



connex.av

Claudia Brasse
**Junge Branche,
alte Muster**
Vom Arbeiten und Leben
in den Neuen Medien

Claudia Brasse

Junge Branche, alte Muster

**Vom Arbeiten und Leben
in den Neuen Medien**

Daten und Analysen zur Arbeitssituation der Beschäftigten
in der Multimediabranche.
Ergebnisse der bundesweiten Umfrage von connexx.av

Impressum

Autor: Claudia Brasse, Diplom-Psychologin, ist seit 1999 Gesellschafterin der Prospektiv GmbH und dort verantwortlich für das Geschäftsfeld Personal- und Organisationsentwicklung. In der Arbeitsgemeinschaft Befragungen im Betrieb (AG BiB) werden gemeinsam mit Rolf Satzer Forschungsprojekte, Beratungen und Veröffentlichungen rund um das Thema Belegschafts- und Mitarbeiterbefragungen realisiert.

Co-Autoren: Kathlen Eggerling, Sandra Goldschmidt, Katja Karger, Ralf Steinle – Projektmanager connexx.av

Herausgeber: connexx.av
Projektleitung
Goseriede 10-12
30159 Hannover

Die Studie wurde von der **Hans-Böckler-Stiftung** gefördert.

Hans-Böckler-Stiftung
Abt. Forschungsförderung
Dr. Martina Klein
Tel: 0211/7778-0
Hans-Böckler-Straße 39
40476 Düsseldorf
www.boeckler.de

Verantwortlich: Wille Bartz, Projektleiter connexx.av

Gestaltung: Berliner Botschaft
Linienstraße 126
10115 Berlin

Druck: Agit-Druck, Berlin

Wegen der besseren Lesbarkeit verwenden wir ausschließlich die männliche Form. Damit sind Frauen und Männer gleichermaßen gemeint.

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	7
Die Studie	Die Befragung	8
	Die Gruppe der Befragten	9
	Arbeitszeiten und Mehrarbeit	15
	Einkommensstruktur	19
	Arbeitsbedingungen	23
	Arbeitsituation von Frauen und Männern	28
	Betriebsräte und Gewerkschaften	32
	Stimmung in der Branche	35
	Fazit	36
Anhang	Abdruck des Fragebogens	38
	Abbildungsverzeichnis	46

Vorwort

„Es war einmal“, so fangen alle Märchen an. Und fast wie ein Märchen erscheint heute die Geschichte, die kurz vor der Jahrtausendwende an den Börsen der Welt geschrieben wurde: Im Zeitenlauf des Kapitalismus schienen einen Wimperschlag lang alle Gesetzmäßigkeiten des Marktes aufgelöst von einer Welle venturecapital-finanzierten Firmengründungen, Aktienemissionen im Zwölfstundentakt und Börsenkursen mit raketenartiger Beschleunigung - die Welt rieb sich erstaunt die Augen und dann wollten alle dabei sein. Ein einziges Wort hatte sie verzaubert. Irgendjemand hatte „INTERNET“ gerufen und damit Hoffnungen geweckt und Visionen geschaffen: Ungezählte Arbeitsplätze, selbstbestimmt, ohne Hierarchien und mit partnerschaftlichen Geschäftsleitungen, Wohlstand für alle und eine neue Medienkultur von Gesellschaft verändernder Kraft - das alles schien auf einmal wahr zu werden.

Doch die Visionen platzten mit den Geschäften an der Börse. Reichtümer und das Wir-Gefühl verschwanden. Die Realität brach mit Sparzwängen, Entlassungswellen und Firmenpleiten in die Welt der Dotcom- und Medienunternehmen. Jetzt wurde vielen Arbeitnehmern klar, dass sie die Dinge nicht mehr alleine regeln konnten. Sie suchten nach tatkräftiger Hilfe.

connexx.av wurde mit seiner Branchennähe und den unkonventionellen Methoden der Projektmanager Partner für Beschäftigte, die vorher kaum einen Gedanken an gewerkschaftliche Organisation verschwendet hatten. Persönliche Beratung, Betriebsratsgründungen und kollektive Regelungen waren auf einmal ein Thema und connexx.av leistete Hilfe, schnell und kompetent.

Nun sind die Betriebe kleiner und bescheidener geworden, viele wurden von der früher als „old“ geschmähten Economy übernommen. Denn das Internet lebt und es braucht seine Dienstleister. Doch für die Beschäftigten hat sich vieles geändert; Arbeitsplätze gingen verloren und wer bleiben konnte, sieht sich einer neuen Betriebskultur gegenübergestellt. Von der Euphorie der Gründerjahre ist wenig geblieben – die alte Dotcom-Kultur ist Geschichte.

Oder ist die Wirklichkeit doch ganz anders? Überprüfbare Daten gab es bisher wenig: Es fehlte eine Studie, die Geschlechterrollen, Fortbildung, Arbeitszeiten, Gehälter und Stimmungen zusammenfasst. Wir von connexx.av wollten es aus erster Hand wissen - Fakten gegen Einschätzungen setzen, unsere eigenen Erfahrungen als gewerkschaftlicher Partner der Branche überprüfen. Deshalb führten wir Ende 2002 eine Umfrage unter den Beschäftigten der Neuen Medien durch. Die Auswertung brachte erstaunliche Erkenntnisse. Damit werden wir unsere Beratung für die Branche optimieren, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Beschäftigten weiter zu verbessern. Mitarbeiter, Betriebsräte und Personalverantwortliche erhalten mit der Studie einen vergleichenden Überblick über die Arbeitsbedingungen in ihrer Branche.

Mit der Arbeitskultur der New Economy sind emanzipatorische Ansprüche der Beschäftigten zu Standards geworden, die aber mit einer Realität konfrontiert werden, die ihren Bedürfnissen noch nicht genügt. Die gesellschaftliche Herausforderung besteht darin, aus dieser Auseinandersetzung Fortschritt zu generieren. Auf allen Ebenen. Denn die Geister, die die New Economy gerufen hat, wird diese Gesellschaft nicht mehr los.

Und genau das ist ihre Chance.

Das connexx.av Team

Die Befragung

Der Beschäftigte in den Neuen Medien ist jung und identifiziert sich stark mit seiner Arbeit, Firma und Branche. Sein Privatleben ist zweitrangig; seine Kollegen sind auch seine Freunde. Sein Chef hat immer ein offenes Ohr für ihn. Er ist selbstbestimmt und selbstausbeutend. Wenn es die Projekte erfordern, arbeitet er rund um die Uhr – entsprechend gut verdient er auch. Er ist glücklich mit seinem Job, in den er sich autodidaktisch eingearbeitet hat. Das Studium der Archäologie oder ein ähnlich fachfremdes brach er ab, als das Angebot kam, aus dem Studentenjob ein Angestelltenverhältnis zu machen.

Soweit das bisher ungeprüfte Bild vom Multimediaworker aus dem Hype der Branche. Denn aktuelle Informationen zu den Beschäftigtenverhältnissen in der Multimediabranche liegen bislang nur in sehr geringem Umfang vor. Die Daten zur Branche stammen überwiegend aus reinen Unternehmerbefragungen, die die Perspektive der Beschäftigten unberücksichtigt lassen (z.B. die Gehaltsstudien des dmmv), oder sie beruhen auf sehr kleinen Stichproben (z.B. Michel, 1999, mit einer Datenbasis von 80 befragten Mitarbeitern).

Die hier vorgestellte Befragung sollte daher erstmals eine fundierte Datensammlung ermöglichen, die die Arbeits- und Lebenssituation der Multimediabeschäftigten umfassend und differenziert beschreibt. Darüber hinaus stand die Überprüfung gängiger Vorurteile und Pauschalisierungen im Vordergrund wie beispielsweise die Jugendzentriertheit der Branche, die Flexibilität, die ausgedehnten Arbeitszeiten und die hohe intrinsische Motivation, im Multimediabereich zu arbeiten.

Mit finanzieller Unterstützung der Hans-Böckler-Stiftung wurde eine Projektgruppe gegründet, die aus Fachexperten von connexx.av und wissenschaftlicher Begleitung der AG BiB (Arbeitsgemeinschaft Befragungen im Betrieb) bestand. Diese Projektgruppe entwickelte zunächst einen Fragebogen, der von November 2002 bis Februar 2003 sowohl in Papierform verteilt als auch online unter www.connexx.av.de zur Verfügung gestellt wurde (siehe Anhang). Die Resonanz war erfreulich: Insgesamt beteiligten sich 673 Personen an der Befragung. Die meisten Rückläufer gingen aus der Online-Befragung (n=574) ein, 99 ausgefüllte schriftliche Bögen wurden zurückgeschickt.

Die Befragungsergebnisse ermöglichen einen guten Einblick in die Beschäftigungssituation in den Neuen Medien. Die vorliegende Broschüre beinhaltet eine umfassende Darstellung der gewonnenen Erkenntnisse.

Insgesamt liefert die Befragung wertvolle Hinweise zu notwendigen Gestaltungsmaßnahmen in den verschiedenen Tätigkeitsfeldern der Branche und insbesondere auch zu den Erwartungen der Beschäftigten an die gewerkschaftliche Arbeit. Ziel von connexx.av ist es, diesen Erwartungen gerecht zu werden und die Arbeit zukünftig noch stärker auf den spezifischen Bedarf in der Multimediabranche auszurichten.

Die Gruppe der Befragten

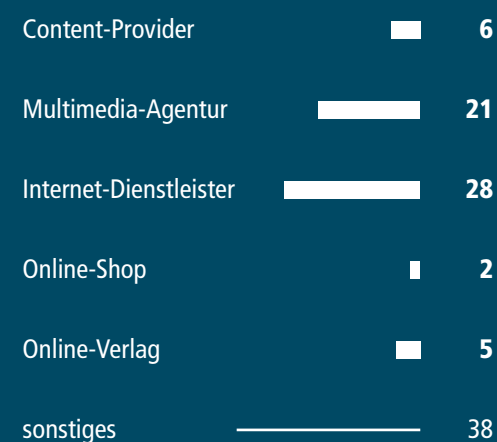
Mit der Umfrage wurden alle Angestellten und freiberuflich Beschäftigten im Multimediabereich angesprochen. Insgesamt nahmen 61% Männer und 39% Frauen teil. Bei der Frage nach dem Familienstand fällt die hohe Kinderlosigkeit auf: 18% der Befragten leben in einer Lebensgemeinschaft oder Ehe mit Kind, 3% (allesamt Frauen) sind allein erziehend. Entsprechend dominieren die Singles (41%) bzw. die Lebensgemeinschaften ohne Kinder (38%). Zum Vergleich: In der allgemeinen Erwerbstätigenbevölkerung (BIBB/IAB, 1999¹) haben knapp 49% Kinder. Ein Grund hierfür mag der vergleichsweise niedrige Altersdurchschnitt von 33 Jahren sein. Damit sind die Beschäftigten zwar im Durchschnitt deutlich jünger als die Beschäftigten im Bundesdurchschnitt, von einer ausgesprochenen Jugendlichkeit der Branche kann jedoch nicht gesprochen werden. Denn nahezu die Hälfte der Beschäftigten ist zwischen 31 und 40 Jahren alt. Abbildung 1 zeigt die Verteilung auf die verschiedenen Altersgruppen im Vergleich zur allgemeinen Erwerbstätigenbevölkerung. Auffallend ist mit 14% der geringfügige Anteil der Beschäftigten ab 41 Jahre in der Multimediabranche.

Bezüglich der Dienstleistungsbereiche innerhalb der Multimediabranche liegt im Befragungssample ein Schwerpunkt auf den Internet-Dienstleistern und Multimedia-Agenturen, wobei der hohe Anteil von 38% unter „sonstiges“ auffällt. Hier fanden sich zwar viele der Befragten in den vorgegebenen Kategorien nicht wieder, fühlten sich aber dennoch von der Befragung angesprochen. Berücksichtigt man einerseits die Differenziertheit der Branche und andererseits die Offenheit des Begriffes Multimedia bzw. Neue Medien, ist dieses Ergebnis nicht erstaunlich (siehe Abbildung 2).

Abb. 1
Altersstruktur in der Multimediabranche, 2002/03 (%)
(Vergleichswerte aller Branchen, 1998/99)¹



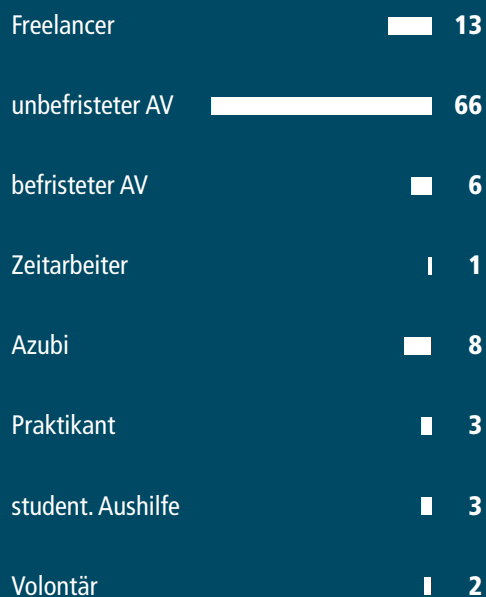
Abb. 2
Branchenschwerpunkte (%)



¹ BIBB/IAB Erhebung „Qualifikation und Erwerbsarbeit“, 1998/99. Repräsentative Beschäftigtenbefragung (n = 34.343). Von 100% abweichende Ergebnisse basieren auf Rundungsfehlern oder Auslassung von „weiß nicht“ Antworten.

Bei den erhobenen Vertragsverhältnissen überwiegen die Angestellten mit unbefristetem Vertrag (n=390) deutlich gegenüber denen mit befristetem Vertrag (n=38). Die Zahl der Freien ist mit 13 % (n=77) erstaunlich niedrig (siehe Abbildung 3). Zum Vergleich: Bei einer ähnlich gelagerten Befragung von connexx.av im privaten Rundfunk im Jahre 2001 beteiligten sich immerhin 30% Freie². Die übrigen Vertragsverhältnisse spielen eine untergeordnete Rolle; es beteiligten sich 47 Auszubildende, je 15 Praktikanten und studentische Aushilfen, 9 Volontäre und 3 Zeitarbeiter.

Abb. 3 **Vertragsarten (%)**



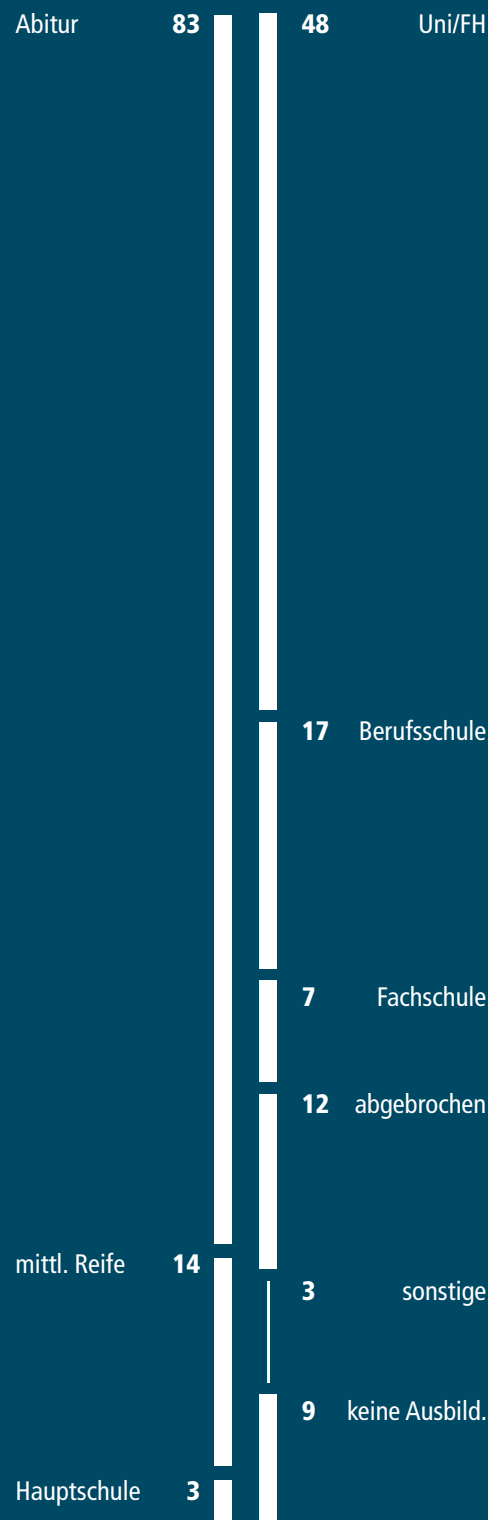
Die Auswertung der benannten Berufsbereiche zeigt deren Vielfalt: Am häufigsten vertreten sind die Projekt-/Produktmanager mit 17%, die Redakteure (12%) sowie die Designer (11%) und Web-Programmierer (10%) (siehe Abbildung 4). Dass es nicht das typische Berufsbild gibt, bestätigte auch die Auswertung der offenen Frage nach der genauen Job-Bezeichnung: Hier wurden 250 verschiedene Angaben gemacht. Häufigste Nennungen waren Mediengestalter (n=30), Projektmanager (n=23), Redakteure (=16), Softwareentwickler (n=15) und Systemadministratoren (n=11).

Abb. 4 **Tätigkeitsbereiche (%)**



Abb. 5

Schulabschluss und weiterführender Ausbildungsabschluss (%)



Das Ausbildungsniveau der Befragten ist sehr hoch. 83% verfügen über Abitur und 48% haben einen Hochschulabschluss (siehe Abbildung 5). Zum Vergleich: Laut BIBB/IAB-Erhebung aus dem Jahre 1998/99 liegt der Anteil aller Erwerbstätigen mit Hochschulabschluss in Deutschland bei 17%.

Ebenso überrascht die geringe Zahl der Studienabbrecher von nur 12%. Dies widerspricht dem eingangs skizzierten Vorurteil, die New Media Szene bestünde zu einem Großteil aus Autodidakten, die im Hype der Branche ihr Studium aufgegeben haben und irgendwie untergekommen sind. Andererseits ist die geringe Zahl auch mit Vorsicht zu interpretieren. Unter Umständen verloren die Abbrecher während der Krise zuerst ihre Arbeitsplätze. Aufschlussreich ist an dieser Stelle die Auswertung der offenen Frage nach dem erlernten Beruf. Über 160 verschiedene Berufe wurden aufgeführt. Dies stützt die These, dass die Beschäftigten in den Multimediabereichen aus den unterschiedlichsten Zweigen stammen. Sie haben zwar eine hochqualifizierte Ausbildung, stammen jedoch zu beinahe 30% aus völlig fachfremden Gebieten wie der Medizin, Ökologie oder dem Hotelfach.

² Rolf Sater: Nicht nur Traumjobs – Vom Arbeiten und Verdienen in den Medien. Ergebnisse und Analysen einer bundesweiten Umfrage von festen und freien Beschäftigten im privaten Rundfunk, in der Film-, Fernseh- und AV-Produktion. Frankfurt/M. 2001.

Geringe Bedeutung hat bislang die multimediaspezifische Ausbildung: Nur 28% haben eine solche absolviert. Es ist zu vermuten, dass sich dieser Anteil in den nächsten Jahren erhöhen wird, da viele Berufsbilder wie Mediengestalter erst vor wenigen Jahren entwickelt wurden oder sich noch in der Entwicklung befinden.

Eine differenzierte Auswertung des Ausbildungsabschlusses nach den verschiedenen Tätigkeitsbereichen zeigt, dass Hochschulabschlüsse insbesondere in den Bereichen Projektmanagement, Redaktion, Konzeption und IT-Programmierung vorherrschend sind (60-70%). In der grafischen Produktion und im Backoffice sind viele Mitarbeiter mit Ausbildungsabschluss (50 bzw. 60%) tätig. Relativ viele Studienabbrecher arbeiten mit knapp 30% in der Web-Programmierung (siehe Abbildung 6). Dies entspricht den Erwartungen, denn gerade in diesem Bereich entstand im Boom der Branche ein großer Bedarf an Arbeitskräften.

Abb. 6

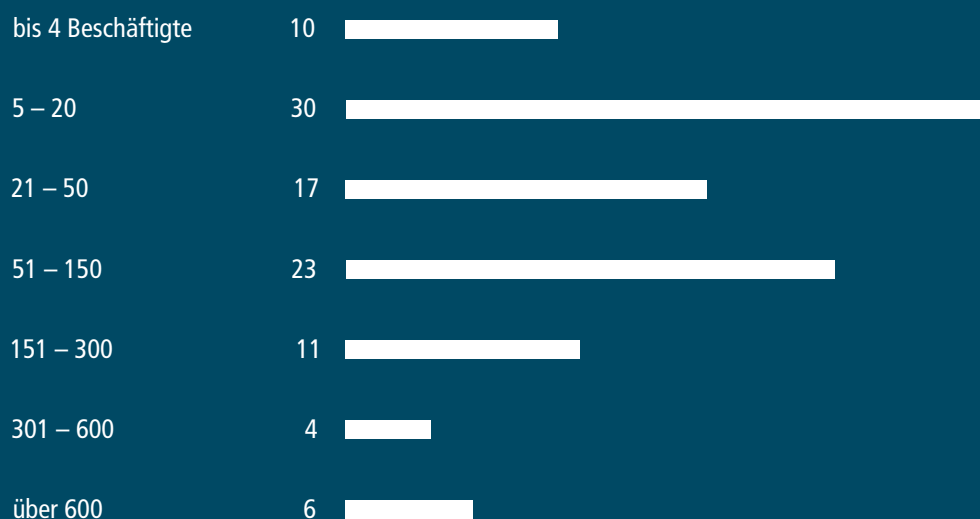
Tätigkeitsbereiche und Ausbildungsabschluss (%)



Bei den Betriebsgrößen dominieren die kleineren Unternehmen das Bild. Der überwiegende Teil der Befragten (80%) arbeitet in Betrieben mit weniger als 150 Beschäftigten, davon 10% in Kleinstbetrieben mit bis zu 4 Mitarbeitern. Jeweils 10% sind demgegenüber in großen Unternehmen mit 151 bis 300 Beschäftigten und mehr als 300 Beschäftigten tätig (siehe Abbildung 7).

Abb. 7:

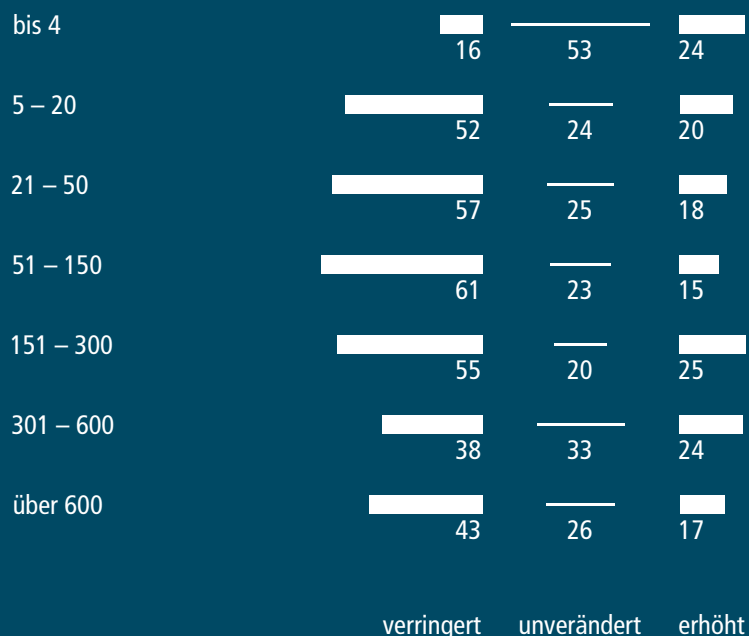
Betriebsgröße am Standort (%)



Die Beschäftigtenentwicklung in der Multimediabranche sieht entsprechend den Erwartungen düster aus: Über die Hälfte (51%) der Betriebe haben im Halbjahr vor der Befragung Personal abgebaut, bei 27% ist die Mitarbeiterzahl gleich geblieben und lediglich 19% haben Einstellungen vorgenommen. Abbildung 8 zeigt die Beschäftigtenentwicklung nach Betriebsgrößen, wobei deutlich wird, dass sich der Trend in allen Größenkategorien widerspiegelt – ausgenommen die Kleinstbetriebe, die weitgehend unverändert geblieben sind.

Abb. 8:

Beschäftigtenentwicklung in Betrieben (%)



Arbeitszeiten und Mehrarbeit

Drei Arbeitszeitmodelle herrschen hier vor: die Vertrauensarbeitszeit (31%), die Gleitzeit mit Kernarbeitszeit (31%) sowie die feste Arbeitszeit (26%). Dabei zeigen sich je nach Vertragsverhältnissen große Unterschiede: Während die Freien zumeist keine Arbeitszeitvereinbarungen, sondern Werkverträge haben und entsprechend auf Vertrauensbasis arbeiten, sind dies 23 % bei den Angestellten mit unbefristetem und 31 % der Angestellten mit befristetem Vertrag.

Abb. 9:

Arbeitszeitmodelle nach Vertragsarten (%)

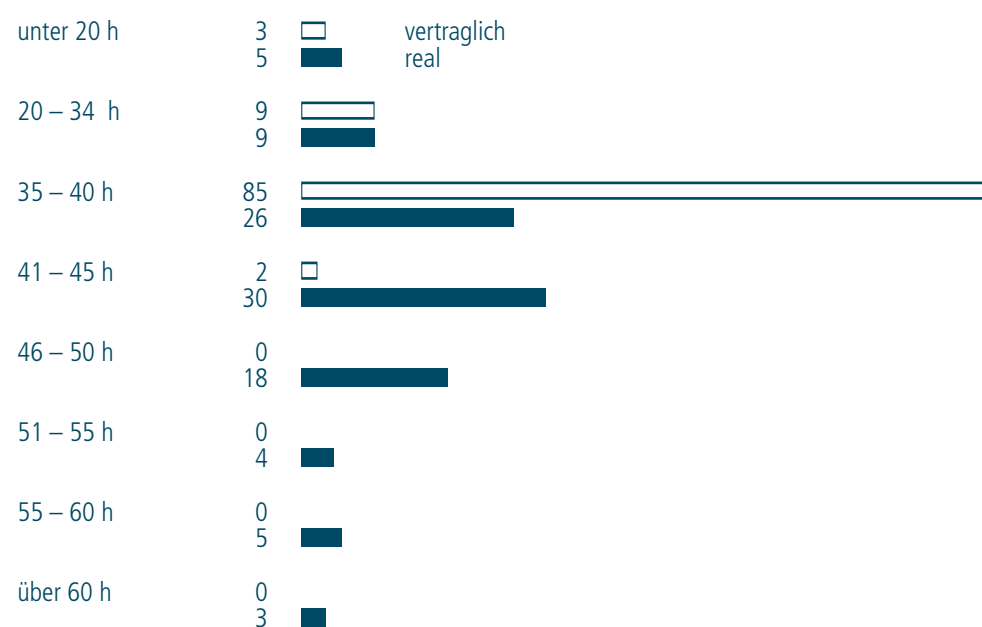
	feste AZ	Gleitzeit mit Kern-AZ	Gleitzeit o. Kern-AZ	Schichtarbeit	Vertrauens-AZ
Angestellt, unbefrist. AV	28	37	9	4	23
Angestellt, befrist. AV	29	17	14	9	31
Freelancer	3	9	0	1	87
Gesamt	26	31	7	4	31

Um Arbeitszeiten und Mehrarbeit möglichst genau ermitteln zu können, enthielt der Fragebogen zwei offene Fragen zur vertraglich vereinbarten und tatsächlichen Wochenarbeitszeit. Aus der Differenz dieser Variablen wurde die Mehrarbeit berechnet. Eine Ausnahme bilden hier die freien Mitarbeiter. Da sie in der Regel keine vertraglich vereinbarte Arbeitszeit haben (und entsprechend nur 30 Teilnehmer diese Frage beantworteten), wurden sie aus der Berechnung herausgenommen.

Es zeigt sich, dass die vereinbarte Wochenarbeitszeit bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten (85%) zwischen 35 und 40 Stunden liegt. Die Befragung hat damit also vorrangig Vollzeitbeschäftigte erreicht. Die effektive Wochenarbeitszeit liegt bei einem Großteil der Befragten (60%) jedoch deutlich über 40 Stunden, bei 12% beträgt sie sogar mehr als 50 Stunden (siehe Abbildung 10).

Abb. 10:

Arbeitszeit vertraglich und real (%)



Die Betrachtung der durchschnittlichen Wochenarbeitszeit nach Vertragsarten (siehe Abbildung 11) zeigt, dass die Freien mit Abstand die höchsten Stundenumfänge zu bewältigen haben: Im Durchschnitt liegt die effektive Wochenarbeitszeit hier bei 47,3 Stunden. Es folgen die Angestellten mit unbefristeten Vertrag (43,5 Stunden) und die Volontäre (42,7 Stunden).

Abb. 11:

Arbeitszeit und Mehrarbeit nach Vertragsarten (Stunden/Woche)

	vertragl. WAZ	reale WAZ	Mehrarbeit
Angestellte m. u. AV	38,3	43,5	5,2
Angestellte m. b. AV	37,5	40,0	2,5
Freelancer	–	47,3	–
Azubi	37,4	40,6	3,2
Praktikant	35,0	34,5	-0,5
Volontär	39,0	42,7	3,7
student. Aushilfe	17,4	20,6	3,2
Gesamt	37,3	42,5	5,2

Betrachtet man die Arbeitszeiten der „vollzeittätigen“ Freien und Angestellten (über 35 Stunden pro Woche) in den verschiedenen Berufsbereichen (siehe Abbildung 12), so zeigt sich auch hier deutlich die hohe Belastung der freien Mitarbeiter. Die Angaben sind aufgrund der geringen Zellenbesetzungen (n<10) jedoch nur eingeschränkt interpretierbar. Bei den Angestellten zeigen sich deutliche Belastungsspitzen in den Bereichen Sales (durchschnittlich 7,5 Überstunden die Woche), Netzadministration (6,7 Überstunden) und Projekt-/Produktmanagement (6,3 Überstunden).

Abb. 12:

Arbeitszeit und Mehrarbeit nach Tätigkeitsbereichen (Stunden)

	Freie *	Angestellte**		Mehrarbeit
	reale WAZ	reale WAZ	vertragl. WAZ	
Projekt-/Produktmanagement	48,8	46,1	39,8	6,3
Design	62,1	44,3	40	4,3
grafische Produktion	41,0	45	40,4	4,6
Konzeption	58,8	44,2	39,8	4,4
Web-Programmierung	53,3	43	39,8	3,2
IT-Programmierung	52,5	44,9	39,6	5,3
Netzadministration	65,0	46,1	39,4	6,7
Backoffice	–	44,3	40	4,3
Verwaltung	–	44,4	39,5	4,9
Marketing	–	45,2	39,6	5,6
Sales	–	46,9	39,4	7,5
Redaktion	52,3	43,9	39,2	4,7
Service	–	42,1	39,3	2,8

* Nur Freie mit einer realen Wochenarbeitszeit (WAZ) >= 35h
 ** Nur Angestellte mit einer vertraglichen WAZ >= 35h

Interessant ist auch der Vergleich der Arbeitszeiten in Betrieben mit Betriebsrat (BR) oder Interessenvertretung (IV) und Betrieben ohne Betriebsrat oder Interessenvertretung (siehe Abbildung 13). Die reale Wochenarbeitszeit für freie Mitarbeiter beträgt in Betrieben ohne BR/IV rund 15 Stunden mehr als in Betrieben mit BR/IV. Auch hier ist aufgrund der geringen Fallzahlen (n=20) die Interpretierbarkeit eingeschränkt. Die reale Arbeitszeit für Angestellte unterscheidet sich um zwei Wochenstunden in Betrieben mit/ohne BR/IV.

Abb.13:

Arbeitszeit und Mehrarbeit in Betrieben mit/ohne BR/IV (Stunden)

	Angestellte* reale WAZ	vertragl. WAZ	Mehrarbeit
mit BR/IV	44,1	39,5	4,6
ohne BR/IV	46,1	39,8	6,3

* Nur Angestellte mit einer vertraglichen WAZ >= 35h

Entsprechend ist es um die Möglichkeiten des Freizeitausgleichs bestellt: Während es in Betrieben mit BR/IV immerhin noch 52% der Beschäftigten immer oder häufig möglich ist, Überstunden auszugleichen, ist das in Betrieben ohne BR/IV nur 42% der Befragten möglich (siehe Abbildung 14). Eine explizite Überstundenregelung in Betrieben mit BR oder IV gibt es in 27% der Unternehmen, in denen ohne Betriebsrat oder Interessenvertretung sind es 19%.

Abb. 14:

Möglichkeit des Freizeitausgleichs in Betrieben mit/ohne BR/IV (%)

	Immer	Häufig	Selten	Nie
ohne BR/IV	20	22	37	22
mit BR/IV	28	24	29	19

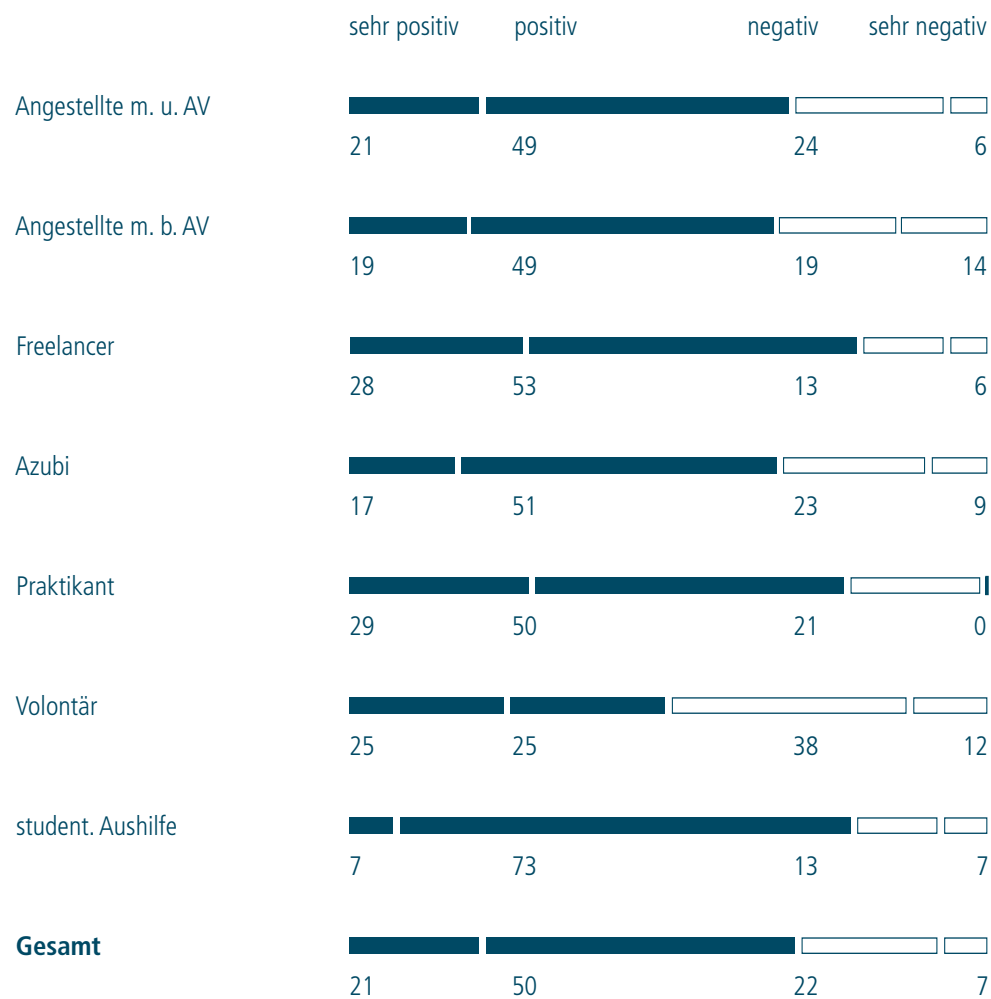
Vor dem Hintergrund der hohen Überstundenzahlen ist die überwiegend positive Beurteilung der Arbeitszeitregelung überraschend: 71% sehen diese als sehr positiv oder positiv an; nur 29% schätzen sie negativ bis sehr negativ ein. Besonders auffällig sind auch hier die freien Mitarbeiter: Obwohl sie mit Abstand das höchste Stundenaufkommen haben, sind sie (mit Ausnahme der Studenten) die Zufriedensten in Bezug auf die Arbeitszeitregelung (siehe Abbildung 15). Neben der Bewertung der Arbeitszeit auf einer Skala wurde auch eine Begründung dazu erfragt. Die offenen Antworten (n=225, Mehrfachnennungen möglich) unterstreichen die ambivalente Einschätzung zur Arbeitszeitsituation: 79 Mal wird die Freiheit und Flexibilität der Arbeitszeit gelobt, häufig aber im selben Atemzug beklagt, dass kein Überstundenausgleich möglich ist oder dass es keine Überstundenregelung gibt (n=67). In 23 Antworten wird jegliches Fehlen von Arbeitszeitregelungen bemängelt. Nur 16 Mal wird Unflexibilität als Nachteil ausgemacht.

Deutlich wird ebenfalls, dass nicht nur der Hang zur Selbstaussbeutung zu Mehrarbeit motiviert:

- „die vertraglich fixierte Arbeitszeit ist eine Farce, da Arbeit nicht in dieser Zeit zu schaffen ist. Mehrarbeit/ Engagement wird selbstverständlich vorausgesetzt“
- „Verhältnisse wie zur Zeit des Pyramidenbaus in Ägypten“
- „Ausgleichsmöglichkeiten würden die Motivation fördern“
- „arbeite in meiner Freizeit um die Qualität des Produkts zu heben!“
- „ich mag die absolute Freiheit der Gestaltung meiner Arbeitszeit“
- „Wenige Überstunden. Mehrarbeit wird mit gemeinsamen vom Arbeitgeber bezahlten Reisen belohnt (z.B. eine Woche Skiurlaub)“

Abb. 15:

Zufriedenheit mit der Arbeitszeitregelung nach Vertragsarten (%)



Einkommensstruktur

Die Höhe des Bruttojahreseinkommens wurde mittels einer offenen Frage erhoben. Diese beantworteten 77% der Befragten. Abbildung 16 zeigt die Verteilung auf verschiedene Einkommensklassen.

Abb. 16:

Einkommensstruktur

(Jahreseinkommen in Tausend Euro)



Betrachtet man die Einkommensstruktur nach Vertragsverhältnissen (siehe Abbildung 17), so zeigt sich, dass die Angestellten mit unbefristetem Arbeitsvertrag zur einkommensstärksten Gruppe gehören: Rund 36% verdienen hier mehr als 40.000 Euro jährlich, während dies bei den Freien 28% und bei den befristet Beschäftigten 27% sind.

Abb. 17

Einkommensstruktur nach Vertragsarten

Prozentuale Verteilung auf die Einkommensgruppen

(Tausend Euro/Jahr)	bis 10	10-20	20-30	30-40	40-50	über 50
Praktikant	82	9	9	0	0	0
Azubi	79	16	5	0	0	0
student. Aushilfe	43	57	0	0	0	0
Volontär	0	33	56	11	0	0
Freelancer	12	21	27	14	14	14
befristeter AV	9	21	21	21	21	6
unbefristeter AV	13	4	17	31	23	13

Das Durchschnittsgehalt aller Befragten einschließlich der geringfügig Beschäftigten und Teilzeitbeschäftigten beträgt 31.030 Euro. Die Vollzeit beschäftigten Freien und Angestellten (mehr als 35 Wochenstunden) beziehen im Durchschnitt ein Bruttojahresgehalt von 36.477 Euro, das sich wie folgt verteilt:

1.	Angestellte mit unbefristeten Vertrag	36.903 Euro
2.	Freie	35.911 Euro
3.	Angestellte mit befristetem Vertrag	32.504 Euro

Eine weitere Aufschlüsselung dieser Gruppe nach den verschiedenen Tätigkeitsbereichen zeigt deutliche Gehaltsgefälle:

1.	Sales	47.050 Euro
2.	Projekt-/Produktmanagement	41.351 Euro
3.	Marketing	39.232 Euro
4.	Netzadministration	37.633 Euro
5.	grafische Produktion	37.300 Euro
6.	IT-Programmierung	37.106 Euro
7.	Konzeption	36.472 Euro
8.	Redaktion	33.799 Euro
9.	Design	33.584 Euro
10.	Web-Programmierung	32.784 Euro
11.	Service	30.994 Euro
12.	Backoffice	29.455 Euro
13.	Verwaltung	26.595 Euro
14.	sonstiges	34.132 Euro

Betrachtet man die Berufsbereiche, so lassen sich gestaffelte Gehaltsgruppen bilden. Die Spitzenverdiener der Branche finden sich in den Bereichen, die mit Kunden und Verkauf betraut sind: Sales, Projekt-/Produktmanagement und Marketing. Darauf folgt der kreative und entwickelnde Bereich wie Netzadministration, Grafik, IT-Programmierung und Konzeption. Die ausführenden, produzierenden und verwaltenden Bereiche mit Redaktion, Web-Programmierung, Service usw. bilden die Gruppe der weniger Verdienenden.

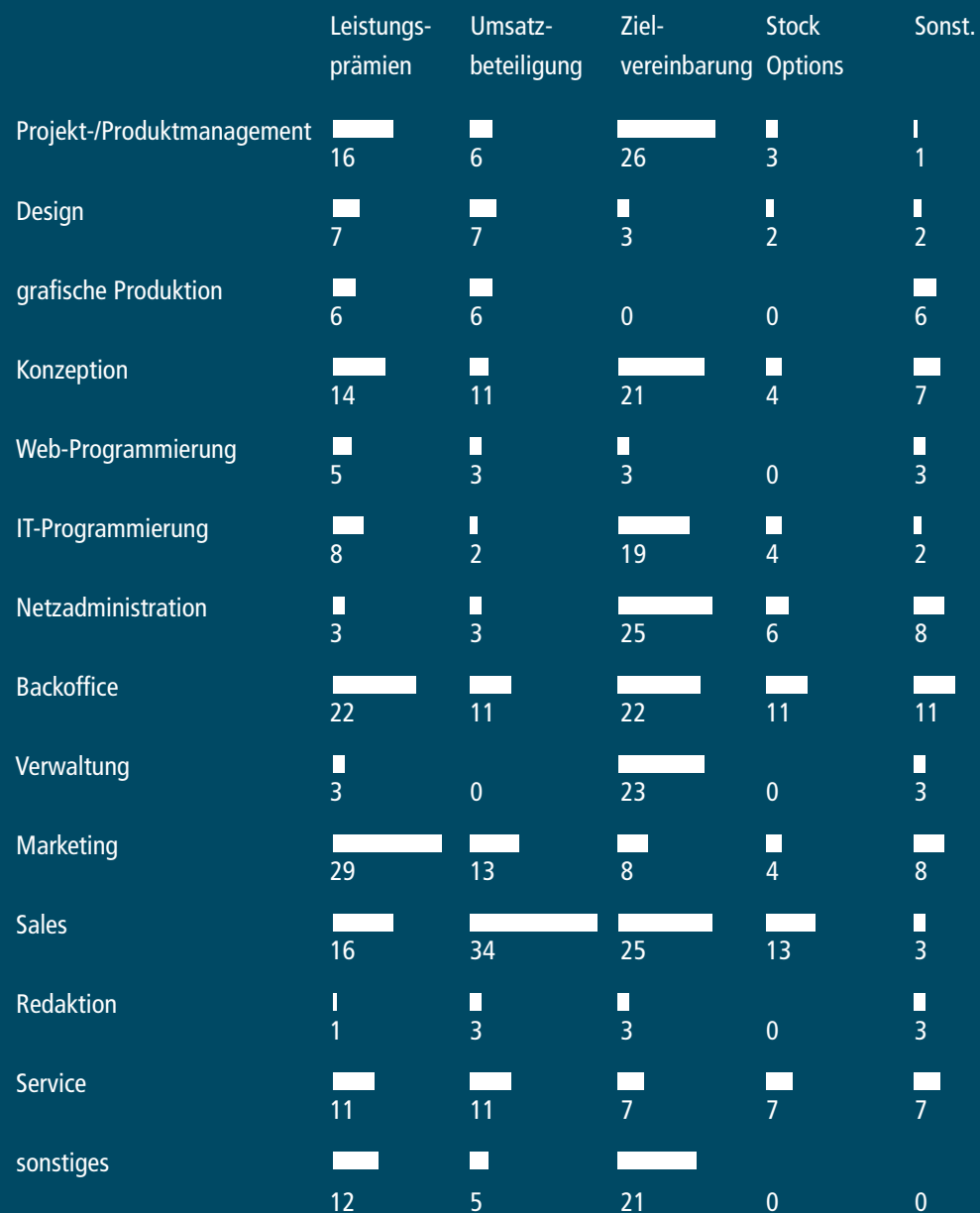
Die variablen Gehaltsbestandteile sind in den verschiedenen Tätigkeitsbereichen von unterschiedlicher Bedeutung. Die gängigste Variable ist die nach Zielvereinbarungen, die für knapp ein Viertel der Beschäftigten vor allem in folgenden Bereichen gelten: Produkt-/Projektmanagement (26%), Netzadministration (25%), Sales (25%), Verwaltung (23%), Backoffice (22%), Konzeption (21%) und IT-Programmierung (19%).

Außerdem spielen im Bereich Sales die Umsatzbeteiligungen mit 34%, im Marketing die Leistungsprämien mit 29% eine große Rolle. Stock Options werden kaum angegeben: Nur im Bereich Sales und Backoffice halten 13% bzw. 11% der Beschäftigten Anteile.

Von zusätzlichen regelmäßigen Gehaltsbestandteilen sind 44,6% der Befragten ausgenommen. Lediglich 26,7% erhalten Weihnachtsgeld, 23,3% Urlaubsgeld, 4,3% Gewinnbeteiligung und 13,2% sonstige Leistungen.

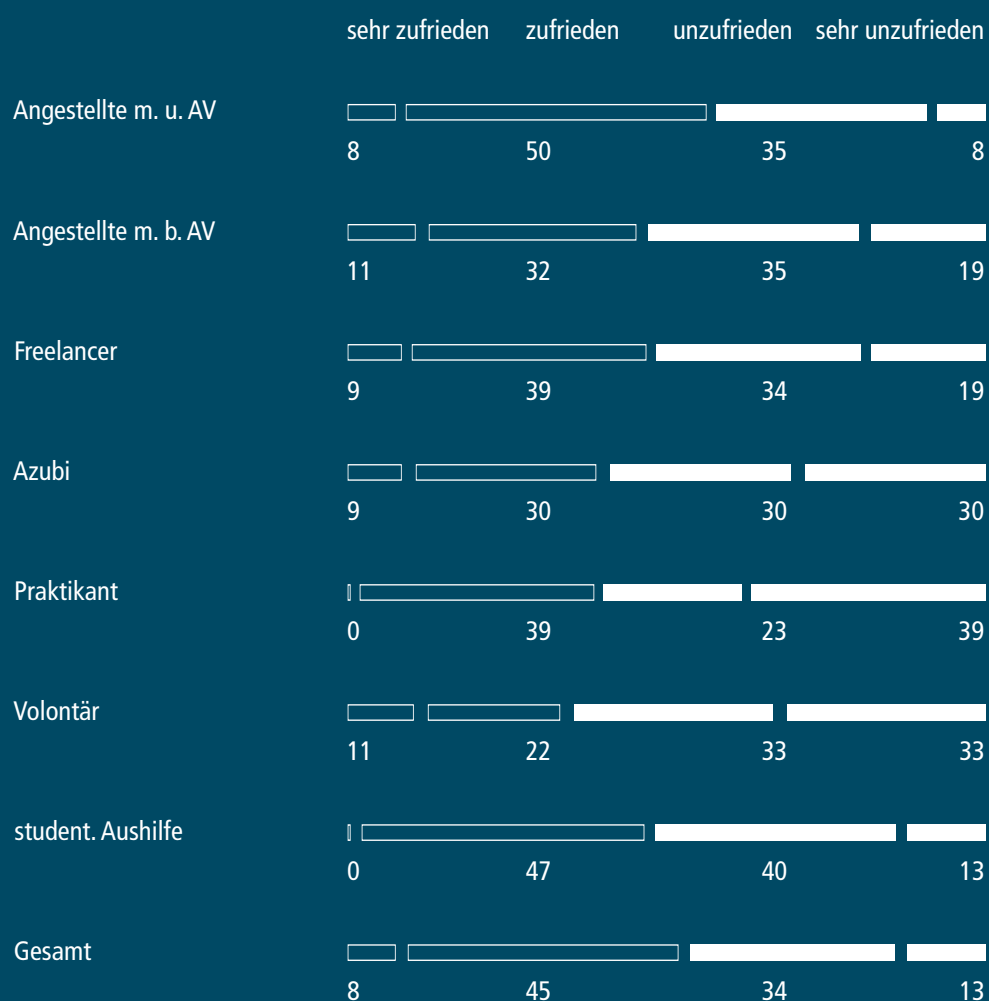
Abb. 18:

Variable Gehaltsbestandteile (%)



Die Zufriedenheit mit dem Einkommen hält sich über alle Befragten die Waage: 53% sind eher oder sehr zufrieden, 47% eher bis sehr unzufrieden. Die Fächerung nach Vertragsarten spiegelt nahezu die Einkommenssituation wider: Die Angestellten mit unbefristetem Vertrag sind die Zufriedensten, Praktikanten, Volontäre und Auszubildende die Unzufriedensten.

Abb.19:
Einkommenszufriedenheit nach Vertragsarten (%)

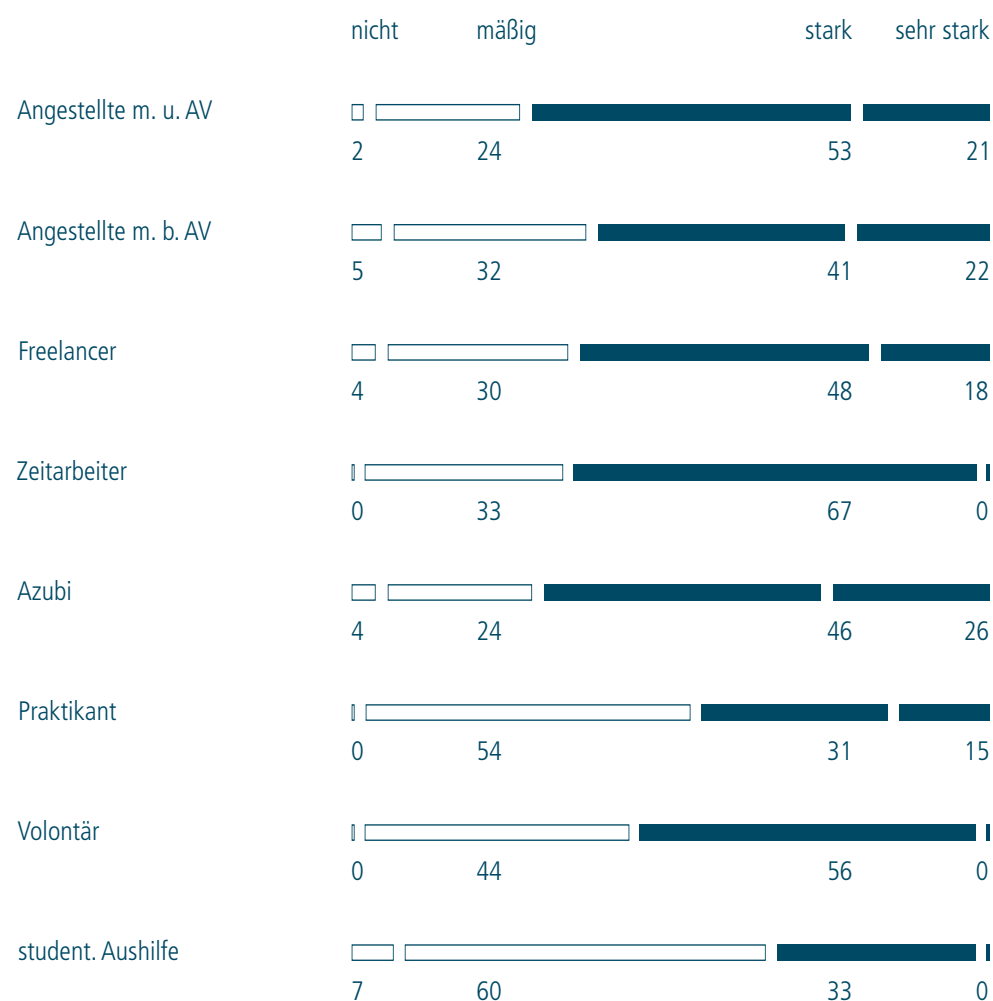


An dieser Stelle wurde ergänzend in einer offenen Frage nach einer Begründung für die Einkommenszufriedenheit gefragt. Hier äußerten sich eher die Unzufriedenen, die ihr Gehalt als zu gering (n=30), unverhältnismäßig niedrig zur Leistung (n=46), als untertariflich (n=10) oder ungerecht (n=7) einstufen. In 20 Antworten wurde bemängelt, dass Gehaltserhöhungen nicht durchzusetzen seien und in 13 Fällen, dass es keine Zusatzleistungen gäbe. Demgegenüber fanden 28 der Befragten ihr Gehalt ausdrücklich angemessen.

Arbeitsbedingungen

Die physische und psychische Belastung durch die Arbeit wird von den Befragten bedenklich hoch eingeschätzt: Insgesamt 70% empfinden diese als stark bis sehr stark, für 30% ist sie mäßig oder nicht vorhanden. Innerhalb der verschiedenen Vertragsverhältnisse zeigen sich die Angestellten mit unbefristetem Arbeitsvertrag am stärksten betroffen: Knapp dreiviertel (74%) geben eine starke bis sehr starke Belastung an. Es folgen die Auszubildenden (70%), die Freien (66%) und die befristet Angestellten mit 63% (siehe Abbildung 20).

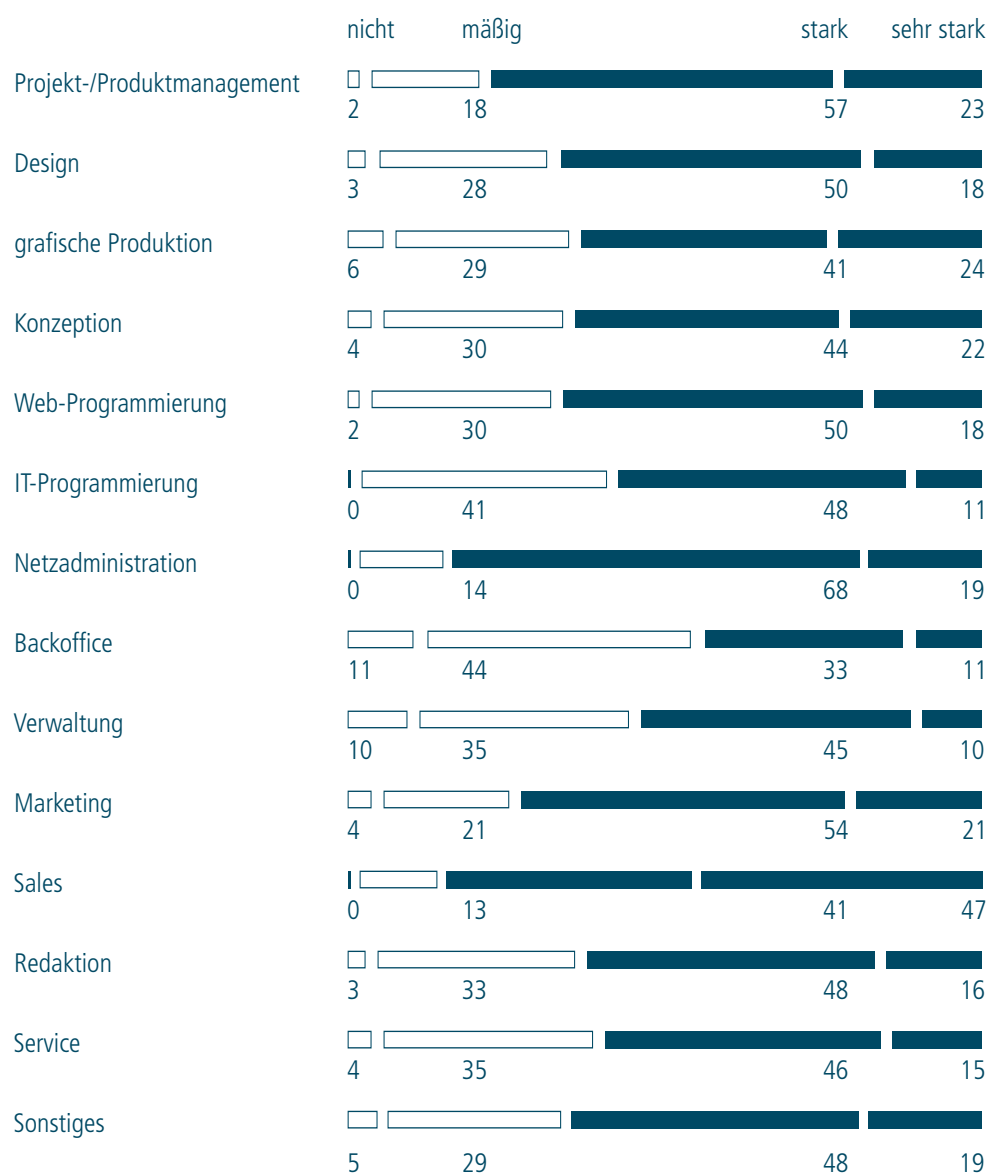
Abb. 20:
Belastungssituation nach Vertragsarten (%)



Betrachtet man die Belastungssituation in den verschiedenen Tätigkeiten der Branche, so sind es die Bereiche Sales (88%), Netzadministration (87%), Projekt-/Produktmanagement (80%), und Marketing (75%), die eine überdurchschnittlich hohe Belastung aufweisen (siehe Abbildung 21). Interessanterweise entspricht dies genau den Tätigkeitsbereichen, die dementsprechend mit den höchsten Bruttojahreseinkommen vergütet werden.

Abb. 21:

Belastungssituation nach Tätigkeitsbereichen (%)



Welche Faktoren führen zu derartig hohen Belastungssituationen? Die Ergebnisse der Befragung liefern hier deutliche Auskünfte: 72% der Befragten benennen Zeitdruck als wesentlichen Belastungsfaktor, dicht gefolgt von hohen Konzentrationsanforderungen (69%). Daneben sind drei weitere Faktoren relevant: Häufig wechselnde Aufgaben (55%), Leistungsdruck (55%) und häufige Arbeitsunterbrechungen (50%) (siehe Abbildung 22). Diese Ergebnisse bestätigen einerseits das vorherrschende Bild der dynamischen und schnelllebigen Arbeitskultur der Branche, andererseits beschreiben sie auch das Leiden daran. Auffällig ist, dass trotz der dargestellten hohen Überstundenzahlen diese nur von 29% der Befragten explizit als Belastung gesehen werden. Das Belastungsgefühl rührt demnach weniger von der Quantität des Arbeitsaufkommens, den langen Arbeitszeiten, als von dem Druck, das Arbeitsziel oder Projekt nicht in time erledigen zu können.

Abb. 22

Zentrale Belastungsfaktoren (%)

1. Zeitdruck	72	6. hohe Überstunden	29
2. hohe Konzentrationsanforderungen	69	7. Umgebungsbedingungen	27
3. häufig wechselnde Aufgaben	55	8. Unterforderung	23
4. Leistungsdruck	55	9. monotone Aufgaben	20
5. häufige Arbeitsunterbrechungen	50	10. Überforderung	11

Betrachtet man nun die fünf am häufigsten genannten Belastungsfaktoren genauer, so zeigt sich, dass innerhalb der verschiedenen Arbeitsverhältnisse insbesondere die Angestellten mit unbefristetem Arbeitsvertrag und Volontäre von Zeitdruck und hohen Konzentrationsanforderungen betroffen sind. Es ist zu vermuten, dass Letztere häufig schon als volle Arbeitskräfte eingesetzt werden und mit dieser Situation dann überfordert sind (siehe Abbildung 23).

Abb. 23:

Zentrale Belastungsfaktoren nach Vertragsarten (%)

	Zeitdruck	hohe Konzentration	häufig wechselnde Aufgaben	Leistungsdruck	Arbeitsunterbrechungen
Angestellte m. u. AV	87	80	65	66	64
Angestellte m. b. AV	63	74	63	63	50
Freelancer	78	78	60	64	47
Azubi	66	75	51	57	40
Praktikant	53	47	60	33	27
Volontär	78	100	56	33	44
student. Aushilfe	73	73	53	20	20

Die Aufschlüsselung der fünf zentralen Belastungsfaktoren nach den verschiedenen Tätigkeitsbereichen zeigt, dass Zeitdruck und hohe Konzentrationsanforderungen in nahezu allen Bereichen hohe Relevanz besitzen (70-90%). Lediglich im Backoffice liegen die Angaben niedriger (56%). Häufig wechselnde Aufgaben sind vorrangig im Projekt-/Produktmanagement (79%) und Marketing (75%) von Bedeutung, aber auch im Design (69%) und in der Netzadministration (67%). Leistungsdruck wird vor allem von den Beschäftigten in den Bereichen Sales (81%), Netzadministration (78%) und Marketing (75%) empfunden. Im Backoffice sind die häufigen Arbeitsunterbrechungen Hauptbelastungsfaktor (78%).

Die Frage nach der Belastung mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten wurde durch eine offene Frage nach weiteren Faktoren ergänzt. 83 Antworten wurden gegeben, aufgezählt im Folgenden die meistgenannten:

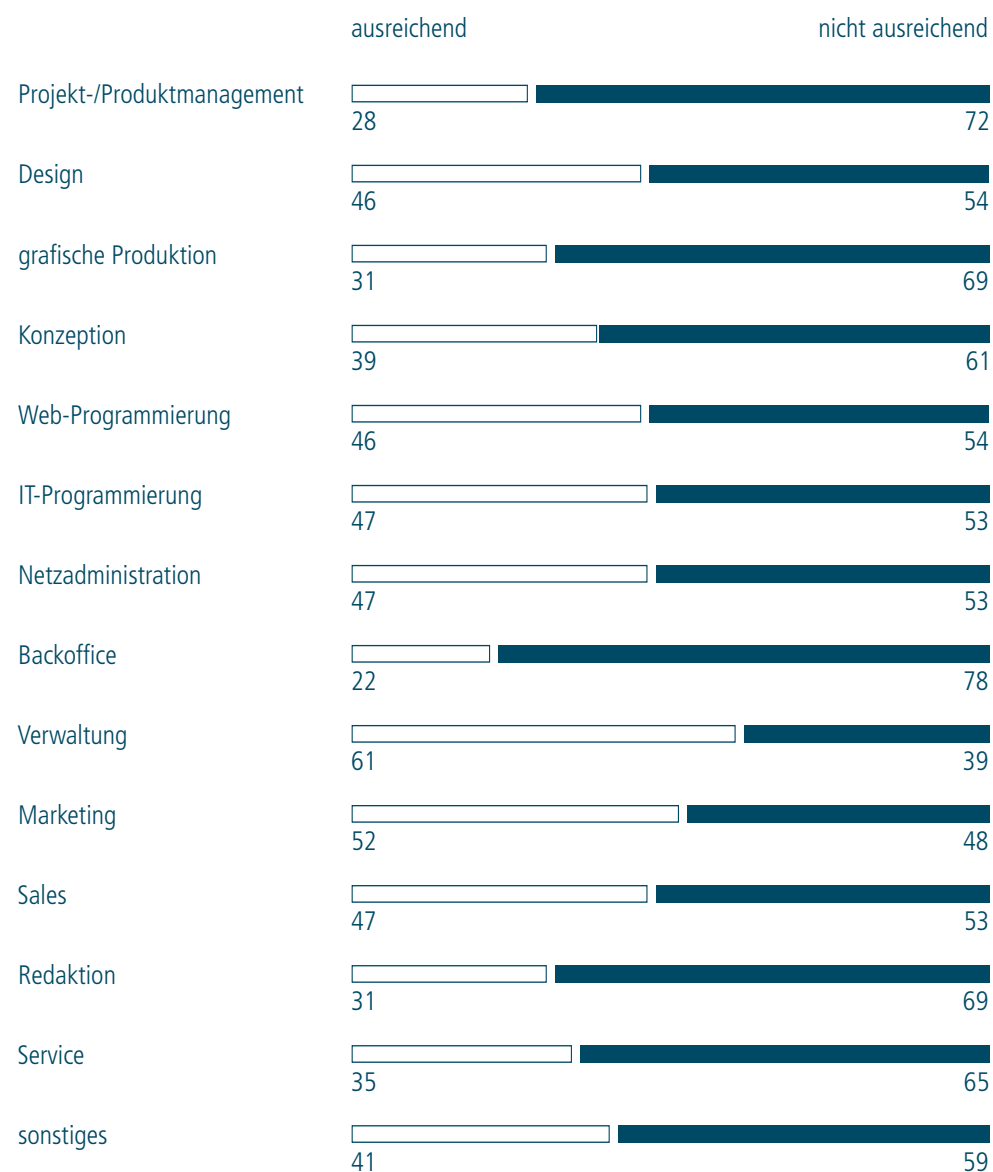
	Nennungen
- Mangelnde Kompetenz/Führungsqualitäten der Vorgesetzten/Geschäftsführung „Fehlentscheidungen durch junge, unerfahrene Führungskräfte/Management“	18
- Sorge um den Arbeitsplatz „unsichere Gesamtsituation, Angst um Arbeitsplatz“	16
- Defizite der Kommunikation im Betrieb „schlechte Mitarbeiter-Motivation durch mangelhafte Transparenz des Vorstandes und dessen Entscheidungen“	15
- gesundheitliche Belastung „gesundheitlich (Rücken, Augen, Stresskrankheiten)“	12

Vor dem Hintergrund des ausgeprägten Belastungsempfindens stellt sich die Frage, inwieweit die Beschäftigten hinreichend auf die hohen Anforderungen vorbereitet werden: Gibt es ausreichende Qualifizierungsmaßnahmen? Auf diese Frage antworteten 59% der Befragten mit „nein“. Besonders defizitär sieht die Situation für Mitarbeiter des Backoffice und im Projekt-/Produktmanagement aus – hier gaben 78% bzw. 72% an, keine ausreichenden Qualifizierungsmaßnahmen zu erhalten (siehe Abbildung 24).

Die Auswertung der offenen Frage nach den Mängeln in der Qualifizierung ergab, dass es insgesamt zu wenig Angebote gibt und die Inhalte darüber hinaus zu wenig auf den spezifischen Bedarf zugeschnitten sind (82 Nennungen). Daneben mangelt es vor allem an den notwendigen finanziellen Möglichkeiten (64 Nennungen) und der Zeit (38 Nennungen), aber auch an der Einsicht des Arbeitgebers oder Vorgesetzten in die Notwendigkeit von Qualifizierungsmaßnahmen (28 Nennungen). Ein Befragter beschrieb die Situation so: „nimmt man seinen Bildungsurlaub, gilt man als Schmarotzer“. Die notgedrungene Alternative besteht dann im Learning by doing: „Qualifizierungsmaßnahmen in dieser Branche bestehen vorwiegend aus Trial und Error. Das ist meines Wissens nicht nur in meinem Betrieb so.“ Das Ideal der Wissensgesellschaft vom lebenslangen Lernen lässt sich dann nur auf Kosten des Beschäftigten verwirklichen: „es findet weder eine Vertiefung des vorhandenen Wissens noch eine Ausrichtung auf neue Technologien statt, geschweige denn ein Anlernen von Mitarbeitern zwecks breiterer Streuung des Wissens. Es wird sich ganz und gar auf die Eigeninitiative der Mitarbeiter verlassen (natürlich zu eigenen finanziellen Lasten).“

Abb. 24:

Qualifizierungsbedarf nach Tätigkeitsbereichen (%)



Arbeitssituation von Frauen und Männern

An der Befragung nahmen 61% Männer und 39% Frauen teil. Betrachtet man noch einmal den Familienstand nach Geschlecht, so fällt auf, dass unter den wenigen Befragten, die in einer Beziehung mit Kind leben, nur 21% Frauen sind (siehe Abbildung 25). Dies lässt den Schluss zu, dass auch in der modernen Multimediabranche ein traditionelles Rollenmodell vorherrscht: In Familien mit Kindern geht vorwiegend der Mann arbeiten.

Abb. 25:
Familienstand nach Geschlecht (%)

	Frauen	Männer	Gesamt
alleinstehend	37	63	41
alleinstehend mit Kind	100	0	3
in LG/Ehe ohne Kind	46	54	38
in LG/Ehe mit Kind	21	79	18

Bei den verschiedenen Vertragsverhältnissen unterscheiden sich Männer und Frauen nicht wesentlich (siehe Abbildung 26).

Abb. 26:
Geschlechterverteilung nach Vertragsarten (%)

	Frauen	Männer
Angestellte m. u. AV	37	63
Angestellte m. b. AV	44	56
Freelancer	39	61
Azubi	52	48
Praktikant	57	43
Volontär	44	56
student. Aushilfe	27	73

Auch beim Qualifikationsniveau gibt es kaum Unterschiede zwischen Männern und Frauen: Vorherrschend ist das Abitur (82% der Frauen bzw. 84% der Männer) mit anschließendem abgeschlossenem Studium (47% bzw. 49%).

Bei der Verteilung auf die verschiedenen Berufsbereiche wird das Bild dagegen uneinheitlicher. Stark von Männern dominiert sind die technischen Bereiche wie Netzadministration, IT-Programmierung sowie der Service (mit jeweils 89%), Frauen überwiegen hingegen im Marketing (67%), Backoffice (67%) und im Design (62%). Weitgehende Ausgewogenheit herrscht in der grafischen Produktion, der Konzeption, Redaktion und Verwaltung.

Abb. 27:
Geschlechterverteilung nach Tätigkeitsbereichen (%)

	Frauen	Männer
Marketing	67	33
Backoffice	67	33
Design	62	38
Verwaltung	53	47
Konzeption	48	52
grafische Produktion	47	53
Redaktion	46	54
sonstiges	40	60
Web-Programmierung	39	61
Projekt-/Produktmanagement	36	64
Sales	31	69
Service	11	89
IT-Programmierung	11	89
Netzadministration	11	89

Bezüglich der Arbeitszeiten unterscheiden sich die Ergebnisse für Männer und Frauen nicht signifikant. Insbesondere lässt sich kein Teilzeitschwerpunkt bei Frauen feststellen: Rund 18% der Frauen und 17% der Männer arbeiten weniger als 35 Wochenstunden. Allerdings leisten Männer im Durchschnitt 5,9 Überstunden wöchentlich, Frauen 4,4.

Die Einkommensunterschiede sind demgegenüber beachtlich. Wie aus Abbildung 28 hervorgeht, sind Frauen trotz des zuvor gezeigten unbedeutenden Unterschieds im Ausbildungsniveau in den oberen Einkommensbereichen von mehr als 50.000 Euro deutlich unterrepräsentiert: Das Verhältnis von Männern und Frauen beträgt hier 81% zu 19%. Das bedeutet, dass nur 5% der befragten Frauen zu dieser Einkommensklasse gehören, während dies bei den Männern immerhin 14% sind. Im Jahresdurchschnitt verdienen Frauen 28.268 Euro Brutto, Männer 32.997 Euro.

Abb. 28:
Einkommensstruktur (Brutto) nach Geschlechtern (%)

	Frauen	Männer
unter 10.000 Euro/Jahr	43	57
10 – 20.000	40	60
20 – 30.000	44	56
30 – 40.000	42	58
40 – 50.000	38	62
über 50.000	19	81

Worin liegen die Einkommensunterschiede von Frauen und Männern begründet? Eine gängige Vermutung dafür ist, dass Frauen seltener Führungspositionen innehaben. Allerdings zeigen die Ergebnisse hier nicht allzu große Unterschiede: 37% der befragten Frauen geben an, Weisungsbefugnis zu haben und 41% der Männer. Die Einkommensunterschiede in den verschiedenen Positionen sind hingegen wieder deutlich. Insbesondere in den nicht leitenden Positionen verdienen Frauen im Schnitt um die 7000 Euro weniger im Jahr als Männer.

Abb. 29:

Einkommensstruktur nach Geschlechtern und Weisungsbefugnis

		durchschnittliches Bruttojahreseinkommen (Euro)	
mit Weisungsbefugnis	Frauen	34.684	
	Männer	35.453	
ohne Weisungsbefugnis	Frauen	24.111	
	Männer	31.456	

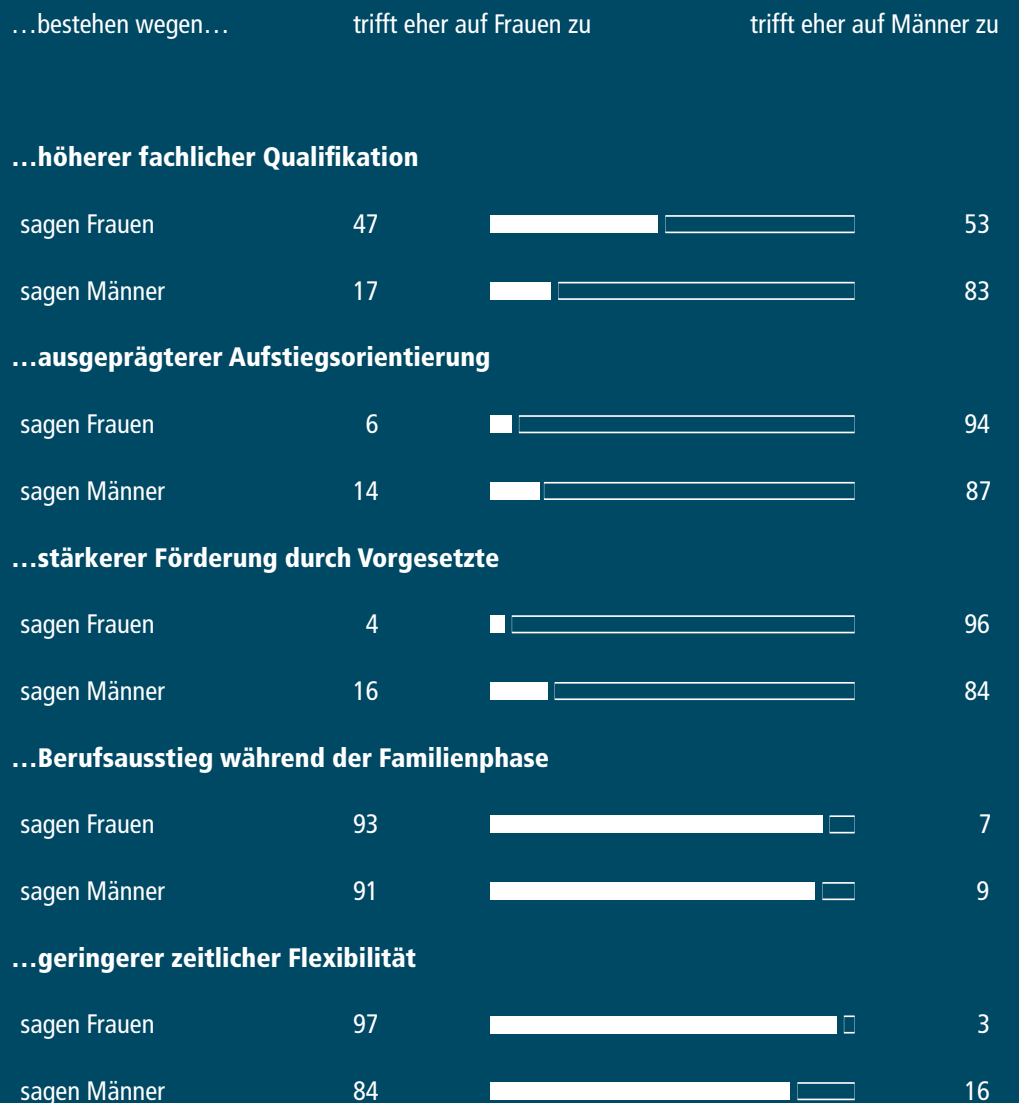
Eine differenzierte Frage nach den Entwicklungschancen von Frauen und Männern sollte Aufschluss darüber geben, welche Faktoren aus Sicht der Befragten eine Rolle spielen. Die Ergebnisse hierzu bestätigen vorherrschende Meinungen, allerdings unterscheiden sich Frauen und Männer insbesondere in der Bewertung eines Aspektes deutlich (siehe Abbildung 30).

Weitgehend einig sind sich männliche und weibliche Befragte darin, dass es große Unterschiede aufgrund geringerer zeitlicher Flexibilität und wegen des Berufsausstiegs während der Familienphase gibt und dass dies nahezu ausschließlich für Frauen zutrifft. Weiterhin stimmen beide Geschlechter darin überein, dass Männer eine höhere Aufstiegsorientierung aufweisen und stärker vom Vorgesetzten unterstützt werden. Deutlich abweichend sind die Einschätzungen jedoch hinsichtlich der fachlichen Qualifikation: Männer räumen hier dem eigenen Geschlecht einen hohen Vorsprung ein, Frauen vermuten einen nahezu gleichen Bildungsstand der Geschlechter. An dieser Stelle sei noch einmal auf denselben hohen Bildungsstand beider Geschlechter in der Befragung hingewiesen.

Insgesamt überrascht in dieser relativ neuen Branche mit überwiegend jüngeren Beschäftigten eine durchaus konservative Auffassung von den Geschlechtern, die sich überspitzt folgendermaßen darstellen lässt: Oberste Priorität von Männern ist es, Karriere zu machen, wobei sie durch ihre Vorgesetzten gefördert werden. Frauen ordnen den Beruf dem Familienleben unter und sind daher zeitlich eingeschränkter. Anzunehmen ist, dass in dieser Geschlechterauffassung auch ein Grund für die unterschiedlichen Gehaltsniveaus zu finden ist.

Abb. 30:

Unterschiede in Entwicklungschancen (%)

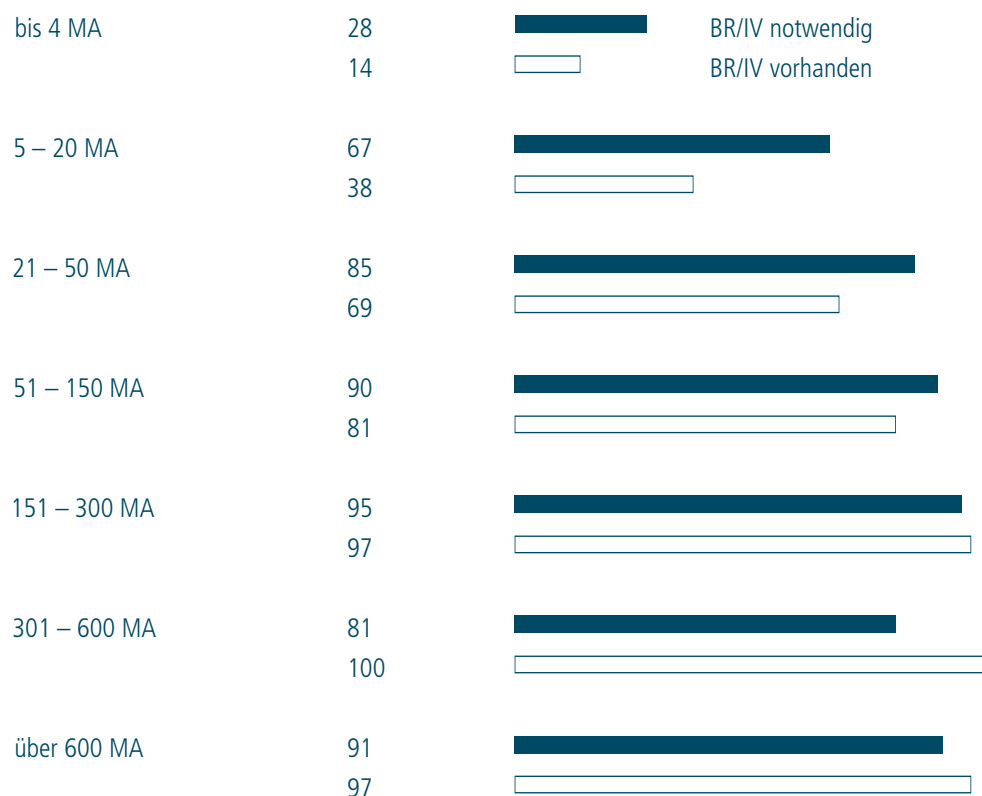


Betriebsräte und Gewerkschaften

Von den Befragten sind 63% in Betrieben mit einem Betriebsrat und/oder einer anderen Form der Interessenvertretung beschäftigt, in 37% der Fälle gibt es keines von beiden. Einen Betriebsrat haben 56% gewählt. Während große Unternehmen nahezu immer über einen BR verfügen, ist dies in kleineren selten der Fall (siehe Abbildung 31). In größeren Unternehmen wird auch stärker die Notwendigkeit eines Betriebsrates bzw. einer Interessenvertretung gesehen.

Abb. 31:

Existenz und Notwendigkeit des BR/IV nach Betriebsgröße (%)



Insgesamt sieht mit 77% der überwiegende Teil der Befragten die Notwendigkeit eines BR bzw. einer Interessenvertretung. Ebenfalls 77% beurteilen die Arbeit ihres BR bzw. ihrer Interessenvertretung positiv bis sehr positiv. Dabei zeigt die Auswertung der offenen Antworten zu diesem Punkt, dass die Durchsetzung sozialer Standards besondere Bedeutung hat. Dies zeigt sich in Aussagen wie: „Ich kann meine Interessen auch direkt aussprechen und verfolgen. Allerdings geht das nicht allen Mitarbeitern so und insofern ist es wichtig einen Betriebsrat zu haben!“ oder „ohne den Betriebsrat wären die letzten Entlassungen schlichtweg eine Katastrophe geworden. Der BR hat in den anderthalb Jahren seiner Existenz 4!! Sozialpläne aushandeln müssen.“

connex.av ist 38% aller Befragten ein Begriff, wobei ein deutlicher Unterschied in der Bekanntheit nach Betrieben mit und ohne Betriebsrat/Interessenvertretung besteht: In Betrieben mit Betriebsrat ist connex.av bislang 43% bekannt, in solchen ohne 30% (siehe Abbildung 32).

Abb. 32:

Bekanntheit connex.av in Betrieben mit/ohne Betriebsrat oder Interessenvertretung

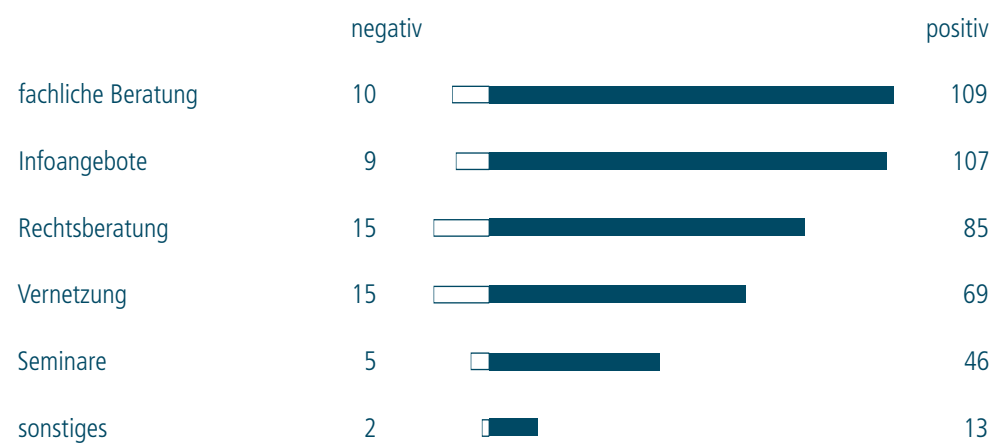


Die differenziertere Frage nach der Bewertung der Gewerkschaftsarbeit (connex.av/ver.di) ergab, dass insbesondere die fachliche Beratung, die Infoangebote und die Rechtsberatung geschätzt werden (siehe Abbildung 33).

Abb. 33:

Beurteilung der Gewerkschaftsarbeit

(absolute Zahlen)



In einer offenen Frage wurden darüber hinaus die Erwartungen an Gewerkschaften erfragt. Die Antworten hierzu wurden Kategorien zugeordnet und ergaben folgende Rangfolge (absolute Zahlen):

1. Vertretung für Rechte und Arbeitsbedingungen 55 Nennungen
2. Beratung/Unterstützung 54 Nennungen
3. Information 39 Nennungen
4. Tarifverträge 21 Nennungen
5. Lohnregelungen 18 Nennungen
6. Weiterbildung 14 Nennungen
7. Präsenz 14 Nennungen
8. Vernetzung 13 Nennungen
9. stärkere Anpassung an Medienbranche 12 Nennungen
10. Arbeitsplatzsicherung 11 Nennungen
11. Arbeitszeitregelung 8 Nennungen

Stimmung in der Branche

Es zeigt sich also die vorrangige Bedeutung der Vertretung für Rechte und bessere Arbeitsbedingungen, gefolgt von der Informations- und Beratungsfunktion aus Sicht der Befragten. Darüber hinaus werden tarifliche Themen häufig angesprochen: Zwar wird die Forderung danach explizit nur 21 Mal gestellt, aber auch die Wünsche nach Lohnregelungen (18 Nennungen), Arbeitszeitregelungen (8) sowie Arbeitsplatzsicherung (11) betreffen tarifvertraglich zu regelnde Themen.

Im Folgenden eine Auswahl von Antworten auf diese Frage, die die Bewertung wiedergeben:

- „Sie [die Gewerkschaft] muss vor allem Verständnis für die Branche entwickeln und die Arbeitnehmer in diesem Rahmen unterstützen. Was bringt es mir, wenn ein Betriebsrat durchgesetzt wird, weil es gesetzlich möglich ist, dann aber der Standort dicht gemacht wird? Also besser im Rahmen des möglichen etwas rausholen, als auf allgemeine gesetzliche Regelungen zu pochen“
- „mehr Support für Freie“
- „Allgemeine und spezielle Beratung ist super! Etwas mehr Bemühungen, die in der Branche einen Imagegewinn der Gewerkschaften bewirken, könnten nicht schaden“
- „Mehr Präsenz / Einladungen zu Infoveranstaltungen / Fort- und Weiterbildung“
- „Tarifverträge wären super. Müssen unbedingt moderner werden. Wirken immer noch sehr verstaubt“

Nicht verschwiegen sei, dass 44 Antworten keine bzw. negative Erwartungen an Gewerkschaften ausdrückten. Auch das negative Image der Gewerkschaften wurde 23 Mal angesprochen. Dazu ein Beispiel:

- „U.a. (!) das öffentliche Negativ-Image von Gewerkschaften (dicke Bosse, fette Posten + Häuser, tumbe Funktionäre etc.) war entscheidend dafür, dass bei uns die Betriebsratsinitiative scheiterte. Das muss sich ändern!“

Mit insgesamt 245 Nennungen erhielt diese offene Frage die meisten Antworten.

Zum Abschluss stellt sich die Frage, wie sich die dargestellte Arbeitssituation auf die Einstellung der Beschäftigten auswirkt. Stimmt das Bild des typischen Beschäftigten der Branche, wie es eingangs entworfen wurde? Hängt er an seiner Arbeit, der Firma und der Branche? Die Befragungsergebnisse machen einige Ernüchterung deutlich: Nur 21% sind speziell an einer Tätigkeit in der Medienbranche interessiert; 37% würden aus der Branche wechseln. Dennoch schätzen immerhin auch 39% der Befragten ihre persönlichen Entwicklungschancen in der Multimediabranche gut ein. (siehe Abbildung 34).

Abb. 34:

Einstellung zur Arbeit in der Multimediabranche

Ich bin speziell an einer Tätigkeit in der Medienbranche interessiert	21%
Ich würde aus der Medienbranche wechseln	37%
Ich sehe gute Entwicklungschancen in der Branche	39%

Die doch recht positive Beurteilung der Entwicklungschancen in der Branche verwundert vor dem Hintergrund der überwiegend pessimistischen Einschätzung zur allgemeinen Entwicklungssituation der Branche: 66% der Befragten sind überzeugt, dass die Talsohle noch nicht durchschritten ist. Nur 16% glauben, dass es wieder bergauf geht. Auch das Betriebsklima hat mit der Krise aus Sicht der Befragten deutlich gelitten: 60% geben hier eine Verschlechterung an (siehe Abbildung 35). Eine Verbesserung sehen hingegen nur 5%.

Abb. 35:

Veränderung des Betriebsklimas



Die Ergebnisse belegen darüber hinaus, dass es den Beschäftigten der Multimediabranche entgegen des vorherrschenden Bildes vom allzeit bereiten Mitarbeiter durchaus wichtig ist, Arbeits- und Privatleben zu trennen. Demnach ist eine solche Trennung 82% der Befragten wichtig – und immerhin 77% gelingt sie auch.

Fazit

Die Befragung liefert aussagekräftige Ergebnisse zu den aufgeworfenen Fragestellungen. Insbesondere konnten wertvolle Erkenntnisse zu den Arbeitsbedingungen der Beschäftigten gewonnen werden. Folgende Kernaussagen lassen sich im Überblick zusammenfassen:

Die Gruppe der Befragten zeichnet sich durch einen **Altersdurchschnitt von 33** Jahren aus. Nur 14% sind älter als 40 Jahre. Nur **18% leben in einer Beziehung mit Kindern**. Das **Ausbildungsniveau** ist hoch: 83% haben das Abitur und 48% ein anschließendes Studium absolviert. Die meisten verfügen über einen **unbefristeten Arbeitsvertrag** (66%) und sind in kleinen und mittleren Unternehmen beschäftigt (90% arbeiten in Unternehmen mit weniger als 300 Angestellten).

Die Arbeitszeit ist durch **hohe Flexibilität und umfangreiche Mehrarbeit** gekennzeichnet: insgesamt 62% der Befragten arbeiten in Gleitzeit oder Vertrauensarbeitszeit. Die durchschnittliche wöchentliche Überstundenzahl beträgt 5,2 Stunden; die durchschnittliche Wochenarbeitszeit bei den Freelancern beträgt 47,3 Stunden. Erstaunlich ist vor diesem Hintergrund die Beurteilung der Arbeitszeit insgesamt: 71% bewerten sie positiv, bei den Freien sind es sogar 81%.

Das **Bruttojahreseinkommen liegt durchschnittlich bei rund 31.000 Euro** (alle Befragten) bzw. bei 36.500 Euro (Vollzeitbeschäftigte), wobei es ein deutliches Gehaltsgefälle innerhalb der verschiedenen Tätigkeitsbereiche gibt: Am höchsten sind die Einkommen im Bereich Sales (rund 47.100 Euro), am niedrigsten in der Verwaltung (26.600 Euro).

Die Belastungssituation ist alarmierend. 70% der Befragten fühlen sich stark bis sehr stark belastet, besonders hoch ist die Belastung in den Bereichen Sales, Netzadministration, Projekt- und Produktmanagement. Zentrale Belastungsfaktoren sind Zeitdruck, hohe Konzentrationsanforderungen, häufig wechselnde Aufgaben, Leistungsdruck und häufige Arbeitsunterbrechungen. Auch der Qualifizierungsbedarf ist hoch: Knapp 60% bemängeln unzureichende Qualifizierungsmaßnahmen; im Backoffice, Projekt- und Produktmanagement sind es sogar über 70%.

Geschlechterunterschiede lassen sich vorrangig in den Tätigkeitsbereichen und im Einkommen identifizieren: Männer sind stärker in den technischen Bereichen vertreten, Frauen im Backoffice, Marketing und Design. Darüber hinaus **verdienen Männer rund 4700 Euro mehr im Jahr**. Diese Einkommensunterschiede lassen sich jedoch nicht durch Arbeitszeiten, Ausbildung, Position oder eine generellere Ungleichverteilung in Niedrig- und Hochlohnbereichen erklären – bzgl. all dieser Faktoren unterscheiden sich die männlichen und weiblichen Befragten nicht signifikant.

Der überwiegende Anteil der Befragten (63%) ist in Unternehmen mit **Betriebsrat** oder Interessenvertretung beschäftigt. Die meisten halten deren Arbeit auch für notwendig und bewerten sie positiv (je 77%). **Von der Gewerkschaft werden vor allem Beratung und Informationsangebote gefordert** und die bisherige Arbeit in diesen Punkten wird ebenfalls vorwiegend positiv beurteilt. connexx.av kennen bislang 38% der Befragten, was für das erst seit 1999 existierende Projekt ein ordentliches Ergebnis ist.

Die **Stimmung in der Branche ist eher verhalten**: 37% würden aus der Medienbranche wechseln, 66% glauben, dass die Talsohle noch nicht durchschritten ist und weitere 60% geben an, dass sich das Betriebsklima mit der Krise spürbar verschlechtert hat. Vom „Glamour“ des New Media Booms scheint nicht mehr viel übrig zu sein.

Das eingangs skizzierte Bild des Beschäftigten in der Multimediabranche müsste aufgrund der Befragungsergebnisse also wie folgt korrigiert werden:

Der Beschäftigte in der Multimediabranche ist zwischen 30 und 40 Jahre alt. Durchaus würde er die Branche wechseln. Sein Privatleben ist ihm wichtig und er weiß es vom Job zu trennen. Wenn es die Projekte erfordern, arbeitet er rund um die Uhr unter hoher zeitlicher Belastung und zumindest in den Bereichen Sales, Projektmanagement oder Marketing verdient er dafür gut. Er ist hoch qualifiziert, wenn vielleicht auch aus einem entfernten Berufszweig.

Die Befragten der Neuen Medien haben ihre Erwartungen an die gewerkschaftliche Arbeit sowie die Gestaltungsmöglichkeiten zur Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen deutlich formuliert. An diese wird connexx.av seine Zielsetzungen für die Dauer seiner Projektlaufzeit bis Ende 2004 anknüpfen:

Bestätigung haben uns die positiven Ergebnisse hinsichtlich der Informations- und Beratungsleistungen geliefert, die uns bestärken, diese intensiv wie bisher fortzusetzen. Eine große Herausforderung und künftige Schwerpunktsetzung von connexx.av wird sein, die Selbstständigen, Beschäftigten und Betriebsräte bei Maßnahmen zu unterstützen, die ihre enorme Belastungssituation verringern. Damit es nicht mehr nur um Konsolidierung geht, sondern um die verbesserten Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in den Neuen Medien. Hier geht es vor allem darum, Rahmenbedingungen auf den Weg zu bringen, die einen angemessenen Ausgleich schaffen für ausufernde Arbeitszeiten und Arbeitsaufkommen sowie nötige Qualifizierungen ermöglichen. Ein den Bedürfnissen der Beschäftigten angepasster Tarifvertrag könnte dem Märchen vom Arbeiten in den Neuen Medien frischen Stoff zum Träumen geben.

Anhang: Der Fragebogen

Befragung zur Arbeits- und Einkommenssituation der Beschäftigten in der Multimediabranche

Informationen über Beschäftigungsverhältnisse und Arbeitsbedingungen in der Multimediabranche liegen bisher nur lückenhaft vor. connexx.av befragt bundesweit Beschäftigte dieser Branche, um die Beratung und Serviceleistung in ihrem Interesse zu verbessern. Dabei arbeiten wir mit der „Arbeitsgemeinschaft Befragungen im Betrieb“ (AG BiB) und der Hans-Böckler-Stiftung zusammen.

Um ein aussagekräftiges Ergebnis zu erhalten, bitten wir Sie um Ihre Mithilfe. Füllen Sie den beiliegenden Fragebogen möglichst vollständig aus. Die Beantwortung der Fragen dauert ca. 15 Minuten. Selbstverständlich ist die Teilnahme an der Befragung freiwillig. Die Auswertung erfolgt anonym: Adresskarte und Fragebogen werden sofort nach Erhalt von uns getrennt und können danach nicht mehr in Verbindung zueinander gebracht werden. Die Daten werden nur zum angegebenen Zweck verwendet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Fragebogen steht zusätzlich als Online-Version auf unserer Homepage unter www.connexx-av.de zur Verfügung. Empfehlen Sie diese auch Ihren Freunden und Kollegen aus der Branche, falls sie keinen Bogen erhalten haben.

Als Dankeschön haben Sie die Möglichkeit, an unserer Verlosung teilzunehmen. Füllen Sie dazu die beiliegende Teilnahmekarte aus und schicken Sie sie an uns zurück. Zu gewinnen gibt es eine Digitalkamera, einen Palm 505m PDA, ein Jahresabo von National Geographic oder ein Computerspiel Ihrer Wahl. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Vielen Dank.

Wegen der besseren Lesbarkeit verwenden wir ausschließlich die männliche Form. Damit sind Frauen und Männer gleichermaßen gemeint.

1. Berufliche Tätigkeit

1.1 Arbeiten Sie als (Vertragsarten)

- Freelancer
- Angestellter mit unbefristetem Vertrag
- Angestellter mit befristetem Vertrag
- Zeitarbeiter
- Auszubildender
- Praktikant
- (studentische) Aushilfe
- Volontär

1.2 Wo sind Sie beschäftigt?

- Content-Provider
- Multimedia-Agentur
- Internet-Dienstleister
- Online-Shop
- Online-Verlag
- sonstiges

1.3 In welchem Bereich üben Sie Ihre Tätigkeit bzw. Ihren Beruf aus?

Geben Sie bitte nur Ihren Schwerpunktbereich an.

- Projektmanagement/Produktmanagement
- Design (Entwurf/Layout)
- Graphische Produktion
- Konzeption
- Web-Programmierung (html, php)
- IT-Programmierung (Hochsprachen, Entwicklung)
- Netzadministration
- Backoffice
- Verwaltung (Controlling, Human Resources)
- Marketing/PR
- Sales
- Redaktion (Text/Bild)
- Service
- sonstiges

1.4 Wie lange sind Sie in der Multimediabranche beschäftigt?

1.5 Bei wie vielen Arbeitgebern innerhalb der Branche waren Sie seither beschäftigt, einschließlich Ihrer heutigen Beschäftigung? (Phasen der Selbständigkeit zählen als ein Arbeitgeber.)

- bei einem Arbeitgeber
- bei 2 bis 3 Arbeitgebern
- bei 3 bis 4 Arbeitgebern
- bei 4 bis 5 Arbeitgebern
- bei 5 und mehr Arbeitgebern

1.6 Seit wann sind Sie im jetzigen Unternehmen beschäftigt?

1.7 Wie lautet Ihre derzeitige genaue Tätigkeitsbezeichnung (Job Title)?

1.8 Haben Sie Mitarbeiter, gegenüber denen Sie weisungsbefugt sind?

- ja
- nein

1.9 Inwieweit verfügen Sie über Handlungs- und Gestaltungsspielräume in Ihrer Arbeit?

- in sehr hohem Umfang
- in hohem Umfang
- in geringem Umfang
- in sehr geringem Umfang

2. Zu Ihrem Betrieb

2.1 Gehört der Betrieb, in dem Sie arbeiten, zu einem Unternehmen mit mehreren Standorten, Filialen und/oder Zweigbetrieben?

- ja
- nein

2.2 Wie viele Mitarbeiter hat der Betrieb an Ihrem Standort?

2.2.1 Wie viele Personen sind im Unternehmen insgesamt (an allen Standorten) beschäftigt?

2.3 Wie hat sich die Mitarbeiterzahl im vergangenen halben Jahr an Ihrem Standort entwickelt?

- erhöht
- verringert
- nicht wesentlich verändert
- weiß nicht

2.4 Wie hoch ist ungefähr der Frauenanteil im Unternehmen? (Angabe bitte in Prozent)

2.5 Sind Sie der Ansicht, dass es Unterschiede in den beruflichen Entwicklungschancen zwischen Frauen und Männern gibt? (Mehrfachnennungen möglich)

trifft eher für Frauen zu

trifft eher für Männer zu

ja, und zwar aufgrund

höherer fachlicher Qualifikationen

ausgeprägter Aufstiegsorientierung

stärkerer Förderung durch Vorgesetzte

des Berufsausstiegs während der Familienphase

geringerer zeitlicher Flexibilität aufgrund von Kinderbetreuung

sonstiges:

nein, sehe keine besonderen Unterschiede

2.6 Werden im Rahmen Ihres Arbeitsverhältnisses ausreichend Qualifizierungsmaßnahmen angeboten?

- ja
 - nein
- Falls nein, woran mangelt es Ihnen vor allem?

3. Arbeitszeit- und Urlaubsregelung

3.1 Nach welchem Arbeitszeitmodell arbeiten Sie?

- feste Arbeitszeit
- Gleitzeit mit Kernarbeitszeitregelung
- Gleitzeit ohne Kernarbeitszeitregelung
- Schichtarbeit
- keine feste Arbeitszeit (Vertrauensarbeitszeit)

3.2 Wie viele Wochenstunden sind in Ihrem Arbeitsvertrag vereinbart?

3.3 Wie lange arbeiten Sie im Wochendurchschnitt tatsächlich?

3.4 Gibt es eine Arbeitszeiterfassung?

- ja, mittels Chipkarte
- ja, über die Anmeldung am Arbeitsplatz
- ja, per analogem oder digitalem Stundenzettel
- nein

3.5 Werden Überstunden von Ihrem Vorgesetzten angeordnet?

- ja
- nein

3.6 Leisten Sie Überstunden an Wochenenden?

- immer
- häufig
- selten
- nie

3.7 Können Sie Überstunden durch Freizeit ausgleichen?

- immer
- häufig
- selten
- nie

3.8 Existiert für den materiellen bzw. immateriellen Ausgleich von Überstunden eine verbindliche Regelung, die für alle Mitarbeiter gleichermaßen Gültigkeit besitzt?

- ja
- nein
- weiß nicht

3.9 Wie beurteilen Sie Ihre Arbeitszeitregelung?

- sehr positiv
 - positiv
 - negativ
 - sehr negativ
- Begründung:

3.10 Wie viele Tage Jahresurlaub haben Sie?

3.11 Konnten Sie in der Vergangenheit Ihren kompletten Jahresurlaub nehmen?

- ja
 - nein
- Falls nein, wie wurde mit dem Resturlaub verfahren?
- Er ist verfallen
 - Er wurde ausbezahlt
 - Er konnte aufgeschoben werden
 - sonstiges

3.12 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Urlaubsregelung?

- sehr zufrieden
 - eher zufrieden
 - eher unzufrieden
 - sehr unzufrieden
- Begründung:

4. Einkommenssituation

4.1 Wie hoch ist Ihr durchschnittliches Bruttogehalt?

4.2 Haben Sie zusätzlich variable Gehaltsbestandteile?

- Ja, Leistungsprämien diese machen ca. % meines Einkommens aus.
- Ja, Umsatzbeteiligungen diese machen ca. % meines Einkommens aus.
- Ja, durch Zielvereinbarungen geregelte Bestandteile; diese machen ca. % meines Einkommens aus.
- Ja, Stock options; diese machen ca. % meines Einkommens aus.

Ja, sonstige; diese machen ca. % meines Einkommens aus.

Nein, ich habe keine variablen Gehaltsbestandteile

4.3 Erhalten Sie zusätzlich regelmäßige Leistungen? (Mehrfachnennungen möglich)

- Urlaubsgeld
- Weihnachtsgeld
- Gewinnbeteiligung
- sonstige Leistungen
- keine zusätzlichen Leistungen

4.4 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Einkommen?

- sehr zufrieden
 - eher zufrieden
 - eher unzufrieden
 - sehr unzufrieden
- Begründung:

5. Betriebsrat und Gewerkschaften

5.1 Gibt es bei Ihnen einen Betriebsrat?

- ja
- nein
- weiß nicht

5.2 Gibt es eine vergleichbare andere Interessenvertretung?

- ja, und zwar:
- nein
- weiß nicht
- (falls Sie bei 5.1 und 5.2 mit „nein“ geantwortet haben, bitte weiter mit 5.6)

5.3 Seit wann gibt es eine/n Betriebsrat/Interessenvertretung?

5.4 Warum wurde der Betriebsrat/die Interessenvertretung gegründet? (Mehrfachnennung möglich)

- Wunsch nach Mitbestimmung
- Verbesserung der internen Kommunikation
- allgemeine Unzufriedenheit der Mitarbeiter
- wirtschaftliche Situation
- Umstrukturierungen
- Personalabbau
- ohne bestimmten Anlass
- weiß nicht

5.5 Wie beurteilen Sie die Arbeit Ihres Betriebsrates/Ihrer Interessenvertretung?

- sehr gut
- gut
- weniger gut
- schlecht

5.6 Ist ein Betriebsrat/eine Interessenvertretung Ihrer Meinung nach notwendig?

- ja
 - nein
- Begründung:

5.7 Welche Erwartungen haben Sie innerhalb Ihres Bereiches an die Gewerkschaften? Was könnte oder müsste vor allem geleistet werden?

5.8 Kennen Sie connexx.av?

- ja
 - nein
- (Falls Sie mit „nein“ geantwortet haben, beantworten Sie bitte 5.9 hinsichtlich ver.di.)

5.9 Wie beurteilen Sie die bisherige Arbeit von connexx.av/ver.di in den folgenden Bereichen?

Vernetzung der Beschäftigten:

- positiv negativ
- weiß nicht

fachliche Beratung:

- positiv negativ
- weiß nicht

Rechtsberatung:

- positiv negativ
- weiß nicht

Informationsangebote:

- positiv negativ
- weiß nicht

Seminare:

- positiv negativ
- weiß nicht

sonstiges:

- positiv negativ
- weiß nicht

6. Arbeits- und Lebenssituation

6.1 Wie schätzen Sie die Auswirkungen der Arbeit hinsichtlich Ihrer physischen und psychischen Belastungen ein?

- sehr stark
- stark
- mäßig
- überhaupt nicht

6.2 Welche der folgenden Belastungsfaktoren treten in Ihrem Arbeitsbereich auf? (Mehrfachnennungen möglich)

- Zeitdruck
- häufig wechselnde Aufgaben
- monotone Aufgaben
- Leistungsdruck
- hohe Konzentrationsanforderungen
- häufige Arbeitsunterbrechungen
- fachliche Überforderung

- fachliche Unterforderung
- unzureichende Gestaltung der Umgebungsbedingungen (Lärm, Klima ...)
- hohe Überstundenzahl
- sonstiges :

6.3 Welche Bedeutung hat für Sie die Trennung zwischen Arbeits- und Privatleben?

Eine Trennung zwischen Arbeits- und Privatleben ist mir wichtig.

- Trifft zu
- Trifft nicht zu

Eine Trennung zwischen Arbeits- und Privatleben ist mir möglich.

- Trifft zu
- Trifft nicht zu

6.4 Welche der folgenden Sätze kommt Ihrer Einstellung zur Arbeit am nächsten? (Mehrfachnennungen möglich)

- Für mich persönlich sehe ich gute Entwicklungschancen in der Branche
- Wenn ich die Möglichkeit habe, eine gleichwertige oder ähnliche Tätigkeit in einem anderen Bereich außerhalb der Medienbranche auszuüben, werde ich wechseln
- Ich bin speziell an einer Tätigkeit in der Medienbranche interessiert und würde dafür auch Nachteile in Kauf nehmen

6.5 Wie hat sich das Betriebsklima in Ihrem Unternehmen mit dem Ende des New Media Booms verändert?

- verschlechtert
- gleich geblieben
- verbessert
- weiß nicht

6.6 Sind Sie der Meinung, dass die Talsohle der New Media Branche überwunden ist?

- ja
- nein
- weiß nicht

7. Zu Ihrer Person

7.1 Sind Sie:

- weiblich
- männlich

7.2 Wie alt sind Sie?

7.3 Leben Sie

- alleinstehend
- alleinerziehend
- in einer Lebensgemeinschaft oder Ehe ohne Kind
- in einer Lebensgemeinschaft oder Ehe mit Kind/ern

7.4 Welchen Schulabschluss haben Sie?

- Hauptschule
- Mittlere Reife
- Abitur/Fachhochschulreife
- keinen

7.5 Über welchen weitergehenden Ausbildungsabschluss verfügen Sie?

- Berufsschule
- Fachschule
- Fachhochschule/Uni
- abgebrochene/s Ausbildung/Studium
- keinen
- sonstigen:

7.6 Haben Sie eine berufsspezifische Ausbildung in der Multimediabranche absolviert?

- nein
- ja, und zwar

7.7 Sie sind von Beruf (Bezeichnung der Berufsausbildung bzw. des Abschlusses):

7.8 In welcher Region arbeiten Sie überwiegend? Geben Sie bitte die ersten beiden Ziffern der Postleitzahl an:

Haben Sie noch Anregungen?

Die Interessenvertretung von Medienschaffenden. Privater Rundfunk, Film, AV-Produktion und Neue Medien

Als Projekt von ver.di arbeitet connexx.av an fünf zentralen Standorten für die Beschäftigten in den Zukunftsbranchen der Mediengesellschaft. connexx.av stärkt und fördert seit 1999 die Mitbestimmung der Beschäftigten in diesen Branchen. Wir arbeiten für eine kraftvolle Vertretung und die Durchsetzung der Interessen von Medienschaffenden, wir fördern den Aufbau neuer Arbeitsstrukturen und funktionierender Netzwerke.

connexx.av stärkt die Interessen der Beschäftigten und Selbstständigen im aktiven Dialog mit ver.di und der Medienszene

connexx.av ist ein gewerkschaftliches Projekt und verfolgt gewerkschaftliche Ziele als Schnittstelle zu ver.di. Wir wissen, dass in „unseren“ Branchen der klassische nine-to-five-job eher die Ausnahme ist. Wir wissen aber auch, dass jeder Mensch ein Privatleben braucht - um Zeit und Raum für Familie und Freunde zu haben, um die kreativen Kräfte zu entwickeln, sich individuell weiterzuentwickeln und die Energiereserven aufzufüllen. Deshalb will connexx.av die Arbeitsbedingungen und damit die Lebensqualität der Beschäftigten verbessern. Tariflich geregelte stabile Einkommen und Arbeitszeiten sind eines unserer Ziele – und eine Interessenvertretung in den Betrieben, die selbstbewusst mit ihren Rechten umgeht und auf dieser Basis angstfrei handelt.

Wir beraten Beschäftigte, Selbstständige und Betriebsräte schnell, unbürokratisch und vor Ort.

Wollen Sie in Ihrer Firma einen Betriebsrat gründen, hilft connexx.av im Vorfeld über die möglichen Hürden hinweg. Bei Bedarf unterstützen wir Sie mit Rat und Tat bei der Betriebsratsarbeit. Wir vermitteln bei Konflikten und leisten strategische Beratung - auf den Betrieb und die Beschäftigten zugeschnitten. Als Medienschaffender sind Sie bei connexx.av gut aufgehoben, zum Beispiel bei arbeitsrechtlichen und sozialen Streitfragen oder wenn Sie sich mit Kollegen aus der Branche austauschen wollen. Wenn Ihnen der Arbeitsvertrag oder das Zeugnis komisch vorkommen, der Arbeitgeber nicht zahlen will, helfen wir Ihnen weiter.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf – wir sind gerne für Sie da.

www.connexx-av.de

mail@connexx-av.de

Infoline: 0180.266 63 99

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Altersstruktur in der Multimediabranche	9
Abb. 2	Branchenschwerpunkte	9
Abb. 3	Vertragsarten	10
Abb. 4	Tätigkeitsbereiche	10
Abb. 5	Schulabschluss und weiterführender Ausbildungsabschluss	11
Abb. 6	Tätigkeitsbereiche und Ausbildungsabschluss	12
Abb. 7	Betriebsgröße am Standort	14
Abb. 8	Beschäftigtenentwicklung in Betrieben	14
Abb. 9	Arbeitszeitmodelle nach Vertragsarten	15
Abb. 10	Arbeitszeit vertraglich und real	15
Abb. 11	Arbeitszeit und Mehrarbeit nach Vertragsarten	16
Abb. 12	Arbeitszeit und Mehrarbeit nach Tätigkeitsbereichen	16
Abb. 13	Arbeitszeit und Mehrarbeit in Betrieben mit/ohne BR/IV	17
Abb. 14	Freizeitausgleich in Betrieben mit/ohne BR/IV	17
Abb. 15	Zufriedenheit mit Arbeitszeitregelungen nach Vertragsarten	18
Abb. 16	Einkommensstruktur	19
Abb. 17	Einkommensstruktur nach Vertragsarten	19
Abb. 18	Variable Gehaltsbestandteile	21
Abb. 19	Einkommenszufriedenheit nach Vertragsarten	22
Abb. 20	Belastungssituation nach Vertragsarten	23
Abb. 21	Belastungssituation nach Tätigkeitsbereichen	24
Abb. 22	Zentrale Belastungsfaktoren	25
Abb. 23	Zentrale Belastungsfaktoren nach Vertragsarten	25
Abb. 24	Qualifizierungsbedarf nach Tätigkeitsbereichen	27
Abb. 25	Familienstand nach Geschlecht	28
Abb. 26	Geschlechterverteilung nach Vertragsarten	28
Abb. 27	Geschlechterverteilung nach Tätigkeitsbereichen	29
Abb. 28	Einkommensstruktur nach Geschlechtern	29
Abb. 29	Einkommensstruktur nach Geschlechtern und Weisungsbefugnis	30
Abb. 30	Unterschiede in Entwicklungschancen	31
Abb. 31	Existenz und Notwendigkeit von BR/IV nach Betriebsgröße	32
Abb. 32	Bekanntheit connexx.av in Betrieben mit/ohne BR/IV	33
Abb. 33	Beurteilung der Gewerkschaftsarbeit	33
Abb. 34	Einstellung zur Arbeit in der Multimediabranche	35
Abb. 35	Veränderung des Betriebsklimas	35



connexx.av projektleitung

Goseriede 11-12

30159 Hannover

Fon: 0511.12 40 06 01

Fax: 0511.12 40 06 04

mail@connexx-av.de

www.connexx-av.de

Infoline: 0180.266 63 99

Hans **Böckler**
Stiftung 

Fakten für eine faire Arbeitswelt.