



Foto: Ortrier

editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

„Morgen komme ich später rein“, sagen Sie zu Ihrem Kollegen, greifen sich die Unterlagen, die Sie mit nach Hause nehmen möchten, und verlassen das Büro. Eine Szene wie diese könnte in jedem zweiten österreichischen Unternehmen spielen, denn fixe Arbeitszeiten und -orte sind hierzulande längst nicht mehr die Norm. Schon jetzt hat die Hälfte der Arbeitgeber flexible Arbeitszeiten eingeführt und einige Betriebe bieten die Möglichkeit, zumindest hin und wieder im Home Office zu arbeiten. Teilzeitarbeit ist auf dem Vormarsch, während die unbefristete Vollzeitstelle für immer weniger Menschen das „Normalarbeitsverhältnis“ ist.

Der Trend zur Flexibilisierung verändert unsere Arbeitswelt grundlegend, wie der Sozialwissenschaftler und Arbeitsforscher Manfred Füllsack erklärt (S. 8). Er verweist darauf, dass die Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben zusehends verwischen – und der einzelne Mitarbeiter ebenso wie seine Führungskraft gefordert ist, mit den neuen Freiräumen produktiv umzugehen.

Produktivität ist für viele Arbeitgeber das zentrale Argument für flexible Arbeitszeitmodelle. Denn diese können dazu beitragen, die Leistungsfähigkeit des Unternehmens zu steigern, weil kostenintensive Leerlaufzeiten und Überstunden entfallen. Gleitzeit, Teilzeitarbeit, Telearbeit & Co. helfen zudem dabei, die sogenannten „stillen Reserven“ zu gewinnen und zu halten, insbesondere qualifizierte Frauen mit Kindern, denen flexible Beschäftigungszeiten und -orte den Wiedereinstieg in den Beruf erleichtern. Das Universalmuseum Joanneum in Graz hat bereits entsprechende Lösungen entwickelt (S. 22). Last but not least kommen flexible Arbeitszeitmodelle den Wünschen vieler Mitarbeiter entgegen – und

sind daher ein wichtiges Argument für das Arbeitgebermarketing.

Unternehmen können somit profitieren, wenn sie ihren Mitarbeitern die Möglichkeit bieten, ihre Arbeitszeiten und -orte in gewissen Grenzen selbst zu bestimmen. Doch diese Flexibilisierung will gut geplant sein. Wer neue Arbeitszeitmodelle einführt, operiert am offenen Herzen der Unternehmenskultur und muss meist einige Ängste und Vorbehalte ausräumen. Denn fixe Raum- und Zeitmodelle bieten Führungskräften und Mitarbeitern eine Struktur. Wenn diese wegzubrechen droht, entsteht häufig Unsicherheit. HR-Verantwortliche, die Arbeit flexibilisieren möchten, müssen daher viel Überzeugungsarbeit leisten und die Unternehmensführung

an ihrer Seite wissen. Was sie dabei beachten sollten und wie erfolgreiche Modelle aussehen, beschreibt unser Beitrag ab Seite 12. Das Um und Auf eines solchen Projekts sind die rechtlichen Rahmenbedingungen, die der Arbeitsrechtsexperte Martin E. Risak erläutert (S. 16). Mit den Fallstricken des virtuellen Arbeitens beschäftigt sich der Autor Gerhard P. Krejci (S. 19). Er erklärt, warum die Zusammenarbeit über Telefonkonferenz, E-Mail und Chatroom oft nicht funktioniert und wie Unternehmen das ändern können.

Eine anregende Lektüre wünscht
Ihre

Bettina Geuenich

DREI FRAGEN AN ...



Foto: © Petra Spölla

Michael Walter, Sprecher der Plattform für berufsbezogene Erwachsenenbildung (PbEB)

Herr Walter, wie weiterbildungsaktiv sind österreichische Unternehmen im Jahr 2010?

Dieser Frage sind wir im Jänner 2010 in einer Studie unter 500 österreichischen Personalmanagern aus Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern nachgegangen. Ergebnis: Zwei Drittel aller befragten Arbeitgeber haben gesagt, sie werden ihre Weiterbildungsbudgets 2010 konstant halten. 13 Prozent werden ihre Investitionen sogar ausweiten, nur acht Prozent wollen sie senken. Zu einem ähnlichen Ergebnis kam unsere Vorgängerstudie im Krisenjahr 2009. Offensichtlich haben die Unterneh-

men in der Aus- und Weiterbildung nicht den Rotstift angesetzt, sondern erkannt, dass diese für die Zukunft wichtig ist.

Von welchen Weiterbildungen versprechen sich die Unternehmen besonders viel?

Aus Sicht der Unternehmen gewinnen vor allem die Fachqualifikationen an Bedeutung. Den größten Konkurrenzvorsprung erhoffen sie sich durch Weiterbildungen in den Bereichen Technik und Produktion, gefolgt von der Persönlichkeitsentwicklung sowie Verkaufstraining und Marketing.

Wer profitiert am meisten vom betrieblichen Weiterbildungsangebot?

Wer in der Hierarchie aufsteigt, nimmt meist auch mehr Weiterbildungen in Anspruch. Geschäftsführer und leitende Angestellte bilden sich mehr als fünf Tage pro Jahr fort. Angestellte ohne Führungsposition und Facharbeiter kommen im Durchschnitt auf bis zu zwei Tage, angelernte Arbeiter liegen häufig noch darunter. Geringqualifizierte erhalten weniger Weiterbildungen und fordern diese auch seltener ein. Diesen Negativzirkel zu durchbrechen, wird eine wichtige Zukunftsaufgabe sein.