



Foto: Othner

editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

die Negativmeldungen zum Arbeitsmarkt reißen nicht ab. Im Mai stieg die Zahl der Arbeitslosen gegenüber dem Vorjahr um fast 30 Prozent auf 239.777 Jobsuchende. Für den Juli rechnet das Arbeitsmarktservice mit knapp 58.000 Kurzarbeitern in Österreich. Kündigungen und Kurzarbeit beherrschen die Schlagzeilen der Wirtschaftspresse – und in den betroffenen Firmen geht die Angst um.

Viele Personalverantwortliche stehen heute vor der Herausforderung, eine Balance zwischen Personalabbau und Mitarbeiterbindung zu finden. Denn allem Kostendruck zum Trotz benötigen sie gerade jetzt Menschen, die das Unternehmen mit Elan durch die Wirtschaftslaute bringen und auf Zeiten vorbereiten, in denen sich die Auftragsbücher wieder füllen. Doch an die Stelle von Engagement und Produktivität tritt momentan in vielen Betrieben Frustration und Lethargie. Kein Wunder. Der Spaß am Job bleibt zwangsläufig auf der Strecke, wenn die eigene Zukunft im Ungewissen liegt oder lieb gewonnene Kollegen ihren Job verlieren. Das „Überlebenden-Syndrom“ (Seite 21) ist eine jener Baustellen, die vielen Führungskräften derzeit zu schaffen machen.

In Krisenzeiten, wenn die Geschäftserfolge ausbleiben und Restrukturierungen das Arbeitsumfeld verändern, ist es nicht leicht, Mitarbeiter für ihre Aufgaben zu begeistern. Wie es dennoch funktionieren kann, die eigenen Leute bei der Stange zu halten, beschreiben wir in dieser Ausgabe. Darin skizzieren wir unter anderem, was beim Aufbau eines Retention-Programms zu beachten ist (Seite 18), wie österreichische Unternehmen Mitar-

beiterbindung in der Krise betreiben (Seite 14) und wie sie Personalabbau fair und vertraglich gestalten können (Seite 21).

Eine informative Lektüre wünscht

Ihre

Bettina Geuenich

DREI FRAGEN AN ...



Foto: Petra Spjola

Peter Oswald, Generaldirektor der Mondi AG, seit 2007 Präsident von respACT Austria, eines Vereins zur Förderung gesellschaftlicher Verantwortung

Herr Oswald, der Trigos-Preis für Corporate Social Responsibility wurde gerade vergeben. Welchen Stellenwert hat das Thema CSR derzeit in den Unternehmen?

Soziale Verantwortung sollte eigentlich nicht konjunkturabhängig sein, sondern das Handeln nachhaltig prägen. In Krisenzeiten wird allerdings sichtbar, ob Unternehmen tatsächlich diesen Werten entsprechend agieren. Arbeitgeber, die Corporate Social Responsibility mit Sponsoring oder Marketing gleichsetzen, betrachten entsprechende Projekte in der Krise als Kostenfaktoren und stellen sie ein.

Andere, die CSR als Teil ihrer Kultur ansehen, verzichten nicht darauf, weil sie sonst ihr Selbstverständnis ändern müssten. Insofern trennt sich die Spreu vom Weizen. Aber es gibt Unternehmen, die CSR nach wie vor leben.

Fallen Ihnen Beispiele ein?

Mondi unterstützt seit vergangener Woche zusammen mit der OMV ein Projekt der Caritas. Es handelt sich um ein interkulturelles Zentrum für junge Migrantinnen, die zum Teil aus schwierigen Familienverhältnissen stammen. Das Zentrum bietet ihnen eine Anlaufstelle mit psychologischer Betreuung und einen Ort, an dem sie lernen können. Es ist nur ein Beispiel dafür, dass Unternehmen nach wie vor CSR-Projekte unterstützen, obwohl sie an vielen anderen Stellen den Rotstift ansetzen.

Zahlt sich CSR aus?

Kurzfristig zahlt sich CSR nicht aus. Aber durch verantwortliches Handeln entsteht langfristig ein Goodwill, der sich nur schwer quantifizieren lässt, aber einen enormen Wert hat. Nehmen Sie den Bankensektor, in dem die Wirtschaftskrise ja auch und vor allem eine Vertrauenskrise ist. Dort sieht man jetzt, wie enorm wichtig Vertrauen ist.