

Auch die Schweiz sammelt Erfahrungen mit der Vier-Tage-Woche

Unternehmen versprechen sich von einer Verkürzung der Arbeitszeit einige Vorteile

NATALIE GRATWOHL

«Unsere Bürozeiten – Montag bis Donnerstag», steht auf der E-Mail-Signatur von Andreas Ott, Inhaber und Kreativdirektor des Büros a+o. Die Agentur in Aarau hat 2017 die Vier-Tage-Woche eingeführt. «Wir wollten die Norm der Fünf-Tage-Woche hinterfragen», sagt Ott. Ein Auslöser sei gewesen, dass er kurz davor Vater geworden sei und mehr Zeit mit der Familie habe verbringen wollen.

Der Chef des vierköpfigen Teams hat den Schritt nie bereut. «Die Distanz zur Arbeit tut gut», sagt er. «Wir kommen am Montag voller Elan und Enthusiasmus ins Büro – aufgetankt mit Kreativität.» Dass am Freitag in der Agentur niemand erreichbar sei, hätten die Kunden respektiert und oft auch bewundert.

Das Büro a+o zählt in der Schweiz zu den Exoten. In anderen Ländern wie Schweden, Neuseeland und Island ist das Modell bekannter. Auch internationale Konzerne wie Unilever, Microsoft oder Toyota haben damit bereits Erfahrungen gesammelt.

Laut Thomas Rigotti, Professor für Arbeits-, Organisations- und Wirt-

schaftspsychologie an der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz, hat die Vier-Tage-Woche diverse Vorteile: Die Mitarbeitenden sind zufriedener, sie fühlen sich weniger gestresst, ihre Verbundenheit mit dem Arbeitgeber nimmt zu, und die krankheitsbedingten Absenzen sinken. Zudem hätten viele Studien gezeigt, dass die Produktivität trotz einer Verkürzung der Arbeitszeit aufrechterhalten werden konnte und sich sogar verbesserte, sagt Rigotti.

Gefahr der Gewöhnung

Allerdings gebe es auch Hinweise darauf, dass die positiven Effekte nach einiger Zeit durch die Gewöhnung verblassten. Das deutsche Startup-Unternehmen Braineffect etwa hat das Modell absichtlich nur temporär eingeführt, damit kein Gewöhnungseffekt einsetzt. Als Nachteile einer Vier-Tage-Woche gilt die Gefahr unbezahlter Überstunden und einer steigenden Arbeitsbelastung, weil die gleiche Arbeit in kürzerer Zeit erledigt werden muss. Zudem können Kunden vergrault werden, wenn die Präsenz nicht sichergestellt ist.

Für Arbeitgeber lohnt sich das Modell nicht, wenn deswegen mehr Arbeitskräfte eingestellt werden müssen. In Branchen wie der Gastronomie oder dem Gesundheitswesen sei eine flächendeckende Umsetzung bei gleichem Lohn kaum realisierbar, sagt Rigotti. Ob die Umstellung auf eine Vier-Tage-Woche die erhoffte Wirkung entfalte, hänge von der Umsetzung ab. Es gelinge nur, wenn die Arbeitsabläufe angepasst und die Aufgaben neu gestaltet würden.

Die Luzerner Agentur Mare Communications und Care setzt seit Anfang Jahr auf die Vier-Tage-Woche. «Die bessere Work-Life-Balance ist der grösste Vorteil», sagt der Senior Consultant Reto Locher. Auf der anderen Seite bestehe die grösste Schwierigkeit darin, den Informationsfluss aufrechtzuerhalten.

Wenn man konzentriert und fokussiert arbeite, könne man in zwei Stunden erledigen, wofür man sonst vier bis sechs Stunden brauchen würde, sagt Locher. Bis jetzt laufe es gut. Die Agentur, die vier Angestellte beschäftigt und mit freien Mitarbeitern zusammenarbeitet, musste keine Anpassungen vornehmen. Die Vier-Tage-Woche wird flexi-

bel gehandhabt: Die Mitarbeitenden teilen sich ihre Arbeit so ein, wie es ihren Bedürfnissen am besten entspricht. Sie können beispielsweise auch an fünf Tagen jeweils sechs Stunden arbeiten.

Die Solothurner Webagentur Seerow, bei der elf Angestellte arbeiten, hat kürzlich angekündigt, das Modell der Vier-Tage-Woche sechs Monate lang zu testen. Per Oktober wird die Wochenarbeitszeit auf 35 Stunden reduziert, bei vollem Lohnausgleich. Die Mitarbeitenden können am Montag oder Freitag zusätzlich freinehmen. «Die Idee ist in unserem Team sehr gut angekommen», sagt der Geschäftsführer Fabian Schneider. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hätten aber auch gefragt, ob die Agentur dies finanziell stemmen könne und ob es überhaupt möglich sei, den Arbeitsanfall in nur vier anstatt fünf Tagen zu bewältigen.

«Wir haben bei Seerow in letzter Zeit gemerkt, dass die persönliche Leistungsfähigkeit klare Grenzen hat», so begründet Schneider den Testlauf. Beim Programmieren etwa sei es kaum möglich, fünf Tage am Stück von morgens bis abends vollständig konzentriert zu

arbeiten. «Zudem hat uns die virtuelle Zusammenarbeit während der Coronapandemie darin bestärkt, dass die alte Sichtweise von fixer Arbeitszeit und zwingender Präsenz vor Ort nicht mehr zeitgemäss ist», sagt er.

Bewerbungen nur für Teilzeit

Der Geschäftsführer geht davon aus, dass die Leistung der Agentur besser wird, weil sich die Mitarbeitenden in ihrer reduzierten Arbeitszeit besser auf ihre Aufgaben fokussieren. «Die Vier-Tage-Woche zwingt uns, Methoden und Abläufe zu überdenken, und sorgt für den nötigen Druck, uns als Unternehmen weiterzuentwickeln», sagt Schneider. So werde etwa überdacht, wer an welcher Sitzung dabei sein sollte.

Nicht zuletzt erhofft sich die Agentur dadurch einen Vorteil auf dem Arbeitsmarkt, indem das Unternehmen Arbeitskräfte anzieht, die eine solche Unternehmenskultur schätzen. Seerow hat bereits in den vergangenen zwei Jahren ausschliesslich Bewerbungen für Teilzeitpensen erhalten; niemand wollte mehr fünf Tage in der Woche arbeiten.