

Teilzeitarbeit in Zahlen

Frauen arbeiten öfter in Teilzeit als Männer.



© Masson – stock.adobe.com

BERN – In der Schweiz arbeiteten im 2. Quartal 2024 insgesamt 1,9 Millionen Personen Teilzeit, also mit einem Beschäftigungsgrad von weniger als 90 %. Dies entspricht einer Teilzeitquote von 38,7 % – ein Anstieg von 13,3 Prozentpunkten seit 1991. Frauen arbeiten deutlich häufiger Teilzeit als Männer (58,4 % vs. 21,1 %), wobei die Zunahme bei Männern seit 1991 stärker war (+13,3 vs. +9,2 Punkte).

Der Anteil der Teilzeiterwerbstägen steigt mit dem Alter: 15–24-Jährige sind zu 28,2 % teilzeitbeschäftigt, 25–39-Jährige zu 32,9 %, 40–54-Jährige zu 38,7 %, 55–64-Jährige zu 42,7 % und 65-Jährige oder Ältere zu 86,3 %.

Familienstand und Kinderbetreuung beeinflussen besonders bei Frauen den Beschäftigungsgrad. Drei Viertel der Mütter mit Kind im Haushalt arbeiten Teilzeit, während nur 14,3 % der Väter in derselben Situation Teilzeit arbeiten. Bei beiden Geschlechtern sinkt der Teilzeitanteil, je älter das jüngste Kind ist.

Führungsfiguren arbeiten seltener Teilzeit: 24 % der Arbeitnehmenden mit Führungsfunktion sind teilzeiterwerbs-

tätig, bei Angestellten ohne Führungsfunktion sind es 45,5 %. Dieser Unterschied zeigt sich bei beiden Geschlechtern: Frauen 44,1 % vs. 64,7 %, Männer 12,1 % vs. 24,0 %.

Gründe für Teilzeitarbeit unterscheiden sich stark nach Geschlecht. Bei Frauen ist Kinderbetreuung am häufigsten (32,3 % der Teilzeiterwerbstägen), bei Männern häufiger Aus- und Weiterbildung (14,0 %). Weitere familiäre oder persönliche Verpflichtungen spielen bei Frauen ebenfalls eine grössere Rolle.

Unterbeschäftigung betrifft 254'000 Teilzeitkräfte, die mehr arbeiten möchten. Frauen sind mit 7,5 % deutlich häufiger unterbeschäftigt als Männer (2,8 %).

Während Männer meist Vollzeit wünschen (63,4 %), möchten Frauen häufiger nur ihr Teilzeitpensum erhöhen (55,9 %).

Europäischer Vergleich: Mit einer Teilzeitquote von 41,5 % liegt die Schweiz europaweit an zweiter Stelle hinter den Niederlanden (42,8 %). **DT**

Quelle: Bundesamt für Statistik

ANZEIGE

ONLINE KURSE

über 100 Kurse on demand sofort & jederzeit

www.fbrb.ch



forthbildung
ROSENBERG
MediAccess AG

Swiss Dental Hygienists – Projekt Positionierung DH 2030

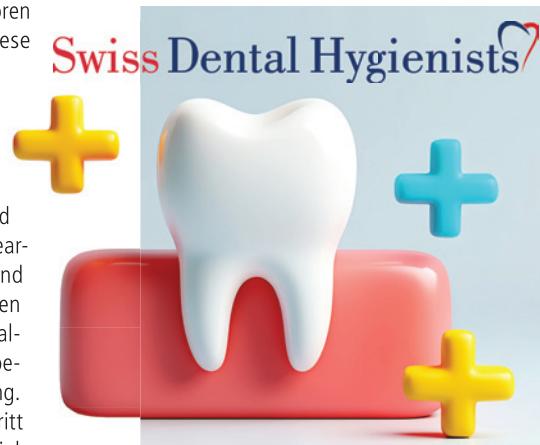
Kampagnen mit Sponsoren und Supportern.

SURSEE – Das Projekt «Positionierung DH 2030» hat unter anderem zum Ziel, dass die Mehrheit der Bevölkerung den Unterschied zwischen Zahnarzt, Dentalhygienikerin und Prophylaxeassistentin kennt. Gemeinsame Kampagnen mit mehreren Sponsoren und Supportern unterstützen diese Bestrebungen.

Umgesetzt wurde bislang bereits eine gemeinsame Kampagne mit Procter & Gamble. Mit den Firmen Curaden, Trisa und Philips sowie mit der Krebsliga sind weitere Kampagnen bereits ausgearbeitet oder in Planung. Hintergrund und Hauptfokus dieser Kampagnen ist die Bekanntmachung der Dentalhygienikerin als Expertin und kompetente Fachperson in der Bevölkerung. Visualisiert wird dies mit dem Auftritt von Dentalhygienikerinnen beispielsweise in Videos, in Fernsehwerbung oder mit dem Verbandslogo auf einzelnen Produkten.

Die Mitwirkung in jeder Kampagne wird durch den Zentralvorstand sorgfältig geprüft und auf einzelne, ausgewählte Produkte beschränkt. Dabei handelt es sich nicht um Empfehlungen; Swiss Dental Hygienists unterstützt die Firmen lediglich bei der Bekanntmachung von Produkten. Nach wie vor liegt es in der Verantwortung jeder Dentalhygienikerin, individuell und spezifisch bei den Patienten abzuklären, welches Produkt am besten geeignet ist.

Die Abmachung mit den Firmen beinhaltet, dass Swiss Dental Hygienists die Firmen mit seinem fachlichen Know-how unterstützt und Personen für die Mitwirkung vermittelt,



© rita – stock.adobe.com

welche vom Verband im Rahmen des Spesenreglements entschädigt werden. Es erfolgt keine finanzielle Abgeltung der Firmen an den Verband. Swiss Dental Hygienists profitiert im Gegenzug vom hohen Bekanntheitsgrad der Firmen und der grossen Reichweite ihrer Kampagnen und kann dies zur Verbreitung deren Anliegen, der Positionierung der Dentalhygienikerin, nutzen. **DT**

Quelle: Swiss Dental Hygienists

Aus Zahngold wird Sehkraft

SSO und SRK starten gemeinsame Spendenaktion.

BERN – Zum Welttag des Sehens am 9. Oktober setzen die Schweizerische Zahnärzte-Gesellschaft SSO und das Schweizerische Rote Kreuz (SRK) ein Zeichen gegen vermeidbare Armutblindheit. Gemeinsam riefen sie die Bevölkerung dazu auf, Zahngold und Altgold zu spenden – ein kleiner Beitrag mit grosser Wirkung.

1,1 Milliarden Menschen leben mit eingeschränkter Sehkraft, weil ihnen der Zugang zur Basisversorgung der Augenmedizin fehlt. Besonders betroffen sind Menschen in Ländern mit niedrigem Einkommen. 90 Prozent aller Sehkraftverluste sind heilbar oder lassen sich durch frühzeitige Erkennung und vorbeugende Massnahmen vermeiden. Augenmedizin ist deshalb eine der kostengünstigsten und effektivsten Gesundheitsmassnahmen zur Armutbekämpfung. Das SRK engagiert sich aktuell in Bangladesch, Benin, Burkina Faso, Kirgistan, Nepal und Togo dafür, dass Menschen mit Augenleiden Beratung und Behandlung erhalten.

Augenmedizin als Weg aus der Armut

Gerade in Zeiten sinkender humanitärer Mittel ist der Bedarf in der Gesundheitsversorgung enorm. In Cox's Bazar, dem grössten Flüchtlingslager der Welt, betreibt das SRK gemeinsam mit dem Bangladeschischen Roten Halbmond drei Gesundheitszentren. Dort erhalten Menschen mit Augenleiden kostenlose medizinische Hilfe. «Ältere Menschen sind besonders betroffen – vor allem durch den Grauen Star. Ohne Sehkraft sind sie im Alltag des Camps



© Guntar Feldmann – stock.adobe.com

So können Sie helfen

- Altgold und Schmuck spenden: Silber, Platin, Palladium oder Gold – alles hilft. www.redcross.ch/altgold
- Spenden oder Augenlicht-Patenschaft übernehmen: www.redcross.ch/de/schenken-sie-augenlicht **DT**

Quelle: Schweizerisches Rotes Kreuz

IMPRESSUM

Verlag
OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Deutschland
Tel.: +49 341 48474-0
Fax: +49 341 48474-290
kontakt@oemus-media.de
www.oemus.com

Herausgeber
Torsten R. Oemus

Vorstand
Ingolf Döbbecke
Dipl.-Betriebsw. Lutz V. Hiller
Torsten R. Oemus

Chefredaktion
Katja Kupfer

Redaktionsleitung
Dr. med. stom. Alina Ion
a.ion@oemus-media.de

Vertriebsleitung
Stefan Reichardt
reichardt@oemus-media.de

Anzeigenverkauf/ Projektmanagement
Simon Guse
s.guse@oemus-media.de

Produktionsleitung
Gernot Meyer
meyer@oemus-media.de

Anzeigendisposition
Lysann Reichardt
l.reichardt@oemus-media.de

Art Direction
Dipl.-Des. (FH) Alexander Jahn
a.jahn@oemus-media.de

Satz
Aniko Holzer, B.A.
a.holzer@oemus-media.de

Erscheinungsweise
Dental Tribune Swiss Edition erscheint 2025 mit 8 Ausgaben, es gilt die Preisliste vom 1.1.2025. Es gelten die AGB.

Druckerei
Dierichs Druck+Media GmbH
Frankfurter Str. 168
34121 Kassel
Deutschland

Verlags- und Urheberrecht
Dental Tribune Swiss Edition ist ein eigenständiges redaktionelles Publikationsorgan der OEMUS MEDIA AG. Die Zeitschrift und die enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Bei Einsendungen an die Redaktion wird das Einverständnis zur vollen oder auszugsweise Veröffentlichung vorausgesetzt, sofern nichts anderes vermerkt ist. Mit Einsendung des Manuskriptes geht das Recht zur Veröffentlichung als auch die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten in deutscher oder fremder Sprache, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken zur Herstellung von Sonderdrucken und Fotokopien an den Verlag über. Für unverlangt eingesandte Bücher und Manuskripte kann keine Gewähr übernommen werden. Mit anderen als den redaktionseigenen Signa oder mit Verfassernamen gekennzeichnete Beiträge geben die Auffassung der Verfasser wieder, welche der Meinung der Redaktion nicht zu entsprechen braucht. Der Autor des Beitrages trägt die Verantwortung. Gekennzeichnete Sonderteile und Anzeigen befinden sich außerhalb der Verantwortung der Redaktion. Von Verbands-, Unternehmens- und Marktnachrichten kann keine Gewähr übernommen werden. Eine Haftung für Folgen aus unrichtigen oder fehlerhaften Darstellungen wird in jedem Falle ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Leipzig.

Editorische Notiz
(Schreibweise männlich/weiblich/divers)

Wir bitten um Verständnis, dass – aus Gründen der Lesbarkeit – auf eine durchgängige Nennung der männlichen, weiblichen und diversen Bezeichnungen verzichtet wurde. Selbstverständlich beziehen sich alle Texte in gleicher Weise auf Männer, Frauen und diverse Personen.

DENTALTRIBUNE
The World's Dental Newspaper - German Edition