

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Familie und Beruf

Über Partnerschaft, beruflichen Ehrgeiz und den täglichen Balanceakt, beide Lebensbereiche in Einklang zu bringen

In einer groß angelegten Umfrage des Online Markt- und Meinungsforschungsinstituts Marketagent.com dreht sich alles rund um das Thema Familie & Beruf und welche Herausforderungen die Vereinbarkeit der Liebsten mit dem beruflichen Alltag mit sich bringt. Dabei hat Marketagent.com einen Blick über die Ländergrenzen hinweg geworfen und in mehr als 15 Ländern insgesamt 12.451 Personen zu ihren Einstellungen hinsichtlich Partnerschaft, beruflicher Ziele und Work-Life-Balance befragt. Bereits vorweggenommen sei: Es sind nicht die „Hard Facts“, wie gutes Aussehen des Partners, beruflicher Erfolg oder Aufstiegschancen, die uns am Ende des Tages glücklich machen. Vielmehr messen wir einem harmonischen Familienleben sowie einem positiven, kollegialen Arbeitsumfeld und der Freude an der Arbeit größere Bedeutung bei.

Wir wünschen uns in erster Linie einen Familienmenschen an unserer Seite

Danach gefragt, welche Aspekte bei einem Lebenspartner besonders wichtig sind, kristallisiert sich klar der Wunsch nach familienbezogenen Eigenschaften heraus. „Mehr als die Hälfte der Befragten wünscht sich, dass die Familie für den Partner an erster Stelle steht und ausreichend Zeit füreinander übrigbleibt. Das liegt vor allem Frauen und Personen, die in einer Partnerschaft leben, am Herzen“, kommentiert Marketagent.com Geschäftsführer Thomas Schwabl das Ergebnis. Mit 38,2% (Top-Box „1 = sehr wichtig“ auf einer 5-stufigen Skala) etwas weiter abgeschlagen ist die Erwerbstätigkeit des Partners von Bedeutung. Faktoren, wie der berufliche Erfolg (16,7%), gutes Aussehen (14,5%) oder das Ausbildungs- und Einkommensniveau (14,5% bzw. 9,5%) nehmen in einer Beziehung hingegen nur eine Nebenrolle ein. Hier unterscheiden sich die Meinungen in den einzelnen Nationen nur geringfügig, einzig in Bulgarien scheint diesen Kriterien ein höherer Stellenwert beigemessen zu werden.

Doch was wäre man nun bereit für seinen Traumpartner zu tun? Rund ein Viertel (25,9%) würde seinen Wohnort innerhalb des eigenen Landes wechseln, 2 von 10 würden für die Liebe sogar in ein anderes Land ziehen. Während das vor allem für Bulgaren und Serben eine Option darstellt, können sich Österreicher und Deutsche eher weniger vorstellen, ihren Wohnort ihrem Traummann bzw. ihrer Traumfrau zuliebe zu verlassen. Ganz allgemein zeigt sich, dass die Bereitschaft mit zunehmendem Alter abnimmt. Auch hier sieht man aber wieder, dass Personen, die aktuell einen Partner an ihrer Seite haben, eher gewillt wären, eine solche Veränderung der Liebe wegen vorzunehmen.

Ein positives Arbeitsklima, ein attraktiver Verdienst sowie Spaß am Tätigkeitsbereich sind das A und O in der Berufswelt

Es sind weniger klassische Faktoren wie Erfolg, hohe Aufstiegschancen oder das Streben nach einem hohen Verantwortungsbereich, weshalb wir uns für einen bestimmten Job

entscheiden. Vielmehr tragen ein positives Betriebsklima (62,0%), ein gutes Einkommen (58,2%) sowie das Interesse am Tätigkeitsfeld (53,6%) in erster Linie zur beruflichen Erfüllung bei. Die Freude an der Arbeit steht dabei besonders für die Österreicher im Vordergrund, in Kroatien und Slowenien zählen vor allem das positive Arbeitsklima sowie ein attraktiver Verdienst. Nicht zu vernachlässigen ist für 44,6% dabei aber auch der Einklang zwischen Berufs- und Privatleben, besonders für die Befragten in Kroatien.

Während die Bereitschaft, den Wohnort innerhalb des eigenen Landes zu wechseln, für den Traumpartner bei 25,9% lag, können sich 19,2% vorstellen, dieses Opfer für Ihren Traumjob zu bringen. Interessantes Detail am Rande: Herr und Frau Österreicher sind im Ländervergleich am wenigsten bereit, ihren Wohnort für den Beruf zu verlassen (15,6%). Als aufgeschlossener entpuppen sich hier vor allem Serben (39,1%) und Kroaten (30,0%).

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf als tägliche Herausforderung

Wenn es um die Vereinbarkeit von Familie und dem Berufsalltag geht, sind sich die Befragten quer über alle Länder einig: 61,5% ist ein harmonisches Zusammenspiel sehr wichtig, 28,0% eher wichtig. Das trifft vor allem auf Personen zu, die bereits Kinder haben. In der Realität zeigt sich jedoch oft ein anderes Bild. Darauf angesprochen, inwieweit sich die beiden Lebensbereiche für Eltern tatsächlich miteinander verbinden lassen, sprachen nur noch 31,9% von einer sehr guten Vereinbarkeit, während 44,6% nur eher gut in der Lage sind, Familie und Job gerecht werden. „In Österreich sehen wir uns in der glücklichen Lage, dass es rund 4 von 10 Befragten sehr gut möglich ist, die tägliche Herausforderung von Kind und Berufsalltag erfolgreich zu meistern. Wirft man einen Blick zu unseren deutschen Nachbarn, ist es hingegen nur noch ein Viertel“, zieht Thomas Schwabl Bilanz. Noch schwieriger gestaltet sich die Work-Life-Balance für berufstätige Eltern in Slowenien (23,0%), Tschechien (22,8%) und Ungarn (16,3%).

Spannend wird es beim klischeebehafteten Thema, ob Vollzeit berufstätige Frauen bzw. Männer gute Eltern sein können. 51,8% schreiben vollbeschäftigten Frauen sehr gute Mutterqualitäten zu. Damit traut man es dem weiblichen Geschlecht weniger zu als Männern, die von 62,6% trotz Berufstätigkeit „auf jeden Fall“ als gute Väter bezeichnet werden. Skepsis am guten Elterndasein erwerbstätiger Frauen und Männer herrscht vor allem in Russland und Deutschland, in Rumänien und Kroatien ist man hingegen zuversichtlich, die Familie und das Arbeitsleben erfolgreich unter einen Hut zu bringen.

Baden, 17. Oktober 2016

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

l.eberhardsteiner@marketagent.com

tel.: +43 (0) 2252 – 909 009

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 16.02.2015 – 10.02.2016
- Respondenten: Besucher der Website www.marketagent.com
- Sample-Größe: n = 12.451 Interviews
- Befragung in Österreich, Deutschland, Frankreich, Italien, Ungarn, Polen, Rumänien, Schweiz, Bulgarien, Russland, Serbien, Kroatien, Slowenien, Slowakei, Tschechien, u.a.
- Umfang: 16 geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Ingrid Fischer

Über Marketagent.com

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, München, Zürich und Maribor werden jährlich rund 800.000 Web-Interviews durchgeführt und knapp 1.000 Online Research Projekte realisiert. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 750.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Marketagent.com realisiert digitale Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca-Cola, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali, die OMV und die Bank Austria. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.