

DIE ARBEITSSITUATION VON AUSSENDIENSTMITARBEITER/-INNEN VON VERSICHERUNGEN IN OBERÖSTERREICH

1. Einleitung	134
2. Rahmenbedingungen im Unternehmen	135
3. Arbeitszeit	136
4. Einkommen	140
5. Arbeitszufriedenheit.....	144
6. Arbeitsbelastungen.....	145
7. Bindung an das eigene Unternehmen und Einstellung zum eigenen Beruf	147
8. Anliegen der MitarbeiterInnen an den Betriebsrat bzw. die Gewerkschaft	149
9. Zusammenfassung	151

Auszug aus WISO 2/2005

isw

Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

Weingartshofstraße 10

A-4020 Linz, Austria

Tel.: +43(0)732 66 92 73, Fax: +43 (0)732 66 92 73 - 2889

E-Mail: wiso@ak-ooe.at

Internet: www.isw-linz.at

Wolfgang Stagel

Mitarbeiter des
Instituts für Sozial-
und Wirtschafts-
wissenschaften in
Linz

1. Einleitung

Die berufliche Situation der AußendienstmitarbeiterInnen von Versicherungen hat sich in den letzten 10 Jahren stark verändert. Die Konkurrenz auf dem Markt für Versicherungsprodukte hat sich verschärft. In den Versicherungsunternehmen haben weitreichende organisatorische Veränderungen stattgefunden. Durch den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (Stichworte Laptop, Vernetzung) hat sich das Aufgabenspektrum der MitarbeiterInnen im Außendienst verändert. Dienstleistungen, die früher Aufgaben des Innendienstes waren, werden nun vom Außendienst vor Ort erledigt (z. B. Vertragsausfertigung). Damit in Verbindung steht die zunehmende Belastung des Außendienstes mit administrativen Aufgaben.

Vor diesem Hintergrund hat die Gewerkschaft der Privatangestellten Oberösterreich das Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften mit einer Studie beauftragt. **Aufgabe der Studie** war es, die Auswirkungen der veränderten innerbetrieblichen und überbetrieblichen Rahmenbedingungen auf die Arbeitssituation der MitarbeiterInnen im Außendienst von Versicherungen in Oberösterreich zu untersuchen. Aus den Ergebnissen sollten Handlungsanleitungen für die gewerkschaftliche Arbeit (insbesondere für Kollektivvertragsverhandlungen) gewonnen werden. Die im Rahmen der Studie angesprochenen **Themenbereiche** sind die Rahmenbedingungen im Unternehmen, die Arbeitszeit, das Einkommen, die Arbeitszufriedenheit, berufliche Belastungen, Einstellungen zum Unternehmen und zum Beruf sowie die betriebliche und überbetriebliche Interessenvertretung.

Zielgruppe der Erhebung waren 1.950 MitarbeiterInnen im Außendienst, die zum Zeitpunkt Juni 2004 im Dienstverhältnis von Angestellten in Versicherungsunternehmen in Oberösterreich tätig waren. Die **Erhebung** wurde als schriftliche Befragung (mittels Fragebogen) im Juni, Juli und August 2004

durchgeführt. Die Befragung wurde von den BetriebsrätInnen der Versicherungsunternehmen in Oberösterreich unterstützt. Es konnten 714 Fragebögen in die Auswertung einbezogen werden. Der **Rücklauf** betrug 37 %.

Im Folgenden wird ein **Überblick über die Ergebnisse der Studie** gegeben.

2. Rahmenbedingungen im Unternehmen

2.1. Bewertung von organisatorischen Veränderungen im Unternehmen

In den untersuchten Versicherungsunternehmen fanden in den letzten Jahren Umstrukturierungen größeren Ausmaßes statt. Es wurden beispielsweise Schadensdienste und Fachabteilungen umgestaltet, Call-Center eingerichtet, Geschäftsstellen aufgelöst und Innendienstaufgaben zentralisiert. Für die AußendienstmitarbeiterInnen wurden damit neue Gegebenheiten geschaffen: neue AnsprechpartnerInnen, neue Zuständigkeiten, Veränderungen im Aufgabenspektrum u. a. m.

An die AußendienstmitarbeiterInnen wurden in diesem Zusammenhang zwei Fragen gerichtet. Die erste Frage bezog sich auf die Bewertung der organisatorischen Veränderungen, die zweite Frage auf die Auswirkungen dieser Veränderungen auf die eigene Tätigkeit. Die Ergebnisse zeigen, dass diese Veränderungen überwiegend negativ beurteilt werden: Zwei Drittel der Befragten bewerten die organisatorischen Veränderungen in den Versicherungsunternehmen „eher negativ“. Wiederum zwei Drittel stellen fest, dass diese organisatorischen Veränderungen die eigene berufliche Tätigkeit „eher erschwert“ haben.

*negative
Bewertung
organisatorischer
Veränderungen
in den
Unternehmen*

2.2. Unterstützung des Außendienstes von Seiten des Unternehmens

Die MitarbeiterInnen des Außendienstes benötigen für ihre Tätigkeit in der Kundenberatung die Unterstützung des Unternehmens. Diese Unterstützung besteht aus fachlichen Informationen (z. B. für eine Offerteerstellung, für eine Vertragsaufbereitung, für eine Schadensabwicklung), aus Sekretariats-tätigkeiten (Schreibarbeiten, Terminverwaltung) u. a. m.

*Unterstützung
durch den
Innendienst
ist gering*

In diesem Zusammenhang wurden die MitarbeiterInnen des Außendienstes ersucht, das Ausmaß der Unterstützung des Außendienstes durch den Innendienst einzustufen. Es zeigt sich, dass das Ausmaß der Unterstützung eher gering ist: Bei 83 % der Befragten beträgt diese Unterstützung im Durchschnitt bis zu 2 Stunden pro Woche, bei 17 % mehr als 2 Stunden. Weiters ergibt sich, dass 13 % der Befragten überhaupt keine Unterstützung durch den Innendienst erhalten.

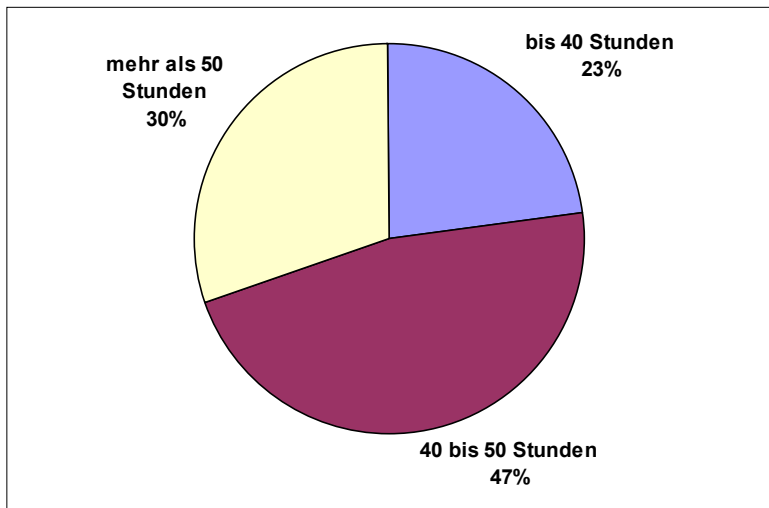
3. Arbeitszeit

Im Kollektivvertrag für Angestellte im Außendienst von Versicherungen ist zum Thema Arbeitszeit festgehalten: „Es gilt die gesetzliche Arbeitszeit“ (§ 4a KV). Die konkrete Gestaltung der Arbeitszeit ist dem Mitarbeiter/der Mitarbeiterin überlassen. Vor diesem Hintergrund war es von Interesse, Informationen zur Dauer und zur Gestaltung der Arbeitszeit zu erheben.

3.1. Arbeitszeit pro Woche

Die durchschnittliche Arbeitszeit pro Woche wurde in drei Kategorien abgefragt: bis zu 40 Stunden pro Woche, 40 bis 50 Stunden, mehr als 50 Stunden. Es zeigen sich folgende Ergebnisse:

Abbildung 1: Durchschnittliche Arbeitszeit pro Woche, Anteile in % (N = 710)



23 % der Befragten geben an, im Durchschnitt bis zu 40 Stunden pro Woche zu arbeiten, 47 % arbeiten 40 bis 50 Stunden und 30 % mehr als 50 Stunden. Somit ergibt sich, dass für mehr als drei Viertel der AußendienstmitarbeiterInnen die wöchentliche Arbeitszeit in der Regel mehr als 40 Stunden beträgt. Der größte Anteil entfällt auf eine Arbeitszeit von 40 bis 50 Stunden pro Woche.

drei Viertel arbeiten mehr als 40 Stunden pro Woche

3.2. Anteil administrativer Tätigkeiten einerseits und Tätigkeiten beim Kunden andererseits

Ein Kernpunkt der Erhebung war die Frage der Belastung der AußendienstmitarbeiterInnen mit administrativen Tätigkeiten. Der zunehmende Aufwand, der aus den administrativen Tätigkeiten entsteht, reduziert jenen Teil der Arbeitszeit, der für die Kundenbetreuung zur Verfügung steht.

Die MitarbeiterInnen wurden im Rahmen der Erhebung ersucht, den durchschnittlichen Anteil der zwei Tätigkeits-

bereiche anzugeben, wobei sich die Prozentsätze auf 100 % zu ergänzen hatten. Aus den Angaben der Befragten konnten der durchschnittliche Anteil der zwei Tätigkeitsbereiche für alle Befragten sowie weitere Kennwerte der Verteilung berechnet werden.

Tabelle 1: Anteil administrativer Tätigkeiten und Anteil von Tätigkeiten beim Kunden – Kennwerte (N = 702)

	Anteil administrativer Tätigkeiten	Anteil Tätigkeiten beim Kunden	
ein Viertel bis ...	45 %	30 %	(1. Quartil)
die Hälfte bis ...	60 %	40 %	(Median)
drei Viertel bis ...	70 %	55 %	(3. Quartil)

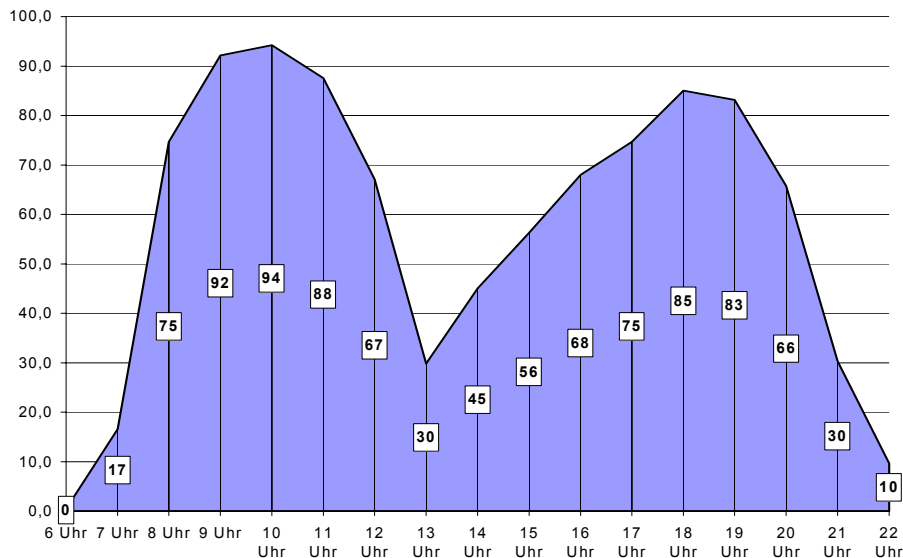
*60 % der
Arbeitszeit für
administrative
Tätigkeiten*

Im Mittel (Median) beziehen sich 60 % der Arbeitszeit der MitarbeiterInnen im Außendienst auf administrative Tätigkeiten, 40 % auf Tätigkeiten beim Kunden. Das heißt, dass die zunehmende Verlagerung von administrativen Tätigkeiten an den Außendienst dazu geführt hat, dass die MitarbeiterInnen bereits überwiegend damit befasst sind. Bei drei Viertel der Befragten (3. Quartil) liegt der Anteil der administrativen Tätigkeiten im Bereich von 0 bis 70 %. Dieser Wert bedeutet auch, dass ein Viertel der MitarbeiterInnen im Durchschnitt 70 % oder mehr als 70 % ihrer Arbeitszeit für administrative Tätigkeiten aufwenden.

3.3. Schwerpunkte der Arbeitszeit an einem Wochentag

Die Befragten wurden ersucht, Schwerpunkte der Arbeitszeit an einem Wochentag zu benennen. Dazu wurde ihnen eine Liste von 6 Uhr bis 22 Uhr vorgelegt, auf der sie den Verlauf ihrer Arbeitszeit eintragen konnten. 435 Personen nannten bis zu drei Zeiträume als Schwerpunkte. Diese Angaben ermöglichen die Berechnung von Anteilen von Personen, die sich zum jeweiligen Zeitpunkt in Arbeit befinden.

Abbildung 2: Verteilung der Arbeitszeit an einem Wochentag
– Anteile von Personen, die sich in Arbeit befinden (in %, N = 435)



Die Abbildung zeigt ab 7 Uhr einen steilen Anstieg des Anteils der Personen, die sich in Arbeit befinden. Um 10 Uhr ist der Spitzenwert des Tages mit einem Anteil von 94 % von Personen, die sich in Arbeit befinden, erreicht. Danach nimmt die Anzahl der Personen in Arbeit ab, mit einem Tiefpunkt um 13 Uhr (30 %).

*um 10 Uhr 94 %
in Arbeit*

Ab 13 Uhr kommt es wiederum zu einem stetigen Anstieg des Anteils der Personen in Arbeit, mit einem zweiten Spitzenwert von 85 % um 18 Uhr. Danach nimmt die Anzahl der Personen in Arbeit ab, wobei sich aber z. B. um 21 Uhr immerhin noch 30 % in Arbeit befinden.

*um 18 Uhr 85 %
in Arbeit*

Aus diesen Ergebnissen zeigt sich ein spezifischer Verlauf der täglichen Arbeitszeit an einem Wochentag, der sich aus den Anforderungen der Kundenbetreuung sowie den vor- und

*Schwerpunkte
der Arbeitszeit:
8–12 und
15–20 Uhr*

nachgelagerten administrativen Arbeiten ergibt. Es lassen sich dabei zwei Schwerpunkte der täglichen Arbeitszeit von AußendienstmitarbeiterInnen feststellen: von 8 Uhr bis 12 Uhr am Vormittag und von 15 bis 20 Uhr am Nachmittag bzw. Abend.

3.4. Arbeit an Wochenenden

Die Gestaltung der Arbeitszeit der MitarbeiterInnen im Außendienst ist u. a. davon bestimmt, zu welchen Tageszeiten Termine mit den Kunden vereinbart werden können. Das betrifft nicht nur den Ablauf der Arbeitszeit an einem Wochentag. Das erfordert auch häufig Kundenkontakte an Wochenenden wahrzunehmen.

*häufig Arbeit an
Wochenenden*

Bezogen auf einen Zeitraum von 3 Monaten vor der Erhebung zeigt sich, dass für rund 9 von 10 Befragten die Arbeit an Wochenenden üblich ist. Im Mittel war für die AußendienstmitarbeiterInnen an einem Drittel der Wochenenden berufliche Arbeit erforderlich. 21 % der Befragten waren im betrachteten Zeitraum sogar an mehr als der Hälfte der Wochenenden beruflich tätig.

4. Einkommen

Im Kollektivvertrag für Angestellte im Außendienst von Versicherungen ist ein durchschnittliches monatliches bzw. jährliches Mindestentgelt sowie die Auszahlung von zwei Sonderzahlungen (in der Höhe von jeweils einem monatlichen Mindestentgelt) geregelt. Das Mindestentgelt ist eine untere Grenze, die im Verrechnungszeitraum eines Kalenderjahres nicht unterschritten werden darf. Die Höhe der Einkünfte aus Provisionen ist nicht Gegenstand des Kollektivvertrags und bleibt innerbetrieblichen Regelungen vorbehalten. Die konkrete Entlohnung der MitarbeiterInnen wird in Einzelverträgen vereinbart. In diesem Zusammenhang war es daher von besonderem Interesse, von den MitarbeiterInnen sowohl den Betrag des

monatlichen Bruttoeinkommens als auch die Beträge der einzelnen Bestandteile des Einkommens (Fixum, Sonderzahlungen, Zulagen und Provisionen) zu erfragen.

4.1. Das monatliche Bruttoeinkommen

Die Angaben der Befragten beziehen sich auf das durchschnittliche Bruttoeinkommen pro Monat des Jahres 2003. Die anteiligen Sonderzahlungen sind in diesem Betrag berücksichtigt. Angaben zur Höhe des Bruttoeinkommens pro Monat stehen von 51 % der Befragten zur Verfügung. Die Berechnungen ergaben folgende Kennzahlen:

Tabelle 2: Bruttoeinkommen pro Monat im Jahr 2003 (inklusive anteiliger Sonderzahlungen) – Kennzahlen (N = 362)

Kennzahlen Bruttoeinkommen	Euro pro Monat
1. Quartil (25 % der Fälle)	2.210
Median (50 % der Fälle)	3.050
3. Quartil (75 % der Fälle)	4.200
Standardabweichung	4.050

Das mittlere Bruttoeinkommen pro Monat (Median) beträgt 3.050 Euro. Ein Viertel der Befragten hat ein Bruttoeinkommen bis zu 2.210 Euro (1. Quartil), drei Viertel ein Einkommen bis 4.200 Euro. Der Wert für die Standardabweichung (4.050 Euro) weist auf eine sehr breite Streuung des Einkommens hin.

*mittleres
Bruttoeinkommen
3.050 Euro
pro Monat*

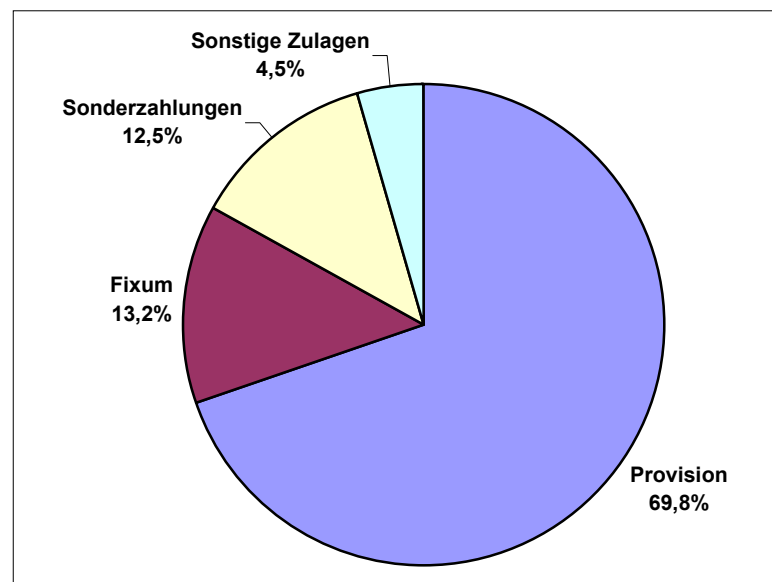
Auf der Basis von Daten der Oberösterreichischen Gebietskrankenkasse wurde ein Vergleich des Einkommens der AußendienstmitarbeiterInnen öö. Versicherungen mit dem Einkommen von Angestellten in Oberösterreich für das Jahr 2003 durchgeführt. Da 9 von 10 der befragten AußendienstmitarbeiterInnen Männer sind, wurden die Daten männlicher Angestellter für diesen Vergleich herangezogen. Die Berech-

nungen ergeben, dass das mittlere Bruttoeinkommen (Median) pro Monat beider Gruppen gleich hoch ist. Die MitarbeiterInnen im Außendienst von Versicherungen in Oberösterreich verdienen somit im Durchschnitt ebenso viel wie männliche Angestellte.¹

4.2. Bestandteile des Einkommens

Von 35 % der befragten MitarbeiterInnen im Außendienst liegen Angaben zu Teilbeträgen ihres monatlichen Einkommens vor. Um den Stellenwert der einzelnen Bestandteile des Einkommens abzuschätzen, beziehen wir uns auf jene Befragten, die zum Zeitpunkt der Erhebung keine Aufbauzulage bezogen, da sie bereits drei Jahre oder länger im Außendienst ihres Unternehmens tätig waren.² Aus den Angaben der Befragten zu den Bestandteilen ihres Einkommens wurde der durchschnittliche Anteil dieser Beträge berechnet.

Abbildung 3: Anteile der Bestandteile des Monatseinkommens (in %, N = 197)



Die Provision hat die weitaus größte Bedeutung. Ihr Anteil am Monatseinkommen beträgt im Durchschnitt 70 %. Fixum und Sonderzahlungen haben etwa einen gleich hohen Stellenwert mit einem Anteil von jeweils 13 %. Sonstige Zulagen (z. B. für Reisekosten) haben mit einem Anteil von 5 % nur geringe Bedeutung.

*70 % des
Einkommens aus
Provisionen*

Aus diesen Ergebnissen lassen sich zwei Schlussfolgerungen ziehen:

Erstens ist das Einkommen der AußendienstmitarbeiterInnen nur zu einem geringen Teil im Kollektivvertrag abgesichert, da dort nur ein durchschnittliches Mindestentgelt und die Sonderzahlungen vereinbart sind.

Zweitens entspricht die Aufteilung des Einkommens in Fixum und Sonderzahlungen einerseits und Provisionen andererseits bei weitem nicht mehr den gegenwärtigen Anforderungen. Provisionen entstehen nur beim Kundenkontakt, dessen Anteil an der Arbeitszeit der AußendienstmitarbeiterInnen bereits auf weniger als die Hälfte reduziert wurde.

4.3. Abgeltung von Aufwendungen der MitarbeiterInnen durch das Unternehmen

Die bisher dargestellten Ergebnisse zum Einkommen betreffen die Angaben der MitarbeiterInnen zu ihrem Bruttoeinkommen. Von diesen Beträgen abzuziehen sind Kosten für Aufwendungen im Rahmen der beruflichen Tätigkeit, die von den Unternehmen nur zum Teil abgegolten werden. Die Erhebung bezog sich in diesem Zusammenhang auf die Abgeltung von Reiseaufwendungen und auf Kosten der MitarbeiterInnen für Informations- und Kommunikationstechnologien.

*Reisekosten und
Kosten für IuK-
Technologien*

Was die **Abgeltung von Reiseaufwendungen** betrifft, zeigen die Ergebnisse, dass den MitarbeiterInnen im Außendienst im Mittel die Hälfte der Reisekosten abgegolten wird. Darüber hinaus ergibt sich, dass 12 % der Befragten überhaupt keine Abgeltung ihrer Reisekosten vom Unternehmen erhalten.

Eigene **Aufwendungen für Informations- und Kommunikationstechnologien** (Laptop, Telefon, Handy etc.) haben 88 % der MitarbeiterInnen im Außendienst zu tragen. Für jene Befragten, die mit derartigen Kosten belastet sind, betragen diese im Mittel (Median) 80 Euro pro Monat.

5. Arbeitszufriedenheit

Die Arbeitszufriedenheit wurde in dieser Erhebung in eine Reihe von Aspekten aufgegliedert. Die Befragten wurden ersucht anzugeben, in welchem Ausmaß sie mit den genannten Aspekten ihrer Arbeit zufrieden sind. Die Zufriedenheit konnte auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (gar nicht zufrieden) eingestuft werden. Aus den Angaben der Befragten wurde die mittlere Bewertung (arithmetisches Mittel) berechnet. Auf der Basis der Rangfolge der Mittelwerte zeigen sich markante Unterschiede, was die Bewertung der einzelnen Aspekte der Arbeit betrifft.

Tabelle 3: Zufriedenheit mit Aspekten der Arbeit – Rangfolge der Mittelwerte

	Mittelwert
Hohe Zufriedenheit ...	
mit der Beziehung zu Kunden	1,6
mit der Beziehung zu Kollegen	1,7
mit der Art meiner Tätigkeit	1,7
Mittlere Zufriedenheit ...	
mit der Beziehung zu Vorgesetzten	2,2
mit meiner Arbeitszeit	2,3
Geringere Zufriedenheit ...	
mit meinem Einkommen	2,6
mit der Einbindung in die interne Kommunikation im Unternehmen	2,9

Das höchste Ausmaß an Zufriedenheit ist „mit der Beziehung zu Kunden“ gegeben (Mittelwert 1,6). Knapp dahinter liegen die Aspekte „Beziehung zu Kollegen“ und „Art der Tätigkeit“ (Mittelwert jeweils 1,7).

Eine mittlere Zufriedenheit ergibt die Bewertung der „Beziehung zu Vorgesetzten“ (Mittelwert 2,2) und der „Arbeitszeit“ (Mittelwert 2,3).

Geringere Zufriedenheit ist dagegen mit den zwei am unteren Ende der Rangskala liegenden Aspekten der Arbeit gegeben. Die Zufriedenheit mit dem Einkommen wird im Durchschnitt mit 2,6 eingestuft. Am wenigsten zufrieden zeigen sich die MitarbeiterInnen im Außendienst mit der Einbindung in die interne Kommunikation im Unternehmen (Mittelwert 2,9).

markante Unterschiede in der Zufriedenheit mit Aspekten der Arbeit

Die Ergebnisse zeigen, dass die Zufriedenheit der MitarbeiterInnen im Außendienst mit verschiedenen Aspekten ihrer Arbeit unterschiedlich ausgeprägt ist. Handlungsbedarf für die Interessenvertretungen ist vor allem bei jenen Aspekten gegeben, mit denen die MitarbeiterInnen am wenigsten zufrieden sind: Das sind das Einkommen und die Einbindung in die interne Kommunikation im Unternehmen.

Handlungsbedarf beim Einkommen und bei interner Kommunikation

6. Arbeitsbelastungen

Die MitarbeiterInnen im Außendienst von Versicherungen sind bei ihrer Arbeit einer Reihe von Belastungen ausgesetzt. Diese Belastungen werden in unterschiedlichem Ausmaß wahrgenommen. Zur Erhebung der Arbeitsbelastung wurde den Befragten eine Liste von Belastungsfaktoren vorgelegt. Die befragten MitarbeiterInnen im Außendienst konnten angeben, ob sie den genannten Belastungen bei ihrer Arbeit „stark“, „etwas“ oder „gar nicht“ ausgesetzt sind. Die Belastungsfaktoren sind in der folgenden Tabelle nach der Rangfolge ihrer Wichtigkeit gereiht. Kriterium für diese Reihung ist die Größe der Anteile der Personen, die angeben, den betreffenden Belastungen „stark“ ausgesetzt zu sein.

Tabelle 4: Belastungen bei der Arbeit – Rangfolge der Anteile (in %) von Personen mit starker Belastung

	Anteil „stark belastet“
Hohe Belastung durch ...	
Erfolgsdruck und Zielvorgaben	65
Stress/Zeitdruck	52
Mittlere Belastung durch ...	
Bildschirmarbeit	33
Konkurrenz von Maklern	28
Reisetätigkeit	24
Direktmarketing-Aktivitäten ohne Einbindung des Außendienstes	18
Verhalten Vorgesetzter	17

zwei Drittel durch „Erfolgsdruck und Zielvorgaben“ stark belastet

An der Spitze der wahrgenommenen Belastungen steht „Erfolgsdruck und Zielvorgaben“. Zwei Drittel der MitarbeiterInnen im Außendienst fühlen sich davon stark belastet. An zweiter Stelle liegt der Faktor „Stress/Zeitdruck“, der von 52 % der Befragten als stark belastend empfunden wird. Bei beiden genannten Faktoren ist somit eine hohe Belastung der MitarbeiterInnen festzustellen.³ Die Belastung durch „Erfolgsdruck und Zielvorgaben“ ist als Resultat der Art und Weise des Umgangs der Unternehmen mit den MitarbeiterInnen im Außendienst zu werten. „Stress/Zeitdruck“ ist generell bei Angestellten als der wichtigste Belastungsfaktor anzusehen.⁴

ein Drittel von „Bildschirmarbeit“ stark belastet

Bei jenen Faktoren, bei denen eine Belastung in mittlerem Ausmaß gegeben ist, zeigen sich deutlich berufsspezifische Belastungsschwerpunkte. Von „Bildschirmarbeit“ fühlen sich 33 % der Befragten stark belastet, von „Konkurrenz durch Makler“ 28 %, von den Anforderungen der „Reisetätigkeit“ 24 %. Etwas unter 20 % liegen die Anteile von Personen, die sich durch „Direktmarketing-Aktivitäten ohne Einbindung des Außendienstes“ und durch das „Verhalten Vorgesetzter“ stark belastet fühlen.

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass Handlungsbedarf nicht nur bei der Belastung der MitarbeiterInnen durch „Erfolgsdruck und Zielvorgaben“ sowie „Stress/Zeitdruck“ vorliegt. Auch jene Faktoren, bei denen eine Belastung im mittleren Ausmaß gegeben ist, werden noch in erheblichem Ausmaß als belastend empfunden.⁵

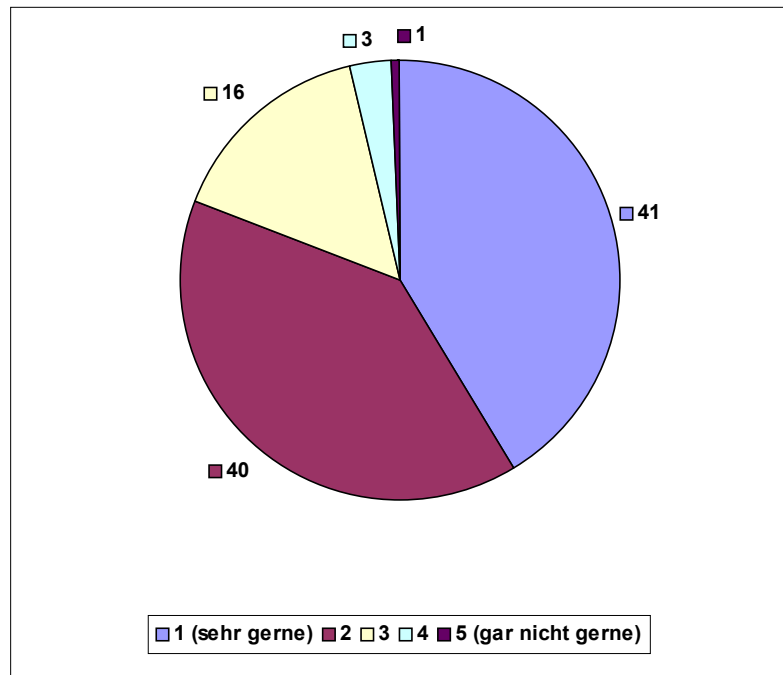
7. Bindung an das eigene Unternehmen und Einstellung zum eigenen Beruf

Vor dem Hintergrund kritischer Einstellungen zum Unternehmen und zum Beruf ist es von Interesse nachzufragen, welche Bindung die MitarbeiterInnen im Außendienst zum eigenen Unternehmen haben. Weiters stellt sich die Frage, wie die Beziehung zum eigenen Beruf gestaltet ist.

7.1. Bindung an das eigene Unternehmen

Die Bindung an das eigene Unternehmen wurde mit der Frage erhoben, ob die MitarbeiterInnen gerne in ihrem Unternehmen tätig sind. Diese Bewertung konnte auf einer Skala von 1 (sehr gerne) bis 5 (gar nicht gerne) vorgenommen werden. Die Ergebnisse zeigen, dass die MitarbeiterInnen dem eigenen Unternehmen überwiegend positiv gegenüberstehen.

Abbildung 4: Bewertung des eigenen Unternehmens – Gerne im Unternehmen tätig? Anteile in % (N = 703)



*vier Fünftel
gerne im
eigenen
Unternehmen
tätig*

41 % der Befragten geben an, „sehr gerne“ in ihrem Unternehmen tätig zu sein. 40 % nennen die Bewertung 2, die als „gerne“ bezeichnet werden kann. Somit ist bei insgesamt 81 % (rund vier Fünftel) der MitarbeiterInnen im Außendienst eine positive Bindung an das eigene Unternehmen gegeben.

16 % der Befragten wählen den Wert 3. Sie nehmen damit weder positiv noch negativ Stellung und stehen dem eigenen Unternehmen mit einer gewissen Distanz gegenüber.

Eine negative Bewertung (= Summe der Bewertungen 4 und 5) kommt nur von 4 % und damit von einer Minderheit der Befragten.

7.2. Einstellung zum Beruf

Die Einstellung der AußendienstmitarbeiterInnen zum eigenen Beruf wurde durch eine Reihe von Aussagen erhoben. Diese Aussagen nehmen zum Beruf selbst, zu Veränderungen im Berufsbild und zu wesentlichen Kennzeichen der beruflichen Tätigkeit Stellung. Die Befragten wurden ersucht, zustimmend oder ablehnend zu den vorgelegten Aussagen Stellung zu nehmen.

Die Ergebnisse zeigen, dass der eigene Beruf teils positiv, teils negativ bewertet werden.

Das hohe Ausmaß an Selbstständigkeit im Beruf wird von den Befragten sehr geschätzt. Der entsprechenden Aussage stimmen 98 % der Befragten zu.

Eine positive Bewertung des eigenen Berufes zeigt sich auch im Ergebnis, dass drei Viertel der Befragten angeben, ihren Beruf (potenziell) wieder wählen zu wollen.

*eigener Beruf
wird teils
positiv, teils
negativ bewertet*

Als Kritik am eigenen Beruf ist dagegen zu interpretieren, dass fast die Hälfte der Befragten (48 %) eine Beeinträchtigung der Lebensqualität in ihrem Beruf konstatieren.

Das Image des eigenen Berufes in der Öffentlichkeit wird bereits von einer Mehrheit (56 %) der MitarbeiterInnen im Außendienst negativ bewertet.

Am massivsten kommt die Kritik der Befragten an Aspekten des eigenen Berufes darin zum Ausdruck, dass 89 % der Meinung sind, dass die Zielvorgaben immer höher werden und das Einkommen demgegenüber zurückbleibt.

8. Anliegen der MitarbeiterInnen an den Betriebsrat bzw. die Gewerkschaft

Die Anliegen der MitarbeiterInnen im Außendienst an die Interessenvertretungen wurden durch zwei offene Fragen erfasst. Die Befragten konnten dabei jeweils bis zu drei Themen nennen, um die sich der Betriebsrat bzw. die Gewerkschaft in

Zukunft besonders annehmen sollten. Von dieser Möglichkeit machten die Befragten in hohem Ausmaß Gebrauch: 418 Personen (59 % aller Befragten) nannten Anliegen an den Betriebsrat, 253 Personen (35 % aller Befragten) Anliegen an die Gewerkschaft. Die Zuordnung der Angaben der Befragten zu insgesamt 12 Themen ergab folgende Schwerpunkte:

Tabelle 5: Die wichtigsten Themenbereiche der Anliegen an den Betriebsrat (BR) bzw. an die Gewerkschaft – Anteile der Befragten mit Nennungen (in %)

Anliegen zu den Themenbereichen ...	Anteil der Personen mit Nennungen	
	an den Betriebsrat	an die Gewerkschaft
Einkommen	73	81
Rahmenbedingungen im Unternehmen, Arbeitsbedingungen	40	17
Arbeitsbelastungen	35	20
Sozialpolitische Themen	(1)	13
Aktivitäten von BR bzw. Gewerkschaft	13	10
Anliegen älterer MitarbeiterInnen	5	6
Anzahl der Personen mit Nennungen	418	253

Verbesserung der Einkommenssituation wichtigstes Anliegen Der Themenbereich „Einkommen“ hat bei den Anliegen der Befragten an die Interessenvertretungen den dominierenden Stellenwert. Diese Dominanz der Einkommensfragen ist insbesondere in Bezug auf die Anliegen an die Gewerkschaft deutlich ausgeprägt. Als wichtigste einzelne Anliegen zum Thema Einkommen nennen die MitarbeiterInnen die Anhebung des Fixums, Verbesserungen bei der Abgeltung der Reisekosten und die Sicherung der Provisionen. Speziell an die Gewerkschaft gerichtet ist der Wunsch, sich bei den Kollektivvertragsverhandlungen für eine Verbesserung der Einkommenssituation einzusetzen.

An zweiter bzw. dritter Stelle der Anliegen der Befragten rangieren die Themenbereiche Rahmenbedingungen im Unternehmen und Arbeitsbelastungen, wobei der Betriebsrat erster Ansprechpartner für diese Anliegen ist.

Beim Thema Arbeitsbedingungen sprechen die MitarbeiterInnen vor allem Auswirkungen von Umstrukturierungen im Unternehmen, Verbesserungen bei den von der Firma zur Verfügung gestellten Arbeitsmitteln und Rahmenbedingungen der Abschlüsse bei Kunden an.

Zum Thema Arbeitsbelastungen erwarten die Befragten vor allem Aktivitäten der Interessenvertretungen gegen den steigenden Erfolgsdruck und die immer höheren Zielvorgaben von Seiten der Unternehmen sowie gegen die zunehmende Belastung des Außendienstes mit administrativen Arbeiten. Speziell an den Betriebsrat gerichtet ist der Wunsch, sich für eine Verbesserung des Arbeits- und Betriebsklimas einzusetzen.

*Arbeits-
bedingungen
und Arbeits-
belastungen
weitere wichtige
Anliegen*

An die Gewerkschaft gerichtet sind die Anliegen der Befragten zu sozialpolitischen Themen. In diesem Zusammenhang sprechen die Befragten insbesondere die Sicherung der Pensionen und Fragen der Pensionsreform an.

*sozialpolitische
Anliegen an die
Gewerkschaft*

Schließlich werden auch konkrete Aktivitäten der Interessenvertretungen sowie Anliegen älterer MitarbeiterInnen als wichtige Themenbereiche genannt.

9. Zusammenfassung

- Die zunehmende Belastung der MitarbeiterInnen im Außendienst von Versicherungen mit administrativen Arbeiten hat dazu geführt, dass die MitarbeiterInnen bereits überwiegend mit administrativen Tätigkeiten befasst sind.
- Damit in Zusammenhang steht ein krasses Missverhältnis der Anteile von Fixum einerseits und Provisionen andererseits am Einkommen. Der Großteil des Einkommens stammt aus Provisionen. Provisionen entstehen nur beim Kundenkontakt, dessen Anteil an der Arbeitszeit auf weniger als die Hälfte reduziert wurde.

- Vom steigenden Erfolgsdruck und den immer höheren Zielvorgaben fühlen sich die MitarbeiterInnen in starkem Ausmaß belastet. Weiters werden Stress und Zeitdruck in hohem Ausmaß als stark belastend empfunden.
- Trotz aller Kritik sind MitarbeiterInnen mit einer Reihe von Aspekten ihrer Tätigkeit durchaus zufrieden. Das gilt insbesondere für die Beziehung zu den Kunden, die Beziehung zu den KollegInnen und die Art der eigenen Tätigkeit. Positiv ist auch zu vermerken, dass die Befragten überwiegend gerne im eigenen Unternehmen tätig sind.
- Am eigenen Beruf wird die hohe Selbstständigkeit geschätzt. Kritisch wird jedoch zu den immer höheren Zielvorgaben und dem demgegenüber zurückbleibenden Einkommen Stellung genommen.
- Die Verbesserung der Einkommenssituation ist für die Befragten das wichtigste Anliegen, um das sich Betriebsrat und Gewerkschaft in Zukunft annehmen sollten. Weiters wird auch Handlungsbedarf der Interessenvertretungen bei Fragen der Arbeitsbedingungen und Arbeitsbelastungen gesehen.

Anmerkungen:

- 1 Ein Unterschied in der Verteilung zeigt sich beim Wert für das dritte Quartil, der bei den MitarbeiterInnen im Außendienst um 7 % höher ist als bei den männlichen Angestellten. Das heißt, dass höhere Einkommen bei den AußendienstmitarbeiterInnen stärker vertreten sind als bei der Vergleichsgruppe der männlichen Angestellten in Oberösterreich.
- 2 Die Aufbauzulage wird in den ersten drei Jahren einer Tätigkeit im Außendienst eines Versicherungsunternehmens ausbezahlt – als Ersatz für die noch relativ geringen Einkünfte aus Provisionen.
- 3 Zählt man die Anteile der Befragten, die sich davon „stark“ und „etwas belastet“ fühlen, zusammen, ergibt sich, dass sich kaum jemand von den zwei Faktoren nicht belastet fühlt.
- 4 Dies ergab eine Erhebung unter Angestellten in Oberösterreich 2001 (vgl. Nemella/Stagel 2002, S. 43 ff.).
- 5 Zählt man die Anteile der Personen, die sich davon „stark“ und „etwas belastet“ fühlen, zusammen, ergibt sich, dass 75 bis 80 % der Befragten durch diese Faktoren belastet sind.

Literatur:

- Bamberger, P., Der Außendienst im Spannungsfeld der Interessenvertretungen, Linz 1996 (unveröff.).
- Nemella, J., Stagel, W., Lebens- und Arbeitsbedingungen von Angestellten in Oberösterreich, Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Linz 2002.

INSTITUT FÜR SOZIAL- UND WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

WISO

WIRTSCHAFTS-UND SOZIALPOLITISCHE ZEITSCHRIFT

Die Zeitschrift WISO wird vom Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (ISW) herausgegeben. Sie dient der Veröffentlichung neuer sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse sowie der Behandlung wichtiger gesellschaftspolitischer Fragen aus Arbeitnehmersicht.

Lohnpolitik, soziale Sicherheit, Arbeitsmarkt und Arbeitslosigkeit, Arbeit und Bildung, Frauenpolitik, Mitbestimmung - das sind einige der Themen, mit denen sich WISO bereits intensiv auseinandergesetzt hat.

WISO richtet sich an BetriebsrätInnen, GewerkschafterInnen, WissenschaftlerInnen, StudentInnen, Aktive in Verbänden, Kammern, Parteien und Institutionen sowie an alle, die Interesse an Arbeitnehmerfragen haben.

Erscheinungsweise: vierteljährlich, 4 Textbände

Preise: Jahresabonnement EUR 22,00 (Ausland EUR 28,00)
Studenten mit Inskriptionsnachweis EUR 13,00
Einzelausgabe EUR 7,00 (Ausland EUR 12,00)

Wir laden Sie ein, kostenlos und ohne weitere Verpflichtungen ein WISO-Probeexemplar oder das ISW-Publikationsverzeichnis zu bestellen. Natürlich können Sie auch gerne das WISO-Jahresabonnement anfordern.

Weitere ISW-Publikationsreihen sind „WISO-Dokumente“ und „ISW-Forschungsberichte“. Auf Wunsch senden wir Ihnen auch gerne unser Publikationsverzeichnis.



BESTELLSCHHEIN

Bitte senden Sie mir kostenlos und ohne weitere Verpflichtungen

- 1 Probeexemplar der Zeitschrift WISO
- 1 ISW Publikationsverzeichnis

Ich bestelle die WISO-Einzelausgabe Nr. _____ zum Preis von EUR 7,00.

Ich bestelle zum jährlichen Abonnementpreis von EUR 22,00 (bzw. EUR 13,00 für StudentInnen mit Inskriptionsnachweis) ____ Exemplar(e) der Zeitschrift „WISO“-WIRTSCHAFTS- UND SOZIALPOLITISCHE ZEITSCHRIFT DES ISW.

Name _____

Institution/Firma _____

Straße _____

Plz/Ort _____

E-Mail _____

BESTELLADRESSE:

ISW
Weingartshofstr. 10, A-4020 Linz
Tel. ++43/732/66 92 73-33 21
Fax ++43/732/66 92 73-28 89
E-Mail: wiso@ak-ooe.at
Internet: www.isw-linz.at