

# MARKETAGENT.COM

## PRESSEINFORMATION

### **Warum es sich auszahlt, am Freitag Nachmittag blau zu machen**

*Marketagent.com bringt die Initiative „Social Friday“ nach Österreich und präsentiert umfassende 10-Länder Studie zur Produktivität am Arbeitsplatz*

**Freitagnachmittag in heimischen Büros: Vorbildlich hüten österreichische Arbeitnehmer vielerorts den Schreibtisch bis sie ins wohlverdiente Wochenende starten. Was auf den ersten Blick oft jedoch nicht ersichtlich ist: Ab Freitagmittag deutet die Produktivitätskurve in vielen Betrieben stark nach unten. Selbiges Bild zeigt sich etwa für Frankreich, Schweden, Deutschland oder die USA. Insgesamt 10 Länder hat Marketagent.com in Sachen Produktivität unter die Lupe genommen und zugleich den Bogen in Richtung soziales Engagement gespannt. Denn die Online-Forscher zeigen nun, dass man in dieser Zeit auch etwas Sinnstiftendes erledigen kann und holen die Initiative „Social Friday“ ins Land. Dabei werden Mitarbeiter für den guten Zweck freigestellt.**

Das Konzept des „Social Friday“ wurde vom schweizerisch-mazedonischen Unternehmer Fikret Zendeli ins Leben gerufen. Mit seiner Initiative hat er es sich zum Ziel gesetzt, unproduktive Büro-Freitagnachmittage in soziales Engagement zu verwandeln.

Diesem Gedanken folgen nun auch die Online-Marktforscher: „Wir freuen uns, die Social Friday Bewegung als erstes Unternehmen nach Österreich zu holen. Im Rahmen der Initiative machen wir einen Freitagnachmittag im Quartal gemeinschaftlich blau, um der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Das stärkt nicht nur das Teamgefüge, sondern stiftet wirklich Sinn“ fasst Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com, die Hintergründe zusammen. „Im ersten Durchgang spenden wir Schlafsäcke und Thermomatten an obdachlose Menschen in Wien und freuen uns mit Shades Tours einen kompetenten Partner an unserer Seite zu haben“, so Schwabl weiter.

Ziel der Aktion ist die Freistellung von Mitarbeitern, wenn sie sich für eine gute Sache einsetzen und gesellschaftlich relevante Initiativen unterstützen – sei es Kochen für bedürftige Menschen, das aktive Zeit verbringen mit Bewohnern eines Seniorenheims oder Malen und Basteln mit Kindern des SOS-Kinderdorfes. Initiator Fikret Zendeli zu seinen Beweggründen: „Ich möchte damit einen Begegnungsanlass schaffen und soziale Organisationen direkt vor Ort zu unterstützen. Der wesentliche Vorteil des Konzeptes liegt darin, dass Unternehmen mit einem solchen Engagement aktiv das Bewusstsein für das soziale Umfeld stärken können statt 'nur' am Ende des Jahres anonym Geld zu spenden.“

### **Von den USA über UK bis Österreich: Wo am eifrigsten gearbeitet wird**

Dass Zendeli mit seinen Beweggründen für den Social Friday ins Schwarze trifft, belegt nun eine umfassende Studie von Marketagent.com, die in zehn Ländern rund um den Globus durchgeführt wurde und die Produktivität am Arbeitsplatz und Einstellungen rund um soziales Engagement ins Rampenlicht rückt.

Dabei wird schnell klar, dass Freitage in allen befragten Ländern zu den am wenigsten produktiven Tagen zählen (38%). In Österreich gibt sogar knapp die Hälfte aller Arbeitnehmer zu, mit den Gedanken gegen Ende der Arbeitswoche nicht mehr ganz bei der Sache zu sein. Insbesondere nach 14:00 Uhr geht es mit dem Arbeitseifer steil bergab (33%) und mündet nicht selten darin, dass wir uns lieber sinnlosen Tätigkeiten widmen, die dem Unternehmenserfolg nur wenig dienlich sind. Die Meister in Punkto unnötigem Zeitvertreib während der Arbeitszeit sind übrigens die Argentinier (48%), knapp dahinter folgen die Engländer und Amerikaner (46%). Vor allen Dingen aber scheint das Alter eine große Rolle zu spielen: Je jünger die Arbeitnehmer, desto eher unterliegen sie der Versuchung, sich mehr dem Surfen im Internet oder ihrem Handy zu widmen, anstatt ihrer eigentlichen Tätigkeit nachzugehen (18 bis 29 Jahre: 21% vs. 60 bis 69 Jahre: 9%).

Direkt nach den letzten Stunden einer typischen Arbeitswoche gefragt, kommen interessante Ländervergleiche ans Tageslicht, denn: Spitzenreiter in Sachen Unproduktivität zu Arbeitswochen-Ende sind die Schweden (39%) und damit ausgerechnet jene Nation, der in so vielen anderen Lebensbereichen ein Vorzeigeführer vorausieht. Ebenfalls selbstkritisch zeigen sich die Engländer (33%) und Franzosen (28%), wohingegen die Österreicher am überzeugtesten von sich und ihrem Schaffensdrang sind (22%). So überrascht es auch kaum, dass sich die heimischen Angestellten sehr weit vorne sehen, wenn es darum geht, die eigene Produktivität während der Arbeitszeit einzuschätzen. Gemeinsam mit der Schweiz und Deutschland sehen sie sich nicht nur an der Spitze in Punkto Produktivität (alle über 78%), sondern auch was die Motivation während der Arbeitszeit betrifft. Neben der D-A-CH Region zeigen sich auch die USA hoch motiviert, die Engländer und Argentinier hingegen bilden das Schlusslicht. Alles in allem sind sowohl das Arbeitsklima als auch die Zufriedenheit mit dem Unternehmen wesentliche Treiber dafür, wie viel Ansporn wir an den Tag legen – insbesondere in den letzten Arbeitsstunden einer typischen Bürowoche.

### **Sozial engagierte Unternehmen genießen einen guten Ruf**

Aspekte, die für die Sinnhaftigkeit ehrenamtlicher Arbeit sprechen, gibt es zur Genüge. Immerhin macht Helfen glücklich und zufrieden (47%) und man kann Personen, denen es weniger gut geht, unterstützen (45%). Weitere 44% sind der Ansicht, dass man viel erreichen kann, wenn jeder einen kleinen Beitrag leistet und dies darüber hinaus das Gemeinschaftsgefühl stärkt (36%). Die Liste guter Gründe ließe sich noch lange fortführen, doch wie sieht es aus, wenn es darum geht, selbst anzupacken und Gutes zu stiften? Tatsächlich sind es nicht vorrangig anonyme Geldspenden, die als sinnvoll erachtet werden (67%). Vielmehr ist die Bereitschaft vorhanden, im Sinne von Sachspenden (84%) und ehrenamtlichen Tätigkeiten (81%) direkten Kontakt mit betroffenen Personen zu knüpfen.

### **Warum in den letzten Arbeitsstunden der Woche nicht etwas Gutes tun?**

Und wie steht es konkret um die Social Friday Initiative? Das Konzept und die dahinterliegenden Beweggründe gefallen allen voran in den USA, Argentinien und Spanien. In der Schweiz, Österreich, Deutschland und Schweden zeigt man sich im Vergleich dazu zwar ein wenig zurückhaltender, doch alles in allem ist die Bereitschaft hoch, am Freitagnachmittag die Arbeit niederzulegen, um sich einer guten Sache zu widmen (82%). Dabei zeigen sich insbesondere Frauen und die jüngere Generation unter 40 von der Idee begeistert, ihre Arbeitswoche mit sinnstiftenden Tätigkeiten abzuschließen. Und dabei geht es um zweierlei, denn am Ende des Tages profitieren nicht nur Unternehmen davon, die sich über sozial kompetente Mitarbeiter freuen dürfen (43%). Im Umkehrschluss verweisen diese auch mit Stolz auf ihre Arbeitsstätte, die ihnen soziales Engagement ermöglicht

(40%) und dadurch den Mitarbeiterzusammenhalt fördern (37%). Es sind zudem gesellschaftlich relevante Effekte, die die Social Friday Bewegung in sich birgt. Knapp 4 von 10 sehen die eigene Teilnahme als Motivation für andere, sich zu engagieren und die soziale Sensibilität zu stärken. Die Empathie für hilfsbedürftige Menschen zu steigern und Verantwortungsbewusstsein in die Gesellschaft zu tragen (36%) sind wesentliche Aspekte, die aufzeigen, welche weitreichenden Effekte es haben kann, den Schreibtisch einen Freitagnachmittag lang Schreibtisch sein zu lassen und sich stattdessen proaktiv für das Gemeinwohl zu engagieren.

Zendelis Intention scheint damit auf fruchtbaren Boden zu fallen: Dass die unproduktivste Periode der Woche zu einer Zeit der Begegnung und der Horizonterweiterung wird – und zu einer Zeit, in der die Aufmerksamkeit Bedürftigen zukommt. Ein Ziel, dass durch Marketagent.com nun auch nach Österreich getragen und am 22. Februar 2019 gemeinsam mit Shades Tours in die Tat umgesetzt wird.

Baden, 21. Februar 2019

Rückfragehinweis:

**Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Lisa Eberhardsteiner, MSc  
Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

[l.eberhardsteiner@marketagent.com](mailto:l.eberhardsteiner@marketagent.com)

tel.: +43 2252 – 909009

**Studiensteckbrief:**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 29.01.2019 – 12.02.2019
- Sample-Größe: n = 4.568 Netto-Interviews in der Kernzielgruppe (18 bis 69 Jahre)
- Kernzielgruppe: Vollzeit-Beschäftigte in Unternehmen (mind. 5 Tage) mit zumindest zwei Mitarbeitern
- Länder: AT, CH, DE, SE, USA, UK, FR, IT, ES und AR
- Quotensteuerung: Sample repräsentativ für die Bevölkerung des jeweiligen Landes | Random Selection
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Ingrid Fischer

**Über Marketagent.com**

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.300 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 1.300.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches

im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG, Generali oder Intersport. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.