

# Potentiale einer New-Work-Kultur in Organisationen zur Ermöglichung einer gendergerechteren Arbeitskultur

Studie des HR-Panels New Work



Herausgeber: HR-Panel «New Work», OST-Ostschweizer Fachhochschule

Jahr: 2020

Gefördert durch  Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI  
**Eidgenössisches Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann EBG**  
Finanzhilfen nach dem Gleichstellungsgesetz

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Ergebnisübersicht</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Die Studienteilnehmenden</b> .....	<b>3</b>
2.1 Geschlecht .....	3
2.2 Altersgruppen.....	4
2.3 Funktion .....	5
2.4 Bildungsabschluss .....	6
2.5 Stellenprozent .....	7
2.6 Tätigkeitsbereich .....	8
2.7 Wirtschaftszweig .....	9
2.8 Unternehmensgrösse.....	10
<b>3. Arbeitswerte</b> .....	<b>11</b>
3.1 Subjektive Wichtigkeit der Werte .....	13
3.2 Beim Arbeitgeber gelebte Werte .....	14
<b>4. Arbeitskultur im Unternehmen</b> .....	<b>15</b>
4.1 Wahrgenommene und gewünschte Arbeitskultur im Vergleich .....	15
4.2 Einschätzung der Arbeitskultur .....	17
<b>5. Einschätzung zur Führungskultur in Organisation</b> .....	<b>18</b>
<b>6. Erfolgsfaktoren Arbeitgeber</b> .....	<b>20</b>
<b>7. Einschätzung zur eigenen Arbeit</b> .....	<b>22</b>
<b>8. Massnahmen zur Förderung der Arbeits- und Unternehmenskultur</b> .....	<b>24</b>
8.1 Überzeugende Umsetzung der Massnahmen nach Geschlecht .....	25
8.2 Eignung der Massnahmen nach Geschlecht .....	26
<b>9. Räumlichkeiten und Services</b> .....	<b>27</b>
9.1 Vorhandene Räumlichkeiten und Services nach Geschlecht .....	28
9.2 Wichtigkeit der Räumlichkeiten und Services nach Geschlecht .....	29
<b>10. Die Ergebnisse nach Branche und Geschlecht</b> .....	<b>30</b>
10.1 Subjektive Wichtigkeit der Arbeitswerte .....	30
10.2 Beim Arbeitgeber gelebte Werte .....	31
10.3 Arbeitskultur im Unternehmen .....	32
10.3.1 Wahrgenommene und gewünschte Arbeitskultur im Vergleich .....	32
10.3.2 Einschätzung der Arbeitskultur .....	39

10.4	Einschätzung zur Führungskultur in Organisation .....	40
10.5	Erfolgsfaktoren Arbeitgeber .....	41
10.5.1	Erfolgsfaktoren: Wichtigkeit der Kommunikation .....	41
10.5.2	Erfolgsfaktoren: Erfolgreiche Umsetzung .....	42
10.6	Einschätzung zur eigenen Arbeit .....	43
10.7	Massnahmen zur Förderung der Arbeits- und Unternehmenskultur .....	44
10.7.1	Überzeugende Umsetzung der Massnahmen .....	44
10.7.2	Eignung der Massnahmen .....	45
10.8	Räumlichkeiten und Services.....	46
10.8.1	Vorhandene Räumlichkeiten und Services.....	46
10.8.2	Wichtigkeit der Räumlichkeiten und Services.....	47
<b>11.</b>	<b>Untersuchungsdesign .....</b>	<b>48</b>

## Vorwort

Nicht nur die heute durch das Coronavirus geprägte Zeit, sondern insbesondere auch die Digitalisierung, Flexibilisierung und Globalisierung sowie der gesellschaftliche Wertewandel verändern unsere Einstellung zur Arbeit, unsere Arbeitswerte und -normen sowie unser Arbeitshandeln. Was ist uns wichtig für eine tägliche, gute Arbeitskultur und was erwarten wir vom Arbeitgeber aber auch von uns selbst? Arbeitskultur - oder «neudeutsch» die New Work Culture - wird von Menschen entwickelt, jeden Tag.

Um Antworten auf diese Frage zu generieren führte das HR-Panel New Work im Herbst 2019 eine Online-Befragung durch. Die Erhebung ist Teil des vom Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann (EBG) geförderten Projekts «Gestaltung einer New-Work-Kultur in Organisationen zur Ermöglichung einer gendergerechteren Arbeitskultur». Ziel des Projekts ist die Entwicklung eines Reifegradtests, um die Entwicklung von gendergerechten «New Work»-Arbeitskulturen in Organisationen zu fördern.

Die Ergebnisse sind spannend. Sie zeigen, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Erwartungen an eine gute Arbeitskultur nicht immer weit auseinander liegen, aber Themen wie bspw. Vereinbarkeit, Ergebnisorientierung oder geeignete Massnahmen zur Förderung einer Arbeitskultur durchaus unterschiedlich bewertet werden. Auch ein Blick in die Branchenunterschiede lohnt sich.

Wir möchten uns an dieser Stelle herzlich für die wertvolle Unterstützung aller 551 Studienteilnehmenden und unserer 30 Mitglieder des HR-Panels New Work bedanken. Wir freuen uns auf den weiteren Austausch zum Thema Neue Arbeitskultur im HR-Panel New Work und darüber hinaus.

Weitere Interpretationen und Handlungsempfehlungen zu den Ergebnissen finden Sie in der Publikation «Arbeitskulturen im Wandel», die im November 2020 unter der Herausgeberschaft von Sebastian Wörwag und Alexandra Cloots im Springer Verlag erscheint.

Sollten Sie an einer Mitarbeit im Projekt oder an den weiteren Ergebnissen interessiert sein, so können Sie uns gerne unter [newwork@ost.ch](mailto:newwork@ost.ch) kontaktieren.

Herzliche Grüsse



Prof. Dr. Alexandra Cloots  
HR-Panel New Work  
OST – Ostschweizer Fachhochschule

# 1. Ergebnisübersicht

- **Männer sind stärker in Führungspositionen vertreten und haben den höheren Beschäftigungsgrad**

An der Studie nahmen Frauen und Männer zu relativ gleichen Teilen teil. Mit Blick auf die Funktion sind deutlich mehr Frauen als Männer Mitarbeitende (47 % der Frauen vs. 26 % der Männer), während Männer deutlich stärker in Führungsfunktionen vertreten sind. Zudem sind Frauen deutlich mehr in Teilzeit tätig. Während 78 % der männlichen Befragten in Vollzeit beschäftigt sind, sind es bei den weiblichen Befragten 45 %.

Mit Blick auf die Tätigkeitsbereiche sind die weiblichen Studienteilnehmenden eher in der Pflege und Betreuung (+16 %) sowie im Bereich Human Resources / Personaldienst (+6 %) tätig. Die männlichen Studienteilnehmenden hingegen sind stärker in den Bereichen Geschäftsleitung (+11 %), Vertrieb / Verkauf / Kundenberatung und IT (je +8 %) sowie Finanzen & Dienste (+6 %) vertreten. Bei den Branchen gibt es ebenfalls Unterschiede zwischen Frauen und Männern: Durch mehr Männer sind in der Studie die Wirtschaftszweige Finanzen, Versicherungen, Immobilien (+10 %), Industrie (+5 %), öffentliche Verwaltung und IKT / Elektro (je +4 %) gekennzeichnet. Die weiblichen Studienteilnehmenden sind deutlich stärker in den Gesundheitsberufen (+15 %) tätig.

- **Für Frauen sind die Balance und sinnvolles Engagement ausserhalb der Arbeit wichtig**

Die subjektive Wichtigkeit der Arbeitswerte liegt für alle Items höher als die Bewertung, wie ausgeprägt die Werte beim Arbeitgeber gelebt werden. Die Einschätzungen von Frauen und Männern sind jeweils ähnlich. Kleine Unterschiede gibt es in Bezug auf die subjektive Wichtigkeit einzelner Arbeitswerte: Frauen schätzen die Balance zwischen Arbeit und Leben zu finden und den Sinn ausserhalb der Arbeit zu suchen als etwas wichtiger ein als Männer. Dafür ist es Männern wiederum etwas wichtiger, engagiert Höchstleistungen zu erzielen.

- **Während Männer eher eine marktorientierte Arbeitskultur präferieren, ist den weiblichen Studienteilnehmenden eine sicherheitsorientiertere Arbeitskultur wichtiger**

Grundsätzlich bevorzugen alle Studienteilnehmenden eine moderne Arbeitskultur. Unterschiede bei der Wahrnehmung der Arbeitskultur bei Männern und Frauen bestehen insbesondere in Bezug auf die Innen- resp. Aussengerichtetheit der Kultur: So nehmen Männer die heutige Arbeitskultur im Unternehmen im Vergleich zu Frauen als etwas nach innen gerichteter wahr und wünschen sich stärker eine auf den Markt gerichtete Kultur. Die durchschnittliche gewünschte Arbeitskultur ist bei Frauen zudem deutlich weniger ergebnisorientiert und damit ressourcenorientierter sowie weniger experimentell und damit sicherheitsorientierter als bei Männern.

- **Kleine Unterschiede bei der Wahrnehmung bei Männern und Frauen in der Führungskultur**

In Bezug auf die Einschätzungen zur Führungskultur liegen die Bewertungen von Frauen und Männern nah beieinander. Es zeigt sich jedoch, dass Männer etwas stärker bewerten als Frauen, dass ihre vorgesetzte Person Rücksicht nimmt, wenn sie sich in besonderen Situationen / Lebensphasen befinden. Weiter erleben die männlichen Studienteilnehmenden ihre vorgesetzte Person eher als gute Kollegin resp. guten Kollegen und sehen ihre vorgesetzte Person eher als Vorbild und Teamplayer. Ausserdem erleben sie die Führung beim Arbeitgeber etwas inspirierender als die weiblichen Studienteilnehmenden.

- **Arbeitgeber sind in der Kommunikation von Erfolgsfaktoren stärker als in ihrer Umsetzung**

Für alle Erfolgsfaktoren gilt: Die durchschnittliche Wichtigkeit der Kommunikation der Erfolgsfaktoren beim Arbeitgeber ist höher als ihre durchschnittliche Bewertung der erfolgreichen Umsetzung über alle Geschlechter. Dennoch wird punktuell deutlich, dass Frauen die Wichtigkeit der Kommunikation der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben etwas niedriger bewerten als Männer. Bezüglich der erfolgreichen Umsetzung sind die Bewertungen von Frauen bei den Faktoren gesunde und einsatzbereite Mitarbeitende,

Offenheit für neue Arbeitsformen und Produktivität der Mitarbeitenden ebenfalls etwas niedriger als jene der Männer.

- **Männer und Frauen erleben ihre Arbeit als sinnvoll**

Männer bewerten die Aussagen zur eigenen Arbeit grundsätzlich ein wenig positiver als Frauen. Dies gilt für alle Aussagen, mit Ausnahme der Sinnhaftigkeit und Wichtigkeit der eigenen Arbeit (als höchstbewertetes Item) sowie der Möglichkeit zur Trennung von Arbeit und Freizeit, die von beiden Gruppen ähnlich positiv bewertet werden.

- **Genderunterschiede bei den geeigneten Massnahmen zur Förderung der Arbeits- und Unternehmenskultur**

Für die meisten Massnahmen fallen die Bewertungen bei Frauen und Männern ähnlich aus. Hinsichtlich der überzeugenden Umsetzung der Massnahme in der Organisation besteht ein deutlicher Unterschied in der Bewertung, inwieweit die Arbeitskultur immer wieder Gegenstand von Gesprächs- und Reflexionsrunden ist: Während 43 % der Männer dem zustimmen, sind es bei den Frauen 53 %. Zudem bewerten mehr Männer als Frauen, dass durch Infrastruktur, Räumlichkeiten und Hilfsmittel die Arbeitskultur in der Organisation überzeugend gefördert wird (+7 %). Wenn es um die Einschätzung der Eignung der Massnahmen zur Förderung einer gemeinsamen Unternehmenskultur geht, so halten Männer wiederum Infrastruktur, Räumlichkeiten und Hilfsmittel auch als etwas geeignetere Massnahmen als Frauen. Zudem bewerten Männer etwas stärker, dass das glaubhafte Vorleben der Arbeitskultur durch die Führungskräfte eine geeignete Massnahme zur Förderung einer gemeinsamen Unternehmenskultur sei.

Frauen und Männer haben ähnliche räumliche Gegebenheiten in ihren Organisationen. Etwas mehr Frauen als Männer geben an, dass in ihren Organisationen Grossraumbüros, Begegnungszonen und Lernorte (je +6 %) vorhanden sind. Dahingegen haben Frauen seltener Getränkestände (-7 %) und Telefonräume (-6 %) zur Verfügung. Wenn es um die Wichtigkeit der Räumlichkeiten und Services für die eigene Tätigkeitsausübung geht, so sind Frauen Einzelbüros, Telefonräume, Begegnungszonen und Lernorte etwas wichtiger als Männern, aber auch Getränke- und Obststände sowie Wasserspender.

## 2. Die Studienteilnehmenden

In den folgenden Abbildungen erhalten Sie einen Überblick über die Teilnehmenden der Gesamtstudie.

### 2.1 Geschlecht

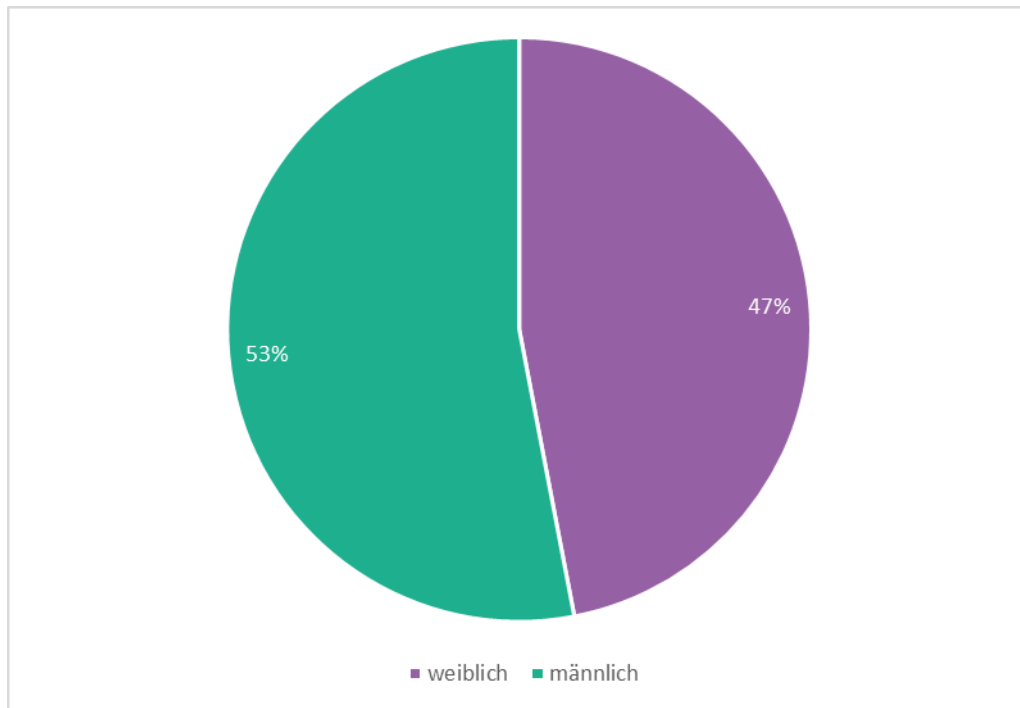


Abbildung 1 Studienteilnehmende Gesamt (N=530) nach Geschlecht, Teilnahme des 3. Geschlechts 0%

## 2.2 Altersgruppen

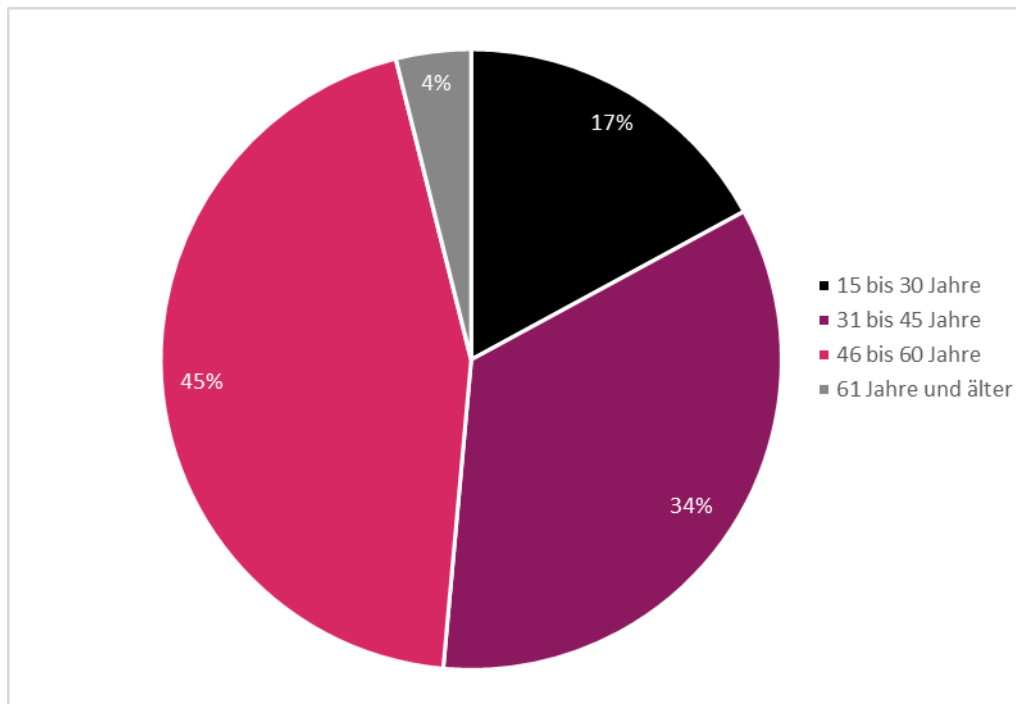


Abbildung 2 Studienteilnehmende Gesamt (N=486) nach Altersgruppen

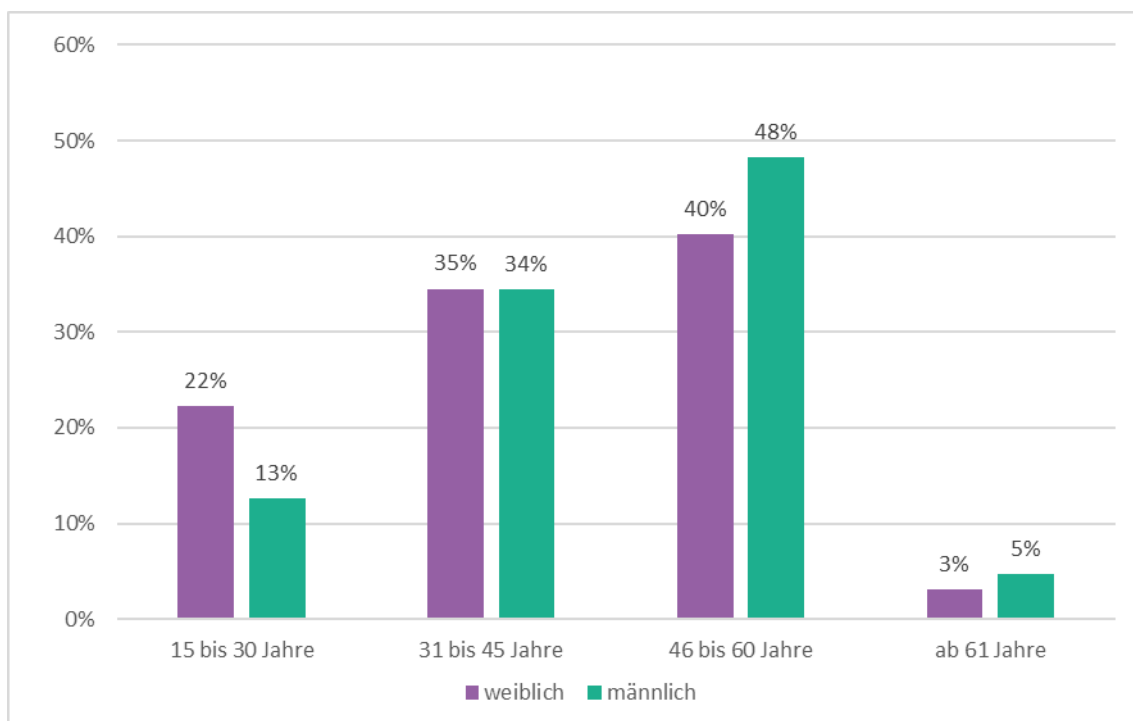


Abbildung 3 Studienteilnehmende nach Alter und Geschlecht (N=482)



## 2.3 Funktion

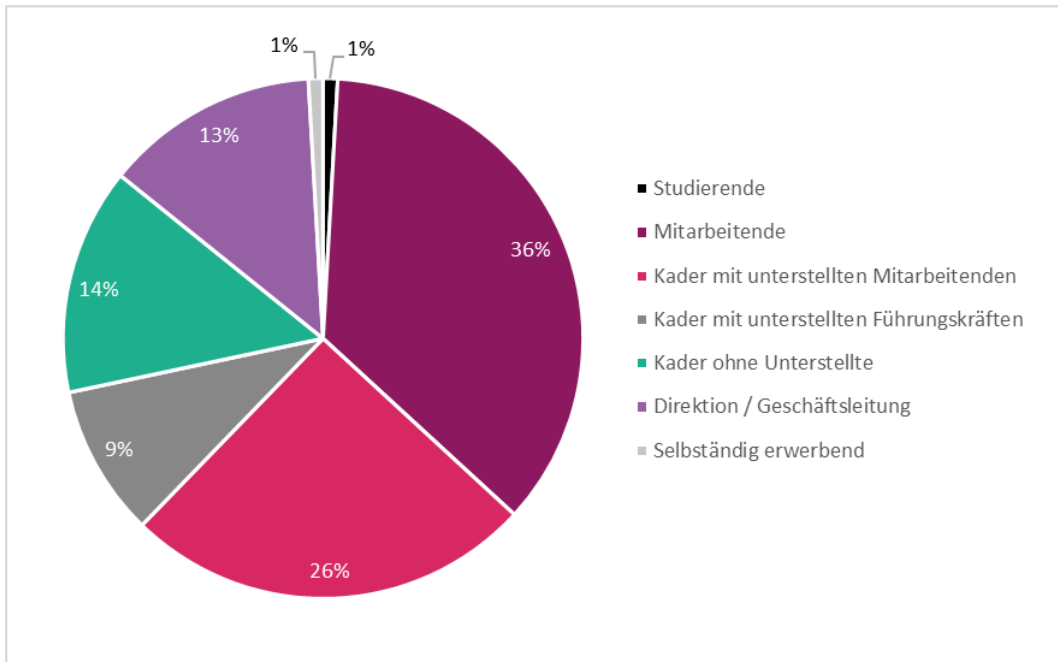


Abbildung 4 Studienteilnehmende Gesamt (N=532) nach Funktion

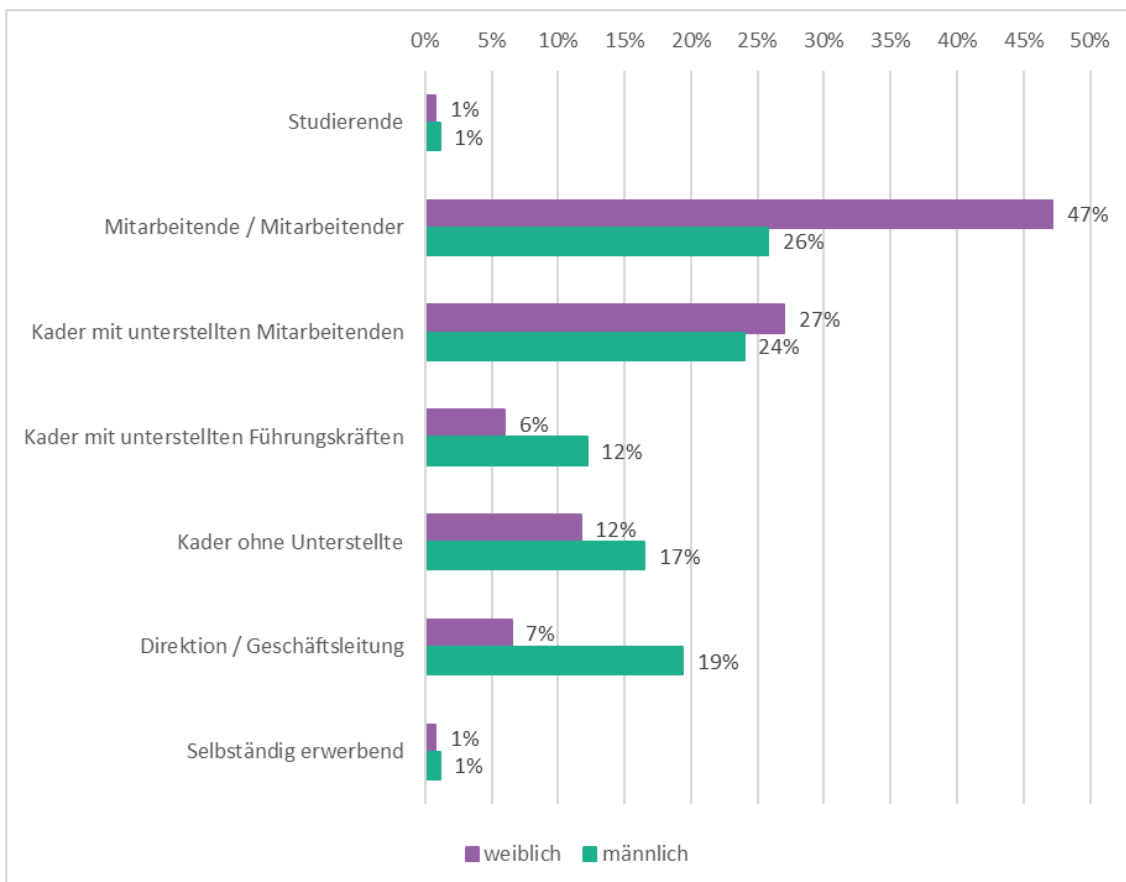


Abbildung 5 Studienteilnehmende nach Funktion und Geschlecht (N=527)

## 2.4 Bildungsabschluss

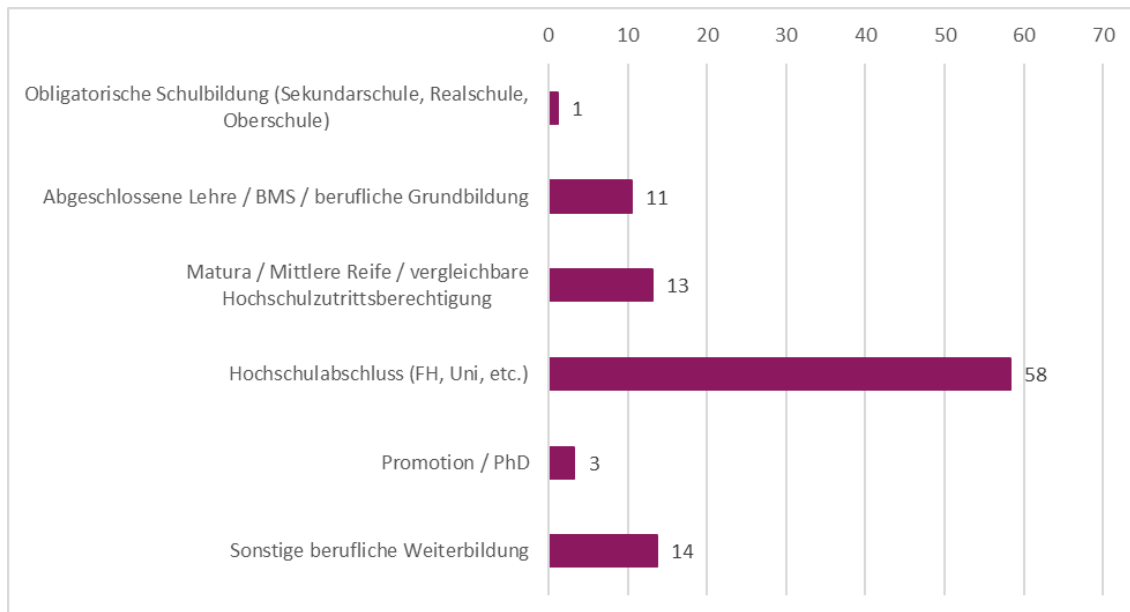


Abbildung 6 Studienteilnehmende Gesamt (N=533) nach höchstem Bildungsabschluss, Angabe in Prozent

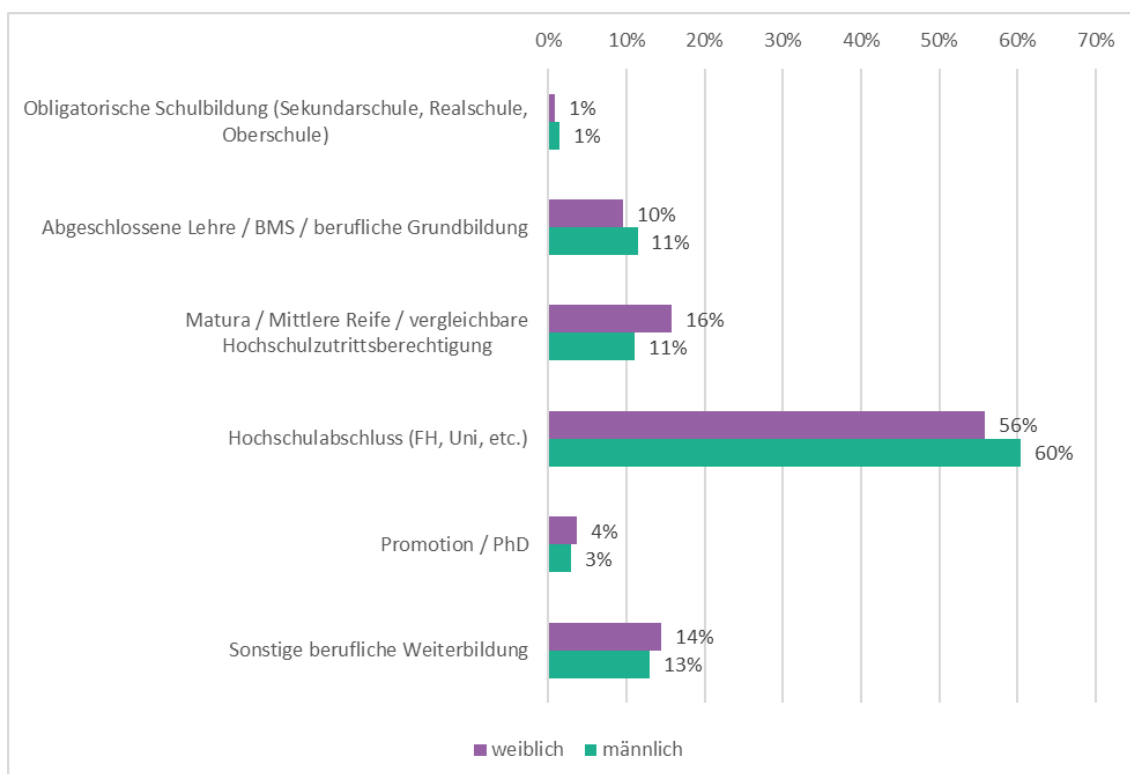


Abbildung 7 Studienteilnehmende nach höchstem Bildungsabschluss und Geschlecht (N=529)

## 2.5 Stellenprozent

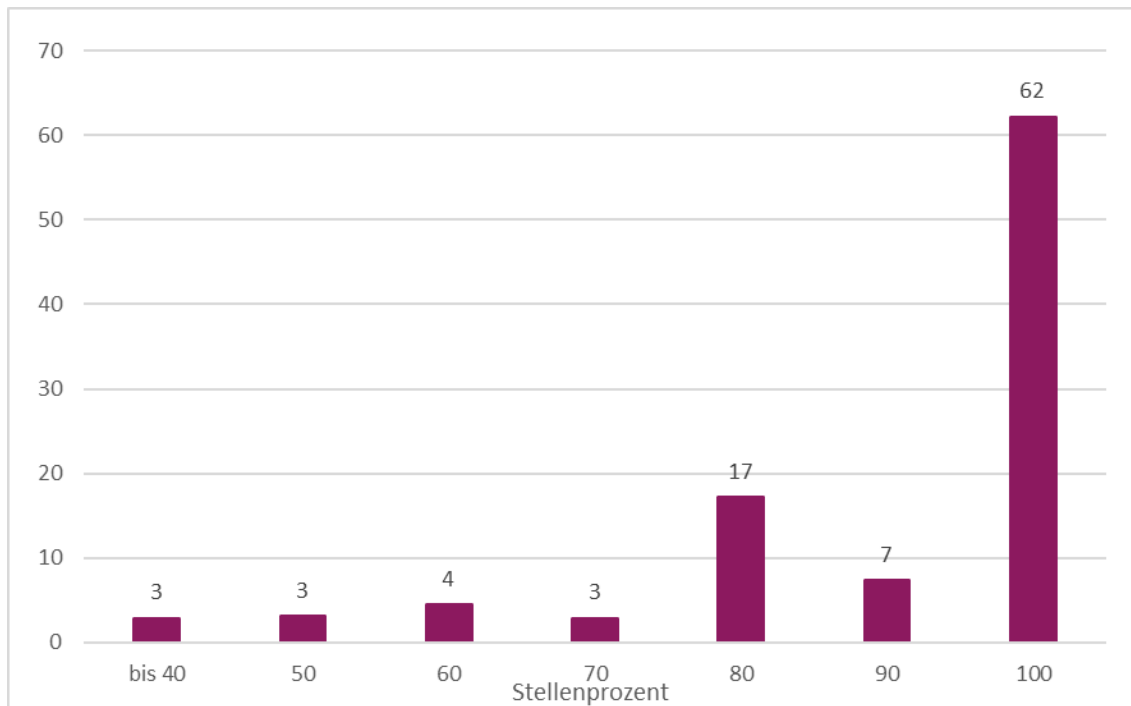


Abbildung 8 Studienteilnehmende Gesamt (N=519) nach Stellenprozent, Angabe in Prozent

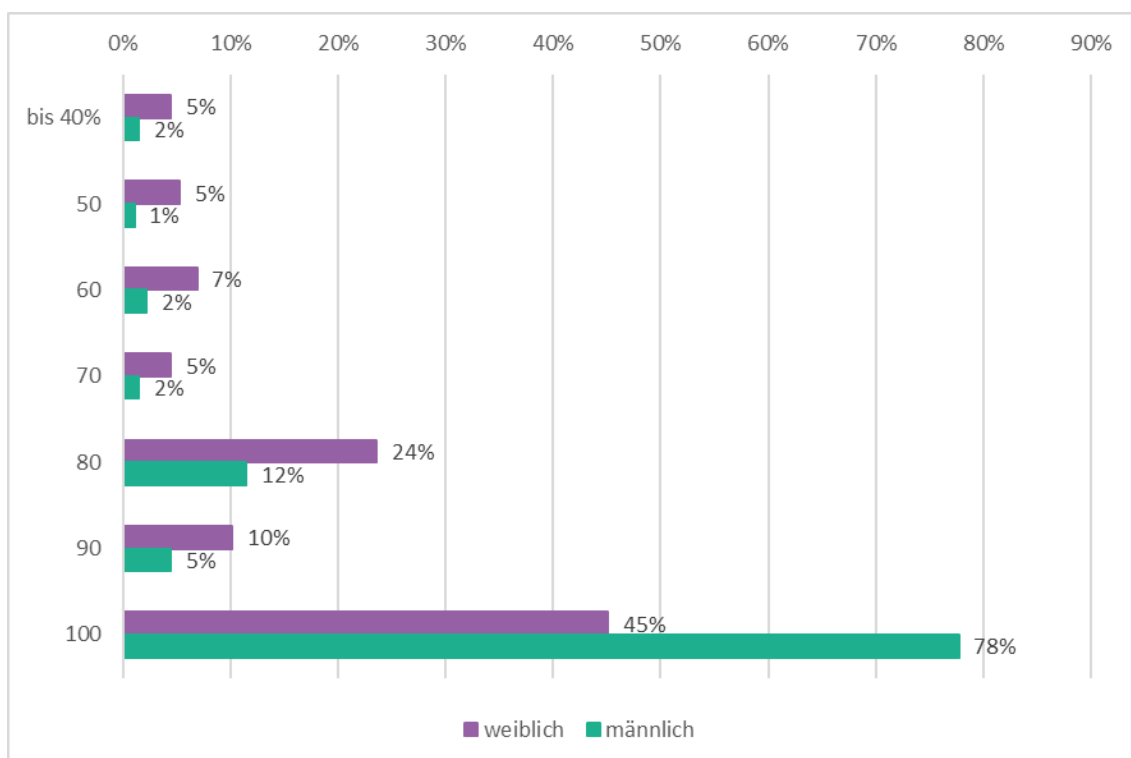


Abbildung 9 Studienteilnehmende nach Stellenprozent und Geschlecht (N=515)

## 2.6 Tätigkeitsbereich

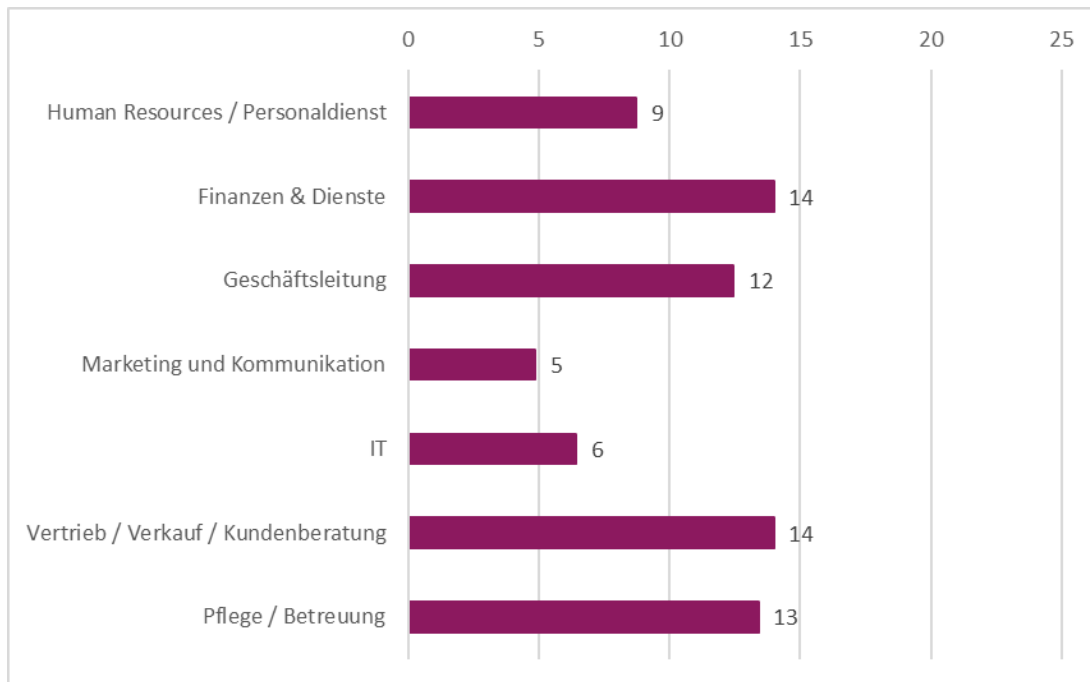


Abbildung 10 Studienteilnehmende Gesamt (N=515) nach Tätigkeitsbereich, Angabe in Prozent, (Sonstiges=26%, Einkauf/Logistik, Produktion, Forschung & Entwicklung werden nicht separat ausgegeben, da <5%)

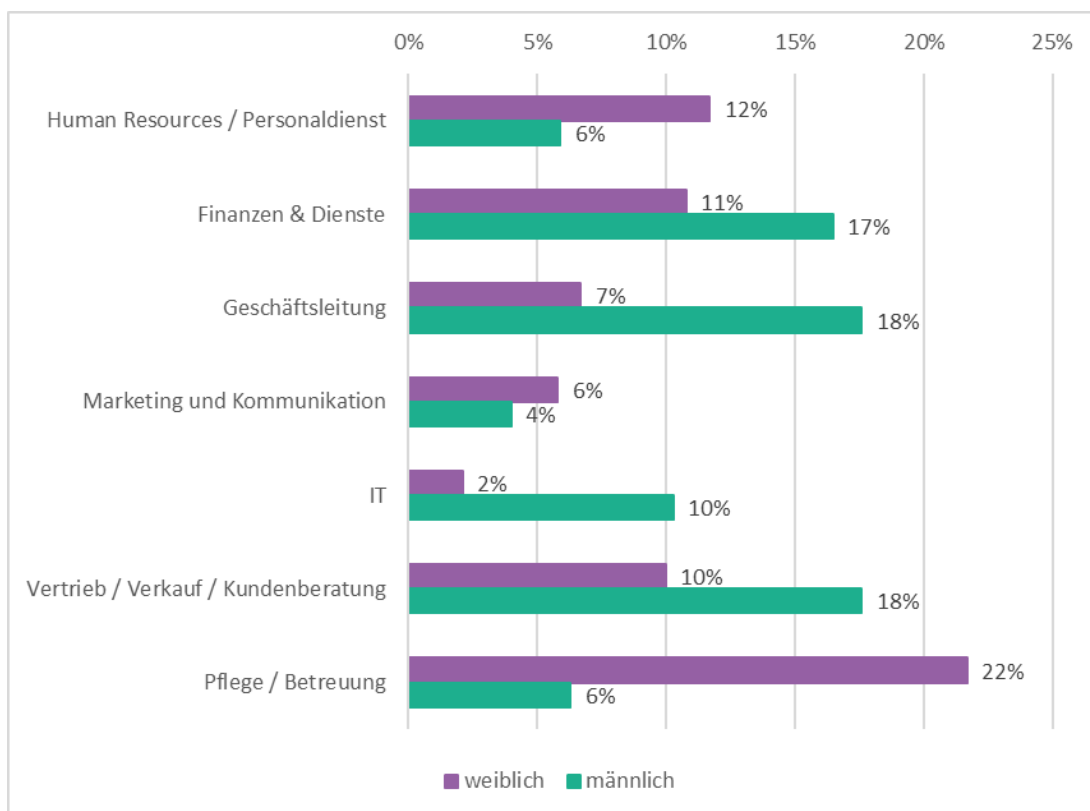


Abbildung 11 Studienteilnehmende nach Tätigkeitsbereich und Geschlecht (N=512)

## 2.7 Wirtschaftszweig

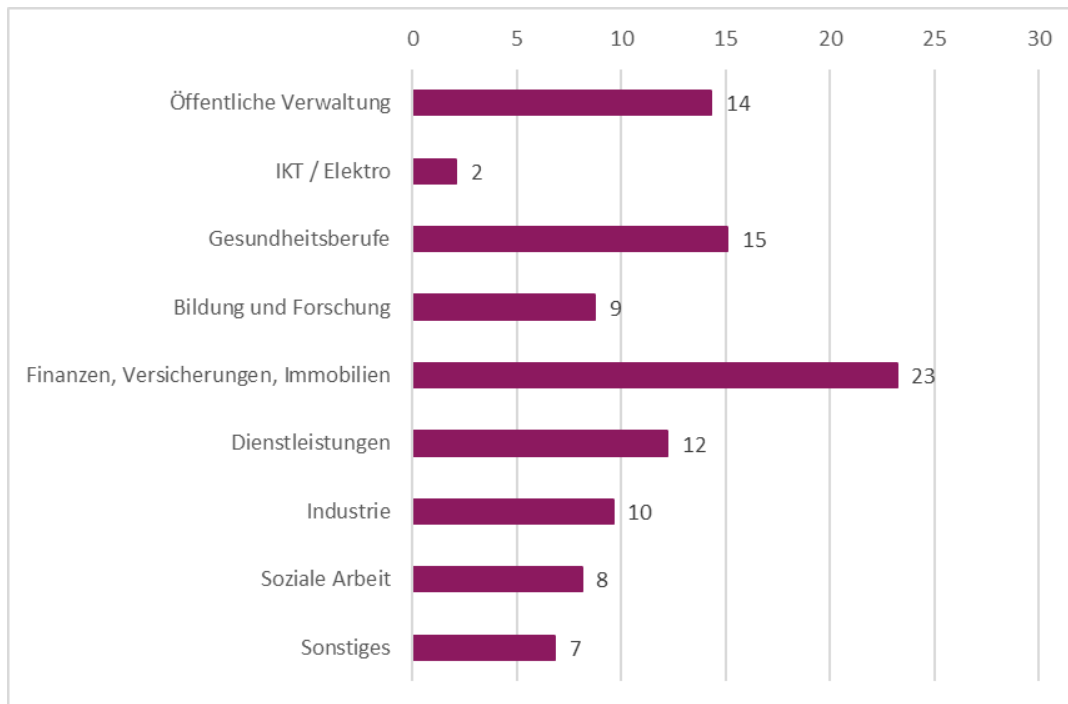


Abbildung 12 Studienteilnehmende Gesamt (N=531) nach Wirtschaftszweig, Angabe in Prozent

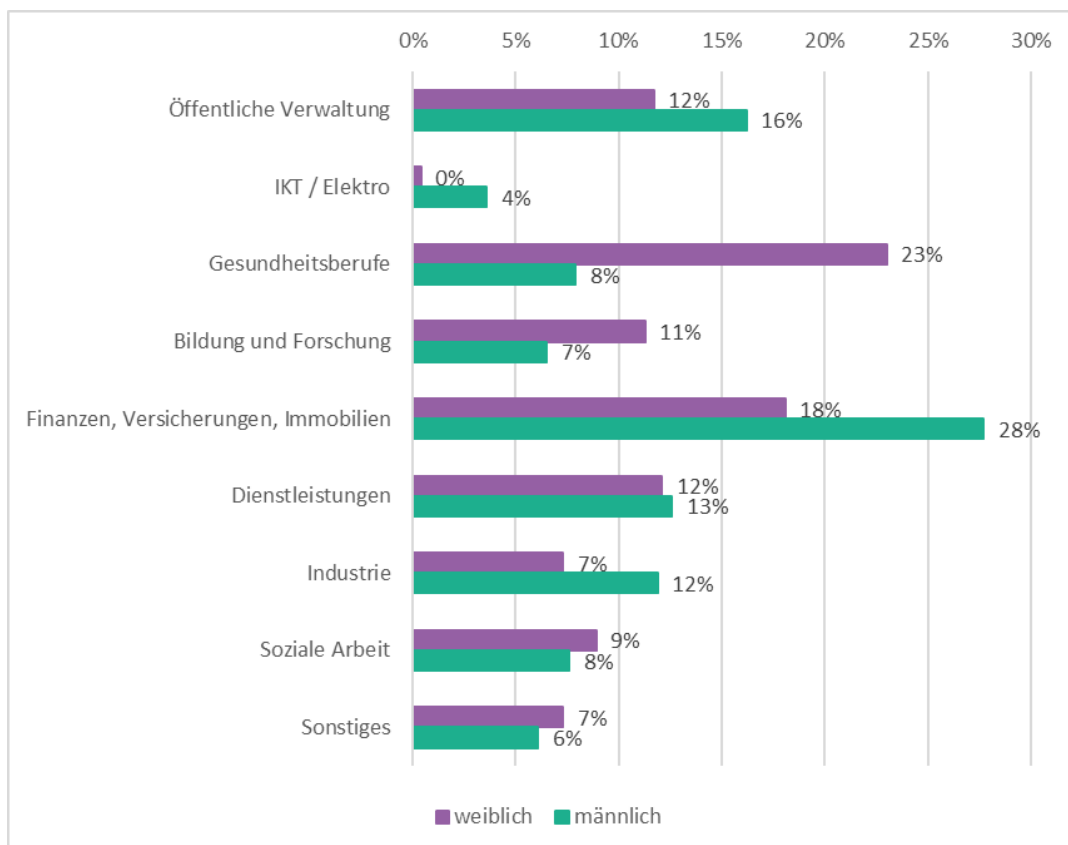


Abbildung 13 Studienteilnehmende nach Wirtschaftszweig und Geschlecht (N=526)

## 2.8 Unternehmensgrösse

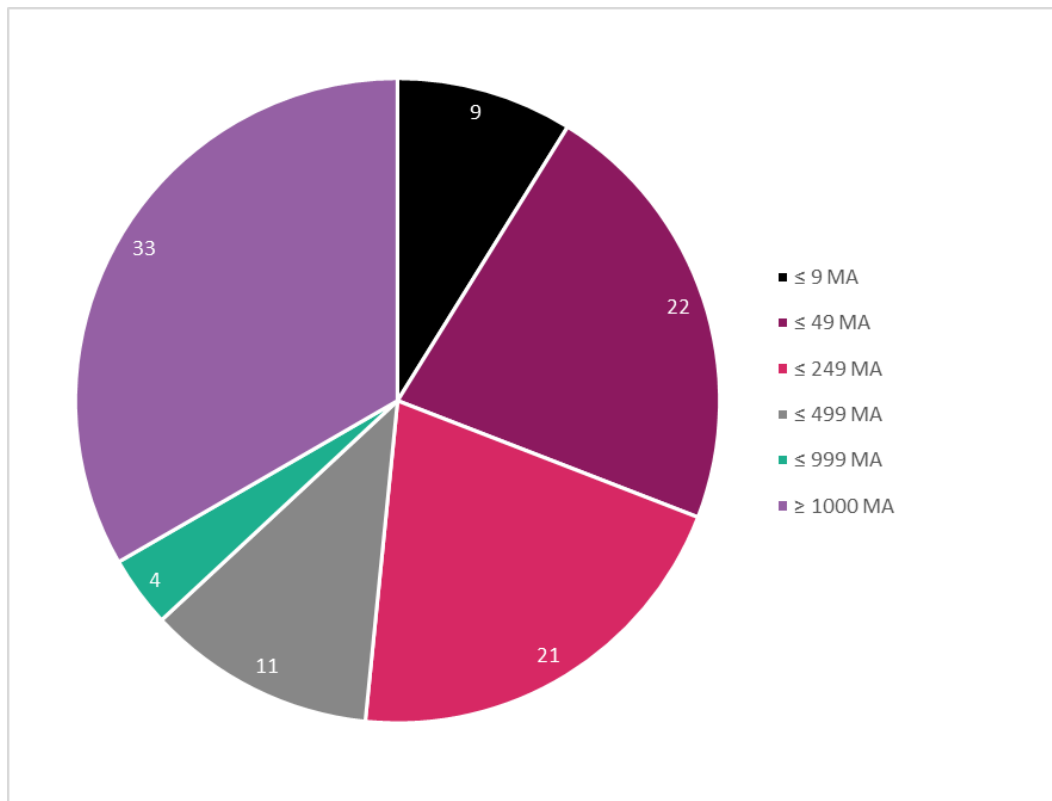


Abbildung 14 Studienteilnehmende Gesamt (N=531) nach Unternehmensgrösse, Angabe in Prozent

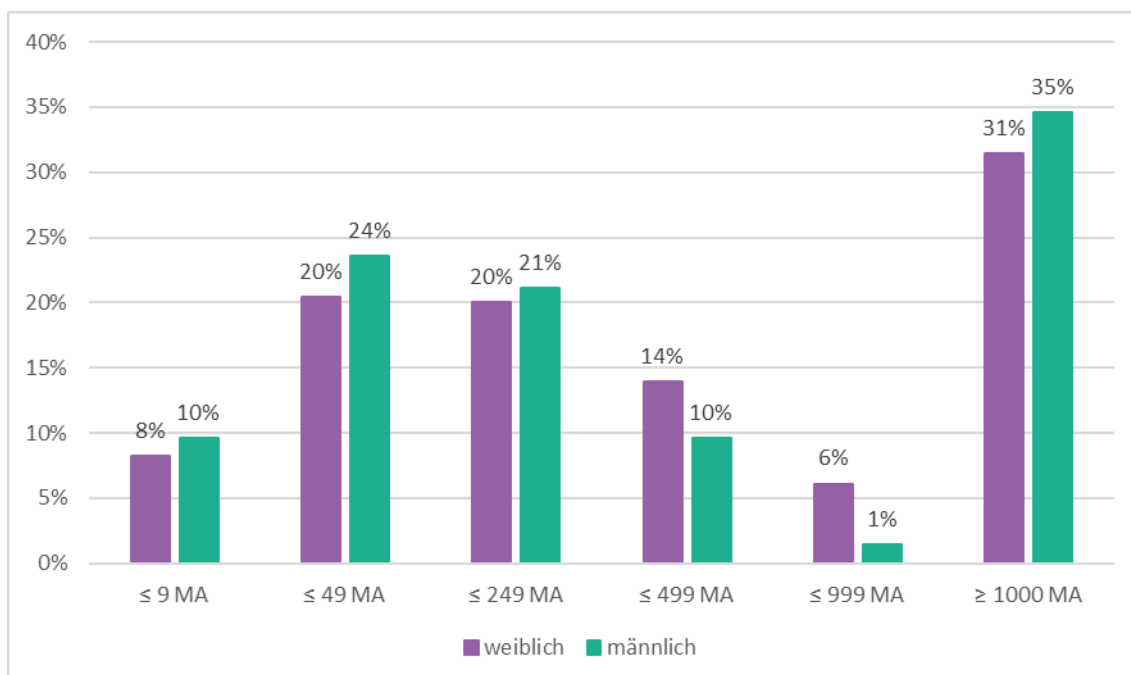


Abbildung 15 Studienteilnehmende nach Unternehmensgrösse und Geschlecht (N=525)

### 3. Arbeitswerte

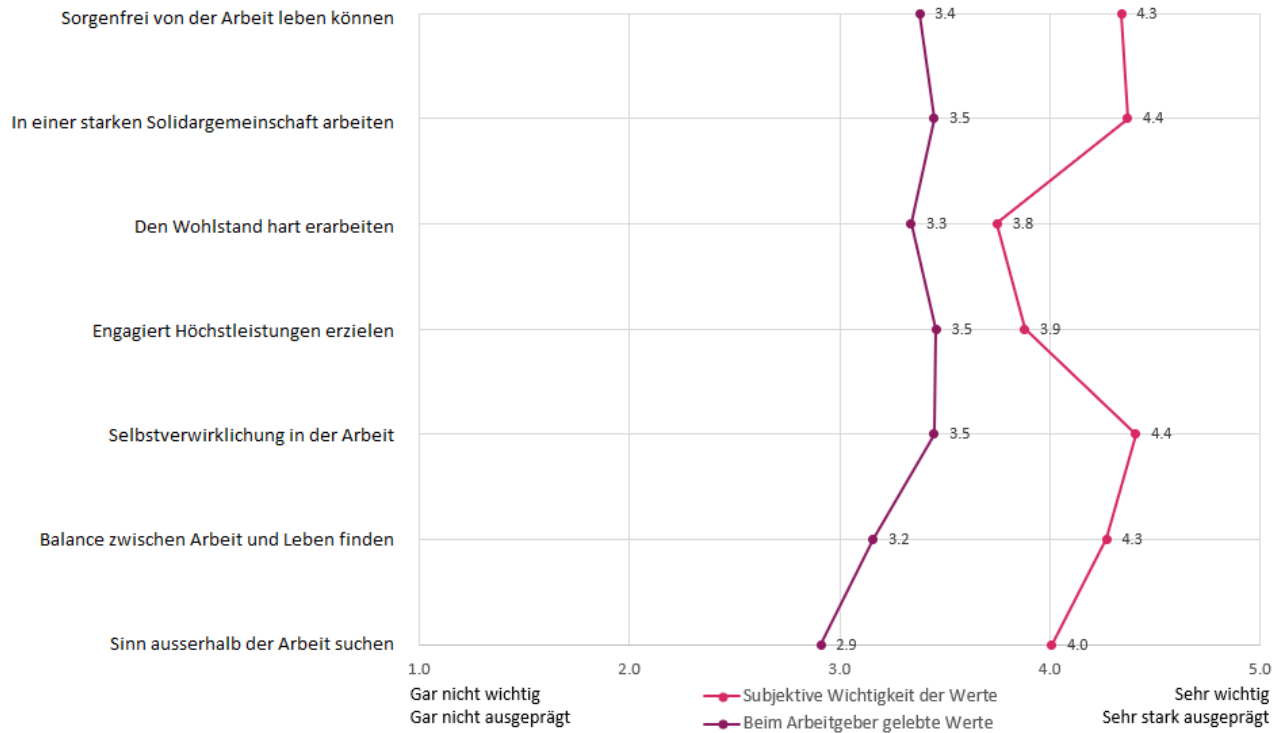


Abbildung 16 Frage: Wie wichtig sind Ihnen diese Werte? Studententeilnehmende Gesamt (N=529-538), Frage: Wie ausgeprägt werden diese Werte bei Ihrem Arbeitgeber gelebt? Studententeilnehmende Gesamt (N=532-538), Mittelwerte

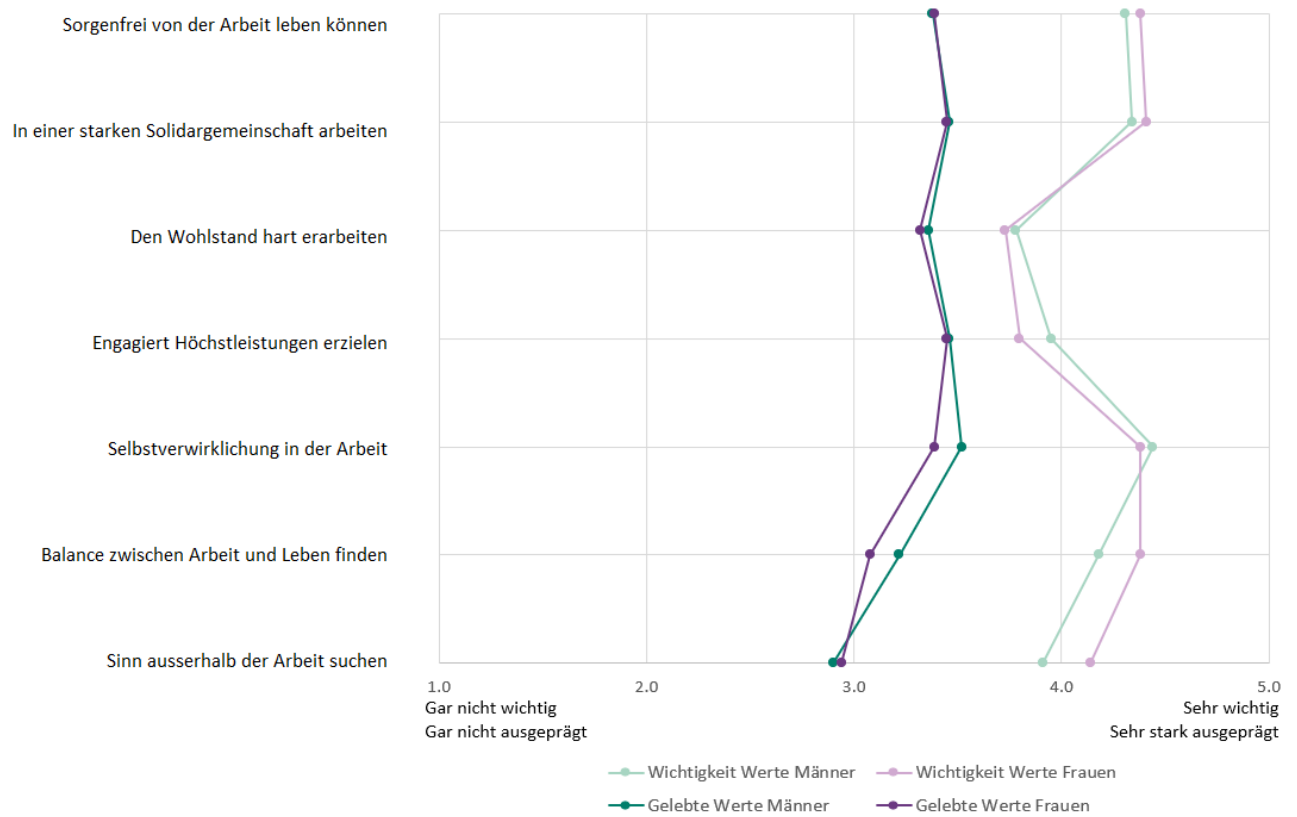


Abbildung 17 Frage: Wie wichtig sind Ihnen diese Werte? Männer (N=277-280) und Frauen (N=243-249) und Frage: Wie ausgeprägt werden diese Werte bei Ihrem Arbeitgeber gelebt? Männer (N=276-280) und Frauen (N=245-249), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)



### 3.1 Subjektive Wichtigkeit der Werte

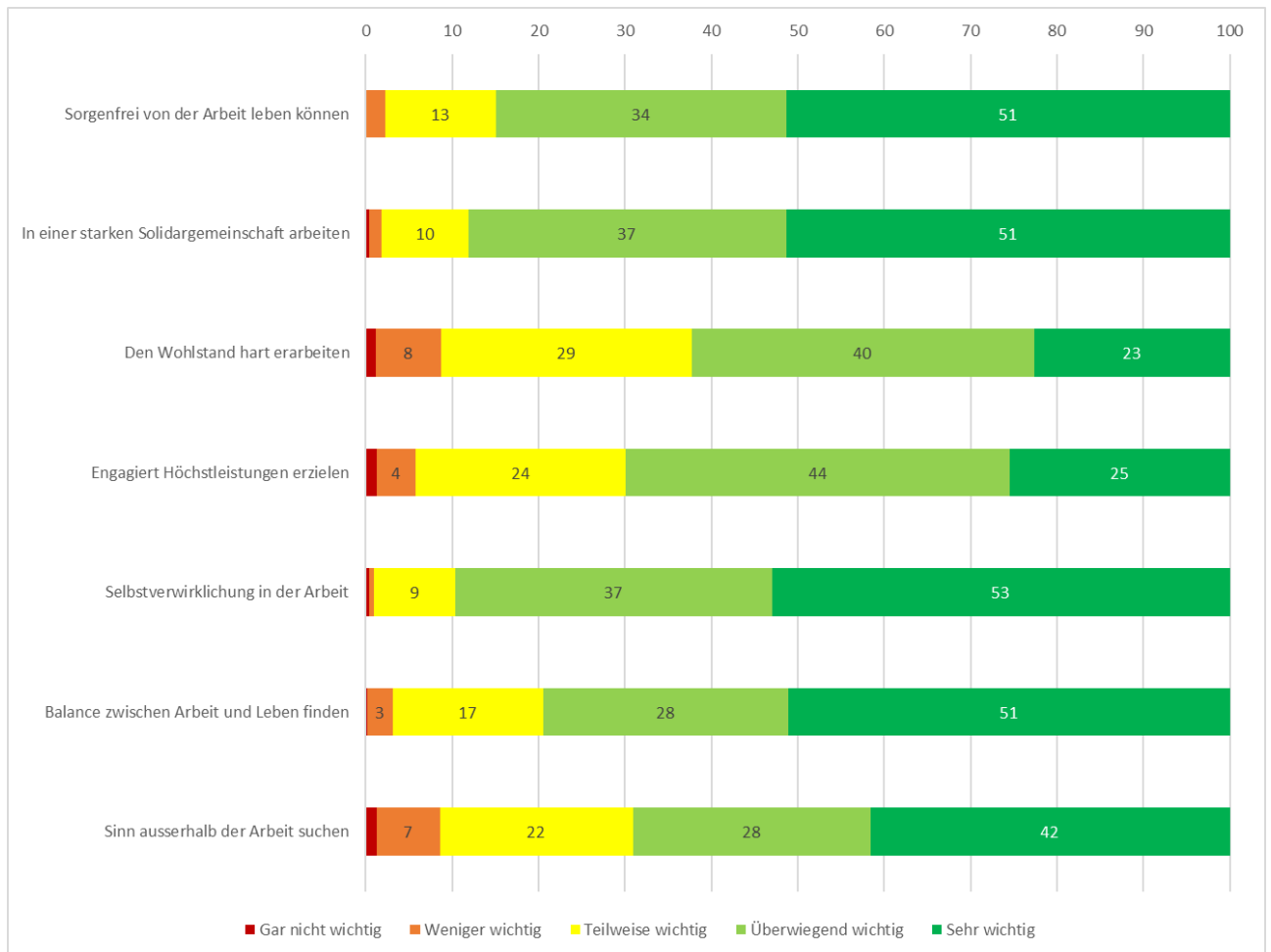


Abbildung 18 Frage: Wie wichtig sind Ihnen diese Werte? Studententeilnehmende Gesamt (N=529-538), Angaben in Prozent

### 3.2 Beim Arbeitgeber gelebte Werte

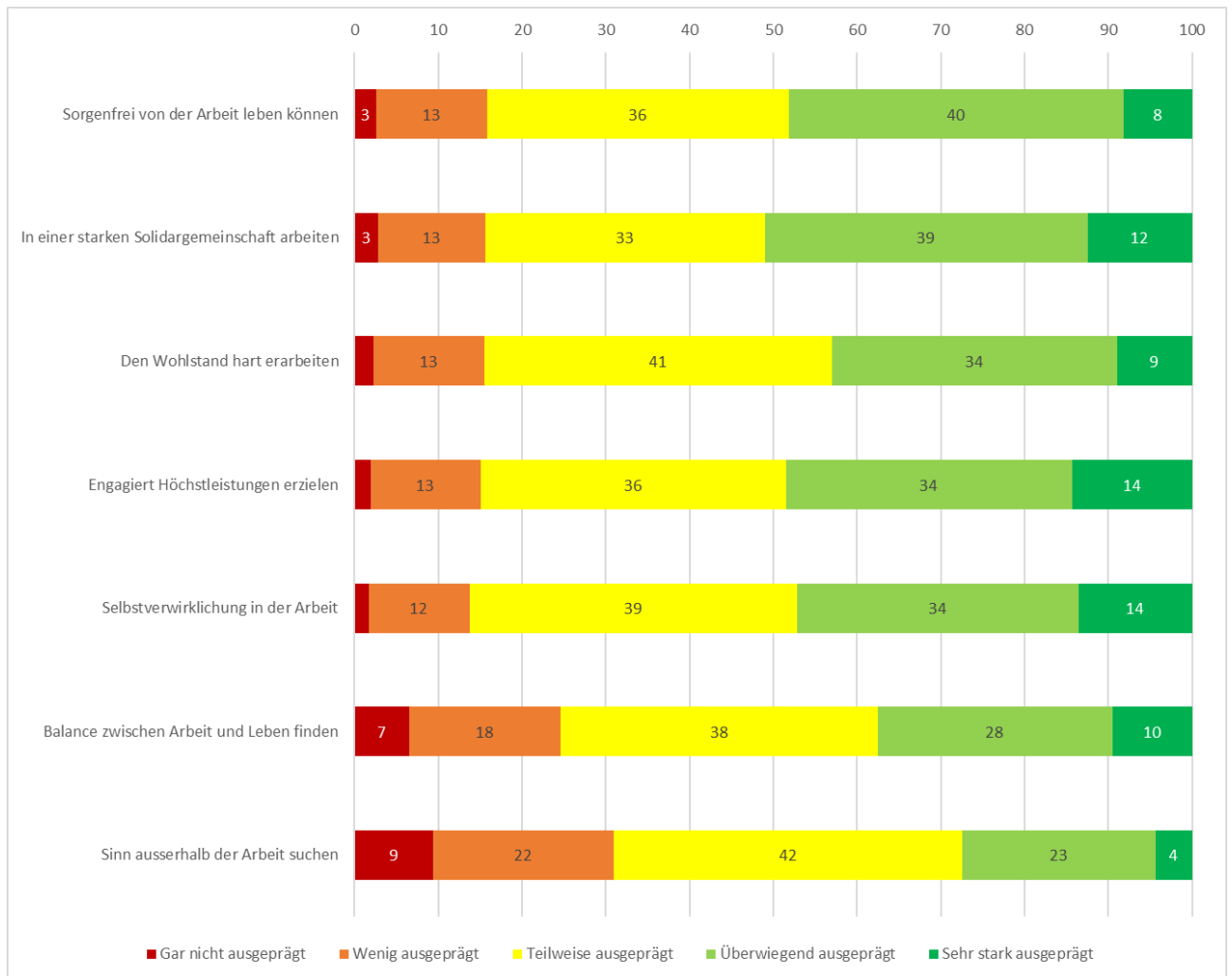


Abbildung 19 Frage: Wie ausgeprägt werden diese Werte bei Ihrem Arbeitgeber gelebt? Studententeilnehmende Gesamt (N=532-538), Angaben in Prozent

## 4. Arbeitskulturer im Unternehmen

### 4.1 Wahrgenommene und gewünschte Arbeitskulturer im Vergleich

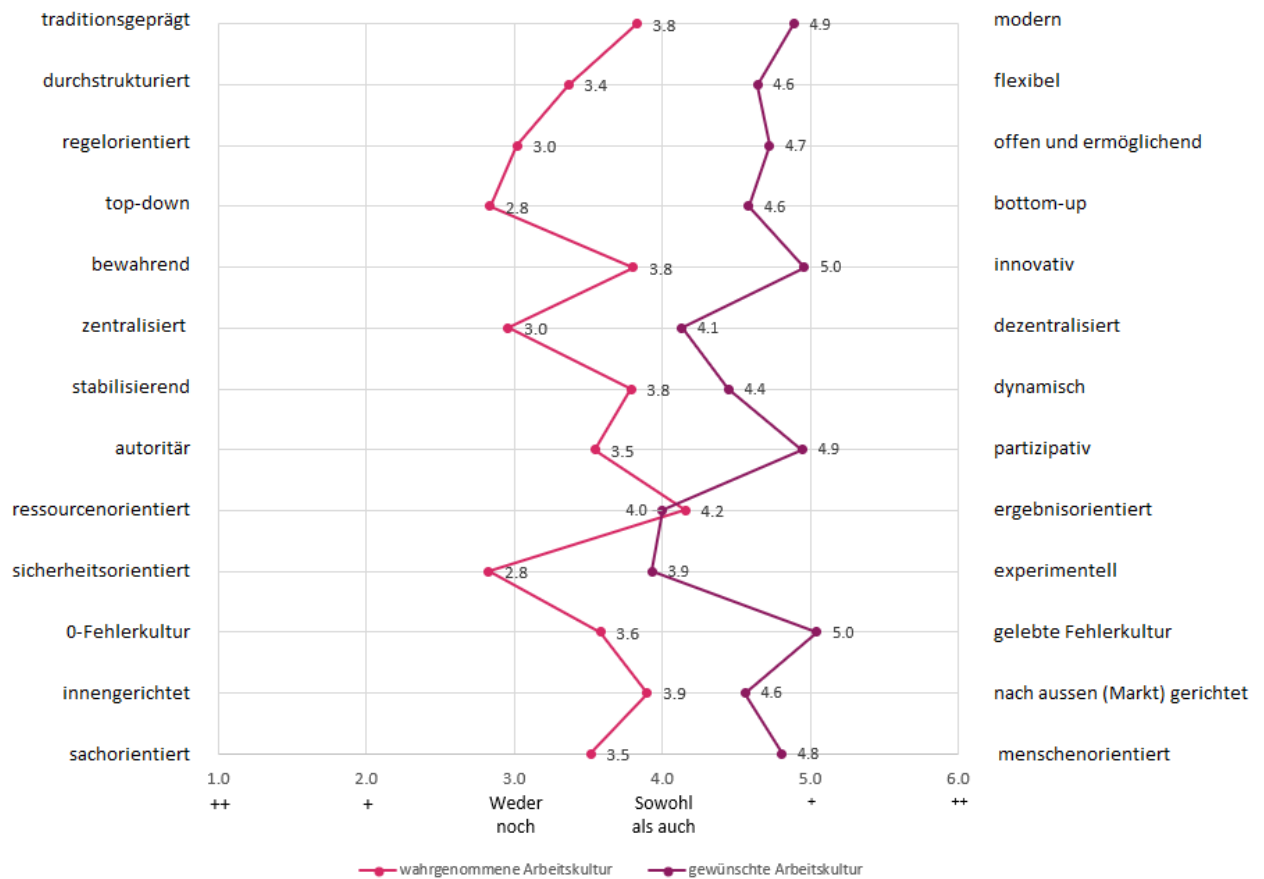


Abbildung 20 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskulturer in Ihrem Unternehmen wahr? Studententeilnehmende Gesamt (N=534-538) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskulturer in Ihrem Unternehmen wünschen? Studententeilnehmende Gesamt (N=529-536), Mittelwerte

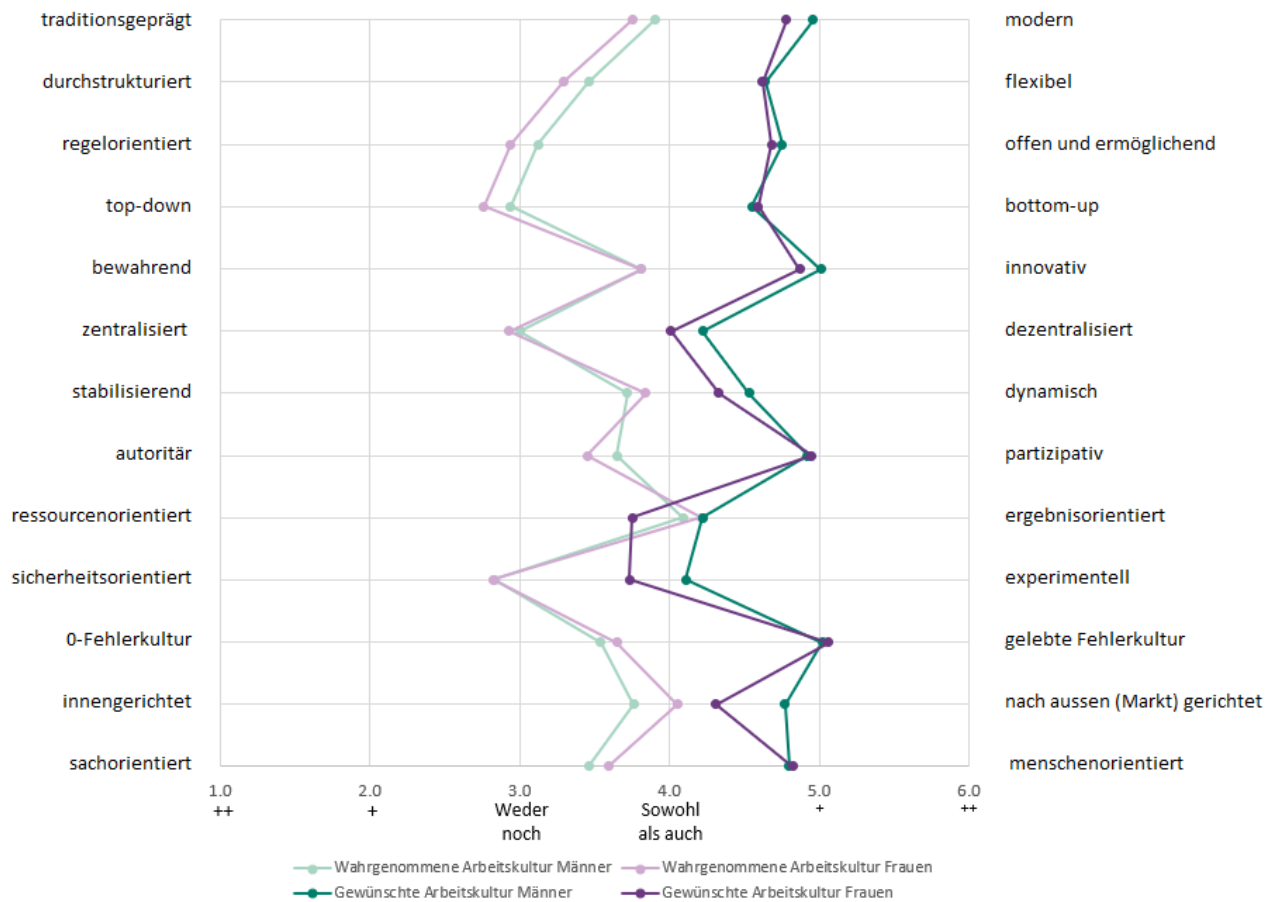


Abbildung 21 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wahr? Männer (N=277-280) und Frauen (N=245-249) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=277-280) und Frauen (N=243-247), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)

## 4.2 Einschätzung der Arbeitskultur

Unsere Arbeitskultur ist geprägt von....

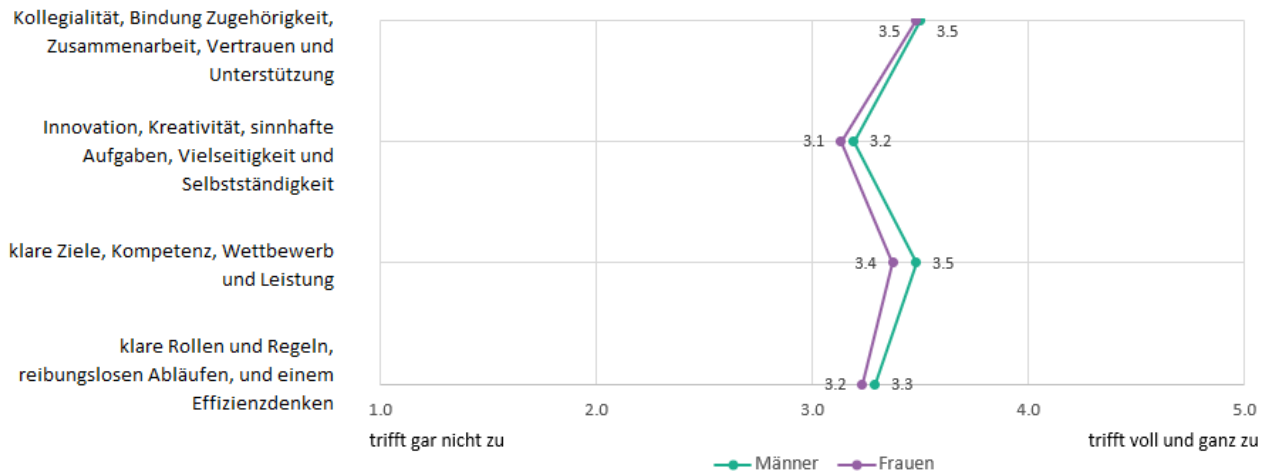


Abbildung 22 Frage: Wie sehr treffen folgende Kulturbeschreibungen auf Ihren Arbeitgeber zu? Männer (N=278-280) und Frauen (N=249), Mittelwerte

Unsere Arbeitskultur ist geprägt von....

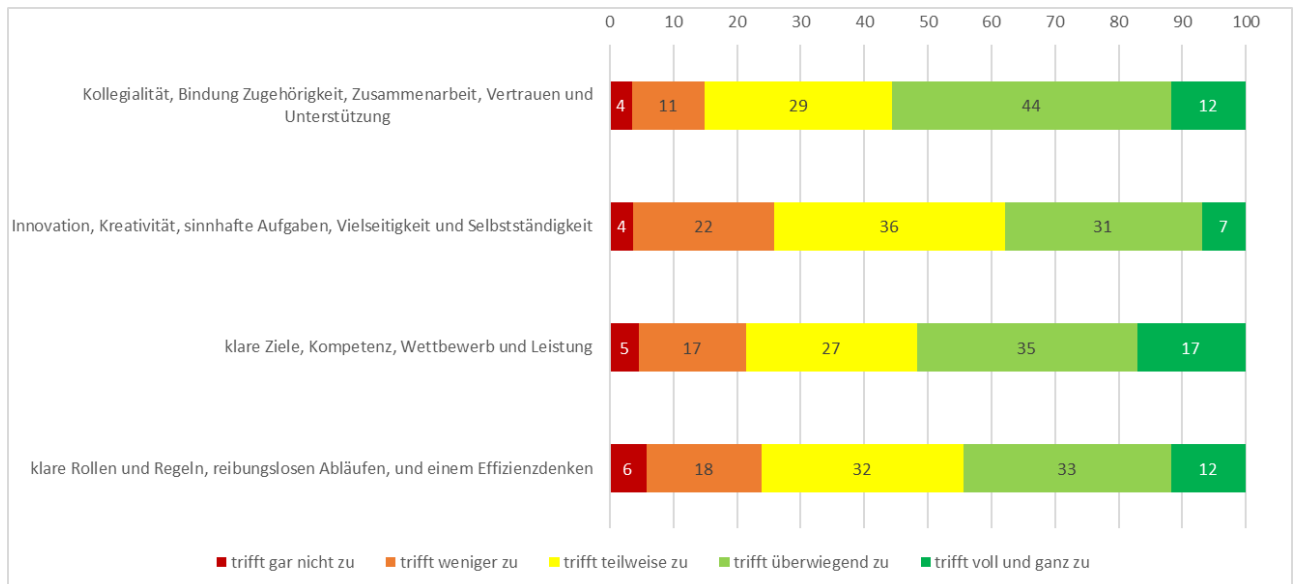


Abbildung 23 Frage: Wie sehr treffen folgende Kulturbeschreibungen auf Ihren Arbeitgeber zu? Studententeilnehmende Gesamt (N=536-538), Angaben in Prozent

## 5. Einschätzung zur Führungskultur in Organisation

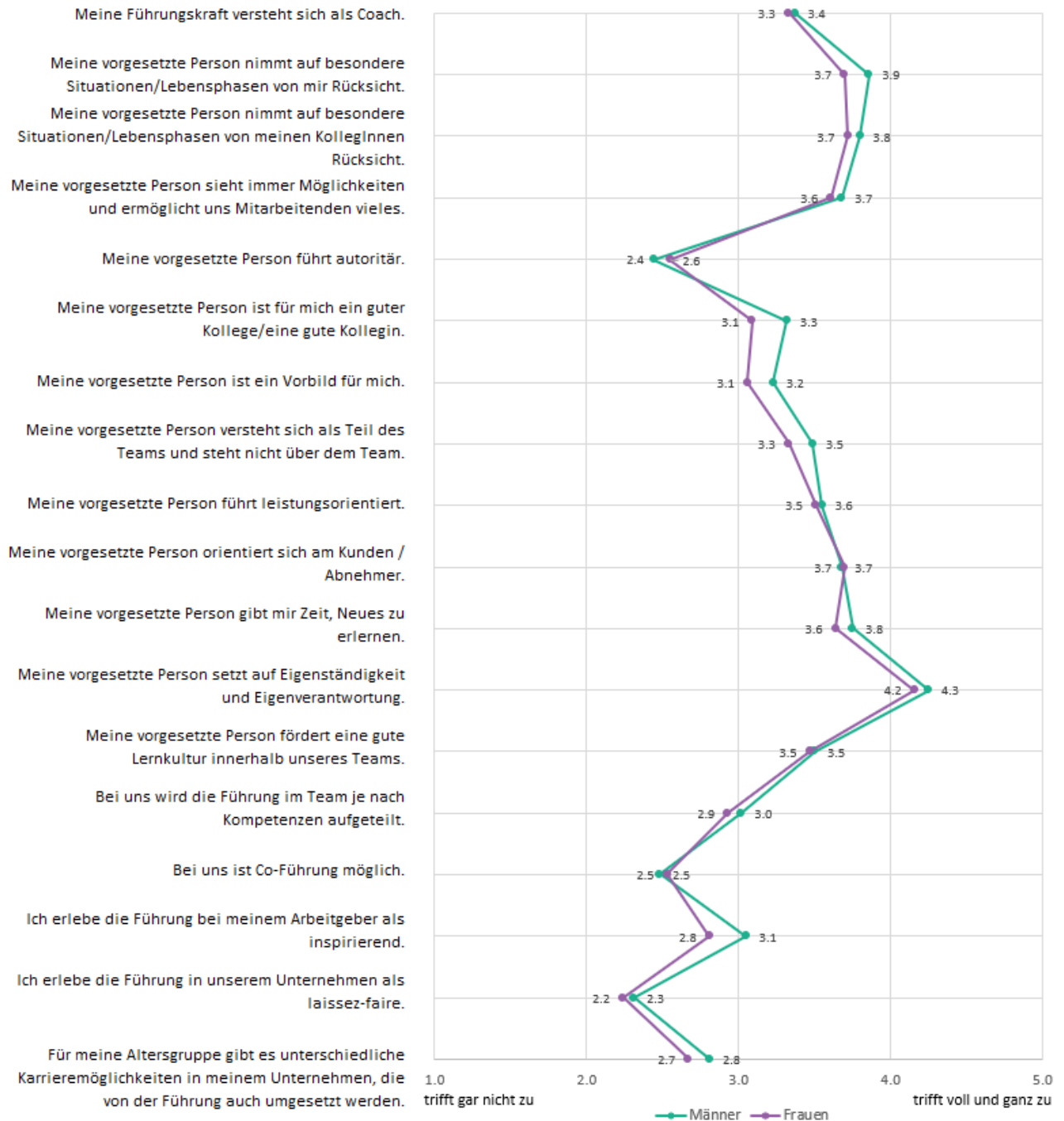


Abbildung 24 Frage: Wie gestaltet sich die Führungskultur in Ihrer Organisation? Männer (N=277-280) und Frauen (N=244-249), Mittelwerte

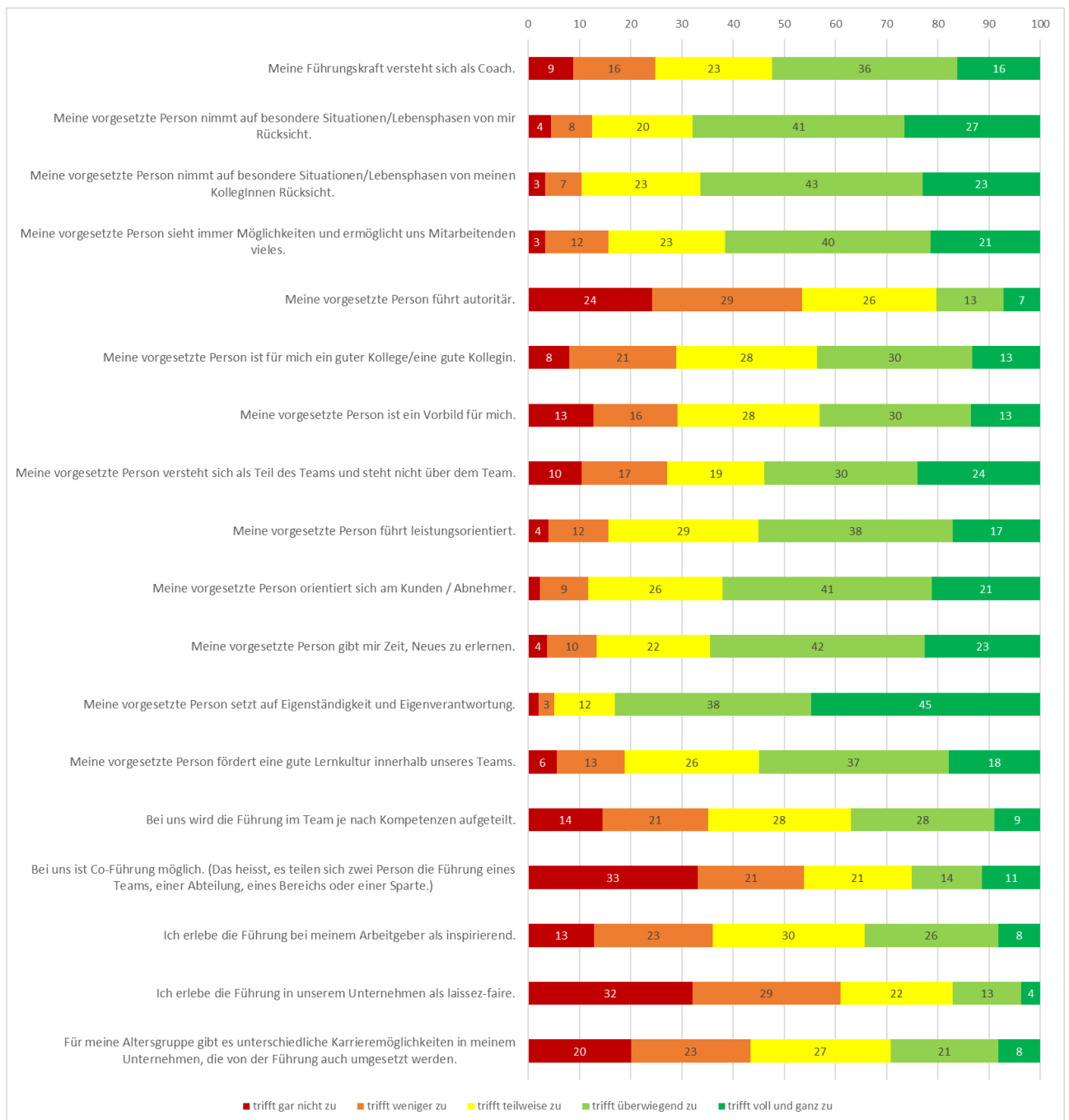


Abbildung 25 Frage: Wie gestaltet sich die Führungskultur in Ihrer Organisation? Studienteilnehmende Gesamt (N=533-538), Angaben in Prozent

## 6. Erfolgsfaktoren Arbeitgeber



Abbildung 26 Frage: Wie wichtig sind nachfolgende Erfolgsfaktoren Ihrer Meinung nach bei Ihrem Arbeitgeber, und wie erfolgreich ist er, diese umzusetzen? Studententeilnehmende Gesamt (N=511-530), Mittelwerte



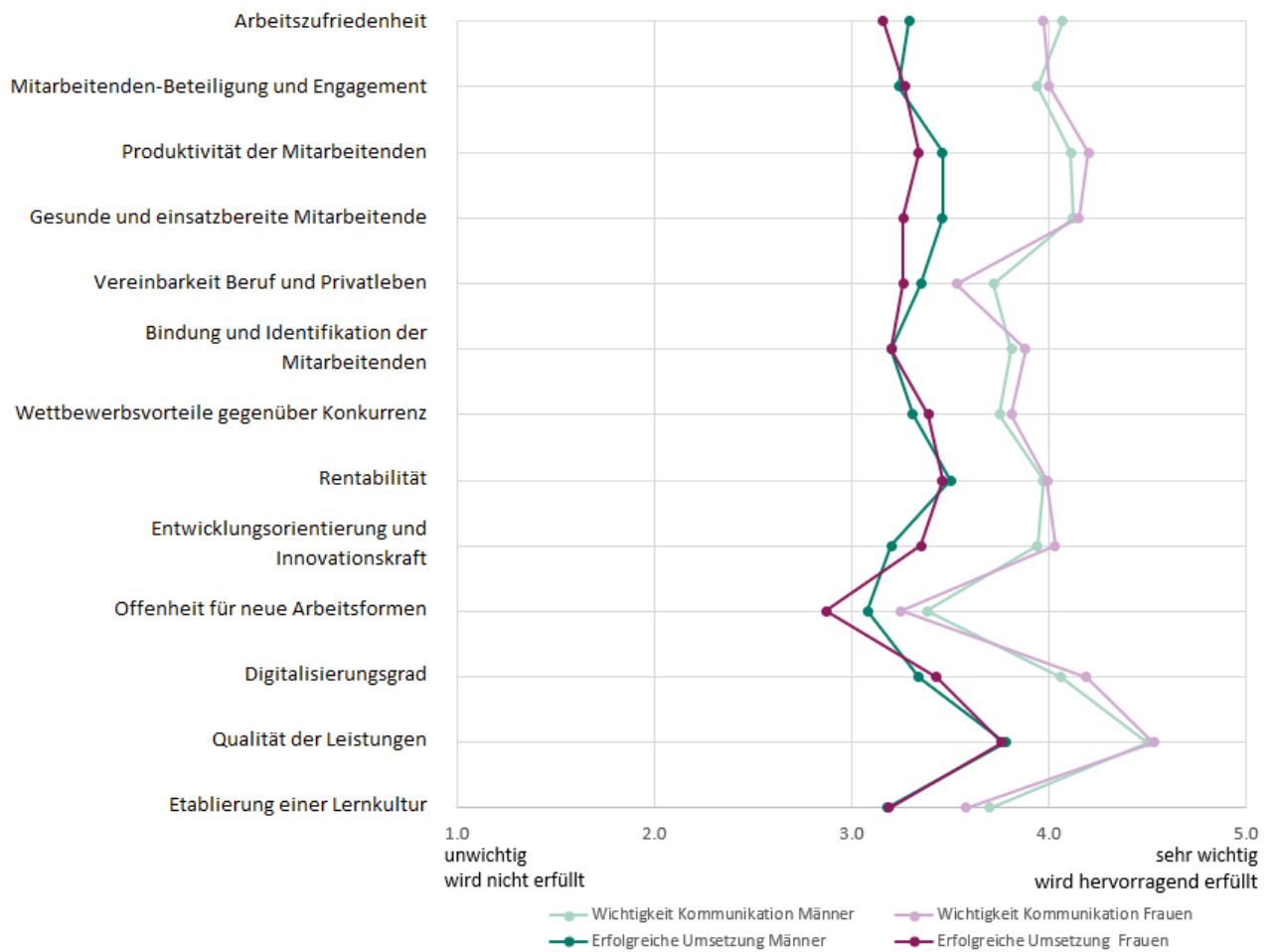


Abbildung 27 Frage: Als wie wichtig wird der Faktor beim Arbeitgeber kommuniziert? Männer (N=269-278) und Frauen (N=236-245) und Frage: Wie erfolgreich ist der Arbeitgeber, den Faktor umzusetzen? Männer (N=271-278) und Frauen (N=233-245), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)

## 7. Einschätzung zur eigenen Arbeit

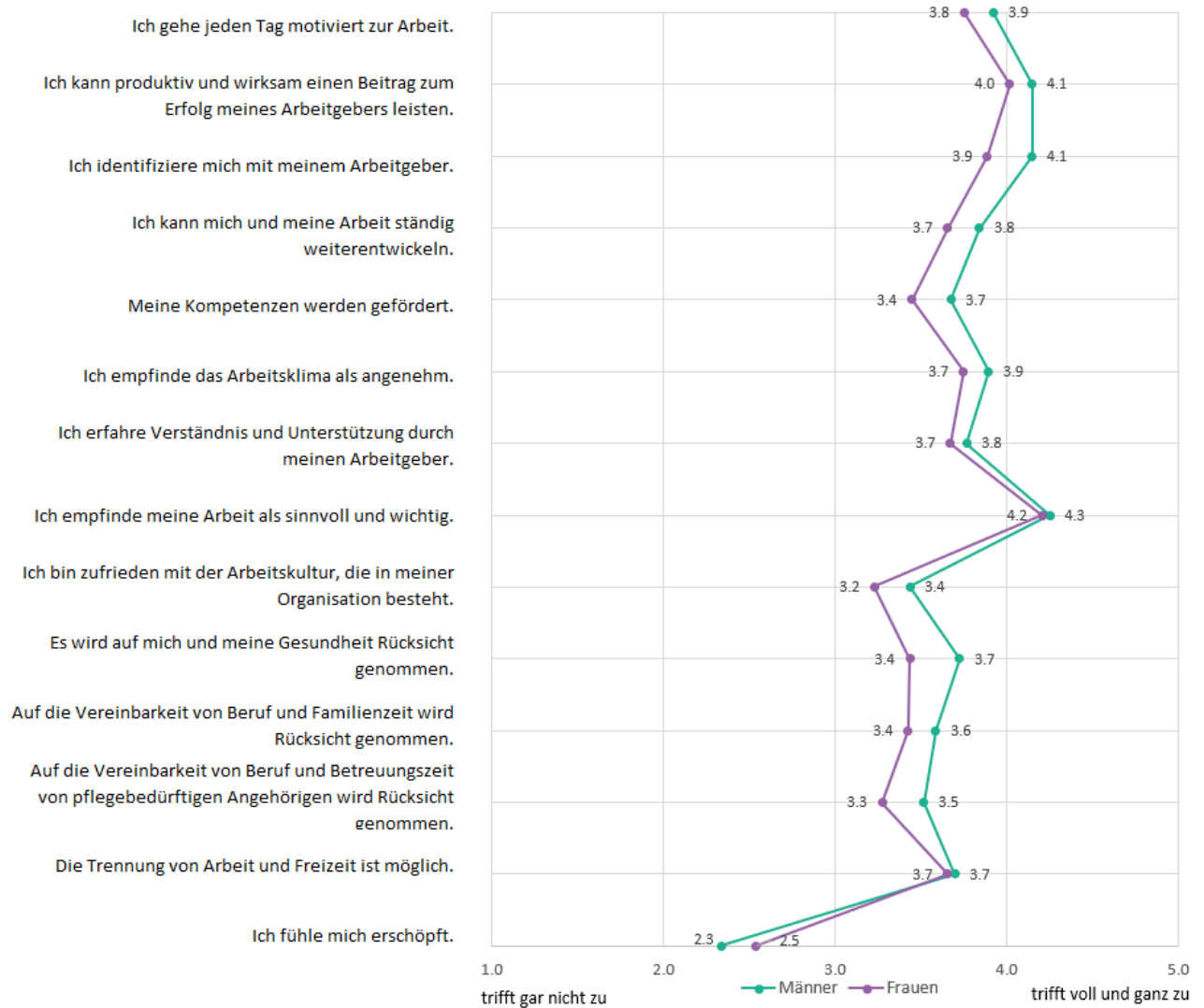


Abbildung 28 Frage: Bitte beurteilen Sie, inwieweit folgende Aussagen für Sie zutreffen. Männer (N=270-281) und Frauen (N=238-249), Mittelwerte

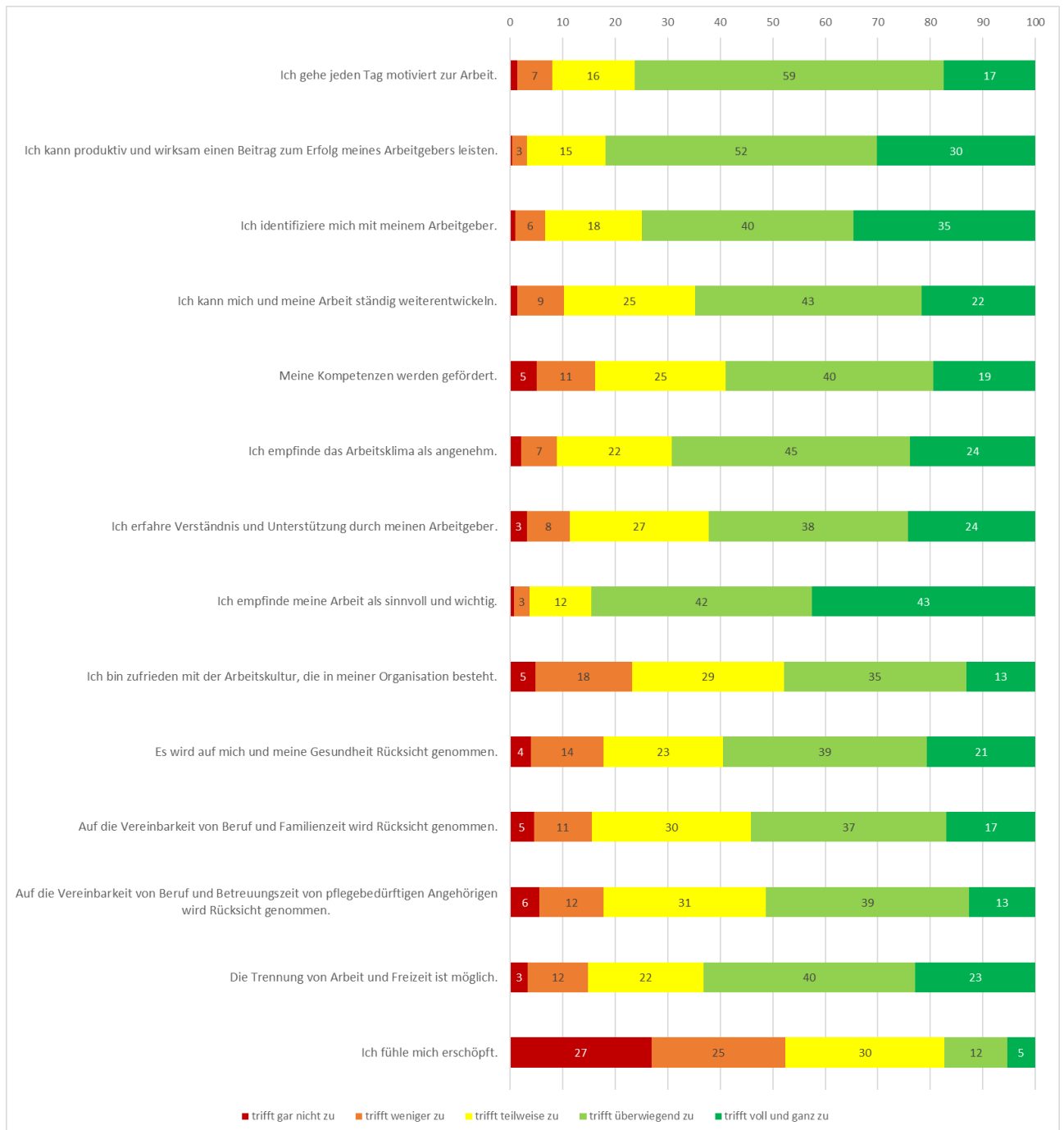


Abbildung 29 Frage: Bitte beurteilen Sie, inwieweit folgende Aussagen für Sie zutreffen. Studententeilnehmende Gesamt (N=517-539), Angaben in Prozent

## 8. Massnahmen zur Förderung der Arbeits- und Unternehmenskultur

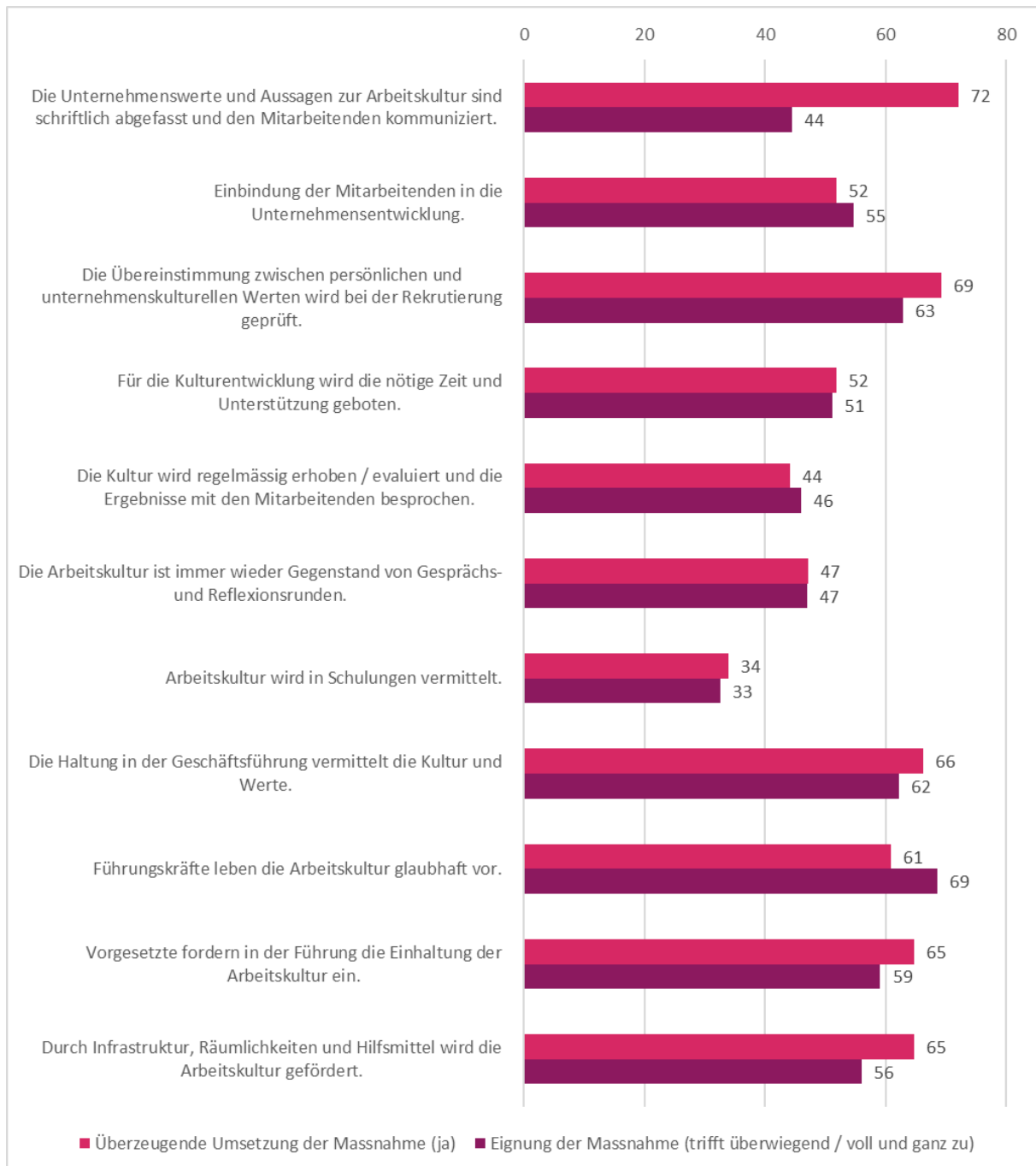


Abbildung 30 Fragen: Wird diese Massnahme in der Organisation überzeugend umgesetzt? (ja/nein) Studierende Gesamt (N=504-520) Ist die Massnahme geeignet, um eine gemeinsame Kultur in Ihrem Unternehmen zu fördern? (1=trifft gar nicht zu – 5=trifft voll und ganz zu) Studierende Gesamt (N=498-518), Angaben in Prozent

## 8.1 Überzeugende Umsetzung der Massnahmen nach Geschlecht

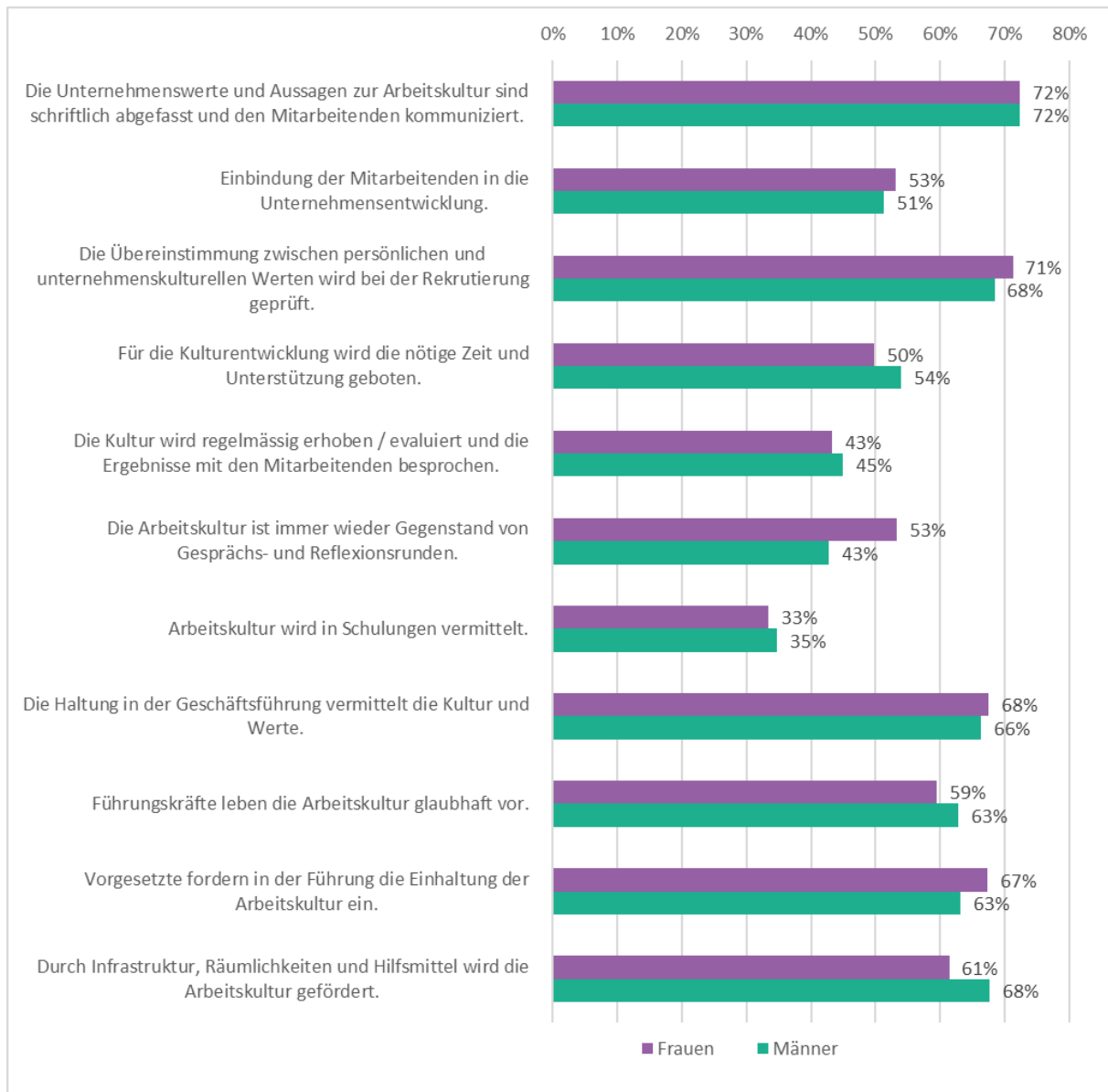


Abbildung 31 Frage: Wird diese Massnahme in der Organisation überzeugend umgesetzt? Männer (N=266-273) und Frauen (N=231-242), Antwort: «ja», Angaben in Prozent

## 8.2 Eignung der Massnahmen nach Geschlecht

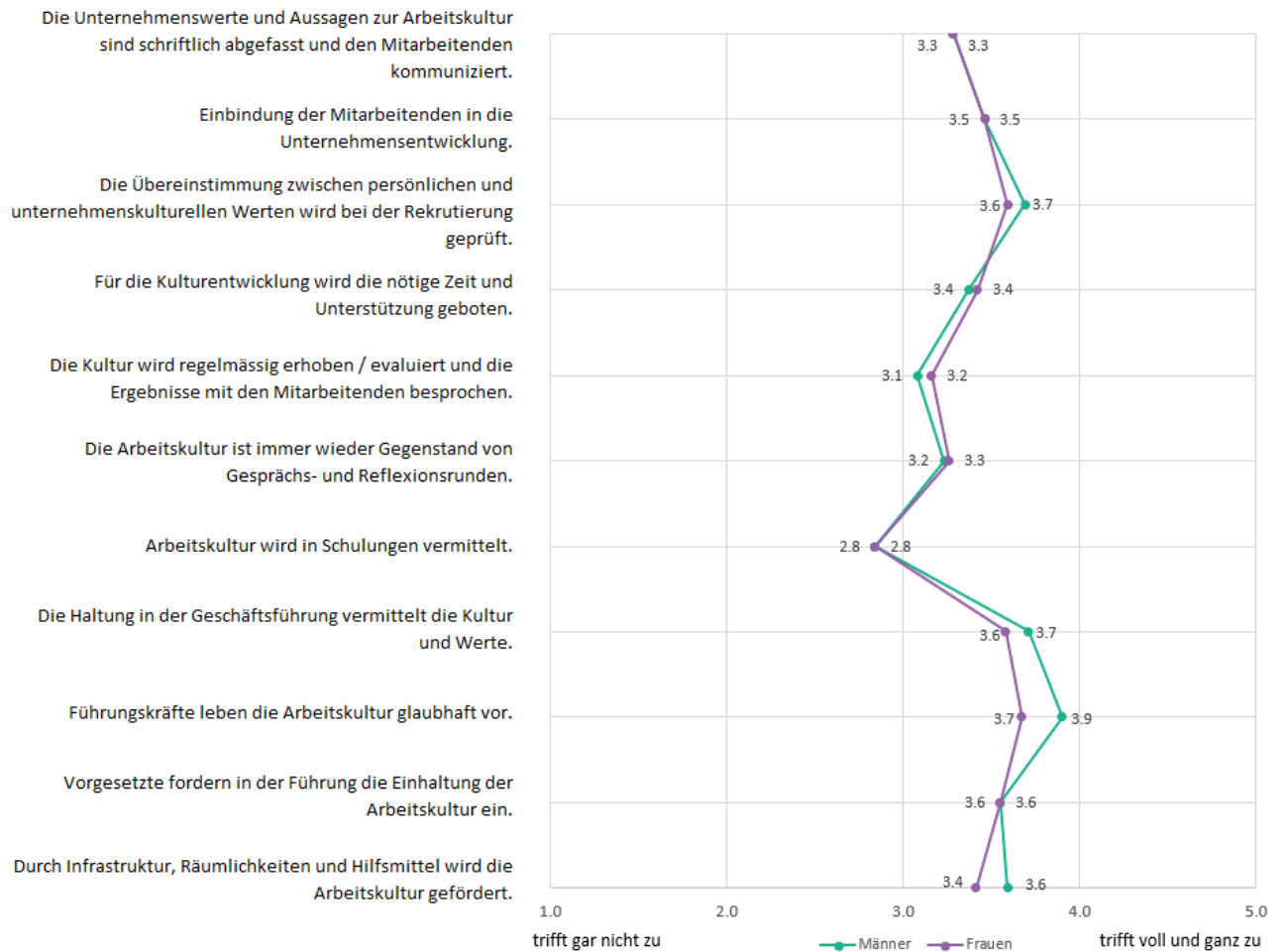


Abbildung 32 Frage: Ist die Massnahme geeignet, um eine gemeinsame Kultur in Ihrem Unternehmen zu fördern?  
Männer (N=263-373) und Frauen (N=229-240), Mittelwerte

## 9. Räumlichkeiten und Services

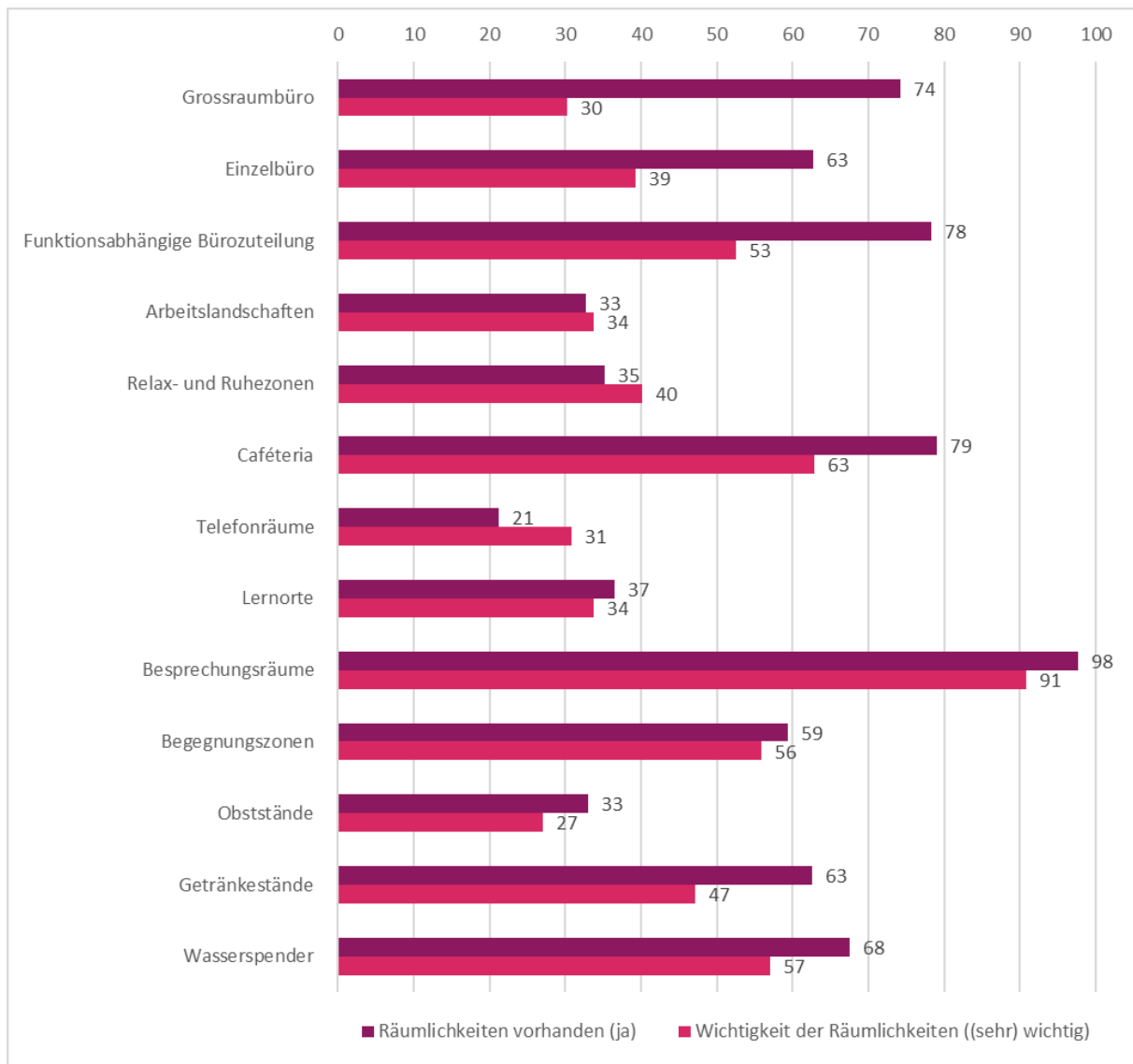


Abbildung 33 Frage: Sind diese Räumlichkeiten in Ihrer Organisation vorhanden? (ja/nein) Studententeilnehmende Gesamt (N=520-529), Frage: Ist dies für Sie im Rahmen Ihrer Tätigkeitsausübung wichtig? (1=unwichtig – 5=sehr wichtig) Studententeilnehmende Gesamt (N=512-526), Angaben in Prozent

## 9.1 Vorhandene Räumlichkeiten und Services nach Geschlecht

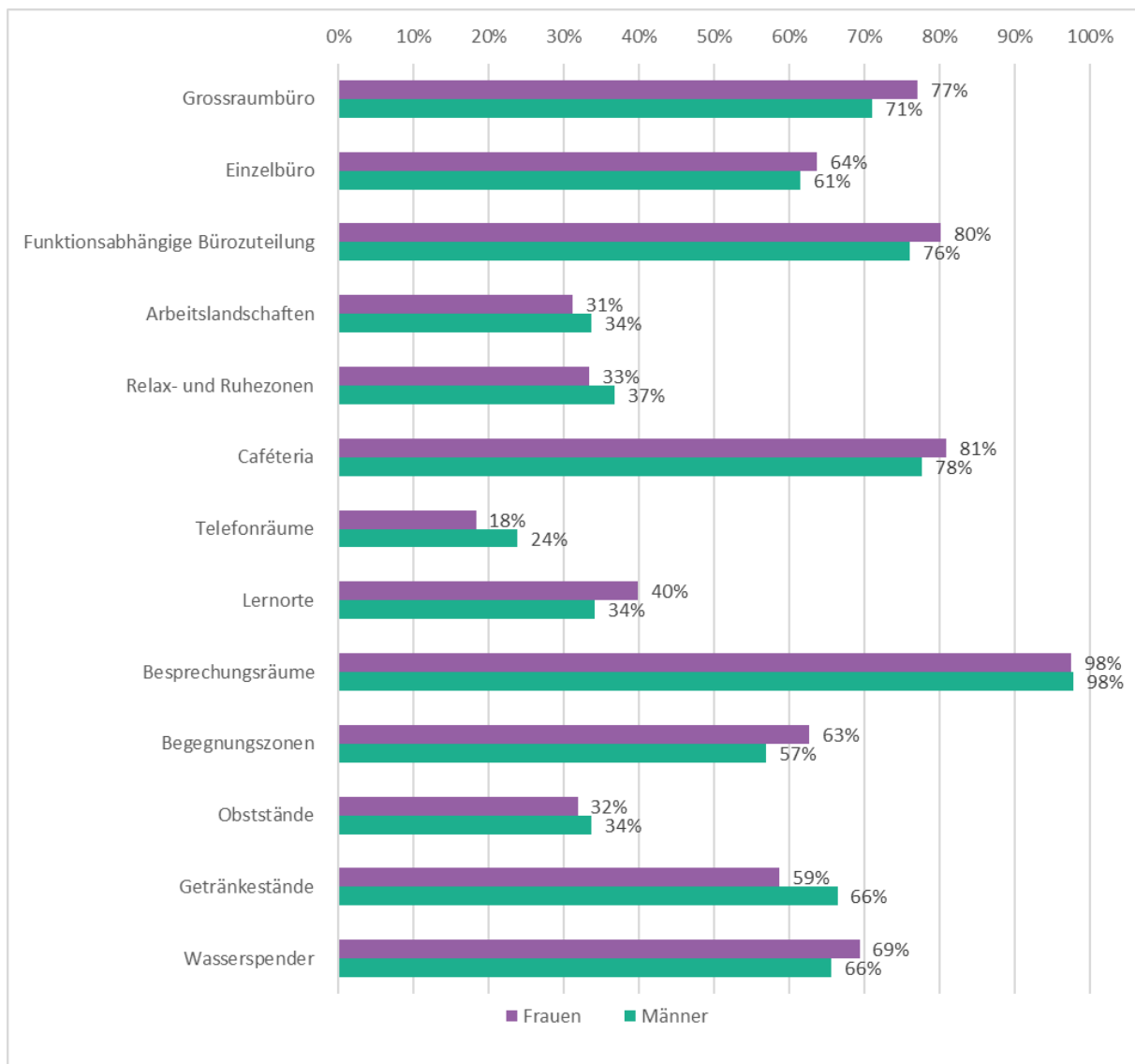


Abbildung 34 Frage: Sind diese Räumlichkeiten in Ihrer Organisation vorhanden? Männer (N=270-275) und Frauen (N=241-248), Antwort: «ja», Angaben in Prozent



## 9.2 Wichtigkeit der Räumlichkeiten und Services nach Geschlecht

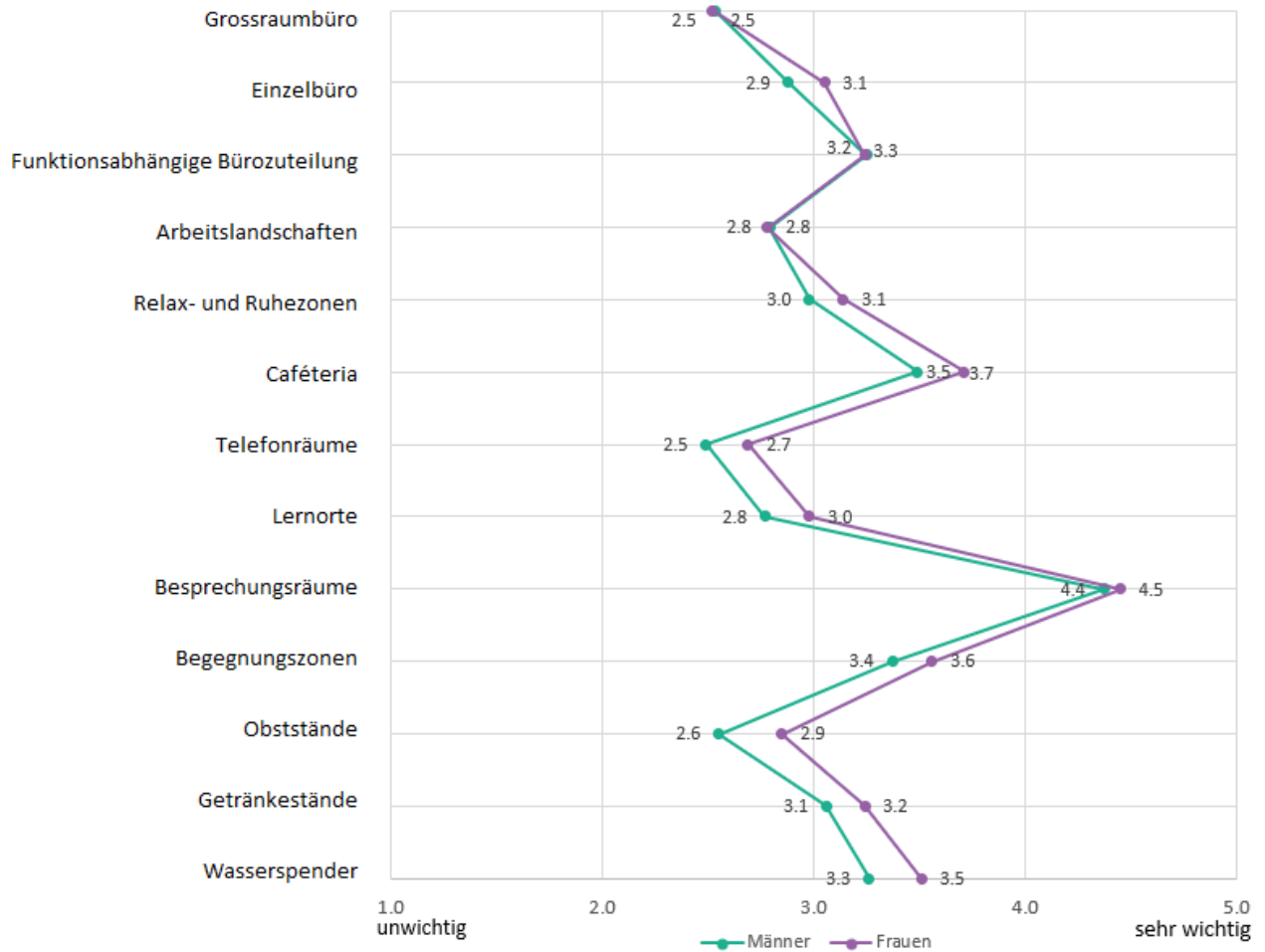


Abbildung 35 Frage: Ist dies für Sie im Rahmen Ihrer Tätigkeitsausübung wichtig? Männer (N=267-273) und Frauen (N=239-247), Mittelwerte


## 10. Die Ergebnisse nach Branche und Geschlecht


Die folgenden Tabellen zeigen die Mittelwerte (MW) von Frauen und Männern nach Branche zu den jeweiligen Items sowie die Differenzen (Diff.) zwischen den Mittelwerten. Achtung: Bei den Differenzen können kleine Rundungsfehler (+/-0.1) auftreten.

### 10.1 Subjektive Wichtigkeit der Arbeitswerte

Wirtschafts- zweig	Gender		Wichtigkeit: Sorgenfrei von der Arbeit leben können	Wichtigkeit: In einer starken Solidar- gemeinschaf- t arbeiten	Wichtigkeit: Den Wohlstand hart erarbeiten	Wichtigkeit: Engagiert Höchst- leistungen erzielen	Wichtigkeit: Selbstver- wirklichung in der Arbeit	Wichtigkeit: Balance zwischen Arbeit und Leben finden	Wichtigkeit: Sinn ausserhalb der Arbeit suchen
Öffentliche Verwaltung	weiblich	MW	4.3	4.5	3.7	3.8	4.2	4.2	4.2
		N	29	29	29	29	27	29	29
	männlich	MW	4.3	4.1	3.8	3.8	4.3	4.0	3.7
		N	45	44	45	45	45	45	45
	Diff.	-0.0	0.3	-0.1	0.0	-0.1	0.2	0.5	
Gesundheits- berufe	weiblich	MW	4.4	4.6	3.9	3.9	4.4	4.3	4.1
		N	57	57	57	57	56	57	57
	männlich	MW	4.5	4.3	3.5	3.9	4.4	4.3	4.2
		N	22	22	21	22	21	21	22
	Diff.	-0.0	0.3	0.4	0.1	0.0	0.0	-0.0	
Bildung und Forschung	weiblich	MW	4.6	4.4	3.7	3.6	4.7	4.4	4.2
		N	28	28	28	28	26	28	28
	männlich*	MW	3.9	4.0	2.9	3.5	4.2	4.4	4.3
		N	18	18	18	18	17	18	18
	Diff.	0.7	0.4	0.8	0.1	0.4	-0.0	-0.1	
Finanzen, Versiche- rungen, Immobilien	weiblich	MW	4.6	4.4	3.8	3.9	4.4	4.5	4.2
		N	45	45	45	45	45	45	44
	männlich	MW	4.4	4.4	4.1	4.1	4.4	4.0	3.9
		N	76	76	75	73	76	75	76
	Diff.	0.2	0.0	-0.3	-0.2	-0.0	0.5	0.3	
Dienst- leistungen	weiblich	MW	4.5	4.4	3.7	3.9	4.3	4.5	4.4
		N	30	30	30	30	29	30	30
	männlich	MW	4.3	4.3	3.9	3.9	4.5	4.3	3.6
		N	35	35	35	35	35	35	35
	Diff.	0.2	0.1	-0.2	-0.0	-0.1	0.2	0.7	
Industrie	weiblich*	MW	3.9	4.2	3.9	3.9	4.5	4.3	3.9
		N	18	18	18	18	18	18	18
	männlich	MW	4.4	4.6	4.0	4.2	4.7	4.3	3.9
		N	33	33	32	33	32	33	33
	Diff.	-0.4	-0.5	-0.0	-0.2	-0.2	-0.0	-0.0	
Soziale Arbeit	weiblich	MW	4.2	4.1	3.3	3.2	4.1	4.3	3.9
		N	22	22	22	22	22	22	22
	männlich	MW	4.5	4.4	3.2	3.4	4.2	4.4	4.3
		N	21	21	21	21	21	21	21
	Diff.	-0.3	-0.3	0.1	-0.2	-0.1	-0.1	-0.4	

Abbildung 36 Frage: Wie wichtig sind Ihnen diese Werte? Skala: 1=gar nicht wichtig – 5=sehr wichtig, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer



 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer

\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation

## 10.2 Beim Arbeitgeber gelebte Werte

Wirtschafts- zweig	Gender		Arbeitgeber: Sorgenfrei von der Arbeit leben können	Arbeitgeber: In einer starken Solidarge- meinschaft arbeiten	Arbeitgeber: Den Wohlstand hart erarbeiten	Arbeitgeber: Engagiert Höchst- leistungen erzielen	Arbeitgeber: Selbstver- wirklichung in der Arbeit	Arbeitgeber: Balance zwischen Arbeit und Leben finden	Arbeitgeber: Sinn ausserhalb der Arbeit suchen
Öffentliche Verwaltung	weiblich	MW	3.8	3.8	3.2	3.2	3.4	3.2	3.0
		N	28	29	29	28	28	29	29
	männlich	MW	3.6	3.5	3.1	2.9	3.3	3.0	2.7
		N	45	44	45	45	45	45	45
	Diff.	0.2	0.3	0.1	0.3	0.0	0.3	0.3	
Gesundheits- berufe	weiblich	MW	3.2	3.4	3.2	3.5	3.2	2.7	2.8
		N	57	57	57	57	56	57	57
	männlich	MW	3.3	3.4	3.2	3.7	3.8	3.2	3.0
		N	22	22	21	21	22	21	22
	Diff.	-0.1	0.0	0.0	-0.1	-0.5	-0.5	-0.2	
Bildung und Forschung	weiblich	MW	3.3	3.3	3.3	3.3	3.5	3.0	2.9
		N	28	28	28	27	27	28	27
	männlich*	MW	3.6	3.5	2.7	2.9	3.8	3.7	2.8
		N	18	18	18	18	17	18	18
	Diff.	-0.3	-0.2	0.5	0.4	-0.3	-0.7	0.0	
Finanzen, Versiche- rungen, Immobilien	weiblich	MW	3.7	3.5	3.6	3.9	3.6	3.3	3.1
		N	45	45	45	45	45	45	45
	männlich	MW	3.2	3.4	3.9	4.0	3.7	3.2	3.0
		N	76	75	74	74	76	75	74
	Diff.	0.5	0.1	-0.2	-0.1	-0.1	0.2	0.1	
Dienst- leistungen	weiblich	MW	3.2	3.5	3.2	3.3	3.3	3.2	3.1
		N	30	30	30	30	29	30	30
	männlich	MW	3.6	3.7	3.3	3.5	3.5	3.5	2.9
		N	35	35	35	35	35	35	35
	Diff.	-0.3	-0.2	-0.1	-0.2	-0.1	-0.3	0.2	
Industrie	weiblich*	MW	3.6	3.4	3.7	3.6	3.6	2.9	2.9
		N	18	18	18	18	18	18	18
	männlich	MW	3.4	3.4	3.7	3.7	3.5	2.9	2.7
		N	33	33	32	32	32	33	33
	Diff.	0.3	-0.0	0.1	-0.2	0.1	-	0.2	
Soziale Arbeit	weiblich	MW	3.5	3.3	3.3	3.3	3.5	3.1	3.1
		N	22	22	22	22	22	22	22
	männlich	MW	3.5	3.4	3.1	2.8	3.3	3.3	3.2
		N	21	21	21	21	21	21	21
	Diff.	-0.0	-0.1	0.1	0.6	0.1	-0.2	-0.1	

Abbildung 37 Frage: Wie ausgeprägt werden diese Werte bei Ihrem Arbeitgeber gelebt? Skala: 1=gar nicht ausgeprägt – 5=sehr stark ausgeprägt, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

-  Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer
-  Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer
- \* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation

## 10.3 Arbeitskultur im Unternehmen

### 10.3.1 Wahrgenommene und gewünschte Arbeitskultur im Vergleich

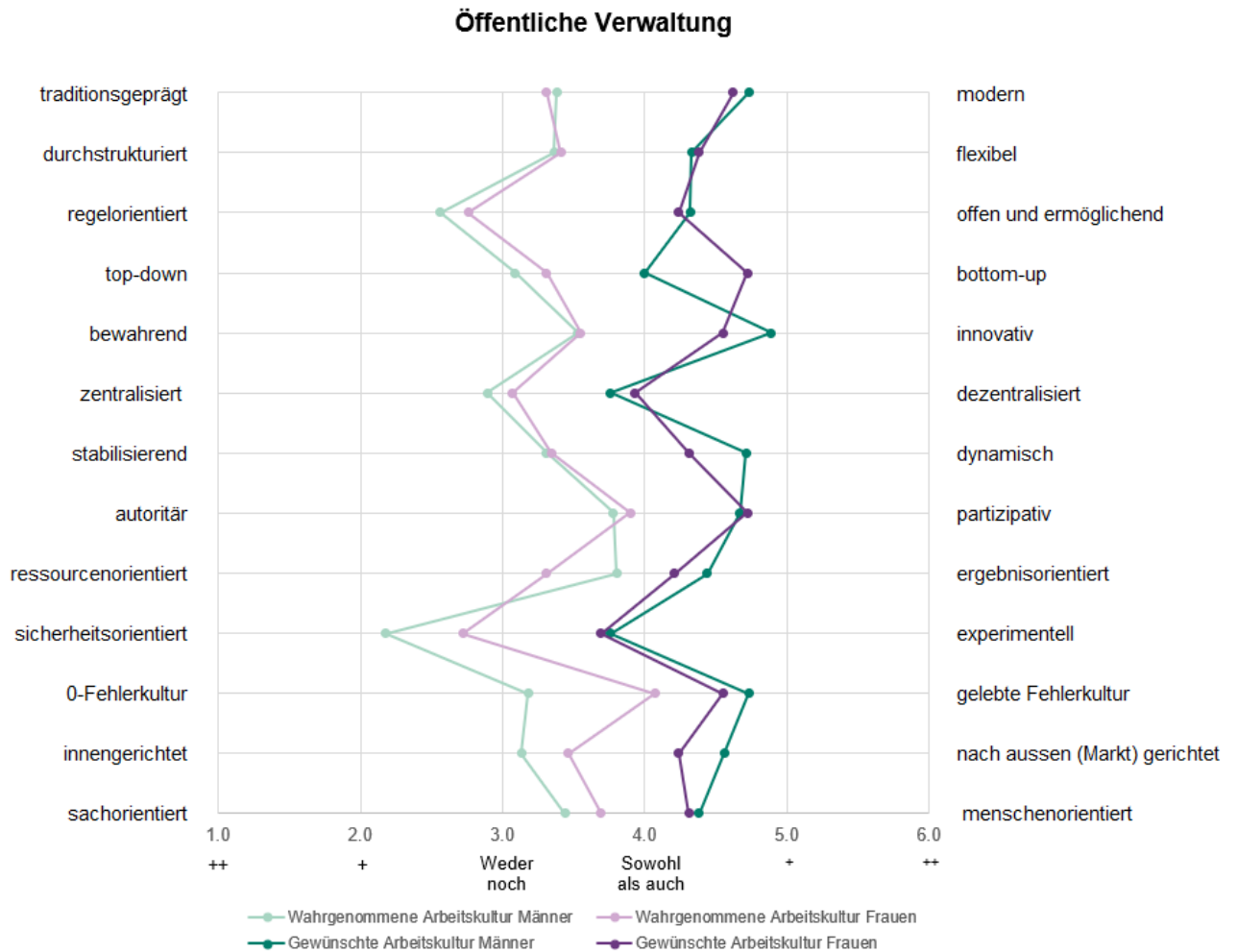


Abbildung 38 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wahr? Öffentliche Verwaltung: Männer (N=45) und Frauen (N=28-29) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=44-45) und Frauen (N=29), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)

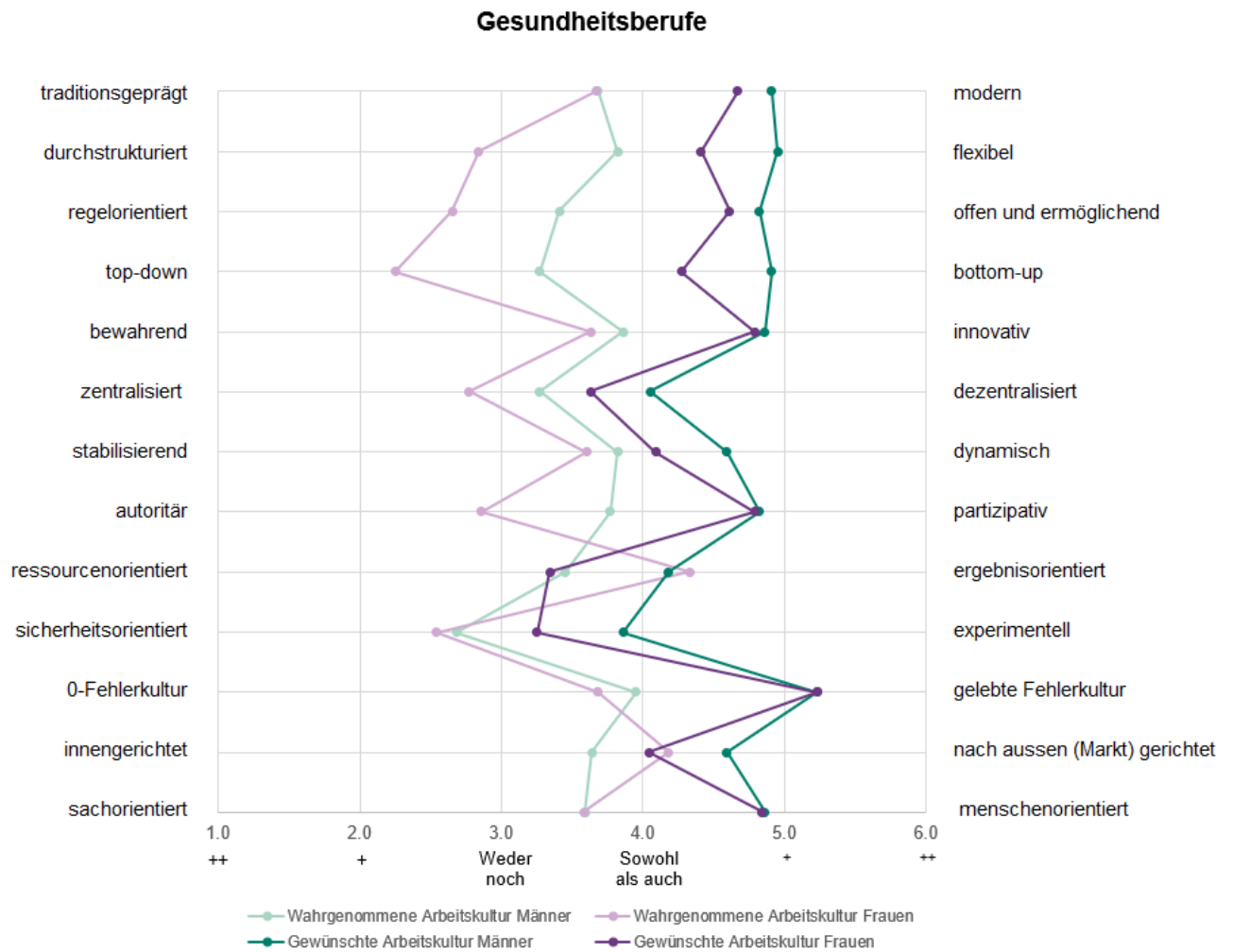


Abbildung 39 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wahr? Gesundheitsberufe: Männer (N=22) und Frauen (N=57) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=22) und Frauen (N=54-57), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)

### Bildung und Forschung

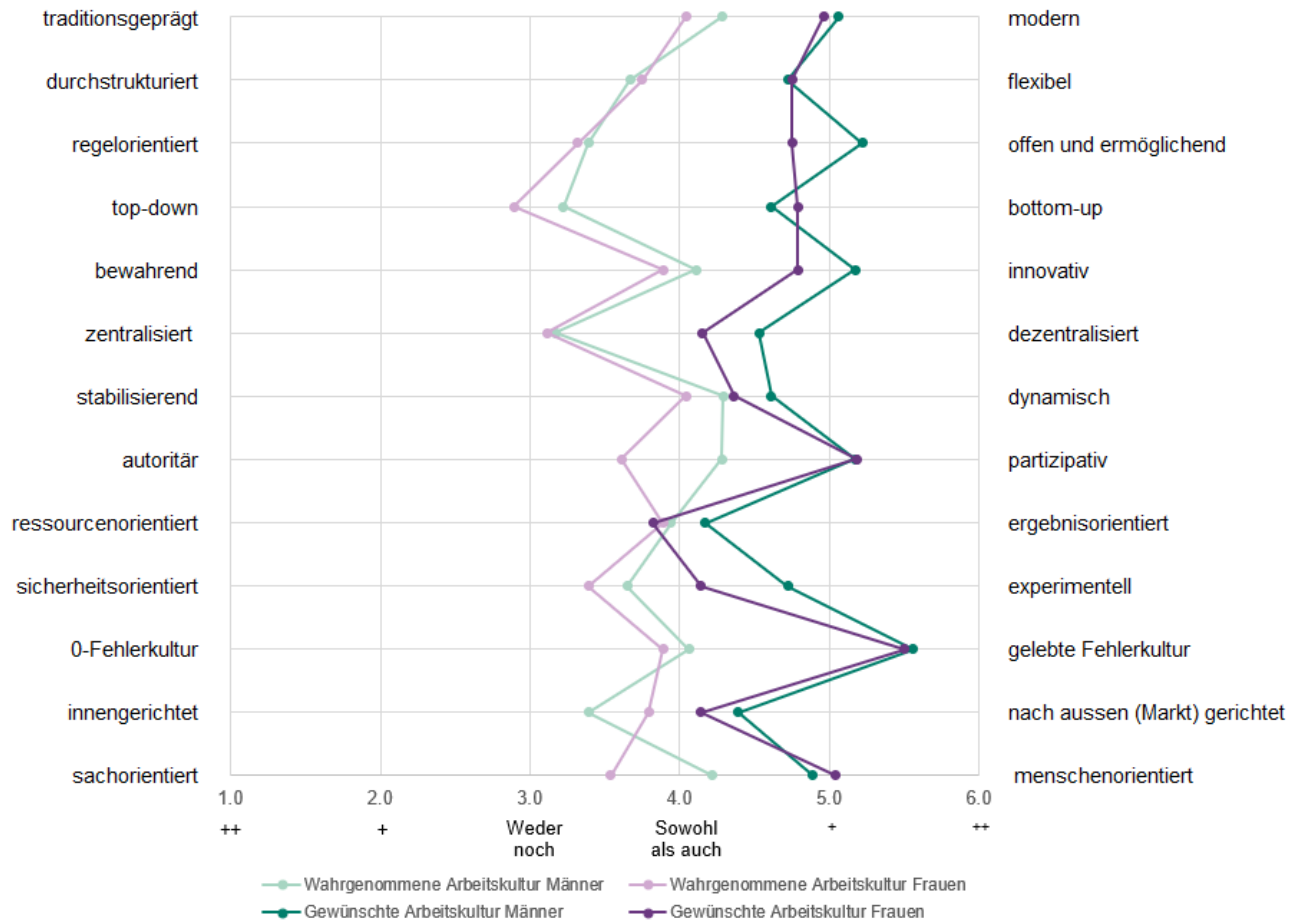


Abbildung 40 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wahr? Bildung und Forschung: Männer (N=17-18\*) und Frauen (N=28) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=17-18\*) und Frauen (N=27-28), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben), \*Achtung: N<20 bei Männern, bitte Vorsicht bei der Interpretation

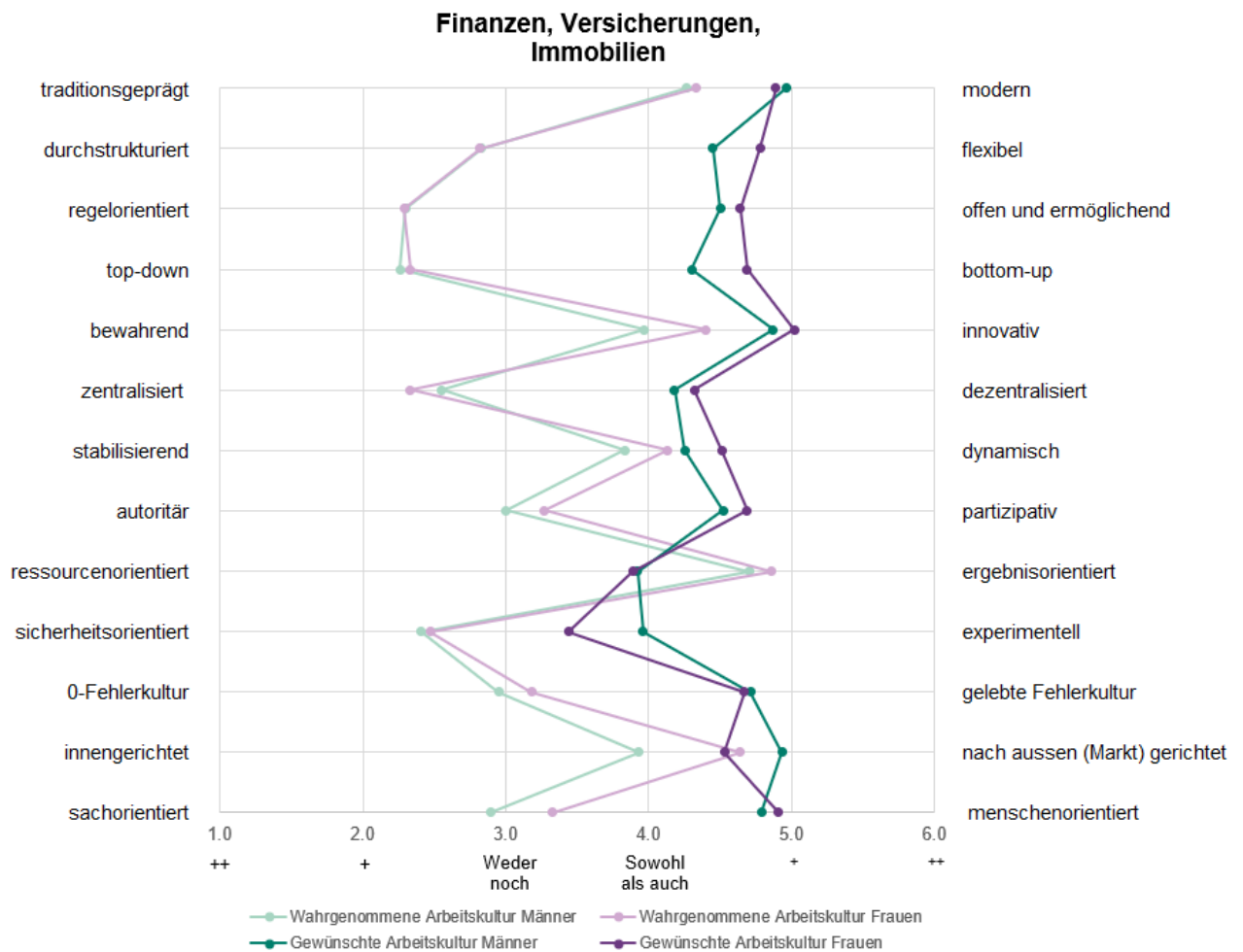


Abbildung 41 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wahr? Finanzen, Versicherungen, Immobilien: Männer (N=74-76) und Frauen (N=44-45) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=75-76) und Frauen (N=44-45), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)

### Dienstleistungen

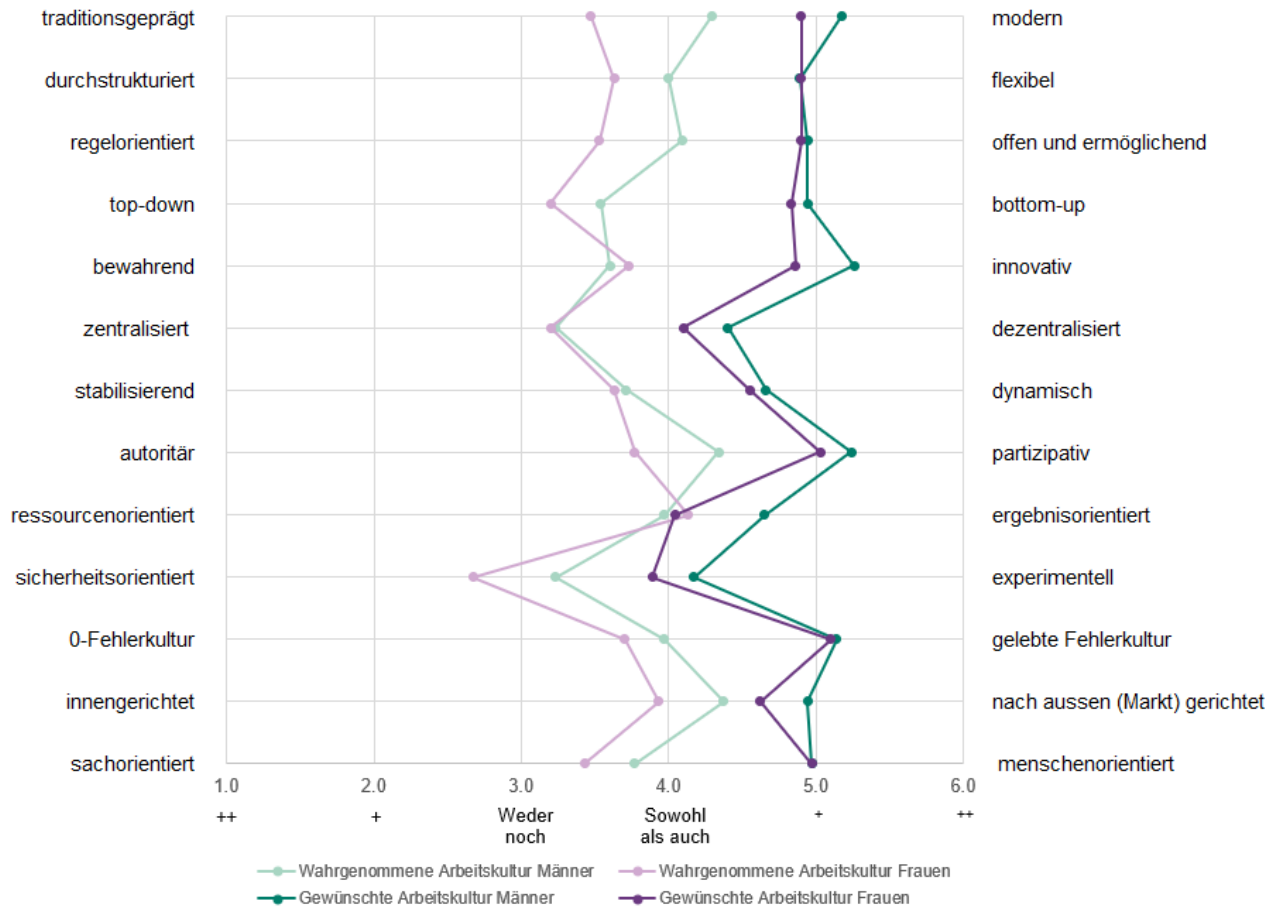


Abbildung 42 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wahr? Dienstleistungen: Männer (N=35) und Frauen (N=30) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=34-35) und Frauen (N=28-29), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)



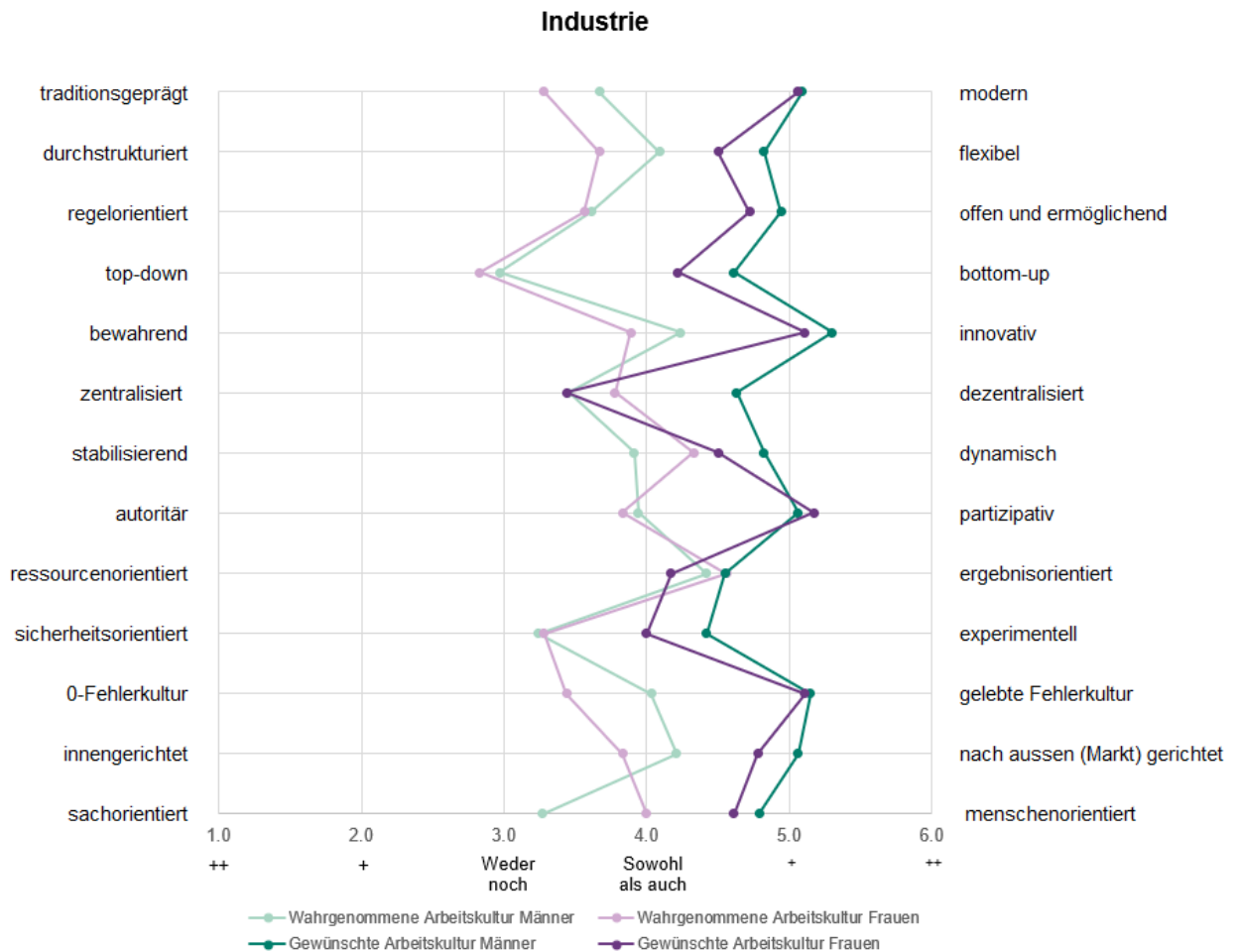


Abbildung 43 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wahr? Industrie: Männer (N=33) und Frauen (N=18\*) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskultur in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=32-33) und Frauen (N=16-18\*), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben), \*Achtung: N<20 bei Frauen, bitte Vorsicht bei der Interpretation

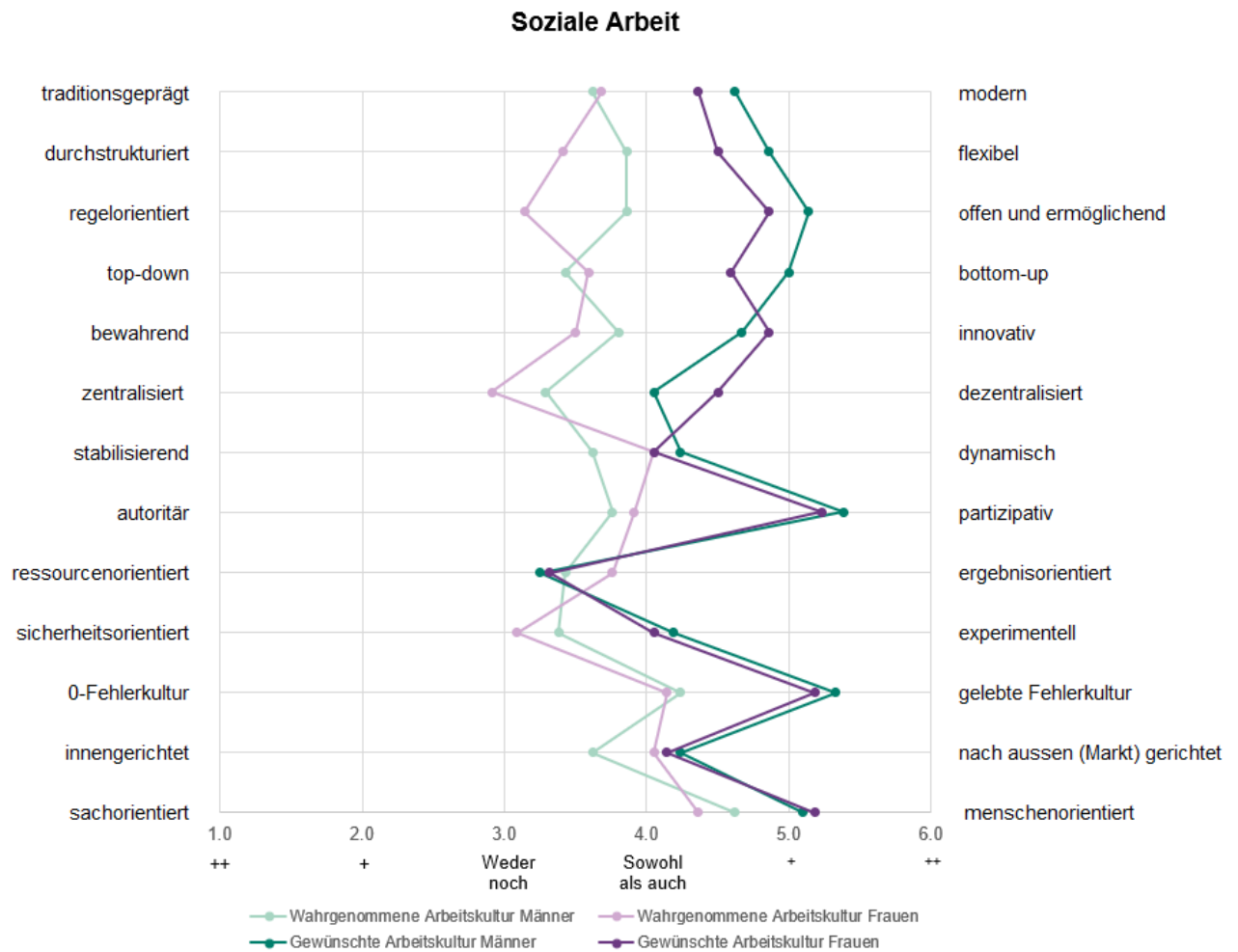



Abbildung 44 Frage: Wie nehmen Sie die heutige Arbeitskult. in Ihrem Unternehmen wahr? Soziale Arbeit: Männer (N=20-21) und Frauen (N=21-22) und Frage: Wie würden Sie sich die künftige Arbeitskult. in Ihrem Unternehmen wünschen? Männer (N=20-21) und Frauen (N=22), Mittelwerte (die Werte werden zur besseren Übersichtlichkeit nicht einzeln ausgegeben)


### 10.3.2 Einschätzung der Arbeitskultur

Unsere Arbeitskultur ist geprägt von...

Wirtschafts- zweig	Gender		Kollegialität, Bindung Zugehörigkeit, Zusammenar- beit, Vertrauen und Unter- stützung	Innovation, Kreativität, sinnhafte Aufgaben, Vielseitigkeit und Selbst- ständigkeit	klare Ziele, Kompetenz, Wettbewerb und Leistung	klare Rollen und Regeln, reibungslosen Abläufen, und einem Effizienz- denken
Öffentliche Verwaltung	weiblich	MW	3.9	3.2	2.8	3.5
		N	29	29	29	29
	männlich	MW	3.6	3.0	2.7	3.3
		N	44	45	45	45
	Diff.	0.3	0.2	0.1	0.2	
Gesundheits- berufe	weiblich	MW	3.4	3.1	3.3	3.3
		N	57	57	57	57
	männlich	MW	3.5	3.3	3.3	3.6
		N	22	22	22	22
	Diff.	-0.1	-0.3	0.1	-0.3	
Bildung und Forschung	weiblich	MW	3.3	3.2	3.3	2.9
		N	28	28	28	28
	männlich*	MW	3.3	3.6	2.8	2.9
		N	17	18	18	18
	Diff.	-	-0.4	0.5	-0.1	
Finanzen, Versiche- rungen, Immobilien	weiblich	MW	3.5	3.2	4.1	3.7
		N	45	45	45	45
	männlich	MW	3.4	3.0	4.4	3.6
		N	76	76	76	76
	Diff.	0.1	0.2	-0.2	0.1	
Dienst- leistungen	weiblich	MW	3.8	2.9	3.4	3.3
		N	30	30	30	30
	männlich	MW	3.6	3.4	3.7	3.1
		N	35	35	35	35
	Diff.	0.1	-0.4	-0.3	0.2	
Industrie	weiblich*	MW	3.3	3.3	3.6	2.9
		N	18	18	18	18
	männlich	MW	3.7	3.5	3.6	3.4
		N	33	33	33	33
	Diff.	-0.4	-0.2	-0.0	-0.5	
Soziale Arbeit	weiblich	MW	3.6	3.5	2.9	3.0
		N	22	22	22	22
	männlich	MW	3.5	3.5	3.1	3.0
		N	21	21	21	21
	Diff.	0.0	-0.0	-0.2	0.0	

Abbildung 45 Frage: Wie sehr treffen folgende Kulturbeschreibungen auf Ihren Arbeitgeber zu? Skala: 1=trifft gar nicht zu – 5=trifft voll und ganz zu, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer

\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation

## 10.4 Einschätzung zur Führungskultur in Organisation

Wirtschaftszweig	Gender	Meine Führungskraft versteht sich als Coach.	Meine vorgesetzte Person nimmt auf besondere Situationen/Lebensphasen von mir Rücksicht.	Meine vorgesetzte Person nimmt auf besondere Situationen/Lebensphasen von KollegInnen Rücksicht.	Meine vorgesetzte Person ermöglicht mir MitarbeiterInnen den meisten.	Meine vorgesetzte Person führt gute KollegInnen für mich ein.	Meine vorgesetzte Person ist für mich ein guter Kollege/eine gute Kollegin.	Meine vorgesetzte Person ist ein Vorbild für mich.	Meine vorgesetzte Person versteht sich als Teil des Teams und steht nicht über dem Team.	Meine vorgesetzte Person führt leistungsorientiert.	Meine vorgesetzte Person gibt mir Zeit, Neues zu erlernen.	Bei uns wird die Führung im Team je nach Kompetenzen aufgeteilt.	Bei uns ist Co-Führung möglich.	Ich erlebe die Führung bei meinem Arbeitgeber als inspirierend.	Ich erlebe die Führung in unserer Unternehmung als faire.
Öffentliche Verwaltung	weiblich	3.5	3.8	3.8	3.9	2.0	3.6	3.1	3.8	3.4	3.7	3.2	2.6	2.9	2.2
	N	28	28	28	29	28	29	28	29	29	28	29	28	29	28
	männlich	2.7	3.8	3.8	3.5	2.2	3.3	2.9	3.2	3.2	2.7	2.1	2.8	2.4	2.4
	N	45	45	45	45	45	44	45	45	45	45	45	45	44	45
Gesundheitsberufe	weiblich	0.7	-0.0	-0.0	0.4	-0.2	0.3	0.2	0.7	0.5	-0.1	0.5	0.5	0.2	-0.2
	N	3.3	3.3	3.4	3.3	2.9	2.7	2.9	3.0	3.5	3.4	3.0	2.5	2.7	2.0
	männlich	5.7	5.7	5.7	5.7	5.6	5.6	5.7	5.7	5.7	5.7	5.5	5.7	5.7	5.7
	N	3.5	4.1	3.9	3.6	2.5	3.1	3.2	3.2	3.5	3.8	3.2	3.0	3.2	2.4
Bildung und Forschung	weiblich	3.2	-0.2	-0.7	-0.5	0.5	-0.4	-0.3	-0.5	-0.3	-0.4	-0.3	-0.5	-0.6	-0.5
	N	2.8	2.8	2.7	2.8	2.6	3.1	3.0	3.1	3.4	3.5	2.6	3.3	2.7	2.3
	männlich*	3.3	4.0	3.9	3.8	1.8	3.2	2.7	3.3	2.8	3.7	2.8	3.8	3.1	2.4
	N	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	17
Finanzen, Versicherungen, Immobilien	weiblich	-0.2	-0.1	0.1	-0.2	0.9	-0.1	0.4	-0.1	0.6	-0.2	-0.1	-0.5	-0.4	-0.2
	N	3.7	3.9	4.0	3.8	2.8	3.3	3.5	3.7	3.9	3.9	2.8	2.4	2.9	2.1
	männlich	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5	4.4	4.5	4.5	4.4
	N	3.8	4.0	4.0	3.9	2.9	3.6	3.6	3.6	3.8	4.1	3.9	3.2	2.3	2.1
Dienstleistungen	weiblich	76	74	76	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	75
	N	-0.1	-0.1	0.1	-0.1	-0.1	-0.3	-0.1	-0.1	-0.2	0.1	-0.3	0.2	-0.4	-0.0
	männlich	3.3	3.6	3.6	3.7	2.3	3.1	2.8	2.8	3.3	3.6	4.0	2.8	2.4	2.7
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Industrie	weiblich*	3.3	3.9	3.7	3.7	2.3	3.3	3.3	3.5	3.8	3.7	3.3	3.2	3.1	2.5
	N	35	35	35	34	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	männlich	-0.0	-0.3	-0.1	-0.1	0.0	-0.2	-0.5	-0.2	-0.2	-0.2	-0.5	-0.8	-0.3	0.2
	N	3.0	3.6	3.7	3.6	2.4	2.8	2.8	3.1	3.5	3.6	2.9	2.0	2.7	2.2
Soziale Arbeit	weiblich	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	N	3.6	3.8	3.6	3.7	2.3	3.3	3.2	3.4	3.5	3.6	3.1	2.3	3.0	2.2
	männlich	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3
	N	-0.6	-0.2	0.0	-0.1	0.1	-0.5	-0.4	-0.3	-0.3	-0.0	0.0	-0.2	-0.3	0.0
Soziale Arbeit	weiblich	3.4	4.1	4.1	3.9	2.3	3.2	3.3	3.4	3.1	3.8	3.3	2.9	3.1	2.3
	N	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
	männlich	3.1	3.8	3.9	3.7	2.4	2.9	3.1	3.5	3.2	4.0	3.1	2.2	3.2	1.9
	N	21	21	21	21	19	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Soziale Arbeit	weiblich	0.2	0.2	0.2	0.2	-0.1	0.3	0.2	-0.1	-0.1	-0.2	0.2	0.7	-0.1	0.4
	N	0.2	0.2	0.2	0.2	-0.1	0.3	0.2	-0.1	-0.1	-0.2	0.2	0.7	-0.1	0.4

Abbildung 46 Frage: Wie gestaltet sich die Führungskultur in Ihrer Organisation? Skala: 1=trifft gar nicht zu – 5=trifft voll und ganz zu, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer  
 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer

\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation



Items, bei denen es keine grösseren Unterschiede zwischen Frauen und Männern pro Branche gibt, wurden zur besseren Übersichtlichkeit weggelassen.

## 10.5 Erfolgsfaktoren Arbeitgeber

### 10.5.1 Erfolgsfaktoren: Wichtigkeit der Kommunikation

Wirtschaftszweig	Gender	Arbeitszufriedenheit (Wichtigkeit Kommunikation)	Mitarbeiterbeteiligung und Engagement (Wichtigkeit Kommunikation)	Produktivität der Mitarbeitenden (Wichtigkeit Kommunikation)	Gesunde und einsatzbereite Mitarbeitende (Wichtigkeit Kommunikation)	Vereinbarkeit Beruf und Privatleben (Wichtigkeit Kommunikation)	Bindung und Identifikation der Mitarbeitenden (Wichtigkeit Kommunikation)	Wettbewerbsvorteile gegenüber Konkurrenz (Wichtigkeit Kommunikation)	Rentabilität (Wichtigkeit Kommunikation)	Entwicklungs- und Innovationskraft (Wichtigkeit Kommunikation)	Offenheit für neue Arbeitsformen (flexible Arbeitszeiten, Homeoffice, Arbeitsportfolios) (Wichtigkeit Kommunikation)	Digitalisierungsgrad (Wichtigkeit Kommunikation)	Qualität der Leistungen (Produkte, Dienstleistungen) (Wichtigkeit Kommunikation)	Etablierung einer Lernkultur (Wichtigkeit Kommunikation)
Öffentliche Verwaltung	weiblich	4.0	3.8	3.7	4.4	4.0	4.0	2.6	2.7	3.5	3.2	4.0	4.4	3.5
	männlich	4.0	27	27	27	27	27	25	27	26	27	26	27	26
Gesundheitsberufe	weiblich	3.8	3.9	4.3	4.2	3.1	3.8	4.0	4.3	4.0	2.7	4.3	4.6	3.7
	männlich	4.0	57	56	57	56	56	57	54	57	56	57	56	57
Bildung und Forschung	weiblich	4.0	4.2	4.2	4.1	3.9	3.7	3.9	3.7	4.3	3.7	4.2	4.6	4.0
	männlich	4.3	27	27	27	27	27	26	26	27	27	27	27	27
Finanzen, Versicherungen, Immobilien	weiblich	4.3	4.2	4.5	4.2	3.9	4.0	4.4	4.6	4.5	3.7	4.8	4.5	3.8
	männlich	4.5	45	42	45	44	45	45	44	45	44	45	45	44
Dienstleistungen	weiblich	4.2	4.1	4.3	4.1	3.3	3.9	4.0	4.2	3.9	3.3	4.0	4.6	3.5
	männlich	4.3	30	29	30	30	30	29	29	29	29	30	29	28
Industrie	weiblich	3.9	4.2	4.4	4.1	3.5	3.9	4.2	4.3	4.4	2.7	4.1	4.7	3.1
	männlich	3.8	18	17	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Soziale Arbeit	weiblich	3.7	3.9	3.8	4.1	3.6	3.8	2.9	3.3	3.5	3.1	3.6	4.3	3.5
	männlich	4.2	22	21	21	22	22	21	22	22	22	22	22	22
	weiblich	4.0	4.0	3.6	4.3	3.8	3.9	3.0	3.8	4.0	3.4	3.7	4.4	3.4
	männlich	4.2	21	21	21	20	21	20	21	20	21	21	21	21
	Diff.	-0.5	-0.1	0.2	-0.2	-0.1	-0.0	-0.1	-0.4	-0.5	-0.2	-0.1	-0.1	0.1


Abbildung 47 Frage: Als wie wichtig wird der Faktor beim Arbeitgeber kommuniziert? Skala: 1=unwichtig – 5=sehr wichtig, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte


 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer  
 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer  
 \* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation

### 10.5.2 Erfolgsfaktoren: Erfolgreiche Umsetzung

Wirtschaftszweig	Gender	Arbeitszufriedenheit (Erfolgreiche Umsetzung)	Mitarbeiterbeteiligung und Engagement (Erfolgreiche Umsetzung)	Produktivität der Mitarbeitenden (Erfolgreiche Umsetzung)	Gesunde und einsatzbereite Mitarbeitende (Erfolgreiche Umsetzung)	Vereinbarkeit Beruf und Privatleben (Erfolgreiche Umsetzung)	Bindung und Identifikation der Mitarbeitenden (Erfolgreiche Umsetzung)	Wettbewerbsvorteile gegenüber Konkurrenz (Erfolgreiche Umsetzung)	Rentabilität (Erfolgreiche Umsetzung)	Entwicklungsorientierung und Innovationskraft (Erfolgreiche Umsetzung)	Offenheit für neue Arbeitsformen (flexible Arbeitszeiten, Homeoffice, Arbeitsportfolios) (Erfolgreiche Umsetzung)	Digitalisierungsgrad (Erfolgreiche Umsetzung)	Qualität der Leistungen (Produkte, Dienstleistungen) (Erfolgreiche Umsetzung)	Etablierung einer Lenkkultur (Erfolgreiche Umsetzung)
Öffentliche Verwaltung	weiblich	3.6	3.3	3.3	3.7	3.8	3.4	2.6	2.9	3.0	2.9	3.1	3.7	3.1
	männlich	2.8	2.7	2.7	3.6	3.4	2.7	2.5	2.6	2.6	2.7	2.6	2.7	2.6
Gesundheitsberufe	weiblich	3.3	3.2	3.4	3.6	3.4	3.2	2.8	3.3	3.0	2.6	3.0	3.5	3.0
		4.5	4.5	4.3	4.4	4.4	4.5	4.2	4.3	4.5	4.5	4.5	4.3	4.5
	männlich	0.3	0.1	-0.0	0.1	0.4	0.2	-0.2	-0.2	0.3	0.3	0.1	0.2	0.2
		2.8	3.0	3.4	3.0	2.9	3.0	3.4	3.4	3.5	3.4	2.3	3.6	3.6
Bildung und Forschung	weiblich	5.7	5.6	5.6	5.7	5.6	5.5	5.6	5.5	5.6	5.7	5.7	5.7	5.7
		3.5	3.1	3.7	3.4	3.4	3.2	3.5	3.3	3.4	2.5	3.4	3.9	3.3
	männlich	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.1	2.2	2.1	2.0	2.2	2.2	2.2
		-0.6	-0.1	-0.4	-0.3	-0.5	-0.2	-0.1	-0.1	0.2	0.1	-0.1	0.2	-0.3
Finanzen, Versicherungen, Immobilien	weiblich	3.2	3.2	3.2	3.1	3.2	3.1	3.2	3.2	3.4	3.3	3.0	3.8	3.0
		2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	2.6	2.6	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7
	männlich	3.5	3.3	3.2	3.5	3.2	3.3	3.3	3.0	3.2	3.3	3.7	2.9	3.4
		1.6	1.6	1.5	1.6	1.5	1.6	1.6	1.4	1.5	1.6	1.6	1.6	1.6
Dienstleistungen	weiblich	-0.3	-0.2	-0.0	-0.4	-0.0	-0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	-0.4	0.1	0.4
		3.4	3.6	3.5	3.5	3.4	3.3	3.8	3.8	3.8	3.6	3.0	3.9	3.8
	männlich	4.5	4.5	4.3	4.5	4.4	4.5	4.5	4.5	4.2	4.5	4.5	4.5	4.5
		3.3	3.3	3.5	3.4	3.2	3.1	3.5	3.7	3.7	3.6	3.2	3.7	3.8
Industrie	weiblich	0.1	0.3	-	0.1	0.1	0.2	0.3	0.1	0.0	-0.2	0.2	-0.0	0.0
		3.3	3.6	3.4	3.1	3.0	3.5	3.5	3.6	3.2	3.0	3.6	4.0	
	männlich	3.0	3.0	2.9	3.0	3.0	3.0	3.0	2.9	2.9	3.0	3.0	2.9	
		3.4	3.7	3.7	3.6	3.8	3.1	3.5	3.7	3.1	3.6	3.7	4.1	
Soziale Arbeit	weiblich	3.5	3.5	3.5	-0.5	-0.8	0.4	0.1	-0.1	0.2	-0.6	-0.0	-0.1	-0.0
		2.9	3.4	3.5	3.4	3.4	3.2	3.7	3.8	3.7	2.5	2.9	4.3	
	männlich	1.7	1.8	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	
		3.3	3.1	3.4	3.3	3.2	3.4	3.8	3.6	3.3	3.1	3.1	3.9	
Soziale Arbeit	weiblich	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.2	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	
		-0.5	0.3	0.1	0.1	0.2	-0.2	-0.1	0.2	0.4	-0.6	-0.2	0.4	
	männlich	3.3	3.5	3.5	3.4	3.6	3.3	3.3	3.3	3.2	3.3	3.1	3.4	
		2.2	2.1	2.2	2.1	2.2	2.2	2.1	2.2	2.1	2.2	2.2	2.2	
Soziale Arbeit	weiblich	3.3	3.1	3.4	3.6	3.4	3.2	3.3	3.3	3.3	3.0	3.2	3.7	
		2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.0	2.1	2.1	2.0	2.1	2.1	
	männlich	-0.0	0.3	0.1	-0.2	0.3	0.2	-	-	-0.1	0.1	0.1	0.2	
		0.3	0.1	0.1	-0.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	

Abbildung 48 Frage: Wie erfolgreich ist der Arbeitgeber, den Faktor umzusetzen? Skala: 1=wird nicht erfüllt – 5=wird hervorragend erfüllt, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer

\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation

## 10.6 Einschätzung zur eigenen Arbeit

Wirtschaftszweig	Gender	Ich gehe jeden Tag motiviert zur Arbeit.	Ich kann produktiv und wirksam einen Beitrag zum Erfolg meines Arbeitgebers leisten.	Ich identifiziere mich mit meinem Arbeitgeber.	Ich kann mich und meine Arbeit ständig weiterentwickeln.	Meine Kompetenzen werden gefördert.	Ich empfinde das Arbeitsklima als angenehm.	Ich erfahre Verständnis und Unterstützung durch meinen Arbeitgeber.	Ich bin zufrieden mit der Arbeitskultur, die in meiner Organisation besteht.	Es wird auf meine Gesundheit Rücksicht genommen.	Auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird Rücksicht genommen.	Auf die Vereinbarkeit von Beruf und Betreuungspflegebedürftigen Angehörigen wird Rücksicht genommen.	Auf die Trennung von Arbeit und Freizeit ist möglich.	Ich fühle mich erschöpft.
Öffentliche Verwaltung	weiblich	3.9	4.1	4.2	4.0	3.8	4.0	4.1	3.6	3.8	3.8	3.6	3.8	2.4
	männlich	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9
Gesundheitsberufe	weiblich	3.8	4.0	3.8	3.7	3.3	3.5	3.4	3.1	3.1	3.1	2.9	3.5	2.7
	männlich	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	5.4	5.7	5.7
Bildung und Forschung	weiblich	3.7	4.2	4.2	4.0	3.8	4.1	3.8	3.6	3.6	3.9	3.7	3.6	2.1
	männlich*	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
Finanzen, Versicherungen, Immobilien	weiblich	0.1	-0.2	-0.4	-0.3	-0.6	-0.5	-0.5	-0.5	-0.8	-0.6	-0.7	-0.4	0.7
	männlich*	3.7	4.1	4.0	3.7	3.5	3.4	3.6	3.0	3.2	3.4	3.1	3.1	2.9
Dienstleistungen	weiblich	4.2	4.1	4.1	4.1	3.8	3.8	3.8	3.3	3.8	3.5	3.6	3.4	2.4
	männlich	1.8	1.8	1.8	1.8	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7	1.8
Industrie	weiblich	-0.5	0.2	-0.2	-0.4	-0.3	-0.4	-0.2	-0.3	-0.6	-0.1	-0.5	-0.2	0.5
	männlich	3.8	4.1	4.0	3.5	3.6	4.0	3.8	3.4	3.7	3.6	3.7	3.8	2.4
Soziale Arbeit	weiblich	4.5	4.5	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.4	4.3	4.5	4.4
	männlich	3.9	4.1	4.2	3.9	4.0	4.0	3.7	3.5	3.7	3.5	3.6	3.7	2.5
Soziale Arbeit	weiblich	7.7	7.7	7.7	7.7	7.6	7.5	7.7	7.7	7.7	7.7	7.3	7.7	7.7
	männlich	-0.1	0.0	-0.2	-0.4	-0.3	-0.0	0.0	-0.1	0.0	0.0	0.1	0.1	-0.0
Soziale Arbeit	weiblich	3.6	3.9	3.6	3.4	3.2	3.9	3.7	3.1	3.3	3.2	3.1	3.7	2.5
	männlich	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.9	3.0	3.0
Soziale Arbeit	weiblich*	4.1	4.3	4.3	3.7	3.8	3.9	3.9	3.7	3.8	3.9	3.4	3.9	2.3
	männlich	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.3	3.5	3.5
Soziale Arbeit	weiblich	-0.5	-0.4	-0.7	-0.3	-0.6	-0.0	-0.2	-0.6	-0.5	-0.7	-0.3	-0.2	0.2
	männlich	3.6	3.9	3.9	3.7	3.3	3.6	3.5	3.2	3.6	3.5	3.3	3.9	2.2
Soziale Arbeit	weiblich	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
	männlich	3.8	4.2	4.2	3.9	3.7	3.9	3.7	3.4	3.6	3.3	3.1	3.7	2.5
Soziale Arbeit	weiblich	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3
	männlich	-0.2	-0.4	-0.2	-0.2	-0.3	-0.3	-0.2	-0.2	-0.0	0.2	0.2	0.3	-0.4
Soziale Arbeit	weiblich	3.8	4.2	4.1	3.9	3.7	3.9	4.0	3.5	3.7	3.6	3.6	4.2	2.3
	männlich	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
Soziale Arbeit	weiblich	3.8	4.1	4.0	3.8	3.5	3.8	3.7	3.4	3.6	3.6	3.7	3.5	2.3
	männlich	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
Soziale Arbeit	weiblich	-0.0	0.2	0.1	0.1	0.2	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	-0.1	0.7	-0.0
	männlich	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

Abbildung 49 Frage: Bitte beurteilen Sie, inwieweit folgende Aussagen für Sie zutreffen. Skala: 1=trifft gar nicht zu – 5=trifft voll und ganz zu, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer  
 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer

\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation


Items, bei denen es keine grösseren Unterschiede zwischen Frauen und Männern pro Branche gibt, wurden zur besseren Übersichtlichkeit weggelassen.


## 10.7 Massnahmen zur Förderung der Arbeits- und Unternehmenskultur

### 10.7.1 Überzeugende Umsetzung der Massnahmen

Wirtschaftszweig	Öffentliche Verwaltung		Gesundheitsberufe		Bildung und Forschung		Finanzen, Versicherungen, Immobilien	
	weiblich (N=25-29)	männlich (N=43-45)	weiblich (N=53-55)	männlich (N=21-22)	weiblich (N=25-27)	männlich (N=14-19)	weiblich (N=42-45)	männlich (N=71-73)
Gender	Diff.		Diff.		Diff.		Diff.	
Die Unternehmenswerte und Aussagen zur Arbeitskultur sind schriftlich abgefasst und den Mitarbeitenden kommuniziert. (ja)	57%	56%	75%	68%	7%	79%	93%	95%
Einbindung der Mitarbeitenden in die Unternehmensentwicklung. (ja)	57%	47%	48%	46%	3%	50%	51%	51%
Die Übereinstimmung zwischen persönlichen und unternehmenskulturellen Werten wird bei der Rekrutierung geprüft. (ja)	69%	51%	61%	55%	7%	64%	84%	78%
Für die Kulturentwicklung wird die nötige Zeit und Unterstützung geboten. (ja)	48%	58%	43%	36%	6%	33%	61%	59%
Die Kultur wird regelmässig erhoben / evaluiert und die Ergebnisse mit den Mitarbeitenden besprochen. (ja)	33%	27%	35%	27%	7%	48%	67%	74%
Die Arbeitskultur ist immer wieder Gegenstand von Gesprächs- und Reflexionsrunden. (ja)	48%	24%	59%	32%	27%	42%	67%	56%
Arbeitskultur wird in Schulungen vermittelt. (ja)	21%	26%	39%	18%	21%	15%	48%	55%
Die Haltung in der Geschäftsführung vermittelt die Kultur und Werte. (ja)	68%	61%	60%	73%	-12%	72%	74%	70%
Führungskräfte leben die Arbeitskultur glaubhaft vor. (ja)	70%	66%	53%	73%	-20%	67%	71%	70%
Vorgesetzte fordern in der Führung die Einhaltung der Arbeitskultur ein. (ja)	58%	46%	75%	62%	13%	64%	87%	76%
Durch Infrastruktur, Räumlichkeiten und Hilfsmittel wird die Arbeitskultur gefördert. (ja)	71%	62%	51%	68%	-17%	52%	67%	69%
Wirtschaftszweig	Dienstleistungen		Industrie		Soziale Arbeit			
Gender	weiblich (N=28-29)	männlich (N=33-34)	weiblich* (N=16-18)	männlich (N=31-33)	weiblich (N=21-22)	männlich (N=20-21)		
Diff.	Diff.		Diff.		Diff.			
Die Unternehmenswerte und Aussagen zur Arbeitskultur sind schriftlich abgefasst und den Mitarbeitenden kommuniziert. (ja)	59%	47%	72%	64%	9%	82%	81%	1%
Einbindung der Mitarbeitenden in die Unternehmensentwicklung. (ja)	61%	63%	50%	50%	0%	68%	71%	-3%
Die Übereinstimmung zwischen persönlichen und unternehmenskulturellen Werten wird bei der Rekrutierung geprüft. (ja)	68%	77%	78%	72%	6%	81%	91%	-10%
Für die Kulturentwicklung wird die nötige Zeit und Unterstützung geboten. (ja)	45%	64%	44%	44%	0%	64%	76%	-13%
Die Kultur wird regelmässig erhoben / evaluiert und die Ergebnisse mit den Mitarbeitenden besprochen. (ja)	31%	47%	33%	22%	11%	64%	38%	26%
Die Arbeitskultur ist immer wieder Gegenstand von Gesprächs- und Reflexionsrunden. (ja)	38%	44%	44%	53%	-9%	64%	62%	2%
Arbeitskultur wird in Schulungen vermittelt. (ja)	29%	38%	44%	23%	22%	43%	38%	5%
Die Haltung in der Geschäftsführung vermittelt die Kultur und Werte. (ja)	72%	74%	72%	68%	4%	68%	71%	-3%
Führungskräfte leben die Arbeitskultur glaubhaft vor. (ja)	55%	62%	50%	59%	-9%	55%	65%	-11%
Vorgesetzte fordern in der Führung die Einhaltung der Arbeitskultur ein. (ja)	59%	71%	44%	65%	-20%	68%	71%	-3%
Durch Infrastruktur, Räumlichkeiten und Hilfsmittel wird die Arbeitskultur gefördert. (ja)	66%	85%	67%	66%	1%	68%	76%	-8%

Abbildung 50 Frage: Wird diese Massnahme in der Organisation überzeugend umgesetzt? Antwort «ja», Angaben in Prozent

 Der Wert der Frauen liegt mindestens 10% **über** dem Wert der Männer

 Der Wert der Frauen liegt mindestens 10% **unter** dem Wert der Männer


\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation




### 10.7.2 Eignung der Massnahmen

Wirtschaftszweig	Gender	Die Unternehmenswerte und Aussagen zur Arbeitskultur sind schriftlich abgefasst und den Mitarbeitenden in die Unternehmensentwicklung einbezogen	Die Übereinstimmung zwischen persönlichen Werten und unternehmenskulturellen Werten wird bei der Rekrutierung geprüft	Für die Entwicklung und Unterstützung der notwendigen Zeit geboten	Die Kultur wird regelmässig erhoben/ evaluiert und die Ergebnisse mit dem Mitarbeitenden besprochen	Die Kultur ist immer wieder Gegenstand von Gesprächen, Reflexionen, Schulungen	Die Haltung in der Geschäftsführung vermittelt die Kultur und Werte	Führungskräfte leben die Arbeitskultur glaubhaft vor	Vorgesetzte fördern die Einhaltung der Arbeitskultur ein	Durch Infrastruktur, Räumlichkeiten und Hilfsmittel wird die Arbeitskultur gefördert		
Öffentliche Verwaltung	weiblich	MW 3.1	3.4	3.7	3.4	3.2	3.1	2.8	3.6	3.7	3.5	3.7
	männlich	N 27	28	25	27	26	27	24	26	25	26	26
Gesundheitsberufe	weiblich	MW 3.4	3.1	3.2	3.1	2.9	3.1	2.9	3.1	3.3	3.3	2.9
	männlich	N 56	56	54	53	53	54	53	51	53	52	55
Bildung und Forschung	weiblich	MW 3.2	3.6	3.1	2.6	2.2	2.2	2.2	3.7	3.9	3.4	3.6
	männlich	N 22	22	22	22	22	22	22	22	22	21	22
Finanzen, Versicherungen, Immobilien	weiblich	MW 0.1	-0.5	-0.4	0.0	0.3	0.5	0.7	-0.6	-0.7	-0.2	-0.7
	männlich	N 3.3	3.6	3.7	3.7	3.3	3.2	2.7	3.6	3.8	3.8	3.7
Dienstleistungen	weiblich	MW 3.1	3.6	3.7	3.5	3.0	3.5	2.4	3.7	4.0	3.6	3.8
	männlich	N 16	16	15	16	15	16	16	15	16	16	16
Industrie	weiblich	MW 0.2	0.1	0.1	0.2	0.3	-0.3	0.2	-0.2	-0.2	0.2	-0.1
	männlich	N 3.4	3.6	3.7	3.4	3.4	3.3	2.9	3.7	3.7	3.7	3.6
Soziale Arbeit	weiblich	MW 3.2	3.8	3.8	3.5	3.1	3.3	2.8	3.9	3.8	3.6	3.4
	männlich	N 29	28	28	28	28	28	28	28	29	28	28
Soziale Arbeit	weiblich	MW 3.6	3.8	4.0	3.7	3.4	3.6	2.9	4.1	4.1	3.8	3.8
	männlich	N 34	34	34	33	34	34	34	33	34	34	34
Soziale Arbeit	weiblich	MW 0.5	-0.0	0.3	0.1	0.0	-0.0	-0.1	-0.2	-0.3	-0.2	-0.4
	männlich	N 3.2	3.2	3.5	3.6	3.1	3.2	2.8	3.6	3.5	3.4	3.6
Soziale Arbeit	weiblich	MW 3.2	3.2	3.5	3.6	3.1	3.2	2.8	3.6	3.5	3.4	3.6
	männlich	N 22	22	21	22	22	22	21	22	22	22	22
Soziale Arbeit	weiblich	MW 3.6	3.4	3.6	3.3	3.0	3.2	2.7	3.5	3.5	3.3	3.3
	männlich	N 21	21	21	21	21	21	20	21	20	21	21
Soziale Arbeit	weiblich	MW -0.4	-0.2	-0.0	0.3	0.2	-0.1	0.1	0.0	-	0.1	0.2
	männlich	N 3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.2	4.2	4.1	3.9	3.3

Abbildung 51 Frage: Ist die Massnahme geeignet, um eine gemeinsame Kultur in Ihrem Unternehmen zu fördern? Skala: 1=trifft gar nicht zu – 5=trifft voll und ganz zu, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer


\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation


## 10.8 Räumlichkeiten und Services

### 10.8.1 Vorhandene Räumlichkeiten und Services

Wirtschaftszweig	Öffentliche Verwaltung		Gesundheitsberufe		Bildung und Forschung		Finanzen, Versicherungen, Immobilien		
	weiblich (N=28-29)	männlich (N=42-45)	weiblich (N=54-57)	männlich (N=20-22)	weiblich (N=27-28)	männlich* (N=16-17)	weiblich (N=44-45)	männlich (N=7-73)	
Gender									
Grossraumbüro (ja)	48%	44%	70%	71%	-1%	86%	71%	93%	94%
Einzelbüro (ja)	83%	82%	65%	77%	-12%	50%	59%	58%	41%
Funktionsabhängige Bürozuweisung (ja)	76%	84%	84%	85%	-1%	75%	82%	84%	76%
Arbeitslandschaften (ja)	31%	17%	35%	29%	6%	11%	41%	40%	39%
Relax- und Ruhezeiten (ja)	24%	24%	47%	48%	0%	32%	59%	36%	35%
Cafeteria (ja)	55%	86%	95%	81%	-31%	89%	88%	87%	82%
Telefonräume (ja)	3%	4%	16%	24%	-8%	19%	18%	20%	32%
Lernorte (ja)	0%	11%	73%	71%	2%	64%	59%	27%	32%
Besprechungsräume (ja)	100%	98%	93%	91%	2%	100%	100%	98%	100%
Begegnungszonen (ja)	62%	38%	61%	43%	18%	48%	71%	75%	62%
Obststände (ja)	21%	20%	30%	24%	6%	14%	19%	22%	27%
Getränkestände (ja)	52%	44%	64%	76%	-12%	43%	69%	60%	70%
Wasserspender (ja)	48%	40%	68%	76%	-8%	86%	81%	71%	69%
Wasserspender (ja)	48%	40%	68%	76%	-8%	86%	81%	71%	69%
Wirtschaftszweig									
Gender									
Grossraumbüro (ja)	90%	63%	83%	91%	-7%	50%	24%	50%	26%
Einzelbüro (ja)	62%	66%	72%	66%	7%	59%	71%	59%	-12%
Funktionsabhängige Bürozuweisung (ja)	70%	54%	89%	75%	14%	76%	75%	76%	1%
Arbeitslandschaften (ja)	38%	31%	39%	41%	-2%	27%	38%	27%	-11%
Relax- und Ruhezeiten (ja)	38%	40%	12%	32%	-21%	33%	43%	33%	-10%
Cafeteria (ja)	83%	60%	78%	69%	9%	75%	86%	75%	-11%
Telefonräume (ja)	43%	24%	11%	22%	-11%	14%	24%	14%	-10%
Lernorte (ja)	37%	31%	22%	44%	-22%	43%	38%	43%	5%
Besprechungsräume (ja)	97%	94%	100%	100%	0%	100%	100%	100%	0%
Begegnungszonen (ja)	75%	66%	56%	50%	6%	67%	62%	67%	5%
Obststände (ja)	53%	46%	50%	34%	16%	38%	43%	38%	-5%
Getränkestände (ja)	73%	74%	72%	70%	3%	38%	62%	38%	-24%
Wasserspender (ja)	57%	71%	94%	76%	19%	73%	57%	71%	16%

Abbildung 52 Frage: Sind diese Räumlichkeiten in Ihrer Organisation vorhanden? Antwort «ja», Angaben in Prozent

 Der Wert der Frauen liegt mindestens 10% **über** dem Wert der Männer



 Der Wert der Frauen liegt mindestens 10% **unter** dem Wert der Männer

\* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation

### 10.8.2 Wichtigkeit der Räumlichkeiten und Services

Wirtschaftszweig	Gender	Grossraumbüro	Funktionsabhängige Bürozuteilung		Arbeitslandschaften	Relax- und Ruhezeiten	Cafeteria	Telefonräume	Lernorte	Besprechungsräume	Begegnungszonen	Obststände	Getränkestände	Wasserspender
			Einzelbüro	Bürozuteilung										
Öffentliche Verwaltung	weiblich	2.3	3.6	3.5	2.7	2.6	3.2	2.0	2.1	4.3	3.4	2.3	2.9	3.0
	männlich	2.8	2.8	2.6	2.6	2.6	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7
Gesundheitsberufe	weiblich	0.3	0.6	-0.0	0.3	0.2	-0.2	0.2	0.1	-0.0	0.6	0.1	0.3	0.3
	männlich	2.8	3.5	3.4	3.1	3.1	4.0	2.8	3.6	3.2	3.5	3.2	3.5	3.6
Bildung und Forschung	weiblich	2.0	3.6	3.2	3.0	3.4	4.0	3.5	3.6	4.6	4.0	2.9	3.3	3.5
	männlich*	2.7	2.7	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8
Finanzen, Versicherungen, Immobilien	weiblich	2.9	1.8	3.0	2.6	3.1	3.8	2.5	2.8	4.5	3.6	2.9	3.3	3.9
	männlich	3.1	2.5	3.0	2.9	3.1	3.7	2.8	2.7	4.4	3.4	2.5	3.2	3.6
Dienstleistungen	weiblich	-0.2	-0.7	-0.1	-0.2	0.2	0.8	0.4	-0.2	0.1	0.7	0.6	0.6	0.6
	männlich	2.4	2.6	2.9	3.0	3.2	3.5	3.0	3.5	4.2	3.7	2.9	3.5	3.4
Industrie	weiblich*	2.3	3.0	3.7	2.2	2.9	3.7	2.6	2.1	4.7	3.5	2.6	3.4	4.3
	männlich	1.8	1.8	1.8	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
Soziale Arbeit	weiblich	2.3	3.5	3.1	2.6	3.1	3.5	2.3	2.5	4.4	3.1	2.4	2.3	2.8
	männlich	2.2	2.2	2.1	2.2	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
Diff.		-0.3	0.2	0.4	-1.0	0.1	0.2	-0.1	-1.0	0.3	-0.2	0.1	0.2	0.8
Diff.		0.2	0.1	-0.4	-0.1	-0.2	0.1	-0.1	-0.5	-0.1	-0.8	-0.4	-0.8	0.2

Abbildung 53 Frage: Ist dies für Sie im Rahmen Ihrer Tätigkeitsausübung wichtig? Skala: 1=unwichtig – 5=sehr wichtig, nach Branche und Geschlecht, Mittelwerte

 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **über** dem Mittelwert der Männer  
 Der Mittelwert der Frauen liegt mindestens 0.4 **unter** dem Mittelwert der Männer  
 \* Achtung: N<20, bitte Vorsicht bei der Interpretation

## 11. Untersuchungsdesign

Die Studie wurde durch das HR-Panel New Work der ehemaligen FHS St. Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, seit September 2020 OST – Ostschweizer Fachhochschule, im November 2019 durchgeführt. Die Studie wurde als quantitative Befragung geplant und online durchgeführt. Zielgruppe der Studie waren Mitarbeitende und Führungskräfte. Die Studienteilnehmenden wurden zum einen durch die Mitgliedsunternehmen des HR-Panels New Work und Partnerorganisationen gewonnen. Weiter wurde die Studie aber auch intensiv über soziale Medien und Printmedien beworben. An der Studie nahmen insgesamt 551 Personen, überwiegend aus dem deutschsprachigen Raum der Schweiz, teil.

Um ein umfassendes Bild der bestehenden Arbeitskultur zu erheben, wurde zunächst ein Soll-Modell aus der bestehenden Fachliteratur abgeleitet. Die Studie hatte im nächsten Schritt zum einen das Ziel, die derzeit bestehende aber auch die gewünschte Arbeitskultur seitens der Mitarbeitenden zu erfassen. Basierend auf den Vorarbeiten wurden insbesondere folgende Themen in der Online-Umfrage abgedeckt:

- Arbeitswerte: subjektive Wichtigkeit und beim Arbeitgeber gelebte Werte
- Wahrgenommene und gewünschte Arbeitskultur im Unternehmen
- Einschätzung zur Führungskultur
- Erfolgsfaktoren Arbeitgeber
- Einschätzung der eigenen Arbeit
- Massnahmen zur Förderung der Arbeits- und Unternehmenskultur
- Räumlichkeiten und Services

Für den Bericht wurde insbesondere deskriptiv ausgewertet bzw. Mittelwertvergleiche durchgeführt. Der Bericht dient als Grundlage für das laufende Projekt «Gestaltung einer New-Work-Kultur in Organisationen zur Ermöglichung einer gendergerechteren Arbeitskultur». Im nächsten Schritt wird nun die Ableitung eines Reifgradtest angestrebt. Abgeschlossen wird das Projekt im Laufe des Jahres 2021.

## **Impressum**

### **Datum**

5. November 2020

### **Projektmitarbeitende**

Cloots, Alexandra; Bernhardt, Alexandra;  
Wörwag, Sebastian

OST – Ostschweizer Fachhochschule  
HR Panel «New Work»

Rosenbergstrasse 59, Postfach  
9001 St.Gallen, Switzerland

[newwork@ost.ch](mailto:newwork@ost.ch)  
[ost.ch](http://ost.ch)