

Workaholics arbeiten gar nicht so viel, wie sie sagen

ZÜRICH. In vielen Jobs ist die 80-Stunden-Woche Pflicht. Dabei tun vor allem Männer nur so, als seien sie arbeitsam.

Es gibt Branchen, die für ihre Arbeitszeiten berüchtigt sind: Unternehmensberatung, Wirtschaftskanzleien und Banken. Die Forscherin Erin Reid von der Boston University School of Management hat nun in einer Studie untersucht, was es mit dem Mythos der 80-Stunden-Woche auf sich hat. Anonym wurden 115 Mitarbeiter einer

Consultingfirma befragt. Auch wenn einige Angestellte tatsächlich viel arbeiten: Viele unterwarfen sich dem Druck nicht.

Um nicht aufzufallen, haben sie Strategien entwickelt, die dem Chef vorgaukeln, so viel zu arbeiten, wie es verlangt wird. Vor allem Männer sind Meister dieses Vortäuschens. Zwar arbeiten 42 Prozent tatsächlich 60 Stunden und mehr die Woche, 31 Prozent aber «nur» 50 bis 60 Stunden. Die übrige Zeit verbrachten sie mit Tätigkeiten, die eigentlich nichts mit ihrer Arbeit zu tun hatten. Zugeben tut dies aber nur ein Viertel der



männlichen Befragten. Anders die Frauen: 11 Prozent gaben an, bei ihrer Arbeitszeit zu schummeln, und 44 Prozent sagten dies auch ihrem Chef. Diese Ehrlichkeit wird bestraft. Sie werden, so fand Reid her-

aus, bei Beförderungen stets übergangen. Frauen stehen auch unter Beobachtung, da die Chefs annehmen, die langen Arbeitszeiten fielen Frauen aufgrund der Doppelbelastung mit Familie besonders schwer. «Männer nützen das aus und unterlaufen das System», bilanziert Reid. Ihre Ergebnisse präsentierte sie auch den Chefs. Deren Reaktionen ernüchterten die Forscherin: Solange die Firma den Ruf hatte, die strebsamsten Mitarbeiter zu haben, war ihr egal, ob viele von ihnen bei den Arbeitszeiten schummeln. CLAUDIA LANDOLT

UBS droht die nächste Strafe in den USA

WASHINGTON. Bis morgen strebt das US-Justizministerium laut der Nachrichtenagentur Bloomberg Vergleiche mit fünf Grossbanken im Zusammen-

hang mit dem Vorwurf von Devisen-Manipulationen an. Bisher war bekannt, dass Citigroup, JPMorgan Chase, Barclays und Royal Bank of Scot-

land ins Verfahren involviert und zu Schuldeingeständnissen bereit sind. Nun soll auch die UBS Teil des Verfahrens mit der US-Justiz sein. SDA

20 Sekunden

Teurer Bahnstreik

BERLIN. Die Deutsche Bahn beziffert die Kosten des längsten Streiks in ihrer Geschichte auf mindestens 100 Millionen Euro. Zwar rechnet der Staatskonzern bei einem Streiktag mit bis zu 10 Millionen Euro, die Summe pro Tag erhöhe sich jedoch bei längeren Ausständen. SDA

Fit für Fusion

ROM. Die angeschlagene italienische Traditionsbank Monte dei Paschi di Siena (MPS) sieht sich nach der Rückkehr in die Gewinnzone für eine mögliche Fusion gerüstet. «Wir sind bereit, wir wollen das tun», sagte Bankchef Fabrizio Viola. Die finanzielle Gesundung sei die Voraussetzung für einen solchen Schritt gewesen. EXR

Weiterhin rekordtief

LONDON. Die britische Notenbank hält auch nach der Parlamentswahl an den rekordniedrigen Zinsen fest. Der geldpolitische Ausschuss der Bank of England entschied gestern, den Schlüsselzins bei 0,5 Prozent zu belassen. Dort liegt er seit Frühjahr 2009. Das Volumen des seit Herbst 2012 ausgeschöpften Anleihekaufprogramms beträgt 375 Milliarden Pfund. SDA

Apple will Chinas Umwelt schützen

CUPERTINO. Apple wirbt bei seinen Lieferanten in China für den Einsatz nachhaltiger Forstwirtschaft bei der Produktion von Papier. Zudem sollten die Vertragshersteller zur Energieversorgung ihrer Fabriken erneuerbare Energien einsetzen. Apple will in zwei chinesische Solarprojekte investieren, die mehr Energie produzieren, als der Konzern in China benötige. SDA

Nestlé tauft seine Kitkat-Riegel um

VEVEY. Im Rahmen einer Kampagne ändert Nestlé den Schriftzug auf seinen Kitkat-Schoggiriegeln in Youtube Break. Die neue Aufschrift soll die Käufer auf die Videoplattform locken: Per Spracheingabe des Satzes «OK Google, Youtube my break» landen Besitzer eines Android-Phones bei Youtube. Dort werden dann die neuesten, populärsten Clips abgespielt. Die umgetauften Kitkats werden vorerst nur in Grossbritannien erhältlich sein. Bei Erfolg sei auch eine Einführung in der Schweiz möglich, sagt eine Nestlé-

Sprecherin. Markenexperte René Allemann von der Agentur Branders findet die Idee originell, bemängelt aber den fehlenden viralen Effekt. Populäre Youtube-Videos finde man auch ohne Hilfe. «Besser wäre gewesen, wenn der Konsument etwas Kreatives hätte schaffen müssen, was er dann in den sozialen Medien verbreitet.» VB



Aus Kitkat wird Youtube Break.

zulily

Schub für die Zulily-Aktien

NEW YORK. Der US-Online-Shop Zulily hat für einmal nicht nur die Mütter, sondern auch die Anleger entzückt: Nachdem bekannt worden war, dass sich der chinesische E-Commerce-Riese Alibaba mit 9 Prozent am Unternehmen beteiligt, schoss der Aktienkurs um 18 Prozent in die Höhe. Zulily bietet täglich Deals für Kinderkleider und Spielzeug an.

ZDM/FOTO: INSTAGRAM