeit“ und „Praktikum“, auszuüben.

Führungsverantwortung haben 35 der teilnehmenden Personen (26,9%), wobei die durchschnittliche Anzahl der Jahre mit Führungsverantwortung bei 13,24 Jahren (Sd = 11.67) lag. Die Range reicht von einem Jahr bis 41 Jahren. 93 Personen (71,5%), die Mehrheit der Teilnehmenden, hat keine Führungsverantwortung und 2 Personen (1,5%) haben keine Angabe dazu gemacht.



Über ein monatliches Nettoeinkommen im Haushalt von weniger als 500€ verfügt eine Person (0,8%). Vier Personen (3,1%) haben 500€-1000€ zur Verfügung, zwei Personen (1,5%) 1001€ - 1500€, 15 Personen (11,5%) 1501€ - 2000€, acht Personen (6,2%) 2001€ - 2500€, 17 Personen (13,1%) 2501€ - 3000€, zwölf Personen (9,2%) 3001€ - 3500€ und sieben Personen (5,4%) 3501€ - 4000€. Hinsichtlich des Einkommens haben 33 Personen (25,4%) über 4000€ pro Monat zur Verfügung. Bei dieser Frage haben 31 Personen (23,8%) keine Angabe gemacht. Im gesamten Fragebogen ist die Frage nach dem Einkommen am häufigsten mit „keine Angabe“ beantwortet worden.

Bei der Frage nach der Branche haben sieben Personen (5,4%) Banken/Versicherungen angegeben, eine Person (0,8%) Bau, elf Personen (8,5%) Bildung, zwei Personen (1,5%) Energie, 14 Personen (10,8%) Handel, sechs Personen (4,6%) Öffentliche Verwaltung, elf Personen (8,5%) Technik/Telekommunikation, eine Person (0,8%) Verkehr/Logistik und elf Personen (8,5%) haben die Frage mit keiner Antwort beantwortet. Die drei am häufigsten ausgewählten Auswahlmöglichkeiten sind Gesundheit/Soziales und wurde von 20 Personen (15,4%) angekreuzt, Produktion/Technik von 29 Personen (22,3%) und eine andere Branche wurde von 17 Personen (13,1%) angeführt. Personen, die eine andere Branche auswählten, nannten „Beratung“, „Dienstleistungen“, „Elektroindustrie“, „Gewerbe“, „Interessensvertretung“, „IT“, „Kommunikationsdesign“, „Luftfahrt“, „Maschinenbau“, „Mineralölindustrie“, „Personal“, „Raumfahrt“, „Schule“, „Sozialbereich“ und „Unternehmensberatung“.

In der vorletzten Frage wurde abgefragt, wie viel Erfahrung die Teilnehmenden mit Homeoffice haben. 102 Personen, über dreiviertel aller Teilnehmenden (78,5%) geben an, dass sie Erfahrung damit haben. Im Durchschnitt arbeiten die Teilnehmenden 17,88 Stunden pro Woche ( $Sd = 11.94$ ) im Homeoffice. 18 Personen (13,8%) haben noch nicht im Homeoffice gearbeitet und 10 Personen (7,7%) haben keine Angabe dazu gemacht.

Mit der letzten Frage wurde erhoben, wie viel Erfahrung die Teilnehmenden mit virtueller Arbeit haben. 81 Personen (62,3%) gaben an, dass sie Erfahrung mit virtueller Arbeit haben. Im Durchschnitt arbeiten die Teilnehmenden 16,19 Stunden pro Woche ( $Sd = 11.34$ ) virtuell. 36 Personen (27,7%) haben keine Erfahrung mit virtueller Arbeit und 13 Personen (10,0%) haben dazu keine Angabe gemacht.

### **3.5 Durchführung der empirischen Untersuchung**

Vor der Durchführung der empirischen Untersuchung wurde ein Pretest erstellt. Dieser wurde vier freiwilligen Personen vorgelegt, um den Fragebogen auf Tippfehler oder Unklarheiten zu prüfen. Die Anmerkungen wurden aufgenommen und in den Fragebogen eingearbeitet. Für die Erhebung wurde eine Online-Fragebogenstudie durchgeführt, wobei der Erhebungszeitraum von 28.11.2021 bis 08.01.2022 war. Der Link zum Fragebogen wurde im Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis über diverse soziale Kanäle und per Mail verschickt. Ebenso wurden Arbeitskolleginnen und Arbeitskollegen um die Teilnahme gebeten, wobei diesen der Link vorwiegend per E-Mail gesendet wurde. Der Link wurde auch in einem Forum für Studierende der Ferdinand Porsche FernFH, sowie in Social-Media Gruppen verschiedenster Universitäten in Wien gepostet. Für die Beantwortung des Fragebogens benötigten die Teilnehmenden zwischen 157 Sekunden (~2,62 Minuten) und 1074 Sekunden (17,9 Minuten). Das entspricht einen Mittelwert von 538,64 Sekunden (~ca. 9 Minuten) und liegt damit knapp unter der angegebenen Zeit am Beginn des Fragebogens.

Im empirischen Teil wurden die methodischen Aspekte und vorbereitende Analysen vorgestellt und die Basis zur Auswertung des Fragebogens geschaffen. Die Ergebnisse aus der Durchführung der empirischen Untersuchung werden im nächsten Kapitel präsentiert.

## 4 Ergebnisse

Dieses Kapitel umfasst die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen und der Korrespondenzanalysen. Mit diesen Ergebnissen werden Hypothese 1 und Hypothese 3 geprüft. Abschließend werden Polaritäts- und Neutralitätsindices berechnet sowie weitere Analysen durchgeführt, um mit deren Ergebnissen Hypothese 2 und Hypothese 4 zu prüfen.

### 4.1 Kern-Peripherie-Analyse

In diesem Kapitel werden zunächst die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen aller teilnehmenden Personen beschrieben. Danach werden die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen der teilnehmenden Frauen und Männer pro Stimuli erläutert.

#### 4.1.1 Kern-Peripherie-Analyse aller teilnehmenden Personen

In diesem Kapitel werden die Kern-Peripherie-Analysen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice aller teilnehmenden Personen inklusive der zugehörigen Häufigkeitstabellen beschrieben. Am Ende des Kapitels werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Stimuli verglichen.

Für den Stimulus „Präsenzarbeit“ wurden die häufigsten 13 Assoziationen betrachtet. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,56 und einer relativen Häufigkeit von 2,90%. Im Kern der Analyse befinden sich die Begriffe „Kolleginnen und Kollegen“ mit einer relativen Häufigkeit von 4,41% und einem relativen mittleren Rang von 0,38, „soziale Kontakte“ mit einer relativen Häufigkeit von 5,80% einem relativen mittleren Rang von 0,46 und „Kommunikation“ mit einer relativen Häufigkeit von 6,18% und einem relativen mittleren Rang von 0,48. In der Peripherie 1.1 sind für „Präsenzarbeit“ die Begriffe „Pendeln“ (relative Häufigkeit: 5,67%, relativer mittlerer Rang: 0,64) und „gemeinsame Pausen“ (relative Häufigkeit: 3,15%, relativer mittlerer Rang: 0,75) zu finden. Der Begriff „Lärm“ (relative Häufigkeit: 1,26%, relativer mittlerer Rang: 0,38) wurde am frühesten in der Peripherie 1.2 genannt, gefolgt von den Begriffen „Team“ (relative Häufigkeit: 2,65%, relativer mittlerer Rang: 0,45) und „Stress“ (relative Häufigkeit: 1,01%, relativer mittlerer Rang: 0,56), wobei „Stress“ auf der Grenze zu Peripherie 2 liegt. In der Peripherie 2 sind „Besprechungen“ (relative Häufigkeit: 2,14%, relativer mittlerer Rang: 0,58), „Ablenkungen“ (relative Häufigkeit: 1,89%, relativer mittlerer Rang: 0,67), „Abgrenzung von Arbeit und Freizeit“ (relative Häufigkeit: 1,26%, relativer mittlerer Rang: 0,70), „Großraumbüro“ (relative Häufigkeit: 1,13%, relativer

mittlerer Rang: 0,58) und „Spaß“ (relative Häufigkeit: 1,13%, relativer mittlerer Rang: 0,66) zu finden. Die Kern-Peripherie-Analyse für den Stimulus „Präsenzarbeit“ ist in Abbildung 4 dargestellt und die relative Häufigkeit, sowie der relative mittlere Rang der Assoziation in Tabelle 6 aufgelistet.

Abbildung 4: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller Teilnehmenden

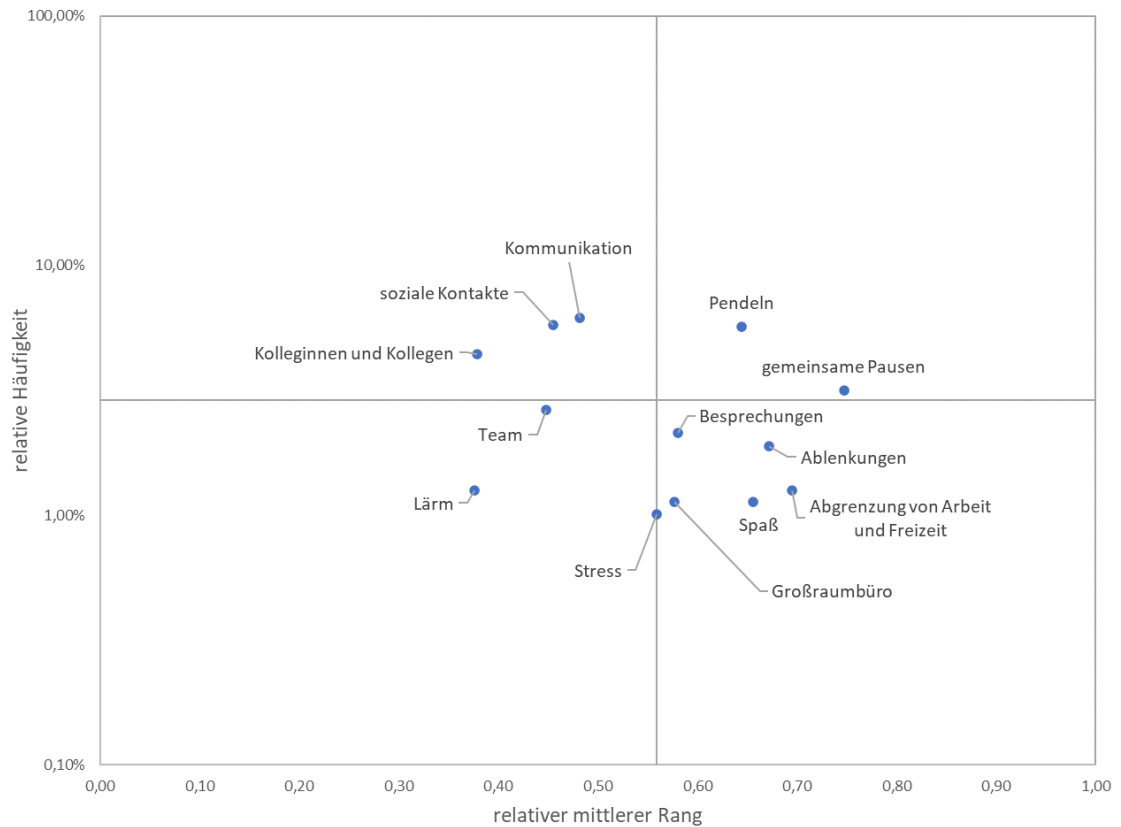


Tabelle 6: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller Teilnehmenden

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
Kommunikation	6,18%	0,48
soziale Kontakte	5,80%	0,46
Pendeln	5,67%	0,64
Kolleginnen und Kollegen	4,41%	0,38
gemeinsame Pausen	3,15%	0,75
Team	2,65%	0,45
Besprechungen	2,14%	0,58
Ablenkungen	1,89%	0,67
Abgrenzung von Arbeit und Freizeit	1,26%	0,70
Lärm	1,26%	0,38
Spaß	1,13%	0,66
Großraumbüro	1,13%	0,58
Stress	1,01%	0,56

Quelle: Eigene Darstellung

In Abbildung 5 ist die Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller Teilnehmenden dargestellt und die dazugehörigen relativen Häufigkeiten und relativen mittleren Rängen zu den 20 am häufigsten genannten Assoziationen sind in Tabelle 7 ersichtlich. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,54 und einer relativen Häufigkeit von 2,02%. Im Kern befinden sich „flexibel“ (relative Häufigkeit: 7,06%, relativer mittlerer Rang: 0,42), „MS Teams“ (relative Häufigkeit: 3,67%, relativer mittlerer Rang: 0,39), „Internet“ (relative Häufigkeit: 3,67%, relativer mittlerer Rang: 0,52) und „Videobesprechungen“ (relative Häufigkeit: 2,54%, relativer mittlerer Rang: 0,48). In der Peripherie 1.1 sind zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ die Begriffe „ortsungebunden“ (relative Häufigkeit: 2,54%, relativer mittlerer Rang: 0,54), „Erreichbarkeit“ (relative Häufigkeit: 2,40%, relativer mittlerer Rang: 0,60), „freie Zeiteinteilung“ (relative Häufigkeit: 2,12%, relativer mittlerer Rang: 0,56) und „kein Pendeln“ (relative Häufigkeit: 2,12%, relativer mittlerer Rang: 0,74) enthalten. Die Begriffe in der Peripherie 1.2 sind „Homeoffice“ (relative Häufigkeit: 1,84%, relativer mittlerer Rang: 0,43), „effizient“ (relative Häufigkeit: 1,69%, relativer mittlerer Rang: 0,51), „Laptop“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,40), „Headset“ (relative Häufigkeit: 0,85%, relativer mittlerer Rang: 0,44) und „Skype“ (relative Häufigkeit: 0,85%, relativer mittlerer Rang: 0,37). In Peripherie 2 befinden sich „unabhängig“ (relative Häufigkeit: 1,69%, relativer mittlerer Rang: 0,65), „Smartphone“ (relative Häufigkeit: 1,27%, relativer mitt-

lerer Rang: 0,55), „Vertrauen“ (relative Häufigkeit: 1,27%, relativer mittlerer Rang: 0,72), „virtuell“ (relative Häufigkeit: 0,85%, relativer mittlerer Rang: 0,56), „Kommunikation“ (relative Häufigkeit: 0,85%, relativer mittlerer Rang: 0,58), „E-Mails“ (relative Häufigkeit: 0,85%, relativer mittlerer Rang: 0,63) und „Besprechungen“ (relative Häufigkeit: 0,85%, relativer mittlerer Rang: 0,68).

Abbildung 5: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller Teilnehmenden

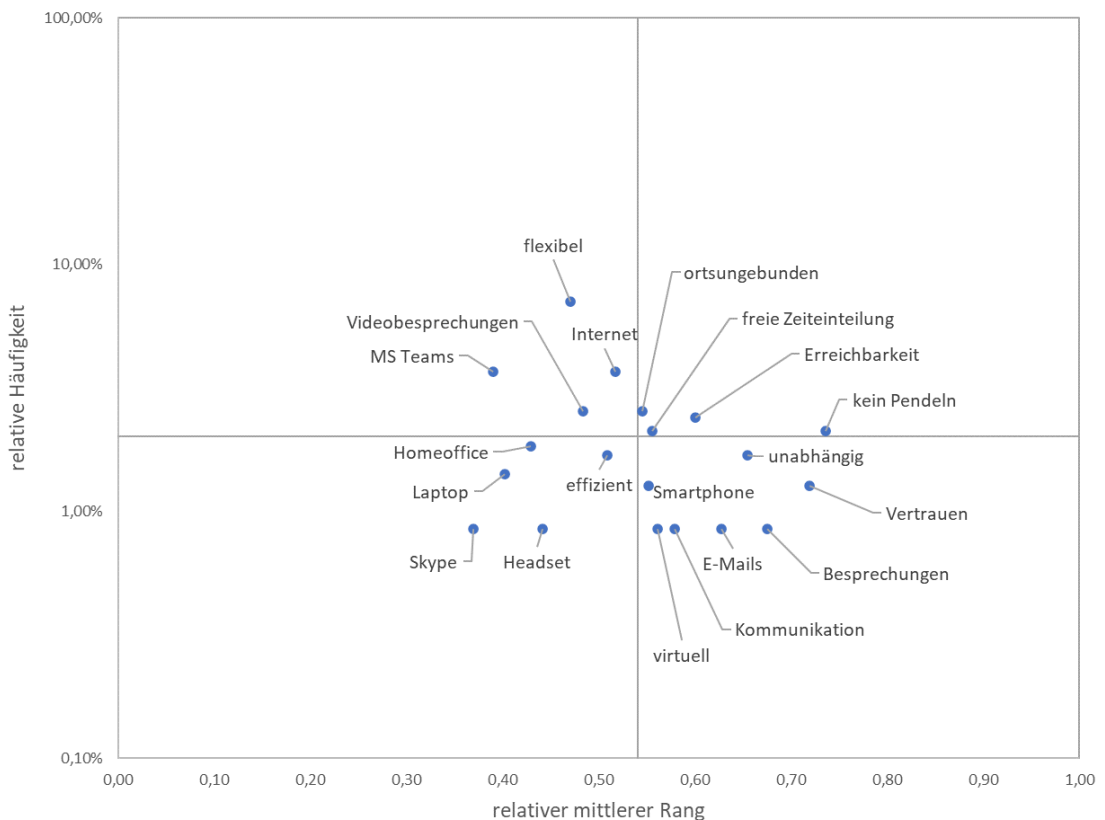


Tabelle 7: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der gesamten Stichprobe

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
flexibel	7,06%	0,47
MS Teams	3,67%	0,39
Internet	3,67%	0,52
Videobesprechungen	2,54%	0,48
ortsungebunden	2,54%	0,54
Erreichbarkeit	2,40%	0,60
freie Zeiteinteilung	2,12%	0,56
kein Pendeln	2,12%	0,74
Homeoffice	1,84%	0,43
unabhängig	1,69%	0,65
effizient	1,69%	0,51
Laptop	1,41%	0,40
Smartphone	1,27%	0,55
Vertrauen	1,27%	0,72
E-Mails	0,85%	0,63
Headset	0,85%	0,44
virtuell	0,85%	0,56
Skype	0,85%	0,37
Besprechungen	0,85%	0,68
Kommunikation	0,85%	0,58

Quelle: Eigene Darstellung

Für den Stimulus „Homeoffice“ wurden aufgrund der Häufigkeitsverteilung der Assoziationen 14 Begriffe in die Analyse miteinbezogen. Die grafische Darstellung befindet sich in Abbildung 6 und die relativen Häufigkeiten und die relativen mittleren Ränge sind in Tabelle 8 aufgelistet. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,52 und einer relativen Häufigkeit von 2,20%. Der Kern enthält die zu „Homeoffice“ am häufigsten genannten Begriffe „flexibel“ (relative Häufigkeit: 5,23%, relativer mittlerer Rang: 0,40) und „kein Pendeln“ (relative Häufigkeit: 4,85%, relativer mittlerer Rang: 0,47), sowie den am frühesten genannten Begriff „Ruhe“ (relative Häufigkeit: 2,30%, relativer mittlerer Rang: 0,27). In Peripherie 1.1 befindet sich der Begriff „Konzentration“ (relative Häufigkeit: 3,06%, relativer mittlerer Rang: 0,57). In der Peripherie 1.2 liegen die Begriffe „freie Zeiteinteilung“ (relative Häufigkeit: 2,17%, relativer mittlerer Rang: 0,44), „Internet“ (relative Häufigkeit: 1,79%, relativer mittlerer Rang: 0,50), „MS Teams“ (relative Häufigkeit: 1,15%, relativer mittlerer Rang: 0,38), „Zeiterparnis“ (relative Häufigkeit: 1,15%, relativer mittlerer Rang: 0,49) und „effizient“ (relati-

ve Häufigkeit: 1,02%, relativer mittlerer Rang: 0,44). In der Peripherie 2 befinden sich die Begriffe „Ablenkungen“ (relative Häufigkeit: 2,04%, relativer mittlerer Rang: 0,61), „Videobesprechungen“ (relative Häufigkeit: 1,79%, relativer mittlerer Rang: 0,76), „Erreichbarkeit“ (relative Häufigkeit: 1,66%, relativer mittlerer Rang: 0,60), „Vertrauen“ (relative Häufigkeit: 1,53%, relativer mittlerer Rang: 0,72) und „alleine“ (relative Häufigkeit: 1,15%, relativer mittlerer Rang: 0,64).

Abbildung 6: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ aller Teilnehmenden

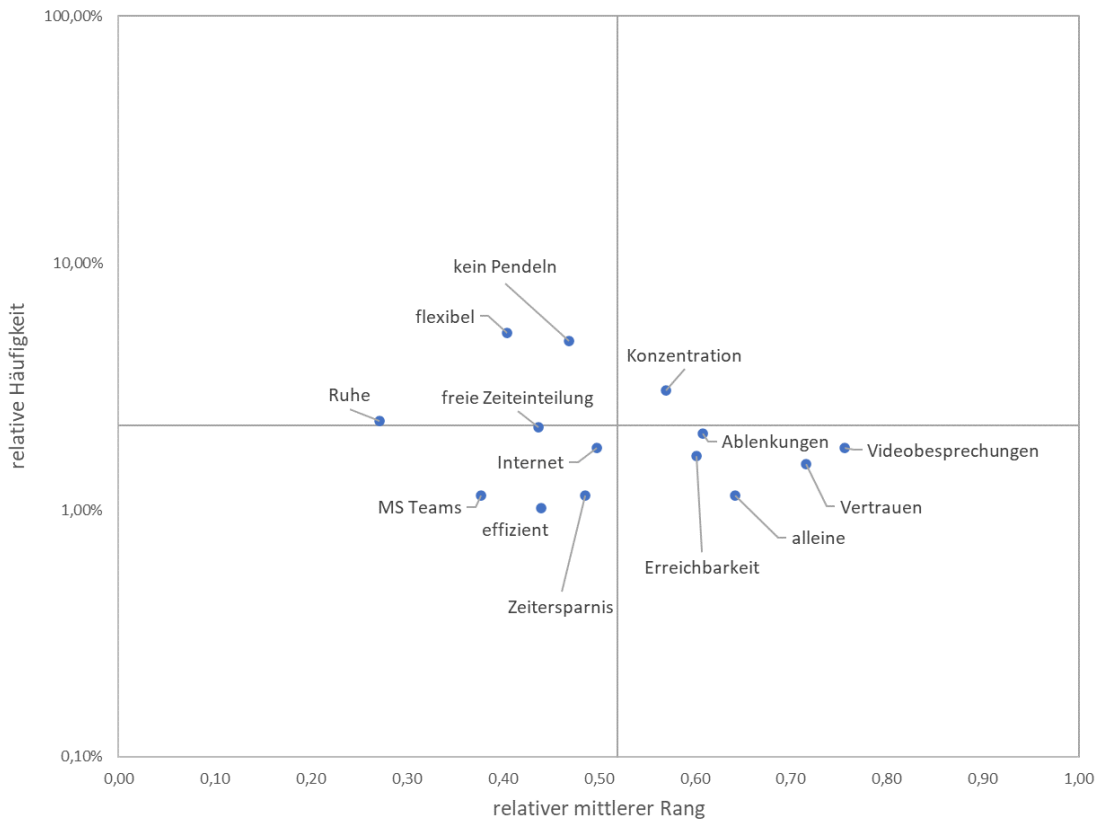




Tabelle 8: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Homeoffice“ der gesamten Stichprobe

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
flexibel	5,23%	0,40
kein Pendeln	4,85%	0,47
Konzentration	3,06%	0,57
Ruhe	2,30%	0,27
freie Zeiteinteilung	2,17%	0,44
Ablenkungen	2,04%	0,61
Videobesprechungen	1,79%	0,76
Internet	1,79%	0,50
Erreichbarkeit	1,66%	0,60
Vertrauen	1,53%	0,72
MS Teams	1,15%	0,38
Zeitersparnis	1,15%	0,49
alleine	1,15%	0,64
effizient	1,02%	0,44

Quelle: Eigene Darstellung

### **Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Kern-Peripherie-Analysen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice aller Teilnehmenden**

Die Assoziationen zu Präsenzarbeit unterscheiden sich wesentlich von den Assoziationen zu virtueller Arbeit und zu Homeoffice. Bei den Assoziationen zu virtueller Arbeit und Homeoffice konnten einige Überschneidungen festgestellt werden. Bei Präsenzarbeit wurde am frühesten die Assoziation „Lärm“ genannt, während bei Homeoffice die früheste Nennung „Ruhe“ war. Bei virtueller Arbeit wurden sehr früh „Skype“, „MS Teams“ und „Laptop“ genannt. Demnach verbinden die Teilnehmenden mit virtueller Arbeit eher Programme und Tools, die für die ortsungebundene Arbeit benötigt werden. Häufig wurden sowohl bei virtueller Arbeit als auch bei Homeoffice „flexibel“ genannt. Bei Homeoffice war „kein Pendeln“ die zweithäufigste Nennung. Ähnlich zu virtueller Arbeit wurden auch bei Homeoffice „MS Teams“, „Internet“ und „Videobesprechungen“ genannt. Sowohl bei Homeoffice als auch bei Präsenzarbeit wurden „Ablenkungen“ spät und selten angeführt. Bei Präsenzarbeit wurde neben „Lärm“ auch „Kolleginnen und Kollegen“ früh genannt und häufig wurden „Kommunikation“ und „soziale Kontakte“ genannt. Ebenso ist „Team“ und „Spaß“ bei Präsenzarbeit zu finden. Generell beziehen sich Assoziationen zu Präsenzarbeit eher auf zwischenmenschliche Beziehungen während zu virtueller Arbeit und Homeoffice eher Rahmenbedingungen und die verwendete Software beziehungsweise Ausstattung assoziiert wird.

Im nächsten Kapitel werden die Kern-Peripherie-Analysen der teilnehmenden Frauen und Männer beschrieben. Für jeden Stimulus erfolgt dafür eine eigene Gegenüberstellung.

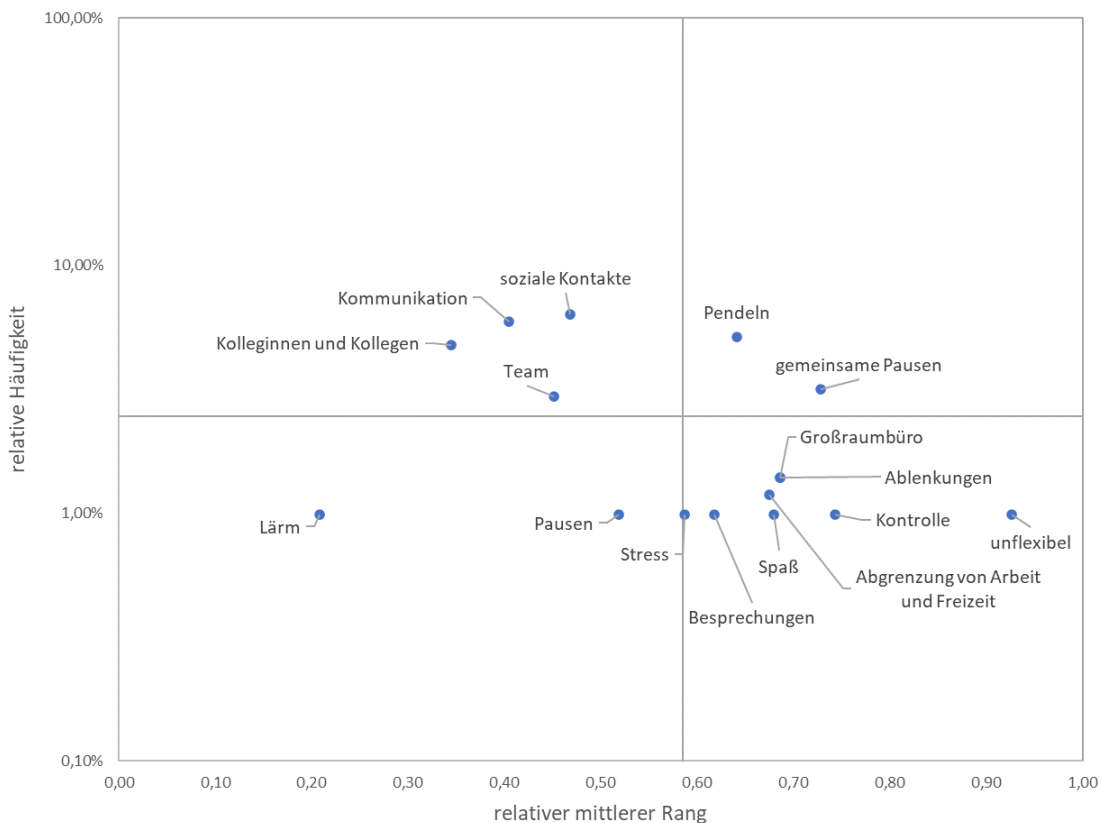
#### **4.1.2 Kern-Peripherie-Analyse der teilnehmenden Frauen und Männer**

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice zwischen den teilnehmenden Frauen und Männern präsentiert. Nach jedem Stimulus werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede hervorgehoben.

##### **4.1.2.1 Präsenzarbeit**

In der Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller teilnehmenden Frauen wurden 16 Assoziationen ausgewählt. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,59 und einer relativen Häufigkeit von 2,46%. Im Kern der Analyse befinden sich die Begriffe „soziale Kontakte“ (relative Häufigkeit: 6,35%, relativer mittlerer Rang: 0,47), „Kommunikation“ (relative Häufigkeit: 5,95%, relativer mittlerer Rang: 0,40), „Kolleginnen und Kollegen“ (relative Häufigkeit: 4,76%, relativer mittlerer Rang: 0,34) und „Team“ (relative Häufigkeit: 2,98%, relativer mittlerer Rang: 0,45). Peripherie 1.1 enthält „Pendeln“ (relative Häufigkeit: 5,16%, relativer mittlerer Rang: 0,64) und „gemeinsame Pausen“ (relative Häufigkeit: 3,17%, relativer mittlerer Rang: 0,73). In Peripherie 1.2 befindet sich der am frühesten genannten Begriff „Lärm“ (relative Häufigkeit: 0,99%, relativer mittlerer Rang: 0,21) und der Begriff „Pausen“ (relative Häufigkeit: 0,99%, relativer mittlerer Rang: 0,52). In der Peripherie 2 wurden „Großraumbüro“ (relative Häufigkeit: 1,39%, relativer mittlerer Rang: 0,69), „Abgrenzung von Arbeit und Freizeit“ (relative Häufigkeit: 1,19%, relativer mittlerer Rang: 0,69), „Stress“ (relative Häufigkeit: 0,99%, relativer mittlerer Rang: 0,68), „Besprechungen“ (relative Häufigkeit: 0,99%, relativer mittlerer Rang: 0,59), „Spaß“ (relative Häufigkeit: 0,99%, relativer mittlerer Rang: 0,68), „Kontrolle“ (relative Häufigkeit: 0,99%, relativer mittlerer Rang: 0,74) und „unflexibel“ (relative Häufigkeit: 0,99%, relativer mittlerer Rang: 0,93) genannt. Der Begriff „Stress“ liegt an der Grenze zu Peripherie 1.2. Die grafische Darstellung ist in Abbildung 7 ersichtlich und die dazugehörigen relativen Häufigkeiten und relativen mittleren Rängen sind in Tabelle 16 im Anhang aufgelistet.

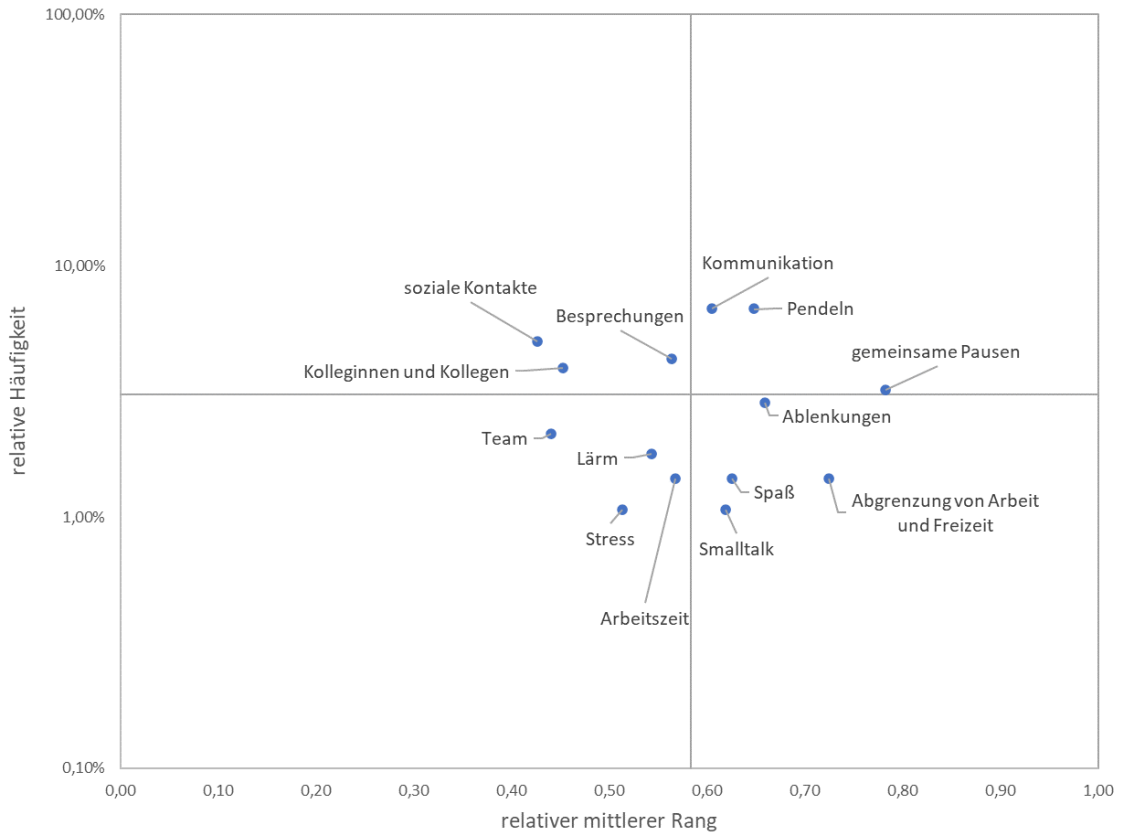
Abbildung 7: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller teilnehmenden Frauen



Die Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller teilnehmenden Männer ist in Abbildung 8 dargestellt und in Tabelle 17 im Anhang befinden sich die relativen Häufigkeiten und die relativen mittleren Ränge zu den 14 am häufigsten genannten Assoziationen. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,58 und einer relativen Häufigkeit von 3,08%. Im Kern befinden sich die Begriffe „soziale Kontakte“ (relative Häufigkeit: 4,98%, relativer mittlerer Rang: 0,43), „Besprechungen“ (relative Häufigkeit: 4,27%, relativer mittlerer Rang: 0,56) und „Kolleginnen und Kollegen“ (relative Häufigkeit: 3,91%, relativer mittlerer Rang: 0,45). In der Peripherie 1.1 befinden sich die am häufigsten genannten Begriffe „Kommunikation“ (relative Häufigkeit: 6,76%, relativer mittlerer Rang: 0,60) und „Pendeln“ (relative Häufigkeit: 6,76%, relativer mittlerer Rang: 0,65), sowie der Begriff „gemeinsame Pausen“ (relative Häufigkeit: 3,20%, relativer mittlerer Rang: 0,78). In Peripherie 1.2 liegt der Begriff „Team“ (relative Häufigkeit: 2,14%, relativer mittlerer Rang: 0,44), „Lärm“ (relative Häufigkeit: 1,78%, relativer mittlerer Rang: 0,54), „Arbeitszeit“ (relative Häufigkeit: 1,42%, relativer mittlerer Rang: 0,57) und „Stress“ (relative Häufigkeit: 1,07%, relativer mittlerer Rang: 0,51). Die Peripherie 2 enthält die Begriffe „Ablenkungen“ (relative Häufigkeit: 2,85%, relativer mittlerer Rang: 0,66), „Spaß“ (relative Häufigkeit: 1,42%, relativer mittlerer Rang: 0,63),

„Abgrenzung von Arbeit und Freizeit“ (relative Häufigkeit: 1,42%, relativer mittlerer Rang: 0,73) und „Smalltalk“ (relative Häufigkeit: 1,07%, relativer mittlerer Rang: 0,62).

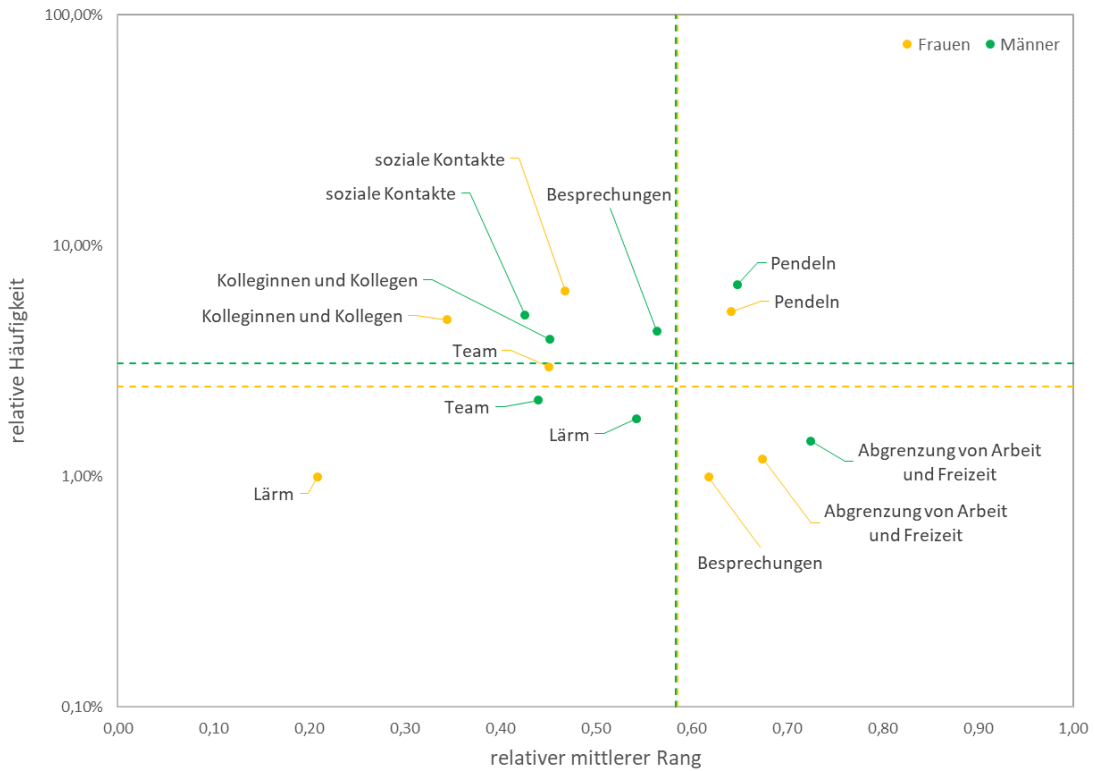
Abbildung 8: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller teilnehmenden Männer



### Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Assoziationen zum Stimulus Präsenzarbeit zwischen Frauen und Männern

Die Gegenüberstellung aller zuvor beschriebenen Assoziationen ist in Abbildung 19 im Anhang dargestellt. Zur besseren Übersicht wird im Folgenden auf ausgewählte Assoziationen Bezug genommen. Es werden Assoziationen berücksichtigt, die sowohl von Frauen und Männern häufiger genannt wurden und bei denen entweder Gemeinsamkeiten oder Unterschiede erkennbar sind. Der Vergleich dieser Assoziationen ist in Abbildung 9 dargestellt.

Abbildung 9: Gegenüberstellung ausgewählter Assoziationen zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer



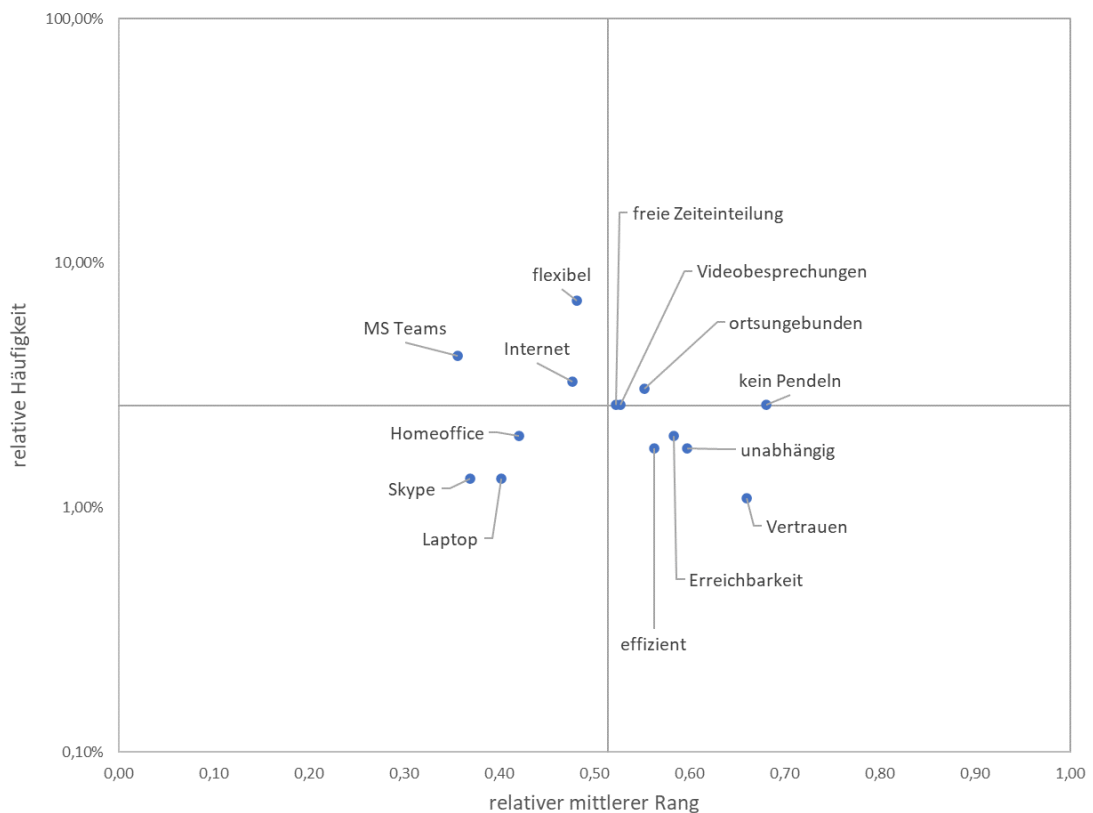
Bei den Kern-Peripherie-Analysen zum Stimulus Präsenzarbeit befinden sich sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern „Kolleginnen und Kollegen“ und „soziale Kontakte“ im Kern. „Pendeln“ wurde von Frauen und Männern häufig aber eher später genannt und liegt damit in der Peripherie 1.1. „Abgrenzung von Arbeit und Freizeit“ wurde von Frauen und Männern selten und eher spät genannt und befindet sich in der Peripherie 2. Die Assoziation „Lärm“ wurde von Frauen am frühesten genannt, während diese bei Männern etwas häufiger, aber später genannt wurde. Frauen nannten „Team“ etwas häufiger als Männer, wodurch diese Assoziation bei den Frauen im Kern und bei den Männern in der Peripherie 1.2 liegt. Die Assoziation „Besprechungen“ befindet sich bei den Männern im Kern, da sie sehr häufig und eher früh genannt wurde, während diese von Frauen selten und eher spät genannt wurde.

#### 4.1.2.2 Virtuelle Arbeit

In der Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller teilnehmenden Frauen wurden 14 Assoziationen ausgewählt. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,51 und einer relativen Häufigkeit von 2,61%. Im Kern der Analyse wurde „flexibel“ mit einer relativen Häufigkeit von 7,00% und einem relativen mittleren Rang von

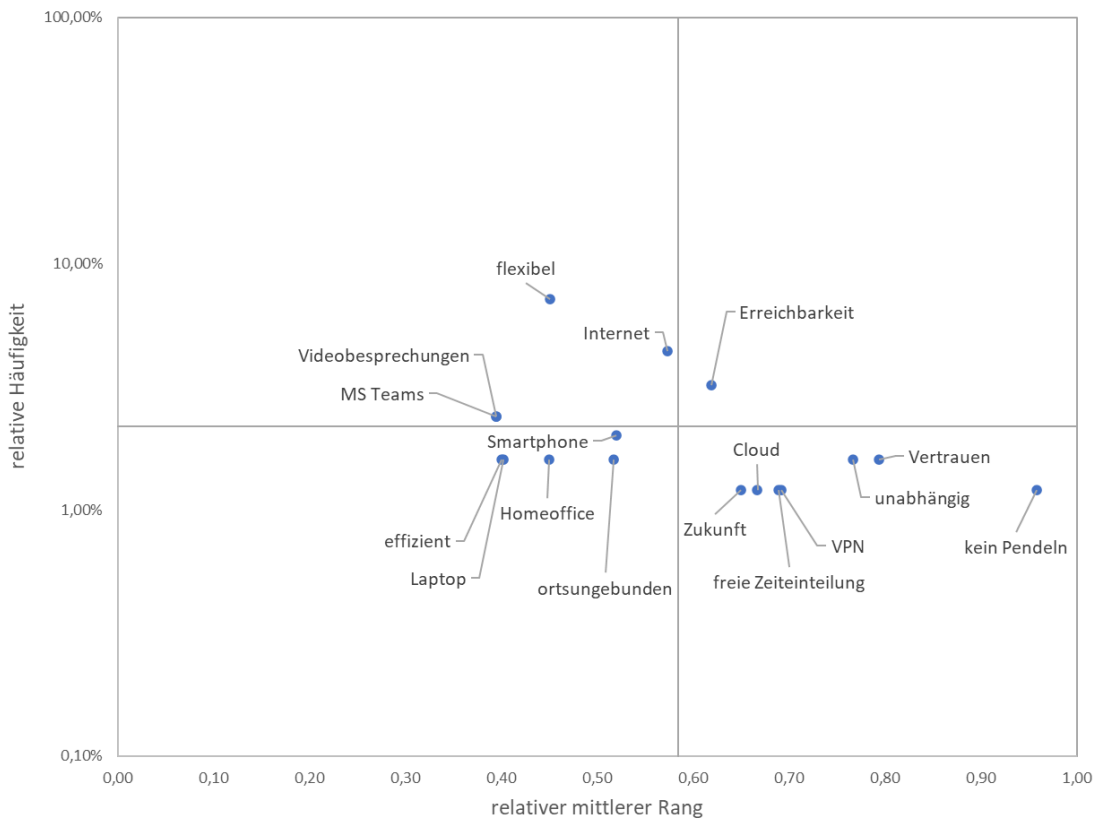
0,48 genannt. Seltener, aber früher wurde der Begriff „MS Teams“ (relative Häufigkeit: 4,16%, relativer mittlerer Rang: 0,36) genannt, der sich ebenso wie „Internet“ (relative Häufigkeit: 3,28%, relativer mittlerer Rang: 0,48) im Kern der Analyse befindet. In Peripherie 1.1 befindet sich der Begriff „ortsungebunden“ (relative Häufigkeit: 3,06%, relativer mittlerer Rang: 0,55), sowie die Begriffe „freie Zeiteinteilung“ (relative Häufigkeit: 2,63%, relativer mittlerer Rang: 0,52) und „Videobesprechungen“ (relative Häufigkeit: 2,63%, relativer mittlerer Rang: 0,53), die an der Grenze zu Peripherie 2 liegen. In der Peripherie 1.2 befinden sich „Homeoffice“ (relative Häufigkeit: 1,97%, relativer mittlerer Rang: 0,42), „Skype“ (relative Häufigkeit: 1,31%, relativer mittlerer Rang: 0,37) und „Laptop“ (relative Häufigkeit: 1,31%, relativer mittlerer Rang: 0,40). Peripherie 2 enthält die Begriffe „Erreichbarkeit“ (relative Häufigkeit: 1,97%, relativer mittlerer Rang: 0,58), „effizient“ (relative Häufigkeit: 1,75%, relativer mittlerer Rang: 0,56), „unabhängig“ (relative Häufigkeit: 1,75%, relativer mittlerer Rang: 0,60) und „Vertrauen“ (relative Häufigkeit: 1,09%, relativer mittlerer Rang: 0,66). Die Assoziationen zu „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Frauen wurden in der Kern-Peripherie-Analyse in Abbildung 10 dargestellt. Die dazugehörigen relativen Häufigkeiten und relativen mittleren Rängen sind in Tabelle 18 im Anhang zu finden.

Abbildung 10: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller teilnehmenden Frauen



Zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Männer wurden die 17 am häufigsten genannten Assoziationen in der Kern-Peripherie-Analyse in Abbildung 11 grafisch dargestellt und in Tabelle 19 im Anhang sind die relativen Häufigkeiten und relativen mittleren Ränge aufgelistet. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,58 und einer relativen Häufigkeit von 2,19%. Im Kern der Analyse liegt der am häufigsten genannte Begriff „flexibel“ (relative Häufigkeit: 7,20%, relativer mittlerer Rang: 0,45), sowie die Begriffe „Internet“ (relative Häufigkeit: 4,40%, relativer mittlerer Rang: 0,57), „Videobesprechungen“ (relative Häufigkeit: 2,40%, relativer mittlerer Rang: 0,39) und „MS Teams“ (relative Häufigkeit: 2,40%, relativer mittlerer Rang: 0,39). In Peripherie 1.1 ist der Begriff „Erreichbarkeit“ (relative Häufigkeit: 3,20%, relativer mittlerer Rang: 0,62) enthalten. Die Begriffe „Smartphone“ (relative Häufigkeit: 2,00%, relativer mittlerer Rang: 0,52), „effizient“ (relative Häufigkeit: 1,60%, relativer mittlerer Rang: 0,40), „Laptop“ (relative Häufigkeit: 1,60%, relativer mittlerer Rang: 0,40), „Homeoffice“ (relative Häufigkeit: 1,60%, relativer mittlerer Rang: 0,40) und „ortsungebunden“ (relative Häufigkeit: 1,60%, relativer mittlerer Rang: 0,52) sind in Peripherie 1.2 enthalten. In der Peripherie 2 befinden sich die Begriffe „unabhängig“ (relative Häufigkeit: 1,60%, relativer mittlerer Rang: 0,77), „Vertrauen“ (relative Häufigkeit: 1,60%, relativer mittlerer Rang: 0,79), „Zukunft“ (relative Häufigkeit: 1,20%, relativer mittlerer Rang: 0,65), „Cloud“ (relative Häufigkeit: 1,20%, relativer mittlerer Rang: 0,67), „freie Zeiteinteilung“ (relative Häufigkeit: 1,20%, relativer mittlerer Rang: 0,69), „VPN“ (relative Häufigkeit: 1,20%, relativer mittlerer Rang: 0,69) und „kein Pendeln“ (relative Häufigkeit: 1,20%, relativer mittlerer Rang: 0,96).

Abbildung 11: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller teilnehmenden Männer

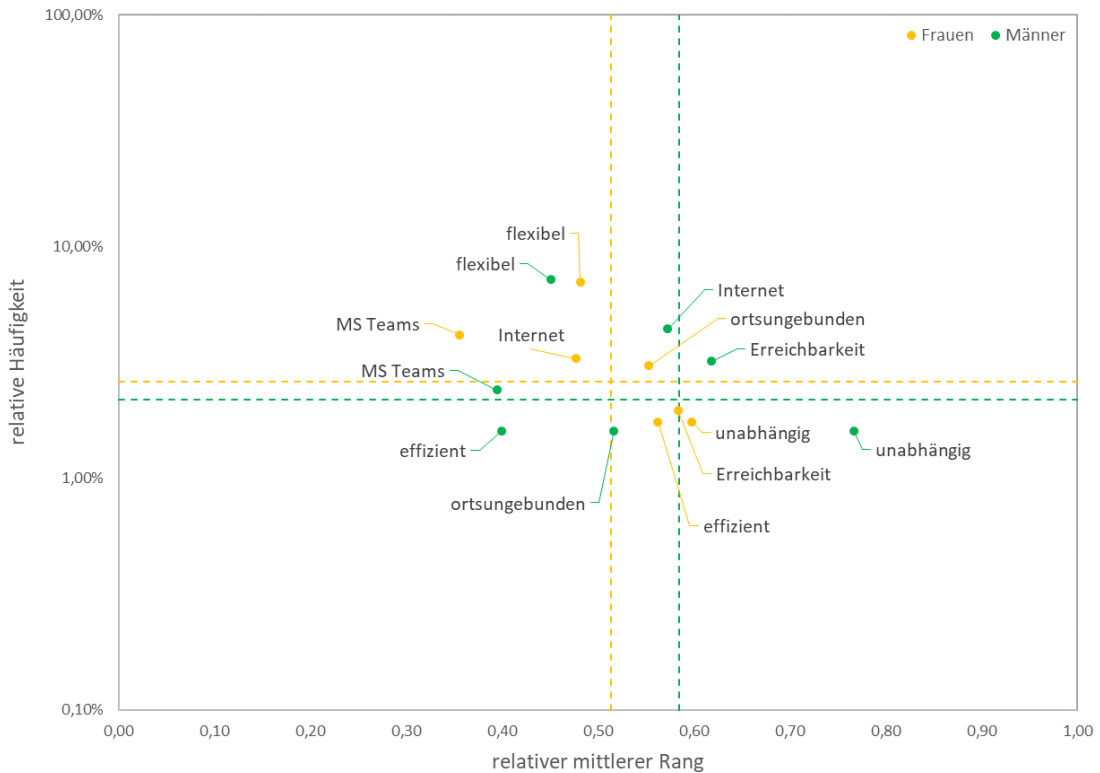


### Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Assoziationen zum Stimulus virtuelle Arbeit zwischen Frauen und Männern

Die Gegenüberstellung aller zuvor beschriebenen Assoziationen ist in Abbildung 20 im Anhang dargestellt. Zur besseren Übersicht wird im Folgenden auf ausgewählte Assoziationen Bezug genommen. Es werden jene Assoziationen berücksichtigt, die sowohl von Frauen und Männern häufiger genannt wurden und bei denen entweder Gemeinsamkeiten oder Unterschiede erkennbar sind. Der Vergleich dieser Assoziationen ist in Abbildung 12 dargestellt.



Abbildung 12: Gegenüberstellung ausgewählter Assoziationen zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer



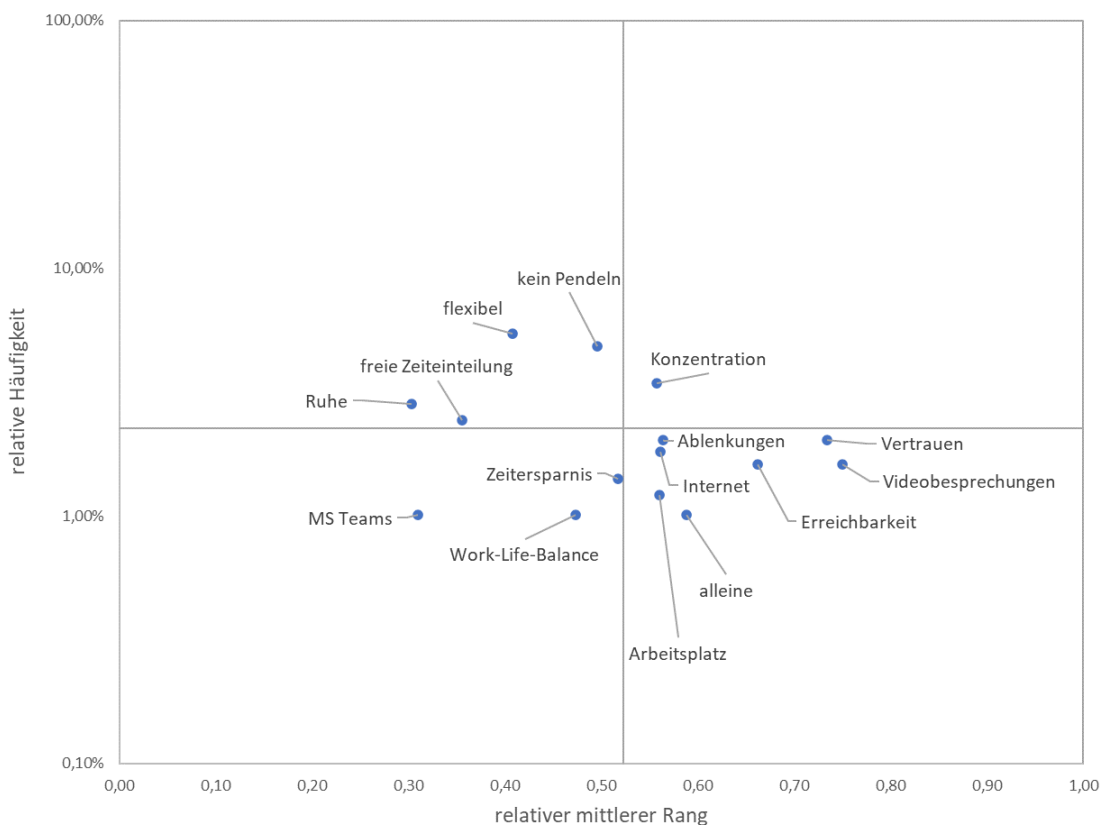
Bei den Kern-Peripherie-Analysen zum Stimulus virtuelle Arbeit befinden sich sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern „flexibel“, „MS Teams“ und „Internet“ im Kern. Die Assoziation „unabhängig“ wurde von den Frauen und Männern eher spät und selten genannt und ist daher in der Peripherie 2 zu finden. Der Begriff „effizient“ wurde von den Männern eher früh, hingegen bei den Frauen etwas später genannt. Die Assoziation „ortsungebunden“ wurde von Frauen häufiger, aber später als von Männern genannt.

#### 4.1.2.3 Homeoffice

Für die Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen wurden die 15 am häufigsten genannten Assoziationen betrachtet. In Abbildung 13 ist die grafische Darstellung ersichtlich und in Tabelle 20 im Anhang sind die dazugehörigen relativen Häufigkeiten und relativen mittleren Ränge aufgelistet. Die Trennung zwischen Kern und Peripherie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,52 und einer relativen Häufigkeit von 2,25%. Im Kern befindet sich die Begriffe „flexibel“ (relative Häufigkeit: 5,45%, relativer mittlerer Rang: 0,41), „kein Pendeln“ (relative Häufigkeit: 4,85%, relativer mittlerer Rang: 0,50), „Ruhe“ (relative Häufigkeit: 2,83%, relativer mittlerer Rang: 0,30) und „freie Zeiteinteilung“ (relative Häufigkeit: 2,42%, relativer mittlerer Rang: 0,36). In der

Peripherie 1.1 ist der Begriff „Konzentration“ (relative Häufigkeit: 3,43%, relativer mittlerer Rang: 0,56) enthalten. In der Peripherie 1.2 wurden der Begriff „MS Teams“ (relative Häufigkeit: 1,01%, relativer mittlerer Rang: 0,31) früh genannt. Die Begriffe „Zeitersparnis“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,52) und „Work-Life-Balance“ (relative Häufigkeit: 1,01%, relativer mittlerer Rang: 0,47) sind ebenfalls in Peripherie 1.2 enthalten, wobei „Zeitersparnis an der Grenze zu Peripherie 2 liegt. Peripherie 2 beinhaltet Assoziationen, die spät und selten genannt wurden. Dazu zählen „Ablenkungen“ (relative Häufigkeit: 2,02%, relativer mittlerer Rang: 0,56), „Vertrauen“ (relative Häufigkeit: 2,02%, relativer mittlerer Rang: 0,73), „Internet“ (relative Häufigkeit: 1,82%, relativer mittlerer Rang: 0,56), „Erreichbarkeit“ (relative Häufigkeit: 1,62%, relativer mittlerer Rang: 0,66), „Videobesprechungen“ (relative Häufigkeit: 1,62%, relativer mittlerer Rang: 0,66), „Arbeitsplatz“ (relative Häufigkeit: 1,21%, relativer mittlerer Rang: 0,56) und „alleine“ (relative Häufigkeit: 1,01%, relativer mittlerer Rang: 0,59).

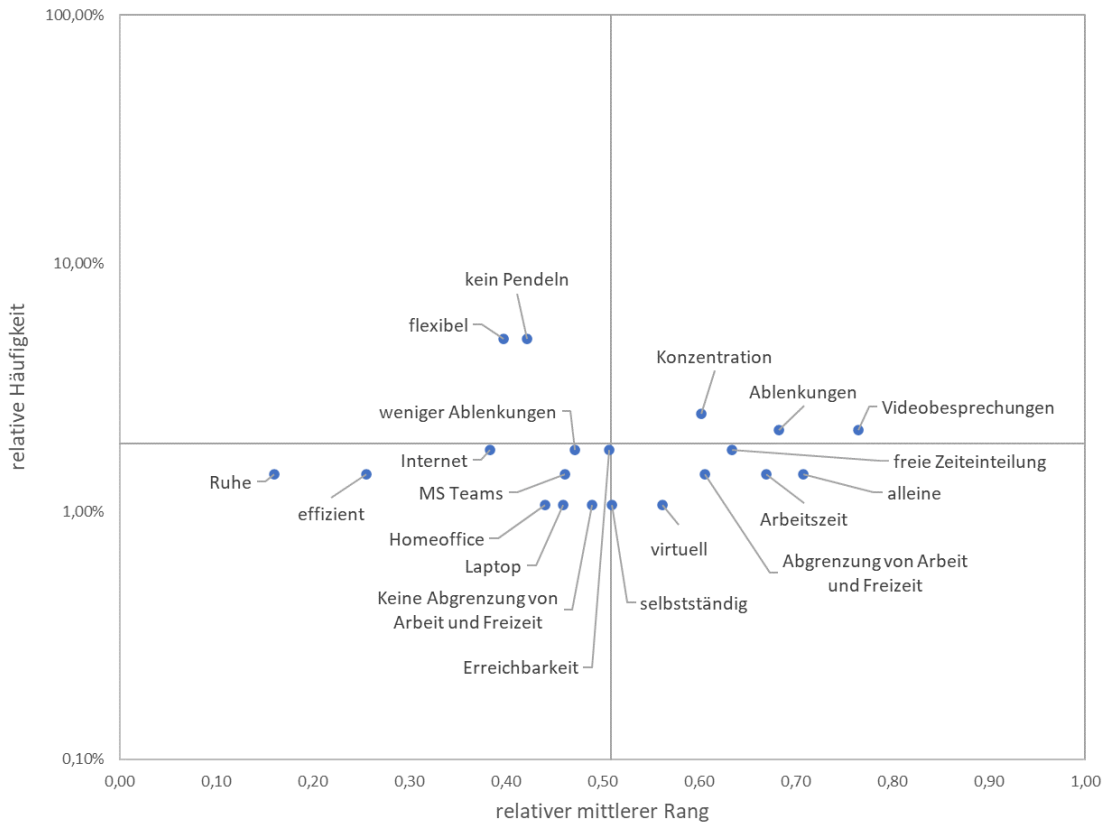
Abbildung 13: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ aller teilnehmenden Frauen



In Abbildung 14 wurde die Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Männer visualisiert. Die häufigsten 20 Assoziationen wurden grafisch dargestellt und die dazugehörigen relativen Häufigkeiten und relativen mittleren Rängen sind in Tabelle 21 im Anhang aufgelistet. Die Trennung zwischen Kern und Peri-

perie ergibt sich aus den Mittelwerten der betrachteten Assoziationen bei einem relativen mittleren Rang von 0,51 und einer relativen Häufigkeit von 1,87%. Im Kern der Analyse befinden sich die beiden meist genannten Assoziationen „flexibel“ (relative Häufigkeit: 4,95%, relativer mittlerer Rang: 0,40) und „kein Pendeln“ (relative Häufigkeit: 4,95%, relativer mittlerer Rang: 0,42). Peripherie 1.1 enthält die Begriffe „Konzentration“ (relative Häufigkeit: 2,47%, relativer mittlerer Rang: 0,60), „Ablenkungen“ (relative Häufigkeit: 2,12%, relativer mittlerer Rang: 0,68) und „Videobesprechungen“ (relative Häufigkeit: 2,12%, relativer mittlerer Rang: 0,77). Peripherie 1.2 enthält den am frühesten genannten Begriff „Ruhe“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,16), sowie „Internet“ (relative Häufigkeit: 1,77%, relativer mittlerer Rang: 0,38), „weniger Ablenkungen“ (relative Häufigkeit: 1,77%, relativer mittlerer Rang: 0,47), „effizient“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,26), „MS Teams“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,46), „Homeoffice“ (relative Häufigkeit: 1,06%, relativer mittlerer Rang: 0,44), „Laptop“ (relative Häufigkeit: 1,06%, relativer mittlerer Rang: 0,46) und „Keine Abgrenzung von Arbeit und Freizeit“ (relative Häufigkeit: 1,06%, relativer mittlerer Rang: 0,49) Die Begriffe „Erreichbarkeit“ (relative Häufigkeit: 1,77%, relativer mittlerer Rang: 0,51) und „selbstständig“ (relative Häufigkeit: 1,06%, relativer mittlerer Rang: 0,51) liegt an der Grenze zwischen Peripherie 1.2 und Peripherie 2. In der Peripherie 2 befinden sich „freie Zeiteinteilung“ (relative Häufigkeit: 1,77%, relativer mittlerer Rang: 0,63), „Abgrenzung von Arbeit und Freizeit“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,61), „Arbeitszeit“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,67), „alleine“ (relative Häufigkeit: 1,41%, relativer mittlerer Rang: 0,71) und „virtuell“ (relative Häufigkeit: 1,06%, relativer mittlerer Rang: 0,56).

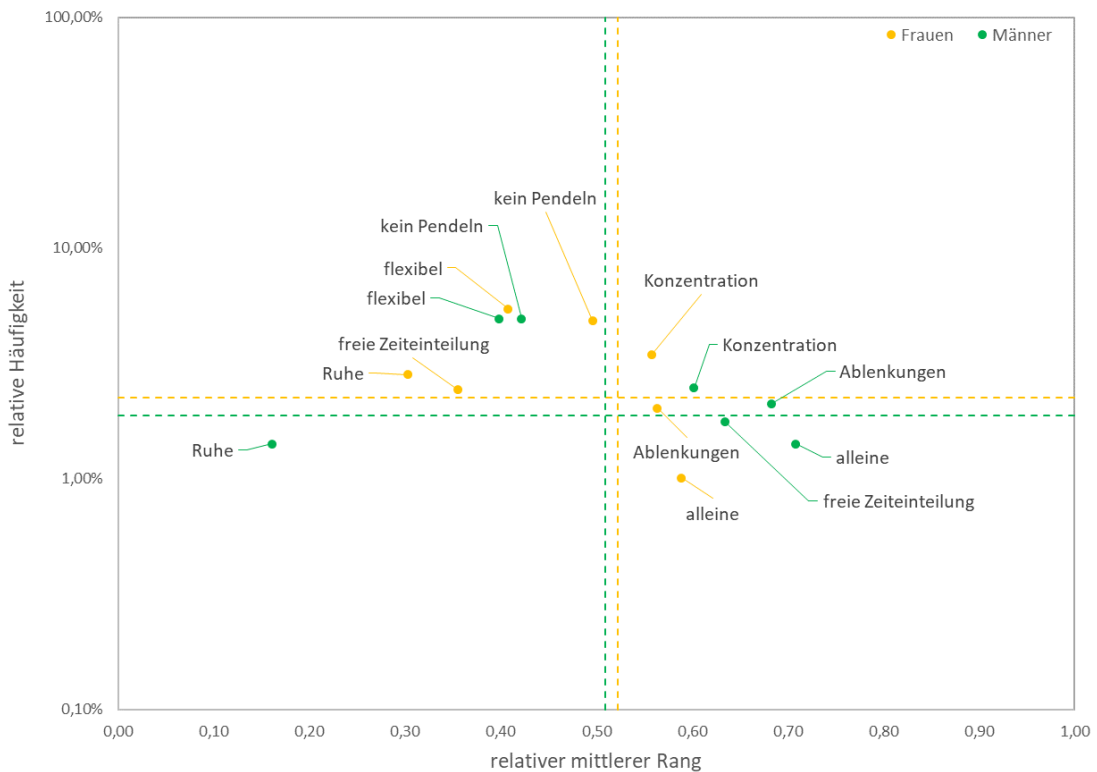
Abbildung 14: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ aller teilnehmenden Männer



### Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Assoziationen zum Stimulus Homeoffice zwischen Frauen und Männern

Die Gegenüberstellung aller zuvor beschriebenen Assoziationen ist in Abbildung 21 im Anhang dargestellt. Zur besseren Übersicht wird im Folgenden auf ausgewählte Assoziationen Bezug genommen. Es werden wieder jene Assoziationen berücksichtigt, die sowohl von Frauen und Männern häufiger genannt wurden und bei denen entweder Gemeinsamkeiten oder Unterschiede erkennbar sind. Der Vergleich dieser Assoziationen ist in Abbildung 15 dargestellt.

Abbildung 15: Gegenüberstellung ausgewählter Assoziationen zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen und Männer



Bei den Kern-Peripherie-Analysen zum Stimulus Homeoffice befinden sich sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern „flexibel“ und „kein Pendeln“ im Kern. Die Assoziation „Konzentration“ wurde von Frauen und Männern eher spät, aber häufig genannt und befindet sich bei beiden in der Peripherie 1.1. Frauen nannten den Begriff „alleine“ etwas früher als Männer, aber ähnlich häufig. Die Assoziation liegt sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern in der Peripherie 2. Der Begriff „Ruhe“ wurde von Männern am frühesten, aber eher selten genannt, weshalb er sich in Peripherie 1.2 befindet. Im Gegensatz dazu wurde der Begriff „Ruhe“ von Frauen etwas später, aber häufiger genannt und liegt daher im Kern. „Freie Zeiteinteilung“ wird von Frauen eher früh und eher häufig genannt, während diese von Männern eher später und eher häufig genannt wird. Die Assoziation „Ablenkungen“ wurden von Frauen früher als von Männern genannt.

## 4.2 Korrespondenzanalyse

Basierend auf den in Kapitel 3.3 definierten Kategorien werden die Korrespondenzanalyse aller teilnehmenden Personen zu den Stimuli und die Korrespondenzanalysen der teilnehmenden Frauen und Männer zu den Stimuli erstellt. Anschließend werden die Ergebnisse verglichen.

#### 4.2.1 Korrespondenzanalyse aller teilnehmenden Personen

Ausgehend von Tabelle 9 wird die Korrespondenzanalyse aller teilnehmenden Personen wird, wie in 3.2.1.2 beschrieben, durchgeführt.

Tabelle 9: Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der gesamten Stichprobe

Kategorie	Präsenz- arbeit	Virtuelle Arbeit	Home- office	$\Sigma$
Arbeitsatmosphäre und - umfeld	136	87	203	426
Ausstattung des Arbeitsplatzes	105	135	132	372
Äußere Erscheinung der Mitarbeitenden	5	3	18	26
Covid-19	11	2	3	16
Employer Branding	7	6	4	17
Entwicklung der Mitarbeiten- den und des Unternehmens	5	34	15	54
Kostenfaktor	4	5	16	25
Nachhaltigkeit und Umwelt	1	3	7	11
Pendeln	61	24	48	133
Persönliche Kommunikation	69	8	5	82
Rahmenbedingungen	5	46	10	61
Soziale Kontakte	121	25	46	192
Spontane Kommunikation	66	15	9	90
Unternehmenskultur	60	18	19	97
Verpflegung	53	3	17	73
Virtuelle Kommunikation	5	122	55	182
Work-Life-Balance	73	171	197	441
Undefinierbar/unklar	4	7	5	16

Quelle: eigene Darstellung

In Abbildung 16 ist die Korrespondenzanalyse der Stimuli Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice aller teilnehmenden Personen grafisch dargestellt. Dem Stimulus Präsenzarbeit werden am ehesten „Soziale Kontakte“, „Covid-19“, „Unternehmenskultur“ und „Verpflegung“ zugeordnet. Virtueller Arbeit werden am ehesten „Entwicklung der Mitarbeitenden und des Unternehmens“ und „virtuelle Kommunikation“ zugewiesen. Homeoffice wird am ehesten „Arbeitsatmosphäre und -umfeld“ und „Work-Life-

Balance“ zugeschrieben. Der Abstand zwischen den Stimuli ist annähernd gleich. Daher lässt die Lage vermuten, dass jeder Stimulus unabhängig von den anderen Stimuli wahrgenommen wurde.

Abbildung 16: Korrespondenzanalyse der Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“



Das Ergebnis dieser Korrespondenzanalyse gemeinsam mit dem Ergebnis aus Kapitel 4.1.1 zeigt, dass es Unterschiede in den genannten Assoziationen zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice gibt. Daher kann Hypothese 1 beibehalten werden.

#### 4.2.2 Korrespondenzanalyse der teilnehmenden Frauen und Männer

Die Korrespondenzanalysen der teilnehmenden Frauen und teilnehmenden Männer wurde in diesem Kapitel, wie in 3.2.1.2 beschrieben, durchgeführt. Die Lage der Stimuli und der Kategorien wird beschrieben und anschließend die Korrespondenzanalyse der Frauen und die Korrespondenzanalyse der Männer miteinander verglichen.

Ausgehend von Tabelle 10, der Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli der teilnehmenden Frauen, wurde die Korrespondenzanalyse der Frauen erstellt, die in Abbildung 17 grafisch dargestellt ist. Dem Stimulus Präsenzarbeit werden am ehesten „Soziale Kontakte“, „Verpflegung“ und „Covid-19“ zugeordnet. Virtueller Arbeit wird „Entwicklung der Mitarbeitenden und des Unternehmens“ und „Virtuelle Kommunikation“ am ehesten zugewiesen. Dem Stimulus Homeoffice werden „Arbeitsatmosphäre und -umfeld“ zugeschrieben. Der Abstand zwischen den Stimuli ist hier ebenso annähernd gleich. Daher lässt die Lage vermuten, dass Frauen jeden Stimulus unabhängig von den anderen Stimuli wahrgenommen haben.

Tabelle 10: Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ für die teilnehmenden Frauen

Kategorie	Präsenz- arbeit	Virtuelle Arbeit	Home- office	$\Sigma$
Arbeitsatmosphäre und - umfeld	86	54	124	264
Ausstattung des Arbeitsplatzes	74	78	82	234
Äußere Erscheinung der Mitarbeitenden	5	3	14	22
Covid-19	8	2	2	12
Employer Branding	4	2	3	9
Entwicklung der Mitarbeiten- den und des Unternehmens	1	19	10	30
Kostenfaktor	4	2	10	16
Nachhaltigkeit und Umwelt	1	1	6	8
Pendeln	37	16	31	84
Persönliche Kommunikation	46	6	3	55
Rahmenbedingungen	1	33	7	41
Soziale Kontakte	78	15	35	128
Spontane Kommunikation	41	9	6	56
Unternehmenskultur	39	15	14	68
Verpflegung	35	2	9	46
Virtuelle Kommunikation	1	90	33	124
Work-Life-Balance	42	109	122	273
Undefinierbar/unklar	1	3	5	9

Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 17: Korrespondenzanalyse der Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen



Ausgehend von Tabelle 11, der Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli der teilnehmenden Männer, wurde die Korrespondenzanalyse der Männer erstellt, die in Abbildung 18 grafisch dargestellt ist. Dem Stimulus Präsenzarbeit werden am ehesten „Soziale Kontakte“, „Unternehmenskultur“ und „Spontane Kommunikation“ zugeordnet. Virtueller Arbeit wird „Virtuelle Kommunikation“, „Entwicklung der Mitarbeitenden und des Unternehmens“ und „Nachhaltigkeit und Umwelt“ am ehesten zugewiesen. Dem Stimulus Homeoffice werden „Arbeitsatmosphäre und -umfeld“, „Kostenfaktor“ und „Work-Life-Balance“ am ehesten zugeschrieben. Der Abstand zwischen den Stimuli ist im Gegensatz zu den vorherigen Korrespondenzanalysen nicht annähernd gleich. Der Abstand zwischen Homeoffice und virtuelle Arbeit ist kleiner als jener zwischen Homeoffice und Präsenzarbeit und jener zwischen virtueller Arbeit und Präsenzarbeit. Daher kann interpretiert werden, dass Männer im Vergleich zu Frauen die Stimuli virtuelle Arbeit und Homeoffice ähnlicher wahrnehmen.

Tabelle 11: Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ für die teilnehmenden Männer

Kategorie	Präsenz- arbeit	Virtuelle Arbeit	Home- office	$\Sigma$
Arbeitsatmosphäre und - umfeld	48	33	78	159
Ausstattung des Arbeitsplatzes	30	57	49	136
Äußere Erscheinung der Mitarbeitenden	0	0	4	4
Covid-19	3	0	1	4
Employer Branding	3	4	1	8
Entwicklung der Mitarbeiten- den und des Unternehmens	4	15	5	24
Kostenfaktor	0	3	6	9
Nachhaltigkeit und Umwelt	0	2	1	3
Pendeln	24	8	17	49
Persönliche Kommunikation	23	2	2	27
Rahmenbedingungen	4	13	3	20
Soziale Kontakte	43	10	11	64
Spontane Kommunikation	24	6	3	33
Unternehmenskultur	21	3	5	29
Verpflegung	18	1	8	27
Virtuelle Kommunikation	2	31	20	53
Work-Life-Balance	29	62	73	164
Undefinierbar/unklar	3	4	0	7

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 18: Korrespondenzanalyse der Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Männer



Die Position von „Äußere Erscheinung der Mitarbeitenden“ liegt bei der Korrespondenzanalyse der Frauen am ehesten bei Homeoffice. Dieses Bild zeigt sich auch bei den Männern, jedoch liegt diese Kategorie am weitesten entfernt von allen Stimuli. Die Kategorie „Nachhaltigkeit und Umwelt“ wird von Männern eher der virtuellen Arbeit zugeordnet während Frauen diese Kategorie eher zu Homeoffice zuordnen.

Die Erkenntnisse der Korrespondenzanalysen gemeinsam mit den Ergebnissen aus Kapitel 4.1.2 veranlassen dazu, dass Hypothese 3 beibehalten werden kann. Demnach gibt es Unterschiede in den genannten Assoziationen von Frauen und Männern zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice.

### 4.3 Polaritäts- und Neutralitätsindices

In diesem Kapitel wird die Berechnung der Polaritäts- und Neutralitätsindices zum einen für alle teilnehmenden Personen und zum anderen für alle teilnehmenden Frauen

und Männer zu den jeweiligen Stimuli durchgeführt. Durch die Anwendung statistischer Verfahren werden Hypothese 2 und Hypothese 4 getestet.

#### 4.3.1 Polaritäts- und Neutralitätsindices aller teilnehmenden Personen

In diesem Kapitel wird zunächst ein Überblick über die Bewertung der Stimuli in Tabellenform gegeben. Danach wird Schritt für Schritt die Durchführung der Analyse beschrieben und getestet, ob Hypothese 2 beibehalten werden kann oder verworfen werden muss.

In Tabelle 12 ist die Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice aller Teilnehmenden ersichtlich. Assoziationen zum Stimulus Präsenzarbeit wurden von 471 Personen (59,2%) positiv und von 202 Personen (25,4%) negativ bewertet. 122 Teilnehmende (15,3%) bewerteten ihre Assoziationen neutral. Assoziationen zum Stimulus virtuelle Arbeit wurden von 383 Personen (53,6%) positiv, von 179 Personen (25,0%) neutral und von 153 Personen (21,4%) negativ bewertet. Assoziationen zum Stimulus Homeoffice wurden von 379 Personen (46,7%) positiv, von 155 Personen (19,1%) neutral und von 277 Personen (34,2%) negativ bewertet.

Tabelle 12: Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ aller Teilnehmenden

Stimulus	Bewertung	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit
Präsenzarbeit	positiv	471	59,2%
Präsenzarbeit	neutral	122	15,3%
Präsenzarbeit	negativ	202	25,4%
Präsenzarbeit	Summe	795	
Virtuelle Arbeit	positiv	383	53,6%
Virtuelle Arbeit	neutral	179	25,0%
Virtuelle Arbeit	negativ	153	21,4%
Virtuelle Arbeit	Summe	715	
Homeoffice	positiv	379	46,7%
Homeoffice	neutral	155	19,1%
Homeoffice	negativ	277	34,2%
Homeoffice	Summe	811	

Quelle: eigene Darstellung

Sowohl bei Präsenzarbeit als auch bei virtueller Arbeit wurde mehr als jede zweite Assoziation positiv bewertet. Die Assoziationen zu Homeoffice wurden, im Vergleich zu Präsenzarbeit und virtueller Arbeit, häufiger negativ bewertet. Um herauszufinden, ob statistisch signifikante Unterschiede in der Bewertung der Assoziationen von Präsenzarbeit, von virtueller Arbeit und von Arbeit im Homeoffice bestehen, wird abhängig von den Variablen ein passendes statistisches Verfahren ausgewählt.

Zuerst werden Polaritätsindices für alle Teilnehmenden pro Stimuli errechnet. Da die Variablen nicht normalverteilt sind und es sich um drei verbundene Stichprobe handelt, wird ein Friedman-Test in SPSS durchgeführt. Die Nullhypothese ist abzulehnen ( $p < 0.05$ ). Das bedeutet es gibt Unterschiede in der Bewertung der Stimuli. Anschließend wurden paarweise Vergleiche durchgeführt, um die Unterschiede zwischen den Stimuli genauer zu untersuchen. Sowohl zwischen den Stimuli Präsenzarbeit ( $M = 0,39$ ,  $Sd = 0,48$ ) und Homeoffice ( $M = 0,12$ ,  $Sd = 0,51$ ) als auch zwischen virtueller Arbeit ( $M = 0,33$ ,  $Sd = 0,51$ ) und Homeoffice ( $M = 0,12$ ,  $Sd = 0,51$ ) gibt es einen signifikanten Unterschied ( $p < 0.05$ ). Zwischen den Stimuli Präsenzarbeit ( $M = 0,39$ ,  $Sd = 0,48$ ) und virtueller Arbeit ( $M = 0,33$ ,  $Sd = 0,51$ ) konnte kein signifikanter Unterschied ( $p > 0.05$ ) gefunden werden. Basierend auf diesen Ergebnissen kann Hypothese 2 beibehalten werden, da ein Unterschied in der Bewertung der Assoziationen von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice besteht.

Anschließend werden die Neutralitätsindices für alle Teilnehmenden pro Stimuli berechnet. Da die Daten ebenso nicht normalverteilt sind, wird wieder ein Friedman-Test durchgeführt. Die Nullhypothese ist auch in diesem Fall abzulehnen ( $p < 0.05$ ) und um die Unterschiede genauer zu untersuchen, werden paarweise Vergleiche durchgeführt. Zwischen den Stimuli Präsenzarbeit ( $M = 0,14$ ,  $Sd = 0,16$ ) und virtueller Arbeit ( $M = 0,26$ ,  $Sd = 0,26$ ) liegt ein signifikantes Ergebnis vor. Das bedeutet, dass Präsenzarbeit von den teilnehmenden Personen emotionaler bewertet wurde als virtuelle Arbeit. Bei den anderen Stimuli konnte kein signifikanter Unterschied gefunden wurde.

#### **4.3.2 Polaritäts- und Neutralitätsindices der teilnehmenden Frauen und Männer**

In diesem Kapitel wird zuerst wieder ein Überblick über die Bewertung der Stimuli gegeben. Danach wird Schritt für Schritt die Durchführung der Analyse beschrieben und getestet, ob Hypothese 4 beibehalten werden kann oder verworfen wird.

In Tabelle 13 ist die Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice der teilnehmenden Frauen ersichtlich. Assoziationen zum Stimulus Präsenzarbeit wurden von 312 Personen (61,8%) positiv und von 127 Personen (25,1%) negativ bewertet. 66 Frauen (13,1%) bewerteten ihre Assoziationen neutral. Assoziationen zum Stimulus virtuelle Arbeit wurden von 239 Frauen (52,0%) positiv, von 119 Frauen (25,9%) neutral und von 102 Frauen (22,2%) negativ bewertet. Assoziationen zum Stimulus Homeoffice wurden von 231 Frauen (44,9%) positiv, von 98 Frauen (19,0%) neutral und von 186 Frauen (36,1%) negativ bewertet.

Tabelle 13: Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen

Stimulus	Bewertung	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit
Präsenzarbeit	positiv	312	61,8%
Präsenzarbeit	neutral	66	13,1%
Präsenzarbeit	negativ	127	25,1%
Präsenzarbeit	Summe	505	
Virtuelle Arbeit	positiv	239	52,0%
Virtuelle Arbeit	neutral	119	25,9%
Virtuelle Arbeit	negativ	102	22,2%
Virtuelle Arbeit	Summe	460	
Homeoffice	positiv	231	44,9%
Homeoffice	neutral	98	19,0%
Homeoffice	negativ	186	36,1%
Homeoffice	Summe	515	

Quelle: eigene Darstellung

In Tabelle 14 ist die Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice der teilnehmenden Männer ersichtlich. Assoziationen zum Stimulus Präsenzarbeit wurden von 158 Männern (56,0%) positiv und von 71 Männern (25,2%) negativ bewertet. 53 Männer (18,8%) bewerteten ihre Assoziationen neutral. Assoziationen zum Stimulus virtuelle Arbeit wurden von 144 Männern (56,7%) positiv, von 59 Männer (23,2%) neutral und von 51 Männer (20,1%) negativ bewertet. Assoziationen zum Stimulus Homeoffice wurden von 146 Männer (50,3%) positiv, von 55 Männer (19,0%) neutral und von 89 Männer (30,7%) negativ bewertet.

Tabelle 14: Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Männer

Stimulus	Bewertung	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit
Präsenzarbeit	positiv	158	56,0%
Präsenzarbeit	neutral	53	18,8%
Präsenzarbeit	negativ	71	25,2%
Präsenzarbeit	Summe	282	
Virtuelle Arbeit	positiv	144	56,7%
Virtuelle Arbeit	neutral	59	23,2%
Virtuelle Arbeit	negativ	51	20,1%
Virtuelle Arbeit	Summe	254	
Homeoffice	positiv	146	50,3%
Homeoffice	neutral	55	19,0%
Homeoffice	negativ	89	30,7%
Homeoffice	Summe	290	

Quelle: eigene Darstellung

Für die Testung der Hypothese 4 wurde der Mann-Whitney-U-Test in SPSS durchgeführt. Dieser kann bei zwei unverbundenen Stichproben mit verschiedenen Individuen verwendet werden, wenn die Daten nicht normalverteilt sind. Der Mann-Whitney-U-Test wird für die Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice mit den Polaritätsindices als abhängige Variable durchgeführt.

Für den Stimulus Präsenzarbeit wurde die Nullhypothese bestätigt ( $p > 0.05$ ). Das bedeutet es gibt keinen signifikanten Unterschied in der Bewertung von Präsenzarbeit bei Frauen und Männern. Die Nullhypothese wurde bei Durchführung des Mann-Whitney-U-Tests auch bei virtueller Arbeit und Homeoffice bestätigt. Aufgrund dieser Ergebnisse muss Hypothese 4 verworfen werden. Es bestehen keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern in der Bewertung der Assoziationen von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice.

Ebenso wurden Mann-Whitney-U-Tests für die Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice mit den Neutralitätsindices als abhängige Variable durchgeführt. Bei allen drei Tests wird die Nullhypothese beibehalten ( $p > 0.05$ ). Somit konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männer im Hinblick auf die Emotionalität der Bewertungen der Assoziationen gefunden werden.

In diesem Kapitel wurden die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen und der Korrespondenzanalysen, sowie die Ergebnisse der Analyse der Polaritäts- und Neutralitätsindices vorgestellt. Diese Ergebnisse werden im nächsten Kapitel diskutiert und interpretiert.



## 5 Diskussion und Ausblick

In diesem Kapitel werden zunächst die Problemstellung, die Vorgehensweise bei der Untersuchung und die gefundenen Ergebnisse zusammengefasst. Die gefundenen Ergebnisse werden anschließend interpretiert und diskutiert. Danach wird die Arbeit kritisch reflektiert, sowie Anregungen für die zukünftige Forschung gegeben. Den Abschluss dieses Kapitels bilden Implikationen für die Praxis.

### 5.1 Resümee

Die Problemstellung, die dieser Masterarbeit zugrunde liegt, ist die Veränderung verschiedener Formen der Arbeit und wie diese in der Gesellschaft, insbesondere unterschiedlich von Frauen und Männern, wahrgenommen werden. Die betrachteten Formen der Arbeit unterscheiden sich dahingehend, ob der Ort, an dem die Arbeit verrichtet wird, frei gewählt werden kann oder bereits vorgegeben ist. Bei Präsenzarbeit wird die Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens verrichtet, während virtuelle Arbeit in Bezug auf den Ort des Arbeitsplatzes flexibler ist. Homeoffice wird aufgrund der Aktualität und der vermehrten Nutzung durch die Corona-Pandemie (Kellner, Korunka, Kubicek & Wolfsberger, 2020, S. 6) als eigener Punkt aufgenommen. Durch die Arbeit im Homeoffice entfällt die Pendelzeit, die von vielen Arbeitnehmenden als psychisch und physisch belastend wahrgenommen wird (Stutzer & Frey, 2008, 339ff.). Neben dem gesundheitlichen Faktor wird auch die gewonnene Zeit durch den Entfall des Pendelns als Vorteil hervorgehoben. Frauen nutzen diese Zeit überwiegend für die Beaufsichtigung der Kinder, für Hausarbeit oder für unbezahlte Arbeit (Hilbrecht, Shaw, Johnson & Andrey, 2008, S. 454ff.). Männer hingegen verwenden die gesparte Zeit eher für ihre Freizeit oder verbringen diese mit mehr bezahlter Erwerbsarbeit (Tietze & Musson, 2002, S. 325ff.). Aufbauend auf diesen Erkenntnissen stellt sich die Frage, welche sozialen Repräsentationen zu Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice in der Gesellschaft vorhanden sind und ob es Unterschiede zwischen Frauen und Männer gibt. Die Forschungsfrage lautet daher, wie sich die Wahrnehmung von Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice zwischen Frauen und Männern unterscheidet.

Zur Erhebung der sozialen Repräsentationen wurde die Methode der freien Assoziationen gewählt. Mittels Online-Fragebogen wurden die Teilnehmenden nach Begriffen, Ideen, Gedanken oder Stichwörtern gefragt, die ihnen spontan zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice einfallen. Präsenzarbeit wurde als „Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens“, virtuelle Arbeit als „Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen“ und

Homeoffice als „Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen“ umschrieben, wobei die Stimuli selbst auch in Klammer angegeben wurden. Nach der Bereinigung der Daten wurden Kern-Peripherie-Analysen, sowie Korrespondenzanalysen durchgeführt, um damit Aussagen über Gemeinsamkeiten und Unterschiede der genannten Assoziationen von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice, insbesondere von Frauen und Männern, treffen zu können. Nach der Nennung der Assoziationen im Fragebogen wurden die Teilnehmenden gebeten, anzugeben, ob die von ihnen angeführten Begriffe für sie positiv, neutral oder negativ behaftet sind. Diese Bewertungen wurden zur Berechnung von Polaritäts- und Neutralitätsindices verwendet. Um zu untersuchen, ob es Unterschiede in der Bewertung von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice gibt, wurden Friedman-Tests durchgeführt. Zur Untersuchung, ob es Unterschiede zwischen Frauen und Männern in der Bewertung der Assoziationen von Präsenzarbeit, von virtueller Arbeit und von Arbeit im Homeoffice gibt, wurden Mann-Whitney-U-Tests durchgeführt.

Die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice sowie die Ergebnisse der Korrespondenzanalyse zu den Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice zeigen wesentliche Unterschiede zwischen den Assoziationen zu Präsenzarbeit im Gegensatz zu den Assoziationen zu virtueller Arbeit und Homeoffice. Die genannten Assoziationen zu Präsenzarbeit beziehen sich eher auf zwischenmenschliche Beziehungen, während zu virtueller Arbeit eher die verwendeten Tools und Programme genannt wurden. Ebenso zeigt sich bei der Korrespondenzanalyse durch den Abstand der Stimuli zueinander, dass unterschiedliche Assoziationen genannt wurden.

Mittels Kern-Peripherie-Analysen und Korrespondenzanalysen konnten auch Unterschiede in den genannten Assoziationen von Frauen und Männern zu den Stimuli gezeigt werden. Die Assoziation „Lärm“ wurde von Frauen bei Präsenzarbeit am frühesten genannt, während von Männern „soziale Kontakte“ am frühesten genannt wurden. Zum Stimulus virtuelle Arbeit nannten Männer „effizient“ früher als Frauen, während Frauen zum Stimulus Homeoffice „freie Zeiteinteilung“ früher als Männer nannten. Bei der Korrespondenzanalyse ist der größte Unterschied bei der Lage der Kategorie „Äußere Erscheinung der Mitarbeitenden“ zu finden, da bei Männern diese Kategorie sehr weit von allen Stimuli entfernt ist.

Weiters konnte festgestellt werden, dass es Unterschiede in der Bewertung von den Stimuli Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice gibt. Die Stimuli Präsenzarbeit

und Homeoffice, sowie virtuelle Arbeit und Homeoffice wurde von den Teilnehmenden unterschiedlich bewertet. Im Gegensatz dazu konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern in der Bewertung der Assoziationen von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice gefunden werden. Ebenso konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männer im Hinblick auf die Emotionalität der Bewertungen der Assoziationen gefunden werden.

Im nächsten Kapitel werden die soeben präsentierten Ergebnisse interpretiert und diskutiert. Dabei erfolgt eine Gegenüberstellung mit jenen Ergebnissen, die aufgrund der Literatur zu erwartet waren.

## **5.2 Interpretation und Diskussion der Ergebnisse**

In diesem Kapitel werden die gefundenen Ergebnisse interpretiert und diskutiert, sowie die Forschungsfrage beantwortet.

Für den Stimulus Präsenzarbeit wurde die Assoziation „Lärm“ am frühesten genannt, während bei Homeoffice „Ruhe“ am frühesten genannt wurde. Die frühe Nennung der Assoziation „Lärm“ bei der Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens war zu erwarten, da die Arbeit im traditionellen Büro durch häufige Unterbrechungen, insbesondere Lärm, charakterisiert wird (Tietze & Musson, 2002, S. 325ff.). Ebenso zu erwarten war die frühe Nennung der Assoziation „Ruhe“ bei Homeoffice, denn Arbeitende im Homeoffice können sich vollkommen auf ihre Arbeitsaufgabe konzentrieren (Tietze & Musson, 2002, S. 325ff.).

Die Assoziationen bei Präsenzarbeit wurden im Vergleich zu den Assoziationen bei virtueller Arbeit und Homeoffice emotionaler bewertet. Die Korrespondenzanalysen haben gezeigt, dass die Kategorie „soziale Kontakte“ sehr nah beim Stimulus Präsenzarbeit liegt. Bei allen Kern-Peripherie-Analysen zu Präsenzarbeit waren die Assoziationen „soziale Kontakte“ und „Kolleginnen und Kollegen“ im Kern zu finden. Im traditionellen Büro haben die Arbeitnehmenden demnach mehr soziale Interaktionen als im virtuellen Büro oder im Homeoffice und dies kann als Begründung für die emotionalere Bewertung gesehen werden.

Nachdem einige, allgemeine Ergebnisse kurz diskutiert wurden, wird im Folgenden noch näher auf die relevanten Aspekte zur Beantwortung der Forschungsfrage „Wie unterscheidet sich die Wahrnehmung von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice aus der Sicht von Frauen und Männern?“ eingegangen.

In der Literatur wird beschrieben, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bei der Arbeit im Homeoffice eine Doppelrolle einnehmen. Einerseits sind sämtliche Aufgaben der Erwerbsarbeit und jener der Hausarbeit zu erledigen. Durch die Verstrickung und Fragmentierung der Aufgaben konnte der Wechsel frei nach eigenem Ermessen von einer Aufgabe im Haushalt zu einer Aufgabe in der Arbeit von den Teilnehmenden nicht bestätigt werden (Tietze & Musson, 2002, S. 325f.). Entgegen diesen Erkenntnissen aus der Literatur haben die teilnehmenden Frauen die Assoziation „freie Zeiteinteilung“ zum Stimulus Homeoffice sehr früh und häufig genannt. Die Assoziation „freie Zeiteinteilung“ wurde zwar auch von den teilnehmenden Männern zum Stimulus Homeoffice genannt allerdings sehr spät und weniger häufig. Dies lässt vermuten, dass die Teilnehmenden aktiv versuchen, die beiden Bereiche zu kombinieren und nur durch die bloße Möglichkeit der selbstständigen Einteilung mehr Freiraum wahrnehmen.

Die häufigste Assoziation, die bei virtueller Arbeit und bei Homeoffice genannt wurde, war „flexibel“. Der Begriff „flexibel“ war sowohl bei Frauen als auch Männern die am häufigsten genannte Assoziation bei virtueller Arbeit und bei Homeoffice. Das zeigt, dass die Flexibilität als Kernelement für diese beiden Formen der Arbeit wahrgenommen wird. Frauen können durch die flexibleren Arbeitsformen ihre Doppelrolle bei der Erwerbsarbeit und Hausarbeit besser koordinieren (Junghanns & Pech, 2008, S. 202ff.). Dass der Begriff „unflexibel“ bei Präsenzarbeit im Gegensatz dazu sehr spät und sehr selten genannt wurde, lässt vermuten, dass Präsenzarbeit die Referenz ist, mit der virtuelle Arbeit und Homeoffice verglichen werden.

Tietze und Musson (2002, S. 325ff.) erwarten eine grundlegende Veränderung der Arbeitszeiten von erwerbstätigen Personen weg von fixen Arbeitszeiten, wie etwa „9 to 5“. Obwohl flexible Arbeitszeiten auch in traditionellen Büros möglich sind, ist die Flexibilität im Büro vor Ort nicht mit der Flexibilität im Homeoffice zu vergleichen. Demnach wäre zu erwarten, dass Assoziationen zu den flexibleren Formen der Arbeit positiver als Präsenzarbeit bewertet werden. Die Analyse der Bewertungen hat das Gegenteil gezeigt. Bis auf die Bewertungen der Assoziationen zu virtueller Arbeit von Männern wurden die Assoziationen der Präsenzarbeit immer positiver als jene von virtueller Arbeit und Homeoffice bewertet. Dieses Ergebnis kann darauf zurückgeführt werden, dass durch die Corona-Pandemie innerhalb kurzer Zeit viele Erwerbstätige ihre Arbeit von zu Hause erledigten und dies eine gänzlich neue Erfahrung war (<https://www.bitkom.org/>, Abruf am 05.09.2021).

Paare ohne Kinder teilen sich unbezahlte Arbeit, wie Hausarbeit, gerechter auf, jedoch werden ab dem Zeitpunkt der Familiengründung eher die traditionellen Rollenbilder gelebt werden (Mader, 2020). Eine Erklärung, dass es keine signifikanten Unterschiede in den Bewertungen der Assoziationen bei den Formen der Arbeit von Frauen und Männern gibt, ist die geringe Anzahl an Teilnehmenden mit betreuungspflichtigen Personen im selben Haushalt. Nur 32,3% der teilnehmenden Personen leben mit betreuungspflichtigen Kindern oder anderen betreuungspflichtigen Personen zusammen.

Aufbauend auf die vorhandene Literatur wurden die Hypothesen in der Erwartungshaltung formuliert, dass es zahlreiche, merkbare Unterschiede in der Wahrnehmung von Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Homeoffice zwischen Frauen und Männern gibt. Es konnten Übereinstimmungen, jedoch auch einige Unterschiede gefunden werden.

Im nächsten Kapitel werden Einschränkungen und Defizite der vorliegenden Arbeit beschrieben.

### **5.3 Kritische Reflexion**

Im Folgenden wird die Arbeit kritisch betrachtet. Etwaige Limitationen und Defizite werden dabei aufgezeigt.

Bei der Erhebung freier Assoziationen konnten die teilnehmenden Personen Begriffe und Gedanken nennen, die ihnen spontan zum jeweiligen Stimulus in den Sinn gekommen sind. Ein Vorteil davon ist, dass die Teilnehmenden frei in der Beantwortung waren, jedoch bei der Bereinigung der Daten und bei auftretenden Unklarheiten keine Rückfragen gestellt werden konnten. Antworten auf offene Fragen können von unterschiedlichen Personen unterschiedlich interpretiert werden und dadurch kann die weitere Bearbeitung der erhobenen Daten durch subjektive Erfahrungen der auswertenden Person – bewusst oder unbewusst - beeinflusst werden.

Bei der Erstellung des Fragebogens war für die Autorin ungewiss, ob allen Personen, die der Fragebogen erreichen könnte, die Bedeutung der Stimuli Präsenzarbeit, virtuelle Arbeit und Homeoffice bekannt ist. Um Abbrüche des Fragebogens aufgrund von unverständlichen Fachbegriffen zu vermeiden, wurden die Stimuli bei der Fragestellung umschrieben. Der Stimulus „Virtuelle Arbeit“ wurde mit „Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen“ beschrieben. Einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben einzelne Wörter aus der Definition aufgegriffen und als Assoziation angeführt. Häufig wurde „ortsunabhängig“

oder „ortsungebunden“ aufgegriffen, sowie eine Aufzählung von Tools zur Online-Kommunikation gegeben.

Die Stichprobe, die dieser Arbeit zugrunde liegt, ist eher homogen in Bezug auf den Bildungsstatus. Über 50% aller teilnehmenden Personen haben einen Hochschulabschluss und nur 3,8% einen Lehrabschluss. Die Homogenität der Stichprobe zeigt sich ebenso in der Erfahrung mit Homeoffice und mit virtueller Arbeit. 78,5% der Teilnehmenden haben Erfahrung mit der Arbeit von zu Hause und 62,3% haben Erfahrung mit virtueller Arbeit.

In dieser Arbeit wurde eine Querschnittstudie durchgeführt, wodurch die Daten nur zu einem Zeitpunkt erhoben wurden und etwaige Veränderungen im Laufe der Zeit nicht berücksichtigt werden konnten. Zum Erhebungszeitpunkt hatten viele Unternehmen Ausnahmeregelungen aufgrund der Corona-Pandemie. Die vorliegende Arbeit gibt keinen Aufschluss darüber, ob die Ausnahmeregelungen als neue Normalität praktiziert werden, oder ob, beziehungsweise, wie sich die Formen der Arbeit nach der Corona-Pandemie verändern. Ebenso findet die Lebensphase, in der sich die teilnehmenden Frauen und Männer aktuell befinden, keine Berücksichtigung in der Arbeit.

Die angeführten Defizite und Limitationen können als Anregung für zukünftige Arbeiten gesehen werden. Diese werden im folgenden Kapitel näher ausgeführt.

## **5.4 Anregung für zukünftige Arbeiten**

In diesem Kapitel werden Anregungen für zukünftige Forschungsvorhaben gegeben. Die genannten Defizite aus dem vorherigen Kapitel können ausgeglichen werden, in dem einerseits die Stichprobengröße erhöht wird und andererseits versucht wird, mehr Diversität bei den soziodemografischen Merkmalen zu erreichen. Weitere Auswertungen anhand der erhobenen soziodemografischen Merkmale könnten Aufschluss über weitere Zusammenhänge geben, die dann für spezifischere Handlungsempfehlungen für Arbeitgebende verwendet werden können.

Des Weiteren könnte eine Längsschnittstudie durchgeführt werden, in der untersucht wird, wie sich die Einstellung zu den Formen der Arbeit im Laufe der Zeit verändert und ob nach der Corona-Pandemie wieder vermehrt im Büro vor Ort eines Unternehmens gearbeitet wird oder die virtuelle Arbeit auch in Zukunft in dieser Häufigkeit praktiziert wird. Ebenso könnte untersucht werden, inwiefern sich die Anforderungen an die Arbeit

im Laufe der Lebensphasen verändert und welche Unterschiede zwischen Frauen und Männern vorhanden sind.

## **5.5 Praktische Implikationen**

Zum Abschluss werden noch praktische Implikationen auf Basis der Analyseergebnisse gegeben. Eine oft genannte Assoziation war „(keine) Abgrenzung von Arbeit und Freizeit“ und „Work-Life-Balance“ war die Kategorie mit den am meisten enthaltenen Assoziationen. Die Empfehlung an Arbeitnehmende ist daher, sobald ein Wechsel des Arbeitsplatzes in das Homeoffice vorgesehen ist, Strategien und Routinen zur Bewältigung der Abgrenzung zwischen Arbeit und Freizeit zu entwickeln. Gelegentlich wurden bei „Homeoffice“ die Begriffe „alleine“ und „einsam“, sowie „fehlende Kontakte“ genannt. Es ist daher zu empfehlen aktiv den Kontakt zu Kolleginnen und Kollegen zu suchen. Eine Empfehlung für Arbeitgebende ist, die Mitarbeitenden auf die Umstellung vorzubereiten und ihnen Zeit für und Unterstützung bei der Anpassung an das neue Arbeitsumfeld zu geben. Die Kategorie „Ausstattung des Arbeitsplatzes“ beinhaltet Assoziationen wie „Schreibtisch“ und „ergonomische Büromöbel“. Auch in diesem Punkt sollten Arbeitgebende ihre Mitarbeitenden unterstützen, einen ergonomischen Arbeitsplatz im Homeoffice einzurichten. Des Weiteren ist zu empfehlen, den Arbeitnehmenden Möglichkeiten im virtuellen Büro für den spontanen und oftmals informellen Austausch von Ideen zu geben. Die Assoziation „Lärm“ wurde bei Präsenzarbeit sehr früh genannt. Arbeitgebende könnten einerseits ruhigere Arbeitsplätze schaffen und andererseits separate Räume zur Verfügung stellen, um Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer Rückzugsmöglichkeiten zu bieten.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass virtuelle Arbeit und Homeoffice durch die hohe Flexibilität mehr Anpassungsmöglichkeiten für die eigene Lebenssituation, aber auch für die Situation im Unternehmen bieten. Voraussetzung dafür ist eine wertschätzende Unternehmenskultur, um gemeinsam eine optimale Umsetzung zu finden.

## Literaturverzeichnis

- Abric, Jean Claude (1993). Central System, Peripheral System: their Functions and Roles in the Dynamic of Social Representations. *Papers on Social Representations*, 2(2), 75-78.
- Aichinger, Elisa/Hornberger, Elisabeth/Wagner, Gerhard/Jonek, Désirée/Kögler, Lisa (2021). Weltfrauentagsumfrage 2021. Deloitte Österreich & WoMentor.
- Ashforth, Blake E./Kreiner, Glen E./Fugate, Mel (2000). All in a Day's Work: Boundaries and Micro Role Transitions. *Academy of Management Review*, 25(3), 472-491.
- Banaji, Mahzarin Rustum /Hardin Curtis D. (1996). Automatic Stereotyping. *American Psychological Society*, 7(3), 136-141.
- Basile, Kelly A./Beauregard, T. Alexandra (2016). Strategies for successful telework: how effective employees manage work/home boundaries. *Strategic HR Review*, 15(3), 106-111.
- Becker, Franklin (2004). *Offices at work: Uncommon Workspace Strategies that Add Value and Improve Performance*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Bennett Mark/Sani Fabio/Hopkins Nick/Agostini Luisa/Malucchi Lucilla (2000). Children's gender categorization: an investigation of automatic processing. *British Journal of Developmental Psychology*, 18, 97-102.
- Berghammer, Caroline (2020). Alles traditioneller? Arbeitsteilung zwischen Männern und Frauen in der Corona-Krise [Blog-Eintrag], veröffentlicht am 08.05.2020 auf <https://viecer.univie.ac.at/blog/> zum Beitrag „Corona-Blog“. Online: <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog33/> [Abruf am 24.04.2022].
- Bodin Danielsson, Christina/Bodin, Lennart (2008). Office Type in Relation to Health, Well-Being, and Job Satisfaction Among Employees. *Environment and Behavior*, 40(5), 636-668.
- Bødker, Susanne (2016). Rethinking technology on the boundaries of life and work. *Pers Ubiquit Comput*, 20(4), 533-544.
- Bonin, Holger/Eichhorst, Werner/Kaczynska, Jennifer/Kümmerling, Angelika/Rinne, Ulf/Scholten, Annika/Steffes, Susanne (2020). Forschungsbericht: Verbreitung und Auswirkungen von mobiler Arbeit und Homeoffice. IZA Institute of Labor Economics.



- Borelli, Jessica L./Nelson, S. Katherine/River, Laura M./ Birken, Sarah A./Moss-Racusin, Corinne (2017). Gender Differences in Work-Family Guilt in Parents of Young Children. *Sex Roles*, 76(5-6), 356-368.
- Borelli, Jessica L./Nelson-Coffey, S. Katherine/River, Laura M./ Birken, Sarah A./Moss-Racusin, Corinne (2017). Bringing Work Home: Gender and Parenting Correlates of Work-Family Guilt among Parents of Toddlers. *Journal of Child and Family Studies* 26(2), 1734-1745.
- Brenke, Karl (2016). Home Office: Möglichkeiten werden bei weitem nicht ausgeschöpft. *DIW Wochenbericht*, 83(5), 95-105.
- Brennan, Aoife/Chugh, Jasdeep/Kline, Theresa (2002). Traditional versus Open Office Design: A Longitudinal Field Study. *Environment and behavior*, 34(3), 279-299.
- Bublitz, Hannelore (1998). *Geschlecht*. Wiesbaden: Springer.
- De Rosa, Annamaria Silvana (1995). Le "résau d'associations" comme méthode d'étude dans la recherche sur les représentations sociales: structure, contenus et polarité du champ sémantique. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociales*, 28, 9-122.
- Di Martino, Vittorio/Wirth, Linda (1990). Telework: A New Way of Working and Living. *International Labour Review*, 129(5), 529-554.
- Döring, Nicola (2013). Zur Operationalisierung von Geschlecht im Fragebogen: Probleme und Lösungsansätze aus Sicht von Mess-, Umfrage-, Gender- und Queer-Theorie. *Gender*, 5(2), 94-113.
- DuBrin, Andrew/Barnard, Janet (1993). What telecommuters like and dislike about their jobs. *Business forum* (Los Angeles, Calif.), 18(3), 13-17.
- Duveen, Gerard (2001). Introduction: The Power of Ideas. In: Gerard Duveen (Hrsg.). *Social Representations: Explorations in Social Psychology* (S. 1-17). New York: University Press.
- El-Sehity, Tarek/Kirchler, Erich (2001). Zur quantitativen Analyse von Assoziationsdaten. Unveröffentlichte Arbeit, Universität Wien.
- Ellemers, Naomi (2018). Gender Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69, 275-198.
- Flick, Uwe (1998a). Subjektive Vorstellungen von Gesundheit und Krankheit: Überblick und Einleitung. In Uwe Flick (Hrsg.). *Wann fühlen wir uns gesund? Subjektive Vorstellungen von Gesundheit und Krankheit* (S. 7-30). Weinheim: Juventa.

- Flick, Uwe (1998b). Zugänge zum Un-Vertrauten: qualitative Methoden in der Analyse sozialer Repräsentationen. In Erich H. Witte (Hrsg.). *Sozialpsychologie der Kognition: soziale Repräsentationen, subjektive Theorien, soziale Einstellungen*. Beiträge des 13. Hamburger Symposiums zur Methodologie der Sozialpsychologie, S. 48-74. Lengerich: Pabst.
- Flick, Uwe (2016). *Sozialforschung: Methoden und Anwendungen*. Ein Überblick für die BA-Studiengänge (3. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Frodermann, Corinna/Grunau, Philipp/Haas, Georg-Christoph/Müller, Dana (2021). Homeoffice in Zeiten von Corona: Nutzung, Hindernisse und Zukunftswünsche. IAB-Kurzbericht, 05/2021, Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).
- Garnadt, Niklas/Schnitzer, Monika/Viete, Steffen (2020). Räumliche Flexibilisierung durch zunehmende Homeoffice-Nutzung. *Wirtschaftsdienst*, 100(9), 661-666.
- Haddon, Leslie/Brynin, Malcolm (2005). The character of telework and the characteristics of teleworkers. *New Technology, Work and Employment*, 20(1), 34-46.
- Haynes, Barry/Suckley, Louise/Nunnington, Nick (2017). Workplace productivity and office type. *Journal of Corporate Real Estate*, 19(2), 111-138.
- Ha, Joyce C./Kang, Sonia K./Tse, Kaylie/Toh, Soo Min (2019). Stereotypes at work: Occupational stereotypes predict race and gender segregation in the workforce. *Journal of Vocational Behavior*, 115(4), 1-17.
- Helfrich, Hede (2019). Biologisches und soziales Geschlecht. In: Hede Helfrich (Hrsg.). *Kulturvergleichende Psychologie* (S. 147-154). Berlin: Springer.
- Hilbrecht, Margo/Shaw, Susan Maxine/Johnson, Laura Climenko/Andrey, Jean (2008). 'I'm Home for the Kids': Contradictory Implications for Work–Life Balance of Teleworking Mothers. *Gender, Work and Organization*, 15(5), 454-476.
- Hill, Edward Jeffrey/Ferris, Maria/Märtinson, Vjollca (2003). Does it matter where you work? A comparison of how three work venues (traditional office, virtual office, and home office) influence aspects of work and personal/family life. *Journal of Vocational Behavior*, 63, 220-241.
- Hill, Edward Jeffrey/Hawkins, Alan J./Ferris, Maria/Weitzman, Michelle (2001). Finding an extra day a week: The positive influence of perceived job flexibility on work and family life balance. *Family Relations*, 50(1), 49-58.

- Hill, Edward Jeffrey/Miller, Brent/Weiner, Sara/Colihan, Joe (1998). Influences of the virtual office on aspects of work and work/life balance. *Personnel Psychology*, 51(3), 667-683.
- Hofmann, Josephine/Piele, Alexander/Piele Christian (2020). Arbeiten in der Corona-Pandemie – auf dem Weg zum new normal. Frauenhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO.
- Junghanns, Gisa/Pech, Eberhard (2008). Flexibilisierung durch Telearbeit – ein Beitrag zur Verbesserung der Work-Life-Balance? *Arbeit*, 17(3), 193-208.
- Kellner, Barbara/Korunka, Christian/Kubicek, Bettina/Wolfsberger, Juliana (2020). Flexible Working Studie 2020. Deloitte Consulting GmbH.
- Kelly, Marcia M. (1988). The Work-At-Home Revolution. *The Futurist*, 22(6), 28-32.
- Kirchler, Erich (2011). *Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat* (4. Auflage). Göttingen: Hogrefe.
- Korte, Hermann/Schäfers, Bernhard (Hrsg.) (2010). *Einführung in die Hauptbegriffe der Soziologie*. Wiesbaden: Springer.
- Körper-Risak, Katharina (2021). Home-Office als neue Arbeitsform. In Katharina Körper-Risak (Hrsg.). *Praxishandbuch Home-Office* (S. 1-13). Wien: Linde.
- Kossek, Ellen Ernst/Lautsch, Brenda A. (2012). Work-family boundary management styles in organizations: A cross-level model. *Organizational Psychology Review*, 2(2), 152-171.
- Kossek, Ellen Ernst/Lautsch, Brenda A. (2008). *CEO of me: creating a life that works in the flexible job age*. Upper Saddle River, New Jersey: Wharton School Publishing.
- Kulich, Clara (2003). *Assoziationstechniken. Erhebung von Sozialen Repräsentationen zum Schilling und zum Euro*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Wien.
- Kurland, Nancy/Bailey, Diane (1999). Telework: The advantages and challenges of working here, there, anywhere, and anytime. *Organizational dynamics*, 28(2), 53-68.
- Lott, Yvonne/Abendroth, Anja-Kristin (2020). The non-use of telework in an ideal worker culture: why women perceive more cultural barriers. *Community, Work & Family*, 23(5), 593-611.
- Mader, Katharina (2020). Bringt Homeoffice mehr ausgeglichene Arbeitsteilung im Haushalt? Online: <https://www.wu.ac.at/other/zukunftsperspektiven-nach-der-coronakrise-1/corona-qa-details/detail/bringt-homeoffice-mehr-ausgegliche-arbeitsteilung-im-haushalt> [Abruf am 04.11.2020].

- Mader, Katharina/Derndorfer, Judith/ Disslbacher, Franziska/Lechinger, Vanessa/Six, Eva (2020). #7 Blog: Home-Office, Fluch und Segen zugleich? [Blog-Eintrag], veröffentlicht auf <https://www.wu.ac.at/vw3/forschung/laufende-projekte> zum Beitrag „Blog: Genderspezifische Effekte von COVID-19“. Online: <https://www.wu.ac.at/vw3/forschung/laufende-projekte/genderspezifischeeffektevoncovid-19/blog7> [Abruf am 28.10.2020].
- Marsh, Katy/Musson, Gill (2008). Men at Work and at Home: Managing Emotion in Telework. *Gender, Work and Organization*, 15(1), 31-48.
- Maruyama, Takao/Hopkinson, Peter G./James, Peter W. (2007). A multivariate analysis of work–life balance outcomes from a large-scale telework programme. *New Technology, Work and Employment*, 24(1), 76-88.
- McElroy, James C./Morrow, Paula C. (2010). Employee reactions to office redesign: A naturally occurring quasi-field experiment in a multi-generational setting. *Human relations*, 63(5), 609-636.
- Meier, Katja/Kirchler, Erich (1998). Social representations of the euro in Austria. *Journal of Economic Psychology*, 19, 755-774.
- Mergener, Alexandra (2018). Homeoffice in Deutschland: Zugang, Nutzung und Regelung. Ergebnisse aus der BIBB/BAuA-Erwerbstätigenbefragung 2018.
- Moore, Jeanne (2006). Homeworking and work-life balance: does it add to quality of life? *European Review of Applied Psychology*, 56(1), 5-13.
- Morganson, Valerie J./Major, Debra A./Oborn, Kurt L./Verive, Jennifer M./Heelan, Michelle P. (2010). Comparing telework locations and traditional work arrangements: Differences in work-life balance support, job satisfaction, and inclusion. *Journal of Managerial Psychology*, 25(6), 578-595.
- Moscovici, Serge (1961). *La Psychanalyse: Son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, Serge (1961, Edition 1976). *La Psychanalyse: Son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, Serge (1973). Foreword. In Claudine Herzlich (Hrsg.). *Health and Illness. A Social Psychological Analysis (IX-XIV)*. London: Academic Press.
- Moscovici, Serge (1981). On social representation. In Joseph Forgas (Hrsg.). *Social cognition: perspectives on everyday understanding (S. 181-210)*. London: Academic Press.

- Moscovici, Serge (1984). The phenomena of social representations. In: Robert Maclaughlin Farr/Serge Moscovici (Hrsg.). Social representations (S. 3-69). Cambridge: University Press.
- Moscovici, Serge (1995). Geschichte und Aktualität sozialer Repräsentationen. In: Uwe Flick (Hrsg.). Psychologie des Sozialen - Repräsentationen in Wissen und Sprache (S. 266-313). Reinbeck: Rowohlt.
- Müller, Benjamin/Lalive, Rafael/Lavanchy, Maude (2020). Corona beschleunigt Digitalisierung der Arbeit. Die Volkswirtschaft, 6, 15-17.
- Oldham, Greg R./Brass, Daniel J. (1979). Employee Reactions to an Open-Plan Office: A Naturally Occurring Quasi-Experiment. Administrative science quarterly, 24(2), 267-284.
- Oldham, Greg/Rotchford, Nancy (1983). Relationships between Office Characteristics and Employee Reactions: A Study of the Physical Environment. Administrative science quarterly, 28(4), 542-556.
- Otto, Kathleen/Korek, Sabine/Baethge, Anja (2009). Veränderungen in der Arbeitswelt. Gestaltungsansätze und Interventionsmöglichkeiten aus Sicht der Arbeits- und Organisationspsychologie. Verhaltenstherapie & psychosoziale Praxis, 41(3), 569-578.
- Ridgeway, Cecilia L. (2001). Interaktion und die Hartnäckigkeit der Geschlechterungleichheit in der Arbeitswelt. In Bettina Heintz (Hrsg.). Geschlechtersoziologie (S. 250-275). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Roberts, Jennifer/Hodgson, Robert/Dolan, Paul (2011). "It's driving her mad": Gender differences in the effects of commuting on psychological health. Journal of Health Economics, 30(5), 1064–1076.
- Scholtz, Katja (2020). Anglizismus: Wo das Homeoffice zu Hause ist. Online: <https://www.faz.net/aktuell/stil/trends-nischen/anglizismus-das-wort-home-office-wird-nur-im-deutschen-gebraucht-16727926.html> [Abruf am 04.11.2020].
- Song, Younghwan/Gao, Gia (2020). Does Telework Stress Employees Out? A Study on Working at Home and Subjective Well-Being for Wage/Salary Workers. Journal of Happiness Studies, 21(7), 2649–2668.
- Strube, Gerhard (1984). Assoziation. Der Prozess des Erinnerns und die Struktur des Gedächtnisses. Berlin: Springer
- Stutzer, Alois/Frey, Bruno (2008). Stress that Doesn't Pay: The Commuting Paradox. The Scandinavian journal of economics, 110(2), 339-366.

- Sullivan, Cath/Lewis, Suzan (2001). Home-based Telework, Gender, and the Synchronization of Work and Family: Perspectives of Teleworkers and their Co-residents. *Gender, Work and Organization*, 8(2), 123-145.
- Tietze, Susanne/Musson, Gillian (2002). When 'Work' Meets 'Home': Temporal flexibility as lived experience. *Time & Society*, 11(2-3), 315-334.
- Toffler, Alvin (1981). *The Third Wave*. London: Pan Books.
- Tsoukalas, Ioannis (2006). A Method of Studying Social Representations. *Quality & quantity*, 40(6), 959-981.
- Vergès, Pierre (1992). L'Evocation de l'argent: une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation. *Bulletin de Psychologie*, 405, 203-209.
- Vergès, Pierre (1994). Approche du noyau central: propriétés quantitatives et structurales. In Christian Guimelli (Hrsg.). *Structures et Transformations des Représentations Sociales* (S. 231-253). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.
- Vergès, Pierre/Bastounis, Marina (2001). Towards the Investigation of Social representations of the Economy: Research Methods and Techniques. In Christine Roland-Lévy/Erich Kirchler/Elfriede Penz (Hrsg.). *Everyday Representations of the Economy* (S. 19-48). Wien: WUV.
- Wagner, Wolfgang (1994). *Alltagsdiskurs. Die Theorie sozialer Repräsentationen*. Göttingen: Hogrefe.
- Wagner, Wolfgang/Duveen, Gerard/Farr, Robert/Jovchelovitch, Sandra/Lorenzi-Cioldi, Fabio/Markova, Ivana/Rose, Diana (1999). Theory and Method of Social Representations. *Asian journal of social psychology*, 2(1), 95-125.
- Zalesny, Mary/Farace, Richard (1987). Traditional versus Open Offices: A Comparison of Sociotechnical, Social Relations, and Symbolic Meaning Perspectives. *Academy of Management journal*, 30(2), 240-259.
- Zipf, George Kingsley (1935). *The Psychobiology of Language*. New York: Houghton Mifflin.

## Online-Quellenverzeichnis

<https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Corona-Pandemie-Arbeit-im-Homeoffice-nimmt-deutlich-zu> [Abruf am 05.09.2021]

<https://www.monster.de/mitarbeiter-finden/recruiting-tipps/einstellungsverfahren/gewinner-und-verlierer-des-corona-homeoffice/> [Abruf am 05.09.2021]

<https://newsroom.iza.org/de/archive/news/mehr-als-ein-drittel-der-beschaeftigten-arbeitet-waehrend-corona-im-homeoffice/> [Abruf am 13.10.2020]

<https://press.siemens.com/global/en/pressrelease/siemens-establish-mobile-working-core-component-new-normal> [Abruf am 06.10.2020]

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Schematische Darstellung der Soziogenese von sozialen Repräsentationen.....	34
Abbildung 2: Vierfeldertafel zur Darstellung von Kern und Peripherie.....	42
Abbildung 3: Kern-Peripheriedarstellung .....	43
Abbildung 4: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller Teilnehmenden .....	57
Abbildung 5: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller Teilnehmenden .....	59
Abbildung 6: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ aller Teilnehmenden .....	61
Abbildung 7: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller teilnehmenden Frauen .....	64
Abbildung 8: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller teilnehmenden Männer.....	65
Abbildung 9: Gegenüberstellung ausgewählter Assoziationen zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer .....	66
Abbildung 10: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller teilnehmenden Frauen .....	67
Abbildung 11: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ aller teilnehmenden Männer.....	69
Abbildung 12: Gegenüberstellung ausgewählter Assoziationen zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer .....	70
Abbildung 13: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ aller teilnehmenden Frauen.....	71
Abbildung 14: Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus „Homeoffice“ aller teilnehmenden Männer.....	73
Abbildung 15: Gegenüberstellung ausgewählter Assoziationen zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen und Männer .....	74
Abbildung 16: Korrespondenzanalyse der Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ .....	76



Abbildung 17: Korrespondenzanalyse der Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen .....	78
Abbildung 18: Korrespondenzanalyse der Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Männer .....	80
Abbildung 19: Gegenüberstellung aller in 4.1.2.1 behandelten Assoziationen zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer .....	128
Abbildung 20: Gegenüberstellung aller in 4.1.2.2 behandelten Assoziationen zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer .....	129
Abbildung 21: Gegenüberstellung aller in 4.1.2.3 behandelten Assoziationen zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen und Männer .....	130

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bürotypen definiert nach Anzahl der Personen, sowie nach architektonischer und funktioneller Funktion .....	12
Tabelle 2: Charakteristische Merkmale des zentralen Systems und des peripheren Systems einer Repräsentation .....	36
Tabelle 3: Anzahl der genannten Assoziationen für „Präsenzarbeit“ .....	49
Tabelle 4: Anzahl der genannten Assoziationen für „Virtuelle Arbeit“ .....	49
Tabelle 5: Anzahl der genannten Assoziationen für „Homeoffice“ .....	50
Tabelle 6: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Präsenzarbeit“ aller Teilnehmenden.....	58
Tabelle 7: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der gesamten Stichprobe .....	60
Tabelle 8: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Homeoffice“ der gesamten Stichprobe .....	62
Tabelle 9: Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der gesamten Stichprobe .....	75
Tabelle 10: Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ für die teilnehmenden Frauen .....	77
Tabelle 11: Häufigkeitstabelle der Kategorien zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ für die teilnehmenden Männer .....	79
Tabelle 12: Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ aller Teilnehmenden .....	81
Tabelle 13: Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen .....	83
Tabelle 14: Häufigkeitstabelle der Bewertungen zu den Stimuli „Präsenzarbeit“, „Virtuelle Arbeit“ und „Homeoffice“ der teilnehmenden Männer .....	84
Tabelle 15: Überblick über die soziodemographischen Daten der Teilnehmenden ....	121
Tabelle 16: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Frauen .....	124
Tabelle 17: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Männer .....	124

Tabelle 18: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Frauen .....	125
Tabelle 19: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Männer .....	125
Tabelle 20: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen .....	126
Tabelle 21: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Männer .....	127

# Anhang

## Anhang A: Fragebogen



0% ausgefüllt

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

vielen Dank, dass Sie sich für die Umfrage Zeit nehmen. Sie unterstützen damit meine Masterarbeit zum Thema Präsenzarbeit, virtueller Arbeit und Arbeit im Homeoffice im Rahmen des Masterstudiums „Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie“ an der Ferdinand Porsche FernFH.

Die Beantwortung wird ca. 10 Minuten dauern. Da es weder richtige noch falsche Antworten gibt, antworten Sie bitte ehrlich und spontan. Die Daten werden selbstverständlich anonym behandelt und Rückschlüsse auf Ihre Person sind nicht möglich.

Bei Fragen können Sie mich jederzeit kontaktieren: [angelika.liebhauer@mail.fernfh.ac.at](mailto:angelika.liebhauer@mail.fernfh.ac.at)

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme.

Beste Grüße,  
Angelika Liebhaber

Weiter

[Angelika Liebhaber, BSc.](#), Ferdinand Porsche FernFH – 2021



10% ausgefüllt

Bitte nennen Sie Begriffe, Ideen, Gedanken oder Stichwörter, die Ihnen spontan zu **Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens (Präsenzarbeit)** einfallen.

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	

Weiter

[Angelika Liebhaber, BSc.](#), Ferdinand Porsche FernFH – 2021

Bitte geben Sie an, ob Sie die von Ihnen genannten Begriffe zu **Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens (Präsenzarbeit)** als positiv, neutral oder negativ bewerten.

positiv      neutral      negativ

Persönlicher Austausch mit Kolleginnen und Kollegen

Weiter

[Angelika Liebhaber, BSc](#), Ferdinand Porsche FernFH – 2021

Bitte nennen Sie Begriffe, Ideen, Gedanken oder Stichwörter, die Ihnen spontan zu **Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen (Homeoffice)** einfallen.

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	

Weiter

[Angelika Liebhaber, BSc](#), Ferdinand Porsche FernFH – 2021

Bitte geben Sie an, ob Sie die von Ihnen genannten Begriffe zu **Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen (Homeoffice)** als positiv, neutral oder negativ bewerten.

positiv      neutral      negativ

freie Zeiteinteilung

Weiter

[Angelika Liebhaber, BSc](#), Ferdinand Porsche FernFH – 2021

Bitte nennen Sie Begriffe, Ideen, Gedanken oder Stichwörter, die Ihnen spontan zu **Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen (virtuelle Arbeit)** einfallen.

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	

Weiter

[Angelika Liebhaber, BSc](#), Ferdinand Porsche FernFH – 2021

Bitte geben Sie an, ob Sie die von Ihnen genannten Begriffe zu **Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen (virtuelle Arbeit)** als positiv, neutral oder negativ bewerten.

	positiv	neutral	negativ
MS Teams Meeting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

[Angelika Liebhaber, BSc](#), Ferdinand Porsche FernFH – 2021

Bitte geben Sie zum Abschluss noch Informationen zu Ihrer Person an. Ihre Daten bleiben natürlich anonym.

Welches Geschlecht haben Sie bzw. welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

- weiblich
- männlich
- divers
- keine Angabe

Wie alt sind Sie?

- Jahre
- keine Angabe

Welchen Familienstand haben Sie?

- ledig
- nicht eheliche Lebensgemeinschaft
- verheiratet/eingetragene Partnerschaft
- geschieden/aufgelöste eingetragene Partnerschaft
- verwitwet/hinterbliebene eingetragene Partnerin/hinterbliebener eingetragener Partner
- keine Angabe

Wie viele betreuungspflichtige Kinder und/oder andere betreuungspflichtige Personen leben in Ihrem Haushalt?

- 0
- 1-2
- 3-4
- 5 oder mehr
- keine Angabe

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- Hauptschulabschluss
- Pflichtschulabschluss
- Lehre
- Berufsbildende mittlere Schule
- Matura/Reifeprüfung
- Hochschulabschluss
- anderer Abschluss, und zwar
- keine Angabe

Welche Tätigkeit(en) üben Sie im Moment aus?

Mehrfachauswahl ist möglich.

- Schülerin/Schüler, Studentin/Student
- Angestellte/Angestellter, Arbeiterin/Arbeiter
- Beamtin/Beamter
- Büroarbeit
- Hausarbeit, Erziehungsarbeit, Pflegearbeit
- Selbstständig
- Arbeit suchend
- In Pension/Im Ruhestand
- keine Angabe
- andere Tätigkeit, und zwar

Weiter

Haben Sie Führungsverantwortung?

- ja, seit  Jahren.
- nein
- keine Angabe

Wie viel Geld haben Sie im Durchschnitt pro Monat in Ihrem Haushalt zur Verfügung?

- < 500€
- 500€ - 1000€
- 1001€ - 1500€
- 1501€ - 2000€
- 2001€ - 2500€
- 2501€ - 3000€
- 3001€ - 3500€
- 3501€ - 4000€
- > 4000€
- keine Angabe

In welcher Branche sind Sie tätig?

- Banken/Versicherungen
- Bau
- Bildung
- Energie
- Gesundheit/Soziales
- Handel
- Öffentliche Verwaltung
- Produktion/Industrie
- Technik/Telekommunikation
- Verkehr/Logistik
- andere Branche, und zwar
- keine Angabe

Haben Sie Erfahrung mit der Verrichtung Ihrer Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen (Homeoffice)?

- Ja, ich arbeite durchschnittlich ca.  Stunden pro Woche von zu Hause für ein Unternehmen.
- Nein
- keine Angabe

Haben Sie Erfahrung mit der Verrichtung Ihrer Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen (virtueller Arbeit)?

- Ja, ich arbeite durchschnittlich ca.  Stunden pro Woche mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen.
- Nein
- keine Angabe

Weiter



## Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Ich möchte mich sehr herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Falls Sie Fragen oder Feedback zur Umfrage bzw. zur Studie haben, freue ich mich über Ihre E-Mail an [angelika.liebhaber@mail.fernfh.ac.at](mailto:angelika.liebhaber@mail.fernfh.ac.at)

### Möchten Sie in Zukunft an interessanten und spannenden Online-Befragungen teilnehmen?

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie Ihre E-Mail-Adresse für das SoSci Panel anmelden und damit wissenschaftliche Forschungsprojekte unterstützen.

E-Mail:

Die Teilnahme am SoSci Panel ist freiwillig, unverbindlich und kann jederzeit widerrufen werden. Das SoSci Panel speichert Ihre E-Mail-Adresse nicht ohne Ihr Einverständnis, sendet Ihnen keine Werbung und gibt Ihre E-Mail-Adresse nicht an Dritte weiter.

Sie können das Browserfenster selbstverständlich auch schließen, ohne am SoSci Panel teilzunehmen.

## Anhang B: Codebuch

Variable	Frage	Antwortmöglichkeiten
SM01 Geschlecht	"Welches Geschlecht haben Sie bzw. welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?"	1 = weiblich
		2 = männlich
		4 = divers
		5 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM02 Alter	"Wie alt sind Sie?"	1 = SM02_01
		2 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM02_01	Keine Beschreibung	Offene Eingabe
SM03 Ausbildung	"Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?"	2 = Hauptschulabschluss
		3 = Pflichtschulabschluss

		6 = Lehre
		5 = Berufsbildende mittlere Schule
		8 = Matura/Reifeprüfung
		9 = Hochschulabschluss
		10 = SM03_10
		11 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM03_10	anderer Abschluss, und zwar	Offene Texteingabe
SM05 Einkommen	"Wie viel Geld haben Sie im Durchschnitt pro Monat in Ihrem Haushalt zur Verfügung?"	1 = < 500€
		2 = 500€ - 1000€
		3 = 1001€ - 1500€
		4 = 1501€ - 2000€
		5 = 2001€ - 2500€
		6 = 2501€ - 3000€
		7 = 3001€ - 3500€
		8 = 3501€ - 4000€
		9 = > 4000€
		10 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM06 Familienstand	"Welchen Familienstand haben Sie?"	1 = ledig
		8 = nicht eheliche Lebensgemeinschaft
		2 = verheiratet/eingetragene Partnerschaft
		4 = geschieden/aufgelöste eingetragene Partnerschaft

		7 = verwitwet/hinterbliebene eingetragene Partnerin/hinterbliebener eingetragener Partner
		9 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM07 Tätigkeit	"Welche Tätigkeit(en) üben Sie im Moment aus?"	Anzahl ausgewählter Optionen
SM07_01	Schülerin/Schüler, Studentin/Student	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_02	Angestellte/Angestellter, Arbeiterin/Arbeiter	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_13	Beamtin/Beamter	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_14	Büroarbeit	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_03	Hausarbeit, Erziehungsarbeit, Pflegearbeit	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_04	Selbstständig	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_05	Arbeit suchend	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_06	In Pension/Im Ruhestand	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_11	keine Angabe	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt
SM07_12	andere Tätigkeit, und zwar	1 = nicht gewählt
		2 = ausgewählt = SM07_12a
SM07_12a	andere Tätigkeit, und zwar	offene Texteingabe

SM09 Erfahrung HO	"Haben Sie Erfahrung mit der Verrichtung Ihrer Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen (Homeoffice)?"	1 = SM09_01
		2 = Nein
		3 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM09_01	Ja, ich arbeite durchschnittlich ca. ... Stunden pro Woche von zu Hause für ein Unternehmen.	Offene Texteingabe
SM10 ErfahrungVA	"Haben Sie Erfahrung mit der Verrichtung Ihrer Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologie?"	1 = SM10_01
		2 = Nein
		3 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM10_01	Ja, ich arbeite durchschnittlich ca. ... Stunden pro Woche mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen.	Offene Texteingabe
SM12 Betreuungspflichtige Personen	"Wie viele betreuungspflichtige Kinder und/oder andere betreuungspflichtige Personen leben in Ihrem Haushalt?"	1 = 0
		2 = 1-2
		3 = 3-4
		4 = 5 oder mehr
		5 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM13 Branche	"In welcher Branche sind Sie tätig?"	1 = Banken/Versicherungen
		2 = Bau
		3 = Bildung
		4 = Energie
		5 = Gesundheit/Soziales
		10 = Handel
		6 = Öffentliche Verwaltung

		7 = Produktion/Industrie
		11 = Technik/Telekommunikation
		12 = Verkehr/Logistik
		8 = andere Branche, und zwar
		9 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM13_08	andere Branche, und zwar	Offene Texteingabe
SM14 Führungsverantwortung	"Haben Sie Führungsverantwortung?"	1 = SM14_01
		2 = nein
		3 = keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
SM14_01	ja, seit ... Jahren.	Offene Texteingabe
PA01 Freie Nennung Präsenzarbeit	Bitte nennen Sie Begriffe, Ideen, Gedanken oder Stichwörter, die Ihnen spontan zu Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens (Präsenzarbeit) einfallen.	
PA01x01	<i>Nennung 1</i>	Offene Texteingabe
PA01x02	<i>Nennung 2</i>	Offene Texteingabe
PA01x03	<i>Nennung 3</i>	Offene Texteingabe
PA01x04	<i>Nennung 4</i>	Offene Texteingabe
PA01x05	<i>Nennung 5</i>	Offene Texteingabe
PA01x06	<i>Nennung 6</i>	Offene Texteingabe
PA01x07	<i>Nennung 7</i>	Offene Texteingabe
PA01x08	<i>Nennung 8</i>	Offene Texteingabe
PA01x09	<i>Nennung 9</i>	Offene Texteingabe
PA01x10	<i>Nennung 10</i>	Offene Texteingabe

PA02 Wahrnehmung Präsenzarbeit	Bitte geben Sie an, ob Sie die von Ihnen genannten Begriffe zu Arbeit vor Ort im Büro eines Unternehmens (Präsenzarbeit) als positiv, neutral oder negativ bewerten.	
PA02_01	zu PA01x01	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_02	zu PA01x02	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_03	zu PA01x03	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_04	zu PA01x04	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_05	zu PA01x05	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_06	zu PA01x06	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_07	zu PA01x07	1 = positiv

		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_08	zu PA01x08	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_09	zu PA01x09	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
PA02_10	zu PA01x10	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO01 Freie Nennungen Homeoffice	Bitte nennen Sie Begriffe, Ideen, Gedanken oder Stichwörter, die Ihnen spontan zu Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen (Homeoffice) einfallen.	
HO01x01	<i>Nennung 1</i>	Offene Texteingabe
HO01x02	<i>Nennung 2</i>	Offene Texteingabe
HO01x03	<i>Nennung 3</i>	Offene Texteingabe
HO01x04	<i>Nennung 4</i>	Offene Texteingabe
HO01x05	<i>Nennung 5</i>	Offene Texteingabe
HO01x06	<i>Nennung 6</i>	Offene Texteingabe
HO01x07	<i>Nennung 7</i>	Offene Texteingabe
HO01x08	<i>Nennung 8</i>	Offene Texteingabe
HO01x09	<i>Nennung 9</i>	Offene Texteingabe
HO01x10	<i>Nennung 10</i>	Offene Texteingabe

HO02 Wahrnehmung Home-office	Bitte geben Sie an, ob Sie die von Ihnen genannten Begriffe zu Arbeit von zu Hause für ein Unternehmen (Homeoffice) als positiv, neutral oder negativ bewerten.	
HO02_01	zu HO01x01	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_02	zu HO01x02	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_03	zu HO01x03	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_04	zu HO01x04	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_05	zu HO01x05	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_06	zu HO01x06	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_07	zu HO01x07	1 = positiv



		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_08	zu HO01x08	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_09	zu HO01x09	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
HO02_10	zu HO01x10	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA01 Freie Nennungen Virtuelle Arbeit	Bitte nennen Sie Begriffe, Ideen, Gedanken oder Stichwörter, die Ihnen spontan zu Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen (virtuelle Arbeit) einfallen.	
VA01x01	Nennung 1	Offene Texteingabe
VA01x02	Nennung 2	Offene Texteingabe
VA01x03	Nennung 3	Offene Texteingabe
VA01x04	Nennung 4	Offene Texteingabe
VA01x05	Nennung 5	Offene Texteingabe
VA01x06	Nennung 6	Offene Texteingabe
VA01x07	Nennung 7	Offene Texteingabe
VA01x08	Nennung 8	Offene Texteingabe
VA01x09	Nennung 9	Offene Texteingabe

VA01x10	<i>Nennung 10</i>	Offene Texteingabe
VA02 Wahrnehmung Virtuelle Arbeit	Bitte geben Sie an, ob Sie die von Ihnen genannten Begriffe zu Arbeit mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien ortsunabhängig für ein Unternehmen (virtuelle Arbeit) als positiv, neutral oder negativ bewerten.	
VA02_01	<i>zu VA01x01</i>	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_02	<i>zu VA01x02</i>	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_03	<i>zu VA01x03</i>	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_04	<i>zu VA01x04</i>	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_05	<i>zu VA01x05</i>	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_06	<i>zu VA01x06</i>	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ

		-9 = nicht beantwortet
VA02_07	zu VA01x07	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_08	zu VA01x08	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_09	zu VA01x09	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
VA02_10	zu VA01x10	1 = positiv
		2 = neutral
		3 = negativ
		-9 = nicht beantwortet
RA01_CP Randomisierung: Vollständige Leerungen der Urne bisher		
RA01x01	<i>Randomisierung: Gezogener Code (1)</i>	1 = PA1-PA2
		2 = HO1-HO2
		3 = VA1-VA2
RA01x02	<i>Randomisierung: Gezogener Code (2)</i>	1 = PA1-PA2
		2 = HO1-HO2
		3 = VA1-VA2
RA01x03	<i>Randomisierung: Gezogener Code (3)</i>	1 = PA1-PA2
		2 = HO1-HO2
		3 = VA1-VA2

## Anhang C: Ergänzende Tabellen und Abbildungen

Tabelle 15: Überblick über die soziodemographischen Daten der Teilnehmenden

Geschlecht		
Frauen	84	64,6%
Männer	45	34,6%
keine Angabe	1	0,8%
Alter in Jahren		
Mittelwert (Standardabweichung)	37.95 (10.89)	
Range	16 - 69	
keine Angabe	4	3,1%
Familienstand		
ledig	29	22,3%
nicht eheliche Lebensgemeinschaft	40	30,8%
verheiratet/eingetragene Partnerschaft	54	41,5%
geschieden/aufgelöste eingetragene Partnerschaft	2	1,5%
verwitwet/hinterbliebene eingetragene Partnerin/hinterbliebener eingetragener Partner	1	0,8%
keine Angabe	4	3,1%
Anzahl betreuungspflichtiger Kinder und/oder andere betreuungspflichtige Personen im gemeinsamen Haushalt		
0	84	64,6%
1-2	37	28,5%
3-4	5	3,8%
5 oder mehr	-	-
keine Angabe	4	3,1%
Höchster Bildungsabschluss		
Hauptschulabschluss	1	0,8%
Pflichtschulabschluss	-	-
Lehre	5	3,8%
Berufsbildende mittlere Schule	4	3,1%
Matura/Reifeprüfung	45	34,6%
Hochschulabschluss	70	53,8%
anderer Abschluss	4	3,1%
keine Angabe	1	0,8%
Momentan ausübende Tätigkeit(en)		

Schülerin/Schüler, Studentin/Student	26	20,0%
Angestellte/Angestellter, Arbeiterin/Arbeiter	96	73,8%
Beamtin/Beamter	6	4,6%
Büroarbeit	28	21,5%
Hausarbeit, Erziehungsarbeit, Pflegearbeit	7	5,4%
Selbstständig	10	7,7%
Arbeitsuchend	2	1,5%
In Pension/Im Ruhestand	1	0,8%
andere Tätigkeit	2	1,5%
keine Angabe	4	3,1%
<hr/>		
Führungsverantwortung		
ja	35	26,9%
Anzahl der Jahre		
Mittelwert (Standardabweichung)	13.24 (11.67)	
Range	1 - 41	
nein	93	71,5%
keine Angabe	2	1,5%
<hr/>		
Monatliches Nettoeinkommen im Haushalt		
< 500€	1	0,8%
500€ - 1000€	4	3,1%
1001€ - 1500€	2	1,5%
1501€ - 2000€	15	11,5%
2001€ - 2500€	8	6,2%
2501€ - 3000€	17	13,1%
3001€ - 3500€	12	9,2%
3501€ - 4000€	7	5,4%
> 4000€	33	25,4%
keine Angabe	31	23,8%
<hr/>		
Branche		
Banken/Versicherungen	7	5,4%
Bau	1	0,8%
Bildung	11	8,5%
Energie	2	1,5%
Gesundheit/Soziales	20	15,4%
Handel	14	10,8%
Öffentliche Verwaltung	6	4,6%

Produktion/Industrie	29	22,3%
Technik/Telekommunikation	11	8,5%
Verkehr/Logistik	1	0,8%
andere Branche	17	13,1%
keine Angabe	11	8,5%
<hr/>		
Erfahrung mit Homeoffice		
ja	102	78,5%
Ø Stundenanzahl pro Woche		
Mittelwert (Standardabweichung)		17.88 (11.94)
Range		0 – 45
nein	18	13,8%
keine Angabe	10	7,7%
<hr/>		
Erfahrung mit virtueller Arbeit		
ja	81	62,3%
Ø Stundenanzahl pro Woche		
Mittelwert (Standardabweichung)		16.19 (11.34)
Range		0 - 40
nein	36	27,7%
keine Angabe	13	10,0%

Quelle: eigene Darstellung

Tabelle 16: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Frauen

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
soziale Kontakte	6,35%	0,47
Kommunikation	5,95%	0,40
Pendeln	5,16%	0,64
Kolleginnen und Kollegen	4,76%	0,34
gemeinsame Pausen	3,17%	0,73
Team	2,98%	0,45
Großraumbüro	1,39%	0,69
Ablenkungen	1,39%	0,69
Abgrenzung von Arbeit und Freizeit	1,19%	0,68
Stress	0,99%	0,59
Spaß	0,99%	0,68
Besprechungen	0,99%	0,62
Pausen	0,99%	0,52
unflexibel	0,99%	0,93
Kontrolle	0,99%	0,74
Lärm	0,99%	0,21

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 17: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Männer

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
Kommunikation	6,76%	0,60
Pendeln	6,76%	0,65
soziale Kontakte	4,98%	0,43
Besprechungen	4,27%	0,56
Kolleginnen und Kollegen	3,91%	0,45
gemeinsame Pausen	3,20%	0,78
Ablenkungen	2,85%	0,66
Team	2,14%	0,44
Lärm	1,78%	0,54
Abgrenzung von Arbeit und Freizeit	1,42%	0,73
Spaß	1,42%	0,63
Arbeitszeit	1,42%	0,57
Smalltalk	1,07%	0,62
Stress	1,07%	0,51

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 18: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Frauen

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
flexibel	7,00%	0,48
MS Teams	4,16%	0,36
Internet	3,28%	0,48
ortsungebunden	3,06%	0,55
kein Pendeln	2,63%	0,68
Videobesprechungen	2,63%	0,53
freie Zeiteinteilung	2,63%	0,52
Erreichbarkeit	1,97%	0,58
Homeoffice	1,97%	0,42
unabhängig	1,75%	0,60
effizient	1,75%	0,56
Skype	1,31%	0,37
Laptop	1,31%	0,40
Vertrauen	1,09%	0,66

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 19: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Männer

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
flexibel	7,20%	0,45
Internet	4,40%	0,57
Erreichbarkeit	3,20%	0,62
MS Teams	2,40%	0,39
Videobesprechungen	2,40%	0,39
Smartphone	2,00%	0,52
Homeoffice	1,60%	0,45
ortsungebunden	1,60%	0,52
unabhängig	1,60%	0,77
Laptop	1,60%	0,40
Vertrauen	1,60%	0,79
effizient	1,60%	0,40
freie Zeiteinteilung	1,20%	0,69
Cloud	1,20%	0,67
Zukunft	1,20%	0,65
VPN	1,20%	0,69
kein Pendeln	1,20%	0,96

Quelle: Eigene Darstellung



Tabelle 20: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Home-office“ der teilnehmenden Frauen

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
flexibel	5,45%	0,41
kein Pendeln	4,85%	0,50
Konzentration	3,43%	0,56
Ruhe	2,83%	0,30
freie Zeiteinteilung	2,42%	0,36
Ablenkungen	2,02%	0,56
Vertrauen	2,02%	0,73
Internet	1,82%	0,56
Videobesprechungen	1,62%	0,75
Erreichbarkeit	1,62%	0,66
Zeitersparnis	1,41%	0,52
Arbeitsplatz	1,21%	0,56
MS Teams	1,01%	0,31
Work-Life-Balance	1,01%	0,47
alleine	1,01%	0,59

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 21: Relative Häufigkeiten und relative mittlere Ränge zum Stimulus „Home-office“ der teilnehmenden Männer

Assoziation	Relative Häufigkeit	Relativer mittlerer Rang
kein Pendeln	4,95%	0,42
flexibel	4,95%	0,40
Konzentration	2,47%	0,60
Ablenkungen	2,12%	0,68
Videobesprechungen	2,12%	0,77
Internet	1,77%	0,38
Erreichbarkeit	1,77%	0,51
weniger Ablenkungen	1,77%	0,47
freie Zeiteinteilung	1,77%	0,63
Arbeitszeit	1,41%	0,67
Ruhe	1,41%	0,16
MS Teams	1,41%	0,46
effizient	1,41%	0,26
Abgrenzung von Arbeit und Freizeit	1,41%	0,61
alleine	1,41%	0,71
selbstständig	1,06%	0,51
virtuell	1,06%	0,56
Laptop	1,06%	0,46
Homeoffice	1,06%	0,44
Keine Abgrenzung von Arbeit und Freizeit	1,06%	0,49

Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 19: Gegenüberstellung aller in 4.1.2.1 behandelten Assoziationen zum Stimulus „Präsenzarbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer

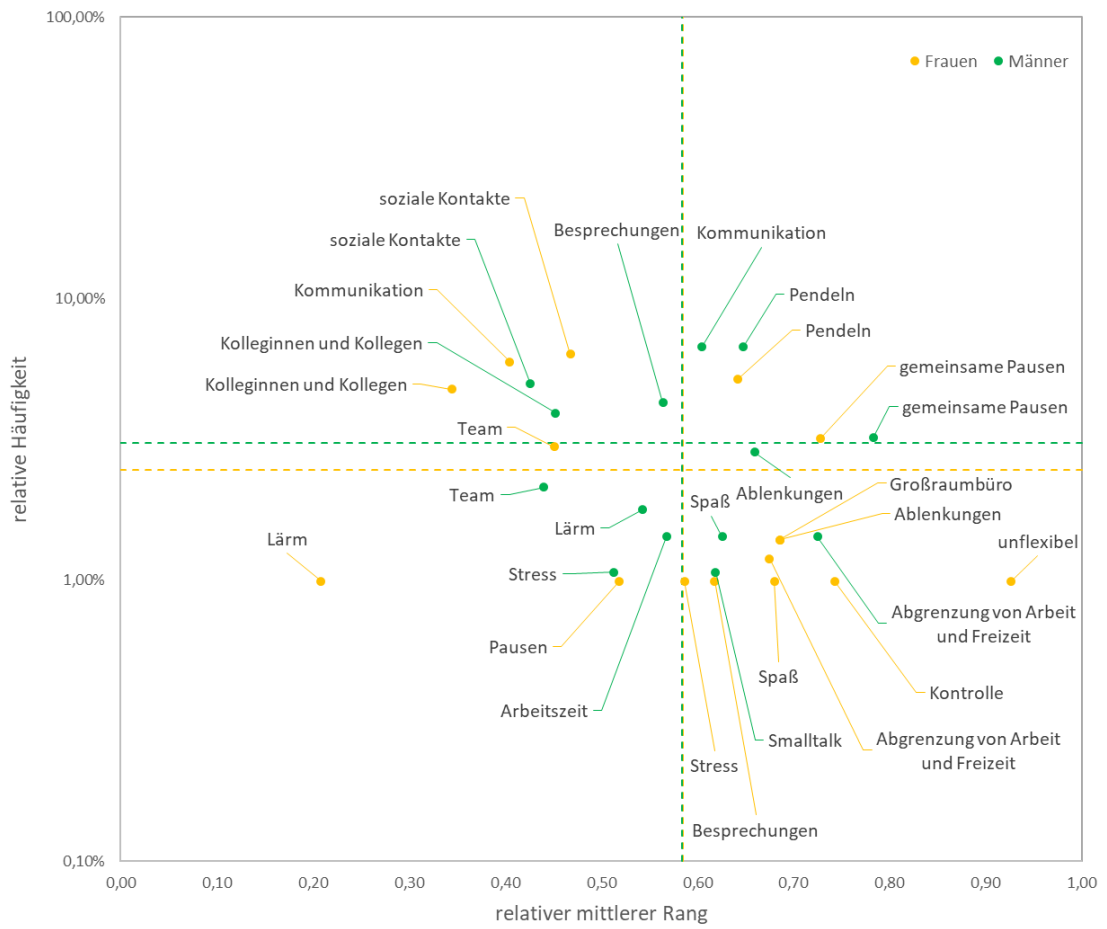


Abbildung 20: Gegenüberstellung aller in 4.1.2.2 behandelten Assoziationen zum Stimulus „Virtuelle Arbeit“ der teilnehmenden Frauen und Männer

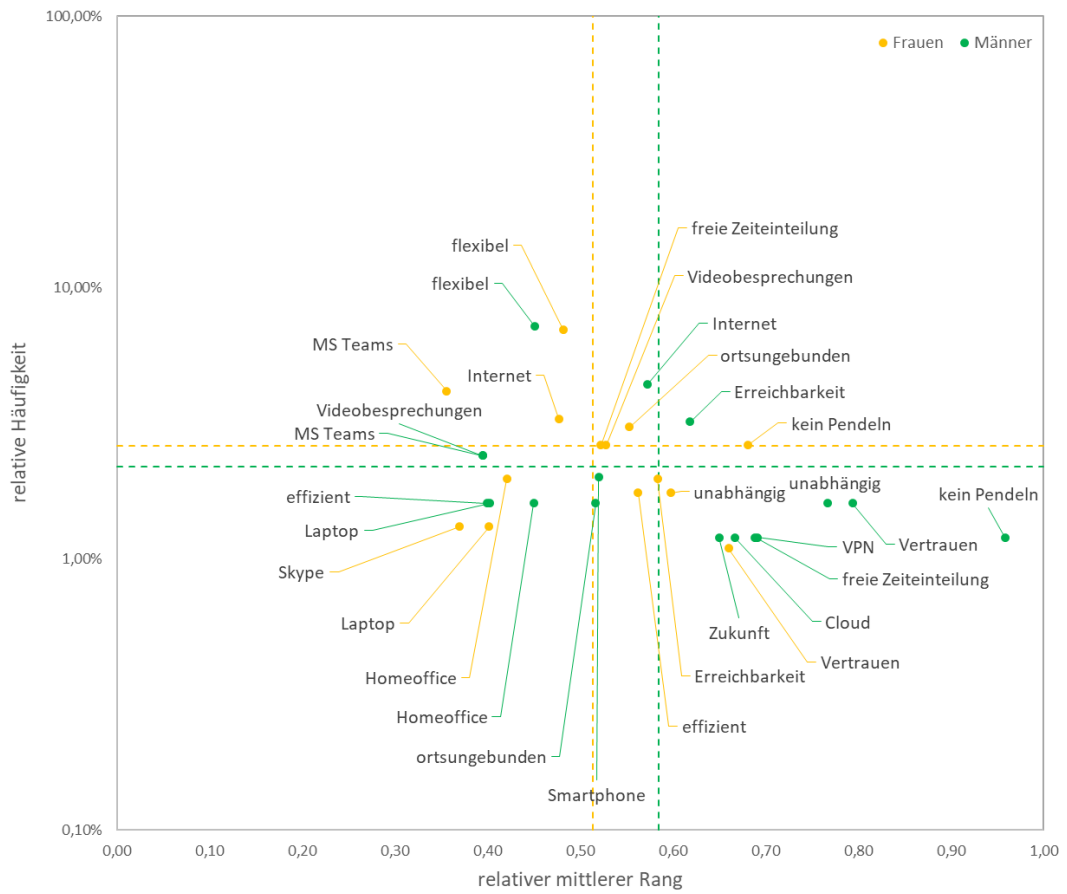
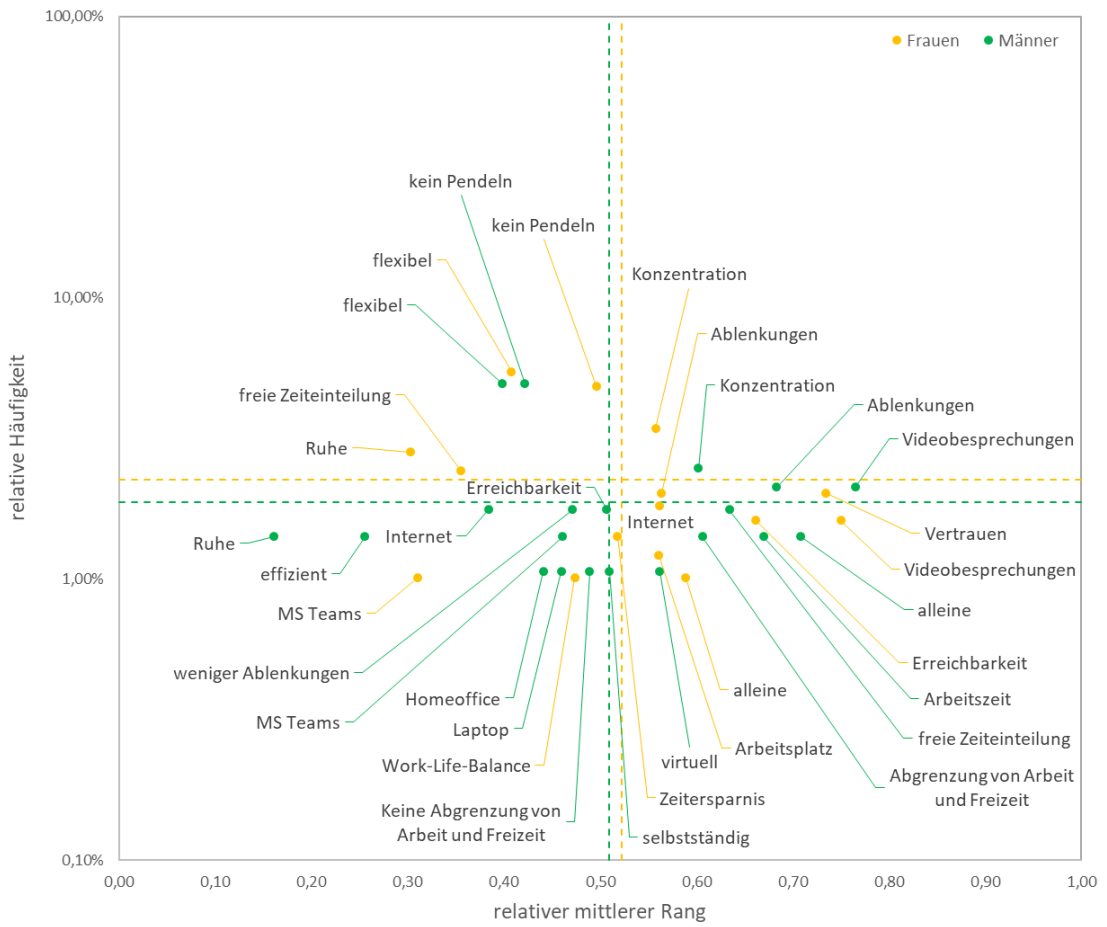


Abbildung 21: Gegenüberstellung aller in 4.1.2.3 behandelten Assoziationen zum Stimulus „Homeoffice“ der teilnehmenden Frauen und Männer



## **Anhang D: Rohdaten**

Die Rohdaten können bei Bedarf von der Autorin über die E-Mail-Adresse [angelika.liebhaber@mail.fernfh.ac.at](mailto:angelika.liebhaber@mail.fernfh.ac.at) angefordert werden.