

Die soziale Repräsentation von Home-Office – Die Wahrnehmung von Home-Office aus Sicht der österreichischen Bevölkerung

Masterarbeit

Am 23.05.2023

Studiengang „Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie“
an der Ferdinand Porsche FERNFH

Eva-Maria Hochwarter, B.A.

01311015

Begutachter/in: Ing. Vivien Marx, B.A. M.A.

Wien, Mai 2023

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.

23.05.2023

Hochwarter Eva-Maria

Unterschrift

Zusammenfassung

Das Arbeitsmodell Home-Office ist allgegenwärtig und hat durch die Digitalisierung und die COVID-19 Pandemie einen regelrechten Boom erfahren. Insbesondere seit dem Ausbruch der COVID-19 Krise im Jahr 2020 ist es für viele Erwerbstätige zum Standard geworden, ihre beruflichen Tätigkeiten in privaten Wohnräumen auszuüben. Home-Office weist Vor- und Nachteile auf, wodurch sich in der Literatur Ambivalenzen abzeichnen. Doch wie nehmen Menschen Home-Office derzeit wirklich wahr? Die vorliegende Masterarbeit geht dieser Forschungslücke nach und untersucht die Einstellungen der österreichischen Bevölkerung zu Home-Office anhand von sozialen Repräsentationen. Ziel dieser Arbeit ist es, ein Verständnis dafür zu entwickeln, was Österreicher*innen über Home-Office denken und praktische Implikationen für die zukünftige Gestaltung der Arbeit abzuleiten. Die sozialen Repräsentationen wurden mithilfe von freien Assoziationen in einem Online-Fragebogen erfasst und durch qualitative und quantitative Analysen ausgewertet. Für die Untersuchung, ob demografische Merkmale die Wahrnehmung von Home-Office beeinflussen, wurden die sozialen Repräsentationen basierend auf dem Geschlecht und die Wohnsituation auf Unterschiede überprüft. Die Ergebnisse zeigen ein überwiegend positives Stimmungsbild der Österreicher*innen zu Home-Office. Dabei sind die Assoziationen „Flexibilität“, „Ruhe“, „keine Anfahrtswege“ und „länger schlafen“ fest in den Gedanken der Österreicher*innen verankert. Unterschiede in den sozialen Repräsentationen konnten insbesondere in Hinblick auf das Geschlecht und die Nutzung von Home-Office festgestellt werden.

Schlüsselbegriffe: Home-Office, Telework, soziale Repräsentation, freie Assoziationen, Wahrnehmung, COVID-19 Pandemie

Abstract

The home office work model is ubiquitous and has experienced a real boom as a result of digitization and the COVID-19 pandemic. Particularly since the outbreak of the COVID-19 crisis in 2020, home office has become the standard for many employed persons to carry out their professional activities in private living spaces. Home office has both advantages and disadvantages, creating contradictions in the literature. But how do people really perceive home office at present? This master thesis investigates this research gap and examines the attitudes of the Austrian population towards home office based on social representations. The aim of this study is to develop an understanding of what Austrians think about home office and to define practical implications for the future design of work. The social representations were collected by means of free associations in an online questionnaire and assessed by qualitative and quantitative analyses. To investigate whether demographic characteristics influence the perception of home office, social representations based on gender and housing situation were examined for differences. The results show that Austrians have a predominantly positive attitude towards home office. The associations "flexibility", "quietness", "no commuting" and "sleeping longer" are firmly anchored in the minds of Austrians. Differences in the social representations were found in particular with regard to gender and the use of home office.

Keywords: home office, telework, social representations, free associations, perception, COVID-19 pandemic

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Aktueller Forschungsstand	1
1.2	Problemstellung und Forschungsfrage	5
1.3	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	6
2	Theoretischer Hintergrund	8
2.1	Home-Office	8
2.1.1	Begriffsdefinitionen, Abgrenzung und Erläuterungen	8
2.1.2	Vorteile von Home-Office	9
2.1.3	Nachteile von Home-Office	13
2.1.4	Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf Home-Office	18
2.2	Theorie der sozialen Repräsentation	20
2.2.1	Soziale Repräsentationen	20
2.2.2	Zentrale Kerntheorie	24
3	Empirischer Teil	27
3.1	Hypothesen	27
3.2	Methode	30
3.2.1	Studiendesign	30
3.2.2	Erhebungsinstrument	31
3.3	Soziale Repräsentation	33
3.3.1	Freie Assoziationen	33
3.3.2	Polaritäts- und Neutralitätsindex	35
3.3.3	Kern-Peripherie-Analyse	36
3.4	Durchführung der empirischen Untersuchung	39
3.5	Datenbereinigung und vorbereitende Analysen	40
3.6	Untersuchungsteilnehmer*innen/Stichprobe	43
4	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	49
4.1	Soziale Repräsentation	49

4.1.1	Analyse der freien Assoziationen	49
4.1.2	Analyse der Bewertungen zu den Assoziationen.....	50
4.1.3	Home-Office Nutzung.....	53
4.1.4	Kern-Peripherie-Analyse	54
4.1.5	Korrespondenzanalyse	64
5	Diskussion und Ausblick	73
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	73
5.2	Interpretation und Diskussion der Ergebnisse	75
5.3	Kritische Betrachtung der Ergebnisse.....	80
5.4	Bedeutung der Ergebnisse für zukünftige Forschungen	82
5.5	Praktische Implikationen.....	83
	Literaturverzeichnis	86
	Abbildungsverzeichnis	95
	Tabellenverzeichnis	96
	Anhang	

1 Einleitung

Das erste Kapitel dieser Arbeit zeigt den aktuellen Forschungsstand, die Problemstellung sowie die Herleitung der Forschungsfrage auf. Dabei wird einleitend auf die voranschreitende Digitalisierung, die COVID-19 Pandemie und die damit einhergehenden Auswirkungen auf das berufliche Umfeld wie die breitflächige Etablierung der Arbeitsform Home-Office eingegangen. Zuletzt werden die Zielsetzung sowie der Aufbau dieser Arbeit erläutert.

1.1 Aktueller Forschungsstand

Das digitale Zeitalter ist geprägt durch die umfassende Nutzung von Kommunikations- und Informationstechnologien. Große Datenmengen werden durch die hohe Verfügbarkeit von Geräten, Softwares und technischen Infrastrukturen generiert und verbreitet. Unternehmen nutzen die digitale Revolution, um mithilfe von modernen Technologien neue Arbeitsweisen zu fördern, während traditionelle Arbeitsformen zunehmend an Bedeutung verlieren. Dabei sind zeitliche und örtliche Flexibilität, Innovationen und die Verwendung von modernen Technologien wesentlich für die effiziente Reaktion auf Marktbedürfnisse sowie die Erreichung von individuellen und organisationalen Zielen. (Grant & Russell, 2020, S. 3ff.) Digitale Technologien haben in Verbindung mit einer hohen Internetleistung eine Verschmelzung der Arbeit in Hinblick auf Raum und Zeit bewirkt. Zugleich wächst der gesellschaftliche Wunsch nach einer individuellen und bedürfnisorientierten Anpassung von Arbeitszeiten und -orten. (Schmoll & Süß, 2021, S. 16f.) Im Zuge dieser Entwicklung etablieren Unternehmen immer häufiger flexible Arbeitsmodelle, um sich gegenüber hochqualifizierten Talenten als attraktive Arbeitgeber*innen zu präsentieren (Schmoll & Süß, 2019, S. 40).

Home-Office stellt eine Arbeitsform dar, welche durch das orts- und zeitflexible Ausüben von Tätigkeiten charakterisiert ist (Grant & Russell, 2020, S. 7; Messenger et al., 2017, S. 1). Dieses Arbeitsmodell hat seit Mitte der 1980er-Jahre aufgrund technischer Innovationen und sinkenden Preisen elektronischer Geräte eine wichtige Rolle eingenommen (DuBrin & Barnard, 1993, S. 13; Montreuil & Lippel, 2002, S. 339). Home-Office ist die weitverbreitetste Form von Telework und umfasst die Arbeitsverrichtung von zu Hause bei Nutzung von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien (Di Martino & Wirth, 1990, S. 530). Anfänglich wurde Home-Office aufgrund der Reduktion von arbeitsbezogenen Kosten und der Steigerung von Produktivität und Profitabilität vom Management unterstützt (Bellmann & Hübler, 2021, S. 424). Inzwischen hat Home-Office jedoch das Interesse von Arbeitgeber*innen geweckt, anhand dieses

Arbeitsmodells flexibel auf die Bedürfnisse der Belegschaft und der Organisation einzugehen (Montreuil & Lippel, 2002, S. 340f.).

Die Etablierung von Home-Office wurde insbesondere durch die COVID-19 Pandemie vorangetrieben (Lindner, 2022, S. 6; Umishio et al., 2021, S. 1). Anfang des Jahres 2020 haben zahlreiche Regierungen Unternehmen aufgefordert, Mitarbeiter*innen in das Home-Office zu versetzen, um diese vor der Krankheit COVID-19 zu schützen. Nach der anfänglichen Verlagerung von an COVID-19 erkrankten Mitarbeitenden und betreuungspflichtigen Eltern in das Home-Office wurde die Arbeitsverrichtung von zu Hause auf alle Arbeitnehmer*innen, wessen Tätigkeit mithilfe von Technologien ausgeübt werden kann, ausgeweitet. (Belzunegui-Eraso & Erro-Garcés, 2020, S. 1f.) Seitdem ist Home-Office im deutschen Raum omnipräsent (Scholtz, 2020). Umfragen zeigen, dass die Anzahl an im Home-Office arbeitenden Personen im Vergleich zum Zeitpunkt vor der COVID-19 Pandemie vielfach höher ist (Frost, 2021, S. 303). In der Studie von Kellner, Korunka, Kubicek und Wolfsberger (2020, S. 6) gaben 90% der befragten 300 österreichischen Unternehmen zwischen April und Mai 2020 an, dass mindestens die Hälfte der Mitarbeitenden im Home-Office arbeitet. In beinahe 60% der befragten Unternehmen arbeiteten in diesem Zeitraum alle Mitarbeitenden mit Ausnahme von wenigen Schlüsselkräften im Home-Office (Kellner et al., 2020, S. 6). Laut der OGM Gesellschaft für Marketing (2021, S. 5) nutzten im Jahr 2020 39% der unselbstständigen Erwerbstätigen, in Summe 1.5 Millionen Österreicher*innen, mindestens zeitweise Home-Office.

Vor der COVID-19 Krise wurde Home-Office von Arbeitgebenden nur bedingt umgesetzt (Kellner et al., 2020, S. 6). Laut der Studie von Kellner et al. (2020, S. 4ff.) wurde Home-Office vor der Pandemie zwar grundsätzlich von mehr als 90% der befragten österreichischen Unternehmen ermöglicht, jedoch war die Inanspruchnahme oftmals nur einer geringen Anzahl an Einzelpersonen oder bestimmten Zielgruppen vorbehalten. Die vergleichsweise seltene Nutzung von Home-Office konnte auf verschiedene Ursachen wie eine unzureichende technologische Ausstattung oder eine hohe Relevanz von physischer Präsenz zurückgeführt werden. Darüber hinaus wurde Home-Office aufgrund von unklaren Rahmenbedingungen oder der Skepsis von Vorgesetzten und dem Management kritisch betrachtet. (Kellner et al., 2020, S. 6) Vorgesetzte hatten die Befürchtung, dass im Home-Office weniger produktiv gearbeitet wird und die Kontrolle von Mitarbeitenden verloren geht (Müller, Lalive & Lavanchy, 2020, S. 15).

Wie sich zeigt, stellte die COVID-19 Krise eine Ausnahmesituation dar, welche die Arbeitswelt nachhaltig verändert hat (Costa et al., 2022, S. 1ff.; Frost, 2021, S. 303f.). Die Boston Consulting Group (Dahik et al., 2020) spricht im Zusammenhang mit der COVID-19 Pandemie von dem "world's biggest-ever workplace experiment", welches

bedeutende Erkenntnisse für die Organisation der Arbeit brachte. Durch die COVID-19 Krise waren Arbeitgeber*innen und Erwerbstätige gefordert, arbeitsbedingte Prozesse zu überdenken (Müller et al., 2020, S. 15). Organisationen standen vor der Herausforderung, Fähigkeiten zur Harmonisierung von hybriden Arbeitsumgebungen unter Beweis zu stellen (Costa et al., 2022, S. 10). Im Jahr 2020 verwendeten etwa 85% der von Kellner et al. (2020, S. 5) befragten Unternehmen mehr Kommunikationstools als vor der Pandemie. Für viele Arbeitgeber*innen stellte die Verlagerung der Arbeit in das Home-Office regelrecht einen Sprung ins kalte Wasser dar, da aufgrund eingeschränkter Kontrollmöglichkeiten Mitarbeitenden Vertrauen zugesichert werden musste (Kellner et al., 2020, S. 11). In diesem Zusammenhang nahm die Eigenverantwortung von Mitarbeitenden zu, Arbeitsabläufe und -umgebungen im Home-Office entsprechend zu organisieren, sodass effizient gearbeitet werden kann (Jeske, Schmidt & Gadatsch, 2022, S. 1005f.).

Doch nicht alle Arbeitnehmer*innen nehmen Home-Office ähnlich wahr, da Home-Office und klassische Arbeitsplätze je nach Situation, Kontext und Rahmenbedingungen unterschiedliche Auswirkungen auf das subjektive Wohlbefinden haben können (Aidla, Kindsiko, Poltimäe & Hääl, 2022, S. 15; Song & Goa, 2019, S. 2650). Nach Mirchandani (2000, S. 159) bestehen in den Medien und der Literatur zwei gegensätzliche Vorstellungen von Home-Office. Während manche Menschen mit Home-Office die ideale Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbinden, assoziieren Andere Home-Office mit überarbeiteten Erwerbstätigen, welche konstantem Stress, Ängsten und einer Verschmelzung von Berufs- und Familienleben ausgesetzt sind (Mirchandani, 2000, S. 159ff.). Ein ähnlich ambivalentes Bild zeichnet sich in Bezug auf den Arbeitsaufwand im Home-Office ab, um ein weiteres Beispiel zu nennen. Nach Song und Goa (2019, S. 2651) leisten Erwerbstätige im Home-Office mehr Arbeitsstunden, wodurch Erholungsmöglichkeiten eingeschränkt werden. Hill, Ferris und Märtinson (2003, S. 233) konnten demgegenüber keinen eindeutigen Zusammenhang zwischen Home-Office und einer höheren Anzahl an Arbeitsstunden im Vergleich zu traditionellen Büros feststellen.

Ein Faktor, welcher für die differente Wahrnehmung von Home-Office ausschlaggebend ist, stellt eine Elternschaft dar (Aichinger, Hornberger, Wagner, Jonek & Kögler, 2021, S. 14ff.; Song & Goa, 2019, S. 2664). Für Beschäftigte mit Kindern sind bei einer flexiblen Zeiteinteilung im Home-Office Möglichkeiten zur Kinderbetreuung gegeben (Lott, 2019, S. 5ff.). Jedoch sind betreuungspflichtige Eltern oftmals mit Konflikten in Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf konfrontiert (Song & Goa, 2019, S. 2662ff.). In der Umfrage von Aichinger et al. (2021, S. 13f.) nannten 76% der Mitarbeiter*innen mit Betreuungspflichten den erhöhten Aufwand der Kinderbetreuung als Folge der Schließung

von Schulen und Kinderbetreuungseinrichtungen als größte Herausforderung der COVID-19 Pandemie, während mit 44% die räumliche Arbeitssituation im Home-Office, wie zum Beispiel fehlende eigene Büroräume oder die Anwesenheit mehrerer Personen, als zweitgrößte Herausforderung genannt wurde. Im Vergleich dazu empfanden 41% der Arbeitnehmer*innen ohne Betreuungspflichten die Verlagerung der Arbeit in das Home-Office als größte Herausforderung der COVID-19 Krise, gefolgt von der Mehrfachbelastung aufgrund eines höheren Arbeitsvolumens mit 37%. (Aichinger et al., 2021, S. 13f.) In diesem Zusammenhang ist von einem stärkeren Einfluss von Home-Office auf Elternanteile im Vergleich zu Personen ohne Kinder auszugehen (Song & Goa, 2019, S. 2662ff.). Laut einer Studie der OGM Gesellschaft für Marketing (2021, S. 6) ist die Möglichkeit, Home-Office zu nutzen, für Eltern noch bedeutender als für Arbeitnehmer*innen ohne Kinder. Dabei ist eine Betreuungspflicht von kleinen Kindern mit einer höheren Wahrscheinlichkeit einer Home-Office Ausübung verbunden (Sarbu, 2015, S. 463).

Neben einer Elternschaft kann das Geschlecht Einfluss auf die Wahrnehmung von Home-Office nehmen (Primecz, 2022, S. 20; Song & Goa, 2019, S. 2664). Während der COVID-19 Pandemie haben vor allem Frauen durch Berufsleben und Kinderbetreuung eine Doppelbelastung erlebt (Aichinger et al., 2021, S. 14; Costa et al., 2022, S. 9f.). Laut der Weltfrauentagsumfrage 2021 (Aichinger et al., 2021, S. 13f.) haben sich 73% der Frauen während der COVID-19 Krise durch Kinderbetreuung am meisten gefordert gefühlt, gefolgt von der Verlagerung der Arbeit in das Home-Office als neue Arbeitsform mit 47%. Für Männer stellte der erhöhte Aufwand für Kinderbetreuung und der Umstieg auf Home-Office mit jeweils 62% die größten Herausforderungen der COVID-19 Krise dar (Aichinger et al., 2021, S. 13f.). Aufgrund der während der COVID-19 Pandemie geringen institutionellen und familiären Unterstützung bei der Betreuung von Kindern, haben sich konservative Rollenverteilungen verschärft (Primecz, 2022, S. 20). Eine Studie des SORA Instituts (2020, S. 16f.) zeigt, dass während der COVID-19 Ausnahmesituation Kinderbetreuung mehrheitlich von Müttern wahrgenommen wurde. Frauen wenden dabei generell mehr Zeit für Kinderbetreuung im Home-Office auf als bei einer Arbeitsausübung in traditionellen Büros. Das Ausmaß der Kinderbetreuung von Seiten der Männer ist hingegen unabhängig von der Nutzung von Home-Office (Lott, 2019, S. 5ff.). Die Studie von Mader ([Blog-Eintrag], 2020) ergab, dass 38% der befragten Frauen mit Kindern unter 15 Jahren im Home-Office ihre Kinder während der Arbeitszeit im gleichen Raum beaufsichtigt haben. Hingegen sagten 19% der Männer aus, dass sich Kinder im Home-Office im gleichen Raum aufhielten. Daraus lässt sich eine schlechtere Konzentrationsfähigkeit von Frauen im Home-Office im Vergleich zu Männern ableiten. (Mader, [Blog-Eintrag], 2020) Nach Sarbu (2015, S. 462f.) arbeiten Männer häufiger im Home-

Office als Frauen, was unter anderem auf die höhere Inanspruchnahme von Teilzeitmodellen von Frauen zurückgeführt werden kann. Dementgegen zeigen die Ergebnisse von Statistik Austria (2022, S. 3) keine nennenswerten Unterschiede in Hinblick auf das Ausmaß der Home-Office Nutzung von Männern und Frauen in Österreich zum Zeitpunkt des dritten Quartals 2022.

Mit der flächendeckenden Etablierung von Home-Office und dessen differenter Wahrnehmung hat die COVID-19 Pandemie also eine neue Realität in der Arbeitswelt geschaffen (Frost, 2021, S. 303f.). Home-Office wird auch nach der COVID-19 Krise stark an Bedeutung gewinnen und aus der Wirtschaft nicht mehr wegzudenken sein (Jeske et al., 2022, S. 994; OGM Gesellschaft für Marketing, 2021, S. 8). Dies verdeutlicht die Forderung von Arbeitnehmer*innen nach langfristig ausgelegten orts- und zeitflexiblen Arbeitsmodellen (Frost, 2021, S. 304). Die zu Beginn vorhandene Skepsis gegenüber Home-Office hat sich weitgehendst gelegt und die Nutzung von digitalen Technologien von zu Hause ist Standard vieler Arbeitskräfte geworden (Müller et al., 2020, S. 15). Für die zukünftige Organisation von hybriden Arbeitsumgebungen ist es daher umso relevanter, sich mit der Wahrnehmung von Home-Office aus Sicht von Arbeitskräften auseinanderzusetzen (Ipsen, van Veldhofen, Kirchner & Hansen, 2021, S. 1). Dies führt zu einer empirischen Betrachtung der Vorstellungen von Menschen zu Home-Office, welche Problemstellung und Forschungsfrage im folgenden Kapitel erläutert wird.

1.2 Problemstellung und Forschungsfrage

In der Literatur wird die nachhaltige Veränderung der Arbeitswelt als Folge der Digitalisierung und der COVID-19 Pandemie mehrmals beschrieben (Belzunegui-Eraso & Erro-Garcés, 2020, S. 13; Costa et al., 2022, S. 1; Frost, 2021, S. 303; Jeske et al., 2022, S. 994; Schmoll & Süß, 2021, S. 17; Umishio et al., 2021, S. 2). Unternehmen profitieren von dieser Entwicklung, indem sie durch die Etablierung von orts- und zeitflexiblen Arbeitsmodellen ihre Arbeitgeber*innenattraktivität gegenüber bestehenden und potenziellen Mitarbeitenden steigern (Schmoll & Süß, 2019, S. 40ff.). Die breitflächige Nutzung von Home-Office wurde insbesondere durch den Ausbruch der COVID-19 Krise beschleunigt. Bereits vor der COVID-19 Pandemie unterlag die Arbeit vor Ort einem Wandel, allerdings sind erst durch die COVID-19 bedingten Maßnahmen Möglichkeiten für Home-Office entscheidend gestiegen. (Lindner, 2022, S. 6) Unternehmen beschäftigen sich seitdem mit der Umsetzung einer neuen Realität, in welcher Home-Office in hybridem oder gänzlichem Umfang maßgeblicher Bestandteil der Arbeitswelt ist (Dahik et al., 2020).

Jedoch sind derzeit in der Literatur keine einheitlichen Ergebnisse zu den Auswirkungen und Einflüssen von Home-Office auf Arbeitnehmer*innen vorhanden. Je nach Situation und Kontext wird Home-Office unterschiedlich wahrgenommen, wodurch das subjektive Wohlbefinden von Arbeitnehmer*innen individuell beeinflusst wird (Aidla et al., 2022, S. 15; Song & Goa, 2019, S. 2650). Home-Office wird mit oftmals widersprüchlichen positiven und negativen Aspekten verbunden, wodurch sich nicht klar abzeichnet, ob Mitarbeiter*innen von dieser Arbeitsform in Summe profitieren (Jeske et al., 2022, S. 1008; Morganson, Major, Oborn, Verive & Heelan, 2010, S. 578ff.).

Da die Auseinandersetzung mit der Wahrnehmung von Arbeitskräften von Home-Office für die zukünftige Gestaltung virtueller Arbeitsmodelle essentiell ist, gilt es Einblicke in die Vorstellungen von Menschen zu Home-Office zu gewinnen (Ipsen et al., 2021, S. 1). Es ist unerforscht, welche Aspekte Personen mit Home-Office spontan assoziieren und inwiefern diese als positiv, negativ oder neutral empfunden werden. Da derzeit kein Konsens hinsichtlich der Wahrnehmung von Home-Office in Form einer Erhebung von sozialen Repräsentationen in Österreich vorhanden ist, soll diese Arbeit den Status Quo zu den Einstellungen der Österreicher*innen zu Home-Office anhand von sozialen Repräsentationen aufzeigen. Gemäß dieser Forschungslücke behandelt die vorliegende Arbeit folgende zentrale Forschungsfrage:

„Welche sozialen Repräsentationen bestehen innerhalb der österreichischen Bevölkerung zu Home-Office?“

Die Beantwortung der Forschungsfrage erfolgt durch die Erhebung von sozialen Repräsentationen anhand von freien Assoziationen zu Home-Office. Die sozialen Repräsentationen werden analysiert, grafisch dargestellt und Unterschiede auf Basis von demografischen Merkmalen der Untersuchungsteilnehmer*innen überprüft.

Nach der Erläuterung der Problemstellung wird im folgenden Kapitel die Zielsetzung und der Aufbau dieser Arbeit aufgezeigt.

1.3 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Da in der Literatur derzeit kein Konsens zur Wahrnehmung von Home-Office besteht, wird in dieser Arbeit der Status Quo zu den Einstellungen der österreichischen Bevölkerung zu Home-Office ermittelt und der Forschungsfrage nachgegangen, was Österreicher*innen über Home-Office denken. Aufgrund der Tatsache, dass aktuell keine Untersuchung vorliegt, die eine vergleichbare Problemstellung behandelt, sind die Erkenntnisse dieser Arbeit kaum einschätzbar. Gestützt auf die vorliegende Literatur wird jedoch angenommen, dass in der österreichischen Bevölkerung ein überwiegend positives Bild

zu Home-Office besteht. Darüber hinaus wird vermutet, dass sich soziale Repräsentationen aufgrund von demographischen Merkmalen und der Nutzung von Home-Office unterscheiden. Demnach wird davon ausgegangen, dass die Hypothesen dieser Arbeit zutreffen (siehe Hypothesen Kapitel 3.1).

Da Unternehmen ihre Arbeitgeber*innenattraktivität durch ortsflexible Arbeitsmodelle steigern können (Bonin et al., 2020, S. 30), ist es für die Praxis umso relevanter, eine empirische Grundlage für Handlungsempfehlungen zu schaffen. Die Ergebnisse dieser Arbeit sollen Unternehmen dabei unterstützen, Arbeitsbedingungen zu evaluieren und Maßnahmen zur Optimierung von Arbeitsmodellen abzuleiten. Darüber hinaus eignen sich die Ergebnisse dieser Arbeit als Basis für Folgeuntersuchungen.

Nach einer einleitenden Erläuterung des aktuellen Forschungsstandes, der Problemstellung, der Forschungsfrage sowie der Zielsetzung in Kapitel 1 werden in Kapitel 2 die für diese Arbeit wesentlichen theoretischen Grundlagen im Rahmen der Beschreibung von wissenschaftlichen Erkenntnissen und Modellen beleuchtet. Dieses Theoriekapitel widmet sich den Schwerpunktthemen Home-Office und der Theorie der sozialen Repräsentation. Anschließend werden in Kapitel 3 die Herleitung der Hypothesen, das Studiendesign, das Erhebungsinstrument, die empirischen Aspekte zu sozialen Repräsentationen, die Durchführung der Untersuchung, die Datenanalyse sowie die Stichprobe beschrieben. Kapitel 4 beschäftigt sich mit der Analyse, Darstellung und Interpretation der Untersuchungsergebnisse. Das letzte Kapitel „Diskussion und Ausblick“ fasst die wesentlichen Ergebnisse zusammen und interpretiert diese in Hinblick auf die Literatur, um anschließend Limitationen der Arbeit aufzuzeigen. Danach werden aus den Erkenntnissen die Bedeutung für zukünftige Forschungen und Praxisempfehlungen für Unternehmen abgeleitet.

2 Theoretischer Hintergrund

Dieses Kapitel befasst sich mit dem Theorieteil dieser Arbeit, in welchem auf die wichtigsten Grundlagen und Modelle zu Home-Office und der Theorie der sozialen Repräsentation eingegangen wird. In Kapitel 2.1 wird der Begriff Home-Office definiert und abgegrenzt, auf dessen Vor- und Nachteile eingegangen, sowie die Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf Home-Office erläutert. Der Abschnitt 2.2 widmet sich der Theorie der sozialen Repräsentation und der zentralen Kerntheorie.

2.1 Home-Office

Als Forschungsgegenstand dieser Untersuchung dient das Arbeitsmodell Home-Office. Die folgenden Kapitel widmen sich der Definition und Abgrenzung des Begriffes „Home-Office“, den Vor- und Nachteilen dieses Arbeitsmodelles sowie den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf Home-Office.

2.1.1 Begriffsdefinitionen, Abgrenzung und Erläuterungen

Um Home-Office definieren zu können, ist zunächst die Abgrenzung der Begriffe „Telework“, „Mobile Work“ und „Virtual Office“ notwendig. Der Begriff „Telework“ wird häufig im Zusammenhang mit Home-Office genannt, wobei in Einzelheiten Unterschiede festzustellen sind (Jeske et al., 2022, S. 995). Jack Nilles (Nilles, 1975) beschäftigte sich in den 1970er Jahren intensiv mit mobilen Arbeitsmodellen zur Reduktion von Pendelzeiten und prägte erstmals den Begriff „Telework“. Während anfänglich Kosteneinsparungen durch reduzierte Anfahrtswege von Interesse waren, rückte in den letzten Jahrzehnten zunehmend die Schaffung von neuen Arbeitsmodellen in den Vordergrund. (Messenger & Gschwind, 2016, S. 200) Telework umfasst alle durch Informations- und Kommunikationstechnologien ermöglichten arbeitsbezogenen Aktivitäten außerhalb des Bürostandortes (Nilles, 1988, S. 301). Dabei erfolgt die Kommunikation zwischen Arbeitnehmer*innen nicht über persönlichen Kontakt, sondern über moderne Technologien (Di Martino & Wirth, 1990, S. 530).

Telework ermöglicht Arbeiten an jeglichen Orten außerhalb des Firmengebäudes wie zum Beispiel in privaten Wohnräumen, Kund*innenstandorten, gemeinsam genutzten Einrichtungen und allen weiteren Orten mit entsprechender technologischer Infrastruktur (Belzunegui-Eraso & Erro-Garcés, 2020, S. 2). Obwohl Telework in der Literatur nicht einheitlich definiert wird, beinhalten die meisten Definitionen die Hauptmerkmale einer regelmäßigen Leistung von Arbeitstätigkeiten außerhalb des Unternehmensgebäudes

bei Nutzung von Informationstechnologien und das Vorhandensein eines Vertrages mit dem*der Arbeitgeber*in (Robelski, Keller, Harth & Mache, 2019, S. 2).

Di Martino und Wirth (1990, S. 530) zeigen verschiedene Formen der Telearbeit auf, wobei ein Modell „Mobile Working“ darstellt. Bei dieser Arbeitsform sind Arbeitstätigkeiten nicht an einem bestimmten Ort gebunden, vielmehr können diese außerhalb eines fixen Arbeitsstandortes verrichtet werden (Yuan, Archer, Connelly & Zheng, 2010, S. 125). Bei Mobile Working ist demnach der Arbeitsort weniger relevant, da verschiedenste Orte zu Arbeitsplätzen werden können. Neben der Ortsunabhängigkeit ist für diese Arbeitsform zeitliche Flexibilität charakteristisch. Viele selbstständige Erwerbstätige können daher als „Mobile Worker“ bezeichnet werden. (Cohen, 2010, S. 67f.)

Bei einer weiteren Form von Telework, „Virtual Office“, werden Mitarbeitende mit den für die Arbeit notwendigen Mitteln ausgestattet. Als Arbeitsplätze kommen bei diesem Arbeitsmodell jene von Arbeitgeber*innen zur Verfügung gestellten Büros in Frage, welche dazu beitragen, Geschäftsziele zu erreichen. (Hill et al., 2003, S. 222)

Home-Office, die elektronische Heimarbeit beziehungsweise die Arbeitsverrichtung von zu Hause, stellt das weitverbreitetste Telework Modell dar. Abzugrenzen von traditioneller Hausarbeit, erfordert Home-Office differente Fähigkeiten von Mitarbeiter*innen. Weiters ist bei Home-Office ein regelmäßiger Austausch zwischen Mitarbeitenden und Arbeitgeber*innen essentiell. (Di Martino & Wirth, 1990, S. 530) Ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal gegenüber Telework ist, dass Home-Office ausschließlich arbeitsbezogene Tätigkeiten in privaten Wohnräumen von Mitarbeiter*innen umfasst (Bellmann & Hübler, 2021, S. 424). Laut österreichischer Gesetzgebung liegt Arbeit im Homeoffice vor, „wenn eine Arbeitnehmerin oder ein Arbeitnehmer regelmäßig Arbeitsleistungen in der Wohnung erbringt“ (§ 2h (1) AVRAG).

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich ausschließlich mit dem Arbeitsmodell Home-Office, worunter die dauerhafte oder gelegentliche Verrichtung von Arbeitstätigkeiten mithilfe von digitalen Kommunikationsmitteln von zu Hause aus verstanden wird.

Um das Arbeitsmodell Home-Office näher zu beleuchten, wird in den zwei folgenden Kapiteln auf dessen Vor- und Nachteile eingegangen. Zunächst widmet sich Kapitel 2.1.2 den mit Home-Office positiv verbundenen Aspekten.

2.1.2 Vorteile von Home-Office

2.1.2.1 Vereinbarkeit des Arbeits- und Privatlebens

Häufig wird die Implementierung alternativer Arbeitsmodelle mit der Erhöhung der Work Life Balance begründet (Hill et al., 2003, S. 233). So zeigt die Literatur, dass Berufstätige

mit Home-Office den Vorteil verbinden, Berufs- und Privatleben besser vereinbaren zu können (Brenke, 2016, S. 104; Di Martino & Wirth, 1990, S. 531; DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Gajendran & Harrison, 2007, S. 1535; Hill et al., 2003, S. 234; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Diesen Vorteil nannten vor allem Berufstätige mit Betreuungspflichten gegenüber Familienmitgliedern. Sollte beispielsweise ein Kind krank werden, so erleichtert Home-Office Eltern die Pflege von Angehörigen. (DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Hill, Erickson, Holmes & Ferris, 2010, S. 356) Viele Arbeitnehmer*innen müssen aufgrund einer Krankheit des Kindes einen freien Arbeitstag beantragen, wohingegen im Home-Office arbeitende Eltern die Kinderbetreuung bei reduziertem Arbeitsumfang wahrnehmen können (Hill et al., 2010, S. 356). Vor allem in Perioden mit einem geringen Arbeitsanfall haben berufstätige Eltern die Möglichkeit, mehr Zeit mit der Familie zu verbringen, Kinder in die Schule zu begleiten, Mahlzeiten vorzubereiten und anderen Verpflichtungen nachzukommen (Hill et al., 2010, S. 356). Zudem kann die berufliche Tätigkeit abends nach dem Zubettgehen der Kinder wieder aufgenommen werden. Die Möglichkeit einer Kinderbetreuung im Home-Office kann darüber hinaus aufgrund von selten in Anspruch genommener Kinderbetreuungseinrichtungen kostensenkend wirken. (Hill et al., 2010, S. 356) Zuletzt besteht laut Jeske et al. (2022, S. 1008) für Mitarbeitende bei der Ausübung von Home-Office der Vorteil einer generellen Zeitersparnis.

Darüber hinaus wird Home-Office mit Flexibilität und freier Zeiteinteilung verbunden, welcher Vorteil im folgenden Abschnitt beschrieben wird.

2.1.2.2 Flexibilität und freie Zeiteinteilung

Viele Beschäftigte schätzen die Ortsunabhängigkeit und Flexibilität von hybriden Arbeitsumgebungen (Frost, 2021, S. 303f.; Hill et al., 2010, S. 356; Ipsen et al., 2021, S. 5; Morganson et al., 2010, S. 579). Home-Office verschafft Flexibilität nicht nur dadurch, dass Arbeitszeiten selbst gewählt, sondern auch private Erledigungen wie die Abholung von Kindern wahrgenommen werden können (Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Durch die freie Zeiteinteilung können Arbeitszeiten bedürfnisorientiert organisiert werden, sodass effizienteres Arbeiten ermöglicht wird (Hill et al., 2010, S. 356). Die Untersuchung von Ipsen et al. (2021, S. 5) zeigt, dass im Home-Office arbeitende Arbeitnehmer*innen insbesondere die flexible Auswahl und Einteilung von Pausen und Verpflegung als positiv empfinden. Darüber hinaus bringt Home-Office die Möglichkeit mit sich, für mehr als ein Unternehmen zu arbeiten (Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Steward (2000, S. 61) zeigte in ihrer Untersuchung, dass Flexibilität der ausschlaggebendste Grund der Proband*innen ist, um Home-Office in Anspruch zu nehmen. Nach Hill et al. (2010, S. 356) hat eine individuell abgestimmte Zeiteinteilung positive Auswirkungen auf die Work Life Balance, wovon insbesondere Eltern von kleinen Kindern profitieren. Demnach

genießen berufstätige Eltern im Home-Office den Vorteil eines flexiblen Umgangs mit Familiensituationen, welche Aufmerksamkeit erfordern (Hill et al., 2010, S. 356).

In Hinblick auf die Ortsunabhängigkeit erleichtert Home-Office die Wahl eines Wohnortes. So haben von zu Hause aus arbeitende Beschäftigte eher die Möglichkeit, in abgelegenen Gebieten mit einem ruhigen Lebensstil zu wohnen, als wenn die Anwesenheit am Bürostandort in Ballungsräumen erforderlich ist. (Urbanska & Levering, 1996 zitiert in Hill et al., 2010, S. 356)

In der Literatur wird zudem im Zusammenhang mit Home-Office der Wegfall von Anfahrtswegen erwähnt, welcher Vorteil in Kapitel 2.1.2.3 erläutert wird.

2.1.2.3 Wegfall der Anfahrtswege

Als einen weiteren Vorteil von Home-Office empfinden Arbeitnehmer*innen die Vermeidung von Pendelzeiten (Brenke, 2016, S. 104; DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Hill et al., 2003, S. 234; Ipsen et al., 2021, S. 17; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197; Messenger & Gschwind, 2016, S. 200). Der Wegfall von Arbeitswegen ist mit reduziertem Stress, einer Zeitersparnis und einer Kostensenkung verbunden (Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Im Gegensatz zu Steward (2000, S. 61), welche Autorin Flexibilität als ausschlaggebendsten Grund vieler Arbeitnehmer*innen für eine Ausübung von Home-Office nennt, zeigen Mann & Holdsworth (2003, S. 197), dass der Wegfall von Arbeitswegen das Hauptargument ihrer Studienteilnehmer*innen ist, Home-Office zu nutzen.

Montreuil und Lippel (2003, S. 349) sind der Ansicht, dass Arbeitnehmer*innen, die täglich zu einem Bürostandort pendeln, aufgrund dem mit der Anfahrt verbundenen Stress eher negativen Emotionen ausgesetzt sind als im Home-Office arbeitende Personen. Zum Beispiel kann der Zeitverlust aufgrund von Anfahrtswegen oder die Angst, zu spät im Büro zu erscheinen, negative Emotionen auslösen. Von zu Hause arbeitende Mitarbeitende sind diesem Stressfaktor weniger ausgesetzt, da diese die Arbeitsumgebung und Zeiteinteilung individuell gestalten können. (Montreuil & Lippel, 2003, S. 349) Zugleich können Fahrten bei einer ruhigen Verkehrslage auf sich genommen werden (Hill et al., 2010, S. 356). Als eine Folge der Reduktion von Pendelzeiten haben Arbeitnehmer*innen mehr Freizeit für die Familie (DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Home-Office wirkt sich darüber hinaus aufgrund der Reduktion des Straßenverkehrs positiv auf die Umwelt aus (Brenke, 2016, S. 104; Müller et al., 2020, S. 15).

Weiters wird die Steigerung der Produktivität mit Home-Office in Verbindung gebracht, worauf im folgenden Kapitel eingegangen wird.

2.1.2.4 Produktivitätssteigerung

In der Literatur wird die Steigerung der Produktivität als Vorteil von Home-Office erwähnt (Di Martino & Wirth, 1990, S. 529; Frost, 2021, S. 305; Kurland & Bailey, 1999, S. 57). Diese Produktivitätssteigerung kann unter anderem auf die durch Home-Office ermöglichte flexible Einteilung der Arbeitszeit zurückgeführt werden (Kurland & Bailey, 1999, S. 57; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Darüber hinaus kann eine gesteigerte Produktivität von einer höheren Konzentrationsfähigkeit und weniger Unterbrechungen während der Arbeitstätigkeit im Home-Office abgeleitet werden (Di Martino & Wirth, 1990, S. 531). In der Flexible Working Studie von Deloitte (Kellner et al., 2020, S. 5) gaben 80% der Teilnehmer*innen an, dass im Home-Office konzentriertes Arbeiten eher möglich war als im Büro am Unternehmensstandort. Vor allem Großraumbüros bieten oftmals nicht die Ruhe, um fokussiert arbeiten zu können (Kellner et al., 2020, S. 5).

Zudem kann die mit Home-Office verbundene Reduktion von Abwesenheitstagen und eine höhere Arbeitszufriedenheit positiven Einfluss auf die Produktivität von Beschäftigten nehmen (Kurland & Bailey, 1999, S. 57). Di Martino und Wirth (1990, S. 531) sind der Ansicht, dass Arbeitnehmer*innen aufgrund des Wegfalls von Pendelzeiten ein höheres Energielevel aufweisen und produktiver sind.

Darüber hinaus sind Arbeitnehmer*innen bestrebt, eine effiziente Arbeitsweise im Home-Office zu beweisen, da diese sich in den meisten Fällen freiwillig für eine Heimarbeit entschieden haben (Montreuil & Lippel 2003, S. 343). Dutcher (2012, S. 362) legt dar, dass die Produktivität bei der Arbeit im Home-Office insbesondere bei der Ausübung von kreativen Tätigkeiten zunimmt.

Als weiterer Vorteil von Home-Office wird in der Literatur Autonomie angeführt, auf welchen Aspekt das folgende Kapitel Bezug nimmt.

2.1.2.5 Autonomie

Frost (2021, S. 305) ist der Ansicht, dass Home-Office Arbeitnehmer*innen selbstbestimmtes und selbstorganisiertes Arbeiten ermöglicht. Nach DuBrin und Barnard (1993, S. 16) ist bei Tätigkeiten im Home-Office verstärkte Autonomie in der Aufgabenplanung gegeben. Laut Hill et al. (2003, S. 232) führt die Flexibilität bei der Auswahl des Arbeitsplatzes zu einer Steigerung der individuellen Entscheidungsfähigkeit, zu welchem Zeitpunkt und in welcher Form gearbeitet wird bzw. welche Aufgaben erledigt werden. Eine Studie von Birkinshaw, Cohen und Stach (2020) zu Wissensarbeitenden zeigt, dass Home-Office während den COVID-19 bedingten Lockdowns zu einer Neupriorisierung der Agenden in Hinblick auf essentiellere und wertschöpfendere Aufgaben führte. Effizientere Meetings, ausführlichere Kommunikation mit Kund*innen und externen

Partner*innen sowie die Übernahme von höherer Verantwortung für Aufgaben stellten sich als weitere Folgen von Home-Office heraus (Birkinshaw et al., 2020).

Eine als positiv empfundene Arbeitsumgebung im Home-Office kann ebenso einen Vorteil von Home-Office darstellen, wie in Kapitel 2.1.2.6 erläutert wird.

2.1.2.6 Positiv empfundene Arbeitsumgebungen

Laut Montreuil und Lippel (2003, S. 344) werden private Wohnräume zur Arbeitsverrichtung von Arbeitnehmer*innen mehr wertgeschätzt als gewöhnliche Büroräume am Unternehmensstandort. Insbesondere werden ruhige Arbeitsumgebungen, bessere Luftqualität und die Möglichkeit einer individuellen Temperaturregelung im eigenen Heim positiver als in traditionellen Büros empfunden (Montreuil & Lippel, 2003, S. 344; Umishio et al., 2022, S. 8). Eine ruhige Arbeitsatmosphäre ist unter anderem dadurch gegeben, dass Mitarbeitende im Home-Office nicht von Kolleg*innen gestört werden (Umishio et al., 2022, S. 8). Dadurch werden Zeiträume geschaffen, in welchen mit geringeren Unterbrechungen durchgehend in Ruhe gearbeitet werden kann (Frost, 2021, S. 305). Auch laut Kurland und Bailey (1999, S. 58) kann Home-Office eine weitgehend störungsfreie Arbeitsumgebung ermöglichen, weshalb Arbeitnehmer*innen Unterbrechungen durch berufliche Kontakte gelassener aufnehmen. Demnach kann auf eine höhere Konzentrationsfähigkeit im Home-Office als in klassischen Bürogebäuden geschlossen werden (Umishio et al., 2022, S. 10).

In der Literatur finden sich neben Vorteilen von Home-Office diverse negative Aspekte. Die Nachteile von Home-Office werden im folgenden Kapitel aufgezeigt.

2.1.3 Nachteile von Home-Office

2.1.3.1 Verschmelzung von Arbeits- und Privatleben

Wie im vorangegangenen Kapitel erläutert, trägt Home-Office laut diversen Untersuchungsergebnissen zu einer Steigerung der Work Life Balance beziehungsweise einer besseren Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben bei (Brenke, 2016, S. 104; DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Di Martino & Wirth, 1990, S. 531; Gajendran & Harrison, 2007, S. 1535; Hill et al., 2003, S. 234; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Allerdings deuten einige Literaturergebnisse darauf hin, dass aufgrund von virtuellen Arbeitsmodellen Grenzen zwischen Beruf, Familie und Freizeit verschwimmen (DuBrin & Barnard, 1993, S. 17; Frost, 2021, S. 303f.; Grant & Russell, 2020, S. 159; Song & Goa, 2019, S. 2662). Anders als bei einer Tätigkeit am Unternehmensstandort erfordert die Arbeitsverrichtung in privaten Wohnräumen keine Anfahrtswege, wodurch für viele im Home-Office tätigen

Mitarbeitenden ein essenzielles Abgrenzungskriterium zwischen Beruf und Freizeit wegfällt (DuBrin & Barnard, 1993, S. 17).

Insbesondere Elternteile sind häufig mit Konflikten in Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf konfrontiert, weshalb Home-Office einen stärkeren Einfluss auf Arbeitnehmer*innen mit Kindern nimmt (Song & Goa, 2019, S. 2662). So zeigen Untersuchungen, dass sich Beschäftigte, welche ihren Job von zu Hause aus ausüben, durch Ablenkungen vom Familien- und Bekanntenkreis gestört fühlen (DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Harris, 2003, S. 14; Mann & Holdsworth, 2003, S. 203). Diese Arbeitsunterbrechungen treten im Home-Office vermehrt auf, da Familienmitglieder Schwierigkeiten bei der Wahrnehmung der Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben eines anderen Familienmitglieds haben (DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Kurland & Bailey, 1999, S. 61; Mann & Holdsworth, 2003, S. 203).

Die Trennung von Berufs- und Privatleben ist umso kritischer, wenn Arbeitnehmer*innen nicht über abgetrennte private Räumlichkeiten zur Ausübung des Berufes verfügen (Harris, 2003, S. 14). Robelski et al. (2019, S. 16) zeigen auf, dass nur die Hälfte der Untersuchungsteilnehmer*innen über einen eigenen Raum für die Ausübung von Home-Office verfügt und diese daher mit Ablenkungen konfrontiert sind. Daraus lässt sich schließen, dass nicht immer eine umfangreiche Kinderbetreuung mit der Arbeitstätigkeit im Home-Office vereinbar ist (DuBrin & Barnard, 1993, S. 16f.).

Mann und Holdsworth (2003, S. 203) stellen hingegen fest, dass sowohl Mitarbeitende klassischer Büros als auch im Home-Office Beschäftigte negative Erfahrungen mit einer Verschmelzung von Berufs- und Privatleben aufweisen und dieses Phänomen nicht eindeutig auf Home-Office zurückzuführen ist.

Neben der Verschmelzung des Arbeits- und Privatlebens kann Home-Office mit negativen Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden in Verbindung gebracht werden. Der folgende Abschnitt zeigt die damit verbundenen Aspekte auf.

2.1.3.2 Negative psychische Auswirkungen

Song und Gao (2019, S. 2659) stellen in ihrer Studie einen negativen Einfluss von Home-Office auf das Wohlbefinden von Arbeitnehmer*innen gemessen an den Faktoren Glücksempfinden, Stresslevel, Schmerzen, Sinnhaftigkeit und Müdigkeit fest. Dieser Anstieg an psychischen Stressfaktoren kann Home-Office-bedingte Rahmenbedingungen wie eine mangelnde Abgrenzung zwischen Privat- und Berufsleben zur Ursache haben (Gerding et al., 2021, S. 990; Song & Gao, 2019, S. 2659ff.). Zudem tragen fehlende Pausen, zu wenig Bewegung sowie die Ausübung von Tätigkeiten an ungeeigneten Arbeitsplätzen zu einem reduzierten Wohlbefinden bei (Gerding et al., 2021, S. 990).

Weiters werden in der Literatur Schlafprobleme in Hinblick auf heimbasiertes Arbeiten aufgezeigt (Costa et al., 2022, S. 10; Messenger et al., 2017, S. 58). Nach Costa et al. (2022, S. 10) sind Frauen anfälliger für Schlafstörungen als Männer.

Song und Goa (2019, S. 2650) fanden heraus, dass einige Arbeitnehmer*innen im privaten Haushalt durch Störfaktoren wie Lärm gesundheitlich beeinträchtigt werden. Generell sind oftmals in privaten Umgebungen keine separaten Räumlichkeiten für die Ausübung von Arbeitstätigkeiten vorhanden, welcher Umstand für Mitarbeiter*innen psychisch belastend sein kann (Umishio et al., 2022, S. 10; Robelski et al., 2019, S. 16).

Wenn Mitarbeiter*innen aufgrund der Arbeitstätigkeit überlastet sind, wird nicht nur das Wohlbefinden innerhalb der Arbeitszeit, sondern auch während der Freizeit beeinträchtigt. Im Home-Office kann ein reduziertes Wohlbefinden umso intensiver wahrgenommen werden, da Bedürfnisdefizite außerhalb des Unternehmensstandortes schwieriger erkannt werden. (Bellmann & Hübler 2021, S. 436) Laut Mann und Holdsworth (2003, S. 208) sind Personen, welche außerhalb des Bürostandortes arbeiten, eher von psychischen Erkrankungen betroffen als Büro Mitarbeiter*innen.

Darüber hinaus zeigt die Literatur eine mangelnde ergonomische Arbeitsplatzausstattung in privaten Wohnumgebungen als einen Nachteil von Home-Office auf. Dieser Aspekt wird im folgenden Abschnitt beschrieben.

2.1.3.3 Mangelnde ergonomische Arbeitsplatzausstattung

Ein weiterer Nachteil von Home-Office ist, dass vielen Arbeitnehmer*innen nicht die für die Tätigkeit erforderlichen Mitteln zur Verfügung gestellt werden (Hill et al., 2003, S. 234; Jeske et al., 2022, S. 1003). Gerding et al. (2021, S. 988) stellten einen drastischen Anstieg von Nacken-, Schulter-, Rücken- und Augenschmerzen als Folge von COVID-19 bedingten Arbeitsplatzverlegungen in das Home-Office fest, welche Beschwerden auf ergonomisch ungeeignete Arbeitsplätze zurückzuführen sind. Vielen Arbeitnehmer*innen fehlt es an einer Arbeitsmittelgrundausrüstung bestehend unter anderem aus externen Keyboards, Monitoren, Bürosesseln und Schreibtischen. Darüber hinaus werden oftmals Arbeiten an ungeeigneten Plätzen wie Betten, Küchen oder Sofas verrichtet. (Gerding et al., 2021, S. 988ff.) Als Folge von monotonen Körperhaltungen, einer stundenlangen Nutzung von Computern sowie dem Transportieren von schwerem Arbeitsequipment zwischen Heimadresse und Unternehmensstandort entstehen körperliche Beschwerden (Montreuil & Lippel, 2003, S. 346). Umishio et al. (2022, S. 8) zeigen in ihrer Untersuchung, dass Arbeitnehmer*innen im COVID-19 bedingten Home-Office mit der Belichtung, den Räumlichkeiten und der IT-Ausstattung weniger zufrieden waren als in traditionellen Büros.

Montreuil und Lippel (2003, S. 345) halten fest, dass nicht alle Arbeitgeber*innen Mitarbeiter*innen in Bezug auf ergonomische und technische Aspekte im Home-Office schulen. Jene Personen, welche von ihrem Unternehmen bei der Beschaffung und Einrichtung von Arbeitsequipment unterstützt wurden, empfanden eine hohe Wertschätzung, während Personen eine fehlende Unterstützung von Arbeitgeber*innen als negative Erfahrung in Erinnerung haben (Montreuil & Lippel, 2003, S. 345).

Home-Office wird zudem mit einem erhöhten Arbeitsaufwand in Verbindung gebracht. Auf diese Thematik wird im folgenden Kapitel eingegangen.

2.1.3.4 Erhöhter Arbeitsaufwand

Laut Harris (2003, S. 16) treten bei der Ausübung von Home-Office Unklarheiten hinsichtlich der Abgrenzung von Arbeitszeiten auf. Dies zeigt sich unter anderem anhand von unerwarteten Arbeitsprozessen und zeitlich nicht eingeschränkten Anrufen von Vorgesetzten (DuBrin & Barnard, 1993, S. 17). In der Studie von Harris (2003, S. 16) gab ein Drittel der Proband*innen an, dass Führungskräften nicht bewusst ist, wie hoch die Anzahl an tatsächlich geleisteten Arbeitsstunden ihrer Mitarbeiter*innen ist. So gehen diverse Forscher*innen von einem erhöhten quantitativen Arbeitsaufwand bei heimbasierten Arbeiten aus (Brenke, 2016, S. 104; Jeske et al., 2022, S. 1003; Robelski et al., 2019, S. 14; Song & Goa, 2019, S. 2651). Dabei werden aufgrund der Tendenz, im Home-Office eine höhere Anzahl an Arbeitsstunden zu leisten, Erholungsmöglichkeiten von Arbeitnehmer*innen negativ beeinflusst (Song & Goa, 2019, S. 2651). Zudem werden Arbeitsleistungen oftmals in der Nacht erbracht (DuBrin & Barnard, 1993, S. 17). Brenke (2016, S. 104) und Messenger et al. (2017, S. 58) führen weiter aus, dass Mehrarbeit im Home-Office von Unternehmen mehrmals nicht abgegolten wird. Dementgegen konnten Hill et al. (2003, S. 233) nicht eindeutig feststellen, dass Arbeitnehmer*innen im Home-Office eine höhere Stundenanzahl arbeiten als in traditionellen Büros.

Auch in Hinblick auf die Auswirkungen von Home-Office auf die Produktivität gibt es in der Literatur widersprüchliche Ansichten. Der folgende Abschnitt zeigt eine eingeschränkte Produktivität als einen weiteren Nachteil von Home-Office auf.

2.1.3.5 Reduzierte Produktivität

In der Literatur werden Ergebnisse hinsichtlich einer mit Home-Office verbundenen Steigerung von Produktivität kritisch hinterfragt. Wie in Kapitel 2.1.2.4 erwähnt, stellt eine Produktivitätssteigerung als Folge einer flexiblen Einteilung der Arbeitszeit (Kurland & Bailey, 1999, S. 57; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197) sowie einer höheren Konzentrationsfähigkeit einen positiven Aspekt von heimbasierten Arbeiten dar (Di Martino & Wirth, 1990, S. 531). Montreuil und Lippel (2003, S. 344) halten in diesem Zusammenhang

fest, dass nicht alle Arbeitnehmer*innen von einer flexiblen Zeiteinteilung im Home-Office profitieren. Einige Mitarbeitende sind im Home-Office an strenge Arbeitszeitpläne gebunden, welche mithilfe des Telekommunikationsnetzwerkes des Unternehmens kontrolliert werden (Montreuil & Lippel, 2003, S. 344).

Laut Dutcher (2012, S. 362) ist die Art der ausgeübten Tätigkeit im Home-Office für das Maß an Arbeitsproduktivität entscheidend. So sollen von zu Hause verrichtete repetitive, als langweilig empfundene Aufgaben die Produktivität senken. Zudem beeinträchtigen langsame EDV- und Telefonsysteme die Produktivität im Home-Office (Montreuil & Lippel 2003, S. 343).

Zuletzt wird in der Literatur mit Home-Office soziale und professionelle Isolation verbunden, auf welche Thematik im folgenden Kapitel eingegangen wird.

2.1.3.6 Soziale und professionelle Isolation

Aufgrund einer Tätigkeit im Home-Office und der damit einhergehenden reduzierten Gelegenheiten von persönlichen Zusammentreffen in Unternehmensgebäuden sinkt die Häufigkeit eines regelmäßigen sozialen Austausches (Harris, 2003, S. 18). In der Literatur konnten Ergebnisse gefunden werden, dass Arbeitnehmer*innen mit Home-Office soziale und professionelle Isolation verbinden (Allen, Golden & Shockley, 2015, S. 45f.; Frost, 2021, S. 303f.; Kurland & Bailey, 1999, S. 61; Mann & Holdsworth, 2003, S. 208). Mann und Holdsworth (2003, S. 208) stellten fest, dass Arbeitnehmer*innen außerhalb des Bürostandortes mit sozialer Isolation und negativen Gefühlen wie Einsamkeit, Sorge und Irritation konfrontiert sind. Diese negativen Emotionen sind auf die eingeschränkte persönliche Interaktion mit Arbeitskolleg*innen, Vorgesetzten und Kund*innen zurückzuführen (Kurland & Bailey, 1999, S. 61; Mann & Holdsworth, 2003, S. 208; Morganson et al., 2010, S. 579). Der fehlende Kontakt bei der Ausübung von Home-Office ist umso kritischer, da die persönliche Interaktion für den Erhalt der mentalen Gesundheit und einer effizienten Arbeitstätigkeit essenziell ist (Mann & Holdsworth, 2003, S. 202).

Die zentrale Sorge von im Home-Office tätigen Mitarbeitenden stellt nach Mann und Holdsworth (2003, S. 203) das Gefühl der fehlenden emotionalen Unterstützung durch den*die Arbeitgeber*in und Kolleg*innen dar. Dementgegen sind Montreuil und Lippel (2003, S. 348) der Ansicht, dass das Ausmaß der sozialen Isolation aufgrund der regelmäßigen Nutzung von Kommunikationsmitteln im Home-Office bei zusätzlichen persönlichen Kontakten in Bürogebäuden gering ist.

In Hinblick auf die mit Home-Office verbundene örtliche Isolation halten DuBrin und Barnard (1993, S. 17) fest, dass von zu Hause arbeitende Personen von Unternehmen weniger wahrgenommen und mit geringerer Wahrscheinlichkeit befördert werden.

Daraus lässt sich schließen, dass Home-Office und der damit einhergehende fehlende persönliche Kontakt zu Unternehmen zu Verzögerungen in der Karriereentwicklung führen kann (DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Kurland & Bailey, 1999, S. 61).

Wie sich zeigt, wird in der Literatur Home-Office mit sowohl positiven als auch negativen Aspekten verbunden, wodurch sich ein widersprüchliches Bild abzeichnet. Da in der Literatur häufig darauf verwiesen wird, dass die COVID-19 Krise zu einer gesteigerten Nutzung des Arbeitsmodells Home-Office beigetragen hat (Lindner, 2022, S. 6; Umishio et al., 2021, S. 1), widmet sich das folgende Kapitel den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf Home-Office.

2.1.4 Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf Home-Office

Krisen können Änderungen des beruflichen Umfelds dahingehend auslösen, an welchem Ort und wie gearbeitet wird, wie Ideen entwickelt und ausgetauscht werden, oder wie zukünftig die Zusammenarbeit gestaltet wird (Frost, 2021, S. 304). So hat die COVID-19 Pandemie die Arbeitswelt hinsichtlich des dezentralen Arbeitens nachhaltig verändert (Costa et al., 2022, S. 1).

Im Zuge der COVID-19 Pandemie und der damit einhergehenden Verlagerung der Arbeit in das Home-Office wurde die Digitalisierung der Arbeit beschleunigt (Müller et al., 2020, S. 15). Obwohl die Motivation von Mitarbeiter*innen zu Veränderungen von Arbeitsmethoden in der Regel Zeit und Ressourcen benötigt, setzten Unternehmen während der COVID-19 Pandemie IT-Change-Prozesse kurzfristig und erfolgreich in Gang. Neben einer Aufstockung von technischen Geräten wie Notebooks wurden digitale Tools für die Kommunikation und Kollaboration ausgerollt. Seitdem ist die Nutzung von Kommunikations- und Kollaborationstools wie MS Teams oder Zoom für viele im Home-Office arbeitenden Erwerbstätigen im Alltag unabdingbar. (Kellner et al., 2020, S. 8) Dies führt dazu, dass im Home-Office verstärkt technische Fähigkeiten abverlangt werden. So hat sich gezeigt, dass Erwerbstätige mit einer technischen Affinität besser im Home-Office arbeiten als Arbeitnehmer*innen mit weniger ausgeprägten IT-Fähigkeiten. Beschäftigte müssen im Home-Office zunehmend offen für Neuerungen sein, insbesondere was die Nutzung von Technologien betrifft. (Jeske et al., 2022, S. 1005)

Durch die Verwendung moderner Technologien in der Pandemie wurde es ermöglicht, als Team von verschiedenen Orten im Home-Office zusammenzuarbeiten (Müller et al., 2020, S. 16). In Folge wurden virtuelle Settings im Home-Office verstärkt für Abstimmungen genutzt, welche sich oftmals als effizienter und zeitsparender als persönliche Besprechungen erwiesen haben. Im Vergleich zu Meetings vor Ort werden virtuelle Besprechungen bewusster geplant. Zudem entstehen Videokonferenzen selten zufällig.

(Kellner et al., 2020, S. 7) Langwierige Meetings werden seit dem COVID-19 bedingten Home-Office weniger akzeptiert, vielmehr entwickelte sich die Meetingkultur in Richtung prägnanter Impulse. Dabei ist die Konzentrationsfähigkeit in virtuellen Besprechungen kürzer, da diese eine höhere kognitive Anstrengung von Arbeitskräften erfordern. (Frost, 2021, S. 305) Auch in Hinblick auf den informellen Austausch zwischen Mitarbeitenden hatte die Etablierung von Home-Office Auswirkungen. Um den Verlust an persönlichen Kontakten während dem COVID-19 bedingten Home-Office abzufedern, wurden Initiativen wie virtuelle Mittagspausen, Kaffeepausen oder After-Work-Drinks in die Zusammenarbeit integriert. (Kellner et al., 2020, S. 14)

Daneben hatte die COVID-19 Pandemie Auswirkungen auf das Thema Vertrauen in der Zusammenarbeit, da Mitarbeitende im Home-Office nur eingeschränkt kontrolliert werden können (Jeske et al., 2022, S. 1005). Nach wie vor ist die physische Anwesenheit in vielen Unternehmen als Leistungsindikator in Verwendung. Die Relevanz von physischer Präsenz wurde jedoch während der COVID-19 Pandemie durch eine virtuelle Verfügbarkeit ersetzt. Als Folge entwickelte sich Vertrauen in der Zusammenarbeit zu einem zentralen Interesse. (Kellner et al., 2020, S. 11) Wie eine Umfrage von Kellner et al. (2020, S. 11) zeigt, haben 86% der Teilnehmer*innen Erfahrungen von einem vertrauensvollen Umgang im Home-Office gemacht. In nur 10% der von Kellner et al. (2020, S. 11) befragten österreichischen Unternehmen wurden strengere Kontrollmaßnahmen während dem COVID-19 bedingten Home-Office eingeführt.

Zudem hat die pandemiebedingte Etablierung von Home-Office Arbeitsabläufe von Mitarbeitenden beeinflusst. Arbeitsprozesse müssen im Home-Office von Arbeitnehmer*innen eigenverantwortlich geplant werden, wobei gleichzeitig für eine ablenkungs- und störungsfreie Umgebung zu sorgen ist. Dabei nahm Selbstdisziplin eine bedeutende Rolle ein, da wenig Disziplin mit einer geringen Effizienz der Arbeit verbunden ist. In diesem Zusammenhang hat sich Selbstreflexion als essentielle Fähigkeit herausgestellt, da nur bei Vorhandensein dieser beurteilt werden kann, wie gut eine Person selbst im Home-Office arbeitet. (Jeske et al., 2022, S. 1005) Eine bloße Verfügbarkeit im Home-Office ist inzwischen nicht mehr ausreichend, vielmehr müssen Arbeitnehmer*innen proaktiv rückmelden, welche Arbeit geleistet wurde. Umso produktiver gestaltet sich die Zusammenarbeit im Home-Office, wenn Mitarbeitende zunächst selbstständig in Ruhe Themenstellungen erarbeiten und dann erst konkrete Ergebnisse mit dem Team besprechen. (Frost, 2021, S. 305)

Auch in Hinblick auf die Ausstattung des Arbeitsplatzes ist seit der COVID-19 Pandemie die Eigenverantwortung von Arbeitnehmer*innen verstärkt gefragt. Da Unternehmen wenig Einfluss auf die Büroausstattung von Mitarbeitenden im Home-Office haben, liegt es

in der Verantwortung von Arbeitnehmer*innen, einen geeigneten Arbeitsplatz im Home-Office zu schaffen. Für eine effiziente Arbeitsweise sollten ergonomische Möbel und technische Mittel zur Büroausstattung jedes Mitarbeitenden zählen. Dabei sind separate Wohnräume für das Arbeiten im Home-Office vorteilhaft. Die Trennung von berufsbedingten Mitteln und privaten Wohnräumen kann in diesem Zusammenhang einer Verschmelzung des Arbeits- und Privatlebens entgegenwirken. (Jeske et al., 2022, S. 1006f.)

Durch die Darstellung vorhandener Literatur wird deutlich, dass die COVID-19 Krise maßgeblichen Einfluss auf Home-Office genommen hat. Home-Office wird mit Vor- und Nachteilen verbunden, jedoch weisen einige Ergebnisse widersprüchlichen Charakter auf. Dieser Umstand bringt das Interesse hervor, ein aktuelles Stimmungsbild von Menschen zu Home-Office zu erheben. Dieser Forschungszugang führt zum Konzept der sozialen Repräsentation, welche theoretischen Grundlagen im folgenden Kapitel erläutert werden.

2.2 Theorie der sozialen Repräsentation

Der Ansatz der Theorie der sozialen Repräsentation verfolgt das Ziel, Sichtweisen und Einstellungen von sozialen Gruppen zu identifizieren und Gemeinsamkeiten abzubilden (Flick, 1998, S. 3). Somit soll ein homogenes Umfeld für den alltäglichen Diskurs geschaffen werden (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 487). In den Folgekapiteln wird die Theorie der sozialen Repräsentation sowie die Struktur von sozialen Repräsentationen auf Basis der zentralen Kerntheorie beleuchtet.

2.2.1 Soziale Repräsentationen

Die Theorie der sozialen Repräsentation wurde von Serge Moscovici (1961/1976) im Rahmen seiner Forschung zur Psychoanalyse begründet (Duveen, 2001, S. 3; Flick, 1998, S. 3; Howarth, 2006, S. 65). Seine Studie zu sozialen Repräsentationen erschien in seinem Werk „La Psychoanalyse, son Image et son Public“ und wurde zuerst 1961 in Frankreich veröffentlicht, 1976 folgte eine überarbeitete Edition (Duveen, 2001, S. 3). Die Theorie der sozialen Repräsentation stellt den Rahmen der Sozialpsychologie zur Untersuchung sozialpsychologischer Phänomene in der modernen Gesellschaft dar (Wagner et al., 1999, S. 1). Sie beschreibt Prozesse, in welchen aus der Dynamik eines Alltagsdiskurses über gesellschaftliche Themen soziale Repräsentationen entstehen (Wagner, 1994, S. 135).

Die Theorie der sozialen Repräsentation betrachtet Wissen als „soziales Wissen“, wobei sie sich weniger auf Prozessabläufe konzentriert, sondern auf Wissensinhalte und deren

Relevanz für untersuchte Individuen und Gruppen. Das soziale Wissen entsteht primär aus der Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe. (Flick, 1995, S. 13f.) Dabei wird das Wissen unter Berücksichtigung lokaler, sozialer, kultureller als auch historischer Kontexte interpretiert (Farr, 1996 zitiert in Wagner et al., 1999, S. 1; Flick, 1995, S. 13).

Moscovici (1976, S. 13 zitiert in Duveen, 2001, S. 3) definiert soziale Repräsentationen als ein System an Werten, Ideen und Brauchtümern, welches Individuen in ihrer Welt Orientierung gibt und innerhalb einer Gesellschaft gruppenspezifische Kommunikation ermöglicht. Soziale Repräsentationen sind also die Gesamtheit an Gedanken und Einstellungen, welche durch verbales oder offenes Verhalten von Individuen verkörpert wird (Wagner et al., 1999, S. 1.). Die Summe an Anschauungen oder Repräsentationen bilden durch einen Diskurs oder gemeinschaftliche Handlungen von Mitgliedern einer sozialen Gruppe soziale Objekte. Diese sozialen Objekte können als von Gruppen sozial konstruierte Einheiten oder als Phänomene, welche Bestandteile einer Welt einer Gruppe sind, betrachtet werden. (Wagner et al., 1999, S. 1.)

Als „soziale Gruppe“ wird eine Einheit von zumindest zwei Personen, die einer anderen Gruppe gegenübersteht, definiert. Diese Gruppen unterscheiden sich durch ein abweichendes Verständnis von einem sozialen Objekt, wobei sich als Konsequenz dieser Differenz eine soziale Identität herausbildet. (Wagner et al., 1999, S. 2) Die gemeinschaftliche Sichtweise einer sozialen Gruppe auf ihre Welt bildet einen bedeutenden Teil der sozialen Identität von Individuen (Wagner, 1994, S. 133). Zugleich stellt diese gemeinsame Einstellung die Grundlage für eine gruppenspezifische Interaktion dar (Wagner et al., 1999, S. 2). Flick (1998, S. 15) unterscheidet symbolische und natürliche Gruppen. Individuen einer symbolischen Gruppe stehen nicht in direkter Interaktion zueinander, sondern ihre repräsentative Wirkung in einer Gesellschaft entfaltet sich aufgrund ihrer symbolischen Zugehörigkeit. Als Beispiel für symbolische Gruppen können Berufsgruppen genannt werden. Natürliche Gruppen bilden sich hingegen aus physikalisch begrenzten Kontexten heraus. (Flick, 1998, S. 15f.) Nach Wagner et al. (1999, S. 2) sind soziale Gruppen weder von anderen Gruppen isoliert, noch werden sie von Veränderungen und disruptiven Begebenheiten in der natürlichen oder sozialen Umwelt wie zum Beispiel Pandemien, Naturkatastrophen oder historischen Ereignissen verschont.

Soziale Repräsentationen können demnach als in der täglichen Interaktion konstruierte kollektive Phänomene bzw. soziale Objekte einer Gesellschaft betrachtet werden (Wagner, 1994, S. 135; Wagner et al., 1999, S. 1f.). Sie sind gleichzeitig das Produkt der täglichen Kommunikation als auch das Umfeld, in welchem ein Diskurs stattfindet. Dieses Umfeld ist konsensuell, da Individuen sich in ein soziales Umfeld bestmöglich integrieren wollen und nach einer ungestörten Kommunikation streben. (el Sehity & Kirchler,

2006, S. 486f.) Voelklein und Howarth (2005, S. 434) führen aus, dass soziale Repräsentationen Menschen helfen, Welten und Interaktionen mit anderen sozialen Individuen zu verstehen.

Flick (1998, S. 3) nennt als Ziel der Theorie der sozialen Repräsentation unterschiedliche Denkweisen, Deutungsmuster und Meinungen in sozialen Gruppierungen und Subkulturen zu identifizieren, um Ähnlichkeiten, Gemeinsamkeiten, Unterschiede und Verteilungen von Denkmustern auszuarbeiten. Unbekannte Inhalte sollen bekannt gemacht werden, damit ein homogenes und vertrautes Umfeld für den täglichen Diskurs geschaffen wird (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 487). Von unbekanntem Inhalten sind nicht nur unbekannte Vorstellungen umfasst, sondern auch nicht bekannte Beziehungen zwischen vertrauten Vorstellungen. Vorhandene soziale Repräsentationen stellen dabei die inhaltliche Grundlage für die Integration des Neuen dar. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 487)

Somit dienen soziale Repräsentationen zur Verarbeitung und Kategorisierung von neuen Phänomenen und von Veränderungen betroffenen bekannten Inhalten (Flick, 1995, S. 14). Moscovici (1961 zitiert in el Sehity & Kirchler, 2006, S. 487) stellte in seiner Forschungsarbeit über soziale Repräsentationen zur Psychoanalyse fest, dass für den täglichen Diskurs zu komplexe oder gesellschaftlich nicht konsensfähige Inhalte nicht in soziale Repräsentationen aufgenommen werden. Diese „Filterfunktion“ ermöglicht die Aufnahme neuer Inhalte gemäß der Grundbasis an bestehenden gesellschaftlich konformen Vorstellungen und erklärt gleichzeitig die Struktur der Inhalte von sozialen Repräsentationen (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 487). Dies bedeutet, innerhalb des Umfelds eines Alltagsdiskurses besteht zwar weitgehendst Konsens hinsichtlich grundlegender inhaltlicher Bedeutungen (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 486ff.; el Sehity & Kirchler, 2022; Wagner, 1994, S. 134), jedoch können unterschiedliches Wissen und kognitive Muster in einer sozialen Gruppe bzw. bei einem Individuum auftreten (Voelklein & Howarth, 2005, S. 434). Die grundlegende kollektive Betrachtungsweise der Welt bildet jedoch die Grundlage für die Kommunikation und Handlungen einer Gruppe (Wagner et al., 1999, S. 2).

2.2.1.1 Verankerung und Objektivierung von neuen Inhalten

Sobald eine soziale Gruppe im Alltagsdiskurs mit neuen Inhalten konfrontiert wird, entsteht eine Auseinandersetzung zwischen bestehenden Repräsentationen und unvertrauten Inhalten. Dadurch werden Vergleichsprozesse ausgelöst, in welchen bestehende Vorstellungen dem Unbekannten gegenübergestellt werden. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 488) Laut Moscovici (1976, S. 171 zitiert in Wagner et al., 1999, S. 2) kommen immer dann soziale Repräsentationen zum Vorschein, wenn eine Identität einer Gruppe

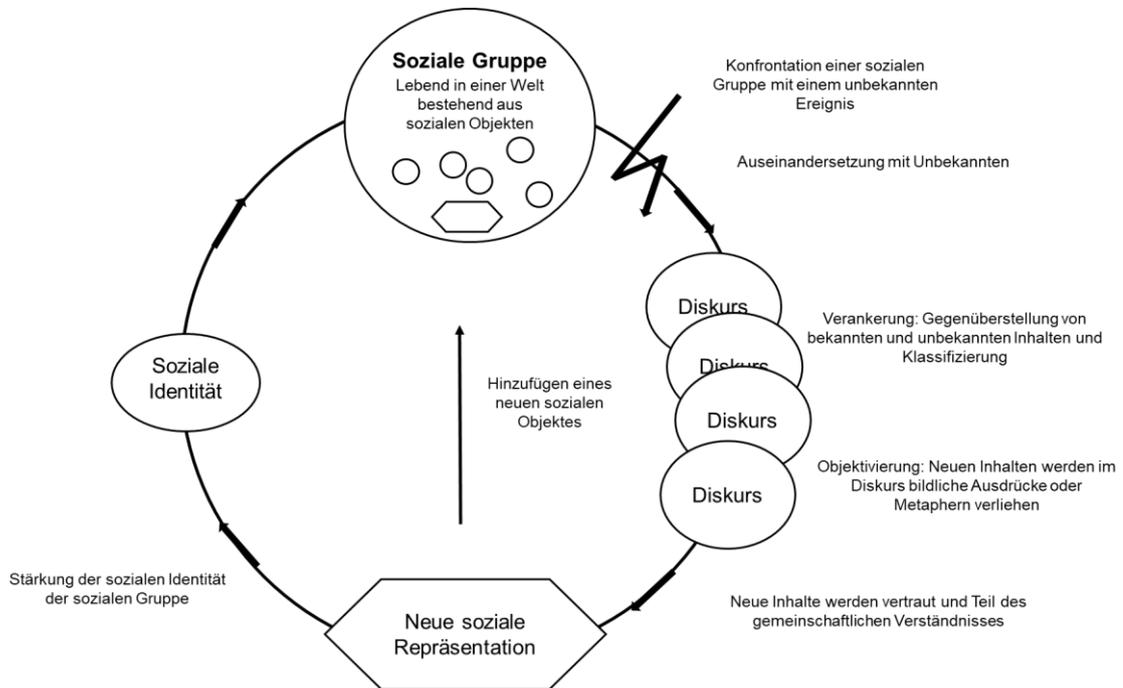
bedroht wird oder wenn die Kommunikation der neuen Inhalte nicht den gewohnten sozialen Regeln entspricht. Für die Aufnahme von unbekanntem Inhalt in soziale Repräsentationen sind die zwei zentralen kognitiven Prozesse „Verankerung“ und „Objektivierung“ notwendig. Diese Prozesse finden nacheinander statt, wobei die Objektivierung nach der Verankerung eintritt. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 488; Wagner et al., 1999, S. 2)

Damit eine soziale Gruppe ein gemeinsames Verständnis von einem unbekanntem Objekt entwickeln und sich über dieses austauschen kann, ist eine Benennung und Charakterisierung eines Phänomens essenziell (Wagner et al., 1999, S. 2). Im Zuge der Verankerung findet ein komplexer kognitiver Ordnungsprozess statt, in welchem das Gedächtnis nach bereits bestehenden Repräsentationen sucht, um anschließend unbekannte Inhalte nach vertrauten Kategorien zu benennen und zu klassifizieren. Demnach wirkt dieser dynamische Prozess sowohl auf vorhandene Repräsentationen als auch auf neue Inhalte, die es zu verankern gilt. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 488f.) Die Verankerung gibt Einblick in die strukturellen Charakteristika von sozialen Repräsentationen und kommt durch die Adaptionfunktion der Peripherie (näheres zum Kern-Peripherie-System siehe Kapitel 2.2.2) zum Vorschein (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 488f.).

Die Objektivierung befasst sich mit qualitativen Aspekten von sozialen Repräsentationen (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 489f.). Soziale Gruppen, welche ein gemeinsames Verständnis für einen Diskurs aufweisen, entwickeln je nach soziostrukturellen, historischen oder kulturellen Merkmalen spezifische Interpretationen für unbekannte oder bedrohliche Phänomene. In diesem Prozess nimmt sozial repräsentiertes Wissen eine spezifische Form an, indem neuen Ideen oder Phänomenen vertraute Metaphern oder bildliche Ausdrücke zugeordnet werden. (Wagner et al., 1999, S. 3) Hieraus ergibt sich, dass soziale Repräsentationen eine Bildhaftigkeit erfordern, welche jedoch bei neuen Ereignissen oder Phänomenen nicht ausgeprägt ist. Vielmehr ist Unbekanntes durch eine abstrakte Form definiert. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 489f.) Bereits im Prozess der Verankerung wird die Grundlage für die Veranschaulichung von unbekanntem Inhalt gelegt. Abstrakte Konzepte werden im Zuge der Objektivierung als physische Objekte projiziert, um diese in soziale Repräsentationen zu übersetzen. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 489f.) Die Objektivierung erfasst demnach die wesentlichen Charakteristika eines Phänomens, wandelt dieses in eine für Menschen verständliche Form um und integriert die neuen Inhalte in das gemeinsame Verständnis einer Gruppe (Wagner et al., 1999, S. 3). Sobald eine neue Repräsentation entstanden ist und von der Mehrheit einer sozialen Gruppe angenommen wird, kann sie als neues soziales Objekt als Teil des gemeinsamen Verständnisses verwendet werden. Durch diesen Vorgang wird zeitgleich

die soziale Identität einer sozialen Gruppe gestärkt. (Wagner et al., 1999, S. 3) Die Umwandlung von neuen Inhalten in soziale Repräsentationen kann als ein Kreislauf verbildlicht werden (Wagner et al., 1999, S. 3). In Abbildung 1 ist der Prozess der Entstehung und Aufnahme einer neuen sozialen Repräsentation in eine soziale Gruppe dargestellt.

Abbildung 1: Entstehung und Aufnahme einer neuen sozialen Repräsentation in eine soziale Gruppe



Quelle: Eigene Darstellung nach Wagner et al. (1999, S. 3)

2.2.2 Zentrale Kerntheorie

Abric (1993) beschäftigte sich in seiner Forschung intensiv mit der Struktur und Dynamik von sozialen Repräsentationen und entwickelte die zentrale Kerntheorie. Gemäß dieser Theorie ist die Struktur von sozialen Repräsentationen durch Kern- und Peripherieelemente charakterisiert, welche trotz deren widersprüchlichen Rollen als eine Einheit agieren (Abric, 1993, S. 75f.).

Kernelemente nehmen die Funktion zur Bestimmung der Relevanz und der Identität von sozialen Repräsentationen sowie die Organisation dieser wahr. So wirken diese beispielsweise bei der Definition eines Themas klärend. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 488) Kernelemente bestehen aus Namen, Metaphern oder Verben, welche oft und rasch mit sozialen Objekten verbunden werden. Ferner sind Kernelemente durch Stabilität, Konsistenz und Resistenz gegenüber Veränderungen sowie historischen Begebenheiten gekennzeichnet. Die Homogenität bzw. das kollektive Gedächtnis einer sozialen Gruppe

wird entscheidend durch das zentrale System mit dessen Kernelementen geprägt. (Abric, 1993, S. 75f.)

Peripherieelemente dienen zur Stabilisierung des Kerns einer sozialen Repräsentation (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 488). Zum einen konkretisiert die Peripherie den Kern in einem vorhandenen Kontext und trägt zu dessen Verständlichkeit bei. Zudem werden aufgrund der anpassenden Wirkung der Peripherieelemente an zeitliche Veränderungen eines Kontextes Veralterungen von sozialen Repräsentationen umgangen. So übt die Peripherie durch ihre geleistete Mediation zwischen veränderbarem Kontext und Kern eine schützende Funktion aus. (el Sehity & Kirchler, 2006, S. 488) Nach Abric (1993, S. 76) kann die Peripherie als Schnittstelle zwischen Realität und zentralen System betrachtet werden. Sie ist die Anlaufstelle für neue Informationen oder herausfordernde Ereignisse, welche für den Kern bedrohlich wirken können (Abric, 1993, S. 75f.). Peripherieelemente enthalten Namen, Metaphern oder Verben, welche schwach mit einem sozialen Objekt verknüpft sind. Die Flexibilität des peripheren Systems erlaubt es, persönliche Charakteristika und Erfahrungen von Individuen in eine soziale Repräsentation zu integrieren. Sofern soziale Repräsentationen in ihrem Kern Übereinstimmung aufweisen, können stark differenzierte individuelle Einstellungen im peripheren System vorherrschen. Demnach kann die Peripherie als funktionelles und impulsives System, welches die Diversität einer Gruppe fördert, angesehen werden. (Abric, 1993, S. 75f.)

Zusammenfassend können soziale Repräsentationen nur durch den komplementären Aufbau des Systems bestehend aus Kern und Peripherie sozial-kognitive Anpassungen vornehmen (Abric, 1993, S. 75f.). Tabelle 1 zeigt die Charakteristika von Kern- und Peripherieelementen auf.

Tabelle 1: Charakteristika der Kern- und Peripherieelemente

Kernelemente	Peripherieelemente
Basieren auf einem kollektiven Gedächtnis und der Historie einer Gruppe	Ermöglichen die Integration von individuellen Erfahrungen
Geprägt durch Homogenität und Konsens innerhalb einer Gruppe	Fördern Heterogenität innerhalb einer Gruppe
Stabil, kohärent und resistent gegenüber Veränderungen	Flexibel, impulsiv, sensitiv und Umgang mit Widersprüchlichkeiten möglich
Unsensibel gegenüber aktuellen Kontexten	Als Anlaufstelle für neue Informationen sensibel gegenüber aktuellen Kontexten
Aufgaben: Definieren die Bedeutung bzw. Bestimmung und Ordnung einer Repräsentation	Aufgaben: Verwirklichen Adaptionen an die Realität sowie die Differenzierung von Inhalten

Schnittstellenfunktion zwischen
Realität und Kern
Schutzfunktion für den Kern

Quelle: Eigene Darstellung nach Abric (1993, 75ff.)

Nach der Erläuterung der theoretischen Grundlagen zu Home-Office sowie der Theorie der sozialen Repräsentation wird im folgenden Kapitel die zugrundeliegende Empirie dieser Arbeit dargelegt.

3 Empirischer Teil

Kapitel 3 stellt den empirischen Teil dieser Arbeit dar. Zunächst werden die Hypothesen aus der Theorie abgeleitet, um anschließend das Studiendesign und Erhebungsinstrument dieser Forschungsarbeit näher zu beleuchten. Danach wird auf Grundlage der in Kapitel 2 beschriebenen Theorie der sozialen Repräsentation das methodische Vorgehen in dieser Untersuchung erklärt. Zuletzt wird auf die tatsächliche Durchführung der empirischen Forschung sowie die Zusammensetzung der Stichprobe eingegangen.

3.1 Hypothesen

Da derzeit mit der Problemstellung dieser Arbeit keine vergleichbaren Untersuchungen vorhanden sind, soll mit der Forschungsfrage „Welche sozialen Repräsentationen bestehen innerhalb der österreichischen Bevölkerung zu Home-Office?“ ein Stimmungsbild der Österreicher*innen zum Arbeitsmodell Home-Office erfasst werden. Zur Beantwortung der Forschungsfrage werden anhand der Erhebung von freien Assoziationen soziale Repräsentationen zum Stimulus Home-Office eruiert und hinsichtlich der Anzahl an Nennungen, deren Bewertungen als auch der Korrelation mit demografischen Merkmalen analysiert.

Schmoll und Süß (2021, S. 16f.) gehen von einem verstärkten gesellschaftlichen Wunsch nach einer individuellen und bedürfnisorientierten Anpassung von Arbeitszeiten und -orten aus. Home-Office hat seit dem Ausbruch der COVID-19 Krise an enormer Bedeutung gewonnen, wie die im Vergleich zu vor der Pandemie höhere Nutzung von Home-Office zeigt (Kellner et al., 2020, S. 4f.). Auch nach der Pandemie fordern Erwerbstätige langfristig ausgelegte orts- und zeitflexible Arbeitsmodelle (Frost, 2021, S. 304).

In Verbindung mit Home-Office können aus Sicht von Arbeitnehmer*innen einige Vorteile festgestellt werden. So sehen Beschäftigte bei der Ausübung von Home-Office zum Beispiel einen Vorteil darin, das Arbeits- und Privatleben besser vereinbaren zu können (Brenke, 2016, S. 104; Di Martino & Wirth, 1990, S. 531; DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Gajendran & Harrison, 2007, S. 1535; Hill et al., 2003, S. 234; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Zudem wird Home-Office aufgrund einer freien und bedürfnisorientierten Zeiteinteilung mit Flexibilität verbunden (Hill et al., 2010, S. 356). Ein weiterer positiver Aspekt stellt eine mit Home-Office einhergehende Produktivitätssteigerung dar, welche unter anderem auf eine höhere Konzentrationsfähigkeit und weniger Unterbrechungen während der Arbeitstätigkeit im Home-Office zurückgeführt werden kann (Di Martino & Wirth, 1990, S. 531).

Auch wenn Home-Office mit einigen Vorteilen verbunden wird, gilt es dessen Nachteile nicht zu vernachlässigen. Die Literatur zeigt diverse Vor- und Nachteile als Teilaspekte von Home-Office auf, weshalb keine einheitliche Meinung darüber besteht, ob Home-Office in Summe als positiv oder negativ wahrgenommen wird (Jeske et al., 2022, S. 1008; Morganson et al., 2010, S. 578ff.).

Aufgrund der in der Literatur vorherrschenden differentiellen Wahrnehmung von Home-Office ist es umso relevanter, ein Stimmungsbild der Österreicher*innen zu diesem Arbeitsmodell aufzuzeigen. Basierend auf den Vorteilen von Home-Office, dem gesellschaftlichen Wunsch nach flexiblen Arbeitszeiten- und -orten (Schmoll & Süß, 2021, S. 16f.) sowie der vermehrten Nutzung von Home-Office nach Ausbruch der COVID-19 Krise (Kellner et al., 2020, S. 4f.) wird in dieser Arbeit eine tendenziell positive Wahrnehmung von Home-Office angenommen. Demnach leitet sich folgende Hypothese ab:

Hypothese 1: „Innerhalb der österreichischen Bevölkerung bestehen überwiegend positiv bewertete Assoziationen zu Home-Office.“

Da die Zielgruppe der Österreicher*innen eine breite Masse an Personen anspricht, werden die Daten auf Unterschiede in Hinblick auf demografische Merkmale analysiert. Laut Primecz (2022, S. 20) und Song und Goa (2019, S. 2664) sind aufgrund des Geschlechts unterschiedliche Auswirkungen von Home-Office auf Arbeitnehmer*innen zu beobachten. Nach Sarbu (2015, S. 463) weisen Männer eine höhere Wahrscheinlichkeit auf, im Home-Office zu arbeiten als Frauen. Frauen wenden mehr Zeit für Kinderbetreuung im Home-Office als in traditionellen Büros auf, während das Ausmaß an Kinderbetreuung von Seiten der Männer unabhängig von der Nutzung von Home-Office ist (Lott, 2019, S. 5ff.).

Zudem haben sich konservative Geschlechterrollen im Zuge der COVID-19 Pandemie im Home-Office verschärft (Primecz, 2022, S. 20). Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass Frauen durch Beruf und Kinderbetreuung im Home-Office eine Doppelbelastung erlebten (Aichinger et al., 2021, S. 14; Costa et al., 2022, S. 9f.). Laut der Befragung von Aichinger et al. (2021, S. 13f.) empfanden 73% der Frauen Kinderbetreuung als größte Herausforderung der COVID-19 Krise, wohingegen Männer mit je 62% aufgrund des erhöhten Aufwands für Kinderbetreuung sowie der Verlagerung der Arbeit in das Home-Office gefordert waren. Dabei wurde die Kinderbetreuung während der COVID-19 Ausnahmesituation mehrheitlich von Müttern wahrgenommen (SORA, 2020, S. 16f.). Ergebnisse zu einer schlechteren Konzentrationsfähigkeit von Frauen im Home-Office können darauf zurückgeführt werden, dass Frauen oftmals Kinder bei der Arbeitsausübung im gleichen Raum beaufsichtigen (Mader, [Blog-Eintrag], 2020).

Neben dem Geschlecht gehen Aichinger et al. (2021, S. 14ff.) und Song und Goa (2019, S. 2664) davon aus, dass die Wohnsituation in Hinblick auf eine Elternschaft Einfluss auf die Wahrnehmung von Home-Office nimmt. Für Beschäftigte mit Kindern sind bei einer flexiblen Zeiteinteilung im Home-Office Möglichkeiten zur Kinderbetreuung gegeben (Lott, 2019, S. 5ff.). Dabei korreliert nach Sarbu (2015, S. 463) eine Elternschaft positiv mit der Nutzung von Home-Office. Laut Song und Goa (2019, S. 2662ff.) hat Home-Office auf Elternteile einen stärkeren Einfluss als auf Personen ohne Kinder, da diese mit Konflikten zwischen Familie und Beruf konfrontiert sind. Berufstätige Elternteile sahen im COVID-19 bedingtem Home-Office die größte Herausforderung in der Kinderbetreuung, wohingegen Beschäftigte ohne Betreuungspflichten mehrheitlich die generelle Verlagerung der Arbeit in das Home-Office als fordernd empfanden (Aichinger et al., 2021, S. 13f.). Aufgrund dieser Literaturergebnisse wird in dieser Untersuchung davon ausgegangen, dass Home-Office je nach Geschlecht und Wohnsituation unterschiedlich wahrgenommen wird. Daher leitet sich folgende Hypothese ab:

Hypothese 2: „Die sozialen Repräsentationen zu Home-Office unterscheiden sich in Hinblick auf das Geschlecht und die Wohnsituation, insbesondere in Bezug auf im Haushalt lebende Kinder.“

Diverse Literatur untersucht den Einfluss von traditionellen Büros und Telework Modellen auf die Arbeitszufriedenheit und Work Life Balance von Arbeitnehmer*innen (Aidla et al., 2022; Mann & Holdsworth, 2003; Morganson et al., 2010). Weitgehend unerforscht ist jedoch der Vergleich der Einstellungen zu Home-Office zwischen Personen, welche kein Home-Office nutzen, sowie von zu Hause arbeitenden Beschäftigten. Daher ist es relevant, die sozialen Vorstellungen zu Home-Office von Menschen ohne Home-Office Nutzung wie Erwerbslose, Auszubildende, Student*innen oder Arbeitnehmer*innen, für welche aufgrund der Tätigkeit oder aus betrieblichen Gründen Home-Office nicht möglich ist, und Arbeitnehmer*innen mit Home-Office Nutzung zu ermitteln. Da in der Literatur davon ausgegangen wird, dass die Art eines Arbeitsmodelles sowie dessen Rahmenbedingungen und Kontext unterschiedliche Auswirkungen auf Arbeitnehmer*innen haben kann (Aidla et al., 2022, S. 15; Song & Goa, 2019, S. 2650), wird folgende Hypothese abgeleitet:

Hypothese 3: „Die sozialen Repräsentationen zu Home-Office unterscheiden sich zwischen Personen, welche Home-Office nutzen, und jenen Personen, welche kein Home-Office in Anspruch nehmen.“

Nach der Ableitung der Hypothesen aus der Literatur wird im folgenden Kapitel die Methode dieser Arbeit beschrieben.

3.2 Methode

Für die Ermittlung von Sichtweisen und Überzeugungen der Untersuchungsteilnehmer*innen zum Thema Home-Office wird die qualitative Methode der Erhebung von freien Assoziationen angewandt. Um die Hypothesen dieser Arbeit zu beantworten, sind für die Auswertung der Assoziationen Analysen mit quantitativem als auch qualitativem Charakter erforderlich. In den folgenden zwei Kapiteln werden das Studiendesign und das Erhebungsinstrument näher ausgeführt.

3.2.1 Studiendesign

Im Rahmen der vorliegenden empirischen Arbeit wird die Hauptforschungsfrage „Welche sozialen Repräsentationen bestehen innerhalb der österreichischen Bevölkerung zu Home-Office?“ mit einer nicht-experimentellen, quantitativen Querschnittsstudie untersucht. Ausgangspunkt der Erhebung von sozialen Repräsentationen stellten ursprünglich quantitative Methoden dar, wie beispielsweise die quantitative Vorgangsweise in Moscovicis (1961) Studie zur Psychoanalyse zeigt (Flick, 1998, S. 8). Dennoch haben qualitative Studien in der Erhebung von sozialen Repräsentationen zunehmend Bedeutung erlangt (Flick, 1998, S. 9). Aufgrund des rasant voranschreitenden sozialen Wandels werden Forscher*innen immer häufiger mit unbekanntem sozialen Kontexten konfrontiert, welche aufgrund der Differenziertheit nicht mehr ausschließlich durch klassische deduktive Forschungszugänge untersucht werden können. Vielmehr ist eine Annäherung an induktive Methodologien und Forschungsprogramme, welche der Diversität an Perspektiven und der Identifikation von kulturellen Umwelten gerecht werden, notwendig. (Flick, 1998, S. 3) So verfolgt die qualitative Forschung das Ziel, Sichtweisen von Subjekten, Perspektiven einer sozialen Gruppe und deren Unterscheidungsmerkmale, Abläufe von sozialen Situationen, wie in Gesprächen, sowie kulturelle oder soziale Regeln zu untersuchen (Flick, 1998, S. 7). Das Konzept der sozialen Repräsentation berücksichtigt die Vielfalt an Perspektiven und Sichtweisen von Personen (Flick, 1998, S. 3; Wagner et al., 1999, S. 1). Dabei werden unterschiedlichste Menschen befragt oder beobachtet (Flick, 1998, S. 3ff.).

Bei der Erforschung von sozialen Repräsentationen finden je nach Untersuchungsziel und Fragestellung verschiedenste quantitative als auch qualitative Methoden Anwendung (Flick, 1998, S. 3ff.). Um emotional behaftete spontane Reaktionen von Menschen zu Objekten oder Inhalten zu erfassen, werden Individuen mit einem Stimulus konfrontiert und die daraus resultierenden Emotionen registriert. Diese Emotionen können mittels projektiver Techniken wie spontanen freien Assoziationen erhoben werden. (Forgas, 1994 zitiert in Kirchler & de Rosa, 1996, S. 69) Die Messung von sozialen

Repräsentationen anhand von freien Assoziationen hat sich dabei mehrmals in empirischen Untersuchungen als geeignete Methode herausgestellt (de Rosa & Kirchler, 2001; Kirchler & de Rosa, 1996; Vergés, 1992). Diese geben Einblicke in unstrukturierte und überwiegend unbeeinflusste Sichtweisen von Personen. Assoziationen werden durch soziale Lernprozesse angeeignet und weisen inhaltliche bzw. qualitative Elemente auf. (Kulich, el Sehity & Kirchler, 2005, S. 2f.) Die Assoziation selbst repräsentiert den qualitativen Aspekt, während die Auswertung der Assoziationen einen quantitativen Charakter besitzt (Olsen, Kogler, Stark & Kirchler, 2017, S. 89f.).

Nach Wagner (1994, S. 141) können soziale Repräsentationen anhand von Fragebögen, Interviews, sozialpsychologischen Experimenten und Text-, Medien- oder Dokumentenanalysen empirisch erforscht werden. Darüber hinaus sind multi-methodische Forschungszugänge möglich, in der Praxis beschränken sich Untersuchungen jedoch meistens auf eine Herangehensweise (Wagner, 1994, S. 141). In dieser Arbeit wird als Methodik ein Online-Fragebogen gewählt, dessen Aufbau im Folgekapitel beschrieben wird. Angesichts der Erhebung von sozialen Repräsentationen mittels freier Assoziationen und dem Vorgehen bei der Datenauswertung verfügt diese Arbeit über qualitative als auch quantitative Zugänge. Die methodischen Aspekte zur Erhebung von freien Assoziationen werden in Kapitel 3.3.1 näher erläutert. Das folgende Kapitel bezieht sich auf das Erhebungsinstrument dieser Arbeit.

3.2.2 Erhebungsinstrument

Das Erhebungsinstrument der vorliegenden Untersuchung stellt ein mit der Plattform SoSci Survey (www.soscisurvey.de, 05.04.2023) erstellter Online-Fragebogen dar. Vor der tatsächlichen Durchführung der Befragung wurden zur Überprüfung des Fragebogens Pre-Tests mit sechs Personen durchgeführt. Nach der Berücksichtigung der Verbesserungsvorschläge der Testpersonen zur Formulierung von Fragen und Antwortmöglichkeiten wurde der Fragebogen von der Betreuerin dieser Arbeit freigegeben.

Der Online-Fragebogen besteht aus drei Abschnitten. Auf der ersten Seite des Fragebogens wurden die Teilnehmer*innen in einem Einleitungstext begrüßt und über das Thema dieser Masterarbeit, über die Zielgruppe, über die Teilnahmevoraussetzungen (Personen mit Hauptwohnsitz in Österreich), die Bearbeitungsdauer (ca. fünf Minuten) sowie über die korrekte Ansicht des Fragebogens bei einer Teilnahme via Smartphone informiert. Darüber hinaus wurde der Zweck der Untersuchung sowie die vertrauliche Behandlung der erhobenen Daten angeführt. Zuletzt wurde die E-Mail-Adresse der Forscherin für Fragen und Anmerkungen bereitgestellt. Die Filterfunktion der ersten Frage („Haben Sie Ihren Hauptwohnsitz in Österreich?“) diente zur Sicherstellung, dass

ausschließlich Personen mit Hauptwohnsitz in Österreich an der Befragung teilnehmen. Im Falle der Angabe, dass der Hauptwohnsitz nicht in Österreich ist, wurden die Teilnehmer*innen zu einer Abschlussseite weitergeleitet und die Befragung galt als beendet. Wurde diese Bedingung erfüllt, so gelangten die Teilnehmer*innen zur Erhebung der freien Assoziationen zu Home-Office.

Um spontane freie Assoziationen zu erheben, wurden die Teilnehmer*innen aufgefordert, in bis zu zehn freien Textfeldern jeweils einen Begriff, ein Stichwort oder eine Idee zum Begriff „Home-Office“ festzuhalten. Die Instruktion zum Eintragen möglichst spontaner Antworten sollte verhindern, dass Gedankengänge durch kontrollierte Absichten beeinflusst werden (Pütz, 2021). Um Abbrüchen aufgrund einer als zu aufwendig empfundenen Fragestellung entgegenzuwirken, wurde bei der Erhebung freier Assoziationen nur eine Zelle als Pflichtfeld und neun Zellen als freiwillige Eingabefelder definiert. Anschließend wurden die Teilnehmer*innen zur Bewertung aufgefordert, ob die festgehaltenen Begriffe, Stichworte oder Ideen als „positiv“, „neutral“ oder „negativ“ empfunden werden (Gangl, Kastlunger, Kirchler & Voracek, 2012, S. 604ff.; Penz, Meier-Pesti & Kirchler, 2004, S. 777).

Der zweite Fragebogenabschnitt widmet sich generellen Fragen zur Berufstätigkeit und zu Home-Office. Zunächst wurde die aktuelle Tätigkeit der Proband*innen abgefragt, wobei mittels einer Mehrfachauswahl mindestens eine Angabe hinterlegt werden konnte. Die Abfrage der durchschnittlichen Arbeitsstunden pro Woche wurde über ein offenes Textfeld abgebildet und stellte gleichzeitig eine Filterfrage dar. Wählten die Proband*innen die Antwortmöglichkeit aus, dass keine Berufstätigkeit vorliegt, wurden die Folgefragen zum Thema Home-Office übersprungen. Berufstätige Personen oder Teilnehmer*innen, welche bei der Frage nach der Berufstätigkeit keine Angabe hinterlegt haben, wurden hinsichtlich der Erfahrungen zu Home-Office, der Ermöglichung von Home-Office von Seiten des derzeitigen Unternehmens, des prozentualen Anteils von Home-Office gemessen an der Arbeitszeit und der Dauer der Ausübung von Home-Office befragt. Das Ausmaß der Nutzung von Home-Office konnte als Prozentzahl in ein freies Textfeld eingegeben werden. Wurde von den Proband*innen angegeben, dass ihr aktuelles Unternehmen Home-Office nicht ermöglicht, so wurden die Folgefragen zur Home-Office Nutzung mittels einer Filterfunktion ausgeblendet.

Daraufhin folgten Fragen zur Berufsbranche sowie einer etwaigen Führungsverantwortung. Wurde das Vorliegen einer Führungsverantwortung mit „Ja“ beantwortet, wurden die Fragen zur Dauer der Führungsverantwortung sowie zur Anzahl an unterstellten Mitarbeitenden eingeblendet. Proband*innen, welche eine Führungsverantwortung

verneinten oder mit „Keine Angabe“ beantwortet haben, wurden automatisch zum letzten Abschnitt des Fragebogens weitergeleitet.

Im dritten Abschnitt des Fragebogens wurden die demografischen Merkmale der Untersuchungsteilnehmer*innen erhoben. Es wurde das Geschlecht, das Alter sowie das österreichische Bundesland, in welchem sich der Hauptwohnsitz befindet, erfragt. Danach folgte die Abfrage des Familienstandes, der Anzahl an Personen im Haushalt sowie der Anzahl an im Haushalt lebenden Kindern unter 14 Jahren. Zuletzt wurde der höchste Bildungsabschluss abgefragt. Auf der letzten Fragebogenseite bedankte sich die Forscherin bei den Proband*innen für die Teilnahme. Darüber hinaus wurde auf dieser Seite die E-Mail-Adresse der Forscherin für Fragen oder Feedback zur Umfrage angegeben.

Im Anhang der vorliegenden Arbeit ist das Erhebungsinstrument vollständig abgebildet.

Nach der Auseinandersetzung mit dem Studiendesign und dem Erhebungsinstrument wird im folgenden Kapitel auf methodische Aspekte zu sozialen Repräsentationen eingegangen.

3.3 Soziale Repräsentation

Anhand der Erhebung von sozialen Repräsentationen wird in dieser Arbeit der Forschungsfrage nachgegangen, welche Gedanken beziehungsweise Überzeugungen Österreicher*innen zu Home-Office aufweisen. Die theoretischen Aspekte zu sozialen Repräsentationen wurden bereits in Kapitel 2.2 umfassend erläutert. Daher beschäftigen sich die folgenden Kapitel mit der Erhebung und Auswertung von sozialen Repräsentationen. Zuerst wird die Methode der Erhebung von freien Assoziationen erläutert, um anschließend auf die Berechnung des Polaritäts- und Neutralitätsindex und die Kern-Peripherie-Analyse einzugehen.

3.3.1 Freie Assoziationen

In der Sozialpsychologie finden freie Assoziationen hauptsächlich bei der Erhebung von sozialen Repräsentationen Anwendung (de Rosa & Kirchler, 2001, S. 51). Diese werden in der Kognitionspsychologie als durch ein vorgegebenes Element spontan hervorgerufene Gedankengänge bezeichnet, welche nicht durch kontrollierte Absichten beeinflusst werden (Pütz, 2021).

Freie Assoziationen sind eng mit inhaltlichen Elementen verknüpft und werden über soziale Lernprozesse angeeignet. Sie verschaffen Zugang zu nicht-strukturierten, überwiegend von sozialer Erwünschtheit unbeeinflussten Vorstellungen. (Kulich et al., 2005, S. 2) Assoziationen können zum Beispiel entstehen, indem Menschen mit einem sozialen

Objekt wie die Finanz- und Wirtschaftskrise konfrontiert werden. Durch diese Auseinandersetzung werden Informationen zu den Gedanken und Einstellungen von Personen zu einem sozialen Objekt zusammengefasst. (Gangl et al., 2012, S. 604) Darüber hinaus lassen sich anhand von freien Assoziationen unreflektierte und spontane Erlebnisse erfassen (Kirchler & de Rosa, 1996, S. 69).

Bei der Erfassung von freien Assoziationen werden Personen angewiesen, spontan Worte zu einem Stimulus wie zu einem Begriff oder einem Bild zu nennen. Aufgrund des häufigen Einsatzes dieser Technik bei Aktivitäten im Alltag kann diese Methode auch als „Gedanken sammeln“ bezeichnet werden. Beispielsweise kann die Recherche von Inhalten über die Eingabe von Stichworten in Internetsuchmaschinen als eine ähnliche Situation betrachtet werden. (Nelson, McEvoy, & Dennis, 2000, S. 887) Dabei räumt die Methode der freien Assoziationen Teilnehmer*innen große Flexibilität ein, indem anstelle eines geschlossenen Fragebogens oder Interviews Gedanken frei festgehalten werden. Die gesammelten Begriffe werden anschließend von den Untersuchungsteilnehmer*innen als „positiv“, „neutral“ oder „negativ“ beurteilt. (Gangl et al., 2012, S. 604ff.; Penz et al., 2004, S. 777)

Anhand der Erhebung von freien Assoziationen werden Gemeinsamkeiten einer Einheit aufgedeckt, welche durch ähnliche Erfahrungen innerhalb einer Gruppe entstehen (Nelson et al., 2000, S. 895). Die Analyse von freien Assoziationen zielt auf die Identifikation von Inhalten sozialer Repräsentationen und deren Kern- und Peripherieelementen ab (Vergès, 1992 zitiert in Gangl et al., 2012, S. 604). Dabei sind manipulative Eingriffe durch Forscher*innen bei der Aufbereitung von Daten möglichst gering zu halten (Kulich, et al., 2005, S. 2). Gemäß der „relative strength hypothesis“ kann die Wahrscheinlichkeit der Nennung einer freien Assoziation als Stärke von Assoziationen betrachtet werden, wobei die stärksten Assoziationen im Gedächtnis abgerufen werden. Das bedeutet, je höher die Auftrittswahrscheinlichkeit einer Assoziation ist, desto stärker ist diese und desto wahrscheinlicher wird diese aus einem Pool an Assoziationen ausgewählt. (Nelson et al., 2000, S. 893f.)

Im Zuge dieser Untersuchung wurden freie Assoziationen mithilfe eines Online-Fragebogens erhoben. Die Proband*innen wurden angewiesen, Begriffe, Stichworte oder Ideen, welche diesen spontan zu „Home-Office“ einfielen, in mindestens ein bis zehn Textfeldern festzuhalten. Anschließend sollten die Teilnehmer*innen bewerten, ob diese Assoziationen als positiv, negativ oder neutral wahrgenommen werden (Gangl et al., 2012, S. 604ff.; Penz et al., 2004, S. 777).

Für die Auswertung und Analyse der Assoziationen wurden Polaritäts- und Neutralitätsindizes berechnet sowie Korrespondenz- und Kern-Peripherie-Analysen durchgeführt. Die Berechnung der Polaritäts- und Neutralitätsindizes wird im folgenden Kapitel erläutert.

3.3.2 Polaritäts- und Neutralitätsindex

Die Wahrnehmung von Inhalten wird durch emotionale Aspekte bestimmt (de Rosa & Kirchler, 2001, S. 61). Dabei kann die Einstellung von Menschen zu einem Stimulus mithilfe der Bewertung einer Assoziation erfasst werden (Kirchler & de Rosa, 1996, S. 71). Für die Analyse der Bewertungen von Assoziationen der vorliegenden Arbeit wurde der Polaritäts- und Neutralitätsindex herangezogen.

Mit dem Polaritätsindex (P) wird ersichtlich, ob die Einstellungen bzw. Bewertungen zu einem Stimulus gesamt betrachtet positiv, negativ oder neutral sind. Dieser wird durch die Bildung der Differenz zwischen der Anzahl an positiven und negativen Assoziationen und der anschließenden Division dieser Differenz durch die Anzahl aller Assoziationen berechnet. (de Rosa, 2002, S. 185; Kirchler & de Rosa, 1996, S. 71f.; Penz et al., 2004, S. 777)

$$P = \frac{(\text{Anzahl der positiven Assoziationen} - \text{Anzahl der negativen Assoziationen})}{\text{Anzahl aller Assoziationen}}$$

Der daraus resultierende Index, auch bezeichnet als „Einstellungsmaß“, kann Werte zwischen -1 bis +1 annehmen. Bei einer negativen Einstellung zu einem Stimulus nähert sich dieser Wert dem Index -1, während eine positive Einstellung näher bei einem Index von +1 liegt. (Kirchler & de Rosa, 1996, S. 71f.; Penz et al., 2004, S. 777) Bei einem Polaritätsindex zwischen -1 und -0.05 weisen die meisten Assoziationen eine negative Bewertung auf. Liegt P zwischen -0.04 und +0.04, neigt die Anzahl an positiv und negativ bewerteten Assoziationen dazu, ausgewogen zu sein. Zeigt der Polaritätsindex einen Wert zwischen +0.04 und +1 auf, so sind die meisten Vorstellungen mit einer positiven Bewertung verbunden. (de Rosa, 2002, S. 185)

Der Neutralitätsindex (N) wird durch die Bildung der Differenz zwischen der als neutral bewerteten Assoziationen und den übrigen Assoziationen, das heißt die Summe aus positiven und negativen Assoziationen, und der anschließenden Division durch die Anzahl aller Assoziationen berechnet (de Rosa, 2002, S. 186; Kirchler & de Rosa, 1996, S. 71f.). Dieses Maß bestimmt die Neutralität eines Menschen gegenüber einem Stimulus (Kirchler & de Rosa, 1996, S. 71f.). Zugleich dient der Neutralitätsindex als Kontrollmaßnahme zur Messung des Polaritätsindex. Demnach ist bei einer hohen positiven Polarität

die Neutralität gegenüber einem Stimulus gering und umgekehrt. (de Rosa, 2002, S. 185)

$$N = \frac{\text{Anzahl an neutralen Assoziationen} - (\text{Summe aus positiven und negativen Assoziationen})}{\text{Anzahl aller Assoziationen}}$$

Wie der Polaritätsindex kann auch der Neutralitätsindex Werte in der Spanne zwischen -1 und +1 aufweisen. Nimmt N einen Wert zwischen -1 und -0.05 an, so liegt eine geringe Neutralität vor, das heißt, wenige Assoziationen sind neutral konnotiert. Werte zwischen -0.04 und +0.04 können dahingehend interpretiert werden, dass die Summe an positiven und negativen Assoziationen ausgewogen ist. Bei einem Neutralitätsindex zwischen +0.04 und +1 liegt hohe Neutralität vor, weshalb der Großteil der Assoziationen eine neutrale Bewertung aufweist. (de Rosa, 2002, S. 186)

Die Polaritäts- und Neutralitätsindizes können dahingehend interpretiert werden, dass sowohl positive als auch negative Reaktionen auf einen Stimulus mit Emotionalität behaftet sind und die Emotionalität bei einem Anstieg von neutralen Bewertungen sinkt. Demnach liegen bei einer geringen Anzahl von neutralen Bewertungen viele emotionale Assoziationen vor. Einem emotionalen Thema wird erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt, indem dieses häufig Gegenstand einer Diskussion ist. (de Rosa & Kirchler, 2001, S. 58ff.)

Für tiefergehende Analysen der Bewertungen kann der Polaritäts- und Neutralitätsindex in Korrelation mit der Reihenfolge bzw. dem Rang der Nennung einer Assoziation betrachtet werden (de Rosa, 2002, S. 186). Durch die Darstellung der Indizes im Zeitverlauf wird sichtbar, ob die ersten Assoziationen zu einem Stimulus tendenziell negativ, positiv oder neutral empfunden werden bzw. wie sich diese Bewertungen mit der steigenden Anzahl an Assoziationen verändern (de Rosa & Kirchler, 2001, S. 56f.).

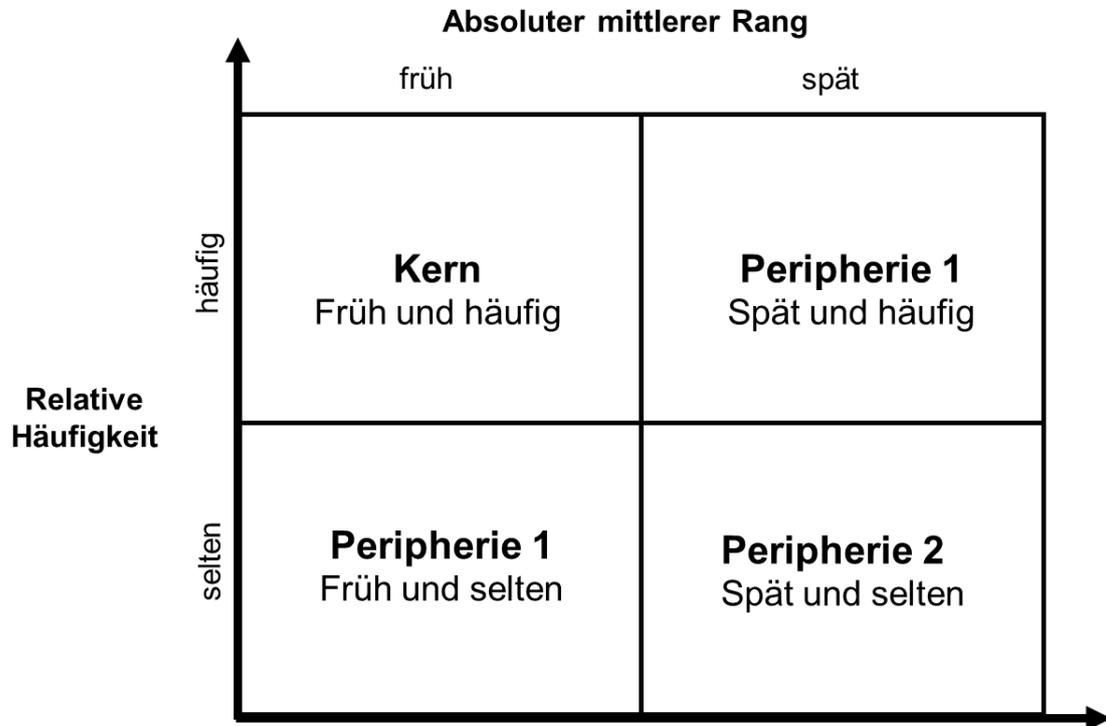
Nach der Berechnung des Polaritäts- und Neutralitätsindex werden Kern-Peripherie-Analysen durchgeführt, anhand welcher die Assoziationen dem Kern und den Peripheriebereichen von sozialen Repräsentationen zugeordnet werden.

3.3.3 Kern-Peripherie-Analyse

Die Analyse und grafische Darstellung freier Assoziationen erfolgt in dieser Arbeit mithilfe der Kern-Peripherie-Analyse von Vergès (1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28), welche auf Abrics (1993) Kern-Peripherie-Modell beruht. In der Kern-Peripherie-Analyse wird der Rang einer Assoziation als Messgröße eingesetzt und deren Verteilung sowie Häufigkeit ermittelt (Vergès 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28f.). Wie Abbildung 2 zeigt, werden die Daten anhand der beiden Variablen „absoluter mittlerer Rang“ und „relative Häufigkeit“

graphisch in einem Koordinatensystem angeordnet. Der absolute mittlere Rang wird auf der x-Achse abgebildet, während die relative Häufigkeit auf der y-Achse dargestellt wird. (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28f.)

Abbildung 2: Vierfeldertafel der Kern-Peripherie-Analyse



Quelle: Eigene Darstellung nach Vergès (1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28f.)

Die relative Häufigkeit $P(A_i)$ stellt die durchschnittliche Wahrscheinlichkeit einer Nennung einer Assoziation i dar. Demnach wird die absolute Häufigkeit der Nennung einer Assoziation $F(A_i)$ durch die Gesamtstichprobengröße (n) dividiert. (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28f.)

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

$P(A_i)$... relative Häufigkeit einer Nennung

$F(A_i)$... absolute Häufigkeit einer Nennung einer Assoziation A_i

n ... Größe der Stichprobe

Die Berechnung der Dimension „absoluter mittlerer Rang“ erfolgt nach Vergès (1994 zitiert in Kulich, 2003, S. 30) durch die Gewichtung der Gesamtzahl der Nennungen einer Assoziation mit dem jeweiligen Rang. Dies bedeutet, dass bei einer Nennung einer Assoziation auf Rang 1 die Anzahl an Nennungen der Assoziation mit der Zahl 1

multipliziert wird. Wird beispielsweise eine Assoziation an zweiter Stelle erwähnt, so wird die Anzahl an Erwähnungen der Assoziation mit dem Faktor 2 multipliziert. Darauf folgt die Bildung der Summe aller Produkte und die anschließende Division dieser Zahl durch die gesamte Anzahl der Nennungen einer Assoziation i . (Vergès, 1994 zitiert in Kulich, 2003, S. 30)

$$\bar{R}(A_i) = \frac{R_1 * \sum_{i=1}^{r_1} A_{ir1} + R_2 * \sum_{i=1}^{r_2} A_{ir2} + \dots + R_k * \sum_{i=1}^{r_k} A_{irk}}{\sum_{i=1}^n A_i}$$

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

R_k ... k -ter Rang

$\sum_{i=1}^{r_k} A_{irk}$... Gesamtzahl der Nennungen einer Assoziation i für den k -ten Rang

$\sum_{i=1}^n A_i$... Gesamtanzahl Nennungen einer Assoziation i

Demnach findet anhand der Variablen relative Häufigkeit und absoluter mittlerer Rang eine Unterteilung des in Abbildung 2 veranschaulichten Koordinatensystems in eine Vierfeldertafel statt (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28). Der aus den absolut mittleren Rängen berechnete Mittelwert stellt dabei den Trennwert zwischen früh und spät genannten Assoziationen dar (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 30). Assoziationen, welche zu einem späten Zeitpunkt genannt werden, werden hohen absoluten Rangplätzen zugeordnet, während früh erwähnte Assoziationen niedrigen absoluten mittleren Rangpositionen entsprechen. Assoziationen, welche sehr häufig erwähnt werden, weisen eine hohe relative Häufigkeit auf, selten genannte Assoziationen sind durch eine niedrige relative Häufigkeit charakterisiert. (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28)

Somit umfasst der linke obere Bereich der Vierfeldertafel häufig und zu einem frühen Zeitpunkt genannte Assoziationen und stellt den Kern dar (siehe Abbildung 2). Die übrigen drei Quadranten werden als Peripherie 1 und Peripherie 2 bezeichnet. Peripherie 1 beinhaltet zu einem späten Zeitpunkt und häufig erwähnte Assoziationen (Quadrant rechts oben) und früh genannte Begriffe mit einer geringen Häufigkeit (Quadrant links unten). Peripherie 2 umfasst Assoziationen, welche zu einem späten Zeitpunkt und selten erwähnt wurden. (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28)

Nach der Erläuterung der methodischen Aspekte zu sozialen Repräsentationen wird im folgenden Kapitel die Durchführung der empirischen Untersuchung dargelegt.

3.4 Durchführung der empirischen Untersuchung

Die Datenerhebung fand mithilfe des auf der Online-Plattform SoSci Survey (www.soscisurvey.de, 05.04.2023) erstellten Fragebogens im Zeitraum zwischen 14.01.2023 und 02.03.2023 statt. Der ursprünglich angesetzte Erhebungszeitraum wurde um etwa drei Wochen ausgedehnt, um die Anzahl an Untersuchungsteilnehmer*innen zu erhöhen und wenig vertretene Zielgruppen verstärkt zu erreichen. Verbreitet wurde der Fragebogen über die Social-Media-Kanäle Facebook, WhatsApp und LinkedIn. Darüber hinaus wurde der Fragebogen im Forum für Studierende der Ferdinand Porsche FernFH geteilt. Zahlreiche Antworten wurden ebenso über die Streuung des Fragebogens via E-Mail im Bekannten- und Freundeskreis erreicht.

Als Ziel dieser Arbeit wurden ursprünglich 100 ausgefüllte Fragebögen verfolgt. Aufgrund der Verlängerung des Befragungszeitraumes konnten jedoch die Erwartungen übertroffen werden. In Summe wurde der Online-Fragebogen 492-mal aufgerufen. Von dieser Zahl sind ebenso Mehrfachklicks der Teilnehmer*innen als auch Aufrufe des Fragebogens durch Suchmaschinen umfasst, weshalb diese Kennzahl als ungenauer Indikator anzusehen ist (www.soscisurvey.de, 05.04.2023).

266 Proband*innen haben den Fragebogen begonnen, davon haben 160 Personen den Fragebogen abgeschlossen. Bei Berücksichtigung ausschließlich jener Personen, welche die Filter Bedingung eines Hauptwohnsitzes in Österreich erfüllten, konnten in Summe 156 vollständig beantwortete Fragebögen verzeichnet werden. Darüber hinaus wurden vier Fälle im Zuge der Datenbereinigung ausgeschlossen, weshalb bei der Auswertung in Summe 152 gültige Datensätze berücksichtigt wurden (siehe Kapitel 3.5 Datenbereinigung und vorbereitende Analysen).

Bei einer Gegenüberstellung der Anzahl an begonnenen und abgeschlossenen Fragebögen resultiert eine Abbruchquote von 39.85%, welche als hoch betrachtet werden kann. Die Tatsache, dass die meisten Fragebögen auf Seite drei und vier abgebrochen wurden (entsprechen der Seiten des Fragebogens zur Erhebung der freien Assoziationen), verstärkt die Annahme, dass die Teilnehmer*innen die Erhebung von freien Assoziationen als aufwendig empfanden. Insbesondere im Vergleich zu Befragungen, die ausschließlich Multiple Choice Fragen beinhalten, könnte der Fragebogen dieser Untersuchung als sehr anspruchsvoll wirken. Dafür spricht ebenso, dass von zehn verfügbaren Textfeldern zur Eingabe der Assoziationen nur durchschnittlich sechs Felder pro Teilnehmer*in befüllt wurden.

Es wäre möglich, dass die Abbruchquote bei einer geringeren Anzahl von Textfeldern niedriger ausgefallen wäre. In dieser Arbeit wurde jedoch für eine Erhebung eines

umfassenden Stimmungsbildes auf die Reduktion der Eingabefelder verzichtet. Darüber hinaus sollten Teilnehmer*innen, welche viele Assoziationen zu Home-Office hatten, nicht durch begrenzte Textfelder beim Notieren ihrer Gedanken eingeschränkt werden. Eine weitere Möglichkeit zur Reduktion der Abbruchquote könnte die Reihung der Erhebung der freien Assoziationen in der Mitte oder am Ende des Fragebogens sein. Bei dieser Variante besteht jedoch das Risiko, dass die Teilnehmer*innen aufgrund der davor gereihten Fragen unbewusst beeinflusst und dadurch Assoziationen nicht mehr spontan hervorgerufen werden.

Nach Ende des Befragungszeitraumes wurde die durchschnittliche Bearbeitungszeit des Fragebogens berechnet. Diese beträgt 4.75 Minuten, wonach die im Einleitungstext des Fragebogens angegebene Beantwortungsdauer von fünf Minuten realistisch eingeschätzt wurde.

Im folgenden Kapitel wird auf das methodische Vorgehen bei der Datenbereinigung und auf vorbereitende Analysen eingegangen.

3.5 Datenbereinigung und vorbereitende Analysen

Wie in Kapitel 3.4 angeführt, konnten in dieser Untersuchung 156 vollständig abgeschlossene Fragebögen verzeichnet werden. Im Zuge der Datenbereinigung wurden vier Datensätze, welche ausschließlich nicht sinnhafte Assoziationen beinhalteten, exkludiert. Davon sind die Eingaben „jhfgghjkon“, „jajafkk“, „J“ und „2“ umfasst. Demnach ergaben sich 152 Datensätze für die weitere Analyse und Auswertung.

Wie in Kapitel 3.2.2 angeführt, ist die Erhebung von freien Assoziationen zu Home-Office ein wesentlicher Teil des Online-Fragebogens dieser Forschung. So wurden die Untersuchungsteilnehmer*innen instruiert, in mindestens einem bis maximal zehn Textfeldern Begriffe, Stichworte oder Ideen zum Begriff Home-Office festzuhalten. Tabelle 2 veranschaulicht, wie oft die Textfelder zur Erhebung der Assoziationen befüllt wurden und wie sich der Prozentsatz an ausgeschöpften Eingabemöglichkeiten pro Textfeld bemisst. Wie von der Autorin im Vorfeld angenommen, war die Bereitschaft zur Nennung von Assoziationen bei den ersten Textfeldern recht hoch. Die Befüllung des ersten Textfeldes beziehungsweise die Nennung der ersten Assoziation von allen Teilnehmer*innen ist auf die verpflichtende Hinterlegung des ersten Eingabefeldes zurückzuführen. Die neun übrigen Textfelder konnten auf freiwilliger Basis befüllt werden, weshalb mit aufsteigendem Rang der Eingabefelder die Nennung von Assoziationen abnahm.

In Summe wurden 918 (60.39%) von 1520 möglichen Assoziationen erhoben, wobei als Höchstwerte 152 Assoziationen im ersten Textfeld sowie 142 Eingaben (93.42%) im

zweiten Textfeld zu verzeichnen sind. Das zehnte Textfeld wurde lediglich 37-mal (24.34%) befüllt.

Tabelle 2: Häufigkeit der Nutzung der Textfelder zur Erhebung von Assoziationen

Assoziationen	Absolut	In Prozent
1. Assoziation	152	100.00%
2. Assoziation	142	93.42%
3. Assoziation	133	87.50%
4. Assoziation	119	78.29%
5. Assoziation	105	69.08%
6. Assoziation	84	55.26%
7. Assoziation	62	40.79%
8. Assoziation	47	30.92%
9. Assoziation	37	24.34%
10. Assoziation	37	24.34%
Gesamt	918	60.39%

Quelle: Eigene Darstellung

Die Anzahl an erhobenen Assoziationen wurde für eine kompakte Darstellung im Zuge mehrerer Durchgänge einer Datenbereinigung deutlich reduziert. Der Datensatz wurde zunächst von SoSci Survey heruntergeladen und in Microsoft Excel importiert. Bei der Bereinigung wurde darauf geachtet, dass Eingriffe von Seiten der Forscher*in möglichst gering gehalten werden (Kulich et al., 2005, S. 2). Die erhobenen Assoziationen wurden auf Synonyme, Doppelnennungen, Singular und Plural, Groß- und Kleinschreibung, geschlechterspezifische Unterschiede, Rechtschreib- und Tippfehler sowie überflüssige Leerzeichen überprüft und zusammengefasst. Umgangssprachliche Ausdrücke wie zum Beispiel „fad“ wurden mit Begriffen der Hochsprache mit gleicher Bedeutung wie „langweilig“ vereinheitlicht. Adjektive und Substantive wie zum Beispiel „flexibel“ und „Flexibilität“ wurden ebenso aufgrund der gleichen inhaltlichen Bedeutung als einheitlicher Begriff erfasst. Nach der Bereinigung und Zusammenführung von identen Eingaben reduzierte sich die Anzahl von anfänglich 918 Assoziationen auf 326 Nennungen.

Nach der Datenbereinigung erfolgte die qualitative Analyse der freien Assoziationen durch die Zuordnung zu Kategorien. Durch die Kategorienbildung wurde die Gegenüberstellung von ähnlichen Assoziationen ermöglicht und gleichzeitig Vorbereitungen für die in der Auswertung notwendigen Korrespondenzanalysen getroffen. Die Kategorien wurden in mehreren Durchgängen gebildet und so lange angepasst, bis eine angemessene inhaltliche Vertretung der zugeordneten Assoziationen gegeben war. Insgesamt wurden 20 Kategorien erstellt, welche im Folgenden beschrieben werden.

Die Kategorie (1) *Anfahrtswege* beinhaltet Assoziationen wie „Anfahrtsweg“, „keine Anfahrtswege“, „weniger Anfahrtswege“ und „Zeitersparnis der Anfahrtswege“. Die Kategorie (2) *Rahmenbedingungen* umfasst Begriffe wie „zu Hause“, „zu Hause arbeiten“ und „Gleizeit“. In der Kategorie (3) *Kritische Beschreibungen* sind negativ behaftete Assoziationen zu Home-Office wie zum Beispiel „Ablenkungen“, „langweilig“, „Monotonie“, „ständige Erreichbarkeit“, „Stress“ und „unproduktiv“ verortet. Im Gegensatz dazu besteht die Kategorie (4) *Positive Beschreibungen* aus Begriffen wie „Effizienz“, „keine Ablenkungen“, „Konzentration“, „Produktivität“, „Ruhe“, „weniger Stress“ oder „Zeitersparnis“. In der Kategorie (5) *Äußeres Erscheinungsbild* finden sich alle Assoziationen, welche Kleidung und das äußere Aussehen betreffen, wie zum Beispiel „keine Kleidungs Vorschriften“, „Pyjama“, „gemütliche Kleidung“ oder „Jogginghose“. Die Kategorie (6) *Büro- und Arbeitsausstattung* umfasst Assoziationen wie zum Beispiel „Computer“, „Ausstattung“, „fehlende technische Ausstattung“ oder „schlechte Internetverbindung“. Unter Kategorie (7) *Eigenverantwortung* sind Begriffe wie „Eigenverantwortung“, „Selbstbestimmung“ oder „Selbstorganisation“ zusammengefasst. Die Kategorie (8) *Essen und Trinken* befasst sich mit dem Thema Verpflegung und beinhaltet Assoziationen wie zum Beispiel „Mittagessen“, „selbst kochen“ oder „Kaffee“. Unter Kategorie (9) *Flexibilität* fallen Assoziationen wie „Flexibilität“, „freie Zeiteinteilung“, „Zeiteinteilung“ oder „Abwechslung“. Kategorie (10) *Isolation* umfasst Begriffe wie „alleine“, „Einsamkeit“ oder „Isolation“, während die Kategorie (11) *Kooperation* auf die Zusammenarbeit bezugnehmende Assoziationen verortet. Davon sind unter anderem die Begriffe „Vertrauen“, „keine Kontrolle“ und „Kontrolle“ eingeschlossen. Die Kategorie (12) *Körperliche Auswirkungen* hat Assoziationen wie „Sport“, „weniger Bewegung“ oder „Rückenschmerzen“ zum Inhalt. In der Kategorie (13) *Kosten* sind diverse auf Kosten bezugnehmende Assoziationen wie zum Beispiel „Energiekosten“, „kein Energiezuschuss“, „Kostensparnis für Anfahrtswege“ oder „zusätzliche Kosten“ verortet. Die Kategorie (14) *Meetingkultur* beinhaltet alle Assoziationen zum Thema berufliche Kommunikation und Meetings. Davon sind beispielsweise die Begriffe „Videokonferenzen“, „Telefonate“, „Meetings“ und „erschwerter Kommunikation“ umfasst. Die Kategorie (15) *Sozialer Kontakt* beinhaltet Assoziationen wie „fehlende soziale Kontakte“, „fehlender Austausch mit Kolleg*innen“, „Austausch mit Kolleg*innen“ oder „soziale Kontakte“. Eine weitere Kategorie stellt (16) *Umwelt und Klima* dar, welche die Assoziationen „Klimaschutz“ und „Umweltfreundlichkeit“ einschließt. Die Kategorie (17) *Familie* setzt sich aus Assoziationen wie zum Beispiel „Familie“, „Kinderbetreuung“ oder auch „Haustiere“ zusammen. Die Kategorie (18) *Vereinbarkeit Arbeits- und Privatleben* beinhaltet jene Assoziationen, welche auf eine gute Work Life Balance schließen lassen. In dieser Kategorie sind zum Beispiel die Begriffe „Freizeit“, „länger schlafen“, „parallele Hausarbeiten“, „Vereinbarkeit von Arbeits- und

Privatleben“, „Work Life Balance“, „mehr Zeit für Familie“ oder „Zeitersparnis“ verortet. In der Kategorie (19) *Verschmelzung Arbeits- und Privatleben* finden sich Vorstellungen, welche keine klare Trennung von Berufs- und Privatleben vermuten lassen. Dazu zählen „Verschmelzung von Arbeits- und Privatleben“ oder „weniger Pausen“. Assoziationen, welche nicht eindeutig einer Kategorie zugeordnet bzw. deren Zusammenhang mit Home-Office nicht erkannt werden konnte, wurden der Kategorie (20) *Sonstiges/Undefinierbar* zugeordnet. Diese Kategorie enthält Begriffe wie „richtiger Mix“, „MontagMi“, „Besseres“, „Moti“ oder „fordernd Team“.

Nach der Bereinigung und Kategorisierung der Assoziationen wurden diese anhand von absoluten und relativen Häufigkeiten, Polaritäts- und Neutralitätsindizes, Kern-Peripherie-Analysen sowie Korrespondenzanalysen analysiert. Die Ergebnisse der Analysen finden sich in Kapitel 4. Das folgende Kapitel widmet sich zunächst der Beschreibung der Stichprobe.

3.6 Untersuchungsteilnehmer*innen/Stichprobe

Die Zielgruppe dieser Untersuchung bilden Personen mit Hauptwohnsitz in Österreich. Die Abgrenzung der Zielgruppe auf Österreicher*innen erfolgte aufgrund der Tatsache, dass soziale Repräsentationen im Kontext von kulturellen Einflüssen zu betrachten sind (Farr, 1996 zitiert in Wagner et al., 1999, S. 1). Zudem sollten Verzerrungen aufgrund von landesspezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen von Home-Office vermieden werden.

Bei der Stichprobenziehung wurde einzig ein Internetzugang via Notebook, Smartphone oder Tablet vorausgesetzt, da ohne diesem keine Teilnahme an der Untersuchung möglich war. Keine Ausschlusskriterien stellten hingegen das Alter, eine Berufstätigkeit oder die Beschäftigungsform dar. Das heißt, sowohl Personen in Beschäftigung, nicht erwerbstätige Personen als auch Menschen in Ausbildung wurden von der Zielgruppe umfasst. Weiters wurde die Stichprobe nicht hinsichtlich der Nutzung von Home-Office eingegrenzt, da Vergleiche zwischen Personen, die Home-Office nutzen, und Erwerbstätigen ohne Home-Office Nutzung, für diese Arbeit von Interesse sind.

Die geringe Abgrenzung der Zielgruppe ist ebenso in Hinblick auf die Methodik relevant, da qualitative Erhebungsmethoden wie die Erhebung von sozialen Repräsentationen einen offenen Forschungszugang erfordern, um die Komplexität und Ganzheit eines Gegenstandes im alltäglichen Kontext zu untersuchen (Flick, 1998, S. 5). Durch diese Vorgehensweise sollte sichergestellt werden, dass ein möglichst breites Stimmungsbild der österreichischen Bevölkerung eingefangen wird.

Da die Erhebung der Grundgesamtheit aufgrund der Zielgruppengröße sehr aufwendig ist und diese die Möglichkeiten der Datenerhebung im Rahmen dieser Masterarbeit übersteigen würde, wurde eine Stichprobenuntersuchung angewandt. Stichprobenuntersuchungen können mit weniger Zeitaufwand als Vollerhebungen durchgeführt werden und eignen sich daher für aktuelle Forschungsgegenstände. Zudem sind Vollerhebungen oftmals nicht durchführbar. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn Populationsmitglieder nicht vollständig bekannt sind oder innerhalb eines Zeitraumes nicht vollzählig erreicht werden können. (Bortz & Döring, 2006, S. 395ff.) In der vorliegenden Arbeit wurde eine einfache Zufallsstichprobe angewandt, bei welcher Untersuchungsobjekte einer Population per Zufallsprinzip als Stichprobe ausgewählt werden (Bortz & Döring, 2006, S. 395ff.).

Wie in Kapitel 3.4 ausgeführt, haben 160 Personen den Fragebogen abgeschlossen, vier Proband*innen sind aufgrund eines Hauptwohnsitzes außerhalb von Österreich ausgeschlossen. Darüber hinaus wurden vier Fälle im Zuge der Datenbereinigung ausgeschlossen. Somit ergab sich eine Stichprobe von 152 gültigen Datensätzen.

97 Probandinnen (63.8%) von gesamt 152 Untersuchungsteilnehmer*innen sind weiblich, 54 Teilnehmer (35.5%) männlich und eine Person (0.7%) gab keine Angabe zum Geschlecht an. Das Durchschnittsalter der Stichprobe beträgt 34.4 Jahre, wobei die jüngste Person angab, 19 Jahre alt zu sein. Die älteste Person der Stichprobe führte ein Alter von 70 Jahren an. Sechs Teilnehmer*innen (3.9%) der Stichprobe haben keine Angabe zum Alter getätigt. Für eine kompaktere Darstellung wurden die Altersangaben in Altersgruppen umcodiert. Gemäß dieser Kategorisierung ist die Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen mit 76 Personen (50.0%) am häufigsten vertreten, während 55- bis 64-jährige Personen mit einer Anzahl von acht Personen (5.3%) sowie Proband*innen ab 65 Jahren (1 Person bzw. 0.7%) in der Stichprobe am schwächsten repräsentiert sind. Personen im Alter zwischen 35 bis 44 Jahren sind mit 34 Personen (22.4%) in der Stichprobe vertreten, Teilnehmer*innen zwischen 19 und 24 Jahren mit 15 Personen (9.9%) sowie Personen zwischen 45 bis 54 Jahren mit 7.9% (12 Personen).

Die Mehrheit der Teilnehmer*innen (54 Personen bzw. 35.5%) gab als österreichischen Wohnsitz das Bundesland Wien an, gefolgt von 41 Personen (27.0%), welche ihren Wohnsitz im Burgenland haben, sowie 32 Proband*innen (21.1%) mit einem Hauptwohnsitz in Niederösterreich. Acht Personen (5.3%) haben ihren Hauptwohnsitz in Salzburg, sieben Personen (4.6%) in der Steiermark, fünf Personen (3.3%) in Oberösterreich und zwei Personen (1.3%) in Tirol. Personen aus Kärnten sind mit einer Person (0.7%) am seltensten in der Stichprobe vertreten. Teilnehmer*innen aus Vorarlberg finden sich

nicht in der Stichprobe. Weitere zwei Personen (1.3%) haben zwar ihren Hauptwohnsitz in Österreich, diese machten aber keine Angaben zu ihrem Bundesland.

In Hinblick auf den Familienstand gaben 77 Personen (50.7%) an, ledig zu sein. 58 Teilnehmer*innen (38.2%) sind verheiratet oder in einer eingetragenen Partnerschaft sowie sieben Personen (4.6%) getrennt, geschieden oder verwitwet. Zuletzt beantworteten neun Personen (5.9%) die Frage zum Familienstand mit „Sonstige“ sowie ein*e Teilnehmer*in (0.7%) mit „Keine Angabe“.

In Hinblick auf die Anzahl an im Haushalt lebenden Personen gab die Mehrheit der Teilnehmer*innen (120 Personen bzw. 78.9%) einen Mehrpersonenhaushalt an, während 31 Teilnehmer*innen (20.4%) antworteten, alleine zu leben. Eine Person (0.7%) machte keine Angabe zur Wohnsituation. Für eine kompaktere Darstellung wurden die Mehrpersonenhaushalte gemäß der Anzahl an im Haushalt lebenden Personen in SPSS in Gruppen umcodiert. Demnach leben 66 Personen (43.4%) in einem Zweipersonenhaushalt, 50 Proband*innen (32.9%) in einem Haushalt von drei bis vier Personen sowie vier Proband*innen (2.6%) in einem Haushalt von fünf bis sechs Personen.

Bei der darauffolgenden Frage, wie viele Kinder unter 14 Jahren im Haushalt der Proband*innen wohnen, gab der Großteil der teilnehmenden Personen (111 Personen bzw. 73.0%) „Keine“ an. 37 Personen (24.3%) nannten eine Anzahl von ein bis zwei Kindern unter 14 Jahren im Haushalt. Lediglich ein*e Teilnehmer*in (0.7%) wohnt in einem Haushalt mit fünf oder mehr Kindern unter 14 Jahren. Teilnehmer*innen mit drei bis vier Kindern unter 14 Jahren im Haushalt sind nicht in der Stichprobe vertreten. Drei Teilnehmer*innen (2.0%) haben diese Frage mit „Keine Angabe“ beantwortet.

Auf die Frage nach dem höchsten Bildungsabschluss gab die Mehrheit der teilnehmenden Personen (82 Personen bzw. 53.9%) an, einen Hochschulabschluss zu besitzen. 52 Teilnehmer*innen (34.2%) haben eine Matura bzw. Reifeprüfung, neun Personen (5.9%) einen Lehrabschluss und drei Personen (2.0%) eine Pflichtschule absolviert. Da vier Teilnehmer*innen (2.6%) im Textfeld „Andere“ eine berufsbildende mittlere Schule als Abschluss festhielten, wurde im Zuge der Auswertung eine neue Kategorie „Berufsbildende mittlere Schule“ hinzugefügt und die Antworten dieser vier Personen entsprechend umcodiert. Zudem wurden die Angaben „Universitätsabschluss“ und „Studium“ im Textfeld „Andere“ der Kategorie „Hochschulabschluss“ zugeordnet. Nach dieser Bereinigung verblieben die Datensätze von zwei Personen (1.3%) in der Kategorie „Andere“.

Bei der Frage nach der aktuellen Tätigkeit stand den Proband*innen eine Mehrfachauswahl zur Verfügung. 121 der Teilnehmer*innen (79.6%) üben derzeit eine Tätigkeit aus, während 30 Personen (19.7%) zwei Tätigkeiten ausüben. Nur eine Person (0.7%) gab

an, aktuell für drei Tätigkeiten zuständig zu sein. Die Mehrheit der Untersuchungsteilnehmer*innen (116 Personen bzw. 76.3%) befindet sich in einem Angestelltenverhältnis, 34 Personen (22.4%) sind Student*innen, zehn Personen (6.6%) sind selbstständig und acht Teilnehmer*innen (5.3%) haben angegeben, Beamt*innen zu sein. Sieben Personen (4.6%) sind als Arbeiter*innen beschäftigt, fünf Proband*innen (3.3%) sind derzeit für die Hausarbeit, Erziehung oder Pflege von Angehörigen zuständig und zwei Personen (1.3%) haben als Beschäftigung „Andere“ angeführt. Nur eine Person (0.7%) hat keine Angabe zur Berufstätigkeit hinterlegt. Auch bei dieser Frage war eine Datenkorrektur notwendig. So wurde die ursprüngliche Eingabe „Hausarbeit, Mutter“ im Textfeld „Sonstige“ der Kategorie „Hausarbeit, Erziehung oder Pflege Angehöriger“ zugeordnet. Nach der Bereinigung gab es in der Kategorie „Andere“ Antworten von zwei Personen (1.3%). Angaben zu einer Beschäftigung als Schüler*innen, Präsenz- oder Zivildienstler, Pensionist*innen und Erwerbslosen finden sich keine. Eine kompakte Darstellung der demografischen Merkmale der Untersuchungsteilnehmer*innen wird in Tabelle 3 abgebildet.

Tabelle 3: Demographische Daten der Untersuchungsteilnehmer*innen

Demographisches Merkmal	Teilnehmer*innen	
	Absolut	In Prozent
Geschlecht		
Weiblich	97	63.8%
Männlich	54	35.5%
Divers	0	0.0%
Keine Angabe	1	0.7%
Alter		
19 bis 24 Jahre	15	9.9%
25 bis 34 Jahre	76	50.0%
35 bis 44 Jahre	34	22.4%
45 bis 54 Jahre	12	7.9%
55 bis 64 Jahre	8	5.3%
Ab 65 Jahre	1	0.7%
Keine Angabe	6	3.9%
Hauptwohnsitz		
Burgenland	41	27.0%
Kärnten	1	0.7%
Niederösterreich	32	21.1%
Oberösterreich	5	3.3%
Salzburg	8	5.3%

Steiermark	7	4.6%
Tirol	2	1.3%
Vorarlberg	0	0.0%
Wien	54	35.5%
Keine Angabe	2	1.3%
<hr/>		
Familienstand		
Ledig	77	50.7%
Verheiratet oder eingetragene Partnerschaft	58	38.2%
Getrennt/geschieden/verwitwet	7	4.6%
Sonstige	9	5.9%
Keine Angabe	1	0.70%
<hr/>		
Im Haushalt lebende Personen		
Einpersonenhaushalt	31	20.4%
Zweipersonenhaushalt	66	43.4%
Haushalt mit 3 bis 4 Personen	50	32.9%
Haushalt mit 5 bis 6 Personen	4	2.6%
Keine Angabe	1	0.7%
<hr/>		
Im Haushalt lebende Kinder unter 14 Jahre		
Keine	111	73.0%
1 bis 2 Kinder	37	24.3%
3 bis 4 Kinder	0	0.0%
5 oder mehr Kinder	1	0.7%
Keine Angabe	3	2.0%
<hr/>		
Höchster Bildungsabschluss		
Pflichtfeldabschluss	3	2.0%
Lehrabschluss	9	5.9%
Matura bzw. Reifeprüfung	52	34.2%
Hochschulabschluss	82	53.9%
Berufsbildende mittlere Schule	4	2.6%
Andere	2	1.3%
Keine Angabe	0	0.0%
<hr/>		
Aktuelle Tätigkeit		
Schüler*in	0	0.0%
Student*in	34	22.4%
Präsenz-/Zivildienst	0	0.0%
Angestellte*r	116	76.3%
Beamte*r	8	5.3%

Arbeiter*in	7	4.6%
Selbstständig	10	6.6%
Hausarbeit, Erziehung oder Pflege Angehöriger	5	3.3%
Ohne Beschäftigung/arbeitssuchend	0	0.0%
Pension/Ruhestand	0	0.0%
Andere	2	1.3%
Keine Angabe	1	0.7%

Quelle: Eigene Darstellung

4 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

In diesem Kapitel wird auf die Auswertung und Analyse der Daten eingegangen und die Ergebnisse aufgezeigt. Darüber hinaus werden die Ergebnisse in Bezug auf die Hauptforschungsfrage und Hypothesen interpretiert.

4.1 Soziale Repräsentation

Für die Erhebung der sozialen Repräsentationen von Home-Office wurden freie Assoziationen erfasst, welche Methodik in Kapitel 3.3.1 näher beschrieben wurde. Die Durchführung der empirischen Untersuchung wurde in Kapitel 3.4 aufgezeigt. Vor der Auswertung der Assoziationen wurde eine intensive Bereinigung der Daten in Excel vorgenommen (siehe Kapitel 3.5). Die folgenden Kapitel beschäftigen sich mit der Analyse und Auswertung der Assoziationen. Dafür wurden die Assoziationen in absoluten und relativen Häufigkeiten betrachtet, Polaritäts- und Neutralitätsindizes berechnet, sowie Korrespondenz- und Kern-Peripherie-Analysen durchgeführt.

4.1.1 Analyse der freien Assoziationen

Wie in Kapitel 3.5 angeführt, konnten nach der Datenbereinigung von gesamt 918 erhobenen Assoziationen zum Stimulus Home-Office 326 unterschiedliche Assoziationen sichergestellt werden. In Tabelle 4 sind die 14 häufigsten Assoziationen der Gesamtstichprobe abgebildet. Diese umfassen 291 Nennungen, welche 31.70% der Gesamtanzahl an genannten Assoziationen (918 Assoziationen) entsprechen. Die Assoziationen „Flexibilität“ mit 55 Angaben (5.99%) sowie „Ruhe“ mit 41 (4.47%) stellen die häufigsten Assoziationen dar, wobei diese Begriffe mit 96 Nennungen 32.99% der Gesamtzahl der 14 häufigsten Assoziationen (291 Nennungen) ausmachen. Darüber hinaus wurden die Assoziationen „keine Anfahrtswege“ auf Platz 3 (29 Nennungen) sowie „Zeitersparnis“ auf Platz 4 (21 Nennungen) besonders häufig genannt. Betrachtet man die 14 häufigsten Assoziationen, zeichnet sich ein eher positives Bild zum Stimulus Home-Office ab. Jedoch bringen die Assoziationen „fehlende soziale Kontakte“, „Ablenkungen“ und „Energiekosten“ auch kritische Stimmen zum Ausdruck.

Tabelle 4: Die 14 häufigsten Assoziationen zum Stimulus Home-Office

	Assoziation	Absolut	In Prozent
1	Flexibilität	55	5.99%
2	Ruhe	41	4.47%
3	keine Anfahrtswege	29	3.16%
4	Zeitersparnis	21	2.29%

5	fehlende soziale Kontakte	20	2.18%
6	länger schlafen	20	2.18%
7	Konzentration	18	1.96%
8	freie Zeiteinteilung	17	1.85%
9	Zeitersparnis der Anfahrtswege	15	1.63%
10	Videokonferenzen	12	1.31%
11	Work Life Balance	12	1.31%
12	soziale Kontakte	11	1.20%
13	Ablenkungen	10	1.09%
14	Energiekosten	10	1.09%
	Summe	291	31.70%

Quelle: Eigene Darstellung

Um nähere Aussagen zu den Einstellungen der Proband*innen gegenüber den Assoziationen treffen zu können, werden im Folgekapitel die Bewertungen der Assoziationen analysiert.

4.1.2 Analyse der Bewertungen zu den Assoziationen

Zur Analyse der Häufigkeiten von positiv, neutral und negativ bewerteten Assoziationen wurden diese zunächst in absoluten Zahlen betrachtet. Durch die anschließende Berechnung des Polaritäts- und Neutralitätsindex (siehe Kapitel 3.3.2) wurde untersucht, ob die Bewertungen zum Stimulus Home-Office insgesamt positiv, negativ oder neutral ausfallen.

Tabelle 5 stellt die Anzahl an positiv, neutral und negativ bewerteten Assoziationen dar. Aufgrund der nicht verpflichtenden Angabe einer Bewertung zu einer Assoziation im Fragebogen wurden von den gesamt 918 Assoziationen 915 (99.67%) bewertet, wodurch sich drei fehlende Werte ergeben.

Tabelle 5: Bewertungen zu den freien Assoziationen

Bewertung	Absolut	In Prozent
positiv	500	54.47%
neutral	127	13.83%
negativ	288	31.37%
fehlend	3	0.33%
Summe	918	100.00%

Quelle: Eigene Darstellung

Der Großteil der Assoziationen wurde mit einer Häufigkeit von 500 Nennungen (54.47%) positiv bewertet. 288 Assoziationen (31.37%) wurden negativ bewertet, während 127 Nennungen (13.83%) eine neutrale Bewertung aufweisen. Anhand der absoluten und relativen Häufigkeiten der Bewertungen zu den Assoziationen kann die erste Hypothese („Innerhalb der österreichischen Bevölkerung bestehen überwiegend positiv bewertete Assoziationen zu Home-Office.“) beantwortet werden. Demnach ist bei 500 (54.47%) positiv bewerteten Assoziationen von einer Gesamtzahl von 918 Nennungen von überwiegend positiven Vorstellungen zu Home-Office auszugehen, weshalb die erste Hypothese angenommen werden kann.

Um weitere Aussagen zu den Bewertungen der Assoziationen treffen zu können, wurde die pro Teilnehmer*in durchschnittliche Anzahl an positiv, neutral und negativ bewerteten Assoziationen berechnet. Eine Person nannte durchschnittlich 3.29 positiv, 0.84 neutral und 1.89 negativ bewertete Assoziationen. Tabelle 6 veranschaulicht die durchschnittliche Verteilung der Bewertungen pro Proband*in.

Tabelle 6: Durchschnittliche Bewertung der Assoziationen pro Teilnehmer*in

Anzahl an Assoziationen	Minimum	Maximum	Mittelwert
positive Assoziationen	0	8	3.29
neutrale Assoziationen	0	5	0.84
negative Assoziationen	0	7	1.89

Quelle: Eigene Darstellung

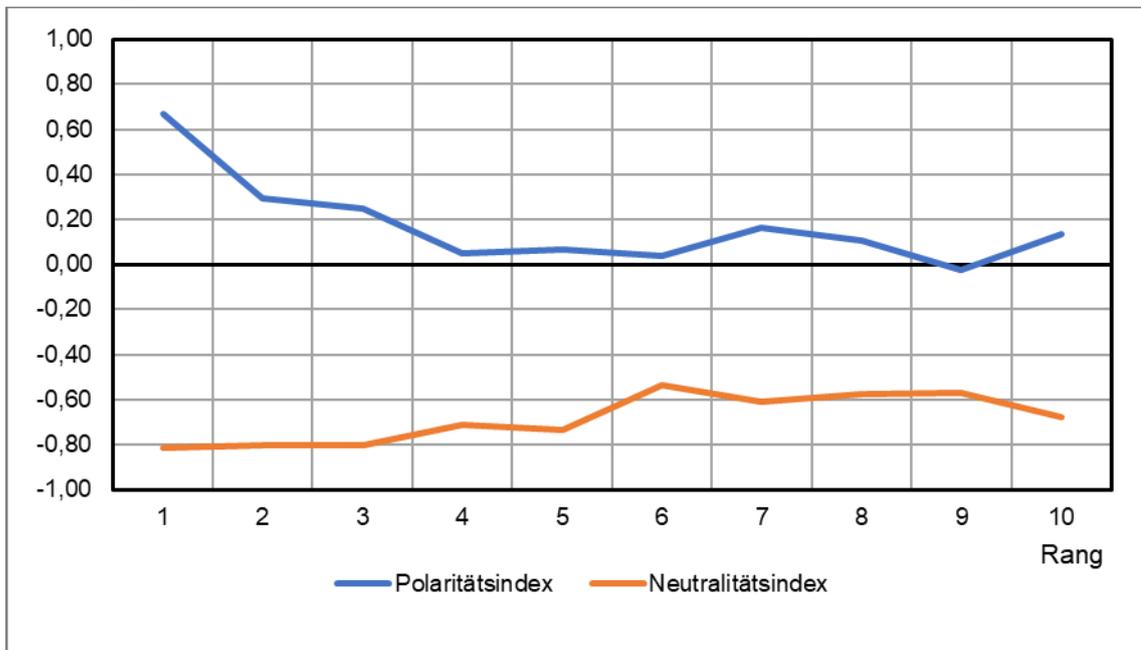
4.1.2.1 Polaritäts- und Neutralitätsindex

In Kapitel 3.3.2 wurde die Vorgangsweise zur Berechnung des Polaritäts- und Neutralitätsindex detailliert erläutert, weshalb in diesem Abschnitt nicht näher auf die Kalkulation eingegangen wird. Bei der Ermittlung des Polaritäts- und Neutralitätsindex der insgesamt abgegebenen Bewertungen ergibt sich ein Polaritätsindex von 0.23 und ein Neutralitätsindex von -0.72. Da der Polaritätsindex einen Wert zwischen 0.04 und 1 annimmt, sind die Assoziationen positiv behaftet. Aufgrund der Ausprägung des Neutralitätsindex zwischen einem Wert von -1 und -0.05 sind nur wenige Assoziationen neutral konnotiert. Daraus lässt sich schließen, dass Home-Office für die befragten Teilnehmer*innen ein positives und emotionales Thema darstellt.

Analysiert man die Polaritäts- und Neutralitätsindizes im Zeitverlauf (siehe Abbildung 3), so ist klar ersichtlich, dass die ersten Reaktionen der Proband*innen auf den Stimulus Home-Office (siehe Rang 1, $P = 0.67$, $N = -0.82$) positiv ausgefallen sind. Mit zunehmender Auseinandersetzung mit dem Stimulus werden jedoch positive Assoziationen

seltener genannt. So sinkt der Polaritätsindex nach dem ersten Rang, wobei insbesondere bei Rang 2 ($P = 0.30$, $N = -0.80$) sowie Rang 3 ($P = 0.25$, $N = -0.80$) nach wie vor ein positives Bild gegeben ist. Auf Rang 9 ist der einzige leicht negative Wert des Polaritätsindex zu verzeichnen ($P = -0.03$, $N = -0.57$), weshalb an dieser Stelle negativ und positiv bewertete Assoziationen zur Ausgewogenheit tendieren.

Abbildung 3: Polaritäts- und Neutralitätsindizes im zeitlichen Verlauf



Quelle: Eigene Darstellung

Für eine transparente Darstellung der Bewertungen im Zeitverlauf sind die Polaritäts- und Neutralitätsindizes pro Rang in Tabelle 7 abgebildet.

Tabelle 7: Polaritäts- und Neutralitätsindizes im zeitlichen Verlauf

Rang	Polaritätsindex (P)	Neutralitätsindex (N)
1. Assoziation	0.67	-0.82
2. Assoziation	0.30	-0.80
3. Assoziation	0.25	-0.80
4. Assoziation	0.05	-0.71
5. Assoziation	0.07	-0.73
6. Assoziation	0.04	-0.54
7. Assoziation	0.16	-0.61
8. Assoziation	0.11	-0.57
9. Assoziation	-0.03	-0.57
10. Assoziation	0.14	-0.68

Quelle: Eigene Darstellung

4.1.3 Home-Office Nutzung

Für eine nähere Untersuchung der Stichprobe zu den Erfahrungen und der Nutzung von Home-Office wurden Häufigkeitsanalysen durchgeführt. So üben grundsätzlich 140 Teilnehmer*innen (92.1%) der Gesamtstichprobe eine Tätigkeit aus, sieben Personen (4.6%) sind nicht berufstätig. Fünf Personen (3.3%) haben keine Angabe zur Berufstätigkeit hinterlassen. 130 Teilnehmer*innen (85.5%) der Stichprobe weisen Erfahrungen mit Home-Office auf, während 21 Personen (13.8%) keine Erfahrungswerte bezüglich Home-Office haben. Eine Person (0.7%) hat bei dieser Frage „Keine Angabe“ ausgewählt. Die Frage, ob das derzeitige Unternehmen grundsätzlich Home-Office ermöglicht, beantworteten von den 140 berufstätigen Teilnehmer*innen 114 Proband*innen (75.0%) mit „Ja“, 21 Personen (13.8%) mit „Nein“ und fünf Proband*innen (3.3%) mit „Keine Angabe“.

Darüber hinaus wurden die Teilnehmer*innen in einem offenen Textfeld hinsichtlich deren Ausmaß an Home-Office in Prozent befragt. Aufgrund eines technischen Fehlers des Online-Fragebogens war es nicht möglich, null Prozent als Häufigkeit der Home-Office Ausübung anzugeben. Da diese Frage nur mit Eingaben größer oder gleich der Zahl eins beantwortet werden konnte, wurde angenommen, dass Personen mit keiner oder kaum Home-Office Nutzung eine geringe Prozentzahl hinterlegt haben. Daher wurde eine Datenkorrektur durchgeführt und alle Angaben zur Nutzungshäufigkeit von Home-Office mit weniger als zehn Prozent (in Summe 13 Antworten) als null Prozent gewertet. Nach dieser Bereinigung üben von insgesamt 152 Personen 94 Proband*innen (61.8%) Home-Office aus, 46 Personen (30.2%) nutzen kein Home-Office und zwölf Teilnehmer*innen (7.9%) haben keine Angabe zur Home-Office Nutzung gemacht.

Für eine übersichtlichere Darstellung wurden die Angaben der Teilnehmer*innen zur Nutzungshäufigkeit von Home-Office in SPSS umcodiert. Demnach gaben von gesamt 94 Personen mit Home-Office Nutzung 26 Teilnehmer*innen (27.7%) an, 21 bis 40% im Home-Office zu arbeiten. 25 Proband*innen (26.6%) antworteten, 41 bis 60% der Arbeitstätigkeit im Home-Office auszuüben. 20 Proband*innen (21.3%) arbeiten aktuell 10 bis 20% im Home-Office, 14 Teilnehmer*innen (14.9%) 61 bis 80% sowie neun Proband*innen (9.6%) 81 bis 100%.

Tabelle 8: Nutzungshäufigkeit von Home-Office der Proband*innen

Nutzungshäufigkeit	Teilnehmer*innen	
	Absolut	In Prozent
10 bis 20%	20	21.3%
21 bis 40%	26	27.7%

41 bis 60%	25	26.6%
61 bis 81%	14	14.9%
81 bis 100%	9	9.6%
Gesamt	94	100%

Quelle: Eigene Darstellung

Auf die Frage, seit wie vielen Monaten oder Jahren die Teilnehmer*innen regelmäßig zur Gänze oder teilweise im Home-Office arbeiten, antworteten 43 Personen (45.7%) „1 bis 2 Jahre“, 32 Proband*innen (34.0%) „3 bis 4 Jahre“ und neun Teilnehmer*innen (9.6%) „mehr als 4 Jahre“. Vier Personen (4.3%) gaben an, weniger als drei Monate Home-Office zu nutzen, während drei Teilnehmer*innen (3.2%) seit drei bis sechs Monaten und zwei Personen (2.1%) seit sieben bis elf Monaten Home-Office ausüben. Eine Person (1.1%) machte keine Angabe zu dieser Frage.

Tabelle 9: Zeitraum der Nutzung von Home-Office der Proband*innen

Dauer	Teilnehmer*innen	
	Absolut	In Prozent
Weniger als 3 Monate	4	4.3%
3 bis 6 Monate	3	3.2%
7 bis 11 Monate	2	2.1%
1 bis 2 Jahre	43	45.7%
3 bis 4 Jahre	32	34.0%
Mehr als 4 Jahre	9	9.6%
Keine Angabe	1	1.1%

Quelle: Eigene Darstellung

Nach der Beschreibung des Nutzungsverhaltens der Untersuchungsteilnehmer*innen in Hinblick auf Home-Office werden im nächsten Kapitel die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen aufgezeigt.

4.1.4 Kern-Peripherie-Analyse

Die Analyse und grafische Darstellung freier Assoziationen zum Begriff Home-Office erfolgt anhand der Kern-Peripherie-Analyse, welche in Kapitel 3.3.3 näher beschrieben wurde. Dabei wurden die Assoziationen anhand der Messvariablen „absoluter mittlerer Rang“ und „relative Häufigkeit“ in einem Koordinatensystem angeordnet. Als Trennwert zwischen früh und spät genannten Assoziationen wurde der Mittelwert der absoluten Ränge herangezogen. Je nach den Werten des zu untersuchenden Datensatzes erfolgte die Trennung zwischen selten und häufig genannten Assoziationen. (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28ff.) Bei der Darstellung von

relativen Häufigkeiten empfehlen Kulich et al. (2005, S. 5) eine logarithmische Skalierung durchzuführen, mithilfe welcher die auf der Häufigkeitsskala abgebildeten grafischen Distanzen für eine bessere Lesbarkeit ausgeglichen werden. In den folgenden Kern-Peripherie-Analysen wurde keine logarithmische Skalierung angewendet, da mit dieser Methode hinsichtlich der Verteilung der Daten kein entscheidender Vorteil für die Lesbarkeit der Grafiken festgestellt werden konnte.

4.1.4.1 Kern-Peripherie-Analyse der Gesamtstichprobe

Zunächst wurde die Kern-Peripherie-Analyse für eine kompakte Darstellung mit den am 14 häufigsten genannten Assoziationen (siehe Tabelle 10) für die Gesamtstichprobe durchgeführt. Die Abgrenzung des Kerns und der Peripheriebereiche in der Vierfeldertafel erfolgte anhand des Mittelwerts des absoluten mittleren Ranges (3.76) auf der x-Achse, auf der y-Achse stellte die relative Häufigkeit von 0.12 den Trennwert dar. Abbildung 4 zeigt die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analyse zu den sozialen Repräsentationen der Gesamtstichprobe zum Stimulus Home-Office in Form eines Streudiagramms. Tabelle 10 gibt zusätzlich zur grafischen Darstellung der Kern-Peripherie-Analyse die relativen Häufigkeiten und absoluten mittleren Ränge der Assoziationen an.

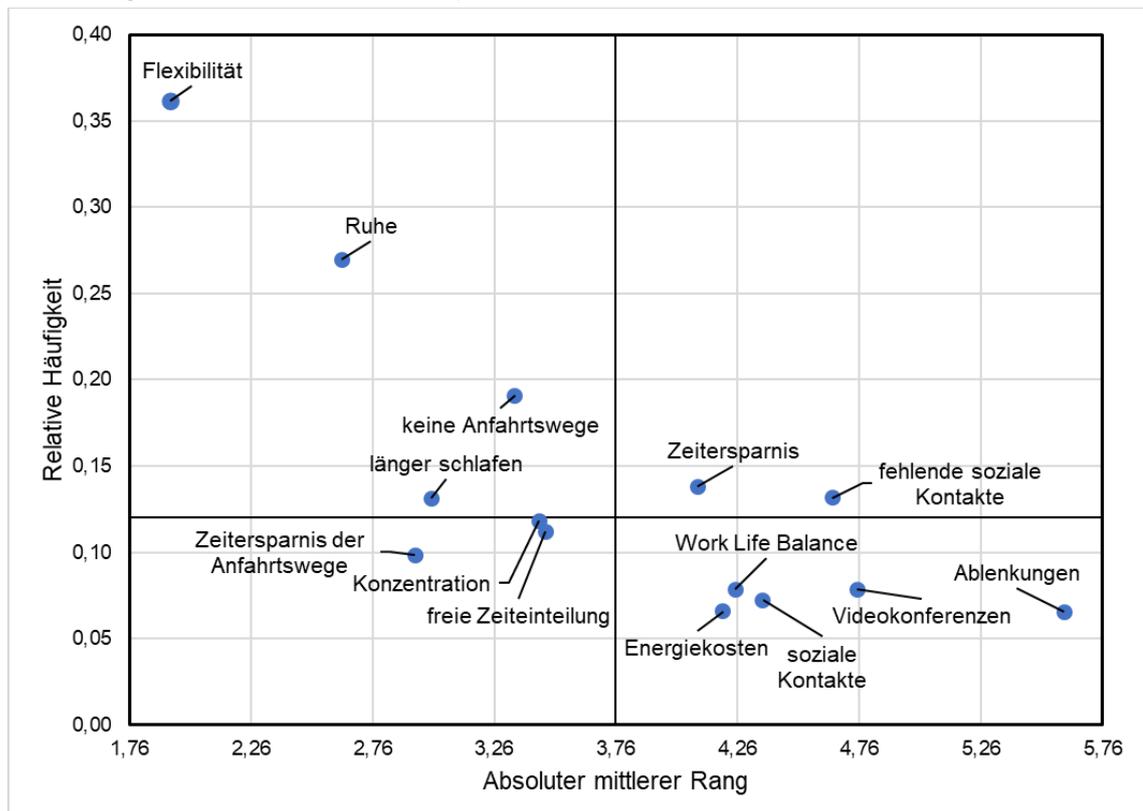
Im Kern der Vierfeldertafel sind häufig und zu einem früheren Zeitpunkt genannte Assoziationen verortet. Den Ergebnissen der Kern-Peripherie-Analyse zufolge befinden sich im Kern die Assoziationen „Flexibilität“, „Ruhe“, „keine Anfahrtswege“ und „länger schlafen“. Die Begriffe „Flexibilität“ (m.R. = 1.93) und „Ruhe“ (m.R. = 2.63) wurden im Kern am frühesten genannt, gefolgt von den Assoziationen „länger schlafen“ (m.R. = 3.00) und „keine Anfahrtswege“ (m.R. = 3.34). Die Assoziationen „Flexibilität“ (f = 0.36) und „Ruhe“ (f = 0.27) wurden im Kern am häufigsten genannt, danach folgen die Begriffe „keine Anfahrtswege“ (f = 0.19) und „länger schlafen“ (f = 0.13). Demnach stellt die Assoziation „Flexibilität“ (m.R. = 1.93, f = 0.36) gleichzeitig die früheste und häufigste Nennung der Untersuchungsteilnehmer*innen dar.

Assoziationen mit einer hohen relativen Häufigkeit und späten Nennung sind in der Peripherie 1 im rechten oberen Quadranten angeordnet. In diesem Bereich sind ausschließlich die Assoziationen „Zeitersparnis“ (m.R. = 4.10, f = 0.14) und „fehlende soziale Kontakte“ (m.R. = 4.65, f = 0.13) verortet. Der Peripherie 1 im linken unteren Bereich sind Assoziationen zugeordnet, welche früh und selten genannt wurden. Dazu zählen die Begriffe „Zeitersparnis der Anfahrtswege“, „Konzentration“ und „freie Zeiteinteilung“. Am frühesten wurde die Assoziation „Zeitersparnis der Anfahrtswege“ (m.R. = 2.93) genannt, danach folgen die Begriffe „Konzentration“ (m.R. = 3.44) und „freie Zeiteinteilung“ (m.R. = 3.47) mit einem ähnlich ausgeprägten mittleren Rang. In Hinblick auf die

relativen Häufigkeiten der Assoziationen in der linken unteren Peripherie stellte sich „Konzentration“ ($f = 0.12$) als häufigster Begriff heraus, gefolgt von „freie Zeiteinteilung“ ($f = 0.11$) und „Zeitersparnis der Anfahrtswege“ ($f = 0.10$).

In der Peripherie 2 befinden sich Begriffe, welche spät und selten genannt wurden. In diesem Quadranten ist die Mehrzahl von den 14 häufigsten Assoziationen verortet, daher „Work Life Balance“, „Ablenkungen“, „Videokonferenzen“, „soziale Kontakte“ und „Energiekosten“. Davon wurden die Begriffe „Energiekosten“ (m.R. = 4.20) und „Work Life Balance“ (m.R. = 4.25) am frühesten genannt, gefolgt von „soziale Kontakte“ (m.R. = 4.36), „Videokonferenzen“ (m.R. = 4.75) und „Ablenkungen“ (m.R. = 5.60). Die am häufigsten genannten Assoziationen in der Peripherie 2 stellen „Videokonferenzen“ ($f = 0.08$) und „Work Life Balance“ ($f = 0.08$) dar. Darauf folgen die Begriffe „soziale Kontakte“ ($f = 0.07$), „Ablenkungen“ ($f = 0.07$) und „Energiekosten“ ($f = 0.07$) mit identen relativen Häufigkeiten.

Abbildung 4: Kern-Peripherie-Analyse der Gesamtstichprobe



Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 10: Relative Häufigkeiten und absolute mittlere Ränge der 14 häufigsten Assoziationen der Gesamtstichprobe

Assoziationen	Relative Häufigkeit (f)	Absolut mittlerer Rang (m.R.)
Flexibilität	0.36	1.93

Ruhe	0.27	2.63
keine Anfahrtswege	0.19	3.34
Zeitersparnis	0.14	4.10
fehlende soziale Kontakte	0.13	4.65
länger schlafen	0.13	3.00
Konzentration	0.12	3.44
freie Zeiteinteilung	0.11	3.47
Zeitersparnis der Anfahrtswege	0.10	2.93
Videokonferenzen	0.08	4.75
Work Life Balance	0.08	4.25
soziale Kontakte	0.07	4.36
Ablenkungen	0.07	5.60
Energiekosten	0.07	4.20

Quelle: Eigene Darstellung

Anhand der Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analyse der Gesamtstichprobe kann die Forschungsfrage dieser Arbeit („Welche sozialen Repräsentationen bestehen innerhalb der österreichischen Bevölkerung zu Home-Office?“) beantwortet werden. Wie die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analyse in Abbildung 4 zeigen, verbinden die Untersuchungsteilnehmer*innen mit Home-Office vorrangig „Flexibilität“, „Ruhe“, „keine Anfahrtswege“ und „länger schlafen“. Diese Assoziationen stellen den Kern der sozialen Repräsentation zu Home-Office und damit häufig und früh genannte Vorstellungen dar (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28). „Flexibilität“ ist gleichzeitig die früheste als auch häufigste Assoziation der Stichprobe. In Hinblick auf die Bewertungen der Assoziationen im Kern lässt sich festhalten, dass die Assoziationen weitgehendst positiv behaftet sind.

Zur näheren Betrachtung, ob sich die sozialen Repräsentationen zum Stimulus Home-Office aufgrund der Nutzung von Home-Office unterscheiden, wurden weitere Kern-Peripherie-Analysen durchgeführt. Die Folgekapitel beinhalten die Kern-Peripherie-Analysen für jene Teilnehmer*innen, welche Tätigkeiten im Home-Office ausüben, und der Personen, welche kein Home-Office nutzen.

*4.1.4.2 Kern-Peripherie-Analyse der Teilnehmer*innen mit Home-Office Nutzung*

Wie zu Beginn erläutert, stellt die Gegenüberstellung der sozialen Repräsentationen von Personen, welche Home-Office nutzen, als auch Personen ohne Home-Office Nutzung, ein Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit dar. In Kapitel 4.1.3 wurde anhand von deskriptiver Statistik die Stichprobengröße der Proband*innen, welche Home-Office

nutzen, analysiert (94 Teilnehmer*innen). Bei der Kern-Peripherie-Analyse der Proband*innen, welche regelmäßig von zu Hause aus arbeiten, wurden die 14 häufigsten Assoziationen zum Stimulus Home-Office herangezogen (siehe Tabelle 11). Zudem finden sich in dieser Tabelle die relativen Häufigkeiten und absoluten mittleren Ränge dieser Assoziationen. Aufgrund der zielgruppenspezifischen Analyse konnten Unterschiede zwischen den häufigsten Assoziationen der Gesamtstichprobe sowie der Personen mit Home-Office Nutzung festgestellt werden, weshalb Tabelle 10 und Tabelle 11 voneinander abweichen. Als Trennwert zwischen früh und spät genannten Assoziationen wurde der Mittelwert der absoluten Ränge (3.56) herangezogen. Die relative Häufigkeit (0.12) wurde gemäß der Verteilung des Datensatzes gewählt und stellt das Trennkriterium zwischen selten und häufig genannten Assoziationen dar. Abbildung 5 zeigt die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analyse zum Stimulus Home-Office von jenen Proband*innen, die Home-Office nutzen.

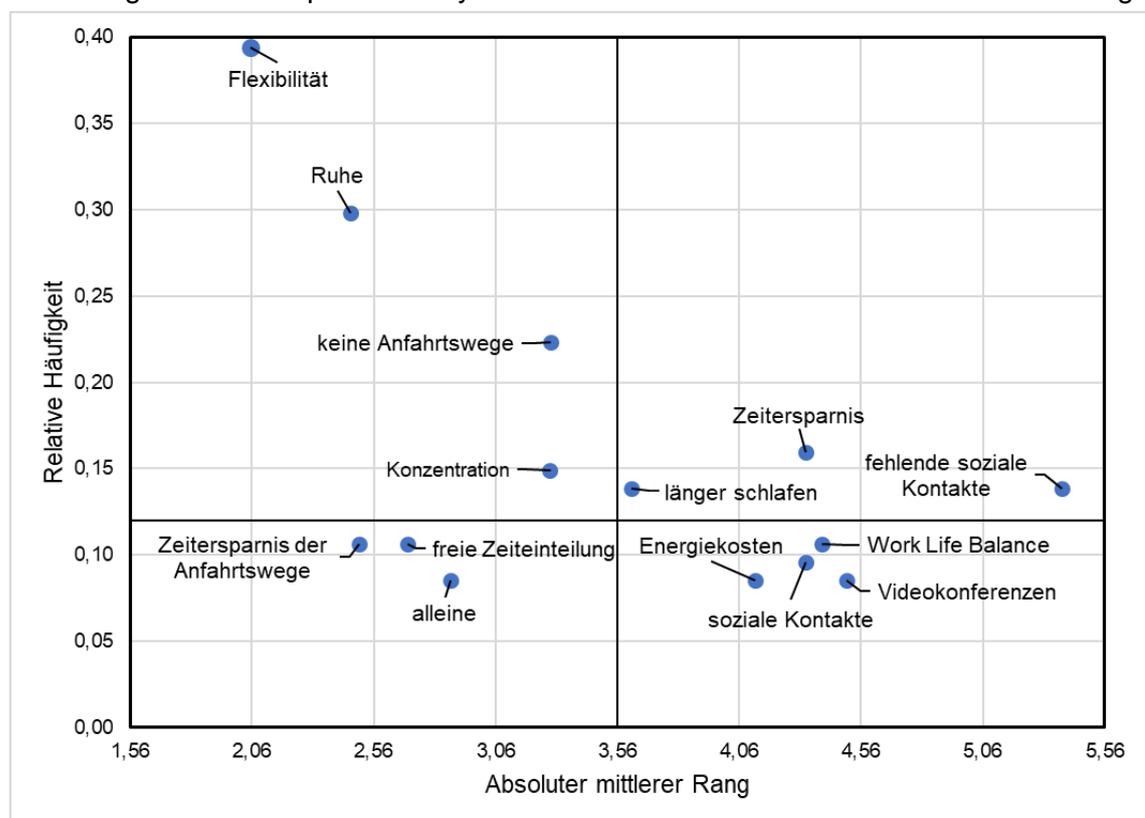
Im Kern der Vierfeldertafel befinden sich die Assoziationen „Flexibilität“, „Ruhe“, „keine Anfahrtswege“ und „Konzentration“. Die Assoziationen „Flexibilität“ (m.R. = 2.05) und „Ruhe“ (m.R. = 2.46) wurden im Kern am frühesten genannt, danach folgen die Assoziationen „keine Anfahrtswege“ und „Konzentration“ mit jeweils einem mittleren Rang von m.R. = 3.29. In Hinblick auf die relative Häufigkeit wurde im Kern „Flexibilität“ (f = 0.39) am häufigsten genannt, darauf folgen die Assoziationen „Ruhe“ (f = 0.30), „keine Anfahrtswege“ (f = 0.22) und „Konzentration“ (f = 0.15). Betrachtet man sowohl die relative Häufigkeit (f) sowie den absoluten mittleren Rang (m.R.), so wurde die Assoziation „Flexibilität“ (m.R. = 2.05, f = 0.39) am frühesten und am häufigsten von Personen mit Home-Office Nutzung genannt.

In der Peripherie 1 im rechten oberen Quadranten sind die Assoziationen „länger schlafen“, „Zeitersparnis“ und „fehlende soziale Kontakte“ angeordnet. Der Begriff „länger schlafen“ weist einen absoluten mittleren Rang von m.R. = 3.62 auf, gefolgt von „Zeitersparnis“ (m.R. = 4.33) und „fehlende soziale Kontakte“ (m.R. = 5.38). „Zeitersparnis“ (f = 0.16) stellt die häufigste Assoziation in der rechten oberen Peripherie 1 dar, darauf folgen die Begriffe „fehlende soziale Kontakte“ und „länger schlafen“ mit einer relativen Häufigkeit von jeweils f = 0.14. Der Peripherie 1 im linken unteren Bereich des Koordinatensystems wurden die Assoziationen „Zeitersparnis der Anfahrtswege“, „freie Zeiteinteilung“ und „alleine“ zugeordnet. Am frühesten wurde die Assoziation „Zeitersparnis der Anfahrtswege“ (m.R. = 2.50) genannt, darauf folgen die Begriffe „freie Zeiteinteilung“ (m.R. = 2.70) und „alleine“ (m.R. = 2.88). Die häufigsten Nennungen der linken unteren Peripherie 1 weisen die Assoziationen „freie Zeiteinteilung“ (f = 0.11) und „Zeitersparnis

der Anfahrtswege“ ($f = 0.11$) auf, der Begriff „alleine“ besitzt eine relative Häufigkeit von $f = 0.09$.

In der Peripherie 2 befinden sich die Assoziationen „Energiekosten“, „soziale Kontakte“, „Work Life Balance“ und „Videokonferenzen“. Am frühesten wurden die Assoziationen „Energiekosten“ (m.R. = 4.13) sowie „soziale Kontakte“ (m.R. = 4.33) genannt. Daraufhin folgen die Begriffe „Work Life Balance“ (m.R. = 4.40) und „Videokonferenzen“ (m.R. = 4.50). Die am häufigsten genannten Assoziationen in der Peripherie 2 stellen „Work Life Balance“ ($f = 0.11$) und „soziale Kontakte“ ($f = 0.10$) dar. Die Assoziationen „Energiekosten“ und „Videokonferenzen“ weisen jeweils eine relative Häufigkeit von $f = 0.09$ auf.

Abbildung 5: Kern-Peripherie-Analyse der Teilnehmer*innen mit Home-Office Nutzung



Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 11: Relative Häufigkeiten und absolute mittlere Ränge der 14 häufigsten Assoziationen der Proband*innen mit Home-Office Nutzung

Assoziationen	Relative Häufigkeit (f)	Absolut mittlerer Rang (m.R.)
Flexibilität	0.39	2.05
Ruhe	0.30	2.46
keine Anfahrtswege	0.22	3.29
Zeitersparnis	0.16	4.33
Konzentration	0.15	3.29
Zeiterparnis der Anfahrtswege	0.10	2.56
freie Zeiteinteilung	0.10	2.75
Energiekosten	0.09	4.13
Work Life Balance	0.11	4.40
soziale Kontakte	0.10	4.33
alleine	0.09	2.75
Videokonferenzen	0.09	4.50

fehlende soziale Kontakte	0.14	5.38
länger schlafen	0.14	3.62
freie Zeiteinteilung	0.11	2.70
Work Life Balance	0.11	4.40
Zeitersparnis der Anfahrtswege	0.11	2.50
soziale Kontakte	0.10	4.33
alleine	0.09	2.88
Energiekosten	0.09	4.13
Videokonferenzen	0.09	4.50

Quelle: Eigene Darstellung

4.1.4.3 Kern-Peripherie-Analyse der Teilnehmer*innen ohne Home-Office Nutzung

Nach der Kern-Peripherie-Analyse hinsichtlich der Proband*innen, welche Home-Office nutzen, wurden die sozialen Repräsentationen der Teilnehmer*innen ohne Home-Office Nutzung betrachtet. Dieser Gruppe konnten 46 Untersuchungsteilnehmer*innen zugeordnet werden (siehe Kapitel 4.1.3). In dieser Analyse wurden die 16 am häufigsten genannten Assoziationen der Personen ohne Home-Office Nutzung berücksichtigt (siehe Tabelle 12). Abweichungen der meistgenannten Assoziationen konnten auch in dieser Analyse gegenüber der Gesamtstichprobe gefunden werden (siehe Tabelle 10 und Tabelle 12). Der Mittelwert der absoluten Ränge als Trennwert zwischen früh und spät genannten Assoziationen beträgt 3.69, während die relative Häufigkeit von 0.12 als Trennkriterium zwischen selten und häufig genannten Assoziationen dient. In Abbildung 6 sind die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analyse der Personen ohne Home-Office Nutzung dargestellt.

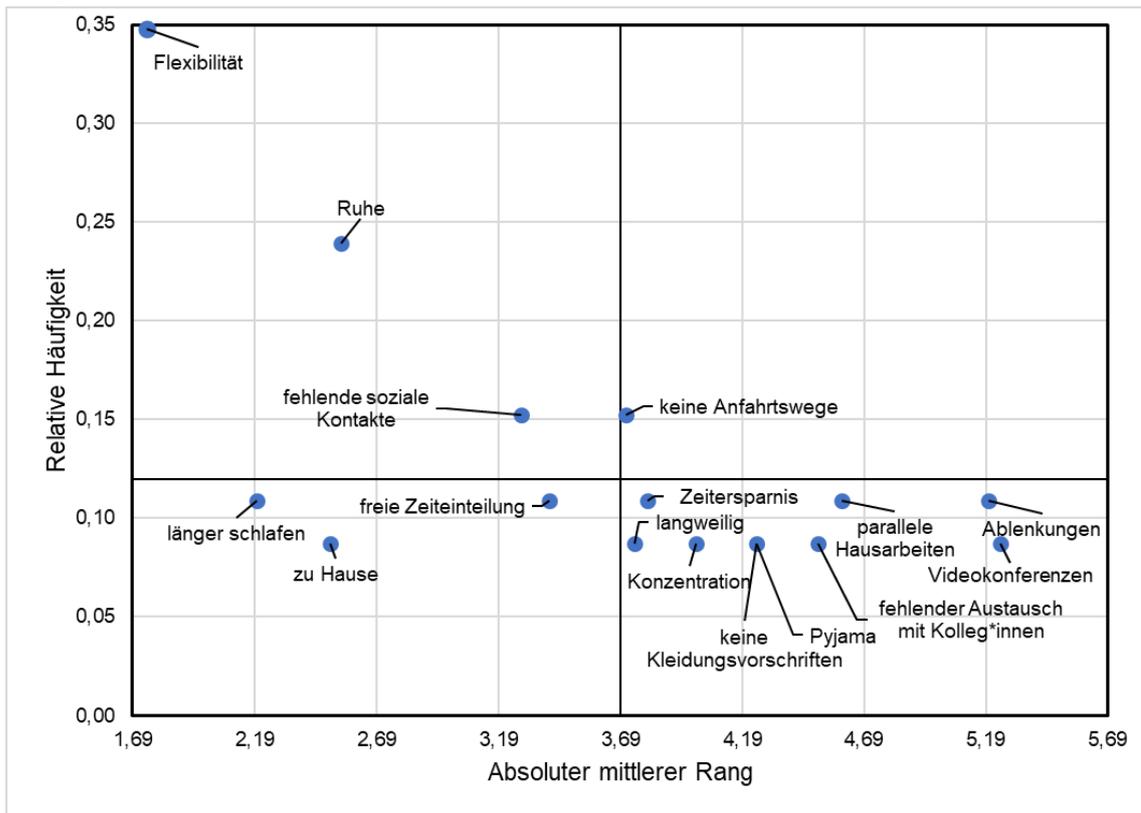
Im Kern der Vierfeldertafel befinden sich die Assoziationen „Flexibilität“, „Ruhe“ und „fehlende soziale Kontakte“. Der Begriff „Flexibilität“ wurde im Kern am frühesten genannt (m.R. = 1.75), danach folgen die Assoziationen „Ruhe“ (m.R. = 2.55) und „fehlende soziale Kontakte“ (m.R. = 3.29). In Hinblick auf die im Kern am häufigsten genannten Begriffe weist „Flexibilität“ (f = 0.35) die höchste relative Häufigkeit auf, darauf folgen die Assoziationen „Ruhe“ (f = 0.24) und „fehlende soziale Kontakte“ (f = 0.15). Betrachtet man sowohl die relative Häufigkeit sowie den absoluten mittleren Rang, so wurde die Assoziation „Flexibilität“ (m.R. = 1.75, f = 0.35) am frühesten und am häufigsten genannt.

In der Peripherie 1 im rechten oberen Quadranten ist ausschließlich die Assoziation „keine Anfahrtswege“ angeordnet. Dieser Begriff weist einen absoluten mittleren Rang von m.R. = 3.71 auf, welcher sich nahe an der Trennlinie zwischen früh und spät

genannten Assoziationen (3.69) befindet. Darüber hinaus verfügt diese Assoziation über eine relative Häufigkeit von $f = 0.15$. Der Peripherie 1 im linken unteren Bereich des Koordinatensystems wurden die Assoziationen „länger schlafen“, „freie Zeiteinteilung“ und „zu Hause“ zugeordnet. Am frühesten wurde die Assoziation „länger schlafen“ (m.R. = 2.20) genannt, darauf folgen die Begriffe „zu Hause“ (m.R. = 2.50) und „freie Zeiteinteilung“ (m.R. = 3.40). Die häufigsten Nennungen weisen die Assoziationen „freie Zeiteinteilung“ ($f = 0.11$) und „länger schlafen“ ($f = 0.11$) auf, der Begriff „zu Hause“ besitzt eine relative Häufigkeit von $f = 0.09$.

In der Peripherie 2 sind von den 16 häufigsten Assoziationen der Personen ohne Home-Office Nutzung neun Begriffe verortet. Davon sind „Zeitersparnis“, „Konzentration“, „keine Kleidungs Vorschriften“, „Pyjama“, „langweilig“, „fehlender Austausch mit Kolleg*innen“, „Ablenkungen“, „parallele Hausarbeiten“ und „Videokonferenzen“ umfasst. Am frühesten wurden die Assoziationen „langweilig“ (m.R. = 3.75) sowie „Zeitersparnis“ (m.R. = 3.80) genannt. Daraufhin folgen die Begriffe „Konzentration“ (m.R. = 4.00), „keine Kleidungs Vorschriften“ (m.R. = 4.25), „Pyjama“ (m.R. = 4.25), „fehlender Austausch mit Kolleg*innen“ (m.R. = 4.50), „parallele Hausarbeiten“ (m.R. = 4.60), „Ablenkungen“ (m.R. = 5.20) und „Videokonferenzen“ (m.R. = 5.25). Die am häufigsten genannten Assoziationen in der Peripherie 2 stellen „Ablenkungen“, „parallele Hausarbeiten“ und „Zeitersparnis“ mit jeweils einer relativen Häufigkeit von $f = 0.11$ dar. Die Assoziationen „fehlender Austausch mit Kolleg*innen“, „keine Kleidungs Vorschriften“, „Konzentration“, „langweilig“, „Pyjama“ und „Videokonferenzen“ weisen jeweils eine relative Häufigkeit von $f = 0.09$ auf.

Abbildung 6: Kern-Peripherie-Analyse der Teilnehmer*innen ohne Home-Office Nutzung



Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 12: Relative Häufigkeiten und absolute mittlere Ränge der 16 häufigsten Assoziationen der Proband*innen ohne Home-Office Nutzung

Assoziationen	Relative Häufigkeit (f)	Absolut mittlerer Rang (m.R.)
Flexibilität	0.35	1.75
Ruhe	0.24	2.55
fehlende soziale Kontakte	0.15	3.29
keine Anfahrtswege	0.15	3.71
Ablenkungen	0.11	5.20
freie Zeiteinteilung	0.11	3.40
länger schlafen	0.11	2.20
parallele Hausarbeiten	0.11	4.60
Zeitersparnis	0.11	3.80
fehlender Austausch mit Kolleg*innen	0.09	4.50
keine Kleidungs Vorschriften	0.09	4.25
Konzentration	0.09	4.00
langweilig	0.09	3.75

Pyjama	0.09	4.25
Videokonferenzen	0.09	5.25
zu Hause	0.09	2.50

Quelle: Eigene Darstellung

4.1.4.4 Vergleich der Kern-Peripherie-Analysen der Teilnehmer*innen mit und ohne Home-Office Nutzung

Betrachtet man die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen der Proband*innen mit Home-Office Nutzung (siehe Kapitel 4.1.4.2) sowie der Teilnehmer*innen, welche kein Home-Office ausüben (siehe Kapitel 4.1.4.3), wird deutlich, dass sich die Assoziationen „Flexibilität“ und „Ruhe“ im Kern der sozialen Repräsentationen beider Zielgruppen befinden. Der Begriff „Flexibilität“ stellt zudem die früheste und am häufigsten genannte Assoziation beider Zielgruppen dar. Dabei nannten Proband*innen, welche kein Home-Office ausüben, den Begriff „Flexibilität“ (m.R. = 1.75) noch früher als Personen, welche Home-Office nutzen (m.R. = 2.05). Der Begriff Flexibilität wurde hingegen von Personen, welche Home-Office nutzen, geringfügig häufiger genannt ($f = 0.39$) als von Personen ohne Home-Office Nutzung ($f = 0.35$). Zudem wird die Assoziation „Ruhe“ von beiden Zielgruppen am zweithäufigsten genannt.

Die Assoziation „keine Anfahrtswege“ wurde ebenso von beiden Gruppen genannt, wobei dieser Begriff in der Analyse von Personen mit Home-Office Nutzung im Kern verortet ist, und bei jenen Personen ohne Home-Office Nutzung in der rechten oberen Peripherie 1. Darüber hinaus befindet sich die Assoziation „fehlende soziale Kontakte“ unter den häufigsten Assoziationen beider Gruppen, jedoch ist dieser Begriff bei Personen ohne Home-Office Nutzung im Kern und bei Personen, welche Home-Office nutzen, in der rechten oberen Peripherie 1 verortet. Die Assoziation „Konzentration“ ist bei Personen mit Home-Office Nutzung im Kern verortet, während dieser Begriff bei Teilnehmer*innen ohne Home-Office Nutzung in der Peripherie 2 angesiedelt ist.

Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass die Top 14 bzw. Top 16 der häufigsten Assoziationen beider Zielgruppen voneinander abweichen. So zählen die Begriffe „Work Life Balance“, „alleine“, „Zeitersparnis der Anfahrtswege“, „soziale Kontakte“ und „Energiekosten“ zu den häufigsten Assoziationen der Personen, welche Home-Office nutzen, was hingegen bei Personen ohne Home-Office Nutzung nicht der Fall ist. Im Gegensatz dazu sind die Assoziationen „Ablenkungen“, „parallele Hausarbeiten“, „fehlender Austausch mit Kolleg*innen“, „keine Kleidungs Vorschriften“, „langweilig“, „Pyjama“ und „zu Hause“ unter den häufigsten Begriffen der Personen ohne Home-Office Nutzung gereiht, nicht hingegen bei Personen, welche Home-Office ausüben.

Bei einem Vergleich der Kern-Peripherie-Analysen wird außerdem sichtbar, dass die Peripherie 2 bei Personen ohne Home-Office Nutzung stärker besetzt ist als bei jenen Teilnehmer*innen, welche Home-Office nutzen.

Im folgenden Kapitel werden Unterschiede in den sozialen Repräsentationen in Hinblick auf die demografischen Daten und der Home-Office Nutzung der Teilnehmer*innen anhand von Korrespondenzanalysen untersucht.

4.1.5 Korrespondenzanalyse

Die Korrespondenzanalyse ist eine Methode für die multivariate Auswertung von qualitativen Datensätzen, welche keine bestimmten Bedingungen in Hinblick auf das Skalenniveau erfordert (Blasius, 1987, S. 172ff.). Mithilfe der Korrespondenzanalyse sollen Strukturen entdeckt und komplexe Sachverhalte visualisiert werden. Bei diesem Verfahren drücken gemeinsame Häufigkeiten die Korrespondenz, das heißt den Zusammenhang einer Kombination von Variablen, aus. (Backhaus, Erichson, Plinke & Weiber, 2018, S. 597f.) Dabei werden zweidimensionale Kreuztabellen bzw. Kontingenztabellen grafisch in einem Raum dargestellt und Distanzen zwischen Ausprägungen interpretiert. Diese Abstände können nicht direkt gemessen und verglichen werden, sondern sind relativ zueinander zu betrachten. (Blasius, 1987, S. 174ff.)

Um die Unterschiede der sozialen Repräsentationen in Hinblick auf die demographischen Merkmale und der Nutzung von Home-Office zu überprüfen, wurden die zuvor gebildeten Kategorien (siehe Kapitel 3.5) mit den Angaben der Teilnehmer*innen zum Geschlecht, der Wohnsituation und zur Home-Office Nutzung in Excel in einer Häufigkeitstabelle (siehe Tabelle 13) zusammengefasst. Die Häufigkeitstabelle gibt einen Überblick darüber, wie häufig demografische Gruppen Assoziationen je Kategorie genannt haben. Anschließend wurde die Häufigkeitstabelle in SPSS importiert sowie die Daten für die Durchführung der Korrespondenzanalyse umstrukturiert und entsprechend umcodiert. Für die Korrespondenzanalyse wurde eine 2-dimensionale Lösung sowie eine symmetrische Normalisierung gewählt, als Distanzmaß diente die Chi-Quadrat-Metrik. Die Ergebnisse der Korrespondenzanalysen für die zu untersuchenden Variablen wurden jeweils in Form von Streudiagrammen dargestellt.

Tabelle 13: Häufigkeitstabelle Korrespondenzanalyse

Kategorie	Geschlecht			Wohnsitz									Personen im Haushalt				Kinder im Haushalt unter 14 Jahren				Home-Office Nutzung								
	Weiblich	Männlich	Divers	Keine Angabe	Burgenland	Kärnten	Niederösterreich	Oberösterreich	Salzburg	Steiermark	Tirol	Vorarlberg	Wien	Keine Angabe	1 Person	2 Personen	3 bis 4 Personen	5 bis 6 Personen	Keine Angabe	Keine Kinder	1 bis 2 Kinder	3 bis 4 Kinder	5 oder mehr Kinder	Keine Angabe	Nein	Ja	Keine Angabe		
Anfahrtswege	37	25	0	0	17	1	17	2	3	2	1	0	18	1	15	26	21	0	0	46	16	0	0	0	19	39	4		
Rahmenbedingungen	19	10	0	0	13	0	3	0	2	2	0	0	9	0	4	15	8	1	1	24	5	0	0	0	14	13	2		
Kritische Beschreibungen	39	22	0	0	12	0	10	0	5	4	0	0	28	2	14	24	22	1	0	47	12	0	0	2	24	32	5		
Positive Beschreibungen	91	45	0	0	25	0	27	8	8	8	0	0	59	1	22	56	55	2	1	92	43	0	0	1	40	91	5		
Äußeres Erscheinungsbild	22	6	0	0	8	0	5	2	0	2	0	0	10	1	5	14	8	0	1	17	10	0	0	1	11	13	4		
Büro- und Arbeitsausstattung	59	33	0	0	34	0	12	7	3	4	1	0	30	1	16	37	34	1	4	73	19	0	0	0	30	52	10		
Eigenverantwortung	13	3	0	0	2	1	3	0	3	0	2	0	5	0	6	6	3	1	0	13	3	0	0	0	4	11	1		
Essen und Trinken	20	11	0	0	5	0	9	1	1	3	0	0	12	0	5	18	8	0	0	23	7	0	0	1	10	21	0		
Flexibilität	62	32	0	0	21	0	20	3	7	7	2	0	32	2	19	41	30	4	0	64	26	0	1	3	28	60	6		
Isolation	23	9	0	0	9	0	6	0	4	2	0	0	11	0	9	13	10	0	0	26	6	0	0	0	12	18	2		
Kooperation	17	11	0	0	5	2	3	0	2	1	2	0	12	1	4	13	10	1	0	21	7	0	0	0	6	19	3		
Körperliche Auswirkungen	12	6	0	0	9	0	1	0	0	1	0	0	7	0	3	10	5	0	0	15	2	0	1	0	9	9	0		
Kosten	22	13	0	0	14	0	7	0	3	5	0	0	6	0	9	13	13	0	0	23	11	0	1	0	10	24	1		
Meetingkultur	24	17	0	0	10	0	11	0	0	1	0	0	17	2	4	18	18	1	0	29	12	0	0	0	12	27	2		
Sozialer Kontakt	41	26	0	0	13	1	21	2	2	4	0	0	23	1	11	31	23	2	0	44	21	0	1	1	17	47	3		
Umwelt und Klima	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0	0	3	0	0	0	0	2	1	0		
Familie	14	7	0	0	9	0	4	2	0	2	0	0	4	0	2	7	11	0	1	11	10	0	0	0	8	9	4		
Vereinbarkeit Arbeits- und Privatleben	63	27	0	1	21	0	22	4	10	5	1	0	25	3	24	38	27	2	0	71	18	0	2	0	26	59	6		
Verschmelzung Arbeits- und Privatleben	9	4	0	0	1	1	3	1	1	0	0	0	5	1	3	4	6	0	0	6	7	0	0	0	3	8	2		
Sonstiges/Undefinierbar	12	7	0	1	11	0	1	0	1	0	0	0	7	0	2	7	11	0	0	15	5	0	0	0	8	11	1		

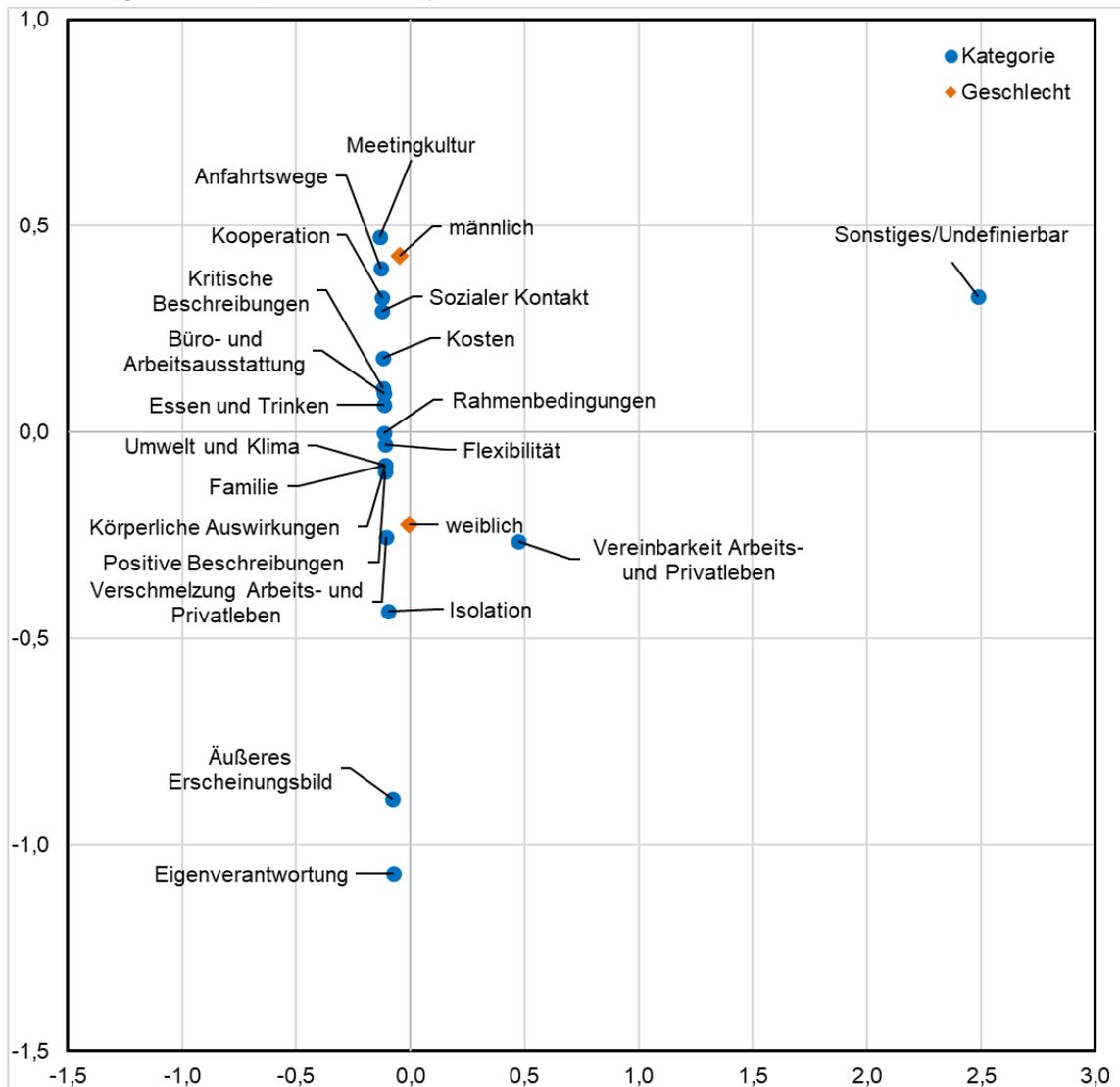
Quelle: Eigene Darstellung

4.1.5.1 Korrespondenzanalyse demografische Merkmale

Abbildung 7 zeigt das Ergebnis der Korrespondenzanalyse in Hinblick auf das Geschlecht der Untersuchungsteilnehmer*innen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sich Frauen eher mit der Vereinbarkeit des Berufs- und Privatlebens und familiären Themen auseinandersetzen als Männer. Zudem nannten weibliche Teilnehmerinnen eher Begriffe, welche sich auf das äußere Erscheinungsbild beziehen. Die männlichen Untersuchungsteilnehmer haben hingegen eher Vorstellungen zu den Themen „Meetingkultur“, „Anfahrtswege“, „Sozialer Kontakt“ und „Kooperation“.

Da die Geschlechtsangaben „Divers“ nicht sowie „Keine Angabe“ mit nur einer Person in der Stichprobe vertreten sind, wurden diese für eine übersichtliche Darstellung nicht in das Streudiagramm aufgenommen.

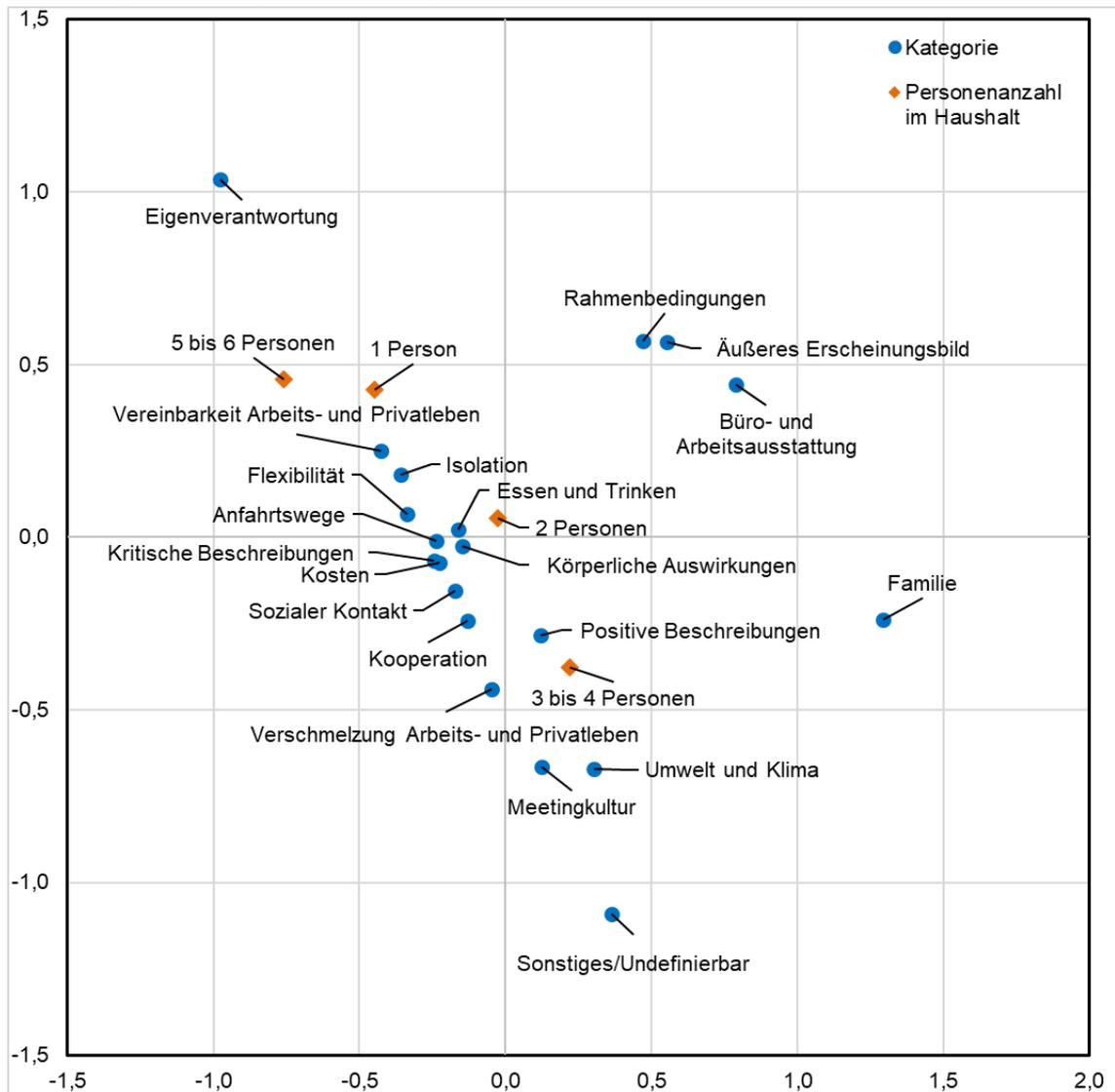
Abbildung 7: Korrespondenzanalyse Geschlecht



Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Betrachtung der Gesamtanzahl an im Haushalt lebenden Personen lässt sich feststellen, dass Personen in einem Einpersonenhaushalt und in einem Haushalt von fünf bis sechs Personen mit Home-Office eher die Vereinbarkeit des Arbeits- und Privatlebens assoziieren. Teilnehmer*innen aus Zweipersonenhaushalten denken eher an die Verpflegung und an körperliche Auswirkungen, während Teilnehmer*innen in einem Haushalt mit drei bis vier Personen verstärkt positive Beschreibungen zu Home-Office nennen.

Abbildung 9: Korrespondenzanalyse Anzahl Personen im Haushalt



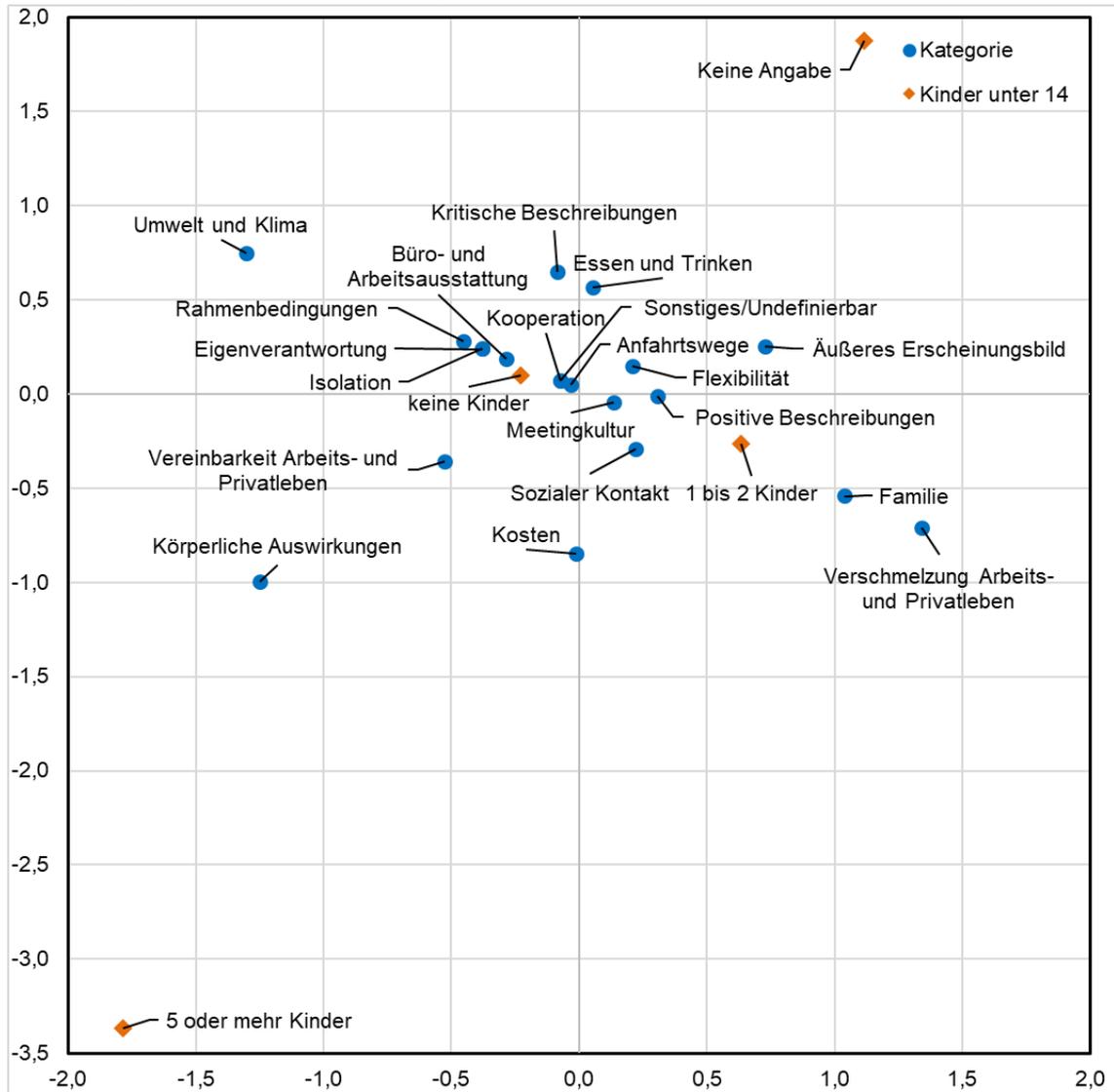
Quelle: Eigene Darstellung

Hinsichtlich der im Haushalt lebenden Kindern unter 14 Jahren stellt sich heraus, dass Teilnehmer*innen ohne Kinder unter 14 Jahren eher mit Home-Office das Thema „Büro- und Arbeitsausstattung“, „Eigenverantwortung“, „Vereinbarkeit Arbeits- und Privatleben“, „Isolation“ und „Rahmenbedingungen“ verbinden. Teilnehmer*innen, welche mit ein bis zwei Kindern unter 14 Jahren im Haushalt leben, beschreiben Home-Office eher positiv

und denken an familiäre Themen. Sie verbinden jedoch mit Home-Office vergleichsweise eher eine Verschmelzung des Arbeits- und Privatlebens.

Teilnehmer*innen mit drei bis vier Kindern unter 14 Jahren sind nicht in der Stichprobe vertreten. Ebenso lebt nur eine Person mit fünf oder mehr Kindern unter 14 Jahren zusammen. Aufgrund der niedrigen Fallzahl ist diese Zielgruppe am Rand des Streudiagramms angesiedelt.

Abbildung 10: Korrespondenzanalyse im Haushalt lebende Kinder unter 14 Jahren



Quelle: Eigene Darstellung

Nach der Durchführung der Korrespondenzanalysen zu den demografischen Merkmalen der Teilnehmer*innen kann die zweite Hypothese („Die sozialen Repräsentationen zu Home-Office unterscheiden sich in Hinblick auf das Geschlecht und die Wohnsituation, insbesondere in Bezug auf im Haushalt lebende Kinder.“) beantwortet werden.

Unterschiede können in Hinblick auf das Geschlecht vor allem dahingehend festgestellt werden, dass sich Frauen verstärkt mit familienbezogenen Themen und der Vereinbarkeit des Berufs- und Privatlebens auseinandersetzen. Männer beschäftigen sich dagegen eher mit den Themen „Anfahrtswege“, „Meetingkultur“, „Sozialer Kontakt“ und „Koperation“.

In Hinblick auf den Wohnsitz der Teilnehmer*innen verbinden Proband*innen aus dem Burgenland mit Home-Office eher „Büro- und Arbeitsausstattung“, „Rahmenbedingungen“, „Kosten“ und „Familie“ sowie Teilnehmer*innen aus Niederösterreich eher „Sozialer Kontakt“. Personen aus Wien sind generell eher positiv gegenüber Home-Office eingestellt, verbinden jedoch im Vergleich zu Burgenländer*innen und Niederösterreicher*innen mit Home-Office eher „Kritische Beschreibungen“. Gesamt betrachtet zeichnete sich jedoch keine eindeutige Heterogenität zwischen den demografischen Gruppen ab.

Differenzen in der Wahrnehmung von Home-Office können auf Basis der Anzahl an Personen im Haushalt dahingehend festgehalten werden, dass Teilnehmer*innen aus Einpersonenhaushalten sowie Personen in einem Haushalt von fünf bis sechs Personen mit Home-Office eher die Vereinbarkeit des Arbeits- und Privatlebens verbinden. Proband*innen aus Zweipersonenhaushalten beschäftigen sich mit der Verpflegung und körperlichen Auswirkungen, während Teilnehmer*innen aus einem Haushalt mit drei bis vier Personen verstärkt positive Vorstellungen zu Home-Office aufweisen.

In Hinblick auf die Anzahl an unter 14 Jahre alten Kindern im Haushalt beschäftigen sich Teilnehmer*innen ohne unter 14-jährige Kinder eher mit dem Thema „Büro- und Arbeitsausstattung“, „Eigenverantwortung“, „Vereinbarkeit Arbeits- und Privatleben“, „Isolation“ und „Rahmenbedingungen“. Proband*innen mit ein bis zwei Kindern unter 14 Jahren äußerten sich vergleichsweise mehr zu den Themen „Familie“ und positiven Beschreibungen zu Home-Office. Im Vergleich zu Personen ohne Kinder unter 14 Jahren verbinden sie Home-Office eher mit einer Verschmelzung des Berufs- und Privatlebens.

Aufgrund der dargelegten Unterschiede kann die zweite Hypothese teilweise angenommen werden. So können insbesondere in Hinblick auf das Merkmal Geschlecht Unterschiede in den sozialen Repräsentationen abgeleitet werden, jedoch zeichnen sich keine eindeutigen Differenzen basierend auf der Wohnsituation der Teilnehmer*innen ab.

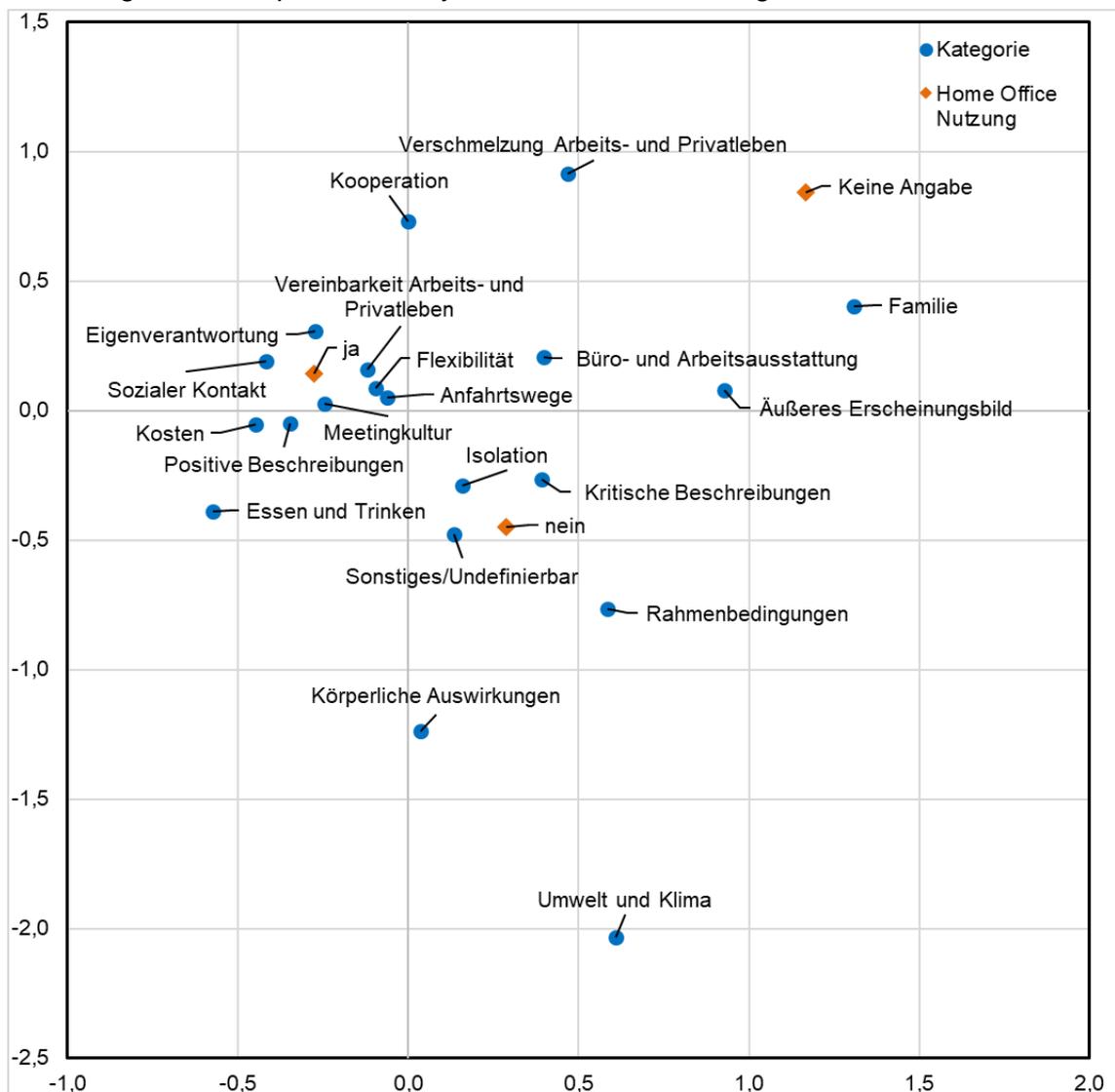
4.1.5.2 Korrespondenzanalyse Home-Office Nutzung

Darüber hinaus wurde eine Korrespondenzanalyse in Hinblick auf die Nutzung der Teilnehmer*innen von Home-Office durchgeführt. Wie in Abbildung 11 ersichtlich, nennen Personen, welche Home-Office nutzen, eher positive Beschreibungen als

Proband*innen ohne Home-Office Nutzung. Obwohl bei Teilnehmer*innen, welche Home-Office nicht in Anspruch nehmen, generell die positiven Beschreibungen im Vergleich zu kritischen Stimmen überwiegen, nennen diese verglichen mit Personen mit Home-Office Nutzung eher kritische Stimmen.

Zudem äußern sich Personen mit Home-Office Nutzung eher in Hinblick auf die Themen „sozialer Kontakt“, „Vereinbarkeit Arbeits- und Privatleben“ und „Flexibilität“. Proband*innen, welche nicht im Home-Office arbeiten, verbinden weiters mit Home-Office eher das Thema „Rahmenbedingungen“, „Körperliche Auswirkungen“ und „Äußeres Erscheinungsbild“.

Abbildung 11: Korrespondenzanalyse Home-Office Nutzung



Quelle: Eigene Darstellung

Basierend auf den Ergebnissen der Korrespondenzanalyse zur Nutzung von Home-Office kann die dritte Hypothese („Die sozialen Repräsentationen zu Home-Office

unterscheiden sich zwischen Personen, welche Home-Office nutzen, und jenen Personen, welche kein Home-Office in Anspruch nehmen.“) angenommen werden.

Bei beiden Gruppen überwiegen zwar jeweils die positiven Beschreibungen im Vergleich zu kritischen Stimmen, jedoch assoziieren Personen ohne Home-Office Nutzung eher kritische Stimmen als Personen mit Home-Office Nutzung. Zugleich nennen Personen, welche Home-Office nutzen, eher positive Beschreibungen als Proband*innen ohne Home-Office Nutzung.

Zusätzlich geben die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analysen zur Home-Office Nutzung Einblicke in die Assoziationen der Teilnehmer*innen (siehe Kapitel 4.1.4.4). So stellt die Assoziation „Flexibilität“ die häufigste als auch früheste Assoziation beider Zielgruppen dar. Die Assoziationen „Flexibilität“ und „Ruhe“ befinden sich zudem jeweils im Kern beider Gruppen. Jedoch kristallisierten sich Unterschiede zwischen den Assoziationen der Personen mit sowie ohne Home-Office Nutzung heraus, welche sich unter anderem durch die divergente Aufstellung der häufigsten Assoziationen beider Gruppen zeigt. Zudem gleichen sich nicht alle Assoziationen im Kern beider Zielgruppen.

Die Ergebnisse dieses Kapitels werden im folgenden Abschnitt zusammengefasst und diskutiert.

5 Diskussion und Ausblick

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse aus Kapitel 4 zusammengefasst und in Hinblick auf die zugrundeliegende Literatur dieser Arbeit diskutiert. Anschließend werden die Ergebnisse kritisch betrachtet und Limitationen aufgezeigt, um anschließend die Bedeutung der Arbeit für zukünftige Forschungen zu beleuchten. Zuletzt werden Empfehlungen für die Praxis abgeleitet.

5.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die vorliegende Untersuchung ging der Frage nach, welche Einstellungen, Gedanken oder Meinungen in der österreichischen Bevölkerung zum Arbeitsmodell Home-Office bestehen. Dieses Thema ist insofern relevant, da die COVID-19 Krise die Arbeitswelt nachhaltig verändert hat, wie die zunehmende Bedeutung des Arbeitsmodells Home-Office zeigt (Belzunegui-Eraso & Erro-Garcés, 2020, S. 13; Costa et al., 2022, S. 1; Frost, 2021, S. 303; Jeske et al., 2022, S. 994; Umishio et al., 2021, S. 2). In der Literatur sind keine einheitlichen Ergebnisse zur Wahrnehmung von Home-Office vorhanden. Des Weiteren liegen keine vergleichbaren Untersuchungen zu sozialen Repräsentationen der Österreicher*innen zu Home-Office vor, weshalb in dieser Arbeit basierend auf der Theorie der sozialen Repräsentation ein Stimmungsbild zu Home-Office erhoben wurde.

Die Messung von sozialen Repräsentationen erfolgte mithilfe von freien Assoziationen. Die freien Assoziationen wurden anhand eines Online-Fragebogens erhoben, in welchem die Teilnehmer*innen Begriffe, Stichworte oder Ideen zum Stimulus Home-Office festhielten und als positiv, neutral oder negativ bewerteten. Darüber hinaus beinhaltete der Online-Fragebogen Fragen zu beruflichen Daten, der Nutzung von Home-Office als auch zu demografischen Merkmalen.

Nach Ende des Befragungszeitraumes wurden die Assoziationen anhand von qualitativen und quantitativen Auswertungen analysiert. Dazu wurden die Assoziationen in absoluten und relativen Zahlen betrachtet und mittels des Polaritäts- und Neutralitätsindex hinsichtlich ihrer Bewertungen analysiert. Kern-Peripherie-Analysen dienten zur grafischen Darstellung der Assoziationen und ihrer Einteilung in Kern- und Peripheriebereiche. Zur Untersuchung der sozialen Repräsentationen in Hinblick auf die demografischen Daten und der Nutzung der Teilnehmer*innen von Home-Office wurden die Assoziationen in 20 deduktiv gebildete Kategorien gruppiert und anhand von Korrespondenzanalysen ausgewertet.

Die Ergebnisse zeigen mit 500 positiv bewerteten Assoziationen (54.47%) ein überwiegend positives Stimmungsbild der Proband*innen zu Home-Office. Pro Teilnehmer*in

wurden durchschnittlich 3.29 positive, 0.84 neutrale und 1.89 negative Assoziationen genannt. Gemäß dem Polaritäts- und Neutralitätsindex ($P = 0.23$, $N = -0.72$) ist Home-Office für die Teilnehmer*innen ein emotionales und positiv behaftetes Thema. Die ersten Reaktionen der Teilnehmer*innen auf den Stimulus Home-Office fielen deutlich positiv aus, mit zunehmender Auseinandersetzung mit dem Begriff wurden positive Assoziationen seltener genannt.

Die am häufigsten genannten Assoziationen der Gesamtstichprobe stellen „Flexibilität“, „Ruhe“, „keine Anfahrtswege“, „Zeitersparnis“, „fehlende soziale Kontakte“ und „länger schlafen“ dar. Den Ergebnissen der Kern-Peripherie-Analyse der Gesamtstichprobe zufolge befinden sich im Kern die Assoziationen „Flexibilität“, „Ruhe“, „keine Anfahrtswege“ und „länger schlafen“, welche häufig und früh genannte Begriffe darstellen (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28). Der Begriff „Flexibilität“ wurde gleichzeitig am frühesten und häufigsten erwähnt. In der Peripherie 2, daher selten und spät genannte Begriffe (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich, 2003, S. 28), ist die Mehrzahl der Assoziationen der Gesamtstichprobe verortet. Dazu zählen „Work Life Balance“, „Ablenkungen“, „Videokonferenzen“, „soziale Kontakte“ und „Energiekosten“.

Bei der Untersuchung der sozialen Repräsentationen in Hinblick auf die demografischen Merkmale der Teilnehmer*innen konnten anhand von Korrespondenzanalysen vor allem Unterschiede aufgrund des Geschlechts festgestellt werden. Frauen beschäftigen sich eher mit familienbezogenen Themen und der Vereinbarkeit des Beruf- und Privatlebens, während Männer mit Home-Office die Themen „Anfahrtswege“, „Meetingkultur“, „Sozialer Kontakt“ und „Kooperation“ verbinden.

In Hinblick auf den Wohnsitz der Teilnehmer*innen verbinden Proband*innen aus dem Burgenland eher „Büro- und Arbeitsausstattung“, „Rahmenbedingungen“, „Kosten“ und „Familie“ mit Home-Office sowie Teilnehmer*innen aus Niederösterreich eher „Sozialer Kontakt“. Personen aus Wien sind generell eher positiv gegenüber Home-Office eingestellt, verbinden jedoch im Vergleich zu Burgenländer*innen und Niederösterreicher*innen mit Home-Office eher „Kritische Beschreibungen“. Gesamt betrachtet zeichnete sich jedoch keine eindeutige Heterogenität zwischen den demografischen Gruppen ab.

Unterschiede in den sozialen Repräsentationen aufgrund der Anzahl an Personen im Haushalt bestehen darin, dass Teilnehmer*innen aus Einpersonenhaushalten sowie mit einem Haushalt von fünf bis sechs Personen mit Home-Office eher die Vereinbarkeit des Arbeits- und Privatlebens verbinden, während sich Proband*innen aus Zweipersonenhaushalten mit der Verpflegung und körperlichen Auswirkungen beschäftigen.

Teilnehmer*innen aus einem Haushalt mit drei bis vier Personen nannten verstärkt positive Vorstellungen zu Home-Office.

In Bezug auf die Anzahl an unter 14 Jahre alten Kindern im Haushalt beschäftigen sich Teilnehmer*innen ohne unter 14-jährige Kindern vorrangig mit den Themen „Büro- und Arbeitsausstattung“, „Eigenverantwortung“, „Vereinbarkeit Arbeits- und Privatleben“, „Isolation“ und „Rahmenbedingungen“, während Proband*innen mit ein bis zwei Kindern unter 14 Jahren sich eher zu familiären Themen, einer Verschmelzung des Arbeits- und Privatlebens und positiven Beschreibungen zu Home-Office äußerten.

Ein weiteres Interesse dieser Arbeit stellte die Untersuchung dar, ob sich die sozialen Repräsentationen zu Home-Office zwischen Personen, welche Home-Office nutzen, und Teilnehmer*innen ohne Home-Office Nutzung unterscheiden. Die Ergebnisse der Kern-Peripherie-Analyse zeigen, dass die Assoziationen „Flexibilität“ und „Ruhe“ im Kern beider Gruppen verortet sind. „Flexibilität“ stellte zudem die früheste und häufigste Assoziation beider Zielgruppen dar, die Assoziation „Ruhe“ wurde von beiden Gruppen am zweithäufigsten genannt. Unterschiede konnten in der differentiellen Einordnung weiterer Assoziationen der Gruppen in Kern- und Peripheriebereiche festgestellt werden. Neben „Flexibilität“ und „Ruhe“ befinden sich bei Personen mit Home-Office Nutzung die Assoziationen „keine Anfahrtswege“ und „Konzentration“ im Kern, während bei Proband*innen ohne Home-Office Nutzung im Kern zusätzlich „fehlende soziale Kontakte“ verankert ist. Zudem gibt es Abweichungen in der Aufstellung der 14 bzw. 16 häufigsten Assoziationen beider Zielgruppen. Die Ergebnisse der Korrespondenzanalyse haben in Hinblick auf die Home-Office Nutzung der Teilnehmer*innen gezeigt, dass bei Personen mit Home-Office als auch Personen ohne Home-Office Nutzung jeweils die positiven Beschreibungen im Vergleich zu kritischen Stimmen überwiegen. Jedoch nennen Personen ohne Home-Office Nutzung eher kritische Stimmen als Personen mit Home-Office Nutzung. Zugleich erwähnen Personen, welche Home-Office nutzen, eher positive Beschreibungen als Proband*innen ohne Home-Office Nutzung.

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse interpretiert und in Bezug auf die Literatur diskutiert.

5.2 Interpretation und Diskussion der Ergebnisse

Nach einer Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse werden im folgenden Abschnitt die Ergebnisse mit der Literatur verglichen und interpretiert.

Aufgrund der in der Literatur genannten Vorteile von Home-Office, dem gesellschaftlichen Wunsch nach flexiblen Arbeitszeiten- und -orten (Schmoll & Süß, 2021, S. 16f.)

sowie einer vermehrten Nutzung von Home-Office seit der COVID-19 Krise (Kellner et al., 2020, S. 4f.) wurde in dieser Arbeit eine tendenziell positive Wahrnehmung von Home-Office angenommen. Sowohl die Mehrzahl an positiven Bewertungen als auch der Polaritäts- und Neutralitätsindex zeigen ein überwiegend positives Bild der Teilnehmer*innen zu Home-Office. Aufgrund der vergleichsweise geringen Anzahl an neutral bewerteten Assoziationen ist zudem von einem emotionalen Thema auszugehen. Dabei wird emotionalen Themen Aufmerksamkeit geschenkt, indem diese vielseitig diskutiert werden (de Rosa & Kirchler, 2001, S. 58ff.). Die mehrheitlich positiven und negativen Vorstellungen können also dahingehend interpretiert werden, dass die Teilnehmer*innen mit Home-Office sowohl Vor- als auch Nachteile verbinden und diese in der Gesellschaft rege diskutiert werden. Dieses Spannungsfeld spiegelt die in der Literatur fehlende Übereinstimmung der Wahrnehmung von Home-Office wider.

Nichtsdestotrotz konnte aufgrund der mehrheitlich positiven Assoziationen die erste Hypothese, gemäß welcher überwiegend positiv bewertete Assoziationen zu Home-Office in der österreichischen Bevölkerung bestehen, angenommen werden. Dieses positive Gesamtbild konnte im Zuge der Kern-Peripherie-Analyse durch die positiv behafteten Assoziationen im Kern bekräftigt werden. Die im Kern der Gesamtstichprobe verorteten Assoziationen „Flexibilität“, „Ruhe“, „keine Anfahrtswege“ und „länger schlafen“ stellen häufig und früh genannte Vorstellungen dar (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001 zitiert in Kulich). Diese können als fest in den Köpfen verankerte Gedanken der Österreicher*innen zu Home-Office interpretiert werden.

Die häufigste und am frühesten genannte Assoziation „Flexibilität“ deckt sich mit den Ergebnissen bestehender Literatur. Dies lässt vermuten, dass Home-Office Vorteile wie eine flexible Arbeitszeiteinteilung oder die Vereinbarkeit von Beruf und privaten Erledigungen verschafft (Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Eine an Bedürfnissen orientierte Zeiteinteilung hat zudem positive Auswirkungen auf die Work Life Balance (Hill et al., 2010, S. 356). Darüber hinaus kann die Ortsunabhängigkeit bei der Ausübung von Home-Office Flexibilität einräumen (Urbanska & Levering, 1996 zitiert in Hill et al., 2010, S. 356).

Die Assoziation „Ruhe“ zeigt ebenso Übereinstimmungen mit der Literatur, da Autor*innen von einer ruhigeren Arbeitsatmosphäre im Home-Office als in traditionellen Büros ausgehen (Montreuil & Lippel, 2003, S. 344; Umishio et al., 2022, S. 8). Eine ruhige Arbeitsumgebung im Home-Office kann unter anderem dadurch gegeben sein, dass Mitarbeitende nicht von Kolleg*innen gestört werden (Umishio et al., 2022, S. 8).

Die Assoziation „keine Anfahrtswege“ verstärkt die Ansicht, dass die mit Home-Office verbundene Reduktion von Pendelzeiten positiv wahrgenommen wird (Brenke, 2016, S. 104; DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Hill et al., 2003, S. 234; Ipsen et al., 2021, S. 17; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197; Messenger & Gschwind, 2016, S. 200). Durch den Wegfall von Arbeitswegen kann Stress reduziert sowie Kosten und Zeit eingespart werden (Mann & Holdsworth, 2003, S. 197).

Zuletzt kann die Assoziation „länger schlafen“ in Hinblick auf eine gute Vereinbarkeit des Berufs- und Privatlebens interpretiert werden (Brenke, 2016, S. 104; Di Martino & Wirth, 1990, S. 531; DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Gajendran & Harrison, 2007, S. 1535; Hill et al., 2003, S. 234; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197). Es ist zu vermuten, dass Beschäftigte die eingesparte Zeit, welche sich durch den Wegfall von Anfahrtswegen im Home-Office ergibt (Hill et al., 2010, S. 356; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197), für längere Ruhezeiten nutzen.

Wie in der Literatur erwähnt, können demographische Merkmale wie das Geschlecht Einfluss auf die Wahrnehmung von Home-Office nehmen (Primecz, 2022, S. 20; Song & Goa, 2019, S. 2664). Darüber hinaus kann nach Aichinger et al. (2021, S. 14ff.) eine Elternschaft die Einstellung zu Home-Office beeinflussen. Daher wurde gemäß der zweiten Hypothese angenommen, dass sich soziale Repräsentationen zu Home-Office in Hinblick auf das Geschlecht und die Wohnsituation, insbesondere in Bezug auf im Haushalt lebende Kinder, unterscheiden.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen, dass Frauen mit Home-Office eher familienbezogene Themen und die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben verbinden als Männer. Somit kann die Verschärfung konservativer Rollenverteilungen bekräftigt werden (Primecz, 2022, S. 20). Dies zeigt sich dadurch, dass während der COVID-19 Pandemie insbesondere Frauen durch Beruf und Kinderbetreuung eine Doppelbelastung erlebten (Aichinger et al., 2021, S. 14; Costa et al., 2022, S. 9f.). Die vergleichsweise stärkere Wahrnehmung der weiblichen Teilnehmer*innen, dass Home-Office mit einer Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben verbunden ist, könnte darauf hindeuten, dass Frauen sich mehrheitlich um die Kinderbetreuung kümmern (SORA, 2020, S. 16f.). Zudem könnten Frauen in Home-Office die Möglichkeit sehen, Kinderbetreuung und Beruf in Einklang zu bringen (Lott, 2019, S. 5ff.).

Die Auseinandersetzung der männlichen Teilnehmer*innen mit den Themen „Anfahrtswege“, „Meetingkultur“, „Sozialer Kontakt“ und „Kooperation“ ist nicht eindeutig in Hinblick auf bestehende Literatur interpretierbar. Womöglich pendeln Männer aufgrund traditioneller Rollenbilder (Primecz, 2022, S. 20) eher zu Arbeitsorten als Frauen, wodurch

Männer aufgrund des Wegfalls von Arbeitswegen im Home-Office einen wesentlichen Vorteil erleben. In Hinblick darauf kann in der Literatur der mit Home-Office positiv verbundene Aspekt des Wegfalls von Anfahrtswegen identifiziert werden (Brenke, 2016, S. 104; DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Hill et al., 2003, S. 234; Ipsen et al., 2021, S. 17; Mann & Holdsworth, 2003, S. 197; Messenger & Gschwind, 2016, S. 200). Die Auseinandersetzung der Männer mit dem Thema „Meetingkultur“, welche Kategorie vor allem die Assoziationen „Videokonferenzen“ und „Telefonate“ enthält, könnte durch die COVID-19 bedingte Zunahme des Einsatzes von digitalen Kommunikationstools wie MS Teams oder Zoom erklärt werden (Kellner et al., 2020, S. 8). Inwiefern virtuelle Besprechungen jedoch stärkeren Einfluss auf Männer nehmen als auf Frauen, ist nicht aus der Literatur abzuleiten. Die Auseinandersetzung der Männer mit dem Thema „Sozialer Kontakt“ könnte darauf zurückgeführt werden, dass bei Home-Office die Häufigkeit persönlicher sozialer Kontakte aufgrund der örtlichen Trennung eingeschränkt ist (Harris, 2003, S. 18). Fehlende soziale Kontakte können dabei negative Emotionen wie soziale Isolation hervorrufen (Mann & Holdsworth, 2003, S. 208). Auch in Hinblick auf dieses Ergebnis sind Folgeuntersuchungen dazu notwendig, inwiefern Männer und Frauen mit Home-Office soziale Kontakte verbinden. Zudem bedarf es weiterer Forschung zur Wahrnehmung des Themas „Kooperation“ durch Männer, welche Kategorie vor allem die Assoziationen „Vertrauen“ und „keine Kontrolle“ umfasst. Vertrauen hat in der Zusammenarbeit im Home-Office einen hohen Stellenwert eingenommen, wobei viele Arbeitnehmer*innen einen vertrauensvollen Umgang erlebt haben (Kellner et al., 2020, S. 11). Weshalb sich Männer jedoch eher mit diesem Thema beschäftigen als Frauen, kann durch die vorliegenden Untersuchungsergebnisse nicht eindeutig identifiziert werden.

Wie erwähnt, zeichnete sich in Hinblick auf den Wohnsitz keine eindeutige Heterogenität zwischen den demografischen Gruppen ab. Es kann jedoch vermutet werden, dass Wiener*innen aufgrund der städtischen Wohnsituation neben den überwiegenden Vorteilen verstärkt Nachteile mit Home-Office verbinden. Dies lässt vermuten, dass Wiener*innen durchaus die positiven Aspekte von Home-Office schätzen, jedoch im Vergleich zu Proband*innen aus ländlichen Gegenden sich verstärkt über dessen Schattenseiten bewusst sind. Es wäre möglich, dass in Wien wohnhafte Personen aufgrund der dichten Besiedelung von Stadtgebieten keine separaten Räumlichkeiten für Arbeitstätigkeiten zur Verfügung haben, welcher Umstand belastend ist (Umishio et al., 2022, S. 10; Robelski et al., 2019, S. 16).

Die Ergebnisse der Analyse der Personenanzahl im Haushalt waren im Vorfeld kaum vorhersehbar, wobei eine höhere Anzahl an Personen Ablenkungen durch Familienmitglieder oder Bekannte vermuten lässt (DuBrin & Barnard, 1993, S. 16; Harris, 2003, S.

14; Mann & Holdsworth, 2003, S. 203). Im Gegensatz dazu konnte eine eher positive Einstellung der befragten Teilnehmer*innen in einem Haushalt von drei bis vier Personen festgestellt werden. Proband*innen aus Einpersonenhaushalten und aus Haushalten mit fünf bis sechs Personen verbanden mit Home-Office eher die Vereinbarkeit des Arbeits- und Berufslebens. Die Ergebnisse lassen lediglich vermuten, dass Personen aus Einpersonenhaushalten aufgrund keiner Kinder und damit fehlenden Betreuungsverpflichtungen eine gute Work Life Balance im Home-Office empfinden. Weshalb auch Teilnehmer*innen aus Haushalten von fünf bis sechs Personen mit Home-Office eine Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben assoziieren, ist nicht ableitbar. Aufgrund der Auseinandersetzung der Proband*innen aus Zweipersonenhaushalten mit der Verpflegung kann vermutet werden, dass diese die flexible Auswahl und Einteilung von Mahlzeiten im Home-Office positiv empfinden (Ipsen et al., 2021, S. 5). Zudem könnten Teilnehmer*innen aus Zweipersonenhaushalten das Thema körperliche Auswirkungen in Bezug auf gesundheitliche Beschwerden genannt haben (Gerding et al., 2021, S. 988). Andererseits könnten diese mit Home-Office die Möglichkeit assoziieren, mehr Sport zu betreiben.

Betrachtet man die Anzahl an Kindern unter 14 Jahren im Haushalt, so zeigte sich, dass sich Personen ohne unter 14-jährige Kinder eher mit den Themen „Büro- und Arbeitsausstattung“, „Eigenverantwortung“, „Vereinbarkeit Arbeits- und Privatleben“, „Isolation“ und „Rahmenbedingungen“ beschäftigen. Hingegen setzen sich Proband*innen mit ein bis zwei Kindern unter 14 Jahren mit dem Thema „Familie“, „Verschmelzung Arbeits- und Privatleben“ und positiven Beschreibungen zu Home-Office auseinander. Die Ergebnisse können dahingehend interpretiert werden, dass Elternteile von ein bis zwei Kindern unter 14 Jahren im Home-Office mit familiären Themen konfrontiert sind und somit Home-Office einen stärkeren Einfluss auf Elternteile als auf Personen ohne Kinder hat (Song & Goas 2019, S. 2662ff.). Dass sich Personen mit ein bis zwei Kindern unter 14 Jahren generell positiv zu Home-Office geäußert haben könnte darauf hinweisen, dass diese in Home-Office den Vorteil einer Kinderbetreuungsmöglichkeit sehen (Lott, 2019, S. 5ff.). Dennoch könnte die Auseinandersetzung mit dem Thema „Verschmelzung Arbeits- und Privatleben“ auf Konflikte in Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie hindeuten (Song & Goa, 2019, S. 2662).

Die Ergebnisse der Korrespondenzanalysen zu den demografischen Merkmalen der Untersuchungsteilnehmer*innen zeigen Unterschiede in den Vorstellungen, wie insbesondere das Geschlecht verdeutlicht. Die zweite Hypothese, laut welcher Unterschiede in den sozialen Repräsentationen in Hinblick auf das Geschlecht und die Wohnsituation,

insbesondere in Bezug auf im Haushalt lebende Kinder, vorhanden sind, wurde daher teilweise angenommen.

Gemäß der dritten Hypothese wurde angenommen, dass sich soziale Repräsentationen zu Home-Office zwischen Personen, welche Home-Office nutzen, und jenen Personen, welche kein Home-Office in Anspruch nehmen, unterscheiden. So gehen Forscher*innen davon aus, dass die Art eines Arbeitsmodells beziehungsweise die Arbeitssituation unterschiedliche Auswirkungen auf Arbeitnehmer*innen haben kann (Aidla et al., 2022, S. 15; Song & Goa, 2019, S. 2650). Auch wenn sich anhand der Kern-Peripherie-Analysen Gemeinsamkeiten beider Zielgruppen wie die im Kern verorteten Assoziationen „Flexibilität“ und „Ruhe“ feststellen ließen, verdeutlichen die Ergebnisse der Korrelationsanalyse Unterschiede vor allem in Hinblick auf positive und kritische Stimmen der beiden Gruppen. Bei beiden Gruppen überwiegen zwar jeweils die positiven Beschreibungen im Vergleich zu kritischen Stimmen, jedoch nennen Personen ohne Home-Office Nutzung eher kritische Stimmen als Personen mit Home-Office Nutzung. Zugleich erwähnen Personen, welche Home-Office nutzen, eher positive Beschreibungen als Proband*innen ohne Home-Office Nutzung. Aufgrund der Ergebnisse konnte die dritte Hypothese angenommen werden. Demnach sind zwar Personen mit sowie ohne Home-Office Nutzung grundsätzlich positiv in Hinblick auf Home-Office gestimmt, wobei Personen ohne Home-Office Nutzung neben positiven Aspekten vergleichsweise stärker die Schattenseiten von Home-Office bedenken. Womöglich haben die befragten Personen, welche kein Home-Office nutzen, eher Vorurteile gegenüber Home-Office. Diese könnten auf die COVID-19 Ausnahmesituation und der plötzlichen Verlagerung der Arbeit in private Umgebungen (Belzunegui-Eraso & Erro-Garcés, 2020, S. 1) sowie der damit verbundenen Herausforderungen zurückzuführen sein. Nähere Aussagen erfordern jedoch weitere Forschung.

Im folgenden Kapitel werden die aufgezeigten Ergebnisse kritisch betrachtet sowie auf Einschränkungen dieser Untersuchung eingegangen.

5.3 Kritische Betrachtung der Ergebnisse

In diesem Kapitel wird die vorliegende Arbeit einer kritischen Betrachtung unterzogen sowie Limitationen aufgezeigt.

Eine Limitation dieser Arbeit stellt die vergleichsweise geringe Anzahl an Datensätzen ($n = 152$) dar. Eine höhere Beteiligung wäre erfreulich gewesen, da womöglich die Ergebnisse bei einer größeren Stichprobe einen geringeren Verlust an Validität verzeichnet hätten. Gewisse demografische Gruppen waren nicht oder nur wenig in der Stichprobe vertreten, weshalb die Ergebnisse an Aussagekraft verloren haben.

Die eher geringe Beteiligung an dieser Untersuchung kann unter anderem auf die Abbruchquote des Online-Fragebogens zurückgeführt werden. Diese stellte sich mit 39.85% als recht hoch heraus, wobei die Befragung am häufigsten im Zuge der Erhebung der Assoziationen beendet wurde. Für einige Teilnehmer*innen war dieser Fragebogenabschnitt scheinbar zu aufwändig, obwohl bei der Instruktion der Aufgabe festgehalten wurde, dass nur eine Angabe verpflichtend war. Zukünftig könnte noch deutlicher hervorgehoben werden, dass nicht alle Textfelder befüllt werden müssen. Zudem wurde der Fragebogen bei einigen Personen, welche via Smartphone an der Befragung teilnahmen, nicht vollständig angezeigt, was zu weiteren Fragebogenabbrüchen führte. Im Begrüßungstext des Fragebogens wurde erklärt, dass eine Teilnahme via Smartphone für eine korrekte Abbildung im Querformat erfolgen sollte. Dieser Hinweis wurde womöglich von einigen Teilnehmer*innen nicht gelesen, weshalb in Zukunft auch diese Informationen mehr betont werden sollte.

Als Folge der eher niedrigen Beteiligung ist die Interpretation der Korrespondenzanalysen zu den demografischen Merkmalen der Teilnehmer*innen generell kritisch zu betrachten. Da in der Stichprobe einige Bundesländer kaum oder gar nicht vertreten waren, gestaltete sich insbesondere die Interpretation der Korrespondenzanalyse zum Wohnsitz schwierig. Dadurch konnte nur ein Vergleich zwischen den drei am häufigsten vertretenen Bundesländern Burgenland, Niederösterreich und Wien durchgeführt werden. Der unausgewogene Datensatz hatte zudem insofern Auswirkungen auf das Diagramm, sodass Distanzen nur eingeschränkt ablesbar waren. Im Fall von unausgewogenen Datensätzen könnten in zukünftigen Untersuchungen Korrespondenzanalysen lediglich mit stark vertretenen Ausprägungen durchgeführt werden, um aussagekräftigere grafische Darstellungen zu gewährleisten.

Da beinahe ausschließlich Teilnehmer*innen mit der Ausprägung „Weiblich“ und „Männlich“ in der Stichprobe vertreten und Gemeinsamkeiten hinsichtlich gewisser Assoziationen zwischen Männern und Frauen vorhanden sind, fächern sich im Streudiagramm zum Geschlecht die Ergebnisse entlang einer Geraden auf. Da eine breitflächige Streuung der Datenpunkte im Diagramm erwartet wurde, scheint die grafische Darstellung etwas irreführend. Daher wird auch bei diesem Merkmal zu einer Interpretation ausschließlich bei gleichzeitigem Vergleich mit einer Häufigkeitstabelle geraten.

Eine weitere Limitation könnte eine zu geringe Bereinigung der Assoziationen darstellen. Um möglichst wenig in das erhobene Datenmaterial einzugreifen und eine subjektive Beeinflussung der Forscherin zu vermeiden, ergaben sich recht ähnliche bzw. themenverwandte Assoziationen wie „keine Anfahrtswege“, „Zeitersparnis“, „länger schlafen“ und „Zeitersparnis der Anfahrtswege“. Diese Assoziationen könnten in Summe den

Aspekt des Wegfalls von Anfahrtswegen und eine daraus resultierende Zeitersparnis repräsentieren. Würde man diese Assoziationen stärker vereinheitlichen, so hätte dies womöglich eine Verschiebung der Ergebnisse in Hinblick auf eine höhere Bedeutung des Wegfalls von Pendelzeiten zur Folge. Darüber hinaus sind die Assoziationen „fehlende soziale Kontakte“ und „fehlender Austausch mit Kolleg*innen“ ähnlich, weshalb auch bei einer Zusammenfassung dieser Assoziationen von einer höheren Bedeutung des Themas „sozialer Kontakt“ auszugehen wäre.

Darüber hinaus weist der Fragebogen einen technischen Fehler bei der Abfrage der Nutzungshäufigkeit von Home-Office auf, weshalb eine Eingabe von null Prozent nicht möglich war. Da diese Frage nur mit Eingaben größer oder gleich der Zahl eins beantwortet werden konnte, war eine präzise Erhebung des Home-Office Ausmaßes nicht möglich. Daher wurde eine Datenkorrektur durchgeführt und alle Angaben zur Nutzungshäufigkeit von Home-Office mit weniger als zehn Prozent als null Prozent, das heißt, keine Home-Office Nutzung, gewertet. Diese Korrektur von 13 Antworten könnte zu einer geringfügigen Verschiebung der Ergebnisse geführt haben.

Überraschend war, dass die Proband*innen dieser Untersuchung bis auf wenige Ausnahmen keine Assoziationen in Bezug auf die COVID-19 Krise genannt haben. Dennoch ist eine Verzerrung der Ergebnisse aufgrund der COVID-19 Pandemie – wenn auch unbewusst – möglich. Da die COVID-19 Krise Unsicherheiten innerhalb der Bevölkerung ausgelöst hat, könnten die Untersuchungsergebnisse aufgrund von negativen Erfahrungen zu COVID-19 bedingtem Home-Office beeinflusst worden sein. Arbeitnehmer*innen wurden aufgrund der Krise plötzlich und oftmals unfreiwillig in das Home-Office entsandt, zu welchem Zeitpunkt womöglich die Infrastruktur für Home-Office noch nicht zufriedenstellend war. Insbesondere dadurch könnte die Wahrnehmung der befragten Personen zu Home-Office beeinflusst worden sein.

Die Limitationen dieser Arbeit können als Verbesserungspotenziale für zukünftige Forschungsarbeiten betrachtet werden. Die Bedeutung der Ergebnisse für die Forschung wird im folgenden Kapitel aufgezeigt.

5.4 Bedeutung der Ergebnisse für zukünftige Forschungen

Basierend auf den Ergebnissen dieser Arbeit zeigt dieses Kapitel Anregungen für zukünftige Forschungen auf.

In Zukunft sollten ähnliche Untersuchungen mit einer höheren Anzahl an Teilnehmer*innen durchgeführt werden. Insbesondere bei der Erforschung von Unterschieden und Zusammenhängen von demografischen Merkmalen und Home-Office bedarf es für eine

hohe Validität eines ausgewogenen Datensatzes. Weitere Forschungen zu Home-Office in Bezug auf demografische Merkmale könnten tiefergehende Einblicke in die Wahrnehmungen und Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen geben. Eine relevante Zielgruppe stellen dabei Arbeitnehmer*innen mit Kinderbetreuungspflichten dar. In der Literatur werden positive und negative Aspekte von Home-Office in Hinblick auf die Vereinbarkeit des Familien- und Berufslebens erwähnt, für eine aussagekräftige Beurteilung, ob berufstätige Eltern in Summe von Home-Office profitieren, sind jedoch nähere Untersuchungen notwendig.

Da die vorliegende Arbeit einen generellen Überblick zu den Einstellungen der Österreicher*innen zu Home-Office zum Ziel hatte, war eine tiefergehende Betrachtung spezifischer Teilaspekte der Arbeit nicht vorgesehen. Es wurden von den Teilnehmer*innen jedoch einzelne interessante Faktoren in Form von diversen Assoziationen genannt, welche mit Home-Office in Verbindung stehen. Weitere Untersuchungen könnten daher auf Auswirkungen von Home-Office in Hinblick auf die Zusammenarbeit, sozialen Kontakten, Vertrauen oder Führung eingehen. Diese Forschungsergebnisse könnten HR-Verantwortlichen eine empirische Grundlage für die zukünftige Gestaltung von Home-Office Modellen geben.

Darüber hinaus könnten für Folgeuntersuchungen länderspezifische Unterschiede der sozialen Repräsentationen von Home-Office von Interesse sein. Die vorliegende Arbeit beschränkte sich ausschließlich auf Personen mit österreichischem Wohnsitz als Zielgruppe. Jedoch könnte eine auf diese Untersuchung aufbauende Forschung auf kulturelle Unterschiede in den sozialen Repräsentationen zu Home-Office aufgrund in- und ausländischer Wohnsitze eingehen.

Zum Abschluss werden im folgenden Kapitel auf Basis der Untersuchungsergebnisse praktische Implikationen aufgezeigt.

5.5 Praktische Implikationen

Unternehmen können durch das Anbieten von ortsflexiblen Arbeitsmodellen ihre Arbeitgeber*innenattraktivität steigern und somit erfolgreicher Talente rekrutieren (Bonin et al., 2020, S. 30). Daher ist die Wahrnehmung von Home-Office für die Organisation von Arbeit so wichtig wie nie zuvor (Ipsen et al., 2021, S. 1).

Wie die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, sind die Begriffe „Flexibilität“, „Ruhe“ „keine Anfahrtswege“ und „länger schlafen“ im Zusammenhang mit Home-Office fest in den Köpfen der Österreicher*innen verankert. Insbesondere aufgrund der starken Präsenz des Themas „Flexibilität“ wird Arbeitgeber*innen empfohlen, durch die zeitliche und

örtliche Flexibilität bei der Ausübung von Home-Office selbstbestimmtes Arbeiten zu ermöglichen und damit den Gestaltungsspielraum von Arbeitnehmer*innen zu erhöhen. Dadurch sollen Mitarbeitende bei einer nachhaltigen Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben unterstützt und die Arbeitszufriedenheit gesteigert werden.

Auch wenn die Ergebnisse dieser Arbeit ein überwiegend positives Bild von Home-Office zeigen, gilt zu beachten, dass Home-Office auch mit kritischen Stimmen behaftet ist. So finden sich in den 14 häufigsten Assoziationen der vorliegenden Arbeit die kritischen Äußerungen „fehlende soziale Kontakte“, „Ablenkungen“ und „Energiekosten“. Home-Office weist sowohl Vor- als auch Nachteile auf, weshalb Unternehmen mit einer Vielzahl von Anforderungen konfrontiert sind, damit die Arbeit von zu Hause aus in Summe als positiv empfunden wird. Deshalb gilt es sich mit den Bedürfnissen der Mitarbeitenden auseinanderzusetzen und negative Aspekte von Home-Office möglichst zu minimieren.

Nicht zu vernachlässigen ist, dass Arbeitnehmer*innen je nach Lebenssituation differente Bedürfnisse und Anforderungen in Hinblick auf Arbeitsmodelle aufweisen können. Demnach gilt es individuelle und flexible Home-Office Modelle zu schaffen, anstelle von starren und pauschalen Regelungen. Auch wenn die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass Home-Office verstärkt mit den positiven Aspekten „Flexibilität“ und „Ruhe“ verbunden wird, kann Home-Office insbesondere für berufstätige Frauen mit Kinderbetreuungspflichten zur Herausforderung werden. Fehlende Büroräumlichkeiten, Ablenkungen durch Familienmitglieder oder familiäre Verpflichtungen könnten unter anderem dazu führen, dass Home-Office als unvorteilhaft betrachtet wird. Führungskräfte sind in diesem Zusammenhang gefordert, berufstätige Eltern in Bezug auf Konflikte zwischen Familie und Beruf zu entlasten. Betriebe sollten dem Thema Gleichstellung von Männern und Frauen in der Arbeitswelt erhöhte Aufmerksamkeit schenken, indem Herausforderungen von berufstätigen Frauen identifiziert und Unterstützungsangebote zugesagt werden.

Zuletzt sollen Networking Initiativen wie regelmäßige persönliche oder virtuelle Kaffeepausen dazu beitragen, den sozialen Kontakt zwischen Mitarbeitenden und Arbeitgeber*innen aufrechtzuerhalten. Darüber hinaus sollten Zuschüsse des Unternehmens zur Abgeltung von Energiekosten Arbeitnehmer*innen dabei unterstützen, Home-Office bedingte Mehrkosten abzufedern. Weiters wird empfohlen, Mitarbeiter*innen durch die Bereitstellung von ergonomischer Arbeitsausstattung sowie Weiterbildungen zum Thema Vereinbarkeit von Familien- und Berufsleben bei der Umstellung auf Home-Office zu begleiten.

Abschließend wird aufgrund der differenten Rahmenbedingungen in privaten Umgebungen sowie der individuellen Lebenssituationen von Mitarbeitenden empfohlen, Arbeitnehmer*innen die Entscheidung zu überlassen, ob und in welchem Ausmaß die Möglichkeit zur Nutzung von Home-Office in Anspruch genommen wird.

Literaturverzeichnis

- Abric, Jean Claude (1993). Central System, Peripheral System: Their Functions and Roles in The Dynamics of Social Representations. *Papers on Social Representations - Textes sur les Représentations Sociales*, 2(2), 75-78.
- Aidla, Anne/Kindsiko, Eneli/Poltimäe, Helen/Hääl, Laura (2022). To work at home or in the office? Well-being, information flow and relationships between office workers before and during the COVID-19 pandemic. *Journal of Facilities Management*, 1-22.
- Aichinger, Elisa/Hornberger, Elisabeth/Wagner, Gerhard/Jonek, Désirée/Kögler, Lisa (2021). Gleichstellung als Chance in Krisenzeiten. *Weltfrauentagsumfrage 2021* von Deloitte Österreich und WoMentor. Wien: Deloitte Österreich & WoMentor.
- Allen, Tammy D./Golden, Timothy D./Shockley, Kristen M. (2015). How Effective Is Telecommuting? Assessing the Status of Our Scientific Findings. *Psychological Science in the Public Interest*, 16(2), 40-68.
- Backhaus, Klaus/Erichson, Bernd/Plinke, Wulff/Weiber, Rolf (2018). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (15. Auflage). Berlin Heidelberg: Springer Gabler.
- Bellmann, Lutz/Hübler, Olaf (2021). Working from home, job satisfaction and work–life balance – robust or heterogeneous links? *International Journal of Manpower*, 42(3), 424-441.
- Belzunegui-Eraso, Angel/Erro-Garcés, Amaya (2020). Teleworking in the Context of the Covid-19 Crisis. *Sustainability*, 12(9), 1-18.
- Birkinshaw, Julian/Cohen, Jordan/Stach, Pawel (2020). Research: Knowledge Workers Are More Productive from Home. Online: <https://hbr.org/2020/08/research-knowledge-workers-are-more-productive-from-home> [Abruf am 04.04.2023].
- Blasius, Jörg (1987). Korrespondenzanalyse: ein multivariates Verfahren zur Analyse qualitativer Daten. *Historical Social Research*, 12(2/3), 172-189.
- Bonin, Holger/Eichhorst, Werner/Kaczynska, Jennifer/Kümmerling, Angelika/Rinne, Ulf/Scholten, Annika/Steffes, Susanne (2020). *Verbreitung und Auswirkungen von mobiler Arbeit und Homeoffice*. Kurzexpertise. Berlin, Duisburg, Mannheim, Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales.
- Bortz, Jürgen/Döring, Nicola (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler* (4. Auflage). Ilmenau, Berlin: Springer Medizin.

- Brenke, Karl (2016). Home Office: Möglichkeiten werden bei weitem nicht ausgeschöpft. DIW Wochenbericht, 83(5), 95-105.
- Cohen, Rachel Lara (2010). Rethinking 'mobile work': boundaries of space, time and social relation in the working lives of mobile hairstylists. *Work, Employment and Society*, 24(1), 65-84.
- Costa, Chiara/Teodoro, Michele/Mento, Carmela/Giambò, Federica/Vitello, Carmen/Italia, Sebastiano/Fenga, Concettina (2022). Work Performance, Mood and Sleep Alterations in Home Office Workers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(4), 1-12.
- Dahik, Adriana/Lovich, Deborah/Kreafle, Caroline/Bailey, Allison/Kilmann, Julie/Kennedy, Derek/Roongta, Prateek/Schuler, Felix/Tomlin, Leo/Wenstrup, John (2020). What 12,000 Employees Have to Say About the Future of Remote Work. Online: <https://www.bcg.com/publications/2020/valuable-productivity-gains-covid-19> [Abruf am 02.04.2023].
- de Rosa, Annamaria Silvana/Kirchler, Erich (2001). Ambiguous Images in Advertising: An Application of the Associative Network Method. In Christine Roland-Lévy/Erich Kirchler/Elfriede Penz/C. Gray (Hrsg.). *Everyday Representations of the Economy* (S. 49-65). Wien: WUV Universitätsverlag.
- de Rosa, Annamaria Silvana (2002). The "associative network". A technique for detecting structure, contents, polarity and stereotyping indexes of the semantic fields. *European Review of Applied Psychology*, 52(3-4), 181-200.
- Di Martino, Vittorio/Wirth, Linda (1990). Telework: A New Way of Working and Living. *International Labour Review*, 129(5), 529-554.
- DuBrin, Andrew J./Barnard, Janet C. (1993). What Telecommuters Like and Dislike About Their Jobs. *Business forum*, 18(3), 13-17.
- Dutcher, Glenn E. (2012). The effects of telecommuting on productivity: An experimental examination. The role of dull and creative tasks. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 84(1), 355-363.
- 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 (2006). Soziale Repräsentationen (Vorstellungen). In Hans-Werner Bierhoff/Dieter Frey (Hrsg.). *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie* (S. 486-493). Göttingen: Hogrefe.

- el Sehity, Tarek/Kirchler, Erich (2022). Soziale Repräsentationen. Online: <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/soziale-repraesentationen> [Abruf am 22.09.2022].
- Farr, Robert M. (1996). *The roots of Modern Social Psychology*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Flick, Uwe (1995). Soziale Repräsentationen in Wissen und Sprache als Zugänge zur Psychologie des Sozialen. In Uwe Flick (Hrsg.) *Psychologie des Sozialen. Repräsentationen in Wissen und Sprache*. Reinbek: Rowohlt.
- Flick, Uwe (1998). 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.
- Forgas, Joseph P. (1994). The role of emotion in social judgements: An introductory review and an affect infusion model (AIM). *European Journal of Social Psychology*, 24(1), 1-24.
- Frost, Jetta (2021). Wenn Home-Office produktiver ist – wie wir in Zukunft arbeiten könnten. *Die Unternehmung*, 75(2), 303-308.
- Gajendran, Ravi S./Harrison, David A. (2007). The good, the bad, and the unknown about telecommuting: Meta-analysis of psychological mediators and individual consequences. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1524–1541.
- Gangl, Katharina/Kastlunger, Barbara/Kirchler, Erich/Voracek, Martin (2012). Confidence in the economy in times of crisis: Social representations of experts and laypeople. *The Journal of Socio-Economics*, 41, 603-614.
- Gerding, Thomas/Syck, Megan/Daniel, Denise/Naylor, Jennifer/Kotowski, Susan E./Gillespie, Gordon L./Freeman, Andrew M./Huston, Thomas R./Davies, Kermit G. (2021). An assessment of ergonomic issues in the home offices of university employees sent home due to the COVID-19 pandemic. *Work*, 68, 981-992.
- Grant, Christine/Russell, Emma (2020). *Agile Working and Well-Being in the Digital Age*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Harris, Lynette (2003). Home-based teleworking and the employment relationship: Managerial challenges and dilemmas. *Personnel Review*, 32(4), 422–437.

- Hill, E. Jeffrey/Ferris, Maria/Mårtinson, 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(2), 220-241.
- Hill, E. Jeffrey/Erickson, Jenet Jacob/Holmes, Erin K./Ferris, Maria (2010). Workplace Flexibility, Work Hours, and Work-Life Conflict: Finding an Extra Day or Two. *Journal of Family Psychology*, 24(3), 349–358.
- Howarth, Caroline (2006). A social representation is not a quiet thing: Exploring the critical potential of social representations theory. *British Journal of Social Psychology*, 45(1), 65–86.
- Ipsen, Christine/van Veldhoven, Marc/Kirchner, Kathrin/Hansen, John Paulin (2021). Six Key Advantages and Disadvantages of Working from Home in Europe during COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1-17.
- Jeske, Maik/Schmidt, Andreas/Gadatsch, Andreas (2022). Kritische Erfolgsfaktoren für ideales Arbeiten im Home-Office – eine empirische Analyse aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmersicht. *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 59, 993-1010.
- Kellner, Barbara/Korunka, Christian/ Kubicek, Bettina/Wolfsberger, Juliana. (2020). Wie COVID-19 das Arbeiten in Österreich verändert. *Flexible Working Studie 2020*. Online: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/presse/Deloitte-Flexible-Working-Studie-2020.pdf> [Abruf am 11.09.2022].
- Kirchler, Erich/de Rosa, Annamaria Silvana (1996). Wirkungsanalyse von Werbebotschaften mittels Assoziationsgeflecht. Spontane Reaktionen auf und überlegte Beschreibung von Benetton-Werbebildern. *Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung*, 42(1), 67-89.
- Kulich, Clara (2003). Assoziationstechniken. Erhebung von Sozialen Repräsentationen zum Schilling und zum Euro. Wien: Universität Wien.
- Kulich, Clara/el Sehity, Tarek/Kirchler, Erich (2005). Zur strukturellen Analyse sozialer Vorstellungen: Lexikographische Analyse von freien Assoziationen. Online: <http://hdl.handle.net/20.500.11780/932> [Abruf am 12.04.2023].
- Kurland, Nancy B./Bailey, Diane E. (1999). The Advantages and Challenges of Working Here, There Anywhere, and Anytime. *Organizational Dynamics*, 28(2), 53-68.
- Lindner, Dominic (2022). *Hybride Arbeitswelt. Empfehlungen für die Arbeit zwischen Home und Office*. Wiesbaden: SpringerGabler.

- Lott, Yvonne (2019). Weniger Arbeit, Mehr Freizeit? Wofür Mütter und Väter flexible Arbeitsarrangements nutzen. WSI Report Nr. 47, März 2019. Düsseldorf: Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut (WSI) der Hans-Böckler-Stiftung.
- Mader, Katharina (2020). #7 Blog: Home-Office, Fluch und Segen zugleich? [Blog-Eintrag]. Online: <https://www.wu.ac.at/economics/mitarbeiter-innen/mader-k/genderspezifischeeffektevoncovid-19/blog7/> [Abruf am 04.04.2023].
- Mann, Sandi/Holdsworth, Lynn (2003). The psychological impact of teleworking: stress, emotions and health. *New Technology, Work and Employment*, 18(3), 196-211.
- Messenger, Jon C./Gschwind, Lutz (2016). Three Generations of Telework: New ICTs and the (R)Evolution from Home Office to Virtual Office. *New Technology, Work and Employment*, 31(3), 195-208.
- Messenger, John/Vargas Llave, Oscar/Gschwind, Lutz/Boehmer, Simon/Vermeulen, Greet/Wilkens, Mathijn (2017). Working anytime, anywhere: The effects on the world of work. Luxemburg, Genf: Publications Office of the European Union, International Labour Office.
- Mirchandani, Kiran (2000). "The Best of Both Worlds" and "Cutting My Own Throat": Contradictory Images of Home-Based Work. *Qualitative Sociology*, 23(2), 159-182.
- Montreuil, Sylvie/Lippel, Katherine (2003). Telework and occupational health: a Quebec empirical study and regulatory implications. *Safety Science*, 41(4), 339-358.
- 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 (1976). *La Psychanalyse, son image et son public* (überarbeitete Auflage). Paris: Presses Universitaires de France.
- Müller, Benjamin/Lalive, Rafael/Lavanchy, Maude (2020). Corona beschleunigt Digitalisierung der Arbeit. *Die Volkswirtschaft*, 6, 15-17.
- Nelson, Douglas L./McEvoy, Cathy L. (2000). What is free association and what does it measure? *Memory & Cognition*, 28(6), 887-899.
- Nilles, Jack M. (1975), Telecommunications and Organizational Decentralization. *IEEE Transactions on Communications*, 23(10), 1142-1147.

- Nilles, Jack M. (1988). Traffic Reduction by Telecommuting: A Status Review and Selected Bibliography. *Transportation Research Part A*, 22(4), 301-317.
- OGM Gesellschaft für Marketing (2021). Homeoffice: Verbreitung, Gestaltung, Meinungsbild und Zukunft. Zusammenfassung der österreichweit ersten integrierten Befragung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern sowie Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern. Wien: Bundesministerium für Arbeit.
- Olsen, Jerome/Kogler, Christoph/Stark, Jennifer/Kirchler, Erich (2017). Income tax versus value added tax: a mixed methods comparison of social representations. *Journal of Tax Administration*, 3(2), 87-107.
- Penz, Elfriede/Meier-Pesti, Katja/Kirchler, Erich (2004). "It's practical, but no more controllable": Social representations of the electronic purse in Austria. *Journal of Economic Psychology*, 25(6), 771-787.
- Primecz, Henriett (2022). Radical changes in the lives of international professional women with children: from airports to home offices. *Journal of Global Mobility*, 10(2), 226-241.
- Pütz, Bernd (2021). freie Assoziationen. Online: <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/assoziationen-freie> [Abruf am 25.09.2022].
- Robelski, Swantje/Keller, Helena/Harth, Volker/Mache, Stefanie (2019). Coworking Spaces: The Better Home Office? A Psychosocial and Health-Related Perspective on an Emerging Work Environment. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(13), 1-22.
- Sarbu, Miruna (2015). Determinants of Work-at-Home Arrangements for German Employees. *LABOUR*, 29(4), 444-469.
- Schmoll, René/Süß, Stefan (2019). Working Anywhere, Anytime: An Experimental Investigation of Workplace Flexibility's Influence on Organizational Attraction. *Management Revue*, 30(1), 40-62.
- Schmoll, René/Süß, Stefan (2021). Flexibles Arbeiten. Homeoffice in Zeiten der COVID-19-Pandemie. *WiSt Zeitschrift für Studium und Forschung*, 50(9), 16-20.
- 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#void> [Abruf am 15.05.2023].

- Song, Younghwan/Gao, Jia (2019). Does Telework Stress Employees Out? A Study on Working at Home and Subjective Well-Being for Wage/Salary Workers. *Journal of Happiness Studies*, 21, 2649-2668.
- SORA Institute for Social Research and Consulting (2020). Zur Situation von Eltern während des zweiten Lockdowns in der Coronapandemie. Wien: SORA – Institute for Social Research and Consulting.
- Statistik Austria (2022). Pressemitteilung: 91 000 mehr Erwerbstätige als im Vorjahresquartal. Wien: Statistik Austria. Online: <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2022/12/20221207ArbeitsmarktQ32022.pdf> [Abruf am 12.04.2023].
- Steward, Barbara (2000). Changing Times: the meaning, measurement and use of time in teleworking. *Time & Society*, 9(1), 57-74.
- Umishio, Wataru/Kagi, Naoki/Asaoka, Ryo/Hayashi, Motoya/Sawachi, Takao/Ueno, Takahiro (2022). Work productivity in the office and at home during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional analysis of office workers in Japan. *Indoor Air*, 32(1), 1-12.
- Urbanska, Wanda/Levering, Frank (1996). Moving to a small town: A guidebook for moving from urban to rural America. New York: Fireside.
- Vergès, Pierre (1992). L'évocation 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). Toward the Investigation of Social representations of the Economy: Research Methods and Techniques. In Christine Roland-Lévy /Erich Kirchler/Elfriede Penz/Colin Gray (Hrsg.). *Everyday Representations of the Economy* (S. 19-48). Wien: WUV.
- Voelklein, Corina/Howarth, Caroline (2005). A Review of Controversies about Social Representations Theory: A British Debate. *Culture & Psychology*, 11(4), 431-454.
- Wagner, Wolfgang (1994). Alltagsdiskurs. Die Theorie sozialer Repräsentationen. Göttingen: Hogrefe.
- Wagner, Wolfgang/Duveen, Gerard/Farr, Robert/Jovchelovitch, Sandra/Lorenzi-Cioldi, Fabio/Marková, Ivana/Rose, Diana (1999). Theory and Method of Social Representations. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 95-125.

Yuan, Yufei/Archer, Norm/Connelly, Catherine E./Zheng, Wuping (2010). Identifying the ideal fit between mobile work and mobile work support. *Information & Management*, 47(3),125–137.

Online-Quellenverzeichnis

<https://www.soscisurvey.de/de/index> [Abruf am 05.04.2023].

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entstehung und Aufnahme einer neuen sozialen Repräsentation in eine soziale Gruppe	24
Abbildung 2: Vierfeldertafel der Kern-Peripherie-Analyse	37
Abbildung 3: Polaritäts- und Neutralitätsindizes im zeitlichen Verlauf	52
Abbildung 4: Kern-Peripherie-Analyse der Gesamtstichprobe	56
Abbildung 5: Kern-Peripherie-Analyse der Teilnehmer*innen mit Home-Office Nutzung	59
Abbildung 6: Kern-Peripherie-Analyse der Teilnehmer*innen ohne Home-Office Nutzung	62
Abbildung 7: Korrespondenzanalyse Geschlecht	66
Abbildung 8: Korrespondenzanalyse Wohnsitz.....	67
Abbildung 9: Korrespondenzanalyse Anzahl Personen im Haushalt.....	68
Abbildung 10: Korrespondenzanalyse im Haushalt lebende Kinder unter 14 Jahren ...	69
Abbildung 11: Korrespondenzanalyse Home-Office Nutzung	71

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Charakteristika der Kern- und Peripherieelemente.....	25
Tabelle 2: Häufigkeit der Nutzung der Textfelder zur Erhebung von Assoziationen	41
Tabelle 3: Demographische Daten der Untersuchungsteilnehmer*innen	46
Tabelle 4: Die 14 häufigsten Assoziationen zum Stimulus Home-Office	49
Tabelle 5: Bewertungen zu den freien Assoziationen	50
Tabelle 6: Durchschnittliche Bewertung der Assoziationen pro Teilnehmer*in.....	51
Tabelle 7: Polaritäts- und Neutralitätsindizes im zeitlichen Verlauf	52
Tabelle 8: Nutzungshäufigkeit von Home-Office der Proband*innen	53
Tabelle 9: Zeitraum der Nutzung von Home-Office der Proband*innen	54
Tabelle 10: Relative Häufigkeiten und absolute mittlere Ränge der 14 häufigsten Assoziationen der Gesamtstichprobe	56
Tabelle 11: Relative Häufigkeiten und absolute mittlere Ränge der 14 häufigsten Assoziationen der Proband*innen mit Home-Office Nutzung.....	59
Tabelle 12: Relative Häufigkeiten und absolute mittlere Ränge der 16 häufigsten Assoziationen der Proband*innen ohne Home-Office Nutzung.....	62
Tabelle 13: Häufigkeitstabelle Korrespondenzanalyse	65

Anhang

Anhang A: Online-Fragebogen



Sehr geehrte*r Teilnehmer*in,

herzlichen Dank, dass Sie mich mit der Beantwortung dieses Fragebogens bei meiner Masterarbeit unterstützen.

Der Fragebogen beschäftigt sich mit den Einstellungen zu Home Office und umfasst als Zielgruppe Personen mit **Hauptwohnsitz in Österreich**. Dabei ist es unerheblich, ob Sie Erfahrung mit Home Office haben oder nicht. Die Beantwortung des Fragebogens nimmt in etwa **5 Minuten** in Anspruch.

Bei einer Teilnahme mit Ihrem **Smartphone** verwenden Sie dieses bitte für eine vollständige Abbildung der Fragen im **Querformat**.

Die erhobenen Daten werden selbstverständlich **anonym** behandelt und nur für Forschungszwecke eingesetzt.

Gerne können Sie mich bei Rückfragen unter folgender E-Mail kontaktieren: eva-maria.hochwarter@mail.fernfh.ac.at.

Liebe Grüße,

Eva-Maria Hochwarter

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

0% ausgefüllt



1. Haben Sie Ihren Hauptwohnsitz in Österreich?

- Ja
- Nein

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

8% ausgefüllt



Bitte lesen Sie die Aufgabenstellung im nächsten Abschnitt genau durch und **antworten Sie möglichst spontan** – es gibt kein richtig oder falsch.

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

15% ausgefüllt

2. Bitte notieren Sie pro Textfeld einen Begriff, ein Stichwort oder eine Idee, die Ihnen spontan zu „Home Office“ einfällt. Geben Sie anschließend pro Antwort an, ob Sie diese als positiv, neutral oder negativ empfinden.

Sie können **bis zu 10 Felder** ausfüllen.

		positiv	neutral	negativ
1	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

23% ausgefüllt

3. Welche Tätigkeit(en) üben Sie derzeit aus?

Hier ist eine Mehrfachauswahl möglich.

- Schüler*in
- Student*in
- Präsenz-/Zivildienst
- Angestellte*r
- Beamte*r
- Arbeiter*in
- Selbstständig
- Hausarbeit, Erziehung oder Pflege Angehöriger
- Ohne Beschäftigung/Arbeitssuchend
- Pension/Ruhestand
- Andere:
- Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

31% ausgefüllt

4. Wie viele Stunden arbeiten Sie derzeit durchschnittlich pro Woche?

- Ich arbeite derzeit Stunden.
- Ich bin derzeit nicht berufstätig.
- Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

38% ausgefüllt

Unter "Home Office" wird die gelegentliche oder dauerhafte Verrichtung von Arbeitstätigkeiten für ein Unternehmen in privaten Wohnräumen verstanden.

5. Haben Sie Erfahrung mit der Ausübung von Arbeitstätigkeiten für ein Unternehmen von zu Hause aus (Home Office)?

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

46% ausgefüllt

6. Ermöglicht Ihnen Ihr derzeitiges Unternehmen grundsätzlich Home Office?

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

54% ausgefüllt

7. Wie viel Prozent Ihrer Arbeitszeit verbringen Sie aktuell im Home Office?

Beispiel Vollzeitätigkeit: Bei einer 5-Tage Arbeitswoche entspricht 1 Arbeitstag im Home Office 20%, 2 Arbeitstage 40%, 3 Tage 80% und 5 Tage Home Office entsprechen 100%. Keine Nutzung von Home Office entspricht 0%.

Beispiel Teilzeitätigkeit: Bei einer 4-Tage Arbeitswoche entspricht 1 Arbeitstag im Home Office 25%, 2 Arbeitstage 50%, 3 Tage 75% und 4 Tage Home Office entsprechen 100%. Keine Nutzung von Home Office entspricht 0%.

Ich arbeite durchschnittlich ca. Prozent meiner Arbeitszeit im Home Office.

Keine Angabe

8. Seit wie vielen Jahren arbeiten Sie regelmäßig ganz oder teilweise im Home Office?

Weniger als 3 Monate

3 bis 6 Monate

7 bis 11 Monate

1 bis 2 Jahre

3 bis 4 Jahre

Mehr als 4 Jahre

Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

62% ausgefüllt

9. In welcher Branche arbeiten Sie?

Versicherungen und Banken

Gewerbe und Handwerk

Handel

Industrie

Tourismus und Freizeitwirtschaft

Transport und Verkehr

Information, Kommunikation und Consulting

Bildung und Wissenschaft

Gesundheit und Soziales

Andere

Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

69% ausgefüllt

10. Haben Sie aktuell in Ihrer Position Führungsverantwortung?

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

77% ausgefüllt

11. Seit wie vielen Jahren haben Sie Führungsverantwortung?

- Weniger als 1 Jahr
- 1 bis 2 Jahre
- 3 bis 5 Jahre
- 6 bis 10 Jahre
- Mehr als 10 Jahre

12. Für wie viele Mitarbeitende tragen Sie derzeit Führungsverantwortung?

- 1 bis 5 Mitarbeitende
- 6 bis 10 Mitarbeitende
- 11 bis 20 Mitarbeitende
- 21 bis 50 Mitarbeitende
- 51 bis 100 Mitarbeitende
- Mehr als 100 Mitarbeitende

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

85% ausgefüllt

Bitte beantworten Sie zum Abschluss ein paar Fragen zu Ihrer Person. Die Daten werden **anonym behandelt** und lassen **keine Rückschlüsse auf Ihre Person** zu.

13. Bitte geben Sie ihr Geschlecht an:

- Weiblich
- Männlich
- Divers
- Keine Angabe

14. Wie alt sind Sie?

- Jahre
- Keine Angabe

15. In welchem österreichischen Bundesland haben Sie Ihren Hauptwohnsitz?

- Burgenland
- Kärnten
- Niederösterreich
- Oberösterreich
- Salzburg
- Steiermark
- Tirol
- Vorarlberg
- Wien
- Keine Angabe

16. Welcher ist Ihr derzeitiger Familienstand?

- Ledig
- Verheiratet oder eingetragene Partnerschaft
- Getrennt/Geschieden/Verwitwet
- Sonstige
- Keine Angabe

17. Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

- Einpersonenhaushalt: Ich lebe allein in einem Haushalt
- Mehrpersonenhaushalt: In meinem Haushalt leben inklusive mir insgesamt Personen
- Keine Angabe

18. Wie viele Kinder unter 14 Jahre leben aktuell in Ihrem Haushalt?

- Keine
- 1 bis 2
- 3 bis 4
- 5 oder mehr
- Keine Angabe

19. Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an:

- Pflichtschulabschluss
- Lehrabschluss
- Matura bzw. Reifeprüfung
- Hochschulabschluss
- Andere
- Keine Angabe

Weiter

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

92% ausgefüllt



Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Ich möchte mich bei Ihnen herzlich für Ihre Unterstützung bedanken! Bei Fragen oder Feedback zu dieser Umfrage können Sie mich gerne unter eva-maria.hochwarter@mail.fernfh.ac.at kontaktieren.

B.A. Eva-Maria Hochwarter, Ferdinand Porsche FernFH – 2022

Anhang B: Codebook

Code/Variable	Frage	Antwortformat
A101	Haben Sie Ihren Hauptwohnsitz in Österreich?	1 = Ja 2 = Nein -9 = nicht beantwortet

Bitte lesen Sie die Aufgabenstellung im nächsten Abschnitt genau durch und antworten Sie möglichst spontan – es gibt kein richtig oder falsch.

Bitte notieren Sie pro Textfeld einen Begriff, ein Stichwort oder eine Idee, die Ihnen spontan zu „Home Office“ einfällt. Geben Sie anschließend pro Antwort an, ob Sie diese als positiv, neutral oder negativ empfinden. Sie können bis zu 10 Felder ausfüllen.

B101_01	Assoziation 1	Offenes Textfeld
B101_02	Assoziation 2	Offenes Textfeld
B101_03	Assoziation 3	Offenes Textfeld
B101_04	Assoziation 4	Offenes Textfeld
B101_05	Assoziation 5	Offenes Textfeld
B101_06	Assoziation 6	Offenes Textfeld
B101_07	Assoziation 7	Offenes Textfeld
B101_08	Assoziation 8	Offenes Textfeld
B101_09	Assoziation 9	Offenes Textfeld
B101_10	Assoziation 10	Offenes Textfeld
B103_01	Bewertung Assoziation 1	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_02	Bewertung Assoziation 2	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_03	Bewertung Assoziation 3	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ

		-9 = nicht beantwortet
B103_04	Bewertung Assoziation 4	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_05	Bewertung Assoziation 5	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_06	Bewertung Assoziation 6	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_07	Bewertung Assoziation 7	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_08	Bewertung Assoziation 8	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_09	Bewertung Assoziation 9	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet
B103_10	Bewertung Assoziation 10	1 = positiv 2 = neutral 3 = negativ -9 = nicht beantwortet

B208 Welche Tätigkeit(en) üben Sie derzeit aus?

B208_01	Berufliche Tätigkeit: Schüler*in	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_02	Berufliche Tätigkeit: Student*in	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt

B208_03	Berufliche Tätigkeit: Präsenz- /Zivildienst	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_04	Berufliche Tätigkeit: Ange- stellte*r	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_05	Berufliche Tätigkeit: Beamte*r	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_06	Berufliche Tätigkeit: Arbeiter*in	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_07	Berufliche Tätigkeit: Selbststän- dig	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_08	Berufliche Tätigkeit: Hausarbeit, Erziehung oder Pflege Angehö- riger	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_09	Berufliche Tätigkeit: Ohne Be- schäftigung/Arbeitssuchend	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_10	Berufliche Tätigkeit: Pen- sion/Ruhestand	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_11	Berufliche Tätigkeit: Keine An- gabe	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_12	Berufliche Tätigkeit: Andere	1 = nicht gewählt 2 = ausgewählt
B208_12a	Berufliche Tätigkeit: Andere (of- fene Eingabe)	Offenes Textfeld
B202	Wie viele Stunden arbeiten Sie	1 = Ich arbeite derzeit ...
B202_01	derzeit durchschnittlich pro Wo- che? Arbeitsstunden: Ich arbeite der- zeit ... Stunden (offene Ein- gabe)	Stunden 2 = Ich bin derzeit nicht berufstätig. 3 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet Offenes Textfeld
B213	Haben Sie Erfahrung mit der Ausübung von Arbeitstätigkeiten für ein Unternehmen von zu Hause aus (Home Office)?	1 = Ja 2 = Nein 3 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet

B209	Ermöglicht Ihnen Ihr derzeitiges Unternehmen grundsätzlich Home Office?	1 = Ja 2 = Nein 3 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B203	Wie viel Prozent Ihrer Arbeitszeit verbringen Sie aktuell im Home Office?	1 = Ich arbeite durchschnittlich ca. ... Prozent meiner Arbeitszeit im Home Office. 2 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B203_01	Ich arbeite durchschnittlich ca. ... Prozent meiner Arbeitszeit im Home Office. (offene Eingabe)	Offenes Textfeld
B210	Seit wie vielen Jahren arbeiten Sie regelmäßig ganz oder teilweise im Home Office?	1 = Weniger als 3 Monate 2 = 3 bis 6 Monate 3 = 7 bis 11 Monate 4 = 1 bis 2 Jahre 5 = 3 bis 4 Jahre 6 = Mehr als 4 Jahre 7 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B204	In welcher Branche arbeiten Sie?	1 = Versicherungen und Banken 2 = Gewerbe und Handwerk 3 = Handel 4 = Industrie 5 = Tourismus und Freizeitwirtschaft 6 = Transport und Verkehr 7 = Information, Kommunikation und Consulting 9 = Bildung und Wissenschaft 10 = Gesundheit und Soziales 11 = Andere 12 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet

B204_11	Branche: Andere (offene Eingabe)	Offenes Textfeld
B205	Haben Sie aktuell in Ihrer Position Führungsverantwortung	1 = Ja 2 = Nein 3 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B211	Seit wie vielen Jahren haben Sie Führungsverantwortung?	1 = Weniger als 1 Jahr 2 = 1 bis 2 Jahre 3 = 3 bis 5 Jahre 4 = 6 bis 10 Jahre 5 = Mehr als 10 Jahre -9 = nicht beantwortet
B212	Für wie viele Mitarbeitende tragen Sie derzeit Führungsverantwortung?	1 = 1 bis 5 Mitarbeitende 2 = 6 bis 10 Mitarbeitende 3 = 11 bis 20 Mitarbeitende 4 = 21 bis 50 Mitarbeitende 5 = 51 bis 100 Mitarbeitende 6 = Mehr als 100 Mitarbeitende -9 = nicht beantwortet
Bitte beantworten Sie zum Abschluss ein paar Fragen zu Ihrer Person. Die Daten werden anonym behandelt und lassen keine Rückschlüsse auf Ihre Person zu.		
B301	Bitte geben Sie ihr Geschlecht an:	1 = Weiblich 2 = Männlich 3 = Divers 4 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B302	Wie alt sind Sie?	1 = Offenes Textfeld 2 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B302_01	Alter (offene Eingabe)	Offenes Textfeld
B303	In welchem österreichischen Bundesland haben Sie Ihren Hauptwohnsitz?	1 = Wien 2 = Niederösterreich 3 = Burgenland

		4 = Steiermark 5 = Kärnten 6 = Salzburg 7 = Vorarlberg 8 = Oberösterreich 9 = Tirol 10 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B304	Welcher ist Ihr derzeitiger Familienstand?	1 = Ledig 2 = Verheiratet oder eingetragene Partnerschaft 3 = Getrennt/Geschieden/Verwitwet 4 = Sonstige 5 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B308	Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?	1 = Einpersonenhaushalt: Ich lebe allein in einem Haushalt 2 = Mehrpersonenhaushalt: In meinem Haushalt leben inklusive mir insgesamt ... Personen 3 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B308_02	Personenanzahl Haushalt: Mehrpersonenhaushalt: In meinem Haushalt leben inklusive mir insgesamt ... Personen (offene Eingabe)	Offenes Textfeld
B305	Wie viele Kinder unter 14 Jahre leben aktuell in Ihrem Haushalt?	1 = Keine 2 = 1 bis 2 3 = 3 bis 4 4 = 5 oder mehr 5 = Keine Angabe -9 = nicht beantwortet
B306	Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an:	1 = Pflichtschulabschluss 2 = Lehrabschluss

		3 = Matura bzw. Reifeprüfung
		4 = Hochschulabschluss
		5 = Andere
		6 = Keine Angabe
		-9 = nicht beantwortet
B306_05	Bildungsabschluss: Andere (offene Eingabe)	Offenes Textfeld
